



โครงการ นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ มูลี่รีไซเคิล

Artification of Innovation : Recycle Curtain

จัดทำโดย

นายสรณัฐ ชัยวงษ์

นายวัฒนชัย สว่างรัตน์

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

สาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ

ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย

นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ มูลี่รีไซเคิล

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ

Artification of Innovation : Recycle Curtain

โดย 1. นายสรณัฐณ์

ชัยวงษ์

2. นายวัฒนชัย

สว่างรัตน์

.....

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

.....

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ มูลี่รีไซเคิล Artification of Innovation : Recyle Curtain	
ผู้จัดทำโครงการ	1. นายสรณัฐ ชัยวงษ์ 2. นายวัฒนชัย สว่างรัตน์	
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อุดมพร เปตานนท์	
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย	
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด	
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา ปีการศึกษา 2562	

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นโครงการประเภท นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ มูลี่รีไซเคิล วัตถุประสงค์เพื่อ (1). เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2). เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธรรมชาติ (3). เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม(4). เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

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

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินการโครงการ คือ เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563 สถานที่ดำเนินการโครงการ คือ 62/157 ซอยอุดมเดช 11 หมู่ 3 ถนนเทพารักษ์ ตำบลบางเมืองใหม่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10270

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 900 บาท เสียค่าใช้จ่าย 842 บาท คงเหลือเงิน 58 บาท แบ่งคืนให้สมาชิกคนละ 29 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้น (1). การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครง (2). สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติ และเพิ่มรายได้ให้กับผู้ที่มีอาชีพทำนา (3). ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม (4). ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ คือ (1).ภัยธรรมชาติอาจทำให้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเกิดการเสียหายได้ (2). วัตถุดิบที่ใช้อาจมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการผลิต

5. ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ คือ (1).ควรเก็บวัตถุดิบไว้ในที่แห้ง เพื่อป้องกันการเปียกชื้น (2). วัสดุที่นำมาใช้ควรหาแหล่งวัตถุดิบสำรองไว้

6. จากรายงานผลแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อ มูลี่ รีไซเคิล ผู้ตอบปรากฏผลดังนี้ แบบสอบถามแสดงความความพึงพอใจที่มีต่อ มูลี่ รีไซเคิล ด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.49$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.61$) รองลงมาด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.51$) รองลงมาด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.48$) และด้านส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.36$) ตามลำดับ

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์มัลติมีเดียสำเร็จได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์อุดมพร เปตานนท์ ที่ได้ให้คำแนะนำแนวคิดให้คำปรึกษา ให้ความรู้ด้านการจัดทำโครงการ คอยดูแลในเรื่องการดำเนินงานด้านเอกสารการแก้ไขเอกสารให้ถูกต้องและขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย ที่คอยตรวจดูความสมบูรณ์ของชิ้นงานและการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ บอกจุดบกพร่องและเสนอวิธีการแก้ไขแบบตรงจุด สามารถทำให้การนำเสนอโครงการประสบผลสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ทางคณะผู้จัดทำขอกราบขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณเพื่อนๆในชั้นเรียน ที่คอยให้การสนับสนุนและสละเวลาส่วนตัว เพื่อจัดทำโครงการฉบับนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยดี

คณะผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณทุกท่านดังที่ได้กล่าวถึงมาข้างหน้าและที่ไม่ได้กล่าวถึงไว้ ณ ที่นี้เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการสิ่งประดิษฐ์มัลติมีเดีย

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
เป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามผล และการประเมินโครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์	3
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	8
แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ	13
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	23
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	26
แผนการปฏิบัติงาน	27
สถานที่ดำเนินโครงการ	28
ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์	29
การจัดทำแผนธุรกิจ	30
บทสรุปผู้บริหาร	30
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	32
ความเป็นมาของธุรกิจ	32
ผลิตภัณฑ์	33

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)	
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด	34
แผนบริหารจัดการ	39
แผนการตลาด	44
แผนการบริการ	49
แผนการผลิต	52
แผนการเงิน	56
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	67
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	68
บัญชีรายรับ – รายจ่าย ในโครงการ	74
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	75
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	76
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	79
ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา	79
บรรณานุกรม	80
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	81
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	91
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ในโครงการ	99
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	107

