



โครงการขายสินค้า “ โอ้วชีส ”

“ Oh Cheeze ”

จัดทำโดย

นางสาวสุพรรณนิกา ประทุมมา

นางสาวนลิสรา พงษ์ธนู

นายวิทยา ทองมะดัน

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ

สาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย

“ โอ้วชีส ”

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ

“ Oh Cheeze ”

จัดทำโดย

1.นางสาวสุพรรณนิกา ประทุมมา

2.นางสาวนลิสรา พงษ์ธนู

3.นายวิทยา ทองมะดัน

.....

คณะกรรมการอนุมัติเอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาโครงการตาม
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยเทคโนโลยีรรวิทยพัฒนา

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ชนน ลาภธนวิรุพห์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	“ โอ้วชีส ” “ Oh Cheeze ”
จัดทำโครงการ	1.นางสาวสุพรรณนิภา ประทุมมา 2.นางสาวนลิสรา พงษ์ธนู 3.นายวิทยา ทองมะดัน
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ธนน ลาภธนวิรุฬห์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นโครงการธุรกิจขายสินค้า โอ้วชีส(Oh Cheeze) วัตถุประสงค์ 1.)เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ2.)เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา3.)เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม4.)เพื่อให้นักศึกษาเกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการวางแผนกลยุทธ์การขายสินค้า

มีวิธีการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน ขั้นตอนที่1.) ขั้นเตรียมการ ขั้นตอนที่2.) ขั้นดำเนินการ และขั้นที่3.) ขั้นประเมินผล จากการดำเนินงาน สรุปได้ดังนี้

1.วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่ มิถุนายน ถึง 2562 กุมภาพันธ์ 1 จบประมาณในการลงทุน คนละ 2563,000 บาท จำนวน คน สถานที่ปฏิบัติงานตลาด 3 10260 สรรพาวุธ แขวงบางนา กรุงเทพมหานคร๑.นัดสรรพาวุธแพลตฟอร์มเรือ ถ

2.ผลการดำเนินงานงบประมาณ มีทุนจากการดำเนินโครงการ 4,000 บาทหักค่าใช้จ่าย ละได้รับยอดขายจากการขายสินค้า 605 บาทแบ่งคืนสมาชิก 3 คน คนละ 201 บาทเท่าๆกัน

3. ประโยชน์ที่ได้รับการดำเนินโครงการ 1.)บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2.)เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา 3.)เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม 4. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการวางแผนกลยุทธ์การขายสินค้า

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างปฏิบัติงานโครงการ ในการดำเนินงานงบประมาณในการลงทุนอาจเพิ่ม ไม่เป็นไปตามที่วางแผนด้านงบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ และสภาพแวดล้อมของสถานที่อาจทำให้เกิดความไม่เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า เช่น ควันฝุ่นของรถยนต์ สภาพอากาศ เป็นต้น การปฏิบัติลงมือทำเฟรนช์ฟรายส์ทอดเป็นการปฏิบัติที่ต้องอาศัยฝีมือสมาชิกในกลุ่มยังไม่มีประสบการณ์ความชำนาญทำให้การขายเฟรนช์ฟรายส์ทอดในวันแรกมีการเสียบงบประมาณในการลงทุนมาก

5. ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา 1.)การทำงานต้องมีการวางแผนตรวจสอบวัตถุดิบในการขายและอุปกรณ์ในการผลิตเพื่อความพร้อมของสินค้าที่ได้คุณภาพทุกครั้ง ทั้งนี้ช่วยในเรื่องของการวางแผนทางการเงินได้อีกด้วย 2.)การหาทำเลที่ตั้งให้เหมาะสมจัดสภาพแวดล้อมของทางร้านให้สะอาดเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทางร้าน 3.)มีการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น ซื้อเฟรนช์ฟรายส์ราดชีสขนาดใดก็ได้ครบ 5 ครั้งนำบัตรสะสมแต้มมารับเฟรนช์ฟรายส์ฟรีขนาดเล็ก 1 ถาด มีการจกโปรโมชันเพื่อกระตุ้นยอดขายทำให้ผู้บริโภคสนใจซื้อทางร้านมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

โครงการเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ ในหลักสูตรการเรียนการสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ซึ่งเนื้อหาโครงการเล่มนี้จะเริ่มตั้งแต่การนำเสนอโครงการ การทำแผนธุรกิจ ตลอดจนผลการดำเนินงาน

คณะนักศึกษาผู้จัดทำโครงการรู้สึกยินดีเป็นอย่างมากหากท่านได้รับประโยชน์จากโครงการเล่มนี้เพราะจะทำให้ผู้อ่านรู้สึกถึงกระบวนการและขั้นตอนในการประกอบธุรกิจและสามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองได้ในอนาคต

ท้ายนี้คณะผู้จัดทำโครงการ ต้องขอขอบพระคุณอาจารย์ธนน ลาภธนวิรุฬห์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมเป็นอย่างยิ่งที่ได้แนะนำจนโครงการสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และผู้จัดทำโครงการหวังว่าโครงการเล่มนี้จะเป็นประโยชน์แก่ท่านไม่มากนักน้อย หากผิดพลาดประการใดต้องการขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการขายสินค้าไอวีชีส

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
เป้าหมาย	2
การติดตามผลและการประเมิน	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดทางการตลาด	3
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค	4
ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow	6
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	10
ความเป็นมาของธุรกิจ	13
ขอบเขตด้านงบประมาณและวัสดุอุปกรณ์	14
แผนการเงิน	14
แผนผังองค์กร	15
แผนการตลาด	16
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	18
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลปฏิบัติงานรายบุคคล	19
บัญชีรายรับ – รายจ่าย	22
ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	30
วัตถุประสงค์โครงการ	30
ข้อเสนอแนะ	30

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	31
สรุปตารางการปฏิบัติงาน	31
ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	33
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	37
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	45
ภาคผนวก ค ประเมินภาพผลิตภัณฑ์	54
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	59

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันผู้คนหันมาสนใจการรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดมากขึ้นโดยมีมันฝรั่งเป็นส่วนประกอบ เช่น เฟรนช์ฟรายส์ มันฝรั่งจัดว่าเป็นพืชล้มลุกสามารถนำมารับประทานได้ในส่วนหัว ซึ่งสารอาหารหลักของมันฝรั่งนั้นจะประกอบไปด้วยแป้งกับโปรตีนมันฝรั่ง เป็นพืชที่มีประโยชน์ต่อร่างกายเป็นอย่างมาก ในปัจจุบันคนไทยหันมานิยมรับประทานมันฝรั่งกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเมนู ทอด อบ หรือต้ม เป็นต้น ในมันฝรั่ง 1 หัว จะประกอบไปด้วยวิตามินและแร่ธาตุต่าง ๆ มากมาย ได้แก่ แคลเซียม ฟอสฟอรัส เหล็ก ไอโอดีน แมกนีเซียม กรดโฟลิก วิตามินซี วิตามินบี1 วิตามินบี2 วิตามินบี3 วิตามินบี6 และยังมีโปรตีนที่มีกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกายอีกมากมาย ปัจจุบันมีธุรกิจอาหารแปรรูปหลากหลายรูปแบบ ให้ผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยได้เลือกซื้อซึ่งมีประโยชน์และโทษที่เกิดจากสารเจือปนรวมอยู่ในอาหารแปรรูปที่วางขายจนเป็นผลให้ผู้บริโภคเป็นโรคต่าง ๆ มากมายกระทรวงสาธารณสุขได้ประชาสัมพันธ์และแนะนำให้ประชาชนเลือกซื้ออาหารแปรรูปที่ผลิตจากธรรมชาติปราศจากสารเจือปนเพื่อสุขภาพซึ่งผลจากการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคหันกลับมาเอาใจใส่สุขภาพของตนเองมากขึ้นและกลับมาบริโภคอาหารที่ผลิตจากธรรมชาติไม่มีสารเจือปนดังนั้นเฟรนช์ฟราย จึงเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับคนรักสุขภาพเพื่อผู้บริโภครับประทานเฟรนช์ฟราย แล้วจะทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายและคาดหวังว่าจะเป็นผลให้การดำเนินงานของโครงการบรรลุเป้าหมายที่กำหนด ในปัจจุบันตลาดบริโภคมีมากขึ้นความต้องการของผู้บริโภคมีหลากหลาย ในยุคนี้ผู้บริโภคมีความต้องการเลือกรับประทานอาหารที่ง่ายต่อการรับประทาน อาหารปรุงรสสุกใหม่และอาหารนั้นต้องมีความอร่อยและถูกปากดังนั้น คณะผู้จัดทำโครงการจึงเห็นตรงกันว่ามีแนวคิดริเริ่มทำโครงการขายสินค้า เฟรนช์ฟรายส์ราดชีสโดยใช้ชื่อร้าน “ไอ้วั ชีส” ออกจำหน่าย ณ ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร

เฟรนช์ฟรายส์ราดชีสเป็นอาหารที่เป็นของทานเล่น ที่มีสูตรเฉพาะของแต่ละเจ้า แต่เฟรนช์ฟรายส์ของคณะผู้จัดทำโครงการไม่มีสารเคมีเจือปนที่เป็นผลร้ายของสุขภาพร่างกายต่อผู้บริโภคในระยะยาว คณะผู้จัดทำโครงการจึงมองเห็นแนวทางในการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย

