



โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ ชั้นวางหนังสือ O2

Artification of Innovation : Book Sheild O2

จัดทำโดย

นายณภัทร โลหะพงศธร

นายชิตพล ศิริมุขากม

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

สาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีรัตนโกสินทร์

ปีการศึกษา 2563



ชื่อโครงการภาษาไทย

นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ ชั้นวางหนังสือ O2

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ

Artification of Innovation : Book Sheild O2

โดย

1. นายณภัทร

โลหะพงศธร

2 นายอชิตพล

ศิริมูขอาคม

.....

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาโครงการ
ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์
พาณิชย์การ (ATC.)

.....
(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....
(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

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	
แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้	3
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	6
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)	11
แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	20
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	24
ขั้นตอนการดำเนินงาน	25
สถานที่ดำเนินโครงการ	26
ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์	27
การจัดทำแผนธุรกิจ	27
บทสรุปผู้บริหาร	27
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	28
ความเป็นมาของธุรกิจ	28
ผลิตภัณฑ์	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)	
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด	31
แผนบริหารจัดการ	37
แผนการตลาด	42
แผนการผลิต	46
แผนการเงิน	53
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	64
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	65
บัญชีรายรับ – รายจ่าย ในโครงการ	73
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	74
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	75
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	77
ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา	77
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	79
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	89
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ในโครงการ	99
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	110

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ ชั้นวางหนังสือ O2 Book Sheild O2	
ผู้จัดทำโครงการ	1. นายนภัทร โลหะพงศธร 2. นายอชิตพล ศิริมุขอาคม	
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อุดมพร เปตานนท์	
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย	
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด	
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา ปีการศึกษา 2562	

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นโครงการประเภท นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ ชั้นวางหนังสือ O2 มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1.) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2.) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติ (3.) เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสัมพันธ์และร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม (4.) เพื่อให้นักศึกษามีความเกิดความสัมพันธ์และร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม

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

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินการโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 4 มิถุนายน 2562 – 28 กุมภาพันธ์ 2563 สถานที่ 63/59 ม.1 ต.บางเมืองใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณมีการลงทุน 2,500 บาท เมื่อหักค่าใช้จ่ายจำนวน 1,240 บาท ขอดคงเหลือ 1,260 บาท แบ่งกำไรให้สมาชิกในกลุ่ม 2 คน คนละ 630 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการ (1.) การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ (2.) สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุเหลือจากธรรมชาติและเพิ่มรายได้ให้กับผู้ไม่มีอาชีพ (3.) ทำให้เกิดความสัมพันธ์และมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีมของสมาชิก (4.) ทำให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และผลิตภัณฑ์แปลกใหม่และมีคุณค่า

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการทำงานโครงการ คือ (1.) เวลาว่างไม่ตรงกัน จึงทำให้เกิดการล่าช้าในการปฏิบัติงาน (2.) ขาดการวางแผนก่อนปฏิบัติงานจึงทำให้การดำเนินการปฏิบัติงานล่าช้า (3.) สมาชิกในกลุ่มขาดความชำนาญในการใช้เครื่องมือ

5. ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาโครงการประเพณีวัฒนธรรมสิ่งประดิษฐ์ คือ (1.) ควรประชุมวางแผนการกับสมาชิกในทีมเพื่อจัดวันเวลาให้ตรงกันและนัดหมายการปฏิบัติหน้าที่อย่างน้อย 1 สัปดาห์ (2.) ควรมีการคิดคำนวณการวางแผนก่อนปฏิบัติงานเพื่อให้ไม่มีข้อผิดพลาด (3.) ศึกษาคู่มือและวิธีการใช้เครื่องมือก่อนการปฏิบัติงานและสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือในการทำงานเพื่อลดความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน

6. จากรายงานผลแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อชั้นวางหนังสือ O2 ด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.26$ (เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{x}_4 = 30$ (รองลงมาด้านส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.27$ (รองลงด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.23$ (และด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.22$ (ตามลำดับ

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์อุดมพร เปตานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการที่ได้ให้คำแนะนำ และช่วยอธิบายให้เข้าใจถึงหลักสำคัญของเนื้อหา ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ มาโดยตลอด จนโครงการเสร็จสมบูรณ์

ขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ ที่ช่วยให้คำแนะนำดี ๆ เกี่ยวกับโครงการชิ้นนี้ ซึ่งนับว่ามีประโยชน์อย่างยิ่งในการเขียนรายงานครั้งนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบใจสมาชิกในกลุ่มทุกคนที่ให้ข้อเสนอแนะ และให้ความร่วมมือ ร่วมแรงร่วมใจ ช่วยกันผ่านปัญหาต่าง ๆ จนทำให้ผลงานสำเร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ชั้นวางหนังสือ O2

Book Sheild O2

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

การประดิษฐ์ของใช้จากเศษวัสดุเหลือใช้ เป็นการนำเอาเศษวัสดุที่เหลือจากการใช้งานเช่น ไม้ กระดาษ ขวดน้ำ หรือวัสดุอื่นๆ มาดัดแปลงหรือแปรสภาพให้เป็นผลิตภัณฑ์ หรือ สิ่งของ เครื่องใช้ต่างๆ เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ใหม่ เป็นการช่วยลดปริมาณขยะ และช่วย แก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมได้อีกทางหนึ่ง

การนำเศษไม้ที่เหลือใช้จากการทำเฟอร์นิเจอร์ การสร้างบ้าน หรือสิ่งของต่างๆ ที่สร้างจาก ไม้อัดเบา ซึ่งไม่ได้ใช้งานแล้ว หากปล่อยทิ้งไว้เศษไม้ เหล่านี้ก็จะกลายเป็นขยะที่ไม่มีประโยชน์ และจะเป็นปัญหาต่อไป ดังนั้นทางกลุ่มโครงการจึงคิดวิธีแก้ปัญหาที่เกิดจาก เศษไม้เหลือใช้เหล่านี้ โดยการทำโครงการเรื่อง ชีวฉนวนหนังสือ O2 จากเศษไม้ เป็นการนำเศษไม้เหลือใช้เหล่านี้มา ประดิษฐ์เป็นชีวนฉนวนหนังสือ ซึ่งจะเป็นการลดขยะ จากเศษไม้เหลือใช้ อีกทั้งยังลดค่าใช้จ่ายในการซื้อ ชีวนฉนวนหนังสือ ตามร้านเฟอร์นิเจอร์ที่มีขายในท้องตลาด ตลอดจนเป็นการส่งเสริม การใช้เวลาว่างให้ เกิดประโยชน์ หากมีความ สามารถ มีความชำนาญยังสามารถประดิษฐ์ชีวนฉนวนหนังสือจากเศษไม้ไป จำหน่าย ทำเป็นอาชีพเสริมสร้างรายได้ให้ ตัวเองและครอบครัวอีกด้วย

ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยการนำเอาวัสดุเหลือใช้หรือเศษไม้อัดเบา และเศษไม้ ต่างๆ ที่เก่าแล้วมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์นวัตกรรมของตกแต่งภายในบ้าน ที่มีประโยชน์ ซึ่งผู้ทำ โครงการได้เล็งเห็นคุณค่าของวัสดุที่เป็นของที่มีคุณค่าอยู่ในตัว การทำงานโครงการในครั้งนี้ผู้ทำ โครงการจะได้ทำการออกแบบเป็นชิ้นงานนวัตกรรมในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งจะเน้นหนักในด้าน การใช้วัสดุอย่างคุ้มค่าเป็นประเด็นสำคัญเพื่อลดปัญหาของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีการลงทุนสูง หรือมีกระบวนการผลิตที่ที่ต้องลงทุนมาก หรือมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก สำหรับกระบวนการ สร้างสรรค์จะเน้นการถ่ายทอดรูปแบบ หรือถ่ายทอดเทคโนโลยีโดยการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และแบบสำเร็จรูปที่ใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะนำไปถ่ายทอดความรู้โดยการเผยแพร่ให้กับผู้ที่ สนใจ หรือบุคคลทั่วไปที่ต้องการประกอบอาชีพในการสร้างประสบการณ์ และรายได้จากการสร้าง ผลิตภัณฑ์จากเศษไม้เก่า หรือเศษไม้ต่างๆ ที่เหลือใช้มาใช้ให้เกิดประโยชน์

วัตถุประสงค์

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

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัฒนธรรมชาติ

การติดตามผล และการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุเหลือจากธรรมชาติและเพิ่มรายได้ให้กับผู้ไม่มีอาชีพ
3. ทำให้เกิดความสัมพันธ์และมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีมของสมาชิก
4. ทำให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และผลิตภัณฑ์แปลกใหม่และมีคุณค่า

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการประเพณีสิ่งประดิษฐ์ชั้นวางหนังสือ O2 คณะผู้จัดทำ
ได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการดังนี้

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

1. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้

การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) คือการออกแบบสิ่งของเครื่องใช้เพื่อนำมาใช้
สอยในชีวิตประจำวัน โดยเน้นการผลิตจำนวนมาก ในรูปสินค้า เพื่อให้ผ่านไปยังผู้บริโภคในวงกว้าง
โดยที่รูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะเป็นปัจจัยสำคัญ ชักจูงผู้บริโภคให้เกิดความกระหายที่จะ
จ่ายเงินซื้อผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้คือ ผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์จากวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุที่ไม่ใช่
ประโยชน์แล้วแต่สามารถนำส่วนใดส่วนหนึ่งของวัสดุมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ใช้สอย
ใหม่

จากข้อสรุปข้างต้น การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลายด้านซึ่งควรจะได้
พิจารณา คือ

1. การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์
2. การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต
3. การออกแบบที่สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอย
4. การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค
5. การออกแบบที่มีคุณค่าทางความงาม

1. การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรต้องพิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นประการแรกเพื่อจะ
ได้ออกแบบให้ได้ความคงทนถาวรมากนัก หรือให้เหมาะสมกับการใช้เพียงชั่วคราวของผลิตภัณฑ์

นั้น เพราะการออกแบบจะต้องคำนึงถึงวัสดุและเวลาการผลิตไปพร้อมกัน ถ้าออกแบบโดยไม่ศึกษาถึงคุณภาพตามเป้าหมายของการผลิตแล้ว ก็ไม่สามารถออกแบบที่เหมาะสมได้

2. การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต

ในที่นี้ขออ้างทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยตรง ด้วยการผลิตสิ่งของเครื่องใช้หรือผลิตภัณฑ์ กำลังการผลิตเป็นจำนวนมาก มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตเช่นเครื่องจักรหรือเครื่องทุ่นแรงอื่นๆ ย่อมเหมาะสมกับวัสดุอย่างหนึ่ง ทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน

3. การออกแบบที่สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอย

หน้าที่ใช้ของผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้น เป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ออกแบบพิจารณา แม้การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องกลไกซับซ้อน ผู้ออกแบบจะไม่ใช่ระบบทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นทั้งหมด ก็ควรจะรู้การทำงานของผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ หรือแม้แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับเครื่องกลไก ผู้ออกแบบจะต้องทำความเข้าใจกับหน้าที่ใช้สอยเป็นประการสำคัญด้วย

4. การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค

อาจจะพิจารณาได้ 2 แง่คือความต้องการสอดคล้องกับชีวิตความเป็นอยู่กับการสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจความต้องการสอดคล้องกับชีวิตความเป็นอยู่เป็นความต้องการที่เหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรม รสนิยม และการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ความต้องการของผู้บริโภคยังเกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจโดยตรงอีกด้วย ถ้าสภาพเศรษฐกิจต่ำการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ราคาสูง สินค้าฟุ่มเฟือย หรือเน้นความงามทางการออกแบบมากจนผลิตภัณฑ์นั้นราคาสูง การออกแบบเช่นนี้อาจจะไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้

5. การออกแบบที่มีคุณค่าทางความงาม

เพื่อให้ผู้ออกแบบตระหนักถึงความงามที่เด่นชัดร่วมสมัย และมีความคิดสร้างสรรค์แทรกอยู่ในการออกแบบแต่ละชิ้น ความประณีตบรรจงในการออกแบบหรือผลิตภัณฑ์เป็นคุณค่าส่วนหนึ่งของความอีกด้วย

แนวคิดในเรื่องวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ชี้ให้เราเห็นว่าระดับของผลกำไรจะไม่คงที่อยู่ตลอดไปโดยไม่ลดลงสินค้าใด ๆ ก็ตามย่อมจะต้องถึงจุดอิ่มตัวและถดถอยเหมือนกันหมดด้วยเวลาและความเร็วที่ต่างกันออกไปดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา จึงเป็นแนวทางให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคต่อไปไม่สิ้นสุด

การลงทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ก็มีความเสี่ยงสูงมาก สภาพการณ์ของตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างสลับซับซ้อนและไม่แน่นอน อัตราอัตราการล้มเหลวของผลิตภัณฑ์ใหม่จึงค่อนข้างสูง ผลิตภัณฑ์บางชนิดเป็นผลจากความคิดสร้างสรรค์ที่ดีมากแต่ไม่มีการพัฒนา

อย่างไรก็ตาม เวลาพูดถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ ไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ถอดด้ามเสมอไป ผลิตภัณฑ์ใหม่ส่วนมากเป็นนวัตกรรมที่พัฒนามาจากสิ่งประดิษฐ์เก่า แต่ใช้ประโยชน์ได้ดีกว่าเดิม

และเป็นที่ยอมรับของท้องถิ่น การหยิบยืมเอาความคิดหรือผลงานออกแบบในอดีตมาขัดเกลาใหม่ พัฒนาต่อเติมเสริมแต่งให้ขยายออกไปเป็นฐานของการสร้างนวัตกรรมที่ไม่มีสิ้นสุด

ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 1 : การวางแผน

- 1.1 กำหนดเวลา
- 1.2 ผลงานที่จะได้รับในแต่ละขั้นทำงาน
- 1.3 รายละเอียดของตราสินค้า
- 1.4 ผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 2 : การรวบรวมข้อมูล

- 2.1 ข้อมูลการตลาด
- 2.2 สถานการณ์แข่งขัน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด
(SWOT: Strength Weakness Opportunity Treat)
- 2.3 ข้อมูลจากลูกค้า
- 2.4 ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.5 เทคโนโลยีใหม่ๆ ทั้งด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์ ระบบบรรจุภัณฑ์และเครื่องจักร

ขั้นตอนที่ 3 : การออกแบบร่าง

- 3.1 พัฒนาความคิดริเริ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 3.2 ร่างต้นแบบ ประมาณ 3-5 ต้นแบบ
- 3.3 ทำต้นแบบ ประมาณ 2-3 ต้นแบบ

ขั้นตอนที่ 4 : การประชุมวิเคราะห์ปรับต้นแบบ

- 4.1 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค
- 4.2 วิเคราะห์การสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- 4.3 เลือกต้นแบบที่ยอมรับได้

ขั้นตอนที่ 5 : การทำแบบเหมือนร่าง

- 5.1 เลือกวัสดุที่จะทำแบบ
- 5.2 ออกแบบกราฟฟิกเหมือนจริง พร้อมตราสินค้าและสัญลักษณ์ทางการค้า
- 5.3 ขึ้นแบบ

ขั้นตอนที่ 6 : การบริหารการออกแบบ

เริ่มจากการติดต่อโรงงานผู้ผลิตวัสดุบรรจุภัณฑ์จนถึงการควบคุมงานผลิตให้ได้ตามแบบที่ต้องการ พร้อมทั้งจัดเตรียมรายละเอียดการตั้งชื่อ (Specification) เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถผลิตได้ตามต้องการ ขั้นตอนสุดท้ายเป็นการติดตามผลของการบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบไปแล้วว่าสามารถสนองตามจุดมุ่งหมายของการออกแบบและบรรจุถึงวัตถุประสงค์ขององค์กรเพียงใด

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กร และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรรรักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ หรือแนวคิดเพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภค และสังคมพฤติกรรมผู้บริโภค การผสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มนุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อทั้งปัจเจกบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคลเช่นครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994) Engel และผู้ร่วมงาน (1987) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นภาระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้ และการใช้สินค้า และบริการรวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman and Kauk 1987) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไรอย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นนักจิตวิทยาและนักมนุษยวิทยาซึ่งได้นำประสบการณ์ที่ได้จากการเป็นนักจิตวิทยาและผู้นำคำปริภาษมาเป็นพื้นฐานในการเสนอทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรมของมนุษย์ว่าจะมีความต้องการเป็นระดับต่าง ๆ ลาเฮย์ (Lahey, 2004, p. 383)

กล่าวถึงความคิดที่สำคัญของทฤษฎีมาสโลว์ ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากพื้นฐานไปยังระดับสูงสุดกล่าวคือ

1. มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีวันสิ้นสุด และมากขึ้นเรื่อยๆ สิ่งที่มนุษย์ต้องการขึ้นอยู่กับสิ่งที่เขาได้รับ หรือมีอยู่แล้ว เมื่อความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วก็ยังมีความต้องการนั้นต่อไป เช่น ความต้องการในปัจจุบันที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เป็นต้น

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ใช่สิ่งจูงใจพฤติกรรมของมนุษย์อีกแต่ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งจูงใจต่อไป

3. ความต้องการของมนุษย์มีลำดับของความสำคัญแตกต่างกัน ความต้องการมีหลายด้าน บุคคลมีการแบ่งระดับความสำคัญ ความเร่งด่วนต่อชีวิตแตกต่างกัน และจะแสดงพฤติกรรมที่นำไปสู่ความต้องการที่มีความสำคัญมากกว่าก่อนเสมอ

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

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

2. ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย (Safety Needs) หมายถึง ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ และเป็นอิสระจากความกลัว ขู่เข็ญ บังคับ จากผู้อื่นและสิ่งแวดล้อม เป็นความต้องการที่จะได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการประเภทนี้เริ่มตั้งแต่วัยทารกจนกระทั่งวัยชรา ความต้องการที่จะมีงานทำเป็นหลักแหล่งก็เป็นความต้องการเพื่อสวัสดิภาพของผู้ใหญ่อายหนึ่ง

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

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) ความต้องการนี้ประกอบด้วยความต้องการที่จะประสบผลสำเร็จ มีความสามารถ ต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเองมีความสามารถ มีคุณค่าและมีเกียรติ ต้องการได้รับความยกย่องและนับถือจากผู้อื่น ผู้ที่มีความสมปรารถนาในความต้องการนี้จะ

เป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตัวเอง เป็นคนมีประโยชน์และมีค่าตรงข้ามกับผู้ที่ขาดความต้องการประเภทนี้ จะรู้สึกว่าคุณไม่มีความสามารถและมีปมด้อย มองโลกในแง่ร้าย

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

พฤติกรรมผู้บริโภค จะอยู่ที่กิจกรรมหลัก 3 ประการคือ

1. การจัดหา หมายถึงกิจกรรมต่างๆ ที่คนนำไปสู่การซื้อหรือได้มาซึ่งรับสินค้าและบริการ มาใช้กิจกรรมนับตั้งแต่การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งรวมๆ ไปถึงการเปรียบเทียบสินค้าและบริการแต่จนถึงการตกลงใจซื้อ ทั้งนี้ นักวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจะต้องสนใจและพิจารณาด้วยพฤติกรรมอย่างไร

2. บริโภค หมายถึงการติดตามดูว่าบริโภคนั้นทำการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ ที่ไหน อย่างไร ภายใต้สถานการณ์อย่างไร รวมตลอดไปถึงการดูด้วยว่า การใช้สินค้านั้นทำไปเพื่อความสุขอย่างครบเครื่องสมบูรณ์แบบหรือเพียงเพื่อความต้องการขั้นพื้นฐานเท่านั้น

3. การกำจัดหรือทิ้ง หมายถึงการติดตามดูว่า ผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการและหีบห่อของสินค้าหมดไปอย่างไร โดยติดตามดูพฤติกรรมผู้บริโภคที่ดำเนินไปและที่กระทบต่อสภาพแวดล้อมรอบตัวด้วย รวมไปถึงการดำเนินการโดยวิธีอื่นกับสินค้าหรือบริการที่ใช้แล้ว กระบวนการตัดสินใจซื้อ

