



## โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ ตู้นาฬิกาบิ๊กเบน

Artification of Innovation : The Big Ben Clock Tower Invention Made of Wood Boxes

จัดทำโดย

นายคชา ทาแก้ว

นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

สาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ

ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ตู้นาฬิกาบิ๊กเบน

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ

Artification of Innovation : The Big Ben Clock Tower Invention

Made of Wood Boxes

โดย 1. นายคชา ทาแก้ว

2. นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์

.....

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา วิเคราะห์โครงการตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยี ธรรมวิทยัพณิชยการ (ATC.)

.....

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

### บทคัดย่อ

|                      |                                                                                                                                     |  |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| หัวข้อโครงการ        | โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ตู้นาฬิกาบิ๊กเบน<br>Artification of Innovation : The Big Ben Clock Tower Invention Mode of<br>Wood Boxes |  |
| ผู้จัดทำโครงการ      | 1. นายคชา ทาแก้ว<br>2. นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์                                                                                         |  |
| อาจารย์ที่ปรึกษา     | อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย                                                                                                               |  |
| อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม | อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์                                                                                                     |  |
| สาขาวิชา             | สาขาวิชาการตลาด                                                                                                                     |  |
| สถาบัน               | วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ ปีการศึกษา 2562                                                                              |  |

.....

### บทคัดย่อ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ตู้นาฬิกาบิ๊กเบน มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1.) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติ (2.) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติ (3.) เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม (4.) เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

มีวิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือ 1. ขั้นตอนเตรียมการ ขั้นที่ 2. ขั้นตอนดำเนินการและ ขั้นที่ 3. ขั้นตอนประเมินผล จากผลการดำเนินงาน สรุปได้ดังนี้

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินการโครงการ คือ เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563 สถานที่ รุ่งเรืองแมนชั่น ตึก C 34 ซอยล้วนเจ็อนุสรณ์ 1 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณมีการลงทุน 2,000 บาทเมื่อหักค่าใช้จ่ายแล้วคงเหลือ 1,126 บาท คั้นให้สมาชิก 2 คนเท่าๆกัน คนละ 724 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (1.) การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์

การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2.) การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ(3.) ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม 4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติโครงการคือ (1.)ปัญหาด้านการใช้อุปกรณ์สมาชิกขาดความชำนาญการใช้งาน รู้บ้างไม่รู้บ้าง (2.) ไม่มีพื้นฐานในการออกแบบผลิตภัณฑ์จึงทำให้เสียเวลาในการร่างรูปแบบของสิ่งประดิษฐ์(3.) สภาพอากาศแปรปรวนเช่น ฝนตก พายุพัด ทำให้ส่งผลกระทบต่อในระหว่างการปฏิบัติงานอาจทำให้ชิ้นงานเกิดความเสียหาย

5. ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา (1.) ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในการใช้อุปกรณ์ และฝึกฝนการใช้อุปกรณ์ (2.)ควรรค้นหาข้อมูลแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ร่วมสมัย และสอบถามอาจารย์เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ(3.) ตรวจสอบสภาพอากาศ และเก็บชิ้นงานให้เรียบร้อยทุกครั้งหลังปฏิบัติงาน

จากตารางแสดงผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง 100 คน ของผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อสิ่งประดิษฐ์คูน่าฟีกาบิกเบน ในด้านส่วนผสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด( $\bar{x}=4.73$ ,  $SD, = 0.42$ ) รองลงมา คือ ด้านราคา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x}= 4.25$ ,  $SD, = 0.26$ ) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด( $\bar{x}=4.18, SD, =0.20$ )

### กิตติกรรมประกาศ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ผู้นำฟิสิกเบบ ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี จากการให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวรพันธ์ ให้ความรู้ ในการทำโครงการ ส่วนแผนธุรกิจต้องขอขอบคุณ อาจารย์อุดมพร เปตานนท์ ที่ตรวจสอบงาน ให้คำปรึกษาคำแนะนำที่เป็นประโยชน์และตรวจแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆทำให้โครงการเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ทำโครงการรู้สึกซาบซึ้งและขอขอบคุณ ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชการ ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการ ตอบแบบสอบถามได้เป็นอย่างดี ตลอดจนขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องช่วยเหลือเป็นกำลังใจ ด้วยดีตลอดมา เกิดจากการสนับสนุนเกื้อกูลจากบุคคลหลายท่าน คณะผู้จัดทำโครงการขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ผู้นำฟิสิกเบบ

## สารบัญ

|                                                          | หน้า |
|----------------------------------------------------------|------|
| บทคัดย่อ                                                 | (ก)  |
| กิตติกรรมประกาศ                                          | (ข)  |
| บทที่ 1 บทนำ                                             | 1    |
| หลักการและเหตุผล                                         | 1    |
| วัตถุประสงค์ของโครงการ                                   | 2    |
| เป้าหมายของโครงการ                                       | 2    |
| การติดตามผล และการประเมิน โครงการ                        | 2    |
| ผลที่คาดว่าจะได้รับ                                      | 2    |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง            | 3    |
| แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ | 3    |
| แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค                         | 6    |
| ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)            | 17   |
| แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ                                  | 20   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ                          | 30   |
| บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ                             | 35   |
| วิธีการดำเนินการ                                         | 35   |
| ขั้นตอนดำเนินงาน                                         | 36   |
| สถานที่ดำเนินโครงการ                                     | 36   |
| ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์                       | 37   |
| การจัดทำแผนธุรกิจ                                        | 37   |
| บทสรุปผู้บริหาร                                          | 37   |
| วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ                         | 38   |
| ความเป็นมาของธุรกิจ                                      | 38   |
| ผลิตภัณฑ์                                                | 39   |

## สารบัญ (ต่อ)

|                                                     | หน้า |
|-----------------------------------------------------|------|
| <b>บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)</b>           |      |
| การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด          | 40   |
| แผนบริหารจัดการ                                     | 45   |
| แผนการตลาด                                          | 50   |
| แผนการผลิต                                          | 58   |
| แผนการเงิน                                          | 61   |
| แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง                 | 72   |
| <b>บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ</b>                   | 73   |
| รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล                       | 73   |
| บัญชีรายรับ-รายจ่าย (เอกสาร)                        | 79   |
| บัญชีรายรับ – รายจ่าย(ปฏิบัติ)                      | 80   |
| สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ                      | 81   |
| <b>บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ</b> | 82   |
| สรุปผลการดำเนินโครงการ                              | 82   |
| ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ                  | 84   |
| ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา                           | 85   |
| <b>บรรณานุกรม</b>                                   | 86   |
| <b>ภาคผนวก</b>                                      |      |
| ภาคผนวก ก โครงการ                                   |      |
| ภาคผนวก ข แบบสอบถาม                                 |      |
| ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ในโครงการ               |      |
| ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ                   |      |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันวัสดุเหลือใช้จากการทำกิจกรรมต่างๆของมนุษย์มีมากขึ้นเรื่อยๆ และวัสดุบางประเภทมีมากในท้องถิ่นสามารถนำมาแปรรูปเป็นสิ่งของเครื่องใช้และนำไปจำหน่าย ใช้สอยเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสามารถนำมาประกอบเป็นอาชีพเพื่อสร้างรายได้แก่ครอบครัว ซึ่งไม้ลูกชิ้นเป็นสิ่งที่ยากในท้องถิ่น ปัจจุบันมีการออกแบบสิ่งประดิษฐ์ของใช้จากไม้ที่มีหลายรูปแบบเราจึงสร้างสรรค์ผลงานจากไม้ลูกชิ้นในรูปแบบใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์ โดยนำไม้ลูกชิ้นมาประดิษฐ์เป็นหอนาฬิกาบีกเบนเป็นของใช้ตกแต่งภายในบ้านได้อีกด้วย

นาฬิกาเป็นเครื่องมือในการบอกเวลาในแต่ละวันโดยใช้หน่วยเป็นชั่วโมง นาที วินาที และมีความจำเป็นมากในการใช้ชีวิตของคนยุคปัจจุบัน นาฬิกาจึงอยู่ทุกหนทุกแห่งไม่ว่าจะเป็นที่ใส่ไว้ที่ข้อมือ ติดไว้ตามฝาผนังตามอาคารบ้านเรือน และยังนำไปอยู่ในระบบมือถือ ระบบคอมพิวเตอร์ ถึงแม้ว่าอย่างอื่นจะสามารถดูเวลาได้แต่ไม่ละเอียดเท่ากับนาฬิกาได้ ซึ่งสมัยโบราณไม่มีนาฬิกาอาศัยดวงอาทิตย์ในการดูเวลากลางวัน กลางคืนอาจจะใช้ดวงดาวเป็นหลักในการดูเวลา นาฬิกานั้นมีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานนับพันปีกว่าจะมาเป็นนาฬิกาที่เราใช้กันอยู่ เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่มีประโยชน์ต่อมนุษยชาติเป็นอย่างยิ่งเพื่อใช้สำหรับบอกเวลา อันนำไปสู่ประโยชน์ต่างๆ มากมายแก่ชีวิตมนุษย์ เช่น ความสามารถในการจัดแบ่งเวลา การเสริมสร้างองค์ความรู้ของสาขาวิชาต่างๆ เป็นต้น ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จากการนำวัสดุที่มีอยู่อย่างไม้ลูกชิ้นเพิ่มมูลค่าให้เป็นส่วนผลิตในการสร้างตัวสินค้า ให้ออกมาเป็นหอนาฬิกาบีกเบนจากไม้ลูกชิ้นให้กลายเป็นสินค้าหรือนวัตกรรมที่มีคุณค่าทั้งนี้ไม้ลูกชิ้นเกิดขึ้นได้จากการนำไม้ไผ่มาทำ ไม้ไผ่เป็นไม้ที่ขึ้นง่ายและเติบโตเร็วขึ้นได้ดีในทุกสภาวะอากาศดำรงอยู่ได้ในพื้นดินทุกชนิด ที่สำคัญคือ ไม้ไผ่เป็นพันธุ์ไม้ที่อำนวยการประโยชน์หลายประการ ทั้งประโยชน์ทางตรงและทางอ้อม สำหรับไม้ไผ่นั้นใช้ได้ทุกส่วนตั้งแต่ หน่อ ลำต้น ใบ ราก เชื้อไม้ ขุยไม้ มีประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน



### วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

### เป้าหมายของโครงการ

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัฒนธรรมชาติ

### การติดตามผลและการประเมินโครงการ

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

โครงการประเภตสิ่งประดิษฐ์ผู้นำพิกานิกเบน การดำเนินการครั้งนี้ คณะผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการดังนี้

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

#### 1.แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์สิ่งประดิษฐ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์

สิ่งประดิษฐ์ หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับลักษณะองค์ประกอบโครงสร้างหรือกลไกของผลิตภัณฑ์รวมทั้งกรรมวิธีในการผลิตการรักษา หรือปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น หรือทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ชิ้นใหม่ ที่แตกต่างไปจากเดิม เช่น กลไกของกล้องถ่ายรูป, กลไกของเครื่องยนต์, ยารักษาโรค เป็นต้น หรือการคิดค้นกรรมวิธีในการผลิตสิ่งของเช่น วิธีการในการผลิตสินค้า, วิธีการในการเก็บรักษาพืชผักผลไม้ไม่ให้เน่าเสียเร็วเกินไป เป็นต้น

ลักษณะของสิ่งประดิษฐ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

##### 1. สิ่งประดิษฐ์ทั่วไป

เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่ไม่มีความเป็นมาจากบรรพบุรุษหรือท้องถิ่น กล่าวคือ เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่บุคคลทั่วไปสามารถเรียนรู้และนำไปประดิษฐ์ได้โดยอาศัยการศึกษาจากตำรา เช่น ดอกไม้จากวัสดุเหลือใช้ หมวก ตุ๊กตา เครื่องเล่นต่าง ๆ และกรอบรูป เป็นต้น

##### 2. สิ่งประดิษฐ์ที่เป็นเอกลักษณ์ไทย

เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษหรือเป็นสิ่งประดิษฐ์ที่มีเฉพาะในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยส่วนมากจะเป็นการสืบทอดจากผู้ใหญ่ในครอบครัวมาสู่ลูกหลาน สิ่งประดิษฐ์หลายอย่างทำขึ้นเพื่อ

งานประเพณีทางศาสนา เช่น พานพุ่ม มาลัย เครื่องแขวน บายศรี และบางอย่างก็ทำขึ้นเพื่อความสวยงาม สนุกสนาน ภายในครอบครัว เช่น ว้าวไทย รถลาก ตุ๊กตา เป็นต้น

**องค์ประกอบของสิ่งประดิษฐ์** องค์ประกอบที่สำคัญของการออกแบบสิ่งประดิษฐ์ มีดังนี้

1. เส้น เป็นสิ่งที่เกิดจากการเชื่อมต่อจุดให้เคลื่อนไปในทิศทางที่ต้องการจึงก่อให้เกิดรูปร่าง รูปทรง สัดส่วน พื้นที่ บริเวณและความรู้สึกที่แตกต่างกันดังนี้ในการออกแบบควรคำนึงถึงลักษณะเส้น

2. รูปร่าง เป็นส่วนที่แสดงถึงเส้นรอบนอกของรูปแบบชิ้นงานซึ่งเป็นลักษณะ 2 มิติ ซึ่งสื่อความหมายถึงความกว้างและความยาวไม่มีความหนาเกิดจากเส้นรอบนอกที่แสดงพื้นที่ขอบเขตของรูปต่างๆ เช่น รูปสี่เหลี่ยมรูปวงกลมหรือรูปอิสระที่แสดงเนื้อที่ของผิวมากกว่าแสดงปริมาตรหรือมวล

3. รูปทรง คือ ลักษณะของวัตถุที่มองเห็นเป็นรูป 3 มิติ นอกจากแสดงความกว้างความยาวแล้วยังมีความหนาลึกและความหนานูน เช่น ทรงกลม ทรงสามเหลี่ยมทรงกระบอก เป็นต้น

4. ขนาดและสัดส่วนของชิ้นงานเป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึงเพราะขนาดของชิ้นงานที่ส่งผลถึงประโยชน์และการนำไปใช้งาน เช่น การออกแบบดอกไม้ประดิษฐ์เพื่อนำไปประดับมุมห้องถ้ามีขนาดเล็กเกินไปก็จะไม่เหมาะสม

5. สี หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏแก่สายตาให้เห็นสีต่างกันสีเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่ออารมณ์และความรู้สึกเมื่อมองเห็น เช่น ตื่นเต้น หนาวเย็น หรือออบอวน นุ่มนวล หรือแจ้งกระด้างดังนั้นจึงต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่องของอิทธิพลของสีแต่ละสีและนำไปใช้ให้เหมาะสม

6. ลักษณะผิวของวัตถุ คือ คุณลักษณะภายนอกของวัตถุที่มีลักษณะแตกต่างกันตามลักษณะและชนิดของวัตถุ เช่น เรียบ มัน ขรุขระ หยาบ เป็นต้น และลักษณะพื้นผิวที่ปรากฏแก่สายตาจะมีผลต่อประสาทและความรู้สึกของผู้มอง

**ประโยชน์ของสิ่งประดิษฐ์**

1. ฝึกให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างผลงานให้มีรูปร่างแปลกใหม่และพัฒนางานประดิษฐ์เดิมให้สามารถใช้ประโยชน์เพิ่มมากขึ้น

2. สิ่งประดิษฐ์ที่วัสดุต่างๆ ที่นำมาประกอบกันเป็นชิ้นงานสามารถใช้วัสดุอื่นทดแทนกันได้ และสามารถนำวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้

3. ฝึกให้รู้จักการวางแผนทำงานอย่างเป็นระบบเป็นขั้นตอนการปฏิบัติเป็นการสร้างระเบียบวินัยให้ตนเองและมีนิสัยรักในสิ่งประดิษฐ์

4. ให้นักเรียนรู้จักใช้และดูแลรักษาเครื่องมือในสิ่งประดิษฐ์ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับประเภทของสิ่งประดิษฐ์

5. ฝึกให้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความสุขในการสร้างสรรค์ชิ้นงานประดิษฐ์ของตนเอง

6. ฝึกให้นักเรียนรู้จักการประหยัดสามารถนำสิ่งของที่เหลือใช้มาทำให้เกิดประโยชน์มากที่สุดโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการลงทุนมากนัก

7. เป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้มีการสืบทอดและพัฒนาต่อไป จากภูมิปัญญาเดิมสู่การเรียนรู้ที่เป็นองค์รวมและเป็นผลงานของคนไทย

8. สามารถเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประดิษฐ์โดยการนำไปจำหน่ายในโอกาสต่างๆและสร้างเป็นอาชีพได้ในอนาคต

9. เกิดความภาคภูมิใจในชิ้นงานของตนเองทำให้นักคล้อยมรับในความสามารถของตนเองในระดับหนึ่งสะดวกสบายต่างๆ (อ้างอิงจาก <http://solasallbom.blogspot.com/2010/09/2.html>)

#### **การออกแบบผลิตภัณฑ์**

**การออกแบบ** คือ กิจกรรมการแก้ปัญหาเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ (Design is a goal-directed problem-solving) เป็นการกระทำของมนุษย์ ด้วยจุดประสงค์ที่ต้องการแจ้งผลเป็นสิ่งใหม่ๆ มีทั้งที่ออกแบบเพื่อสร้างขึ้นมาให้แตกต่างจากของเดิมหรือปรับปรุงตกแต่งของเดิม ความสำคัญของการออกแบบเป็นขั้นตอนเบื้องต้นที่จะทำให้กระบวนการในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประสบผลสำเร็จในตลาดและตรงตามเป้าหมาย

**งานออกแบบ** คือ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นโดยการเลือกนำเอาองค์ประกอบมาจัดเรียงให้เกิดรูปทรงใหม่ที่สามารถสนองความต้องการตามจุดประสงค์ของผู้สร้าง และสามารถผลิตได้ด้วยวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่มีอยู่ในขณะนั้น

#### **รูปลักษณะและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์**

**รูปลักษณะ** อธิบายถึงคุณสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์หรือลักษณะเด่นที่มองเห็นได้จากภายนอก ส่วนคุณประโยชน์ คือการรับรู้ทางอารมณ์ เป็นความรู้สึกต่างๆ ที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น เกิดความสบายใจ เกิดความเข้าใจ เกิดความเชื่อมั่น เกิดความปลอดภัย เป็นต้น

ระหว่างรูปลักษณะและคุณประโยชน์ ผู้บริโภคต้องการอะไรมากกว่ากัน?เป็นคำถามที่ไม่อาจได้คำตอบที่ชัดเจน ขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์ จุดประสงค์ของการซื้อ ภูมิหลังของผู้บริโภค และเงื่อนไขอื่นๆ (อ้างอิงจาก <https://sites.google.com/a/kjwit.ac.th/ponlapass/pathor/hlak-kar-xxkbaeb-phlitphanth>)

## 2.แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior defined) ได้มีการให้ความหมายไว้หลากหลายที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

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

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การใช้ การประเมินและการใช้จ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ)Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk. 1991, น.5 อ้างอิงใน สุกร เสรีรัตน์. 2550)

อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นนักจิตวิทยาและนักมนุษยวิทยาซึ่งได้นำประสบการณ์ที่ได้จากการเป็นนักจิตวิทยาและผู้ให้คำปรึกษามาเป็นพื้นฐานในการเสนอทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรมของมนุษย์ว่าจะมีความต้องการเป็นระดับต่างๆ ลาเฮย์ (Lahey, 2004, p. 383) กล่าวถึงกรอบความคิดที่สำคัญของทฤษฎีมาสโลว์ ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากพื้นฐานไปยังระดับสูงสุดกล่าวคือ

1. มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีวันสิ้นสุด และมากขึ้นเรื่อยๆ สิ่งที่มนุษย์ต้องการขึ้นอยู่กับสิ่งที่เขาได้รับ หรือมีอยู่แล้ว เมื่อความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วก็ยังมีความต้องการนั้นต่อไป เช่น ความต้องการในปัจจุบันที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เป็นต้น

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ใช่สิ่งจูงใจพฤติกรรมของมนุษย์อีกแต่ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งจูงใจต่อไป

3. ความต้องการของมนุษย์มีลำดับของความสำคัญแตกต่างกัน ความต้องการมีหลายด้าน บุคคลมีการแบ่งระดับความสำคัญ ความเร่งด่วนต่อชีวิตแตกต่างกัน และจะแสดงพฤติกรรมที่นำไปสู่ความต้องการที่มีความสำคัญมากกว่าก่อนเสมอ

**ทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)**

แบ่งออกเป็น 5 ขั้น ได้แก่ (Boeree, 2006)

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

**2. ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย (Safety Needs)** หมายถึง ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ และเป็นอิสระจากความกลัว ขู่เข็ญ บังคับ จากผู้อื่นและสิ่งแวดล้อม เป็นความต้องการที่จะได้รับการปกป้องคุ้มกัน ความต้องการประเภทนี้เริ่มตั้งแต่วัยทารกจนกระทั่งวัยชรา ความต้องการที่จะมีงานทำเป็นหลักแหล่งก็เป็นความต้องการเพื่อสวัสดิภาพของผู้ใหญ่อย่างหนึ่ง

**3. ความต้องการความรักและความผูกพัน (Love and Belonging Needs)** หมายถึง มนุษย์ทุกคนมีความปรารถนาจะให้เป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีความผูกพันกับผู้อื่นหรือมีความสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของหมู่ ทราบว่าทุกคนยอมรับตนเป็นสมาชิก คนที่รู้สึกเหงาไม่มีเพื่อน มีชีวิตไม่สมบูรณ์เป็นผู้ที่จะต้องซ่อมความต้องการประเภทนี้ คนที่รู้สึกวอนเป็นที่ยรักและยอมรับของหมู่จะเป็นผู้ที่สมปรารถนาในการต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่

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

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

เพราะมีน้อยคนที่จะได้ถึงขั้น “Self Actualization” อย่างสมบูรณ์ (อ้างอิงจาก <https://www.gotoknow.org/posts/629839>)

ผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้

**1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ( Cultural Factor)** วัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดำรงและยอมรับมาปฏิบัติ เพื่อให้สังคมดำเนินและมีการพัฒนาไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคลโดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่องค่านิยม ทศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรวินั้น จะต้องผ่านกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว และสถาบันต่างๆ ในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน การกำหนดกลยุทธ์จึงต้องแตกต่างกันไปสำหรับตลาดที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน โดยวัฒนธรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

**1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน ( Culture)** หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปแบบหรือวิธีทางในการดำเนินชีวิตที่สามารถเรียนรู้และถ่ายทอด สืบต่อกันมาโดยผ่านขบวนการอบรมและขัดเกลาทางสังคม วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งพื้นฐานในการกำหนดความต้องการซื้อและพฤติกรรมของบุคคล

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

**1.3 ชั้นทางสังคม (Social class)** เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมจากระดับสูงไประดับต่ำ โดยใช้ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ อาชีพ ฐานะ รายได้ ตระกูลหรือชาติกำเนิด ตำแหน่งหน้าที่ของบุคคลเพื่อจะเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์และการจัดส่วนประสมทางการตลาด ชั้นทางสังคมแบ่งเป็น 3 ระดับ 6 กลุ่มย่อย โดยชั้นทางสังคมของ

บุคคลสามารถเลื่อนชั้นได้ทั้งขึ้นและลง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางรายได้ อาชีพ ตำแหน่งหน้าที่ การงาน เช่น เมื่อบุคคลมีรายได้เพิ่มขึ้น ย่อมแสวงหาการบริโภคที่ดีขึ้น ประกอบด้วย

#### REPORT THIS AD

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

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

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

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

ชั้นต่ำระดับสูง (Upper-lower) กลุ่มผู้ทำงานส่วนใหญ่ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นงานประเภทที่ไม่ต้องมทักษะหรือกึ่งทักษะ ได้รับการศึกษต่ำ รายได้น้อย มีมาตรฐานการครองชีพระดับความยากจนหรือเหนือกว่าเพียงเล็กน้อยเท่านั้น การยกระดับสังคมของตนเองให้สูงขึ้นค่อนข้างจะลำบาก จึงเพียงแค่ป้องกันมิให้ฐานะตนเองตกต่ำลงไปมากกว่านี้ และอาศัยอยู่ในบ้านที่พอจะสู้ค่าใช้จ่ายได้เท่านั้น

ชั้นต่ำระดับต่ำ (Lower-lower) กลุ่มผู้ว่างงานไม่มีงานจะทำ หรือหากมีจะทำอยู่บ้าง ส่วนใหญ่ก็เป็นงานต่ำต้อย (menial jobs) มีรายได้ การศึกษา ที่พอกำสย ในระดับที่น่าสงสารมากที่สุด เป็นกลุ่มชั้นล่างสุดของสังคม ไม่สนใจหางานทำที่ถาวร ส่วนใหญ่ประทังชีวิตอยู่ด้วยการรับเงินช่วยเหลือจากหน่วยงานการกุศล หรือประชาสงเคราะห์เท่านั้น