การเพิ่มกำไรของเฟรนช์ฟรายส์ทอดธรรมดาโดยใช้สูตรใหม่เข้าไปเพื่อความแปลกใหม่ให้ผู้บริโภค
ที่เคยชินกับเฟรนช์ฟรายส์ทอดธรรมดาได้ลิ้มลองรสชาติใหม่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษ
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม

เป้าหมาย

1. สร้างผลกำไร รายได้ให้กับนักศึกษา
2. เพื่อสร้างอาชีพการขายสินค้า
3. เรียนรู้การฝึกอาชีพและปฏิบัติเป็นในอนาคต

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. การนำผลงานออกไปทำธุรกิจบริการนอกสถานที่
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
3. ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า
4. สร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในโครงการขายสินค้าโอ้วชีส(Oh Cheeze)เป็นโครงการประเภทธุรกิจขายทางคณะผู้จัดทำ ได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการ ดังนี้

1. แนวคิดทางการตลาด
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค
3. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทางการตลาด

แนวคิดทางการตลาดของ ฟิลลิป คอตเลอร์ ความสำคัญของฟิลลิป คอตเลอร์ในศาสตร์การตลาดฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) เกิดเมื่อปีค.ศ.1931 จบการศึกษาระดับปริญญาโทจากมหาวิทยาลัยชิคาโก (University of Chicago) และปริญญาเอกจากสถาบันเทคโนโลยีแห่งรัฐแมสซาชูเซตส์ (MIT) ทางด้านเศรษฐศาสตร์และการศึกษาขั้นสูงกว่าปริญญาเอกทางด้านคณิตศาสตร์ที่มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด และทางด้านวิทยาศาสตร์ทางพฤติกรรม (Behavioural Science) ที่มหาวิทยาลัยแห่งรัฐชิคาโกขณะนี้ เป็นอาจารย์ประจำที่มหาวิทยาลัยนอร์ทเวสเทิร์น (Kellogg Graduate School of Management) ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ได้นำเสนอการนำหลักการตลาดทั้งหลายไปประยุกต์ใช้ในโลปัจจุบัน ทั้งทางด้านธุรกิจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Business) รูปแบบทางการตลาดขององค์กรและคุณค่าต่อลูกค้าและเป็นที่ปรึกษาในด้านของการวางแผนและกลยุทธ์ทางการตลาด การวางแผนองค์กรทางด้านการตลาดและการตลาดระหว่างประเทศ ให้กับบริษัทเช่น ไอบีเอ็ม (IBM) เจเนอรัลอิเล็กทริก (General Electric) เอทีแอนด์ที (AT&T) ฮันนีเวลล์ (Honeywell) ธนาคารแห่งชาติอเมริกา (Bank of America) สายการบินสแอสแอร์ (SAS Airlines) บริษัทมิชลิน (Michelin) โมโตโรลลา (Motorola) และบริษัทฟอร์ด (Ford) ประการแรก ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) เขาเป็นผู้ที่เปลี่ยนการอธิบายทางด้าน การตลาด จากกิจกรรม(activity)ไปสู่การให้ความสำคัญที่การสร้างความสำเร็จว่าการตลาดคืองานทางด้านการผลิต (work of production) ประการที่สอง ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ได้ต่อยอดความคิดของปีเตอร์ เอฟ. ดรักเกอร์ (Peter F. Drucker) ในการเปลี่ยนความคิดทางการตลาดจากเดิม มุ่งเน้นที่ราคาและการกระจายสินค้า (price and distribution) ไปสู่การเน้นที่พบความต้องการของลูกค้า

(meeting customers's need) และประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์และบริการ (benefits receives from a product or service) และ ประการสุดท้าย ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) เป็นผู้ขยายขอบเขตของการตลาดให้กว้างขึ้น จากการรับรู้เดิมในมิติของการตลาดว่า เกี่ยวข้องสัมพันธ์ ขบวนการสื่อสารและแลกเปลี่ยน (process of communication and exchange) หากแต่ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ได้ขยายกรอบความคิดเหล่านี้ให้ได้เห็นว่าการตลาดนั้น สามารถเกี่ยวข้องกับ สัมพันธ์กับเรื่องอื่นใดที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจได้เช่นกัน อาทิเช่น การกุศล พรการการเมือง เป็นต้น ความหมายและขอบเขตของการตลาด (Market) ในความหมายของ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) หมายถึง ที่ใดก็ตาม ทั้งที่เป็นสถานที่หรือไม่มีสถานที่ ที่มีอุปสงค์และอุปทาน ในสินค้า หรือบริการมาพบกัน จนทำให้เกิดราคาที่มาจากกลไกตลาด โดยเศรษฐกิจในระบบตลาดนี้ยอมรับ การเปลี่ยนแปลงของราคา เช่น การที่ราคาลดลงโดยอัตโนมัติเมื่อมีการเสนอขายสินค้าเป็นต้น ทางด้านทฤษฎีนั้น เห็นว่า เศรษฐกิจในระบบตลาดที่แท้จริงนั้น จำเป็นต้องประกอบไปด้วยเงื่อนไข ต่าง ๆ ดังนี้คือ ผู้ผลิตสินค้าที่มีขนาดเล็ก ผู้บริโภคจำนวนมากรวมถึง มาตรการในการกีดกันการเข้า ตลาดที่น้อย เงื่อนไขเหล่านี้ถ้ามีครบทั้งหมดจะถือว่าเป็นตลาดที่สมบูรณ์ซึ่งพบได้มากในโลก ปัจจุบัน Kotler คำตลาด จึงมีความหมายครอบคลุมถึงลูกค้าหลายกลุ่ม รวมทั้งตลาดที่มีตัวตนโดย ลักษณะทางกายภาพ และตลาดที่ไม่มีตัวตนในกายภาพ (ตลาด Digital) ตลอดจนตลาดขนาดใหญ่ที่มี หลายๆ ตลาดย่อยซึ่งมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์อยู่ในธุรกิจนั้น ขอบเขตของการตลาด (The Scope of Marketing) การตลาดเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ การส่งเสริม และการส่งมอบสินค้า หรือบริการให้กับผู้บริโภคและองค์กรการธุรกิจต่างๆ นักการตลาดมีหน้าที่กระตุ้นความต้องการซื้อ ผลิตภัณฑ์ต่างๆของบริษัทตลอดจนรับผิดชอบต่อ

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค คือ กระบวนการที่เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล การซื้อ การใช้การ ประเมินผลในสินค้าหรือบริการ จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคนี้ สามารถแยก ได้ดังนี้

1. มีการแสดงกิริยาอาการของบุคคล ด้วยการเดินทางไปจับจ่ายหาซื้อและใช้สินค้าหรือ บริการตามความต้องการของบุคคล
2. พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ การพิสูจน์ความต้องการ การ ตรวจสอบ การแสวงหาข่าวสาร การจับจ่าย และการพุดคุยเพื่อค้นหาคำยืนยัน
3. บุคคลที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ผู้บริโภคคนสุดท้ายที่เป็นครอบครัวแม่บ้าน หรือซื้อไปเป็น ของขวัญให้บุคคลอื่น

กลัยกร วรกุลธัญญาณี และพรทิพย์ สัมปตตะวนิช (2553 : 90) ได้อธิบายถึง พฤติกรรม ผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี 3 รูปแบบ

4. พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลง ของ สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อปัจจัยด้าน

ความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภคด้วย และพฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายในและภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

6. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำ กับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าบริการอะไร อย่างไร และทำไม/

7. พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (เจ้าของสินค้า) กับผู้ขาย (ผู้บริโภค)

สุปัญญา ไชยชาญ ให้กล่าวเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า อาการที่แสดงออกในการซื้อของผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการซื้อแบบเป็นปกติกิจ หมายถึง พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคทำการซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะต้องซื้อเป็นประจำ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะทั่วไป มีราคาต่อหน่วยต่ำ มีวงจำหน่ายทั่วไป ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อโดยไม่ยุ่งยากแต่อย่างใด
2. พฤติกรรมการซื้อแล้วลดความกังวลใจ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ ผู้บริโภค รู้จักดี และรู้ว่ามีความแตกต่างระหว่างตรียี่ห้อ น้อยมาก แต่ผู้บริโภคก็ยังตัดสินใจได้ยากในการซื้อ เพราะเป็นประเภทที่มีราคาและความเสี่ยงสูง มีการซื้อเป็นครั้งคราว
3. พฤติกรรมการซื้อแบบซับซ้อน (complex buying behavior) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ ผู้บริโภคมีความคุ้นเคย มีราคาสูง มีความเสี่ยงสูง แต่มีความถี่ในการซื้อต่ำมาก บางครั้งมีการซื้อเพียงครั้งเดียวตลอดอายุของผู้บริโภค ก่อนการลงมือซื้อ ผู้บริโภคต้องแสวงหาสารสนเทศ เพิ่มเติมอีกจำนวนมากเกี่ยวกับประเภทและตราผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะของ ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เช่น บริโภคที่จะลงมือซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลมาใช้ เป็นต้น
4. พฤติกรรมการซื้อแบบแสวงหาความหลากหลาย ผู้บริโภคบางกลุ่มเมื่อจะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความยุ่งยากน้อย ก็ยังถือว่าตราผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอยู่ ไม่อยากซื้อตราเดิม พฤติกรรมการซื้อจึงมีการเปลี่ยนเป็นตราใหม่เสมอ ๆ เพราะอยากหลุดพ้นจากความจำเจ ซ้ำซากอยากลองของใหม่