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งที่ผู้คนทั่วไปใช้ดูข่าวสารในแต่ละวันซึ่งจะมีประโยชน์เพียงแค่อ่านข้อมูลข่าวสารและทิ้งไปเพราะต้องมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารวันต่อวันทำให้มีหนังสือพิมพ์ที่ไม่ได้ใช้แล้วและมักจะถูกทิ้งหรือไม่มีคนเห็นคุณค่า ซึ่งหนังสือพิมพ์สามารถนำกลับมาใช้ในการรีไซเคิลหรือห่อผลไม้ให้สุกเร็วขึ้นแต่วันนี้หนังสือพิมพ์มิใช่มีประโยชน์แต่เพียงเท่านั้นทางคณะผู้จัดทำโครงการได้มีแนวความคิดที่จะนำหนังสือพิมพ์กลับมาใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ได้อีก

มูลี เป็นวัสดุที่ใช้ในการตกแต่งบ้าน เพื่อให้เกิดความสวยงาม ส่วนมากแล้วเราจะใช้มูลี ใช้ในการป้องกันแสงแดดรวมทั้งความร้อนที่ส่องเข้ามาภายในบ้าน ห้องของคุณ มูลีที่ผลิตกันในปัจจุบัน สามารถควบคุมการเปิดปิด ได้จากสายบังคับ ใช้ดึง ให้มูลีปรับองศาได้ ทำหน้าที่เป็นม่านปรับแสง สิ่งที่ใช้ในการบังหน้าต่างหรือใช้ครอบหน้าต่างเพื่อกันแสงหรือปรับระดับของแสงที่จะเข้ามา เราจะเลือกใช้มูลี และผ้าม่าน แต่ยุคสมัยที่พัฒนาขึ้นทำให้มีนวัตกรรมทำให้เกิดมูลี ที่พัฒนาจากวัสดุที่ทนทานบวกกับลักษณะแบบโมเดิร์น มีให้เลือกใช้หลายชนิดด้วยกัน ที่ใช้อย่างหลากหลาย มีการเปลี่ยนแปลงให้มูลีมีการควบคุมหรือปรับ ได้ดียิ่งขึ้น

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จากการนำวัสดุที่ไม่ได้ใช้แล้วอย่างกระดาษหนังสือพิมพ์เหลือใช้มาเพิ่มมูลค่า ให้ออกมาเป็นมูลีที่ทำจากกระดาษหนังสือพิมพ์ตามที่ออกแบบและวางแผนไว้ เพื่อตามรอยเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 เช่นเดียวกับทางคณะผู้จัดทำโครงการ ที่นำกระดาษหนังสือพิมพ์ที่ใช้แล้ว และถูกทิ้งอย่างไร้ประโยชน์ สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้อย่างไม่สูญเปล่า

เป้าหมายของโครงการ

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ

การติดตามผล และการประเมินโครงการ

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการประเภทสิ่งประดิษฐ์มีที่มาจากกระดาษหนังสือพิมพ์ คณะผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการดังนี้

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

1. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบหมายถึง การรู้จักวางแผนจัดตั้งขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมา การออกแบบมีการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ 4 ลักษณะ

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

2. ความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) หมายถึง ปริมาณความคิดที่ไม่ซ้ำกันในเรื่องเดียวกัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.1 ความคล่องแคล่วทางด้านถ้อยคำ (Word Fluency) เป็นความสามารถในการใช้ถ้อยคำอย่างคล่องแคล่ว

2.2 ความคิดคล่องแคล่วทางการโยงสัมพันธ์ (Associational Fluency) เป็นความสามารถที่จะคิดหาถ้อยคำที่เหมือนกันได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ภายในเวลาที่กำหนด

2.3 ความคล่องแคล่วทางการแสดงออก (Expression Fluency) เป็นความสามารถในการใช้ลีลาหรือประโยค กล่าวคือสามารถที่จะนำคำมาเรียงกันอย่างรวดเร็วเพื่อให้ได้ประโยคที่ต้องการ

2.4 ความคล่องแคล่วในการคิด (Ideational Fluency) เป็นความสามารถที่จะค้นสิ่งที่ต้องการภายในเวลาที่กำหนด เช่น คิดหาประโยชน์ของกระดาษหนังสือพิมพ์ให้ได้มากที่สุด

3. ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) หมายถึง ประเภทหรือแบบของการคิด แบ่งออกเป็น