#### REPORT THIS AD



**2. ปัจจัยด้านสังคม ( Social Factor)** เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมจะประกอบด้วย

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

**2.2 ครอบครัว ( Family)** บุคคลในครอบครัวถือว่ามียิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล 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 การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน Kotler. (2003 : 260) ได้กล่าวว่า วงจรชีวิตครอบครัว ประกอบด้วยขั้นตอนแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคและพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน ดังนี้

ขั้นที่ 1 เป็นโสดและอยู่ในวัยหนุ่มสาว ไม่พักอาศัยที่บ้าน มีภาระทางการเงินน้อย เป็นผู้นำแฟชั่น ชอบสนทนากาและมักจะซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคส่วนตัว เครื่องใช้ในครัว เฟอร์นิเจอร์ สนใจด้านการพักผ่อน บันเทิง อุปกรณ์ในการเล่นเกมส์ เสื้อผ้าและเครื่องสำอาง

ขั้นที่ 2 กลุ่มรสนิยม วยหนุ่มสาวและยังไม่มีบุตร มีสถานะด้านการเงินดีกว่า มีอัตราการซื้อสูงสุดและมักจะซื้อสินค้าที่มีความถาวรคงทน เช่น รถยนต์ ตู้เย็น เตาไฟฟ้าและเฟอร์นิเจอร์ที่มีความคงทนและสวยงาม

ขั้นที่ 3 ครอบครัวเต็มรูปแบบขั้นที่ 1 : บุตรคนเล็กต่ำกว่า 6 ขวบ มีเงินสคนน้อยกว่าขั้นที่ 2 มักจะซื้อสินค้าจำเป็นที่ใช้ในบ้าน เช่น รถยนต์สำหรับครอบครัว เครื่องซักผ้า เครื่องดูดฝุ่น และยังซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก เช่น อาหาร เสื้อผ้า ยา วิตามินและของเด็กเล่น รวมทั้งสนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นพิเศษ

ขั้นที่ 4 ครอบครัวเต็มรูปแบบขั้นที่ 2 : บุตรคนเล็กอายุเท่ากับ 6 ขวบหรือมากกว่า 6 ขวบ มีฐานะทางการเงินดีขึ้น ภรรยาอาจทำงานด้วย เพราะบุตรเข้าโรงเรียนแล้ว กลุ่มนี้ไม่ค่อยได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา สินค้าที่ซื้อมักมีขนาดใหญ่หรือซื้อเป็นจำนวนมาก เช่น อาหารจำนวนมาก จักรยานภูเขา รถยนต์คันที่ 2 และให้บุตรเรียนดนตรี เรียนเปียโน

ขั้นที่ 5 ครอบครัวเต็มรูปแบบขั้นที่ 3 : คู่แต่งงานสูงวัยและมีบุตรที่โตแล้วอาศัยอยู่ด้วย มีฐานะการเงินดีสามารถซื้อสินค้าถาวรและเฟอร์นิเจอร์มาแทนของเก่า ผลิตภัณฑ์ที่บริโภคอาจจะเป็นบริการของทันตแพทย์ การพักผ่อนและการท่องเที่ยวหรูหรา บ้านขนาดใหญ่กว่าเดิม

ขั้นที่ 6 ครอบครัวที่มีบุตรแยกครอบครัวขั้นที่ 1 : บิดามารดามีอายุมาก มีบุตรที่แยกครอบครัวและหัวหน้าครอบครัวยังทำงานอยู่ มีฐานะการเงินดี ชอบการเดินทางเพื่อพักผ่อน บริจาคทรัพย์สิน บำรุงศาสนาและช่วยเหลือสังคม

ขั้นที่ 7 ครอบครัวที่มีบุตรแยกครอบครัวขั้นที่ 2 : ครอบครัวที่บิดามารดาอายุมาก บุตรแยกครอบครัวและหัวหน้าครอบครัวเกษียณแล้ว กลุ่มนี้จะมีรายได้ลดลง ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่ารักษาพยาบาลและผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ

ขั้นที่ 8 คนที่อยู่คนเดียว เนื่องจากอีกฝ่ายหนึ่งตายหรือหย่าขาดจากกันและยังทำงานอยู่ กลุ่มนี้รายได้ยังคงมีอยู่ และพอใจในการท่องเที่ยว

ขั้นที่ 9 คนที่อยู่คนเดียว เนื่องจากอีกฝ่ายหนึ่งตายหรือหย่าขาดจากกันและออกจากงานแล้ว กลุ่มนี้รายได้น้อยและค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่ารักษาพยาบาล

**3.3 อาชีพ (Occupation)** อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

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

**3.5 การศึกษา (Education)** ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

**3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value)** และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึงอัตราผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อตราสินค้า รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำเนินชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูป กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions)

**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)** เป็นกระบวนการรับรู้ของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการและอารมณ์ และยังมีปัจจัยภายนอกคือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 การเห็น ได้ยิน ได้กลิ่น รส กาย การสัมผัส ซึ่งแต่ละคนมี

การรับรู้แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับ ลักษณะทางกายภาพที่ตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นสิ่งเร้าต่างๆ ความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นเร้ากับสิ่งแวดล้อมในขณะนั้น เงื่อนไขของแต่ละบุคคลที่มีความต้องการทัศนคติ ค่านิยมแตกต่างกัน

4.3 การเรียนรู้ ( Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น

4.4 ความเชื่อ ( Beliefs) เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทัศนคติ ( Attitudes) เป็นการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler. 2003 : 270) หรือหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งส่วนประกอบของทัศนคติ จะประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) ประกอบด้วย ความรู้และความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคของผู้บริโภค ส่วนของความรู้สึก ( Affective Component) หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้า ความรู้สึกอาจจะเป็นความพอใจและไม่พอใจ เช่น การเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อผลิตภัณฑ์ ส่วนของพฤติกรรม (Behavior Component) หมายถึง แนวโน้มของการกระทำที่เกิดจากทัศนคติ หรือ การกำหนดพฤติกรรม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า

4.6 บุคลิกภาพ ( Personality) เป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการตอบสนอง หรืออาจหมายถึงลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองที่สม่ำเสมอและมีปฏิกิริยาต่อสิ่งกระตุ้น

4.7 แนวคิดของตนเอง ( Self-concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

5.ปัจจัยด้านการตลาด ( Marketing factor) หรือ ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย เครื่องมือดังต่อไปนี้

**5.1 ผลิตภัณฑ์(Product)** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหา การใช้หรือ การบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ(Armstrong and Kotler. 2009 : 616) ประกอบด้วย สิ่งที่สามารถสัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility)มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

(1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

(2) องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

(3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์(Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

(4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น(New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

(5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

**5.2 ราคา(Price)** หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป (Armstrong and Kotler. 2009 : 616) หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้น ถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าผลิตภัณฑ์นั้น ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง การแข่งขัน ปัจจัยอื่น ๆ

**5.3 การส่งเสริมการตลาด(Promotion)** เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้หัวใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ (Etzel, walker and Stanton, 2007 : 677) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non personal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมประสานกัน IMC (Integrated Marketing Communication) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่งกัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ มีดังนี้

**(1)การโฆษณา (Advertising)** เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือ ความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงิน โดยผู้อุปถัมภ์รายการ (Armstrong and Kotler, 2009 : 33)กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Create strategy) และยุทธวิธีการโฆษณา(Advertising tactics) กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

**(2)การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling)** เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยการขายแบบเผชิญหน้าโดยตรง หรือใช้โทรศัพท์ (Etzel, Walker and Stanton, 2007 : 675) หรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขาย เพื่อให้เกิดการขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Armstrong and Kotler, 2009 : 616)

**(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 เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) (2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion) (3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force Promotion)

**(4)การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations)** มีความหมายดังนี้ การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์ ประชาสัมพันธ์ (Public relations) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผน โดยองค์กรหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Etzel , Walker and Stanton. 2007 : 677) มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกันภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

**(5)การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing)** การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) และการตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online advertising) มีความหมายต่างกันดังนี้

5.1 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและ ทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า เช่น ใช้สื่อโฆษณาและแคตตาล็อก

5.2 การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) เป็นข่าวสารการโฆษณาซึ่งถามผู้อ่าน ผู้รับฟัง หรือผู้ชม ให้เกิดการตอบสนองกลับโดยตรงไปยังผู้ส่งข่าวสาร หรือป้ายโฆษณา

5.3 การตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online advertising) หรือการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic marketing หรือ E-marketing) เป็นการโฆษณาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต เพื่อสื่อสาร ส่งเสริม และขายผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยมุ่งหวังผลกำไรและการค้า เครื่องมือที่สำคัญในข้อนี้ประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อก การขายทางโทรศัพท์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจุดมุ่งใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง

**5.4 การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)** หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์

ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่1ช่องทางการจัดจำหน่าย (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

**ส่วนที่2การกระจายตัวสินค้า** หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical distribution หรือ Market logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร (Kotler and Keller. 2009 : 786) หรือหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าที่สำคัญมีดังนี้ การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้าและการคลังสินค้า การบริหารสินค้าคงเหลือ (อ้างอิงจาก<https://www.gotoknow.org/posts/629839> )

### 3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (4p)

ส่วนประสมการตลาด (Marketing) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายได้ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุ้มค่ารวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การซื้อหาเพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้าด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้องโดยส่วนประสมทางการตลาดแบ่งออกเป็น 4 ปัจจัย (4Ps) (Philip Kotler,2003) ได้แก่

**1.ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย สิ่งที่สามารถสัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่นบรรจุภัณฑ์ สีราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้าบริการ สถานที่ บุคคลหรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ผลิตภัณฑ์ จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิดสถานที่องค์กรหรือบุคคลผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์



(Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

2 องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปลักษณะคุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ตราสินค้า ฯลฯ

3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

**2.ราคา (Price)** หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือหมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเอง ราคา เป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาคือต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคา ต้องคำนึงถึง คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาค่าผลิตภัณฑ์ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องและการแข่งขัน

**3.ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)** หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด

**4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้า หรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือน ความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสาร เกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และ พฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การ

อาจใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด แบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication หรือ IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าผลิตภัณฑ์คู่แข่ง โดยบรรจุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ มีดังนี้

(1) การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสาร เกี่ยวกับองค์การและผลิตภัณฑ์บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

(2) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อ พยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือมีปฏิกิริยาต่อความคิด หรือ เป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

(3) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นสิ่งจูงใจที่มีคุณค่าพิเศษที่กระตุ้นหน่วยงาน (Sales Force) ผู้จัดจำหน่าย (Distributors) หรือผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Consumer) โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้เกิดการขายในทันทีทันใด เป็นเครื่องมือ กระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณาและการขายโดยใช้พนักงานขายซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าคนสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบ คือ การกระตุ้นผู้บริโภคเรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) การกระตุ้นคนกลางเรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade Promotion) การกระตุ้นพนักงานขายเรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งพนักงาน (Sales Force Promotion)

(4) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations หรือ PR) มีความหมายดังนี้ การให้ข่าว (Publicity) เป็นการเสนอข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้า หรือบริษัท ที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านสื่อกระจายเสียง หรือสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ (Public Relations หรือ PR) หมายถึงความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การต่อผลิตภัณฑ์หรือต่อนโยบาย ให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริม หรือ ป้องกันภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

(5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการ ตอบสนองโดยตรง (Direct Response Advertising) และการตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online Advertising) มีความหมายต่างกัันดังนี้

การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือ หมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและการใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า เช่น ใช้สื่อโฆษณาและแคตตาล็อก การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct Response Advertising) เป็นข่าวสารการโฆษณาซึ่งถามผู้อ่าน ผู้รับฟัง หรือผู้ชม ให้เกิดการตอบสนองกลับ โดยตรงไปยังผู้ส่งข่าวสาร ซึ่งอาจจะใช้จดหมายตรง หรือสิ่งอื่น เช่น นิตยสาร วิทยุโทรทัศน์หรือป้ายโฆษณา การตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online Advertising) หรือการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketing หรือ E-marketing) เป็นการโฆษณาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต เพื่อสื่อสารส่งเสริม และขายผลิตภัณฑ์หรือบริการโดย มุ่งหวังผลกำไรและการค้าเครื่องมือที่สำคัญในข้อนี้ ประกอบด้วยการขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อก การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรม การตอบสนอง เช่น ใช้คูปองแลกซื้อ (อ้างอิงจาก <http://dekmarketing.blogspot.com>)

#### 4.แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ

**แผนธุรกิจ (Business Plan)** เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็น โอกาสทางธุรกิจ มีผู้เปรียบเทียบว่าแผนธุรกิจเปรียบเหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งเรื่องของการตลาด การแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงิน ที่จะชี้นำผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวังด้วยเช่นกัน

ถ้าเปรียบว่าแผนที่ที่ดีย่อมจะให้รายละเอียดถนนหนทาง และทิศทางที่ชัดเจนแล้ว แผนธุรกิจก็ไม่ต่างกันในการที่จะให้รายละเอียดอย่างเพียงพอที่จะทำให้ผู้ร่วมลงทุนตัดสินใจได้ว่า ธุรกิจนั้นควรจะร่วมลงทุนด้วยหรือไม่ จากแผนธุรกิจจะทำให้ผู้ร่วมลงทุนเข้าใจวัตถุประสงค์ของธุรกิจอย่างชัดเจน เข้าใจแนวคิดและปรัชญาของธุรกิจ แผนปฏิบัติการ ปัญหาอุปสรรค และหนทางที่เตรียมการเพื่อไปสู่ความสำเร็จ ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะใช้เงินลงทุนของตัวเอง ไม่ต้องการผู้ร่วมลงทุนหรือเงินกู้จากสถาบันการเงิน แผนธุรกิจก็ยังจำเป็นอยู่ดีเพื่อให้ผู้ประกอบการมีแผนที่ในการบอกทิศทางของการดำเนินกิจการในอนาคต

**แผนธุรกิจสำคัญอย่างไร** สำหรับผู้ประกอบการแล้ว แผนธุรกิจเป็นเอกสารที่มีความสำคัญยิ่งกว่าเอกสารใดๆ ที่เคยมีการรวบรวมมา ความสำคัญเหล่านี้ ได้แก่

1. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะที่จะให้รายละเอียดของการเริ่มต้นธุรกิจ แผนธุรกิจทำให้ผู้ประกอบการมีเป้าหมายที่ชัดเจน กำหนดแนวทางของความคิด และช่วยให้ผู้ประกอบการแน่วแน่ต่อการใช้ทรัพยากรและกำลังความพยายามเพื่อไปสู่เป้าหมาย

2. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะเป็นเครื่องมือที่จะแสวงหาเงินทุนจากผู้ร่วมลงทุน จากกองทุนร่วมลงทุน และจากสถาบันการเงินต่างๆ

3. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะที่เป็นเสมือนพิมพ์เขียวที่ให้รายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ ทั้งกิจกรรมในการจัดหาเงินทุน กิจกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กิจกรรมการตลาด และอื่นๆ ในการบริหารกิจการใหม่ แผนธุรกิจยังใช้เพื่อกำหนดการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่องในอนาคตของกิจการอีกด้วย

**แผนธุรกิจควรมีอะไรบ้าง** เนื่องจากแผนธุรกิจที่ดีจะช่วยในการวัดถึงความเป็นไปได้ของกิจการที่จะลงทุน แผนจึงควรประกอบด้วยการวิเคราะห์อย่างละเอียดในตัวแปรหรือปัจจัยดังต่อไปนี้

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

**แผนธุรกิจที่ดี** เมื่ออ่านแล้วควรจะต้องตอบคำถามเหล่านี้ได้

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

และเหมาะสมเพียงใด

#### 9. จำนวนและคุณภาพของพนักงานที่ต้องการมีเพียงพอหรือไม่

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

**องค์ประกอบของแผนธุรกิจ** แม้ว่าองค์ประกอบของแผนธุรกิจจะไม่ได้มีกำหนดไว้ตายตัวหากแต่องค์ประกอบหลัก ซึ่งนักลงทุนพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการรู้ จะประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้ คือ

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

**คู่มือการจัดทำแผนธุรกิจ (Business Plan)** ฉบับนี้ ย่อจากเอกสารประกอบการบรรยายในโครงการอบรมวิทยากร หลักสูตร การวางแผนธุรกิจ" ซึ่งสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด" ย่อมได้จัดทำขึ้น เพื่ออบรมคณาจารย์ในระดับอุดมศึกษา สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย และกระทรวงศึกษาธิการ ให้มีความรู้ในการจัดทำแผนธุรกิจ แล้วนำความรู้ที่ไปเผยแพร่ กระตุ้น ชักชวนให้นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ กลุ่มเป้าหมายที่1) และเยาวชนผู้สำเร็จการศึกษาระดับอาชีวศึกษา หรือระดับปริญญาตรีขึ้นไป อายุไม่เกิน30 ปี กลุ่มเป้าหมายที่2) เข้าร่วมโครงการ สร้างเสริมนักธุรกิจยุคใหม่ เอื้ออาทร" เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งเป็นที่ปรึกษาให้นักศึกษาและเยาวชน

**คู่มือการจัดทำแผนธุรกิจฉบับย่อ**นี้ จะแสดงให้เห็นความสำคัญของแผนธุรกิจ แนวทางการเขียนแผนธุรกิจ และองค์ประกอบที่สำคัญของแผนธุรกิจพอสังเขป ผู้ประกอบการที่ริเริ่มประกอบกิจการ หรือนิสิตนักศึกษา เยาวชนและบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจในการดำเนินธุรกิจส่วนตัว สามารถนำไปศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการทำแผนธุรกิจต่อไปได้

**สำหรับโครงการอบรมวิทยากร (Train-Of-Trainers) หลักสูตร "การวางแผนธุรกิจ " (Business Plan) เป็นโครงการที่ได้จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนโครงการสร้างเสริมนักธุรกิจยุคใหม่ "เอื้ออาทรเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคม ที่กระทรวงอุตสาหกรรม ทบวงมหาวิทยาลัย กระทรวงศึกษาธิการ " การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สถาบันพัฒนาSMEs) ได้ร่วมกันจัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออบรมคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาที่สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยและกระทรวงศึกษาธิการ ให้มีความรู้ในการจัดทำแผนธุรกิจ แล้วนำความรู้นั้นไปเผยแพร่ กระตุ้น ชักชวนให้นิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ กลุ่มเป้าหมายที่1) และเยาวชนผู้สำเร็จการศึกษาระดับอาชีวศึกษาหรือระดับปริญญาตรีขึ้นไปอายุไม่เกิน 30 ปี กลุ่มเป้าหมายที่2) เข้าร่วมโครงการฯ ตลอดจนเป็นที่ปรึกษาให้นิสิตนักศึกษาและเยาวชนในการทำแผนธุรกิจ แล้วนำแผนนั้นไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจส่วนตัวยึดเป็นอาชีพได้ แทนการมุ่งหวังที่จะเป็นพนักงานในภาครัฐหรือเอกชน ช่วยให้นิสิตนักศึกษามีงานทำ มีอาชีพส่วนตัว ลดอัตราว่างงาน อันจะส่งผลให้โครงการฯ เอื้ออาทร" ฯ บรรลุวัตถุประสงค์ได้"**

การอบรมวิทยากร **หลักสูตรการวางแผนธุรกิจ (Business Plan)** ได้ดำเนินการแล้ว ระหว่างวันที่ 22 พฤษภาคม -16 มิถุนายน 2543 รวม 8 รุ่น โดยสัญจรไปตามมหาวิทยาลัยที่เป็นเครือข่ายของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) 7 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวนผู้เข้ารับการอบรมทั้งสิ้น 1,105 คน ประกอบด้วย คณาจารย์จากทบวงมหาวิทยาลัย 289 คน คณาจารย์จากกระทรวงศึกษาธิการ 499 คน และผู้สนใจทั่วไปและ SMEs 317 คน

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

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

สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่ว่่านั้นให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไร บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนควรระลึกไว้เสมอว่า คุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม จึงควรใช้เวลากับการเขียนส่วนนี้อย่างพิถีพิถัน

เนื้อหาในบทสรุปผู้บริหารควรจะกล่าวถึงสิ่งต่อไปนี้

1. อธิบายว่าจะทำธุรกิจอะไร และแนวคิดของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไร พยายามอธิบายให้เห็นว่า สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้นจะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตหรือวิถีการใช้สินค้าหรือบริการไปจากเดิมอย่างไร บอกด้วยว่าธุรกิจจะก่อตั้งเมื่อไร สินค้าบริการมีคุณสมบัติพิเศษอะไรในแง่รูปลักษณ์ ประโยชน์ใช้สอย / เทคโนโลยี ฯลฯ ที่จะได้เปรียบเหนือคู่แข่ง หากธุรกิจดำเนินการมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว บอกด้วยว่า ขนาดของธุรกิจใหญ่ขนาดไหน มีความเติบโตก้าวหน้าในช่วงที่ผ่านมาอย่างไร

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

3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคะเนลูกค้าเป้าหมาย ระบุและอธิบายย่อๆ ถึงลักษณะตลาด ใครเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก จะจัดวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์อย่างไร จะวางแผนการเข้าถึงลูกค้าอย่างไร รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของตลาด ขนาดและอัตราการเติบโตของกลุ่มลูกค้า ยอดขาย และส่วนแบ่งตลาดที่คาดหวัง

4. ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ ระบุถึงความได้เปรียบและความเหนือกว่าในการแข่งขัน เช่น ความได้เปรียบจากตัวผลิตภัณฑ์ การได้เปรียบจากการเข้าตลาดก่อน ความได้เปรียบจากการที่คู่แข่งอยู่ในภาวะอ่อนแอ ตลอดจนเงื่อนไขอื่นๆ ของอุตสาหกรรมนั้นๆ

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

6. ทีมผู้บริหาร สรุปความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และทักษะของผู้ที่เป็นตัวหลักในการก่อตั้งและบริหาร พร้อมสมาชิกในทีม บอกย่อๆ ถึงความสำเร็จในอดีต โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับการทำกำไร การบริหารงานและคน

7. ข้อเสนอผลตอบแทน ระบุสั้นๆ ถึงเงินลงทุนหรือเงินกู้ที่ต้องการ จะเอาเงินไปทำอะไร จะตอบแทนเจ้าของเงินอย่างไร ผลตอบแทนของการลงทุนของเจ้าหน้าที่หรือผู้ร่วมลงทุนจะเป็นเท่าใด

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

ส่วนนี้คือการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกิจการ ทั้งในด้านรูปแบบการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้าที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ควรให้ข้อมูล บริการ/เกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

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

ขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนธุรกิจ คือ การพยายามทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของปัจจัยสำคัญๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การแข่งขัน ความน่าสนใจโดยรวมของอุตสาหกรรม ตลอดจนความสามารถในการทำกำไร และความพร้อมในด้านต่างๆ ของกิจการ ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์จึงเป็นงานอันดับแรกที่สำคัญที่ผู้ประกอบการควรกระทำ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานของกิจการ

#### **การวิเคราะห์สถานการณ์หรือเรียกอย่างย่อๆ ว่า SWOT ANALYSIS**

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

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

### **องค์ประกอบที่ 4 : วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ (ผู้เขียน อ.ดร.พิภพ อุดร :)**

วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องการได้รับในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการ และเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนหรือลักษณะงาน เช่น เป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางการจัดการ



เป้าหมายทางการผลิต และเป้าหมายทางการเงิน เป็นต้น นอกจากนี้เป้าหมายทางธุรกิจอาจแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้น คือ ภายใน 1 ปี เป้าหมายระยะกลาง ประมาณ 3-5 ปี และเป้าหมายระยะยาวที่นานกว่า 5 ปี ลักษณะของเป้าหมายของธุรกิจที่ดีมี 3 ประการ คือ

1. มีความเป็นไปได้ หมายความว่า กิจกรรมมีโอกาสที่จะบรรลุเป้าหมายได้ หากได้มีการดำเนินงานอย่างเต็มที่ตามแผนธุรกิจที่วางไว้ การกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจควรประเมินจากสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ กล่าวคือ ไม่ควรตั้งเป้าหมายที่เลื่อนลอยเกินความจริงจนทำไม่ได้ และก่อให้เกิดความท้อแท้ แต่ก็ไม่ควรตั้งเป้าหมายที่ง่ายจนเกินไปจนไม่ต้องทุ่มเทความพยายามใดๆ ก็สามารถที่จะบรรลุเป้าหมายได้โดยง่าย เป้าหมายที่ดีจึงควรเป็นผลลัพธ์ที่ทำได้ยากแต่มีความเป็นไปได้

2. สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม หมายถึง มีความชัดเจนที่สามารถประเมินได้ว่า กิจกรรมบรรลุตามเป้าหมายนั้นหรือไม่ ทั้งนี้ โดยทั่วไป ควรจะต้องกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจนว่า จะต้องบรรลุถึงเป้าหมายนั้นภายในระยะเวลาเท่าใด

3. เป็นไปในทิศทางเดียวกัน หมายถึง เป้าหมายย่อยๆ ในแต่ละฝ่ายควรมีความสอดคล้องและ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งให้แน่ใจว่าเป้าหมายระยะสั้นๆ เป็นไปเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมเป้าหมายในระยะปานกลางและระยะยาว

กล่าวคือ ไม่มุ่งหวังเพียงกำไรหรือผลลัพธ์ในระยะสั้นมากจนเกินไป โดยเฉพาะหากผลในระยะสั้นนั้น จะก่อให้เกิดผลเสียได้ในระยะปานกลางและระยะยาว

#### องค์ประกอบที่ 5 : แผนการตลาด (ผู้เขียน .อ :ดรพิภพ อุดร.)

แผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาด ตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในองค์ประกอบที่ 3 มาพิจารณาร่วมกับวัตถุประสงค์ และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ในองค์ประกอบที่ 4 ดังนั้น การวางแผนการตลาดจึงเป็นการกำหนดกลยุทธ์และวิธีในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่มุ่งหวัง โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรทางการตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการตอบรับกับความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ เนื้อหาของแผนการตลาดต้องตอบคำถามหลักๆ ให้กับผู้ประกอบการอย่างน้อยดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายทางการตลาดที่ต้องทำให้ได้ในระยะเวลาของแผนคือเรื่องอะไรบ้าง

2. ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง
3. จะนำเสนอสินค้าวิธีการใดบริการอะไรให้กลุ่มเป้าหมาย ในราคาเท่าใด และด้วย/
4. จะสร้างและรักษาความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้ด้วยวิธีการใดบ้าง
5. ถ้าสถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ จะปรับตัวหรือแก้ไขอย่างไรในการตอบคำถามดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนประสบการณ์และวิจรรณญาณที่ดี ในการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และวิธีการทางการตลาดสำหรับกิจการตามองค์ประกอบที่สำคัญของแผนการตลาด ซึ่งมีเนื้อหาหลัก 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

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

#### องค์ประกอบที่ 6 : แผนการจัดการและแผนคน (ผู้เขียน ผศ.วิทยา ด้านธำรงกุล :)

ในส่วนนี้ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุโครงสร้างขององค์กรให้ชัดเจน โดยแสดงแผนผังโครงสร้างขององค์กรว่า ประกอบไปด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความรับผิดชอบอะไร รวมถึงตำแหน่งผู้บริหารหลักๆ ขององค์กร โครงสร้างของคณะกรรมการและการถือหุ้น การเขียนในส่วนนี้ควรจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเป็นทีมที่ดีในการบริหาร มีความสมดุลในด้านความรู้ ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิคและการบริหาร มีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่ทำ รายละเอียดในส่วนนี้ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้ คือ

1. โครงสร้างองค์กร
  - 1.1 ตำแหน่งงานหลักๆ ขององค์กร คนที่จะมาดำรงตำแหน่ง พร้อมทั้งแผนผัง องค์กร
  - 1.2 หากผู้บริหารคนใดคนหนึ่ง ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เต็มเวลา ต้องระบุว่าใครจะเป็นผู้ช่วยในงานนั้น เพื่อทำให้งานสมบูรณ์
  - 1.3 หากทีมงานผู้บริหารเคยทำงานร่วมกันมาก่อน ให้ระบุว่าเคยทำงานอะไร มีความสำเร็จในฐานะทีมที่ดีอะไรบ้าง
2. ตำแหน่งบริหารหลัก
  - 2.1 ระบุว่าตำแหน่งบริหารหลักๆ มีความรู้ ความชำนาญอะไรบ้าง และมีความเหมาะสมในตำแหน่งงานนั้นอย่างไร
  - 2.2 ระบุบทบาท ภาระความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งในทีมบริหาร

2.3 อาจใส่ประวัติสั้นๆ ของทีมบริหารเอาไว้ในส่วนนี้ด้วยก็ได้ หรือมีจะนั้นอาจนำไปใส่ไว้รวมกันในภาคผนวก

3. ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้บริหาร ระบุเงินเดือนที่จ่ายแก่ผู้บริหาร ตลอดจนผลประโยชน์ในรูปแบบอื่นๆ และสัดส่วนการถือหุ้น ของผู้บริหารแต่ละคน

4. ผู้ร่วมลงทุน ระบุผู้ร่วมลงทุนอื่นๆ และเปอร์เซ็นต์การถือหุ้น

5. คณะกรรมการบริษัท ระบุคุณสมบัติของกรรมการบริษัท องค์ประกอบและภูมิหลังของกรรมการแต่ละคนว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการกิจการอย่างไร

#### องค์ประกอบที่ 7 : แผนการผลิตปฏิบัติการ/ (ผู้เขียน อ.ดร.เอกจิตต์ จึ้งเจริญ :)

หลังจากที่ผู้ประกอบการได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกิจการ ตลอดจนกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและแผนกลยุทธ์ของกิจการในภาพรวม เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันแล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นให้ออกมาเป็นแผนการผลิต/ปฏิบัติที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนธุรกิจส่วนอื่นๆ ของบริษัท อันได้แก่ แผนการตลาด แผนการบริหารและจัดการบุคลากรและแผนการเงิน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายตามแผนนั้นๆ

แผนการผลิตปฏิบัติการที่ดีจะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับธุรกิจ โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตให้เป็นผลผลิต ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังแผนภาพที่ 1 โดย วัตถุดิบและทรัพยากร นั้น หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ ชั่วโมงแรงงานที่ทำการผลิต หรือค่าใช้จ่ายรวมของทรัพยากรทุกอย่างที่ใช้ ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน เงินลงทุน และอื่นๆ สำหรับ กระบวนการผลิตและปฏิบัติการ หมายถึง กระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรการผลิตให้เป็นผลผลิต และ ผลผลิต นั้น หมายความว่า จำนวนหรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้

ในการวางแผนการผลิตปฏิบัติ นั้น ผู้ประกอบการต้องพิจารณาตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ/การภายในกิจการตามประเด็นที่สำคัญๆ รวมการผลิตและปฏิบัติ 10 ประเด็นดังต่อไปนี้ คือ

1. คุณภาพ
2. การออกแบบสินค้าและบริการ
3. การออกแบบกระบวนการผลิตและปฏิบัติการ และการตัดสินใจเรื่องกำลังการผลิต
4. การเลือกสถานที่ตั้ง

5. การออกแบบผังของสถานประกอบการ
6. การออกแบบระบบงานและการวางแผนกำลังคน
7. การจัดการกระบวนการจัดส่งวัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูป (Supply-Chain Management)
8. ระบบสินค้าคงคลัง
9. กำหนดการผลิตและปฏิบัติการ
10. การบำรุงรักษาเครื่องมือและเครื่องจักร

#### องค์ประกอบที่ 8 : แผนการเงิน (ผู้เขียน รศ.ประนอม โฉมวิวัฒน์ :)

ในการจัดทำแผนธุรกิจนั้น กิจการต้องทราบให้ได้ว่าแผนที่จะจัดทำขึ้นนั้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ การที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าใด จะได้จากแหล่งใดบ้าง จากแหล่งเงินทุนภายใน ในรูปของเจ้าของกิจการ หรือแหล่งเงินทุนภายนอก ในรูปของการกู้ยืมจากเจ้าหนี้ เรียกว่า กิจกรรมจัดหาเงิน (Financing Activities) จากนั้น จะเป็นเรื่องของ การตัดสินใจนำเงินไปลงทุน กิจกรรมนี้เรียกว่า กิจกรรมลงทุน (Investing Activities) ซึ่งจะแตกต่างไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อเนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวข้างต้น คือ กิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งจะประกอบไปด้วย การผลิต การซื้อ การขาย และการจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ การตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมหลักทั้งสาม คือ กิจกรรมจัดหาเงิน กิจกรรมลงทุน และกิจกรรมดำเนินงาน จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ นักบัญชีจะเป็นผู้นำเสนอผลของกิจกรรมทั้งสาม และสรุปออกมาเป็น งบการเงิน (Financial Statements) ซึ่งเป็นรายงานสรุปขั้นสุดท้ายของขบวนการจัดทำบัญชี ที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลทางการเงินของธุรกิจหรืออาจจะเป็นงบการเงินที่ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่า ในรอบระยะเวลาที่ผ่านมา นั้น ธุรกิจมีฐานะการเงินอย่างไร กำไรหรือขาดทุน มีการเปลี่ยนแปลงในเงินสดอย่างไรบ้าง เพิ่มขึ้นหรือลดลง และสาเหตุเกิดจากอะไร งบการเงินประกอบด้วย

1. งบดุล เป็นรายงานที่แสดงถึงฐานะของกิจการ ณ วันใดวันหนึ่ง ในงบดุลจะประกอบไปด้วย ข้อมูลทางการเงินที่แสดงถึงฐานะของกิจการ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับสินทรัพย์ หนี้สินและส่วนของผู้เป็นเจ้าของ
2. งบกำไรขาดทุน เป็นงบที่แสดงถึงผลการดำเนินงานของกิจการ โดยแสดงรายได้ ค่าใช้จ่าย และกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง
3. งบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของผู้เป็นเจ้าของ ส่วนของผู้เป็นเจ้าของหรือส่วนของผู้ถือหุ้น

ประกอบไปด้วย 2 ส่วนด้วยกัน คือ – ทุนเรือนหุ้น - กำไรสะสม งบนี้จึงแสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของทุนเรือนหุ้นและกำไรสะสม

4. งบกระแสเงินสด เป็นงบการเงินที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง จะรายงานให้ทราบว่า เงินสดในปีปัจจุบันที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้น มีสาเหตุจากอะไรในกิจกรรม 3 ประเภท ดังต่อไปนี้ – กิจกรรมดำเนินงาน – กิจกรรมลงทุน - กิจกรรมจัดหาเงิน

5. นโยบายบัญชี หมายถึง หลักการบัญชีหรือวิธีปฏิบัติที่กิจการใช้ในการจัดทำและนำเสนอองการเงิน เนื่องจากหลักการบัญชีที่กิจการเลือกใช้ไม่ได้หลายวิธี วิธีการบัญชีที่กิจการเลือกใช้จะมีผลกระทบต่องบการเงินไม่เหมือนกัน กิจการจึงต้องบอกข้อมูลดังกล่าวให้ผู้ใช้งบการเงินทราบโดยทั่วไปแล้วกิจการควรเปิดเผยนโยบายบัญชีในเรื่องต่อไปนี้ไว้ในงบการเงิน – วิธีการรับรู้รายได้ - การตีราคาสินค้าคงเหลือ - การตีราคาเงินทุน- ค่าเผื่อหนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญ - วิธีการคิดค่าเสื่อมราคา และการตัดบัญชีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน – การแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ - การจัดทำงบการเงินรวม

#### องค์ประกอบที่ 9 : แผนการดำเนินงาน (ผู้เขียน ผศ.วิทยา ด้านธำรงกุล :)

หลังจากผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ของกิจการอย่างรอบคอบและครบถ้วนแล้ว ขั้นตอนต่อมาก็คือ การจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

ในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ โดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือนหรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

#### องค์ประกอบที่ 10 : แผนฉุกเฉิน

แผนฉุกเฉินเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่สถานการณ์หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้ (อ้างอิงจาก [https://kuservice.ku.ac.th/Attach\\_Files/KUSS\\_20180417102110...61.doc](https://kuservice.ku.ac.th/Attach_Files/KUSS_20180417102110...61.doc))

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

ธนกร นิรันดร์นุต (2557) ศึกษาเรื่องออกแบบผลิตภัณฑ์จากเศษไม้เหลือใช้ในอุตสาหกรรมแปรรูปไม้ เพื่อส่งเสริมงานตกแต่งทางสถาปัตยกรรม โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1.ศึกษาเศษไม้เหลือใช้

จากการผลิตเพื่อนำกลับมาใช้ทำผลิตภัณฑ์ในงานสถาปัตยกรรมภายใน กรณีศึกษาโรงงาน บริษัทสยาม วู้ดเทค จำกัด 2. ทดสอบวัสดุและผลงานออกแบบจากเศษไม้เหลือใช้ในอุตสาหกรรมแปรรูปไม้เพื่อ สร้างต้นแบบ 3. ประเมินผลความพึงพอใจจากผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สร้างผลการวิจัย ปรากฏว่า งานวิจัย นี้เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่นำเศษไม้เหลือใช้จากโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปไม้มาใช้ให้เกิดคุณค่า ทางทรัพยากรธรรมชาติมากยิ่งขึ้น โดยมีจุดประสงค์ 1.ศึกษาเศษไม้เหลือใช้จากการผลิตเพื่อนำกลับมา ใช้ทำผลิตภัณฑ์ในงาน สถาปัตยกรรม 2. ออกแบบวัสดุจากเศษไม้เหลือใช้จากโรงงานแปรรูปไม้สร้าง เป็นต้นแบบและทดสอบวัสดุ 3.ประเมินผลความพึง พ้อใจจากผลิต ภัณฑ์ต้นแบบ ซึ่งแนวทางการ ออกแบบจะใช้กระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) เพื่อให้ใช้พลังงานในการผลิตน้อย ที่สุดและเพื่อให้ การบริหารจัดการเศษไม้ในโรงงานเป็นไปได้อย่างสมบูรณ์จึงต้องศึกษาระบบการจัดการภายในองค์กร นั้นโดยตรง จึงได้เลือกกรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปไม้ขนาดกลางประเภท วงกบ ประตู หน้าต่าง บริษัทสยามวู้ดเทค จำกัด (Siam Woodtech Co., Ltd) เพื่อสำรวจกระบวนการผลิตในองค์กร ทั้งขั้นตอนการผลิต อุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ในโรงงาน การบริหารจัดการเศษไม้เหลือใช้เป็น ต้น นำมาวิเคราะห์หาข้อจำกัดในการออกแบบและแนวคิดที่สามารถเป็นไปได้ในการ ออกแบบใน บริบทของกรณีศึกษาที่ตั้งไว้โดยทำแบบร่างจากแนวคิดเบื้องต้นเพื่อนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิด้าน ออกแบบ 3 ท่าน แสดงข้อเสนอแนะอย่างอิสระ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบต่อไป จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งผ่านความคิดเห็น จากที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์จนเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ หลังจากนั้นจึงทำแบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้าน การออกแบบและกลุ่ม ผู้บริโภคงานออกแบบตกแต่งมาเป็นผู้ประเมิน 20 ท่านในงานทั้ง 3 แบบ ซึ่งได้แก่ ม่านไม้ที่พับปรับได้ โคม ไฟไม้ที่ติดตั้งที่พับปรับได้และโคมไฟไม้ตั้งพื้นพับปรับได้โดยผลการศึกษาคความพึงพอใจใน ภาพรวมทั้งหมดของผลิตภัณฑ์พบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบให้ความพึงพอใจในระดับมาก (= 2.63, SD.=0.51)และกลุ่มผู้บริโภคงานออกแบบตกแต่งมี ความพึงพอใจในระดับปานกลาง (= 2.49, SD.=0.55)

**ศิริพงษ์ จิตประสงค์พาณิชย์(2558)** ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อนาฬิกาข้อมือของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการเลือกซื้อนาฬิกาของผู้บริโภค ในกรุงเทพฯ 2. เพื่อการศึกษาอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนาฬิกาของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ ขนส่ง ผลการวิจัย ในสภาวะเศรษฐกิจที่ไม่การแข่งขันในสังคมไทยในปัจจุบัน นั้นงานนอกจากที่จะต้องทำงาน แข่งกับคู่แข่งที่มีอยู่มากมายในตลาดแล้ว ยังจะต้องทำงานแข่งกับเวลาที่ทุก ๆ คนมีต่อวันเท่า ๆ กันอีก

ด้วย ดังนั้นเราจึงจะต้องใช้เวลาที่มีอยู่เท่ากันนั้น ให้เกิดประโยชน์ต่อวันสูงสุด ทั้งนี้เพื่อทำให้เกิดการได้เปรียบ ในเชิงการแข่งขันมากที่สุด นาฬิกาเป็นเครื่องมือที่ใช้บอกเวลาที่เป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งนอกจากจะใช้ในการบอก เวลาแล้ว นาฬิกายังถูกใช้เป็นเครื่องประดับที่ใช้ในการบ่งบอกฐานะทางเศรษฐกิจของคนได้ในบางกรณี นาฬิกาจึงถูกจัดอยู่ในสินค้าฟุ่มเฟือยที่ทุกคนในสังคม

**ภคิน สุวรรณศรี(2558)** การศึกษาและออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากเศษวัสดุบรรจุภัณฑ์ไม้ที่ได้จากการขนส่งโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะทางกายภาพและทดสอบคุณสมบัติของเศษวัสดุบรรจุภัณฑ์ไม้ที่ได้จากการขนส่ง 2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากเศษวัสดุบรรจุภัณฑ์ไม้ที่ได้จากการขนส่ง 3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากเศษวัสดุบรรจุภัณฑ์ไม้ที่ได้จากการขนส่ง ผลการวิจัย ปรากฏว่ากระบวนการขนส่งมีความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภค การขนส่งที่มีประสิทธิภาพก็ ทำให้ผลิตภัณฑ์ถึงมือผู้บริโภคมีคุณภาพ ความปลอดภัยในการขนส่ง หรือการปกป้องสินค้าระหว่างการขนส่งในระหว่างการขนส่ง โดยเฉพาะการขนส่งทั้งหมดเป็นการขนส่งทางทะเล ร้อยละ 90 และโดยระบบตู้คอนเทนเนอร์ร้อยละ 55 จากการขนส่ง ทางทะเลทั้งหมด (กฤตภาส อิศราพานิช, 2554) จึงมีลังไม้กล่อง ไม้และพาเลทไม้เพื่อการอำนวยความสะดวกต่อการขนส่ง ประโยชน์ที่ได้จากกล่องไม้ลังไม้และพาเลทไม้ก็เพื่อการปกป้องสินค้าที่อยู่ในตู้คอนเทนเนอร์อำนวยความสะดวก ในการจัดเรียง, การตรวจนับ และการเคลื่อนย้าย การใช้งานจะแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือการใช้งานแบบหมุนเวียนซึ่งมีข้อกำหนดที่ เข้มงวดและใช้ภายในองค์กร และการใช้งานครั้งเดียวที่พบเห็นจำนวนมาก ซึ่งการใช้งานแบบครั้งเดียวทำให้เหลือเศษวัสดุที่ได้ จากการขนส่งในแบบต่างๆ จำนวนมากซึ่งส่วนใหญ่นั้นมากับสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ในขณะที่การผลิตเพื่อใช้ครั้งเดียว ก็มีปริมาณเพิ่มขึ้นมากตามความต้องการใช้งาน เศษวัสดุที่มีอยู่จำนวนมากจากการขนส่งจึงมาสู่การแปรรูปเป็นเฟอร์นิเจอร์โดยผู้จำหน่ายเศษวัสดุที่ได้เศษวัสดุบรรจุภัณฑ์ไม้ที่ได้จากการขนส่ง แต่การแปรรูปนั้นยังขาดการศึกษาและพัฒนาซึ่งไม่ตอบสนอง ความต้องการผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดการพัฒนา เศษวัสดุไม้ที่เหลือจากการขนส่ง เพื่อเป็นการลดปริมาณไม้ที่ เหลืออยู่และเพิ่มมูลค่าของวัสดุและให้เกิดการสร้างค่านิยมใหม่ซึ่งเป็นการดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

**ชาติสยาม เอี่ยมเจริญ และปฐิภาณ ทุมมาลา (2559)** โครงการนี้เป็นโครงการประเภท นวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ กล่องเก็บของจากไม้พาเลทมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.)เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของ

วิชาโครงการ 2.)เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติ 3.)เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม 4.)เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์มีวิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1.)ขั้นเตรียมการ ขั้นที่ 2.) ขั้นดำเนินการ และขั้นที่ 3.) ขั้นประเมินผล จากผลการดำเนินงาน สรุปได้ดังนี้

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

อ.พระประแดง จ สมุทรปราการ.10130

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

3.ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติ เกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

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

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

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

ประมวล ราชบรรเทา, นฤตล ชัยที และศิริศักดิ์ ละอองศรี(2559) ศึกษาเรื่องโคมไฟจากกระบอกไม้ไผ่ การจัดทำ โครงการในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสิ่งประดิษฐ์หรือของใช้ในบ้านจาก ทรัพยากรธรรมชาติภายในท้องถิ่นและการนำทรัพยากรธรรมชาติภายในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิด



ประโยชน์มากขึ้น ซึ่งจากการที่ได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติภายในท้องถิ่นของอำเภอพิบูลย์รักษ์แล้วพบว่าทรัพยากรธรรมชาติที่มีคุณค่าและพบมากที่สุดในท้องถิ่น คือ ไม้ไผ่ และจากการที่ได้ศึกษาคุณสมบัติของไม้ไผ่ แต่ละประเภท มีผลทำให้รู้ข้อมูลของไม้ไผ่ว่า ไม้ไผ่เป็นไม้ยืนต้นและมีคุณสมบัติเป็นไม้ที่เหนียวและมีความ แข็งแรง กิ่งไม้ไผ่มีสมบัติที่เหนียว ซึ่งสามารถนำไปประดิษฐ์เป็นของใช้และของตกแต่งบ้านได้ผู้จัดทำจึงได้คิด นำทรัพยากรธรรมชาติภายในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์และทำให้มีคุณค่ามากขึ้น โดยศึกษาการจัดทำโคม ไฟจากทรัพยากรทาง ธรรมชาติ คือ การนำ ส่วนประกอบของต้นไผ่ มาจัดทำเป็นโคมไฟ ผลการจัดทำ โคมไฟจากกระบอกไม้ไผ่ พบว่าเป็นโคมไฟที่ทำมาจากวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น โคมไฟมีความสวยงามสามารถ นำไปเป็นของประดับตกแต่งภายในบ้าน ตามโต๊ะทำงาน นอกจากนี้ยังสามารถนำโคมไฟจากกระบอกไม้ไผ่ ไป เป็นของใช้ภายในบ้านได้ด้วย เพราะเมื่อนำโคมไฟไปใช้งานแล้วพบว่า โคมไฟจากกระบอกไม้ไผ่สามารถให้แสงสว่างที่เพียงพอในที่มืดหรือในเวลากลางคืนอาจเป็นบริเวณที่ไม่กว้างมากนัก เช่น บนโต๊ะทำงาน บนหัวเตียง หรือตามมุมต่าง ๆ ของบ้าน เป็นต้น

**วาสนา เจริญวิเชียรฉาย (2556)** การวิจัยเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากวัสดุเหลือใช้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ออกแบบของตกแต่งบ้านจากวัสดุเหลือใช้ เพื่อเป็นการพัฒนารูปแบบลวดลายของตกแต่งบ้าน จากวัสดุเหลือใช้ให้ผู้ผลิตได้นำรูปแบบไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของตน และเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับชุมชนเพื่อ พัฒนาผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากวัสดุเหลือใช้ใน รูปแบบใหม่ โดยศึกษาความต้องการของผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากวัสดุเหลือใช้และผู้บริโภค (ประชาชนทั่วไป) 100 คน รวม 130 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม โดยดำเนินการ 2 ระยะ คือ 1. สอบถามความต้องการด้านวัสดุ รูปแบบของการตกแต่งลวดลายผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางการออกแบบของตกแต่งบ้านจากวัสดุเหลือใช้ 2. ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลงานออกแบบของตกแต่งบ้านจากวัสดุเหลือใช้ ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ของตกแต่งบ้านจากวัสดุเหลือใช้เพื่อนำมาเป็นแนวทางการออกแบบ ของตกแต่งบ้านจากวัสดุเหลือใช้ ผู้ผลิตและผู้สนใจสินค้าต้องการให้ ใช้ กระดาษเหลือใช้เป็นวัสดุหลัก ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน การออกแบบลวดลาย ตกแต่งของตกแต่งบ้าน ประเภทรูปภาพ

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินโครงการ

##### วิธีการดำเนินการ

##### ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

##### ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
3. ทำการวัดและนำไม้ลูกชิ้นมาเรียงกันและติดกาว
4. ตัดไม้ลูกชิ้นด้านที่เป็นปลายแหลมออก
5. นำไม้ลูกชิ้นที่ตัดแล้วมาติดกาวและประกอบเข้าหากันให้เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม
6. เจาะตรงกลางให้ครบทั้งสี่มุมเพื่อที่จะใส่นาฬิกาเข้าไป
7. นำนานาฬิกาใส่ไปให้ครบทั้งสี่มุม
8. ลงแล็กเกอร์ตรงไม้เพื่อให้ไม้เงางาม

##### ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

### ขั้นตอนดำเนินงาน

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

### วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ 34 ซอยล้วนเจ็ออนุสรณ์ 1 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 รุ่งเรืองแมนชั่น ตึก C

## งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 1,500 บาท

|                             |       |     |
|-----------------------------|-------|-----|
| 1. ไม้ลูกชิ้น               | 40    | บาท |
| 2. แท่งถ่านร้อน             | 50    | บาท |
| 3. กรรไกรตัดไม้             | 150   | บาท |
| 4. ไม้อัดเบ้า               | 150   | บาท |
| 5. นี้อด                    | 100   | บาท |
| 6. บานพับประตู              | 50    | บาท |
| 7. ที่จับประตู              | 70    | บาท |
| 8. กลอนประตู (ที่ล็อกประตู) | 100   | บาท |
| 9. นาฬิกา                   | 150   | บาท |
| 10. ป้ายนำเสนองานและอื่นๆ   | 300   | บาท |
| รวม                         | 1,070 | บาท |

## การจัดทำแผนธุรกิจ

### 1. บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท BigBen Clock Tower จำกัด. เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2562 มีเงินลงทุนจำนวน 300,000 บาท โดยมี นายคชา ทาแก้ว เป็นผู้ก่อตั้งบริษัท และ นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์ เป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ตั้งอยู่เลขที่ 34 ซอยล้วนเจืออนุสรณ์ 1 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 รุ่งเรืองแมนชั่น ตึก C โดยมีจุดเริ่มต้นมาจากการที่นายคชา ทาแก้ว และ นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์ ได้มีโอกาสเข้าไปเห็นรูปภาพหอนาฬิกาบีกเบนที่ทำมาจากไม้ลูกชิ้นในเว็บต่างประเทศ จึงศึกษาหาข้อมูลแล้วค้นพบว่าการทำหอนาฬิกาบีกเบนที่ทำมาจากไม้ลูกชิ้นยังไม่มีที่ไหนทำในประเทศไทย จึงเกิดความสนใจที่จะสร้างนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ให้มีความโดดเด่นและแปลกใหม่จากนาฬิกาตามในท้องตลาด เพื่อให้เกิดประโยชน์และสร้างมูลค่าให้แก่ตัวสินค้า อีกทั้งยังสามารถเสริมสร้างรายได้ให้กับตนเองและบริษัท จำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ BigBen Clock Tower โดยมีคู่แข่งดังนี้ 1.ร้าน KS TIME 2.ร้านสยามนาฬิกา 3.ร้าน 9 Naliga

กิจการสามารถเผชิญการแข่งขันในปัจจุบันและเติบโตได้อีก เพราะปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ให้ความสำคัญและแสวงหาสินค้าที่เป็นงานแฮนด์เมด จากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกิจการ คือ กลุ่มลูกค้าทั่วไปที่ชื่นชอบในสินค้างานแฮนด์เมด และกลุ่มวัยทำงาน อายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป ที่มีความชื่นชอบสินค้าสไตล์แฮนด์เมด

ปัจจุบันกิจการมีเงินลงทุนทั้งหมด 300,000 บาท ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 1,396,980.00 บาท ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 465,660.00 บาท ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขายปีที่ 3 เป็นเงิน 766,873.25 บาท กำไรสะสมปีที่ 3 เป็นเงิน 1,396,980.00 บาท ภายในระยะเวลา 3 ปี มีเงินหมุนเวียนภายในกิจการ 300,000 บาท

## 2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจต่อธนาคารพาณิชย์

โดยวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อขยายธุรกิจ
2. เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ
3. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

## 3. ความเป็นมาของธุรกิจ

### 3.1 ประวัติความเป็นมา หรือ แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มก่อตั้ง

ประวัติบริษัท

บริษัท BigBen Clock Tower จำกัด. ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2562 โดยมีเงินลงทุนจำนวน 300,000 บาทบริษัทตั้งอยู่ที่ 34 ซอยล้วนเจ็อนนุสรณ์ 1 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 รุ่งเรืองแมนชั่น ตึก C โดยมีหุ้นส่วนทั้งหมด 2 คน เป็นผู้ถือหุ้นเท่าๆกัน ดังนี้ นายคชา ทาแก้ว และ นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์

จุดเริ่มต้นของการก่อตั้งบริษัท เริ่มต้นจากการที่นายคชา ทาแก้ว และ นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์ ได้มีโอกาสเข้าไปเห็นรูปภาพ หอนาฬิกาที่ทำมาจากไม้ลูกชิ้นในเว็บต่างประเทศ จึงศึกษาหาข้อมูลแล้วค้นพบว่า การทำหอนาฬิกาที่ทำมาจากไม้ลูกชิ้นยังไม่มีที่ไหนทำในประเทศไทย จึงเกิดความสนใจที่จะสร้างนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ให้มีความโดดเด่นและแปลกใหม่จากนาฬิกาตามในท้องตลาด เพื่อให้เกิดประโยชน์และสร้างมูลค่าให้แก่ตัวสคูนั่น อีกทั้งยังสามารถเสริมสร้างรายได้ให้กับตนเองและบริษัท จำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ BigBen Clock Tower

### 3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

| ลำดับ               | รายการดำเนินงาน                                                               | ระยะเวลาดำเนินงาน    | ระยะคาดว่าจะแล้วเสร็จ |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------|
| 1                   | จัดตั้งบริษัท BigBen Clock Tower จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจหอนาฬิกาจากไม้ลูกชิ้น | 1 เดือน              | 30 วัน                |
| 2                   | จดทะเบียน บริษัทจำกัด                                                         | 2 อาทิตย์            | 14 วัน                |
| 3                   | ประชุมทุกฝ่าย                                                                 | 2 อาทิตย์            | 14 วัน                |
| 4                   | ทำวิจัยกลุ่มคนทั่วไปที่สนใจนวัตกรรมจากสิ่งของเหลือใช้                         | 1 เดือน              | 30 วัน                |
| 5                   | สรุปผลวิจัย นำข้อมูลมาประชุมและเริ่มดำเนินการ                                 | 1 อาทิตย์            | 7 วัน                 |
| 6                   | เริ่มเปิดตัวผลิตภัณฑ์หอนาฬิกาจากไม้ลูกชิ้นและโฆษณาผลิตภัณฑ์                   | 1 เดือน              | 30 วัน                |
| รวมระยะเวลาทั้งสิ้น |                                                                               | 4 เดือน<br>1 อาทิตย์ | 125 วัน               |

## 4. ผลิตภัณฑ์

### 4.1 รายละเอียดสินค้า

หอนาฬิกาบิกเบนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากไม้ลูกชิ้นมีการออกแบบมาจากรูปทรงของหอนาฬิกาบิกเบนที่เป็นแลนด์มาร์คของกรุงลอนดอนมีขนาด 45x50 cm. รวมทั้งมีชั้นวางของได้อีกด้วย โดยมีการออกแบบและเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพในการผลิตและผลิตสินค้าให้มีความแปลกใหม่ที่แตกต่างจากสินค้าตามท้องตลาดทั่วไปภายใต้ชื่อแบรนด์ BigBen Clock Tower

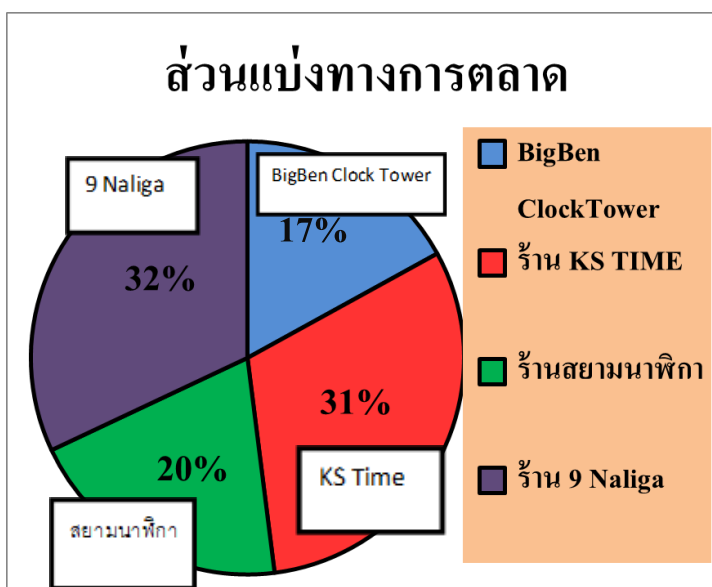


## 5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

### 5.1 สถานะอุตสาหกรรม และสถานะตลาด

บริษัทได้ใช้กลยุทธ์การสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภค จากการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายมาจากสาเหตุต่างๆเช่น ความชอบ ความพึงพอใจที่ต้องการผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์เป็นของตนเอง จากกระแสการใช้สินค้าแฮนด์เมดเป็นที่มีความนิยมมากขึ้น ทางบริษัทจึงได้นำผลิตภัณฑ์หอนาฬิกาบีกเบนจากไม้ลูกชิ้นออกจำหน่ายสู่ตลาด เพื่อตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีความชอบในไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกันออกไป

### 5.2 ส่วนแบ่งทางการตลาด



### 5.3 แนวโน้มทางการตลาด

แนวโน้มทางการตลาดบริษัท BigBen Clock Tower จำกัด. สามารถเติบโตได้อีก เพราะปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ให้ความสำคัญและแสวงหาสินค้าที่มีความแปลกใหม่ ทันสมัย รวมถึงการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งพฤติกรรมในการบริโภคดังกล่าวตรงกับเงื่อนไขกระแสเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียว กับการรักษาสีสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ทำให้สามารถดำเนินการควบคู่ไปกับการสร้างผลกำไรให้กับองค์กร เนื่องจากการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัท BigBen Clock Tower จำกัด. ได้รับผลตอบแทนที่ดีจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองในอนาคต

#### 5.4 ตลาดเป้าหมาย

บริษัท BigBen Clock Tower จำกัด ได้ผลิตสินค้าที่เป็นนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ หอนาฬิกาบิ๊กเบนจากไม้ลูกชิ้น โดยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ดังนี้

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ คนวัยทำงาน อายุ 30 ปีขึ้นไป ที่ชื่นชอบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ DIY

กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ชื่นชอบในงานHANDMADE

#### 5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจการก็คือผู้บริโภค ที่มีความสนใจในตัวสินค้าสิ่งแปลกใหม่สวยงาม และสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งานได้ดี และสามารถทดแทนในกลุ่มสินค้าทั่วไปได้ในคุณภาพระดับเดียวกัน

#### 5.6 สภาพการแข่งขัน

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



### 5.7 คู่แข่งขัน

- ร้าน KS TIME
- ร้านสยามนาฬิกา
- ร้าน 9 Naliga

### 5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

| เปรียบเทียบ                  | ร้านBIGBEN<br>CLOCKTOWER                                                                                                                                                                                        | ร้าน<br>KS TIME                                             | ร้าน<br>สยามนาฬิกา           | ร้าน<br>9 Naliga                |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| ด้านสินค้า                   | ตู้นาฬิกาบิกเบน                                                                                                                                                                                                 | หอนาฬิกาแบบตู้                                              | นาฬิกาติดฝา<br>ผนังบ้าน      | นาฬิกาดังโต๊ะ                   |
| ด้านราคา                     | ราคา 1,990 บาท                                                                                                                                                                                                  | ราคา 2,000 บาท<br>ขึ้นไป                                    | ราคา 500 บาท<br>ขึ้นไป       | ราคา 200 บาท<br>ขึ้นไป          |
| ด้านช่องทางการ<br>จัดจำหน่าย | -มีหน้าร้านเลขที่<br>สถานที่ 34 ซอยลั่นเจือ<br>อนุสรณ์ 1 แขวงบางนา<br>เขตบางนา กรุงเทพฯ<br>10260 รุ่งเรืองแมนชั่น<br>ตึกc หน้าเพจ<br>Facebook:BIGBEN<br>CLOCKTOWE<br>-มีการส่งเสริมการขาย<br>“แคมเปญส่งความสุข” | มีหน้าร้านที่ตลาด<br>นัด<br>Bangphlimarket<br>และขายออนไลน์ | มีหน้าร้านที่<br>บิกชีบางพลี | มีหน้าร้าน<br>ที่ตลาดนัดเรือบิน |

## 5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

### 5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

| ปัจจัยการพิจารณา    | จุดแข็ง (Strengths)                                                                                                                       | จุดอ่อน (Weaknesses)                                                                                                 |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ด้านการบริหารจัดการ | --มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบชัดเจน<br>ผู้บริหารมีการวางแผนการจัดการได้อย่างทั่วถึง                                                     | -บุคลากรขาดความรู้ ความชำนาญ จึงทำให้การทำงานล่าช้า<br>-กิจการเพิ่งก่อตั้งใหม่ผู้ประกอบการจึงขาดประสบการณ์ในการทำงาน |
| ด้านการตลาด         | -บริษัทมีการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์ Facebook<br>-มีการบริการหลังการขายให้กับลูกค้าเพื่อแสดงให้เห็นถึงการดูแลเอาใจใส่ | -เป็นร้านค้าที่เปิดใหม่ ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักต้องอาศัยประชาสัมพันธ์ในช่วงระยะแรกๆ                                 |
| ด้านการผลิต         | -มีรูปแบบที่แปลกใหม่และน่าสนใจแตกต่างจากร้านอื่น<br>-มีต้นทุนการผลิตต่ำทำให้มีกำไรเพิ่มขึ้นสูง                                            | -ผลิตสินค้าอาจไม่ทันตามที่ลูกค้าต้องการเนื่องจากเป็นงานฝีมือต้องใช้ระยะเวลาและความประณีต                             |
| ด้านการเงิน         | -มีรายงานสถานะทางการเงินต่อผู้บริหารทุกเดือน<br>-ต้นทุนในการผลิตมีราคาถูก                                                                 | -บริษัทไม่มีเงินทุนสำรอง                                                                                             |

## 5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

| ปัจจัยสถานการณ์<br>ในการพิจารณา | โอกาส (Opportunities)                                                        | อุปสรรค (Threats)                                                           |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย      | -ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้าเนื่องจากสินค้ามีความแปลกใหม่               | -                                                                           |
| สถานการณ์แข่งขัน                | -คู่แข่งทางธุรกิจยังมีไม่มาก                                                 | -มีคู่แข่งเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาเนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย |
| สังคม                           | -ผู้บริโภคเริ่มหันมาใส่ใจกับสินค้าที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ                    | -                                                                           |
| เทคโนโลยี                       | -ผู้บริโภคมีสมาร์ตโฟนเป็นของตนเองทำให้ง่ายต่อการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ | -การลงทุนเทคโนโลยีอุปกรณ์เครื่องมือสื่อสารใหม่มีค่าใช้จ่ายสูง               |
| สภาพเศรษฐกิจ                    | -                                                                            | -เศรษฐกิจไม่ดีเท่าที่ควรลูกค้าอาจหลีกเลี่ยงในการซื้อสินค้า                  |
| กฎหมาย,ระเบียบ, ข้อบังคับ       | -                                                                            | -รูปแบบในการผลิตบางรายสัญลักษณ์บางประเภทอาจติดลิขสิทธิ์ในการทำ              |
| กลุ่มผู้จำหน่าย, เครือข่าย      | -บริษัทเป็นพันธมิตรกับโรงงานแปรรูปไม้ทำให้สะดวกต่อการรับสินค้ามาผลิต         | -                                                                           |

## 6. แผนบริหารจัดการ

### 6.1 ข้อมูลธุรกิจ

|                             |                                                                                     |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อกิจการ                  | BigBen clock Tower                                                                  |
| ที่อยู่ / ที่ตั้งกิจการ     | 34 ซอยล้วนเจืออนุสรณ์ 1 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260<br>รุ่งเรืองแมนชั้น ตึก C |
| รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ | บริษัทจำกัด                                                                         |
| ทุนจดทะเบียน                | 300,000 บาท                                                                         |
| ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา  | ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 – เดือนกุมภาพันธ์ 2563                                    |
| หมายเลขทะเบียนการค้า        | 1924657001123                                                                       |

### 6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

| ลำดับ | ชื่อ-สกุล            | ตำแหน่ง   |
|-------|----------------------|-----------|
| 1     | นายคชา ทาแก้ว        | ประธาน    |
| 2     | นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์ | รองประธาน |

### 6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจในการบริหารจัดการของทางร้านขึ้นอยู่กับ นายคชา ทาแก้ว เท่านั้น ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจสั่งการสูงสุดภายในร้าน

### 6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

| ลำดับ        | ชื่อ-นามสกุล         | จำนวนหุ้น | มูลค่าหุ้น | เปอร์เซ็นต์ |
|--------------|----------------------|-----------|------------|-------------|
| 1            | นายคชา ทาแก้ว        | 15,000    | 150,000    | 50%         |
| 2            | นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์ | 15,000    | 150,000    | 50%         |
| รวมจำนวนหุ้น |                      | 30,000    | 300,000    | 100%        |

\*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

## 6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

ก. ชื่อ-นามสกุล นายคชา ทาแก้ว อายุ 20 ปี

### การศึกษา

- ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ

ปีการศึกษา 2560

-ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ

ปีการศึกษา 2562

ข. ชื่อ-นามสกุล นาย ชูโชค ทองสัมฤทธิ์ อายุ 20 ปี

### การศึกษา

-ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ

ปีการศึกษา 2560

-ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ

ปีการศึกษา 2562

## 6.6 แผนผังองค์กร



นายคชา ทาแก้ว  
ประธาน



นายชูโชค ทองลัมฤทธิ์  
รองประธาน

## 6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

|                      |                                                         |
|----------------------|---------------------------------------------------------|
| 1. ชื่อ-นามสกุล      | นายคชา ทาแก้ว                                           |
| ตำแหน่ง              | ประธานบริษัท                                            |
| หน้าที่ความรับผิดชอบ | วางแผนบริหารจัดการภายในบริษัท                           |
| การศึกษา/คุณสมบัติ   | ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)<br>ปี พ.ศ. 2562 |
| อัตราเงินเดือน       | 17,000 บาท                                              |
| 2. ชื่อ-นามสกุล      | นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์                                    |
| ตำแหน่ง              | รองประธานบริษัท                                         |
| หน้าที่ความรับผิดชอบ | ให้คำปรึกษา และรับผิดชอบเกี่ยวกับฝ่ายต่างๆ              |
| การศึกษา/คุณสมบัติ   | ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)<br>ปี พ.ศ. 2562 |
| อัตราเงินเดือน       | 15,000 บาท                                              |
| 3. ชื่อ-นามสกุล      | -                                                       |
| ตำแหน่ง              | หัวหน้าฝ่ายการผลิต                                      |
| หน้าที่ความรับผิดชอบ | รับผิดชอบเกี่ยวกับการผลิต                               |
| การศึกษา/คุณสมบัติ   | ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)                 |
| อัตราเงินเดือน       | 10,400 บาท                                              |

#### 6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

| ลำดับ                                 | ฝ่ายงาน              | ตำแหน่งงาน      | จำนวน | อัตรา<br>เงินเดือน | รวมเงินเดือน |
|---------------------------------------|----------------------|-----------------|-------|--------------------|--------------|
| 1.                                    | นายคชา ทาแก้ว        | ประธาน          | 1     | 17,000 บาท         | 17,000 บาท   |
| 2.                                    | นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์ | รองประธาน       | 1     | 15,000 บาท         | 15,000 บาท   |
| 3.                                    | -                    | หัวหน้าฝ่ายผลิต | 1     | 10,400 บาท         | 10,400 บาท   |
| รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน |                      |                 | 3     | 42,400 บาท         | 42,400 บาท   |

#### 6.9 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำด้านวัตรกรผลิตภัณฑ์สิ่งประดิษฐ์ในประเทศ

## 6.10 พันธกิจ

1. สร้างผลกำไรให้กับบริษัท
2. ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้วยสินค้าที่มีคุณภาพ
3. การผลิตสินค้าของบริษัทไม่ทำให้เกิดสภาวะเป็นพิษ
4. เพื่อให้มีตลาดธุรกิจประเภทแฮนด์เมด
5. ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ

## 6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

### เป้าหมายระยะสั้น

1. เพื่อผลิตและจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคบริเวณใกล้เคียง
2. ต้องการให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
3. ธุรกิจต้องการคืนทุนภายในระยะเวลา 3 ปี

### เป้าหมายระยะกลาง

1. พัฒนาสินค้าให้มีความแปลกใหม่และมีความทันสมัย
2. เพื่อขยายตลาดผลิตภัณฑ์ไปเขตพื้นที่ใกล้เคียง
3. ขยายช่องทางการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ

### เป้าหมายระยะยาว

1. เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีขึ้นจนเป็นที่กล่าวขานของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. สามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้ได้มากที่สุดและเพิ่มลูกค้ารายใหม่อยู่เสมอ
3. เป็นผู้นำตลาดที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงที่สุดและมีกำไรในปีต่อไปเพิ่มขึ้นเรื่อยๆจากปีก่อนหน้าอีก 10%

## 6.12 ปัจจัยความสำเร็จ

1. การบริการอันประทับใจมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า
2. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ
3. มีแหล่งวัตถุดิบที่มีราคาถูกและมีการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาให้แก่ลูกค้า

## 6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีนโยบายแบ่งเงินปันผลให้กับหุ้นส่วนทุกคน โดยยึดหลักในการครองถือหุ้น
2. หลังจากปีที่ 2 เป็นต้นไปจะจ่ายเงินปันผลของแต่ละบุคคลตามจำนวนหุ้นส่วน

## 6.14 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

1. มีการวางแผนการดำเนินการเพื่อเข้าถึงเป้าหมายและสรรหาผู้บริโภครายใหม่



2. มีการขยายกิจการเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มีพื้นที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
3. มีการออกงานจัดแสดงสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าในช่วงเวลากิจกรรมจัดขึ้นตามศูนย์จัดแสดงสินค้าในหลายจังหวัด

## 7. แผนการตลาด

### 7.1 เป้าหมาย

1. ต้องการให้รับรู้คุณภาพของสินค้าเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย
2. สามารถเพิ่มยอดขายและได้รับผลกำไรเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี
3. ขยายกิจการและเพิ่มสาขาในช่วงระยะเวลาหลังจากปีที่ 3

### 7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ คนวัยทำงาน อายุ 30 ปีขึ้นไป ที่ชื่นชอบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประเภท DIY
2. กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชอบของ Handmade

### 7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

#### 7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

บิ๊กเบนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากไม้ลูกชิ้นมีการออกแบบมาจากรูปทรงของหอนาฬิกา บิ๊กเบนที่เป็นแลนด์มาร์คของกรุงลอนดอนมีขนาด 45x50 cm. พร้อมมีชั้นวางของในตัว โดยมีการออกแบบและเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพในการผลิตและผลิตสินค้าให้มีความแปลกใหม่ที่แตกต่างจากสินค้าตามท้องตลาดทั่วไปภายใต้ชื่อแบรนด์ Big Ben Clock Tower