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ “การแสดงอาการที่เป็นกระบวนการเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ การใช้ การประเมินผลสินค้าหรือบริการ จากการได้มาตามความต้องการและคาดหวังของผู้บริโภค”

3. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow

เชื่อว่าหลายคนคงเคยได้ยินชื่อของ Abraham Maslow กับทฤษฎีที่เชื่อว่ามนุษย์จะมีลำดับความต้องการแบ่งออกเป็น 5 ขั้น คือ

1. Physiological Needs ความต้องการพื้นฐาน เช่น อาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม และที่อยู่อาศัย
2. Safety Needs ความต้องการด้านความปลอดภัย
3. Love and belonging Needs ความต้องการเป็นที่รักและเป็นส่วนหนึ่ง
4. Esteem Needs ความต้องการมีคุณค่า และ
5. Self-Actualization Needs ความปรารถนาที่จะสามารถเต็มเต็มภายในตนเองได้อย่างสมบูรณ์

โดย Maslow มองว่าเมื่อขั้นแรกได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะยับยั้งความต้องการของตนเองไปสู่ขั้นถัดไป ซึ่งในปัจจุบันมีการนำมาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายในวงการตลาดและการขาย แต่น้อยนักที่จะมีคนหยิบยืมทฤษฎีนี้มาพูดในเชิงที่เกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ Steven Fudge, Sales Representative & The Innovative จาก Urbaneer Team ได้พูดถึงความเกี่ยวข้องของทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow กับอสังหาริมทรัพย์ไว้ได้ใจความว่า ทั้งในแง่ของผู้ซื้อและผู้ขาย เป็นเรื่องที่น่าสนใจหากเราล่วงรู้ถึงปัจจัยที่ซ่อนอยู่ภายใต้การตัดสินใจซื้อทรัพย์สินชิ้นใหญ่อย่างอสังหาริมทรัพย์ ที่อาจช่วยให้ผู้ขายรู้วิธีการนำเสนอให้ตรงใจผู้ซื้อ และผู้ที่กำลังจะตัดสินใจซื้อเองก็รู้เท่าทันสิ่งที่กำลังมีอิทธิพลต่อตนเองโดยไม่รู้ตัวหนึ่งในความต้องการพื้นฐานขั้นแรกของมนุษย์ทุกคน คือ ที่อยู่อาศัย ที่ไม่เพียงแต่จะช่วยตอบสนองความต้องการในเชิงของความมั่นคงปลอดภัยทางกายภาพ แต่ยังรวมถึงความมั่นคงปลอดภัยทางการเงินในแง่ของการมองบ้านเป็นหนึ่งในการลงทุนที่สามารถให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือครองได้ในวันข้างหน้า ต่างจากการลงทุนในตลาดหุ้นที่มีความผันผวน การซื้อบ้านจึงสามารถช่วยตอบสนองความต้องการในส่วนนี้ของทุกคนแต่หากมองไกลออกไปถึงสถานการณ์หลังตัดสินใจซื้อบ้านสักหลังไปแล้ว บ้านหลังนั้นจะยังคงช่วยตอบสนองความต้องการทางด้านความมั่นคงปลอดภัยดังเช่นในความต้องการขั้นที่สองของ Maslow ได้ยาวนานเพียงใด คงต้องให้ผู้ซื้อบ้านคำนึงถึงการดูแลรักษาและซ่อมบำรุงที่ต้องจ่ายในฐานะเจ้าของบ้าน รวมทั้งความครอบคลุมของสัญญาประกันต่างๆ ที่จะช่วยตอบโจทย์ความมั่นคงปลอดภัยนี้ได้อย่างแท้จริงในแง่ของความ ต้องการเป็นที่รักและเป็นส่วนหนึ่ง ความต้องการในขั้นนี้มีอิทธิพลสำคัญในหัวของผู้ซื้อในช่วงของการประเมินว่าบ้านหลังที่กำลังจะซื้อนั้นมีสภาพแวดล้อมทางชุมชนเป็นอย่างไร ทำเลที่ตั้งเป็นแบบไหน อยู่ในเมืองเล็กๆ หรือเป็นย่านใจกลางเมืองที่มีคนพลุกพล่าน สามารถเข้ากันได้กับไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตมากน้อยเพียงใด และบ้านหลังที่กำลังจะซื้อเป็นตัวแทนในชุมชนที่อยู่นั้นอย่างไร ทั้งในภาพลักษณ์เชิงกายภาพและเชิงเศรษฐกิจสังคมต่อมา ความต้องการมีคุณค่า อย่างที่เข้าใจกันคือการมีบ้านสามารถบ่งบอกถึงสถานะทางสังคมได้หลายอย่าง อีกทั้งยังมีคนจำนวนไม่น้อยที่ถือว่าการมีบ้านเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของการประสบ

ความสำเร็จซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกมีคุณค่าและภาคภูมิใจในตนเอง สถานะทางสังคมนี้สามารถนิยามได้แตกต่างออกไปตามแต่ละคน สำหรับบางคนการมีบ้านคือช่องทางของการได้แสดงออกถึงตัวตนผ่านสไตล์การตกแต่ง บางคนซื้อบ้านเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้สึกถึงสถานะที่สูงขึ้น และปฏิเสธไม่ได้ว่าบ้านสามารถสะท้อนถึงสถานะทางการเงินของแต่ละคนได้เช่นเดียวกัน ลองจินตนาการถึงตอนที่ใครสักคนบอกว่าตนเองอาศัยอยู่ในกระท่อม ในขณะที่อีกคนอาศัยอยู่ในคอนโดหรือเพนท์เฮาส์ลี ประเทขของที่อยู่อาศัยเหล่านี้สามารถบ่งบอกอะไรบางอย่างเกี่ยวกับเจ้าตัวได้ในทันที ความต้องการขั้นสุดท้าย Self-Actualization อันที่จริงแล้วเป็นเรื่องยากหากจะวัดว่าใครได้เติมเต็มความต้องการในขั้นนี้ได้แล้ว หากคนคนหนึ่งสามารถผ่านขั้นมาจนถึงขั้นนี้ได้แล้วยังคงต้องผ่อนจ่ายหนี้ที่ซื้อบ้านมา จะสามารถเรียกว่าเป็น Self-Actualized ได้เต็มปากหรือไม่ แล้วสำหรับคนที่มีปัจจัยความต้องการพื้นฐานทุกอย่างพร้อมสรรพ มีบ้านและไม่มีหนี้ คนเหล่านี้มีระดับของ Self-Actualized ที่มากกว่านั้นหรือ? ท้ายที่สุดแล้วเราไม่สามารถสรุปได้เพราะมันขึ้นอยู่กับเป้าหมายของแต่ละคน อีกทั้งยังมีตัวแปรอื่นๆ อีกมากมายในการตอบโจทย์ความต้องการในขั้นนี้ตามทฤษฎีของ Maslow แต่หากจะมองในแง่ของการซื้อบ้าน คงต้องดูให้ลึกลงไปว่าจุดประสงค์ของการซื้อบ้าน คือ ซื้อเพื่อเป็นที่อยู่อาศัย หรือซื้อบ้านเพื่อหวังจะให้ เป็น ‘บ้าน’ จริงๆ หากคุณหมกมุ่นอยู่กับการนั่งคิดตัวเลขคำนวณกำไรในอนาคตตั้งแต่วันนี้แล้วละก็ แปลว่าคุณอาจจะไม่อยากจะก่อสร้างความเป็นบ้านในเชิงของการเติมเต็มความรู้สึกซึ่งก็ไม่ใช่เรื่องผิด แต่สำหรับผู้ซื้อบ้านเพื่อหวังจะสร้างความเป็นบ้าน มันคือการซื้อที่มีความหมายลึกลงไปกว่าการซื้อเพียงอสังหาริมทรัพย์สักแห่ง เจตนารมณ์ที่ต่างออกไปนี้จะทำให้คนเริ่มมีความรู้สึกผูกพันในทุกๆ การใช้จ่ายและรู้ว่าพื้นที่แห่งนี้จะเข้ามาเติมเต็มจิตวิญญาณให้แก่ตนเองอย่างที่ไม่เคยมีสิ่งของชิ้นไหนทำได้ เมื่อใดก็ตามที่คุณได้มีช่วงเวลาพิเศษและสัมผัสได้ถึงพลังงานดีๆ ของความเป็นบ้านเช่นนี้ เมื่อนั้นคุณก็มีโอกาสที่จะไปถึงความรู้สึกของการเติมเต็มในตนเองได้อย่างสมบูรณ์

4.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐกฤตา นันทะสิน (2558) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและ ความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพ โสด ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการรัฐวิสาหกิจและมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท

2. ผู้บริโภคมีความต้องการแตกต่างจากการรับรู้จริงต่อคุณค่าอาหารเพื่อสุขภาพด้านโภชนาการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01

3. การรับรู้จริงต่อคุณค่าอาหารเพื่อสุขภาพด้านโภชนาการ ความสนใจ ในเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อความภักดี ต่ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ได้ดีที่สุด คือ ความสนใจในเมนูอาหารเพื่อสุขภาพรองลงมา คือการรับรู้จริงต่อคุณค่าอาหารเพื่อสุขภาพด้าน โภชนาการ และอันดับสุดท้าย คือ ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

4. พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในด้านความถี่ในการบริโภค (ครั้ง/เดือน) มีความสัมพันธ์กับ ความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ธีรวิทย์ วราธรไพบูลย์ (2557) มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภค : อาหารนิยมบริโภคกับ อาหารเพื่อสุขภาพการเขียนบทความครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภค อาหารเพื่อสุขภาพและพฤติกรรมการบริโภคอาหารตามค่านิยมที่เกิดขึ้นในกลุ่มผู้บริโภคปัจจุบัน ผลจากการศึกษานั้นพบว่า ปัจจุบันพฤติกรรมการรับประทานอาหารของผู้บริโภคเปลี่ยนไปจากอดีตเป็นอย่างมาก สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการที่มีการนำอาหารต่างประเทศเข้ามาเป็นจำนวนมาก เช่น นำเข้า อาหารยุโรป อาหารญี่ปุ่น และอาหารเกาหลี จึงทำให้พฤติกรรมของการรับประทานอาหารตามค่านิยมสูงขึ้น โดยเฉพาะอาหารจานด่วน กระแสดังกล่าวเกิดขึ้นจากภาวะสังคมปัจจุบัน เช่น รถติด งานเยอะ และไม่มีเวลาปรุงอาหารเอง ส่วนข้อเสียของอาหารจานด่วนนั้นก็ยังมีหลายอย่าง เช่น มีสารอาหารไม่ครบ 5 หมู่ ปริมาณไม่เหมาะสมกับความต้องการของร่างกายเพราะในร่างกายของมนุษย์นั้นจะต้องใช้ พลังงานจากสารอาหารจึงจะมีสุขภาพดี ส่วนพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพนั้นพบว่าเมื่อ อายุของผู้บริโภคสูงขึ้น ผู้บริโภคจะมีเหตุผลมากขึ้นในการเลือกบริโภคอาหาร โดยเลือกอาหารที่ทำให้ ผู้บริโภคมีสุขภาพที่แข็งแรง และยังส่งผลให้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอื่นๆ ตามมา เช่น อาหารเสริม ผัก และผลไม้ โดยรับบริการหรือเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อที่ทำให้ผู้บริโภคมี ความสะดวกสบายมากที่สุด

ญาณิศา มงคลพิทักษ์สุข (2556) บัณฑิตวิทยาลัย มหาลัษครเทพ ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกบริโภคร้านอาหารตามสั่ง ของประชาชนตลาดวงเวียนใหญ่ถนนตากสินเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง ท การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญกับประชาชนผู้บริโภคในตลาดวงเวียนใหญ่ ถนนตากสิน เขตธนบุรี กรุงเทพฯ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมเพื่อการวิจัยเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน ใช้แบบสอบถามที่มีคำถามชนิดปลายปิด เป็น

เครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูลผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการเลือกบริโภคร้านอาหารตามสั่งของประชาชน ในพื้นที่ลาดขวางเวียนใหญ่ถนนตากสิน เขตธนบุรี กรุงเทพฯ มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวม และรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร รองลงมาคือ ด้านราคา และด้านทำเลที่ตั้งของร้านอาหาร โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ และผลการศึกษาการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกบริโภคร้านอาหารตามสั่งของประชาชน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคร้านอาหารตามสั่งของประชาชน ในด้านต่างๆ ไม่แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินโครงการ

วิธีดำเนินโครงการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. ประชุมลงความคิดในเรื่องการขายสินค้า
2. สรุปลงความเห็นขายสินค้า เฟรนช์ฟรายส์ราดชีส
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. แบบสอบถามความพึงพอใจ

ขั้นตอนดำเนินงาน

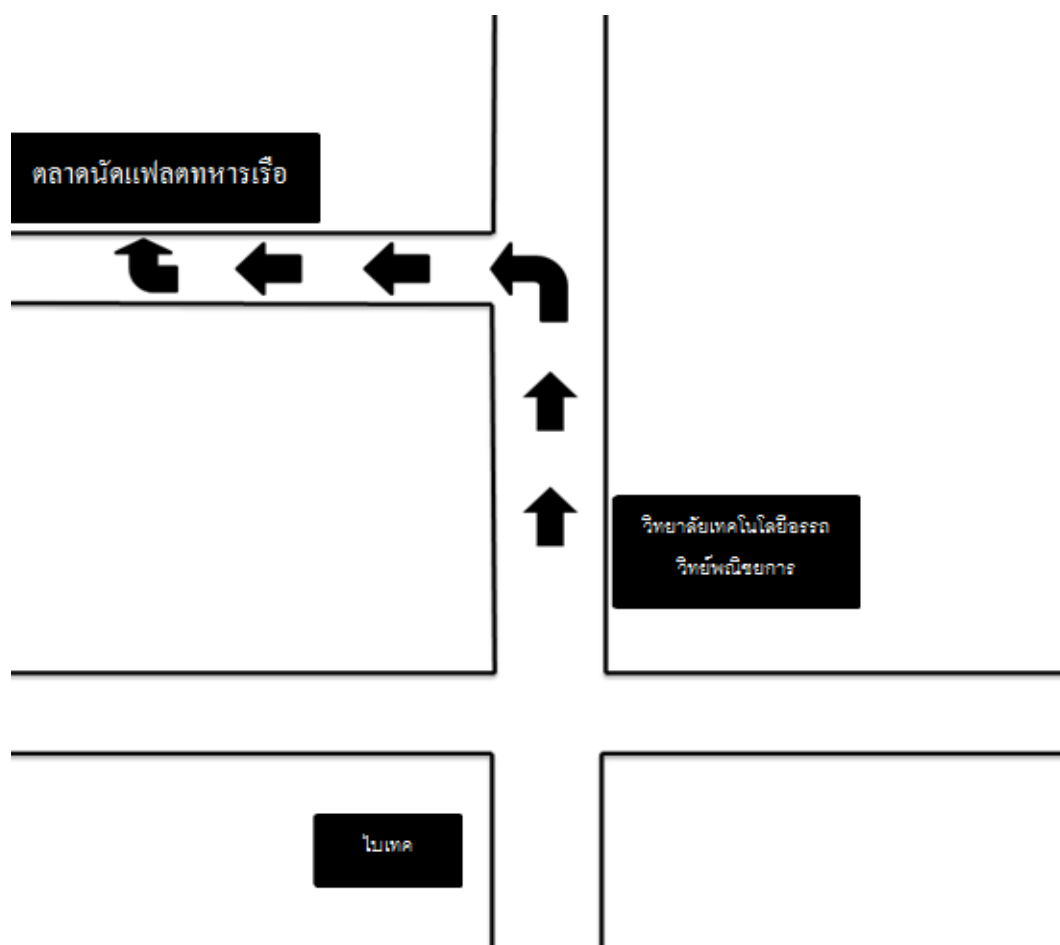
ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1.ลงความเห็นในการขาย สินค้า	↔								
2.สรุปความเห็นขายสินค้า เฟรนช์ฟรายส์ราดชีส	↔								
3.ร่างโครงการเสนออาจารย์ ที่ปรึกษาโครงการ	↔								
4.จัดเตรียมอุปกรณ์ในการ ขายสินค้า			↔						
5.จัดเตรียมสถานที่ในการ ขายสินค้า			↔						
6. หาแหล่งวัตถุดิบ				↔					
7. ลงสถานที่ในการขาย สินค้า ตลาดเฟลตทหารเรือ					↔				
8. สรุปผลการปฏิบัติงาน						↔			
9.ส่งรายงานสรุปผล ดำเนินงาน								↔	

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ เดือนมิถุนายน 2562 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ตลาดนัดเฟลตทหารเรือถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร

สถานที่ดำเนินโครงการ



งบประมาณและวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน สมาชิก 3 คน คนละ 1,885 บาท รวมเป็นเงิน 5,655 บาท

ความเป็นมาของธุรกิจ

เนื่องจากในปัจจุบันตลาดบริโภคมีมากขึ้นความต้องการของผู้บริโภคมีหลากหลายในยุคนี้ ผู้บริโภคมีความต้องการเลือกรับประทานอาหารที่ง่ายต่อการรับประทาน อาหารปรุงสุกใหม่และอาหารนั้นต้องมีความอร่อยและถูกปากดังนั้น คณะผู้จัดทำโครงการจึงเห็นตรงกันว่ามีความคิดริเริ่มทำโครงการขายสินค้าเฟรนช์ฟรายส์ราดชีสโดยใช้ชื่อร้าน “ไอว์ ชีส” ออกจำหน่าย ณ ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร

เฟรนช์ฟรายส์เป็นอาหารที่เป็นของทานเล่นที่มีสูตรเฉพาะของแต่ละเจ้า แต่เฟรนช์ฟรายส์ของคณะผู้จัดทำโครงการไม่มีสารเคมีปนเปื้อนที่เป็นผลทำร้ายสุขภาพร่างกายต่อผู้บริโภคในระยะยาว จึงมองเห็นแนวทางในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายการเพิ่มกำไรของเฟรนช์ฟรายส์ธรรมดาโดยใส่สูตรใหม่เข้าไปเพื่อความแปลกใหม่ให้ผู้บริโภคที่เคยชินเฟรนช์ฟรายส์ธรรมดาได้ลิ้มลองรสชาติใหม่

แผนการบริหารจัดการ

การจัดทำแผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างโอกาส ปัญหาอุปสรรคก่อนที่จะเริ่มทางการขาย เป็นเครื่องมือในการวางแผนธุรกิจให้สามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพที่สุด

