



โครงการ นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ กรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ

Artification of Innovation : DIY Photo Frame of Sack Cloth Flower.

จัดทำโดย

นางสาวกักรินทร์

ปิ่นปัญญา

นายรัชชัย

ชวดคำ

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

สาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ

ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ กรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ
ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ Artification of Innovation : DIY Photo Frame of Sack Cloth Flower.

โดย 1. นางสาวกักรินทร์ ปิ่นปัญญา
 2. นายรัชชัย ชวดคำ

.....

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา วิชาโครงการ
ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์
พัฒนการ (ATC.)

.....

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)
อาจารย์ที่ปรึกษา

.....

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)
หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

กิตติกรรมประกาศ

โครงการสิ่งประดิษฐ์ กรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือของ
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์อุดมพร เปตานนท์ ที่ได้ให้คำแนะนำแนวคิดให้คำปรึกษา ให้ความรู้ด้านการ
จัดทำโครงการ ตรวจสอบแผนธุรกิจ คอยดูแลในเรื่องการดำเนินงานด้านเอกสารการแก้ไข เอกสารให้
ถูกต้อง และ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย ที่คอยตรวจสอบความสมบูรณ์ของชิ้นงาน
และการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ บอกจุดบกพร่องและเสนอวิธีการแก้ไขแบบตรงจุด สามารถทำให้การ
นำเสนอโครงการประสบผลสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ทางคณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็น อย่างสูง
ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมโครงการและเพื่อนๆในชั้นเรียน ที่คอยให้การสนับสนุนและสละเวลา
ส่วนตัว เพื่อจัดทำโครงการฉบับนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ไปด้วยดี

คณะผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณทุกท่านดังที่ได้กล่าวถึงมาข้างหน้าและที่ไม่ได้กล่าวถึงไว้ ณ ที่นี้
เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการสิ่งประดิษฐ์กรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ กรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ

Artification of Innovation : DIY Photo Frame of Sack Cloth Flower.

ผู้จัดทำโครงการ

1. นางสาวกักรินทร์	ปั้นปัญญา
2. นายรัชชัย	ชวดคำ

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์อุดมพร เปตานนท์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย

สาขาวิชา สาขาวิชาการตลาด

สถาบัน วิทยาลัยศึกษาเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชกร ปีการ 256

.....

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นโครงการประเภท นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ กรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้า กระดาษ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1.) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2.) เพื่อนำวัสดุที่ชำรุดเสียหายกลับมาสร้างสรรค์เป็นชิ้นงานที่แปลกใหม่และได้ประโยชน์ (3.) เพื่อเรียนรู้การทำงานเป็นทีม การได้ร่วมออกแบบชิ้นงานร่วมกัน (4.) เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และใช้เวลาว่างอย่างเกิดประโยชน์

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

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 15 มิถุนายน 2562 – 24 กุมภาพันธ์ 2563 สถานที่ดำเนินโครงการ คือ 120/88 ม.2 อุ่นอารี ตำบล ห้วยบ้านใหม่ อำเภอ เมือง จังหวัด สมุทรปราการ 10280

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 1.400 บาท เสียค่าใช้จ่าย 1,345 บาท คงเหลือเงิน 55 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้น คือ (1.) การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2.) สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติและเพิ่มรายได้ (3.) ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์และมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม (4.) ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการทำงานโครงการ คือ (1.) เนื่องจากเวลาของสมาชิกไม่ค่อยตรงกันจึงอาจทำให้งานเสร็จล่าช้า (2.) ระยะทางการเดินทางของสมาชิกมีความห่างไกลทำให้ไม่ค่อยสะดวกในการเดินทาง (3.) ปัญหาด้านการใช้อุปกรณ์สมาชิกขาดความชำนาญในการใช้งาน

(4.) ในบางส่วนของชิ้นงานอาจมีการวัดผิดพลาดทำให้วัตถุดิบที่ใช้เกิดความเสียหาย

5. ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ คือ (1.) นัดวันล่วงหน้าเพื่อจะได้มีเวลาว่างที่ตรงกัน (2.) นัดเวลาเพื่อล่วงหน้าเพื่อแก้ปัญหาหากเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น รถติด (3.) ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในการใช้อุปกรณ์ และฝึกฝนการใช้อุปกรณ์ (4.) วัดระยะให้ถูกต้อง หรือทำจุดเติมไว้เพื่อจะได้ทราบขนาดที่ต้องการเมื่อต้องการตัด

6. จากรายงานผลแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อ กรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ ผู้ตอบปรากฏผลดังนี้ แบบสอบถามแสดงความความพึงพอใจ ที่มีต่อ กรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ ด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.90) รองมาด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.85) รองมาด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.82) และด้านส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.68) ตามลำดับ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
เป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามผล และการประเมินโครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์	3
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	8
แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ	14
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	23
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	27
แผนการปฏิบัติงาน	28
สถานที่ดำเนินโครงการ	29
ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์	30
การจัดทำแผนธุรกิจ	30
บทสรุปผู้บริหาร	30
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	31
ความเป็นมาของธุรกิจ	31
ผลิตภัณฑ์	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)	
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด	33
แผนบริหารจัดการ	39
แผนการตลาด	45
แผนการผลิต	50
แผนการเงิน	56
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	67
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	68
บัญชีรายรับ – รายจ่าย ในโครงการ	74
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	76
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	77
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	79
ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา	79
บรรณานุกรม	80
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	81
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	91
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ในโครงการ	100
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ผ้ากระสอบหรือชาวบ้านจะเรียกกันว่ากระสอบป่าน กระสอบป่านนั้นผลิตขึ้นจากพืชชนิดหนึ่งเรียกกันว่า “ ปอ ” การที่ชาวบ้านนำกระสอบป่านมาเพื่อใช้สอยในการเก็บเมล็ดข้าวนั้น ด้วยสิ่งที่เป็นคุณสมบัติของกระสอบป่านนั้นมีลักษณะเป็นเส้นใยหลาย ๆ เส้นและมีความละเอียดสูงเมื่อนำไปถักทอเป็นลักษณะสานทำให้เกิดความทนต่อแรงดึงสูง ทำให้เมื่อนำไปใส่ข้าวสารที่มีน้ำหนักมากทำให้ไม่เกิดการฉีกขาดได้ง่าย แต่ถ้าว่าเรื่องกระสอบป่านไม่ได้ป้องกันความชื้นมากนัก แต่การซึมซับน้ำของกระสอบนั้นอาจซึมซับได้ช้ากว่าวัสดุประเภทอื่น อันเนื่องจากเส้นใย อาจเกิดการชำรุดเสียหายได้ เมื่อเสียหายอาจนำไปทิ้งหรือไม่ได้ใช้ประโยชน์ที่เหนียวและมีหลายเส้นผสานกับการถักทอที่แน่นทำให้การซึมซับน้ำเกิดขึ้นได้ช้า แต่หากใช้หลายๆครั้ง

นอกจากนำ “ ปอ ” มาทอเป็นถุงกระสอบแล้วนั้นยังนำมาทำเชือกหรือที่เรียกกันว่า “ เชือกป่าน ” เชือกที่มีลักษณะทอเป็นเส้นใหญ่ มักจะถูกนำมาใช้ในงานตกแต่ง เช่น งานตกแต่งร้านกาแฟ และห้องอาหาร อื่นๆ เพราะด้วยผิวสัมผัสหรือ Texture ของตัวเชือกที่ดูเป็นธรรมชาติมีความสวยงามกว่าเชือกปกติ จะเห็นว่าการนำพืชชนิดหนึ่งมาแปรรูปได้หลากหลายแล้วแต่ความต้องการใช้งาน มีความทนทานและสวยงามตามรูปแบบของธรรมชาติ

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จากการนำวัสดุที่มีอยู่แต่เกิดการชำรุดมาเพิ่มมูลค่าให้เป็นส่วนผลิตในการสร้างตัวสินค้า ให้ออกมาเป็นกรอบรูปจากกระสอบป่านและเพิ่มความสวยงามโดยการประดิษฐ์เป็นดอกไม้จากกระสอบป่านตามที่ออกแบบและวางแผนไว้ เพื่อดำเนินตามรอยเศรษฐกิจพอเพียง ดังพระราชดำริของพระเจ้าอยู่หัว ร. 9.ที่ว่าด้วยการใช้อย่างพอเพียง เช่นเดียวกับกลุ่มของคณะผู้จัดทำโครงการที่นำผ้ากระสอบหรือกระสอบป่านที่เกิดการชำรุด ทางกลุ่มของเรานั้นได้คิดค้นที่จะพัฒนาให้กระสอบป่านกลายเป็นสินค้า หรือนวัตกรรมที่มีคุณค่าและสามารถสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อนำวัสดุที่ชำรุดเสียหายกลับมาสร้างสรรค์เป็นชิ้นงานที่แปลกใหม่และได้ประโยชน์
3. เพื่อเรียนรู้การทำงานเป็นทีม การได้ร่วมออกแบบชิ้นงานร่วมกัน
4. เพื่อให้ นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และใช้เวลาว่างอย่างเกิดประโยชน์

เป้าหมายของโครงการ

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ
3. สนับสนุนการนำวัสดุที่ชำรุดเสียหายมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์

การติดตามผล และการประเมินโครงการ

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. เมื่อทราบถึงปัญหาอุปสรรคสำคัญและหาวิธีแก้ไขให้ทันการณ์
4. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการประเภทสิ่งประดิษฐ์กรอบ DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบคณะผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการดังนี้

1. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้
2. แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)
4. แนวคิดทฤษฎีการเขียนแผนธุรกิจ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้

การออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผนจัดตั้งขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมา เช่น เราจะทำเก้าอี้ที่นั่งสะดวกต้องวางแผนไว้เป็นขั้นตอนโดยต้องเริ่มเลือกวัสดุที่จะใช้ทำเก้าอี้ที่นั่งสะดวกจะใช้วัสดุอะไรที่เหมาะสม วิธีการต่อยอดนั้นควรใช้การ ตะปุนอด หรือใช้ข้อต่อแบบใด คำนวณสัดส่วนการใช้งานให้เหมาะสม ความแข็งแรงของเก้าอี้ที่นั่งมากน้อยเพียงใด สีสนควรใช้สีอะไรจึงจะสวยงาม และทนทานกับการใช้งาน เป็นต้น

ปัจจัยที่เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 4 ประการคือ

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

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์

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

1. หน้าที่ใช้สอย (Function)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่คุณบริโภคต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือหลายหน้าที่ก็ได้ แต่หน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่นั้น ต้องใช้งานไประยะหนึ่งถึงจะทราบข้อบกพร่อง

2. ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปร่าง ขนาด สี สีสันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี เพราะความสวยงามเป็นความพึงพอใจแรกที่คนเราสัมผัสได้ก่อนมักเกิดมาจากรูปร่างและสีเป็นหลัก การกำหนดรูปร่างและสีในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ไม่เหมือนกับการกำหนดรูปร่างและสีในงานจิตรกรรม ซึ่งสามารถที่จะแสดงหรือกำหนดรูปร่างและสีได้ตามความนึกคิดของจิตรกร แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานของรูปร่างและสี สันระหว่างทฤษฎีทางศิลปะและความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ถึงแม้ว่ามนุษย์แต่ละคนมีการรับรู้และพึงพอใจในเรื่องของความงามได้ไม่เท่ากัน และไม่มีกฎเกณฑ์การตัดสินใจใดๆ ที่เป็นตัวชี้ขาดความถูกความผิด แต่คนเราส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มที่จะมองเห็นความงามไปในทิศทางเดียวกันตามธรรมชาติ ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ ของที่ระลึก และของตกแต่งบ้านต่างๆ ความสวยงามก็คือหน้าที่ใช้สอยนั่นเอง และความสวยงามจะสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้

3. ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องเข้าใจกายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับขนาด สัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะต่างๆ ของผู้ใช้ การเกิดความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ทั้งทางด้านจิตวิทยา(Psychology)และสรีระวิทยา (Physiology) ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิปัญญา และสังคมแวดล้อมที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นข้อบังคับในการออกแบบ

4. ความปลอดภัย (Safety)

ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจนและมีคำอธิบายการใช้แบบมากับผลิตภัณฑ์ด้วย ตัวอย่างเช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ควรมีส่วนป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้น

ได้จากความเมื่อยล้าหรือพลังเพลอ เช่น จากการสัมผัสกับส่วนกลไกทำงาน จากความร้อน จากไฟฟ้าดูด ฯลฯ จากการสัมผัสกับส่วนกลไกทำงาน จากความร้อน จากไฟฟ้าดูด ฯลฯ หลีกเลี่ยงการใช้วัสดุที่ง่ายต่อการเกิดอุบัติเหตุหรือเป็นอันตรายต่อสุขภาพ และควรมีสัญลักษณ์หรือคำอธิบายติดเตือนบนผลิตภัณฑ์ไว้ การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก ต้องเลือกวัสดุที่ไม่มี สารพิษเจือปน เพื่อป้องกันเวลาเด็กเอาเข้าปากกัดหรืออม ชิ้นส่วนต้องไม่มีส่วนแหลมคมให้เกิดการบาดเจ็บ มีข้อความหรือสัญลักษณ์บอกเตือน เป็นต้น

5. ความแข็งแรง (Construction)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัว ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่กำหนดโครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรงกระทำในรูปแบบต่างๆ จากการใช้งาน ตัวอย่างเช่น การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ดีต้องมีความมั่นคงแข็งแรง ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก ต้องสามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้งานให้กับผู้ใช้อย่างดี เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้กับผู้ใช้อย่างดี เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้เหมาะสม สะดวกสบาย ถูกสุขลักษณะ และต้องรู้จักผสมความงามเข้ากับชิ้นงานได้อย่างกลมกลืน เพราะโครงสร้างบางรูปแบบมีความแข็งแรงดีมากแต่ขาดความสวยงาม จึงเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเป็นผู้ประสานสองสิ่งเข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ นอกจากการเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความประหยัดควบคู่กันไปด้วย

6. ราคา (Cost)

ก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็น กลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้นักออกแบบสามารถกำหนดแบบผลิตภัณฑ์และประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้เคียงมากขึ้น การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้ชนิด หรือเกรดของวัสดุ และวิธีการผลิตที่เหมาะสม ผลิตได้ง่ายและรวดเร็ว แต่ในกรณีที่ประมาณราคาจากแบบสูงกว่าที่กำหนดก็อาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่างๆ กันใหม่เพื่อลดต้นทุน แต่ทั้งนี้ต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

7. วัสดุ (Materials)

การออกแบบควรเลือกวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่างๆ ได้แก่ ความใส ผิวมันวาว ทนความร้อน ทนกรดด่างไม่ลื่น ฯลฯ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาถึงความง่ายในการดูแลรักษา ความสะดวกรวดเร็วในการผลิต สั่งซื้อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกในการรณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ (recycle) และก็เป็นสิ่งที่นักออกแบบต้องตระหนักถึงในการออกแบบร่วมด้วย เพื่อช่วยลดปริมาณของขยะโลก

8. กรรมวิธีการผลิต (Production)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ ง่ายรวดเร็วประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิมและควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการประหยัดเพราะการผลิตที่ละมวกๆ

9. การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถบำรุงรักษาและแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้นง่ายและสะดวกต่อการทำความสะอาดเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์รวมทั้งควรมีค่าบำรุงรักษาและการสึกหรอต่ำ ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องมือ เครื่องจักรกล เครื่องยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อนอะไหล่บางชิ้นย่อมมีการเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือจากการใช้งานที่ผิดวิธีการออกแบบที่คั้นนั้นจะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้นเพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝากรอบบริเวณต่างๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ได้โดยง่ายนอกจากนั้นการออกแบบยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น การใช้ชิ้นส่วนร่วมกันให้มากที่สุดโดยเฉพาะอุปกรณ์ยึดต่อการเลือกใช้ ชิ้นส่วนขนาดมาตรฐานที่หาได้ง่าย การถอดเปลี่ยนได้เป็นชุดๆ การออกแบบให้บางส่วนสามารถใช้เก็บอะไหล่หรือใช้เป็นอุปกรณ์สำหรับการซ่อมบำรุงรักษาได้ในตัว เป็นต้น

10. การขนส่ง (Transportation)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่งความสะดวกในการขนส่ง ระยะทาง เส้นทางขนส่ง (ทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ) การกินเนื้อที่ในการขนส่ง (มิติความจุ กว้าง * ยาว * สูง ของรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกทั่วไป ตู้บรรทุกสินค้า ฯลฯ) ส่วนการบรรจุหีบห่อต้องสามารถป้องกันไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย กรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบนั้นมีขนาดใหญ่อาจต้องออกแบบให้ชิ้นส่วนสามารถถอดประกอบได้ง่าย เพื่อให้หีบห่อมีขนาดเล็กลง ตัวอย่างเช่น การออกแบบเครื่องเรือนชนิดถอดประกอบได้ ต้องสามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในตู้สินค้าที่เป็นขนาดมาตรฐานเพื่อประหยัดค่าขนส่งรวมทั้งผู้ซื้อสามารถทำการขนส่งและประกอบชิ้นส่วนให้เข้ารูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้โดยสะดวกด้วยตัวเอง

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

2. แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค และความสามารถในการค้นหาทางแก้ไข พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยในการพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ในตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ และมีความสำคัญที่สุดของนักธุรกิจจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ผู้บริหารการตลาด จะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียด ถึงสาเหตุของการซื้อการเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ ฯลฯ จะช่วยให้ผู้บริหารทลายใจหรือเข้าใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไร มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคนำมาตัดสินใจซื้อคืออะไร รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่างๆเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด

(อ้างอิงจาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/บทที่-2-แนวคิด-ทฤษฎี-และงาน/>)

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550 : 18) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ หรือ พฤติกรรมในการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่ง จะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

สุปัญญา ไชยชาญ (2550 : 51) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรืออาการ ที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

สุวัฒน์ ศิริรินทร์ และภาวนา สวนพลู (2552 : 241) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้าหรือ บริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ

ชนกฤต วันตะเมธ (2554 : 90) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมในการแสดงออก ในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการกำจัดทั้งซึ่งสินค้า บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ของ ผู้บริโภค

ชูชัย สมิทธิไกร (2554 : 6) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่ เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ปณิศา มีจินดา (2553:10) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้อง กับบุคคลหรือกลุ่มในการ

จัดหา การเลือกสรร การซื้อ การใช้ และการจัดการภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์ /บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ

ประเภทของผู้บริโภค สามารถจำแนกได้ 4 กลุ่มดังนี้

1. ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลและองค์กร

- ผู้บริโภคที่เป็นบุคคล มักจะซื้อสินค้าไปใช้ในครัวเรือนของเขา เช่น ซื้อแป้ง สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก หรือซื้อไปเป็นของขวัญให้กับคนรัก การซื้อและใช้นี้ต้องเป็นบุคคลสุดท้าย มิได้นำไปผลิตหรือขายต่อ

- องค์กรในที่นี้ คือ นิติบุคคลที่จัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์มุ่งแสวงหากำไรหรือไม่แสวงหากำไร จัดซื้อสินค้าหรือบริการไว้ใช้ในกิจการของตนเอง

2. ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลที่แท้จริง ผู้บริโภคที่มีศักยภาพและผู้บริโภคที่ไม่แท้จริง

- ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลที่แท้จริง หมายถึง บุคคลที่ซื้อสินค้าหรือบริการจากร้านค้าใดร้านค้านึงเป็นประจำสม่ำเสมอ

- ผู้บริโภคที่มีศักยภาพในการซื้อ หมายถึง บุคคลที่พร้อมจะซื้อสินค้าหรือบริการแต่ยังได้รับการจูงใจหรือข้อมูลในสินค้าหรือบริการยังไม่เพียงพอ

- ผู้บริโภคไม่แท้จริง หมายถึง บุคคลที่ไม่ มีความต้องการในสินค้าหรือบริการทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

3. ผู้บริโภคที่เป็นอุตสาหกรรมและเป็นครัวเรือน

- ผู้บริโภคที่เป็นอุตสาหกรรม หมายถึง ธุรกิจที่ซื้อสินค้าหรือบริการไปขายต่อหรือผลิตต่ออีกทอดหนึ่งประกอบด้วยพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก ตัวแทนจัดจำหน่ายหรือเป็นหน่วยงานรัฐบาล

- ผู้บริโภคที่เป็นครัวเรือน หมายถึง บุคคลที่มีอำนาจซื้อสินค้าหรือบริการไว้ให้สมาชิกในครอบครัวใช้ เช่น แม่บ้าน

4. ผู้บริโภคที่เป็นผู้คาดหวัง ในที่นี้คือบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่นักการตลาดต้องการจะเข้าถึงทั้งนี้

เพราะมีปัจจัยหลายประการที่สอดคล้องกับสินค้าของเขา

พฤติกรรมผู้บริโภค จะอยู่ที่กิจกรรมหลัก 3 ประการคือ

1. การจัดหา (Obtaining) หมายถึงกิจกรรมต่างๆ ที่คนนำไปสู่ การซื้อหรือได้มาซึ่งรับสินค้าและการบริการมาใช้กิจกรรมนับตั้งแต่การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งรวมไปถึงการเปรียบเทียบสินค้าและบริการจนถึงการตัดสินใจซื้อ

