



โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี

Artification of Innovation : Wooden treasure box covered of recycled C.D.

จัดทำโดย

นางสาวพรทิพย์ เมืองจันทร์

นางสาวนันทวรรณ เหมจันเพ็ชร

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

สาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์

ปีการศึกษา 2562

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
เป้าหมาย	2
การติดตามผลและการประเมิน	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์	3
แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์	10
แนวคิดเกี่ยวกับการเขียนแผนธุรกิจ	15
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	25
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)	32
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	33
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงาน	
วิธีการดำเนินการ	36
สถานที่ดำเนินโครงการ	37
ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์	38
การจัดทำแผนธุรกิจ	38
บทสรุปผู้บริหาร	38
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	41
ความเป็นมาของธุรกิจ	41
ผลิตภัณฑ์	42
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด	43
แผนบริหารจัดการ	48

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
แผนการตลาด	53
แผนการผลิต	60
แผนการเงิน	63
แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง	76
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	77
บัญชีรายรับ-รายจ่ายในโครงการ	83
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	85
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	86
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	88
ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา	88
บรรณานุกรม	89
ภาคผนวก ก	
ภาคผนวก ข	
ภาคผนวก ค	
ภาคผนวก ง	

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้น (1). การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครง (2). การทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า (3). สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้และเพิ่มรายได้ให้นักศึกษาและ (4). ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ คือ (1). ปัญหาด้านการใช้อุปกรณ์สมาชิกขาดความชำนาญการใช้งาน(เรซิน) (2). ระยะทางการเดินทางของสมาชิกมีความห่างไกลมาก ทำให้การปฏิบัติงานล่าช้า (3). สภาพอากาศแปรปรวนเช่น ฝนตก พายุพัด ทำให้ส่งผลกระทบต่อในระหว่างการปฏิบัติงานอาจทำให้ชิ้นงานเกิดความเสียหาย

5. ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ คือ (1). ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในการใช้อุปกรณ์ และฝึกฝนการใช้อุปกรณ์ (2). นัดหมายเวลาปฏิบัติงานให้เร็วขึ้น เพื่อลดการปฏิบัติงานล่าช้า (3). ตรวจสอบสภาพอากาศ และเก็บชิ้นงานให้เรียบร้อยทุกครั้งหลังปฏิบัติงาน

6. จากรายงานผลแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อชิ้นงานของจากกระดาษหนังสือพิมพ์ ผู้ตอบปรากฏผลดังนี้ แบบสอบถามแสดงความความพึงพอใจมีต่อกล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดีด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.56$) รองลงมาด้านด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.52$) รองลงด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.54$) และด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.49$) ตามลำดับ

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดีสำเร็จได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย ที่ได้ให้คำแนะนำแนวคิดให้คำปรึกษา ให้ความรู้ด้านการจัดทำโครงการ คอยดูแลในเรื่องการดำเนินงานด้านเอกสารการแก้ไขเอกสารให้ถูกต้องและขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์ ที่คอยตรวจสอบความสมบูรณ์ของชิ้นงานและการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ บอกจุดบกพร่องและเสนอวิธีการแก้ไขแบบตรงจุด สามารถทำให้การนำเสนอโครงการประสบผลสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีและขอขอบคุณอาจารย์อุดมพร เปตานนท์ ที่ตรวจสอบแผนธุรกิจ ทางคณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมโครงการและเพื่อนๆ ในชั้นเรียน ที่คอยให้การสนับสนุนและสละเวลาส่วนตัว เพื่อจัดทำโครงการฉบับนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยดี

คณะผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณทุกท่านดังที่ได้กล่าวถึงมาข้างหน้าและที่ไม่ได้กล่าวถึงไว้ ณ ที่นี้เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในแต่ละวันคนเรานำของเก่าของเหลือใช้มาทิ้งอย่างมากมาย เราเรียกวัตถุพวกนั้นว่า“ขยะ” เรื่องของขยะนี้เราคงนึกถึงเศษอาหาร เศษถุงพลาสติกจากครัวเรือน เราทิ้งจนไม่มีที่ทิ้งในแต่ละวัน นำไปเผาทำลายมากมาย ในแต่ละวัน แต่ละเดือน แต่ละปี ซึ่งทำให้เกิดมลพิษทางอากาศได้เมื่อเรา สูดลมหายใจเข้าไปทำให้เกิดอันตรายต่อเราได้ แต่ขยะหรือสิ่งเหลือใช้ที่มีอยู่มากมายอีกอย่างหนึ่งก็คือ“วัสดุเหลือใช้จากงานอิเล็กทรอนิกส์”หรือแผ่นซีดีที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์แล้ว ส่วนใหญ่จะถูกนำมาทิ้งไปโดยเปล่าประโยชน์ บางคนนำไปวางทิ้งไว้ไม่เป็นที่เป็นทาง อาจทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ เพราะแผ่นซีดีที่มีการชำรุดจะมีความแหลมคม เราจึงเล็งเห็นประโยชน์จากแผ่นซีดีที่ไม่ได้ใช้งานแล้วเพื่อมาพัฒนาคัดแปลงให้มีคุณค่ามากขึ้น มีความแตกต่าง และให้เป็นที่น่าสนใจ คณะผู้จัดทำได้รับรู้ปัญหาและได้เล็งเห็นถึงวิธีการที่จะลดหรือแก้ไขปัญหที่เกิดจากการเผาทำลายขยะนี้โดยการนำเศษแผ่นซีดีที่ไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้แล้ว มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์สามารถใช้งานได้จริงและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น พร้อมทั้งเพิ่มรายละเอียดเพิ่มความสวยงาม ประณีตให้กับผลงาน ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มความเงางามให้กับแผ่นซีดี หรือเอาแผ่นซีดีไปเป็นของตกแต่งทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆขึ้น ตัวอย่างเช่น นำแผ่นซีดีไปประดับหมวก นำแผ่นซีดีไปประดับเคสโทรศัพท์ ฯลฯ วิธีการนี้นอกจากจะเป็นการลดปัญหาการเผาขยะทำให้เกิดมลพิษทางอากาศแล้ว ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลงานมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลงานมีการแปรรูปให้มีความสวยงาม เป็นที่ยอมรับ เป็นที่ต้องการและเป็นที่สนใจของผู้บริโภคมากขึ้น พร้อมทั้งยังเป็นการลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จากการนำแผ่นซีดีที่ผ่านการใช้งานแล้ว มาเพิ่มมูลค่าให้เป็นส่วนผลิตในการสร้างตัวสินค้า ให้ออกมาเป็นกล่องอเนกประสงค์ที่ตกแต่งด้วยแผ่นซีดี พัฒนาให้แผ่นซีดีเหลือใช้กลายเป็นสินค้า หรือนวัตกรรมที่มีคุณค่าและสามารถสร้างรายได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์

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

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการประเภทสิ่งประดิษฐ์กล่อมหาสมบัติจากแผ่นซีดี คณะผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์
2. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับการเขียนแผนธุรกิจ
4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
5. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

1. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์

นวัตกรรมมาจากภาษาอังกฤษคำว่า “Innovation” ตามรากศัพท์หมายถึง การกระทำที่ใหม่ ของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับคำนิยามของ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2549) ได้ให้ความหมาย ของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรมคือ “สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มี ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม”

ทอมัส ฮิวซ์ (Thomas Hughes) ได้ให้ความหมายของ “นวัตกรรม” ว่าเป็นการนำวิธีการใหม่ ๆ มาปฏิบัติหลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้การพัฒนาเป็นขั้น ๆ แล้ว เริ่มตั้งแต่การคิดค้น (Innovation) การพัฒนา (Development) ซึ่งอาจจะเป็นไปในรูปของ โครงการทดลองปฏิบัติก่อน (Pilot Project) แล้วจึงนำไปปฏิบัติจริง ซึ่งมีความแตกต่างไปจากการปฏิบัติเดิมที่เคยปฏิบัติมา

มอร์ตัน (Morton, J.A.) ให้ความหมาย “นวัตกรรม” ว่าเป็นการทำให้ใหม่ขึ้นอีกครั้ง (Renewal) ซึ่งหมายถึง การปรับปรุงสิ่งเก่าและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ตลอดจนหน่วยงาน หรือองค์การนั้น ๆ นวัตกรรม ไม่ใช่การขัดหรือล้มล้างสิ่งเก่าหมดไป แต่เป็นการ ปรับปรุงเสริม เดิมแต่ง และพัฒนาให้ดีกว่าเดิม

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์และคณะ (2553) ได้ให้ความหมายของ “นวัตกรรม” หมายถึง สิ่ง ใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาขึ้น ซึ่ง อาจจะมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือกระบวนการใหม่ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ใน เชิงเศรษฐกิจและสังคม”

ดังนั้นสรุปได้ว่า “นวัตกรรม” หมายถึง สิ่งใหม่ที่กระทำซึ่งเกิดจากการใช้ความรู้ ใช้ความคิดสร้างสรรค์ สิ่งใหม่ในที่นี้อาจจะอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์ แนวคิด หรือกระบวนการ ที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาได้ (อ้างอิงจาก <https://www.gotoknow.org/posts/>)

องค์ประกอบของนวัตกรรม ประกอบด้วย

จากประเด็นที่เป็นแก่นหลักสำคัญของคำนิยาม องค์ประกอบที่เป็นมิติสำคัญของนวัตกรรม มีอยู่ 3 ประการ คือ

1. **ความใหม่ (Newness)** หมายถึง เป็นสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจเป็นตัวผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการ โดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่เลยก็ได้
2. **ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits)** หรือการสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ กล่าวคือ นวัตกรรม จะต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้นๆ ซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอาจจะวัดได้เป็นตัวเงินโดยตรง หรือไม่เป็นตัวเงินโดยตรงก็ได้
3. **การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea)** สิ่งที่จะเป็นนวัตกรรมได้นั้นต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดซ้ำใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบการทำซ้ำ เป็นต้น

กระบวนการนวัตกรรม

กระบวนการนวัตกรรม จะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถดำรงอยู่และเจริญเติบโตต่อไปได้ ซึ่งกระบวนการประกอบด้วยส่วนที่สำคัญ ๆ หลายประการ

1. **การค้นหา (Searching)** เป็นการสำรวจสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เพื่อตรวจจับสัญญาณของทั้งโอกาสและอุปสรรค สำหรับการนำไปสู่จุดเริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงในอนาคต
2. **การเลือกสรร (Selecting)** เป็นการตัดสินใจเลือกสัญญาณที่สำรวจพบเหล่านั้น เพื่อจะนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กร ทั้งนี้การเลือกสรรจำเป็นต้องมีความสอดคล้องกับหลักกลยุทธ์ขององค์กร
3. **การนำไปปฏิบัติ (Implementing)** เป็นการแปลงสัญญาณที่มีศักยภาพ ไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ขึ้นและนำสิ่งเหล่านั้นออกเผยแพร่สู่ตลาดทั้งภายในและภายนอกองค์กร แต่สัญญาณที่ว่าไม่ได้เกิดขึ้นเพียงชั่วครั้งชั่วคราวเท่านั้นหากแต่จะเกิดขึ้น ด้วยการดำเนินงานขั้นตอนที่สำคัญอีก ๔ ประการ ดังนี้

3.1 การรับ (Acquiring) คือ ขั้นตอนของการนำองค์ความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นนวัตกรรมขึ้น เช่น การสร้างสรรค์สิ่งใหม่จากกระบวนการทางวิจัยและพัฒนา (R&D) , การ

ทำวิจัยทางการตลาด รวมไปถึง การได้รับองค์ความรู้จากแหล่งอื่น ๆ โดยการถ่ายทอดทางเทคโนโลยี (Technology Transfer) หรือการค้นคว้าร่วมกันในเครือพันธมิตร (Strategic Alliance) เป็นต้น

3.2 การปฏิบัติ (Executing) คือ ขั้นตอนของการนำโครงการดังกล่าวสู่การปฏิบัติงานภายใต้สภาพของความไม่แน่นอนต่าง ๆ ซึ่งต้องอาศัยทักษะการแก้ปัญหา (Problem-Solving) ตลอดเวลา

3.3 การนำเสนอ (Launching) คือ การนำนวัตกรรมที่ได้ออกสู่ตลาด โดยอาศัยการจัดการอย่างเป็นระบบเพื่อให้วัตตกรรมนั้นสามารถเป็นที่ยอมรับจากตลาดได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงแรกของการนำออกสู่ตลาด

3.4 การรักษาสภาพ (Sustaining) คือ การรักษาสถานะภาพการยอมรับจากตลาดให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไปและคงอยู่ให้นานเท่าที่จะเป็นไปได้ ซึ่งอาจจะต้องนำวัตตกรรมนั้น ๆ กลับมาปรับปรุงแก้ไขในแนวความคิดหรือทำการเริ่มใหม่ตั้งแต่ต้น (Reinnovation) เพื่อให้ได้วัตตกรรมที่ถือพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น

4. การเรียนรู้ (Learning) เป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรควรที่จะศึกษาและเรียนรู้ในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการทางวัตตกรรมเพื่อก่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้พื้นฐานที่แข็งแกร่ง และสามารถนำไปใช้พัฒนาวิธีการสำหรับจัดการกับกระบวนการทางวัตตกรรมเหล่านั้นให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น (อ้างอิงจาก<http://guru.google.co.th/guru/thread?tid=003abc82634a15f2>)

หลักการสร้างสรรค์งานประดิษฐ์

หลักการสร้างสรรค์งานประดิษฐ์ การสร้างสรรค์งานประดิษฐ์ให้ประดิษฐ์ให้ประสบผลสำเร็จนั้น ผู้เรียนต้องมีความพึงพอใจ ในการทำงาน โดยยึดหลักการดังนี้

1. หมั่นศึกษาหาความรู้ในงานที่ตนเองสนใจ โดยศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญการในชุมชนการเรียนรู้ จากตัวอย่างสิ่งประดิษฐ์ที่สนใจ
2. ศึกษาหลักการ วิธีการ หรือขั้นตอนการปฏิบัติงาน ในการประดิษฐ์ชิ้นงานโดยการวิเคราะห์ ด้วยตนเองหรือศึกษาจากผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ หรือจากสื่อต่าง ๆ เช่น วารสาร หนังสือ เป็นต้น
3. ทดลองการปฏิบัติการประดิษฐ์ ผู้เรียนต้องศึกษาค้นคว้าและทดลองปฏิบัติตามแนวคิดที่ได้สร้างสรรค์ไว้ และมีการปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องจนสำเร็จเป็นชิ้นงานประดิษฐ์ที่พึงพอใจ

การออกแบบงานประดิษฐ์

การออกแบบงานประดิษฐ์ เป็นการสร้างรูปลักษณะของชิ้นงาน โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ความเข้าใจ ในหลักการออกแบบและนำมาใช้ ทำให้การออกแบบชิ้นงานนั้นมีคุณค่าและน่าสนใจ

1. การออกแบบ หมายถึง การทำต้นแบบ หรือการทำโครงสร้างของชิ้นงานที่ต้องการประดิษฐ์ เพื่อให้ได้ผลงานสำเร็จตามที่มุ่งหวัง โดยการเลือกวัสดุ เลือกสี ที่นำมาใช้ให้เหมาะสมสวยงาม

2. ที่มาของการออกแบบงานประดิษฐ์

2.1 การศึกษาแบบของงานที่ตนสนใจจากหนังสือ นิตยสารแล้วทดลองปฏิบัติ

2.2 การดัดแปลงแบบที่มีอยู่เดิม หรือแบบตัวอย่างโดยทำการศึกษาแบบ จนเกิดความเข้าใจ จึงปฏิบัติการสร้างแบบ โดยการนำเอาแนวความคิดหรือความคิดสร้างสรรค์ของตนเองไปผสมผสานทำให้ได้แบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนใคร

2.3 การออกแบบด้วยตนเองคือการออกแบบที่เกิดจากแนวคิดของตนเองและทดลองปฏิบัติสร้างแบบจนได้แบบที่สวยงาม เหมาะสมตามความต้องการ

งานประดิษฐ์ทั่วไป

งานประดิษฐ์ที่เกิดจากแนวความคิดหรือความคิดสร้างสรรค์ที่มุ่งสร้างผลงานโดยมีจุดมุ่งหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง

- ประดิษฐ์เพื่อเป็นของเล่น
- ประดิษฐ์เพื่อเป็นของใช้
- ประดิษฐ์ของตกแต่งบ้าน

หลักการออกแบบว่า มีหลักการพื้นฐาน

โดยอาศัยส่วนประกอบขององค์ประกอบศิลป์ คือ จุด เส้น รูปร่าง รูปทรงน้ำหนัก สี และพื้นผิว นำมาจัดวาง เพื่อให้เกิดความสวยงาม โดยมีหลักการ ดังนี้

1. ความเป็นหน่วย (Unity) ในการออกแบบ ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงงานทั้งหมดให้อยู่ในหน่วยงานเดียวกัน เป็นกลุ่มก้อนหรือมีความสัมพันธ์กันทั้งหมดของงานนั้นๆและพิจารณาส่วนย่อยลงไปตามลำดับ

2. ความสมดุลหรือความถ่วง (Balancing) เป็นหลักทั่วไปของงานศิลปะที่จะต้องดูความสมดุลของงาน ความรู้สึกทางสมดุลของงานนี้ เป็นความรู้สึก ที่เกิดขึ้นในส่วนของความคิดในเรื่องของความงามในสิ่งนั้นๆ ซึ่งมีหลักความสมดุล อยู่ 3 ประการคือ

2.1 ความสมดุลในลักษณะเท่ากัน (Symmetry Balancing) คือมีลักษณะเป็นซ้าย-ขวา บน-ล่างเป็นต้น ความสมดุลในลักษณะนี้ดูและเข้าใจง่าย

2.2 ความสมดุลในลักษณะไม่เท่ากัน (Non - Symmetry Balancing) คือมีลักษณะสมดุลกันในตัวเอง ไม่จำเป็นต้องเท่ากัน แต่ดูในด้านความรู้สึกแล้วเกิดความสมดุลกันในตัว ลักษณะการสมดุล แบบนี้ผู้ออกแบบจะต้องมีการประลองดูให้แน่ใจในความรู้สึกของผู้พบเห็นด้วย ซึ่งเป็นความสมดุลที่เกิดในลักษณะที่แตกต่างกันได้ เช่น ใช้ความสมดุลด้วยผิว (Texture) ด้วยแสงเงา (Shade) หรือด้วยสี (Colour)

2.3 จุดศูนย์ถ่วง (Gravity Balance) การออกแบบใดๆที่เป็นวัตถุสิ่งของและจะต้องใช้งานการทรงตัว จำเป็นที่ผู้ออกแบบ จะต้องคำนึงถึงจุดศูนย์ถ่วง ได้แก่ การไม่โยกเอียง หรือให้ความรู้สึกไม่มั่นคงแข็งแรง ดังนั้น สิ่งใดที่ต้องการจุดศูนย์ถ่วงแล้ว ผู้ออกแบบ จะต้อง ระวังระมัดระวังในสิ่งนี้ให้มาก ตัวอย่างเช่น เก้าอี้จะต้องตั้งตรง ยึดมั่นทั้งสี่ขาเท่าๆกัน การทรงตัวของคน ถ้ายืน 2 ขาก็จะต้องมีน้ำหนักลงที่เท้าทั้ง 2 ข้างเท่าๆกันถ้ายืนเอียงหรือพิงฝา น้ำหนักตัวก็จะลงเท้าข้างหนึ่ง และส่วนหนึ่งจะลงที่หลังพิงฝา รูปปั้นคนในท่าวิ่ง จุดศูนย์ถ่วงจะอยู่ที่ใด ผู้ออกแบบจะต้องรู้ และวางรูปได้ถูกต้อง เรื่องของจุดศูนย์ถ่วง จึงหมายถึง การทรงตัวของวัตถุสิ่งของนั่นเอง

3.ความสัมพันธ์ทางศิลปะ (Relativity of Arts) ในเรื่องของศิลปะนั้น เป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณา กันหลายขั้นตอนเพราะเป็นเรื่องความรู้สึกที่สัมพันธ์กันอันได้แก่

3.1 การเน้นหรือจุดสนใจ (Emphasis or Centre of Interest) งานด้านศิลปะ ผู้ออกแบบจะต้องมีจุดเน้นให้เกิดสิ่งที่ประทับใจแก่ผู้พบเห็น โดยมีข้อบอกล่าว่า เป็นความรู้สึกที่รวมที่เกิดขึ้นเองจากตัวของศิลปกรรมนั้นๆ ความรู้สึกนี้ผู้ออกแบบจะต้องพยายามให้เกิดขึ้นเหมือนกัน

3.2 จุดสำคัญรอง (Subordinate) คงคล้ายกับจุดเน้นนั่นเอง แต่มีความสำคัญรองลงไปตามลำดับความรู้สึกนี้ผู้ออกแบบจะต้องพยายามให้เกิดขึ้นเหมือนกัน ซึ่งอาจจะเป็นส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2 ก็ได้ ส่วนนี้จะช่วยให้เกิดความลดหล่นทางผลงานที่แสดงผู้ออกแบบจะต้อง คำนึงถึงสิ่งนี้ด้วย

3.3 จังหวะ (Rhythm)โดยทั่วไป สิ่งที่สัมพันธ์กันในสิ่งนั้นๆย่อมมีจังหวะระยะ หรือความถี่ห่างในตัวมันเองก็ดีหรือสิ่งแวดล้อม ที่สัมพันธ์อยู่ก็จะเป็นเส้น สี เงาม หรือช่วงจังหวะของการตกแต่ง แสงไฟ ลวดลาย ที่มีความสัมพันธ์กันในที่นั้น เป็นความรู้สึกของผู้พบเห็นหรือผู้ออกแบบจะรู้สึกในความงามนั่นเอง

3.4 ความต่างกัน (Contrast) เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเพื่อช่วยให้ มีการเคลื่อนไหว ไม่ซ้ำซากเกินไปหรือ เกิดความเบื่อหน่าย จำเ ใน การตกแต่งก็เช่นกัน ปัจจุบันผู้ออกแบบมักจะหาทางให้เกิดความรู้สึกขัดกัน ต่างกัน เช่น การจัดชุดเก้าอี้สมัยใหม่ก็มีเก้าอี้สมัยรัชกาลที่ 5 อยู่ด้วย 1

ตัว การจัดเช่นนี้ ผู้พบเห็นจะเกิดความรู้สึกแตกต่างกัน ทำให้เกิดความรู้สึก ไม่ซ้ำซาก มีรสชาติแตกต่างออกไป

