



โครงการ ข้าหมูขอมะนาวสด
(Fresh Lime White Pork Sausage Spicy salad)

จัดทำโดย

นางสาวเบญจรงค์ อ่อนสวัสดิ์
นางสาวกัญญาวิรุ้ ประยุกต์ศิลป์

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ
สาขาวิชาการตลาด
วิทยาลัยเทคโนโลยีพระยาดำรงวิทยพนชการ
ปีการศึกษา 2562

กิตติกรรมประกาศ

การดำเนินโครงการครั้งนี้จะไม่สามารถลุล่วงได้ หากปราศจากความช่วยเหลือจากคณาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ ซึ่งประกอบด้วย อาจารย์ภัสสฐ์ ภาคิณาย อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์และผู้ปกครองที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะช่วยเหลือและให้คำปรึกษาตรวจแก้ข้อบกพร่องต่างๆ เป็นอย่างดี ตลอดจนอาจารย์ท่านอื่นๆ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่คณะผู้จัดทำ ขอขอบคุณพระคุณอย่างสูง

ตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการ คณะผู้จัดทำได้รับความช่วยเหลือจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ปรึกษาร่วมโครงการมาโดยตลอด นอกจากนี้ยังมีอีกหลายท่านที่ไม่ได้กล่าวนามที่ได้ให้ความช่วยเหลือในเรื่องต่าง ๆ จึงได้ขอบคุณทุกท่านมาในโอกาสนี้ด้วย สุดท้ายนี้ คณะผู้จัดทำขอขอบคุณค่าและประโยชน์ของรายงานผลการดำเนินโครงการฉบับนี้เป็นเครื่องบูชาพระคุณพ่อและคุณแม่ ตลอดจนคุณครูและผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้อบรม สั่งสอนคอยให้กำลังใจสนับสนุนให้คณะผู้จัดทำได้ศึกษาและดำเนินโครงการสำเร็จตามความมุ่งหวัง

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

คณะข้าหม่อมมณาวาส

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	ยำหมูยอมะนาวสด (Fresh Lime White Pork Sausage Spicy salad)
ผู้จัดทำโครงการ	1. นางสาวเบญจรงค์ อ่อนสวัสดิ์ 2. นางสาวกัญญาวิรุ์ ประยุกต์ศิลป์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ภัสสร ภาคิณาย
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชยการ ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

โครงการขายสินค้า เกิดมาอย่า 1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2. เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา 3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสัมพันธ์และร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม 4. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการวางแผน ยุทธการขายสินค้า

วิธีการดำเนินโครงการ 3 ขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1.ขั้นเตรียมการ ขั้นตอนที่ 2. ขั้นดำเนินการ และขั้นที่ 3.ขั้นประเมินผล จากผลการดำเนินงาน สรุปได้ดังนี้

วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 มิ.ย 62 – 28 ก.พ 62 รวมปฏิบัติงาน 2 สัปดาห์ 8 ครั้ง สถานที่ดำเนินโครงการ คือ สถานที่ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนากรุงเทพมหานคร

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 5,100 บาทได้กำไรทั้งสิ้น 1,019 บาทหักทุนจากการดำเนินการ 5,510บาท รวมได้กำไรสุทธิ 1,019 บาท แบ่งกำไรให้สมาชิกในกลุ่ม 2 คน เท่ากัน คนละ 509 บาทและสามารถคืนทุนให้กับสมาชิกทุกคนได้ จำนวนคนละ 2,000 บาท

ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ทำให้รู้จักหน้าที่ และมีความรับผิดชอบมากขึ้นรู้จักการแก้ปัญหาต่างๆโดยการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและรู้จักการเป็นผู้นำที่ดีและผู้ตามที่ดี

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ คือ

1. สมาชิกในกลุ่มมีเวลาไม่ตรงกัน
2. มีปัญหาในเรื่องการแบ่งเวลาและแบ่งหน้าที่ในการทำงาน
3. สมาชิกในกลุ่มขาดความชำนาญ

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาโครงการประเภทขาย

1. ประธานมีการเรียกประชุมภายในกลุ่มเพื่อนัดเวลาว่างให้ตรงกันมากที่สุด
2. แบ่งงานตามความเหมาะสมของแต่ละคน
3. หาข้อมูลและลองทำฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)บทที่ 1
บท	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
เป้าหมายของโครงการ	2การ
ติดตามผล และการประเมินโครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค	3
กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ	6
ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด	7
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	9
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	10
แผนการปฏิบัติงาน	11
สถานที่ดำเนินโครงการ	12
การจัดทำแผนดำเนินงาน	13ขอบเขต
ด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์	14
ขั้นตอนการดำเนินการขาย	16
เรื่อง	หน้า
แผนบริหารจัดการ	17
แผนการขายสินค้า	18
แผนการเงิน แผนฉุกเฉิน	20

บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ (ต่อ)

รายงานผลปฏิบัติงานรายบุคคล	21
บัญชีรายรับ-รายจ่าย	24
ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	36

บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ	37สรุป
ตารางการปฏิบัติงาน	37
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	39
ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา	.39

บรรณานุกรม	40
------------	----

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก โครงการ	41
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	50
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์	54
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	59

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากในปัจจุบันตลาดบริโภคมีมากขึ้นความต้องการของผู้บริโภคมีหลากหลาย ในยุคนี้ผู้บริโภคมีความต้องการเลือกรับประทานอาหารที่ง่ายต่อการรับประทานเหมาะสำหรับทำขายเป็นอาชีพเสริมเพราะมีเครื่องปรุงและวิธีทำไม่ยุ่งยาก ยำหมูยอเป็นของทานเล่นที่มีสูตรเฉพาะของแต่ละเจ้า แต่ยำหมูยอของคณะผู้จัดทำโครงการไม่มีสารเคมีปนเปื้อนที่เป็นผลทำร้ายสุขภาพร่างกายต่อผู้บริโภคคณะผู้จัดทำโครงการจึงมองเห็นแนวทางในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายการเพิ่มกำไรของยำธรรมชาติโดยใส่สูตรใหม่เข้าไปเพื่อความแปลกใหม่และเพื่อให้ผู้บริโภคได้ลิ้มลองรสชาติที่แตกต่างคณะผู้จัดทำโครงการจึงเห็นตรงกันว่ามีแนวคิดริเริ่มการจัดจำหน่ายอาหารที่มีประโยชน์ทั้งคุณค่าโภชนาการและราคาที่ย่อมเยาให้แก่ผู้บริโภคในชื่อร้านว่า “ ยำหมูยอมะนาวสด ” เป็นการตอบโจทย์สังคมไทยในยุคปัจจุบัน โดยมีการจัดจำหน่าย ณ “ตลาดนัดเฟลตทหารเรือสรรพาวุธ”

