



ธุรกิจจำลอง “เห็ดกรอบสมุนไพร”

เสนอ

ผศ.ดร.นลินทิพย์ พิมพ์กัลด์

โดย

- | | | | |
|-----------------|------------|--------------|--------------|
| 1.นางสาวศิรินาถ | สุวรรณทา | รหัสนักศึกษา | 590112356093 |
| 2.นายปิยวัฒน์ | จำปา | รหัสนักศึกษา | 590112356104 |
| 3.นางสาวขวัญฤดี | พิมพ์กลาง | รหัสนักศึกษา | 590112356114 |
| 4.นางสาวลัดดา | อ่อนฉลวย | รหัสนักศึกษา | 5901123561 |
| 5.นางสาวสุชัญญา | รินทร์อำภา | รหัสนักศึกษา | 590112356144 |
| 6.นางสาวสุภาวดี | ยี่รัมย์ | รหัสนักศึกษา | 590112356154 |

คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการ ปี 4

รายงานเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาธุรกิจจำลอง

สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562



ชื่อธุรกิจ : เห็ดกรอบสมุนไพร

ที่อยู่ : 48 หมู่ 3 บ้านสะยา ตำบลบัวทอง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000

Tel. : 093-5585472

E-mail Address : Sirinard5472@gmail.com

คำนำ

รายงานเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาธุรกิจจำลองเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจของ “เห็ดกรอบสมุนไพร” มีเนื้อหาเกี่ยวกับบทสรุปผู้บริหารเตรียมการ แผนกลยุทธ์ แผนการปฏิบัติงาน การปฏิบัติการธุรกิจจำลอง และการประมวลผลความรู้ เป็นต้น อาจจะมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจไม่มากนักน้อยหากมีข้อผิดพลาดประการใดก็ขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

คณะผู้จัดทำ

สารบัญ

	เรื่อง	หน้า
	คำนำ.....	3
	สารบัญ.....	4
	สารบัญรูปภาพ.....	7
	สารบัญตาราง.....	8
	สารบัญแผนผัง.....	9
	สารบัญแผนภูมิ.....	10
1	บทสรุปผู้บริหาร.....	11
2	วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ.....	12
3	ความเป็นมาของธุรกิจ.....	13
	3.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ.....	13
	3.2 สรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของธุรกิจ.....	15
4	สินค้า.....	16
	4.1 รายละเอียดสินค้า.....	16
5	การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด.....	17
	5.1 สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด.....	17
	5.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด.....	18
	5.3 แนวโน้มทางการตลาด.....	19
	5.4 ตลาดเป้าหมาย.....	19
	5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า.....	19
	5.6 สภาพการแข่งขัน.....	19
	5.7 คู่แข่งขัน.....	20
	5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่งขัน.....	21
	5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis.....	22
	5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	22
	5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	23
6	แผนการบริหารจัดการ.....	24
	6.1 ข้อมูลธุรกิจ.....	24
	6.2 ราชานามคณะกรรมการดำเนินงาน.....	24

สารบัญ (ต่อ)

	6.3 ประวัติของคณะกรรมการดำเนินงาน.....	25
	6.4 แผนผังองค์กร.....	26
	6.5 วิสัยทัศน์.....	27
	6.6 พันธกิจ.....	27
	6.7 เป้าหมายทางธุรกิจ.....	27
	6.8 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ.....	27
	6.9 นโยบายการจ่ายเงินปันผล หรือเงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์.....	28
7	แผนการตลาด.....	29
	7.1 เป้าหมายทางการตลาด.....	29
	7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย.....	29
	7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด.....	29
	7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์.....	29
	7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา.....	31
	7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย.....	31
	7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด.....	31
	7.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด.....	31
8	แผนการผลิต.....	32
	8.1 รายละเอียดการผลิต.....	32
	8.2 วัสดุอุปกรณ์และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต.....	32
	8.3 ขั้นตอนการผลิต.....	33
	8.4 ต้นทุนการผลิต.....	36
9	แผนการขายสินค้า.....	38
	9.1 สถานที่ประกอบการในการขายสินค้า.....	38
	9.2 อุปกรณ์ เครื่องมือ ของตกแต่ง ในการขายสินค้า.....	38
	9.3 ข้อมูลการขายสินค้า.....	39
	9.4 ขั้นตอนการขายสินค้า.....	39
	9.5 แผนผังกระบวนการขายสินค้า.....	40

สารบัญ (ต่อ)

	เรื่อง	หน้า
10	แผนการเงิน.....	41
	10.1 ประมาณการในการลงทุน.....	41
	10.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน.....	41
	10.3 ประมาณการเป้าหมายและรายได้จากการขายสินค้า.....	41
	10.4 รายการทางบัญชี.....	43
	10.5 รายการทางการเงิน.....	53
	10.6 งบกำไรขาดทุน.....	54
	10.7 งบดุล.....	56
	10.8 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	56
11	แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	57
	ภาคผนวก.....	59
	ภาพประกอบการดำเนินงาน (รายสัปดาห์).....	60
	ผลการเรียนรู้โดยภาพรวม.....	64
	ผลการเรียนรู้รายบุคคล.....	-
	เอกสารรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติการธุรกิจจำลอง.....	-

สารบัญรูปภาพ

ลำดับ	ภาพที่	หน้า
1	รูปภาพของสินค้า.....	16
2	รูปสินค้ารสบาร์บีคิว.....	30
3	รูปสินค้ารสปาก้า.....	30
4	รูปสินค้ารสโนริสาหร่าย.....	30
5	รูปขั้นตอนการล้างและจิกเห็ด.....	33
6	รูปขั้นตอนการหั่นสมุนไพร.....	34
7	รูปขั้นตอนการทอด.....	34
8	รูปขั้นตอนการอบเห็ด.....	34
9	รูปขั้นตอนการปรุงรสชาติ.....	35
10	รูปขั้นตอนการบรรจุ.....	35
11	รูปสถานประกอบการขายสินค้า.....	38
12	แสดงรายการ Book bank สัปดาห์ที่ 2-4.....	53
13	แสดงรายการ Book bank สัปดาห์ที่ 5-6.....	53
14	แสดงงบกำไรขาดทุน 11 สัปดาห์.....	54
15	แสดง Gross Profit และ Net profit 11 สัปดาห์.....	55
16	แสดงรายการคำนวณงบดุล 11 สัปดาห์.....	56

สารบัญตาราง

ลำดับ	ตาราง	หน้าที่
1	สรุปผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ.....	15
2	รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง.....	21
3	การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	22
4	การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	23
5	ตารางรายนามคณะกรรมการดำเนินงาน.....	24
6	การคำนวณต้นทุนต่อชิ้น (ซอง).....	36
7	การคำนวณต้นทุนต่อชิ้น (แก้ว).....	37
8	อุปกรณ์เครื่องมือและของตกแต่งในการขายสินค้า.....	38
9	ตารางยอดขาย 11 สัปดาห์.....	39
10	ตารางประมาณการในการลงทุน.....	41
11	ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่ใช้ปัจจุบัน.....	41
12	การเปรียบเทียบยอดขายในแต่ละสัปดาห์.....	41
13	รายการบัญชีสัปดาห์ที่ 1.....	44
14	รายการบัญชีสัปดาห์ที่ 2.....	45
15	รายการบัญชีสัปดาห์ที่ 3.....	46
16	รายการบัญชีสัปดาห์ที่ 4.....	47
17	รายการบัญชีสัปดาห์ที่ 5.....	47
18	รายการบัญชีสัปดาห์ที่ 6.....	48
19	รายการบัญชีสัปดาห์ที่ 7.....	49
20	รายการบัญชีสัปดาห์ที่ 8.....	50
21	รายการบัญชีสัปดาห์ที่ 9.....	51
22	รายการบัญชีสัปดาห์ที่ 10.....	52
23	รายการบัญชีสัปดาห์ที่ 11.....	52
24	ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	56
25	ตารางแสดงแผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	58

สารบัญแนผนผ้ง

ล่ำด้บ	แนผนผ้ง	หน้่า
1	แนผนผ้งค้ร่งสร้่างการบรหการฐรคก้งเห้ดกรอบสมุ่่นไฟร.....	26
2	แนผนผ้งการขายสินค้่า.....	40

สารบัญแผนภูมิ

ลำดับ	แผนภูมิ	หน้า
1	แผนภูมิแสดงส่วนแบ่งทางการตลาด.....	18

1. บทสรุปผู้บริหาร

ธุรกิจเห็ดกรอบสมุนไพร เป็นการแปรรูปจากเห็ดนางฟ้ามาเป็นเห็ดทอดกรอบ โดยได้มีการสร้างความแตกต่างจากในท้องตลาดคือ การนำมาทอดร่วมกับสมุนไพรเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยทุกระบวนการผลิตเราจะเน้นในเรื่องความสะอาดให้คุณค่าทางโภชนาการ และเพื่อให้เป็นอาหารที่รับประทานแล้วไม่อ้วน ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้หลากหลายกลุ่ม โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายคือการขายหน้าร้าน และการขายทางออนไลน์ มีการบริการส่งถึงที่ ฝากขายตามร้านอาหารและร้านเครื่องดื่มต่าง ๆ เราได้คิดพัฒนาสินค้าโดยการเพิ่มรสชาติต่าง ๆ เพื่อความอร่อยของสินค้า เช่น รสปลาปึก้า บาร์บีคิว รสสาหร่าย รสออริจินัล และสามรส จึงทำให้เพิ่มมูลค่าของเห็ดทอดธรรมดาให้เป็นอาหารทานเล่นที่มีรสชาติอร่อยลงตัวทานแล้วไม่อ้วน การทำเห็ดกรอบสมุนไพร เป็นการต่อยอดจากชุมชน เป็นการยกระดับพัฒนาวัตถุดิบชุมชน ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและส่งเสริมรายได้ให้แก่เกษตรกร เห็ดและสมุนไพรที่ใช้เป็นวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติจึงมีรสชาติอร่อยสามารถทานได้เรื่อยๆ โดยที่ไม่ต้องกังวลเรื่องน้ำหนัก ทำให้สามารถดึงดูดลูกค้าที่นิยมทานอาหารเจ กลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ และกลุ่มลูกค้าอื่นๆ ได้

เมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคหันมาตระหนักถึงเรื่องสุขภาพมากขึ้นและนิยมทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยให้ความสำคัญในเรื่องรสชาติ และคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้นแต่มีการยึดติดกับตราสินค้าน้อยลง ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มคนรุ่นใหม่และคนวัยทำงาน และพิจารณาเลือกซื้อสินค้าโดยเปรียบเทียบความคุ้มค่ากับราคา ซึ่งการนำเห็ดมาแปรรูปก็เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้บริโภค รวมทั้งมุ่งเน้นกระจายสินค้าให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดใกล้เคียงและเน้นการให้ผู้บริโภคได้เห็นรายละเอียดจากการโพสต์ผ่านออนไลน์และทดลองชิมสินค้าเพื่อให้เกิดการซื้อเป็นหลัก โอกาสประกอบธุรกิจเห็ดกรอบสมุนไพรมีโอกาสในการตลาดที่ขยายได้อย่างรวดเร็วโดยอาศัยตลาดออนไลน์เป็นการเข้าถึงตัวผู้บริโภคได้ง่าย รวดเร็ว และประหยัดต้นทุนในการหาผู้บริโภค โดยใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ นำเสนอสินค้า การจัดกิจกรรมทางการตลาด การตรวจสอบการขยายเวลาในการจำหน่าย 24 ชั่วโมง และสามารถเติบโตในพื้นที่ที่มีอินเทอร์เน็ตอีกด้วย

ทีมผู้บริหารมีความตั้งใจในการก่อตั้งธุรกิจเห็ดกรอบสมุนไพร โดยมีการจัดการกระบวนการทำงานตามที่ได้มีการวางแผนในการลงมือปฏิบัติงานตามแผนที่กำหนด นำประสบการณ์การทำงานมาปรับปรุงในการทำงานครั้งต่อไป จึงทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น และทำให้ธุรกิจเห็ดกรอบสมุนไพรมีการเติบโตในตลาดออนไลน์มากขึ้นจากการดำเนินการที่ผ่านมามากกว่า 12 สัปดาห์ ทางกิจการได้มีการบันทึกบัญชีรายรับ-รายจ่ายอย่างถูกต้องและตรวจสอบได้ ซึ่งสามารถวัดผลการขายได้ดังนี้

1. ยอดขายจากการขายสินค้านำรวมทั้งสิ้น 29,640 บาท
2. กำไรขั้นต้นหลังจากหักต้นทุนในการผลิตได้ 12,901 บาท
3. กำไรสุทธิหลังจากหักต้นทุนในการขายและบริการได้ 12,301 บาท
4. อัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ย 43.53%
5. อัตรากำไรสุทธิเฉลี่ย 41.50%

2.วัตถุประสงค์ในการนำเสนอธุรกิจ

1. เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ให้นางฟ้าและสมุนไพรของเกษตรกร
2. เพื่อยืดอายุในการเก็บรักษาอาหารเนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้เพื่อการแปรรูปอาหารเป็นวัตถุดิบทางการเกษตร
3. เพื่อสร้างความแตกต่างให้เป็นที่พึงพอใจในท้องตลาด

3.ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มกิจการ

การก่อตั้งธุรกิจให้ครอบครัวสมุนไพรเป็นแนวคิดมาจากการศึกษารายวิชาธุรกิจจำลอง โดยมีกลุ่มนักศึกษาจำนวน 6 คน ประกอบด้วย 1.นางสาวศิรินาถ สุวรรณทา 2.นายปิยวัฒน์ จำปา 3.นางสาวขวัญฤดี พิมพ์กลาง 4.นางสาวลัดดา อ่อนฉนวน 5.นางสาวสุชัญญา รินทร์อำภา 6.นางสาวสุภาวดี ยีรัมย์ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ ปี 4 คณะวิทยาการจัดการ ทำการประกอบธุรกิจเพื่อศึกษาแผนธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

ธุรกิจให้ครอบครัวสมุนไพรเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่นำเห็ดนางฟ้าและสมุนไพรมาแปรรูป โดยนำวัตถุดิบมาจากท้องตลาดเห็ดนางฟ้าและสมุนไพรไม่สามารถเก็บไว้ได้เป็นเวลานานเพราะจะเกิดการเน่าเสียได้ นี่จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ปลูกเห็ดนางฟ้าและสมุนไพรเกิดความเสียหายและขาดรายได้บางส่วนจึงเป็นจุดเริ่มต้นในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ให้ครอบครัวสมุนไพรที่ใช้วัตถุดิบต่อจากชุมชน

