



สรุปความเป็นมาของธุรกิจ

ชื่อกิจการ/ธุรกิจ

: เติ๋ต่ายออรินจิ

สาขางาน/สาขาวิชา

: เทคโนโลยีสารสนเทศ

กลุ่มเรียน

: ชส.31

ชื่อผู้จัดทำกิจการ

- : 1. นางสาวบาศายีร์ มะแซ
2. นายรัชชานนท์ กิตติโสภาพร
3. นายศิริวรราช สร้อยงาม
4. นายธนภัทร ชื่นชู
5. นายบุรพา ทองอ่อน
6. นายปฐเจตน์ เสถียรนนทศิริ
7. นางสาวปานแก้ว เป็ญพาด
8. นายมรรษกรณ์ กองแก้ว
9. นายวรกันต์ บกเขาแดง
10. นายวรวุฒิ บุญชู
11. นางสาวอมิตดา ทรัพย์กลิ่น
12. นายอลิฟ แจะแม
13. นายธีรเดช สุวรรณราช

ความเป็นมาของธุรกิจ

1.1 ชื่อกิจการ/ธุรกิจ

เห็ดอย่างออริโนจิ

1.2 ที่ตั้งสถานประกอบการ

วิทยาลัยพณิชยการอินทราชัย

1.3 ประเภทสินค้าหรือบริการ/ตราผลิตภัณฑ์

สินค้าผลิตเพื่อจำหน่าย

1.4 ประเภทของธุรกิจ

☒ ธุรกิจการผลิตและจำหน่าย ☐ ธุรกิจบริการ ☐ ธุรกิจซื้อขายไป

1.5 ความเป็นมาและแนวคิดธุรกิจ

ธุรกิจ เห็ดอย่างออริโนจิ เกิดจากแนวคิดในการนำวัตถุดิบที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง มาทำเป็นอาหารทานเล่นในรูปแบบใหม่ที่สะดวกและเข้าถึงง่าย ปัจจุบันคนรุ่นใหม่หันมาสนใจการดูแลสุขภาพมากขึ้น แต่ก็ยังต้องการอาหารที่อร่อยและราคาไม่แพงเห็ดอย่างออริโนจิเป็นเมนูที่ทำงาน ใช้วัตถุดิบสดใหม่ สามารถปรับรสชาติได้หลายแบบ เช่น ซอสเทรียกิ หรือพริกไทยดำ เหมาะสำหรับนักศึกษาและคนวัยทำงานที่ต้องการอาหารว่างที่ทั้งอร่อยและดีต่อสุขภาพแนวคิดธุรกิจ คือ การสร้างเมนูสุขภาพที่เข้าถึงได้ง่าย ราคาย่อมเยา และมีความหลากหลาย เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกได้ว่า “อาหารสุขภาพก็อร่อยและทานสนุกได้”

1.6 แนวคิดธุรกิจ

1.6.1 ใช้เห็ดออริโนจิซึ่งเป็นวัตถุดิบที่หาซื้อง่าย ราคาไม่แพง และมีคุณค่าทางโภชนาการ

1.6.2 พัฒนาเป็นเมนูอาหารว่างทานเล่นที่เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะคนรักสุขภาพ

1.6.3 เพิ่มความน่าสนใจด้วยการปรับรสชาติ เช่น เทรียกิ, พริกไทยดำ, ซอสเผ็ด

1.7 ความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ

ต้นทุนการผลิตต่ำ : เห็ดออริโนจิและซอสหมักเป็นวัตถุดิบที่สามารถหาซื้อได้ง่ายในราคาย่อมเยา ทำให้ควบคุมต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน: ขั้นตอนการเตรียมและการปรุง เช่น การหั่น การหมัก และการย่าง มีความเรียบง่าย สามารถดำเนินการได้โดยไม่ต้องใช้ทักษะพิเศษมากนัก

มีตลาดรองรับที่กว้าง: กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ นักศึกษา คนวัยทำงาน และผู้ที่ใส่ใจสุขภาพ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความต้องการอาหารที่ทั้งสะดวกและมีคุณค่าทางโภชนาการ

ทำเลการจำหน่ายที่เอื้ออำนวย: สามารถเลือกจำหน่ายได้ทั้งภายในสถานศึกษา ตลาดนัด หรือผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้หลากหลาย