“ ยำ ” การยำ หมายถึง การนำผักต่างๆ เนื้อสัตว์ และน้ำปรุงรสมาคลุกเคล้าเข้าด้วยกันเบาๆ จนให้รสชาติเสมอกัน ยำของไทยมีรสหลักอยู่ 3 รส คือ เปรี้ยว เค็ม หวาน สำหรับน้ำปรุงรสจะราดก่อนเวลารับประทานเล็กน้อยเพื่อให้ยำมีรสชาติดีขึ้น คณะผู้จัดทำโครงการจึงมองเห็นแนวทางในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายการเพิ่มกำไรของ ยำ โดยการเลือกทำยำหมูยอเหตุผลเพราะผู้คนส่วนมากนิยมรับประทานหมูยอกันหมูยอเป็นออร์เคิร์ฟเรียกน้ำย่อยของชาวเวียดนามแต่คนไทยนั้นนอกจากนำมาแกะกินเล่นแล้วยังนิยมนำมาทอดจิ้มซอสศรีราชา หรือยำให้มีรสเปรี้ยว เค็ม หวาน และเผ็ด แล้วพัฒนาไปไกลกว่านั้นด้วยการใส่ในส้มตำ คนไทยนั้นกินหมูยอกันมานานจนลืมไปว่าหมูยอนั้นมาจากต่างวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็น เชียงใหม่ เชียงราย ขอนแก่น อุบลราชธานี อุดรธานี และหนองคาย ล้วนมีของกินของฝากขึ้นชื่อว่าหมูยอ เพราะว่าจังหวัดดังกล่าวมีชาวเวียดนามอาศัยอยู่มาก การทำหมูยอนั้นไม่ยากนักเนื่องจากเป็นสิ่งที่ชาวเวียดนามกินกันบ่อยๆ ส่วนผสมหลักคือ เนื้อหมูบด หอมแดง กระเทียม แป้งมัน พริกไทย เกลือ น้ำตาล น้ำปลา และผงฟู นำไปปั่นรวมกันให้เนียนพร้อมกับน้ำเย็นจัดจนวดให้เหนียว ห่อใส่ใบตองมัดด้วยเชือกแล้วนึ่งให้สุก นอกจากหมูยอนึ่งสุกแล้วในตลาดยังมีขายหมูยอสดที่ผสมและนวดแล้วให้นำกลับไปทำอาหารเองได้ทางคณะผู้จัดทำได้มีการคิดค้นปรับปรุงให้มีความสดชื่นของน้ำยำโดยเลือกใช้ น้ำมะนาวคั้นสด แทนการใช้ น้ำมะนาวเทียมเพื่อให้ได้รสชาติที่จัดจ้านและลงตัวของน้ำยำกับหมูยอ แตกต่างจากในท้องตลาดทั่วไปที่มักใช้น้ำมะนาวเทียมเป็นส่วนใหญ่เพื่อเป็นการลดต้นทุนและประหยัดเวลาแต่รสชาติจะไม่จัดจ้านเท่าการใช้ น้ำมะนาวแท้แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการขาย และบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

เป้าหมายของโครงการ

1. เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ในการขายของของนักศึกษาและลงมือปฏิบัติได้จริง
2. ขายสินค้าได้กำไรมากกว่าที่ลงทุนและคืนกำไรให้กับสมาชิกในกลุ่ม
3. มีการตั้งเป้าหมายทางการตลาดว่าจะนำสินค้าไปจำหน่ายในตลาด

การติดตามผล และประเมินโครงการ

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ และงบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และสร้างประสบการณ์ในธุรกิจการขายและบริการเพิ่มรายได้ระหว่างการศึกษา
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

โครงการกลุ่มขาย (ย้ายลูกชิ้น) การดำเนินโครงการครั้งนี้ ผู้ดำเนินโครงการได้แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินโครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค
2. กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ
3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

1. แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไข พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยให้การพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ในตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ และมีความสำคัญที่สุดของนักธุรกิจ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารการตลาดจะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียด ถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ ฯลฯ จะช่วยให้ผู้บริหารทายใจหรือเดาใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไร มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคนำมาตัดสินใจซื้อคืออะไร รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด

ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

1. ช่วยในการตลาดเข้าถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค
2. ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น
3. ช่วยในการพัฒนาและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น
4. เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาดเพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ตรงกับชนิดของสินค้าที่ต้องการ

2. กระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค (Process behavior)

1. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด
2. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น
3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดำรงและยอมรับมาปฏิบัติ เพื่อให้สังคมดำเนินและมีการพัฒนาไปด้วยดี 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 ซึ่งความต้องการเหล่านี้ถือว่ามีความจำเป็น หากมนุษย์ไม่ได้รับความต้องการเหล่านี้อย่างเพียงพอก็จะส่งผลต่อคุณภาพของร่างกายตลอดจนประสิทธิภาพของการทำงานให้ประสบความสำเร็จอย่างแน่นอน

2.ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs)

หลังจากที่มนุษย์ได้รับความต้องการพื้นฐานเพียงพอแล้ว เขาจะเริ่มมีความต้องการที่เพิ่มขึ้นคือการมีชีวิตอยู่รอดและปลอดภัย เขาจึงต้องการครอบครัวที่อบอุ่น ต้องการงานที่มั่นคง เพื่อนำไปสู่ความมั่นคงของฐานะและการเงิน การมีรายได้ที่มั่นคง มีเจ้านายและเพื่อนร่วมงานที่ดี ล้วนจัดอยู่ในความต้องการนี้ ที่จะยังให้เกิดความสำเร็จทั้งในเรื่องส่วนตัวและการทำงานอย่างแน่นอน หากเขาได้รับความรู้สึกว่ามีมั่นคงและปลอดภัย

3.ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and Love Need)

เราปฏิเสธไม่ได้ว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องพึ่งพาอาศัยกัน ด้วยเหตุผลนี้มนุษย์จึงเกิดความต้องการขั้นที่ 3 คือการมีเพื่อน มีครอบครัว คนรัก มีการยอมรับในความสามารถและตัวตน ความเป็นพวกพ้อง และสิ่งสำคัญ

4.ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงและความภาคภูมิใจ (Self- Esteem Need)

เมื่อมนุษย์เติบโตมาถึงจุดหนึ่ง ที่มีความต้องการด้านกายภาพ ความปลอดภัย ความรัก เพียงพร้อมสมบูรณ์ เขาจะเริ่มมีความต้องการอีกขั้นคือความก้าวหน้าและการยอมรับในคุณค่าของตนจากบุคคลอื่นรอบข้าง ความต้องการการยกย่องชมเชย โดยแบ่งเป็นการนับถือตนเอง คือการเห็นคุณค่าของตนเอง เชื่อกันว่าตนเองมีความรู้ความสามารถ และสามารถประสบความสำเร็จได้ และการยอมรับการนับถือจากผู้อื่นหรือคนรอบข้าง คือการได้รับการยกย่องชมเชย ให้งานวัล เชิดชูจากบุคคลอื่นรอบข้างนั่นเอง

5.ความต้องการความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-Actualization Needs)

เป็นความต้องการขั้นสูงสุด ที่มนุษย์น้อยคนจะไปถึงได้ เริ่มจากการที่ต้องได้รับความต้องการทั้งสี่ด้านข้างต้นอย่างเพียงพอก่อน ความต้องการนี้มาสโลว์อธิบายว่า เป็นความต้องการและความปรารถนาที่มนุษย์จะใช้ความสามารถและศักยภาพที่มีทั้งหมดในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ เท่าที่เขาพึงจะทำได้ตามศักยภาพ เช่น เมื่อเป็นนักดนตรีก็พยายามพัฒนาตนเองให้เป็นนักดนตรีที่เล่นเก่งที่สุด ด้วยการฝึกฝน เป็นต้น

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา กระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ในขั้นแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้มารวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบทางเลือกและความคุ้มค่ามากที่สุด

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด หลังการประเมินผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสียหลังจากนั้นบุคคลจะต้องตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา มักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ของตนเองและผู้อื่น

ขั้นที่ 5 การประเมินภายหลังการซื้อ ผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมานั้นมาใช้และในขณะเดียวกันก็จะทำการประเมินผลิตภัณฑ์นั้นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ

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

1. **ผลิตภัณฑ์ (Product)** ในการทำธุรกิจมีองค์ประกอบสำคัญก็คือ สินค้าหรือบริการ หลักการวางแผนจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆเช่น ความต้องการของลูกค้า คุณภาพของสินค้า รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย และสามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งกันได้หรือไม่
2. **ราคา (Price)** การตั้งราคาขายถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ ซึ่งนอกจากราคาจะสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้แล้ว การตั้งราคาขายยังเป็นเทคนิคอย่างหนึ่งที่ทำให้ต่อสู้กับคู่แข่งได้ในธุรกิจประเภทเดียวกันได้
3. **ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** ก็คือการนำสินค้าไปให้ถึงมือของลูกค้า โดยยึดหลักความมีประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความปลอดภัย และความรวดเร็ว วิธีขายหรือกระจายสินค้าที่สามารถทำให้เกิดผลกำไรมากที่สุด ต้องกระจายสินค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
4. **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** หัวใจสำคัญของการส่งเสริมการตลาดก็คือ ทำอย่างไรให้สามารถขายสินค้าหรือบริการให้ได้มากที่สุด การส่งเสริมการขายจึงมีบทบาทสำคัญและมีอยู่หลายวิธี เช่น การโฆษณาผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ การทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย การบริการ หรือขายตรงโดยการนำเสนอของพนักงาน

4C's มุมมองของลูกค้า	4P's- มุมมองของผู้ขายผู้ให้บริการ
CustomerSolution – 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 2556เรื่องยำหมุย)ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อยำหมุย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ความใหญ่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ 4.45 เพราะน้ำจิ้มเป็นสูตรที่คิดค้นขึ้นมาเอง ใช้วัตถุดิบ 4.58 สูงสุดคือ รสชาติของน้ำจิ้มที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ธรรมชาติที่หาง่ายและไม่แพงบวกกับความอร่อยของยำหมุยที่หอมและมีประโยชน์ต่อร่างกาย ขนาดและปริมาณมีความเหมาะสมเพราะจำหน่ายไม่ละ ไม่ถือว่าเป็นราคาที่ดี 1 ลูกต่อ 4 บาท มี 10 เหมือนเปรียบเทียบกับร้านค้าทั่วไป

พิทักษ์ (ทำการวิจัย เรื่องยำหมุย 2555)ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมินของอำมะม่วง โดยบ่งบอกทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบ หรือไม่ปฏิกิริยาคือเฉยๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่มากระตุ้น มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัฒนธรรมชาติเพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคี และร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม

อนุกุล สิริ (ทำการวิจัย เรื่องยำหมุย) 2556นักศึกษาที่เข้ามาซื้อยำหมุยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ เพศชาย คิดเป็น 78 ร้อยละ คิดเป็นร้อยละ .ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ระดับชั้น ปวช 22 สาขาที่เข้ามาซื้อส่วนใหญ่เป็นสาขางานการประชาสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 24 คิดเป็นร้อยละ .ปวส 76 1อยละรองลงมาคือ สาขาดลาดคิดเป็นร้อยละ 26 ละ8 และน้อยที่สุดคือสาขาคหกรรมการโรงแรมและผ้า และเครื่องแต่งกายคิดเป็นร้อยละ 4

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

1. ประชุมลงความคิดในเรื่องการขายสินค้า
- 2.สรุปลงความเห็นขายสินค้า
- 3.ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
- 4.มอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ
- 5.จัดเตรียมอุปกรณ์ในการขายสินค้า
- 6.จัดเตรียมสถานที่ในการขายสินค้า
- 7.จัดทำแผนการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาด

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินงาน

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

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

- 1 .สรุปรายงานผลการปฏิบัติงาน
- 2 .สรุปงบประมาณผลกำไร
3. แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า

ขั้นตอนดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2561							ปี 2562	
	มิ.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.จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำธุรกิจบริการสินค้า				↔					
5.จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์ และการส่งเสริมการตลาด					↔				
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงาน และขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้						↔			
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน								↔	
8. ส่งรายงานสรุปผลกาดำเนินงาน									↔

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน ตลาดนัดเฟลตทหารเรือ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนากรุงเทพมหานคร

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 2,000 บาท (เฉลี่ยคนละ 1,000 บาท)

ค่าวัสดุดิบ

1. หมูยอ	315	บาท
2. หอมใหญ่ซอย	100	บาท
3. ขึ้นฉ่าย	100	บาท
4. มะเขือเทศ	100	บาท
5. พริกขี้หนูโขลก	100	บาท
6. น้ำปลา	100	บาท
7. น้ำมะนาว	150	บาท
8. หมูสับ	150	บาท

การจัดทำแผนการดำเนินงาน

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 ยำหมูยอมะนาวสด

ผลิตภัณฑ์

เป็นยำหมูยอที่ใช้หมูยอคุณภาพดีหั่นแฉ่นหรือเป็นรูปทรงต่างๆ นำยำใช้น้ำมะนาวที่คั้นสดทำให้มีรสชาติที่โดดเด่นไม่เผ็ดเกินไปไม่เปรี้ยวเกินไปมีรสหลักอยู่ 3 รส คือ เปรี้ยว เค็ม หวาน ไม่เผ็ดเกินไปไม่เปรี้ยวเกินไปและจัดใส่ในถ้วยโฟม



แผนการขายสินค้าหรือบริการ

- 1 .สินค้าเหมาะสมกับราคา
- 2 .เป็นกันเองกับลูกค้าไม่มากหรือน้อยเกินไป
- 3 .ให้ความสำคัญและใส่ใจกับลูกค้า
- 4 .พูดจาไพเราะและคุณภาพสินค้าดี

การแบ่งตลาด

ส่วนแบ่งการตลาดสรรพาวุธนั้นมีร้านขายของค่อนข้างมากและมีการแข่งขันสูง แต่บางร้านอาจมีสินค้าแตกต่างออกไปหรืออาจถูกหรือแพงกว่า ซึ่งลูกค้ามีความต้องการที่จะได้สินค้าที่ถูกและมีคุณภาพรวมทั้งการบริการที่ดี การกำหนดตลาดของทางร้านคือการที่ร้านจำหน่ายอะไหล่ปืน อยู่ในบริการที่ห่างออกมาจากร้านยาต่างๆ เนื่องจากต้องการลดคู่แข่งที่มีอยู่มาก ทำให้เป็นที่น่าสนใจมากขึ้นและมองเห็นได้ง่าย รวมถึงราคาค่อนข้างถูก การกำหนดเป้าหมายของตลาดสรรพาวุธนั้นคือการมีสินค้าที่ คุณภาพดีสมราคา สะอาดและปลอดภัย และที่สำคัญลูกค้าต้องการการบริการ การใส่ใจ การต้อนรับของพนักงานที่ดี จึงทำให้เป็นจุดดึงดูดความสนใจของลูกค้า และโครงการนี้ได้ตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะดำเนินงานและพัฒนาให้เป็นที่รู้จักของตลาดนัดสรรพาวุธ

แผนบริหารจัดการ



ประธานโครงการ
นางสาวเบญจรงค์ อ่อนสวัสดิ์



รองประธานโครงการ
นางสาวกัญญาวิร์ ประชุกต์ศิลป์

แผนการตลาด 4'P

1.ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ยำหมูยอ ส่วนผสมหลักใช้หมูยออุบลที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ ใช้น้ำมะนาวคั้นสดน้ำยำสูตรของทางร้านจะมีรสชาติจัดจ้านลงตัวไม่เผ็ดเกินไปไม่เปรี้ยวเกินไปและจัดใส่ในถ้วยโฟม