### 7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

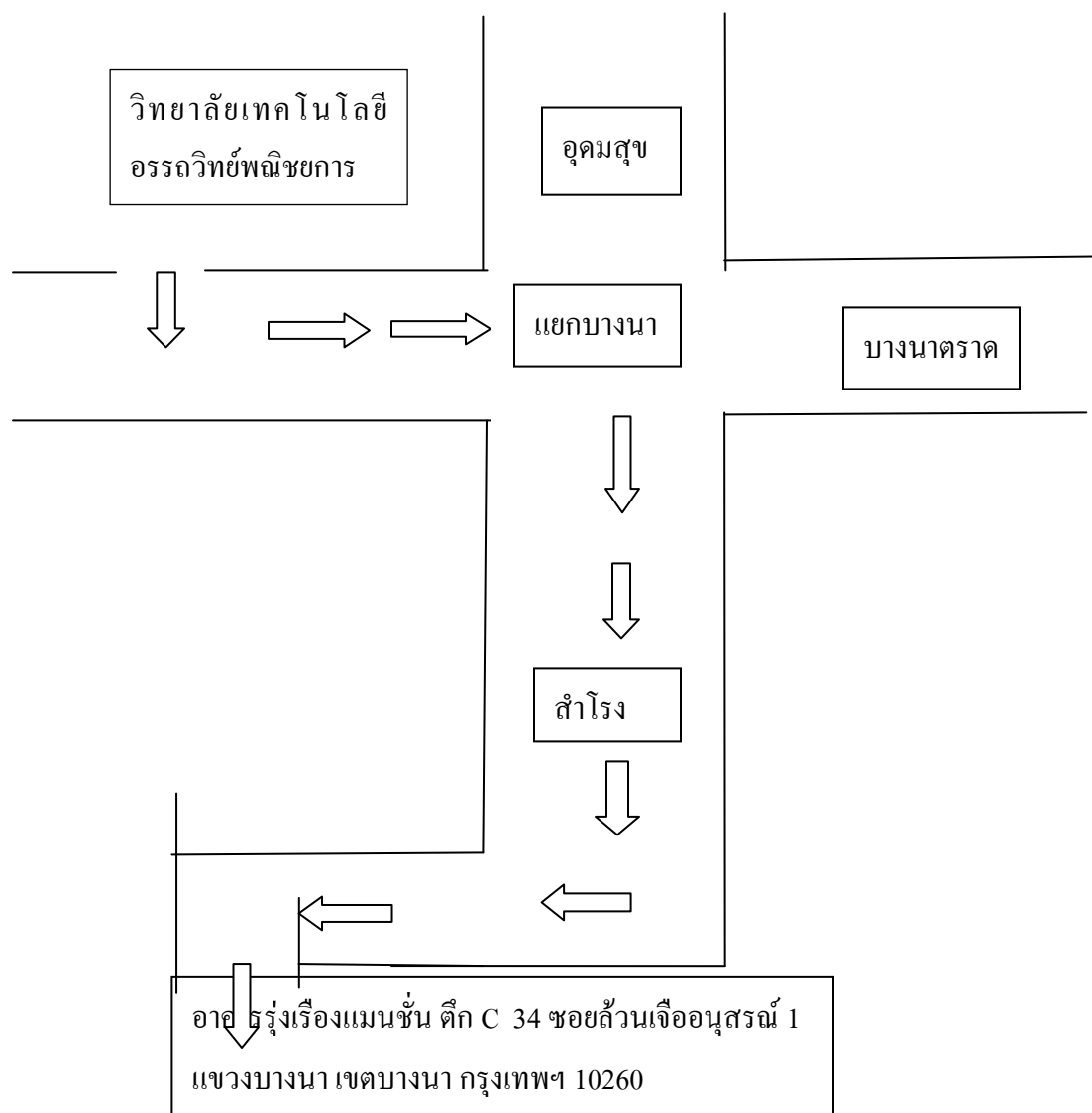
การตั้งราคาผลิตภัณฑ์เป็นเรื่องสำคัญโดยทางร้านได้คำนึงถึงข้อนี้ เพื่อให้เกิดความสมเหตุสมผลกับผลิตภัณฑ์ และให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่า ทางร้านจึงตั้งราคาอยู่ที่ 1,990 บาท /เรือนวิธีการชำระเงินสามารถชำระเป็นเงินสด หรือผ่านทางApp Mobile Banking



### 7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

วัตถุประสงค์ของช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อสร้างความสะดวกรวดเร็วให้แก่ลูกค้าโดยที่ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้โดยความสะดวกสบายโดยไม่จำเป็นต้องออกมาถึงร้าน โดยที่มีการสร้างช่องทางติดต่อทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) และแอปขายของออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกสินค้าได้หลากหลายช่องทาง เป็นการประหยัดเวลาของลูกค้าและประหยัดค่าใช้จ่าย เนื่องจากปัจจุบันเครือข่ายข้อมูลต่างๆ มีการติดต่อกันอย่างรวดเร็ว เมื่อมาใช้บริการซื้อสินค้าแล้วเกิดการประทับใจจึงบอกต่อก็เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าไปในตัว

สถานที่ประกอบการ อาคารรุ่งเรืองแมนชั้น ตึก C 34 ซอยล้วนเจืออนุสรณ์ 1 แขวงบางนา  
เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260



### ช่องทางการติดต่อทางออนไลน์

-  Facebook :: BigBen Clock Tower



### 7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook เพจ Bigben ClockTower โดยเป็นการโพสต์ โปรโมทธุรกิจ และการขายสินค้า และทางร้านจะตั้งแคมเปญ “ส่งความสุข” เมื่อลูกค้าซื้อนาฬิกาเพื่อมอบให้แก่คนในครอบครัว คนรักหรือคนพิเศษต่างๆ ในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น วันแม่ วันพ่อ วันปีใหม่ และวันสงกรานต์ทางร้านจะลดราคานาฬิกาให้ 5 % เนื่องจากเทศกาลและวันสำคัญต่างๆ ของไทย คนไทยนิยมที่จะมีการมอบของขวัญแก่คนในครอบครัว หรือคนสำคัญ (ซึ่งเงื่อนไขส่วนลดขึ้นอยู่กับบริษัทและช่วงเวลา)



### กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

1. การนำสินค้าไปจัดแสดงไปนอกสถานที่ เช่น งานจัดแสดงสินค้า แฮนด์เมด และ  
ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น
2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์อัพเดทข้อมูลสินค้าและโปรโมชั่นใหม่ๆผ่านทางออนไลน์  
FACEBOOK ,

#### 7.3.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากรบริการ

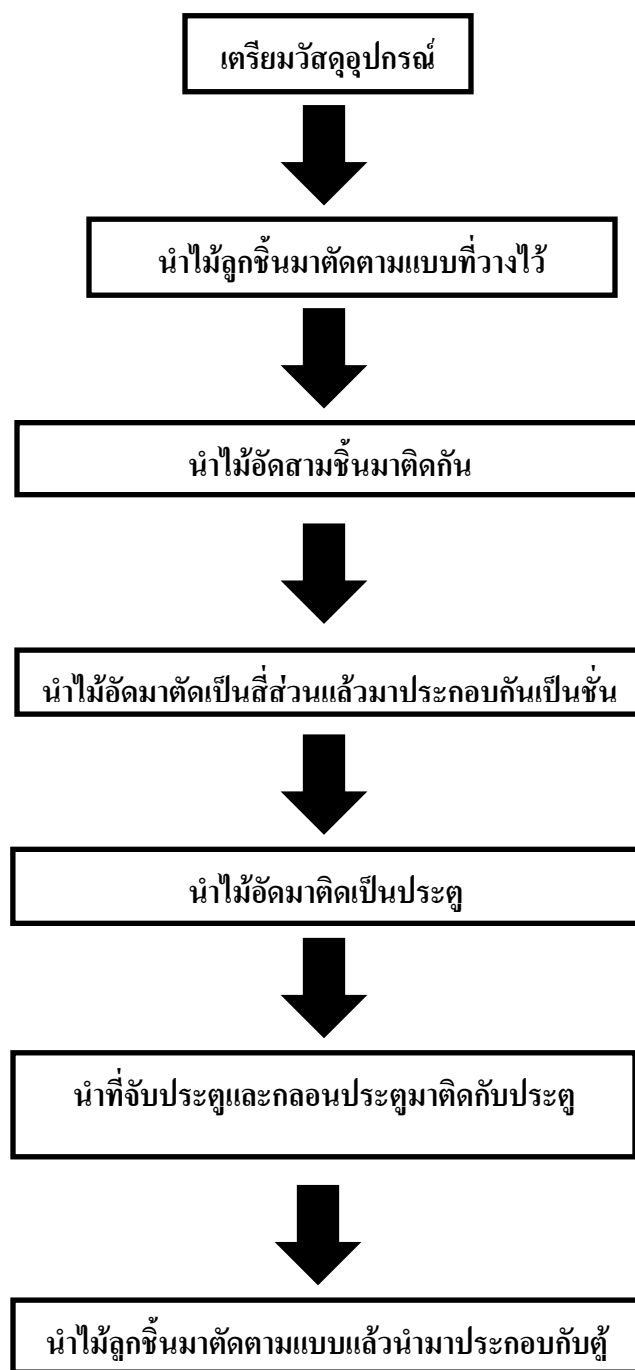
ด้านบุคคล หรือบุคลากร หมายถึงพนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่างๆ ซึ่งนับรวมตั้งแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับล่าง พนักงานทั่วไป แม่บ้าน เป็นต้น โดยบุคลากรนับได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้คิดวางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปในทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้ นอกจากนี้บทบาทอีกอย่างหนึ่งของบุคลากรที่มีความสำคัญ คือ การมีปฏิสัมพันธ์และสร้างมิตรไมตรี

ทางร้านจะใช้ระบบการทำงานเป็นทีม จะรับงานเองโดยตรงโดยผ่านแอดมิน จะตอบกลับลูกค้า พูดคุยกับลูกค้าโดยตรง

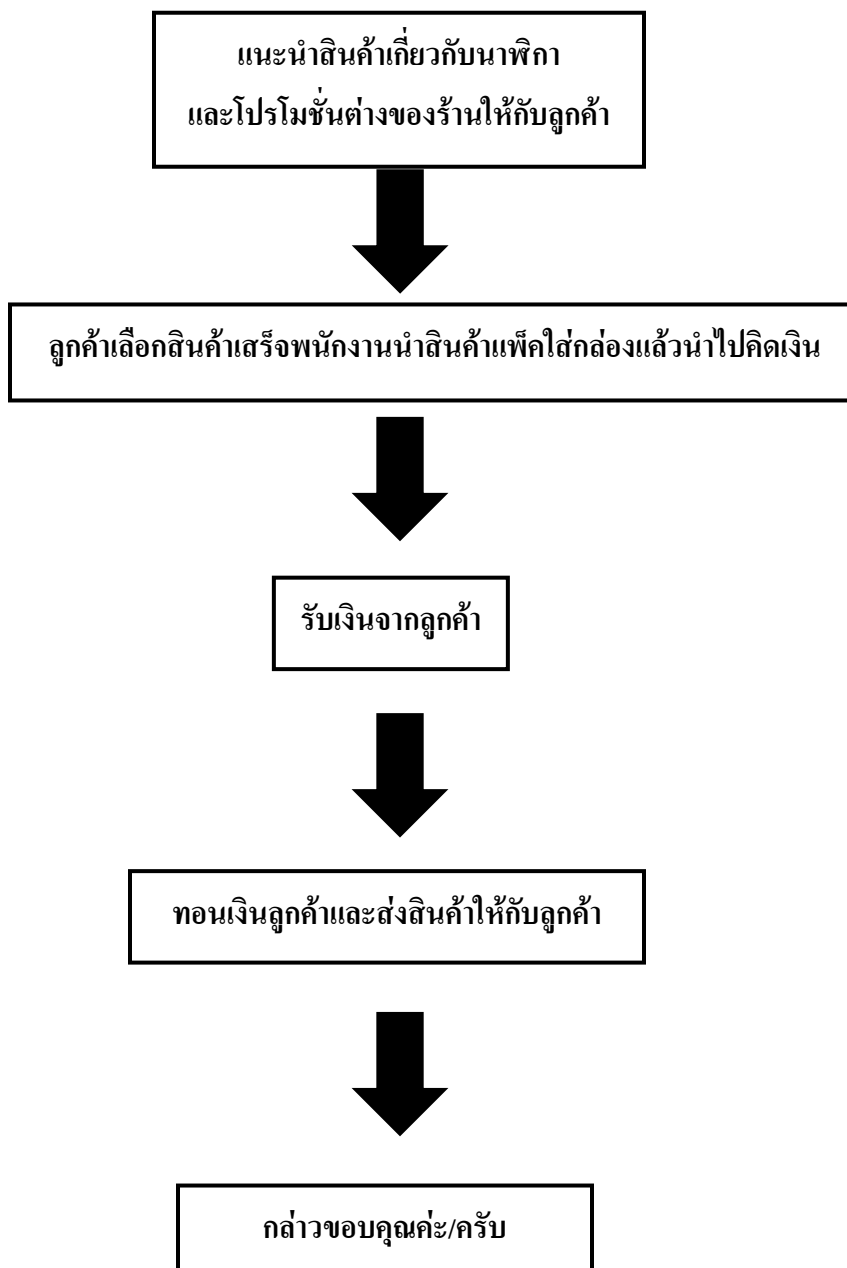
#### 7.3.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ

ด้านกระบวนการเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบและงานปฏิบัติในด้านการบริการเพื่อนำเสนอให้กับผู้ให้บริการ เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว ตอบกลับลูกค้าทางอินบ็อกภายในครึ่งชั่วโมง ทางร้านจะใช้คำพูดที่ลูกค้าเข้าใจง่าย ไม่ทำให้ลูกค้าเกิดความสับสนในการทำธุรกรรม และกำหนดระยะเวลาในการทำให้กับลูกค้าได้รับรู้ ติดต่อกับลูกค้าสม่ำเสมอ

## กระบวนการผลิต

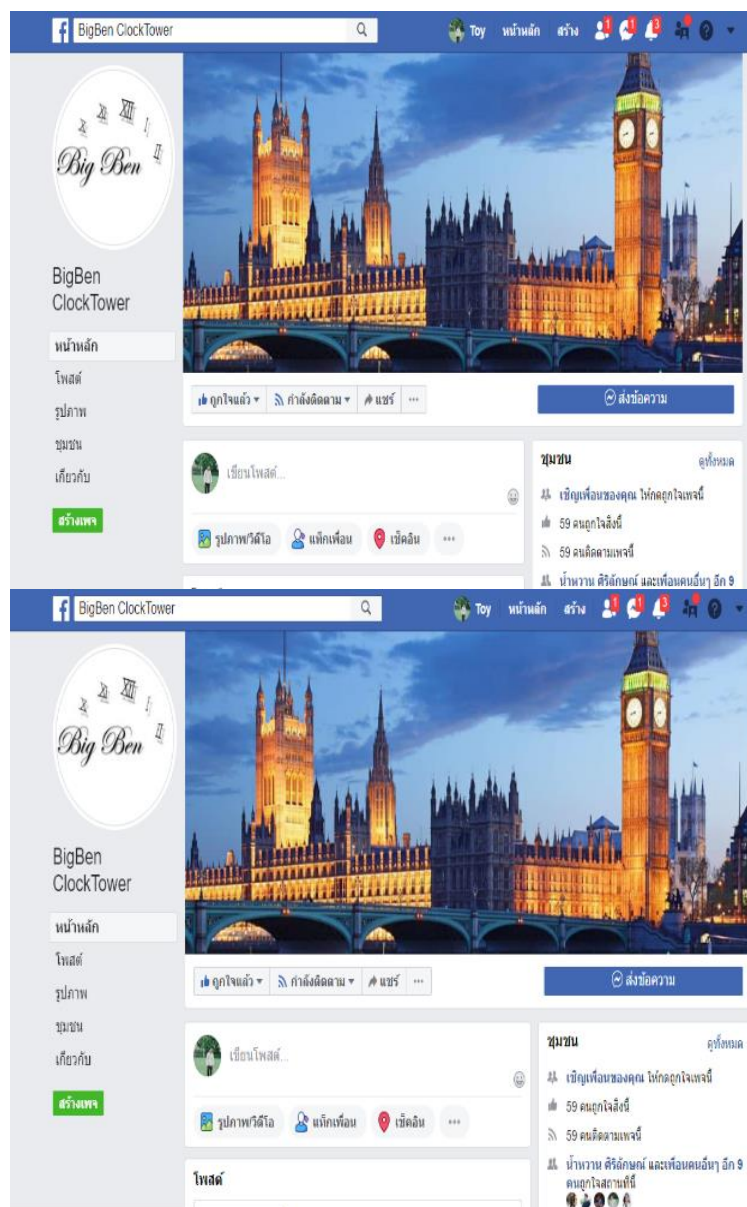


## กระบวนการให้บริการ



### 7.3.7 กลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ

สิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้สินค้าและบริการของร้าน คือ หน้าเพจ Facebook มีการใช้คำพูดที่สุภาพในการโฆษณาสินค้า การให้บริการในการตอบกลับลูกค้าที่รวดเร็ว

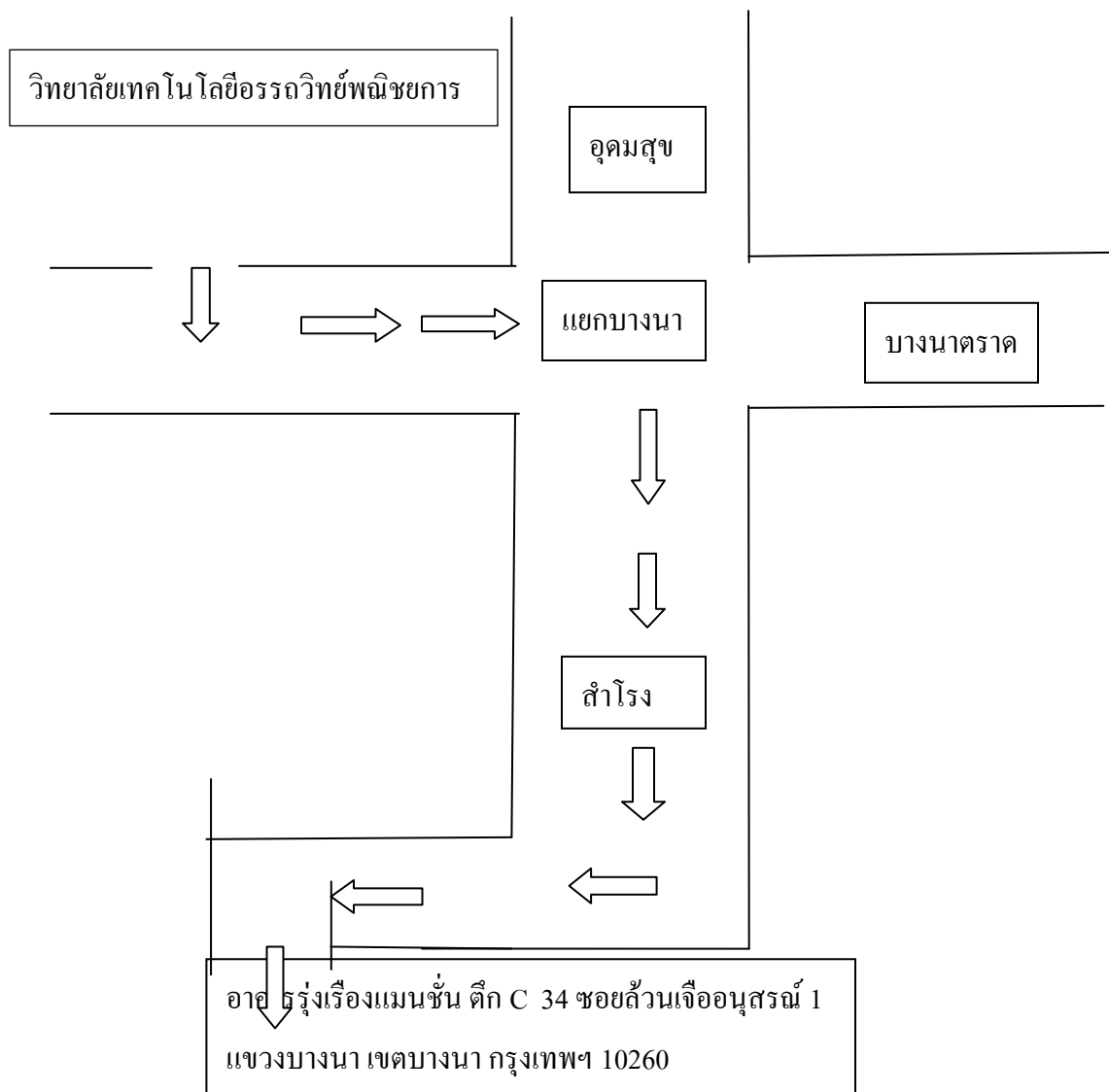


ภาพการโฆษณาสินค้าผ่านเพจ Facebook



## 8. แผนการผลิต

### 8.1 สถานประกอบการในการผลิต



## 8.2 อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

| ลำดับ | รายการ                 | จำนวน | การใช้งาน | ราคาทุน | อายุ |
|-------|------------------------|-------|-----------|---------|------|
| 1.    | ปืนกาว                 | 2     | ใช้ติดไม้ | 500     | 1    |
| 2.    | กรรตัดไม้ เลื่อยตัดไม้ | 2     | ใช้ตัดไม้ | 600     | 5    |

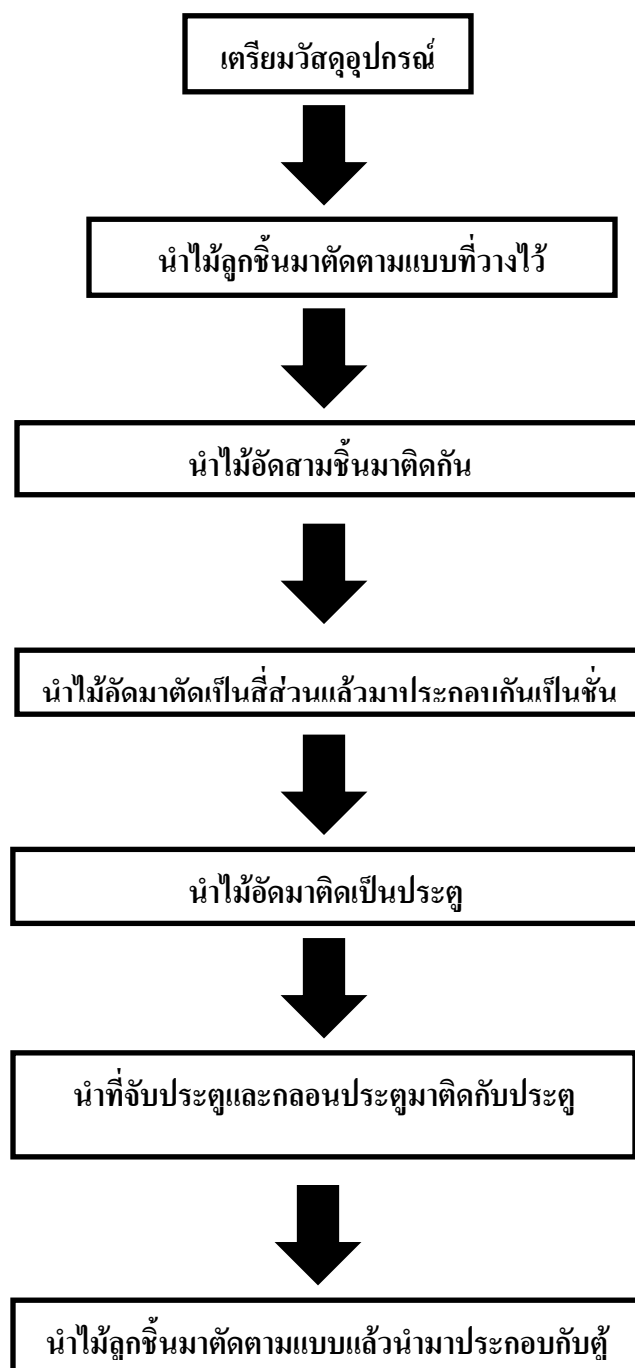
## 8.3 ข้อมูลการผลิต

|                                  |                                            |
|----------------------------------|--------------------------------------------|
| จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด          | 9 ชิ้น/วัน , 234 ชิ้น/เดือน , 2808 ชิ้น/ปี |
| อัตราประมาณการในการผลิต          | 9 ชิ้น/วัน , 234 ชิ้น/เดือน , 2808 ชิ้น/ปี |
| เป้าหมายหน่วยการผลิต             | 9 ชิ้น/วัน , 234 ชิ้น/เดือน , 2808 ชิ้น/ปี |
| เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการผลิต | 480 นาที / 8 ชั่วโมง                       |
| เวลาผลิตต่อวัน                   | 8 ชั่วโมง                                  |
| จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต       | 1 คน                                       |
| อัตราค่าแรงงานในการผลิต          | 400 บาท                                    |

## 8.4 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

1. ไม้ลูกชิ้น ไม้อัด
2. ปืนกาว กาวแท่ง
3. บานพับประตู กลอนประตู ที่ล็อกประตู ที่จับประตู
5. กรรไกรตัดไม้ เลื่อยตัดไม้
6. นาฬิกา
7. ชั้นวางของ
8. น็อต

## 8.5 ขั้นตอนการผลิต



## 9. แผนการเงิน

### 9.1 ประมาณการในการลงทุน

| ลำดับ | รายการ                           | ทุนเจ้าของ | เงินกู้ | รวมมูลค่า |
|-------|----------------------------------|------------|---------|-----------|
| 1.    | เงินสด                           | 300,000    | -       | 300,000   |
|       | รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น        | 300,000    | -       | 300,000   |
|       | โครงสร้างทางการเงิน(เปอร์เซ็นต์) | 100%       | -       | 100%      |

### 9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน

| ลำดับ                                                | รายการ                 | รายละเอียด               | มูลค่าประมาณ |
|------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|--------------|
| 1.                                                   | ที่ดิน                 | -                        | -            |
| 2.                                                   | อาคาร                  | -                        | -            |
| 3.                                                   | ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง    | ป้ายไวนิล                | 1,000        |
| 4.                                                   | อุปกรณ์ / เครื่องมือ   | ใช้ในการผลิต             | 6,000        |
| 5.                                                   | เครื่องใช้สำนักงาน     | คอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ | 35,000       |
| 6.                                                   | ยานพาหนะ               | มอเตอร์ไซค์              | 35,000       |
| 7.                                                   | สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ | -                        | -            |
| 8.                                                   | ทรัพย์สินทางปัญญา      | จดลิขสิทธิ์              | 2,000        |
| 9.                                                   | รายการอื่นๆ (ถ้ามี)    | -                        | -            |
| รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบการธุรกิจปัจจุบัน |                        |                          | 79,000       |