มีศักยภาพในการต่อยอด: ธุรกิจสามารถพัฒนาไปสู่รูปแบบแฟรนไชส์หรือขยายสู่การจำหน่ายผ่านระบบเดลิเวอรี่ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและการเติบโตในอนาคต

1.8 ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

ความสำเร็จของธุรกิจเกิดอย่างออร์จินิขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยสำคัญ เริ่มตั้งแต่การเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง เช่น เห็ดออริจินิสดใหม่และซอสปรุงรสที่เหมาะสม ซึ่งช่วยสร้างรสชาติที่คงที่และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การพัฒนารสชาติและเมนูที่หลากหลาย เช่น ซอสเทรียกิ พริกไทยดำ หรือซอสเผ็ด ยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่มีรสนิยมแตกต่างกัน การจัดการด้านต้นทุนและการเงินอย่างมีประสิทธิภาพก็มีความสำคัญเช่นกัน การควบคุมต้นทุนวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ให้สอดคล้องกับราคาขายจะช่วยให้ธุรกิจมีกำไรและสามารถดำเนินการต่อเนื่องได้อย่างยั่งยืน

การตลาดและการประชาสัมพันธ์เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้ธุรกิจเป็นที่รู้จัก การใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น โซเชียลมีเดีย การจัดโปรโมชั่น หรือการสร้างกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ ล้วนช่วยดึงดูดลูกค้าและสร้างฐานลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การบริการลูกค้าอย่างเป็นมิตร การจัดส่งตรงเวลา และการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าก็มีบทบาทสำคัญในการสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่น ในที่สุด ความยืดหยุ่นและการพัฒนาต่อยอดธุรกิจตามความต้องการของลูกค้าและสถานการณ์ตลาดจะช่วยให้ธุรกิจสามารถเติบโตและปรับตัวได้อย่างมั่นคงในระยะยาว

2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ(SWOT Analysis)

2.1 สภาพแวดล้อมภายใน (เช่น บุคลากร เงินทุน 4P นโยบายกิจการ ฯลฯ)

2.1.1 จุดแข็ง (Strengths)

- 2.1.1.1 ใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง เช่น เห็ดออริจินิสดใหม่และซอสปรุงรสหลากหลาย
- 2.1.1.2 กระบวนการผลิตง่าย ไม่ซับซ้อน ต้นทุนต่ำ
- 2.1.1.3 ราคาย่อมเยาและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้าง

2.1.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

- 2.1.2.1 ธุรกิจยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก เนื่องจากเป็นโครงการทดลอง
- 2.1.2.2 ขาดประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการและการตลาด
- 2.1.2.3 มีทรัพยากรบุคคลและอุปกรณ์จำกัด

2.2 สภาพแวดล้อมภายนอก (เช่น สภาพตลาด สภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย วัฒนธรรม ค่านิยม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และเครือข่ายธุรกิจ)

2.2.1 โอกาส (Opportunities)

- 2.2.1.1 ความนิยมอาหารสุขภาพและอาหารทานเล่นกำลังเพิ่มขึ้น
- 2.2.1.2 สามารถขยายช่องทางการขาย เช่น ตลาดนัด วิทยาลัย หรือออนไลน์
- 2.2.1.3 มีโอกาสต่อยอดเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือแฟรนไชส์ในอนาคต

2.2.2 อุปสรรค/ภัยคุกคาม (Threats)

- 2.2.2.1 การแข่งขันจากร้านอาหารทานเล่นและปิ้งย่างอื่น ๆ
- 2.2.2.2 ความต้องการของลูกค้าอาจเปลี่ยนแปลงตามเทรนด์ตลาด

3. แผนการจัดการ (Management Plan)

3.1 การแบ่งหน้าที่งาน

ผู้จัดการ นางสาวอมิตดา ทรัพย์กลิ่น นายธนภัทร ชื่นชู นางสาวปานแก้ว เบญพาต
ทำหน้าที่ บริหารร้าน บริหารทีม บริหารทรัพยากร คอนจัดแรงงานให้ทุกฝ่าย ให้บรรลุเป้าหมาย
สูงสุดตามที่ตั้งไว้ทั้งหมดตามที่คาดไว้

