โครงการ นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ รองเท้าแตะจากกระดาษหนังสือพิมพ์

Artification of Innovation : Slippers from newspaper

จัดทำโดย

นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร

นางสาวกิตติยา ปรางศรี

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

สาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ

ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการภาษาไทย นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์รองเท้าแตะจากกระดาษหนังสือพิมพ์

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ Artification of Innovation : Slippers from newspaper

โดย 1. นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร

2. นางสาวกิตติยา ปรางศรี

……

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา วิชาโครงการตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ (ATC.)

.....	.....
(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)	(อาจารย์วงค์เดือน ประไพวัชรพันธ์)
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....

(อาจารย์วงค์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ รองเท้าแตะจากกระดาหนังสือพิมพ์ Artification of Innovation : Slippers from newspaper
ผู้จัดทำโครงการ	1. นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร 2. นางสาวกิตติยา ปรางศรี
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์วงค์เดือน ประไพวัชรพันธ์
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ ปีการศึกษา 2562

……

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นโครงการประเภท นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ รองเท้าจากกระดาษหนังสือพิมพ์มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1). เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2). เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ (3).เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม (4). เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม

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

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563 สถานที่ดำเนินโครงการ คือ 11/129 ซ.1/2 หมู่บ้านโกลเด้นนีโอ ตำบลราชาเทวะ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 3,600 บาท เสียค่าใช้จ่าย 2,716 บาท คงเหลือเงิน 884 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้น (1). เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2). เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ (3).เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม (4). เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม

4 . ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ คือ (1).สภาพอากาศแปรปรวนเช่น ฝนตก พายุพัด ทำให้ส่งผลกระทบในระหว่างการปฏิบัติงานอาจทำให้ชิ้นงานเกิดความเสียหาย (2).ปัญหาด้านการใช้อุปกรณ์สมาชิกขาดความชำนาญการใช้งาน (3).เวลาว่างของสมาชิกในกลุ่มไม่ตรงกัน ทำให้การปฏิบัติงานล่าช้า

5.ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์คือ(1).ตรวจสอบสภาพอากาศ และเก็บชิ้นงานให้เรียบร้อยทุกครั้งหลังปฏิบัติงาน (2).ขอคำแนะนำจากผู้เชียวชาญในการใช้อุปกรณ์ และฝึกฝนการใช้อุปกรณ์ (3).หาเวลาว่างให้ตรงกัน เพื่อลดการปฏิบัติงานล่าช้า

6. จากรายงานผลแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อรองเท้าจากกระดาษหนังสือพิมพ์ ผู้ตอบปรากฏผลดังนี้ แบบสอบถามแสดงความความพึงพอใจมีต่อรองเท้าจากกระดาษหนังสือพิมพ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P’s โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.55) รองลงมาด้านด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.55) รองลงด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.53)และด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.44) ตามลำดับ

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์รองเท้าแตะจากกระดาษหนังสือพิมพ์สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย ที่ได้ให้คำแนะนำแนวคิดให้คำปรึกษาให้ความรู้ด้านการจัดทำโครงการ คอยดูแลในเรื่องการดำเนินงานด้านเอกสารการแก้ไขเอกสารให้ถูกต้อง และขอขอบพระคุณ อาจารย์วงค์เดือน ประไพวัชรพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ รวมทั้งขอขอบคุณอาจารย์อุดมพร เปตานนท์ ที่ตรวจสอบแผนธุรกิจ และขอขอบคุณผู้ปกครองในการให้คำแนะนำในการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ในการปฏิบัติชิ้นงาน และให้ความดูแลช่วยเหลืออย่างเต็มที่ ทางคณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมโครงการและเพื่อนๆในชั้นเรียน ที่คอยให้การสนับสนุนและสละเวลาส่วนตัว เพื่อจัดทำโครงการฉบับนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยดี

คณะผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณทุกท่านดังที่ได้กล่าวถึงมาข้างหน้าและที่ไม่ได้กล่าวถึงไว้ ณ ที่นี้เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการสิ่งประดิษฐ์รองเท้าแตะจากกระดาษหนังสือพิมพ์

สารบัญ

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

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)	
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด	34
แผนบริหารจัดการ	39
แผนการตลาด	44
แผนการผลิต	48
แผนการเงิน	53
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	64
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	65
บัญชีรายรับ – รายจ่าย ในโครงการ	70
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	72
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	73
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	75
ข้อเสนอแนะ แนะแนวทางในการพัฒนา	75
บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ในโครงการ	
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ความนิยมในการสื่อข่าวสารจากกระดาษหนังสือพิมพ์ยังพอมีอยู่บ้างในกลุ่มคนช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป เนื่องจากสะดวกในการอ่านข่าวสารบ้านเมือง หาง่ายและมีราคาถูกแต่กระดาษหนังสือพิมพ์เหล่านี้เมื่ออ่านจบถ้าไม่นำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นจะทำให้เกิดขยะ ซึ่งเป็นสาเหตุประการหนึ่งที่ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีขยะมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี นับเป็นปัญหาที่สำคัญของชุมชนซึ่งต้องได้รับการแก้ไข การกำจัดขยะโดยการเอาไปเผา ก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทาให้เกิดมลพิษเกิดแก๊ส ภาวะเรือนกระจก หรือภาวะโลกร้อน การกำจัดอีกทางหนึ่ง คือ การนำขยะไปฝัง แต่ต้องเป็นขยะที่สามารถย่อยสลายได้ และต้องใช้เวลานานพอสมควร จากการสำรวจขยะในบ้านและในบริเวณชุมชน พบว่าขยะส่วนใหญ่เป็นเศษกระดาษเน่า ดังนั้น คณะผู้จัดทำจึงมีแนวคิดโครงงานรองเท้าจากกระดาษหนังสือพิมพ์ขึ้น เพื่อช่วยลดปัญหาขยะ ปัญหาภาวะโลกร้อน และยังเป็นการนำเอาของที่เหลือใช้มาทำให้มีค่า ให้เกิดประโยชน์ และทำให้ขยะคืนสู่สิ่งแวดล้อมที่ดีภายใต้แนวคิดการออกแบบเพื่อความยั่งยืนกระดาษหนังสือพิมพ์ที่เหลือใช้ นำมาประดิษฐ์เป็นสิ่งของที่ใช้งานได้จริง หลายอย่างซึ่งจะเป็นทางออกในการลดเศษกระดาษ หรือสิ่งของเหลือใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้จะไม่ลดไปถึงขั้นที่ทำให้กำจัดเศษกระดาษได้อย่างเด็ดขาด แต่แนวคิดนี้ก็ช่วยส่งเสริมให้เกิดเศษกระดาษใหม่ลดจำนวนลงได้มากทีเดียว เรื่องการนำสิ่งของเหลือใช้นำมาประดิษฐ์ใหม่นั้นเป็นสิ่งที่เรารู้กันดีอยู่แล้ว แต่บางครั้งอาจจะหลงลืมกันไปบ้าง เพราะความเร่งรีบและวิถีชีวิตที่รักความสะดวกสบายกันมากขึ้น ในฐานะที่เราเป็นส่วนย่อยที่สุดของสังคม ถ้าเราตั้งใจทำกันอย่างจริงจังก็จะสามารถลดปริมาณการใช้ทรัพยากรและลดปัญหายะลงได้มากทีเดียว

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการนำกระดาษหนังสือพิมพ์ที่ไม่ใช้งานแล้ว นำกลับมาใช้งานให้เกิดประโยชน์ในการสร้างสรรค์ สิ่งประดิษฐ์ที่มีคุณภาพจากการนำกระดาษหนังสือพิมพ์ที่เหลือใช้ มาเพิ่มมูลค่าในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ รองเท้ากระดาษหนังสือพิมพ์ที่ออกแบบให้สวยงามแปลกใหม่ร่วมสมัย โดยการนำกระดาษหนังสือพิมพ์ที่ไม่ใช้งานแล้วมาใช้ให้

เกิดประโยชน์ใหม่อีกครั้ง เพื่อให้เห็นคุณค่าของวัสดุเหลือใช้ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลายๆ อย่าง ทั้งเป็นการลงมือปฏิบัติจริงของนักศึกษา และเป็นการสร้างรายได้ให้กับนักศึกษาอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
4. เพื่อให้นักศึกษามีความริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการประเภทสิ่งประดิษฐ์รองเท้าจากกระดาษหนังสือพิมพ์ คณะผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการดังนี้

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

1. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์

นวัตกรรมมาจากภาษาอังกฤษคำว่า " Innovation " ตามรากศัพท์หมายถึง การกระทำที่ใหม่ของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับคำนิยามของ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2549) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรมคือ " สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม "

ทอมัส ฮิวช์ (Thomas Hughes) ได้ให้ความหมายของ "นวัตกรรม" ว่าเป็นการนำวิธีการใหม่ ๆ มาปฏิบัติหลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้การพัฒนามาเป็นขั้น ๆ แล้ว เริ่มตั้งแต่การคิดค้น (Innovation) การพัฒนา (Development) ซึ่งอาจจะเป็นไปในรูปของ โครงการทดลองปฏิบัติก่อน (Pilot Project) แล้วจึงนำไปปฏิบัติจริง ซึ่งมีความแต่งต่างไปจากการปฏิบัติเดิมที่เคยปฏิบัติมา

มอร์ตัน (Morton,J.A.) ให้ความหมาย "นวัตกรรม" ว่าเป็นการทำให้ใหม่ขึ้นอีกครั้ง (Renewal) ซึ่งหมายถึง การปรับปรุงสิ่งเก่าและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์การนั้น ๆ นวัตกรรม ไม่ใช่การขจัดหรือล้มล้างสิ่งเก่าหมดไป แต่เป็นการ ปรับปรุงเสริมเติมแต่ง และพัฒนาให้ดีกว่าเดิม

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์และคณะ (2553) ได้ให้ความหมายของ "นวัตกรรม" หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือกระบวนการใหม่ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม"

ดังนั้นสรุปได้ว่า "นวัตกกรม" 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 (Utterback,1971,1994,2004 ; Tushman and Nadler,1986;freeman & Soete,1997;Betje,1998 ; Herkma,2003;Schilling,2008)

2.ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) หรือการสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ กล่าวคือ นวัตกรรม จะต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้นๆซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอาจจะวัดได้เป็นตัวเงินโดยตรง หรือไม่เป็นตัวเงินโดยตรงก็ได้ (Utterback,1971,1994.2004;Drucker,1985,1993;Damanpour,1987;Smits,2002;DTI 2004)

3. การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) สิ่งที่จะเป็นนวัตกรรมได้นั้นต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดซ้ำใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบ การทำซ้ำ เป็นต้น (Evan,1966; Drucker,1985,1993; Rogers,1995; Perez-Bustamante,1999; Smits,2002; Herkema,2003; Lemon and Sahota,2003; DTI,2004; Schilling,2008)

กระบวนการนวัตกรรม

กระบวนการนวัตกรรม จะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถดำรงอยู่และเจริญเติบโตต่อไปได้ ซึ่งกระบวนการประกอบด้วยส่วนที่สำคัญ ๆ หลายประการ

1. การค้นหา (Searching) เป็นการสำรวจสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก เพื่อตรวจจับสัญญาณของทั้งโอกาสและอุปสรรค สำหรับการนำไปสู่จุดเริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

2. การเลือกสรร (Selecting) เป็นการตัดสินใจเลือกสัญญาณที่สำรวจพบเหล่านั้น เพื่อจะนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กร ทั้งนี้การเลือกสรรจำเป็นต้องมีความาสอดคล้องกับหลักกลยุทธ์ขององค์กร

3. การนำไปปฏิบัติ (Implementing) เป็นการแปลงสัญญาณที่มีศักยภาพ ไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ขึ้นและนำสิ่งเหล่านั้นออกเผยแพร่สู่ตลาดทั้งภายในและภายนอกองค์กร แต่สัญญาณที่ว่า ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงชั่วครั้งชั่วคราวเท่านั้นหากแต่จะเกิดขึ้น ด้วยการดำเนินงานขั้นตอนที่สำคัญอีก ๔ ประการ ดังนี้

3.1 การรับ (Acquring) คือ ขั้นตอนของการนำองค์ความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นนวัตกรรมขึ้น เช่น การสร้างสรรค์สิ่งใหม่จากกระบวนการทางวิจัยและพัฒนา(R&D) , การทำวิจัยทางการตลาด 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 โดยอาศัยการจัดการอย่างเป้ฯระบบเพื่อให้นวัตกรรมนั้นสามารถเป็นที่ยอมรับจากตลาดได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงแรกของการนำออกสู่ตลาด

3.4 การรักษาสภาพ (Sustaining) คือ การรักษาสถานะภาพการยอมรับจากตลาด ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไปและคงอยู่ให้นานเท่าที่จะเป็นได้ ซึ่งอาจจะต้องนำนวัตกรรมนั้น ๆกลับมาปรับปรุงแก้ไขในแนวความคิดหรือทำการเริ่มใหม่ตั้งแต่ต้น (Reinnovation) เพื่อให้ได้นวัตกรรมที่ถึกพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น

4. การเรียนรู้ (Learning) เป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรควรที่จะศึกษาและเรียนรู้ในขั้นตอนต่าง ๆของกระบวนการทางนวัตกรรมเพื่อก่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้พื้นฐานที่แข้งแกร่ง และสามารถนำไปใช้พัฒนาวิธีการสำหรับจัดการกับกระบวนการทางนวัตกรรมเหล่านั้นให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

(อ้างอิงจากhttp://guru.google.co.th/guru/thread?tid=003abc82634a15f2)

หลักการสร้างสรรค์งานประดิษฐ์

หลักการสร้างสรรค์งานประดิษฐ์ การสร้างสรรค์งานประดิษฐ์ให้ประดิษฐ์ให้ประสบผลสำเร็จนั้น ผู้เรียนต้องมีความพึงพอใจ ในการทำงาน โดยยึดหลักการดังนี้

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

การออกแบบงานประดิษฐ์

การออกแบบงานประดิษฐ์ เป็นการสร้างรูปลักษณ์ของชิ้นงาน โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ความรู้ความเข้าใจ ในหลักการออกแบบและนำมาใช้ ทำให้การออกแบบชิ้นงานนั้นมีคุณค่าและน่าสนในยิ่ง

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 โดยมีหลักการดังนี้

1. **ความเป็นหน่วย (Unity)** ในการออกแบบ ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงงานทั้งหมดให้อยู่ในหน่วยงานเดียวกัน เป็นกลุ่มก้อนหรือมีความสัมพันธ์กันทั้งหมดของงานนั้นๆและพิจารณาส่วนย่อยลงไปตามลำดับ
2. **สมดุลหรือความถ่วง (Balancing)** เป็นหลักทั่วๆไปของงานศิลปะที่จะต้องดูความสมดุลของงาน ความรู้สึกทางสมดุลของงานนี้ เป็นความรู้สึก ที่เกิดขึ้นในส่วนของความคิดในเรื่องของความงามในสิ่งนั้นๆ ซึ่งมีหลักความสมดุล อยู่ 3 ประการคือ
    2.1 ความสมดุลในลักษณะเท่ากัน (Symmetry Balancing) คือมีลักษณะเป็นซ้าย-ขวาบน-ล่างเป็นต้น ความสมดุลในลักษณะนี้ดูและเข้าใจง่าย
    2.2 ความสมดุลในลักษณะไม่เท่ากัน (Non - Symmetry Balancing) คือมีลักษณะสมดุลกันในตัวเอง ไม่จำเป็นจะต้องเท่ากัน แต่ดูในด้านความรู้สึกแล้วเกิดความสมดุลกันในตัว ลักษณะการสมดุล แบบนี้ผู้ออกแบบจะต้องมีการประลองดูให้แน่ใจในความรู้สึกของผู้พบเห็นด้วย ซึ่งเป็นความสมดุลที่เกิดในลักษณะที่แตกต่างกันได้ เช่น ใช้ความสมดุลด้วยผิว (Texture) ด้วยแสง-เงา (Shade) หรือด้วยสี (Colour)

2.3 จุดศูนย์ถ่วง (Gravity Balance) การออกแบบใดๆที่เป็นวัตถุสิ่งของและจะต้องใช้งานการทรงตัว จำเป็นที่ผู้ออกแบบ จะต้องคำนึงถึงจุดศูนย์ถ่วง ได้แก่ การไม่โยกเอียง หรือให้ความรู้สึกไม่มั่นคงแข็งแรง ดังนั้น สิ่งใดที่ต้องการจุดศูนย์ถ่วงแล้ว ผู้ออกแบบ จะต้อง ระมัดระวังในสิ่งนี้ให้มาก ตัวอย่างเช่น เก้าอี้จะต้องตั้งตรง ยึดมั่นทั้งสี่ขาเท่าๆกัน การทรงตัวของคน ถ้ายืน 2 ขาก็จะต้องมีน้ำหนักลงที่เท้าทั้ง 2 ข้างเท่าๆกันถ้ายืนเอียงหรือพิงฝา น้ำหนักตัวก็จะลงเท้าข้างหนึ่งและส่วนหนึ่งจะลงที่หลังพิงฝา รูปปั้นคนในท่าวิ่งจุดศูนย์ถ่วงจะอยู่ที่ใด ผู้ออกแบบจะต้องรู้ และ วางรูปได้ถูกต้อง เรื่องของจุดศูนย์ถ่วง จึงหมายถึง การทรงตัวของวัตถุสิ่งของนั่นเอง

3. ความสัมพันธ์ทางศิลปะ (Relativity of Arts) ในเรื่องของศิลปะนั้น เป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณากันหลายขั้นตอนเพราะเป็นเรื่องความรู้สึกที่สัมพันธ์กันอันได้แก่

3.1 การเน้นหรือจุดสนใจ (Emphasis or Centre of Interest) งานด้านศิลปะผู้ออกแบบจะต้องมีจุดเน้นให้เกิดสิ่งที่ประทับใจแก่ผู้พบเห็นโดยมีข้อบอกกล่าว เป็นความรู้สึกร่วมที่เกิดขึ้นเองจากตัวของศิลปกรรมนั้นๆ ความรู้สึกนี้ผู้ออกแบบจะต้องพยายามให้เกิดขึ้นเหมือนกัน

3.2 จุดสำคัญรอง (Subordinate) คงคล้ายกับจุดเน้นนั่นเอง แต่มีความสำคัญรองลงไป

ตามลำดับความรู้สึกนี้ผู้ออกแบบจะต้องพยายามให้เกิดขึ้นเหมือนกัน ซึ่งอาจจะเป็นรองส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2 ก็ได้ ส่วนนี้จะช่วยให้เกิดความลดหลั่นทางผลงานที่แสดงผู้ออกแบบจะต้อง คำนึงถึงสิ่งนี้ด้วย

3.3 จังหวะ (Rhythem) โดยทั่วๆไป สิ่งที่สัมพันธ์กันในสิ่งนั้นๆย่อมมีจังหวะระยะหรือ

ความถี่ห่างในตัวมันเองก็ดีหรือสิ่งแวดล้อม ที่สัมพันธ์อยู่ก็ดีะเป็นเส้น สี เงา หรือช่วงจังหวะของการตกแต่ง แสงไฟ ลวดลาย ที่มีความสัมพันธ์กันในที่นั้นเป็นความรู้สึกของผู้พบเห็นหรือผู้ออกแบบจะรู้สึกในความงามนั่นเอง

3.4 ความต่างกัน (Contrast) เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเพื่อช่วยให้ มีการเคลื่อนไหวไม่ซ้ำซากเกินไปหรือ เกิดความเบื่อหน่าย จำเจ ในการตกแต่งก็เช่นกัน ปัจจุบันผู้ออกแบบมักจะหาทางให้เกิดความรู้สึกขัดกัน ต่างกัน เช่น การจัดชุดเก้าอี้สมัยใหม่ก็มีเก้าอี้สมัยรัชกาลที่ 5 อยู่ด้วย 1 ตัว การจัดเช่นนี้ ผู้พบเห็นจะเกิดความรู้สึกแตกต่างกัน ทำให้เกิดความรู้สึก ไม่ซ้ำซาก มีรสชาติแตกต่างออกไป

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

4. คุณสมบัติของนักออกแบบที่ดี คุณสมบัติของนักออกแบบที่ดีดังนี้

4.1 เป็นผู้มีประสบการณ์สูงและหลักการต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ ควรได้มาจากประสบการณ์จริงในชีวิต

4.2 ศึกษาความต้องการของมนุษย์ การออกแบบที่ดีต้องมาจากประสบการณ์จริงหรือความเป็นจริงโดยจะต้องสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในแต่ละยุคสมัยได้

4.3 มีความรู้จริง เข้าใจเรื่องวัสดุชนิดต่าง ๆ และกระบวนการทำงานเป็นอย่างดี

4.4 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างผลงานด้วยความสามารถของตัวเองและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