ให้ครอบครัวสมุนไพรเริ่มประกอบกิจการเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2562 เป็นธุรกิจที่นำเห็ดนางฟ้าและสมุนไพรมาแปรรูปมีต้นแบบแนวคิดมาจากให้ครอบครัวแต่ปรับเปลี่ยนเพิ่มสมุนไพรและผงปรุงรสมีการปรับปรุงรสชาติให้มีความกลมกล่อม โดยให้ครอบครัวสมุนไพรจะมีการเพิ่มรสชาติให้มีรสปาก รสขารบิควรสนโนริสาหร่าย และให้ครอบครัวที่คิดค้นสูตรการปรุงขึ้นมาเองเพื่อเป็นการเพิ่มรสชาติและเพื่อสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคให้ครอบครัวสมุนไพรเริ่มแรกจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ และผลิตตามออเดอร์ที่ลูกค้าสั่งต่อมานำไปฝากขายตามร้านอาหารในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ซึ่งการฝากขายและเป็นการกระจายสินค้าเพื่อประชาสัมพันธ์ โดยการเตรียมสินค้าให้ผู้ประกอบการร้านค้าทดลองก่อนตัดสินใจรับฝากสินค้าและมีตัวสินค้าให้ทดลองสำหรับให้ลูกค้าชิมก่อนตัดสินใจซื้อให้ครอบครัวสมุนไพร

แนวคิดในการก่อตั้งกิจการ

แนวคิดในการประกอบธุรกิจให้ครอบครัวสมุนไพร เริ่มจากการอยากให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจึงได้เลือกวัตถุดิบใกล้ตัว เช่น เห็ดนางฟ้า ตะไคร้ ใบมะกรูด ใบเตย มาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยมีแนวคิดดังนี้

1. สินค้าที่ทำมาจากวัตถุดิบใกล้ตัวและยังไม่มีผู้ผลิตสินค้าจากตัววัตถุดิบนี้
2. สินค้ารูปแบบใหม่ สูตรใหม่ รสชาติใหม่ และสามารถแข่งขันกับสินค้าที่มีอยู่แล้วได้
3. วัตถุดิบที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย และมีราคาที่ถูกลูกค้าสามารถจับต้องได้

การเปลี่ยนแปลงของกิจการ

1. สภาพเศรษฐกิจ มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทางต้นทุนการผลิต ส่งผลให้ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น จึงต้องลดปริมาณวัตถุดิบบางส่วนในการผลิต

2. พฤติกรรมผู้บริโภค มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทางการรักษาลูกค้าเก่าให้กลับมาซื้อซ้ำ ผู้บริโภคนิยมสินค้าที่ใหม่ ส่งผลทำให้การหาลูกค้าใหม่เกิดขึ้น

3. เวลาในการประกอบกิจกรรมในการทำธุรกิจ สมาชิกในกลุ่มมีเวลาไม่ตรงกัน ส่งผลให้การทำกิจกรรมไม่ประสบความสำเร็จ หรือล่าช้า

4. คู่แข่งขัน มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ด้านการตลาดในการหาลูกค้าใหม่เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด

ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์เราคือเราได้นำเห็ดนางฟ้าและสมุนไพรซึ่งมีประโยชน์ต่อร่างกายมาเป็น ส่วนประกอบและมีกระบวนการผลิตที่สะอาดมีกระบวนการผลิตดังนี้

1. นำเห็ดนางฟ้ามาล้างออกและหั่นตะไคร้ ใบมะกรูด และ ใบเตย
2. เตรียมน้ำให้ร้อน และนำเห็ดนางฟ้าและสมุนไพรไปทอด
3. เมื่อเห็ดนางฟ้าและสมุนไพรสุกกรอบได้ที่แล้ว นำมาอบต่อ อีก 5 นาที
4. พักไว้ให้เย็น แล้วนำผงปรุงรสมาคลุกเคล้าให้เข้ากัน
5. นำเห็ดที่ได้มาใส่ในบรรจุภัณฑ์ที่เตรียมไว้ แล้วปิดฝาอย่างมิดชิด

ดังนั้นธุรกิจของกลุ่มเราเป็นธุรกิจขนาดย่อมมีอัตราการเจริญเติบโตขึ้นมาอย่างเรื่อยๆเมื่อถึง ระยะเวลาที่เราได้กำหนดก็คือ12 สัปดาห์และเราจะพัฒนาให้ครบสมุนไพรตามคำแนะนำของลูกค้าที่ซื้อ ให้ครบสมุนไพรจนทำให้ผลิตภัณฑ์มียอดขายเพิ่มขึ้นเรื่อยๆโดยที่เราจะใช้กลยุทธ์การเจาะกลุ่มลูกค้ากล ยุทธ์การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ทั้งหมดเพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ของเรา

ความสำเร็จ / อุปสรรคที่ผ่านมา

-ความสำเร็จ

1. มีการวางแผน การที่จะลงมือปฏิบัติต้องมีการวางแผน โดยการนัดประชุม พูดคุย เพื่อแสดงความคิดเห็นทุกคนในกลุ่ม แล้วสรุปประเด็นที่จะทำ
2. ค้นคว้าข้อมูล นำประเด็นที่สรุปได้มาหาข้อมูล จากสื่อต่าง ๆ เพื่อให้มีความเข้าใจในการทำธุรกิจมากขึ้นและทำให้โอกาสที่จะผิดพลาดในการประกอบธุรกิจลดน้อยลง
3. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนรอบข้าง สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพ่อค้าแม่ค้า รวมไปถึงร้านค้าหรือธุรกิจอื่น ๆ ซึ่งการสร้างสัมพันธ์อันดีส่งผลให้เกิดการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
4. เพิ่มสินค้าใหม่ ๆ มีการเพิ่มรสชาติของสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดความสนใจในการเลือกซื้อสินค้า และทำให้เกิดการพัฒนาขยายตัวสินค้า
5. ช่องทางการขาย ช่องทางแรก ปากต่อปาก ช่องทางที่สอง Facebook ช่องทางที่สามฝากตามร้านค้า ส่งผลให้มีการขายสินค้าได้มากขึ้น

-อุปสรรคที่ผ่านมา

1. สภาพอากาศอยู่ในหน้าฝนทำให้พ่อค้าในตลาดไม่มาขายสินค้า ส่งผลให้การผลิตล่าช้า
2. เศรษฐกิจในประเทศค่อนข้างแย่ทำให้ผู้คนใช้เงินเพียงแค่จำเป็นและลดการซื้อสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวน้อยลง ส่งผลให้ยอดขายน้อยลง
3. คุณภาพสินค้าคู่แข่งมีคุณภาพสูงกว่า ส่งผลทำให้เกิดการเปรียบเทียบของสินค้า และเลือกซื้อ

3.2 สรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของธุรกิจ

รายการ	รอบการดำเนินงาน (ระยะเวลา 5 สัปดาห์)	รอบการดำเนินงาน (ระยะเวลา 11 สัปดาห์)
ยอดรายได้	12,510	29,640
กำไรสุทธิ	7,365	12,301
สินทรัพย์รวม	11,172	18,301
หนี้สินรวม	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม	13,365	18,301

ตารางที่ 1 สรุปผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ

4.สินค้า

4.1 รายละเอียดสินค้า

ด้านผลิตภัณฑ์

เห็ดทอดสมุนไพรเป็นการนำเห็ดนางฟ้าในท้องตลาด มาแปรรูปเป็นเห็ดทอดที่มีส่วนผสมเป็นสมุนไพรพื้นบ้านอย่างเช่น ตะไคร้ ใบมะกรูด และใบเตย เน้นเรื่องไขมันต่ำ รวมทั้งยังให้ประโยชน์แก่ร่างกายมีวิตามินซีสูง และมีกรดอะมิโนสำคัญอยู่หลายชนิด หากรับประทานเป็นประจำจะช่วยเสริมภูมิคุ้มกันการติดเชื้อต่างๆ อีกทั้งยังช่วยลดความดันโลหิตและเร่งการสมานแผลช่วยกระตุ้นวงจรการทำงานของระบบภูมิคุ้มกันของร่างกาย เสริมและช่วยเพิ่มปริมาณและประสิทธิภาพของเซลล์คุ้มกันธรรมชาติ ให้ทำหน้าที่ทำลายเซลล์แปลกปลอมที่เข้ามาในร่างกาย รวมถึงพวกไวรัสและแบคทีเรีย นอกจากนี้ยังสามารถใช้เห็ดเป็นยาได้อีกด้วย ซึ่งสรรพคุณทางยาของเห็ดมีมากมาย เช่น ช่วยควบคุมการทำงานของอวัยวะสำคัญต่างๆ เช่น สมอง หัวใจ ปอด ตับ และระบบไหลเวียนของโลหิต เนื่องจากชาวจีนจัดเห็ดเป็นยาเย็น เพราะมีสรรพคุณช่วยลดไข้ เพิ่มพลังชีวิต ตับร้อนใน แก้ไข้ใน บำรุงร่างกาย ลดระดับน้ำตาล และคอเลสเตอรอลในหลอดเลือด ลดความดัน ขับปัสสาวะ ช่วยให้หายหงุดหงิด บำรุงเซลล์ประสาท รักษาอาการอัลไซเมอร์ และที่สำคัญคือ ช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตของเซลล์มะเร็ง

ด้านบรรจุภัณฑ์

เห็ดทอดสมุนไพรมีทั้งหมด 4 รสชาติ คือ รสปาก้า รสบาร์บีคิว รสโนริสาหร่าย และรสสามรส ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 2 ขนาด คือ

- แก้วขนาดเล็กปริมาณ 50 กรัมราคา 35บาท
- แก้วขนาดใหญ่ปริมาณ 70 กรัมราคา 45 บาท

ช่องทางการจัดจำหน่าย

- Social Media เช่น Facebook
- ร้านอาหารต่างๆ



ภาพที่ 1 รูปภาพของสินค้า

5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สภาวะอุตสาหกรรมและสภาวะตลาด

สภาวะอุตสาหกรรม

เศรษฐกิจในปัจจุบันนั้นค่อนข้างที่จะเกิดปัญหาทั้ง ราคาสินค้าที่ราคาสูงขึ้น วิกฤตทางการเงิน และยังมีภัยธรรมชาติต่าง ๆ ส่งผลให้ การลงทุนขายสินค้าในช่วงวิกฤติการแบบนี้มีความเสี่ยงที่จะเกิดการล้มละลายสูง และอยู่รอดในตลาดได้ยากหากมีเงินทุนในการลงทุนต่ำหรือไม่มีเงินทุนสำรองเลย

สภาวะตลาด

ในการวิเคราะห์สภาวะตลาดได้ใช้เครื่องมือแรงกดดัน 5 ประการ (Five Force Model) ซึ่งได้ผลดังนี้

1.สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม(Rivalry Among Established Firms)

ในปัจจุบันพบว่าผู้ผลิตขนมขบเคี้ยวทั้งรายใหญ่และรายย่อยมีอยู่จำนวนมากกว่า 200 รายซึ่งในจำนวนนี้ก็มีผู้ผลิตรายใหญ่ที่ครองส่วนแบ่งตลาดส่วนมากอยู่เพียงไม่กี่รายเท่านั้น อาทิเช่น บริษัท เบอร์ลี่ ยุคเกอร์ฟู้ดส์ ที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายขนมขบเคี้ยว, บริษัท เวจี เทลล์ จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหาร ผลไม้แปรรูป ผลไม้อบแห้ง และผลไม้ทอดกรอบ, ยูโรเบียนสแนคฟู้ดส์ เป็นผู้ผลิตขนมขบเคี้ยวและอาหารเข้าซีเรียล, เห็ดทอดนาโหนดฟู้ดส์ เป็นผู้ผลิตสินค้าแปรรูป รวมทั้งผักเพื่อสุขภาพมาซูปเบ็งทอด

เมื่อวิเคราะห์จากข้อมูลในเบื้องต้นแล้วสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวที่จะส่งผลกระทบต่อกิจการนั้นน้อยมาก เนื่องจากกิจการของกลุ่มฯนั้นจะเจาะกลุ่มตลาดขนาดเล็กตอบสนองความต้องการของผู้ที่อยากได้ผลิตภัณฑ์เห็ดทอดสมุนไพรที่มีความแตกต่างจากท้องตลาด จึงทำให้ผลิตภัณฑ์มีคู่แข่งไม่มาก

2.การเข้ามาของกลุ่มรายใหม่ (New Entrants)

จากการที่อุตสาหกรรมนี้มีลักษณะกระจาย (Fragmented) ซึ่งเกิดจากการที่ตลาดมีผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่เป็นจำนวนมากในการเข้ามาของกลุ่ม (Barrier to Entry) ค่อนข้างจะสูง เนื่องจากไม่ต้องใช้เงินทุนมาก และไม่ต้องมีเทคโนโลยีขั้นสูงในการเข้ามาประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมนี้ประกอบกับกระแสความนิยมขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพมีเพิ่มมากขึ้นในขณะนี้จึงเป็นเหตุให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาเรื่อยๆ ในธุรกิจนี้ ผลคือทำให้เกิดการแข่งขันค่อนข้างสูงและอาจจะต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆ มาช่วยในการแข่งขันอันเป็นเหตุให้ต้นทุนสูงขึ้น

3.สินค้าทดแทน (Substituted Product of Service)

ผลิตภัณฑ์ที่จัดเป็นสินค้าทดแทนของเห็ดทอดสมุนไพร ก็คือ ขนมขบเคี้ยวที่ทำมาจากผลไม้แปรรูปต่างๆที่สามารถรับประทานแทนกันได้และรักษาสุขภาพโดยในปัจจุบันสามารถจำแนกได้เป็นประเภท อาทิ เช่น ทูเรียนทอดกรอบ มันเส้นทอดกรอบเผือกทอดกรอบ ขนุนทอดกรอบ และเห็ดขบเบ็งทอด เป็นต้น โดยสินค้าเหล่านี้นอกจากจะมีกลุ่มเป้าหมายหลักเดียวกันกับทางกลุ่มฯ แล้วก็ยังมีคุณสมบัติที่เหมือนกันตรงที่เน้นเป็นขนมขบเคี้ยวทานเล่นดังนั้นจึงมีโอกาที่ผู้บริโภคจะหันเหไปบริโภคสินค้าเหล่านี้และในทางกลับกันผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มฯ ก็สามารถดึงผู้บริโภคเหล่านี้มาได้เช่นกันเนื่องจากเป็นสินค้าที่ผลิตจาก