3.5 ความกลมกลืน (Harmonies) ความกลมกลืนในที่นี้หมายถึง พิจารณาในส่วนรวมทั้งหมด แม้จะมีบางอย่างที่แตกต่างกันการใช้สีที่ตัดกันหรือการใช้ผิวใช้เส้นที่ขัดกันความรู้สึกส่วนน้อยนี้ไม่ทำให้ส่วนรวมเสียก็ถือว่าเกิดความกลมกลืนกันในส่วนรวมความกลมกลืนในส่วนรวมนี้ถ้าจะแยกก็ได้แก่ความเน้นไปในส่วนมูลฐานทางศิลปะ อันได้แก่ เส้น แสงเงา รูปทรง ขนาด ผิว สี นั่นเอง

4. คุณสมบัติของนักออกแบบที่ดี คุณสมบัติของนักออกแบบที่ดีดังนี้

4.1 เป็นผู้มีความประสพการณ์สูง และหลักการต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ ควรได้มาจากประสบการณ์จริงในชีวิต

4.2 ศึกษาความต้องการของมนุษย์ การออกแบบที่ดีต้องมาจากประสบการณ์จริงหรือความเป็นจริงโดยจะต้องสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในแต่ละยุคสมัยได้

4.3 มีความรู้จริง เข้าใจเรื่องวัสดุชนิดต่าง ๆ และกระบวนการทำงานเป็นอย่างดี

4.4 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างผลงานด้วยความสามารถของตัวเองและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

4.5 ต้องถ่ายทอดความคิดของตนเองออกมาในรูปของหุ่นจำลองเพื่อให้ผู้อื่นสามารถเข้าใจได้ คุณสมบัติของนักออกแบบที่ดีว่า จะต้องมีความสามารถ และมีลักษณะนิสัยที่ช่วยให้การออกแบบมีคุณภาพ และประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย

คุณสมบัติของ นักออกแบบมีหลายประการ ซึ่งพอจะจำแนกออกได้ดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และมีความเชื่อมั่นในตนเอง
2. เป็นผู้ที่มีทักษะในการออกแบบ
3. เป็นผู้ที่รู้จักสังเกตและทำความเข้าใจกับสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวซึ่งมีทั้งสภาพทางธรรมชาติและสิ่งต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น เพื่อให้เป็นแหล่งความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบ
4. เป็นผู้ที่ติดตามการเปลี่ยนแปลงและความเคลื่อนไหวของงานออกแบบสร้างสรรค์ทุกสาขาอยู่เสมอ
5. เป็นผู้ที่มีความสนใจศึกษาความเชื่อ และผลงานที่ออกแบบตามความเชื่อในยุคต่าง ๆ ที่ผ่านมามาเพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบสร้างสรรค์ให้ก้าวหน้าต่อไปในปัจจุบันและอนาคต
6. เป็นผู้ que เข้าใจสภาพแวดล้อมของสังคม และความต้องการของประชาชนเพื่อให้การออกแบบสอดคล้องกับความต้องการ

7. เป็นผู้ที่มีความเข้าใจงานออกแบบแต่ละชนิด เพื่อให้การออกแบบตอบสนองได้ตรงตามจุดประสงค์ของงานออกแบบนั้น ๆ เช่น การออกแบบโฆษณาที่มีจุดประสงค์ในการจูงใจเป็นต้น

ประโยชน์ของงานประดิษฐ์

1. งานประดิษฐ์มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของไทย
2. งานประดิษฐ์มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียมและประเพณีทางศาสนา
3. งานประดิษฐ์ช่วยให้เกิดความรัก ความสามัคคีในหมู่คณะ
4. งานประดิษฐ์ช่วยให้การทำงานของสมองและประสาทสัมผัสประสานสัมพันธ์กัน
5. ใช้เป็นเครื่องประดับตกแต่ง ของเล่น ของขวัญที่ระลึก
6. รู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
7. เป็นการฝึกลักษณะนิสัยในการทำงานให้มีความอดทน

ดังนั้น สรุปได้ว่านักออกแบบที่ดีจะต้องมีคุณสมบัติ เป็นผู้ใฝ่รู้ มีทักษะในการออกแบบและมีความคิดสร้างสรรค์เป็นของตัวเอง จึงจะเป็นนักออกแบบที่ดีได้

ส่วน ชลอ บุญก่อและคณะ (2548 : 216) กล่าวถึง หลักการออกแบบพื้นฐานทั่วไป (Principles of design) ว่ามีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิด สิ่งที่ดีกว่าในด้านของประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม นักออกแบบที่จะสร้างผลงานออกมามีการแข่งขันเพื่อผลิตผลงานของตนให้มีความแปลกใหม่ เป็นที่สนใจของผู้บริโภค เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยและมีรูปแบบอยู่ในความนิยมใช้งานได้นานๆ หลักการออกแบบ มีหลักการต่างๆ มากมายที่สามารถปฏิบัติตามได้ตามหลักและวิธีการการออกแบบที่ดีจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ความสมดุล (Balance) คือ ความทรงตัวอยู่หนึ่งมั่นคง เปรียบเหมือนกับตาชั่งอยู่ในสภาพที่เท่ากันทั้งสองข้างที่ความสมดุลอาจเกิดจากตามแนวนอนและแนวตั้งก็ได้ เช่น ชิงงานเตี้ยงนอนเป็นความสมดุลในแนวนอนตั้งเก็บของเป็นความสมดุลในแนวตั้ง ฯลฯ

2. สัดส่วน (Proportion) คือ การได้สัดส่วนกันของรูปลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างขนาดและพื้นที่ผลิตภัณฑ์ที่มีสัดส่วนดีจะช่วยให้ส่วนประกอบ รูปลักษณะ และรูปทรงมีความสัมพันธ์กลมกลืนอย่างเหมาะสมงดงาม การใช้สัดส่วนแบ่งออกเป็น 2 พวก คือการใช้สัดส่วนให้สัมพันธ์กับตัวมันเอง เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนที่มีสัดส่วนของตัวและขาสัมพันธ์กัน

3. การใช้สัดส่วนให้สัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม เช่น โต๊ะสำหรับใช้ในห้องรับแขกจำเป็นต้องเป็นโต๊ะที่วางแล้วสัมพันธ์กับขนาดของห้อง ไม่เล็กหรือใหญ่เกินไป และขนาดของโต๊ะมีความสัมพันธ์กับขนาดของผู้ใช้ ฯลฯ

4. ความกลมกลืน (Hamony) คือความประสานกลมกลืนของการออกแบบ สภาพชิ้นส่วนต่างๆ ของวัตถุเหมาะสมและเข้ากันได้ ซึ่งหลักของความกลมกลืนมีอยู่ 3 ลักษณะ คือ

(1.) ความกลมกลืนในด้านความคิดการออกแบบ

(2.) ความกลมกลืนของรูปทรง สี เส้น และผิว

(3.) ความกลมกลืนกับธรรมชาติ

5. ความแตกต่าง (Contrast) คือ ความรู้สึกที่ต้องการให้เกิดความรู้สึกขัดกันเพื่อแก้ไขการซ้ำซากจำเจจนเกินไป เช่น มีรูปร่าง สี แตกต่างกันไป ฯลฯ ความแตกต่าง ตรงกันข้ามกับความกลมกลืนความแตกต่างจึงเป็นผลที่ก่อให้เกิดการพักผ่อนของสมองและความรู้สึก เช่น การมองเห็นแสงไฟที่ร้อนแรง แล้วมองเห็นน้ำที่สงบนิ่ง

6. ช่วงจังหวะ (Rhythm) คือ การเคลื่อนไหวที่มีจังหวะ เส้น สี แสง และเงา เป็นความรู้สึกให้เคลื่อนไหวโดยทั่วไปความสัมพันธ์กับสิ่งของต่าง ๆ ย่อมมีจังหวะ ระยะ หรือความห่างในตัว สิ่งแวดล้อมที่สัมพันธ์กันก็จะเป็นเส้น รูปทรง สี เช่น การทำขนาดให้เล็กลง หรือเพิ่มขนาดให้ใหญ่ขึ้น ฯลฯ

7. การเน้นให้เกิดจุดเด่น (emphasis) คือ การเน้นองค์ประกอบที่สำคัญของศิลปะให้มีความเด่น เเด่นชัดกว่าการเน้นให้เกิดจุดเด่นควรเน้นให้เหมาะสมกับจุดประสงค์ เข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยากจนเกินไปและแลดูสวยงาม จุดเด่นเป็นศูนย์กลางของความสนใจชิ้นส่วนของวัตถุอาจทำให้เด่นขึ้นจากรูปร่างของวัตถุ การใช้สี หรือการตกแต่งวัตถุนั้น ๆ ผู้ออกแบบต้องคิดว่าจะเน้นจุดเด่นมากน้อยเพียงใดและจะวางจุดสำคัญ ณ ที่ใดจึงจะเกิดความสวยงาม

ดังนั้น สรุปได้ว่าหลักการออกแบบพื้นฐานทั่วไป นักออกแบบที่ดีนั้นจะต้องยึดหลักการ งานด้านศิลปะเป็นสำคัญ กล่าวคือ ต้องคำนึงถึง การใช้ จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก สี และพื้นผิว นำมาจัดวางเพื่อให้เกิดความสวยงาม และมีคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย

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

2. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผนจัดตั้งขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมา

การออกแบบมีการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ 4 ลักษณะ

1. ความคิดริเริ่ม (Originality) หมายถึง ความคิดแปลกใหม่ไม่ซ้ำกันกับความคิดของคนอื่นและแตกต่างจากความคิดธรรมดา ความคิดริเริ่มอาจเกิดจากการคิดจากเดิมที่มีอยู่แล้วให้แปลกแตกต่างจากที่เคยเห็น หรือสามารถพลิกแพลงให้กลายเป็นสิ่งที่ไม่เคยคาดคิด ความคิดริเริ่มอาจเป็น

การนำเอาความคิดเก่ามาปรุงแต่งผสมผสานจนเกิดเป็นของใหม่ ความคิดริเริ่มมีหลายระดับซึ่งอาจเป็นความคิดครั้งแรกที่เกิดขึ้นโดยไม่มีใครสอนแม้ความคิดนั้นจะมีผู้อื่นคิดไว้ก่อนแล้วก็ตาม

2. ความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) หมายถึง ปริมาณความคิดที่ไม่ซ้ำกันในเรื่องเดียวกัน โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

2.1 ความคล่องแคล่วทางด้านถ้อยคำ (Word Fluency) เป็นความสามารถในการใช้ถ้อยคำอย่างคล่องแคล่ว

2.2 ความคล่องแคล่วทางการโยงสัมพันธ์ (Associational Fluency) เป็นความสามารถที่จะคิดหาถ้อยคำที่เหมือนกันได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ภายในเวลาที่กำหนด

2.3 ความคล่องแคล่วทางการแสดงออก (Expression Fluency) เป็นความสามารถในการใช้ลีหรือประโยค กล่าวคือ สามารถที่จะนำคำมาเรียงกันอย่างรวดเร็วเพื่อให้ได้ประโยคที่ต้องการ

2.4 ความคล่องแคล่วในการคิด (Ideational Fluency) เป็นความสามารถที่จะคิดค้นสิ่งที่ต้องการภายในเวลาที่กำหนด เช่น ใช้คิดหาประโยชน์ของก้อนอิฐให้ได้มากที่สุดภายในเวลาที่กำหนดซึ่งอาจเป็น 5 นาที หรือ 10 นาที

3. ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) หมายถึง ประเภทหรือแบบของการคิดแบ่งออกเป็น

3.1 ความคิดยืดหยุ่นที่เกิดขึ้นทันที (Spontaneous Flexibility) เป็นความสามารถที่จะพยายามคิดได้หลายทางอย่างอิสระ ตัวอย่างของคนที่มีความคิดยืดหยุ่นในด้านนี้จะคิดได้ว่าประโยชน์ของหนังสือพิมพ์มีอะไรบ้าง ความคิดของผู้ที่ยืดหยุ่นสามารถจัดกลุ่มได้หลายทิศทางหรือหลายด้าน เช่น เพื่อรู้ข่าวสาร เพื่อโฆษณาสินค้า เพื่อธุรกิจ ฯลฯ ในขณะที่คนที่ไม่มีความคิดสร้างสรรค์จะคิดได้เพียงทิศทางเดียวคือเพื่อรู้ข่าวสารเท่านั้น

3.2 ความคิดยืดหยุ่นทางการดัดแปลง (Adaptive Flexibility) หมายถึง ความสามารถในการดัดแปลงความรู้หรือประสบการณ์ให้เกิดประโยชน์หลายๆด้านซึ่งมีประโยชน์ต่อการแก้ปัญหาผู้ที่มีความยืดหยุ่นจะคิดดัดแปลงได้ไม่ซ้ำกัน

4. ความคิดละเอียดละออ (Elaboration) หมายถึง ความคิดในรายละเอียดเป็นขั้นตอนสามารถอธิบายให้เห็นภาพชัดเจน หรือเป็นแผนงานที่สมบูรณ์ขึ้น ความคิดละเอียดละออจัดเป็นรายละเอียดที่นำมาตกแต่ง ขยายความคิดครั้งแรกให้สมบูรณ์ขึ้น

(อ้างอิงจาก <http://www.nanabio.com/Research/image%20research/research%20work/creative%20thinking/creative%20thinking04.html>)

ปัจจัยที่เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 4 ประการ คือ

1. การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรต้องพิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นประการแรกเพื่อจะได้ออกแบบให้ได้ความคงทนถาวรมากน้อย หรือให้เหมาะสมกับการใช้เพียงชั่วคราวของผลิตภัณฑ์นั้น เพราะการออกแบบจะต้องคำนึงถึงวัสดุและเวลาการผลิตไปพร้อมกัน ถ้าออกแบบโดยไม่ได้ศึกษาถึงคุณภาพตามเป้าหมายของการผลิตแล้ว ก็ไม่สามารถออกแบบที่เหมาะสมได้

2. การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต

ในที่นี้ใคร่ขอชี้ทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยตรง ด้วยการผลิตสิ่งของเครื่องใช้หรือผลิตภัณฑ์ กำลังการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์จำนวนมาก มีความจำเป็นยิ่ง เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต เช่น เครื่องจักรกล หรือเครื่องทุ่นแรงอื่นๆ ย่อมเหมาะสมกับวัสดุอย่างหนึ่ง ทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน

3. การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค

3.1 ความต้องการที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่เป็นความต้องการที่เหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรม รสนิยม และการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ความต้องการของผู้บริโภคยังเกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจโดยตรงอีกด้วย

3.2 สภาพสังคมที่กำลังเศรษฐกิจตกต่ำการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ราคาสูง สินค้าฟุ่มเฟือย หรือเน้นความงามทางการออกแบบมากจนผลิตภัณฑ์นั้นราคาสูง การออกแบบเช่นนี้ อาจจะไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้

4. การออกแบบที่มีคุณค่าทางความงาม

เพื่อให้ผู้ออกแบบตระหนักถึงความงามที่เด่นชัดร่วมสมัย และมีความคิดสร้างสรรค์แทรกอยู่ในการออกแบบแต่ละชิ้น ความประณีตบรรจงในการออกแบบหรือในผลิตภัณฑ์เป็นคุณค่าส่วนหนึ่งของความงามอีกด้วย

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

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

1.หน้าที่ใช้สอย (Function)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้บริโภคต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือหลายหน้าที่ก็ได้ แต่หน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่นั้น ต้องใช้งานไประยะหนึ่งถึงจะทราบข้อบกพร่อง

2. ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปร่าง ขนาด สี สีสันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี เพราะความสวยงามเป็นความพึงพอใจแรกที่เราสัมผัสได้ก่อนมักเกิดมาจากรูปร่างและสีเป็นหลัก การกำหนดรูปร่างและสีในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ไม่เหมือนกับการกำหนดรูปร่างและสีในงานจิตรกรรม ซึ่งสามารถที่จะแสดงหรือกำหนดรูปร่างและสีได้ตามความนึกคิดของจิตรกร แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานของรูปร่างและสี สัน ระหว่างทฤษฎีทางศิลปะและความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ถึงแม้ว่ามนุษย์แต่ละคนมีการรับรู้และพึงพอใจในเรื่องของความงามได้ไม่เท่ากัน และไม่มีกฎเกณฑ์การตัดสินใจใดๆ ที่เป็นตัวชี้ขาดความถูกความผิด แต่คนเราส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มที่จะมองเห็นความงามไปในทิศทางเดียวกันตามธรรมชาติ

3. ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องเข้าใจกายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับขนาดสัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะต่างๆ ของผู้ใช้ การเกิดความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งทางด้านจิตวิทยา(Psychology)และสรีระวิทยา(Physiology) ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิภาค และสังคมแวดล้อมที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นข้อบังคับในการออกแบบการวัดคุณภาพทางด้าน กายวิภาคเชิงกล(ergonomics) พิจารณาได้จากการใช้งานได้อย่างกลมกลื่นต่อการสัมผัส

4. ความปลอดภัย (Safety)

ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจนและมีคำอธิบายการใช้แบบมากับผลิตภัณฑ์

5. ความแข็งแรง (Construction)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัว ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ และวัตถุประสงค์ที่กำหนดโครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรงกระทำใน รูปแบบต่างๆ จากการใช้งาน ตัวอย่างเช่น การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ดีต้องมีความมั่นคง แข็งแรง ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก ต้องสามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้เหมาะสม สะดวกสบาย ถูกสุขลักษณะ และต้องรู้จักผสมความงามเข้ากับชิ้นงานได้อย่างกลมกลืน เพราะโครงสร้างบางรูปแบบมีความแข็งแรงดีมากแต่ขาดความสวยงาม จึงเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเป็นผู้ประสานสองสิ่งเข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ นอกจากการเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความปลอดภัยควบคู่กันไปด้วย

6. ราคา (Cost)

ก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นกลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้นักออกแบบสามารถกำหนดแบบผลิตภัณฑ์และประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้เคียงมากขึ้น การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้ชนิด หรือเกรดของวัสดุ และวิธีการผลิตที่เหมาะสม ผลิตได้ง่าย และรวดเร็ว แต่ในกรณีที่ประมาณราคาจากแบบสูงกว่าที่กำหนดก็อาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่างๆ กันใหม่เพื่อลดต้นทุน แต่ทั้งนี้ต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

7. วัสดุ (Materials)

การออกแบบควรเลือกวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่างๆ ได้แก่ ความใส ผิวมันวาว ทนความร้อน ทนกรดด่างไม่ลื่น ฯลฯ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาถึงความง่ายในการดูแลรักษา ความสะดวกรวดเร็วในการผลิต ตั้งชื่อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกในการรณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ (recycle) ก็เป็นสิ่งที่นักออกแบบต้องตระหนักถึงในการออกแบบร่วมด้วย เพื่อช่วยลดกันลดปริมาณขยะของโลก

8. กรรมวิธีการผลิต (Production)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการประหยัดเพราะการผลิตที่ละมากๆ

9. การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถบำรุงรักษา และแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก เมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้น ง่ายและสะดวกต่อการทำความสะอาดเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งานของ ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งควรมีค่าบำรุงรักษาและการสึกหรอต่ำ ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ประเภท เครื่องมือ เครื่องจักรกล เครื่องยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อน อะไหล่ บางชิ้นย่อมมีการเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือจากการใช้งานที่ผิดวิธี การออกแบบที่คืบนี้ จะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้น เพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝารอบบริเวณ ต่างๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ได้โดยง่าย นอกจากนั้นการออกแบบยัง ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆ ร่วมด้วย

10. การขนส่ง (Transportation)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนส่ง ระยะทาง เส้นทางขนส่ง (ทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ) การกินเนื้อที่ในการขนส่ง (มิติความจุ กว้าง ' ยาว ' สูง ของรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกทั่วไป ตู้บรรทุกสินค้า ฯลฯ) ส่วน การบรรจุหีบห่อต้องสามารถป้องกันไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย กรณีที่ ผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบนั้นมีขนาดใหญ่ อาจต้องออกแบบให้ชิ้นส่วนสามารถถอดประกอบได้ ง่าย เพื่อให้หีบห่อมีขนาดเล็กลง

(อ้างอิงจาก <https://sites.google.com/a/srisongkram.ac.th/athittiyakornph15/w9>)

3. แนวคิดเกี่ยวกับการเขียนแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะ ก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะ เปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ มีผู้เปรียบเทียบว่าแผนธุรกิจเปรียบ เหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งเรื่องของการตลาด การแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การ คาดคะเนทางการเงิน ที่จะชี้นำผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวังด้วยเช่นกัน ถ้าเปรียบว่าแผนที่ที่ดีย่อมจะให้รายละเอียดถนนหนทาง และทิศทางที่ชัดเจนแล้ว แผนธุรกิจก็ไม่ต่างกันในการที่จะให้รายละเอียดอย่างเพียงพอที่จะทำให้ผู้ร่วมลงทุนตัดสินใจได้ว่า ธุรกิจนั้นควรจะร่วมลงทุนด้วยหรือไม่ จากแผนธุรกิจจะทำให้ผู้ร่วมลงทุนเข้าใจวัตถุประสงค์ของ ธุรกิจอย่างชัดเจน เข้าใจแนวคิดและปรัชญาของธุรกิจ แผนปฏิบัติการ ปัญหาอุปสรรค และหนทาง ที่เตรียมการเพื่อไปสู่ความสำเร็จ ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะใช้เงินลงทุนของตัวเอง ไม่ต้องการผู้ร่วม

ลงทุนหรือเงินกู้จากสถาบันการเงิน แผนธุรกิจก็ยังจำเป็นต้องมีเพื่อให้ผู้ประกอบการมีแผนที่ในการบอกทิศทางของการดำเนินกิจการในอนาคต

แผนธุรกิจสำคัญอย่างไร

สำหรับผู้ประกอบการแล้ว แผนธุรกิจเป็นเอกสารที่มีความสำคัญยิ่งกว่าเอกสารใดๆ ที่เคยมีการรวบรวมมา ความสำคัญเหล่านี้ ได้แก่

1. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะที่จะให้รายละเอียดของการเริ่มต้นธุรกิจ แผนธุรกิจทำให้ผู้ประกอบการมีเป้าหมายที่ชัดเจน กำหนดแนวทางของความคิด และช่วยให้ผู้ประกอบการแน่วแน่ต่อการใช้ทรัพยากรและกำลังความพยายามเพื่อไปสู่เป้าหมาย

2. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะเป็นเครื่องมือที่จะแสวงหาเงินทุนจากผู้ร่วมลงทุน จากกองทุนร่วมลงทุน และจากสถาบันการเงินต่างๆ

3. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะที่เป็นเสมือนพิมพ์เขียวที่ให้รายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ ทั้งกิจกรรมในการจัดหาเงินทุน กิจกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กิจกรรมการตลาด และอื่นๆ ในการบริหารกิจการใหม่ แผนธุรกิจยังใช้เพื่อกำหนดการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่องในอนาคตของกิจการอีกด้วย แผนธุรกิจควรมีอะไรบ้างเนื่องจากแผนธุรกิจที่ดีย่อมช่วยในการวัดถึงความเป็นไปได้ของกิจการที่จะลงทุน แผนจึงควรประกอบด้วยการวิเคราะห์อย่างละเอียดในตัวแปรหรือปัจจัยดังต่อไปนี้

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

แผนธุรกิจที่ดี เมื่ออ่านแล้วควรจะต้องตอบคำถามเหล่านี้ได้

1. การก่อตั้งธุรกิจเป็นรูปร่างชัดเจนขนาดไหน เสร็จสมบูรณ์แล้วหรือยัง
2. ธุรกิจนี้น่าลงทุนไหม
3. ธุรกิจมีแนวโน้มหรือโอกาสที่จะประสบความสำเร็จตั้งแต่เมื่อแรกตั้งมากน้อยขนาดไหน
4. ธุรกิจนี้มีความได้เปรียบหรือความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวมากน้อยเพียงใด
5. สินค้าที่จะผลิตมีวิธีการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพียงใด
6. สินค้าที่ผลิตสามารถวางตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด

7. วิธีการผลิตและการวางตลาดสินค้า นั้น มีทางเลือกอื่นๆ ที่ประหยัดได้มากกว่าหรือไม่

8. หน้าที่ต่างๆ เช่น การผลิต การจำหน่าย การจัดการทางการเงิน การจัดการคน มีการจัดการที่ดีและเหมาะสมเพียงใด

9. จำนวนและคุณภาพของพนักงานที่ต้องการมีเพียงพอหรือไม่

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

องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

แม้ว่าองค์ประกอบของแผนธุรกิจจะไม่ได้มีกำหนดไว้ตายตัว หากแต่องค์ประกอบหลัก ซึ่งนักลงทุนพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการรู้ จะประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้ คือ

1. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร
2. ประวัติโดยย่อของกิจการ
3. การวิเคราะห์สถานการณ์
4. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ
5. แผนการตลาด
6. แผนการจัดการและแผนกำลังคน
7. แผนการผลิต/ปฏิบัติการ
8. แผนการเงิน
9. แผนการดำเนินงาน
10. แผนฉุกเฉิน

องค์ประกอบที่ 1 : บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (ผู้เขียน : ผศ.วิทยา ด้านธำรงกุล)

เป็นส่วนที่จะสรุปใจความสำคัญของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาวไม่เกิน 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญ เพราะเป็นส่วนแรกที่ผู้ร่วมลงทุนจะอ่านและจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่า จะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อหรือไม่ ดังนั้น บทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญสองประการ คือ หนึ่ง ชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริงๆ เกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ สอง ต้องชี้ให้เห็นว่า สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่เวลานั้นให้เป็นประโยชน์ได้

อย่างไร บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตาม รายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนควรระลึกไว้เสมอว่า คุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม จึงควรใช้เวลากับการเขียนส่วนนี้อย่างพิถีพิถัน เนื้อหาในบทสรุปผู้บริหารควรจะกล่าวถึงสิ่งต่อไปนี้

1. อธิบายว่าจะทำธุรกิจอะไร และแนวคิดของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไร พยายามอธิบายให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการที่จะทำนั้นจะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตหรือวิถีการใช้สินค้าหรือบริการไปจากเดิมอย่างไร บอกด้วยว่าธุรกิจจะก่อตั้งเมื่อไร สินค้า/บริการมีคุณสมบัติพิเศษอะไรในแง่รูปลักษณ์ ประโยชน์ใช้สอย เทคโนโลยี ฯลฯ ที่จะได้เปรียบเหนือคู่แข่ง หากธุรกิจดำเนินการมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว บอกด้วยว่า ขนาดของธุรกิจใหญ่ขนาดไหน มีความเติบโตก้าวหน้าในช่วงที่ผ่านมาอย่างไร

2. โอกาสและกลยุทธ์ สรุปว่าอะไรคือโอกาส ทำไมจึงน่าสนใจ และจะใช้โอกาสนั้นด้วยวิธีอย่างไร ข้อมูลส่วนนี้อาจนำเสนอในรูปข้อเท็จจริงของตลาด เติบโตตลาด สภาพของคู่แข่ง (เช่น คู่แข่งขันไม่ปรับปรุงสินค้ามานานแล้ว คู่แข่งขันกำลังเพลี่ยงพล้ำ แนวโน้มของอุตสาหกรรมและอื่นๆ ที่แสดงว่าโอกาสทางการค้ากำลังเปิดให้)

3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคะเนลูกค้าเป้าหมาย ระบุและอธิบายย่อๆ ถึงลักษณะตลาดใครเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก จะจัดวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์อย่างไร จะวางแผนการเข้าถึงลูกค้าอย่างไร รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของตลาด ขนาดและอัตราการเติบโตของกลุ่มลูกค้า ยอดขายและส่วนแบ่งตลาดที่คาดหวัง

4. ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ ระบุถึงความได้เปรียบและความเหนือกว่าในการแข่งขัน เช่น ความได้เปรียบจากตัวผลิตภัณฑ์ การได้เปรียบจากการเข้าตลาดก่อน ความได้เปรียบจากการที่คู่แข่งอยู่ในภาวะอ่อนแอ ตลอดจนเงื่อนไขอื่นๆ ของอุตสาหกรรมนั้นๆ

5. ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไร บทสรุปให้เห็นถึงความคุ้มค่าของการลงทุน เช่น กำไรขั้นต้น กำไรจากการดำเนินงาน ระยะเวลาของการทำกำไร ระยะเวลาการคุ้มทุน ระยะเวลาที่กระแสเงินสดจะเป็นบวก การคาดหมายอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน และการคาดคะเนผลตอบแทนทางการเงินอื่นๆ

6. ทีมผู้บริหาร สรุปความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และทักษะของผู้ที่เป็นตัวหลักในการก่อตั้งและบริหาร พร้อมสมาชิกในทีม บอกย่อๆ ถึงความสำเร็จในอดีต โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับการทำกำไร การบริหารงานและคน

7. ข้อเสนอผลตอบแทน ระบุสั้นๆ ถึงเงินลงทุนหรือเงินกู้ที่ต้องการ จะเอาเงินไปทำอะไร จะตอบแทนเจ้าของเงินอย่างไร ผลตอบแทนของการลงทุนของเจ้าหน้าที่หรือผู้ร่วมลงทุนจะเป็นเท่าใด

องค์ประกอบที่ 2 : ประวัติย่อของกิจการ (ผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อุดร)

ส่วนนี้คือการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกิจการ ทั้งในด้านการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้า/บริการ ที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 : การวิเคราะห์สถานการณ์ (ผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อุดร) 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)

2. การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก หมายถึง การประเมินสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นจึงต้องพยายามเข้าใจในสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของสภาพแวดล้อมดังกล่าว เป็นไปในลักษณะที่เป็น โอกาส (Opportunities) หรือ อุปสรรค (Threats) ในการดำเนินธุรกิจ ผลลัพธ์จากขั้นตอนของการวิเคราะห์สถานการณ์ คือ บทวิเคราะห์ความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านต่างๆ ของกิจการ

องค์ประกอบที่ 4 : วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ (ผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อุดร, อ.ดร.ครรชิตพล ยศพรไพบุญย์) วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องการได้รับในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการ และเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนหรือลักษณะงาน 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** หมายความว่า กิจกรรมมีโอกาสที่จะบรรลุเป้าหมายได้ หากได้มีการดำเนินงานอย่างเต็มที่ตามแผนธุรกิจที่วางไว้ การกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจควรประเมินจากสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ กล่าวคือ ไม่ควรตั้งเป้าหมายที่เลื่อนลอยเกินความจริงจนทำไม่ได้ และก่อให้เกิดความท้อแท้ แต่ก็ไม่ควรตั้งเป้าหมายที่ง่ายจนเกินไปจนไม่ต้องทุ่มเทความพยายามใดๆ ก็สามารถที่จะบรรลุเป้าหมายได้โดยง่าย เป้าหมายที่ดีจึงควรเป็นผลลัพธ์ที่ทำได้ยากแต่มีความเป็นไปได้

2. **สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม** หมายถึง มีความชัดเจนที่สามารถประเมินได้ว่า กิจกรรมบรรลุตามเป้าหมายนั้นหรือไม่ ทั้งนี้ โดยทั่วไป ควรจะต้องกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจนว่า จะต้องบรรลุถึงเป้าหมายนั้นภายในระยะเวลาเท่าใด

3. **เป็นไปได้ในทิศทางเดียวกัน** หมายถึง เป้าหมายย่อยๆ ในแต่ละฝ่ายควรมีความสอดคล้องและเป็นไปได้ในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งให้แน่ใจว่าเป้าหมายระยะสั้นๆ เป็นไปเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมเป้าหมายในระยะปานกลางและระยะยาว กล่าวคือ ไม่มุ่งหวังเพียงกำไรหรือผลลัพธ์ในระยะสั้นมากจนเกินไป โดยเฉพาะหากผลในระยะสั้นนั้นจะก่อให้เกิดผลเสียได้ในระยะปานกลางและระยะยาว

องค์ประกอบที่ 5 : แผนการตลาด (ผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อุดร อ.ดร.ครรชิตพล ยศพรไพบูลย์) แผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาดตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในองค์ประกอบที่ 3 มาพิจารณาร่วมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ในองค์ประกอบที่ 4 ดังนั้น การวางแผนการตลาดจึงเป็นการกำหนดกลยุทธ์และวิธีในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มุ่งหวัง โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรทางการตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการตอบรับกับความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ เนื้อหาของแผนการตลาดต้องตอบคำถามหลักๆ ให้กับผู้ประกอบการอย่างน้อยดังต่อไปนี้

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

ในการตอบคำถามดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนประสบการณ์และวิจารณญาณที่ดี ในการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และวิธีการทางการตลาดสำหรับกิจการตามองค์ประกอบที่สำคัญของแผนการตลาด ซึ่งมีเนื้อหาหลัก 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายทางการตลาด
2. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
3. กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาด
4. การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด

องค์ประกอบที่ 6 : แผนการจัดการและแผนคน (ผู้เขียน : ผศ.วิทยา ด้านธำรงกุล) ในส่วนนี้ ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุโครงสร้างขององค์การให้ชัดเจน โดยแสดงแผนผังโครงสร้างขององค์การว่าประกอบไปด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความรับผิดชอบอะไร รวมถึงตำแหน่งผู้บริหารหลักๆ ขององค์การ โครงสร้างของคณะกรรมการและการถือหุ้น การเขียนในส่วนนี้ควรจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเป็นทีมที่ดีในการบริหาร มีความสมดุลในด้านความรู้ ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิคและการบริหาร มีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่ทำ รายละเอียดในส่วนนี้ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้ คือ

1. โครงสร้างองค์กร

1.1 ตำแหน่งงานหลักๆ ขององค์การ คนที่จะมาดำรงตำแหน่ง พร้อมทั้งแผนผังองค์กร

1.2 หากผู้บริหารคนใดคนหนึ่ง ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เต็มเวลา ต้องระบุว่าใครจะเป็นผู้ช่วยในงานนั้น เพื่อให้งานสมบูรณ์

1.3 หากทีมงานผู้บริหารเคยทำงานร่วมกันมาก่อน ให้ระบุว่าเคยทำงานอะไร มีความสำเร็จในฐานะทีมที่ดีอะไรบ้าง

2. ตำแหน่งบริหารหลัก

2.1 ระบุว่าตำแหน่งบริหารหลักๆ มีความรู้ ความชำนาญอะไรบ้าง และมีความเหมาะสมในตำแหน่งงานนั้นอย่างไร

2.2 ระบุบทบาท ภาระความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งในทีมบริหาร

2.3 อาจใส่ประวัติสั้นๆ ของทีมบริหารเอาไว้ในส่วนนี้ด้วยก็ได้ หรือมีฉะนั้นอาจนำไปใส่ไว้รวมกันในภาคผนวก

3. ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้บริหาร ระบุเงินเดือนที่จ่ายแก่ผู้บริหาร ตลอดจนผลประโยชน์ในรูปแบบอื่นๆ และสัดส่วนการถือหุ้น ของผู้บริหารแต่ละคน

4. ผู้ร่วมลงทุน ระบุผู้ร่วมลงทุนอื่นๆ และเปอร์เซ็นต์การถือหุ้น

5. คณะกรรมการบริษัท ระบุคุณสมบัติของกรรมการบริษัท องค์ประกอบและภูมิหลังของกรรมการแต่ละคนว่าจะเป็นประโยชน์ต่อกิจการอย่างไร

องค์ประกอบที่ 7 : แผนการผลิต/ปฏิบัติการ ผู้เขียน : อ.ดร.เอกจิตต์ จึ้งเจริญ หลังจากที่ผู้ประกอบการได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกิจการ ตลอดจนกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและแผนกลยุทธ์ของกิจการในภาพรวม เพื่อสร้างรายได้เปรียบเชิงแข่งขันแล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นให้ออกมาเป็นแผนการผลิต/ปฏิบัติที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนธุรกิจส่วนอื่นๆ ของบริษัท อันได้แก่ แผนการตลาด แผนการบริหารและจัดการบุคลากรและแผนการเงิน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายตามแผนนั้นๆ

แผนการผลิต/ปฏิบัติการที่ดีจะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับธุรกิจ โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตให้เป็นผลผลิต ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังแผนภาพที่ 1 โดย วัตถุดิบและทรัพยากรนั้น หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ ชั่วโมงแรงงานที่ทำการผลิต หรือค่าใช้จ่ายรวมของทรัพยากรทุกอย่างที่ใช้ ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน เงินลงทุน และอื่นๆ สำหรับ กระบวนการผลิตและปฏิบัติการ หมายถึง กระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรการผลิตให้เป็นผลผลิต และ ผลผลิตนั้น หมายถึง ความถึง จำนวนหรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้ในการวางแผนการผลิต/ปฏิบัติ นั้น ผู้ประกอบการต้องพิจารณาตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและปฏิบัติการภายในกิจการตามประเด็นที่สำคัญๆ รวม 10 ประเด็นดังต่อไปนี้ คือ

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

องค์ประกอบที่ 8 : แผนการเงิน (ผู้เขียน : รศ.ประนอม โฉมวิวัฒน์ อ.วิภาดา ตันติประภา ผศ.พรชนก รัตนไพจิตร ผศ.พรชนก รัตนไพจิตร) ในการจัดทำแผนธุรกิจนั้น กิจการต้องทราบให้ได้ว่าแผนที่จะจัดทำขึ้นนั้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ การที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าใด จะได้จากแหล่งใดบ้าง จากแหล่งเงินทุนภายใน ในรูปของเจ้าของกิจการ หรือแหล่งเงินทุนภายนอกในรูปของการกู้ยืมจากเจ้าหนี้ เรียกว่า กิจกรรมจัดหาเงิน (Financing Activities) จากนั้น จะเป็นเรื่องของ การตัดสินใจนำเงินไปลงทุน กิจกรรมนี้เรียกว่า กิจกรรมลงทุน (Investing Activities) ซึ่งจะแตกต่างไปตามประเภทของธุรกิจ 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

งบการเงินประกอบด้วย

1. งบดุล เป็นรายงานที่แสดงถึงฐานะของกิจการ ณ วันใดวันหนึ่ง ในงบดุลจะประกอบไปด้วยข้อมูลทางการเงินที่แสดงถึงฐานะของกิจการ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับสินทรัพย์ หนี้สินและส่วนของผู้เป็นเจ้าของ

2. งบกำไรขาดทุน เป็นงบที่แสดงถึงผลการดำเนินงานของกิจการ โดยแสดงรายได้ ค่าใช้จ่าย และกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

3. งบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของผู้เป็นเจ้าของ ส่วนของผู้เป็นเจ้าของหรือส่วนของผู้ถือหุ้น ประกอบไปด้วย 2 ส่วนด้วยกัน คือ – ทุนเรือนหุ้น – กำไรสะสม งบนี้จึงแสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของทุนเรือนหุ้นและกำไรสะสม

4. งบกระแสเงินสด เป็นงบการเงินที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง จะรายงานให้ทราบว่า เงินสดในปัจจุบันที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้น มีสาเหตุจากอะไรในกิจกรรม 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

- กิจกรรมดำเนินงาน
- กิจกรรมลงทุน

- กิจกรรมจัดหาเงิน

5. นโยบายบัญชี หมายถึง หลักการบัญชีหรือวิธีปฏิบัติที่กิจการใช้ในการจัดทำและนำเสนองบการเงิน เนื่องจากหลักการบัญชีที่กิจการเลือกใช้ไม่ได้หลายวิธี วิธีการบัญชีที่กิจการเลือกใช้จะมีผลกระทบต่องบการเงินไม่เหมือนกัน กิจการจึงต้องบอกข้อมูลดังกล่าวให้ผู้ใช้งบการเงินทราบโดยทั่วไปแล้วกิจการควรเปิดเผยนโยบายบัญชีในเรื่องต่อไปนี้ไว้ในงบการเงิน

- วิธีการรับรู้รายได้
- การตีราคาสินค้าคงเหลือ
- การตีราคาเงินทุน
- ค่าเผื่อหนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญ
- วิธีการคิดค่าเสื่อมราคา และการตัดบัญชีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน
- การแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ
- การจัดทำงบการเงินรวม

องค์ประกอบที่ 9 : แผนการดำเนินงาน (ผู้เขียน : ผศ.วิทยา ด้านธำรงกุล) หลังจากผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ของกิจการอย่างรอบคอบและครบถ้วนแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือ การจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

ในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ โดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือนหรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

องค์ประกอบที่ 10 : แผนฉุกเฉิน แผนฉุกเฉินเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่สถานการณ์หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้

ตัวอย่างของประเด็นความเสี่ยงทางธุรกิจและการเตรียมพร้อมที่ควรระบุไว้ในแผนฉุกเฉิน ได้แก่ กรณีดังต่อไปนี้

- ยอดขายหรือการเก็บเงินจากลูกค้าไม่เป็นไปตามคาดหมาย จนทำให้เงินสดหมุนเวียนขาดสภาพคล่อง
- ธนาคารไม่ให้เงินกู้หรือลดวงเงินกู้
- คู่แข่งตัดราคาหรือจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องระยะยาว

- มีคู่แข่งรายใหม่ที่มีขนาดใหญ่กว่า ทันสมัยกว่า มีสินค้าครบถ้วนกว่า ราคาถูกกว่า เข้าสู่อุตสาหกรรม หรือมาตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียง
- สินค้าถูกลอกเลียนแบบและขายในราคาที่ถูกลงกว่า
- มีปัญหาเกี่ยวกับหุ้นส่วนจนไม่สามารถร่วมงานกันได้
- สินค้าผลิตไม่ทันตามคำสั่งซื้อเนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบ
- สินค้าผลิตมากจนเกินไป ทำให้มีสินค้าในมือเหลือมาก
- เกิดการชะงักการเติบโตของทั้งอุตสาหกรรม- ต้นทุนการผลิต/การจัดการสูงกว่าที่คาดไว้

4.ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior defined) ได้มีการให้ความหมายไว้หลากหลายที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา ซึ่งการบริโภคและการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้น ทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าวด้วย(Jame F. Engle, Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard. 1990, น.3 อ้างอิงใน ศุภร เสรีรัตน์ .2550)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การใช้ การประเมินและการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการ ของเขาได้รับความพอใจ(Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk. 1991, น.5 อ้างอิงใน ศุภร เสรีรัตน์ .2550)

อับราฮัม **มาสโลว์ (Abraham Maslow)** เป็นนักจิตวิทยาและนักมนุษยวิทยาซึ่งได้นำประสบการณ์ที่ได้จากการเป็นนักจิตวิทยาและผู้ให้คำปรึกษามาเป็นพื้นฐานในการเสนอทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรมของมนุษย์ว่าจะมีความต้องการเป็นระดับต่างๆ ลาเฮย์ (Lahey, 2004, p. 383) กล่าวถึง กรอบความคิดที่สำคัญของทฤษฎีมาสโลว์ ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากพื้นฐานไปยังระดับสูงสุดกล่าวคือ

1. มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีวันสิ้นสุด และมากขึ้นเรื่อยๆ สิ่งที่มนุษย์ต้องการขึ้นอยู่กับสิ่งที่เขาได้รับ หรือมีอยู่แล้ว เมื่อความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วก็ยังมีความต้องการนั้นต่อไป เช่น ความต้องการในปัจจุบันที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เป็นต้น
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจพฤติกรรมของมนุษย์อีกแต่ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งจูงใจต่อไป

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 ถ้าอยู่ในสภาพที่ขาดจะกระตุ้นให้ตนมีกิจกรรม ขวนขวายที่จะสนองความต้องการ

2. ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย (Safety Needs) หมายถึงความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ และเป็นอิสระจากความกลัว ขู่เข็ญ บังคับ จากผู้อื่นและสิ่งแวดล้อม เป็นความต้องการที่จะได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการประเภทนี้เริ่มตั้งแต่วัยทารกจนกระทั่งวัยชรา ความต้องการที่จะมีงานทำเป็นหลักแหล่งก็เป็นความต้องการเพื่อสวัสดิภาพของผู้ใหญ่อย่างหนึ่ง

3. ความต้องการความรักและความผูกพัน (Love and Belonging Needs) หมายถึงมนุษย์ทุกคนมีความปรารถนาจะให้เป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีความผูกพันกับผู้อื่นหรือมีความสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของหมู่ ทราบว่าทุกคนยอมรับตนเป็นสมาชิก คนที่รู้สึกเหงาไม่มีเพื่อน มีชีวิตไม่สมบูรณ์ เป็นผู้ที่จะต้องซ่อมความต้องการประเภทนี้ คนที่รู้สึกวุ่นวายเป็นที่รักและยอมรับของหมู่จะเป็นผู้ที่สมปรารถนาในการต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) ความต้องการนี้ประกอบด้วยความต้องการที่จะประสบผลสำเร็จ มีความสามารถ ต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเองมีความสามารถ มีคุณค่าและมีเกียรติ ต้องการได้รับความยกย่องและนับถือจากผู้อื่น ผู้ที่มีความสมปรารถนาในความต้องการนี้จะเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตัวเอง เป็นคนมีประโยชน์และมีค่าตรงข้ามกับผู้ที่ขาดความต้องการประเภทนี้ จะรู้สึกวุ่นวายไม่มีความสามารถและมีปมด้อย มองโลกในแง่ร้าย