4.5 ต้องถ่ายทอดความคิดของตนเองออกมาในรูปของหุ่นจำลองเพื่อให้ผู้อื่นสามารถเข้าใจได้ คุณสมบัติของนักออกแบบที่ดีว่า จะต้องมีความสามารถและมีลักษณะนิสัยที่ช่วยให้การออกแบบมีคุณภาพ และประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายคุณสมบัติของ นักออกแบบมีหลายประการ ซึ่งพอจะจำแนกออกได้ดังนี้

(1.) เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และมีความเชื่อมั่นในตนเอง

(2.) เป็นผู้ที่มีทักษะในการออกแบบ

(3.) เป็นผู้ที่รู้จักสังเกตและทำความเข้าใจกับสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวซึ่งมีทั้งสภาพทางธรรมชาตและสิ่งต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น เพื่อให้เป็นแหล่งความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบ

(4.) เป็นผู้ที่ติดตามการเปลี่ยนแปลงและความเคลื่อนไหวของงานออกแบบสร้างสรรค์ทุกสาขาอยู่เสมอ

(5.) เป็นผู้ที่มีความสนใจศึกษาความเชื่อ และผลงานที่ออกแบบตามความเชื่อในยุคต่าง ๆ ที่ผ่านมาเพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบสร้างสรรค์ให้ก้าวหน้าต่อไปในปัจจุบันและอนาคต

(6.) เป็นผู้ที่เข้าใจสภาพแวดล้อมของสังคม และความต้องการของประชาชนเพื่อให้การออกแบบสอดคล้องกับความต้องการ

(7.) เป็นผู้ที่มีความเข้าใจงานออกแบบแต่ละชนิด เพื่อให้การออกแบบตอบสนองได้ตรงตามจุดประสงค์ของงานออกแบบนั้น ๆ เช่น การออกแบบโฆษณามีจุดประสงค์ในการจูงใจ เป็นต้น

ประโยชน์ของงานประดิษฐ์

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

ดังนั้น สรุปได้ว่านักออกแบบที่ดีจะต้องมีคุณสมบัติ เป็นผู้ใฝ่รู้ มีทักษะในการออกแบบและมีความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวของตัวเอง จึงจะเป็นนักออกแบบที่ดีได้

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

1. ความสมดุล (Balance) คือ ความทรงตัวอยู่นิ่งมั่นคง เปรียบเหมือนกับตาชั่งอยู่ในสภาพที่เท่ากันทั้งสองข้างที่ความสมดุลอาจเกิดจากตามแนวนอนและแนวตั้งก็ได้ เช่น ชิ้นงานเตียงนอนเป็นความสมดุลในแนวนอนตู้เก็บของเป็นความสมดุลในแนวตั้ง 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 ซึ่งหลักของงความกลมกลืนมีอยู่ 3 ลักษณะ คือ

(1.) ความกลมกลืนในด้านความคิดการออกแบบ

(2.) ความกลมกลืนของรูปทรง สี เส้น และผิว

(3.) ความกลมกลืนกับธรรมชาติ

5. ความแตกต่าง (Contrast) คือ ความรู้สึกที่ต้องการให้เกิดความรู้สึกขัดกันเพื่อแก้ไขการซ้ำซาก จำเจจนเกินไป เช่น มีรูปร่าง สี แตกต่างกันออกไป ฯลฯ ความแตกต่าง ตรงกันข้ามกับความกลมกลืนความแตกต่างจึงเป็นผลที่ก่อให้เกิดการพักผ่อนของสมองและความรู้สึก เช่น การมองเห็นแสงไฟที่ร้อนแรง แล้วมองเห็นน้ำที่สงบนิ่ง

6. ช่วงจังหวะ (Rhythrm) คือ การเคลื่อนไหวที่มีจังหวะ เส้น สี แสง และเงา เป็นความรู้สึกให้ความเคลื่อนไหวโดยทั่วไปความสัมพันธ์กับสิ่งของต่าง ๆ ย่อมมีจังหวะ ระยะ หรือความห่างในตัวสิ่งแวดล้อมที่สัมพันธ์กันก็จะเป็นเส้น รูปทรง สี เช่น การทำขนาดให้เล็กลง หรือเพิ่มขนาดให้ใหญ่ขึ้น ฯลฯ

7. การเน้นให้เกิดจุดเด่น (emphasis) คือ การเน้นองค์ประกอบที่สำคัญของศิลปะให้มีความเด่นแจ่มชัดกว่าการเน้นให้เกิดจุดเด่นควรเน้นให้เหมาะสมกับจุดประสงค์ เข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยากจนเกินไป และแลดูสวยงาม จุดเด่นเป็นศูนย์กลางของความสนใจชิ้นส่วนของวัตถุอาจทำให้เด่นขึ้นจากรูปร่างของวัตถุ การใช้สี หรือการตกแต่งวัตถุนั้น ๆผู้ออกแบบต้องคิดว่าจะเน้นจุดเด่นมากน้อยเพียงใดและจะวางจุดสำคัญ ณ ที่ใดจึงจะเกิดความสวยงาม

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

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

1. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผนจัดตั้งขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมา

การออกแบบมีการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ 4 ลักษณะ

1. ความคิดริเริ่ม (Originality) หมายถึง ความคิดแปลกใหม่ไม่ซ้ำกันกับความคิดของคนอื่นและแตกต่างจากความคิดธรรมดา ความคิดริเริ่มอาจเกิดจากการคิดจากเดิมที่มีอยู่แล้วให้แปลกแตกต่างจากที่เคยเห็น หรือสามารถพลิกแพลงให้กลายเป็นสิ่งที่ไม่เคยคาดคิด ความคิดริเริ่มอาจเป็นการนำเอาความคิดเก่ามาปรุงแต่งผสมผสานจนเกิดเป็นของใหม่ ความคิดริเริ่มมีหลายระดับซึ่งอาจเป็นความคิดครั้งแรกที่เกิดขึ้นโดยไม่มีใครสอนแม้ความคิดนั้นจะมีผู้อื่นคิดไว้ก่อนแล้วก็ตาม

2. ความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) หมายถึง ปริมาณความคิดที่ไม่ซ้ำกันในเรื่องเดียวกันโดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

2.1 ความคล่องแคล่วทางด้านถ้อยคำ (Word Fluency)

2.2 ความคิดคล่องแคล่วทางด้านการโยงสัมพันธ์ (Associational Fluency) เป็นความสามารถที่จะคิดหาถ้อยคำที่เหมือนกันได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ภายในเวลาที่กำหนด

2.3 ความคล่องแคล่วทางด้านการแสดงออก (Expression Fluency) เป็นความสามารถในการใช้วลีหรือประโยค 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 ความคิดยืดหยุ่นทางด้านการดัดแปลง (Adaptive Flexibility) หมายถึง ความสามารถในการดัดแปลงความรู้หรือประสบการณให้เกิดประโยชน์หลายๆด้านซึ่งมีประโยชน์ต่อการแก้ปัญหา ผู้ที่มีความยืดหยุ่นจะคิดดัดแปลงได้ไม่ซ้ำกัน

4. ความคิดละเอียดละออ (Elaboration) หมายถึง ความคิดในรายละเอียดเป็นขั้นตอน สามารถอธิบายให้เห็นภาพชัดเจน หรือเป็นแผนงานที่สมบูรณ์ขึ้น ความคิดละเอียดละออจัดเป็นรายละเอียดที่นำมาตกแต่ง ขยายความคิดครั้งแรกให้สมบูรณ์ขึ้น (Guilford 1967 : 145-151)(อ้างอิงจาก http://www.nanabio.com/Research/image%20research/research%20work/ceative%20thinking/creative%20thinking04.html)

ปัจจัยที่เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ มี 4 ประการคือ

1. การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรต้องพิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นประการแรกเพื่อจะได้ออกแบบให้ได้ความคงทนถาวรมากน้อย หรือให้เหมาะสมกับการใช้เพียงชั่วคราวของผลิตภัณฑ์นั้น เพราะการออกแบบจะต้องคำนึงถึงวัสดุและเวลาการผลิตไปพร้อมกัน ถ้าออกแบบโดยไม่ได้ศึกษาถึงคุณภาพตามเป้าหมายของการผลิตแล้ว ก็ไม่สามารถออกแบบที่เหมาะสมได้

2. การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต ในที่นี้ใคร่ขอย้ำทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยตรง ด้วยการผลิตสิ่งของเครื่องใช้หรือผลิตภัณฑ์ กำลังการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์จำนวนมาก มีความจำเป็นยิ่ง เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตเช่น เครื่องจักรกล หรือเครื่องทุ่นแรงอื่นๆ ย่อมเหมาะสมกับวัสดุอย่างหนึ่ง ทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน

3. การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค

3.1 ความต้องการที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่เป็นความต้องการที่เหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรม รสนิยม และการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆความต้องการของผู้บริโภคยังเกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจโดยตรงอีกด้วย

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 ในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือกลายหน้าที่ก็ได้ แต่หน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่นั้น ต้องใช้งานไประยะหนึ่งถึงจะทราบข้อบกพร่อง

2. ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปทรง ขนาด สีสันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี เพราะความสวยงามเป็นความพึงพอใจแรกที่คนเราสัมผัสได้ก่อนมักเกิดมาจากรูปร่างและสีเป็นหลัก การกำหนดรูปร่างและสีในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ไม่เหมือนกับการกำหนดรูปร่างและสีในงาน

จิตรกรรมซึ่งสามารถที่จะแสดงหรือกำหนดรูปร่างและสีได้ตามความนึกคิดของจิตกร แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานของรูปร่างและสีสัน ระหว่างทฤษฎีทางศิลปะและความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ถึงแม้ว่ามนุษย์แต่ละคนมีการรับรู้และพึงพอใจในเรื่องของความงามได้ไม่เท่ากัน และไม่มีกฎเกณฑ์การตัดสินใจใดๆ ที่เป็นตัวชี้ขาดความถูกความผิด แต่คนเราส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มที่จะมองเห็นความงามไปในทิศทางเดียวกันตามธรรมชาติ

3. ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องเข้าใจกายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับขนาดสัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะต่างๆ ของผู้ใช้ การเกิดความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งทางด้านจิตวิทยา(Psychology)และสรีระวิทยา (Physiology) ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิลำเนา และสังคมแวดล้อมที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นข้อบังคับในการออกแบบการวัดคุณภาพทางด้าน กายวิภาคเชิงกล(ergonomics) พิจารณาได้จากการใช้งานได้อย่างกลมกลืนต่อการสัมผัส

4. ความปลอดภัย (Safety)

ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจนและมีคำอธิบายการใช้แนบมากับผลิตภัณฑ์

5. ความแข็งแรง (Construction)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัว ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่กำหนดโครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรงกระทำในรูปแบบต่างๆ จากการใช้งาน ตัวอย่างเช่น การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ดีต้องมีความมั่นคงแข็งแรง ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก ต้องสามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้เหมาะสม สะดวกสบาย ถูกสุขลักษณะ และต้องรู้จักผสมความงามเข้ากับชิ้นงานได้อย่างกลมกลืน เพราะโครงสร้างบางรูปแบบมีความแข็งแรงดีมากแต่ขาดความสวยงาม จึงเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเป็นผู้ผสานสองสิ่งเข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ นอกจากการเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความประหยัดควบคู่กันไปด้วย

6. ราคา (Cost)

ก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นกลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้นักออกแบบสามารถกำหนดแบบผลิตภัณฑ์และประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้เคียงมากขึ้น การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้ชนิด หรือเกรดของวัสดุ และวิธีการผลิตที่เหมาะสม ผลิตได้ง่ายและรวดเร็ว แต่ในกรณีที่ประมาณราคาจากแบบสูงกว่าที่กำหนดก็อาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่างๆ กันใหม่เพื่อลดต้นทุน แต่ทั้งนี้ต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

7. วัสดุ (Materials)

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

8. กรรมวิธีการผลิต (Production)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการประหยัดเพราะการผลิตทีละมากๆ

9. การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถบำรุงรักษา และแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้น ง่ายและสะดวกต่อการทำความสะอาดเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งควรมีค่าบำรุงรักษาและการสึกหรอต่ำ ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องมือ เครื่องจักรกล เครื่องยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อน อะไหล่บางชิ้นย่อมมีการเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือจากการใช้งานที่ผิดวิธี การออกแบบที่ดีนั้นจะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้น เพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝาครอบบริเวณต่างๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ได้โดยง่าย นอกจากนั้นการออกแบบยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆ ร่วมด้วย

10. การขนส่ง (Transportation)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนส่ง ระยะทาง เส้นทางการขนส่ง (ทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ) การกินเนื้อที่ในการขนส่ง

(มิติความจุ กว้าง ׳ ยาว ׳ สูง ของรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกทั่วไป ตู้บรรทุกสินค้า ฯลฯ) ส่วนการบรรจุหีบห่อต้องสามารถป้องกันไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย กรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบนั้นมีขนาดใหญ่ อาจต้องออกแบบให้ชิ้นส่วนสามารถถอดประกอบได้ง่าย เพื่อทำให้หีบห่อมีขนาดเล็กลง

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

3. แนวคิดเกี่ยวกับการเขียนแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ มีผู้เปรียบเทียบว่าแผนธุรกิจเปรียบเหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆ ทีละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งเรื่องของการตลาด การแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงิน ที่จะชี้นำผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวังด้วยเช่นกัน

1. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร บทสรุปผู้บริหาร เป็นส่วนที่สรุปภาพรวมของแผนธุรกิจนั้นๆไว้ ซึ่งมีความสำคัญมากเพราะเป็นส่วนที่ผู้ร่วมทุน และสถาบันการเงินจะอ่านก่อนเป็นอย่างแรก และตัดสินใจว่าจะอ่านต่อจนจบหรือไม่ ผู้ประกอบการจึงควรสละเวลาเป็นพิเศษในการทำให้บทสรุปผู้บริหารนี้น่าเชื่อ ถือ หนักแน่น และน่าติดตาม โดยเน้นหนักเรื่อง ลักษณะและแนวคิดของธุรกิจ โอกาสและกลยุทธ์หลักที่ใช้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคาดคะเนลูกค้าเป้าหมาย ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจ และความสามารถในการทำกำไร ทีมผู้บริหาร ข้อเสนอผลตอบแทน (กรณีหาแหล่งทุนภายนอก)

2. ประวัติย่อของกิจการประวัติย่อของกิจการ เป็นส่วนที่ให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ ประวัติกิจการ/ผู้ประกอบการอย่างสั้น สถานที่ตั้งของกิจการของเรา วิสัยทัศน์ (Vision) ระบุสิ่งที่ใฝ่ฝันอยากให้องค์กรเป็นในอนาคตข้างหน้า เราคือใคร เราจะทำอะไร เราจะมุ่งหน้าไปที่ไหน ภารกิจหลัก (Mission) หรือ พันธกิจ กรอบในการดำเนินงานขององค์กร ลูกค้าของเราคือใคร? เราจะต้องทำอะไร? ทำอย่างไร? เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า)การเงิน แผนธุรกิจก็ยังจำเป็นอยู่ดีเพื่อให้ผู้ประกอบการมีแผนที่ในการบอกทิศทางของการดำเนินกิจการในอนาคต

3. การวิเคราะห์สถานการณ์การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์สถานการณ์เป็นข้อมูลที่จำเป็นในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานของกิจการ จึงเป็นงานอันดับแรกที่คุณควรกระทำ เครื่องมือที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์นั้นเรียกว่า SWOT Analysis ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยภายในอย่างจุดแข็ง (Strength) และ จุดอ่อน (Weaknesses) ของกิจการ รวมไปถึงโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก

4. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ คือ ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องได้รับในช่วงระยะเวลาของแผนนั่นเอง การวางแผนเป้าหมายทางธุรกิจที่น่าเชื่อถือนั้นคุณจะต้องแสดงให้เห็นความเป็น ไปได้ ที่สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5. แผนการตลาด การเขียนแผนการตลาด ผู้เขียนจะต้องอาศัยการวิเคราะห์สถานการณ์ร่วมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่ได้กล่าวไปในข้อ 3 และข้อสี่ เพื่อใช้หาเป้าหมายทางการตลาด ทำการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายนั้น และสร้างกลยุทธ์ต่างๆ เช่น ยอดขาย (Sales Value) ปริมาณขาย
(Sales Volume) ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) การเจริญเติบโตของตลาด (Market Growth) ฐานลูกค้า (Customer Share) ระดับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) อัตราการกลับมาซื้อซ้ำ (Re-purchase Rate)

6. แผนการผลิต การเขียนแผนการผลิตนี้ผู้เขียนจำเป็นต้องเขียนเรื่องแผนการผลิตและการปฏิบัติให้ละเอียด เพราะมันเป็นสิ่งที่สะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและ ปฏิบัติการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ที่สำคัญต้องมุ่งเน้นประเด็นการจัดการระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรใน การผลิตให้เป็นผลผลิต ซึ่งในที่นี้คือจำนวนหรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้นั่นเอง เช่น กระบวนการผลิต สินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการผลิต อายุการใช้งาน และเงินลงทุน กำลังการผลิตที่วางไว้ ที่ตั้งโรงงานและการวางผังโรงงาน รายการวัตถุดิบ จำนวนที่ใช้ และต้นทุนวัตถุดิบ แรงงาน ตำแหน่งงาน คุณสมบัติของแรงงาน ต้นทุนแรงงาน ค่าใช้จ่ายโรงงาน สรุปต้นทุนการผลิต (นำไปปรับปรุงราคาในแผนการตลาด)

7. แผนการจัดการและแผนคน ส่วนนี้คือการเขียนแผนผังโครงสร้างขององค์กรนั่นเอง ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุตำแหน่ง หน้าที่ และประโยชน์ของหน่วยงานในองค์กร เช่น รูปแบบธุรกิจ โครงสร้างองค์กร (ผังองค์กร) ประสบการณ์ทางธุรกิจและคุณสมบัติของผู้ประกอบการ กิจกรรมก่อนเริ่มดำเนินการ และค่าใช้จ่าย ที่ตั้งสำนักงาน และสาขา (ถ้ามี) อุปกรณ์สำนักงาน และอายุการใช้งานค่าใช้จ่ายในการบริหาร

8. แผนการเงิน แผนการเงินจะประกอบด้วยสมมติฐานต่างๆทางการเงิน เช่น เงินทุนที่ต้องการ (ต้นทุนโครงการ) แหล่งเงินทุน (แผนการลงทุนและการกู้เงิน) ประมาณการจุดคุ้มทุน ประมาณการงบกำไรขาดทุน ประมาณการงบดุล ประมาณการงบกระแสเงินสด การชำระคืนเงินกู้หรือการจ่ายผลตอบแทนให้ผู้ลงทุน การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน แผนการเงินนั้นมีส่วนช่วยให้ผู้ร่วมลงทุนและสถานบันการเงินเกิดความมั่นใจ เพราะถ้าหากเราตั้งสมมติฐานทางการเงินอย่างสมเหตุสมผลเราก็จะดูน่าเชื่อถือ ในทางตรงกันข้ามถ้าเราตั้งสมมติฐานทางการเงินไม่สมเหตุสมผลก็จะทำให้เราดู อ่อนประสบการณ์ไปโดยปริยาย

9. แผนการดำเนินงานแผนการดำเนินการ คือการจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมนั่นเอง ผู้ประกอบการอาจจะสร้างเป็นตารางแจกแจงให้เห็นเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ เป็นรายเดือนหรือรายปี เช่น จัดทำรายละเอียดกิจกรรมที่ต้องทำแบ่งตามช่วงเวลาระบุงบประมาณ ระบุวิธีการวัดผล ประเมินผลกิจกรรม ระบุผู้รับผิดชอบ

10. แผนฉุกเฉิน เป็นแผนสุดท้ายที่จำเป็นต้องมีเพื่อเอาไว้รับมือกับสถานการณ์ที่ไม่ได้ คิดไว้ล่วงหน้าหรือเหตุการณ์ไม่คาดฝัน เช่น คู่แข่งขายสินค้าตัดราคา สินค้าถูกเลียนแบบ หรือวัตถุดิบไม่เพียงพอ ซึ่งอาจทำให้กิจการได้รับผลในด้านลบ ผู้ประกอบการควรอธิบายเรื่องความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นควบคู่กับแผนฉุกเฉิน เอาไว้ล่วงหน้า เพราะนอกจากจะได้เป็นการเตรียมการในการแก้ปัญหาแล้ว ยังทำให้ผู้ร่วมลงทุน และสถาบันการเงินเห็นความพร้อมของเราอีกด้วย

4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior defined) ได้มีการให้ความหมายไว้หลากหลาย ที่คล้ายคลึงกัน 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.)

อับราฮัมมาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นนักจิตวิทยาและนักมนุษยวิทยาซึ่งได้นำประสบการณ์ที่ได้จากการเป็นนักจิตวิทยาและผู้ให้คำปรึกษามาเป็นพื้นฐานในการเสนอทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรมของมนุษย์ว่าจะมีความต้องการเป็นระดับต่างๆ ลาเฮย์ (Lahey, 2004, p. 383) กล่าวถึง กรอบความคิดที่สำคัญของทฤษฎีมาสโลว์ ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากพื้นฐานไปยังระดับสูงสุดกล่าวคือ

1. มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีวันสิ้นสุด และมากขึ้นเรื่อยๆ สิ่งที่มนุษย์ต้องการขึ้นอยู่กับสิ่งที่เขาได้รับ หรือมีอยู่แล้ว เมื่อความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วก็ยังมีความต้องการนั้นต่อไป เช่น ความต้องการในปัจจัยที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เป็นต้น

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจพฤติกรรมของมนุษย์ อีกแต่ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งจูงใจต่อไป

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 เป็นความต้องการที่จะได้รับการปกป้องคุ้มกัน ความต้องการประเภทนี้เริ่มตั้งแต่วัยทารกจนกระทั่งวัยชรา ความต้องการที่จะมีงานทำเป็นหลักแหล่งก็เป็นความต้องการเพื่อสวัสดิภาพของผู้ใหญ่อย่างหนึ่ง

3. ความต้องการความรักและความผูกพัน (Love and Belonging Needs) หมายถึงมนุษย์ทุกคนมีความปรารถนาจะให้เป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีความผูกพันกับผู้อื่นหรือมีความสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของหมู่ ทราบว่าทุกคนยอมรับตนเป็นสมาชิก คนที่รู้สึกว่าเหงาไม่มีเพื่อน มีชีวิตไม่สมบูรณ์ เป็นผู้ที่จะต้องซ่อมความต้องการประเภทนี้ คนที่รู้สึกวาตนเป็นที่รักและยอมรับของหมู่จะเป็นผู้ที่สมปรารถนาในการต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่

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

5. ความต้องการรู้จักตนเองอย่างแท้จริงและพัฒนาตนเองให้สมบูรณ์ (Need for self-actualization) มาสโลว์อธิบายความต้องการที่เรียกว่า "Self Actualization" ว่าเป็นความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริงของตน จะกล้าที่จะตัดสินใจเลือกทางเดินของชีวิต รู้จักค่านิยมของตนเอง มีความจริงใจต่อตนเอง ปรารถนาที่จะเป็นคนดีที่สุดเท่าที่จะมีความสามารถทำได้ ทั้งทางด้านสติปัญญา

ทักษะ และอารมณ์ความรู้สึกยอมรับตนเองทั้งส่วนดีและส่วนเสีย ที่สำคัญที่สุดก็คือการมีสติที่จะยอมรับว่าตนใช้กลไกในการป้องกันตนในการปรับตัวและพยายามที่จะเลิกใช้ เปิดโอกาสให้ตนเองได้เผชิญกับความจริงของชีวิต เผชิญกับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยคิดว่าเป็นสิ่งที่ “ท้าทาย” “น่าตื่นเต้น” และมีความหมาย กระบวนการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพของตน เป็นกระบวนการที่ไม่มีจุดจบ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่ มนุษย์ทุกคนมีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพของตน เพราะมีน้อยคนที่จะได้ถึงขั้น “Self Actualization”อย่างสมบูรณ์(อ้างอิงจาก www.gotoknow.org/posts/629839)

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจ (Decision Making)หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอ 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 ผู้บริหารจึงควรระมัดระวังมิให้เกิดความผิดพลาดในการระบุปัญหาขององค์การ ทั้งนี้ ผู้บริหารควรแยกแยะความแตกต่างระหว่างอาการแสดง (symptom) ที่เกิดขึ้นกับตัวปัญหาที่แท้จริงเสียก่อน

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

ขั้นที่ 3 การพัฒนาทางเลือก (Develop potential alternatives) ขั้นตอนต่อไป ผู้บริหารควรทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ ในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด ตัวอย่างเช่น กรณีที่องค์การประสบปัญหาเวลาการผลิตไม่เพียงพอ ผู้บริหารอาจพิจารณาทางเลือกดังนี้ 1) เพิ่มการทำงานกะพิเศษ 2) เพิ่มการทำงาน

ล่วงเวลาโดยใช้ตารางปกติ 3) เพิ่มจำนวนพนักงาน หรือ 4) ไม่ทำอะไรเลย ในการพัฒนาทางเลือกผู้บริหารอาจขอความคิดเห็นจากนักบริหารอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จทั้งภายในและภายนอกขององค์การ ซึ่งอาจใช้วิธีการปรึกษาหารือเป็นรายบุคคล หรือจัดการประชุมกลุ่มย่อยขึ้น ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลเหล่านั้นเมื่อผนวกรวมกับสติปัญญา ความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ของตนเองจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาทางเลือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกันอย่างรอบคอบ และควรวิเคราะห์ทางเลือกในสองแนวทาง คือ ทางเลือกนั้นสามารถนำมาใช้จะเกิดผลต่อเนื่องอะไรตามมา ทางเลือกบางทางเลือกที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดขององค์การก็อาจทำให้เกิดผลต่อเนื่องที่ไม่พึงประสงค์ตามมา 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 นอกจากนี้ผู้บริหารควรกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบาย ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

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

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 ปัจจัย

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือว่าเป็นสิ่งดีงามและยอมรับมาปฏิบัติ เพื่อให้สังคมดำเนินและมีการพัฒนาไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคลโดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่องค่านิยม ทัศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรนั้น จะต้องผ่านกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว และสถาบันต่างๆในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน การกำหนดกลยุทธ์จึงต้องแตกต่างกันไปสำหรับตลาดที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน โดยวัฒนธรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปแบบหรือวิธีทางในการดำเนินชีวิตที่สามารถเรียนรู้และถ่ายทอด สืบต่อกันมาโดยผ่านขบวนการอบรมและขัดเกลาทางสังคม วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งพื้นฐานในการกำหนดความต้องการซื้อและพฤติกรรมของบุคคล

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) หมายถึง วัฒนธรรมกลุ่มย่อยๆในแต่ละวัฒนธรรม 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) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นจากกลุ่มอ้างอิง สามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ กลุ่มปฐมภูมิ และกลุ่มทุติยภูมิ

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความคิดและค่านิยมของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การเสนอขายสินค้าจึงต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภค และการดำเนินชีวิตของครอบครัวด้วย

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

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนในด้านต่างๆ ดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

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

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

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

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึง อัตราผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อตราสินค้า รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำเนินชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูป กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) หรือปัจจัยภายใน การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าปัจจัยภายใน ประกอบด้วย

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

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

4.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น

4.4 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

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

4.6บุคลิกภาพ (Personality) เป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการตอบสนอง 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/ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อก/)

5.ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)

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

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

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

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

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถานบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

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

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

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

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

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

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หมายถึง เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Armstrong and Kotler. 2009 : 617) เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย (Etzel, Walker and Stanton. 2007 : 677) ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าคนสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบ คือ

(1.) การกระตุ้นผู้บริโภค การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion)

(2.) การกระตุ้นคนกลาง การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion)

(3.) การกระตุ้นพนักงานขาย การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force Promotion)

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) มีความหมายดังนี้

1. การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์

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

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

(อ้างอิงจาก http://passakorn2326.blogspot.com/)

6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

กฤติมา มะลิวัลย์ (2554) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสิ่งประดิษฐ์กระถางต้นไม้จากปูนปลาสเตอร์และกระดาษหนังสือพิมพ์ ปัจจุบันเมื่อคนอ่านหนังสือพิมพ์ในชีวิตประจำวัน เมื่ออ่านเสร็จแล้วคุณค่าของหนังสือพิมพ์ก็จะลดลง และจากนั้นก็นำมาทิ้งขายของเก่าเป็นการสิ้นเปลืองที่ทำให้เกิดขยะเพิ่มมากขึ้นดังนั้นผู้จัดทำจึงนำกระดาษ หนังสือพิมพ์มาจัดทำงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาสิ่งประดิษฐ์กระถางต้นไม้ จากปูนปลาสเตอร์และกระดาษ หนังสือพิมพ์โดยใช้กระบวนการสะเต็มศึกษาซึ่งเป็นการพัฒนาต่อยอดจากเดิมคือการน าปูนสำเร็จรูปมาทำเป็น กระถางต้นไม้ซึ่งของเดิม

จะมีน้ำหนักมากกว่าถ้าใส่ในปริมาณอัตราส่วนที่น้อยกว่าการพัฒนาใหม่โดยการนำปูน ปลาสเตอร์มาเป็นส่วนผสมแทนและมีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าเดิมและมีน้ำหนักของกระถางที่เบากว่ามาก มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อลดการทิ้งกระดาษหนังสือพิมพ์ 2. เพื่อพัฒนาสิ่งประดิษฐ์และความพึงพอใจให้มีประสิทธิภาพใช้งานเหมาะสม 3. เพื่อเป็นอาชีพเสริมและสร้างประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจได้ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย 1. สามารถลดการทิ้งกระดาษหนังสือพิมพ์ 2. สามารถพัฒนาสิ่งประดิษฐ์และความพึงพอใจให้มีประสิทธิภาพใช้งานเหมาะสม 3. สามารถเป็นอาชีพเสริมและสร้างประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจได้ ขอบเขตของงานวิจัย ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับการประดิษฐ์กระถางต้นไม้จากปูนปลาสเตอร์และ กระดาษหนังสือพิมพ์โดยใช้กระบวนการสะเต็มศึกษา เป็นการพัฒนาต่อจากการใช้ปูนสำเร็จซึ่งจะมีน้ำหนัก และค่าใช้จ่ายมากกว่า กลุ่มที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักศึกษาภายในวิทยาลัยฯ 5คนซึ่งเคยนำสิ่งประดิษฐ์ไปใช้ ประโยชน์และได้นำมาพัฒนาต่อ ตัวชี้วัดใช้เครื่องมือคือแบบประเมินความพึงพอใจเรื่องการพัฒนาสิ่งประดิษฐ์ กระถางต้นไม้ จากปูนปลาสเตอร์และกระดาษหนังสือพิมพ์โดยใช้กระบวนการสะเต็มศึกษาวัดค่าสถิติคือค่าเฉลี่ยและร้อยละซึ่งในการวิจัยครั้งนี้อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 คิดเป็นร้อยละ 95.44 ทางด้าน ผู้วิจัยพัฒนางานสิ่งประดิษฐ์ให้มีความพอใจสูงสุด และนำข้อมูลมาจัดทำเผยแพร่ต่อไป

สวรรยา ธีระสุนทรไท และอรอุมา เสริฐศรี (2559) ศึกษาโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้ “สิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกระดาษลูกฟูก” โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1.) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2.) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกระดาษที่ไม่ใช้แล้ว (3.) เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม 4.เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

การดำเนินโครงการมีวิธีดำเนินโครงการ 3 ขั้นคือ 1.)ขั้นเตรียมการ 2.)ขั้นดำเนินการ และ 3.)ขั้นประเมินผล จากผลการดำเนินงานสรุปได้ดังนี้

1. เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ กรกฎาคม 2559 ถึง กุมพาพันธ์ 2560 สถานที่ 86 หมู่ 2 ซอยเทศบาล 8 ต.บางบ่อ จ.สมุทรปราการ 10560

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 2,000 บาท ค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการเป็นเงิน 1,660 บาท คงเหลือ 340 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกระดาษลูกฟูกที่ไม่ใช้แล้ว นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ คือ

1.)ปัญหาการตัดกระดาษที่ผิดพลาดทำให้ประกอบแล้วไม่เท่ากันจึงทำให้เสียเวลาต้องวัดและเสียเวลาประกอบใหม่ 2.)วัสดุบางชิ้นเป็นของเหลือใช้ทำให้การทำความสะอาดยากขึ้น

3.)สมาชิกมีการทะเลาะเกี่ยวกับตัวผลงาน

5. ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา คือ 1.)ใช้กระดาษแบบหนาเพิ่มขึ้นมาอีกเพื่อความแข็งแรงและทนทาน 2.)วัสดุสกปรกมากต้องใช้เวลาและการร่วมมือของเพื่อน ช่วยกันทำความสะอาดขัดล้างจากความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่มีต่อโครงการสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกระดาษลูกฟูก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$ = 4.57) เมื่อพิจารณาเป็นด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$ = 4.65) รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย($\overline{X}$ = 4.62) และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$ = 4.53) ตามลำดับ

เสาวนีย์ ก่อวุฒิกุลรังษี1* และ กนกวรรณ หัตถิยา (2558) ศึกษาเรื่องการใช้เยื่อกระดาษหนังสือพิมพ์เป็นสารตัวเติมในยางธรรมชาติ กระดาษหนังสือพิมพ์มีการผลิตออกมาใช้เป็นจำนวนมากในแต่ละวัน หลังการใช้เสร็จแล้วก็ทิ้งไปกลายเป็นขยะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ ส่งผลทำให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม หากนำกระดาษหนังสือพิมพ์กลับมาใช้ใหม่จะต้องมีการฟอกสีกระดาษ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ค่อนข้างซับซ้อน โดยส่วนประกอบสำคัญที่ใช้ผลิตกระดาษหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ทำจากเยื่อไม้ (>70%) บดจนเป็นเส้นใย มีทั้งเยื่อใยสั้นและเยื่อใยยาวผสมกัน ซึ่งเส้นใยเหล่านี้สามารถนำมาผลิตใช้ใหม่ได้อีก สำหรับงานวิจัยนี้จึงได้นำกระดาษหนังสือพิมพ์กลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ในรูปของสารตัวเติมใส่ในยางธรรมชาติ โดยนำกระดาษมาย่อยให้มีขนาดเล็กลงหรือทำให้มีสภาพเป็นเยื่อกระดาษก่อน แล้วจึงนำกระดาษมาใส่เป็นสารตัวเติมในยางธรรมชาติ ใช้ระบบการวัลคาไนซ์ยางด้วยกำมะถันเพื่อทำเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีราคาถูก ไม่มีการระบุมาตรฐานแน่นอนในทางการค้า เช่น ยางปูพื้น ทำให้สามารถเพิ่มมูลค่ากระดาษ ลดปัญหาสิ่งแวดล้อม นำกระดาษหนังสือพิมพ์มาฉีกเป็นชิ้นให้มีขนาดเล็กลง แล้วนำมาเข้าเครื่องปั่นให้เป็นผงละเอียด ต่อจากนั้นนำมาร่อนผ่านตะแกรงขนาด 10 และ 50 เมช เพื่อแยกขนาด อบด้วยความร้อนที่อุณหภูมิประมาณ 70oC ให้มีความชื้นน้อยกว่า 0.8% แล้วนำมาใช้เป็นสารตัวเติมในยางธรรมชาติ โดยแปรปริมาณของกระดาษหนังสือพิมพ์ 0, 10, 20 และ 40 ส่วน / ยางธรรมชาติ 100 ส่วน (phr) และใช้ยางธรรมชาติอิพอกไซด์ (ENR) ที่มีปริมาณหมู่อิพอกไซด์ ระดับ 10, 20 และ 30 % โมล เตรียมยางคอมพาวนด์ ด้วยเครื่องบดสองลูกกลิ้ง โดยใช้เวลาในการผสมประมาณ 20 นาที / สูตรสมบัติยางคอมพาวนด์ที่ทดสอบได้แก่ ความหนืดมูนนี่ (Mooney viscosity ตามมาตรฐาน ASTM D1646); ลักษณะการวัลคาไนซ์ของยาง (ตามมาตรฐาน ASTM D2084) ความถ่วงจำเพาะ(ใช้หลักการแทนที่น้ำ) สมบัติเชิงกลของยางวัลคาไนซ์ (ตามมาตรฐาน ASTM D412) ได้แก่ 100%มอดุลัส, ความทนทานต่อแรงดึง และความสามารถยืดยางจนขาดความทนทานการฉีกขาด (ตามมาตรฐาน ASTM D624 : die B);; ความแข็ง (ตามมาตรฐาน ASTM D2240); การบ่มเร่งด้วยอากาศร้อน (ตามมาตรฐาน ASTM D 573); การดูดซึมน้ำ และลักษณะทางสัณฐานวิทยา

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินงาน

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการออกแบบและวางโครงสร้าง
3. ม้วนกระดาษหนังสือพิมพ์ทากาวลาเท็กซ์
4. นำม้วนที่ได้มาติดเลียงกันกับพื้นยางรองเท้า
5. นำชิ้นส่วนแต่ละชิ้นมาประกอบเป็นชิ้นงาน
6. ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นของการทำงาน

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

แผนการปฏิบัติงาน

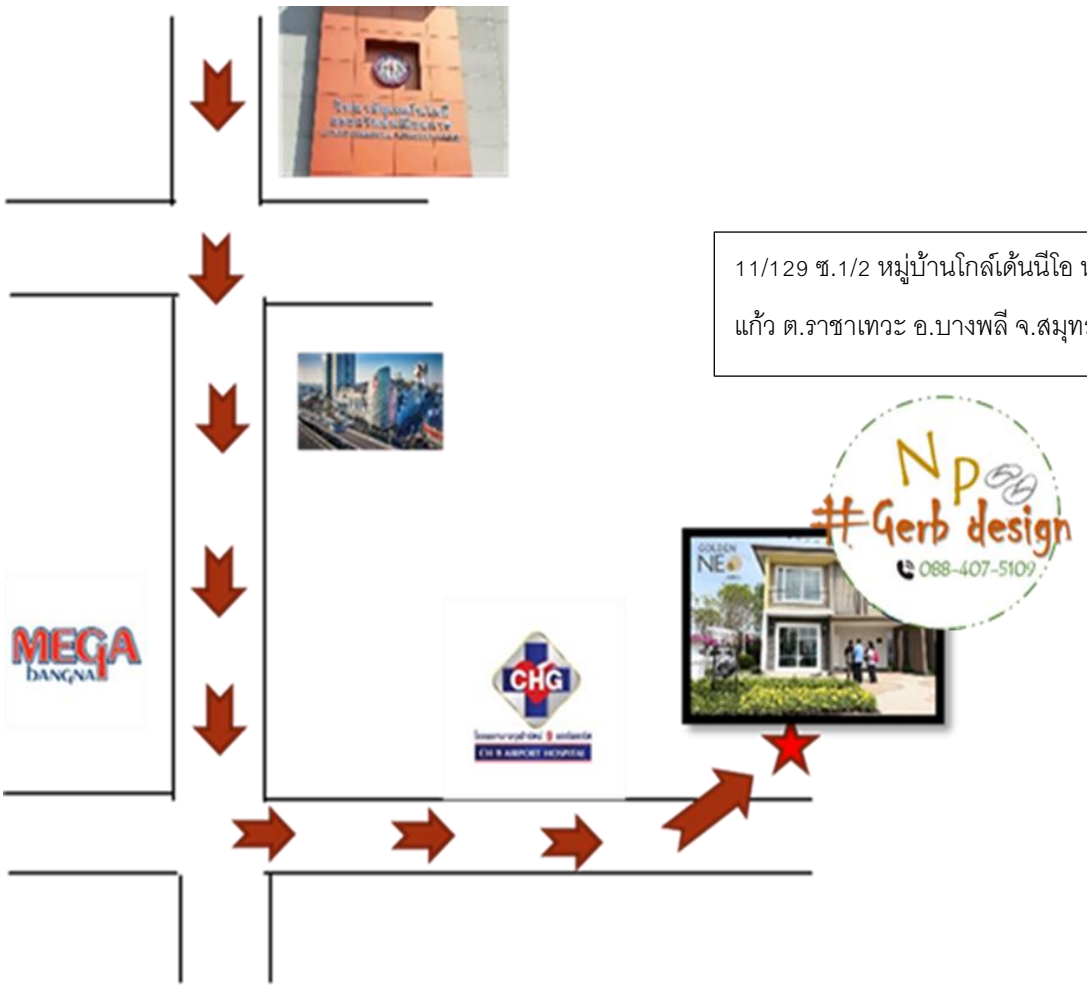
ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมคิดรูปแบบนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์	↔								
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ	↔								
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	↔	↔							
4. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์			↔						
5. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถาน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

วัน,เวลา,สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน 11/129 ซ.1/2 หมู่บ้านโกล์เด้นนีโอ หมู่ 14 ถ.กิ่งแก้ว ต.ราชาเทวะ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

สถานที่ปฏิบัติงาน



11/129 ซ.1/2 หมู่บ้านโกล์เด้นนีโอ หมู่ 14 ถ.กิ่งแก้ว ต.ราชาเทวะ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 2,000 บาท

1.	พื้นยางรองเท้า	50	บาท	
2.	เรซิ่น	250	บาท	
3.	กรรไกร	-	บาท	-
4.	เชือกอ่อนเกลียว	35	บาท	
5.	สายรัดรองเท้า	20	บาท	
6.	กระดาษหนังสือพิมพ์	-	บาท	
7.	สก็อตกาวยาง	95	บาท	
8.	ช้อนชักรองเท้าพลาสติก	-	บาท	
9.	กะลามะพร้าว	-	บาท	
10.	ค่าป้ายนำเสนองานและอื่นๆ	480	บาท	
	รวม	930	**บาท**	