วัตถุดิบพื้นบ้าน ราคาถูก อีกทั้งยังสามารถบริโภคได้บ่อยตามต้องการอีกด้วย ดังนั้นแรงกดดันจากสินค้าทดแทนสูง

4.อำนาจในการต่อรองของผู้จัดจำหน่าย (Bargaining Power of Supplier)

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเห็ดทอดสมุนไพร เป็นผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มฯ ปลูกเองส่วนหนึ่งและหาได้ง่ายในท้องถิ่น อีกทั้งมีผู้จำหน่ายวัตถุดิบเหล่านี้เป็นจำนวนมากจึงเป็นผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตเห็ดทอดสมุนไพรมีอำนาจในการต่อรองไม่ยาก ดังนั้นแรงกดดันจากอำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตต่ำ

5.อำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

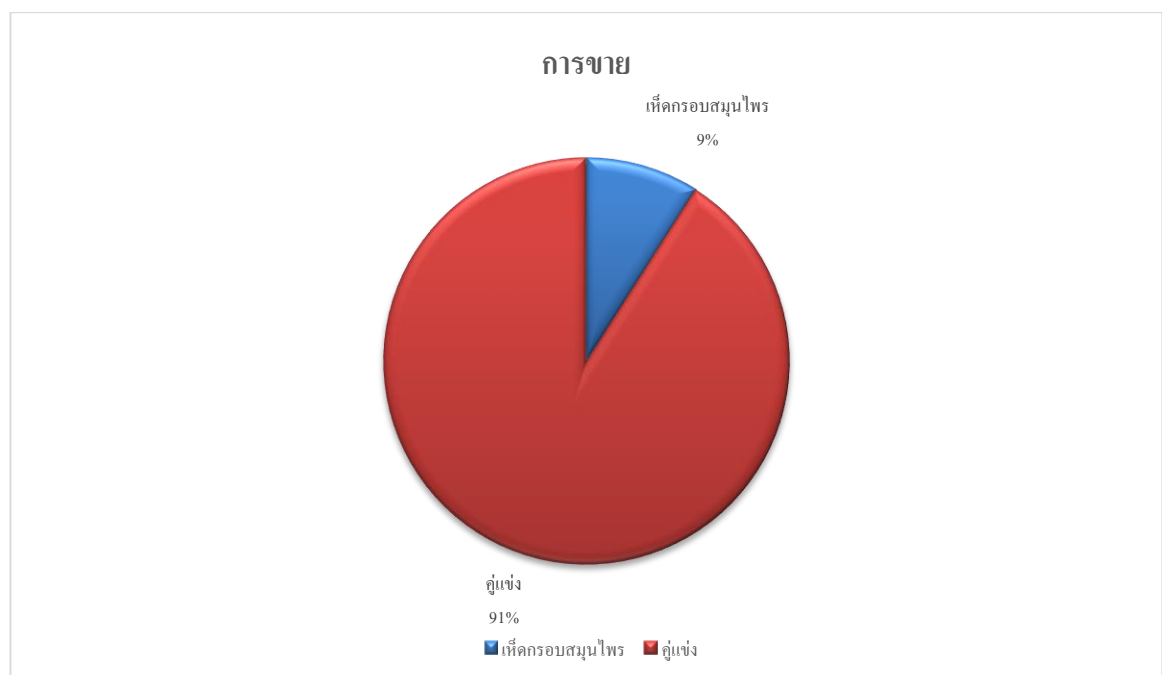
เนื่องจากตลาดขนมขบเคี้ยวมีผู้จำหน่ายอยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีสินค้าทดแทนอยู่อย่างหลากหลายให้ผู้ซื้อได้เลือก ในขณะที่เดียวกันผู้ผลิตและจำหน่ายเห็ดทอดสมุนไพรยังไม่สามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดมาสร้างความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ให้เกิดขึ้นกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพได้ สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาก็คือผู้ซื้อสามารถเลือกเปลี่ยนยี่ห้อได้ง่ายหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือลูกค้ามีต้นทุนในการเปลี่ยนตราสินค้า (Switching Cost) ที่ต่ำจึงส่งผลให้ผู้ซื้อมีอำนาจในการต่อรองสูงขึ้น

5.2 การแบ่งส่วนตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด

การแบ่งส่วนตลาด

กลุ่มลูกค้าคือ วัยเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน ที่รักสุขภาพ ในเครือข่ายตลาดออนไลน์และร้านค้าเฉพาะเจาะจง 3 ร้านคือ ร้านชาลาลา ร้านเหลืองหางขาว ร้านสวนคุณปู่ ประชากรประมาณ 9,387 คน คิดเป็นมูลค่าตลาดประมาณ 328,545 บาท

ส่วนแบ่งทางการตลาด



แผนภูมิที่ 1 แสดงส่วนแบ่งทางการตลาด

5.3 แนวโน้มทางการตลาด

สถานการณ์ของตลาดขนมขบเคี้ยวในประเทศไทยนั้นพบว่ามูลค่าของตลาดขนมขบเคี้ยวมีอัตราการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉลี่ยเติบโตปีละ 9.5%ซึ่งพบว่าการเติบโตของตลาดขนมขบเคี้ยวในระยะหลังๆเกิดจากการเข้ามาของขนมขบเคี้ยวทางเลือกใหม่ๆที่ผลิตโดยใช้วัตถุดิบหลักที่มาจากธรรมชาติ สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีกระแสของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพส่งผลให้ผู้บริโภค ระวังในการเลือกรับประทานขนมขบเคี้ยวมากขึ้น โดยผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยหันมาเลือกรับประทานขนมขบเคี้ยวที่มีแคลอรีน้อยและรสชาติอร่อยเพื่อให้คนได้ลิ้มรสความอร่อยในแบบที่รู้สึกดีต่อจิตใจและดีต่อสุขภาพ

5.4 ตลาดเป้าหมาย

ตลาดเป้าหมายแบบ B to B คือ

- 1) ตัวแทนจำหน่าย
- 2) ฝากขายในร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม และร้านค้าขายของฝาก

ตลาดเป้าหมายแบบ B to C คือ

- 1) จำหน่ายหน้าร้าน
- 2) จำหน่ายผ่านออนไลน์

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

- 1) กลุ่มวัยเด็ก วัยนักเรียน ที่ชื่นชอบอาหารขบเคี้ยว มีรสชาติที่แปลกใหม่ตามยุคสมัย
- 2) กลุ่มวัยรุ่น นักศึกษา ที่ชอบทานอาหารขบเคี้ยวในยามว่าง และทำกิจกรรมต่างๆ จนดึก และนำมาทานคู่กับเครื่องดื่มต่าง
- 3) กลุ่มวัยทำงาน พนักงาน โรงงาน ซึ่งมีอำนาจในการซื้อค่อนข้างมาก เนื่องจากมีรายได้ที่แน่นอน และมีพฤติกรรมการบริโภคที่เร่งด่วน ไม่มีเวลาในการทำกับข้าวหรือออกไปเลือกซื้อจึงมักตัดสินใจบริโภคอาหารจานเดียว เพราะสามารถทานร่วมกับข้าวได้เลย

5.6 สภาพของการแข่งขัน

ในปัจจุบันการแข่งขันของธุรกิจขนมขบเคี้ยวที่สูงมากเนื่องจากคนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญไปที่รสชาติโดยไม่สนใจในสุขภาพเท่าที่ควรแต่ก็มีกลุ่มลูกค้าไม่น้อยที่รักในสุขภาพและชื่นชอบการทานขนมขบเคี้ยวทำให้มีช่องว่างทางการตลาดให้กับธุรกิจนี้มีเพียงคู่แข่งไม่กี่รายในตลาดที่มีการทำธุรกิจที่คล้ายกัน โดยการแข่งขันยังคงน้อยเนื่องจากในตลาดยังไม่มีการทำที่ชัดเจนมากนักทำให้ไม่มีการแข่งขันที่รุนแรงมีเพียงการผลิตสินค้าจำหน่ายในวงแคบ

เห็นครอบครัวสมุนไพรเป็นธุรกิจที่ใช้เงินทุนไม่สูงมากและวัตถุดิบหาได้ง่ายมีราคาไม่สูงทำให้มีผู้ประกอบการหลายรายที่ทำธุรกิจนี้ซึ่งจากการสำรวจพบว่ามีผู้ประกอบการที่ได้ก่อตั้งธุรกิจและถอนตัวไปแล้วบ้างซึ่งทำให้เป็นปัจจัยที่ตลาดมีการแข่งขันลดลง

ในปัจจุบันตลาดเห็นครอบครัวสมุนไพรแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1. เห็นครอบครัวสมุนไพรที่ไม่มีตราสินค้าเป็นการจำหน่ายในแหล่งขายของฝากมีราคาไม่สูงมากและเก็บไว้ได้ไม่นานมีข้อได้เปรียบด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่เป็นแหล่งสินค้าและผู้บริโภคทราบว่ามีการจำหน่ายบริเวณนั้นๆ

2. เห็นครอบครัวสมุนไพรที่มีตราสินค้าเป็นสินค้าที่เกิดการจัดจำหน่ายของผู้ผลิตโดยตรงที่เปลี่ยนจากการขายส่งให้กับพ่อค้าแม่ค้าคนกลางมาจัดจำหน่ายเองบรรจุในกระปุกหรือถุงที่มีให้เห็นทั่วไปในตลาดและมีการติดตราสินค้า

5.7 การแข่งขัน

-คู่แข่งทางตรง: สินค้าสวนริมเข้าเห็นครอบครัวสมุนไพร

-คู่แข่งทางอ้อม: ขนมอบเกี่ยวประเภทอื่นๆเช่นข้าวเกรียบเลย์ เป็นต้น

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบคู่แข่งชั้น

การเปรียบเทียบ	ธุรกิจของเราเห็ดทอดกรอบสมุนไพร	คู่แข่งชั้นรายที่ 1 เห็ดสมุนไพรช่องเต๋น้อย	คู่แข่งชั้นรายที่ 2 Kira แบรินด์ขนุนทอด	คู่แข่งชั้นรายที่ 3 เห็ดทอดนาโหนดฟู้ดส์
ด้านสินค้า	สินค้าประเภทอาหารแปรรูปพร้อมทานผลิตจากเห็ดนางฟ้านำมาทอดกรอบมีรสชาติกลมกล่อม มีทั้งหมด 4 รสชาติ คือ รสโนริ รสห่าย รสพริก รสบาร์บีคิว และรสสามรส	สินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูปพร้อมทานเห็ดทอดสมุนไพร 3 รสชาติแล้ว คือ รสหมูย่างเมืองตรัง รสลาบ และรสต้มยำกุ้ง	เป็นสินค้าแปรรูปทำจากขนุนทอดกรอบมีหลากหลายรสชาติ บรรจุใส่กระปุก	เป็นสินค้าแปรรูปที่ทำมาจากเห็ดหูหนู เห็ดนางรม เห็ดฮังการี เห็ดนางฟ้า รวมถึงผักเพื่อสุขภาพ อย่างใบบัวบก แครอท นำมาชุบแป้งทอด และมีหลากหลายรสชาติ
ด้านราคา	จำหน่าย 2 ราคาหลักๆ คือ กระปุกเล็กปริมาณ 50 กรัม ราคา 35 บาท และ กระปุกใหญ่ปริมาณ 70 กรัม ราคา 45 บาท	จำหน่ายในราคาเดียวถูกลง 50 บาท	กระปุกขนาด 180 กรัม ราคา 65 บาท	จำหน่ายในช่องละ 40 บาท และ 20 บาท
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1. ฝากขายตามร้านอาหาร และร้านเครื่องดื่มต่างๆ 2. จำหน่ายหน้าร้าน 3. จำหน่ายทางเว็บไซต์	1. จำหน่ายผ่านศูนย์สินค้า OTOP 2. จำหน่ายร้านค้าทั่วไป 3. จำหน่ายทางเว็บไซต์	1. จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ 2. จำหน่ายผ่านตัวแทน	1. จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ 2. วางจำหน่ายในเซเว่น อีเลฟเว่น
ด้านส่งเสริมการตลาด	1. จำหน่ายผ่านออนไลน์โดยมีการโพสต์ขายบน Facebook , Line , IG 2. การประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก	1. จำหน่ายผ่านออนไลน์โดย มีการโพสต์ ขายผ่าน Facebook 2. ประชาสัมพันธ์ผ่านโครงการต่างๆ ของรัฐบาล	1. สร้างเนื้อหาในการขายเพื่อดึงดูดผู้บริโภค 2. มีการเพิ่มมูลค่าความหลากหลายให้สินค้า	1. จำหน่ายผ่านออนไลน์โดย มีการโพสต์ ขายผ่าน Facebook

ตารางที่ 2 รายละเอียดการเปรียบเทียบคู่แข่งชั้น

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยธุรกิจหรือSWOT ANALYSIS

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	<ul style="list-style-type: none"> - มีการวางแผนงานภายในกลุ่มอย่างมีระบบ - มีการแบ่งงานกันทำตามตารางที่กำหนดๆไว้ - สมาชิกมีความรับผิดชอบต่อน้ำที่ที่ได้รับมอบหมาย - สมาชิกทุกคนเรียนรู้และเข้าใจในงานที่ทำ 	<ul style="list-style-type: none"> - กำรบริหารเวลาในการทำงานของสมาชิกไม่ตรงกัน - กำหนดเวลาที่ใช้ในการผลิตยังไม่แน่นอน มีการคลาดเคลื่อนจากปัจจัยต่างๆ
ด้านการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> - มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลากหลายทางให้ลูกค้าเข้าถึงง่าย - มีการให้ส่วนลดสำหรับการซื้อขาย รวมถึงบริการส่งฟรีพื้นที่ต่างจังหวัด - ผลิตภัณฑ์เป็นอาหารขบเคี้ยวที่ทานแล้วไม่อ้วนมีรสชาติอร่อย - มีรสชาติหลากหลายให้เลือก - มีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดปลอดภัยในการบริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้ายังไม่ได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยา - เนื่องจากเป็นสินค้าใหม่ และยังไม่เป็นที่รู้จักมากพอในกลุ่มลูกค้า - ผลิตภัณฑ์เก็บไว้ได้ไม่นาน ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจในสินค้า
ด้านการบริการ	<ul style="list-style-type: none"> - มีการดูแลลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย - มีการปรับเปลี่ยน และรับทำรสชาติตามที่ลูกค้าต้องการ - มีการดูแลช่องทางการขายโดยตรงด้วยตัวเอง ทั้งทาง Facebook และ ร้านฝากขาย 	<ul style="list-style-type: none"> - มีหน้าร้านที่ยังไม่เป็นทางการ เป็นหน้าร้านชั่วคราวทำให้ไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า และลูกค้ามองว่าสินค้าอาจไม่มีคุณภาพ และไม่สะอาด
ด้านการเงิน	<ul style="list-style-type: none"> - มีแจกแจงรายละเอียดด้านการเงินจากผู้จัดทำบัญชีทุกสัปดาห์ - มีเงินทุนเพียงพอต่อการบริหารงาน - ไม่มีหนี้สินระยะยาวที่ผูกมัดกิจการ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีต้นทุนในการผลิตสินค้าไม่สูงมากทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าในปริมาณที่มากได้

