



โครงการขายสินค้า อ้อยหวาน
Sugar Cane Juice

จัดทำโดย

นางสาวสุชาดา	ลือแก้วมณี
นางสาวปวีณา	รักตะสิงห์
นายยศพงศ์	อึ้งเส็ง

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ
สาขาวิชาการตลาด
วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย

อ้อยหวาน

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ

“Sugar Cane Juice”

โดย

1. นางสาวสุชาดา

ลือแก้วมณี

2. นางสาวปวีณา

รักตะสิงห์

3. นายศพงษ์

อึ้งเส็ง

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒน์ (ATC.)

(อาจารย์ธน ลากชนวิรุฬห์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

(อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	อ้อยหวาน
	Sugar Cane Juice
ผู้จัดทำโครงการ	1. นางสาวสุชาดา ล้อแก้วมณี 2. นางสาววิณา รักตะสิงห์ 3. นายศพนงศ์ อึ้งเส็ง
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ชนน ลาภธนวิรุฬห์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชยการ ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นวิชาโครงการขายเรื่อง “อ้อยหวาน” โดยมีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2.) เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา 3.) เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม 4.) เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการวางแผนกลยุทธ์การขายสินค้ามีวิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1. ขั้นเตรียมการ ขั้นที่ 2. ขั้นดำเนินการและขั้นที่ 3. ขั้นประเมินผล จากผลการดำเนินงาน สรุปได้ดังนี้

1. เวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 – เดือนกุมภาพันธ์ 2563 สถานที่ดำเนินโครงการ ตลาดนัดเฟลตทหารเรือ ถนนสรรพวุฒ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 6,000 บาท หลังการดำเนินการโครงการแล้วมีเงินคงเหลือทั้งสิ้น 10,496 บาท แบ่งกำไรให้สมาชิกในกลุ่ม 3 คน เท่ากัน คนละ 3,498 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการดังนี้ 1.) บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ 2.) สร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา 3.) เกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม 4.) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีทักษะการวางแผนกลยุทธ์การขายสินค้า

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างปฏิบัติงานโครงการ คือ 1.) ปัญหาเรื่องของการซื้ออุปกรณ์ยาก 2.) ปัญหาของการยังไม่มี ความชำนาญในเรื่องเทคนิคการขาย

5. ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาโครงการประเภท 1.) ควรซื้ออุปกรณ์มาให้พอและ
พร้อมกับการขาย 2.) ปรึกษาอาจารย์ที่มีความชำนาญในเรื่องเทคนิคการขายเพื่อความพร้อมในการ
ขายสินค้า

6. จากรายงานผลแบบสอบถามความพึงพอใจ/ความคิดเห็น ปรากฏผลดังนี้ มีผู้บริโภคมที่
ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน โดยถามเกี่ยวกับ ส่วนผสมทางการตลาด (4P's)

พบว่ามีความน่าสนใจของสินค้าในการขาย ($\bar{O}$) = 4.49 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด,
สินค้าและการบริการของการขายมีคุณภาพ ($\bar{O}$) = 4.28 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด, ความ
เหมาะสมของราคากับการให้บริการ ($\bar{O}$) = 4.32 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด, การชำระเงินค่า
สินค้า ($\bar{O}$) = 4.36 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด, ความสะดวกในการเดินทางมาซื้อสินค้า ($\bar{O}$) =
4.20 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด, ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ($\bar{O}$) = 4.57 อยู่ในระดับพึงพอใจ
มากที่สุด, เมื่อซื้อสินค้าแบบขวด 10 ในราคาเพียง 100 แกม 1 ($\bar{O}$) = 4.27 อยู่ในระดับพึงพอใจมาก
ที่สุด, โฆษณาผ่าน Facebook ($\bar{O}$) = 4.57 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณอาจารย์ธนน ลาภธนวิรุฬห์ ที่ปรึกษาโครงการ ที่ให้คำแนะนำและคำปรึกษาเกี่ยวกับโครงการ จนทำให้งานของกลุ่มฉันสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่เป็นกำลังใจให้กันและกัน และช่วยกันทำโครงการจนเสร็จสมบูรณ์ ขอขอบคุณสถานที่ ห้องสมุด ศูนย์วิจัยและพัฒนาของ ATC ที่บริการค้นคว้าข้อมูลจนเสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการที่ให้ความร่วมมือเอื้อเฟื้อสถานที่ในการทำโครงการให้เสร็จสมบูรณ์

คณะผู้จัดทำ

โครงการการขายสินค้า อ้อยหวาน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
เป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามผล และการประเมินโครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	3
แนวคิดของผู้บริโภค	5
ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด	6
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	9
แผนการปฏิบัติงาน	10
สถานที่ดำเนินโครงการ	11
ขอบเขตด้านงบประมาณและวัสดุอุปกรณ์	12
การจัดทำแผนการดำเนินงาน	13
แผนบริหารจัดการ	14
แผนการตลาด	15
แผนการผลิต/การขาย/การบริการ	18
แผนการเงิน	19
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	19

สารบัญ(ต่อ)

บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	20
บัญชีรายรับ – รายจ่าย	27
ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	36

บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ	37
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	38
ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา	40

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

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

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากในปัจจุบันตลาดบริโภคมีมากขึ้นความต้องการของผู้บริโภคมีหลากหลาย ในยุคนี้ผู้บริโภคมีความต้องการเลือกรับประทานอาหารที่คลาสิคได้ อาหารที่ซื้อง่ายรับประทานง่าย และคลาสิค น้ำอ้อยเป็นเครื่องดื่มสำหรับคลาสิค เหมาะสำหรับอากาศแบบประเทศไทยที่สุด และยังเป็นที่ชื่นชอบอีกด้วยผู้คนจึงสนใจเป็นอย่างมากเพราะน้ำอ้อยที่คั้นสดจะไม่มีสารใดๆ เจือปน เป็นอ้อยธรรมชาติ ปลอดภัย สดชื่น คลาสิคได้เหมาะกับอากาศแบบนี้มาก

น้ำอ้อยหวานๆ สดชื่นจะอร่อย ถ้าใครได้ดื่มรับรองจะติดใจในความหวาน ซึ่งกลุ่มที่นิยมดื่ม น้ำอ้อยในประเทศไทยก็มีจำนวนไม่น้อย ซึ่งพวกเราเองก็ชอบดื่ม น้ำอ้อยเหมือนกัน แต่จะว่าไป แถวบ้านหาทานน้ำอ้อยยากมากคือไม่มีใครนำมาขาย จะได้ดื่มก็ต้องไปสถานที่ท่องเที่ยวตามต่างจังหวัด ราคาก็ไม่ได้ดีหวังสักเท่าไหร่ อยากให้มีคนรู้จักในตัวน้ำอ้อยมากขึ้น น้ำอ้อยเป็นน้ำเชื่อมที่สกัดจากอ้อยในเครื่องบด หลายประเทศบริโภคเป็นเครื่องดื่ม น้ำที่ทำจากอ้อยสามารถทำได้ง่าย ราคาไม่แพงสามารถนำอ้อยที่มีอยู่ในไร่มาทำเป็นน้ำอ้อยมันยังมีประโยชน์สามารถรักษาโรคได้ในบางตัวและมีผลดีต่อสุขภาพร่างกายเราเองไม่มีสารเคมีปนเปื้อน ปลอดภัยและสะอาดและเก็บไว้ได้นานกว่าเครื่องดื่มที่มีสารพิษผสมอาหารผสมอยู่

อ้อย เป็นผลไม้ที่ทำได้ไม่ยากในบ้านเรา และเป็นผลไม้ที่เป็นที่โปรดปรานของหลายๆคน น้ำอ้อยนั้นอุดมไปด้วยสารอาหารมากมายเช่น วิตามินเอ บี1 บี2 บี3 บี5 บี6 โปรตีน สารต้านอนุมูลอิสระ และไฟเบอร์ ซึ่งสารอาหารเหล่านี้จะส่งผลดีต่อร่างกาย น้ำอ้อยคงเป็นเรื่องวัตถุดิบที่มีตลอดปีกับเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ต่อร่างกายขบวนการผลิตสะอาดถูกหลักอนามัย สินค้ามีอายุการเก็บรักษาได้นานขึ้นจึงตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดทำโครงการจึงมองเห็นแนวทางในการจัดทำโครงการและขยายช่องทางการจำหน่ายสำหรับน้ำอ้อยธรรมชาติ ออกสู่ตลาดได้โดยการเพิ่มที่อบปิ้งฟรี แบบบุฟเฟต์ได้อีกด้วยดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการจึงเห็นตรงกันว่ามีความคิดริเริ่มทำโครงการขายสินค้า น้ำอ้อยสดแบบขวดและแก้วโดยชื่อร้าน “อ้อยหวาน Sugar Cane Juice” จัดจำหน่ายที่ตลาดสรรพาวุธ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

เป้าหมายของโครงการ

1. สร้างผลกำไร รายได้ให้กับนักศึกษา
2. เพื่อสร้างอาชีพการขายสินค้า
3. เพื่อสร้างความรู้ความสามารถด้านการขายมากขึ้น

การติดตามผล และการประเมินโครงการ

1. นำเสนอสินค้าเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินโครงการครั้งนี้ ผู้ดำเนินโครงการได้แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1.แนวคิดเกี่ยวกับการขายทำธุรกิจน้ำอ้อย
- 2.ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค
- 3.ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
- 4.งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

แนวคิดเกี่ยวกับการขายทำธุรกิจน้ำอ้อย

คุณตันภาสกร นที (2559) มีแนวคิดทางธุรกิจที่ว่า “ทำในสิ่งที่คนอื่นไม่ทำ คือ เมื่อมีคนบอกไม่ดีนั้นแหละคือโอกาสของเรา” เขาจึงใช้คำเหล่านั้นมาเป็นแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจของเขา ถ้ามองย้อนไปจนถึงวันนี้ ทั้งธุรกิจชาเขียว ธุรกิจสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจอาหารบุฟเฟต์ และอีกมากมาย

คุณคาเลบ แบรดแฮม(2556) แนวคิด “ดื่มเป๊ปซี่ โคล่า แล้วคุณจะพอใจ (“Drink Pepsi Cola. It will satisfy you.”) เมื่อราคาน้ำตาลในตลาดหุ้นนิวยอร์ก พุ่งขึ้นสูงถึง 26 เซ็นต์ต่อปอนด์ แบรดแฮม ก็ได้ลงทุนซื้อน้ำตาลเพื่อเก็บไว้เป็นจำนวนมาก ในขณะที่ราคาพุ่งสูงขึ้นเรื่อยๆ และพอถึงช่วงปลายปี เมื่อความต้องการน้ำตาลลดลงราคาก็ตกลงอย่างมากจนเหลือเพียงแค่ 2 เซ็นต์ต่อปอนด์เท่านั้น

