



โครงการ ยำ 3 แซ่บ (3 Zapp Delicious Spicy Salad)

จัดทำโดย

นางสาวปนัดดา พรมมา

นายชาติกล้า ทองยวง

นายพัชรพล โพธิ์สีทอง

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ

สาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พนิชการ

ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	ยำ 3 แซ่บ (3 Zapp Delicious Spicy Salad)
ผู้จัดทำโครงการ	1. นางสาวปนัดดา พรหมมา 2. นายชาตกล้า ทองขวง 3. นายพัชรพล โพธิ์สีทอง
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ภัสสร ภาทิณาย
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

โครงการขายสินค้า ยำ 3 แซ่บ เป็นโครงการที่จัดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้พิเศษ สามารถนำโครงการนี้ไปประกอบอาชีพได้ในอนาคต วิธีการดำเนินโครงการ สัปดาห์แรกทางสมาชิกกลุ่มระดมความคิดชื่อโครงการขายสินค้า ยำ3 แซ่บ จากนั้นก็เสนอโครงการต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ศึกษาโครงการสถานที่คิดชื่อร้านทำป้ายร้าน ทำการหาแหล่งจัดซื้อตามสถานที่ที่ขายสินค้า และจัดเตรียมสถานที่ที่จำหน่าย หลังจากนั้นก็ทำการผลิตสินค้าและจัดจำหน่าย ระยะเวลาในการดำเนินโครงการที่ที่จะจำหน่าย หลังจากนั้นก็จะทำการผลิตสินค้าและจัดจำหน่าย ระยะเวลาในการดำเนินโครงการทั้งหมด 14 สัปดาห์จากการดำเนินโครงการได้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยสามารถสร้างรายได้ระหว่างเรียนได้อีกด้วยจากการดำเนินโครงการนี้ได้นำความรู้จากต่างๆ มาประยุกต์ใช้เข้ากับวิชาโครงการ จากการทำโครงการขายสินค้า ยำ 3 แซ่บ ทำให้ทุกกลุ่มมีความรู้และทักษะประสบการณ์ ที่จะนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

กิตติกรรมประกาศ

การดำเนินโครงการครั้งนี้จะไม่สามารถลุล่วงได้ หากปราศจากความช่วยเหลือจากคณาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ ซึ่งประกอบด้วย อาจารย์ภัสสฐ์ ภาคิณาย อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์และผู้ปกครองที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะช่วยเหลือและให้คำปรึกษาตรวจแก้ข้อบกพร่องต่างๆ เป็นอย่างดี ตลอดจนอาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่คณะผู้จัดทำ ขอขอบคุณพระคุณอย่างสูง

ตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการ คณะผู้จัดทำได้รับความช่วยเหลือจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ปรึกษาร่วมโครงการมาโดยตลอด นอกจากนี้ยังมีอีกหลายท่านที่ไม่ได้กล่าวนามที่ได้ให้ความช่วยเหลือในเรื่องต่าง ๆ จึงได้ขอบคุณทุกท่านมาในโอกาสนี้ด้วย สุดท้ายนี้ คณะผู้จัดทำขอขอบคุณค่าและประโยชน์ของรายงานผลการดำเนินโครงการฉบับนี้เป็นเครื่องบูชาพระคุณพ่อและคุณแม่ ตลอดจนคุณครูและผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้อบรม สั่งสอนคอยให้กำลังใจสนับสนุนให้คณะผู้จัดทำได้ศึกษาและดำเนินโครงการสำเร็จตามความมุ่งหวัง

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

ยำ 3 แซ่บ (3 Zapp Delicious Spicy Salad)

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)บทที่ 1
บท	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
เป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามผล และการประเมินโครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค	3
กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ	6
ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด	8
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	9
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	10
แผนการปฏิบัติงาน	11
สถานที่ดำเนินโครงการ	12
ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์	13
การจัดทำแผนดำเนินงาน	14
ขั้นตอนการดำเนินการขาย	16
เรื่อง	หน้า
แผนบริหารจัดการ	17
แผนการขายสินค้า	18
แผนการเงิน แผนฉุกเฉิน	20

บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ (ต่อ)

รายงานผลปฏิบัติงานรายบุคคล	21
บัญชีรายรับ-รายจ่าย	24
ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	33

บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ	35
สรุปตารางการปฏิบัติงาน	36
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	37
ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา	37

บรรณานุกรม	37
------------	----

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก โครงการ
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ ขำ 3 แซ่บ (3 zapp Delicious Spicy Salad)

ทีปrikaโครงการ อาจารย์ พอรินทร์ พิมพ์ทนต

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์ ภูัสันต์ ภาคิณาย

ผู้รับผิดชอบโครงการ นางสาวปนัดดา พรหมมา ระดับชั้น ปวช.3/4 เลขที่ 1

นายชาติกล้า ทองยวง ระดับชั้น ปวช.3/4 เลขที่ 29

นายพัชรพล โพธิ์สีทอง ระดับชั้น ปวช.3/4 เลขที่ 3

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
1	กำหนดส่ง โครงการเพื่อขออนุมัติ	24-28 มี.ย.62		
2	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	1-12 ก.ค.62		
3	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	15-31 ก.ค.62		
4	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	1-16 ส.ค.62		
	แผนการดำเนินงาน			
	- ความเป็นมาของธุรกิจ			
	- ผลิตภัณฑ์			
	- แผนการบริหารจัดการ			
	- แผนการตลาด			
	- แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ			
	- แผนการเงิน			
	- แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง			
5	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ + บทที่ 1-3 แผนการดำเนินงาน กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1)	2-6 ก.ย.62		
6	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 1 (โครงการ + บทที่ 1-3 แผนการดำเนินงาน และบรรณานุกรม)	21 ก.ย.62		
7	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/งานประดิษฐ์)	1-31 ต.ค.62		

	เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ			
ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
8	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ+ แผนการตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/ บริการ/ แสดงผลงานประดิษฐ์)	1-8 พ.ย.62		
9	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้านจัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	16 พ.ย. 62		
10	กำหนดส่ง แบบสอบถามโครงการ	2-6 ธ.ค.62		
11	งาน ATCนิทรรศน์ (ออกร้าน และแจกแบบสอบถามโครงการ)	13 ธ.ค.62		
12	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล)	16-20 ธ.ค.62		
	(บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ)	13-17 ม.ค.63		
13	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)	20-24 ม.ค.63		
14	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	27-31 ม.ค.63		
15	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก – ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติดูจัดทำโครงการ	3-7 ก.พ.63		
16	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	10-14 ก.พ.63		
17	กำหนดส่ง ตรวจสอบเล่มโครงการ	17-21 ก.พ.63		
18	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	24-28 ก.พ.63		

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ลูกชิ้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเนื้อสัตว์ เช่น เนื้อหมู เนื้อไก่ เนื้อปลา เครื่องเทศปรุงรสและวัตถุดิบเจือปน อาหารอื่น โดยนำมาบดผสมกันอย่างละเอียดจนรวมตัวเป็นเนื้อเดียวกันแล้วทำเป็นรูปร่างตามต้องการที่มีขนาดเล็กบ้างใหญ่บ้าง และนำมาลวกให้สุกก็นำมารับประทานได้เป็นอาหารยอดนิยม บริโภคเป็นอาหารรองท้องรอเวลาอาหารมื้อใหญ่ต่อไป ลูกชิ้นยังสามารถทำอะไรได้หลายเมนู เช่น ต้มจืด ข้าวผัด ผัดผัก เป็นต้น ซึ่งลูกชิ้นสามารถนำมาบริโภคเป็นอาหารว่างได้ ปริมาณสารอาหารที่ได้คือ พลังงานความชื้น โปรตีน ไขมัน เนื่องจากตลาดทั่วไปมักจะมียาลูกชิ้นเป็นจำนวนมากซึ่งปัจจุบันได้มีการค้นหาวิธีการทำลูกชิ้นที่แปลกใหม่ และมีคุณค่าทางโภชนาการมาก

ประโยชน์ของยาลูกชิ้น

ปลานั้นเป็นอาหารที่มีความสำคัญ และมีบทบาทในการดำรงชีวิตของคนไทยมานาน ปลานั้นเป็นอาหารที่มีคุณค่ามากมายมีคุณค่าโภชนาการสูง มีไขมันต่ำหาง่าย ทำอาหารได้อร่อยหลายอย่าง จึงเหมาะสมสำหรับนำมาประกอบเป็นอาหารของคนทุกเพศ ทุกวัย ดังนั้นทางกลุ่มคณะผู้จัดโครงการกลุ่มร้านเจอแล้วยาลูกชิ้น จึงได้คิดริเริ่มที่จะทำ ยาลูกชิ้น รวบรวม แซะๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกินอาหารที่มีคุณภาพ สด ใหม่ สะอาดและราคาไม่แพง ซึ่งกลุ่มร้านเจอแล้วยาลูกชิ้น มีความพร้อมและมีใจรักในการทำอาหารจึงถือเป็นประสบการณ์ที่ดีสำหรับสมาชิกในกลุ่ม

