



โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ แจกันเปลือกหอย

Artification of Innovation : Seashell Vase

จัดทำโดย

นางสาวเกวณีน เคล้าพิมาย

นายฉัตรดนัย วงษ์ภักดี

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

สาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีศิลปากร

ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย

นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์แจกันเปลือกหอย

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ

Artification of Innovation : Seashell Vase

โดย 1. นางสาวเกวลิน เคล็ดลับ
2. นายจักรดนัย วงษ์ภักดี

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา วิชาโครงการ
ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์
พาณิชย์การ(ATC.)

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ แจกันเปลือกหอย Artification of Innovation : Seashell Vase	
ผู้จัดทำโครงการ	1. นางสาวเกวลิน เคล็ดลับมาย 2. นายจักรดนัย วงษ์ภักดี	
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย	
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์วงศ์เดือนประไพวัชรพันธ์	
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด	
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์ชัยการ ปีการศึกษา 2562	

.....

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์แจกันเปลือกหอยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1). เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2). เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติ (3). เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสัมพันธ์และร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม(4). เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

มีวิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอนคือขั้นที่ 1. ขั้นเตรียมการขั้นที่ 2. ขั้นดำเนินการและขั้นที่ 3. ขั้นประเมินผลจากผลการดำเนินงานสรุปได้ดังนี้

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการคือเริ่มดำเนินงานตั้งแต่มิถุนายน 2562 ถึงกุมภาพันธ์ 2563 สถานที่ 177/22 ซ.กาญจนพันธุ์ 2 ม.20 ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณมีเงินลงทุน 2,000 บาทเสียค่าใช้จ่าย 1,369 บาทคงเหลือเงิน 631 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้น (1). การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2). สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติและเพิ่มรายได้ให้กับนักศึกษา (3). ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์และมีความร่วมมือ

จากการทำงานเป็นทีม (4).ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการคือ (1).ปัญหาด้านการใช้อุปกรณ์สมาชิกขาดความชำนาญการใช้งาน(2). วัสดุที่ใช้ต้องใช้ระยะเวลาในการหามาจึงทำให้เกิดความล่าช้าในการทำงาน(3).กาวที่ใช้มีอายุการใช้งานได้ไม่นานทำให้ติดชิ้นงานไม่อยู่

5. ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์คือ (1).ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในการใช้อุปกรณ์และฝึกฝนการใช้อุปกรณ์(2). ค้นหาแหล่งสำรองไว้หลายๆที่ (3).เปลี่ยนกาวยี่ห้อใหม่ในการทำชิ้นงาน

6. จากรายงานผลแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อเจกัณเปลือกอหอย ผู้ตอบแบบสอบถามปรากฏผลดังนี้แบบสอบถามแสดงความความพึงพอใจมีต่อเจกัณเปลือกอหอย ด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.48, SD, = 0.18) รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.41, SD, = 0.19) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านราคามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.38, SD, = 0.11) ตามลำดับ

(ข)

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์แจกันเปลือกหอยสำเร็จได้ด้วยความรู้ความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์กมลวรรณบุญสาย ที่ได้ให้คำแนะนำแนวคิดให้คำปรึกษาให้ความรู้ด้านการจัดทำโครงการ คอยดูแลในเรื่องการดำเนินงานด้านเอกสารการแก้ไขเอกสารให้ถูกต้อง และขอขอบพระคุณ อาจารย์วงศ์เดือนประไพวัชรพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ รวมทั้งขอขอบคุณอาจารย์อุดมพร เปตานนท์ ที่ตรวจสอบแผนธุรกิจ และขอขอบคุณผู้ปกครองในการให้คำแนะนำในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ในการปฏิบัติชิ้นงาน และให้ความดูแลช่วยเหลืออย่างเต็มที่ ทางคณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมโครงการและเพื่อนๆในชั้นเรียน ที่คอยให้การสนับสนุนและสละเวลาส่วนตัวเพื่อจัดทำโครงการฉบับนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยดี

คณะผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณทุกท่านดังที่ได้กล่าวถึงมาข้างหน้าและที่ไม่ได้กล่าวถึงไว้ ณ ที่นี้เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการสิ่งประดิษฐ์แจกันเปลือกหอย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
เป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามผล และการประเมินโครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์	3
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	9
แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ	14
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	22
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	27
ขั้นตอนดำเนินงาน	28
สถานที่ปฏิบัติงาน	29
ขอบเขตด้านงบประมาณและวัสดุอุปกรณ์	30
การจัดทำแผนธุรกิจ	30
บทสรุปผู้บริหาร	30
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	33
ความเป็นมาของธุรกิจ	33
ผลิตภัณฑ์	34

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)	
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด	34
แผนบริหารจัดการ	39
แผนการตลาด	44
แผนการผลิต	48
แผนการเงิน	53
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	64
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	65
บัญชีรายรับ – รายจ่าย ในโครงการ	70
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	72
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	73
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	75
ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา	75
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ในโครงการ	
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

แจกัน เป็นภาชนะเปิดนิยมใช้ใส่ดอกไม้เพื่อการประดับตกแต่ง ชนิดหนึ่งแต่ปัจจุบันนิยมนำแจกันมาประดิษฐ์เป็นเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้านซึ่งแจกันจะมีรูปร่างและรูปทรงแตกต่างกันออกไปตามวัสดุที่นำมาประดิษฐ์ การผลิตแจกันสามารถใช้วัสดุได้หลายอย่างหลายชนิด เช่น ดินเผา เซรามิก แก้ว ไม้ นิยมทำลวดลายบ่งบอกถึงวัฒนธรรมของผู้ผลิตแจกันเป็นต้นเมื่อกล่าวถึงเปลือกหอยซึ่งเป็นวัสดุธรรมชาติที่บางคนอาจคิดว่าไม่มีประโยชน์และอาจจะเป็นขยะได้แต่ความจริงสามารถนำมาประดิษฐ์เป็นแจกันได้ซึ่งมีความสวยงามอยู่ในตัวและช่วยในการใช้เป็นภาชนะใส่ดอกไม้เพื่อตกแต่งภายในบ้าน และยังมีความสวยงามและยังให้ประโยชน์ตามที่ต้องการอีกด้วย

หอยเชอรี่ เป็นหอยทากน้ำจืดชนิดหนึ่งมีลักษณะคล้ายหอยโข่งแต่เปลือกมีสีอ่อนกว่าคือมีสีเขียวเข้มปนดำผสมกับแถบสีจางๆพาดตามความยาวเปลือก บางตัวมีสีเขียวเข้มปนดำ บางตัวมีสีเหลืองปนน้ำตาล สามารถผสมพันธุ์และวางไข่ได้ เพศเมียวางไข่ในที่แห้งเหนือระดับน้ำ สามารถวางไข่ได้ตลอดปี โดยเฉพาะฤดูฝนวางไข่ได้ 10-14 ครั้งต่อเดือน ไข่มีสีชมพูเกาะติดกันเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 388-3,000 ฟอง ขึ้นกับขนาดของหอยเพศเมีย ระยะไข่ 7-12 วัน ลูกหอยตัวเล็กๆกินสิ่งอ่อนนุ่ม เช่น สาหร่ายเป็นอาหาร และเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว เมื่อมีขนาด 1.6 เซนติเมตร ก็เริ่มกัดกินต้นข้าวได้ เปลือกหอยเชอรี่เป็นผลพลอยได้จากการที่รับประทานเนื้อเข้าไปแล้วก็ทิ้งเปลือกของมันออก ซึ่งบุคคลทั่วไปมักจะมองข้ามแทบไม่ทราบเลยว่าเปลือกหอยนั้นมีประโยชน์มากน้อยเพียงใดที่จะนำมาทำได้เช่น โมบายแขวน การนำเปลือกหอยมาประดับกรอบรูป การนำเปลือกหอยมาประดับแจกัน เป็นต้น

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จากการนำวัสดุธรรมชาติจากเปลือกหอยมาเพิ่มมูลค่าให้เป็นส่วนผลิตในการสร้างตัวสินค้า ให้ออกมาเป็นแจกันเปลือกหอยกลายเป็นสินค้าหรือนวัตกรรมที่มีคุณค่าและสามารถสร้างรายได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

เป้าหมายของโครงการ

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัฒนธรรมชาติ

การติดตามผล และการประเมินโครงการ

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

โครงการประเภทสิ่งประดิษฐ์เจกัณเปลือกอหอยการดำเนินการครั้งนี้ คณะผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ
4. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

1. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์

สิ่งประดิษฐ์ หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับลักษณะองค์ประกอบโครงสร้างหรือกลไกของผลิตภัณฑ์รวมทั้งกรรมวิธีในการผลิตการรักษา หรือปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น หรือทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ ที่แตกต่างไปจากเดิม เช่น กลไกของกล้องถ่ายรูป, กลไกของรถยนต์, ยารักษาโรค เป็นต้น หรือการคิดค้นกรรมวิธีในการผลิตสิ่งของเช่น วิธีการในการผลิตสินค้า, วิธีการในการเก็บรักษาพืชผักผลไม้ไม่ให้เน่าเสียเร็วเกินไป เป็นต้น

ลักษณะของสิ่งประดิษฐ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สิ่งประดิษฐ์ทั่วไป

เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่ไม่มีความเป็นมาจากบรรพบุรุษหรือท้องถิ่น กล่าวคือ เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่บุคคลทั่วไปสามารถเรียนรู้และนำไปประดิษฐ์ได้โดยอาศัยการศึกษาจากตำรา เช่น ดอกไม้จากวัสดุเหลือใช้ หมวก ตุ๊กตา เครื่องเล่นต่าง ๆ และกรอบรูป เป็นต้น

2. สิ่งประดิษฐ์ที่เป็นเอกลักษณ์ไทย

เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษหรือเป็นสิ่งประดิษฐ์ที่มีเฉพาะในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยส่วนมากจะเป็นการสืบทอดจากผู้ใหญ่ในครอบครัวมาสู่ลูกหลาน สิ่งประดิษฐ์หลายอย่างทำขึ้นเพื่องานประเพณีทางศาสนา เช่น พานพุ่ม มาลัย เครื่องแขวน บายศรี และบางอย่างก็ทำขึ้นเพื่อความสวยงาม สนุกสนาน ภายในครอบครัว เช่น วาไทย รถลาก ตุ๊กตา เป็นต้น

องค์ประกอบของสิ่งประดิษฐ์ที่สำคัญของการออกแบบสิ่งประดิษฐ์ มีดังนี้

1. เส้น เป็นสิ่งที่เกิดจากการเชื่อมต่อจุดให้เคลื่อนไปในทิศทางที่ต้องการจึงก่อให้เกิดรูปร่าง รูปทรง สัดส่วน พื้นที่ บริเวณและความรู้สึกที่แตกต่างกันดังนี้ในการออกแบบควรนึกถึงลักษณะเส้น
2. รูปร่าง เป็นส่วนที่แสดงถึงเส้นรอบนอกของรูปแบบชิ้นงานซึ่งเป็นลักษณะ 2 มิติ ซึ่งสื่อความหมายถึงความกว้างและความยาวไม่มีความหนาเกิดจากเส้นรอบนอกที่แสดงพื้นที่ขอบเขตของรูปต่างๆ เช่น รูปสี่เหลี่ยมรูปวงกลมหรือรูปอิสระที่แสดงเนื้อที่ของผิวมากกว่าแสดงปริมาตรหรือมวล
3. รูปทรง คือ ลักษณะของวัตถุที่มองเห็นเป็นรูป 3 มิติ นอกจากแสดงความกว้างความยาวแล้วยังมีความหนาเล็กและความหนานูน เช่น ทรงกลม ทรงสามเหลี่ยมทรงกระบอก เป็นต้น
4. ขนาดและสัดส่วนของชิ้นงานเป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึงเพราะขนาดของชิ้นงานที่ส่งผลถึงประโยชน์และการนำไปใช้งาน เช่น การออกแบบดอกไม้ประดิษฐ์เพื่อนำไปประดับมุมห้องถ้ามีขนาดเล็กเกินไปก็จะไม่เหมาะสม
5. สี หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏแก่สายตาให้เห็นสีต่างกันสีเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่ออารมณ์และความรู้สึกเมื่อมองเห็น เช่น ตื่นเต้น หนาวเย็น หรือออบอวน นุ่มนวล หรือแจ้งกระด้างดังนั้นจึงต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่องของอิทธิพลของสีแต่ละสีและนำไปใช้ให้เหมาะสม
6. ลักษณะผิวของวัตถุ คือ คุณลักษณะภายนอกของวัตถุที่มีลักษณะแตกต่างกันตามลักษณะและชนิดของวัตถุ เช่น เรียบ มัน ขรุขระ หยาบ เป็นต้น และลักษณะพื้นผิวที่ปรากฏแก่สายตาจะมีผลต่อประสาทและความรู้สึกของผู้มอง

ประโยชน์ของสิ่งประดิษฐ์

1. ฝึกให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างผลงานให้มีรูปร่างแปลกใหม่และพัฒนางานประดิษฐ์เดิมให้สามารถใช้ประโยชน์เพิ่มมากขึ้น
2. สิ่งประดิษฐ์ที่ใช้วัสดุต่างๆ ที่นำมาประกอบกันเป็นชิ้นงานสามารถที่จะใช้วัสดุอื่นทดแทนกันได้ และสามารถนำวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้
3. ฝึกให้รู้จักการวางแผนทำงานอย่างเป็นระบบเป็นขั้นตอนการปฏิบัติเป็นการสร้างระเบียบวินัยให้ตนเองและมีนิสัยรักในสิ่งประดิษฐ์
4. ให้นักเรียนรู้จักใช้และดูแลรักษาเครื่องมือในสิ่งประดิษฐ์ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับประเภทของสิ่งประดิษฐ์
5. ฝึกให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์สามารถทำงานได้อย่างมีสมาธิและมีความสุขในการสร้างสรรค์ชิ้นงานประดิษฐ์ของตนเอง
6. ฝึกให้นักเรียนรู้จักการประหยัดสามารถนำสิ่งของที่เหลือใช้มาทำให้เกิดประโยชน์มากที่สุดโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการลงทุนมากนัก

7. เป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้มีการสืบทอดและพัฒนาต่อไป จากภูมิปัญญาเดิมสู่การเรียนรู้ที่เป็นองค์รวมและเป็นผลงานของคนไทย

8. สามารถเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประดิษฐ์โดยการนำออกไปจำหน่ายในโอกาสต่างๆและสร้างเป็นอาชีพได้ในอนาคต

9. เกิดความภาคภูมิใจในชิ้นงานของตนเองทำให้บุคคลยอมรับในความสามารถของตนเองในระดับหนึ่งสะดวกสบายต่างๆ

การออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผนจัดตั้งขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมา เช่น เราจะทำเก้าอี้หนังตัวจะต้องวางแผนไว้เป็นขั้นตอนโดยต้องเริ่มเลือกวัสดุที่จะใช้ทำเก้าอี้หนังจะใช้วัสดุอะไรที่เหมาะสม วิธีการต่อยอดนั้นควรใช้กาว ตะปูนอต หรือใช้ข้อต่อแบบใด คำนวณสัดส่วนการใช้งานให้เหมาะสม ความแข็งแรงของเก้าอี้หนังมากน้อยเพียงใด สีสนควรใช้สีอะไรจึงจะสวยงาม และทนทานกับการใช้งาน เป็นต้น

การออกแบบมีการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ 4 ลักษณะ

- 1.ความคิดริเริ่ม
- 2.ความคล่องในการคิด
- 3.ความยืดหยุ่นในการคิด
- 4.ความคิดละเอียดละออ

การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 4 ประการคือ

- 1.การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- 2.การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต
- 3.การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค
- 4.การออกแบบที่มีคุณค่าทางความสวยงาม

ความสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์

1. ความสำคัญ ในด้านคุณค่าทาง ศิลปะ งานออกแบบที่ดีทำให้ผลิตภัณฑ์ มีความงามดึงดูดใจสามารถตอบสนอง รสนิยมของผู้บริโภคได้
2. มีประสิทธิภาพทางอุตสาหกรรม มีการเลือกวัสดุที่ดีเพื่อนำเข้าสู่ กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพลงทุนน้อย แต่มีปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้น
3. มีคุณภาพทางการบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบที่ดี มีการใช้วัสดุที่ดีมีกระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความคงทนและ มีความปลอดภัยในการใช้สอย

4. มีศักยภาพในการแข่งขันทางพาณิชย์ ผลิตภัณฑ์ที่มีความงาม ความ คงทนและความปลอดภัยจะเป็นที่ต้องการของตลาดทำให้มียอดขายสูงสามารถแข่งขัน ทางการค้ากับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันของบริษัทอื่น

5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เมื่อบริษัทมีกำไรจากการขายผลิตภัณฑ์ ที่มีการออกแบบที่ดี บริษัทจะนำผลกำไรมาลงทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมหรือสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่คล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์เดิม

6. มีศักยภาพในการรักษาลูกค้าเดิม การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมหรือการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกันขึ้นด้วยการออกแบบที่ดีจะช่วยให้บริษัทสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ ในขณะที่เดียวกัน บริษัทยังสามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ที่มีรสนิยมอย่างเดียวกันได้ด้วย

7. มีการพยากรณ์ที่ดี เป็นที่คาดหมายกันว่าสินค้าที่มีการออกแบบไม่ดี จะไม่ค่อยได้รับการยอมรับของประชาชนในทางตรงกันข้ามสินค้าที่มีการออกแบบ ที่ดีจะได้รับการยอมรับ ทำให้การพยากรณ์เป็นไปในทางที่พึงประสงค์

8. มีการรับรองคุณภาพตามระบบ ISO 9000 ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ได้รับ ประกันคุณภาพ มีการควบคุมการออกแบบกระบวนการผลิตการตรวจและการทดสอบลักษณะและคุณลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์และแสดงให้เห็นได้ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ

9. มีการคิดค้นสิ่งใหม่ เมื่อมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกและแตกต่างไปจากเดิมตั้งแต่ระดับเล็กน้อยจนถึงระดับมาก เป็นต้นว่า บริษัทพลิตรยงค์ จะมีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยกับรถยนต์รุ่นเดิมอยู่เสมอ เพื่อให้กลายเป็นรถยนต์รุ่นใหม่พร้อมกับราคาที่สูงขึ้น

10. มีการพัฒนาทีมงานในการออกแบบ เป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง นักออกแบบด้วยกัน และทำงานร่วมกับบุคลากรฝ่ายการตลาด วิศวกร ฝ่ายผลิต คนงานรวมทั้งผู้บริหารองค์การ ซึ่งทำให้มี

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัย (Design factors) มากมายที่นักออกแบบที่ต้องคำนึงถึง แต่ในที่นี้จะขอกล่าวเพียงปัจจัยพื้นฐาน 10 ประการ ที่นิยมใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาสร้างสรรค์ผลงานเชิงอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ และเป็นตัวกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่