5. ความต้องการรู้จักตนเองอย่างแท้จริงและพัฒนาตนเองให้สมบูรณ์ (Need for self-actualization) มาสโลว์อธิบายความต้องการที่เรียกว่า “Self Actualization” ว่าเป็นความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริงของตน จะกล้าที่จะตัดสินใจเลือกทางเดินของชีวิต รู้จักค่านิยมของตนเอง มีความจริงใจต่อตนเอง ปรารถนาที่จะเป็นคนดีที่สุดเท่าที่จะมีความสามารถทำได้ ทั้งทางด้านสติปัญญา ทักษะ และอารมณ์ความรู้สึกยอมรับตนเองทั้งส่วนดีและส่วนเสียของตน ที่

สำคัญที่สุดก็คือการมีสติที่จะยอมรับว่าตนใช้กลไกในการป้องกันตนในการปรับตัวและพยายามที่จะเลิกใช้ เปิดโอกาสให้ตนเองได้เผชิญกับความจริงของชีวิต เผชิญกับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยคิดว่าเป็นสิ่งที่ “ท้าทาย” “น่าตื่นเต้น” และมีความหมาย กระบวนการที่จะพัฒนาตนเองเต็มตามศักยภาพของตน เป็นกระบวนการที่ไม่มีจุดจบ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่ มนุษย์ทุกคนมีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองเต็มตามศักยภาพของตน เพราะมีน้อยคนที่จะได้ถึงขั้น “Self Actualization” อย่างสมบูรณ์ (อ้างอิงจาก <https://www.gotoknow.org/posts/629839>)

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคก็ต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550:46)

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Process) แม้ผู้บริโภคจะมีความแตกต่างกัน มีความต้องการแตกต่างกันแต่ผู้บริโภคจะมีรูปแบบการตัดสินใจซื้อที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อ แบ่งออกเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การระบุปัญหา (Define the problem) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะการระบุปัญหาได้ถูกต้องหรือไม่ ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อ ๆ ไปของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจด้วย ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรระมัดระวังมิให้เกิดความผิดพลาดในการระบุปัญหาขององค์กร ทั้งนี้ ผู้บริหารควรแยกแยะความแตกต่างระหว่างอาการแสดง (symptom) ที่เกิดขึ้นกับตัวปัญหาที่แท้จริงเสียก่อน

ขั้นที่ 2 การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (Identify limiting factors) เมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้ว ผู้บริหารควรพิจารณาถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ขององค์กร โดยพิจารณาจากทรัพยากรซึ่งเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิต ได้แก่ กำลังคน เงินทุน เครื่องจักร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ รวมทั้งเวลาซึ่งมักเป็นปัจจัยจำกัดที่พบอยู่เสมอ ๆ การรู้ถึงข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ จะช่วยให้ผู้บริหารกำหนดขอบเขตในการพัฒนาทางเลือกให้แคบลงได้

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

และภายนอกขององค์กร ซึ่งอาจใช้วิธีการปรึกษาหารือเป็นรายบุคคล หรือจัดการประชุมกลุ่มย่อย ขึ้น ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลเหล่านั้นเมื่อผนวกรวมกับสติปัญญา ความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ของตนเองจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาทางเลือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกับกันอย่างรอบคอบ และควรวิเคราะห์ทางเลือกในสองแนวทาง คือ ทางเลือกนั้นสามารถนำมาใช้จะเกิดผลต่อเนื่องอะไรตามมา ทางเลือกบางทางเลือกที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดขององค์กรก็อาจทำให้เกิดผลต่อเนื่องที่ไม่พึงประสงค์ตามมา เช่น ทางเลือกหนึ่ง ของการเพิ่มผลผลิต ได้แก่การลงทุนติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะช่วยให้แก้ปัญหาได้ แต่อาจมีปัญหาเกี่ยวกับการลดลงของขวัญกำลังใจของพนักงานในระยะต่อมา เป็นต้น

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

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

ขั้นที่ 7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system) ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การสร้างระบบการควบคุมและการประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยให้ผู้บริหารแก้ปัญหาหรือทำการตัดสินใจใหม่ได้โดยได้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุด (อ้างอิงจาก <https://www.gotoknow.org/posts/3314781>)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริหาร

ผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 ปัจจัย

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดีงามและยอมรับมาปฏิบัติ เพื่อให้สังคมดำเนินและมีการพัฒนาไปด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคลโดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่องค่านิยม ทักษะ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างนั้นๆ จะต้องผ่านกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว และสถาบันต่างๆ ในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน การกำหนดกลยุทธ์จึงต้องแตกต่างกันไปสำหรับตลาดที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน โดยวัฒนธรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิตที่สามารถเรียนรู้และถ่ายทอด สืบต่อกันมาโดยผ่านขบวนการอบรมและขัดเกลาทางสังคม วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่พื้นฐานในการกำหนดความต้องการซื้อและพฤติกรรมของบุคคล

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) หมายถึง วัฒนธรรมกลุ่มย่อยๆ ในแต่ละวัฒนธรรม ซึ่งมีรากฐานมาจากเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว และภูมิภาคที่แตกต่างกัน บุคคลที่อยู่ในวัฒนธรรมกลุ่มย่อยจะมีข้อปฏิบัติทางวัฒนธรรมและสังคมที่แตกต่างกันไปจากกลุ่มอื่น ทำให้มีผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ ความต้องการ แบบแผนการบริโภค พฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันและในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน วัฒนธรรมกลุ่มย่อย เช่น กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ กลุ่มย่อยด้านเพศ

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

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมจะประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับด้วยมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็น

ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นจากกลุ่มอ้างอิง สามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ กลุ่มปฐมภูมิ และกลุ่มทุติยภูมิ

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความคิดและค่านิยมของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อของครอบครัว การเสนอขายสินค้าจึงต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภค และการดำเนินชีวิตของครอบครัวด้วย

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

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนในด้านต่างๆ ดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียอิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรม การซื้อที่แตกต่างกัน Kotler. (2003 : 260) ได้กล่าวว่า วงจรชีวิตครอบครัว ประกอบด้วยขั้นตอนแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคและพฤติกรรม การซื้อที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

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

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึงอัตราผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อตราสินค้า รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบ

ของการดำเนินชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูป กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) หรือปัจจัยภายใน การเลือกซื้อของบุคคล ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าปัจจัยภายใน ประกอบด้วย

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

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

4.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น

4.4 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทศนคติ (Attitudes) เป็นการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler, 2003 : 270) หรือ หมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งส่วนประกอบของทัศนคติ

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนด พฤติกรรมการตอบสนอง หรืออาจหมายถึงลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองที่สม่ำเสมอและมีปฏิกิริยาต่อสิ่งกระตุ้น

4.7 แนวคิดของตนเอง (Self-concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

5. ปัจจัยด้านการตลาด (Marketing factor) หรือ ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

(อ้างอิงจาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ/>)

5.ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7P's (Marketing Mix)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะมีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. **ด้านผลิตภัณฑ์(Product)** เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. **ด้านราคา (Price)** หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. **ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. **ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)** ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. **ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)** เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกาย

สะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ (อ้างอิงจาก <http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html>)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

วิลาวัลย์ พันธุศิริ และสุดาร์ตน์ สุ่มขุนทด (2558) ศึกษาเรื่อง โคมไฟจากแผ่นซีดี (Lamps form CD) มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างโคมไฟจากแผ่นซีดี เพื่อลดปัญหาขยะอิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อหาประสิทธิภาพในการใช้งานของโคมไฟซึ่งได้ใช้หลักการและเหตุผลที่เกี่ยวข้อง ของบทที่ 2 มาเป็นกรอบในการกำหนดเนื้อหาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และสรุปผลรวบรวมข้อมูลและใช้แบบประเมินความพึงพอใจเป็นเครื่องมือจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักเรียน นักศึกษา ระดับ ปวช. ปวส. และบุคลากร วิทยาลัยเทคนิคสระบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปี การศึกษา 2558 ซึ่งเลือกมาโดยวิธีสุ่มตัวอย่าง จำนวน 89 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ผลการทำโครงการโคมไฟจากแผ่นซีดี (Lamps form CD) พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศชายช่วงอายุ 15-17 ปี ระดับการศึกษา ปวช. ความพึงพอใจด้านการออกแบบ มีค่าเฉลี่ย 4.49 อยู่ในระดับมาก ด้านการเลือกวัสดุ มีค่าเฉลี่ย 4.31 อยู่ในระดับมาก และด้านภาพรวมของสิ่งประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ย 4.36 อยู่ในระดับมาก

ชาติสยาม เอี่ยมเจริญ และปฐิภาณ ทูมมาลา (2559) โครงการนี้เป็นโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ ก่อตั้งเก็บของจากไม้พาเลทมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.)เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2.)เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติ 3.)เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามารถคิดและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม 4.)เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

มีวิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1.)ขั้นเตรียมการ ขั้นที่ 2.) ขั้นดำเนินการและขั้นที่ 3.) ขั้นประเมินผล จากผลการดำเนินงาน สรุปได้ดังนี้

1.วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ กรกฎาคม 2559 ถึง กุมภาพันธ์ 2560 ปฏิบัติงานประดิษฐ์ในช่วง ตุลาคม 2559 สถานที่ 235/33 หมู่.3 ต.สำโรงใต้

อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130

2.ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณมีเงินลงทุน 2,000 บาท เสียค่าใช้จ่ายจากการดำเนินการ 2,201 บาท เหลือเงิน 199 บาท ให้สมาชิกในกลุ่ม 2 คนเท่าๆกัน คนละ 100 บาท

3.ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติ เกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

4.ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการคือ(1.)สมาชิกมีเวลาว่างไม่ตรงกัน ทำให้การประดิษฐ์เกิดความล่าช้า (2.)สิ่งประดิษฐ์ใช้เวลาทำนาน เพราะต้องใช้ความละเอียดอย่างมาก(3.)สภาพอากาศแปรปรวนทำให้เกิดผลกระทบในระหว่างการปฏิบัติงาน

5.ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาโครงการประเภท นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ ก่อเกิดของจากไม้พาเลท (1.)ควรเก็บวัตถุดิบไว้ในที่แห้ง เพื่อป้องกันการขึ้นรา (2.)วัสดุที่นำมาใช้ควรหาแหล่งวัตถุดิบสำรองไว้

จากการรายงานผลแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถาม ความคิดเห็นที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ก่อกับของจากไม้พาเลท ด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.70$) ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.65$) ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.59$) ด้านการจัดจำหน่าย พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.49$)

สรารุช สุธีรวงศ์. (2557). ศึกษาโครงการวิทยาศาสตร์ เรื่อง โคมไฟแผ่นซีดี มีจุดมุ่งหมายในการจัดทำโครงการสิ่งประดิษฐ์ “โคมไฟแผ่นซีดี” เพื่อนำสิ่งของที่เหลือใช้หรือไม่ใช้แล้ว มาทำการประยุกต์ใหม่ให้มีคุณค่า และนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง เป็นการลดปริมาณขยะ เป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และอาจใช้เป็นช่องทางสร้างรายได้ให้กับตนเอง หรืออาจจะประดิษฐ์เพื่อใช้สอยในครอบครัว สรุปผลการดำเนินโครงการสิ่งประดิษฐ์ “โคมไฟแผ่นซีดี” มีค่าใช้จ่าย 131 บาท เพราะเป็นการประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้ รวมถึงอุปกรณ์บางส่วนนั้นเป็นสิ่งที่มียอยู่แล้วภายในบ้าน ผลการทดลองการใช้งานของโคมไฟนั้น สามารถใช้งานได้จริง และมีความสวยงามและคงทน หลักการในการประดิษฐ์ “โคมไฟแผ่นซีดี” ด้วยการนำแผ่นซีดีที่ไม่ใช้แล้ว มาประดิษฐ์เป็นโคมไฟ เพื่อให้สิ่งของที่หมดประโยชน์กลับมามีประโยชน์อีกครั้ง ด้วยวิธีการง่ายๆ คือ นำแผ่นซีดีที่ไม่ใช้แล้ว มาขึ้นรูปตามแบบที่เราชอบ อาจจะใช้กาว หรืออุปกรณ์อื่นๆ แล้วแต่ความสะดวกในการ

จัดหาอุปกรณ์ เพื่อยึดติดแผ่นซีดี ให้มีรูปร่างตามที่เรต้องการ อาจจะประดิษฐ์เป็นโคมไฟแบบ
แขวน หรือตั้งโต๊ะก็ได้ประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดทำโครงการ 1.) สามารถนำวัสดุเหลือกลับมาใช้
ประโยชน์ได้ใหม่ และยังเป็น การช่วยลดปริมาณขยะได้อีกด้วย 2.) สามารถใช้เวลาว่างให้เกิด
ประโยชน์ 3.) สามารถนำไปใช้เป็นช่องทางสร้างรายได้ให้กับตนเอง 4.) สามารถนำสิ่งที่ประดิษฐ์ที่
ได้จากการจัดทำโครงการ ไปใช้ประโยชน์ได้มากมาย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการหากล่องที่มีขนาดตามที่ต้องการ
3. ทำการตัดแผ่นซีดีให้เป็นชิ้นๆ
4. ทำแผ่นซีดีที่ตัดไว้แล้วมาทากาวติดเข้ากับกล่องที่ได้หาเอาไว้
5. ร่อนกาวที่ติดแผ่นซีดีแห้ง แล้วเคลือบชิ้นงานด้วยเรซิน
6. ร่อนเรซินเคลือบชิ้นงานแห้งแล้วตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้น
ของการทำงาน

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. เตรียมกิจกรรม ตั้งประดิษฐ์	↔								
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบ งาน และจัดสรรงบประมาณ	↔								
3. ร่างโครงการและนำเสนออาจารย์ที่ ปรึกษาโครงการ	↔								
4. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์			↔						
5. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และ สถานที่ ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์				↔					
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและ ขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้					↔				
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน						↔			
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน								↔	↔

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ 225 ซอยเทศบาลบางปู 100 หมู่ 2 ถนน สุขุมวิท ตำบล บางปูใหม่ อำเภอ เมืองฯ

จังหวัด สมุทรปราการ 10280

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 1,500 บาท

1. แผ่นซีดี	350	บาท
2. เรซิน	200	บาท
3. กาวร้อน	150	บาท
4. กรรไกร	100	บาท
5. กล่อง	250	บาท
6. ป้ายนำเสนอ	300	บาท
7. เบ็ดเตล็ด	150	บาท
รวม	1,500	บาท

การจัดทำแผนธุรกิจ

1. บทสรุปผู้บริหาร

แนวความคิดในการดำเนินธุรกิจ

บริษัท D&N Handmade ก่อตั้งเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2563 โดยคุณพรทิพย์ เมืองจันทร์ เป็นผู้ก่อตั้งสถานที่ประกอบการเลขที่ 225 ม.2 ตำบล บางปูใหม่ อำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280 โดยมีการลงทุนกับเพื่อนที่ต้องการจะทำธุรกิจร่วมผู้ร่วมลงทุนมีดังนี้ คุณพรทิพย์ เมืองจันทร์ และ คุณนันทวรรณ เหมจั่นเพชร ทั้งหมัดมีความคิดเห็นที่จะประกอบธุรกิจ D&N Handmade ร่วมกัน สินค้า Handmade เป็นสินค้าที่แสดงให้เห็นถึง การใส่ใจในการสร้างสรรค์ของการทำ ชิ้นงาน นอกจากนี้ยังมีคุณค่าซึ่งผู้สร้างสรรค์ได้ใส่ใจจิตวิญญาณและความเป็นตัวตนของตัวเองเข้าไป อย่างเต็มที่ ทำขึ้นต่อชิ้น นอกจากนี้ยังมีคุณค่าทางจิตใจอีกด้วย กล่องใส่ของจากแผ่นซีดี ก็เป็นหนึ่งใน สินค้า Handmade ที่ได้รับความนิยม เพราะมีความทนทาน และมีเอกลักษณ์ มีความเก๋ เท่ แปลก ไม่เหมือนใคร ซึ่งในหมู่วัยรุ่นได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง

ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นรูปทรงกล่อง 3 ขนาด ใบเล็กมีขนาด 11.5 x 11.5 x 5.5 ใบกลางมีขนาด 15 x 10 x 8.5 ใบใหญ่มีขนาด 17.5 x 17.5 x 9.5 คุณภาพมีความแข็งแรง ทนทาน สามารถใช้งานได้จริง มีการออกแบบโดยการนำแผ่นซีดีมาติดเข้ากับตัวกล่อง เพื่อให้สินค้าเกิดความน่าสนใจ มีรูปทรงเป็นกล่องสี่เหลี่ยมสามารถเปิด – ปิดได้ ภายในสามารถเก็บสิ่งของต่าง ๆ ได้ ภายนอกสินค้าจะมีความเงาสะท้อนแสงได้ คล้ายกับสินค้าประเภทโพลีโกลแกรมที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนี้ ตราสินค้ามีการออกแบบให้จดจำได้ง่ายด้วยลายเส้นและออกแบบจากรูปทรงของแผ่นซีดีเพื่อการ

จดจำที่ง่ายขึ้นเพราะมีความคล้ายคลึงกับตัวสินค้า การบรรจุภัณฑ์จะบรรจุผลิตภัณฑ์ใส่กล่องพลาสติก ตัวกล่องจะติดด้วยสติ๊กเกอร์โลโก้ของทางร้าน

สถานะตลาด

ในปัจจุบันตลาดที่มีผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับกล่องมีมากมาย มีการเจริญเติบโตมีการแข่งขันทางการตลาดเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบธุรกิจต่างหาช่องทางในการขายสินค้ามีการแข่งขันในการขายเช่นเดียวกัน แต่ธุรกิจกล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี ได้นำกลยุทธ์ทางการตลาดมาพัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอย่างดีและการพัฒนาทางด้านตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพและดูสวยงาม มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง

ลูกค้าเป้าหมาย

ตลาดเป้าหมายของธุรกิจจะเป็นกลุ่มลูกค้าคนยุคใหม่ที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 25 ปี และกลุ่มคนวัยทำงานตอนต้นที่มีอายุระหว่าง 25 – 33 ปี จนไปถึงผู้สูงอายุ ที่ต้องการสินค้าจากงาน Handmade ไปใช้ประโยชน์หรือประดับตกแต่งบ้าน

กลยุทธ์ทางการตลาด

บริษัท D&N Handmade จะกำหนดตลาดของบริษัทอยู่ที่กลุ่มลูกค้าคนยุคใหม่ จะเน้นความเป็นเอกลักษณ์ด้านการออกแบบอาศัยไอเดียและความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญสินค้าต้องมีความสวยงามเน้นใช้วัสดุที่ดีมีความคงทนมีการใช้ทักษะหรือเทคนิคการผลิตโดยเฉพาะผ่านขั้นตอนการผลิตที่มีคุณภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และจะมีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปตรงที่สินค้าแต่ละชิ้นแม้จะมีรูปแบบและดีไซน์เหมือนกันแต่ก็จะมีข้อแตกต่างในรายละเอียดปลีกย่อย ชิ้นงานก็จะออกมาละเอียดประณีตและบริษัทจะหมั่นปรับปรุงชิ้นงานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและพัฒนาคุณภาพของชิ้นงานให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ดังนั้น ทางบริษัทจะวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์อยู่ในกลุ่มคนยุคใหม่ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าผู้ชื่นชอบงานฝีมือไปจนถึงกลุ่มนักสะสมแล้วสร้างจุดเด่นของสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ตลอดจนพัฒนารูปแบบสินค้าให้เป็นที่น่าสนใจของกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสให้ขายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้นแล้วจึงขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางออนไลน์โดยการขายผ่านเว็บไซต์เฟสบุ๊คอินสตาแกรมไปจนถึงเว็บไซต์ขายสินค้าแฮนด์เมดระดับโลกอย่าง Etsy หรือ Tictail การจัดจำหน่ายผ่านคนกลางหรือตัวแทนจำหน่ายและการไปออกงานแสดงสินค้าในระดับที่ใหญ่ขึ้นเพื่อหาผู้ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจต่อไป

แผนการผลิตหรือการบริการ

สิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำธุรกิจสินค้าแฮนด์เมดคือความโดดเด่นของสินค้า ความมีเสน่ห์ในกระบวนการผลิตที่ต้องใช้ความประณีต พิถีพิถันในแต่ละขั้นตอน จนกลายมาเป็นสินค้าหนึ่งชิ้น แต่ในเมื่อธุรกิจกลุ่มนี้ก็มีพื้นฐานคล้ายกันคือการใช้มือในการทำ จึงทำให้แบรนด์ต้องสร้างจุดขายที่มากกว่า เพื่อเพิ่มความโดดเด่นให้กับแบรนด์ในแบบที่ไม่เหมือนใคร ไม่ว่าจะเป็นการใช้วัสดุที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน หรือจะเป็นวิธีการผลิตแบบใหม่ หรือการใช้สองสิ่งผสานรวมกันจนได้ความแปลกใหม่ให้แบรนด์

การที่แบรนด์ของเรามีความแข็งแกร่งนอกเหนือจากที่ต้องมีความโดดเด่นในเรื่องของสินค้า และการพัฒนาสินค้าให้มีความแปลกใหม่อยู่เสมอก็จะทำให้แบรนด์ไปได้ไกลกว่าคนอื่นและทางบริษัทจะพัฒนาให้สินค้าเข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภคนอกจากนี้ก็จะคิดถึงการต่อยอดสินค้าเช่นการนำแผ่นซีดีไปประดับเคสโทรศัพท์มือถือ หรือจะเป็นการนำแผ่นซีดีไปประดับของใช้ต่างๆอีกด้วยในอนาคตเพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าที่สำคัญยังทำให้แบรนด์ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่และมีความคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอ

การบริหารจัดการ

กิจการมีการบริหารจัดการโดย อำนาจการตัดสินใจของกิจการขึ้นอยู่กับประธาน แต่เพียงผู้เดียวจึงทำให้กิจการไม่ประสบปัญหามากนัก มีการวางระบบงานของแต่ละฝ่ายที่ชัดเจนลงรายละเอียดงานให้ละเอียดที่สุดก็สามารถช่วยลดข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้ช่วยประหยัดต้นทุนการผลิตและถึงจะมีพนักงานมาช่วยทำงานก็ออกมามีประสิทธิภาพได้เหมือนกับเราทำเองธุรกิจก็สามารถขยายเติบโตขึ้นได้ซึ่งเมื่อเริ่มต้นวางแผนงานด้วยตัวเองแล้วก็ควรที่จะจบงานด้วยตัวเองด้วยตรวจเช็คคุณภาพงานที่ทำเสร็จทุกครั้งเพื่อรักษามาตรฐานของแบรนด์เอาไว้

