



โครงการ อร่อยสุขภาพดี
(Yummy Healthy)

จัดทำโดย

นางสาวกชกร ยุทธวิชยานนท์

นางสาวนฤกร ยุทธวิชยานนท์

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ

สาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทย์พนิชการ

ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย

อร่อยสุขภาพดี

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ

(Yummy Healthy)

จัดทำโดย

1. นางสาวกชกร

ยุทธิวิชยานนท์

2. นางสาวนฤกร

ยุทธิวิชยานนท์

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาโครงการ
ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพ
พัฒนศึกษา

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

(อาจารย์กันตชาติ เมธาโชติมณีกุล)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	อร่อย (สุขภาพ) ดี (Yummy Healthy)	
จัดทำโครงการ	1. นางสาวกชกร	ยุทธวิชยานนท์
	2. นางสาวนฤกร	ยุทธวิชยานนท์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อุคมพร	เปตานนท์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์กันตชาติ	เมธาโชติมณีกุล
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด	
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา	
ปีการศึกษา	2562	

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นโครงการประเภท ขายอร่อย (สุขภาพ) ดี (Yummy Healthy) มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการดังนี้ 1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2. เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษ 3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานเป็นทีม 4. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะการวางแผนการตลาดขายสินค้า

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

วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการคือเริ่มดำเนินโครงการ ตั้งแต่วันที่ 13 มิ.ย. 62 ถึง 25 ก.พ. 63 สถานที่ดำเนินโครงการคือ อาคารบ้านตอง 8 เลขที่ 888 ม.5 ซ.ไปรษณีย์เก่า ถ.บางพลีใหญ่ - หนามแดง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

ผลการดำเนินการด้านงบประมาณมีเงินทุน 7,600 บาท ได้กำไรทั้งสิ้น 12,294 บาท หักซื้อวัสดุอุปกรณ์ 7,969 บาท รวมกำไรสุทธิ 4,325 บาท แบ่งกำไรให้สมาชิกในกลุ่ม 2 คน เท่า ๆ กัน คนละ 2,162.50 บาท

ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ 1. บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ 2. สร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษ 3. เกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม 4. สามารถสร้างสรรค์และวางแผนกลยุทธ์การขายสินค้าได้

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ คือ 1. สมาชิกในกลุ่มมีเวลาไม่ตรงกัน 2. มีปัญหาในเรื่องการเก็บรักษาวัตถุดิบที่เหลือต่อวัน 3. มีปัญหาเรื่องการแบ่งหน้าที่ในการทำงาน 4. สมาชิกในทีมขาดความชำนาญในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารคลีนแก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ปัญหา 1. ต้องมีการทำงานเป็นทีมที่มีความรับผิดชอบให้มากขึ้น 2. ศึกษาค้นคว้าและสอบถามผู้เชี่ยวชาญในการเก็บรักษาวัตถุดิบเพื่อให้คงสภาพในการขายวันต่อไป 3. มอบหมายหน้าที่ที่เหมาะสมของแต่ละคนในกลุ่ม 4. ควรมีการหาความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับอาหารคลีนหรือสอบถามข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารคลีนและมีการประชุมวางแผนเกี่ยวกับการให้ข้อมูลกับลูกค้าอย่างถูกต้อง

กิตติกรรมประกาศ

โครงการเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ ในหลักสูตรการเรียนการสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ซึ่งเนื้อหาโครงการเล่มนี้จะเริ่มตั้งแต่การนำเสนอโครงการ การทำแผนธุรกิจ ตลอดจนผลการดำเนินงาน

คณะนักศึกษาผู้จัดทำโครงการรู้สึกยินดีเป็นอย่างมากหากท่านได้รับประโยชน์จากโครงการเล่มนี้เพราะจะทำให้ผู้อ่านรู้สึกถึงกระบวนการและขั้นตอนในการประกอบธุรกิจและสามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองได้ในอนาคต

ท้ายนี้คณะผู้จัดทำโครงการ ต้องขอขอบพระคุณอาจารย์อุดมพร เปตานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษา โครงการ อาจารย์กัณตชาติ เมธาโชติมณีกุล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมเป็นอย่างยิ่งที่ได้แนะนำจนโครงการสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และผู้จัดทำโครงการหวังว่าโครงการเล่มนี้จะเป็นประโยชน์แก่ท่านไม่มากนักน้อย หากผิดพลาดประการใดต้องการขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการอร่อย (สุขภาพ) ดี

(Yummy Healthy)

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
เป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามผลและการประเมิน	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการขาย	3
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	4
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของมาสโลว์	5
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	7
แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4 P's	10
แนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	14
ขั้นตอนดำเนินงาน	15
วันเวลาสถานที่	16
งบประมาณและวัสดุอุปกรณ์	17
การจัดทำแผนธุรกิจ	18
แผนการตลาด 4 P's	19
ขั้นตอนการขายสินค้า	24
แผนบริหารจัดการ	28
แผนการขายสินค้า	29
แผนฉุกเฉิน	30
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลปฏิบัติงานรายบุคคล	31

สารบัญ (ต่อ)		
เรื่อง		หน้า
	บัญชีรายรับรายจ่าย	37
	ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	49
บทที่ 5	สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
	สรุปผลการดำเนินโครงการ	50
	ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	52
	ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา	52
บรรณานุกรม		53
ภาคผนวก		
	ภาคผนวก ก โครงการ	54
	ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	63
	ภาคผนวก ค ตราสินค้า	72
	ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	80

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในยุคของการแข่งขันที่เรากำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน ชีวิตมีแต่ความเร่งรีบมากขึ้นจนไม่ค่อยมีเวลาที่จะให้ความสำคัญกับเรื่องความสมดุลของอาหารที่รับประทานรวมทั้งค่านิยมการรับประทานอาหารแบบตะวันตก ซึ่งประกอบด้วย เนื้อสัตว์ ไขมัน นม เนย เป็นส่วนใหญ่ ทำให้คนไทยมีโรคประจำตัวกันมากขึ้นเช่น เบาหวาน ความดันโลหิตสูง โร คหัวใจ โรคอัมพาต ซึ่งโรคเหล่านี้ล้วนเกี่ยวกับความเลื่อมของหลอดเลือดในปัจจุบันชาวตะวันตกเริ่มตระหนักถึงพิษภัยของการกินอาหาร ซึ่งไม่สมดุลได้มีการชักชวนให้ลดการรับประทาน เนื้อสัตว์ นม เนย ให้เพิ่มการรับประทาน พืช ผัก และธัญพืชซึ่งอุดมไปด้วยเส้นใยจากธรรมชาติและวิตามิน ในปัจจุบันผู้คนเริ่มหันมาใส่ใจในเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องของการกินและได้มีการแสวงหาอาหารเพื่อสุขภาพเกิดขึ้นมากมาย ซึ่งหลายคนคงเคยได้ยินคำว่า “อาหารคลีน” ซึ่งเป็นลักษณะการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพรูปแบบหนึ่ง ที่ส่งผลดีต่อสุขภาพร่างกายและกำลังได้รับความนิยมจากผู้คนในปัจจุบันเป็นจำนวนมาก

ดังนั้น คณะผู้จัดทำโครงการ จึงมองเห็นแนวทางในการทำการตลาดโดยการทำ ธุรกิจอาหารคลีน เพื่อตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจกับสุขภาพตนเองมากขึ้น คนส่วนมากเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารหรือยาลดความอ้วนมาเป็นตัวช่วยในการลดน้ำหนัก

ทางคณะผู้จัดทำได้คำนึงถึงปัญหาด้านสุขภาพของผู้ที่อยากลดน้ำหนักโดยใช้วิธีธรรมชาติ ด้วยการรับประทานอาหารคลีนควบคู่กับการออกกำลังกายจึงคิดที่จะทำโครงการนี้ขึ้นมาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจหรือผู้ที่อยากจะลดน้ำหนักด้วยวิธี การนี้เป็นวิธีที่ง่ายแต่ต้องใช้ระยะเวลาในการปฏิบัติ ซึ่งจะพอเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจไม่มากนักน้อย อย่างไรก็ตาม การรับประทานอาหารคลีนนั้นไม่จำเป็นต้องหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารที่ผ่านการแปรรูปหรืออาหารแช่แข็งทุกชนิด เพราะบางอย่างก็มีประโยชน์ เช่น ไข่หรือผลิตภัณฑ์จากนมที่ผ่านการพาสเจอร์ไรส์ และผักหรือผลไม้แช่แข็งที่มีกระบวนการแปรรูปเพียงเล็กน้อย ซึ่งบางครั้งอาจประกอบด้วยสารอาหารเทียบเท่ากับผักผลไม้สด เนื่องจากถูกรักษาด้วยการแช่แข็งขณะที่ยังมีสภาพสดใหม่สูงสุด เลือกอาหารที่เป็นธรรมชาติมากขึ้นให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกและความปลอดภัย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษ
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานเป็นทีม
4. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะการวางแผนกลยุทธ์ขายสินค้า

เป้าหมาย

1. สร้างผลกำไรรายได้ให้กับนักศึกษา
2. เพื่อสร้างอาชีพการขายสินค้า

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอสินค้าเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. สร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษ
3. เกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
4. สามารถสร้างสรรค์และวางแผนกลยุทธ์การขายสินค้าได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินโครงการครั้งนี้ ผู้ดำเนินโครงการได้แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการขาย
2. แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค
4. แนวคิดและทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
6. แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4 P's
7. แนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการขาย

ทฤษฎีไอดาสเป็นทฤษฎีการขายที่ถูกพัฒนาโดย Sheldon (1911) ซึ่งพัฒนามาจากทฤษฎีต้นแบบอย่าง ทฤษฎีไอดาส (AIDAS) ของ E. St. Elmo Lewis โดย E. St. Elmo Lewis เป็นทฤษฎีที่แบ่งบอกถึงขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางหรือโอกาสให้กับผู้ขายที่จากก้าวผ่านขั้นตอนทั้ง 4 ไปได้ อย่างไรก็ตามก่อนที่ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้น ซึ่งถือเป็นการตอบสนองขั้นสุดท้ายของผู้บริโภคซึ่งแต่ละขั้นตอนตามทฤษฎี AIDAS มีดังนี้ (ธีรพล สิริวันต์ , 2557) A = Attention (Awareness) การดึงดูดความสนใจของลูกค้า I = Interest ความสนใจของลูกค้า D = Desire การโน้มน้าวใจลูกค้าว่าพวกเขาต้องการและความปรารถนาผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ แบบไหน และผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้น ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้ A = Action ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ ส่วนทฤษฎีไอดาส (AIDAS) คือ ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นโดย Sheldon (1911) โดยการเพิ่มขั้นตอนที่ 5 S = Satisfaction ความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซื้อซ้ำและการบอกต่อ นอกจากนั้นเขายัง กล่าวว่าความพึงพอใจถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่มีความสำคัญในการสังเกตพฤติกรรมหลังจากที่ผู้ซื้อได้ใช้บริการแล้วเพื่อเป็นแนวทางในการคงความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูลโดยใช้บุคคล เพื่อดึงใจให้ซื้อบางสิ่งเป็นการเสนอขายโดยตรงแบบเผชิญหน้าหรือทางโทรศัพท์กับลูกค้าผู้มุ่งหวัง โดยตัวแทนขายของบริษัทการขายโดยใช้พนักงานขายถือเป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two Way Communication) เพื่อตอบคำถามต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการซื้อสินค้าที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดการส่งเสริมการตลาดวิธีนี้ใช้ได้ดีกับระยะนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด

โดยใช้ร่วมกับการส่งเสริมการตลาดอื่น ๆ นอกจากนี้ยังใช้ได้กับสินค้าที่จำป็นดี องค์กรมีเทคนิคการขายพิเศษสินค้าประเภทไม่แสวงการซื้อสินค้าที่ผู้ผลิตต้องการลดการโฆษณาและหวังผลการขายในระยะยาวโดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายและผู้บริโภค ตลอดจนใช้เพื่อรักษาระดับปริมาณขายผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในระดับเดิมหน้าที่ของพนักงานขายงานของพนักงานขายที่ทำงานภายในองค์กรธุรกิจจะมีลักษณะของงานที่แตกต่างกันลักษณะของงานขายจะเปลี่ยนแปลงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรนั้น ๆ ซึ่งงานขั้นพื้นฐานทางการขายแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ 1) การรับคำสั่งซื้อ (Order Taking) เป็นงานการขายประจำกับกลุ่มลูกค้าปกติเพื่อรับคำสั่งซื้อและจัดการตามที่ ลูกค้าต้องการ 2) ผู้ที่ทำงานนี้เรียกว่าพนักงานรับคำสั่งซื้อ (Order Taker Salesperson) ซึ่งหมายถึงพนักงานขายที่ประจำอยู่ตามร้านค้าทั่วไปหรือพนักงานประจำหน่วยรถบริการเคลื่อนที่เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีความสนใจผลิตภัณฑ์เนื่องจากการโฆษณาหรือการส่งเสริมตลาดอยู่แล้วพนักงานขายกลุ่มนี้ก็จะทำหน้าที่เพียงให้ความช่วยเหลือตอบคำถามเสนอขายและปิดการขายเป็นส่วนใหญ่ดังนั้นพนักงานกลุ่มนี้จะใช้ 12 ความพยายามความชำนาญและความสามารถน้อยกว่าพวกแรก 3) การให้การสนับสนุน (Supporting) เป็นหน้าที่ที่ให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าผู้ทำงานนี้เรียกว่า พนักงานสนับสนุนการขาย (Supporting Salesperson) ซึ่งหมายถึงพนักงานที่ทำงานขายที่ทำหน้าที่ช่วยพนักงานขาย 2 แบบข้างต้น ประกอบด้วยพนักงานขายที่ใช้คำแนะนำ (Missionary Salesperson) ให้ความช่วยเหลือด้านกา รจัดแสดงสินค้าให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าช่วยฝึกอบรมพนักงานของร้านค้าต่าง ๆ ส่งสินค้าและอื่น ๆ พนักงานขายประเภทนี้อีกกลุ่มหนึ่ง คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิค (Technical Specialists) โดยทั่วไป ประกอบด้วยวิศวกรหรือนักวิทยาศาสตร์ซึ่งมีความรู้ในวิธีการใช้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย โดยทั่วไปเป็นสินค้าประเภทเครื่องจักรกล สารเคมีหรือยา ข้อดีและข้อเสียของการขายโดยใช้พนักงานขายในที่นี้จะพิจารณาถึงข้อดีและข้อเสียของการขายโดยใช้พนักงานขาย

2. แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) คือ พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล ในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546, หน้า 192) หรือเป็นขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับความคิดประสบการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546, หน้า 192) หรือ หมายถึงการศึกษาถึงการตัดสินใจและการกระทำ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า พฤติ กรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำ ของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและ การใช้สิน ค้าและหรือบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการ

ตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และที่เป็นตัว กำหนดให้เกิดการกระทำต่าง ๆ ขึ้น (อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2539, หน้า 6) พฤติกรรมผู้บริโภค Kotler & Armstrong (2000, pp.160-184) ได้มีผู้ให้ความหมายหรือแนวคิดไว้หลากหลาย และมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสรุปได้ดังนี้ Engle, Blackwell & Miniard (1990, p.3) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การ กระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการ จัดหาให้ได้มาซึ่งการบริโภค และการใช้จ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และหลังการกระทำดังกล่าว Loudan & Bitta (1998, p.4) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ และกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องเมื่อมีการ ประเมินการ ได้มาการใช้จ่ายหรือการ ใช้จ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ จากที่กล่าวมาสามารถ สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่ เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้ สินค้าและบริการผลิตภัณฑ์โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคล ต้องมีการ ตัดสินใจทั้งก่อน และหลังการกระทำ ต่างๆ อย่างนั้นพฤติกรรมผู้บริโภคของเลือกเล่นกีฬา 13 กอล์ฟต้องมี กระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นจากการชื่นชอบ ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับกีฬา กอล์ฟ ค่านิยม ของสังคมที่ ผู้บริโภคร่วมกิจกรรมด้วย

3. แนวคิดและทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์

อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นนัก จิตวิทยา และนักมนุษยวิทยาซึ่งได้นำ ประสพการณ์ที่ได้จากการเป็นนักจิตวิทยาและผู้ให้คำปรึกษามาเป็นพื้นฐานในการเสนอทฤษฎีที่ อธิบายถึงพฤติกรรมของมนุษย์ว่าจะมีความต้องการเป็นระดับต่าง ๆ ลาเฮย์ (Lahey, 2004, p. 383) กล่าวถึง กรอบความคิดที่สำคัญของทฤษฎีมาสโลว์ ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจาก พื้นฐานไปยังระดับสูงสุด ซึ่งถือเป็นฐานคิดหรือสมมติฐานของทฤษฎี กล่าวคือ

1. มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีวันสิ้นสุด และมากขึ้นเรื่อยๆ สิ่ง ที่มนุษย์ต้องการขึ้นอยู่กับสิ่งที่เขาได้รับ หรือมีอยู่แล้ว เมื่อความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งได้รับการ ตอบสนองแล้วก็ยังมีความต้องการนั้นต่อไป เช่น ความต้องการในปัจจัยที่จำ ป็นในการดำรงชีวิต เป็นต้น

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจพฤติกรรมของมนุษย์อีก แต่ ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งจูงใจต่อไป

3. ความต้องการของมนุษย์มีลำดับของความสำคัญแตกต่างกัน ความต้องการมีหลายด้าน บุคคลมีการแบ่งระดับความสำคัญ ความเร่งด่วนต่อชีวิตแตกต่างกัน และจะแสดงพฤติกรรมที่ นำไปสู่ความต้องการที่มีความสำคัญมากกว่าก่อนเสมอ

แต่เดิมนั้นทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) แบ่งออกเป็น 5 ชั้น ได้แก่

ความต้องการขั้นที่ 1 ความต้องการทางร่างกายหรือสรีระ (Physiological Needs) หมายถึง ความต้องการพื้นฐานของร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศและการพักผ่อน เป็นต้น ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการที่จำเป็นสำหรับมีชีวิตอยู่ มนุษย์ทุกคนมีความต้องการทางสรีระอยู่เสมอมิฉะนั้นจะขาดเสียไม่ได้ ถ้าอยู่ในสภาพที่ขาดจะกระตุ้นให้ตนมีกิจกรรม ขวนขวายที่จะสนองความต้องการ

ความต้องการขั้นที่ 2 ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย (Safety Needs) หมายถึง ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ และเป็นอิสระจากความกลัว ขู่เข็ญ บังคับ จากผู้อื่นและสิ่งแวดล้อม เป็นความต้องการที่จะได้รับการปกป้องคุ้มกัน ความต้องการประเภทนี้เริ่มตั้งแต่วัยทารกจนกระทั่งวัยชรา ความต้องการที่จะมีงานทำเป็นหลักแหล่งก็เป็นความต้องการเพื่อสวัสดิภาพของผู้ใหญ่อายุนึง

ความต้องการขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและความผูกพัน (Love and Belonging Needs) หมายถึง มนุษย์ทุกคนมีความปรารถนาจะให้เป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีความผูกพันกับผู้อื่นหรือมีความสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของหมู่ ทราบว่าทุกคนยอมรับตนเป็นสมาชิก คนที่รู้สึก ว่าเหงาไม่มีเพื่อน มีชีวิตไม่สมบูรณ์ เป็นผู้ที่จะต้องซ่อมความต้องการประเภทนี้ คนที่รู้สึกวาดตนเป็น ที่รักและยอมรับของหมู่จะเป็นผู้ที่สมปรารถนาในการต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่

ความต้องการขั้นที่ 4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) หมายถึง ความต้องการนี้ ประกอบด้วยความต้องการที่จะประสบผลสำเร็จ มีความสามารถ ต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเอง มีความสามารถ มีคุณค่าและมีเกียรติ ต้องการได้รับความยกย่องและนับถือจากผู้อื่น ผู้ที่มีความสม ปรารถนาในความต้องการนี้จะเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตัวเอง เป็นคน มีประโยชน์และมีค่าตรงข้าม กับผู้ที่ขาดความต้องการประเภทนี้ จะรู้สึกว่าตนไม่มีความสามารถและมีปมด้อย มองโลกในแง่ร้าย

ความต้องการขั้นที่ 5 ความต้องการรู้จักตนเองอย่างแท้จริงและพัฒนาตนเองให้สมบูรณ์ (Need for self-actualization) หมายถึง มาสโลว์อธิบายความต้องการที่เรียกว่า “Self Actualization” ว่าเป็นความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริงของตน จะกล้าที่จะตัดสินใจเลือกทางเดิน ของชีวิต รู้จักค่านิยมของตนเอง มีความจริงใจต่อตนเอง ปรารถนาที่จะเป็นคนดีที่สุดเท่าที่จะมี ความสามารถทำได้ ทั้งทางด้านสติปัญญา ทักษะ และอารมณ์ความรู้สึกยอมรับตนเองทั้งส่วนดีและ ส่วนเสียของตน ที่สำคัญที่สุดก็คือการมีสติที่จะยอมรับว่าตนใช้กลไกในการป้องกันตนในการ ปรับตัวและพยายามที่จะเลิกใช้ เปิดโอกาสให้ตนเองได้เผชิญกับความจริงของชีวิต เผชิญกับ สิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ โดยคิดว่าเป็นสิ่ง ที่ “ท้าทาย” “น่าตื่นเต้น” และมีความหมาย กระบวนการที่จะ พัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพของตน เป็นกระบวนการที่ไม่มีจุดจบ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่ มนุษย์ ทุกคนมีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพของตน เพราะมีน้อยคนที่จะได้ถึงขั้น “Self Actualization” อย่างสมบูรณ์

