



รายงานธุรกิจจำลอง
ชื่อธุรกิจใบขนุนทอดกรอบ

สมาชิกในกลุ่ม

- 1.นายถนอม นิลพาทย์ รหัสนักศึกษา 610112356051
- 2.นางสาวเกวลิณ ทองดีรัมย์ รหัสนักศึกษา 610112356058
- 3.นางสาวคณิงนิจ ชันทอง รหัสนักศึกษา 610112356059
- 4.นางสาวนิตยา เผือกแก้ว รหัสนักศึกษา 610112356070
- 5.นางสาวพรชิตา พรหมวิจิตร รหัสนักศึกษา 610112356076
- 6.นางสาวมลนิกา สระแก้ว รหัสนักศึกษา 610112356080

สาขาวิชาการจัดการ ปี 3 หมู่ 2

เสนอ

อาจารย์นลินทิพย์ พิมพ์กัลด

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาธุรกิจจำลอง

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ปีการศึกษา 2563

คำนำ

รายงานเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาธุรกิจจำลองเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ ใบขนุนทอดกรอบ มีเนื้อหาเกี่ยวกับทสรุปผู้บริหาร วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ ความเป็นมาของธุรกิจ สรุปผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ และการประมวลผลความรู้คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านศึกษาต่อไปไม่มากก็น้อยหากมีข้อผิดพลาดประการใด ขออภัยไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

คณะผู้จัดทำ

สารบัญ

1. บทสรุปผู้บริหาร	5
2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	6
3. ความเป็นมาของธุรกิจ.....	7
3.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดการจัดตั้งธุรกิจ	7
3.2 แนวความคิดในการก่อตั้งกิจการ	7
3.3 การเปลี่ยนแปลงของกิจกรรม	7
3.4 ความสำเร็จ / อุปสรรคที่ผ่านมา.....	7
3.5 สรุปผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ	8
4. สินค้า	8
4.1 รายละเอียดสินค้า.....	8
5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด.....	9
5.1 สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด.....	9
5.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด	11
5.3 แนวโน้มทางการตลาด	11
5.4 ตลาดเป้าหมาย.....	12
5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า.....	13
5.6 สภาพการแข่งขัน.....	14
5.7 คู่แข่งขัน	14
5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง.....	15
5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS.....	16
6. แผนบริหารจัดการ	19
6.1 ข้อมูลธุรกิจ.....	19
6.2 รายนามคณะกรรมการดำเนินงาน	19
6.3 ประวัติของคณะกรรมการดำเนินงาน.....	20
6.4 แผนผังองค์กร.....	21
6.5 วิสัยทัศน์	22
6.6 พันธกิจ.....	22
6.7 เป้าหมายทางธุรกิจ.....	22
6.8 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	23

6.9 การวางแผนการดำเนินงาน.....	24
7.แผนการผลิต.....	27
7.1 การเตรียมการวัตถุดิบ	27
7.2.สถานที่ทำการผลิต	31
7.3 ต้นทุนการผลิต	32
7.4การวิเคราะห์การผังการผลิต.....	33
7.5การวิเคราะห์การออกแบบการผลิต	35
7.6การวางแผนและควบคุมการผลิต.....	36
7.7การปรับผังการผลิต.....	37
8. แผนการตลาด.....	38
8.1 เป้าหมายทางการตลาด	38
8.2 พื้นที่เป้าหมาย.....	38
8.3 กลยุทธ์ทางการตลาด	38
8.4 กิจกรรมหรือการดำเนินงานทางการตลาด	39
8.5 แผนการขายสินค้า.....	41
9. แผนการเงิน	49
9.1 ประมาณการในการลงทุน.....	49
9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน	49
9.3 ประมาณการเป้าหมายและรายได้จากการขายสินค้า	50
9.5 รายการทางการเงิน	59
9.8 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	63
9.9 การวิเคราะห์รายได้เปรียบเทียบกับต้นทุนการผลิต.....	63
10.แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง	66

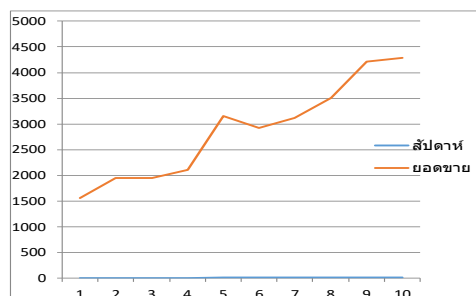
1.บทสรุปผู้บริหาร

ไบชนุนทอดกรอบเป็นอาหารเพื่อสุขภาพมีความแตกต่างจากไส้กรอกทั่วไป มีการนำไบชนุน และ ส่วนผสมที่เป็นเครื่องต้มยำเอง ประกอบด้วย ไบมะกรูด ตะไคร้ ข่า ที่มีประโยชน์และสรรพคุณมาทำไบชนุน ทอด ซึ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการลดระบบการไหลเวียนน้ำตาลในเลือด ช่วยบำรุงเลือดได้ดี ช่วยป้องกัน โรคหัวใจ โรคมะเร็ง บำรุงเลือด บำรุงสายตา และกระตุ้นการขับของเสียออกจากร่างกาย เหมาะสำหรับคนที่รัก สุขภาพที่ชอบทานของทอดแต่มีประโยชน์ มีทีมงานประกอบด้วย 1.นางสาวนิตยา เผือกแก้ว 070 2.นายถนอม นิลพาทย์ 051 3. นางสาวมลนิภา สระแก้ว 080 4. นางสาวพรชิตา พรหมวิจิตร 076 5.นางสาว เกวลิน ตองติธรรมย์ 058 6.นางสาวคณิงนิจ ชันทอง 059

ในการดำเนินงานกลุ่มไบชนุนทอด มีวิสัยทัศน์ คือไบชนุนทอดเพื่อสุขภาพ มีความโดดเด่นทางด้าน รสชาติ และมีประโยชน์ต่อร่างกาย” และได้กำหนดพันธกิจ ดังนี้ 1.ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการ บริการที่ดีความสะอาดในการปรุงอาหาร 2.เร่งการเจริญเติบโตให้ได้กำไรที่เพิ่มขึ้นในธุรกิจ 3.วัตถุประสงค์ที่ดีมี คุณภาพ สด ใหม่และมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานดังต่อไปนี้ เพื่อผลิตไบชนุนทอดให้ได้ตามเป้าหมายที่ตั้ง ไว้ เพื่อเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อเจาะพื้นที่เป้าหมาย ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อให้ได้ยอดขาย 10 ล้านบาท ตามที่ตั้งเป้าไว้ สำหรับแนวโน้มอุตสาหกรรมไบชนุนทอด กรอบ ยังมีการเจริญเติบโตขึ้นเรื่อยๆ จึงส่งผลต่อไบชนุนทอดกรอบใน อีก1-2ปี ข้างหน้านั้นคาดว่าจะ ขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อไปทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการทานอาหารเพื่อสุขภาพ และ กระแสคนรักสุขภาพทำให้ผู้บริโภคมองหาผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ และส่งผลดีต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อไม่ให้ เกิดผลเสียต่อร่างกาย หรืออาจจะเป็นปัจจัยทางการตลาด หลายๆปัจจัยธุรกิจไบชนุนทอดกรอบ เป็นธุรกิจที่ พัฒนามาจากท้องถิ่นสร้างความแตกต่างและได้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาในราคา กล่องละ 39 บาท แต่มีการ จัดส่งให้ฟรีบริการถึงที่ เพื่อเป็นการกระตุ้นในการตัดสินใจซื้อของลูกค้ามากขึ้นกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กลุ่ม ลูกค้าที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพอาหารที่มี กลุ่มลูกค้าคล้ายกันกันและสินค้าทางร้านเรามีความ สอดคล้องกัน กลุ่มลูกค้าใหม่ๆที่ยังไม่เคยลองทานผลิตภัณฑ์ไบชนุนทอดกรอบมาก่อนแผนการขายธุรกิจ

ไบชนุนทอดกรอบจะมีแบบทั้งขายออนไลน์และลงพื้นที่ขายสินค้าตามร้านอาหารต่างในเขตพื้นที่ ใกล้เคียง เพื่อเป็นการกระจายสินค้าให้เป็นที่รู้จักและเพิ่มยอดขายมากขึ้นแผนการเงินโดยได้รวมทุนของ สมาชิกในกลุ่ม 150 บาท เพื่อเป็นเงินทุนในการลงทุนครั้งแรกในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายธุรกิจไบชนุนทอด กรอบ ได้มีการประเมินความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นพร้อมทั้งระบุแผนฉุกเฉินและแก้ไขสถานการณ์ต่างๆอย่างเช่น วัตถุประสงค์ที่เป็นไบชนุนหาซื้อได้ยาก จึงได้มีการหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา คือหาเก็บไบชนุนที่มีอยู่ตาม บ้านเรือนมาเอง หรือเก็บไว้ในปริมาณมากผลการดำเนินงานในธุรกิจทั้ง 10 สัปดาห์ แต่ละสัปดาห์มีปัญหา แตกต่างกันไป ช่วงแรกสินค้าของเรายังไม่เป็นที่รู้จัก จึงทำให้มียอดขายค่อนข้างน้อย และในบางสัปดาห์มีโรค โควิดระบาด จึงทำให้ยากต่อการส่งของมีอุปสรรคในการจัดหาวัตถุดิบและจัดส่งสินค้าเป็นไปอย่างลำบาก

คิดเป็นเปอร์เซ็นต์		
กำไร	รายได้	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
24,330	28,782	85%



2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจนี้ต่อ สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อผลิตสินค้าให้แตกต่างจากตลาดทั่วไปและมีประโยชน์ต่อผู้บริโภคนำสู่การขายและบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นวัยรุ่นวัยทำงาน ที่ชอบรับประทานขนมขบเคี้ยวแต่รักสุขภาพไปในตัว

3.ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดการจัดตั้งธุรกิจ

การก่อตั้งธุรกิจไบชนุนทอดกรอบ เริ่มต้นจากการศึกษารายวิชาธุรกิจจำลอง โดยมีกลุ่มนักศึกษาจำนวน 6 คน ดังนี้

- | | | | |
|------------------|-------------|--------------|--------------|
| 1.นางสาวนิตยา | เฟือกแก้ว | รหัสนักศึกษา | 610112356070 |
| 2.นายถนอม | นิลพาทย์ | รหัสนักศึกษา | 610112356051 |
| 3. นางสาวมลนิกา | สระแก้ว | รหัสนักศึกษา | 610112356080 |
| 4. นางสาวพรชิตา | พรหมวิจิตร | รหัสนักศึกษา | 610112356076 |
| 5. นางสาวเกวลิน | ทองติตรัมย์ | รหัสนักศึกษา | 610112356058 |
| 6. นางสาวคณิงนิจ | ชั้นทอง | รหัสนักศึกษา | 610112356059 |

สาขาวิชาการจัดการ ปี 3 หมู่ 2

3.2 แนวความคิดในการก่อตั้งกิจการ

กลุ่มธุรกิจของเราเป็นการทำไบชนุนทอดกรอบ โดยมีการใช้ส่วนผสมคือเครื่องต้มยำ ซึ่งกลุ่มเราได้นำมาทำเป็นผงโรยกับไบชนุนทอดกรอบและเพิ่มคุณประโยชน์ให้กับสินค้าเหมาะสำหรับบุคคลที่ต้องการดูแลสุขภาพและต้องการลดการไหลเวียนโลหิตของเลือด

เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน พ.ศ.2563 สมาชิกในกลุ่มได้มีการวางแผนการทำงานและคิดค้นรูปแบบของสินค้าที่เราจะทำ เพื่อให้สินค้าแตกต่าง และไม่เหมือนใคร โดยมีการเริ่มลงมือทำ ทดลองการผลิตไบชนุนทอดกรอบครั้งแรก เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ.2563 ทดลองทำ กิโลกรัม ลงทุนครั้งแรกใช้เงิน จำนวน 822 บาท

สมาชิกรวมกลุ่มกันเพื่อทำการผลิตสินค้า ที่บ้านของนายถนอม นิลพาทย์ เพื่อเรียนรู้รูปแบบในการวางแผน การบริหารจัดการธุรกิจให้เป็นระบบและกระบวนการผลิตสินค้า ให้มีคุณภาพ

ไบชนุนทอดกรอบมีประโยชน์หลายอย่าง โดยเฉพาะในส่วนของไบชนุนที่เรานำมาผลิตจะช่วยลดระดับน้ำตาลในเลือด ช่วยระงับประสาท แก้โรคลมชัก

3.3 การเปลี่ยนแปลงของกิจกรรม

1. การลงทุนครั้งแรก 822 บาท เฉลี่ยออกคนละ 137 บาท เป็นค่าใช้จ่ายในเรื่องของการซื้อวัตถุดิบในการผลิตครั้งแรก

2. ไม่มีการถอนทุนออก

3. มีการวางแผนการทำงาน ทำงานกันเป็นทีม แบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบร่วมกัน

3.4 ความสำเร็จ / อุปสรรคที่ผ่านมา

1. มีการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และสืบค้นข้อมูลต่างๆ และขอคำปรึกษาจากอาจารย์ เพื่อที่จะได้ทำการผลิตสินค้านั้นออกมา ทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการทำน้อยลงและสามารถแก้ปัญหาได้

2. มีการวางแผนการบริหารงานและจัดสรรเวลาที่ชัดเจน มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายของแต่ละคนเป็นอย่างดี และรับฟังการเห็นของแต่ละคน แล้วนำมาพัฒนาสินค้าจึงทำให้ผลลัพธ์ออกมาเป็นที่น่าพอใจ

3. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนรอบข้างและลูกค้าที่มาใช้บริการ ทำให้เกิดการช่วยเหลือในการทำงานเป็นอย่างดี

3.5 สรุปผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ

รายการ	รอบการดำเนินงาน (ระยะเวลา 5 สัปดาห์)	รอบการดำเนินงานที่ผ่านมา (ระยะเวลา 10 สัปดาห์)
ยอดรายได้	10,725	28,782
กำไรสุทธิ	8,543	42,330
สินทรัพย์รวม	9,365	25,202
หนี้สินรวม	0	0
ทุน	822	872

4.สินค้า

4.1 รายละเอียดสินค้า

คุณสมบัติของใบขนุนทอดกรอบ ทำมาจากใบขนุนทอดและยังมีส่วนผสมหลักของวัตถุดิบที่นำมาใช้ได้แก่ ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด มีคุณประโยชน์และมีคุณค่าทางด้านการรักษาโรคต่างๆ เช่น ข่า (Galangal) รสเผ็ดร้อน มีกลิ่นแรงสรรพคุณโดดเด่นคือ ช่วยย่อยอาหาร ขับลมในร่างกาย แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ บรรเทาอาการท้องร่วงและคลื่นไส้อาเจียนนั่นเอง ส่วน ตะไคร้ (Lemongrass) มีรสฝาด หอมชื่นใจ สรรพคุณชั้นยอดคือ ช่วยย่อยอาหาร แก้ท้องอืดเพื่อ ขับเหงื่อและปัสสาวะ ทั้งยังช่วยให้เจริญอาหาร บำรุงร่างกายได้นั่นเอง และใบมะกรูด (Kaffir Lime Leaf) รสปร่าหอมร้อน สรรพคุณเด่นของมะกรูดคือ ช่วยให้เลือดลมไหลเวียนดี ช่วยขับลม แก้กูกเสียด แก้ไอละลายเสมหะ แก้ไข้ใน และยังมีสารต้านมะเร็งด้วย กลิ่นของใบมะกรูดช่วยผ่อนคลายความเครียดได้ และยังสามารถนำมาทำได้หลายเมนูตามความต้องการของแต่ละคน ราคาไม่แพงเพียงราคาของละ 39 บาท และสามารถทานได้ทุกเพศทุกวัย

