

บทความแนวปฏิบัติที่ดี

ชื่อเรื่อง	Marketing Project สร้างผู้ประกอบการออนไลน์
แผนการจัดการความรู้ ที่ 1	ด้านการเรียนการสอน สร้างและพัฒนาศักยภาพผู้เรียน นวัตกรรม การบริหารธุรกิจ และการสร้างผู้ประกอบการดิจิทัล
ชื่อ-นามสกุล	ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวณีย์ บุญโต
ตำแหน่ง	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด
หน่วยงาน	คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ศูนย์สุพรรณบุรี
E-Mail address:	Saowanee.b@rmutsb.ac.th

บทสรุป

ด้วยในรายวิชารหัส 304-41-17 (60) ชื่อวิชา Marketing Project สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด ชั้นปีที่ 4 ห้อง MKT36241N เป็นรายวิชาที่ผู้สอนได้บูรณาการวิชาการความรู้ที่นักศึกษาได้เรียนมาตลอดหลักสูตร ในการมอบหมายงานให้ทำแผนธุรกิจและร่วมกันจัดตั้งธุรกิจเพื่อประกอบการเรียนการสอน โดยให้นักศึกษาจับกลุ่มกันกลุ่มละ 4-5 คน ด้วยจำนวนนักศึกษามีเพียง 14 คน จึงจัดกลุ่มได้ 3 กลุ่ม เมื่อได้กลุ่มแล้ว ผู้สอนจึงได้มอบหมายให้แต่ละกลุ่มร่วมกันเขียนแผนธุรกิจให้กับธุรกิจที่เป็นธุรกิจใหม่ เนื่องจากจะได้มีการบริหารจัดการกันจริง จากนั้นจึงให้เริ่มปฏิบัติจริงด้วยการ แบ่งหน้าที่ ซึ่งเป็นการบริหารจัดการคน หาสินค้า จำหน่ายสินค้า หาช่องทางการขาย ทำการตลาด ทำบัญชี การควบคุมสินค้า และปิดโครงการด้วยการทำการตลาดเพื่อสังคม

ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์รายวิชา คือ ค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง โดยเลือกหัวข้อทางธุรกิจและการตลาดที่ตนเองมีความสนใจ โดยหัวข้อที่นักศึกษาเลือกดำเนินการอยู่ในรูปของการพัฒนาธุรกิจ ซึ่งนักศึกษาสามารถจัดทำโครงการงานของหัวข้อที่เลือกให้เสร็จสมบูรณ์ ได้ทันตามเวลาและสามารถดำเนินการถึงกระบวนการสุดท้าย คือ การทำการตลาดเพื่อสังคม

ทั้งนี้ แนวทางในการนำผลไปปรับใช้ในอนาคตนั้น ได้แก่ การปฏิบัติกิจกรรมในรายวิชา Marketing Project นักศึกษาได้รับประสบการณ์ในการบริหารคน จากการบริหารสมาชิกในกลุ่มทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ การบริหารสินค้า บริหารการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ บริหารการเงิน จากการระดมเงินลงทุนให้สามารถคืนทุนและได้กำไร สามารถแบ่งเงินกำไรส่วนหนึ่งมาทำการตลาดเพื่อสังคมได้ ซึ่งนักศึกษาบางคนที่บ้านทำการเกษตร ไม่ได้ทำการค้า จะได้รับประสบการณ์ทั้งกระบวนการทางธุรกิจ หรือ นักศึกษาในกลุ่มร้าน yuseong pastry เค้ก&เบเกอรี่สุพรรณบุรี มีธุรกิจอยู่แล้ว เป็นธุรกิจครอบครัว จะได้รับประสบการณ์การบริหารที่แตกต่างธุรกิจครอบครัว คือ จะต้องบริหารงานกลุ่มแบบมีหุ้นส่วน ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับธุรกิจที่บ้านให้มีระบบมากขึ้นและเข้าใจการบริหารคนได้มากขึ้น

คำสำคัญ ผู้ประกอบการ ออนไลน์ ออฟไลน์

บทนำ

ด้วยการเรียนการสอนด้านการตลาด เป็นวิชาสายสังคมซึ่งการเรียนเดิมนั้นเป็นการเรียนในด้านทฤษฎีเป็นส่วนมาก และปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนหลักสูตรกำหนดให้การเรียนการสอนเน้นในด้านปฏิบัติมากขึ้น เพื่อให้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาสามารถปฏิบัติงานได้จริง เพื่อเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ นั้น

ทั้งนี้ การเรียนการสอนในรายวิชารหัส 304-41-17 (60) ชื่อวิชา Marketing Project เป็นรายวิชาที่มี 3 หน่วยกิต และเป็นปฏิบัติ 6 คาบนั้น ในรายวิชานี้จึงเป็นโอกาสดีที่จะสามารถฝึกประสบการณ์ให้นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ทฤษฎีที่เรียนมาตลอด 3 ปี รวมถึงประสบการณ์ฝึกงานสหกิจ มาออกแบบบริหารธุรกิจออนไลน์ในรายวิชา Marketing Project ให้เห็นเป็นรูปธรรมและนำประสบการณ์จากการบริหารธุรกิจขนาดเล็กซึ่งเป็นงานกลุ่ม ไปใช้ในชีวิตการทำงานจริงได้ในอนาคต

ซึ่งในการเรียนการสอนมีการปรับปรุงพัฒนาจากปีการศึกษา 2564 ซึ่งเป็นช่วงที่ยังมีโรคติดต่อ โควิด 19 ซึ่งปีการศึกษา 2565 ได้มีการให้คำแนะนำปรึกษาและปฏิบัติได้มากกว่าปี 2564 ด้วยการมอบหมายงานและติดตามงานในทุกสัปดาห์ ทำให้นักศึกษาปฏิบัติจริงตามกำหนดการเรียนการสอนและได้ผลลัพธ์ ตามที่ตั้งวัตถุประสงค์ไว้

จุดเริ่มต้นของแนวคิด การมอบหมายงาน ที่ต้องศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองและลงมือปฏิบัติ ให้นักศึกษาได้ประสบการณ์ด้านผู้ประกอบการที่แท้จริงคือการได้เป็นผู้ประกอบการจริง และบริหารบุคลากร ก็คือสมาชิกในกลุ่ม โดยการบูรณาการทุกทฤษฎีที่ได้เคยเรียนมาในหลายศาสตร์ เพื่อให้เกิดการบริหารธุรกิจจริง และเพิ่มโจทย์ให้ทำการตลาดออนไลน์เพื่อให้นักศึกษาพบกับสถานการณ์จริง และแก้ไขสถานการณ์จริง

วิธีการดำเนินงาน

ลำดับ	การดำเนินงาน	ธค.65	มค.66	กพ.66	มีค.66
1	ศึกษาคำอธิบายรายวิชา	→			
2.	ออกแบบกิจกรรมในรายวิชา	→			
3	มอบหมายงานและติดตามการจำหน่ายออนไลน์และออฟไลน์ในทุกสัปดาห์	→	→	→	
4	รับงานที่เสร็จตามกำหนดเวลา			→	
5	นำเสนอ และส่งรูปเล่ม				→

ผลและอภิปรายผลการดำเนินงาน

การดำเนินกิจกรรมตั้งแต่ วางแผนธุรกิจ ตั้งธุรกิจเล็กๆ ดำเนินธุรกิจ และสรุปผลการดำเนินการ ที่เกิดขึ้นตลอดภาคการศึกษาที่ 2/2565 ที่เกิดผลกระทบที่เป็นประโยชน์หรือสร้างคุณค่า ด้านการใช้ศาสตร์ด้านการบริหารจัดการ ตั้งแต่การวิเคราะห์สถานการณ์การลงทุน บริหารจัดการ ทั้งคน เงิน การตลาด การแก้ไขสถานการณ์ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปราบรื่นและไม่ขาดทุน ด้วยความร่วมมือของสมาชิกในกลุ่ม ให้บรรลุผลตามความมุ่งหมายของรายวิชา ผลการดำเนินงาน ดังนี้

ผลการดำเนินงาน

รายวิชา Marketing Project

แต่ละกลุ่มระดมเงินทุน 300-500 บาทต่อคนและได้รับกำไรเฉลี่ยคืนประมาณ 500 บาท ดังนี้

ชื่อกลุ่ม	สมาชิก (คน)	ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายออนไลน์
1. ร้านเป่าตุง (Pao Tung)	5	กระเป๋าคาด
2. ร้าน cap in head	4	หมวก, กางเกงลายสก๊อต, ชุดเซ็ท
3. yuseong pastry เค้ก&เบเกอรี่สุพรรณบุรี	5	ขนมปังนึ่ง เบเกอรี่

ผลกระทบที่เป็นประโยชน์ด้านคุณค่า นวัตกรรม的开ร้านค้าออนไลน์

1. ด้านทฤษฎี นักศึกษาได้ศึกษาทั้งรูปแบบรายงานในช่องทางออนไลน์ เพื่อจัดทำรูปแบบที่สมบูรณ์ และ ปรึกษาด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ และวางแผนการตลาด โดยได้ใช้ทฤษฎีที่ได้ศึกษามาทั้งทางด้านการตลาด การบริหารจัดการ การเงิน การทำงานเป็นทีม เป็นต้น
2. ด้านการปฏิบัติ นักศึกษาได้ฝึกการบริหารคน บริหารเวลา ได้ศึกษาช่องทางการรับสินค้า จากช่องทางออนไลน์ ศึกษาการเปิดหน้าร้าน ผ่าน Application ต่างๆ เช่น เฟสบุค ไลน์ Tiktok shop การจัดส่งสินค้า การรับชำระเงิน การจัดทำบัญชี การจัดสรรผลประโยชน์จากการลงทุน
3. ด้านการทำการตลาดเพื่อสังคม ทุกกลุ่มเมื่อสิ้นสุดโครงการต้องมีการจัดสรรกำไรเพื่อทำประโยชน์ต่อสังคมและสร้างชื่อเสียงให้กับมหาวิทยาลัย

ปัจจัยที่ทำให้เกิดผลสำเร็จ

1. การพึงพอใจ ปฏิบัติตาม และความตรงต่อเวลาของนักศึกษา
2. การให้ความร่วมมือของนักศึกษา ในการทำงานตามกำหนดเวลา
3. ความพยายามในการศึกษาสิ่งใหม่ๆ มาใช้พัฒนางานอยู่เสมอ

ปัญหาและอุปสรรค

ความพร้อมในการบริหารงานกลุ่มนักศึกษาค่อนข้างยาก นักศึกษาบางกลุ่มบริหารงานกลุ่มได้ดี บางกลุ่มสมาชิกกลุ่มไม่ให้ความร่วมมือเท่าที่ควร

สรุป

1. ความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมจัดการความรู้ คือ นักศึกษาต้องยอมรับฟังและพัฒนาตนเองตามคำแนะนำของอาจารย์ผู้สอน
2. ข้อเสนอแนะแนวทางการทำงานในขั้นต่อไป ต้องมีการวางแผนพัฒนาด้านการนำวิชาการมาใช้ควบคู่กับการปฏิบัติจริงของนักศึกษาให้มากขึ้น และค้นหานวัตกรรมใหม่ๆ มาให้เกิดการทดลองใช้มากขึ้น

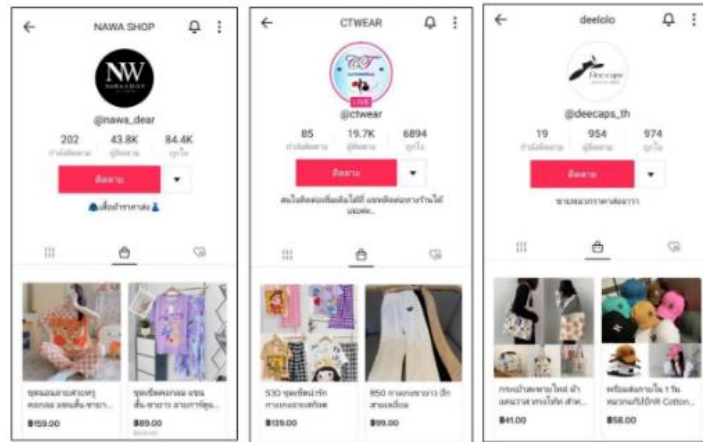
บรรณานุกรม

http://km.cpv.ac.th/files/170818088151254_19051410101726.pdf

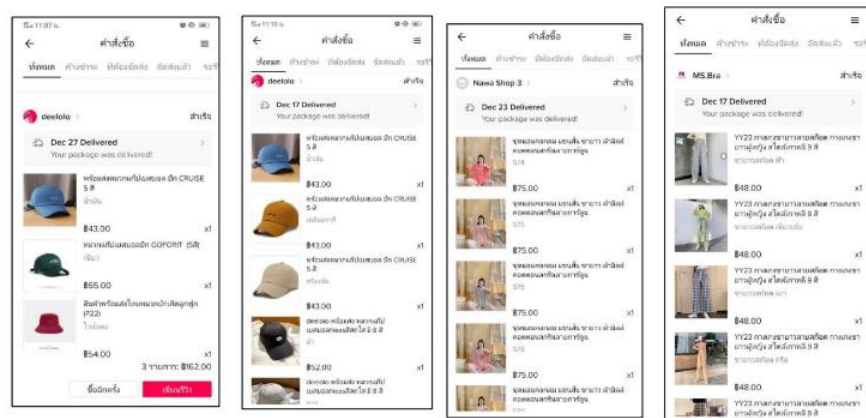
https://hypershopping.tripod.com/bp_outline.html

2.2 ตัวอย่างการดำเนินงานของ ร้าน Cap in head

1. จัดหาสินค้ามาจำหน่ายแก่ผู้บริโภค

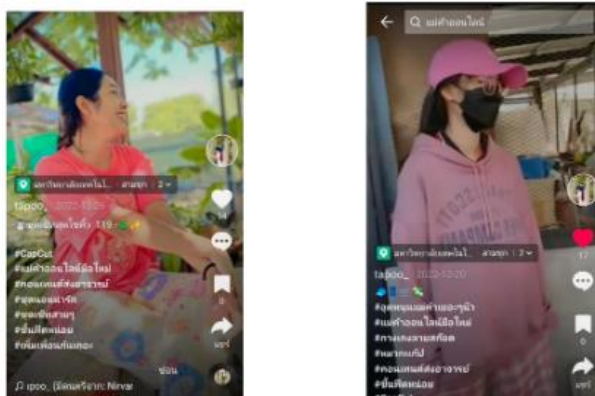


กระบวนการซื้อของร้าน Cap in head



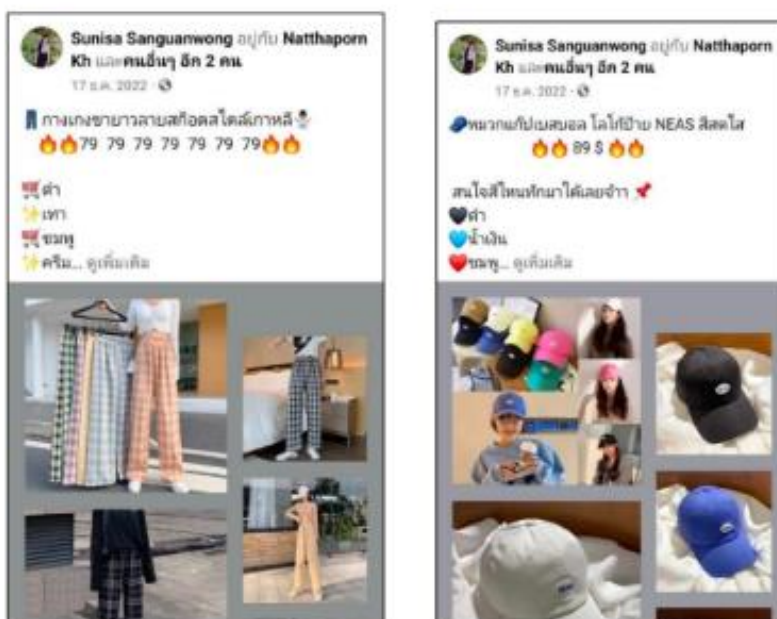
ภาพที่ 3-3 แสดงภาพกระบวนการซื้อของทางร้าน

2. โปรโมทสินค้าผ่านช่องทาง Online



ภาพที่ 2-6 การทำสื่อโปรโมทสินค้าลง Tiktok

ทางร้าน Cap in head จะมีการจัดทำสื่อวิดีโอโปรโมทสินค้าของทางร้านโพสต์ผ่านช่องทาง tok เพื่อให้ผู้ที่ติดตามหรือยังไม่ติดตามได้เกิดการรับรู้ทางร้านขายสินค้าอะไร



ภาพที่ 2-8 โพสต์ขายสินค้าลง Facebook

ทางร้าน Cap in head ทำการโปรโมทสินค้าผ่านสื่อ Facebook แห้สมาชิกทุกคนที่อยู่ในกลุ่ม เพื่อเพิ่มการมองเห็นที่มากขึ้น เนื้อหาในโพสต์จะมีการพิมพ์ข้อความที่เชิญชวนให้ซื้อ มีรายการสินค้าและราคาบอกอย่างชัดเจน



ภาพที่ 2-7 โปสเตอร์ขายสินค้าลง Facebook

3. จัดทำโปสเตอร์โปรโมชันจัดส่งสินค้าฟรี



ภาพที่ 2-9 จัดทำโปสเตอร์โปรโมชันช่วงปีใหม่

ทางร้าน Cap in head ได้จัดทำโปรโมชั่นในช่วงปีใหม่เพื่อเป็นการกระตุ้นและดึงดูดให้ลูกค้าเกิดความอยากซื้อสินค้ากับทางร้านมากขึ้น

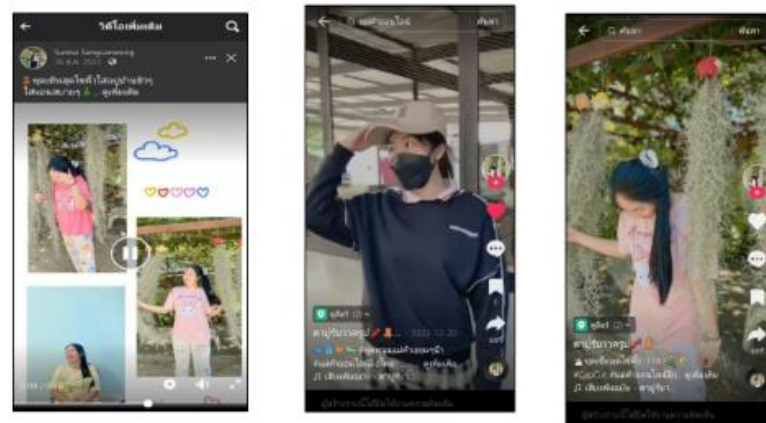
4. จัดทำการถ่ายรูปกับสินค้าจริงเพื่อโปรโมทสินค้า



ภาพที่ 2-10 ถ่ายรูปกับสินค้าจริง

ทางร้าน Cap in head จะมีการนำสินค้าจริงมาถ่ายและทดลองใส่ให้กับลูกค้าดูว่าสวมใส่จะเป็นแบบใดและสีจริงของสินค้าเป็นอย่างไรเพื่อเป็นภาพประกอบให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