โดยทั่ว ๆ ไปบุคคลดำเนินชีวิตเพื่อแสวงหาสิ่งที่ตอบสนองความต้องการทางกายในขั้นที่ 1 และความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยในขั้นที่ 2 ได้ไม่ยาก รวมทั้งแสวงหาความรักและความผูกพันในขั้นที่ 3 ก่อนข้างยาก อย่างไรก็ตาม ความต้องการทั้ง 4 ขั้น ถือเป็นสิ่งบุคคลปรารถนา และถ้าไม่ได้รับการตอบสนองจะทำให้ชีวิตขาดสมดุลหรือบกพร่องในส่วนนั้น มาสโลว์ให้ชื่อความต้องการทั้ง 4 นี้ว่า “ความต้องการที่ขาดแคลน” (Deficit Needs) ซึ่งบุคคลจะต้องได้รับการตอบสนองจึงจะทำให้รู้สึกเต็มอิ่มหรืออยู่ในสภาวะสมดุล และเมื่ออยู่ในสภาวะดังกล่าว (เต็มอิ่ม สมดุล) ความต้องการเหล่านั้นก็จะหมดไป แต่สำหรับความต้องการในขั้นที่ 5 เป็นความต้องการที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับ ความขาดแคลนหรือความบกพร่องที่บุคคล ต้องแสวงหามาเติมเพื่อไม่ให้ชีวิตขาดสมดุล แต่เป็น ความต้องการที่จะพัฒนาตนเอง (Growth Need) หรือเป็นตัวตนของตัวเองอย่างสมบูรณ์ (Being Need) โดยไม่ว่าจะได้รับการตอบสนองอย่างไรก็ตาม ความต้องการในขั้นนี้จะไม่วันหมดสิ้น มี แต่จะผลักดันให้บุคคลคิดค้น แสวงหา และพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ

ทฤษฎีของมาสโลว์ถึงแม้จะสร้างปรากฏการณ์ใหม่ให้กับวงการจิตวิทยาในการอธิบาย ธรรมชาติ ความต้องการของมนุษย์ และการจูงใจ รวมทั้งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการศึกษา ค้นคว้าและนำไปประยุกต์ใช้ในหลากหลายสาขาวิชาชีพก็ตาม แต่ก็มีข้อวิพากษ์วิจารณ์จาก นักจิตวิทยาในหลาย ๆ ประเด็น อาทิ เรื่องลำดับขั้นของความต้องการที่มาสโลว์ เชื่อว่าความต้องการในขั้นต้นต้องได้รับการตอบสนองก่อน บุคคลจึงจะเกิดความต้องการในลำดับขั้นถัดไป ซึ่งในสภาพความเป็นจริงที่ปรากฏจะเห็นได้ว่ามีหลายกรณีที่เกิดการข้ามขั้น เช่น บุคคลไม่ได้สนใจที่จะตอบสนองความต้องการทางกายหรือความมั่นคงปลอดภัยของตนเอง ได้แก่ การไม่รับประทาน อาหารหรือการอดนอนหลาย ๆ วัน เพียงเพื่อเอาชนะผู้อื่นให้ได้ หรือเพียงเพื่อต้องการแก้ปัญหาที่ ประสบให้สำเร็จหรือเพียงเพื่อแสวงหาคำตอบบางอย่างให้กับตนเองเท่านั้น และยังพบว่ามีหลาย กรณีเช่น กันที่บุคคลเกิดความต้องการสลับขั้นไปมา นอกจากนี้ยังมีบ่อยครั้งที่แรงผลักดัน พฤติกรรมของบุคคลมิได้เกิดจากความต้องการเพียงขั้นใดขั้นหนึ่งเท่านั้น แต่เกิดจากความต้องการ หลาย ๆ ขั้นรวมกัน

ในปัจจุบัน ความต้องการของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์ได้ถูกแบ่งออกเป็น 8 ขั้น โดย ที่เดอพอยและกิลสัน (DePoy & Gilson, 2012, pp. 121-122) แสดงภาพพีระมิดลำดับ 8 ขั้นของ ความต้องการ (Maslow's Hierarchy of Needs pyramid) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการเสริมคุณค่าความ เป็นมนุษย์

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

กู๊ด (Good, 1973) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึงสภาพ คุณภาพหรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจาก ความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น

โอลิเวอร์ (Oliver, 1997) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจคือการตอบสนองที่แสดงถึงความรู้ปะสงค์ของลูกค้าเป็นวิจารณ์ญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการความพึงพอใจมีมุมมองที่แตกต่างกันแล้วแต่มุมมองของแต่ละคน

โวลแมน (Wolman, 1973) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายความต้องการหรือแรงจูงใจ

เคลิร์ก (Quirk, 1987) ความพึงพอใจหมายถึงความรู้ที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จหรือได้รับสิ่งที่ต้องการ

ฮอร์นบี้ (Hornby, 2000) ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จหรือได้รับสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ

วิรุพ พรหมเทวี (2542, หน้า 111) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งอย่างไรถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่คนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย

สุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (2530, หน้า 42 อ้างถึงใน ปราการ กองแก้ว , 2546, หน้า 17) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจหลังการให้บริการของหน่วยงานของรัฐของเข ว่าระดับผลที่ได้จากการพบปะสอดคล้องกับปัญหาที่มีอยู่หรือไม่ส่งผลดีและสร้างความภูมิใจเพียงใดและสร้างความภูมิใจเพียงใด

สาโรช ไสยสมบัติ (2534, หน้า 18 อ้างถึงในปราการ กองแก้ว ,2546, หน้า 17) ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยทำให้งานประสบผลสำเร็จโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการนอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้วยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วยเพราะความเจริญก้าวหน้าของการบริการเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงจำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ

ราณี เขาวนปรีชาศ์ (2538, หน้า18 อ้างถึงใน วฤทธิ์ สารฤทธิคาม , 2548, หน้า 31) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัย ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดเมื่อความต้องการของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคล ได้รับการตอบสนองหรือบรรลุตามจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่งความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความพึงพอใจต่อการใช้บริการจึงเป็นความรู้สึกของผู้ที่มา

รับบริการมีต่อสถานบริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้น ๆ

อรรถพร คำคม (2546, หน้า 29) ได้สรุปว่าความพึงพอใจหมายถึงทัศนคติหรือระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจการต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้น ๆ โดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลจะได้รับการระดับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้น ๆ สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้

วฤทธิ สารฤทธิคาม (2548, หน้า 32 อ้างถึงใน รัตนศักดิ์ ยี่สารพัฒน์, 2551, หน้า 6) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่าเป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมินโดยแบ่งออกถึงทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยา 8

วัลภา ขาหยาด (2532 อ้างถึงใน ประชากร พัฒนกุล และคณะ, 2550, หน้า 22) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจของประชากรที่มีต่อการบริการสาธารณะว่าหมายถึงระดับของความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับการบริการในลักษณะของ

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน
2. การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา
3. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง
4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า

สุทธิชาติ อมาตย์หิน (2543, หน้า 11 อ้างถึงใน รังสรรค์ ฤทธิผาด, 2550, หน้า 16) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยแบ่งออกเป็น 2 นัยคือ

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อหลักให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์หนึ่ง”

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลักให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายอย่างเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือการบริการในระยะหนึ่ง ” และได้ให้ความหมายคำว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคหมายถึงภาวะการที่แสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์ซื้อและการใช้สินค้าและบริการและได้อธิบายความหมายเพิ่มเติมว่าความพึงพอใจหมายถึงภาวะที่แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบประสบการณ์ที่ได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีกว่าความคาดหวังของลูกค้าในทางตรงกันข้ามความไม่พึงพอใจหมายถึงภาวะการที่แสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบประสบการณ์ที่ได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ทฤษฎีความพึงพอใจ

เชลลี (Shelli, 1995, p. 9 อ้างถึงในปราชญ์ กองแก้ว, 2546, หน้า 17) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจสรุปได้ว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้ความรู้สึก ที่มีระบบย้อนกลับและความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีกดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบความรู้สึกทางบวกและความสุขมีความสัมพันธ์ กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความพึงพอใจโดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

5. แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4 P's

คอตเลอร์ (Kotler, 2000: 9) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า หมายถึงกลุ่มเครื่องมือทางการตลาดซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย กล่าวคือ เป็นการสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 11) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด หมายถึงการมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้มค่ารวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้าด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้านั้นและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

สุดาพร กุณฑบุตร (2557: 9) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า หมายถึงองค์ประกอบโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่นำเสนอสู่ผู้บริโภคปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วยปัจจัยด้านการตลาดชนิดที่มักเรียกว่า 4Ps

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดหมายถึงองค์ประกอบโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่นำเสนอสู่ผู้บริโภค

องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด

เลิฟล็อกและเวิร์ทซ์ (Lovelock and Wirtz, 2007: 15) ได้แบ่งส่วนประสมการตลาดบริการออกเป็น 8 P's ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service) หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าโดยการตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า (Goods) บริการ (Service) และความคิด (Idea) ที่

ธุรกิจได้พัฒนาหรือผลิตขึ้นโดยผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) และมีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้และความหมายของผลิตภัณฑ์ยังรวมไปถึงตราสินค้า (Brand) การบรรจุหีบห่อ (Packaging) การรับประกัน (Guarantee) และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Quality) อีกด้วย

2. ราคาและค่าใช้จ่าย (Price) หมายถึงมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงินที่ผู้บริโภคต้องชำระให้แก่องค์กรทางการตลาดเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์โดยการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า (Value) กับราคาของผลิตภัณฑ์ซึ่งการกำหนดราคามีความหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับที่ธุรกิจยังคงความมีกำไรอยู่ได้

3. สถานที่และช่องทางการตลาด (Place/ Distribution Channel) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางที่มีส่วนในการจัดการเกี่ยวกับการจำหน่ายความสะดวกในการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งอาจจะประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดด้วยการนำ ผลิตภัณฑ์ไปส่งมอบให้แก่ลูกค้าภายในระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion Communication) หมายถึงการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อมุ่งหมายให้เกิดการตัดสินใจซื้อโดยในปัจจุบันรูปแบบการส่งเสริมการขายได้เปลี่ยนไปเป็นรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน (Integrated Marketing Communication: IMC) ซึ่งมีรูปแบบการสื่อสารทางการตลาด ดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) รูปแบบการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยธุรกิจเป็นผู้เสียค่าใช้จ่าย

4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) รูปแบบของวิธีการเพื่อเพิ่ม ยอดขาย ของธุรกิจในระยะสั้นเพื่อกระตุ้นในลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

4.3 การประชาสัมพันธ์ (Public Related) รูปแบบของการบอกข่าว และการแจ้ง ข่าวแก่สาธารณชน

4.4 การใช้พนักงานขาย (Salesperson) รูปแบบของการใช้การสื่อสารการตลาดแบบเผชิญหน้าระหว่างบุคคล

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) รูปแบบของการใช้สื่อหรือเครื่องมือต่าง ๆ ในการสื่อสารไปยังลูกค้าเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

6. แนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดูทริชา คำพันธ์ (2557) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารชีวจิตของสมาชิกชมรมชีวจิตในกรุงเทพมหานคร การศึกษา นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