แผนผังโครงสร้างองค์กร

- | | | |
|----------------------|----------|------------------|
| 1. นางสาว สุพรรณนิภา | ประทุมมา | ประธานโครงการ |
| 2. นางสาว นลิศรา | พงษ์ธนู | รองประธานโครงการ |
| 3. นาย วิทยา | ทองมะดัน | ฝ่ายจัดซื้อ |

ขอบเขตด้านงบประมาณและวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน สมาชิก 3 คน คนละ 1,885 บาท รวมเป็นเงิน 5,655 บาท

แผนการเงิน

งบประมาณและวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน สมาชิก 3 คน คนละ 1,855 บาท รวมเป็นเงิน 5,655 บาท

ค่าวัสดุดิบ

1. มันฝรั่งแช่แข็ง	750 บาท
2. น้ำมันพืช	300 บาท
3. ผงปรุงรส,สไปร์ซี่,ปาปิก้า,ข้าวโพด,ต้มยำ,ซีส	545 บาท
4. ซอสมะเขือ,ซอสพริก	200 บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์

1. ค่าเช่าสถานที่(40 x 12) วัน	480 บาท
2. กระทะ	300 บาท
3. ตะหลิว	130 บาท
4. ถาดรองน้ำมัน	120 บาท
5. ตะแกรง	100 บาท
6. บรรจุกัณฑ์	380 บาท
7. ถูน้ำมัน	50 บาท
8. ถูมือยาง 1 แพ็ค	100 บาท
9. แก๊สปิกนิก	300 บาท
10. ซ้อนส้อม,ขวดใส่ซอส,กระป๋อง	450 บาท
11. ถูหุ้หิวไส	50 บาท
12. โต๊ะ	400 บาท

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

1. ป้ายร้าน/ป้ายราคา	500 บาท
2. เสื้อยูนิฟอร์มร้าน	500 บาท
รวม	<u>5,655</u> บาท

แผนผังองค์กร



นางสาว สุพรรณนิกา ประทุมมา
(ประธานโครงการ)



นางสาว นลิศรา พงษ์ธนู
(รองประธานโครงการ)



นาย วิทยา ทองมะดัน
(ฝ่ายจัดซื้อ)

แผนการตลาด

Product : ขายเฟรนช์ฟรายส์ทอดราดชีส



Price : ราคาค่าบริการ

ราคา ขนาดเล็ก 25 บาท

ขนาดใหญ่ 35 บาท



Place : สถานที่ตลาดนัดเฟลตทหารเรือถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนากรุงเทพมหานคร



092-926-5678



Oh Cheeze



Promotion : มีบัตรสะสมแต้ม เมื่อซื้อครบ 5 ครั้ง สามารถเอามาแลกเฟรนช์ฟรายส์ฟรี 1 ถ้วย



แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบ	แนวทางแก้ปัญหา
1	อาจจะติดขัดงานอื่น ๆ จนไม่สามารถทำพร้อมกันได้	อาจทำให้งานล่าช้า	จัดตารางเวลางานให้ตรงกัน
2	สถานที่ในการขายอาจมีค่าเช่าพื้นที่สูง	ทำให้ผลกำไรที่ควรจะได้รับต่ำกว่าที่ตั้งไว้	สร้างยอดขายให้มากกว่าเดิม
3	มีคู่แข่งบนทางอ้อมจำนวนมาก	ลูกค้าเลือกร้านค้าทดแทนได้	จัดการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง
4	กลุ่มลูกค้ามีเฉพาะ พนักงานออฟฟิศ นักศึกษา	ลูกค้าอาจรีบเร่ง ทำให้ทำไม่ทัน	รับสมัครพนักงานเพิ่ม
5	อุปกรณ์ในการขายยังมีไม่มากพอ	อาจทำให้การขายได้ไม่ดีนัก	ต้องหาซื้ออุปกรณ์ที่ต้องการนั้นเพิ่ม

บทที่ 4
ผลการดำเนินโครงการ

การดำเนินโครงการขายสินค้า โอ้ว ชีส (Oh Cheeze) มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ระหว่างเรียนจากยอดขายในการดำเนินโครงการและเพื่อให้ได้รับประสบการณ์จริงในการดำเนินงาน

รายงานผลปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาว สุพรรณิกา ประทุมมา		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
24-28 มิ.ย. 62	คิดริเริ่มทำโครงการบริการ	
24-28 มิ.ย. 62	ประชุมวางแผนเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขออนุมัติ	
24-28 มิ.ย. 62	จัดสรรงบประมาณ	
1-12 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
15-31 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2	
1-16 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3	
2-6 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
2-6 ก.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Presentงาน	
21 ก.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 1	
1-31 ต.ค. 62	จัดเตรียมอุปกรณ์	
1 ต.ค. – 31 ต.ค. 62	ดำเนินการขายสินค้าตลาดนัดสรรพาวุธทหารเรือ	
1-8 พ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present	
16 พ.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 2	
16-20 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4	
20-24 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 5	
17-21 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ	
24-28ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม รูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

รายงานผลปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาว นลิตรา พงษ์ธนู		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
24-28 มิ.ย. 62	คิดริเริ่มทำโครงการบริการ	
24-28 มิ.ย. 62	ประชุมวางแผน เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขออนุมัติ	
24-28 มิ.ย. 62	จัดสรรงบประมาณ	
1-12 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
15-31 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2	
1-16 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3	
2-6 ก.ย. 62	ส่งPowerPoint(โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
2-6 ก.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Presentงาน	
21 ก.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 1	
1-31 ต.ค. 62	จัดเตรียมอุปกรณ์	
1 ต.ค. – 31 ต.ค. 62	ดำเนินการขายสินค้าตลาดนัดสรรพาวุธทหารเรือ	
1-8 พ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ปรึกษาก่อน Present	
16 พ.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 2	
16-20 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4	
20-24 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 5	
17-21 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ	
24-28ก.พ. 63	ส่งรูปเล่มรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1แผ่น	

รายงานผลปฏิบัติงานรายบุคคล

นาย วิทยา ทองมะดัน		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
24-28 มิ.ย. 62	คิดริเริ่มทำโครงการบริการ	
24-28 มิ.ย. 62	ประชุมวางแผน เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขออนุมัติ	
24-28 มิ.ย. 62	จัดสรรงบประมาณ	
1-12 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
15-31 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2	
1-16 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3	
2-6 ก.ย. 62	ส่งPowerPoint(โครงการ+แผนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอ)	
2-6 ก.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Presentงาน	
21 ก.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 1	
1-31 ต.ค. 62	จัดเตรียมอุปกรณ์	
1 ต.ค. – 31 ต.ค. 62	ดำเนินการขายสินค้าตลาดนัดสรรพาวุธทหารเรือ	
1-8 พ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ปรึกษาก่อน Present	
16 พ.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 2	
16-20 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4	
20-24 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 5	
17-21 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ	
24-28ก.พ. 63	ส่งรูปเล่มรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1แผ่น	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการขายสินค้าไอ้วู้ ชีส (Oh Cheeze) (สัปดาห์ที่ 1)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวน เงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน
12 ต.ค. 62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	3คน	1,000.00	3,000.00						3,000.00
	เฟรนช์ฟรายส์แซ่แข็ง				3 ถุง	130.00	390.00			2,610.00
	น้ำมัน				3 ลิตร	40.00	120.00			2,490.00
	ชีสราดหน้า				1 ขวด	195.00	195.00			2,295.00
	ซอสพริก,มะเขือเทศ				2 ถุง	50.00	100.00			2,195.00
	ผงปรุงรส 5 รส				5 ถุง	100.00	500.00			1,695.00
	เตาแก๊สมิני				1 ถัง	150.00	150.00			1,545.00
	ค่าเช่าสถานที่				1 ล้อค	50.00	50.00			1,495.00
	ขายสินค้าและบริการ			560.00						
รวม				3,560.00	รวม		1,505.00	รวม		2,055.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการขายสินค้าไอ้่ว ชีส (Oh Cheeze) (สัปดาห์ที่ 2)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
13 ต.ค.62	ยอดยกมา			2,055.00						2,055.00
	ค่าเช่าที่						50.00			2,005.00
	ขายสินค้าและบริการ			500.00						
รวม				2,555.00	รวม		50.00	รวม		2,505.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการขายสินค้าไอ้่ว ชีส (Oh Cheeze) (สัปดาห์ที่ 3)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวน เงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวน เงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
14 ต.ค. 62	ยอดยกมา			2,505.00						2,505.00
	ค่าเช่าที่						50.00			2,455.00
	ขายสินค้าและบริการ			450.00						
รวม				2,955.00	รวม		50.00	รวม		2,905.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการขายสินค้าไอ้่ว ชีส (Oh Cheeze) (สัปดาห์ที่ 4)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
15 ต.ค. 62	ยอดยกมา			2,905.00						2,905.00
	ค่าเช่าที่						50.00			2,855.00
	ขายสินค้าและบริการ			250.00						
รวม				3,155.00	รวม		50.00	รวม		3,105.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการขายสินค้าไอ้่ว ชีส (Oh Cheeze) (สัปดาห์ที่ 5)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
16 ต.ค. 62	ยอดยกมา			3,105.00						3,105.00
	ค่าเช่า						50.00			3,055.00
	ขายสินค้าและบริการ			100.00						
รวม				3,205.00	รวม		50.00	รวม		3,155.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการขายสินค้าไอ้่ว ชีส (Oh Cheeze) (สัปดาห์ที่ 6)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
19 ต.ค. 62	ยอดยกมา			3,155.00						3,155.00
	ค่าเช่า						50.00			3,105.00
	ขายสินค้าและบริการ			100.00						
รวม				3,255.00	รวม		50.00	รวม		3,205.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการขายสินค้าไอ้่ว ชีส (Oh Cheeze) (สัปดาห์ที่ 7)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
20 ต.ค. 62	ยอดยกมา			3,205.00						3,205.00
	ค่าเช่า						50.00			3,155.00
	ขายสินค้าและบริการ			200.00						
รวม				3,405.00	รวม		50.00	รวม		3,355.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย และใบเสร็จสินค้าในโครงการ