คุณประยุทธ พัฒนะอนเนก (2559) “เราไม่ได้ต้องการที่จะโตมากมาย เป็นสโตน์วอลล์สตรีทแบบ Step by step ไม่ใช่แบบ MBA เมืองนอก ผมว่า ชีวิตคนเราก็เหมือนธุรกิจนั่นแหละ ถ้าคุณโตขึ้นมาได้เรื่อยๆ คุณแฮปปี้นะ ดูอย่างวิกฤติเศรษฐกิจ คุณจะเห็นหลายๆ บริษัท ที่เขาต้องการโตเร็วๆ ไปกู้หนี้ยืมสินมา แต่พอเจอวิกฤติ ล้มละลาย เจ๊งไปเยอะมาก ซึ่งเราไม่ต้องการเป็นแบบนั้น”

เมื่อเอ่ยถึงธุรกิจน้ำดื่ม หลายคนอาจจะมองว่าเป็นธุรกิจไถ่ตัว ประสบความสำเร็จได้ยาก โดยเฉพาะนักธุรกิจหน้าใหม่ เพราะมีแบรนด์ดังๆ ครองตลาดน้ำดื่มอยู่ก่อนแล้ว ก็ไม่แปลกที่จะคิดเช่นนั้น ยิ่งช่วงหน้าร้อนยิ่งตอกย้ำตลาดน้ำดื่มในบ้านเราว่ามีหลากหลายแบรนด์ เห็นได้จากโฆษณาว่าแต่ละแบรนด์ต่างมีการอัดฉีดยิงโปรโมชันการแข่งขันออกมาชนิดว่า ผู้บริโภคอาจจะจำสับสนเลยก็ว่าได้ว่าตกลงแล้วแบรนด์ไหนกันแน่ที่ลื่นไถลแพด ไอโฟน หรือแจกกาแล็กซี่ S4 แต่คุณไม่แปลกใจบ้างหรือว่าทำไมแต่ละแบรนด์ถึงอยู่ได้ ทั้งๆที่มีคู่แข่งสูง นี่คือข้อสังเกตอย่างแรกที่เราขอชี้ชวนให้คุณลึกลงไป ถิ่นคานักธุรกิจเสียงคืออย่าง คุณใหม่ เจริญปุระที่ดูไม่น่าจะสันตติ์เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ แต่ก็กลับเลือกการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดมาเป็นธุรกิจของตน เรียกว่าคุณใหม่ คือ ตัวอย่าง

ผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่กล้าลงทุน กล้าเสี่ยง กับธุรกิจน้ำดื่มนี้ เพราะเห็นช่องทางแล้วว่ายังมีพื้นที่เหลือพอสำหรับให้คนหน้าใหม่ได้เข้าไปลงทุน เราขอย้ำความคิดนี้ที่ว่าน่าลงทุนก็เพราะว่าเจ้าของแบรนด์ต่างๆ ที่ครองตลาดน้ำดื่มอยู่เนี่ย แม้ว่าจะมีหลายเจ้า หลายยี่ห้อ แต่คุณทราบหรือไม่ ว่าจำนวนที่มีอยู่ก็ยังคงไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากความต้องการน้ำดื่มในยุคโลกออนไลน์มีมากขึ้นเรื่อยๆ ผลพวงจากจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น วิถีชีวิต พฤติกรรมการดำเนินชีวิตของผู้คนก็เปลี่ยนไป สภาพอากาศ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติก็แปรเปลี่ยน จนอาจกล่าวได้ว่า ทุกๆ สิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบันล้วนแต่สนับสนุนให้ธุรกิจน้ำดื่มยังมีโอกาสเติบโตไปได้อีกไกล และน่าลงทุนสำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่เสมอถ้ามีความสำคัญต่อร่างกายมนุษย์ ช่วยให้อวัยวะต่างๆ ของร่างกายทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและสมดุลเพราะในร่างกายเราประกอบด้วยน้ำถึง 2 ใน 3 ส่วน ฉะนั้นจึงมีความสำคัญอันดับต้นๆ ของชีวิตมนุษย์ เราอาจมีชีวิตรอยู่ได้เป็นเดือนหากขาดอาหาร แต่อยู่ได้เพียงไม่กี่วันเท่านั้นหากขาดน้ำ

ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมการดูแลสุขภาพมากขึ้น รวมทั้งรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบจากการทำงานทำให้ น้ำดื่มบรรจุขวดให้ความสะดวกสบายต่อผู้บริโภคได้มากขึ้น ดังนั้นบริษัท เฟรชชี จำกัด จึงออกผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดภายใต้ตรา “freshly” โดยใช้กรรมวิธีการผลิตระบบ รีเวอร์สออสโมซิส ซึ่งสามารถกรองน้ำได้สะอาดบริสุทธิ์ ปราศจากเชื้อโรค ถูกหลักอนามัยได้รับมาตรฐานการผลิตน้ำดื่มจากกระทรวงสาธารณสุขว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสะอาดปลอดภัย

โดยปัจจุบันตลาดของน้ำดื่มบรรจุขวด เป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงในระดับท้องถิ่น ซึ่งคู่แข่งในในระดับท้องถิ่น เช่น น้ำดื่มทิพย์ธานี น้ำดื่มเขาหลวง น้ำดื่มบีบี ฯลฯ เป็นต้น แต่คู่แข่งจะใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นขวดชุ่น ซึ่งต้นทุนจะต่ำกว่าขวดใส บริษัทจึงได้ใช้กลยุทธ์บรรจุขวดใสเพื่อนำมาตีตลาดคู่แข่ง

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายจะนิยมบริโภคน้ำขวดใสมากกว่าขวดชุ่น เนื่องจากมีความเชื่อว่าเห็นความสะอาดปลอดภัยของน้ำดื่มได้มากกว่า จึงคาดว่าจะมีแนวโน้มการบริโภคสูง

ด้านราคา ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มเฟรชชี เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เข้ามาตีตลาด ซึ่งอยู่ในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ขึ้นแนะนำ การกำหนดราคาจะถูกกำหนดไว้เท่ากับคู่แข่ง เพื่อตีตลาดให้ได้ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ของบริษัทที่ดีกว่าคู่แข่ง อีกทั้งเพื่อให้ครอบคลุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เสียไปจากการส่งเสริมการตลาด ระดับราคาแบ่งตามขนาดดังนี้ ขนาดบรรจุ 0.6 ลิตร ราคาโหลละ 43 บาท ขนาดถ้วย บรรจุกล่องละ 48 ถ้วย ราคา 75 บาท ชนิดถัง ราคา ถังละ 15 บาท

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อเครื่องดื่มมากที่สุด คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต และ ซูเปอร์สโตร์ เช่น 7-eleven Tops BigC นอกจากนี้จะมีการขายโดยจำหน่ายผ่านคนกลาง เพื่อกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคให้ทั่วถึง และเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและสนับสนุนพฤติกรรมในการบริโภคน้ำดื่มอย่างต่อเนื่องด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ทางบริษัทมีการจัดส่ง pretty สาวสวยไปแจกสินค้าตัวอย่างให้ผู้บริโภคได้ทดลองคิ่ตามห้างสรรพสินค้า ย่านธุรกิจ ตลาด นอกจากนี้ทางบริษัทได้จัดทำ การส่งเสริมการตลาดแบบครบวงจรเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุดผ่านสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น แจกใบปลิว เป็นต้น

2.แนวคิดของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

1. เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนา การใช้ทรัพยากรทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ และแก้ปัญหาการจัดการทางการตลาด
2. เพื่อเพิ่มความสนใจในการปกป้องผลประโยชน์ของผู้บริโภค ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจจำเป็นต่อการเพิ่มกฎเกณฑ์ของรัฐบาล
3. เป็นเครื่องมือสำหรับนโยบายสาธารณะทั่วไป
4. ประโยชน์ต่อการประเมินผลโอกาสตลาดใหม่
5. ประโยชน์ต่อการเลือกส่วนแบ่งตลาด
6. เพิ่มประสิทธิภาพด้านกลยุทธ์
7. ปรับตัวผลิตภัณฑ์และทรัพยากรขององค์กรให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภค
8. ประโยชน์ต่อการปรับปรุงกิจการร้านค้าปลีก

ลักษณะของชั้นทางสังคม ประกอบด้วย 6 ระดับ ด้วยกัน

ชั้นที่ 1 Upper – Upper Class ประกอบด้วยครอบครัวที่มีชื่อเสียงเก่าแก่ ผู้เกิดมา “บนกองเงินกองทอง” และมีทรัพย์สินสมบัติใช้อย่างน้อย 3 อายุดคน เป็นกลุ่มที่เล็กที่สุดในชั้นทางสังคม สมาชิกมักจะเป็นพ่อค้าใหญ่ นายธนาคารและอาชีพที่มีชื่อเสียง

ชั้นที่ 2 Lower – Upper Class เป็นชั้นของ “คนรวยหน้าใหม่” เพิ่งจะมีสมบัติและยังไม่เป็นสิ่งที่ยอมรับของคนชั้นที่ 1 บุคคลเหล่านี้เป็นผู้ยิ่งใหญ่ในวงการบริหาร ผู้ก่อตั้งบริษัทใหญ่ ๆ แพทย์และนักกฎหมายที่ร่ำรวย เป็นผู้ที่มีรายได้สูงสุดในจำนวนชั้นทั้งหมด จัดอยู่ในระดับ “มหาเศรษฐี”

ชั้นที่ 3 Upper – Middle Class ชั้นนี้ประกอบด้วยชายและหญิงที่ประสบความสำเร็จในวิชาอื่น ๆ เช่น แพทย์ นักกฎหมาย ศาสตราจารย์ เจ้าของกิจการขนาดกลางและคนระดับบริหารในองค์กรต่าง ๆ รวมทั้งชายและหญิงวัยหนุ่มสาวที่คาดว่าจะได้ระดับฐานะทางอาชีพไปสูงสุดภายใน 2 – 3 ปี สมาชิกในชั้นนี้ส่วนมากจบปริญญาจากมหาวิทยาลัย กลุ่มนี้เรียกกันว่าเป็นตาเป็นสมองของสังคม

ชั้นที่ 4 Lower – Middle Class เป็นพวกที่เรียกว่า “คนโดยเฉลี่ย” ประกอบไปด้วยพวกที่ไม่ใช่ฝ่ายบริหาร เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก พวกช่างที่รับค่าตอบแทนสูง พวกทำงานนั่งโต๊ะระดับต่ำและนักธุรกิจขนาดเล็กอยู่ตอนล่างของชั้นนี้

