



โครงการ ลูกชิ้นZEEDZAD (ZEEDZAD Project)

จัดทำโดย

นายสหรรษ	ชนะศิลป์
นายจรูญพันธ์	จุมนา
นายณัฐนันท์	สืบสายลา

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ

สาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยการ

ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย

ลูกชิ้นZEEDZAD

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ

(ZEED ZAD)

จัดทำโดย

- | | |
|-----------------|----------|
| 1. นายสหรรษ | ธนะศิลป์ |
| 2. นายจรูญพันธ์ | จุมนา |
| 3. นายณัฐนันท์ | สืบสายลา |

คณะกรรมการอนุมัติเอกสาร โครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาโครงการตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ

(อาจารย์กันตชาติ เมธาโชติมณีกุล)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

กิตติกรรมประกาศ

โครงการเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ ในหลักสูตรการเรียนการสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ซึ่งเนื้อหาโครงการเล่มนี้จะเริ่มตั้งแต่การนำเสนอโครงการ การทำแผนธุรกิจ ตลอดจนผลการดำเนินงาน

คณะนักศึกษาผู้จัดทำโครงการรู้สึกยินดีเป็นอย่างมากหากท่านได้รับประโยชน์จากโครงการเล่มนี้เพราะจะทำให้ผู้อ่านรู้ถึงกระบวนการและขั้นตอนในการประกอบธุรกิจและสามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองได้ในอนาคต

ท้ายนี้คณะผู้จัดทำโครงการ ต้องขอขอบพระคุณอาจารย์กันตชาติ เมธาโชติมณีกุล ที่ปรึกษาโครงการและอาจารย์อุดมพร เปตานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมเป็นอย่างยิ่งที่ได้แนะนำจนโครงการสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และผู้จัดทำโครงการหวังว่าโครงการเล่มนี้จะเป็นประโยชน์แก่ท่านไม่มากนักน้อยหากผิดพลาดประการใดต้องกราบขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการลูกจิ้นZEEDZAD

ZEEDZAD

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	ลูกชิ้นZEEDZAD ZEEDZAD	
จัดทำโครงการ	1. นายสหรรษ	ชนะเลิศปี
	2. นายจรรณพันธ์	จุมนา
	3. นายณัฐนันท์	สืบสายลา
	อาจารย์กัณตชาติ	เมธาโชติมณีกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อุดมพร	เปตานนท์
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด	
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์	
ปีการศึกษา	2562	

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นโครงการประเภทขาย ลูกชิ้นZEEDZAD มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการดังนี้ 1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม 3. เพื่อให้นักศึกษาได้มีอาชีพเสริม

มีวิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอนคือ 1. ขั้นเตรียมการ ขั้นที่ 2. ขั้นดำเนินการและขั้นที่ 3. ขั้นประเมินผลจากผลการดำเนินงาน สรุปดังนี้

วันเวลาและสถานที่ดำเนินการโครงการคือเริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 11 มิ.ย. 2562 ถึง 21 ก.พ. 2563 สถานที่ดำเนินการคือ ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ผลการดำเนินการด้านงบประมาณมีเงินลงทุน 9,600 บาทได้กำไรทั้งสิ้น 4,870 บาท แบ่งกำไรให้สมาชิกในกลุ่ม 3 คนเท่าๆกันคนละ 1,623 บาทสมาชิก

ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ 1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2. ทำให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจและมีความร่วมมือจากการทำงานกันเป็นทีม 3. ได้มีธุรกิจส่วนตัวและรายได้เป็นของตนเอง

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการคือ 1. สมาชิกในกลุ่มขาดความรับผิดชอบต่อการทำงาน 2. การใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ยังไม่ชำนาญ

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาโครงการประเภทขายลูกชิ้น 1. สมาชิกทุกคนต้องทำงานกันเป็นทีม เมื่อสมาชิกขาดความรับผิดชอบ ประธานจะต้องบอกตักเตือนให้ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ 2. ควรมีการหาความรู้ข้อมูลต่าง ๆ หรือสอบถามข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในการคำนวณการใช้วัสดุ และต้องพยายามเรียนรู้ในขั้นตอนการทำงานและนำมาปรับใช้เพื่อพัฒนาฝีมือในการดำเนินโครงการต่อไป

จากแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ กลุ่ม ลูกชิ้นZEEDZAD พบว่าความพึงพอใจต่อสินค้าร้านลูกชิ้นZEEDZAD โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาของสินค้า เหมาะสมกับสินค้า รองลงมา คือ การให้บริการ ความรู้สึก หลังจากที่ได้รับหลังซื้อสินค้า และการแต่งกายเหมาะสม มีบุคลิกและลักษณะท่าทางที่สุภาพ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ รสชาติของน้ำจิ้มหมอลำ

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
เป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามผล และการประเมินโครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	3
ทฤษฎีทางการตลาด	3
ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์	5
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's	7
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	11
วิธีการดำเนินการ	11
ขั้นเตรียมการ	11
แผนการปฏิบัติงาน	12
สถานที่ดำเนินโครงการ	12
ด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์	13
การจัดทำแผนธุรกิจ	14
แผนการตลาด 4 P	16
- ผลิตภัณฑ์	16
- ราคา	16
- ช่องทางการจัดจำหน่าย	17
- การส่งเสริมการขาย	18

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
การประชุมสัมพันธ์/ป่ายร้าน/โลโก้ร้าน	18
ขั้นตอนการดำเนินการขาย	19
แผนบริหารจัดการ	21
แผนการขายสินค้า	22
แผนการเงิน แผนฉุกเฉิน	24
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	25
รายงานผลปฏิบัติงานรายบุคคล	25
บัญชีรายรับ-รายจ่าย	31
ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	47
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	48
สรุปผลการดำเนินโครงการ	48
สรุปตารางการปฏิบัติงาน	48
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	49
ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา	49
บรรณานุกรม	50
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	51
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	52
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์	57
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	61

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ลูกชิ้นเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำมาจากเนื้อสัตว์ประเภทต่าง ๆ นิยมบริโภคกันมากในประเทศไทยโดยมักจะนำมาประกอบปรุงเป็นอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยวแกงจืดเกาเหลาหรือนำมาทำเป็นลูกชิ้นปิ้ง ลูกชิ้นทอดต่างๆ เป็นต้น ลูกชิ้นที่พบขายในท้องตลาดได้แก่ ลูกชิ้นเนื้อวัวลูกชิ้นเนื้อหมู ลูกชิ้นเนื้อไก่ ลูกชิ้นเนื้อปลา แบบต่าง ๆ และลูกชิ้นเนื้อกุ้ง ลูกชิ้นกลายเป็นอาหารวางที่ คนนิยมบริโภคและเป็นส่วนประกอบของอาหารจานเดียวชนิดต่างๆ ซึ่งมีความหลากหลายทั้งประเภทเนื้อสัตว์ที่ทำมาเป็นส่วนประกอบหลักในการผลิตลูกชิ้นตลอดจนวิธีการผลิตและการเติมสารปรุงรส เช่น แป้งเกล็ดและเครื่องเทศจากแหล่งผลิตต่างๆ ทำให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันในด้านคุณภาพและสารอาหาร การผลิตลูกชิ้น จะเริ่มต้นจากการนำเนื้อหมูหรือเนื้อวัวมาตัด หั่น ให้เป็นชิ้นเล็ก ๆ แล้วจึงนำไปบดย่อยด้วยเครื่องบดย่อยจนละเอียดก่อนที่จะนำไปผสมกับเครื่องปรุงรส จากนั้นจึงนำไปเข้าเครื่องบีบเป็นลูกกลมๆ ให้ตกลงในน้ำร้อน เมื่อลูกชิ้นสุกจึงตักมาแปะพดลให้ลูกชิ้นเย็นตัวลงแล้วจึงนำลูกชิ้นมาแช่ใส น้ำจืดจนเย็นต่อไปซึ่งการทำลูกชิ้นตามขั้นตอนดังกล่าวจะใช้เวลาประมาณ 8 ชั่วโมงต่อวัน

ผู้จัดทำเห็นตรงกันว่าการขาย “ลูกชิ้น ZEEDZAD” ง่ายต่อการลงทุนเพราะแต่เดิมมีต้นทุนต่ำอยู่แล้ว และยังมีคนนิยมชื่นชอบเป็นส่วนใหญ่นักชิมสามารถบริโภคได้ทุกวัยมีสารอาหารและคุณประโยชน์หลากหลายอย่างใช้เวลาในการผลิตไม่นานนัก อีกทั้งยังทำเวลาว่างให้เกิดประโยชน์ได้เรียนรู้ประสบการณ์จริงจากการค้าขายในครั้งนี้เพิ่มทักษะในการประกอบอาชีพในอนาคตข้างหน้าโดยมีความรู้ติดตัวและยังทำรายได้หลักให้กับตนเองหรือครอบครัวได้ด้วยเหตุนี้คณะผู้จัดทำจึงได้ลงความคิดเห็นในกลุ่มว่าการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและสร้างภาพลักษณ์ให้กับกิจการจึงเลือกคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพและมีประโยชน์ต่อผู้บริโภคได้บริโภคกันอย่างปลอดภัยและยังได้ต่อยอดในการค้าขายสินค้ามากยิ่งขึ้น