1.หน้าที่ใช้สอย (Function) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ก็สามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้บริโภคต้องการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือหลายหน้าที่ก็ได้ แต่หน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่นั้น ต้องใช้งานไประยะหนึ่งถึงจะทราบข้อบกพร่อง ตัวอย่างเช่น การออกแบบโต๊ะอาหารกับโต๊ะทำงาน โต๊ะ

ทำงานมีหน้าที่ใช้สอยยุ่งยากกว่า มีลื่นชักสำหรับเก็บเอกสาร เครื่องเขียน ส่วนโต๊ะอาหารไม่จำเป็นต้องมีลื่นชักเก็บของ ระยะเวลาของการใช้งานสั้นกว่า แต่ต้องสะดวกในการทำความสะดวก

2.ความสวยงามน่าใช้(Aesthetics or sales appeal)ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปทรง ขนาด สี สันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี เพราะความสวยงามเป็นความพึงพอใจแรกที่เราสัมผัสได้ก่อนมักเกิด มาจากรูปร่างและสีเป็นหลัก การกำหนดรูปร่างและสีในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ไม่เหมือนกับการ กำหนดรูปร่างและสีในงานจิตรกรรม ซึ่งสามารถที่จะแสดงหรือกำหนดรูปร่างและสีได้ตามความนึก คิดของจิตรกร แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานของรูปร่าง และสี สัน ระหว่างทฤษฎีทางศิลปะและความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ถึงแม้ว่ามนุษย์แต่ละคน มีการรับรู้และพึงพอใจในเรื่องของความงามได้ไม่เท่ากัน และไม่มีกฎเกณฑ์การตัดสินใจใดๆ ที่เป็นตัว ชี้ขาดความถูกความผิด แต่คนเราส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มที่จะมองเห็นความงามไปในทิศทางเดียวกัน ตามธรรมชาติ ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ ของที่ระลึก และของตกแต่งบ้านต่างๆ ความ สวยงามก็คือหน้าที่ใช้สอยนั่นเอง และความสวยงามจะสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคให้เกิดการ ตัดสินใจซื้อได้

3.ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics)การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องเข้าใจกาย วิชาเชิงกลเกี่ยวกับขนาด สัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะต่างๆ ของผู้ใช้ การเกิดความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งทางด้านจิตวิทยา(Psychology)และสรีระ วิทยา(Physiology) ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิฐานะ และสังคมแวดล้อมที่ใช้ ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นข้อบังคับในการออกแบบ

4.ความปลอดภัย (Safety)ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของ มนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและ ทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้ หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจนและมีคำอธิบายการ ใช้แนบมากับผลิตภัณฑ์ด้วย ตัวอย่างเช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ควรมีสวนป้องกัน อุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้จากความเมื่อยล้าหรือพลั้งเผลอ เช่น จากการสัมผัสกับส่วนกลไกทำงาน จาก ความร้อน จากไฟฟ้าดูด ฯลฯ จากการสัมผัสกับส่วนกลไกทำงาน จากความร้อน จากไฟฟ้าดูด ฯลฯ หลีกเลี่ยงการใช้วัสดุที่ง่ายต่อการเกิดอัคคีภัยหรือเป็นอันตรายต่อสุขภาพ และควรมีสัญลักษณ์หรือ คำอธิบายเตือนบนผลิตภัณฑ์ไว้ การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก ต้องเลือกใช้วัสดุที่ไม่มีสารพิษ เจือปน เพื่อป้องกันเวลาเด็กเอาเข้าปากกัดหรือออม ชิ้นส่วนต้องไม่มีส่วนแหลมคมให้เกิดการบาดเจ็บ มีข้อความหรือสัญลักษณ์บอกเตือน เป็นต้น

5.ความแข็งแรง (Construction) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัว ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่กำหนด โครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรงกระทำในรูปแบบต่างๆ จากการใช้งาน ตัวอย่างเช่น การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ดี ต้องมีความมั่นคงแข็งแรง ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก ต้องสามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้เหมาะสม สะดวกสบาย ถูกสุขลักษณะ และต้องรู้จักผสมความงามเข้ากับชิ้นงานได้อย่างกลมกลืน เพราะโครงสร้างบางรูปแบบมีความแข็งแรงดีมากแต่ขาดความสวยงาม จึงเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเป็นผู้ประสานสองสิ่งเข้ามามีอยู่ในความพอดีให้ได้ นอกจากการเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความปลอดภัยควบคู่กันไปด้วย

6. ราคา (Cost) ก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นกลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้ นักออกแบบสามารถกำหนดแบบผลิตภัณฑ์และประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้เคียงมากขึ้น การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้ชนิด หรือเกรดของวัสดุ และวิธีการผลิตที่เหมาะสม ผลิตได้ง่ายและรวดเร็ว แต่ในกรณีที่ประมาณราคาจากแบบสูงกว่าที่กำหนดก็อาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่างๆ กันใหม่เพื่อลดต้นทุน แต่ทั้งนี้ต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

7.วัสดุ (Materials) การออกแบบควรเลือกวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่างๆ ได้แก่ ความใส ผิวมันวาว ทนความร้อน ทนกรดด่างไม่ลื่น ฯลฯ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการดูแลรักษา ความสะดวกรวดเร็วในการผลิต สั่งซื้อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกในการรณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ (recycle) ก็เป็นสิ่งที่นักออกแบบต้องตระหนักถึงในการออกแบบร่วมด้วย เพื่อช่วยลดกันลดปริมาณขยะของโลก

8.กรรมวิธีการผลิต (Production) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้ รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าการประหยัดเพราะการผลิตที่ละมวกๆ

9.การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถบำรุงรักษา และแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้น ง่ายและสะดวกต่อการทำความสะอาดเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งควรมีค่าบำรุงรักษาและการสึกหรอต่ำ ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องมือ เครื่องจักรกล เครื่องยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อน อะไหล่บางชิ้นย่อมมีการเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือจากการใช้งานที่

ผิผิว การออกแบบที่ดินนั้นจะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชั้น เพื่อที่จะได้ออกแบบ ส่วนของผาครอบบริเวณต่างๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ได้โดยง่าย นอกจากนั้นการออกแบบยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น การใช้ชิ้นส่วนร่วมกันให้มากที่สุด โดยเฉพาะอุปกรณ์ยึดต่อการเลือกใช้ชิ้นส่วนขนาดมาตรฐานที่ทำให้ได้ง่าย การถอดเปลี่ยนได้ เป็นชุดๆ การออกแบบให้บางส่วนสามารถใช้เก็บอะไหล่ หรือใช้เป็นอุปกรณ์สำหรับการซ่อมบำรุงรักษา ได้ในตัว เป็นต้น

10.การขนส่ง (Transportation) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนส่ง ระยะทาง เส้นทางขนส่ง (ทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ) การกินเนื้อที่ ในการขนส่ง (มิติความจุ กว้าง ‘ ยาว ‘ สูง ของรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกทั่วไป ตู้บรรทุกสินค้า ฯลฯ) ส่วนการบรรจุหีบห่อต้องสามารถป้องกันไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย กรณีที่ ผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบนั้นมีขนาดใหญ่ อาจต้องออกแบบให้ชิ้นส่วนสามารถถอดประกอบได้ง่าย เพื่อให้หีบห่อมีขนาดเล็กลง ตัวอย่างเช่น การออกแบบเครื่องเรือนชนิดถอดประกอบได้ ต้อง สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในตู้สินค้าที่เป็นขนาดมาตรฐานเพื่อประหยัดค่าขนส่งรวมทั้งผู้ซื้อสามารถ ทำการขนส่งและประกอบชิ้นส่วนให้เข้ารูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้โดยสะดวกด้วยตัวเอง

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior defined) ได้มีการให้ความหมายไว้หลากหลาย ที่ คล้ายคลึงกัน ดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา ซึ่งการ บริโภคและการใช้จ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้น ทั้งก่อนและ หลังการกระทำดังกล่าวด้วย(Jame F. Engle, Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard. 1990, น. 3 อ้างอิงใน สุกร เสรีรัตน์. 2550)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การใช้ การประเมินและการใช้จ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการ ของเขาได้รับความพอใจ(Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk. 1991, น.5 อ้างอิงใน สุกร เสรี รรัตน์. 2550)

อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นนักจิตวิทยาและนักมนุษยวิทยาซึ่งได้นำ ประสพการณ์ที่ได้จากการเป็นนักจิตวิทยาและผู้ให้คำปรึกษามาเป็นพื้นฐานในการเสนอทฤษฎีที่อธิบาย ถึงพฤติกรรมของมนุษย์ว่าจะมีความต้องการเป็นระดับต่างๆ ลาเฮย์ (Lahey, 2004, p. 383) กล่าวถึง

กรอบความคิดที่สำคัญของทฤษฎีมาสโลว์ ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากพื้นฐานไปยังระดับสูงสุดกล่าวคือ

1. มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีวันสิ้นสุด และมากขึ้นเรื่อยๆ สิ่งที่มนุษย์ต้องการขึ้นอยู่กับสิ่งที่เขาได้รับ หรือมีอยู่แล้ว เมื่อความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วก็ยังมีความต้องการนั้นต่อไป เช่น ความต้องการในปัจจุบันที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เป็นต้น

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ใช่สิ่งจูงใจพฤติกรรมของมนุษย์อีกแต่ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งจูงใจต่อไป

3. ความต้องการของมนุษย์มีลำดับของความสำคัญแตกต่างกัน ความต้องการมีหลายด้าน บุคคลมีการแบ่งระดับความสำคัญ ความเร่งด่วนต่อชีวิตแตกต่างกัน และจะแสดงพฤติกรรมที่นำไปสู่ความต้องการที่มีความสำคัญมากกว่าก่อนเสมอ

ทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) แบ่งออกเป็น 5 ขั้น ได้แก่ (Boeree, 2006)

1. **ความต้องการทางร่างกายหรือสรีระ (Physiological Needs)** หมายถึง ความต้องการพื้นฐานของร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศและกรพักผ่อน เป็นต้น ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการที่จำเป็นสำหรับมีชีวิตอยู่ มนุษย์ทุกคนมีความต้องการทางสรีระอยู่เสมอจะขาดเสียไม่ได้ ถ้าอยู่ในสภาพที่ขาดจะกระตุ้นให้คนมีกิจกรรม ขวนขวายที่จะสนองความต้องการ

2. **ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย (Safety Needs)** หมายถึง ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ และเป็นอิสระจากความกลัว ขู่เข็ญ บังคับ จากผู้อื่นและสิ่งแวดล้อม เป็นความต้องการที่จะได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการประเภทนี้เริ่มตั้งแต่วัยทารกจนกระทั่งวัยรุ่น ความต้องการที่จะมีงานทำเป็นหลักแหล่งก็เป็นความต้องการเพื่อสวัสดิภาพของผู้ใหญ่อย่างหนึ่ง

3. **ความต้องการความรักและความผูกพัน (Love and Belonging Needs)** หมายถึง มนุษย์ทุกคนมีความปรารถนาจะให้เป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีความผูกพันกับผู้อื่นหรือมีความสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของหมู่ ทราบว่าทุกคนยอมรับตนเป็นสมาชิก คนที่รู้สึกเหงาไม่มีเพื่อน มีชีวิตไม่สมบูรณ์ เป็นผู้ที่จะต้องซ่อมความต้องการประเภทนี้ คนที่รู้สึกวาดตนเป็นที่รักและยอมรับของหมู่จะเป็นผู้ที่สมปรารถนาในการต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่

4. **ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs)** ความต้องการนี้ประกอบด้วยความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ มีความสามารถ ต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเองมีความสามารถ มีคุณค่าและมีเกียรติ ต้องการได้รับความยกย่องและนับถือจากผู้อื่น ผู้ที่มีความสมปรารถนาในความต้องการนี้จะเป็น

ผู้ที่มีความมั่นใจในตัวเอง เป็นคนมีประโยชน์และมีค่าตรงข้ามกับผู้ที่ขาดความต้องการประเภทนี้ จะรู้สึกว่าคุณไม่มีความสามารถและมีปมด้อย มองโลกในแง่ร้าย

5. ความต้องการรู้จักตนเองอย่างแท้จริงและพัฒนาตนเองให้สมบูรณ์ (Need for self-actualization) มาสโลว์อธิบายความต้องการที่เรียกว่า “Self Actualization” ว่าเป็นความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริงของตน จะกล้าที่จะตัดสินใจเลือกทางเดินของชีวิต รู้จักค่านิยมของตนเอง มีความจริงใจต่อตนเอง ปราศจากที่จะเป็นคนที่สุดเท่าที่จะมีความสามารถทำได้ ทั้งทางด้านสติปัญญา ทักษะ และอารมณ์ความรู้สึกยอมรับตนเองทั้งส่วนดีและส่วนเสียของตน ที่สำคัญที่สุดก็คือการมีสติที่จะยอมรับว่าตนใช้กลไกในการป้องกันตนในการปรับตัวและพยายามที่จะเลิกใช้ เปิดโอกาสให้ตนเองได้เผชิญกับความจริงของชีวิต เผชิญกับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยคิดว่าเป็นสิ่งที่ “ท้าทาย” “น่าตื่นเต้น” และมีความหมาย กระบวนการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพของตน เป็นกระบวนการที่ไม่มีจุดจบ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่ มนุษย์ทุกคนมีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพของตน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 ปัจจัย

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดั้งเดิมและยอมรับมาปฏิบัติ เพื่อให้สังคมดำเนินและมีการพัฒนาไปด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคลโดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่องค่านิยม ทศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรรั้น จะต้องผ่านกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว และสถาบันต่างๆ ในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน การกำหนดกลยุทธ์จึงต้องแตกต่างกันไปสำหรับตลาดที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน โดยวัฒนธรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิตที่สามารถเรียนรู้และถ่ายทอด สืบต่อกันมาโดยผ่านขบวนการอบรมและขัดเกลาทางสังคม วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งพื้นฐานในการกำหนดความต้องการซื้อและพฤติกรรมของบุคคล

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) หมายถึง วัฒนธรรมกลุ่มย่อยๆ ในแต่ละวัฒนธรรม ซึ่งมีรากฐานมาจากเชื้อชาติ ศาสนา สืพัว และภูมิภาคที่แตกต่างกัน บุคคลที่อยู่ในวัฒนธรรมกลุ่มย่อยจะมีข้อปฏิบัติทางวัฒนธรรมและสังคมที่แตกต่างกันไปจากกลุ่มอื่น ทำให้มีผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ ความ

ต้องการ แบบแผนการบริโภค พฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันและในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน วัฒนธรรมกลุ่มย่อย เช่น กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ กลุ่มย่อยด้านเพศ

1.3ชั้นทางสังคม (Social class) เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมจากระดับสูงไประดับต่ำ โดยใช้ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ อาชีพ ฐานะ รายได้ ตระกูลหรือชาติกำเนิด ตำแหน่งหน้าที่ของบุคคล เพื่อจะเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์และการจัดส่วนประสมทางการตลาด

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor)เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมจะประกอบด้วย

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

2.2ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามียิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความคิดและค่านิยมของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การเสนอขายสินค้าจึงต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภค และการดำเนินชีวิตของครอบครัวด้วย

2.3บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กรและสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ฉะนั้นในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคมักจะมียบทบาทหลายบทบาทที่เกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจซื้อสินค้าของตนเองและผู้อื่นด้วย

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor)การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนในด้านต่างๆ ดังนี้

3.1อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

3.2วงจรชีวิตครอบครัว (Family life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน Kotler. (2003 : 260) ได้กล่าวว่า วงจรชีวิตครอบครัว ประกอบด้วยขั้นตอนแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคและพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

3.3อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

3.4รายได้ (Income) หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstance) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมสินทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าทั้งสิ้น

3.5การศึกษา (Education) ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

3.6ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึงอัตราผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อตราสินค้า รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำเนินชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปแบบ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) (ศิริวรรณ เจริญรัตน์, 2541)

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor)หรือปัจจัยภายใน การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าปัจจัยภายใน ประกอบด้วย

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

4.2การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการรับรู้ของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการและอารมณ์ และยังมีปัจจัยภายนอกคือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 การเห็น ได้ยิน ได้กลิ่น รส กลิ่น การสัมผัส ซึ่งแต่ละคนมีการรับรู้แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับ

4.3การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น

4.4ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5ทัศนคติ (Attitudes) เป็นการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler. 2003 : 270) หรือหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งส่วนประกอบของทัศนคติ

4.6บุคลิกภาพ (Personality) เป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการตอบสนอง หรืออาจหมายถึงลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองที่สม่ำเสมอและมีปฏิกิริยาต่อสิ่งกระตุ้น

4.7แนวคิดของตนเอง (Self-concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

5. ปัจจัยด้านการตลาด (Marketing factor)หรือ ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

3. แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ มีผู้เปรียบเทียบว่าแผนธุรกิจเปรียบเหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งเรื่องของการตลาด การแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงิน ที่จะชี้นำผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวังด้วยเช่นกัน แผนธุรกิจที่ดีจะช่วยในการวัดถึงความเป็นไปได้ของกิจการที่จะลงทุน แผนจึงควรประกอบด้วยการวิเคราะห์อย่างละเอียดในตัวแปรหรือปัจจัยดังต่อไปนี้

- 1.สินค้าหรือบริการที่จะขาย
- 2.กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง
- 3.จุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการที่จะทำ
- 4.นโยบายการตลาด เช่น นโยบายด้านราคา การส่งเสริมการตลาด การกระจายสินค้า
- 5.วิธีการหรือกระบวนการในการผลิต รวมถึงเครื่องจักร อุปกรณ์ที่ต้องใช้
- 6.ตัวเลขทางการเงิน นับตั้งแต่รายได้ที่คาดว่าจะได้ ค่าใช้จ่าย ค่าไร ขาดทุน จำนวนเงินลงทุนที่ต้องการและกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้มาหรือใช้ไป

แผนธุรกิจที่ดีเมื่ออ่านแล้วควรจะต้องตอบคำถามเหล่านี้ได้

1. การก่อตั้งธุรกิจเป็นรูปร่างชัดเจนขนาดไหน เสร็จสมบูรณ์แล้วหรือยัง
2. ธุรกิจนี้น่าลงทุนไหม
3. ธุรกิจมีแนวโน้มหรือโอกาสที่จะประสบความสำเร็จตั้งแต่เมื่อแรกตั้งมากน้อยขนาดไหน
4. ธุรกิจนี้มีความได้เปรียบหรือความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวมากน้อยเพียงใด
5. สินค้าที่จะผลิตมีวิธีการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพียงใด
6. สินค้าที่ผลิตสามารถวางตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด
7. วิธีการผลิตและการวางตลาดสินค้านั้น มีทางเลือกอื่นๆ ที่ประหยัดได้มากกว่าหรือไม่
8. หน้าที่ต่างๆ เช่น การผลิต การจำหน่าย การจัดการทางการเงิน การจัดการคน มีการจัดการที่ดีและเหมาะสมเพียงใด