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษ
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม

4. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการวางกลยุทธ์ของการขา

เป้าหมายของโครงการ

1. สร้างผลกำไร รายได้ให้กับนักศึกษา
2. เพื่อสร้างอาชีพการขายสินค้า

การติดตามผลและการประเมินโครงการ

1. นำเสนอสินค้าเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. สร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
4. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีทักษะการวางกลยุทธ์การขายสินค้า

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ โครงการ

โครงการกลุ่มขาย (ยำหมยอมะนาวสด) การดำเนินโครงการครั้งนี้ ผู้ดำเนินโครงการได้แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค
2. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

1. แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไข พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยให้การพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ในตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ และมีความสำคัญที่สุดของนักธุรกิจ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารการตลาด จะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียด ถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ ฯลฯ จะช่วยให้ผู้บริหารทนายใจหรือเดาใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไร มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริภคนำมาตัดสินใจซื้อคืออะไร รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด

ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

1. ช่วยในการตลาดเข้าถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค
2. ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้า
3. ช่วยในการพัฒนาและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น
4. เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาดเพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2. กระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค (Process behavior)

1. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด
2. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น
3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดำรงและยอมรับมาปฏิบัติ เพื่อให้สังคมดำเนินและมีการพัฒนาไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคลโดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่องค่านิยม ทศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรรั้น จะต้องผ่านกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว และสถาบันต่างๆในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน การกำหนดกลยุทธ์จึงต้องแตกต่างกันไปสำหรับตลาดที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้ชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

2.1กลุ่มอ้างอิง หมายถึงกลุ่มใดๆ ที่มีการเกี่ยวข้องกันระหว่างคนในกลุ่มแบ่งเป็น 2 ระดับ

- กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ครอบครัวเพื่อนสนิทมักมีข้อจำกัดในเรื่องอาชีพระดับชั้นทางสังคมและช่วงอายุ
- กลุ่มทุติยภูมิ เป็นกลุ่มทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว แต่ไม่บ่อยมีความเหนียวแน่นน้อยกว่ากลุ่มปฐมภูมิ

2.2ครอบครัว เป็นสถาบันที่ทำการซื้อเพื่อการบริโภคที่สำคัญที่สุดนักการตลาดจะพิจารณาเป็นรายบุคคล

2.3บทบาททางสถานะ บุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัวกลุ่มอ้างอิงทำให้บุคคลมีบทบาทและสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่างๆ เช่น อายุ อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งจัดปัจจัยในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อกรรมการซื้อและใช้สินค้า ปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วยแรงจูงใจการรับรู้ ความเชื่อและเจตคติ บุคลิกภาพและแนวความคิดของตนเอง

5. ปัจจัยด้านการตลาด หรือ ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

นักจิตวิทยามาสโลว์ได้กำหนดทฤษฎีลำดับขั้นตอนของความต้องการซึ่งกำหนดความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ไว้ 5 ระดับซึ่งจัดลำดับจากความต้องการระดับต่ำไปยังระดับสูงคือ

1.ความต้องการด้านร่างกายหรือด้านกายภาพ (Physiological Needs)

คือความต้องการขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนพึงมีและพึงต้องการเพื่อการดำรงชีวิตให้อยู่รอด นึกง่ายสุดคือปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค ซึ่งความต้องการเหล่านี้ถือว่ามี ความจำเป็น หากมนุษย์ไม่ได้รับความต้องการเหล่านี้อย่างเพียงพอก็จะส่งผลต่อคุณภาพของร่างกาย ตลอดจนประสิทธิภาพของการทำงานให้ประสบความสำเร็จอย่างแน่นอน ยกตัวอย่างบางประเทศ ในทวีปแอฟริกาที่เกิดภาวะทุภักข์ ขาดแคลนทั้งอาหาร น้ำและยารักษาโรค เนื่องจากเกิดความ ขัดแย้งและสงครามกลางเมือง พลเมืองไม่ได้รับความต้องการนี้อย่างเพียงพอจึงส่งผลต่อคุณภาพ ชีวิตโดยรวมทุกด้าน

2.ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs)

หลังจากที่มนุษย์ได้รับความต้องการพื้นฐานเพียงพอแล้ว เขาจะเริ่มมีความต้องการที่เพิ่มขึ้นคือการมี ชีวิตอยู่รอดและปลอดภัย เขาจึงต้องการครอบครัวที่อบอุ่น ต้องการงานที่มั่นคง เพื่อนำไปสู่ ความมั่นคงของฐานะและการเงิน การมีรายได้ที่มั่นคง มีเจ้านายและเพื่อนร่วมงานที่ดี ล้วนจัดอยู่ใน ความต้องการนี้ ที่จะยังให้เกิดความสำเร็จทั้งในเรื่องส่วนตัวและการทำงานอย่างแน่นอน หากเขาได้รับความ รู้สึกรับประกันมั่นคงและปลอดภัย

3.ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and Love Need)

เราปฏิเสธไม่ได้ว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องพึ่งพาอาศัยกัน ด้วยเหตุผลนี้มนุษย์จึงเกิดความ ต้องการขั้นที่ 3 คือการมีเพื่อน มีครอบครัว คนรัก มีการยอมรับในความสามารถและตัวตน ความ เป็นพวกพ้อง และสิ่งสำคัญ

4.ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงและความภาคภูมิใจ (Self- Esteem Need)

เมื่อมนุษย์เติบโตมาถึงจุดหนึ่ง ที่มีความต้องการด้านกายภาพ ความปลอดภัย ความรัก เพียงพร้อม สมบูรณ์ เขาจะเริ่มมีความต้องการอีกขั้นคือความก้าวหน้าและการยอมรับในคุณค่าของตนจาก บุคคลอื่นรอบข้าง ความต้องการการยกย่องชมเชย โดยแบ่งเป็นการนับถือตนเอง คือการเห็นคุณค่า ของตนเอง เชื่อกันว่าตนเองมีความรู้ความสามารถ และสามารถประสบความสำเร็จได้ และการ ยอมรับการนับถือจากผู้อื่นหรือคนรอบข้าง คือการได้รับการยกย่องชมเชย ให้งานวัด เชิดชูจาก บุคคลอื่นรอบข้างนั่นเอง

5.ความต้องการความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-Actualization Needs)

เป็นความต้องการขั้นสูงสุด ที่มนุษย์น้อยคนจะไปถึงได้ เริ่มจากการที่ต้องได้รับความต้องการทั้งสี่ ด้านข้างต้นอย่างเพียงพอแล้ว ความต้องการนี้มาสโลว์อธิบายว่า เป็นความต้องการและความปรารถนาที่มนุษย์จะใช้ความสามารถและศักยภาพที่มีทั้งหมดในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ เท่าที่เขา

ที่จะทำได้ตามศักยภาพ เช่น เมื่อเป็นนักดนตรีก็พยายามพัฒนาตนเองให้เป็นนักดนตรีที่เล่นเก่งที่สุด ด้วยการฝึกฝน เป็นต้น

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา กระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ในขั้นแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้มารวบรวมเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบทางเลือกและความคุ้มค่ามากที่สุด

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด หลังการประเมินผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสียหลังจากนั้นบุคคลจะต้องตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา มักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ของตนเองและผู้อื่น

ขั้นที่ 5 การประเมินภายหลังการซื้อ ผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมานั้นมาใช้และในขณะเดียวกันก็จะทำการประเมินผลิตภัณฑ์นั้นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ

สำหรับธุรกิจให้บริการ นักวิชาการส่วนใหญ่ กล่าวว่า การจัดการตลาดธุรกิจประเภทต่างๆ เป็นการจัดการกับส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสร้างข้อมูลเสนอขาย ที่ก่อให้เกิดการซื้อ ขายสินค้าให้บริการ ระหว่างผู้บริโภคซึ่ง ส่วนผสมทางการตลาด 4 ประการ)Marketing Mix or 4P's ได้แก่ (

1. **ผลิตภัณฑ์ (Product)** ในการทำธุรกิจมีองค์ประกอบสำคัญก็คือ สินค้าหรือบริการ หลักการวางแผนจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆเช่น ความต้องการของลูกค้า คุณภาพของสินค้า รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย และสามารถเปรียบเทียบเทียบกับคู่แข่งได้หรือไม่
2. **ราคา (Price)** การตั้งราคาขายถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ ซึ่งนอกจากราคาจะสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้แล้ว การตั้งราคาขายยังเป็นเทคนิคอย่างหนึ่งที่ทำให้ต่อสู้กับคู่แข่งได้ในธุรกิจประเภทเดียวกันได้
3. **ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** ก็คือการนำสินค้าไปให้ถึงมือของลูกค้า โดยยึดหลักความมีประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความปลอดภัย และความรวดเร็ว วิชขายหรือกระจายสินค้าที่สามารถทำให้เกิดผลกำไรมากที่สุด ต้องกระจายสินค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หัวใจสำคัญของการส่งเสริมการตลาดก็คือ ทำอย่างไรให้สามารถขายสินค้าหรือบริการให้ได้มากที่สุด การส่งเสริมการขายจึงมีบทบาทสำคัญและมีอยู่หลายวิธี เช่น การโฆษณาผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ การทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย การบริการ หรือขายตรงโดยการนำเสนอของพนักงาน