การจัดทำแผนธุรกิจ

1. บทสรุปผู้บริหาร

แนวความคิดในการดำเนินธุรกิจ

บริษัท NP Gerb Design เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน พ.ศ. 2562 โดยมีทุนจะทะเบียน 200,000บาท โดยมีคุณภวิกา ชยคุณากรขจรเป็นผู้ก่อตั้งบริษัท และคุณกิตติยา ปรางศรีเป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ตั้งอยู่ 11/129 ม.14 หมู่บ้านโกล์เด้นนีโอ ถ.กิ่งแก้ว ต.ราชาเทวะ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540 โดยเริ่มต้นจากมองเห็นว่าในปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยถึงแม้ว่าจะเป็นสื่อที่ล้าสมัย แต่ยังคงมีการตีพิมพ์และมีการจำหน่ายอยู่ทุกวันแม้ว่าผู้คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันจะไม่นิยมอ่านข่าวสารจากหนังสือพิมพ์แล้วก็ตาม จึงมีแนวความคิดที่จะทำการวิจัยและทดลองผลิตสินค้าด้วยวิธีการรีไซเคิลหนังสือพิมพ์ให้กลายเป็นสินค้าและจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ NP Gerb Design

กิจการสามารถเผชิญการแข่งขันในปัจจุบันและเติบโตได้อีก เพราะปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ให้ความสำคัญและแสวงหาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกิจการ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว วัยทำงาน พนักงานบริษัท/กลุ่มวัยเรียน นิสิต-นักศึกษา อาศัยอยู่ตามหอพักและ

อื่นๆที่มีความชื่นชอบสินค้ารองเท้าแตะแบบสวมใส่อยู่ในบ้านและนอกบ้านได้ และเป็นหนึ่งในสินค้าที่ได้รับความนิยม เพราะมีความทนทานและมีเอกลักษณ์ตราสินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความแปลกไม่เหมือนใคร

ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของธุรกิจ

ผลิตภัณ์รองเท้าเป็น 3 รูปแบบ มีแบบรองเท้าหนีบ รองเท้าสวม และรองเท้ารัด คุณภาพมีความแข็งแรง ทนทาน สามารถใช้งานได้จริง มีการออกแบบโดยการนำกระดาษหนังสือพิมพ์มาติดเข้ากับตัวยางรองเท้า เพื่อให้สินค้าเกิดความน่าสนใจ มีขนาดไซส์ให้ลูกค้าได้เลือกตั้งแต่เบอร์ 36-40 ซึ่งเป็นไซส์รองเท้าผู้หญิง ตราสินค้ามีการออกแบบให้จดจำได้ง่ายด้วยลวดลายของกระดาษหนังสือพิมพ์เพื่อการจดจำที่ง่ายขึ้นเพราะมีความคล้ายครึงกับตัวสินค้า การบรรจุภัณฑ์จะบรรจุผลิตภัณฑ์ใส่ถุงกระดาษแสดงของทางร้าน

สภาวะตลาด

ในปัจจุบันตลาดที่มีผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับรองเท้าแตะมีมากขึ้น มีการเจริญเติบโตมีการแข่งขันทางการตลาดเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบธุรกิจต่างหาช่องทางในการขายสินค้ามีการแข่งขันในการขายเช่นเดียวกัน แต่ธุรกิจรองเท้าแตะจากกระดาษหนังสือพิมพ์ได้นำกลยุทธ์ทางการตลาดมาพัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอย่างดี และการพัฒนาทางด้านตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพและดูสวยงาม มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง

ลูกค้าเป้าหมาย

ตลาดเป้าหมายของธุรกิจคือกลุ่มนักท่องเที่ยว นักเรียนนักศึกษาอายุระหว่าง 15-22 ปี และกลุ่มวัยทำงานตอนต้นมีอายุระหว่าง 25-35 ปี ที่นิยมใส่รองเท้าแตะมีสไตส์มีเอกลักษณ์เป็นมิตรกับสอ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับกลุ่มนี้

กลยุทธ์ทางการตลาด

บริษัท NP Gerb Design จะกำหนดตลาดของบริษัทอยู่ที่กลุ่มลูกค้าคนยุคใหม่ จะเน้นความเป็นเอกลักษณ์ด้านการออกแบบอาศัยไอเดียและความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญ สินค้าต้องมีความสวยงาม เน้นใช้วัสดุที่ดีมีความคงทนมีการใช้ทักษะหรือเทคนิคการผลิตโดยเฉพาะผ่านขั้นตอนการผลิตที่มีคุณภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า มีรูปแบบ 3 แบบ แต่ก็จะมีข้อแตกต่างมีจุดเด่นในรายละเอียดปลีกย่อยของชิ้นงานที่มีความประณีตสวยงามทันสมัยบริษัทจะหมั่นปรับปรุงชิ้นงานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและพัฒนาคุณภาพของชิ้นงานให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ดังนั้น ทางบริษัทจะวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์อยู่ในกลุ่มคนยุคใหม่ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าผู้ชื่นชอบงานฝีมือ งาน Handmade แล้วสร้างจุดเด่นของสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ตลอดจนพัฒนารูปแบบสินค้าให้เป็นที่น่าสนใจของกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสให้ขายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น แล้วจึงขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ โดยการขายผ่านเพจเฟสบุ๊ค,ไลน์

แผนการผลิตหรือการบริการ

สิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำธุรกิจสินค้ารองเท้าแตะกระดาษหนังสือพิมพ์ ให้มีความโดดเด่นของสินค้า ความมีเสน่ห์ในกระบวนการผลิตที่คือต้องใช้ความประณีต พิถีพิถันในแต่ละขั้นตอน จนกลายมาเป็นสินค้าหนึ่งชิ้น แต่ในเมื่อธุรกิจกลุ่มนี้ก็มีพื้นฐานคล้ายกัน จึงทำให้ธุรกิจต้องสร้างจุดขายที่มากกว่า เพื่อเพิ่มความโดดเด่นให้กับธุรกิจในแบบที่ไม่เหมือนใคร ไม่ว่าจะเป็นการใช้วัสดุที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน หรือจะเป็นวิธีการผลิตแบบใหม่ หรือการใช้สองสิ่งผสานรวมกันจนได้ความแปลกใหม่ให้ธุรกิจรองเท้าแตะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การที่ธุรกิจของเรามีความแข็งแรงนอกเหนือจากที่ต้องมีความโดดเด่นในเรื่องของสินค้าและการพัฒนาสินค้าให้มีความแปลกใหม่อยู่เสมอก็จะทำให้แบรนด์ไปได้ไกลกว่าคนอื่นและทางบริษัทจะพัฒนาให้สินค้าเข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภคนอกจากนี้ก็จะคิดถึงการต่อยอดสินค้าเช่นการนำกระดาษหนังสือพิมพ์ไปประดิษฐ์เป็นกระเป๋า หรือจะเป็นการนำกระดาษหนังสือพิมพ์ไปประดิษฐ์ของใช้ต่างๆอีกด้วยในอนาคตเพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าที่สำคัญยังทำให้แบรนด์ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่และมีความคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอ

การบริหารจัดการ

กิจการมีการบริหารจัดการโดย อำนาจการตัดสินใจของกิจการขึ้นอยู่กับประธาน แต่เพียงผู้เดียวจึงทำให้กิจการไม่ประสบปัญหามากนัก มีการวางระบบงานของแต่ละฝ่ายที่ชัดเจนลงรายละเอียดงานให้มากที่สุดก็สามารถช่วยลดข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้ ช่วยประหยัดต้นทุนการผลิตและถึงจะมีพนักงานมาช่วยทำงานก็ออกมามีประสิทธิภาพได้เหมือนกับทำเอง ธุรกิจก็สามารถขยายเติบโตขึ้นได้ซึ่งเมื่อเริ่มต้นวางงานด้วยตนเองแล้วก็ควรที่จะจบงานด้วยตนเองด้วยตรวจเช็คคุณภาพงานที่ทำเสร็จทุกครั้งเพื่อรักษามาตรฐานของแบรนด์เอาไว้

สรุปผลทางการเงิน

ปัจจุบันกิจการมีเงินลงทุนทั้งหมด 200,000 บาท ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 7,731,740.00บาท ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 197,751.82 บาท ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขายปีที่ 3 เป็นเงิน 604,558.50 บาท กำไรสะสมปีที่ 3 เป็นเงิน 242,135.47 บาท ภายในระยะเวลา 3 ปี มีเงินหมุนเวียนภายในกิจการ 5,737,931.53 บาท

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจต่อธนาคารพาณิชย์

โดยวัตถุประสงค์เพื่อ

1.เพื่อขยายธุรกิจ

2.เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ

3.เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือ แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มก่อตั้ง

ประวัติบริษัท

บริษัท NP Gerb Design ก่อตั้งเมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2562 โดย คุณภวิกา ชัยคุณากรขจร เป็นผู้ก่อตั้งสถานที่ประกอบการคือ เลขที่ 11/129 ซ.1/2 หมู่ 14 ตำบล ราชาเทวะ อำเภอ บางพลี สมุทรปราการ 10540 เปิดบริษัทครั้งแรกที่หมู่บ้านโกล์เด้นนีโอ โดยมีการลงทุนกับเพื่อนที่ต้องการทำธุรกิจร่วมผู้ร่วมลงทุนมีดังนี้ คุณภวิกา ชัยคุณากรขจร และ คุณกิตติยา ปรางศรี ทั้งหมดมีความคิดเห็นที่จะประกอบธุรกิจ NP Gerb Design ร่วมกัน ความมีเสน่ห์ของรองเท้าแตะกระดาษหนังสือพิมพ์ ไม่ใช่แค่รองเท้าแตะธรรมดาทั่วไป เท่านั้นแต่เรายังมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นและการออกแบบลายของรองเท้าแตะที่ใช้กระดาษหนังสือพิมพ์ในการผลิตรองเท้า

ซึ่งรองเท้าแตะกระดาษหนังสือพิมพ์ของเรานั้นมีความหลากหลายไซส์ และลวดลายหลากหลายแบบให้เลือก ผู้ประกอบการจะต้องให้ความเอาใจใส่ในการรักษาคุณภาพมาตรฐานของการผลิต และวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งในย่านการประดิษฐ์ที่มีผู้คนพลุกพล่าน ทั้งหมดเลือกที่จะเปิดกิจการที่หมู่บ้านโกล์
เด้นนีโอ โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวที่นิยมสินค้าที่แปลกใหม่งาน Handmard งานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยการนำเสนอสินค้าคุณภาพดีเป็นงานฝีมือและบริการที่เป็นกันเอง

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน	ระยะคาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	จัดตั้งบริษัท NP Gerb Design รองเท้าแตะจากกระดาษหนังสือพิมพ์	1 เดือน	30 วัน
	จดทะเบียน บริษัทจำกัด	2 อาทิตย์	14 วัน
	ประชุมบอร์ดบริหารทุกฝ่าย	2 อาทิตย์	14 วัน
	ทำวิจัยกลุ่มคนทั่วไปที่สนใจนวัตกรรมจากสิ่งของเหลือใช้	1 เดือน	30 วัน
	สรุปผลวิจัย นำข้อมูลมาประชุมและเริ่มดำเนินการ	1 อาทิตย์	7 วัน
	เริ่มเปิดตัวผลิตภัณฑ์กล่องมหาสมบัติจากแผ่นซีดีและโฆษณาผลิตภัณฑ์	1 เดือน	30 วัน
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		**4 เดือน 1 อาทิตย์**	**125 วัน**

4. ผลิตภัณฑ์

4.1 รายละเอียดสินค้า

ผลิตภัณฑ์รองเท้าเป็น 3 รูปแบบ มีแบบ รองเท้าหนีบ รองเท้าสวม และรองเท้ารัด คุณภาพมีความแข็งแรง ทนทาน สามารถใช้งานได้จริง มีการออกแบบโดยการนำกระดาษหนังสือพิมพ์มาติดเข้ากับตัวยางรองเท้า เพื่อให้สินค้าเกิดความน่าสนใจ มีขนาดไซส์ให้ลูกค้าได้เลือกตั้งแต่เบอร์ 36-40 ซึ่งเป็นไซส์รองเท้าผู้หญิง ตราสินค้ามีการออกแบบให้จดจำได้ง่ายด้วยลวดลายของกระดาษหนังสือพิมพ์เพื่อการจดจำที่ง่ายขึ้น เพราะมีความคล้ายคลึงกับตัวสินค้า การบรรจุภัณฑ์จะบรรจุผลิตภัณฑ์ใส่ถุงกระดาษแสดงโลโก้ของทางร้าน รองเท้าแตะจากกระดาษหนังสือพิมพ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการรีไซเคิล จากช่างฝีมือที่มากประสบการณ์ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าสร้างมูลค่า ด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์ การนำกลับมาใช้ใหม่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วๆไป การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉราะและเป็นที่สนใจของผู้บริโภค เพราะมีคุณภาพ ความคงทน ความคุ้มค่าและที่สำคัญเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยมีอยู่ที่ราคาเริ่มต้น 149 บาท

- รองเท้าแบบหนีบ 149 บาท
- รองเท้าแบบสวม 149 บาท
- รองเท้าแบบรัด 149 บาท

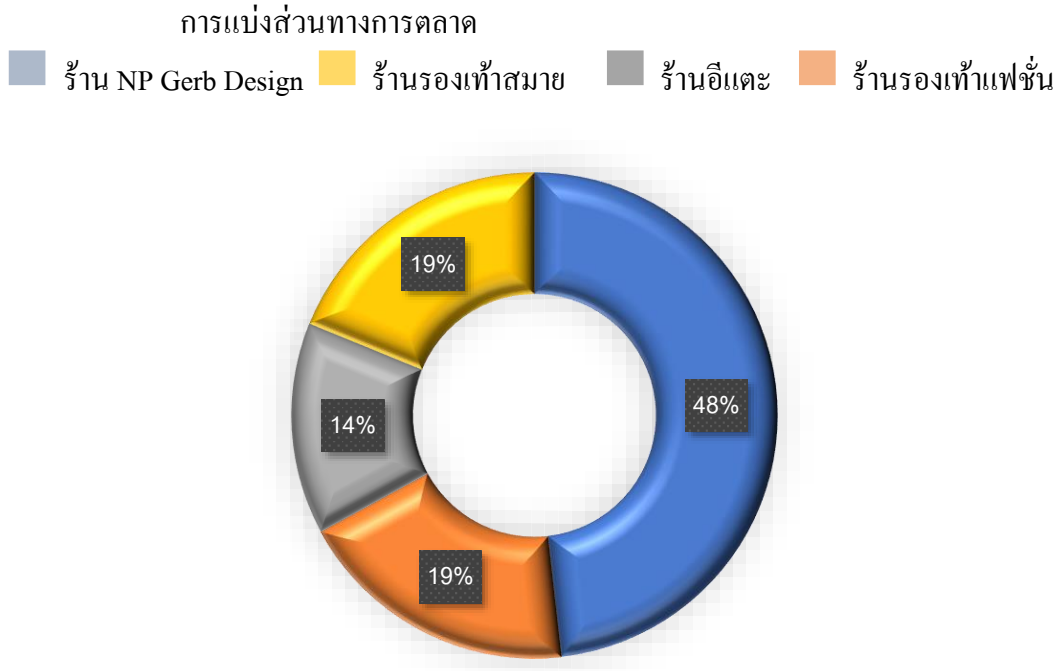
ภาพสินค้า

5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด

บริษัทได้ใช้กลยุทธ์การสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภค จากการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย อาจมาจากสาเหตุต่างๆ เช่น ความชอบ ความพึงพอใจที่ต้องการผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์เป็นของตนเอง จากกระแสการใช้สินค้าแฮนด์เมดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีความนิยมมากขึ้น ทางบริษัทจึงได้นำผลิตภัณฑ์รองเท้าแตะจากกระดาษหนังสือพิมพ์ออกจำหน่ายสู่ตลาด เพื่อตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีความชอบไลฟ์สไตล์แตกต่างกันออกไป

5.2 ส่วนแบ่งทางการตลาด



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

ธุรกิจบริษัท NP Gerb Design ยังได้รับความนิยมเนื่องจากสินค้าที่มีความแปลกใหม่ผู้บริโภคให้ความสนใจในรองเท้าแตะที่ทำมาจากกระดาษหนังสือพิมพ์มากยิ่งขึ้น คัดสรรวัตถุดิบเหลือใช้มาก่อให้เกิดประโยชน์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างจากรองเท้าแตะทั่วๆไป ถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่ง ของบริษัท NP Gerb Design ทำให้เพิ่มมูลค่าสินค้าและสร้างการดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้มาสนใจในรองเท้าแตะกระดาษหนังสือพิมพ์เป็นจำนวนมากอีกด้วย

5.4 ตลาดเป้าหมาย

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ คือ

1.กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท อายุ 25-35 ปี

2.กลุ่มวัยเรียน นิสิต-นักศึกษา อายุ 15-24 ปี อาศัยอยู่ตามหอพัก

เป็นกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความต้องการสินค้าที่มีการออกแบบที่เป็นสิ่งแปลกใหม่โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะคำนึงถึงการในระยะการใช้งาน คุณภาพ ความคุ้มค่าในการซื้อสินค้า จึงทำให้บริษัท เราต้องขยายตัวเพื่อที่จะเจาะกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจการก็คือผู้บริโภค ที่มีความสนใจในตัวสินค้าสิ่งแปลกใหม่สวยงาม ต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่าย และสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งานได้ดี และสามารถทดแทนในกลุ่มสินค้าทั่วไปได้ในคุณภาพระดับเดียวกัน

5.6 สภาพการแข่งขัน

สภาวะการแข่งขันของตลาดสินค้าแฮนด์เมด จะมีความรุนแรงน้อยกว่าตลาดสินค้าทั่วไป เพราะผู้ประกอบการรายใหม่ที่สามารถอยู่ในตลาดเป็นเวลานานได้นั้นมีน้อยราย เนื่องจากจำเป็นต้องมีแรงงานที่มีฝีมือ มีทักษะสูง และมีเงินลงทุนสำหรับการออกแบบใหม่ๆเสมอ ได้นำกลยุทธ์ทางการตลาดมาพัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอย่างดี และการพัฒนาทางด้านตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพและดูสวยงาม มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง

5.7 คู่แข่งขัน

-ร้านรองเท้าสมาย

-ร้านอีแตะ

-ร้านรองแฟชั่น

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่งขัน

การเปรียบเทียบ	ร้าน NP Gerb Design	ร้านรองเท้าสมาย	ร้านอีแตะ	ร้านรองเท้าแฟชั่น
ด้านสินค้า	รองเท้าแตะกระดาษหนังสือพิมพ์	รองเท้าแฟชั่น รองเท้าแตะ รองแตะแบรนด์เนม	รองเท้าแฟชั่น รองเท้าแตะ	รองแตะแฟชั่นทุกรุ่นทุกยีห้อ
ราคา	149 บาท	ราคา 550 บาท	ราคา 600 บาท	ราคา 1,100 บาท
ช่องทางการจัดจำหน่าย	-ร้าน NP Gerb Design และพื้นที่ใกล้เคียง สนามบินสุวรรณภูมิ -ขายผ่านเพจ Facebook NP Gerb Design	-สาขาในห้าง -ตัวแทนจัดจำหน่าย -Facebook	-ตัวแทนจัดจำหน่าย -Facebook	-Internet -ตัวแทนจัดจำหน่าย -Facebook
การส่งเสริมการตลาด	-ประชาสัมพันธ์ -ป้ายหน้าร้าน -เมื่อกดไลค์กดแชร์เพจ Facebook NP Gerb Design พร้อมแท็กเพื่อนในเฟส3 ท่าน จะมีส่วนลดให้ทันที 10บาท	- ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าครบ1,500 บาท ลด 10 % -การแจกใบปลิว	-จัดส่งฟรีลงทะเบียน เมื่อสั่งซื้อครบ 2,000 บาท -การแจกใบปลิว	-จัดส่งสินค้าฟรีในพื้นที่ใกล้เคียง -การแจกโบชัว

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน(Weaknesses)
1. ด้านการตลาด	1.มีส่วนลดจากการส่งเสริมการขาย 2.สินค้าราคาถูกเมื่อเทียบกับคู่แข่งขัน 3.มีขั้นตอนการจัดจำหน่ายดำเนินการอย่างเป็นระบบ	1. เป็นธุรกิจใหม่ จึงทำให้ตัวสินค้าและแบรนด์สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จัก จึงต้องใช้เวลาในการทำโฆษณาส่งเสริมการขาย 2.สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม
2. ด้านการเงิน	1. ธุรกิจมีเงินสดและเงินทุนสำรอง 2. มีการตรวจสอบสถานะทางการเงินบริษัทเป็นประจำ	-
3. ด้านการผลิต	1.มีการจัดวางระบบงานที่ดีมีประสิทธิภาพ 2.มีบุคลากรที่มีความชำนาญ 3.มีการประหยัดทรัพยากรและใช้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. การผลิตสินค้าแต่ละชิ้นใช้เวลานานเพราะต้องใช้ความปราณีตและควาละเอียด ทำให้ผลงานที่จะทำแต่ละชิ้นเกิดความล่าช้า
4. ด้านการบริหารการจัดการ	1. มีการวางแผนการทำงานล่วงหน้า 2. มีการแบ่งหน้าที่ที่ชัดเจนในการทำงาน 3. มีบุคลากรที่มีความชำนาญ 4. มีการประหยัดทรัพยากรและใช้อย่างมีประสิทธิภาพ	-