ข้อแตกต่างและจุดเด่นของสินค้า มีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ที่ได้จากการคิดค้นสูตรที่เป็นรสชาติของร้านเอง แล้วยังตัดใบขนุนให้เป็นเส้นๆ เพื่อที่จะให้รับประทานได้ง่ายขึ้นนั่นเอง แล้วยังเป็นสินค้าที่แปลกใหม่ที่ไม่มีใครนิยมทำกันในปัจจุบัน และยังเป็นอาหารรักษาสุขภาพอีกด้วย

ชื่อสินค้า “ใบขนุนทอดกรอบ”

ขนาดสินค้า 130 กรัม

ราคาสินค้า 39 บาท

ส่วนผสมสินค้า ใบขนุน , ข่า , ตะไคร้ , ใบมะกรูด



5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด

5.1.1 การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรม

5.1.1.1 เศรษฐกิจ

ในปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจมีสภาวะที่กำลังแย่เพราะเนื่องจากสถานการณ์ในตอนนี้ มีผลกระทบจากโรคระบาดโควิด 19 ทำให้ส่งผลกระทบต่อการจัดส่งสินค้าของเรา และในช่วงโควิดเราได้ทำการผลิตใบขนุนทอดกรอบขึ้นมา และตั้งราคาไม่แพงมากนัก เป็นราคาที่จับต้องได้ แต่ในการซื้อแต่ละครั้ง ลูกค้าจะมีการตัดสินใจซื้อใบขนุนเรา เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผลิตมาใหม่ มีลักษณะแตกต่างจากที่อื่น จึงทำให้ครั้งแรกที่ทำการผลิตเพื่อขายยากเพราะลูกค้ายังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักกับผลิตภัณฑ์มากนัก

5.1.1.2 สังคมวัฒนธรรม

ปัจจุบันค่านิยมของผู้บริโภคมีความคล้ายๆกัน เมื่อก่อนผู้บริโภคนิยมทานของหวานมากมาย จึงทำให้เกิดโรคตามมาที่หลัง ซึ่งหลายคนในปัจจุบันมีค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้เกิดการรักสุขภาพมากขึ้น หันมาออกกำลังกาย ดูแลตัวเอง และลดการทานอาหารหรือของหวานได้มากยิ่งขึ้น และหันมานิยมทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ เพราะผู้บริโภคได้เรียนรู้ว่าอาหารที่มีประโยชน์จะทำให้ร่างกายแข็งแรง ไม่อ้วน สุขภาพดี ไม่ก่อให้เกิดโรค เราเลยได้คิดค้นผลิตภัณฑ์ใบขนุนทอดกรอบ ซึ่งเป็นสินค้าที่แปลกใหม่จากท้องตลาด สามารถทานเล่นหรือเป็นกับแกล้มทั่วไป โดยมีประโยชน์ต่อลูกค้าที่รับประทาน มีส่วนช่วยในเรื่องการไหลเวียนของโลหิตให้ดีขึ้น และไม่ทำให้อ้วน ตรงต่อความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างมาก และดีต่อสุขภาพ

5.1.1.3 คู่แข่งขัน

คู่แข่งชั้นในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ มีสินค้าประเภทใบขนุนทอดกรอบมีเป็นส่วนน้อย เพราะเป็นสินค้าที่แปลกใหม่ ผู้ขายน้อยราย จึงมีสภาพการแข่งขันที่น้อย เพราะผู้บริโภคจะคุ้นเคยกับขนมกรุบกรอบ หรือสำหรับทั่วไป ที่มีขายตามท้องตลาด ในช่วงนี้ที่ผลิตใบขนุนทอดกรอบยังเป็นที่น่าสนใจแก่ลูกค้า และการแข่งขันยังมีไม่มาก และเราสามารถค้าโอกาสช่วงนี้พัฒนาผลิตภัณฑ์ไปเรื่อยๆ

5.1.1.4 สภาพแวดล้อมโลก

การระบาดของ COVID-19 ทำให้โลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เตรียมรับมือและแก้ปัญหาวิกฤตผลกระทบทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน และพยายามดิ้นรนเพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งทำให้การผลิตและผู้บริโภคลดลง การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและการเงิน และมีการควบคุมและป้องกันการระบาดของโควิด 19 ทำให้เราลดการซื้อวัตถุดิบในการผลิตน้อยลง สิ่งไหนที่ต้นทุนน้อย ควรนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ บริการจัดส่งที่ปลอดภัยทั้งลูกค้าและผู้ขนส่ง ลดค่าใช้จ่ายในกลุ่มที่ไม่สำคัญ เพื่อสามารถให้เราทำธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่องในช่วงการเกิดโรคระบาด

5.1.2 การวิเคราะห์สภาวะตลาด

ปัจจุบันผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนการตัดสินใจในการซื้อสินค้าจะมีมาก คำนึงถึงคุณค่าของสินค้าที่ได้ และราคาคุ้มค่ากับขนาดแค้ไหน จึงส่งผลต่อธุรกิจที่ลูกค้ามีความลังเลในการซื้อสินค้า เพราะราคาสินค้าก็ใกล้เคียงกันกับสินค้าอื่นๆ ผู้บริโภคส่วนมากจะนิยมซื้อสินค้าในช่วงแรกๆ จึงมีผลตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก และบางธุรกิจอื่นอาจมีการเปลี่ยนแปลงสินค้านรูปแบบใหม่ๆ จึงทำให้สินค้าอาจจะมียอดขายลดลง

5.1.2.1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในอุตสาหกรรมในปัจจุบันพบว่าไบชนุนทอดกรอบของเรา ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์รักสุขภาพมีไม่มากนัก พบว่าสภาวะการแข่งขันในปัจจุบันของไบชนุนทอดกรอบ เป็นสินค้าที่คนรักสุขภาพทาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อกิจการน้อยมาก เพราะกิจการไบชนุนทอดกรอบ ได้ทำการศึกษากลุ่มเป้าหมาย มีการเจาะกลุ่มตลาดลูกค้าให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพและลูกค้าที่มีโรคเกี่ยวกับการไหลเวียนโลหิต ผลิตภัณฑ์ของเรามีรูปแบบที่แปลกใหม่และยังไม่ค่อยมีการผลิตและวางจำหน่ายตามท้องตลาด ทำให้การแข่งขันและความกดดันทางธุรกิจมีจะน้อยลง

5.1.2.2 การเข้ามาของกลุ่มคู่แข่งรายใหม่

ปัจจุบันอาหารเพื่อสุขภาพมีมากขึ้น จึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น ต้นทุนในเริ่มการผลิตกิจการใหม่ไม่สูงมาก เนื่องจากปัจจุบันคนรักสุขภาพสนใจอาหารที่ดีต่อสุขภาพของผู้บริโภคและราคาคุ้มค่ากับปริมาณ และเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มคู่แข่ง จึงทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ได้มากขึ้น

5.1.2.3 สินค้าทดแทน

ผลิตภัณฑ์ที่จัดเป็นสินค้าทดแทน คือ อาหารเพื่อสุขภาพทั่วไปเป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก็ยังมีสินค้าอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เช่น สาหร่ายทอดกรอบ โดยสินค้าเหล่านี้มีรสชาติคล้ายคลึงกัน สามารถทดแทนผู้บริโภคได้และเลือกรับบริโภคแทนได้ แต่ในปัจจุบันคนรักสุขภาพมีมากขึ้น ทำให้ลูกค้าที่รักสุขภาพยังคงทานไบชนุนทอดกรอบอยู่ ดังนั้นแรงกดดันจากสินค้าทดแทนจึงมีสูง

5.1.2.4 อำนาจต่อรองของผู้จัดจำหน่าย

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตไบชนุนทอดกรอบ คือ ไบชนุน, ข้าว, ตะไคร้, ใบมะกรูด ซึ่งหาได้จากการซื้อตามบ้านและท้องตลาด การที่วัตถุดิบที่รับซื้อจากทางบ้านหรือตลาดเป็นหลัก เกิดการขาดแคลน จึงทำให้เราได้หาแหล่งวัตถุดิบใหม่ ทำให้บางครั้งต้องเผชิญกับปัญหาด้านต้นทุนในการรับซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทำให้ต้นทุนไม่คงที่จากเดิม ดังนั้นแรงกดดันในการต่อรองของผู้จัดจำหน่ายจึงมีสูงขึ้น

5.1.2.5 อำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ

อุตสาหกรรมอาหารเพื่อสุขภาพมีเป็นจำนวนมากและหลากหลายให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ ผู้ผลิตยังไม่มีความรู้ในการใช้เครื่องมือทางการตลาดอย่างละเอียดต่อผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความเชื่อถือได้ไม่มากนัก อาจทำให้ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนไปเลือกซื้อสินค้าอื่นได้ง่าย จึงส่งผลให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการต่อรองสินค้าที่สูงขึ้น

5.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

5.2.1 การแบ่งส่วนตลาด

กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มคนรักสุขภาพที่มีโรคเกี่ยวกับการไหลเวียนโลหิต กลุ่มวัยผู้ใหญ่ กลุ่มวัยรุ่น และบุคคลทั่วไป โดยใช้ตลาดออนไลน์และสร้างเพจและร้านค้า โดยมีราคาขายของละ 39 บาท จำนวนประชากรประมาณ 218,802 คน คิดเป็นมูลค่าตลาด 8,533,278 บาท

บอกกลุ่มเป้าหมายและคิดประชากรโดยประมาณ และคิดมูลค่าตลาดรวม

5.2.2 ส่วนแบ่งทางการตลาด



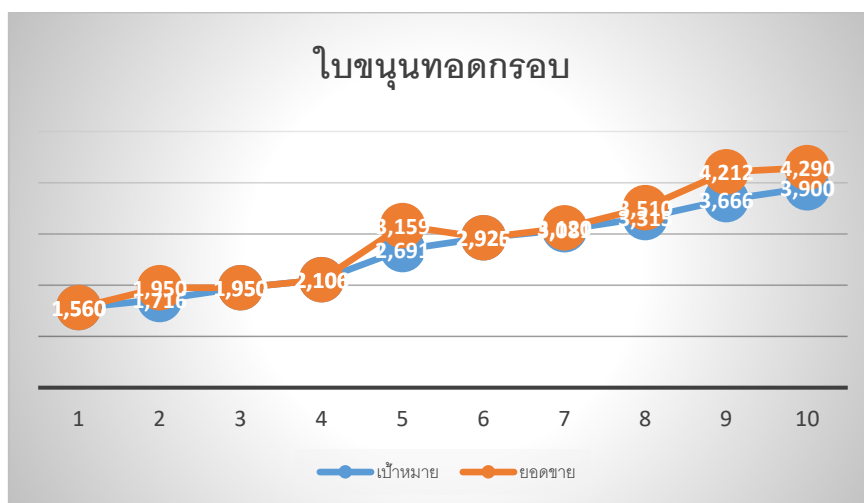
(ภาพที่ 2 ส่วนแบ่งทางการตลาด)

5.3 แนวโน้มทางการตลาด

แนวโน้มอุตสาหกรรมไบชนุนทอดกรอบ ยังจะมีการเจริญเติบโตขึ้นได้เรื่อย ๆ ไบชนุนทอดกรอบคาดว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อปี เนื่องจากปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่นิยมทานอาหารเพื่อสุขภาพ ทำให้ผู้บริโภคที่รักสุขภาพสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและไม่ทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกายตามมา การมีปัจจัยหลายอย่าง เช่น การสร้างเพจร้าน การโฆษณาขายของตามสื่อออนไลน์ต่าง ๆ และมีขายหน้าร้าน การแบ่งกันขาย มีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายหลายๆช่องทาง และพัฒนาในด้านของรสชาติ รูปร่าง และขนาด เป็นต้น ทำให้กระแสออนไลน์ของผู้บริโภคที่ยังคงมีความสนใจไบชนุนทอดกรอบ และเพจของเราสามารถทำให้ลูกค้าเชื่อถือได้แล้ว และมีลูกค้าสนใจอยู่อย่างต่อเนื่องก็น่าจะส่งผลให้ไบชนุนทอดกรอบเจริญเติบโตและต้องเจาะกลุ่มลูกค้าให้ได้ 80% เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

5.4 ตลาดเป้าหมาย

	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 5	Week 6	Week 7	Week 8	Week 9	Week 10	รวม
เป้าหมาย	1,560	1,716	1,950	2,106	2,691	2,925	3,081	3,315	3,666	3,900	26,910
ยอดขาย	1,560	1,950	1,950	2,106	3,159	2,925	3,120	3,510	4,212	4,290	28,782



ตลาดเป้าหมายของกลุ่มเราคือ ยอดขายเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่บางสัปดาห์ยอดขายไม่ถึงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เพราะด้วยสถานการณ์โควิด19 ทำให้ยากต่อการส่งสินค้า ออกเดอร์จากลูกค้าเข้ามาสั่งเป็นจำนวนน้อย

1.อธิบายถึงแนวโน้มการตลาดในอนาคตว่าเป็นอย่างไร

แนวโน้มการตลาดในอนาคตไบชนุนทอดกรอบ จะมีการเจริญเติบโตขึ้นได้เรื่อยๆ ไบชนุนทอดกรอบ คาดว่าน่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้น ในภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้นและโรคระบาดไม่มีแล้ว ทำให้มีโอกาสพัฒนาไปได้ในอนาคต เนื่องจากปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคตจะเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ และค่านิยมของคนรักสุขภาพยังมีมากขึ้น นิยมทานอาหารเพื่อสุขภาพ ทำให้ผู้บริโภคที่รักสุขภาพสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและไม่ทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกายตามมา การมีปัจจัยหลายๆอย่างในการเลือกทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ดี

2. นำแผนการวางแผนเป้าหมายการดำเนินงาน

ลำดับ		เป้าหมาย
1	ขนาด 140 กรัม = 39	1,560
2	ขนาด 140 กรัม = 39	1,716
3	ขนาด 140 กรัม = 39	1,950
4	ขนาด 140 กรัม = 39	2,106
5	ขนาด 140 กรัม = 39	2,691
6	ขนาด 140 กรัม = 39	2,925
7	ขนาด 140 กรัม = 39	3,081
8	ขนาด 140 กรัม = 39	3,315
9	ขนาด 140 กรัม = 39	3,666
10	ขนาด 140 กรัม = 39	3,900

(ตารางที่ 2 แผนการวางแผนเป้าหมายที่ดำเนินงาน)

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

5.5.1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะผู้ใช้สินค้า/บริการ

ลักษณะ : คนที่รักสุขภาพและต้องการช่วยในเรื่องการไหลเวียนโลหิตของตัวเองให้มีการไหลเวียนของโลหิตที่ดีขึ้น

