



โครงการธุรกิจบริการซัก อบ รีด

Laundry & Dry-Clean

จัดทำโดย

นางสาวณัฐมล เกตุนอก

นางสาววิมลมาส ทองย้อย

นายพัทธระ บุญคง

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ

สาขางานการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ

ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย	บริการซัก อบ รีด
ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ	Laundry & Dry-Clean
จัดทำโดย	1.นางสาวณัฐมล เกตุนอก 2.นางสาววิมลมาศ ทองย้อย 3.นายพัทธะ บุญคง

.....

คณะกรรมการอนุมัติเอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาโครงการตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขางานการตลาดวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ (ATC.)

.....

(อาจารย์ภัสณัฐ ภาคิณาย)
อาจารย์ที่ปรึกษา

.....

(อาจารย์ภัสณัฐ ภาคิณาย)
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)
หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	บริการซัก อบ รีด Laundry & Dry-Clean
ผู้จัดทำโครงการ	1.นางสาวณัฐมล เกตุนอก 2.นางสาววิมลมาศ ทองย้อย 3.นายพัทธะ บุญคง
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	อาจารย์ภัสสรัฐ ภาคีนาย
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์
สาขางาน	สาขางานการตลาด
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

โครงการธุรกิจบริการซัก อบ รีด เป็นโครงการที่จัดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้พิเศษ สามารถนำโครงการนี้ไปประกอบอาชีพได้ในอนาคต วิธีการดำเนินโครงการ สัปดาห์แรกทางสมาชิกได้ระดมความคิดชื่อโครงการ บริการซัก อบ รีด Laundry & Dry-Clean จากนั้นก็เสนอโครงการต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลสถานที่และชื่อร้านทำป้ายร้าน ทำการหาแหล่งจัดซื้อตามสถานที่ที่จำหน่ายสินค้าที่ต้องการ หลังจากนั้นก็ทำการลงมือดำเนินโครงการทั้งหมด 4 สัปดาห์ จากการดำเนินโครงการได้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยสามารถสร้างรายได้ระหว่างเรียนได้อีกด้วยจากการดำเนินโครงการนี้ได้รับความรู้จากวิชาต่าง ๆ และนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

กิตติกรรมประกาศ

โครงการเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ ในหลักสูตรการเรียนการสอนระดับประกาศวิชาชีพ ซึ่งเนื้อหาโครงการเล่มนี้จะเริ่มตั้งแต่ หลักการและเหตุผล แนวคิดทฤษฎีวิธีการดำเนินงาน จนสรุปผลการดำเนินโครงการ คณะผู้จัดทำโครงการรู้สึกยินดีหากท่านได้รับประโยชน์จากหนังสือโครงการเล่มนี้ เพราะจะทำให้ผู้อ่านรู้ ขั้นตอน กระบวนการต่าง ๆ ในการทำโครงการ

คณะผู้จัดทำโครงการขอขอบคุณ อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์กัสนัญ ภาติฉาย และอาจารย์ปรึกษาร่วมอาจารย์กัสนัญ ภาติฉาย เป็นอย่างยิ่งที่ได้แนะนำกระบวนการทำต่าง ๆ ของโครงการให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และผู้จัดการโครงการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าหนังสือโครงการเล่มนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่หาข้อมูลต่าง ๆ ของโครงการไม่มากนักน้อย หากผิดพลาดประการใดผู้จัดทำ

ขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการบริการ ชัก อบ รีด (Laundry & Dry-Clean)

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
เป้าหมายของโครงการ	1
การติดตามผล และการประเมินโครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ	3
แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ	12
แนวคิดและทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์	12
แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7 Ps	15
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	18
สรุปตารางปฏิบัติงาน	19
สถานที่ดำเนินโครงการ	19
งบประมาณและวัสดุอุปกรณ์	20
การจัดทำแผนการดำเนินงาน	21
แผนบริหารจัดการ	22
แผนการตลาด	23
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	27
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
ผลการดำเนินโครงการ	28
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	46
สรุปตารางการปฏิบัติงาน	46
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	47

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ (ต่อ)

ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา

47

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก โครงการ

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ชีวิตเร่ร่อนในยุคนี้ทำให้การประกอบธุรกิจประเภทการให้บริการกำลังเป็นที่ต้องการสำหรับคนรุ่นใหม่ทุกคน ก็สามารถเกิดขึ้นได้จริง ๆ และขยายสาขาอยู่อย่างต่อเนื่องไม่เพียงเท่านั้นยังเกิดผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่หันมาจับทางธุรกิจประเภทการให้บริการเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น แสดงให้เห็นถึงค่านิยมของผู้บริโภคที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นต่อเดือน เพื่อแลกซื้อความสะดวกสบายที่

ตนเองได้รับหรือเพิ่มเวลาส่วนตัวมากขึ้น แสดงให้เห็นการควบคุมคุณภาพ และการพัฒนาการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ด้วยความใส่ใจในการดูแลผ้าให้กับลูกค้า ทำให้เรามีความเชี่ยวชาญในด้านการรวมวิธีการซักผ้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุดกับลูกค้า ทำให้ผ้าที่ได้มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน ทำให้ลูกค้าประหยัดต้นทุนในการซื้อเสื้อผ้ามาก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการขาย และบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกา
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

กลุ่มเป้าหมาย

1. เสนอขายสินค้า และบริการให้กับกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจสินค้าประเภทซัก อบ รีด
2. ขายสินค้าได้กำไรมากกว่าที่ลงทุนและคืนกำไรให้กับสมาชิกในกลุ่ม

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ และงบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และสร้างประสบการณ์ในธุรกิจการขาย และบริการ เพิ่มรายได้ระหว่างการศึกา
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการบริการ“ Laundry & Dry-Clean” จัดทำขึ้นโดยนำแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงการมาใช้อย่างต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์
4. แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7 Ps’
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ

ความหมายของการบริการ

การบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรมและไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจ ไมตรี เปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค ขณะที่ พงษ์เทพ (2546) รายงานว่า หลักของการให้บริการนั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ ได้ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการไปโดยอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเท่าเทียมกันทุกคน ทั้งยังให้ความ สะดวกสบายไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร และไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมากจนเกินไป โดยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล หรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ไม่มีความชอบพอ ขณะที่ รัชยา (2535) กล่าวว่า การบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 10 ประการ ดังนี้

ความเชื่อถือได้ (reliability) ประกอบด้วย

ความสม่ำเสมอ (consistency)

ความพึ่งพาได้ (dependability)

การตอบสนอง (responsive) ประกอบด้วย

ความเต็มใจที่จะให้บริการ

ความพร้อมที่จะให้บริการ

มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง

ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี

ความสามารถ (competency) ประกอบด้วย

สามารถในการสื่อสาร

สามารถในการบริการ

สามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ

การเข้าถึงบริการ (access) ประกอบด้วย

ผู้ให้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก

ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายและมีความซับซ้อนเกินไป

ผู้บริการใช้เวลารอคอยไม่นาน

เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาสะดวกสำหรับผู้ให้บริการ

อยู่ในสถานที่ที่ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงติดต่อได้สะดวก

ความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ประกอบด้วย

การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ

ให้การต้อนรับที่เหมาะสม

ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี

การสื่อสาร (communication) ประกอบด้วย

มีการสื่อสารที่แจ่มชัดและลักษณะของงานบริการ

มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ

ความซื่อสัตย์ (credibility) คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ

ความมั่นคง (security) ประกอบด้วย ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือและอุปกรณ์

ความเข้าใจ (understanding) ประกอบด้วย

การเรียนรู้ผู้ให้บริการ

การแนะนำและการเอาใจใส่ผู้ให้บริการ

การสร้างสิ่งจับต้องได้ (tangibility) ประกอบด้วย

การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับการให้บริการ

การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ

การจัดเตรียมสถานที่ให้บริการสวยงาม

กล่าวว่า การให้บริการ คือ การกระทำที่หน่วยงานแห่งหนึ่งหรือบุคคลคนหนึ่งนำเสนอต่อหน่วยงานอีกแห่งหนึ่งหรือบุคคลคนหนึ่งซึ่งเป็นที่ไม่สามารถสัมผัสได้และไม่เป็นผลให้เกิดความเป็นเจ้าของในสิ่งใด ผลผลิตของการบริการอาจเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับการ

ผลิตภัณฑ์เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองต่อความต้องการแก่ลูกค้า ทางกายภาพ และสามารถสรุปลักษณะงานบริการที่สำคัญได้ 4 ประการ ดังนี้

ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) บริการไม่สามารถจับต้องได้ ดังนั้นกิจการต้องหาหลักประกันที่แสดงถึงคุณภาพ

สถานที่ (place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาใช้บริการ

บุคคล (people) พนักงานบริการต้องแต่งตัวให้เหมาะสม บุคลิกดี พุดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการจะดีด้วย

เครื่องมือ (equipment) อุปกรณ์เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ต้องมีประสิทธิภาพ

โดยมีรายละเอียดแต่ละปัจจัย ดังนี้

1.ความเชื่อถือได้ (reliability) คือ ความสามารถที่จะให้บริการตามคำมั่นด้วยความถูกต้อง

2.ความสามารถตอบสนอง (responsiveness) คือ ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและบริการอย่างรวดเร็ว