9. จำนวนและคุณภาพของพนักงานที่ต้องการมีเพียงพอหรือไม่

โดยสรุปแล้วแผนธุรกิจที่มีการรวบรวมและเขียนขึ้นอย่างดีนั้น ไม่เพียงแต่ให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงเท่านั้น ตัวแผนต้องสามารถเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ดี ที่จะส่งผ่านความคิด ผลการวิจัยและแผนที่จะนำเสนอให้กับผู้อ่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าของเงิน ต้องเป็นพื้นฐานสำคัญของการบริหารและดำเนินกิจการที่จะจัดตั้งขึ้น นอกจากนี้ ยังต้องเป็นเครื่องมือในการวัดผลความก้าวหน้าของกิจการ รวมถึงการประเมินถึงความเปลี่ยนแปลงที่จำเป็น ดังนั้น นับได้ว่าการวางแผนธุรกิจเป็นเรื่องที่ต้องพิถีพิถัน ใช้เวลาใช้ความพยายาม เสียค่าใช้จ่าย แต่ผลลัพธ์ที่ได้กลับมา คือ ความแตกต่างระหว่างความสำเร็จและความล้มเหลวของกิจการทีเดียว

องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

แม้ว่าองค์ประกอบของแผนธุรกิจจะไม่ได้มีกำหนดไว้ตายตัว หากแต่องค์ประกอบหลัก ซึ่งนักลงทุนพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการรู้ จะประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้ คือ

องค์ประกอบที่ 1 : บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

เป็นส่วนที่จะสรุปใจความสำคัญของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาวไม่เกิน 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญ เพราะเป็นส่วนแรกที่ผู้ร่วมลงทุนจะอ่านและจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่า จะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อหรือไม่ ดังนั้น บทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญสองประการ คือ

1. ชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริงๆ เกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ
2. ต้องชี้ให้เห็นว่า สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่ว่านั้นให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไร

บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนควรระลึกไว้เสมอว่า คุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพ

ของแผนโดยรวม จึงควรใช้เวลากับการเขียนส่วนนี้อย่างพิถีพิถันเนื้อหาในบทสรุปผู้บริหารควรจะกล่าวถึงสิ่งต่อไปนี้

1. อธิบายว่าจะทำธุรกิจอะไร และแนวคิดของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไร
2. โอกาสและกลยุทธ์ สรุปว่าอะไรคือโอกาสทำไมจึงน่าสนใจ และจะใช้โอกาสนั้นด้วยวิธีการอย่างไร
3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคะเนลูกค้าเป้าหมาย
4. ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ
5. ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไร
6. ทีมผู้บริหาร
7. ข้อเสนอผลตอบแทน

องค์ประกอบที่ 2 : ประวัติย่อของกิจการ

ส่วนนี้คือการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกิจการ ทั้งในด้านการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้า/บริการ ที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 : การวิเคราะห์สถานการณ์

ขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนธุรกิจ คือ การพยายามทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของปัจจัยสำคัญๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การแข่งขัน ความน่าสนใจโดยรวมของอุตสาหกรรม ตลอดจนความสามารถในการทำกำไร และความพร้อมในด้านต่างๆ ของกิจการ ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์จึงเป็นงานอันดับแรกที่สำคัญที่ผู้ประกอบการควรกระทำ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานของกิจการ การวิเคราะห์สถานการณ์หรือเรียกอย่างย่อๆ ว่า SWOT ANALYSIS

1. การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน หมายถึง การตรวจสอบความสามารถและความพร้อมของกิจการในด้านต่างๆ ทั้งนี้โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ในส่วนที่เป็น จุดแข็ง (Strengths) และ จุดอ่อน (Weaknesses) ของกิจการ

2. การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก หมายถึง การประเมินสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นจึงต้องพยายามเข้าใจในสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของสภาพแวดล้อมดังกล่าว เป็นไปในลักษณะที่เป็น โอกาส (Opportunities) หรือ อุปสรรค (Threats) ในการดำเนินธุรกิจ

ผลลัพธ์จากขั้นตอนของการวิเคราะห์สถานการณ์ คือ บทวิเคราะห์ความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านต่างๆของกิจการ

องค์ประกอบที่ 4 : วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องการได้รับในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการ และเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนกหรือลักษณะงาน เช่น เป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางการจัดการ เป้าหมายทางการผลิต และเป้าหมายทางการเงิน เป็นต้น นอกจากนี้เป้าหมายทางธุรกิจอาจแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้น คือ ภายใน 1 ปี เป้าหมายระยะกลาง ประมาณ 3-5 ปี และเป้าหมายระยะยาวที่นานกว่า 5 ปี ลักษณะของเป้าหมายของธุรกิจที่ดีมี 3 ประการ คือ

1. มีความเป็นไปได้
2. สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม
3. เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

กล่าวคือ ไม่มุ่งหวังเพียงกำไรหรือผลลัพธ์ในระยะสั้นมากเกินไป โดยเฉพาะหากผลในระยะสั้นนั้นจะก่อให้เกิดผลเสียได้ในระยะปานกลางและระยะยาว

องค์ประกอบที่ 5 : แผนการตลาด

แผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาดตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในองค์ประกอบที่ 3 มาพิจารณาร่วมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ในองค์ประกอบที่ 4 เนื้อหาของแผนการตลาดต้องตอบคำถามหลักๆ ให้กับผู้ประกอบการอย่างน้อยดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายทางการตลาดที่ต้องทำให้ได้ในระยะเวลาของแผนคือเรื่องอะไรบ้าง
2. ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง
3. จะนำเสนอสินค้า/บริการอะไรให้กลุ่มเป้าหมาย ในราคาเท่าใด และด้วยวิธีการใด
4. จะสร้างและรักษาความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้ด้วยวิธีการใดบ้าง
5. ถ้าสถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ จะปรับตัวหรือแก้ไขอย่างไร

การตอบคำถามดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญของแผนการตลาด ซึ่งมีเนื้อหาหลัก 4 ส่วน ดังนี้

1. เป้าหมายทางการตลาด
2. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

3. กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาด

- กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน
- กลยุทธ์เพื่อการเติบโตทางการตลาด
- กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

4. การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด

องค์ประกอบที่ 6 : แผนการผลิตปฏิบัติการ

หลังจากที่ผู้ประกอบการได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกิจการ ตลอดจนกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและแผนกลยุทธ์ของกิจการในภาพรวม เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันแล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นให้ออกมาเป็นแผนการผลิต/ปฏิบัติที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนธุรกิจส่วนอื่นๆ ของบริษัท อันได้แก่ แผนการตลาด แผนการบริหารและจัดการบุคลากรและแผนการเงิน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายตามแผนนั้นๆ แผนการผลิต/ปฏิบัติการที่จะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับธุรกิจ โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตให้เป็นผลผลิต

ในการวางแผนการผลิต/ปฏิบัติ นั้น ผู้ประกอบการต้องพิจารณาตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและปฏิบัติการภายในกิจการตามประเด็นที่สำคัญๆ รวม 10 ประเด็นดังต่อไปนี้ คือ

1. คุณภาพ
2. การออกแบบสินค้าและบริการ
3. การออกแบบกระบวนการผลิตและปฏิบัติการ และการตัดสินใจเรื่องกำลังการผลิต
4. การเลือกสถานที่ตั้ง
5. การออกแบบผังของสถานประกอบการ
6. การออกแบบระบบงานและการวางแผนกำลังคน
7. การจัดการกระบวนการจัดส่งวัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูป (Supply-Chain Management)
8. ระบบสินค้าคงคลัง
9. กำหนดการผลิตและปฏิบัติการ
10. การบำรุงรักษาเครื่องมือและเครื่องจักร

องค์ประกอบที่ 7 : แผนการจัดการ และ แผนคน

ส่วนนี้ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุโครงสร้างขององค์การให้ชัดเจน โดยแสดงแผนผังโครงสร้างขององค์กรว่า ประกอบไปด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความรับผิดชอบอะไร

รวมถึงตำแหน่งผู้บริหารหลักๆ ขององค์กร โครงสร้างของคณะกรรมการและการถือหุ้น การเขียนในส่วนนี้ควรจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเป็นทีมที่ดีในการบริหาร มีความสมดุลในด้านความรู้ ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิคและการบริหาร มีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่ทำ รายละเอียดในส่วนนี้ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

1. โครงสร้างองค์กร
2. ตำแหน่งบริหารหลัก
3. ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้บริหาร
4. ผู้ร่วมลงทุน ระบุผู้ร่วมลงทุนอื่นๆ และเปอร์เซ็นต์การถือหุ้น
5. คณะกรรมการบริษัท

องค์ประกอบที่ 8 : แผนการเงิน

ในการจัดทำแผนธุรกิจนั้น กิจการต้องทราบให้ได้ว่าแผนที่จะจัดทำขึ้นนั้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ การที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าใด จะได้จากแหล่งใดบ้าง จากแหล่งเงินทุนภายใน ในรูปของเจ้าของกิจการ หรือแหล่งเงินทุนภายนอกในรูปของการกู้ยืมจากเจ้าหนี้ เรียกว่า กิจกรรมจัดหาเงิน (Financing Activities) จากนั้น จะเป็นเรื่องของ การตัดสินใจนำเงินไปลงทุน กิจกรรมนี้เรียกว่า กิจกรรมลงทุน (Investing Activities) ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อเนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวข้างต้น คือ กิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งจะประกอบไปด้วย การผลิต การซื้อ การขาย และการจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ

การตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมหลักทั้งสาม คือ กิจกรรมจัดหาเงิน กิจกรรมลงทุน และกิจกรรมดำเนินงาน จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ นักบัญชีจะเป็นผู้นำเสนอผลของกิจกรรมทั้งสาม และสรุปออกมาเป็น งบการเงิน (Financial Statements) ซึ่งเป็นรายงานสรุปขั้นสุดท้ายของขบวนการจัดทำบัญชี ที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลทางการเงินของธุรกิจหรืออาจจะเป็นงบการเงินที่ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่า ในรอบระยะเวลาที่ผ่านมา นั้น ธุรกิจมีฐานะการเงินอย่างไร กำไรหรือขาดทุน มีการเปลี่ยนแปลงในเงินสดอย่างไรบ้าง เพิ่มขึ้นหรือลดลง และสาเหตุเกิดจากอะไร

องค์ประกอบที่ 9 : แผนการดำเนินงาน

หลังจากผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ของกิจการอย่างรอบคอบและครบถ้วนแล้ว ขั้นตอนต่อมาก็คือ การจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

ในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ โดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือนหรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

องค์ประกอบที่ 10 : แผนฉุกเฉิน

แผนฉุกเฉินเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่สถานการณ์หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้

4. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's(Marketing Mix)

คอตเลอร์, ฟิลลิป (2546: 24) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมทางการตลาดแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552: 80-81) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1.ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหา การใช้หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Armstrong and Kotler. 2009 : 616) ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป (Armstrong and Kotler. 2009 : 616) หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้น ถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Distribution)หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการสำหรับการใช้หรือบริโภค (Kotler and Keller. 2009 : 787) หรือหมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct channel) จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม และใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิต ผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การกระจายตัวสินค้าหรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical distribution หรือ Market logistics)หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร (Kotler and Keller. 2009 : 786) หรือหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4. การส่งเสริมการขาย (Sales promotion)หมายถึง เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Armstrong and Kotler. 2009 : 617) เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย (Etzel, Walker and Stanton. 2007 : 677) ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าคนสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย

4.1 การโฆษณา (Advertising)เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือ ความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ (Armstrong and Kotler. 2009 : 33)

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling)เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยการขายแบบเผชิญหน้าโดยตรงหรือใช้โทรศัพท์ (Etzel, Walker and Stanton. 2007 : 675) หรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Armstrong and Kotler. 2009 : 616)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion)หมายถึง เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Armstrong and Kotler. 2009 : 617) เป็นเครื่องมือกระตุ้น

ความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย (Etzel, Walker and Stanton. 2007 : 677) ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าคนสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบ คือ

- (1) การกระตุ้นผู้บริโภค การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion)
- (2) การกระตุ้นคนกลาง การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion)
- (3) การกระตุ้นพนักงานขาย การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force Promotion)

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) มีความหมายดังนี้

1. การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์

2. ประชาสัมพันธ์ (Public relations) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Etzel, Walker and Stanton. 2007 : 677) มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกันภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) และการตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

นกกัญญา รวมไมตรี (2557) โครงการออกแบบแจกันสำหรับประดับตกแต่งลดหลาดจากผีเสื้อ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความต้องการลดหลาด และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ (2) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่าผีเสื้อเป็นสัตว์ที่มีความน่าสนใจทั้งรูปร่าง สี สันของผีเสื้อที่เกิดจากเกล็ดสีนวลด้านมาเรียงตัวกันเกิดเป็นลดหลาดที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว การออกแบบให้สามารถตอบสนองด้านการใช้สอย และความสวยงาม การออกแบบขึ้นรูปด้วยวิธีการหล่อ น้ำดิน ใช้เนื้อดินสำเร็จรูปสโตนแวร์ ตกแต่งด้วยการจูนน้ำดินสีเป็นลดหลาด โดยนำเนื้อดินสำเร็จรูปสโตนแวร์มาเติมสีสำเร็จรูป และออกไฟครั้งนี้ สีเหลืองร้อยละ 4-20 สีเขียวน้ำทะเลร้อยละ 4 - 20 สีดำร้อยละ 4-20 สีแดงร้อยละ 4-20 เฟอริกออกไซด์ร้อยละ 1-9 คอปเปอร์ออกไซด์ร้อยละ 2-10 โคบอล

ออกไซด์ร้อยละ 0.1–2 ทำการเผาขึ้นงานที่อุณหภูมิ 1,230 °C ผลของการวิจัยสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์เช่นกันได้รูปทรงและสีสังคางาม สามารถตอบสนอง ได้ทั้งด้านการใช้สอยและด้านความสวยงาม

ทอแสง สุพะนาม และคณะ (2558) มหัสจรรย์เปลือกหอย มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1)เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเพิ่มมูลค่าให้กับสิ่งประดิษฐ์จากเปลือกหอย ใช้แบบสอบถามความพึงพอใจในการเพิ่มมูลค่าให้กับสิ่งประดิษฐ์จากเปลือกหอย ตัวอย่างที่ใช้จำนวน 100 คน ผลการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณา ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ระดับมาก ($\bar{X}=4.03$) ($S.D=0.448$) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$)($S.D=0.432$) ด้านการจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$) ($S.D=0.489$) ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.00$) ($S.D=0.429$)

จตุรพร เทวกุล (2558) โครงการออกแบบแจกันเครื่องเคลือบดินเผา สำหรับประดับตกแต่งบ้าน เพื่อส่งออกตลาดยุโรป มีวัตถุประสงค์(1)เพื่อศึกษาการสร้างโรงงานสิ่งประดิษฐ์ (2)เพื่อผลิตแจกันเครื่องเคลือบดินเผาสำหรับตกแต่งบ้านให้สอดคล้องกับการตกแต่งบ้านในปัจจุบัน (3)เพื่อให้เกิดเจตนาที่ดีต่อการสร้างโรงงานสิ่งประดิษฐ์ ผลการวิจัยปรากฏว่า (1)แจกันที่ออกแบบเป็นแจกันคู่ที่มีขนาดและรูปทรงต่างกัน (2)เนื้อดินที่นำมาใช้ในการผลิตเป็นเนื้อดินสโตนแวร์ (Stoneware)เผาที่อุณหภูมิ 1200 องศาเซลเซียส (3)เคลือบที่นำมาใช้เป็นเคลือบกึ่งมันกึ่งด้าน เผาที่อุณหภูมิ 1200 องศาเซลเซียส จากการแปรค่าอุณหภูมิและชนิดวัตถุดิบประกอบด้วย โซดาเฟลสปาร์ ร้อยละ 35.3, แคลเซียมคาร์บอเนต ร้อยละ 15.7, ซิงค์ออกไซด์ ร้อยละ 7.8, ดินขาวล่าปาง ร้อยละ 19.8, และควอทซ์ ร้อยละ 21.4 คือ นิเกิลออกไซด์ ร้อยละ 2 ไทเทเนียม ร้อยละ 5 สีเหลือง นำมาเติมออกไซด์และสีสำเร็จรูปดังนี้ 21.4 No. / ร้อยละ 6 6445ไทเทเนียม ร้อยละ สีเหลือง 5No. ร้อยละ 4 สีฟ้า 6445No. / ร้อยละ 1 6393นิเกิลออกไซด์ ร้อยละ คอปเปอร์ ออกไซด์ ร้อยละ 2 ไทเท 2เนียม ร้อยละ สีเหลือง 5No.ร้อยละ 6 6445

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงาน โดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
3. ล้างทำความสะอาดเปลือกหอย
4. นำเปลือกหอยที่ล้างแล้วมาตากแดดให้แห้ง
5. นำเปลือกหอยที่แห้งแล้วมาทาสีแล้วนำไปตากเพื่อให้สีแห้ง
6. นำเปลือกหอยไปพ่นสีเคลือบ
7. นำเปลือกหอยมาติดลงบนแจกัน
8. ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นของการทำงาน