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการขายสินค้าไอ้่ว ชีส (Oh Cheeze) (สัปดาห์ที่ 8)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
21 ต.ค. 62	ยอดยกมา			3,355.00						3,355.00
	ค่าเช่า						50.00			3,305.00
	ขายสินค้าและบริการ			300.00						
รวม				3,655.00	รวม		50.00	รวม		3,605.00

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการขายสินค้าไอ้วี่ ซีส์ (Oh Cheeze)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสนใจในความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ยอดขายทั้งสิ้น	3,605.00 บาท
หักต้นทุนจากการดำเนินการ	2,700.00 บาท
กำไรสุทธิ	605.00 บาท
แบ่งทุนดำเนินงานให้สมาชิกในกลุ่ม 3 คน คนละ	201.00 บาท

แบ่งทุนดำเนินงานให้สมาชิกในกลุ่ม 3 คน คนละ	900.00 บาท
--	------------

รายชื่อ

- | | |
|------------------------------|------------|
| 1. นางสาวสุพรรณนิภา ประทุมมา | 900.00 บาท |
| 2. นางสาวนลิสรา พงษ์ธนู | 900.00 บาท |
| 3. นายวิทยา ทองมะดัน | 900.00 บาท |

รวม	2,700.00 บาท
-----	--------------

ข้อเสนอแนะ

1. เตรียมความพร้อมของทีมงาน ฝึกปฏิบัติตนให้เกิดความชำนาญก่อนลงปฏิบัติงานจริง
2. ตรวจสอบวัสดุ อุปกรณ์ทุกครั้ง ก่อนปฏิบัติงาน

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการ ไอ้วิชีส ที่ผ่านมาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ คือเกิด ความสามัคคี เกิด การทำงานเป็นทีม และยังเป็นแนวทางให้สมาชิกในกลุ่มได้มีอาชีพภายในอนาคต โดยอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการทำโครงการคือ สมาชิกภายในกลุ่มมาไม่พร้อมกันสมาชิกในกลุ่ม คิดการทะเลาะกัน และสมาชิกในกลุ่มมีปัญหาเรื่องเงิน ปัญหาเรื่องเวลาในการนัด

การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการนี้

1. บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. นักศึกษาสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ในอนาคตเรียนรู้การปฏิบัติงานจากสถานที่จริง
3. สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและสร้างรายได้ให้กับผู้ศึกษา
4. นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพิ่มทักษะในการวางแผนขายสินค้า

สรุปตารางการปฏิบัติงาน

ลำดับที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
1	8 มิ.ย. 62	.1จัดสถานที่ และอุปกรณ์ในการดำเนินการ โครงการและจัดซื้อ วัตถุดิบ .2ติดป้ายชื่อร้านเพื่อประชาสัมพันธ์ .3รวบรวมความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มเพื่อลดต้นทุนในการ ผลิต
2	18 ก.ค. 62	.1ส่งเนื้อหาบทที่ 3-1 2.จัดทำ Power Point
3	20 ส.ค. 62	1. ชื่อวัตถุดิบเพื่อการขาย 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อการขาย 3. จัดเตรียมร้าน 4. รวบรวมเงินจากการให้บริการทำบัญชี

ลำดับที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
4	30 ต.ค. 62	1. ซื้อวัตถุดิบเพื่อการขาย 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อการขาย 3. จัดเตรียมร้าน 4. เริ่มบริการ 5. รวบรวมเงินจากการให้บริการทำบัญชี
5	9 ต.ค. 62	- นำเสนอโครงการ (Present โครงการ) ครั้งที่ 1 (โครงการ + แผนการดำเนินงาน)
6	21 ต.ค. 62	1. ซื้อวัตถุดิบเพื่อทำการขาย 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อการขาย 3. จัดเตรียมร้าน 4. เริ่มบริการ 5. รวบรวมเงินจากการให้บริการทำบัญชี
7	22 ต.ค. 62	1. ซื้อวัตถุดิบเพื่อทำการขาย 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อการขาย 3. จัดเตรียมร้าน 4. เริ่มบริการ 5. รวบรวมเงินจากการให้บริการทำบัญชี
8	28 ต.ค. 62	1. ซื้อวัตถุดิบเพื่อทำการขาย 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อการขาย 3. จัดเตรียมร้าน 4. เริ่มบริการ 5. รวบรวมเงินจากการให้บริการทำบัญชี
9	29 ต.ค. 62	1. ซื้อวัตถุดิบเพื่อทำการขาย 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อการขาย 3. จัดเตรียมร้าน 4. เริ่มบริการ 5. รวบรวมเงินจากการให้บริการทำบัญชี

ลำดับที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
10	2 พ.ย. 62	1. ซื้อวัตถุดิบเพื่อทำการขาย 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อการขาย 3. จัดเตรียมร้าน 4. เริ่มบริการ 5. รวบรวมเงินจากการให้บริการทำบัญชี
11	17 พ.ย. 62	1. ซื้อวัตถุดิบเพื่อทำการขาย 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อการขาย 3. จัดเตรียมร้าน 4. เริ่มบริการ 5. รวบรวมเงินจากการให้บริการทำบัญชี
12	18 ธ.ค. 62	- สรุปจัดทำบัญชี
13	25 ธ.ค. 62	- ส่งเนื้อหา บทที่ 5-4(ปฏิบัติงานรายบุคคลผล+บัญชี+การดำเนินงานด้านงบประมาณ)
14	15 ม.ค. 63	- สรุปแบบประเมินสอบถาม
15	19 ก.พ. 63	- สรุปแบบโครงการ

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

ปัญหาของการดำเนินโครงการ ौरว้ช้ศ คือ สมาชิกมีเวลาว่างในการขายสินค้าที่ไม่ตรงกัน สมาชิกในกลุ่มมาช้า สมาชิกในกลุ่มมีปัญหาเรื่องเงินและปัญหาเรื่องการขายประสบการณ์ในการขายของ ทำให้การขายค่อนข้างยาก

สัปดาห์ที่ 1

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. คัดริเริ่มโครงการธุรกิจบริการ
2. ประชุมวางแผน และจัดสรรงบประมาณ

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. สมาชิกในกลุ่มมีเวลาว่างไม่ตรงกันทำให้การประชุมล่าช้า
2. ความคิดเห็นภายในกลุ่มไม่ตรงกัน
3. ลูกค้ายังไม่ค่อยรู้จัก

สัปดาห์ที่ 2

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. หาซื้ออุปกรณ์
2. สำรวจพื้นที่ที่จะดำเนินการธุรกิจบริการ

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. หาสินค้าบริการยาก สินค้าไม่มีตามที่ต้องการ
2. ความคิดเห็นภายในกลุ่มไม่ตรงกัน

สัปดาห์ที่ 3

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. ทำป้ายชื่อร้านและออกแบบโลโก้ร้าน

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. สมาชิกในกลุ่มยังไม่ค่อยพร้อมในการนำเสนอโครงการ
2. สมาชิกขาดประสบการณ์ในการทำป้ายร้านและโลโก้ร้าน

สัปดาห์ที่ 4-5

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. ทดลองการขาย
2. จัดทำเอกสารบทที่ 3-1

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการที่ปฏิบัติ

1. สมาชิกบางคนไม่เข้าใจในเรื่องของการบริการ
2. ขาดความรู้ด้านการทำเอกสาร

สัปดาห์ที่ 6

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการขายสินค้า
2. ดำเนินการขาดตลาด

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการที่ปฏิบัติ

สัปดาห์ที่ 7

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. ดำเนินการขายที่ตลาดนัดสรรพาวุธทหารเรือ
2. ขนสินค้าไปตลาด

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการที่ปฏิบัติ

1. ของเอามาไม่ครบ
2. ฝนตกระหว่างขาย

สัปดาห์ที่ 8

กิจกรรมที่ปฏิบัติ

1. ส่ง Power Point
2. เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา ก่อน Present งาน
3. Present โครงการ

บรรณานุกรม

- ชัยพัฒน์ อาภาสกุลเดช. (2557). พฤติกรรมการบริโภคอาหารและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการร้านอาหารประเภทตามสั่งของผู้บริโภคในเขตทุ่งครุ. ค้นข้อมูลวันที่ 12 ธันวาคม 2562 จาก <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1958/1/chaiyapat.apha.pdf>
- ญาณิศา มงคลพิทักษ์สุข, กัญญามน อินทวงศ์ และรวงทอง ฉาพันธุ์. (2556). พฤติกรรมการเลือกบริโภคร้านอาหารตามสั่ง ของประชาชนตลาดวงเวียนใหญ่ ถนนตากสิน เขตธนบุรี กรุงเทพฯ. ค้นหาข้อมูลวันที่ 12 ธันวาคม 2562 จาก <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1958/1/chaiyapat.apha.pdf>
- ต่อทอง ทองหล่อ. (2562). ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow. ค้นหาเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2562, จาก <https://propholic.com/prop-talk/>
- ถนอม บริคุต. (2557). แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด, แนวคิดทางการตลาด. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2562 , จาก <https://fifathanom.wordpress.com/2014/12/07/>
- ธีรวิทย์ วราธรไพบูลย์. (2557). พฤติกรรมการบริโภค: อาหารนิยมบริโภคกับอาหารเพื่อสุขภาพ. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2562 จาก. https://journal.pim.ac.th/uploads/content/2014/12/o_198s32fk1lh91fh13hd3om1la9o.pdf
- ราช ศรีวัฒน์. (2560). แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2562, จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/>