3.ความแน่นอน (assurance) คือ การให้ความรู้ความสุภาพของพนักงานและความสามารถในการส่งมอบความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

4.ความเข้าใจลูกค้า (empathy) คือ การดูแลลูกค้าของกิจการอย่างทั่วถึงเฉพาะราย

5.ลักษณะที่สัมผัสได้ (tangible) คือ แสดงลักษณะทางกายภาพของสิ่งที่มีอำนาจความสะดวก อุปกรณ์ บุคคล และวัสดุอุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสาร

ลักษณะของการบริการ

1. การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการไม่มีรูปร่างและไม่มีตัวตนเหมือนกับสินค้าอื่น ๆ เราจึงไม่สามารถจับต้องได้และไม่สามารถทดลองใช้ได้ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการตัดสินใจใช้บริการจึงขึ้นอยู่กับความรู้สึกนึกคิด เจตคติ คำบอกเล่า และประสบการณ์เดิมที่เคยได้รับเป็นสำคัญ

2. การบริการไม่มีความคงที่แน่นอน (Heterogeneity) เนื่องจากคุณภาพและลักษณะของการบริการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งเป็น “มนุษย์” ที่ตามปกติแล้วมักมีพฤติกรรมที่ไม่คงที่อันเป็นผลมาจากบุคลิกภาพ อารมณ์ สภาพแวดล้อม และปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมายในหน่วยงานหนึ่งซึ่งมีผู้ปฏิบัติงานให้บริการหลายคน ผู้ปฏิบัติงานให้บริการแต่ละคนย่อมให้บริการไม่เหมือนกัน

3. การบริการไม่สามารถเรียกเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) ในการบริการใด ๆ ก็ตาม หากไม่มีผู้มาใช้บริการภายในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งหรือสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่กำหนด ก็จะทำให้การบริการที่จัดเตรียมไว้เกิดความสูญเปล่า

4. การบริการไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non – ownership) การบริการเป็นกิจกรรม หรือกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ปฏิบัติงานให้บริการและผู้รับบริการในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ และสถานที่หนึ่งๆ เท่านั้น เมื่อพ้นระยะเวลานั้น ๆ ไปแล้ว หรือสถานที่นั้น ๆ ไม่เอื้ออำนวยต่อการบริการแล้ว ผู้รับบริการก็ไม่สามารถนำการบริการดังกล่าวติดตัวไปด้วยได้

5. การบริการต้องอาศัย “คน” เป็นหลัก เนื่องจากผู้รับบริการเป็น “คน” ที่เกิดมาพร้อมกับความต้องการที่ไม่มีขีดจำกัดและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนมีอารมณ์และความรู้สึกต่าง ๆ เป็นเครื่องปรุงแต่ง ดังนั้นสิ่งที่จะสามารถเข้าใจและตอบสนองความต้องการของ “คน” ได้ดีที่สุดก็คือ “คน” นั่นเอง

6. คุณภาพของการบริการมักต้องอาศัยองค์ประกอบทางกายภาพ ตัวอย่างเช่น เมื่อเราไปพักที่โรงแรมใดโรงแรมหนึ่ง การที่เราจะบอกว่าการบริการของโรงแรมนั้นดีหรือไม่ นอกจากจะต้องพิจารณาที่การบริการของพนักงานโรงแรมแล้ว เรามักจะพิจารณาที่องค์ประกอบทางกายภาพประกอบด้วย เช่น ที่นอนนุ่มและอยู่ในสภาพดีหรือไม่ เครื่องปรับอากาศทำงานดีหรือไม่ โทรทัศน์มีภาพที่ชัดเจนหรือไม่ และมีการบริการเคเบิลทีวีหรือไม่ เป็นต้น หากการบริการอื่น ๆ ของโรงแรมดี เช่น พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ และให้บริการได้อย่างรวดเร็ว แต่ที่นอนภายในห้องพักนอนไม่สบาย และเครื่องปรับอากาศส่งเสียงดังทั้งคืนและไม่เย็น องค์ประกอบทางกายภาพเหล่านี้ก็จะลดระดับคุณภาพของการบริการในสายตาเรา แต่ถ้าในทางตรงกันข้าม หากองค์ประกอบทางกายภาพดีและการบริการอื่น ๆ ดีด้วย องค์ประกอบทางกายภาพก็จะช่วยเสริมระดับคุณภาพของการบริการให้สูงมากขึ้นในความรู้สึกของผู้รับบริการ

7. การบริการมักต้องให้ผู้รับบริการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต หรือกระบวนการบริการ การให้บริการและการรับบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันทำให้ไม่สามารถแบ่งแยกกระบวนการผลิตออกจากกระบวนการบริโภคได้

หลักในการให้บริการและคุณภาพการให้บริการ

1. การให้บริการอย่างมีคุณภาพนั้นต้องทำทุกครั้งไม่ใช่ทำเฉพาะการบริการครั้งแรกเท่านั้น
2. คุณภาพของการบริการวัดจากความพอใจของลูกค้าไม่ใช่วัดจากความพอใจของผู้ให้บริการ

- 3.การบริการที่คุณภาพเกิดขึ้นจากการที่ทุกคนในองค์กรร่วมมือกันและลงมือกระทำอย่างจริงจังและจริงใจ
- 4.การบริการที่มีคุณภาพต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้
- 5.การบริการที่ดีย่อมเกิดจากการสื่อสารที่ดีต่อกัน
- 6.ผู้ให้บริการต้องรู้สึกภาคภูมิใจและเป็นสุขที่มีโอกาสทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ

กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจ

ธุรกิจให้บริการจะใช้เฉพาะส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ไม่เพียงพอจำเป็นที่จะต้องใช้เครื่องมือเพิ่มนอกเหนือ 4 P's (วีระวัฒน์ กิจเลิศไพโรจน์ : 2547) ได้แก่

1. ตลาดภายใน (Internal Marketing) การตลาดภายในของบริษัทจะรวมถึงการฝึกอบรมและการจูงใจบุคลากรในการบริการ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงบุคลากรที่มีความถนัดเพื่อสนับสนุนการให้บริการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพราะบุคลากรเป็นผู้สร้างภาพพจน์ให้แก่ธุรกิจ

2. การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive Marketing) หมายถึง การสร้างคุณภาพบริการให้เป็นที่เชื่อถือ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ซึ่งคุณภาพจะเป็นที่ยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพอใจของลูกค้า การพิจารณาคุณภาพการให้บริการลูกค้าจะใช้เกณฑ์ดังนี้

2.1 การเข้าถึงลูกค้า (Approach) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า ทำเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

2.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

2.2.1 ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงาน

2.2.2 ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรณญาณ

2.2.3 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

2.2.4 ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

2.2.5 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้อง

2.2.6 ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้อาจปราศจากอันตรายความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ

2.2.7 การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับ จะให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าวได้

2.2.8 การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

2.2.9 การทำให้บริการแตกต่างจากคู่แข่ง (Competitive Differentiation) งานการตลาดของผู้ให้และขายบริการ จะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่งแต่เป็นความลำบากที่จะสร้างข้อแตกต่างของบริการอย่างเด่นชัดในความรู้สึกของลูกค้า การพัฒนาคุณภาพการให้บริการเหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งสามารถทำได้โดยการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของกลุ่มแข่งขันทั่วไป ในด้านทรัพยากรบุคคล สถานที่สภาพแวดล้อม กระบวนการในการให้บริการ บริการเสริมที่มีกิจการมีเพิ่มเติมให้ออกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป

ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการ

ส่วนผสมการตลาดของการบริการ (Service Marketing Mix) ของสินค้านั้นโดยพื้นฐานจะประกอบด้วย 4P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แต่ส่วนผสมทางการตลาดของตลาดบริการจะแตกต่างจากส่วนผสมทางการตลาดโดยทั่วไป (Zeithaml และ Bitner : 1996) ได้เสนอแนวคิดใหม่ในเรื่องส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการ โดยเฉพาะส่วนประสมทางการตลาดสำหรับบริการดังกล่าวประกอบด้วยส่วนประสมทางการตลาดดั้งเดิม หรือ 4P's ได้แก่ Product, Price, Place และ Promotion รวมกับส่วนประสมอีก 3 ส่วน ได้แก่ People, Process และ Physical Evidence ดังนั้นส่วนประสมสำหรับการตลาดบริการ จึงประกอบด้วย 7P's (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2549 : 63-83) ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product : P1)
2. ราคา (Price : P2)
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place : P3)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion : P4)
5. พนักงาน (People : P5)
6. กระบวนการในการให้บริการ (Proceess : P6)
7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence : P7)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายซึ่ง ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 35-36) ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดไว้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน หรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์การบริหารบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์มีมูลค่าในสายตาของลูกค้าจึงมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงินราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดมาถนัดจากผลิตภัณฑ์กับราคา ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Product Value) ในสายตาของผู้บริโภคซึ่งต้องพิจารณาว่าผู้บริโภคยอมรับในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขันของกลุ่มในที่มีอยู่ในตลาด

2.4 ปัจจัยอื่น ๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกรรมไใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market Logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ช่องทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้า จึงประกอบด้วยงานที่สำคัญดังนี้

1. การขนส่ง (Transportation)

2. การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)

3. การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกับระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสาร อาจใช้พนักงานทำการขาย(Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (No Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือสำคัญต่อไปนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาเกี่ยวข้องกับ