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

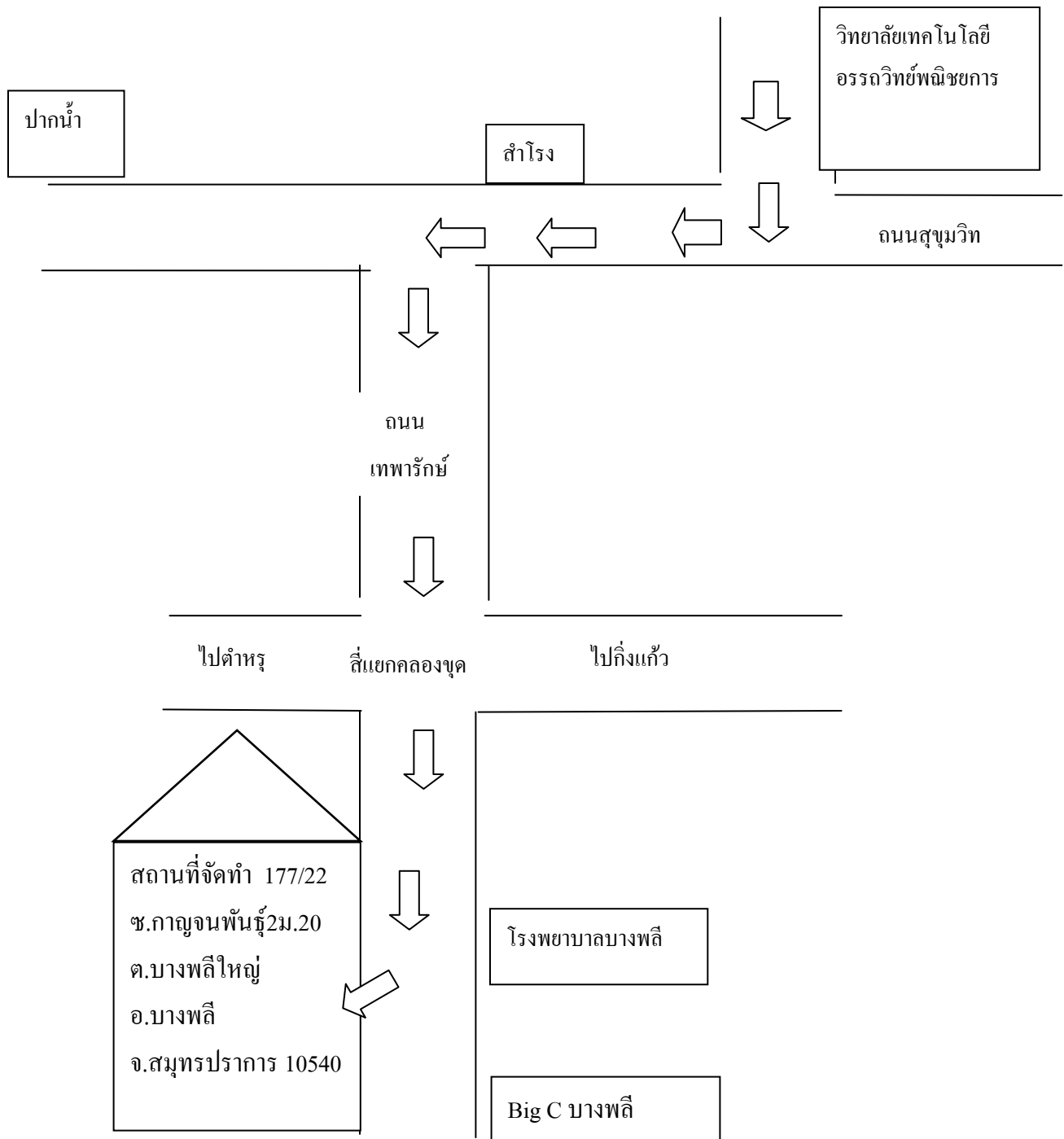
ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	ม.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมคิดรูปแบบนวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์	↔								
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ	↔								
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษา โครงการ	↔								
4. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์			↔						
5. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ จะทำสิ่งประดิษฐ์				↔					
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและ ขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้					↔				
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน						↔			
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน								↔	

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ 177/22 ซ.กาญจนาพันธุ์ 2 ม. 20 ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

สถานที่ปฏิบัติงาน



ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณและวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน	900	บาท
1. เปลือกหอย	100	บาท
2. แจกัน	150	บาท
3. สีน้ำ	90	บาท
4. สีเคลือบ	60	บาท
5. ปืนกาว	-	บาท
6. กาวแท่ง	-	บาท
7. พู่กัน	-	บาท
8. ป้ายนำเสนองานและอื่นๆ	500	บาท
รวม	900	บาท

การจัดทำแผนธุรกิจ

1. บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท Seashell Vase ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อ วันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ.2562 โดยมีสถานที่ประกอบการ เลขที่ 177/22 หมู่ 20 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โดยมีหุ้นส่วนทั้งหมด 2 คน คือ นางสาวเกวลิน เกล้าพิมาย และนายฉัตรดนัย วงษ์ภักดีจุดเริ่มต้นของบริษัทนี้เริ่มต้นที่ นางสาวเกวลิน และนายฉัตรดนัยมีความเห็นที่จะประกอบธุรกิจร่วมกัน จึงได้มีความคิดสร้างสรรค์ในการประดิษฐ์แจกันจากเปลือกหอยขึ้นมาเพราะเป็นสินค้างาน DIY ซึ่งในปัจจุบันงาน DIY เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเพราะมีความทันสมัย และมีเอกลักษณ์ มีความเก๋ แปลกใหม่ไม่เหมือนใคร อีกทั้งยังสามารถสร้างรายได้ให้กับตนเองและบริษัทอีกด้วยนางสาวเกวลินและนายฉัตรดนัยจึงร่วมกันสร้างและก่อตั้งบริษัทนี้ขึ้นมาภายใต้แบรนด์ Seashell Vase

กิจการสามารถเผชิญการแข่งขันในปัจจุบันและเติบโตได้อีก เพราะปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ให้ความสำคัญและแสวงหาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกิจการคือ กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือน อาศัยอยู่ตาม คอนโดมิเนียมหรือห้องเช่า 2.กลุ่มวัยรุ่น นิสิต-นักศึกษา อาศัยอยู่ตามหอพักและอื่นๆที่มีความชื่นชอบสินค้าสไตล์ DIY

ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของธุรกิจ

แจกันจากเปลือกหอย เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการรีไซเคิล จากช่างฝีมือที่มากประสบการณ์ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า สร้างมูลค่า ด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์ การนำกลับมาใช้ใหม่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และเป็นที่สนใจของผู้บริโภค เพราะมีคุณภาพ ความคงทน ความคุ้มค่าและที่สำคัญเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยมีอยู่ที่ราคา 500 บาท

สถานะตลาด

สถานะการแข่งขันของตลาดสินค้าDIYจะมีความรุนแรงน้อยกว่าตลาดสินค้าทั่วไป เพราะผู้ประกอบการรายใหม่ที่สามารถอยู่ในตลาดเป็นเวลานานได้นั้นมีน้อยราย เนื่องจากจำเป็นต้องมีแรงงานที่มีฝีมือ มีทักษะสูง และมีเงินลงทุนสำหรับการออกแบบใหม่ๆเสมอ และสินค้าของกลุ่มแข่งขันในตลาดมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน มีการลอกเลียนแบบกันไปมา ทำให้ผู้บริโภคเกิดการพิจารณาเปรียบเทียบการออกแบบสินค้า ราคา คุณภาพของสินค้า ความคุ้มค่า โดยบริษัททำการเพิ่มศักยภาพให้มากขึ้น เพื่อที่สามารถมีแข่งขันกับบริษัทอื่นๆในท้องตลาดได้

ลูกค้าเป้าหมาย

- 1.กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือน อายุ 25-44 ปี ที่มีความสนใจงานแปลกใหม่
- 2.กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีความสนใจในงานด้าน DIY

กลยุทธ์ทางการตลาด

บริษัท Seashell Vase จะกำหนดตลาดของบริษัทอยู่ที่กลุ่มลูกค้าคนยุคใหม่ จะเน้นความเป็นเอกลักษณ์ด้านการออกแบบอาศัยไอเดียและความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญสินค้าต้องมีความสวยงามเน้นใช้วัสดุที่ดีมีความคงทนมีการใช้ทักษะหรือเทคนิคการผลิตโดยเฉพาะผ่านขั้นตอนการผลิตที่มีคุณภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และจะมีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปบริษัทจะหมั่นปรับปรุงชิ้นงานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและพัฒนาคุณภาพของชิ้นงานให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ดังนั้น ทางบริษัทจะวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์อยู่ในกลุ่มคนยุคใหม่ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าผู้ชื่นชอบงานDIYไปจนถึงกลุ่มนักสะสมแล้วสร้างจุดเด่นของสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ตลอดจนพัฒนารูปแบบสินค้าให้เป็นที่น่าสนใจของกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสให้ขายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้นแล้วจึงขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางออนไลน์โดยการขายผ่านเพจเฟซบุ๊ก

แผนการผลิตหรือการบริการ

สิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำธุรกิจสินค้าจากเปลือกหอยมีความโดดเด่นของสินค้า ความมีเสน่ห์ในกระบวนการผลิตที่ต้องใช้ความประณีต พิถีพิถันในแต่ละขั้นตอน จนกลายมาเป็นสินค้าหนึ่งชิ้น แต่ในเมื่อธุรกิจกลุ่มนี้ก็มีพื้นฐานคล้ายกันคือการใช้มือในการทำ จึงทำให้ธุรกิจต้องสร้างจุดขายที่มากกว่า เพื่อเพิ่มความโดดเด่นให้กับธุรกิจแบบที่ไม่เหมือนใคร ไม่ว่าจะเป็นการใช้วัสดุที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน หรือจะเป็นวิธีการผลิตแบบใหม่ หรือการใช้สองสิ่งผสานรวมกันจนได้ความแปลกใหม่ให้ธุรกิจ

การที่ธุรกิจของเรามีความแข็งแกร่งนอกเหนือจากที่ต้องมีความโดดเด่นในเรื่องของสินค้าและการพัฒนาสินค้าให้มีความแปลกใหม่อยู่เสมอก็จะทำให้แบรนด์ไปได้ไกลกว่าคนอื่นและทางบริษัทจะพัฒนาให้สินค้าเข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภคนอกจากนี้ก็จะคิดถึงการต่อยอดสินค้าเช่นการนำเปลือกหอยไปประดิษฐ์เป็นโมบาย หรือจะเป็นการนำเปลือกหอยไปประดิษฐ์ของใช้ต่างๆอีกด้วยในอนาคต เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าที่สำคัญยังทำให้แบรนด์ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่และมีความคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอ

การบริหารจัดการ

กิจการมีการบริหารจัดการโดย อำนวยการตัดสินใจของกิจการขึ้นอยู่กับประธาน แต่เพียงผู้เดียวจึงทำให้กิจการไม่ประสบปัญหามากนัก มีการวางระบบงานของแต่ละฝ่ายที่ชัดเจนลงรายละเอียดงานให้มากที่สุดก็สามารถช่วยลดข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้ช่วยประหยัดต้นทุนการผลิตและถึงจะมีพนักงานมาช่วยทำงานก็ออกมามีประสิทธิภาพได้เหมือนกับทำเองธุรกิจก็สามารถขยายเติบโตขึ้นได้ซึ่งเมื่อเริ่มต้นวางแผนด้วยตนเองแล้วก็ควรที่จะจบงานด้วยตนเองด้วยตรวจสอบคุณภาพงานที่ทำเสร็จทุกครั้งเพื่อรักษามาตรฐานของแบรนด์เอาไว้

สรุปผลทางการเงิน

ปัจจุบันกิจการมีเงินลงทุนทั้งหมด 100,000 บาท ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 4,989,600.00 บาท ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 882,540.85 บาท ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขายปีที่ 3 เป็นเงิน 709,545.00 บาท กำไรสะสมปีที่ 3 เป็นเงิน 111,224.63 บาท ภายในระยะเวลา 3 ปี มีเงินหมุนเวียนภายในกิจการ 2,887,887.03 บาท

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจต่อธนาคารพาณิชย์

โดยวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อขยายธุรกิจ
2. เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ
3. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือ แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มก่อตั้ง

บริษัท Seashell Vase ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อ วันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ.2562 โดยมีสถานที่ประกอบกิจการ เลขที่ 177/22 หมู่ 20 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โดยมีหุ้นส่วนทั้งหมด 2 คน คือ นางสาวเกวณีน เกล้าพิมาย และนายฉัตรดนัย วงษ์ภักดี

จุดเริ่มต้นของบริษัทนี้เริ่มต้นที่ นางสาวเกวณีน เกล้าพิมาย และนายฉัตรดนัย วงษ์ภักดีมีความเห็นที่จะประกอบธุรกิจร่วมกัน จึงได้มีความคิดสร้างสรรค์ในการประดิษฐ์แจกันจากเปลือกหอยขึ้นมาเพราะเป็นสินค้างาน DIY ซึ่งในปัจจุบันงาน DIY เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเพราะมีความทันสมัย และมีเอกลักษณ์ มีความเก๋ แปลกใหม่ไม่เหมือนใคร อีกทั้งยังสามารถสร้างรายได้ให้กับตนเองและบริษัทอีกด้วยนางสาวเกวณีน เกล้าพิมาย และนายฉัตรดนัย วงษ์ภักดี จึงร่วมกันสร้างและก่อตั้งบริษัทนี้ขึ้นมาภายใต้แบรนด์ Seashell Vase

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน	ระยะคาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	จัดตั้งบริษัท Seashell Vase จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจแจกันเปลือกหอย	1 เดือน	30 วัน
2	จดทะเบียน บริษัทจำกัด	2 อาทิตย์	14 วัน
3	ประชุมบอร์ดบริหารทุกฝ่าย	2 อาทิตย์	14 วัน
4	ทำวิจัยกลุ่มคนทั่วไปที่สนใจวัดกรรมจากสิ่งของเหลือใช้	1 เดือน	30 วัน
5	สรุปผลวิจัย นำข้อมูลมาประชุมและเริ่มดำเนินการ	1 อาทิตย์	7 วัน
6	เริ่มเปิดตัวผลิตภัณฑ์แจกันเปลือกหอยและโฆษณาผลิตภัณฑ์	1 เดือน	30 วัน
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		4 เดือน 1 อาทิตย์	125 วัน

4. ผลิตภัณฑ์

4.1 รายละเอียดสินค้า

แจกันจากเปลือกหอย เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการรีดจากช่างฝีมือที่มากประสบการณ์ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า สร้างมูลค่า ด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์ การนำกลับมาใช้ใหม่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และเป็นที่สนใจของผู้บริโภค เพราะมีคุณภาพ ความคงทน ความคุ้มค่าและที่สำคัญเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยมีอยู่ที่ราคา 500 บาท

ภาพสินค้า

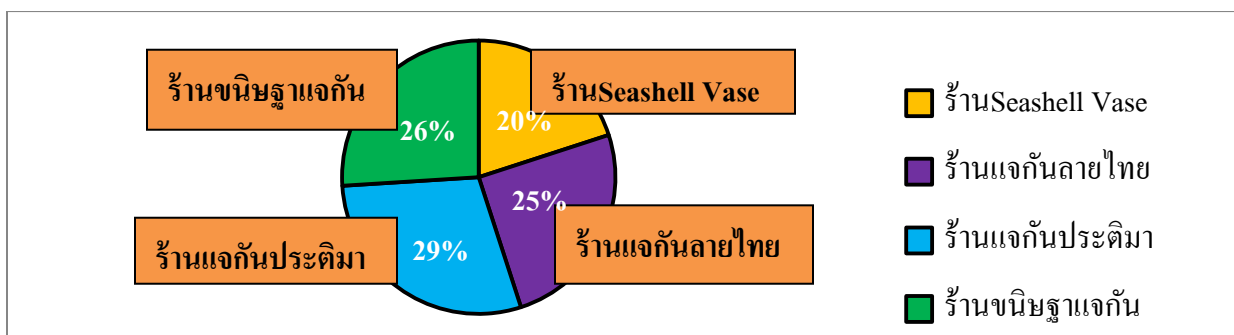


5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด

บริษัทได้ใช้กลยุทธ์การสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภค จากการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายมาจากสาเหตุต่างๆเช่น ความชอบ ความพึงพอใจที่ต้องการผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์เป็นของตนเอง จากกระแสการใช้สินค้าแฮนด์เมดเป็นที่มีความนิยมมากขึ้น ทางบริษัทจึงได้นำผลิตภัณฑ์แจกันเปลือกหอยออกจำหน่ายสู่ตลาด เพื่อตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีความชอบไลฟ์สไตล์แตกต่างกันออกไป

5.2 ส่วนแบ่งทางการตลาด



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

แนวโน้มทางการตลาดบริษัท Seashell Vase จำกัด สามารถเติบโตได้อีก เพราะปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ให้ความสำคัญและแสวงหาสินค้าที่มีความแปลกใหม่ ทันสมัย รวมถึงการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งพฤติกรรมในการบริโภคดังกล่าวตรงกับเงื่อนไขกระแสเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียว กับการรักษาสีแวดล้อมอย่างยั่งยืน ทำให้สามารถดำเนินการควบคู่ไปกับการสร้างผลกำไรให้กับองค์กร เนื่องจากมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัท Seashell Vase ได้รับผลตอบแทนที่ดีจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองในอนาคต

5.4 ตลาดเป้าหมาย

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจคือ

- 1.กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือน อายุ 25-44 ปี ที่มีความสนใจในงานด้าน DIY
- 2.กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีความสนใจงานแปลกใหม่

เป็นกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความต้องการสินค้าที่มีการออกแบบที่เป็นสิ่งแปลกใหม่โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะคำนึงถึงการในระยะการใช้งาน คุณภาพ ความคุ้มค่าในการซื้อสินค้า จึงทำให้บริษัท เราต้องขยายตัวเพื่อที่จะเจาะกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจการก็คือผู้บริโภค ที่มีความสนใจในตัว สินค้าสิ่งแปลกใหม่สวยงาม ต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่าย และสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งานได้ดี และสามารถทดแทนในกลุ่มสินค้าทั่วไปได้ในคุณภาพระดับเดียวกัน

5.6 สถานะการแข่งขัน

สถานะการแข่งขันของตลาดสินค้าDIYจะมีความรุนแรงน้อยกว่าตลาดสินค้าทั่วไป เพราะผู้ประกอบการรายใหม่ที่สามารถอยู่ในตลาดเป็นเวลานานได้นั้นมีน้อยราย เนื่องจากจำเป็นต้องมีแรงงานที่มีฝีมือ มีทักษะสูง และมีเงินลงทุนสำหรับการออกแบบใหม่ๆเสมอ และสินค้าของกลุ่มแข่งขัน

ในตลาดมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน มีการลอกเลียนแบบกันไปมา ทำให้ผู้บริโภคเกิดการพิจารณาเปรียบเทียบการออกแบบสินค้า ราคา คุณภาพของสินค้า ความคุ้มค่า โดยบริษัททำการเพิ่มศักยภาพให้มากขึ้น เพื่อที่สามารถมีแข่งขันกับบริษัทอื่นๆ ในท้องตลาดได้

5.7 คู่แข่งขัน

- ร้านแจกันลายไทย
- ร้านแจกันประติมา
- ร้านขนิษฐาแจกัน

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	ร้านSeashell Vase	ร้านแจกันลายไทย	ร้านแจกันประติมา	ร้านขนิษฐาแจกัน
ด้านสินค้า	แจกันเปลือกหอย	แจกันลายไทย	แจกันเซรามิก	แจกันดอกไม้
ราคา	ราคา 500 บาท	ราคา 1,000 บาทขึ้นไป	ราคา 500 บาทขึ้นไป	ราคา 800 บาท
ช่องทางการจัดจำหน่าย	-ที่หน้าเพจFacebook: Seashell Vase -ที่หน้าร้าน เลขที่ 177/22 ซ.กาญจพันธ์ 2 ม.20 ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540	มีหน้าร้านที่บิกซีบางพลีและขายออนไลน์	มีหน้าร้านที่บิกซีบางพลีและขายออนไลน์	มีหน้าร้านตลาดบางพลีและขายออนไลน์
การส่งเสริมการตลาด	1.มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Facebook:Seashell Vase 2.มีส่วนลดราคาในเทศกาลต่างๆ 3.จัดส่งฟรีในพื้นที่	ไม่มีการส่งเสริมการตลาด	ไม่มีการส่งเสริมการตลาด	1.จัดส่งสินค้าฟรีในพื้นที่ใกล้เคียง

