



ธุรกิจจำลอง
ชื่อธุรกิจ ลูกชิ้นเห็ดหอม

ชื่อสมาชิกในกลุ่ม

นางสาวกิตติพร วรรณทอง	รหัส 610112356057
นางสาวชญญา โชตินันทวัฒน์	รหัส 610112356064
นางสาวเบญจพร ยืนศรี	รหัส 610112356071
นางสาววิภาดา ชัยปลัด	รหัส 610112356085
นางสาวศิวลักษณ์ ปลายไม้	รหัส 610112356087
นางสาวอรุษา เหลี่ยมดี	รหัส 610112356094
นางสาวอารีญา แซ่ลี	รหัส 610112356095

เสนอ

อาจารย์ นลินทิพย์ พิมพ์กัลด

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาธุรกิจจำลอง
สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ



ชื่อธุรกิจ: ลูกชิ้นเห็ดหอม

ที่อยู่: 435/60 จิระนครซอย 3 ต.ในเมือง อ.เมือง จ. บุรีรัมย์ 31000

เบอร์โทร: 0642301981

Email: 610112356071@bru.ac.th

Line: Bobby_2542

คำนำ

รายงาน ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาธุรกิจจำลอง นักศึกษาปีที่ 3 หมู่ 2 โดยมีจุดประสงค์ เพื่อการศึกษาความรู้ที่ได้จากในเรื่องของการทำธุรกิจจำลอง ทั้งนี้ ในรายงานนี้มีเนื้อหาประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับ การบริหาร กระบวนการผลิต การทำบัญชี การศึกษาเกี่ยวกับการตลาดลงตลาด การทำ flowchart การทำเครือข่ายงานnetwork ที่จะทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้ในรายวิชานี้เพิ่มมากขึ้น

ผู้จัดทำได้จัดทำรายงานเล่มนี้ขึ้น เนื่องจากเป็นรายงานประจำวิชาธุรกิจจำลองรวมทั้งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการทำงานเป็นทีมผู้จัดทำต้องขอขอบคุณอาจารย์ณลินทิพย์ พิมพักลัด ผู้ให้ความรู้ และแนวทางการศึกษา หวังว่ารายงานฉบับนี้จะให้ความรู้ และเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านทุก ๆ ท่าน หากมีข้อเสนอแนะประการใด ผู้จัดทำขอรับไว้ด้วยความขอบพระคุณยิ่ง

นางสาวกิตติพร วรรณทอง
นางสาวชญญา โชตินัทธวัฒน์
นางสาวเบญจพร ยืนศรี
นางสาววิภาดา ชัยปลัด
นางสาวศิวลักษณ์ ปลายไม้
นางสาวอรอุษา เหลี่ยมดี
นางสาวอารีญา แซ่ลี
ผู้จัดทำ

สารบัญ

	หน้า
1. บทสรุปผู้บริหาร.....	1
2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ.....	3
3. ความเป็นมาของธุรกิจ.....	4
3.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ.....	4
3.2 สรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของธุรกิจ.....	5
4. สินค้า.....	6
4.1 รายละเอียดสินค้า.....	6
5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด.....	5
5.1 สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด.....	7
5.1.1 การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรม.....	7
5.1.1.1 เศรษฐกิจ.....	7
5.1.1.2 สังคมวัฒนธรรม.....	7
5.1.1.3 คู่แข่งขัน.....	7
5.1.1.4 สภาพแวดล้อมโลก.....	8
5.1.2 การวิเคราะห์สภาวะตลาด.....	8
5.1.2.1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม.....	8
5.1.2.2 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่.....	8
5.1.2.3 สินค้าทดแทน.....	8
5.1.2.4 อำนาจต่อรองของผู้จำหน่าย.....	8
5.1.2.5 อำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ.....	9
5.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด.....	9
5.2.1 การแบ่งส่วนตลาด.....	9
5.2.2 ส่วนแบ่งทางการตลาด.....	9
5.3 แนวโน้มทางการตลาด.....	10
5.4 ตลาดเป้าหมาย.....	10
5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า.....	13
5.6 สภาพการแข่งขัน.....	14
5.7 คู่แข่งขัน.....	14

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น.....	15
5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis.....	16
5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	16
5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	17
6. แผนการบริหารจัดการ.....	18
6.1 ข้อมูลธุรกิจ.....	18
6.2 รายนามคณะกรรมการดำเนินงาน.....	18
6.3 ประวัติของคณะกรรมการดำเนินงาน.....	18
6.4 แผนผังองค์กร.....	19
6.5 วิสัยทัศน์.....	20
6.6 พันธกิจ.....	20
6.7 เป้าหมายทางธุรกิจ.....	20
6.8 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ.....	20
6.9 การวางแผนการดำเนินงาน.....	21
7. แผนการผลิต.....	24
7.1 การเตรียมการวัตถุดิบ.....	24
7.1.1 วัสดุ/อุปกรณ์.....	24
7.1.2 ส่วนผสม.....	24
7.1.3 วิธีการผลิต.....	24
7.1.4 ข้อควรระวัง.....	28
7.2 สถานที่ทำการผลิต.....	29
7.3 ต้นทุนการผลิต.....	30
7.4 การวิเคราะห์ผังการผลิต.....	32
7.5 การวิเคราะห์การออกแบบการผลิต.....	36
7.6 การวางแผนและควบคุมการผลิต.....	38
7.7 การปรับปรุงการผลิต.....	39
8. แผนการตลาด.....	41
8.1 เป้าหมายทางการตลาด.....	41
8.2 พื้นที่เป้าหมาย.....	41

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
8.3 กลยุทธ์ทางการตลาด.....	41
8.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์.....	41
8.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา.....	42
8.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย.....	42
8.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด.....	42
8.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด.....	42
8.4.1 กิจกรรมหรือการดำเนินงานทางการตลาด.....	42
8.4.2 การวางแผนทางการดำเนินงานทางการตลาด.....	43
8.5 แผนการขายสินค้า.....	46
8.5.1 การขายสินค้าแบบออนไลน์.....	46
8.5.1.1 Page.....	46
8.5.1.2 การทำโฆษณาทาง Onile.....	46
8.5.2 การขายแบบออฟไลน์.....	47
8.5.3 การสำรวจความต้องการของลูกค้า.....	49
9. แผนการเงิน.....	51
9.1 ประมาณการในการลงทุน.....	51
9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน.....	51
9.3 ประมาณการเป้าหมายและรายได้จากการขายสินค้า.....	52
9.4 รายการทางการเงิน.....	53
9.5 รายการทางบัญชี.....	65
9.6 งบกำไรขาดทุน.....	66
9.7 งบดุล.....	67
9.8 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	68
9.9 การวิเคราะห์รายได้เปรียบเทียบกับต้นทุนการผลิต.....	68
10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	71
ผลการเรียนรู้โดยภาพรวม.....	76
ภาคผนวก	
ภาพประกอบการดำเนินงาน (รายสัปดาห์)	
ผลการเรียนรู้รายบุคคล	
เอกสารรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติการธุรกิจจำลอง	

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
8.3 กลยุทธ์ทางการตลาด.....	41
8.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์.....	41
8.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา.....	42
8.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย.....	42
8.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด.....	42
8.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด.....	42
8.4.1 กิจกรรมหรือการดำเนินงานทางการตลาด.....	42
8.4.2 การวางแผนทางการดำเนินงานทางการตลาด.....	43
8.5 แผนการขายสินค้า.....	46
8.5.1 การขายสินค้าแบบออนไลน์.....	46
8.5.1.1 Page.....	46
8.5.1.2 การทำโฆษณาทาง Onile.....	46
8.5.2 การขายแบบออฟไลน์.....	47
8.5.3 การสำรวจความต้องการของลูกค้า.....	49
9. แผนการเงิน.....	51
9.1 ประมาณการในการลงทุน.....	51
9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน.....	51
9.3 ประมาณการเป้าหมายและรายได้จากการขายสินค้า.....	52
9.4 รายการทางการเงิน.....	53
9.5 รายการทางบัญชี.....	65
9.6 งบกำไรขาดทุน.....	66
9.7 งบดุล.....	67
9.8 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	68
9.9 การวิเคราะห์รายได้เปรียบเทียบกับต้นทุนการผลิต.....	68
10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	71
ผลการเรียนรู้โดยภาพรวม.....	76
ภาคผนวก	
ภาพประกอบการดำเนินงาน (รายสัปดาห์)	
ผลการเรียนรู้รายบุคคล	
เอกสารรายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติการธุรกิจจำลอง	

1. บทสรุปผู้บริหาร

กลุ่มลูกชิ้นเห็ดหอม เป็นกลุ่มที่ดำเนินการโดยอยู่ในรายวิชาธุรกิจจำลองโดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อผลิตสินค้าลูกชิ้นเห็ดหอมให้เป็นที่รู้จัก ถูกใจ ของผู้คนให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์และมียอดขายไม่ต่ำกว่า 20,000 บาทรวมถึงต้องได้กำไรไม่ต่ำกว่า 40% ในการดำเนินงานภายในเวลา 10 สัปดาห์

ในปัจจุบันด้วยสถานการณ์ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด 19) ที่ระบาดทั่วโลกซึ่งการระบาดนั้นมาจากเชื้อแพร่กระจายและติดต่อกันง่ายทางการไอ จามและทางการสัมผัส ผู้ที่ติดเชื้อมีแนวโน้มทำให้เกิดการป้องกันตัวจากไวรัส โดยการใส่หน้ากากอนามัยล้างมือบ่อย ๆ ทานอาหารที่สะอาดทำให้เกิดวิถีชีวิตแบบใหม่เรียกว่า New Normal โดยวิถีชีวิต New normal ผู้คนให้ความสนใจในเรื่องการทานอาหารมากขึ้น พร้อมทั้งรักษาระยะทางสังคม รวมถึงประชาชนคนไทยด้วย ที่หันมาให้ความสนใจดูแลสุขภาพและการทานอาหารมากขึ้น เพื่อดูแลร่างกายให้แข็งแรงอยู่เสมอเพื่อปลอดภัยจากโรคระบาดเชื้อไวรัสโคโรนาในครั้งนี้

กลุ่มธุรกิจจำลองลูกชิ้นเห็ดหอม ได้เล็งเห็นความสำคัญในเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพที่หาทานได้ง่าย จึงได้เกิดแนวคิดในการจัดการผลิตลูกชิ้นเนื่องจากลูกชิ้น เป็นอาหารที่หาทานได้ง่ายและถ้าหากเป็นลูกชิ้นที่มีคุณค่าทางอาหารจะทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์เต็มที่ กลุ่มพวกเราจึงได้จัดทำลูกชิ้นเห็ดหอม ซึ่งประกอบด้วยเห็ดหอม ที่ช่วยในเรื่องภูมิคุ้มกันเสริมสร้างกระดูกให้แข็งแรงรักษาและยับยั้งโรคมะเร็งได้และผักอย่างเช่น แครอท ข้าวโพด แห้ว แห้วช่วยในการบำรุงร่างกายช่วยลดไขมันในเส้นเลือด รักษาโรคเบาหวาน ซึ่งมีเส้นใยอาหารสูง มีประโยชน์แก่ร่างกาย โดยลูกชิ้นเห็ดหอมนี้เหมาะกับผู้คนที่รักสุขภาพ ที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอและกลุ่มคนที่ไม่ทานเนื้อสัตว์ กินมังสวิวัติ กินเจ ช่วยลดคอเลสเตอรอล กลุ่มคนสูงอายุที่ต้องการสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ร่างกาย เสริมสร้างกระดูกให้แข็งแรงสินค้าของพวกเราจะบรรจุลงในกล่องซึ่งง่ายต่อการปิดและเปิดรับประทานมีราคากล่องละ 40 บาทต่อกล่อง หนึ่งกล่องจะมี 15 ลูกและมีการจัดจำหน่ายผ่านกระบวนการสุกมาแล้วเพิ่มน้ำจิ้มและผักเพื่อให้ลูกค้าเลือกทานได้หลากหลายมี 2 รสชาติ 1.รส Original 2.รสพะแนง

แผนการบริหารกลุ่มได้แบ่งหน้าที่เพื่อการบริหารจัดการ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีสมาชิกทั้งหมด 7 คนและมีแบ่งต่าง ๆ ดังนี้หน้าที่จัดซื้อ จัดทำโลโก้ ทำตลาดออนไลน์ สถานที่การผลิต การเงินและการบัญชี ซึ่งกลุ่มของพวกเราจะช่วยกันจัดทำหน้าที่ทุกอย่างด้วยกัน สลับผลัดเปลี่ยนกันตามความสะดวกและตามองค์ความรู้ของแต่ละคน โดยนำโดยในกลุ่มมีวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจคือ “ลูกชิ้นเห็ดหอมเพื่อสุขภาพไม่มีเนื้อสัตว์ ไม่ใส่ผงชูรส น้ำจิ้มรสแซบ เหมาะสำหรับคนรักสุขภาพ” ในการดำเนินการแน่นอนว่าต้องมีปัญหาและอุปสรรคในการทำงานร่วมกัน กลุ่มพวกเราจึงได้จัดให้มีการดำเนินการต่าง ๆ ให้เกิดความยืดหยุ่นในการทำงานมากขึ้น

ในการผลิตจะมีวัตถุดิบหลักคือเห็ดหอม ข้าวโพด แครอท แห้วที่นำมาผ่านกระบวนการความร้อนและปั่น หั่น สับ ละเอียด ซึ่งทุกกระบวนการผลิตเราได้ทดลองสูตรหลายครั้งกว่าจะได้สูตรที่ลงตัว รวมถึงการแกะตัวของวัตถุดิบและความอร่อย ไม่เลอะและไม่นิ่มจนเกินไป ซึ่งกลุ่มของพวกเราได้เรียนรู้สูตรการทำลูกชิ้นจากความรู้ที่พวกเราได้คิดขึ้นมาเองและได้รับความรู้จากอินเทอร์เน็ตร่วมด้วย ทำให้ลูกชิ้นเห็ดหอมไม่มีขายในตลาด

อุตสาหกรรมเดียวกันซึ่งในต้นทุนในการผลิตครั้งแรกอยู่ที่ 700 บาท ในการจัดซื้อวัตถุดิบต่าง ๆ และลูกชิ้นเห็ดหอมมีต้นทุน 18 บาทต่อกล่อง

การตลาดกลุ่มเป้าหมายที่กลุ่มวางไว้คือกลุ่มคนรักสุขภาพ กลุ่มที่คนที่ไม่ทานเนื้อสัตว์ กลุ่มคนออกกำลังกาย กลุ่มคนกินมังสวิรัต กินเจ กลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการเพิ่มภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย ละคอเลสเตอรอลลดไขมันในเส้นเลือด โดยทำการโปรโมทผ่านการตลาดออนไลน์เพื่อให้ลูกชิ้นเห็ดหอมเป็นที่รู้จักก่อนและได้มีการโฆษณาผ่านคนที่รู้จักคนใกล้ชิดเพื่อน ๆ และญาติซึ่งผลตอบรับออกมาดีมากพร้อมทั้งมีโปรโมทลงรีวิวกเพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

งบประมาณการเงินในครั้งนี้กลุ่มมีเงินทุนอยู่ที่ 700 บาทในงบประมาณส่วนนี้ไม่มีการกู้ยืมแต่อย่างใด เป็นการสมทบทุนจากสมาชิกในกลุ่ม และมีอัตรากำไรสุทธิระยะเวลา 10 สัปดาห์อยู่ที่ 78% ซึ่งแสดงให้เห็นถึงว่ามีการใช้ต้นทุนในการดำเนินงาน 22% โดยมีกำไรสุทธิจากการดำเนินงานตลอดระยะเวลา 4 เดือนที่ผ่านมาเป็นจำนวนเงิน 19,338.25 บาทจาก

การดำเนินการครั้งนี้ล้วนมีความเสี่ยงและปัญหาหลากหลาย ทั้งทางด้านเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากโรคระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาหรือ โควิด-19 และอุปสรรคในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ของสมาชิกอีกด้วย

2.วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอธุรกิจนี้ต่อ สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
บุรีรัมย์ ในรายวิชาธุรกิจจำลอง

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อผลิตสินค้าประเภทลูกชิ้นเห็ดหอมเพื่อสุขภาพให้เป็นที่รู้จักและเป็นสินค้าใหม่ที่เข้ามาทดลองตีตลาด
2. เพื่อเจาะกลุ่มตลาดลูกค้าที่รักสุขภาพ รักในการทานอาหารเจ และรักในการทานเห็ดหอม
3. เพื่อเจาะพื้นที่เป้าหมายในจังหวัดบุรีรัมย์
4. เพื่อให้ได้ยอดขาย 35,560 ภายใน12สัปดาห์
5. เพื่อให้ได้กำไรขั้นต้นอย่างต่ำ 40%

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มกิจการ

1.นางสาวกิตติพร	วรรณทอง
2.นางสาวชญญา	โชตินันท์วัฒน์
3.นางสาวเบญจพร	ยีนศรี
4.นางสาวศิวลักษณ์	ปลายไม้
5.นางสาววิภาดา	ชัยปลัด
6.นางสาวอรุษา	เหลียมดี
7.นางสาวอารียา	แซ่ลี

แนวคิดในการก่อตั้งกิจการ

ในยุคปัจจุบันเป็นยุคใหม่ เรียกว่ายุค New Normal ที่มีโรคระบาดคือCovid-19 จึงทำให้ผู้คนในปัจจุบันให้ความสนใจในการเลือกทานอาหารมากและรักสุขภาพมากยิ่งขึ้น โดยการที่เลือกอาหารที่สะอาด และดีต่อสุขภาพ เพื่อดูแลร่างกายให้แข็งแรงอยู่เสมอ

กลุ่มธุรกิจจำลองลูกชิ้นเห็ดหอม จึงมีความคิดเห็นว่าอาหารประเภทใดที่ดีต่อสุขภาพ ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าในปัจจุบันมากที่สุด และสามารถทานได้ง่าย เราจึงเลือกที่จะลงมือทำลูกชิ้นเห็ดหอมเพื่อสุขภาพ เพราะลูกชิ้นเป็นอาหารที่สามารถรับประทานได้ง่าย ซึ่งลูกชิ้นเห็ดหอมเพื่อสุขภาพ จะประกอบไปด้วย เห็ดหอมที่เป็นส่วนผสมหลักที่มีสรรพคุณที่ช่วยในเรื่องการลดน้ำหนัก เพราะแคลอรีของเห็ดหอมค่อนข้างน้อย และยังช่วยในเรื่องการกระตุ้นของระบบภูมิคุ้มกันอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีผัก แครอท ข้าวโพด และเห็ด ซึ่งผักต่าง ๆ เหล่านี้ ก็ได้ให้ประโยชน์ที่มากมายเช่นเดียวกัน โดยลูกชิ้นเห็ดหอมเพื่อสุขภาพของเรา จะเหมาะกับกลุ่มที่รักสุขภาพ ที่ชอบทานอาหารที่มีประโยชน์ กลุ่มรับประทานเจ และกลุ่มที่ต้องการลดน้ำหนักอีกด้วย

การเปลี่ยนแปลงของกิจการ

1.การลงทุนครั้งที่ 1 ลงทุนคนละ 100 บาท รวมทั้งหมด 7 คน เป็นเงิน 700 บาท เงิน700บาทจะเป็นค่าใช้จ่ายในเรื่องของการจัดซื้อวัตถุดิบต่าง ๆ เพื่อมาทดลองทำลูกชิ้นเห็ดหอม

2.กลุ่มเราโดยส่วนใหญ่จะเป็นการเพิ่มทุน เพิ่มอีกคนละ100บาท เพราะเราต้องการที่จะใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม

3.การเปลี่ยนแปลงวิธีการบริหารจัดการ กลุ่มเราจะมีกิตติพรเป็นหัวหน้า แต่การทำงานของกลุ่บลูกชิ้นเห็ดหอมเพื่อสุขภาพ จะเป็นการทำงานแบบเป็นทีม ซึ่งจะคอยคิด วิเคราะห์ และวางแผนโดยการปรึกษากัน และกันเป็นส่วนมาก เวลาเกิดปัญหาเราจึงสามารถแก้ปัญหาร่วมกันได้ เช่น ถ้าสัปดาห์ไหนที่ยอดขายไม่ถึงเป้า สัปดาห์ต่อไปเราจะวางแผนให้แบ่งกันขายคนละกี่กล่องเท่า ๆ กัน เพื่อให้ได้ยอดตรงตามเป้าหมาย ทำให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น และไม่ค่อยมีข้อบกพร่อง

ความสำเร็จ/อุปสรรคที่ผ่านมา

กลุ่มลูกชิ้นเห็ดหอมเพื่อสุขภาพ มีอุปสรรคและปัญหาทางด้านเทคโนโลยีในการผลิตลูกชิ้น ซึ่งในการผลิตในแต่ละรอบค่อนข้างที่จะใช้เวลานาน ปัญหาทางการตลาด เพราะสินค้าของเราค่อนข้างที่จะใหม่และแตกต่าง จึงทำให้ช่วงแรกของการขายค่อนข้างขายได้ยากและขายได้จำนวนที่น้อย สุดท้ายคือปัญหาทางการตลาดที่ค่อนข้างติดต่อกับตลาดได้ยาก และใช้เวลานาน ทำให้เสียเวลาในการทำลูกชิ้นไปมาก

