โครงการสิ่งประดิษฐ์หัตถกรรมหมอนถักไหมพรม

Scatter cushion

จัดทำโดย

นางสาวพรพิมล มีนิล
นางสาวนันธภรณ์ ปู่ครัง
นายพรประสิทธ์ มูลสาโคตร

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ
สาขาวิชาการตลาด
วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ
ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการภาษาไทยสิ่งประดิษฐ์ “หัตถกรรมหมอนถักไหมพรม”

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ “Scatter cushion”

จัดทำโดย

1.นางสาวพรพิมล มีนิล

2.นางสาวนันธภรณ์ ปู่ครัง

3.นายพรประสิทธ์ มูลสาโคตร

……

คณะกรรมการอนุมัติเอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาโครงการตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ธนน ลาภธนวิรุฬห์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงค์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ “หัตถกรรมหมอนถักไหมพรม”
“Scatter cushion”

จัดทำโครงการ 1.นางสาวพรพิมล มีนิล
2.นางสาวนันธภรณ์ ปู่ครัง
3.นายพรประสิทธ์ มูลสาโคตร

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ธนน ลาภธนวิรุฬห์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์
สาขาวิชา สาขาวิชาการตลาด
สถาบัน วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ ปีการศึกษา 2562

.....

บทคัดย่อ

เนื่องจากปัจจุบันมีผู้คนหันสนใจมาใช้หมอนไหมพรหมเป็นจำนวนมาก จึงได้นำหัตถกรรมมาเป็นหลักในการทำหมอนไหมพรหมเพื่อตอบสนองความต้องการของคนทั่วไป ตั้งแต่ระดับล่างจนถึงระดับสูงสุด หมอนไหมพรหมเป็นงานฝีมือซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการทำเป็นเวลานานจึงไม่มีผู้คนที่สนใจทำมากเท่าที่ควรจึงเป็นงานหัตถกรรมที่ทำขึ้นเพื่อการเผยแพร่และขยายความรู้เกี่ยวกับการนำไหมพรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์และเสริมสร้างรายได้และสร้างผลงานใหม่ออกมาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบันโดยมีเป้าหมายคือการสร้างผลกำไร รายได้ให้กับเพื่อสร้างอาชีพการขายสินค้า ทางผู้จัดทำโครงการจึงได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของไหมพรมเพื่อนำมาถักให้เป็นปลอกหมอน ให้หมอนมีรูปแบบสวยงาม อีกทั้งนี้ยังเป็นการต่อยอดทางความคิดไปสู่วัสดุอื่น ๆ ได้อีกด้วย

กิตติกรรมประกาศ

โครงการเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ ในหลักสูตรการเรียนการสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ซึ่งเนื้อหาโครงการเล่มนี้จะเริ่มตั้งแต่การนำเสนอโครงการ การทำแผนธุรกิจ ตลอดจนผลการดำเนินงาน คณะนักศึกษาผู้จัดทำโครงการรู้สึกยินดีเป็นอย่างมากหากท่านได้รับประโยชน์จาก โครงการเล่มนี้เพราะจะทำให้ผู้อ่านรู้สึกถึงกระบวนการและขั้นตอนในการประกอบธุรกิจและ สามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองได้ในอนาคต ท้ายนี้คณะผู้จัดทำโครงการ ต้องขอขอบพระคุณอาจารย์ธนน ลาภธนวิรุฬห์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมเป็นอย่างยิ่งที่ได้แนะนำจน โครงการสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และผู้จัดทำโครงการหวังว่าโครงการเล่มนี้จะเป็นประโยชน์แก่ ท่านไม่มากก็น้อย หากผิดพลาดประการใดต้องการขออภัยมา ณ ที่นี่ด้วย

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

หัตถกรรมหมอนอิงไหมพรหม

(Scatter cushion)

บทที่1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

การจัดทำโครงงานชิ้นนี้เป็นการศึกษาพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับ ไหมพรมที่สามารถนำไปทำสิ่งของ หรือ สิ่งประดิษฐ์โดยเน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความคิดที่แปลกใหม่ที่ำมารถนำไปต่อยอดในการสร้างมูลค่าและผู้ที่จะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการถักไหมพรมหรือสนใจในการถักไหมพรมจะได้พัฒนาตอนเองในการศึกษาเรื่องนี้ และยังสามารถคิดค้นสิ่งดิษฐ์จากไหมพรมที่ตนเองคิดค้นขึ้นในอนาคตได้ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และในด้านการประกอบอาชีพจะเห็นได้ว่าการพัฒนาด้านต่างๆเหล่านี้จะต้องอาศัยความสนใจและและความพึงพอใจที่เป็นแรงบรรดาลใจในการทำผลงานเพื่อจัดทำโครงงานชิ้นนี้ขึ้น และหมอนถักไหมพรมนี้ยังสามารถใช้ในการจัดกิจกรรมนิทรรศการต่างๆ เป็นของฝาก ของรางวัลหรือของชำร่วยก็ได้

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการจึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจากการไหมพรม มาเพิ่มมูลค่าให้เป็นส่วนผลิตในการสร้างตัวสินค้าที่สามารถนำไปต่อยอดในการสร้างมูลค่าของสิ่งประดิษฐ์ และเป็นการยกตัวอย่างในการประดิษฐ์หมอนไหมพรม ว่านอกจากถักหมอนแล้วก็ยังมียังสามารถถักอย่างอื่นได้อีกมากมาย เช่น ผ้าฟันคอ เสื้อถักจากไหมพรม และอีกอื่นๆ ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้ออกมาเป็นหมอนไหมพรมที่ทำจากไม้กระดาษตามที่ออกแบบและวางแผนไว้ในการประดิษฐ์สินค้าตัวนี้พร้อมวิธีการในการประดิษฐ์และวิธีทำให้กับผู้ที่ประดิษฐ์หรือทำตามสามารถลงมือทำตามได้ เพื่อสร้างอาชีพและใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เช่นเดียวกับกลุ่มของข้าพเจ้าที่นำไหมพรมที่เป็นแค่เชือกธรรมดาแต่กลุ่มของเรานั้นได้คิดค้นที่จะพัฒนาไหมพรมกลายเป็นสินค้าที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งบ้านหรือตกแต่งร้านค้า ใช้หนุนนอน นั่ง และนำมาสร้างมูลค้าให้กับตัวสินค้าทำให้มีรายได้เสริมจากการประยุกต์ใช้จากไหมพรมมาประดิษฐ์ต่อเติม หรือนวัตกรรมที่มีคุณค่าและสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ที่มีไม่มีอาชีพประจำมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

เป้าหมายของโครงการ

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ

การติดตามผล และการประเมินโครงการ

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ สามารถสร้างมูลเพิ่มให้กับไหมพรม
2. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
3. ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

บทที่ 2
แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการสิ่งประดิษฐ์ หมอนอิงถักไหมพรหมได้ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์
2.แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ
4.ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

1. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์

วัตกรรมมาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Innovation” ตามรากศัพท์หมายถึง การกระทำที่ใหม่ของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับคำนิยามของ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรมคือ “ สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม”

ทอมัสฮิวช์ (Thomas Hughes) ได้ให้ความหมายของ “นวัตกรรม” ว่า เป็นการนำวิธีการใหม่ ๆ มาปฏิบัติหลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้รับการพัฒนามาเป็นขั้น ๆ แล้ว เริ่มตั้งแต่การคิดค้น (Invention) การพัฒนา (Development) ซึ่งอาจจะเป็นไปในรูปของ โครงการทดลองปฏิบัติก่อน (Pilot Project) แล้วจึงนำไปปฏิบัติจริง ซึ่งมีความแตกต่างไปจากการปฏิบัติเดิมที่เคยปฏิบัติมา

มอร์ตัน (Morton,J.A.) ให้ความหมาย “นวัตกรรม” ว่าเป็นการทำให้ใหม่ขึ้นอีกครั้ง (Renewal) ซึ่งหมายถึง การปรับปรุงสิ่งเก่าและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์การนั้น ๆ นวัตกรรม ไม่ใช่การขจัดหรือล้มล้างสิ่งเก่าให้หมดไป แต่เป็นการ ปรับปรุงเสริมแต่งและพัฒนา

วัชรพล วิบูลยศริน (2556)กล่าวถึงความหมายของ นวัตกรรม คือ แนวคิด วิธีการปฏิบัติหรือสิ่งใหม่ที่ยังไม่แพร่หลายหรือยังไม่เคยใช้มาก่อน และเข้ามาเปลี่ยนแปลงกระบวนการหรือสิ่งที่มีอยู่เดิม โดยผ่านการคิดค้นประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ หรือพัฒนาจากของเดิมที่มีอยู่ให้ทันสมัย และปรับปรุงจนได้ผลดีมีประสิทธิภาพ (อ้างอิงจาก https://jarernsri512.wordpress.com)

2.แนวคิดกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือ

แนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภคและสังคมพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินของผู้ซื้อทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคลเช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk)

Engel และผู้ร่วมงานให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ชิฟแมน และคะนุค (Schiffman and Kanuk) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

แองเจิลคอลแลต และแบลคเวลล์ (Engel Kollat and Blackwell) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย การตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการ ดังกล่าว เป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจโดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมีอยู่หลายรูปแบบ

ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การระบุปัญหา (Define the problem) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะการระบุปัญหาได้ถูกต้องหรือไม่ ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อ ๆ ไปของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจด้วย ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรระมัดระวังมิให้เกิดความผิดพลาดในการระบุปัญหาขององค์การ ทั้งนี้ ผู้บริหารควรแยกแยะความแตกต่างระหว่างอาการแสดง (symptom) ที่เกิดขึ้นกับตัวปัญหาที่แท้จริงเสียก่อน ยกตัวอย่างเช่น กรณีที่ยอดขายของบริษัทลดลง ซึ่งมีสาเหตุมาจากคุณภาพสินค้าต่ำ จะเห็นว่าการที่ยอดขายลดลง เป็นอาการแสดงให้เห็นปัญหาที่ต้องแก้ไขได้แก่การที่คุณภาพสินค้าต่ำ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดต้องคอยสังเกตอาการแสดงต่าง ๆ ทั้งต้องรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นต่อการค้นหาสาเหตุของอาการแสดงเหล่านั้น ซึ่งจะนำไปสู่การระบุปัญหาที่แท้จริงได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