สรุปผลทางการเงิน

ปัจจุบันกิจการมีเงินลงทุนทั้งหมด 200,000 บาท ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 3,811,900.00 บาท ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 635,827.20 บาท ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขายปีที่ 3 เป็นเงิน 573,317.00 บาท กำไรสะสมปีที่ 3 เป็นเงิน 66,681.34 บาท ภายในระยะเวลา 3 ปี มีเงินหมุนเวียนภายในกิจการ 2,066,242.52 บาท

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจต่อธนาคารพาณิชย์

โดยวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อขยายธุรกิจ
2. เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ
3. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือ แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มก่อตั้ง

ประวัติบริษัท

บริษัท D&N Handmade ก่อตั้งเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2563 โดยคุณนุ่นเป็นผู้ก่อตั้งสถานที่ประกอบการเลขที่ 225 ม.2 ตำบล บางปูใหม่ อำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280 โดยมีการลงทุนกับเพื่อนที่ต้องการจะทำธุรกิจร่วมผู้ร่วมลงทุนมีดังนี้ คุณพรทิพย์และคุณนันทวรรณทั้งหมดมีความคิดเห็นที่จะประกอบธุรกิจ D&N Handmade ร่วมกัน สินค้า Handmade

จุดเริ่มต้นของการก่อตั้งบริษัท เริ่มต้นจากการที่คุณพรทิพย์และคุณนันทวรรณมีความคิดเห็นที่จะประกอบธุรกิจ D&N Handmade ร่วมกัน สินค้า Handmade เป็นสินค้าที่คุณภาพมีความแข็งแรง ทนทาน สามารถใช้งานได้จริง มีการออกแบบโดยการนำแผ่นซีดีมาติดเข้ากับตัวกล่องเพื่อให้สินค้าเกิดความน่าสนใจ มีรูปทรงเป็นกล่องสี่เหลี่ยมสามารถเปิด – ปิดได้ ภายในสามารถเก็บสิ่งของต่าง ๆ ได้ ภายนอกสินค้าจะมีความเงาสวยงามได้ คล้ายกับสินค้าประเภทโพลีเอสเตอร์ที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนี้และยังเป็นสินค้าที่แสดงให้เห็นถึง การใส่ใจในการสร้างสรรค์ของการทำชิ้นงาน นอกจากนี้ยังมีคุณค่าซึ่งผู้สร้างสรรค์ได้ใส่ใจจิตวิญญาณและความเป็นตัวตนของตัวเองเข้าไปอย่างเต็มที่ ทำชิ้นต่อชิ้น นอกจากนี้ยังมีคุณค่าทางจิตใจอีกด้วย กล่องใส่ของจากแผ่นซีดี ก็เป็นหนึ่งในสินค้า Handmade ที่ได้รับความนิยม เพราะมีความทนทาน และมีเอกลักษณ์ มีความเก๋ เท่ แปลกไม่เหมือนใคร ซึ่งในหมู่วัยรุ่นได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน	ระยะคาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	จัดตั้งบริษัท D&N Handmade ก่อตั้งมหาสมบัติจากแผ่นซีดี	1 เดือน	30 วัน
2	จดทะเบียน บริษัทจำกัด	2 อาทิตย์	14 วัน
3	ประชุมบอร์ดบริหารทุกฝ่าย	2 อาทิตย์	14 วัน
4	ทำวิจัยกลุ่มคนทั่วไปที่สนใจนวัตกรรมจากสิ่งของเหลือใช้	1 เดือน	30 วัน
5	สรุปผลวิจัย นำข้อมูลมาประชุมและเริ่มดำเนินการ	1 อาทิตย์	7 วัน
6	เริ่มเปิดตัวผลิตภัณฑ์ก่อตั้งมหาสมบัติจากแผ่นซีดีและโฆษณาผลิตภัณฑ์	1 เดือน	30 วัน
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		4 เดือน 1 อาทิตย์	125 วัน

4. ผลิตภัณฑ์

4.1 รายละเอียดสินค้า

ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นรูปทรงกล่อง 3 ขนาด ใบเล็กมีขนาด 11.5 x 11.5 x 5.5 ใบกลางมีขนาด 15 x 10 x 8.5 ใบใหญ่มีขนาด 17.5 x 17.5 x 9.5 คุณภาพมีความแข็งแรง ทนทาน สามารถใช้งานได้จริง มีการออกแบบโดยการนำแผ่นซีดีมาติดเข้ากับตัวกล่อง เพื่อให้สินค้าเกิดความน่าสนใจ มีรูปทรงเป็นกล่องสี่เหลี่ยมสามารถเปิด – ปิดได้ ภายในสามารถเก็บสิ่งของต่าง ๆ ได้ ภายนอกสินค้าจะมีความเงาสะท้อนแสงได้ คล้ายกับสินค้าประเภทไฮโลแกรมที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนี้

ตราสินค้ามีการออกแบบให้จดจำได้ง่ายด้วยลายเส้นและออกแบบจากรูปทรงของแผ่นซีดีเพื่อการจดจำที่ง่ายขึ้นเพราะมีความคล้ายคลึงกับตัวสินค้า การบรรจุภัณฑ์จะบรรจุผลิตภัณฑ์ใส่กล่องพลาสติก ตัวกล่องจะติดด้วยสติ๊กเกอร์โลโก้ของทางร้าน

สินค้ามีให้เลือก 3 ขนาด และมีราคาแตกต่างกันออกไป

- ขนาด A 11.5 x 11.5 x 5.5 ราคา 390 บาท
- ขนาด B 15 x 10 x 8.5 ราคา 590 บาท
- ขนาด C 17.5 x 17.5 x 9.5 ราคา 890 บาท
-

ภาพสินค้า

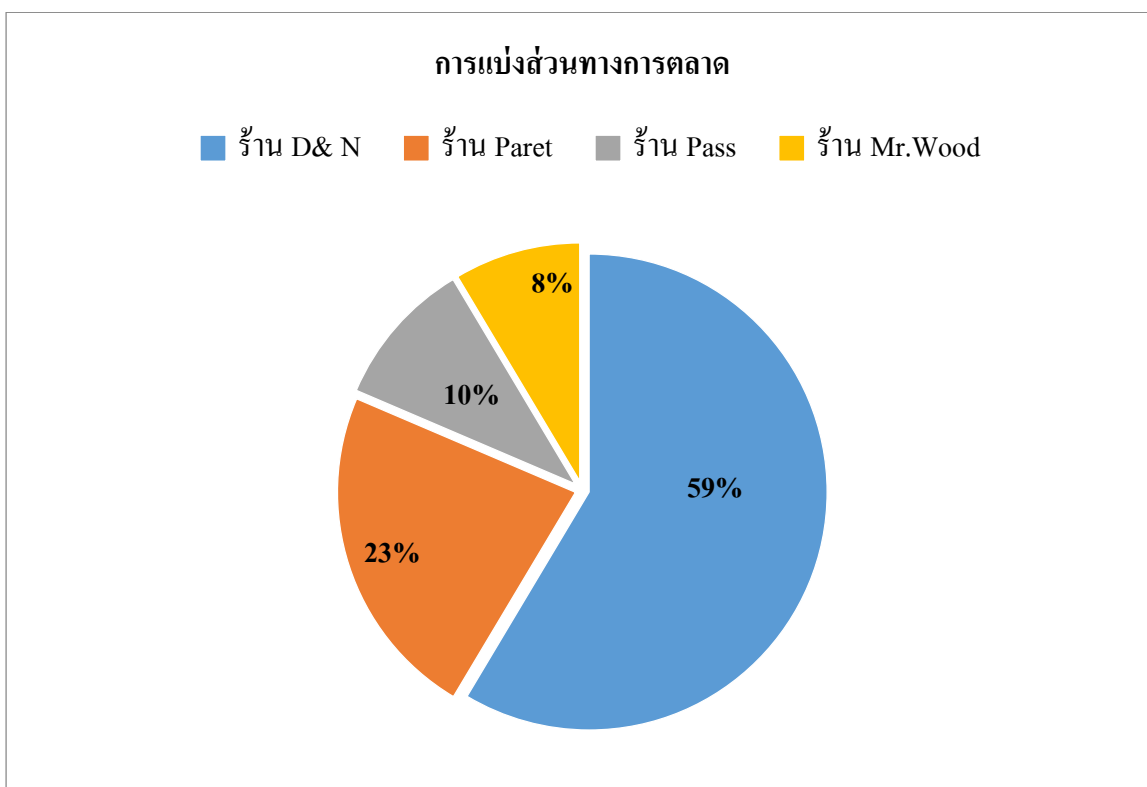


5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สถานะอุตสาหกรรม และสถานะตลาด

บริษัทได้ใช้กลยุทธ์การสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภค จากการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายมาจากสาเหตุต่างๆเช่น ความชอบ ความพึงพอใจที่ต้องการผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์เป็นของตนเอง จากกระแสการใช้สินค้าแบรนด์เนมเป็นที่มีความนิยมมากขึ้น ทางบริษัทจึงได้นำผลิตภัณฑ์กลุ่มมหาสมบัติจากแผ่นซีดีออกจำหน่ายสู่ตลาด เพื่อตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีความชอบในไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกันออกไป

5.2 ส่วนแบ่งทางการตลาด



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

แนวโน้มทางการตลาดบริษัท D&N Handmade สามารถเติบโตได้อีก เพราะปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ให้ความสำคัญและแสวงหาสินค้าที่มีความแปลกใหม่ ทันสมัย รวมถึงการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งพฤติกรรมในการบริโภคดังกล่าวตรงกับเงื่อนไขกระแสเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียว กับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ทำให้สามารถดำเนินการควบคู่ไปกับการสร้างผลกำไรให้กับองค์กรเนื่องจากการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัท D&N Handmade ได้รับผลตอบแทนที่ดีจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองในอนาคต

5.4 ตลาดเป้าหมาย

ตลาดเป้าหมายของธุรกิจจะเป็นกลุ่มลูกค้าคนยุคใหม่ที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 25 ปี และกลุ่มคนวัยทำงานตอนต้นที่มีอายุระหว่าง 25 – 33 ปี จนไปถึงผู้สูงอายุ ที่ต้องการสินค้าจากงาน Handmade ไปใช้ประโยชน์หรือประดับตกแต่งบ้าน

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจการก็คือผู้บริโภค ที่มีความสนใจในตัวสินค้าสิ่งแปลกใหม่สวยงาม ต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่าย และสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งานได้ดี และสามารถทดแทนในกลุ่มสินค้าทั่วไปได้ในคุณภาพระดับเดียวกัน

5.6 สภาพการแข่งขัน

ในปัจจุบันตลาดที่มีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกล่องมีมากมาย มีการเจริญเติบโตมีการแข่งขันทางการตลาดเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบธุรกิจต่างหาช่องทางในการขายสินค้ามีการแข่งขันในการขายเช่นเดียวกัน แต่ธุรกิจกล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี ได้นำกลยุทธ์ทางการตลาดมาพัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอย่างดีและการพัฒนาทางด้านตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพและดูสวยงาม มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง

คู่แข่ง

1. ร้านParet
2. ร้านPass
3. ร้านMr.WOOD

ตารางเปรียบเทียบคู่แข่ง

	ร้าน D & N	ร้านParet	ร้าน Pass	ร้านMr.WOOD
ผลิตภัณฑ์	กล่องอเนกประสงค์จากแผ่นซีดี	กล่องอเนกประสงค์จากไม้พาลเลท	กล่องพลาสติก	กล่องไม้อัด
ราคา	ขนาด A34 x 36 x 24 ราคา 390 บาท ขนาด B39 x 56 x 31 ราคา 590 บาท ขนาด C49 x 68 x 38 ราคา 890 บาท	ราคา 350 – 990 บาท	ราคา 250 – 850 บาท	ราคา 550 – 1,500 บาท
ช่องทางการจัดจำหน่าย	จำหน่ายสินค้าผ่านทางโซเชียล 1. Facebook ชื่อเพจ D & N Handmade 2. Instagram :d_nhandmade 3. Line :04121noon	1. จำหน่ายสินค้าผ่านทาง Facebook : Paret Home	1. จำหน่ายสินค้าผ่านทาง Facebook : Pass Box	1. มีหน้าร้านชื่อร้าน Mr.WOOD 2. จำหน่ายสินค้าผ่านทาง Facebook: Mr.WOODKa
การส่งเสริมการขาย	มีการโฆษณาสินค้าผ่านทาง 1. Facebook ชื่อเพจ D & N Handmade 2. Instagram :d_nhandmade การส่งเสริมการขายโดยการโพสต์รูปสินค้าลงเพจ โดยการส่งเสริมการขายจะเปลี่ยนไปในแต่ละเดือน เช่น จัดส่งสินค้าผ่านเคอร์รี่ฟรี วันนี้จนถึง 30 สิงหาคม 2562 เท่านั้น	1. มีส่วนลดเมื่อซื้อจำนวนมาก 2. จัดส่งฟรีระแวกใกล้เคียง	1. จัดส่งฟรีเมื่อซื้อครบ 1,500 บาท	1. จัดส่งฟรีลงทะเบียน

วิเคราะห์ SWOT

ปัจจัย	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ด้านการตลาด	1. สินค้ามีความแปลกใหม่ในตลาด มีลูกค้าที่โดดเด่นทำให้สินค้าเกิดความน่าสนใจ 2. มีการโฆษณาลงในโซเชียลต่าง ๆ เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักแก่บุคคลหลาย ๆ กลุ่ม 3. มีระบบขั้นตอนการจัดจำหน่าย	1. เป็นธุรกิจใหม่ จึงทำให้ตัวสินค้าและแบรนด์สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จัก จึงต้องใช้เวลาในการทำโฆษณา ส่งเสริมการขาย
2. ด้านการเงิน	1. ธุรกิจมีเงินสดและเงินทุนสำรอง	
3. ด้านการผลิต	1. บุคลากรมีทักษะและมีประสบการณ์ในด้านการผลิต 2. วัตถุดิบในการผลิตเป็นวัตถุดิบเหลือใช้แล้ว จึงทำให้ต้นทุนในการผลิตลดน้อยลง และทำให้ผลกำไรเพิ่มมากขึ้น 3. ส่งมอบสินค้าตามเวลาที่กำหนด	1. การผลิตสินค้าแต่ละชิ้นใช้เวลานานเพราะต้องใช้ความปราณีต และความละเอียด ทำให้ผลงานที่จะทำแต่ละชิ้นเกิดความล่าช้า 2. อุปกรณ์ในการผลิตยังไม่ทันสมัย
4. ด้านการบริหารจัดการ	1. มีการวางแผนการทำงานล่วงหน้า 2. มีการแบ่งหน้าที่ที่ชัดเจนในการทำงาน 3. บุคลากรมีความสามารถในการประคอง	1. เป็นบริษัทใหม่ที่เพิ่งลงทุน ยังวางแผนและบริหารงานยังไม่เป็นระบบ 2. ขาดความเชี่ยวชาญในด้านการผลิต 3. มีอุปกรณ์สำนักงานไม่เพียงพอ

ปัจจัย	โอกาส	อุปสรรค
1. การแข่งขัน	1. คู่แข่งขันมีน้อย 2. ยังไม่มีผู้ประกอบการที่ผลิตจากวัสดุประเภทเดียวกันในเขตพื้นที่เดียวกัน	
2. ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	1. กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบสินค้าประเภทแฮนด์เมดมีเพิ่มมากขึ้น	1. ผู้บริโภคบางกลุ่มยังไม่ให้ความสนใจกับสินค้าประเภทแฮนด์เมด
3. เทคโนโลยี	1. สื่อโซเชียลเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในปัจจุบันทำให้สามารถเข้าถึงบุคคลได้ทุกกลุ่ม	1. การลงทุนในด้านเทคโนโลยี เครื่องมือสื่อสารมีค่าใช้จ่ายสูง
4. สังคม	1. สังคมสมัยนี้ มีการหันมาสนใจและใส่ใจเรื่องการลดมลพิษและลดขยะกันมากขึ้น 2. ผู้บริโภคเริ่มหันมาใช้สินค้ารีไซเคิลหรือผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายง่าย	1. ยังไม่เป็นที่รู้จักมากพอในกลุ่มลูกค้าทั่วไป
5. สภาพเศรษฐกิจ	1. ช่วยในการประหยัดค่าใช้จ่ายของผู้บริโภค ทำให้สินค้าเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค	1. ค่าครองชีพมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า 2. ผู้บริโภคมีปริมาณการซื้อสินค้าจิปาถะน้อยลง
6. กฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับ		1. มีระเบียบและข้อบังคับในการจัดตั้งธุรกิจ ยุ่งยากมากขึ้น

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	บริษัทดีแอนด์เอ็นแฮนด์เมค
ที่อยู่ / ที่ตั้งกิจการ	225 ซอยเทศบาลบางปู 100 หมู่ 2 ต.บางปูใหม่ อ.เมืองจ.สมุทรปราการ 10280
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	เป็นธุรกิจที่มีผู้ร่วมลงทุน
ทุนจดทะเบียน	200,000 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 - เดือนกุมภาพันธ์ 2563
หมายเลขทะเบียนการค้า	1525785425789

6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง
1	นางสาวพรทิพย์ เมืองจันทร์	ประธาน
2	นางสาวนันทวรรณ เหมจันเพ็ชร	รองประธาน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจในการบริหารจัดการของทางร้านขึ้นอยู่กับ นางสาวพรทิพย์เมืองจันทร์ เท่านั้น ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจสั่งการสูงสุดภายในร้าน

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1	นางสาวพรทิพย์ เมืองจันทร์	10,000	102,000	51%
2	นางสาวนันทวรรณ เหมจันเพ็ชร	10,000	98,000	49%
	รวมจำนวนหุ้น / มูลค่าหุ้น	20,000	200,000	100%

*มูลค่าหุ้นละ 5 บาท

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

A. ชื่อ-นามสกุล นางสาวพรทิพย์ เมืองจันทร์ อายุ 20 ปี

การศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากเกริกวิทยาลัย ปีการศึกษา 2561

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2561 บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ปตำแหน่ง พนักงานต้อนรับ

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

รางวัลชนะเลิศอันดับ 1 เหรียญทองการแข่งขันเทคนิคการนำเสนอขายระดับภาคกลาง

B. ชื่อ-นามสกุล นางสาวนันทวรรณ เหมจันเพ็ชร อายุ 22 ปี

การศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากนวมินทรราชินูทิศสวนกุหลาบวิทยาลัย

สมุทรปราการ ปีการศึกษา 2561

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ปีการศึกษา 2562

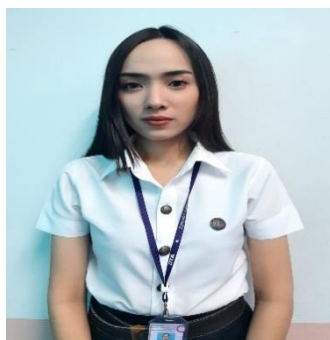
ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2561 บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ปตำแหน่ง พนักงานต้อนรับ

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

รางวัลชนะเลิศอันดับ 1 การประกวดเทคนิคคอมพิวเตอร์ระดับชั้นปวส

6.6 แผนผังองค์กร



นางสาวพรทิพย์เมืองจันทร์

ประธาน



นางสาวนันทวรรณเหมจันเพชร

รองประธาน

6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

A.	ชื่อ	นางสาวพรทิพย์เมืองจันทร์
	ตำแหน่ง	ประธานบริษัท
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	วางแผนการบริหารการจัดการ ภายในบริษัท
	การศึกษา/คุณสมบัติ	กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
	อัตราเงินเดือน	15,000 บาท /เดือน
B.	ชื่อ	นางสาวนันทวรรณเหมจันเพ็ชร
	ตำแหน่ง	รองประธานบริษัท
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	ช่วยในการบริหารจัดการทุก ๆ ฝ่ายในบริษัท
	การศึกษา/คุณสมบัติ	กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
	อัตราเงินเดือน	13,000บาท/เดือน

6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน
1	นางสาวพรทิพย์เมืองจันทร์	ประธานบริษัท	1	15,000
2	นางสาวนันทวรรณเหมจันเพ็ชร	รองประธานบริษัท	1	13,000
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			2	28,000

6.9 วิสัยทัศน์

นำเสนอสินค้ามีคุณภาพ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเลิศที่มีความแตกต่างและทันสมัย ตอบโจทย์ของลูกค้าที่ชื่นชอบในงาน HANDMADE

6.10 พันธกิจ

1. จัดระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพและพัฒนากระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง
2. สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่
3. บริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและมีผลประโยชน์ที่น่าพอใจเพื่อสร้างผลกำไรในธุรกิจ
4. สร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานของผลิตภัณฑ์

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. เพื่อผลิตและจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคบริเวณใกล้เคียง
2. ต้องการให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
3. ธุรกิจต้องการคืนทุนภายในระยะเวลา 3 ปี

เป้าหมายระยะกลาง

1. พัฒนาสินค้าให้มีความแปลกใหม่และมีความทันสมัย
2. เพื่อขยายตลาดผลิตภัณฑ์ไปเขตพื้นที่ใกล้เคียง
3. ขยายช่องทางการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ

เป้าหมายระยะยาว

1. เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีขึ้นจนเป็นที่กล่าวขานของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. สามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้ได้มากที่สุดและเพิ่มลูกค้ารายใหม่อยู่เสมอ
3. เป็นผู้นำตลาดที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงที่สุดและมีกำไรในปีต่อไปเพิ่มขึ้นเรื่อยๆจากปีก่อนหน้าอีก 10%

6.12 ปัจจัยความสำเร็จ

1. การบริการอันประทับใจมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า
2. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ
3. มีแหล่งวัตถุดิบที่มีราคาถูกและมีการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาให้แก่ลูกค้า

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีนโยบายแบ่งเงินปันผลให้กับหุ้นส่วนทุกคน โดยยึดหลักในการครองถือหุ้น
2. หลังจากปีที่ 2 เป็นต้นไปจะจ่ายเงินปันผลของแต่ละบุคคลตามจำนวนหุ้นส่วน

6.14 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

1. มีการวางแผนการดำเนินการเพื่อเข้าถึงเป้าหมายและสรรหาผู้บริโภครายใหม่
2. มีการขยายกิจการเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มีพื้นที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
3. มีการออกงานจัดแสดงสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าในช่วงเวลากิจกรรมจัดขึ้นตาม

ศูนย์จัดแสดงสินค้าในหลายจังหวัด

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมาย

1. ต้องการให้รับรู้คุณภาพของสินค้าเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย
2. สามารถเพิ่มยอดขายและได้รับผลกำไรเพิ่มขึ้นทุกๆปี
3. ขยายกิจการและเพิ่มสาขาในช่วงระยะเวลาหลังจากปีที่ 3