จากอุปสรรคและปัญหาของกลุ่มที่ผ่านมา กลุ่มจึงได้แก้ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ โดยการที่วางแผนใหม่ ทั้งแผนการผลิต แผนการขาย และแผนการตลาด โดยใช้เวลาการผลิตให้น้อยลง และเลือกที่จะเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับสินค้าของกลุ่ม คือ การสร้างเพจทางFacebook เพื่อที่จะเลือกที่จะลงสินค้าได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ทำให้กลุ่มมีลูกค้าที่เข้ามาสินค้าเยอะมากยิ่งขึ้น และสุดท้ายการตลาด กลุ่มเลือกที่จะผลิตลูกชิ้นเห็ดหอมไว้ในช่วงเย็นก่อนวันที่จะลงขายตลาด ซึ่งทำให้กลุ่มมีเวลาที่จะไปเตรียมจองถาดและเตรียมแผงได้มากยิ่งขึ้น

3.2 สรุปผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ

รายการ	รอบการดำเนินงาน (ระยะเวลา 5 สัปดาห์)	รอบการดำเนินงานที่ผ่านมา (ระยะเวลา 10 สัปดาห์)
ยอดรายได้	9,000	24,720
กำไรสุทธิ	5,699.25	19,338.25
สินทรัพย์รวม	7,919.25	20,038.25
หนี้สินรวม	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม	700	700

4.สินค้า

4.1 รายละเอียดสินค้า

ลูกชิ้นเห็ดหอมเพื่อสุขภาพ เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารที่แปรรูปมาจากเห็ดหอม/อาหารสด มีความแตกต่างจากลูกชิ้นทั่วไปในตลาด คือ เป็นลูกชิ้นสดที่ปั้นเองและเป็นลูกชิ้นที่ไม่มีเนื้อสัตว์ โดยการนำเอาเห็ดหอม และผักที่รวมไปด้วยคุณประโยชน์มากมาย ประกอบไปด้วยวัตถุดิบหลักคือเห็ดหอม มีสรรพคุณลดระดับคอเลสเตอรอล เพราะมีสารอิริตาดีนิน ที่ช่วยยับยั้งเอนไซม์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างคอเลสเตอรอล ภาวะหลอดเลือดแข็ง โรคหลอดเลือดสมอง หรือโรคสมองขาดเลือดชั่วคราวได้ นอกจากนี้ยังช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงของกระดูก ข้าวโพดซึ่งมีสรรพคุณ คือช่วยในเรื่องของระบบย่อยอาหาร ช่วยบำรุงผิวพรรณ แครอทมีสรรพคุณคือ มีเส้นใยอาหารสูง เข้าไปขัดขวางการดูดซึมไขมันและคอเลสเตอรอล ทำให้ระดับคอเลสเตอรอลในเลือดลดลง ช่วยในเรื่องระบบขับถ่าย บรรเทาอาการท้องผูก ริดสีดวงมีส่วนช่วยในการชะลอวัย และการเกิดริ้วรอยแห่งวัย ช่วยลดระดับคอเลสเตอรอลในร่างกาย และแห้ว ที่มีสรรพคุณที่ช่วยในเรื่องของการลดน้ำหนัก เพราะมีแคลอรีที่ต่ำรวมไปถึงช่วยในเรื่องระบบขับถ่ายอีกด้วย

ซึ่งลูกชิ้นเห็ดหอมเพื่อสุขภาพของกลุ่ม จะตอบโจทย์มากสำหรับลูกค้าที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก รักในการทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย รักสุขภาพ และกลุ่มลูกค้าที่รับประทานอาหารเช้า ราคาของลูกชิ้นเห็ด มีสายผลิตภัณฑ์เดียว คือ ลูกชิ้นเห็ดหอมเพื่อสุขภาพ ราคาลูกชิ้นเห็ดหอมจะมีราคาอยู่ที่ 40 บาทต่อกล่อง ภายในกล่องมีจำนวน 15 ลูก สามารถรับประทานได้ทันที

ภาพถ่ายสินค้า



5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1. สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด

5.1.1 การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรม

5.1.1.1 เศรษฐกิจ

แนวโน้มเศรษฐกิจของประเทศไทยในปีนี้ซบเซาลงมาก เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทุกประเทศทั่วโลก และรวมถึงประเทศไทยด้วยเช่นกัน ซึ่งปัญหาที่กล่าวมานี้ส่งผลให้การขายสินค้าของกลุ่ม สามารถดำเนินการได้ยากขึ้น เช่น การลงตลาดซื้อวัตถุดิบที่ร้านค้าประจำที่ซื้อปิดทำการหลายแห่ง ทำให้สามารถหาซื้อวัตถุดิบที่ราคาถูกได้ยาก ปัญหาการลงขายในตลาด ที่ไม่สามารถลงตลาดได้เหมือนเดิม เพราะสถานการณ์โควิด19 ทำให้มีข้อจำกัดในการลงตลาดทำให้กลุ่มไม่สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้เต็มที่ แต่นี่ก็เป็นปัญหาเพียงระยะสั้นเท่านั้น เพราะในยุคปัจจุบันผู้คนสนใจและหันมารักสุขภาพมากขึ้น ทำให้ในอนาคตสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพจะเป็นที่น่าสนใจมากขึ้น

5.1.1.2 สังคมวัฒนธรรม

ในอดีต ผู้คนเข้มงวดกับในการงดอาหารบางประเภท เช่น แป้ง โปรตีน ไขมัน แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคจะหันมาเลือกสรรอาหารที่ให้คุณค่าทางโภชนาการและให้พลังงานอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ผู้บริโภคในปัจจุบันยังให้ความสำคัญเรื่องรสชาติของอาหารที่คุ้นเคยและถูกปาก เพราะฉะนั้น สมดุลแห่งความอร่อยกับสุขภาพ จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ควรใส่ใจ สมาชิกในกลุ่มจึงได้ทำลูกชิ้นเห็ดหอมที่เต็มไปด้วยใยอาหาร ช่วยในเรื่องการขับถ่าย มีโปรตีนสูง ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ชอบทานอาหารที่ตัวเองชอบแต่ก็มักจะเลือกอาหารที่ให้ประโยชน์กับร่างกาย เพื่อเป็นทางเลือกของคนที่ชอบทานอาหารจำพวกลูกชิ้นที่กลัวว่าสิ่งที่ทานลงไปจะไปตกค้างที่ลำไส้ และมีสารที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย ผู้บริโภคจึงควรเลือกทานลูกชิ้นเห็ดหอมที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคด้วย

5.1.1.3 คู่แข่งขัน

ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์มีของดีประจำจังหวัด คือ ลูกชิ้นยี่นกิน ซึ่งโด่งดังในเรื่องของน้ำจิ้ม และธุรกิจแบบครอบครัวที่ผลิตลูกชิ้นเอง ซึ่งลูกชิ้นเห็ดหอมจะมีความแตกต่างจากลูกชิ้นทั่วไปตรงที่มีการผสมผักลงไปเพื่อช่วยเรื่องระบบขับถ่ายและมีโปรตีนสูงแคลอรีต่ำเพราะทำจากเห็ดหอม แห้ว แครอท ข้าวโพด เพียงแค่ลูกค้ายังไม่คุ้นชินกับลูกชิ้นเห็ดหอมเท่ากับลูกชิ้นตามท้องตลาดทั่วไป จึงทำให้จำเป็นต้องใช้เวลาในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าเพื่อเป็นการตีตลาดให้เกิดกลุ่มลูกค้าได้เข้ามาเปิดใจที่จะซื้อลูกชิ้นเห็ดหอมไปรับประทานมั่นใจว่าเมื่อทานไปแล้วจะได้รับประโยชน์ทานสารอาหารจากส่วนผสมที่ได้ใส่ลงไปลูกชิ้นเห็ดหอม

5.1.1.4 สภาพแวดล้อมโลก

โควิด-19 เป็นตัวเร่งสำคัญที่ทำให้ผู้คนหันมาใส่ใจการดูแลสุขภาพมากขึ้น ผู้บริโภคต้องการอาหารที่มีนวัตกรรมสร้างระบบภูมิคุ้มกันให้ร่างกายรูปแบบต่างๆ ส่วนอาหารพร้อมปรุง อาหารพร้อมรับประทาน อาหารที่มีอายุเก็บรักษานาน มีอัตราการเติบโตสูง ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้ออาหารกลับไปรับประทานที่บ้านมากขึ้น เกิดกิจกรรมการปรุงอาหารรับประทานเองมากขึ้น และนิยมซื้ออาหารแปรรูปทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้นจนกลายเป็น New Normal เราที่สังเกตเห็นจุดนั้นจึงได้คิดค้นลูกชิ้นที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และดีต่อสุขภาพ ทั้งในรูปแบบลูกชิ้นสด ที่สามารถเก็บรักษาได้นานหากอยู่ในอุณหภูมิที่เหมาะสม ให้ลูกค้าสามารถนำมาประกอบอาหารอาหารรับประทานได้ที่บ้าน หรือลูกชิ้นแบบพร้อมทานทั้งแบบย่างและแบบทอด ซึ่งทั้งลูกชิ้นสดและแบบพร้อมทานที่สามารถสั่งซื้อได้ทางออนไลน์

5.1.2 สถานะการตลาด

ในการวิเคราะห์สถานะการตลาดของลูกชิ้นที่ฟักทองได้ใช้เทคนิค Five force Model โดยผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

5.1.2.1 การแข่งขันในอุตสาหกรรม

ในปัจจุบันพบว่า มีผู้ผลิตลูกชิ้นทั้งรายเล็กและรายใหญ่อยู่จำนวนมากผู้ผลิตรายใหญ่ที่ครองส่วนแบ่งตลาดมีอยู่มาก อาทิเช่น ลูกชิ้นยี่งกีน ลูกชิ้นทิพย์ ลูกชิ้นจิ้ง ลูกชิ้นไก่อระเบิด เป็นต้น เมื่อวิเคราะห์จากข้อมูลในเบื้องต้นแล้วสถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรม อาหารแปรรูปประเภทลูกชิ้นส่งผลกระทบต่อธุรกิจนั้นมาก เนื่องจากธุรกิจของกลุ่มนั้นจะเจาะจงกลุ่มตลาดขนาดเล็กและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจากท้องตลาดจึงทำให้ผู้ผลิตมีคู่แข่งสูง

5.1.2.2 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่

จากการที่อุตสาหกรรมนี้มีลักษณะกระจุกกระจาย ซึ่งเกิดจากการที่ตลาดมีผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่เป็นจำนวนมากในการเข้ามาของคู่แข่งค่อนข้างจะสูง เนื่องจากไม่ต้องใช้เงินทุนมาก และไม่ต้องมีเทคโนโลยีขั้นสูงในการเข้ามาประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมนี้ ประกอบกับวัตถุดิบหลักคือ เห็ดหอมและแป้ง ซึ่งหาได้ง่าย ในธุรกิจนี้ ผลคือทำให้เกิดการแข่งขันค่อนข้างสูงและอาจจะต้องใช้กลยุทธ์ต่างมาช่วยในการแข่งขันอัน เป็นเหตุให้ต้นทุนสูงขึ้น จึงทำให้แรงกดดันจากผู้แข่งขันรายใหม่สูง

5.1.2.3 สินค้าทดแทน

ผลิตภัณฑ์ที่จัดเป็นสินค้าทดแทนของลูกชิ้นเห็ดหอมก็คือ ไส้กรอก ไส้ฉั่ว แหนม กุนเชียง หมูยอ เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก็ยังมีสินค้าอื่นที่มีลักษณะเหมือนกันแต่คนละรสชาติ เช่น ลูกชิ้นปลา ลูกชิ้นเนื้อ ลูกชิ้นหมู โดยสินค้าเหล่านี้แม้ว่าจะมีกลุ่มเป้าหมายหลักต่างจากสินค้าเรา แต่ก็สามารถทดแทนช่วยลดความเสียหายแก่ผู้บริโภคได้ดังนั้นจึงมีโอกาที่ ผู้บริโภคจะหันไปบริโภคของเหล่านี้

5.1.2.4 อำนาจในการต่อรองของผู้จัดจำหน่าย

วัตถุดิบส่วนใหญ่เราซื้อมาจากตลาดสดโดยไม่มีการต่อรองใดๆ โดยราคาของวัตถุดิบนั้นจะถูกกว่าเมื่อเทียบกับห้างอื่นๆ ช่วยให้ประหยัดต้นทุนเรื่องวัตถุดิบลง

5.1.2.5 อำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อ

ผู้บริโภคจะให้ความนิยมอาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น ผ่านกระบวนการแปรรูปน้อย ลดโปรตีนจาก เนื้อสัตว์ จะบริโภคโปรตีนจากพืชมากขึ้น ลดไขมันในอาหาร การให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การลดของเสียในการผลิตอาหาร และของเหลือจากการบริโภค นอกจากนี้ผู้บริโภคทุกช่วงอายุ เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุขในอนาคตและอายุขัยใหม่ ต้องมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม บวกกับการที่มีผู้แข่งขันจำนวนมาก ทำให้ผู้ซื้อมีโอกาสหันไปเลือกบริโภคสินค้าคู่แข่งรายอื่นที่ตอบโจทย์ความต้องการได้มากกว่า

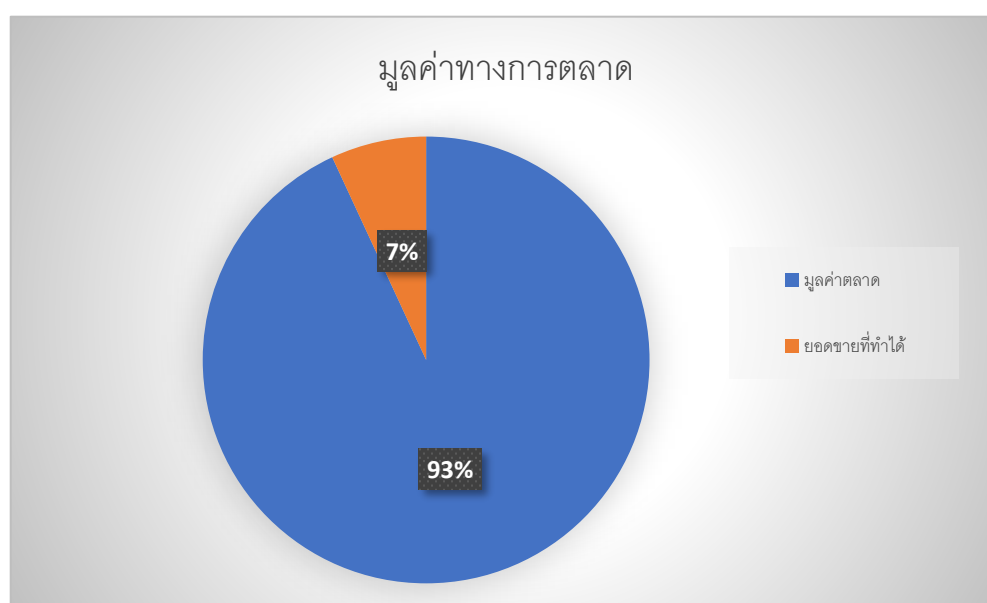
5.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

5.2.1 การแบ่งส่วนตลาด

กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ที่ไม่ทานเนื้อสัตว์ /คนที่ทานอาหารเจ /คนที่ทานอาหารมังสวิรัต/คนที่แพ้ถั่วเหลือง/ผู้สูงอายุที่รักสุขภาพ และผู้ที่กำลังลดน้ำหนักและบุคคลทั่วไป โดยแต่ละคนจะกระจายสินค้าตามออเดอ์ที่สมาชิกแต่ละคนหาออเดอ์จากลูกค้า โดยขายลูกชิ้นกล่องละ 40 บาทและสมาชิกแต่ละคนได้กระจายสินค้าไปตามหมู่บ้านของเขา ดังนี้ บ้านโนนสว่าง(ประชากรประมาณ 680 คน) แคนดง(ประชากรประมาณ 850 คน) บ้านนาลาว (ประชากรประมาณ 725คน) บ้านตะโก(ประชากรประมาณ 615 คน) บ้านบัวแดง(ประชากรประมาณ 575 คน) ลำปลายมาศ(ประชากรประมาณ 890)รวมจำนวนประชากร 4,335คน คิดเป็นมูลค่า 173,400บาท

5.2.2 ส่วนแบ่งทางการตลาด

ส่วนแบ่งทางการตลาด โดยใช้เครือข่ายออนไลน์ โดยมีประชากรใน Facebook ประมาณ 4,000 คน และประชากรที่ลงพื้นที่ ประมาณ 4,335 คน ราคาขายสินค้า กล่องละ 40 บาท คิดเป็นมูลค่าตลาด 333,400 บาท



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

ในปัจจุบันด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ส่งผลกระทบต่อรุนแรง เนื่องด้วยเชื้อไวรัสชนิดนี้ที่ระบาดง่ายทั้งอากาศและการสัมผัสทางร่างกาย ทำให้เกิดการดำรงชีวิตแบบใหม่ เรียกว่า New normal ซึ่งสังคมให้ความสำคัญกับ New normal อย่างมาก ทำให้ผู้คนหันมาให้ความสนใจ ด้านการดูแลสุขภาพ การทานอาหาร สินค้าลูกชิ้นเห็ดหอมเป็นลูกชิ้นเพื่อสุขภาพ ที่จะดีตลาดได้ในช่วงเวลานี้ และถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมเดียวกันจะมีการแข่งขันสูง แต่สถานการณ์เช่นนี้ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้นทั้งในเรื่องราคาและคุณภาพสินค้า

5.4 ตลาดเป้าหมาย

ตลาดเป้าหมาย คือ ในสัปดาห์แรกนั้นเราวางแผนไว้ว่าจะทำยอดขายให้ได้ 1,040 บาท แต่ยอดขายกลับมากกว่าที่คิดไว้เพราะเป็นสัปดาห์แรกเราได้โปรโมทสินค้าผ่านทาง Facebook จึงทำให้ยอดขายสูง และเนื่องจากสูตรการทำยังไม่ลงตัว สมาชิกยังไม่มีประสบการณ์ในการผลิต ผลที่ได้คือลูกชิ้นที่ทำออกมามีปริมาณที่น้อย เนื่องจากยังต้องลองผิดลองถูกในการทำสูตรลูกชิ้นของตัวเองอยู่

ในสัปดาห์ที่ 2 และ 3 นั้นเราเริ่มปรับปรุงสูตรการผลิตจากการคอมเมนต์ของลูกค้าที่เราได้กลับมา และทำให้ลูกชิ้นที่ได้มีรสชาติที่ลงตัวขึ้น แต่เนื้อสัมผัสยังมีความแข็งอยู่และเราได้มีการลงตลาด

ในสัปดาห์ที่ 4 และ 5 สูตรการทำลูกชิ้นมีความลงตัวทั้งรสชาติและเนื้อสัมผัสที่นุ่มมากขึ้น ประกอบการที่

สมาชิกมีการกระจายสินค้าและโฆษณาสินค้าอย่างต่อเนื่องทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นกว่าที่กำหนดไว้

ในสัปดาห์ที่ 6,7,8,9 และ 10 สมาชิกมีปัญหาเรื่องเวลาว่างที่ไม่ตรงกัน ทำให้กำลังการผลิตลดลง การผลิตเป็นไป

ด้วยความล่าช้า มีปริมาณลูกชิ้นที่ทำได้ลดลงกว่าอาทิตย์ก่อนๆ

แผนการดำเนินงานและแผนการตลาด

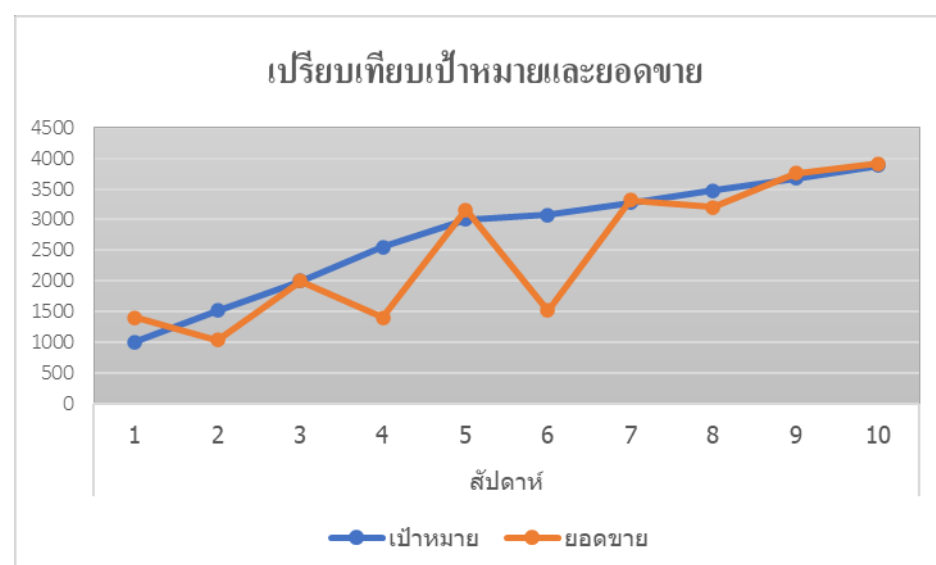
ระยะเวลา กิจกรรม	เดือนธันวาคม				เดือนมกราคม				เดือนกุมภาพันธ์	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
วางแผน ทดลอง เสนองงาน ปรับแก้ไข	■	■	■	■						
ทดลองตลาดลูกชิ้นเห็ดหอม สัปดาห์ที่1				■						
เริ่มผลิตและจำหน่ายลูกชิ้น เห็ดหอม					■	■	■	■		
ประเมินรอบแรก สัปดาห์ที่5								■		
ปรับแก้ เช่นการลดต้นทุนตาม การประเมิน ผลิตและจำหน่าย ลูกชิ้นเห็ดหอม									■	
สรุปการประเมินครั้งสุดท้าย สัปดาห์ที่10										■