2. การบริการ (Consuming) หมายถึงการติดตามดูว่าผู้บริโภคนั้นทำการใช้สินค้านั้นๆ ที่ไหน อย่างไร ภายใต้สถานการณ์อย่างไรรวมไปถึงการดูด้วยว่าการใช้สินค้านั้นๆ ทำไปเพื่อความสุขอย่างครบเครื่องสมบูรณ์แบบหรือเพียงเพื่อความต้องการขั้นพื้นฐานเท่านั้น

3. การกำจัดหรือทิ้ง (Disposing) หมายถึงการติดตามดูผู้บริโภคว่า ใช้สินค้าหรือบริการและสินค้าหมดไปอย่างไร โดยติดตามดูพฤติกรรมผู้บริโภคที่ดำเนินไปและที่กระทบต่อสภาพแวดล้อมรอบตัวด้วยรวมไปถึงการดำเนินการโดยวิธีอื่นกับสินค้าหรือบริการที่ใช้แล้ว

(http://www.researchsystem.siam.edu/images/independent/Factors_influencing_the_use_of_car_care_services_in_Bang_Khae,_Bangkok/8.บทที่_2.pdf)

แนวคิดทฤษฎีความต้องการ 5 ขั้น (Maslow's Hierarchical Theory of Motivation)

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Maslow, 1970 : 170) (Maslow's Hierarchical Theory of Motivation) Maslow เชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์เป็นจ นวนมากสามารถอธิบายโดยใช้แนวโน้มของบุคคล ในการค้นหาเป้าหมายที่จะ ท าให้ชีวิตของเขาได้รับความต้องการ ความปรารถนา และได้รับสิ่งที่มี ความหมายต่อตนเอง เป็นความจริงที่จะกล่าวว่ากระบวนการของแรงจูงใจเป็นหัวใจของทฤษฎีบุคลิกภาพ ของ Maslow โดยเขาเชื่อว่ามนุษย์เป็น “ สัตว์ที่มีความต้องการ ” (wanting animal) และเป็นการยากที่มนุษย์จะ ไปถึงขั้นของความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ ในทฤษฎีล ดับขั้นความต้องการของ Maslow เมื่อบุคคลปรารถนา ที่จะได้รับความพึงพอใจและเมื่อบุคคลได้รับความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งแล้วก็จะยังคงเรียกร้องความพึงพอใจ สิ่งอื่นๆ ต่อไป ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของมนุษย์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความต้องการจะได้รับสิ่งต่างๆอยู่เสมอ

Maslow เรียงลำดับความต้องการของมนุษย์จากขั้นต้นไปสู่ความต้องการขั้นต่อไปไว้เป็นลำดับดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs)
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs)
3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and love needs)

4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Esteem needs)

5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-actualization needs)

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้ายการตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการ ดังกล่าว เป็นการตัดสินใจโดยใช้เหตุผลและมีกฎเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจโดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์ เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อมีหลายรูปแบบ

ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมี 7 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การระบุปัญหา (Define the problem) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะการระบุปัญหาให้ถูกต้องหรือไม่ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อไปของกระบวนการตัดสินใจซึ่งจะมีผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจด้วย ดังนั้น ผู้บริหารจะต้องระมัดระวัง ไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการระบุปัญหาขององค์กร ทั้งนี้ ผู้บริหารควรแยกแยะความแตกต่างระหว่างอาการแสดง (symptom) ที่เกิดขึ้นกับตัวปัญหาที่แท้จริงเสียก่อน ยกตัวอย่างเช่น กรณีที่ยอดขายของบริษัทลดลง ซึ่งมีสาเหตุมาจากคุณภาพสินค้าต่ำ จะเห็นว่าการที่ยอดขายลดลงเป็นอาการแสดงและปัญหาที่ต้องแก้ไข ได้แก่ การที่คุณภาพสินค้าต่ำ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดต้องคอยสังเกตอาการแสดงต่างๆ ทั้งต้องรวบรวมข้อมูลทำเป็นต่อการค้นหาสาเหตุของอาการแสดงเหล่านั้นซึ่งจะนำไปสู่การระบุปัญหาที่แท้จริงได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

ขั้นที่ 2 การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (Identify limiting factors) เมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้วผู้บริหารควรพิจารณาถึงข้อจำกัดต่างๆ ขององค์กรโดยพิจารณาทรัพยากร ซึ่งเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิต ได้แก่ กำลังคน เงินทุน เครื่องจักร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ รวมทั้งเวลาซึ่งมักเป็นปัจจัยจำกัดที่อยู่เสมอๆ การรู้ถึงข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้จะช่วยให้ผู้บริหารกำหนดขอบเขตในการพัฒนาทางเลือกให้แคบลงได้ ตัวอย่างเช่น

ถ้ามีเงื่อนไขว่าจะต้องส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าภายในเวลา 1 เดือนทางเลือกของการแก้ไขปัญหาการผลิตสินค้าไม่เพียงพอที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 1 เดือนก็ควรถูกตัดทิ้งไป

ขั้นที่ 3 การพัฒนาทางเลือก (Develop potential alternatives) ขั้นตอนต่อไปผู้บริหารควรพิจารณาพัฒนาทางเลือกต่างๆ ขึ้นมาซึ่งทางเลือกทางนั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด ตัวอย่างเช่น กรณีที่องค์ประกอบประสบปัญหาเวลาการผลิตไม่เพียงพอผู้บริหารอาจพิจารณาทางเลือกดังนี้ 1.) เพิ่มการ

ทำงานกะพิเศษ 2.) เพิ่มการทำงานล่วงเวลาโดยใช้ตารางปกติ 3.) เพิ่มจำนวนพนักงาน หรือ 4.) ไม่ทำอะไรเลย ในการพัฒนาทางเลือกผู้บริหารอาจขอความคิดเห็นจากผู้บริหารอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งอาจใช้วิธีการปรึกษาหารือเป็นรายบุคคล หรือจัดการประชุมกลุ่มย่อยขึ้น ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลเหล่านั้นเมื่อผนวกรวมกับสติปัญญา ความรู้ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ของตนเองจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาทางเลือก

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่างๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกันอย่างรอบคอบ และควรวิเคราะห์ทางเลือก

ขั้นที่ 5 การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative) เมื่อผู้บริหารได้ทำการวิเคราะห์และประเมินทางเลือกต่างๆ แล้วผู้บริหารควรเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของแต่ละทางเลือกอีกครั้งหนึ่งเพื่อพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียวทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลเสียต่อเนื่องในภายหลังน้อยที่สุดและให้ผลประโยชน์มากที่สุดแต่บางครั้งผู้บริหารอาจตัดสินใจเลือกทางเลือกแบบประนีประนอมโดยพิจารณาองค์ประกอบที่ดีที่สุดของแต่ละทางเลือกนำมาผสมผสานกัน

ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้เลือกทางเลือกที่ดีที่สุดแล้วก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพผู้บริหารควรกำหนดโปรแกรมการตัดสินใจโดยระบุถึงตารางเวลาการดำเนินงาน งบประมาณ และบุคคลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการปฏิบัติควรมีการมอบหมายหน้าที่ที่ชัดเจนและจัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะช่วยให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับนอกจากนี้ควรมีการกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบายซึ่งมีส่วนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system) ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การสร้างระบบการควบคุมและการประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารได้ทราบข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยให้ผู้บริหารแก้ปัญหาหรือทำการตัดสินใจใหม่ได้โดยได้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุด (อ้างอิงจาก <https://www.gotoknow.org/posts/284784>)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค

ผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมี ผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมี

ความแตกต่างกัน โดยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดำรงและยอมรับมาปฏิบัติ เพื่อให้สังคมดำรงและมีการพัฒนาไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม

- **วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture)** หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิตที่สามารถเรียนรู้และถ่ายทอด สืบต่อกันมาโดยผ่านขนบการอบรมและขัดเกลาทางสังคม วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่พื้นฐานในการกำหนดความต้องการซื้อและพฤติกรรมของบุคคล

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

- **ชั้นทางสังคม (Social class)** เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมจากระดับสูงไประดับต่ำ โดยใช้ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ อาชีพ ฐานะ รายได้ ตระกูลหรือชาติกำเนิด ตำแหน่งหน้าที่ของบุคคลเพื่อจะเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์และการจัดส่วนประสมทางการตลาด ชั้นทางสังคมแบ่งเป็น 3 ระดับ 6 กลุ่มย่อย โดยชั้นทางสังคมของบุคคลสามารถเลื่อนขึ้นได้ทั้งขึ้นและลง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางรายได้ อาชีพ ตำแหน่งหน้าที่การงาน เช่น เมื่อบุคคลมีรายได้เพิ่มขึ้น ย่อมแสวงหาการบริโภคที่ดีขึ้น ประกอบด้วย

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมจะประกอบด้วย

- **กลุ่มอ้างอิง (Reference Group)** เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับผู้มีอิทธิพล ต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นจากกลุ่มอ้างอิง สามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ กลุ่มปฐมภูมิ และกลุ่มทุติยภูมิ

- **ครอบครัว (Family)** บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความคิดและค่านิยมของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การเสนอขายสินค้าจึงต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภค และการดำเนินชีวิตของครอบครัว

- **บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses)** บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กรและสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ฉะนั้นในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะมีบทบาทหลายบทบาทที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อสินค้าของตนเอง และผู้อื่นด้วย

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนในด้านต่างๆ ดังนี้

- **อายุ (Age)** อายุที่ต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

- **วงจรชีวิตครอบครัว (Family life Cycle Stage)** เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกับ

- **อาชีพ (Occupation)** อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างกัน

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

- **การศึกษา (Education)** ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

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

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) หรือปัจจัยภายใน การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าปัจจัยภายใน ประกอบด้วย

- **การจูงใจ (Motivation)** หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจถูกกระตุ้นจากปัจจัยภายนอกได้

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ (Motive) ซึ่งหมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวมนุษย์ ถือว่าเป็นความต้องการของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็น ความต้องการทางด้าน ต่างๆ ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะหาสินค้ามาบำบัดความต้องการของตน

- **การรับรู้ (Perception)** เป็นกระบวนการรับรู้ของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการและอารมณ์ และยังมีปัจจัยภายนอกคือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 การเห็น ได้ยิน ได้กลิ่น รส กาย การสัมผัส ซึ่งแต่ละคนมีการรับรู้แตกต่างกันไป

- **การเรียนรู้ (Learning)** เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น

- **ความเชื่อ (Beliefs)** เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

- **ทัศนคติ (Attitudes)** เป็นการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์ และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผล ต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

- **บุคลิกภาพ (Personality)** เป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนด พฤติกรรมการตอบสนอง หรืออาจหมายถึงลักษณะด้านจิตวิทยา ที่มีลักษณะแตกต่างของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองที่สม่ำเสมอและมีปฏิกิริยาต่อสิ่งกระตุ้น

- **แนวคิดของตนเอง (Self-concept)** หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

5. ปัจจัยด้านการตลาด (Marketing factor) หรือ ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

- **ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหา การโฆษณาหรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตรายินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่

ตัวตนก็ได้ ผลិតภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

- ราคา (Price) หมายถึง จำนวนที่ผู้ซื้อจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ /บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ /บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้น ถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

- การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้จุดใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อหรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับ ผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non personal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลัก การเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสาร การตลาดแบบประสมประสานกัน IMC (Integrated Marketing Communication) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่งกัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

- การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

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

3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ลักษณะบางประการของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่อาจกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค คือ ความใหม่ ความสลับซับซ้อนและคุณภาพที่ผู้บริโภคได้ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ใหม่และสลับซับซ้อนอาจต้องมีการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง ถ้าเรารู้เรื่องผู้บริโภคที่ไม่ต้องการเสาะแสวงหาทางเลือกอย่างกว้างขวางในการพิจารณา ส่วนในเรื่องของรูปร่างของผลิตภัณฑ์ตลอดจนหีบห่อและป้ายฉลาก สามารถก่ออิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของผู้บริโภค หีบห่อที่สะดุดตาอาจทำให้ผู้บริโภคเลือกไว้เพื่อพิจารณา ประเมิน เพื่อการตัดสินใจซื้อ ป้ายฉลากที่แสดงให้ผู้บริโภคเห็นคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญก็จะทำให้ผู้บริโภคประเมินสินค้าเช่นกัน สินค้าคุณภาพสูงหรือสินค้าที่ปรับเข้ากับความต้องการบางอย่างของผู้ซื้อจะมีอิทธิพลต่อการซื้อด้วย

2. ราคา (Price) ราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อก็ต่อเมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกและทำการตัดสินใจ โดยปกติผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ราคาต่ำ นักการตลาดจึงควรคิดราคาน้อย ลดต้นทุนการซื้อหรือทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจด้วยลักษณะอื่นๆ สำหรับการตัดสินใจอย่างกว้างขวางผู้บริโภคมักพิจารณารายละเอียด โดยถือเป็นอย่างหนึ่งในลักษณะทั้งหลายที่เกี่ยวข้องสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือย ราคาสูงไม่ทำให้การซื้อลดน้อยลง นอกจากนี้ราคายังเป็นเครื่องประเมินคุณค่าของผู้บริโภคซึ่งก็ติดตามด้วยการซื้อ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Placement-Channel of Distribution) กลยุทธ์ของนักการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์แน่นอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่น่าเสนอก็อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าที่มีของแถมในร้านเสริมสวยชั้นดีในห้างสรรพสินค้าทำให้สินค้านั้นมีชื่อเสียงมากกว่านำไปใช้บนชั้นวางของในซูเปอร์มาร์เก็ต

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion-Marketing Communication) การส่งเสริมการตลาดสามารถก่ออิทธิพลต่อผู้บริโภคได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ข่าวสารที่นักการตลาดส่งไปอาจเตือนใจให้ผู้บริโภครู้ว่าเขามีปัญหา สินค้าของนักการตลาดสามารถแก้ปัญหานั้นได้ และมันสามารถส่งมอบให้ได้มากกว่าสินค้าของคู่แข่ง เมื่อได้ข่าวสารหลักการซื้อเป็นการยืนยันว่าการตัดสินใจซื้อของลูกค้าถูกต้อง

(อ้างอิงจาก http://passakorn2326.blogspot.com/2017/02/marketing-mix_20.html)

4. แนวคิดทฤษฎีการเขียนแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่

เปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ มีผู้เปรียบเทียบว่าแผนธุรกิจเปรียบเหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งเรื่องของกา ารตลาด การแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงิน ที่จะชี้นำผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวังด้วยเช่นกัน ถ้าเปรียบว่าแผนที่ที่ดีย่อมนำให้รายละเอียดถนนหนทาง และทิศทางที่ชัดเจนแล้ว แผนธุรกิจก็ไม่ต่างกันในการที่จะให้รายละเอียดอย่างเพียงพอที่จะทำให้ผู้ร่วมลงทุนตัดสินใจได้ว่าธุรกิจนั้นควรจะร่วมลงทุนด้วยหรือไม่ จากแผนธุรกิจจะทำให้ผู้ร่วมลงทุนเข้าใจวัตถุประสงค์ของธุรกิจอย่างชัดเจน เข้าใจแนวคิดและปรัชญาของธุรกิจ แผนปฏิบัติการ ปัญหาอุปสรรค และหนทางที่เตรียมการเพื่อไปสู่ความสำเร็จ ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะใช้เงินลงทุนของตัวเอง ไม่ต้องการผู้ร่วมลงทุนหรือเงินกู้จากสถาบันการเงิน แผนธุรกิจก็ยังจำเป็นอยู่ดีเพื่อให้ผู้ประกอบการมีแผนที่ในการบอกทิศทางของการดำเนินกิจการในอนาคต

(อ้างอิงจาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/agelessa/2009/12/25/entry-1>)

แผนธุรกิจควรมีอะไรบ้าง

เนื่องจากแผนธุรกิจที่ดีย่อมนำมาซึ่งการวัดถึงความเป็นไปได้ของกิจการที่จะลงทุนแผนจึงควรประกอบด้วยการวิเคราะห์อย่างละเอียดในตัวแปรหรือปัจจัยดังต่อไปนี้

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. ธุรกิจมีแนวโน้มโอกาสที่จะประสบความสำเร็จตั้งแต่เมื่อแรกตั้งมากน้อยขนาดไหน
4. ธุรกิจนี้ได้เปรียบหรือความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวมากน้อยเพียงใด
5. สินค้าที่จะผลิตมีวิธีการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพียงใด

6. สินค้าที่ผลิตสามารถวางตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด
7. วิธีการผลิตและการวางตลาดสินค้านั้นมีทางเลือกอื่นที่ประหยัดได้มากกว่าหรือไม่
8. หน้าที่ต่างๆ เช่น การผลิต การจำหน่าย การจัดการทางการเงิน การจัดการคน มีการจัดการที่ดีและเหมาะสมเพียงใด
9. จำนวนและคุณภาพของพนักงานที่ต้องการมีเพียงพอหรือไม่

องค์ประกอบสำคัญในแผนธุรกิจ

องค์ประกอบที่ 1 : บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

เป็นส่วนแรกที่ผู้ร่วมลงทุนจะอ่านและจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่า จะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อหรือไม่ ดังนั้น บทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญ สองประการ คือ 1. ชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริงๆ เกิดขึ้นในตลาด สำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ 2. ต้องชี้ให้เห็นว่า สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่ว่านั้นให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไร บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนควรระลึกไว้เสมอว่า คุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม จึงควรใช้เวลากับการเขียนส่วนนี้อย่างพิถีพิถัน

เนื้อหาในบทสรุปผู้บริหารควรจะกล่าวถึงสิ่งต่อไปนี้

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

2. โอกาสและกลยุทธ์ สรุปว่าอะไรคือโอกาส ทำไมจึงน่าสนใจ และจะใช้โอกาสนั้นด้วยวิธีอย่างไร ข้อมูลส่วนนี้อาจนำเสนอในรูปแบบข้อเท็จจริงของตลาด เติบโตตลาด สภาพของคู่แข่ง (เช่น คู่แข่งขันไม่ปรับปรุงสินค้ามานานแล้ว คู่แข่งขันกำลังเพลี่ยงพล้ำ แนวโน้มของอุตสาหกรรม และอื่นๆ ที่แสดงว่าโอกาสทางการค้ากำลังเปิดให้)

3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคะเนลูกค้าเป้าหมาย ระบุและอธิบายย่อๆ ถึงลักษณะตลาด ใครเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก จะจัดวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์อย่างไร จะวางแผนการเข้าถึงลูกค้าอย่างไร รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของตลาด ขนาดและอัตราการเติบโตของ กลุ่มลูกค้า ขอดขาย และส่วนแบ่งตลาดที่คาดหวัง

4. ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ ระบุถึงความได้เปรียบและความเหนือกว่าในการแข่งขัน เช่น ความได้เปรียบจากตัวผลิตภัณฑ์ การได้เปรียบจากการเข้าตลาดก่อน ความได้เปรียบจากการที่คู่แข่งอยู่ในภาวะอ่อนแอ ตลอดจน เงื่อนไขอื่นๆ ของอุตสาหกรรมนั้นๆ

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

6. ทีมผู้บริหาร สรุปความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และทักษะของผู้ที่เป็นตัวหลักในการก่อตั้งและบริหาร พร้อมสมาชิกในทีม บอกย่อๆ ถึงความสำเร็จในอดีต โดยเฉพาะที่ เกี่ยวกับการทำกำไร การบริหารงานและคน

7. ข้อเสนอผลตอบแทน ระบุสั้นๆ ถึงเงินลงทุนหรือเงินกู้ที่ต้องการ จะเอาเงินไปทำอะไร จะตอบแทนเจ้าของเงินอย่างไร ผลตอบแทนของการลงทุนของเจ้าหน้าที่หรือผู้ร่วมลงทุนจะเป็นเท่าใด

องค์ประกอบที่ 2 : ประวัติย่อของกิจการ

ส่วนนี้คือการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกิจการ ทั้งในด้านรูปแบบการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้า /บริการ ที่ต้องการ นำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 : การวิเคราะห์สถานการณ์

ขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนธุรกิจ คือ การพยายามทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของปัจจัยสำคัญๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การแข่งขัน ความน่าสนใจโดยรวมของอุตสาหกรรม ตลอดจนความสามารถในการทำกำไร และความพร้อมในด้านต่างๆ ของกิจการ ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์จึงเป็นงานอันดับแรกที่สำคัญที่ ผู้ประกอบการควรกระทำ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทางกลยุทธ์

การวิเคราะห์สถานการณ์หรือเรียกอย่างย่อๆ ว่า SWOT ANALYSIS

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

2. การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก หมายถึง การประเมินสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ ที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นจึงต้องพยายาม เข้าใจในสถานการณ์

ปัจจุบันและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของสภาพแวดล้อมดังกล่าว เป็นไปในลักษณะที่เป็นโอกาส (Opportunities) หรือ อุปสรรค (Threats) ในการดำเนินธุรกิจ

องค์ประกอบที่ 4 : วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องการได้รับในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการ และเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนหรือลักษณะงาน เช่น เป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางการเงิน เป้าหมายทางการผลิต และเป้าหมายทางการเงิน เป็นต้น นอกจากนี้เป้าหมายทางธุรกิจอาจแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้น คือ ภายใน 1 ปี เป้าหมายระยะกลาง ประมาณ 3-5 ปี และเป้าหมายระยะยาวที่นานกว่า 5 ปี