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

3.2 ความคิดยืดหยุ่นทางการดัดแปลง (Adaptive Flexibility) หมายถึงความสามารถในการดัดแปลงความรู้หรือประสบการณ์ให้เกิดประโยชน์หลายๆด้านซึ่งประโยชน์ต่อการแก้ปัญหาผู้ที่มีความยืดหยุ่นจะคิดดัดแปลงได้ไม่ซ้ำกัน

4. ความคิดละเอียดละออ (Elaboration) หมายถึง ความคิดในรายละเอียดเป็นขั้นตอนสามารถอธิบายให้เห็นภาพชัดเจน หรือเป็นแผนงานที่สมบูรณ์ขึ้น ความคิดละเอียดละออจัดเป็นรายละเอียดที่นำมาตกแต่ง ขยายความคิดครั้งแรกให้สมบูรณ์ขึ้น (Guilford 1967:145-151)

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัย 4 ประการคือ

1. การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรต้องพิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นประการแรกเพื่อจะได้ออกแบบให้ได้ความคงทนถาวรมากขึ้น หรือให้เหมาะสมกับการใช้เพียงชั่วคราของผลิตภัณฑ์นั้น เพราะการออกแบบจะต้องคำนึงถึงวัสดุและเวลาการผลิตไปพร้อมกัน ถ้าออกแบบโดยไม่ได้ศึกษาถึงคุณภาพตามเป้าหมายของการผลิตแล้ว ก็ไม่สามารถออกแบบที่เหมาะสมได้

2. การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต

ในที่นี้ใคร่ขออ้างทางการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยตรง ด้วยการผลิตสิ่งของเครื่องใช้ หรือ ผลิตภัณฑ์ กำลังการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์จำนวนมาก มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะใช้เครื่องมือในการผลิตเช่น เครื่องจักรกล หรือเครื่องทุ่นแรงอื่น ๆ และต้องเหมาะสมกับวัสดุ ออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้องพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน

3. การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค

3.1 ความต้องการที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่เป็นความต้องการที่เหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรม รสนิยม และการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ความต้องการของผู้บริโภคยังเกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจโดยตรงอีกด้วย

3.2 สภาพสังคมที่เศรษฐกิจกำลังตกต่ำการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ราคาสูง สินค้าฟุ่มเฟือย หรือเน้นความงามทางการออกแบบมากจนผลิตภัณฑ์นั้นราคาสูง การออกแบบเช่นนี้ อาจจะไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้

4. การออกแบบที่มีคุณค่าทางความงาม

เพื่อให้ผู้ออกแบบตระหนักถึงความงามที่เด่นชัดร่วมสมัย และมีความคิดสร้างสรรค์แทรกอยู่ในการออกแบบแต่ละชิ้น ความประณีตบรรจงในการออกแบบหรือในผลิตภัณฑ์เป็นคุณค่าส่วนหนึ่งของความงามอีกด้วย

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

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

1. หน้าที่ใช้สอย (Function)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้บริโภคต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือหลายหน้าที่ก็ได้ แต่หน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่นั้น ต้องใช้งานไประยะหนึ่งถึงจะทราบข้อบกพร่อง

2. ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปร่าง ขนาด สี สันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี เพราะความสวยงามเป็นความพึงพอใจแรกที่คนเราสัมผัสได้ก่อนมักเกิดมาจากรูปร่างและสีเป็นหลัก การกำหนดรูปร่างและสีในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ไม่เหมือนกับการกำหนดรูปร่างและสีในงานจิตรกรรม ซึ่งสามารถที่จะแสดงหรือกำหนดรูปร่างและสีได้ตามความนึกคิดของจิตรกร แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานของรูปร่างและสี สัน ระหว่างทฤษฎีทางศิลปะและความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ถึงแม้ว่ามนุษย์แต่ละคนมีการรับรู้และพึงพอใจในเรื่องของความงามได้ไม่เท่ากัน และไม่มียกเว้นเกณฑ์การตัดสินใจใด ๆ ที่เป็นตัวชี้ขาดความถูกความผิด

3. ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องเข้าใจกายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับขนาดสัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะต่าง ๆ ของผู้ใช้ การเกิดความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งทางด้านจิตวิทยา(Psychology)และสรีระวิทยา(Physiology) ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิฐานะ และสังคมแวดล้อมที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นข้อบังคับในการออกแบบ