### 9.3 สมมติฐานทางการเงิน

| รายการ                                      | ปีที่ 1     | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|---------------------------------------------|-------------|---------|---------|
| การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้ - %        | -           | 5%      | 10%     |
| การเปลี่ยนแปลงของราคาขายสินค้า - %          | -           | -       | -       |
| การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนทุนการผลิต - %       | -           | 5%      | 10%     |
| การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 1 - %           | -           | 5%      | 10%     |
| การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 2 - %           | -           | -       | -       |
| การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 3 - %           | -           | -       | -       |
| ระยะเวลาที่ใช้ในการคำนวณใน 1 ปี – วัน/เดือน | 26วัน/เดือน |         |         |
| อัตราคิดลดกระแสเงินสด (Discount Rate) - %   | -           | -       | -       |
| สมมติฐานทางการเงินอื่นๆ                     | -           | -       | -       |

### 9.4 นโยบายทางการเงิน

| รายการ                                       | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|----------------------------------------------|---------|---------|---------|
| ระยะเวลาการให้เครดิตการขายสินค้า – วัน/เดือน | -       | -       | -       |
| ระยะเวลาเครดิตซื้อสินค้า – วัน/เดือน         | -       | -       | -       |
| วงเงินสินเชื่อระยะสั้นที่ขอกู้ (ถ้ามี) – บาท | -       | -       | -       |
| วงเงินสินเชื่อระยะยาวที่ขอกู้ (ถ้ามี) – บาท  | -       | -       | -       |
| อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น - %             | -       | -       | -       |
| อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว - %              | -       | -       | -       |
| นโยบายการตั้งสำรองเงินสดในกิจการ             | 150,000 |         |         |
| การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขอื่นๆ              | -       |         |         |
| นโยบายทางการเงินอื่นๆ                        | -       |         |         |

9.5 ประมาณการในการผลิตรายเดือน

| เดือน<br>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<br>(เส้น) |            |            |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |
| หอนาฬิกา                 | 234        | 234        | 234          | 234          | 234          | 234          | 234          | 234          | 234          | 234          | 234          | 234          |
| ราคาสินค้า (บาท)         | 234        | 234        | 234          | 234          | 234          | 234          | 234          | 234          | 234          | 234          | 234          | 234          |
| หอนาฬิกา                 | 1,990      | 1,990      | 1,990        | 1,990        | 1,990        | 1,990        | 1,990        | 1,990        | 1,990        | 1,990        | 1,990        | 1,990        |
| ราคาสินค้าเฉลี่ย         | 1,990      | 1,990      | 1,990        | 1,990        | 1,990        | 1,990        | 1,990        | 1,990        | 1,990        | 1,990        | 1,990        | 1,990        |
| รายได้จากการขาย<br>(บาท) |            |            |              |              |              |              |              |              |              |              |              |              |
| หอนาฬิกา                 | 465,660.00 | 465,660.00 | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   |
| รวมรายได้                | 465,660.00 | 465,660.00 | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   |
| รวมรายได้สะสม<br>(บาท)   | 465,660.00 | 931,320.00 | 1,396,980.00 | 1,862,640.00 | 2,328,300.00 | 2,793,960.00 | 3,259,620.00 | 3,725,280.00 | 4,190,940.00 | 4,656,600.00 | 5,122,260.00 | 5,587,920.00 |
| ลูกหนี้การค้า<br>(บาท)   | -          | -          | -            | -            | -            | -            | -            | -            | -            | -            | -            | -            |
| เงินสดรับจากการ<br>ขาย   | 465,660.00 | 465,660.00 | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   | 465,660.00   |

9.6 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

| รายการ                              | ปีที่ 1             | ปีที่ 2             | ปีที่ 3             |
|-------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>จำนวนสินค้าขาย (หน่วย)</b>       |                     |                     |                     |
| หอนาฬิกา                            | 2,808               | 2,949               | 3,244               |
| <b>รวมจำนวนสินค้าขาย</b>            | <b>2,808</b>        | <b>2,949</b>        | <b>3,244</b>        |
|                                     |                     |                     |                     |
| <b>ราคาสินค้า (บาท/หน่วย)</b>       |                     |                     |                     |
| หอนาฬิกา                            | 1,990               | 1,990               | 1,990               |
| <b>ราคาสินค้าเฉลี่ย</b>             | <b>1,990</b>        | <b>2,089.50</b>     | <b>2,198.95</b>     |
|                                     |                     |                     |                     |
| <b>รายได้จากการขาย (บาท)</b>        |                     |                     |                     |
| หอนาฬิกา                            | 5,587,920.00        | 5,868,310.00        | 6,455,560.00        |
| <b>รวมรายได้จากการขาย (บาท)</b>     | <b>5,587,920.00</b> | <b>5,868,310.00</b> | <b>6,455,560.00</b> |
|                                     |                     |                     |                     |
| <b>ประมาณการลูกหนี้การค้า</b>       |                     |                     |                     |
| ขายด้วยเงินสด                       | -                   | -                   | -                   |
| ขายด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)      | -                   | -                   | -                   |
| ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน/เดือน) | -                   | -                   | -                   |
| <b>ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)</b>       | <b>-</b>            | <b>-</b>            | <b>-</b>            |
| <b>เงินสดจากการขายสินค้า (บาท)</b>  | <b>5,587,920.00</b> | <b>5,868,310.00</b> | <b>6,455,560.00</b> |

**9.7 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต**

| รายการ                                             | ปีที่ 1           | ปีที่ 2           | ปีที่ 3           |
|----------------------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>จำนวนวัตถุดิบในการผลิต (หน่วย)</b>              |                   |                   |                   |
| 1. ไม้เสียบลูกชิ้น (1 แพ็ค 200 ชิ้น)               | 1,170             | 1,229             | 1,352             |
| 2. อุปกรณ์เครื่องนาฬิกา                            | 94                | 99                | 109               |
| 3. กาวรึ้น (แพ็ค 20 ชิ้น)                          | 1,404             | 1,475             | 1,623             |
| 4. กलों (แพ็ค 12 กलों)                             | 234               | 246               | 271               |
| <b>ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ (บาท/หน่วย)</b>         |                   |                   |                   |
| 1. ไม้เสียบลูกชิ้น                                 | 40.00             | 42.00             | 46.20             |
| 2. อุปกรณ์เครื่องนาฬิกา                            | 150.00            | 157.50            | 173.25            |
| 3. กาวรึ้น                                         | 60.00             | 63.00             | 69.30             |
| 4. กलों                                            | 276.00            | 289.80            | 318.78            |
| <b>ต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการขาย (บาท)</b>         |                   |                   |                   |
| 1. ไม้เสียบลูกชิ้น                                 | 46,800.00         | 51,618.00         | 62,462.40         |
| 2. อุปกรณ์เครื่องนาฬิกา                            | 42,150.00         | 15,592.50         | 18,884.25         |
| 3. กาวรึ้น                                         | 84,240            | 92,925.00         | 112,473.90        |
| 4. กलों                                            | 64,584.00         | 71,290.80         | 86,389.38         |
| <b>รวมต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)</b>            | <b>209,724.00</b> | <b>231,426.30</b> | <b>280,209.93</b> |
|                                                    |                   |                   |                   |
| <b>ประมาณการเจ้าหนี้การค้า</b>                     |                   |                   |                   |
| ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด                             | -                 | -                 | -                 |
| ซื้อสินค้ามาด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)           | -                 | -                 | -                 |
| ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน/เดือน)             | -                 | -                 | -                 |
| <b>มูลค่าเจ้าหนี้การค้าวัตถุดิบและสินค้าซื้อมา</b> | -                 | -                 | -                 |
| <b>เงินสดจ่ายวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อผลิต</b>  | <b>209,724.00</b> | <b>231,426.30</b> | <b>280,209.93</b> |



**9.8 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนการขายสินค้า**

| รายการ                                          | ปีที่ 1           | ปีที่ 2           | ปีที่ 3           |
|-------------------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>ต้นทุนการผลิตสินค้า (บาท)</b>                |                   |                   |                   |
| ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้า                      | 209,724.00        | 231,426.30        | 280,209.93        |
| ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อการผลิต            | -                 | -                 | -                 |
| ค่าแรงงานในการผลิต                              | 124,800.00        | 131,040.00        | 144,144.00        |
| ค่าไฟฟ้าในการผลิต                               | 12,00.00          | 12,600.00         | 13,860.00         |
| ค่าน้ำประปาในการผลิต                            | 4,800.00          | 5,040.00          | 5,544.00          |
| ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต                     | 1,200.00          | 1,260.00          | 1,386.00          |
| ค่าบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์               | 1,200.00          | 1,260.00          | 1,386.00          |
| ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต               | 9,000.00          | 9,450.00          | 10,395.00         |
| ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการผลิต                    | 500.00            | 525.00            | 577.50            |
| <b>รวมต้นทุนการผลิตสินค้า (1)</b>               | <b>363,224.00</b> | <b>392,601.30</b> | <b>457,502.43</b> |
| <b>ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)</b>             |                   |                   |                   |
| ค่าเสื่อมราคาอาคารในการผลิต(5%)                 | -                 | -                 | -                 |
| ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์(20%)         | 220               | 220               | 220               |
| ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)                       | -                 | -                 | -                 |
| <b>รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต (2)</b>      | <b>220</b>        | <b>220</b>        | <b>220</b>        |
| <b>รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น (1) + (2)</b> | <b>363,444.00</b> | <b>392,821.30</b> | <b>457,722.43</b> |
| + บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด                     | -                 | -                 | -                 |
| -หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด                     | -                 | -                 | -                 |
| + บวก สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือต้นงวด        | -                 | -                 | -                 |
| -หัก สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือปลายงวด        | -                 | -                 | -                 |
| + บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด              | -                 | -                 | -                 |
| -หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด              | -                 | -                 | -                 |
| + บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด              | -                 | -                 | -                 |
| -หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด              | -                 | -                 | -                 |
| <b>รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)</b>                 | <b>363,444.00</b> | <b>392,821.30</b> | <b>457,722.43</b> |

**9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย**

| รายการ                                          | ปีที่ 1           | ปีที่ 2           | ปีที่ 3           |
|-------------------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)</b>     |                   |                   |                   |
| เงินเดือนบุคลากร                                | 508,800.00        | 534,240.00        | 587,664.00        |
| ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร                  | 36,000            | 37,800.00         | 41,580.00         |
| ค่าใช้จ่ายสำนักงาน                              | 72,000            | 75,600            | 83,160            |
| ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน                     | 9,600             | 10,080            | 11,080            |
| ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน                  | -                 | -                 | -                 |
| ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร                      | -                 | -                 | -                 |
| ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร                       | 1,200             | 1,260             | 1,386             |
| ค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองสำนักงาน                    | -                 | -                 | -                 |
| ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่าง ๆ               | -                 | -                 | -                 |
| ค่าธรรมเนียมราชการ                              | 600               | 630               | 693               |
| ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย                | 350               | 367.50            | 404.25            |
| ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์                          | -                 | -                 | -                 |
| ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า                 | -                 | -                 | -                 |
| ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง                       | -                 | -                 | -                 |
| ค่าใช้จ่าย Commission จากการขาย                 | -                 | -                 | -                 |
| ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ                | -                 | -                 | -                 |
| ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล         | -                 | -                 | -                 |
| ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ                       | -                 | -                 | -                 |
| <b>รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารงานและการขาย (1)</b> | <b>659,750.00</b> | <b>682,657.50</b> | <b>756,923.25</b> |
| <b>ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย</b>      |                   |                   |                   |
| ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน(5%)              | -                 | -                 | -                 |
| ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้(20%)             | 8,200.00          | 8,200.00          | 8,200.00          |
| ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)                       | 1,750.00          | 1,750.00          | 1,750.00          |
| <b>รวมค่าเสื่อมราคา (2)</b>                     | <b>9,950.00</b>   | <b>9,950.00</b>   | <b>9,950.00</b>   |
| <b>รวมค่าใช้จ่ายการบริหารผลิตและการขาย</b>      | <b>669,700.00</b> | <b>692,607.50</b> | <b>766,873.25</b> |

**9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน**

| รายการ                                       | ปีที่ 1             | ปีที่ 2             | ปีที่ 3             |
|----------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>รายได้</b>                                |                     |                     |                     |
| รายได้จากการขายสินค้า                        | 5,587,920.00        | 5,868,310.00        | 6,455,560.00        |
| รายได้อื่นๆ                                  | -                   | -                   | -                   |
|                                              |                     |                     |                     |
| <b>รวมรายได้</b>                             | <b>5,587,920.00</b> | <b>5,868,310.00</b> | <b>6,455,560.00</b> |
|                                              |                     |                     |                     |
| หัก-ต้นทุนขายสินค้า                          | 209,724.00          | 231,426.30          | 280,209.93          |
|                                              |                     |                     |                     |
| <b>กำไรขั้นต้น</b>                           | <b>5,378,196.00</b> | <b>5,636,883.70</b> | <b>6,175,350.07</b> |
|                                              |                     |                     |                     |
| หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย           | 669,700.00          | 692,607.50          | 766,873.25          |
|                                              |                     |                     |                     |
| <b>กำไรจากการดำเนินงาน</b>                   | <b>4,708,496.00</b> | <b>4,944,276.20</b> | <b>5,408,76.82</b>  |
|                                              |                     |                     |                     |
| หัก-ดอกเบี้ยจ่าย                             | -                   | -                   | -                   |
|                                              |                     |                     |                     |
| <b>กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล (15%)</b> | <b>4,708,496.00</b> | <b>4,944,276.20</b> | <b>5,408,476.82</b> |
|                                              |                     |                     |                     |
| หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล(15%)                | 706,274.40          | 741,641.43          | 811,271.52          |
|                                              |                     |                     |                     |
| <b>กำไรสุทธิ</b>                             | <b>4,002,221.60</b> | <b>4,202,634.77</b> | <b>4,597,205.30</b> |
|                                              |                     |                     |                     |
| หัก-เงินปันผลจ่าย (10%)                      | -                   | -                   | -                   |
| <b>กำไรสะสม</b>                              | <b>-</b>            | <b>4,002,221.60</b> | <b>200,413.17</b>   |
|                                              |                     |                     |                     |
| <b>กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น</b>            | <b>4,002,221.60</b> | <b>200,413.17</b>   | <b>4,396,792.13</b> |
| <b>มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น</b>                 | <b>13.34%</b>       | <b>0.66%</b>        | <b>14.65%</b>       |

### 9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

| รายการ                                      | ปีที่ 1             | ปีที่ 2             | ปีที่ 3             |
|---------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน</b>           |                     |                     |                     |
| เงินสดรับจากการขายสินค้า                    | 5,587,920.00        | 5,868,310.00        | 6,455,560.00        |
| เงินสดรับจากรายได้อื่น                      | -                   | -                   | -                   |
| เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต               | 363,444.00          | 392,827.30          | 457,722.43          |
| เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย      | 669,700.00          | 692,607.50          | 766,873.25          |
| เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ                   | -                   | -                   | -                   |
| เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล              | 706,274.40          | 741,641.43          | 811,271.52          |
| <b>กระแสเงินสดจากการดำเนินงานรวม</b>        | <b>3,848,501.60</b> | <b>4,041,233.77</b> | <b>4,419,692.80</b> |
|                                             |                     |                     |                     |
| <b>กระแสเงินสดจากการลงทุน</b>               |                     |                     |                     |
| เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ทางปัญญา    | 2,000               | 2,000               | 2,000               |
| เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ยานพาหนะ    | 35,000              | 35,000              | 35,000              |
| เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ส่วนตกแต่ง  | 1,000               | 1,000               | 1,000               |
| เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์     | 6,000               | 6,000               | 6,000               |
| เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ใช้สำนักงาน | 35,000              | 35,000              | 35,000              |
| <b>กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม</b>            | <b>79,000</b>       | <b>79,000</b>       | <b>79,000</b>       |
| <b>กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน</b>           |                     |                     |                     |
| เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน                   | -                   | -                   | -                   |
| เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น        | -                   | -                   | -                   |
| เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น              | -                   | -                   | -                   |
| เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว         | -                   | -                   | -                   |
| เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว               | -                   | -                   | -                   |
| เงินสดจ่ายปันผล                             | -                   | -                   | -                   |
|                                             |                     |                     |                     |
| <b>กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม</b>        | <b>3,769,501.60</b> | <b>3,932,233.77</b> | <b>4,340,692.80</b> |
| กระแสเงินสดสุทธิ                            | -                   | -                   | -                   |
| บวก+กระแสเงินสดต้นงวด                       | -                   | -                   | -                   |
| <b>กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด</b>              | <b>3,769,501.60</b> | <b>3,932,233.77</b> | <b>4,340,692.80</b> |

## 9.12 ประมาณการงบดุล

| รายการ                                | ปีที่ 1             | ปีที่ 2             | ปีที่ 3             |
|---------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>             |                     |                     |                     |
| เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร          | 3,769,501.60        | 3,932,233.77        | 4,340,692.80        |
| ลูกหนี้การค้า                         | -                   | -                   | -                   |
| สินค้าคงเหลือ                         | -                   | -                   | -                   |
| สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น                | -                   | -                   | -                   |
| <b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>          | -                   | -                   | -                   |
| <b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>          | -                   | -                   | -                   |
| ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ            | 79,000              | -                   | -                   |
| สินทรัพย์จับต้องไม่ได้                | -                   | -                   | -                   |
| สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น             | -                   | -                   | -                   |
| <b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>       | <b>79,000</b>       | -                   | -                   |
| <b>รวมสินทรัพย์</b>                   | <b>3,848,501.60</b> | <b>3,932,233.72</b> | <b>4,340,692.80</b> |
| <b>หนี้สินหมุนเวียน</b>               | -                   | -                   | -                   |
| เงินกู้ระยะสั้น                       | -                   | -                   | -                   |
| เจ้าหนี้การค้า                        | -                   | -                   | -                   |
| หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ                 | -                   | -                   | -                   |
| <b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>            | -                   | -                   | -                   |
| <b>หนี้สินไม่หมุนเวียน</b>            | -                   | -                   | -                   |
| เงินกู้ระยะยาว                        | -                   | -                   | -                   |
| หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ                 | -                   | -                   | -                   |
| <b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>            | -                   | -                   | -                   |
| <b>รวมหนี้สิน</b>                     | -                   | -                   | -                   |
| ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว                  | -                   | -                   | -                   |
| <b>ส่วนเกิน (ต่ำ) กว่าทุน</b>         | <b>3,848,501.60</b> | <b>83,732</b>       | <b>3,764,769.99</b> |
| กำไร (ขาดทุน) สะสม                    | -                   | 3,848,501.60        | 83,732              |
| <b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>           | <b>3,848,501.60</b> | <b>3,764,769.43</b> | <b>3,848,501.43</b> |
| <b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b> | <b>3,848,501.60</b> | <b>3,764,769.43</b> | <b>3,848,501.43</b> |

### 9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

| รายการ                                   | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 |
|------------------------------------------|---------|---------|---------|
| <b>การวัดสภาพคล่องทางการเงิน</b>         |         |         |         |
| อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)         |         |         |         |
| อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)        | -       | -       | -       |
| <b>การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน</b>  |         |         |         |
| อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)           | -       | -       | -       |
| อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)            | -       | -       | -       |
| ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)              | -       | -       | -       |
| ระยะเวลาดินค้าคงเหลือ (วัน)              | -       | -       | -       |
| อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)        | -       | -       | -       |
| อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รวม)        | -       | -       | -       |
| <b>การวัดความสามารถในการชำระหนี้</b>     |         |         |         |
| อัตราส่วนแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) | -       | -       | -       |
| อัตราส่วนแห่งทุน                         | -       | -       | -       |
| อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้     | -       | -       | -       |
| <b>การวัดความสามารถในการบริหารงาน</b>    | -       | -       | -       |
| อัตราส่วนผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA)         | -       | -       | -       |
| อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น       |         |         |         |
| อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)           |         |         |         |
| อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)   |         |         |         |
| อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)             |         |         |         |
| <b>ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน</b>       |         |         |         |
| ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per share)        |         |         |         |
| มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book Value)          |         |         |         |
| มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)  |         |         |         |
| อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)                 |         |         |         |
| ระยะเวลาคืนทุน                           |         |         |         |

### 10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

| ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง | ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น                                                           | แนวทางในการแก้ไข                                                      |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| สินค้าถูกลอกเลียนแบบ      | - ทำให้ลูกค้าไปซื้อสินค้าของคู่แข่ง<br>อื่นที่เลียนแบบหรือมีลักษณะ<br>คล้ายกัน | - ทำการจดทะเบียนลิขสิทธิ์<br>ของแบรนด์                                |
| วัสดุไม่เพียงพอต่อการผลิต | - ทำให้ยอดขายลดลง                                                              | - จัดทำบัญชีรายการการสั่งซื้อ<br>ให้มีปริมาณที่พอดีในการ<br>ผลิต<br>- |
| เกิดการตัดราคาของคู่แข่ง  | - ทำให้ลูกค้าสนใจสินค้าของคู่แข่ง<br>มากขึ้นเนื่องจากมีราคาที่ถูกลงกว่า        | - จัดกิจกรรมการส่งเสริมการ<br>ขายเพื่อดึงดูดความสนใจของ<br>ลูกค้า     |