1. กลยุทธ์การสร้างสรรค์การโฆษณา (Creative Strategy) และกลยุทธ์การโฆษณา (Advertising)

2. กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยบุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ

1. กลยุทธ์การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling Strategy)

2. การจัดการหน่วยขาย (Sale Force Management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมการขายที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายและการให้ขายและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าขึ้นตอนสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการส่งเสริมการขายที่มี 3 รูปแบบคือ

1. การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค

2. การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง

3. การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งพนักงาน

4.4 การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (Publicly and Public relation)การข่าวสารเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนข่าวประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผน โดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อ

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response) และการตลาดเชื่อมตรง (Online marketing) เป็นวิธีการติดต่อสื่อสารกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการ

ตอบสนองโดยตรงหรือหมายถึงวิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดให้ส่งเสริมการตลาด ใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในพื้นที่ ประกอบด้วย

1. การขายทางโทรทัศน์
2. การขายโดยใช้จดหมายตรง
3. การขายโดยแคตตาล็อก
4. การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือ หนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้ลูกค้า

มีกิจกรรมการตอบสนอง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546 : 35-36)

5. พนักงานขาย พนักงานขายจะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการ นั่น ซึ่งจะรวมถึงตั้งแต่เจ้าของร้าน ผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ

6. กระบวนการให้บริการ กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมากต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกัน อย่างดี หากมีขั้นตอนใด

ไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การสร้างและการนำ เสนอลักษณะทางกายภาพ สภาพแวดล้อมการออกแบบภาพลักษณ์ของอาคารสถานที่ของตัวผลิตภัณฑ์นั้นว่ามีความเหมาะสมหรือสวยงามเพียงใด สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารที่ประกอบธุรกิจ เครื่องมืออุปกรณ์ การตกแต่งสถานที่ เคา้นเตอร์ให้บริการ และอื่น ๆ สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการก็ย่อมจะมี ดังนั้นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพดูดีและสวยงามเพียงใดบริการก็ย่อมจะมี

คุณภาพตามด้วย (ดร.ชัยสมพล ชาวประเสริฐ.2549 : 74-79)

2.แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ เป็นแนวคิดหนึ่งได้รับการนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการปฏิรูประบบบริหารภาครัฐไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และได้รับความสนใจนำมาปรับปรุงเพื่อ

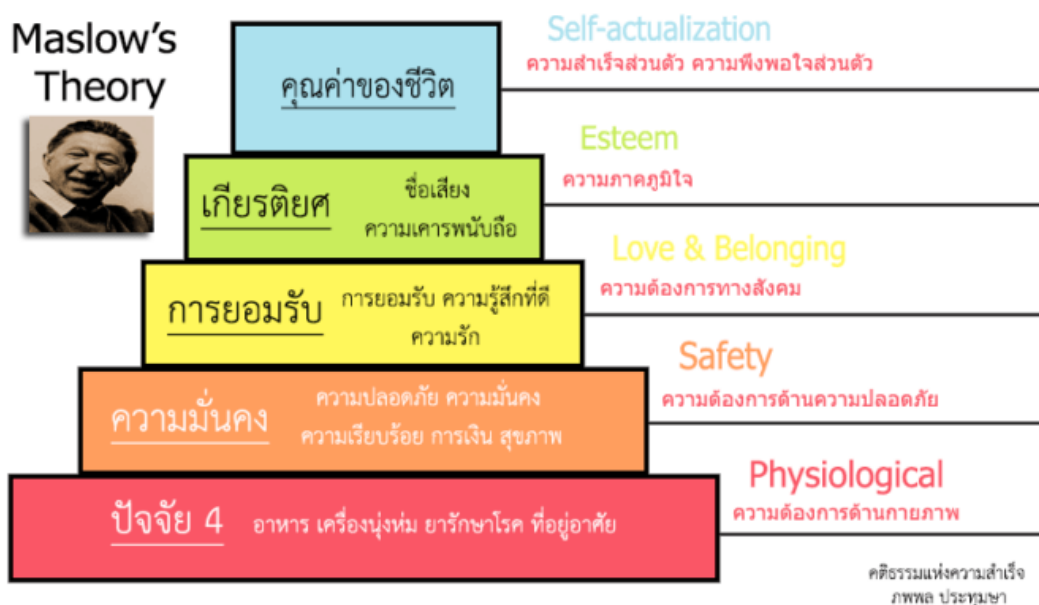
ใช้เป็นเครื่องมือวัดสมรรถนะในการให้บริการสาธารณะของหน่วยงานภาครัฐมากขึ้นเป็นลำดับในปัจจุบัน บทความนี้ มุ่งเสนอแนวคิดและหลักการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการ เครื่องมือศึกษาและการวัดคุณภาพการให้บริการที่เรียกว่า SERVQUAL และตัวอย่างของการประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องคุณภาพการให้บริการในระบบบริหารภาครัฐไทย ซึ่งคาดว่าจะจักเป็นประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการและเป็นพื้นฐานของการทำงานวิจัยต่อยอดองค์ความรู้ รวมทั้งการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นเครื่องมือวัดประเมินคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐต่อไป

ความเรียงอย่างยาว แบ่งออกเป็นหลายตอนในเรื่อง "คุณภาพการให้บริการ" นี้ จัดเป็นบทความเชิงวิชาการซึ่งผู้เขียนได้รับการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการการจัดการภาครัฐและเอกชนของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA) ซึ่งผู้เขียนเชื่อว่าน่าจะมีประโยชน์กับท่านผู้อ่านในการที่จะนำไปใช้ทำความเข้าใจและพัฒนาระบบงานให้บริการเพื่อให้เกิดคุณภาพได้ไม่มากนัก

3.แนวคิดและทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of need)

อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นผู้วางรากฐานจิตวิทยามนุษย์นิยม เขาได้พัฒนาทฤษฎีแรงจูงใจ ซึ่งมีอิทธิพลต่อระบบการศึกษาของอเมริกันเป็นอันมาก ทฤษฎีของเขามีพื้นฐานอยู่บนความคิดที่ว่า การตอบสนองแรงขับเป็นหลักการเพียงอันเดียวที่มีความสำคัญที่สุดซึ่งมีเบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์ มาสโลว์มีหลักการที่สำคัญเกี่ยวกับแรงจูงใจ โดยเน้นในเรื่องลำดับขั้นความต้องการ เขามีความเชื่อว่า มนุษย์มีแนวโน้มที่จะมีความต้องการอันใหม่ที่สูงขึ้นเมื่อความต้องการพื้นฐานได้รับการตอบสนอง เช่น ความมั่นคงความปลอดภัย กินอิ่มนอนหลับ ความต้องการอื่นจะเข้ามาทดแทน เป็นพลังซึ่งจูงใจให้ทำพฤติกรรม เช่น อาจเป็นความสำเร็จในชีวิต เป็นต้น แรงจูงใจของคนเรามาจากความต้องการพฤติกรรมของคนเรามุ่งไปสู่การตอบสนอง ความพอใจ มาสโลว์ แบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เป็น 5 ระดับ ด้วยกัน ได้แก่

- 5.ความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริงและพัฒนาศักยภาพของตน
- 4.ความต้องการที่จะรู้สึกว่าตนเองมีค่า
- 3.ความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ
- 2.ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย
- 1.ความต้องการทางสรีระ



1.ความต้องการทางสรีระ(Physiological Needs) หมายถึง ความต้องการพื้นฐานของร่างกายซึ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ เสื้อผ้า ฯลฯ ความต้องการนี้เริ่มตั้งแต่วัยทารกกระทั่งถึงวัยชรา มนุษย์ทุกคนมีความต้องการทางสรีระอยู่เสมอจะขาดไม่ได้ ถ้าอยู่ในสภาพที่ขาดร่างกายจะกระตุ้นให้บุคคลทำกิจกรรมขวนขวายเพื่อตอบสนองความต้องการ เหล่านี้ ถ้าต้องการในขั้นแรกนี้ไม่ได้รับการบำบัด ความต้องการขั้นต่อไปก็จะไม่เกิดขึ้น

2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) หมายถึง ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ เพราะบุคคลไม่ต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนในการดำรงชีวิต เช่น การสูญเสียตำแหน่ง การขาดแคลนทรัพย์สิน การถูกขู่เข็ญบังคับจากผู้อื่น มนุษย์จึงเกิดความต้องการความมั่นคงปลอดภัย และหลักประกันชีวิต เช่น มีอาชีพที่มั่นคง มีการออมทรัพย์หรือสะสมทรัพย์ มีการประกันชีวิต ฯลฯ

3.ความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ (Love and belonging Needs) หมายถึง ความต้องการที่จะเป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลอื่น และเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ เพราะมนุษย์ทุกคนย่อมต้องการเพื่อนไม่ต้องการรู้สึกเหงา และอยู่คนเดียว ดังนั้นจึงต้องการมีสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น เป็นสมาชิกกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มที่ทำงาน กลุ่มเพื่อนบ้าน กลุ่มสันทนาการ เป็นต้น

ความรู้สึกผูกพันจะเกิดขึ้นเมื่ออยู่ในกลุ่ม และสมาชิกของกลุ่มย่อมเกิดความรัก ความเอาใจใส่ และยอมรับซึ่งกันและกัน