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มคนทั่วไปที่ชื่นชอบในงาน HANDMADE
2. กลุ่มลูกค้าคนยุคใหม่ที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 25 ปี และกลุ่มคนวัยทำงานตอนต้นที่มีอายุระหว่าง 25 – 33 ปี จนไปถึงผู้สูงอายุ

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์



ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นรูปทรงกล่อง 3 ขนาด ใบเล็กมีขนาด 11.5 x 11.5 x 5.5 ใบกลางมีขนาด 15 x 10 x 8.5 ใบใหญ่มีขนาด 17.5 x 17.5 x 9.5 คุณภาพมีความแข็งแรง ทนทาน สามารถใช้งานได้จริง มีการออกแบบโดยการนำแผ่นซีดีมาติดเข้ากับตัวกล่อง เพื่อให้สินค้าเกิดความน่าสนใจ มีรูปทรงเป็นกล่องสี่เหลี่ยมสามารถเปิด – ปิดได้ ภายในสามารถเก็บสิ่งของต่างๆ ได้ ภายนอกสินค้าจะมีความเงาสวยงามได้ คล้ายกับสินค้าประเภทโฮโลแกรมที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนี้ ราคาสินค้ามีการออกแบบให้จดจำได้ง่ายด้วยลายเส้นและออกแบบจากรูปทรงของแผ่นซีดีเพื่อการจดจำที่ง่ายขึ้น เพราะมีความคล้ายคลึงกับตัวสินค้า การบรรจุภัณฑ์จะบรรจุผลิตภัณฑ์ใส่กล่องพลาสติก ตัวกล่องจะติดด้วยสติกเกอร์โลโก้ของทางร้าน

7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

การตั้งราคาผลิตภัณฑ์เป็นเรื่องสำคัญ เพื่อให้เกิดความสมดุลกับผลิตภัณฑ์ โดยเลือกการกำหนดราคาตามต้นทุน + กำไร วิธีนี้เป็นการคำนวณว่าต้นทุนของร้านอยู่ที่เท่าใด แล้วบวกค่าขนส่ง ค่าแรง บวกกำไร จึงได้ราคาที่ต้องการ แต่จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ หรือปรับภาพลักษณ์ให้เข้ากับราคานี้ เพื่อให้ไม่ให้อูกค้าคิดว่าสินค้ามีราคาโอเวอร์เกินความจริงแต่ก็ต้องมีการเปรียบเทียบกับราคาคู่แข่งในท้องตลาด โดยทางร้านจะตั้งราคาให้ต่ำกว่าราคาในท้องตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง เพื่อเป็นการแข่งขันกับคู่แข่งในช่วงเปิดตัวสินค้า

ราคา (Price)

สินค้ามีให้เลือก 3 ขนาด และมีราคาแตกต่างกันออกไป

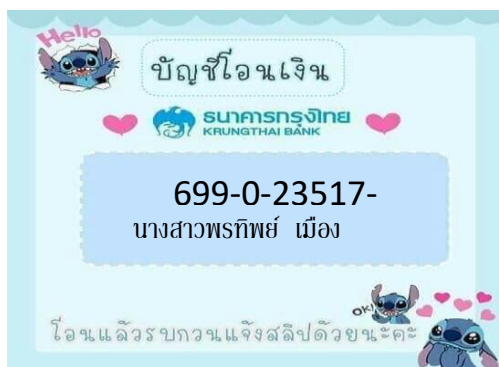
ขนาด A 11.5 x 11.5 x 5.5 ราคา 390 บาท

ขนาด B 15 x 10 x 8.5 ราคา 590 บาท

ขนาด C 17.5 x 17.5 x 9.5 ราคา 890 บาท

ช่องทางการชำระเงิน ชำระเงินผ่านทางการโอนเงินเข้าบัญชีผ่านธนาคารหรือระบบ Mobie

Banking



ธนาคารกรุงไทย



ธนาคารไทยพาณิชย์

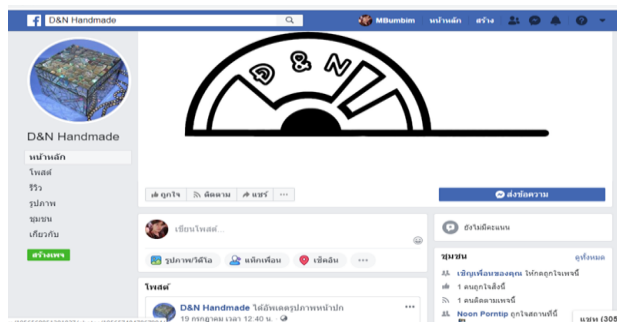


บริการพร้อมเพย์ ผ่านการสแกนคิวอาร์โค้ด

7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จำหน่ายสินค้าผ่านทางเพจFacebook , Instagram โดยการโพสรูปสินค้าลงบนหน้าเพจ พร้อมบอกราคาสินค้าและราคาค่าขนส่งอย่างชัดเจน

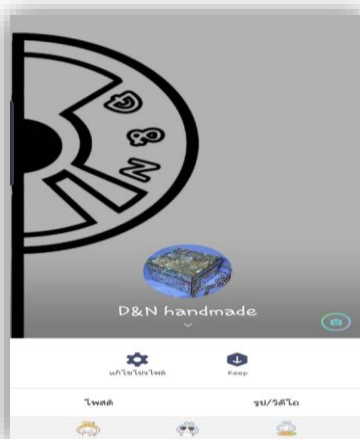
จำหน่ายสินค้าผ่านทางโซเชียล



1. Facebook ชื่อเพจ D & N Handmade



2. Instagram :d_nhandmade



3. Line :041213noon

7.3.4.1 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

1. การนำสินค้าไปจัดแสดงไปนอกสถานที่ เช่น งานจัดแสดงสินค้า แฮนด์เมด และ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น
2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์อัปเดตข้อมูลสินค้าและโปรโมชั่นใหม่ๆผ่านทางออนไลน์ FACEBOOK ,INSTAGRAM , LINE เป็นต้น

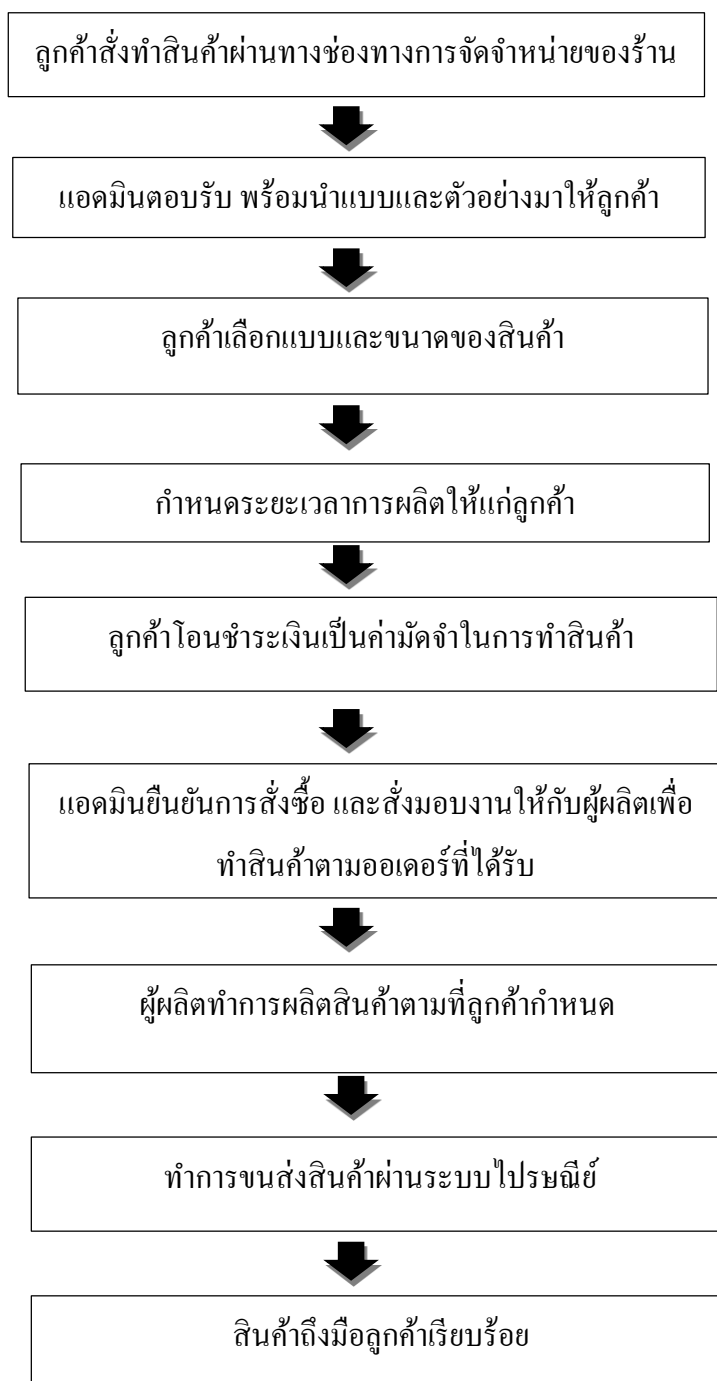
7.3.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากรบริการ

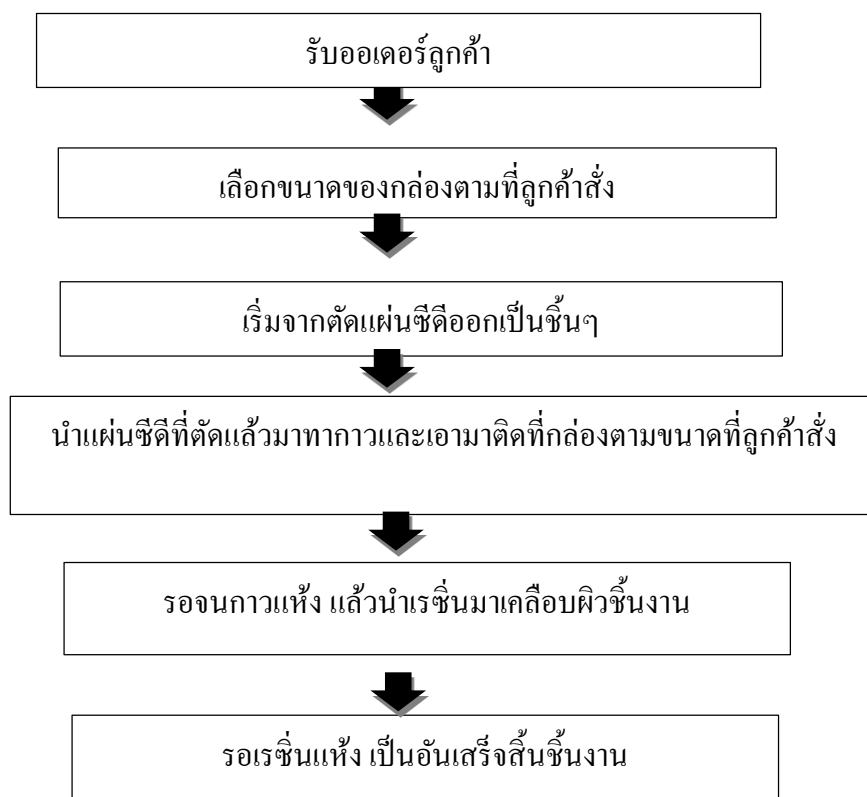
มีการอบรมและสร้างทีม เซล (แอดมิน) ที่คอยตอบคำถามลูกค้าในเพจ โดยมีการคัดเลือกบุคลากรที่ใช้คอมพิวเตอร์พื้นฐานเป็นเพราะเราขายสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ แอดมินจะต้องผ่านการฝึกอบรมและทราบข้อมูลของสินค้าเพื่อที่จะตอบคำถามของลูกค้าได้

7.3.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ

ด้านกระบวนการเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบและงานปฏิบัติในด้านบริการเพื่อนำเสนอให้กับผู้ให้บริการ เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว ตอบกลับลูกค้าทางอินบ็อกภายในครึ่งชั่วโมง ทางร้านจะใช้คำพูดที่ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย ไม่ทำให้ลูกค้าเกิดความสับสนในการสั่งทำกล่องจากแผ่นซีดี และกำหนดระยะเวลาในการทำให้กับลูกค้าได้รับรู้ มีการติดต่อกับลูกค้าสม่ำเสมอ

แผนผังกระบวนการให้บริการ



แผนผังกระบวนการผลิต

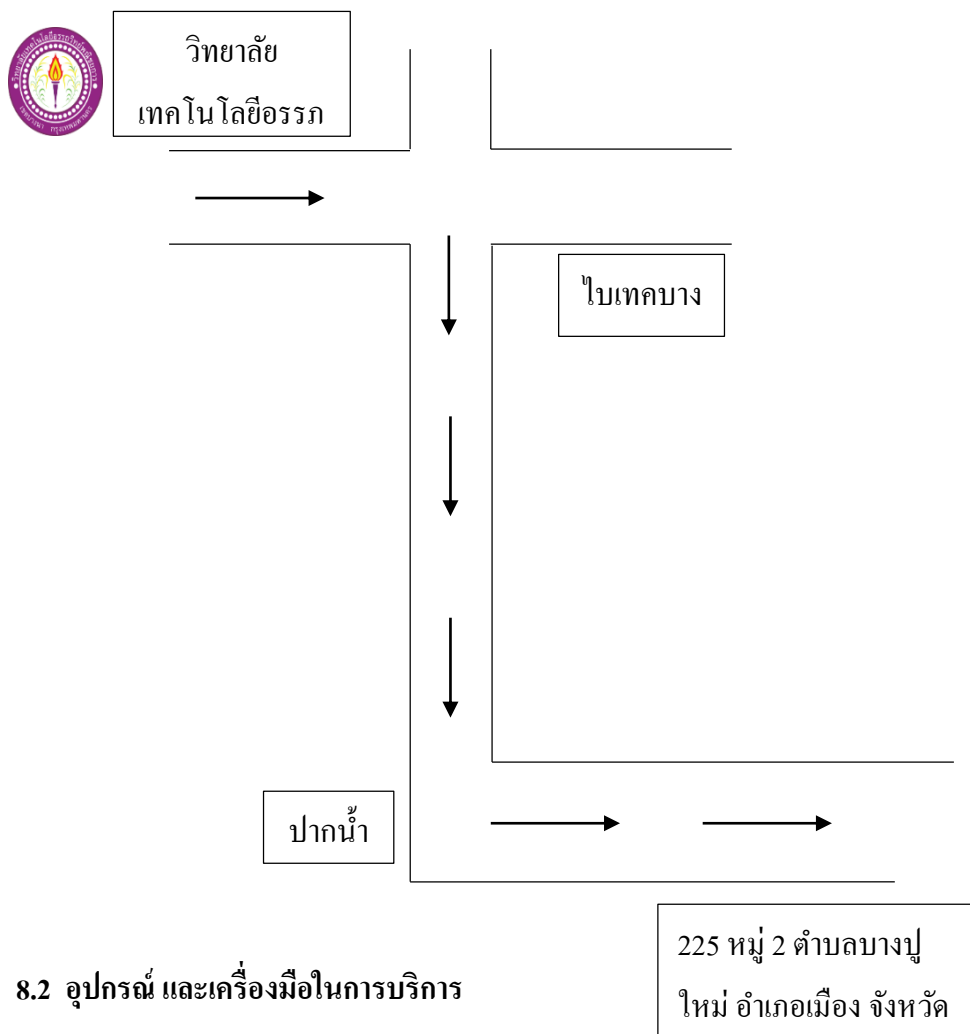
8. แผนการบริการ

8.1 สถานประกอบการในการบริการ

ที่ตั้งสถานที่

225 ซอยเทศบาลบางปู 100 หมู่ 2

ต.บางปูใหม่ อ.เมืองจ.สมุทรปราการ 10280



8.2 อุปกรณ์ และเครื่องมือในการบริการ

ลำดับ	รายการ	ลักษณะการใช้งาน	จำนวน	ราคาทุน	อายุ
1	กรรไกร	ใช้สำหรับตัดแผ่นซีดี	3	150	2
2	มีดคัดเตอร์	ใช้กรีดแผ่นซีดี	2	100	1
3	กาว	ใช้ติดแผ่นซีดี	4	200	1
4	เรซิน	ใช้เคลือบผิวชิ้นงาน	2	250	1

8.3 ข้อมูลการผลิต

จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด	27 กล้อง/วัน, 810 กล้อง/เดือน, 9,720 กล้อง/ปี
อัตราประมาณการในการผลิต	27 กล้อง/วัน, 810 กล้อง/เดือน, 9,720 กล้อง/ปี
เป้าหมายหน่วยการผลิต	27 กล้อง/วัน, 810 กล้อง/เดือน, 9,720 กล้อง/ปี
เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการผลิต	480 นาที / 8 ชั่วโมง
เวลาผลิตต่อวัน	8 ชั่วโมง
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต	1 คน
อัตราค่าแรงงานในการผลิต	400 บาท

8.4 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

1. แผ่นซีดี
2. กาว
3. เรซิน
4. กล้องไม้ (ขนาด A11.5 x 11.5 x 5.5)
5. กล้องไม้ (ขนาด B15 x 10 x 8.5)
6. กล้องไม้ (ขนาด C17.5 x 17.5 x 9.5)

8.5 ขั้นตอนในการบริการ

1. ลูกค้าสั่งทำสินค้าผ่านทางช่องทางการจัดจำหน่ายของร้าน
2. แอดมินตอบรับ พร้อมนำแบบและตัวอย่างมาให้ลูกค้าเลือก
3. ลูกค้าเลือกแบบและขนาดของสินค้า
4. กำหนดระยะเวลาการผลิตให้แก่ลูกค้า
5. ลูกค้าโอนชำระเงินเป็นค่ามัดจำในการทำสินค้า
6. แอดมินยืนยันการสั่งซื้อ และส่งมอบงานให้แก่ผู้ผลิตเพื่อทำสินค้าตามออเดอร์ที่ได้รับ
7. ผู้ผลิตทำการผลิตสินค้าตามที่ลูกค้ากำหนด
8. ทำการขนส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้า

8.6 แผนผังกระบวนการบริการ



9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินกู้	รวมมูลค่า
1.	เงินสด	200,000	-	200,000
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	200,000	-	200,000
	โครงสร้างทางการเงิน(เปอร์เซ็นต์)	100%	-	100%

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1.	ที่ดิน	-	-
2.	อาคาร	-	-
3.	ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	ใช้ในการตกแต่ง	10,000
4.	โรงงาน	-	-
5.	เครื่องจักร	-	-
6.	อุปกรณ์/เครื่องใช้	อุปกรณ์สำนักงาน คอมพิวเตอร์ / ปริ้นเตอร์	25,000
7.	ยานพาหนะ	มอเตอร์ไซค์	80,000
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบการธุรกิจปัจจุบัน			115,000

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	100,000		
การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขอื่นๆ	-		
นโยบายทางการเงินอื่นๆ	-		

9.5 ประมาณการในการผลิตรายเดือน

เดือน	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12
รายการ												
จำนวนลูกค้าที่ ซื้อสินค้า												
กล่องขนาด A	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
กล่องขนาด B	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00
กล่องขนาด C	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00	210.00
ค่าบริการ (บาท/ หน่วย)	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00
กล่องขนาด A	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00
กล่องขนาด B	590.00	590.00	590.00	590.00	590.00	590.00	590.00	590.00	590.00	590.00	590.00	590.00
กล่องขนาด C	890.00	890.00	890.00	890.00	890.00	890.00	890.00	890.00	890.00	890.00	890.00	890.00
ราคาสินค้าเฉลี่ย	1,870.00	1,870.00	1,870.00	1,870.00	1,870.00	1,870.00	1,870.00	1,870.00	1,870.00	1,870.00	1,870.00	1,870.00
รายได้จากการ ขาย (บาท)												
กล่องขนาด A	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00	97,500.00
กล่องขนาด B	206,500.00	206,500.00	206,500.00	206,500.00	206,500.00	206,500.00	206,500.00	206,500.00	206,500.00	206,500.00	206,500.00	206,500.00
กล่องขนาด C	186,900.00	186,900.00	186,900.00	186,900.00	186,900.00	186,900.00	186,900.00	186,900.00	186,900.00	186,900.00	186,900.00	186,900.00
รวมรายได้	490,900.00	981,800.00	1,472,700.00	1,963,600.00	2,454,500.00	2,945,400.00	3,436,300.00	3,927,200.00	4,418,100.00	4,909,000.00	5,399,900.00	5,890,800.00

9.6 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสินค้าขาย (หน่วย)			
กล่องขนาด A	3,000.00	3,150.00	3,465.00
กล่องขนาด B	4,200.00	4,410.00	4,851.00
กล่องขนาด C	2,520.00	2,646.00	2,911.00
รวมจำนวนสินค้าขาย	9,720.00	10,206.00	11,227.00
ราคาสินค้า (บาท/หน่วย)			
กล่องขนาด A	390.00	390.00	390.00
กล่องขนาด B	590.00	590.00	590.00
กล่องขนาด C	890.00	890.00	890.00
ราคาสินค้าเฉลี่ย	1,870.00	1,870.00	1,870.00
รายได้จากการขาย (บาท)			
กล่องขนาด A	1,170,000.00	1,228,500.00	1,351,350.00
กล่องขนาด B	2,478,000.00	2,606,900.00	2,862,090.00
กล่องขนาด C	2,242,800.00	2,354,940.00	2,590,790.00
รวมรายได้จากการขาย (บาท)	5,890,800.00	6,185,340.00	6,804,230.00
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
ขายด้วยเงินสด	5,890,800.00	6,185,340.00	6,804,230.00
ขายด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน/เดือน)	-	-	-
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	-	-	-
เงินสดจากการขายสินค้า (บาท)	5,890,800.00	6,185,340.00	6,804,230.00