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	- ผู้บริโภคในปัจจุบันสนใจในอาหารที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น	- ผู้บริโภคมีความต้องการที่แตกต่างกัน
สถานการณ์การแข่งขัน	- ผู้ประกอบการเห็นตลาดรอบยังมีน้อยราย	- คู่แข่งมีต้นทุนในการผลิตต่ำกว่าและการส่งสินค้าสูงกว่า - ผู้ประกอบการกิจการด้านอาหารสำเร็จรูปมีจำนวนมาก
สังคม	- ค่านิยมในการเลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์และดีต่อสุขภาพมีมากขึ้น - ค่านิยมของการเลือกทานอาหารเจกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน	- ค่านิยมในการเลือกทานอาหารที่คุ้นเคยยังมีมาก ทำให้การเปิดใจยอมรับสินค้าใหม่ๆเป็นไปได้ยาก
เทคโนโลยี	- เทคโนโลยีที่ทันสมัยในปัจจุบันทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายขึ้น	- เนื่องจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้โอกาสในการเลือกสินค้าอื่นๆของลูกค้ามีมากขึ้น
สภาพเศรษฐกิจ	- นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐทำให้ประชาชนท่องเที่ยวมากขึ้นส่งผลให้การซื้อขายมีมากขึ้น	- สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ทำให้กำลังซื้อของประชาชนลดลง
กลุ่มผู้จำหน่าย, เครือข่าย	- ได้รับความไว้วางใจจากกิจการผู้รับฝากขาย - ได้รับคำแนะนำจากผู้ประกอบการรายใหญ่ๆ ในเรื่องการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพในการผลิต	- เครือข่ายในการจัดซื้อวัตถุดิบยังมีน้อยราย จึงทำให้เสียเปรียบในการต่อรองราคา

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

6. แผนการบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	: เห็ดทอดสมุนไพรมะลิ
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ	: 24/98 ม.8 ต.อิสานอ.เมืองจ.บุรีรัมย์ 31000
รูปแบบการดำเนินการธุรกิจ	: ห้างหุ้นส่วน
ทุนดำเนินงาน	: 6,000 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	: 12 สัปดาห์

6.2 รายนามคณะกรรมการดำเนินงาน

ลำดับ	ชื่อ -นามสกุล	หน้าที่หลัก
1.	นายปิยวัฒน์ จำปา	ผลิตสินค้า, ขายสินค้า
2.	นางสาวศิรินาถ สุวรรณทา	ทำบัญชี, ผลิตสินค้า, ขายสินค้า
3.	นางสาวขวัญฤดี พิมพ์กลาง	ผลิตสินค้า, ขายสินค้า
4.	นางสาวลัดดา อ่อนฉลวย	ผลิตสินค้า, เช็ดสต็อกสินค้า, ขายสินค้า
5.	นางสาวสุชัญญา รินทร์อำภา	ซื้อวัตถุดิบ, ผลิตสินค้า, ขายสินค้า
6.	นางสาวสุภาวดี ยีรัมย์	ผลิตสินค้า, ขายสินค้า

ตารางที่ 5 รายนามคณะกรรมการดำเนินงาน

6.3 ประวัติของคณะกรรมการดำเนินงาน

1. นายปิยวัฒน์ จำปา อายุ 22 ปี

การศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	จากโรงเรียนสระบุรีวิทยาคม	ปีพ.ศ. 2555
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	จากโรงเรียนบุรีรัมย์พิทยาคม	ปีพ.ศ. 2558

2. นางสาวศิรินาถสุวรรณทา อายุ 21 ปี

การศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	จากโรงเรียนประชุม ชุมชนบ้านหายโศก	ปีพ.ศ. 2555
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	จากโรงเรียนพุทไธสง	ปีพ.ศ. 2558

3. นางสาวขวัญฤดี พิมพ์กลาง อายุ 22 ปี

การศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	จากโรงเรียนบ้านเมืองสิง	ปีพ.ศ. 2555
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	จากโรงเรียนเมืองสิงห์วิทยาคม	ปีพ.ศ. 2558

4. นางสาวลัดดา อ่อนฉนวน อายุ 22 ปี

การศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	จากโรงเรียนเทศบาล 2	พ.ศ. 2555
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	จากโรงเรียนรณรงค์บุรีวิทยาคม	ปีพ.ศ. 2558

5. นางสาวสุชัญญา รินทร์อำภา อายุ 22 ปี

การศึกษา

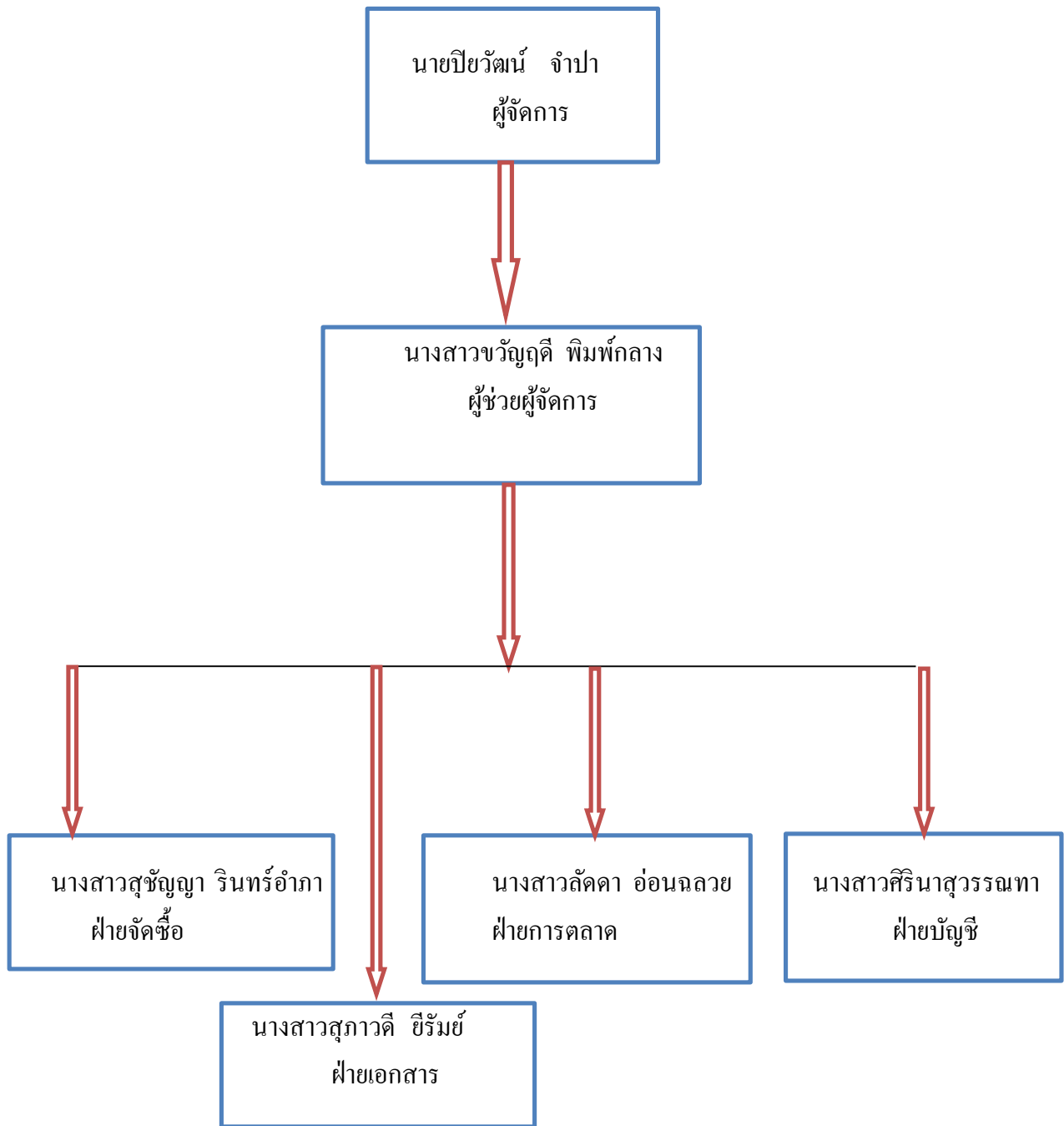
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	จากโรงเรียนบ้านหนองโดนประสาทวิทย์	ปีพ.ศ. 2555
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	จากโรงเรียนลำปลายมาศ	ปีพ.ศ. 2558

6. นางสาวสุภาวดี ยรัมย์ อายุ 24 ปี

การศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	จากโรงเรียนแคนดงพิทยาคม	ปีพ.ศ. 2553
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	จากโรงเรียนแคนดงพิทยาคม	ปีพ.ศ. 2555

6.4 แผนผังองค์กร



แผนผังที่ 1 แผนผังโครงสร้างการบริหารธุรกิจหัตถ์ทอดกรอบสมุนไพร

6.5 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำด้านการผลิตภัณฑ์เห็ดทอดสมุนไพรเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภคอีกทั้งยังส่งเสริมวงการสมุนไพรไทยให้ก้าวไกลไปในระดับสากลและยังเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนอีกด้วย

6.6 พันธกิจ

1. สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่และการบริการให้รวดเร็วทันใจ
2. มุ่งสร้างความแปลกใหม่ในรสชาติและรูปผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
3. เป็นผู้นำในการสร้างสรรค์เห็ดทอดสมุนไพรให้มีรูปแบบทันสมัยมีความสร้างสรรค์และเป็นที่ยอมรับของประเทศ

6.7 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น 1 ปีสร้างการรับรู้ให้ลูกค้ารู้จักสินค้าและแบรนด์ได้อย่างทั่วถึงมีการวางมาตรฐานตัวสินค้าให้ผู้บริโภคมั่นใจโดยการกระจายข้อมูลสร้างการรับรู้ผ่านทางสื่อonline และoffline

เป้าหมายระยะกลาง 1-5 ปีมีการทำการตลาดภายในประเทศให้มียอดขายเพิ่มขึ้น 30% ต่อปีโดยการกระจายสินค้าไปทั่วประเทศ

เป้าหมายระยะยาว 5-10 ปีมีการขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศโดยเริ่มจากประเทศในสมาคมอาเซียน

6.8 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. มีวิสัยทัศน์เป้าหมายและวางแผนที่ชัดเจนการที่เราจะเริ่มต้นทำธุรกิจเราต้องมีแผนธุรกิจและเป้าหมายที่ชัดเจนว่าธุรกิจจะเป็นไปแนวทางไหนใครเป็นลูกค้าเพื่อที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจให้เดินไปในทางที่ถูกต้อง
2. ใส่ใจที่จะเรียนรู้สิ่งต่างๆตลอดเวลา เพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มาและสามารถแก้ไขปัญหาที่เข้ามาได้ทันทั่วถึงและทำให้มีข้อผิดพลาดน้อยที่สุด
3. ไม่หยุดนิ่งที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้นเราต้องคำนึงถึงความใส่ใจที่จะเรียนรู้อยู่ตลอดเวลาเพื่อที่จะนำความรู้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นทั้งนี้รู้ได้จากข้อมูลผู้บริโภคและนำมาแก้ไขให้คุณภาพสินค้าดีขึ้น
4. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตใหม่และสดเสมอทุกครั้ง
5. รู้จักกลุ่มลูกค้าการทำธุรกิจที่ดีเราต้องรู้ว่ากลุ่มลูกค้าของเราคือใครกลุ่มไหนและที่สำคัญกว่านั้นก็คือการมองพวกเขาเป็น “เพื่อนสนิท” ที่รู้ใจเขาไปหมดเมื่อเขาเห็นสินค้าของเราแล้วเกิดความรู้สึกอยากได้รู้สึกว่ามันมีค่าสมควรแก่ราคาและเมื่อเขาถูกใจการซื้อซ้ำก็จะตามมาและธุรกิจของเราจะไปรอด

6.9 นโยบายการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

ในการพิจารณาการจ่ายเงินปันผลจะคำนึงถึงผู้ประกอบการและผู้ตอบแทนของผู้ถือหุ้นในระยะยาว และพิจารณาจากงบการเงินรวม ทั้งนี้การจ่ายเงินปันผลจะเป็นไปตามข้อตกลงของบริษัท ซึ่งสรุปสาระสำคัญ คือ เงินปันผลให้แบ่งตามจำนวนหุ้น หุ้นละเท่าๆกัน โดยการจ่ายเงินปันผลต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นถือหุ้นคณะกรรมการ อาจจ่ายเงินปันผลระหว่างการให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นครั้งคราว

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมายทางการตลาด

1. จับกลุ่มผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย ซึ่งมีอำนาจในการซื้อ
2. จับกลุ่มผู้บริโภคตามร้านกาแฟ/ร้านนั่งเล่น ในจังหวัดบุรีรัมย์
3. สร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้เกิดกับกลุ่มเป้าหมาย
4. สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภค
5. ขยายฐานกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มวัยรุ่นให้เพิ่มมากขึ้น
6. ขยายฐานร้านฝากขายสินค้า

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มวัยเด็ก
2. กลุ่มวัยรุ่น
3. กลุ่มวัยทำงาน
4. กลุ่มวัยผู้สูงอายุ
5. กลุ่มคนที่ชอบรับประทานเค้กนางฟ้า
6. กลุ่มคนที่ชอบรับประทานอาหารที่มีส่วนผสมของสมุนไพร

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เค้กกรอบสมุนไพรของเราใช้เค้กนางฟ้าที่มีคุณภาพสูงผ่านการคัดเลือกมาอย่างดี ซึ่งเค้กนางฟ้ามีสรรพคุณในเรื่องของหัวใจให้มีการเต้นที่ปกติ ทำให้น้ำในร่างกายมีความสมดุล และยังมีส่วนผสมของสมุนไพร อาทิเช่น ตะไคร้ ช่วยแก้อาการเบื่ออาหาร และขับเหงื่อ, ใบเตย ช่วยในการบำรุงประสาท, ใบมะกรูด ช่วยในเรื่องอาการจุกเสียดแน่นท้อง และแก้พิษไข้ และงาขาวช่วยในการปรับสมดุลของฮอร์โมน