4C's มุมมองของลูกค้า	4P's- มุมมองของผู้ขายผู้ให้บริการ
Customer Solution – ตอบสนองความต้องการได้มากที่สุด	Product – ผลิตภัณฑ์ ตอบสนองความต้องการ
Customer Cost– ราคาเหมาะสม ย่อมเยา	Price – การตั้งราคาที่เหมาะสม
Convenience– หาซื้อสะดวก	Place– ระบบการจัดการ จำหน่ายที่กระจายทั่วถึง
Communication – รายละเอียด คุณสมบัติครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน	Promotion– โฆษณา ประชาสัมพันธ์

โดยสรุปแล้ว การพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง 4P's และ 4C's เป็นการชี้ให้เห็นว่าในการดำเนินงานทางการตลาดแม้ว่าจุดเริ่มต้นจะเกิดจากการ ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ แต่สิ่งที่จะเป็นตัววัดว่าประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับลูกค้าเป็นผู้ตัดสินใจซึ่งจากการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง 4P's และจัดการในแต่ละ P อย่างไรซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้เราเข้าใจลูกค้าได้มากขึ้นและมั่นใจได้ว่าจะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงใจ

3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

4P's ก็คือ Product , Price , Place , Promotion

4C's ก็คือ Customer Solution , Customer Cost , Convenience , Communication

มุมมองเกี่ยวกับความสัมพันธ์ 4P's กับ 4C's

Product Customer Solution การสร้างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ขึ้นมา ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้น ในทางปฏิบัติ การคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ขึ้นมา โจทย์จึงอยู่ที่ว่าลูกค้าต้องการอะไรและอย่างไร

Price Customer Cost การตั้งราคานั้นแม้ว่าผู้ผลิตหรือผู้ขาย มักจะเป็นผู้กำหนดราคา แต่หากเราพิจารณาให้ครบทั้งกระบวนการแล้วจะพบว่าในที่สุดแล้วราคาจะถูกหรือแพง ลูกค้าจะเป็นพิจารณาว่าต้นทุนที่แท้จริงควรอยู่ที่เท่าไรแล้วจึงสะท้อนออกมาให้เห็นว่าราคานี้สมเหตุสมผลแค่ไหน ถูกหรือแพงซึ่งก็จะแตกต่างกันตามข้อมูลประกอบการพิจารณาของลูกค้าแต่ละคน

Price Convenience สิ่งที่เป็นตัวสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่ายดีหรือไม่นั้นจะถูกวัดโดยความรู้สึกของลูกค้าว่าได้รับความสะดวกสบายแค่ไหน พอใจหรือไม่และที่สำคัญมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษ

Promotion Communication ในการจัดโปรโมชั่นหรือแคมเปญใดๆ ก็ตาม การสื่อสารไปยังลูกค้าถือเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมากเนื่องจากหากไม่สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้แล้วในมุมมองของลูกค้าก็ไม่ได้ต่างกับการที่ไม่จัดโปรโมชั่นหรือแคมเปญใดๆ เลย

- สินค้าที่มีการบริการ Reliability of Auxiliary Services มีคุณภาพที่มีคุณภาพ
- สามารถเพิ่มรายได้ Enhancement of Earning
- ความคงทนถาวร Durability

ตัวอย่างของแรงจูงใจที่ผู้ซื้อพิจารณาจากปัจจัยของผู้ประกอบการและองค์กรที่ลูกค้าจะทำการติดต่อเพื่อใช้บริการขององค์กร คือ

- ชื่อเสียงของผู้ขาย Reputation of Sellers
- การบริการ Services ที่มีคุณภาพสะดวก
- มีสินค้าให้เลือกมากมายหลายชนิด width of Assortments
- ราคาสมเหตุสมผล Reasonable pricing
- ความเชื่อกับช่องทางจำหน่าย Belief in a certain channel distribution และความสามารถของตัวแทนขาย Sales representative

- ความสัมพันธ์ส่วนตัว Personal Relationships

- การขยายเวลาให้สินเชื่อ Extension of credit

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

ฐานิต โภคทรัพย์ (ทำการวิจัย 2555 เรื่อง ยาลูกขี้) ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อยาลูกขี้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ความใหญ่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ 4.45 เพราะน้ำจิ้มเป็นสูตรที่คิดค้นขึ้นมาเอง ใช้วัตถุดิบ 4.58 สูงสุดคือ รสชาติของน้ำจิ้มที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับธรรมชาติที่หาง่ายและไม่แพงบวกกับความอร่อยของยำหมุยอที่หอมและมีประโยชน์ต่อร่างกายขนาดและปริมาณมีความเหมาะสมเพราะจำหน่ายไม่ละ ไม่ถือว่าเป็นราคาที่ 1 ลูกต่อ 4 บาท มี 10 เหมือนเปรียบเทียบกับร้านทั่วไป

พิทักษ์ (ทำการวิจัย เรื่อง ยาลูกขี้ 2555) ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมินของอำมะม่วง โดยบ่งบอกทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่ปฏิกิริยาคือเฉยๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่มากระตุ้น มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัฒนธรรมชาติเพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม

อนุกุล ศิริ (ทำการวิจัย เรื่อง ยาลูกขี้) 2556 นักศึกษาที่เข้ามาซื้อยำหมุยอส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ เพศชาย คิดเป็น 78 ร้อยละ คิดเป็นร้อยละ .ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ระดับชั้น ปวช 22 สาขาที่เข้ามาซื้อส่วนใหญ่เป็นสาขางานการประชาสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 24 คิดเป็นร้อยละ .ปวส 76 1 รองลงมาคือ สาขาดลาดคิดเป็นร้อยละ 26 ละ 8 และน้อยที่สุดคือสาขาคหกรรมการโรงแรมและผ้า และเครื่องแต่งกายคิดเป็นร้อยละ 4

ขั้นตอนดำเนินงาน

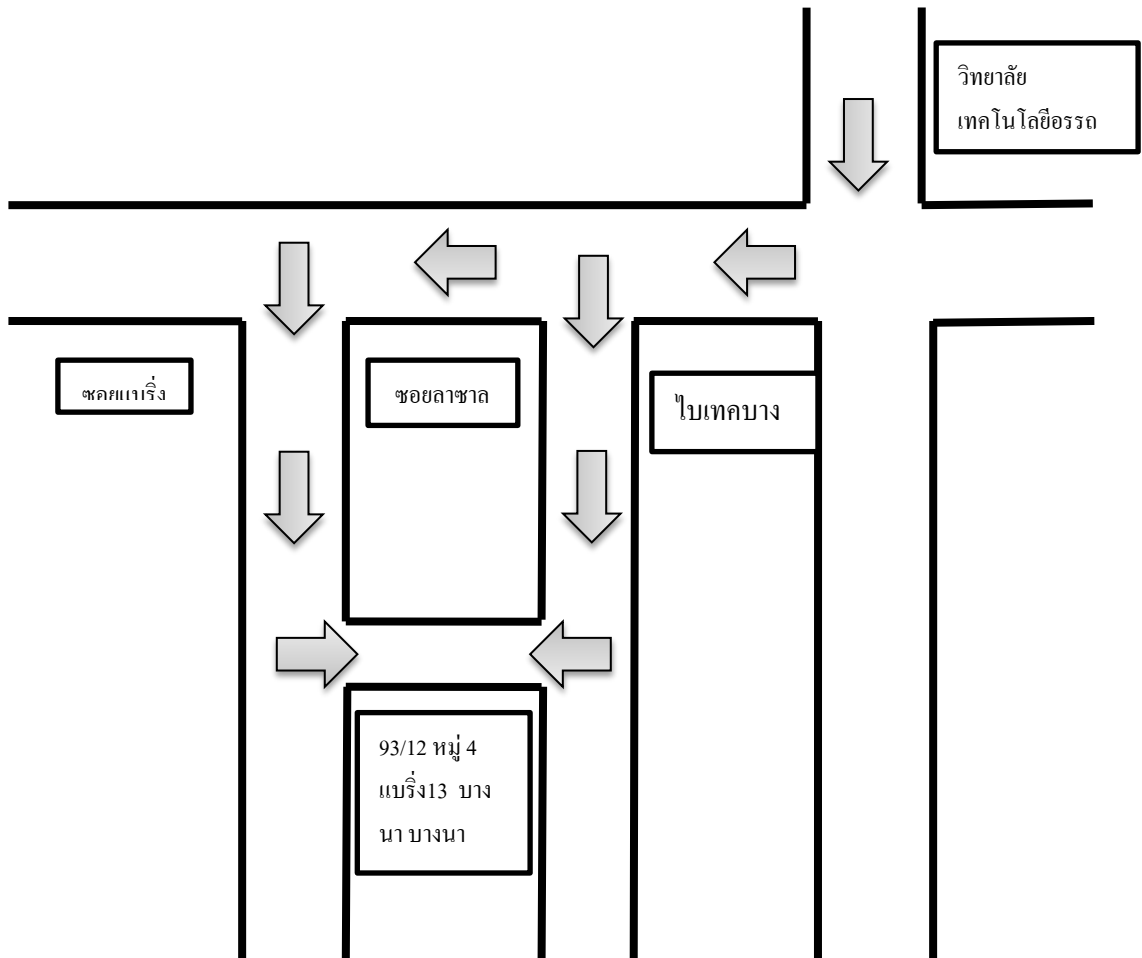
ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2561							ปี 2562	
	ม.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1.เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจขายสินค้า	↔								
2.ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ		↔							
3.ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ			↔						
4.จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ และสถานที่ที่จะทำธุรกิจบริการสินค้า				↔					
5.จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์และการส่งเสริมการตลาด					↔				
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้						↔			
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน								↔	
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									↔