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
1. การแข่งขัน	1. คู่แข่งขันมีน้อย 2. ยังไม่มีผู้ประกอบการที่ผลิตจากวัสดุประเภทเดียวกันในเขตพื้นที่เดียวกัน	-
2. ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	1.กลุ่มเป้าหมายที่มีความที่ชอบสินค้าประเภทแฮนด์เมดมีมากขึ้น	1.มีผู้บริโภคบางคนขาดความเข้าใจในสินค้าประเภทรีไซเคิล
3. เทคโนโลยี	1.เทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์ที่มีคุณภาพ สะดวกรวดเร็ว สามารถเข้าถึงบุคคลได้ทุกเพศทุกวัย	1. การลงทุนในด้านเทคโนโลยีเครื่องมือสื่อสาร มีค่าใช้จ่ายสูง
4. สังคม	1. ยังไม่เป็นที่รู้จักมากพอในกลุ่มลูกค้าทั่วไป2. ผู้บริโภคเริ่มหันมาใช้สินค้ารีไซเคิลหรือผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายง่าย	
5. สภาพเศรษฐกิจ	1.การประหยัดค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคช่วยทำให้ สินค้าของเราอยู่บนทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค	1.สภาพเศรษฐกิจประเทศไทยชะลอตัวทำให้ผู้บริโภคมีปริมาณการซื้อสินค้าน้อยลง 2. ค่าครองชีพมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า
6. กฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับ	1.ปัจจุบันรัฐมีการสนับสนุนธุรกิจ SME เป็นอย่างมาก	1.ระเบียบข้อบังคับของกฎหมายในการจัดตั้งธุกิจที่มีความยุ่งยากและซับซ้อน

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	บริษัท NP Gerb Design
ที่อยู่ / ที่ตั้งกิจการ	11/129 ซ.1/2 ม.14 บ้านโกล์เด้นนีโอ ถ.กิ่งแก้ว ต.ราชา เทวะ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	เป็นธุรกิจที่มีผู้ร่วมลงทุน
ทุนจดทะเบียน	200,000 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 – เดือนกุมภาพันธ์2563
หมายเลขทะเบียนการค้า	1659900774300

6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร	ประธาน
2	นางสาวกิตติยา ปรางศรี	รองประธาน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจในการบริหารจัดการของทางร้านขึ้นอยู่กับ นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจรเท่านั้น ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจสั่งการสูงสุดภายในร้าน

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1	นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร	10,000.00	100,000.00	60%
2	นางสาวกิตติยา ปรางศรี	10,000.00	100,000.00	40%
รวมจำนวนหุ้น		**20,000.00**	**200,000.00**	**100%**

***มูลค่าหุ้นละ 5 บาท**

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

A. ชื่อ-นามสกุล นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร อายุ 21 ปี

การศึกษา

ระดับการศึกษา จากวิทยาลัยสารพัดช่างน่าน ปีการศึกษา 2560

ระดับประประกาศนัยบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2560 บริษัท ทรูมูฟเอสจำกัดสาขาน่าน ตำแหน่ง พนักงานตอนรับ

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 เหรียญทองจากการประกวดมาร์เก็ตติ้ง จากวิทยาลัยเทคนิคน่าน

B. ชื่อ-นามสกุล นางสาวกิตติยา ปรางศรี อายุ 20 ปี

การศึกษา

จบชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนขุนหาญวิทยาสรรค์ ปีการศึกษา 2560

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ฝึกงานที่บริษัทรุ่งเรืองจำกัด

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

รางวัลชนะเลิศอันดับ 1 เหรียญทอง จากการประกวดโครงการศิลปะ จากโรงเรียนขุนหาญวิทยาสรรค์

6.6 แผนผังองค์กร

นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร

ประธาน

นางสาวกิตติยา ปรางศรี

รองประธาน

6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

A.	ชื่อ	นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร
	ตำแหน่ง	ประธานบริษัท
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	วางแผนการบริหารการจัดการ ภายในบริษัท
	การศึกษา / คุณสมบัติ	กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชั้นสูง (ปวส.)
	อัตราเงินเดือน	18,000
B.	ชื่อ	นางสาวกิตติยา ปรางศรี
	ตำแหน่ง	รองประธานบริษัท
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	ช่วยในการบริหารจัดการทุก ๆฝ่ายในบริษัท
	การศึกษา/คุณสมบัติ	กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชั้นสูง (ปวส.)
	อัตราเงินเดือน	14,000

6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน
1.	นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร	ประธาน	1	18,000.00
2.	นางสาวกิตติยา ปรางศรี	รองประธาน	1	14,000.00
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			2	**32,000.00**

6.9 วิสัยทัศน์

นำเสนอสินค้ามีคุณภาพ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเลิศที่มีความแตกต่างตอบโจทย์ของลูกค้าที่ชื่นชอบในงาน HANDMADE สินค้าของเราจะต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานของเราเพื่อสร้าง
แบรนด์ให้เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป

6.10 พันธกิจ

1. จัดระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพและพัฒนารูปแบบการผลิตอย่างต่อเนื่อง
2. สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่และการบริการ
3. บริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและมีผลประกอบการที่น่าพอใจเพื่อสร้างผลกำไรในธุรกิจ
4. สร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานของผลิตภัณฑ์

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. เพื่อผลิตและจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคแหล่งจำหน่ายสินค้าเขตพื้นที่ใกล้เคียง
2. ต้องการให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้า
3. ธุรกิจต้องการคืนทุนภายในระยะเวลา 3 ปี

เป้าหมายระยะกลาง

1. เพื่อผลิตและจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคบริเวณใกล้เคียง
2. ต้องการให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
3. ธุรกิจต้องการคืนทุนภายในระยะเวลา 3 ปี

เป้าหมายระยะยาว

1. เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีมากขึ้นจนเป็นที่กล่าวขานของกลุ่มลูกค้าทั่วไป
2. สามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้ได้มากที่สุด และเพิ่มลูกค้ารายใหม่อยู่เสมอ
3. เป็นผู้นำตลาดที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงที่สุด และมีกำไรในปีต่อไปเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากปี ก่อนหน้าอีก 10%

6.12ปัจจัยความสำเร็จ

1. การบริการอันประทับใจมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า
2. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ
3. มีแหล่งวัตถุดิบที่มีราคาถูกและมีการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาให้แก่ลูกค้า

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีนโยบายแบ่งเงินปันผลให้กับหุ้นส่วนทุกๆคน โดยยึดหลักในการครองถือหุ้น
2. หลังจากปีที่ 2 เป็นต้นไปจะจ่ายเงินปันผลของแต่ละบุคคลตามจำนวนหุ้นส่วน

6.14 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

1. มีการวางแผนการดำเนินการเพื่อเข้าถึงเป้าหมายและสรรหาผู้บริโภครายใหม่
2. มีการขยายกิจการเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มีพื้นที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
3. มีการออกงานจัดแสดงสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าในช่วงเวลากิจกรรมจัดขึ้นตามศูนย์จัดแสดงสินค้าในหลายจังหวัด

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมาย

1. ต้องการให้รับรู้คุณภาพของสินค้าเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย
2. สามารถเพิ่มยอดขายและได้รับผลกำไรเพิ่มขึ้นทุกๆปี
3. ขยายกิจการและเพิ่มสาขาในช่วงระยะเวลาหลังจากปีที่ 3

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวนักเรียนนักศึกษาอายุระหว่าง 15-24 ปี
2. กลุ่มวัยทำงานตอนต้นมีอายุระหว่าง 25-35 ปี

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์รองเท้าเป็น 3 รูปแบบ มีแบบรองเท้าหนีบ รองเท้าสวม และรองเท้ารัด คุณภาพมีความแข็งแรงทนทาน สามารถใช้งานได้จริง มีการออกแบบโดยการนำกระดาษหนังสือพิมพ์มาติดเข้ากับตัวยางรองเท้า เพื่อให้สินค้าเกิดความน่าสนใจ มีขนาดไซส์ให้ลูกค้าได้เลือกตั้งแต่เบอร์ 36-40 ซึ่งเป็นไซส์รองเท้าผู้หญิงส่วนใหญ่ บรรจุภัณฑ์เป็นถุงกระดาษติดด้วยโลโก้ของทางร้าน ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการรีไซเคิล จากช่างฝีมือที่มากประสบการณ์ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า สร้างมูลค่า ด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์ การนำกลับมาใช้ใหม่ มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วๆไปการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และเป็นที่สนใจของผู้บริโภค เพราะมีคุณภาพ ความคงทน ความคุ้มค่าและที่สำคัญเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยมีอยู่ที่ราคาเริ่มต้น 149 บาท

7.3.2กลยุทธ์ด้านราคา

การตั้งราคาผลิตภัณฑ์เป็นเรื่องสำคัญ เพื่อให้เกิดความสมเหตุสมผลกับผลิตภัณฑ์ โดยเลือกการกำหนดราคาตามต้นทุน + กำไร วิธีนี้เป็นการคำนวณว่าต้นทุนของร้านอยู่ที่เท่าใด แล้วบวกค่าขนส่ง ค่าแรง บวกกำไร จึงได้ราคาที่ต้องการ แต่จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ หรือปรับภาพลักษณ์ให้เข้ากับราคานั้น เพื่อไม่ให้ลูกค้าคิดว่าสินค้ามีราคาโอเวอร์เกินความจริงแต่ก็ต้องมีการเปรียบเทียบกับราคาคู่แข่งในท้องตลาด โดยทางร้านจะตั้งราคาให้ถูกกว่าราคาในท้องตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง เพื่อเป็นการแข่งขันกับคู่แข่งในช่วงเปิดตัวสินค้า

ราคา (Price)

สินค้ามีให้เลือก 3 รูปแบบ และมีราคาแตกต่างกันออกไป

รองเท้าแบบหนีบ 149 บาท

รองเท้าแบบสวม 149 บาท

รองเท้าแบบรัด 149 บาท

ช่องทางการชำระเงิน ชำระเงินผ่านทางการโอนเงินเข้าบัญชีผ่านธนาคารหรือระบบ MobieBanking

ธนาคารกรุงไทย

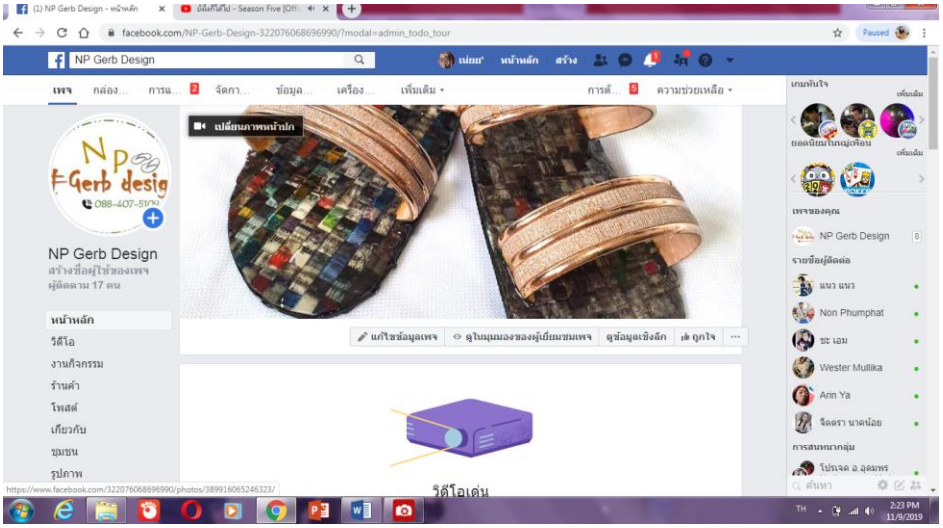
บริการพร้อมเพย์ ผ่านการแสกนคิว

7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานที่ผลิตและจำหน่าย 11/129 ซ.1/2 หมู่บ้านโกล์เด้นนีโอ หมู่ 14 ถ.กิ่งแก้ว ต.ราชาเทวะ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540จำหน่ายสินค้าผ่านทางเพจ Facebook , Line โดยการโพสรูปสินค้าลงบนหน้าเพจพร้อมบอกราคาสินค้าและราคาค่าขนส่งอย่างชัดเจน

ช่องทางการติดต่อออนไลน์

FACEBOOK : ขายผ่านเพจเว็บไซต์ NP Gerb Design

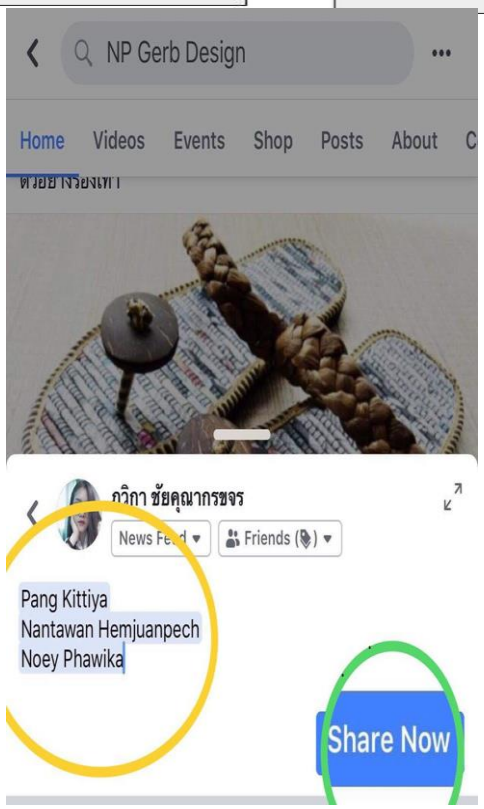


7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

เมื่อลูกค้ากดไลค์ กดแชร์ในเพจ Facebook NP Gerb Design แล้วโพสลงหน้าเฟสบุ๊ค ติดแท็กเพื่อนในเฟสลูกค้าอีก 3 ท่าน ลูกค้าจะได้รับส่วนลด 10 บาท ทันที

โลกช็อค
รองเท้ากระดาษหนังสือพิมพ์
NP GERB DESIGN
ฉบับพิเศษ วันนี้ ทีนี
#Gerb design
รับส่วนลด
ทันที 10 บาท
เพียงลูกค้ากดไลค์หน้าเพจ
FACKBOOK NP GERB DESIGN
นวัตกรรม
การใช้เศษ
ที่โลกต้องจำ
และทำตาม
โดยเด็ก มร.
บริการส่งฟรี
กรุงเทพฯ และปริมณฑล
สอบถามเพิ่มเติม
โทร 088 407 5109
Bangkok Bank

โลกช็อค
รองเท้ากระดาษหนังสือพิมพ์
NP GERB DESIGN
ฉบับพิเศษ วันนี้ ทีนี
#Gerb design
รับส่วนลด
ทันที 10 บาท
เพียงลูกค้ากดไลค์หน้าเพจ
FACKBOOK NP GERB DESIGN
นวัตกรรม
การใช้เศษ
ที่โลกต้องจำ
และทำตาม
โดยเด็ก มร.
บริการส่งฟรี
กรุงเทพฯ และปริมณฑล
สอบถามเพิ่มเติม
โทร 088 407 5109
Bangkok Bank


NP Gerb Design
Home
Videos
Events
Shop
Posts
About
กวิกา ชัยคุณากรชจร
News Feed
Friends
Pang Kittiya
Nantawan Hemjuanpech
Noey Phawika
Share Now

7.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

1. การนำสินค้าไปจัดแสดงไปนอกสถานที่ เช่น งานจัดแสดงสินค้า ห้างสรรพสินค้า

2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์อัพเดตข้อมูลสินค้าและโปรโมชั่นใหม่ๆผ่านทางออนไลน์ FACEBOOK และ LIN

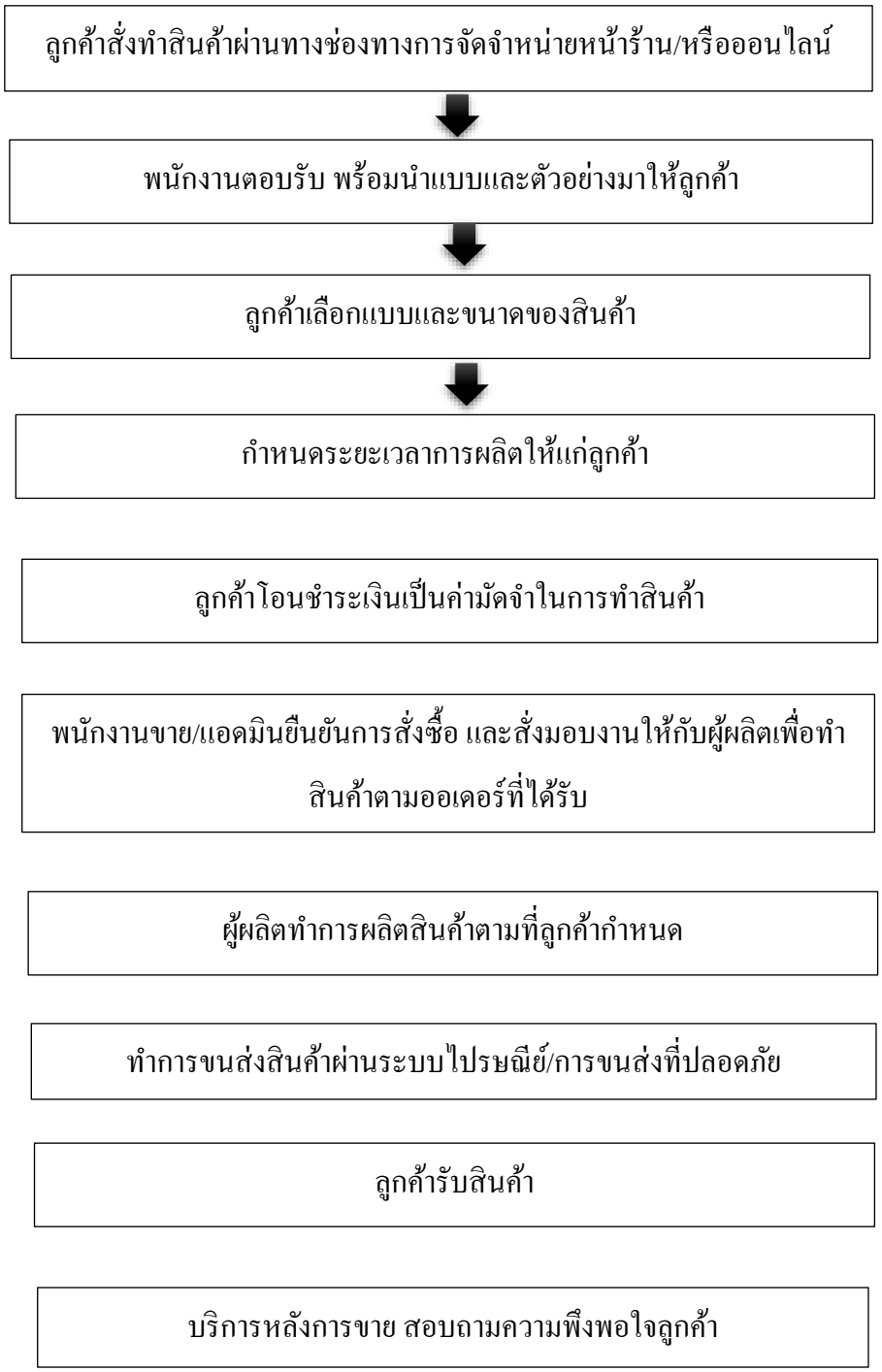
7.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากรบริการ

มีการอบรมและสร้างทีม เซล (แอดมิน) ที่คอยตอบคำถามลูกค้าในเพจ โดยมีการคัดเลือกบุคลากรที่ใช้คอมพิวเตอร์พื้นฐานเป็นพราะเราขายสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ แอดมินจะต้องผ่านการฝึกอบรมและทราบข้อมูลของสินค้าเพื่อที่จะตอบคำถามของลูกค้าได้