	ใกล้เคียง			
--	-----------	--	--	--

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน(Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	1.ผู้บริหารมีการวางแผนการจัดการได้อย่างทั่วถึง 2.มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบชัดเจน	1.มีอุปกรณ์สำนักงานไม่เพียงพอ 2.กิจการเพิ่งก่อตั้งใหม่ ผู้ประกอบการจึงขาดประสบการณ์ในการทำงาน
ด้านการตลาด	1.มีส่วนลดจากการส่งเสริมการขาย 2.สินค้าราคาถูกเมื่อเทียบกับคู่แข่ง 3.มีขั้นตอนการจัดจำหน่ายดำเนินการอย่างเป็นระบบ	1.มีการโฆษณาในวงแคบเพราะเนื่องจากการโฆษณามีค่าใช้จ่ายสูง 2.สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม
ด้านการผลิต	1.มีรูปแบบที่แปลกใหม่และน่าสนใจแตกต่างจากร้านอื่น 2.มีต้นทุนการผลิตต่ำทำให้มีกำไรเพิ่มขึ้นสูง	ผลิตสินค้าอาจไม่ทันตามที่ถูกคำสั่งซื้อเนื่องจากเป็นงานฝีมือต้องใช้เวลาและความประณีต
ด้านการเงิน	1.มีการตรวจสอบสถานะทางการเงินบริษัทเป็นประจำ 2.มีเงินทุนสำรอง	การจัดทำรายงานทางการเงินขาดการสรุปผลที่ชัดเจนที่จะนำไปวางแผนตัดสินใจต่อธุรกิจได้

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	1.กลุ่มเป้าหมายที่มีความที่ชอบสินค้าประเภทDIYมีมากขึ้น 2.ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้าเนื่องจากสินค้ามีความแปลกใหม่	มีผู้บริโภคบางคนขาดความเข้าใจในสินค้าประเภทริยูล
สถานการณ์การแข่งขัน	1.คู่แข่งทางธุรกิจยังมีไม่มาก 2.ยังไม่มีผู้ประกอบการที่ผลิตจากวัสดุประเภทเดียวกันในเขตพื้นที่เดียวกัน	มีคู่แข่งเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาเนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย
สังคม	มีการรณรงค์การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดการยอมรับว่าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการลดปริมาณขยะให้แก่สังคม	-
ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
เทคโนโลยี	ผู้บริโภคมีสมาร์โฟนเป็นของตนเองทำให้ง่ายต่อการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์	การลงทุนเทคโนโลยีอุปกรณ์เครื่องมือสื่อสารใหม่มีค่าใช้จ่ายสูง
สภาพเศรษฐกิจ	1.การประหยัดค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคช่วยให้สินค้าของเราอยู่บนทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค	1.สภาพเศรษฐกิจประเทศไทยชะลอตัวทำให้ผู้บริโภคมีปริมาณการซื้อสินค้าน้อยลง 2.ค่าครองชีพที่สูงขึ้นในปัจจุบัน

กฎหมาย , ระเบียบ ,ข้อบังคับ	ปัจจุบันรัฐมีการสนับสนุนธุรกิจ SME เป็นอย่างมาก	ระเบียบข้อบังคับของกฎหมายในการจัดตั้งธุรกิจที่มีความยุ่งยากและซับซ้อน
กลุ่มผู้จำหน่าย , เครือข่าย	-	-

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	แจกันเปลือกหอย
ที่อยู่ / ที่ตั้งกิจการ	เลขที่ 177/22 ซ.กาญจพันธ์ 2 ม.20 ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	เป็นธุรกิจที่มีผู้ร่วมลงทุน
ทุนจดทะเบียน	100,000 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 – เดือนกุมภาพันธ์ 2563
หมายเลขทะเบียนการค้า	1110301322952

6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	นางสาวเกวณีน เคล้าพิมาย	ประธาน
2	นายจักรดนัย วงษ์ภักดี	รองประธาน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจในการบริหารจัดการของทางร้านขึ้นอยู่กับ นางสาวเกวณีน เคล้าพิมาย เท่านั้น ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจสั่งการสูงสุดภายในร้าน

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
-------	--------------	-----------	------------	-------------

1	นางสาวเกวณีน เคล้าพิมาย	5,000.00	50,000.00	50%
2	นายฉัตรดนัย วงษ์ภักดี	5,000.00	50,000.00	50%
รวมจำนวนหุ้น		10,000.00	100,000.00	100%

*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

A. ชื่อ-นามสกุล นางสาวเกวณีน เคล้าพิมาย อายุ 19 ปี

การศึกษา

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์
ปีการศึกษา 2560

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์
ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2561 บริษัท บางกอกเร็นซ์ จำกัด มหาชนตำแหน่ง พนักงาน Finance

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

รางวัลชนะเลิศอันดับ 1 เหรียญทองจากการแข่งขันการจัดแสดงสินค้า
จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์

B. ชื่อ-นามสกุล นายฉัตรดนัย วงษ์ภักดี อายุ 19 ปี

การศึกษา

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์
ปีการศึกษา 2560

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์
ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2561 บริษัท บางกอกเร็นซ์ จำกัด มหาชน ตำแหน่ง พนักงานต้อนรับ
ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

รางวัลชนะเลิศอันดับ1 จากการประกวดการแข่งขันทักษะภาษาต่างประเทศ
จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ

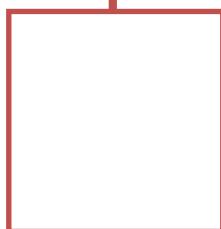
6.6 แผนผังองค์กร



นางสาวเกวลิน เคล้าพิมาย
ประธาน



นายจิตรคนัย วงษ์ภักดี
รองประธาน



.....

หัวหน้าฝ่ายผลิต

6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

1. ชื่อ นางสาวเกวลิน เกล้าพิมาย

ตำแหน่ง	ประธานบริษัท
หน้าที่ความรับผิดชอบ	บริหาร วางแผน ตัดสินใจงานในบริษัท
การศึกษา ระดับ ปวส.	จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ ปี พ.ศ. 2562
อัตราเงินเดือน	15,000 บาท

2. ชื่อ นายฉัตรดนัย วงษ์ภักดี

ตำแหน่ง	รองประธานบริษัท
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ให้คำปรึกษาและรับผิดชอบเกี่ยวกับฝ่ายต่างๆ
การศึกษา ระดับ ปวส.	จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ ปี พ.ศ. 2562
อัตราเงินเดือน	13,000 บาท

6. ชื่อ

.....

ตำแหน่ง	หัวหน้าฝ่ายผลิต
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมดูแลการผลิตและตรวจสอบสินค้าที่ผลิต
การศึกษา ระดับ ปวส.	จาก.....
อัตราเงินเดือน	10,500 บาท

6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตรา เงินเดือน	รวมเงินเดือน
1.	นางสาวเกวลิน เคล้าพิมาย	ประธานบริษัท	1	15,000.00	15,000.00
2.	นายจักรดนัย วงษ์ภักดี	รองประธาน	1	13,000.00	13,000.00
3.		หัวหน้าฝ่ายผลิต	1	10,500.00	10,500.00
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			3	38,500.00	38,500.00

6.9 วิสัยทัศน์

นำเสนอสินค้ามีคุณภาพ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเลิศที่มีความแตกต่าง ความทันสมัย สินค้าของเราจะต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานของเราเพื่อสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป

6.10 พันธกิจ

1. จัดระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพและพัฒนารูปแบบการผลิตอย่างต่อเนื่อง
2. สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่และการบริการที่ดี
3. บริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและมีผลประกอบการที่น่าพอใจเพื่อสร้างผลกำไรในธุรกิจ

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. เพื่อผลิตและจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคแหล่งชุมชนใกล้เคียง
2. ต้องการให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
3. ธุรกิจต้องการคืนทุนภายในระยะเวลา 3 ปี

เป้าหมายระยะกลาง

1. พัฒนาสินค้าให้มีความแปลกใหม่และทันสมัย
2. เพื่อขยายตลาดผลิตภัณฑ์ไปเขตพื้นที่ใกล้เคียง
3. ขยายช่องทางการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ

เป้าหมายระยะยาว

1. เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีมากขึ้นจนเป็นที่กล่าวขานของกลุ่มลูกค้าทั่วไป
2. สามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้ได้มากที่สุดและเพิ่มลูกค้ารายใหม่อยู่เสมอ
3. เป็นผู้นำตลาดที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงที่สุดและมีกำไรในปีต่อไปเพิ่มขึ้นเรื่อยๆจากปีก่อนหน้าอีก 10%

6.12 ปัจจัยความสำเร็จ

1. การบริการอันประทับใจมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า
2. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ
3. มีแหล่งวัตถุดิบที่มีราคาถูกและมีการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาให้แก่ลูกค้า

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้กับหุ้นส่วนทุกคน โดยยึดหลักในการครองถือหุ้น
2. หลังจากปีที่ 3 เป็นต้นไปจะจ่ายเงินปันผลของแต่ละบุคคลตามจำนวนหุ้นส่วน

6.14 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

1. มีการวางแผนการดำเนินการเพื่อเข้าถึงเป้าหมายและสรรหาผู้บริโภครายใหม่
2. มีการขยายกิจการเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มีพื้นที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
3. มีการออกงานจัดแสดงสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าในช่วงเวลากิจกรรมจัดขึ้นตามศูนย์จัดแสดงสินค้าในหลายจังหวัด

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมาย

1. ต้องการให้รับรู้คุณภาพของสินค้าเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย
2. สามารถเพิ่มยอดขายและได้รับผลกำไรเพิ่มขึ้นทุกปี
3. ขยายกิจการและเพิ่มสาขาในช่วงระยะเวลาหลังจากปีที่ 3

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือน อายุ 25-44 ปี ที่มีความสนใจในงานด้าน DIY
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีความสนใจงานแปลกใหม่

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์



แจกันจากเปลือกหอย เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการรีไซเคิล จากช่างฝีมือที่มากประสบการณ์ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า สร้างมูลค่า ด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์ การนำกลับมาใช้ใหม่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และเป็นที่สนใจของผู้บริโภค เพราะมีคุณภาพ ความคงทน ความคุ้มค่าและที่สำคัญเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

สินค้าแจกันจากเปลือกหอยมีราคาเดียวคือ 500 บาท โดยมีการตั้งราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งในช่วงแรก เพราะสินค้ามีต้นทุนในการผลิตต่ำอยู่แล้วจึงไม่ส่งผลต่อกำไรมากนัก และเป็นกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าทางร้านได้มีการจัดช่องทางการชำระเงินไว้หลายช่องทาง ดังนี้

- ถ้าลูกค้ามาซื้อสินค้าที่ร้านสามารถชำระเงินเป็นเงินสดหรือบัตรเครดิต
- หากเป็นลูกค้าทางออนไลน์ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านธนาคารหรือAppบัญชีธนาคารดังต่อไปนี้

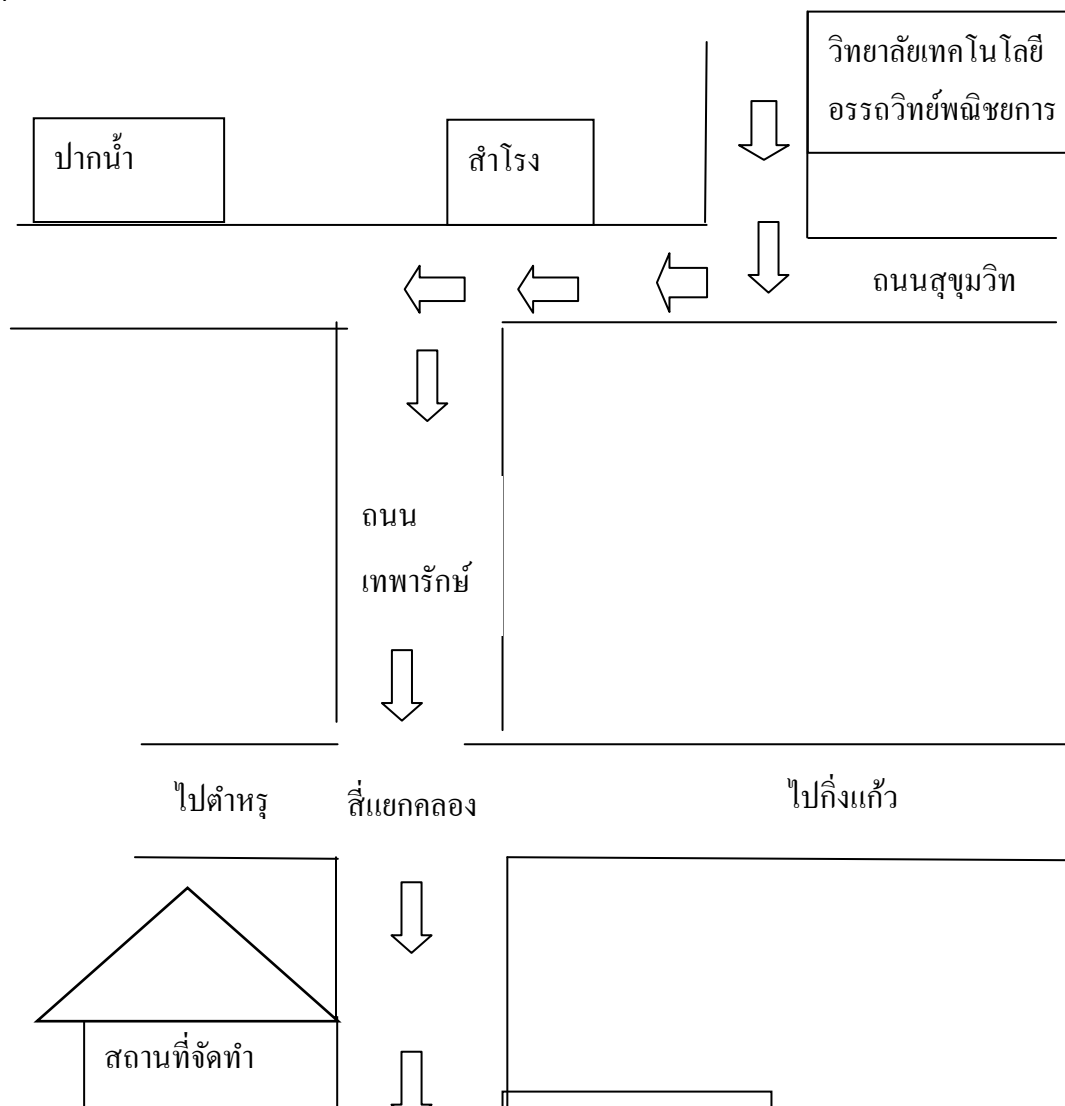


7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

วัตถุประสงค์ของช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อสร้างความสะดวกรวดเร็วให้แก่ลูกค้าโดยที่ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้โดยความสะดวกสบายโดยไม่จำเป็นต้องออกมาถึงร้านโดยมีการสร้างช่องทางติดต่อทางโซเชียลมีเดีย เพื่อให้มีการติดต่อกันอย่างรวดเร็วเมื่อมาใช้บริการซื้อสินค้าแล้วเกิดการประทับใจจึงบอกต่อก็เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าไปในตัว

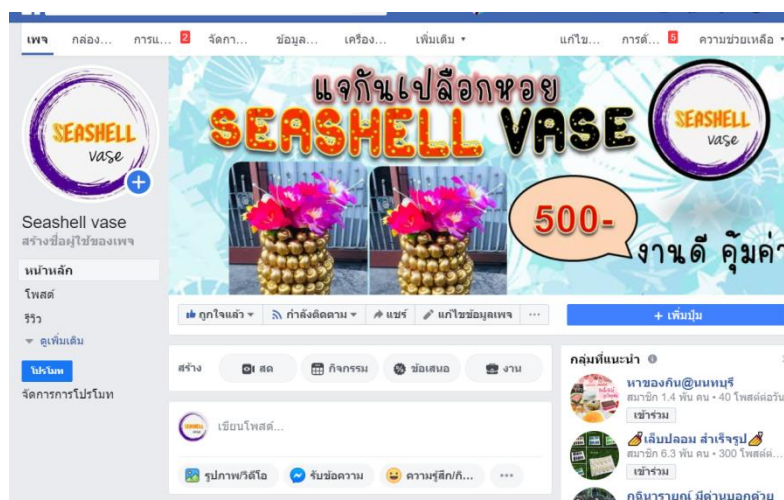
สถานที่ประกอบการ บริษัทตั้งอยู่ที่ 177/22 ซ.กาญจนาพันธุ์ 2 ม.20 ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี

จ.สมุทรปราการ 10540



สถานที่จัดทำ 177/22
 ซ.กาญจนาพันธุ์ 2 ม.20
 ต.บางพลีใหญ่
 อ.บางพลี
 จ.สมุทรปราการ

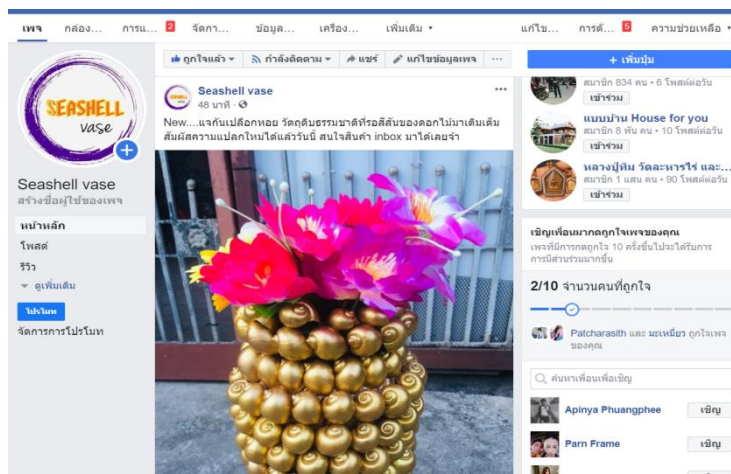
ทางออนไลน์หน้าเพจ Facebook : Seashell vase



7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

1. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางออนไลน์ เช่น Facebook เพจ Seashell vase โดยเป็นการโพสต์ โปรโมทธุรกิจ และการขายสินค้า

2. มี
 เทศกาลต่างๆ
 3 .
 พื้นที่ใกล้เคียง



ส่วนลด ใน

จัดส่งฟรี ใน

7.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

1. การนำสินค้าไปจัดแสดงไปนอกสถานที่ เช่น งานจัดแสดงสินค้า
2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์อัปเดตข้อมูลสินค้าและโปรโมชันใหม่ๆผ่านทางออนไลน์