การศึกษา

การศึกษา : มีการศึกษาที่มีขั้นพื้นฐาน และมีความรู้ความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและสื่อออนไลน์ได้

ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม : มีทุนและมีรายได้

พื้นที่เป้าหมาย

พื้นที่เป้าหมาย : บริเวณพื้นที่ในจังหวัดบุรีรัมย์ – สุรินทร์ และมีบริการจัดส่งสินค้าผ่านทางเคอร์รี่เพื่อส่งไปต่างจังหวัดต่างจังหวัด

5.5.2 ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

Personality : ผู้ที่ชอบกินขนมขบเคี้ยวที่รักสุขภาพ

Lift Style : ผู้ที่ชอบทานอาหารประเภททอดกรอบ ผู้ที่ชอบรับประทานอาหารประเภทสมุนไพร และไม่ชอบออกกำลังกายหาทานได้ง่าย

Attitude : ต้องเป็นอาหารที่มีประโยชน์และดีต่อสุขภาพต่อผู้บริโภคและไม่ให้อ้วนที่ใช้ทำจากไขมันในการทำ



(ภาพถ่ายตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย)

5.6 สภาพการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันของไขมันทอดกรอบในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าไม่ค่อยมีคู่แข่งมากนัก จึงไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของเรา เพราะว่าไขมันทอดกรอบรสสมุนไพรของเรา เป็นอาหารเพื่อสุขภาพที่แปลกใหม่และไขมันทอดกรอบตอนนี้เป็นที่สนใจของคนรักสุขภาพ จึงทำให้เราได้เปรียบด้านนี้

5.7 คู่แข่งขัน

ในการผลิตไขมันทอดกรอบมีวัตถุดิบคือ ไขมัน, ข้าว, ตะไคร้, ใบมะกรูด ลักษณะเส้นเป็นเส้นยาว มีรสชาติ 1 รสชาติ สมุนไพร โดยเป็นสินค้าที่คิดค้นมาใหม่ และไม่เหมือนใคร จึงทำให้ไม่มีคู่แข่งในแบบเดียวกัน และยังไม่ค่อยมีจำหน่ายตามท้องตลาดทั่วไป

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น

การเปรียบเทียบ	ธุรกิจของเรา	คู่แข่งชั้นรายที่ 1 ถั่วลิสงทรงเครื่อง	คู่แข่งชั้นรายที่ 2 เส้นสาหร่าย	คู่แข่งชั้นรายที่ 3 ขนมมันทอด
ด้านสินค้า	สินค้ามีรูปร่างโดดเด่น และแปลกใหม่ ความแตกต่างในด้านรสชาติ เป็นรสชาติสมุนไพรเหมาะกับการรักษาโรคการไหลเวียนโลหิตและคนรักสุขภาพ	สินค้ามีรูปร่างกลมๆเป็นเม็ด ส่วนใหญ่จะใช้ทานกับแกงส้ม ลาบ ก้อย รสชาติเค็มนิดๆ มีกลิ่นหอมของสมุนไพรผสมกับถั่ว	มีรูปร่างเป็นแผ่นๆ เส้นตรงกรอบคล้ายไบขนุนทอดกรอบ รสชาติความมันเค็มนิดๆ เหมาะสำหรับทานเล่น	สินค้ามีลักษณะรูปร่างเป็นแผ่นบางๆคล้ายไบขนุนทอด แต่มีแผ่นที่ใหญ่ รสชาติอมมันกรอบ เหมาะสำหรับทานเล่นกับแกงส้มต่างๆ
ด้านราคา	ราคาซองละ 39บาท มีปริมาณเยอะขนาดใหญ่ คุ่มค่ากับคุณภาพราคา	ราคาถุงละ 20 บาท มีปริมาณที่เยอะ คุณภาพคุ้มค่ากับราคา	ราคาซองละ 20 บาท ปริมาณที่ไม่มากนัก จนเกินไป คุณภาพดี	ราคาถุงละ 30 บาท มีปริมาณเยอะ ขนาดใหญ่ มีคุณภาพเหมาะกับราคา
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ ทางเพจ Facebook และแบ่งกันขาย จัดส่งสินค้าผ่าน ปณ., เคอรี่ และบริการจัดส่งพื้นที่ใกล้เคียงฟรี	จำหน่ายผ่านร้านขายของชำ เพจ Facebook และขายปลีก-ส่ง	จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ ร้านขายของ มีวางขายฝากหน้าร้าน มีบริการขายปลีก-ส่งให้ตัวแทน	วางจำหน่ายผ่านหน้าร้านอาหาร ผ่านสื่อออนไลน์
ด้านส่งเสริมการตลาด	มีการรับตัวแทนจำหน่ายสินค้า และแนะนำการฝากร้านขาย ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพขึ้น	มีการฝากร้านแนะนำสินค้า มีบริการรับตัวแทนจำหน่าย	มีการบริการรับตัวแทนจำหน่าย และการฝากขายหน้าร้าน	นำสินค้าผ่านหน้าร้าน สินค้ามีรับตัวแทนจำหน่าย

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	1. มีการปรึกษากันและวางแผนงานเป็นระบบเพื่อทำงานได้อย่างเป็นขั้นตอน	1.ในการวางแผนระบบงานยังไม่ละเอียดชัดเจนมากนัก
ด้านการตลาด	1. มีความสามารถในการสร้างเพจให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภค และผู้บริโภคได้ทำการสั่งซื้อผ่านช่องทางเพจใบขนุนทอดกรอบและรับออเดอร์ได้เป็นจำนวนมาก	1.สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักในท้องตลาดมากนัก จึงต้องทำให้ใช้เวลานานการโฆษณามากขึ้น 2. วัตถุดิบเริ่มหายากมีราคาที่สูง ทำให้ได้ปริมาณน้อยลง
ด้านการบริการ	1. มีการบริการจัดส่งสินค้าพื้นที่ใกล้เคียงฟรี และสามารถสอบถามความพึงพอใจจากลูกค้าหลังการขายได้ผลตอบรับที่ดี 2. สินค้าเราผลิตวันต่อวัน ทำให้ลูกค้าได้ทานสินค้าที่มีคุณภาพและรสชาติคงความอร่อย	1.ในช่วงโควิด 19 ทำให้มีความล่าช้าในการส่งสินค้าที่จัดส่งไปต่างจังหวัดอาจส่งช้า ทำให้ลูกค้ารอสินค้านาน 2. มีการตอบแชททางเพจช้า เลยทำให้ลูกค้าที่สั่งยกเลิกสั่งสินค้าไปทำให้เสียรายคาบไปทันที
ด้านการเงิน	1. มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายทุกครั้ง และสรุปยอดทุกสัปดาห์ 2. มีการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบที่มีต้นทุนรายจ่ายไม่มาก และได้สินค้าที่มีคุณภาพ	1. ไม่สามารถสั่งซื้อสินค้าได้เป็นจำนวนมาก เพราะจะทำให้สินค้าค้างนาน ทำให้เกิดการเน่าเสียไป ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	มีการเจาะกลุ่มเป้าหมายคนที่มีโรคประจำตัวเกี่ยวกับการไหลเวียนโลหิตและคนที่รักสุขภาพทั่วไป จึงทำให้สินค้าเป็นที่น่าสนใจ	ลูกค้าอาจจะยังไม่ค่อยรู้จักไบชนุน ทอดกรอบในรูปแบบรสชาติที่แปลกใหม่มากนัก และยังมีควมลังเลในการซื้อสินค้า
สถานการณ์การแข่งขัน	ในจังหวัดบุรีรัมย์ยังไม่ค่อยมีไบชนุนทอดใหม่กรอบมาจำหน่ายมากนัก และเป็นสินค้าที่แปลกทำให้คนที่รักสุขภาพสนใจ	คู่แข่งอาหารทานเล่นมีมาก จึงเกิดคู่แข่งที่มีความแปลกใหม่อยู่มาก
สังคม	การวัยรุ่น เป็นกลุ่มหลักในกระแสคนรักเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน กลุ่มวัยผู้ใหญ่ กลุ่มสุขภาพ และเป็นผู้ที่มีกำลังการซื้อสูง และสนใจสินค้าที่มีประโยชน์และแปลกใหม่ ทำให้การตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น	การระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้เศรษฐกิจค่อนข้างแย่ในปัจจุบัน ทำให้คนมีการลดค่าใช้จ่ายลง ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ
เทคโนโลยี	เทคโนโลยีในปัจจุบันที่มาก้าวหน้าและเข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตประจำวันของทุกคน และกำหนดพฤติกรรม การมีอิทธิพลความน่าเชื่อถือต่อการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้า	ผู้บริโภคบางส่วนยังไม่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์มากนัก
สภาพเศรษฐกิจ	สภาพเศรษฐกิจกำลังตกต่ำและให้การใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือยลดน้อยลง และมีการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าน้อยลง	ยังไม่มี อย. ที่ระบุในซองไบชนุนทอดกรอบ

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
กลุ่มผู้จำหน่าย, เครือข่าย	เครือข่ายการจัดจำหน่ายของผู้ผลิตมีหลายช่องทาง สามารถจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าถึงมือ และสะดวกมากยิ่งขึ้น	เนื่องจากเครือข่ายในการจำหน่ายมีหลายช่องทาง ทำให้เกิดการล่าช้า และดูแลได้ไม่ทั่วถึง
กฎหมาย, ระเบียบ, ข้อบังคับ	นโยบายและการส่งเสริมด้านอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อป้องกันแก้ไขปัญหาระบาดที่เสี่ยงต่อโรคเกี่ยวกับการไหลเวียนโลหิต และโรคต่างๆ ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญต่อการธุรกิจไบชนุนทอดกรอบให้เติบโตและมีคุณภาพมากขึ้น	ยังไม่มี อย. ที่ระบุในซองไบชนุนทอดกรอบ
กลุ่มผู้จำหน่าย, เครือข่าย	เครือข่ายการจัดจำหน่ายของผู้ผลิตมีหลายช่องทาง สามารถจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าถึงมือ และสะดวกมากยิ่งขึ้น	เนื่องจากเครือข่ายในการจำหน่ายมีหลายช่องทาง ทำให้เกิดการล่าช้า และดูแลได้ไม่ทั่วถึง

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ : ไบชนูนทอดกรอบ

ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ : 375/15 หมู่8 บ้านสวนกลางเมือง ต.อิสาน อ.เมืองบุรีรัมย์ จ.บุรีรัมย์ 31000

รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ : กลุ่มของพวกเราในแต่ละสัปดาห์จะแบ่งแต่ละคนว่าขายผลิตภัณฑ์ คนละกี่ซอง แล้วนำยอดที่ตัวเองรับมามารวมกันแล้วทำผลิตภัณฑ์ตามยอดที่รับมา

ทุนดำเนินงาน : ทุนของกลุ่มพวกเราลงทุนไปทั้งหมด 872 บาท

ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่าน : 22 พฤษภาคม 63 – 8 กุมภาพันธ์ 64 เป็นเวลาทั้งหมด 10 สัปดาห์ในการขายผลิตภัณฑ์

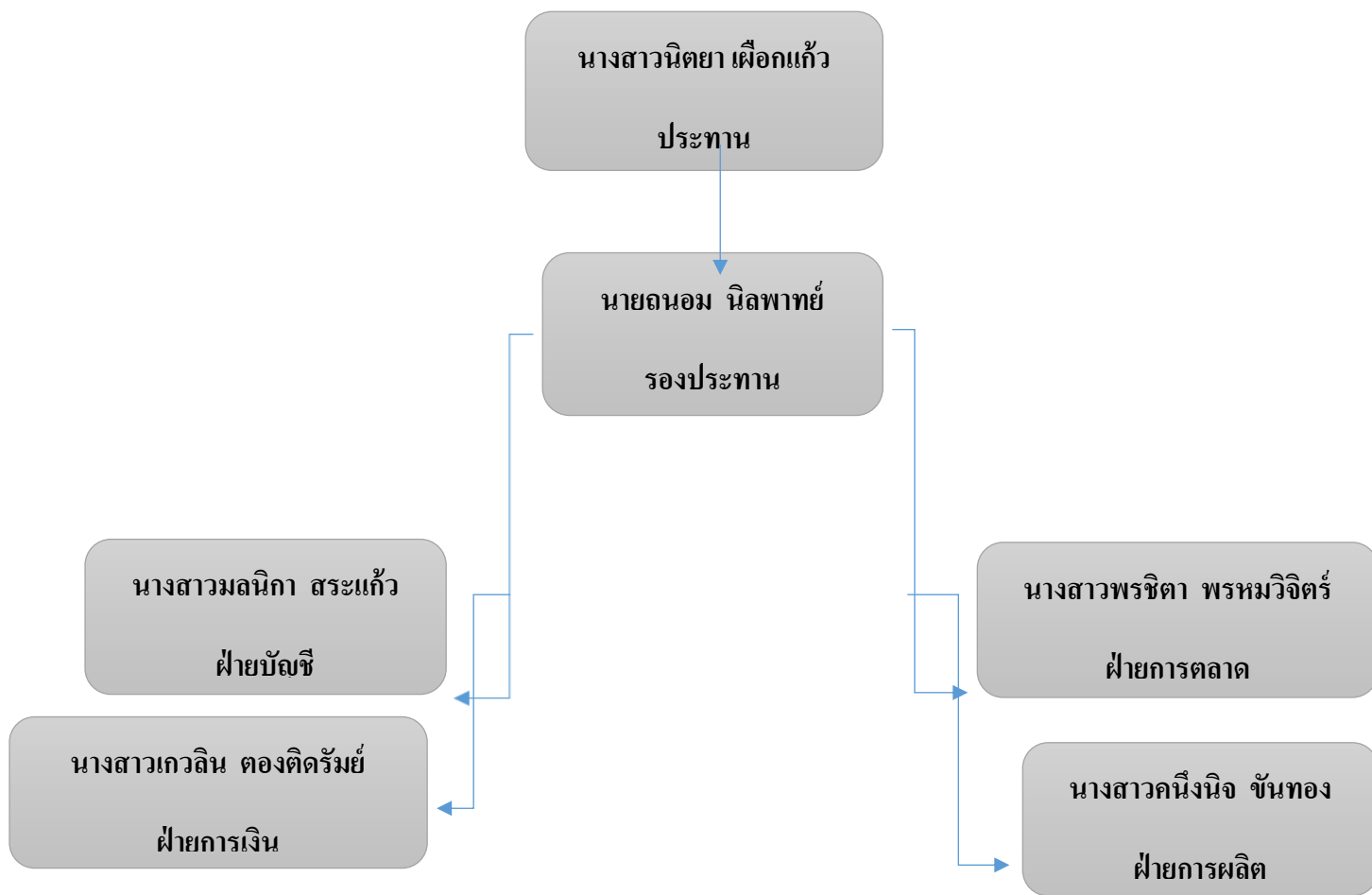
6.2รายนามคณะกรรมการดำเนินงาน

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	หน้าที่หลัก
1	นายถนอม นิลพาทย์	การผลิต,บรรจุภัณฑ์
2	นางสาวเกวลิน ทองดีรัมย์	การผลิต,การเงิน
3	นางสาวคณินิจ ชันทอง	การผลิต,การตลาด,จัดหาออเดอร์
4	นางสาวนิตยา เผือกแก้ว	ส่งของ,การผลิต
5	นางสาวพรชิตา พรหมวิจิตร	ส่งของ,การตลาด,จัดหาออเดอร์
6	นางสาวมลนิกา สระแก้ว	ทำบัญชี,การตลาด,จัดหาออเดอร์