9.7 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนวัตถุดิบในการผลิต (หน่วย)			
แผ่นซีดี (กิโกรัม)	5,156.00	5,414.00	5,956.00
กาว (แพ็ค)	395.00	415.00	457.00
เรซิน (แพ็ค)	143.00	151.00	167.00
กล่อง (ขนาด A)	500.00	525.00	578.00
กล่อง (ขนาด B)	700.00	735.00	809.00
กล่อง (ขนาด C)	420.00	441.00	486.00
พลาสติกกันกระแทก	394.00	414.00	456.00
กล่องพัสดุ (ขนาด A)	21.00	23.00	26.00
กล่องพัสดุ (ขนาด B)	30.00	32.00	36.00
กล่องพัสดุ (ขนาด C)	18.00	19.00	21.00
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ (บาท/หน่วย)			
แผ่นซีดี (กิโกรัม)	34.00	35.70	39.27
กาว (แพ็ค)	2,000.00	2,100.00	2,310.00
เรซิน (แพ็ค)	10,000.00	10,500.00	11,550.00
กล่อง (ขนาด A)	400.00	420.00	462.00
กล่อง (ขนาด B)	550.00	577.50	635.25
กล่อง (ขนาด C)	800.00	840.00	924.00
พลาสติกกันกระแทก	300.00	315.00	346.50
กล่องพัสดุ (ขนาด A)	288.00	302.40	332.64
กล่องพัสดุ (ขนาด B)	576.00	604.80	665.20
กล่องพัสดุ (ขนาด C)	864.00	907.20	997.92
ต้นทุนวัตถุดิบ (บาท)			
แผ่นซีดี (กิโกรัม)	175,304.00	193,279.80	233,892.12
กาว (แพ็ค)	790,000.00	871,500.00	1,055,670.00
เรซิน (แพ็ค)	1,430,000.00	1,585,500.00	1,928,850.00
กล่อง (ขนาด A)	200,000.00	220,500.00	267,036.00

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กล่อง (ขนาด B)	385,000.00	424,462.50	513,917.25
กล่อง (ขนาด C)	336,000.00	370,440.00	449,064.00
พลาสติกกันกระแทก	118,200.00	130,410.00	158,004.00
กล่องพัสดุ (ขนาด A)	6,048.00	6,955.20	8,648.64
กล่องพัสดุ (ขนาด B)	17,280.00	19,353.60	23,950.08
กล่องพัสดุ (ขนาด C)	15,552.00	17,236.80	20,956.32
รวมต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)	3,473,384.00	3,839,637.90	4,659,988.41
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	-	-	-
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน/เดือน)	-	-	-
มูลค่าเจ้าหนี้การค้าวัตถุดิบและสินค้าซื้อ	-	-	-
เงินสดจ่ายวัตถุดิบและสินค้าซื้อเพื่อผลิต	3,473,384.00	3,839,637.90	4,659,988.41

9.8 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนการผลิตสินค้า (บาท)			
ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้า			
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อการผลิต	3,473,384.00	3,839,637.90	4,659,988.41
ค่าแรงงานในการผลิต	144,000.00	151,200.00	166,320.00
ค่าไฟฟ้าในการผลิต	9,600.00	10,080.00	11,088.00
ค่าน้ำประปาในการผลิต	4,800.00	5,040.00	5,544.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	500.00	525.00	577.50
ค่าบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์	600.00	630.00	693.00
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต	4,800.00	5,054.00	5,544.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการผลิต	500.00	525.00	577.50
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า (1)	3,638,184.00	4,012,677.90	4,850,332.41

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)			
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการผลิต(5%)	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์(20%)	30.00	30.00	30.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)	-	-	-
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต (2)	30.00	30.00	30.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น (1) + (2)	3,638,214.00	4,012,707.90	4,850,362.41
+ บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	3,638,214.00	4,012,707.90	4,850,362.41

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	336,000.00	352,800.00	388,080.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	21,600.00	22,680.00	24,948.00
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	60,000.00	63,000.00	62,300.00
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	10,000.00	10,500.00	11,550.00
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	1,200.00	1,260.00	1,386.00
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	2,000.00	2,100.00	2,310.00
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	3,000.00	3,150.00	3,465.00
ค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองสำนักงาน	-	-	-
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่าง ๆ	-	-	-

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย	4,800.00	5,040.00	5,544.00
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	2,000.00	2,100.00	2,310.00
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	-	-	-
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง	-	-	-
ค่าใช้จ่าย Commission จากการขาย	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารงานและการขาย (1)	440,600.00	462,630.00	508,893.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย			
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน(5%)	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้(20%)	5,000.00	5,000.00	5,000.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)	4,000.00	4,000.00	4,000.00
รวมค่าเสื่อมราคา (2)	9,000.00	9,000.00	9,000.00
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย (1) + (2)	449,600.00	471,630.00	517,893.00

9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการขายสินค้า	5,890,800.00	6,185,340.00	6,804,230.00
รายได้อื่น	-	-	-
รวมรายได้	5,890,800.00	6,185,340.00	6,804,230.00
หัก-ต้นทุนขายสินค้า	3,638,184.00	4,012,677.90	4,850,332.41

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กำไรขั้นต้น	2,252,616.00	2,172,662.10	1,953,897.59
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	449,600.00	471,630.00	517,893.00
กำไรจากการดำเนินการ	1,803,016.00	1,701,032.10	1,436,004.59
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล (15%)	1,803,016.00	1,701,032.10	1,436,004.59
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล(15%)	270,452.40	255,154.81	215,400.68
กำไรสุทธิ	1,532,563.60	1,445,877.29	1,220,603.90
หัก-เงินปันผลจ่าย (10%)	-	-	-
กำไรสะสม	-	1,532,563.60	86,686.31
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น	1,532,563.60	86,686.31	1,133,917.59
มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น	7.66%	0.43%	5.66%

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากการดำเนินการ			
เงินสดรับจากการขายสินค้า	3,300,000.00	3,465,000.00	3,811,900.00
เงินสดรับจากรายได้อื่น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	613,876.00	675,857.50	807,709.45
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	497,150.00	521,720.00	573,317.00

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	328,346.10	340,113.37	364,631.03
กระแสเงินสดจากการดำเนินการรวม	1,860,627.79	1,927,309.13	2,066,242.52
กระแสเงินสดจากการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ทางปัญญา	1,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ส่วน ตกแต่ง	600.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	20,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ ยานพาหนะ	35,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม	56,600.00	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม			
กระแสเงินสดสุทธิ	1,804,027.79	1,927,309.13	2,066,242.52
บวก+กระแสเงินสดต้นงวด	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	1,804,027.79	1,927,309.13	2,066,242.52

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	1,804,027.79	1,927,309.13	2,066,242.52
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	-	-	-
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	56,600.00	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	56,600.00	-	-
รวมสินทรัพย์	1,860,627.79	1,927,309.13	2,066,242.52
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน (ค่า) กว่าทุน	1,860,627.79	66,681.34	1,999,561.18
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	1,860,627.79	66,681.34

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,860,627.79	1,927,309.13	2,066,242.52
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,860,627.79	1,927,309.13	2,066,242.52

9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	สภาพคล่องสูง	สภาพคล่องสูง	สภาพคล่องสูง
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	-	-	-
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน			
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	-	-	-
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-
ระยะเวลาลินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รวม)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	81.39%	80.49%	78.81%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	66.33%	65.43%	63.77%
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	56.38%	55.62%	54.20%
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per share)	18.60	0.66	19.99
มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book Value)	10	10	10

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	3 ปี		
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	3 ปี		
ระยะเวลาคืนทุน	3 ปี		

10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	- ทำให้ยอดขายของบริษัทลดลง	- จัดโปรโมชั่นเพื่อเพิ่มยอดขาย
สินค้าถูกลอกเลียนแบบ	- ทำให้ลูกค้าไปซื้อของกลุ่มแข่งอื่นที่เลียนแบบหรือมีลักษณะคล้ายกัน	- จดลิขสิทธิ์เป็นของตนเอง
ลูกค้าเปลี่ยนรสนิยมการซื้อ	- ทำให้รายรับโดยรวมของกิจการลดลงเนื่องจากลูกค้าให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์อื่นที่มีรูปแบบแปลกใหม่	- ติดตามสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและปรับเปลี่ยนสินค้าให้ตอบสนองกับความต้องการ ณ เวลานั้น

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาว นันทวรรณ เหมจันเพ็ชร		
วัน / เดือน / ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
15 มิ.ย. 62	เลือกหัวข้อโครงการที่จะทำ	
25 มิ.ย. 62	เสนอเอกสารขออนุมัติโครงการ	
27 มิ.ย. 62	จัดทำบทที่ 1	
12 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1	
13 ก.ค. 62	ค้นคว้าเอกสารแนวคิดทฤษฎีบทที่ 2	
18 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2	
21 ก.ค. 62	แก้ไขงานบทที่ 2 < ครั้งที่ 1 >	
26 ก.ค. 62	แก้ไขงานบทที่ 2 < ครั้งที่ 2 >	
31 ก.ค. 62	แก้ไขงานบทที่ 2 < ครั้งที่ 3 >	
1 ส.ค. 62	จัดทำบทที่ 3	
9 ส.ค. 62	แก้ไขบทที่ 3 โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ < ครั้งที่ 1 >	
18 ส.ค. 62	แก้ไขบทที่ 3 โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ < ครั้งที่ 2 >	
25 ส.ค. 62	แก้ไขบทที่ 3 โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ < ครั้งที่ 3 >	
31 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
1 ก.ย.62	จัดทำเอกสาร โครงการเตรียม Present ครั้งที่ 1	
3 ก.ย.62	จัดทำ Power Point เพื่อเตรียม Present ครั้งที่ 1	
6 ก.ย.62	ส่ง Power Point ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจก่อนวัน Present	
21 ก.ย. 62	Present โครงการครั้งที่ 1	
	เริ่มวางแผนจัดทำสิ่งประดิษฐ์	
22 ก.ย. 62	หาซื้อวัสดุในการประดิษฐ์ < ครั้งที่ 1 >	
24 ก.ย.62	หาซื้อวัสดุในการประดิษฐ์ < ครั้งที่ 2 >	
27 ก.ย.62	เริ่มตัดแผ่นซีดีออกเป็นชิ้นๆ ไว้เตรียมติดกล่อง	

นางสาว นันทวรรณ เหมจันเพ็ชร		
วัน / เดือน / ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
30 ก.ย. 62	นำชิ้นงานสิ่งประดิษฐ์มาส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
1 ต.ค. 62	หาซื้อวัสดุในการประดิษฐ์ < ครั้งที่ 3 >	
3 ต.ค. 62	ตัดโฟมออกเป็นชิ้นๆเตรียมนำมาบุผ้าภายในกล่อง	
	-ตัดผ้ากัมมะหยี่สีแดงมาติดกับโฟม	
	-นำผ้ากัมมะหยี่ที่ตัดแล้วมาบุติดภายในกล่อง	
20 ต.ค. 62	หาซื้ออุปกรณ์เพื่อมาจัดโต๊ะ Present ครั้งที่ 2	
	สั่งทำป้ายเพื่อ Present ครั้งที่ 2	
25 ต.ค. 62	จัดทำเอกสาร โครงการเตรียม Present ครั้งที่ 2	
28 ต.ค. 62	จัดทำ Power Point เพื่อเตรียม Present ครั้งที่ 2	
15 พ.ย. 62	นิเทศงานกับอาจารย์ที่ปรึกษา	
16 พ.ย. 62	Present โครงการครั้งที่ 2	
3 ธ.ค. 62	แก้ไขรายงานตามที่คณะกรรมการแนะนำ	
9 ธ.ค. 62	ส่งรายงานโครงการ	
12 ธ.ค. 62	เตรียมจัดงาน ATC นิทรรศน์	
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
	- แจกแบบสอบถามและแปรผลแบบสอบถาม	
15 ธ.ค. 62	จัดทำบทรที่ 4	
17 ธ.ค. 62	ส่งเอกสารบทรที่ 4	
18 ธ.ค. 62	แก้ไขงานบทรที่ 4	
4 ม.ค. 63	จัดทำบทรที่ 5	
10 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทรที่ 5	
12 ม.ค. 62	แก้ไขงานบทรที่ 5	
22 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทรที่ 4 และบทรที่ 5	
15 ม.ค. 63	ทำบรรณานุกรม	
30 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม	
3 ก.พ. 63	ทำภาคผนวก ก.	

นางสาว นันทวรรณ เหมจันเพ็ชร		
วัน / เดือน / ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
3 ก.พ. 63	ทำภาคผนวก ข.	
	ทำภาคผนวก ค.	
	ทำภาคผนวก ง.	
5 ก.พ. 63	ส่งภาคผนวก,ข,ค,ง	
6 ก.พ.63	แก้ไขภาคผนวก ก,ข,ค,ง	
7 ก.พ.63	ส่งภาคผนวก,ข,ค,ง	
9 ก.พ. 63	ทำกิตติกรรมประกาศและบทคัดย่อ	
11 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศและบทคัดย่อ	
13 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศและบทคัดย่อ	
14 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศและบทคัดย่อ	
20 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ	
27 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม + เงินค่ารูปเล่ม + แผ่นซีดี 1 แผ่น	

นางสาว พรทิพย์ เมืองจันทร์		
วัน / เดือน / ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
15 มิ.ย. 62	เลือกหัวข้อโครงการที่จะทำ	
25 มิ.ย. 62	เสนอเอกสารขออนุมัติโครงการ	
27 มิ.ย. 62	จัดทำบทที่ 1	
12 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1	
13 ก.ค. 62	ค้นคว้าเอกสารแนวคิดทฤษฎีบทที่ 2	
18 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2	
21 ก.ค. 62	แก้ไขงานบทที่ 2 < ครั้งที่ 1 >	
26 ก.ค. 62	แก้ไขงานบทที่ 2 < ครั้งที่ 2 >	
31 ก.ค. 62	แก้ไขงานบทที่ 2 < ครั้งที่ 3 >	
1 ส.ค. 62	จัดทำบทที่ 3	
9 ส.ค. 62	แก้ไขบทที่ 3 โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ < ครั้งที่ 1 >	
18 ส.ค. 62	แก้ไขบทที่ 3 โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ < ครั้งที่ 2 >	
25 ส.ค. 62	แก้ไขบทที่ 3 โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ < ครั้งที่ 3 >	
31 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
1 ก.ย. 62	จัดทำเอกสารโครงการเตรียม Present ครั้งที่ 1	
3 ก.ย. 62	จัดทำ Power Point เพื่อเตรียม Present ครั้งที่ 1	
6 ก.ย. 62	ส่ง Power Point ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจก่อนวัน Present	
21 ก.ย. 62	Present โครงการครั้งที่ 1	
	เริ่มวางแผนจัดทำสิ่งประดิษฐ์	
22 ก.ย. 62	หาซื้อวัสดุในการประดิษฐ์ < ครั้งที่ 1 >	
24 ก.ย. 62	หาซื้อวัสดุในการประดิษฐ์ < ครั้งที่ 2 >	
27 ก.ย. 62	นำแผ่นซีดีมาลอกออกให้เป็น 2 ส่วน	
	ตัดแผ่นซีดีออกเป็นเหลี่ยม รูปทรงเลขาคณิตต่างๆ	
	นำแผ่นซีดีติดกาวและนำมาติดเข้ากับตัวกล่อง	
	นำเรซินมาผสมกันและเทลงบนชิ้นงานที่ละด้าน	
	นำที่พ่นไฟเปิดไฟอ่อนๆและพ่นลงบนชิ้นงานเพื่อไล่ฟองอากาศ	

นางสาว พรทิพย์ เมืองจันทร์		
วัน / เดือน / ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
30 ก.ย. 62	นำชิ้นงานสิ่งประดิษฐ์มาส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
1 ต.ค. 62	หาซื้อวัสดุในการประดิษฐ์ < ครั้งที่ 3 >	
3 ต.ค. 62	ตัดโฟมออกเป็นชิ้นๆเตรียมนำมาบุผ้าภายในกล่อง	
	-ตัดผ้ากัมมะหยี่สีแดงมาติดกับโฟม	
	-นำผ้ากัมมะหยี่ที่ตัดแล้วมาบุติดภายในกล่อง	
20 ต.ค. 62	หาซื้ออุปกรณ์เพื่อมาจัดโต๊ะ Present ครั้งที่ 2	
	สั่งทำป้ายเพื่อ Present ครั้งที่ 2	
25 ต.ค. 62	จัดทำเอกสาร โครงการเตรียม Present ครั้งที่ 2	
28 ต.ค. 62	จัดทำ Power Point เพื่อเตรียม Present ครั้งที่ 2	
15 พ.ย. 62	นิเทศงานกับอาจารย์ที่ปรึกษา	
16 พ.ย. 62	Present โครงการครั้งที่ 2	
3 ธ.ค. 62	แก้ไขรายงานตามที่คณะกรรมการแนะนำ	
9 ธ.ค. 62	ส่งรายงานโครงการ	
12 ธ.ค. 62	เตรียมจัดงาน ATC นิทรรศน์	
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
	- แจกแบบสอบถามและแปรผลแบบสอบถาม	
15 ธ.ค. 62	จัดทำบทที่ 4	
17 ธ.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 4	
18 ธ.ค. 62	แก้ไขงานบทที่ 4	
4 ม.ค. 63	จัดทำบทที่ 5	
10 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5	
12 ม.ค. 62	แก้ไขงานบทที่ 5	
22 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 4 และบทที่ 5	
15 ม.ค. 63	ทำบรรณานุกรม	
30 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม	
3 ก.พ. 63	ทำภาคผนวก ก.	

นางสาว พรทิพย์ เมืองจันทร์		
วัน / เดือน / ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
3 ก.พ. 63	ทำภาคผนวก ข.	
	ทำภาคผนวก ค.	
	ทำภาคผนวก ง.	
5 ก.พ. 63	ส่งภาคผนวก ข,ค,ง	
6 ก.พ.63	แก้ไขภาคผนวก ก,ข,ค,ง	
7 ก.พ.63	ส่งภาคผนวก ก,ข,ค,ง	
9 ก.พ. 63	ทำกิตติกรรมประกาศและบทคัดย่อ	
11 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศและบทคัดย่อ	
13 ก.พ. 63	แก้ไขกิตติกรรมประกาศและบทคัดย่อ	
14 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศและบทคัดย่อ	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย (เอกสาร)

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ กล่อมมหาสมบัติจากแผ่นซีดี

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
1 ก.ย. 62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2	200	400						400
19 ก.ย. 62	ค่าปริญเอกสารบทที่1-3						130			270
20 ก.ย. 62	กระดาษ A4				1 ริ่ม	112	112			158
21 ก.ย. 62	คลิปหนีบกระดาษ				4 อัน	5	20			138
21 ก.ย. 62	ซองน้ำตาด				4 ซอง	5	20			<u>118</u>
13 พ.ย. 62	เก็บเงินสมาชิก	2	600	1,200						1,318
14 พ.ย. 62	ป้ายนำเสนอผลงาน				2 แผ่น	200	400			918
12 ธ.ค. 62	ค่าเอกสารแบบสอบถาม				200 แผ่น	1	200			718
22 ม.ค. 62	ค่าปริญเอกสารบทที่4-5						100			618
15 ก.พ. 62	ค่าปริญเอกสารรวมเล่ม						240			378
15 ก.พ. 62	ค่าเข้าเล่มโครงการ						200			178
15 ก.พ. 62	ค่าแผ่นซีดี + กล่อม						40			138
รวม							1,180			138

บัญชีรายรับ-รายจ่าย (สิ่งประดิษฐ์)
โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ กลุ่มมหาสมบัติจากแผ่นดินดี

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
22 ก.ย. 62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2	2,000	4,000						4,000
22 ก.ย. 62	แผ่นดินดี				275	2.5	680			3,320
22 ก.ย. 62	เครื่องเจียร์เล็ก				1 อัน	349	349			2,971
22 ก.ย. 62	กาว				9 หลอด	42	378			2,593
22 ก.ย. 62	เรซิน				2 ขวด	278	556			2,037
22 ก.ย. 62	กล่องไม้				3 กล่อง	145	435			1,602
24 ก.ย. 62	หัวฟัน				1 อัน	199	199			1,403
24 ก.ย. 62	คัตเตอร์				1 อัน	20	20			1,383
24 ก.ย. 62	กรรไกร				1 อัน	22	22			1,361
24 ก.ย. 62	เรคเกอร์				1 อัน	242	242			1,119
25 ต.ค. 62	ผ้ากำมะหยี่				1 ผืน	180	180			939
25 ต.ค. 62	ผ้าปูโต๊ะ				1 ผืน	525	525			414
25 ต.ค. 62	โฟม				2 แผ่น	90	180			239
รวม							3,766			234

สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

ลงทุน	4,000 บาท
-------	-----------

หักค่าใช้จ่าย	3,766 บาท
---------------	-----------

คงเหลือสุทธิ	234 บาท
--------------	---------

นำเงินส่วนที่เหลือคืนแก่สมาชิก ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

1. นางสาวพรทิพย์ เมืองจันทร์	117 บาท
-----------------------------------	---------

2. นางสาวนันทวรรณ เหมจันเพ็ชร	117 บาท
----------------------------------	---------

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดีปฏิบัติงาน ระยะเวลาตั้งแต่ 27 กันยายน – 20 ตุลาคม 2562 สถานที่ปฏิบัติงานคือ 225 หมู่ 2 ตำบลบางปูใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280 ได้เก็บเงินจากสมาชิกกลุ่มคนละ 2,000 บาท จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 4,000 บาท เสียค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์ เป็นจำนวนเงิน 3,766 บาท คงเหลือ 234 บาท โดยการดำเนินงานบรรลุการเรียนรู้วิชาโครงการดังนี้

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

สรุปตารางการปฏิบัติงาน

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
1	25 มิ.ย.62	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
2	12 ก.ค.62	ส่งเนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	
3	18 ก.ค.62	ส่งเนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
4	31 ส.ค.62	ส่งเนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ) จัดทำแผนธุรกิจ - บทสรุปผู้บริหาร - วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ - ความเป็นมาของธุรกิจ - ผลิตภัณฑ์ - วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด - แผนการบริหารจัดการ - แผนการตลาด	