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

| นายคชา ทาแก้ว |                                             |          |
|---------------|---------------------------------------------|----------|
| วัน/เดือน/ปี  | การปฏิบัติงาน                               | หมายเหตุ |
| 17 มิ.ย. 62   | คิดหัวข้อโครงการ                            |          |
| 19 มิ.ย. 62   | เสนอหัวข้อโครงการให้กับอาจารย์ที่ปรึกษา     |          |
| 24 มิ.ย. 62   | จัดทำแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ                 |          |
| 25 มิ.ย. 62   | แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ                 |          |
| 26 มิ.ย. 62   | แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ ครั้งที่ 1      |          |
| 27 มิ.ย. 62   | แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ ครั้งที่ 2      |          |
| 1 ก.ค. 62     | จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 1                    |          |
| 3 ก.ค. 62     | แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 1         |          |
| 4 ก.ค. 62     | ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์                |          |
| 18 ก.ค. 62    | จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 2                    |          |
| 22 ก.ค. 62    | แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 1         |          |
| 24 ก.ค. 62    | ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์                |          |
| 1 ส.ค. 62     | จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 3                    |          |
| 19 ส.ค. 62    | แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 1         |          |
| 26 ส.ค. 62    | แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 2         |          |
| 28 ส.ค. 62    | ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์                |          |
| 2 ก.ย. 62     | รวบรวมเอกสารนำเสนอโครงการ                   |          |
| 4 ก.ย. 62     | จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1            |          |
| 9 ก.ย. 62     | แก้ไข ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1 ครั้งที่ 1 |          |
| 21 ก.ย. 62    | นำเสนอโครงการรอบที่ 1                       |          |
| 25 ก.ย. 62    | แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ   |          |



| นายกฯ ทาแก้ว |                                                   |          |
|--------------|---------------------------------------------------|----------|
| วัน/เดือน/ปี | การปฏิบัติงาน                                     | หมายเหตุ |
| 1 ต.ค. 62    | ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำงานสิ่งประดิษฐ์           |          |
| 11 ต.ค. 62   | ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์                     |          |
| 14 ต.ค. 62   | นำไม้มาตัดตามแบบที่วางไว้                         |          |
| 15 ต.ค. 62   | นำไม้มาติดกันตามแบบที่วางไว้                      |          |
| 16 ต.ค. 62   | นำไม้ลูกชิ้นมาตัดตามแบบ                           |          |
| 17 ต.ค. 62   | นำไม้ลูกชิ้นมาทำเป็นหอนาฬิกา                      |          |
| 18 ต.ค. 62   | แก้ไขชิ้นงาน ครั้งที่ 1                           |          |
| 19 ต.ค. 62   | ตรวจสอบชิ้นงานและถ่ายรูปผลงาน                     |          |
| 20 ต.ค. 62   | ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน                        |          |
| 21 ต.ค. 62   | แก้ไขแบบป้ายไวนิล ครั้งที่ 1                      |          |
| 22 ต.ค. 62   | ส่งแบบไวนิล                                       |          |
| 24 ต.ค. 62   | สั่งทำป้ายไวนิลและรับของ                          |          |
| 28 ต.ค. 62   | อาจารย์ที่ปรึกษาเข้านิเทศโครงการ                  |          |
| 4 พ.ย. 62    | แก้ไขเอกสารบทที่ 1-3 เตรียมนำเสนอโครงการ รอบที่ 2 |          |
| 7 พ.ย. 62    | จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการ รอบที่ 2                 |          |
| 16 พ.ย. 62   | นำเสนอโครงการรอบที่ 2                             |          |
| 20 พ.ย. 62   | แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ         |          |
| 2 ธ.ค. 62    | จัดทำแบบสอบถาม                                    |          |
| 6 ธ.ค. 62    | แก้ไขแบบสอบถาม ครั้งที่ 1                         |          |
| 12 ธ.ค. 62   | เตรียมจัดแสดงภายในงาน ATC นิทรรศน์                |          |
| 13 ธ.ค. 62   | แจกแบบสอบถามในงาน ATC นิทรรศน์                    |          |
| 16 ธ.ค. 62   | จัดทำเอกสารบทที่ 4 (สรุปบัญชี)                    |          |
| 18 ธ.ค. 62   | แก้ไขเอกสารบทที่ 4 ครั้งที่ 1                     |          |
| 19 ธ.ค. 62   | ส่งเอกสารบทที่ 4 ฉบับสมบูรณ์                      |          |
| 20 ม.ค. 63   | จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม            |          |

| นายกฯ ทาแก้ว |                                                        |          |
|--------------|--------------------------------------------------------|----------|
| วัน/เดือน/ปี | การปฏิบัติงาน                                          | หมายเหตุ |
| 23 ม.ค. 63   | แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม ครั้งที่ 1      |          |
| 24 ม.ค. 63   | ส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม ฉบับสมบูรณ์             |          |
| 3 ก.พ. 63    | จัดทำเอกสารภาค ผนวก ก และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ |          |
| 4 ก.พ. 63    | จัดทำเอกสารภาค ผนวก ข และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ |          |
| 5 ก.พ. 63    | แก้ไขเอกสารภาค ผนวก ข และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ |          |
| 6 ก.พ. 63    | จัดทำเอกสารภาค ผนวก ค และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ |          |
| 7 ก.พ. 63    | จัดทำเอกสารภาค ผนวก ง และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ |          |
| 11 ก.พ. 63   | จัดทำกิตติกรรมประกาศ/สารบัญ พร้อมนำกลับมาแก้ไข         |          |
| 12 ก.พ. 63   | ส่งกิตติกรรมประกาศ/สารบัญต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ    |          |
| 13 ก.พ. 63   | จัดทำบทคัดย่อ/ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ            |          |
| 14 ก.พ. 63   | นำบทคัดย่อกลับมาแก้ไข/ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ    |          |
| 18 ก.พ. 63   | จัดทำส่วนหน้าปก สารบัญ และนำส่งรูปเล่มโครงการ          |          |
| 20 ก.พ. 63   | แก้ไขจุดบกพร่อง                                        |          |
| 26 ก.พ. 63   | นำส่งรูปเล่มโครงการฉบับสมบูรณ์ พร้อมแผ่นซีดี           |          |

| นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์ |                                             |          |
|----------------------|---------------------------------------------|----------|
| วัน/เดือน/ปี         | การปฏิบัติงาน                               | หมายเหตุ |
| 17 มิ.ย. 62          | คิดหัวข้อโครงการ                            |          |
| 19 มิ.ย. 62          | เสนอหัวข้อโครงการให้กับอาจารย์ที่ปรึกษา     |          |
| 24 มิ.ย. 62          | จัดทำแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ                 |          |
| 25 มิ.ย. 62          | แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ                 |          |
| 26 มิ.ย. 62          | แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ ครั้งที่ 1      |          |
| 27 มิ.ย. 62          | แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ ครั้งที่ 2      |          |
| 1 ก.ค. 62            | จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 1                    |          |
| 3 ก.ค. 62            | แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 1         |          |
| 4 ก.ค. 62            | ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์                |          |
| 18 ก.ค. 62           | จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 2                    |          |
| 22 ก.ค. 62           | แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 1         |          |
| 24 ก.ค. 62           | ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์                |          |
| 1 ส.ค. 62            | จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 3                    |          |
| 19 ส.ค. 62           | แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 1         |          |
| 26 ส.ค. 62           | แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 2         |          |
| 28 ส.ค. 62           | ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์                |          |
| 2 ก.ย. 62            | รวบรวมเอกสารนำเสนอโครงการ                   |          |
| 4 ก.ย. 62            | จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1            |          |
| 9 ก.ย. 62            | แก้ไข ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1 ครั้งที่ 1 |          |
| 21 ก.ย. 62           | นำเสนอโครงการรอบที่ 1                       |          |
| 25 ก.ย. 62           | แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ   |          |

| นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์ |                                                   |          |
|----------------------|---------------------------------------------------|----------|
| วัน/เดือน/ปี         | การปฏิบัติงาน                                     | หมายเหตุ |
| 1 ต.ค. 62            | ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำงานสิ่งประดิษฐ์           |          |
| 11 ต.ค. 62           | ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์                     |          |
| 14 ต.ค. 62           | นำไม้มาตัดตามแบบที่วางไว้                         |          |
| 15 ต.ค. 62           | นำไม้มาติดกันตามแบบที่วางไว้                      |          |
| 16 ต.ค. 62           | นำไม้ลูกชิ้นมาตัดตามแบบ                           |          |
| 17 ต.ค. 62           | นำไม้ลูกชิ้นมาทำเป็นหอนาฬิกา                      |          |
| 18 ต.ค. 62           | แก้ไขชิ้นงาน ครั้งที่ 1                           |          |
| 19 ต.ค. 62           | ตรวจสอบชิ้นงานและถ่ายรูปผลงาน                     |          |
| 20 ต.ค. 62           | ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน                        |          |
| 21 ต.ค. 62           | แก้ไขแบบป้ายไวนิล ครั้งที่ 1                      |          |
| 22 ต.ค. 62           | ส่งแบบไวนิล                                       |          |
| 24 ต.ค. 62           | สั่งทำป้ายไวนิลและรับของ                          |          |
| 28 ต.ค. 62           | อาจารย์ที่ปรึกษาเข้านิเทศโครงการ                  |          |
| 4 พ.ย. 62            | แก้ไขเอกสารบทที่ 1-3 เตรียมนำเสนอโครงการ รอบที่ 2 |          |
| 7 พ.ย. 62            | จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการ รอบที่ 2                 |          |
| 16 พ.ย. 62           | นำเสนอโครงการรอบที่ 2                             |          |
| 20 พ.ย. 62           | แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ         |          |
| 2 ธ.ค. 62            | จัดทำแบบสอบถาม                                    |          |
| 6 ธ.ค. 62            | แก้ไขแบบสอบถาม ครั้งที่ 1                         |          |
| 12 ธ.ค. 62           | เตรียมจัดแสดงภายในงาน ATC นิทรรศน์                |          |
| 13 ธ.ค. 62           | แจกแบบสอบถามในงาน ATC นิทรรศน์                    |          |
| 16 ธ.ค. 62           | จัดทำเอกสารบทที่ 4 (สรุปบัญชี)                    |          |
| 18 ธ.ค. 62           | แก้ไขเอกสารบทที่ 4 ครั้งที่ 1                     |          |
| 19 ธ.ค. 62           | ส่งเอกสารบทที่ 4 ฉบับสมบูรณ์                      |          |

| นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์ |                                                        |          |
|----------------------|--------------------------------------------------------|----------|
| วัน/เดือน/ปี         | การปฏิบัติงาน                                          | หมายเหตุ |
| 20 ม.ค. 63           | จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม                 |          |
| 23 ม.ค. 63           | แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม ครั้งที่ 1      |          |
| 24 ม.ค. 63           | ส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม ฉบับสมบูรณ์             |          |
| 3 ก.พ. 63            | จัดทำเอกสารภาค ผนวก ก และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ |          |
| 4 ก.พ. 63            | จัดทำเอกสารภาค ผนวก ข และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ |          |
| 5 ก.พ. 63            | แก้ไขเอกสารภาค ผนวก ข และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ |          |
| 6 ก.พ. 63            | จัดทำเอกสารภาค ผนวก ค และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ |          |
| 7 ก.พ. 63            | จัดทำเอกสารภาค ผนวก ง และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ |          |
| 11 ก.พ. 63           | จัดทำกิตติกรรมประกาศ/สารบัญ พร้อมนำกลับมาแก้ไข         |          |
| 12 ก.พ. 63           | ส่งกิตติกรรมประกาศ/สารบัญต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ    |          |
| 13 ก.พ. 63           | จัดทำบทคัดย่อ/ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ            |          |
| 14 ก.พ. 63           | นำบทคัดย่อกลับมาแก้ไข/ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ    |          |
| 18 ก.พ. 63           | จัดทำส่วนหน้าปก สารบัญ และนำส่งรูปเล่มโครงการ          |          |
| 20 ก.พ. 63           | แก้ไขจุดบกพร่อง                                        |          |
| 26 ก.พ. 63           | นำส่งรูปเล่มโครงการฉบับสมบูรณ์ พร้อมแผ่นซีดี           |          |

บัญชีรายรับ-รายจ่าย (เอกสาร)  
โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ผู้นำพิกาบิกเบน

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

**บัญชีรายรับ-รายจ่าย (ปฏิบัติ)**  
**โครงการนวัตกรรมการส่งเสริมประติษฐานผู้ผู้นำฟักาบักเบน**

| ว/ด/ป    | รายการ                   | รายรับ     |       |           | รายจ่าย    |     |           | คงเหลือ    |   |           |
|----------|--------------------------|------------|-------|-----------|------------|-----|-----------|------------|---|-----------|
|          |                          | จำนวนหน่วย | @     | จำนวนเงิน | จำนวนหน่วย | @   | จำนวนเงิน | จำนวนหน่วย | @ | จำนวนเงิน |
| 11/10/62 | เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม    | 2          | 1,000 | 2,000     |            |     |           |            |   | 2,000     |
| 11/10/62 | ไม้ลูกชิ้น               |            |       |           | 10         | 20  | 200       |            |   | 1,800     |
| 11/10/62 | ไม้อัด                   |            |       |           | 4          | 109 | 436       |            |   | 1,364     |
| 11/10/62 | ปิ่นกาว                  |            |       |           | 2          | 20  | 40        |            |   | 1,324     |
| 11/10/62 | กาวแท่ง                  |            |       |           | 4          | 20  | 80        |            |   | 1,244     |
| 11/10/62 | กรรไกรตัดไม้             |            |       |           | 1          | 50  | 50        |            |   | 1,194     |
| 11/10/62 | น็อต                     |            |       |           | 2          | 25  | 50        |            |   | 1,144     |
| 11/10/62 | นาฬิกา                   |            |       |           | 1          | 120 | 120       |            |   | 1,024     |
| 11/10/62 | เลื่อยตัดไม้             |            |       |           | 1          | 150 | 150       |            |   | 874       |
| 11/10/62 | บานพับประตู              |            |       |           | 2          | 50  | 50        |            |   | 824       |
| 11/10/62 | ที่จับประตู              |            |       |           | 1          | 50  | 50        |            |   | 774       |
| 11/10/62 | กลอนประตู (ที่ล็อกประตู) |            |       |           | 1          | 50  | 50        |            |   | 724       |
| รวม      |                          |            |       | 2,000     |            |     | 1,276     |            |   | 724       |

สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ กล้องมหาสมบัติจากแผ่นซีดี

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

|       |           |
|-------|-----------|
| ลงทุน | 2,000 บาท |
|-------|-----------|

|               |           |
|---------------|-----------|
| หักค่าใช้จ่าย | 1,126 บาท |
|---------------|-----------|

|              |         |
|--------------|---------|
| คงเหลือสุทธิ | 724 บาท |
|--------------|---------|

นำเงินส่วนที่เหลือคืนแก่สมาชิก ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

- |                         |     |     |
|-------------------------|-----|-----|
| 1. นายคชา ทาแก้ว        | 362 | บาท |
| 2. นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์ | 362 | บาท |



## บทที่ 5

### สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ ตู้นาฬิกาปักบนปฏิบัติงานระยะเวลาตั้งแต่ 1 – 30 ตุลาคม 2562 สถานที่ปฏิบัติงานคือ รุ่งเรืองแมนชั่น ตึก C 34 ซอยล้วนเจืออนุสรณ์ 1 แขวง บางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 ได้เก็บเงินจากสมาชิกกลุ่มคนละ 1,000 บาท จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 2,000 บาท เสียค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์ เป็นจำนวนเงิน 1,126 บาท ปฏิบัติโครงการเสร็จสิ้นลงเหลือ 724 บาท โดยการดำเนินงานบรรลุการเรียนรู้วิชาโครงการดังนี้

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

#### สรุปตารางการปฏิบัติงาน

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

| ครั้งที่ | วัน/เดือน/ปี | กิจกรรมที่ปฏิบัติ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | หมายเหตุ |
|----------|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
|          | 1 ส.ค.62     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- แผนการบริหารจัดการ</li> <li>- แผนการตลาด</li> <li>- แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ</li> <li>- แผนการเงิน</li> <li>- แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |          |
| 5        | 4 ก.ย.62     | ส่ง PowerPoint (โครงการ + บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ<br>กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอ โครงการPresent<br>ครั้งที่ 1)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |          |
| 6        | 21 ก.ย. 62   | นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1<br>(โครงการ +บทที่1-3 + แผนธุรกิจ)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |          |
| 7        | 1 ต.ค.62     | <p>(ปฏิบัติการ งานประดิษฐ์) และเข้ารับการนิเทศ จาก<br/>อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์ (21 ก.ย. 62)</li> <li>-ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์ (22-24 ก.ย. 62)</li> <li>-ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์ (1 ต.ค. 62)</li> <li>-ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์ (11 ต.ค. 62)</li> <li>-นำไม้มาตัดตามแบบที่วางไว้ (14 ต.ค. 62)</li> <li>-นำไม้มาติดกันตามแบบที่วางไว้ (15 ต.ค. 62)</li> <li>-นำไม้ลูกชิ้นมาตัดตามแบบ (16 ต.ค. 62)</li> <li>-นำไม้ลูกชิ้นมาทำเป็นหอนาฬิกา (17 ต.ค. 62)</li> <li>-แก้ไขชิ้นงาน ครั้งที่1 (18 ต.ค. 62)</li> <li>-ตรวจสอบชิ้นงานและถ่ายรูปผลงาน (19 ต.ค. 62)</li> <li>-ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน (20 ต.ค. 62)</li> <li>-ส่งแบบไวนิล (22 ต.ค. 62)</li> <li>-สั่งทำป้ายไวนิลและรับของ (24 ต.ค. 62)</li> </ul> |          |
| 8        | 7 พ.ย.62     | PowerPoint (โครงการ + แผนการตลาด และ แผนการ<br>ผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ<br>Present ครั้งที่ 2 รวมทั้ง แสดงผลงานประดิษฐ์                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |          |

| ครั้งที่ | วัน/เดือน/ปี | กิจกรรมที่ปฏิบัติ                                                                                      | หมายเหตุ |
|----------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 9        | 16 พ.ย. 62   | นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 2<br>(แผนการตลาด แผนการผลิต และ จัดแสดงสินค้า/ แสดง<br>ผลงานประดิษฐ์) |          |
| 10       | 2 ธ.ค. 62    | แบบสอบถามโครงการ                                                                                       |          |
| 11       | 13 ธ.ค. 62   | งาน ATC นิทรรศน์<br>(ออกร้าน และแจกแบบสอบถามโครงการ)                                                   |          |
| 12       | 16 ธ.ค.62    | เนื้อหา บทที่ 4<br>-ปฏิบัติงานรายบุคคล                                                                 |          |
|          | 16 ธ.ค.62    | -บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ                                                                     |          |
| 13       | 20 ม.ค. 63   | เนื้อหา บทที่ 5<br>(สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรคและ<br>ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)             |          |
| 14       | 23 ม.ค. 63   | บรรณานุกรม                                                                                             |          |
| 15       | 3-7 ก.พ. 63  | ภาคผนวก ก-ง<br>(แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติผู้จัดทำ<br>โครงการ)                                   |          |
| 16       | 12-13 ก.พ.63 | กิตติกรรมประกาศ<br>บทคัดย่อ                                                                            |          |
| 17       | 20 ก.พ.63    | ตรวจรูปเล่มโครงการ                                                                                     |          |
| 18       | 26 ก.พ.63    | ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น                                                              |          |

### ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. ปัญหาด้านการใช้อุปกรณ์สมาชิกขาดความชำนาญการใช้งานรู้บ้างไม่รู้บ้าง
2. ไม่มีพื้นฐานในการออกแบบผลิตภัณฑ์จึงทำให้เสียเวลาในการร่างรูปแบบของสิ่งประดิษฐ์
3. สภาพอากาศแปรปรวนเช่น ฝนตก พายุพัด ทำให้ส่งผลกระทบในระหว่างการปฏิบัติงานอาจทำให้ชิ้นงานเกิดความเสียหาย

### ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

จากการดำเนินโครงการได้พบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานหลายอย่าง จึงมีแนวทางในการพัฒนา เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแนวทางการพัฒนามีดังต่อไปนี้

1. ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในการใช้อุปกรณ์ และฝึกฝนการใช้อุปกรณ์
2. ควรค้นหาข้อมูลแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ร่วมสมัย และสอบถามอาจารย์เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ
3. ตรวจสอบสภาพอากาศ และเก็บชิ้นงานให้เรียบร้อยทุกครั้งหลังปฏิบัติงาน

### บรรณานุกรม

- ชาติสยาม เอี่ยมเจริญ และปฎิภาณ ทุมมาลา. (2559). **โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์** กลุ่มเก็บของจากไม้พาเลท. หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด, วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ
- ชัยวัฒน์ ชูตระกูล. (2557). **การกระจายตัวสินค้า**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/629839>
- ธนินทร์ ทรัพย์บุญเรือง. (2560). **แผนฉุกเฉิน**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2562, จาก [https://kuservice.ku.ac.th/Attach\\_Files/KUSS\\_20180417102110...61.doc](https://kuservice.ku.ac.th/Attach_Files/KUSS_20180417102110...61.doc)
- ธนกร นรินทร์นุต. (2557). **การออกแบบผลิตภัณฑ์จากเศษไม้เหลือใช้ในอุตสาหกรรมแปรรูปไม้เพื่อส่งเสริมงานตกแต่งทางสถาปัตยกรรม**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2562, จาก [http://www.kmutt.ac.th/jif/public\\_html/Download/Format\\_Checker/3/19.pdf](http://www.kmutt.ac.th/jif/public_html/Download/Format_Checker/3/19.pdf)
- ประมวล ราชบรรเทา, นฤมล ชัยที และศิริศักดิ์ ละอองศรี. (2559.) **โคมไฟจากกระบอกไม้ไผ่**. สำนักงานศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย อำเภอพิบูลย์รักษ์ จังหวัดอุดรธานี
- ภคิน สุวรรณศรี. (2558). **การศึกษาและออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากเศษวัสดุบรรจุภัณฑ์ไม้ที่ได้จากการขนส่ง**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2562, จาก [https://archmis.arch.nu.ac.th/arch\\_ajnu/journal/article\\_file/article\\_2017\\_158.pdf](https://archmis.arch.nu.ac.th/arch_ajnu/journal/article_file/article_2017_158.pdf)
- เมธา หริมเทพาธิป**. (2560). **ประโยชน์ของสิ่งประดิษฐ์**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/629839>
- วาสนา เจริญวิเชียรฉาย. (2556). **การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากวัสดุเหลือใช้**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2562, จาก <http://dric.nrct.co.th/index.php?/Search/Detail/252883>
- สุนันทา เสถียรมาศ. (2551). **การตลาดทางตรง**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2562, จาก <http://dekmarketingblogspot.com>
- ศิริพงษ์ จิตประสงคพำนิช. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อนาฬิกาข้อมือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.eco.ru.ac.th/yecon/article/5414920035.pdf>
- อัญชลี สงวนพงษ์. (2560). **ประโยชน์ของสิ่งประดิษฐ์**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2562, จาก <http://solasallbom.blogspot.com/2010/09/2.html>

อารี สุทธิพันธ์. (2560). **รูปลักษณะและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 23  
กรกฎาคม 2562, จาก [https://sites.google.com/a/kjwit.ac.th/ponlapass/pathor/  
hlak-kar-xxkbaeb-phlitphanth](https://sites.google.com/a/kjwit.ac.th/ponlapass/pathor/hlak-kar-xxkbaeb-phlitphanth))

## ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ

- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม  
โครงการ



## แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ

สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีธุรกิจบริหาร

ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ

ตู้นาฬิกาบิกเบน

ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่การดำเนินงาน

รุ่งเรืองแมนชั่น ดึก C 34 ซอยล้วนเจืออนุสรณ์ 1 แขวงบางนา เขต  
บางนา กรุงเทพฯ 10260

ประมาณการค่าใช้จ่าย

1,500 บาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. นายคชา

ทาแก้ว

รหัสประจำตัว 37037 ปวส.2/2

2. นายชูโชค

ทองสัมฤทธิ์

รหัสประจำตัว 37036 ปวส.2/2

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ

(นายคชา ทาแก้ว) ...../...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.....

.....

.....

.....



ลงชื่อ.....

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

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)...../...../.....

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)...../...../.....

|                      |                                                           |
|----------------------|-----------------------------------------------------------|
| ชื่อโครงการ          | ผู้นำฟิสิกส์                                              |
| แผนงาน               | นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ |
| อาจารย์ที่ปรึกษา     | อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย                                     |
| อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม | อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์                           |
| ผู้รับผิดชอบโครงการ  |                                                           |

|             |             |                  |
|-------------|-------------|------------------|
| 3. นายคชา   | ทาแก้ว      | ประธานโครงการ    |
| 4. นายชูโชค | ทองสัมฤทธิ์ | รองประธานโครงการ |

### หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันวัสดุเหลือใช้จากการทำกิจกรรมต่างๆของมนุษย์มีมากขึ้นเรื่อยๆ และวัสดุบางประเภทมีมากในท้องถิ่นสามารถนำมาแปรรูปเป็นสิ่งของเครื่องใช้และนำไปจำหน่าย ใช้สอยเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสามารถนำมาประกอบเป็นอาชีพเพื่อสร้างรายได้แก่ครอบครัว ซึ่งไม้ลูกชิ้นเป็นสิ่งที่หาได้ในท้องถิ่น ปัจจุบันมีการออกแบบสิ่งประดิษฐ์ของใช้จากไม้ที่มีหลายรูปแบบเราจึงสร้างสรรค์ของผลงานจากไม้ลูกชิ้นในรูปแบบใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์ โดยนำไม้ลูกชิ้นมาประดิษฐ์เป็นหอนาฬิกาบีกเบนเป็นของใช้ตกแต่งภายในบ้านได้อีกด้วย

นาฬิกาเป็นเครื่องมือในการบอกเวลาในแต่ละวันโดยใช้หน่วยเป็นชั่วโมง นาที วินาที และมีความจำเป็นมากในการใช้ชีวิตของคนยุคปัจจุบัน นาฬิกาจึงอยู่ทุกหนทุกแห่งไม่ว่าจะเป็นที่ใส่ไว้ที่ข้อมือ ติดไว้ตามฝาผนังตามอาคารบ้านเรือน และยังนำไปอยู่ในระบบมือถือ ระบบคอมพิวเตอร์ ถึงแม้ว่าอย่างอื่นจะสามารถดูเวลาได้แต่ไม่ละเอียดเท่ากับนาฬิกาได้ ซึ่งสมัยโบราณไม่มีนาฬิกาอาศัยดวงอาทิตย์ในการดูเวลากลางวัน กลางคืนอาจจะใช้ดวงดาวเป็นหลักในการดูเวลา นาฬิกานั้นมีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานนับพันปีกว่าจะมาเป็นนาฬิกาที่เราใช้กันอยู่ เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่มีประโยชน์ต่อมนุษยชาติเป็นอย่างยิ่งเพื่อใช้สำหรับบอกเวลา อันนำไปสู่ประโยชน์ต่างๆ มากมายแก่ชีวิตมนุษย์ เช่น ความสามารถในการจัดแบ่งเวลา การเสริมสร้างองค์ความรู้ของสาขาวิชาต่างๆ เป็นต้น ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จากการนำวัสดุที่มีอยู่อย่างไม้ลูกชิ้นเพิ่มมูลค่าให้เป็นส่วนผลิตในการสร้างตัวสินค้า ให้ออกมาเป็นหอนาฬิกาบีกเบนจากไม้ลูกชิ้นให้

กลายเป็นสินค้าหรือนวัตกรรมที่มีคุณค่าทั้งนี้ไม้ถูกขึ้นเกิดขึ้นได้จากการนำไม้ไผ่มาทำ ไม้ไผ่เป็นไม้ที่ขึ้นง่ายและเติบโตเร็วขึ้นได้ดีในทุกสภาวะอากาศดำรงอยู่ได้ในพื้นดินทุกชนิด ที่สำคัญคือ ไม้ไผ่เป็นพันธุ์ไม้ที่อำนวยการประโยชน์หลายประการ ทั้งประโยชน์ทางตรงและทางอ้อม สำหรับไม้ไผ่นั้นใช้ได้ทุกส่วน ตั้งแต่ หน่อ ลำต้น ใบ ราก เยื่อไม้ ขุยมะพร้าว มีประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน

### วัตถุประสงค์

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

### เป้าหมาย

3. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
4. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัฒนธรรมชาติ

### วิธีการดำเนินการ

#### ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

#### ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

9. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
10. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
11. ทำการวัดและนำไม้ถูกขึ้นมาเรียงกันและติดกาว
12. ตัดไม้ถูกขึ้นด้านที่เป็นปลายแหลมออก
13. นำไม้ถูกขึ้นที่ตัดแล้วมาติดกาวและประกอบเข้าหากันให้เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม

14. เจาะตรงกลางให้ครบทั้งสี่มุมเพื่อที่จะใส่นาฬิกาเข้าไป

15. นำนานาฬิกาใส่ไปให้ครบทั้งสี่มุม

16. ลงเหล็กเกอร์ตรงไม้เพื่อให้ไม้เงางาม

### ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

5. สรุปผลการปฏิบัติงาน

6. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

### ขั้นตอนดำเนินงาน

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

|                                |  |  |  |  |  |  |  |   |
|--------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|---|
| 8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน |  |  |  |  |  |  |  | ↔ |
|--------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|---|

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ รุ่งเรืองแมนชั่น ตึก C 34 ซอยล้วนเจืออนุสรณ์ 1 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

## งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 1,500 บาท

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| 1. ไม้ลูกชิ้น               | 40 บาท    |
| 2. แท่งกาวร้อน              | 50 บาท    |
| 3. กรรไกรตัดไม้             | 150 บาท   |
| 4. ไม้อัดเบา                | 150 บาท   |
| 5. น็อต                     | 100 บาท   |
| 6. บานพับประตู              | 50 บาท    |
| 7. ที่จับประตู              | 70 บาท    |
| 8. กลอนประตู (ที่ล็อกประตู) | 100 บาท   |
| 9. นาฬิกา                   | 150 บาท   |
| 10. ปลายนำเสนองานและอื่นๆ   | 300 บาท   |
| รวม                         | 1,070 บาท |

## การติดตามผลและการประเมิน

- นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
- นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
- รายงานสรุปผลการดำเนินการ

## ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
- สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัฒนธรรมชาติและเพิ่มรายได้ให้กับนักศึกษา
- ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
- ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

## ปัญหาและอุปสรรค

1. มีข้อผิดพลาดจากการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่นำมาทดลองในการทำงาน
2. ไม้ลูกชิ้นอาจเกิดเชื้อราทำให้สีไม้เปลี่ยนไปและไม่ทนทาน

## ข้อเสนอแนะ

1. วัสดุที่นำมาใช้ควรหาแหล่งวัตถุดิบสำรองไว้
2. ควรเก็บวัตถุดิบไม้ลูกชิ้นไว้ในที่แห้งป้องกันการเกิดเชื้อรา

ลงชื่อ.....