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร

สถานที่ดำเนินโครงการ



งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 6,000 บาท

ค่าวัสดุดิบ

1. ลูกชิ้นปลา	800	บาท
2. แครอท	100	บาท
3. น้ำปลา	55	บาท
4. น้ำตาลทราย	44	บาท
5. น้ำมันงา	100	บาท
6. พริกชี้ฟ้า	150	บาท
7. ชูรส	50	บาท
8. ขึ้นฉ่าย	80	บาท
9. กะหล่ำปลี	150	บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์

1. ค่าเช่าสถานที่ (50 x 8 วัน)	400	บาท
2. หม้อต้มน้ำ	-	
3. ถ้วยกระดาษ	250	บาท
4. ช้อน-ส้อม	200	บาท
5. น้ำยา	800	บาท
6. ถังร้อน-ถังหั่ว	100	บาท
7. ถังมือยาง 1 แพ็ค	60	บาท
8. หม้อนึ่ง	-	
9. อุปกรณ์ทำยา	400	บาท
10. โต๊ะ	300	บาท

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

1. ป้ายร้าน/ป้ายราคา	700	บาท
2. เสื้อยูนิฟอร์มร้าน (3 คน)	1,000	บาท
รวม	5,939	บาท

การจัดทำแผนธุรกิจ

ความเป็นมาของธุรกิจ

“ ยำ ” การยำ หมายถึง การนำผักต่างๆ เนื้อสัตว์ และน้ำปรุงรสมาคลุกเคล้าเข้าด้วยกันเบาๆ จนให้รสชาติเสมอกัน ยำของไทยมีรสหลักอยู่ 3 รส คือ เปรี้ยว เค็ม หวาน สำหรับน้ำปรุงรสจะราดก่อนเวลารับประทานเล็กน้อยเพื่อให้ยำมีรสชาติดีขึ้นคิดริเริ่มที่จะทำ ยำอร่อยๆ แซ่บๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกินอาหารที่มีคุณภาพ สด ใหม่ สะอาดและราคาไม่แพง ออกจำหน่าย ณ ตลาดนัดแฟลตทหารเรือถนนสรรพาวุธ โดยใช้ชื่อร้านว่า ยำ 3 แซ่บ (3 Zapp. Delicious Spicy Salad)

ผลิตภัณฑ์

เป็นยำลูกชิ้นที่ใช้ลูกชิ้นคุณภาพดีหั่นแฉ้นหรือเป็นรูปทรงต่างๆ น้ำยำใช้น้ำมันงาที่คั้นสด ทำให้มีรสชาติที่โดดเด่นไม่เผ็ดเกินไปไม่เปรี้ยวเกินไปมีรสหลักอยู่ 3 รส คือ เปรี้ยว เค็ม หวาน ไม่เผ็ดเกินไปไม่เปรี้ยวเกินไปและจัดใส่ในถ้วยโฟม



แผนการตลาด 4'P

1.กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ยาลูกชิ้น ส่วนผสมหลักใช้ลูกชิ้นปลาชั้นดีที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ ใช้น้ำมะนาว คั้นสดน้ำยาสูตรของทางร้านจะมีรสชาติจัดจ้านลงตัวไม่เผ็ดเกินไปไม่เปรี้ยวเกินไปและจัดใส่ใน ถ้วยโฟม



2.กลยุทธ์ราคา (Price)

ไม้ละ 10 บาท ยำฟรี

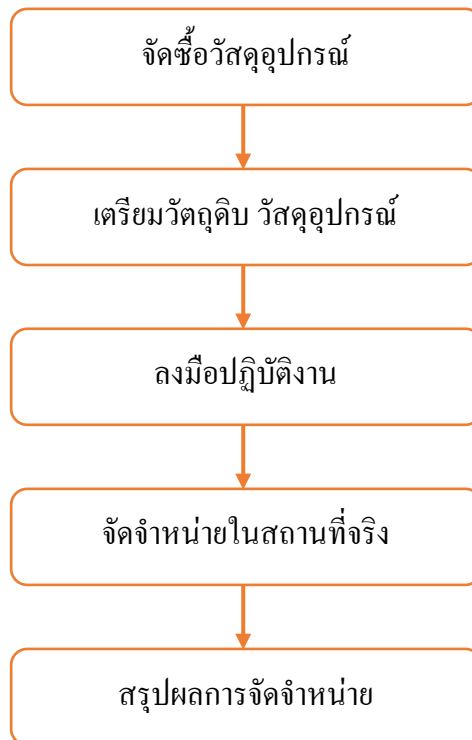
3.กลยุทธ์การจำหน่าย (Place)

1. ขายตามตลาดนัด
2. จำหน่ายผ่านทางหน้าร้าน
3. ช่องทางออนไลน์

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)

ซื้อ 10 ไม้แถม 1 ไม้

ขั้นตอนการผลิต



แผนการเงิน

งบประมาณ 6,000 โดยเก็บสมาชิกในกลุ่มคนละ 2,000 บาท

แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง

รายการ	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางการแก้ไข
1 .เกิดการลอกเลียนแบบ	ลูกค้ารับประทานอาหารน้อยลง	ทำการจดลิขสิทธิ์ต่อสูตรการทำอาหาร
2 .ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น	กำไรน้อยลง	เลือกใช้สินค้าทดแทน
3 .การบริการของพนักงาน	ทำให้ลูกค้าไม่ประทับใจ	อบรมพนักงาน
4 .การเกิดคู่แข่งรายใหม่	ยอดขายน้อยลง	จัดทำการส่งเสริมการตลาด ดึงดูดลูกค้า

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. ประชุมลงความคิดในเรื่องการขายสินค้า
2. สรุปลงความเห็นขายสินค้า ยาลูกช้าง
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. มอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ
5. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการขายสินค้า
6. จัดเตรียมสถานที่ในการขายสินค้า
7. จัดทำแผนธุรกิจและกลยุทธ์ทางการตลาด

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ปฏิบัติงาน
2. ตกแต่งร้านเตรียมพร้อมให้การขายสินค้า
3. ทดลองปฏิบัติงานขายและประเมินผล
4. ปฏิบัติงานธุรกิจขายสินค้าตามแผนงานที่วางไว้
5. จัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปรายงานผลการปฏิบัติงาน
2. สรุปงบประมาณผลกำไร
3. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า