เค้กทอดกรอบสมุนไพรมี 3 รสชาติ ได้แก่ รสบาร์บีคิว รสโนริสหาร่าย และรสปาก้า



รูปภาพที่ 2 รูปสินค้ารสขารบิคว



รูปภาพที่ 3 รูปสินค้ารสขารบิคว



รูปภาพที่ 4 รูปสินค้ารสขารบิคว

7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

1. กำหนดราคาที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันได้โดยจำหน่ายชนิด โดยมี 2 ขนาด คือ กระจุกเล็ก 35 บาทและ กระจุกใหญ่ 45 บาท
2. มีการสร้างกลยุทธ์ฟรีค่าส่งให้กับลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์จำนวนมาก

7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

1. เพิ่มการโฆษณา การจัดจำหน่ายผ่าน Facebook เพจ เพื่อห้เกิดรอบสมมุญไพรเนื่องจากสามารถติดต่อกลุ่มลูกค้าได้โดยตรง
2. นำผลิตภัณฑ์ไปแนะนำให้กับร้านอาหารต่างๆ และยังขยายฐานร้านฝากขายไปยังร้านกาแฟในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์เพื่อเป็นการกระจายร้านฝากขายให้ผลิตภัณฑ์นั้นจัดหาซื้อได้ง่ายมากขึ้น
3. แนะนำสินค้าผ่านลูกค้ารายเก่าโดยการโฆษณาผ่านปากต่อปาก

7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

- ลูกค้าที่เป็นขาประจำจะมีสินค้าพิเศษแจกให้ในช่วงเทศกาล
- ลูกค้าที่ส่งสินค้าในจำนวนครั้งละมากๆจะมีส่วนลดให้
- นำผลิตภัณฑ์ออกทดลองชิมให้ลูกค้าได้ทดลองชิม

7.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

- สร้างฐานลูกค้าใหม่ๆ โคนการ โพสต์ขายสินค้าfacebookพร้อมทั้งบอกถึงสรรพคุณของตัวสินค้าและมีภาพประกอบและขยายร้านฝากขายให้มีความหลากหลายและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น
- มีการติดกับร้านค้าต่างๆที่เหมาะสมกับการวางขายผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ

8.แผนการผลิต

8.1 รายละเอียดการผลิต

การผลิตสินค้ามีแนวคิดจากการทำอาหารสำเร็จรูปที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและต้องวัตถุดิบที่บ้านที่สามารถสรรหาได้ง่าย การได้รับแรงบันดาลใจจากเห็ดสวรรค์แต่เห็ดสวรรค์นั้นมีความหวานจากน้ำตาล ซึ่งไม่เป็นผลดีต่อร่างกาย จึงเกิดเป็นแนวคิดการทำเห็ดกรอบสมุนไพรขึ้นมา

1. การจัดหาวัตถุดิบในการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้เป็นเห็ดฟาคอกที่ไม่แก่จนเกินไปและสมุนไพรซึ่งสามารถนำมาแปรรูปให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดเนื่องเห็ดนางฟ้ามีกระบวนการในการทำให้เห็ดนางฟ้ากรอบเพื่อนำมาปรุงในขั้นตอนต่อไปได้ง่าย สามารถปรุงรสชาติตามที่ต้องการได้ง่ายมากขึ้นและยังคงสรรพคุณทางยาและการจัดวัตถุดิบหาได้ง่ายตามท้องตลาดทั่วไป ทางกิจการจึงได้ศึกษาข้อมูลของร้านขายส่งเห็ดนางฟ้าต่างๆ ที่ทางกิจการสามารถจัดหาซื้อได้ โดยศึกษาในด้านราคา ที่เหมาะสมจนไม่กระทบต่อราคาสินค้าผลิตภัณฑ์เห็ดกรอบสมุนไพรมากจนเกินไป ศึกษาทางด้านตัววัตถุดิบมีที่มาจากสถานที่ใดและคุณภาพเป็นอย่างไร ทั้งนี้ยังได้มีการศึกษาข้อมูลต่างๆ ในด้านเดียวกันในวัตถุดิบอื่นๆ ที่เป็นวัตถุดิบรอง เช่น ตะไคร้ ใบเตย ใบมะกรูด เป็นต้น

2. กระบวนการผลิต

เห็ดกรอบสมุนไพรเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าเสนอเห็ดและสมุนไพรที่มีสรรพคุณทางยานำเสนอขายในท้องตลาดด้วยการนำมาเห็ดมาถักและนำมาทอดแล้วนำมาปรุงรสชาติ โดยได้จัดทำ 3 รสชาติที่เป็นรสชาติพื้นฐานในด้านผลิต คือ รสโนริสสำหรับ รสปลาปึก รสปลาปึก โดยการผลิตนี้จะทำให้เห็ดที่มีสรรพคุณทางยาสามารถยื่นอายุการเก็บรักษาไว้ได้นานมากขึ้นอีกทั้งสามารถทานได้ง่ายขึ้นและยังเสริมรสชาติให้มีความกลมกล่อม

8.2 วัสดุอุปกรณ์และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัสดุ/อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำเห็ดกรอบสมุนไพร

1. กะละมัง
2. เขียง
3. มีด
4. ถาด
5. กระด้ง
6. กระทะ
8. ตะหลิว
9. กระชอน
10. ทัพพี
11. ชามผสม
12. บรรจุภัณฑ์

วัตถุดิบในการทำเห็ดกรอบสมุนไพร

1. เห็ดนางฟ้า
2. ตะไคร้
3. ใบเตย
4. ใบมะกูด
5. น้ำมันปล้ำม
6. ผงปรุงรส ได้แก่ รสโนริสาหร่าย รสป้าก้า และ รสบาบี้คิว
7. งาขาว

8.3 ขั้นตอนการผลิต

วิธีการทำเห็ดทอดกรอบสมุนไพร

1. นำเห็ดนางฟ้ามาล้างน้ำสะอาด และฉีกออกเป็นชิ้นเล็กๆ



รูปภาพที่ 5 ขั้นตอนการล้างและฉีกเห็ด

2. นำตะไคร้ ใบเตย และใบมะกูด มาล้างให้สะอาดและนำมาหั่นชิ้นๆ



รูปภาพที่ 6 ขั้นตอนการหั่นสมุนไพร

3. เตรียมน้ำให้ร้อน และนำเห็ดนางฟ้าและสมุนไพรไปทอด



รูปภาพที่ 7 ขั้นตอนการทอด

4. เมื่อเห็ดนางฟ้าและสมุนไพรสุกกรอบได้ที่แล้ว นำมาอบต่อ อีก 5 นาที



รูปภาพที่ 8 ขั้นตอนการอบแห้ง

5. พักไว้ให้เย็น แล้วนำผงปรุงรสมาคลุกเคล้าให้เข้ากัน



รูปภาพที่ 9 ขั้นตอนการปรุงรสชาติ

6. นำหีตที่ได้มาใส่ในบรรจุภัณฑ์ที่เตรียมไว้ แล้วปิดฝาอย่างมิดชิด



รูปภาพที่ 10 ขั้นตอนการบรรจุ

8.4 ต้นทุนการผลิต

การคำนวณต้นทุนต่อชิ้น (ของ)

เห็ดกรอบสมุนไพร

ลำดับ	รายการ	ต้นทุนต่อชิ้น
1	ถุงซีป	2.4
2	ผงสาหร่าย	0.83
3	ผงบาร์บีคิว	0.83
4	งาขาว	0.87
5	น้ำมัน	22
6	ตะไคร้	1.33
7	ใบมะกรูด	0.67
8	ใบเตย	0.67
9	เห็ดนางฟ้า	13.33

ตารางที่ 6 การคำนวณต้นทุนต่อชิ้น (ของ)

1.เห็ดทอดสมุนไพรรสออริจิ

ต้นทุนเฉลี่ย 21.47 บาทต่อ 50 กรัม

ราคาขาย 35 บาทต่อ 50 กรัม

กำไรต่อชิ้น 13.53 บาท

2.เห็ดทอดสมุนไพรรสโนริสาหร่ายและรสบาร์บีคิว

ต้นทุนเฉลี่ย 22.3 บาทต่อ 50 กรัม

ราคาขาย 35 บาทต่อ 50 กรัม

กำไรต่อชิ้น 12.7 บาท

การคำนวณต้นทุนต่อชิ้น(แก้ว)

เห็ดกรอบสมุนไพร

ลำดับ	รายการ	ต้นทุนต่อชิ้น
1	แก้ว	0.58
2	ฝา	1.67
3	ผงสาหร่าย	1.5
4	ผงบาร์บี	1.5
5	งาขาว	1.3
6	น้ำมัน	3.33
7	ตะไคร้	2
8	ใบมะกรูด	1
9	ใบเตย	1
10	เห็ดนางฟ้า	20

ตารางที่ 7 การคำนวณต้นทุนต่อชิ้น(แก้ว)

1.เห็ดทอดสมุนไพรรสออริจิ

ต้นทุนเฉลี่ย 30.85 บาทต่อ 70 กรัม

ราคาขาย 45 บาทต่อ 70 กรัม

กำไรต่อชิ้น 14.15 บาท

2.เห็ดทอดสมุนไพรรสโนริสาหร่ายและรสบาร์บีคิว

ต้นทุนเฉลี่ย 32.35 บาทต่อ 70 กรัม

ราคาขาย 45 บาทต่อ 70 กรัม

กำไรต่อชิ้น 12.65 บาท

9. แผนการขายสินค้า

9.1 สถานประกอบการในการขายสินค้า

สถานที่ประกอบการ (ร้านฝากขาย)

สถานที่ตั้ง : สวนคุณปู่ อำเภอเมืองบุรีรัมย์ 3100

รายละเอียด: แหล่งฝากขายสินค้า และทดลองการฝากขายมีการนำฝากขายโดยส่งสินค้าในทุกๆ สัปดาห์หากสินค้าในร้านฝากขายขายไม่หมดทางกิจการจะนำกลับมาเนื่องจากสินค้าที่อยู่เกิน 1 สัปดาห์ สินค้าจะเสื่อมคุณภาพ



รูปภาพที่ 11 สถานประกอบการในการขายสินค้า

9.2 อุปกรณ์เครื่องมือและของตกแต่งในการขายสินค้า

ลำดับ	รายการ	จำนวน	การใช้งาน	อายุ
1.	โทรศัพท์มือถือ	6	ใช้ในการรับออเดอร์และตอบข้อมูลลูกค้า	12 สัปดาห์
2.	โน้ตบุคและคอมพิวเตอร์	3	ใช้ในการบันทึกรายงานการทำงานต่างๆของธุรกิจ	12 สัปดาห์

ตารางที่ 8 อุปกรณ์เครื่องมือและของตกแต่งในการขายสินค้า

9.3 ข้อมูลการขายสินค้า

Intro ขายออนไลน์ออฟไลน์ แนะนำเบื้องต้น

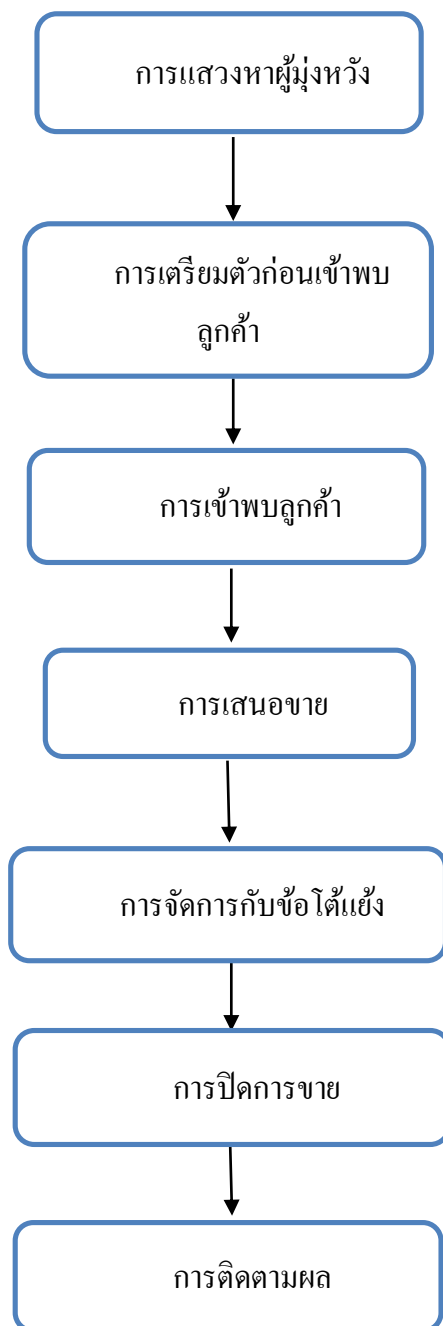
ลำดับที่	รายการ	ราคา (บาท)	ยอดรวม (บาท)
ลำดับที่1	ขายเห็ดกรอบสมุนไพร	2,685	2,685
ลำดับที่2	ขายเห็ดกรอบสมุนไพร	2,300	2,300
ลำดับที่3	ขายเห็ดกรอบสมุนไพร	1,035	1,035
ลำดับที่4	ขายเห็ดกรอบสมุนไพร	4,145	4,145
ลำดับที่5	ขายเห็ดกรอบสมุนไพร	2,345	2,345
ลำดับที่6	ขายเห็ดกรอบสมุนไพร	2,325	2,325
ลำดับที่7	ขายเห็ดกรอบสมุนไพร	3,680	3,680
ลำดับที่8	ขายเห็ดกรอบสมุนไพร	2,665	2,665
ลำดับที่9	ขายเห็ดกรอบสมุนไพร	2,105	2,105
ลำดับที่10	ขายเห็ดกรอบสมุนไพร	3,250	3,250
ลำดับที่11	ขายเห็ดกรอบสมุนไพร	3,105	3,105
รวม		29,640	29,640

ตารางที่ 9 อุปกรณ์เครื่องมือและของตกแต่งในการขายสินค้า

9.4 ขั้นตอนการขายสินค้า

1. การแสวงหาผู้มุ่งหวัง
2. การเตรียมตัวก่อนเข้าพอลูกค้า
3. การเข้าพบลูกค้า
4. การเสนอขาย
5. การจัดการกับข้อโต้แย้งหรือการขจัดข้อโต้แย้ง
6. การปิดการขาย
7. การติดตามผล และบริการหลังการขาย

9.5แผนผังกระบวนการขายสินค้า



แผนผังที่ 2 กระบวนการขายสินค้า

10. แผนการเงิน

10.1 ประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินร่วมลงทุน	เงินกู้	รวมมูลค่า
1	ทุนครั้งที่ 1	กลุ่ม ผู้ประกอบการ	6,000	-	6,000
รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น					6,000

ตารางที่ 10 ประมาณการในการลงทุน

10.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

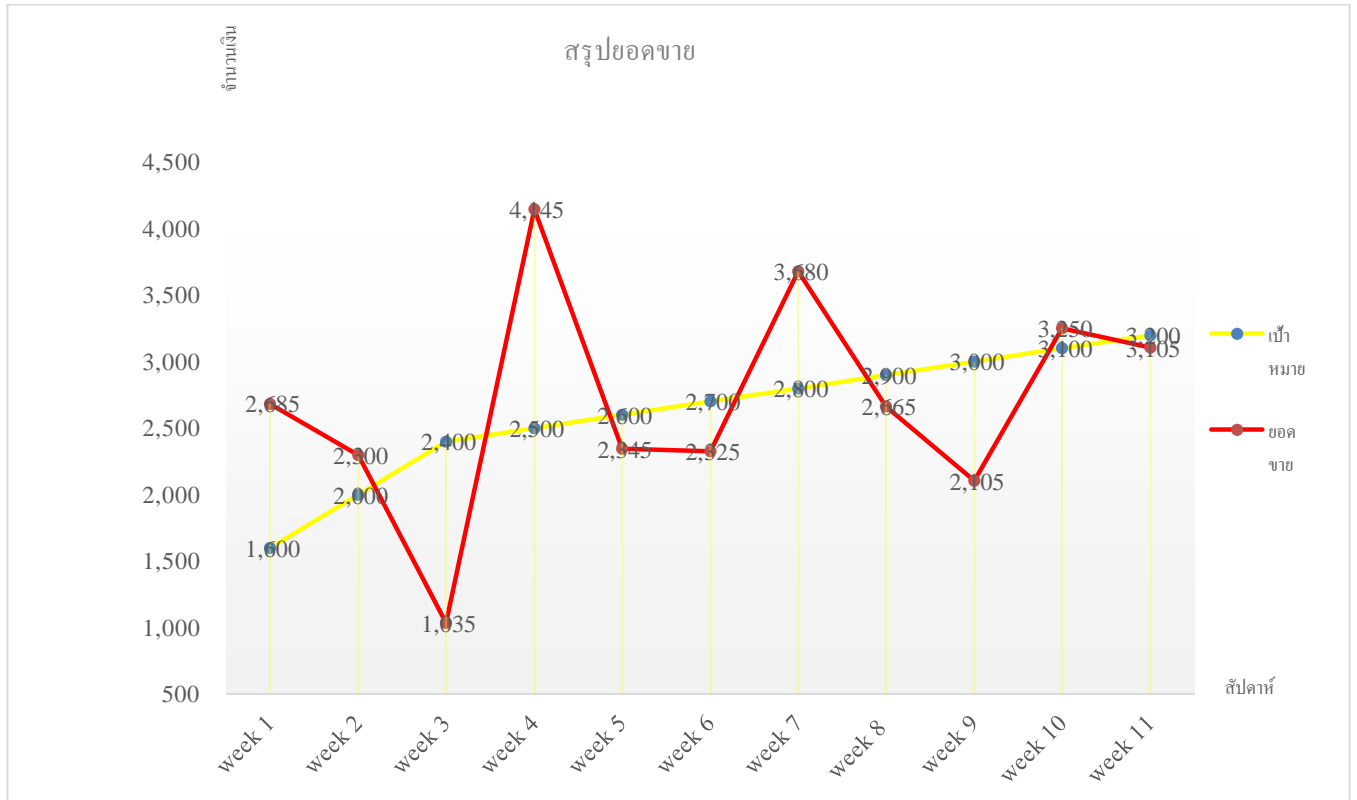
ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ	ภาวะผูกพัน
1	อุปกรณ์ / เครื่องใช้	อุปกรณ์ในการ ผลิต	315	-
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน			315	-

ตารางที่ 11 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

10.3 ประมาณการเป้าหมายและรายได้จากการขายสินค้า

	week 1	week 2	week 3	week 4	week 5	week 6	week 7	week 8	week 9	week 10	week 11	รวม
เป้าหมาย	1,600	2,000	2,400	2,500	2,600	2,700	2,800	2,900	3,000	3,100	3,200	28,800
ยอดขาย	2,685	2,300	1,035	4,145	2,345	2,325	3,680	2,665	2,105	3,250	3,105	29,640

ตารางที่ 12 เปรียบเทียบยอดขายในแต่ละสัปดาห์



กราฟที่ 1 กราฟยอดขายในแต่ละสัปดาห์

10.4รายการทางบัญชี

ว/ด/ป	รายการ	เลขที่บัญชี	เงินสดรับ-เงินสดจ่าย			เงินฝากธนาคาร		
			รับ	จ่าย	คงเหลือ	ฝาก	ถอน	คงเหลือ
17 มิ.ย. 62	-นำเงินสดมาลงทุน	301	6,000	-	6,000	-	-	
	-ซื้อกล่องใส	502	-	145	5,855	-	-	
	-ซื้อดาซังแบบเข็ม	104	-	290	5,565	-	-	
	-ซื้อถ้วยตวง	104	-	25	5,540	-	-	
	-ซื้อถุงซีป	502	-	120	5,420	-	-	
	-ซื้อน้ำมัน	501	-	66	5,354	-	-	
	-ซื้อผงโนริสาหร่าย	501	-	50	5,304	-	-	
	-ซื้อผงบาร์บีคิว	501	-	50	5,254	-	-	
18 มิ.ย. 62	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 2×100	501	-	200	5,054	-	-	
	-ซื้อตะไคร้	501	-	20	5,034	-	-	
	-ซื้อใบมะกรูด	501	-	10	5,024	-	-	
	-ซื้อใบเตย	501	-	10	5,014	-	-	
	-ซื้องาขาว	501	-	40	4,974	-	-	
	-ขายขนม	401	70	-	5,044	-	-	
19 มิ.ย.62	-ขายขนม	401	35	-	5,079	-	-	
20 มิ.ย.62	-ขายขนม	401	210	-	5,289	-	-	
	-ขายขนม	401	35	-	5,324	-	-	
22 มิ.ย. 62	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 10×100	501	-	1,000	4,324	-	-	
	-ซื้อเห็ดขอน 1×100	501	-	100	4,224	-	-	
	-ซื้อตะไคร้ 3×20	501	-	60	4,164	-	-	
	-ซื้อใบมะกรูด	501	-	20	4,144	-	-	
	-ซื้อผงบาร์บีคิว	501	-	95	4,049	-	-	

	-ซื้อผงโนริสาหร่าย	501	-	95	3,954	-	-	
	-ซื้องาขาว	501	-	55	3,899	-	-	
	-ซื้อใบเตย	501	-	20	3,879	-	-	
	-ซื้อซีอิ๊วขาว	501	-	25	3,854	-	-	
	-ซื้อน้ำมัน 2×83	501	-	166	3,688	-	-	
	-ซื้อแก้วใส	502	-	85	3,603	-	-	
	-ซื้อฝาโดม	502	-	30	3,573	-	-	
	-ซื้อเทปสี	502	-	25	3,548	-	-	
	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 5×90	501	-	450	3,098	-	-	
24 มิ.ย. 62	-ขายขนม	401	140	-	3,238	-	-	
	-ขายขนม	401	80	-	3,318	-	-	
	-ขายขนม	401	105	-	3,423	-	-	
	-ขายขนม	401	45	-	3,468	-	-	
	-จ่ายค่าโลโก้ 2×10	502	-	20	3,448	-	-	
25 มิ.ย. 62	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 5×100	501	-	500	2,948	-	-	
	-ซื้อตะไคร้ 1×20	501	-	20	2,928	-	-	
	-ซื้อใบมะกรูด	501	-	10	2,918	-	-	
	-ซื้อใบเตย	501	-	5	2,913	-	-	
	-ซื้อน้ำมัน	501	-	83	2,830	-	-	
	-ขายขนม	401	630	-	3,460	-	-	
	-ขายขนม	401	585	-	4,045	-	-	
	-ขายขนม	401	320	-	4,365	-	-	
26 มิ.ย.62	-ขายขนม	401	385	-	4,750	-	-	
	-ขายขนม	401	45	-	4,795	-	-	

ตารางที่ 13 รายการทางบัญชีลำดับค่าที่ 1

27 มิ.ย. 62	-นำเงินฝากธนาคาร	102	-	500	4,295	500	-	500
	-นำเงินฝากธนาคาร	102	-	1,990	2,305	1,990	-	2,490
	-นำเงินฝากธนาคาร	102	-	1,955	350	1,955	-	4,445
	-นำเงินฝากธนาคาร	102	-	35	315	35	-	4,480
	-นำเงินฝากธนาคาร	102	-	315	-	315	-	4,795
29 มิ.ย.62	-ขายขนม	401	175	-	175	-	-	
2 ก.ค. 62	-ขายขนม	401	-	-	-	80	-	4,875
	-ถอนเงินฝากธนาคาร	101	1,000		1,175	-	1,000	3,875
	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 5×100	501	-	500	675	-	-	
	-ซื้องาขาว	501	-	40	635	-	-	
	-ซื้อตะไคร้ 2×20	501	-	40	595	-	-	
	-ซื้อใบมะกรูด	501	-	10	585	-	-	
	-ซื้อใบเตย	501	-	10	575	-	-	
	-ซื้อน้ำมัน	501	-	83	492	-	-	
-ขายขนม	401	-	-		90	-	3,965	
3 ก.ค. 62	-ขายขนม	401	-	-		810	-	4,775
	-ขายขนม	401	-	-		450	-	5,225
	-ขายขนม	401	-	-		310	-	5,535
	-ขายขนม	401	-	-		385	-	5,920

ตารางที่ 14 รายการทางบัญชีลำดับที่ 2

4 ก.ค.62	-ขายขนม	401	45	-	537	-	-	
5 ก.ค. 62	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 5×90	501	-	450	87	-	-	
	-ซื้อตะไคร้	501	-	50	37	-	-	
	-ซื้องาขาว	501	-	30	7	-	-	
	-ซื้อใบเตย	501	-	10	3	-	-	
	-ซื้อใบมะกรูด	501	-	20	23	-	-	
	-ซื้อน้ำมัน	501	-	83	106	-	-	
	-ซื้อแก้วใส 2×40	502	-	80	186	-	-	

	-ซื้อฝาโดม 2×40	502	-	80	266	-	-	
	-ซื้อทอปสี่ 3×28	502	-	84	350	-	-	
	-ซื้อผงปาวิก้า	501	-	95	445	-	-	
	-จ่ายค่าโลโก้ 8×10	502	-	80	525	-	-	
	-ขายขนม	401	-	-		175	-	6,095
	-ขายขนม	401	-	-		180	-	6,275
	-ขายขนม	401	-	-		125	-	6,400
6 ก.ค. 62	-ขายขนม	401	-	-		195	-	6,595
9 ก.ค. 62	-ขายขนม	401	-	-		315	-	6,910

ตารางที่ 15 รายการทางบัญชีลำดับที่ 3

11 ก.ค. 62	-ขายขนม	401	-	-		220	-	7,130
12 ก.ค. 62	-ขายขนม	401	-	-		180	-	7,310
13 ก.ค. 62	-ขายขนม	401	780	-	255	-	-	
14 ก.ค. 62	-ถอนเงินฝากธนาคาร	101	1,000	-	1,255	-	1,000	6,310
	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 10×90	501	-	900	355	-	-	
	-ซื้อตะไคร้ 5×20	501	-	100	255	-	-	
	-ซื้อใบมะกรูด	501	-	20	235	-	-	
	-ซื้อใบเตย	501	-	20	215	-	-	
	-ซื้อแก้วใส 2×40	502	-	80	135	-	-	
	-ซื้อฝาโดม 2×40	502	-	80	55	-	-	
	-จ่ายค่าโลโก้ 6×10	502	-	60	5	-	-	
	-ถอนเงินฝากธนาคาร	101	200	-	195	-	200	6,110
	-ขายขนม	401	-	-		280	-	6,390
16 ก.ค. 62	-ขายขนม	401	780	-	975	-	-	
	-ขายขนม	401	-	-		210	-	6,600

17 ก.ค. 62	-ชายชนม	401	-	-		645	-	7,245
	-ชายชนม	401	-	-		1,050	-	8,295

ตารางที่ 16 รายการทางบัญชีลำดับค่าที่ 4

19 ก.ค. 62	-นำเงินฝากธนาคาร	102	-	200	775	200	-	8,495
	-ชายชนม	401	50	-	825	300	-	8,795
20 ก.ค. 62	-ถอนเงินฝากธนาคาร	101	1,000	-	1,825	-	1,000	7,795
	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 7×90	501	-	630	1,195	-	-	
	-ซื้อตะไคร้ 3×20	501	-	60	1,135	-	-	
	-ซื้อใบมะกรูด	501	-	10	1,125	-	-	
	-ซื้อใบเตย	501	-	10	1,115	-	-	
	-ซื้อผงบาร์บีคิว	501	-	95	1,020	-	-	
	-ชายชนม	401	-	-		45	-	7,840
	-ชายชนม	401	-	-			-	
21 ก.ค. 62	-ถอนเงินฝากธนาคาร	101	200	-	1,220	-	200	7,640
	-ชายชนม	401	105	-	1,325	-	-	
	-ชายชนม	401	195	-	1,520	-	-	
22 ก.ค. 62	-ชายชนม	401	70	-	1,590	-	-	
	-ชายชนม	401	225	-	1,815	-	-	
	-ชายชนม	401	105	-	1,920	-	-	
23 ก.ค. 62	-นำเงินฝากธนาคาร	102	-	200	1,720	200	-	7,840
	-ชายชนม	401	-	-		195	-	8,035
	-ชายชนม	401	-	-		380	-	8,415
	-ชายชนม	401	-	-		390	-	8,805
24 ก.ค. 62	-ชายชนม	401	-	-		285	-	9,090
	-นำเงินฝากธนาคาร	102	-	1,720	-	1,720	-	10,810

ตารางที่ 17 รายการทางบัญชีลำดับค่าที่ 5

25 ก.ค. 62	-ถอนเงินฝากธนาคาร	101	1,500	-	1,500	-	1,500	9,310
	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 10×90	501	-	900	600	-	-	
	-ซื้อตะไคร้	501	-	110	490	-	-	
	-ซื้อใบเตย	501	-	10	480	-	-	
	-ซื้อแก้วใส 2×40	502	-	80	400	-	-	
	-ซื้อฝาโดม 2×40	502	-	80	320	-	-	
	-ซื้อผงปายบีก้า	501	-	95	225	-	-	
	-ซื้อผงบาร์บีคิว	501	-	95	130	-	-	
	-ซื้อผงโนริสาหร่าย	501	-	95	35	-	-	
	-ซื้อน้ำมัน	501	-	79	44	-	-	
26 ก.ค. 62	-ถอนเงินฝากธนาคาร	101	600	-	556	-	600	8,710
	-จ่ายค่าถ่าน	502	-	300	256	-	-	
	-จ่ายค่าน้ำ,ค่าไฟ	502	-	200	56	-	-	
	-ขายขนม	401	35	-	91	-	-	
	-จ่ายค่าโลโก้ 6×10	502	-	60	31	-	-	
	-ขายขนม	401	35	-	66	-	-	
	-ขายขนม	401	225	-	291	-	-	
	-ขายขนม	401	105	-	396	-	-	
27 ก.ค. 62	-ขายขนม	401	280	-	676	-	-	
	-ขายขนม	401	195	-	871	-	-	
	-ขายขนม	401	265	-	1,136	-	-	
28 ก.ค. 62	-ขายขนม	401	195	-	1,331	-	-	
	-ขายขนม	401	285	-	1,616	-	-	
29 ก.ค. 62	-ขายขนม	401	-	-	-	70	-	8,780
31 ก.ค. 62	-ขายขนม	401	530	-	2,146	-	-	
	-ขายขนม	401	105	-	2,251	-	-	

ตารางที่ 18 รายการทางบัญชีสัปดาห์ที่ 6

2 ส.ค. 62	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 5×100	501	-	500	1,751	-	-	
	-ซื้อตะไคร้ 3×20	501	-	60	1,691	-	-	
	-ซื้อใบเตย	501	-	20	1,671	-	-	
	-ซื้อน้ำมัน 2×79	501	-	158	1,513	-	-	
	-ซื้อแก้วใส 2×45	502	-	90	1,423	-	-	
	-ซื้อฝาโดม 2×30	502	-	60	1,363	-	-	
	-จ่ายค่าโลโก้ 9×10	502	-	90	1,273	-	-	
	-ซื้องาขาว	501	-	15	1,258	-	-	
3 ส.ค. 62	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 10×90	501	-	900	358	-	-	
	-ซื้อตะไคร้ 5×20	501	-	100	258	-	-	
	-ซื้อแก้วใส 1×45	502	-	45	213	-	-	
	-ซื้อน้ำมัน 1×79	501	-	79	134	-	-	
	-ขายขนม	401	70	-	204	-	-	
4 ส.ค. 62	-ซื้อถุงพลาสติก	103	-	25	179	-	-	
	-ขายขนม	401	2,705	-	2,884	-	-	
	-ขายขนม	401	805	-	3,689	-	-	
5 ส.ค. 62	-ขายขนม	401	100	-	3,789	-	-	
6 ส.ค. 62	-นำเงินฝากธนาคาร	102	-	3,789	0	3,789	-	12,569

ตารางที่ 19 รายการทางบัญชีสัปดาห์ที่ 7

9 ส.ค. 62	-ถอนเงินฝากธนาคาร	101	1,000	-	1,000	-	1,000	11,569
	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 5×90	501	-	450	550	-	-	
	-ซื้อตะไคร้ 3×15	501	-	45	505	-	-	
	-ซื้อใบเตย	501	-	10	495	-	-	
	-ซื้อน้ำมัน	501	-	79	416	-	-	
	-ซื้องาขาว	501	-	20	396	-	-	
10 ส.ค. 62	-ขายขนม	401	-	-		105	-	11,674
	-ขายขนม	401	-	-		135	-	11,809
	-ขายขนม	401	-	-		105	-	11,914
	-ขายขนม	401	70	-	466	-	-	

11 ส.ค. 62	-ชายชนม	401	450	-	916	-	-	
	-ชายชนม	401	175	-	1,091	-	-	
	-ชายชนม	401	180	-	1,271	-	-	
12 ส.ค. 62	-ชายชนม	401	210	-	1,481	-	-	
	-ชายชนม	401	225	-	1,706	-	-	
13 ส.ค. 62	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 5×90	501	-	450	1,256	-	-	
	-ซื้อตะไคร้ 3×15	501	-	45	1,211	-	-	
	-ซื้อใบเตย	501	-	10	1,201	-	-	
	-ซื้องาขาว	501	-	20	1,181	-	-	
	-ชายชนม	401	175	-	1,356	-	-	
	-ชายชนม	401	90	-	1,446	-	-	
	-ชายชนม	401	45	-	1,491	-	-	
	-ชายชนม	401	350	-	1,841	-	-	
14 ส.ค. 62	-ชายชนม	401	135	-	1,976	-	-	
	-ชายชนม	401	-	-		180	-	12,094
	-ชายชนม	401	-	-		35	-	12,129

ตารางที่ 20 รายการทางบัญชีลำดับที่ 8

15 ส.ค. 62	-ชายชนม	401	175	-	2,151	-	-	
	-ชายชนม	401	45	-	2,196	-	-	
16 ส.ค. 62	-ชายชนม	401	90	-	2,286	-	-	
	-ชายชนม	401	35	-	2,321	-	-	
	-ชายชนม	401	35	-	2,356	-	-	
17 ส.ค. 62	-ชายชนม	401	105	-	2,461	-	-	
18 ส.ค. 62	-ชายชนม	401	-	-		70	-	12,199
	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 8×90	501	-	720	1,741	-	-	

19 ส.ค. 62	-ซื้อใบเตย	501	-	10	1,731	-	-	
	-ซื้อตะไคร้ 4×20	501	-	80	1,651	-	-	
	-ซื้อน้ำมัน	501	-	79	1,572	-	-	
	-ซื้องาขาว	501	-	20	1,552	-	-	
20 ส.ค. 62	-ขายขนม	401	1,150	-	2,702	-	-	
	-ขายขนม	401	105	-	2,807	-	-	
	-ถอนเงินฝากธนาคาร	101	2,000	-	4,807	-	2,000	10,199
	-นำเงินฝากธนาคาร	102	-	2,000	2,807	2,000	-	12,199
21 ส.ค. 62	-ขายขนม	401	295	-	3,102	-	-	
	-จ่ายค่าน้ำมันรถ	503	-	600	2,502	-	-	

ตารางที่ 21 รายการทางบัญชีลำดับค่าที่ 9

22 ส.ค. 62	-ขายขนม	401	135	-	2,637	-	-	
23 ส.ค. 62	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 5×70	501	-	350	2,287	-	-	
	-ซื้อใบเตย	501	-	10	2,277	-	-	
	-ซื้อตะไคร้ 3×20	501	-	60	2,217	-	-	
	-ซื้อแก้วใส 1×45	502	-	45	2,172	-	-	
	-ซื้อฝาโดม 1×30	502	-	30	2,142	-	-	
	-ซื้อผงปายบัก้า	501	-	95	2,047	-	-	
	-ซื้อน้ำมัน	501	-	79	1,968	-	-	
24 ส.ค. 62	-ขายขนม	401	1,050	-	3,018	-	-	
	-ขายขนม	401	90	-	3,108	-	-	
	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 10×70	501	-	700	2,408	-	-	
	-ซื้อใบเตย	501	-	10	2,398	-	-	
	-ซื้อตะไคร้ 5×20	501	-	100	2,298	-	-	

	-ซื้อแก้วใส 1×45	502	-	45	2,253	-	-	
	-ซื้อฝาโดม 1×30	502	-	30	2,223	-	-	
	-ซื้อผงบารบีคิว	501	-	95	2,128	-	-	
	-ซื้อผงโนริสาหร่าย	501	-	95	2,033	-	-	
	-ซื้อน้ำมัน 2×79	501	-	158	1,875	-	-	
25 ส.ค. 62	-ขายขนม	401	1,750	-	3,625	-	-	
27 ส.ค. 62	-ขายขนม	401	45	-	3,670	-	-	
	-ขายขนม	401	90	-	3,760	-	-	
	-ขายขนม	401	45	-	3,805	-	-	
	-ขายขนม	401	45	-	3,850	-	-	

ตารางที่ 22 รายการทางบัญชีลำดับที่ 10

29 ส.ค. 62	-ขายขนม	401	35	-	3,885	-	-	
1 ก.ย. 62	-นำเงินฝากธนาคาร	102	-	2,000	1,885	2,000	-	14,199
	-ซื้อเห็ดนางฟ้า 10×70	501	-	700	1,185	-	-	
	-ซื้อตะไคร้ 5×20	501	-	100	1,085	-	-	
	-ซื้อใบเตย	501	-	10	1,075	-	-	
	-ซื้อแก้วใส 2×45	502	-	90	985	-	-	
	-ซื้อฝาโดม 2×30	502	-	60	925	-	-	
	-ซื้องาขาว	501	-	15	910	-	-	
	-ซื้อน้ำมัน 2×79	501	-	158	752	-	-	
	-จ่ายค่าโลโก้ 6×10	502	-	60	692	-	-	
	-ขายขนม	401	2,800	-	3,492	-	-	
2 ก.ย. 62	-ขายขนม	401	100	-	3,592	-	-	
	-ขายขนม	401	100	-	3,692	-	-	
4 ก.ย. 62	-ขายขนม	401	70	-	3,762	-	-	
	-นำเงินฝากธนาคาร	102	-	3,762	0	3,762	-	17,961

ตารางที่ 23 รายการทางบัญชีลำดับที่ 11

10.5 รายการทางการเงิน

วัน เดือน ปี	รายการ	ถอนเงิน	ฝากเงิน	ยอดคงเหลือ	รหัสสาขา/ ช่องทาง	ผู้ทำรายการ	เวลาที่ทำการ / วันที่พิมพ์
27-06-2019	ยอดยกมา			0.00			
27-06-2019	เปิดบัญชี			0.00	0336	K0611386	180328
27-06-2019	ฝากเงินสด		500.00	500.00	0336	K0611386	180514
27-06-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		1,990.00	2,490.00	0900	IBA42002	183117
27-06-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		1,955.00	4,445.00	0900	IBA33002	212556
27-06-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		35.00	4,480.00	0900	IBA27002	222225
27-06-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		315.00	4,795.00	0900	IBA12002	233424
02-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		80.00	4,875.00	0900	IBA08011	154155
02-07-2019	ถอนเงินโดยการโอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก	1,000.00		3,875.00	1262	KMP26471	165029
02-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		90.00	3,965.00	0900	IBA02011	200332
03-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		810.00	4,775.00	0900	IBA07011	070857
03-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		450.00	5,225.00	0900	IBA17002	071206
03-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		310.00	5,535.00	1262	KMP25496	075712
03-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		385.00	5,920.00	1262	KMP25739	134647
05-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		175.00	6,095.00	0900	IBA30002	190851
05-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		180.00	6,275.00	0900	IBA39002	191005
05-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		125.00	6,400.00	0900	IBA01011	191401
06-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		195.00	6,595.00	0900	IBA00011	095550
09-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		315.00	6,910.00	0900	IBA45002	123200
11-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		220.00	7,130.00	1262	KMP21894	115849
12-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		180.00	7,310.00	0900	ATMB3768	150555
14-07-2019	ถอนเงินโดยการโอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก	1,000.00		6,310.00	1262	KMP20973	140601
15-07-2019	ถอนเงินโดยการโอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก	200.00		6,110.00	1262	KMP24258	143053
15-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		280.00	6,390.00	0900	IBA01002	175354
17-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		210.00	6,600.00	0900	IBA02011	073746
17-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		645.00	7,245.00	0900	IBA06011	092844
17-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		1,050.00	8,295.00	0900	IBA09011	143408
19-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		500.00	8,795.00	1262	KMP25826	200250
20-07-2019	ถอนเงินโดยการโอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก	1,000.00		7,795.00	1262	KMP22885	134828

รูปภาพที่ 12 แสดงรายการ Book bank สัปดาห์ที่ 2-4

วัน เดือน ปี	รายการ	ถอนเงิน	ฝากเงิน	ยอดคงเหลือ	รหัสสาขา/ ช่องทาง	ผู้ทำรายการ	เวลาที่ทำการ / วันที่พิมพ์
20-07-2019	ยอดยกมา			7,795.00			
20-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		45.00	7,840.00	0900	IBA11006	161705
21-07-2019	ถอนเงินโดยการโอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก	200.00		7,640.00	1262	KMP23150	140909
23-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		200.00	7,840.00	0900	IBA41002	212835
23-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		195.00	8,035.00	0900	IBA03002	214020
23-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		380.00	8,415.00	0900	IBA16002	214103
23-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		390.00	8,805.00	0900	IBA03011	214408
24-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		285.00	9,090.00	0900	IBA14002	104551
24-07-2019	ฝากเงินสด ไม่มีสมุดคู่ฝาก		1,720.00	10,810.00	0336	K0666284	122657
25-07-2019	ถอนเงินโดยการโอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก	1,500.00		9,310.00	1262	KMP21093	085540
26-07-2019	ถอนเงินโดยการโอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก	600.00		8,710.00	1262	KMP27134	213116
29-07-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		70.00	8,780.00	0900	IBA07011	221910
06-08-2019	ฝากเงินสด ไม่มีสมุดคู่ฝาก		3,789.00	12,569.00	0336	K0537409	165231
09-08-2019	ถอนเงินโดยการโอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก	1,000.00		11,569.00	1262	KMP26491	205512
10-08-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		105.00	11,674.00	0900	IBA10002	131149
10-08-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		135.00	11,809.00	0900	IBA02011	192449
10-08-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		105.00	11,914.00	0900	IBA03011	192709
14-08-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		180.00	12,094.00	0900	ATMB2665	163841
14-08-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		35.00	12,129.00	0900	IBA34006	211900
18-08-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		70.00	12,199.00	0900	IBA02011	124808
20-08-2019	ถอนเงินโดยการโอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก	2,000.00		10,199.00	1262	KMP26671	160737
20-08-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		2,000.00	12,199.00	0900	IBA38002	210830
01-09-2019	ฝากด้วยเช็คธนาคาร/โอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก		2,000.00	14,199.00	0900	IBA07011	135104
04-09-2019	ฝากเงินสด		3,762.00	17,961.00	0336	K0735100	185514
05-09-2019	ถอนเงินโดยการโอน ไม่มีสมุดคู่ฝาก	2,480.00		15,481.00	1262	KMP21703	144434