4. ความปลอดภัย (Safety)

ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในด้านการออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็น

สำคัญไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจนและมีคำอธิบายการใช้แบบมากับผลิตภัณฑ์ด้วย

5. ความแข็งแรง (Construction)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัว ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ และวัตถุประสงค์ที่กำหนดโครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรงกระทำใน รูปแบบต่าง ๆ จากการใช้งาน ตัวอย่างเช่น การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ดีต้องมีความมั่นคงแข็งแรง ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก ต้องสามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้เหมาะสม สะดวกสบาย ถูกสุขลักษณะ และต้องรู้จักผสมความงามเข้ากับชิ้นงานได้อย่างกลมกลืน เพราะโครงสร้างบางรูปแบบมีความแข็งแรงดีมากแต่ขาดความสวยงาม จึงเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเป็นผู้ประสานสองสิ่งเข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ นอกจากการเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความปลอดภัยควบคู่กันไปด้วย

6. ราคา (Cost)

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

7. วัสดุ (Materials)

การออกแบบควรเลือกวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความใส ผิวมันวาว ทนความร้อน ทนกรดด่างไม่ลื่น ฯลฯ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาถึงความง่ายในการดูแลรักษา ความสะดวกรวดเร็วในการผลิต สั่งซื้อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกในการรณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ (recycle) ก็เป็นสิ่งที่นักออกแบบต้องตระหนักถึงในการออกแบบร่วมด้วย เพื่อช่วยลดกันลดปริมาณขยะของโลก

8. กรรมวิธีการผลิต (Production)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าการประหยัดเพราะการผลิตที่ละมาก ๆ

9. การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถบำรุงรักษา และแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก เมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้น ง่ายและสะดวกต่อการทำความสะอาดเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งานของ ผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ เครื่องจักรกล เครื่องยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อน อะไหล่บางชิ้นย่อมมีการเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือจากการใช้งานที่ผิดวิธี การออกแบบที่ดีนั้นจะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้น เพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝาครอบบริเวณต่าง ๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ได้ โดยง่าย นอกจากนี้การออกแบบยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่น ๆ รวมด้วย

10. การขนส่ง (Transportation)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนส่ง ระยะทาง เส้นทางขนส่ง (ทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ) การกินเนื้อที่ในการขนส่ง (มิติความ จุกว้าง 'ยาว' สูง ของรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกทั่วไป ตู้บรรทุกสินค้า ฯลฯ) ส่วนการบรรจุหีบห่อต้องสามารถป้องกันไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย กรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบนั้นมีขนาดใหญ่ อาจต้องออกแบบให้ชิ้นส่วนสามารถถอดประกอบได้ง่าย เพื่อให้หีบห่อมีขนาดเล็กลง

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

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การซื้อของผู้บริโภค ในที่นี้เน้นที่ตัวผู้ซื้อ เป็นสำคัญ การซื้อ เป็นเพียงจุดหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจและไม่สามารถแยกออกได้ว่า จากการบริโภคสินค้าทั้งที่กระทำโดยตัวผู้ซื้อเองหรือการบริโภคโดยสมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัว ซึ่งมีผู้ซื้อเป็นผู้ซื้อให้แทน การซื้อนั้นผู้ซื้อแทนจะเป็นผู้ทำงานแทนความพึงพอใจของผู้ที่จะบริโภคอีกต่อหนึ่ง (ธงชัย สันติวงษ์, 2539, หน้า 351)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา (ปณิศา ลัญญานนท์, 2548, หน้า 83)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ (สุวัฒน์ ศิริรัตน์ และภาวนา สายชู, 2548, หน้า 241)

บริการ ซึ่งการเข้าใจถึงสาเหตุต่าง ๆ ที่มีผลในการจูงใจหรือกำกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นเองที่จะทำให้ นักการตลาดสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้สำเร็จผล ด้วยการสามารถชัก

นำและหวานล่อมให้ลูกค้าซื้อสินค้า และมีความจงรักภักดีที่จะซื้อซ้ำในครั้งต่อไปเรื่อย ๆ (ธงชัย สันติวงษ์, 2540, หน้า 29)

แอบราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นนักจิตวิทยาและนักมนุษยวิทยาซึ่งได้ค้นพบการค้นพบที่ได้จากการเป็นนักจิตวิทยาและผู้ที่ให้คำปรึกษามาเป็นพื้นฐานในการเสนอทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรมของมนุษย์ว่าจะมีความต้องการเป็นระดับต่าง ๆ ลาเฮย์ (Lahey, 2004, p. 383) กล่าวถึง กรอบความคิดที่สำคัญของทฤษฎีมาสโลว์ ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากพื้นฐานไปยังระดับสูงสุด ซึ่งถือเป็นฐานคิดหรือสมมติฐานของทฤษฎี กล่าวคือ

1. มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีวันสิ้นสุด และมากขึ้นเรื่อยๆ สิ่งที่มนุษย์ต้องการขึ้นอยู่กับสิ่งที่เขาได้รับ หรือมีอยู่แล้ว เมื่อความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วก็ยังมีความต้องการนั้นต่อไป เช่น ความต้องการในปัจจุบันที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เป็นต้น

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งที่จูงใจพฤติกรรมของมนุษย์อีก แต่ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งที่จูงใจต่อไป

3. ความต้องการของมนุษย์มีลำดับของความสำคัญแตกต่างกัน ความต้องการมีหลายด้าน บุคคลมีการแบ่งระดับความสำคัญ ความเร่งด่วนต่อชีวิตแตกต่างกัน และจะแสดงพฤติกรรมที่นำไปสู่ความต้องการที่มีความสำคัญมากกว่าก่อนเสมอ

แต่เดิมนั้น ทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) แบ่งออกเป็น 5 ชั้น ได้แก่ (Boeree, 2006, p. 2)

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

2. ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย (Safety Needs) หมายถึง ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ และเป็นอิสระจากความกลัว ขู่เข็ญ บังคับ จากผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม เป็นความต้องการที่จะได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการประเภทนี้เริ่มตั้งแต่วัยทารกจนกระทั่งวัยชรา ความต้องการที่จะมีงานทำเป็นหลักแหล่งก็เป็นความต้องการเพื่อสวัสดิภาพของผู้ใหญ่อย่างหนึ่ง

3. ความต้องการความรักและความผูกพัน (Love and Belonging Needs) มนุษย์ทุกคนมีความปรารถนาจะให้เป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีความผูกพันกับผู้อื่นหรือมีความสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของหมู่ ทราบว่าทุกคนยอมรับตนเป็นสมาชิก คนที่รู้สึกเหงาไม่มีเพื่อน มีชีวิตไม่

สมบูรณ์ เป็นผู้ที่จะต้องซ่อมความต้องการประเภทนี้ คนที่รู้สึกว่าเป็นที่รักและยอมรับของหมู่จะเป็นผู้ที่สมปรารถนาในการต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่

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

5. ความต้องการรู้จักตนเองอย่างแท้จริงและพัฒนาตนเองให้สมบูรณ์ (Need for self-actualization) มาสโลว์ อธิบายความต้องการที่เรียกว่า “ Self Actualization ” ว่าเป็นความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริงของตน จะกล้าที่จะตัดสินใจเลือกทางเดินของชีวิต รู้จักค่านิยมของตนเอง มีความจริงใจต่อตนเอง ปรารถนาที่จะเป็นคนดีที่สุดเท่าที่จะมีความสามารถทำได้ ทั้งทางด้านสติปัญญา ทักษะ และอารมณ์ความรู้สึกยอมรับตนเองทั้งส่วนดีและส่วนเสียของตน ที่สำคัญที่สุดก็คือการมีสติที่จะยอมรับว่าตนใช้กลไกในการป้องกันตนในการปรับตัวและพยายามที่จะเลิกใช้เปิดโอกาสให้ตนเองได้เผชิญกับความจริงของชีวิต เผชิญกับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยคิดว่าเป็นสิ่งที่ “ท้าทาย” “น่าตื่นเต้น” และมีความหมาย กระบวนการที่จะพัฒนาตนเองเต็มตามศักยภาพของตน เป็นกระบวนการที่ไม่มีจุดจบ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่ มนุษย์ทุกคนมีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองเต็มตามศักยภาพของตน เพราะมีน้อยคนที่จะได้ถึงขั้น “ Self Actualization ” อย่างสมบูรณ์ (อ้างอิง <https://www.gotoknow.org/posts/629839>)