และสังคมของสมาชิกชมรม ชีวจิตในกรุงเทพมหานคร ความรู้ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิต และความสัมพันธ์ของปัจจัยพื้นฐานและความรู้กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิต รวมทั้ง ปัญหาและข้อเสนอแนะได้รวบรวมข้อมูลจากสมาชิกชมรมชีวจิตจำนวน 217 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้น และทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้คอมพิวเตอร์เพื่อหาค่า ร้อยละ ค่ามัธยฐานและค่าไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกชมรมชีวจิตเป็นหญิงร้อยละ 77.0 มีอายุเฉลี่ย 39.9 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 50.2 เป็นพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 32.2 มีระยะเวลาบริโภคอาหารชีวจิตเฉลี่ย 2.9 ปี เป็นผู้ที่มีสุขภาพดีร้อยละ 71.9 และมีแหล่งข้อมูลที่แนะนำให้บริโภคอาหารชีวจิตที่เป็นหนังสือและนิตยสารร้อยละ 64.65 เป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับอาหารชีวจิตด้วยคะแนนเฉลี่ย 79.5 คะแนน ส่วนพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิต ปรากฏว่าสมาชิกชมรมชีวจิตมากกว่าร้อยละ 80 ปฏิบัติเพียง 4 พฤติกรรม จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าอายุและสุขภาพของสมาชิกชมรมชีวจิตมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิตโดยภาพรวมและในรายละเอียดบางประการ ส่วนความรู้ อาชีพ และระยะเวลาการบริโภคอาหารชีวจิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิตทั้งโดยภาพรวมและในรายละเอียด ส่วนปัญหา ของสมาชิกชมรมชีวจิตด้านความรู้คือ ขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับหลักการชีวจิตทางสื่อต่าง ๆ และควรมีการส่งเสริมให้มีร้านอาหารชีวจิตมากขึ้น (อ้างอิงในวิทยุภาค เรื่องนาค https://l.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Fpedu.ku.ac.th%2Fhome%2Fspecialproblem%2Ffiles%2F26_05_2015_00_46_23.pdf%3Ffbclid%3DIwAR0gQTBVzSwJh5aMd7VQInnOzBIVsFK00NulwYH_Nm1dKLVN3wMF8H1QNE&h=AT0SD8agMNWZUc6k7cd0mgELItHsM9LSmC9oB0PbBWpd-uUukg_gFOjiLg6KMQAy9MWk9oaVXLLiOpWMGkGczbJfs4mfILYrQ5JvzS7457iIkxyZkn0z5Y3Cw2FaSsdK0Zi)

วิทยุภาค เรื่องนาค (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่เรียนวิชาศิลปะดำเนินชีวิต การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนในด้านของความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่เรียนวิชาศิลปะการดำเนินชีวิต ซึ่งประกอบไปด้วยนิสิตจากหลากหลายคณะในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิธีการดำเนินการวิจัยใช้การสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 75 คนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกต่าง ๆ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับอาหารคลีนของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน เพื่อศึกษาเจตคติเกี่ยวกับอาหารคลีนของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

การศึกษาครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนาเพื่อศึกษาความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับการบริโภคอาหารคลีนของนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาลัยเขตบางเขน ที่เรียนวิชาศิลปการดำเนินชีวิต ซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน ที่เรียนวิชาศิลปการดำเนินชีวิตจำนวน 75 คน ซึ่งหาได้จากสูตรของ Yamane ซึ่งสุ่มตัวอย่างประชากรจากนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาลัยเขต บางเขน ที่เรียนวิชาศิลปการดำเนินชีวิตโดยมีประชากรทั้งหมด 1,200 คน เพราะฉะนั้นจึงสุ่มตัวอย่างประชากรจากนิสิตระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขนที่เรียนวิชาศิลปการดำเนินชีวิต เป็นจำนวนทั้งสิ้น 300 คน เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ในด้านกำลังของผู้ ทำการศึกษา งบประมาณ ระยะเวลา มีจำกัดจึงใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเพียง 75 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

อรรถสิทธิ์ สกลคณาพงษ์ และ ณกมล จันทร์ สม (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริณชิต ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีช่วงอายุ 20- 29 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีสถานภาพโสด มีสถานะเป็นนักศึกษาและมีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ทางด้านราคาและทางด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริณชิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ 3 ปัจจัย ได้แก่

1. ทางด้านผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงวัตถุดิบที่ใช้ในประกอบอาหารและวิธีในการประกอบอาหารเพื่อให้เกิดประโยชน์ได้จริงและผลดีต่อผู้บริโภค
2. ด้านราคาการกำหนดราคาของอาหารคลีนผู้ประกอบการควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพเพราะจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีนได้
3. ด้านส่งเสริมการตลาดผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการสร้างกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของตนอย่างสม่ำเสมอเพื่อที่จะทำให้แข่งขันกับคู่แข่งได้และเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคอีกด้วย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

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

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปรายงานผลการปฏิบัติงาน
2. สรุปงบประมาณผลกำไร
3. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินการ	ปี 2561							ปี 2562	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมกิจกรรมรูปแบบการขายสินค้า	↔								
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงานและจัดสรรงบประมาณ	↔								
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	↔								
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ขายสินค้า		↔							
5. จัดทำแผนการตลาดและแบบกลยุทธ์		↔							
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้				↔					
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน						↔			
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน								↔	

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ อาคารบ้านตอง 8 เลขที่ 888 ม.5 ซอยปรมณีย์เก่า ถนนบางพลีใหญ่ - หนามแดง
อำเภอบางพลี จ.สมุทรปราการ

สถานที่ดำเนินโครงการ



งบประมาณและวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เก็บคนละ 3,800 บาท รวมเป็นเงิน 7,600 บาท

1. วัสดุดิบ

อกไก่	140	บาท
กุ้ง	240	บาท
ข้าวไรซ์เบอร์รี่	260	บาท
ชีอิ้วขาว (สูตรโซเดียมต่ำ)	180	บาท
ซอยหอยนางรม	180	บาท
ผงกระเทียม	120	บาท
แครอท	100	บาท
มันฝรั่ง	100	บาท
น้ำมันมะกอก	450	บาท
พริกไทยดำเม็ด	200	บาท
พริกหวานสามสี	190	บาท
หอมใหญ่	160	บาท
ถั่วลันเตา	200	บาท
มะเขือเทศราชินี	140	บาท
แคนตาลูป	100	บาท
แก้วมังกร	60	บาท

2. อุปกรณ์

เตาแก๊สปีคนิค	1,300	บาท
มีด	300	บาท
เขียง	250	บาท
กล่องอาหารพลาสติกสามช่อง	150	บาท
ช้อนส้อมพลาสติก	60	บาท
ถุงหิ้ว	90	บาท
กระทะ, หม้ออบ	830	บาท

3. เบ็ดเตล็ด

ป้ายไวนิล/ราคา/โปรโมชั่น/ตราโลโก้	1,000 บาท
ค่าเช่าสถานที่ 8 วัน	800 บาท
รวม	7,600 บาท

การจัดทำแผนธุรกิจ

ความเป็นมาของธุรกิจ

ก่อนที่จะเราจะรับประทานอาหารคลีนเราจำเป็นต้องรู้ก่อนว่าอาหารคลีนคืออะไร ซึ่งก็คืออาหารที่มีสารอาหารครบทุกหมวดหมู่ถือว่ามีความจำเป็น และความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาร่างกายจิตใจ รวมทั้งอารมณ์ การที่เราทาน อาหารให้ครบ 5 หมู่ นั้นจะทำให้เราได้รับสารอาหารที่ครบถ้วนเมื่อเราได้รับสารอาหารครบถ้วนก็จะส่งผลให้ร่างกายได้รับพลัง แข็งแรงพร้อมที่จะลุยงานต่าง ๆ ได้อย่างกระปรี้กระเปร่า ที่สำคัญยังห่างไกลจากโรคร้ายแรงต่าง ๆ อย่างที่กล่าวไว้ว่าอาหารคลีนคือการรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ ซึ่งจะประกอบไปด้วย โปรตีน คาร์โบไฮเดรต วิตามิน เกลือแร่ ไขมัน โดยแต่ละหมู่ก็จะมีหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไป เช่น โปรตีน ประกอบด้วยเนื้อสัตว์ นม ไข่ ถั่วต่าง ๆ ซึ่งโปรตีนมีหน้าที่สำคัญคือช่วยในการเจริญเติบโต ช่วยซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ คาร์โบไฮเดรต จะได้แก่ แป้ง ข้าว ขนมปัง เป็นต้น

โดยมีหน้าที่ให้พลังงาน วิตามิน เกลือแร่ จะได้จากผัก ผลไม้ต่าง เพราะในผักมีกากใยและไฟเบอร์ที่จะช่วยในระบบขับถ่าย ไขมัน จะเป็นจำพวกไขมันที่ได้จากพืชและสัตว์ซึ่งจะช่วยให้ร่างกายของเราอบอุ่น อาหารที่มีประโยชน์ อาทิเช่น ไข่ไก่ เป็นแหล่งสะสมของโปรตีนคุณภาพสูงที่ให้พลังงานแต่ไม่ทำให้อ้วน ช่วยบำรุงสายตา ถั่ว เป็นสารอาหารที่ช่วยในการส่งผ่านออกซิเจนจากปอดไปยังเซลล์ต่างๆของร่างกายและมีไฟเบอร์ช่วยในการขับถ่ายได้ง่ายขึ้นอีกด้วย ประโยชน์ที่จะได้รับอาหารคลีนนั้นมีประโยชน์ต่อร่างกาย มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการทำให้สุขภาพแข็งแรง ผิวพรรณเปล่งปลั่ง สดใส มีสุขภาพจิตที่ดี เป็นต้น

ซึ่งอาหารคลีนเหล่านี้จะทำให้ร่างกายของเราพร้อมที่จะทำกิจกรรมในแต่ละวันได้อย่างเต็มที่ และด้านโรคภัยต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีจะเห็นได้ว่าอาหารคลีนหารรับประทานได้ไม่ยาก ดังนั้น การเลือกรับประทานอาหารเราจึงควรเลือกให้เหมาะสมกับร่างกาย ควรทานในปริมาณที่พอเหมาะ แต่ถ้าจะให้ผลดีมากไปกว่านี้ เราก็จะต้องออกกำลังกายควบคู่ไปด้วย เพื่อที่เราจะได้มีสุขภาพที่ดี ห่างไกลจากโรคด้วยค่ะ

แผนการตลาด 4 P

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

ธุรกิจอาหารคลีนมีหลากหลายเมนู เช่น ออกไก่ผัดพริกไทยดำ ข้าวอกไก่อบ บร็อกโคลี่ผัดกุ้ง และอีกมากมาย โดยจัดเตรียมวัตถุดิบต่าง ๆ ที่สดใหม่ ไม่ผ่านการปรุงแต่งสารเคมี หรือผ่านการแปรรูปน้อยที่สุด และนำมาจัดใส่กล่องหลุมพลาสติก เพื่อจัดราคาสินค้าให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้

เมนูอาหาร



1. ข้าวอกไก่อบ



2. บร็อกโคลี่ผัดกุ้ง



3. ออกไก่ผัดพริกไทยดำ

โดยนำมาจัดใส่กล่องให้เรียบร้อยและเตรียมวางจำหน่าย



1. กล่องหลุมพลาสติก 3 ช่อง



2. ซ้อนส้อมพลาสติก

2. ราคา (Price)