ลักษณะของเป้าหมายของธุรกิจที่ดีมี 3 ประการ คือ

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

2. สามารถวัดผลได้คือเป็นรูปธรรม หมายถึง มีความชัดเจนที่สามารถประเมินได้ว่า กิจการบรรลุตามเป้าหมายนั้นหรือไม่ ทั้งนี้ โดยทั่วไป ควรจะต้องกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจนว่า จะต้องบรรลุถึงเป้าหมายนั้นภายในระยะเวลาเท่าใด

3. เป็นไปในทิศทางเดียวกัน หมายถึง เป้าหมายย่อยๆ ในแต่ละฝ่ายควรมีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งให้แน่ใจว่าเป้าหมายระยะสั้นๆ เป็นไปเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมเป้าหมายในระยะปานกลางและระยะยาว

องค์ประกอบที่ 5 : แผนการตลาด

แผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาด ตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์

ดังนั้น การวางแผนการตลาดจึงเป็นการกำหนดกลยุทธ์และวิธีในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มุ่งหวัง โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรทางการตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการตอบรับกับความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ

เนื้อหาของแผนการตลาดต้องตอบคำถามหลักๆ ให้กับผู้ประกอบการอย่างน้อยดังต่อไปนี้

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

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนประสบการณ์และ
วิจารณญาณที่ดี ในการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และวิธีการทางการตลาดสำหรับกิจการตาม
องค์ประกอบที่สำคัญของแผนการตลาด ซึ่งมีเนื้อหาหลัก 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายทางการตลาด
2. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
3. กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาด
 - กลยุทธ์การตลาดเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน
 - กลยุทธ์เพื่อการเติบโตทางการตลาด
 - กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด
4. การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด

องค์ประกอบที่ 6 : แผนการจัดการและแผนคน

ในส่วนนี้ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุโครงสร้างขององค์การให้ชัดเจน โดยแสดงแผนผัง
โครงสร้างของ องค์การว่า ประกอบไปด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความ
รับผิดชอบอะไร รวมถึงตำแหน่งผู้บริหารหลักๆ ขององค์การ โครงสร้างของคณะกรรมการและการ
ถือหุ้น การเขียนในส่วนนี้ควรจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเป็นทีมที่ดี
ในการบริหาร มีความสมดุลในด้านความรู้ ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิคและการบริหาร
มีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่ทำ

รายละเอียดในส่วนนี้ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้ คือ

1. โครงสร้างองค์กร
 - ตำแหน่งงานหลักขององค์กร คนที่จะมาดำรงตำแหน่ง พร้อมทั้งแผนผังองค์กร
 - หากผู้บริหารคนใดคนหนึ่ง ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เต็มเวลา ต้องระบุว่าใครจะเป็นผู้ช่วยในงานนั้น เพื่อให้งานสมบูรณ์

- หากทีมงานผู้บริหารเคยทำงานร่วมกันมาก่อน ให้ระบุว่าเคยทำงานอะไร มีความสำเร็จในฐานะทีมที่คืออะไรบ้าง

2. ตำแหน่งบริหารหลัก

- ระบุว่าตำแหน่งบริหารหลักๆ มีความรู้ความชำนาญอะไรบ้างและมีความเหมาะสมในตำแหน่งงานนั้นอย่างไร

- ระบุบทบาท ภาระความรับผิดชอบ ของแต่ละตำแหน่งในทีมบริหาร

- อาจใส่ประวัติสั้นๆ ของทีมบริหารเอาไว้ในส่วนนี้ด้วยก็ได้ หรือมิฉะนั้นอาจนำไปใส่ไว้รวมกันในภาคผนวก

3. ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้บริหารระบุเงินเดือนที่จ่ายแก่ผู้บริหารตลอดจนผลประโยชน์ในรูปแบบอื่นๆ และสัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหารแต่ละคน

4. ผู้ร่วมลงทุน ระบุผู้ร่วมลงทุนอื่นๆ และเปอร์เซ็นต์การถือหุ้น

5. คณะกรรมการบริษัทระบุคุณสมบัติของกรรมการบริษัทองค์ประกอบและภูมิหลังของกรรมการแต่ละคนว่าจะเป็นประโยชน์ต่อกิจการอย่างไร

องค์ประกอบที่ 7 : แผนการผลิต/ปฏิบัติการ

หลังจากที่ผู้ประกอบการได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกิจการ ตลอดจนกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและแผนกลยุทธ์ของกิจการในภาพรวม เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันแล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นให้ออกมาเป็นแผนการผลิต และปฏิบัติที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนธุรกิจส่วนอื่นๆ ของบริษัท อันได้แก่แผนการตลาด แผนการบริหารและจัดการบุคลากรและแผนการเงิน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายตามแผนนั้นๆ

แผนการผลิต/ปฏิบัติการที่ดีจะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล 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

ในการวางแผนการผลิต/ปฏิบัติ นั้น ผู้ประกอบการต้องพิจารณาตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและปฏิบัติการภายในกิจการตามประเด็นที่สำคัญๆ รวม 10 ประเด็นดังต่อไปนี้ คือ

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

องค์ประกอบที่ 8 : แผนการเงิน

ในการจัดทำแผนธุรกิจนั้น กิจการต้องทราบให้ได้ว่าแผนที่จะจัดทำขึ้นนั้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ การที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าใด จะได้จากแหล่งใดบ้าง จากแหล่งเงินทุนภายใน ในรูปของเจ้าของกิจการ หรือแหล่งเงินทุนภายนอกในรูปของการกู้ยืมจากเจ้าหนี้ เรียกว่า กิจกรรมจัดหาเงิน (Financing Activities) จากนั้น จะเป็นเรื่องของการตัดสินใจนำเงินไปลงทุน กิจกรรมนี้เรียกว่า กิจกรรมลงทุน (Investing Activities) ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อเนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวข้างต้น คือ กิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งจะประกอบไปด้วย การผลิต การซื้อ การขาย และการจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ การตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมหลักทั้งสาม คือ กิจกรรมจัดหาเงิน กิจกรรมลงทุน และกิจกรรมดำเนินงาน จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ นักบัญชีจะเป็นผู้นำเสนอผลของกิจกรรมทั้งสาม และสรุปออกมาเป็น งบการเงิน (Financial Statements) ซึ่งเป็นรายงานสรุปขั้นสุดท้ายของขบวนการจัดทำบัญชี ที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลทางการเงินของธุรกิจหรืออาจจะเป็นงบการเงินที่ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบว่า ในรอบระยะเวลาที่ผ่านมา นั้น ธุรกิจมีฐานะการเงินอย่างไร กำไรหรือขาดทุน มีการเปลี่ยนแปลงในเงินสดอย่างไรบ้าง เพิ่มขึ้นหรือลดลง และสาเหตุเกิดจากอะไร

งบการเงินประกอบด้วย

1. งบดุล เป็นรายงานที่แสดงถึงฐานะของกิจการ ณ วันใดวันหนึ่งในงบดุลจะประกอบไปด้วยข้อมูลทางการเงินที่แสดงถึงฐานะของกิจการคือข้อมูลเกี่ยวกับสินทรัพย์หนี้สินและส่วนของผู้

เป็นเจ้าของ

2. งบกำไรขาดทุน เป็นงบที่แสดงถึงผลการดำเนินงานของกิจการโดยแสดงรายได้
ค่าใช้จ่ายและกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

3. งบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของเจ้าของ ส่วนของผู้เป็นเจ้าของหรือส่วนของผู้ถือ
หุ้น ประกอบไปด้วย 2 ส่วนด้วยกัน คือ

- ทุนเรือนหุ้น
- กำไรสะสม

งบนี้จึงแสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของทุนเรือนหุ้นและกำไรสะสม

4. งบกระแสเงินสด เป็นงบการเงินที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสด
ในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง จะรายงานให้ทราบว่า เงินสดในปัจจุบันที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้น มี
สาเหตุจากอะไรในกิจกรรม 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

- กิจกรรมดำเนินงาน
- กิจกรรมลงทุน
- กิจกรรมจัดหาเงิน

5. นโยบายบัญชี หมายถึง หลักการบัญชีหรือวิธีปฏิบัติที่กิจการใช้ในการจัดทำและ
นำเสนองบการเงิน เนื่องจากหลักการบัญชีที่กิจการเลือกใช้มีได้หลายวิธี วิธีการบัญชีที่กิจการ
เลือกใช้จะมีผลกระทบต่องบการเงินไม่เหมือนกัน กิจการจึงต้องบอกข้อมูลดังกล่าวให้ผู้ใช้งบ
การเงินทราบ โดยทั่วไปแล้วกิจการควรเปิดเผยนโยบายบัญชีในเรื่องต่อไปนี้ไว้ในงบการเงิน

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

องค์ประกอบที่ 9 : แผนการดำเนินงาน

หลังจากผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ของกิจการอย่างรอบคอบและครบถ้วน
แล้ว ขั้นตอนต่อมาก็คือ การจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกล
ยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการ อาจจะทำแผนการดำเนินงาน

ในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลา
ดำเนินการ โดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือนหรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

องค์ประกอบที่ 10 : แผนฉุกเฉิน

แผนฉุกเฉินเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่สถานการณ์หรือ
ผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็น
ผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจ
ที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้

ตัวอย่างของประเด็นความเสี่ยงทางธุรกิจและการเตรียมพร้อม ดังนี้

- ยอดขายหรือการเก็บเงินจากลูกค้าไม่เป็นไปตามคาดหมาย จนทำให้เงินสดหมุนเวียน
ขาดสภาพคล่อง

- ธนาคารไม่ให้เงินกู้หรือลดวงเงินกู้
- คู่แข่งตัดราคาหรือจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องระยะยาว
- มีคู่แข่งรายใหม่ที่มีขนาดใหญ่กว่า ทันสมัยกว่า มีสินค้าครบถ้วนกว่า ราคาถูกกว่า เข้าสู่
อุตสาหกรรม หรือมาตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียง

- สินค้าถูกลอกเลียนแบบและขายในราคาที่ถูกลงกว่า
- มีปัญหากับหุ้นส่วนจนไม่สามารถร่วมงานกันได้
- สินค้าผลิตไม่ทันตามคำสั่งซื้อเนื่องจากขาดแคลนวัตถุดิบ
- สินค้าผลิตมากเกินไป ทำให้มีสินค้าในมือเหลือมาก
- เกิดการชะงักการเติบโตของทั้งอุตสาหกรรม
- ต้นทุนการผลิต/การจัดการสูงกว่าที่คาดไว้ ฯลฯ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฉันทานนท์ กระต่ายจันทร์ และคณะ (2558) โครงการประเพณีวันวัฒนธรรมสิ่งประดิษฐ์
จากวัสดุเหลือใช้ สิ่งประดิษฐ์กรอรูปจากแป้งข้าวเหนียว มีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อให้บรรล
วัตถุประสงค์ของวิชาโครงการ 2.เพื่อมูลค่าเพิ่มให้กับกรอรูปที่ไม่ได้ใช้แล้ว 3.เพื่อให้นักศึกษามี
ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพื่ทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

การดำเนินโครงการมีวิธีการดำเนินโครงการ 3 ขั้นตอนคือ 1.) ขั้นเตรียมการ 2.) ขั้นตอนดำเนินการ
3.)ขั้นประเมินผล จากผลดำเนินการสรุปได้ดังนี้

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ เริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2558 ถึง กุมภาพันธ์ 2559 รวมการปฏิบัติ 8 ครั้ง สถานที่ปฏิบัติงานคือ 17/33 หมู่ 10 ซอยเบริง 34 หมู่บ้าน วิทยาลัยอาชีวศึกษา ตำบลท่าโรงเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10270

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 4,750 บาทค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการ 4,239 บาท คงเหลือ 511 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกรอบรูปที่ไม่ได้ใช้ นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือกันทำ งานเป็นทีม นักศึกษามีความกระตือรือร้นในการออกแบบผลิตภัณฑ์

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดระหว่างการปฏิบัติโครงการ 1. แปะข้าวเหนียวจะแห้งเร็ว และไม่สามารถปั้นต่อได้ 2. ในการปั้นแต่ละครั้งอาจใช้เวลานานหากไม่ชำนาญ

5. ข้อเสนอแนะแนวทางในการปฏิบัติ 1. การปั้นแปะข้าวเหนียวนับเป็นกิจกรรมที่เปิดพื้นที่ให้กับเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดเชิงสร้างสรรค์และมีความสามารถในการปั้นตัวการ์ตูนเป็นลวดลายต่างๆ ได้ เพราะฉะนั้นผู้ทำความเข้าใจแนวคิดให้บุคคลที่เข้ามาอ่านเพื่อนำไปเผยแพร่ต่อเพื่อเป็นความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อไป 2. สามารถพัฒนาสินค้านวัตกรรมการปั้นแปะข้าวเหนียวที่มีคุณภาพ ราคาถูก สามารถใช้ทดแทนสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศและช่วยลดต้นทุนในการผลิตของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานปั้นดินประดิษฐ์ได้สามารถพัฒนาการปั้นแปะข้าวเหนียวให้เป็นที่รู้จักในตลาด และนำไปต่อยอดเพิ่มมูลค่าในการประกอบอาชีพ 3. สามารถพัฒนาการปั้นแปะข้าวเหนียวให้เป็นที่รู้จักของตลาดและนำไปต่อยอดในการเพิ่มมูลค่าในการประกอบอาชีพจากความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อโครงการสิ่งประดิษฐ์กรอบรูปจากแปะข้าวเหนียวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ยลธิดา ยิ้มเป็นสุขและคณะ (2559) โครงการประเภทนี้เป็นโครงการประเภท นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ กรอบรูปหมัศจรรย์จากเศษผ้าและกระดุม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) เพื่อบรรลุ วัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ และใช้เป็นแนวทางในการประกอบอาชีพในอนาคต 2.) เพื่อรู้จัก การวางแผน พัฒนาโครงการอย่างเป็นระบบ รู้จักวิธีการแก้ไขปัญหา 3.) เพื่อนำวัสดุเหลือใช้มา พัฒนาสร้างสรรค์ เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้า

วิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ ขั้นที่ 3 ขั้น ประเมินผล จากผลการดำเนินงานสรุปได้ดังนี้

1. วัน เวลา และสถานที่ดำเนินโครงการ คือเริ่มตั้งแต่ กรกฎาคม 2559-กุมภาพันธ์ 2560 สถานที่ดำเนินโครงการ บ้านเลขที่ 108 / 137 ซอยเฉลิมพระเกียรติ 28 หมู่บ้านสวนหลวงวิลด์ 5 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 เขตประเวศ แขวงดอกไม้ กรุงเทพมหานคร 10250

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 1,000 บาทหักทุนจากการดำเนินโครงการ 914 บาท เหลือเงิน 86 บาท แบ่งเงินส่วนที่เหลือให้สมาชิกในกลุ่ม 2 คนเท่า ๆ กันจำนวน 43 บาท

3. ประโยชน์ที่จะได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ของวิชาโครงการ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกรอบรูปที่ไม่ใช่แล้ว นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างปฏิบัติงานโครงการ คือ 1. ปัญหาในด้านอุปกรณ์ที่สมาชิกในกลุ่มไม่มีความชำนาญในการใช้งาน 2. เครื่องจักรที่ใช้ในการเย็บผ้าอาจใช้งานไม่ได้ทำให้ตัวเย็บมือจึงเกิดความล่าช้า 3. สภาพอากาศแปรปรวนทำให้เกิดผลกระทบในระหว่างการปฏิบัติงาน

5. ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา คือ 1. จัดการส่งเสริมการตลาดให้แก่ลูกค้า 2. การฝึกอบรมบุคลากรและสอบถามผู้เชี่ยวชาญเพื่อค้นหาข้อมูลให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น 3. สมาชิกทุกคนต้องคำนึงถึงการทำงานเป็นทีม ต้องรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายไว้ให้ดีที่สุด

จากความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อโครงการสิ่งประดิษฐ์กรอบรูปมหัศจรรย์จากเศษผ้าและกระดุม โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายได้ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากและด้านส่งเสริมทางการตลาดอยู่ในระดับมากตามลำดับ

กฤตพร ชูแสงและคณะ (2551- 2552) โครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์มัดข้อม สำหรับสหกรณ์การเกษตรหุบกะพง จำกัด สำหรับกลุ่มสหกรณ์การเกษตร หุบกะพง มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากป่านศรนารายณ์มัดข้อมสำหรับกลุ่มสหกรณ์การเกษตรหุบกะพง เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยี การนำผลิตภัณฑ์จากป่านศรนารายณ์มัดข้อม เพื่อติดตามผลความสำเร็จของโครงการ โดยการวิจัยในปีที่ 1 (ปีงบประมาณ 2551) แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 3 ระยะโดย (ระยะที่ 1) การทดลองเพื่อคัดเลือกลักษณะเส้นใยป่านศรนารายณ์ที่จะใช้มัดข้อม (ระยะที่ 2) การทดลองวิธีการมัดและข้อมสีเพื่อความสะดวกกับลักษณะของเส้นใย

(ระยะที่ 3) การออกแบบลวดลายเพื่อนำไปจัดทำผลิตภัณฑ์ กระเป๋าและหมวกออกแบบประเภทละ 15 รูปแบบ และ ให้ผู้เชี่ยวชาญคัด เลือกเพียงประเภทละ 3 รูปแบบ จัดทำเป็นผลิตภัณฑ์นำไป สอบถามความพึงพอใจ ส่วนการวิจัยในปีที่ 2 (ปีงบประมาณ 2552) เป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ด้านแบบกระเป๋าและหมวกจากป้านสรนารายณ์ที่ได้จัดทำขึ้นสู่ชุมชนกลุ่มสหกรณ์ การเกษตรหุบกะพง สอบถามความพึงพอใจ ของผู้ได้รับการฝึกอบรมจำนวน 30 คน ได้ผล การศึกษาดังนี้

ผลการเลือกลักษณะของเส้นใยที่เหมาะสมกับการมัดย้อมในครั้งนี้พบว่าเส้นใยแบบถัก เปีย สามารถนำไปขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้เลย ส่วนการทดลองวิธีการมัดและย้อมสีเพื่อความ เหมาะสมกับลักษณะ ของเส้นใย พบว่า การย้อมทึบ แล้วย้อมด้วยวิธีการย้อม ร้อน โดยใช้สีใดเร็กท์ เหมาะสมที่สุด การ ออกแบบลวดลายเพื่อนำไปจัดทำผลิตภัณฑ์หมวกและกระเป๋าในครั้งนี้ใช้ ลวดลายธรรมชาติประเภทพืชและสัตว์

ผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้ออกแบบในเรื่องของกระเป๋าและหมวก ผู้ตอบ แบบสอบถามมีความพึงพอใจ ด้านรูปแบบและด้านสีที่ใช้ในการย้อมของกระเป๋าและ หมวกอยู่ใน ระดับมากที่สุด

ผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์กระเป๋าและหมวกจากป้านสรนารายณ์มัด ย้อม ผู้เข้า รับการ อบรมมีความพึงพอใจ ด้านวิ ทยากรมีความเหมาะสม ด้านการดำ เนินการฝึกอบรม ด้าน กิจกรรมการฝึกอบรม ด้านเนื้อหาสาระของหลักสูตร ด้านวัตถุประสงค์ของหลักสูตรและด้านสิ่ง อำนวยความสะดวก

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
3. ทำการวัดและดัดไม้หน้าสามเป็นโครงสร้างและนำฝ้ายกระสอบส่วนหนึ่งมาปิดรอบ
4. วัดและตัดลวดเพื่อทำเป็นกริบบดดอกไม้และใบไม้และวัดฝ้ายกระสอบให้พอดีกับลวดที่ตัดไว้
5. จากนั้นนำดอกไม้ที่แห้งแล้วมาติดกับกรอบไม้ที่เราเตรียมไว้โดยการใช้กาวร้อนยึด
6. ประดับในดอกไม้โดยการยึดกาวร้อนใส่ตรงกลางดอกไม้และติดลูกปัด
7. ใส่กระจกและไม้รองด้านหลังเพื่อใส่รูปได้ และนำห่วงสำหรับแขวนกรอบรูปมาติด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจ	↔								
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ	↔								
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ		↔							
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำธุรกิจบริการ			↔						
5. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์และการส่งเสริมการตลาด			↔						
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงาน และขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้					↔				
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน								↔	
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									↔