***หมายเหตุ ผลการดำเนินงานอาจมีการเปลี่ยนแปลง

แผนการตลาดมีดังนี้

สัปดาห์	กิจกรรม	ยอดขายที่กำหนด (บาท)
1	ผลิตและจำหน่าย(เริ่มจำหน่ายอาทิตย์แรก)	1,000
2	ผลิตและจำหน่าย	1,520
3	ผลิตและจำหน่าย	2,000
4	ผลิตและจำหน่าย	2,560
5	ผลิตและจำหน่าย(ประเมินครั้งแรก)	3,000
6	ผลิตและจำหน่าย	3,080
7	ผลิตและจำหน่าย	3,280
8	ผลิตและจำหน่าย	3,480
9	ผลิตและจำหน่าย	3,680
10	ผลิตและจำหน่าย(ประเมินครั้งสุดท้ายและสรุปผล)	4,000

	สัปดาห์										รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
เป้าหมาย	1,000	1,520	2,000	2,560	3,000	3,080	3,280	3,480	3,680	3,880	2,7480
ยอดขาย	1,400	1,040	2,000	1,400	3,160	1,520	3,320	3,200	3,760	3,920	24,720



ในสัปดาห์แรกนั้นเราวางแผนไว้ว่าจะทำยอดขายให้ได้ 1,040 บาท แต่ยอดขายกลับมากกว่าที่คิดไว้ เพราะเป็นสัปดาห์แรกเราได้โปรโมทสินค้าผ่านทาง Facebook จึงทำให้ยอดขายสูง

และเนื่องจากสูตรการทำยังไม่ลงตัว สมาชิกยังไม่มีประสบการณ์ในการผลิต ผลที่ได้คือลูกชิ้นที่ทำออกมามี ปริมาณที่น้อย เนื่องจากยังต้องลองผิดลองถูกในการทำสูตรลูกชิ้นของตัวเองอยู่

ในสัปดาห์ที่ 2 และ 3 นั้นเราเริ่มปรับปรุงสูตรการผลิตจากการคอมเมนต์ของลูกค้าที่เราได้กลับมา และทำให้ลูกชิ้นที่ได้มีรสชาติที่ลงตัวขึ้น แต่เนื้อสัมผัสยังมีความแข็งอยู่และเราได้มีการลงตลาด

ในสัปดาห์ที่ 4 และ 5 สูตรการทำลูกชิ้นมีความลงตัวทั้งรสชาติและเนื้อสัมผัสที่นุ่มมากขึ้น ประกอบการที่

สมาชิกมีการกระจายสินค้าและโฆษณาสินค้าอย่างต่อเนื่องทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นกว่าที่กำหนดไว้

ในสัปดาห์ที่ 6,7,8,9 และ 10 สมาชิกมีปัญหาเรื่องเวลาว่างที่ไม่ตรงกัน ทำให้กำลังการผลิตลดลง การผลิตเป็นไป

ด้วยความล่าช้า มีปริมาณลูกชิ้นที่ทำได้ลดลงกว่าอาทิตย์ก่อนๆ

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะผู้ใช้บริการ/สินค้า	: ผู้ที่ไม่ทานเนื้อสัตว์/ผู้ที่ทานกินเจ /ผู้ที่ทานกินมังสวิรัต/คนที่รักษาสุขภาพ คนที่ชอบออกกำลังกายเสริมกล้ามเนื้อ /ผู้ที่ชื่นชอบการทานลูกชิ้นแต่มี ปัญหาเรื่องระบบขับถ่าย/ผู้ที่ไม่ชอบทานผักแต่ต้องการอาหารที่มีใยอาหาร ทานง่ายและอิ่มท้อง
การศึกษา	: มีศึกษาดี เช่น ผู้ที่เรียนตามภาคบังคับ(มัธยม 3) และผู้ที่มีการศึกษาตั้งแต่ มัธยมศึกษาปลายขึ้นไป
ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม	: ผู้ที่มีรายได้กลาง – สูง และผู้ที่เป็นนักศึกษา พื้นที่เป้าหมาย : จังหวัดบุรีรัมย์

2. ลักษณะทางจิตวิทยา

Personality	: เป็นคนที่ไม่ชอบทานเนื้อสัตว์ ชอบออกกำลังกาย อดน้ำหนัก คนเหล่านี้ จะเลือกทาน อาหาร
Life Style	: คนยุคใหม่ที่ใส่ใจดูแลสุขภาพ แต่ก็อยากหาอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อ ร่างกาย และสามารถหาทานได้ง่าย เช่นตามตลาด หรือทางออนไลน์ใน ปัจจุบัน
Attitude	: ต้องการอาหารที่เป็นผักแต่ไม่มาในรูปแบบผักสด ต้องการอาหารที่เสริม กล้ามเนื้อ และไม่มีไขมันและแคลอรีที่สูงเกินปริมาณที่กำหนดแต่ละวัน



5.6 สภาพการแข่งขัน

มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีผู้ประกอบการจำนวนมาก ผู้ประกอบการรายอื่นๆสามารถเปิดเป็นธุรกิจแบบนี้ได้เพราะเนื่องจากการลงทุนต่ำกำไรมากจึงทำให้เป็นธุรกิจที่เป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ลูกชิ้นเห็ดหอมจะเน้นไปในทางการแข่งขันด้านคาราและปริมาณรวมไปถึงการส่งฟรีในตัวเมือง

5.7 คู่แข่งขัน

คู่แข่งรายเล็ก และ เฟรนไชส์ ยกตัวอย่างลูกชิ้นยืนกินในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นจุดเด่นของบุรีรัมย์อยู่แล้ว ลูกชิ้นยืนกินซึ่งทำการขายเป็นรถเข็นเล็กๆ แต่ละรายจะทำการผลิตเอง รับประทาน และซื้อตามตลาด ซุปเปอร์มาเก็ต แต่ละรายจะมีการแข่งขันในเรื่องน้ำจิ้มที่มีสูตรเฉพาะร้านร้านใครร้านมัน เรื่องราคาจะขายใกล้เคียงกัน ส่วนลูกชิ้นเห็ดหอมจะมีจุดเด่นในเรื่องลูกชิ้นเพื่อสุขภาพไม่ใส่ผงชูรส ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสัตว์ ร้อยเปอร์เซ็นต์ และมีน้ำจิ้มรสแซ่บเป็นสูตรเฉพาะกลุ่ม

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น

การเปรียบเทียบ	ธุรกิจของเรา	คู่แข่งชั้นรายที่ 1 ลูกชิ้นหมูทองดี	คู่แข่งชั้นรายที่ 2 ไส้กรอกคอลลาเจน	คู่แข่งชั้นรายที่ 3 ลูกชิ้นยีนกิน
ด้านสินค้า	ลูกชิ้นเพื่อสุขภาพไม่มี ใส่ผงชูรส ไม่มี ส่วนผสมของเนื้อสัตว์ ร้อยเปอร์เซ็นต์ และมี น้ำจิ้มรสแซ่บเป็นสูตร เฉพาะกลุ่ม	ลูกชิ้นเจ้าแรกของบุรี รัมย์ มีให้เลือก หลากหลาย ลูกชิ้นลูก หมู ชิ้นเนื้อ ลูกชิ้นปลา โดนเด่นเรื่องน้ำจิ้มเป็น สูตรโบราณ	มีส่วนผสมของ คอลลาเจน เช่นใน การผลิตเซลล์ผิวให้ นุ่มและชะลอวัย	มีให้เลือกหลากหลาย ทั้งลูกชิ้นลูกหมู ชิ้น เนื้อ ลูกชิ้นปลา เน้น การทอดโดดเด่นเรื่อง น้ำจิ้ม
ด้านราคา	ราคากล่องละ 40 บาท มี 15 ชิ้น	-ราคาไม้ละ 5บาท -แพ็ค 3 ชุด 239 บาท	ชิ้นละ 10 บาท	-ไม้ละ 3 บาท -ขาย 7 ไม้ 20 บาท
ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	-จัดจำหน่ายทาง Facebook -ถนนคนเดิน	-ขายตามหน้าร้าน -จัดจำหน่ายทาง Facebook	-ร้านขายทั่วไป -Shopee	-ขายหน้าสถานีรถไฟ -ขายตามหน้าร้านใน จังหวัดบุรีรัมย์
ด้านส่งเสริม การตลาด	-จัดส่งฟรีในตัวเมือง -โฆษณาผ่าน Facebook	-จัดส่งฟรีในตัวเมือง -โฆษณาผ่านFacebook -จำหน่ายผ่าน Shopee	-โฆษณาผ่าน Facebook -ขายหน้าร้าน -ส่งฟรีในตัวเมือง	-จำหน่ายหน้าร้าน -โฆษณาผ่านเว็บไซต์

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยการผลิต หรือ SWOT ANALYSIS

5.9.1 การวิเคราะห์ภายใน

ปัจจัยการผลิต	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	-สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานอย่างดีมีการพัฒนาตนเองขึ้นเรื่อยๆ -ราคาอยู่ในระดับปานกลางจับต้องง่าย -สมาชิกมีการทำงานเป็นทีมและยอมรับฟังความคิดเห็นและปัญหาได้เร็ว	-สถานที่ทำการผลิตมีขนาดเล็กเนื่องจากเป็นห้องเช่า -เวลาปั่นลูกชิ้นช้าเนื่องจากกลุ่มเราไม่มีเทคโนโลยีเข้ามาช่วย
ด้านการตลาด	-มีบริการส่งฟรีในตัวเมือง -เป็นลูกชิ้นเพื่อสุขภาพ	-บรรจุภัณฑ์ไม่เป็นที่ดึงดูดใจของลูกค้า
ปัจจัยการผลิต	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริการ	-มีบริการส่งฟรีในตัวเมือง -ธุรกิจมีแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า	-จัดส่งล่าช้า
ด้านการเงิน	-เงินลงทุนเริ่มแรกเป็นเงินทุนของสมาชิกในกลุ่มจึงไม่มีปัญหา -สมาชิกมีความรู้เรื่องบัญชีทำให้วางแผนได้เป็นระบบ	ได้กำไรน้อย

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	-ผู้คนในปัจจุบันหันมารักสุขภาพ หันมาทานอาหารที่ประโยชน์มาก ขึ้นลูกขึ้นเห็ดหอมก็สามารถตอบ โจทย์ในเรื่องสุขภาพ -สำหรับผู้บริโภคที่ไม่รับประทาน เนื้อสัตว์	-คู่แข่งเยอะ ทำให้โอกาสขาย น้อยลง -มีการแพร่ระบาดโควิด 19
สถานการณ์การแข่งขัน	-ผู้บริโภคอาหารที่มีประโยชน์ ดีต่อสุขภาพ ลูกขึ้นเห็ดหอม ตอบสนองความต้องการในส่วนนี้ ของลูกค้า	-การแข่งขันค่อนข้างสูงเนื่องจาก ลูกขึ้นลงทุนไม่มากแต่กำไรเยอะ
สังคม	-ผู้ในปัจจุบันมีความอยากรู้อยาก ลองสิ่งแปลกใหม่ จึงเป็นโอกาส ลูกขึ้นเห็ดหอมทำยอดขายได้ดี	-พฤติกรรมของผู้บริโภค เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วส่งผล ให้ผู้บริโภคหันไปสนใจสิ่งใหม่ๆ
เทคโนโลยี	-เทคโนโลยีมีการพัฒนาและ ก้าวหน้ามากขึ้นส่งผลให้ กระบวนการผลิตสินค้ามี ประสิทธิภาพและผลิตเร็วขึ้น	-ขาดการสนับสนุนเงินในการซื้อ อุปกรณ์ในการผลิตบางขั้นตอน
สภาพเศรษฐกิจ	-รัฐบาล,จังหวัด มีนโยบายการ ส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดเล็ก	-มีการแพร่ระบาดโควิด19 อย่างรุนแรง
กฎหมาย,ระเบียบ, ข้อบังคับ		สินค้ายังไม่ได้รับการรับรอง อย.
กลุ่มผู้จำหน่าย, เครือข่าย	-ลูกขึ้นเห็ดหอมมีการฝากขาย -ลูกค้ามีการบอกต่อปากต่อปาก -กิจการอยู่ใกล้แหล่งจำหน่าย วัตถุดิบทำให้ทุนในการขนส่งด้าน วัตถุดิบต่ำ	-ร้านที่ฝากขายสินค้ามีจำกัดวาง สินค้าไม่โดดเด่นทำให้สินค้าขาย ออกได้ยาก

6.แผนการบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ ลูกชิ้นเห็ดหอมเพื่อสุขภาพ

ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ 435/60 จิระนคร ซอย3 ต.ในเมือง อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000

รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ จำหน่ายสินค้า ลูกชิ้นนึ่ง

ทุนดำเนินงาน 700 บาท

ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา 4 เดือน

6.2 รายนามคณะกรรมการดำเนินงาน

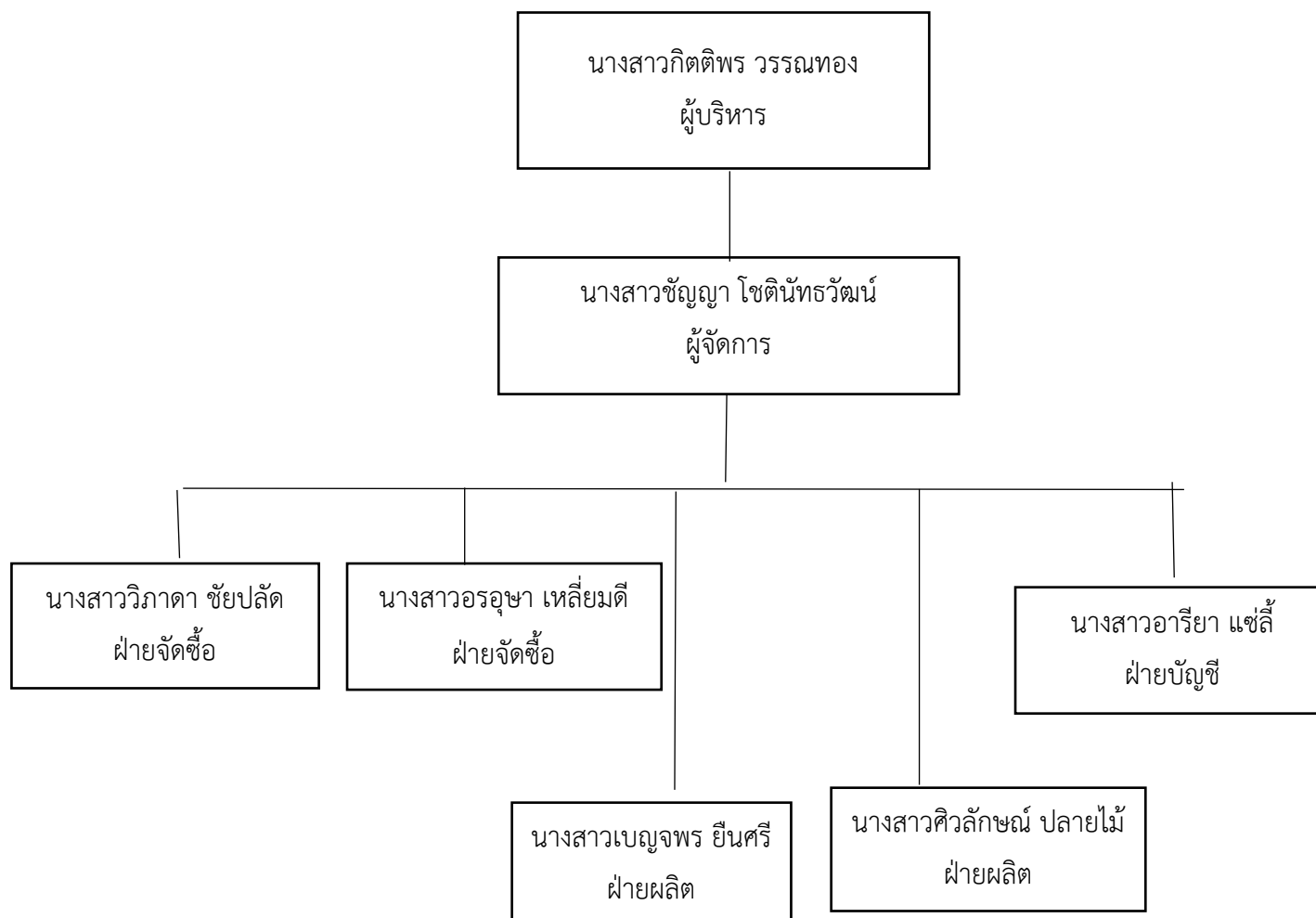
ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	หน้าที่หลัก
1.	นางสาวกิตพร วรรณทอง	จัดทำโลโก้ ผลิตลูกชิ้น
2.	นางสาวชญญา โชตินันท์วัฒน์	ทำบัญชี การเงิน
3.	นางสาวเบญจพร ยืนศรี	สถานที่การผลิต ผลิตลูกชิ้น
4.	นางสาววิภาดา ชัยปลัด	ผลิตลูกชิ้น จัดซื้อ
5.	นางสาวศิวลักษณ์ ปลายไม้	ผลิตลูกชิ้น จัดซื้อ
6.	นางสาวอรุษา เหลี่ยมดี	การตลาด จัดซื้อ
7.	นางสาวอารีญา แซ่ลี	ทำบัญชี การเงิน

6.3 ประวัติของคณะกรรมการดำเนินงาน

สมาชิกในการดำเนินการมีสมาชิก 7 คน ซึ่งมีประวัติด้านการศึกษาดังนี้

- ชื่อ-นามสกุล นางสาวกิตพร วรรณทอง อายุ 22
การศึกษา ระดับ มัธยมศึกษาปีที่6 จากโรงเรียนสตึก ปี พ.ศ 2561
- ชื่อ-นามสกุล นางสาวชญญา โชตินันท์วัฒน์ อายุ 21
การศึกษา ระดับ มัธยมศึกษาปีที่6 จากโรงเรียนบุรีรัมย์พิทยาคม ปี พ.ศ 2562
- ชื่อ-นามสกุล นางสาวเบญจพร ยืนศรี อายุ 21
การศึกษา ระดับ มัธยมศึกษาปีที่6 จากโรงเรียนเมืองตลุงพิทยาสรรพ์ ปี พ.ศ 2562
- ชื่อ-นามสกุล นางสาววิภาดา ชัยปลัด อายุ 21
การศึกษา ระดับ มัธยมศึกษาปีที่6 จากโรงเรียนประโคนชัยพิทยาคม ปี พ.ศ 2562
- ชื่อ-นามสกุล นางสาวศิวลักษณ์ ปลายไม้ อายุ 21
การศึกษา ระดับ มัธยมศึกษาปีที่6 จากโรงเรียนปทุมรัตน์พิทยาคม ปี พ.ศ 2562
- ชื่อ-นามสกุล นางสาวอรุษา เหลี่ยมดี อายุ 21
การศึกษา ระดับ มัธยมศึกษาปีที่6 จากโรงเรียนสินรินทร์วิทยา ปี พ.ศ 2562
- ชื่อ-นามสกุล นางสาวอารีญา แซ่ลี อายุ 21
การศึกษา ระดับ มัธยมศึกษาปีที่6 จากโรงเรียนสตึก ปี พ.ศ 2562

6.4 แผนผังองค์กร



6.5 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในการทำลูกชิ้นเห็ดหอม ให้ลูกค้าภูมิใจในรูปลักษณ์ของสินค้า ความแตกต่างของรสชาติ และเป็นสินค้าที่ดีและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ

6.6 พันธกิจ

1. คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีประโยชน์
2. ไม่ปรุงรสชาติของสินค้า
3. ผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน
4. สะอาด และถูกหลักอนามัย

6.7 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น สร้างการรับรู้ให้ลูกค้ารู้จักตราสินค้าและรสชาติของผลิตภัณฑ์ได้อย่างทั่วถึง สร้างความสัมพันธ์ให้กับลูกค้าเพื่อที่ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือมีการบอกต่อ ประชาสัมพันธ์ รักษาคุณภาพให้คงที่ และขยายฐานกลุ่มเป้าหมาย

เป้าหมายระยะกลาง จัดช่องทางการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคทุกระดับ เช่น พิเศษคนรักสุขภาพ ห้างซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น เป้าหมายระยะยาว อยากรมีการขยายออกสู่ต่างประเทศ โดยเริ่มจากประเทศพม่า

6.8 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. รสชาติที่อร่อยของผลิตภัณฑ์ ในการดำเนินธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร รสชาติที่อร่อย คือ สิ่งสำคัญที่สุดที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ โดยรสชาติที่อร่อยนั้น ย่อมเกิดจากการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดีและกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน ตลอดจนการควบคุมความสดใหม่ของสินค้าให้มีสม่ำเสมอ

2. ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ ในการประกอบธุรกิจส่วนตัวนั้น บ่อยครั้งที่จะต้องเผชิญ กับ ปัญหาเชิงระบบของตัวธุรกิจ รวมถึงปัญหารายวันที่เกิดแก่ลูกค้าและสินค้า บริการ ความเข้าใจใน ตัวปัญหา เทคนิคการวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดทางเลือกในการตัดสินใจ ตลอดจนการวิเคราะห์ ความคุ้มค่าเพื่อตัดสินใจจะเป็นทักษะที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี

3. การบริหารต้นทุน หัวใจสำคัญของการค้า คือ การบริหารต้นทุนให้ต่ำในขณะที่คุณภาพของสินค้า ยังคงเดิม หรือในกรณีที่ไม่สามารถบริหารต้นทุนของสินค้าให้ต่ำได้ สินค้านั้นต้องมีเอกลักษณ์ในตัวเองและควร เร่งพัฒนาฝีมือเพื่อดึงดูดลูกค้าไว้

6.9 การวางแผนการดำเนินงาน

ตารางการทำงาน 12 สัปดาห์

สัปดาห์ ที่	ยอดขาย	อ้อม	นীর	บ๊อบ	อิว	แพ้ม	ไนท์	เฟิร์น
1	1,000	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต	ผลิต สินค้า	ผลิต สินค้า	ผลิต สินค้า	แอดมิน เพจ/ส่ง สินค้า	ทำ บัญชี
2	1,520	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขาย สินค้าที่ ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี
3	2,000	ขายสินค้า ที่ตลาด	แอดมิน เพจ/ส่ง สินค้า/ ติดต่อการ ฝากร้าน/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การ ผลิต/ ขาย สินค้าที่ ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี
4	2,560	แอดมิน เพจ/ส่ง สินค้า/ ติดต่อการ ฝากร้าน/ ออกบูธ	ออกบูธ	ผลิต สินค้า/ ออกบูธ	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การ ผลิต/ ออกบูธ	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ออกบูธ	ผลิต สินค้า/ ออกบูธ	ทำ บัญชี
5	3,000	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำบัญชี/ ขาย สินค้าที่ ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี

6	3,080	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ขาย สินค้าที่ ตลาด	แอดมิน เพจ/ส่ง สินค้า/ ติดต่อการ ฝากร้าน/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี
7	3,280	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การ ผลิต/ ขาย สินค้าที่ ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	แอดมิน เพจ/ส่ง สินค้า/ ติดต่อการ ฝากร้าน/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี
8	3,480	ออกบูธ	แอดมิน เพจ/ส่ง สินค้า/ ติดต่อการ ฝากร้าน/ ออกบูธ	ผลิต สินค้า/ ออกบูธ	ผลิต สินค้า/ ออกบูธ	ผลิต สินค้า/ ออกบูธ	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ออกบูธ	ทำ บัญชี
9	3,680	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ทขาย สินค้าที่ ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขาย สินค้าที่ ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี
10	3,880	ขายสินค้า ที่ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	แอดมิน เพจ/ส่ง สินค้า/ ติดต่อการ ฝากร้าน/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การ ผลิต/ ขาย สินค้าที่ ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี

11	4,000	แอดมิน เพจ/ส่ง สินค้า/ ติดต่อการ ฝากร้าน/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ชื่อของ/ อุปกรณ์ การ ผลิต/ ขาย สินค้าที่ ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี
12	4,080	ชื่อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	แอดมิน เพจ/ส่ง สินค้า/ ติดต่อการ ฝากร้าน/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขาย สินค้าที่ ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี

7.แผนการผลิต

7.1 การเตรียมวัตถุดิบ

7.1.1 วัสดุ/อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำลูกชิ้นเห็ดหอม

- 1.กะละมัง
- 2.เขียง
- 3.มีด
- 4.ถาด
- 5.หม้อ
- 6.เครื่องปั่น
- 7.ถ้วยผสม
- 8.ทัพพี
- 9.ที่ร่อนแป้ง
- 10.ที่บีบมะนาว
- 11.บรรจุภัณฑ์

7.1.2 ส่วนผสมลูกชิ้นเห็ดหอม

- 1.เห็ดหอม
- 2.แครอท
- 3.ข้าวโพด
- 4.เหหัว
- 5.แป้งอเนกประสงค์
- 6.แป้งมัน
- 7.ซอสเห็ดหอมเจ

7.1.3 วิธีการทำลูกชิ้นเห็ดหอม

- 1.นำส่วนผสมและเห็ดมาล้างน้ำสะอาด และต้มเห็ด และนำส่วนผสมมาสับให้ละเอียดตามความ

ต้องการ



2. นำเห็ดที่ต้มมาปั่นให้ละเอียด และนำส่วนทั้งหมดมาผสมกับแป้งที่ตวงไว้ ปรงรสตามด้วยซอสเห็ดหอมเจ



3. นำส่วนผสมที่ผสมจนเข้ากันสมบูรณ์แล้ว นำมาปั้นเป็นทรงกลมตามที่ต้องการ



4. นำมาต้มในน้ำที่กำลังเดือด ใช้ไฟปานกลาง



5. นำลูกชิ้นเห็ดหอมที่ต้มเสร็จ มาพักไว้เพื่อให้เสด็จน้ำและแช่น้ำเย็น เพื่อไม่ให้ลูกชิ้นเห็ดหอมนั้นและหรือหลุดออกจากการเป็นก้อน



6. หลังจากลูกชิ้นเห็ดหอมจับตัวเป็นก้อน แล้วจึงนำมานึ่ง



7.หลังจากที่นึ่งเสร็จแล้ว นำลูกชิ้นเห็ดหอมมาพักให้หายร้อน และทำจิ้ม เพื่อบรรจุใส่แพ็คแกจ



7.1.4 ข้อควรระวังในการทำลูกชิ้นเห็ดหอม

ขั้นตอนการผลิต	ระยะเวลา	ข้อควรระวัง	การแก้ไข
ผสมแป้งสาลี/แป้งมัน/เกลือ/ ซอลเห็นหอมเข้าด้วยกัน	5	ควรระวังส่วนผสมไม่ เท่ากัน	ควรมีการตวงส่วนผสม ทุกครั้ง
ล้างผักเตรียมวัตถุดิบ ข้าวโพด/ เห็ด/แครอท/ผักสลัด/ผักชี/ เห็ดหอม	5	-	-
นำพริกเขียวพริกแดงกระเทียม ผักชีน้ำเชื่อมเกลือน้ำปลาใส่ลง ในเครื่องปั่น	5	-	-
ต้มน้ำร้อน	5	ควรระวังน้ำเดือด จนเกินไป	ควรจับเวลาทุกครั้งเวลา ต้มน้ำ
ปอกเปลือก	3	-	-
ต้มวัตถุดิบต่าง ๆ	20	ควรระวังวัตถุดิบสุก จนเกินไป จะทำให้ วัตถุดิบเละ	จับเวลาในการต้ม วัตถุดิบ
ปั่นเครื่องทำน้ำจิ้มให้เข้ากันจัด ใส่ถ้วยน้ำจิ้มเตรียมใส่กล่องขาย	5	-	-
ปั่น/สับ/หั่น ข้าวโพด เห็ด แคร อท	30	-	-
ผสมแป้งกับวัตถุดิบที่เราเตรียม ไว้ให้เข้ากัน	10	-	-
ปั่นให้เป็นก้อนลูกชิ้นทำๆกัน	60.38	ควรระวังลูกชิ้นและ และ ไม่เป็นทรงกลม	ควรใช้ช้อนที่มีขนาด เท่ากันมาช่วยในการปั่น
ต้มน้ำให้เดือด	5	ควรระวังน้ำเดือด จนเกินไป	ควรจับเวลาทุกครั้งเวลา ต้มน้ำ
น้ำเดือดแล้วลดไฟลงแล้วนำ ลูกชิ้นลงต้มสุกแล้วนำไปนึ่ง	183.75	ควรระวังลูกชิ้นสุก จนเกินไปจนและ	ควรจับเวลาทุกครั้งเวลา ต้ม
นึ่งลูกชิ้นสมุนไพร	5	-	-
นำจัดใส่กล่องพร้อมผักแลพ น้ำจิ้มตามออเดอร์เตรียมส่ง	20	-	-

7.2 สถานที่ทำการผลิตลูกชิ้นเห็ดหอม

435/60 จิระนครซอย3 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์



7.3 ต้นทุนการผลิต

รายการ	จำนวน	หน่วยละ	จำนวนเงิน	เงินรวม	หมายเหตุ
ค่าวัตถุดิบ					
เห็ดหอม	3ขีด	300กรัม	40	40	
ข้าวโพด	400กรัม	400กรัม	20	20	
แครอท	500กรัม	500กรัม	8	8	
แป้งมัน	250กรัม	250กรัม	7.5	7.5	
แป้งสาลี	500กรัม	500กรัม	15	15	
เหั่ว	500กรัม	500กรัม	43	43	
เกลือ	0.5กรัม	0.5กรัม	0.01	0.01	
ซอสเห็ดหอมเจ	10กรัม	10กรัม	10	10	
พริกไทย	0.1กรัม	0.1กรัม	0.02	0.02	
ซีอิ๊วขาวเห็ดหอม	10กรัม	10กรัม	3.2	3.2	
ผักชี	100กรัม	100กรัม	5	5	
รวม				145	ต่อการผลิต 250ลูก
ต้นทุนการผลิต ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย 145/250 = 0.58 บาท/ลูก					

รายการ	จำนวน	หน่วยละ	จำนวนเงิน	เงินรวม	หมายเหตุ
ค่าวัตถุดิบ					
พริกเขียว	300กรัม	300กรัม	15	15	
พริกแดง	200กรัม	200กรัม	11	11	
กระเทียม	100กรัม	100กรัม	6.5	6.5	
มะนาว	5ลูก	5ลูก	5	5	
น้ำตาลเชื่อม	200กรัม	200กรัม	4	4	
ผักชี	100กรัม	100กรัม	5	5	
รวม				46.5	ต่อการผลิต 25ถ้วย
ต้นทุนการผลิต ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย 46.5/25 = 1.86 บาท/ถ้วย					

ต้นทุน Package ผลิตภัณฑ์

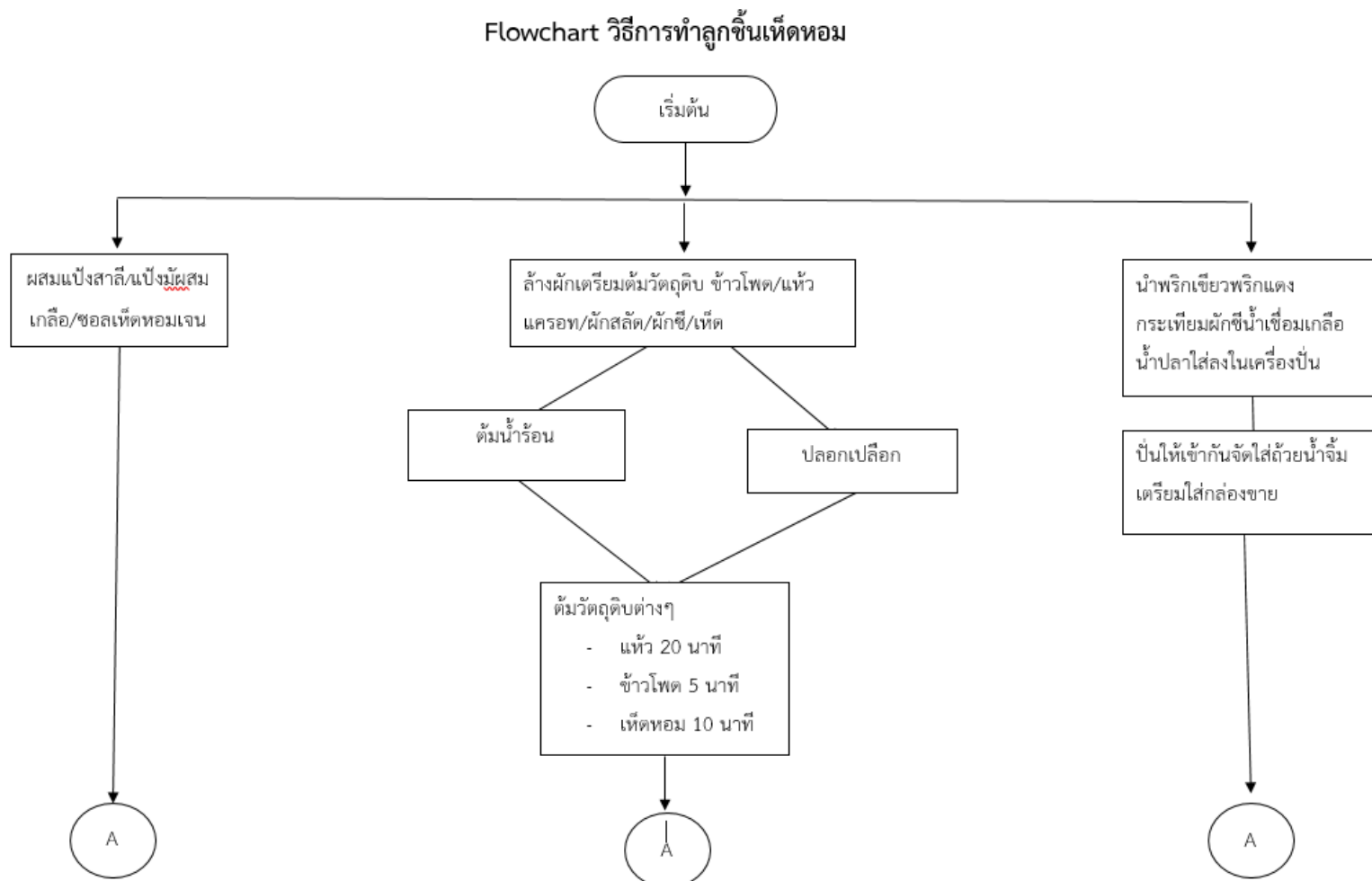
ถ้วยใส่ลูกชิ้นเฉลี่ยตกล้วยละ	1.3 บาท
ถ้วยใส่น้ำจิ้มเฉลี่ยตกล้วยละ	0.65 บาท
ส้อมพลาสติกตกลูกชิ้นละ	0.2 บาท
ถุงพลาสติกเฉลี่ยตกลูกชิ้นละ	0.12 บาท
รวมต้นทุนต่อชุด	2.27 บาท/ชุด

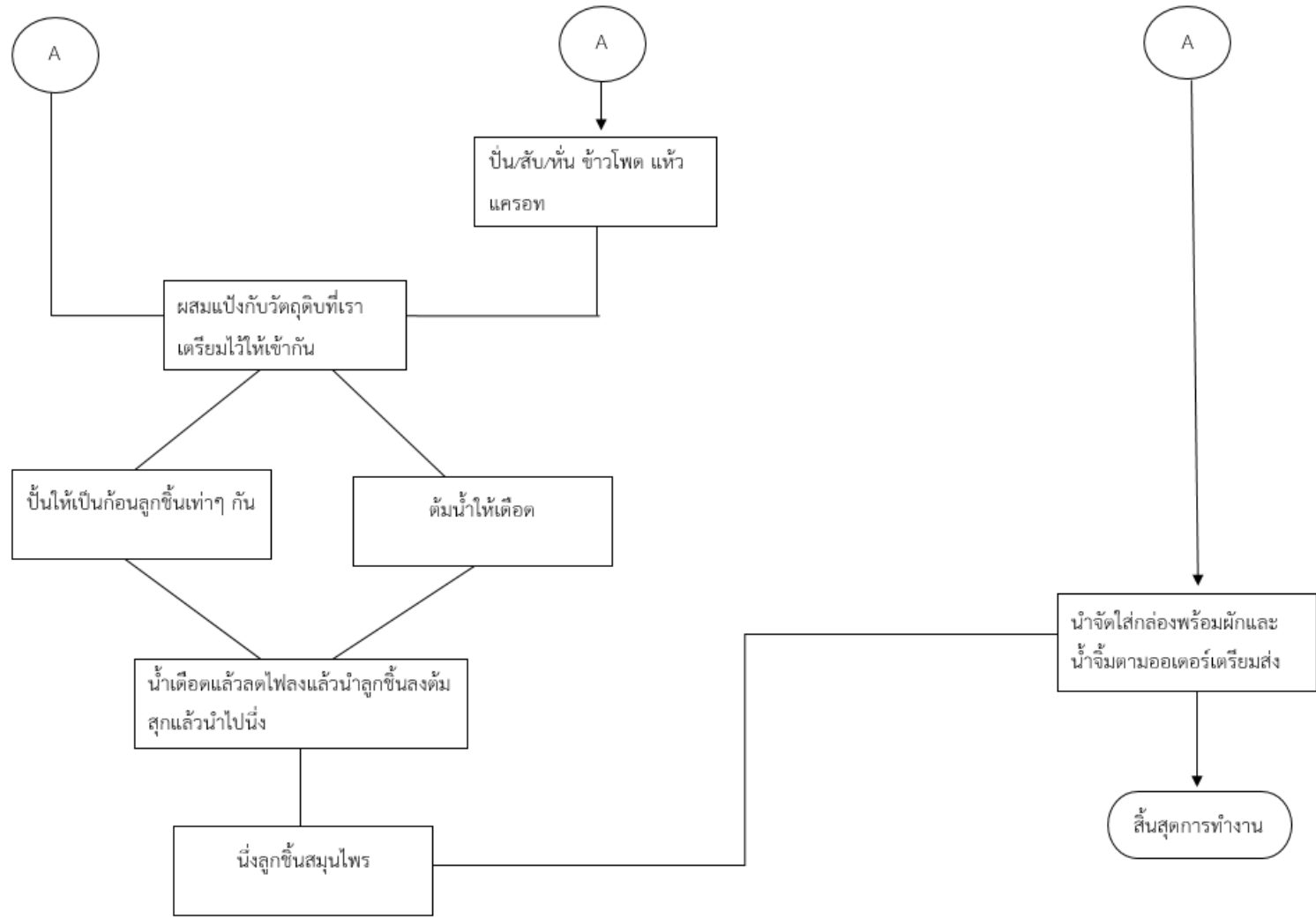
รวมต้นทุนการผลิต = 8.7+1.86+2.27 =12.83 บาท/ชุด

ราคาขาย 1 ชุด 15 ลูก ชุดละ 40 บาท (กำไรจะตกอยู่ที่ 27.17 บาท/ชุด)

7.4 การวิเคราะห์ผังการผลิต

จากขั้นตอนและวิธีทำข้างต้น สามารถเขียนเป็นแผนผังการผลิตได้ดังนี้





สามารถวิเคราะห์ผังผลิตได้ดังนี้

แผนภูมิการไหลของกระบวนการ								
แผนภูมิการไหลของลูกชิ้นเห็ดหอม แผ่นที่ 1		สรุปผล						
ฝ่าย		ปัจจุบัน	หลังปรับปรุง	ลดลง				
ผลิตภัณฑ์/วัสดุ/พนักงาน	การปฏิบัติงาน							
กิจกรรม:การผลิตลูกชิ้นเห็ดหอม + วิธีการทำงาน:ปัจจุบัน/ปรับปรุง	การเคลื่อนย้าย							
	การคอย							
	การตรวจสอบ							
	การเก็บ							
	ระยะทาง (เมตร)							
	ระยะเวลา (นาที)							
คำอธิบาย	ระยะทาง (เมตร)	เวลา (นาฬิกา)	สัญลักษณ์					หมายเหตุ
			○	⇒	D	□	▽	
ผสมแป้งสาลี แป้งมัน เกลือ และเห็ดหอมเข้าด้วยกัน		3	●					
ตรวจสอบว่าแป้งมัน แป้งสาลี ส่วนผสมเกลือ และซอสเห็ดหอมเข้าเป็นเนื้อเดียวกัน		0				●		
ล้างผักเตรียมต้มวัตถุดิบ ข้าวโพด แห้ว แครอท ผักสะบัด ผักชี เห็ดหอม		5	●					
ตรวจสอบวัตถุดิบที่ล้าง ว่าสะอาดเรียบร้อยดี		2				●		
ต้มน้ำร้อน		5				●		
ปลอกเปลือกแครอท		3	●					
ตรวจสอบน้ำร้อนว่าเดือดหรือยัง และตรวจสอบว่าปลอกเปลือกเรียบร้อยหรือไม่		0				●		
ต้มวัตถุดิบ แห้ว ข้าวโพด เห็ดหอม ทั้งหมดพร้อมกัน		20				●		
ตรวจสอบว่าวัตถุดิบสุกหรือยัง		2				●		
ปั่น สับ หั่น แห้ว ข้าวโพด แครอท		30	●					
ตรวจสอบว่าวัตถุดิบที่เราหั่นละเอียดหรือยัง		2				●		

ผสมแป้งที่เตรียมไว้ให้เข้ากันกับวัตถุดิบที่เรา สับไว้ รสพะเนงและรสOriginal	10							
ตรวจสอบแป้งที่เราผสมไว้ว่าเข้ากันได้ดีหรือไม่ ทั้งรสพะเนงและรสOriginal	2							
ปั้นลูกขึ้นให้เป็นก้อนเท่า ๆ กัน ทั้งรสพะเนง และรสOriginal (ทั้งหมด245ลูก)	60.38							
ตมน้ำให้เดือด	5							
ตรวจสอบว่าน้ำเดือดพอหรือไม่ และตรวจสอบ ลูกขึ้นที่ปั้นว่ากลมและแน่นดีหรือยัง	2							
นำลูกขึ้นลงไปต้มให้สุกได้ที่ (ทั้งหมด245ลูก)	183.75							
ตรวจสอบว่าลูกขึ้นสุกดีหรือยัง (ถ้าลอยขึ้น แสดงว่าสุกแล้ว)	0							
สุกแล้วนำมาพักในน้ำเย็น	1							
นำพริกเขียว พริกแดง กระเทียม ผักชี น้ำปลา เกลือ ใส่ลงไปในเครื่องปั่นและทำการปั่นให้เข้า กัน	5							
นึ่งลูกขึ้นใส่กับสมุนไพร ตะไคร้ ใบมะกรูด ขึ้นฉ่าย	5							
ทำการจัดใส่กล่องตามออเดอร์	20							
รวม	366.13							

