



โครงการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรื่อง การบริหารร้าน BAR.B.QPLAZA และการขาย สาขา นวมินท์ซิติโอเวนิว บริษัท ฟู้ดแพชชั่น จำกัด

นาย เสกสรร กันธะมาลย์

รหัสประจำตัวนิสิต 62101130038

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา (132-010)
สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ชื่อโครงการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา : การบริหารร้าน BAR.B.QPLAZA และการขาย สาขา นวมินท์
ซีทีโอเวนวิ บริษัท ฟู้ดแพชชั่น จำกัด

ผู้รายงาน : นายเสกสรร คันระมาลย์

คณะ : บริหารธุรกิจ

สาขาวิชา : การตลาด

.....

(สุนทรีย์ สองเมือง)

อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา

.....

(ไพฑูรย์ แซ่ว่อ)

พนักงานที่ปรึกษา

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ อนุมัติให้นำโครงการการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาลงบัญชี เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตร 4 ปี สาขาวิชา การตลาด

.....

(รศ. ศิริ ภูพงษ์วัฒนา)

คณบดีคณะ..... บริหารธุรกิจ.....

1 กุมภาพันธ์ 2566

เรื่อง ขอส่งโครงการปฏิบัติการสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษาสาขาวิชาการตลาด

ตามที่ข้าพเจ้านายเสกสรร คันธะมาลย์ นิสิตสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจมหาวิทาลัยราชพฤกษ์ ได้ปฏิบัติการสหกิจศึกษาระหว่างวันที่ 1 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2565 ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2566 ในตำแหน่ง นักศึกษาฝึกงาน ณ สถานประกอบการ บริษัท ฟู้ดแพชชั่น จำกัด ได้รับมอบหมายจากผู้จัดการร้าน(Outlet Coach) จัดทำรายงานเรื่อง การบริหารร้าน บาบี้คิวพลาซ่า และการขาย กรณีศึกษา บริษัท ฟู้ดแพชชั่น (ซีตือเวนิว) จำกัด

บัดนี้ การปฏิบัติการสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดลงแล้ว จึงใคร่ขอส่งรายงานการปฏิบัติการสหกิจศึกษาจำนวน 1 เล่ม เพื่อขอรับการประเมินผลการปฏิบัติงานต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นายเสกสรร คันธะมาลย์)

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgment)

ตามที่ข้าพเจ้า นาย เสกสรร คันธะมาลย์ ได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ
ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZA สาขา นวมินทร์ซีทีโอเวนวิ ตั้งแต่วันที่ 1 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2565 ถึง
วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2566

ทำให้ข้าพเจ้าได้รับความรู้และประสบการณ์ในการทำงานในการบริหารสาขาเกี่ยวกับธุรกิจ
ร้านอาหารระบบการทำงานต่างๆในแต่ละตำแหน่ง สำหรับโครงการสหกิจศึกษานับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีมี
ความช่วยเหลือและความร่วมมือสนับสนุนของหลายฝ่าย ดังนี้

- | | |
|-------------------------|--|
| 1.คุณ ไพฑูรย์ แซ่ว่อง | ตำแหน่ง Outlet Coach ผู้จัดการสาขา (ซีทีโอเวนวิ) |
| 2.คุณ ณัฏชา ไกรษร | ตำแหน่ง Service Head หัวหน้าแผนกบริการ |
| 3.คุณ สุนิสา วิริยะธรรม | ตำแหน่ง Kitchen Head หัวหน้าแผนกครัว |
| 4.คุณ พนิดา เรืองชูพงศ์ | ตำแหน่ง Front Delight พนักงานต้อนรับ |
| 5.คุณ กฤตพร ปานสุวรรณ | ตำแหน่ง Senior Service Delighter ผู้ช่วยแผนกบริการ |
| 6.คุณ นฤมล เผ่าดี | ตำแหน่ง Senior Kitchen Delighter ผู้ช่วยแผนกครัว |

ขอขอบคุณอาจารย์ สุนทรีย์ สองเมือง อาจารย์ที่ปรึกษาวิชาสหกิจศึกษาและ อาจารย์ปุณณพศ ดารา
รัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาสาขาวิชาการตลาด ที่ให้คำแนะนำจัดหาหัวข้อ คอยติดตามประเมินความก้าวหน้าของ
การปฏิบัติงานและคอยตรวจแก้ไขเล่มโครงการปฏิบัติงาน สหกิจศึกษาจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี
นอกจากนี้ยังมีบุคคลท่านอื่นๆอีกที่ไม่ได้กล่าวไว้ ณ ที่นี้ซึ่งให้ความกรุณาในการจัดทำโครงการสหกิจศึกษา
ฉบับนี้ ข้าพเจ้าจึงใคร่ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและความ เข้าใจเกี่ยวกับชีวิต
ของการปฏิบัติงาน รวมถึงเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำโครงการฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

นาย เสกสรร คันธะมาลย์

ผู้จัดทำ

1 กุมภาพันธ์ 2566

ชื่อโครงการ	การบริหารร้าน BAR.B.QPLAZA และการขาย สาขา นวมินทร์ซีทีโอเวนิว
ชื่อนิสิต	นาย เสกสรร กันธะมาลย์
รหัสนิต	62101130038
สาขาวิชา	การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ สุนทรีย์ สองเมือง
ปีการศึกษา	2565

บทคัดย่อ

(Abstract)

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ สถานที่ประกอบการ ร้าน BAR.B.QPLAZA สาขา นวมินทร์ซีทีโอเวนิว บริษัท ฟู้ดแพชชั่น จำกัด ร้านอาหารปิ้งย่างสไตล์มองโกเลีย บาร์บีคิวปลาซ่า สาขา ซีทีโอเวนิว

จากการปฏิบัติสหกิจศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานร้านอาหารบาร์บีคิว ปลาซ่า สาขานวมินทร์ซีทีโอเวนิวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยด้าน ผลิตภัณฑ์ มีผักทะเล่าฝอยที่เป็นจุดเด่นของร้าน ด้านราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพอาหาร ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่าการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Website และ Facebook มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ ด้านการจัดจำหน่าย มีบริการจัดส่งอาหาร Delivery และมีการชำระเงินผ่านทางออนไลน์เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายต่อผู้บริโภค

สารบัญ

	หน้า
กิตติมากรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญภาพ	ง
บทที่ 1. บทนำ	1
บทที่ 2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 . ภาระหน้าที่และปัญหาในการปฏิบัติงาน	20
ภาพที่ 3.4.1 set อร่อยเต็มเตาที่เป็นจุดหลักจอร์ร้าน	21
ภาพที่ 3.4.2 โปรมอชั้นสุกเหลืองได้	22
ภาพที่ 3.4.3 โปรมอชั้นชุดเดือนเกิด	23
ภาพที่ 3.5.4 ชุดยืมเตา ที่ Gon Gang Delivery	24
ภาพที่ 3.4.5 บาร์บีคิวชั้นชุดทรูยู มูเตล	25
บทที่ 4. รายละเอียดของการปฏิบัติงาน	26
บทที่ 5. สรุปผลการปฏิบัติงาน	31
บรรณานุกรม	34
ภาคผนวก	35
ภาคผนวกข	37

สารบัญภาพ

	หน้า
1 ภาพที่ 1 อาจารย์ที่ปรึกษานิเทศศึกษาศาสตร์	37
2 ภาพที่ 2 อาจารย์ที่ปรึกษานิเทศศึกษาศาสตร์	38
3 ภาพที่ 3 ต้อนรับลูกค้าหน้าร้าน ณ สถานประกอบการ	39
4 ภาพที่ 4 เช็ครายงานพนักงานสาขาแต่ละเดือน	40
5 ภาพที่ 5 แนะนำโปรโมชั่นให้ลูกค้าเลือก	41
6 ภาพที่ 6 เช็คบิลให้ลูกค้า	41
7 ภาพที่ 6.1 ทอนเงินให้ลูกค้า	42
8 ภาพที่ 7 ออกอาหารให้พนักงานบริการนำไปเสิร์ฟลูกค้า ร้านอาหาร	43
9 ภาพที่ 8 ประชุมสาขานำเสนอโปรโมชั่นต่างๆที่ร้านจัดโปรโมชั่น	44
10 ภาพที่ 9 สรุปยอดการขายในแต่ละวัน	45
11 ภาพที่ 10 ทำความสะอาดช่องแอร์	46
12 ภาพที่ 11 ร่วมทำกิจกรรมกับพนักงานในสาขา	47

บทที่ 1

บทนำ

1.ความเป็นมาและความสำคัญของการฝึกงาน

รายงานการฝึกงานเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกประสบการณ์ทักษะวิชาชีพ ในสถานประกอบการ ร้านอาหาร บาร์บีคิว พลาซ่า สาขานวมินทร์ชิตีอเวนิว เพื่อนำความรู้และแนวคิด ทฤษฎีที่ได้ศึกษานำไปประยุกต์ใช้ในช่วงระหว่างการฝึกประสบการณ์วิชาชีพเพื่อเป็นการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์จริงเพื่อให้เกิดความพร้อม ต่อการปฏิบัติงานต่อไป ได้รับทักษะใหม่ๆในการทำงาน และนำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาตามสายงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและยังสามารถนำไปพัฒนาการทำงานของทีมงานให้ได้รับความรู้และการทำงานที่เป็นระบบมากขึ้น

ดังนั้นเอกสารฉบับนี้จะประกอบไปด้วยเนื้อหาที่เป็นข้อมูลช่วงระหว่างการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ รวมทั้งการฝึกงานในระหว่างสัปดาห์ต่างๆที่มีประโยชน์สำหรับผู้อื่นได้นำไปประยุกต์ใช้ในงานต่างๆ ต่อไป

1.1 ที่มาของธุรกิจ

ประวัติของบริษัท FOOD PASSION หรือ บาร์บีคิวพลาซ่า บาร์บีคิวพลาซ่า เปิดสาขาแรกเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ.2530 ที่เซ็นทรัลลาดพร้าว และปีพ.ศ. 2536 ไม่ได้มีเพียงบาร์บีคิวพลาซ่าเท่านั้น เพราะที่เปิดธุรกิจเพิ่มอีก 1 แบรินด์ นั่นก็คือ จุ่มแซ่บอัท อีสานขึ้นห้าง แจ่วฮ้อทขึ้น โดยเปิดสาขาแรกที่รามคาแหง และเป็นสาขาแรกที่เริ่มรับพนักงานหญิงมาร่วมงานกับทางบริษัทเพราะเดิมรับแต่ผู้ชายเท่านั้นและในปีพ.ศ.2548 เริ่มเปิดตลาดไปยังต่างประเทศ คือ ประเทศมาเลเซียผ่านมา 13 ปีมี

สาขาจำนวน 19 สาขา โดยได้รับการตอบรับอย่างดีเยี่ยมจากต่างประเทศในปีพ.ศ.2551 บริษัทมีการเจริญเติบโตและขยายสาขามากขึ้นจึงได้เปิดโรงงานที่นิคมอุตสาหกรรมนวนครจังหวัดปทุมธานีซึ่งถือเป็นครัวกลางขนาดใหญ่ สำหรับส่งวัตถุดิบให้สาขาทั่วประเทศ เพื่อรองรับการขยายสาขาในอนาคต

ปี พ.ศ. 2555 ได้จัดงานเฉลิมฉลองครบรอบ 25 ปี “บาร์บีคิวพลาซ่า” ด้วยจำนวนสาขากว่า 90 สาขา