ใช้นโยบายเลขคี่ราคากล่องละ 59 บาท ลูกค้าสามารถชำระเป็นเงินสด และสามารถชำระผ่านระบบ K PLUS ของทางร้านได้

ช่องทางการชำระเงิน

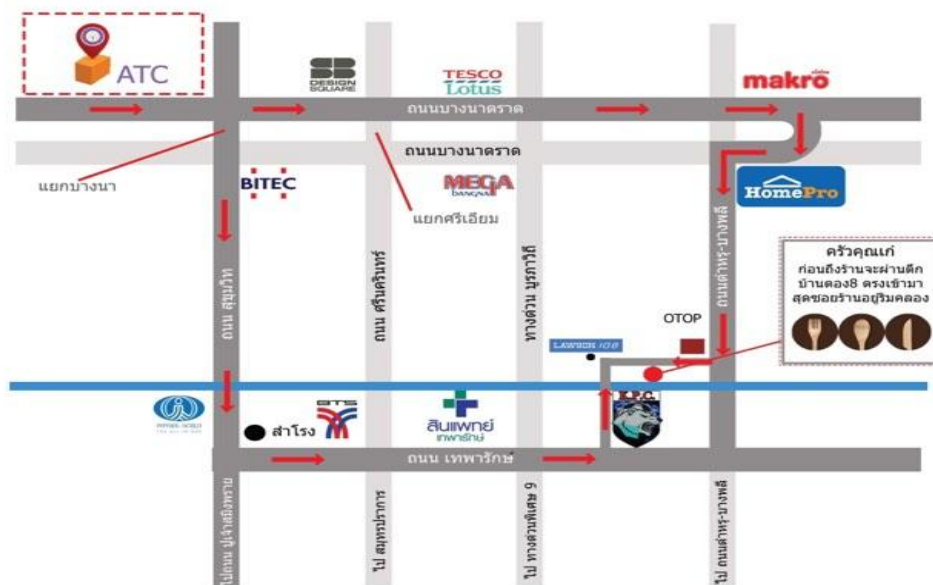


3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

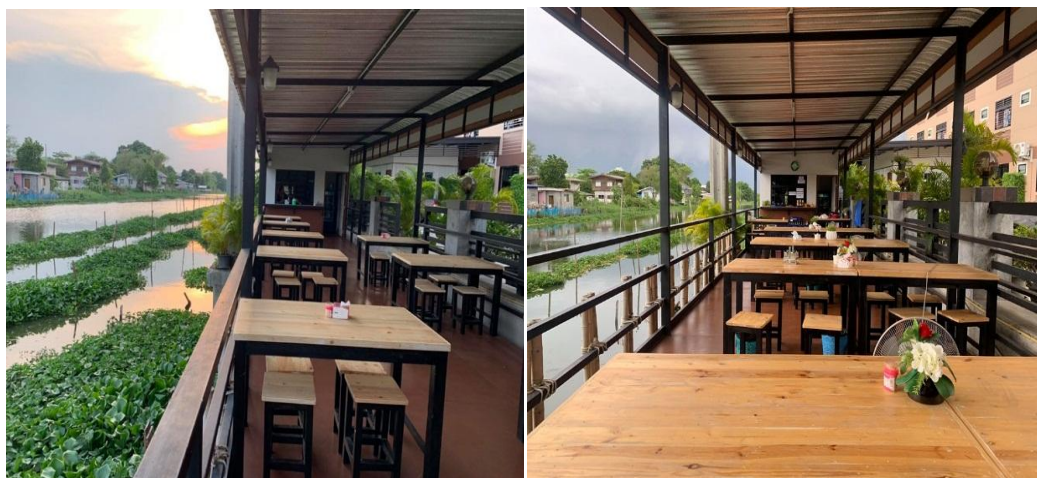
ลูกค้าสามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้าได้ที่ อาคารบ้านตอง 8 (ครัวคุณเก๋) เลขที่ 888 ม.5 ซ.ไปรษณีย์เก่า ถ.บางพลีใหญ่ - หนามแดง ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ โทร .091-062-0102 และลูกค้าสามารถติดต่อสั่งซื้อได้ทางเพจ Yummy Healthy อร่อย “สุขภาพ” ดี



เพจ Facebook



แผนที่ร้าน



หน้าร้านอาคารบ้านตอง 8

4. การส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion)

ประชาสัมพันธ์โปรโมชันผ่านทางหน้าเพจ Facebook



เพจ Facebook

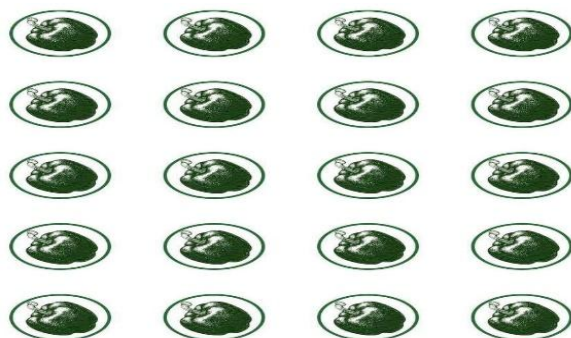
โปรโมชั่นอาหารคลีนซื้อครบ 10 กล่อง รับฟรี 1 กล่อง ตั้งแต่วันนี้ถึง 30 พ.ย. 2562



ด้านหน้าบัตรสะสม



ด้านหลังบัตรสะสม



สติ๊กเกอร์สะสม



ป้ายร้าน



โลโก้ร้าน

ขั้นตอนการสินค้า

1. เตรียมจัดร้านเพื่อเปิดขายสินค้า



2. ต้อนรับลูกค้า ลูกค้าเลือกซื้อสินค้า



3. ให้ข้อมูลลูกค้าที่เกี่ยวกับอาหารคลีน



4. รับสินค้าจากลูกค้าแล้วนำไปใส่ถุงให้กับลูกค้า



5. ส่งสินค้าให้ลูกค้า



6. รับเงินจากลูกค้า



7. กล่าวขอบคุณ



แผนการเงิน

เก็บเงินจากบุคคลในกลุ่มคนละ 3,800 บาท เป็นเงิน 7,600 บาท

แผนฉุกเฉิน

รายการ	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางการแก้ไข
1. ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น	กำไรน้อยลง	หาวัตถุดิบทดแทนเพื่อลดต้นทุน
2. การบริการของพนักงาน	ทำให้ลูกค้าไม่ประทับใจ	ก่อนทำการขายมีการอบรมการ ขายก่อนลงมือปฏิบัติจริง

บทที่ 4
ผลการดำเนินโครงการ

การดำเนินโครงการขาย อร่อย (สุขภาพ) ดี (Yummy Healthy) มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำ
การขายอาหารคลีนเพื่อรักษารูปร่างให้ดูผอมเพรียว สุขภาพดี ร่างกายแข็งแรง และประโยชน์จาก
การรับประทานอาหารที่ดี และเพื่อให้ได้รับประสบการณ์ในการลงมือปฏิบัติงานจริง

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวกชกร ยุทธวิชยานนท์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
13 มิ.ย. 62	ประชุมคิดริเริ่มโครงการ	
15 มิ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อเสนอโครงการ	
16 มิ.ย. 62	จัดสรรงบประมาณ	
17 มิ.ย. 62	เริ่มทำอนุมัติโครงการ	
18 มิ.ย. 62	ส่งเอกสารอนุมัติโครงการ (ครั้งที่ 1)	
19 มิ.ย. 62	แก้ไขเอกสารอนุมัติโครงการ	
25 มิ.ย. 62	ส่งเอกสารอนุมัติโครงการ (ครั้งที่ 2)	
28 มิ.ย. 62	เริ่มทำบทที่ 1	
2 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1 (ครั้งที่ 1)	
4 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 1	
8 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1 (ครั้งที่ 2)	
10 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 2	
12 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2 (ครั้งที่ 1)	
16 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 2	
21 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2 (ครั้งที่ 2)	
30 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 3, ออกแบบโลโก้ร้าน	
1 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3 (ครั้งที่ 1)	
8 ส.ค. 62	แก้ไขบทที่ 3	
15 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3 (ครั้งที่ 2)	

นางสาวกชกร ยุทธวิชยานนท์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
17 ส.ค. 62	เริ่มทำ PowerPoint (โครงการ + บทที่ 1-3 แผนดำเนินโครงการ) เพื่อ นำเสนอ	
20 ส.ค. 62	ส่ง Powerpoint(โครงการ+บทที่ 1-3 แผนดำเนินการ) (ครั้งที่ 1)	
25 ส.ค. 62	แก้ไข Powerpoint(โครงการ+บทที่ 1-3 แผนดำเนินการ)	
31 ส.ค. 62	ส่ง Powerpoint(โครงการ+บทที่ 1-3 แผนดำเนินการ) (ครั้งที่ 2)	
20 ก.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present ครั้งที่ 1	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1	
5 ต.ค. 62	ซื้ออุปกรณ์/บรรจุภัณฑ์/เพื่อจัดเตรียมร้าน	
6 ต.ค. 62	จัดทำป้ายไวนิล	
12 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 1	
13 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 2	
15 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 3	
17 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 4	
19 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 5	
21 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 6	
23 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 7	
25 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 8	
28 ต.ค. 62	เริ่มทำ Powerpoint ครั้งที่ 2	
30 ต.ค. 62	ส่ง Powerpoint ครั้งที่ 2 (ครั้งที่ 1)	
31 ต.ค. 62	แก้ไข Powerpoint ครั้งที่ 2	
5 พ.ย. 62	ส่ง Powerpoint ครั้งที่ 2 (ครั้งที่ 2)	
14 พ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present ครั้งที่ 2	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2	
18 พ.ย. 62	เริ่มทำแบบสอบถามโครงการ	
2 ธ.ค. 62	ส่งแบบสอบถามโครงการ (ครั้งที่ 1)	
3 ธ.ค. 62	แก้ไขแบบสอบถามโครงการ	
6 ธ.ค. 62	ส่งแบบสอบถามโครงการ (ครั้งที่ 2)	

นางสาวกชกร ยุทธวิชยานนท์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
14 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 4 (ด้านงบประมาณ,การปฏิบัติงานแต่ละบุคคล)	
15 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4 (ด้านงบประมาณ,การปฏิบัติงานแต่ละบุคคล) (ครั้งที่ 1)	
17 ธ.ค. 62	แก้ไขบทที่ 4 (ด้านงบประมาณ,การปฏิบัติงานแต่ละบุคคล)	
20 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4 (ด้านงบประมาณ,การปฏิบัติงานแต่ละบุคคล) (ครั้งที่ 2)	
27 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินโครงการ,ข้อเสนอแนะ)	
28 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 5 (ครั้งที่ 1)	
10 ม.ค. 63	แก้ไขบทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินโครงการ,ข้อเสนอแนะ)	
17 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 5 (ครั้งที่ 2)	
20 ม.ค. 63	เริ่มทำบรรณานุกรม	
21 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม (ครั้งที่ 1)	
23 ม.ค. 63	แก้ไขบรรณานุกรม	
25 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม (ครั้งที่ 2)	
28 ม.ค. 63	เริ่มทำภาคผนวก ก,ข,ค,ง	
30 ม.ค. 63	ส่งภาคผนวก ก,ข,ค,ง	
31 ม.ค. 63	แก้ไขภาคผนวก ก,ข,ค,ง	
3 ก.พ. 63	ส่งภาคผนวก ก,ข,ค,ง (ครั้งที่ 2)	
5 ก.พ. 63	เริ่มทำสารบัญ	
6 ก.พ. 63	ส่งสารบัญ (ครั้งที่ 1)	
8 ก.พ. 63	แก้ไขสารบัญ	
9 ก.พ. 63	ส่งสารบัญ (ครั้งที่ 2)	
10 ก.พ. 63	เริ่มทำกิตติกรรมประกาศ,บทคัดย่อ	
11 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ,บทคัดย่อ (ครั้งที่ 1)	
12 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศ,บทคัดย่อ	
13 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ,บทคัดย่อ (ครั้งที่ 2)	
17 ก.พ. 63	ส่งตรวจรูปเล่มโครงการ	
25 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่มโครงการ,เงินค่ารูปเล่ม,แผ่นซีดี	