วัน เวลา สถานที่

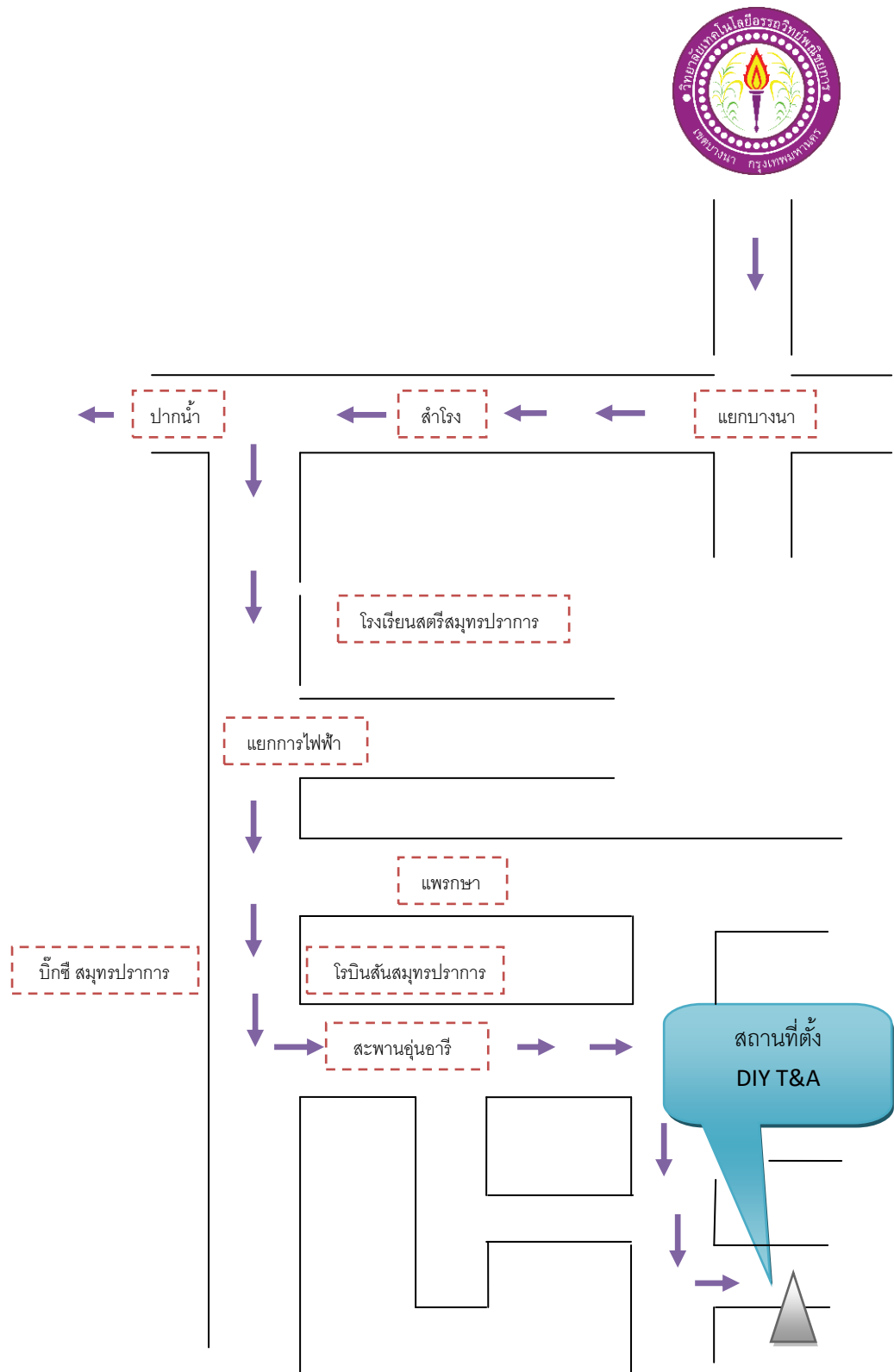
เริ่มดำเนินการตั้งแต่

มิถุนายน 2562 จนถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน

120/88 ม.2 ซ.อุณาภิรติ ต.ท้ายบ้านใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ

แผนที่ตั้งสถานประกอบการ



งบประมาณ และ วัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน คนละ 635 บาท รวมเป็นเงิน 1,270 บาท

1. ไม้อัด	70 บาท
2. ไม้สน	140 บาท
3. กระจก	250 บาท
4. ผ้ากระสอบ	200 บาท
5. ลวดสำหรับงานประดิษฐ์	50 บาท
6. กาว	20 บาท
7. ลูกปัด	30 บาท
8. ตัวแขวนผนัง	10 บาท
9. ป้ายไว้นิล	500 บาท
รวม	1,270 บาท

การจัดทำแผนธุรกิจ

1. บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท DIY T&A จำกัด ตั้งอยู่ บ้านเลขที่ 120/88 หมู่ 2 อู่�อารี ตำบล ท้ายบ้ายใหม่ อำเภอเมือง จังหวัด สมุทรปราการ เปิดทำการเมื่อ 5 มิถุนายน 2562 กิจการเห็นว่าในปัจจุบัน คนส่วนใหญ่ หากจะเลือกสินค้าใดชิ้นหนึ่งเป็นของขวัญก็จะเลือกสินค้าที่มีคุณภาพมีความปราณีตละเอียดและใช้ประโยชน์ได้จริงยิ่งถ้าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่สามารถใช้งานได้ในระยะยาวแล้วก็จะเป็อีกหนึ่ทางเลือกสำหรับลูกค้าที่ต้องการสินค้า

ปัจจัยเหล่านี้ทำให้เกิดธุรกิจ ที่ใช้ชื่อว่า DIY T&A ทางคณะผู้จัดทำมีความมั่นใจที่จะบริหารธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจได้

ปัจจุบันกิจการมีเงินลงทุน 400,000 บาท ในระยะเวลา 3 ปี มีเงินหมุนเวียน 10,500,000 บาท มีต้นทุนในการผลิต 630,955 บาท มีกำไรสุทธิ 9,397,613.18 บาท

แนวคิดในการดำเนินธุรกิจ

เพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่มีใจรักในการตกแต่งบ้าน หรือผู้ที่มีความชื่นชอบในสินค้า Hand made รวมทั้งชาวต่างชาติ เพราะชาวต่างชาติส่วนมากจะให้ความสนใจในสินค้า Hand made บริษัท DIY T&A จึงทำกรอบรูปดอกไม้จากผ้ากระสอบ ที่ทำด้วยมือมีความประณีตละเอียดอ่อนใน ทุก ๆ ชิ้นงานมีความแข็งแรงคงทน และทางร้านยังคงให้เห็นถึงความ Classic ของสีผ้ากระสอบ บนกรอบรูปและยังประดับด้วยดอกไม้จากผ้ากระสอบเป็นดอกขบาสีแดงสดเพิ่มความโดดเด่นให้กับกรอบรูป สินค้าของทางร้านมีเอกลักษณ์เฉพาะ เพื่อดึงดูดความสนใจผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของธุรกิจ

DIY T&A เป็นธุรกิจขายสินค้าจากงาน Hand made แปลกใหม่ และสินค้ายังคงความประณีตจากการทำสินค้าด้วยมือทุกชิ้น ทางร้านจะมีขนาดให้ลูกค้าเลือกซื้อได้ตามความต้องการ

1. กรอบรูป Hand made size. S 850 บาท
2. กรอบรูป Hand made size. M 950 บาท
3. กรอบรูป Hand made size. L 1,050 บาท

สถานะตลาด

ปัจจุบันในด้านการแข่งขันช่องทางการตลาด จะต้องเพิ่มศักยภาพมากขึ้นในด้านสินค้ามากขึ้นเพราะลูกค้ามีโอกาสที่จะเลือกซื้อและใช้บริการได้หลายแห่ง ดังนั้นธุรกิจสินค้ากรอบรูปจึงต้องหันมาพัฒนาคุณภาพ รูปแบบของสินค้าของตนเองอยู่ตลอดเวลาเพื่อรักษาลูกค้าของตนเองไว้

กลุ่มเป้าหมาย

เพศชายและเพศหญิง อายุระหว่าง 25-59 ปี ที่มีความชอบในสินค้าที่มีความแปลกใหม่
ละเอียดอ่อน จากรูปแบบของสินค้า หรือกลุ่มผู้บริโภคที่มักพบปะกับคนสำคัญของตน และกลุ่ม
ชาวต่างชาติที่ชื่นชอบในสินค้า Hand made

กลยุทธ์ทางการตลาด

เป็นธุรกิจสินค้ากรอบรูป Hand made โดยลูกค้าสามารถเลือกขนาดของสินค้าทั้ง 3 ขนาด
ของทางร้านได้ สามารถเลือกเป็นของขวัญหรือของที่ระลึกให้แก่กลุ่มบุคคลที่สำคัญของตนได้

Slogan สุขใจทั้งผู้ให้และผู้รับ

แผนที่บริการหรือการบริการ

ที่อยู่กิจการตั้งอยู่ บ้านเลขที่ 120/88 หมู่ 2 อุ่นอารี ตำบล ท้ายบ้านใหม่ อำเภอมือง จังหวัด
สมุทรปราการ ช่องทางออนไลน์ Facebook : DIY T&A Line : diyta21

การบริหารจัดการ

ธุรกิจ DIY T&A ตั้งเป้าหมายระยะสั้นไว้ว่าจะต้องเป็นที่รู้จักของลูกค้าให้ได้เร็วที่สุดจะต้องมีการ
คืนทุนในระยะเวลา 3 ปี และมีกำไรในปีต่อไปที่เพิ่มมากขึ้น มีการขยายกิจการเพิ่มมากขึ้น และเพิ่ม
ช่องทางการบริการอย่างแพร่หลาย เป้าหมายระยะยาวจะต้องเป็นผู้นำทางการให้บริการสามารถ
รักษาลูกค้าเดิมยาวนานและเพิ่มลูกค้าใหม่ให้มากที่สุด ธุรกิจจะต้องประสบความสำเร็จเป็นธุรกิจที่
ใหญ่และมั่นคงสร้างผลกำไรกับทุกฝ่ายที่มีส่วนร่วม และมุ่งสร้างความพึงพอใจให้เกิดการ
ประทับใจในสินค้ามากที่สุดอลสินค้ามีความแตกต่างจากที่อื่นมากที่สุด

สรุปผลทางการเงิน

ปัจจุบันกิจการมีเงินลงทุนทั้งหมด 400,000 บาท ประมาณการรายได้จากปีที่ 3 เป็นเงิน
12,217,000 บาทประมาณการต้นทุนการผลิตปีที่ 3 เป็นเงิน 440,529.50 บาท ประมาณการค่าใช้จ่าย
ในการขายปีที่ 3 เป็นเงิน 630,955 บาท มีกำไรสุทธิ 9,397,613.18 บาท

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจนี้ต่อหุ้นส่วนในบริษัท

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อหาผู้ร่วมลงทุน
2. เพื่อใช้เป็นเอกสารประกอบการกู้ยืมเงินกับธนาคาร
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนดำเนินธุรกิจ

โดยมีเงื่อนไขดังนี้ คือ

1. ผู้ร่วมลงทุนจะต้องรับผิดชอบการบริหารจัดการภายในของร้านร่วมกัน
2. เมื่อธุรกิจได้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนด จะมีการปันผลให้กับผู้ร่วมลงทุน

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมาหรือ แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มกิจการ

ธุรกิจการประดิษฐ์ T&A DIY เป็นธุรกิจที่ต้องพัฒนาการให้บริการกับลูกค้าเป้าหมายโดยเริ่มก่อตั้งกิจการเมื่อ 5 มิถุนายน 2562

ก่อตั้งโดย นางสาวกักรินทร์ ปั้นปัญญา

นายรัชชัย ชวดคำ

ที่อยู่ 120/88 ม.2 ซ.อุณาภิรติ ต.ท้ายบ้านใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ

แนวความคิดในการก่อตั้งกิจการ

เกิดขึ้นจากการคิดริเริ่มของผู้ประกอบการเอง เนื่องจากมีญาติผู้ใหญ่ได้มาเยี่ยมชมเส้นทางมาจากต่างจังหวัดได้นำข้าวใส่ในกระสอบป่านมาให้เป็นของฝากและเมื่อข้าวหมดก็ไม่ว่าจะนำกระสอบนั้นไปทำอะไรให้เกิดประโยชน์และโดยปกติเป็นคนที่ชอบในการประดิษฐ์จึงคิดลองทำกรอบรูปจากผ้ากระสอบ โดยนำกรอบรูปเก่าที่ไม่ได้ใช้งานและนำผ้ากระสอบมาขึ้นโครงเป็นดอกไม้ประดับลงบนกรอบรูป นำรูปมาเข้ากรอบและประดับไว้ในบ้าน ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของคนในบ้านและเพื่อนๆที่มาพบเห็น คนในครอบครัวรวมถึงเพื่อนๆจึงคิดสนับสนุนให้ลองทำขายตามตลาดดูก่อนซึ่งผลที่ได้คือได้รับการสนใจจากผู้บริโภคแต่ยังไม่ดีเท่าที่ควรจึงลองเปลี่ยนตลาดและจัดสรรการผลิตสินค้าและจัดหาวัสดุที่มีคุณภาพมากขึ้นโดยการไปวางจำหน่ายในตลาดที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมักมาเดินซึ่งได้รับการตอบรับดีขึ้นเป็นอย่างมากชาวต่างชาติให้ความสนใจ

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการ	ระยะเวลาในการดำเนินงาน	
1	จัดหาทำเลที่ตั้งของกิจการ	1 เดือน	30 วัน
2	จัดตกแต่งทั้งภายในและภายนอกของร้าน	1 เดือน	30 วัน
3	จัดซื้อเครื่องมือ,วัสดุและอุปกรณ์ในการใช้งาน	1 เดือน	30 วัน
4	ประชาสัมพันธ์ร้าน	1 เดือน	30 วัน
5	ประชุมวางแผนบุคลากรก่อนเปิดธุรกิจ	1 เดือน	30 วัน
6	เปิดดำเนินธุรกิจ		
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	5 เดือน	150 วัน

4. ผลิตภัณฑ์

เป็นธุรกิจรอบรูปจากงาน DIY แพลกใหม่และคุ้มค่ากับราคาที่ลูกค้าได้จ่ายไป มีความคงทน สามารถนำไปตกแต่งบ้านของตัวเองก็ดี หรือนำไปเป็นของขวัญของที่ระลึกโดยแก่คนที่รักก็ได้

แบ่งราคาดังต่อไปนี้

1. Size S 850 บาท
2. Size M 950 บาท
3. Size L 1,050 บาท



5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สถานะอุตสาหกรรม และสถานะตลาด

โดยใช้กลยุทธ์การสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค จากการสำรวจพฤติกรรมของบุคคลทั่วไป ทุกเพศทุกวัยโดยมาจากสาเหตุต่างๆ เช่น ความชอบ ความพึงพอใจที่จะต้องการผลิตภัณฑ์แบบไหน ทางบริษัทจึงได้นำผลิตภัณฑ์ กรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบออกสู่ที่ ้องตลาด เพราะผู้บริโภคในสมัยนี้มักให้ความสนใจกับสินค้า Hand made ที่มีคุณภาพแตกต่างและมีความคงทน

5.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

เกณฑ์ทางภูมิศาสตร์

- กลุ่มผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ตามบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮม คอนโด อพาร์ทเมนต์ ฯ

ที่อยู่บริเวณใกล้เคียงสถานที่ประกอบการ ถนนสุขุมวิท

เกณฑ์ทางด้านประชากร

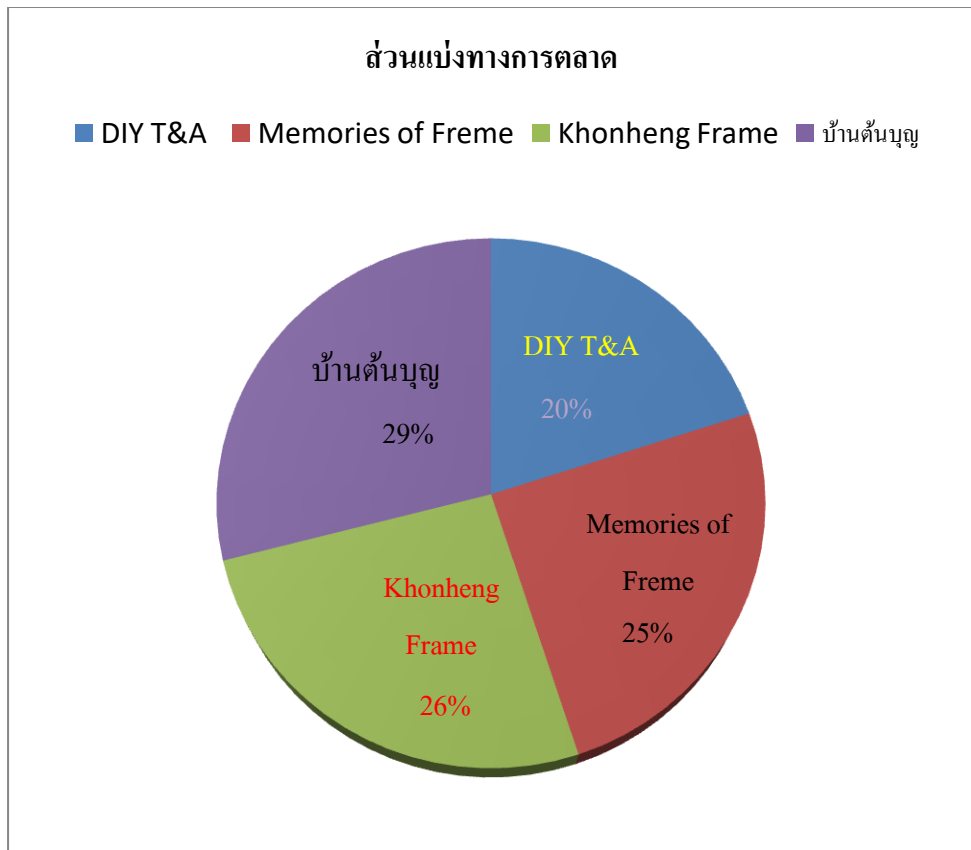
- กลุ่มชาวต่างชาติที่ชื่นชอบในงาน Hand Made กลุ่มบุคคลทำงานบริษัทเอกชนและรัฐบาลเพราะมีโอกาสได้พบปะกับบุคคลอื่นๆ

เกณฑ์ทางด้านจิตวิทยา

- กลุ่มชาวต่างชาติส่วนมากจะชื่นชอบและหลงใหลในงาน Hand Made

เกณฑ์ทางด้านพฤติกรรม

- กลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบในงาน Hand Made และรักในการตกแต่งบ้านหรือบุคคลที่มักจะได้พบปะกับบุคคลสำคัญๆ และเพื่อใช้เป็นของขวัญที่ระลึก



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

แนวโน้มทางการตลาดของ DIY T&A จะต้องอาศัยปัจจัยของสถานะเศรษฐกิจในการซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างมากเพราะ กรอบรูปดอกไม้จากผ้ากระสอบก็ไม่ได้จำเป็นต่อการดำรงชีวิตมากนัก โดยบริษัทของเราจะตรวจสอบตั้งแต่กระบวนการสรรหาวัตถุดิบ ขั้นตอนการผลิต จนถึงจำหน่ายสินค้าให้แก่กลุ่มเป้าหมาย

5.4 ตลาดเป้าหมาย

กลุ่มชาวต่างชาติที่ชื่นชอบในงาน Hand Made และกลุ่มคนวัยทำงานบริษัทเอกชน และรัฐบาลที่มีโอกาสจะได้พบปะกับบุคคลอื่นๆ

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจการคือ กลุ่มชาวต่างชาติและผู้บริโภคที่สนใจในตัวสินค้า Hand made ที่แปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร สวยงาม ทันสมัย รูปลักษณ์สินค้าที่ดูราคาแพง แต่แท้ที่จริงแล้วราคาจับต้องได้เกินความคาดหมาย

5.6 สภาพการแข่งขัน

ในปัจจุบันการแข่งขันของช่องทางการตลาดจะมีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ เพราะว่ากิจการร้านกรอบรูปนั้นมีเพิ่มขึ้นอยู่เสมอและมีการแข่งขันในด้านความสวยงาม ความทันสมัย เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และดึงดูดลูกค้าให้สนใจมากยิ่งขึ้น โดยบริษัทเราจะมีการเพิ่มประสิทธิภาพของสินค้าและศักยภาพให้มากขึ้นเพื่อจะได้สามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นในท้องตลาดได้ ผู้ประกอบการแต่ละรายด้วยสภาพการแข่งขันของธุรกิจที่รุนแรงขึ้นทุกปีส่งผลให้แต่ละร้าน ต้องทยอยออกมาทำการตลาดเพื่อหวังกระตุ้นแบรนด์ของตนเองให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่องเพราะต้องหาข้อแตกต่างกับคู่แข่งเพื่อให้คู่แข่งแย่งลูกค้าได้ ทำเลียบบาทสำคัญกับธุรกิจอะไรก็ตามที่ต้องพบปะกับลูกค้าโดยตรงงไม่มีประโยชน์ถ้าไปเปิดร้านในซอยเปลี่ยว ที่ไม่มีคนเดินผ่านหรือในแหล่งชุมชนที่ไม่มีกำลังจ่าย เพราะถ้าพึ่งค่าครองชีพให้อยู่ไปวันๆ ยังยากลำบากอยู่เพราะฉะนั้นทำเลที่เหมาะสมคือย่านที่มีคนเดินผ่านอย่างพลุกพล่าน

5.7 คู่แข่งขัน

1. Memories of freme
2. Khonheng Freme
3. บ้านต้นบุญ

5.8 รายละเอียดเปรียบเทียบคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	DIY T&A	Memories of freme	Khonheng Freme	บ้านต้นบุญ
ด้านผลิตภัณฑ์	กรอบรูป DIY ดอกไม้ จากผ้ากระสอบ	กรอบรูปแขวนผนังจาก ไม้อัด	กรอบรูปอลูมิเนียม	กรอบรูปผ้าแคนวาส
ด้านราคา	Size S 850 บาท Size M 950 บาท Size L 1,050 บาท	ขนาดเล็ก 499 บาท ขนาดกลาง 599 บาท ขนาดใหญ่ 699 บาท	ขนาดเล็ก 900 บาท ขนาดกลาง 1,000 บาท ขนาดใหญ่ 1,100 บาท	ขนาดเล็ก 550 บาท ขนาดกลาง 680 บาท ขนาดใหญ่ 780 บาท
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	- 120/88 ม.2 อุณาภิ - ช่องทางออนไลน์ Faecbook : DIYT&A Line : diyta.2126	- ห้าง บิ๊กซี สาขา สมุทรปราการ ชั้น 1	- ห้างโรบินสัน สาขา สมุทรปราการ ชั้น 2	- ตลาดปากน้ำ ถ. ประโคนชัย
ด้านการส่งเสริม การตลาด	- ลูกค้าที่ซื้อสินค้าครบ 1,499 บาท ลด 10 %	- การแจกใบปลิว	- ซื้อสินค้าครบ 1,000 จัดทำรูปโพลาลอย ฟรี 20 ใบ	- มีป้ายหน้าร้าน และ จัดแสดงสินค้า