ดังนั้น คณะผู้จัดทำโครงการจึงเห็นตรงกันว่ามีความคิดริเริ่มทำโครงการขายสินค้าลูกชิ้นโดยใช้ชื่อร้าน “ลูกชิ้น ZEEDZAD” เป็นลูกชิ้นที่ใส่หมอล้างไปเพื่อความแปลกใหม่ และทำให้เข้ากับชื่อร้าน “ลูกชิ้น ZEEDZAD” ทำให้ลูกชิ้นของเรามีความเผ็ดแซ่บและแปลกใหม่

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

เป้าหมายของโครงการ

1. สร้างผลกำไร รายได้ให้กับนักศึกษา
2. เพื่อสร้างอาชีพการขายสินค้า
3. เพื่อสร้างประสบการณ์การออกตลาดจริงให้กับนักศึกษา

การติดตามผล และการประเมินโครงการ

1. สรุปรายงานผลการปฏิบัติงาน
2. สรุปงบประมาณผลกำไร
3. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. สร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษ
3. เกิดความสัมพันธ์และมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
4. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีทักษะการวางแผนกลยุทธ์การขายสินค้า

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินโครงการครั้งนี้ ผู้ดำเนินในโครงการได้แนวคิด ทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ทฤษฎีทางการตลาด
2. ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์
3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีทางการตลาด

ทฤษฎีคิดด้านการตลาด (marketing concept) หมายถึง "การที่องค์กรใช้ความพยายามทั้งสิ้นเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อมุ่งให้เกิดยอดขายและกำไรในที่สุด" ในอดีต แนวความคิดด้านการตลาดเป็นแบบเก่าที่เน้นเรื่องการผลิต ผู้ผลิตสินค้ามีน้อยราย ความต้องการสินค้ามีมากกว่าสินค้าที่ผลิตออกมาหรืออุปสงค์ (demand) มีมากกว่าอุปทาน (supply) ต่อมาเมื่อมีการผลิตจำนวนมาก (mass production) ต้นทุนสินค้าต่ำลง ตลาดก็ขยายตัวขึ้น ความเจริญทางเศรษฐกิจขยายตัวเพิ่มมากขึ้น กิจกรรมต่าง ๆ เริ่มหันมาสนใจและเน้นการตลาดมากขึ้นทำให้ทฤษฎีด้านการตลาดเปลี่ยนไปเป็นแนวความคิดด้านการตลาดมุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคม (societal marketing concept) แนวความคิดด้านการตลาดที่ธุรกิจและองค์กรได้ยึดถือและปฏิบัติกันมาซึ่งมีการใช้กันอยู่ทั้งในอดีตและปัจจุบัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดซึ่งต่อไปนี้จะอธิบายถึงแต่ละแนวความคิดโดยจัดเรียงลำดับจากแนวความคิดที่เกิดขึ้นก่อนหลัง

1. **ทฤษฎีด้านการผลิต (production concept)** เป็นแนวความคิดที่เก่าแก่ที่สุดของฝ่ายขาย โดยคิดว่าผู้บริโภคจะพอใจที่จะหาซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ตนชอบ หาซื้อง่าย และต้นทุนต่ำเท่านั้น ดังนั้นงานด้านการตลาดก็คือพยายามปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตให้ดีขึ้น และจัดจำหน่ายอย่างทั่วถึงแนวความคิดด้านการผลิต มีลักษณะดังนี้

1. ผู้บริโภคมีความสนใจในสินค้า และราคาของสินค้าที่เสนอขายที่เป็นธรรมและถูกเป็นพิเศษ
2. ผู้บริโภคไม่เห็นความสำคัญของราคาที่แตกต่างกัน สำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละระดับของบริษัทต่างๆ
3. พยายามลดต้นทุนให้ต่ำ เพื่อดึงดูดและจูงใจผู้บริโภคในด้านราคา

4. รักษาคุณภาพและปรับปรุงการผลิตให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ รวมทั้งการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ทฤษฎีด้านผลิตภัณฑ์ (product concept) เป็นการสมมติว่าผู้บริโภคจะสนใจในคุณภาพที่ดีที่สุดของผลิตภัณฑ์และราคาที่เหมาะสม โดยกิจการใช้ความพยายามในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์อยู่เสมอไม่ว่าจะเป็นเรื่องของคุณภาพ รูปแบบส่วนผสม หีบห่อ สี กลิ่น รสชาติ ก็สามารถประสบผลสำเร็จในการขายสินค้าและมีผลกำไรได้แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์ มีลักษณะดังนี้

1. ผู้บริโภคให้ความสนใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก
2. ผู้บริโภครู้คุณภาพและลักษณะที่แตกต่างกันของสินค้ายี่ห้อต่าง ๆ ที่แข่งขันกันในตลาด
3. ผู้บริโภคเลือกสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งจากสินค้าที่แข่งขันกัน โดยยึดหลักว่า ได้รับผลตอบแทนในด้านคุณภาพสูงสุดจากเงินที่จ่ายไป
4. งานขององค์กรก็คือ ความพยายามรักษาและปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อดึงดูดและจูงใจผู้บริโภค

3. ทฤษฎีด้านการขาย (selling concept) เป็นการศึกษาด้านการจัดการตลาด โดยเน้นถึงความพยายามของผู้ขายมากกว่าผู้ซื้อ ยึดหลักว่าผู้บริโภคโดยทั่วไปมักจะไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ถ้าไม่ถูกกระตุ้นด้วยความพยายามทางการขายและการส่งเสริมการตลาดอย่างเพียงพอ ตัวอย่างเช่น การขายบริการประกันภัย ประกันชีวิต การขายเอนไซม์โคพิเดีย การขายผลผลิตทางการเกษตรล่วงหน้าผู้บริโภคไม่คิดซื้อสินค้าหรือบริการเหล่านั้น จนกว่าจะได้รับการกระตุ้นการขายจากพนักงานขายของบริษัทแนวความคิดด้านการขาย มีลักษณะดังนี้

1. ผู้บริโภคโดยทั่วไปจะไม่ซื้อสินค้าเต็มที่ ผู้ขายจึงสามารถกระตุ้นให้ซื้อเพิ่มขึ้นได้เรื่อยๆ
2. ผู้บริโภคจะถูกชักจูงให้ซื้อสินค้าโดยผ่านเครื่องมือกระตุ้นการขายวิธีต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การใช้พนักงานขายที่มีความสามารถ ตลอดจนการจัดรายการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม ชิงโชค เป็นต้น
3. งานหลักของบริษัท คือ การจัดให้มีแผนกขายที่มีความสามารถดีเด่นเพื่อดึงดูดและชักจูงผู้บริโภค
4. ผู้บริโภคอาจซื้อซ้ำอีก เพราะมีความต้องการอยู่เรื่อย ๆ หรือถ้าไม่ซื้อซ้ำอีก ก็ยังมีผู้บริโภคคนอื่นที่ต้องการซื้อสินค้า

4. ทฤษฎีด้านการตลาด (marketing concept) เป็นการศึกษาจัดการ โดยยึดหลักว่า งานขององค์กร คือ การพิจารณาความจำเป็นและความต้องการของบริษัทเป้าหมาย และการปรับปรุงการจัดการให้สามารถสนองความพอใจของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลที่เหนือคู่แข่งคนอื่น หรืออาจกล่าวได้ว่าแนวความคิดด้านการตลาดหมายถึง การค้นหาและการสนองความต้องการของผู้บริโภค

แนวความคิดด้านการตลาด มีลักษณะดังนี้

1. องค์การที่สร้างขึ้นเพื่อทำหน้าที่ให้ความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าที่ตั้งใจไว้
2. องค์การจะต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ได้
3. องค์การต้องตระหนักถึงผู้บริโภคทุกคน ที่จะมีผลกระทบต่อการดำเนินงาน
4. องค์การเชื่อว่า การทำงานที่จะทำให้เกิดความพอใจแก่ผู้บริโภคจะเป็นสาเหตุให้ได้มาซึ่งชัยชนะ ด้วยความซื่อสัตย์ของบริษัท จะทำธุรกิจดำเนินต่อไปได้ และเป็นที่ยอมรับในระยะยาวอันเป็นเป้าหมายขององค์การ