ภาคผนวก ก โครงการ

-แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ

-บันทึกการเข้าพบอาจารย์มีปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
โครงการ



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิทยา
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ โอ้ว ชีส (Oh Cheeze)
ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2562 - กุมภาพันธ์ 2563
สถานที่การดำเนินงาน ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ
ประมาณการค่าใช้จ่าย 5,655 บาท
ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. นางสาวสุพรรณิกา ประทุมมา รหัสประจำตัว 39456 ปวช3/3.
2. นางสาวนลิสรา พงษ์ธนู รหัสประจำตัว 39290 3/3.ปวช
3. นายวิทยา ทองมะดัน รหัสประจำตัว 39409 3/3.ปวช

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ
(นางสาวสุพรรณิกา ประทุมมา)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ
.....
.....
.....

ลงชื่อ.....
(อาจารย์ชนน ลาภธนวิรุฬห์)
...../...../.....

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

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

ชื่อโครงการ	โอ้ว ชีส (Oh Cheeze)
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม ขายสินค้า
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ธน นลาภณวิรุฬห์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์

ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | |
|----------------------------|------------------|
| 1 นางสาวสุพรรณิกา ประทุมมา | ประธานโครงการ |
| 2 นางสาวนลิสรา พงษ์ธนู | รองประธานโครงการ |
| 3 นายวิทยา ทองมะดัน | สมาชิกกลุ่ม |

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากในปัจจุบันตลาดบริโภคมีมากขึ้นความต้องการของผู้บริโภคมีหลากหลายในขณะนี้ ผู้บริโภคมีความต้องการเลือกรับประทานอาหารที่ง่ายต่อการรับประทาน อาหารปรุงสุกใหม่และอาหารนั้นต้องมีความอร่อยและถูกปากดังนั้น คณะผู้จัดทำโครงการจึงเห็นตรงกันว่ามีความคิดริเริ่มทำโครงการขายสินค้าโดยใช้ชื่อร้าน“โอ้ว ชีส” ออกจำหน่าย ณ ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนากรุงเทพมหานคร

เฟรนช์ฟรายส์เป็นอาหารที่เป็นของทานเล่นที่มีสูตรเฉพาะของแต่ละเจ้า แต่เฟรนช์ฟรายส์ของคณะผู้จัดทำโครงการไม่มีสารเคมีปนเปื้อนที่เป็นผลทำร้ายสุขภาพร่างกายต่อผู้บริโภคในระยะยาว จึงมองเห็นแนวทางในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายการเพิ่มกำไรของเฟรนช์ฟรายส์ธรรมดาโดยใส่สูตรใหม่เข้าไปเพื่อความแปลกใหม่ให้ผู้บริโภคที่เคยชินเฟรนช์ฟรายส์ธรรมดาได้ลิ้มลองรสชาติใหม่

วัตถุประสงค์

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

เป้าหมาย

1. สร้างผลกำไร รายได้ให้กับนักศึกษา
2. เพื่อสร้างอาชีพการขายสินค้า

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

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

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปรายงานผลการปฏิบัติงาน
2. สรุปงบประมาณผลกำไร
3. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า

ขั้นตอนดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินการ	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.สรุปความเห็นขายสินค้าเฟรนช์ฟรายส์	↔								
3.ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	↔								
4.จัดเตรียมอุปกรณ์ในการขายสินค้า			↔						
5.จัดเตรียมสถานที่ในการขายสินค้า			↔						
6.หาแหล่งวัตถุดิบ				↔					
7.ลงสถานที่ในการขายสินค้า ตลาดแฟลตทหารเรือ					↔				
8.สรุปผลการปฏิบัติงาน						↔			
9.ส่งรายงานสรุปผลดำเนินงาน								↔	

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ เดือนกรกฎาคม 2562 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ตลาดนัดแฟลตทหารเรือถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 5,655บาท

ค่าวัสดุดิบ

1. มันฝรั่งแช่แข็ง	750 บาท
2. น้ำมันพืช	300 บาท
3. ผงปรุงรส,สไปรซ์,ปาปิก้า,ข้าวโพด,ต้มยำ,ชีส	545 บาท
4. ซอสมะเขือ,ซอสพริก	200 บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์

1. ค่าเช่าสถานที่ (40 x 12 วัน)	480 บาท
2. กระทะ	300 บาท
3. ตะหลิว	130 บาท
4. ถาดรองน้ำมัน	120 บาท
5. ตะแกรง	100 บาท
6. บรรจุกัณฑ์	380 บาท
7. ถังน้ำจิ้ม	50 บาท
8. ถังมือยาง 1 แพ็ค	100 บาท
9. แก๊สปิกนิก	300 บาท
10. ซ้อนส้อม,ขวดใส่ซอส,กระป๋อง	450 บาท
11. ถังหิ้วใส	50 บาท
12. โต๊ะ	400 บาท

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

1. ป้ายร้านป้ายราคา/	500 บาท
2. เสื่อยูนิฟอร์มร้าน	500 บาท

รวม **5,655 บาท**

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอสินค้าเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

ปัญหาและอุปสรรค

1. วัตถุดิบที่ใช้อาจมีราคาต้นทุนที่สูงและไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน
2. สินค้าที่ผลิตแล้วไม่สามารถเก็บไว้นาน

ข้อเสนอแนะ

1. มีการวางแผนในการซื้อวัตถุดิบอย่างเหมาะสมและหาแหล่งวัตถุดิบสำรองที่มีต้นทุนต่ำกว่าร้านประจำ
2. วางแผนในการผลิตสินค้าในแต่ละวัน

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ชนน ลาภธนวิรุพห์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์)

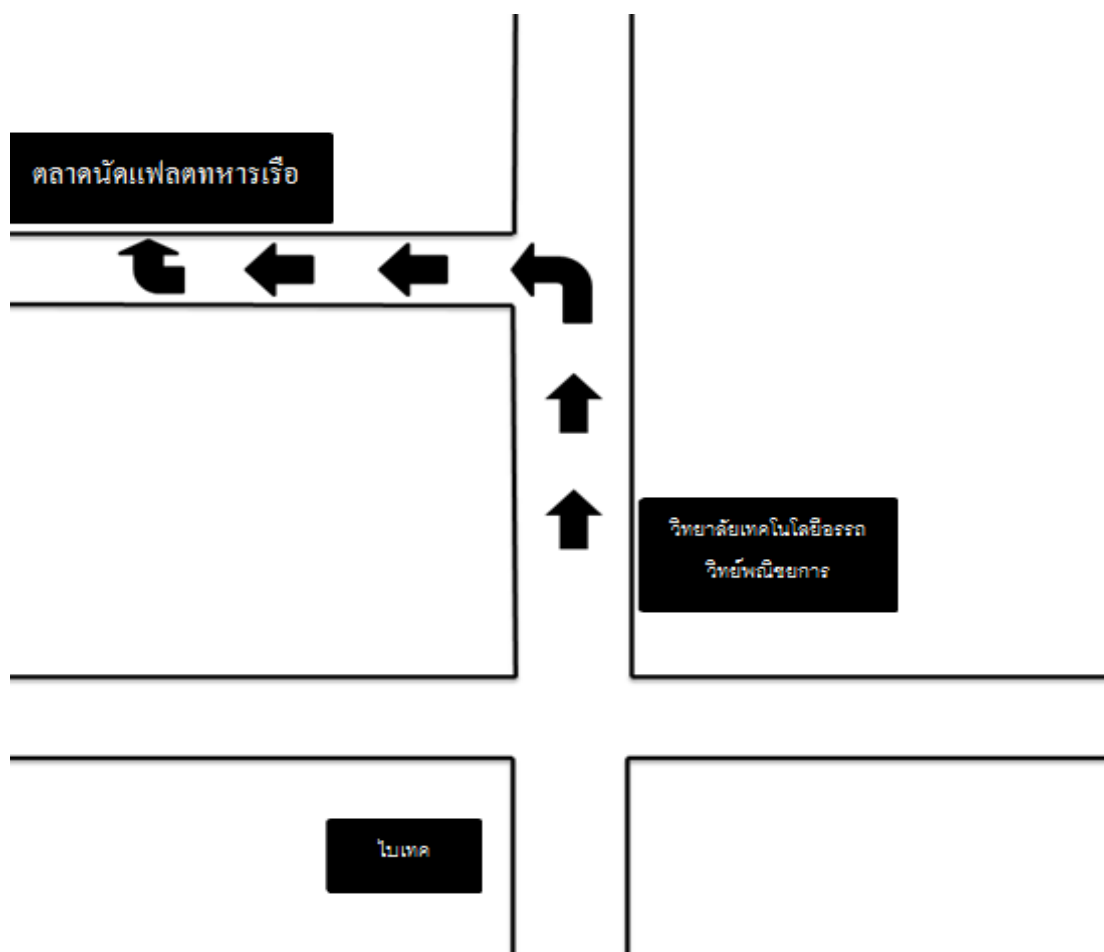
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