4. ความต้องการที่จะรู้สึกว่าคุณค่า (Esteem Needs) หมายถึง ความปรารถนาที่จะมองตนเองว่ามีคุณค่าสูง เป็นที่น่าเคารพยกย่องจากทั้งตนเองและผู้อื่น ต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นว่าตนมีความสามารถ มีคุณค่า มีเกียรติ มีตำแหน่งฐานะ บุคคลที่มีความต้องการประเภทนี้จะเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตนเอง และรู้สึกว่าตนเองมีค่ามีประโยชน์ หากความรู้สึกหรือความต้องการดังกล่าวถูกทำลายและไม่ได้รับการตอบสนองก็จะรู้สึกมีปมด้อย สิ้นหวัง มองโลกในแง่ร้าย ต้องการสิ่งชดเชย ถ้าเกิดความรู้สึกรุนแรงจะทำให้บุคคลนั้นเกิดความท้อถอยในชีวิต เป็นโรคประสาท โรคจิต และอาจฆ่าตัวตายได้

5. ความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริง และพัฒนาศักยภาพของตน (Self-Actualization Needs) หมายถึง ความต้องการที่จะรู้จักและเข้าใจตนเองตามสภาพที่แท้จริง เพื่อพัฒนาชีวิตของตนเองให้สมบูรณ์ (Self-fulfillment) รู้จักค่านิยม ความสามารถ และมีความจริงใจต่อตนเอง ปรารถนาที่จะเป็นคนที่ดีที่สุดของตนเอง มีสติในการปรับตัว เปิดโอกาสให้ตนเองเผชิญกับความจริงของชีวิต และเผชิญกับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยคิดว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายและน่าตื่นเต้น กระบวนการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพของตนเองเป็นกระบวนการที่ไม่มีจุดจบ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่บนมนุษย์ทุกคนต้องการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพ

มาสโลว์ กล่าวถึง ลำดับของความต้องการต่าง ๆ ของมนุษย์ว่า ต้องเป็นไปตามลำดับขั้นตามความสำคัญและสามารถยืดหยุ่นได้ เมื่อความต้องการเบื้องต้นได้รับบำบัดแล้วมนุษย์จะให้ความสนใจกับความต้องการขั้นสูงขึ้นเป็นลำดับ ความต้องการเหล่านี้เกิดเหตุผลที่ว่า มนุษย์เป็นสัตว์โลกที่ต้องการเติบโตและดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข มาสโลว์ ตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ ไว้ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอ และไม่มีที่สิ้นสุด ขณะที่ความต้องการได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นจะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นกระบวนการที่เริ่มต้นตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมนั้น ๆ อีกต่อไป ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง จึงจะเป็นสิ่งจูงใจพฤติกรรมของบุคคล

3. ความต้องการของมนุษย์จะเรียงกันเป็นลำดับขั้น ตามความสำคัญ เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์จะให้ความสนใจกับความต้องการระดับสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ

4.แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7P's (Service Marketing Mix)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

(Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความ สัมพันธระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร

เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตต์ พรหมดี (2558) ศึกษาสภาพภาพและการบริหารจัดการหอพักเอกชนระดับ 5 ดาว ของโครงการหอพักติดดาว:กรณีศึกษา หอพักเอกชนรอบมหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาเขตหัวหมาก การศึกษาสภาพภาพและการบริหารจัดการของหอพัก 5 ดาวซึ่งมีข้อแตกต่างจากกฎหมาย แต่ผู้พักยังมีความพึงพอใจในภาพรวมทั้งหมด งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นข้อดี ข้อจำกัด ปัญหา อุปสรรคของสภาพภาพและการบริหารจัดการหอพัก 5 ดาวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้พัก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดมาตรฐานหอพักให้สอดคล้องกับกฎหมายและผู้ประกอบการบริหารจัดการได้ งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาสภาพภาพและการบริหารจัดการหอพักระดับ 5 ดาว และความพึงพอใจของผู้พัก โดยการศึกษาหอพักหญิงที่ได้รับรางวัลระดับ 5 ดาวจำนวน 6 แห่งรอบมหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาเขตหัวหมาก ใช้การสำรวจสภาพภาพ สัมภาษณ์ผู้ดูแลหอพัก และสำรวจความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย จำนวน 234 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) หอพัก 5 ดาวตั้งอยู่ในทำเลที่ผู้พักสามารถเข้าถึงได้สะดวก ส่วนใหญ่เป็นอาคารประเภทหอพักที่อยู่ในสภาพค่อนข้างดี มีอายุอาคาร 9-43 ปี เป็นห้องแบบพัดลม ขนาด 18.3 ตร.ม. ประกอบด้วย ห้องนอน ห้องน้ำ และระเบียง ขนาดพื้นที่เฉลี่ย 14.18 ตร.ม. 2.56 ตร.ม. และ 2.84 ตร.ม. หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 72.42 13.04 และ 14.50 ตามลำดับ จำนวนผู้พักต่อห้องเฉลี่ย 1-3 คน ราคาต่อห้องเฉลี่ย 2,720 บาทต่อเดือน 2) การบริหารจัดการหอพักมี 5 ด้านที่สำคัญ คือ ความปลอดภัย

ความสะอาดและสุขอนามัย การให้บริการเพื่อความสะอาด การจัดการดูแลผู้พัก และการบริหารการเงิน ทั้งนี้พนักงาน 1 คนดูแลห้องพัก 20 ห้อง ซึ่งเน้นความปลอดภัยและความสะอาดเป็นสำคัญ 3) มาตรฐานห้องพัก 5 ดาวเมื่อเทียบกับเกณฑ์กฎหมายห้องพัก พบว่าห้องพักส่วนใหญ่ไม่ได้จัดพื้นที่ออกกำลังกายและพื้นที่จำหน่ายอาหารและของใช้จำเป็น รวมถึงไม่มีการจำกัดเวลาเข้าออกของผู้พัก และไม่มีบริการซักรีดภายในห้องพัก 4) ผู้พักอาศัยมีความพึงพอใจในเกณฑ์ค่อนข้างสูงต่อสภาพกายภาพและการบริหารจัดการห้องพัก พึงพอใจสูงสุดคือเรื่องทำเลที่ตั้ง และความปลอดภัย และพึงพอใจต่ำสุดคือเรื่องพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางและเรื่องการเงิน(ราคาห้องพัก) ผลการศึกษานี้สามารถนำไปสู่ข้อเสนอแนะเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาห้องพักให้สอดคล้องกับกฎหมาย เพื่อการพัฒนาและการลงทุนห้องพักอย่างมีคุณภาพ ซึ่งรัฐบาลควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการผ่านมาตรการจูงใจทางด้านภาษี เช่น ภาษีด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ การให้เงินกู้สนับสนุนภาคเอกชน เป็นต้น

กัณฑ์พงศ์ ฤทธิวีระเดช (2559) แผนธุรกิจร้านบริการซักรีด การจัดทำแผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์โครงสร้าง โอกาส ปัญหาอุปสรรค ก่อนที่จะเริ่มทำการประกอบการ เป็นเครื่องมือในการวางแผนธุรกิจให้สามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพที่สุด แผนธุรกิจนี้ดำเนินขึ้นเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งธุรกิจบริการร้านซักรีด Washer Washing ร้านซักรีดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเป็นการดำเนินธุรกิจใหม่ เทคนิคและ วิธีการในการจัดทำแผนคือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การวิเคราะห์การแข่งขัน และการสำรวจ ในรูปแบบของแบบสอบถามกับตัวอย่าง จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายในพบว่า เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ใช้เงินลงทุนไม่สูง มีโครงสร้างไม่ซับซ้อน จึงทำให้การบริหารและการดำเนินงานนั้นง่ายและคล่องตัว และเนื่องจากเป็นเจ้าของแต่เพียงผู้เดียวจึงมีอำนาจในการตัดสินใจทันที และผลการวิจัยภายนอกพบว่า กระแสนิยมของการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมเป็นกระแสนิยมที่ผู้บริโภคกำลังตื่นตัวมาก และความเร่งรีบของการใช้ชีวิตในเมือง ทำให้มีเวลาน้อยลง ในเรื่องการแข่งขันพบว่ามีความรุนแรงมาก แต่ทางร้านเน้นสร้างความแตกต่างของธุรกิจ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งจึงพบว่าได้เปรียบในเรื่องของการบริการรับ-ส่งเสื้อผ้าฟรีถึงบ้าน ซึ่งเป็นบริการที่ลูกค้าต้องการมาก

ที่สุด และมีมาตรฐาน ASTM WK35985 คือ การซักรีดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งที่ส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด และข้อเสียเปรียบคือ ราคาที่สูงกว่าบริการซักรีดทั่วไป จึงเป็นที่มาของการสร้างกลยุทธ์บริการรับ-ส่งเสื้อผ้าฟรีถึงบ้าน