5. ทฤษฎีด้านการตลาดเพื่อสังคม (social marketing concept) เป็นการศึกษาเรื่องความต้องการและการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค โดยคำนึงถึงสวัสดิภาพของสังคมส่วนรวม โดยหวังผลการตอบสนองเป็นเป้าหมายขององค์การที่ต้องการในระยะยาวเพื่อให้องค์การบรรลุเป้าหมาย กิจกรรมต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อปัญหาต่าง ๆ ของสังคมที่เกิดขึ้นอันเนื่องจากการดำเนินงานทางธุรกิจ ได้แก่ ความเสื่อมโทรมของสภาพสิ่งแวดล้อม การเกิดภาวะเงินเฟ้ออันเนื่องมาจากราคาสินค้าเพิ่มขึ้น การขาดแคลนทรัพยากรบางประเภท ปัญหาที่เกิดขึ้นองค์การควรจะมี ความรับผิดชอบต่อสังคม และผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ ไม่ผลิตสินค้าที่ด้อยคุณภาพไม่ผลิตสินค้าที่เป็นพิษเป็นภัยต่อประชาชน ไม่ค้ากำไรเกินควร ไม่โฆษณาชวนเชื่อมากเกินไป

แนวความคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม มีลักษณะดังนี้

1. มีลักษณะเหมือนแนวความคิดที่มุ่งการตลาด คือ ต้องพิจารณาถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและพยายามสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้ผู้บริโภค
2. ให้ความสำคัญกับผลกระทบในทางที่ดีต่อสังคมส่วนรวม และสภาพแวดล้อม ซึ่งมีผลไปถึงตัวผู้บริโภคด้วยข้อแตกต่างระหว่างแนวความคิดด้านการขายและแนวความคิดด้านการตลาด แนวความคิดด้านการขาย (selling concept) หมายถึง "การเสนอผลิตภัณฑ์ แล้วใช้วิธีการขายแบบต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์" แนวความคิดนี้ บริษัทเสนอผลิตภัณฑ์แล้วจึงหาทางจูงใจลูกค้าด้วยวิธีการขายให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ ส่วนแนวความคิดทางการตลาดนั้น บริษัทจะต้องศึกษาความต้องการของลูกค้าก่อนแล้วจึงค้นหาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสนองความต้องการของลูกค้าต่อไป

2. ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์

ปรากฏ คำภีร์ 2560 (อับราฮัม มาสโลว์) (Abraham Maslow) เป็นผู้วางรากฐานจิตวิทยา มนุษย์นิยม เขาได้พัฒนาทฤษฎีแรงจูงใจ ซึ่งมีอิทธิพลต่อระบบการศึกษาของอเมริกันเป็นอันมาก ทฤษฎีของเขามีพื้นฐานอยู่บนความคิดที่ว่า การตอบสนองแรงขับเป็นหลักการเพียงอันเดียวที่มีความสำคัญที่สุดซึ่งมีเบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์ มาสโลว์มีหลักการที่สำคัญเกี่ยวกับแรงจูงใจ โดยเน้นในเรื่องลำดับขั้นความต้องการ เขามีความเชื่อว่า มนุษย์มีแนวโน้มที่จะมีความต้องการอัน

ใหม่ที่สูงขึ้นเมื่อความต้องการพื้นฐานได้รับการตอบสนอง เช่น ความมั่นคงความปลอดภัย กินอิ่ม นอนหลับ ความต้องการอื่นจะเข้ามาทดแทน เป็นพลังซึ่งจูงใจให้ทำพฤติกรรม เช่น อาจเป็นความสำเร็จในชีวิต เป็นต้น แรงจูงใจของคนเรามาจากความต้องการพฤติกรรมของคนเรามุ่งไปสู่ การตอบสนอง ความพอใจ มาสโลว์ แบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เป็น 5 ระดับ ด้วยกัน ได้แก่

1.ความต้องการทางเสรี (Physiological Needs) หมายถึง ความต้องการพื้นฐานของร่างกาย ซึ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ เสื้อผ้า ฯลฯ ความต้องการนี้เริ่มตั้งแต่วัยทารกกระทั่งถึงวัยชรา มนุษย์ทุกคนมีความต้องการทางเสรีจะอยู่เสมอจะขาดไม่ได้ ถ้าอยู่ในสภาพที่ขาดร่างกายจะกระตุ้นให้บุคคลทำกิจกรรมขวนขวาย เพื่อตอบสนองความต้องการ เหล่านี้ ถ้าต้องการในขั้นแรกนี้ไม่ได้รับการบำบัด ความต้องการขั้นต่อไปก็จะไม่เกิดขึ้น

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

3.ความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ (Love and belonging Needs) หมายถึง ความต้องการที่จะเป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลอื่น และเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ เพราะมนุษย์ทุกคนย่อมต้องการเพื่อน ไม่ต้องการรู้สึกเหงา และอยู่คนเดียว ดังนั้นจึงต้องการมีสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น เป็นสมาชิกกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มที่ทำงาน กลุ่มเพื่อนบ้าน กลุ่มนันทนาการ เป็นต้น ความรู้สึกผูกพันจะเกิดขึ้นเมื่ออยู่ในกลุ่ม และสมาชิกของกลุ่มย่อมเกิดความรัก ความเอาใจใส่ และยอมรับซึ่งกันและกัน

4. ความต้องการที่จะรู้สึกค่าตนเองมีค่า (Esteem Needs) หมายถึง ความปรารถนาที่จะมองเห็นตนเองว่ามีคุณค่าสูง เป็นที่เคารพยกย่องจากทั้งตนเองและผู้อื่น ต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นว่าตนมีความสามารถ มีคุณค่า มีเกียรติ มีตำแหน่งฐานะ บุคคลที่มีความต้องการประเภทนี้จะเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตนเอง และรู้สึกค่าตนเองมีคุณค่ามีประโยชน์ หากความรู้สึกหรือความต้องการดังกล่าวถูกทำลายและไม่ได้รับการตอบสนองก็จะรู้สึกมีปมด้อย สิ้นหวัง มองโลกในแง่ร้าย ต้องการสิ่งชดเชย ถ้าเกิดความรู้สึกรุนแรงจะทำให้บุคคลนั้นเกิดความท้อถอยในชีวิต เป็นโรคประสาท โรคจิต และอาจฆ่าตัวตายได้

5. ความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริง และพัฒนาศักยภาพของหมายถึง ความต้องการที่จะรู้จักและเข้าใจตนเองตามสภาพที่แท้จริง เพื่อพัฒนาชีวิตของตนเองให้สมบูรณ์ (Self-fulfillment) รู้จักค่านิยม ความสามารถและมีความจริงใจต่อตนเอง ปรารถนาที่จะเป็นคนที่ดีที่สุดของตนเอง มีสติในการปรับตัว เปิดโอกาสให้ตนเองเผชิญกับความจริงของชีวิต และเผชิญกับ

สิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยคิดว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายและน่าตื่นเต้น กระบวนการที่จะพัฒนาตนเองเต็มตามศักยภาพของตนเองเป็นกระบวนการที่ไม่มีจุดจบ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่นั้นทุกคนต้องการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพ

มาสโลว์ ตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ ไว้ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอ และไม่มีที่สิ้นสุด ขณะที่ความต้องการได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นจะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นกระบวนการที่เริ่มต้นตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมนั้น ๆ อีกต่อไป ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง จึงจะเป็นสิ่งจูงใจพฤติกรรมของบุคคล
3. ความต้องการของมนุษย์จะเรียงกันเป็นลำดับขั้น ตามความสำคัญ เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์จะให้ความสนใจกับความต้องการระดับสูงขึ้นไปเรื่อยๆ

3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's

อดุลย์ จาตุรงค์กุล 2559 (ในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด 4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

1.ผลิตภัณฑ์ (Products) ที่ต้องมีคุณภาพและรูปแบบดีไซน์ตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือสินค้าหรือบริการที่บุคคลและองค์กรซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าอื่นๆ หรือในแนวทางการประกอบธุรกิจ หรือหมายถึงสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิต การให้บริการ หรือดำเนินงานของกิจการหรือ แม้ผลิตภัณฑ์จะเป็นองค์ประกอบตัวเดียวในส่วนประสมของการตลาดก็ตาม แต่เป็นตัวสำคัญที่มีรายละเอียดที่จะต้องพิจารณาอีกมากมาย ดังนี้ เช่นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Produce Variety) ชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ (Brand Name) คุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ (Quality) การรับประกันผลิตภัณฑ์ (Warranties) และการรับคืนผลิตภัณฑ์ (Returns)