ขั้นที่ 2 การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (Indentify limiting factors) เมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้ว ผู้บริหารควรพิจารณาถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ขององค์การ โดยพิจารณาจากทรัพยากรซึ่งเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิต ได้แก่ กำลังคน เงินทุน เครื่องจักร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ รวมทั้งเวลาซึ่งมักเป็นปัจจัยจำกัดที่พบอยู่เสมอ ๆ การรู้ถึงข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ จะช่วยให้ผู้บริหารกำหนดขอบเขตในการพัฒนาทางเลือกให้แคบลงได้ตัวอย่างเช่น ถ้ามีเงื่อนไขว่าต้องส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าภายในเวลา 1 เดือน ทางเลือกของการแก้ไขปัญหาการผลิตสินค้าไม่เพียงพอที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 1 เดือน ก็ควรถูกตัดทิ้งไป

ขั้นที่ 3 การพัฒนาทางเลือก (Develop potential alternatives) ขั้นตอนต่อไป ผู้บริหารควรทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ ในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด ตัวอย่างเช่น กรณีที่องค์การประสบปัญหาเวลาการผลิตไม่เพียงพอ ผู้บริหารอาจพิจารณาทางเลือกดังนี้ 1) เพิ่มการทำงานกะพิเศษ 2) เพิ่มการทำงานล่วงเวลาโดยใช้ตารางปกติ 3) เพิ่มจำนวนพนักงาน หรือ 4) ไม่ทำอะไรเลย ในการพัฒนาทางเลือกผู้บริหารอาจขอความคิดเห็นจากนักบริหารอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จทั้งภายในและภายนอกขององค์การ ซึ่งอาจใช้วิธีการปรึกษาหารือเป็นรายบุคคล หรือจัดการประชุมกลุ่มย่อย

ขึ้น ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลเหล่านั้นเมื่อผนวกรวมกับสติปัญญา ความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ของตนเองจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาทางเลือก

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก(Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกันอย่างรอบคอบและควรวิเคราะห์ทางเลือก

ขั้นที่ 5 การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative) เมื่อผู้บริหารได้ทำการวิเคราะห์และประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริหารควรเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกอีกครั้งหนึ่ง เพื่อพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียว ทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลเสียต่อเนื่องในภายหลังน้อยที่สุด และให้ผลประโยชน์มากที่สุด แต่บางครั้งผู้บริหารอาจตัดสินใจเลือกทางเลือกแบบประนีประนอม โดยพิจารณาองค์ประกอบที่ดีที่สุดของแต่ละทางเลือกนำมาผสมผสานกัน

ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรกำหนดโปรแกรมของการตัดสินใจ โดยระบุถึงตารางเวลาการดำเนินงาน งบประมาณ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ ควรมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจน และจัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะช่วยให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ผู้บริหารควรกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบาย ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system)ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การสร้างระบบการควบคุมและการประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยให้ผู้บริหารแก้ปัญหาหรือทำการตัดสินใจใหม่ได้โดยได้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุด(อ้างอิงจาก https://www.gotoknow.com)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Factors Influence consumer Buging Behavior)

1. ปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้ซื้อเองผู้ซื้อมีความแตกต่างในเรื่อง เพศ อายุ รายได้ สถานภาพของครอบครัว และอาชีพ โดยความแตกต่างในปัจจัย เหล่านี้ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันออกไป

2. ปัจจัยด้านจิตวิทยาความต้องการและแรงจูงใจ โดย A.H. Maslow ได้กล่าวไว้ใน Hierarchy of Needs อย่างน่าสนใจ ว่า ความต้องการของผู้ซื้อนั้นต้องการตอบสนองในเรื่องของด้านร่างกาย, ความปลอดภัย, ความต้องการให้สังคมยอมรับ, ต้องการมีฐานที่เด่น และต้องการประสบผลสำเร็จในชีวิต มีชื่อเสียง

3. การรับรู้ (Perception)การรับรู้มีผลกับการกระตุ้นการซื้อ และการบริการลูกค้าสัมพันธ์นั้น ควรทำความเข้าใจในลักษณะการรับรู้ของกลุ่มตลาดเป้าหมาย ต่าง ๆ เช่น กลุ่มของสินค้าสำหรับเด็ก, สำหรับกลุ่มคนที่อยู่ในวัยทำงาน และกลุ่มของผู้สูงอาย หลังจากนั้น องค์กรสามารถเลือกข้อมูล ข่าวสารที่เหมาะสมกลุ่มตลาดเป้าหมายจะรับรู้ได้ง่าย

4. ทัศนคติ (Attitude)ควรสร้างทัศนคติที่ดี กับภาพพจน์ขององค์กรพนักงานขายและสินค้าหรือบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าใด ๆ ที่ใหม่ออกสู่ตลาด จะประสบความสำเร็จได้นับจะ ต้องสร้างทัศนคติที่ดีให้กับผู้ซื้อ ให้เกิดการยอมรับในตลาดกลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องใน กระบวนการซื้อ (Participants in Buying Process) กลุ่มคนเหล่านี้มีบทบาท ในการตัดสินใจซื้อ โดยสามารถแยกกลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อออกเป็น 5 กลุ่ม

ผู้ริเริ่ม (Initiator) ส่วนมากแล้วจะเป็นผู้ใช้ (Users) เป็นผู้เสนอแนวความคิด ให้แนวทางหรืออธิบาย บอกเล่าให้ฟังเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการ

- ผู้มีอิทธิพล (Influencer) เป็นผู้ที่มีอำนาจในการชักจูงหรือชักชวนให้ผู้ซื้อโน้มเอียง ตามความต้องการได้ ในกระบวนการตัดสินใจ

- ผู้ตัดสินใจ (Peciders) คือผู้พิจารณาขั้นสุดท้ายว่าจะมีการซื้อสินค้าหรือไม่

- ผู้อนุมัติ (Approvers) คือบุคคลที่อนุมัติให้เกิดการซื้อขึ้น

- ผู้ซื้อ (Buyer) คือบุคคลที่ไปซื้อสินค้านั้น อาจเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจ

การเปลี่ยนแปลงลักษณะการซื้อของผู้บริโภค (Chang in Consumer Buying Habits) พฤติกรรมการซื้อในสังคมไทยมีลักษณะเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นชัดเจนมีดังนี้

- การเปลี่ยนแปลงปริมาณการซื้อ (Size and Quantity) เนื่องจากเป็นครอบครัวเดียวมากขึ้น ปริมาณการซื้อสินค้าต่าง ๆ มีขนาดลดลงในแต่ละครั้งที่ซื้อ โดยจะเป็นการซื้อปริมาณที่น้อยลง แต่เน้นคุณภาพมากขึ้น

- การเปลี่ยนแปลงทำเลซื้อ (Changing in Buying location) ทำเลที่ตั้งขององค์กรโดยเฉพาะร้านค้ามีความสำคัญมากขึ้นกับการซื้อสินค้าหรือบริการ

- ต้องการความสะดวกสบายในการซื้อมากขึ้น (Conveniences) สินค้าหรือบริการนั้นต้องการความสะดวกสบายในการซื้อ

- การซื้อสินค้าโดยการบริการตัวเองเพิ่มขึ้น (Selp-Services) ผู้ซื้อจะมีความสนใจมากขึ้นเพราะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคายุติธรรมมากขึ้น

- การใช้สินเชื่อ (Credit Required) ผู้ซื้อมีความสนใจมากขึ้นในการซื้อสินค้าและบริการโดยการผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ในกรณีนี้เกิดผลกระทบ กับผู้ประกอบการคือ เมื่อผู้ประกอบการสามารถขายสินค้าหรือบริการในลักษณะเงินเชื่อมากเท่าไร ขณะเดียวกัน ก็จำเป็นต้อง กันเงินสำหรับสำรองค่าใช้จ่ายในการติดตามเก็บหนี้และเผื่อหนี้สูญเพิ่มขึ้น

- ผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีความพิเศษเฉพาะตัวมาใช้งานเพื่อสนองความต้องการความพึงพอใจ ของลูกค้าในแต่ละฝ่าย เช่น บริการหรือสินค้าจะสามารถปรับ-เปลี่ยนคุณสมบัติหรือลักษณะการให้บริการของลูกค้าได้มากขึ้น เช่น การออกแบบของหมอนขึ้นอยู่กับ อายของผู้ใช้, ขนาดของศีรษะ และ ความชอบส่วนบุคคลที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละราย

(อ้างอิงจาก http://library.vu.ac.th)

4. แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ

จุดเริ่มต้นสำหรับการทำแผนธุรกิจนั้น ควรประกอบไปด้วยการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้โดยละเอียด ได้แก่

(1) สินค้าหรือบริการที่จะขาย

(2) กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง

(3) จุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการที่จะทำ

(4) นโยบายการตลาด

(5) วิธีการหรือกระบวนการในการผลิต

(6) ตัวเลขทางการเงิน เกี่ยวกับ รายได้ ค่าใช้จ่าย กำไร ขาดทุน จำนวนเงินที่จะลงทุน และกระแสเงินสด ที่คาดการณ์ไว้

แผนธุรกิจที่ดี เมื่ออ่านแล้วควรจะต้องสามารถตอบคำถามเหล่านี้ได้

1. การก่อตั้งธุรกิจเป็นรูปร่างชัดเจนขนาดไหน เสร็จสมบูรณ์แล้วหรือยัง

2. ธุรกิจนี้น่าลงทุนหรือไม่

3. ธุรกิจที่จะทำมีแนวโน้มหรือโอกาสที่จะประสบความสำเร็จตั้งแต่เมื่อแรกตั้งมากน้อย

4. ธุรกิจนี้มีความได้เปรียบหรือความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวมากน้อยเพียงใด

5. สินค้าที่จะผลิตที่มีประสิทธิภาพเพียงใด

6. สินค้าที่ผลิตสามารถวางตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด

7. วิธีการผลิตและการวางตลาดสินค้านั้น มีทางเลือกอื่น ๆ ที่ประหยัดได้มากกว่าหรือไม่

8. หน้าที่ต่าง ๆ เช่นการผลิต การจำหน่าย การจัดการทางการเงิน การจัดการคน มีการจัดการที่ดีเหมาะสมเพียงใด