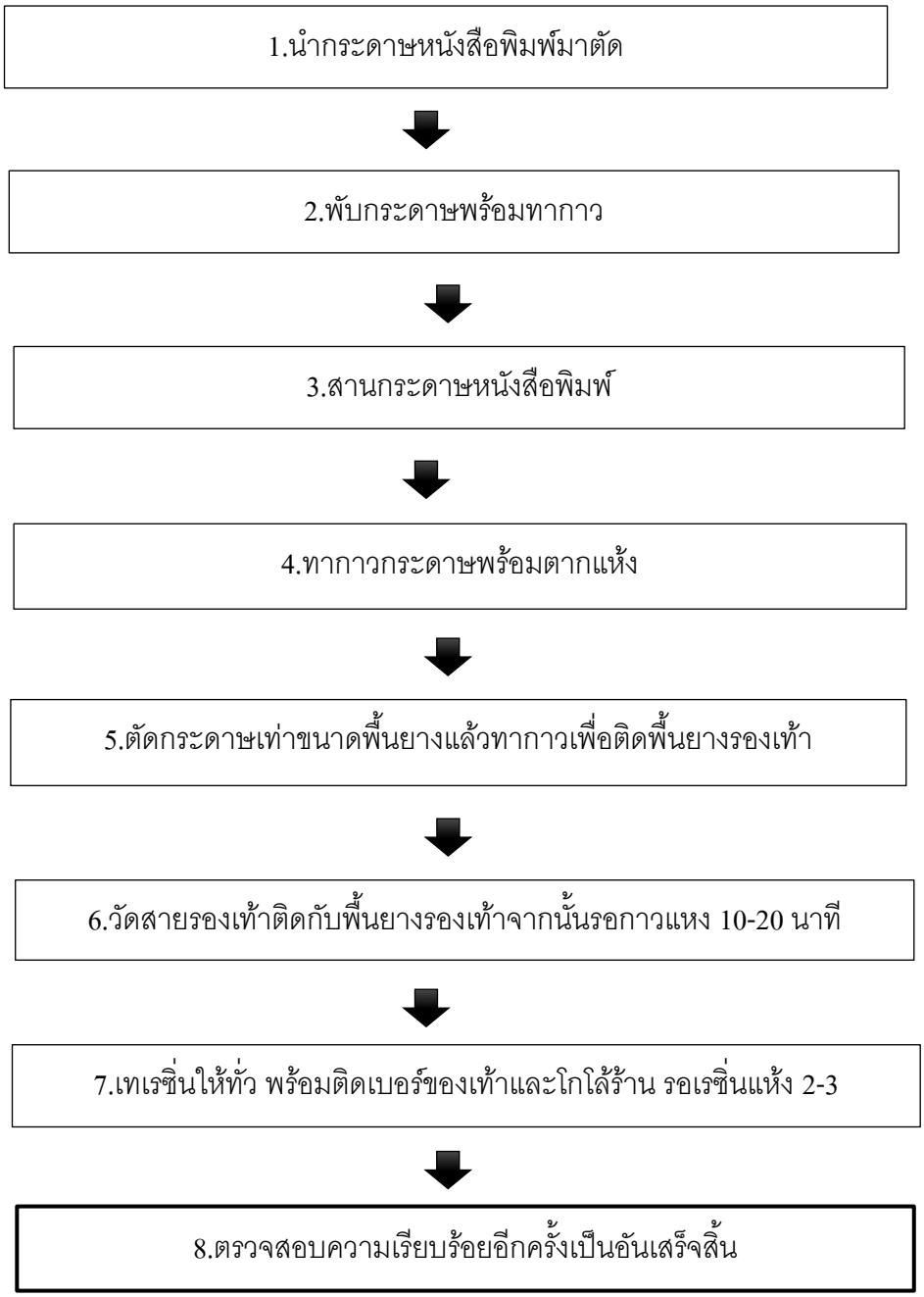
7.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ

ด้านกระบวนการเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบและงานปฏิบัติในด้านบริการเพื่อนำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว ตอบกลับลูกค้าทางอินบล็อกภายในครึ่งชั่วโมง ทางร้านจะใช้คำพูดที่ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย ไม่ทำให้ลุกค้าเกิดความสับสนในการสั่งทำกล่องจากแผ่นซีดี และกำหนดระยะเวลาในการทำให้กับลูกค้าได้รับรู้ มีการติดต่อกลับลูกค้าสม่ำเสมอ

แผนผังกระบวนการให้บริการ



แผนผังกระบวนการผลิต



8. **แผนการผลิต**

8.1 สถานประกอบการในการผลิต

ที่ตั้งสถานที่ 11/129 ซ.1/2 หมู่บ้านโกล์เด้นนีโอ หมู่ 14 ถ.กิ่งแก้ว ต.ราชาเทวะ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

8.2 เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	ลักษณะการใช้งาน	จำนวน	ราคาทุน	อายุ
1	ช้อนชักรองเท้า	ใช้สำหรับการผลิต	3	300.00	3เดือน
2	กรรไกร	ใช้สำหรับการผลิต	3	240.00	3เดือน
	รวม			**640.00**	

8.3 ข้อมูลการผลิต

จำนวนหน่วยการบริการสูงสุด	36คู่/วัน1,080/เดือน12,960/ปี
อัตราประมาณการในการบริการ	36คู่/วัน1,080/เดือน12,960/ปี
เป้าหมายหน่วยการบริการ	36คู่/วัน1,080/เดือน12,960/ปี
เวลาที่ใช้ต่อรอบการบริการ	36คู่/วัน1,080/เดือน12,960/ปี
เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการผลิต	480 นาที / 8 ชั่วโมง

เวลาผลิตต่อวัน	8 ชั่วโมง
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต	1 คน
อัตราค่าแรงงานในการผลิต	350 บาท / วัน

8.4 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

1.กระดาษหนังสือพิมพ์

2. กาว

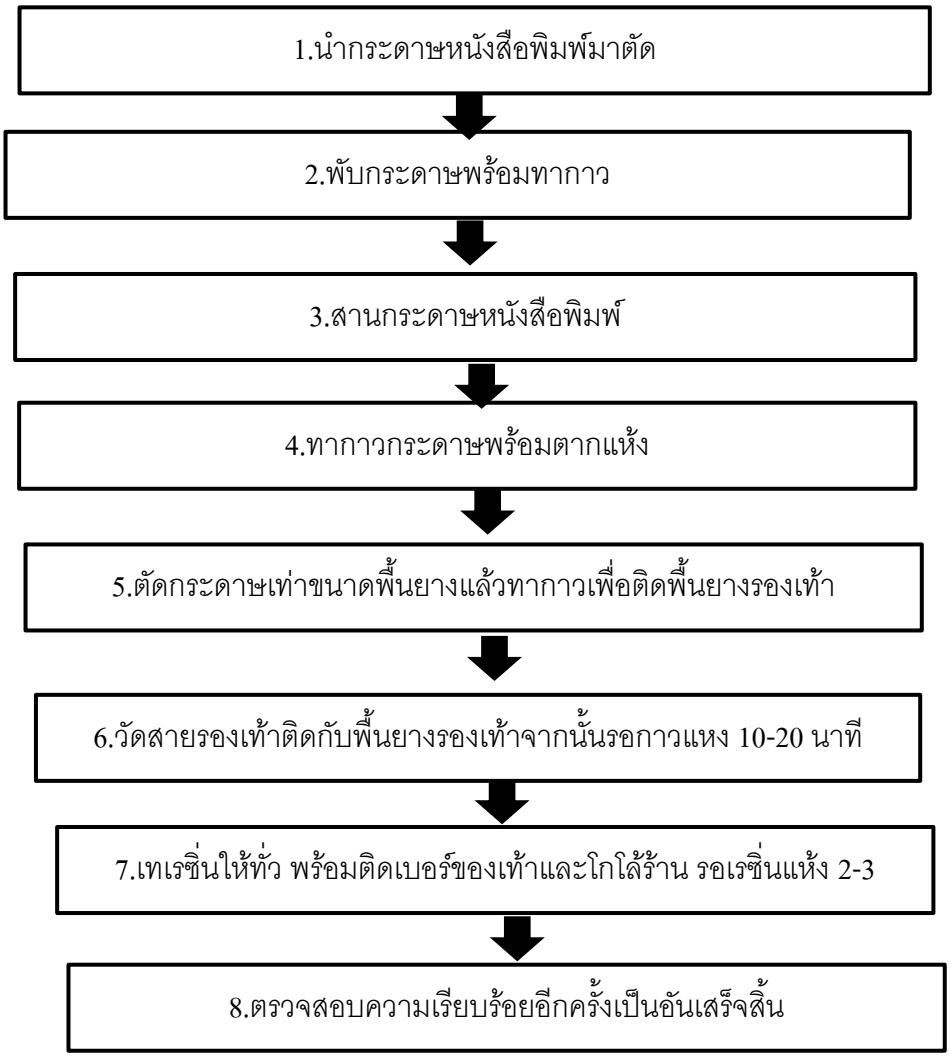
3. เรซิ่น

4. รองเท้าแบบหนีบ

5. รองเท้าแบบสวม

6. รองเท้าแบบรัด

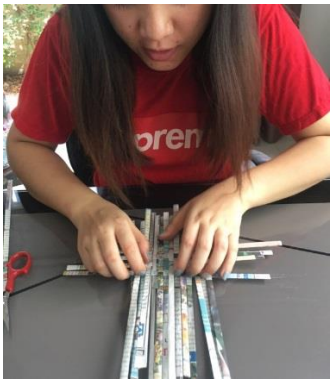
8.6 ขั้นตอนการผลิต



1.นำกระดาษหนังสือพิมพ์มาตัด

2.พับกระดาษพร้อมทากาว

3.สานกระดาษหนังสือพิมพ์



4.ทากาวกระดาษพร้อมตากแห้ง

5.ตัดกระดาษเท่าขนาดพื้นยางแล้วทากาวเพื่อติดพื้นยางรองเท้า

6.วัดสายรองเท้าติดกับพื้นยางรองเท้าจากนั้นรอกาวแหง 10-20 นาที

7.เทเรซิ่นให้ทั่ว พร้อมติดเบอร์ของเท้าและโกโล้ร้าน รอเรซิ่นแห้ง 2-3 ชั่วโมง

8.ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้น

9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินกู้ยืม	รวมมูลค่า
1	เงินสด	200,000.00	-	200,000.00
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	200,000.00	-	200,000.00
	โครงสร้างทางการเงิน (เปอร์เซ็นต์)	**100%**	**-**	**100%**

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1	ที่ดิน	-	-
2	อาคาร	-	-
3	ส่วนตกแต่ง / ปรับปรุง	-	-
4	อุปกรณ์ / เครื่องมือ	ใช้ในการปฏิบัติงาน	5,000.00
5	เครื่องใช้สำนักงาน	ใช้ในการปฏิบัติงาน	2,000.00
6	ยานพาหนะ	ใช้ในการปฏิบัติงาน	55,000.00
7	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-
8	ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-
9	รายการอื่นๆ (ถ้ามี)	-	-
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน			62,000.00

9.3 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้ -%	-	5%	10%
การเปลี่ยนแปลงของราคาค่าบริการ -%	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการบริการ -%	-	5%	10%
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช่จ่าย 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
ระยะเวลาการให้เครดิตค่าบริการ - วัน / เดือน	-	-	-
ระยะเวลาเครดิตสินเชื่อสินค้า -วัน /เดือน	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะสั้นที่ขอกู้ยืม (ถ้ามี) - บาท	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะยาวที่ขอกู้ยืม (ถ้ามี) – บาท	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น - %	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว - %	-	-	-
นโยบายการตั้งสำรองเงินสดในกิจการ	100,000.00		
การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขอื่นๆ	-		
นโยบายทางการเงินอื่นๆ	-		

9.5 ประมาณการในการผลิตรายเดือน

เดือน / รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12
จำนวนสินค้าขาย (คู่)												
รองเท้าแตะแบบหนีบ	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
รองเท้าแตะแบบสวม	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00	420.00
รองเท้าแตะแบบรัด	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00
รวมจำนวนลูกค้า	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00
ค่าบริการ(บาท / หน่วย)												
รองเท้าแตะแบบหนีบ	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00
รองเท้าแตะแบบสวม	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00	490.00
รองเท้าแตะแบบรัด	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
ค่าบริการเฉลี่ย	1,580.00	1,580.00	1,580.00	1,580.00	1,580.00	1,580.00	1,580.00	1,580.00	1,580.00	1,580.00	1,580.00	1,580.00
รายได้จาการบริการ(บาท)												
รองเท้าแตะแบบหนี[	196,000.00	196,000.00	196,000.00	196,000.00	196,000.00	196,000.00	196,000.00	196,000.00	196,000.00	196,000.00	196,000.00	196,000.00
รองเท้าแตะแบบสวม	205,000.00	205,000.00	205,000.00	205,000.00	205,000.00	205,000.00	205,000.00	205,000.00	205,000.00	205,000.00	205,000.00	205,000.00
รองเท้าแตะแบบรัด	156,000.00	156,000.00	156,000.00	156,000.00	156,000.00	156,000.00	156,000.00	156,000.00	156,000.00	156,000.00	156,000.00	156,000.00
รวมรายได้	**557,800.00**	**557,800.00**	**557,800.00**	**557,800.00**	**557,800.00**	**557,800.00**	**557,800.00**	**557,800.00**	**557,800.00**	**557,800.00**	**557,80000**	**557,800.00**
รวมรายได้สะสม (บาท)	**557,000.00**	**1115600.00**	**1673400.00**	**2231200.00**	**278900.00**	**3346800.00**	**3904600.00**	**4462400.00**	**5020200.00**	**557800.00**	**6135800.00**	**6693600.00**
ลูกหนี้การค้า (บาท)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดรับจากการขาย	557,800.00	557,800.00	557,800.00	557,800.00	557,800.00	557,800.00	557,800.00	557,800.00	557,800.00	557,800.00	557,800.00	557,800.00

9.6 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ (คน)			
รองเท้าหนีบ	4,800.00	5,040.00	5,544.00
รองเท้าสวม	5,040.00	5,292.00	5,822.00
รองเท้าสายรัด	3,120.00	3,276.00	3,604.00
รวมจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ	**12,960.00**	**13,600.00**	**14,970.00**
ค่าบริการ (บาท / หน่วย)			
รองเท้าหนีบ	490.00	490.00	490.00
รองเท้าสวม	490.00	490.00	490.00
รองเท้าสายรัด	600.00	600.00	600.00
ค่าบริการเฉลี่ย	**1,580.00**	**1,580.00**	**1,580.00**
รายได้จากการบริการ (บาท)			
รองเท้าหนีบ	2,352,000.00	2,469,600.00	2,716,560.00
รองเท้าสวม	2,469,600.00	2,593,080.00	2,852,780.00
รองเท้าสายรัด	1,872,000.00	1,965,600.00	2,162,400.00
รวมรายได้จากการบริการ (บาท)	**6,693,600.00**	**7,028,280.00**	**7,731,740.00**
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
ขายด้วยเงินสด	6,693,600.00	7,028,280.00	7,731,740.00
ขายด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน / เดือน)	-	-	-
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	-	-	-
เงินสดรับจากการบริการ (บาท)	**6,693,600.00**	**7,028,280.00**	**7,731,740.00**

9.7 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนวัตถุดิบในการผลิต (หน่วย)			
กระดาษหนังสือพิมพ์	260.00	273.00	301.00
เรซั่น	180.00	189.00	208.00
พื้นยางรองเท้า	45.00	48.00	53.00
กะลามะพร้าว	48.00	51.00	57.00
เชือกเกลียว	15.00	16.00	18.00
สายรัด	32.00	34.00	38.00
กาวสก๊อต	113.00	119.00	131.00
ถุงกระดาษ	87.00	92.00	102.00
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ (บาท/หน่วย)			
กระดาษหนังสือพิมพ์	15.00	15.75	17.32
เรซั่น	300.00	315.00	346.5
พื้นยางรองเท้า	600.00	630.00	693.00
กะลามะพร้าว	300.00	315.00	346.5
เชือกเกลียว	350.00	367.5	404.25
สายรัด	200.00	210.00	231.00
กาวสก๊อต	200.00	210.00	231.00
ถุงกระดาษ	150.00	157.5	173.25
กาวสก๊อต	22,600.00	24,990.00	30,261.00
ถุงกระดาษ	13,050.00	14,490.00	17,671.5
รวมต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)	146,600.00	162,639.75	197,751.82
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	146,600.00	162,639.75	197,751.82
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
รายการ	**ปีที่ 1**	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน/เดือน)	-	-	-
รายการ	**ปีที่ 1**	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**
มูลค่าเจ้าหนี้การค้าวัตถุดิบและสินค้าซื้อมา	-	-	-
เงินสดจ่ายวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อผลิต	146,600.00	162,639.75	197,751.82

9.8 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนการผลิตสินค้า (บาท)			
ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้า	146,600.00	162,639.75	197,751.83
ค่าแรงงานในการผลิต	126,000.00	132,300.00	145,530.00
ค่าไฟฟ้าในการผลิต	13,200.00	13,860.00	15,246.00
ค่าน้ำมันในการเดินทาง	4,800.00	5,040.00	5,544.00
ค่าน้ำประปาในการผลิต	2,400.00	2,520.00	2,772.00
ค่าบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์	3,000.00	3,150.00	3,465.00
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการผลิต	5,400.00	5,400.00	5,400.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า (1)	301,400.00	325,179.75	376,545.82
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)			
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการผลิต(5%)	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์(20%)	128.00	128.00	128.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)	-	-	-
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต (2)	128.00	128.00	128.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น (1) + (2)	301,528.00	325,307.75	376,673.82
+ บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือต้นงวด	-	-	-
รายการ	**ปีที่ 1**	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**
-หัก สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รายการ	**ปีที่ 1**	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**
+ บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	301,528.00	325,307.75	376,673.82

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	384,000.00	403,200.00	443,520.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	24,000.00	25,200.00	27,720.00
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	72,000.00	75,600.00	83.160.00
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	13,200.00	13,860.00	15,246.00
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	2,400.00	2,520.00	2,772.00
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์,โทรสาร	4,800.00	5,040.00	5,544.00
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	6,000	6,300.00	6,930.00
ค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองสำนักงาน	-	-	-
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่าง ๆ	-	-	-
ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย	4,800.00	5,040.00	5,544.00
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	9,500.00	9,975.00	10,972.50
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	-	-	-
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง	-	-	-
ค่าใช้จ่าย Commission จากการขาย	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
รายการ	**ปีที่ 1**	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารงานและการขาย (1)	520,700.00	546,735.00	601,408.50
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย			
ค่าเสื่อมอุปกรณ์/เครื่องมือ(5%)	1,000.00	1,000.00	1,000.00
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้(20%)	400.00	400.00	400.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)	1,750.00	1,750.00	1,750.00
รวมค่าเสื่อมราคา (2)	3,150	3,150	3,150
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย (1) + (2)	523,850.00	549,885.00	604,558.50

9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการขายสินค้า	6,693,600.00	7,028,280.00	7,731,740.00
รายได้อื่น	-	-	-
รวมรายได้	6,693,600.00	7,028,280.00	7,731,740.00
หัก-ต้นทุนขายสินค้า	301,528.00	325,307.75	376,673.82
กำไรขั้นต้น	6,392,072.00	6,702,972.25	7,355,066.18
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	523,850.00	549,885.00	604,558.50
กำไรจากการดำเนินการ	5,868,222.00	6,153,087.25	6,750,507.68
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
รายการ	**ปีที่ 1**	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล (15%)	5,868,222.00	6,153,087.25	6,750,507.68
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล(15%)	880,233.30	922,963.08	1,012,576.15
กำไรสุทธิ	4,987,988.70	5,230124.17	5,737,931.53
หัก-เงินปันผลจ่าย (10%)	-	-	-
กำไรสะสม	-	4,987,988.70	242,135.47
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น	4,987,988.70	242,135.47	5,495,796.06
มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น	24.93%	1.21%	27.47%

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากการดำเนินการ			
เงินสดรับจากการผลิต	6,693,600.00	7,028,280.00	4,864,950.00
เงินสดรับจากรายได้อื่น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	301528.00	325,307.75	376,673.82
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	523,850.00	549,885.00	604558.50
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	880,233.30	922,963.08	1,012,576.15
กระแสเงินสดจากการดำเนินการรวม	4,987,988.70	5,230,124.17	5,737,931.53
กระแสเงินสดจากการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในยาพาหนะ	35,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ส่วนตกแต่ง	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	5,000.00	-	-
รายการ	**ปีที่ 1**	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	2,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุนรวม	42,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม			
กระแสเงินสดสุทธิ	4,945,988.70	5,230,124.17	5,737,931.53
บวก+กระแสเงินสดต้นงวด	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	4,945,988.70	5,230,124.17	5,737,931.53

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	4,945,988.70	5,230,124.17	5,737,931.53
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	42,000.00	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	42,000.00	-	-
รวมสินทรัพย์	4987988.70	5,230,124.17	5,737,931.53
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน			
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน (ต่ำ) กว่าทุน	4,987,988.70	242,135.47	5,495,796.06
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	4,987,988.70	242,135.47
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	4,987,988.70	5,230,124.17	5,737,931.53
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	4,987,988.70	5,230,124.17	5,737,931.53

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)	-	-	-
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
รายการ	**ปีที่ 1**	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รวม)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	95.49%	95.37%	95.12%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	87.66%	87.54%	87.30%
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	74.51%	74.41%	74.21%
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per share)	24.93%	1.21%	27.47%
มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book Value)	5	5	5
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	3 ปี		
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	3 ปี		
ระยะเวลาคืนทุน	3 ปี		