FACEBOOK หน้าเพจ Seashell vase

7.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากรบริการ

มีการอบรมและสร้างทีม ที่คอยตอบคำถามลูกค้าในเพจ โดยมีการคัดเลือกบุคลากรที่ใช้คอมพิวเตอร์พื้นฐานเป็น เราขายสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ แอดมินจะต้องผ่านการฝึกอบรมและทราบข้อมูลของสินค้าเพื่อที่จะตอบคำถามของลูกค้าได้

7.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ

ด้านกระบวนการบริการเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบและงานปฏิบัติในด้านการบริการ เพื่อนำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว ตอบกลับลูกค้าทางอินบ็อกซ์ ภายในครึ่งชั่วโมง ทางร้านจะใช้คำพูดที่ลูกค้าเข้าใจง่าย ไม่ทำให้ลูกค้าเกิดความสับสนในการสั่งสินค้า และกำหนดระยะเวลาในการทำให้กับลูกค้าชัดเจน ติดต่อกับลูกค้าสม่ำเสมอ

7.7 กลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ

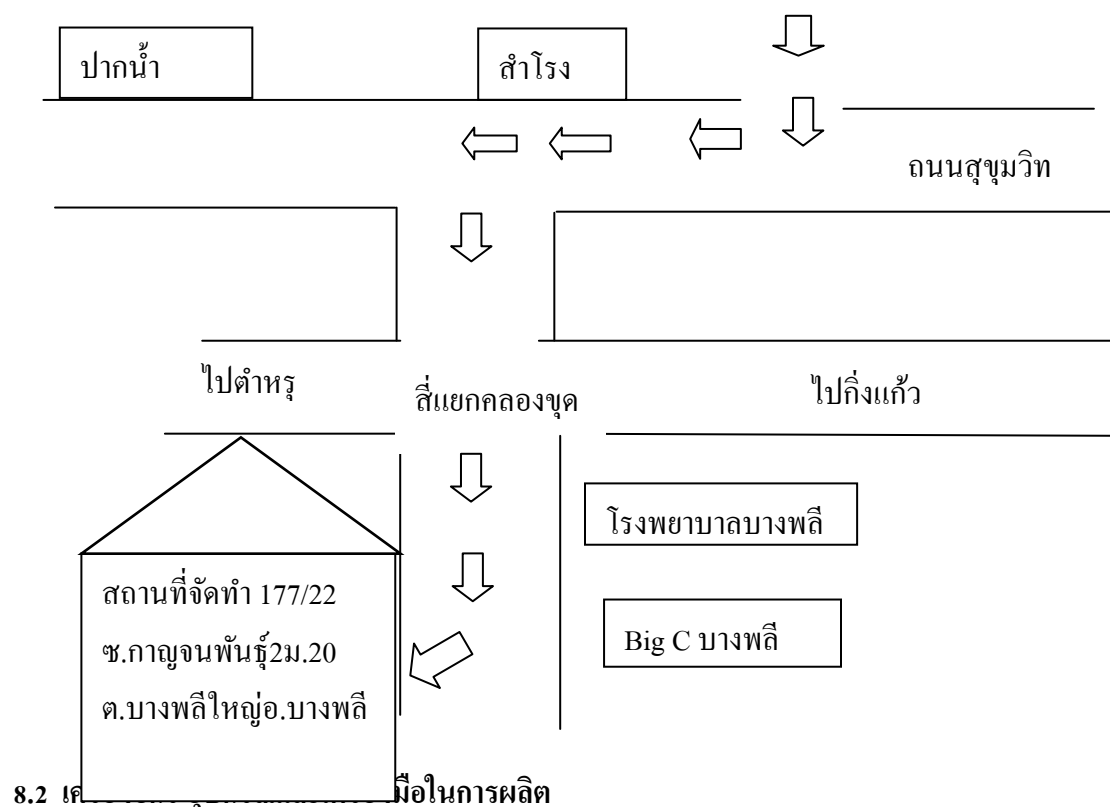
สิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้สินค้าและบริการของร้าน คือ หน้าเพจ Facebook มีการใช้คำพูดที่สุภาพในการโพสขายสินค้าทุกวัน ตอบกลับลูกค้าทันทีรวดเร็ว

8. แผนการผลิต

8.1 สถานประกอบการในการผลิต

สถานที่ตั้ง เลขที่ 177/22 ซ.กาญจนาพันธุ์ 2 ม.20 ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

วิทยาลัยเทคโนโลยี
อรรถวิทย์พัฒนการ



ลำดับ	รายการ	จำนวน	การใช้งาน	ราคาทุน	อายุ
1	ปืนกาว	3	ติดเปลือกหอย	200.00	3 ปี
2	กะละมังสแตนเลส	3	ผสมสีเชื่อมเปลือกหอย	300.00	3 ปี
	รวมทั้งสิ้น			<u>500.00</u>	

8.3 ข้อมูลการผลิต

จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด	20ใบ/วัน , 600ใบ/เดือน , 7,200ใบ/ปี
อัตราประมาณการในการผลิต	20ใบ/วัน , 600ใบ/เดือน , 7,200ใบ/ปี
เป้าหมายหน่วยการผลิต	20ใบ/วัน , 600ใบ/เดือน , 7,200ใบ/ปี
เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการผลิต	480 / ชั่วโมง
เวลาผลิตต่อวัน	8 ชั่วโมง
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต	3 คน
อัตราค่าแรงงานในการผลิต	330 บาท / วัน

8.4 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

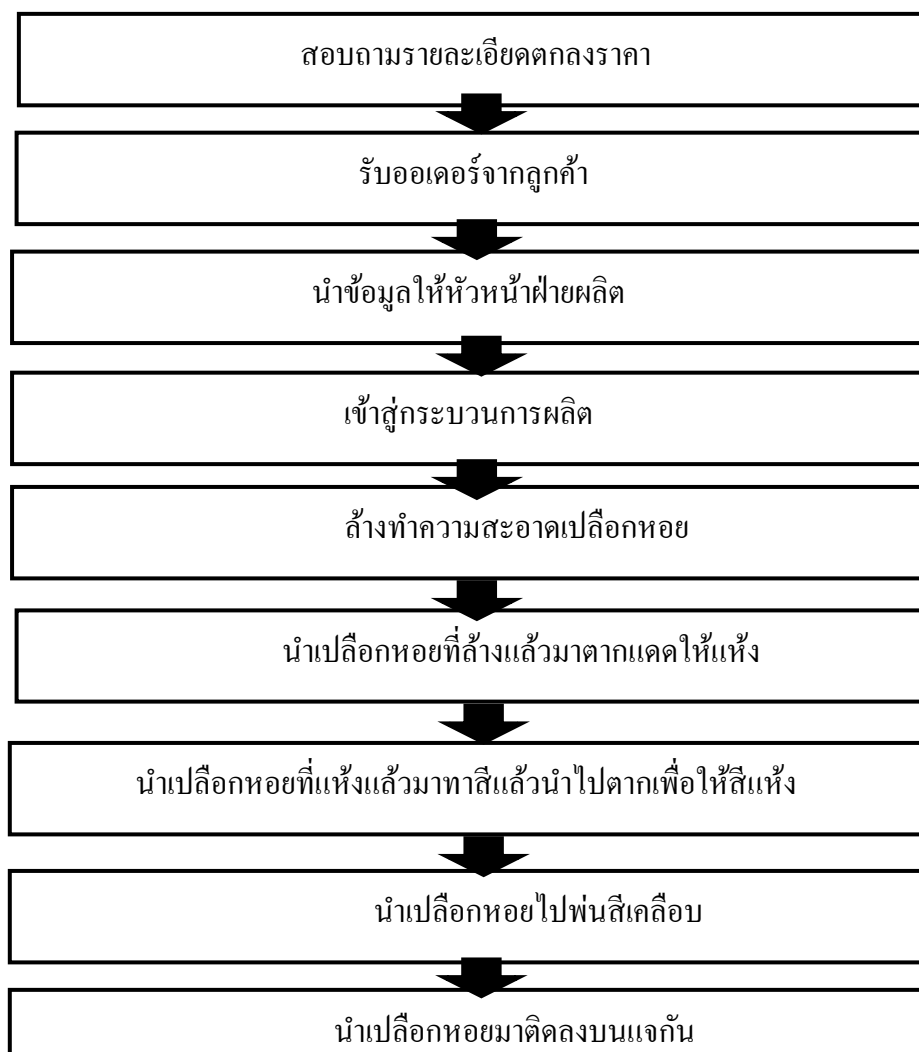
8.4.1 เปลือกหอย

8.4.2 แฉก้น

8.4.3 แท่งการร่อน

8.4.4 สีส้ม

8.5 ขั้นตอนการผลิต



แผนผังกระบวนการผลิต



ล้างทำความสะอาดเปลือกหอยแล้วนำมาตากให้แห้ง



นำเปลือกหอยที่แห้งแล้วมาทาสีแล้วนำไปตากเพื่อให้สีแห้ง



นำเปลือกหอยไปพ่นสีเคลือบ



นำเปลือกหอยมาติดลงบนแจกัน



ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นการทำงาน

9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินกู้	รวมมูลค่า
1.	เงินสด	100,000.00	-	100,000.00
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	100,000.00	-	100,000.00
	โครงสร้างทางการเงิน(เปอร์เซ็นต์)	100%	-	100%

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่า ประมาณ	ภาระผูกพัน
1.	ที่ดิน	-	-	-
2.	อาคาร	-	-	-
3.	ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	ป้ายไวนิล	300.00	-
4.	โรงงาน	-	-	-
5.	อุปกรณ์/เครื่องมือ	ใช้ในการบริการ	2,000.00	-
6.	เครื่องใช้สำนักงาน	อุปกรณ์สำนักงาน คอมพิวเตอร์/ปริ้น เตอร์	20,000.00	-
7.	ยานพาหนะ	มอเตอร์ไซค์	35,000.00	-
8.	วัตถุดิบคงเหลือ	-	-	-
9.	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-	-
10.	ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-	-
11.	รายการอื่นๆ (ถ้ามี)	-	-	-
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบการธุรกิจปัจจุบัน			57,300.00	-

9.3 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้ - %	-	5%	10%
การเปลี่ยนแปลงของราคาขายสินค้า - %	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนทุนการผลิต - %	-	5%	10%
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 1 - %	-	5%	10%
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 2 - %	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 3 - %	-	-	-
ระยะเวลาที่ใช้ในการคำนวณใน 1 ปี - วัน/เดือน	30วัน/เดือน		
อัตราคิดลดกระแสเงินสด (Discount Rate) - %	-	-	-
สมมติฐานทางการเงินอื่นๆ	-	-	-

9.4 นโยบายทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ระยะเวลาการให้เครดิตการขายสินค้า – วัน/เดือน	-	-	-
ระยะเวลาเครดิตซื้อสินค้า – วัน/เดือน	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะสั้นที่ขอกู้ (ถ้ามี) – บาท	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะยาวที่ขอกู้ (ถ้ามี) – บาท	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น - %	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว - %	-	-	-
นโยบายการตั้งสำรองเงินสดในกิจการ	50,000.00		
การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขอื่นๆ	-		
นโยบายทางการเงินอื่นๆ	-		

9.6 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสินค้าขาย (หน่วย)			
แจกันเปลือกหอย	7,200.00	7,560.00	8,316.00
รวมจำนวนสินค้าขาย	7,200.00	7,560.00	8,316.00
ราคาสินค้า (บาท/หน่วย)			
แจกันเปลือกหอย	500.00	500.00	500.00
ราคาสินค้าเฉลี่ย	500.00	500.00	500.00
รายได้จากการขาย (บาท)			
แจกันเปลือกหอย	3,600,000.00	3,780,000.00	4,158,000.00
รวมรายได้จากการขาย (บาท)	3,600,000.00	3,780,000.00	4,158,000.00
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
ขายด้วยเงินสด	3,600,000.00	3,780,000.00	4,158,000.00
ขายด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน / เดือน)	-	-	-
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	-	-	-
เงินสดจากการขายสินค้า (บาท)	3,600,000.00	3,780,000.00	4,158,000.00

9.7 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนวัตถุดิบในการผลิต (หน่วย)			
เปลือกหอย (300ฝา/กิโลกรัม)	4,800.00	5,040.00	5,544.00
แจกัน (ลังละ 120 ใบ)	60.00	63.00	70.00
แท่งการร่อน (ลังละ25ห่อ/50แท่ง)	18.00	19.00	21.00
สีย้อม (ลังละ100 ตลับ)	72.00	76.00	84.00
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ (บาท/หน่วย)			
เปลือกหอย (300ฝา/กิโลกรัม)	30.00	31.50	34.65
แจกัน (ลังละ 120 ใบ)	3,000.00	3,150.00	3,465.00
แท่งการร่อน (ลังละ25ห่อ/50แท่ง)	1,000.00	1,050.00	1,155.00
สีย้อม (ลังละ100 ตลับ)	1,000.00	1,050.00	1,155.00
ต้นทุนวัตถุดิบ (บาท)			
เปลือกหอย (300ฝา/กิโลกรัม)	144,000.00	158,760.00	192,099.60
แจกัน (ลังละ 120 ใบ)	180,000.00	198,450.00	242,550.00
แท่งการร่อน (ลังละ25ห่อ/50แท่ง)	18,000.00	19,950.00	24,255.00
สีย้อม (ลังละ100 ตลับ)	72,000.00	79,800.00	97,020.00
รวมต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)	414,000.00	456,960.00	555,924.60
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	-	-	-
ซื้อสินค้ามาด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน / เดือน)	-	-	-
เจ้าหนี้การค้าสินค้าซื้อมาเพื่อบริการรวม	-	-	-
มูลค่าเจ้าหนี้การค้าวัตถุดิบและสินค้าซื้อมา	-	-	-
เงินสดจ่ายวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อผลิต	414,000.00	456,960.00	555,924.60

9.8 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนการผลิตสินค้า (บาท)			
ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้า	414,000.00	456,960.00	555,924.60
ค่าแรงงานในการผลิต	356,400.00	374,220.00	411,642.00
ค่าไฟฟ้าในการผลิต	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าน้ำประปาในการผลิต	2,400.00	2,520.00	2,772.00
ค่าน้ำมันในการเดินทาง	4,800.00	5,040.00	5,544.00
ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือ	2,000.00	2,100.00	2,310.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการผลิต	5,000.00	5,250.00	5,775.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า			
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการผลิต(5%)	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์(20%)	100.00	100.00	100.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)	-	-	-
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต	100.00	100.00	100.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น	796,700.00	858,790.00	997,927.60
+ บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าซื้อมาเพื่อบริการคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าซื้อมาเพื่อบริการคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	--	-
- หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก ค่าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	796,700.00	858,790.00	997,927.60

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	462,000.00	485,100.00	533,610.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	36,000.00	37,800.00	41,580.00
ค่าใช้จ่ายเช่าสำนักงาน	72,000.00	75,600.00	83,160.00
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	2,400.00	2,520.00	2,772.00
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	4,800.00	5,040.00	5,544.00
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าใช้จ่ายวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงาน	-	-	-
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่างๆ	-	-	-
ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย	4,800.00	5,040.00	5,544.00
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	9,600.00	10,080.00	11,088.00
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	-	-	-
ค่าใช้จ่าย Commission จากการบริการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	609,600.00	640,080.00	704,088.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย			
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ส่วนสำนักงาน	4,400.00	4,400.00	4,400.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	1,750.00	1,750.00	1,750.00
รวมค่าเสื่อมราคา	6,150.00	6,150.00	6,150.00
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	615,750.00	646,230.00	710,238.00

9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการขายสินค้า	3,600,000.00	3,780,000.00	4,158,000.00
รายได้อื่น ๆ	-	-	-
รวมรายได้	3,600,000.00	3,780,000.00	4,158,000.00
หัก – ต้นทุนขาย	796,700.00	858,790.00	997,927.60
กำไรขั้นต้น	2,803,300.00	2,921,210.00	3,160,072.40
หัก – ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	615,750.00	646,230.00	710,238.00
กำไรจากการดำเนินการ	2,187,550.00	2,274,980.00	2,449,834.40
หัก – ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล (15%)	2,187,550.00	2,274,980.00	2,449,834.40
หัก – ภาษีเงินได้นิติบุคคล (15%)	328,132.50	341,247.00	367,475.16
กำไรสุทธิ	1,859,417.50	1,933,733.00	2,082,359.24
หัก – เงินปันผลจ่าย (10%)	-	-	-
กำไรสะสม	-	1,859,417.50	74,315.50
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น	1,859,417.50	74,315.50	2,008,043.74
มูลค่าทางบัญชีหุ้น	18.59	0.74	20.08

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินการ			
เงินสดรับจากการขายสินค้า	3,600,000.00	3,780,000.00	4,158,000.00
เงินสดรับจากรายได้อื่น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	796,700.00	858,790.00	997,927.60
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	615,750.00	646,230.00	710,238.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	328,132.50	341,247.00	367,475.16
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินการรวม	1,859,417.50	1,933,733.00	2,082,359.24
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ยานพาหนะ	35,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ส่วนตกแต่ง	300.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	2,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	20,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุนรวม	57,300.00	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงินรวม			
กระแสเงินสดสุทธิ	1,802,117.50	1,933,733.00	2,082,359.24
บวก + กระแสเงินสดต้นงวด	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	1,802,117.50	1,933,733.00	2,082,359.24

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	1,802,117.50	1,933,733.00	2,082,359.24
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	-	-	-
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	57,300.00	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	57,300.00	-	-
รวมสินทรัพย์	1,859,417.50	1,933,733.00	2,082,359.24
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน			
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน (ต่ำ) กว่าทุน	1,859,417.50	74,315.50	2,008,043.74
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	1,859,417.50	74,315.50
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,859,417.50	1,933,733.00	2,082,359.24
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,859,417.50	1,933,733.00	2,082,359.24

9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	-	-	-
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	สภาพคล่อง สูง	สภาพคล่อง สูง	สภาพคล่อง สูง
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน			
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	-	-	-
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-
ระยะเวลาดินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รวม)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนหนี้สิน (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	77.86%	77.28%	75.99%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	60.76%	60.18%	58.91%
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	51.65%	51.15%	50.08%
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per share)	18.59%	0.74%	20.08%
มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book Value)	10	10	10
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	3 ปี		
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	3 ปี		
ระยะเวลากู้ทุน	3 ปี		

10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1.	ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	ทำให้ยอดขายของบริษัทลดลง	จัดโปรโมชั่นเพื่อเพิ่มยอดขาย
2.	คู่แข่งเพิ่มมากขึ้น	ทำให้ธุรกิจสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดที่คาดว่าจะได้รับไปบางส่วน	เพิ่มรูปแบบของการบริการให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่
3.	สินค้าถูกลอกเลียนแบบ	ทำให้ลูกค้าไปซื้อของคู่แข่งอื่นที่เลียนแบบ	จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การออกบูท การโฆษณาและประชาสัมพันธ์
4.	ลูกค้าเปลี่ยนรสนิยมการซื้อ	ทำให้รายรับโดยรวมของกิจการลดลงเนื่องจากลูกค้าให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์อื่นที่มีรูปแบบแปลกใหม่	ติดตามสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและปรับเปลี่ยนสินค้าให้ตอบสนองกับความต้องการ ณ เวลานั้น