9. จำนวนและคุณภาพของพนักงานที่ต้องการมีเพียงพอหรือไม่

ผู้ที่ริเริ่มจะก่อตั้งธุรกิจใหม่ จำเป็นต้องให้เวลากับการเขียนแผนธุรกิจ เพื่อให้ได้แผนที่ดีทั้งนี้เพราะแผนที่ดีเป็นตัวชี้ว่าผู้เขียนมีความสามารถ ไม่ใช่เพียงแค่ความคิดความฝันเท่านั้น แผนที่ดีจะทำให้ผู้ร่วมลงทุนหรือผู้ให้กู้แน่ใจว่า ผู้ประกอบการใหม่สามารถทำให้ความคิดและความฝันกลายเป็นความจริงได้หรือไม่แผนที่ดีชี้ให้เห็นว่าผู้เขียนเป็นมืออาชีพ ความสมบูรณ์ครบถ้วนของแผนจะเป็นตัวสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ประกอบการมีความสามารถและความใส่ใจเพียงใด เพราะถ้าแผนขอกู้ยังไม่มีคุณภาพ ย่อมคาดหวังไม่ได้กับคุณภาพการประกอบการในอนาคตแผนที่ดีชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีการเตรียมตัวอย่างดี แผนจะบอกถึงระดับความเตรียมพร้อมในธุรกิจที่จะลงทุน ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความรู้เท่าทันในธุรกิจนั้น ๆ ขนาดไหน ยิ่งถ้ามีระดับการเตรียมพร้อมและทางหนีทีไล่มากเท่าไร ยิ่งทำให้ผู้ร่วมลงทุนหรือผู้ให้กู้รู้สึกเสี่ยงน้อยลงเท่านั้นแผนที่ดีเผยให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีวิสัยทัศน์ คือเป็นผู้เล็งการณ์ไกล และมีวิธีจะจัดการกับสิ่งท้าทายในอนาคต แผนธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรก ซึ่งแผนดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานในอนาคตของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในองค์กร รวมทั้งเป็นประโยชน์แก่สถาบันการเงินและนักลงทุนภายนอกที่จะเป็นแหล่งเงินทุนให้แก่กิจการในอนาคตได้ โดยปกติแผนธุรกิจจะบอกให้เราทราบว่าปัจจุบันเราเดินอยู่ ตรงไหน อนาคตจะไปอยู่ที่ใด ด้วยวิธีการอย่างไร

องค์ประกอบสำคัญในแผนธุรกิจนั้นที่จริงแล้วมิได้มีการกำหนดไว้ตายตัว แต่อย่างไรก็ตามองค์ประกอบหลักที่นักลงทุนมักพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการที่จะทราบเกี่ยวกับสิ่งเหล่านั้น คือ

องค์ประกอบที่ 1 บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

บทสรุปสำหรับผู้บริหารนั้นเป็นส่วนที่สรุปใจความสำคัญๆ ของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาวไม่เกิน 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญเพราะเป็นส่วนแรกที่ผู้ร่วมลงทุนจะอ่าน และจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่าจะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อไปหรือไม่ ดังนั้น บทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญคือ

1) ชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ

2) ต้องชี้ให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่ว่านั้นให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไรบ้าง

บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนพึงระลึกไว้เสมอว่าคุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม จึงควรให้เวลากับการเขียนแผนส่วนนี้อย่างพิถีพิถัน

ส่วนเนื้อหาในส่วนนี้ควรประกอบไปด้วยสิ่งต่อไปนี้

1) อธิบายว่าจะทำธุรกิจอะไรและแนวคิดของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไร

2) แสดงถึงโอกาสและกลยุทธ์ในการทำธุรกิจนั้น ว่าทำไมธุรกิจนี้น่าสนใจที่จะทำ

3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคาดคะเนลูกค้าเป้าหมาย

4) ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ

5) ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไร

6) ทีมผู้บริหาร บอกถึงความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์

7) ข้อเสนอผลตอบแทน

องค์ประกอบที่ 2 ประวัติย่อของกิจการ

องค์ประกอบส่วนนี้เป็นการให้ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งทั้งในด้านรูปแบบการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้าและบริการ ที่ต้องการนำเสนอให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้ยังควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 การวิเคราะห์สถานการณ์

ขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนธุรกิจคือ การพยายามทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของปัจจัยสำคัญๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การแข่งขัน ความน่าสนใจโดยรวมของอุตสาหกรรม ตลอดจนความสามารถในการทำกำไร และความพร้อมในด้านต่าง ๆ ของกิจการ ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์จึงเป็นงานอันดับแรกที่สำคัญที่ผู้ทำธุรกิจควรกระทำ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานของกิจการส่วนใหญ่แล้วเครื่องมือสำคัญที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์นี้คือ SWOT Analysis ได้แก่ การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน เพื่อมองหาจุดแข็ง

(Strength) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของกิจการ และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก เพื่อมองหาโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของกิจการผลลัพธ์ของการวิเคราะห์สถานการณ์คือบทวิเคราะห์ความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ของกิจการต่อไป

องค์ประกอบที่ 4 วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ นั้นคือ ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องได้รับในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการและเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนกหรือลักษณะงาน เช่น เป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางการเงิน เป้าหมายทางการผลิต เป็นต้น นอกจากนี้เป้าหมายทางธุรกิจอาจแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ตามระยะเวลาอีกด้วยทั้งนี้การกำหนดเป้าหมายไม่ได้หมายถึงการมุ่งหวังเพียงผลกำไร หรือผลลัพธ์ในระยะสั้นมากจนเกินไป โดยเฉพาะหากผลในระยะสั้นนั้นอาจจะก่อให้เกิดผลเสียได้ในระยะปานกลางและระยะยาวดังนั้นจะพบว่าลักษณะของเป้าหมายทางธุรกิจที่ดีมี 3 ประการคือ

1. มีความเป็นไปได้
2. สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม
3. เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

องค์ประกอบที่ 5 แผนนำ คือ แผนการตลาด

แผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาดตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในองค์ประกอบที่ 3 มาพิจารณาร่วมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทาธุรกิจที่กำหนดไว้ในองค์ประกอบที่ 4โดยทั่วไปเนื้อหาของแผนการตลาดต้องตอบคำถามหลักๆ ให้กับผู้ทำธุรกิจดังต่อไปนี้

- เป้าหมายทางการตลาดที่ต้องทำให้ได้ในระยะเวลาของแผนคือเรื่องอะไรบ้าง
- ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง
- จะนำเสนอสินค้าหรือบริการอะไรให้กับกลุ่มเป้าหมาย ในราคาเท่าไร และด้วยวิธีการใด
- จะสร้างและรักษาความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้ด้วยวิธีการใดบ้าง
- ถ้าสถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้จะปรับตัวหรือแก้ไขอย่างไร

โดยสรุปแล้วส่วนประกอบที่สำคัญของแผนการตลาดจะประกอบด้วยเนื้อหา หลักๆ 4 ส่วน คือ

1. เป้าหมายทางการตลาด

2. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

3. กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดประกอบด้วย กลยุทธ์การตลาดเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันกลยุทธ์เพื่อการเติบโตทางการตลาดและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

4. การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด

องค์ประกอบที่ 6 แผนเชื่อม คือ แผนการผลิต

แผนการผลิตและการปฏิบัติที่ดีจะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตให้เป็นผลผลิตซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์อย่างเป็นระบบได้ ตั้งแต่ขั้นตอนการนำเข้าวัตถุดิบ (input) กระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบ (process) จนถึง การนำออกผลผลิต (output) และข้อมูลย้อนกลับ (feedback) โดยวัตถุดิบและทรัพยากรนั้นในที่นี้หมายความถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ ชั่วโมงแรงงานที่ทำการผลิตหรือค่าใช้จ่ายรวมของทรัพยากรทุกอย่างที่ใช้ สำหรับกระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบ ก็คือกระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรการผลิตให้เป็นผลผลิต และผลผลิตในที่นี้คือจำนวนหรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้นั่นเองซึ่งในการวางแผนการผลิตและปฏิบัตินั้นผู้ทำธุรกิจต้องพิจารณาตัดสินใจในประเด็นสำคัญ ๆต่าง ๆ ดังต่อไปนี้โดยพยายามแสดงออกมาให้ได้รายละเอียดชัดเจนมากที่สุด ได้แก่

1. คุณภาพ

2. การออกแบบสินค้าและบริการ

3. การออกแบบกระบวนการผลิตและปฏิบัติการ

4. การตัดสินใจในเรื่องกำลังการผลิต

5. การเลือกสถานที่ตั้ง

6. การออกแบบผังของสถานประกอบการ

7. การออกแบบระบบงานและการวางแผนกำลังคน

8. ระบบสินค้าคงคลัง

องค์ประกอบที่ 7 แผนสนับสนุน คือ แผนการจัดการและแผนคน

ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุโครงสร้างขององค์การให้ชัดเจน โดยแสดงแผนผังโครงสร้างขององค์การว่าประกอบด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความรับผิดชอบอะไรบ้าง รวมถึงตำแหน่งบริหารหลักๆ ขององค์การ โครงสร้างของคณะกรรมการและการถือหุ้น การเขียนในส่วนนี้ควรจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเป็นทีมงานที่ดีในการบริหาร

มีความสมดุลในด้านความรู้ ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิคและการบริหาร มีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่ทำ ซึ่งแผนส่วนนี้ควรประกอบไปด้วยรายละเอียดคือ

1. โครงสร้างองค์การ
2. ตำแหน่งบริหารหลักๆ ระบุบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่ง
3. ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้บริหาร
4. ผู้ร่วมลงทุน

องค์ประกอบที่ 8 แผนควบคุม คือ แผนการเงิน

ในการจัดทำแผนธุรกิจนั้น เจ้าของกิจการต้องทราบให้ได้ว่าแผนที่จัดทำขึ้น จะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าใดจะหามาได้จากแหล่งใดบ้างจากแหล่งเงินทุนภายในหรือภายนอก (Financing Activities) จากนั้นก็จะเป็นเรื่องของการตัดสินใจนำเงินไปลงทุน (Investing Activities) ซึ่งแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อไปก็คือกิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งประกอบไปด้วยการผลิต การซื้อ การขาย และการจ่ายค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งนักบัญชีจะเป็นผู้นำเสนอผลของกิจกรรมทั้งสาม และสรุปออกมาเป็นงบการเงิน (Financial Statements) ซึ่งเป็นรายงานขั้นสุดท้ายที่จะแสดงให้เห็นถึงข้อมูลทางการเงินของธุรกิจ หรืออาจจะเป็นงบการเงินที่ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่าในรอบระยะเวลาที่ผ่านมานั้น ธุรกิจมีฐานะการเงินอย่างไร กำไรหรือขาดทุน มีการเปลี่ยนแปลงในเงินสดอย่างไรบ้าง เพิ่มขึ้นหรือลดลง และสาเหตุเกิดจากอะไรงบการเงินจะต้องประกอบไปด้วย งบดุล งบกำไรขาดทุน งบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของเจ้าของ งบกระแสเงินสด และ นโยบายบัญชี ซึ่งโดยทั่วไปแล้วกิจการควรเปิดเผยรายการบัญชีในเรื่องต่อไปนี้ไว้ในงบการเงิน ได้แก่ วิธีการรับรู้รายได้ การตีราคาสินค้าคงเหลือ การตีราคาเงินทุน ค่าเผื่อหนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญ วิธีการคิดค่าเสื่อมราคาและการตัดบัญชีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน การแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ และการจัดทำงบการเงินรวม