ชั้นที่ 5 Upper – Lower Class เป็นพวก “จนแต่ซื้อสัตย์” ได้แก่ ชนชั้นทำงานเป็นชั้นที่ใหญ่ที่สุดในชั้นทางสังคม เป็นพวกพนักงานที่มีความชำนาญและกึ่งชำนาญ

ชั้นที่ 6 Lower – Lower Class ประกอบด้วยคนงานที่ไม่มีความชำนาญ กลุ่มชาวนาที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเอง ชนกลุ่มน้อย เป็นต้น

นักจิตวิทยามาสโลว์ได้กำหนดทฤษฎี ลำดับขั้นตอนของความต้องการซึ่งกำหนดความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ไว้ 5 ระดับ ซึ่งจัดลำดับจากความต้องการ ระดับต่ำไปยังระดับสูง

ความสำเร็จส่วนตัว

ความต้องการด้านสังคม

ความปลอดภัยและมั่นคง

ความต้องการของร่างกาย

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ขั้นตอนที่1 การรับรู้ถึงปัญหา (Need recognition) การรับรู้ถึงปัญหาหรือการรับรู้ปัญหา

ขั้นตอนที่2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ในขั้นแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน

ขั้นตอนที่3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation Alternative Solution)ขั้นนี้ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้มาจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ถึงข้อดี ข้อเสียที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบทางเลือกที่ดีที่สุดและหาความคุ้มค่าที่สุด

ขั้นตอนที่4 ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงและความภาคภูมิใจ (Self- Esteem Need) เมื่อมนุษย์เติบโตมาถึงจุดหนึ่ง ที่มีความต้องการด้านกายภาพ ปลอดภัย ความรัก เพียงพร้อมสมบูรณ์ เขาจะเริ่มมีความต้องการอีกขั้นคือความก้าวหน้าและการยอมรับในคุณค่าของตนจากบุคคลอื่นรอบข้าง

ขั้นตอนที่5 ความต้องการความสมบูรณ์ของชีวิต (Self-Actualization Needs)เป็นความต้องการขั้นสูงสุด ที่มนุษย์น้อยคนจะไปถึงได้ เริ่มจากการที่ต้องได้รับความต้องการทั้งสี่ด้านข้างต้นอย่างเพียงพอก่อน ความต้องการนี้มาสโลว์อธิบายว่า เป็นความต้องการและความปรารถนาที่มนุษย์จะใช้ความสามารถและศักยภาพที่มีทั้งหมดในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ

3.ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 4P's คือ กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้วิเคราะห์ประกอบการจัดการและวางแผนในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด มีองค์ประกอบอยู่ 4 ประการดังนี้

Product หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ธุรกิจต้องการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยจะต้องพิจารณาจากสิ่งต่างๆ

Price หมายถึง ราคาของสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่งราคาสินค้าจะต้องมีความสัมพันธ์กับคุณภาพผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ เงินทุนในองค์กร เพื่อใช้ตัดสินใจในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยการตั้งราคาจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ

Place หมายถึง ช่องทางการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ รวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้าหรือบริการนั้นๆ ไปยังผู้บริโภคให้ทันต่อความต้องการและเกิดค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด

Promotion หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมการขาย เป็นกลยุทธ์ที่ใช้กระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคให้สนใจสินค้าหรือบริการมากยิ่งขึ้น กิจกรรมการส่งเสริมการขายมีหลายรูปแบบ

4.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดร.ทอม วู (Dr.Tom Wu) (2562) ผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการและการรักษาด้วยวิธีธรรมชาติ เป็นผู้ที่หันมาดื่มน้ำผักและผลไม้ปั่นละเอียดวันละ 4 - 6 แก้ว ร่วมกับกินอาหารอินทรีย์และกินผักผลไม้เพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว เพื่อเยียวยาตนเองจากโรคมะเร็งปอดระยะที่ 3 และผลจากการกินอาหารที่มีเส้นใยสูงทุกวันติดต่อกันนาน 9 เดือนช่วยให้ ดร.ทอม วู หายขาดจากโรคมะเร็งเพราะผักและผลไม้อุดมด้วยสารต้านมะเร็ง แคมโยอาหารยังมีคุณสมบัติช่วยดักจับและเจือจางสารพิษที่ตกค้างในร่างกาย รวมถึงสกัดกั้นสารก่อมะเร็งที่ปนเปื้อนมากับอาหาร ทั้งช่วยเพิ่มน้ำหนักร่างกาย มีผลกระตุ้นให้ร่างกายขับถ่ายเร็วขึ้น ช่วยขับสารพิษและป้องกันเซลล์มะเร็งเจริญเติบโต ได้ศึกษาวิชาแพทย์แผนตะวันตกพร้อมกับค้นคว้าวิชาแพทย์ทางเลือก จนสำเร็จการศึกษาเป็นดอกเตอร์ด้านโภชนาการและการรักษาด้วยวิธีธรรมชาติ จากสหรัฐอเมริกา

ดร.นิชาอุตะห์ ระเด่นอาหมัด (2551) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ บอกถึงที่มาของงานวิจัยชิ้นนี้ว่า เกิดจากในแต่ละปีมีผู้หญิงที่เข้าสู่วัยทองจำนวนมาก บุคคลเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับฮอร์โมนทดแทน แต่หากได้รับเกิน 5 ปี ก็มีผลข้างเคียงอื่นๆตามมา เช่นมะเร็งต่างๆ นอกจากนี้ในสตรีวัยทองที่ได้รับฮอร์โมนลดลง ก็พบอัตราเสี่ยงต่อการเกิดโรคอัลไซเมอร์ จึงได้มีแนวความคิดที่จะหาสารหรือพืชทดแทนจากธรรมชาติมาทดแทนการใช้ฮอร์โมนสังเคราะห์ที่ผ่านได้มีนักวิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับฮอร์โมนทดแทน พบว่าในผลิตภัณฑ์ถั่วเหลือง และผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลืองขาวเป็นพืชมีฮอร์โมนเอสโตรเจนสูง อย่างไรก็ตามจากการวิจัยก็พบว่า นอกจากพืชทั้งสองตัวแล้ว ในน้ำมะพร้าวอ่อนก็มีฮอร์โมนเอสโตรเจนสูงเช่นกัน และมีส่วนช่วยลดพยาธิสภาพของโรคอัลไซเมอร์ด้วยการทดลองโดยใช้หนูขาวเพศเมียที่ถูกตัดรังไข่ออกทั้งสองข้างเป็นแบบจำลองสตรีวัยทอง และให้ได้รับน้ำมะพร้าวเป็นเวลา 5 สัปดาห์ ผลออกมาพบว่าหนูมีพยาธิสภาพของโรคอัลไซเมอร์น้อยกว่าหนูกลุ่มที่ไม่ได้รับน้ำมะพร้าว ดร.นิชาอุตะห์ ระเด่นอาหมัด บอกอีกว่าในสตรีวัยทองหากบริโภคมะพร้าวอ่อนสัปดาห์ละ 3 ครั้งๆละ 1 ลูก จะช่วยลดความเสี่ยงที่จะเป็นโรคอัลไซเมอร์

คุณลุงจันทร์ เขียวพันธุ์ (2561) บ้านหนองคู ตำบลบ้านเรื่อน อำเภอบำเหน็จ จังหวัดลำพูน ซึ่งเป็นคนบ้านคูผู้แข็งแกร่งในการฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมมอญโบราณ ผสมกับความรู้วิชาการสมัยใหม่ ด้านต่างๆ สร้างขึ้นเป็นกรอบเค้าโครงอัตลักษณ์แก่นมอญรุ่นใหม่ที่เติบโตขึ้น “อ้อย” ที่ว่านี้ เป็นอ้อยลำเล็กๆ ครับ ผิวเปลือกสีแดงอมน้ำตาลจัดจนเกือบดำ คุณลุงบอกว่า เมื่อต้มกับใบเตย เคี้ยวให้น้ำงวดลงจนสีออกเข้ม จะได้น้ำสมุนไพรรสหวานอ่อนๆ มีสรรพคุณบำรุงไตอย่างดีเลิศ ดื่มเป็นยาอายุวัฒนะได้ทุกวันเท่าที่ต้องการ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินงาน

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

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปรายงานผลการปฏิบัติงาน
2. สรุปงบประมาณผลกำไร
3. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า

แผนการปฏิบัติงาน

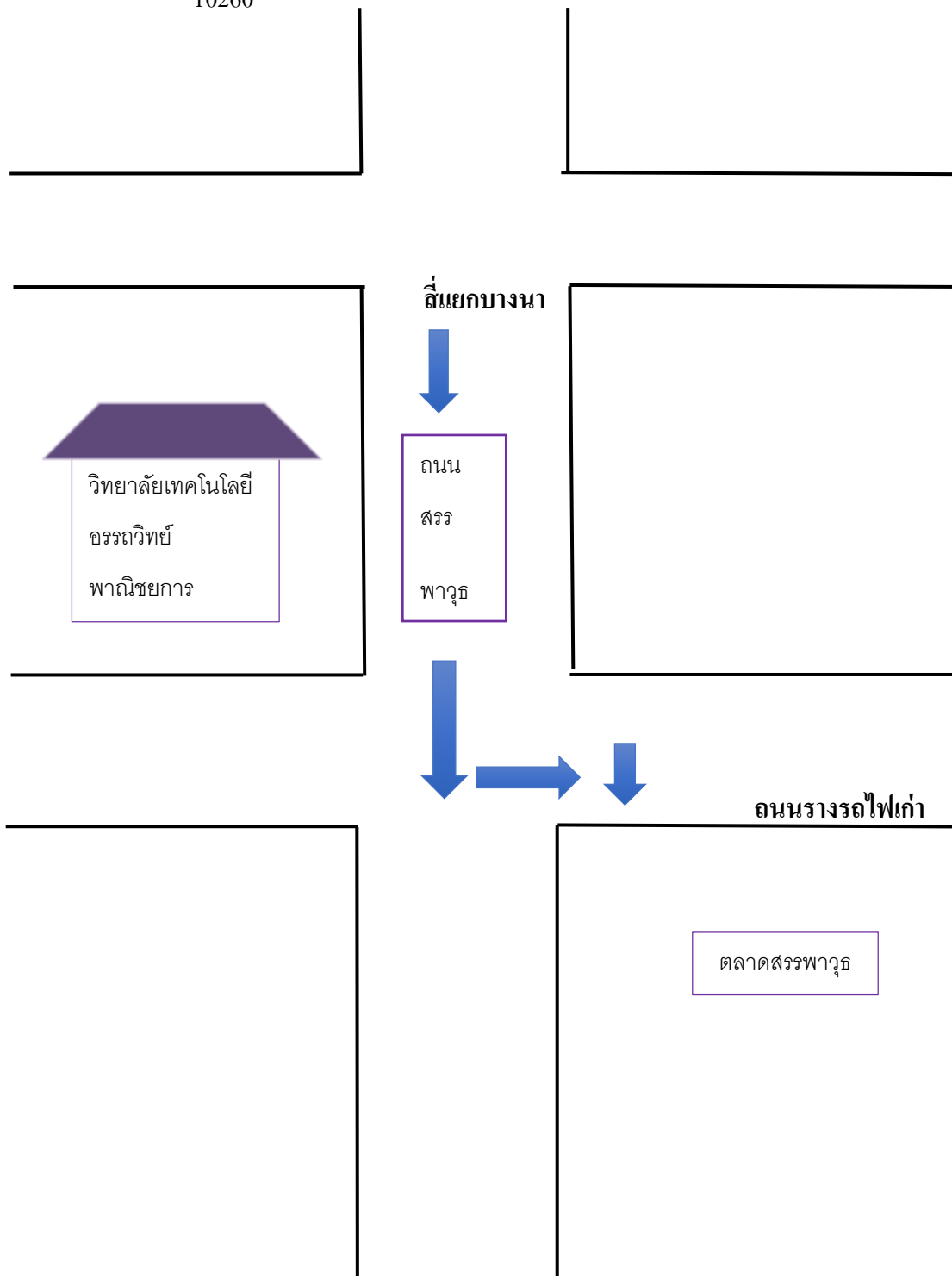
ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562						ปี 2563	
	ม.ย. .	ส.ค. .	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1.ลงความเห็นในการขายสินค้า	↔	↔						
2.สรุปความเห็นขายสินค้า น้ำอ้อย		↔						
3.ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษา โครงการ			↔					
4.จัดเตรียมอุปกรณ์ในการขายสินค้า				↔				
5.จัดเตรียมสถานที่ในการขายสินค้า				↔				
6.หาแหล่งวัตถุดิบ					↔			
7.ลงสถานที่ในการขายสินค้า ตลาด แฟลตทหารเรือ						↔		
8.สรุปผลการปฏิบัติงาน							↔	
9.ส่งรายงานสรุปผลดำเนินงาน								↔