อัตราการผลิต = การผลิต

หน่วยการผลิต

$$= \frac{366.13}{245} = 1.49 \text{ นาที/ลูก}$$

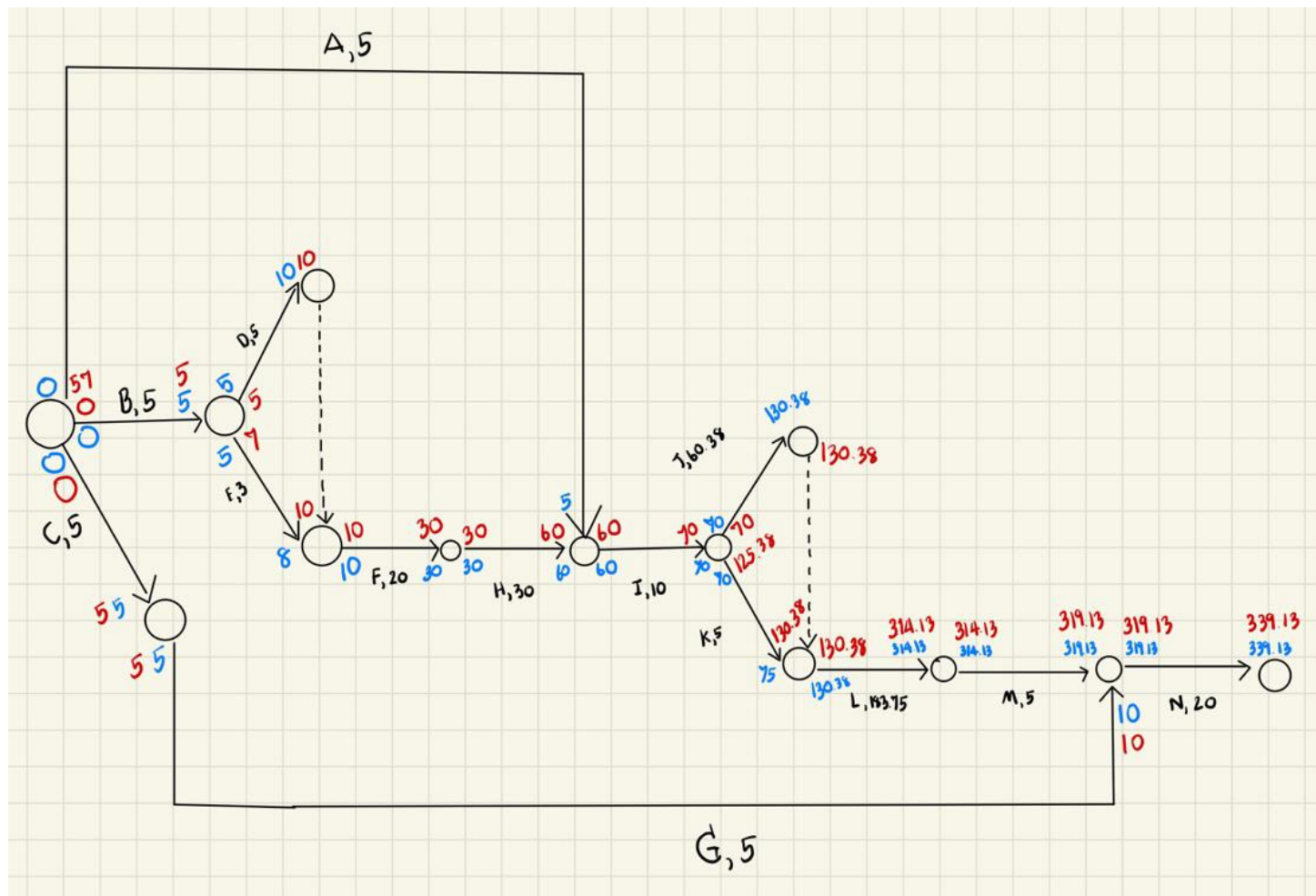
245

7.5 การวิเคราะห์การออกแบบการผลิต

จากดำเนินงานสามารถเขียนเรียงลำดับขั้นตอนดำเนินการผลิตได้ตารางดังนี้

กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม	ระยะเวลา (นาที)	กิจกรรมทำก่อน
A	ผสมแป้งสาลี/แป้งมัน/เกลือ/ซอล เห็นหอมเจเข้าด้วยกัน	5	-
B	ล้างผักเตรียมวัตถุดิบ ข้าวโพด/เหหัว/แค รอต/ผักสลัด/ผักชี/เห็นหอม	5	-
C	นำพริกเขียวพริกแดงกระเทียมผักชี น้ำเชื่อมเกลือ น้ำปลาใส่ลงในเครื่องปั่น	5	-
D	ต้มน้ำร้อน	5	B
E	ปลอกเปลือก	3	B
F	ต้มวัตถุดิบต่าง ๆ	20	D,E
G	ปั่นเครื่องทำน้ำจิ้มให้เข้ากันจัดใส่ถ้วย น้ำจิ้มเตรียมใส่กล่องขาย	5	C
H	ปั่น/สับ/หั่น ข้าวโพด เหหัว แครอท	30	F
I	ผสมแป้งกับวัตถุดิบที่เราเตรียมไว้ให้เข้า กัน	10	A,H
J	ปั่นให้เป็นก้อนลูกชิ้นต่างๆกัน	60.38	I
K	ต้มน้ำให้เดือด	5	I
L	น้ำเดือดแล้วลดไฟลงแล้วนำลูกชิ้นลงต้ม สุกแล้วนำไปนึ่ง	183.75	J,K
M	นึ่งลูกชิ้นสมุนไพร	5	L
N	นำจัดใส่กล่องพร้อมผักแลพน้ำจิ้มตามออ เตอร์เตรียมส่ง	20	G,M
รวม		362 นาที 13วินาที	

จากการทำงานของการไหลของงานทำให้กลุ่มได้ดำเนินการเร่งกระบวนการทำงาน (CPM) ซึ่งทำให้ได้ การวิเคราะห์เครือข่ายแผนงานดังนี้



7.6 การวางแผนและควบคุมการผลิต

จากการดำเนินงานดังกล่าวสามารถใช้เทคนิค การหาเส้นทางวิกฤต (Critical Path Method : CPM)

ในการวางแผนและควบคุมการผลิตได้ดังนี้

กิจกรรม	ระยะเวลา	ES	EF	LS	LF	IF
A	5	0	3	57	60	57
B	5	0	5	0	5	0
C	5	0	5	309.23	314.13	309.13
D	5	5	10	5	10	0
E	3	5	8	7	10	2
F	20	10	30	10	30	0
G	5	5	10	314.13	319.13	309.13
H	30	30	60	30	60	0
I	10	60	70	60	70	0
J	60.38	70	130.83	70	130.38	0
K	5	70	75	125.38	130.38	55.18
L	183.75	130.38	314.13	130.38	314.13	0
M	5	314.13	314.13	314.13	319.13	0
N	20	319.13	339.13	319.13	339.13	0

ดังนั้นกิจกรรมที่เข้าได้ คือ A,C,E,G,K เข้าได้ 57,309.13,2,309.13,55.38

กิจกรรมที่เข้าไม่ได้ คือ B,D,F,H,I,J,L,M,N เข้าไม่ได้ ต้องเร่งสายการผลิต

7.7 การปรับผังการผลิต

การจากดำเนินงานดังกล่าวสามารถปรับผังการผลิตได้ดังนี้

แผนภูมิการไหลของกระบวนการ								
แผนภูมิการไหลของลูกชิ้นเห็ดหอม แผ่นที่ 1		สรุปผล						
ฝ่าย		ปัจจุบัน	หลังปรับปรุง	ลดลง				
ผลิตภัณฑ์/วัสดุ/พนักงาน	การปฏิบัติงาน							
กิจกรรม:การผลิตลูกชิ้นเห็ดหอม +	การเคลื่อนย้าย							
	การคอย							
	การตรวจสอบ							
วิธีการทำงาน:ปัจจุบัน/ปรับปรุง	การเก็บ							
	ระยะทาง (เมตร)							
	ระยะเวลา (นาที)							
คำอธิบาย	ระยะทาง (เมตร)	เวลา (นาฬิกา)	สัญลักษณ์					หมายเหตุ
			○	➡	D	□	▽	
ผสมแป้งสาลี แป้งมัน เกลือ และเห็ดหอมเข้าด้วยกัน		5	●					
ตรวจสอบว่าแป้งมัน แป้งสาลี ส่วนผสมเกลือ และซอสเห็ดหอมเข้าเป็นเนื้อเดียวกัน		0				●		
ล้างผักเตรียมต้มวัตถุดิบ ข้าวโพด แห้ว แครอท ผักสะบัด ผักชี เห็ดหอม		5	●					
ตรวจสอบวัตถุดิบที่ล้าง ว่าสะอาดเรียบร้อยดี		2				●		
ต้มน้ำร้อน		5				●		
ปลอกเปลือกแครอท		3	●					
ตรวจสอบน้ำร้อนว่าเดือดหรือยัง และตรวจสอบว่าปลอกเปลือกเรียบร้อยหรือไม่		0				●		
ต้มวัตถุดิบ แห้ว ข้าวโพด เห็ดหอม ทั้งหมดพร้อมกัน		20				●		
ตรวจสอบว่าวัตถุดิบสุกหรือยัง		2				●		
ปั่น สับ หั่น แห้ว ข้าวโพด แครอท		30	●					

ตรวจสอบว่าวัตถุดิบที่เราหั่นละเอียดหรือยัง	0								
ผสมแป้งที่เตรียมไว้ให้เข้ากันกับวัตถุดิบที่เรา สับไว้ รสพะเนงและรสOriginal	10								
ตรวจสอบแป้งที่เราผสมไว้ว่าเข้ากันได้ดีหรือไม่ ทั้งรสพะเนงและรสOriginal	0								
ปั้นลูกขึ้นให้เป็นก้อนเท่า ๆ กัน ทั้งรสพะเนง และรสOriginal (ทั้งหมด245ลูก)	60.38								
ตม้ น้ำให้เดือด	5								
ตรวจสอบว่าน้ำเดือดพอหรือไม่ และตรวจสอบ ลูกขึ้นที่ปั้นว่ากลมและแน่นดีหรือยัง	0								
นำลูกขึ้นลงไปต้มให้สุกได้ที่ (ทั้งหมด245ลูก)	183.75								
ตรวจสอบว่าลูกขึ้นสุกดีหรือยัง (ถ้าลอยขึ้น แสดงว่าสุกแล้ว)	0								
สุกแล้วนำมาพักในน้ำเย็น	0								
นำพริกเขียว พริกแดง กระเทียม ผักชี น้ำปลา เกลือ ใส่ลงในเครื่องปั่นและทำการปั่นให้เข้า กัน	5								
นึ่งลูกขึ้นใส่กับสมุนไพรร ตะไคร้ ใบมะกรูด ขึ้นฉ่าย	5								
ทำการจัดใส่กล่องตามออเดอร์	20								
รวม	362.13								

อัตราการผลิต = การผลิต

หน่วยการผลิต

$$= \frac{362.13}{245} = 1.48 \text{ นาที/ลูก}$$

8. แผนการตลาด

8.1 กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของลูกชิ้นเห็ดหอมกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริโภค ที่ไม่ทานเนื้อสัตว์ ผู้บริโภคที่ทานมังสวิรัตและอาหารเจ ผู้บริโภคที่แพ้ถั่วเหลือง ผู้บริโภค อายุสูงวัย ต้องการบำรุงหรือรักษาสุขภาพและเป้าหมายสุดท้ายกลุ่มเป้าหมายของเราจะเป็นผู้บริโภคที่ลดน้ำหนักออกกำลังกาย

8.2 พื้นที่เป้าหมาย

พื้นที่เป้าหมายของ ลูกชิ้นเห็ดหอม จะเป็นในส่วนพื้นที่ของยิมออกกำลังกาย โรงพยาบาล หรือสถานที่ที่มีผู้สูงอายุ จำนวนมาก พื้นที่ที่มีคน ทานอาหารเจหรือมังสวิรัต บูธอาหารเจ อาหาร มังสวิรัต

8.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

8.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

เป็นลูกชิ้นเห็ดหอม ซึ่งตัวของลูกชิ้นเห็ดหอมเอง มีลักษณะเป็นวงกลม เหมือนลูกชิ้นทั่วไป แต่ในส่วนผสมของลูกชิ้นเห็ดหอมของเรา จะมี Texture ที่ให้ความกรอบความหวานจากตัวของข้าวโพดและแห้ว มีส่วนผสมหลักที่เป็นเห็ดหอมเห็ดหอมช่วยในเรื่องของการกระตุ้นระบบภูมิคุ้มกันลดระดับคอเลสเตอรอล เสริมสร้างความแข็งแรงของกระดูกรักษาโรคมะเร็ง แล้วอีกส่วนหนึ่งคือลูกชิ้นเห็ดหอมไม่ผสมเนื้อสัตว์ ไม่มีผงปรุงรส เหมาะกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุควรทานมังสวิรัต ทานอาหารเจและคนที่แพ้ถั่วเหลือง



8.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

ลูกชิ้นเห็ดหอมมี 2 รสชาติ คือ Original และรสพะแนง ราคาลูกชิ้นเห็ดหอมกล่องละ 40 บาท ใน 1 กล่องจะมีทั้งหมด 15 ลูก พร้อมน้ำจิ้มและผัก



8.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของลูกชิ้นเห็ดหอมมีการจัดจำหน่ายในช่องทางออนไลน์ เพราะเนื่องจากปัจจุบันสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลต่อการทำงานและการจัดจำหน่ายของกลุ่มพวกเราเป็นอย่างมากจึงมีการเน้นไปทางการจำหน่ายทางออนไลน์ผ่านเพจ facebook มีการโพสต์บอกคุณลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์และราคารายละเอียดอย่างชัดเจน มีการออกจำหน่ายนัดตลาด ถนนเซราะกราว เพื่อเจาะเป้าหมายกลุ่มลูกค้าที่แท้จริง

8.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายของลูกชิ้นเห็ดหอมเราจะมีโพสต์ ในทุกๆวันทางแฟนเพจ Facebook ลูกชิ้นเห็ดหอม จะมีการใส่รูปแต่งรูป ให้รายละเอียดของสินค้าของเราอย่างชัดเจน โดย ทุกคนสมาชิกในกลุ่ม มีส่วนร่วมทุกคนโดยการโพสต์ Facebook ขายในตัวเองด้วย เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายอีกทาง และยังมีกรณีที่เรานำรีวิวของลูกค้าที่ได้รับประทานหรือบริโภคลูกชิ้นเห็ดหอมของเราแล้วมีการโพสต์รีวิวแล้วแท็กทางเราที่เป็นทั้งไอจีส่วนตัวและ Facebook ส่วนตัว เพื่อเราจะได้นำมาโพสต์บอกลูกค้า ทั่วไปที่ยังไม่ได้รับประทานว่าสินค้าของเรามีผลตอบรับเป็นยังไงบ้าง นี่ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการส่งเสริมการขายของลูกชิ้นเห็ดหอมของเรา

8.4 กิจกรรมหรือการดำเนินงานทางการตลาด

8.4.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้า

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของเราทำเพื่อ เพิ่มมูลค่าให้กับลูกชิ้นเห็ดหอมของเราโดยการนำเอากล่องแก้ว ที่เป็นคล้ายๆลูกถ้วยพลาสติกที่มีฝาปิดเป็นคั้ง คล้ายๆแก้วน้ำแต่ไม่ใช่แก้วน้ำ เพื่อเราคิดว่าการที่ลูกค้าซื้อไปแล้วจะได้ถือทานง่ายกว่าถุงพลาสติกธรรมดาทั่วไป และเรายังมีการออกแบบฉลากสินค้าหรือโลโก้ ที่บ่งบอกสื่อถึง สินค้าของเราอย่างชัดเจน



8.4.2 การวางแผนทางการดำเนินงานทางการตลาด

การวางแผนการดำเนินงาน เป็นการวางแผนดำเนินงานในระยะสั้น ไม่ซับซ้อน และมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม ซึ่งแผนการดำเนินงานของลูกชิ้นเห็ดหอมมีดังนี้

ลำดับที่	ยอดขาย	อ้อม	น้เริ	บ้บ	อ้ว	แพ้ม	น้เท	เพ้ร้ร
1	1,000	ซ้บของ/ อุปกรณ การผลิ	ซ้บของ/ อุปกรณ การผลิ	ผลิ สินค้	ผลิ สินค้	ผลิ สินค้	แอดมิน เพจ/สง สินค้	ทำ บ้ญช้
2	1,520	ผลิ สินค้/ ขายสินค้ ที่ตลาด	ผลิ สินค้/ ขายสินค้ ที่ตลาด	ซ้บของ/ อุปกรณ การผลิ/ ขายสินค้ ที่ตลาด	ผลิ สินค้/ ขาย สินค้ที่ ตลาด	ซ้บของ/ อุปกรณ การผลิ/ ขายสินค้ ที่ตลาด	ขายสินค้ ที่ตลาด	ทำ บ้ญช้
3	2,000	ขายสินค้ ที่ตลาด	แอดมิน เพจ/สง สินค้/ ติดต่อก ฝากร้าน/ ขายสินค้ ที่ตลาด	ผลิ สินค้/ ขายสินค้ ที่ตลาด	ซ้บของ/ อุปกรณ การ ผลิ/ ขาย สินค้ที่ ตลาด	ผลิ สินค้/ ขายสินค้ ที่ตลาด	ซ้บของ/ อุปกรณ การผลิ/ ขายสินค้ ที่ตลาด	ทำ บ้ญช้
4	2,560	แอดมิน เพจ/สง สินค้/ ติดต่อก	ออกบู	ผลิ สินค้/ ออกบู	ซ้บของ/ อุปกรณ การ	ซ้บของ/ อุปกรณ การผลิ/ ออกบู	ผลิ สินค้/ ออกบู	ทำ บ้ญช้

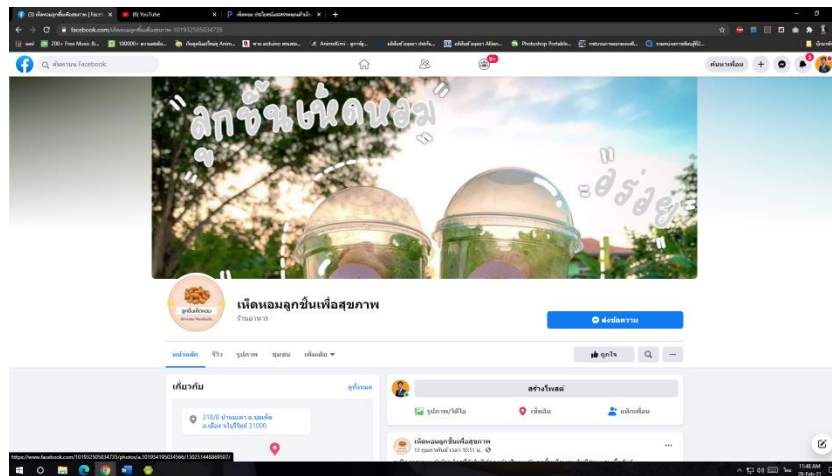
		ฝากร้าน/ ออกบูธ			ผลิต/ ออกบูธ			
5	3,000	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำบัญชี/ ขาย สินค้าที่ ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี
6	3,080	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ขาย สินค้าที่ ตลาด	แอดมิน เพจ/ส่ง สินค้า/ ติดต่อการ ฝากร้าน/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี
7	3,280	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การ ผลิต/ ขาย สินค้าที่ ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	แอดมิน เพจ/ส่ง สินค้า/ ติดต่อการ ฝากร้าน/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี
8	3,480	ออกบูธ	แอดมิน เพจ/ส่ง สินค้า/ ติดต่อการ ฝากร้าน/ ออกบูธ	ผลิต สินค้า/ ออกบูธ	ผลิต สินค้า/ ออกบูธ	ผลิต สินค้า/ ออกบูธ	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ออกบูธ	ทำ บัญชี
9	3,680	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ทขาย สินค้าที่ ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขาย สินค้าที่ ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ซื้อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี

10	3,880	ขายสินค้า ที่ตลาด	ชื่อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	แอดมิน เพจ/ส่ง สินค้า/ ติดต่อการ ฝากร้าน/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ชื่อของ/ อุปกรณ์ การ ผลิต/ ขาย สินค้าที่ ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี
11	4,000	แอดมิน เพจ/ส่ง สินค้า/ ติดต่อการ ฝากร้าน/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ชื่อของ/ อุปกรณ์ การ ผลิต/ ขาย สินค้าที่ ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี
12	4,080	ชื่อของ/ อุปกรณ์ การผลิต/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	แอดมิน เพจ/ส่ง สินค้า/ ติดต่อการ ฝากร้าน/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขาย สินค้าที่ ตลาด	ผลิต สินค้า/ ขายสินค้า ที่ตลาด	ขายสินค้า ที่ตลาด	ทำ บัญชี