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

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

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

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

ขั้นที่ 3 การพัฒนาทางเลือก (Develop potential alternatives) ขั้นตอนต่อไป ผู้บริหารควรทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและความเป็นไปได้ ในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด ตัวอย่างเช่น กรณีที่องค์การประสบปัญหาเวลาการผลิตไม่เพียงพอ ผู้บริหารอาจพิจารณาทางเลือกดังนี้ 1) เพิ่มการทำงานกะพิเศษ 2) เพิ่มการทำงานล่วงเวลาโดยใช้ตารางปกติ 3) เพิ่มจำนวนพนักงาน หรือ 4) ไม่ทำอะไรเลย ในการพัฒนาทางเลือกผู้บริหารอาจขอความคิดเห็นจากนักบริหารอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จทั้งภายในและภายนอกขององค์กร ซึ่งอาจใช้วิธีการปรึกษาหารือเป็นรายบุคคล หรือจัดการประชุมกลุ่มย่อยขึ้น ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลเหล่านั้นเมื่อผนวกรวมกับสติปัญญา ความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ของตนเองจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาทางเลือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

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

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

ทางเลือกแบบประนีประนอม โดยพิจารณาองค์ประกอบที่ดีที่สุดของแต่ละทางเลือกนำมาผสมผสานกัน

ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรกำหนดโปรแกรมของการตัดสินใจ โดยระบุถึงตารางเวลาการดำเนินงานงบประมาณ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ ควรมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจน และจัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะช่วยให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ผู้บริหารควรกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบาย ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system) ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การสร้างระบบการควบคุมและการประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยให้ผู้บริหารแก้ปัญหาหรือทำการตัดสินใจใหม่ได้โดยได้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Factors Influence consumer Buying Behavior)

1. ปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้ซื้อเอง ผู้ซื้อมีความแตกต่างในเรื่องเพศ อายุ รายได้ สถานภาพของครอบครัวและอาชีพ โดยความแตกต่างในปัจจัย เหล่านี้ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันออกไป

2. ปัจจัยด้านจิตวิทยาความต้องการและแรงจูงใจโดย A.H.Maslow ได้กล่าวไว้ใน Hierarchy of Needs อย่างน่าสนใจ ว่า ความต้องการของผู้ซื้อนั้นต้องการการตอบสนองในเรื่องของด้านร่างกาย ความปลอดภัย ความต้องการให้สังคมยอมรับ ต้องการมีฐานที่เด่นและต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต มีชื่อเสียง

3. การรับรู้ มีผลกับการกระตุ้นการซื้อและการบริการลูกค้าสัมพันธ์นั้น ควรทำความเข้าใจในลักษณะการรับรู้ของกลุ่มตลาดเป้าหมายต่างๆ เช่น กลุ่มของสินค้าสำหรับเด็ก กลุ่มของคนในวัยทำงาน เป็นต้น หลังจากนั้นองค์กรสามารถเลือกข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายจะรับรู้ได้ง่าย

4. ทักษะคิด ควรสร้างทักษะคิดที่ดีกับภาพพจน์ขององค์กรพนักงานขายและสินค้าหรือบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าใดๆ ที่ใหม่ออกสู่ตลาด จะประสบความสำเร็จได้รับจะต้องสร้างทักษะคิดที่ดีให้กับผู้ซื้อ ให้เกิดการยอมรับในตลาดกลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อ กลุ่มคนเหล่านี้มีบทบาท ในการตัดสินใจซื้อ โดยสามารถแยกกลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อออกเป็น 5 กลุ่ม

ผู้ริเริ่ม (Initiator) ส่วนมากแล้วจะเป็นผู้ใช้ เป็นผู้เสนอแนวความคิดให้แนะแนวทางหรืออธิบาย บอกเล่าให้ฟังเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการ

ผู้มีอิทธิพล (Influencer) เป็นผู้มีอำนาจในการชักจูงหรือชักชวนให้ผู้ซื้อโน้มเอียง ตามความต้องการได้ในกระบวนการตัดสินใจ

ผู้ตัดสินใจซื้อ (Deciders) คือผู้พิจารณาขั้นสุดท้ายว่าจะมีการซื้อสินค้าหรือไม่

ผู้อนุมัติ (Approvers) คือบุคคลที่อนุมัติให้เกิดการซื้อขึ้น

ผู้ซื้อ (Buyer) คือบุคคลที่ไปซื้อสินค้านั้น อาจเข้าเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องไม่เกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจ

การเปลี่ยนแปลงลักษณะการซื้อของผู้บริโภค (Change in Consumer Buying Habits) พฤติกรรมซื้อในสังคมไทยมีลักษณะเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจนมีดังนี้

การเปลี่ยนแปลงทำเลซื้อ (Changing in Buying Location) ทำเลที่ตั้งขององค์กรโดยเฉพาะร้านมีความสำคัญมากขึ้นกับสินค้าหรือบริการ

การเปลี่ยนแปลงปริมาณการซื้อ (Size and Quantity) เนื่องจากเป็นครอบครัวเดียวมากขึ้น ปริมาณการซื้อสินค้าต่างๆมีขนาดลดลงในแต่ละครั้งที่ซื้อ โดยจะเป็นการซื้อปริมาณที่น้อยลงแต่เน้นคุณภาพมากขึ้น

ต้องการความสะดวกสบายในการซื้อมากขึ้น (Conveniences) สินค้าหรือบริการนั้นต้องการความสะดวกสบายในการซื้อ

การซื้อสินค้าโดยการบริการตัวเองเพิ่มขึ้น (Self-Services) ผู้ซื้อจะมีความสนใจมากขึ้น เพราะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาถูกขึ้น

การใช้สินเชื่อ (Credit Required) ผู้ซื้อมีความสนใจมากขึ้นในการซื้อและบริการโดยการผ่อนชำระเป็นงวดๆ ในกรณีนี้เกิดผลกระทบกับผู้ประกอบการคือ เมื่อผู้ประกอบการสามารถขายสินค้าหรือบริการในลักษณะเงินเชื่อมาเท่าไร ขณะเดียวกันก็จำเป็นต้อง กั้นเงินสำหรับสำรองค่าใช้จ่ายในการติดตามเก็บหนี้และเพื่อหนี้สูญเพิ่มมากขึ้น

ผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีความสามารถพิเศษเฉพาะตัวมาใช้งานเพื่อตอบสนองความต้องการ ความพึงพอใจของลูกค้าในแต่ละฝ่าย เช่น บริการหรือสินค้าจะสามารถปรับเปลี่ยนคุณสมบัติหรือลักษณะการให้บริการของลูกค้าได้มากขึ้นเช่น การออกแบบของหมอนขึ้นอยู่กั อายุของผู้ใช้ ขนาดของศีรษะและความชอบส่วนบุคคลที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละราย

3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)

คอตเลอร์ ฟิลลิป (2546: 24) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด

ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลใ้มน้ำความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมทางการตลาดแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

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

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

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

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถานที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

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

3.2 การกระจายตัวสินค้าหรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical distribution หรือ Market logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุด

สุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร (Kotler and Keller. 2009 : 786) หรือหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

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

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

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

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

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

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) มีความหมายดังนี้

1. การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์
2. ประชาสัมพันธ์ (Public relations) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดกับ

กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Etzel, Walker and Stanton, 2007 : 677) มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกัน ภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing) การโฆษณา เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) และการตลาดเชื่อมตรงหรือการ โฆษณาเชื่อมตรง (Online advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการ ตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสาร โดยตรงกับลูกค้า (อ้างอิงจาก <http://passakorn2326.blogspot.com/>)

4. แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะ ก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะ เปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ มีผู้เปรียบเทียบว่าแผนธุรกิจเปรียบ เหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผน จะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งเรื่องของการตลาด การแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเน ทางการเงิน ที่จะชี้แนะผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวังด้วย เช่นกัน

แผนธุรกิจที่ดีย่อมช่วยในการวัดถึงความเป็นไปได้ของกิจการที่จะลงทุน แผนจึงควร ประกอบด้วยการวิเคราะห์อย่างละเอียดในตัวเองหรือปัจจัยดังต่อไปนี้

1. สินค้าหรือบริการที่จะขาย
2. กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง
3. จุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการที่จะทำ
4. นโยบายการตลาด เช่น นโยบายด้านราคา การส่งเสริมการตลาด การกระจายสินค้า
6. ตัวเลขทางการเงิน นับตั้งแต่รายได้ที่คาดว่าจะได้ ค่าใช้จ่าย ค่าไร ขาดทุน จำนวนเงิน

ลงทุนที่ต้องการและกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้มาหรือใช้ไป แผนธุรกิจที่ดีเมื่ออ่านแล้วควรจะต้อง ตอบคำถามเหล่านี้ได้

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

7. วิธีการผลิตและการวางตลาดสินค้า นั้น มีทางเลือกอื่นๆ ที่ประหยัดได้มากกว่าหรือไม่
8. หน้าที่ต่างๆ เช่น การผลิต การจำหน่าย การจัดการทางการเงิน การจัดการคน มีการจัดการที่ดีและเหมาะสมเพียงใด

9. จำนวนและคุณภาพของพนักงานที่ต้องการมีเพียงพอหรือไม่

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

องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

แม้ว่าองค์ประกอบของแผนธุรกิจจะไม่ได้มีกำหนดไว้ตายตัว หากแต่องค์ประกอบหลัก ซึ่งนักลงทุนพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการรู้ จะประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้ คือ

องค์ประกอบที่ 1 : บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

เป็นส่วนที่จะสรุปใจความสำคัญของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาวไม่เกิน 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญ เพราะเป็นส่วนแรกที่ผู้ร่วมลงทุนจะอ่านและจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่า จะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อหรือไม่ ดังนั้น บทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญสองประการ คือ

1. ชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริงๆ เกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ
2. ต้องชี้ให้เห็นว่า สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่เวลานั้นให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไร

บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนควรระลึกไว้เสมอว่า คุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม จึงควรใช้เวลากับการเขียนส่วนนี้อย่างพิถีพิถันเนื้อหาใน

บทสรุปผู้บริหารควรกล่าวถึงสิ่งต่อไปนี้

1. อธิบายว่าจะทำธุรกิจอะไร และแนวคิดของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไร
2. โอกาสและกลยุทธ์ สรุปว่าอะไรคือโอกาสทำไมจึงน่าสนใจ และจะใช้โอกาสนั้นด้วยวิธีการอย่างไร
3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคะเนลูกค้าเป้าหมาย
4. ความได้เปรียบแข่งขันของธุรกิจ
5. ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไร

6. ทีมผู้บริหาร

7. ข้อเสนอผลตอบแทน

องค์ประกอบที่ 2 : ประวัติย่อของกิจการ

ส่วนนี้คือการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกิจการ ทั้งในด้านการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้าบริการ/ ที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 : การวิเคราะห์สถานการณ์

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

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

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

ผลลัพธ์จากขั้นตอนของการวิเคราะห์สถานการณ์ คือ บทวิเคราะห์ความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านต่างๆ ของกิจการ

องค์ประกอบที่ 4 : วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

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

1. มีความเป็นไปได้
2. สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม

3. เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

กล่าวคือ ไม่มุ่งหวังเพียงกำไรหรือผลลัพธ์ในระยะสั้นมากเกินไป โดยเฉพาะหากผลในระยะสั้นนั้นจะก่อให้เกิดผลเสียได้ในระยะปานกลางและระยะยาว

องค์ประกอบที่ 5 : แผนการตลาด

แผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาด ตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในองค์ประกอบที่ 3 มาพิจารณาร่วมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ในองค์ประกอบที่ 4 เนื้อหาของแผนการตลาดต้องตอบคำถามหลักๆ ให้กับผู้ประกอบการอย่างน้อยดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายทางการตลาดที่ต้องทำให้ได้ในระยะเวลาของแผนคืออะไรบ้าง
2. ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง
3. จะนำเสนอสินค้าบริการ/การอะไรให้กลุ่มเป้าหมาย ในราคาเท่าใด และด้วยวิธีการใด
4. จะสร้างและรักษาความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้ด้วยวิธีการใดบ้าง
5. ถ้าสถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ จะปรับตัวหรือแก้ไขอย่างไร

การตอบคำถามดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญของแผนการตลาด ซึ่งมีเนื้อหาหลัก 4 ส่วน ดังนี้

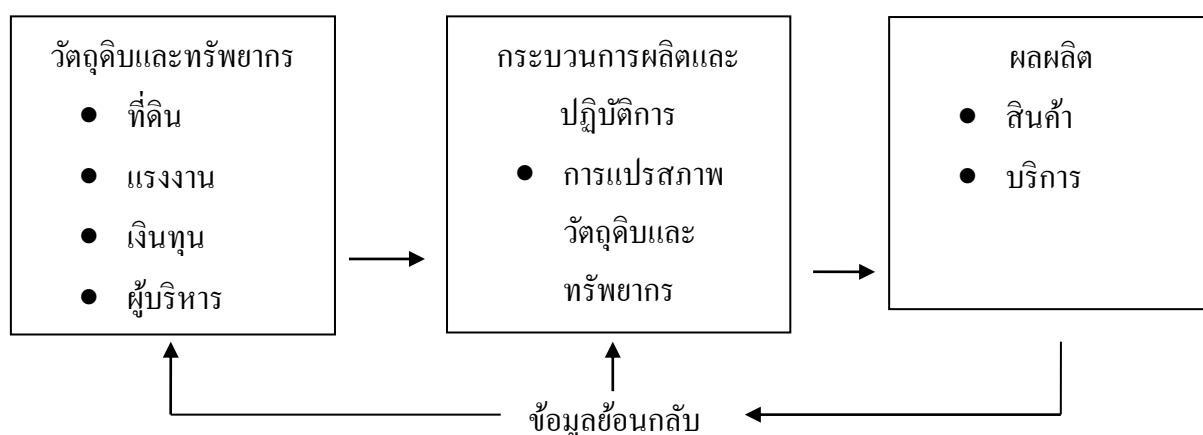
1. เป้าหมายทางการตลาด
2. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
3. กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาด
 - กลยุทธ์การตลาดเพื่อความสำเร็จในการแข่งขัน
 - กลยุทธ์เพื่อการเติบโตทางการตลาด
 - กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด
4. การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด

องค์ประกอบที่ 6 : แผนการผลิตปฏิบัติการ

หลังจากที่ผู้ประกอบการได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกิจการ ตลอดจนกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและแผนกลยุทธ์ของกิจการในภาพรวม เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันแล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นให้ออกมาเป็นแผนการผลิต/องและเชื่อมโยงกับแผนธุรกิจส่วนอื่นๆปฏิบัติที่สอดคล้อง ของบริษัท อันได้แก่ แผนการตลาด แผนการบริหารและจัดการบุคลากรและแผนการเงิน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายตามแผนนั้นๆ

แผนการผลิตปฏิบัติการที่ดีจะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการ/กระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

ให้กับธุรกิจ โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตให้เป็นผลผลิต ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังนี้



ระบบแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรให้เป็นผลผลิต

ในการวางแผนการผลิตปฏิบัตินั้น/ 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. การดำรงรักษาเครื่องมือและเครื่องจักร

องค์ประกอบที่ 7 : แผนการจัดการ และ แผนคน

ส่วนนี้ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุโครงสร้างขององค์การให้ชัดเจน โดยแสดงแผนผังโครงสร้างขององค์กรว่า ประกอบไปด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความรับผิดชอบอะไร รวมถึงตำแหน่งผู้บริหารหลักๆ ขององค์กร โครงสร้างของคณะกรรมการและการถือหุ้น การเขียนในส่วนนี้ควรจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเป็นทีมที่ดีในการบริหาร มีความสมดุลในด้านความรู้ ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิคและการบริหาร มีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่ทำ

รายละเอียดในส่วนนี้ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

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

องค์ประกอบที่ 8 : แผนการเงิน

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

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

องค์ประกอบที่ 9 : แผนการดำเนินงาน

หลังจากผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ของกิจการอย่างรอบคอบและครบถ้วนแล้ว ขั้นตอนต่อมาก็คือ การจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

ในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ โดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือนหรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

องค์ประกอบที่ 10 : แผนฉุกเฉิน

แผนฉุกเฉินเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่สถานการณ์หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็น

ผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้

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

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

รุ่งรศมี วันจงคำและขวัญชนก บุญพิมพ์ (2559) โครงการนี้เป็นโครงการประเภทนวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ชั้นวางของจากไม้พาเลท มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1). เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของโครงการ 2). เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม 3). เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากไม้ผลิตภัณฑ์ จากไม้อัดเบา และเพื่อเป็นการลดปริมาณการใช้ทรัพยากรไม้ 4) เพื่อตอบสนองแนวทางพระราชดำริสปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” โดยใช้วัสดุเหลือใช้มาสร้างให้เกิดประโยชน์

มีวิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นที่1.ขั้นเตรียมการ ขั้นที่2.ขั้นดำเนินการ และขั้นที่ 3. ขั้นประเมินผล จากผลการดำเนินงาน สรุปได้ดังนี้

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2559 ถึงวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560 รวมปฏิบัติงาน 34 สัปดาห์สถานที่ดำเนินโครงการคือ 60/274ข. ม. 1 ช.พร้อมนิมิต 8 ถ.เทพารักษ์ ต.บางเมือง อ.เมืองฯ จ.สมุทรปราการ 10270

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 5,000 บาท เสียค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์เป็นจำนวนเงิน 2,070 คงเหลือ 2,930 บาท คืนเงินให้สมาชิกคนละ 1,465 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุที่ไม่สามารถใช้ได้แล้ว ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างดำเนินการโครงการ 1) ปัญหาในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่สมาชิกภายในกลุ่มไม่มีความชำนาญในการใช้ 2)สมาชิกในกลุ่มยังทำงานไม่เป็นทีม และบางคนอาจไม่ปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้ทำให้เสียเวลาในการร่างรูปแบบของสิ่งประดิษฐ์ 4) ไม้อัดเบามีความเหนียวและแข็ง เวลาตัดหรือเจาะใส่สกรู อาจจะทำให้ไม้แตกได้

5. การแก้ไขปัญหา 1)ได้ความช่วยเหลือจากผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือต่างๆมาช่วยสอนวิธีการใช้อย่างถูกต้อง 2)ประธานโครงการมีการเรียกประชุมสมาชิกภายในกลุ่มให้ทำหน้าที่ของแต่ละคนอย่างเต็มความสามารถ พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือและคอยอำนวยความสะดวกให้สมาชิกภายในกลุ่ม 3)สมาชิกในกลุ่มได้มีการค้นหาข้อมูลการออกแบบของตัวผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่และทันสมัยทางอินเทอร์เน็ต นิติสารตคแต่งบ้าน สอบถาม

อาจารย์ผู้สอน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบตัวสิ่งประดิษฐ์ 4) ใช้ความระมัดระวังในขั้นตอนการตัดหรือเจาะสกรูมากขึ้น

6. ข้อเสนอแนะและแนวทางในการพัฒนา 1) ต้องพยายามที่จะเรียนรู้ในสิ่งต่างๆ เพราะการใช้เครื่องมือถ้าใช้ผิดวิธีก็สามารถก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย และสิ้นเปลืองงบประมาณในการจัดซื้อวัสดุแทนถ้าเกิดความเสียหาย 2) สมาชิกทุกคนจะต้องคำนึงถึงการทำงานเป็นทีม เมื่อสมาชิกภายในกลุ่มขาดความรับผิดชอบทุกคนในกลุ่มต้องบอกกล่าวหรือเตือนให้บุคคลนั้นรู้ตัวและการทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย 3) ต้องมีการหาความรู้หรือหาข้อมูลต่าง ๆ นำมาเป็นแนวทางในการปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินโครงการต่อไป

จากผลการสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 คน โดยถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (4P's)

ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.5$) เพื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.57$) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.44$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.53$) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.48$) ตามลำดับ

ประมวล ราชบรรเทาและคณะ (2559) จัดทำโครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกระบอกไม้ไผ่มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1). เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2) เพื่อประดิษฐ์ของใช้และตกแต่งบ้านจากทรัพยากรภายในท้องถิ่น (3) เพื่อนำทรัพยากรธรรมชาติภายในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์

วิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือขั้นตอนที่1) ขั้นเตรียมการ ขั้นที่2) ขั้นตอนการ ขั้นที่3) ขั้นตอนประเมินผล จากผลการดำเนินงานสรุปได้ดังนี้

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือเริ่มต้นตั้งแต่ กรกฎาคม 2559 – สิงหาคม 2559 สถานที่ดำเนินงาน ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยตำบลดอนกลอยอำเภอพิบูลย์รักษ์

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินทุน 500 บาท เสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการทั้งสิ้น 496 บาท เหลือเงิน 4 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นการดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ และเพิ่มรายได้ให้กับผู้ที่มีรายได้น้อย ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม

4. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ 1.(ปัญหาในด้านอุปกรณ์ที่สมาชิกในกลุ่มไม่มีความชำนาญในการใช้งาน 2.(สมาชิกในกลุ่มมีเวลาว่างไม่ตรงกันทำให้ล่าช้า 3.(สภาพอากาศแปรปรวนทำให้เกิดผลกระทบในระหว่างปฏิบัติงาน

5. ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา 1.)มีการฝึกอบรมบุคลากรและสอบถามผู้เชี่ยวชาญ เพื่อค้นหาข้อมูลให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น 2.)สมาชิกทุกต้องคำนึงการทำงานเป็นทีม ต้องรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายไว้ให้ดีที่สุด 3.)ลองใช้วัสดุธรรมชาติอย่างอื่นภายในท้องถิ่น ประเภทอื่นมาประดิษฐ์โคมไฟได้เหมือนกันและนำวัสดุที่มีไปประดิษฐ์เป็นของใช้และของตกแต่งอื่นๆบ้าง

จิราธิป คำนึ่ง และ ธนะพัฒน์ สวนไพริษฐ์ (2559) การจัดทำโครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ชั้นวางของไม้ไผ่มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1). เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ (3). เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานเป็นทีม (4). เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

วิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือขั้นตอนที่1) ขั้นเตรียมการ ขั้นที่2) ขั้นตอนดำเนินการ ขั้นที่3) ขั้นตอนประเมินผล จากผลการดำเนินงานสรุปได้ดังนี้

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือเริ่มต้นตั้งแต่ กรกฎาคม 2559 – กุมภาพันธ์ 2560 สถานที่ดำเนินงาน ช.ลาดกระบัง 12 ถ.อ่อนนุช แขวงลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินทุน 3,000 บาท เสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการทั้งสิ้น 2,986 บาท เหลือเงิน 14 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นการดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ และเพิ่มรายได้ให้กับผู้ที่มีรายได้น้อย ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความรู้ความสามัคคีร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม

4. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ 1.(ปัญหาในด้านอุปกรณ์ที่สมาชิกในกลุ่มไม่มีความชำนาญในการใช้งาน 2.(สมาชิกในกลุ่มมีเวลาว่างไม่ตรงกันทำให้ล่าช้า 3.(สภาพอากาศแปรปรวนทำให้เกิดผลกระทบในระหว่างปฏิบัติงาน

5. ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา 1.)มีการฝึกอบรมบุคลากรและสอบถามผู้เชี่ยวชาญ เพื่อค้นหาข้อมูลให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น 2.)สมาชิกทุกต้องคำนึงการทำงานเป็นทีม ต้องรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายไว้ให้ดีที่สุด 3.)ตรวจสอบสภาพอากาศ และจัดสถานที่ในการปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับสภาพอากาศ

จากตารางแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างของที่มีต่อ นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ชั้นวางของจากไม้ไผ่ด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.33$) ด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.19$) ด้านการจัดจำหน่ายมี

ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.90$) ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.82$)

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินงาน

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการออกแบบและวางโครงสร้าง
3. ม้วนกระดาษหนังสือพิมพ์ทาเวลาเท็กซ์
4. นำม้วนที่ได้มาติดเลียงกันยึงด้วยกาวยร้อนทำเป็นชิ้นส่วน
5. นำชิ้นส่วนแต่ละชิ้นมาประกอบเป็นชิ้นงาน และทาสี
6. ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นของการทำงาน

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	ม.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1.เตรียมคิดรูปแบบนวัตกรรม	↔								
2.ลงความเห็นในการวางแผนประดิษฐ์	↔								
3.สรุปความเห็นการประดิษฐ์	↔								
4.ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	↔								
5.จัดเตรียมอุปกรณ์ในการประดิษฐ์		↔							
6.จัดเตรียมสถานที่ในการประดิษฐ์			↔						
7.หาแหล่งอุปกรณ์				↔					
8.ลงสถานที่ในการขายสินค้า ร้านเฟอร์นิเจอร์					↔				
9.สรุปผลการปฏิบัติงาน						↔			
10.ส่งรายงานสรุปผลดำเนินงาน								↔	

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2563

63/59 ม.1 ซ.บุญสนอง 4 ต.บางเมืองใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270

ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 2,500 บาท

1. ไม้เบา	1,000 บาท
2. คลับเมตร	80 บาท
3. ค้อน	120 บาท
4. ตะปู	100 บาท
5. กระดาษทราย	70 บาท
6. สีทาไม้	270 บาท
7. สว่านตัดไม้	300 บาท
8. ป้ายร้าน	400 บาท
รวม	<u>2,460</u> บาท

การจัดทำแผนธุรกิจ

1. บทสรุปผู้บริหาร

แนวความคิดในการดำเนินธุรกิจ

เพื่อนำมาใช้สอยในชีวิตประจำวัน โดยเน้นการผลิตจำนวนมาก ในรูปสินค้า เพื่อให้ผ่านไปยังผู้บริโภคในวงกว้าง โดยที่รูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะเป็นปัจจัยสำคัญ ชักจูงผู้บริโภคให้เกิดความกระหายที่จะจ่ายเงินซื้อผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้คือ ผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์จากวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุที่ไม่ใช้ประโยชน์แล้วแต่สามารถนำส่วนใดส่วนหนึ่งของวัสดุมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ใช้สอยใหม่

ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของธุรกิจ

ชั้นวางหนังสือจากเศษไม้ที่เหลือใช้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการรีไซเคิล จากช่างฝีมือที่มากประสบการณ์ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า สร้างมูลค่า ด้วยวิธีการสร้างสรรค์ การนำกลับมาใช้ใหม่ มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภคเพราะมีคุณภาพความคงทน ความคุ้มค่า และที่สำคัญเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยขายอยู่ที่ราคา 1,400 บาท

- วัสดุหลักไม้อัดเบา
- โครงสร้างไม้อัดเบายาว
- ทรงรูปแบบคั่นไม้
- สูง 1.30 ซม. กว้าง 60 ซม. ลึก 25 ซม.

สภาวะตลาด

สภาวะการแข่งขันของตลาดสินค้าวัตรกรรมจะมีความรุนแรงน้อยกว่าตลาดสินค้าทั่วไป เพราะผู้ประกอบการรายใหม่ที่สามารถอยู่ในตลาดเป็นเวลานานได้นั้นมีน้อย เนื่องจากจำเป็นต้องมีแรงงานที่มีฝีมือ มีทักษะสูง และมีเงินทุนสำหรับการออกแบบใหม่ๆ เสมอ และสินค้าของคู่แข่งกันในตลาดมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน มีการลอกเลียนแบบกันไปมา ทำให้ผู้บริโภคเกิดการพิจารณาเปรียบเทียบการออกแบบสินค้า ราคา คุณภาพของสินค้า ความคุ้มค่า โดยบริษัททำการเพิ่มศักยภาพให้มากขึ้น เพื่อที่สามารถมีแข่งขันกับบริษัทอื่นๆ ในท้องตลาดได้

ลูกค้าเป้าหมาย

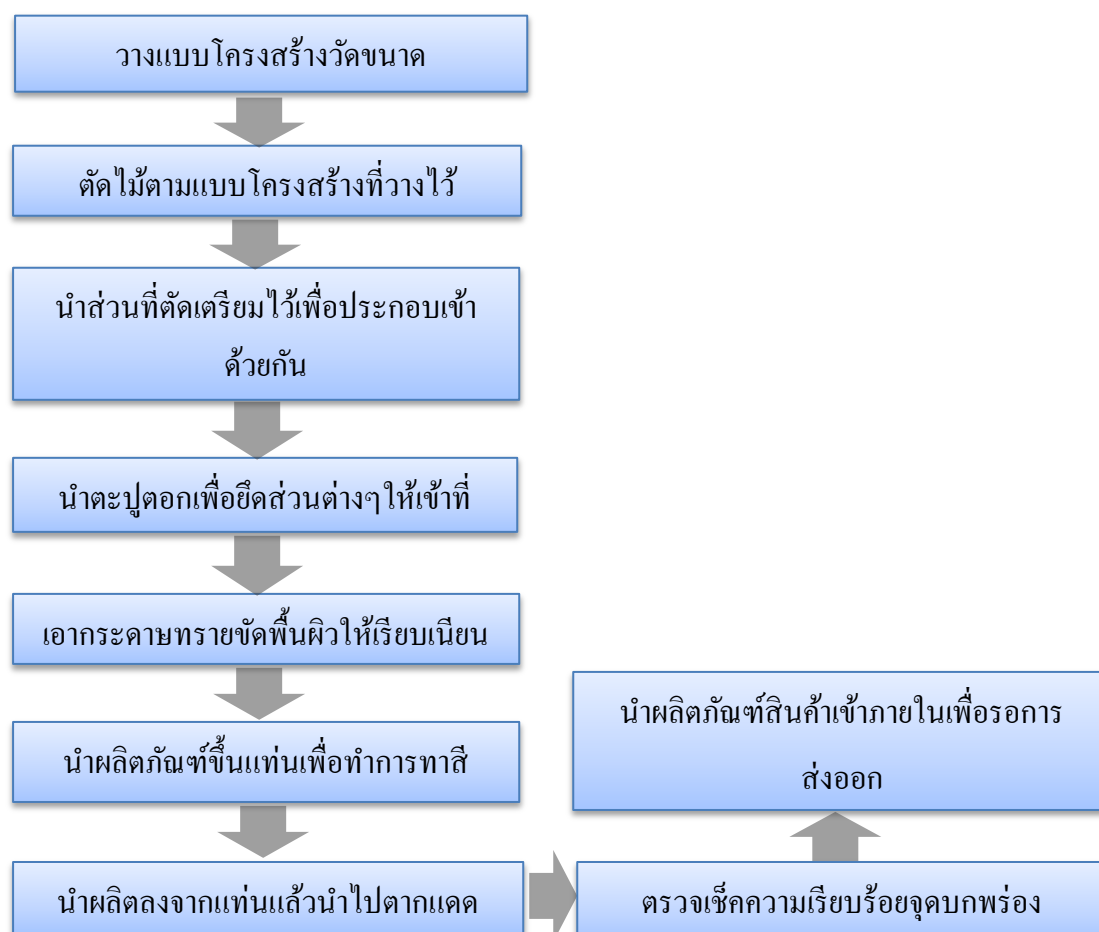
1. กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท พนักงานเงินเดือน อายุ 24 - 45 ปี อาศัย อยู่ตามคอนโด ห้องเช่า และบ้านตัวเอง

2. กลุ่มวัยเรียน นิสิต นักศึกษา อายุ 16-23 ปี อาศัยอยู่ตามหอพัก

กลยุทธ์ทางการตลาด

เนื่องจากสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่ว ๆ ไปฉะนั้นการออกแบบจึงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่เหมือนสินค้าในท้องตลาดทั่วไปและเป็นที่ดึงดูดใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพราะมีคุณภาพ ความคงทน ความคุ้มค่าและที่สำคัญเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

แผนการผลิต หรือการบริการ



การบริหารจัดการ

1. มีการวางแผนการดำเนินการเพื่อเข้าถึงเป้าหมายและสรรหาผู้บริโภครายใหม่
2. มีการขยายกิจการเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มีพื้นที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
3. มีการออกงานจัดแสดงสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าในช่วงเวลากิจกรรมจัดขึ้นตามศูนย์จัดแสดงสินค้าในหลายจังหวัด

สรุปผลทางการเงิน

ปัจจุบันกิจการมีเงินลงทุนทั้งหมด 200,000 บาท ประมาณการรายได้จากการบริการปีที่ 3 เป็นเงิน 4,037,600 บาท ประมาณการต้นทุนการบริการปีที่ 3 เป็นเงิน 618,500.99 บาท ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริการและการขายปีที่ 3 เป็นเงิน 603,895 บาท กำไรสะสมปีที่ 3 เป็นเงิน 107,520.46 บาท ภายในระยะเวลา 3 ปี มีเงินหมุนเวียนภายในกิจการ 2,392,923.41 บาท

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจต่อธนาคารพาณิชย์

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ
2. เพื่อเตรียมพร้อมในการดำเนินธุรกิจ
3. เพื่อให้ปฏิบัติตามแผนการที่กำหนดให้บรรลุวัตถุประสงค์ของร้าน

โดยมีเงื่อนไขดังนี้

1. เมื่อมีผลกำไรจากการบริหาร จะมีการปันผลในระยะเวลา 3 ปี
2. เมื่อมีหนี้สินของบริษัททุกหุ้นจะต้องมีหน้าที่รับผิดชอบร่วมกัน
3. ผู้ถือหุ้นในบริษัททุกหุ้นต้องมีอายุครบกำหนด 3 ปี จึงจะมีสิทธิขายหุ้นได้

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มก่อตั้ง

ประวัติบริษัท

บริษัท Book Sheild O2 จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2562 โดย คุณนภัทร โละพงศธร และคุณอชิตพล ศิริมุขอาคม เริ่มแรกดำเนินธุรกิจประเภทสิ่งของใช้งานตกแต่งภายในบ้าน ในผลิตภัณฑ์ไม้อัดเบาเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยเป็นผู้ติดต่อ ทักหาแหล่งของสินค้า และติดต่อลูกค้าด้วยตนเองด้วยประสบการณ์ในการติดต่อแหล่งผู้ขาย และผู้ซื้อทำให้พบว่าหากจะดำเนินธุรกิจในธุรกิจสิ่งของใช้งานตกแต่งภายในบ้านเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ และประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจแล้ว การมีแหล่งผลิตเป็นของตนเองจะทำให้ควบคุมคุณภาพของสินค้า และต้นทุนของสินค้าได้ดีกว่า และสามารถที่จะแข่งขันในตลาดได้

แนวความคิดก่อตั้งโรงงานผลิตเป็นของตนเอง โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะผลิตสินค้าคุณภาพมาตรฐานสม่ำเสมอตรวจสอบได้ บริษัทจึงได้ลงทุนสร้างโรงงานแห่งแรกในนิคมอุตสาหกรรมบางปู โดยใช้ชื่อ บริษัท Book Sheild O2 จำกัด โดยโรงงานของบริษัทจะนำเศษไม้เก่าที่เหลือใช้มาประยุกต์สร้างเป็นสิ่งของที่สามารนำไปใช้งานได้ใหม่จริง เช่น ชั้นวางหนังสือ ที่สร้างจากเศษไม้ที่เหลือใช้มาทำให้เกิดประโยชน์ ซึ่งเป็นโรงงานที่มีกระบวนการผลิตสินค้า และแบ่งผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานคุณภาพระดับสูงเป็นผลให้บริษัทสามารถขายในตลาด ในลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ชื่อเสียงด้านสินค้าคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

การดำเนินธุรกิจ บริษัทได้ใช้นโยบายการดำเนินธุรกิจที่สร้างความแตกต่างด้านคุณภาพสินค้าและบริการเป็นอย่างมากด้วยความมุ่งมั่นที่จะดำรงไว้ซึ่งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการจัดการด้านองค์ความรู้ลงไปสู่ผู้บริโภคเพื่อสามารถใช้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างสมประโยชน์สูงสุด บริษัทจึงได้พัฒนากระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวกับการวิจัยพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จนทำให้ ลูกค้าและบุคคลทั่วไปยอมรับว่าเป็นบริษัทที่ผลิตสินค้าคุณภาพมาตรฐานที่ดี

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน	ระยะคาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	จัดตั้งบริษัท Book Sheild O2 จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจชั้นวางหนังสือจากเศษไม้ที่เหลือใช้	1 เดือน	วัน 30
2	จดทะเบียน บริษัทจำกัด	2 อาทิตย์	วัน 14
3	ประชุมบอร์ดบริหารทุกฝ่าย	2 อาทิตย์	วัน 14
4	ทำวิจัยกลุ่มคนทั่วไปที่สนใจนวัตกรรมจากสิ่งของเหลือใช้	1 เดือน	วัน 30
5	สรุปผลวิจัย นำข้อมูลมาประชุมและเริ่มดำเนินการ	1 อาทิตย์	วัน 7
6	เริ่มเปิดตัวผลิตภัณฑ์ชั้นวางหนังสือจากเศษไม้ที่เหลือใช้ และโฆษณาผลิตภัณฑ์	1 เดือน	วัน 30
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		4 เดือน 1 อาทิตย์	วัน 125

4. ผลิตภัณฑ์

4.1 รายละเอียดสินค้า

ชั้นวางหนังสือจากเศษไม้ที่เหลือใช้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการรีไซเคิล จากช่างฝีมือที่มากประสบการณ์ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า สร้างมูลค่า ด้วยวิธีการสร้างสรรค์ การนำกลับมาใช้ใหม่ มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และเป็นที่สนใจ

ของผู้บริโภคเพราะมีคุณภาพความคงทน ความคุ้มค่า และที่สำคัญเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยขายอยู่ที่ราคา 1,400 บาท

- วัสดุหลักไม้อัดเบา
- โครงสร้างไม้อัดเบายาว
- ทรงรูปแบบต้นไม้
- สูง 1.30 ซม. กว้าง 60 ซม. ลึก 25 ซม.

ภาพสินค้า

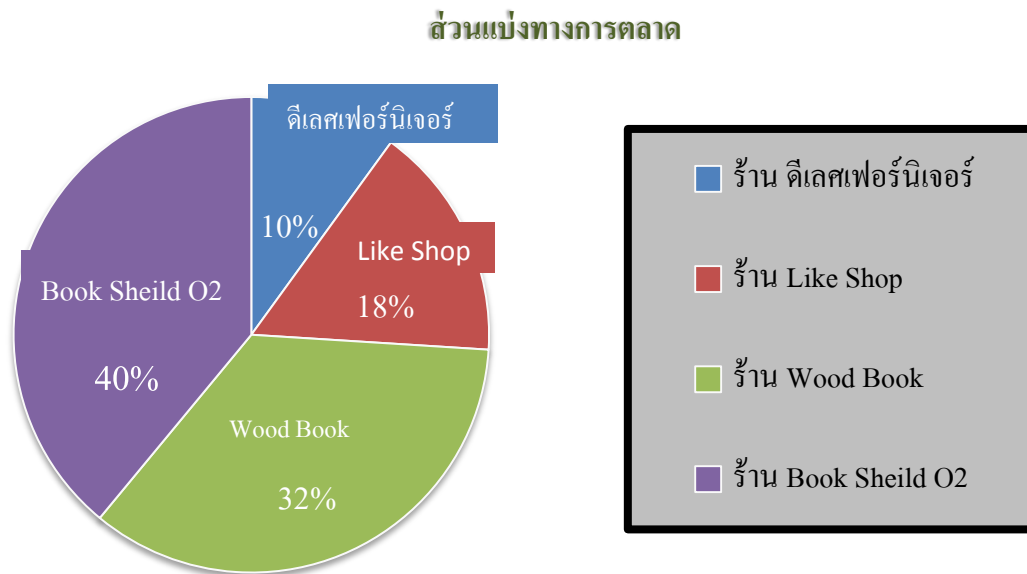


5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สถานะอุตสาหกรรม และภาวะตลาด

บริษัทได้ใช้กลยุทธ์การสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภค จากการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย อาจมาจากสาเหตุต่างๆ เช่น ความชอบ ความพึงพอใจที่ต้องการผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์เป็นของตนเอง จากกระแสการใช้สินค้าที่มีความนิยมมากขึ้น ทางบริษัทจึงได้นำผลิตภัณฑ์ชิ้นวางหนังสือจากเศษไม้เหลือใช้ออกจำหน่ายสู่ตลาด เพื่อตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีความชอบไลฟ์สไตล์แตกต่างกันออกไป

5.2 ส่วนแบ่งทางการตลาด



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

แนวโน้มทางการตลาดบริษัท Book Sheild O2 สามารถเติบโตได้อีก เพราะปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ให้ความสำคัญและแสวงหาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งพฤติกรรมในการบริโภคดังกล่าวตรงกับเงื่อนไขกระแสเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียว กับการรักษาสีสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ทำให้สามารถดำเนินการควบคู่ไปกับการสร้างผลกำไรให้กับองค์กรเนื่องจากการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัท Book Sheild O2 ได้รับผลตอบแทนที่ดีจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