6.3 ประวัติของคณะกรรมการดำเนินงาน

ชื่อ-สกุล นายถนอม นิลพาทย์	อายุ 21 ปี
การศึกษา	
ระดับ มัธยมศึกษา จาก โรงเรียนไทยเจริญวิทยา	ปี พ.ศ.2560
ชื่อ-สกุล นางสาวเกวลิน ทองติตรัมย์	อายุ 22 ปี
ระดับ มัธยมศึกษา จาก โรงเรียนคูเมืองวิทยา	ปี พ.ศ.2560
การศึกษา	
ชื่อ-สกุล นางสาวคณินิจ ชันทอง	อายุ 22 ปี
ระดับ มัธยมศึกษา จาก โรงเรียนชุมพลวิทยาสรรค์	ปี พ.ศ.2559
การศึกษา	
ชื่อ-สกุล นางสาวนิตยา เผือกแก้ว	อายุ 21 ปี
ระดับ มัธยมศึกษา จาก โรงเรียนสินรินทร์วิทยา	ปี พ.ศ.2560
การศึกษา	
ชื่อ-สกุล นางสาวพรชิตา พรหมวิจิตร	อายุ 21 ปี
ระดับ มัธยมศึกษา จาก โรงเรียนศิษรภูมิพิสัย	ปี พ.ศ.2560
การศึกษา	
ชื่อ-สกุล นางสาวมลนิกา สระแก้ว	อายุ 21 ปี
การศึกษา	
ระดับ มัธยมศึกษา จาก โรงเรียนสุรพันธ์พิทยา	ปี พ.ศ.2560

6.4แผนผังองค์กร



6.5 วิสัยทัศน์

ไบชนุนทอดกรอบเป็นอาหารเพื่อสุขภาพทานง่ายได้ทุกเพศทุกวัย และยังมีความโดดเด่นทางด้านรสชาติและมีประโยชน์ต่อร่างกายเพราะมันช่วยบำรุงระบบหมุนเวียนโลหิตได้ดี

6.6 พันธกิจ

1. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการบริการที่ดี
2. ลงทุนน้อยแต่ได้ผลกำไรเพิ่มขึ้นในธุรกิจ
3. วัตถุดิบสะอาดปราศจากสารเคมี และ ยาฆ่าแมลงต่างๆ

6.7 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. ทำยอดขายให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผน 5 สัปดาห์แรกให้ได้ 10,023 บาท

เป้าหมายระยะกลาง

1. โฆษณาลูกค้าทางช่องทางโฆษณาทางเพจ facebook หรือแอปพลิเคชันต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค
2. หากกลุ่มลูกค้าจากช่องทางออนไลน์ และบุคคลที่รู้จักเพื่อสร้างฐานลูกค้า ในระยะยาวได้เรื่อยๆ
3. การที่เราเจาะตลาดที่มีกลุ่มลูกค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มสินค้าของเรา

เป้าหมายระยะยาว

1. รักษาฐานกลุ่มลูกค้าเดิมตามพื้นที่เดิมที่มีการซื้อสินค้า
2. หาด้านค้าที่สามารถนำสินค้าไปฝากขายได้ เพื่อให้ลูกค้าหลากหลายท่านได้รู้จักและเข้ามาซื้อสินค้าของเราเพิ่มมากขึ้น

6.8 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

- 1.คุณภาพและผลิตภัณฑ์มุ่งเน้นในเรื่องของการคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งในผู้บริโภครวมถึงคุณภาพของสินค้าความสะอาดปลอดภัยของไบชนุนและวัตถุดิบที่นำมาใช้ให้มีความสำคัญในการควบคุมคุณภาพ
- 2.การสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคให้มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการสร้างและรักษาความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยให้ความใส่ใจในการปรับปรุงแก้ไขและพิจารณาข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ได้รับข้อมูลจากความคิดเห็นและสอบถามของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ
- 3.การตลาดผ่านสังคมออนไลน์เน้นการทำการตลาดบนสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางเพจ Facebook ซึ่งการทำการตลาดผ่านช่องทางดังกล่าวทำให้เข้าถึงไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่และกลุ่มลูกค้าส่วนมากเป็นกลุ่มคนรักสุขภาพและกลุ่มวัยรุ่นที่รับประทานทำให้เกิดการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำ

6.9 การวางแผนการดำเนินงาน

สัปดาห์ที่	เป้าหมาย ที่ขาย	ถนน	เกวลิ้น	คิงนิจ	นิตยา	พรชิตา	มลินิกา
		051	058	059	070	076	080
สัปดาห์ที่ 1	2,730	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์
		เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	ทำการผลิต	ทำการผลิต	บรรจุ
สัปดาห์ที่ 2	3,120	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์
		บรรจุ	ทำการผลิต	ทำการผลิต	ทำการผลิต	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์
สัปดาห์ที่ 3	3,510	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์
		เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	บรรจุ	ทำการผลิต	ทำการผลิต	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์
สัปดาห์ที่ 4	3,900	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์
		เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	บรรจุ	ทำการผลิต	ทำการผลิต	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์

สัปดาห์ที่	เป้าหมาย ที่ขาย	ถนน 051	เกวลิ้น 058	คีนิงนิจ 059	นิตยา 070	พรชิตา 076	มลินิกา 080
สัปดาห์ที่ 5	4,290	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์
		เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	บรรจุ	ทำการผลิต	ทำการผลิต
สัปดาห์ที่ 6	4,680	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์
		ทำการผลิต	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	บรรจุ	ทำการผลิต
สัปดาห์ที่ 7	5,070	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์
		ทำการผลิต	ทำการผลิต	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	บรรจุ
สัปดาห์ที่ 8	5,460	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์
		บรรจุ	ทำการผลิต	ทำการผลิต	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์
สัปดาห์ที่ 9	5,850	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์
		เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	บรรจุ	ทำการผลิต	ทำการผลิต	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์

สัปดาห์ที่	เป้าหมาย ที่ขาย	ณอม 051	เกวลิน 058	คณิงนิจ 059	นิตยา 070	พรชิตา 076	มลินิกา 080
สัปดาห์ที่ 10	6,240	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์	ขาย ออนไลน์
		เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์	บรรจุ	ทำการผลิต	ทำการผลิต	เตรียมวัสดุ อุปกรณ์

7.แผนการผลิต

7.1 การเตรียมการวัตถุดิบ

7.1.1 วัสดุ/อุปกรณ์

1. กระทะ
2. เตาอบ
3. มีด
4. เขียง
5. กรรไกร
6. เครื่องปั่น
7. กระดาษซับมัน
8. ทิชชู
9. ถุงซิปล็อค
10. ตะลิว
11. กะบะ
12. จาน

7.1.2 ส่วนผสม

1. ช่า
2. ตะไคร้
3. ใบมะกรูด
4. ใบขนุน
5. รสดี
6. น้ำมัน

7.1.3 วิธีการผลิต



1. ตัดใบขมุน



2. หั่นข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด



3. นำมาล้างด้วยน้ำสะอาด



4. นำมาเข้าเตาอบ



5. นำมาซีตให้แห้ง



6. นำมาปั่น



7. นำมาทอด



8. นำมาพักไว้



9. นำมาคั่วผง



10. นำมาบรรจุถุงซิปล็อค

(ภาพที่ 5 วิธีทำการผลิต)

7.1.4 ข้อควรระวัง

ลำดับ	กระบวนการ	ระยะเวลา (นาที)	ข้อควรระวัง / ปัญหา	วิธีการแก้ไข
1	นำใบขนุนมาตัดเป็นชิ้นยาวลักษณะคล้ายเส้นทาโร่	1 ชั่วโมง		
2	นำใบขนุนที่ตัดได้เป็นเส้นแล้ว ไปล้างน้ำสะอาด	10 นาที	ห้ามขี้อีใบขนุน เนื่องจากใบขนุนจะขี้	ใส่ในตระกร้าล้างผัก ทำให้เวลาล้างใบจะไม่ขี้มาก
3	นำใบขนุนที่ล้างเรียบร้อยแล้วมาตากหรือเช็ดให้แห้ง	30 นาที		
4	นำ ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด มาตัดเป็นชิ้นเล็กๆลักษณะคล้ายลูกเต๋า	1 ชั่วโมง		
5	นำข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด มาเข้าเตาอบ	อย่างละ 20 นาที	ควรอบให้แห้งสนิท เพราะต้องนำไปปั่นให้ละเอียด	อบให้แห้ง
6	ตั้งไฟรอให้น้ำมันเดือดแล้วนำใบขนุนที่ตัดเรียบร้อยแล้วลงมาทอด	1 ชั่วโมง		
7	ทอดเสร็จพักไว้ให้สะเด็ดน้ำมัน	10 นาที	ถ้าน้ำมันไม่สะเด็ดจะ ทำให้ช่องใส่ใบขนุนไม่สวย	ควรสะเด็ดน้ำมันให้ดี
8	นำใบขนุนที่พักไว้มาโรยผงที่เราทำไว้ และนำแพคใส่ซอง	1 ชั่วโมง		

7.2.สถานที่ทำการผลิต

375/15 หมู่ 8 บ้านสวนกลางเมือง ต.อิสาน อ.เมืองบุรีรัมย์ จ.บุรีรัมย์ 31000



(ภาพที่ 6 สถานที่ทำการผลิต)

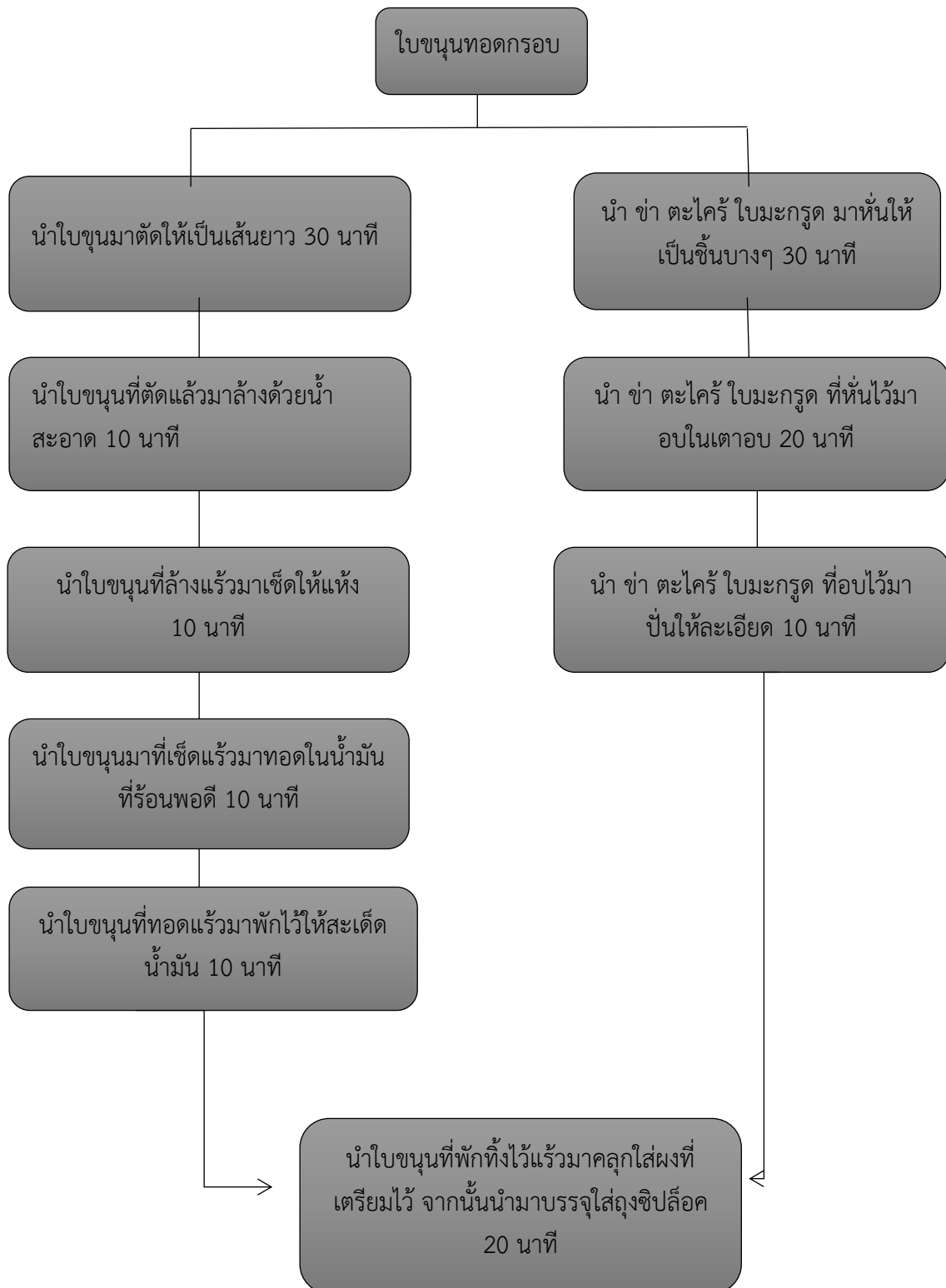
7.3 ต้นทุนการผลิต

รายการ	จำนวน	หน่วยละ	จำนวนเงิน/ บาท	เงินรวม	หมายเหตุ
ค่าวัตถุดิบ					
ไบชนูน	1 กก.	1000 กรัม	10	10	
ซ่า	1 ซีด	100 กรัม	10	10	
ตะไคร้	1 มัด	500 กรัม	10	10	
ใบมะกรูด	100 กรัม	100 กรัม	10	10	
รสดี	0.5 กรัม	0.5 กรัม	0.01	0.01	
น้ำมัน	500 มล.	500 มล.	40	40	
รวม				80	ต่อการผลิต12 ซอง
ต้นทุนการผลิต ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย 80/12 =7 บาท/ซอง					

(ตารางที่ 11 ต้นทุนการผลิต)

การวิเคราะห์การผังการผลิต

จากการดำเนินงานสามารถเขียนกระบวนการผลิตออกเป็นแผนผังลำดับขั้นตอนการดำเนินงาน และสามารถวิเคราะห์แผนผังการผลิตได้ดังต่อไปนี้



สามารถวิเคราะห์เครือข่ายการทำงานได้ ดังนี้

ลำดับ	กระบวนการ	ระยะเวลา (เวลา)	○	⇒	◐	□	▽	หมายเหตุ
1	นำใบขนุนมาตัดเป็นเส้นยาวลักษณะคล้ายปลาเส้น	30 นาที	●					
2	นำใบขนุนที่ตัดแล้วมาล้างด้วยน้ำสะอาด	10 นาที	●					
3	นำใบขนุนที่ล้างแล้วมาเช็ดให้แห้ง	10 นาที	●					
4	นำ ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูดมาหั่นให้เป็นชิ้นบางๆ	30 นาที	●					
5	นำ ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูดที่หั่นไว้มาอบในเตาอบ	20 นาที			●			
6	นำ ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูดที่อบไว้มาปั่นให้ละเอียด	10 นาที	●					
7	นำใบขนุนมาที่เช็ดแล้วมาทอดในน้ำมันที่ร้อนพอดี	10 นาที	●					
8	นำใบขนุนที่ทอดแล้วมาพักไว้ให้สะเด็ด	10 นาที	●					
9	ใบขนุนที่พักทิ้งไว้แล้วมาคลุกใส่ผงที่เตรียมไว้ จากนั้นนำมาบรรจุใส่ถุงซิปล็อค	20 นาที	●					
	รวม	150						