บทที่ 4
ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวเกวลิน เกล้าพิมาย		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
17 มิ.ย. 62	ประชุมคิดหัวข้อโครงการ	
19 มิ.ย. 62	เสนอหัวข้อโครงการให้กับอาจารย์ที่ปรึกษา	
24 มิ.ย. 62	จัดทำแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ	
25 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ	
26 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ ครั้งที่ 1	
27 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการครั้งที่ 2	
1 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 1	
3 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 1	
4 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์	
18 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 2	
22 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 1	
24 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์	
1 ส.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 3	
19 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 1	
26 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 2	
28 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
2 ก.ย. 62	รวบรวมเอกสารนำเสนอโครงการ	
4 ก.ย. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
9 ก.ย. 62	แก้ไข ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1 ครั้งที่ 1	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
25 ก.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
1 ต.ค. 62	ประชุมวางแผนขั้นตอนการดำเนินงานประดิษฐ์	

นางสาวเกวณีน เคล้าพิมาย		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
11 ต.ค. 62	ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์	
14 ต.ค. 62	ทำความสะอาดเปลือกหอยแล้วตากให้แห้ง	
15 ต.ค. 62	นำเปลือกหอยมาทาสีแล้วตากให้สีแห้ง	
16 ต.ค. 62	นำเปลือกหอยที่แห้งแล้วมาพ่นสีเคลือบ	
17 ต.ค. 62	นำเปลือกหอยมาติดลงบนแจกัน	
18 ต.ค. 62	แก้ไขชิ้นงาน ครั้งที่ 1	
19 ต.ค. 62	ตรวจสอบชิ้นงานและถ่ายรูปผลงาน	
20 ต.ค. 62	ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน	
21 ต.ค. 62	แก้ไขแบบป้ายไวนิล ครั้งที่ 1	
22 ต.ค. 62	ส่งแบบไวนิล	
24 ต.ค. 62	สั่งทำป้ายไวนิลและรับของ	
28 ต.ค. 62	อาจารย์ที่ปรึกษาเข้านิเทศโครงการ	
4 พ.ย. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 1-3 เตรียมนำเสนอโครงการ รอบที่ 2	
7 พ.ย. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการ รอบที่ 2	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
20 พ.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
2 ธ.ค. 62	จัดทำแบบสอบถาม	
6 ธ.ค. 62	แก้ไขแบบสอบถาม ครั้งที่ 1	
12 ธ.ค. 62	เตรียมจัดแสดงภายในงาน ATC นิทรรศน์	
13 ธ.ค. 62	จัดแสดงสิ่งประดิษฐ์งาน ATC นิทรรศน์และแจกแบบสอบถามในงาน ATC นิทรรศน์	
16 ธ.ค. 62	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (สรุปบัญชี)	
18 ธ.ค. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 4 ครั้งที่ 1	
19 ธ.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 4 ฉบับสมบูรณ์	
20 ม.ค. 63	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม	
23 ม.ค. 63	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม ครั้งที่ 1	
24 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม ฉบับสมบูรณ์	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นายจักรดนัย วงษ์ภักดี		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
17 มิ.ย. 62	ประชุมคิดหัวข้อโครงการ	
19 มิ.ย. 62	เสนอหัวข้อโครงการให้กับอาจารย์ที่ปรึกษา	
24 มิ.ย. 62	จัดทำแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ	
25 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ	
1 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 1	
4 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์	
18 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 2	
24 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์	
1 ส.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 3	
28 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
2 ก.ย. 62	รวบรวมเอกสารนำเสนอโครงการ	
4 ก.ย. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
25 ก.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
1 ต.ค. 62	ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์	
11 ต.ค. 62	ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์	
14 ต.ค. 62	ทำความสะอาดเปลือกหอยแล้วตากให้แห้ง	
15 ต.ค. 62	นำเปลือกหอยมาทาสีแล้วตากให้สีแห้ง	
16 ต.ค. 62	นำเปลือกหอยที่แห้งแล้วมาพันสีเคลือบ	
17 ต.ค. 62	นำเปลือกหอยมาติดลงบนแจกัน	
18 ต.ค. 62	แก้ไขชิ้นงาน ครั้งที่ 1	
19 ต.ค. 62	ตรวจสอบชิ้นงานและถ่ายรูปผลงาน	
28 ต.ค. 62	อาจารย์ที่ปรึกษาเข้านิเทศโครงการ	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
2 ธ.ค. 62	จัดทำแบบสอบถาม	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย (เอกสาร)
โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์แจกันเปลือกหอย

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
24 มิ.ย. 62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2	200	400						400
25 มิ.ย. 62	ค่าปริญเอกสารอนุมัติโครงการ				7 แผ่น	2	14			386
2 ก.ย. 62	ค่าปริญเอกสารบทที่ 1-3				101 แผ่น	2	202			184
21 ก.ย. 62	คลิปหนีบกระดาษ				4 ตัว	5	20			164
15 พ.ย. 62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่มเพิ่ม	2	600	1,200						1,364
11 พ.ย. 62	ค่าเอกสารแบบสอบถาม				100 ชุด	2	200			1,164
13 ม.ค. 63	ค่าปริญเอกสารบทที่4-5				12 แผ่น	2	24			1,140
7 ก.พ. 63	ค่าปริญเอกสารบรรณานุกรม และภาคผนวก				31 แผ่น	2	62			1,078
17 ก.พ. 63	ค่าปริญรวมเล่ม				110 แผ่น	2	220			858
21 ก.พ. 63	ค่าเช่าเล่ม				1 เล่ม	200	200			658
26 ก.พ. 63	ค่าแผ่นซีดีและหน้าปก				1 แผ่น	20	20			638
รวม				1,600			962			638

บัญชีรายรับ-รายจ่าย(ปฏิบัติ)
โครงการนวัตกรรมการส่งเสริมประดิดฐ์แจกันเปลือกหอย

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
11 ต.ค. 62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2	1,000	2,000						2,000
12 ต.ค. 62	แจกัน				1 ใบ	150	150			1,850
13 ต.ค. 62	เปลือกหอย				5 กิโลกรัม	20	100			1,750
14 ต.ค. 62	สีอะคริลิก				3 กระปุก	90	270			1,480
14 ต.ค. 62	สีเคลือบ				1 กระป๋อง	55	55			1,425
14 ต.ค. 62	สีสเปรย์				1 กระป๋อง	55	55			1,370
14 ต.ค. 62	ปืนกาว				1 อัน	79	79			1,291
14 ต.ค. 62	กาวแท่ง				2 แท่ง	30	60			1,231
19 ต.ค. 62	ดอกไม้				10 ช่อ	10	100			1,131
24 ต.ค. 62	ป้ายไว้นิลและขาตั้ง				1 ชุด	500	500			631
รวม				2,000			1,369			631

สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์แฉกกันเปลือกหอย

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

ลงทุน 2,000 บาท

หักค่าใช้จ่าย 1,369 บาท

คงเหลือสุทธิ 631 บาท

นำเงินส่วนที่เหลือคืนแก่สมาชิก ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

- | | |
|----------------------------|---------|
| 1. นางสาวเกวลิน เกล้าพิมาย | 316 บาท |
| 2. นายฉัตรดนัย วงษ์ภักดี | 315 บาท |

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการนวัตกรรมแลกเปลี่ยนสื่อหอยปฏิบัติงานระยะเวลาตั้งแต่ 1 – 30 ตุลาคม 2562 สถานที่ปฏิบัติงานคือ 177/22 ซ.กาญจนพันธุ์ 2 ม.20 ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540 ได้เก็บเงินจากสมาชิกกลุ่มคนละ 1,000 บาท จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 2,000 บาท เสียค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์ เป็นจำนวนเงิน 1,369 บาท คงเหลือ 631 บาท โดยการดำเนินงานบรรลุการเรียนรู้วิชาโครงการดังนี้

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

สรุปตารางการปฏิบัติงาน

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
1	24 มิ.ย. 62	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
2	1 ก.ค. 62	ส่งเนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	
3	18 ก.ค. 62	ส่งเนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
4	1 ส.ค. 62	ส่งเนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ) แผนธุรกิจ - บทสรุปผู้บริหาร - วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ - ความเป็นมาของธุรกิจ - ผลิตภัณฑ์ - วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด - แผนการบริหารจัดการ	

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
		- แผนการตลาด - แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ - แผนการเงิน - แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	
5	4 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ +บทที่1-3+แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมPresent งาน)	
6	21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 1 (โครงการ +บทที่1-3 + แผนธุรกิจ)	
7	28 ต.ค. 62	ปฏิบัติการ งานประดิษฐ์ เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ - ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์(1 ต.ค. 62) - ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์(11 ต.ค. 62) - ทำความสะอาดเปลือกหอยแล้วตากให้แห้ง(14 ต.ค. 62) - นำเปลือกหอยมาทาสีแล้วตากให้สีแห้ง(15 ต.ค. 62) - นำเปลือกหอยที่แห้งแล้วมาพ่นสีเคลือบ(16 ต.ค. 62) - นำเปลือกหอยมาติดลงบนแจกัน(17 ต.ค. 62) - ตรวจสอบชิ้นงานและถ่ายรูปผลงาน(19 ต.ค. 62) - ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน(20 ต.ค. 62) - แกะไขแบบป้ายไวนิล(21 ต.ค. 62) - ส่งแบบไวนิล(22 ต.ค. 62) - สั่งทำป้ายไวนิลและรับของ (24 ต.ค. 62)	
8	7 พ.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+ แผนการตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Presentครั้งที่ 2รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/ บริการ/ แสดงผลงานประดิษฐ์)	
9	16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน จัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	
10	2 ธ.ค. 62	ส่งแบบสอบถามโครงการ	

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
11	13 ธ.ค. 62	งาน ATCนิทรรศน์ (ออกร้าน และแจกแบบสอบถามโครงการ)	
12	16 ธ.ค. 62	ส่งเนื้อหา บทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล)	
	16 ธ.ค. 62	(บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ)	
13	20 ม.ค. 63	ส่งเนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรค และ ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)	
14	20 ม.ค. 63	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	
15	7 ก.พ. 63	ส่ง ภาคผนวก ก – ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติผู้จัดทำ โครงการ)	
16	12 ก.พ. 63	ส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อและสารบัญ	
17	20 ก.พ. 63	ส่งตรวจรูปเล่มโครงการ	
18	26 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. ปัญหาด้านการใช้อุปกรณ์สมาชิกขาดความชำนาญการใช้งาน
2. วัสดุที่ใช้ต้องใช้ระยะเวลาในการหามาจึงทำให้เกิดความล่าช้าในการทำงาน
3. กาวที่ใช้มีอายุการใช้งานได้ไม่นานทำให้ติดชิ้นงานไม่อยู่

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

1. ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในการใช้อุปกรณ์ และฝึกฝนการใช้อุปกรณ์
2. ควรรหาแหล่งสำรองไว้หลายๆที่
3. เปลี่ยนกาวยี่ห้อใหม่ในการทำชิ้นงาน

บรรณานุกรม

กนกกาญญา รวมไมตรี.(2557). โครงการออกแบบแจกันสำหรับประดับตกแต่งลดหลาดจากผีเสื้อ.

ค้นหาข้อมูล 18 กรกฎาคม 2562, จาก file:///C:/Users/CCTV/Downloads/7055-Article%20Text-13965-1-10-20130313.pdf

จตุรพร เทวกุล.(2558).โครงการออกแบบแจกันเครื่องเคลือบดินเผา สำหรับประดับตกแต่งบ้าน

เพื่อส่งออกตลาดยุโรป. ค้นหาข้อมูล 18 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.thaithesis.org/detail.php?id=57177>

จามจุรี สายแวง. (2561). การออกแบบสิ่งประดิษฐ์.ค้นหาข้อมูล 18 กรกฎาคม 2562, จาก

<https://sites.google.com/site/poo071234/3-1-kar-xxkbaeb-sing-pradisth>

ถนอม ปริศุต, ศ.อ. (2558). แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด.ค้นหาข้อมูล 18 กรกฎาคม 2562, จาก

<https://fifathanom.wordpress.com/2014/12/07/>

ทองแสง สุพะนาม และคณะ.(2559).มหัศจรรย์เปลือกหอย. ค้นหาข้อมูล 18 กรกฎาคม 2562, จาก

<http://thaiinvention.net/detail.php?p=cHJvamVjdF9pZD0yNjkyOCZjZmdfaWQ9MjYmY29tcGV0X2lkPTE=>

ภัทรวิภา ชาติโคตร. (2555). กระบวนการตัดสินใจซื้อ.ค้นหาข้อมูล 18 กรกฎาคม 2562, จาก

<https://www.gotoknow.org/posts/3314781>

เมธา หริมเทพาธิป.ดร., (2561). ทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการของมาสโลว์. ค้นหาข้อมูล 18

กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/629839>

รัชกฤษ คล่องพยาบาล. (2558). แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ. ค้นหาข้อมูล 18 กรกฎาคม 2562, จาก

http://www.itd.or.th/wp-content/uploads/2018/08/45.TOISC14-15_241118_..pdf

ราชศิริวัฒน์. (2560).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. ค้นหาข้อมูล 18 กรกฎาคม

2562,จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ/>

โรงเรียนศรีสงครามวิทยา. (2557).หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์. ค้นหาข้อมูล 18 กรกฎาคม 2562,

จาก <https://sites.google.com/a/srisongkram.ac.th/athittiyakornph15/w9>

สุภาพร เพียรดี. (2559). แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์. ค้นหาข้อมูล 18 กรกฎาคม 2562,

จาก <https://www.gotoknow.org/posts/455676>

Passakorn Tipcha. (2560).ส่วนประสมทางการตลาด **Marketing Mix**. ค้นหาข้อมูล 18 กรกฎาคม

2562 , จาก <http://passakorn2326.blogspot.com>

ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ

-บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ แจกกันเปิ้ลดอกหอย
ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2561 ถึง กุมภาพันธ์ 2563
สถานที่การดำเนินงาน 177/22 ซ.กาญจนาพันธุ์ 2 ม. 20 ต.บางพลีใหญ่
อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
ประมาณการค่าใช้จ่าย 900 บาท
ผู้รับผิดชอบโครงการ

1.นางสาวเกวณีน	เกล้าพิมาย	รหัสประจำตัว	37048	ปวศ.2/2
2.นายฉัตรดนัย	วงษ์ภักดี	รหัสประจำตัว	37326	ปวศ.2/2

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ
(นางสาวเกวณีนเกล้าพิมาย)...../...../.....

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

ลงชื่อ.....ลงชื่อ.....
(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)/...../..... (อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)...../...../.....

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

ชื่อโครงการ	แจกันเปลือกหอย	
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์	
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย	
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวรพันธ์	
ผู้รับผิดชอบโครงการ		
3. นางสาวเกวลิน	เกล้าพิมาย	ประธานโครงการ
4. นายฉัตรดนัย	วงษ์ภักดี	รองประธานโครงการ

หลักการและเหตุผล

แจกัน เป็นภาชนะเปิดนิยมใช้ใส่ดอกไม้เพื่อการประดับตกแต่ง ชนิดหนึ่งแต่ปัจจุบันนิยมนำแจกันมาประดิษฐ์เป็นเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้านซึ่งแจกันจะมีรูปร่างและรูปทรงแตกต่างกันออกไปตามวัสดุที่นำมาประดิษฐ์ การผลิตแจกันสามารถใช้วัสดุได้หลายอย่างหลายชนิด เช่น ดินเผา เซรามิก แก้ว ไม้ นิยมทำลวดลายบ่งบอกถึงวัฒนธรรมของผู้ผลิตแจกันเป็นต้นเมื่อกล่าวถึงเปลือกหอยซึ่งเป็นวัสดุธรรมชาติที่บางคนอาจคิดว่าไม่มีประโยชน์และอาจจะเป็นขยะได้แต่ความจริงสามารถนำมาประดิษฐ์เป็นแจกันได้ซึ่งมีความสวยงามอยู่ในตัวและช่วยในการใช้เป็นภาชนะใส่ดอกไม้เพื่อตกแต่งภายในบ้านและยังมีความสวยงามและยังให้ประโยชน์ตามที่ต้องการอีกด้วย

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จากการนำวัสดุธรรมชาติจากเปลือกหอยมาเพิ่มมูลค่าให้เป็นส่วนผลิตในการสร้างตัวสินค้า ให้ออกมาเป็นแจกันเปลือกหอยกลายเป็นสินค้าหรือนวัตกรรมที่มีคุณค่าและสามารถสร้างรายได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์

5. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
6. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติ
7. เพื่อให้ให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
8. เพื่อให้ นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

เป้าหมาย

3. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
4. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

- 1.จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
- 2.ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
- 3.ล้างทำความสะอาดเปลือกหอย
- 4.นำเปลือกหอยที่ล้างแล้วมาตากแดดให้แห้ง
- 5.นำเปลือกหอยที่แห้งแล้วมาทาสีแล้วนำไปตากเพื่อให้สีแห้ง
- 6.นำเปลือกหอยไปพ่นสีเคลือบ
- 7.นำเปลือกหอยมาติดลงบนแจกัน
- 8.ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นของการทำงาน

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

- 1.สรุปผลการปฏิบัติงาน
- 2.ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

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

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ 177/22 ซ.กาญจนพันธุ์ 2 ม. 20 ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

งบประมาณและวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน	900	บาท
1. เปลือกหอย	100	บาท
2. แจกัน	150	บาท
3. สีนํ้า	90	บาท
4. สีเคลือบ	60	บาท
5. ปืนกาว	-	บาท
6. กาวแท่ง	-	บาท
7. พู่กัน	-	บาท
8. ป้ายนำเสนอผลงานและอื่นๆ	500	บาท
รวม	900	บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

ปัญหาและอุปสรรค

1. ไม่มีความชำนาญในการใช้อุปกรณ์บางชิ้นอาจทำให้เกิดการทำงานล่าช้า
2. เปลือกหอยมีขนาดที่ไม่เท่ากันจึงทำให้งานที่ออกมาไม่มีความสมดุลกันในแต่ละด้าน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรทำการฝึกฝนใช้เครื่องมือ-อุปกรณ์จนเกิดความชำนาญหรือมีการวางแผนทดสอบการทำงานก่อนลงมือปฏิบัติจริง
2. ควรคัดแยกเปลือกหอยและทำการทดลองติดลงไปก่อนที่จะลงมือปฏิบัติจริง

ลงชื่อ.....