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
		- แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ - แผนการเงิน - แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	
5	6 ก.ย.62	ส่ง PowerPoint (โครงการ + บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอ โครงการ Present ครั้งที่ 1)	
6	21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1 (โครงการ + บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ)	
7	21 ก.ย. - 20 ต.ค. 62	ปฏิบัติการ งานประดิษฐ์ พร้อมเข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ - ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์ (21 ก.ย. 62) - ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์ (22-24 ก.ย. 62) - นำแผ่นซีดีมาลอกออกเป็น 2 ส่วน (27 ก.ย. 62) - ตัดแผ่นซีดีออกเป็นเหลี่ยมรูปทรงเลขาคณิตขนาดต่างๆ (27 ก.ย. 62) - นำแผ่นซีดีติดกาวและนำมาติดเข้ากับตัวกล่อง (27 ก.ย. 62) - นำเรซินมาผสมกัน และเทลงบนชิ้นงานที่ละด้าน (27 ก.ย. 62) - นำที่พ่นไฟเปิดไฟอ่อนๆ และพ่นลงบนชิ้นงานเพื่อให้ฟองอากาศ (27 ก.ย. 62) - นำผ้ากำมะหยี่มาติดเข้ากับโฟมและบุภายในกล่องไม้ (3 ต.ค. 62) - สั่งทำป้ายไว้นิลและรับของ (20 ต.ค. 62)	
8	1-8 พ.ย. 62	PowerPoint (โครงการ + แผนการตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/ บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์	
9	16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 2	
		(แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน จัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
10	2 ธ.ค. 62	ส่งแบบสอบถามโครงการ	
11	13 ธ.ค. 62	แสดงผลงาน ATC นิทรรศน์ (แสดงผลงาน และแจกแบบสอบถาม โครงการ)	
12	17 ธ.ค. 62	ส่งเนื้อหา บทที่ 4 -ปฏิบัติงานรายบุคคล	
	13 ม.ค. 63	-บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	
13	10 ม.ค. 63	ส่งเนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรคและ ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)	
14	30 ม.ค. 63	ส่งบรรณานุกรม	
15	7 ก.พ. 63	ส่งภาคผนวก ก-ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติผู้จัดทำ โครงการ)	
16	14 ก.พ. 63	ส่ง กิตติกรรมประกาศ ส่ง บทคัดย่อ	
17	20 ก.พ. 63	ส่ง ตรวจสอบเล่มโครงการ	
18	24-28 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. ปัญหาด้านการใช้อุปกรณ์สมาชิกขาดความชำนาญการใช้งาน(เรชั่น)
2. ระยะทางการเดินทางของสมาชิกมีความห่างไกลมาก ทำให้การปฏิบัติงานล่าช้า
3. สภาพอากาศแปรปรวนเช่น ฝนตก ลมพัด ทำให้ส่งผลกระทบในระหว่างการปฏิบัติงานอาจทำให้ชิ้นงานเกิดความเสียหาย

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา

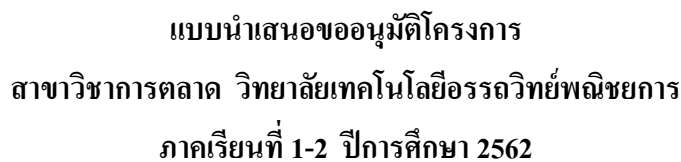
1. ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในการใช้อุปกรณ์ และฝึกฝนการใช้อุปกรณ์
2. นัดหมายเวลาปฏิบัติงานให้เร็วขึ้น เพื่อลดการปฏิบัติงานล่าช้า
3. ตรวจสอบสภาพอากาศ และเก็บชิ้นงานให้เรียบร้อยทุกครั้งหลังปฏิบัติงาน

บรรณานุกรม

- จามจุรี สายแวว. (2555). แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งประดิษฐ์. ค้นข้อมูล 6 ธันวาคม 2562, จาก <https://sites.google.com/site/poo071234/3-1-kar-xxkbaeb-sing-pradisth>
- ชาติสยาม เอี่ยมเจริญ และปฏิภาณ ทุมมาลา.(2559).โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ กล้องเก็บของจากไม้พาลท. หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด, วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชการ
- ถนอม บริคุต, ศ.อ. (2558). แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด. ค้นข้อมูล 6 ธันวาคม 2562, จาก <https://fifathanom.wordpress.com/2014/12/07/>
- ภัทรวูฒิ ชาโคตร. (2555). กระบวนการตัดสินใจซื้อ. ค้นข้อมูล 6 ธันวาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/3314781>
- เมธา หริมเทพาธิป.ดร., (2561). ทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการของมาสโลว์. ค้นข้อมูล 6 ธันวาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/629839>
- ราช ศิริวัฒน์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. ค้นข้อมูล 6 ธันวาคม 2562, จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ/>
- รัชกฤษ คล่องพยาบาล. (2558). แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ. ค้นข้อมูล 6 ธันวาคม 2562, จาก http://www.itd.or.th/wp-content/uploads/2018/08/45.TOISC14-15_241118_.pdf
- โรงเรียนศรีสงครามวิทยา. (2557). หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์. ค้นข้อมูล 6 ธันวาคม 2562, จาก <https://sites.google.com/a/srisongkram.ac.th/athittiyakornph15/w9>
- วิลาวลัย พันธุ์ศิริ และสุดารัตน์ สุ่มขุนทด. (2558). โคมไฟจากแผ่นซีดี (Lamps form CD). สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขางานเทคโนโลยีสำนักงาน, วิทยาลัยเทคนิคสระบุรี
- สรารุข สุธีรวงศ์. (2557). โครงการวิทยาศาสตร์ เรื่องโคมไฟแผ่นซีดี. ค้นข้อมูล 6 ธันวาคม 2562, <http://www.krusarawut.net/wp/?p=6064>
- สุภาพร เพียรดี. (2559). แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์. ค้นข้อมูล 6 ธันวาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/455676>
- Passakorn Tipcha. (2560).ส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix. ค้นหาข้อมูล 10 ธันวาคม 2562, จาก <http://passakorn2326.blogspot.com>

ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ



ลงชื่อ.....ประธานโครงการ
(นางสาวพรทิพย์ เมืองจันทร์)...../...../.....

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

ชื่อโครงการ	กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี	
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์	
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย	
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์	
ผู้รับผิดชอบโครงการ		
	1. นางสาวพรทิพย์ เมืองจันทร์	ประธานโครงการ
	2. นางสาวนันทวรรณ เหมจั่นเพชร	รองประธานโครงการ

หลักการและเหตุผล

แผ่นซีดีรอมเป็นแผ่นจานกลมบาง ทำจากแผ่นพลาสติกเคลือบด้วยสารโพลีคาร์บอเนต (Poly Carbonate) เพื่อให้เป็นผิวหน้ามันสะท้อนแสง ที่พื้นผิวของแผ่นซีดี จะมีร่องที่แสดงถึงข้อมูลที่บันทึกอยู่ภายใน ซึ่งหมายความว่าไม่สามารถแก้ไขข้อมูลที่บันทึกอยู่ภายในได้ เมื่อแผ่นซีดีรอมได้ผ่านการใช้งานมาแล้ว เมื่อทิ้งข้อมูลในแผ่นซีดีรอมจึงถูกนำมาทิ้งเป็นจำนวนมากเพราะไม่ได้มีประโยชน์แล้วเมื่อใช้งานเสร็จทางผู้จัดทำโครงการได้มีแนวคิดที่จะนำแผ่นซีดีเหล่านั้นกลับมาใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ซึ่งการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้แผ่นซีดีเป็นวัสดุหลัก ภายใต้กรอบแนวคิดการออกแบบเพื่อให้ได้ประโยชน์มากที่สุด

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จากการนำแผ่นซีดีที่ผ่านการใช้งานมาแล้ว มาเพิ่มมูลค่าให้เป็นส่วนผลิตในการสร้างตัวสินค้า ให้ออกมาเป็นกล่องอเนกประสงค์ที่ตกแต่งด้วยแผ่นซีดี พัฒนาให้แผ่นซีดีเหลือใช้กลายเป็นสินค้า หรือนวัตกรรมที่มีคุณค่า และสามารถสร้างรายได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์

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

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการหากล่องที่มีขนาดตามที่ต้องการ
3. ทำการตัดแผ่นซีดีให้เป็นชิ้นๆ
4. ทำแผ่นซีดีที่ตัดไว้แล้วมาทากาวติดเข้ากับกล่องที่ได้หาเอาไว้
5. รอจนกาวที่ติดแผ่นซีดีแห้ง แล้วเคลือบชิ้นงานด้วยเรซิน
6. รอจนเรซินเคลือบชิ้นงานแห้งแล้วตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นของการ

ทำงาน

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน
3. ขึ้นตอนดำเนินงาน

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	↔								
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ	↔								
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	↔								
4. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์			↔						
5. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์				↔					
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้					↔				
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน						↔			
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน								↔	

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ 225 ซอยเทศบาลบางปู 100 หมู่ 2 ถนน สุขุมวิท ตำบล บางปูใหม่ อำเภอ เมืองฯ

จังหวัด สมุทรปราการ 10280

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 1,500 บาท

1. แผ่นซีดี	350	บาท
2. เรซิน	200	บาท
3. กาวร้อน	150	บาท
4. กรรไกร	100	บาท
5. กล้อง	250	บาท
6. ป้ายนำเสนอ	300	บาท
7. เบ็ดเตล็ด	150	บาท
รวม	1,500	บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์และมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
4. ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

ปัญหาและอุปสรรค

1. แผ่นซีดีมีความแข็งทำให้การตัดเป็นไปด้วยความลำบากและเมื่อตัดแล้วมีความแหลคม
2. แผ่นซีดีที่เป็นรอยเนื่องจากการผ่านการใช้งานมาเป็นเวลานาน บางแผ่นจึงไม่สามารถนำมาใช้ต่อได้ เพราะความเงาของแผ่นซีดีนั้นจะลดลง

ข้อเสนอแนะ

1. เมื่อตัดแผ่นซีดีแล้วควรเก็บแผ่นซีดีไว้ในซองหรือกล่องให้มิดชิด ป้องกันการเกิด อุบัติเหตุ
บาดเจ็บ
2. มีการคัดเลือกแผ่นซีดีที่จะนำมาใช้ ไม่ควรเป็นแผ่นซีดีที่เก่าไปเพราะความเงางามจะ หดไป

ลงชื่อ.....

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



วิทยาลัยเทคโนโลยี
อรรณพวิทย์พัฒนการ



แยกบางนา



ไบเทคบางนา

ปากน้ำ



225 หมู่ 2 ตำบลบางปูใหม่ อำเภอ
เมือง จังหวัดสมุทรปราการ

บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์

ผู้รับผิดชอบโครงการ นางสาวพรทิพย์ เมืองจันทร์ ระดับชั้น ปวส.2/2 เลขที่ 25

นางสาวนันทวรรณ เหมจันเพ็ชร ระดับชั้น ปวส.2/10 เลขที่1

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
1	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	24-28 มิ.ย.62		
2	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 1(บทนำ)	1-12 ก.ค.62		
3	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	15-31 ก.ค.62		
4	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	1-30 ส.ค.62		
	แผนธุรกิจ			
	- บทสรุปผู้บริหาร			
	- วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ			
	- ความเป็นมาของธุรกิจ			
	- ผลิตภัณฑ์			
	-วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด			
	-แผนการบริหารจัดการ			
	- แผนการตลาด			
	-แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ			
	- แผนการเงิน			
	-แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง			

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
5	ส่ง PowerPoint (โครงการ + บทที่1-3 + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1)	2-6 ก.ย.62		
6	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1 (โครงการ +บทที่1-3 + แผนธุรกิจ)	21 ก.ย. 62		
7	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/งานประดิษฐ์) เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	1-31 ต.ค.62		
8	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/บริการ/ แสดงผลงานประดิษฐ์	1-8 พ.ย.62		
9	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน จัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	16 พ.ย.62		
10	กำหนดส่ง แบบสอบถามโครงการ	2-6 ธ.ค.62		
11	งาน ACT นิทรรศน์ (ออกร้าน และแจกแบบสอบถามโครงการ)	13 ธ.ค.62		
12	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 -ปฏิบัติงานรายบุคคล	16-20 ธ.ค.62		
	-บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	13-17 ม.ค.63		
13	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)	20-24 ม.ค.63		

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
14	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	27-31 ม.ค.63		
15	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก-ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติ ผู้จัดทำโครงการ)	3-7 ก.พ.63		
16	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	10-14 ก.พ.63		
17	ตรวจรูปเล่มโครงการ	17-21 ก.พ.63		
18	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	24-28ก.พ.63		

ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

- ตัวอย่างแบบสอบถาม
- รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์"กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี"

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์"กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี"เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาโครงการ
จึงขอความร่วมมือจากท่านในการทำแบบสอบถามเพื่อความสำเร็จของวิชาดังกล่าว

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตัวเลือกตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ () ต่ำกว่า 16 ปี () 16 - 20 ปี
() 21 - 25 ปี () 26 - 30 ปี () 31 ปีขึ้นไป
3. อาชีพ () นักเรียน/นักศึกษา () ครู/อาจารย์
() ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ () รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัท
() ธุรกิจส่วนตัว () อื่นๆ โปรดระบุ
4. ระดับการศึกษา () ประถมศึกษา () มัธยมศึกษาตอนต้น
() มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () อนุปริญญาตรี/ปวส.
() ปริญญาตรี () ปริญญาโท/สูงกว่า
5. รายได้/ต่อเดือน () ต่ำกว่า 5,000 บาท () 5,001 – 10,000 บาท
() 10,001 – 15,000 บาท () 15,001 ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์"กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี"

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตัวเลือกตามความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

รายการประเมินผล	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1.รูปแบบของผลิตภัณฑ์เช่น การออกแบบ ขนาด รูปทรง สี สัน ความสวยงาม					
2.ความทนทานในการใช้งาน					
3.สินค้ามีประโยชน์ต่อการใช้อย					
4.การรับประกันสินค้า					
ด้านราคา					
1.ความคุ้มค่าด้านคุณภาพกับราคาที่จ่าย					
2.ราคาเหมาะสมกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์					
3.ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1.การติดต่อสะดวกหรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย					
2.สามารถสั่งซื้อได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต					
ด้านการส่งเสริมการขาย					
1.บริการจัดส่งสินค้าผ่านทาง Kerry ฟรี					
2.การจัดแสดงสินค้า/ป้ายนำเสนองาน					
3.การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Facebook,Instagram					
4.การได้รับส่วนลด เช่น กดไลค์ กดแชร์ในเพจFacebook D&N Handmade					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

รายงานผล แบบสอบถาม

สิ่งประดิษฐ์กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อนวัตกรรม

สิ่งประดิษฐ์"กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา โครงการ

มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 100 คน และในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามมี 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งประดิษฐ์กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	38	38.0
หญิง	62	62.0
รวม	100	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 16 ปี	17	17.0
อายุ 16 - 20 ปี	63	63.0
อายุ 21 - 25 ปี	16	16.0
อายุ 26 – 30 ปี	2	2.0
อายุ 31 ปีขึ้นไป	2	2.0
รวม	100	100.0
3. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	92	92.0
ครู/อาจารย์	1	1.0
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	1	1.0
รับจ้าง/พนักงานบริษัท	2	2.0
ธุรกิจส่วนตัว	4	4.0
อื่นๆโปรดระบุ.....	0	0.0

รวม	100	100.0
-----	-----	-------

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	1	1.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	14	14.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	33	33.0
อนุปริญญาตรี/ปวส.	34	34.0
ปริญญาตรี	13	13.0
ปริญญาโท/สูงกว่า	5	5.0
รวม	100	100.0
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท	48	48.0
รายได้ 5,001 - 10,000 บาท	33	33.0
รายได้ 10,001 - 15,000 บาท	8	8.0
รายได้ 15,001 บาทขึ้นไป	11	11.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ถึงประติศฐ์กลุ่มมหาสมบัติจากแผ่นซีดี ปรากฏผลข้อมูล ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมา เป็น เพศชาย จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 16-20 ปี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมา เป็น อายุต่ำกว่า 16 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และ อายุ 21-25 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 92 คน คิดเป็น ร้อยละ 92.0 รองลงมาเป็น ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และ ประกอบ อาชีพ รับจ้างทั่วไป/พนักงาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา อนุปริญญาตรี/ปวส.จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาเป็น ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และ ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาเป็น มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี

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

5	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	4	ระดับความคิดเห็นมาก
3	ระดับความคิดเห็นปานกลาง	2	ระดับความคิดเห็นน้อย
1	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด		

รายการประเมิน	ผลการประเมิน (ร้อยละ)							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
	5	4	3	2	1			
ด้านผลิตภัณฑ์								
1.รูปแบบของผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบ ขนาด รูปทรง สี สัน ความสวยงาม	56 (56.0%)	42 (42.0%)	2 (2.0%)	-	-	4.54	0.54	มากที่สุด
2.ความทนทานในการใช้ งาน	59 (59.0%)	39 (39.0%)	2 (2.0%)	-	-	4.57	0.54	มากที่สุด
3.สินค้ามีประโยชน์ต่อการ ใช้สอย	54 (54.0%)	43 (43.0%)	2 (2.0%)	-	1 (1.00%)	4.49	0.64	มาก

รายการประเมิน	ผลการประเมิน (ร้อยละ)							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
	5	4	3	2	1			
4.การรับประกันสินค้า	53 (53.0%)	43 (43.0%)	4 (4.0%)	-	-	4.49	0.58	มาก
รวม						4.52	0.04	มากที่สุด
ด้านราคา								
1.ความคุ้มค่าด้านคุณภาพกับราคาที่จ่าย	61 (61.0%)	38 (38.0%)	1 (1.0%)	-	-	4.60	0.51	มากที่สุด
2.ราคาเหมาะสมกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์	49 (49.0%)	47 (47.0%)	3 (3.0%)	1 (1.0%)	-	4.44	0.61	มาก
3.ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	53 (53.0%)	39 (39.0%)	7 (7.0%)	1 (1.0%)	-	4.44	0.67	มาก
รวม	4.49	0.09	มาก					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
1.การติดต่อสะดวกหรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย	65 (65.0%)	29 (29.0%)	6 (6.0%)	-	-	4.59	0.60	มากที่สุด
2.สามารถสั่งซื้อได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต	54 (54.0%)	40 (40.0%)	6 (6.0%)	-	-	4.48	0.61	มาก
รวม						4.54	0.08	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
1.บริการจัดส่งสินค้าผ่านทาง Kerry ฟรี	66 (66.0%)	28 (28.0%)	6 (6.0%)	-	-	4.60	0.60	มากที่สุด
2.การจัดแสดงสินค้าป้ายนำเสนองาน	57 (57.0%)	38 (38.0%)	5 (5.0%)	-	-	4.52	0.59	มากที่สุด

รายการประเมิน	ผลการประเมิน (ร้อยละ)							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
	5	4	3	2	1			
3.การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Facebook,Instagram	59 (59.0%)	39 (39.0%)	1 (1.0%)	1 (1.0%)	-	4.56	0.57	มากที่สุด
4.การได้รับส่วนลด เช่น กดไลค์ กดแชร์ในเพจ Facebook D&N Handmade	60 (60.0%)	38 (38.0%)	1 (1.0%)	1 (1.0%)	-	4.57	0.57	มากที่สุด
รวม						4.56	0.03	มากที่สุด
สรุปความคิดเห็นโดยรวม						4.53	0.06	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.56, SD, = 0.03) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.54, SD, = 0.08) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านราคา มีความความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}$ = 4.49, SD, = 0.09)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1.ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.52, SD, = 0.04) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 2.ความทนทานในการใช้งาน ($\bar{x}$ = 4.57, SD, = 0.54) รองลงมา คือ ข้อ 1.รูปแบบของผลิตภัณฑ์เช่น การออกแบบ ขนาด รูปทรง สี สัน ความสวยงาม ($\bar{x}$ = 4.54, SD, = 0.54) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อ 4.การรับประกันสินค้า ($\bar{x}$ = 4.49, SD, = 0.58)

2.ด้านราคา โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}$ = 4.49, SD, = 0.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1.ความคุ้มค่าด้านคุณภาพกับราคาที่จ่าย ($\bar{x}$ = 4.60, SD, = 0.51) รองลงมา คือ ข้อ3.ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย ($\bar{x}$ = 4.44, SD, = 0.67) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อ 2.ราคาเหมาะสมกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}$ = 4.44, SD, = 0.61)

3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.54, SD, = 0.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1.การติดต่อสะดวกหรือ

ซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ($\bar{x} = 4.59$, $SD, = 0.60$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อ 2.สามารถสั่งซื้อได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ($\bar{x} = 4.48$, $SD, = 0.61$)

4.ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.56$, $SD, = 0.03$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1.บริการจัดส่งสินค้าผ่านทาง Kerry ฟรี ($\bar{x} = 4.60$, $SD, = 0.60$) รองลงมา คือ ข้อ 4.การได้รับส่วนลด เช่น กดไลค์ กดแชร์ในเพจ Facebook D&N Handmade ($\bar{x} = 4.57$, $SD, = 0.57$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อ 2.การจัดแสดงสินค้า/ป้ายนำเสนองาน ($\bar{x} = 4.52$, $SD, = 0.59$)

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
- เอกสารสื่อโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์โครงการ
- รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ
- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ
- รูปภาพการนิเทศจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

รูปตราสินค้า



รูปแบบผลิตภัณฑ์



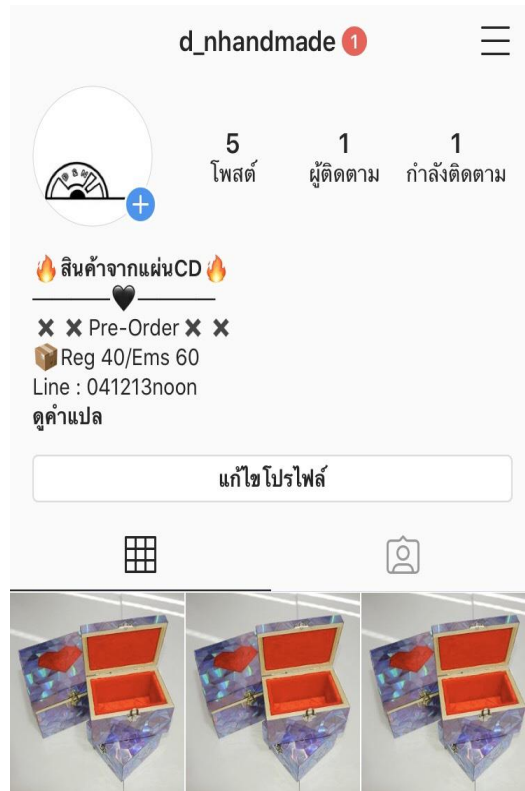
ประชาสัมพันธ์โครงการ
ป้ายร้าน



เพจ Facebook



INSTAGRAM



รูปขั้นตอนการปฏิบัติโครงการ

1. เริ่มจากนำแผ่นซีดีมาลอกออกเป็น 2 ส่วน



2. ตัดแผ่นซีดีออกเป็นเหลี่ยมรูปทรงเลขาคณิตต่างๆ



3.นำแผ่นซีดีติดกาวและนำมาติดเข้ากับตัวกล่องไม้



4.นำเรซินมาผสมกันและเทลงบนชิ้นงานที่ละด้าน



5.นำที่พ่นไฟเปิดไฟอ่อนๆ และพ่นลงบนชิ้นงานเพื่อไล่ฟองอากาศ



6.นำไปตากให้แห้ง ตรวจสอบความเรียบร้อยเป็นอันเสร็จสิ้น



ภาพวัสดุอุปกรณ์



รูปภาพการนิเทศจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ



ภาคผนวก ง
ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวพรทิพย์ เมืองจันทร์
วัน เดือน ปี	:	20 กันยายน 2541
สถานที่เกิด	:	กรุงเทพมหานคร
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	ประธานโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวนันทวรรณ เหมจันเพ็ชร
วัน เดือน ปี	:	6 ธันวาคม 2540
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	รองประธานโครงการ