องค์ประกอบที่ 9 แผนการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงานก็คือการจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน โดยในทางปฏิบัติผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการงบประมาณและระยะเวลาดำเนินการโดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือน หรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

องค์ประกอบที่ 10 แผนฉุกเฉิน

เป็นองค์ประกอบสุดท้ายที่ต้องมีการคิดและเขียนไว้ล่วงหน้า เพื่อเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานในกรณีที่สถานการณ์ หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนที่ได้กำหนดไว้ (อ้างอิงจาก http://www.thaifranchisecenter.com)

5. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler)กล่าวว่า ที่ใดก็ตาม ทั้งที่เป็นสถานที่หรือไม่มีสถานที่ ที่มีอุปสงค์และอุปทาน ในสินค้า หรือบริการมาพบกัน จนทำให้เกิดราคาที่มาจากกลไกตลาด โดยเศรษฐกิจในระบบตลาดนี้ยอมรับการเปลี่ยนแปลงของราคา เช่น การที่ราคาลดลงโดยอัตโนมัติเมื่อมีการเสนอขายสินค่าเป็นต้น ทางด้านทฤษฎีนั้น เห็นว่า เศรษฐกิจในระบบตลาดที่แท้จริงนั้นจำเป็นต้องประกอบไปด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ดังนี้คือ ผู้ผลิตสินค่าที่มีขนาดเล็ก ผู้บริโภคจำนวนมาก รวมถึง มาตรการในการกีดกันการเข้าตลาดที่น้อย เงื่อนไขเหล่านี้ถ้ามีครบทั้งหมดจะถือว่าเป็นตลาดที่สมบูรณ์ซึ่งพบได้มากในโลกปัจจุบันคำว่า “ตลาด (Market)” มีความหมายครอบคลุมถึงลูกค้าหลายกลุ่ม รวมทั้งตลาดที่มีตัวตนโดยลักษณะทางกายภาพ และตลาดที่ไม่มีตัวตนในกายภาพ (ตลาด Digital) ตลอดจนตลาดขนาดใหญ่ที่มีหลายๆตลาดย่อยซึ่งมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์อยู่ในธุรกิจนั้นขอบเขตของการตลาด (The Scope of Marketing) การตลาดเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ การส่งเสริม และการส่งมอบสินค้า หรือบริการให้กับผู้บริโภคและองค์กรการธุรกิจต่าง ๆ นักการตลาดมีหน้าที่ความต้องการ ซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัทการส่งมอบสินค้า หรือบริการให้กับผู้บริโภคและองค์กรการธุรกิจต่าง ๆ นักการตลาดมีหน้าที่กระตุ้นความต้องการ ซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัท

เสรี วงษ์มณฑากล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจูงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

อดุลย์ จาตุรงคกุล กล่าวในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P’s) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Products) ที่ต้องมีคุณภาพและรูปแบบดีไซน์ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือสินค้าหรือบริการที่บุคคลและองค์กรซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าอื่น ๆ หรือในแนวทางการประกอบธุรกิจ หรือหมายถึงสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิต การให้บริการ หรือดำเนินงานของกิจการหรือ แม้ผลิตภัณฑ์จะเป็นองประกอบตัวเดียวในส่วนประสมของการตลาดก็ตาม แต่เป็นตัวสำคัญที่มีรายละเอียดที่จะต้องพิจารณาอีกมากมาย ดังนี้ เช่นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Produce Variety) ชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ (Brand Name) คุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ (Quality) การรับระกันผลิตภัณฑ์ (Warranties) และการรับคืนผลิตภัณฑ์ (Returns)

ราคา (Price) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้ซื้อทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ หรือนโยบายการตั้งราคา (Pricing Policies) หรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน การกำหนดรามีความสำคัญต่อกิจการมาก กิจการไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การพิจารณาราคาจะต้องกำหนดต้นทุนการผลิต สภาพการแข่งขัน กำไรที่คาดหมาย ราคาของคู่แข่งขัน ดังนั้นกิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำกำหนดราคาสินค้าและบริการ ประเด็นสำคัญจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคาได้แก่ ราคาสินค้าที่ระบุในรายการหรือราคาที่ระบุ (List Price) ราคาที่ให้ส่วนลด (Discounts) ราคาที่มีส่วนยอมให้ (Allowances) ราคาที่มีช่วงระยะเวลาที่การชำระเงิน (Payment Period) และราคาเงื่อนไขให้สินเชื่อ (Credit Terms)

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ก็เน้นช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึง สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกส่วนได้เป็นอย่างดีหรือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือลูกค้า ซึ่งอาจผ่านคนกลางหรือไม่ผ่านก็ได้ ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) หรือลูกค้าทางอุตสาหกรรม (Industrial Consumer) และคนกลาง (Middleman) โลจิสติกส์ทางการตลาด เป็นการวางแผนการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยงจุดที่ต้องการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งผลกำไร หรือกลยุทธ์ทางการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์ แน่นอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อก็จะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่นำเสนอก็อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ หรือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการนำพาสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม มีความ สำคัญต่อกำไรของหน่วยธุรกิจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อการกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องอื่น ๆเช่น การตั้งราคา การโฆษณา เกรดสินค้า เป็นต้น โดยการเลือกช่องทางการตลาดมักมีผลผูกพันในระยะยาว เช่น การ

เลือกแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายเปลี่ยนตัวแทนจำหน่ายจริง ก็หมายความว่าการบริหารจัดการในส่วนอื่น ๆ เช่น การผลิต การบรรจุหีบห่อ พนักงานขาย นโยบายการจัดส่งสินค้า) หรือ การกระจายสินค้าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้า จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมการขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้า ภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เน้นทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายและการตลาดโดยตรง ซึ่งสามารถเรียกว่า 4P ซึ่งนำไปสู่การได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของกิจการนั่นเอง ระดับที่สองคือการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านของการสร้างประสบการณ์ที่ดีน่าประทับใจให้กับลูกค้าซึ่งรู้จักกันในชื่อว่าการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) ซึ่งหากสามารถสร้างประสบการณ์ในการใช้สินค้า หรือบริการที่ดีต่อลูกค้าเป้าหมายแล้ว ก็จะนำไปสู่การสร้างความผูกพันทางด้านอารมณ์ที่แนบแน่น (Emotional Attachment) ต่อผู้บริโภคแบบสนิทแนบแน่นโดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดระดับที่สองนี้ คือกิจการจะสามารถ

มีส่วนแบ่งการตลาดในจิตใจของลูกค้าสูงขึ้น (Share of Heart) เมื่อเทียบกับคู่แข่งขัน (ณัฐ อิรินพไพบูลย์) หรือ เป็นกิจกรรมติต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการให้คามรู้ ชักจูง หรือเป็นการเตือน ความจำเป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินคาหรือบริการ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย หรือ เป็นการตลาดทางตรงการให้ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญที่นำมาใช้ในการสร้างการรับรู้ การกระตุ้นชื่อเสียงของบริษัทการแยกแยะข้อมูลข่าวสาร ของผลิตภัณฑ์หรือการนำทางให้กับพนักงานขายหรือเป็นกลยุทธ์การสื่อสารภายใต้เป้าหมายได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ และบริการที่ต้องการจะจำหน่าย ณ สถานที่ใดระดับใด การส่งเสริมการตลาดเป็นตัวแปรที่หนึ่งของส่วนประสมการตลาดโดยทำหน้าที่ชี้ชวน ให้ลูกค้าเป้าหมายสนใจและซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

พัชชาภรณ์ พิลึกรัมย์ (2560) สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ภาควิชาวิทยาศาสตร์พื้นฐานคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์เรื่อง ระบบซื้อขายตุ๊กตาถักไหมพรมเซอร์วิส การพัฒนาระบบร้านขายตุ๊กตาถักไหมพรมในครั้งนี้เป็นเป็นการเขียนโปรแกรมภาษา JavaScript ภาษา PHPและภาษา HTML ร่วมกับการรวบรวมข้อมูลสินค้าร้านขายตุ๊กตาถักไหมพรมมาใช้ในการพัฒนาระบบร้านขายตุ๊กตาถักไหมพรมเซอร์วิส ซึ่งการพัฒนาระบบในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาระบบ เพื่อให้ได้ระบบร้านขายตุ๊กตาถักไหมพรม ที่เป็นระบบที่รวบรวมข้อมูลสินค้าร้านขายตุ๊กตาถักไหมพรม ให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้การพัฒนา

โปรแกรมระบบร้านขายตุ๊กตาถักไหมพรม ในครั้งนี้สำเร็จผลด้วยดีผลจากการศึกษาและพัฒนา พบว่า 1) ผู้พัฒนาสามารถพัฒนาระบบออกมาได้ตามที่คาดหวังไว้สามารถนำระบบใช้ได้จริง 2) ได้ระบบร้านขายตุ๊กตาถักไหมพรม ที่เป็นระบบที่รวบรวมข้อมูลสินค้าร้านขายตุ๊กตาถักไหมพรม ให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าจากร้านขายตุ๊กตาถักไหมพรม ผ่านระบบได้ทั้งนี้ระบบร้านขายตุ๊กตาถักไหมพรม และสั่งซื้อสินค้าได้โดยที่ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางมาสั่งซื้อ

ชานนท์ บุนนท์ (2561) คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานเรื่อง การวิจัยและพัฒนาเครื่องเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่การศึกษานี้ใช้ข้อมูลพื้นฐานจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมาและสุรินทร์เป็นข้อมูลสำหรับศึกษา คณะผู้วิจัยได้หาแนวทางการแก้ไขปัญหาโดยนำความรู้ที่ได้ศึกษามาประยุกต์ใช้เพื่อการวิจัยและพัฒนาเครื่องเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่ 5.1.1 สามารถสร้างเครื่องเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่ ที่สามารถปรับระยะการค้นหมี่เส้นไหมได้ 102, 105 และ 109 เซนติเมตร ที่มีความแข็งแรงเหมาะสมกับการใช้งาน และสามารถค้นหมี่เส้นไหมให้ได้ความยาวพอดีกับขนาดฟืมทอผ้า เมื่อนำเส้นไหมที่มัดหมี่เสร็จแล้วไปทอผ้าทำให้ไม่ต้องพับเก็บหรือตัดเส้นไหมที่เป็นส่วนเกินทิ้ง 5.1.2 สามารถสร้างเครื่องเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่ ที่สามารถปรับความยาวการค้นหมี่เส้นไหมได้ 65, 73 และ 119 ลำ ทำให้ได้เส้นไหมมัดหมี่ที่เมื่อนำไปทอผ้าแล้วจะได้ผ้าไหมผืนที่ใหญ่ขึ้นได้ลายที่สวยงามและซับซ้อนมากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งแตกต่างจากเครื่องเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่แบบเดิมที่สามารถปรับความยาวการค้นหมี่เส้นไหมสูงสุดได้เพียง 65 ลำเท่านั้น 5.1.3 เครื่องเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่ ที่ใช้เวลาการค้นหมี่เส้นไหม โดยเฉลี่ยความยาวทั้ง 3 ลำ ลดลงร้อยละ 18.39 เมื่อเปรียบเทียบกับเวลาในกระบวนการค้นหมี่เส้นไหมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่จังหวัดนครราชสีมาและสุรินทร์ 5.1.4 ระยะห่างที่เหมาะสมของร่องเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่เท่ากับ 1 เซนติเมตร เนื่องจากไม่ทำให้เส้นไหมพันกัน และความเร็วรอบการเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่ที่ทำให้ได้เวลาการเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่ ที่น้อยที่สุด ที่ระยะห่าง 1 เซนติเมตร คือ ความเร็วรอบการค้นหมี่65 รอบต่อนาทีทำให้ได้เวลาการค้นหมี่ที่น้อยที่สุด เท่ากับ 122.20 วินาท