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ Swot Analysis

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	- บริษัทมีการรับบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถ - ผู้บริหารมีมนุษยสัมพันธ์ดี ใส่ใจและเข้าถึงพนักงานทุก ๆ คน และยังช่วยพนักงานแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ	- ในบริษัท บุคลากรขาดประสบการณ์ในการทำงานเป็นทีม - พนักงานของบริษัทยังคงขาดจรรยาบรรณในการทำงาน เช่น การเข้าทำงานสาย ไม่มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน
ด้านการตลาด	- มีการอัพเดทข้อมูลการ ให้บริการผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ Facebook : DIY Y&A , Line : diyta.21	- เป็นธุรกิจที่เปิดใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักผู้บริโภคมากนัก

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค(Threats)
ด้านการบริการ	- ผู้บริหารมีทักษะความรู้และความสามารถ รวมทั้งประสบการณ์ในการประดิษฐ์ของใช้ต่างๆจากวัสดุเหลือใช้ ทั้งยังมีการคัดเลือกพนักงานที่มีทักษะการทำงานความชำนาญ และประสบการณ์เข้ามาทำงาน ทำให้สร้างความมั่นใจในด้านคุณภาพที่ดีให้แก่ลูกค้า	- พนักงานอาจไม่มีทักษะด้านการขายและความรู้ที่เกี่ยวกับสินค้ามากพอต้องอบรมการขายและความรู้เบื้องต้นให้กับพนักงานบ่อยครั้ง - ร้าน DIY T&A เป็นธุรกิจเปิดใหม่อาจจะยังจัดการบริการได้ไม่ดีมากนัก ซึ่งอาจส่งผลให้มทาง การดำเนินงานในระบบ อาจเกิดปัญหา หากผิดพลาดเกิดขึ้นได้
ด้านการเงิน	- การจัดงบประมาณอย่างเป็นระบบ วางแผน และการจัดสรรงบประมาณก่อนเริ่มปฏิบัติงานจริงทุกครั้ง พร้อมทั้งจัดทำเอกสารค่าใช้จ่ายที่เป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน จะช่วยควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี	- เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องการใช้เงินส่วนของเจ้าของ ในการดำเนินงานทั้งหมดทำให้การดำเนินงานที่ใช้เงินทุนจำนวนมากในครั้งเดียว เช่น ค่าใช้จ่าย การซื้อวัสดุ และอุปกรณ์ เป็นต้น ที่มีการจ่ายออกเป็นจำนวนมากอาจทำให้ร้านขาดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค(Threats)
ตลาดและกลุ่มเป้าหมายลูกค้า	- ในกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบในงาน Hand Made และในกลุ่มคนวัยทำงานมักจะได้พบปะกับผู้ใหญ่ ในวันสำคัญก็สามารถนำไปใช้เป็นของขวัญหรือเป็นของสมคุณค่าได้	- ผู้บริโภค จะมีโอกาสเลือกซื้อกรอบรูปในแบบอื่นๆได้เพราะในปัจจุบัน มีผู้ประกอบการหลากหลายรูปแบบในธุรกิจนี้

สถานการณ์ แข่งขัน	- นวัตกรรมที่สนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์เกิด ความโดดเด่น และแตกต่างกับตราสินค้า อื่น	- ในด้านก ารเข้าสู่ตลาดธุรกิจ ขายสิ่งของจากการประดิษฐ์ มี หลากหลายรูปแบบ ทำให้การ แข่งขันค่อนข้างสูง
สังคม	- วัฒนธรรมค่านิยมของสังคมในปัจจุบันเข้า สู่ยุคโลกาวิวัตน์ เกิดการไหลรวมของวัฒน ธรรม และค่านิยมจากต่างชาติ ส่งผลให้เกิด ค่านิยมด้านสินค้า Hand Made	- หากเงินบาทอ่อนตัว หรือ ค่าเงินต่างประเทศปรับตัวสูง กว่าปกติ ทำให้ต้นทุนสินค้ามี ราคาสูงขึ้น ทำให้ได้รับ กำไร น้อยกว่าปกติ
เทคโนโลยี	- ร้าน DIY T&A มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ ในโซเชียวเน็ตเวิร์กในการโปรโมท โฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัด กิจกรรมของทางร้านซึ่งทำให้ลูกค้าเป็นที่ รู้จักร้าน DIY T&A มากขึ้น	- ในการนำเทคโนโลยีมาช่วย อาจทำให้ข้อมูลของทางร้านสูญ หาย ระบบ อาจเกิดการขัดข้อง หรือเกิดการชะงักในการจัดการ ทางระบบในส่วนของการใช้โซ เชียวเน็ตเวิร์กในการโปรโมท ประชาสัมพันธ์ร้าน
สภาพเศรษฐกิจ	- ตลาดอุตสาหกรรมมีแนวโน้มเติบโตอย่าง ต่อเนื่องเพิ่มขึ้นค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับ ธุรกิจที่ใช้เงินทุนจดทะเบียนในระดับ เดียวกัน - ราคาน้ำมันมีการปรับตัวลดลงอย่าง ต่อเนื่องส่งผลให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อเพิ่ม มากขึ้นและรัฐบาลก็ยังมีนโยบายการ สนับสนุน ธุรกิจ SME	- ทำให้ผู้บริโภคยังคงระมัดระวัง การใช้จ่ายต่อสินค้าฟุ่มเฟือย ค่อนข้างมาก - ในการกลับกันจากการที่ เศรษฐกิจไทยปรับตัวขึ้นทั้งนี้ยัง มีการส่งเสริมการลงทุนสำหรับ ผู้ประกอบการรายย่อยอาจส่งผล ให้เกิดคู่แข่งทางการตลาด เพิ่มขึ้นตามไปด้วย
กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ	- มีการรณรงค์ให้ใช้วัสดุเหลือใช้	- มีการเปลี่ยนแปลงระเบียบ ข้อบังคับของกฎหมาย
กลุ่มผู้จำหน่าย ,เครือข่าย	- ตัวแทนจำหน่าย - ห้างสรรพสินค้า	- เป็นบริษัทที่เปิดใหม่จึงทำให้ ไม่เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้คนมาก นัก

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	T&A DIY
ที่อยู่ / ที่ตั้งกิจการ	120/88 ม.2 ซ.อุณาภิรติ ต.ท้ายบ้านใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	เป็นธุรกิจที่มีผู้ร่วมลงทุน
ทุนจดทะเบียน	400,000 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 - เดือนกุมภาพันธ์ 2563
หมายเลขทะเบียนการค้า	1995572930011

6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง
1	นางสาวกักรินทร์ ปันปัญญา	ประธาน
2	นายรัชชัย ชวดคำ	รองประธาน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจในการบริหารจัดการของทางร้านขึ้นอยู่กับ นางสาวกักรินทร์ ปันปัญญา เท่านั้น ซึ่งเป็นผู้มีส่วนการสูงสุดภายในร้าน

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1	นางสาวกักรินทร์ ปันปัญญา	20,000	200,000	50%
2	นายรัชชัย ชวดคำ	20,000	200,000	50%
	รวมจำนวนหุ้น / มูลค่าหุ้น	40,000	400,000	100%

*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

A. ชื่อ-นามสกุล นางสาวกักรินทร์ ปิ่นปัญญา อายุ 21 ปี

การศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จาก กศน. สมุทรปราการ ปีการศึกษา 2561

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2561 บริษัท ปราการเจริญยนต์ จำกัด ตำแหน่ง การเงิน

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 จากการแข่งขัน สิ่งประดิษฐ์ด้วยความคิดสร้างสรรค์
จาก บริษัท ปราการเจริญยนต์ จำกัด

B. ชื่อ-นามสกุล นายรัชชัย ชวดคำ อายุ 24 ปี

การศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนเทพศิรินทร์สมุทรปราการ

ปีการศึกษา 2561

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2561 บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป ตำแหน่ง พนักงานต้อนรับ

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 จากการแข่งขันประกวด สิ่งประดิษฐ์ วิทยาศาสตร์
จาก โรงเรียนเทพศิรินทร์ สมุทรปราการ

6.6 แผนผังองค์กร



นางสาวกัชรินทร์ ปั่นปัญญา

ประธาน



นายรัชชัย ชวดคำ

รองประธาน

6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

A. ชื่อ	นางสาวกักรินทร์ ปั่นปัญญา
ตำแหน่ง	ประธานบริษัท
หน้าที่ความรับผิดชอบ	วางแผนการบริหารจัดการ ภายในบริษัท
การศึกษา / คุณสมบัติ	กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
อัตราเงินเดือน	15,000 บาท / เดือน
B. ชื่อ	นายรัชชัย ชวดคำ
ตำแหน่ง	รองประธานบริษัท
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ช่วยในการบริหารจัดการทุก ฝ่ายในบริษัท
การศึกษา/คุณสมบัติ	กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
อัตราเงินเดือน	14,000 บาท/เดือน

6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน
1	นางสาวกักรินทร์ ปั่นปัญญา	ประธานบริษัท	1	15,000
2	นายรัชชัย ชวดคำ	รองประธานบริษัท	1	14,000
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			2	29,000

6.9 วิสัยทัศน์

ต้องการเป็นธุรกิจที่มีคว DIY ที่มีความแปลกใหม่ หลากหลาย ต่างจากคู่แข่ง

6.10 พันธกิจ

1. กิจการมุ่งสร้างความพึงพอใจและให้เกิดความประทับใจในการซื้อสินค้า
2. พัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ให้กับผู้บริโภคอยู่เสมอและสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. สร้างการรับรู้ของผู้บริโภคต่อแบรนด์ DIY T&A ให้เป็นที่รู้จัก เพิ่มจำนวนขนาดให้ครอบคลุมที่กำลังเป็นที่นิยมสนใจ
2. พัฒนาให้มีการเพิ่มสินค้า Hand made อย่างหลากหลาย

เป้าหมายระยะกลาง

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และ เพิ่มชนิดของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้า Hand made พร้อมทั้งเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น
2. ผลิตภัณฑ์ Hand made ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกิจการ

เป้าหมายระยะยาว

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น ขยายตลาดไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน และพัฒนาแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาดอาเซียน
2. พัฒนาสินค้า Hand made ให้สามารถก้าวเข้าสู่สากล

6.12 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. พัฒนาแนวทางการประกอบธุรกิจและพัฒนาธุรกิจให้ตราสินค้าเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ Hand made รูปแบบใหม่ ให้มีรูปแบบการใช้งานที่สะดวกมากขึ้น มีคุณภาพที่สูงขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีที่สุด

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีการจ่ายเงินปันผลให้หุ้นส่วนทุกๆ คน โดยยึดหลักในหารถือครองหุ้นส่วน
2. หลังจาก 2 ปีเป็นต้นไปหุ้นส่วนทุกคนจะได้รับเงินปันผลเพิ่มขึ้น

6.14 แผนดำเนินการอื่นธุรกิจ

แผนการขยายกิจการเพื่อเพิ่มฐานข้อมูลลูกค้าให้มากขึ้นจากเดิมโดยจะเน้นการจัดตั้งสถานที่การให้บริการที่ใกล้กับคอนโด อพาร์เมนต์ ห้างเช่า หรือบริเวณที่มีผู้คนอาศัยอยู่จำนวนมาก และมีการผลิตสินค้าใหม่ในราคารที่ต่ำลงสินค้าหลากหลายขนาด

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมายทางการตลาด

1. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายขยายกลุ่มเป้าหมาย
2. ขยายกิจการเพิ่มสาขา
3. กำไรปีต่อไปเพิ่มขึ้นจากเดิม 20 %

7.2 กำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. ผู้ที่ชอบในสินค้า DIY ที่มีคุณภาพดีและราคาจับต้องได้
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจสินค้า DIY

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

กรอบรูปจากงาน Hand Made การนำผ้ากระสอบมาตกแต่งเพิ่มเติมกับกรอบรูปไม้สี่เหลี่ยมที่ธรรมดาให้มีความแตกต่างและไม่ซ้ำใครเพื่อดึงดูดความสนใจ ไม้กรอบรูปทำขึ้นจากไม้สนอย่างดี แต่มีความแข็งแรงคงทนสามารถ ใช้ได้นานการออกแบบนำเอาผ้ากระสอบธรรมดา มาสร้างสรรค์ให้สวยงามมีความ Classic จากสีผ้ากระสอบเดิม บนขอบของกรอบรูป การตกแต่งเพิ่ม ด้วยดอกไม้เป็นดอกชบาสีแดงสด เพิ่มความโดดเด่นให้กรอบรูป ผลิตภัณฑ์ ทำด้วยมือจาก ความปรารถนาทำให้กรอบรูปที่ธรรมดาแต่ไม่ธรรมดาจากการตกแต่ง ขนาดของกรอบรูป ขนาดเล็ก (S) 30*45 CM. ขนาดกลาง (M) 40*60 CM. ขนาดใหญ่ (L) 50*70 CM. ราคาสินค้า มีความเรียบง่าย จัดจำได้ง่าย DIY T&A การใช้ Font สีน้ำเงินลดทอนดอกไม้สีขาวตาชวนมองและเนื่องจากเป็น สินค้า Hand made จึงต้องใช้เวลาในการทำสินค้าด้วยความประณีต หากลูกค้า ได้รับสินค้าแล้วเกิดความเสียหาย อันเนื่องเป็นเหตุมาจากทางร้าน ทางร้านขอรับประกันการซ่อมแซมสินค้าฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น หรือหากสินค้าชำรุดเสียหายมากแล้วลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจต้องการคืน สินค้าทางร้านเรายินดีรับผิดชอบโดยการคืนเงิน



7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

มีการกำหนดราคาในระดับที่ราคาถูก เพราะเรากำลังถึงรายได้ของกลุ่มเป้าหมาย แต่เชื่อว่าลูกค้าก็สามารถยอมรับได้เพราะ สินค้าที่จัดทำขึ้นคัดสรรจากวัสดุที่มีคุณภาพเชื่อว่าจะทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่คุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป

สินค้า	ราคาสินค้า
กรอบรูป Hand made size. S	850 บาท ต่อชิ้น
กรอบรูป Hand mand size. M	950 บาท ต่อชิ้น
กรอบรูป Hand mand size. L	1,050 บาท ต่อชิ้น

การชำระเงิน

ลูกค้าสามารถชำระเป็นเงินสด หรือ โอนชำระเงินผ่านบัญชีธนาคารของทางร้าน (โดยไม่มีขั้นต่ำ) ได้ตามบัญชีธนาคารของทางร้าน ดังนี้

ชื่อบัญชีร้าน “ นางสาวกักรินทร์ ปั่นปัญญา ”

ช.กสิกรไทย เลขที่บัญชี 407- 6 – 65527 – 7 บัญชี ธนาคารไทยพาณิชย์

สาขา โรบินสัน สมุทรปราการ

พร้อมเพย์ 096-919-8273



จ่ายมาพร้อมเพย์หมายเลข

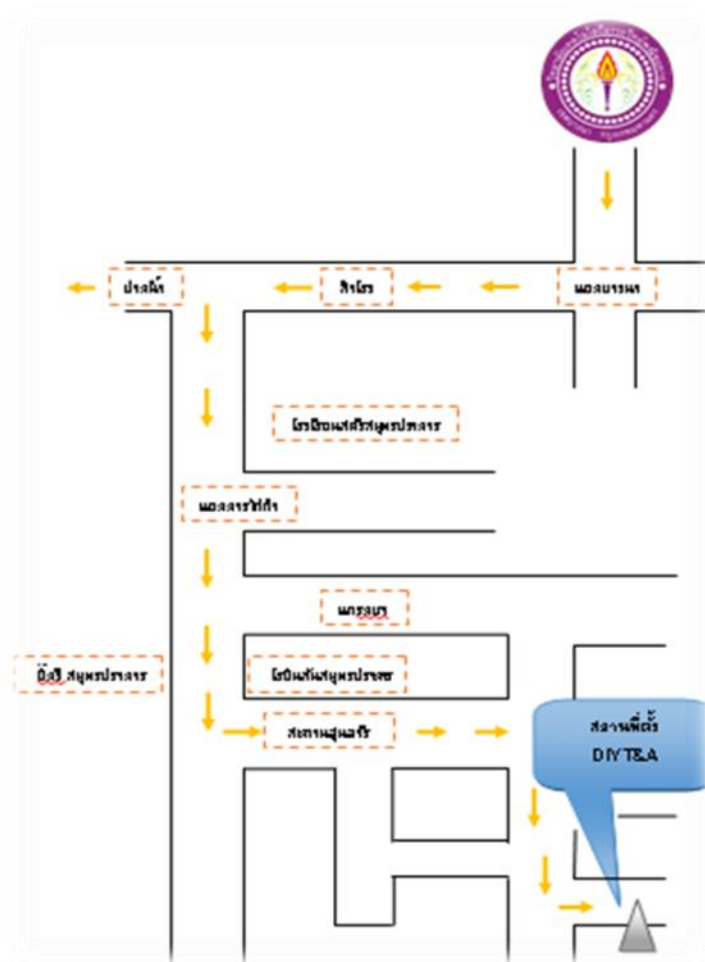
xxx-xxx-8273

คิวอาร์โค้ด พร้อมเพย์

7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ธุรกิจนี้ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีคนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ใกล้ห้างสรรพสินค้า

สถานที่บริการ 120/88 ม.2 อุ่นอารี ต.ท้ายบ้านใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270



ช่องทางการติดต่อออนไลน์ ลูกค้าสามารถ สอบถามรายละเอียดสินค้าและราคาสินค้า ได้

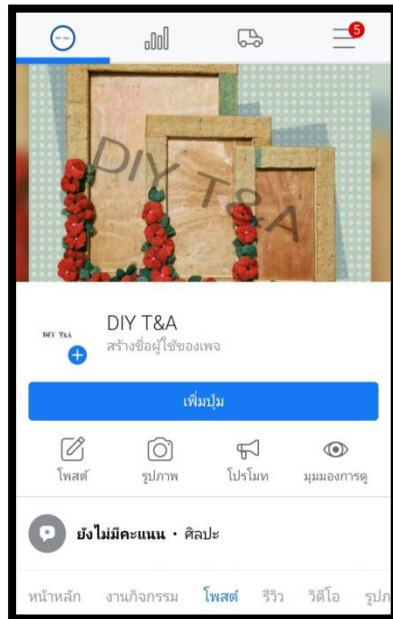
ตามช่องทางหลักในหน้าเพจ Facebook : DIY T&A หรือ Li n e : diyta.2126



FB : DIY T&A



Line ID : diyta21



7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

ร้าน DIY T&A เป็นร้านที่เพิ่งเปิดตัวขึ้นได้ไม่นาน โดยทางร้านมีการส่งเสริมการขายคือ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าครบ 1,499 บาทขึ้นไป รับส่วนลด 10% และเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้า 3 ชิ้นขึ้นไปทางร้านจัดส่งให้ฟรี การประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Media โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้ลูกค้าเกิดการกลับมาสั่งซื้อสินค้าซ้ำ และต้องการให้ลูกค้าติดต่อกับทางร้านได้สะดวกรวดเร็วจนเกิดการจงรักภักดีต่อแบรนด์ของเรา

- โลโก้ร้าน “DIY T&A”

DIY T&A

- ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social Media : Facebook , Line



FB : DIY T&A

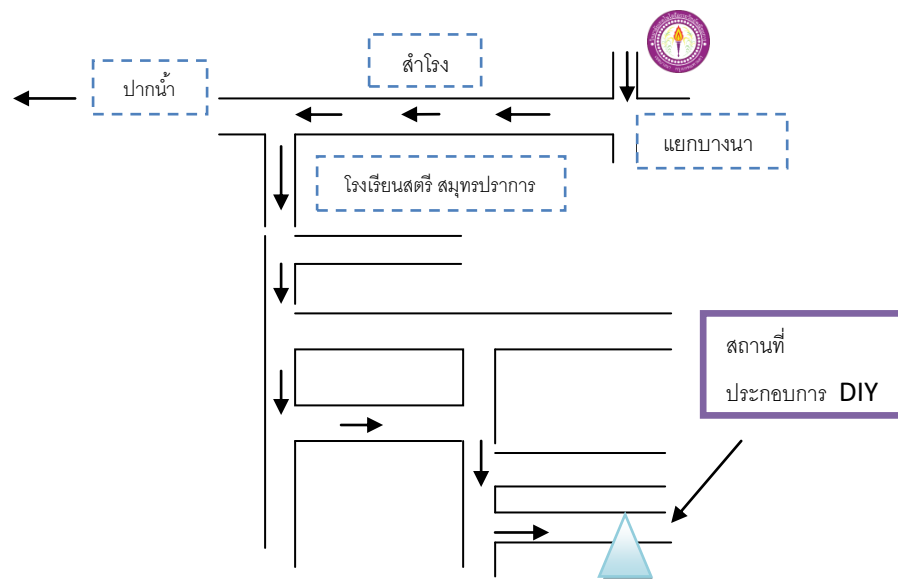


Line ID : diyta21

8. แผนการบริการ

8.1 สถานประกอบการในการบริการ

ที่ตั้งสถานที่ 120/88 ม.2 ซ.อุ่มอารี ต.ท้ายบ้านใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ



8.2 อุปกรณ์ และเครื่องมือในการบริการ

ลำดับ	รายการ	ลักษณะการใช้งาน	จำนวน	ราคาทุน	อายุ
1	เลื่อยไฟฟ้า	ใช้สำหรับตัดไม้ทำ กรอบรูป	2	2,400	5
2	ตลับเมตร	ใช้วัดความกว้าง-ยาว	2	350	5
3	กรรไกร	ใช้ตัดผ้ากระสอบ	2	200	5

8.3 ข้อมูลบริการ

จำนวนหน่วยการบริการสูงสุด	30 / 900 / 10,800	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
อัตราประมาณการในการบริการ	30 / 900 / 10,800	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
เป้าหมายหน่วยการบริการ	30 / 900 / 10,800	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
เวลาที่ใช้ต่อรอบการบริการ	30 / 900 / 10,800	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
เวลาการบริการต่อวัน	540 / 9	หน่วย (นาที / ชั่วโมง)
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการบริการ	1	คน
อัตราค่าจ้างแรงงานในการบริการ	350	บาท (ต่อคน / วัน)

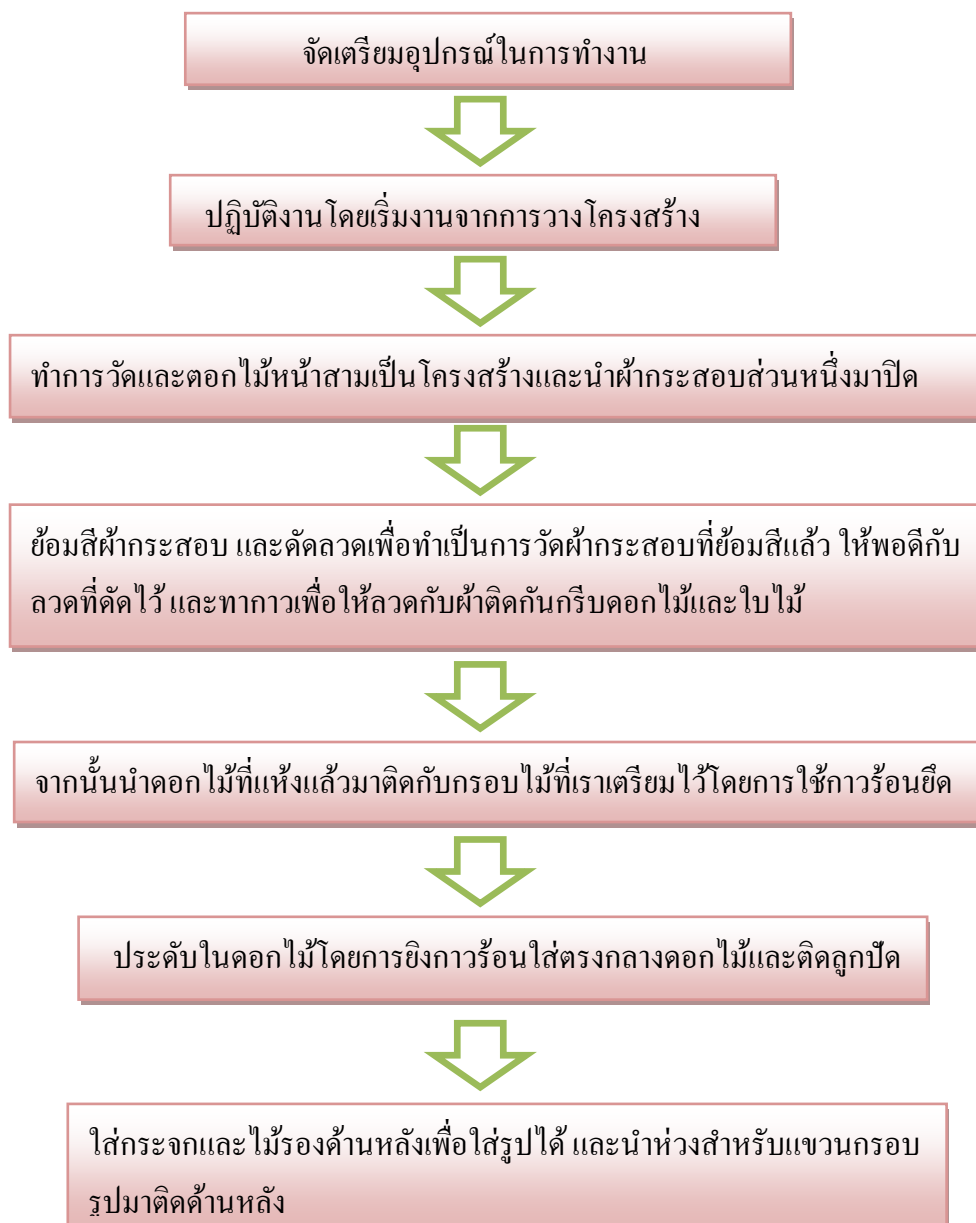
8.4 รายละเอียดผลิตภัณฑ์

1. ไม้อัด
2. ไม้สน
3. กระจก
4. ผ้ากระสอบ
5. ลวดสำหรับงานประดิษฐ์
6. กาว
7. ลูกปัด
8. ด้ายแขวนผนัง

8.5 ขั้นตอนในการบริการ

1. รับออเดอร์การสั่งซื้อจากลูกค้า
2. เช็คลิสต์สินค้า ขนาดของสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ
3. สรุปยอดการสั่งซื้อให้แก่ลูกค้า
4. แจ้งช่องทางการชำระเงินให้แก่ลูกค้า
5. รับยอดการชำระเงิน
6. เก็บรายละเอียดสินค้าก่อนส่งสินค้า
7. แพ็คสินค้าลงกล่อง และส่งสินค้า
8. ลูกค้าได้รับสินค้า

8.6 แผนผังกระบวนการบริการ



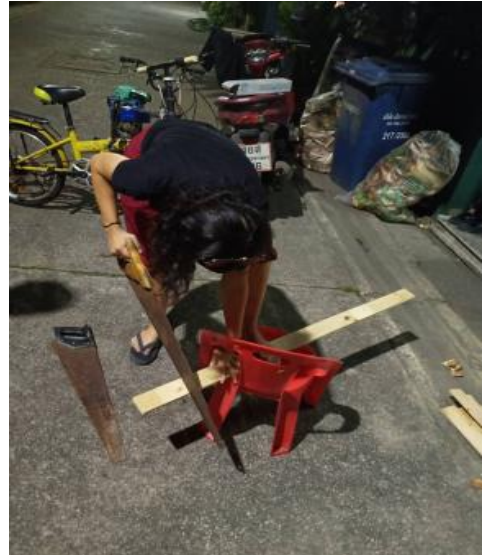
- จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน



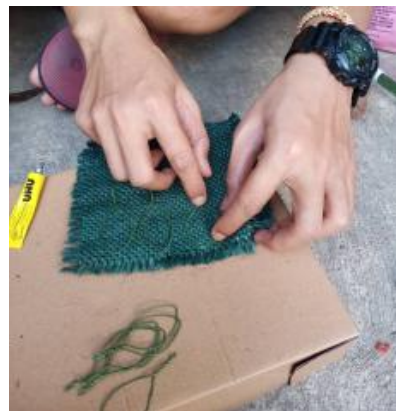
- ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง



- ทำการวัดและตอกไม้หน้าสามเป็นโครงสร้างและนำผ้ากระสอบส่วนหนึ่งมาปิด



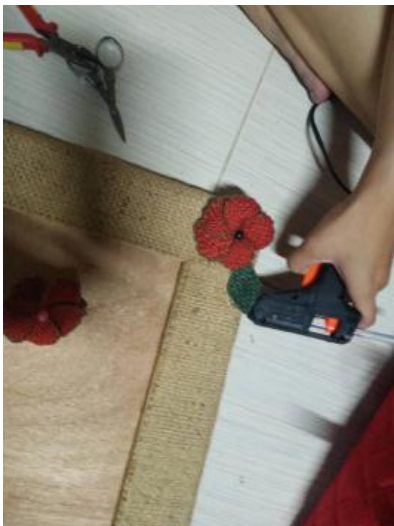
- ย้อมสีผ้ากระสอบ และตัดลวดเพื่อทำเป็น การมัดผ้ากระสอบที่ย้อมสีแล้ว ให้พอดีกับลวดที่ตัดไว้ และตากาวเพื่อให้ลวดกับผ้าติดกันกริบดอกไม้และใบไม้



จากนั้นนำดอกไม้ที่แห้งแล้วมาติดกับกรอบไม้ที่เราเตรียมไว้โดยการใช้กาวร้อนยึด



- ประดับในดอกไม้โดยการยิงกาวร้อนใส่ตรงกลางดอกไม้และติดลูกปัด



- ใส่กระจกและไม้รองด้านหลังเพื่อใส่รูปได้ และนำห่วงสำหรับแขวนกรอรูปมาติดด้านหลัง



9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินกู้ยืม	รวมมูลค่า
1	เงินสด	400,000	-	400,000
2				
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	400,000	-	400,000
	โครงสร้างทางการเงิน (เปอร์เซ็นต์)	100%	-	100%

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1	ที่ดิน	-	-
2	อาคาร (ตู้คอนเทนเนอร์)	ใช้สำหรับจัดทำสินค้า	300,000
3	ส่วนตกแต่ง / ปรับปรุง	-	-
4	อุปกรณ์ / เครื่องมือ	ใช้ในการจัดทำสินค้า	3,500
5	เครื่องใช้สำนักงาน	ใช้ในการจัดทำสินค้า	30,000
6	ยานพาหนะ	ใช้ในการจัดส่งสินค้า	150,000
7	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-
8	ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-
9	รายการอื่นๆ (ถ้ามี)	-	-
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน			483,500

9.3 สมมติฐานทางการเงิน

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

9.4 นโยบายทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ระยะเวลาการให้เครดิตค่าบริการ - วัน / เดือน	-	-	-
ระยะเวลาเครดิตสินค้า - วัน / เดือน	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะสั้นที่ขอกู้ยืม (ถ้ามี) - บาท	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะยาวที่ขอกู้ยืม (ถ้ามี) – บาท	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น - %	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว - %	-	-	-
นโยบายการตั้งสำรองเงินสดในกิจการ	200,000		
การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขอื่นๆ	-		
นโยบายทางการเงินอื่นๆ	-		

หมายเหตุ : การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายทุกรายการขึ้นกับสถานะของเศรษฐกิจ

9.5 ประมวลการในการขายรายเดือน

[illegible]

9.6 ประมาณการรายได้จากการบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ (คน)			
กรอบรูป Hand made size. S	2,400.00	2,520.00	2,772.00
กรอบรูป Hand made size. M	3,600.00	3,780.00	4,158.00
กรอบรูป Hand made size. L	4,800.00	5,040.00	5,544.00
รวมจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ	10,800.00	11,340.00	12,474.00
ค่าบริการ (บาท / หน่วย)			
กรอบรูป Hand made size. S	850.00	850.00	850.00
กรอบรูป Hand made size. M	950.00	950.00	950.00
กรอบรูป Hand made size. L	1,050.00	1,050.00	1,050.00
ค่าบริการเฉลี่ย	2,850.00	2,850.00	2,850.00
รายได้จากการบริการ (บาท)			
กรอบรูป Hand made size. S	2,040,000.00	2,142,000.00	2,356,200.00
กรอบรูป Hand made size. M	3,420,000.00	3,591,000.00	3,950,100.00
กรอบรูป Hand made size. L	5,040,000.00	5,292,000.00	5,821,200.00
รวมรายได้จากการบริการ (บาท)	10,500,000.00	11,025,000.00	12,127,000.00
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
ขายด้วยเงินสด	10,500,000.00	11,025,000.00	12,127,000.00
ขายด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน / เดือน)	-	-	-
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	-	-	-
เงินสดรับจากการบริการ (บาท)	10,500,000.00	11,025,000.00	12,127,000.00

9.7 ประมาณการต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาเพื่อขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสินค้าที่ซื้อในการบริการ (หน่วย)			
ผ้ากระสอบ S/600 M/120 L/2400	42	45	50
กระจกใส่กรอบรูป S	24	26	29
กระจกใส่กรอบรูป M	36	38	42
กระจกใส่กรอบรูป L	48	51	57
ไม้สน S/800 M/1800 L/2400	50	53	59
ราคาต่อหน่วยของสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ (บาท)			
ผ้ากระสอบ (แพ็ค)	500.00	525.00	577.50
กระจกใส่กรอบรูป S (แพ็ค)	1,000.00	1,050.00	1,155.00
กระจกใส่กรอบรูป M (แพ็ค)	1,150.00	1,207.50	1,328.25
กระจกใส่กรอบรูป L (แพ็ค)	1,250.00	1,312.50	1,443.75
ไม้สน (มัด)	650.00	682.50	750.75
ต้นทุนสินค้าซื้อมาในการบริการ (บาท)			
ผ้ากระสอบ	21,000.00	23,625.00	28,875.00
กระจกใส่กรอบรูป S	24,000.00	27,300.00	33,495.00
กระจกใส่กรอบรูป M	41,400.00	45,885.00	55,786.00
กระจกใส่กรอบรูป L	60,000.00	66,937.50	82,293.75
ไม้สน	32,500.00	36,172.50	44,294.25
รวมต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการบริการ (บาท)	178,900.00	199,920.00	244,744.50
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	-	-	-
ซื้อสินค้ามาด้วยสินเชื่ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน / เดือน)	-	-	-
เจ้าหนี้การค้าสินค้าซื้อมาเพื่อบริการรวม	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าบริการและสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ	178,900.00	199,920.00	244,744.50

9.8 ประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนค่าบริการ (บาท)	178,900.00	199,920.00	244,744.50
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อบริการ	126,000.00	132,300.00	145,530.00
ค่าแรงงานในการบริการ	-	-	-
ค่าไฟฟ้าในการบริการ	-	-	-
ค่าน้ำมันในการเดินทาง	10,000.00	10,500.00	11,550.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการบริการ	-	-	-
ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือบริการ	23,000.00	24,150.00	26,565.00
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการบริการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการบริการ	10,000.00	10,500.00	11,550.00
รวมต้นทุนการบริการ	347,900.00	377,370.00	439,939.50
ค่าเสื่อมราคาในการบริการ (บาท)	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการบริการ	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์และเครื่องมือบริการ	590.00	590.00	590.00
ค่าเสื่อมยานพาหนะ	-	-	-
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการบริการ	590.00	590.00	590.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น			
+ บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	348,490.00	377,960.00	440,529.50

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริการและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	348,000.00	365,400.00	401,940.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	21,000.00	22,050.00	24,255.00
ค่าใช้จ่ายเช่าสำนักงาน	100,000.00	105,000.00	115,500.00
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	24,000.00	25,200.00	207,720.00
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	-	-	-
ค่าใช้จ่ายวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงาน	-	-	-
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่างๆ	-	-	-
ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	10,000.00	10,500.00	11,550.00
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	-	-	-
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง	-	-	-
ค่าใช้จ่าย Commission จากการบริการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	521,000.00	547,050.00	601,755.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย			
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน	15,000.00	15,000.00	15,000.00
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ส่วนสำนักงาน	6,700.00	6,700.00	6,700.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	7,500.00	7,500.00	7,500.00
รวมค่าเสื่อมราคา	29,200.00	29,200.00	29,200.00
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	550,200.00	576,250.00	630,955.00

9.10 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการบริการ	10,500,000.00	11,025,000.00	12,127,500.00
รายได้อื่น ๆ	-	-	-
รวมรายได้	10,500,000.00	11,025,000.00	12,127,500.00
หัก – ต้นทุนขาย	348,490.00	377,960.00	440,529.50
กำไรขั้นต้น	10,151,510.00	10,647,040.00	11,686,970.50
หัก – ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	550,200.00	576,250.00	630,955.00
กำไรจากการดำเนินการ	9,601,310.00	10,070,790.00	11,056,015.50
หัก – ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	9,601,310.00	10,070,790.00	11,056,015.50
หัก – ภาษีเงินได้นิติบุคคล	1,440,196.50	1,510,618.00	1,658,402.32
กำไรสุทธิ	8,161,113.50	8,560,171.50	9,397,613.18
หัก – เงินปันผลจ่าย	-	-	-
กำไรสะสม	-	8,161,113.50	399,058.00
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น	8,161,113.50	399,058.00	8,998,555.18
มูลค่าทางบัญชีหุ้น	20.40	0.99	22.49

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินการ			
เงินสดรับจากการบริการ	10,500,000.00	11,025,000.00	12,127,500.00
เงินสดรับจากรายได้อื่น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริการ	348,490.00	377,960.00	440,529.50
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	550,200.00	576,250.00	630,955.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	1,440,196.50	1,510,618.50	1,658,402.32
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินการรวม	8,161,113.50	8,560,171.50	9,39,613.18
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อาคาร (ตู้คอนเทนเนอร์)	300,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ยานพาหนะ	150,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	3,500.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์เครื่องใช้สำนักงาน	30,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุนรวม	483,500.00	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดรับจากการก่อหนี้สิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงินรวม	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ	7,677,613.50	8,560,171.50	9,397,613.18
บวก + กระแสเงินสดต้นงวด	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	7,677,613.50	8,560,171.50	9,397,613.18

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน	7,677,613.50	8,560,171.50	9,397,613.18
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร			
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	-	-	-
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	483,500.00	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	483,500.00	-	-
รวมสินทรัพย์	8,161,113.50	8,560,171.50	9,397,613.18
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน (ค่า) กว่าทุน	8,161,113.50	399,058.00	8,998,555.18
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	8,161,1113.50	399,058.00
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	8,161,113.50	8,560,171.50	9,397,613.18
รวมหนี้สินส่วนของผู้ถือหุ้น	8,161,113.50	8,560,171.50	9,397,613.18

9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	-	-	-
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	สภาพคล่องตัวสูง	สภาพคล่องตัวสูง	สภาพคล่องตัวสูง
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน			
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	-	-	-
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-
ระยะเวลาดินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน			
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	96.68 %	96.57 %	96.36 %
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	91.44 %	91.34 %	91.16 %
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	77.72 %	77.64 %	77.49 %
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per Share)	20.40	0.99	22.49
มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book Value)	10	10	10
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	3 ปี	3 ปี	3 ปี
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	3 ปี	3 ปี	3 ปี
ระยะเวลาคืนทุน	3 ปี	3 ปี	3 ปี

10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	คู่แข่งเพิ่มมากขึ้น	ทำให้ธุรกิจสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดที่คาดว่าจะได้รับไปบางส่วน	เพิ่มรูปแบบของสินค้าให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอเพื่อรักษาลูกค้าเก่าและดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่
2	มีพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	ทำให้การบริการลูกค้าล่าช้าและอาจทำให้เสียลูกค้าไปบางส่วน	เพิ่มจำนวนพนักงานในร้านและฝึกอบรมให้พนักงานมีความชำนาญในการปฏิบัติงานมากขึ้นเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว
3	ภาวะเศรษฐกิจผันผวน	ทำให้วัตถุดิบมีราคาที่สูงขึ้นจากราคาเดิม	หาแหล่งวัตถุดิบที่สามารถซื้อได้ในราคาถูกหรือหาวัตถุดิบสำรองเพื่อทดแทนวัตถุดิบที่ใช้อยู่

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการสิ่งประดิษฐ์กรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
2 ต.ค.62	เก็บเงินสมาชิกกลุ่ม	2	700.00	1,400.00						1,400.00
	ค่าไม้สน				6 ท่อน	20.00	120.00			1,280.00
	ค่าตะปู				1 ก.ก.	15.00	15.00			1,265.00
	กระดาษ				3 แผ่น	50.00	150.00			1,115.00
	แท่งกาวร้อน				2 แท่ง	30.00	60.00			1,055.00
	ตัวปิดกรอบรูป				1 ห่อ	20.00	20.00			1,035.00
	ตัวแขวนกรอบรูป				1 ห่อ	10.00	10.00			1,025.00
	สีย้อมผ้า				2 ห่อ	20.00	40.00			985.00
	ลูกบิด				2 ห่อ	10.00	20.00			965.00
	ลวดดัด				2 ห่อ	30.00	60.00			905.00
	ปืนยิงกาวร้อน (มีอยู่แล้ว)				-	-	-			-
	ค่าเช่าเล่ม				1	200.00	200.00			705.00

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการสิ่งประดิษฐ์กรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ (ต่อ)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
2 ต.ค.62	ค่า CD+กล่อง				1 ชุด	50.00	50.00			655.00
	ค่าป้ายไวเนล				1	350.00	350.00			305.00
	ขาดั้งป้ายไวเนล (มีอยู่แล้ว)				-	-	-			-
	ค่าผ้ากระสอบ				1 มัด	250.00	250.00			55.00
		รวมรายรับ		1,400.00	รวมรายจ่าย		1,345.00	ยอดคงเหลือ		55.00

สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการส่งเสริมผู้กรอรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