-รายงานผลประเมินจากแบบสอบถาม

-ตัวอย่างแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

ใบประเมินโครงการขายสินค้า โอ้วีชีส (Oh Cheeze)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

ชาย ()

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า ปี 20

() อายุ ปี 30- 21

() อายุ ปี 40-31

() มากกว่า ปีขึ้นไป 41

3. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ต่ำกว่าประกาศนียบัตรวิชาชีพ

() มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

() อนุปริญญา / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

() ปริญญาตรี

() ปริญญาโทหรือสูงกว่า

4. อาชีพ

() นักเรียน นักศึกษา /

() ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ /

() พนักงานเอกชน

() ธุรกิจส่วนตัว เจ้าของกิจการ /

() พ่อบ้าน แม่บ้าน /

() อื่น ๆ(โปรดระบุ)

5. รายได้ประจำเดือน

() รายได้ 5,000 – 10,000 บาท

() รายได้ 10,001 – 15,000

() รายได้ 15,001 – 20,000 บาท

() รายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

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

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านการขาย					
1.มีความน่าสนใจของสินค้าในการขาย					
2.สินค้าและการบริการการขายมีคุณภาพ					
ด้านราคา					
3.ความเหมาะสมของราคากับการรับบริการ					
4.การชำระเงินค่าบริการ					
ด้านการจัดจำหน่าย					
5.ความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ					
6.ช่องทางการให้บริการ					
ด้านการส่งเสริมการขาย					
7.เมื่อซื้อสินค้าครบ 5 ถาด รับฟรี 1 ถาด					
8.โฆษณาผ่าน Facebook					
9.ป้ายหน้าร้าน และข้อมูลจากป้ายแนะนำ					
ด้านบุคลากร					
10.การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม

โครงการธุรกิจการขาย โอ้ว (Oh Cheeze)

เรื่อง ความพึงพอใจในธุรกิจการขาย เฟรนช์ฟรายส์ (Oh Cheeze)

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

$(\bar{X})$ แทน ค่าเฉลี่ย

N แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

แบบสอบถามมี 2 ตอน มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 คน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจในการขาย เฟรนช์ฟรายส์ (Oh Cheeze)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	62	62
หญิง	38	38
รวม	100	100

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวน 62 คนคิดเป็นร้อยละ 62 และเพศหญิงจำนวน 38 คนคิดเป็นร้อยละ 38

ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพ

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	49	49
มากกว่า 20 ปี	51	51
รวม	100	100

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 20 ปีจำนวน 51 คนคิดเป็นร้อยละ 51 และอายุต่ำกว่า 20 ปีจำนวน 49 คนคิดเป็นร้อยละ 49

ตารางที่ 3 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	34	34
ปริญญาตรี	41	41
สูงกว่าปริญญาตรี	25	25
รวม	100	100

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 41 คนคิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 34 คนคิดเป็นร้อยละ 34 และสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพ

อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	97	97
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	-	-
พนักงานเอกชน	1	1
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	2	2
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	-	-
รวม	100	100

จากตารางที่ 4 พบว่าอาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 97 อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 และอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ประจำเดือน

รายได้ประจำเดือน	ความถี่	ร้อยละ
รายได้ 5,000 – 10,000	83	83
รายได้ 10,001 – 15,000	9	9
รายได้ 15,001 – 20,000	6	6
รายได้ 200,001 บาท ขึ้นไป	2	2
รวม	100	100

จากตารางที่ 5 พบว่ารายได้ 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 83 รายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และรายได้ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ รายได้ 200,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้ เฟรนช์ฟรายส์ (Oh Cheeze)

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อ เฟรนช์ฟรายส์ โอ้ว ซีต ด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความพึงพอใจ

ความพึงพอใจที่มีต่อ เฟรนช์ฟรายส์	ระดับความพึงพอใจ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
	5	4	3	2	1			
1) มีความน่าสนใจของสินค้าในการขาย	82 (82)	16 (16)	2 (2)	-	-	4.80	4.45	มากที่สุด
2) ความเหมาะสมของราคากับการรับบริการ	70 (70)	28 (28)	1 (1)	1 (1)	-	4.67	5.55	มากที่สุด
3)ความสะดวกในการเดินทางมารับบริการ	63 (63)	33 (33)	4 (4)	-	-	4.59	5.57	มากที่สุด
4)เมื่อซื้อสินค้าครบ 5 ถาด แถมฟรี 1 ถาด	40 (40)	52 (52)	8 (8)	-	-	4.32	6.62	มาก

5)โฆษณาผ่าน facebook	48 (48)	39 (39)	12 (12)	1	-	4.34	7.73	มากที่สุด
6)การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	56 (56)	29 (29)	13 (13)	1 (1)	1 (1)	4.38	8.83	มากที่สุด
รวม						4.52	0.39	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านรสชาติของเฟรนช์ฟรายส์ มีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ เท่ากับ 4.80 รองลงมาด้านความสด สะอาดของสินค้ามีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ เท่ากับ 4.67 และด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ เท่ากับ 4.59 ตามลำดับ

บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ โอ้ว ซีส (Oh Cheeze)

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์ธนน ลาภธนวิรุฬห์

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์

ผู้รับผิดชอบโครงการ

นางสาวสุพรรณนิภา ประทุมมา ระดับชั้น ปวช 3/3.เลขที่ 39

นางสาวนลิสรา พงษ์ธนู ระดับชั้น ปวช 3/3.เลขที่ 21

นายวิทยา ทองมะดัน ระดับชั้น ปวช 3/3.เลขที่ 34

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
1	กำหนดส่ง โครงการเพื่อขออนุมัติ	24-28 มิ.ย.62		
2	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	1-12 ก.ค.62		
3	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	15-31 ก.ค.62		
4	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	1-16 ส.ค.62		
	แผนการดำเนินงาน			
	- ความเป็นมาของธุรกิจ			
	- ผลิตภัณฑ์			
	- แผนการบริหารจัดการ			
	- แผนการตลาด			
	- แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ			
	- แผนการเงิน			
	- แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง			
5	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ + บทที่ 1-3 แผนการดำเนินงาน กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1)	2-6 ก.ย.62		
6	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 1 (โครงการ + บทที่ 1-3 แผนการดำเนินงาน และบรรณานุกรม)	21 ก.ย.62		
7	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง)	1-31 ต.ค.62		

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
8	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ+ แผนการตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/ บริการ/ แสดงผลงานประดิษฐ์)	1-8 พ.ย.62		
9	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้านจัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	16 พ.ย. 62		
10	กำหนดส่ง แบบสอบถามโครงการ	2-6 ธ.ค.62		
11	งาน ATCนิทรรศน์ (ออกร้าน และแจกแบบสอบถามโครงการ)	13 ธ.ค.62		
12	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล)	16-20 ธ.ค.62		
	(บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ)	13-17 ม.ค.63		
13	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)	20-24 ม.ค.63		
14	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	27-31 ม.ค.63		
15	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก – ง (แปรผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติผู้จัดทำโครงการ)	3-7 ก.พ.63		
16	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	10-14 ก.พ.63		
17	กำหนดส่ง ตรวจสอบเล่มโครงการ	17-21 ก.พ.63		
18	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	24-28 ก.พ.63		

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือการบริการในโครงการ

-รูปภาพป้ายร้าน

-รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

-รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติโครงการ

รูปภาพวัตถุดิบ

1.มันฝรั่งแช่แข็ง



2.น้ำมันพืช



3.ซอสมะเขือ,ซอสพริก



4.ผงปรุงรส,สไปรซี่,ปาปิก้า,ข้าวโพด,ต้มยำ,ชีส



5.ชีส



โครงการ ร้านโอวีชีส

ตราสินค้า



รูปผลิตภัณฑ์



ป้ายประชาสัมพันธ์โครงการ



รูปอุปกรณ์

1. กระชอน



2. หม้อ



3. ถาด



4. ถุงมือพลาสติก



5. ถาดกระดาษ



6. แก๊สปิกนิก



7. ผ้าปูโต๊ะ



8. ถุงหูหิ้ว



9. กล่องถังโฟม



10. หมวกเก็บผม



ภาคผนวก ง

-ประวัติผู้ดำเนินโครงการ



ชื่อ – นามสกุล	:	นางสาวสุพรรณนิกา ประทุมมา
วัน เดือน ปีเกิด	:	4 มกราคม พ.ศ. 2545
สถานที่เกิด	:	สกลนคร
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
เบอร์โทร	:	092-926-5678
สถานศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	ประธานโครงการ



ชื่อ – นามสกุล	:	นางสาวนลิสรา พงษ์ธนู
วัน เดือน ปีเกิด	:	10 สิงหาคม 2544
สถานที่เกิด	:	ร้อยเอ็ด
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
เบอร์โทร	:	063-981-0361
สถานศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	รองประธานโครงการ



ชื่อ – นามสกุล	:	นายวิทยา ทองมะดัน
วัน เดือน ปีเกิด	:	13 มีนาคม พ.ศ. 2545
สถานที่เกิด	:	นครราชสีมา
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
เบอร์โทร	:	062-813-2401
สถานศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	เหรียญก