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

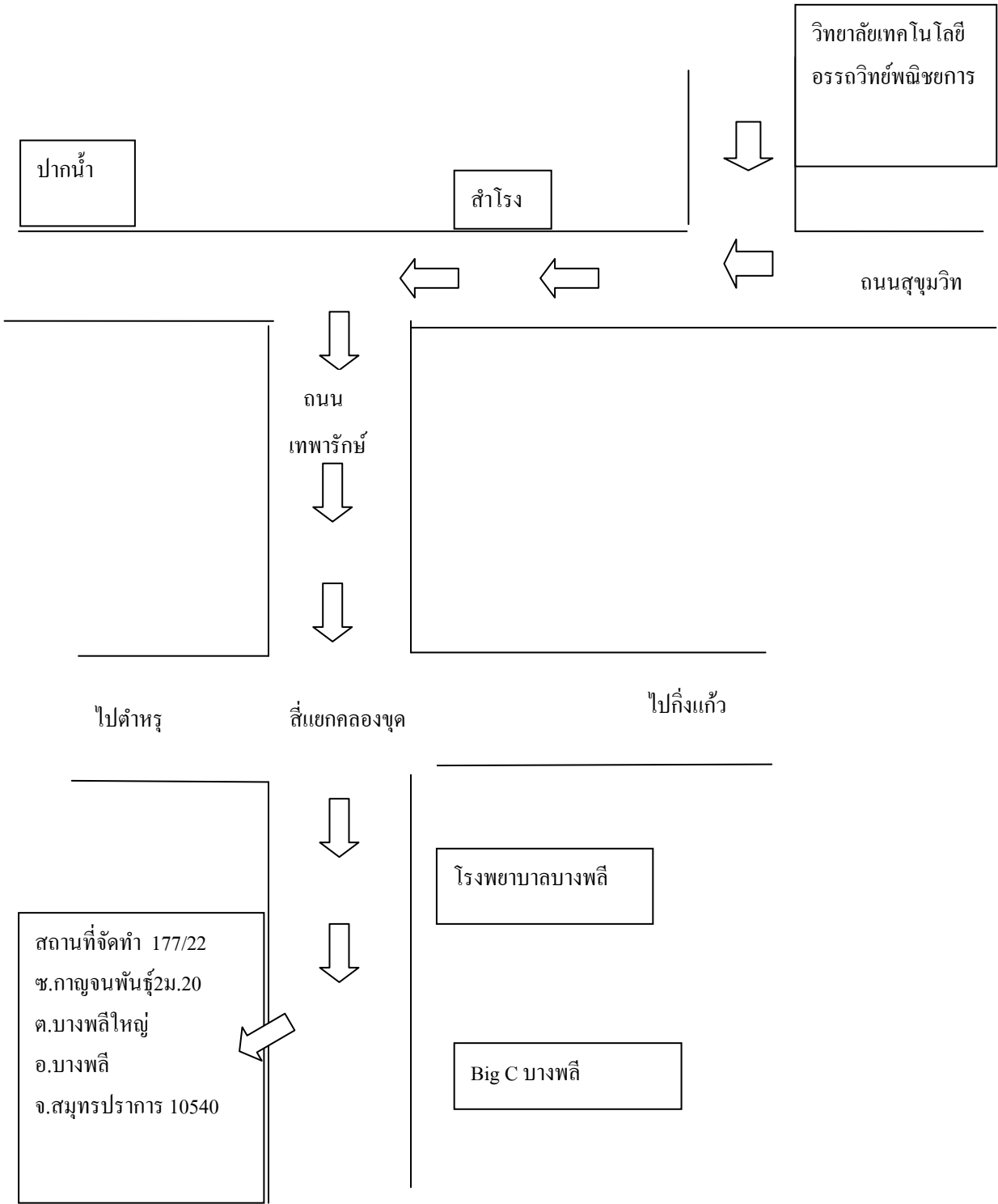
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการสิ่งประดิษฐ์แฉกกันเปลือกหอย

ที่ปรึกษาโครงการอาจารย์กมลวรรณ บุญสาย

ที่ปรึกษาร่วมโครงการอาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์

ผู้รับผิดชอบโครงการนางสาวเกวณีนเกล้าพิมาย ระดับชั้น ปวส.2/2เลขที่ 8

นายฉัตรคนยวงษ์ภักดี

ระดับชั้น ปวส.2/2 เลขที่ 17

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
1	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	24-28มิ.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)	1-30 ส.ค.62		
	แผนธุรกิจ			
	- บทสรุปผู้บริหาร			
	- วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ			
	- ความเป็นมาของธุรกิจ			
	- ผลิตภัณฑ์			
	-วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด			
	-แผนการบริหารจัดการ			
	- แผนการตลาด			
	-แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ			
	- แผนการเงิน			
	-แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง			
5	ส่ง PowerPoint (โครงการ + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมPresent ครั้งที่1)	2-6 ก.ย.62		
6	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 1 (โครงการ +บทที่1-3 + แผนธุรกิจ)	21 ก.ย.62		

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
7	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/งานประดิษฐ์) เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	1-31 ต.ค.62		
8	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการ ตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/บริการ/ แสดงผลงานประดิษฐ์)	1-8พ.ย.62		
9	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน จัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	16 พ.ย.62		
10	กำหนดส่งแบบสอบถามโครงการ	2-6 ธ.ค.62		
11	งาน ATC นิทรรศน์ (ออกร้าน และแจกแบบสอบถามโครงการ)	13 ธ.ค.62		
12	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 -ปฏิบัติงานรายบุคคล	16-20 ธ.ค.62		
	-บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	13-17ม.ค.63		
13	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)	20-24 ม.ค.63		
14	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	27-31ม.ค.63		
15	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก-ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติ ผู้จัดทำโครงการ)	3-7 ก.พ.63		
16	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อและสารบัญ	10-14ก.พ.63		
17	กำหนดส่ง ตรวจรูปเล่มโครงการ	17-21ก.พ.63		
18	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	24-28ก.พ.63		

ภาคผนวก ขแบบสอบถาม

-ตัวอย่างแบบสอบถาม

-รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง“ความพึงพอใจที่มีต่อແຈກັນປຼືອກຫຼອຍ”

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อແຈກັນປຼືອກຫຼອຍซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการจึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามมี 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อແຈກັນປຼືອກຫຼອຍ

คำชี้แจง โปรด ✓ ลงใน () ที่ต้องการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ () ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี () 21-30 ปี
() 31-40 ปี () ตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
() ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
() มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
() อนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
() ปริญญาตรี
() ปริญญาโท หรือสูงกว่า
4. อาชีพ () อาจารย์ () นักเรียน/นักศึกษา
() ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัท
() ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย () รับจ้าง
() อื่น ๆ โปรดระบุ.....
5. รายได้ () ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท () 10,001-15,000 บาท
() 15,001-20,000 บาท () 20,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อแจกันเปลือกหอย

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างเพียงข้อเดียว ที่ตรงกับความพึงพอใจของท่าน

5 เห็นด้วย/พึงพอใจมากที่สุด

4 เห็นด้วย/พึงพอใจมาก

3 เห็นด้วย/พึงพอใจปานกลาง

2 เห็นด้วย/พึงพอใจน้อย

1 เห็นด้วย/พึงพอใจน้อยที่สุด

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับเห็นด้วย/พึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์						
1	คุณภาพผลิตภัณฑ์					
2	รูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์					
3	ประโยชน์คุณค่าของการใช้งาน					
4	การรับประกันสินค้า					
ด้านราคา						
1	ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพผลิตภัณฑ์					
2	ความเหมาะสมของราคากับรูปแบบของผลิตภัณฑ์					
3	ช่องทางการชำระเงินหลากหลาย					
ด้านการจัดจำหน่าย						
1	สามารถติดต่อรับชมผลิตภัณฑ์หรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก					
2	การส่งมอบสินค้าตรงเวลาตามกำหนด					
3	ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น ทางออนไลน์ Facebook					
ด้านส่งเสริมการขาย						
1	มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางออนไลน์ เช่น Facebook					
2	มีส่วนลด ในเทศกาลต่างๆ เช่น วันพ่อ วันแม่ วันขึ้นปีใหม่					
3	จัดส่งฟรีในพื้นที่ใกล้เคียง					
4	มีการโฆษณาผ่านป้ายหน้าร้าน					

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือของการตอบแบบสอบถาม

คณะผู้จัดทำ

รายงานผล แบบสอบถาม

สิ่งประดิษฐ์แฉก้นเปลือกหอย

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษา เรื่องความพึงพอใจที่มีต่อแฉก้นเปลือกหอย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 100 คน และในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามมี 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งประดิษฐ์แฉก้นเปลือกหอย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	56	56.0
หญิง	44	44.0
รวม	100	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี หรือเท่ากับ 20 ปี	32	32.0
อายุ 21-30 ปี	24	24.0
อายุ 31-40 ปี	23	23.0
อายุ 41 ปีขึ้นไป	21	21.0
รวม	100	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) /ต่ำกว่าประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	10	10.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	30	30.0
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) / อนุปริญญา	31	31.0
ปริญญาตรี	28	28.0
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	1	1.0
รวม	100	100.0

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. อาชีพ		
อาจารย์4	4.0	
นักเรียน/นักศึกษา34	34.0	
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	7	7.0
พนักงานบริษัท	29	29.0
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	18	18.0
รับจ้าง	7	7.0
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	1	1.0
รวม	100	100.0
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
รายได้ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	35	35.0
รายได้10,001 - 15,000 บาท	16	16.0
รายได้ 15,001 - 20,000 บาท	31	31.0
รายได้สูงกว่า 20,000 บาทขึ้นไป	18	18.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 1ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สิ่งประดิษฐ์ແຈ້ງແກ້ແປລືອກຫຍໍ້ ປຶກສາຜົນຂໍ້ມູນດັ່ງນີ້

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาเป็น เพศหญิง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ20 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาเป็น อายุ 21-30 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0รองลงมาเป็น อายุ31-40 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) / อนุปริญญา จำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาเป็นระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาเป็นระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาเป็นระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) /ต่ำกว่าประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

อาชีพผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาเป็น ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมา เป็นประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายจำนวน18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0รองลงมาเป็นประกอบ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 รองลงมาเป็นประกอบอาชีพรับจ้าง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 รองลงมาเป็นประกอบอาชีพอาจารย์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาเป็น มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0รองลงมาเป็น มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน20,000 บาทขึ้นไปจำนวน18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน10,001-15,000 บาทจำนวน16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์ແຈ້ນປະລິອກຫຍ

สามารถจัดลำดับค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เปรียบเทียบเท่ากับเกณฑ์ดังนี้

5	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด	4	ระดับความพึงพอใจเห็นมาก
3	ระดับความพึงพอใจปานกลาง	2	ระดับความพึงพอใจน้อย
1	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด		

ตารางที่2แสดง ความพึงพอใจที่มีต่อແຈ້ນປະລິອກຫຍ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน (ร้อยละ)							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
	5	4	3	2	1			
ด้านผลิตภัณฑ์								
คุณภาพผลิตภัณฑ์	64 (64.0%)	24 (24.0%)	11 (11.0%)	-	1 (1.0%)	4.50	0.77	มากที่สุด
รูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์	33 (33.0%)	60 (60.0%)	7 (7.0%)	-	-	4.26	0.58	มาก
ประโยชน์คุณค่าของการใช้งาน	64 (64.0%)	28 (28.0%)	8 (8.0%)	-	-	4.56	0.64	มากที่สุด

รายการประเมิน	ผลการประเมิน (ร้อยละ)							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
	5	4	3	2	1			
ด้านผลิตภัณฑ์								
การรับประกันสินค้า	28 (28.0%)	62 (62.0%)	9 (9.0%)	1 (1.0%)	-	4.17	0.62	มาก
ด้านราคา								
ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพผลิตภัณฑ์	60 (60.0%)	29 (29.0%)	11 (11.0%)	-	-	4.49	0.69	มาก
ความเหมาะสมของราคากับรูปแบบของผลิตภัณฑ์	38 (38.0%)	52 (52.0%)	10 (10.0%)	-	-	4.28	0.64	มาก
ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	51 (51.0%)	36 (36.0%)	13 (13.0%)	-	-	4.38	0.71	มาก
รวม						4.38	0.11	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย								
สามารถติดต่อรับชมผลิตภัณฑ์หรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก	34 (34.0%)	60 (60.0%)	6 (60.0%)	-	-	4.28	0.57	มาก
การส่งมอบสินค้าตรงเวลาตามกำหนด	65 (65.0%)	32 (32.0%)	3 (3.0%)	-	-	4.62	0.55	มากที่สุด
ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น ทางออนไลน์ Facebook	38 (38.0%)	56 (56.0%)	6 (6.0%)	-	-	4.32	0.58	มาก
รวม						4.41	0.19	มาก

รายการประเมิน	ผลการประเมิน (ร้อยละ)							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
	5	4	3	2	1			
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางออนไลน์ เช่น Facebook	69 (69.0%)	26 (26.0%)	4 (4.0%)	1 (1.0%)	-	4.63	0.61	มากที่สุด
มีส่วนลดในเทศกาลต่างๆ เช่น วันพ่อ วันแม่ วันขึ้นปีใหม่	47 (47.0%)	50 (50.0%)	3 (3.0%)	-	-	4.44	0.56	มาก
จัดส่งฟรีในพื้นที่ใกล้เคียง	64 (64.0%)	32 (32.0%)	4 (4.0%)	-	-	4.60	0.57	มากที่สุด
มีการโฆษณาผ่านป้ายหน้าร้าน	34 (34.0%)	57 (57.0%)	7 (7.0%)	2 (2.0%)	-	4.23	0.66	มาก
รวม						4.48	0.18	มาก
สรุปความพึงพอใจโดยรวม						4.41	0.16	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์แจกันเปลือกหอย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.48, SD, = 0.18) รองลงมา คือ ด้านการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.41, SD, = 0.19) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านราคามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.38, SD, = 0.11)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.37, SD, = 0.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ ประโยชน์คุณค่าของการใช้งาน ($\bar{x}$ = 4.56, SD, = 0.64) รองลงมา คือ ข้อคุณภาพผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}$ = 4.50, SD, = 0.77) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การรับประกันสินค้า ($\bar{x}$ = 4.17, SD, = 0.62)

2. ด้านราคาโดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.38$, $SD, = 0.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.49$, $SD, = 0.69$) รองลงมา คือ ข้อช่องทางการชำระเงินหลากหลาย ($\bar{x} = 4.38$, $SD, = 0.71$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความเหมาะสมของราคากับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.28$, $SD, = 0.64$)

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.41$, $SD,=0.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ การส่งมอบสินค้าตรงเวลาตามกำหนด ($\bar{x} = 4.62$, $SD, = 0.55$) รองลงมา คือ ข้อช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น ทางออนไลน์ Facebook ($\bar{x} = 4.32$, $SD, = 0.58$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สามารถติดต่อรับชมผลิตภัณฑ์หรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก ($\bar{x} = 4.28$, $SD, = 0.57$)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.48$, $SD, =0.18$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางออนไลน์ เช่น Facebook ($\bar{x} = 4.63$, $SD, = 0.61$) รองลงมา คือ ข้อจัดส่งฟรีในพื้นที่ใกล้เคียง ($\bar{x} = 4.60$, $SD, = 0.57$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือมีส่วนลดในเทศกาลต่างๆ เช่น วันพ่อ วันแม่ วันขึ้นปีใหม่($\bar{x} = 4.44$, $SD, = 0.56$)

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

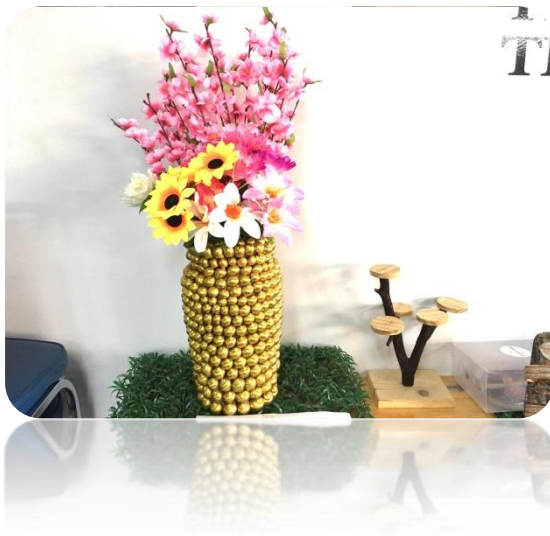
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

- ตราสินค้า และรูปแบบผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ
- เอกสารโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์โครงการ
- รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ
- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ
- รูปภาพการนิเทศจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ตราสินค้า



รูปแบบผลิตภัณฑ์

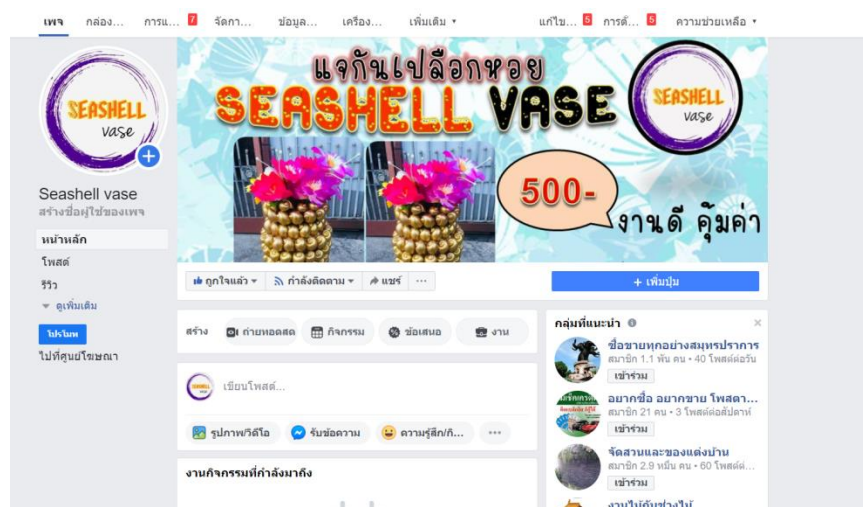


ประชาสัมพันธ์โครงการ

ป้ายร้าน



เพจ Facebook



รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ



1.ล้างทำความสะอาดเปลือกหอยแล้วนำมาตากให้แห้ง



2.นำเปลือกหอยที่แห้งแล้วมาทาสีแล้วนำไปตากเพื่อให้สีแห้ง



3.นำเปลือกหอยไปพ่นสีเคลือบ



4.นำเปลือกหอยมาติดลงบนแจกัน



5.ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นการทำงาน

ภาพวัสดุอุปกรณ์



รูปภาพการนิเทศจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวเกวณีน เคล้าพิมาย
วัน เดือน ปี	:	16 มกราคม 2543
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	ประธานโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นายฉัตรดนัย วงษ์ภักดี
วัน เดือน ปี	:	27 ธันวาคม 2542
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	รองประธานโครงการ