บุญพจน์ วงศ์วิวัฒน์ไชย. (2562) แผนธุรกิจ Addict Laundry การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวางแผนและเตรียมการในการเริ่มจัดตั้งธุรกิจซัก อบ รีดซึ่งแผนธุรกิจนี้ได้จัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจประเภทบริการ โดยเป็นการดำเนินธุรกิจใหม่โดยใช้เทคนิคและวิธีการในการจัดทำแผนคือการวิเคราะห์ธุรกิจโดยรวมทั้งปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ และการวิเคราะห์การแข่งขัน ร้าน ซัก อบ รีด Addict Laundry โดยมุ่งตอบโจทย์ผู้บริโภค ซัก อบ รีด ภายใต้อุดหนุน สัมผัสที่ใช่ กับกลิ่นที่คุ้นเคยโดยเน้นการให้บริการซักอบรีดเป็นพิเศษ และบริการเสริมโดยมีตัวเลือก กลิ่นน้ำยาปรับผ้านุ่มชนิดพิเศษที่ทางร้านพยายามนำมาปรับใช้ให้ผู้บริโภคสามารถเลือกกลิ่นที่ชอบได้และใช้ถุงผ้าในการบริการรับส่ง โดยอัตราเหมาจ่าย ทางร้านเลือกตั้งอยู่ที่ซอย สุขุมวิท 57ซึ่งบริเวณดังกล่าวโดยรอบประกอบไปด้วย คอนโด อพาร์ทเมนต์ สำนักงาน ที่มีผู้พักอาศัยจำนวนมาก พื้นที่บริเวณดังกล่าวมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจ และมีการเดินทางที่สะดวกในการเดินทางมาที่ร้านได้ ทางด้านการเงิน Addict Laundry มีงบประมาณการลงทุนทั้งสิ้น 1,800,000 บาท โดยเป็นส่วนของผู้ลงทุนจำนวน 1 คน ไม่มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงินเพิ่มเติม

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจการบริการ
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษา
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำธุรกิจการบริการ
5. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
6. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินงาน

1. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ และตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ปฏิบัติงาน
2. ทดลองปฏิบัติการบริการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน
3. ปฏิบัติดำเนินธุรกิจตามขั้นตอนการบริการ ที่วางแผนไว้
4. จัดกิจกรรมทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงานบริการ รายละเอียดงานบริการ และงบประมาณผลกำไรขาดทุน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินการ

ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2560						ปี 2561	
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมคิดรูปแบบบริการ	↔							

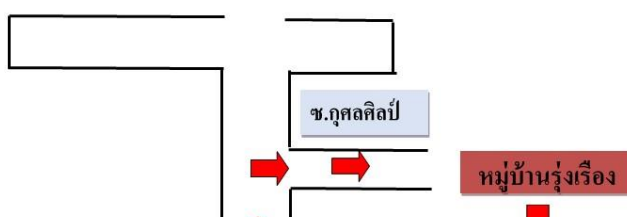
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และ จัดสรรงบประมาณ		↔						
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษา โครงการ			↔					
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำ ธุรกิจบริการ				↔				
5. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์และการ ส่งเสริมการตลาด				↔				
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอน การดำเนินงานที่วางไว้					↔			
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน							↔	
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน								↔

สถานที่ดำเนินโครงการ

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ เดือน กรกฎาคม 2560 ถึง เดือน กุมภาพันธ์ 2561

สถานที่ 98 หมู่บ้านรุ่งเรือง ซอยกุศลศิลป์ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กทม. 10260

สถานที่ดำเนินโครงการ



งบประมาณและวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 1,500 บาท

1. เบ็ดเตล็ด

1. ค่าเช่าสถานที่	500 บาท
2. อุปกรณ์ตกแต่งป้าย / ป้ายร้าน / ป้ายราคา	950 บาท
รวม	1,450 บาท

รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด **1,450 บาท**

การจัดทำการดำเนินงาน

ความเป็นของธุรกิจ

ธุรกิจบริการซักอบรีด “Laundry & Dry-Clean” ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2559 มีทุนจดทะเบียน 50,000 โดยมีนางจินตนา หนูทอง เจ้าของธุรกิจ และนางสาว ณัฐมล เกตุนอก และนางสาววิมลมาศ ทองย้อย และนายพัทธะ บุญคง เป็นหุ้นส่วนกัน จึงมีแนวคิดที่จัดทำธุรกิจประเภทซักอบรีด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน เปิดให้บริการที่ หมู่บ้านรุ่งเรือง ซอยกุศล

ศิลป์ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กทม. 10260 คู่แข่งขันของกิจการ คือ ร้าน
มินตราซัก อบ รีด ที่มีบริการใกล้เคียงกัน

ผลิตภัณฑ์

บริการซัก อบ รีด ประกอบไปด้วย เสื้อผ้า กางเกง ผ้าห่ม ตุ๊กตา



แผนบริหารจัดการ



นางสาว ณัฐมล เกตุนอก
ประธานโครงการ



นางสาว วิมลมาส ทองย้อย
รองประธาน



นาย พัทระ บุญคง
ฝ่ายจัดซื้อ

แผนการตลาด

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

ธุรกิจบริการซัก อบ รีด นั้นมีความประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพราะที่ชีวิตเร่ร่อนในยุคนี้ทำให้การประกอบธุรกิจประเภทการให้บริการกำลังเป็นที่ต้องการสำหรับคนรุ่นใหม่ทุกคน ก็สามารถเกิดขึ้นได้จริง ๆ และขยายสาขาอยู่อย่างต่อเนื่องไม่เพียงเท่านั้นยังเกิดผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่หันมาจับทางธุรกิจประเภทการให้บริการเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น



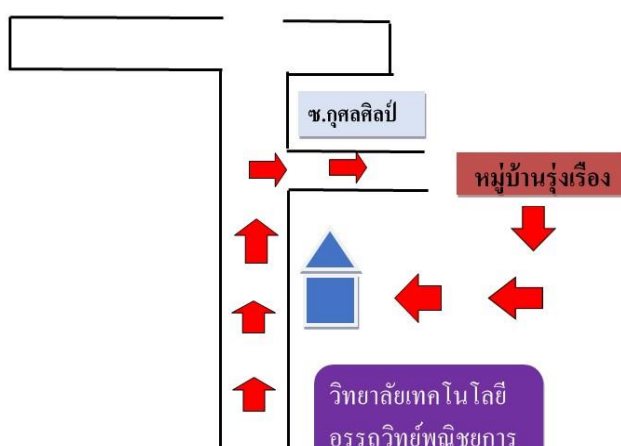
กลยุทธ์ราคา

ใช้นโยบายราคาตัวละ 20-50 บาท ต่อตัว และราคาไม่เกิน 100 บาท ลูกค้าสามารถชำระเป็นเงินสด และสามารถชำระผ่านระบบ K-Mobile Banking ของทางร้าน แต่ส่วนมากทางร้านจะส่งให้ตามบ้านมากกว่ามารับเองหน้าร้าน

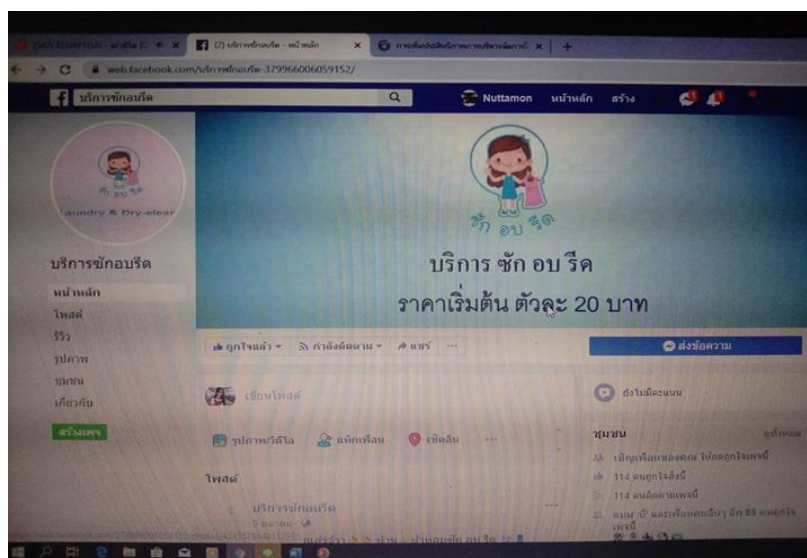


กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

ทางร้านของเรา สามารถติดต่อรับบริการผ่านระบบช่องทางออนไลน์ของร้านได้โดยติดต่อผ่าน



FB: บริการซักอบรีด



กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย มีบริการส่งฟรีระแวกใกล้เคียง

ใช้บริการครบ 10 ครั้ง ครั้งต่อไปซักฟรี

มีบัตรสะสมการมาใช้บริการ



Laundry & Dry-Clean

บัตรสะสมแต้ม

ใช้บริการ 1 ครั้ง รับสติ๊กเกอร์ 1 ดวง สะสมครบ 10 ดวง ใช้บริการฟรี 1 ครั้ง


: บริการซัก อบ รีด


0627311428 , 0614537325

โลโก้



กลยุทธ์ด้านบุคคลหรือพนักงาน

มีการจัดฝึกอบรมพนักงานทั้งในด้านการเรียนรู้การทำงานของระบบต่าง ๆ การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงาน เพื่อเพิ่มทักษะและประสิทธิภาพในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดความชำนาญในการให้บริการทำให้การทำงานด้วยความตั้งใจ มีศักยภาพ และให้บริการลูกค้าอย่างมีเต็มที

กลยุทธ์ด้านกระบวนการ

มีการวางแผนการทำงานเพื่อให้งานไม่เกิดข้อผิดพลาด ทำงานด้วยความสามัคคี มีความตรงต่อเวลา ไม่เห็นแก่ตัว มีการสอนงานให้กันและกัน

กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางการตลาด

การแต่งกายโดยการใส่ชุดนักศึกษา และชุดกีฬาสี เพื่อที่จะไปในทางเดียวกัน และสะดวกสบายในการปฏิบัติงาน และประหยัดค่าใช้จ่ายอีกด้วย



แผนธุรกิจ



ลำดับ	ลักษณะ	ปัญหา
1	บริการไม่เป็นที่น่าสนใจของลูกค้า	ยอดขาย ไม่ได้ตามที่กำหนด
2	เว็บเพจในการโปรโมตบริการอาจมีค่าใช้จ่ายที่สูง	ทำให้ผลกำไรที่ควรจะได้รับต่ำกว่าที่ตั้งไว้
3	มีคู่แข่งทางอ้อมจำนวนมาก	ลูกค้านเลือกการบริการที่ชำนาญกว่า
4	ได้กำไรต่องานน้อย เมื่อเทียบกับบริการประเภทอื่น	ได้กำไรน้อย
		พัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง และสังเกตกลุ่มลูกค้า
		สร้างยอดให้มากกว่าเดิม
		จัดการส่งเสริมการบริการอย่างต่อเนื่อง
		พัฒนาการบริการให้มีคุณภาพมากขึ้น

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

การดำเนินโครงการ บริการชกอบริด มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้เสริมระหว่างเรียนจากการเปิดธุรกิจร้านชกอบริด และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ในการดำเนินโครงการและเพื่อให้ได้รับประสบการณ์จริงในการดำเนินงาน

รายงานผลปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาว ณัฐมล เกตุนอก		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
6 มิ.ย. 62	คิดริเริ่มทำโครงการบริการ	
10 มิ.ย. 62	ประชุมวางแผนเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขออนุมัติ	
12 มิ.ย. 62	จัดสรรงบประมาณ	
15 มิ.ย. 62	เริ่มทำแบบอนุมัติโครงการ	
20 มิ.ย. 62	ส่งแบบอนุมัติโครงการ	
24 มิ.ย. 62	แก้ไขแบบอนุมัติโครงการ	
26 มิ.ย. 62	ส่งแบบอนุมัติโครงการ เสร็จสมบูรณ์	
28 มิ.ย. 62	เริ่มทำบทที่ 1	
1 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
5 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 1	
10 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1 เสร็จสมบูรณ์	
12 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 2	
15 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2	
18 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 2	
25 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2 เสร็จสมบูรณ์	
28 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 3	
1 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3	
3 ส.ค. 62	แก้ไขบทที่ 3	
10 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3 เสร็จสมบูรณ์	
15 ส.ค. 62	ออกแบบโลโก้ร้าน	

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
18 ส.ค. 62	ออกแบบคู่มือ	
28 ส.ค. 62	เริ่มทำ PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
2 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
4 ก.ย. 62	แก้ไข PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
6 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint(โครงการ+แผนการดำเนินงานเพื่อนำเสนอ)	
20 ก.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา ก่อน สอบ Present งาน	
21 ก.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 1	
23 ก.ย. 62	ข้ออุปสรรค	
25 ก.ย. 62	จัดทำป้ายไวนิล	
8 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 1	
9 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 2	
12 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 3	
13 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 4	
14 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 5 (อ.ที่ปรึกษาโครงการเข้านิเทศโครงการ)	
15 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 6	
16 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 7	
17 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 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	
4 ธ.ค. 62	แก้ไขแบบสอบถามโครงการ	
6 ธ.ค. 62	ส่งแบบสอบถามโครงการ เสร็จสมบูรณ์	

13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
8 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 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	ส่งบรรณานุกรม เสร็จสมบูรณ์	
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	
10 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ, บทคัดย่อ, สารบัญ	
12 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศ, บทคัดย่อ, สารบัญ	
14 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ, บทคัดย่อ เสร็จสมบูรณ์	
15 ก.พ. 63	เลือกรูปเล่มโครงการ	
21 ก.พ. 63	ส่งตรวจรูปเล่มโครงการ เสร็จสมบูรณ์	
28 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่มโครงการ, เงินค่ารูปเล่ม, แผ่นซีดี	

รายงานผลปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาว วิมลมาศ ทองย้อย		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
6 มิ.ย. 62	คิดริเริ่มทำโครงการบริการ	
10 มิ.ย. 62	ประชุมวางแผนเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขออนุมัติ	
12 มิ.ย. 62	จัดสรรงบประมาณ	
15 มิ.ย. 62	เริ่มทำแบบอนุมัติโครงการ	
20 มิ.ย. 62	ส่งแบบอนุมัติโครงการ	
24 มิ.ย. 62	แก้ไขแบบอนุมัติโครงการ	
26 มิ.ย. 62	ส่งแบบอนุมัติโครงการ เสร็จสมบูรณ์	
28 มิ.ย. 62	เริ่มทำบทที่ 1	
1 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
5 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 1	
10 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1 เสร็จสมบูรณ์	
12 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 2	
15 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2	
18 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 2	
25 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2 เสร็จสมบูรณ์	
28 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 3	
1 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3	
3 ส.ค. 62	แก้ไขบทที่ 3	
10 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3 เสร็จสมบูรณ์	
15 ส.ค. 62	ออกแบบโลโก้ร้าน	

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
18 ส.ค. 62	ออกแบบคู่มือ	
28 ส.ค. 62	เริ่มทำ PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
2 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
4 ก.ย. 62	แก้ไข PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
6 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
20 ก.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา ก่อน สอบ Present งาน	
21 ก.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 1	
23 ก.ย. 62	ซื้ออุปกรณ์	
25 ก.ย. 62	จัดทำป้ายไวนิล	
8 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 1	
9 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 2	
12 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 3	
13 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 4	
14 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 5 (อ.ที่ปรึกษาโครงการเข้านิเทศโครงการ)	
15 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 6	
16 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 7	
17 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 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	
4 ธ.ค. 62	แก้ไขแบบสอบถามโครงการ	
6 ธ.ค. 62	ส่งแบบสอบถามโครงการ เสร็จสมบูรณ์	
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
8 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 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	ส่งบรรณานุกรม เสร็จสมบูรณ์	
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	
10 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ, บทคัดย่อ, สารบัญ	
12 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศ, บทคัดย่อ, สารบัญ	
14 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ, บทคัดย่อ เสร็จสมบูรณ์	
15 ก.พ. 63	เลือกรูปเล่มโครงการ	
21 ก.พ. 63	ส่งตรวจรูปเล่มโครงการ เสร็จสมบูรณ์	
28 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่มโครงการ, เงินค่ารูปเล่ม, แผ่นซีดี	

รายงานผลปฏิบัติงานรายบุคคล

นาย พัชระ บุญคง		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
6 มิ.ย. 62	คิดริเริ่มทำโครงการบริการ	
10 มิ.ย. 62	ประชุมวางแผนเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขออนุมัติ	
12 มิ.ย. 62	จัดสรรงบประมาณ	
15 มิ.ย. 62	เริ่มทำแบบอนุมัติโครงการ	
20 มิ.ย. 62	ส่งแบบอนุมัติโครงการ	
24 มิ.ย. 62	แก้ไขแบบอนุมัติโครงการ	
26 มิ.ย. 62	ส่งแบบอนุมัติโครงการ เสร็จสมบูรณ์	
28 มิ.ย. 62	เริ่มทำบทที่ 1	
1 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
5 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 1	
10 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1 เสร็จสมบูรณ์	
12 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 2	
15 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2	
18 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 2	
25 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2 เสร็จสมบูรณ์	
28 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 3	
1 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3	
3 ส.ค. 62	แก้ไขบทที่ 3	
10 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3 เสร็จสมบูรณ์	
15 ส.ค. 62	ออกแบบโลโก้ร้าน	

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
18 ศ.ค. 62	ออกแบบคู่มือ	
28 ศ.ค. 62	เริ่มทำ PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
2 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
4 ก.ย. 62	แก้ไข PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
6 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
20 ก.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา ก่อน สอบ Present งาน	
21 ก.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 1	
23 ก.ย. 62	ซื้ออุปกรณ์	
25 ก.ย. 62	จัดทำป้ายไวนิล	
8 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 1	
9 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 2	
12 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 3	
13 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 4	
14 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 5 (อ.ที่ปรึกษาโครงการเข้านิเทศโครงการ)	
15 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 6	
16 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 7	
17 ต.ค. 62	ปฏิบัติครั้งที่ 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	
4 ธ.ค. 62	แก้ไขแบบสอบถามโครงการ	
6 ธ.ค. 62	ส่งแบบสอบถามโครงการ เสร็จสมบูรณ์	
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
8 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 4	

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
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	ส่งบรรณานุกรม เสร็จสมบูรณ์	
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	
10 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ, บทคัดย่อ, สารบัญ	
12 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศ, บทคัดย่อ, สารบัญ	
14 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ, บทคัดย่อ เสร็จสมบูรณ์	
15 ก.พ. 63	เข้ารูปเล่มโครงการ	
21 ก.พ. 63	ส่งตรวจรูปเล่มโครงการ เสร็จสมบูรณ์	
28 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่มโครงการ, เงินค่ารูปเล่ม, แผ่นซีดี	