5.4 ตลาดเป้าหมาย

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ คือ

1. กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือน อายุ 24-45 ปี อาศัยอยู่ตาม คอนโด บ้านตนเอง
2. กลุ่มวัยเรียน นิสิต-นักศึกษา อายุ 16-23 ปี อาศัยอยู่ตามหอพักเป็นกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความต้องการสินค้าที่มีการออกแบบที่เป็นสิ่งแปลกใหม่โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะคำนึงถึงการในระยะการใช้งาน คุณภาพ ความคุ้มค่าในการซื้อสินค้า จึงทำให้บริษัท เราต้องขยายตัวเพื่อที่จะเจาะกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจการก็คือผู้บริโภค ที่มีความสนใจในตัวสินค้าสิ่งแปลกใหม่สวยงาม ต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่าย และสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งานได้ดี และสามารถทดแทนในกลุ่มสินค้าทั่วไปได้ในคุณภาพระดับเดียวกัน

5.6 สภาพการแข่งขัน

สภาวะการแข่งขันของตลาดสินค้าวัฒนธรรมจะมีความรุนแรงน้อยกว่าตลาดสินค้าทั่วไป เพราะผู้ประกอบการรายใหม่ที่สามารถอยู่ในตลาดเป็นเวลานานได้นั้นมีน้อย เนื่องจากจำเป็นต้องมีแรงงานที่มีฝีมือ มีทักษะสูง และมีเงินลงทุนสำหรับการออกแบบใหม่ๆเสมอ และสินค้าของกลุ่มแข่งขันในตลาดมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน มีการลอกเลียนแบบกันไปมา ทำให้ผู้บริโภคเกิดการพิจารณาเปรียบเทียบการออกแบบสินค้า ราคา คุณภาพของสินค้า ความคุ้มค่า โดยบริษัททำการเพิ่มศักยภาพให้มากขึ้น เพื่อที่สามารถมีแข่งขันกับบริษัทอื่นๆในท้องตลาดได้

5.7 คู่แข่งขัน

- ร้าน ดีเล็คเฟอรันิเจอร์
- ร้าน Like Shop
- ร้าน Wood Book

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	ร้าน Book Sheild O2	ร้าน Wood Book	ร้าน Like Shop	ร้าน ดีเลศเฟอร์นิเจอร์
ด้านผลิตภัณฑ์	ชั้นวางหนังสือ O2 จากไม้อัดเบา	ชั้นวางหนังสือ จากยางพารา	ชั้นหนังสือทรง ญี่ปุ่นจากไม้ไผ่	ชั้นวางหนังสือ ทรงวินเทจจาก ไม้แกะสลัก
ราคา	ราคา 1,400 บาท	ราคา 1,900 บาท	ราคา 2,000 บาท	ราคา 3,000 บาท
ช่องทางการจัดจำหน่าย	1.หน้าร้าน BookSheild O2 Book Sheild O2 ต.บางเมือง อ.เมือง จ.สมุทรปราการ ถ.สุขุมวิท 117 Tel:02-349-1449 2.ทางออนไลน์ Facebook:Book Sheild O2 เฟอร์นิเจอร์	1.หน้าร้าน Wood Book ต.ลำโรงเหนือ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 2.ทางออนไลน์ Facebook,Line	1.หน้าร้าน Like Shop ต.เทพารักษ์ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 2.ทางออนไลน์ Facebook, Line	1.หน้าร้าน ดีเลศเฟอร์นิเจอร์ ต.บางเมือง อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 2.ทางออนไลน์ Facebook
การส่งเสริมการตลาด	1.มีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าเป็นกลุ่มเหลือ 2,400 บาทจากปกติ 2,800 บาท 2.มีส่วนลดให้กับผู้แชร์เพจร้าน5% Facebook:Book Sheild O2 3.บริการจัดส่งฟรี ในระยะพื้นที่ที่กำหนดพร้อมติดตั้ง 4. มีป้ายร้านจัดแสดงสินค้า 5.โฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์ Facebook:Book Sheild O2	1.การแจกใบปลิว 2.ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าครบ 1,900 บาท แถมหนังสืออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 3.ให้ส่วนลด 4% เฉพาะลูกค้าที่กด Like,Share ทางเพจ FacebookWoodBook	1.จัดส่งฟรีเมื่อซื้อครบ 2,000 บาท 2.บริการติดตั้งให้ถึงบ้าน 3.ลูกค้าท่านใดที่กด LikeShare ทางเพจ Facebook Like รับโมเดลชั้นวางหนังสือของทางร้าน	1.บริการจัดส่งฟรี ในระยะพื้นที่ที่กำหนด 2.รับส่วนลด 5% เฉพาะลูกค้าที่กด Like,Share เพจ Facebook ดีเลศเฟอร์นิเจอร์

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง(Strengths)	จุดอ่อน(Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	-มีการจัดวางระบบงานที่ดีมีการอบรมพนักงานก่อนปฏิบัติงาน -ผู้บริหารมีระบบในการจัดการบริหารงานที่ดี	-มีจำนวนบุคลากรที่มีความชำนาญไม่เพียงพอต่อการผลิตสินค้าตรงตามต้องการของลูกค้า
ด้านการตลาด	-มีขั้นตอนการจัดจำหน่ายดำเนินการอย่างเป็นระบบ -ทางบริษัทมีความโดดเด่นด้านราคาสินค้าต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	-เนื่องจากทางบริษัทเป็นผู้ลงทุนรายใหม่จึงทำให้กลุ่มลูกค้ายังขาดความเชื่อถือ/ความมั่นใจต่อผลิตภัณฑ์สินค้า
ด้านการบริการ	-มีการอบรมพนักงานก่อนปฏิบัติงานประจำเพื่อพร้อมให้บริการลูกค้าอยู่ตลอดเวลาอย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของลูกค้า	-ทางบริษัทมีพนักงานไม่เพียงพอในการให้บริการลูกค้าที่มีจำนวนมากกว่าพนักงาน
ด้านการเงิน	-มีระบบการบริหารการเงินอย่างเป็นระบบทำให้กิจการมีความมั่นคง	-การจัดทำรายงานทางการเงินขาดการสรุปผลที่ชัดเจนที่จะนำไปวางแผนตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	-กลุ่มที่ผู้บริโภคปัจจุบันมีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้โดยเฉพาะงานไม้จากธรรมชาติ	-เนื่องจากเป็นงานฝีมือราคาค่อนข้างสูงทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้ายาก
สถานการณ์การแข่งขัน	-ผลิตภัณฑ์สินค้าที่แปลกใหม่มีการออกแบบที่แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น ทำให้เป็นที่สนใจต่อผู้บริโภค	-คู่แข่งด้านการตลาดมีอยู่จำนวนมากและมีคู่แข่งหน้าใหม่เพิ่มขึ้นมาเรื่อยๆ
สังคม	-ปัจจุบันคนในสังคมนิยมสินค้าที่ลดการก่อมลพิษและหันมาใส่ใจธรรมชาติกันมากขึ้น -มีการรณรงค์การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิด การยอมรับว่าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการลด ปริมาณขยะให้แก่สังคม	-กระแสสังคมมีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มที่ยังไม่ทราบว่าสินค้าทำมาจากวัสดุเหลือใช้
เทคโนโลยี	-มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการกระจายสินค้าให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค	-การลงทุนด้านเทคโนโลยีมีค่าใช้จ่ายสูงระบบเครือข่ายไม่สามารถครอบคลุมทุกพื้นที่ตามเป้าหมาย
สภาพเศรษฐกิจ	-ผู้บริโภคหันมาสนใจเลือกซื้อสินค้าเนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจตกต่ำทำให้ผู้บริโภคมักเลือกสินค้าที่มีราคาถูกซึ่งทางร้านมีราคาถูกกว่าในท้องตลาด	-สภาพเศรษฐกิจประเทศไทยชะลอตัวทำให้ผู้บริโภคมีปริมาณการซื้อสินค้าน้อยลง
กฎหมายระเบียบข้อบังคับ	-ปัจจุบันรัฐมีการสนับสนุนธุรกิจ SME เป็นอย่างมาก	-ระเบียบข้อบังคับของกฎหมายในการจัดตั้งธุรกิจที่มีความยุ่งยากและซับซ้อน
กลุ่มผู้จำหน่ายเครือข่าย	-สินค้ามีคุณภาพ และมีมาตรฐานที่ดีเหมาะสมตามราคา	-ยังไม่มีตัวแทนจำหน่ายสินค้านรายย่อยทำให้ผู้บริโภคที่อยู่ต่างจังหวัดไม่รู้จักข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าประเภทนี้

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	ชั้นวางหนังสือ O2 , (Book Sheild O2)
ที่อยู่/ ที่ตั้งกิจการ	63/59 ม.1 ต.บางเมืองใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270 ถนน.สุขุมวิท 117
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	เป็นกิจการที่มีผู้ร่วมลงทุน
ทุนจดทะเบียน	200,000 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2562 – เดือน กุมภาพันธ์ 2563
หมายเลขทะเบียนการค้า	1424499811949

6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	นายณภัทร โลหะพงศธร	ประธาน
2	นายอชิตพล ศิริมุขอาคม	รองประธาน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจของกิจการขึ้นอยู่กับ ประธาน แต่เพียงผู้เดียว

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1	นายณภัทร โลหะพงศธร	10,000	100,000	50%
2	นายอชิตพล ศิริมุขอาคม	10,000	100,000	50%
รวมจำนวนหุ้น		20,000	200,000	100%

*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

A. ชื่อ-นามสกุล นายณภัทร โลหะพงศธร อายุ 24 ปี

การศึกษา

ระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์
พนิชยการ ปี พ.ศ. 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2561 บริษัท โรงแรม ไทยฮอป จำกัด ตำแหน่ง พนักงานต้อนรับบริการ

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

รางวัลพนักงานดีเด่นในการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นที่ยอมรับ จากลูกค้า
บริษัท โรงแรม ไทยฮอป จำกัด

B. ชื่อ-นามสกุล นายอชิตพล ศิริมุขอาคม อายุ 24 ปี

การศึกษา

ระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์
พนิชยการ ปี พ.ศ. 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2561 บริษัท โรงแรม ไทยฮอป จำกัด ตำแหน่ง พนักงานต้อนรับบริการ

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

รางวัลพนักงานดีเด่นในการให้คำแนะนำ และต้อนรับลูกค้าอย่างเป็นที่
ยอมรับ จากลูกค้า บริษัท โรงแรม ไทยฮอป จำกัด

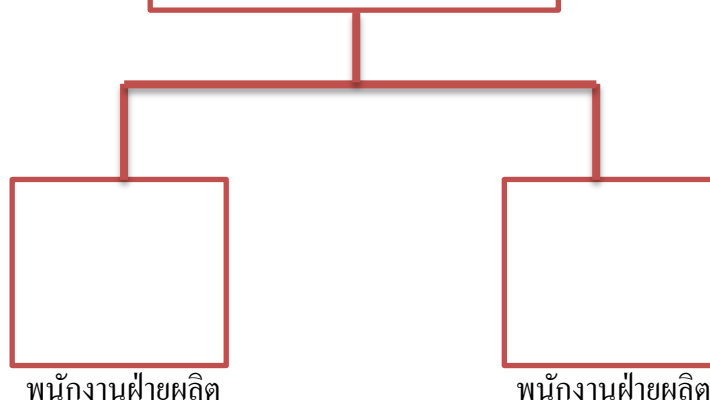
6.6 แผนผังองค์กร



นายณภัทร โลหะพงศธร
ประธาน



นายชิตพล ศิริ मुखอาคม
รองประธาน



พนักงานฝ่ายผลิต

พนักงานฝ่ายผลิต

6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

A.	ชื่อ-นามสกุล	นายณภัทร โลหะพงศธร
	ตำแหน่ง	ประธาน
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	บริหาร วางแผน ตัดสินใจงานในบริษัท
	การศึกษา ระดับ ปวส.	จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
	ปี พ.ศ. 2561	
	อัตราเงินเดือน	15,000 บาท
B.	ชื่อ-นามสกุล	นายอชิตพล ศิริมุขอาคม
	ตำแหน่ง	รองประธาน
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	ให้คำปรึกษาวางแผนธุรกิจ จัดหาเงินทุน
	การศึกษา ระดับ ปวส.	จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
	ปี พ.ศ. 2561	
	อัตราเงินเดือน	13,000 บาท
C.	ชื่อ-นามสกุล	
	ตำแหน่ง	พนักงานฝ่ายผลิต
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมดูแลการผลิตและตรวจสอบสินค้าที่ผลิต
	การศึกษา ระดับ ปวช.	จาก
	ปี พ.ศ.....	
	อัตราเงินเดือน	8,450 บาท
D.	ชื่อ-นามสกุล	
	ตำแหน่ง	พนักงานฝ่ายผลิต
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมดูแลการผลิตและตรวจสอบสินค้าที่ผลิต
	การศึกษา ระดับ ปวช.	จาก
	ปี พ.ศ.....	
	อัตราเงินเดือน	8,450 บาท

6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน
1	นายณภัทร โลหะพงศธร	ประธาน	1	15,000.00
2	นายอชิตพล ศิริมุขอาคม	รองประธาน	1	13,000.00
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			2	28,000.00

6.9 วิสัยทัศน์

นำเสนอสินค้ามีคุณภาพ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเลิศที่มีความแตกต่าง ตอบโจทย์ความคาดหวังของลูกค้าเสมอ สินค้าของเราจะต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานของเราเพื่อสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป

6.10 พันธกิจ

1. จัดระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพและพัฒนารูปแบบการผลิตอย่างต่อเนื่อง
2. สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่และการบริการ
3. บริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและมีผลประโยชน์ที่น่าพอใจเพื่อสร้างผลกำไรใน

ธุรกิจ

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. เพื่อผลิตและจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคหลักกลุ่มชนใกล้เคียง
2. ต้องการให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้า
3. ธุรกิจต้องการคืนทุนภายในระยะเวลา 2 ปี

เป้าหมายระยะกลาง

1. เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอีก 10%
2. เพื่อขยายตลาดผลิตภัณฑ์ไปเขตพื้นที่ใกล้เคียง
3. ขยายช่องทางการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ

เป้าหมายระยะยาว

1. เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีขึ้นจนเป็นที่กล่าวขานของกลุ่มลูกค้าทั่วไป
2. สามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้ได้มากที่สุดและเพิ่มลูกค้ารายใหม่อยู่เสมอ
3. เป็นผู้นำตลาดที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงที่สุดและมีกำไรในปีต่อไปเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

จากปีก่อนหน้าอีก 20%

6.12 ปัจจัยความสำเร็จ

1. การบริการอันประทับใจมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า
2. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ
3. มีแหล่งวัสดุที่มีราคาถูกและมีการคัดสรรวัสดุที่มีคุณภาพมาตรฐานให้แก่ลูกค้า

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้กับหุ้นส่วนทุกๆ คน โดยยึดหลักในการคล่องถือหุ้น
2. หลังจากปีที่ 2 เป็นต้นไปจะจ่ายเงินปันผลของแต่ละบุคคลตามจำนวนหุ้นส่วน

6.14 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

1. มีการวางแผนการดำเนินการเพื่อเข้าถึงเป้าหมายและสรรหาผู้บริโภครายใหม่
2. มีการขยายกิจการเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มีพื้นที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
3. มีการออกงานจัดแสดงสินค้าเพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าในช่วงเวลากิจกรรมจัดขึ้นตาม

ศูนย์จัดแสดงสินค้าในหลายจังหวัด

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมาย

1. ต้องการให้รับรู้คุณภาพของสินค้าเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย
2. สามารถเพิ่มยอดขายและได้รับผลกำไรเพิ่มขึ้นทุกๆปี
3. ขยายกิจการและเพิ่มสาขาในช่วงระยะเวลาหลังจากปีที่ 2

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือน อายุ 24-45 ปี อาศัยอยู่ตาม คอนโด หรือห้องเช่า และบ้านตนเอง
2. กลุ่มวัยเรียน นิสิต-นักศึกษา อายุ 16-23 ปี อาศัยอยู่ตามหอพัก

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ชั้นวางหนังสือ O2 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้ารูปทรงต้นไม้ ขนาดความกว้าง 1.30 เมตรกว้าง 60 ซม. ฐานวาง 25. ซม วัสดุที่นำมาใช้ในการผลิตเศษไม้อัดเบาแบบโครงสร้าง และตัดไม้ให้เป็นรูปแบบตามแบบ ทาสีลงด้วยสีเขียว และนำตากแดดเพื่อให้แห้ง และรอส่งผลิตภัณฑ์สินค้าให้ผู้บริโภค สินค้ามีคุณภาพ มีความทนทาน สามารถใช้งานได้ในระยะยาว และรับประกันสินค้า 6 เดือน ของตัวผลิตภัณฑ์สินค้า



7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

มีการกำหนดราคาโดยการเปรียบเทียบกับราคาคู่แข่งในระดับที่ราคาต่ำกว่า เพราะได้คำนึงถึงรายได้ของกลุ่มเป้าหมาย เชื่อว่าลูกค้าก็สามารถยอมรับได้เพราะได้มีบริการเสริมให้กับลูกค้า และทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป

สินค้า	ราคาสินค้า
ชั้นวางหนังสือ O2	1,400 บาท

การชำระเงิน

- ลูกค้าสามารถชำระเงินเป็นเงินสดหรือบัตรเครดิต
- ลูกค้าทางออนไลน์ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านธนาคาร หรือ แอปพลิเคชันการดังนี้