10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1.	ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	-ทำให้ยอดขายของบริษัทลดลง	-จัดโปรโมชั่นเพื่อเพิ่มยอดขาย
2.	สินค้ามีราคาต้นทุนสูงกว่าที่กำหนดไว้	-ทำให้เงินสำรองจ่ายไม่เพียงพอในการหมุนเวียนค่าใช้จ่ายด้านอื่น	-ซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์จำนวนมากๆ จะสามารถช่วยลดราคาต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย
3.	สินค้าถูกลอกเลียนแบบ	-ทำให้ลูกค้าไปซื้อของคู่แข่งอื่นที่เลียนแบบ	-จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การออกบูท การโฆษณาและประชาสัมพันธ์
4.	ลูกค้าเปลี่ยนรสนิยมการซื้อ	-ทำให้รายรับโดยรวมของกิจการลดลงเนื่องจากลูกค้าให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์อื่นที่มีรูปแบบแปลกใหม่	-ติดตามสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวภาวิกา ชัยคุณากรขจร		
วัน/เดือน/ปี	**การปฏิบัติงาน**	**หมายเหตุ**
2 มิ.ย. 62	รวมกลุ่มคิดหัวข้อโครงการ	
3 มิ.ย. 62	ประชุมและหาอาจารย์ปรึกษาร่วม	
4 มิ.ย.62	จัดทำและเสนอแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ	
6 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ ครั้งที่ 1	
8 มิ.ย. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 1	
12 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 1	
2 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 2	
5 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์	
8 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 2	
10 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 1	
19 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์	
2 ส.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 3	
8 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 1	
19 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 2	
21 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
22 ส.ค. 62	จัดทำและส่งแผนธุรกิจ	
25 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งแผนธุรกิจ ครั้งที่ 1	
28 ส.ค. 62	รวบรวมเอกสารนำเสนอโครงการ	
29 ส.ค. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
5 ก.ย. 62	แก้ไข ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1 ครั้งที่ 1	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
24 ก.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	

นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร		
วัน/เดือน/ปี	**การปฏิบัติงาน**	**หมายเหตุ**
2 มิ.ย. 62	รวมกลุ่มคิดหัวข้อโครงการ	
3 มิ.ย. 62	ประชุมและหาอาจารย์ปรึกษาร่วม	
4 มิ.ย.62	จัดทำและเสนอแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ	
6 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ ครั้งที่ 1	
8 มิ.ย. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 1	
12 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 1	
2 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 2	
5 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์	
8 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 2	
10 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 1	
19 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์	
2 ส.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 3	
8 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 1	
19 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 2	
21 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
22 ส.ค. 62	จัดทำและส่งแผนธุรกิจ	
25 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งแผนธุรกิจ ครั้งที่ 1	
28 ส.ค. 62	รวบรวมเอกสารนำเสนอโครงการ	
29 ส.ค. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
5 ก.ย. 62	แก้ไข ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1 ครั้งที่ 1	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
24 ก.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	

นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร		
วัน/เดือน/ปี	**การปฏิบัติงาน**	**หมายเหตุ**
15 ธ.ค. 62	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (สรุปบัญชี)	
20 ธ.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม	
10 ม.ค. 63	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม ครั้งที่ 1	
15 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม ฉบับสมบูรณ์	
17 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ก และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
18 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ข และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
21 ม.ค. 63	แก้ไขเอกสารภาค ผนวก ข และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
23 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ค และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
25 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ง และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
30 ม.ค. 63	จัดทำกิตติกรรมประกาศ/สารบัญ พร้อมนำกลับมาแก้ไข	
31 ม.ค. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ/สารบัญต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
4 ก.พ. 63	จัดทำบทคัดย่อ/ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
7 ก.พ. 63	นำบทคัดย่อกลับมาแก้ไข/ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
15 ก.พ. 63	จัดทำส่วนหน้าปก สารบัญ และนำส่งรูปเล่มโครงการ	
20 ก.พ. 63	แก้ไขจุดบกพร่อง	
22 ก.พ. 63	นำส่งรูปเล่มโครงการฉบับสมบูรณ์ พร้อมซีดี	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวกิตติยา ปรางศรี		
วัน/เดือน/ปี	**การปฏิบัติงาน**	**หมายเหตุ**
2 มิ.ย. 62	รวมกลุ่มคิดหัวข้อโครงการ	
3 มิ.ย. 62	ประชุมและหาอาจารย์ปรึกษาร่วม	
4 มิ.ย.62	จัดทำและเสนอแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ	
6 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ ครั้งที่ 1	
8 มิ.ย. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 1	
12 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 1	
2 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 2	
5 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์	
8 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 2	
10 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 1	
19 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์	
2 ส.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 3	
8 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 1	
19 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 2	
21 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
22 ส.ค. 62	จัดทำและส่งแผนธุรกิจ	
25 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งแผนธุรกิจ ครั้งที่ 1	
28 ส.ค. 62	รวบรวมเอกสารนำเสนอโครงการ	
29 ส.ค. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
5 ก.ย. 62	แก้ไข ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1 ครั้งที่ 1	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
24 ก.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
2 มิ.ย. 62	รวมกลุ่มคิดหัวข้อโครงการ	
3 มิ.ย. 62	ประชุมและหาอาจารย์ปรึกษาร่วม	
4 มิ.ย.62	จัดทำและเสนอแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ	
6 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ ครั้งที่ 1	

นางสาวกิตติยา ปรางศรี		
วัน/เดือน/ปี	**การปฏิบัติงาน**	**หมายเหตุ**
1 ต.ค. 62	ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์	
2 ต.ค. 62	ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์	
3 ต.ค. 62	นำกระดาษหนังสือพิมพ์มาพับติดกาว	
4 ต.ค. 62	นำหนังสือพิมพ์ที่พับมาสานต่อกัน	
5 ต.ค. 62	ทากาวกระดาษหนังสือพิมพ์รอกาวแห้ง	
9 ต.ค.62	เทเรซิ่นพื้นยางรอเรซิ่นแห้ง	
10 ต.ค. 62	แก้ไขชิ้นงาน ครั้งที่ 1	
11 ต.ค. 62	ทดสอบความทนทานและถ่ายรูปผลงาน	
12 ต.ค. 62	ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน	
15 ต.ค. 62	แก้ไขแบบป้ายไวนิล ครั้งที่ 1	
17 ต.ค. 62	ส่งแบบไวนิล	
25 ต.ค. 62	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเข้านิเทศโครงการ	
30 ต.ค. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 1-3 ตามที่คณะกรรมการแนะนำ เตรียมนำเสนอรอบที่ 2	
5 พ.ย. 612	สั่งทำป้ายไวนิลและรับของ	
10 พ.ย. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
26 พ.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
27 พ.ย. 62	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล)	
3 ธ.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 4 ครั้งที่ 1	
5 ธ.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 4 ฉบับสมบูรณ์	
6 ธ.ค.62	จัดทำและส่งแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
11 ธ.ค. 62	ทำการแก้ไขเนื้อหาและส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
12 ธ.ค.62	เตรียมจัดแสดงภายในงาน ATC นิทรรศน์	
13 ธ.ค. 62	จัดแสดงสิ่งประดิษฐ์งาน ATC นิทรรศน์และแจกแบบสอบถามใน งาน ATC นิทรรศน์	

นางสาวกิตติยา ปรางศรี		
วัน/เดือน/ปี	**การปฏิบัติงาน**	**เหตุหมาย**
15 ธ.ค. 62	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (สรุปบัญชี)	
20 ธ.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม	
10 ม.ค. 63	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม ครั้งที่ 1	
15 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม ฉบับสมบูรณ์	
17 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ก และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
18 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ข และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
21 ม.ค. 63	แก้ไขเอกสารภาค ผนวก ข และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
23 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ค และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
25 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ง และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
30 ม.ค. 63	จัดทำกิตติกรรมประกาศ/สารบัญ พร้อมนำกลับมาแก้ไข	
31 ม.ค. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ/สารบัญต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
4 ก.พ. 63	จัดทำบทคัดย่อ/ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
7 ก.พ. 63	นำบทคัดย่อกลับมาแก้ไข/ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
15 ก.พ. 63	จัดทำส่วนหน้าปก สารบัญ และนำส่งรูปเล่มโครงการ	
20 ก.พ. 63	แก้ไขจุดบกพร่อง	
22 ก.พ. 63	นำส่งรูปเล่มโครงการฉบับสมบูรณ์ พร้อมซีดี	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์รองเท้าจากกระดาษหนังสือพิมพ์

		รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
ว/ด/ป	รายการ	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
1 ก.ย.62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2	300	600						600
19 ก.ย. 62	ค่าปริ้นเอกสารอนุมัติโครงการ						14			586
20 ก.ย. 62	กระดาษ A4				112 แผ่น	112	112			474
21 ก.ย. 62	ค่าปริ้นเอกสารบทที่ 1 - 3						120			354
22 ก.ย. 62	คลิปหนีบกระดาษ				4 อัน	5	20			334
22 ก.ย. 62	ซองน้ำตาล				4 ซอง	5	20			314
9 พ.ย. 62	เก็บเงินสมาชิก	2	500	1,000						1,000
	ยอดยกมา									314
10 พ.ย. 62	ป้ายนำเสนอผลงาน				1 ผืน	1	480			834
15 พ.ย. 62	ค่าเอกสารแบบสอบถาม				200 แผ่น	1	200			634
16 พ.ย. 62	ค่าปริ้นเอกสารบทที่ 4-5						100			534
17 พ.ย.62	ค่าปริ้นเอกสาร ภาคผนวกต่างๆ						100			434
	ค่าเข้าเล่ม						240			194
	ค่า CD+กล่อง						40			154
รวม							**1,160**			**154**

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์รองเท้าจากกระดาษหนังสือพิมพ์

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
20 ก.ย. 62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2	1,000	2,000						2,000
20 ก.ย. 62	พื้นยางรองเท้า				10 อัน	200	200			1,800
20 ก.ย. 62	เรซิ่น				1 ขวด	350	350			1,450
22 ก.ย. 62	กรรไกร				1 อัน	90	90			1,360
22 ก.ย. 62	เชือกอ่อนเกลียว				12 ล่า	150	150			1,210
22 ก.ย. 62	สายรัดรองเท้า				12 ล่า	150	150			1,060
24 ก.ย. 62	กระดาษหนังสือพิมพ์				3 กิโลกรัม	20	20			1,040
24 ก.ย. 62	สก็อตกาวยาง				1 กระป๋อง	250	250			790
24 ก.ย. 62	ช้อนชักรองเท้าพลาสติก				1 อัน	180	180			610
24 ก.ย. 62	กะลามะพร้าว				4 อัน	20	20			590
รวม							**1,410**			**590**

สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์รองเท้าแตะจากกระดาษหนังสือพิมพ์

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

ลงทุน	2,000 บาท
หักค่าใช้จ่าย	1,410 บาท
คงเหลือสุทธิ	590 บาท

นำเงินส่วนที่เหลือคืนแก่สมาชิก ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

1. นางสาวภวิกา	ชัยคุณากรขจร	295 บาท
2. นางสาวกิตติยา	ปรางศรี	295 บาท

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการนวัตกรรม รองเท้าจากกระดาษหนังสือพิมพ์ ปฏิบัติงานระยะเวลาตั้งแต่ 1-30 ตุลาคม 2562 สถานที่ปฏิบัติงานคือ 11/129 หมู่บ้านโกลเด้นนีโอ ตำบลราชาเทวะ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540ได้เก็บเงินจากสมาชิกกลุ่มคนล่ะ 1,000 บาท จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 2,000 บาท เสียค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์ เป็นจำนวนเงิน 1,410 บาท คงเหลือ 590 บาท โดยการดำเนินงานบรรลุการเรียนวิชาโครงการดังนี้

1.การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ

2.สามารถสร้างมูลเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้และเพิ่มรายได้ให้นักศึกษา

3.ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม

4.ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

สรุปตารางการปฏิบัติงาน

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
1	26 มิ.ย.62	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
2	12 ก.ค.62	ส่ง เนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	
3	23 ก.ค.62	ส่ง เนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
4	20 ส.ค.62	ส่ง เนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ) แผนธุรกิจ -บทสรุปผู้บริหาร -วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ - ความเป็นมาของธุรกิจ - ผลิตภัณฑ์	

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
		- วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด - แผนการบริหารจัดการ - แผนการตลาด - แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ - แผนการเงิน - แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	
5	6 ก.ย.62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+บทที่ 1-3+ แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1)	
6	21 ก.ย.62	นำเสนอโครงการ (Present ครั้งที่ 1) (โครงการ+บทที่ 1-3+แผนธุรกิจ)	
7	1 ต.ค.62 -5 พ.ย.62	ปฏิบัติงานประดิษฐ์และเข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ ปรึกษาโครงการ - ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์ (1 ต.ค. 62) -ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์ (2 ต.ค. 62) -นำกระดาษหนังสือพิมพ์มาพับติดกาว (3 ต.ค.62 -นำหนังสือพิมพ์ที่พับมาสานต่อกัน (4 ต.ค.62) -ทากาวกระดาษหนังสือพิมพ์รอกาวแห้ง (5 ต.ค.62) -วัดกระดาษหนังสือพิมพ์ที่สานไว้กับพื้นยาง รองเท้า (6 ต.ค.62) -ติดกาวพื้นยางและวัดสายรองเท้า (7 ต.ค.62) -ติดกาวสายรัดรอกาวแห้ง (8 ต.ค.62) -เทเรซิ่นบนพื้นยางรอเรซิ่นแห้ง (9 ต.ค.62) -แก้ไขชิ้นงาน ครั้งที่ 1 (10 ต.ค.62) -ทดสอบความทนทานและถ่ายรูปผลงาน (11 ต.ค.62) -ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน (12 ต.ค.62) -แก้ไขป้ายแบบไวนิล ครั้งที่ 1 (15 ต.ค.62) -ส่งแบบป้ายไวนิล (17 ต.ค.62) -สั่งทำป้ายไวนิลและรับของ (5 พ.ย.62)	

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
8	10 พ.ย.62	ส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการตลาด และแผนการผลิต กับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อเตรียมนำเสนอโครงการPresent ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	
9	16 พ.ย.62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้านจัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	
10	6 ธ.ค.62	ส่ง แบบสอบถามโครงการ	
11	13 ธ.ค.62	งาน ATC นิทรรศน์ แสดงผลงาน ครั้งที่ 11 (แจกแบบสอบถามโครงการ)	
12	15 ธ.ค.62	ส่ง เนื้อหา บทที่ 4 -ปฏิบัติงานรายบุคคล	
	15 ธ.ค.62	-บัญชี+ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	
13	15 ม.ค.63	ส่ง เนื้อหา บทที่ 5(สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)	
14	15 ม.ค.63	ส่ง บรรณานุกรม	
15	25 ม.ค.63	ส่ง ภาคผนวก ก-ง (แปรผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติผู้จัดทำโครงการ)	
16	7 ก.พ.63	ส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	
17	20 ก.พ.63	ส่ง ตรวจรูปเล่มโครงการ	
18	22 ก.พ.63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1.สภาพอากาศแปรปรวนเช่น ฝนตก พายุพัด ทำให้ส่งผลกระทบในระหว่างการปฏิบัติงานอาจทำให้ชิ้นงานเกิดความเสียหาย

2.ปัญหาด้านการใช้อุปกรณ์สมาชิกขาดความชำนาญการใช้งาน

3.เวลาว่างของสมาชิกในกลุ่มไม่ตรงกัน ทำให้การปฏิบัติงานล่าช้า

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

1.ตรวจสอบสภาพอากาศ และเก็บชิ้นงานให้เรียบร้อยทุกครั้งหลังปฏิบัติงาน

2.ขอคำแนะนำจากผู้เชียวชาญในการใช้อุปกรณ์ และฝึกฝนการใช้อุปกรณ์

3.หาเวลาว่างให้ตรงกัน เพื่อลดการปฏิบัติงานล่าช้า

บรรณานุกรม

กฤติมา มะลิวัลย์. (2554). **การพัฒนาสิ่งประดิษฐ์กระถางต้นไม้จากปูนปลาสเตอร์ และกระดาษหนังสือพิมพ์ โดยใช้กระบวนการสะเต็มศึกษา** ค้นหาข้อมูล 3 ธันวาคม 2562, จาก http://www.sasana.ac.th/2017/upfile/project%20teacher/%201-5-%E0%B8%9B%E0%B8%B560.pdf

จามจุรี สายแวว. (2561). **การออกแบบสิ่งประดิษฐ์. ค้นข้อมูล 10 ธันวาคม 2562,** จาก https://sites.google.com/site/poo071234/3-1-kar-xxkbaeb-sing-pradisth

ถนอม บริคุต, ส.อ. (2558). **แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด. ค้นข้อมูล 10 ธันวาคม 2562,** จาก https://fifathanom.wordpress.com/2014/12/07/

ภัทราวุฒิ ชาโคตร. (2555). กระบวนการตัดสินใจซื้อ. ค้นข้อมูล 10 ธันวาคม 2562, จาก https://www.gotoknow. org/posts/3314781

เมธา หริมเทพาธิป.ดร., (2561). **ทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการของมาสโลว์. ค้นข้อมูล 10 ธันวาคม 2562,** จาก https://www.gotoknow.org/posts/629839

ราช ศิริวัฒน์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. ค้นข้อมูล 10 ธันวาคม 2562, จาก https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อก/

รัชกฤช คล่องพยาบาล**. (2558). แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ. ค้นข้อมูล 10 ธันวาคม 2562,** จาก http://www.itd.or.th/wp-content/uploads/2018/08/45.TOISC14-15_241118_._.pdf

โรงเรียนศรีสงครามวิทยา. (2557). **หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์. ค้นข้อมูล 10 ธันวาคม 2562,** จาก https://sites.google.com/a/srisongkram.ac.th/athittiyakornph15/w9

สวรรยา ธีระสุนทรไท และอรอุมา เสริฐศรี. (2559). **โครงการสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกระดาษลูกฟูก.** หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด, วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ

สุภาพร เพียรดี. (2559**. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์. ค้นข้อมูล 10 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

แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ รองเท้าจากกระดาษหนังสือพิมพ์

ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่การดำเนินงาน 11/129 ซ.1/2 หมู่บ้านโกล์เด้นนีโอ หมู่ 14 ถ.กิ่งแก้ว ต.ราชาเทวะ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

ประมาณการค่าใช้จ่าย 2,000 บาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร รหัสประจำตัว 41187 ปวส.2/2
2. นางสาวกิตติยา ปรางศรี รหัสประจำตัว 41119 ปวส.2/10

ลงชื่อ.....**.....ประธานโครงการ**
(นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร)...../...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

.....
.....
.....

ลงชื่อ .....
(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย) ...../...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.. ..
.....
.....

ลงชื่อ.....
(อาจารย์วงค์เดือน ประไพวัชรพันธ์)...../...../.....

ลงชื่อ.....**หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด**
(อาจารย์วงค์เดือน ประไพวัชรพันธ์)...../...../....

