



สรุปความเป็นมาของธุรกิจ

ชื่อกิจการ/ธุรกิจ

: เทศย่างอวินจิ

สาขาวิชา/สาขาวิชา

: เทคโนโลยีสารสนเทศ

กลุ่มเรียน

: ชส.31

ชื่อผู้จัดทำกิจการ

1. นางสาวบachaeye มะแซ
2. นายรัชชานนท์ กิตติสถาพร
3. นายศิริวรรณ สร้อยงาม
4. นายธนภพ ชื่นชู
5. นายบูรพา ทองอ่อน
6. นายปฐเจตน์ เสถียรนันทศิริ
7. นางสาวปานแก้ว เป็ญพาด
8. นายมรรษกรณ์ กองแก้ว
9. นายวรกันต์ บกเขาแดง
10. นายวรุณิ บุญชู
11. นางสาวอมิตดา ทรัพย์กลิน
12. นายอลิฟ แจ่มแม
13. นายธีรเดช สุวรรณราช

ความเป็นมาของธุรกิจ

1.1 ชื่อธุรกิจ/ธุรกิจ

เห็ดย่างออรินจิ

1.2 ที่ตั้งสถานประกอบการ

วิทยาลัยพัฒนารักษ์

1.3 ประเภทลินค้าหรือบริการ/ตราผลิตภัณฑ์

สินค้าผลิตเพื่อจำหน่าย

1.4 ประเภทของธุรกิจ

ธุรกิจการผลิตและจำหน่าย ธุรกิจบริการ ธุรกิจซื้อขายไป

1.5 ความเป็นมาและแนวคิดธุรกิจ

ธุรกิจ เห็ดย่างออรินจิ เกิดจากแนวคิดในการนำวัตถุดิบที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง มาทำเป็นอาหาร ทานเล่นในรูปแบบใหม่ที่สะอาดและเข้าถึงง่าย ปัจจุบันคนรุ่นใหม่หันมาสนใจการดูแลสุขภาพมากขึ้น แต่ก็ยัง ต้องการอาหารที่อร่อยและราคาไม่แพงเห็ดย่างออรินจิเป็นเมนูที่ทำง่าย ใช้วัตถุดิบสดใหม่ สามารถปรับรสชาติ ได้หลายแบบ เช่น ซอส泰式 หรือพริกไทยด้ำ เมนูสำหรับนักศึกษาและคนวัยทำงานที่ต้องการอาหารว่าง ที่ทั้งอร่อยและดีต่อสุขภาพแนวคิดธุรกิจ คือ การสร้างเมนูสุขภาพที่เข้าถึงได้ง่าย ราคาย่อมเยา และมีความ หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่า “อาหารสุขภาพก็อร่อยและทานสนุกดี”

1.6 แนวคิดธุรกิจ

1.6.1 ใช้เห็ดออรินจิซึ่งเป็นวัตถุดิบที่หาซื้อง่าย ราคาไม่แพง และมีคุณค่าทางโภชนาการ

1.6.2 พัฒนาเป็นเมนูอาหารย่างทานเล่นที่เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะคนรักสุขภาพ

1.6.3 เพิ่มความน่าสนใจด้วยการปรับรสชาติ เช่น เ泰式, พริกไทยด้ำ, ซอสเผ็ด

1.7 ความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ

ต้นทุนการผลิตต่ำ : เห็ดออรินจิและซอสมะเขือเทศ เป็นวัตถุดิบที่สามารถหาซื้อได้ง่ายในราคาย่อมเยา ทำ ให้ควบคุมต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน: ขั้นตอนการเตรียมและการปรุง เช่น การหั่น การหมัก และการย่าง มี ความเรียบง่าย สามารถดำเนินการได้โดยไม่ต้องใช้ทักษะพิเศษมากนัก

มีตลาดรองรับที่กว้าง: กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ นักศึกษา คนวัยทำงาน และผู้ที่ใส่ใจสุขภาพ ซึ่ง เป็นกลุ่มที่มีความต้องการอาหารที่ทั้งสะอาดและมีคุณค่าทางโภชนาการ

ทำเลการจำหน่ายที่เอื้ออำนวย: สามารถเลือกจำหน่ายได้ทั้งภายในสถานศึกษา ตลาดนัด หรือผ่าน ช่องทางออนไลน์ ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้หลากหลาย

มีศักยภาพในการต่อยอด: ธุรกิจสามารถพัฒนาไปสู่รูปแบบแฟรนไชส์หรือขยายสู่การจำหน่ายผ่าน ระบบเดลิเวอรี่ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและการเติบโตในอนาคต

1.8 ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

ความสำเร็จของธุรกิจเหตุปัจจัยสำคัญ กับผลลัพธ์ที่คาดหวัง คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือไปนี้ การพัฒนาธุรกิจและมนุษย์ที่หลากหลาย เช่น ซอสเกรวี่ยากิ พริกไทย ตำ หรือซอสเผ็ด ยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่มีรสนิยมแตกต่างกัน การจัดการด้านต้นทุนและการเงินอย่างมีประสิทธิภาพก็มีความสำคัญเช่นกัน การควบคุมต้นทุนวัสดุและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ให้สอดคล้องกับราคากำไรและสามารถดำเนินการต่อเนื่องได้อย่างยั่งยืน

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

2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ(SWOT Analysis)

2.1 สภาพแวดล้อมภายใน (เช่น บุคลากร เงินทุน 4P นโยบายกิจการฯ)

2.1.1 ຈຸດແຂ້ງ (Strengths)

- 2.1.1.1 ใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง เช่น เท็ดอรินเจลสีใหม่และซอสปรุงรสหลากหลาย
 - 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 นางสาวอมิตา ทรัพย์กลิน นายธนกิจ ชื่นชู นางสาวปานแก้ว เป็ญพาด ทำหน้าที่ บริหารร้าน บริหารทีม บริหารทรัพยากร คุณจัดแจ้งงานให้ทุกฝ่าย ให้บรรลุเป้าหมาย สูงสุดตามที่ตั้งไว้ทั้งหมดตามที่คาดไว้

รองผู้จัดการ นายวราวดี บุญชู นายมรรษกรณ์ กองแก้ว ทำหน้าที่ ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้จัดการ คอยจัดแจ้งและมอบหมายงานและปฏิบัติหน้าที่แทน เมื่อ ผู้จัดการไม่อยู่หรือไม่สามารถที่จะปฏิบัติงานได้

ฝ่ายบรรจุภัณฑ์และตกแต่ง นางสาวบชาเยียร์ มะแซ นายศิริวรรณ สร้อยงาม ทำหน้าที่ บรรจุผลิตภัณฑ์ลงในกล่อง ติดสติกเกอร์ โลโก้ เพื่อทำให้สินค้าดูน่าซื้อและมีความเป็นระเบียบ

ฝ่ายบัญชีและการเงิน นายวรกันต์ บกษาแดง นายรัชชานนท์ กิตติ์สภារ ทำหน้าที่ บริหารจัดการเงิน รับเงินจากการขาย เก็บเงินให้เรียบร้อย

ฝ่ายขาย/การตลาด นายปฐเจตน์ เสถีรนันทศิริ นายอลิฟ เชะแม ทำหน้าที่ รับออเดอร์และจัดจำหน่าย รับคำสั่งซื้อ จัดเตรียมสินค้า และส่งมอบให้ลูกค้า

ฝ่ายผลิต นายบูรพา ทองอ่อน นายอีรเดช สุวรรณราช ทำหน้าที่ เตรียมวัสดุดิบ ล้าง หัน ย่าง และหมักเห็ดออรินจิให้พร้อม

โครงสร้างของธุรกิจ



ผู้จัดการร้าน

นางสาวอมิตา ทรัพย์กlin



นางสาวบachaier Mache



นายรัชชานนท์ กิตติสภาร



นายศิริวรรษ สร้อยยาม



นายอนวัตร ชื่นชัย



นายบูรพา ทองอ่อน



นายปัญเจตน์ เสถียรนันทศิริ



นางสาวปานแก้ว เป็ญพาด



นายวรกันต์ บกเข้าแดง



นายวรุณิ บุญชัย



นายอเลี่ยฟ เจียมเม



นายอิทธิมณฑ์ พ่์แเดง



นายชีรเดช สุวรรณราษ

4. แผนการตลาด (Marketing)

4.1 การกำหนดราคาขาย

4.1.1 ราคาสินค้า/บริการ กำหนดจาก

- ต้นทุนสินค้า/บริการ
- ความต้องการของลูกค้า
- เปรียบเทียบราคาคู่แข่ง
- อื่นๆ (ระบุ)

4.1.2 ราคาขาย

25 บาท/ถ้วย (80 กรัม)

เพิ่มท็อปปิ้ง (+ไข่ปลาสีส้ม หรือสาหร่าย) เพิ่ม 5 บาท

4.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย (เลือกได้มากกว่า 1 ช่อง)