นางสาวนฤกร ยุทธวิชยานนท์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
13 มิ.ย. 62	ประชุมคิดริเริ่มโครงการ	
15 มิ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อเสนอโครงการ	
16 มิ.ย. 62	จัดสรรงบประมาณ	
17 มิ.ย. 62	เริ่มทำอนุมัติโครงการ	
18 มิ.ย. 62	ส่งเอกสารอนุมัติโครงการ (ครั้งที่ 1)	
19 มิ.ย. 62	แก้ไขเอกสารอนุมัติโครงการ	
25 มิ.ย. 62	ส่งเอกสารอนุมัติโครงการ (ครั้งที่ 2)	
28 มิ.ย. 62	เริ่มทำบทที่ 1	
2 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1 (ครั้งที่ 1)	
4 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 1	
8 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1 (ครั้งที่ 2)	
10 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 2	
12 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2 (ครั้งที่ 1)	
16 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 2	
21 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2 (ครั้งที่ 2)	
30 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 3, ออกแบบโลโก้ร้าน	
1 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3 (ครั้งที่ 1)	
8 ส.ค. 62	แก้ไขบทที่ 3	
15 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3 (ครั้งที่ 2)	
17 ส.ค. 62	เริ่มทำ PowerPoint (โครงการ+บทที่ 1-3 แผนดำเนินการโครงการ) เพื่อ นำเสนอ	
20 ส.ค. 62	ส่ง Powerpoint (โครงการ+บทที่ 1-3 แผนดำเนินการ) (ครั้งที่ 1)	
25 ส.ค. 62	แก้ไข Powerpoint (โครงการ+บทที่ 1-3 แผนดำเนินการ)	
31 ส.ค. 62	ส่ง Powerpoint (โครงการ+บทที่ 1-3 แผนดำเนินการ) (ครั้งที่ 2)	
20 ก.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present ครั้งที่ 1	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1	

นางสาวนฤกร ยุทธวิชยานนท์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
5 ต.ค. 62	ซื้ออุปกรณ์/บรรจุภัณฑ์เพื่อจัดเตรียมร้าน	
6 ต.ค. 62	จัดทำป้ายไวนิล	
12 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 1	
13 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 2	
15 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 3	
17 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 4	
19 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 5	
21 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 6	
23 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 7	
25 ต.ค. 62	ออกขายครั้งที่ 8	
28 ต.ค. 62	เริ่มทำ Powerpoint ครั้งที่ 2	
30 ต.ค. 62	ส่ง Powerpoint ครั้งที่ 2 (ครั้งที่ 1)	
31 ต.ค. 62	แก้ไข Powerpoint ครั้งที่ 2	
5 พ.ย. 62	ส่ง Powerpoint ครั้งที่ 2 (ครั้งที่ 2)	
14 พ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present ครั้งที่ 2	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2	
18 พ.ย. 62	เริ่มทำแบบสอบถามโครงการ	
2 ธ.ค. 62	ส่งแบบสอบถามโครงการ (ครั้งที่ 1)	
3 ธ.ค. 62	แก้ไขแบบสอบถามโครงการ	
6 ธ.ค. 62	ส่งแบบสอบถามโครงการ (ครั้งที่ 2)	
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
14 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 4 (ด้านงบประมาณ, การปฏิบัติงานแต่ละบุคคล)	
15 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4 (ด้านงบประมาณ, การปฏิบัติงานแต่ละบุคคล) (ครั้งที่ 1)	
17 ธ.ค. 62	แก้ไขบทที่ 4 (ด้านงบประมาณ, การปฏิบัติงานแต่ละบุคคล)	
20 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4 (ด้านงบประมาณ, การปฏิบัติงานแต่ละบุคคล) (ครั้งที่ 2)	
27 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินโครงการ, ข้อเสนอแนะ)	

นางสาวนฤกร ยุทธวิชยานนท์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
28 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 5 (ครั้งที่ 1)	
10 ม.ค. 63	แก้ไขบทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินโครงการ, ข้อเสนอแนะ)	
17 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 5 (ครั้งที่ 2)	
20 ม.ค. 63	เริ่มทำบรรณานุกรม	
21 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม (ครั้งที่ 1)	
23 ม.ค. 63	แก้ไขบรรณานุกรม	
25 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม (ครั้งที่ 2)	
28 ม.ค. 63	เริ่มทำภาคผนวก ก,ข,ค,ง	
30 ม.ค. 63	ส่งภาคผนวก ก,ข,ค,ง	
31 ม.ค. 63	แก้ไขภาคผนวก ก,ข,ค,ง	
3 ก.พ. 63	ส่งภาคผนวก ก,ข,ค,ง (ครั้งที่ 2)	
5 ก.พ. 63	เริ่มทำสารบัญ	
6 ก.พ. 63	ส่งสารบัญ (ครั้งที่ 1)	
8 ก.พ. 63	แก้ไขสารบัญ	
9 ก.พ. 63	ส่งสารบัญ (ครั้งที่ 2)	
10 ก.พ. 63	เริ่มทำกิตติกรรมประกาศ,บทคัดย่อ	
11 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ,บทคัดย่อ (ครั้งที่ 1)	
12 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศ,บทคัดย่อ	
13 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ,บทคัดย่อ (ครั้งที่ 2)	
17 ก.พ. 63	ส่งตรวจรูปเล่มโครงการ	
25 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่มโครงการ,เงินค่ารูปเล่ม,แผ่นซีดี	

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จจติดินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 1

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวน เงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
12/10/62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2	3,800.00	7,600.00						7,600.00
	อกไก่				1	70.00	70.00			7,530.00
	กุ้ง				1	240.00	240.00			7,290.00
	ข้าวไรซ์เบอร์รี่				1	65.00	65.00			7,225.00
	ข้าวหอมมะลิ				1	30.00	30.00			7,195.00
	ซีอิ๊วขาว				1	180.00	180.00			7,015.00
	ซอสหอยนางรม				1	180.00	180.00			6,835.00
	แครอท				1	40.00	40.00			6,795.00
	ผงกระเทียม				1	120.00	120.00			6,675.00
	มันฝรั่ง				1	40.00	40.00			6,635.00
	น้ำมันมะกอก				1	450.00	450.00			6,185.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จรับเงินในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 1

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวน เงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	พริกไทยดำเม็ด				1	100.00	100.00			6,085.00
	พริกหวานสามสี				1	100.00	100.00			5,985.00
	หอมใหญ่				1	50.00	50.00			5,935.00
	ถั่วลันเตา				1	60.00	60.00			5,875.00
	มะเขือเทศราชินี				1	70.00	70.00			5,805.00
	แคนตาลูป				1	50.00	50.00			5,755.00
	แก้วมังกร				1	50.00	50.00			5,705.00
	เตาแก๊สปิคนิค				1	1,300.00	1,300.00			4,405.00
	มีด				1	200.00	200.00			4,205.00
	เจียง				1	150.00	150.00			4,055.00
	กล่องพลาสติกสามช่อง				1	150.00	150.00			3,905.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จรับเงินในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 1

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	ป้าย/โปสเตอร์/โลโก้				3	333.00	999.00			2,265.00
	ค่าเช่าร้าน				8	100.00	800.00			2,106.00
12/10/62	ข้าวอกไก่อบ	8	59.00	472.00						2,578.00
	ข้าวอกไก่พริกไทยดำ	8	59.00	472.00						3,050.00
	ข้าวบร็อกโคลี่ผัดกุ้ง	4	59.00	236.00						3,286.00
รวม		รวม		8,780.00	รวม		5,494.00	รวม		3,286.00

รายจ่าย และใบเสร็จจดสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 2

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวน เงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวน เงิน
13/10/62	ยกยอดมา			3,286.00						3,286.00
	อกไก่				1	70.00	70.00			3,216.00
	กุ้ง				1	240.00	240.00			2,976.00
	ข้าวไรซ์เบอร์รี่				1	65.00	65.00			2,911.00
	ข้าวหอมมะลิ				1	30.00	30.00			2,881.00
	มันฝรั่ง				1	40.00	40.00			2,841.00
	พริกหวานสามสี				1	100.00	100.00			2,741.00
	แครอท				1	40.00	40.00			2,701.00
	มะเขือเทศราชินี				1	70.00	70.00			2,631.00
	หอมใหญ่				1	50.00	50.00			2,581.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 2

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวน เงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน
	ถั่วลิ้นเตา				1	60.00	60.00			2,521.00
	แคนตาลูป				1	50.00	50.00			2,471.00
	แก้วมังกร				1	50.00	50.00			2,421.00
	ข้าวอกไก่อบ	6	59.00	354.00						2,775.00
	ข้าวอกไก่พริกไทยดำ	10	59.00	590.00						3,365.00
	ข้าวบร็อกโคลี่ผัดกุ้ง	5	59.00	295.00						3,660.00
รวม		รวม		4,525.00	รวม		865.00	รวม		3,660.00

รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 3

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวน เงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวน เงิน
15/10/62	ยกยอดมา			3,660.00						3,660.00
	ข้าวอกไก่อบ	10	59.00	590.00						4,250.00
	ข้าวอกไก่พริกไทยดำ	15	59.00	885.00						5,135.00
	ข้าวบร็อคโคลี่ผัดกุ้ง	5	59.00	295.00						5,430.00
รวม		รวม		5,430.00	รวม			รวม		5,430.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จรับเงินในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 4

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวน เงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวน เงิน
17/10/62	ขกขอดมา			5,430.00						5,430.00
	ข้าวอกไก่อบ	8	59.00	472.00						5,902.00
	ข้าวอกไก่พริกไทยดำ	12	59.00	708.00						6,610.00
	ข้าวบร็อคโคลี่ผัดกุ้ง	6	59.00	354.00						6,964.00
รวม		รวม		6,964.00	รวม			รวม		6,964.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จรับเงินในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 5

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวน เงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวน เงิน
19/10/62	ขกขอคมา			6,964.00						6,964.00
	ข้าวอกไก่อบ	6	59.00	354.00						7,318.00
	ข้าวอกไก่พริกไทยดำ	18	59.00	1,062.00						8,380.00
	ข้าวบร็อกโคลี่ผัดกุ้ง	7	59.00	413.00						8,793.00
รวม		รวม		8,793.00	รวม			รวม		8,793.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 6