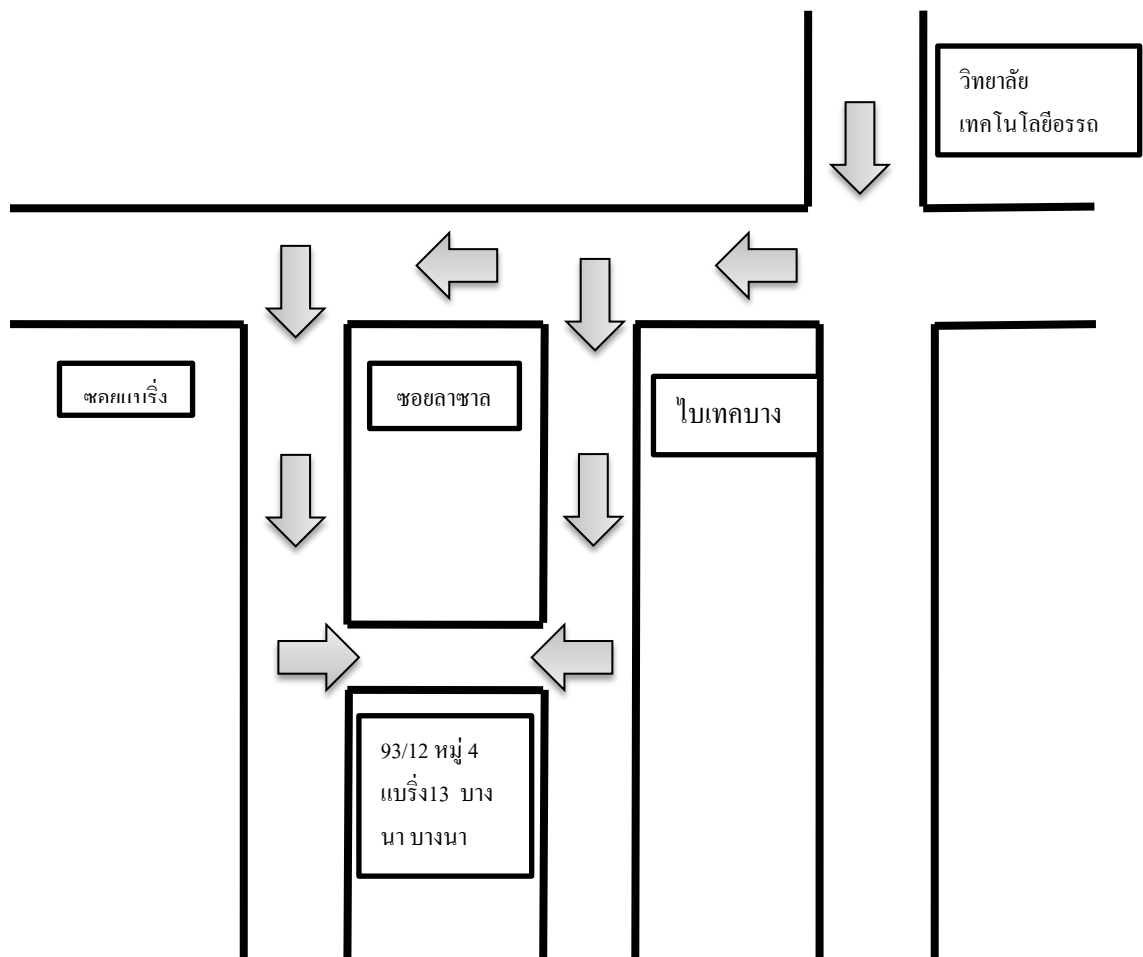


2.ราคา (price)

ไส้เน โยบาย 2 ราคา 35 และ 40 บาท

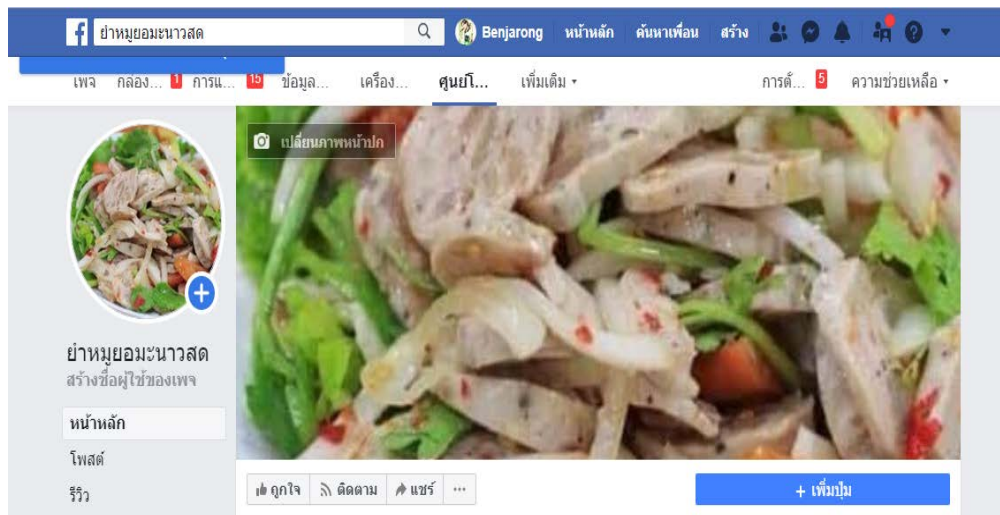
3.ช่องทางการจัดจำหน่าย)Place(

ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนากรุงเทพมหานคร



4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

4.1 ชื่อครบตอนนี้ 5 ถ้วย รับฟรีทันที ถ้วย และการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง 1 Social Media เช่น fanpage ของทางร้าน



4.2 โฆษณาผ่านทาง Facebook



4.3 ป้ายร้าน

ยำหมุยอมะนาวสด

ธรรมดา 35.-
พิเศษ 40.-

โปรโมชันซื้อครบ 5 ถ้วย
แถมฟรี **1** ถ้วย !!



f ยำหมุยอมะนาวสด

สถานที่ : ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ
ถนนสรสวัสดิ์ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260

ขอขอบพระคุณลูกค้าทุกท่านที่มาอุดหนุน
ร้านยำหมุยอมะนาวสด ลูกค้าสามารถ
ติดต่อสอบถามได้ที่เพจ ยำหมุยอมะนาวสด
หรือโทร . 096-684-9022

แผนการขาย

ขั้นตอนที่ 1เตรียมเปิดร้านเพื่อขายสินค้า



ขั้นตอนที่ 2 ต้อนรับ ลูกค้าเลือกซื้อ



ขั้นตอนที่ 3ให้ข้อมูลลูกค้าเกี่ยวกับสินค้า



ขั้นตอนที่ 5 ทำสินค้าใส่บรรจุภัณฑ์



ขั้นตอนที่ 6 ส่งสินค้าให้ลูกค้า



ขั้นตอนที่ 7 รับเงินจากลูกค้า



ขั้นตอนที่ 8 กล่าวขอบคุณ



งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 2,000 บาท (เฉลี่ยคนละ 1,000 บาท)

แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง

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

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

การดำเนินโครงการอำหุยมะนาวสด มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ระหว่างเรียนจากยอดขายในการดำเนินโครงการและเพื่อให้ได้รับประสบการณ์จริงในการดำเนินงาน

รายงานผลปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาว เบญจรงค์ อ่อนสวัสดิ์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
25 มิ.ย. 62	คิดริเริ่มทำโครงการบริการ	
28 มิ.ย. 62	ประชุมวางแผนเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขออนุมัติ	
12 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
30 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2	
15 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3	
4 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
5 ก.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present งาน	
21 ก.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 1	
27 ก.ย. 62	จัดเตรียมอุปกรณ์	
1 ต.ค. – 31 ธ.ค. 62	ดำเนินการบริการที่ สถานที่ตลาดนัดเฟลตทหารเรือถนน สรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนากรุงเทพมหานคร	
6 พ.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการตลาดและแผนการผลิต เพื่อนำเสนอ)	
7 พ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present งาน	
16 พ.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 2	
17 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4	
22 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 5	
19 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ	
26 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

รายงานผลปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาว กัญญาวิรุ์ ประยุกต์ศิลป์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
25 มิ.ย. 62	คิดริเริ่มทำโครงการบริการ	
28 มิ.ย. 62	ประชุมวางแผนเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขออนุมัติ	
12 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
30 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2	
15 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3	
4 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
5 ก.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present งาน	
21 ก.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 1	
27 ก.ย. 62	จัดเตรียมอุปกรณ์	
1 ต.ค. – 31 ธ.ค. 62	ดำเนินการบริการที่ สถานที่ตลาดนัดเฟลตทหารเรือถนน สรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนากรุงเทพมหานคร	
6 พ.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการตลาดและแผนการผลิต เพื่อนำเสนอ)	
7 พ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ปรึกษาก่อน Present งาน	
16 พ.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 2	
17 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4	
22 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 5	
19 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ	
26 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

ขายครั้งที่ 1

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
29/09/62	เก็บเงินสมาชิก	2	2,755.00	5510.00						5510.00
13/10/62	หมูยอ				7 แพ่ง	45.00	315.00			5,195.00
	หอมหัวใหญ่				5 หัว	10.00	50.00			5,145.00
	แครอท				5 อัน	20.00	100.00			5,045.00
	พริก				1 ถุง	10.00	10.00			5,035.00
	มะนาว				10 ลูก	5.00	50.00			4,985.00
	ขึ้นฉ่าย				3 กำ	30.00	90.00			4,895.00
	หมูสับ				1 โล	75.00	75.00			4,820.00
	ล้งโฟม				1 อัน	149.00	149.00			4,671.00
	ป้ายไว้นิล				1	500.00	500.00			4,171.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการขาย ยาหมอยมมะนาวสด
ขายครั้งที่ 1 (ต่อ)

[illegible]

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 2

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
15/10/62	ยอดยกมา			5,336.00						5,336.00
	ยืมมูยอ									
	ยืมมูยอด้วยเล็ก	10	35.00	350.00						5,686.00
	ยืมมูยอด้วยใหญ่	7	40.00	280.00						5,966.00
รวม				630.00	รวม			รวม		5,966.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 3

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
17/10/62	ยอดยกมา			5.966.00						5.966.00
	หมูขอ				7 แท่ง	45.00	315.00			5,651.00
	หอมหัวใหญ่				5 หัว	10.00	50.00			5,601.00
	แครอท				5 อัน	20.00	100.00			5,501.00
	พริก				1 ถุง	10.00	10.00			5,491.00
	มะนาว				10 ลูก	5.00	50.00			5,441.00
	ขึ้นฉ่าย				3 กำ	30.00	90.00			5,351.00
	หมูสับ				2 โล	75.00	144.00			5,207.00
18/10/62	ยำหมูยอถ้วยเล็ก	5	35.00	175.00						5,382.00
	ยำหมูยอถ้วยใหญ่	5	40.00	200.00						5,582.00
รวม				375.00	รวม		759.00	รวม		5,582

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 4

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
20/10/62	ยอดยกมา			5,582.00						5,582.00
	ขายยำหมุยอ									
	ยำหมุยอถ้วยเล็ก	10	35.00	350.00						5,932.00
	ยำหมุยอถ้วยใหญ่	5	40.00	200.00						6,132.00
รวม				550.00	รวม			รวม		6,132.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 5

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
20/10/62	ขอดยกมา			6,132.00						6,132.00
	ขายยำหมุยอ									
	ยำหมุยอถ้วยเล็ก	7	35.00	245.00						6,377.00
	ยำหมุยอถ้วยใหญ่	5	40.00	200.00						6,577.00
รวม				445.00	รวม			รวม		6,577.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 6

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
23/10/62	ยอดยกมา			6,577.00						6,577.00
	หมูขอ				8 แท่ง	45.00	360.00			6,217.00
	หอมหัวใหญ่				5 หัว	10.00	50.00			6,167.00
	แครอท				5 อัน	20.00	100.00			6,067.00
	พริก				1 ถูง	10.00	10.00			6,057.00
	มะนาว				10 ลูก	5.00	50.00			6,000.00
	ชิ้นไชย				2 กำ	30.00	60.00			5,947.00
	หมูสับ				1 โล	75.00	75.00			5,872.00
24/10/62	ยำหมูยอถ้วยเล็ก	13	35.00	455.00						6,327.00
	ยำหมูยอถ้วยใหญ่	5	40.00	200.00						6,527.00
รวม				655.00	รวม		705.00	รวม		6,527.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 7

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
26/10/62	ยอดยกมา			6,527.00						6,527.00
26/10/62	ขายยำหมุยอ									
	ยำหมุยอถ้วยเล็ก	4	35.00	140.00						6,667.00
	ยำหมุยอถ้วยใหญ่	3	40.00	120.00						6,787.00
รวม				260.00	รวม			รวม		6,787.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 8

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
28/10/62	ยอดยกมา			6,787.00						6,787.00
	หมูขอ				10 แท่ง	45.00	450.00			6,337.00
	หอมหัวใหญ่				10 หัว	10.00	100.00			6,237.00
	แครอท				5 อัน	20.00	100.00			6,137.00
	พริก				1 ถุง	10.00	10.00			6,127.00
	มะนาว				10 ลูก	5.00	50.00			6,077.00
	ชิ้นฉาย				2 กำ	30.00	60.00			6,017.00
	หมูสับ				2 โล	75.00	150.00			5,867.00
29/10/62	ยำหมูยอถ้วยเล็ก	13	35.00	455.00						6,322.00
	ยำหมูยอถ้วยใหญ่	6	40.00	270.00						6,529.00
รวม				725.00	รวม		920.00	รวม		6529.00

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการ ขายยำหมูขอมมะนาวสด(Fresh Lime White Pork Sausage Spicy salad)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจบริการและสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

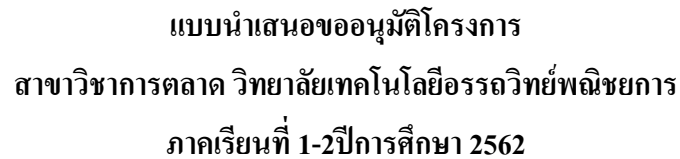
ยอดขายทั้งสิ้น	6529.00	บาท
หักต้นทุนจากการดำเนินการ	5510.00	บาท
กำไรสุทธิ	1,019.00	บาท
แบ่งทุนดำเนินงานให้สมาชิกในกลุ่ม 3 คน คนละ	509.05	บาท
ระยะเวลาในการดำเนินงาน : 8 ครั้ง		
แบ่งทุนดำเนินงานกำไรให้สมาชิกในกลุ่ม 3 คน คนละ	2,755.00	บาท

รายชื่อ

- | | | |
|------------------------------------|----------|-----|
| 1. นางสาว เบญจรงค์ อ่อนสวัสดิ์ | 2,755.00 | บาท |
| 2. นางสาว กัญญาวิรุ์ ประยุกต์ศิลป์ | 2,755.00 | บาท |
| รวม | 5510.00 | บาท |

ข้อเสนอแนะ

1. เตรียมความพร้อมของทีมงาน ฝึกปฏิบัติตนให้เกิดความชำนาญก่อนลงปฏิบัติงานจริง
2. ตรวจสอบวัสดุ อุปกรณ์ทุกครั้ง ก่อนปฏิบัติงาน



1. นางสาวเบญจรงค์	อ่อนสวัสดิ์	รหัสประจำตัว	39538	ปวช.3/4
2. นางสาวกัญญาวิร	ประยงค์ศิลป์	รหัสประจำตัว	39491	ปวช.3/4

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ลงชื่อ..... (อาจารย์กฤษณ์ ภาคิณาย)...../...../.....	ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ ลงชื่อ..... (อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)...../...../.....
---	--

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด
(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)...../...../...