บัญชีรายรับ- รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ
 บัญชีรายรับ-รายจ่าย
 โครงการ ธุรกิจบริการซักอบรีด (สัปดาห์ที่1)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	เก็บเงินสมาชิก	3 คน	500.00	1,500.00						1,500.00
06/10/62	ป้ายไวนิล				1 ป้าย	950.00	950.00			550.00
08/10/62	รีดเสื้อนักเรียน	10 ตัว	40.00	400.00						950.00
	รับซักผ้าห่ม	2 ผืน	80.00	160.00						1,110.00
	ซักตุ๊กตา	2 ตัว	50.00	100.00						1,210.00
	รวม			2,160.00	รวม		950.00	รวม		1,210.00

บัญชีรายรับ- รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ
 บัญชีรายรับ-รายจ่าย
 โครงการ ธุรกิจบริการซักอบรีด (สัปดาห์ที่2)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
09/10/62	ขกขอดมา			1,210.00						1,210.00
	รับซักเสื้อผ้าใส่เล่น	20 ตัว	20.00	400.00						1,610.00
	น้ำยาปรับผ้านุ่มคอมฟอร์				1 ถัง	149.00	149.00			1,461.00
	ผงซักฟอกดาวนี่				3 ถัง	79.00	237.00			1,224.00
	รีดเสื้อนักเรียน	5 ตัว	40.00	200.00						1,424.00
	ค่าน้ำ				2 หน่วย	15.00	30.00			1,394.00
	รวม			1,810.00	รวม		416.00	รวม		1,394.00

บัญชีรายรับ- รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการ ธุรกิจบริการซักอบรีด (สัปดาห์ที่3)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
12/10/62	ขยกอดมา			1,394.00						1,394.00
	ซักกางเกงยีนส์	5 ตัว	70.00	350.00						1,744.00
	ค่าน้ำ				2 หน่วย	260.00	260.00			1,484.00
	รีดเสื้อแขนยาว	3 ตัว	30.00	90.00						1,574.00
	ค่าไฟ				9 หน่วย	38.00	342.00			1,232.00
รวม				1,834.00	รวม		602.00	รวม		1,232.00

บัญชีรายรับ- รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ
 บัญชีรายรับ-รายจ่าย
 โครงการ ธุรกิจบริการซักอบรีด (สัปดาห์ที่4)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
13/10/62	ขกขอดมา			1,232.00						1,232.00
	รับซักผ้าห่ม	3 ผืน	50.00	150.00						1,382.00
	ซักชุดทำงาน	4 ชุด	90.00	360.00						1,742.00
	รีดชุดทำงาน	4 ชุด	90.00	360.00						2,102.00
	รีดเสื้อนักเรียน	5 ตัว	40.00	200.00						2,302.00
	ค่าน้ำ				1 หน่วย	15.00	15.00			2,287.00
	ค่าไฟ				9 หน่วย	38.00	342.00			1,945.00
รวม				2,302.00	รวม		357.00	รวม		1,945.00

บัญชีรายรับ- รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการ ธุรกิจบริการซักอบรีด (สัปดาห์ที่5)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
14/10/62	ยกยอดมา ค่าสถานที่			1,945.00	1 วัน	250.00	250.00			1,945.00 1,695.00
	รับรีดผ้า	15 ตัว	20.00	300.00						1,995.00
	รับซักเสื้อผ้า	18 ชิ้น	30.00	540.00						2,535.00
รวม				2,785.00	รวม		250.00	รวม		2,535.00

บัญชีรายรับ- รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการ ธุรกิจบริการซักอบรีด (สัปดาห์ที่6)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
15/10/62	ยกยอดมา			2,535.00						2,535.00
	รับซักเสื้อ	13 ชิ้น	30.00	350.00						2,885.00
	ซักผ้าห่ม	3 ผืน	40.00	200.00						3,085.00
	น้ำยาปรับผ้านุ่ม				1 แพ็ค	149.00	149.00			2,936.00
	ผงซักฟอก				1 แพ็ค	137.00	137.00			2,799.00
รวม				3,085.00	รวม		286.00	รวม		2,799.00

บัญชีรายรับ- รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการ ธุรกิจบริการซักอบรีด (สัปดาห์ที่7)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
16/10/52	ยกยอดมา ค่าน้ำ			2,799.00	23 หน่วย	15.00	345.00			2,799.00 2,454.00
	ค่าไฟ				15 หน่วย	37.00	555.00			1,899.00
	รีดเสื้อนักเรียน	5 ตัว	30.00	150.00						2,049.00
	ซักผ้า	17 ชิ้น	30.00	510.00						2,559.00
	ซักตุ๊กตา	3 ตัว	50.00	150.00						2,709.00
รวม				3,609.00	รวม		900.00	รวม		2,709.00

กิจกรรมที่ดำเนินการไประหว่างสัปดาห์

1. จัดหาสถานที่และอุปกรณ์การดำเนินงาน
2. มีการค้นหาและซื้อวัสดุเพื่อทำการลงมือปฏิบัติงาน
3. รวบรวมความคิดและลดต้นทุน
4. มีการประชุมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มเพื่อให้เกิดความสามัคคี

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการธุรกิจบริการชกอบรีด

วัตถุประสงค์โครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
3. เพื่อให้ นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ยอดขายทั้งสิ้น	3,689.00	บาท
หักต้นทุนจากการดำเนินการ	1,500.00	บาท
กำไรสุทธิ	2,189.00	บาท
แบ่งทุนดำเนินงานให้สมาชิกในกลุ่ม 3 คน คนละ	500.00	บาท
ระยะเวลาในการดำเนินงาน : 8 ครั้ง		
แบ่งทุนดำเนินงานให้สมาชิกในกลุ่ม 3 คน คนละ	500.00	บาท

แบ่งทุนดำเนินงานให้สมาชิกในกลุ่ม 3 คน เท่าๆ กัน คนละ 500.00 บาท

รายชื่อ

1. น.ส. ญัฐมล	เกตุนอก	500.00 บาท
2. น.ส. วิมลมาศ	ทองข้อย	500.00 บาท
3. นาย. พัชระ	บุญคง	500.00 บาท
รวม		1,500.00 บาท

กำไรจากผลการดำเนินงานแบ่งให้สมาชิกในกลุ่ม 3 คนๆ ละ 729.66 บาท

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการธุรกิจบริการ ซักอบรีด (Laundry & Dry-Clean) ทางกลุ่มได้เริ่มดำเนินการบริการมาเป็นระยะเวลา 8 สัปดาห์ ผลการดำเนินการได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ทางกลุ่มได้ตั้งไว้โดยสามารถสร้างรายได้ระหว่างเรียนได้อีกด้วย ทำให้ทางกลุ่มมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นทีม รู้จะแก้ไขปัญหา สามารถนำความรู้และประสบการณ์ใช้เป็นแนวทางดำเนินชีวิตในอนาคต

สรุปตารางปฏิบัติงาน

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 สอบ Present โครงการ ครั้งที่ 1
6	21 ก.ย. 62	นำเสนอ โครงการ Present ครั้งที่ 1
7	1 - 31 ต.ค. 62	ปฏิบัติภาคสนาม และเข้ารับการนิเทศจากอาจารย์ที่ปรึกษา
8	1 - 8 พ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน สอบ Present โครงการ ครั้งที่ 2
9	16 พ.ย. 62	นำเสนอ โครงการ 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. การปฏิบัติงานล่าช้า ไม่เป็นไปตามแผนงาน
2. เวลาในการปฏิบัติงานของสมาชิกในกลุ่มไม่ตรงกัน
3. ไม่ได้วางแผนการปฏิบัติงานไว้ล่วงหน้า
4. สภาพอากาศไม่เป็นใจ เช่น บางวันฝนตก

การแก้ไขปัญหา

1. วางแผนการปฏิบัติงานไว้ล่วงหน้า
2. แบ่งหน้าที่ให้สมาชิกรับผิดชอบ
3. หาข้อมูลและวิธีการปฏิบัติงานในอินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มทักษะในการทำงานมากขึ้น
4. ตรวจสอบสภาพอากาศก่อนลงปฏิบัติงานทุกครั้ง

ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา

1. ต้องมีความรู้ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินโครงการ เพื่อให้โครงการสำเร็จไปได้ด้วยดี
2. ในการทำงานต้องมีความสามัคคี มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

บรรณานุกรม

- กันตพงศ์ ฤทธิ์วีระเดช. (2559). **แผนธุรกิจร้านบริการซักรีด**. สาขาวิชาวิสาห์กิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ค้นหาข้อมูล 16 กรกฎาคม 2562 จาก
<http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2197>
- จิณณ์ พรหมดี. (2558). **สภาพกายภาพและการบริหารจัดการหอพักเอกชนระดับ 5 ดาวของโครงการ
หอพักติดดาว:กรณีศึกษา หอพักเอกชนรอบมหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาเขตหัวหมาก**.
ค้นหาข้อมูล 16 กรกฎาคม 2562 จาก, <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/50503>
- ปณพจน์ วงศ์วิวัฒน์ไชย. (2562). **แผนธุรกิจ Addict Laundry**. สาขาวิชาวิสาห์กิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ค้นหาข้อมูล 17 กรกฎาคม 2562 จาก
<http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/3920>
- เมธา หริมเทพาธิป. (2560). **แนวคิดและทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์** ค้นหาข้อมูล
14 กรกฎาคม 2562 จาก , <https://www.gotoknow.org/posts/629839>
- ราชมงคลกรุงเทพ. (2556). **หลักการการให้บริการที่ดี**. ค้นหาข้อมูล 16 กรกฎาคม 2562 จาก
<http://wiki.rmutk.ac.th/index.php>
- สมาคมกายภาพบำบัดแห่งประเทศไทย . (2560). **7Ps ที่จะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพ**.
ค้นหาข้อมูล 16 กรกฎาคม 2562 จาก <http://www.thaipt.org/index.php?module=>

ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ บริการซัก อบ รีด

ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2562 – กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่การดำเนินงาน 98 หมู่บ้านรุ่งเรือง ช.กุศลศิลป์ ถ.สรรพาวุธ เขตบางนา แขวงบางนา ททม

ประมาณการค่าใช้จ่าย 1,500 บาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | | | |
|------------------|---------|--------------------|---------|
| 1. นางสาวณัฐมล | เกตุนอก | รหัสประจำตัว 39583 | ปวช.3/4 |
| 2. นางสาววิมลมาศ | ทองย้อย | รหัสประจำตัว 39484 | ปวช.3/4 |
| 3. นายพัทธะ | บุญคง | รหัสประจำตัว 39756 | ปวช.3/4 |

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ

(นางสาวณัฐมล เกตุนอก)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

.....