ชื่อบัญชี

ธ.กสิกรไทย/เลขบัญชี

พร้อมเพย์

นายณภัทร โลหะพงศธร

142-4409-914 บัญชี ออมทรัพย์

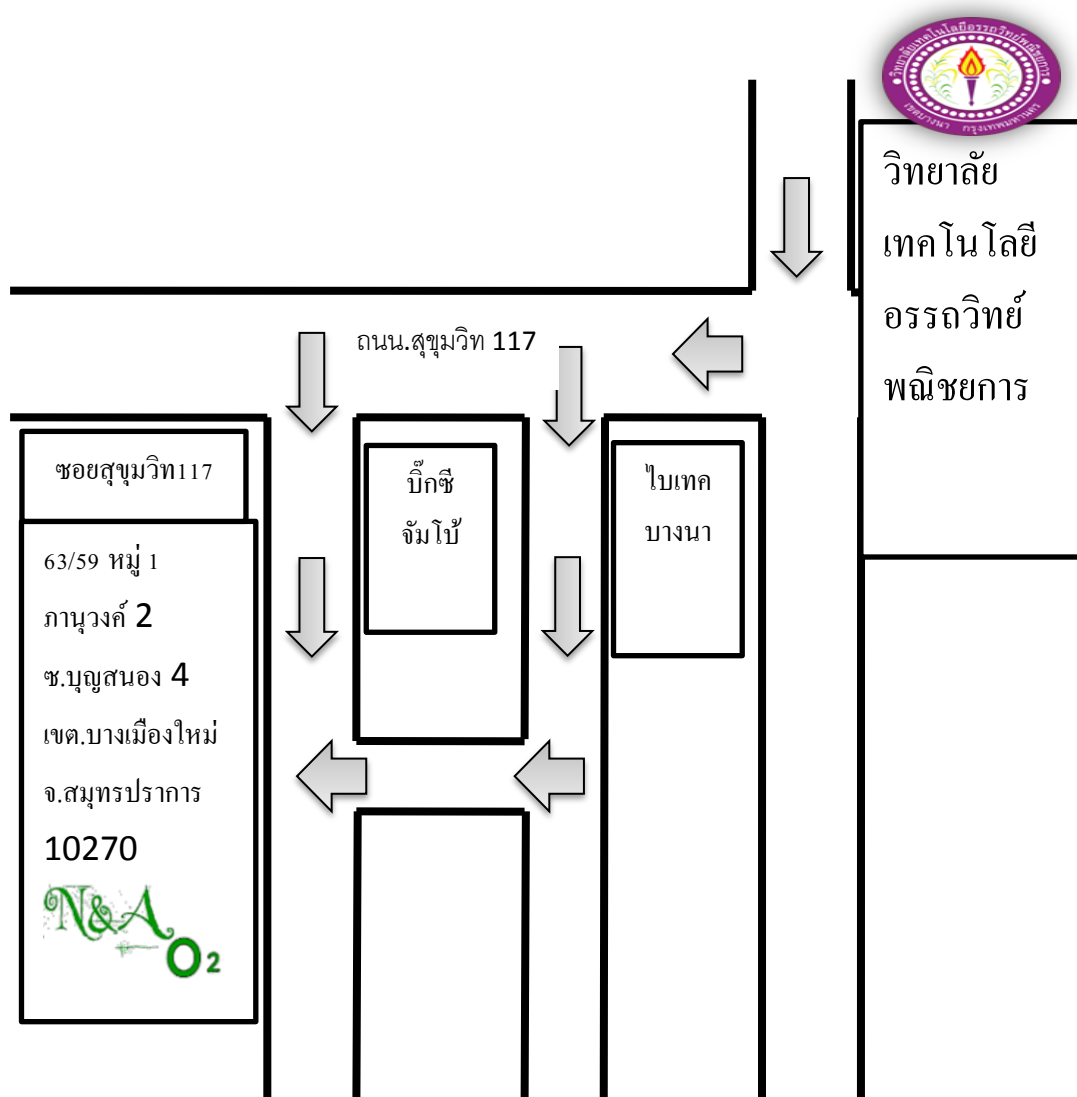
สาขา บิ๊กซีสำโรงเหนือ

094-999-1422

7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

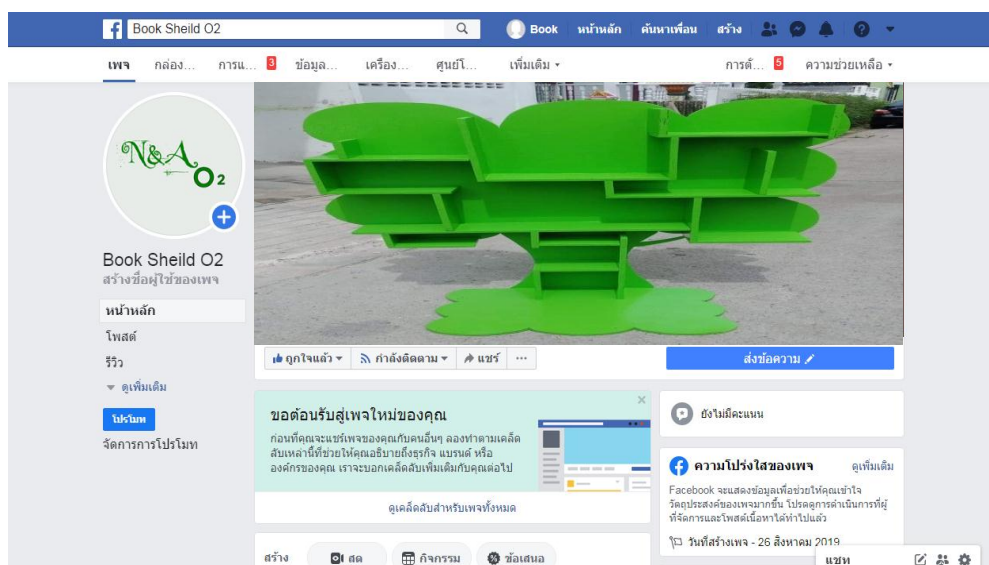
ธุรกิจนี้ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีผู้คนอาศัยอยู่จำนวนมาก ใกล้คอนโด และสถานที่โรงเรียน ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้เห็นผลิตภัณฑ์ ชั้นวางหนังสือ O2 และคำนึงถึงในการตกแต่งภายในที่อยู่อาศัย และสถานที่ราชการ ด้วยความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ตัวสินค้า ที่แปลกใหม่ที่ดึงดูดลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดการสนใจ ต่างจากผลิตภัณฑ์ร้านอื่นๆ และมาใช้บริการกันจำนวนมาก และปัจจุบันทางร้านจึงได้คิดใช้ ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่นิยมใช้มีรูปแบบคือ ร้านค้าขายสินค้าให้กับลูกค้าหน้าร้าน โดยตรง และ ร้านค้าออนไลน์ขายสินค้าให้กับลูกค้าเมื่อมีการติดต่อสั่งซื้อผ่านเว็บเพจ Facebook : Book Sheild O2 พร้อมการโอนเงิน เมื่อร้านค้าออนไลน์ได้รับเงินแล้วก็จะจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยตรงพร้อมบริการติดตั้ง และส่งฟรีตามระยะทางที่กำหนด ซึ่งช่องทางการจำหน่าย ด้วยวิธีนี้ร้านค้าออนไลน์จะได้กำไรมากกว่า

สถานที่บริการ สถานที่ผลิตและจำหน่าย อยู่ที่ 63/59 ม.1 ต.บางเมืองใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270 ถนน. สุขุมวิท 117 โทรติดต่อสอบถาม 099-144-0499 และ ทางออนไลน์ Facebook Book Sheild O2



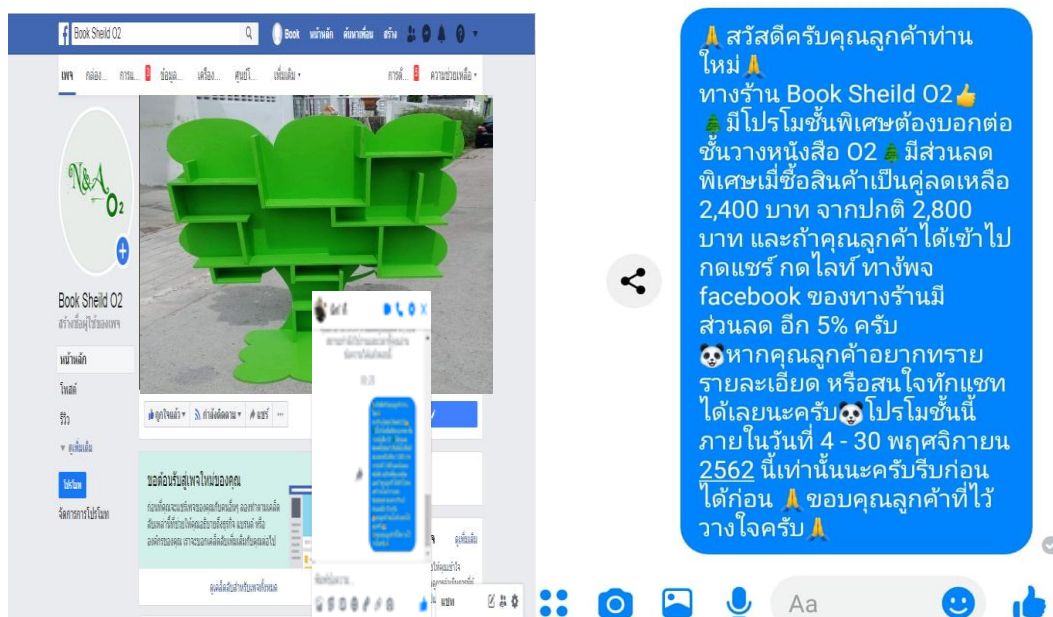
ช่องทางติดต่อออนไลน์

ลูกค้าสามารถติดต่อ และสอบถามรายละเอียดข้อมูลการให้บริการได้ตามช่องทางหลักใน
หน้าเพจ Facebook : Book Sheild



7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

1. มีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าชิ้นเป็นคู่ลดเหลือ 2,400 บาท จากปกติละ 2,800 บาท ภายในวันที่ 4 – 30 พฤศจิกายน 2562 เท่านั้น
2. มีส่วนลดให้ 5% กับผู้แชร์เพจร้าน Facebook: Book Sheild O2



8. แผนการผลิต

8.1 สถานประกอบการในการผลิต

สถานที่ผลิตและจำหน่าย อยู่ที่ 63/59 ม.1 ต.บางเมืองใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270 ถนน. สุขุมวิท 117 โทรศัพท์ต่อสอบถาม 099-144-0499 และ ทางออนไลน์ Facebook Book Sheild O2

8.2 เครื่องจักร อุปกรณ์ และเครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	ลักษณะการใช้งาน	จำนวน	ราคาทุน	อายุ
1	สว่านตัดไม้	ใช้สำหรับตัดไม้	2	4,800	2 ปี
2	ค้อน	ใช้สำหรับตอกตะปู	2	280	4 ปี
3	ตลับเมตร	ใช้สำหรับวัดขนาด	2	140	2 ปี

8.3 ข้อมูลการผลิต

จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด	8 / 208 / 2496	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
อัตราประมาณการในการผลิต	8 / 208 / 2496	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
เป้าหมายหน่วยการผลิต	8 / 208 / 2496	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการผลิต	8 / 208 / 2496	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
เวลาผลิตต่อวัน	480 / 8	หน่วย (นาที / ชั่วโมง)
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต	2	คน
อัตราค่าแรงงานในการผลิต	325	บาท (ต่อคน / วัน)

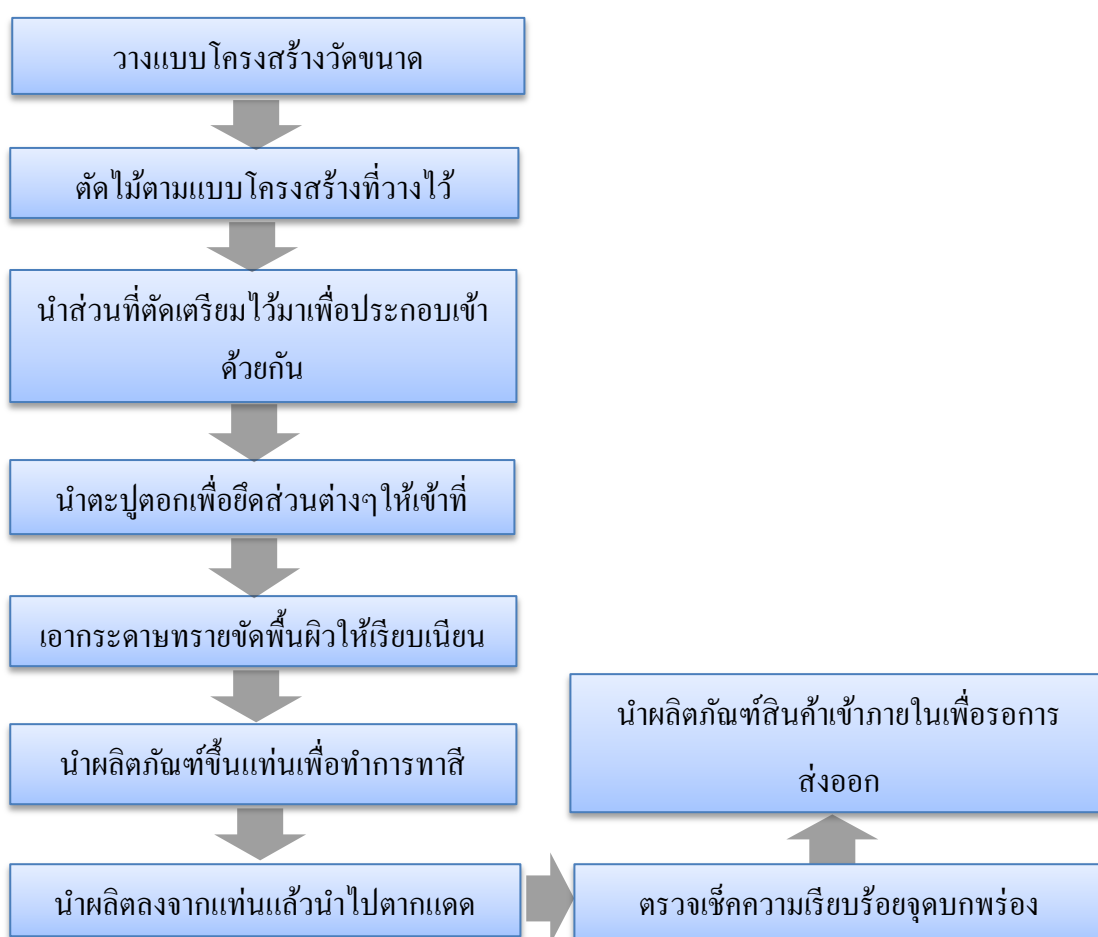
8.4 รายละเอียดวัสดุ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต

1. ไม้อัดเบา
2. ค้อน
3. ตะปู
4. ตลับเมตร
5. กระดาษทราย
6. สีทาไม้
7. สว่านตัดไม้
8. คู่มือ

8.5 ขั้นตอนในการบริการ

1. ลูกค้าโทรศัพท์ติดต่อสอบถามรายละเอียด
2. บอกตำแหน่งสถานที่ตั้งเพื่อที่ลูกค้าเข้ามาพบ
3. ให้ข้อมูลคำแนะนำตัวผลิตภัณฑ์สินค้าแก่ลูกค้า
4. ลูกค้าเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์
5. แจ้งราคาตัวผลิตภัณฑ์สินค้า
6. ชำระค่าบริการ
7. ตรวจเช็ครายละเอียดข้อมูลอีกครั้ง
8. เริ่มต้นการบริการจัดส่งสินค้า
9. พนักงานกล่าวขอบคุณลูกค้าที่ใช้บริการ

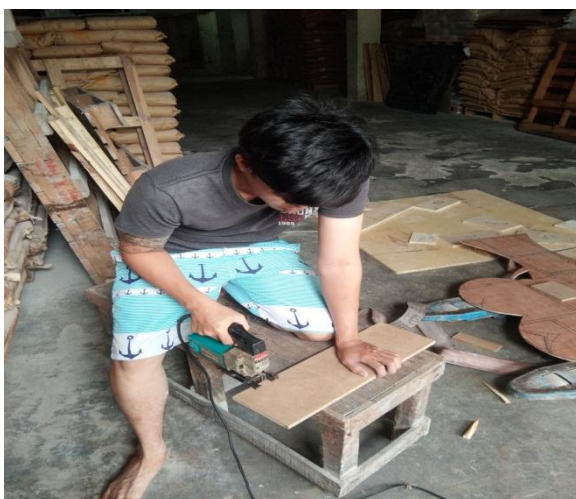
8.6 แผนผังกระบวนการผลิต



1 . วางแบบโครงสร้างวัดขนาด



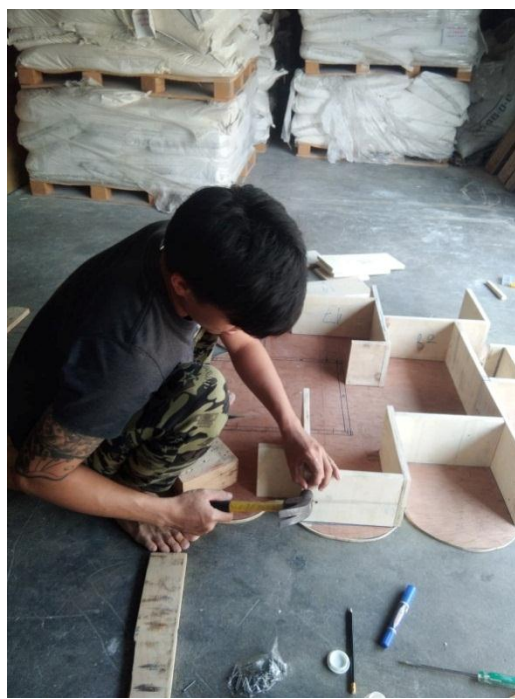
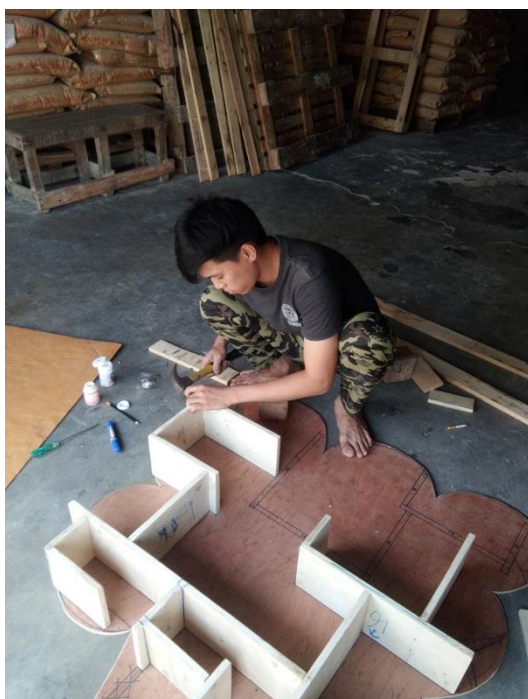
2 . ตัดไม้ตามแบบโครงสร้างที่วางไว้



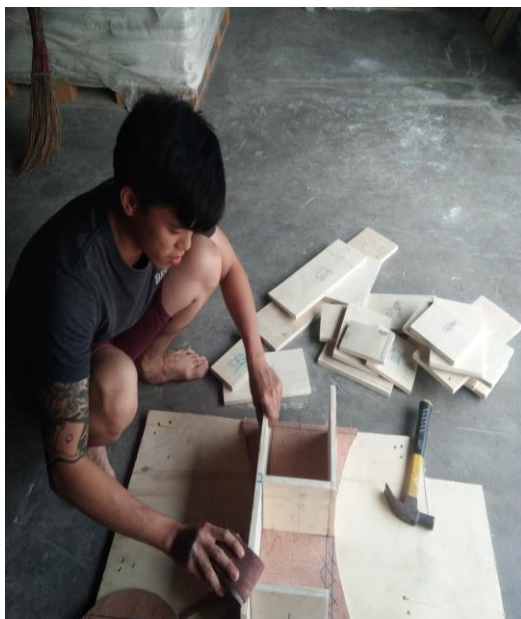
3. นำส่วนที่ตัดเตรียมไว้มาเพื่อประกอบเข้าด้วยกัน



4. นำตะปูตอกเพื่อยึดส่วนต่างๆให้เข้าที่



5. เอากระดาษทรายขัดพื้นผิวให้เรียบเนียน



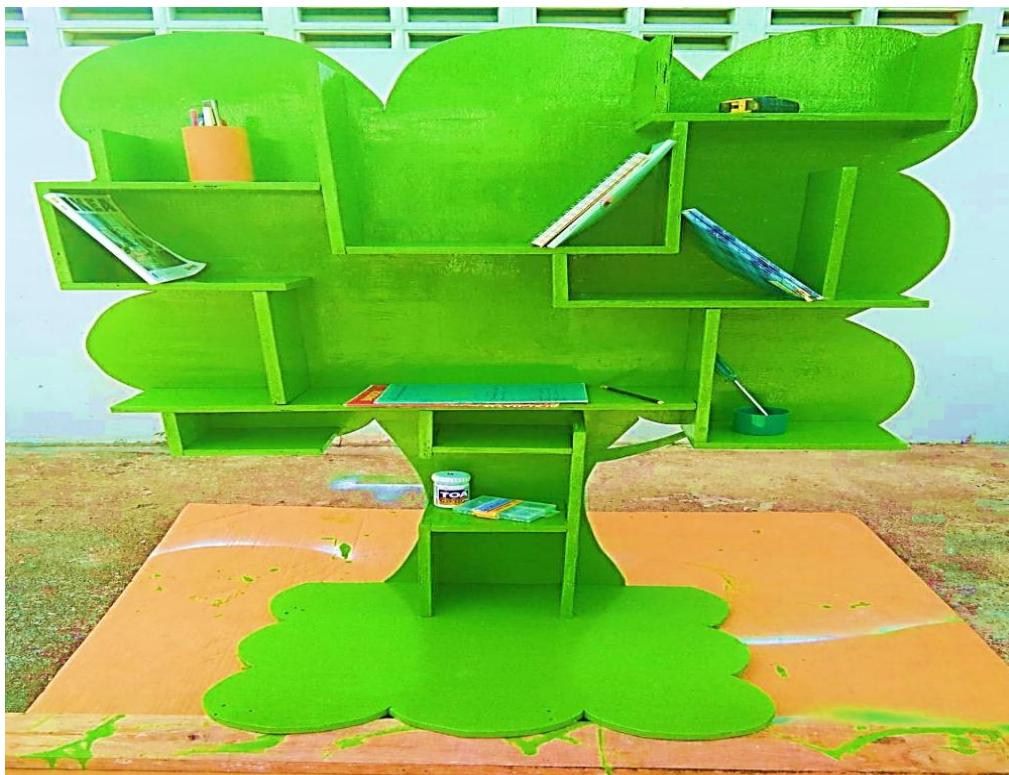
6. นำผลิตภัณฑ์ขึ้นแท่นเพื่อทำการทาสี



7. นำผลิตลงจากแท่นแล้วนำไปตากแดด



8. ตรวจเช็คความเรียบร้อยจุดบกพร่อง



9. นำผลิตภัณฑ์สินค้าเข้าภายในเพื่อรอการส่งออก



9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

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

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1	ที่ดิน	-	-
2	อาคาร	-	-
3	ส่วนตกแต่ง ปรับปรุง /	-	-
4	อุปกรณ์ เครื่องมือ /	ใช้ในการจัดทำสินค้า	6,000.00
5	เครื่องใช้สำนักงาน	ใช้ในการจัดทำสินค้า	34,000.00
6	ยานพาหนะ	ใช้ในการจัดทำสินค้า	160,000.00
7	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-
8	ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-
9	รายการอื่นๆ (ถ้ามี)	-	-
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน			200,000.00