ชื่อโครงการ	ยำหมูยอมะนาวสด (Fresh Lime White Pork Sausage Spicy salad)
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม ขายสินค้า
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ภัสสรั ภาติฉาย
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวรพันธ์
ผู้รับผิดชอบโครงการ	

- | | | |
|--------------------|-------------|------------------|
| 1. นางสาวเบญจรงค์ | อ่อนสวัสดิ์ | ประธานโครงการ |
| 2. นางสาวกัญญาวิรี | ประยูรศิลป์ | รองประธานโครงการ |

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากในปัจจุบันตลาดบริโภคมีมากขึ้นความต้องการของผู้บริโภคมีหลากหลาย ในยุคนี้ผู้บริโภคมีความต้องการเลือกรับประทานอาหารที่ง่ายต่อการรับประทาน เห็นเพียงเครื่องปรุงและส่วนผสมก็ทำให้หลายคนรู้สึกอยากทานได้แล้วและยังเป็นเมนูที่เหมาะสมสำหรับทำขายเป็นอาชีพเสริมเพราะมีเครื่องปรุงและวิธีทำไม่ยุ่งยากคณะผู้จัดทำโครงการจึงเห็นตรงกันว่ามีแนวคิดริเริ่มทำโครงการขายสินค้ายำหมูยอโดยใช้ชื่อร้าน “ ยำหมูยอมะนาวสด ” ออกจำหน่าย ณ ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนากรุงเทพมหานคร

ยำหมูยอเป็นของทานเล่นที่มีสูตรเฉพาะของแต่ละเจ้า แต่ยำหมูยอของคณะผู้จัดทำโครงการไม่มีสารเคมีปนเปื้อนที่เป็นผลทำร้ายสุขภาพร่างกายต่อผู้บริโภคในระยะยาว คณะผู้จัดทำโครงการจึงมองเห็นแนวทางในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายการเพิ่มกำไรของชำรุธรรมาโดยใส่สูตรใหม่เข้าไปเพื่อความแปลกใหม่ให้ผู้บริโภคที่เคยชินกับยำหมูยอรสชาติเดิมได้ลิ้มลองรสชาติใหม่

วัตถุประสงค์

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

เป้าหมาย

1. สร้างผลกำไร รายได้ให้กับนักศึกษา
2. เพื่อสร้างอาชีพการขายสินค้า

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. ประชุมลงความคิดในเรื่องการขายสินค้า
2. สรุปลงความเห็นขายสินค้า ขำหมุยอ
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	ปี2562							ปี2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1.ลงความเห็นในการขายสินค้า	↔								
2.สรุปความเห็นขายสินค้า ย่ำเดินไก่อ	↔								
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 5,510บาท

ค่าวัสดุดิบ

1. หมูยอ	600	บาท
2. หอมใหญ่ซอย	70	บาท
3. ต้นหอม	60	บาท
4. ขึ้นฉ่าย	60	บาท
5. มะเขือเทศ	100	บาท
6. พริกชี้หนูโหล	80	บาท
7. น้ำเชื่อม	60	บาท
8. น้ำปลา	50	บาท
9. น้ำมะนาว	150	บาท
10. หมูสับ	150	บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์

1. ค่าเช่าสถานที่ (50 x 8 วัน)	400	บาท
2. ถ้วยกระดาษ	100	บาท
3. ซ้อน-ส้อม	50	บาท
4. ถูร้อน-ถูหิ้ว	100	บาท
5. ถูมีอย่าง 1 แพ็ค	100	บาท
6. แก๊สปิกนิก	900	บาท
7. อุปกรณ์ทำยำฯ	300	บาท
8. โต๊ะ	200	บาท

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

1. ป้ายร้าน/ป้ายราคา	500	บาท
2. เสื่อยูนิฟอร์มร้าน (2 คน)	500	บาท

รวม

4530 บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอสินค้าเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

ปัญหาและอุปสรรค

1. วัตถุดิบที่ใช้อาจมีราคาต้นทุนที่สูงและไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน
2. สินค้าที่ผลิตแล้วไม่สามารถเก็บไว้นาน

ข้อเสนอแนะ

1. มีการวางแผนในการซื้อวัตถุดิบอย่างเหมาะสมและหาแหล่งวัตถุดิบสำรองที่มีต้นทุนถูกกว่าร้านประจำ
2. วางแผนในการผลิตสินค้าในแต่ละวัน

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ภัตติฐ ภาติฉาย)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

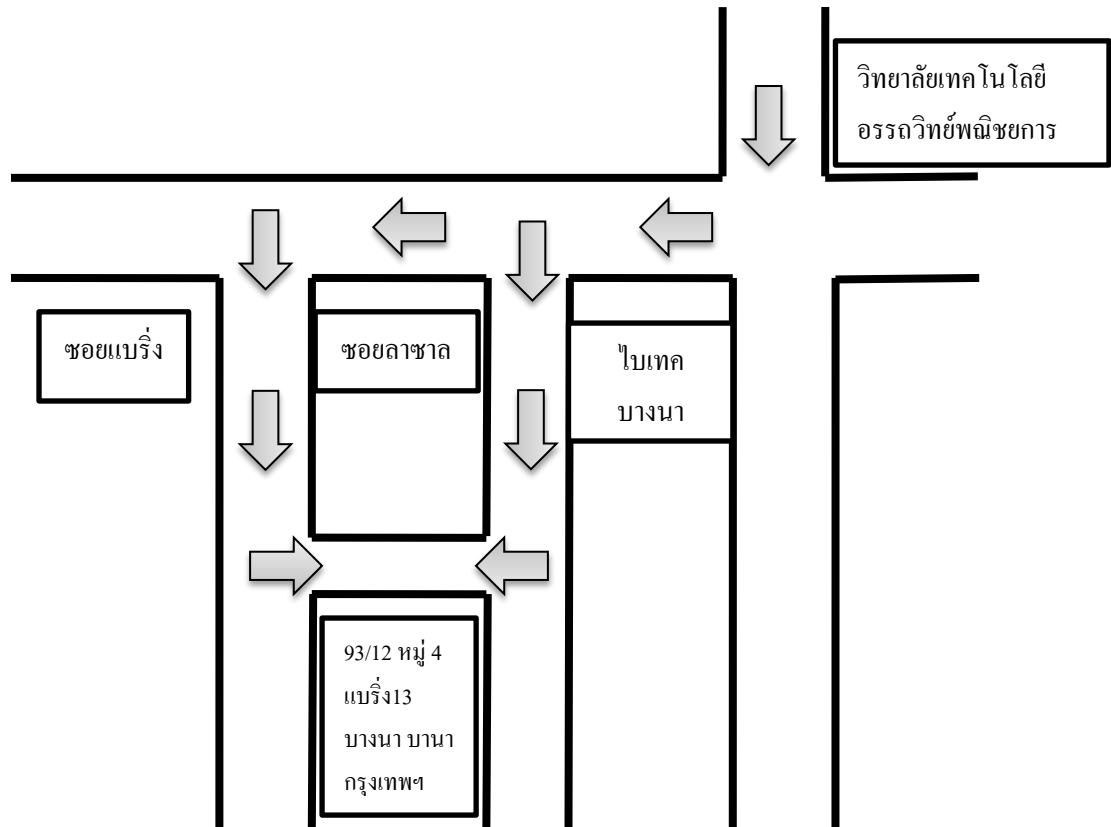
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