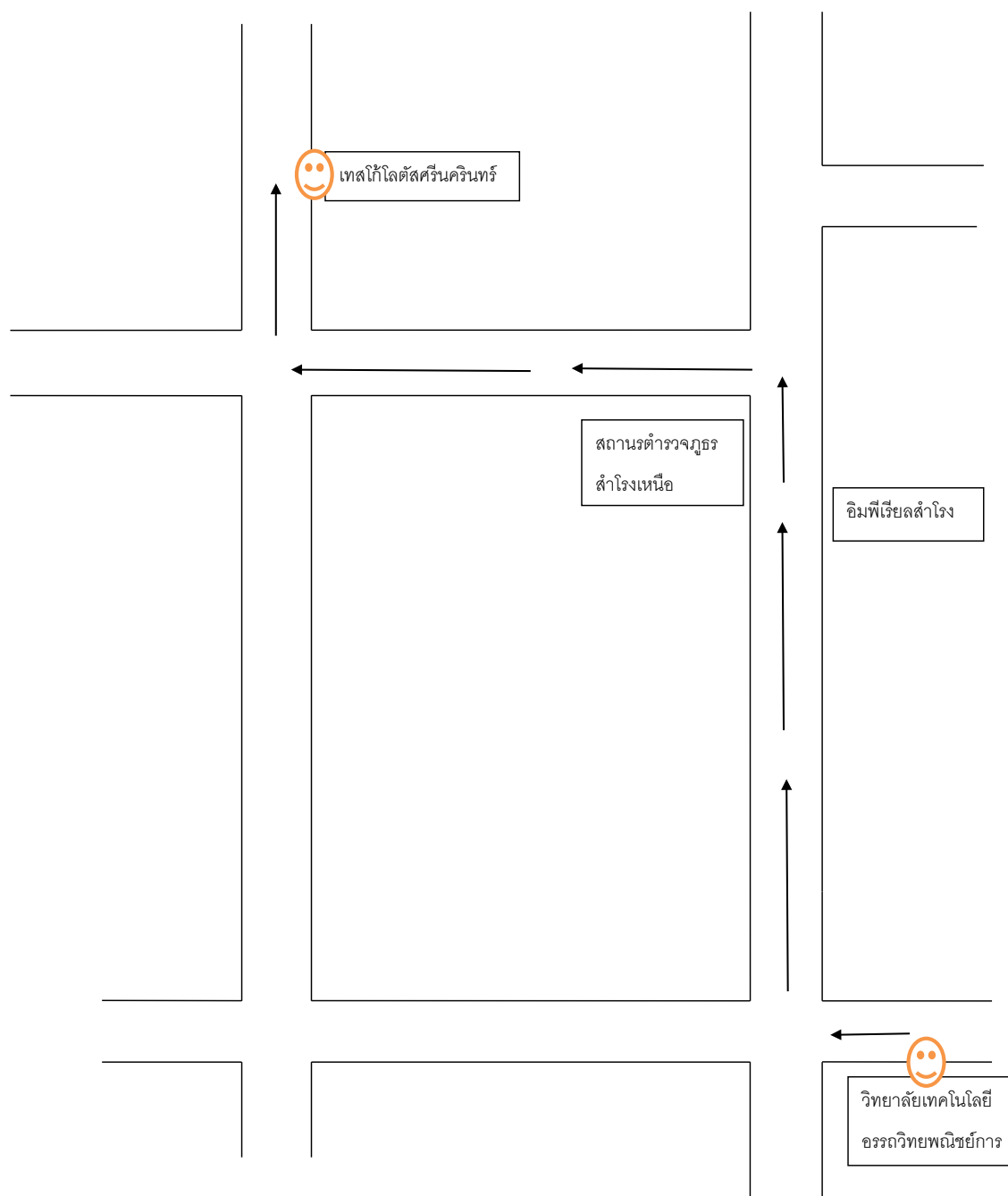
แผนการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ปี 2560							ปี 2561	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. ลงความเห็นในการขายสินค้า	↔	↔	↔						
2. สรุปความเห็นขายสินค้า ยาลูกช้าง			↔						
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ				↔					
4. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการขายสินค้า					↔				
5. จัดเตรียมสถานที่ในการขายสินค้า					↔				
6. หาแหล่งวัตถุดิบ						↔			
7. ลงสถานที่ในการขายสินค้า โลตัส ศรีนครินทร์							↔		
8. สรุปผลการปฏิบัติงาน								↔	
9. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									↔

วันเวลาสถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ เดือนมิถุนายน 2560 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2561 สถานที่ตลาดนัดโลตัสศรีนครินทร์ ต.บางเมืองใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ

สถานที่ดำเนินโครงการ



ด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 6,000 บาท ทั้งหมด 3 คน แบ่งเป็นคนละ 2,000 บาท

ค่าวัสดุดิบ

1. ลูกชิ้นปลา	1,700	บาท
2. มะเขือเทศ	185	บาท
3. กะหล่ำปลี	300	บาท
4. แครอท	154	บาท
5. หอมใหญ่	273	บาท
6. มะนาว	200	บาท
7. ผักกาดหอม	315	บาท
8. ผักชี	120	บาท
9. พริก	160	บาท
10. กระเทียม	160	บาท

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

1. ป้ายร้าน	300	บาท
รวม	3,867	บาท

การจัดทำแผนดำเนินงาน

ความเป็นมาของธุรกิจ

ลูกชิ้น หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเนื้อสัตว์ เช่น เนื้อปลา ไก่ หมู เนื้อวัว ผสมเข้ากับ เครื่องเทศ และเครื่องปรุงอื่น ๆ โดยนำมาผสมผสานให้เข้ากันจนกลายเป็นเนื้อเดียวกัน แล้วนำมาทำเป็นลูกกลม ๆ หรือทำเป็นรูปร่างอื่น ๆ ตามที่ต้องการจะมีขนาดเล็กใหญ่ก็ได้ แล้วจากนั้นนำมาลวกจนสุกก็นำมารับประทานได้ เป็นอาหารยอดนิยมชนิดหนึ่งคณะโครงการกลุ่มร้านเจอแล้วยำลูกชิ้น จึงได้คิดริเริ่มที่จะทำ ยำอร่อยๆ แซ่บๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกินอาหารที่มีคุณภาพ สด ใหม่ สะอาด และราคาไม่แพง ซึ่งกลุ่มร้านเจอแล้วยำ 3 แซ่บ (3 Zapp. Delicious Spicy Salad) ออกจำหน่าย ณ ตลาดนัดแฟรตทหารเรือ

แผนการตลาด 4 P

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)



ผลิตภัณฑ์ยำลูกชิ้นปลา ส่วนผสมหลักใช้ลูกชิ้น ทำจากเนื้อปลา 100% นำมานึ่งและนำมายำจาก น้ำยำสูตรของทางร้านที่มีรสชาติพอดีไม่เผ็ดเกินไปจัดใส่ในถ้วยโฟม

2. ราคา (Price)

ไม้ละ 10 บาท พิเศษยำฟรี

3. ช่องทางการจำหน่าย (Place)

ตลาดนัดแฟรตทหารเรือ

4. การส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion)

ซื้อครบตอนนี้ 10 ไม้ รับฟรี 1 ไม้ และการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Media เช่น Fanpage ของทางร้าน