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน
21/10/62	ชกขอดมา			8,793.00						8,793.00
	อกไก่				1	70.00	70.00			8,723.00
	กุ้ง				1	240.00	240.00			8,483.00
	ข้าวไรซ์เบอร์รี่				1	65.00	65.00			8,418.00
	ข้าวหอมมะลิ				1	30.00	30.00			8,388.00
	มันฝรั่ง				1	40.00	40.00			8,348.00
	พริกหวานสามสี				1	100.00	100.00			8,248.00
	แครอท				1	40.00	40.00			8,208.00
	มะเขือเทศราชินี				1	70.00	70.00			8,138.00
	หอมใหญ่				1	50.00	50.00			8,088.00
	ถั่วลันเตา				1	60.00	60.00			8,028.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จรับเงินในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 6

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	แคนตาลูป				1	50.00	50.00			7,978.00
	แก้วมังกร				1	50.00	50.00			7,928.00
	ข้าวอกไก่อบ	8	59.00	472.00						8,400.00
	ข้าวอกไก่พริกไทยดำ	10	59.00	590.00						8,990.00
	ข้าวปรี๊ดคโคลิ่ผัดกุ้ง	5	59.00	295.00						9,285.00
รวม		รวม		10,150.00	รวม		865.00	รวม		9,285.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จรับเงินในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 7

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน
23/10/62	ยกยอดมา			9,285.00						9,285.00
	ข้าวอกไก่อบ	5	59.00	354.00						9,639.00
	ข้าวอกไก่พริกไทยดำ	14	59.00	1,062.00						10,701.00
	ข้าวบร็อกโคลี่ผัดกุ้ง	8	59.00	413.00						11,114.00
รวม		รวม		11,114.00	รวม			รวม		11,114.00

บัญชีรายรับ – รายจ่าย และใบเสร็จรับเงินในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

ขายครั้งที่ 8

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน
25/10/62	ยกยอดมา			11,114.00						11,114.00
	ข้าวอกไก่อบ	4	59.00	236.00						11,350.00
	ข้าวอกไก่พริกไทยดำ	9	59.00	531.00						11,881.00
	ข้าวบร็อกโคลี่ผัดกุ้ง	7	59.00	413.00						12,294.00
	ค่าแผ่นซีดีลบได้				3	30.00	90.00			12,204.00
	ค่ารูปเล่ม				3	200.00	600.00			11,604.00
	ค่ากล่องซีดี				3	15.00	45.00			11,559.00
รวม		รวม		12,294.00	รวม		735.00	รวม		11,559.00

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการขาย อร่อย (สุขภาพ) ดี (Yummy Healthy)

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างรายได้และอาชีพ
3. เพื่อให้นักศึกษารู้หลักการและกลยุทธ์ในการขายสินค้า
4. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานเป็นทีม

ทุนทั้งสิ้น	7,600.00	บาท
ซื้อวัสดุอุปกรณ์	7,969.00	บาท
รายได้ขายสินค้า	4,694.00	บาท
กำไรสุทธิ	4,325.00	บาท
กำไรจากการดำเนินงานสมาชิกกลุ่มคนละ	2,162.50	บาท
คืนทุนให้สมาชิกในกลุ่ม	2,162.50	บาท

แบ่งกำไรและคืนทุนให้สมาชิก 2 คน เท่า ๆ กัน คนละ 2,162.50 บาท

รายชื่อ

1. นางสาวกชกร	ยุทธวิชยานนท์	2,162.50	บาท
2. นางสาวนฤกร	ยุทธวิชยานนท์	2,162.50	บาท
รวม		4,324.50	บาท

กำไรดำเนินงานจากสมาชิกในกลุ่ม 2 คน ๆ ละ 2,162.50 บาท

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการ Yummy Healthy อร่อยสุขภาพดี ที่ผ่านมาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ คือ บรรลุวัตถุประสงค์รายวิชาโครงการ เกิดความสามัคคี การทำงานเป็นทีม เกิดความคิดสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพิ่มทักษะในการวางกลยุทธ์การขาย และยังเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพภายในอนาคต อุปสรรคที่เกิดขึ้น คือ สมาชิกภายในกลุ่มมีเวลาว่างไม่ตรงกันและปัญหาเรื่องของการเก็บรักษาวัตถุดิบที่เหลือเพราะการตัดสินใจซื้อของลูกค้านั้นค่อนข้างปิดการขายยากมีแนวทางการแก้ปัญหา คือ นัดวันและเวลาสมาชิกภายในกลุ่มให้ตรงกันมากที่สุด และศึกษาการเก็บรักษาวัตถุดิบแต่ละชนิด

สรุปตารางการปฏิบัติงาน

ครั้งที่	วัน / เดือน / ปี	กิจกรรม ที่ปฏิบัติ
1	13 - 15 มิ.ย. 62	ประชุมคิดริเริ่มโครงการ เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อเสนอโครงการ
2	16 มิ.ย. 62	จัดสรรงบประมาณ
3	17 - 25 มิ.ย. 62	เริ่มทำอนุมัติโครงการ ส่งเอกสารอนุมัติโครงการ
4	28 มิ.ย. 62 - 8 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 1 ส่งบทที่ 1
5	10 - 21 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 2 ส่งบทที่ 2
6	30 ก.ค. 62 - 15 ส.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 3,ออกแบบโลโก้ร้าน ส่งบทที่ 3

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. สมาชิกในกลุ่มมีเวลาไม่ตรงกัน
2. มีปัญหาในเรื่องการเก็บรักษาวัตถุดิบที่เหลือต่อวัน
3. มีปัญหาเรื่องการแบ่งหน้าที่ในการทำงาน
4. สมาชิกในทีมขาดความชำนาญในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารคลีนแก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนา

1. ต้องมีการทำงานเป็นทีม มีความรับผิดชอบให้มากขึ้น
2. ศึกษาค้นคว้าและสอบถามผู้เชี่ยวชาญในการเก็บรักษาถนอมวัตถุดิบเพื่อให้คงสภาพ

ในการขายวันต่อไป

3. มอบหมายหน้าที่ที่เหมาะสมของแต่ละคนในกลุ่ม
4. ควรมีการหาความรู้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับอาหารคลีน หรือ สอบถามข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารคลีน และมีการประชุมวางแผนเกี่ยวกับการให้ข้อมูลกับลูกค้าอย่างถูกต้อง

บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ เนาวแสงศรี . (2558). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการขาย . ค้นหาข้อมูลวันที่ 2 สิงหาคม 2562, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2415/1/kannika_naov.pdf
- ณัฐนนท์ โชครัสมิศิริ . (2558). แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4 P's. ค้นหาข้อมูลวันที่ 2 สิงหาคม 2562, จาก <http://thesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/203/1/5660231%20ณัฐนน.pdf>
- ปทุมภาพัชร อจหาญ . (2555). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ค้นหาข้อมูลวันที่ 4 สิงหาคม 2562, จาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/53930109/chapter2.pdf
- เมธา หริมเทพาธิป. (2560). แนวคิดและทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ ค้นหาข้อมูลวันที่ 5 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/629839>
- สุทธิชา คำพันธ์ . (2557). ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารชีวจิต ค้นหาข้อมูลวันที่ 7 สิงหาคม 2562, จาก http://ped.edu.ku.ac.th/home/specialproblem/files/26_05_2015_00_46_23.pdf?fbclid=IwAR0gQHTBVzSwJh5aMd7VQInnOzBIVsFK00NulwYH_Nm1dKLVN3wMF8H1QNE
- วิชญนาถ เรืองนาค. (2558). ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคอาหารคลีนของนิสิต ค้นหาข้อมูลวันที่ 7 สิงหาคม 2562, จาก http://ped.edu.ku.ac.th/home/specialproblem/files/26_05_2015_00_46_23.pdf?fbclid=IwAR0gQHTBVzSwJh5aMd7VQInnOzBIVsFK00NulwYH_Nm1dKLVN3wMF8H1QNE
- อภิวิทย์ ยั่งยืนสถาพร . (2558). แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค ค้นหาข้อมูลวันที่ 9 สิงหาคม 2562, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1661/1/apitvit_youn.pdf

ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก โครงการ
- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ

สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ

ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ

อร่อย (สุขภาพ) ดี (Yummy Healthy)

ระยะเวลาในการดำเนินงาน

มิถุนายน 2562 – กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่การดำเนินงาน

อาคารบ้านตอ 8 เลขที่ 888 ม.5 ซ.ไปรษณีย์เก่า

ถ.บางพลีใหญ่ - หนามแดง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

ประเมินค่าใช้จ่าย

7,660 บาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | | | |
|---------------|---------------|----------------------|----------|
| 1. นางสาวกชกร | ยุทธวิชยานนท์ | เลขที่ประจำตัว 41086 | ปวช.3/11 |
| 2. นางสาวนฤกร | ยุทธวิชยานนท์ | เลขที่ประจำตัว 41085 | ปวช.3/11 |

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ

(นางสาวกชกร ยุทธวิชยานนท์)....../...../

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์อุดมพร เปตตานนท์)....../...../.....

(อาจารย์กันตชาติ เมธาโชติมณีกุล)....../...../.....

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

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

ชื่อโครงการ	อร่อย (สุขภาพ) ดี (Yummy Healthy)	
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่มขายสินค้า	
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อุดมพร เปตานนท์	
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์กันตชาติ เมธาโชติมณีกุล	
ผู้รับผิดชอบโครงการ		
1. นางสาวชกร ยุทธวิชานนท์	ประธานโครงการ	
2. นางสาวนฤกร ยุทธวิชานนท์	รองประธานโครงการ	

หลักการและเหตุผล

ในยุคของการแข่งขันที่เรากำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน ชีวิตมีแต่ความเร่งรีบมากขึ้นจนไม่ค่อยมีเวลาที่จะให้ความสำคัญกับเรื่องความสมดุลของอาหารที่รับประทานรวมทั้งค่านิยมการรับประทานอาหารแบบตะวันตก ซึ่งประกอบด้วย เนื้อสัตว์ ไขมัน นม เนย เป็นส่วนใหญ่ ทำให้คนไทยมีโรคประจำตัวกันมากขึ้นเช่น เบาหวาน ความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ โรคอัมพาต ซึ่งโรคเหล่านี้ล้วนเกี่ยวกับความเลื่อมของหลอดเลือดในปัจจุบันชาวตะวันตกเริ่มตระหนักถึงพิษภัยของการกินอาหาร ซึ่งไม่สมดุลได้มีการชักชวนให้ลดการรับประทาน เนื้อสัตว์ นม เนย ให้เพิ่มการรับประทาน พืช ผัก และธัญพืชซึ่งอุดมไปด้วยเส้นใยจากธรรมชาติและวิตามิน ในปัจจุบันผู้คนเริ่มหันมาใส่ใจในเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องของการกินและได้มีการแสวงหาอาหารเพื่อสุขภาพเกิดขึ้นมากมาย ซึ่งหลายคนคงเคยได้ยินคำว่า “อาหารคลีน” ซึ่งเป็นลักษณะการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพรูปแบบหนึ่ง ที่ส่งผลดีต่อสุขภาพร่างกายและกำลังได้รับความนิยมจากผู้คนในปัจจุบันเป็นจำนวนมาก