2.ราคา (Pricing) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้ซื้อทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการหรือนโยบายการตั้งราคา (Pricing Policies) หรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน การกำหนดราคามีความสำคัญต่อกิจการมาก กิจการไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การพิจารณาราคาจะต้องกำหนดต้นทุนการผลิต สภาพการแข่งขัน กำไรที่คาดหวัง ราคาของคู่แข่ง ดังนั้นกิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการประเด็นสำคัญจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคาได้แก่ ราคาสินค้าที่ระบุในรายการหรือราคาที่ระบุ

(List Price) ราคาที่ให้ส่วนลด

3.ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ก็เน้นช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึงสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกส่วนได้เป็นอย่างดีหรือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือลูกค้า ซึ่งอาจผ่านคนกลางหรือไม่ผ่านก็ได้ ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) หรือลูกค้าทางอุตสาหกรรม (Industrial Consumer) และคนกลาง (Middleman) โลจิสติกส์ทางการตลาด เป็นการวางแผนการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่ต้องการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งผลกำไร หรือกลยุทธ์ทางการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์แน่นอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่นำเสนอที่อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ หรือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยเศรษฐกิจต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการนำพาสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม มีความสำคัญต่อกำไรของหน่วยธุรกิจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อการกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น การตั้งราคา การโฆษณา เกรดสินค้า หรือ การกระจายสินค้าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้า ภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น

4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เน้นทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย และการตลาดโดยตรง ซึ่งสามารถเรียกว่า 4P ซึ่งนำไปสู่การได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของกิจการนั่นเอง ระดับที่สองคือการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านของการสร้างประสบการณ์ที่ดีน่าประทับใจให้กับลูกค้า ก็จะนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ทางด้านการบริการที่แนบแน่น ต่อผู้บริโภคแบบสนิทแนบแน่น โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดระดับที่สองนี้ คือกิจการจะสามารถมีส่วนแบ่งการตลาดในจิตใจของลูกค้าสูงขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่งหรือ เป็นกิจกรรมติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการให้ความรู้ ชักจูง หรือเป็นการเตือน ความจำเป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย หรือเป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการความคิด ต่อบุคคลโดยใช้เพื่อจูงใจ ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ

4.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สวนีย์ บั้วรเพชร) 2561 ได้ทำการศึกษาโครงการ (ลูกชิ้นทอดน้ำจิ้มรสเด็ด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2) เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา 3) เพื่อให้ (นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม4) เพื่อให้ นักศึกษามีความคิดริเริ่ม (สร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการวางแผนกลยุทธ์การขายสินค้า มีวิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการและขั้นที่ 3) ขั้นประเมินผล จากผลการดำเนินงาน สรุปได้ . ถึงเดือน 2561 ดังนี้ วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่เดือนมิถุนายน รวมปฏิบัติงาน สถานที่ 2562 กุมภาพันธ์ดำเนินการโครงการ คือ ตลาดนัดแฟลตทหารเรือถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 6, บาท ได้กำไรทั้งสิ้น 0007,926 บาท แบ่งกำไรให้สมาชิกในกลุ่ม 2 คน เท่ากัน คนละ 2,642 บาท จากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจต่อสินค้าร้านน้ำมะพร้าวปั่น โดยภาพรวมในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.09. เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13. รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมีค่าเฉลี่ย 4.1 ด้านราคาอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06. และส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.05. ตามลำดับ

ประภัสสร เข็นประโคน) 2560 ได้ทำการศึกษาโครงการ (ลูกชิ้น ND MEATBALLS เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ เพื่อนำความรู้ที่ได้ศึกษามาประยุกต์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจและสร้างรายได้ในระหว่างการศึกษาในจำการขายน้ำผลไม้ปั่นสมุทธุ์ ผลการวิจัยพบว่า งบประมาณในการลงทุน 2,000 บาท จำนวน 3 คน เป็นเงิน 6,000 บาท มีกำไรสุทธิ 330 บาท จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคพบว่า ความหลากหลายของน้ำผลไม้ปั่น ระดับความพึงพอใจคิดมากที่สุด ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ระดับความพึงพอใจคิดเป็นมาก สถานที่ให้บริการมีความสะดวกในการมาใช้บริการ ระดับความพึงพอใจคิดเป็นมาก การแต่งกายของพนักงาน ระดับพึงพอใจคิดเป็นมาก ระดับความพึงพอใจในการให้บริการของร้าน ระดับความพึงพอใจคิดเป็นมากที่สุด โดยภาพรวมมีความพึงพอใจในการให้บริการ ระดับความพึงพอใจคิดเป็นมากที่สุด

วรรณนิสา เอกสกุล) 2561 (ได้ทำการศึกษาโครงการลูกชิ้น KT ซึ่งเป็นโครงการประเภทขายสินค้ามีวัตถุประสงค์. เพื่อ 1) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2) เพื่อ (สร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา 3) เพื่อให้ นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงาน (กันเป็นทีม4) เพื่อให้ นักศึกษามีความสามัคคีเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะกลยุทธ์การขายสินค้า (ผลการวิจัยพบว่างบประมาณในการลงทุน คนละ 3,000 บาท 2 คนรวม 6,000 บาท ได้กำไรสุทธิทั้งสิ้น 4,982 บาท แบ่งกำไรให้สมาชิกในกลุ่ม 2 คน เท่ากัน คนละ 2,491 บาท จากการสำรวจความพึง

พอใจของผู้บริโภค โดยภาพรวมในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้าน
ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.10 ต่องลงมาด้านการตลาดอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93
ด้านราคาอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.55 ตามลำดับ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินงาน

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

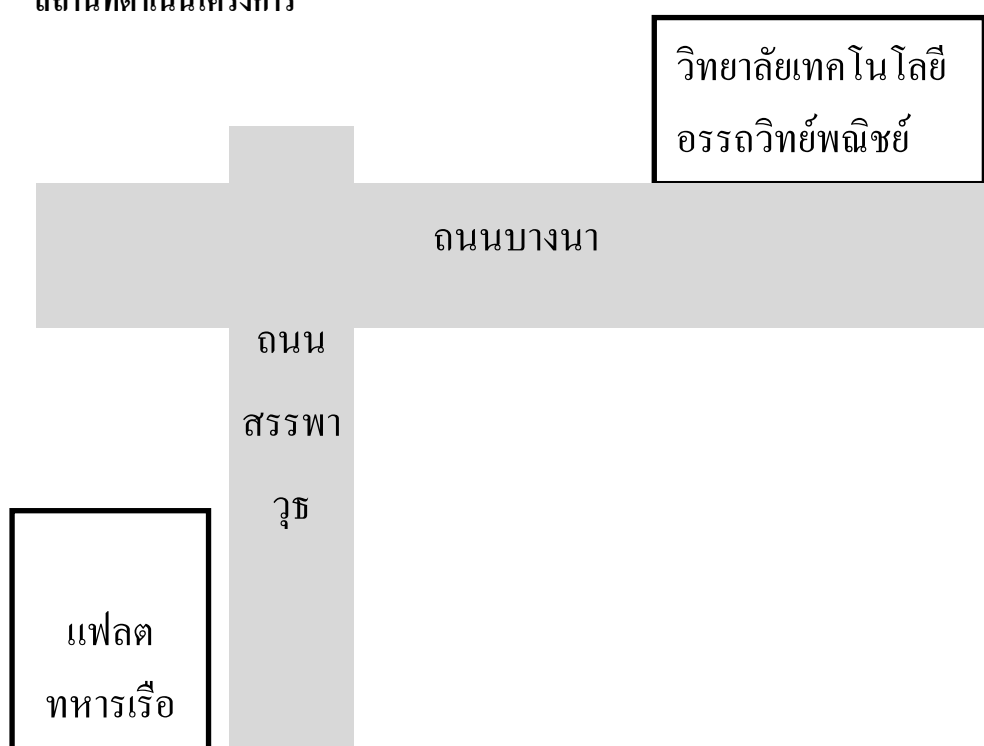
ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปรายงานผลการปฏิบัติงาน
2. สรุปงบประมาณผลกำไร
3. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า

แผนการปฏิบัติงาน

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

สถานที่ดำเนินโครงการ



ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน คนละ 1,200 รวมเป็นเงิน 3,600 บาท

ค่าวัสดุดิบ

1. ลูกชิ้น	500	บาท
2. น้ำจิ้ม	200	บาท
3. หม่าล่า	100	บาท
4. ผักต่างๆ	100	บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์

1. ค่าเช่าสถานที่ (50 x 8 วัน)	400	บาท
2. เตาเผา	300	บาท
3. ถ่านไฟ	200	บาท
4. ถาดรองน้ำมัน	-	บาท
5. ตะแกรง	-	บาท
6. บรรจุภัณฑ์	200	บาท
7. ถูน้ำจิ้ม	50	บาท
8. ถูมือยาง 1 แพ็ค	100	บาท
9. ถูหู้หั่วไส	50	บาท