.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.....

.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ภัตติฐ ภาคิณาย)/...../.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ภัตติฐ ภาคิณาย)/...../.....

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

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

ชื่อโครงการ

บริการซัก อบ รีด

แผนงาน

นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่มธุรกิจบริการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ภัสณัฐ ภาคิณาย

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

อาจารย์ภัสณัฐ ภาคิณาย

ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | | |
|------------------|---------|------------------|
| 1. นางสาวณัฐมล | เกตุนอก | ประธานโครงการ |
| 2. นางสาววิมลมาศ | ทองข้อย | รองประธานโครงการ |
| 3. นายพัทธระ | บุญคง | สมาชิก |

หลักการและเหตุผล

ชีวิตเร่ร่อนในยุคนี้ทำให้การประกอบธุรกิจประเภทการให้บริการกำลังเป็นที่ต้องการสำหรับคนรุ่นใหม่ทุกคน ก็สามารถเกิดขึ้นได้จริง ๆ และขยายสาขาอยู่อย่างต่อเนื่องไม่เพียงเท่านั้นยังเกิดผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่หันมาจับทางธุรกิจประเภทการให้บริการเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น แสดงให้เห็นถึงค่านิยมของผู้บริโภคที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นต่อเดือน เพื่อแลกซื้อความสะดวกสบายที่ตนเองได้รับหรือเพิ่มเวลาส่วนตัวมากขึ้น แสดงให้เห็นการควบคุมคุณภาพ และการพัฒนาการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ด้วยความใส่ใจในการดูแลผ้าให้กับลูกค้า ทำให้เรามีความเชี่ยวชาญในด้านการบริการซักผ้าให้มีประสิทธิภาพสูงสุดกับลูกค้า ทำให้ผ้าที่ได้มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน ทำให้ลูกค้าประหยัดต้นทุนในการซื้อเสื้อผ้ามาก

วัตถุประสงค์

4. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
 5. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการขาย และบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา
 6. เพื่อให้ นักศึกษา รู้จักปฏิบัติงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้
- กลุ่มเป้าหมาย
3. เสนอขายสินค้า และบริการให้กับกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจสินค้าประเภทซัก อบ รีด
 4. ขายสินค้าได้กำไรมากกว่าที่ลงทุนและคืนกำไรให้กับสมาชิกในกลุ่ม

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจบริการสินค้า
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำธุรกิจขายสินค้า และบริการ
5. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
6. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์ และส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดซื้อวัตถุดิบ และตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ปฏิบัติงาน
2. ทดลองปฏิบัติการขาย และบริการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน
3. ปฏิบัติดำเนินงานธุรกิจตามขั้นตอนการขาย และบริการ ที่วางแผนไว้
4. จัดกิจกรรมทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงานบริการ และงบประมาณผลกำไร ขาดทุน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน

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. เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจบริการ	$\leftrightarrow$								
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และ จัดสรรงบประมาณ			$\leftrightarrow$						
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษา โครงการ				$\leftrightarrow$					
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำ ธุรกิจบริการ					$\leftrightarrow$				
5. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์และการ ส่งเสริมการตลาด					$\leftrightarrow$				
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอน การดำเนินงานที่วางไว้						$\leftrightarrow$			
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน								$\leftrightarrow$	
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									$\leftrightarrow$

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 500 บาท จำนวน 3 คน เป็นเงิน 1,500 บาท

ค่าใช้จ่ายวัสดุอุปกรณ์

1. ค่าเช่าสถานที่	500 บาท
2. อุปกรณ์ตกแต่งป้าย / ป้ายร้าน / ป้ายราคา	950 บาท
รวม	1,450 บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ และงบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และสร้างประสบการณ์ในธุรกิจการขาย และบริการ เพิ่มรายได้ระหว่างการศึกษา
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ปัญหาและอุปสรรค

1. การปฏิบัติงานอาจล่าช้า หรือไม่เป็นไปตามแผนงาน
2. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานอาจชำรุด เสียหาย

ข้อเสนอแนะ

1. เตรียมความพร้อมของทีมงาน ฝึกปฏิบัติคนให้เกิดความชำนาญก่อนลงปฏิบัติงานจริง
2. ตรวจสอบวัสดุ อุปกรณ์ทุกครั้ง ก่อนปฏิบัติงาน

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ ภัสนัญ ภาทินาย)

(อาจารย์ ภัสนัญ ภาทินาย)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

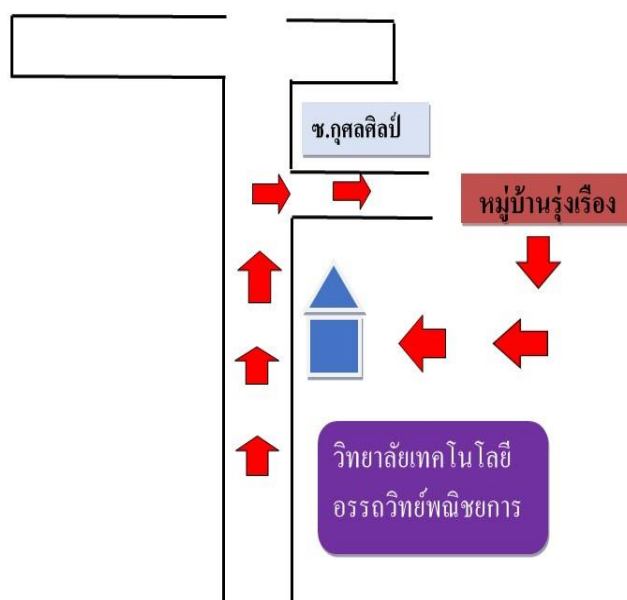
(อาจารย์ วงศ์เดือน ประไพพรรณ)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 – กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน 98 หมู่บ้านรุ่งเรือง ช.กุศลศิลป์ ถ.สรรพาวุธ เขตบางนา แขวงบางนา ทม

สถานที่ดำเนินโครงการ



ระดับปวช. ปีการศึกษา 2562

บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ บริการชกอบริด

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์ ภัสนันฐ์ ภาคิณาย

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์ วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์

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)	 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 ตรวจสอบรูปเล่มโครงการ	17-21 ก.พ.63		
18	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	24-28 ก.พ.63		

ภาคผนวก ข โครงการ

- รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม
- ตัวอย่างแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

ใบประเมินโครงการบริการซัก อบ รีด (Laundry & Dry-Clean)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อาชีพ

() นักศึกษา () พนักงานบริษัท () อื่น ๆ

3. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อโครงการ

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ที่	รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
1	รูปแบบของสินค้า					
2	การให้บริการความรู้สึกลหลังจากที่ได้รับบริการ					
3	ราคาของการบริการเหมาะสมกับการบริการ					
4	พุดจาสุภาพกับลูกค้า และการแต่งกายเรียบร้อย					

ข้อเสนอแนะ.....

.....

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

- ตราสินค้า และรูปแบบผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ
- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

ตราสินค้า รูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ



ป้ายร้าน

- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์

เตารีดไอน้ำ



ราวตากผ้า



โต๊ะรีดผ้า



ไม้แขวนเสื้อ



เครื่องซักผ้า



ผงซักผ้า



- รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ



1.เปิดเครื่องซักผ้า จากนั้นเทผงซักฟอกลงไปจนถึง



2.นำผ้าที่จะซักใส่ลงไปในเครื่องซักผ้า



3. ตั้งเวลาปั่น 50 นาที



4. นำผ้าที่ปั่นเสร็จแล้วออกมาตาก



5. นำผ้ามาตาก



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ



นางสาว ณัฐมล เกตุนอก
ชื่อเล่น นัทตี้ อายุ 18 ปี
บ้านเลขที่ 282 /23 ถ.สรรพาวุธ
แขวงบางนา เขตบางนา กทม. 10260



นางสาว วิมลมาส ทองย้อย
ชื่อเล่น ก้อย อายุ 18 ปี
215 อ่อนนุช เขตประเวศ แขวงประเวศ กทม.10250



นาย พัทธะ บุญคง
ชื่อเล่น มิกซ์ อายุ 18 ปี
109/134 พฤษาวิลิศ66/2 ต.บางแก้ว อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540