สถานที่ดำเนินโครงการ

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ เดือนกรกฎาคม 2562 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ ตลาดสรรพาวุธ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา จังหวัดกรุงเทพฯ

10260



ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 6,000 บาท

ค่าวัสดุดิบ

1. ต้นอ้อยสด	280 บาท
2. ไข่มุกดิบ	150 บาท
3. วั่นฟรุตสลัด	150 บาท
4. เจาก๊วย	200 บาท
5. น้ำแข็ง	800 บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์

1. ค่าเช่าสถานที่ (140 x 8วัน)	1,120 บาท
2. แก้วพลาสติก 16 ออนซ์	900 บาท
3. หลอดน้ำ เล็ก	249 บาท
4. หลอดน้ำ ใหญ่	384 บาท
5. โหลแก้ว 3 ใบ	180 บาท
6. ซ้อนดักที่อบปิ้ง	180 บาท
7. ถุงใส่แก้ว	228 บาท
8. กระดาษชำระ	119 บาท
9. เครื่องปั่นอ้อย	200 บาท
10. โต๊ะ	200 บาท

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

1. อุปกรณ์ตกแต่งร้าน	500 บาท
----------------------	---------

รวม

5,920 บาท

การจัดทำแผนการดำเนินงาน

ความเป็นมาของธุรกิจ

ต้นอ้อยเป็นผลไม้ชนิดหนึ่ง ที่อัดแน่นไปด้วยคุณค่าประโยชน์มากมายทั้งให้ความอร่อยและสดชื่น นับเป็นอีกหนึ่งผลไม้สุดโปรดของใครหลายคน อ้อยมีประโยชน์ต่อร่างกาย เพราะแก้กระหายคลายร้อน เดิมพลังให้ร่างกายได้ทันที นอกจากนี้อ้อยยังสามารถนำมาแปรรูปได้อีกด้วย เช่น น้ำตาลปึก ไวน์น้ำอ้อย และที่นิยมเป็นอย่างมากคือ “น้ำอ้อย” ถือเป็นน้ำที่มีประโยชน์อย่างมาก เมื่อนำไปสกัดเย็น กากอ้อยนำไปทำเป็นปุ๋ยมูลอินทรีย์ ออกจำหน่าย ณ ตลาดสรรพยาฯ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ

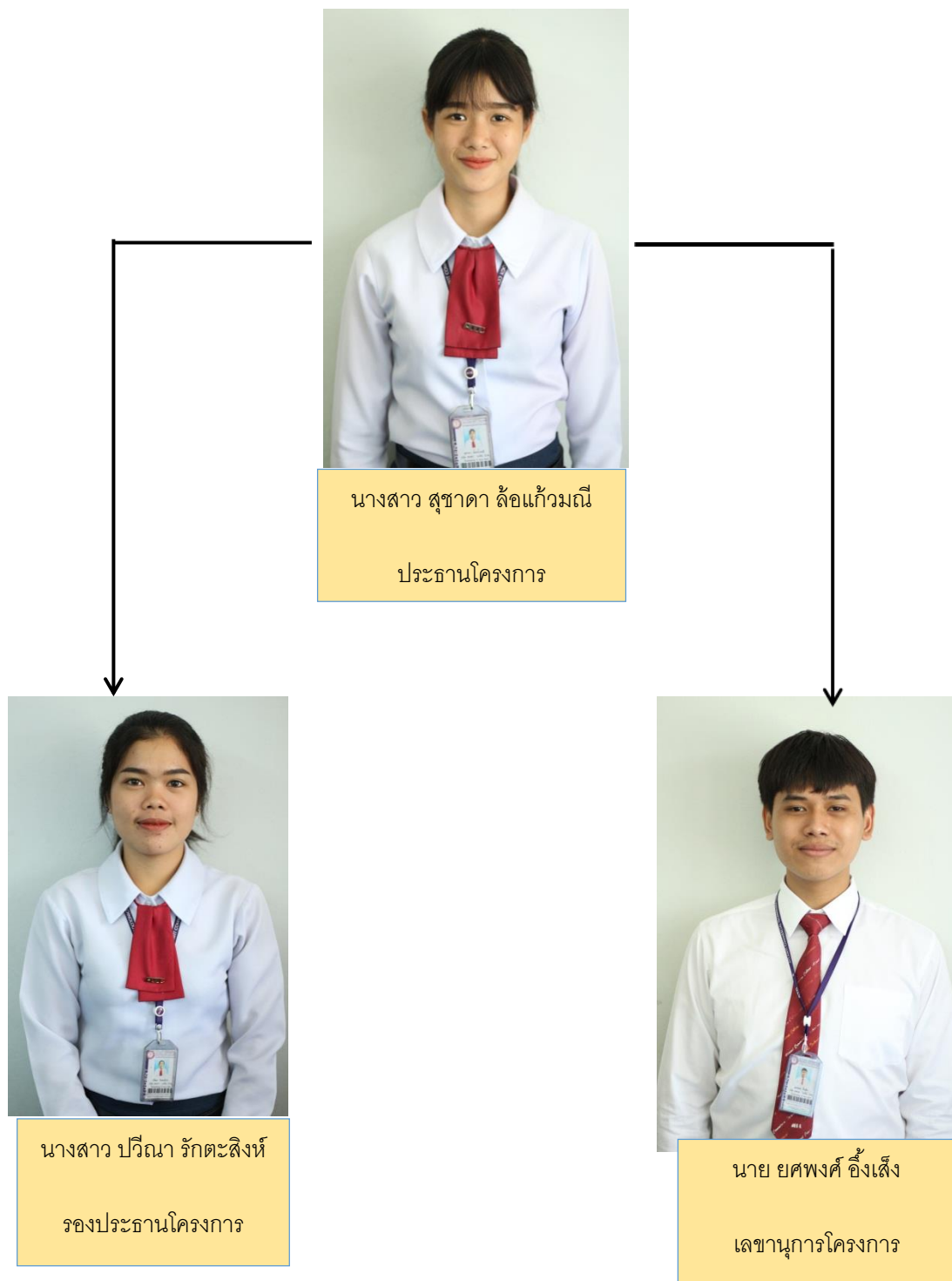
สำหรับ ประโยชน์ของอ้อย นั้น เราสามารถแบ่งประโยชน์ของอ้อยออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ประโยชน์การใช้โดยตรงจากอ้อย และการใช้อ้อยด้านอุตสาหกรรม ซึ่งรายละเอียดดังนี้ การใช้ประโยชน์จากอ้อยโดยตรง คือ เป็นอาหาร ให้ความหวาน เป็นอาหารสัตว์ เป็นเชื้อเพลิง ใช้เป็นวัตถุดิบดินหรือบำรุงดิน เป็นต้น การใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์จากอ้อยนั้น จะให้ ชานอ้อย กากตะกอน กากน้ำตาล ซึ่งสิ่งเหล่านี้ นอกจากจะได้น้ำตาลทรายที่เราใช้ปรุงอาหารแล้ว ชานอ้อย กากตะกอน รวมถึงกากน้ำตาล สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วน เช่น ชานอ้อย ใช้เป็นเชื้อเพลิง ใช้ผลิตวัสดุก่อสร้าง เช่น อัดเป็นแผ่น แผ่นกันความร้อน ใช้ผลิตเยื่อกระดาษ และกระดาษชนิดต่าง ๆ ใช้เป็นอาหาร ใช้ทำปุ๋ยหมัก กากตะกอน ใช้ทำเป็นปุ๋ยบำรุงดิน ใช้ในผลิตภัณฑ์ขัดเงา ผลิตภัณฑ์สำหรับกระดาษคาร์บอน ผลิตภัณฑ์พลาสติก กากน้ำตาล ใช้ทำปุ๋ย ใช้เลี้ยงสัตว์ ใช้ผลิตแอลกอฮอล์ ใช้ทำผงชูรส ใช้ทำกรดน้ำส้ม เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์

น้ำอ้อยคั้นสดของทางร้านเป็นน้ำที่ได้รับการคัดกรองความสดใหม่จากธรรมชาติ ดีต่อสุขภาพและยังดื่มได้ทุกวัน ไม่มีสารอันตราย บรรจุใส่แก้วและขวดเพื่อความสะอาดรวดเร็วต่อการดื่ม ทางร้านเราได้มีการคั้นน้ำอ้อยสดใหม่ทุกวันและยังเพิ่ม ท็อปปิ้งลงไปเพื่อความแปลกใหม่ทันสมัย



แผนบริหารจัดการ



แผนการตลาด

ผลิตภัณฑ์ (Product) น้ำอ้อยหวานมี2แบบ มีทั้งแบบขวดขนาด 20 ออนซ์ และแบบแก้ว 32 ออนซ์