ความสัมพันธ์ส่วนตัว Personal Relationships

การขยายเวลาให้สินเชื่อ Extension of credit

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

ฐานิต โภคทรัพย์ (2556ทำการวิจัยเรื่องยำหมุย)ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อยำหมุยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45ความใหญ่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสูงสุดคือ รสชาติของน้ำจิ้มที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 เพราะน้ำจิ้มเป็นสูตรที่คิดค้นขึ้นมาเอง ใช้วัตถุดิบธรรมชาติที่หาง่ายและไม่แพงบวกกับความอร่อยของยำหมุยที่หอมและมีประโยชน์ต่อร่างกาย ขนาดและปริมาณมีความเหมาะสมเพราะจำหน่ายไม้ละ 10 บาท มี 4 ลูกต่อ 1 ไม้ถือว่าเป็นราคาที่เหมือนเปรียบเทียบกับร้านค้าทั่วไป

พิทักษ์ (2555ทำการวิจัย เรื่องยำหมุย)ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมินของย៉ามะม่วง โดยบ่งบอกทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่ปฏิกิริยาคือ ใดๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่มากระตุ้น มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัฒนธรรมชาติเพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม

อนุกุล สิริ (2556ทำการวิจัย เรื่องยำหมุย) นักศึกษาที่เข้ามาซื้อยำหมุยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 78เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 22 ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ระดับชั้น ปวช คิดเป็นร้อยละ 76 ปวส คิดเป็นร้อยละ 24 สาขาที่เข้ามาซื้อส่วนใหญ่เป็นสาขางานการประชาสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมาคือ สาขาตลาดคิดเป็นร้อยละ18 และน้อยที่สุดคือสาขาคหกรรมการโรงแรมและผ้าและเครื่องแต่งกายคิดเป็นร้อยละ 4

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินการขำหมยอมนะนาวดสด ทางกลุ่มได้เริ่มดำเนินการขายมาเป็นระยะเวลา 8 สัปดาห์ ผลการดำเนินการได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ทางกลุ่มได้ตั้งไว้โดยสามารถสร้างรายได้ระหว่างเรียนได้อีกด้วย ทำให้ทางกลุ่มมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นทีม รู้จักการแก้ไขปัญหา สามารถนำความรู้และประสบการณ์ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตในอนาคตได้

สรุปตารางการปฏิบัติงาน

ลำดับที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
1	24-28 มิ.ย. 62	คิดริเริ่มโครงการเพื่อขออนุมัติ
2	1-12 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1
3	15-31 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2
4	1-16 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3
5	2-6 ก.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present โครงการ ครั้งที่ 1
6	21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1
7	1-31 ต.ค. 62	ปฏิบัติภาคสนาม และเข้ารับการนิเทศจากอาจารย์ที่ปรึกษา
8	1-8 พ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present โครงการ ครั้งที่ 2
9	16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2
10	16-20 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4
11	20-24 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 5
12	27-31 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม
13	3-7 ก.พ. 63	ส่งภาคผนวก ก-ง
14	10-14 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ
15	17-21 ก.พ. 63	ส่งตรวจรูปเล่มโครงการ
16	24-28 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. เพื่อนร่วมงานขาดความรู้เกี่ยวกับการทำงานและวิธีการใช้อุปกรณ์
2. สมาชิกในกลุ่มขาดความชำนาญในการปฏิบัติงานและขาดความกระตือรือร้น
3. การปฏิบัติงานล่าช้า ไม่เป็นไปตามแผนงาน
4. สภาพอากาศไม่เป็นใจ เช่น บางวันฝนตก

การแก้ไขปัญหา

1. หาข้อมูลและวิธีทำในอินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มทักษะและหาแหล่งข้อมูลเพื่อการฝึกฝน
2. ต้องเรียกสมาชิกภายในกลุ่มมาประชุมและปรึกษากันเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการทำงาน
3. วางแผนการปฏิบัติงานไว้ล่วงหน้า
4. ตรวจสอบสภาพอากาศก่อนลงปฏิบัติงานทุกครั้ง

ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา

1. ต้องมีการหาความรู้ข้อมูลต่างๆเพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินโครงการเพื่อให้โครงการสำเร็จไปได้ด้วยดี
2. ในการทำงานต้องมีการวางแผนความพยายามในการกระตือรือร้นเพื่อที่จะได้

สัปดาห์ที่ 1 ระหว่างวันที่ 15 มิ.ย. 62 – 21 มิ.ย. 62

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. เก็บรวบรวมเงินจากสมาชิกทั้งหมด
2. รวบรวมความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มเพื่อลดต้นทุนในการผลิต

สัปดาห์ที่ 2 ระหว่างวันที่ 27 มิ.ย. 62 – 5 ก.ค. 62

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. จัดสถานที่และอุปกรณ์ในการดำเนินโครงการ
2. ดัดป้ายชื่อร้านเพื่อประชาสัมพันธ์
3. ซื้อวัตถุดิบเพื่อทำยา
4. เตรียมอุปกรณ์เพื่อทำยา
5. จัดเตรียมร้านค้า

สัปดาห์ที่ 3 ระหว่างวันที่ 10 ก.ค. 62 – 17 ก.ค. 62

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. ซื้อวัตถุดิบเพื่อทำยา
2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อทำยา
3. จัดเตรียมร้านค้า
4. เริ่มขายยา

สัปดาห์ที่ 4 ระหว่างวันที่ 24 ก.ค. 62 – 31 ก.ค. 62

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. ซื้อวัตถุดิบเพื่อทำยา
2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อทำยา
3. จัดเตรียมร้านค้า
4. เริ่มขายยา

สัปดาห์ที่ 5 ระหว่างวันที่ 3 ส.ค. 62 – 21 ส.ค. 62

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. ซื้อวัตถุดิบเพื่อทำยา
2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อทำยา
3. จัดเตรียมร้านค้า
4. เริ่มขายยา

สัปดาห์ที่ 6 ระหว่างวันที่ 24 ส.ค. 62 – 18 ก.ย. 62

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. นำเสนอโครงการต่อคณะกรรมการ
2. ซื้อวัตถุดิบเพื่อทำยา
3. เตรียมอุปกรณ์เพื่อทำยา
4. จัดเตรียมร้านค้า
5. เริ่มขายยา

สัปดาห์ที่ 7 ระหว่างวันที่ 21 ส.ค. 62 – 30 ก.ย. 62

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. ชี้อวัตรคุณเพื่อทำยา
2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อทำยา
3. จัดเตรียมร้านค้า
4. เริ่มขายยา
5. นำตะกร้าที่ลงสีมาให้อาจารย์ตรวจสอบ

สัปดาห์ที่ 8 ระหว่างวันที่ 1 ต.ค. 62 – 23 ต.ค. 62

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. สรุปจัดทำบัญชี

สัปดาห์ที่ 9 ระหว่างวันที่ 26 ต.ค. 62 – 30 ต.ค. 62

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. สรุปแบบประเมินสอบถาม

สัปดาห์ที่ 10 ระหว่างวันที่ 2 พ.ย. 62 - 27 พ.ย. 62

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. สรุปรูปแบบโครงการ

ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ ขำหมูขอมะนาวสด (Fresh Lime White Pork Sausage Spicy salad)
ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2562 - กุมภาพันธ์ 2563
สถานที่การดำเนินงาน ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ
ประมาณค่าใช้จ่าย 5000 บาท
ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. นางสาวเบญจรงค์ อ่อนสวัสดิ์ รหัสประจำตัว 39538 ปวช.3/4
2. นางสาวกัญญาวีร์ ประยุกต์ศิลป์ รหัสประจำตัว 39491 ปวช.3/4

ลงชื่อประธานโครงการ
(นางสาวเบญจรงค์ อ่อนสวัสดิ์)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ
.....	
.....	
.....	
ลงชื่อ.....	ลงชื่อ.....
(อาจารย์ภัตติฐ ภาคิณาย)...../...../.....	(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)...../...../.....