โฆษณาผ่านทาง Facebook



ค้นหา

ยำ 3 แซ่บ
สินค้า/บริการ

+ เพิ่ม

โพสต์ รูปภาพ แก้ไขเพจ

จิตใจ, Saranporn, คมวทัญญ และคนอื่นๆ
อีก 10 คนถูกใจที่นี่

หน้าหลัก โพสต์ รีวิว รูปภาพ ร้านค้า ข้อเสนอ

เผยแพร่เพจของคุณ
เพจนี้ไม่สามารถมองเห็นได้บน Facebook

ขยายธุรกิจของคุณ

ขั้นตอนการขายสินค้า

1. จัดเตรียมอุปกรณ์หน้าร้าน



2. เตรียมการขายสินค้า



แผนบริหารจัดการ



นางสาวปนัดดา พรหมมา
ประธานโครงการ

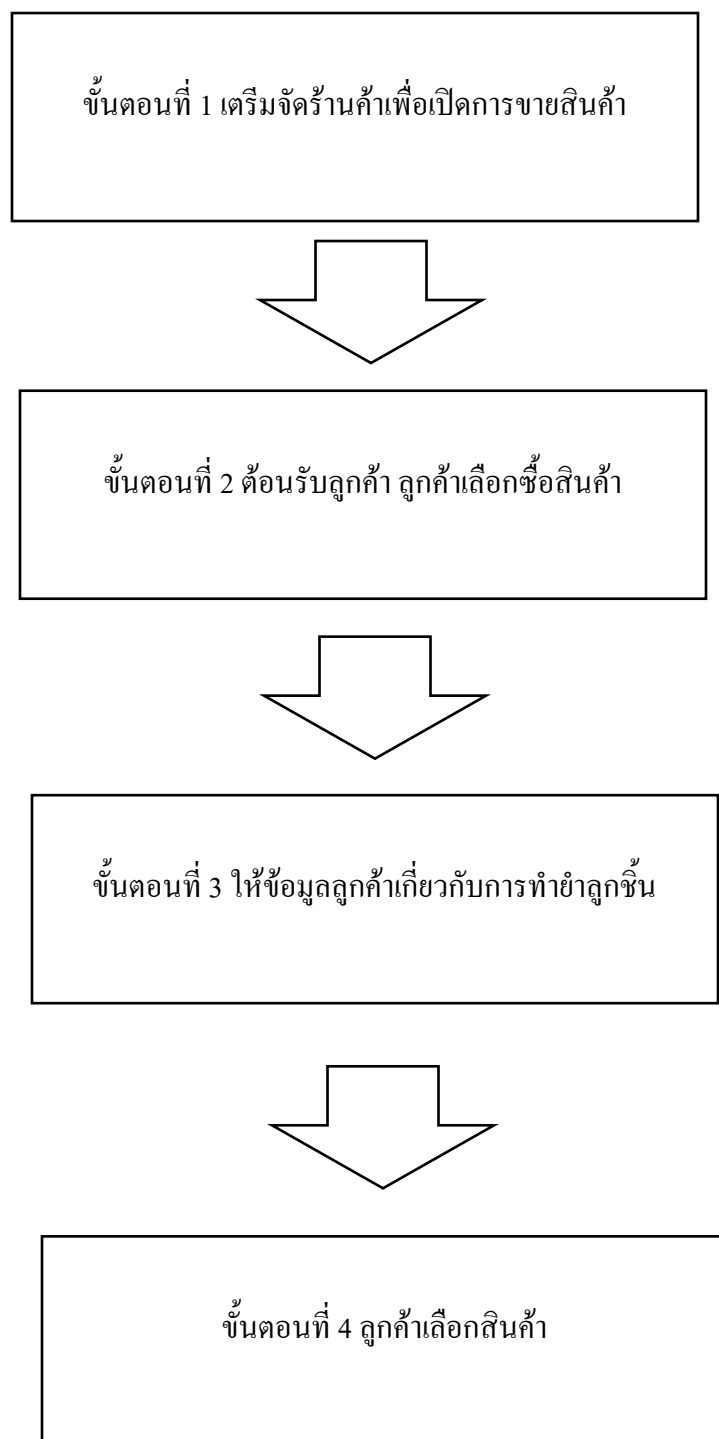


นางสาวปรีชาภา พลหาญ
รองประธาน

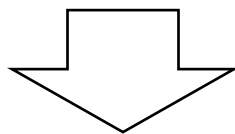


นายชาตติกล้ำ ทองขวง
ฝ่ายขาย

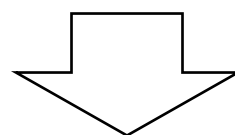
แผนการขายสินค้า



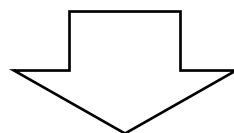
ขั้นตอนที่ 5 รับสินค้าจากลูกค้าแล้วนำไปบรรจุภัณฑ์



ขั้นตอนที่ 6 ส่งสินค้าให้ลูกค้า



ขั้นตอนที่ 7 รับเงินจากลูกค้า



ขั้นตอนที่ 8 กล่าวขอบคุณ

แผนการเงิน

เก็บเงินจากบุคคลในกลุ่มคนละ 2,000 บาท เป็นเงิน 6,000 บาท

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

รายการ	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางการแก้ไข
1. เกิดการลอกเลียนแบบ	ลูกค้ารับประทานอาหารน้อยลง	ทำการจดลิขสิทธิ์ต่อสูตรการทำอาหาร
2. ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น	กำไรน้อยลง	เลือกใช้สินค้าทดแทน
3. การบริการของพนักงาน	ทำให้ลูกค้าไม่ประทับใจ	อบรมพนักงาน
4. การเกิดคู่แข่งรายใหม่	ยอดขายน้อยลง	จัดทำการส่งเสริมการตลาดดึงดูดลูกค้า

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

การดำเนินโครงการ การขาย ยำ 3 แซ่บ (3 Zapp Delicious Spicy Salad) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ เพื่อสร้างรายได้และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์และเพื่อให้ได้รับประสบการณ์ในการลงมือปฏิบัติงานจริง

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวปนัดดา พรหมมา		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
5 มิ.ย. 62	ประชุมกลุ่มการทำโครงการ	
8 มิ.ย. 62	เสนองานกับอาจารย์ที่ปรึกษา	
10 มิ.ย. 62	ส่งชื่อโครงการเพื่อขออนุมัติ	
13 มิ.ย. 62	ทำเอกสารขออนุมัติโครงการ	
15 มิ.ย. 62	ทำเอกสารขออนุมัติโครงการ (ครั้งที่ 1)	
16 มิ.ย. 62	แก้ไขเอกสารอนุมัติโครงการ	
24 มิ.ย. 62	ส่งเอกสารขออนุมัติโครงการ (ครั้งที่ 2)	
27 มิ.ย. 62	เริ่มทำบทที่ 1 (บทนำ)	
28 มิ.ย. 62	ส่งบทที่ 1 (ครั้งที่ 1)	
29 มิ.ย. 62	แก้ไขบทที่ 1	
1 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1 (ครั้งที่ 2)	
3 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 2	
7 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2 (ครั้งที่ 1)	
11 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 2	
15 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2 (ครั้งที่ 2)	
17 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 3	
20 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 3 (ครั้งที่ 1)	
25 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 3	
1 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3 (ครั้งที่ 2)	

นายชาติกล้า ทองยวง		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
6 ส.ค. 62	เริ่มทำ Powerpoint	
8 ส.ค. 62	ส่ง Powerpoint (ครั้งที่ 1)	
15 ส.ค. 62	แก้ไข Powerpoint (ครั้งที่ 1)	
2 ก.ย. 62	ส่ง Powerpoint (ครั้งที่ 2) เตรียม Present โครงการครั้งที่ 1	
21 ก.ย. 62	Present โครงการครั้งที่ 1	
1 ต.ค. 62	จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ในการขาย	
5 ต.ค. 62	ขายสัปดาห์ที่ 1	
6 ต.ค. 62	ขายสัปดาห์ที่ 2	
11 ต.ค. 62	ขายสัปดาห์ที่ 3	
12 ต.ค. 62	ขายสัปดาห์ที่ 4	
13 ต.ค. 62	ขายสัปดาห์ที่ 5	
18 ต.ค. 62	ขายสัปดาห์ที่ 6	
19 ต.ค. 62	ขายสัปดาห์ที่ 7	
20 ต.ค. 62	ขายสัปดาห์ที่ 8	
25 ต.ค. 62	เริ่มทำ PowerPoint	
1 พ.ย. 62	ส่ง PowerPoint	
3 พ.ย. 62	แก้ไข PowerPoint	
6 พ.ย. 62	ส่ง PowerPoint เสร็จสมบูรณ์	
16 พ.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 2	
1 ธ.ค. 62	เริ่มทำแบบสอบถามโครงการ	
2 ธ.ค. 62	ส่งแบบสอบถามโครงการ	

นายพัชรพล โพธิ์สีทอง		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
4 ธ.ค. 62	แก้ไขแบบสอบถามโครงการ	
6 ธ.ค. 62	ส่งแบบสอบถามโครงการเสร็จสมบูรณ์	
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
8 ธ.ค. 62	เริ่มบทที่ 4	
12 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4	
15 ธ.ค. 62	แก้ไขบทที่ 4	
18 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4 เสร็จสมบูรณ์	
8 ม.ค. 63	เริ่มทำบทที่ 5	
13 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 5	
16 ม.ค. 63	แก้ไขบทที่ 5	
22 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 5 เสร็จสมบูรณ์	
23 ม.ค. 63	เริ่มทำบรรณานุกรม	
25 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม	
28 ม.ค. 63	แก้ไขบรรณานุกรม	
31 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรมเสร็จสมบูรณ์	
1 ก.พ. 63	เริ่มทำภาคผนวก ก, ข, ค, ง	
3 ก.พ. 63	ส่งภาคผนวก ก, ข, ค, ง	
5 ก.พ. 63	แก้ไขภาคผนวก ก, ข, ค, ง	
7 ก.พ. 63	ส่งภาคผนวก ก, ข, ค, ง เสร็จสมบูรณ์	
9 ก.พ. 63	เริ่มทำกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ สารบัญ	
14 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ สารบัญ	
21 ก.พ. 63	ส่งตรวจรูปเล่มโครงการ เสร็จสมบูรณ์	
28 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม แผ่นซีดี คำทำรูปเล่ม	

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

สัปดาห์ครั้งที่ 1

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
1/10/62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	3	2,000.00	6,000.00						6,000.00
13/10/62	ลูกชิ้นปลา				15 ถูง	55	800.00			5,200.00
	แครอท				3 ถูง	35	100.00			5,100.00
	น้ำปลา				1 ขวด	55	55.00			5,551.00
	น้ำตาลทราย				2 ถูง	22	44.00			5,045.00
	น้ำมันาว				5 ถูง	20	100.00			4,945.00
	พริกขี้หนู				1 กก.	150	150.00			4,795.00
	ผงชูรส				2 ถูง	25	50.00			4,745.00
	ขึ้นฉ่าย				10 กำ	8	80.00			4,665.00
	กระทล่ำปี				3 กก.	50	150.00			4,515.00
	ป้ายหน้าร้าน				1 แผ่น	300	300.00			4,215.00
	ไม้	70	10	700.00						4,915.00
รวม							1,829.00			4,915.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

สัปดาห์ครั้งที่ 2

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
18/10/62	ขอดยกมา			4,915.00						4,915.00
	ลูกชิ้นปลา				10 ถุง	55	550.00			4,365.00
	น้ำมะนาว				5 ถุง	20	100.00			4,265.00
	กะหล่ำปี				1 กก.	50	50.00			4,215.00
	แครอท				1 ถุง	35	35.00			4,180.00
	ชิ้นจ่าย				5 กำ	8	40.00			4,140.00
	ไม้	55	10	550.00						4,690.00
รวม				4,690.00				รวม		4,690.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

สัปดาห์ครั้งที่ 3

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
19/10/62	ขอยกมา			4,690.00						4,690.00
	ลูกชิ้นปลา				7 โล	55	385.00			4,305.00
	กะหล่ำปลี				1 กก.	50	50.00			4,255.00
	แครอท				2 ถุง	35	70.00			4,185.00
	ผักชีน่าย				6 กำ	8	48.00			4,137.00
	พริกชี้หนู				1 กก.	150	150.00			3,987.00
	น้ำมะนาว				3 ถุง	20	60.00			3,927.00
	น้ำปลา				1 ขวด	55	55.00			3,872.00
	ไม้	62	10	620.00						
รวม				4,492.00	รวม		818.00	รวม		4,492.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