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

1. ป้ายร้าน/ป้ายราคา	500	บาท
2. เสื่อยูนิฟอร์มร้าน (3 คน)	900	บาท

รวม **3,600** บาท

ความเป็นมาของธุรกิจ

เนื่องจากในปัจจุบันตลาดบริโภคมีมากขึ้นความต้องการของผู้บริโภคมีหลากหลาย ในยุคนี้ผู้บริโภคมีความต้องการเลือกรับประทานอาหารที่ง่ายต่อการรับประทาน อาหารปรุงสุกใหม่และอาหารนั้นต้องมีความอร่อยและถูกปาก ดังนั้น คณะผู้จัดทำโครงการจึงเห็นตรงกันว่ามีแนวคิดริเริ่มทำโครงการขายสินค้าลูกชิ้นโดยใช้ชื่อร้าน “ลูกชิ้น ZEEDZAD” ออกจำหน่าย ณ ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ผลิตภัณฑ์

ลูกชิ้นZEEDZAD คือลูกชิ้นที่นำมาปรุงสุกด้วยการปิ้งเป็นเวลาประมาณ 2 นาทีและนำมาราดน้ำจิ้มสูตรพิเศษของทางเราที่มีส่วนผสมของมาลาทำให้ลูกชิ้นของทางเรามีรสชาติที่ไม่เหมือนใคร และมีรสชาติที่เผ็ดซัดซาด เราจึงตั้งชื่อให้กับมันว่า “ลูกชิ้นZEEDZAD”



แผนบริหารจัดการ



ประธานโครงการ



รองประธานโครงการ



ฝ่ายขาย

แผนการตลาด

1. ผลิตภัณฑ์ (Products) ลูกชิ้น ZEEDZAD

ลูกชิ้นZEEDZAD คือลูกชิ้นที่นำมาปรุงสุกด้วยการปิ้งเป็นเวลาประมาณ 2 นาทีและนำมาราดน้ำจิ้มสูตรพิเศษของทางเราที่มีส่วนผสมของมาล่าทำให้ลูกชิ้นของทางเรามีรสชาติที่ไม่เหมือนใคร และมีรสชาติที่เผ็ดซัดซาด เราจึงตั้งชื่อให้กับมันว่า “ลูกชิ้นZEEDZAD”



ลูกชิ้นหมูเสียบไม้



ลูกชิ้นไก่เสียบไม้

2. ราคา (Pricing) ไม้ละ 10 บาท



ลูกชิ้นหมูเสียบไม้ ไม้ละ 10 บาท



ลูกชิ้นไก่เสียบไม้ ไม้ละ 10 บาท

2. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

สถานที่ตั้งตลาดนัดแฟลตทหารเรือ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร



: ลูกชิ้น ZEEDZADRP GTA V



3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์กิจกรรมการส่งเสริมการขายผ่านป้ายร้านและ Social Media คือ facebookของร้าน เช่น เมื่อซื้อสินค้าครบ 10 ไม่ แถมฟรี 1 ไม่ถึงวันที่ 1 ธันวาคม 2564

1. โลโก้



2. facebook:ลูกชิ้นZEEDZAD



3. ป้ายร้าน



แผนการผลิต/การขาย/การบริการ

ขั้นตอนที่ 1เตรียมจัดร้านเพื่อเปิดขายสินค้า



ขั้นตอนที่ 2 ด้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าต้องการที่จะเลือกซื้อสินค้า



ขั้นตอนที่3 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับลูกชิ้นZEEDZAD



ขั้นตอนที่4 ลูกค้าเลือกลูกชิ้นตามใจชอบ



ขั้นตอนที่ 5 ราคน้ำจิ้มพร้อมกับนำไปบรรจุภัณฑ์



ขั้นตอนที่ 6 ส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า



ขั้นตอนที่ 7 รับเงินจากลูกค้า



ขั้นตอนที่ 8 กล่าวคำขอบคุณลูกค้า





งบประมาณในการลงทุน คนละ1,200 รวมเป็นเงิน 3,600บาท

แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับที่	ลักษณะปัญหา หรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางแก้ไข
1.	วัตถุดิบที่ใช้อาจมีราคาต้นทุนที่สูง	ต้นทุนสูง	การเหมาซื้อวัตถุดิบ ทำให้ต้นทุนถูกลง
2.	สินค้าที่ผลิตแล้วไม่สามารถเก็บไว้นาน	อาจทำให้วัตถุดิบ เน่าเสียและต้อง จัดซื้อใหม่	จัดเก็บด้วยอุณหภูมิที่ ถูกต้องทำให้ยืดอายุ วัตถุดิบ

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

การดำเนินโครงการลูกชิ้นหมาล่า ZEEDZAD มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้เสริมระหว่างศึกษาจากการเปิดร้านจำหน่ายลูกชิ้นหมาล่า ZEEDZAD ในการดำเนินโครงการและเพื่อให้ได้รับประสบการณ์จริงในการดำเนินงาน

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นาย สหรรษ ณะศิลป์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
12 มิ.ย. 62	ประชุมโครงการ	
14 มิ.ย. 62	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
20 มิ.ย. 62	ทำเนื่อหาบทที่ 1 (บทนำ)	
22 มิ.ย. 62	แก้ไขเนื่อหาบทที่ 1 (บทนำ)	
24 มิ.ย. 62	ส่งเนื่อหาบทที่ 1 (บทนำ)	
26 มิ.ย. 62	ทำเนื่อหาบทที่ 2 (แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
30 มิ.ย. 62	แก้ไขเนื่อหาบทที่ 2	
12 ก.ค. 62	ส่งเนื่อหาบทที่ 2 (แก้ไข)	
16 ก.ค. 62	ทำเนื่อหาบทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	
6 ส.ค. 62	แก้ไขเนื่อหาบทที่ 3	
10ส.ค. 62	ส่งเนื่อหาบทที่ 3	
29ส.ค. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงานเพื่อนำเสนอ)	
15ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1	
17 ก.ย. 62	ทำป้ายร้าน โลโก้ สติกเกอร์	
10 ก.ย. 62	ออกสำรวจสถานที่ออกขาย	
29ก.ย. 62	ซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์	
30 ก.ย. 62	ออกขายครั้งที่ 1	
6 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 2	
7 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 3	
13 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 4	
15ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 5	

นาย สหรรษ ณะศิลป์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
20 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 6	
21 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 7	
22 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 8	
27 ต.ค. 62	เริ่มทำ Power Point	
28 ต.ค. 62	แก้ไข Power Point	
10 พ.ย. 62	ส่ง Power Point	
24 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการครั้งที่ 2	
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
16 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 4	
3 ม.ค. 63	แก้ไขบทที่ 4	
8 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 4	
13 ม.ค. 63	เริ่มทำบทที่ 5	
14 ม.ค. 63	แก้ไขบทที่ 5	
15 ม.ค. 63	ส่งทำบทที่ 5	
18 ม.ค. 63	เริ่มทำบรรณานุกรม	
21 ม.ค. 63	แก้ไขบรรณานุกรม	
23 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม	
26 ม.ค. 63	เริ่มทำภาคผนวก	
28 ม.ค. 63	ส่งภาคผนวก ก, ข, ค, ง	
30 ม.ค. 63	เริ่มทำสารบัญ	
8 ก.พ. 63	แก้ไขสารบัญ	
11 ก.พ. 63	ส่งสารบัญ	
12 ก.พ. 63	เริ่มทำกิตติกรรมประกาศ, บทคัดย่อ	
13 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศและบทคัดย่อ	
16 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ, บทคัดย่อ	
18 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่มโครงการ, แผ่นซีดี	

นาย จรุณพันธ์ จูมนา		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
12 มิ.ย. 62	ประชุมโครงการ	
14 มิ.ย. 62	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
20 มิ.ย. 62	ทำเนือหาบทที่ 1 (บทนำ)	
22 มิ.ย. 62	แก้ไขเนือหาบทที่ 1 (บทนำ)	
24 มิ.ย. 62	ส่งเนือหาบทที่ 1 (บทนำ)	
26 มิ.ย. 62	ทำเนือหาบทที่ 2 (แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
30 มิ.ย. 62	แก้ไขเนือหาบทที่ 2	
12 ก.ค. 62	ส่งเนือหาบทที่ 2 (แก้ไข)	
16 ก.ค. 62	ทำเนือหาบทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	
6 ส.ค. 62	แก้ไขเนือหาบทที่ 3	
10ส.ค. 62	ส่งเนือหาบทที่ 3	
29ส.ค. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงานเพื่อนำเสนอ)	
15 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1	
17 ก.ย. 62	ทำป้ายร้าน โลโก้ สติกเกอร์	
10 ก.ย. 62	ออกสำรวจสถานที่ออกขาย	
29 ก.ย. 62	ซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์	
30 ก.ย. 62	ออกขายครั้งที่ 1	
6 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 2	
7 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 3	
13 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 4	
15ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 5	
20 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 6	
21 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 7	
22 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 8	