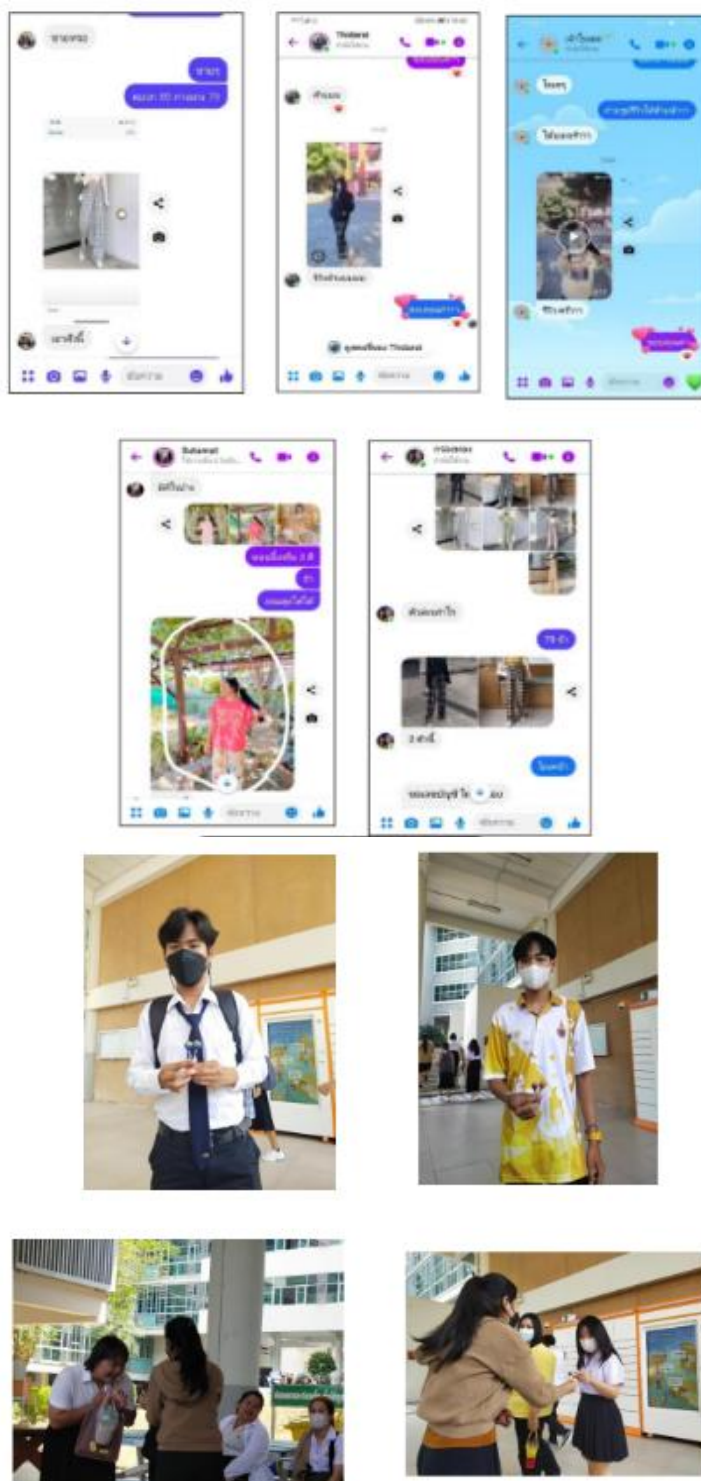
5. ทำสื่อคลิปวิดีโอโปรโมทลง Tiktok และ Facebook



ภาพที่ 2-11 ทำคลิปวิดีโอลง Facebook และ Tiktok

ทางร้าน Cap in head ได้ทำการตัดต่อวิดีโอและโพสต์ลงทางแอปพลิเคชัน Facebook และ Tiktok เพื่อเพิ่มการรับรู้ให้ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

การสั่งซื้อสินค้าของลูกหัวร้าน Cap in head



ภาพที่ 2-12 แสดงภาพการทำกิจกรรมเพื่อสังคม

ทางร้าน Cap in head ได้จัดทำกิจกรรมเพื่อสังคมคือการแจกมอ้มให้นักศึกษาภายในคณะ
บริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ เนื่องในวันวาเลนไทน์

2.3 ตัวอย่างการดำเนินงานของ yuseong pastry เค้ก&เบเกอรี่สุพรรณบุรี

ภาพที่ 9 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจ Yuseong pastry เค้ก&เบเกอรี่สุพรรณบุรี



ภาพที่ 10 แสดงการขายสินค้าหน้าร้าน



ภาพที่ 11 แสดงการขายสินค้าหน้าร้าน

งานสื่อสารการตลาด งานโปสเตอร์และวิดีโอโฆษณา



3. การติดตามผลงานนักศึกษาทุกสัปดาห์