จินตนา อินภักดี (2560) ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่การวิจัยเรื่อง การศึกษาลวดลายจกไทยเพื่อประยุกต์ใช้ในการถักนิตติ้งเป็นการวิจัยและพัฒนา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1) ศึกษาลวดลายและเอกลักษณ์ของลายไทย

2) ออกแบบลวดลายผ้าถักนิตติ้งที่ประยุกต์มาจากลวดลายไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3) ทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ผ้าถักนิตติ้งที่ได้พัฒนาขึ้น โดยศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ 1) กลุ่มชาวบ้านไร่ หมู่ที่ 10 ตำบลท่าผา อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เฉพาะผู้ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายผ้าจกแม่แจ่ม จำนวน 10 คน 2) กลุ่มตัวแทนชาวบ้านชุมชนบ้านไร่เพื่อคัดเลือกลวดลายผ้าจกที่นำมาประยุกต์ใช้ในการถักนิตติ้ง จำนวน 5 คน 3) ผู้เชี่ยวชาญในการประเมินลวดลายการถักนิตติ้งและคู่มือการถักนิตติ้ง จำนวน 3 คน 4) กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการทดลองถักนิตติ้งจากคู่มือการถักนิตติ้ง จำนวน 12 คน 5) กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ด้วยการสอบถามความพึงพอใจ จำนวน 100 คน เครื่องมือในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง แบบประเมินลวดลายการถักนิตติ้ง คู่มือการถักนิตติ้ง แบบประเมินคู่มือการถักนิตติ้งและแบบสอบถามความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า เฉพาะส่วนของลายไทยมาทำการออกแบบเพื่อประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอถักนิตติ้ง โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการออกแบบ และทำลวดลายไทยบนผ้าถักนิตติ้งด้วยเทคนิคการปักลงบนผ้าตามผังลายที่ได้ออกแบบไว้ เมื่อนำผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอถักนิตติ้งให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ประเมินลวดลายการถักนิตติ้งพบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวม 4.17 และการประเมินคู่มือการถักนิตติ้งมีคะแนนเฉลี่ยโดยรวม 4.19 ซึ่งอยู่ในระดับมากเมื่อนำคู่มือไปทดลองใช้กับนักเรียนโรงเรียนสันกำแพง ผลการประเมิน มีค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวม 4.53 อยู่ในระดับมากที่สุดสำหรับการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ด้วยการสอบถามความพึงพอใจ พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์โดยรวมที่ 4.42

บทที่ 3 วิธีการ
ดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่1ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิดรูปแบบวัตกรรม
2. ประชุมวางแผนงานวางรูปแบบงานและจัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์
5. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
6. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์

ขั้นที่2ขั้นดำเนินการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
3. เลือกไหมพรมต้องคำนึงถึงน้ำหนักรูปแบบเส้นใย
4. เลือกเข็มที่ดีสำหรับไหมที่มีน้ำหนักประมาณนี้
5. เริ่มขึ้นงานด้วยการถักโซ่
6. ถักไหมพรมเป็นโซ่ถักไหมพรมมัดปลายไหมเก็บขอบหรือกระทั่งเปลี่ยนทิศทาง
7. ถักโซ่สามห่วงมี่จะเป็นการถักลายตามดอกไม้
8. ถักลายตัว F ในห่วงจะกลายเป็นลายถัดไป
9. ถักลายเลื่อนห่วงในโซ่แรกจากทั้งหมดสามห่วงเท่านั้นก็ทำส่วนแรกสำเร็จ
10. มัดปลายไหมพรมโดยถักปลายติดกับด้านหลังของไหมพรมและเล็มปลายออก

ขั้นที่3ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินการ	ปี2562							ปี2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1.เตรียมคิดรูปแบบนวัตกรรม	↔								
2.ประชุมวางแผนงานวางรูปแบบงานและจัดสรรงบประมาณ	↔								
3.ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	↔								
4.จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์		↔	↔						
5.จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์				↔	↔				
6.ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้						↔			
7.สรุปผลการปฏิบัติงาน								↔	
8.ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									↔

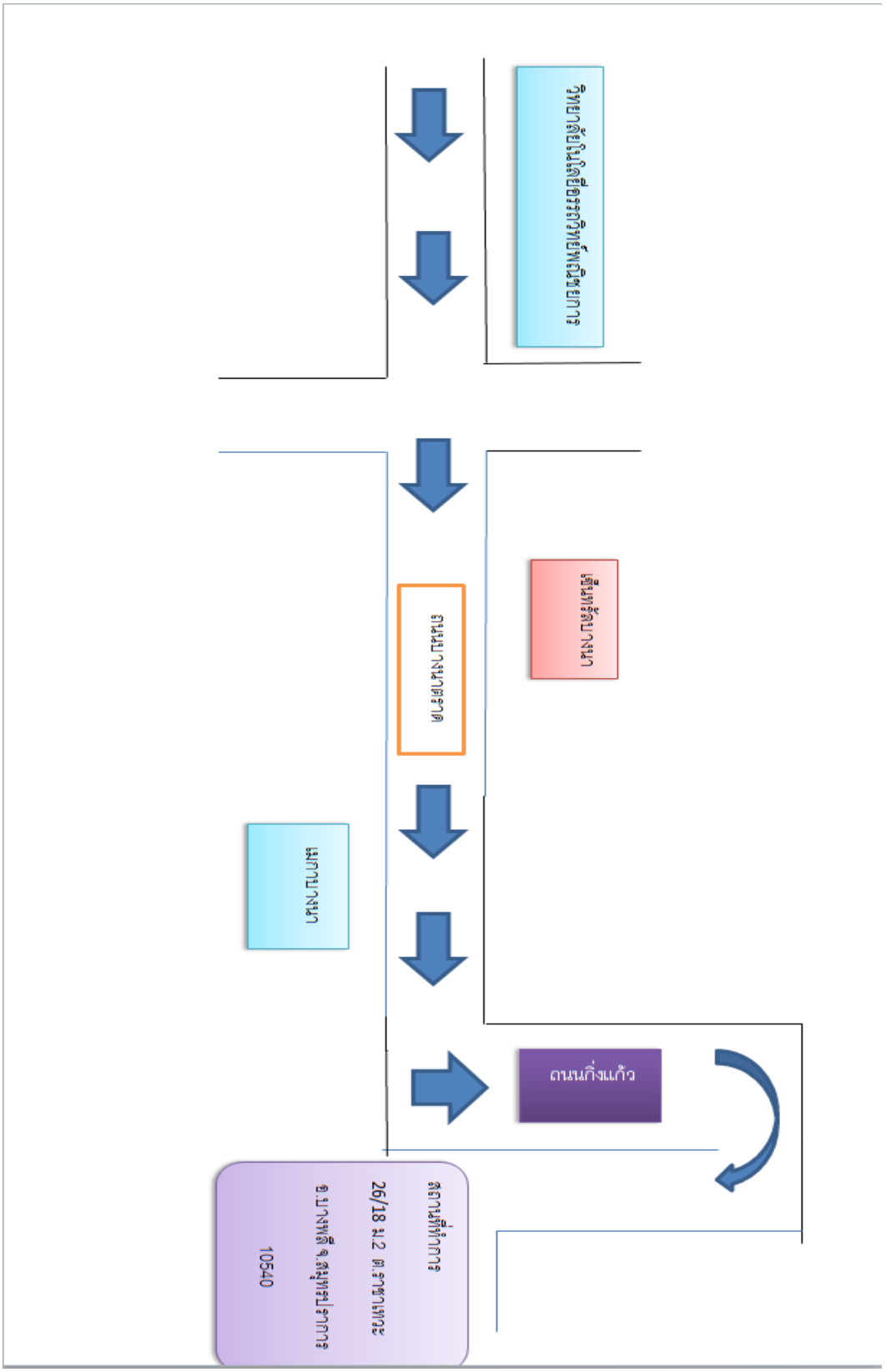
วันเวลาสถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่มิถุนายน2562ถึงกุมภาพันธ์2563

สถานที่ 26/18ม.2ต.ราชาเทวะ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ10540

สถานที่ดำเนิน

โครงการ



งบประมาณและวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุนเป็นเงิน 1,000 บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์

ไหมพรหม	240	บาท
เข็มสำหรับถักไหมพรหม	60	บาท
เข็มเย็บผ้า	10บาท	
ด้ายเย็บผ้า	10	บาท
กรรไกร	20	บาท

ค่าใช่จ่ายเบ็ดเตล็ด

ค่าเดินทาง	160	บาท
ของแถม	100	บาท
ค่าไวนิล + ขาตั้ง	400	บาท
รวม 1,000	บาท	

การจัดทำแผนธุรกิจ

1.วางแผนขั้นตอนการทำงาน

2. จัดซื้ออุปกรณ์

3.ปฏิบัติงานตามที่วางไว้

4.ตรวจสอบความเรียบร้อยของหมอนไหมพรหม

5.สรุปการดำเนินการ

ความเป็นมาของธุรกิจ

สมาชิกในกลุ่มได้รวบรวมความคิดเห็นเพื่อคิดค้นสิ่งใหม่จากหมอนที่ไม่มีความสวยงามมากนักนำมาเป็นสิ่งประดิษฐ์เพิ่มเติมที่มีความแปลกใหม่และสามารถใช้งานได้ สมาชิกได้เล็งเห็นว่าสิ่งที่จะประดิษฐ์ขึ้นนั้นนอกจากจะเพิ่มมูลค่าให้สินค้าได้สวยงามแล้วยังสามารถนำไปประดับตกแต่งได้เล็งเห็นว่าสิ่งที่ประดิษฐ์ขึ้นนั้นนอกจากจะเพิ่มมูลค่าให้สินค้าได้แล้วยังสามารถนำไปตกแต่งบ้าน ห้องนอน ห้องนั่งเล่น นิทรรศการ และตกแต่งในที่ต่างๆ ได้ สิ่งประดิษฐ์ของผู้จัดทำโครงการนั้นเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของคนที่จะต้องการสร้างรายได้เสริมและสนใจในศิลปะการถักร้อยไหมพรหมทางกลุ่มผู้จัดทำโครงการจึงประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์นี้ขึ้นมา

ผลิตภัณฑ์“หมอนอิงถักไหมพรหม”

รูปร่างลักษณะ

เป็นการนำหมอนอิงที่ไม่สวยงามนักแต่ยังสามารถให้ได้มาประดิษฐ์เพิ่มเติม โดยการใช้ไหมพรหมถักเพิ่มลวดลายเพื่อตกแต่งให้หมอนมีลักษณะที่สวยงามขึ้นมา

ประโยชน์

1.ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

2.ประดับตกแต่งบ้านให้สวยงาม

3.นามาใช้ประโยชน์ได้ในชีวิตประจำวัน

4.สามารถนามาสร้างรายได้ให้กับตัวเองได

แผนการตลาด

1.กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์(Product)

กลุ่มสมาชิกโครงการสิ่งประดิษฐ์จากหมอนอิงไหมพรหมมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้มีความสวยงามและสามารถนำไปตกแต่งห้องและตกแต่งสถานที่อื่น ๆ ได้

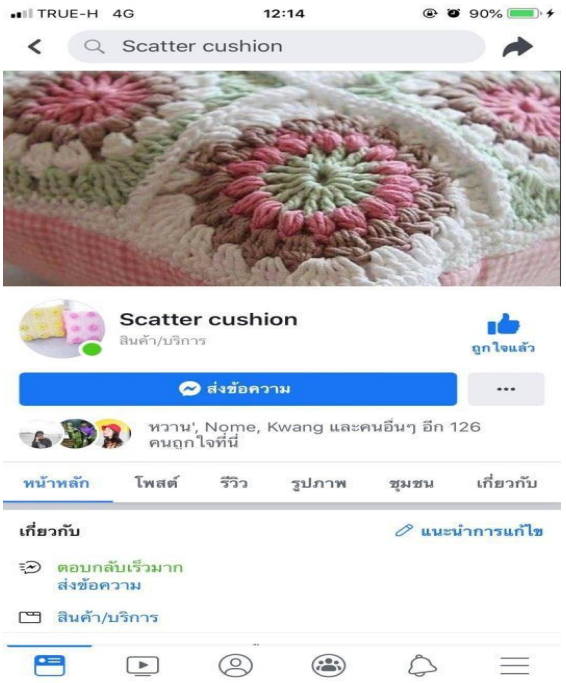
2.กลยุทธ์ราคา(Price)

วิเคราะห์ต้นทุนในการผลิตของโครงการให้มีการควบคุมค่าใช้จ่ายโดยตั้งในราคา500 บาท

และวิเคราะห์คู่แข่งที่มีสินค้าคุณภาพเท่าเทียมกันมีราคาที่ใกล้เคียงกัน

3.กลยุทธ์การจำหน่าย(Place)

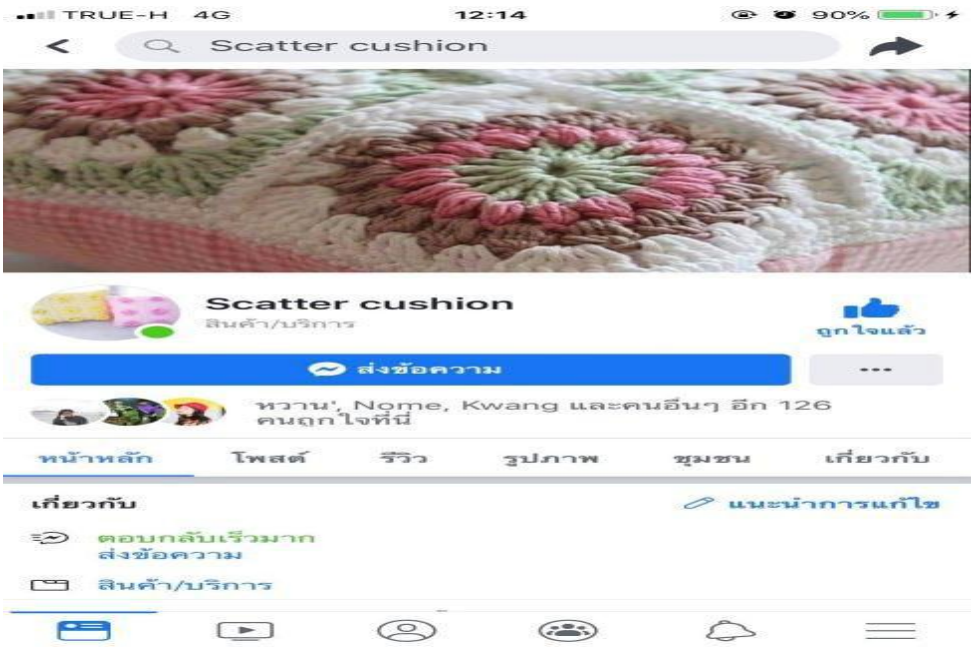
ลูกค้าสามรถหาซื้อได้ที่ช่องทางออนไลน์ทาง Facepage : Scatter cushion



4.กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด(Promotion)

\

4.1สื่อโฆษณาสำหรับPromotepageFacebook



4.2สื่อออนไลน์PageAntquelamps

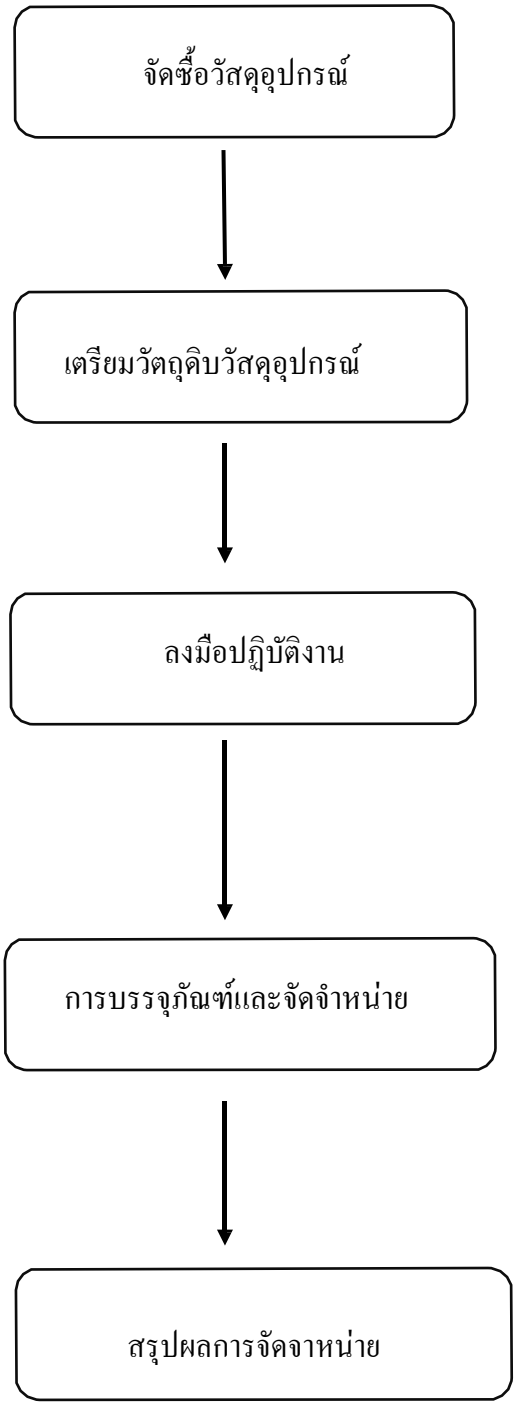
4.3การส่งเสริมการขาย

-การรับประกันสินค้าหากชำรุด

-แก้ไขสินค้าแล้วจัดส่งให้ฟรี

แผนการผลิต

ขั้นตอนการผลิต



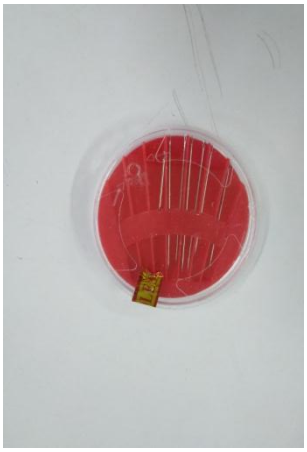
ขั้นตอนการสิ่งประดิษฐ์

1.ขั้นเตรียมอุปกรณ์

ด้ายเย็บผ้า

เข็มถักไหมพรหม

กรรไกร



เข็มเย็บผ้า

ไหมพรหม

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1.การถักโซ่

2.สร้างห่วง

3.การถักลายตัว F

4.ถักเลื่อนห่วงในโซ่ห่วง

ถักวนตามรอบแล้วจะได้ดังรูป

5.ตรวจสอบความเรียบร้อย

นำหมอนมาใส่แล้วเช็คปลายของได้เก็บรายละเอียดต่างๆ

แผนการเงิน

งบประมาณ1,000บาทโดยเก็บสมาชิกในกลุ่มคนละ333บาท

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

รายการ	**ผลกระทบที่เกิดขึ้น**	**แนวทางการแก้ไข**
1.มีคู่แข่งขันทางตรงมากพอ	ขายสินค้าได้จานวนน้อยไม่ตรงตามผลที่คาดหวัง	จัดการส่งเสริมขายอย่างต่อเนื่องเช่นการจัดส่งฟรีการรับประกันสินค้า
2.วัตถุดิบอาจไม่เพียงพอ	ทาให้เกิดงานล่าช้า	จัดเตรียมวัตถุดิบสารอง
3.สิ่งประดิษฐ์เกิดความเสียหาย	ทำให้ดำเนินงานล่าช้า	ควรมีความรอบคอบในการปฏิบัติงานมากกว่านี้
4.มีคู่แข่งขันสิ่งประดิษฐ์เข้าประกวดจำนวนมาก	มีสิ่งประดิษฐ์ส่งเข้าประกวดจานวนมากเป็นอุปสรรคต่อการแข่งขัน	ศึกษาจุดอ่อนของคู่แข่งขันและจุดอ่อนของตนเองแล้วนามาแก้ไขปรับปรุง

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

การดำเนินโครงการ มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ระหว่างเรียนจากยอดขายในการดำเนินโครงการ และเพื่อให้ได้รับประสบการณ์จริงในการดำเนินงาน

รายงานผลปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวพรพิมล มีนิล		
24-28 มิ.ย.63	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	**หมายเหตุ**
1-12 ก.ค.62	กำหนดส่งเนื้อหาบทที่ 1 (บทนำ)	
15-31 ก.ค.62	กำหนดส่งเนื้อหาบทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
1-16 ส.ค.62	กำหนดส่งเนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเดินโครงการ)	
2-6 ก.ย.62	ส่ง Powerpoint(โครงการ+แผนธุรกิจ)	
21 ก.ย.62	นำเสนอโครงการPresent ครั้งที่ 1	
1-31 ต.ค.62	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง	
1-8 พ.ย.62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา นำเสนองาน โครงการ	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 แผนการตลาด แผนการผลิต การออกร้าน	
16-20 ธ.ค.62	กำหนดรูปส่งเนื้อหา บทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล+ บัญชี+ผลการดำเนินงาน)	
20-24 ม.ค.63	กำหนดส่ง บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินโครงการ)	
27-31 ม.ค.63	กำหนดส่งบรรณานุกรม	
3-7 ก.พ.63	กำหนดส่ง ภาคผนวก	
10-14 ก.พ.63	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	
17-21 ก.พ.63	กำหนดส่ง ตรวจรูปเล่มโครงการ	
24-28 ก.พ.63	ส่งรูปเล่ม เงินค่ารูปเล่ม แผ่นซีดี 1 แผ่น	
24-28 มิ.ย.63	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	

นางสาวนันธภรณ์ปู่ครัง		
วัน/เดือน/ปี	**การปฏิบัติงาน**	**หมายเหตุ**
24-28 มิ.ย.63	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
1-12 ก.ค.62	กำหนดส่งเนื้อหาบทที่ 1 (บทนำ)	
15-31 ก.ค.62	กำหนดส่งเนื้อหาบทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
1-16 ส.ค.62	กำหนดส่งเนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	
2-6 ก.ย.62	ส่ง Powerpoint(โครงการ+แผนธุรกิจ)	
21 ก.ย.62	นำเสนอโครงการPresent ครั้งที่ 1	
1-31 ต.ค.62	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง	
1-8 พ.ย.62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา นำเสนองาน โครงการ	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 แผนการตลาด แผนการผลิต การออกร้าน	
16-20 ธ.ค.62	กำหนดรูปส่งเนื้อหา บทที่ 4 ปฏิบัติงานรายบุคคล+บัญชี+ผลการดำเนินงาน	
20-24 ม.ค.63	กำหนดส่ง บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินโครงการ)	
27-31 ม.ค.63	กำหนดส่งบรรณานุกรม	
3-7 ก.พ.63	กำหนดส่ง ภาคผนวก	
10-14 ก.พ.63	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	
17-21 ก.พ.63	กำหนดส่ง ตรวจรูปเล่มโครงการ	
24-28 ก.พ.63	ส่งรูปเล่ม เงินค่ารูปเล่ม แผ่นซีดี 1 แผ่น	
24-28 มิ.ย.63	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
1-12 ก.ค.62	กำหนดส่งเนื้อหาบทที่ 1 (บทนำ)	

นาย พรประสิทธิ์ มูลสาโคตร		
วัน/เดือน/ปี	**การปฏิบัติงาน**	**หมายเหตุ**
24-28 มิ.ย.63	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
1-12 ก.ค.62	กำหนดส่งเนื้อหาบทที่ 1 (บทนำ)	
15-31 ก.ค.62	กำหนดส่งเนื้อหาบทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
1-16 ส.ค.62	กำหนดส่งเนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเดินโครงการ)	
2-6 ก.ย.62	ส่ง Powerpoint(โครงการ+แผนธุรกิจ)	
21 ก.ย.62	นำเสนอโครงการPresent ครั้งที่ 1	
1-31 ต.ค.62	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง	
1-8 พ.ย.62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา นำเสนองาน โครงการ	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 แผนการตลาด แผนการผลิต การออกร้าน	
16-20 ธ.ค.62	กำหนดรูปส่งเนื้อหา บทที่ 4 ปฏิบัติงาน รายบุคคล+บัญชี+ผลการดำเนินงาน	
20-24 ม.ค.63	กำหนดส่ง บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินโครงการ)	
27-31 ม.ค.63	กำหนดส่งบรรณานุกรม	
3-7 ก.พ.63	กำหนดส่ง ภาคผนวก	
10-14 ก.พ.63	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	
17-21 ก.พ.63	กำหนดส่ง ตรวจรูปเล่มโครงการ	
24-28 ก.พ.63	ส่งรูปเล่ม เงินค่ารูปเล่ม แผ่นซีดี 1 แผ่น	
24-28 มิ.ย.63	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
1-12 ก.ค.62	กำหนดส่งเนื้อหาบทที่ 1 (บทนำ)	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการสิ่งประดิษฐ์หมอนถักไหมพรหม

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
20 ส.ค. 61	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	3 คน	113	342						342
22 ส.ค. 61	ไหมพรหม				5 ม้วน	48	240			102
	เข็มสำหรับถักไหมพรหม				3อัน	20	60			42
	เข็มเย็บผ้า				1 วง	10	10			32
	ด้ายเย็บผ้า				1 อัน	10	10			22
	กรรไกร				1อัน	20	20			2
	ขายสินค้า		500	500	1อัน					
รวม				**842**			**340**			**2**

วัตถุประสงค์โครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติที่ไม่ใช้แล้ว
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม

หมอนถักไหมพรหม มีงบประมาณ 342บาท ใช้จ่ายไป 340บาทคงเหลือ 2 บาท สามารถขายหมอนไหมพรหมชิ้นนี้ 500 บาทจึงมีกำไรจากหมอนถักไหมพรหม160บาท

แบ่งกำไรและคืนทุนให้สมาชิก 3 คน เท่า ๆ กันคนละ 54 บาท

รายชื่อ		**จำนวนเงิน**	
1. นางสาวพรพิมล	มีนิล	54	บาท
2. นางนันธภรณ์	ปู่ครัง	54	บาท
3. นายพรประสิทธิ์	มูลสาโคตร	54	บาท
รวม		**162**	**บาท**

ทุนดำเนินงานจากสมาชิกในกลุ่ม 3 คน คนละ 113 บาท

รวม		**342**	**บาท**

บทที่ 5
สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินโครงการเรื่อง การประดิษฐ์ชิ้นงานโดยนำการถักหมอนไหมพรหม ทำเป็นวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนางานฝีมือกรรมวิธีการประดิษฐ์จากไหมพรหม ซึ่งเป็นการสร้างงานสร้างรายได้และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์เพื่อตระหนักและเห็นคุณค่าของไหมพรหมที่มีอยู่โดยมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้
3. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดสร้างสรรค์

สรุปตารางการปฏิบัติงาน

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
24-28 มิ.ย.62	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
1-12 ก.ค. 62	กำหนดส่งเนื้อหาบทที่ 1 (บทนำ)	
15-31 ก.ค. 62	กำหนดส่งเนื้อหาบทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
1-16 ส.ค. 62	กำหนดส่งเนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเดินโครงการ)	
2-6ก.ย. 62	ส่ง Powerpoint(โครงการ+แผนธุรกิจ)	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1	
1-31 ต.ค. 62	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง	
1-8พ.ย.62	กำหนดส่ง PowerPoint กับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2	
16 พ.ย.62	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 แผนการตลาด แผนการผลิต การออกร้าน	
2-6 ธ.ค. 62	กำหนดส่งแบบสอบถามโครงการ	

16-20 ธ.ค.62	กำหนดรูปส่งเนื้อหา บทที่ 4 ปฏิบัติงานรายบุคคล+ บัญชี+ผลการดำเนินงาน	
20ม.ค.63	กำหนดส่ง บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินโครงการ)	
27-31ม.ค.62	กำหนดส่งบรรณานุกรม	
3-7ก.พ.63	กำหนดส่ง ภาคผนวก	
10-14 ก.พ. 63	กำหนดส่ง บทคัดย่อ และ สารบัญ	
17-21 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ	
24-28 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม เงินค่ารูปเล่ม แผ่นซีดี 1 แผ่น	

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงงาน

1.ไหมพรหมที่ถักใช้มีราคาแพง

2.ใช่เวลาในการถักนาน

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา

1.ใช้ไหมพรหมให้คุ้มค่าที่สุด

2.ควรสำรองไหมพรหมไว้เผื่องานผิดพลาด

ข้อดี

1.ทำให้เพื่อนในกลุ่มมีความสามัคคี

2.สามารถนำไปต่อยอดได้

3.ใช้เวลาว่างให้มีประโยชน์

ข้อเสีย

1.เพื่อนในกลุ่มเวลาว่างไม่ตรงกัน

2.สมาชิกบางคนไม่ให้ความร่วมมือ

ข้อแนะนำและแนวทางการพัฒนา

1. สมาชิกควรดำเนินงานกันเป็นทีม และรับผิดชอบหน้าที่ของตนเองที่ได้รับมอบหมาย

2. แก้ไขปัญหา เพื่อแก้ไขปัญหาและปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินโครงการต่อไป

ประโยชน์ที่ได้รับ จากการถักหมอนไหมพรหม

1.สามารถสร้างรายได้เสริมให้กับผู้ที่สนใจ

2.ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

3.ทำให้มีความอดทน

บรรณานุกรม

จินตนา อินภักดี. (2560).**การศึกษาลวดลายไทยเพื่อประยุกต์ใช้ในการถักนิตติ้ง.** ค้นหาข้อมูลวันที่ 27 ตุลาคม 2561, จาก file://C:/Users/Libraly/Desktop/

ชานนท์ บุนนท์. (2561).**การวิจัยและพัฒนาเครื่องเตรียมเส้นไหมมัดหมี่.**ค้นหาข้อมูลวันที่ 25 ตุลาคม 2561,จาก http://narinet.sut.ac.th:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/428/RMUTI_Res132.pdf

พัชชาภรณ์ พิลึกรัมย์. (2560).**เรื่อง ระบบซื้อขายตุ๊กตาถักไหมพรมเซอร์วิส.**ค้นหาข้อมูลวันที่ 3 ตุลาคม 2562,จากhttp://csdrive.srru.ac.th/55122420201/projecp/

ภาคผนวก ก โครงการ

-แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ

-บันทึกเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ

สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ

ภาคเรียนที่ 1-2ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ หมอนถักไหมพรม (Scatter cushion)

ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน2562ถึงกุมภาพันธ์ 2563

สถานที่การดำเนินงาน ซอยกิ่งแก้ว 14 หมู่ 2 ถ.กิ่งแก้ว ต.ราชเทวะ อ.บางพลี
จ. สมุทรปราการ