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 เดือน / วัน - ปี 1	26 วัน เดือน /		
อัตราคิดลดกระแสเงินสด (Discount Rate) - %	-		
สมมติฐานทางการเงินอื่นๆ	-		

9.4 นโยบายทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ระยะเวลาการให้เครดิตค่าบริการ เดือน / วัน -	-	-	-
ระยะเวลาเครดิตสินเชื่อกู้ยืม เดือน/ วัน-	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะสั้นที่ขอกู้ยืม บาท - (ถ้ามี)	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะยาวที่ขอกู้ยืม – (ถ้ามี)บาท	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น -%	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว -%	-	-	-
นโยบายการตั้งสำรองเงินสดในกิจการ	200,000.00		
การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขอื่นๆ	-		
นโยบายทางการเงินอื่นๆ	-		

หมายเหตุ : การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายทุกรายการขึ้นกับสถานะของเศรษฐกิจ

9.5 ประมาณการในการขายรายเดือน

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12
จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ												
ชั้นวางหนังสือ O2	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00
รวมจำนวนลูกค้า	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00	208.00
ค่าบริการ (หน่วย / บาท)												
ชั้นวางหนังสือ O2	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00
ค่าบริการเฉลี่ย	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00
รายได้จากการบริการ (บาท)												
ชั้นวางหนังสือ O2	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00
รวมรายได้จากการบริการ	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00
รวมรายได้สะสม (บาท)	291,200.00	582,400.00	873,600.00	1,164,600.00	1,456,000.00	1,747,200.00	2,038,400.00	2,329,600.00	2,620,800.00	2,912,000.00	3,203,200.00	3,494,400.00
ลูกหนี้การค้า (บาท)												
เงินได้รับจากการบริการ (บาท)	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00	291,200.00

9.6 ประมาณการรายได้จากผลิตภัณฑ์

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการ (คน)			
ชั้นวางหนังสือ O2	2,496.00	2,621.00	2,884.00
รวมจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการ	2,496.00	2,621.00	2,884.00
ค่าบริการ (หน่วย / บาท)			
ชั้นวางหนังสือ O2	1,400.00	1,400.00	1,400.00
ค่าบริการเฉลี่ย	1,400.00	1,400.00	1,400.00
รายได้จากผลิตภัณฑ์ที่บริการ (บาท)			
ชั้นวางหนังสือ O2	3,494,400.00	3,669,400.00	4,037,600.00
รวมรายได้จากผลิตภัณฑ์ที่บริการ(บาท)	3,494,400.00	3,669,400.00	4,037,600.00
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
ขายด้วยเงินสด	3,494,400.00	3,669,400.00	4,037,600.00
ขายด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (เดือน / วัน)	-	-	-
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	-	-	-
เงินสดรับจากการบริการ (บาท)	3,494,400.00	3,669,400.00	4,037,600.00

9.7 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนวัตถุดิบในการผลิต (หน่วย)			
ไม้อัดเบา (1 มัดมี 12 ชิ้น)	208.00	219.00	241.00
กระดาษทราย (1 มัดมี 50 แผ่น)	25.00	27.00	30.00
ตะปู (1 กล่องมี 1,000 ตัว 1 สินค้าใช้ 16 ตัว)	40.00	42.00	47.00
สีทาไม้ (1 ถังน้ำมัน ใช้ได้ 1,248 ตัวสินค้า)	2.00	3.00	4.00
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ (หน่วย/บาท)			
ไม้อัดเบา	1,000.00	1,050.00	1,155.00
กระดาษทราย	250.00	262.5	288.75
ตะปู	385.00	404.25	444.675
สีทาไม้	600.00	630.00	693.00
ต้นทุนวัตถุดิบ (บาท)			
ไม้อัดเบา	208,000.00	229,950.00	278,355.00
กระดาษทราย	6,250.00	7,087.5	8,662.5
ตะปู	15,400.00	16,978.5	20,899.49
สีทาไม้	1,200.00	1,890.00	2,772.00
รวมต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)	230,850.00	240,625.35	310,688.99
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	230,850.00	240,625.35	310,688.99
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (เดือน/วัน)	-	-	-
มูลค่าเจ้าหนี้การค้าวัตถุดิบและสินค้าซื้อมา	-	-	-
เงินสดจ่ายวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อผลิต	230,850.00	240,625.35	310,688.99

9.8 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนการผลิตสินค้า (บาท)			
ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้า	230,850.00	240,625.35	310,688.99
ค่าแรงงานในการผลิต	202,800.00	212,940.00	234,234.00
ค่าไฟฟ้าในการผลิต	13,200.00	13,860.00	15,246.00
ค่าน้ำประปาในการผลิต	3,600.00	3,780.00	4,158.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	-	-	-
ค่าบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์	36,000.00	37,800.00	41,580.00
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการผลิต	10,000.00	10,500.00	11,550.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า (1)	496,450.00	519,505.35	617,456.99
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)			
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการผลิต(5%)	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์(20%)	1,044.00	1,044.00	1,044.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)	-	-	-
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต (2)	1,044.00	1,044.00	1,044.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น (1) + (2)	-	-	-
บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด +	-	-	-
หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด-	-	-	-
สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือต้นงวด บวก +	-	-	-
หัก สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือปลายงวด-	-	-	-
บวก +สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	-	-
หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด-	-	-	-
บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด +	-	-	-
หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด-	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	497,494.00	520,549.35	618,500.99

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริการและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	336,000.00	352,800.00	388,080.00
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	27,720.00
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	509,000.00	534,450.00	587,895.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย			
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ส่วนสำนักงาน	8,000.00	8,000.00	8,000.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	8,000.00	8,000.00	8,000.00
รวมค่าเสื่อมราคา	16,000.00	16,000.00	16,000.00
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	525,000.00	550,450.00	603,895.00

9.10 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการบริการ	3,494,000.00	3,669,400.00	4,037,600.00
รายได้อื่น ๆ	-	-	-
รวมรายได้	3,494,000.00	3,669,400.00	4,037,600.00
หัก – ต้นทุนขาย	497,494.00	520,549.35	618,500.99
กำไรขั้นต้น	2,996,906.00	3,148,850.65	3,419,099.01
หัก – ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	525,000.00	550,450.00	603,895.00
กำไรจากการดำเนินการ	2,471,906.00	2,598,400.65	2,815,204.01
หัก – ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	2,471,906.00	2,598,400.65	2,815,204.01
หัก – ภาษีเงินได้นิติบุคคล	370,785.09	389,760.09	422,280.60
กำไรสุทธิ	2,101,120.01	2,208,640.56	2,392,923.41
หัก – เงินปันผลจ่าย	-	-	-
กำไรสะสม	-	2,101,120.01	107,520.46
กำไร สุทธิต่อหุ้น (ขาดทุน)	2,101,120.01	107,520.46	2,285,402.95
มูลค่าทางบัญชีหุ้น	10.50	0.53	11.42

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากการดำเนินการ			
เงินสดรับจากรายได้อื่น	-	-	-
เงินสดรับจากการขายสินค้า	3,494,400.00	3,669,400.00	4,037,600.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	497,494.00	520,549.35	618,500.99
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ	525,000.00	550,450.00	603,895.00
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	370,785.09	389,760.09	422,280.60
กระแสเงินสดจากการดำเนินการรวม	2,101,120.01	2,208,640.56	2,392,923.41
กระแสเงินสดจากการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อาคาร	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ส่วนตึกแต่ง	40,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	160,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม	200,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม			
กระแสเงินสดสุทธิ	1,901,120.01	2,208,640.56	2,392,923.41
บวกกระแสเงินสดต้นงวด+	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	1,901,120.01	2,208,640.56	2,392,923.41

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	1,901,120.01	2,208,640.56	2,392,923.41
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	-	-	-
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	200,000.00	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	200,000.00	-	-
รวมสินทรัพย์	2,101,120.01	2,208,640.56	2,392,923.41
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน กว่าทุน (ต่ำ)	2,101,120.01	107,520.46	2,285,402.95
กำไร สะสม (ขาดทุน)	-	2,101,120.01	107,520.46
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,101,120.01	2,208,640.56	2,392,923.41
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,101,120.01	2,208,640.56	2,392,923.41

9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	สภาพคล่องสูง	สภาพคล่องสูง	สภาพคล่องสูง
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	-	-	-
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน			
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	-	-	-
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-
ระยะเวลาดินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รวม)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนหนี้สิน (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	85.76%	85.81%	84.68%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	70.73%	70.81%	69.72%
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	60.12%	60.19%	59.26%
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per share)	10.50	0.53	11.42
มูลค่าหุ้นทางบัญชี(Book Value)	10.00	10.00	10.00
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.	ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	ทำให้ยอดขายของบริษัทลดลง	จัดโปรโมชั่นเพื่อเพิ่มยอดขาย โดยจัดส่วนลดซื้อสินค้า 2 ชิ้นขึ้นไปขึ้นที่ 2 ลดเหลือ 400 บาท จากปกติรวม 2,800 บาท
2.	สินค้ามีราคาต้นทุนสูงกว่าที่กำหนดไว้	ทำให้เงินสำรองจ่ายไม่เพียงพอในการหมุนเวียนค่าใช้จ่ายด้านอื่น	ซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์จำนวนมากๆ จะสามารถช่วยลดราคาค่าต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย
3.	สินค้าถูกลอกเลียนแบบ	ทำให้ลูกค้าไปซื้อของกลุ่มอื่นที่เลียนแบบ	จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การออกบูท การโฆษณา และประชาสัมพันธ์
4.	ลูกค้าเปลี่ยนรสนิยมการซื้อ	ทำให้รายรับโดยรวมของกิจการลดลงเนื่องจากลูกค้าให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์อื่นที่มีรูปแบบแปลกใหม่	ติดตามสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและปรับเปลี่ยนสินค้าให้ตอบสนองกับความต้องการ ณ เวลานั้น

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นายณภัทร โลหะพงศธร		
วันปี/เดือน/	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
62 .ย.มิ 4	ประชุมโครงการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา	
62 .ย.มิ 5	คิดริเริ่มโครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์เสนออาจารย์ที่ปรึกษา	
62 .ย.มิ 10	เริ่มทำเอกสารนำเสนอขออนุมัติโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
62 .ย.มิ 11	ส่งเอกสารนำเสนอขออนุมัติโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
62 .ย.มิ 13	แก้ไขเอกสารนำเสนอขออนุมัติโครงการ	
62 .ย.มิ 17	ส่งเอกสารนำเสนอขออนุมัติโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
29 มิ.ย. 62	เริ่มทำเอกสารบทที่ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 1	
1 ก62 .ค.	ส่งเอกสารบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
62 .ค.ก 5	แก้ไขเอกสารบทที่ 1	
62 .ค.ก 8	ส่งเอกสารบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
12 ก62 .ค.	เริ่มทำเอกสารบทที่ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 2	
15 ก62 .ค.	ส่งเอกสารบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
19 ก62 .ค.	แก้ไขเอกสารบทที่ 2	
62 .ค.ก 24	ส่งเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
25 ก62 .ค.	เริ่มคิดแผนธุรกิจและเอกสารบทที่ 3	
1 ส62 .ค.	เริ่มทำเอกสารแผนธุรกิจและเอกสารบทที่ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 3	
62 .ค.ส 8	ส่งเอกสารบทที่ 1 และแผนธุรกิจให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 3	
62 .ค.ส 13	แก้ไขเอกสารบทที่ และแผนธุรกิจ 3	
62 .ค.ส 19	ส่งเอกสารบทที่ 2 และแผนธุรกิจให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 3	
62 .ค.ส 26	จัดเตรียมเอกสารเพื่อนำเสนอโครงการ	
62 .ค.ส 28	เริ่มทำ PowerPoint นำเสนอโครงการ ครั้งที่ 1	
62 .ย.ก 2	ส่ง PowerPoint นำเสนอโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
62 .ย.ก 3	แก้ไข PowerPoint นำเสนอโครงการ	
62 .ย.ก 4	ส่ง PowerPoint นำเสนอโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล (ต่อ)

นาย นภัทร โลหะพงศธร		
วันปี/เดือน/	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
62 .ย.ก 5	ส่งเอกสารบทที่ และ 3-1PowerPoint ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจอีกครั้ง เพื่อเตรียม Present ครั้งที่ 1	
62 .ย.ก 21	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1	
6 .ก.ต 12	ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์	
6 .ก.ต 22	ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์	
6 .ก.ต 32	นำไม้อัดเบามาวัดและร่างแบบ	
.ก.ต 4 62	นำไม้อัดเบามาขัด	
6 .ก.ต 52	วัดขนาดไม้อัดเบาและตัดตามแบบ	
6 .ก.ต 62	นำชิ้นส่วนมาประกอบ	
6 .ก.ต 82	นำชิ้นงานไปพ่นสี	
6 .ก.ต 102	แก้ไขชิ้นงาน ครั้งที่ 1	
6 .ก.ต 112	ทดสอบความทนทานและถ่ายรูปผลงาน	
12 ต6 .ก.2	ออกแบบป้ายไวนิล	
13 ต6 .ก.2	ส่งแบบป้ายไวนิลให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
14 ต6 .ก.2	แก้ไขแบบป้ายไวนิล	
15 ต6 .ก.2	ส่งแบบป้ายไวนิลให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
16 ต6 .ก.2	สั่งทำป้ายไวนิล	
26 ต6 .ก.2	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเข้าเฝ้าทูลละอองธุลีพระบาท	
27 ต62 .ก.	จัดเตรียมเอกสารเพื่อนำเสนอโครงการ ครั้งที่ 2	
29 ต62 .ก.	เริ่มทำ PowerPoint นำเสนอโครงการ ครั้งที่ 2	
2 พ62 .ย.	ส่ง PowerPoint นำเสนอโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
62 .ย.พ 4	แก้ไข PowerPoint นำเสนอโครงการ	
62 .ย.พ 5	ส่ง PowerPoint นำเสนอโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
62 .ย.พ 6	ส่งเอกสารบทที่ และ 3-1PowerPoint ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจอีกครั้ง เพื่อเตรียม Present ครั้งที่ 2	
62 .ย.พ 16	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2	
62 .ย.พ 25	เริ่มทำเอกสารแบบสอบถามโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล (ต่อ)

นายณภัทร โลหะพงศธร		
วันปี/เดือน/	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
62 .ค.ธ 2	ส่งเอกสารแบบสอบถามโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
62 .ค.ธ 4	แก้ไขเอกสารแบบสอบถามโครงการ	
62 .ค.ธ 6	ส่งเอกสารแบบสอบถามโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
62 .ค.ธ 13	งาน ATC นิทรรศน์ (แจกแบบสอบถาม)	
14 ธ 62 .ค.	เริ่มทำเอกสารบทที่ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 4	
62 .ค.ธ 17	ส่งเอกสารบทที่ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 4 ครั้งที่ 1	
62 .ค.ธ 18	แก้ไขเอกสารบทที่ 4	
62 .ค.ธ 19	ส่งเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 4	
18 ม 63 .ค.	เริ่มทำเอกสารบทที่ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 5	
63 .ค.ม 21	ส่งเอกสารบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 5	
63 .ค.ม 22	แก้ไขเอกสารบทที่ 5	
63 .ค.ม 23	ส่งเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 5	
63 .ค.ม 24	เริ่มทำบรรณานุกรมให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
63 .ค.ม 27	ส่งบรรณานุกรมให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
63 .ค.ม 28	แก้ไขบรรณานุกรม	
63 .ค.ม 29	ส่งบรรณานุกรมให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
63 .ค.ม 31	เริ่มทำเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ตามลำดับให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
63 .พ.ก 3	ส่งเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
63 .พ.ก 5	แก้ไขเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง	
63 .พ.ก 6	ส่งเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
63 .พ.ก 7	เริ่มทำเอกสารกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	
63 .พ.ก 10	ส่งเอกสารกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
63 .พ.ก 12	แก้ไขส่งเอกสารกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	
63 .พ.ก 13	ส่งเอกสารกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
63 .พ.ก 18	ส่งเอกสารรวมเล่มโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมตรวจก่อนนำไป เข้ารูปเล่มโครงการ	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล (ต่อ)

นายณภัทร โลหะพงศธร		
วันปี/เดือน/	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
63 .พ.ก 26	ส่งรูปเล่มโครงการและเงินค่ารูปเล่ม พร้อมแผ่นซีดี 1 แผ่น	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นายชิตพล ศรีมุขอาคม		
วันปี/เดือน/	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
62 .ย.มิ 4	ประชุมโครงการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา	
62 .ย.มิ 5	คิดริเริ่มโครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์เสนออาจารย์ที่ปรึกษา	
62 .ย.มิ 10	เริ่มทำเอกสารนำเสนอขออนุมัติโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
62 .ย.มิ 11	ส่งเอกสารนำเสนอขออนุมัติโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
62 .ย.มิ 13	แก้ไขเอกสารนำเสนอขออนุมัติโครงการ	
62 .ย.มิ 17	ส่งเอกสารนำเสนอขออนุมัติโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
29 มิ.ย. 62	เริ่มทำเอกสารบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 1	
1 ก62 .ค.	ส่งเอกสารบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
62 .ค.ก 5	แก้ไขเอกสารบทที่ 1	
62 .ค.ก 8	ส่งเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
12 ก62 .ค.	เริ่มทำเอกสารบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 2	
15 ก62 .ค.	ส่งเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
19 ก62 .ค.	แก้ไขเอกสารบทที่ 2	
62 .ค.ก 24	ส่งเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
25 ก62 .ค.	เริ่มคิดแผนธุรกิจและเอกสารบทที่ 3	
1 ส62 .ค.	เริ่มทำเอกสารแผนธุรกิจและเอกสารบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 3	
62 .ค.ส 8	ส่งเอกสารบทที่ 1 และแผนธุรกิจให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 3	
62 .ค.ส 13	แก้ไขเอกสารบทที่ 1 และแผนธุรกิจ 3	
62 .ค.ส 19	ส่งเอกสารบทที่ 2 และแผนธุรกิจให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 3	
62 .ค.ส 26	จัดเตรียมเอกสารเพื่อนำเสนอโครงการ	
62 .ค.ส 28	เริ่มทำ PowerPoint นำเสนอโครงการ ครั้งที่ 1	
62 .ย.ก 2	ส่ง PowerPoint นำเสนอโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
62 .ย.ก 3	แก้ไข PowerPoint นำเสนอโครงการ	
62 .ย.ก 4	ส่ง PowerPoint นำเสนอโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล (ต่อ)

นายอชิตพล ศิริมุขอาคม		
วันปี/เดือน/	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
62 .ย.ก 5	ส่งเอกสารบทที่ และ 3-1PowerPoint ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจอีกครั้ง เพื่อเตรียม Present ครั้งที่ 1	
62 .ย.ก 21	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1	
22 ก.ค. 62 .ย.	แก้ไขเอกสาร โครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
6 .ค.ต 12	ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์	
6 .ค.ต 22	ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์	
6 .ค.ต 32	นำไม้อัดเบามาวัดและร่างแบบ	
.ค.ต 4 62	นำไม้อัดเบามาขัด	
6 .ค.ต 52	วัดขนาดไม้อัดเบาและตัดตามแบบ	
6 .ค.ต 62	นำชิ้นส่วนมาประกอบ	
6 .ค.ต 82	นำชิ้นงานไปพ่นสี	
6 .ค.ต 102	แก้ไขชิ้นงาน ครั้งที่ 1	
6 .ค.ต 112	ทดสอบความทนทานและถ่ายรูปผลงาน	
12 ต.ค. 62 .ค.	ออกแบบป้ายไวนิล	
13 ต.ค. 62 .ค.	ส่งแบบป้ายไวนิลให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
14 ต.ค. 62 .ค.	แก้ไขแบบป้ายไวนิล	
15 ต.ค. 62 .ค.	ส่งแบบป้ายไวนิลให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
16 ต.ค. 62 .ค.	สั่งทำป้ายไวนิล	
26 ต.ค. 62 .ค.	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเข้านิเทศโครงการ	
27 ต.ค. 62 .ค.	จัดเตรียมเอกสารเพื่อนำเสนอโครงการ ครั้งที่ 2	
29 ต.ค. 62 .ค.	เริ่มทำ PowerPoint นำเสนอโครงการ ครั้งที่ 2	
2 พ.ย. 62 .ย.	ส่ง PowerPoint นำเสนอโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
62 .ย.พ 4	แก้ไข PowerPoint นำเสนอโครงการ	
62 .ย.พ 5	ส่ง PowerPoint นำเสนอโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
62 .ย.พ 6	ส่งเอกสารบทที่ และ 3-1PowerPoint ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจอีกครั้ง เพื่อเตรียม Present ครั้งที่ 2	
62 .ย.พ 16	นำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2	
62 .ย.พ 25	เริ่มทำเอกสารแบบสอบถามโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล (ต่อ)