นาย จริญญาพันธ์ จูมณา		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
27 ต.ค. 62	เริ่มทำ Power Point	
28 ต.ค. 62	แก้ไข Power Point	
10 พ.ย. 62	ส่ง Power Point	
24 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการครั้งที่ 2	
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
16 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 4	
3 ม.ค. 63	แก้ไขบทที่ 4	
8 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 4	
13 ม.ค. 63	เริ่มทำบทที่ 5	
14 ม.ค. 63	แก้ไขบทที่ 5	
15 ม.ค. 63	ส่งทำบทที่ 5	
18 ม.ค. 63	เริ่มทำบรรณานุกรม	
21 ม.ค. 63	แก้ไขบรรณานุกรม	
23 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม	
26 ม.ค. 63	เริ่มทำภาคผนวก	
28 ม.ค. 63	ส่งภาคผนวก ก, ข, ค, ง	
30 ม.ค. 63	เริ่มทำสารบัญ	
8 ก.พ. 63	แก้ไขสารบัญ	
11 ก.พ. 63	ส่งสารบัญ	
12 ก.พ. 63	เริ่มทำกิตติกรรมประกาศ, บทคัดย่อ	
13 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศและบทคัดย่อ	
16 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ, บทคัดย่อ	
18 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่มโครงการ, แผ่นซีดี	

นาย อนุรักษ์ สืบสายลา		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
12 มิ.ย. 62	ประชุมโครงการ	
14 มิ.ย. 62	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
20 มิ.ย. 62	ทำเนือหาบทที่ 1 (บทนำ)	
22 มิ.ย. 62	แก้ไขเนือหาบทที่ 1 (บทนำ)	
24 มิ.ย. 62	ส่งเนือหาบทที่ 1 (บทนำ)	
26 มิ.ย. 62	ทำเนือหาบทที่ 2 (แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
30 มิ.ย. 62	แก้ไขเนือหาบทที่ 2	
12 ก.ค. 62	ส่งเนือหาบทที่ 2 (แก้ไข)	
16 ก.ค. 62	ทำเนือหาบทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	
6 ส.ค. 62	แก้ไขเนือหาบทที่ 3	
10ส.ค. 62	ส่งเนือหาบทที่ 3	
29ส.ค. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงานเพื่อนำเสนอ)	
15 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1	
17 ก.ย. 62	ทำป้ายร้าน โลโก้ สติกเกอร์	
10 ก.ย. 62	ออกสำรวจสถานที่ออกขาย	
29 ก.ย. 62	ซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์	
30 ก.ย. 62	ออกขายครั้งที่ 1	
6 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 2	
7 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 3	
13 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 4	
15ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 5	
20 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 6	
21 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 7	
22 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 8	

นาย ัญญนันท์ สืบสายลา		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
27 ต.ค. 62	เริ่มทำ Power Point	
28 ต.ค. 62	แก้ไข Power Point	
10 พ.ย. 62	ส่ง Power Point	
24 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการครั้งที่ 2	
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
16 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 4	
3 ม.ค. 63	แก้ไขบทที่ 4	
8 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 4	
13 ม.ค. 63	เริ่มทำบทที่ 5	
14 ม.ค. 63	แก้ไขบทที่ 5	
15 ม.ค. 63	ส่งทำบทที่ 5	
18 ม.ค. 63	เริ่มทำบรรณานุกรม	
21 ม.ค. 63	แก้ไขบรรณานุกรม	
23 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม	
26 ม.ค. 63	เริ่มทำภาคผนวก	
28 ม.ค. 63	ส่งภาคผนวก ก, ข, ค, ง	
30 ม.ค. 63	เริ่มทำสารบัญ	
8 ก.พ. 63	แก้ไขสารบัญ	
11 ก.พ. 63	ส่งสารบัญ	
12 ก.พ. 63	เริ่มทำกิตติกรรมประกาศ, บทคัดย่อ	
13 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศและบทคัดย่อ	
16 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ, บทคัดย่อ	
18 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่มโครงการ, แผ่นซีดี	

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 1

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
30/09/62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	3	1,000.00	3,000.00						3,000.00
	ลูกชิ้นหมู	80	10	800.00	2 ถุง	90	180.00			2,820.00
	ลูกชิ้นไก่	50	10	500.00	2 ถุง	80	160.00			2,660.00
	น้ำจิ้มหมอลำ				2 แพ็ค	100	200.00			2,460.00
	ผงพริกหมอลำ				2 แพ็ค	-	0.00			2,460.00
	ผักกะหล่ำปลี				2 หัว	10	20.00			2,440.00
	ไม้เสียบลูกชิ้น				2 แพ็ค	30	60.00			2,380.00
	ถุงแกง				2 แพ็ค	20	40.00			2,340.00
	ถุงหุหิ้ว				2 แพ็ค	30	60.00			2,280.00
	ป้ายร้าน				1 ผืน	350	350.00			1,930.00
	ถ่าน				2 ถุง	20	40.00			1,890.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 1 (ต่อ)

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
30/09/62	เตาถ่าน				1 เตา	200	200.00			1,870.00
	ถาดรอง				2 ใบ	40	80.00			1,790.00
	เสাপ้าย				1 ต้น	290	290.00			1,500.00
	โต๊ะ				1 ตัว	400	400.00			1,100.00
	ผ้าปูโต๊ะ				1 ผืน	150	150.00			950.00
	ตะแกรง				1 อัน	150	150.00			800.00
	เก้าอี้				1 ที่	150	150.00			650.00
รวม				1,300.00	รวม		2,530.00	รวม		650.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 2

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
06/10/62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	3	400.00	1,200.00						1,200.00
	ลูกชิ้นหมู	75	10	750.00	4 ถุง	90	360.00			840.00
	ลูกชิ้นไก่	80	10	800.00	4 ถุง	80	320.00			520.00
	น้ำจิ้มหมอลำ				2 แพ็ค	100	200.00			320.00
	ผงพริกหมอลำ				-	-	-			320.00
	ผักกะหล่ำปลี				2 หัว	10	20.00			300.00
	ไม้เสียบลูกชิ้น				-	-	-			300.00
	ถุงแกง				-	-	-			300.00
	ถุงหุหิ้ว				-	-	-			300.00
	ป้ายร้าน				-	-	-			300.00
	ถ่าน				2 ถุง	20	40.00			260.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 2 (ต่อ)

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
06/10/62	เตาถ่าน				-	-	-			260.00
	ถาดรอง				-	-	-			260.00
	เสাপ้าย				-	-	-			260.00
	โต๊ะ				-	-	-			260.00
	ผ้าปูโต๊ะ				-	-	-			260.00
	ตะแกรง				-	-	-			260.00
	ค่าที่				1 ที่	150	150.00			110.00
รวม				1,550.00	รวม		1,090.00	รวม		110.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 3

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
07/10/62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	3	300.00	900.00						900.00
	ลูกชิ้นหมู	50	10	500.00	2 ถุง	90	180.00			720.00
	ลูกชิ้นไก่	70	10	700.00	2 ถุง	80	160.00			560.00
	น้ำจิ้มหมอลำ				2 แพ็ค	100	200.00			360.00
	ผงพริกหมอลำ				2 แพ็ค	-	0.00			360.00
	ผักกะหล่ำปี				2 หัว	10	20.00			340.00
	ไม้เสียบลูกชิ้น				-	-	-			340.00
	ถุงแกง				-	-	-			340.00
	ถุงหุหิว				-	-	-			340.00
	ป้ายร้าน				-	-	-			340.00
	ถ่าน				2 ถุง	20	40.00			300.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 3 (ต่อ)

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
07/10/62	เตาถ่าน				-	-	-			300.00
	ถาดรอง				-	-	-			300.00
	เสাপ้าย				-	-	-			300.00
	โต๊ะ				-	-	-			300.00
	ผ้าปูโต๊ะ				-	-	-			300.00
	ตะแกรง				-	-	-			300.00
	ค่าที่				1 ที่	150	150.00			150.00
รวม				1,200.00	รวม		750.00	รวม		150.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 4

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
13/10/62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	3	300.00	900.00						900.00
	ลูกชิ้นหมู	72	10	720.00	2 ถุง	90	180.00			720.00
	ลูกชิ้นไก่	64	10	640.00	2 ถุง	80	160.00			560.00
	น้ำจิ้มหมอลำ				2 แพ็ค	100	200.00			360.00
	ผงพริกหมอลำ				2 แพ็ค	-	0.00			360.00
	ผักกะหล่ำปี				2 หัว	10	20.00			340.00
	ไม้เสียบลูกชิ้น				-	-	-			340.00
	ถุงแกง				-	-	-			340.00
	ถุงหุหิว				-	-	-			340.00
	ป้ายร้าน				-	-	-			340.00
	ถ่าน				2 ถุง	20	40.00			300.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 4 (ต่อ)