รองผู้จัดการ นายวรวิทย์ บุญชู นายมรรษกรณ์ กองแก้ว
ทำหน้าที่ ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้จัดการ คอยจัดแจงและมอบหมายงานและปฏิบัติหน้าที่แทน เมื่อ
ผู้จัดการไม่อยู่หรือไม่สามารถที่จะปฏิบัติงานใด

ฝ่ายบรรจุภัณฑ์และตกแต่ง นางสาวบาชายีร์ มะแซ นายศิริวรรณ สร้อยงาม
ทำหน้าที่ บรรจุผลิตภัณฑ์ลงในกล่อง ติดสติ๊กเกอร์ โลโก้ เพื่อให้สินค้าดูน่าซื้อและมีความเป็น
ระเบียบ

ฝ่ายบัญชีและการเงิน นายวรกันต์ บกเขาแดง นายรัชชานนท์ กิตติโสภาพร
ทำหน้าที่ บริหารจัดการเงิน รับเงินจากการขาย เก็บเงินให้เรียบร้อย

ฝ่ายขาย/การตลาด นายปฐเจตน์ เสถียรนนทศิริ นายอลิฟ เจาะแม
ทำหน้าที่ รับออเดอร์และจัดจำหน่าย รับคำสั่งซื้อ จัดเตรียมสินค้า และส่งมอบให้ลูกค้า

ฝ่ายผลิต นายบุรพา ทองอ่อน นายธีรเดช สุวรรณราช
ทำหน้าที่ เตรียมวัตถุดิบ ล้าง หั่น ย่าง และหมักเห็ดออริโนจิให้พร้อม

โครงสร้างของธุรกิจ



ผู้จัดการร้าน

นางสาวมิตดา ทรัพย์กลิ่น



นางสาวบhasิรี่ มะแซ



นายรัชชานนท์ กิตติโสภภาพร



นายศิริวรราช สร้อยงาม



นายธนภัทร ชื่นชู



นายบุรภา ทองอ่อน



นายปฐเจตน์ เสถียรนันท์ศิริ



นางสาวปานแก้ว เปี้ยพาด



นายวรกันต์ บกเขาแดง



นายวรวุฒิ บุญชู



นายอลีฟ เจะแม



นายอิทธิมนต์ พัวแดง



นายจิรเดช สุวรรณราช

4. แผนการตลาด (Marketing)

4.1 การกำหนดราคาขาย

4.1.1 ราคาสินค้า/บริการ กำหนดจาก

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

4.1.2 ราคาขาย

25 บาท/ถ้วย (80 กรัม)

เพิ่มท็อปปิ้ง (+ไข่ปลาสด หรือสาหร่าย) เพิ่ม 5 บาท

4.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☒ ขายตรง ☒ ขายปลีก ☐ ขายส่ง
- ☐ ขายฝาก ☐ รับจ้างผลิต
- ☐ อื่นๆ (ระบุ)

4.3 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product)

การสรรหาและคุณภาพของวัตถุดิบ

เห็ดออริโนจิ ตลาดบางกะปิ

ซอสเทอริยากิ, น้ำมันงา, งาขาว, ผงหมอลำ, ผงสไปซี่, สาหร่าย, ไข่ปลาสด แม่ครัว

กระบวนการและขั้นตอนการผลิต

1. เตรียมอุปกรณ์และวัตถุดิบ
2. ล้างและหั่นเห็ดออริโนจิเป็นชิ้นพอดีคำ
3. นำเห็ดอย่างพร้อมน้ำมันงา ซอสเทอริยากิและเครื่องปรุง (ผงหมอลำ/ผงสไปซี่)
4. โรยงาขาวเพิ่มความหอม
5. ตักใส่ถ้วย 80 กรัมต่อถ้วย
6. เพิ่มท็อปปิ้งตามความต้องการของลูกค้า (ไข่ปลาสดหรือสาหร่าย)
7. พร้อมเสิร์ฟ/จำหน่าย

การบรรจุภัณฑ์

ถ้วยพลาสติกใส 5 ออนซ์ ราคา 35 บาท/50 ถ้วย

สะดวก ทนความร้อน และดูน่ารับประทาน

กลยุทธ์การตั้งราคา (Price)