สัปดาห์ครั้งที่ 4

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
20/10/62	ขอดยกมา			4,492.00						4,492.00
	ขายยำลูกชิ้นปลา									
	ไม้	67	10	670.00						4,093.00
รวม				5,162.00	รวม			รวม		5,162.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

สัปดาห์ครั้งที่ 5

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
22/10/62	ขอดยกมา			5,162.00						5,162.00
	ขายยำลูกชิ้น									
	ไม้	58	10	580.00						5,742.00
รวม				5,742.00	รวม			รวม		5,742.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

สัปดาห์ครั้งที่ 6

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
25/10/62	ขอยกมา			5,742.00						5,742.00
	ลูกชิ้นปลา				10 โล	55	550.00			5,192.00
	ชิ้นถั่ว				10 กำ	8	80.00			5,112.00
	กะหล่ำปลี				5 กก.	50	250.00			4,862.00
	แครอท				2 ถุง	35	70.00			4,792.00
	น้ำปลา				1 ขวด	55	55.00			4,737.00
	มะนาว				5 ลูก	20	100.00			4,637.00
	น้ำตาลทราย				2 ถุง	22	44.00			4,593.00
	ผงชูรส				2 ถุง	25	50.00			4,543.00
	พริกชี้หนู				1 กก.	150	150.00			4,393.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

สัปดาห์ครั้งที่ 6 (ต่อ)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
26/10/62	ขายลูกชิ้น									
	ไม้	70	10	700.00						5,093.00
รวม				5,093.00	รวม		1, 349.00	รวม		5,093.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

สัปดาห์ครั้งที่ 7

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
27/10/62	ขอยกมา			5,093.00						5,093.00
27/10/62	ขายยำลูกชิ้น									
	ไม้	50	10	500.00						5,593.00
รวม				5,593.00	รวม			รวม		5,593.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

สัปดาห์ครั้งที่ 8

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
29/10/62	ขอยคยคมา			5,593.00						5,593.00
	ลูกชิ้นปลา				2 โล	55	110.00			5,483.00
	แครอท				2 ถุง	35	70.00			5,413.00
	กระทล่ำปลี				2 กก.	50	100.00			5,313.00
	มะนาว				5 ลูก	20	100.00			5,213.00
	จิ้นฉ่าย				5 กำ	8	40.00			5,173.00
	ขายยำลูกชิ้น									
	ไม้	78	10	780.00						
รวม				5,953.00	รวม		420.00	รวม		5,953.00

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการ ยำ 3 แซ่บ (3 Zapp. Delicious Spicy Salad)

วัตถุประสงค์โครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
4. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการวางแผนกลยุทธ์การ

ขายสินค้า

การคำนวณหากำไรสุทธิ

คำนวณต้นทุนการผลิต

วัสดุอุปกรณ์	2,510.00
วัตถุดิบ	<u>1,529.00</u>
รวมต้นทุนการค้า	<u>4,039.00</u>

คำนวณหากำไรสุทธิ

รายได้จากขายสินค้า	5,953.00
หัก ค่าใช้จ่ายในการทั้งหมด	<u>4,039.00</u>
กำไรสุทธิ	<u>1,914.00</u>

ต้นทุนคงเหลือหลังหักค่าใช้จ่าย

ต้นทุน	6,000.00
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายสินค้า	<u>4,039.00</u>
ต้นทุนคงเหลือ	<u>1,961.00</u>

เฉลี่ยทุนและกำไรคืน

กำไรสุทธิ	1,914.00
ต้นทุนคงเหลือ	<u>1,961.00</u>
รวม	<u>3,875.00</u>

ทุนและกำไรรวมกัน	3,875.00 ÷
เฉลี่ยให้เพื่อน	<u>3.00</u>
ได้เงินคืนคนละ	<u>1,291.67</u>

ดำเนินงานสมาชิกกลุ่มคนละ	223.00
รวม	500.00

แบ่งกำไรและคืนทุนให้สมาชิก 3 คน เท่า ๆ กัน คนละ 223 บาท

รายชื่อ	จำนวนเงิน	
1.นางสาวปนัดดา พรหมมา	2,000.00	บาท
2. นายชาติกล้า ทองยวง	2,000.00	บาท
3. นายพัชรพล โพธิ์สีทอง	2,000.00	บาท
รวม	5,386.00	บาท

กำไรดำเนินงานจากสมาชิกในกลุ่ม 3 คน คนละ 223

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการ เจอแล้วยำ 3 แซ่บ (3 Zapp Delicious Spicy Salad) ที่ผ่าน มาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ คือ เกิดความสามัคคีภายในกลุ่ม การทำงานเป็น ทีม และเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และยังเป็นแนวทางในการ ประกอบอาชีพภายในอนาคต อุปสรรคที่เกิดขึ้น คือ สมาชิกภายในกลุ่มมีเวลาว่างไม่ ตรงกันและปัญหาเรื่องของพนักงานขายที่ยังไม่เข้าใจหลักการขายที่ถูกต้องจึงทำให้เกิดการ ตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่ค่อนข้างปิดการขายยากมีแนวทางการแก้ปัญหา คือ นัดวันและ เวลาสมาชิกภายในกลุ่มให้ตรงกันมากที่สุด และปัญหาของพนักงานขายที่ยังไม่เข้าใจ หลักการขายที่ถูกต้องคือมีการอบรมหาความรู้เพิ่มเติมกันอย่างสม่ำเสมอ

สรุปตารางการปฏิบัติงาน

ลำดับที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
1	1 มิ.ย. 62 – 3 มิ.ย. 62	1. คิดริเริ่มโครงการ 2. คิดวางแผนจัดหาสถานที่
2	5 มิ.ย. 62 – 8 มิ.ย. 62	1. ติดต่ออาจารย์เพื่อหาอาจารย์ที่ปรึกษา 2. ส่งคำขออนุมัติโครงการ
3	9 มิ.ย. 62 – 10 มิ.ย. 62	1. ส่งเนื้อหาบทที่ 1
4	25 ก.ค. 62 – 30 ก.ค. 62	1. ส่งเนื้อหาบทที่ 2
5	10 ส.ค. 62 – 19 ส.ค. 62	1. ส่งเนื้อหาบทที่ 3
6	25 ส.ค. 62 – 9 ก.ย. 62	1. เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present งาน 2. Present โครงการครั้งที่ 1
7	5 ต.ค. 62 – 6 ต.ค. 62	1. จัดทำป้ายร้านและออกแบบโลโก้ร้าน
8	10 ต.ค. 62 – 18 ต.ค. 62	1. หาซื้ออุปกรณ์การขาย 2. จัดเตรียมอุปกรณ์
9	21 ต.ค. 62 – 28 ต.ค. 62	1. ทดลองการขายชำลูกชิ้น 2. ปรับเปลี่ยนการจัดหน้าร้าน
10	8 พ.ย. 62 – 10 พ.ย. 62	1. ส่ง PowerPoint + โครงสร้าง + แผนการดำเนินงาน 2. เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา ก่อน Present งาน
11	11 พ.ย. 62 – 13 พ.ย. 62	1. Present โครงการ ครั้งที่ 2
12	14 ธ.ค. 62 – 15 ธ.ค. 62	1. ส่งเนื้อหาบทที่ 4
13	1 ม.ค. 63 – 18 ม.ค. 63	1. ส่งเนื้อหาบทที่ 5 2. รวมเนื้อหาสรุปเล่มโครงการ
14	25 ม.ค. 63 – 30 ม.ค. 63	1. ส่งบรรณานุกรม ภาคผนวก 2. ส่งกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ
15	15 ก.พ. 63 – 20 ก.พ. 63	1. นำเสนอรูปเล่ม 2. เข้ารูปเล่ม 3. แผ่นซีดี 4. ส่งรูปเล่มโครงการ

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. สมาชิกในกลุ่มมีเวลาไม่ตรงกัน
2. มีปัญหาในเรื่องการแบ่งเวลาและแบ่งหน้าที่ในการทำงาน
3. สมาชิกในกลุ่มขาดความชำนาญ

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา

1. ประธานมีการเรียกประชุมภายในกลุ่มเพื่อนัดเวลาว่างให้ตรงกันมากที่สุด
2. แบ่งงานตามความเหมาะสมของแต่ละคน
3. หาข้อมูลและลองทำฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ

ข้อแนะนำและแนวทางการพัฒนา

1. ต้องมีการทำงานเป็นทีม มีความรับผิดชอบให้มากขึ้น
2. เก็บความรู้ที่ได้รับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน
3. รู้จักการเลือกซื้อวัตถุดิบในการขายและเปรียบเทียบราคาจากแหล่งต่างๆ