8.5 แผนการขายสินค้า

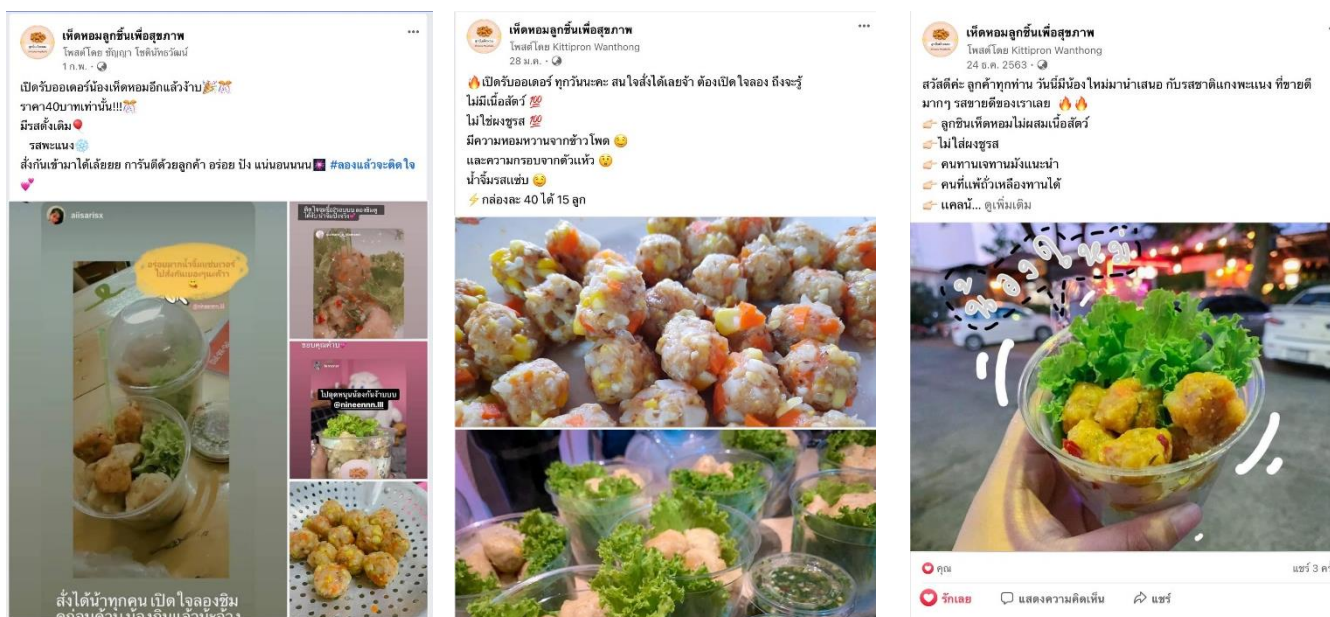
8.5.1 การขายสินค้าแบบออนไลน์

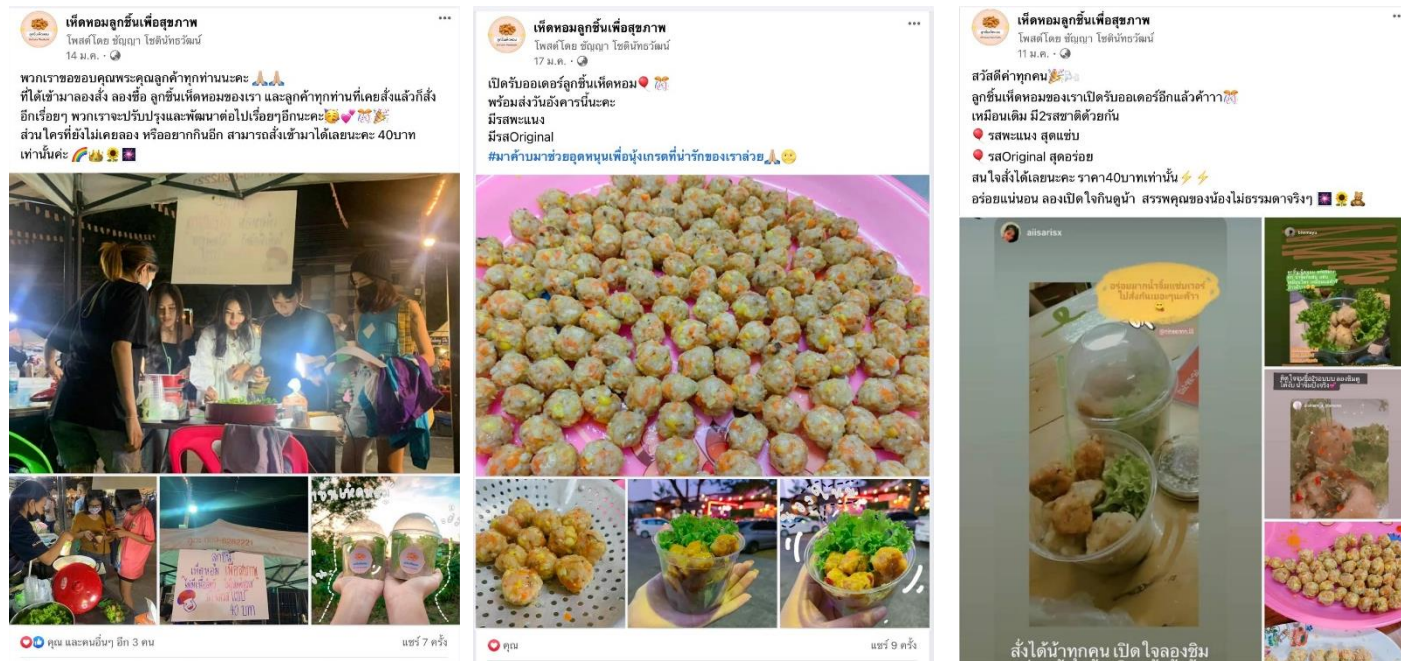
8.5.1.1 Page เพจ Facebook ลูกชิ้นเห็นหอมเพื่อสุขภาพ



8.5.1.2 การทำโฆษณา Online

ทางเพจ Facebook โดยการโพสต์ บอกราคาบอกคุณค่าทางโภชนาการ บอกถึงกลุ่มเป้าหมายเชิญชวนให้มาลอง





8.5.2 การขายแบบออฟไลน์

การขายแบบออฟไลน์ของเราเราไปจอดตลาดที่ถนนเซาะกราว ซึ่งมีลักษณะลูกค้าที่ทั่วไป มีจำนวนผู้คนมากมาย โดย ที่เรามีการดำเนินการโดยการติดต่อ จอ่งที่ถนนเซาะกราวเพื่อเข้าไปจำหน่าย สินค้าลูกชิ้นหัดหอมของเรา จะมีค่าเช่าที่ราคา 50 บาท บาท เราก็ได้วางแผนการดำเนินงานและทำตามแผนการดำเนินงานของเราเป็นไป ได้ด้วยดี มีการจำหน่ายและมีลูกค้ายังไม่เคยเห็นผลิตภัณฑ์แบบนี้มาก่อนสินค้าแบบนี้มาก่อนและเข้ามาสอบถามเราได้มีการแจกแบบสอบถามเพื่อสอบถามลูกค้าสอบถามความคิดเห็นในเรื่องของรสชาติราคา จำหน่ายที่ใด ซึ่งเราก็ได้ผลตอบรับเป็นอย่างดี





8.5.3 ตำราวจความต้องการของลูกค้า

สรุปผลการสำรวจความต้องการของลูกค้า พบว่า เรื่องของรสชาติของสินค้าลูกค้ามีความชอบและต้องการรสชาติ Original มากกว่าพะแนง และราคามีความเหมาะสมกับปริมาณของสินค้า ส่วนใหญ่ลูกค้าจะสะดวกซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ บรรจุภัณฑ์เหมาะสม และรสชาติน้ำจิ้มกับสินค้าเหมาะสมและลงตัว

แบบสอบถาม

ลูกชิ้นเห็ดเพื่อสุขภาพ

1.ลูกค้าชอบรสชาติใด ระหว่าง รสOriginal และ รสพะแนง?

รสพะแนง รสOriginal

2.ลูกค้าคิดว่าราคาของสินค้าเหมาะสมปริมาณที่ให้หรือไม่?

เหมาะสม ไม่เหมาะสม

3.ลูกค้าสะดวกที่จะซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางใดมากกว่า ระหว่าง ตลาดหนองแปบ และ ทางออนไลน์?

ตลาดหนองแปบ ทางออนไลน์ (ทางเพจFacebook)

4.ลูกค้าคิดว่าพาชนะที่ใส่สินค้าเหมาะสมหรือไม่?

เหมาะสม ไม่เหมาะสม

5.ลูกค้าคิดว่าน้ำจิ้มของทางร้านเหมาะสมกับตัวสินค้าหรือไม่?

เหมาะสม ไม่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

แบบสอบถามลูกค้าลูกชิ้นเห็ดหอม (จำนวนทั้งหมด20คน)

หัวข้อรายการแบบสอบถาม	คนที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Sum	Average	SD	ระดับ	
1.ลูกค้าชอบรสชาติใดระหว่างรสOriginalและรสพะแนง		1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	25	1.25	0.43	น้อยที่สุด	
2.ลูกค้าคิดว่าราคาของสินค้าเหมาะสมกับปริมาณที่ให้หรือไม่		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	3	0	ปานกลาง	
3.ลูกค้าสะดวกที่จะซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางใดมากกว่าระหว่างคนเดินเซราะกราวและทางออนไลน์		6	6	6	5	6	5	5	6	5	6	5	5	6	6	5	5	6	6	6	6	5	111	5.55	0.50	มากที่สุด
4.ลูกค้าคิดว่ารสชาติสินค้าเหมาะสมหรือไม่		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	3	0	ปานกลาง	
5.ลูกค้าคิดว่าปริมาณของทางร้านเหมาะสมกับตัวสินค้าหรือไม่		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	3	0	ปานกลาง	

มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6.00	5.00	4.00	3.00	2.00
5.00	4.00	3.00	2.00	1.00

1:รสOriginal
2:รสพะแนง
3:เหมาะสม
4:ไม่เหมาะสม
5:คนเดินเซราะกราว
6:ทางออนไลน์

9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

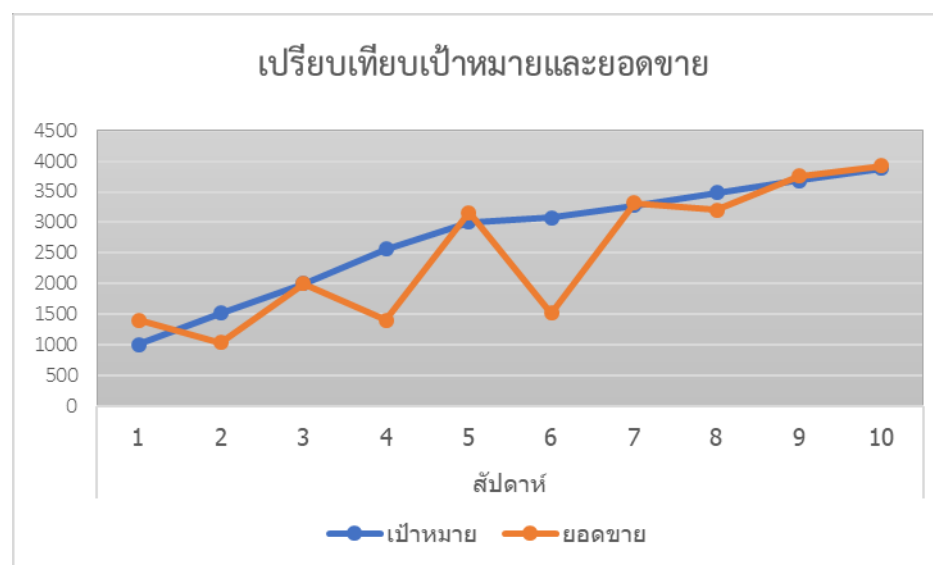
ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินร่วมลงทุน	เงินกู้	รวมมูลค่า
1	ทุน	700	-	-	700
2	ค่าใช้จ่ายในการผลิต	5,381.75	-	-	5,381.75
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	6,081.75	-	-	6,081.75
	โครงสร้างทางการเงิน (เปอร์เซ็นต์)	8.70 %			8.70 %

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประกัน	ภาระผูกพัน
1	ที่ดิน	-	-	-
2	อาคาร	-	-	-
3	ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	-	-	-
4	อุปกรณ์/เครื่องใช้	แมก ที่ร่อนแป้ง ที่บีบมะนาว เครื่องปั่น เตาหนึ่ง กระทะไฟฟ้า มีด	39 20 20	-
5	ยานพาหนะ	-	-	-
6	สินค้านำไปคองเหลือ	-	-	-
7	ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-	-
8	รายการอื่น ๆ	ค่าแก๊ส-ค่าไฟ-ค่า น้ำ	200	-
	รวมมูลค่าสินทรัพย์ที่ใช้ใน การประกอบธุรกิจปัจจุบัน		279	-

9.3 ประมาณการเป้าหมายและรายได้จากการขายสินค้า

	สัปดาห์										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม
เป้าหมาย	1,000	1,520	2,000	2,560	3,000	3,080	3,280	3,480	3,680	3,880	27,480
ยอดขาย	1,400	1,040	2,000	1,400	3,160	1,520	3,320	3,200	3,760	3,920	24,720



9.4 รายการทางการเงิน

บัญชีรายรับรายจ่ายลูกชิ้นเห็ดหอม (5 สัปดาห์)									
ว/ด/ป	รายการ	รหัส บัญชี	เลขที่ ใบเสร็จ	เงินสด			เงินฝากธนาคาร		
				รับ	จ่าย	คงเหลือ	ฝาก	ถอน	คงเหลือ
19/11/2020	ลงทุน	301		700.00		700.00			
	ค่าใช้จ่าย	501							
	แครอท	501			8.50				
	เห็ด	501			86.00				
	ฟักทอง	501			22.75				
	ข้าวโพด	501			31.00				
	ถัวยน้ำจิ้ม	503			65.00				
	แป้งมัน	501			15.00				
	พริก	502			20.00				
	ที่ร่อนแป้ง	503			20.00				
	อแป้งสาลี	501			30.00				
	ผักชี	502			10.00				
	ขึ้นฉ่าย	502			10.00				
	มะนาว	502			10.00				
	พริกไทย	502			5.00				
	เห็ดหอม	501			40.00				
	ถัวยใส่ลูกชิ้น	503			65.00				
	ส้อมพลาสติก	502			20.00				
	ถุงพลาสติก	502			12.00				
	รวมค่าใช้จ่าย				470.25	229.75			
	ขายสินค้า (8กล่อง)	401		320.00		549.75			

24/11/2020	ค่าใช้จ่าย								
	แป้งมัน	501			15.00				
	แป้งสาลี	501			30.00				
	ข้าวโพด	501			31.00				
	เห็ดหอม	501			40.00				
	รวมค่าใช้จ่าย				116.00	433.75			
	ขายสินค้า (6กล่อง)	401		240.00		673.75			
25/11/2020	ขายสินค้า (10กล่อง)	401		400.00		1,073.75			
	ค่าใช้จ่าย								
	แครอท	501			15.50				
	เหหัว	501			86.00				
	ถั่ว	503			130.00				
	ข้าวโพด	501			59.00				
	ผักสลัด	502			10.00				
	พริกแห้ง	502			10.00				
	น้ำตาลทราย	502			25.00				
	หัวหอม	502			10.00				
	ตะไคร้	502			5.00				
	แป้ง	501			30.00				
	พริกเขียว	502			10.00				
	ที่ปีบมะนาว	103			20.00				
	ผักชี	502			10.00				
	น้ำแข็ง	502			10.00				
	รวมค่าใช้จ่าย				430.50	643.25			
27/11/2020	ขายสินค้า (9กล่อง)	401		240.00		883.25	120.00		120.00

1/12/2020	ขายสินค้า (2กล่อง)	401					80.00		200.00
1/12/2020	ค่าใช้จ่าย								
	สมุดบัญชี	503			39.00	844.25			
14/12/2020	ค่าใช้จ่าย								
	แป้งมัน	501			25.00				
	พริกแดง	502			10.00				
	พะแนง	501			20.00				
	มะนาว	502			10.00				
	พริกเขียว	502			10.00				
	ผักชี	502			10.00				
	ขึ้นฉ่าย	502			10.00				
	รวมค่าใช้จ่าย				95.00	749.25			
15/12/2020	ขายสินค้า (26กล่อง)								
	รสตั้งเดิม (15กล่อง)	401		600.00					
	รสพะแนง (11กล่อง)	401		440.00					
	รวมขายสินค้า			1,040.00		1,789.25			
18/12/2020	ขายสินค้า (14กล่อง)								
	รสตั้งเดิม (5กล่อง)	401		200.00					
	รสพะแนง (9กล่อง)	401		360.00					
	รวมขายสินค้า			560.00		2,349.25			
19/12/2020	ค่าใช้จ่าย								
	เห็ดหอม	501			40.00				

	แครอต	501			40.00				
	ข้าวโพด	501			62.00				
	ผักสลัด	502			40.00				
	ไม้จิ้ม	503			20.00				
	กล่องใส่ลูกชิ้น	503			130.00				
	ถุงพลาสติก	503			24.00				
	แป้งมัน	501			50.00				
	แป้งสาลี	501			60.00				
	ซอสเห็ดหอมเจ	501			48.00				
	ผักชี	502			10.00				
	เกลือ	501			6.00				
	ชิ้นฉ่าย	502			10.00				
	เครื่องพะแนง	501			20.00				
	รวมค่าใช้จ่าย				560.00	1,789.25			
	ขายสินค้า (36กล่อง)								
	รสดั้งเดิม (16กล่อง)	401		640.00					
	รสพะแนง (20กล่อง)	401		800.00					
	รวมขายสินค้า			1,440.00		3,229.25			
23/12/2020	ค่าใช้จ่าย								
	แป้งมัน	501			25.00				
	แป้งสาลี	501			30.00				
	เกลือ	501			7.00				
	พริกแดง	502			20.00				
	พริกเขียว	502			20.00				
	มะนาว	502			20.00				

	ผักชี	502			10.00				
	ขึ้นฉ่าย	502			10.00				
	ผักสลัด	502			20.00				
	เห็ดหอม	501			40.00				
	ถัวยใส่น้ำจิ้ม	503			55.00				
	น้ำตาลทราย	502			25.00				
	พริกแกง พะแนง	501			20.00				
	กระเทียม	502			10.00				
	แครอท	501			25.00				
	ข้าวโพด	501			10.00				
	รวมค่าใช้จ่าย				347.00	2,882.25			
	ขายสินค้า (21กล่อง)								
	รสตั้งเดิม (12กล่อง)	401		480.00					
	รสพะแนง (9กล่อง)	401		360.00		3,722.25			
	รวมขายสินค้า			840.00					
25/12/2020	ค่าใช้จ่าย								
	เหหัว	501			160.00				
	กระเทียม	502			35.00				
	พริกแกง พะแนง	501			20.00				
	ข้าวโพด	501			40.00				
	แป้งมัน	501			12.00				
	แป้งสาลี	501			30.00				
	เห็ดหอม	501			80.00				
	ซีอิ้วเห็ดหอม	501			49.00				

	ผักสลัด	502			28.00				
	พริกเขียว	502			20.00				
	รวมค่าใช้จ่าย				474.00	3,248.25			
	ขายสินค้า (9 กล่อง)								
	รส Original (4กล่อง)	401		160.00					
	รสพะแนง (5 กล่อง)	401		200.00					
	รวมขายสินค้า			360.00		3,608.25			
26/12/2020	ขายสินค้า (5 กล่อง)								
	รส Original (5กล่อง)	401		200.00					
	รวมขายสินค้า			200.00		3,808.25			
28/12/2020	ค่าใช้จ่าย								
	แป้งมัน	501			25.00				
	แป้งสาลี	501			60.00				
	พริกแดง	502			20.00				
	พริกเขียว	502			30.00				
	มะนาว	502			20.00				
	ผักชี	502			20.00				
	ขึ้นฉ่าย	502			20.00				
	เห็ดหอม	501			80.00				
	ผักสลัด	502			50.00				
	น้ำตาลทราย	502			25.00				
	พริกแกง พะแนง	501			30.00				
	กระเทียม	502			30.00				

	แครอต	501			30.00				
	ข้าวโพด	501			40.00				
	เห็ด	501			160.00				
	เกลือ	501			12.00				
	รวมค่าใช้จ่าย				652.00	3,156.25			
29/12/2020	ขายสินค้า (55 กล่อง)								
	รส Original (35 กล่อง)	401		1,400.00					
	รส พะแนง (20 กล่อง)	401		800.00					
	รวมขายสินค้า			2,200.00		5,356.25			
30/12/2020	ขายสินค้า(24 กล่อง)								
	รส Original (15กล่อง)	401		600.00					
	รส พะแนง (9 กล่อง)	401		360.00					
	รวมขายสินค้า			960.00		6,316.25			
6/1/2021	ค่าใช้จ่าย								
	แป้งมัน	501			12.00				
	แป้งสาลี	501			15.00				
	ผักสลัด	502			20.00				
	แครอต	501			20.00				
	ข้าวโพด	501			20.00				
	มะนาว	502			10.00				
	ผักชี	502			10.00				
	ขึ้นฉ่าย	502			10.00				
	รวมค่าใช้จ่าย				117.00	6,199.25			