รูปภาพที่ 13 แสดงรายการ Book bank สัปดาห์ที่ 5-6

10.6 งบกำไรขาดทุน

เห็ดทอดสมุนไพร งบกำไรขาดทุน 17 มิถุนายน – 4 กันยายน 2562			
ขาย			29,640
หัก	ต้นทุนขาย (DM+DL+OH)		
	เห็ดนางฟ้า,เห็ด		
วัตถุดิบ	ขอน	10,400	
	ใบเตย	175	
	ใบมะกรูด	100	
	ตะไคร้	1,050	
	ซีอิ้วขาว	25	
	งาขาว	255	
	ผงโนริสาหร่าย	335	
	ผงบาร์บีคิว	430	
	ผงปาบิก้า	285	
	น้ำมัน	1,350	14,405
	ค่าใช้จ่ายในการผลิต		
	ค่าถ่าน	300	
	ค่าน้ำ,ค่าไฟ	200	
	ค่าเทปสี	109	
	ค่าโลโก้	370	
	ถุงซีป	120	
	แก้วใส	785	
	ฝาโดม	450	2,334
	กำไรขั้นต้น		16,739
	หักค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ		12,901
	กำไรสุทธิ		600
			12,301

รูปภาพที่ 14 แสดงงบกำไรขาดทุน 11 สัปดาห์

2. Gross Profit / Net Profit

Gross Profit	อัตรากำไรขั้นต้น = $\frac{\text{กำไรขั้นต้น}}{\text{ยอดขาย} \times 100\%}$
	$= \frac{12,901}{29,640 \times 100\%}$
	อัตรากำไรขั้นต้น = 43.53%
Net Profit	อัตรากำไรสุทธิ = $\frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ยอดขาย} \times 100\%}$
	$= \frac{12,301}{29,640 \times 100\%}$
	อัตรากำไรสุทธิ = 41.50%

รูปภาพที่ 15 แสดงการคำนวณ Gross Profit และ Net Profit 11 สัปดาห์

10.7 งบดุล

เห็ดทอดสมุนไพรมง งบแสดงฐานะทางการเงิน ณ วันที่ 4 กันยายน 2562			
สินทรัพย์	สินทรัพย์ หมุนเวียน		
	เงินสด		0
	เงินฝากธนาคาร	17,961	
	วัสดุสิ้นเปลือง	25	
	รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		17,986
	สินทรัพย์ไม่ หมุนเวียน		
	อุปกรณ์	315	
	รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		315
	รวมสินทรัพย์		18,301
หนี้สิน ส่วนของผู้ถือหุ้น			0
			0
	ทุน-เห็ดทอด สมุนไพรมง	6,000	
	บวกกำไรสุทธิ	12,301	
	รวมส่วนของผู้ ถือหุ้น		18,301
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		18,301	

รูปภาพที่ 16 แสดงรายการคำนวณงบดุล 11 สัปดาห์

10.8 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการวิเคราะห์	
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	67.21%
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	43.53%
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	41.50%

ตารางที่ 24 แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

11. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	สินค้าที่ไม่สามารถทำยอดขายได้ตามที่ตั้งเป้าไว้ยอดขายมีจำนวนน้อยกว่าที่คาดไว้มาก คือต่ำกว่าร้อยละ 15 ในระยะเวลา 6 เดือน	ทำให้ยอดขายลดลง ส่งผลทำให้ต้องลดการผลิต ลดแรงงาน พนักงาน วัตถุดิบที่สต็อกไว้หมดอายุ เสียหาย ก้ำกัมนให้สินค้าลดลง	<p>1.พิจารณา ดูว่าสินค้าที่ผลิตออกมาสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ หากสินค้าที่ผลิตไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคก็ควรทำการปรับปรุง ผลิตภัณฑ์ใหม่</p> <p>2.พิจารณาช่องทางในการจัดจำหน่ายว่าสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ เพื่อใช้ปรับเปลี่ยนช่องทางการจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งหาช่องทางจำหน่ายใหม่ๆ</p> <p>3.ปรับส่วนผสมทางการตลาดโดยพิจารณาแนวทางในการวางแผนดังนี้</p> <p>3.1ด้านผลิตภัณฑ์ : วิจัยผลิตภัณฑ์เพื่อหาสาเหตุและนำผลที่ได้มาปรับปรุง</p> <p>3.2ด้านราคา : ตั้งราคา</p>

			<p>เดิมแต่อาจปรับด้วยการเพิ่มปริมาณ</p> <p>3.3ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย : วิเคราะห์ยอดขายในแต่ละช่องทาง ว่าช่องทางใดที่</p> <p>มียอดขายน้อยและหาสาเหตุจากนั้นนำมาพิจารณาหาช่องทางใหม่</p> <p>3.4ด้านการส่งเสริมการตลาด</p> <p>เพิ่มรายการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น เพื่อจูงใจให้</p> <p>เกิดการทดลองซื้อ</p>
2	คู่แข่งมีการส่งเสริมการตลาดกันอย่างรุนแรง		<p>1.เพิ่มการส่งเสริมการขาย ด้วยการแจกตัวอย่างให้ทดลองสินค้า</p> <p>2.เพิ่มการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก</p>
3	คู่แข่งมีสินค้าลักษณะเดียวกับผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท		
4	ยอดขายของผลิตภัณฑ์สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้		

ตารางที่ 25 แสดงแผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ภาคผนวก

1. ภาพประกอบการดำเนินงาน (รายสัปดาห์)

สัปดาห์ที่ 1



สัปดาห์ที่ 2



สัปดาห์ที่ 3



สัปดาห์ที่ 4



สัปดาห์ที่ 5



สัปดาห์ที่ 6



สัปดาห์ที่ 7



สัปดาห์ที่ 8



สัปดาห์ที่ 9



สัปดาห์ที่10



สัปดาห์ที่11



ผลการเรียนรู้โดยภาพรวม

องค์ความรู้ที่ 1 ด้านกระบวนการผลิต

1.1 ประเด็นความรู้

- เตรียมวัตถุดิบโดยเน้นที่
 - รูปแบบ
 - มีรสชาติและรสสัมผัสที่ดี
 - ประหยัดเวลาในการทำ
 - ผลผลิตจากการแปรรูปมีคุณภาพที่น่าพึงพอใจ

1.2 ที่มาของความคิด

1.2.1 การวางแผน

- เริ่มจากการลองผิดลองถูกและศึกษาเพิ่มจาก Youtube

1.2.2 การดำเนินการ

- แปรรูปสินค้าโดยการนำไปทอดในอุณหภูมิที่เหมาะสม
- เพิ่มรสชาติให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย
- บรรจุสินค้าในบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม
- ตกแต่งบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์มากขึ้น

1.3 การเปรียบเทียบ

- การที่เราทอดเห็นชิ้นใหญ่เกินไปจะทำให้เห็นเหนียวและกรอบไม่นาน
- เห็นที่ตากแดดแล้วทอดจะอยู่ได้ไม่นานเท่าที่ควร
- บรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุงซิปล้นั้นรักษาความกรอบได้ดีแต่ความสวยงามนั้นไม่มากเท่าที่ควร
- การทอดต้องมีความชำนาญพอสมควรเพราะเห็นที่สุกดีแล้วจะดูยากและถ้าทิ้งไว้นานเกินไปจะไหม้และมีรสขม

1.4 การดำเนินการแก้ไข/ปรับปรุง

- ฉีกเห็นให้เป็นชิ้นเล็ก ๆ แล้วทอดเพื่อให้กรอบได้นานและสุกง่าย
- ทอดเห็นโดยไม่ต้องตากแต่ต้องทอดในอุณหภูมิที่เหมาะสม
- เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เป็นแบบที่สวยงามมากขึ้นและยังคงสามารถรักษาความกรอบได้
- แบ่งหน้าที่ให้คนที่มีความชำนาญมากที่สุดเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพสูงสุดทุกครั้งที่การผลิต

องค์ความรู้ที่ 2 ด้านต้นทุนการผลิต

2.1 ประเด็นความรู้

- เลือกวัตถุดิบที่มีราคาถูกและมีคุณภาพที่น่าพึงพอใจจาก โดยการเปรียบเทียบสินค้าจากผู้ขายปัจจัยการผลิตหลายราย
- เลือกบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาถูกและมีคุณสมบัติเหมาะสมกับสินค้าของเรา โดยการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและการลงพื้นที่

2.2 ที่มาของความคิด

2.2.1 การวางแผน

- หาแหล่งวัตถุดิบที่ถูกและง่ายต่อการซื้อ
- หาบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาถูกและตรงต่อความต้องการของเรา

2.2.2 การดำเนินการ

- ไปที่แหล่งผลิตสินค้าเพื่อจะได้ราคาสินค้าที่ถูกที่สุด
- ซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่มากแต่ไม่เกินความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้ได้ราคาที่ถูกลง
- ติดต่อผู้ขายและผู้กมิตร โดยการซื้อสินค้าจากผู้ขายเป็นประจำและได้ราคาที่ถูกลง

2.3 การเปรียบเทียบ

- วัตถุดิบจากผู้ผลิตที่ราคาถูกไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค
- บรรจุภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการของสินค้ามีราคาสูงมาก
- ออกเตอร์สินค้าแต่ละสัปดาห์ไม่เท่ากันทำให้ไม่รู้ว่าจะผลิตสินค้าเท่าไรดีเพราะหากผลิตมากเกินไปจะทำให้วัตถุดิบค้างสต็อกและคุณภาพต่ำลงจนขายไม่ได้

2.4 การดำเนินการแก้ไข/ปรับปรุง

- หาแหล่งวัตถุดิบสำรองเพื่อไว้ในกรณีที่ร้านค้าที่เราผู้กมิตรไว้มีปริมาณสินค้าไม่เพียงพอ
- ไม่แบ่งการซื้อบรรจุภัณฑ์แบบสัปดาห์ต่อสัปดาห์แต่ซื้อครั้งเดียวในปริมาณมาก โดยคำนวณจากเป้าหมายว่าต้องการขายสินค้าเท่าไร
- รับออเดอร์ล่วงหน้าและผลิตสินค้าโดยมีการอ้างอิงปริมาณการขายจากสัปดาห์ก่อน ๆ เพื่อจะได้ไม่ต้องมีสินค้าค้างสต็อก

องค์ความรู้ที่ 3 การบริหารเวลาในการผลิต

3.1 ประเด็นความรู้

- กำหนดและคาดคะเนเวลาในการผลิตสินค้าโดยอ้างอิงจากการผลิตครั้งที่ผ่านมา
- แบ่งหน้าที่เพื่อให้เกิดระบบและไม่สับสนเวลาผลิตสินค้า
- ผลิตสินค้าตามเวลาที่เหมาะสม เช่น รีบอเดอร์สินค้าล่วงหน้าและนัดส่งสินค้าวันศุกร์ในวันพุธ หรือ พฤหัสบดี ต้องเริ่มทำการผลิตสินค้าเพื่อให้คงรักษาคุณภาพในการส่งสินค้าไว้

3.2 ที่มาของความคิด

3.2.1 การวางแผน

- แบ่งหน้าที่ให้แต่ละบุคคลตามความถนัดและความเหมาะสมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าสูงสุด

3.2.2 การดำเนินการ

- ในการผลิตสินค้าจะมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้คือ นึกวัตถุดิบ, หั่นวัตถุดิบ, ทอดวัตถุดิบ, อบวัตถุดิบ, บรรจุวัตถุดิบ ที่กลุ่มของเราทำคือทำให้ทุกคนช่วงกันนึกและหั่นวัตถุดิบก่อนในขั้นแรกเมื่อได้ปริมาณที่เหมาะสมแผนกทอดก็จะไปทอดวัตถุดิบและส่งต่อไปให้แผนกต่อไป ๆ โดยทำต่อเนื่องไม่มีพักเพื่อให้ประหยัดเวลาในการผลิตมากที่สุด

3.3 การเปรียบเทียบ

- แต่ละคนนั้นมีภาระหน้าที่ทำให้การนัดกันผลิตสินค้านั้นจะนัดและทำทันทีเลยไม่ได้
- ในบางครั้งเราไม่สามารถผลิตสินค้าได้มากพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

3.4 การดำเนินการแก้ไข/ปรับปรุง

- นัดเวลาในการผลิตสินค้าล่วงหน้าโดยดูจากออเดอร์สินค้าว่าควรจะนัดวันไหน
- หั่นและนึกสินค้าล่วงหน้า 1 วัน เมื่อมีออเดอร์ที่มากเพื่อให้การผลิตนั้นทันต่อความต้องการของผู้บริโภค

องค์ความรู้ที่ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

4.1 ประเด็นความรู้

- **ขั้นเตรียมตัว**
 - คำพูดที่เป็นทางการ
 - บุคลิกภาพ
 - สินค้าทดลอง
- **ขั้นพบผู้ประกอบการ**
 - แนะนำสินค้า
 - ราคาฝากขายและราคาขาย
- **หลังพบผู้ประกอบการ**
 - ติดตามผลการขายสินค้า
 - สอบถามการสั่งซื้อสินค้าเพิ่ม
 - วิเคราะห์ตัวสินค้าจากร้านค้าที่ฝากขาย

4.2 ที่มาของความคิด

4.2.1 การวางแผน

- ดูจากสินค้าเราก่อนว่าเป็นสินค้าแบบใดควรขายแบบไหนและขายให้ใคร

4.2.2 การดำเนินการ

- สร้างเพจสินค้าเพื่อกระจายสินค้าขึ้นเพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายแรก
- ติดต่อร้านค้าเพื่อฝากขายสินค้าโดยสำรวจก่อนว่าควรขายสินค้าที่ร้านใด
- ตรวจสอบสินค้าทุกสัปดาห์ว่าสินค้าในร้านใดสามารถขายได้มากที่สุด

4.3 การเปรียบเทียบ

- บางร้านค้าไม่รับสินค้าของเราเนื่องจากทางร้านค้ามีสินค้าเป็นของตัวเองและไม่ต้องการสินค้าของเรา
- ร้านค้าที่เราไปฝากบางร้านนั้นไม่สามารถขายได้หรือขายได้ปริมาณน้อย

4.4 การดำเนินการแก้ไข/ปรับปรุง

- หาร้านค้าที่เราจะฝากขายไว้หลาย ๆ ร้านเพื่อกระจายสินค้าให้ได้มากที่สุด
- ปรับเปลี่ยนที่ฝากขายสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค