



โครงการ สิ่งประดิษฐ์หัตถกรรมถักกระเป๋าจากไหมพรม มินินตรา
Minintra Knitting Bag Handmade

จัดทำโดย

นางสาวรพีภัทร	อารีรัตน์เวช
นายกิตติโชติ	พิพัฒน์ถาวรกุล
นายภานุพงษ์	โพธิกร

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ
สาขาวิชาการตลาด
วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทยถึงประดิษฐ์ “หัตถกรรมถักกระเป๋าจากไหมพรม มินินตรา”

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ “Minintra Knitting Bag Handmade”

จัดทำโดย

- 1.นางสาวรพีภัทร อารีรัตนเวช
- 2.นายกิตติโชติ พิพัฒน์ถาวรกุล
- 3.นายภานุพงษ์ โพธิกร

คณะกรรมการอนุมัติเอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาโครงการตาม
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ธน นลาภนวิรุฬห์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพพรรณ)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	“หัตถกรรมถักกระเป๋าจากไหมพรม มินินตรา” “Minintra Knitting Bag Handmade”
จัดทำโครงการ	1.นางสาวรพีภัทร อารีรัตนเวช 2.นายกิตติโชติ พิพัฒน์ถาวรกุล 3.นายภานุพงษ์ โพธิกร
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ธน นลาธนิวิรุฬห์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

เนื่องจากปัจจุบันมีผู้คนหันมาใช้กระเป๋าเป็นจำนวนมาก จึงได้นำหัตถกรรมมาเป็นหลักในการทำกระเป๋าจากไหมพรมเพื่อตอบสนองความต้องการของคนทั่วไป ตั้งแต่ระดับล่างจนถึงระดับสูงสุด กระเป๋าไหมพรมเป็นผลพลอยได้จากการถักไหมพรม เป็นงานหัตถกรรมที่ทำขึ้นเพื่อการเผยแพร่และขยายความรู้เกี่ยวกับการนำไหมพรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์และเสริมสร้างรายได้และสร้างผลงานใหม่ออกมาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน โดยมีเป้าหมายคือการสร้างผลกำไร รายได้ให้กับเพื่อสร้างอาชีพการขายสินค้า ทางผู้จัดทำโครงการจึงได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของไหมพรมเพื่อนำมาถักให้เป็นกระเป๋าไหมพรม ให้กระเป๋ามีรูปแบบสวยงาม อีกทั้งนี้ยังเป็นการต่อยอดทางความคิดไปสู่ผู้อื่น ๆ ได้อีกด้วย

กิตติกรรมประกาศ

โครงการเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ ในหลักสูตรการเรียนการสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ซึ่งเนื้อหาโครงการเล่มนี้จะเริ่มตั้งแต่การนำเสนอโครงการ การทำแผนธุรกิจ ตลอดจนผลการดำเนินงาน คณะนักศึกษาผู้จัดทำโครงการรู้สึกยินดีเป็นอย่างมากหากท่านได้รับประโยชน์จาก โครงการเล่มนี้เพราะจะทำให้ผู้อ่านรู้สึกถึงกระบวนการและขั้นตอนในการประกอบธุรกิจและ สามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองได้ในอนาคต ทำนี้คณะผู้จัดทำโครงการ ต้องขอขอบพระคุณอาจารย์ธน ลากธนวิรุฬห์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมเป็นอย่างยิ่งที่ได้แนะนำจน โครงการสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และผู้จัดทำโครงการหวังว่าโครงการเล่มนี้จะเป็นประโยชน์แก่ ท่านไม่มากนักน้อย หากผิดพลาดประการใด ต้องการขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

หัตถกรรมถักกระเป๋าจากไหมพรม มินินตรา

(Minintra Knitting Bag Handmade)

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	2
วัตถุประสงค์	2
เป้าหมาย	2
การติดตามผลและการประเมิน	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดการออกแบบสิ่งประดิษฐ์	3
ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์	4
ทฤษฎีกลยุทธการตลาด (4'P) และส่วนประสมทางการตลาด	5
ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค	7
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	8
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	11
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	12
แผนการปฏิบัติงาน	13
สถานที่ดำเนินโครงการ	14
ขอบเขตงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์	15
การจัดทำแผนการดำเนินงาน	15
ความเป็นมาของธุรกิจ	15
แผนบริหารจัดการ	16
แผนการตลาด	17
กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์	17
กลยุทธ์ราคา	18
กลยุทธ์ทางการจัดจำหน่าย	18
กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด	19

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
แผนการเงิน	19
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	19
แผนการผลิต	22
อุปกรณ์การดำเนินงาน	23
ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	24
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลปฏิบัติงานรายบุคคล	26
บัญชีรายรับ – รายจ่าย	32
กิจกรรมที่ดำเนินการระหว่างสัปดาห์	33
ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	33
วัตถุประสงค์โครงการ	33
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	34
ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	35
การแก้ไขปัญหา	35
ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา	35
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	37
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	47
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์	54
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	61

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันผู้คนส่วนมากมีวิธีหรือกระบวนการคิดรันท่ามาหาเกินในรูปแบบที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นการทำงานในหน่วยงานของภาครัฐ หรือเอกชน ไปจนกระทั่งธุรกิจส่วนตัว เพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ซึ่งมีการแข่งขันกันมากในธุรกิจขนาดใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจแฟชั่นของแบรนด์เนมต่าง ๆ ซึ่งคนไทยให้ความนิยมมากเนื่องจากนิยมตามกระแส ชอบของแพง ยึดหลักค่านิยมแบบผิด ๆ แต่เมื่อย้อนกลับทบทวนหลักเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวง ทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทาง การดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอดโดยเน้นย้ำแนวทางการแก้ไข เพื่อให้รอดพ้นและสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลง จากปัญหาค่านิยมของแบรนด์เนมต่าง ๆ ส่งผลทำให้ผู้จัดทำได้เห็นความสำคัญในการติดตามกระแสแบรนด์เนมต่าง ๆ ด้วยกระแสจากแบบบ้าน ๆ จากไหมพรม ซึ่งสามารถทำให้คนไทยหันมานิยมของไทยได้อีกทางหนึ่งภูมิปัญญาของผู้สูงอายุตำบลนากระตาม เกิดจากการสั่งสมความรู้ ความคิด และประสบการณ์ความตั้งใจ เพื่อต้องการผลิตงานหัตถกรรมที่ละเอียด ประณีต มีความเป็นศิลปะทั้งงดงามแสดงถึงอัตลักษณ์ของตนเอง กระเป๋าจากไหมพรมเป็นผลพลอยได้จากการถักไหมพรม เป็นงานหัตถกรรมที่ทำเพื่อการเผยแพร่และขยายความรู้เกี่ยวกับการนำไหมพรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์และเสริมสร้างรายได้พร้อมกับสร้างผลงานใหม่ออกมา และตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน หรือนำมาทำเพื่อเป็นของฝากให้กับบุคคลอื่นได้

เนื่องจากปัจจุบันมีผู้คนหันมาใช้กระเป๋าเป็นจำนวนมาก ทางเราจึงได้นำหัตถกรรมมาเป็นหลักในการทำกระเป๋าจากไหมพรมเพื่อตอบสนองความต้องการของคนทั่วไป ตั้งแต่ระดับล่างจนถึงสูงสุด และยังสามารถนำมาเป็นของฝากหรือของที่ระลึกได้ และเพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรู้และทักษะเบื้องต้นในการประกอบอาชีพต่าง ๆ และเป็นพื้นฐานในการเข้าสู่อาชีพใด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
3. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์
4. เพื่อให้นักศึกษาได้รู้จักการประดิษฐ์หัตถกรรม

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากไหมพรม
3. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ

การติดตามผลและการประเมิน

1. การนำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับไหมพรมเพื่อเสริมรายได้
3. ทำให้สมาชิกภายในกลุ่มเกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
4. ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

การดำเนินโครงการครั้งนี้ ผู้ดำเนินโครงการ ได้แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดการออกแบบสิ่งประดิษฐ์
2. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์
3. ทฤษฎีกลยุทธ์การตลาด (4'P) และส่วนประสมทางการตลาด
4. ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค
5. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

แนวคิดการออกแบบสิ่งประดิษฐ์

การออกแบบ หมายถึง การถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็นผลงานที่ผู้อื่นสามารถมองเห็นรับรู้หรือสัมผัสได้เพื่อให้มีความเข้าใจในผลงานร่วมกันความสำคัญของการออกแบบมีอยู่หลายประการกล่าวว่

1. เป็นสิ่งที่มีอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับงานบางประเภทอาจมีรายละเอียดมากมายซับซ้อน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องและผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้นหรืออาจกล่าวได้ว่า ผลงานออกแบบคือตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบได้ทั้งหมด
2. แบบจะมีความสำคัญอย่างที่สุดในกรณีที่นักออกแบบกับผู้สร้างหรือผู้ผลิตเป็นคนละคนกันเช่นสถาปนิกกับช่างก่อสร้างนักออกแบบกับผู้ผลิตในโรงงานหรือถ้าจะเปรียบไปแล้วนักออกแบบก็เหมือนกับคนเขียนบทละครนั่นเอง
3. ในแง่ของการวางแผนการทำงานของออกแบบจะช่วยให้การทำงานเป็นไปตามขั้นตอนอย่างเหมาะสมประหยัดเวลาดังนั้นอาจถือว่าการออกแบบคือการวางแผนการทำงานก็ได้
4. ในแง่ของการนำเสนอผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจตรงกัน อย่างชัดเจนดังนั้นความสำคัญในด้านนี้คือเป็นสื่อความหมายเพื่อความเข้าใจระหว่างกัน

ขั้นตอนหรือวิธีการออกแบบ

1. ประชุมวางแผนงานวางรูปแบบและจัดสรรงบประมาณ
2. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จัดทำสิ่งประดิษฐ์
3. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์

อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นผู้วางรากฐานจิตวิทยามนุษยนิยม เขาได้พัฒนาทฤษฎีแรงจูงใจ ซึ่งมีอิทธิพลต่อระบบการศึกษาของอเมริกันเป็นอันมาก ทฤษฎีของเขามีพื้นฐานอยู่บนความคิดที่ว่า การตอบสนองแรงขับเป็นหลักการเพียงอันเดียวที่มีความสำคัญที่สุดซึ่งมีเบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์ มาสโลว์มีหลักการที่สำคัญเกี่ยวกับแรงจูงใจ โดยเน้นในเรื่องลำดับขั้นความต้องการ เขามีความเชื่อว่า มนุษย์มีแนวโน้มที่จะมีความต้องการอันใหม่ที่สูงขึ้นเมื่อความต้องการพื้นฐานได้รับการตอบสนอง เช่น ความมั่นคงความปลอดภัย กินอิ่มนอนหลับ ความต้องการอื่นจะเข้ามาทดแทน เป็นพลังซึ่งจูงใจให้ทำพฤติกรรม เช่น อาจเป็นความสำเร็จในชีวิต เป็นต้น แรงจูงใจของคนเรามาจากความต้องการพฤติกรรมของคนเรามุ่งไปสู่การตอบสนอง ความพอใจ มาสโลว์ แบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เป็น 5 ระดับ ด้วยกัน ได้แก่

1. ความต้องการทางสรีระ (Physiological Needs) หมายถึง ความต้องการพื้นฐานของร่างกายซึ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ เสื้อผ้า ฯลฯ ความต้องการนี้เริ่มตั้งแต่วัยทารกกระทั่งถึงวัยชรา มนุษย์ทุกคนมีความต้องการทางสรีระอยู่เสมอมิจะขาดไม่ได้ ถ้าอยู่ในสภาพที่ขาดร่างกายจะกระตุ้นให้บุคคลทำกิจกรรมขนขวาย เพื่อตอบสนองความต้องการ เหล่านี้ ถ้าต้องการในขั้นแรกนี้ไม่ได้รับการบำบัด ความต้องการขั้นต่อไปก็จะไม่เกิดขึ้น

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

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

4. ความต้องการที่จะรู้สึกว่าคุณค่า (Esteem Needs) หมายถึง ความปรารถนาที่จะมองตนเองว่ามีคุณค่าสูง เป็นที่น่าเคารพยกย่องจากทั้งตนเองและผู้อื่น ต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นว่าตนมีความสามารถ มีคุณค่า มีเกียรติ มีตำแหน่งฐานะ บุคคลที่มีความต้องการประเภทนี้จะเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตนเอง และรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่ามีประโยชน์ หากความรู้สึกหรือความต้องการดังกล่าวถูกทำลายและไม่ได้รับการตอบสนองก็จะรู้สึกมีปมด้อย สิ้นหวัง มองโลกในแง่ร้าย ต้องการสิ่งชดเชย ถ้าเกิดความรู้สึกรุนแรงจะทำให้บุคคลนั้นเกิดความท้อถอยในชีวิตเป็นโรคประสาทโรคจิตและอาจฆ่าตัวตายได้

5. ความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริง และพัฒนาศักยภาพของตน (Self-Actualization Needs) หมายถึง ความต้องการที่จะรู้จักและเข้าใจตนเองตามสภาพที่แท้จริง เพื่อพัฒนาชีวิตของตนเองให้สมบูรณ์ (Self-fulfillment) รู้จักค่านิยม ความสามารถและมีความจริงใจต่อตนเอง ประารถนาที่จะเป็นคนที่ดีที่สุดของตนเอง มีสติในการปรับตัว เปิดโอกาสให้ตนเองเผชิญกับความจริงของชีวิต และเผชิญกับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยคิดว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายและน่าตื่นเต้น กระบวนการที่จะพัฒนาตนเองเต็มตามที่ตามศักยภาพของตนเองเป็นกระบวนการที่ไม่มีจุดจบ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่บนมนุษย์ทุกคนต้องการที่จะพัฒนาตนเองเต็มตามที่ตามศักยภาพ

ทฤษฎีกลยุทธ์การตลาด (4'P) และส่วนประสมทางการตลาด

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ได้มีการแบ่งระดับของแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดออกเป็น (Kotler, 1984) ระดับแรกการตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional Marketing) โดยการตลาดแบบนี้มีจุดมุ่งหมายหลักคือ การสร้างความตระหนักในตราสินค้า (brands) แบบที่เคยมุ่งเน้นกันมา โดยการตลาดที่อยู่ในระดับขั้นนี้จะมุ่งให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาด

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543: 26) กล่าวในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Products) ที่ต้องมีคุณภาพและรูปแบบดีไซน์ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือสินค้าหรือบริการที่บุคคลและองค์กรซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าอื่นๆ หรือในแนวทางการประกอบธุรกิจ หรือหมายถึงสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิต การให้บริการ หรือดำเนินงานของกิจการ (ณัฐ อรินพไพบูลย์ 2554) หรือ แม้ผลิตภัณฑ์จะเป็นองประกอบตัวเดียวในส่วนประสมของการตลาดก็ตาม แต่เป็นตัวสำคัญที่มีรายละเอียดที่จะต้องพิจารณาอีกมากมาย ดังนี้ เช่น ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Produce Variety) ชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ (Brand Name) คุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ (Quality) การรับประกันผลิตภัณฑ์ (Warranties) และการรับคืนผลิตภัณฑ์ (Returns) (จิรวรรณ เจริญสุข 2547)

2. ราคา (Pricing) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้ซื้อทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการหรือนโยบายการตั้งราคา (Pricing Policies) (ณัฐ อรินพไพบูลย์ 2554) หรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน การกำหนดราคามีความสำคัญต่อกิจการมาก กิจการไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การพิจารณาราคาจะต้องกำหนดต้นทุนการผลิต สภาพการแข่งขัน กำไรที่คาดหวัง ราคาของกลุ่มแข่งขัน ดังนั้น กิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ ประเด็นสำคัญจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคาได้แก่ ราคาสินค้าที่ระบุในรายการหรือราคาที่ระบุ (List Price) ราคาที่ให้ส่วนลด

(Discounts) ราคาที่มีส่วนยอมให้ (Allowances) ราคาที่มีช่วงระยะเวลาที่การชำระเงิน (Payment Period) และราคาเงื่อนไขให้สินเชื่อ (Credit Terms) (ชีวรรณ เจริญสุข 2547)

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ก็เน้นช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึงสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกส่วนได้เป็นอย่างดีหรือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือลูกค้า ซึ่งอาจผ่านคนกลางหรือไม่ผ่านก็ได้ ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) หรือลูกค้าทางอุตสาหกรรม (Industrial Consumer) และคนกลาง (Middleman) โลจิสติกส์ทางการตลาด เป็นการวางแผนการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่ต้องการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งผลกำไร (ณัฐ อรินพไพบูลย์ 2554) หรือกลยุทธ์ทางการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์ แน่แน่นอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่น่าเสนอก็อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ (ชีวรรณ เจริญสุข 2547) หรือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยเศรษฐกิจต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการนำพาสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม มีความสำคัญต่อกำไรของหน่วยธุรกิจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อการกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น การตั้งราคา การโฆษณา เกรดสินค้า (ภูตินันท์ อติพิทยางกูร 2555) หรือ การกระจายสินค้าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้า จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้า ภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น (ชานนท์ รุ่งเรือง 2555)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เน้นทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายและการตลาดโดยตรง ซึ่งสามารถเรียกว่า 4P ซึ่งนำไปสู่การได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของกิจการนั่นเอง ระดับที่สองคือการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านของการสร้างประสบการณ์ที่ดีน่าประทับใจให้กับลูกค้า ก็จะนำไปสู่การสร้างความรู้สึกทางด้านอารมณ์ที่แนบแน่น ต่อผู้บริโภคแบบสนิทแนบแน่น โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดระดับที่สองนี้ คือกิจการจะสามารถมีส่วนแบ่งการตลาดในจิตใจของลูกค้าสูงขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่น (ณัฐ อรินพไพบูลย์ 2554) หรือ เป็นกิจกรรมติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการให้ความรู้ ชักจูง หรือเป็นการเตือน ความจำเป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย (ชานนท์ รุ่งเรือง 2555) หรือเป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการความคิด ต่อบุคคลโดยใช้เพื่อจูงใจ ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ (ชีวรรณ เจริญสุข 2547)

ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นการศึกษาบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภค และสังคม พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และ เศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ ทั้งบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษา ลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภค โดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคล เช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วย ทั้งนี้มีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ดังต่อไปนี้ พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกันโดยตรงกับ การจัดหา ให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และ มีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำความดังกล่าว (อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยาจาตุรงค์กุล 2546) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman & Kanuk, 1994) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการ ใช้ สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำความดังกล่าว (Engel, 1968) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถ ตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลาและกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน (Schiffman & Kanuk, 1987) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับ การจัดหา ให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำ ของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า (Kotler, 1999) ทั้งนี้การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคมีประโยชน์ทางการตลาด 5 ประการ (รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์, 2557) ดังนี้

1. ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค
2. ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของ ผู้บริโภค ในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น
3. ช่วยให้การพัฒนาตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น
4. เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ให้ตรงกับชนิดของสินค้าที่ต้องการ

5. ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจต่าง ๆ เพื่อความได้เปรียบคู่แข่งชั้น พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นพฤติกรรมเกี่ยวกับ การซื้อ การใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคอันจะ นำไปสู่ความพึงพอใจตามความต้องการ ตามความคิดและตามประสบการณ์ของผู้บริโภค การศึกษา ผู้บริโภค จะก่อให้เกิดแนวคิดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ราคา ช่อง ทางการจัดจำหน่าย ข้อมูลข่าวสาร และส่วน ประสมการตลาดอื่น ๆ ที่เหมาะสมและถูกต้อง

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทาง กายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน โดย ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็น สิ่งดั้งเดิมและยอมรับมาปฏิบัติ เพื่อให้สังคมดำเนินและมีการพัฒนาไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึง ต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลใน กลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคลโดยบุคคลจะ เรียนรู้เรื่องค่านิยม ทศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรนั้น จะต้องผ่านกระบวนการทาง สังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว และสถาบันต่างๆในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการ ซื้อที่แตกต่างกัน การกำหนดกลยุทธ์จึงต้องแตกต่างกันไปสำหรับตลาดที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน โดย วัฒนธรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปแบบหรือวิธีทางในการดำเนินชีวิตที่ สามารถเรียนรู้และถ่ายทอด สืบต่อกันมาโดยผ่านขบวนการอบรมและขัดเกลาทางสังคม วัฒนธรรมจึงเป็น สิ่งพื้นฐานในการกำหนดความต้องการซื้อและพฤติกรรมของบุคคล

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) หมายถึง วัฒนธรรมกลุ่มย่อยๆในแต่ละวัฒนธรรม ซึ่งมีรากฐาน มาจากเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว และภูมิภาคที่แตกต่างกัน บุคคลที่อยู่ในวัฒนธรรมกลุ่มย่อยจะมีข้อปฏิบัติทาง วัฒนธรรมและสังคมที่แตกต่างออกไปจากกลุ่มอื่น ทำให้มีผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ ความต้องการ แบบ แผนการบริโภค พฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างและในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน วัฒนธรรมกลุ่มย่อย เช่น กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ กลุ่มย่อยด้านเพศ

1.3 ชั้นทางสังคม (Social class) เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมจากระดับสูงไประดับต่ำ โดยใช้ ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ อาชีพ ฐานะ รายได้ ตระกูลหรือชาติกำเนิดตำแหน่งหน้าที่ของบุคคลเพื่อจะ เป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายตำแหน่งของผลิตภัณฑ์และการจัดส่วน ประสมทางการตลาด ชั้นทางสังคมแบ่งเป็น 3 ระดับ 6 กลุ่มย่อย โดยชั้นทางสังคมของบุคคลสามารถเลื่อน ขึ้นได้ทั้งขึ้นและลง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางรายได้ อาชีพตำแหน่งหน้าที่การงาน เช่น เมื่อบุคคลมี รายได้เพิ่มขึ้น ย่อมแสวงหาการบริโภคที่ดีขึ้น ประกอบด้วย

1.3.1 ชั้นสูงระดับสูง (Upper-upper) มีความร่ำรวยเพราะได้รับมรดกตกทอดมากมาย มีบ้านเรือนอยู่ในชุมชนคนร่ำรวยโดยเฉพาะ มีบ้านพักตากอากาศ ลูกๆ เข้าเรียนในโรงเรียนที่ดีที่สุด การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จะไม่พิจารณาถึงราคามากนัก แต่จะคำนึงถึงรสนิยมและความพอใจมากกว่า

ชั้นสูงระดับต่ำ (Lower-upper) กลุ่มที่มีรายได้สูงที่สุดของสังคม กลุ่มนี้สร้างฐานะความร่ำรวยจากความสามารถพิเศษของตนเอง เช่น เป็นประธานบริษัท หรือหัวหน้างานอาชีพต่างๆ ที่ประสบผลสำเร็จ ได้รับการศึกษาสูง ชอบช่วยเหลือสังคม ชอบซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นสัญลักษณ์แสดงฐานะเพื่อตนเอง และครอบครัว เช่น มีบ้านราคาแพง มีสระว่ายน้ำส่วนตัว รถยนต์ราคาแพง เป็นต้น และการซื้อสินค้าจะไม่ถือเรื่องเงินเป็นสำคัญ

ชั้นกลางระดับสูง (Upper-middle) กลุ่มคนที่ทำงานเป็นพนักงานในออฟฟิศทั่วไป (white – collar workers) และพวกคนงานในโรงงานระดับสูง (top – level blue – collar worker) จำนวนมากผ่านการศึกษาระดับวิทยาลัย ต้องการให้สังคมยอมรับนับถือ และพยายามกระทำในสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสม มักจะซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมเพื่อยกระดับตนเองให้ทันสมัย

ชั้นกลางระดับต่ำ (Lower-middle) กลุ่มผู้ใช้แรงงานทั้งในออฟฟิศและในโรงงานส่วนที่เหลือ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดในสังคม ประกอบด้วยคนงานที่มีทักษะและกึ่งทักษะ (skilled and semiskilled workers) รวมทั้งพนักงานขายในธุรกิจขนาดย่อมทั่วไป ใช้ชีวิตมีความสุขไปแต่ละวันมากกว่าจะอดออมเพื่ออนาคต มีความภักดีในตราและซื้อสินค้า

ชั้นต่ำระดับสูง (Upper-lower) กลุ่มผู้ทำงานส่วนใหญ่ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นงานประเภทที่ไม่ต้องมีทักษะหรือกึ่งทักษะ ได้รับการศึกษาน้อย รายได้น้อย มีมาตรฐานการครองชีพระดับความยากจนหรือเหนือกว่าเพียงเล็กน้อยเท่านั้น การยกระดับสังคมของตนเองให้สูงขึ้นค่อนข้างจะลำบาก จึงเพียงแต่ป้องกันมิให้ฐานะตนเองตกต่ำลงไปมากกว่านี้ และอาศัยอยู่ในบ้านที่พอจะสู้ค่าใช้จ่ายได้เท่านั้น

ชั้นต่ำระดับต่ำ (Lower-lower) กลุ่มผู้ว่างงานไม่มีงานจะทำ หรือหากมีจะมีทำอยู่บ้าง ส่วนใหญ่ก็เป็นงานต่ำต้อย (menial jobs) มีรายได้ การศึกษา ที่พอกำสอย ในระดับที่น่าสงสารมากที่สุด เป็นกลุ่มชั้นล่างสุดของสังคม ไม่สนใจงานทำที่ถาวร ส่วนใหญ่ประทังชีวิตอยู่ด้วยการรับเงินช่วยเหลือจากหน่วยงานการกุศล หรือประชาสงเคราะห์เท่านั้น

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ ลักษณะทางสังคมจะประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับด้วยมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นจากกลุ่มอ้างอิง สามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ กลุ่มปฐมภูมิ และกลุ่มทุติยภูมิ

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความคิดและค่านิยมของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การเสนอขายสินค้าจึงต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภค และการดำเนินชีวิตของครอบครัวด้วย

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กรและสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ฉะนั้นในการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคมักจะมีบทบาทหลายบทบาทที่เกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจซื้อสินค้าของตนเอง และผู้อื่นด้วย

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนในด้านต่างๆ ดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) หรือปัจจัยภายใน การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าปัจจัยภายใน ประกอบด้วย

4.1 การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจถูกกระตุ้นจากปัจจัยภายนอกได้ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ (Motive) ซึ่งหมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวมนุษย์ ถือว่าเป็นความต้องการของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็น ความต้องการทางด้าน ต่างๆ ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะหาสินค้ามาบำบัดความต้องการของตน

4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการรับรู้ของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการและอารมณ์ และยังมีปัจจัยภายนอกคือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกรับรู้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 การเห็น ได้ยิน ได้กลิ่น รส กาย การสัมผัส ซึ่งแต่ละคนมีการรับรู้แตกต่างกันไป

4.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น

4.4 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทักษะ (Attitudes) เป็นการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler, 2003 : 270) หรือ หมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งส่วนประกอบของทัศนคติ จะประกอบด้วย 3 ส่วน

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การตอบสนอง หรืออาจหมายถึงลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองที่สม่ำเสมอและมีปฏิกิริยาต่อสิ่งกระตุ้น

4.7 แนวคิดของตนเอง (Self-concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

5. ปัจจัยด้านการตลาด (Marketing factor) หรือ ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

5.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

5.2 ราคา (Price)

5.3 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

5.4 การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่ ประจำปีที่ 16 ฉบับที่ 2 เมษายน-ธันวาคม 2558 การวิจัยเรื่องการศึกษาตลาดจากแม่แจ่มเพื่อประยุกต์ใช้ในการถักนิตติ้ง เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาตลาดและเอกลักษณ์ของผ้าจากแม่แจ่ม อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ 2) ออกแบบตลาดผ้าถักนิตติ้งที่ประยุกต์มาจากตลาดผ้าจากแม่แจ่ม อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และ 3) ทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งที่ได้พัฒนาขึ้น โดยศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ 1) กลุ่มชาวบ้านไร่ หมู่ที่ 10 ตำบลท่าผา อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เฉพาะผู้ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดผ้าจากแม่แจ่ม จำนวน 10 คน 2) กลุ่มตัวแทนชาวบ้านชุมชนบ้านไร่เพื่อคัดเลือกตลาดผ้าจากที่นำมาประยุกต์ใช้ในการถักนิตติ้ง จำนวน 5 คน 3) ผู้เชี่ยวชาญในการประเมินตลาดการถักนิตติ้งและคู่มือการถักนิตติ้ง จำนวน 3 คน 4) กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการทดลองถักนิตติ้งจากคู่มือการถักนิตติ้ง จำนวน 12 คน 5) กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ด้วยการสอบถามความพึงพอใจ จำนวน 100 คน เครื่องมือในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง แบบประเมินตลาดการถักนิตติ้ง คู่มือการถักนิตติ้ง แบบประเมินคู่มือการถักนิตติ้งและแบบสอบถามความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า ตลาดผ้าจากแม่แจ่มแบ่งตามลักษณะลายได้ 4 ลาย ได้แก่ 1) ตลาดลายในอุดมคติ 2) ตลาดลายคนและสัตว์ 3) ตลาดลายพรรณพฤกษา และ 4) ตลาดลายเปรียบเทียบสิ่งของใกล้ตัว ลักษณะลายมี 2 รูปแบบ คือแบบลายโคม

และแบบลายกุม โดยเอกลักษณ์ของผ้าทอตีนจกแม่แจ่มมีโทนสีเหลือง สีแดง และสีส้ม ซึ่งลวดลายที่ได้ ออกแบบสำหรับนำมาประยุกต์ใช้ในการถักนิตติ้ง ได้แก่ ลายกุชชอบี๊ด ลายเชียงแสนหงส์ปล่อย และลายขัน เลียนสำ ซึ่งเป็นรูปแบบลายโคม นำเฉพาะส่วนของลายโคมและลายขันมาทำการออกแบบลวดลาย เพื่อ ประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอถักนิตติ้ง โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการ ออกแบบ และทำลวดลายผ้าจกบนผ้าถักนิตติ้งด้วยเทคนิคการปักลงบนผ้าตามผังลายที่ได้ออกแบบไว้ เมื่อนำ ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอถักนิตติ้งให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ประเมินลวดลายการถักนิตติ้งพบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ย โดยรวม 4.17 และการประเมินคู่มือการถักนิตติ้งมีคะแนนเฉลี่ยโดยรวม 4.19 ซึ่งอยู่ในระดับมากเมื่อนำคู่มือ ไปทดลองใช้กับนักเรียนโรงเรียนสันกำแพง ผลการประเมิน มีค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวม 4.53 อยู่ระดับมาก ที่สุดสำหรับการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ด้วยการสอบถามความพึงพอใจ พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้ คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์โดยรวมที่ 4.42 โดยอยู่ในระดับมาก ซึ่งลวดลายที่ผู้บริโภคให้ความ พึงพอใจสูงที่สุด ได้แก่ลายขันเลียนสำ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.47 ลายเชียงแสนหงส์ปล่อย มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.42 และลายกุชชอบี๊ด มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.38 ตามลำดับ สรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอถักนิตติ้งที่ผู้วิจัยได้ พัฒนาขึ้น สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ มี ค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมมากกว่า ระดับ 4.00 และผู้บริโภคให้ข้อเสนอแนะว่าควรใช้วัสดุในการถักที่ หลากหลาย เช่น ไหมพรมเยื่อไผ่ เนื่องจากมีความนุ่ม เมื่อนำมาผลิตเป็นผ้าพันคอจะทำให้ผู้สวมใส่ไม่เกิด ความระคายเคืองต่อผิวหนัง และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้มากกว่าไหมพรมอะคริลิก

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ประจำปีการศึกษา 2559 การวิจัยเรื่อง การศึกษาสมบัติ ผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์จากเส้นด้ายใยสังเคราะห์เส้นด้ายสแตนเลสต่อการป้องกันกลิ่นแม่เหล็กแม่เหล็กไฟฟ้า

การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษาอัตราส่วนการควบเส้นใยสังเคราะห์ต่อเส้นด้ายสแตนเลส รูปแบบและเทคนิคการถักโครเชต์ของผ้าถักจากเส้นด้ายใยสังเคราะห์เส้นด้ายสแตนเลสศึกษาสมบัติทาง กายภาพ และสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์จากเส้นด้ายใยสังเคราะห์เส้น ด้ายสแตนเลส

วิธีดำเนินการวิจัยคือ ศึกษาอัตราส่วนการควบเส้นใยสังเคราะห์ต่อเส้นด้าย คือ อัตราส่วน 1: 1 และ 1:2 รูปแบบการถักเส้นด้ายใยสังเคราะห์เส้นด้ายสแตนเลส คือ ถักยาวตลอดทั้งผืนและถัก 2 แถวเว้น 2 แถว และเทคนิคการถัก จำนวน 4 เทคนิค คือ ควักธรรมดา พัน 1 ครั้ง ควักธรรมดา พัน 2 ครั้งควักธรรมดา และ พัน 3 ครั้งควักธรรมดา ทำการทดสอบสมบัติทางกายภาพประสิทธิภาพการป้องกันกลิ่นแม่เหล็กไฟฟ้า พัฒนาผลิตภัณฑ์ และสำรวจความต้องการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์จาก เส้นด้ายใยสังเคราะห์เส้นด้ายสแตนเลส

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ประจำปีการศึกษา 2558 การวิจัยเรื่อง การวิจัยและพัฒนา เครื่องเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเครื่องเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่ เป็นการศึกษากระบวนการคันหมี่เส้นไหม โดยใช้ข้อมูลพื้นฐานจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่จังหวัดนครราชสีมาและสุรินทร์เป็นข้อมูลสำหรับศึกษา โดยการ ออกแบบและพัฒนาเครื่องเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่ ซึ่งออกแบบโครงม้วนเส้นไหมให้สามารถปรับ ระยะการคันหมี่ เส้นไหมได้ 102, 105 และ 109 เซนติเมตร สามารถปรับความยาวการคันหมี่ เส้นไหม ได้ 65, 73, 119 ลำ และประยุกต์ใช้หลักการ ทำงานของจักรเย็บผ้ามาใช้เป็นต้นกำลังให้โครงม้วน เส้นไหมหมุน จากการทดลองการทำงานของเครื่อง เตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่พบว่าการม้วนเส้นไหมที่ ความยาว 65, 73 และ 119 ลำ ที่ระยะ 102 เซนติเมตร เมื่อ เปรียบเทียบโองคันหมี่แบบเดิมกับเครื่องเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่ มีเวลาเฉลี่ยลดลง 18.39 % โดยระยะห่าง ที่เหมาะสมของร่องเตรียม เส้นไหมเพื่อมัดหมี่เท่ากับ 1 เซนติเมตร และความเร็วรอบการเตรียมเส้นไหมเพื่อ มัดหมี่ที่ทำให้ได้ เวลาการเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่น้อยที่สุด คือ ความเร็วรอบการคันหมี่ 65 รอบต่อนาที ทำให้ได้ เวลาการคันหมี่ที่น้อยที่สุด เท่ากับ 122.20 วินาที

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิดรูปแบบหัตถกรรมกระเป๋า
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์
5. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
6. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
3. วัดขนาดรูปทรงของกระเป๋า
4. เริ่มทำการนำไหมพรมมาพันรอบนิ้ว
5. ทำการถักไหมพรมจนเป็นรูปร่างขึ้นพร้อมกับตกแต่งส่วนอื่น
6. ตรวจสอบความเรียบร้อย

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

แผนการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	ม.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมคิดรูปแบบนวัตกรรม	↔	↔							
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ			↔						
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ				↔					
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์					↔				
5. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์					↔				
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้						↔			
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน								↔	
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									↔

วัน เวลา สถานที่

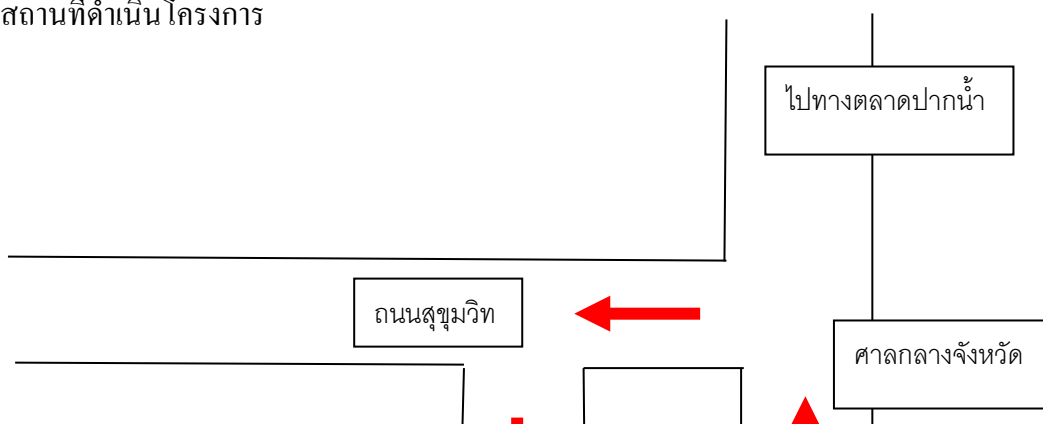
เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ 998/161 ทรัพย์รุ่งเรืองซิติ หมู่ 5 ต.ท้ายบ้านใหม่ อ.เมืองฯ

จ.สมุทรปราการ 10280

16

สถานที่ดำเนินโครงการ



วิทยาลัยเทคโนโลยี
อรรถวิทย์ พณิชยการ

สถานที่ 998/161 ทรัพย์รุ่งเรืองซิติ หมู่ 5 ต.ท้าย
บ้านใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280

ขอบเขตงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 450 บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์

ไหมพรม 300 บาท

เข็มโครเชต์	50	บาท
ของแถม (เข็มกลัด)	100	บาท
ค่าไวน์ลิ + ขาตั้ง	-	บาท
รวม	450	บาท

การจัดทำแผนการดำเนินงาน

1. วางแผนขั้นตอนการทำงาน
2. จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์
3. ปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้
4. การตรวจสอบความเรียบร้อยของกระเป๋า
5. สรุปผลการดำเนินงาน

ความเป็นมาของธุรกิจ

สมาชิกในกลุ่มเราได้รวบรวมความคิดเพื่อคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ นำมาประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้คนทั่วไป และมีสีสนที่สวยงาม ซึ่งทางสมาชิกได้เล็งเห็นว่ากระเป๋าจากไหมพรมเป็นทางเลือกหนึ่งของคนที่ชื่นชอบงานหัตถกรรม และชื่นชอบของสวยงาม เพราะมีสีสนสวยงาม จึงได้ทำกระเป๋าจากไหมพรมขึ้นมาโดยพิจารณาถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักที่ทำจากไหมพรม ซึ่งมีขายอย่างแพร่หลาย และทำให้สามารถใช้เวลาให้เกิดประโยชน์

แผนบริหารจัดการ

- | | | |
|-----------------|----------------|------------------|
| 1. นางสาวพิภัทร | อารีรัตน์เวช | ประธานโครงการ |
| 2. นายกิตติโชติ | พิพัฒน์ถาวรกุล | รองประธานโครงการ |

3. นายภานุพงศ์ โขจิกร หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ
แผนบริหารจัดการ



นางสาวพิภัทร อารีรัตนเวช
(ประธานโครงการ)



นายกิตติโชติ พิพัฒน์ถาวรกุล
(รองประธานโครงการ)



นายภานุพงศ์ โขจิกร
(หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ)

แผนการตลาด

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

กระเป๋าสวมไหมพรมเป็นกระเป๋ที่ทำจากไหมพรมซึ่งในปัจจุบันผู้คนส่วนมากมีวิธีหรือกระบวนการดัดแปลงทำมาหากินในรูปแบบที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นการทำงานในหน่วยงานของภาครัฐหรือเอกชนไปจนกระทั่งธุรกิจส่วนตัว เพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ซึ่งมีการแข่งขันกันมากในธุรกิจขนาดใหญ่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจแฟชั่นของแบรนด์เนมต่าง ๆ ซึ่งคนไทยให้ความนิยมมากเนื่องจากนิยมตามกระแส กระเป๋าที่จัดทำขึ้นจะมีลักษณะเป็นกระเป๋ามีรูปแบบลักษณะดังนี้



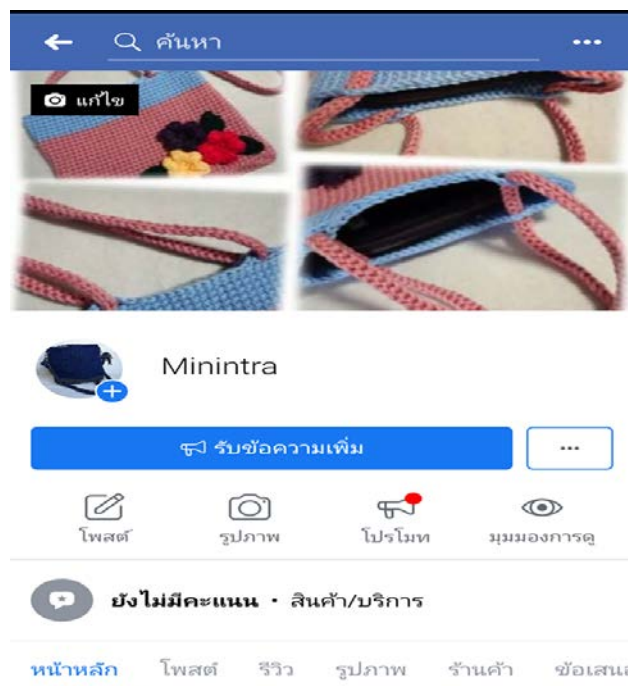
กลยุทธ์ราคา

วิเคราะห์ต้นทุนในการผลิตสิ่งประดิษฐ์ และ ระยะเวลาในการทำ ใช้นโยบายเริ่มต้น ราคา 499 บาท ลูกค้าสามารถชำระเป็นเงินสด และสามารถชำระผ่านธนาคารได้



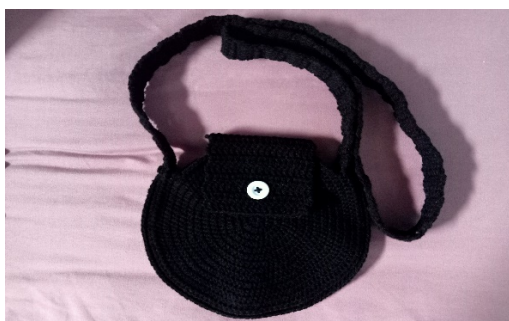
กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

ทางร้านของเรายังสามารถติดต่อการสั่งซื้อผ่านระบบช่องทางออนไลน์ของทางร้านได้โดยติดต่อทาง Facebook : Mininta ได้เลย



กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด

กระเป๋าไหมพรม ราคา 499 บาท เมื่อทำการสั่งซื้อวันนี้ถึง 30 มกราคม พ.ศ.2563 นี้ กระเป๋า
 ครบ 2 ใบ แลมนฟรีเพิ่มก๊าด 1 ชิ้น



แผนการเงิน

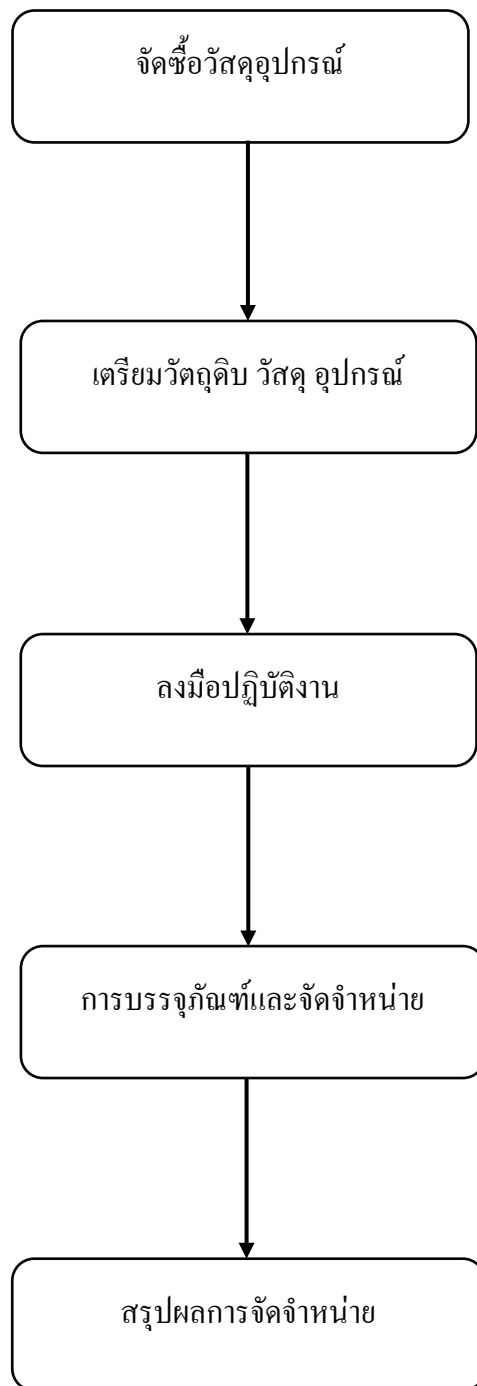
เก็บเงินจากบุคคลในกลุ่มคนละ 350 บาท ในเวลา 2 สัปดาห์เป็นเงิน 1,050 บาท

แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง

รายการ	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางการแก้ไข
1. ในอนาคตอาจเกิดคู่แข่งขึ้น เพิ่มขึ้น	มีสิ่งประดิษฐ์ส่งเข้าประกวด จำนวนมาก	ควรทำสิ่งประดิษฐ์ให้สวยงาม คงทน ใช้งานได้จริง กิจกรรม จะต้องพัฒนาสินค้าอยู่เสมอ เพื่อให้ทันสมัยและตรงความ ต้องการของลูกค้า
2. เมื่อสินค้าเกิดการชำรุด หรือเสียหาย	อาจจะทำให้ลูกค้าเข้าใจผิด เรื่องคุณภาพของสินค้า	จะรับสินค้ากลับมาซ่อมแซม

แผนการผลิต

ขั้นตอนการผลิต



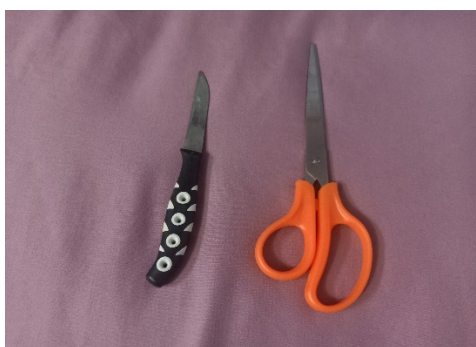
อุปกรณ์การดำเนินงาน



ไหมพรมสีต่าง ๆ



โครเชต์ไซส์ต่าง ๆ



กรรไกร และ มีดขนาดเล็ก

ขั้นตอนการปฏิบัติ

1. เริ่มการถักโซ่ขึ้นมาจำนวน 4 ครั้ง แล้วแทงเข้าไปในโซ่แรก



2. จากนั้นแทงเข็มเข้าไปก่อนจะถักโซ่ไปอีก 3 โซ่



3. จากนั้นถัก F รอบวงกลมให้ได้ 12 หลักระยะ นับจากหลักระยะแรก



4. หลังจากนั้นก็ทำไปเรื่อย ๆ จนได้ชิ้นงาน



5. ตกแต่งตามที่ต้องการ



บทที่ 4

ผลการดำเนินการ

การดำเนินโครงการ กระเป๋จากไหมพรม มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์ความคิดสร้างสรรค์และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ในการดำเนินโครงการและเพื่อให้ได้รับประสบการณ์จริงในการดำเนินงาน

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวรพีภัทร อารีรัตนเวช		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
5 มิ.ย. 62	คิดริเริ่มทำโครงการสิ่งประดิษฐ์	
20 มิ.ย. 62	ประชุมวางแผนเสนออาจารย์เพื่ออนุมัติ	
24 มิ.ย. 62	จัดสรรงบประมาณ,ส่งใบอนุมัติโครงการ	
1 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 1	
8 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
9 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 1 ,เพิ่มเติมในเรื่องเนื้อหา	
12 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
15 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 2	
17 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 2	
31 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2	
1 ส.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 3 ,ออกแบบโลโก้	
10 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3	
16 ส.ค. 62	เริ่มทำ PowerPoint เพื่อนำเสนอ	
4 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
6 ก.ย. 62	พออาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present	
21 ก.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 1	
2 ต.ค. 62	เริ่มปฏิบัติกิจกรรมกระเป๋าไหมพรม	
17 ต.ค. 62	ดำเนินการกิจกรรมกระเป๋าไหมพรมอย่างต่อเนื่อง	

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
20 ต.ค. 62	ดำเนินการถักกระเป๋ไหมพรมอย่างต่อเนื่อง	
27 ต.ค. 62	ดำเนินการถักกระเป๋ไหมพรมอย่างต่อเนื่อง	
30 ต.ค. 62	ตรวจสอบความเรียบร้อยของกระเป๋ไหมพรม	
12 พ.ย. 62	แก้ไข PowerPoint	
15 พ.ย. 62	ส่ง PowerPoint	
16 พ.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 2	
13 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 4	
16 ธ.ค. 62	แก้ไขบทที่ 4	
18 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4	
20 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 5	
20 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 5	
21 ม.ค. 63	เริ่มทำบรรณานุกรม	
24 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรมครั้งที่ 1	
29 ม.ค. 63	แก้ไขบรรณานุกรม	
30 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรมครั้งที่ 2	
31 ม.ค. 63	เริ่มทำภาคผนวก ก,ข,ค,ง	
3 ก.พ. 63	แก้ไขภาคผนวก	
5 ก.พ. 63	ส่งภาคผนวก	
7 ก.พ. 63	เริ่มทำสารบัญ	
10 ก.พ. 63	ทำบทคัดย่อ	
12 ก.พ. 63	ทำกิตติกรรมประกาศ	
13 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ	
26 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม,เงินค่ารูปเล่ม,แผ่นซีดีโครงการ	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นายกิตติโชติ พิพัฒน์ถาวรกุล		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
5 มิ.ย. 62	คิดริเริ่มทำโครงการสิ่งประดิษฐ์	
20 มิ.ย. 62	ประชุมวางแผนเสนออาจารย์เพื่ออนุมัติ	
24 มิ.ย. 62	จัดสรรงบประมาณ,ส่งใบอนุมัติโครงการ	
1 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 1	
8 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
9 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 1 ,เพิ่มเติมในเรื่องเนื้อหา	
12 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
15 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 2	
17 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 2	
31 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2	
1 ส.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 3 ,ออกแบบโลโก้	
10 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3	
16 ส.ค. 62	เริ่มทำ PowerPoint เพื่อนำเสนอ	
4 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
6 ก.ย. 62	พออาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present	
21 ก.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 1	
2 ต.ค. 62	เริ่มปฏิบัติกิจกรรมเข้าไหมพรม	
17 ต.ค. 62	ดำเนินการถักกระเป๋ไหมพรมอย่างต่อเนื่อง	
20 ต.ค. 62	ดำเนินการถักกระเป๋ไหมพรมอย่างต่อเนื่อง	
27 ต.ค. 62	ดำเนินการถักกระเป๋ไหมพรมอย่างต่อเนื่อง	
30 ต.ค. 62	ตรวจดูความเรียบร้อยของกระเป๋ไหมพรม	
12 พ.ย. 62	แก้ไข PowerPoint	
15 พ.ย. 62	ส่ง PowerPoint	
16 พ.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 2	

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
13 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 4	
16 ธ.ค. 62	แก้ไขบทที่ 4	
18 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4	
20 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 5	
20 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 5	
21 ม.ค. 63	เริ่มทำบรรณานุกรม	
24 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรมครั้งที่ 1	
29 ม.ค. 63	แก้ไขบรรณานุกรม	
30 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรมครั้งที่ 2	
31 ม.ค. 63	เริ่มทำภาคผนวก ก,ข,ค,ง	
3 ก.พ. 63	แก้ไขภาคผนวก	
5 ก.พ. 63	ส่งภาคผนวก	
7 ก.พ. 63	เริ่มทำสารบัญ	
10 ก.พ. 63	ทำบทคัดย่อ	
12 ก.พ. 63	ทำกิตติกรรมประกาศ	
13 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ	
26 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม,เงินค่ารูปเล่ม,แผ่นซีดีโครงการ	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นายภานุพงศ์ โพชนิก		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
5 มิ.ย. 62	คิดริเริ่มทำโครงการสิ่งประดิษฐ์	
20 มิ.ย. 62	ประชุมวางแผนเสนออาจารย์เพื่ออนุมัติ	
24 มิ.ย. 62	จัดสรรงบประมาณ,ส่งใบอนุมัติโครงการ	
1 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 1	
8 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
9 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 1 ,เพิ่มเติมในเรื่องเนื้อหา	
12 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1	
15 ก.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 2	
17 ก.ค. 62	แก้ไขบทที่ 2	
31 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2	
1 ส.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 3 ,ออกแบบโลโก้	
10 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3	
16 ส.ค. 62	เริ่มทำ PowerPoint เพื่อนำเสนอ	
4 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
6 ก.ย. 62	พออาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present	
21 ก.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 1	
2 ต.ค. 62	เริ่มปฏิบัติกิจกรรมเข้าไหมพรม	
17 ต.ค. 62	ดำเนินการถักกระเป๋ไหมพรมอย่างต่อเนื่อง	
20 ต.ค. 62	ดำเนินการถักกระเป๋ไหมพรมอย่างต่อเนื่อง	
27 ต.ค. 62	ดำเนินการถักกระเป๋ไหมพรมอย่างต่อเนื่อง	
30 ต.ค. 62	ตรวจดูความเรียบร้อยของกระเป๋ไหมพรม	
12 พ.ย. 62	แก้ไข PowerPoint	
15 พ.ย. 62	ส่ง PowerPoint	
16 พ.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 2	

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
13 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 4	
16 ธ.ค. 62	แก้ไขบทที่ 4	
18 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4	
20 ธ.ค. 62	เริ่มทำบทที่ 5	
20 ม.ค. 63	ส่งบทที่ 5	
21 ม.ค. 63	เริ่มทำบรรณานุกรม	
24 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรมครั้งที่ 1	
29 ม.ค. 63	แก้ไขบรรณานุกรม	
30 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรมครั้งที่ 2	
31 ม.ค. 63	เริ่มทำภาคผนวก ก,ข,ค,ง	
3 ก.พ. 63	แก้ไขภาคผนวก	
5 ก.พ. 63	ส่งภาคผนวก	
7 ก.พ. 63	เริ่มทำสารบัญ	
10 ก.พ. 63	ทำบทคัดย่อ	
12 ก.พ. 63	ทำกิตติกรรมประกาศ	
13 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ	
26 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม,เงินค่ารูปเล่ม,แผ่นซีดีโครงการ	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย และ ใบเสร็จสินค้าในโครงการ
บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการสิ่งประดิษฐ์หัตถกรรมถักกระเป๋จากไหมพรม มินินตรา

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
11 ส.ค. 61	เก็บเงินสมาชิก	3	150.00	450.00						450.00
29 ส.ค. 61	ไหมพรม				4	75.00	300.00			150.00
	เข็มโครเชต์				1	50.0	50.00			100.00
	ของแถม (เข็มกลัด)				1	100.00	100.00			0.00
รวม				450.00	รวม		450.00	รวม		0.00

กิจกรรมที่ดำเนินการระหว่างสัปดาห์

1. จัดหาสถานที่และอุปกรณ์การดำเนินงาน
2. มีการค้นหาและซื้อวัสดุเพื่อทำการลงมือปฏิบัติงาน
3. รวบรวมความคิดและลดต้นทุน
4. มีการประชุมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มเพื่อให้เกิดความสามัคคี

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการสิ่งประดิษฐ์ “หัตถกรรมลัทธิกระเป๋ากาไหมพรม มินิตรา”

วัตถุประสงค์โครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อให้ให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
3. เพื่อให้ นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์
4. เพื่อให้ นักศึกษาได้รู้จักการประดิษฐ์หัตถกรรม

ทุนทั้งสิ้น	450	บาท
ซื้ออุปกรณ์	450	บาท
ทุนหักจากซื้ออุปกรณ์	-	บาท

รายชื่อ		จำนวนเงิน
1. นางสาวพิภพร	อารีรัตน์เวช	150 บาท
2. นายกิตติโชติ	พิพัฒน์ถาวรกุล	150 บาท
3. นายภาณุพงษ์	โพธิกร	150 บาท
รวม		450 บาท

ทุนดำเนินงานจากสมาชิกในกลุ่ม 3 คน คนละ 150 บาท

รวม 450 บาท

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ กระเป๋ากาไหมพรม ทางกลุ่มได้เริ่มดำเนินการประดิษฐ์ 1 เดือน ผลการดำเนินการได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กลุ่มได้ตั้งไว้ ทำให้ทางกลุ่มมีทักษะการปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น รู้จักในการแก้ไขปัญหา รู้จักการวางแผนการดำเนินงาน สามารถนำประสบการณ์ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตได้

สรุปตารางการปฏิบัติงานจริง

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
1	24 มิ.ย. 62	คิดริเริ่มทำโครงการ
2	26 มิ.ย. 62	ประชุมวางแผน
3	28 มิ.ย. 62	จัดสรรงบประมาณ
4	8 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 1
5	31 ก.ค. 62	ส่งบทที่ 2
6	10 ส.ค. 62	ส่งบทที่ 3
7	6 ก.ย. 62	พบอาจารย์ที่ปรึกษา ก่อน Present งานครั้งที่ 1
8	21 ก.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 1
9	1-31 ต.ค. 62	ปฏิบัติงานถักกระเป๋ากาไหมพรม
10	8 พ.ย. 62	พบอาจารย์ที่ปรึกษา ก่อน Present งานครั้งที่ 2
11	16 พ.ย. 62	Present โครงการ ครั้งที่ 2
12	18 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 4
13	20 ธ.ค. 62	ส่งบทที่ 5
14	30 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
15	5 ก.พ. 63	ส่งภาคผนวก
16	10 ก.พ. 63	ส่งบทคัดย่อ
17	13 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ
18	26 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม,เงินค่ารูปเล่ม,แผ่นซีดีโครงการ

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. วัดอุคิบบที่ใช้อาจมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการผลิต
2. การรวมสมาชิกภายในกลุ่มที่ไม่ครบจำนวนคน
3. สมาชิกภายในขาดประสบการณ์ในการทำงานประดิษฐ์

การแก้ไขปัญหา

1. เตรียมความพร้อมของกลุ่มเพื่อฝึกปฏิบัติตนให้เกิดชำนาญก่อนในการลงมือปฏิบัติสิ่งประดิษฐ์
2. หาข้อมูลและวิธีการถักกระเป๋าไหมพรมหรือสอบถามหาข้อมูลจากผู้ที่มีความชำนาญในเรื่องของการถักกระเป๋าไหมพรมเพื่อเพิ่มทักษะในการทำ

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

1. วัสดุที่นำมาใช้ควรหาแหล่งวัตถุดิบสำรองไว้
2. ฝึกฝนหาความรู้จากผู้ที่มีความชำนาญเพื่อที่จะนำไปใช้และปรับปรุงพยายามหาเวลาในการนัดรวมตัวให้ดีขึ้น

บรรณานุกรม

- ชานนท์ บุณท์และคณะ. (2558). การวิจัยและพัฒนาเครื่องเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์. ค้นหาข้อมูลวันที่ 30 มิถุนายน 2562, จาก http://narinet.sut.ac.th:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/428/RMUTI_Res132.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- นคเรศ พุทธรัตน์และคณะ. (2559). การวิจัยเรื่องการศึกษาสมบัติผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์จากเส้นด้ายกัญชงเสริมเส้นด้ายสแตนเลสต่อการป้องกันคลื่นแม่เหล็กแม่เหล็กไฟฟ้า. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์. ค้นหาข้อมูลวันที่ 30 มิถุนายน 2562, จาก <http://www.thaiscience.info/Journals/Article/SDUJ/10986819.pdf>
- ปรเมษฐ์ เจ็กนอก. (2557). แนวคิดการออกแบบสิ่งประดิษฐ์. โรงเรียนสีดาวิทยา. ค้นหาข้อมูลวันที่ 30 มิถุนายน 2562, จาก <https://sites.google.com/a/sidaschool.ac.th/prmesth/kar-xxkbaeb-design>
- รัชพล สัมพุทธานนท์. (2558). การวิจัยเรื่องการศึกษาลดสายจุกแม่แจ่มเพื่อประยุกต์ใช้ในการถักนิตติ้ง. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. ค้นหาข้อมูลวันที่ 30 มิถุนายน 2562, จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/cmruresearch/article/view/>
- รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์. (2557). ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค. นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต SPU (D.B.A.06). ค้นหาข้อมูลวันที่ 30 มิถุนายน 2562, จาก <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัท ธรรมสาร จำกัด. ค้นหาข้อมูลวันที่ 30 มิถุนายน 2562, จาก http://xn--12ca1ddig2elng4ld4e1p.blogspot.com/2012/11/blog-post_9490.html

ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิทยา
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ หัตถกรรมถักกระเป๋าจากไหมพรม มินินตรา
(Minintra Knitting Bag Handmade)
ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563
สถานที่การดำเนินงาน 998/161 ทรัพย์รุ่งเรืองซีดี ม.5 ต.ท้ายบ้านใหม่ อ.เมืองฯ จ.
สมุทรปราการ 10280
ประมาณการค่าใช้จ่าย 1,050 บาท
ผู้รับผิดชอบโครงการ
1. นางสาวพิภัทร อารีรัตนเวช รหัสประจำตัว 39460 ปวช.3/3
2. นายกิตติโชติ พิพัฒน์ถาวรกุล รหัสประจำตัว 39376 ปวช.3/3
3. นายภานุพงษ์ โพธิกร รหัสประจำตัว 39273 ปวช.3/3

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ

(นางสาวพิภัทร อารีรัตนเวช)/...../.....

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

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ธน ลภธนวิรุฬห์)

...../...../.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์)

...../...../.....

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

...../...../.....

ชื่อโครงการ	หัตถกรรมถักกระเป๋าจากไหมพรม มินินตรา (Minintra knitting bag handmade)
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ชนน ลาภธนวิรุฬห์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์

ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. นางสาวพิภัทร	อารีรัตนเวช	รหัสประจำตัว	39460	ปวช.3/3
2. นายกิตติโชติ	พิพัฒน์ถาวรกุล	รหัสประจำตัว	39376	ปวช.3/3
3. นายภานุพงษ์	โพธิกร	รหัสประจำตัว	39273	ปวช.3/3

หลักการและเหตุผล

กระเป๋าจากไหมพรมเป็นผลพลอยได้จากการถักไหมพรม เป็นงานหัตถกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อการเผยแพร่และขยายความรู้เกี่ยวกับการนำไหมพรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์และเสริมสร้างรายได้และสร้างผลงานใหม่ออกมา และตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน หรือนำมาทำเพื่อเป็นของฝากให้กับบุคคลอื่นได้

เนื่องจากปัจจุบันมีผู้คนหันมาใช้กระเป๋าเป็นจำนวนมาก ทางเราจึงได้นำหัตถกรรมมาเป็นหลักในการทำกระเป๋าจากไหมพรมเพื่อตอบสนองความต้องการของคนทั่วไป ตั้งแต่ระดับล่างจนถึงสูงสุด และยังสามารถนำมาเป็นของฝากหรือของที่ระลึกได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
3. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์
4. เพื่อให้นักศึกษาได้รู้จักการประดิษฐ์หัตถกรรม

เป้าหมาย

1. สร้างผลกำไร รายได้ให้กับนักศึกษา
2. เพื่อสร้างอาชีพการขายสินค้า

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิดรูปแบบหัตถกรรมกระเป๋
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์
5. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
6. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
3. วัดขนาดรูปทรงของกระเป๋า
4. เริ่มทำการนำไหมพรมมาพันรอบนิ้ว
5. ทำการถักไหมพรมจนเป็นรูปร่างขึ้นพร้อมกับตกแต่งส่วนอื่น
6. ตรวจสอบความเรียบร้อย

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	ม.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมคิดรูปแบบนวัตกรรม	↔	↔							
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบ และจัดสรรงบประมาณ			↔						
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ ปรึกษาโครงการ				↔					
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และ สถานที่ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์					↔				
5. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์					↔				
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและ ขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้						↔			
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน								↔	
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									↔

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ 998/161 ทรัพย์รุ่งเรืองซิดี หมู่ 5 ต.ท้ายบ้านใหม่ อ.เมืองฯ

จ.สมุทรปราการ 10280

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 450 บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์

ไหมพรม	300 บาท
เข็มโครเชต์	50 บาท
ของแถม (เข็มกลัด)	100 บาท
ค่าไวเน็ต + ขาตั้ง	- บาท
รวม	450 บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับไหมพรมเพื่อเสริมรายได้
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
4. ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

ปัญหาและอุปสรรค

4. วัตถุดิบที่ใช้อาจมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการผลิต
5. การรวมสมาชิกภายในกลุ่มที่ไม่ครบจำนวนคน
6. สมาชิกภายในขาดประสิทธิภาพในการทำงานประดิษฐ์

ข้อเสนอแนะ

1. วัสดุที่นำมาใช้ควรหาแหล่งวัตถุดิบสำรองไว้
2. ฝึกฝนหาความรู้จากผู้ที่มีความชำนาญเพื่อที่จะนำไปใช้และปรับปรุง
3. พยายามหาเวลาในการนัดรวมตัวให้ดี

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ธนน ลาภธนวิรุพห์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์)

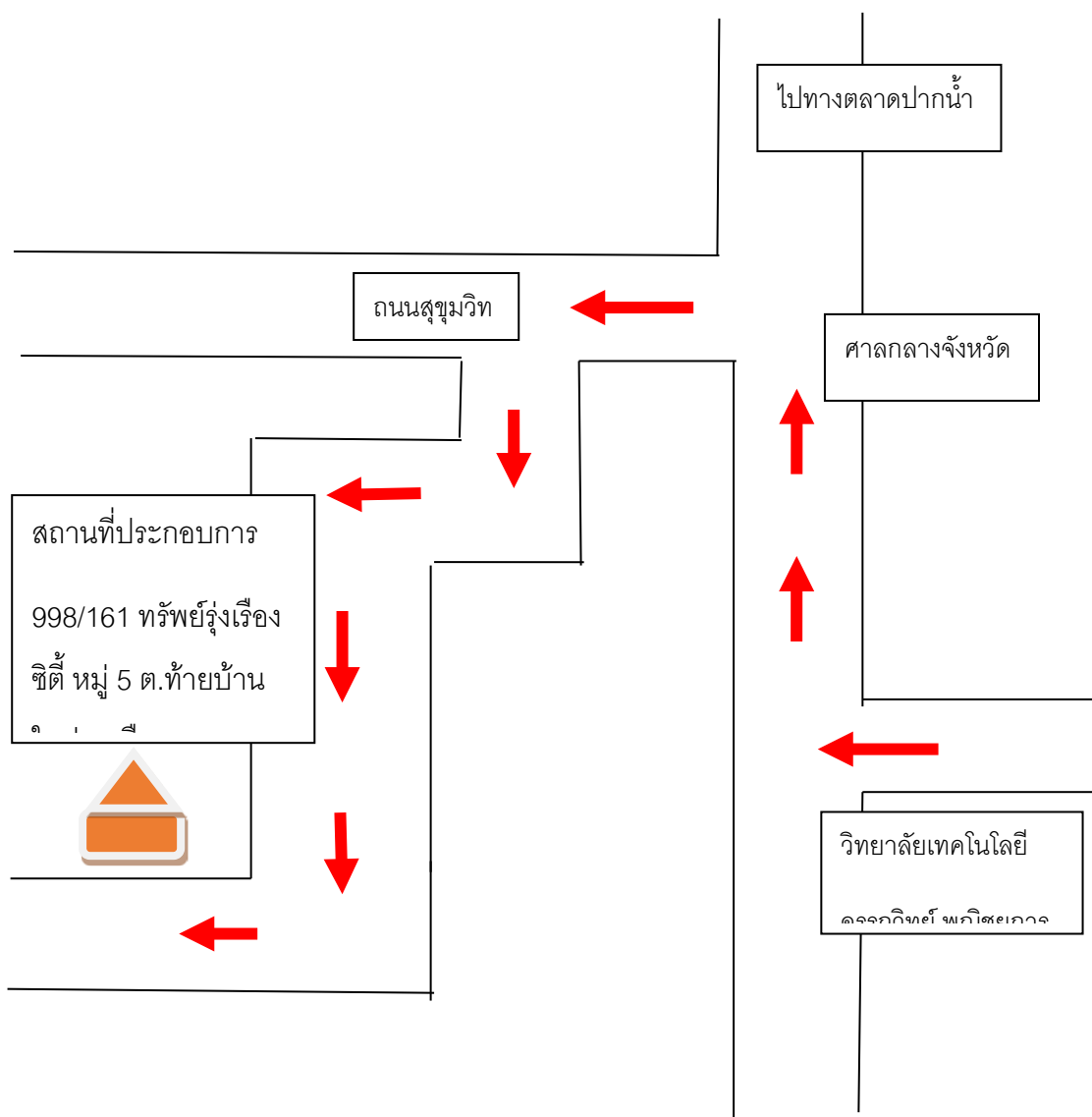
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ หัตถกรรมถักกระเป๋าจากไหมพรม มินิคนรา Knitting bag Handmade