ลงทุน	1,400.00 บาท
-------	--------------

หักค่าใช้จ่าย	1,345.00 บาท
---------------	--------------

คงเหลือสุทธิ	55.00 บาท
--------------	-----------

นำเงินส่วนที่เหลือคืนแก่สมาชิก ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

1. นางสาวกักรินทร์ ปั้นปัญญา	28.00 บาท
------------------------------	-----------

2. นายรัชชัย ชวดคำ	27.00 บาท
--------------------	-----------

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาว ภัครินทร์ ปั้นปัญญา		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
15 มิ.ย.62	รวมกลุ่มคิดหัวข้อโครงการ	
18 มิ.ย.62	ประชุมและหาอาจารย์ที่ปรึกษา	
20 มิ.ย.62	จัดทำและเสนอแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ	
22 มิ.ย.62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ	
23 มิ.ย. 62	ส่งเอกสารอนุมัติโครงการฉบับสมบูรณ์	
28 มิ.ย.62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 1	
5 ก.ค.62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 1	
10 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์	
13 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 2	
22 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 1	
29 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์	
30 ส.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 3	
8 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 1	
21 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
22 ส.ค. 62	จัดทำและส่งแผนธุรกิจ	
26 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งแผนธุรกิจ ครั้งที่ 1	
28 ส.ค. 62	ส่งเอกสารแผนธุรกิจฉบับสมบูรณ์	
28 ส.ค. 62	รวบรวมเอกสารนำเสนอโครงการ	
29 ส.ค. 62	จัดทำและส่ง ppt. นำเสนอโครงการ	
3 ก.ย. 62	แก้ไข ppt. นำเสนอโครงการครั้งที่ 1	
4 ก.ย. 62	ส่ง ppt. ฉบับสมบูรณ์	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการครั้งที่ 1	
25 ก.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	

นางสาว ภักรินทร์ ปั้นปัญญา		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
29 ก.ย. 62	ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำงานประดิษฐ์	
2 ต.ค. 62	ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์	
3 ต.ค. 62	นำไม้มาตัดตามขนาดที่ต้องการ	
4 ต.ค. 62	นำไม้ที่ตัดมาประกอบให้เป็นกรอบ	
5 ต.ค. 62	นำกระสอบมาตัดเป็นชิ้นสี่เหลี่ยมและนำไปต้มย้อมสีแดงและเขียว แล้วไปตากให้แห้ง	
6 ต.ค. 62	นำกระสอบที่ไม่ได้ย้อมสีไปหุ้มรอบกรอบและวัดขนาดกรอบในเพื่อตัดกระเจก ตัดลวดที่เตรียมไว้ คัดโค้งเป็นกลีบ ดอกไม้และใบ	
7 ต.ค. 62	นำผ้าที่ย้อมสีแดงติดเข้ากับลวดที่คัดเป็นกลีบดอก และนำผ้าที่ย้อมสีเขียวติดเข้ากับลวดที่คัดเป็นใบ เมื่อทากว้างตัด ผ้าตามรูปแบบของลวดที่ติด นำกลีบดอกไม้ประกบเข้าด้วยกันเป็นดอกไม้และนำลูกบิดติดกลางดอก	
8 ต.ค. 62	นำดอกไม้ที่ทำไว้ติดเข้ากับกรอบรูปที่เตรียมไว้ และนำตัวแขวนยึดกับตะปูติดด้านหลัง	
9 ต.ค. 62	ตรวจสอบรายละเอียดของชิ้นงานและถ่ายภาพ	
15 ต.ค. 62	ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน	
16 ต.ค. 62	แก้ไขแบบป้ายไวนิล ครั้งที่ 1	
18 ต.ค. 62	ส่งแบบไวนิล	
19 ต.ค. 62	สั่งทำป้ายไวนิล	
29 ต.ค. 62	รับป้ายไวนิล	
30 ต.ค. 62	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเข้านิเทศโครงการ	
31 ต.ค. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการครั้งที่ 2	
3 พ.ย. 62	แก้ไขและส่ง ppt. ครั้งที่ 1	
8 พ.ย. 62	จัดทำ ppt. ฉบับสมบูรณ์	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการครั้งที่ 2	
25 พ.ย. 62	จัดทำและส่งแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
27 พ.ย. 62	แก้ไขและส่งแบบสอบถาม ครั้งที่ 1	

นางสาว ภักรินทร์ ปั้นปัญญา		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
1 ธ.ค. 62	จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์	
11 ธ.ค. 62	เตรียมจัดแสดงภายในงาน ATC นิทรรศน์	
13 ธ.ค. 62	จัดแสดงสิ่งประดิษฐ์งาน ATC นิทรรศน์และแจกแบบสอบถามในงาน ATC นิทรรศน์	
14 ธ.ค. 62	จัดทำและส่งบทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล + บัญชี ผลดำเนินการด้านงบประมาณ)	
3 ธ.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 4 ครั้งที่ 1	
5 ธ.ค. 62	จัดทำบทที่ 4 ฉบับสมบูรณ์	
18 ม.ค.63	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)	
20 ม.ค.63	แก้ไขและส่ง บทที่5 ครั้งที่ 1	
24 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5 ฉบับสมบูรณ์	
25 ม.ค. 63	จัดทำและส่ง บรรณานุกรม	
27 ม.ค. 63	แก้ไขและส่ง บรรณานุกรม ครั้งที่ 1	
29 ม.ค. 63	จัดทำบรรณานุกรม ฉบับสมบูรณ์	
1 ก.พ. 63	จัดทำภาคผนวก ก-ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติผู้จัดทำโครงการ)	
3 ก.พ. 63	แก้ไขและส่ง ภาคผนวก ก-ง ครั้งที่ 1	
6 ก.พ. 63	จัดทำ ภาคผนวก ก-ง ฉบับสมบูรณ์	
9 ก.พ. 63	จัดทำ กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	
11 ก.พ.63	แก้ไขและส่งเอกสารกำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ ครั้งที่ 1	
13 ก.พ. 63	จัดทำ กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญฉบับสมบูรณ์	
16 ก.พ. 63	จัดทำและส่ง รูปเล่มโครงการ	
18 ก.พ. 63	แก้ไขและส่งรูปเล่มโครงการ ครั้งที่ 1	
20 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ ฉบับสมบูรณ์	
23 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

นาย รัชชัย ชวดคำ		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
15 มิ.ย.62	รวมกลุ่มคิดหัวข้อโครงการ	
18 มิ.ย.62	ประชุมและหาอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	
20 มิ.ย.62	จัดทำและเสนอแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ	
22 มิ.ย.62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ	
23 มิ.ย. 62	ส่งเอกสารอนุมัติโครงการฉบับสมบูรณ์	
28 มิ.ย.62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 1	
5 ก.ค.62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 1	
10 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์	
13 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 2	
22 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 1	
29 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์	
30 ส.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 3	
8 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 1	
21 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
22 ส.ค. 62	จัดทำและส่งแผนธุรกิจ	
26 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งแผนธุรกิจ ครั้งที่ 1	
28 ส.ค. 62	ส่งเอกสารแผนธุรกิจฉบับสมบูรณ์	
28 ส.ค. 62	รวบรวมเอกสารนำเสนอโครงการ	
29 ส.ค. 62	จัดทำและส่ง ppt. นำเสนอโครงการ	
3 ก.ย. 62	แก้ไข ppt. นำเสนอโครงการครั้งที่ 1	
4 ก.ย. 62	ส่ง ppt. ฉบับสมบูรณ์	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการครั้งที่ 1	
25 ก.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
29 ก.ย. 62	ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์	
2 ต.ค. 62	ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์	
3 ต.ค. 62	นำไม้มาตัดตามขนาดที่ต้องการ	
4 ต.ค. 62	นำไม้ที่ตัดมาประกอบให้เป็นกรอบ	
5 ต.ค. 62	นำกระสอบมาตัดเป็นชิ้นสี่เหลี่ยมและนำไปต้มน้ำส้ม	

นาย รัชชัย ชวดคำ		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
6 ต.ค. 62	นำกระสอบที่ไม่ได้ย้อมสีไปหุ้มรอบกรอบและวัดขนาดกรอบในเพื่อตัดกระจก ตัดลวดที่เตรียมไว้ คัดโค้งเป็นกลีบ ดอกไม้และใบ	
7 ต.ค. 62	นำผ้าที่ย้อมสีแดงติดเข้ากับลวดที่ตัดเป็นกลีบดอก และนำผ้าที่ย้อมสีเขียวติดเข้ากับลวดที่ตัดเป็นใบ เมื่อทากาวแห้งตัด ผ้าตามรูปแบบของลวดที่ติด นำกลีบดอกไม้ประกอบเข้าด้วยกันเป็นดอกไม้และนำลูกปัดติดกลางดอก	
8 ต.ค. 62	นำดอกไม้ที่ทำไว้ติดเข้ากับกรอบรูปที่เตรียมไว้ และนำตัวแขวนยึดกับตะปูติดด้านหลัง	
9 ต.ค. 62	ตรวจสอบรายละเอียดของชิ้นงานและถ่ายภาพ	
15 ต.ค. 62	ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน	
16 ต.ค. 62	แก้ไขแบบป้ายไวนิล ครั้งที่ 1	
18 ต.ค. 62	ส่งแบบไวนิล	
19 ต.ค. 62	สั่งทำป้ายไวนิล	
29 ต.ค. 62	รับป้ายไวนิล	
30 ต.ค. 62	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเข้านิเทศโครงการ	
31 ต.ค. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการครั้งที่ 2	
3 พ.ย. 62	แก้ไขและส่ง ppt. ครั้งที่ 1	
8 พ.ย. 62	จัดทำ ppt. ฉบับสมบูรณ์	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการครั้งที่ 2	
25 พ.ย. 62	จัดทำและส่งแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
27 พ.ย. 62	แก้ไขและส่งแบบสอบถาม ครั้งที่ 1	
1 ธ.ค. 62	แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์	
11 ธ.ค. 62	เตรียมจัดแสดงภายในงาน ATC นิทรรศน์	
13 ธ.ค. 62	จัดแสดงสิ่งประดิษฐ์งาน ATC นิทรรศน์และแจกแบบสอบถามในงาน ATC นิทรรศน์	
14 ธ.ค. 62	จัดทำและส่งบทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล + บัญชี ผลดำเนินการด้านงบประมาณ)	
3 ธ.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 4 ครั้งที่ 1	

นาย รัชชัย ชวดคำ		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
5 ธ.ค. 62	จัดทำบทที่ 4 ฉบับสมบูรณ์	
18 ม.ค. 63	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)	
20 ม.ค. 63	แก้ไขและส่ง บทที่ 5 ครั้งที่ 1	
24 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5 ฉบับสมบูรณ์	
25 ม.ค. 63	จัดทำและส่ง บรรณานุกรม	
27 ม.ค. 63	แก้ไขและส่ง บรรณานุกรม ครั้งที่ 1	
29 ม.ค. 63	จัดทำบรรณานุกรม ฉบับสมบูรณ์	
1 ก.พ. 63	จัดทำภาคผนวก ก-ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติผู้จัดทำโครงการ)	
3 ก.พ. 63	แก้ไขและส่ง ภาคผนวก ก-ง ครั้งที่ 1	
6 ก.พ. 63	จัดทำ ภาคผนวก ก-ง ฉบับสมบูรณ์	
9 ก.พ. 63	จัดทำ กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	
11 ก.พ. 63	แก้ไขและส่งเอกสารกำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ ครั้งที่ 1	
13 ก.พ. 63	จัดทำ กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญฉบับสมบูรณ์	
16 ก.พ. 63	จัดทำและส่ง รูปเล่มโครงการ	
18 ก.พ. 63	แก้ไขและส่งรูปเล่มโครงการ ครั้งที่ 1	
20 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ ฉบับสมบูรณ์	
23 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนิน โครงการประดิษฐ์ กรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ ปฏิบัติงาน ระยะเวลาตั้งแต่ 15 มิ.ย. 62 – 24 ก.พ. 63 สถานที่ปฏิบัติงาน 120/88 อู่สารี ต.ท้ายบ้านใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280 ได้เก็บเงินจากสมาชิกกลุ่ม มคนละ 700 บาท จำนวน 2 คนรวมเป็นจำนวน 1,400 บาท เสียค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์ เป็นจำนวนเงิน 1,345 บาท คงเหลือ 55 บาท โดยการดำเนินงานบรรลุการเรียนรู้วิชาโครงการดังนี้

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

สรุปตารางการปฏิบัติงาน

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
1	23 มิ.ย. 62	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
2	10 ก.ค. 62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	
3	29 ก.ค. 62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
4	21 ส.ค. 62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนิน โครงการ)	
	28 ส.ค. 62	แผนธุรกิจ	
		- บทสรุปผู้บริหาร	
		- วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	
		- ความเป็นมาของธุรกิจ	
		- ผลิตภัณฑ์	
		- วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด	
		- แผนการบริหารจัดการ	
		- แผนการตลาด	

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
		- แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ	
		- แผนการเงิน	
		- แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	
5	4 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ + บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1)	
6	21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 1 (โครงการ +บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ)	
7	29 ก.ย. 62 – 30 ต.ค. 63	ปฏิบัติภาคสนาม งานประดิษฐ์ เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
		- ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์	
		- ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์	
		- นำไม้มาตัดตามขนาดที่ต้องการ	
		- นำไม้ที่ตัดมาประกอบให้เป็นกรอบ	
		- นำกระสอบมาตัดเป็นชิ้นสี่เหลี่ยมและนำไปดัดย้อมสีแดงและเขียว แล้วไปตากให้แห้ง	
		- นำผ้าที่ย้อมสีแดงติดเข้ากับลวดที่ดัดเป็นกลีบดอก และนำผ้าที่ย้อมสีเขียวติดเข้ากับลวดที่ดัดเป็นใบ เมื่อทากว้างตัด ผ้าตามรูปแบบของลวดที่ดัด นำกลีบดอกไม้ประกบเข้าด้วยกันเป็นดอกไม้และนำลูกบิดติดกลางดอก	
		- นำดอกไม้ที่ทำไว้ติดเข้ากับกรอบรูปที่เตรียมไว้และนำตัวแขวนยึดกับตะปูติดด้านหลัง	
		- ตรวจสอบรายละเอียดของชิ้นงานและถ่ายภาพ	
		- ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน	
		- แกะไขแบบป้ายไวนิล ครั้งที่ 1	
		- ส่งแบบไวนิล	
		- สั่งทำป้ายไวนิล	
		- รับป้ายไวนิล	
		- อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเข้านิเทศโครงการ	

ครั้งที่		กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
8	8 พ.ย. 62	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ+ แผนการตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอ โครงการ Present ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดง สินค้า/ บริการ/ แสดงผลงานประดิษฐ์)	
9	16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน จัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	
10	1 ธ.ค. 62	กำหนดส่ง แบบสอบถามโครงการ	
11	13 ธ.ค. 62	งาน ATCนิทรรศน์ (ออกร้าน และแจกแบบสอบถาม โครงการ)	
12	5 ธ.ค. 62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 - ปฏิบัติงานรายบุคคล	
		- บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	
13	24 ม.ค. 63	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรค และ ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)	
14	29 ม.ค. 63	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	
15	1 ก.พ. 63	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก-ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติผู้จัดทำโครงการ	
16	13 ก.พ. 63	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	
17	20 ก.พ. 63	กำหนดส่ง ตรวจสอบรูปเล่มโครงการ	
18	23 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. เนื่องจากเวลาของสมาชิกไม่ค่อยตรงกันจึงอาจทำให้งานเสร็จล่าช้า
2. ระยะทางการเดินทางของสมาชิกมีความห่างไกลทำให้ไม่ค่อยสะดวกในการเดินทาง
3. ปัญหาด้านการใช้อุปกรณ์สมาชิกขาดความชำนาญในการใช้งาน
4. ในบางส่วนของชิ้นงานอาจมีการวัดผิดพลาดทำให้วัตถุดิบที่ใช้เกิดความเสียหาย

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

1. นัดวันล่วงหน้าเพื่อจะได้มีเวลาว่างที่ตรงกัน
2. นัดเวลาเพื่อล่วงหน้าเพื่อแก้ปัญหา หากเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น รถติด
3. ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในการใช้อุปกรณ์ และฝึกฝนการใช้อุปกรณ์
4. วัดระยะให้ถูกต้อง หรือทำจุดเต็มไว้เพื่อจะได้ทราบขนาดที่ต้องการเมื่อต้องการตัด

บรรณานุกรม

- กฤตพร ชูแสง และคณะ. (2552). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ป้านหรณรายณณ์มดย้อมสำหรับสหรณ
การเกษตรหุบกะพง จำกัค. คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลพระนคร
- ณษการต์ กระจ่ายจันท์ และคณะ, (2558). โครงการนวัตรกรรมล้งประคษฐ์จากวัสดุเหลือใช้กรอบ
รูปจากแป้งข้าวเหนียว. หลัคสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด,
วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรควิทยพัฒนชयर.
- คํารงศ์คั ชัยสนทน, (2538). พฤคกรรมผู้บริภค. ค้นหาข้อมูล 26 สหงาคม 2562, จาก
[http://www.researchsystem.siam.edu/images/independent/Factors_influencing_the_
use_of_car_care_services_in_Bang_Khae._Bangkok/8.บทท2.pdf](http://www.researchsystem.siam.edu/images/independent/Factors_influencing_the_use_of_car_care_services_in_Bang_Khae._Bangkok/8.บทท2.pdf)
- ปกรณ คํากอง,รค. (2555). กระบวนการคัคคณใจช้อ. ค้นหาข้อมูล 26 สหงาคม 2562, จาก
<https://www.gotoknow.org/posts/284784>
- ยลธคดา ย้มเป้นสุข และคณะ. (2559). โครงการกรอบรูปมห้คจรรยจากเศษผ้าและกระคุม. หลัคสูตร
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรควิทยพัฒนชयर
ราช ศรควัฒน์. (2559). ป้งจยท่มอทธคพลคต่อการช้อของผู้บริภค. ค้นหาข้อมูล 26 สหงาคม 2562,
จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/ป้งจยท่มอทธคพลคต่อค/>
- ราช ศรควัฒน์. (2560). แนวคคคทฤษฎคพฤคกรรมผู้บริภค. ค้นหาข้อมูล 26 สหงาคม 2562, จาก
<https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/บททค-2-แนวคคค-ทฤษฎค-และงา/>
- รรงเรยนศรคสงครามวทยา. แนวคคคการออกแบบผลคคณท์. ค้นหาข้อมูล 26 สหงาคม 2562,จาก
<https://sites.google.com/a/srisongkram.ac.th/athittiyakornph15/w9>
- วทยา ค่านชํารงคกุล. (2552). ทฤษฎคการเชยนแผนฐรคคจ. ค้นหาข้อมูล 26 สหงาคม 2562, จาก
<http://oknation.nationtv.tv/blog/agelessa/2009/12/25/entry-1>
- Passkorn Tipcha, (2560). ทฤษฎคส่วนประสมทางการตลาด ค้นหาข้อมูล 26 สหงาคม 2562,
จาก passakorn2326.blogspot.com/2017/02/marketing-mix_20.html

ภาคผนวก ก

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ กรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ
ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563
สถานที่การดำเนินงาน 120/88 ซ.อุณาภิ ม.2 ถ.สุขุมวิท ต.ท้ายบ้านใหม่
อ.เมือง จ.สมุทรปราการ
ประมาณการค่าใช้จ่าย 1,400 บาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | | | | |
|--------------------|-----------|--------------|-------|----------|
| 1. นางสาวกักรินทร์ | ปิ่นปัญญา | รหัสประจำตัว | 40787 | ปวส.2/21 |
| 2. นายวัชรชัย | ชวดคำ | รหัสประจำตัว | 41205 | ปวส.2/21 |

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ

(นางสาวกักรินทร์ ปิ่นปัญญา)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)/...../.....

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)/...../.....