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
13/10/62	เตาถ่าน				-	-	-			300.00
	ถาดรอง				-	-	-			300.00
	เสাপ้าย				-	-	-			300.00
	โต๊ะ				-	-	-			300.00
	ผ้าปูโต๊ะ				-	-	-			300.00
	ตะแกรง				-	-	-			300.00
	ค่าที่				1 ที่	150	150.00			150.00
รวม				1,360.00	รวม		750.00	รวม		150.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 5

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
15/10/62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	3	300.00	900.00						900.00
	ลูกชิ้นหมู	86	10	860.00	2 ถุง	90	180.00			720.00
	ลูกชิ้นไก่	70	10	700.00	2 ถุง	80	160.00			560.00
	น้ำจิ้มหมอลำ				2 แพ็ค	100	200.00			360.00
	ผงพริกหมอลำ				2 แพ็ค	-	0.00			360.00
	ผักกะหล่ำปี				2 หัว	10	20.00			340.00
	ไม้เสียบลูกชิ้น				-	-	-			340.00
	ถุงแกง				-	-	-			340.00
	ถุงหุหิ้ว				-	-	-			340.00
	ป้ายร้าน				-	-	-			340.00
	ถ่าน				2 ถุง	20	40.00			300.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 5 (ต่อ)

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
15/10/62	เตาถ่าน				-	-	-			300.00
	ถาดรอง				-	-	-			300.00
	เสাপ้าย				-	-	-			300.00
	โต๊ะ				-	-	-			300.00
	ผ้าปูโต๊ะ				-	-	-			300.00
	ตะแกรง				-	-	-			300.00
	ค่าที่				1 ที่	150	150.00			150.00
รวม				1,560.00	รวม		750.00	รวม		150.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 6

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
20/10/62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	3	300.00	900.00						900.00
	ลูกชิ้นหมู	76	10	760.00	2 ถุง	90	180.00			720.00
	ลูกชิ้นไก่	62	10	620.00	2 ถุง	80	160.00			560.00
	น้ำจิ้มหมอลำ				2 แพ็ค	100	200.00			360.00
	ผงพริกหมอลำ				2 แพ็ค	-	0.00			360.00
	ผักกะหล่ำปี				2 หัว	10	20.00			340.00
	ไม้เสียบลูกชิ้น				-	-	-			340.00
	ถุงแกง				-	-	-			340.00
	ถุงหุหิว				-	-	-			340.00
	ป้ายร้าน				-	-	-			340.00
	ถ่าน				2 ถุง	20	40.00			300.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 6 (ต่อ)

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
20/10/62	เตาถ่าน				-	-	-			300.00
	ถาดรอง				-	-	-			300.00
	เสাপ้าย				-	-	-			300.00
	โต๊ะ				-	-	-			300.00
	ผ้าปูโต๊ะ				-	-	-			300.00
	ตะแกรง				-	-	-			300.00
	ค่าที่				650.00	150	150.00			150.00
รวม				1,380.00	รวม		750.00	รวม		150.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 7

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
21/10/62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	3	300.00	900.00						900.00
	ลูกชิ้นหมู	82	10	820.00	2 ถุง	90	180.00			720.00
	ลูกชิ้นไก่	80	10	800.00	2 ถุง	80	160.00			560.00
	น้ำจิ้มหมอลำ				2 แพ็ค	100	200.00			360.00
	ผงพริกหมอลำ				2 แพ็ค	-	0.00			360.00
	ผักกะหล่ำปี				2 หัว	10	20.00			340.00
	ไม้เสียบลูกชิ้น				-	-	-			340.00
	ถุงแกง				-	-	-			340.00
	ถุงหุหิว				-	-	-			340.00
	ป้ายร้าน				-	-	-			340.00
	ถ่าน				2 ถุง	20	40.00			300.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 7 (ต่อ)

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
21/10/62	เตาถ่าน				-	-	-			300.00
	ถาดรอง				-	-	-			300.00
	เสাপ้าย				-	-	-			300.00
	โต๊ะ				-	-	-			300.00
	ผ้าปูโต๊ะ				-	-	-			300.00
	ตะแกรง				-	-	-			300.00
	ค่าที่				1 ที่	150	150.00			150.00
รวม				1,620.00	รวม		750.00	รวม		150.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 8

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
22/10/62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	3	300.00	900.00						900.00
	ลูกชิ้นหมู	76	10	760.00	2 ถุง	90	180.00			720.00
	ลูกชิ้นไก่	78	10	780.00	2 ถุง	80	160.00			560.00
	น้ำจิ้มหมอลำ				2 แพ็ค	100	200.00			360.00
	ผงพริกหมอลำ				2 แพ็ค	-	0.00			360.00
	ผักกะหล่ำปี				2 หัว	10	20.00			340.00
	ไม้เสียบลูกชิ้น				-	-	-			340.00
	ถุงแกง				-	-	-			340.00
	ถุงหุหิ้ว				-	-	-			340.00
	ป้ายร้าน				-	-	-			340.00
	ถ่าน				2 ถุง	20	40.00			300.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 8 (ต่อ)

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
22/10/62	เตาถ่าน				-	-	-			300.00
	ถาดรอง				-	-	-			300.00
	เสাপ้าย				-	-	-			300.00
	โต๊ะ				-	-	-			300.00
	ผ้าปูโต๊ะ				-	-	-			300.00
	ตะแกรง				-	-	-			300.00
	ค่าที่				1 ที่	150	150.00			150.00
รวม				1,540.00	รวม		750.00	รวม		150.00

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการใส่กรอกไก่และใส่กรอกไก่พันเบคอนทอด

วัตถุประสงค์โครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษาศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
4. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดสร้างสรรค์เพิ่มทักษะในการวางแผนกลยุทธ์การขายสินค้า

ทุนทั้งสิ้น	9,600.00	บาท
ซื้อวัสดุอุปกรณ์	8,120.00	บาท
รายได้ขายสินค้า	12,990.00	บาท
กำไร	4,870.00	บาท
กำไรจากการดำเนินงานสมาชิกกลุ่มคนละ	1,623.00	บาท

แบ่งกำไรและคืนทุนให้สมาชิก 3 คน คนละ 1,623 บาท

รายชื่อ		จำนวนเงิน	
1. นายสหรรษ	ธนศิลป์	3,200	บาท
2. นายจตุรพันธ์	จุมนา	3,200	บาท
3. นายณัฐนันท์	สืบสายลา	3,200	บาท
รวม		9,600	บาท

กำไรดำเนินงานจากสมาชิกในกลุ่ม 3 คน คนละ 3,200 บาท

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินการการขาย ลูกชิ้นZEEDZAD ทางกลุ่มได้เริ่มดำเนินการโครงการมาเป็นระยะเวลา 8 เดือน ผลการดำเนินการได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ทางกลุ่มได้ตั้งไว้โดยสามารถสร้างรายได้ระหว่างเรียน และ ทำให้ทางกลุ่มมีทักษะในการปฏิบัติงานรู้จักแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ารู้จักการวางแผนในการดำเนินงาน สามารถที่จะใช้ความรู้และประสบการณ์ที่ได้ไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตในอนาคตได้

สรุปตารางการปฏิบัติงาน

ลำดับที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
1	12-14 มิ.ย. 62	1. คิตรีเริ่มทำโครงการ 2. ประชุมวางแผน เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอใบอนุมัติ
2	24 มิ.ย. 62	1. ส่งบทที่ 1
3	12 ก.ค. 62	1. ส่งบทที่ 2
4	10 ส.ค. 62	1. ส่งบทที่ 3
5	10-15 ก.ย. 62	1. เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present งาน 2. Present โครงการ ครั้งที่ 1
6	29 ต.ค. 62	1. ซื้อวัตถุดิบ, จัดเตรียมอุปกรณ์
7	30 ก.ย.- 22 ต.ค. 62	1. ดำเนินการขายตลาดเคหะบางพลี 2. ซื้ออุปกรณ์จัดเตรียมของ 3. จัดตั้งร้าน เตรียมอุปกรณ์ พร้อมขาย
8	19 พ.ย. 62	1. เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present ครั้งที่ 2
9	24 พ.ย. 62	1. Present โครงการ ครั้งที่ 2
10	14 ธ.ค. 62	1. งาน ATC นิทรรศน์
11	8 ม.ค. 63	1. ส่งบทที่ 4, ส่งผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