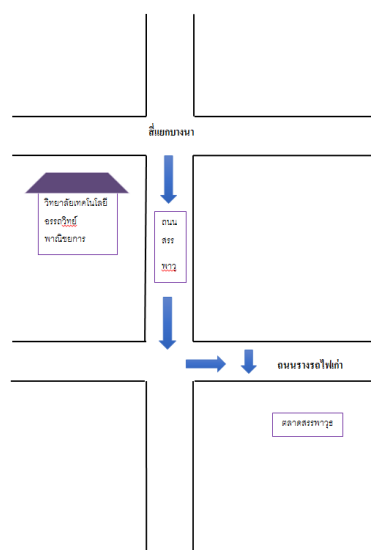
ราคา (Price)

มี 2 ราคา แบบแก้ว แก้วละ29บาท และแบบขวด ขวดละ10บาท



ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

- ตลาดนัดสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ



เพจ facebook



การส่งเสริมการขาย (Promotion)

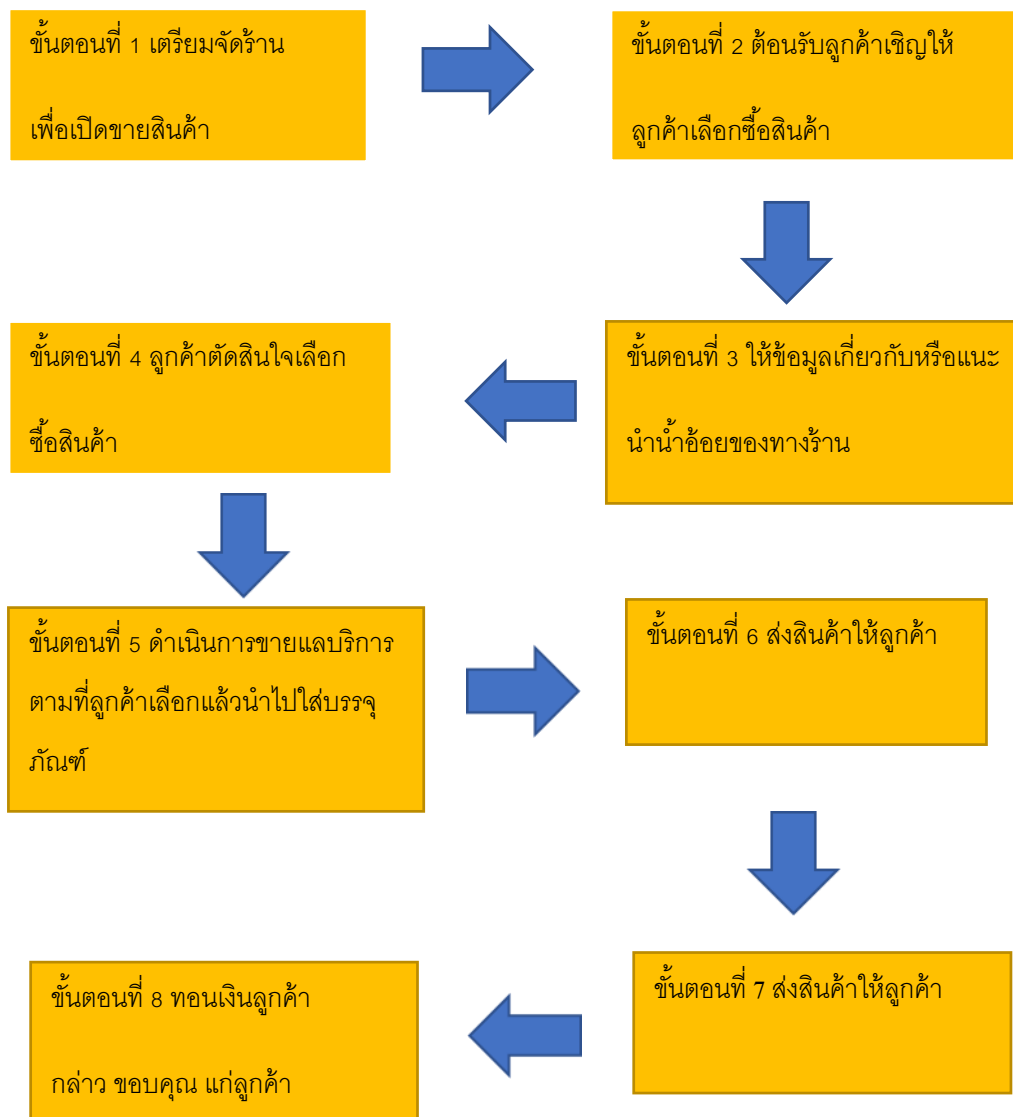
ถ้าซื้อแบบแก้ว แก้วละ 29 บาท ร้านเรามีบริการตัดท็อปปิ้งบุฟเฟต์ มี 3 ท็อปปิ้งให้เลือกตัด
มีทั้ง เฉาก๊วยหนึบหนับ ฟรุ๊ตสลัด และไข่มุก และถ้าซื้อน้ำอ้อยแบบขวดไป ขวดละ 10 บาท
11 ขวด 100 บาท



แบบขวด ขวดละ 10 บาท 11 ขวด 100 บาท



แผนการผลิต/การขาย/การบริการ



แผนการเงิน

งบประมาณในการลงทุน คนละ 2,000 บาท 3 รวม 6,000

แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	เกิดการลอกเลียนแบบ	ลูกค้ารับประทานอาหารน้อยลง	ทำการจดลิขสิทธิ์ต่อสูตรการทำอาหาร
2	ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น	กำไรได้น้อยลง	เลือกใช้สินค้าทดแทน
3	การบริการของพนักงาน	การบริการของพนักงาน	อบรมพนักงาน
4	การเกิดคู่แข่งรายใหม่	ยอดขายน้อยลง	จัดทำส่งเสริมการตลาดดึงดูดลูกค้า

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

การดำเนินโครงการขายสินค้า “อ้อยหวาน” มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้ให้กับนักศึกษาในช่วงปิดภาคเรียนและเพื่อให้ได้รับประสบการณ์ในการดำเนินงาน

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาว สุชาดา ล้อแก้วมณี		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
20 มิ.ย. 62	คิดเริ่มทำโครงการขายน้ำอ้อย	
21 มิ.ย. 62	ประชุมกลุ่มการทำโครงการ	
25 มิ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา	
26 มิ.ย. 62	นำเสนอโครงการใบอนุมัติ	
27 มิ.ย. 62	เริ่มทำบทที่ 1	
28 มิ.ย. 62	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 1	
29 มิ.ย. 62	ส่งเนื้อหาบทที่ 1	
4 ก.ค. 62	เริ่มทำแบบที่ 2 (แนวทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
6 ก.ค. 62	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 2 (แก้ไขครั้งที่ 1)	
11 ก.ค. 62	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 2 (แก้ไขครั้งที่ 2)	
16 ก.ค. 62	ส่งเนื้อหาบทที่ 3	
31 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 3 (วิธีดำเนินโครงการ)	
10 ส.ค. 62	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 3 (แก้ไขครั้งที่ 1)	
14 ส.ค. 62	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 3 (แก้ไขครั้งที่ 2)	
16 ส.ค. 62	ส่งเนื้อหาบทที่ 3	
20 ส.ค. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา	
15 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1	
5 ต.ค. 62	ทำป้ายร้าน	
11 ต.ค. 62	จัดหาซื้ออุปกรณ์การขาย	
12 ต.ค. 62	จัดเตรียมอุปกรณ์	

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
14 ต.ค. 62	จัดเตรียมเรื่องการขายและการจัดหน้าร้าน	
15 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 1	
17 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 2	
19 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 3	
22 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 4	
24 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 5	
26 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 6	
29 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 7	
31 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 8	
16 พ.ย. 62	เริ่มทำ PowerPoint ครั้งที่ 2	
19 พ.ย. 62	เตรียมอุปกรณ์สำหรับการนำเสนอ	
19 พ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
23 พ.ย. 62	ซ้อมนำเสนอโครงการ	
24 พ.ย. 62	นำเสนอโครง Present ครั้งที่ 2	
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
7 ม.ค. 63	เริ่มทำบทที่ 4	
9 ม.ค. 63	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 4	
14 ม.ค. 63	ส่งเนื้อหาบทที่ 4	
15 ม.ค. 63	เริ่มทำบทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ)	
17 ม.ค. 63	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 5	
21 ม.ค. 63	ส่งเนื้อหาบทที่ 5	
25 ม.ค. 63	เริ่มทำบรรณานุกรม	
27 ม.ค. 63	แก้ไขบรรณานุกรม	
28 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม	
8 ก.พ. 63	ทำภาคผนวก ก/ ภาคผนวก ข/ ภาคผนวก ค/ ภาคผนวก ง	
10 ก.พ. 63	แก้ไขภาคผนวก ก/ ภาคผนวก ข/ ภาคผนวก ค/ ภาคผนวก ง	
11 ก.พ. 63	ส่งภาคผนวก ก/ ภาคผนวก ข/ ภาคผนวก ค/ ภาคผนวก ง	
15 ก.พ. 63	เริ่มทำกิตติกรรมประกาศ , บทคัดย่อ	
17 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศ , บทคัดย่อ	
18 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ , บทคัดย่อ	

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
15 ก.พ. 63	เริ่มทำกิตติกรรมประกาศ , บทคัดย่อ	
17 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศ , บทคัดย่อ	
18 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ , บทคัดย่อ	
19 ก.พ. 63	เริ่มทำรูปเล่มโครงการ	
20 ก.พ. 63	แก้ไขรูปเล่มโครงการ	
22 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ	
24 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่มโครงการ+แผ่นซีดี+คำรูปเล่มโครงการ	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาว ปวีณา รักตะสิงห์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
20 มิ.ย. 62	คิดเริ่มทำโครงการขายอัยหวาน	
21 มิ.ย. 62	ประชุมกลุ่มการทำโครงการ	
25 มิ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา	
26 มิ.ย. 62	นำเสนอโครงการไปอนุมัติ	
27 มิ.ย. 62	เริ่มทำบทที่ 1	
28 มิ.ย. 62	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 1	
29 มิ.ย. 62	ส่งเนื้อหาบทที่ 1	
4 ก.ค. 62	เริ่มทำแบบที่ 2 (แนวทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
6 ก.ค. 62	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 2 (แก้ไขครั้งที่ 1)	
11 ก.ค. 62	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 2 (แก้ไขครั้งที่ 2)	
16 ก.ค. 62	ส่งเนื้อหาบทที่ 3	
31 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 3 (วิธีดำเนินโครงการ)	
10 ส.ค. 62	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 3 (แก้ไขครั้งที่ 1)	
14 ส.ค. 62	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 3 (แก้ไขครั้งที่ 2)	
16 ส.ค. 62	ส่งเนื้อหาบทที่ 3	
20 ส.ค. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา	
15 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1	
5 ต.ค. 62	ทำป้ายร้าน	
11 ต.ค. 62	จัดหาซื้ออุปกรณ์การขาย	
12 ต.ค. 62	จัดเตรียมอุปกรณ์	
14 ต.ค. 62	จัดเตรียมเรื่องการขายและการจัดหน้าร้าน	
15 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 1	
17 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 2	
19 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 3	
22 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 4	
24 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 5	
26 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 6	
29 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 7	