และ ในปีเดียวกันนี้ได้เปิดศูนย์ฝึกอบรม Food Passion Academy (รัชดา 32 ตรงข้ามศาลาอาญา) บนพื้นที่ 4,000 ตร.ม. ปี พ.ศ. 2556 ได้เปิดโรงงาน หรือครัวกลาง บนพื้นที่ 1,000 ตร.ม. ที่ประเทศมาเลเซียสามารถรองรับการบริการไปยังสาขาได้ถึง 20 สาขา และในปีนี้เป็นก้าวสำคัญอีกก้าวหนึ่ง

เพราะมีการขยายกิจการสาขาแรกไปยังกรุงจาการ์ต้า ประเทศอินโดนีเซียอีกด้วย ปี พ.ศ. 2558องค์กรมีการขยายธุรกิจเพิ่มขึ้น

โดยเพิ่มแบรนด์น้องใหม่อีก 1 แบรนด์ นั่นก็คือ Hot Star และทั้ง 3 แบรนด์ ไม่ว่าจะเป็น บาร์บีคิว พลาซ่า, จุ่มแซบฮัท และ Hot Star จะมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าตามวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ที่กล่าวไว้ว่า “เราจะทำมือนี้อให้ดีที่สุด” ปี พ.ศ. 2559 มีการขยายโครงสร้างภายในองค์กร และเปลี่ยนชื่อจากบริษัท เดอะบาร์บีคิว พลาซ่า จำกัด เป็น บริษัท ฟู้ดแพชชั่น จำกัด เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางธุรกิจในอนาคต ตลอดระยะเวลา กว่า 30 ปีที่ผ่านมา บาร์บีคิว พลาซ่า ได้ขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันประเทศไทยมีทั้งสิ้น 129 สาขา, มาเลเซีย 17 สาขา และอินโดนีเซีย 1 สาขา จนถึงทุกวันนี้ มีพนักงานทั้งสายปฏิบัติการและสายสำนักงานมากกว่า 4,000 คน ที่พร้อมคอยให้บริการอาหารที่มีคุณภาพและบริการที่เป็นเลิศให้กับลูกค้า นอกจากนี้ ในอนาคตมีแผนที่จะเปิดสาขาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในและต่างประเทศ ถือเป็นแบรนด์ของคนไทยในระดับต้นๆ ที่มีสาขาต่างประเทศมากที่สุดเลยก็ว่าได้บริษัท ฟู้ดแพชชั่น จำกัด มีทั้งหมด 3 แบรนด์ ได้แก่ บาร์บีคิวพลาซ่า จุ่มแซบฮัท และ HOT STAR

รายละเอียดเกี่ยวกับบริษัท

1. บาร์บีคิว พลาซ่า เป็นบาร์บีคิวปิ้งย่างเกี่ยวกับสไตล์เกาหลีที่มีพี่บาร์บีก่อน ตัวสีเขียวๆ เป็นสัญลักษณ์ของแบรนด์เราที่คุ้นเคยกัน 2. จุ่มแซบฮัท เป็นร้านอาหารอีสาน สไตล์จิ้มจุ่ม และ 3. HOT STAR เป็นแบรนด์ไก่ทอดอันดับ 1 จากไต้หวันชื่อดัง ฮ็อต สตาร์ (HOT STAR) ที่มีเมนูดังอย่าง ไก่ทอดไซส์ยักษ์ XXL ด้วยความใหญ่และรสชาติที่อร่อย จึงทำให้มีชื่อเสียงโด่งดัง โดยในประเทศไทยได้วางรูปแบบเป็นไลฟ์สไตล์แซนนิค สำหรับทานเล่นระหว่างวัน ภายใต้คอนเซ็ปต์ Re-Boost Snack อาหารว่างสำหรับเพิ่มพลัง ซึ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่มีอายุ 18-24 ปี

สำนักงานใหญ่มีอยู่ 2 ที่ด้วยกัน ได้แก่ 1. สำนักงานใหญ่ตรงถนนประชาชื่น เลียบคลองประปา

2. ครั้วกลางโรงงานนวนคร จังหวัดปทุมธานี

สำนักงานใหญ่ประชาชื่น อยู่ที่สปอร์ตคลับหน้าหมู่บ้านการ์เด็น ซิตี ลากูล ตรงเลียบคลองประปา ใกล้กับมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต แต่ตอนนี้ย้ายไปอยู่แบบชั่วคราวสัก 2-3 ปี ที่สปอร์ต ซิตี ใกล้ๆ กันกับที่เดิม โดยห่างจากกันแค่เพียง 2 ป้ายรถเมล์ โดยที่ประชาชื่นจะมีฟิตเนส สระว่ายน้ำ ซึ่งพนักงานของบริษัทเราสามารถไปใช้บริการได้เลย และสำนักงานใหญ่สปอร์ต ซิตี อยู่ใกล้ๆ กับสนามโดรฟ์กอล์ฟ บรรยากาศดีมาก

ครัวกลาง โรงงานนวนคร จังหวัดปทุมธานี ตั้งอยู่บนพื้นที่ 5,000 ตารางเมตร เป็นสถานที่ผลิตและเตรียมอาหารแล้วส่งผลิตภัณฑ์มายังที่สาขาของเรา เช่น หมูสด ไก่สด ผักสด และน้ำจิ้มที่มีการปรุงจากที่นั่น



หน้าร้านอาหาร สถานประกอบการ ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZA สาขา นวมินทร์ซีทีโอเวนิว

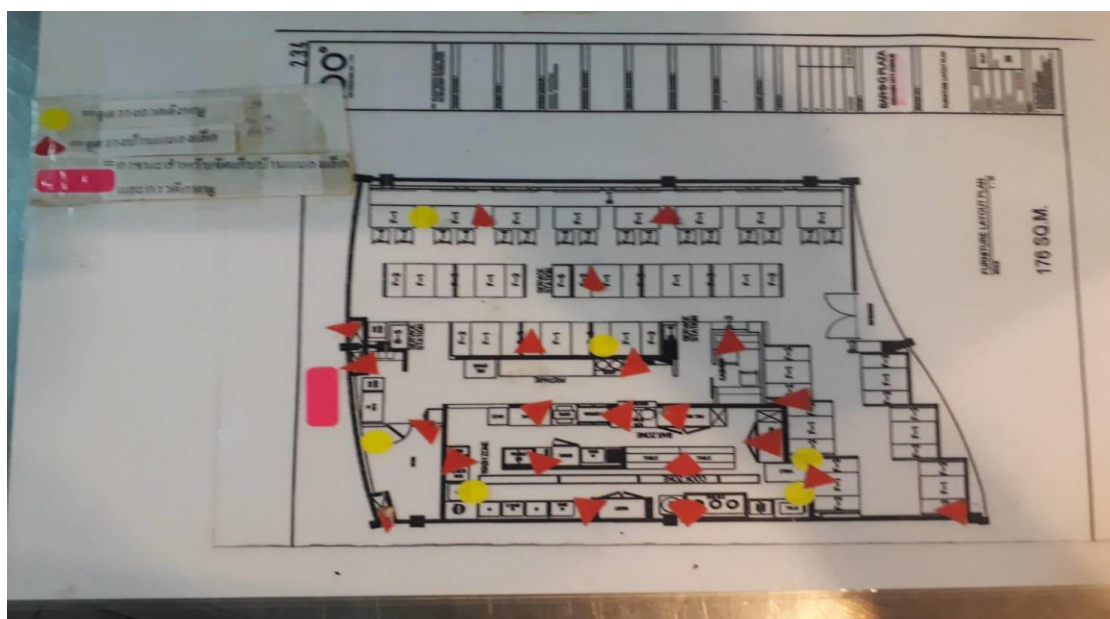


ภายในร้านอาหารที่ลูกค้านั่งทาน สถานประกอบการ ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZA สาขา นวมินทร์ซีทีโอเวนิว



ภายในครัว ร้านอาหาร สถานประกอบการ ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZA สาขา นวมินทร์พืชีต้อเวนิว

โครงสร้างร้านอาหาร



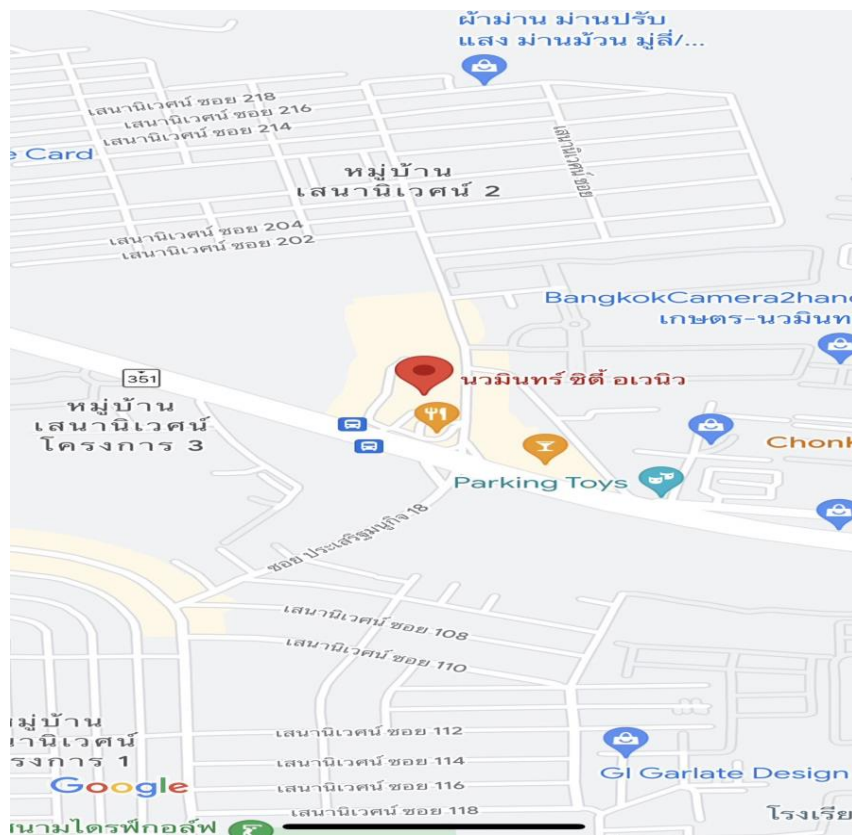
สถานที่ตั้ง

ตั้งอยู่ใน: Nawamin City Avenue

ที่อยู่: ชั้น 2 นวมินทร์ ซิตี อเวนิว, ถนนเกษตร-นวมินทร์, แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว, กรุงเทพมหานคร,
10230

Closed • Opens 11 AM Sun

โทรศัพท์: 02 907 1835



วิสัยทัศน์

โดยมีแบรนด์เรือธงคือ Bar B Q Plaza การปรับโครงสร้างองค์กรครั้งนี้เพื่อเตรียมก้าวสู่เป้าหมายที่ใหญ่ขึ้นและหล่อหลอมวิสัยทัศน์ใหม่ให้ชัดเจนขึ้นนั่นคือการ“ส่งมอบความสุขโดยมีอาหารเป็นสื่อกลาง” พร้อมสโลแกนใหม่อย่าง “ทำวันนี้ให้ดีที่สุด”

วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

บริษัท เดอะบาร์บีคิวพลาซ่า จำกัด (ชื่อใหม่ บริษัท ฟู้ดแพชชั่น จำกัด) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2530 โดย คุณ ชูพงศ์ ชูพงษ์เจริญ เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจร้านอาหารทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีแบรนด์ร้านอาหารที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัทฯ จำนวน 4 แบรนด์ ได้แก่ บาร์บีคิวพลาซ่า จุ่มแซ่บฮัทฌานา สเปนซ์ คิว และ เรดชัน นำเสนอรูปแบบอาหารในสไตล์ที่แตกต่างกันออกไป ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย

บาร์บีคิวพลาซ่า เป็นแบรนด์ร้านอาหารประเภทปิ้งย่างบนกระทะที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เปิดให้บริการสาขาแรกที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าวในเดือนกรกฎาคม ปี 2530 ลักษณะอาหารเป็นรูปแบบปิ้งย่างในสไตล์มองโกเลียผสมญี่ปุ่นซึ่งภายหลังจากการเปิดสาขาแรก ร้านบาร์บีคิวพลาซ่าได้รับความนิยมและการตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้าจำนวนมาก ทำให้บริษัทฯ ได้ขยายสาขาเพิ่มขึ้นทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีร้านบาร์บีคิวพลาซ่าในประเทศไทย จำนวนมากกว่า 156 สาขา ตั้งอยู่ ณ ศูนย์การค้าชั้นนำ และห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ทั้งในกรุงเทพฯ และตามหัวเมืองหลักของจังหวัดต่าง ๆ

จุ่มแซ่บฮัทเป็นแบรนด์ลำดับที่สองของบริษัทฯเปิดให้ดำเนินการภายหลังจากการเปิดตัวแบรนด์ บาร์บีคิวพลาซ่า ในปี 2536 ที่ เดอะมอลล์ บางกะปิ นำเสนออาหารในสไตล์ต้มลวกแบบชาบูไทยรสแซ่บ เสริมด้วยทางเลือกกับเมนูจานเดี่ยวรสชาติจัดจ้านอื่น ๆ หลากหลายรายการ ที่นำมาเสิร์ฟให้กับลูกค้าในรูปแบบอาลาการ์ท์ (A la carte) และเซตเมนู (Set Menu) ร้านตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกันกับร้าน บาร์บีคิวพลาซ่า ปัจจุบันมีจำนวนสาขาทั้งสิ้น 22 แห่ง ทั่วประเทศ

ฌานา(CHARNA)แบรนด์ร้านอาหารที่ตอบโจทย์คนรักสุขภาพเปิดตัวครั้งแรกในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ที่ชั้น 2 ของศูนย์การค้า สยามเซ็นเตอร์ มีเมนูซีกันเจอร์เป็นหม้อซุปลสมุนไพรมีรสชาติเอกลักษณ์กว่า 20 ปี ผสมผสานความใส่ใจในทุกขั้นตอนของการเตรียมและเสิร์ฟอาหารด้วยวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพ และปลอดภัยจากฟาร์มเพื่อนเกษตรกร พร้อมปรุงรสชาติแบบครบรส อร่อย กินได้ไม่มีเบื่อ ถือเป็นมือสมัครทั้งผักและเนื้อ ในแบบที่ดีต่อใจและดีต่อร่างกาย ภายใต้ออนเชฟปัดซ์ของแบรนด์

“Feel Good Food” เพื่อให้อาหารทุกจานและทุกเมนูที่ฉานาเป็นมืออาหารที่ผู้บริโภคจะรู้สึกดีต่อทุกๆ คำและทุกๆ งานที่รับประทาน

สเปซ คิว หรือ SPACE Q แบนด์ร้านอาหารปิ้งย่างและชาบูน้องใหม่ล่าสุดในเครือของฟู้ดแพชชั่น ที่พัฒนามาจากร้านบาร์บีคิวพลาซ่า ภายใต้ออนเซ็นปัทโคโนใจคนเมือง อย่าง “โซเซียล กริลล์” (Social Grill) มุ่งยกระดับประสบการณ์การกินปิ้งย่างและชาบู ด้วยบรรยากาศการตกแต่งร้านที่ออกแบบมา เพื่อให้ชาวโซเซียลได้แชทและแชร์เรื่องราวความสุขในทุกโมเมนต์ได้อย่างไร้ขีดจำกัด ตอบโจทย์ทุกเพศทุกวัย อิ่มอร่อยได้ทุกมื้อกับเมนูอาหารที่หลากหลายทั้งเมนูจานเดี่ยว กับแก้ม ของหวาน ตลอดจนเมนู ซิกเนเจอร์ดีริจค์จากหลากหลายสัญชาติที่รวบรวมมาเอาใจสายปาร์ตี้ที่ชอบบปปะสังสรรค์ ในราคา ที่สมเหตุสมผล ประเดิมปักหมุดสาขาแรกที่ เดอะ เทส ทองหล่อ (The Taste Thonglor) คอมมิวนิตีมอลล์ ใจกลางทองหล่อ ซอย 11 เปิดให้บริการถึงเที่ยงคืนเพื่อเอาใจสายชอบแสงค์เอาท์ยามดึก

ผลิตภัณฑ์

บาร์บีคิวพลาซ่า เป็นแบนด์ร้านอาหารประเภทปิ้งย่างบนกระทะที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เปิดให้บริการสาขาแรกที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าวในเดือนกรกฎาคม ปี 2530 ลักษณะอาหารเป็นรูปแบบปิ้งย่างในสไตล์มองโกเลียผสมญี่ปุ่นซึ่งภายหลังจากการเปิดสาขาแรก ร้านบาร์บีคิวพลาซ่าได้รับความนิยมและการตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้าจำนวนมาก

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากการได้ฝึกสหกิจศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยได้กำหนดไว้เป็นระยะเวลา 4 เดือน ในระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565 จนถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ณ สถานที่ร้านอาหาร แบรนดี้ บาร์บีคิวปลาซ่า สาขานวมินทร์ซิติ์ อเวนิว ตั้งอยู่ 30/20 หมู่ 4 แขวงจรเข้บัว เขตลาดพร้าว จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10230 ตลอดระยะเวลาการฝึกงานของข้าพเจ้าได้บูรณาการฝึกงาน ให้สอดคล้องกับสาขาวิชาที่กำลังศึกษา

1.การเป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร

1.สาระสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ

เรื่องความหมายของการประกอบการคุณสมบัติและจรรยาบรรณของผู้ประกอบการ การประกอบการธุรกิจไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากไม่มีผู้ประกอบการธุรกิจในระยะแรกเป็นเพียงการแลกเปลี่ยนเพื่อชดเชยความขาดของแต่ละบุคคลประกอกับความแตกต่างในความรู้ ความสามารถของแต่ละคน ทำให้การประกอบอาชีพแตกต่างกันออกไป ผู้ประกอบการทางธุรกิจเป็นอีกอาชีพหนึ่งในสังคมที่ทำหน้าที่หลักในการตอบสนองความต้องการของคนในสังคมให้มีสินค้าหรือบริการใช้ในการดำรงชีวิต ทั้งในลักษณะการผลิต การจัดจำหน่ายหรือการให้บริการต่าง ๆ

ผู้ประกอบการธุรกิจที่ดีควรมีคุณสมบัติที่มีความรับผิดชอบต่อการดำเนินงานที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยความยุติธรรม ต้องมีจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจจึงจะทำให้เป็นที่ยอมรับของสังคมและสามารถดำเนินกิจการไปได้อย่างมั่นคง

การประกอบการ หมายถึง การจัดองค์กรหรือกิจการ เพื่อดำเนินการผลิต การจำหน่าย และการให้บริการ โดยการนำเอาปัจจัยต่างๆมาลงทุนในกิจการ ซึ่งได้แก่ ทรัพย์สิน แรงงาน และเงินทุน เพื่อให้เกิดผลผลิตตามเป้าหมายที่กำหนด

2.คุณสมบัติของผู้ประกอบการ

1.ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส คือจะต้องเป็นผู้มองเห็นโอกาสและหาช่องทางทางการค้าได้ตลอดเวลา แม้จะตกอยู่ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

- 2.ต้องเป็นนักเลี้ยง ต้องกล้าได้กล้าเสีย พร้อมทั้งจะดำเนินการทันทีเมื่อมองเห็นโอกาส อย่ามัวรีรอ มิฉะนั้นจะสายเกินไปไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ
- 3.ต้องเป็นคนมีความคิดริเริ่มหรือสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ออกสู่ตลาดที่มีสภาพการแข่งขันสูง
- 4.ต้องเป็นคนที่ไม่ท้อถอยง่ายมีความอดทน โดยเฉพาะระยะเริ่มก่อตั้งธุรกิจ จะต้องประสบกับปัญหามากมาย ถ้าแก่หรือผู้ประกอบการที่ยืนหยัดอยู่ได้จะต้องเป็นคนที่มีความอดทนสูง
- 5.ต้องเป็นคนที่ใฝ่รู้อยู่เสมอเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และตื่นตัวอยู่ตลอดเวลาทำให้สามารถปรับตัวได้เสมอ
- 6.ต้องเป็นคนที่มีความวิสัยทัศน์กว้างไกลทำให้ธุรกิจมีทิศทางที่ชัดเจนไม่เดินทางออกนอกกลุ่มนอกทางสามารถมุ่งไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ในอนาคตอย่างแน่นอน
- 7.ต้องมีเครือข่ายดี เพื่อที่จะทำให้ได้ประโยชน์ทั้งด้านข้อมูลและการได้รับความช่วยเหลือด้านต่างๆ จากเพื่อน ๆ หรือเครือข่ายได้เป็นอย่างดี

2. วิชาการจัดจำหน่ายสินค้าและการบริการ

1. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และ บริการ

หน้าที่ทางการตลาดของสถาบันในช่องทางการจัดจำหน่าย และการจัดลำดับความสำคัญของตลาดเป้าหมาย

- ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึงเส้นทาง หรือ องค์กร หรือสถาบันที่ทำหน้าที่นำสินค้าจากโรงงานผู้ผลิต ผ่านไปยังผู้จำหน่ายในระดับต่าง ๆ ได้แก่ ตัวแทนจำหน่าย พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก
- ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึงเป็นโครงสร้างระหว่างภายในองค์กรและตัวกลาง หรือเอเยนต์ ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกซึ่งเป็นโครงสร้างกับองค์กรภายนอก ถึงแม้ว่าสินค้า และ บริการเหล่านี้จะขายอยู่ในตลาด
- ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า PHYSICAL DISTRIBUTION CHANNEL หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวกับการโยกย้าย การขนถ่ายการครอบสิทธิ์ในตัวสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค
- ช่องทางการขาย TRANSACTION CHANNEL เป็นกรรมในด้านการติดต่อ เจริญ ต่อรอง การทำสัญญาซื้อขายสินค้า

2. หน้าที่ทางการตลาดของสถาบันคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่

- หน้าที่ในการแลกเปลี่ยน ได้แก่ การซื้อ การขาย
- หน้าที่ในการกระจายสินค้า ได้แก่ การเก็บรักษา การขนส่ง การแปรรูป
- หน้าที่อำนวยความสะดวก ได้แก่การจัดเกรดมาตรฐาน การเงิน การเสี่ยงภัย การวิจัยข่าวสารทางการตลาด

3. โครงสร้างการจัดจำหน่ายสินค้า แบ่งออก 2 ประเภทคือ

- ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค แบ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายดังนี้
- ช่องทางตรงผู้ผลิตขายสินค้าให้ผู้บริโภคคนสุดท้าย ได้แก่ สินค้าเครื่องสำอาง อาหารสด ลักษณะสินค้าไม่จำเป็นและไม่แสวงหาซื้อ คือ การประกันชีวิต อาหารเครื่องดื่ม
- ช่องทาง 1 ระดับ ผู้ผลิต ผ่าน พ่อค้าปลีก ผู้บริโภค เช่น ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ขายสินค้าอาหารสำเร็จรูป หรือ รองเท้า เสื้อผ้า ล้าสมัย
- ช่องทาง 2 ระดับ ผู้ผลิต ผ่านพ่อค้าส่ง และ พ่อค้าปลีก ผู้บริโภคคนสุดท้าย เหมาะกับสินค้าอุปโภคบริโภค ผงซักฟอก
- ช่องทาง 2 ระดับ ผู้ผลิต ผ่าน ตัวแทนจำหน่าย ผู้ค้าส่ง พ่อค้าปลีก ผู้บริโภคเหมาะสำหรับสินค้าล้าสมัยเร็ว เช่น กระเป๋า
- ช่องทาง 3 ระดับผู้ผลิต ผ่าน ตัวแทนจำหน่าย ผู้ค้าส่ง พ่อค้าปลีก ผู้บริโภค เหมาะกับสินค้าไม่เน่าเสียง่าย ไม่ล้าสมัย

4. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรม แบ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายดังนี้

- ช่องทางตรง ผู้ผลิต ขายสินค้าให้กับผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม เช่น เครื่องจักรกล เครื่องมือต่าง ๆ
- ช่องทาง 1 ระดับ ผู้ผลิต ผ่าน ผู้กระจายสินค้าอุตสาหกรรม ผู้ใช้สินค้าทางอุตสาหกรรม เช่น ร้านขายวัสดุก่อสร้าง
- ช่องทาง 1 ระดับผู้ผลิต ผ่าน ตัวแทน ผู้ใช้สินค้าทางอุตสาหกรรม เช่น เครื่องสูบน้ำ
- ช่องทาง 2 ระดับผู้ผลิตผ่าน ตัวแทน ผู้กระจายสินค้าอุตสาหกรรม ผู้ใช้สินค้าทางอุตสาหกรรม เหมาะ อุปกรณ์หรือเครื่องมือช่างขนาดเล็ก ๆ ค้อน เลื่อย สว่าน ตะปู น็อต

5. ลักษณะตลาดบริการแบ่งออกได้ดังนี้

- สินค้าจับต้องไม่ได้
- บริโภคไม่ได้
- ให้ความสะดวกสบาย
- แยกออกจากแหล่งบริการไม่ได้
- กำหนดมาตรฐานการบริการให้เหมือนกันไม่ได้
- ใช้แรงงานคนเป็นหลัก
- ไม่สามารถเก็บไว้ได้
- ความต้องการเปลี่ยนแปลงได้ง่าย
- ความพึงพอใจและประทับใจ

6. ทางการตลาดแบ่งบริการเป็น 2 ประเภทคือ

- บริการสมบูรณ์ ได้แก่ บริการติดต่อสื่อสารเช่น โทรศัพท์ บริการด้านที่ปรึกษาธุรกิจเช่น การโฆษณา บริการส่วนตัวเช่น ร้านเสริมสวย บริการด้านกีฬาและบันเทิงเช่น โรงภาพยนตร์
- บริการไม่สมบูรณ์ ได้แก่ งานบริการที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังการขายสินค้าเช่นการขายเครื่องพิมพ์ดีด

1. ประโยชน์ของบริการ

- ช่วยให้เกิดการขายตลาดสินค้าและบริการ
- ช่วยให้เกิดการแข่งขัน
- ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ และเพิ่มรายได้
- ช่วยให้คนมีงานทำมากขึ้น
- ช่วยให้เกิดความเจริญในชุมชน โดยเท่าเทียมกัน

2. งานที่สำคัญของธุรกิจให้บริการ

- ความแตกต่างจากคู่แข่ง
- คุณภาพการให้บริการ
- ประสิทธิภาพในการให้บริการ

3. บริการสามารถแบ่งประเภทของผู้ใช้บริการได้ 3 ประเภท

- บริการที่ซื้อตามความสะดวก เช่น ซื้อใกล้บ้าน
- บริการที่เลือกซื้อ เช่น เลือกโรงพยาบาล

- บริการที่เจาะจงใช้ เช่น เจาะจงนายแพทย์

4. ระบบของตลาดสินค้า และ บริการ แบ่งได้ดังนี้

- การวิเคราะห์และการวางแผน
- การผลิต และ พัฒนาบริการ
- การกำหนดช่องทางการจำหน่าย
- การกำหนดราคา
- การส่งเสริมการตลาด

5. การจัดประเภทของธุรกิจบริการ

- ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า นำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ
- ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้า และขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องคอมพิวเตอร์
- เป็นการซื้อบริการและมีสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร
- เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันลดน้ำหนัก สถาบันนวด ทันตแพทย์ ธนาคาร

6. ลักษณะการตลาดบริการที่สำคัญ

- ผลิตภัณฑ์บริการ เช่น บริการด้านการเงิน บริการการท่องเที่ยว บริการการขนส่ง
- การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์บริการคือ
- นโยบายราคาเดียว เช่น บริการซักรีด ค่าโดยสารรถประจำทาง
- นโยบายราคาหลายราคา เช่น บริการด้านแพทย์ คลินิกรักษาคนไข้
- นโยบายราคาให้ส่วนลด เช่น ลูกค้าประจำจะได้ส่วนลดที่เปอร์เซ็นต์

7. การโฆษณา

1. ความหมายของการโฆษณา

การโฆษณาหมายถึงการให้ข้อมูลข่าวสารเป็นการสื่อสารจูงใจผ่านสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เพื่อจูงใจหรือโน้มน้าวใจให้กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมีพฤติกรรมคล้ายคลึงตามเนื้อหาสาระที่โฆษณา อันเอื้ออำนวยให้มีการซื้อหรือใช้สินค้าและบริการ ตลอดจนชักนำไปปฏิบัติตามแนวความคิดต่างๆ ทั้งนี้ขอให้ผู้โฆษณาหรือผู้อุปถัมภ์จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการสื่ออื่น ๆ

2. ความสำคัญของโฆษณา

1. การโฆษณาเป็นการสื่อสารจงใจ มีวัตถุประสงค์เพื่อการจงใจให้เกิดพฤติกรรมการซื้อโดยวิธีการพูดการเขียนหรือการสื่อความหมายใดๆ ที่มีผลให้ผู้บริโภคเป้าหมายคิดคล้อยตามกระทำตามหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามที่ผู้โฆษณาต้องการ

2. การโฆษณาเป็นการจงใจด้วยเหตุผลจริงและเหตุผลสมมติ หมายถึง การจงใจโดย บอกคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และการจงใจโดยใช้หลักการตอบสนองความต้องการด้านจิตวิทยา

3. การโฆษณาเป็นการนำเสนอสื่อสารผ่านสื่อมวลชนประเภทต่างๆซึ่งสามารถเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการในระยะกว้างไกลได้สะดวก รวดเร็วที่สุด ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย อย่างกว้างขวาง ไปสู่มวลชนอย่างรวดเร็ว เข้าถึงพร้อมกันและทั่วถึง

4. การโฆษณาเป็นการเสนอขายความคิดสินค้าและบริการ โดยใช้วิธีการจงใจให้ผู้บริโภค เกิดความพอใจเกิดทัศนคติที่ดีอันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในการซื้อสินค้าหรือบริการที่เสนอขาย

5. การโฆษณาต้องระบุผู้สนับสนุนหรือตัวผู้โฆษณา ซึ่งมีผลความเชื่อถือของผู้บริโภคของผู้บริโภคสร้างความเชื่อมั่นและแสดงให้เห็นว่า เป็นการโฆษณาสินค้า(advertising) มิใช่เป็นการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda)

6. การโฆษณาต้องจ่ายค่าตอบแทนในการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสารและนิตยสาร เป็นต้น ดังนั้นผู้โฆษณาจะต้องมีงบประมาณ เพื่อการโฆษณาสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ด้วย

8. วัตถุประสงค์ของการโฆษณา

1. เพื่อแนะนำให้ผู้รู้จักสินค้าหรือบริการใหม่ๆแก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
2. เพื่อเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เช่น ประเภท ประโยชน์ คุณสมบัติโดดเด่น ความสำคัญ ของสินค้าหรือบริการนั้นๆ ต่อการดำรงชีวิตของผู้บริโภค เป็นต้น
3. เพื่อสร้างจุดเด่นให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสินค้าหรือบริการจนผู้บริโภคจำชื่อจำตราของสินค้าหรือบริการนั้นได้ดี
4. เพื่อสร้างแรงจูงใจ ใ้ใจหรือดึงดูดใจ กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในสินค้า หรือบริการ ซึ่งนำไปสู่ความต้องการในการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ

5. เพื่อส่งเสริมการใช้สินค้าหรือบริการให้มากขึ้นเป็นการแข่งขันในการจำหน่ายสินค้า หรือบริการ กับคู่แข่งที่จำหน่ายสินค้า หรือบริการประเภทเดียวกันเป็นการเอาชนะคู่แข่งในการจำหน่าย เพิ่มยอดขาย หรือเพิ่มการครองตลาดการขยายตลาดสินค้าหรือบริการนั้นให้กว้างยิ่งขึ้น

6. เพื่อเป็นการทบทวนความจำนนย้าให้สินค้าหรือบริการนั้นอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค ตลอดไป

7. เพื่อสร้างตำแหน่งสินค้าหรือบริการขึ้นในความนึกคิดของผู้บริโภค

8. เพื่อสร้างภาพลักษณ์และเจตคติในทางที่ดีให้กับบริษัทผู้ผลิตสินค้าหรือบริการนั้น

9. เพื่อสร้างศรัทธาความเชื่อถือในสินค้าหรือบริการให้เป็นที่ยอมรับอันจะส่งผลถึงการจำหน่าย สินค้า ตัวใหม่หรือบริการใหม่ๆของผู้ผลิตเดียวกัน

8. การขายเบื้องต้น

1. ความหมายของการขาย

การขายคืออะไร ความหมายของการขายตีความได้หลายอย่าง พจนานุกรมตีความหมายของการขายว่า “การ โอนทรัพย์สินจากบุคคลหนึ่ง โดยได้รับค่าตอบแทน” หรือการขายคือ “การให้สิ่งของ โดยได้รับ ค่าตอบแทน” แต่ความหมายทั้งหมดนั้นไม่ถูกต้องเสียทีเดียว เพราะได้ระบุไว้ว่า หากไม่ได้สิ่งตอบแทนเป็น เงิน ย่อมไม่เกิดการขาย การขายเกิดขึ้นเมื่อบุคคลถูกรบเร้าให้ซื้อไม่ว่าจะซื้อหรือไม่ก็ตาม ถ้าพนักงานขายได้ ใช้เวลาเป็นชั่วโมงในการบรรยายสรรพคุณของสินค้า และจากไปโดยไม่ได้รับใบสั่งซื้อเลย การขายก็ได้ เกิดขึ้นแล้ว ถึงแม้ว่าจะไม่มีการแลกเปลี่ยนเป็นสิ่งของหรือเงิน ผู้คนถูกชักจูงให้ดูแผนป้ายโฆษณาหรือฟัง การโฆษณาต่าง ๆ แต่เขาก็มิได้ซื้อสินค้าที่โฆษณาเหล่านั้น แต่นั่นก็หมายความว่าการขายได้เกิดขึ้นแล้ว การขาย คือ “ศิลปะในการชักจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการ ด้วยความพึงพอใจด้วยกันทั้งสองฝ่าย คือ ฝ่ายลูกค้าและฝ่ายนักขาย ความพึงพอใจนี้จะมีตลอดไป ไม่เพียงชั่วขณะใดขณะหนึ่ง และเป็นสาเหตุทำให้ ลูกค้ากลับมาอุดหนุนอยู่เป็นประจำ”

การขาย คือ “การชักจูงใจคนให้บังเกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ที่ท่านมีอยู่ ไม่ว่าจะเป็ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ หรือแนวความคิด” ศิลปะการขาย คือ กระบวนการขายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ กัน โดยการวิเคราะห์ถึง ความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่มแต่ละประเภท รวมถึงการเสนอขายโดยนักขาย ทั้งนี้เพื่อสร้างความพึง พอใจให้แก่ผู้ซื้อในส่วนขอสินค้านั้น ๆ มากที่สุด เพื่อนำไปสู่การขาย