6/1/2020	ขายสินค้า (21 กล่อง)							
	รส Original (9 กล่อง)	401		360.00				
	รส พะแนง (12กล่อง)	401		480.00				
	รวมขายสินค้า			840.00		7,039.25		
8/1/2021	ขายสินค้า (17 กล่อง)							
	รส Original (9 กล่อง)	401		360.00				
	รส พะแนง (8 กล่อง)	401		320.00				
	รวมขายสินค้า			680.00		7,719.25		
11/1/2021	เงินสดฝาก ธนาคาร	102				100.00		100.00
15/1/2021	เงินสดฝาก ธนาคาร	102				1,819.25		1,919.25
15/1/2021	เงินสดฝาก ธนาคาร	102				-	6,000.00	7,919.25
19/1/2021	ค่าใช้จ่าย							
	น้ำปลา	502			24.00			
	แม็ก	503			35.00			
	ถัวยน้ำจิ้ม	503			55.00			
	กล่องใส่ลูกชิ้น	503			130.00			
	เครื่องพะแนง	501			30.00			
	พริกแดง	502			30.00			
	พริกเขียว	502			30.00			
	ผักสลัด	502			20.00			
	ผักชี	502			10.00			

	แป้งสาลี	501			15.00				
	แป้งมัน	501			12.00				
	แห้ว	501			80.00				
	แครอท	501			19.00				
	มะนาว	502			10.00				
	เห็ดหอม	501			40.00				
	น้ำตาลทราย	502			15.00				
	เกลือ	501			4.00				
	รวมค่าใช้จ่าย				559.00				
19/1/2021	ขายสินค้า (83 กล่อง)								
	รส Original (45 กล่อง)	401		1,800.00					
	รส พะแนง (38กล่อง)	401		1,520.00					
	รวมขายสินค้า			3,320.00		3,320.00			
20/1/2021	ถอนใช้ส่วนตัว	301						500.00	7,419.25
20/1/2021	เจ้าหนี้	201			59.00	3,261.00			
21/1/2021	ค่าใช้จ่าย								
	พริกแดง	502			20.00				
	พริกเขียว	502			20.00				
	ผักชี	502			10.00				
	ขึ้นฉ่าย	502			10.00				
	ผักสลัด	502			20.00				
	แห้ว	501			80.00				
	แครอท	501			20.00				
	เห็ดหอม	501			40.00				
	เครื่องพะแนง	501			20.00				
	แป้งสาลี	501			15.00				

	แป้งมัน	501			12.00				
	รวมค่าใช้จ่าย				267.00	2,994.00			
21/1/2021	ขายสินค้า (15 กล่อง)								
	รส Original (7 กล่อง)	401		280.00					
	รส พะแนง (8กล่อง)	401		320.00					
	รวมขายสินค้า			600.00		3,594.00			
22/1/2021	ขายสินค้า (18 กล่อง)								
	รส Original (8กล่อง)	401		320.00					
	รส พะแนง (10กล่อง)	401		400.00					
	รวมขายสินค้า			720.00		4,314.00			
23/1/2021	ขายสินค้า (25 กล่อง)								
	รส Original (13กล่อง)	401		520.00					
	รส พะแนง (12กล่อง)	401		480.00					
	รวมขายสินค้า			1,000.00		5,314.00			
24/1/2021	ขายสินค้า (22 กล่อง)								
	รส Original (14กล่อง)	401		560.00					
	รส พะแนง (8กล่อง)	401		320.00					
	รวมขายสินค้า			880.00		6,194.00			

2/2/2021	เงินสดฝาก ธนาคาร	102					6,194.00		13,613.25
2/2/2021	ถอนเงินฝาก ธนาคาร	301						700.00	12,913.25
2/2/2021	ค่าใช้จ่าย								
	ซีอิ๊วขาว เห็ดหอม	501			25.00				
	กระเทียม	502			15.00				
	เห็ด	501			80.00				
	ซีอิ๊วดำ	502			10.00				
	ข้าวโพด	501			50.00				
	กะหล่ำ	502			20.00				
	ซอลเห็ดหอม	501			48.00				
	แครอท	501			40.00				
	แป้งมัน	501			20.00				
	แป้งสาลี	501			50.00				
	ผงฟู	501			12.00				
	พริกเขียว	502			20.00				
	พริกแดง	502			20.00				
	ผักชี	502			10.00				
	มะนาว	502			20.00				
	เกลือ	501			5.00				
	น้ำตาลทราย	502			15.00				
	ถัวยน้ำจิ้ม	503			50.00				
	กล่องใส่ลูกชิ้น	503			130.00				
	ถุนหิว	503			40.00				
	ผักสลัด	502			20.00				
	รวมค่าใช้จ่าย				700.00	-			

2/2/2021	ขายสินค้า (94 กล่อง)								
	รส Original (34กล่อง)	401		1,360.00					
	รส พะแนง (60กล่อง)	401		2,400.00					
	รวมขายสินค้า			3,760.00		3,760.00			
5/2/2021	ค่าใช้จ่าย								
	แห้ว	501			80				
	ขึ้นฉ่าย	502			20				
	ข้าวโพด	501			50				
	กะหล่ำ	502			20				
	แครอท	501			40				
	แป้งมัน	501			20				
	แป้งสาลี	501			50				
	พริกเขียว	502			20				
	พริกแดง	502			20				
	ผักชี	502			10				
	มะนาว	502			20				
	ถัวยน้ำจิ้ม	503			55				
	กล่องใส่ลูกชิ้น	503			130				
	ผักสลัด	502			20				
	รวมค่าใช้จ่าย				555	3,205.00			
5/2/2021	ขายสินค้า (30กล่อง)								
	รส Original (12กล่อง)	401		480					
	รส พะแนง (18กล่อง)	401		720					
	รวมขายสินค้า			1200		4,405.00			

8/2/2021	ขายสินค้า (40กล่อง)								
	รส Original (16กล่อง)	401		600			40		
	รส พะแนง (24กล่อง)	401		920			40		12,993.25
	รวมขายสินค้า			1520		5,925.00			
9/2/2021	ขายสินค้า (28กล่อง)								
	รส Original (13กล่อง)	401		520					
	รส พะแนง (15กล่อง)	401		600					
	รวมขายสินค้า			1120		7,045.00			

9.5 รายการทางบัญชี

บัญชีเงินฝากเพื่อเรียก

สาขา Branch: 0710 สาขาพวกิจ

บัญชีเลขที่ Account Number: 020351962061

ชื่อผู้ฝาก Depositor Name: นางสาว วิภาดา ชัยปลัด

หมายเลข Serial No. 810000426884

11 มี.ค. 2564 ผู้จัดการ Manager

วันที่ DATE	คำย่อ CODE	ยอด DEPOSIT	ยอด WITHDRAWAL	ยอด BALANCE	จำนวนเงิน STAFF ID
11/01/64	B/F			*****0.00	5220792
11/01/64	SDCA	100.00		*****100.00	5656630
15/01/64	SDCA	1,819.25		*****1,919.25	5656630
15/01/64	SDCA	6,000.00		*****7,919.25	5656630
20/01/64	HPPOFFS	500.00		*****8,419.25	930048
02/02/64	SDCA		6,194.00	*****2,225.25	5203809
02/02/64	MASWC	700.00		*****2,925.25	910710
10/02/64	PPSDTR		80.00	*****2,845.25	919038
16/02/64	SDCA		7,045.00	*****20,038.25	5220792

หมายเลข Serial No. 810000426884

คำย่อ	SDCA	ฝากเงินสด	SDCA	ถอนเงินสด	SDCR	ฝากเช็ค	DARSA	เช็คคืน
Abbreviation	SDCA	ฝากเงินสด Cash Deposit	SDCA	ถอนเงินสด Cash Withdrawal	SDCR	ฝากเช็ค Cheque Deposit	DARSA	เช็คคืน Cheque Returned
	SDCA	ฝากเงินโดยโอน	SDTR	ฝากเงินโดยโอน	SDTR	ถอนเงินโดยโอน	SDTR	ถอนเงินโดยโอน
	SDCA	ฝากเงินโดยโอน	SDTR	ฝากเงินโดยโอน	SDTR	ถอนเงินโดยโอน	SDTR	ถอนเงินโดยโอน

9.6 งบกำไรขาดทุน

ลูกชิ้นเห็ดหอม	
งบกำไรขาดทุน(5สัปดาห์)	
สำหรับ 5 สัปดาห์ สิ้นสุดวันที่ 8 มกราคม 2564	
รายได้	
รายได้จากการขาย	10,520.00
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	3,300.75
กำไรสุทธิ	7,219.25

ลูกชิ้นเห็ดหอม	
งบกำไรขาดทุน(10สัปดาห์)	
สำหรับ 5 สัปดาห์ สิ้นสุดวันที่ 8 มกราคม 2564	
รายได้	
รายได้จากการขาย	24,720.00
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	5,381.75
กำไรสุทธิ	19,338.25

9.7 งบดุล

	ลูกชิ้นเห็ดหอม	
	งบดุล (5 สัปดาห์)	
	ณ วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2564	
	สินทรัพย์	
	สินทรัพย์หมุนเวียน	
เงินสด		7,919.25
เงินฝากธนาคาร		-
รวมสินทรัพย์		7,919.25
	หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	
	ส่วนของผู้ถือหุ้น	
ทุน		700
กำไร		7,219.25
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น		7,919.25
	ลูกชิ้นเห็ดหอม	
	งบดุล (10 สัปดาห์)	
	ณ วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2564	
	สินทรัพย์	
	สินทรัพย์หมุนเวียน	
เงินสด		7,045.00
เงินฝากธนาคาร		12,993.25
รวมสินทรัพย์		20,038.25
	หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	
	ส่วนของผู้ถือหุ้น	
ทุน		700.00
กำไร		19,338.25
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น		20,038.25

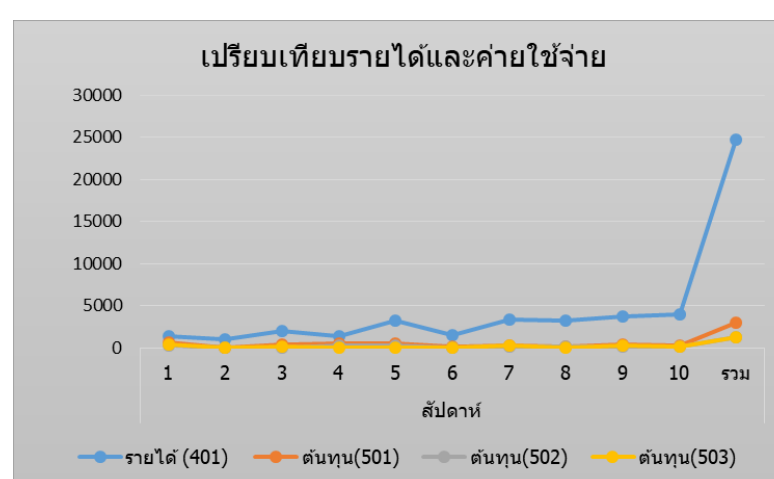
9.8 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	5สัปดาห์	10สัปดาห์
การวัดความสามารถในการบริหารงาน		
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	72%	97%
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	72%	97%
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	63%	78%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	64%	78%
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	69%	78%

9.9 การวิเคราะห์รายได้เปรียบเทียบกับต้นทุนการผลิต

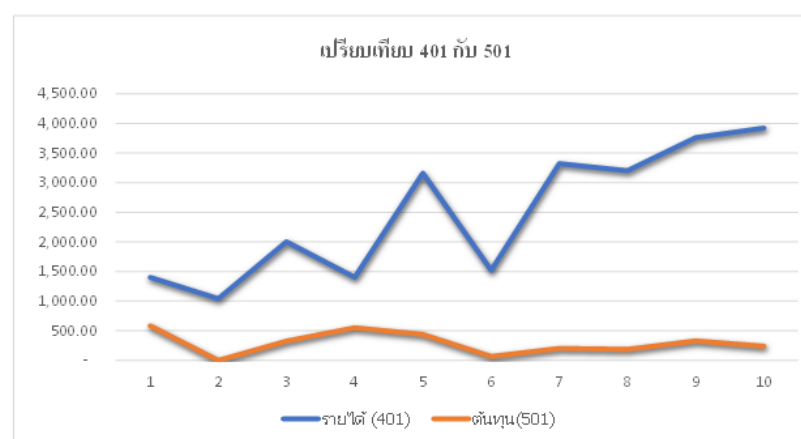
1. กราฟเปรียบเทียบรายได้และค่าใช้จ่ายของลูกชิ้นเห็ดหอม

	สัปดาห์										รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
รายได้ (401)	-	1,040.00	2,000.00	1,200.00	3,160.00	1,520.00	3,320.00	3,200.00	3,760.00	3,840.00	23,040.00
ต้นทุน (501)	619.75	0	206.00	683.00	929.00	60.00	183.00	354.00	350.00	180.00	2,919.75
ต้นทุน (502)	1,265.75	0	700.00	689.00	290.00	147.00	686.00	140.00	250.00	255.00	1,269.00
ต้นทุน (503)	87.00	0	134.00	20.00	0	0	190.00	0	760.00	575.00	1,193.00



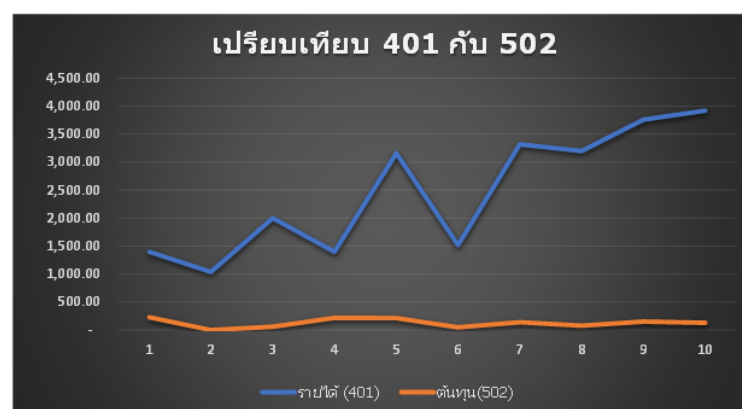
2. กราฟเปรียบเทียบรายได้และค่าใช้จ่ายของลูกชิ้นเห็ดหอม (401 กับ 501)

สัปดาห์	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม
รายได้ (401)	1,400.00	1,040.00	2,000.00	1,400.00	3,160.00	1,520.00	3,320.00	3,200.00	3,760.00	3,920.00	24,720.00
ต้นทุน (501)	584.75	0	326.00	548.00	437.00	67.00	200.00	187.00	330.00	240.00	2,919.75



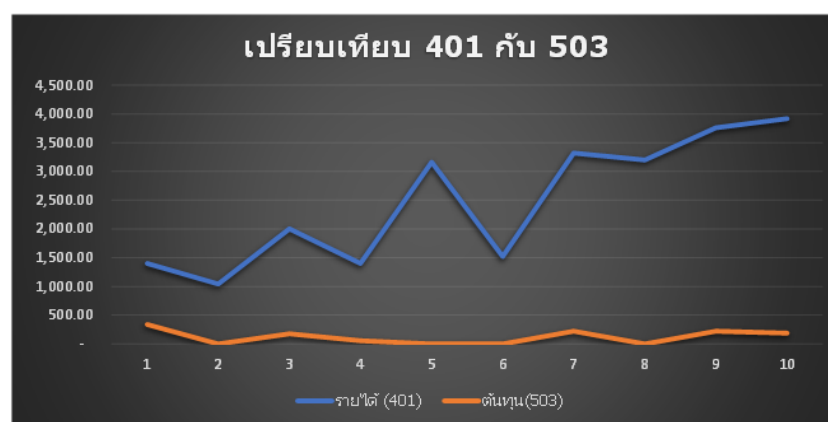
3. กราฟเปรียบเทียบรายได้และค่าใช้จ่ายของลูกชิ้นเห็ดหอม (401 กับ 502)

สัปดาห์	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม
รายได้ (401)	1,400.00	1,040.00	2,000.00	1,400.00	3,160.00	1,520.00	3,320.00	3,200.00	3,760.00	3,920.00	24,720.00
ต้นทุน (502)	227.00	-	60.00	218.00	215.00	50.00	139.00	80.00	150.00	130.00	1,269.00



4. กราฟเปรียบเทียบรายได้และค่าใช้จ่ายของลูกชิ้นเห็ดหอม (401 กับ 503)

สัปดาห์	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	รวม
รายได้ (401)	1,400.00	1,040.00	2,000.00	1,400.00	3,160.00	1,520.00	3,320.00	3,200.00	3,760.00	3,920.00	24,720.00
ต้นทุน (503)	339.00	-	174.00	55.00	-	-	220.00	-	220.00	185.00	1,193.00



10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางการแก้ไขปัญหา
1	ความเสี่ยงด้านการเงิน	กำไรน้อย	หาฐานลูกค้าเพิ่ม เพื่อให้ยอดขายเพิ่มขึ้น
2	ความเสี่ยงด้านภาวะเศรษฐกิจ	กำลังการซื้อลดลง	จัดโปรโมชั่น
3	ความเสี่ยงด้านการผลิตล่าช้า	ทำให้สินค้าไม่เพียงพอ ต่อความต้องการของลูกค้า	ใช้เวลาในการผลิตสินค้ามากขึ้น แบ่งเวลาให้สมาชิกผลิตสินค้า
4	ความเสี่ยงด้านการเก็บรักษา	อายุของผลิตภัณฑ์น้อย	ผลิตตามจำนวนออเดอร์
5	ความเสี่ยงด้านการป้องกันโรคโควิด 19	ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้ยาก	ประกาศข้อมูลข่าวสารผ่านโลกออนไลน์

ภาพผนวกและเอกสารแนบ

1. ภาพประกอบการดำเนินงาน (รายสัปดาห์)



สัปดาห์ที่ ๑ กลุ่มพวกหนู กลุ่มลูกอินทรีย์เพื่อสุขภาพ (ไม่มีเนื้อสัตว์ ไม่ใส่ผงชูรส)

นางสาวกิตติพร วรรณทอง 057

นางสาวชญญา โยธินทร์วัฒน์ 064

นางสาวบุญพร อินศรี 071

นางสาววิภาดา ชัยปัด 085

นางสาวศิริลักษณ์ ปลายไม้ 087

นางสาวอรุษา เหมยมดี 094

นางสาวอารียา แซ่สี 095

การจัดกาฯ ปี 3 หมู่ 2

(ยอดขาย) ยอดขายสัปดาห์นี้ สัปดาห์ที่ 10

กลุ่มพวกหนูมียอดขายทั้งหมด 3,920 บาท (ยอดปัจจุบัน) ขายสินค้าได้ดังนี้

👉 รสOriginal ขายได้ 40 กล่อง ราคากล่องละ 40 บาท เป็นเงิน 1,600บาท

👉 รสพบนง ขายได้ 58 กล่อง ราคากล่องละ 40 บาท เป็นเงิน 2,320บาท

ยอดเงินที่ขายได้ทั้งหมด(เงิน) 3,920

ปัญหาและอุปสรรค

ปัญหาที่พบคือการเข้าเรียนOnsite จึงทำให้ไม่ค่อยมีเวลาในการผลิตมาก จึงต้องจำกัดออเดอร์ให้ถึงยอดที่ตั้งไว้เท่านั้น

-ปัญหาและอุปสรรคที่พบ

เราเจอปัญหาคือโรคระบาดโควิด-19

ที่ทำให้การซื้อวัตถุดิบของเราลำบากมากขึ้นเพราะต้องใช้เวลาและเงินในการป้องกันตัวเองและการเดินทาง



สัปดาห์ที่ ๑ กลุ่มพวกหนู กลุ่มลูกอินทรีย์เพื่อสุขภาพ (ไม่มีเนื้อสัตว์ ไม่ใส่ผงชูรส)

นางสาวกิตติพร วรรณทอง 057

นางสาวชญญา โยธินทร์วัฒน์ 064

นางสาวบุญพร อินศรี 071

นางสาววิภาดา ชัยปัด 085

นางสาวศิริลักษณ์ ปลายไม้ 087

นางสาวอรุษา เหมยมดี 094

นางสาวอารียา แซ่สี 095

การจัดกาฯ ปี 3 หมู่ 2

(ยอดขาย) ยอดขายสัปดาห์นี้ สัปดาห์ที่ 9

กลุ่มพวกหนูมียอดขายทั้งหมด 3,760 บาท (ยอดปัจจุบัน) ขายสินค้าได้ดังนี้

👉 รสOriginal ขายได้ 34 กล่อง ราคากล่องละ 40 บาท เป็นเงิน 1,360บาท

👉 รสพบนง ขายได้ 60 กล่อง ราคากล่องละ 40 บาท เป็นเงิน 2,400บาท

ยอดเงินที่ขายได้ทั้งหมด(เงิน) 3,760

ปัญหาและอุปสรรค

กลุ่มของพวกหนูได้ทำตามสัปดาห์ที่เร้าได้เปิดรับออเดอร์จำกัดแค่ 5 วัน เหมือนเดิม

เพราะเราสามารถส่งออเดอร์ได้เนื่องจากเราเขียนแอดไลน์ก็ทำให้เรารู้ว่าเราทำไปด้วยเรย์มันไปด้วยได้จึงงดคงกันขาย