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด
(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)...../...../...

ชื่อโครงการ	ยำหมูยอมะนาวสด (Fresh Lime White Pork Sausage Spicy salad)	
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม ขายสินค้า	
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ภัทสณัฐ ภาภินาย	
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์	
ผู้รับผิดชอบโครงการ		
	1. นางสาวเบญจรงค์ อ่อนสวัสดิ์	ประธานโครงการ
	2. นางสาวกัญญาวิวี ประยุกต์ศิลป์	รองประธานโครงการ

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากในปัจจุบันตลาดบริโภคมีมากขึ้นความต้องการของผู้บริโภคมีหลากหลาย ในยุคนี้ผู้บริโภคมีความต้องการเลือกรับประทานอาหารที่ง่ายต่อการรับประทาน เห็นเพียงเครื่องปรุงและส่วนผสมก็ทำให้หลายคนรู้สึกอยากทานได้แล้วและยังเป็นเมนูที่เหมาะสมสำหรับทำขายเป็นอาชีพเสริมเพราะมีเครื่องปรุงและวิธีทำไม่ยุ่งยากคณะผู้จัดทำโครงการจึงเห็นตรงกันว่ามีแนวคิดริเริ่มทำโครงการขายสินค้ายำหมูยอโดยใช้ชื่อร้าน “ ยำหมูยอมะนาวสด ” ออกจำหน่าย ณ ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนากรุงเทพมหานคร

ยำหมูยอเป็นของทานเล่นที่มีสูตรเฉพาะของแต่ละเจ้า แต่ยำหมูยอของคณะผู้จัดทำโครงการไม่มีสารเคมีปนเปื้อนที่เป็นผลทำร้ายสุขภาพร่างกายต่อผู้บริโภคในระยะยาว คณะผู้จัดทำโครงการจึงมองเห็นแนวทางในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายการเพิ่มกำไรของชำรุธรรมาโดยใส่สูตรใหม่เข้าไปเพื่อความแปลกใหม่ให้ผู้บริโภคที่เคยชินกับยำหมูยอรสชาติเดิมได้ลิ้มลองรสชาติใหม่

วัตถุประสงค์

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

เป้าหมาย

1. สร้างผลกำไร รายได้ให้กับนักศึกษา
2. เพื่อสร้างอาชีพการขายสินค้า

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. ประชุมลงความคิดเห็นในเรื่องการขายสินค้า
2. สรุปลงความเห็นขายสินค้า หมูยอ
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

บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ ข้าหมูยอมะนาวสด (Fresh Lime White Pork Sausage Spicy salad)

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์ ภัสสรณ์ ภาคิณาย

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์ วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์

ผู้รับผิดชอบโครงการ นางสาว เบญจรงค์ อ่อนสวัสดิ์ ระดับชั้น ปวช.3/4 เลขที่ 12

นางสาว กัญญาวิรุ์ ประยุกต์ศิลป์ ระดับชั้น ปวช.3/4 เลขที่ 5

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
1	กำหนดส่ง โครงการเพื่อขออนุมัติ	24-28 มิ.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 ประวัติผู้จัดทำโครงการ	3-7 ก.พ.63		
16	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	10-14 ก.พ.63		
17	กำหนดส่ง ตรวจรูปเล่มโครงการ	17-21 ก.พ.63		
18	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	24-28 ก.พ.63		

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

-รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม

- ตัวอย่างแบบสอบถาม

รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม

รายงานผลการประเมินโครงการขายยาหมอยมะนาวสด จากการสำรวจกลุ่ม ตัวอย่าง
ทั้งสิ้น 100 ตัวอย่าง สรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม(แสดงค่าความถี่ และร้อยละ)

ตารางที่ 1 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	25	50
หญิง	25	50
รวม	100	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 50 ตัวอย่างจากผลการ
สำรวจพบว่าเป็นเพศหญิงจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเป็นเพศชาย 25 คิดเป็นร้อยละ 50

ตารางที่ 2 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	6	12
มากกว่า 20 ปี	44	88
รวม	50	100

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มอายุพบว่า กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี
มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 20 ปี มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 88
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 ยาหมอยมะนาวสด

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจในการให้บริการ

ข้อพิจารณา	$(\bar{X})$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. พนักงานบริการด้วยใบหน้ายิ้มแย้ม	3.96	0.47	เห็นด้วยมาก
2. ความสะอาดของสินค้าและอุปกรณ์	4.03	0.50	เห็นด้วยมาก
3. พึงพอใจในรสชาติ	3.90	0.39	เห็นด้วยมาก
4. โดยภาพรวมความพึงพอใจร้านมากเพียงใด	3.68	3.29	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4

1. พนักงานบริการด้วยใบหน้ายิ้มแย้มเฉลี่ย $(\bar{X}) = 3.96$ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก
2. ความสะอาดของสินค้าและอุปกรณ์ค่าเฉลี่ย $(\bar{X}) = 4.03$ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก
3. พึงพอใจในรสชาติค่าเฉลี่ย $(\bar{X}) = 3.90$ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก
4. โดยภาพรวมความพึงพอใจร้านมากเพียงใดค่าเฉลี่ย $(\bar{X}) = 3.68$ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก



โดยภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม นักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พนิชการอยู่ในระดับ 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. พนักงานบริการด้วยใบหน้ายิ้มแย้ม					
2. ความสะอาดของสินค้าและอุปกรณ์					
3. พึงพอใจในรสชาติ					
4. โดยภาพรวมความพึงพอใจร้านมากเพียงใด					

ข้อเสนอแนะ.....
.....

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

- ตราสินค้าและรูปผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ
- ป้ายประชาสัมพันธ์โครงการ
- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ

โครงการ ยำหมูยอมะนาวสด (Fresh Lime White Pork Sausage Spicy salad)

ตราสินค้า



รูปผลิตภัณฑ์



ป้ายประชาสัมพันธ์โครงการ

ยำหมุยอมะนาวสด

ธรรมดา 35.-
พิเศษ 40.-

โปรโบชิ้นชื้อครบ 5 ถ้วย
แถมฟรี 1 ถ้วย !!



f ยำหมุยอมะนาวสด

สถานที่ : ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ
ถนนบรมราชูปถัมภ์ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260

ขอขอบพระคุณลูกค้าทุกท่านที่มาอุดหนุน
ร้านยำหมุยอมะนาวสด ลูกค้าสามารถ
ติดต่อสอบถามได้ที่เพจ ยำหมุยอมะนาวสด
หรือโทร . 096-684-9022

ถ้วยเล็ก

35

ถ้วยใหญ่

40



รูปภาพวัตถุดิบ

1. หมูยอ



2. ขึ้นฉ่าย



3. มะเขือเทศ



3. หอมหัวใหญ่



4. ต้นหอมผักชี



5. พริกขี้หนูโขลก



6. เครื่องปรุง



7. หมูสับ



อุปกรณ์

1. หม้อ



2. ถุงมือ



3. ที่พาย



4. ถาด



5. ถ้วยโฟม



6. กะละมัง



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ



ประธานโครงการ

นางสาวเบญจรงค์ อ่อนสวัสดิ์
ชื่อเล่นเบญ อายุ 18 ปี
ที่อยู่ 40 ซ.จำเริญ แยก 24 แขวงบางนาใต้
เขตบางนา จ.กรุงเทพฯ
เบอร์ 096659022



รองประธานโครงการ

นางสาวกัญญาวิรุ์ ประยุกต์ศิลป์
ชื่อเล่นมาย อายุ 18 ปี
ที่อยู่ 4/249 แยก 16 ถนนรามคำแหง
แขวงคลองไม้ เขตประเวศ จ.กรุงเทพฯ
เบอร์ 0805206329