นายอชิตพล ศิริมุขอาคม		
วันปี/เดือน/	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
62 .ค.ธ 2	ส่งเอกสารแบบสอบถามโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
62 .ค.ธ 4	แก้ไขเอกสารแบบสอบถามโครงการ	
62 .ค.ธ 6	ส่งเอกสารแบบสอบถามโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
62 .ค.ธ 13	งาน ATC นิทรรศน์ (แจกแบบสอบถาม)	
14 ธ 62 .ค.	เริ่มทำเอกสารบทที่ 1ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 4	
62 .ค.ธ 17	ส่งเอกสารบทที่ 1ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 4	
62 .ค.ธ 18	แก้ไขเอกสารบทที่ 4	
62 .ค.ธ 19	ส่งเอกสารบทที่ 2ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 4	
18 ม 63 .ค.	เริ่มทำเอกสารบทที่ 1ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 5	
63 .ค.ม 21	ส่งเอกสารบทที่ 1ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 5	
63 .ค.ม 22	แก้ไขเอกสารบทที่ 5	
63 .ค.ม 23	ส่งเอกสารบทที่ 2ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 5	
63 .ค.ม 24	เริ่มทำบรรณานุกรมให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
63 .ค.ม 27	ส่งบรรณานุกรมให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
63 .ค.ม 28	แก้ไขบรรณานุกรม	
63 .ค.ม 29	ส่งบรรณานุกรมให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
63 .ค.ม 31	เริ่มทำเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ตามลำดับให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
63 .พ.ก 3	ส่งเอกสารภาคผนวก ก ถึง งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
63 .พ.ก 5	แก้ไขเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง	
63 .พ.ก 6	ส่งเอกสารภาคผนวก ก ถึง งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
63 .พ.ก 7	เริ่มทำเอกสารกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	
63 .พ.ก 10	ส่งเอกสารกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 1	
63 .พ.ก 12	แก้ไขส่งเอกสารกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	
63 .พ.ก 13	ส่งเอกสารกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ ครั้งที่ 2	
63 .พ.ก 18	ส่งเอกสารรวมเล่มโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมตรวจก่อนนำไป เข้ารูปเล่มโครงการ	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล (ต่อ)

นายอชิตพล ศิริมุขอาคม		
วันปี/เดือน/	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
63 .พ.ก 26	ส่งรูปเล่มโครงการและเงินค่ารูปเล่ม พร้อมแผ่นซีดี 1 แผ่น	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการสิ่งประดิษฐ์ชั้นวางหนังสือ O2

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
2 ต.ค. 62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2	1,250.00	2,500.00						2,500.00
3 ต.ค. 62	ไม้อัดเบา				1 แผ่น	300.00	300.00			2,200.00
3 ต.ค. 62	ตะปู				2 กล่อง	100.00	200.00			2,000.00
3 ต.ค. 62	กระดาษทราย				2 แผ่น	15.00	30.00			1,970.00
3 ต.ค. 62	สีเขียวเคลือบเงา				2 กระป๋อง	120.00	240.00			1,730.00
3 ต.ค. 62	แปรงทาสี				1 อัน	20.00	20.00			1,710.00
16 ต.ค. 62	ค่าป้ายไว้นิล				1 เล่ม	1.00	200.00			1,510.00
16 ต.ค. 62	ค่าCD และกล่อง				1 อัน	1.00	50.00			1,460.00
30 ม.ค. 63	ค่าเช่าเล่ม				1 ผืน	1.00	200.00			1,260.00
รวม				2,500.00			1,240.00			1,260.00

สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ชั้นวางของจากหนังสือพิมพ์

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

ลงทุน	2,500.00 บาท
-------	--------------

หักค่าใช้จ่าย	1,240.00 บาท
---------------	--------------

คงเหลือสุทธิ	1,260.00 บาท
--------------	--------------

นำเงินส่วนที่เหลือคืนแก่สมาชิก ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

- | | |
|--------------------------|------------|
| 1. นายณภัทร โลหะพงศธร | 630.00 บาท |
| 2. นายอชิตพล ศิริมุขอาคม | 630.00 บาท |

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการนวัตกรรม ชั้นวางหนังสือ O2 ปฏิบัติงานตั้งแต่เดือน มิ.ย. 62 – ก.พ. 63 สถานที่ปฏิบัติงานคือ 63/59 ม.1 ช.บุญสนอง ต.บางเมืองใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ ได้เก็บเงินจากสมาชิกกลุ่มคนละ 1,250 บาท จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 2,500 บาท เสียค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์ เป็นจำนวนเงิน 1,240 บาท คงเหลือ 1,260 บาท โดยการดำเนินงานบรรลุ การเรียนวิชาโครงการดังนี้

9. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
10. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติ
11. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
12. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

สรุปตารางการปฏิบัติงานจริง

ครั้งที่	วันปี/เดือน/	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
1	4 - 17 มิ .ย.62	1. ประชุมโครงการ 2. เริ่มทำเอกสารนำเสนอขออนุมัติโครงการ 3. ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ
2	29 มิ.ย. - 8 ก .ค.62	1. เริ่มทำเอกสารบทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 2. ส่งเอกสาร บทที่ 1 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ
3	12 - 24 ก .ค.62	1. เริ่มทำเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 2. ส่งเอกสารบทที่ 2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ
4	1 - 19 ส .ค.62	1. เริ่มคิดแผนธุรกิจและเอกสารบทที่ 3 2. เริ่มทำเอกสารแผนธุรกิจและเอกสารบทที่ 3 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 3. ส่งเอกสารบทที่ 3 (แผนธุรกิจ) ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ
5	28 ส -ค.4 ก.ย .62	1. ส่ง PowerPoint นำเสนอโครงการ ครั้งที่ 1
6	5 ก .ย.62	1. ส่งเอกสารบทที่ 1 - 3 และ PowerPoint ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจก่อน Present

สรุปตารางการปฏิบัติงานจริง (ต่อ)

ครั้งที่	วันปี/เดือน/	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
7	21 ก.ย.62	1. นำเสนอโครงการ)Present(ครั้งที่ 1
8	1 - 11 ต.ค.62	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง .1 ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์ .2 ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์ .3 นำไม้อัดเบามาวัดและร่างแบบ .4 นำไม้อัดเบามาขัด .5 วัดขนาดไม้อัดเบามาและตัดตามแบบ 6. นำชิ้นส่วนมาประกอบ 7. นำชิ้นงานไปพ่นสี 8. แกะไขชิ้นงาน 9. ทดสอบความทนทานและถ่ายรูปผลงาน
9	13 – 16 ต.ค. 62	1. เริ่มออกแบบป้ายไวนิล 2. ส่งแบบป้ายให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 3. สั่งทำป้ายไวนิล
10	26 ต.ค. 62	1. อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเข้าניתศโครงการ
11	29 ต - .ค.5 พ.ย.62	1. ส่ง PowerPoint (3-1 บทที่) เพื่อเตรียม Present ครั้งที่ 2 ให้ อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ
12	16 พ.ย.62	1. นำเสนอโครงการ)Present(ครั้งที่ 2
13	25 พ - .ย.6 ธ.ค.62	1. เริ่มทำเอกสารแบบสอบถามโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 2. ส่งเอกสารแบบสอบถามโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ
14	13 ธ.ค.62	1. งาน ATC นิทรรศน์
15	14 - 19 ธ.ค.62	1. เริ่มทำเอกสารบทที่ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 4 2. ส่งเอกสารบทที่ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 4
16	18 - 23 ม.ค.63	1. เริ่มทำเอกสารบทที่ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 5 2. ส่งเอกสารบทที่ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ 5
17	24 – 29 ม.ค. 63	1. กำหนดส่ง บรรณานุกรม
18	31 ม - .ค.6 ก.พ.63	1. เริ่มทำเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ตามลำดับให้อาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจ 2. ส่งเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ

ครั้งที่	วันปี/เดือน/	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
19	7 - 13 ก.พ.63	1. เริ่มทำเอกสารกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ 2. ส่งเอกสารกิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ
20	18 ก.พ.63	1. ส่งเอกสารรวมเล่มโครงการให้อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมตรวจก่อนนำไปเข้ารูปเล่มโครงการ
21	26 ก.พ.63	1. ส่งรูปเล่มโครงการและเงินค่ารูปเล่ม พร้อมแผ่นซีดี 1 แผ่น

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. เวลาว่างไม่ตรงกันจึงทำให้เกิดการล่าช้าในการปฏิบัติงาน
2. ขาดการวางแผนก่อนปฏิบัติงานจึงทำให้การดำเนินการปฏิบัติงานล่าช้า
3. สมาชิกในกลุ่มขาดความชำนาญในการใช้เครื่องมือ

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

1. ควรประชุมวางแผนการกับสมาชิกในทีมเพื่อจัดวันเวลาให้ตรงกันและนัดหมายการปฏิบัติหน้าที่อย่างน้อย 1 สัปดาห์
2. ควรมีการคิดดำเนินการวางแผนก่อนปฏิบัติงานเพื่อให้ไม่มีข้อผิดพลาด
3. ศึกษาคู่มือและวิธีการใช้เครื่องมือก่อนการปฏิบัติงานและสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือในการทำงานเพื่อลดความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน

บรรณานุกรม

- จินาธิป คำนึ่ง และ ธนะพัฒน์ สวณไพรินทร์. (2559). โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ชั้นวางของ ไม้ ไม้. หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด, วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา.
- ประมวล ราชบรรเทาและคณะ. (2559). โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกระบอกไม้ไผ่. ค้นหาข้อมูล 23 กรกฎาคม 2562, จาก http://www.biogang.net/blog/blog_detail.php
- ปัทมา ศิริวงษ์ และคณะ. (2550). การออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้. ค้นหาข้อมูล 23 กรกฎาคม 2562, จาก <https://sites.google.com/a/srisongkram.ac.th/athittiyakornph15>
- ไพฑูรย์ พรไพบูลย์พงษ์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. ค้นหาข้อมูล 23 กรกฎาคม 2562, จาก <https://sites.google.com/site/hlakkartlad02/neuxha/6-phvtikrrm-phu-briphokh>
- ภัทราวดี วิชาโคตร. (2552). ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด. ค้นหาข้อมูล 23 กรกฎาคม 2562, จาก <http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html>
- รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์. (2559). การเขียนแผนธุรกิจ. ค้นหาข้อมูล 23 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www0.tint.or.th/business/Business/business5102-tel.html>
- รุ่งรัศมี วันจงคำและขวัญชนก บุญพิมพ์. (2559). นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ชั้นวางของจากไม้พาเลท. ค้นหาข้อมูล 23 กรกฎาคม 2562, จาก <http://mis.nrru.ac.th/gradjournal>

ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ	ชั้นวางหนังสือ O2
ระยะเวลาการดำเนินงาน	มิถุนายน 2562 - กุมภาพันธ์ 2563
สถานที่การดำเนินงาน	63/59 ม.1 ซ.บุญสนอง ต.บางเมืองใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ
งบประมาณค่าใช้จ่าย	2,500 บาท
ผู้รับผิดชอบโครงการ	
1. นายณภัทร	โลหะพงศธร รหัสประจำตัว 37906 ปวส.2/16 เลขที่ 7
2. นายอชิตพล	ศิริมุขอาคม รหัสประจำตัว 37746 ปวส.2/16 เลขที่ 6

ลงชื่อประธานโครงการ
 (นายณภัทร โลหะพงศธร)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ
.....	
.....	
.....	
ลงชื่อ.....	ลงชื่อ.....
(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)...../...../.....	(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)...../...../.....

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

ชื่อโครงการ	ชั้นวางหนังสือ O2	
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม ประดิษฐ์สินค้า	
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อุดมพร	เปตานนท์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์กมลวรรณ	บุญสาย
ผู้รับผิดชอบโครงการ		
1. นายณภัทร	โลหะพงศธร	ประธานโครงการ
2. นายอชิตพล	ศิริมูขอคม	รองประธานโครงการ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันขยะมูลฝอยในประเทศไทยกับเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ ที่เกิดขึ้นจากน้ำมือมนุษย์ ซึ่งเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องเนื่องในหลายแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมกรรมการบริโภค และการแยกขยะจากต้นทาง การจัดการขยะที่ไม่ได้มาตรฐานก่อให้เกิดมลพิษและไม่เกิดการนำกลับมาใช้ซ้ำ ปัญหามลพิษและสิ่งแวดล้อม เช่น ปรากฏิยาเรือนกระจก ภาวะโลกร้อนที่มีสาเหตุมาจากขยะเทกองเศษไม้เป็นวัสดุที่มีอยู่ในชุมชนซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก จากไม่ไร้ค่าที่ผู้คนไม่ให้ความสนใจ และเห็นว่าหมดประโยชน์ต้องทิ้งเป็นขยะ สามารถนำกลับมารีไซเคิลให้กลายเป็นสิ่งของต่างๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าและประโยชน์ให้ของที่ถูกทิ้งแล้วกลับมามีมูลค่าเพิ่มขึ้น

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงได้มีแนวความคิดในการนำไม้ที่ไม่ได้ใช้แล้ว หรือเหลือจากการตัดทำของอื่นๆ มาเพิ่มมูลประดษฐ์เป็นชั้นวางหนังสือ O2 เพื่อเพิ่มพื้นที่ใช้ภายในบ้านอย่างประหยัด และใช้ได้ทนทานเพื่อช่วยลดปัญหาขยะปัญหาภาวะโลกร้อน และยังเป็นการนำเอาของที่เหลือใช้มาทำให้มีค่าและทำให้ขยะคืนสู่สิ่งแวดล้อมที่ดี ได้อีกด้วยโดยนำสิ่งของเหลือใช้มาใช้ประโยชน์ใหม่อีกครั้ง

วัตถุประสงค์

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

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิรูปแบบบนวัตกรรม
2. ประชุมวางแผนงานวางรูปแบบงานและจัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์
5. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
6. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. ตัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานตากการวางโครงสร้าง
3. ทำการวัดและตอกไม้หน้าสามเบาเป็นโครงสร้าง
4. ตอกไม้อัดเข้ากับโครงสร้างที่วางไว้
5. นำไม้มาตัดขึ้นแล้วเอาตะปูตอกให้เรียบร้อย
6. นำสีพ่นมาตกแต่งให้สวยงาม
7. ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นของการทำงาน

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. สรุปรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

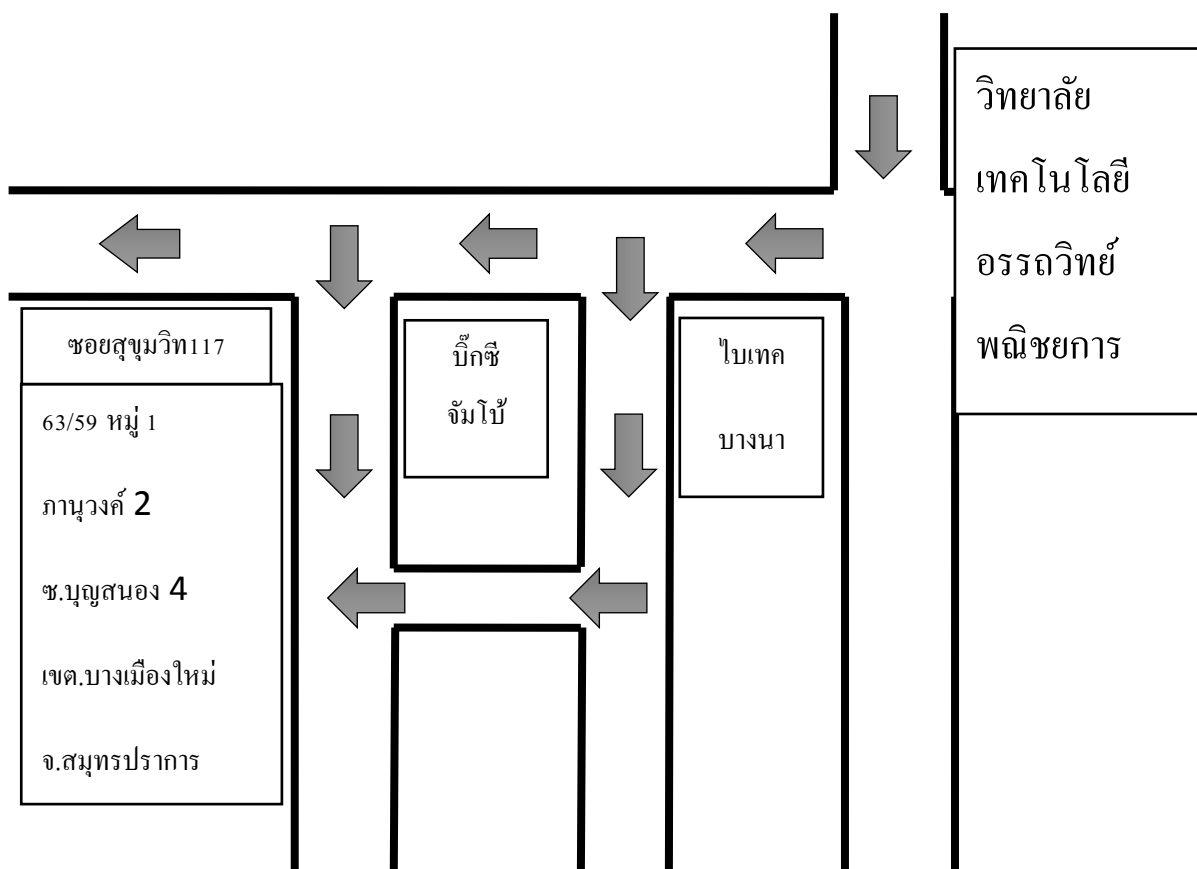
ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1.เตรียมคิดรูปแบบนวัตกรรม	↔								
2.ลงความเห็นในการวางแผนประดิษฐ์	↔								
3.สรุปความเห็นการประดิษฐ์	↔								
4.ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	↔								
5.จัดเตรียมอุปกรณ์ในการประดิษฐ์		↔							
6.จัดเตรียมสถานที่ในการประดิษฐ์			↔						
7.หาแหล่งอุปกรณ์				↔					
8.ลงสถานที่ในการขายสินค้า ร้านเฟอร์นิเจอร์					↔				
9.สรุปผลการปฏิบัติงาน						↔			
10.ส่งรายงานสรุปผลดำเนินงาน								↔	

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2563

63/59 ม.1 ซ.บุญสนอง 4 ต.บางเมืองใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270

สถานที่ดำเนินโครงการ



งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เก็บเงินในการลงทุนคนละ 1,250 บาทเป็นเงิน 2,500 บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์

9. ไม้เภา(90x120)	1,000 บาท
10. ตลับเมตร	80 บาท
11. ค้อน	120 บาท
12. ตะปู	100 บาท
13. กระดาษทราย	70 บาท
14. สีทาไม้	270 บาท
15. สีเคลือบไม้	120 บาท
16. สว่านเจาะไม้	300 บาท
17. ป้ายร้าน	400 บาท
รวม	<u>2,460 บาท</u>

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอสินค้าเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
2. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุเหลือจากธรรมชาติและเพิ่มรายได้ให้กับผู้ไม่มีอาชีพ
3. ทำให้เกิดความสัมพันธ์และมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีมของสมาชิก
4. ทำให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และผลิตภัณฑ์แปลกใหม่และมีคุณค่า

ปัญหาและอุปสรรค

1. วัสดุที่ใช้อาจมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการผลิต
2. การใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ต้องมีความชำนาญ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรเก็บวัตถุดิบเพื่อป้องกันอันตรายจากสัตว์ เช่น ปลวก หรือควมเก็บไว้ในสถานที่ไม่มี
ความชื้น
2. ทำการฝึกฝนการใช้เครื่องมืออุปกรณ์จนเกิดความชำนาญ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

ปวส.2

บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ ชั้นวางหนังสือ O2 จากเศษไม้อัดเบา

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์อุดมพร เปตานนท์

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย

ผู้รับผิดชอบโครงการ นายณภัทร โลหะพงศธร ระดับชั้น ส.2/16 เลขที่ 7

นายชิตพล ศิริมุขอาคม ระดับชั้น ส.2/16 เลขที่ 8

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		

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

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

- ตัวอย่างแบบสอบถาม

- รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อชั้นวางหนังสือจากเศษไม้อัดเบา