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

4.3 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product)

การสร้างและคุณภาพของวัตถุดิบ

เห็ดอ่อนนิจิ ตลาดบางกะปิ

ซอสเทอริยากิ, น้ำมันงา, jaxaw, ผงหมาล่า, ผงสไปซี่, สาหร่าย, ไข่ปลาสีส้ม เม็ดโคโร

กระบวนการและขั้นตอนการผลิต

1. เตรียมอุปกรณ์และวัตถุดิบ
2. ล้างและหั่นเห็ดอ่อนนิจิเป็นชิ้นพอดีคำ
3. นำเห็ดย่างพร้อมน้ำมันงา ซอสเทอริยากิและครีองปรุง (ผงหมาล่า/ผงสไปซี่)
4. โรยjaxawเพิ่มความหอม
5. ตักใส่ถ้วย 80 กรัมต่อถ้วย
6. เพิ่มท็อปปิ้งตามความต้องการของลูกค้า (ไข่ปลาสีส้มหรือสาหร่าย)
7. พร้อมเสิร์ฟ/จำหน่าย

การบรรจุภัณฑ์

ถ้วยพลาสติกใส 5 ออนซ์ ราคา 35 บาท/50 ถ้วย

สะดวก ทนความร้อน และดูน่ารับประทาน

กลยุทธ์การตั้งราคา (Price)

ต้นทุนเฉลี่ยต่อถ้วยประมาณ 13–15 บาท

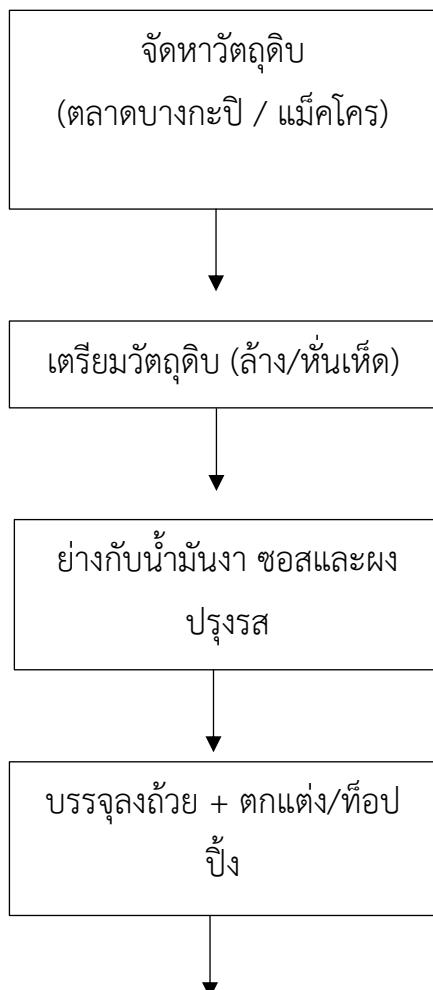
ราคาขาย 25 บาท/ถ้วย
เพิ่มท็อปปิ้งคิดเงินเพิ่ม 5 บาท
กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
หน้าร้าน : วิทยาลัยพนิชยการอินทราซี

5. แผนการผลิต (Production Plan)

5.1 กระบวนการผลิต/การให้บริการ

1. เตรียมและล้างเห็ดออรินจิ
2. หั่นเป็นชิ้นพอตีคำ
3. ย่างกับน้ำมันงาและซอสเทอริยากิ
4. เติมผงปรุงรส (หมาล่า, สไปซี่)
5. แบ่งใส่ถ้วย (80 กรัม/ถ้วย)
6. โรยงาขาว/ใส่ท็อปปิ้ง
7. พร้อมจำหน่าย

5.2 แผนผังกระบวนการผลิต / การให้บริการ



พร้อมจำหน่าย

5.3 แหล่งวัตถุดิบ

เห็ดออรินจิ	ตลาดบางกะปิ
ซอสเทอริยากิ	แม็คโคร
น้ำมันงา	แม็คโคร
ชาขาว	แม็คโคร
ผงหมาล่า	แม็คโคร
ผงสไปซี่	แม็คโคร
สาหร่าย	แม็คโคร
ไข่ปลาสีส้ม	แม็คโคร

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 แจกซิมฟรี / 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 ต่อสังคมล้อม

ใช้บรรจุภัณฑ์ที่สะอาด และจัดการเศษอาหาร/ขยะอย่างเหมาะสม