2. การขายสินค้าและบริการ

ความหมายของสินค้าและบริการ

สินค้า (Goods) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน สามารถมองเห็นได้ จับต้องหรือสัมผัสได้ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน เสื้อผ้า กระเป๋า บ้าน รถยนต์ ฯลฯ

บริการ (Services) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน ไม่สามารถมองเห็นได้จับต้องหรือสัมผัสไม่ได้ หรือหมายถึง กิจกรรมที่จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก ไม่สามารถมองเห็นได้ จับต้องหรือสัมผัสไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพอใจให้กับผู้รับบริการได้

ลักษณะของบริการ โดยทั่วไปลักษณะของผลิตภัณฑ์บริการไม่สามารถมองเห็นด้วยตาเปล่า แต่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ได้ เช่น การรับฝากเงินของธนาคาร การโดยสารรถประจำทาง การชมภาพยนตร์ การตัดผม การท่องเที่ยว การเช่าห้องพักของโรงแรม การเที่ยวสวนสนุก เป็นต้น

การขายบริการเป็นการใช้ช่องทางการตลาดได้ทางเดียว คือ การขายตรงระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการกับลูกค้า หรือขายตรงจากตัวแทนผู้ผลิตกับผู้ให้บริการเท่านั้น

การขายบริการไม่สามารถแยกขายตามตลาดหลาย ๆ แห่งได้ เนื่องจากผู้ซื้อบริการจะพิจารณาความแตกต่างในการบริการที่ผู้ขายเสนอให้ก่อนทุกครั้งโดยเปรียบเทียบระหว่างผู้เสนอให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจมากที่สุด พร้อมทั้งได้รับประโยชน์สูงสุด จากบริการที่ได้รับด้วย

ดังนั้นจึงเรียกรายการขาย (Selling) ได้ว่า เป็นกระบวนการในการชักจูง จูงใจ หรือกระตุ้นให้บุคคลที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าเกิดความต้องการหรือยอมรับในสินค้า บริการ หรือความคิดของตน โดยจะดำเนินการโดยบุคคลหรือไม่ก็ตาม แล้วส่งผลให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ หรือยอมรับในความคิดนั้น ๆ ผู้ขายก็จะได้รับผลประโยชน์ทางการค้า

9. การขายออนไลน์

ความหมายของการขายออนไลน์

1. ความหมายของการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ให้ความหมายการซื้อขายออนไลน์ หมายถึง พาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นการทาธุรกรรมการค้าขายสินค้าระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยทั้งสองฝ่ายไม่ต้องพบกัน แต่ใช้การติดต่อขายทางอินเทอร์เน็ตก็สามารถซื้อขายสินค้าได้ทุกรูปแบบ

2. ความหมายของการขายออนไลน์ให้ความหมายของการขายออนไลน์ หมายถึง การนำสินค้าไปประกาศขายตามเว็บไซต์ที่เป็นทะเล หรือ Marketplace ที่ผู้ซื้อและผู้ขายออนไลน์พบกัน ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ในประเทศไทย เช่น Trade.com และ weloveshopping.com หรือในต่างประเทศ เช่น amazon.com และ

ebaly.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์สำเร็จรูปที่สามารถประกาศขายได้ทันทีมีบุคคลเข้ามาดูสินค้าหรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

3. ความหมายของการเปิดร้านค้าออนไลน์ ให้ความหมายการเปิดร้านค้าออนไลน์ หมายถึง การสร้างเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อนำเสนอสินค้าของตนเองมาจากหน้าผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งร้านค้าออนไลน์จะเหมือนกับร้านค้าทั่วไปที่นำเสนอสินค้ามาวางขายแต่มีความแตกต่างกันตรงที่ทำการซื้อขายทุกขั้นตอนผ่านอินเทอร์เน็ตเท่านั้น สามารถซื้อขายได้ทุกที่ทุกเวลาไม่ว่าจะอยู่ส่วนใดของโลก เพียงใช้อินเทอร์เน็ตก็สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ง่ายมีปัญหาในเรื่องการทะเลาะที่ตัวของร้านค้า

ความสำคัญของการขายออนไลน์

การซื้อขายออนไลน์ : สามารถซื้อขายได้ทุกที่ สร้างความสะดวกสบายให้ผู้ซื้อและผู้ขาย เทคโนโลยี : ก็คือยังเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจ E-Commerce เติบโตไปได้อย่างรวดเร็วมาก เป็นช่องทางใหม่สำหรับผู้ประกอบการ : ซึ่งถือเป็นช่องทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างโอกาสในการขยายช่องทางการค้าขายให้ผู้ประกอบการได้มากยิ่งขึ้นเป็นวิธีที่ดีในการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก : เพราะปัจจุบันสังคมออนไลน์ถือเป็นสื่อหลักที่ช่วยในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้อย่างดีเยี่ยม

องค์ประกอบการขายออนไลน์

องค์ประกอบต่างๆ ของการขายออนไลน์ หรือแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นสิ่งสำคัญผู้ประกอบการซึ่งมีหน้าร้านบนโลกไซเบอร์จะต้องทำความเข้าใจเป็นอย่างดีเพื่อจะได้จัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างได้เหมาะสม และเกิดประสิทธิผลมากที่สุด

ดังนั้นการมีเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายสินค้าจึงไม่ใช่เครื่องรับประกันความสำเร็จทางธุรกิจเพราะยังมี

องค์ประกอบที่เป็นตัวแปรสำคัญ คือ " การตลาด " แต่เดิมนั้น หลายท่านอาจจะรู้จักส่วนผสมทางการตลาดเพียง 4 P's คือ Product Price Place Promotion แต่ปัจจุบันท่านต้องรู้จักกับอีก 2'P' ใหม่คือ Personalization และ Privacy เพื่อให้เกิดแนวคิดประยุกต์ใช้องค์ประกอบการตลาดดั้งเดิมบวกกับความสามารถพิเศษของเทคโนโลยี ทำให้เกิดองค์ประกอบการตลาดแบบใหม่ได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Price)
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)
5. การให้บริการแบบเจาะจง (Personalization)
6. การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy)

ขอบเขตธุรกิจการขายออนไลน์

1. ทำการขายออนไลน์หรืออี-คอมเมิร์ซแบบง่าย
2. ทำการขายออนไลน์หรืออี-คอมเมิร์ซแบบที่มีขนาดใหญ่

10. วิชาพัฒนาบุคลิกภาพการขาย

ความสำคัญของบุคลิกภาพ

การมีบุคลิกภาพที่ดีจะทำให้บุคคลมีลักษณะสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตในแง่มุมต่างๆ เช่น การมีความสามารถในการรับรู้และเข้าใจในสภาพความเป็นจริงได้อย่างถูกต้อง การแสดงอารมณ์จะอยู่ในลักษณะและขอบเขตที่เหมาะสม มีความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นและตั้งคัมได้ดี มีความรักและความผูกพันต่อผู้อื่น มีความสามารถในการพัฒนาตนเอง การพัฒนาทางการแสดงออกของตนต่อผู้อื่นได้ดี

บุคลิกภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทั้งในด้านของการดำเนินชีวิต การยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล การปฏิบัติหน้าที่การงาน การเข้าสังคม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่มีผลต่อความเจริญก้าวหน้าของบุคคล การมีบุคลิกภาพที่ดีทำให้บุคคลได้รับประโยชน์ ดังนี้

1. ความมั่นใจ (Confident) ผู้ที่มีบุคลิกภาพที่ดี จะทำให้รู้สึกมั่นใจในการแสดงออกมากขึ้น กล้าแสดง ความคิดเห็น แสดงความรู้สึก และกล้าที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งมักจะเป็นการแสดงออกที่ดีทำให้ผู้พบเห็นให้ความสนใจซึ่งนำไปสู่ความเชื่อมั่นในตนเองของบุคคลผู้นั้นเช่น กรกนกมีบุคลิกภาพที่ดี เมื่อได้รับคัดเลือกให้เป็นตัวแทนกลุ่มในการนำเสนอผลงาน ก็สามารถนำเสนอผลงานได้ดี เพราะมีความมั่นใจและกล้าแสดงออก

2. ความสำเร็จ (Success) บุคคลที่มีบุคลิกภาพที่ดีสามารถสร้างความเชื่อถือศรัทธาประกอบกับความเชื่อมั่นในตนเอง จึงสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความศรัทธาให้ผู้อื่นร่วมใจให้ความร่วมมือ ทำให้ได้รับความสะดวกพร้อมเพรียงและปฏิบัติงานให้สำเร็จด้วยดี

3. ความเป็นตัวของตัวเอง (Self-confident) ผู้ที่มีบุคลิกภาพดี จะมีลักษณะเฉพาะตัว และเป็น ตัวของตัวเอง สามารถแสดงออกได้อย่างเต็มศักยภาพ ทั้งด้านการแสดงออก การแสดงความคิดเห็น เมื่อ เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ

4. การยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual differences) ผู้ที่มีบุคลิกภาพที่ดีจะมองเห็นและยอมรับในความแตกต่างของบุคคลว่า คนแต่ละคนมีความแตกต่างกันทั้งด้านรูปร่างและสติปัญญา จึงทำให้ผู้พบเห็นยอมรับและแยกความแตกต่างของบุคคลได้ ช่วยให้สามารถรู้จักและเข้าใจบุคคลแต่ละคนได้ดีขึ้น

5. การปรับตัว (Adaptation) ผู้ที่มีบุคลิกภาพที่ดี จะมองเห็น และยอมรับในความแตกต่างระหว่างบุคคลจึงสามารถปรับตัวให้เข้ากับบุคคลและสถานการณ์ได้ดีขึ้นสามารถสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลที่แวดล้อมและเกี่ยวข้องได้

6. การยอมรับของกลุ่ม (Acceptance) บุคคลที่มีบุคลิกภาพดียอมเป็นที่ต้องตาต้องใจ นิยมชมชอบศรัทธาเชื่อมั่น และได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป็นอย่างดี ทำให้รู้สึกพอใจ ยินดี และมีความมั่นคงทางด้านจิตใจ เสริมสร้างให้ได้รับความสำเร็จทั้งส่วนตัวและองค์กร

บทที่ 3

ภาระหน้าที่และปัญหาในการปฏิบัติงาน

3.1 รายละเอียดงานที่ได้รับมอบหมาย

1. ดูแลลูกค้าที่มาทานอาหาร
2. จัดเตรียมอุปกรณ์ด้วยजार
3. ทำการศึกษาข้อมูลของสถานประกอบการ ร้านบาร์บีคิวปลาซ่า สาขา นวมินทร์ชื้อตื้อเวนิว
4. นำเสนอขายโปรโมชันต่างๆที่ทางร้านจัดขึ้น
5. เช็คตารางงานพนักงานในสาขาแต่ละบุคคล

3.2 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

ระหว่างวันที่ 1 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2565 ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2566

3.3 ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายระหว่างฝึกสหกิจ

กระบวนการหลัก

1. นำเสนอขายโปรโมชันต่างๆที่ทางร้านจัดขึ้น
2. บริการต้อนรับลูกค้าตามที่หัวหน้างานออกคำสั่ง
3. เข้าทำงานตามรอบงานที่กำหนด 2 ช่วงเวลา 1 เวลา 12:00 น. ถึง 21:00 น.
4. ปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของร้าน บาร์บีคิวปลาซ่า
5. แนะนำโปรโมชันที่ลูกค้าสนใจ

3.3.1 กระบวนการรอง

1. ช่วยทำหน้าที่ต่างๆในสาขา
2. เช็คบิลให้ลูกค้าเมื่อทานอาหารเสร็จแล้ว
3. รับตลาดช่วยพนักงานแผนกครัว