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างเพียงข้อเดียว ที่ตรงกับความพึงพอใจของท่าน

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

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับเห็นด้วย/พึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์						
1	คุณภาพผลิตภัณฑ์					
2	รูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์					
3	ประโยชน์คุณค่าของการใช้งาน					
ด้านราคา						
1	ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพผลิตภัณฑ์					
2	ความเหมาะสมของราคากับรูปแบบของผลิตภัณฑ์					
3	ช่องทางการชำระเงินหลากหลาย					
ด้านการจัดจำหน่าย						
1	สามารถติดต่อรับชมผลิตภัณฑ์หรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก					
2	การส่งมอบสินค้าตรงเวลาตามกำหนด					
3	ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย					
ด้านส่งเสริมการขาย						
1	มีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า 2 ชิ้นเหลือ 2,400บาท (ปกติ2,800บาท)					
2	มีส่วนลดให้กับผู้ที่กดไลค์ และแชร์เพจร้าน 5 % บน FACEBOOK					
3	จัดส่งฟรีลงทะเบียนเมื่ออยู่ในระยะทางที่กำหนดพร้อมติดตั้ง					
4	มีการโฆษณาป้ายหน้าร้าน และทางเพจ Facebook: Book Sheild O2					

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือของการตอบแบบสอบถาม

คณะผู้จัดทำ

รายงานผลแบบสอบถาม

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ชั้นวางหนังสือ O2

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อชั้นวางหนังสือ O2 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 100 คน

แบบสอบถามมี 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อชั้นวางหนังสือ O2

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน ร้อยละ	(คน)
.1เพศ		
	ชาย 1.1 51	51.0
	หญิง 1.2 49	49.0
รวม	100	100.0
2อายุ .		
1.1 ต่ำกว่า 20 ปี	26	26.0
1.2 20-30 ปี	39	39.0
1.3 31-40 ปี	24	24.0
1.4 ตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป	11	11.0
รวม	100	100.0
.3ระดับชั้นการศึกษา		
1.1 มัธยมศึกษา	22	22.0
1.1 ปวช.	30	30.0
1.2 ปวส.	20	20.0
1.3ปริญญาตรี	17	17.0
1.4ปริญญาโท หรือ สูงกว่า	11	11.0
รวม	100	100.0

สถานภาพ	(คน) จำนวน	ร้อยละ
.4อาชีพ		
1.1 อาจารย์	5	5.00
1.2 นักเรียนนักศึกษา/	37	37.0
1.3 ข้าราชการรัฐวิสาหกิจ/	48	48.0
1.4 พนักงานบริษัท	7	7.00
1.5 ธุรกิจส่วนตัวค้าขาย/	3	3.00
1.6 รับจ้าง	0	0.00
รวม	100	100.0
.5รายได้		
1.1 ต่ำกว่า 10,บาท 000	4	4.00
1.2 10,00-015,000 บาท	20	20.0
1.3 15,000-20,000 บาท	35	35.0
1.4 20,000 บาทขึ้นไป	41	41.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ทัวไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจครั้งนี้จำนวน 100 คน ปรากฏผลดังนี้

เพศ กลุ่มส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 และเพศหญิงจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0

อายุ กลุ่มส่วนใหญ่เป็นอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมาอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.0และตั้งแต่ 41 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ระดับชั้น ส่วนใหญ่เป็นระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมา เป็นมัธยมต้นคิดเป็นร้อยละ 22.00 รองลงมาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงคิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 17.00 และปริญญาโท หรือ สูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมา
เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 37.0 และพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 7.0 อาจารย์ คิดเป็นร้อย
ละ 5.0 รองลงมาเป็น ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

รายได้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นรายได้ 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา 15,000-
20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา 10,000-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 และต่ำกว่า 10,000
บาท คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อชั้นวางหนังสือ O2

ความพึงพอใจที่มีต่อ ชั้นวางหนังสือ O2

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 แสดงความพึงพอใจที่มีต่อชั้นวางหนังสือ O2

ข้อมูลทัศนคติการใช้ ชั้นวางหนังสือ O2	ระดับความพึงพอใจ							
	พอใจ มาก ที่สุด	พอใจ มาก	พอใจ ปาน กลาง	พอใจ น้อย	พอใจ น้อย ที่สุด	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความพึง พอใจ
	5	4	3	2	1			
ด้านผลิตภัณฑ์)Product(								
.1คุณภาพผลิตภัณฑ์	48.00	44.00	8.00	-	-	4.40	0.64	มาก
.2รูปแบบการออกแบบ ของผลิตภัณฑ์	44.00	40.00	13.00	3.00	-	4.25	0.80	มากที่สุด
3ประโยชน์คุณค่าของ . การใช้งาน	45.00	38.00	14.00	3.00	-	4.25	0.81	มาก
ด้านราคา)Price(								
.1ความเหมาะสมของ ราคากับคุณภาพ ผลิตภัณฑ์	44.00	42.00	12.00	3.00	-	4.26	0.79	มาก
.2ความเหมาะสมของ ราคากับรูปแบบของ ผลิตภัณฑ์	45.00	37.00	15.00	3.00	-	4.24	0.82	มาก

ข้อมูลทัศนคติการใช้ ชั้นวางหนังสือ O2	ระดับความพึงพอใจ							
	พอใจ มากที่สุด	พอใจ มาก	พอใจ ปาน กลาง	พอใจ น้อย	พอใจ น้อย ที่สุด	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความพึง พอใจ
	5	4	3	2	1			
ด้านราคา)Price(ต่อ								
3.ช่องทางการชำระเงิน หลากหลาย	41.00	39.00	17.00	3.00	-	4.18	0.82	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)Place(								
.1สามารถติดต่อรับชม ผลิตภัณฑ์หรือซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้สะดวก	40.00	42.00	15.00	3.00	-	4.19	0.80	มาก
.2การส่งมอบสินค้าตรง เวลาตามกำหนด	46.00	38.00	14.00	2.00	-	4.28	0.78	มาก
.3ช่องทางการจัดจำหน่าย ที่หลากหลาย	40.00	47.00	10.00	3.00	-	4.24	0.75	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด)Promotion(								
.1มีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า ชิ้นเหลือ 22,400บาท ปกติ)2,800บาท(	44.00	41.00	13.00	2.00	-	4.27	0.76	มาก
2.มีส่วนลดให้กับผู้ที่ กดไลค์ และแชร์เพจร้าน 5บน % FACEBOOK	49.00	36.00	12.00	3.00	-	4.31	0.80	มาก
3.จัดส่งฟรีลงทะเบียน เมื่ออยู่ในระยะทางที่ กำหนดพร้อมติดตั้ง	52.00	33.00	11.00	4.00	-	4.33	0.83	มาก

ข้อมูลทัศนคติการใช้ ชั้นวางหนังสือ O2	ระดับความพึงพอใจ							
	พอใจ มากที่สุด	พอใจ มาก	พอใจ ปาน กลาง	พอใจ น้อย	พอใจ น้อย ที่สุด	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความพึง พอใจ
	5	4	3	2	1			
ด้านการส่งเสริมการตลาด)Promotion(ต่อ								
.4มีการโฆษณาป้ายหน้า ร้าน และทางเพจร้าน และ ทางเพจ Facebook :Book Sheild O2วิทย์ ทาง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	41.00	38.00	20.00	1.00	-	4.19	0.79	มาก

เกณฑ์การบอกระดับความพึงพอใจสามารถจัดลำดับค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เปรียบเทียบโดย *John W. Best* ดังนี้

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) ในด้านส่วนประสมทางการตลาด 4 P's

ส่วนประสมทางการตลาด 4P's	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.30	0.74	มาก
2.ด้านราคา	4.22	0.80	มาก
3.ด้านการจัดจำหน่าย	4.23	0.77	มาก
4.ด้านส่งเสริมการขาย	4.27	0.80	มาก
รวม	4.26	0.78	มาก

จากตารางที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความพึงพอใจมีต่อชั้นวางของจากหนังสือพิมพ์ ด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.30$) รองลงมาด้านส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.27$) รองลงด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.23$) และด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.22$) ตามลำดับ

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

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

ตราสินค้า

N&A O₂

รูปแบบผลิตภัณฑ์



ประชาสัมพันธ์โครงการ

ป้ายร้าน



N&A O₂

K+



f Book Sheild O2

085-561-0142

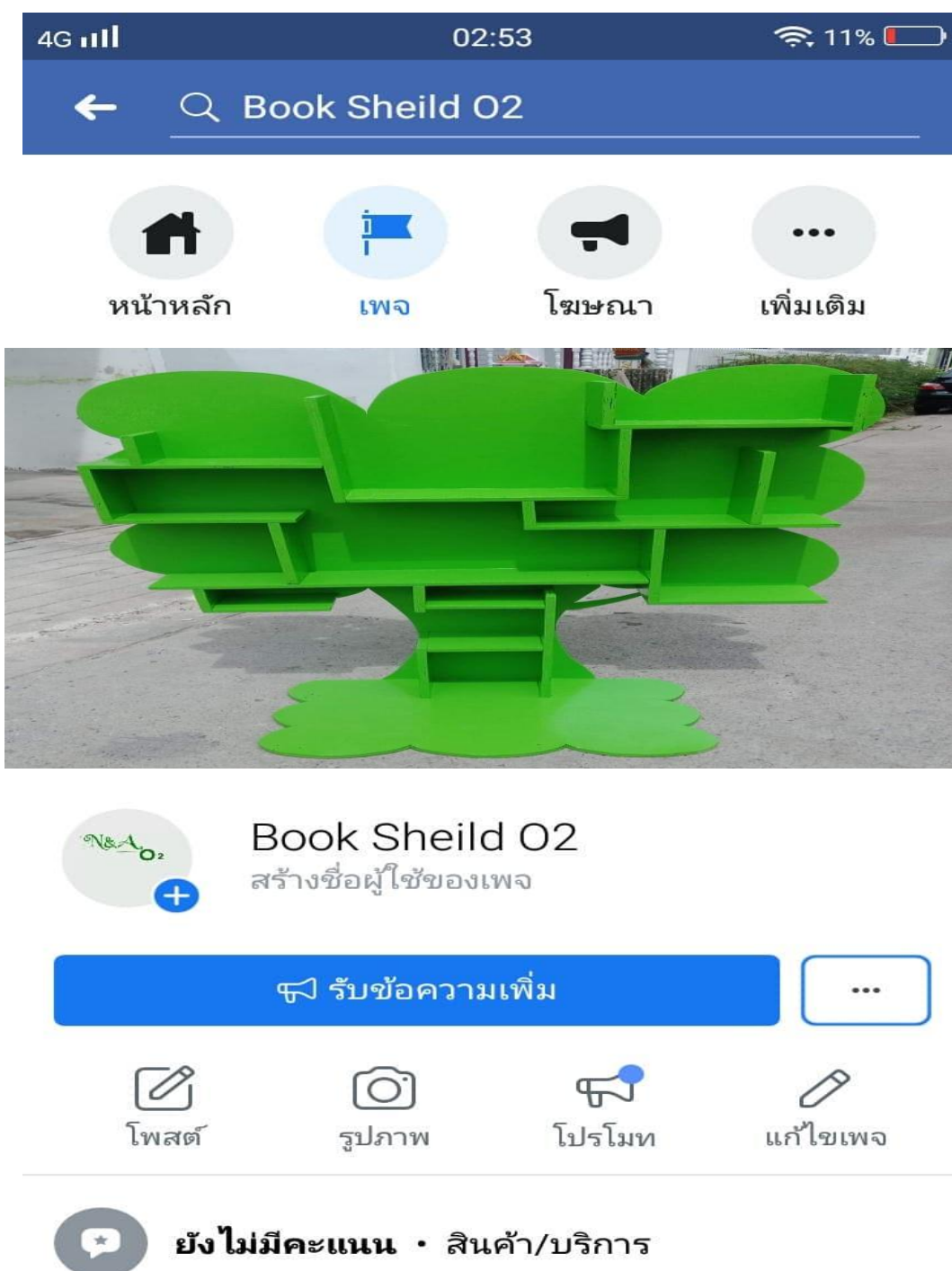
ชั้นวางหนังสือ O₂

ราคา 1,400 บาท

SALE ส่วนลดเมื่อซื้อเป็นคู่
ลดเหลือ 2,400 จากปกติ
2,800 บาท

พิเศษ และถ้าลูกค้ากด 👍
ทางเพจ Facebook
Book Sehild O2
รับส่วนลด 5% ทันที 🙏

เพจ Facebook

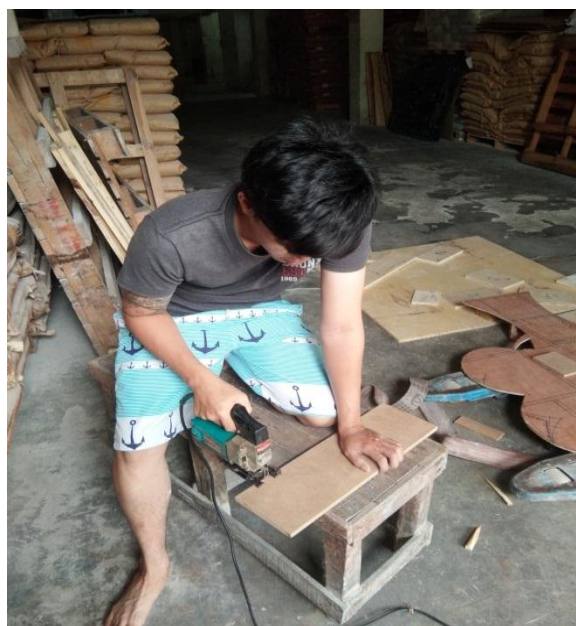


รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ

1 . วางแบบ โครงสร้างวัดขนาด



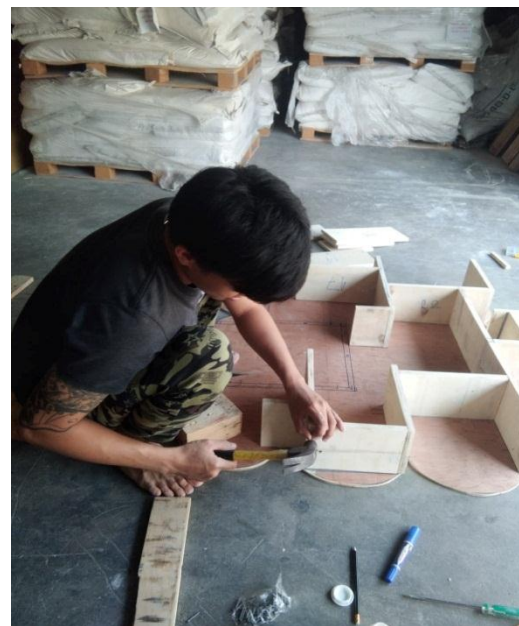
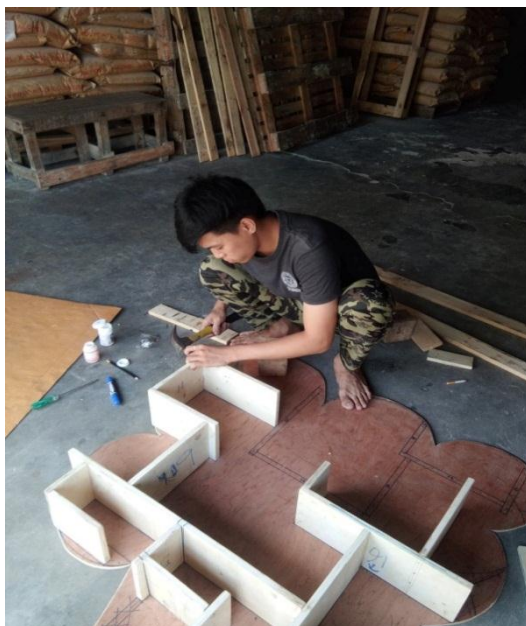
2 . ตัดไม้ตามแบบโครงสร้างที่วางไว้



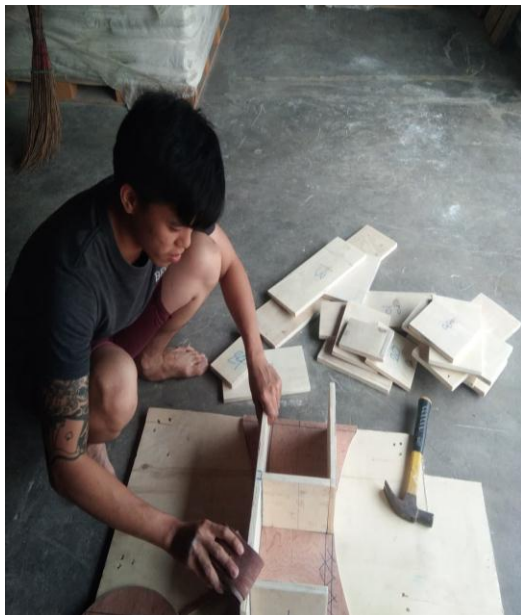
3 . นำส่วนที่ตัดเตรียมไว้มาประกอบเข้าด้วยกัน



4 . นำตะปูตอกเพื่อยึดส่วนต่างๆให้เข้าที่



5. เอากระดาษทรายขัดพื้นผิวให้เรียบเนียน



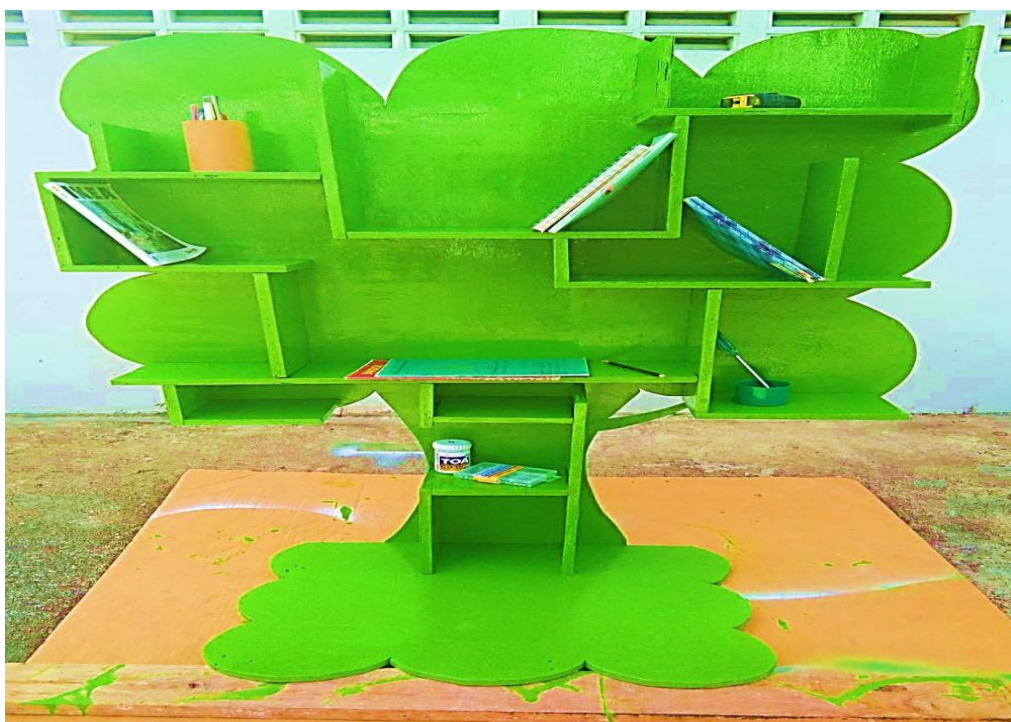
6. นำผลิตภัณฑ์ขึ้นแท่นเพื่อทำการทาสี



7. นำผลิตลงจากแท่นแล้วนำไปตากแดด



8. ตรวจเช็คความเรียบร้อยจุดบกพร่อง



9. นำผลิตภัณฑ์สินค้าเข้าภายในเพื่อรอการส่งออก



ภาพวัสดุอุปกรณ์



เครื่องตัดไม้



ค้อน



กระดาษทราย



ตลับเมตร



สีทาไม้



ตะปู



ไม้อัดเบา



แปรงทาสี

รูปภาพการนิเทศจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นายณภัทร โลหะพงศธร
วัน เดือน ปี	:	28 มีนาคม 2539
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	ประธานโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นายอชิตพล ศิริมุขอาคม
วัน เดือน ปี	:	04 เมษายน 2539
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	รองประธานโครงการ