ลำดับที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
13	15 ม.ค. 63	1.ส่งบทที่ 5
14	23 ม.ค. 63	1.ส่งบรรณานุกรม
15	28 ม.ค. 63	1.ส่งภาคผนวก
16	11 ก.พ. 63	1.ส่งสารบัญ
17	16 ก.พ. 63	1.ส่งกิตติกรรมประกาศ , บทคัดย่อ
18	18 ก.พ. 63	1.ส่งรูปเล่ม, เงินค่ารูปเล่ม, แผ่น CD

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. สมาชิกในกลุ่มขาดความกระตือรือร้นในการทำงานและการปฏิบัติงานผิดพลาดบ่อยครั้ง
2. ปัญหาในด้านการขายสินค้าเนื่องจากสมาชิกภายในกลุ่มขาดความรู้และทักษะการขายสินค้า ทำให้เกิดข้อผิดพลาดในบางขั้นตอนของการขายสินค้า

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

1. สมาชิกทุกคนต้องทำงานกันเป็นทีม ไม่เห็นแก่ตัว เมื่อสมาชิกขาดความรับผิดชอบประธานจะต้องบอกตักเตือนให้ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ
2. ควรมีการหาความรู้ข้อมูลต่าง ๆ หรือสอบถามข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในการคำนวณการใช้วัสดุ และต้องพยายามเรียนรู้ในขั้นตอนการทำงานและนำมาปรับใช้เพื่อพัฒนาฝีมือในการดำเนินโครงการต่อไป

บรรณานุกรม

แนวคิดเกี่ยวกับลูกชิ้นปิ้ง จาก โครงการลูกชิ้นปิ้ง ปีการศึกษา 2561

ค้นหวันที่ 3 กรกฎาคม 2562

ความสำคัญของการขายลูกชิ้นปิ้ง โครงการลูกชิ้นปิ้ง ปีการศึกษา 2561

ค้นหวันที่ 7 กรกฎาคม 2562

สวณีย์ บัวเพชร (2561) ได้ทำการศึกษาโครงการลูกชิ้นทอดน้ำจิ้มรสเด็ดของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร

ค้นหวันที่ 9 กรกฎาคม 2562

ประภัสสร เย็นประโคน (2560) ได้ทำการศึกษาโครงการลูกชิ้น ND MEATBALLSของผู้บริโภค ในเขต กรุงเทพมหานคร

ค้นหวันที่ 15 กรกฎาคม 2562

เสาวลักษณ์วิมลเสถียร.(2555) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคในการ วรรณนิสา เอกสกุล (2561) ได้ทำการศึกษาโครงการลูกชิ้นKT ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรูปแบบในการ ดื่ม

ค้นหวันที่ 22 กรกฎาคม 2562

ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

- รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม
- ตัวอย่างแบบสอบถาม

รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าร้านลูกชิ้นZEEDZAD (Coconut Smoothy Project) เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการประเภทขายสินค้าจึงขอความร่วมมือจากทุกท่านในการตอบแบบสอบถามเพื่อความสมบูรณ์ในการทำเอกสารในวิชาโครงการ

แบบสอบถามมี 2 ตอน

-ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

-ตอนที่2ความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจของผู้บริโภค

ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	54	54
หญิง	46	46
รวม	100	100

จากตารางที่1 พบว่าผู้บริโภคเป็นเพศชาย 54 คนคิดเป็นร้อยละ 54.0 และ เพศหญิง 46 คนคิดเป็นร้อยละ 46.0

ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอายุ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2.อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	40	40
21-30ปี	55	55
31-41ปี	5	5
41ปีขึ้นไป	0	0
รวม	100	100

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้บริโภคมีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 และอายุตั้งแต่ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 40คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และอายุ 31-41 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการศึกษา

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3.ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	20	20
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช	24	24
อนุปริญญา / ปวส.	52	52
ปริญญาตรี	4	4
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	0	0
รวม	100	100%

จากตารางที่3 พบว่าผู้บริโภชนอนุปริญญา / ปวส. จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0
 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จำนวน จำนวน 24 คิดเป็นร้อยละ 24.0ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/
 ปวช. จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้มาซื้อสินค้า

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4.ระดับการศึกษา		
นักเรียน / นักศึกษา	75	75
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	16	16
พนักงานเอกชน	5	5
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของธุรกิจ	4	4
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	0	0
อื่น ๆ โปรดระบุ	0	0
รวม	100	100

จากตารางที่4 พบว่ามีผู้บริโภคเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0
 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0พนักงานเอกชนจำนวน 5 คิดเป็นร้อยละ
 5.0

ตารางที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ / เดือน

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	75	75
5,001 – 10,000 บาท	0	0
10,001 – 15,000 บาท	22	22
15,000 บาทขึ้นไป	3	3
รวม	100	100

จากตารางที่พบว่าผู้บริโภคมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทขึ้นไป 75 คิดเป็นร้อยละ 75.0 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 15,000 บาทขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าโดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

รายละเอียด		ระดับความพึงพอใจ						SD
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	
		5	4	3	2	1		
1	รสชาติของน้ำจิ้มหมอลำ	76 (76.00)	24 (24.00)	-	-	-	4.76	0.43
2	รูปแบบของบรรจุภัณฑ์	81 (81.00)	19 (19.00)	-	-	-	4.81	0.39
3	ราคาของการสินค้า เหมาะสมกับสินค้า	91 (91.00)	9 (9.00)	-	-	-	4.91	0.29
4	การให้บริการ ความรู้สึกหลังจากที่ได้รับหลังซื้อสินค้า	82 (82.00)	18 (18.00)	-	-	-	4.82	0.39
5	การแต่งกายเหมาะสม มีบุคลิกและลักษณะท่าทางที่สุภาพ	82 (82.00)	18 (18.00)	-	-	-	4.82	0.39

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าร้านลูกชิ้นZEEDZAD

สามารถจัดลำดับค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) เปรียบเทียบกับกับเกณฑ์ดังนี้

คะแนน 4.50 – 5.00 ถือมากที่สุด

คะแนน 3.50 – 4.49 ถือมาก

คะแนน 2.50 – 3.49 ถือปานกลาง

คะแนน 1.50 – 2.49 ถือน้อย

คะแนน 1.00 – 1.49 ถือน้อยที่สุด

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มี ต่อสินค้าร้านลูกชิ้นZEEDZAD	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. รสชาติของน้ำจิ้มหมาล่า	4.76	0.43	มาก
2. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์	4.81	0.39	มาก
3. ราคาของสินค้า เหมาะสมกับ สินค้า	4.91	0.29	มาก
4. การให้บริการ ความรู้สึก หลังจากที่ได้รับหลังซื้อสินค้า	4.82	0.39	มาก
5. การแต่งกายเหมาะสม มีบุคลิก และลักษณะท่าทางที่สุภาพ	4.82	0.39	มาก
รวม	4.82	0.38	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจต่อสินค้าร้านลูกชิ้นZEEDZAD โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาของสินค้า เหมาะสมกับสินค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.91) รองลงมา คือ การให้บริการ ความรู้สึก หลังจากที่ได้รับหลังซื้อสินค้า และการแต่งกายเหมาะสม มีบุคลิกและลักษณะท่าทางที่สุภาพ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.82) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ รสชาติของน้ำจิ้มหมาล่าอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.76)

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ

- โลโก้สินค้าและรูปแบบผลิตภัณฑ์
- สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์
- ขั้นตอนการปฏิบัติงาน
- ประมวลภาพอื่น

โลโก้สินค้าและรูปแบบผลิตภัณฑ์



สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ซื้อแก้วละ 25 บาท เมื่อซื้อ 2 แก้ว ลดราคาเหลือ 45 บาท ตั้งแต่วันที่ 1 - 30 พ.ย. 62 นี้



ป้ายหน้าร้าน



ภาพการออกนิเทศของอาจารย์







ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ



ประธานโครงการ

นายสรรษ ณะศิลป์

ชื่อเล่น เปี้ยว อายุ 18 ปี

ที่อยู่ 750/1842 วัดด่าน 24 ตำบลสำโรง อำเภอ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10270

เบอร์ 064-172-3231

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ



รองประธานโครงการ

นายจรัญพันธ์ จูมณา

ชื่อเล่น กุ๊ก อายุ 18ปี

ที่อยู่ 215/21 หมู่ 3 ต.ตำโโรง อําเภอ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10270

เบอร์ 096-907-3367

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ



ฝ่ายผู้จัดซื้อ

นายณัฐนันท์ สืบสายลา

ชื่อเล่น ต้า อายุ 18ปี

ที่อยู่ สุขุมวิท เลขที่ 2952/375 ชั้น 15 ถนนสุขุมวิท แขวงบางนา เขตบางนา กทม.10260

เบอร์โทร 061-579-7494