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

การซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งนั้น ผู้บริโภคจะมีกระบวนการในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักการตลาดจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจ ในขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่อยู่ด้วยกัน 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรับรู้ปัญหา (Problem recognition) ผู้บริโภคจะรับรู้ปัญหาได้เกิดจากการเห็นสภาพความแตกต่างระหว่างสภาพในปัจจุบันกับสภาพในความปรารถนา หากมีแรงกระตุ้นมากพอให้ผู้บริโภคพยายามที่จะไปอยู่ในสภาพแห่งความปรารถนาแล้ว ผู้บริโภคก็จะค้นหาทางแก้ไข เช่น เมื่อเกิดเป็นสิ่ว ทำให้หน้าดูไม่เรียบ ผิวไม่เนียน คนพบเห็นก็รู้สึกไม่ชวนมอง จึงปรารถนาจะทำให้หน้าเนียน เรียบ ไร้ปมสิ่ว ปัญหาถือเป็นสิ่ว ทำให้ต้องหาวิธีการรักษาให้หาย นักการตลาดหรือนักโฆษณาจึงต้องพยายามชี้จุดปัญหาให้ผู้บริโภค

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) หลังจากที่ผู้บริโภคได้แรงกระตุ้นทำให้รับรู้ถึงปัญหาแล้ว ในขั้นนี้ผู้บริโภคก็จะแสวงหาข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจโดยจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน (Internal search) และหากข้อมูลมีไม่เพียงพอก็จะหาจากแหล่งข้อมูลภายนอก (External search) ข้อมูลภายนอก (External search) เป็นข้อมูลที่ผู้บริโภคค้นคว้าหาจากแหล่งอื่น ๆ

ภายนอกที่ไม่ได้มาจากความทรงจำ เช่น จากตัวบุคคล เช่น เพื่อน สมาชิกในครอบครัว ที่อาจเคยใช้สินค้าหรือได้ข้อมูลข่าวสารมาบ้าง หรืออาจสอบถามจากพนักงานขาย ซึ่งมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ขายโดยผ่านการฝึกอบรมมา

3. การประเมินทางเลือก (Alternative evaluation) เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่สนใจแล้ว ก็จะทำการประเมินว่า สินค้ายี่ห้อใดดีกว่ากัน โดยจะคำนึงถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและตอบสนองความพึงพอใจได้ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ต้องสามารถชี้ให้เห็นจุดเด่นที่ชัดเจน ตรงใจ เพื่อผู้บริโภคจะได้นำไปใช้ในการตัดสินใจซื้อ เช่น ผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจบีบรัดตัว ต้องการจะจ่ายเงินแบบประหยัดที่สุด แต่ก็ยังคงอยากได้รับความสะดวกสบายเหมือนเดิม

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase) เป็นขั้นที่ผู้บริโภคได้ลงความเห็นว่าจะจ่ายเงินเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่คิดว่าดีที่สุดสำหรับเขา บางครั้งแม้ว่าผู้บริโภคได้ตัดสินใจซื้อแล้วก็ตาม แต่อาจมีปัจจัยบางอย่างเข้ามากระทบทำให้เกิดการล่าช้า ลังเล เช่น กลัวว่าจ่ายเงินไปแล้ว จะมีเงินเหลือใช้ไม่พอถึงสิ้นเดือน ไม่แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์จะดีจริงเหมือนที่ได้โฆษณาไว้หรือไม่ เพื่อนหรือคนใกล้ชิดแนะนำให้ลองทบทวนอีกทีก่อน ดังนั้นโฆษณาควรหาวิธีการโฆษณาเพื่อเร่งให้เกิดการตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าพอใจผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่างๆของสินค้า ทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ แต่ถ้าไม่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้านั้นๆในครั้งต่อไปและอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าน้อยลงตามไปด้วย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมเป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดำรงและยอมรับมาปฏิบัติ เพื่อให้สังคมดำเนินและมีการพัฒนาไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคลโดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่องค่านิยม ทศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรมัน จะต้องผ่านกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว และสถาบันต่างๆในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน การกำหนดกลยุทธ์จึงต้อง