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
29 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 7	
29 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 7	
31 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 8	
16 พ.ย. 62	เริ่มทำ PowerPoint ครั้งที่ 2	
19 พ.ย. 62	เตรียมอุปกรณ์สำหรับการนำเสนอ	
19 พ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
23 พ.ย. 62	ซ้อมนำเสนอโครงการ	
24 พ.ย. 62	นำเสนอโครง Present ครั้งที่ 2	
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
7 ม.ค. 63	เริ่มทำบทที่ 4	
9 ม.ค. 63	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 4	
14 ม.ค. 63	ส่งเนื้อหาบทที่ 4	
15 ม.ค. 63	เริ่มทำบทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ)	
17 ม.ค. 63	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 5	
21 ม.ค. 63	ส่งเนื้อหาบทที่ 5	
25 ม.ค. 63	เริ่มทำบรรณานุกรม	
27 ม.ค. 63	แก้ไขบรรณานุกรม	
28 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม	
8 ก.พ. 63	ทำภาคผนวก ก/ ภาคผนวก ข/ ภาคผนวก ค/ ภาคผนวก ง	
10 ก.พ. 63	แก้ไขภาคผนวก ก/ ภาคผนวก ข/ ภาคผนวก ค/ ภาคผนวก ง	
11 ก.พ. 63	ส่งภาคผนวก ก/ ภาคผนวก ข/ ภาคผนวก ค/ ภาคผนวก ง	
15 ก.พ. 63	เริ่มทำกิตติกรรมประกาศ , บทคัดย่อ	
17 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศ , บทคัดย่อ	
18 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ , บทคัดย่อ	
19 ก.พ. 63	เริ่มทำรูปเล่มโครงการ	
20 ก.พ. 63	แก้ไขรูปเล่มโครงการ	
22 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ	
24 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่มโครง+แผ่นซีดี+คำสรุปเล่มโครงการ	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นาย ยศพงศ์ อึ้งเส็ง		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
20 มิ.ย. 62	คิดเริ่มทำโครงการขาย น้ำอ้อยหวาน	
21 มิ.ย. 62	ประชุมกลุ่มการทำโครงการ	
25 มิ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา	
26 มิ.ย. 62	นำเสนอโครงการ ใบอนุมัติ	
27 มิ.ย. 62	เริ่มทำบทที่ 1	
28 มิ.ย. 62	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 1	
29 มิ.ย. 62	ส่งเนื้อหาบทที่ 1	
4 ก.ค. 62	เริ่มทำแบบที่ 2 (แนวทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
6 ก.ค. 62	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 2 (แก้ไขครั้งที่ 1)	
11 ก.ค. 62	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 2 (แก้ไขครั้งที่ 2)	
16 ก.ค. 62	ส่งเนื้อหาบทที่ 3	
31 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 3 (วิธีดำเนินโครงการ)	
10 ส.ค. 62	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 3 (แก้ไขครั้งที่ 1)	
14 ส.ค. 62	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 3 (แก้ไขครั้งที่ 2)	
16 ส.ค. 62	ส่งเนื้อหาบทที่ 3	
20 ส.ค. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา	
15 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1	
5 ต.ค. 62	ทำป้ายร้าน	
11 ต.ค. 62	จัดหาซื้ออุปกรณ์การขาย	
12 ต.ค. 62	จัดเตรียมอุปกรณ์	
14 ต.ค. 62	จัดเตรียมเรื่องการขายและการจัดหน้าร้าน	
15 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 1	
17 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 2	
19 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 3	
22 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 4	
24 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 5	

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
26 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 6	
29 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 7	
31 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 8	
16 พ.ย. 62	เริ่มทำ PowerPoint ครั้งที่ 2	
19 พ.ย. 62	เตรียมอุปกรณ์สำหรับการนำเสนอ	
19 พ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
23 พ.ย. 62	ซ้อมนำเสนอโครงการ	
24 พ.ย. 62	นำเสนอโครง Present ครั้งที่ 2	
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
7 ม.ค. 63	เริ่มทำบทที่ 4	
9 ม.ค. 63	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 4	
14 ม.ค. 63	ส่งเนื้อหาบทที่ 4	
15 ม.ค. 63	เริ่มทำบทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ)	
17 ม.ค. 63	แก้ไขเนื้อหาบทที่ 5	
21 ม.ค. 63	ส่งเนื้อหาบทที่ 5	
25 ม.ค. 63	เริ่มทำบรรณานุกรม	
27 ม.ค. 63	แก้ไขบรรณานุกรม	
28 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม	
8 ก.พ. 63	ทำภาคผนวก ก/ ภาคผนวก ข/ ภาคผนวก ค/ ภาคผนวก ง	
10 ก.พ. 63	แก้ไขภาคผนวก ก/ ภาคผนวก ข/ ภาคผนวก ค/ ภาคผนวก ง	
11 ก.พ. 63	ส่งภาคผนวก ก/ ภาคผนวก ข/ ภาคผนวก ค/ ภาคผนวก ง	
15 ก.พ. 63	เริ่มทำกิตติกรรมประกาศ , บทคัดย่อ	
17 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศ , บทคัดย่อ	
18 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ , บทคัดย่อ	
19 ก.พ. 63	เริ่มทำรูปเล่มโครงการ	
20 ก.พ. 63	แก้ไขรูปเล่มโครงการ	
22 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ	
24 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่มโครง+แผ่นซีดี+คำสรุปเล่มโครงการ	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการ อ้อยหวาน Sugar cane juice ขายครั้งที่ 1

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
26/มิ.ย./62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	3	2,000.00	6,000.00						6,000.00
15/ต.ค./62	ถังใส่น้ำแข็ง				1 ถัง	450	450.00			5,550.00
	กระปุกฝาปิด				3 ใบ	20	60.00			5,490.00
	ถุงหิ้ว				3 แพ็ค	40	120.00			5,370.00
	ผ้าปูโต๊ะ				2 ผืน	19	38.00			5,332.00
	ถุงใส่แก้ว 32 oz				1 แพ็ค	20	20.00			5,312.00
	ฟรุ๊ตสลัด				1 ถูง	38	38.00			5,274.00
	ถุงมืออนามัย				1 แพ็ค	45	45.00			5,229.00
	ป้ายราคา				1 แพ็ค	21	21.00			5,208.00
	ที่ตั้งป้ายราคา				2 อัน	17	34.00			5,174.00
	หลอดเล็ก				1 แพ็ค	30	30.00			5,144.00
	แก้ว 32 oz				1 แพ็ค	30	30.00			5,114.00
	ฝาโคม				1 แพ็ค	30	30.00			5,084.00
	ป้ายไวโนล				1 ชิ้น	1,200	1,200.00			3,884.00

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	ยอดยกมา			3,884.00						3,884.00
	โลโก้				1 แผ่น	300	300.00			3,584.00
	ต้นอ้อย				40 โล	10	400.00			3,184.00
	ขวด 10 oz				1 แพ็ค	200	200.00			2,984.00
	หลอดใหญ่				1 แพ็ค	30	30.00			2,954.00
	น้ำแข็ง				1 กระสอบ	25	25.00			2,929.00
	เลาก้วย				2 ถุง	35	70.00			2,859.00
	ไข่มุกสีเงิน-ทอง				1 ถุง	40	40.00			2,819.00
	ค่าเช่าที่				1 แผง	50	50.00			2,769.00
	ขายน้ำอ้อย			835.00						3,604.00
	รวม			4,719.00			1,115.00			3,604.00

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการ อ้อยหวาน Sugar cane juice

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

ทุนจากการดำเนินการทั้งสิ้น	6,000	บาท
ซื้อวัสดุอุปกรณ์	3,600	บาท
รายได้จากการขายสินค้า	10,496	บาท
กำไรสุทธิ	4,496	บาท
กำไรจากการดำเนินงานสมาชิกกลุ่ม	1,498	บาท
รวม	4,496	บาท
แบ่งรายได้จากการดำเนินงาน 3 คน คนละ	3,498	บาท

รายชื่อ

จำนวนเงิน

1. นางสาวสุชาดา	ลือแก้วมณี	3,498	บาท
2. นางสาวปวีณา	รักตะสิงห์	3,498	บาท
3. นายศพงษ์	อึ้งเส็ง	3,498	บาท
รวม		10,496	บาท

ได้กำไรสุทธิจากการดำเนินสมาชิกในกลุ่ม 3 คน คนละ	1,498	บาท
รวม	4,496	บาท

ข้อเสนอแนะ

1. สมาชิกควรให้ความร่วมมือในการทำงานมากกว่านี้
2. สมาชิกยังขาดประสบการณ์ในการทำงานอยู่
3. ควรเตรียมการเปิดร้านเพื่อขายสินค้ามากกว่านี้

บทที่ 5

สรุปผลดำเนินโครงการ และขอเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินการขายสินค้า Sugar Cane Juice อ้อยหวาน ทางกลุ่มได้เริ่มดำเนินการมาเป็นระยะเวลา 3 สัปดาห์ ผลการดำเนินการได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ทางกลุ่มได้ตั้งไว้โดยสามารถสร้างรายได้ระหว่างเรียนได้อีกด้วย ทำให้ทางกลุ่มมีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นที่รู้จักแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า สามารถที่จะใช้ความรู้และประสบการณ์ที่ได้ไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตในอนาคตได้

สรุปตารางการปฏิบัติงาน

ลำดับที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
1	7 มิ.ย. 62	คิดริเริ่มทำโครงการ, ประชุมวางแผน เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขออนุมัติ
2	29 มิ.ย. 62	ส่งบทที่ 1
3	11 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2
4	16 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3
5	21 ก.ย. 62	นำเสนอ PowerPoint โครงการ ครั้งที่ 1
6	2 ต.ค. 62	จัดเตรียมอุปกรณ์
7	12 ต.ค. 62	ดำเนินการที่ ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ ถนนสรรพวุธ แขวงบางนา กรุงเทพฯ
8	16 พ.ย. 62	นำเสนอ PowerPoint โครงการ ครั้งที่ 2
9	7 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 4
10	23 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 5
11	25 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ+ ส่งรูปเล่มพร้อมซีดี