ประมาณค่าใช้จ่าย 1,000บาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. นางสาวพรพิมล มีนิล รหัสประจำตัว 39164 ปวช.3/3

2. นางสาวนันธภรณ์ ปู่ครัง รหัสประจำตัว 39175 ปวช.3/3
3. นายพรประสิทธ์ มูลสาโคตร รหัสประจำตัว 39414 ปวช.3/3

ลงชื่อ .....ประธานโครงการ

(นางสาวพรพิมล มีนิล) ...../...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ธนน ลาภธนวิรุฬห์).....//.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

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

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

(อาจารย์วงค์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

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

ชื่อโครงการ หมอนอิงสานไหมพรม (Scatter cushion)

แผนงาน นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ธนน ลาภธนวิรุฬห์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์

ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. นางสาวพรพิมล มีนิล ประธานโครงการ
2. นางสาวนันธภรณ์ ปู่ครั่ง รองประธานโครงการ
3. นายพรประสิทธิ์ มูลสาโคตร สมาชิกกลุ่ม

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันบันได้มีการนำไหมพรมมาปฏิบัติเป็นอาชีพเสริมมีรายได้ระหว่างเรียนและใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ คณะผู้ศึกษาจึงได้จัดทำโครงงานนี้ขึ้นเพื่อเผยแพร่และขยายความรู้เกี่ยวกับการนำ

ไหมพรมมาใช้ประโยชน์ให้มากขึ้น โดยเน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความคิดที่แปลกใหม่กับผู้จัดทำและบุคคลที่มีความสนใจในการทำอาชีพเสริมหารายได้จากไหมพรมซึ่งเป็นที่นิยมกันมากในปัจจุบันจึงสามารถดึงดูดกลุ่มผู้รักในไหมพรมที่สนใจมาร่วมโครงการได้

ผู้ศึกษามีความสนใจเกี่ยวกับการถักหมอนไหมพรมจึงมีแนวความคิดจัดทำโครงงานสิ่งประดิษฐ์หัตถศิลป์ เรื่อง หมอนอิงไหมพรมอยากมีความรู้เรื่องการถักไหมพรมลักษณะต่างๆ เพื่อประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันและนำความรู้ที่ได้ไปแข่งขันประกวดสิ่งประดิษฐ์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับหมอนไหมพรมใยสังเคราะห์
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
4. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการประดิษฐ์

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในการประดิษฐ์จากใยสังเคราะห์

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิดรูปแบบนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และ จัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. มอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ
5. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์
6. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน

2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
3. ทดลองปฏิบัติงานขายและประเมินผล
4. ถักตามลวดลายที่ต้องการสำหรับทำเป็นปลอกหมอน
5. เย็บชิ้นในหมอนสำหรับยัดนุ่นขนาดตามต้องการ

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 1,000 บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์

ไหมพรหม	160	บาท
เข็มสำหรับถักไหมพรหม	60	บาท
เข็มเย็บผ้า	10	บาท
ด้ายเย็บผ้า	10	บาท
กรรไกร	20	บาท

ค่าใช่จ่ายเบ็ดเตล็ด

ค่าเดินทาง	240	บาท
ของแถม	100	บาท
ค่าป้ายไวนิล + ขาตั้ง	400	บาท
รวม 1,000	บาท	

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สามารถสร้างมูลราคาให้กับใยสังเคราะห์และเพิ่มรายได้ให้กับผู้ที่มีอาชีพทำนี้
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม

ปัญหาและอุปสรรค

1. ขณะที่กำลังถักใช้แรงดึงไหมพรมไม่เท่ากันบางครั้งดึงจนตึงไปหรือหย่อนไปจึงทำให้งานที่ออกมาไม่ได้อย่างที่หวังต้องการ
2. ออกแรงดึงเวลาถักมากเกินไปแรงกดจากเข็มทำให้เจ็บนิ้วมือ

ข้อเสนอแนะ

1. เมื่อถักไหมพรมสีใหม่ไปครบ 1 รอบจึงตัดไหมพรมสีเก่า
2. หากต้องใช้ไหมพรมสีเก่ามาถักสับสีอีกก็ไม่ต้องตัด

ขั้นตอนดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินการ	ปี2562							ปี2563	
	มิ.ถ	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ
1.เตรียมคิดรูปแบบนวัตกรรม	⟷								

สิ่งประดิษฐ์									
2.ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ			⟷						
3.ร่างโครงการเสนออาจารย์โครงการที่ปรึกษา				⟷					
4.จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำสิ่วประดิษฐ์					⟷				
5.จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน						⟷			
6.จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์					⟷				
7.สรุปผลการปฏิบัติงาน								⟷	
8.ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									⟷

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ ซอยกิ่งแก้ว 14 หมู่ 2 ถ.กิ่งแก้ว ต.ราชาเทวะ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

ลงชื่อ..... ลงชื่อ.....

(อาจารย์ธนน ลาภธนวิรุฬห์) (อาจารย์ศักดิ์สยาม สุทัศน์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงค์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

-รายงานผลประเมินจากแบบสอบถาม

-ตัวอย่างแบบสอบถาม

รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม

รายงานผลการประเมินโครงการสิ่งประดิษฐ์การทำหมอนถักไหมพรหม จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 100ตัวอย่าง สรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม(แสดงค่าความถี่ และร้อยละ)

<u>ส่วนที่ 1</u> ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 เพศ

1. เพศ	**ความถี่**	**ร้อยละ**
ชาย	51	51
หญิง	49	49

รวม	**100**	**100**

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51 และเพศหญิงมีจำนวน 49คน คิดเป็นร้อยละ 49

ตารางที่ 2 อาชีพ

2. อาชีพ	**ความถี่**	**ร้อยละ**
คุณครูอาจารย์	1	1
นักศึกษา	99	99
อื่น ๆ	-	-
รวม	**100**	**100**

จากตารางที่ 2 พบว่าอาชีพคุณครูอาจารย์ มีจำนวน 1คน คิดเป็นร้อยละ 1และนักศึกษา มีจำนวน 99คน คิดเป็นร้อยละ 99

ตารางที่ 3 ระดับการศึกษา

3. ระดับการศึกษา	**ความถี่**	**ร้อยละ**
ปวช.	48	48
ปวส.	52	52
อื่น ๆ	-	-
รวม	**100**	**100**

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับการศึกษา ปวช. มีจำนวน 15คน คิดเป็นร้อยละ ระดับ ปวส.มีจำนวน15 คน คิดเป็นร้อยละ

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความพึงพอใจที่มีต่อโครงการสิ่งประดิษฐ์	ระดับความพึงพอใจ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	**SD**	ระดับความพึงพอใจ
	5	4	3	2	1			
1)ความแข็งแรงของสิ่งประดิษฐ์	87 (87)	13 (13)	-	-	-	4.87	0.34	มากที่สุด
2)ความแปลกใหม่ที่ดูทันสมัย	74 (74)	26 (26)	-	-	-	4.74	0.44	มากที่สุด

3)การใช้งานได้จริงของสิ่งประดิษฐ์	64 (64)	36 (36)	-	-	-	4.64	0.48	มากที่สุด
4) ความสะดวกใยการใช้งาน	50 (50)	50 (50)	-	-	-	4.50	0.50	มากที่สุดและมาก
5) ความเหมาะสมของต้นทุนในการทำสิ่งประดิษฐ์	47 (47)	53 (53)	-	-	-	4.47	0.50	มาก
6) ความน่าสนใจสิ่งประดิษฐ์	58 (58)	42 (42)	-	-	-	4.58	0.50	มากที่สุด
7) ความทนทานของสิ่งประดิษฐ์	71 (71)	29 (29)	-	-	-	4.71	0.46	มากที่สุด
รวม						4.64	0.20	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่าแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านความแข็งแรงของสิ่งประดิษฐ์ค่าเฉลี่ย 4.87 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาด้านความแปลกใหม่ที่ดูทันสมัยมีค่าเฉลี่ย 4.74 และด้านความทนทานของสิ่งประดิษฐ์มีค่าเฉลี่ย 4.71 ตามลำดับ

แบบสอบถาม

ใบประเมินโครงการสิ่งประดิษฐ์หมอนถักไหม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมายลงใน (✓) หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

2. อาชีพ

( ) คุณครูอาจารย์( ) นักศึกษา ( ) อื่น ๆ

3. ระดับการศึกษา

( )ปวช. ( )ปวส. ( ) อื่น ๆ

<u>คำชี้แจง</u>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……

……

……

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ในโครงการ

- โลโก้สินค้า
- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์ ในโครงการ
- รูปแบบผลิตภัณฑ์ในโครงการ
- เอกสารสื่อโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์โครงการ
- รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ

รูปโลโก้สินค้า

Scatter cushion
หมอนอิงไหมพรม

วัสดุอุปกรณ์

ด้ายเย็บผ้า

เข็มถักไหมพรหม

กรรไกร

เข็มเย็บผ้า

ไหมพรหม

รูปแบบผลิตภัณฑ์หมอนอิงไหมพรหม

Scatter cushion

เอกสารสื่อโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์โครงการ

สื่อออนไลน์PageAntquelamps

สื่อโฆษณาสำหรับPromotepageFacebook

การส่งเสริมการขาย

-การรับประกันสินค้าหากชารุด

-แก้ไขสินค้าแล้วจัดส่งให้ฟรี

ขั้นตอนการทำ

ขั้นตอนที่1การถักโซ่ขึ้นลาย

ขั้นตอนที่2สร้างห่วงต่อจากการถักโว่เพื่อเริ่มทำลาย

ขั้นตอนที่3การถักขึ้นลายตัว F

ขั้นตอนที่4ถักเลื่อนห่วงในโซ่ห่วงถักวนตามรอบแล้วจะได้ดังรูป

ขั้นตอนที่5 ตรวจสอบความเรียบร้อยนำหมอนมาใส่แล้วเช็คปลายของได้เก็บรายละเอียดต่างๆ

ชิ้นที่งานสำเร็จ

ภาคผนวก ง

ประวัติผู้ดาเนินโครงการ

ประวัติ

นางสาวพรพิมล มีนิล

ที่อยู่ 48/1 ซอยกาญจนาภิเษก35 แขวง/เขตประเวศ

กรุงเทพมหานคร 10250

เบอร์โทรศัพท์092-432-4483

นางสาว นันธภรณ์ ปู่ครัง
ที่อยู่ 26/18 ม.2 ต.ราชาเทวะ อ.บางพลี จ. สมุทรปราการ 10540
เบอร์โทรศัพท์ 090-901-7496

นาย พรประสิทธิ์ มูลสาโคตร
ที่อยู่ 1096/29 ต.บางเสาธง อ.บางเสาธง จ.สมุทรปราการ 10540
เบอร์โทรศัพท์ 091-016-3642