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

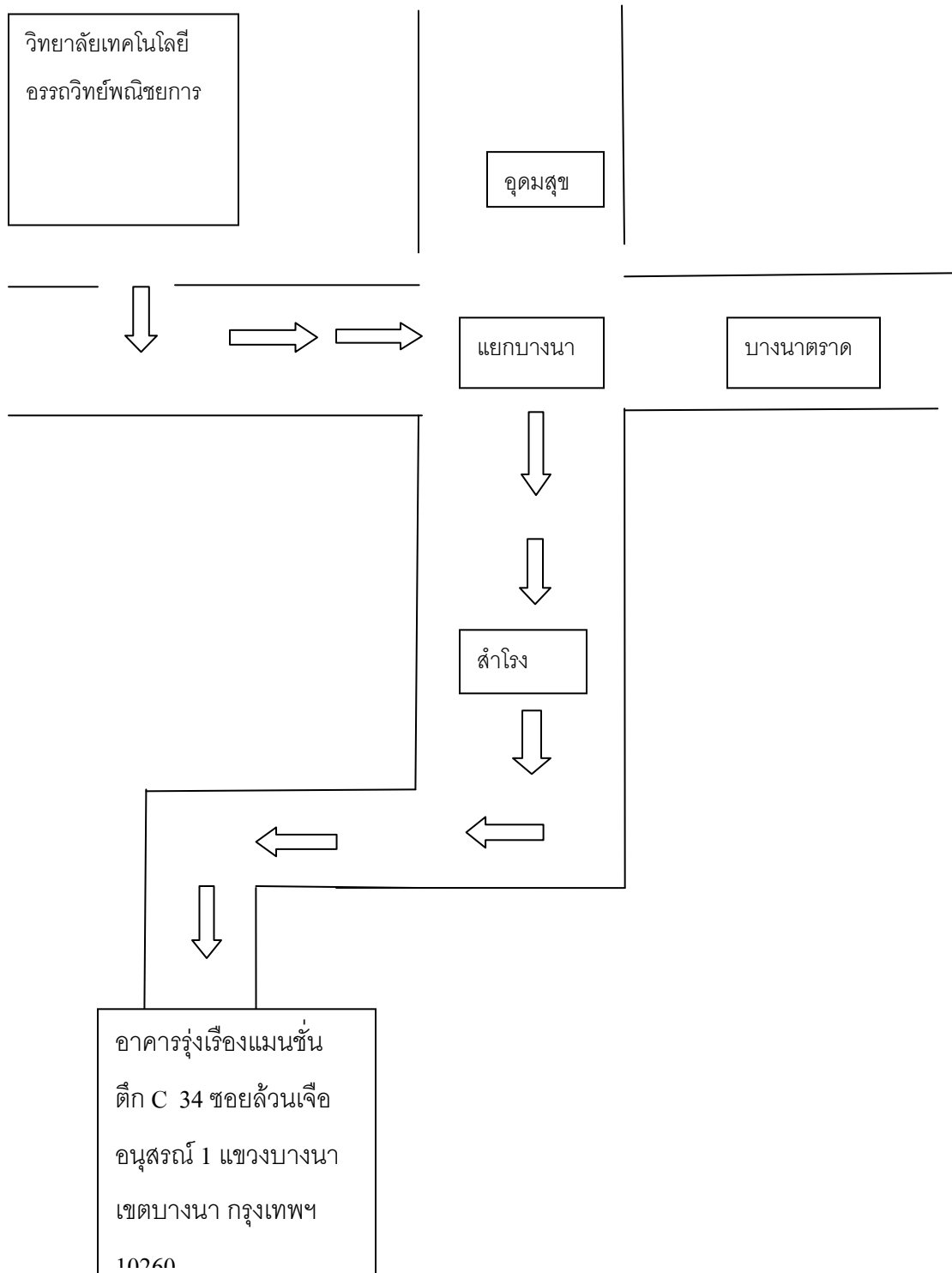
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

## สถานที่ดำเนินโครงการ





บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ ตู้นาฬิกาปิกเบน

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์

ผู้รับผิดชอบโครงการ นายคชา ทาแก้ว ระดับชั้น ปวส.2/2 เลขที่ 7

นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์ ระดับชั้น ปวส.2/2 เลขที่ 6

| ลำดับ<br>ที่ | รายการ                                                                                                                   | วันที่        | ลงชื่อ<br>ที่ปรึกษา | ลงชื่อ<br>ที่ปรึกษาร่วม |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------------|-------------------------|
| 1            | ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ                                                                                                 | 24-28 มี.ย.62 |                     |                         |
| 2            | กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)                                                                                          | 1-12 ก.ค.62   |                     |                         |
| 3            | กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 2<br>(แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)                                                      | 15-31 ก.ค. 62 |                     |                         |
| 4            | กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 3<br>(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 + บทที่ 1-3 + แผน<br>ธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอ<br>โครงการ Present ครั้งที่ 1) | 2-6 ก.ย. 62   |                     |                         |

|   |                                                                        |            |  |  |
|---|------------------------------------------------------------------------|------------|--|--|
| 6 | นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1<br>(โครงการ +บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ) | 21 ก.ย. 62 |  |  |
|---|------------------------------------------------------------------------|------------|--|--|

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

|    |                                                |               |  |  |
|----|------------------------------------------------|---------------|--|--|
| 16 | กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ<br>บทคัดย่อ และสารบัญ | 10-14 ก.พ. 63 |  |  |
| 17 | กำหนดส่ง ตรวจสอบรูปเล่มโครงการ                 | 17-21ก.พ. 63  |  |  |
| 18 | ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น      | 24-28 ก.พ. 63 |  |  |

## **ภาคผนวก ข แบบสอบถาม**

- รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม
- ตัวอย่างแบบสอบถาม

## รายงานผลแบบสอบถาม

### สิ่งประดิษฐ์หุ่นฟักไข่

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษาเรื่องหุ่นฟักไข่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 100 คน และในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามมี 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

| สถานภาพ                  | จำนวน ( คน ) | ร้อยละ        |
|--------------------------|--------------|---------------|
| <b>1. เพศ</b>            |              |               |
| ชาย                      | 57           | 57.00         |
| หญิง                     | 43           | 43.00         |
| <b>รวม</b>               | <b>100</b>   | <b>100.00</b> |
| <b>2. อายุ</b>           |              |               |
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี | 30           | 30.00         |
| อายุ 16-20 ปี            | 70           | 70.00         |
| อายุ 21-25 ปี            | 0            | 0.00          |
| อายุ 26-30 ปี            | 0            | 0.00          |
| อายุ 31 ปีขึ้นไป         | 0            | 0.00          |
| <b>รวม</b>               | <b>100</b>   | <b>100.00</b> |
| <b>3. อาชีพ</b>          |              |               |
| นักเรียน/นักศึกษา        | 100.00       | 100.00        |
| ครู/อาจารย์              | 0            | 0.00          |
| ธุรกิจส่วนตัว            | 0            | 0.00          |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ    | 0            | 0.00          |
| พนักงาน                  | 0            | 0.00          |
| อื่นๆ.....               | 0            | 0.00          |
| <b>รวม</b>               | <b>100</b>   | <b>100.00</b> |

| สถานภาพ                            | จำนวน (คน) | ร้อยละ        |
|------------------------------------|------------|---------------|
| <b>4. ระดับการศึกษา</b>            |            |               |
| ประถมศึกษา                         | 19         | 19.00         |
| มัธยมศึกษาตอนต้น                   | 19         | 19.00         |
| มัธยมศึกษาปลาย/ปวช.                | 42         | 42.00         |
| อนุปริญญาตรี/ปวส.                  | 20         | 20.00         |
| ปริญญาตรี                          | 2          | 2.00          |
| ปริญญาโท/สูงกว่า                   | 0          | 0.00          |
| <b>รวม</b>                         | <b>100</b> | <b>100.00</b> |
| <b>5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>     |            |               |
| รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท | 100        | 100.00        |
| รายได้ 5,000 - 10,000 บาท          | 0          | 0.00          |
| รายได้ 10,001 - 15,000 บาท         | 0          | 0.00          |
| รายได้สูงกว่า 15,000 บาทขึ้นไป     | 0          | 0.00          |
| <b>รวม</b>                         | <b>100</b> | <b>100.00</b> |

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สิ่งประดิษฐ์ผู้นำฟิสิกส์เบน ปราบกฤษผลข้อมูลดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ ชาย จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00  
 รองลงมาเป็นเพศหญิงจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ อายุ 16-20 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00  
 รองลงมาเป็น ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 100 คน  
 คิดเป็นร้อยละ 100.00

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาปลาย/ปวช.  
 จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาเป็น ระดับการศึกษาอนุปริญญาตรี/ปวส. จำนวน 20 คน  
 คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ ปริญญาโท/สูงกว่าจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนรายได้รายได้ต่ำ  
 กว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์ผู้นำฟิสิกส์เบน

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

|      |                           |                            |                     |
|------|---------------------------|----------------------------|---------------------|
| 5    | ระดับความคิดเห็นมากที่สุด | 4                          | ระดับความคิดเห็นมาก |
| 3    | ระดับความคิดเห็นปานกลาง   | 2                          | ระดับความคิดเห็น    |
| น้อย | 1                         | ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด |                     |

| รายการประเมิน                               | ผลการประเมิน (ร้อยละ) |                 |               |      |            |           |      |                  |
|---------------------------------------------|-----------------------|-----------------|---------------|------|------------|-----------|------|------------------|
|                                             | มากที่สุด             | มาก             | ปานกลาง       | น้อย | น้อยที่สุด | $\bar{X}$ | S.D  | ระดับความคิดเห็น |
|                                             | 5                     | 4               | 3             | 2    | 1          |           |      |                  |
| ด้านผลิตภัณฑ์                               |                       |                 |               |      |            |           |      |                  |
| รูปแบบของผลิตภัณฑ์การออกแบบความกว้างความยาว | 10<br>(10.0%)         | 72<br>(72.0%)   | 18<br>(18.0%) | -    | -          | 3.92      | 0.53 | มากที่สุด        |
| ความคุ้มค่าในการใช้งาน                      | 55<br>(55.0%)         | 45<br>(45.0%)   | -             | -    | -          | 4.55      | 0.50 | มากที่สุด        |
| คุณภาพประโยชน์ใช้สอย                        | 39<br>(39.0%)         | 61<br>(61.0%)   | -             | -    | -          | 4.39      | 0.49 | มากที่สุด        |
| การรับประกัน                                | -                     | 100<br>(100.0%) | -             | -    | -          | 4.00      | 0.00 | มากที่สุด        |
| รวม                                         |                       |                 |               |      |            | 4.22      | 0.25 | มากที่สุด        |

| รายการประเมิน                                                              | ผลการประเมิน (ร้อยละ) |               |               |      |            |           |      |                  |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---------------|---------------|------|------------|-----------|------|------------------|
|                                                                            | มากที่สุด             | มาก           | ปานกลาง       | น้อย | น้อยที่สุด | $\bar{X}$ | S.D  | ระดับความคิดเห็น |
|                                                                            | 5                     | 4             | 3             | 2    | 1          |           |      |                  |
| <b>ด้านราคา</b>                                                            |                       |               |               |      |            |           |      |                  |
| ความคุ้มค่าด้านคุณภาพ                                                      | 28<br>(28.0%)         | 72<br>(72.0%) | -             | -    | -          | 4.28      | 0.45 | มากที่สุด        |
| ราคาเหมาะสมกับรูปแบบสินค้า                                                 | 32<br>(32.0%)         | 68<br>(68.0%) | -             | -    | -          | 4.32      | 0.47 | มากที่สุด        |
| ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย                                              | 29<br>(29.0%)         | 58<br>(58.0%) | 13<br>(13.0%) | -    | -          | 4.16      | 0.63 | มากที่สุด        |
| รวม                                                                        |                       |               |               |      |            | 4.25      | 0.26 | มากที่สุด        |
| <b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>                                            |                       |               |               |      |            |           |      |                  |
| การติดต่อสะดวกหรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย                                     | 76<br>(76.0%)         | 24<br>(24.0%) | -             | -    | -          | 4.76      | 0.43 | มากที่สุด        |
| สามารถสั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต                                             | 69<br>(69.0%)         | 31<br>(31.0%) | -             | -    | -          | 4.69      | 0.46 | มากที่สุด        |
| รวม                                                                        |                       |               |               |      |            | 4.73      | 0.42 | มากที่สุด        |
| <b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>                                              |                       |               |               |      |            |           |      |                  |
| เทศกาลต่างๆทางร้านจะลด 5% เช่นเป็นเทศกาล วันแม่ และวันปีใหม่และเทศกาลต่างๆ | -                     | 88<br>(88.0%) | 12<br>(12.0%) | -    | -          | 3.88      | 0.33 | มากที่สุด        |
| การจัดแสดงสินค้าป้ายนำเสนองาน                                              | 16<br>(16.0%)         | 84<br>(84.0%) | -             | -    | -          | 4.16      | 0.37 | มากที่สุด        |
| การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทาง เช่น Facebook                                 | 15<br>(15.0%)         | 79<br>(79.0%) | 6<br>(6.0%)   | -    | -          | 4.09      | 0.45 | มากที่สุด        |



| รายการประเมิน                               | ผลการประเมิน (ร้อยละ) |               |         |      |            |           |      |                  |
|---------------------------------------------|-----------------------|---------------|---------|------|------------|-----------|------|------------------|
|                                             | มากที่สุด             | มาก           | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | $\bar{X}$ | S.D  | ระดับความคิดเห็น |
|                                             | 5                     | 4             | 3       | 2    | 1          |           |      |                  |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)                |                       |               |         |      |            |           |      |                  |
| จัดส่งฟรี เมื่อท่านซื้อ ตู้<br>นาฬิกาบีกเบน | 58<br>(58.0%)         | 42<br>(42.0%) | -       | -    | -          | 4.58      | 0.50 | มากที่สุด        |
| รวม                                         |                       |               |         |      |            | 4.18      | 0.20 | มากที่สุด        |
| สรุปความคิดเห็นโดยรวม                       |                       |               |         |      |            | 4.54      | 4.29 | มากที่สุด        |

จากตาราง 2 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์คุ้ นาฟิกาบีกเบนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความความคิดเห็นอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด( $\bar{X}$ =4.73, SD, = 0.42) รองลงมา คือ ด้านราคา มีความความคิดเห็นอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x}$  = 4.25, SD, = 0.26) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความความคิดเห็นอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด( $\bar{x}$ =4.18, SD, =0.20)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}$ =4.22, SD, = 0.25)เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความคุ้มค่าในการใช้งาน  $\bar{x}$ =4.55, SD, =0.50)รองลงมา คือ คุณภาพประโยชน์ใช้สอย( $\bar{x}$ =4.39, SD, =0.49)และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ รูปแบบของผลิตภัณฑ์การออกแบบความกว้างความยาว ( $\bar{x}$ =3.92, SD, =0.53)

2. ด้านราคาโดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด( $\bar{x}$ =4.25, SD, =0.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับรูปแบบสินค้า( $\bar{x}$ =4.32, SD, =0.47) รองลงมา คือ ความคุ้มค่าด้านคุณภาพ ( $\bar{x}$ =4.28, SD, =0.45) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย ( $\bar{x}$ =4.16, SD, =0.63)

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}$ =4.73, SD, =0.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การติดต่อสะดวกหรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ( $\bar{x}$ =4.76, SD, =0.43) รองลงมา คือ สามารถสั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต ( $\bar{x}$ =4.69, SD, =0.43)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}=4.18$ , SD, =0.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จัดส่งฟรีเมื่อท่านซื้อ ตู้นาฬิกาบิกเบน ( $\bar{x}=4.58$ , SD, =0.50) รองลงมา คือ การจัดแสดงสินค้าป้ายนำเสนองาน ( $\bar{x}=4.16$ , SD, 0.37) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เทศกาลต่างๆทางร้านจะลด 5% เช่นเป็นเทศกาล วันแม่และวันปีใหม่และเทศกาลต่างๆ ( $\bar{x}=3.88$ , SD, =0.33)

หมายเหตุ ใช้เกณฑ์บอกระดับความคิดเห็นเสนอแนะโดย John.W. Best ดังนี้

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



### แบบสอบถาม

#### เรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์"ตู้นาฬิกาบิ๊กเบน"

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์"ตู้นาฬิกาบิ๊กเบน"เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาโครงการจึงขอความร่วมมือจากท่านในการทำแบบสอบถามเพื่อความสมบูรณ์ของวิชาดังกล่าว

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตัวเลือกตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี ☐ 16 - 20 ปี  
☐ 21 - 25 ปี ☐ 26 - 30 ปี ☐ 31 ปีขึ้นไป
3. อาชีพ ☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ ครู/อาจารย์  
☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ  
☐ พนักงาน ☐ อื่นๆโปรดระบุ  
.....
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 ☐ สูงกว่า15,000 ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์”ผู้นำฟิกาบิกเบน”

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตัวเลือกตามความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

| รายการประเมินผล                                                | ระดับความพึงพอใจ   |          |                  |           |                     |
|----------------------------------------------------------------|--------------------|----------|------------------|-----------|---------------------|
|                                                                | 5<br>มาก<br>ที่สุด | 4<br>มาก | 3<br>ปาน<br>กลาง | 2<br>น้อย | 1<br>น้อย<br>ที่สุด |
| <b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>                                           |                    |          |                  |           |                     |
| 1.รูปแบบของผลิตภัณฑ์การออกแบบความกว้างความยาว                  |                    |          |                  |           |                     |
| 2.ความคุ้มค่าในการใช้งาน                                       |                    |          |                  |           |                     |
| 3.คุณภาพประโยชน์ใช้สอย                                         |                    |          |                  |           |                     |
| 4.การรับประกัน                                                 |                    |          |                  |           |                     |
| <b>ด้านราคา</b>                                                |                    |          |                  |           |                     |
| 1.ความคุ้มค่าด้านคุณภาพ                                        |                    |          |                  |           |                     |
| 2.ราคาเหมาะสมกับรูปแบบสินค้า                                   |                    |          |                  |           |                     |
| 3.ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย                                |                    |          |                  |           |                     |
| <b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>                                |                    |          |                  |           |                     |
| 1.การติดต่อสะดวกหรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย                       |                    |          |                  |           |                     |
| 2.สามารถสั่งซื้อได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต                         |                    |          |                  |           |                     |
| <b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>                                  |                    |          |                  |           |                     |
| 1.เทศกาลต่างๆทางร้านจะลด 5% เช่นเป็นเทศกาล วันแม่ และวันปีใหม่ |                    |          |                  |           |                     |
| 2.การจัดแสดงสินค้า/ป้ายนำเสนองาน                               |                    |          |                  |           |                     |
| 3.การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทาง เช่น Facebook                   |                    |          |                  |           |                     |
| 4.จัดส่งฟรี เมื่อท่านซื้อ ผู้นำฟิกาบิกเบน                      |                    |          |                  |           |                     |

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

## ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

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

ตราสินค้า



รูปแบบผลิตภัณฑ์



ประชาสัมพันธ์โครงการ

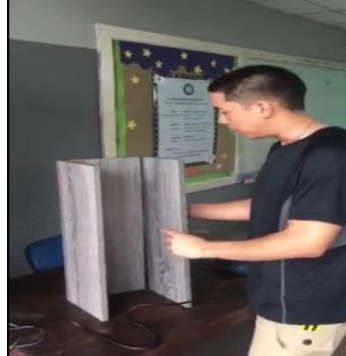
## ป้ายร้าน



## เพจ Facebook



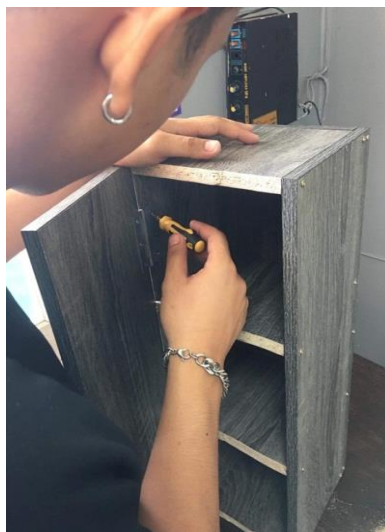
## รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ



1. นำไม้อัดสามชิ้นมาติดกัน



2. นำไม้อัดมาตัดเป็นสี่ส่วนแล้วมาประกอบกันเป็นชั้นวาง





3. นำไม้อัดมาติดเป็นประตู



4. นำที่จับประตูและกลอนประตูมาติดกับประตู



5. นำไม้ลูกชิ้นมาตัดตามแบบแล้วนำมาประกอบกับตู้ข้างบน

## ภาพวัสดุอุปกรณ์



## รูปภาพการนิเทศจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

## ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

|                  |   |                                                |
|------------------|---|------------------------------------------------|
| ชื่อ นามสกุล     | : | นายคชา ทาแก้ว                                  |
| วัน เดือน ปี     | : | 27 กันยายน 2542                                |
| สถานที่เกิด      | : | กรุงเทพมหานคร                                  |
| การศึกษา         | : | ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาการตลาด |
| สถานที่ศึกษา     | : | วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ          |
| ตำแหน่งในโครงการ | : | ประธานโครงการ                                  |

|                  |   |                                                |
|------------------|---|------------------------------------------------|
| ชื่อ นามสกุล     | : | นายชูโชค ทองสัมฤทธิ์                           |
| วัน เดือน ปี     | : | 26 ตุลาคม 2542                                 |
| สถานที่เกิด      | : | กรุงเทพมหานคร                                  |
| การศึกษา         | : | ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาการตลาด |
| สถานที่ศึกษา     | : | วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ          |
| ตำแหน่งในโครงการ | : | รองประธานโครงการ                               |