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. เพื่อนร่วมงานขาดความรู้เกี่ยวกับการทำงาน
2. สมาชิกในกลุ่มขาดความกระตือรือร้นในการทำงานและปฏิบัติงานผิดพลาดบ่อยครั้ง

สัปดาห์ที่ 1

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. คัดริเริ่มโครงการธุรกิจบริการ
2. ประชุมวางแผน และจัดสรรงบประมาณ

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. สมาชิกในกลุ่มมีเวลาว่างไม่ตรงกันทำให้การประชุมล่าช้า
2. ความคิดเห็นภายในกลุ่มไม่ตรงกัน
3. ลูกค้ายังไม่ค่อยรู้จัก

สัปดาห์ที่ 2

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. หาซื้ออุปกรณ์
2. สำรวจพื้นที่ที่จะดำเนินการธุรกิจบริการ

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. หาสินค้าบริการยาก สินค้าไม่มีตามที่ต้องการ
2. ความคิดเห็นภายในกลุ่มไม่ตรงกัน

สัปดาห์ที่ 3

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. ทำป้ายชื่อร้านและออกแบบโลโก้ร้าน

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. สมาชิกในกลุ่มยังไม่ค่อยพร้อมในการนำเสนอโครงการ
2. สมาชิกขาดประสบการณ์ในการทำป้ายร้านและโลโก้ร้าน

สัปดาห์ที่ 4-5

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. ทดลองการขาย
2. จัดทำเอกสารบทที่ 1-3

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการที่ปฏิบัติ

1. สมาชิกบางคนไม่เข้าใจในเรื่องของการบริการ
2. ขาดความรู้ด้านการทำเอกสาร

สัปดาห์ที่ 6

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการขายสินค้า
2. ดำเนินการขาดตลาด

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการที่ปฏิบัติ

สัปดาห์ที่ 7

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. ดำเนินการขายที่ตลาดนัดสรรพาวุธทหารเรือ

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการที่ปฏิบัติ

1. ของเอามาไม่ครบ
2. ฝนตกระหว่างขาย

สัปดาห์ที่ 8

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. ส่อง Power Point
2. เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา ก่อน Present
3. Present โครงการ

การแก้ไขปัญหา

1. หาข้อมูลและวิธีทำในอินเทอร์เน็ตเพื่อมาเพิ่มทักษะในการทำและพัฒนาฝีมือ
2. ต้องเรียกสมาชิกภายในกลุ่มมาประชุมเพื่อแก้ไขปัญหาและปรับปรุงการทำงาน

ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา

1. ต้องมีการหาความรู้ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินโครงการ เพื่อให้โครงการสำเร็จไปได้ด้วยดี
2. ในการทำงานต้องพยายามเรียนรู้และวางแผนตรวจสอบสินค้าและอุปกรณ์เพื่อความพร้อมของสินค้าและเปรียบเทียบราคาจากแหล่งขายที่ถูกที่สุด
3. สมาชิกทุกคนต้องทำงานกันเป็นทีม ไม่เห็นแก่ตัว เมื่อสมาชิกขาดความรับผิดชอบ ประธานจะต้องบอกตักเตือนให้ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ

ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ

สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ

ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2560

ชื่อโครงการ อ้อยหวาน Sugar Cane Juice

ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2562 – กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่การดำเนินงาน ตลาดนัดแฟลตทหารเรือสรรพาวุธบางนา

ประมาณค่าใช้จ่าย 6,000 บาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ

นางสาวสุชาดา	ลือแก้วมณี	รหัสประจำตัว	39287	ปวช. 3/3
นางสาวปวีณา	รักตะสิงห์	รหัสประจำตัว	39327	ปวช. 3/3
นายยศพงศ์	อึ้งเส็ง	รหัสประจำตัว	39924	ปวช. 3/3

ลงชื่อ ประธานโครงการ

(นางสาวสุชาดา ลือแก้วมณี)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ธน นลาทรวิรุฬห์)...../...../.....

(อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์)...../...../.....

ลงชื่อ..... หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

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

ชื่อโครงการ	อ้อยหวาน Sugar Cane Juice	
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม ขายสินค้า	
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ธนน	ลาภธนวิรุพท์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์	
ผู้รับผิดชอบโครงการ		
นางสาวสุชาดา	ลือแก้วมณี	ประธานโครงการ
นางสาวปวีณา	รักตะสิงห์	รองประธานโครงการ
นายยศพงศ์	อึ้งเส็ง	เลขานุการ

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากในปัจจุบันตลาดบริโภคมีมากขึ้นความต้องการของผู้บริโภคมีหลากหลาย ในยุคนี้ผู้บริโภคมีความต้องการเลือกรับประทานอาหารที่คลาสร้อนได้ อาหารที่ซื้อง่ายรับประทานง่าย และคลาสร้อนดังนั้น คณะผู้จัดทำโครงการจึงเห็นตรงกันว่ามีความคิดริเริ่มทำโครงการขายสินค้า น้ำอ้อยสดแบบขวดและแก้ว โดยซื้อร้าน อ้อยหวาน จัดจำหน่ายอยู่ที่ ตลาดสรรพยา

น้ำอ้อยเป็นเครื่องดื่มสำหรับคลาสร้อน เหมาะกับอากาศแบบประเทศไทยที่สุดแล้วยังเป็น น้ำอ้อยคั้นสดอีกด้วยผู้คนจึงอาจจะสนใจเป็นอย่างมากเพราะน้ำอ้อยที่คั้นสดจะไม่มีสารใดๆเจือปน เป็นอ้อยธรรมชาติ ปลอดภัย สดชื่น คลาสร้อนได้เหมาะกับอากาศแบบนี้มากๆ ผู้จัดทำโครงการจึงมองเห็นแนวทางในการจัดทำโครงการและขยายช่องทางการจำหน่ายสำหรับน้ำอ้อยธรรมดาๆ ออกสู่ตลาดได้โดยการเพิ่มท็อปปิ้งฟรี แบบบุฟเฟต์ ได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
- เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษ
- เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม

เป้าหมาย

- สร้างผลกำไร รายได้ให้กับนักศึกษา
- เพื่อสร้างอาชีพการขายสินค้า

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

ประชุมลงความคิดในเรื่องการขายสินค้า
สรุปลงความเห็นขายสินค้า น้ำอ้อย
ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
มอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ
จัดเตรียมอุปกรณ์ในการขายสินค้า
จัดเตรียมสถานที่ในการขายสินค้า
จัดทำแผนธุรกิจและกลยุทธ์ทางการตลาด

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ปฏิบัติงาน
ตกแต่งร้านเตรียมพร้อมให้การขายสินค้า
ทดลองปฏิบัติงานขายและประเมินผล
ปฏิบัติงานธุรกิจขายสินค้าตามแผนงานที่วางไว้
จัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

สรุปรายงานผลการปฏิบัติงาน
สรุปงบประมาณผลกำไร
แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 6,000 บาท

ค่าวัสดุดิบ

ต้นอ้อยสด	280 บาท
ไข่มุกดิบ	150 บาท
วุ้นฟรุตสลัด	150 บาท
เจลาทีน	200 บาท
น้ำแข็ง	800 บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์

ค่าเช่าที่ (140 x 8วัน)	1,120 บาท
แก้ว 16 ออนซ์	900 บาท
หลอดน้ำ (เล็ก)	249 บาท
หลอดน้ำ (ใหญ่)	384 บาท
โหลแก้ว (3 ใบ)	180 บาท
ถุงใส่แก้ว	228 บาท
ช้อนตัก	180 บาท
ทิชชู	119 บาท
เครื่องปั่นอ้อย	- -
โต๊ะ	- -

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

อุปกรณ์ตกแต่งร้าน	500 บาท
รวม	5,440 บาท

การติดตามผลและการประเมิน

- นำเสนอสินค้าเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
- แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า
- รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
- สร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษ
- เกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม

ปัญหาและอุปสรรค

วัตถุดิบที่ใช้อาจจะมีต้นทุนสูง
สินค้าที่ผลิตแล้วไม่สามารถเก็บไว้นาน

ข้อเสนอแนะ

มีที่ซื้ออุปกรณ์สำรอง มีราคาแพงจากร้านที่ซื้อประจำไม่กี่บาท
วางแผนในการผลิตสินค้าในแต่ละวัน

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ธนน ลาภธนวิรุฬห์)
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

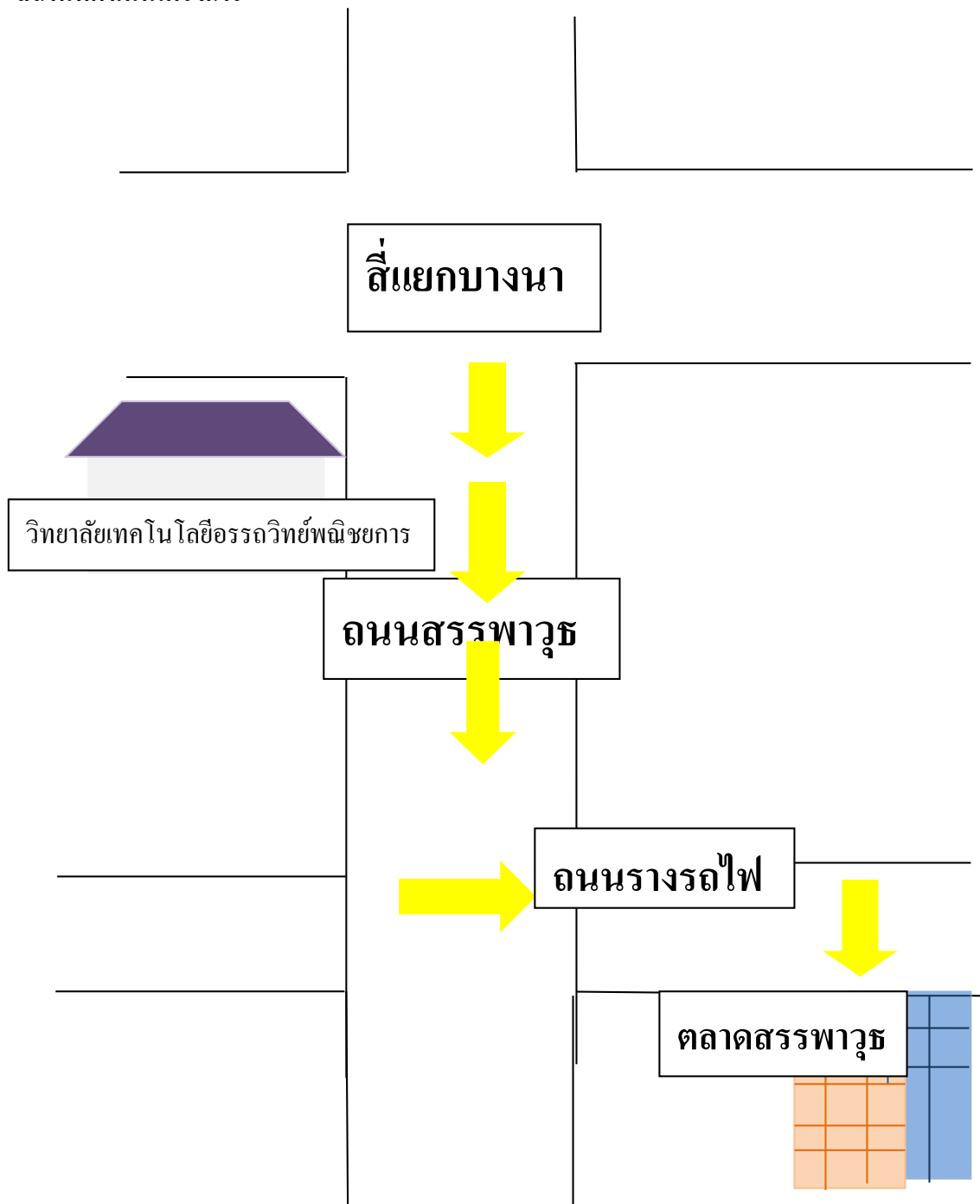
ลงชื่อ.....

(อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์)
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)
อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



ขั้นตอนดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562						ปี 2563	
	มิ.ย.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1.ลงความเห็นในการขายสินค้า	↔	↔						
2.สรุปความเห็นขายสินค้า น้ำอ้อย		↔						
3.ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ			↔					
4.จัดเตรียมอุปกรณ์ในการขายสินค้า				↔				
5.จัดเตรียมสถานที่ในการขายสินค้า				↔				
6.หาแหล่งวัตถุดิบ					↔			
7.ลงสถานที่ในการขายสินค้า ตลาดสรรพาวุธ						↔		
8.สรุปผลการปฏิบัติงาน							↔	
9.ส่งรายงานสรุปผลดำเนินงาน								↔

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ เดือนกรกฎาคม2562 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ตลาดสรรพาวุธ

ระดับ ปวช. ปีการศึกษา 2562

บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ

อ้อยหวาน Sugar Cane Juice

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

อาจารย์ธนน ลาภธนวิรุพห์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์

ลำดับที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
1	กำหนดส่ง โครงการเพื่อขออนุมัติ	24-28มิ.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 กับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อ เตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1)	2-6 ก.ย. 62		
6	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 1 (โครงการ + บทที่ แผนการดำเนินงาน และ 1-3 บรรณานุกรม	21 ก.ย. 62		

ลำดับ	รายการ	วันที่	ลงชื่อที่ ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
7	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/งานประดิษฐ์) เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	1-31 ต.ค.62		
8	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ+ แผนการ ตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/ บริการ/ (แสดงผลงานประดิษฐ์	1-8 พ.ย. 62		
9	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน จัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	16 พ.ย. 62		
10	กำหนดส่ง แบบสอบถาม โครงการ	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)	13-17ธ.ค. 62		
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 ประวัติ ผู้จัดทำโครงการ	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

รายงานผลการประเมินโครงการการขาย อ้อยหวาน จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 100 ตัวอย่าง สรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (แสดงค่าความถี่ และร้อยละ)

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามเพศ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
เพศชาย	49	49%
เพศหญิง	51	51%
รวม	100	100%

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49 และเพศหญิงมีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51

ตารางที่ 2 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	59	59%
อายุ 21-30 ปี	41	41%
อายุ 31-40 ปี	-	-
มากกว่า 41 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	100	100%

จากตารางที่ 2 พบว่าอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59 , อายุต่ำกว่า 21-30 ปี มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41 , อายุ 31-40 ปี มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 และ อายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ตารางที่ 3 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย(ม.6) / ต่ำกว่าประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	4	4%
มัธยมศึกษาตอนปลาย(ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.)	55	55%
อนุปริญญา / ประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	41	41%
ปริญญาตรี	-	-
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	-	-
รวม	100	100%

จากตารางที่ 3 พบว่าระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย(ม.6) /ต่ำกว่าประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 , มัธยมศึกษาตอนปลาย(ม.6) /ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 55 คน , อนุปริญญา / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41 , ปริญญาตรี มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 และปริญญาโท มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ตารางที่ 4 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามระดับอาชีพ

อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	99	99%
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	1	1%
พนักงานเอกชน	-	-
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	-	-
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	-	-
อื่น ๆ	-	-
รวม	100	100%

จากตารางที่ 4 พบว่านักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 99 บาท ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 , พนักงานเอกชน มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 , ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 , พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีจำนวน 0 คิดเป็นร้อยละ 0 และ อื่น ๆ มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ตารางที่ 5 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ประจำต่อเดือน

รายได้	ความถี่	ร้อยละ
รายได้ 5,000-10,000 บาท	100	100%
รายได้ 10,001 – 15,001 บาท	-	-
รายได้ 15,001 – 20,000 บาท	-	-
รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป	-	-
รวม	100	100%

จากตารางที่ 5 พบว่ารายได้ 5,000-10,000 บาท มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100 , รายได้ 10,001 – 15,001 บาท มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 , รายได้ 15,001 – 20,000 บาท มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 , รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานขาย กลุ่ม อ้อยหวาน

ตารางที่ 6 ความพึงใจในงานขาย

รายการประเมิน	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	$\bar{x}$	SD	แปลผล
ผลิตภัณฑ์								
1.รสชาติของน้ำอ้อย	59 (59%)	31 (31%)	10 (10%)	-	-	4.49	0.67	มากที่สุด
2.ความสะอาดของสินค้า	44 (44%)	40 (40%)	16 (16%)	-	-	4.28	0.72	มากที่สุด
ด้านราคา								
3.ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	52 (52%)	28 (28%)	20 (20%)	-	-	4.32	0.78	มากที่สุด
4.ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	52 (52%)	32 (32%)	16 (16%)	-	-	4.36	0.76	มากที่สุด
ด้านการจัดจำหน่าย								
5.ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือซื้อสินค้า	44 (44%)	32 (32%)	24 (24%)	-	-	4.20	0.80	มากที่สุด
6.ความสะดวกในการเดินทาง	66 (66%)	25 (25%)	9 (9%)	-	-	4.57	0.65	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการขาย								
7.ส่งเสริมโดยการถั่วลูกคำซื้อ 10 ขวดแถม 1 ขวด	47 (47%)	33 (33%)	20 (20%)	-	-	4.27	0.77	มากที่สุด
8.ส่งเสริมโดยเมื่อซื้อแบบแก้ว ท็อปปีงฟรี ตักเอง	54 (54%)	28 (28%)	18 (18%)	-	-	4.36	0.77	มากที่สุด

ตารางที่ 5 พบว่ามีความน่าสนใจของสินค้าในการขาย ($\bar{O}$) = 4.49 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด, สินค้าและการบริการของการขายมีคุณภาพ ($\bar{O}$) = 4.28 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด, ความเหมาะสมของราคากับการให้บริการ ($\bar{O}$) = 4.32 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด, การชำระเงินค่าสินค้า ($\bar{O}$) = 4.36 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด, ความสะดวกในการเดินทางมาซื้อสินค้า ($\bar{O}$) = 4.20 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด, ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ($\bar{O}$) = 4.57 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด, เมื่อซื้อสินค้าแบบขวด 10 ในราคาเพียง 100 แกม 1 ($\bar{O}$) = 4.27 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด, โฆษณาผ่าน Facebook ($\bar{O}$) = 4.57 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด

ป้ายหน้าร้าน และข้อมูลจากป้ายแนะนำ ($\bar{O}$) = 4.36 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด , การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ($\bar{O}$) = 4.34 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด, ความชำนาญในการขายสินค้า ($\bar{O}$) = 4.42 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด, บุคลิกภาพ และมารยาทในการขายสินค้า ($\bar{O}$) = 4.39 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด , ขั้นตอนในการทำงาน ($\bar{O}$) = 4.29 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด , ระยะเวลาในการทำงาน ($\bar{O}$) = 4.23 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด , บรรยากาศภายในร้าน ($\bar{O}$) = 4.71 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด และภาพลักษณ์โดยรวมของร้าน ($\bar{O}$) = 4.83 อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด



แบบสอบถาม

ใบประเมินโครงการขาย อ้อยหวาน Sugar Cane Juice

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายลงใน () หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อาชีพ () คุณครูอาจารย์ () นักศึกษา () อื่น ๆ
3. ระดับการศึกษา () ปวช. () ปวส. () อื่น ๆ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายลงใน () หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

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

ปัจจัยที่เกี่ยวกับชิ้นงาน	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ผลิตภัณฑ์					
- รสชาติของน้ำอ้อย					
- ความสะอาดของสินค้า					
ด้านราคา					
- ราคา/เหมาะสมกับคุณภาพ					
- ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
- ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือซื้อสินค้า					
- ความสะดวกในการเดินทาง					

ปัจจัยที่เกี่ยวกับชิ้นงาน	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านการส่งเสริมการขาย					
- ส่งเสริมโดยการเมื่อซื้อครบ 10 ขวด แคมฟรี 1 ขวด					
- ส่งเสริมโดยซื้อแบบแก้วฟรีที่อปปิ้ง ตักเอง					

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

.....

ขอบคุณสำหรับความร่วมมือ

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

- ป้ายร้าน หรือรูปแบบผลิตภัณฑ์ในโครงการ
- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ
- รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติโครงการ
- ประมวลภาพต่างๆ

ตราสินค้า



รูปแบบผลิตภัณฑ์



ฟรุตสลัด



ไข่มุกสีเงิน-ทอง



เฉาก๊วย

รูปแบบวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์ในการทำน้ำอ้อย



อ้อย



เครื่องคั้นอ้อย

ขั้นตอนการทำน้ำอ้อย



คั้นน้ำอ้อย



บรรจุใส่ขวด + แก้ว

ประมวลภาพต่างๆ



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ



ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวสุชาดา ล้อแก้วมณี
วัน เดือน ปี เกิด	:	24 กันยายน 2544
สถานที่เกิด	:	สุโขทัย
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งโครงการ	:	ประธานโครงการ



ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวปิวิณา รักตะสิงห์
วัน เดือน ปี เกิด	:	27 เมษายน 2545
สถานที่เกิด	:	สงขลา
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งโครงการ	:	รองประธานโครงการ



ชื่อ นามสกุล	:	นายศพงษ์ อึ้งเส็ง
วัน เดือน ปี เกิด	:	19 กรกฎาคม 2544
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งโครงการ	:	เลขานุการ