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมองเห็นแนวทางในการทำการตลาดโดยการทำธุรกิจอาหารคลีน เพื่อตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจกับสุขภาพตนเองมากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานเป็นทีม
4. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะการวางกลยุทธ์ขายสินค้า

เป้าหมาย

1. สร้างผลกำไรรายได้ให้กับนักศึกษา
2. เพื่อสร้างอาชีพการขายสินค้า

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

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

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปรายงานผลการปฏิบัติงาน
2. สรุปงบประมาณผลกำไร
3. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า

ขั้นตอนดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมคิดรูปแบบการขายสินค้า	↔								
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงานและจัดสรรงบประมาณ	↔								
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	↔								
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ขายสินค้า		↔							
5. จัดทำแผนการตลาดและแบบกลยุทธ์		↔							
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้				↔					
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน						↔			
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน								↔	

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ อาคารบ้านตอง 8 เลขที่ 888 ม.5 ซ.ไปรษณีย์เก่า ถ.บางพลีใหญ่ - นามแดง

อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

งบประมาณและวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เก็บคนละ 3,830 บาท รวมเป็นเงิน 7,660 บาท

1. วัสดุดิบ

อกไก่	140	บาท
กุ้ง	240	บาท
ข้าวไรซ์เบอร์รี่	260	บาท
ชีอิ้วขาว (สูตรโซเดียมต่ำ)	180	บาท
ซอยหอยนางรม	180	บาท
ผงกระเทียม	120	บาท
แครอท	100	บาท
มันฝรั่ง	100	บาท
น้ำมันมะกอก	450	บาท
พริกไทยดำเม็ด	200	บาท
พริกหวานสามสี	190	บาท
หอมใหญ่	160	บาท
ถั่วลันเตา	200	บาท
มะเขือเทศราชินี	140	บาท
แคนตาลูป	100	บาท
แก้วมังกร	60	บาท

2. อุปกรณ์

เตาแก๊สปิคนิค	1,300	บาท
มีด	300	บาท
เขียง	250	บาท
กล่องอาหารพลาสติกสามช่อง	150	บาท
ช้อนส้อมพลาสติก	60	บาท
ถุงหิ้ว	90	บาท
กระทะ, หม้ออบ	830	บาท

3. เบ็ดเตล็ด

ป้ายไวนิล/ราคา/โปรโมชั่น/ตราโลโก้	1,000	บาท
ค่าเช่าสถานที่ 8 วัน	800	บาท
รวม	7,600	บาท

การติดตามผลและการประเมิน

8. นำเสนอสินค้าเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
9. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า
10. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

5. บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
6. สร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา
7. เกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
8. สามารถสร้างสรรค์และวางแผนกลยุทธ์การขายสินค้าได้

ปัญหาและอุปสรรค

1. การปฏิบัติงานอาจล่าช้า หรือไม่ปฏิบัติตามแผนงาน
2. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติการอาจชำรุดเสียหาย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรทำการฝึกฝนการผลิตสินค้าให้เกิดความชำนาญเพื่อให้การปฏิบัติเป็นไปตามแผนงาน
2. ควรมีการตรวจสอบวัสดุอุปกรณ์ก่อนในการปฏิบัติงาน

ลงชื่อ.....

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์กันตชาติ เมธาโชติมณีกุล)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

อร่อย (สุขภาพ) ดี (Yummy Healthy)

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์อุดมพร เปตานนท์

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์กันตชาติ เมธาโชติมณีกุล

ผู้รับผิดชอบโครงการ นางสาวกชกร ยุทธวิชยานนท์ ปวช. 3/11 เลขที่ 29

นางสาวนฤกร ยุทธวิชยานนท์ ปวช. 3/11 เลขที่ 28

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

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
7	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติงานบริการ) เข้ารับการนิเทศจากอาจารย์ที่ ปรึกษาโครงการ	1-31 ต.ค.62		
8	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ+ แผนการตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียม นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออก ร้านจัดแสดงสินค้า/ บริการ/ แสดงผลงาน ประดิษฐ์)	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 ATC นิทรรศน์ (ออกร้าน และแจกแบบสอบถาม โครงการ)	13 ธ.ค.62		
12	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล) (บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ)	16-20 ธ.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

ส่วนที่ 1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1. ลักษณะกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร้านอาหารคลีน Yummy Healthy (อร่อยสุขภาพดี) เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

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

จากตารางที่ 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ Yummy Healthy (อร่อยสุขภาพดี) ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 100 คน จำแนกตามตัวแปรดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 และเพศชายจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00

ตารางที่ 2. อายุของผู้ตอบสอบถาม

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี	2	2
18 – 25 ปี	44	44
26 - 35 ปี	40	40
36 - 45 ปี	8	8
45 ปีขึ้นไป	6	6
รวม	100	100

จากตารางที่ 2. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18-25 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 อายุ 26-35 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 อายุ 36-45 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ อายุ 45 ปีขึ้นไป ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 3. ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	2	2
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.)	8	8
อนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูง (ปวส.)	53	53
ปริญญาตรี	26	26
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	11	11

จากตารางที่ 3. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา อนุปริญญา จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 ปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4. อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
อาจารย์	15	15
นักเรียน/นักศึกษา	16	16
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	17	17
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	21	21
พนักงานบริษัท/รับจ้าง	31	31
อื่น ๆ	-	-

จากตารางที่ 4. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 21.00 ข้าราชการ จำนวน 17 คิดเป็นร้อยละ 17.00 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และอาจารย์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00

ตารางที่ 5. รายได้ / เดือน

รายได้ / เดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	6	6
10,000 – 15,000 บาท	23	23
15,001 – 20,001 บาท	48	48
20,001 บาทขึ้นไป	23	23

จากตารางที่ 5. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ / เดือน 15,001 – 20,001 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 บาท เดือน 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 เดือน 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ส่วนที่ 2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการร้าน Yummy Healthy อร่อยสุขภาพดี
ตารางที่ 6. ความพึงพอใจในการซื้อสินค้า

ความพึงพอใจใน การบริโภคอาหาร คลีน	ระดับความพึงพอใจ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{x}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
	5	4	3	2	1			
1. ท่าเลที่ตั้งของร้านค้าเหมาะสม	41 (41.00%)	35 (35.00%)	22 (22.00%)	2 (2.00%)	-	4.15	0.83	มาก
2. รสชาติของอาหาร	47 (47.00%)	39 (39.00%)	14 (14.00%)	-	-	4.33	0.71	มาก
3. ราคาของสินค้า	39 (39.00%)	50 (50.00%)	11 (11.00%)	-	-	4.28	0.65	มาก
4. ความสะอาดของร้าน	43 (43.00%)	50 (50.00%)	7 (7.00%)	-	-	4.36	0.61	มาก
5. ผู้บริโภคมีความประทับใจในตัวสินค้า	40 (40.00%)	40 (40.00%)	13 (13.00%)	7 (7.00%)	-	4.13	0.90	มาก
6. ความเหมาะสมในการใส่บรรจุภัณฑ์	44 (44.00%)	37 (37.00%)	14 (14.00%)	5 (5.00%)	-	4.20	0.86	มาก
7. มีเมนูให้เลือกหลากหลายแบบ	32 (32.00%)	54 (54.00%)	10 (10.00%)	4 (4.00%)	-	4.14	0.75	มาก
8. ระยะเวลาในการทำอาหารที่รวดเร็ว	43 (43.00%)	46 (46.00%)	7 (7.00%)	4 (4.00%)	-	4.28	0.77	มาก
9. ประโยชน์ของตัวสินค้า	39 (39.00%)	42 (42.00%)	12 (12.00%)	7 (7.00%)	-	4.13	0.88	มาก
10. ความพึงพอใจโดยภาพรวม	41 (41.00%)	41 (41.00%)	13 (13.00%)	5 (5.00%)	-	4.18	0.85	มาก

จากตารางที่ 6. พบว่าความสะอาดของร้าน ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ร้อยละ 4.36 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก รสชาติของอาหาร $\bar{X}$ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ 4.33 อยู่ใน ระดับเห็นด้วยมาก ราคาของสินค้า ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ร้อยละ 4.28 อยู่ใน ระดับเห็นด้วยมาก ระยะเวลาในการทำอาหารที่รวดเร็ว ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ร้อยละ 4.28 อยู่ใน ระดับเห็นด้วยมาก ความเหมาะสมในการใส่บรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ร้อยละ 4.20 อยู่ใน ระดับเห็นด้วยมาก ความพึงพอใจโดยภาพรวม ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ร้อยละ 4.18 อยู่ใน ระดับเห็นด้วยมาก ทำเลที่ตั้งของร้านค้าเหมาะสม ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ร้อยละ 4.15 อยู่ใน ระดับเห็นด้วยมาก มีเมนูให้เลือกหลากหลายแบบ ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ร้อยละ 4.14 อยู่ใน ระดับเห็นด้วยมาก ผู้บริโภคมีความประทับใจในตัวสินค้า ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ร้อยละ 4.13 อยู่ใน ระดับเห็นด้วยมาก ประโยชน์ของตัวสินค้า ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ร้อยละ 4.13 อยู่ใน ระดับเห็นด้วยมาก



คำชี้แจง แบบสอบถาม

1. เพื่อให้ผู้จัดได้มีโอกาสรับทราบผลการดำเนินงานของตนเอง และเพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงโครงการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. โปรดเติมเครื่องหมาย ☒ และกรอกข้อความให้สมบูรณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

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

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อโครงการ

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

ปัจจัยที่เกี่ยวกับชิ้นงาน	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. รสชาติของอาหาร					
2. ราคาของอาหาร					
3. การบริการของพนักงาน					
4. การจัดตกแต่งร้าน					

ข้อเสนอแนะ.....
.....

ภาคผนวก ค ตราสินค้า

- รูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ
- ป้ายร้าน
- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ
- รูปภาพขั้นตอนการให้บริการ

ตราสินค้า รูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ



ป้ายร้าน



รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ



1. กล่องอาหารพลาสติกสามช่อง



2. ช้อนส้อมพลาสติก



3. เตาแก๊สปิกนิก



4. กระทะ



5. หม้อออบ



6. มีดและเขียง



7. ถุงหิ้วพลาสติก



8. ป้ายไว้นิต

รูปภาพขั้นตอนการขายสินค้า



1. เตรียมจัดร้านเพื่อเปิดร้านขายสินค้า



2. ต้อนรับลูกค้า ลูกค้าเลือกซื้อสินค้า



3. ให้ข้อมูลลูกค้าที่เกี่ยวกับอาหารคลีน



4. รับสินค้าจากลูกค้าแล้วนำไปใส่บรรจุภัณฑ์



5. ส่งสินค้าให้ลูกค้า



6. รับเงินจากลูกค้า



7. กล่าวขอบคุณลูกค้า

ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ



ประธานโครงการ

นางสาวกชกร ยุทธวิชยานนท์

ชื่อเล่น ป่าน อายุ 23 ปี

ที่อยู่ บ้านเลขที่ 111 หมู่ 15 ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540

เบอร์โทร 091 - 062 – 0102

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ



รองประธาน

นางสาวนฤกร ยุทธวิชยานนท์

ชื่อเล่น ปิ่น อายุ 21 ปี

บ้านเลขที่ 111 หมู่ 15 ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540

เบอร์โทร 091 - 805 - 1203