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

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

ชื่อโครงการ

กรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ

แผนงาน

นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์อุดมพร เปตานนท์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย

ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | | |
|--------------------|-----------|------------------|
| 1. นางสาวกักรินทร์ | ปั้นปัญญา | ประธานโครงการ |
| 2. นายรัชชัย | ชวดคำ | รองประธานโครงการ |

หลักการและเหตุผล

ผ้ากระสอบหรือชาวบ้านจะเรียกกันว่ากระสอบป่าน กระสอบป่านนั้นผลิตขึ้นจากพืชชนิดหนึ่งเรียกกันว่า “ปอ” ริเริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2484 การที่ชาวบ้านนำกระสอบป่านมาเพื่อใช้สอยในการเก็บเมล็ดข้าวนั้น ด้วยสิ่งที่เป็นคุณสมบัติของกระสอบป่านนั้นมีลักษณะเป็นเส้นใยหลาย ๆ เส้นและมีความละเอียดสูงเมื่อนำไปถักทอเป็นลักษณะสานทำให้เกิดความทนต่อแรงดึงสูง ทำให้เมื่อนำไปใส่ข้าวสารที่มีน้ำหนักมากทำให้ไม่เกิดการฉีกขาดได้ง่าย แต่ถ้าวางไว้ ้องกระสอบป่านไม่ได้ป้องกันความชื้น 100% เต็ม แต่การซึมซับน้ำของกระสอบ นั้นอาจซึมซับได้ช้ากว่าวัสดุประเภทอื่น อันเนื่องจากเส้นใยที่เหนียวและมีหลายเส้นผสานกับการถักทอที่แน่นทำให้การซึมซับน้ำเกิดขึ้นได้ช้า แต่หากใช้หลายๆครั้ง อาจเกิดการชำรุดเสียหายได้ เมื่อเสียหายอาจนำไปทิ้งหรือไม่ได้ใช้ประโยชน์

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิด ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จากการนำวัสดุที่มีอยู่แต่เกิดการชำรุดมาเพิ่มมูลค่าให้เป็นส่วนผลิตในการสร้างตัวสินค้าให้ออกมาเป็นกรอบรูปและเพิ่มความสวยงามโดยการประดิษฐ์เป็นดอกไม้จากกระสอบป่าน ตามที่ออกแบบและวางแผนไว้ เพื่อดำเนินตามรอยเศรษฐกิจพอเพียง ดังพระราชดำริของพระเจ้าอยู่หัว ร.9 ที่ว่าด้วยการใช้อย่างพอเพียง เช่นเดียวกับกลุ่มของคณะผู้จัดทำโครงการที่นำผ้ากระสอบหรือกระสอบป่านที่เกิดการชำรุด ทางกลุ่มของเรานั้นได้คิดค้นที่จะพัฒนาให้กระสอบป่านกลายเป็นสินค้า หรือนวัตกรรมที่มีคุณค่าและสามารถสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์

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

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

8. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
9. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
10. ทำการวัดและตอกไม้หน้าสามเป็นโครงสร้างและนำผ้ากระสอบส่วนหนึ่งมาปิดรอบ
11. วัดและตัดลวดเพื่อทำเป็นกริบดอกไม้และใบไม้และวัดผ้ากระสอบให้พอดีกับลวดที่ตัดไว้
12. จากนั้นนำดอกไม้ที่แห้งแล้วมาติดกับกรอบไม้ที่เราเตรียมไว้โดยการใช้กาวร้อนยึด
13. ประดับในดอกไม้โดยการยึนกาวร้อนใส่ตรงกลางดอกไม้และติดลูกปัด
14. ใส่กระຈกและไม้รองด้านหลังเพื่อใส่รูปได้ และนำห่วงสำหรับแขวนกรอบรูปมาติด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

3. สรุปผลการปฏิบัติงาน
4. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

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

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ 120/88 ซ.อุณาภิ ม.2 ถ.สุขุมวิท ต.ห้วยบ้านใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน คนละ 635 บาท รวมเป็นเงิน 1,270 บาท

1. ไม้อัด	70 บาท
2. ไม้สน	140 บาท
3. กระจก	250 บาท
4. ผ้ากระสอบ	200 บาท
5. ลวดสำหรับงานประดิษฐ์	50 บาท
6. กาว	20 บาท
7. ลูกปัด	30 บาท
8. ตัวแขวนผนัง	10 บาท
9. ป้ายไวนิล	500 บาท
รวม	1,270 บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติ
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์และความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
4. ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

ปัญหาและอุปสรรค

1. ภัยธรรมชาติอาจทำให้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเกิดการเสียหายได้
2. วัตถุดิบที่ใช้อาจมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการผลิต

ข้อเสนอแนะ

1. ควรเก็บวัตถุบไว้ในที่แห้ง เพื่อป้องกันการขึ้นราและความชื้น
2. วัสดุที่นำมาใช้ควรหาแหล่งวัตถุดิบสำรองไว้

ลงชื่อ.....

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)

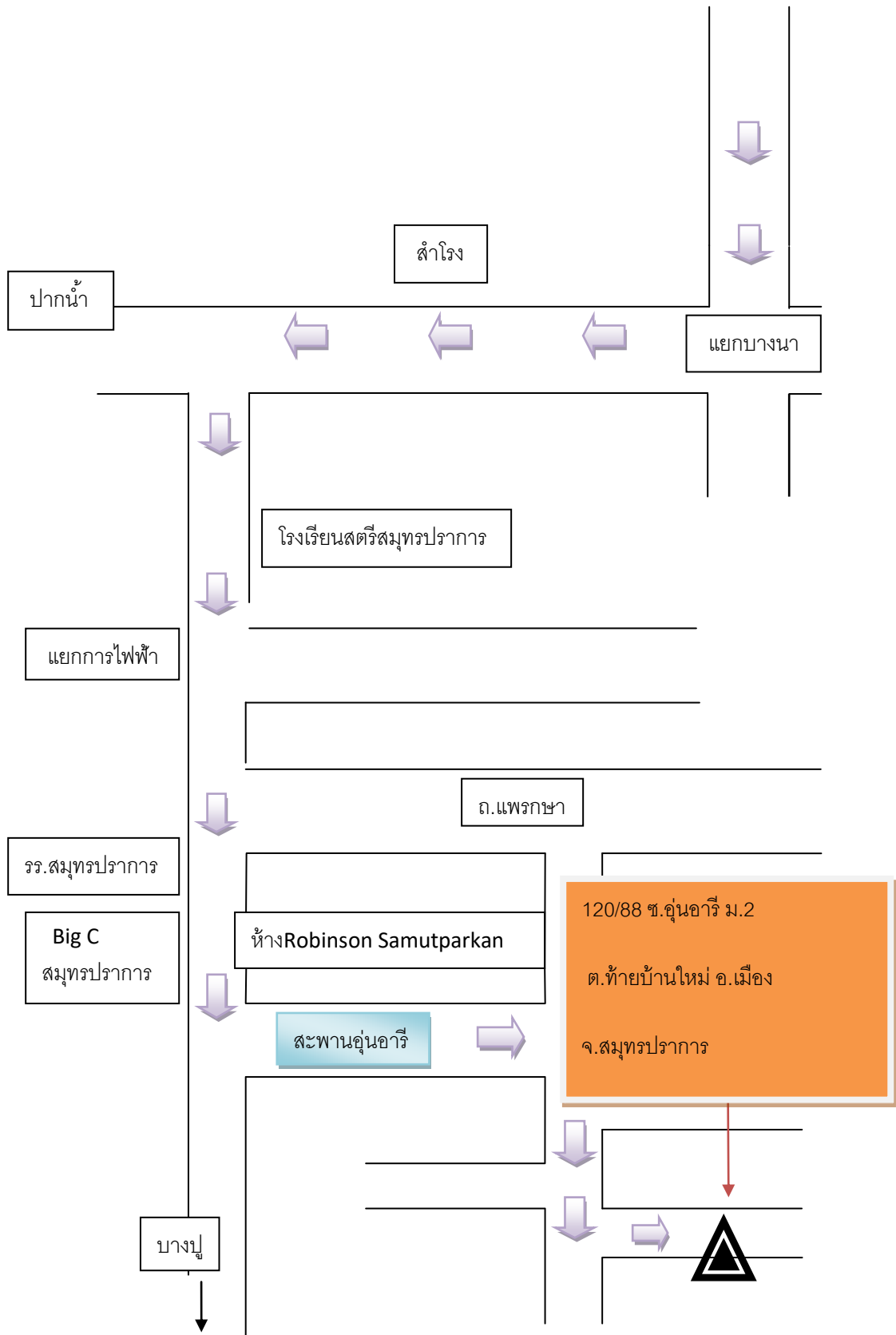
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ กรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์อุดมพร เปตานนท์

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย

ผู้รับผิดชอบโครงการ นางสาวกักรินทร์ ปั้นปัญญา ระดับชั้น ศ.2/21 เลขที่ 2

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
1	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	24-28 มิ.ย.62		
2	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	1-12 ก.ค.62		
3	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	15-31 ก.ค.62		
4	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	1 -30 ส.ค.62		
	แผนธุรกิจ			
	- บทสรุปผู้บริหาร			
	- วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ			
	- ความเป็นมาของธุรกิจ			
	- ผลิตภัณฑ์			
	- วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด			
	- แผนการบริหารจัดการ			
	- แผนการตลาด			
	- แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ			
	- แผนการเงิน			
	- แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง			
5	ส่ง PowerPoint (โครงการ + บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียม นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1)	2-6 ก.ย.62		
6	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1 (โครงการ +บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ)	21 ก.ย.62		
7	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง	1-31 ต.ค.62		

	(ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/งานประดิษฐ์) เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ			
ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
8	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ+ แผนการตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/ บริการ/ แสดงผลงานประดิษฐ์)	1-8 พ.ย.62		
9	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้านจัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	16 พ.ย. 62		
10	กำหนดส่ง แบบสอบถามโครงการ	2-6 ธ.ค.62		
11	งาน ATCนิทรรศน์ (ออกร้าน และแจกแบบสอบถามโครงการ)	13 ธ.ค.62		
12	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 -ปฏิบัติงานรายบุคคล	16-20 ธ.ค.62		
	-บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	13-17 ม.ค.63		
13	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา))	20-24 ม.ค.63		
14	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	27-31 ม.ค.63		
15	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก-ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติผู้จัดทำโครงการ	3-7 ก.พ.63		
16	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	10-14ก.พ.63		
17	กำหนดส่ง ตรวจสอบเล่มโครงการ	17-21ก.พ.63		
18	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	24-28ก.พ.63		

นายรัชชัย ชวดคำ ระดับชั้น ส.2/21 เลขที่ 6

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

- ตัวอย่างแบบสอบถาม
- รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม

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

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อชั้นวางของจากกระดาษหนังสือพิมพ์

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างเพียงข้อเดียว ที่ตรงกับความพึงพอใจของท่าน

- 5 เห็นด้วย/พึงพอใจมากที่สุด 4 เห็นด้วย/พึงพอใจมาก 3 เห็นด้วย/พึงพอใจปานกลาง
2 เห็นด้วย/พึงพอใจน้อย 1 เห็นด้วย/พึงพอใจน้อยที่สุด

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับเห็นด้วย/พึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์						
1	คุณภาพผลิตภัณฑ์สินค้า					
2	รูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์					
3	ได้รับประโยชน์จากการใช้งาน					
ด้านราคา						
1	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์					
2	ราคาเหมาะสมกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์					
3	ช่องทางการชำระเงินหลากหลาย					
ด้านการจัดจำหน่าย						
1	สามารถขอรับชมผลิตภัณฑ์หรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวกรวดเร็ว					
2	การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางร้านสามารถเช็คสต็อกอย่างรวดเร็ว					
3	การส่งมอบสินค้าตรงเวลาตามที่กำหนด					
4	ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าสามารถติดต่อได้สะดวก					
ด้านส่งเสริมการขาย						
1	มีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าครบ 1,499 ลดทันที 10%					
2	มีการโฆษณาป้ายหน้าร้าน Facebook และ Line					

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือของการตอบแบบสอบถาม

คณะผู้จัดทำ

รายงานผลแบบสอบถาม

โครงการนวัตกรรมถึงประดิษฐ์ชั้นวางของจากหนังสือพิมพ์

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อชั้นวางของจากหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 100 คน

แบบสอบถามมี 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อชั้นวางของจากหนังสือพิมพ์

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	22	22.0
หญิง	78	78.0
รวม	100	100.0
2.อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	3	3.0
20-30 ปี	28	28.0
31 – 40 ปี	27	27.0
ตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป	42	42.0
รวม	100	100.0
3.ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	4	4.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	2	2.0
อนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	58	58.0
ปริญญาตรี	27	27.0
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	9	9.0
รวม	100	100.0

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4.อาชีพ		
อาจารย์	15	15.0
นักเรียน/นักศึกษา	8	8.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	35	35.0
พนักงานบริษัท	19	19.0
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	22	22.0
รับจ้าง	1	1.0
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	-	-
รวม	100	100.0
5.รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4	4.0
10,000 - 15,000 บาท	19	19.0
15,000 – 20,000 บาท	43	43.0
20,001 บาทขึ้นไป	34	34.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ทัวไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจครั้งนี้จำนวน 100 คน ปรากฏผลดังนี้

เพศ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศ หญิง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0 และเพศชายจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีอายุ 41 ขึ้นไป 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 27 คนคิดเป็นร้อยละ 27.0 ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 41 ปี รองลงมาคือมีอายุ 20-30 ปีและมีอายุ 31 – 40 ปี ตามลำดับ

ระดับชั้น ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ใน ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมาอนุปริญญา / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมา ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และผู้ที่ศึกษาอยู่ในระดับ ปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 รองลงมาศึกษาอยู่ในระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 2 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับชั้น มาอนุปริญญา /ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) รองลงมาคือ ระดับ ปริญญาตรี และ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ตามลำดับ

อาชีพ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามอยู่ในอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 อาชีพพนักงานบริษัท 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 อาจารย์จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย อาชีพพนักงานบริษัท อาจารย์ รองลงมา นักเรียน/นักศึกษา ตามลำดับ

รายได้ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามอยู่ในรายได้ 15,000 – 20,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมารายได้ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 มีรายได้ 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 – 20,000 บาท รองลงามีรายได้ 20,001 บาทตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อที่มีต่อกรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ

ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์ที่มีต่อกรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ

แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

5	ระดับความพึงพอใจ มากที่สุด	4	ระดับ ความพึงพอใจ มาก
3	ระดับ ความพึงพอใจ ปานกลาง	2	ระดับ ความพึงพอใจ น้อย
1	ระดับ ความพึงพอใจ น้อยที่สุด		

ตารางที่ 2 แสดงความพึงพอใจที่มีต่อความพึงพอใจที่มีต่อกรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้ากระสอบ

เกณฑ์การบอกระดับความพึงพอใจสามารถจัดลำดับค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

รายการประเมิน	5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD
ด้านผลิตภัณฑ์							
1. คุณภาพผลิตภัณฑ์สินค้า	90.00	9.00	1.00	-	-	4.89	0.35
2. รูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์	85.00	15.00	-	-	-	4.85	0.36
3. ได้รับประโยชน์จากการใช้งาน	82.00	18.00	-	-	-	4.82	0.39
ด้านราคา							
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์	95.00	5.00	-	-	-	4.95	0.22
2. ราคาเหมาะสมกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์	82.00	18.00	-	-	-	4.82	0.39
3. ช่องทางการชำระเงินหลากหลาย	95.00	5.00	-	-	-	4.95	0.22
ด้านการจัดจำหน่าย							
1. สามารถขอรับชมผลิตภัณฑ์หรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวกรวดเร็ว	98.00	1.00	1.00	-	-	4.97	0.22
2. การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางร้านสามารถเช็คสต็อกอย่างรวดเร็ว	85.00	13.00	2.00	-	-	4.83	0.43
3. การส่งมอบสินค้าตรงเวลาตามที่กำหนด	86.00	14.00	-	-	-	4.86	0.35
4. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าสามารถติดต่อได้สะดวก	62.00	38.00	-	-	-	4.62	0.49

รายการประเมิน	5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD
ด้านส่งเสริมการขาย							
1. มีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าครบ 1,499 ลดทันที 10%	73.00	27.00	-	-	-	4.73	0.45
2. มีการโฆษณาป้ายหน้าร้าน Facebook และ Line	64.00	36.00	-	-	-	4.64	0.48

คะแนน 4.50 - 5.00 คือ มากที่สุด

คะแนน 3.50 - 4.49 คือ มาก

คะแนน 2.50 - 3.49 คือ ปานกลาง

คะแนน 1.50 - 2.49 คือ น้อย

คะแนน 1.00 - 1.49 คือ น้อยที่สุด

ตารางที่ 3 ผลรวมแสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ในด้านส่วนประสม

ทางการตลาด 4 P's

ส่วนประสมทางการตลาด 4P's	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.85	0.36	มาก
2.ด้านราคา	4.90	0.27	มาก
3.ด้านการจัดจำหน่าย	4.82	0.37	มาก
4.ด้านส่งเสริมการขาย	4.68	0.46	มาก
รวม	4.81	0.36	มาก

จากตารางที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความพึงพอใจที่มีต่อกรอบรูป DIY ดอกไม้จากผ้า กระสอบ ส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.90$) รองมาด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.85$) รองมาด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.82$) และด้านส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.68$) ตามลำดับ

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

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

- ตราสีน้า



- รูปแบบผลิตภัณฑ์



- ประชาสัมพันธ์โครงการ
ป้ายร้าน

DIY T&A

กรอบรูป DIY
ดอกไม้จากผ้ากระสอบ



Size S ราคา 850 บาท
Size M ราคา 950 บาท
Size L ราคา 1,050 บาท

พิเศษ!

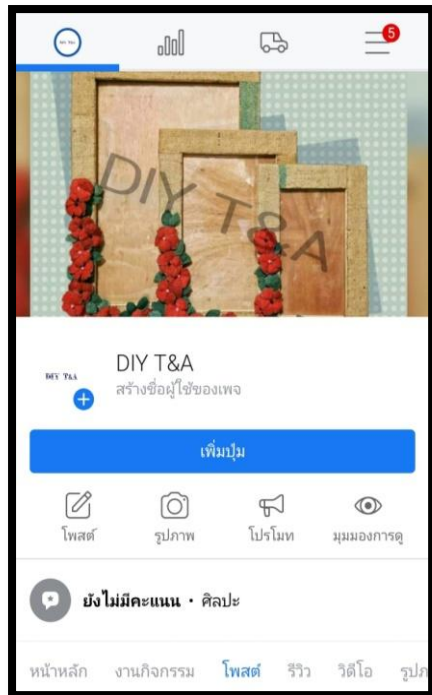
เมื่อสั่งซื้อสินค้า
ครบ **1,499** บาท
ลดทันที **10%**

สนใจติดต่อสั่งซื้อ

☎ 096-919-8273
f DIY T&A LINE diyta21

- เอกสารสื่อโฆษณา

FaceBook : DIY T&A



Line ID : diyta21



โฆษณาผ่านสื่อ FaceBook



โฆษณาผ่านสื่อ Line



- รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ

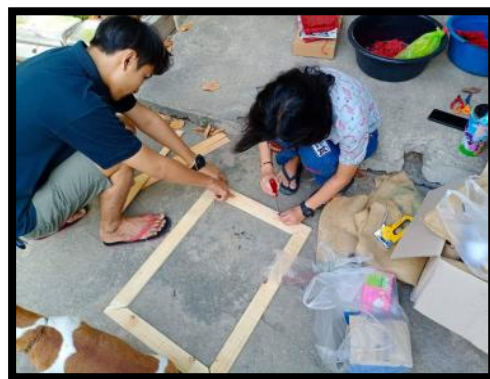
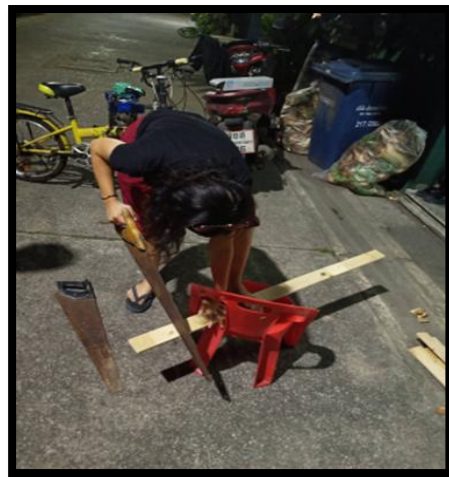
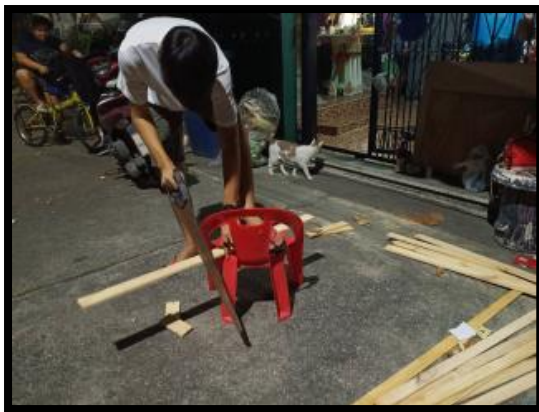
1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน



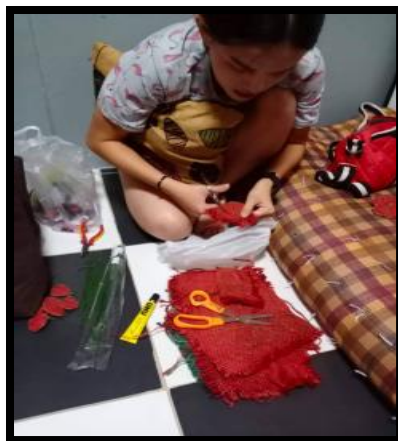
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง



3. ทำการวัดและตอกไม้หน้าสามเป็นโครงสร้างและนำผ้ากระสอบส่วนหนึ่งมาปิด



4. ย้อมสีผ้ากระสอบ และตัดลวดเพื่อทำการมัดผ้ากระสอบที่ย้อมสีแล้ว ให้พอดีกับลวดที่ตัดไว้ และตากาวเพื่อให้ลวดกับผ้าติดกันกรีดดอกไม้และใบไม้



5. จากนั้นนำดอกไม้ที่แห้งแล้วมาติดกับกรอบไม้ที่เราเตรียมไว้โดยการใช้กาวร้อนยึด



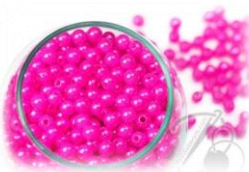
6. ประดับในดอกไม้ด้วยการยิงกาวร้อนใส่ตรงกลางดอกไม้และติดลูกปัด



7. ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้น



- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์



- รูปภาพการนิเทศจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวกักรินทร์ ปั้นปัญญา
วัน เดือน ปี	:	6 มิถุนายน 2541
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา
ตำแหน่งในโครงการ	:	ประธานโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นายรัชชัย ชวดคำ
วัน เดือน ปี	:	22 เมษายน 2538
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา
ตำแหน่งในโครงการ	:	รองประธานโครงการ