แตกต่างกันไปสำหรับตลาดที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน โดยวัฒนธรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปแบบหรือวิธีการในการดำเนินชีวิตที่สามารถเรียนรู้และถ่ายทอด สืบต่อกันมาโดยผ่านขบวนการอบรมและขัดเกลาทางสังคม วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่พื้นฐานในการกำหนดความต้องการซื้อและพฤติกรรมของบุคคล

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

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

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมจะประกอบด้วย

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

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความคิดและค่านิยมของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การเสนอขายสินค้าจึงต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภค และการดำเนินชีวิตของครอบครัวด้วย

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

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนในด้านต่างๆ ดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคล ในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่อความต้องการ ทักษะและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่ต่าง กัน Kotler. (2003 : 260) ได้กล่าวว่า วงจรชีวิตครอบครัว ประกอบด้วยขั้นตอนแต่ละขั้นตอนจะมี ลักษณะการบริโภคและพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการ สินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

3.4 รายได้ (Income) หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstance) โอกาสทาง เศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้การออมสินทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน สิ่งเหล่านี้มียุทธพลต่อ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าทั้งสิ้น

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มี คุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึง อัตราผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อตราสินค้า รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการ ดำเนินชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูป กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความ คิดเห็น (Opinions)

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541, หน้า 130-135)

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

4.1 การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่ง กระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจถูกกระทบจากปัจจัยภายนอกได้ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ (Motive) ซึ่งหมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้น จากภายในตัวบุคคลที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย แรงจูงใจที่เกิดขึ้น ภายในตัวมนุษย์ ถือว่าเป็นความต้องการของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็น ความต้องการทางด้าน ต่างๆ ทำให้ เกิดแรงจูงใจที่จะหาสินค้ามาบรรเทาความต้องการของตน

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

4.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น

4.4 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

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

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการตอบสนอง หรืออาจหมายถึงลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองที่สม่ำเสมอและมีปฏิกิริยาต่อสิ่งกระตุ้น

4.7 แนวคิดของตนเอง (Self-concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

5. ปัจจัยด้านการตลาด (Marketing factor) หรือ ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย (อ้างอิง <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ/>)

3. แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ มีผู้เปรียบเทียบว่าแผนธุรกิจเปรียบเหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งเรื่องของการตลาด การแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจการคาดคะเนทางการเงิน ที่จะชี้นำผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวังด้วยเช่นกัน

เนื่องจากแผนธุรกิจที่ดีย่อมช่วยในการวัดถึงความเป็นไปได้ของกิจการที่จะลงทุน แผนจึงควรประกอบด้วยการวิเคราะห์อย่างละเอียดในตัวแปรหรือปัจจัยดังต่อไปนี้

1. สินค้าหรือบริการที่จะขาย
2. กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง
3. จุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการที่จะทำ
4. นโยบายการตลาด เช่น นโยบายด้านราคา การส่งเสริมการตลาด การกระจายสินค้า

5. วิธีการหรือกระบวนการในการผลิต รวมถึงเครื่องจักร อุปกรณ์ที่ต้องใช้

6. ตัวเลขทางการเงิน นับตั้งแต่รายได้ที่คาดว่าจะได้ ค่าใช้จ่าย ค่าไร ขาดทุน จำนวนเงินลงทุนที่ต้องการและกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้มาหรือใช้ไป

แผนธุรกิจที่ดี เมื่ออ่านแล้วควรจะต้องตอบคำถามเหล่านี้ได้

1. การก่อตั้งธุรกิจเป็นรูปร่างชัดเจนขนาดไหน เสร็จสมบูรณ์แล้วหรือยัง
2. ธุรกิจนี้น่าลงทุนไหม
3. ธุรกิจมีแนวโน้มหรือโอกาสที่จะประสบความสำเร็จตั้งแต่เริ่มจัดตั้งมาน้อยเพียงใด
4. ธุรกิจมีความได้เปรียบหรือความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวมากน้อยเพียงใด
5. สินค้าที่จะผลิตมีวิธีการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพียงใด
6. สินค้าที่ผลิตสามารถวางตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด
7. วิธีการผลิตและการวางตลาดสินค้านั้น มีทางเลือกอื่น ๆ ที่ประหยัดได้มากกว่าหรือไม่
8. หน้าที่ต่าง ๆ เช่น การผลิต การจำหน่าย การจัดการทางการเงิน การจัดการคน มีการจัดการที่ดีและเหมาะสมเพียงใด