ทั้ง 5 วันแล้วทำการแบ่งออเดอร์ให้เพื่อนหาออเดอร์ตามเป้าหมายเราแต่ละสัปดาห์ เพื่อที่จะทำยอดตามเป้าให้ได้

ทำการค้าผ่านออนไลน์ มีการโปรโมทสินค้าผ่านทาง Facebook ทางเพจลูกอินทรีย์เพื่อสุขภาพและ ไลน์ตามผ่านทาง

Facebook ส่วนตัวของสมาชิกในกลุ่ม

-ปัญหาและอุปสรรคที่พบ

เราเจอปัญหาคือโรคระบาดโควิด-19

ที่ทำให้เรารู้สึกลำบากของเรารู้สึกว่าไม่สามารถหาซื้อวัตถุดิบและเงินในการป้องกันตัวเองและการเดินทาง

กลุ่มเราได้โพสผ่านทางFacebook



สวัสดิ์ดี๊ะ กลุ่มพวกหนู กลุ่มลูกชิ้นหัดหอมเพื่อสุขภาพ (ไม่มีเนื้อสัตว์ ไม่ใส่ผงชูรส)

นางสาวกิตติพร วรรณทอง 057

นางสาวชัญญา โยธินทร์วัฒน์ 064

นางสาวบุญจพร อินต๊ะ 071

นางสาววิภาดา ชัยปลัด 085

นางสาวสิวักษณ์ ปลายไม้ 087

นางสาวอรุษา เหนียวดี 094

นางสาวอาริษา แซ่ดี 095

การจัดกาฯ ปี 3 หมู่ 2

(ยอดขาย) ยอดขายสัปดาห์นี้ สัปดาห์ที่ 8

กลุ่มพวกหนูมียอดขายทั้งหมด 3,200 บาท (ยอดปัจจุบัน) ขายสินค้าได้ดังนี้

🍷 รสOriginal ขายได้ 51 ก่อง ราคาต่อก่อง 40 บาท เป็นเงิน 2,040 บาท

🍷 รสพะเนง ขายได้ 29 ก่อง ราคาต่อก่อง 40 บาท เป็นเงิน 1,160 บาท

ยอดเงินที่ขายได้ทั้งหมด(สิ้น) 3,200

ปัญหาและอุปสรรค

กลุ่มของพวกหนูได้ทำตามสัปดาห์ที่แล้วได้เปิดรับออเดอร์จากอาทิตย์ละ 5 วัน เหมือนเดิม

เพราะเราสามารถส่งออเดอร์ได้เนื่องจากเราเรียนเองนี่ทำให้เราคิดว่าเราทำไปด้วยเรย์ไม่ได้จึงตกลงกันขาย

ทั้ง 5 วันแล้วทำการแบ่งออเดอร์ให้เพื่อนหาออเดอร์ตามบ้านของเราแต่ละสัปดาห์ เพื่อที่จะทำยอดตามเป้าให้ได้

ทำการคำนวณเองนี่ มีกำไรปริ่มหลังคำนวณทาง Facebook ทางเพจลูกชิ้นหัดหอมของเราละ โทษขายผ่านทาง

Facebook ส่วนตัวของสมาชิกในกลุ่ม

-ปัญหาและอุปสรรคที่พบ

เราเจอปัญหาก็คือโรคระบาดโควิด-19

ที่ทำให้เรย์ติดบงอย่างของเราที่ไต่ไปเปะจำไม่สามารถหาซื้อได้และมีราคาขึ้นๆ ลงๆอยู่ตลอด

กลุ่มเราได้โพสผ่านเพจFacebook

อยู่ตลอดและการสั่งทางเองนี่คือลูกค้าส่วนมากต้องแจ้งว่าจะรับเป็นพิเศษลูกค้าก็เลยไม่ค่อยได้สั่งเพราะต้องส่งถึงที่ส่วนมา

กจะหลีกเลี่ยงการพบปะกันละ



สวัสดิ์ดี๊ะ กลุ่มพวทหนุ กลุ่มลูกชิ้นเห็ดหอมเพื่อสุขภาพ (ไม่มีเนื้อสัตว์ ไม่ใส่ผงชูรส)

นางสาวกิตติพร วรรณทอง 057

นางสาวชัญญา โยธินทร์วัฒน์ 064

นางสาวบุญจพร อินศรี 071

นางสาววิภาดา ชัยปัด 085

นางสาวสิริภรณ์ ปลายไม้ 087

นางสาวอรุษา เหลี่ยมดี 094

นางสาวอารียา แซ่ลี 095

การจัดการ ปี 3 หมู่ 2

(ยอดขาย) ยอดขายสัปดาห์นี้ สัปดาห์ที่ 5

กลุ่มพวทหนุมียอดขายทั้งหมด 1520 บาท (ยอดปัจจุบัน) ขายสินค้าได้ดังนี้

👉 รสOriginal ขายได้ 18 ก่อง ราคาต่อก่อง 40 บาท เป็นเงิน 720 บาท

👉 รสพะเนง ขายได้ 20 ก่อง ราคาต่อก่อง 40 บาท เป็นเงิน 800 บาท

ยอดเงินที่ขายได้ทั้งหมด(เงิน) 1520 บาท

- กิจกรรมการดำเนินงาน

กลุ่มของพวทหนุได้เปิดรับออเดอร์อาทิตย์ละ 3 วัน เนื่องจากอาจารย์ได้เตือนวันส่งยอดออกไปแล้วทำการแบ่งออเดอร์ให้เพื่อนหาออเดอร์ตามเป้าหมายเราแต่ละสัปดาห์ เพื่อที่จะทำยอดตามเป้าให้ได้ ทำการคำนวณออเดอร์นี้ มีการไปรับหมิ่นคำผ่านทาง Facebook ทางเพจลูกชิ้นเห็ดหอมของเราและ โพสขายผ่านทาง Facebook ส่วนตัวของสมาชิกในกลุ่ม

- ปัญหาและอุปสรรคที่พบ

เราเจอปัญหาก็คือโรคระบาดโควิด-19

ที่ทำให้เรารู้สึกบางอย่างของเราที่ใช้เป็นประจำไม่สามารถหาซื้อได้อีกทั้งเวลาไปซื้อของที่ตลาดจ่านประจักษ์ไม่มาขาย ส่วนมากแม่ค้าไม่ค่อยอยากมาขายของกันเพราะกลัวโรคระบาดโควิด

เราก็ยังไม่สามารถหาลูกค้าได้เท่าเดิมเพราะไม่สามารถลงตลาดได้ กลุ่มเราได้โพสผ่านทาง Facebook อยู่ตลอดและการส่งทางออนไลน์ลูกค้าส่วนมากค่อนข้างที่จะระวังเป็นพิเศษลูกค้าก็เลยไม่ค่อยได้สั่งเพราะต้องส่งถึงที่ส่วนมากจะหลีกเลี่ยงการพบปะกันค่ะ



สวัสดิ์ดี๊ะ กลุ่มพวทหนุ กลุ่มลูกชิ้นเห็ดหอมเพื่อสุขภาพ (ไม่มีเนื้อสัตว์ ไม่ใส่ผงชูรส)

นางสาวกิตติพร วรรณทอง 057

นางสาวชัญญา โยธินทร์วัฒน์ 064

นางสาวบุญจพร อินศรี 071

นางสาววิภาดา ชัยปัด 085

นางสาวสิริภรณ์ ปลายไม้ 087

นางสาวอรุษา เหลี่ยมดี 094

นางสาวอารียา แซ่ลี 095

การจัดการ ปี 3 หมู่ 2

(ยอดขาย) ยอดขายสัปดาห์นี้ สัปดาห์ที่ 7

กลุ่มพวทหนุมียอดขายทั้งหมด 3,320 บาท (ยอดปัจจุบัน) ขายสินค้าได้ดังนี้

👉 รสOriginal ขายได้ 45 ก่อง ราคาต่อก่อง 40 บาท เป็นเงิน 1,800 บาท

👉 รสพะเนง ขายได้ 38 ก่อง ราคาต่อก่อง 40 บาท เป็นเงิน 1,520 บาท

ยอดเงินที่ขายได้ทั้งหมด(เงิน) 3,320 บาท

- กิจกรรมการดำเนินงาน

จากปัญหาที่เกิดขึ้นในสัปดาห์ที่แล้วกลุ่มของพวทหนุได้เปิดรับออเดอร์อาทิตย์ละ 5 วัน เพราะเราสามารถส่งออเดอร์ได้เนื่องจากเราเรียนออนไลน์กันทำให้เราคิดว่าเราทำไปด้วยเรียนไปด้วยได้จึงตกลงกันขายทั้ง 5 วันแล้วทำการแบ่งออเดอร์ให้เพื่อนหาออเดอร์ตามเป้าหมายเราแต่ละสัปดาห์ เพื่อที่จะทำยอดตามเป้าให้ได้ ทำการคำนวณออเดอร์นี้ มีการไปรับหมิ่นคำผ่านทาง Facebook ทางเพจลูกชิ้นเห็ดหอมของเราและ โพสขายผ่านทาง Facebook ส่วนตัวของสมาชิกในกลุ่ม

- ปัญหาและอุปสรรคที่พบ

เราเจอปัญหาก็คือโรคระบาดโควิด-19

ที่ทำให้เรารู้สึกบางอย่างของเราที่ใช้เป็นประจำไม่สามารถหาซื้อได้และมีราคาขึ้นๆ ลงๆ อยู่ตลอด

กลุ่มเราได้โพสผ่านทาง Facebook

อยู่ตลอดและการส่งทางออนไลน์ลูกค้าส่วนมากค่อนข้างที่จะระวังเป็นพิเศษลูกค้าก็เลยไม่ค่อยได้สั่งเพราะต้องส่งถึงที่ส่วนมากจะหลีกเลี่ยงการพบปะกันค่ะ



สวัสดิ์ดี๊ กลุ่มพวกหนู กลุ่มลูกชิ้นเด็ดหอมเพื่อสุขภาพ (ไม่มีเนื้อสัตว์ ไม่ใส่ผงชูรส)
 นางสาวกิตติพร วรรณทอง 057
 นางสาวชัญญา โยธินทร์วัฒน์ 064
 นางสาวบุญพร อินศรี 071
 นางสาววิภาดา ชัยปัด 085
 นางสาวสิริกษณ์ ปลายไม้ 087
 นางสาวอรุษา เหลี่ยมดี 094
 นางสาวอารีญา แซ่ลิ้ 095
 การจัดคาร ปี 3 หมู่ 2
 (ยอดขาย) ยอดขายสัปดาห์นี้ สัปดาห์ที่ 5

กลุ่มพวกหนูมียอดขายทั้งหมด 3,160 บาท (ยอดปัจจุบัน) ขายสินค้าได้ดังนี้
 🍷 รสOriginal ขายได้ 43 ก่อง ราคาต่อกล่อง 40 บาท เป็นเงิน 1,720บาท
 🍷 รสพบนง ขายได้ 36 ก่อง ราคาต่อกล่อง 40 บาท เป็นเงิน 1,440บาท
 ยอดเงินที่ขายได้ทั้งหมด 3,160บาท

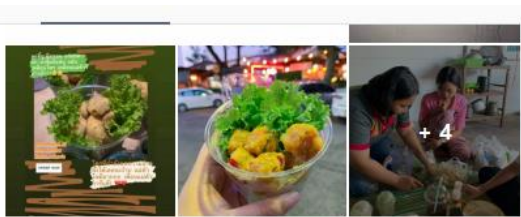
กิจกรรมการดำเนินงาน
 กลุ่มของพวกหนูได้เปิดรับจองอาหารตามบ้านออนไลน์ มีการไปชี้แจงสินค้าผ่านทาง Facebook ทางเพจ และ Facebook ส่วนตัวและช่างปีใหม่หลายวัน
 เราได้ขายแบบออนไลน์ด้วยและนำกลับบ้านไปให้ตลอดและขายให้กับญาติที่มากับมาจากต่างจังหวัดเพื่อที่จะช่วยติดตามเข้าไปได้
 -ปัญหาและอุปสรรคที่พบ
 ปัญหาของพวกหนู คือ ช่วงนี้มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้พวกเรายังต้องระวังเป็นอย่างมากไม่ว่าจะไปซื้อของหรือส่งของให้กับลูกค้า



สวัสดิ์ดี๊ กลุ่มพวกหนู กลุ่มลูกชิ้นเด็ดหอมเพื่อสุขภาพ (ไม่มีเนื้อสัตว์ ไม่ใส่ผงชูรส)
 นางสาวกิตติพร วรรณทอง 057
 นางสาวชัญญา โยธินทร์วัฒน์ 064
 นางสาวบุญพร อินศรี 071
 นางสาววิภาดา ชัยปัด 085
 นางสาวสิริกษณ์ ปลายไม้ 087
 นางสาวอรุษา เหลี่ยมดี 094
 นางสาวอารีญา แซ่ลิ้ 095
 การจัดคาร ปี 3 หมู่ 2
 ยอดขายสัปดาห์นี้ สัปดาห์ที่ 4

กลุ่มพวกหนูมียอดขายทั้งหมด 1,400 บาท (ยอดปัจจุบัน) ขายสินค้าได้ดังนี้
 🍷 รสOriginal ขายได้ 21 ก่อง ราคาต่อกล่อง 40 บาท เป็นเงิน 840 บาท
 🍷 รสพบนง ขายได้ 14 ก่อง ราคาต่อกล่อง 40 บาท เป็นเงิน 560 บาท

ยอดเงินที่ขายได้ทั้งหมด 1,400 บาท
 - กิจกรรมการดำเนินงาน
 กลุ่มของพวกหนูได้เปิดรับจองอาหารตามบ้านออนไลน์ 3 วัน
 แล้วยังทำการแบ่งของให้เพื่อนำไปขายตามบ้านเราแต่ละสัปดาห์ เพื่อที่จะช่วยติดตามเข้าไปได้
 ทำการนำมาออนไลน์ มีการไปชี้แจงสินค้าผ่านทาง Facebook ทางเพจ และ Facebook ส่วนตัวของสมาชิกในกลุ่ม
 กลุ่มของพวกเราได้ติดต่อลูกค้า และได้ส่งลูกค้าคืนขายได้ในวันที่ 26 ที่ผ่านมา
 และได้ทำการส่งของถึงมือลูกค้าเรียบร้อยแล้ว
 -ปัญหาและอุปสรรคที่พบ
 ปัญหาของพวกหนู คือ ตอนแรกจะไปส่งลูกค้าแบบไปวันเสาร์ที่ 26 แต่เกิดปัญหาคือลูกค้าไม่มารับของให้แล้วทำให้เราต้องไปส่งลูกค้าในวันอาทิตย์ที่ 27
 จึงไปหาส่งลูกค้าคืนและได้ลูกค้าอยู่ตามเดิม
 การส่งของตามบ้านที่ขายไม่ได้ไม่มากเพราะค่าคือค่อนข้างสูงและคนไม่ค่อยอยากซื้อของบ้านกัน
 ซึ่งทำให้กลุ่มพวกหนูคิดว่าหาของออนไลน์น่าจะดีกว่า



สวัสดิ์ดี๊ กลุ่มพวกหนู กลุ่มลูกชิ้นเด็ดหอมเพื่อสุขภาพ (ไม่มีเนื้อสัตว์ ไม่ใส่ผงชูรส)
 นางสาวกิตติพร วรรณทอง 057
 นางสาวชัญญา โยธินทร์วัฒน์ 064
 นางสาวบุญพร อินศรี 071
 นางสาววิภาดา ชัยปัด 085
 นางสาวสิริกษณ์ ปลายไม้ 087
 นางสาวอรุษา เหลี่ยมดี 094
 นางสาวอารีญา แซ่ลิ้ 095
 การจัดคาร ปี 3 หมู่ 2
 ยอดขายสัปดาห์นี้ สัปดาห์ที่ 3

กลุ่มพวกหนูมียอดขายทั้งหมด 2,000 บาท (ยอดปัจจุบัน) ขายสินค้าได้ดังนี้
 🍷 รสOriginal ขายได้ 20 ก่อง ราคาต่อกล่อง 40 บาท เป็นเงิน 800 บาท
 🍷 รสพบนง ขายได้ 30 ก่อง ราคาต่อกล่อง 40 บาท เป็นเงิน 1,200 บาท
 ยอดเงินที่ขายได้ทั้งหมด 2,000 บาท

- กิจกรรมการดำเนินงาน
 กลุ่มของพวกหนูได้เปิดรับจองอาหารตามบ้านออนไลน์ 3 วัน
 แล้วยังทำการแบ่งของให้เพื่อนำไปขายตามบ้านเราแต่ละสัปดาห์ เพื่อที่จะช่วยติดตามเข้าไปได้
 ทำการนำมาออนไลน์ มีการไปชี้แจงสินค้าผ่านทาง Facebook ทางเพจ และ Facebook ส่วนตัวของสมาชิกในกลุ่ม
 กลุ่มของพวกเราได้ติดต่อลูกค้า และได้ส่งลูกค้าคืนขายได้ในวันที่ 24 นี้
 -ปัญหาและอุปสรรคที่พบ
 เราเจอปัญหาคือคือโรคระบาด COVID-19 ทำให้เราต้องระวังกับความเสี่ยงที่จะส่งของตามบ้านได้ส่งตามจริงไหม
 เรามีการส่งของที่ต้องจองคือที่ขายในตลาด และเสียเวลากับการดำเนินการ การส่งตามบ้าน
 ทำให้ต้องเน้นหาลูกค้าที่แท้จริงไม่ได้



สวัสดิ์ดี๊ กลุ่มพวกหนู กลุ่มลูกชิ้นเด็ดหอมเพื่อสุขภาพ (ไม่มีเนื้อสัตว์ ไม่ใส่ผงชูรส)
 นางสาวกิตติพร วรรณทอง 057
 นางสาวชัญญา โยธินทร์วัฒน์ 064
 นางสาวบุญพร อินศรี 071
 นางสาววิภาดา ชัยปัด 085
 นางสาวสิริกษณ์ ปลายไม้ 087
 นางสาวอรุษา เหลี่ยมดี 094
 นางสาวอารีญา แซ่ลิ้ 095
 การจัดคาร ปี 3 หมู่ 2
 ยอดขายสัปดาห์นี้ สัปดาห์ที่ 2

กลุ่มพวกหนูมียอดขายทั้งหมด 1,040 บาท (ยอดปัจจุบัน) ขายสินค้าได้ดังนี้
 🍷 รสOriginal ขายได้ 15 ก่อง ราคาต่อกล่อง 40 บาท เป็นเงิน 600 บาท
 🍷 รสพบนง ขายได้ 11 ก่อง ราคาต่อกล่อง 40 บาท เป็นเงิน 440 บาท

ยอดเงินที่ขายได้ทั้งหมด 1,040 บาท
 - กิจกรรมการดำเนินงาน
 กลุ่มของพวกหนูได้เปิดรับจองอาหารตามบ้านออนไลน์ 3 วัน แล้วยังทำการจัดส่งลูกค้าตามที่ต้องการ
 มีการไปชี้แจงสินค้าผ่านทาง Facebook ทางเพจ และ Facebook ส่วนตัวของสมาชิกในกลุ่ม
 กลุ่มของพวกเรามีการวางแผนการดำเนินงานว่าจะส่งของให้ลูกค้าที่แท้จริง ในสัปดาห์ต่อไป
 -ปัญหาและอุปสรรคที่พบ
 ที่จริงเราจะต้องส่งของแต่เกิดปัญหาที่ว่า
 พวกเราสมาชิกในกลุ่มต้องไปตลาดโรตีดัดก่อนที่เราจะส่งตามบ้าน เป็นระบบความปลอดภัยของตลาด
 เมย์ทำให้การส่งตามบ้านเราช้าไป

2. ผลการเรียนรู้โดยภาพรวม

เป็นการเรียนรู้ที่เพิ่มประสบการณ์ใหม่ๆให้กับทุกคนจริงๆ มีการเรียนรู้ร่วมกัน ทำงานเป็นทีมเป็นกลุ่ม การวางแผนความรู้ความคิดร่วมกัน การได้เรียนรู้ถึงปัญหาที่มันเกิดขึ้นจริงๆ ได้แก้ไขปัญหาค่อยๆกัน เป็นวิชาที่ท้าทายกับความรู้และประสบการณ์ของพวกเขาทุกคนมาก เราเรียนวิชานี้เราได้รู้อะไรหลายๆอย่างที่เราไม่เคยทำมาก่อน เช่น การทำบัญชีที่เกิดขึ้นจากธุรกิจจริงๆ การวางแผนการตลาด การทำยังไงเราถึงจะขายสินค้าได้ตามเป้าหมาย สิ่งที่เราได้เรียนรู้ในวิชานี้มันเป็นประสบการณ์ที่เราได้เรียนรู้จริงๆ และเชื่อว่าในอนาคตพวกเราทุกคนได้ใช้สิ่งที่เราเรียนมาเพื่อต่อยอดธุรกิจแน่นอน

3. ผลการเรียนรู้รายบุคคล (แยกเป็นบุคคลแล้วเรียงตามชื่อ)
4. รายงานความก้าวหน้าในการปฏิบัติการธุรกิจจำลอง (แยกเป็นรายบุคคลแล้วเรียงตามชื่อ)
5. แบบสำรวจความต้องการของลูกค้า