อัตราการผลิต = $\frac{\text{การผลิต}}{\text{หน่วยการผลิต}}$ = $\frac{150}{30}$ = 5 นาที/ซอง

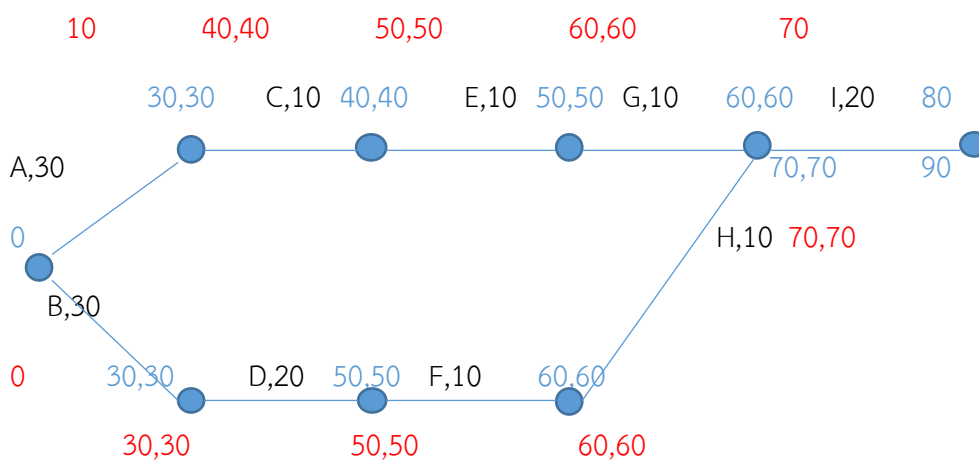
หน่วยการผลิต = 30

การวิเคราะห์การออกแบบการผลิต

การดำเนินงานสามารถเขียนลำดับขั้นตอนการผลิตได้ดังนี้

ลำดับ	กิจกรรม	กิจกรรมทำก่อน	ระยะเวลา(นาที)
A	นำใบขุนมาตัดให้เป็นเส้นยาว	-	30 นาที
B	นำ ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด มาหั่นให้เป็นชิ้นบางๆ	-	30 นาที
C	นำใบขุนที่ตัดแล้วมาล้างด้วยน้ำสะอาด	A	10 นาที
D	นำ ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด ที่หั่นไว้มาอบในเตาอบ	B	20 นาที
E	นำใบขุนที่ล้างแล้วมาเช็ดให้แห้ง	C	10 นาที
F	นำ ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด ที่อบไว้มาปั่นให้ละเอียด	D	10 นาที
G	นำใบขุนมาที่เช็ดแล้วมาทอดในน้ำมันที่ร้อนพอดี	E	10 นาที
H	นำใบขุนที่ทอดแล้วมาพักไว้ให้สะเด็ดน้ำมัน	G	10 นาที
I	นำใบขุนที่พักทิ้งไว้แล้วมาคลุกใส่ผงที่เตรียมไว้ จากนั้นนำมาบรรจุใส่ถุงซิปล็อค	H,F	20 นาที

สามารถวิเคราะห์เครือข่ายการทำงานได้ดังนี้



(ภาพที่ 8 การวิเคราะห์การออกแบบการผลิตจากการดำเนินงานสามารถเขียนลำดับขั้นตอนการผลิต)

การวางแผนและควบคุมการผลิต

จากการดำเนินงานดังกล่าวสามารถให้เทคนิค การหาเส้นทางวิกฤต (Ceitical path Methcd : CMP) ในการวางแผนและควบคุมการผลิตได้ดังนี้

กิจกรรม	ES	EF	LS	LF	TF
A	0	30	10	40	10
B	0	30	0	30	0
C	30	40	40	50	10
D	30	50	30	30	0
E	40	50	50	60	10
F	50	60	50	50	0
G	50	60	60	70	10
H	60	70	60	70	0
I	70	80	70	90	0

(ตารางที่ 14 การวิเคราะห์เครือข่ายการทำงาน)

สรุปผล

กิจกรรมที่ช้า ได้แก่ A,C,E,G ช้าได้ 10นาที

กิจกรรมที่ช้าไม่ได้ ได้แก่ กิจกรรม B,D,F,H,I

การปรับผังการผลิต

จากการดำเนินงานดังกล่าวสามารถปรับผังการผลิตได้ดังนี้

ลำดับ	กระบวนการ	ระยะเวลา (เวลา)	○	⇒	◻	□	▽	หมายเหตุ
1	นำใบขนุนมาตัดเป็นเส้นยาวลักษณะคล้ายปลาเส้น	20 นาที	●					
2	นำใบขนุนที่ตัดแล้วมาล้างด้วยน้ำสะอาด	10 นาที	●					
3	นำใบขนุนที่ล้างแล้วมาแช่ให้แห้ง	10 นาที	●					
4	นำ ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูดมาหั่นให้เป็นชิ้นบางๆ	20 นาที	●					
5	นำ ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูดที่หั่นไว้มาอบในเตาอบ	20 นาที						
6	นำ ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูดที่อบไว้มาปั่นให้ละเอียด	10 นาที	●					
7	นำใบขนุนมาที่แช่แห้งมาทอดในน้ำมันที่ร้อนพอดี	10 นาที	●					
8	นำใบขนุนที่ทอดแล้วมาพักไว้ให้สะเด็ด	10 นาที	●					
9	ใบขนุนที่พักทิ้งไว้แล้วมาคลุกใส่ผงที่เตรียมไว้ จากนั้นนำมาบรรจุใส่ถุงซิปล็อค	10 นาที	●					
	รวม	100						

$$\text{อัตราการผลิต} = \frac{\text{การผลิต}}{\text{หน่วยการผลิต}} = \frac{100}{30} = 3.3 \text{ นาที/ซอง}$$

(ตารางที่ 15 การปรับผังการผลิต)

8. แผนการตลาด

8.1 เป้าหมายทางการตลาด

กลุ่มคนที่รักสุขภาพอาหารที่มีประโยชน์ สำหรับผู้ป่วยที่ลดระบบไหลเวียนของเลือดหรือกลุ่มวัยรุ่นสูงวัยที่ต้องการรับประทานกินคู่กับลาบ ก้อย ต่างๆ มีสรรพคุณหลายอย่าง เราจึงคิดค้นที่จะนำใบขนุนทอดกรอบ เพราะมีความแตกต่างจากที่อื่นเพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นหรือผู้สูงอายุวัยรับประทาน

8.2 พื้นที่เป้าหมาย

8.2.1 ตลาดนัดหรือร้านอาหารในพื้นที่เมืองบุรีรัมย์และเพจใน Facebook

8.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

8.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์



ใบขนุนทอดกรอบเป็นผลิตภัณฑ์ประเภททานเล่นเพื่อสุขภาพที่มาจากใบขนุนที่ได้มาจากท้องถิ่น โดยมีส่วนผสมที่แตกต่างคือเรามีการทำผงรสตั้มยำผสมกับใบขนุนทอดกรอบ ก็จะมีประโยชน์จากใบมะกรูด ตะไคร้ และข่า เน้นสรรพคุณที่มาจากสมุนไพร ในส่วนของใบขนุนก็มีสรรพคุณช่วยบำรุงโลหิต ทำให้เลือดเย็น ประโยชน์ช่วยลดระดับน้ำตาลในเลือดในผู้ป่วยเบาหวานได้ เราจึงคิดทำผลิตภัณฑ์มาเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่ต้องการรักษาสุขภาพรักษาโรค

8.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา



ใบขนุนทอดกรอบบรรจุขนาด 140 กรัม และขายในราคาถุงละ 39 บาท

8.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก 3 ช่องทาง ประกอบด้วย

1. การฝากขายสินค้าหน้าร้านในพื้นที่ต่างๆ เช่น หน้าร้านขายของชำของคนรู้จัก
2. ขายโดยตรงให้แก่ลูกค้าโดยการนัดรับสินค้าในพื้นที่ใกล้เคียง
3. ขายผ่าน Social Network ผ่านช่องทางเพจของร้าน ชื่อเพจว่า ใบขนุนทอดกรอบ และทาง Facebook ของสมาชิกในกลุ่ม

8.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

กลุ่มเรามีการรีวิวและโปรโมทสินค้า บอกสรรพคุณและประโยชน์ของสินค้าอย่างชัดเจนให้ลูกค้าได้รู้ มีช่องทางการติดต่ออย่างชัดเจน โฆษณาสินค้าในหลายๆช่องทางมีการนำเสนอภาพประกอบหรือวิดีโอของตัวสินค้า ให้มีความน่าสนใจและน่ารับประทานมากขึ้น

8.4 กิจกรรมหรือการดำเนินงานทางการตลาด

8.4.1 การออกแบบบรรจุผลิตภัณฑ์ ฉลากสินค้า



การออกแบบบรรจุผลิตภัณฑ์สินค้าของเรา ให้มีความแปลกใหม่สวยงามดึงดูดความน่าสนใจจากลูกค้า และสิ่งสำคัญ คือ กลุ่มเราจะเน้นบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาสินค้าไว้ได้นานอยู่ได้หลายวัน จึงคำนึงถึงการบรรจุผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ ออกแบบ logo ออกมาเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่บรรจุสินค้ามีความสวยงามและโดดเด่นไม่เหมือนใคร จะเป็นที่น่าจดจำแก่ลูกค้าได้

8.4.2 ตารางการวางแผนการดำเนินงานทางการตลาด

ลำดับที่	เป้าหมายการขาย	ยอดขาย (บาท)
1	ขายสินค้าราคาถูกลงละ 39 บาท จำนวน 40 ซอง เป็นเงิน 1,560 บาท	1,560
2	ขายสินค้าราคาถูกลงละ 39 บาท จำนวน 50 ซอง เป็นเงิน 1,950 บาท	1,950
3	ขายสินค้าราคาถูกลงละ 39 บาท จำนวน 50 ซอง เป็นเงิน 1,950 บาท	1,950
4	ขายสินค้าราคาถูกลงละ 39 บาท จำนวน 54 ซอง เป็นเงิน 2,106 บาท	2,106
5	ขายสินค้าราคาถูกลงละ 39 บาท จำนวน 81 ซอง เป็นเงิน 3,159 บาท	3,159
6	ขายสินค้าราคาถูกลงละ 39 บาท จำนวน 75 ซอง เป็นเงิน 2,925 บาท	2,925
7	ขายสินค้าราคาถูกลงละ 39 บาท จำนวน 80 ซอง เป็นเงิน 3,120 บาท	3,120
8	ขายสินค้าราคาถูกลงละ 39 บาท จำนวน 90 ซอง เป็นเงิน 3,510 บาท	3,510
9	ขายสินค้าราคาถูกลงละ 39 บาท จำนวน 108 ซอง เป็นเงิน 4,212 บาท	4,212
10	ขายสินค้าราคาถูกลงละ 39 บาท จำนวน 110 ซอง เป็นเงิน 4,290 บาท	4,290

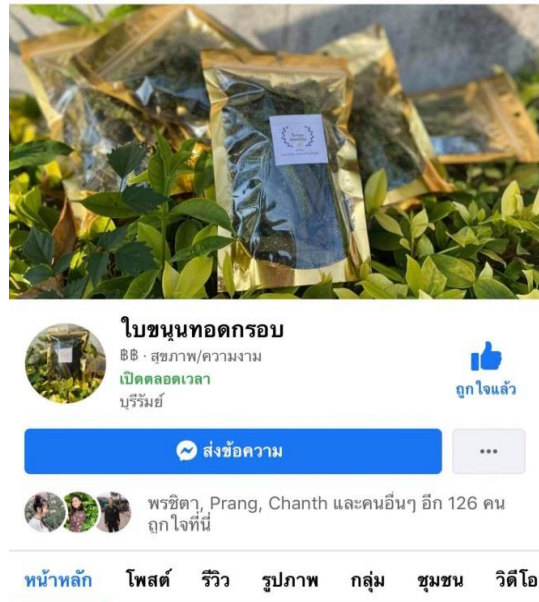
8.5 แผนการขายสินค้า

8.5.1 การขายสินค้าแบบออนไลน์

8.5.1.1 page

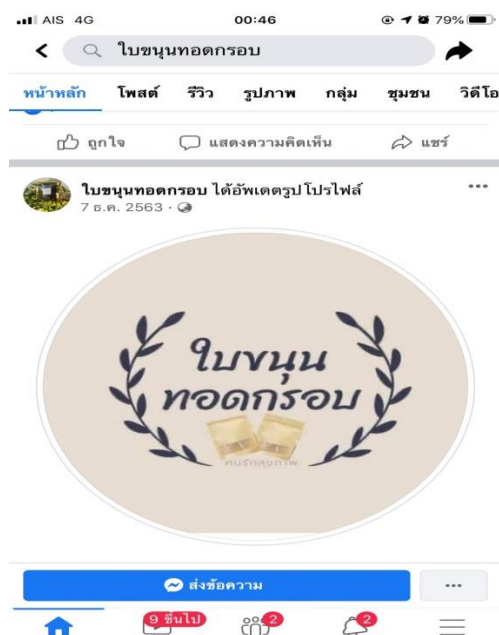
ที่อยู่ page : ขายผ่านออนไลน์ Facebook ชื่อเพจว่า ใบขนุนทอดกรอบ

ชื่อ page : <https://www.facebook.com/ใบขนุนทอดกรอบ>



8.5.1.2 การทำโฆษณาทาง online

สัปดาห์ที่ 1 สร้างเพจเพื่อทำการขายใบขนุนทอดกรอบครั้งแรก



สัปดาห์ที่ 2 เปิดรับออเดอร์



สัปดาห์ที่ 3 เปิดรับออเดอร์ใบขนุนทอดกรอบ ลูกค้าเริ่มเข้ามาสั่ง



สัปดาห์ที่ 4 เปิดรับออเดอร์ไบชนุนทอดกรอบ



สัปดาห์ที่ 5 เปิดรับออเดอร์ มีลูกค้าสั่งเรื่อยๆ



สัปดาห์ที่ 6 เปิดรับออเดอร์ไบขนุนทอดกรอบ



สัปดาห์ที่ 7 เปิดรับออเดอร์ไบขนุนทอดกรอบเรื่อยๆและส่งของให้ลูกค้า



สัปดาห์ที่ 8 เปิดรับออเดอร์ไบขนุนทอดกรอบและเตรียมจัดส่งให้ลูกค้า



สัปดาห์ที่ 9 เปิดรับออเดอร์และส่งสินค้าให้ลูกค้าผ่านทางไปรษณีย์



สัปดาห์ที่ 10 เปิดรับออเดอร์ และส่งของให้ลูกค้า



8.5.3 การสำรวจความต้องการของลูกค้า

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

จากการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ พบว่าโดยภาพรวมผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด(4.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายได้ พบว่าด้านที่1.ด้านรูปร่าง พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (4.69) ด้านรสชาติมีความพึงพอใจมากที่สุด (4.67) ด้านบรรจุพรรณมีความพึงพอใจมากที่สุด (4.72)

**ตัวอย่างแบบสอบถาม
ไบชนุนทอดกรอบ**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ต้องการ

- 5 หมายถึง ดีมากที่สุด 2 หมายถึง ปานกลาง
4 หมายถึง ดีมาก 1 หมายถึง ควรปรับปรุง
3 หมายถึง พอใช้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สอบแบบสอบถาม

- เพศ () ชาย () หญิง
อายุ () 15-20ปี () 21-35ปี

ส่วนที่ 2 สํารวจความพึงพอใจ

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1.ความพึงพอใจในรูปร่างของไบชนุนทอด					
1.1 ท่านพอใจในรูปร่างของไบชนุน					
1.2 ลักษณะเป็นแท่งยาวบาง					
1.3 มีรูปร่างที่บางกินง่ายชิ้นเล็ก					
2.ความพึงพอใจของรสชาติ					
2.1 มีรสตั้มยำกลิ่นสมุนไพรที่ชัดเจน					
2.2 มีความกรอบหอมหวานมัน					
2.3 ท่านพอใจในรสชาติที่มีสมุนไพร สามารถรักษาโรคได้และมีประโยชน์					
2.4 เป็นสินค้าที่แปลกใหม่ รสชาติอร่อย					
3.ความพึงพอใจในด้านการบรรจุผลิตภัณฑ์					
3.1 มีรูปแบบการบรรจุผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ					
3.2 บรรจุด้วยซอง หน้าใสเพื่อให้มองเห็นไบชนุนได้ชัดเจน					
3.3 ขนาดที่เหมาะสม โลโก้ที่ชัดเจน					
3.4 ใส่ซองมีความน่าทาน สามารถดึงดูตุลुक้าได้					

ข้อเสนอแนะ.....
.....

9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินร่วมลงทุน	เงินกู้	รวมมูลค่า
1.	ลงทุนครั้งที่ 1	กลุ่ม ผู้ประกอบการ	822	-	822
2.	ลงทุนครั้งที่ 2	กลุ่ม ผู้ประกอบการ	50	-	50
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น		872		872

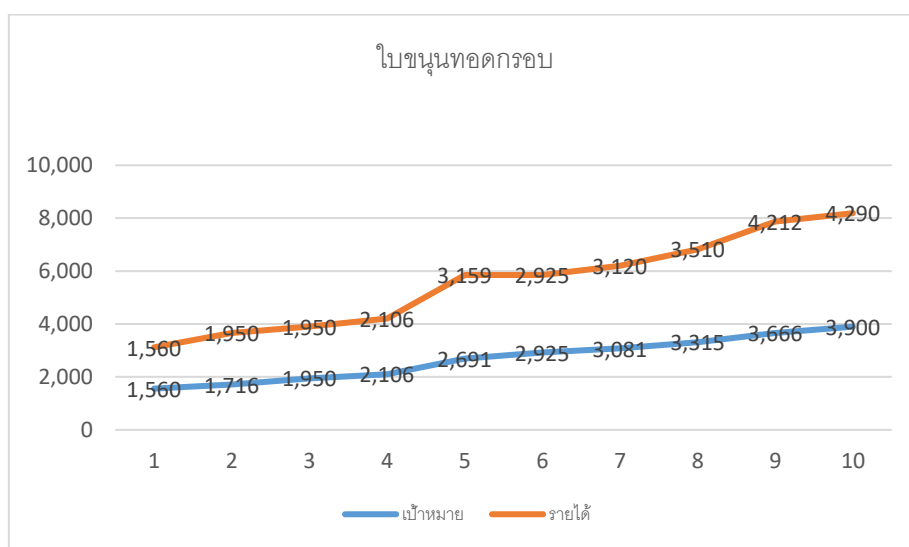
9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ	ภาวะผูกพัน
1.	เตาอบไฟฟ้า	ใช้ในการอบ ข้าว คุกกี้ ไบเมกูด	-	-
2.	กระทะไฟฟ้า	ใช้ในการทอดไบขนุน	-	-
3.	กระทะปุก	ใช้ในการใส่ผง ข้าว คุกกี้ ไบ มะกรูด	-	-
4.	กาละมัง	ใช้สำหรับใส่และล้างไบขนุน	-	-
5.	ยานพาหนะ	ใช้สำหรับส่งของให้ลูกค้า	-	-
6.	กรรไกร	ใช้สำหรับตัดไบขนุน	-	-
7.	ตะแกรง	ใช้สำหรับโรยผง	-	-
8.	เครื่องปั่นไฟฟ้า	ใช้สำหรับปั่นผง	499	-
9.	ทับพี	ใช้สำหรับทอดไบขนุน	-	-
10.	จาน	ใช้สำหรับใส่ไบขนุนที่ทอดเสร็จ แล้ว	-	-
	รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน		499	-

9.3 ประมาณการเป้าหมายและรายได้จากการขายสินค้า

	สัปดาห์										รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
เป้าหมาย	1,560	1,716	1,950	2,106	2,691	2,925	3,081	3,315	3,666	3,900	26,910
รายได้	1,560	1,950	1,950	2,106	3,159	2,925	3,120	3,510	4,212	4,290	28,782

กราฟ



วัน/ เดือน/ ปี	รายการ	รหัสทาง บัญชี	หมายเลข	รับ	จ่าย	คงเหลือ	ฝาก	ถอน	คงเหลือ
22/ พ.ย/ 2563	ลงทุน	301		822					
สัปดาห์ ที่1	วัตถุดิบทางตรง:								
	ใบขนุน	501			50				
	ใบมะกรูด	501			10				
	ตะไคร้	501			5				
	วัตถุดิบทางอ้อม:								
	ข้า	502			5				
	ถุงซิปล็อค	502			140				
	เครื่องปั่น	502			499				
	น้ำมัน	502			40				
	รสดี	502			13				
	ทิชชู	502			20				
	กระดาษซับมัน	502			40				
					822				
2/ธ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(8x39 ซอง)	401		312					
3/ธ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(5x39 ซอง)	401		195					
4/ธ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(10x39 ซอง)	401		390					
5/ธ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(17x39 ซอง)	401		663		1,560			
10/ ธ.ค/ 2563	วัตถุดิบทางตรง:								
สัปดาห์ ที่2	ใบขนุน	501			50				
	ใบมะกรูด	501			5				
	ตะไคร้	501			5				

	วัดถุดิบทางอ้อม:								
	ข้าว	502			5				
	ถุ้งชิปกล้วย	502			140				
					205	1,355			
11/ ธ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(11x39 ซอง)	401		429					
12/ ธ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(10x39 ซอง)	401		390					
13/ ธ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(6x39 ซอง)	401		234					
14/ ธ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(11x39 ซอง)	401		429					
15/ ธ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(12x39 ซอง)	401		468		3,305			
15/ ธ.ค/ 2563	นำเงินฝากธนาคาร	102					3,000		3,000
	เงินสด	101				305			
17/ ธ.ค/ 2563	วัดถุดิบทางตรง:								
สัปดาห์ ที่3	ใบขนุน	501			60				
	ใบมะกรูด	501			5				
	ตะไคร้	501			5				
	วัดถุดิบทางอ้อม:								
	ข้าว	502			5				
	น้ำมัน	502			40				
	ถุ้งชิปกล้วย	502			140				

					255	50			
18/ จ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(10x39 ซอง)	401		390					
19/ จ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(16x39 ซอง)	401		624					
20/ จ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(14x39 ซอง)	401		546					
21/ จ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(10x39 ซอง)	401		390		2,000			
25/ จ.ค/ 2563	วัตถุดิบทางตรง:								
สัปดาห์ ที่4	ใบขนุน	501			60				
	ใบมะกรูด	501			15				
	ตะไคร้	501			10				
	วัตถุดิบทางอ้อม:								
	เช่า	502			15				
	น้ำมัน	502			60				
	ถุงซิปล็อค	502			140				
					300	1,700			
26/ จ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(20x39 ซอง)	401		780					
27/ จ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(15x39 ซอง)	401		585					
28/ จ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(10x39 ซอง)	401		390					
29/ จ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(9x39 ซอง)	401		351		3,806			

30/ จ.ค/ 2563	วัดฤทธิบาทตรง:								
สัปดาห์ ที่5	ใบขนุน	501			70				
	ใบมะกรูด	501			20				
	ตะไคร้	501			20				
	วัดฤทธิบาทอ้อม:								
	ข่า	502			10				
	น้ำมัน	502			40				
	ถุงซิปล็อค	502			280				
					440	3,366			
31/ จ.ค/ 2563	ขายใบขนุนทอด(20x39 ซอง)	401		780					
1/ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(20x39 ซอง)	401		780					
2/ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(21x39 ซอง)	401		819					
	ค่าส่ง	504			80				
3/ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(20x39 ซอง)	401		780					
	ค่าส่ง	504			80	6,365			
	เงินสด	101				6,365			
4/ม.ค/ 2564	นำเงินฝากธนาคาร	102					1,950		4,950
	เงินสด	101				4,415			
9/ม.ค/ 2564	นำเงินฝากธนาคาร	102					2,100		7,050
	เงินสด	101				2,315			
12/ ม.ค/ 2564	นำเงินฝากธนาคาร	102					2,000		9,050

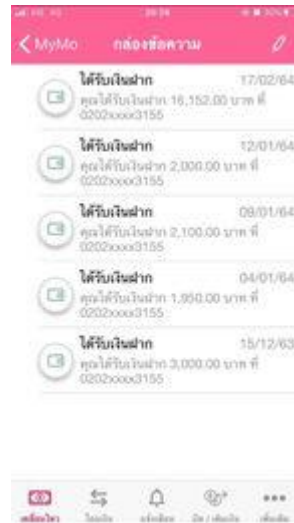
	เงินสด	101				315			
12/ ม.ค/ 2564	ลงทุน	301		50		365			
สัปดาห์ ที่6	วัตถุดิบทางตรง:								
	ใบขนุน	501			70				
	ใบมะกรูด	501			5				
	ตะไคร้	501			5				
	วัตถุดิบทางอ้อม:								
	เช่า	502			5				
	ถุงซิปล็อค	502			280				
					365	0			
13/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(40x39 ซอง)	401		1,560					
14/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(18x39 ซอง)	401		702					
15/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(17x39 ซอง)	401		663		2,925			
16/ ม.ค/ 2564	วัตถุดิบทางตรง:								
สัปดาห์ ที่7	ใบขนุน	501			70				
	ใบมะกรูด	501			20				
	ตะไคร้	501			20				
	วัตถุดิบทางอ้อม:								
	เช่า	502			10				
	น้ำมัน	502			40				
	ถุงซิปล็อค	502			280				

					440	2,485			
16/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(20x39 ซอง)	401		780					
17/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(16x39 ซอง)	401		624					
18/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(10x39 ซอง)	401		390					
19/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(21x39 ซอง)	401		819					
20/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(13x39 ซอง)	401		507		5,605			
22/ ม.ค/ 2564	วัตถุดิบทางตรง:								
สัปดาห์ ที่ 8	ใบขนุน	501			80				
	ใบมะกรูด	501			15				
	ตะไคร้	501			10				
	วัตถุดิบทางอ้อม:								
	เช่า	502			10				
	น้ำมัน	502			40				
	ถุงซิปล็อค	502			280				
					435	5,170			
22/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(30x39 ซอง)	401		1,170					
23/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(15x39 ซอง)	401		585					
24/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(18x39 ซอง)	401		702					

25/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(20x39 ซอง)	401		780					
26/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(7x39 ซอง)	401		273		8,680			
				3,510					
27/ ม.ค/ 2564	วัตถุดิบทางตรง:								
สัปดาห์ ที่9	ใบขนุน	501			80				
	ใบมะกรูด	501			10				
	ตะไคร้	501			10				
	วัตถุดิบทางอ้อม:								
	เช่า	502			10				
	น้ำมัน	502			40				
	ถุงซิปล็อค	502			280	8,250			
					430				
28/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(18x39 ซอง)	401		702					
29/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(35x39 ซอง)	401		1,365					
30/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(26x39 ซอง)	401		1,014					
31/ ม.ค/ 2564	ขายใบขนุนทอด(18x39 ซอง)	401		702					
1/ก.พ/ 2564	ขายใบขนุนทอด(11x39 ซอง)	401		429		12,462			
				4,212					
3/ก.พ/ 2564	วัตถุดิบทางตรง:								
สัปดาห์ ที่10	ใบขนุน	501			70				

	ใบมะกรูด	501			10				
	ตะไคร้	501			10				
	วัตถุดิบทางอ้อม:								
	ข้าว	502			10				
	น้ำมัน	502			80				
	ถุงซีปลี่ค	502			420	11,862			
					600				
3/ก.พ/ 2564	ขายใบขนุนทอด(20x39 ซอง)	401		780					
4/ก.พ/ 2564	ขายใบขนุนทอด(20x39 ซอง)	401		702					
5/ก.พ/ 2564	ขายใบขนุนทอด(20x39 ซอง)	401		390					
6/ก.พ/ 2564	ขายใบขนุนทอด(20x39 ซอง)	401		1,092					
7/ก.พ/ 2564	ขายใบขนุนทอด(20x39 ซอง)	401		1,170					
8/ก.พ/ 2564	ขายใบขนุนทอด(20x39 ซอง)	401		156		16,152			
				4,290					

9.5 รายการทางการเงิน



มีรายการฝากเงิน

จำนวนเงิน ฿16,152.00
บัญชี



ธนาคารออมสิน
0202xxxx3155
นางสาว นิตยา เฟือกแก้ว

เวลาแจ้งเตือน 17 ก.พ. 64, 14:20

รหัสอ้างอิง 39001

myMo by GSB

มีรายการฝากเงิน

จำนวนเงิน ฿3,000.00
บัญชี



ธนาคารออมสิน
0202xxxx3155
นางสาว นิตยา เฟือกแก้ว

เวลาแจ้งเตือน 15 ธ.ค. 63, 15:51

รหัสอ้างอิง 31001

myMo by GSB

ใบขนุนทอด
งบกำไรขาดทุน
สำหรับระยะเวลา 5 สัปดาห์

(หน่วย : บาท)

ยอดขาย			10,752
หัก ต้นทุนการผลิต			
	ค่าใช้จ่ายทั้งหมด	2,182	<u>2,182</u>
กำไรขั้นต้น			<u>8,543</u>
งบดุล			
สินทรัพย์			
เงินสด			6,365
เงินฝากธนาคาร			3,000
รวมสินทรัพย์			<u>9,365</u>
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
หนี้สิน			0
ส่วนของผู้ถือหุ้น			
	ทุน		822
	กำไรขั้นต้น		8,543
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			<u>9,365</u>

ใบขนุนทอด
งบกำไรขาดทุน
สำหรับระยะเวลา 10 สัปดาห์

(หน่วย : บาท)

ยอดขาย		28,782
หัก ต้นทุนการผลิต		
	ค่าใช้จ่ายทั้งหมด	4,452
กำไร		<u>24,330</u>

งบดุล

สินทรัพย์		
เงินสด		16,152
เงินฝากธนาคาร		9,050
รวมสินทรัพย์		<u>25,202</u>
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		
หนี้สิน		0
ส่วนของผู้ถือหุ้น		
	ทุน	872
	กำไรขั้นต้น	24,330
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		<u>25,202</u>

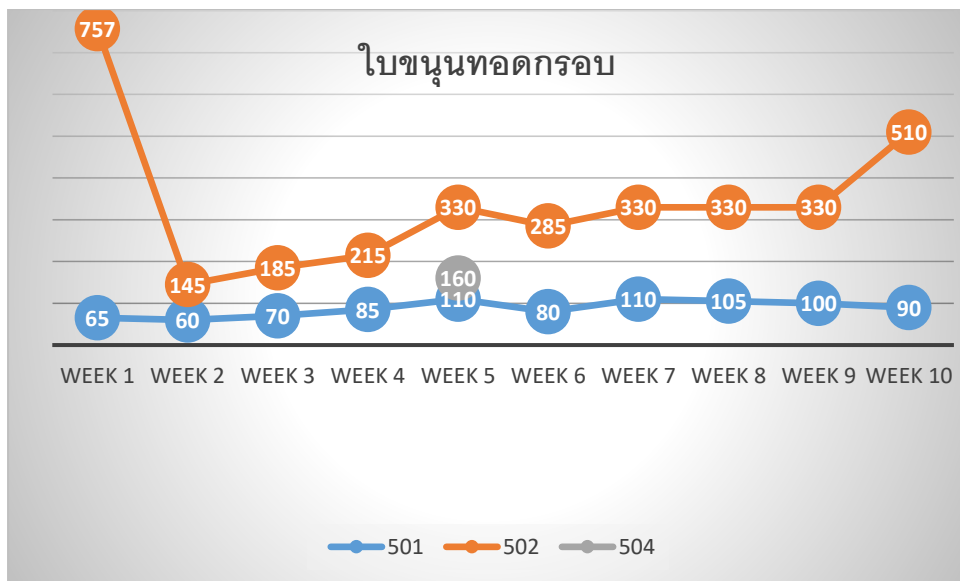
9.8 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	5 สัปดาห์	10 สัปดาห์
การวัดความสามารถในการบริหารงาน		
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	91.22%	96.54%
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	91.22%	96.54%
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	79.65%	84.53%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	79.65%	84.53%
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	79.65%	84.53%

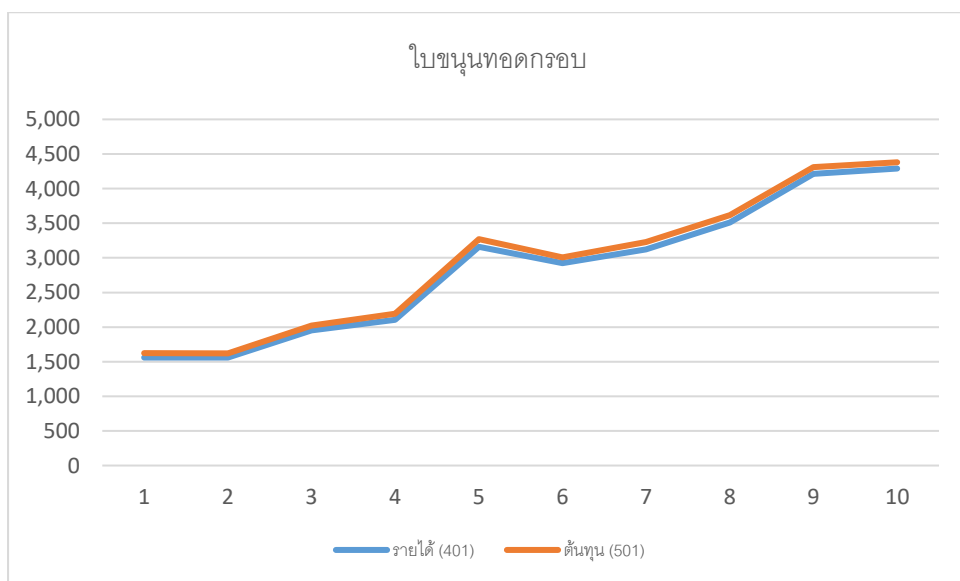
9.9 การวิเคราะห์รายได้เปรียบเทียบกับต้นทุนการผลิต

	สัปดาห์										รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
รายได้ (401)	1,560	1,560	1,950	2,106	3,159	2,925	3,120	3,510	4,212	4,290	28,782
ต้นทุน (501)	65	60	70	85	110	80	110	105	100	90	875
ต้นทุน (502)	757	145	185	215	330	285	330	330	330	510	3,417
ต้นทุน (504)	-	-	-	-	160	-	-	-	-	-	160

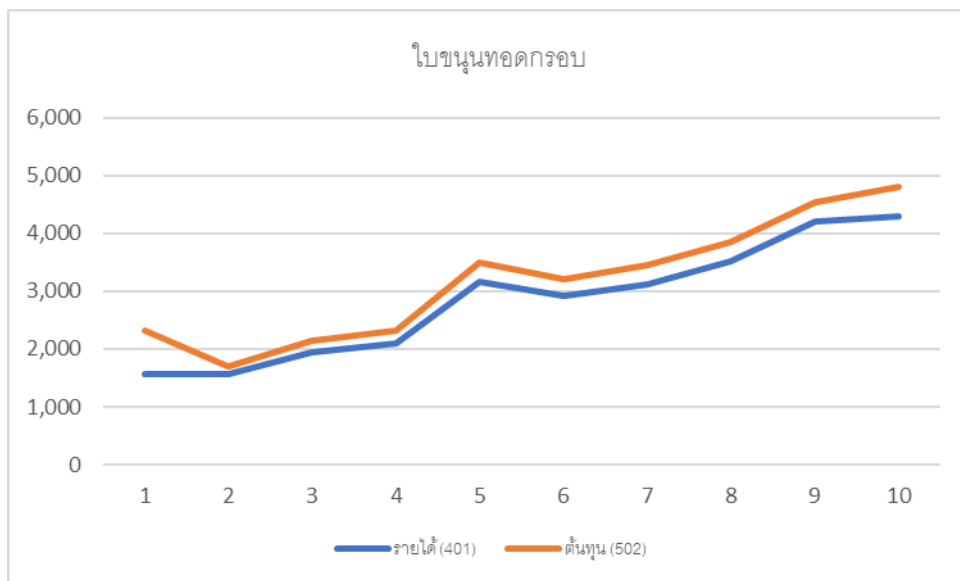
1.วิเคราะห์รายได้ (401) และค่าใช้จ่าย (501 502 504)



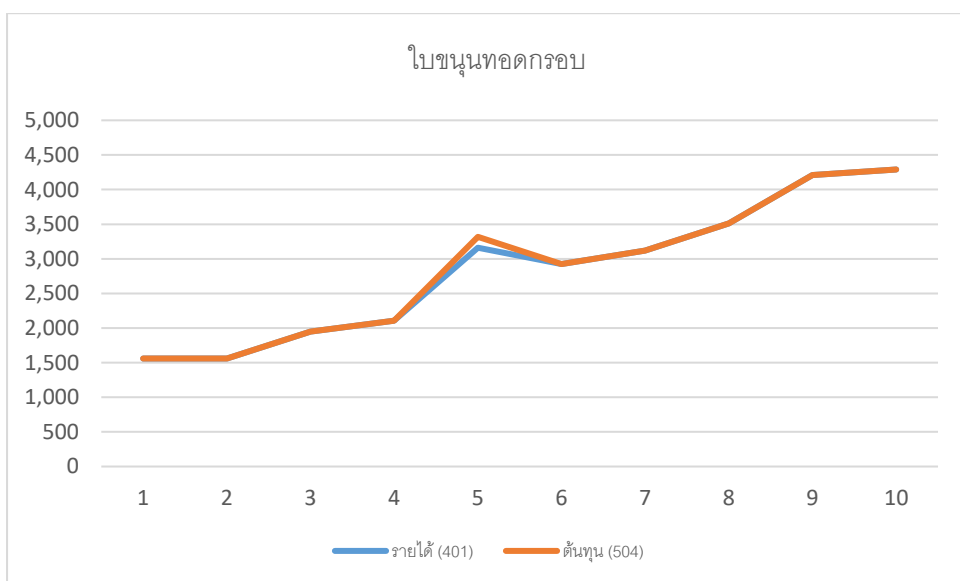
2.กราฟเปรียบเทียบ 401 และ 501



3.เปรียบเทียบ 401 และ 502



4. เปรียบเทียบ 401 และ 504



10.แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1.	เนื่องจากเป็นสินค้าใหม่ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า	สินค้าเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ยาก เพราะ ใบ ข นุ น สามารถหาทานได้ง่ายและทำเองได้	มีการตั้งเพจFacebook เพื่อให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงสินค้าได้ง่ายจึงทำการโปรโมทสินค้า และนำสินค้าไปให้ลูกค้าลองชิม
2.	สถานการณ์โควิด-19	เนื่องจากสถานการณ์โควิดทำให้ไม่สามารถลงขายได้ตามตลาด	เพื่อลดความเสี่ยงการติดเชื้อทำให้สามารถขายทางออนไลน์ได้เพียงอย่างเดียว และนัดรับได้ในสถานที่ในเมืองตามทีลูกค้าอยู่

ภาคผนวก

ภาพประกอบการดำเนินงาน (รายสัปดาห์)

สัปดาห์ที่ 1-2

-ยอดขายในสัปดาห์นี้ กลุ่มของดิฉันมีเป้าหมายยอดขายสัปดาห์ที่ 2 1700 บาท ขายสินค้าได้ดังนี้ *แบบซอง 1 ซอง

ราคา 39 บาท ขายได้ 50 ซอง เป็นเงิน 1950 บาท ยอดขายในการขายในสัปดาห์นี้ 1950 บาท

-กิจกรรมการดำเนินงาน กลุ่มดิฉันได้โพสขายสินค้าภายในเพจ และ facebook ของตนเองและเปิดรับออเดอร์

ทุกช่องทาง เพื่อให้ได้ยอดขายตามที่เรต้องการเพื่อให้มันถึงเป้าที่กำหนด และในแต่ละสัปดาห์เราจะผลิตสินค้าในแต่ ละรอบเพิ่มมากขึ้น

-ปัญหาและอุปสรรค

ใบอนุญาตของกลุ่มเราที่เก็บมานั้นบางต้นมียอดอ่อนไม่มาก จึงทำให้ลำบากในการหาซื้อใบขนุนมาทำผลิตภัณฑ์ และในขณะที่ทอดถ้าเราเปิดไฟแรงจนเกินไป จะทำให้ใบขนุนที่อ่อนมากๆไหม้

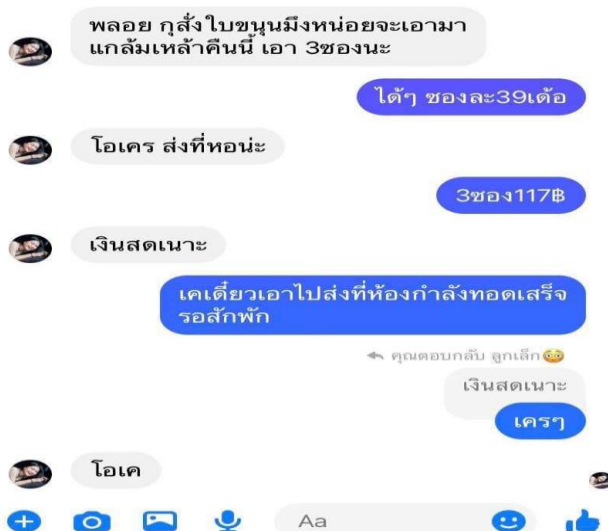


สัปดาห์ที่3

1,900 บาท ขายสินค้าได้ดังนี้ *แบบซอง 1 ซอง ราคา 39 บาท ขายได้ 50 ซอง เป็นเงิน 1,950 บาทยอดขายในการขายในสัปดาห์นี้ 1,950 บาท

-กิจกรรมการดำเนินงาน กลุ่มดิฉันได้โพสขายสินค้าภายในเพจและfacebook ของตนเองและเปิดรับออเดอร์ทุกช่องทางเพื่อให้ได้ยอดขายตามที่เรต้องการเพื่อให้มันถึงเป้าที่กำหนด และในแต่ละสัปดาห์เราจะผลิตสินค้าในแต่ละรอบเพิ่มมากขึ้น และได้นำขายที่บ้านเพิ่มเติม

-ปัญหาและอุปสรรค ใบขนุนเวลาทอดเสร็จถ้าใส่ถุงไม่ระวังสามารถแตกได้ทำให้ไม่เป็นรูปทรงตามที่ต้องการและบางครั้งลูกค้าสั่งแต่เลื่อนวันรับทำให้สินค้าค้างและเสีย



สัปดาห์ที่4 นี้คือ

2,106บาท ขายสินค้าได้ดังนี้ *แบบซอง 1 ซอง ราคา 39 บาท ขายได้ 54 ซอง เป็นเงิน 2,106 บาท ยอดขายในการขายในสัปดาห์นี้ 2,106บาท

-กิจกรรมการดำเนินงานกลุ่มดิฉันได้โพสต์ขายสินค้าภายในเพจและ facebook และแนะนำให้ลูกค้าท่านอื่นปากต่อปากค่ะ

-ปัญหาและอุปสรรค บางทีคนที่สั่งอยู่ต่างจังหวัดจึงทำให้ต้องรอส่งสินค้าวันเสาร์-อาทิตย์ จึงทำให้ลูกค้ารอสินค้านานค่ะ

\



สัปดาห์ที่5 นี้คือ

2,691บาท ขายสินค้าได้ดังนี้ *แบบซอง 1 ซอง ราคา 39 บาท ขายได้ 72 ซอง เป็นเงิน 2,808บาท

-กิจกรรมการดำเนินงาน กลุ่มดิฉันได้โพสต์ขายสินค้าภายในเพจและ facebook และแนะนำให้ลูกค้าท่านอื่นปากต่อปากค่ะ และเป็นช่วงปีใหม่ญาติๆส่งไปทานเป็นกับแกล้มเยาะ

-ปัญหาและอุปสรรค บางทีคนที่สั่งอยู่ต่างจังหวัดจึงทำให้ต้องรอส่งสินค้าวันเสาร์-อาทิตย์ จึงทำให้ลูกค้ารอสินค้านาน เลยยกเลิกออเดอร์ที่สั่งไปจึงทำให้เสียลูกค้าไปค่ะ

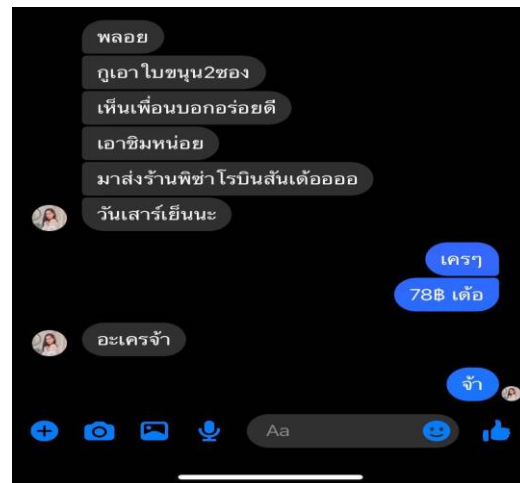
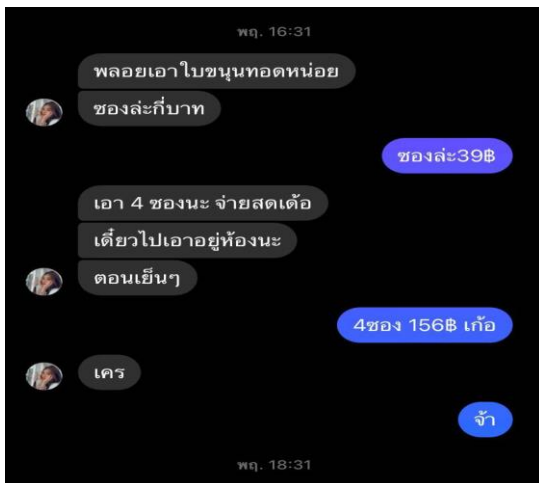


สัปดาห์ที่ 6 นี้คือ

2,925 บาท ขายสินค้าได้ดังนี้ *แบบซอง 1 ซอง ราคา 39 บาท ขายได้ 75 ซอง เป็นเงิน 2,925 บาท

-กิจกรรมการดำเนินงาน กลุ่มดิฉันได้โพสต์ขายสินค้าภายในเพจและ facebook และแนะนำให้ลูกค้าทำกันอื่นปากต่อปาก ทำแล้วแบ่งกันขาย และอาจารย์ยืดเวลาให้ขายนานขึ้นจึงทำให้มีการขายและส่งสินค้ามากขึ้นจากเดิม

-ปัญหาและอุปสรรค เนื่องจากสถานการณ์โควิด ทำให้ต้องขายทางออนไลน์ และการส่งไปทำให้ลำบากขึ้นกว่าเดิม บางพื้นที่ก็เข้าไปส่งไม่ได้ ทำให้ส่งลูกค้าไม่สะดวก และขาดรายได้ไป



สัปดาห์ที่ 7

-ยอดขายในสัปดาห์นี้ กลุ่มของดิฉันมีเป้าหมายยอดขายสัปดาห์นี้คือ 3,081บาท ขายสินค้าได้ดังนี้

*แบบซอง 1 ซอง ราคา 39 บาท ขายได้ 80ซอง เป็นเงิน 3,120บาท

-กิจกรรมการดำเนินงาน

กลุ่มดิฉันได้โพสต์ขายสินค้าภายในเพจและ facebook และแนะนำให้ลูกค้า ทำแล้วแบ่งกันขายช่วยกันขายค่ะ

-ปัญหาและอุปสรรค

เนื่องจากสถานการณ์โควิดทำให้เราต้องขายผ่านออนไลน์และในการทอติบมีไหม้ชนิดน้อยค่ะ



สัปดาห์ที่ 8

-ยอดขายในสัปดาห์นี้ กลุ่มของดิฉันมีเป้าหมายยอดขายสัปดาห์นี้คือ 3,315บาท ขายสินค้าได้ดังนี้ *แบบซอง 1 ซอง ราคา 39 บาท ขายได้ 90ซอง เป็นเงิน 3,510บาท -กิจกรรมการดำเนินงาน กลุ่มดิฉันได้โพสขายสินค้า และทำแล้วแบ่งกันขายช่วยกันขายค่ะ

-ปัญหาและอุปสรรค เนื่องจากสถานการณ์โควิดทำให้เราต้องแบ่งกันนำไปขายและไม่สามารถลงตลาดได้ในขณะนี้ค่ะ เพราะมีสถานการณ์ของโควิดระบาด



สัปดาห์ที่ 9

-ยอดขายในสัปดาห์นี้ กลุ่มของดิฉันมีเป้าหมายยอดขายสัปดาห์นี้คือ 3,666บาท ขายสินค้าได้ดังนี้

*แบบซอง 1 ซอง ราคา 39 บาท ขายได้ 108ซอง เป็นเงิน 4,212บาท

-กิจกรรมการดำเนินงาน กลุ่มดิฉันได้โพสขายสินค้าทางเพจและทำแล้วแบ่งกันนำไปขายให้ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ รับผิดชอบต่อหน้าที่แบ่งกันรับผิดชอบของตัวเองค่ะ

-ปัญหาและอุปสรรค สถานการณ์โควิดระบอบ ในการจัดส่งของอาจจะลำบากค่ะ



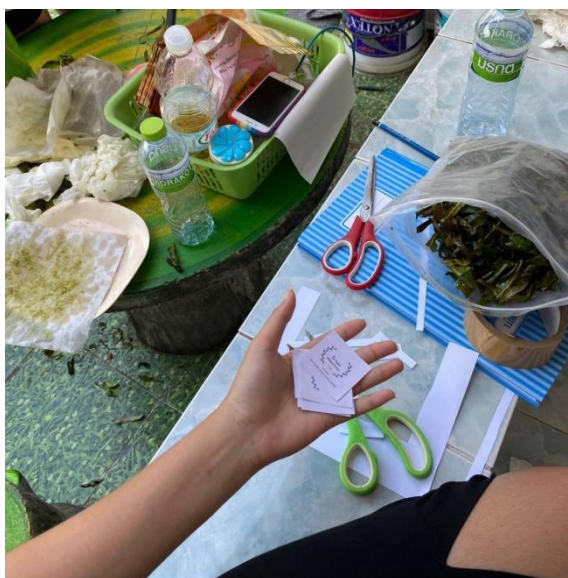
สัปดาห์ที่ 10

-ยอดขายในสัปดาห์นี้ กลุ่มของดิฉันมีเป้าหมายยอดขายสัปดาห์นี้คือ 3,900บาท ขายสินค้าได้ดังนี้

*แบบซอง 1 ซอง ราคา 39 บาท ขายได้ 110ซอง เป็นเงิน 4,290บาท

-กิจกรรมการดำเนินงาน กลุ่มดิฉันได้โพสต์ขายสินค้าทางเพจและทำแล้วแบ่งกันนำไปขายให้ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ รับไปขายตามที่แบ่งกันรับผิดชอบของตัวเองค่ะ

-ปัญหาและอุปสรรค สถานการณ์โควิดระบอบ และลูกค้าที่เข้ามาในเพจอยากเปิดบิล ลูกค้าเลยขอเราเปิดบิลแต่ลูกค้าก็อ่านไม่ตอบค่ะ เลยทำให้ขาดรายได้ไปส่วนหนึ่ง



ผลการเรียนรู้โดยภาพรวม

รายงานการวิเคราะห์องค์ความรู้ ธุรกิจ (ไบชนุนทอด)

1.องค์ความรู้ที่1

1.1ประเด็นความรู้

การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างได้ดังนี้

- ด้านรสชาติ
- ด้านส่วนผสม
- ด้านบรรจุภัณฑ์

1.2 ที่มาของความคิด

1.2.1 การวางแผน

1.การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับไบชนุนทอดในขายอยู่แล้วในท้องตลาดมีลักษณะอย่างไร แล้วนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาสินค้าให้แตกต่างและแปลกใหม่

2.ทำผงคลุกไบชนุน ที่เป็นรสชาติสมุนไพรที่ทำขึ้นเอง ซึ่งแตกต่างจากท้องตลาด เป็นอาหารสำหรับทานเล่นและเป็นกับแกล้ม

3.การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับสินค้า ทั้งในด้านราคาและปริมาณที่แตกต่างจากท้องตลาดทั่วไป

1.2.2 การดำเนินงาน

เลือกใช้ไบชนุนที่อ่อน สะอาดและปลอดภัย เพื่อการผลิตไบชนุนทอดที่มีคุณภาพต่อผู้บริโภค

1.2.3 การเปรียบเทียบ

1.สินค้าน่าถูกและมีปริมาณที่เยอะ

2.สินค้าสามารถบริโภคได้ทั้งกลุ่มคนรักสุขภาพ กลุ่มคนทั่วไปซึ่งสามารถขยายฐานลูกค้าได้กว้างขึ้น

2.องค์ความรู้ที่2

2.1 มีประเด็นความรู้

ลดต้นทุนการผลิต

1.สำรวจร้านวัตถุดิบที่ต้องการ ทำการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพ เลือกวัตถุดิบที่ราคาต่ำและมีคุณภาพ

2.สินค้าบางอย่างสามารถสต็อกได้จึงหาซื้อมาให้เพียงพอ เพื่อไม่ให้เกินความต้องการในการใช้วัตถุดิบ

2.2 ที่มาของความคิด

2.2.1 การวางแผน

สำรวจวัตถุดิบ ราคา แหล่งวัตถุดิบที่มีราคาต่ำ เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิต

2.2.2 การดำเนินงาน

ทำการหาร้านที่จำหน่ายวัตถุดิบที่ต้องการ โดยจะเน้นไปที่ราคาและคุณภาพ และจัดซื้อสินค้าที่สามารถสต็อกเพื่อลดต้นทุนการผลิต

3.องค์ความรู้ที่3

3.1 มีประเด็นความรู้

การเสนอสินค้าเพื่อฝากจำหน่ายตามร้านค้า

1.หาร้านค้าที่สนใจ รู้จักและเหมาะสมกับสินค้า

2.ร้านค้าจะต้องมีสินค้าที่ไม่เหมือนกัน

3.2 ที่มาของความคิด

3.2.1 การวางแผน

1.หาร้านค้าในหมู่บ้านที่จะนำสินค้าไปเสนอฝากขาย โดยจะเป็นร้านค้าทั่วไป

2.เตรียมข้อมูลของสินค้าและความพร้อมก่อนที่จะเข้าไปนำเสนอ

3.2.2 การดำเนินงาน

การเข้าไปนำเสนอสินค้ากับทางร้าน โดยบอกถึงความแตกต่าง เรื่องรสชาติ และราคาถูกลง 39 บาท

4..องค์ความรู้ที่4

4.1 มีประเด็นความรู้

การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการทำงาน

- 1.สร้างแชทกลุ่มเพื่อเป็นการติดต่อสื่อสารกับสมาชิกในกลุ่ม
- 2.มีการสอบถามและเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนภายในกลุ่ม
- 3.สมาชิกกลุ่มทุกคนร่วมตัดสินใจและแก้ไขปัญหาภายในกลุ่ม

4.2 ที่มาของความคิด

4.2.1 การวางแผน

- 1.มีการวางแผนการทำงานและแบ่งหน้าที่ของสมาชิกแต่ละคนให้ชัดเจน
- 2.สมาชิกทุกคนต้องร่วมมือในการทำงาน
- 3.สมาชิกทุกคนมีโอกาสตัดสินใจและแสดงความคิดเห็น

4.2.2 การดำเนินงาน

แบ่งหน้าที่ในการทำงาน ซึ่งทุกคนมีส่วนร่วมในการทำงานทุกครั้ง มีการแสดงความคิดเห็นของทุกคน รวมทั้งการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานต่างๆ เพื่อให้สมาชิกทุกคนกล้าที่จะแสดงความคิดเห็น และกล้าที่จะตัดสินใจในการทำงาน

ผลการเรียนรู้รายบุคคล

เอกสารรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติธุรกิจจำลอง

1. นายณอม นิลพาทย์ 610112356051

องค์ความรู้ที่ได้จากการทำธุรกิจจำลองนี้คือ สำหรับวิชานี้ได้รับความรู้ต่าง ๆ มากมาย ทั้งการขาย การทำงาน การวางแผนต่างๆ แม้กระทั่งการทำงานกันเป็นทีม ได้รับความรู้ความคิดเห็นต่างๆ ที่อาจารย์ให้คอมเม้น แล้วนำมาปรับปรุงพัฒนาในตัวผลิตภัณฑ์ของเราให้ดีขึ้น แล้วยังได้ความสามัคคีจากเพื่อนๆ ที่ช่วยกันทำอย่างดี แม้จะมีข้อบกพร่องเราก็ช่วยกันขายจนได้ถึงตามยอด แล้วยังได้เรียนการหากำไรจากการขายอีกด้วยก็จะได้นำไปใช้ใน ชีวิตประจำวันที่เราจะลงทุนขาย ขายไม่ได้ก็คือสมาชิกในทีม ถ้าขาดไป ก็จะไม่มีการประสบความสำเร็จ ในตอนนี้ เพราะพวกเราช่วยกันทำทุกอย่างทุกวิธีตั้งแต่ขั้นตอนแรกมาจนขั้นตอนสุดท้าย ขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่คอยช่วยกันปรับปรุงแก้ไขจนผ่านมาได้ตอนนี้

2. นางสาวเกวลิน ตองติธรรมย์ 610112356058

องค์ความรู้ที่ได้จากการทำธุรกิจจำลองนี้คือ ได้ฝึกเรื่องความรับผิดชอบต่อหน้าที่ การทำงานเป็นทีม ได้มีประสบการณ์และเรียนรู้การทำธุรกิจ

3. นางสาวคณินิจ ชันทอง 610112356059

องค์ความรู้ที่ได้จากการทำธุรกิจจำลองนี้คือ ได้เรียนรู้การทำงานเป็นทีม การทำธุรกิจ การแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจนและช่วยเหลือซึ่งกันและกันเวลามีปัญหา

4. นางสาวนิตยา เผือกแก้ว 610112356070

องค์ความรู้ที่ได้จากการทำธุรกิจจำลองนี้คือ ได้รู้ถึงกลุ่มเป้าหมาย รู้จักการทำงานกันเป็นทีม ได้เรียนรู้ถึงการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ และทำNetworkเป็น รู้ถึงกระบวนการผลิตเป็นขั้นตอน

5. นางสาวพรชิตา พรหมวิจิตร 610112356076

องค์ความรู้ที่ได้จากการทำธุรกิจจำลองนี้คือ ได้รู้ถึงการทำงานอย่างเป็นทีม การวางแผนการทำงาน และจัดสรรเวลาอย่างชัดเจน และแบ่งหน้าที่กันตามความถนัดแล้วทำหน้าที่อย่างเต็มที่ การเจาะกลุ่มลูกค้าได้ และสามารถนำคำติชมของลูกค้ามาพัฒนาให้สินค้าให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพิ่มช่องทางการขายได้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทำเพจFacebook และแบ่งกันขาย ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และสามารถทำให้เราเกิดรายได้ขึ้น

6. นางสาวมลนิกา สระแก้ว 610112356080

องค์ความรู้ที่ได้จากการทำธุรกิจจำลองนี้คือ ได้รู้ถึงการนำการจัดการเข้ามาเป็นส่วนรวมในการทำธุรกิจ นำกลยุทธ์ต่างๆ มาใช้ในการทำธุรกิจ และการรวมงานกับเพื่อนๆ ในทีม การแบ่งหน้าที่การทำงานกันเป็นทีม

เอกสารรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติการธุรกิจจำลอง เรียงลำดับตามดังนี้

- | | | |
|----------------------------|--------------|--------------|
| 1.นายถนอม นิลพาทย์ | รหัสนักศึกษา | 610112356051 |
| 2.นางสาวเกวลิน ทองติตรัมย์ | รหัสนักศึกษา | 610112356058 |
| 3.นางสาวคณินิจ ชันทอง | รหัสนักศึกษา | 610112356059 |
| 4.นางสาวนิตยา เผือกแก้ว | รหัสนักศึกษา | 610112356070 |
| 5.นางสาวพรชิตา พรหมวิจิตร | รหัสนักศึกษา | 610112356076 |
| 6.นางสาวมลนิกา สระแก้ว | รหัสนักศึกษา | 610112356080 |