3.4 รายละเอียดและขั้นตอนในการปฏิบัติงาน

3.4.1 การนำเสนอขายโปรโมชั่นต่างๆที่ทางร้านจัดขึ้นให้กับลูกค้า

ชุดอร่อยเต็มเตาหมู คุ่มสุด ๆ ด้วยจำนวนชิ้นเนื้อที่จุใจ หมูสันคอสไลซ์ เบคอน หมูหมักนุ่ม หมูสันคอชาบูมิโสะ เสิร์ฟพร้อม จานผักรวม และข้าวโพดผัดเนยเบคอน พิเศษเฉพาะ Gon Gang Club เลือกได้ 3 เมนู ได้แก่ ชุดเต็มเตาหมู ราคาสมาชิก 639 บาท จากปกติ 799 บาท, ชุดเต็มเตาเนื้อ ราคาสมาชิก 669 บาท จากปกติ 919 บาท, ชุดเต็มเตาทะเล ราคาสมาชิก 729 บาท จากปกติ 929 บาท



ภาพที่ 3.4.1 set อร่อยเต็มเตาที่เป็นชุดหลักของร้าน

3.4.2 บาร์บีคิวพลาซ่า จัด โปรโมชัน พิเศษ ฉลองส่งท้ายปี 2022 กับความอร่อยที่คุณเลือกเองได้ กับชุด (สุขเลือกได้) ที่พร้อมยกขบวนความอ่อม ในราคาคุ่มๆ มาเสิร์ฟ จาก GON ทั้ง 6 กองทัพ ได้แก่

- กองทัพชุดปิ้งย่าง
- กองทัพข้าวสุคอ่อ้อย
- กองทัพจานเสริม
- กองทัพเครื่องดื่มรีฟิล
- กองทัพของทานเล่น
- กองทัพขนมหวาน

ระยะเวลาโปรโมชัน 21 ธ.ค. 2565 - 31 ม.ค. 2566

#สุขเลือกได้ กองทัพอ่อม ราคาคุ่ม

เลือก 11 รายการ ราคา 799.- เลือก 19 รายการ ราคา 1,159.-

กองทัพชุดปิ้งย่าง
1 ถาด 3 ถาด

กองทัพจานเสริม
3 ถาด 4 ถาด

กองทัพของทานเล่น
1 จาน 2 จาน

กองทัพข้าวสุคอ่อ้อย
2 ถ้วย 2 ถ้วย

กองทัพเครื่องดื่มรีฟิล
2 แก้ว 2 แก้ว

กองทัพขนมหวาน
2 อย่าง 2 อย่าง

สมาชิก GON Gang Club ส่วนลด 40.- เมื่อซื้อชุดสุขเลือกได้ 1,159.- (1 สิทธิ์ต่อ 1 ใบเสร็จ) *ภาพแสดงโดยประมาณ

ภาพที่ 3.4.2 โปรโมชันสุขเลือกได้

3.4.3 โปรโมชันชุดเดือนเกิดชุด เบ็ดเคย์ที่ทางร้านบาร์บีคิวจัดขึ้นสิทธิพิเศษเฉพาะสมาชิก GON Gang Club เท่านั้น

แสดง QR CODE สมาชิก ที่ LINE @Gongang พร้อมบัตรประจำตัวประชาชน เพื่อรับสิทธิ์ซื้อชุด เบิร์ชเคย์หมูสุกสันต์ หรือชุดเบิร์ชเคย์เนื้อสุกใจ พร้อมสะสมคะแนน x2 ภายในเดือนเกิดของสมาชิก ที่ร้าน บาร์บีคิวพลาซ่าทุกสาขา

1. กรณีสมัครสมาชิกตรงกับเดือนเกิด สามารถรับสิทธิพิเศษนี้ได้ทันทีจากสาขาที่สมัคร
2. สำหรับรับประทานอาหารภายในร้านบาร์บีคิวพลาซ่า ซ็อกกลับบ้าน และเดลิเวอรี่ ผ่าน LINE @Gongang
3. ไม่สามารถเข้าร่วมกับรายการส่งเสริมการขายอื่นๆ และส่วนลดสมาชิก GON Gang Club ได้ ยกเว้นรายการส่งเสริมการขายที่บริษัทกำหนดเท่านั้น

Happy Birthday!
วันเกิดปีนี้ GON จัดให้ แอปปี้ชุดใหญ่ ใจใจ

BAR-B-Q PLAZA

GON Gang Club

เดือนเกิด สมาชิก x2

3 พ.ค. 65 - 31 มิ.ย. 66

เมนูฉลองเดือนเกิด
ราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

มีของขวัญ

ชุดหมูสุกสันต์
799.-
ปกติ 1,176.-

ส่วนลด 32%

ชุดเนื้อสุกใจ

859.-
ปกติ 1,216.-

ส่วนลด 29%

ชุดหมูสุกสันต์, เนื้อซี่ หรือ ซาลอนคิน 3kg 2 กิ่ง, ข้าวผัดทะเล 2 กิ่ง, เครื่องปรุงมาตรฐาน 1 งาน และเค้กวันเกิดราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

ชุดเนื้อสุกใจ, เนื้อซี่ หรือ ซาลอนคิน 3kg 2 กิ่ง, ข้าวผัดทะเล 2 กิ่ง, เครื่องปรุงมาตรฐาน 1 งาน และเค้กวันเกิดราสเบอร์รี่ชีสเค้ก

ภาพที่ 3.4.3 โปรโมชันชุดเดือนเกิด

3.4.4 ช่องทางการขายออนไลน์ชุดพรีเมียมเตา ที่ Gon Gang Delivery

บริการใหม่ บริการเดลิเวอรี่ ชุดพรีเมียมเตา อร่อยฟินเหมือนกินที่ร้าน กับ 3 เมนูพิเศษ เดลิเวอรี่พร้อมบริการให้ชิมเตา

- ก้อนแกงคั่วหมูจุกใจ 1,109 บาท
- ชุดก้อนแกงคั่วปาร์ตี้ดับเบิ้ลหมูจุกใจ 1,295 บาท
- ชุดก้อนแกงคั่วปาร์ตี้หมูเบคอนจุกใจ 1,450 บาท
- สั่งได้แล้ว เฉพาะ Gon Gang Delivery
- ประสบการณ์ปิ้งย่างเดลิเวอรี่ที่คุณจะประทับใจ
- เตาและกระทะ อย่างสนุก ปรับอุณหภูมิได้
- กะหล่ำ น้ำจิ้มจุกๆ จัดเต็ม
- ที่คีบ อย่างเพลีน ไม่ต้องกลัวร้อนมือ
- กระทายรองโต๊ะ ทานเสร็จ รวบทิ้งได้เลย โต๊ะสะอาด
- กระทายเซ็ดเตา ทานเสร็จไม่ต้องล้าง เทน้ำออก > เซ็ด > ใส่ถุง ให้เราล้างเอง



ภาพที่ 3.5.4 ชุดพรีเมียมเตา ที่ Gon Gang Delivery

3.4.5 ลูกค้าทุเรศ ทุบบลู ทุกรีน ทุวไท์ ใช้ 149 ทุพอยท์ แลกส่วนลด 30 บาทชุดบาร์บีค้อนทุยู มูเตลู ทุพอยท์

ลูกค้าทุเรศ ทุบบลู ทุกรีน ทุวไท์ ใช้ 149 ทุพอยท์ แลกส่วนลด 30 บาทชุดบาร์บีค้อนทุยู มูเตลู
เงื่อนไข

1. สามารถใช้สิทธิ์ภายในเดือนที่ครบรหัสแล้วเท่านั้น ไม่สามารถใช้ข้ามเดือนได้
2. ในกรณีที่มีการครบรหัสแล้วไม่ได้นำไปใช้ภายในระยะเวลา ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทาง บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการไม่ชดเชยรหัสคืนในทุกกรณี
3. สงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไข โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และไม่สามารถใช้ร่วมกับรายการส่งเสริมการขาย หรือส่วนลดอื่น ๆ ได้
4. สิทธิพิเศษนี้ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงเป็นเงินสดได้
5. ลูกค้าทุเรศแสดง QR Code ที่ได้รับจากการกดรับสิทธิ์ แสดงต่อเจ้าหน้าที่ร้านค้าเพื่อรับสิทธิ์
6. สิทธิพิเศษนี้สามารถใช้ได้ในช่วงวันที่กำหนดเท่านั้น
7. สิทธิพิเศษมีจำนวนจำกัด
8. จำกัด 1 สิทธิ์/ 1 ท่าน/ 1 เดือน
9. ขอสงวนสิทธิ์ในการคืนคะแนนทุพอยท์ทุกกรณี
10. ไม่สามารถร่วมกับโปรโมชันส่งเสริมการขายอื่นของทางร้านบาร์บีคิวพลาซ่าได้
11. ไม่สามารถใช้ส่วนลด Gon and the gang ได้ แต่ยังสะสมคะแนนบาร์บีค้อนคลับได้ตามปกติ



ภาพที่ 3.4.5 บาร์บีค้อนชุดทุยู มูเตลู

บทที่ 4

รายละเอียดของการปฏิบัติงาน

ร้านอาหารแบรนด บารบีคิวปลาซ่า สาขานวมินทร์ซีทีโอเวนวิ บริษัท ฟู้ดแพชชั่น จำกัด
ซึ่งได้ปฏิบัติงานตั้งแต่ วันที่ 1 พฤศจิกายน 2565 ถึง วันที่ 28 กันยายน 2566 ในตำแหน่งนักศึกษาฝึกสหกิจ
ซึ่งการปฏิบัติงานในแต่ละเดือนจะมีความคล้ายคลึงกันมอบหมายงานจากที่ปรึกษาและได้รับคำแนะนำ
ปรึกษาปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน ซึ่งสามารถสรุปการปฏิบัติงาน ดังนี้

ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 1 ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2565 ถึง วันที่ 8 พฤศจิกายน 2565

1. เข้าแถวทำกิจกรรมตอนเช้า
2. ต้อนรับลูกค้า
3. ตรวจสอบการทากิจกรรม 5 ส พื้นที่สโตร์

มีปัญหาและอุปสรรค พนักงานยังจัดชุดโปรโมชันไม่ถูกต้อง / พื้นที่จัดเก็บสโตร์ไม่สะอาด

วิธีการแก้ไขปัญหา จัดชุดอาหารให้พนักงานดูและให้พนักงานปฏิบัติจริง

จัดแผนทำความสะอาดสโตร์และให้หัวหน้างานมีการตรวจติดตาม

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 2 ระหว่างวันที่ 9 พฤศจิกายน 2565 ถึง วันที่ 15 พฤศจิกายน 2565

1. ตรวจสอบงานประจำวันตามคู่มือ Daily Checklist
2. เข้าแถวทากิจกรรมตอนเช้าแจ้งความคืบหน้าในการขาย โปรโมชันและวางแผนกลยุทธ์ในการขาย
ของอาหาร
3. ติดตามการจัดชุดไข่เค็มและให้พนักงานชิมรสชาติอาหารของชุดไข่เค็ม
4. มีการสอบถามลูกค้าเรื่องอาหารชุดโปรโมชันไข่เค็มมีทั้งชอบและไม่ชอบ

มีปัญหาและอุปสรรค การออกอาหารชุดโปรโมชันไข่เค็มยังช้าอยู่

วิธีการแก้ไขปัญหา มีการกระตุ้นพนักงานให้เตรียมความพร้อมด้านวัตถุดิบอยู่เสมอเพื่อการจัดชุดจะได้เร็ว
ขึ้น