ต้นทุนเฉลี่ยต่อถ้วยประมาณ 13-15 บาท

ราคาขาย 25 บาท/ถ้วย

เพิ่มท็อปปิ้งคิดเงินเพิ่ม 5 บาท

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

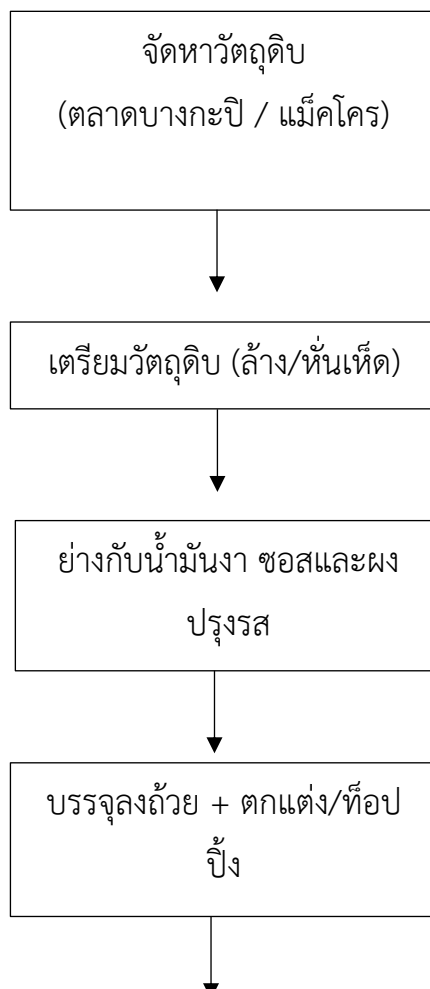
หน้าร้าน : วิทยาลัยพัฒนวิชาการอินทราชัย

5. แผนการผลิต (Production Plan)

5.1 กระบวนการผลิต/การให้บริการ

1. เตรียมและล้างเห็ดออริโนจิ
2. หั่นเป็นชิ้นพอดีคำ
3. ย่างกับน้ำมันงาและซอสเทอริยากิ
4. เติมผงปรุงรส (หมอลำ, สไปซี่)
5. แบ่งใส่ถ้วย (80 กรัม/ถ้วย)
6. โรยงาขาว/ใส่ท็อปปิ้ง
7. พร้อมจำหน่าย

5.2 แผนผังกระบวนการผลิต / การให้บริการ



พร้อมจำหน่าย

5.3 แหล่งวัตถุดิบ

เห็ดออริโนจิ	ตลาดบางกะปิ
ซอสเทอริยากิ	แม่โคโคร
น้ำมันงา	แม่โคโคร
งาขาว	แม่โคโคร
ผงหมอลำ	แม่โคโคร
ผงสไปซี่	แม่โคโคร
สาหร่าย	แม่โคโคร
ไขปลาสีส้ม	แม่โคโคร

5.4 การซื้อวัตถุดิบ และเงื่อนไขการซื้อ

ซื้อเป็นเงินสด 100%

6. แผนการเงิน

รายการ	จำนวน (บาท)	หมายเหตุ
ราคาขายต่อชิ้น	25 บาท	1 ถ้วย 80 กรัม
ต้นทุนรวม	1,293 บาท	เห็ด + วัตถุดิบ + อุปกรณ์
รายได้รวม	1,657 บาท	ยอดขายจริง
กำไรสุทธิ	364 บาท	1,657 ลบ 1,293
จำนวนที่ขายได้ทั้งหมดนำมา แบ่งจำนวนเงินกัน 21 คน	119 บาท	มี 1 คนได้เงินจำนวน 100

7. แผนฉุกเฉิน

หากยอดขายลดลงเพราะลูกค้าไม่รู้จักสินค้า จะใช้การโปรโมต เช่น แจกชิมฟรี / ถ่ายรูปลงโซเชียล / รีวิวโดยเพื่อน ๆ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและความน่าเชื่อถือ

8. จริยธรรมทางธุรกิจ

8.1 ต่อลูกค้า

ใช้วัตถุดิบสะอาด ปลอดภัย สดใหม่ ถูกต้องตามหลักอนามัย

8.2 ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

แบ่งผลกำไรตามจริง โปร่งใส ตามหน้าที่ของแต่ละฝ่ายงาน

8.3 ต่อคู่แข่ง

ไม่ตัดราคา แต่เน้นคุณภาพและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์

8.4 ต่อสิ่งแวดล้อม

ใช้บรรจุภัณฑ์ที่สะอาด และจัดการเศษอาหาร/ขยะอย่างเหมาะสม