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

-รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม

- ตัวอย่างแบบสอบถาม

รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม

รายงานผลการประเมินโครงการการขาย ยำ 3 แซ่บ (3 Zapp Delicious Spicy Salad)
จากการสำรวจกลุ่ม ตัวอย่าง ทั้งสิ้น 100 ตัวอย่าง สรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม(แสดงค่าความถี่ และร้อยละ)

ตารางที่ 1 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	42	42
หญิง	58	58
รวม	100	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58 และเพศชายมีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	50	50
มากกว่า 20 ปี	50	50
รวม	100	100

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มอายุพบว่า กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 20 ปี มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	25	25
ปริญญาตรี	35	35
สูงกว่าปริญญาตรี	40	40
รวม	100	100

ตารางที่ 3 พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ กลุ่ม เจอแล้วยา 3 แห่ง

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจในการให้บริการ

ข้อพิจารณา	$(\bar{X})$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ความอร่อยของยา ลูกชิ้น	3.96	0.47	เห็นด้วยมาก
2. ความอร่อยของน้ำจิ้ม	4.03	0.50	เห็นด้วยมาก
3. ราคาของยา ลูกชิ้น	3.90	0.39	เห็นด้วยมาก
4. จากจัดตกแต่งร้าน	3.68	3.29	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4

พบว่าความอร่อยของยา 3 แห่งค่าเฉลี่ย $(\bar{X}) = 3.96$ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

พบว่าความอร่อยของน้ำจิ้มค่าเฉลี่ย $(\bar{X}) = 4.03$ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

พบว่าราคาของยา ลูกชิ้นค่าเฉลี่ย $(\bar{X}) = 3.90$ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

พบว่าการจัดตกแต่งร้านค่าเฉลี่ย $(\bar{X}) = 3.68$ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

โดยภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพนิชการอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก



คำชี้แจง แบบสอบถาม

1. เพื่อให้ผู้จัดได้มีโอกาสรับทราบผลการดำเนินงานของตนเอง และเพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงโครงการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. โปรดเติมเครื่องหมาย ☒ และกรอกข้อความให้สมบูรณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ มากกว่า 20 ปี
3. ระดับการศึกษา ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อโครงการ

- 5 เห็นด้วย / พึงพอใจมากที่สุด 4 เห็นด้วย / พึงพอใจมาก 3 เห็นด้วย / พอใจปานกลาง
2 เห็นด้วย / พึงพอใจน้อย 1 เห็นด้วย / พึงพอใจน้อยที่สุด

ปัจจัยที่เกี่ยวกับชิ้นงาน	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. ความอร่อยของยำลูกชิ้น					
2. ความอร่อยของน้ำจิ้ม					
3. ราคาของยำลูกชิ้น					
4. การจัดตกแต่งร้าน					

ข้อเสนอแนะ.....
.....



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ	ยำ 3 แซ่บ (3 Zapp. Delicious Spicy Salad)		
ระยะเวลาการดำเนินงาน	มิถุนายน 2562 - กุมภาพันธ์ 2563		
สถานที่การดำเนินงาน	ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ		
ประมาณค่าใช้จ่าย	6,000 บาท		
ผู้รับผิดชอบโครงการ			
1. นางสาวปนัดดา	พรมมา	รหัสประจำตัว	38268 ปวช.3/4
2. นายชาติกล้า	ทองขวง	รหัสประจำตัว	39748 ปวช.3/4
3. นายพัชรพล	โพธิ์สีทอง	รหัสประจำตัว	39020 ปวช.3/4

ลงชื่อประธานโครงการ

(นางสาวปนัดดา พรมมา)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

.....
.....
.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ภัตติฐ์ ภาทิมา)...../...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.....
.....
.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)...../...../.....

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)...../...../.....

ชื่อโครงการ	ยำ 3 แซ่บ
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม ขายสินค้า
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ภัสสรั ภาคินัย
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์
ผู้รับผิดชอบโครงการ	

1. นางสาวปนัดดา	พรมมา	ประธานโครงการ
2. นายชาติกล้า	ทองขวง	รองประธานโครงการ
3. นายพัชรพล	โพธิ์สีทอง	สมาชิก

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากในปัจจุบันตลาดบริโภคมีมากขึ้นความต้องการของผู้บริโภคมีหลากหลาย ในยุคนี้ผู้บริโภคมีความต้องการเลือกรับประทานอาหารที่ง่ายต่อการรับประทาน อาหารปรุงสุกใหม่และอาหารนั้นต้องมีความอร่อยและถูกปากดังนั้น คณะผู้จัดทำโครงการจึงเห็นตรงกันว่ามีความคิดริเริ่มทำโครงการขายสินค้ายำลูกชิ้นปลาโดยใช้ชื่อร้าน“ยำ 3 แซ่บ” ออกจำหน่าย ณ ตลาดนัดเฟลตทหารเรือ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนากรุงเทพมหานคร

ยำลูกชิ้นปลาเป็นอาหารที่เป็นกับข้าวและของทานเล่นที่มีสูตรเฉพาะของแต่ละเจ้า แต่ยำลูกชิ้นปลาของคณะผู้จัดทำโครงการไม่มีสารเคมีปนเปื้อนที่เป็นผลทำร้ายสุขภาพร่างกายต่อผู้บริโภคในระยะยาวปลอดภัยต่อผู้บริโภค ใจใส่ทุกรายละเอียดในการทำเพื่อให้ลูกค้าติดใจกลับมาซื้อใหม่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสัมพันธ์และร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
4. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการวางกลยุทธ์การขายสินค้า

เป้าหมาย

1. สร้างผลกำไร รายได้ให้กับนักศึกษา
2. เพื่อสร้างอาชีพการขายสินค้า

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. ประชุมลงความคิดในเรื่องการขายสินค้า
2. สรุปลงความเห็นขายสินค้า ย้ำสินค้า
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. มอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ
5. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการขายสินค้า
6. จัดเตรียมสถานที่ในการขายสินค้า
7. จัดทำแผนธุรกิจและกลยุทธ์ทางการตลาด

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ปฏิบัติงาน
2. ตกแต่งร้านเตรียมพร้อมให้การขายสินค้า
3. ทดลองปฏิบัติงานขายและประเมินผล
4. ปฏิบัติงานธุรกิจขายสินค้าตามแผนงานที่วางไว้
5. จัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปรายงานผลการปฏิบัติงาน
2. สรุปงบประมาณผลกำไร
3. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า

ขั้นตอนดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1.ลงความเห็นในการขายสินค้า	↔								
2.สรุปความเห็นขายสินค้า ขำลูกชิ้น	↔								
3.ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ ปรึกษาโครงการ		↔							
4.จัดเตรียมอุปกรณ์ในการขาย สินค้า			↔						
5.จัดเตรียมสถานที่ในการขาย สินค้า			↔						
6.หาแหล่งวัตถุดิบ				↔					
7.ลงสถานที่ในการขายสินค้า ตลาดแฟลตทหารเรือ					↔				
8.สรุปผลการปฏิบัติงาน								↔	
9.ส่งรายงานสรุปผลดำเนินงาน									↔

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ เดือนมิถุนายน 2562 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ตลาดนัดแฟลตทหารเรือถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนากรุงเทพมหานคร

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 6,000 บาท

ค่าวัสดุดิบ

1. ลูกชิ้นปลา	800	บาท
2. แครอท	100	บาท
3. น้ำปลา	55	บาท
4. น้ำตาลทราย	44	บาท
5. น้ำมันงา	100	บาท
6. พริกชี้ฟ้า	150	บาท
7. ขุนส	50	บาท
8. ขีนฉ่าย	80	บาท
9. กะหล่ำปี	150	บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์

1. ค่าเช่าสถานที่ (50 x 8 วัน)	400	บาท
2. หม้อค้มน้ำ	-	
3. ถ้วยกระดาษ	250	บาท
4. ซ้อน-ส้อม	200	บาท
5. น้ำยำ	800	บาท
6. ถุงร้อน-ถุงหั่ว	100	บาท
7. ถุงมือขาง 1 แพ็ค	60	บาท
8. หม้อนึ่ง	-	
9. อุปกรณ์ทำข่าฯ	400	บาท
10. โต๊ะ	300	บาท

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

1. ป้ายร้าน/ป้ายราคา	700	บาท
2. เสื้อยูนิฟอร์มร้าน (3 คน)	1,000	บาท
รวม	<u>5,939</u>	บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอสินค้าเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. สร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
4. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีทักษะการวางกลยุทธ์การขายสินค้า

ปัญหาและอุปสรรค

1. วัตถุดิบที่ใช้อาจมีราคาต้นทุนที่สูงและไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน
2. สินค้าที่ผลิตแล้วไม่สามารถเก็บไว้นาน

ข้อเสนอแนะ

1. มีการวางแผนในการซื้อวัตถุดิบอย่างเหมาะสมและหาแหล่งวัตถุดิบสำรองที่มีต้นทุนถูกกว่าร้านประจำ
2. วางแผนในการผลิตสินค้าในแต่ละวัน

ลงชื่อ.....

(อาจารย์กัญญ์ ภาทิมา)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ