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 3 ระหว่างวันที่ 16 พฤศจิกายน 2565 ถึงวันที่ 22 พฤศจิกายน 2565

1. เข้าแถวทำกิจกรรมตอนเช้า
2. ต้อนรับลูกค้าแนะนำโปรชั่น
3. เสิร์ฟน้ำเสิร์ฟอาหารที่ลูกค้าสั่ง
4. มีลูกค้าคอมเมนต์การบริการ

มีปัญหาและอุปสรรค - ลูกค้าคอมเมนต์ด้านการบริการในช่วงเช้าเรื่องการเปิดให้บริการ

วิธีการแก้ไขปัญหา - สอบถามพนักงานรอบเช้าที่มาปฏิบัติงานเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาสาเหตุที่แท้จริงและอบรมพนักงานให้ทราบเรื่องลูกค้าดี เพื่อนำไปปรับปรุงเรื่องการเปิดบริการให้มีความพร้อมตามที่กำหนด

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 4 ระหว่างวันที่ 23 พฤศจิกายน 2565 ถึงวันที่ 29 พฤศจิกายน 2565

1. เข้าแถวทำกิจกรรมในร้าน
2. ต้อนรับลูกค้าเข้ามาในร้าน
3. เสิร์ฟอาหารเสิร์ฟน้ำให้ลูกค้า
4. ฤกษ์กวาดพื้นระหว่างวัน
5. มีเจ้าหน้าที่เข้ามากำจัดแมลงตอนปิดร้าน

ปัญหาและอุปสรรค - ไม่มี

วิธีการแก้ไขปัญหา - ไม่มี

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 5 ระหว่างวันที่ 30 พฤศจิกายน 2565 ถึงวันที่ 4 ธันวาคม 2565

1. ตรวจสอบการทำความสะอาดโต๊ะตามแผนที่จัดไว้
2. เปิดร้านต้อนรับลูกค้าเข้ามาในร้าน
3. เสิร์ฟอาหารเสิร์ฟน้ำให้ลูกค้า
4. ฤกษ์กวาดพื้นระหว่างวัน
5. จัดชุดพริกกระเทียมน้ำจิ้มบาร์บีคิวเตรียมขาย Delivery
6. ฤกษ์กวาดร้านเตรียมปิดร้าน

ปัญหาและอุปสรรค - ไม่มี

วิธีการแก้ไขปัญหา - ไม่มี

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 6 ระหว่างวันที่ 6 ธันวาคม 2565 ถึงวันที่ 12 ธันวาคม 2565

1. ตรวจสอบงานประจำวันตามคู่มือ Daily Checklist
 2. เข้าแถวทากิจกรรมตอนเช้า-ประชุมการขายอาหารชุด โปรโมชั่นสุกเลือกได้
 3. วางแผนงานในส่วนครัวเรื่องการจัดชุดและการเตรียมวัตถุดิบสุกเลือกได้
 4. ฝึกกวาดร้านเตรียมปิดร้าน
- ปัญหาและอุปสรรค – ไม่มี
วิธีการแก้ไขปัญหา – ไม่มี

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 7 ระหว่างวันที่ 6 ธันวาคม 2565 ถึงวันที่ 19 ธันวาคม 2565

1. เปิดร้านต้อนรับลูกค้าเข้ามาในร้าน
 2. แนะนำลูกค้าชุด โปรโมชั่นสุกเลือกได้
 3. ฝึกกวาดพื้นระหว่างวัน
 4. แข็งซ้อมเตาไฟฟ้าจำนวน 4 ตัว
 5. มีลูกค้าติเรื่องยุตกลงไปในอาหารบนกะทะที่ลูกค้ากำลังรับประทาน
- ปัญหาและอุปสรรค – ลูกค้าติเรื่องมีแมลงยุตกลงไปในอาหารที่ลูกค้ากำลังรับประทาน
วิธีการแก้ไขปัญหา - ผู้จัดการสาขารีบเข้าไปหาลูกค้าเพื่อขอโทษลูกค้าทันทีพร้อมกับเปลี่ยนอาหาร

ให้ลูกค้าใหม่จึงทำให้ลูกค้าพึงพอใจ

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 8 ระหว่างวันที่ 20 ธันวาคม 2565 ถึงวันที่ 27 ธันวาคม 2565

1. เข้าแถวทากิจกรรมตอนเช้า
 2. ตรวจสอบความปลอดภัยอุปกรณ์ที่ใช้งาน
 3. ตรวจสอบงานครัวเรื่องมาตรฐานขั้นตอนการทำงาน
- ปัญหาและอุปสรรค- พบพนักงานแต่งกายไม่เรียบร้อย
วิธีการแก้ไขปัญหา- ดักเตือนพนักงานและให้พนักงานแต่งกายให้เรียบร้อยทันที

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 9 ระหว่างวันที่ 28 ธันวาคม 2565 ถึงวันที่ 4 มกราคม 2566

1. เปิดร้านต้อนรับลูกค้าเข้ามาในร้าน
 2. ฝึกกวาดพื้นระหว่างวัน
 3. เตรียมชุดอุปกรณ์ปิดร้าน
 4. บันทึกยอดขายต่อกวัดวัตถุดิบประจำเดือน
 5. กินเลี้ยงภายในสาขาวันขึ้นปีใหม่
- ปัญหาและอุปสรรค – ไม่มี
วิธีการแก้ไขปัญหา – ไม่มี

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 10 ระหว่างวันที่ 5 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 12 มกราคม 2566

- 1.เปิดร้านต้อนรับลูกค้าเข้ามาในร้าน
 2. .เข้าแถวทากิจกรรมตอนเช้า
 - 3.แนะนำโปรโมชั่นลูกค้าที่เกิดในเดือนมกราคม
 - 4.จัดชุด happy birthday เพื่อไปเสิร์ฟลูกค้าที่โต๊ะ
 - 5.ติดตามงานบริการหัวข้อ Smile ขึ้นตอนการบริการลูกค้า
- ปัญหาและอุปสรรค – ไม่มี
- วิธีการแก้ไขปัญหา – ไม่มี

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 11 ระหว่างวันที่ 13 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 20 มกราคม 2566

- 1.อาจารย์มานิเทศน์ศึกษา
 - 2.เปิดร้านต้อนรับลูกค้าเข้ามาในร้าน
 3. .เข้าแถวทากิจกรรมตอนเช้า
 - 4.ลากลับต่างจังหวัด 3 วัน
- ปัญหาและอุปสรรค – ขาดความมั่นใจในการสื่อสารกับลูกค้า
- วิธีการแก้ไขปัญหา – สร้างความมั่นใจให้ตนเองฝึกพูดคุยกับลูกค้าบ่อยๆ

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 12 ระหว่างวันที่ 21 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 28 มกราคม 2566

- 1.ตรวจสอบงานประจำวันตามคู่มือ Daily Checklist
 - 2.ฝึกเช็คบิลให้ลูกค้าครั้งแรกในการฝึกงาน
 - 3.AAC คุณแพร์ เข้าเยี่ยมสาขาและได้ทำการตรวจมาตรฐานร้าน
 - 4.เช็คความเรียบร้อยจากงานที่ได้รับมอบหมาย
- ปัญหาและอุปสรรค – เรื่องการติดฉลากวัตถุดิบและการนำวัตถุดิบมาใช้ไม่FIFO
- วิธีการแก้ไขปัญหา – ผู้จัดการสาขาตรวจสอบเช็คอย่างละเอียด

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 13 ระหว่างวันที่ 29 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2566

- 1.ผู้จัดการสาขาอบรม หัวหน้าครัวและรองหัวหน้าครัวที่ย้ายมาใหม่เพื่อวางแนวทางในการทำงาน
 - 2.สรุปบันทึกยอดเหลือวัตถุดิบประจำเดือนเพื่อทำการตัดยอด
 - 3.เปิดร้านต้อนรับลูกค้าเข้ามาในร้าน
 - 4.ดูแลลูกค้าภายในร้าน ได้ดีบครั้งในการฝึกงาน
- ปัญหาและอุปสรรค – ไม่มี
- วิธีการแก้ไขปัญหา – ไม่มี

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 14 ระหว่างวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2565 ถึงวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2566

1. เข้าในครัวออกอาหารที่ลูกค้ารักแรกที่ฝึกงาน
 2. เช็ดกระจกภายในร้าน
 3. พนักงานที่ร้านให้ไปซื้อกาแฟให้
 4. ขึ้นไปทำงานหน้าเตาในครัว
 5. ดูพื้นที่กวาดร้านเตรียมปิดร้าน
- ปัญหาและอุปสรรค – ไม่มี
วิธีการแก้ไขปัญหา – ไม่มี

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 15 ระหว่างวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2565 ถึงวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2566

1. QC เข้าประเมินภายในสาขา
 2. เตรียมความเรียบร้อยภายในร้าน
 3. ผู้จัดการอบรมภายในสาขาเพื่อแนะนำโปร โมชั่นใหม่
 4. ลูกค้าสั่งซื้อใน ลาซาต้า ชุดหมูจุกๆ
 5. กวาดพื้นระหว่างวัน
 6. ทิ้งขยะในครัวจัดของเตรียมปิดร้าน
- ปัญหาและอุปสรรค – QCตรวจได้ 84.05 ซึ่งยังไม่ผ่านเกิน
วิธีการแก้ไขปัญหา – ผู้จัดการสาขาตรวจเช็คความพร้อมภายในสาขาเพราะQCจะเข้ามาตรวจอีกครั้ง

การฝึกงานในสัปดาห์ที่ 16 ระหว่างวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2565 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2566

1. ฝึกสหกิจวันสุดท้าย
 2. บริษัทได้มีงบประมาณจัดงานเลี้ยงภายในสาขาซีต้อเวนิว
 3. ขึ้นไปลองขัดกระทะในครัว
 4. ขอขอบคุณผู้จัดการร้านและพนักงานในสาขาที่ให้ความรู้และการปฏิบัติงานที่ได้ทั้งประสบการณ์อีกมากมาย
 5. รู้สึกประทับใจอย่างมาก
- ปัญหาและอุปสรรค – ไม่มี
วิธีการแก้ไขปัญหา – ไม่มี

บทที่ 5

สรุปผลการปฏิบัติงาน

จากการที่นักศึกษาได้ออกปฏิบัติงานสหกิจศึกษาเป็นระยะเวลา 4 เดือน นับตั้งแต่วันที่

1 พฤศจิกายน พ.ศ.2565 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ณ สถานที่ประกอบการ ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZA สาขานวมินทร์ซีทีโอเวนวิ เพื่อจะศึกษาขั้นตอนการดำเนินงานต่างๆ เพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์ จึงต้องอาศัยทักษะการเรียนรู้จากทั้งภายในห้องเรียนและการทำกิจกรรมระหว่างเรียนมาพร้อมใช้ด้วย เพราะจะมาประสานงาน เพื่อที่เป็นการเพิ่มความรู้อให้กับตัวเองได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ก่อให้เกิดประโยชน์ดังนี้

ประโยชน์ที่ได้จากการปฏิบัติงาน

ประโยชน์ต่อตนเอง

1. ได้เรียนรู้งานที่มี และ ปฏิบัติอยู่ในสาขาอย่างถ่องแท้
2. ได้มีการแลกเปลี่ยนความคิด ในเรื่องงานของแต่ละแผนก
3. ได้ฝึกการตรวจนับสต็อกสินค้าที่มีอยู่ในสาขา และได้รู้ว่ามีอยู่ที่ชนิด
4. ได้ฝึกการแก้ไขปัญหาในด้านต่าง ๆ
5. ได้ฝึกความมีระเบียบ วินัย กฎข้อบังคับของบริษัท
6. ได้รับการช่วยเหลือจากฝ่ายต่าง ๆ ได้รับความรัก ความสามัคคี เห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน
7. ได้นำประสบการณ์ในการฝึกงานไปใช้กับชีวิตประจำวัน