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์ธนน ลาภธนวิรุฬห์

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์

ผู้รับผิดชอบโครงการ นางสาวพิภัทร อารีรัตนเวช ระดับชั้นปวช.3/3 เลขที่ 40

นายกิตติโชติ พิพัฒน์ถาวรกุล ระดับชั้นปวช.3/3 เลขที่ 31

นายภานุพงศ์ โพชนิกร ระดับชั้นปวช.3/3 เลขที่ 19

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

ที่			ที่ปรึกษา	ที่ปรึกษาร่วม
7	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/งานประดิษฐ์) เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	1-31 ต.ค.62		
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 ตรวจรูปเล่มโครงการ	17-21 ก.พ.63		
18	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	24-28 ก.พ.63		

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

- รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม
- ตัวอย่างแบบสอบถาม

รายงานผลแบบสอบถาม

การวิจัย เรื่อง การวิจัย เรื่อง โครงการ หักลดกรรมกระเป๋จากไหมพรม มินินตรา ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งได้แจกแบบสอบถามให้แต่ละกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน และในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ ดังนี้

☐X แทน ค่าเฉลี่ย

SD แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 จำนวนและร้อยละเป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อาชีพ และระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับ การวิจัย เรื่อง โครงการ หักลดกรรมกระเป๋จากไหมพรม มินินตรา ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ

ตอนที่ 1 จำนวนและร้อยละเป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้น และสาขาวิชา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.1 ชาย	24	48.0
1.2 หญิง	26	52.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมา เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.0

ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2.1 คุณครูอาจารย์	0	0.0
2.2 นักศึกษา	50	100.0
2.3 อื่น ๆ	0	0.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาคิดเป็นร้อยละร้อย

ตารางที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับชั้น

ระดับชั้น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3.1 ปวช.	24	48.0
3.2 ปวส.	26	52.0
3.3 อื่น ๆ	0	0.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น คิดเป็นร้อยละ รองลงมา เป็น คิดเป็นร้อยละ และเป็นคิดเป็นร้อยละ

ตอนที่ 2 จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับ โครงการ หัตถกรรม
กระเป๋าจากไหมพรม มินินตรา ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทย พณิชยการ

ตารางที่ 4 จำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับ ความพึงพอใจและพฤติกรรมที่
มีต่อโครงการ หัตถกรรมกระเป๋าจากไหมพรม มินินตรา ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทย
พณิชยการ

รายการ	ความพึงพอใจ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับความพึงพอใจ
	5	4	3	2	1			
1.ความแข็งแรงของ สิ่งประดิษฐ์	20 (40.0%)	24 (48.0%)	4 (8.0%)	2 (4.0%)	-	4.24	0.77	มาก
2.ความแปลกใหม่ที่ดู ทันสมัย	22 (44.0%)	23 (46.0%)	5 (10.0%)	-	-	4.34	0.66	มาก
3.การใช้งานได้จริงของ สิ่งประดิษฐ์	18 (36.0%)	23 (46.0%)	9 (18.0%)	-	-	4.18	0.72	มาก
4.ความสะดวกในการใช้ งาน	11 (22.0%)	26 (52.0%)	11 (22.0%)	2 (4.0%)	-	3.92	0.78	มาก
5. ความเหมาะสมของ ต้นทุนในการทำ สิ่งประดิษฐ์	8 (16.0%)	29 (58.0%)	12 (24%)	1 (2.0%)	-	3.88	0.69	มาก
6.ความน่าสนใจ สิ่งประดิษฐ์	10 (20.0%)	19 (38.0%)	18 (36.0%)	3 (6.0%)	-	3.72	0.86	มาก
7. ความทนทานของ สิ่งประดิษฐ์	6 (12.0%)	22 (44.0%)	17 (34.0%)	5 (10.0%)	-	3.58	.84	มาก
รวม						4.51	0.58	มากที่สุด

จากตาราง 4 พบว่า การสำรวจระดับความพึงพอใจและพฤติกรรมที่มีต่อหลักสูตรกระเป๋จากไหมพรม มินินตรา โดยภาพรวมอยู่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 2 ความแปลกใหม่ที่ดูทันสมัย ($\bar{X}$ = 4.32, SD = 0.66) รองลงมา คือ ข้อ 3 การใช้งานได้จริงของสิ่งประดิษฐ์ ($\bar{X}$ = 4.24, SD = 0.77) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อ 7 ความทนทานของสิ่งประดิษฐ์ ($\bar{X}$ = 3.58, SD = 0.82)

หมายเหตุ ใช้เกณฑ์บอกระดับความคิดเห็นเสนอแนะโดย John. W. Best ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.50-5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น/พึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.50-4.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น/พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.50-3.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น/พึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.50-2.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น/พึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น/พึงพอใจน้อยที่สุด



แบบสอบถาม

ใบประเมินโครง หัตถกรรมถักกระเป๋จากไหมพรม มินินตรา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายลงใน (☒) หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อาชีพ

() คุณครูอาจารย์

() นักศึกษา

() อื่น ๆ

3. ระดับการศึกษา

() ปวช.

() ปวส.

() อื่น ๆ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายลงใน (☒) หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

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

ปัจจัยที่เกี่ยวกับชิ้นงาน	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. ความแข็งแรงของสิ่งประดิษฐ์					
2. ความแปลกใหม่ที่ดูทันสมัย					
3. การใช้งานได้จริงของสิ่งประดิษฐ์					
4. ความสะดวกในการใช้งาน					
5. ความเหมาะสมของต้นทุนในการทำสิ่งประดิษฐ์					
6. ความน่าสนใจสิ่งประดิษฐ์					
7. ความทนทานของสิ่งประดิษฐ์					

ข้อเสนอแนะ.....

.....

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือ

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

- ตราสินค้า และรูปแบบผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ
- แผ่นพับประชาสัมพันธ์โครงการ
- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ
- รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ

ตราสินค้า รูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ



ป้ายไว้นิลหน้าร้าน



ราคา 399 บาท

ซื้อครบ 2 ชิ้น แคมฟรี เข็มกลัด 1 ชิ้น
ช่องทางการติดต่อ



Minintra



เบอร์: 093-995-8909

วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำ “กระเป๋าจากไหมพรม”



ไหมพรมสีต่างๆ



โครเชต์ไซส์ต่างๆ



กรรไกรและ มีดขนาดเล็ก

ขั้นตอนการปฏิบัติ

1. เริ่มการถักโซ่ขึ้นมาจำนวน 4 ครั้ง แล้วแทงเข้าไปในโซ่แรก



2. จากนั้นแทงเข็มเข้าไปก่อนจะถักโซ่ไปอีก 3 โซ่



3. จากนั้นถัก F รอบวงกลมให้ได้ 12 หลักระยะ นับจากหลักระยะแรก



4. หลังจากนั้นก็ทำไปเรื่อย ๆ จนได้ชิ้นงาน



5. ตกแต่งตามที่ต้องการ



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ



ชื่อ : นางสาวรพีภัทร อารีรัตนเวช

ชื่อเล่น : ภู่น

เกิดวันที่ : 16 ธันวาคม 2544

อายุ : 18 ปี

ที่อยู่ : 367/5 ม.8 ซ.สองพี่น้อง ต.ตำโงกลาง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ
10130

เบอร์โทรศัพท์ : 093-995-8909

E-mail : mukamiyuma1329@gmail.com

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ



ชื่อ : นายกิตติโชติ พิพัฒน์ถาวรกุล

ชื่อเล่น : ต้ม

เกิดวันที่ : 20 กรกฎาคม 2544

อายุ : 18 ปี

ที่อยู่ : 283/140-141 หมู่ที่ 7 ซ.ร่วมพัฒนา 2 ถ.ปู่เจ้าสมิงพราย ต.สำโรงกลาง

อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130

เบอร์โทรศัพท์ : 090-928-6044

E-mail : tamkul12509@gmail.com

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ



ชื่อ : นายปานุพงษ์ โพชนิก

ชื่อเล่น : เป็ด

เกิดวันที่ : 5 สิงหาคม

อายุ : 18 ปี

ที่อยู่ : 317/31 ม.4 ต.ในคลองบางปลากด อ.พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ
10290

เบอร์โทรศัพท์ : 064-778-4566

E-mail : panupongped@ail.com