ชื่อโครงการ รองเท้าจากกระดาษหนังสือพิมพ์

แผนงาน นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์วงค์เดือน ประไพวัชรพันธ์

ผู้รับผิดชอบโครงการ

3. นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร ประธานโครงการ
4. นางสาวกิตติยา ปรางศรี รองประธานโครงการ

หลักการและเหตุผล

กระดาษหนังสือพิมพ์ที่เหลือใช้ นำมาประดิษฐ์เป็นสิ่งของที่ใช้งานได้จริง หลายอย่างซึ่งจะเป็นทางออกในการลดเศษกระดาษ หรือสิ่งของเหลือใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้จะไม่ลดไปถึงขั้นที่ทำให้กำจัดเศษกระดาษได้อย่างเด็ดขาด แต่แนวคิดนี้ก็ช่วยส่งเสริมให้เกิดเศษกระดาษใหม่ลดจำนวนลงได้มากทีเดียว เรื่องการนำสิ่งของเหลือใช้นำมาประดิษฐ์ใหม่นั้นเป็นสิ่งที่เรารู้กันดีอยู่แล้ว แต่บางครั้งอาจจะหลงลืมกันไปบ้าง เพราะความเร่งรีบและวิถีชีวิตที่รักความสะดวกสบายกันมากขึ้น ในฐานะที่เราเป็นส่วนย่อยที่สุดของสังคม ถ้าเราตั้งใจทำกันอย่างจริงจังก็จะสามารถลดปริมาณการใช้ทรัพยากรและลดปัญหายะลงได้มากทีเดียว

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการนำกระดาษหนังสือพิมพ์ที่ไม่ใช้งานแล้ว นำกลับมาใช้งานให้เกิดประโยชน์ในการสร้างสรรค์ สิ่งประดิษฐ์ที่มีคุณภาพจากการนำกระดาษหนังสือพิมพ์ที่เหลือใช้ มาเพิ่มมูลค่าในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ รองเท้ากระดาษหนังสือพิมพ์ที่ออกแบบให้สวยงามแปลกใหม่ร่วมสมัย โดยการนำกระดาษหนังสือพิมพ์ที่ไม่ใช้งานแล้วมาใช้ให้เกิดประโยชน์ใหม่อีกครั้ง เพื่อให้เห็นคุณค่าของวัสดุเหลือใช้ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลายๆอย่าง ทั้งเป็นการลงมือปฏิบัติจริงของนักศึกษา และเป็นการสร้างรายได้ให้กับนักศึกษาอีกด้วย

วัตถุประสงค์

5. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
6. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้
7. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
8. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

7. เตรียมคิดรูปแบบนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์
8. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ
9. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
10. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์
11. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
12. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

7. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
8. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
9. ที่คีบทำจากกะลามะพร้าวเข้ากับโครงสร้างที่วางไว้
10. นำกระดาษหนังสือพิมพ์ที่จัดเตรียมไว้แล้วมาม้วนกระดาษเป็นกลม ๆ จากนั้นนำไปวางกับพื้นรองเท้าที่ตัดไซส์รองเท้าไว้แล้วเอากาวติดให้เรียบร้อย
11. นำสายรองเท้าถักเปียให้สวยๆ
12. ทำรองเท้าจากกระดาษหนังสือพิมพ์ และตรวจสอบความเรียบร้อยของรองเท้า
13. วางกะลามะพร้าวไว้ตรงที่ด้านบนคีบแล้วทำการติดกาว เพื่อความหนาแน่นของที่คีบรองเท้าแล้วตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นของการทำงาน

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

3. สรุปผลการปฏิบัติงาน
4. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

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

วัน เวลา สถานที

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ 11/129 ซ.1/2 หมู่บ้านโกล์เด้นนีโอ หมู่ 14 ถ.กิ่งแก้ว ต.ราชาเทวะ

อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 3,000 บาท

11. พื้นยางรองเท้า	50	บาท	
12. เรซิ่น	250	บาท	
13. กรรไกร	-	บาท	-
14. เชือกอ่อนเกลียว	35	บาท	
15. สายรัดรองเท้า	20	บาท	
16. กระดาษหนังสือพิมพ์	-	บาท	
17. สก็อตกาวยาง	95	บาท	
18. ช้อนซักรองเท้าพลาสติก	-	บาท	
19. กะลามะพร้าว	-	บาท	
20. ค่าป้ายนำเสนองานและอื่นๆ	480	บาท	
รวม	**930**	**บาท**	

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

ปัญหาและอุปสรรค

1. กระดาษหนังสือพิมพ์ที่ใช้อาจจะหลุดไม่ติดพื้นยางที่ใช้ในการผลิตและเกิดการเสียหายได้
2. กระดาษหนังสือพิมพ์อาจมีอายุการใช้งานที่ไม่นาน

ข้อเสนอแนะ

1. กระดาษหนังสือพิมพ์ที่นำมาใช้ควรหาแหล่งขายกระดาษหนังสือพิมพ์สำรองไว้และใช้กาวยางดีที่มีคุณภาพใช้งานได้นานมาติด

2. ควรเก็บกระดาษหนังสือพิมพ์ไว้ในที่แห้ง เพื่อป้องกันไม่ให้กระดาษเปียกยืดอายุการใช้งาน

ลงชื่อ.....

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงค์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

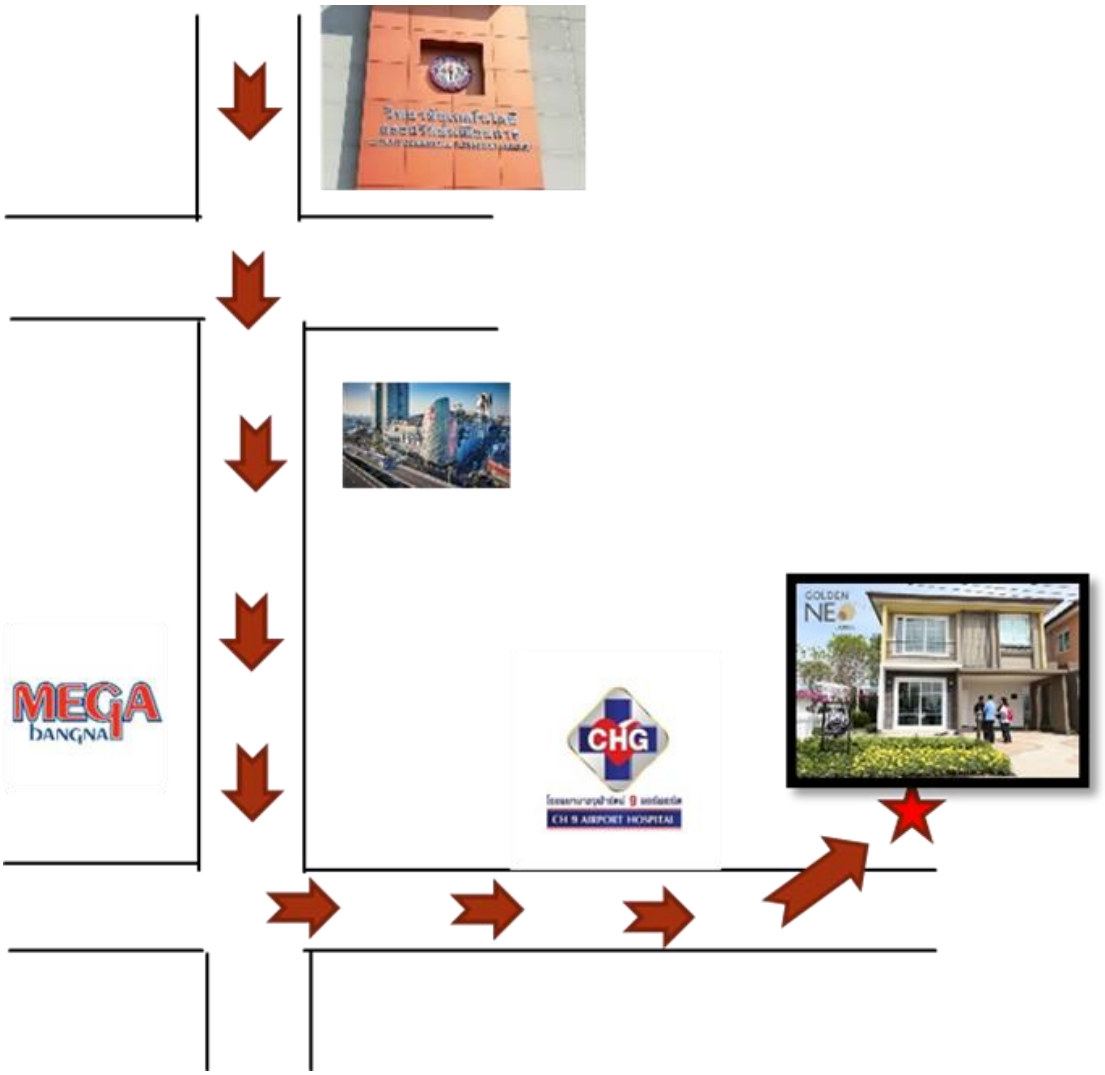
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงค์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



โครงการสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์วงค์เดือน ประไพวัชรพันธ์

ผู้รับผิดชอบโครงการนางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร ระดับ ปวส.2/2 เลขที่28

นางสาวกิตติยา ปรางศรี ระดับ ปวส.2/10 เลขที่ 5

ลำดับที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อที่ปรึกษา	ลงชื่อที่ปรึกษาร่วม
1	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	24-28มิ.ย.62		
2	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 1(บทนำ)	1-12 ก.ค.62		
3	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	15 -31 ก.ค.62		
4	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	1-30 ส.ค.62		
	แผนธุรกิจ			
	- บทสรุปผู้บริหาร			
	- วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ			
	- ความเป็นมาของธุรกิจ			
	- ผลิตภัณฑ์			
	-วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด			
	-แผนการบริหารจัดการ			
	- แผนการตลาด			
	-แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ			
	- แผนการเงิน			
	-แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง			
5	ส่ง PowerPoint (โครงการ + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรียมPresent ครั้งที่1)	6-2 ก.ย.62		
6	**นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 1** (โครงการ +บทที่1-3 + แผนธุรกิจ)	21 ก.ย.62		

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

ภาคผนวก ขแบบสอบถาม

-ตัวอย่างแบบสอบถาม

-รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่องความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์”รองเท้าแตะจากกระดาษ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์”รองเท้าจากกระดาษหนังสือพิมพ์”เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาโครงการจึงขอความร่วมมือจากท่านในการทำแบบสอบถามเพื่อความสมบูรณ์ของวิชาดังกล่าว

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตัวเลือกตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. **เพศ** ( ) ชาย ( ) หญิง

2. **อายุ** ( ) ต่ำกว่า 15 ปี ( ) 15 - 20 ปี

( ) 21 - 25 ปี ( ) 26 - 30 ปี

( ) 31 ปีขึ้นไป

3. **อาชีพ** ( ) นักเรียน/นักศึกษา ( ) ครู/อาจารย์

( ) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ( ) รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัท

( ) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ( ) อื่นๆ.....

4. **ระดับการศึกษา** ( ) ประถมศึกษา ( ) มัธยมศึกษาตอนต้น

( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ( ) อนุปริญญาตรี/ปวส.

( ) ปริญญาตรี ( ) ปริญญาโท/สูงกว่า

5. **รายได้/ต่อเดือน** ( ) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ( ) 5,001 – 10,000 บาท

( ) 10,001 – 15,000 บาท ( ) 15,001 ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อ "รองเท้าแตะจากกระดาษหนังสือพิมพ์"

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตัวเลือกตามความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

รายการประเมินผล	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1.ความแข็งแรง ทนทาน					
2.การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ					
3.สวมใส่สบาย					
4.การรับประกันสินค้า					
ด้านราคา					
1.ความคุ้มค่าด้านคุณภาพกับราคาที่จ่าย					
2.ความคุ้มค่าด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์					
3.ราคาให้ถูกกว่าราคาในท้องตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง					
4.ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1.ติดต่อสะดวกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย					
2.สามารถสั่งซื้อได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต					
ด้านการส่งเสริมการขาย					
1.บริการจัดส่งสินค้าฟรี (กรุงเทพฯและปริมณฑล)					
2.การได้รับส่วนลด เช่น กดไลค์ กดแชร์ในเพจFacebook NP Gerb Design					
3.การจัดแสดงสินค้า/ป้ายนำเสนอ					
4.การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Facebook,Line					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

รายงานผล แบบสอบถาม

สิ่งประดิษฐ์รองเท้าแตะจากกระดาษหนังสือพิมพ์

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษา เรื่องความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์"รองเท้าแตะจากกระดาษหนังสือพิมพ์" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 100 คน และในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามมี 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นสิ่งประดิษฐ์รองเท้าแตะจากกระดาษหนังสือพิมพ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
1. เพศ		
ชาย	44	44.00
หญิง	56	56.00
รวม	**100**	**100.0**
2. อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	2	2.00
อายุ 15-20 ปี	94	94.00
อายุ 21-25 ปี	3	3.00
อายุ 26-30 ปี	1	1.00
อายุ 31 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	**100**	**100.00**

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	100	100.00
ครู/อาจารย์	-	-
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-	-
รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัท	-	-
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	-	-
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	-	-
รวม	100	100.00
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	1	1.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	16	16.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	73	73.00
อนุปริญญาตรี/ปวส.	10	10.00
ปริญญาตรี	-	-
ปริญญาโท/สูงกว่า	-	-
รวม	**100**	**100.00**
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	63	63.00
รายได้ 5,001 - 10,000 บาท	25	25.00
รายได้ 10,001 - 15,000 บาท	9	9.00
รายได้สูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป	3	3.00
รวม	**100**	**100.00**

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สิ่งประดิษฐ์รองเท้าแตะจากกระดาษหนังสือพิมพ์ ปรากฏผลข้อมูลดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาเป็น เพศชาย จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 15-20 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 94.0 รองลงมาเป็น อายุ 21-25 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และ อายุ ต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาเป็น ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และ ระดับการศึกษาอนุปริญญาตรี/ปวส จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาเป็น มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน10,001-15,000บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์รองเท้าแตะกระดาษหนังสือพิมพ์

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

5 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 4 ระดับความคิดเห็นมาก

3 ระดับความคิดเห็นปานกลาง 2 ระดับความคิดเห็นน้อย

1 ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

รายการประเมิน	ผลการประเมิน (ร้อยละ)							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\overline{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
	5	4	3	2	1			
ด้านผลิตภัณฑ์								
ความแข็งแรง ทนทาน	49 (49.0%)	41 (41.0%)	10 (10.0%)	-	-	4.39	0.67	มาก
การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	56 (56.0%)	39 (39.0%)	5 (5.0%)	-	-	4.51	0.59	มากที่สุด
สวมใส่สบาย	55 (55.0%)	36 (36.0%)	7 (7.0%)	2 (2.0%)	-	4.44	0.72	มาก
การรับประกันสินค้า	54 (54.0%)	38 (38.0%)	7 (7.0%)	1 (1.0%)	-	4.44	0.72	มาก
รวม						**4.55**	**0.05**	**มากที่สุด**

รายการประเมิน	ผลการประเมิน (ร้อยละ)							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
	5	4	3	2	1			
ด้านผลิตภัณฑ์								
ความคุ้มค่าด้านคุณภาพกับราคาที่จ่าย	46 (46.0%)	44 (44.0%)	10 (10.0%)	-	-	4.36	0.66	มาก
ความคุ้มค่าด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์	57 (57.0%)	36 (36.0%)	7 (7.0%)	-	-	4.50	0.63	มากที่สุด
ราคาให้ถูกกว่าราคาในท้องตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	54 (54.0%)	37 (37.0%)	8 (8.0%)	10 (10.0%)	-	4.44	0.69	มาก
ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	55 (55.0%)	35 (35.0%)	10 (10.0%)	-	-	4.45	0.67	มาก
รวม						**4.44**	**0.06**	**มาก**
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
ติดต่อสะดวกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย	62 (62.0%)	33 (33.0%)	5 (5.0%)	-	-	4.57	0.59	มากที่สุด
สามารถสั่งซื้อได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต	55 (55.0%)	39 (39.0%)	6 (6.0%)	-	-	4.49	0.61	มาก
รวม						**4.53**	**0.06**	**มากที่สุด**
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
บริการจัดส่งสินค้าฟรี (กรุงเทพฯและปริมณฑล)	61 (61.0%)	32 (32.0%)	7 (7.0%)	-	-	4.54	0.63	มากที่สุด
การได้รับส่วนลด เช่น กดไลค์ กดแชร์ในเพจ Facebook NP Gerb Design	61 (61.0%)	33 (33.0%)	5 (5.0%)	1 (1.0%)	-	4.53	0.63	มากที่สุด

รายการประเมิน	ผลการประเมิน (ร้อยละ)							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
	5	4	3	2	1			
ด้านผลิตภัณฑ์								
การจัดแสดงสินค้า/ป้ายนำเสนอ	63 (63.0%)	34 (34.0%)	3 (3.0%)	-	-	4.60	0.55	มากที่สุด
การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Facebook,Line	61 (61.0%)	33 (33.0%)	5 (5.0%)	1 (1.0%)	-	4.54	0.64	มากที่สุด
รวม						**4.55**	**0.03**	**มากที่สุด**
สรุปความคิดเห็นโดยรวม						**4.49**	**0.07**	**มาก**

จากตาราง 2 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์รองเท้าแตะกระดาษหนังสือพิมพ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ มีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.51, SD, = 0.59) รองลงมา คือ ด้านการรับประกัน มีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.44, SD, = 0.72) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือความแข็งแรง ทนทาน มีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.39, SD, = 0.67)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1.ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.51, SD, = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการประกันสินค้า($\bar{x}$ = 4.44, SD, = 0.72) รองลงมา คือสวมใส่สบาย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{x}$ = 4.44, SD, = 0.72) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือความแข็งแรงทนทาน ($\bar{x}$ = 4.39, SD, = 0.67)

2.ด้านราคา โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.50, SD, = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อความคุ้มค่าด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}$ = 4.50, SD, = 0.63) รองลงมา คือ ข้อช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย ($\bar{x}$ = 4.45, SD, = 0.67) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความคุ้มค่าด้านคุณภาพกับราคาที่จ่าย ($\bar{x}$ = 4.36, SD, = 0.66)

1. **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด($\bar{x}$ = 4.57, SD, = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อติดต่อสะดวกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ($\bar{x}$ = 4.57, SD, = 0.59) รองลงมา คือ ข้อสามารถสั่งซื้อได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต($\bar{x}$ = 4.49, SD, = 0.61) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือสามารถสั่งซื้อได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ($\bar{x}$ = 4.49, SD, = 0.61)

2. **ด้านการส่งเสริมการตลาด** โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.60, SD, = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อการจัดแสดงสินค้า/ป้ายนำเสนอ ($\bar{x}$ = 4.60, SD, = 0.64) รองลงมา คือ ข้อการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Facebook,Line ($\bar{x}$ = 4.54, SD, = 0.64) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การได้รับส่วนลด เช่น กดไลค์ กดแชร์ในเพจFacebook NP Gerb Design ($\bar{x}$ = 4.53, SD, = 0.63)

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

ตราสินค้า

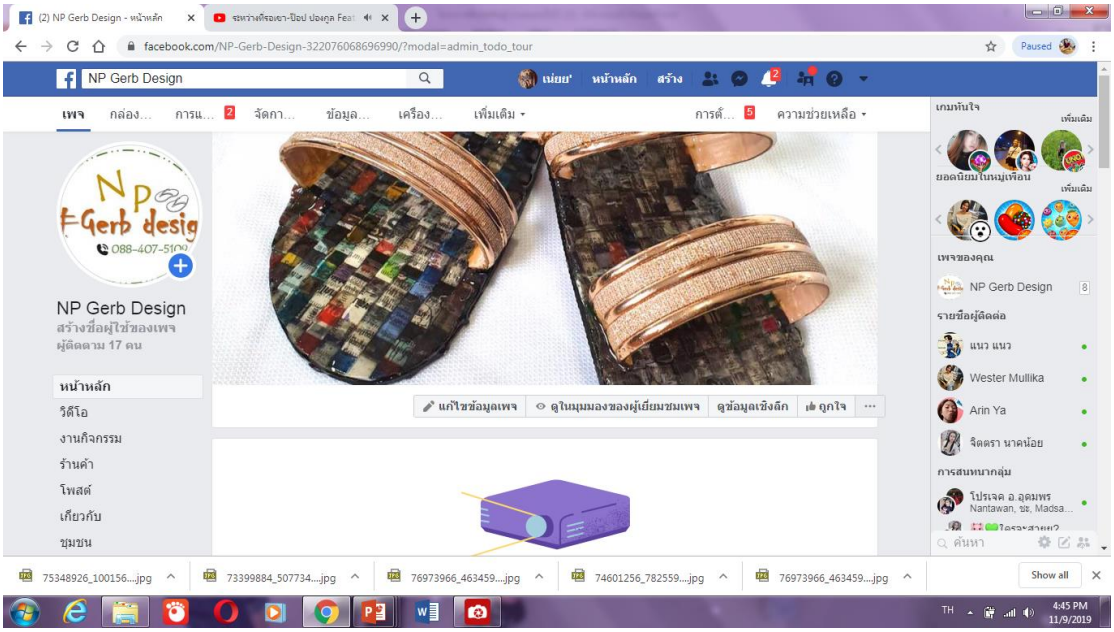
NP
#Gerb design
088-407-5109

รูปแบบผลิตภัณฑ์

ประชาสัมพันธ์โครงการ

ป้ายร้าน

เพจ Facebook



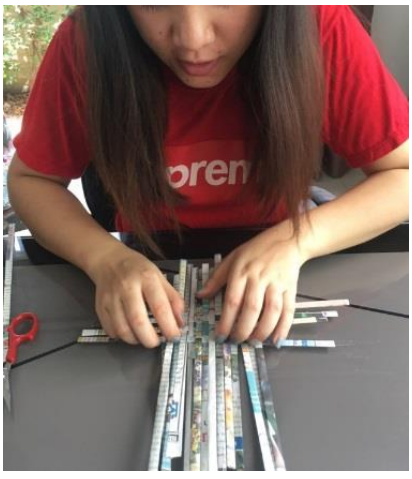
ช่องทางการชำระเงิน

รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ

1.นำกระดาษหนังสือพิมพ์มาตัด

2.พับกระดาษพร้อมทากาว

3.สานกระดาษหนังสือพิมพ์



4.ทากาวกระดาษพร้อมตากแห้ง

5.ตัดกระดาษเท่าขนาดพื้นยางแล้วทากาวเพื่อติดพื้นยางรองเท้า

6.วัดสายรองเท้าติดกับพื้นยางรองเท้าจากนั้นรอกาวแหง 10-20 นาที

7.เทเรซิ่นให้ทั่ว พร้อมติดเบอร์ของเท้าและโกโล้ร้าน รอเรซิ่นแห้ง 2-3 ชั่วโมง

8.ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้น

ภาพวัสดุอุปกรณ์

รูปภาพการนิเทศจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวภวิกา ชัยคุณากรขจร
วัน เดือน ปี	:	7 พฤษภาคม 2541
สถานที่เกิด	:	สมุทรสาคร
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	ประธานโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวกิตติยา ปรางศรี
วัน เดือน ปี	:	29 มกราคม 2542
สถานที่เกิด	:	กรุงเทพมหานคร
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พณิชยการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	รองประธานโครงการ