ประโยชน์ต่อสถานประกอบการ

1. เกิดความร่วมมือทางวิชาการ และความสัมพันธ์ที่ดีกับสถาบันการศึกษา
2. เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์กร ในด้านการส่งเสริมสนับสนุนการศึกษาและช่วยพัฒนาบัณฑิตของชาติ
3. มีนักศึกษาที่มีความกระตือรือร้นและมีความพร้อมทางวิชาการระดับหนึ่งมาช่วยปฏิบัติงานที่มีประโยชน์กับสถานประกอบการตลอดทั้งปี
4. พนักงานประจำมีเวลามากขึ้นที่จะปฏิบัติหน้าที่อื่นที่มีความสำคัญมากกว่า
5. เป็นวิธีการช่วยคัดเลือกนักศึกษาเข้าเป็นพนักงานประจำในอนาคต โดยไม่จำเป็นต้องมีการทดลองงานก่อน

ประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัย

1. เกิดความร่วมมือทางวิชาการและความสัมพันธ์ที่ดีกับสถานประกอบการ
2. ได้ข้อมูลย้อนกลับมาปรับปรุงหลักสูตรและการเรียนการสอน
3. ช่วยให้สถาบันการศึกษาได้รับการยอมรับจากตลาดแรงงาน
4. องค์กรเห็นถึงประสิทธิภาพและศักยภาพของนักศึกษา
5. เป็นแนวทางในการหาสถานประกอบการใหม่ๆ ในการฝึกสหกิจของ นักศึกษารุ่นต่อไปในอนาคตที่ต้องการสร้างศักยภาพให้กับตัวเอง

การวิเคราะห์ SWOT Analysis ในการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษา

จุดแข็ง (Strength)
<ol style="list-style-type: none"> 1. มีความอ่อนน้อมถ่อมตนเวลาเจอผู้ใหญ่ 2. รู้จักวางแผนก่อนทำงาน 3. มีการเรียนรู้งานใดเร็วขึ้น 5. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเข้ากับทุกคนได้ 6. มีความเคารพสิทธิของผู้อื่น
จุดอ่อน (Weakness)
<ol style="list-style-type: none"> 1. มีความมั่นใจในตัวเองน้อยไม่กล้าแสดงออก 2. ไม่กล้าที่จะถามลูกค้าเวลาลูกค้าขอเมนู 3. ขาดความรับผิดชอบในเรื่องการทำงาน
โอกาส (Opportunity)
<ol style="list-style-type: none"> 1. ได้รับความช่วยเหลือจากผู้ใหญ่ในที่ทำงาน 2. มีความรู้ที่จะพัฒนาต่อในสายงานนี้
อุปสรรค(Obstacle)
<ol style="list-style-type: none"> 1. เรื่องของการเดินทางไปทำงาน 2. เรื่องระบบวินัยของตนเอง

ตาราง การวิเคราะห์SWOT Analysis ในการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษา

บรรณานุกรม

http://barbqplaza.com/?page_id=115

<http://barbqplaza.com/>

<https://www.gotoknow.org/posts/492000>

http://thongkred99.blogspot.com/2013/07/blog-post_1289.html

http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files//53930109/chapter2.pdf

<https://www.im2market.com/2016/05/07/3250>

<https://privilege.trueid.net/th/merchants/VmL5bbrRpoRK>

ภาคผนวก ก

ภาคผนวก ข



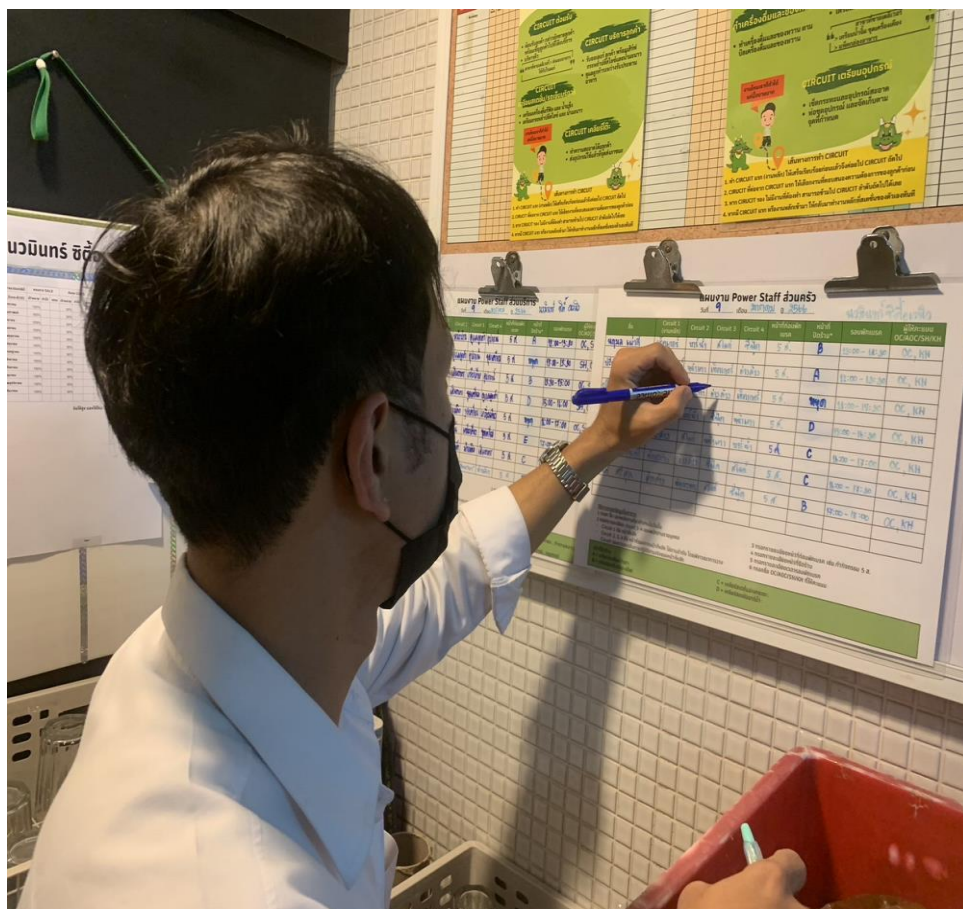
ภาพที่ 1 อาจารย์ที่ปรึกษานิเทศสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZ สาขา นวมินทร์ซีต้อเวนิว



ภาพที่ 2 อาจารย์ที่ปรึกษานิเทศสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZ สาขา นวมินทร์ซีต้อเวนิว



ภาพที่ 3 ต้อนรับลูกค้าหน้าร้าน ณ สถานประกอบการ ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZA สาขานวมินทร์
ซีต้อเวนิว



ภาพที่ 4 เช็ครายงานพนักงานสาขาแต่ละเดือน ณ สถานที่ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZA สาขา นวมินทร์ ซิตี อีเวนิว



ภาพที่ 5 แนะนำโปรโมชันให้ลูกค้าเลือกทาน ณ สถานที่ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZA สาขา นวมินทร์ซีทีโอเวนิว



ภาพที่ 6 เช็คบิลให้ลูกค้า ณ สถานประกอบการ ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZA สาขา นวมินทร์จตุรีเว
นิน



ภาพที่ 6.1 ทอนเงินให้ลูกค้า ณ สถานประกอบการ ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZA สาขา นวมินทร์
จตุรีเวเนิน



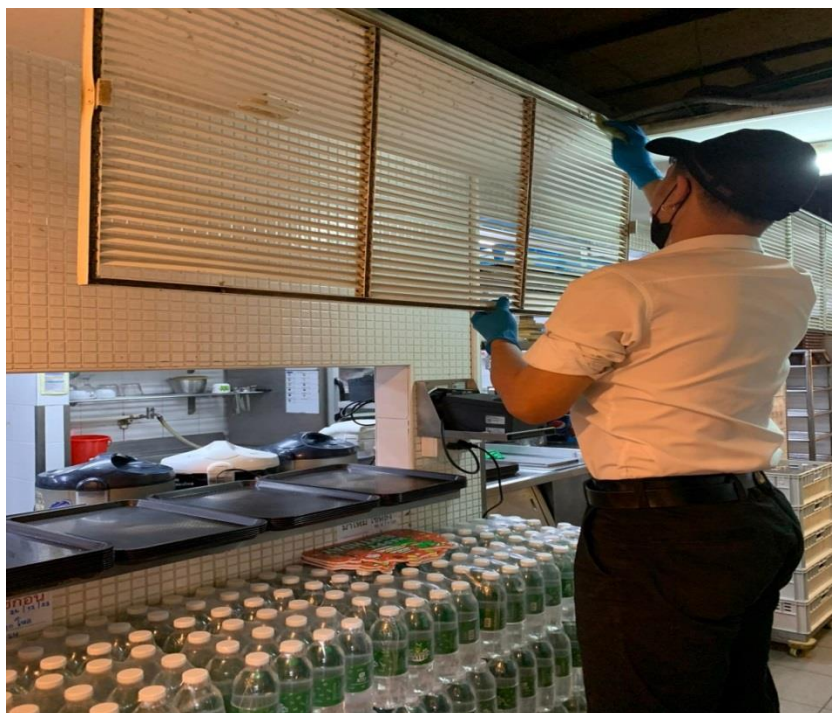
ภาพที่ 7 ออกอาหารให้พนักงานบริการนำไปเสิร์ฟลูกค้า ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZA สาขา นวมินทร์ ซิตีอเวนิว



ภาพที่ 8 ประชุมสาขานำเสนอโปรโมชันต่างๆที่ร้านจัดโปรโมชัน ลูกค้า ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZA สาขา นวมินทร์ชิดอเวนิว



ภาพที่ 9 สรุปยอดการขายในแต่ละวัน ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZA สาขา นวมินทร์ซีต้อเวนิว



ภาพที่ 10 ทำความสะอาดช่องแอร์ ร้านอาหาร BAR.B.QPLAZA สาขา นวมินทร์จิด์อเวนิว



ภาพที่ 11 ร่วมทำกิจกรรมกับพนักงานในสาขา แอร์ ร้านอาหาร **BAR.B.QPLAZA** สาขา นวมินทร์
ซีต้อเวนิว

ประสบการณ์ที่ประทับใจ

ได้ประสบการณ์ต่าง ๆ มากมายเกี่ยวกับการบริหารร้านอาหารสาขาเล็ก ๆ รวมทั้งมีเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ในที่ทำงานคอยช่วยเหลือทุกอย่างในเรื่องของการทำงานในการฝึกครั้งนี้จะนำกลับไปพัฒนาตัวเองในอนาคตและบริษัทผู้ดูแลแพชชั่นจำกัดได้มีการให้งบประมาณจัดงานกินเลี้ยงระหว่างสาขาเพื่อให้พนักงานทุกคนมีความสามัคคีกัน และมีความสุขในการทำงานกับร้านอาหารบาร์บีคิวปลาซ่า





ชื่อ : นาย เสกสรรคันธะมาลย์
รหัสนิสิต : 62101130038
ชื่อเล่น : ดี
อายุ : 23 ปี
วันเกิด : 31 พฤษภาคม 2543
สัญชาติ : ไทย
เชื้อชาติ : ไทย
ที่อยู่ปัจจุบัน : บ้านเลขที่ 501/128 การเคหะรามอินทรา ซอย5 ถนนรามอินทรา
แขวงท่าแร้ง เขตบางเขนกรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10220
โทรศัพท์ : 0636294918
E-mail : 62101130038@rpu.ac.th
Line : declubza
งานอดิเรก : เล่นกีตาร์ เล่นกีฬาฟุตบอล