9. จำนวนและคุณภาพของพนักงานที่ต้องการมีเพียงพอหรือไม่

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

องค์ประกอบแผนธุรกิจ

แม้ว่าองค์ประกอบของแผนธุรกิจจะไม่ได้มีกำหนดไว้ตายตัว หากแต่องค์ประกอบหลัก ซึ่งนักลงทุนพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการรู้ จะประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้ คือ

องค์ประกอบที่ 1 : บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

เป็นส่วนที่จะสรุปใจความสำคัญของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาวไม่เกิน 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญ เพราะเป็นส่วนแรกที่มีผู้ร่วมลงทุนจะอ่านและจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่า จะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อหรือไม่ ดังนั้น บทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญสองประการ คือ

1.ชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริง ๆ เกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ

2.ชี้ให้เห็นว่า สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่ว่่านั้นให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไร

บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนควรระลึกไว้เสมอว่า คุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม จึงควรใช้เวลากับการเขียนส่วนนี้อย่างพิถีพิถัน

เนื้อหาในบทสรุปผู้บริหารควรกล่าวถึงสิ่งต่อไปนี้

1. อธิบายว่าจะทำธุรกิจอะไร และแนวคิดของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไร

2. โอกาสและกลยุทธ์ สรุปว่าอะไรคือโอกาส ทำไมจึงน่าในใจ และจะใช้โอกาสนั้นด้วยวิธีอย่างไร

3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคะเนลูกค้าเป้าหมาย

4. ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ

5. ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไร

6. ทีมผู้บริหาร

7. ข้อเสนอผลตอบแทน

องค์ประกอบที่ 2 : ประวัติย่อของกิจการ

ส่วนนี้คือการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกิจการ ทั้งในด้านการบริหารจัดการหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็น โอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้า/บริการ ที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 : การวิเคราะห์สถานการณ์

ขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนธุรกิจ คือ การพยายามทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของปัจจัยสำคัญๆที่ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การแข่งขัน ความน่าสนใจโดยรวมของอุตสาหกรรม ตลอดจนความสามารถในการทำกำไร และความพร้อมในด้านต่าง ๆ ของกิจการ ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์จึงเป็นงานอันดับแรกที่สำคัญที่ผู้ประกอบการควรกระทำ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานของกิจการ การวิเคราะห์สถานการณ์หรือเรียกอย่างย่อ ๆ ว่า SWOT ANALYSIS

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

2. การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก หมายถึง การประเมินสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นจึงต้องพยายามเข้าใจในสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของสภาพแวดล้อมดังกล่าว เป็นไปในลักษณะที่เป็นโอกาส (Opportunities) หรือ อุปสรรค (Threats) ในการดำเนินธุรกิจ ผลลัพธ์จากขั้นตอนของการวิเคราะห์สถานการณ์ คือ บทวิเคราะห์ความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ 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 ปี

ลักษณะของเป้าหมายของธุรกิจที่ดีมี 3 ประการ คือ

1. มีความเป็นไปได้
2. สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม
3. เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป้าหมายในระยะปานกลางและระยะยาว

กล่าวคือ ไม่มุ่งหวังเพียงกำไรหรือผลลัพธ์ในระยะสั้นมากเกินไป โดยเฉพาะหากผลในระยะสั้นนั้นจะก่อให้เกิดผลเสียได้ในระยะปานกลางและระยะยาว

องค์ประกอบที่ 5 : แผนการตลาด

แผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาดตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในองค์ประกอบที่ 3 มาพิจารณาร่วมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ในองค์ประกอบที่ 4

ดังนั้น การวางแผนการตลาดจึงเป็นการกำหนดกลยุทธ์และวิธีในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มุ่งหวัง โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรทางการตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการตอบรับกับความเป็นไปได้และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ เนื้อหาของแผนการตลาดต้องตอบคำถามหลักๆ ให้กับผู้ประกอบการอย่างน้อยดังต่อไปนี้

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

การตอบคำถามดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญของ

แผนการตลาด ซึ่งมีเนื้อหาหลัก 4 ส่วนดังนี้

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

องค์ประกอบที่ 6 : แผนการจัดการและแผนคน

ในส่วนนี้ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุโครงสร้างขององค์การให้ชัดเจน โดยแสดงแผนผังโครงสร้างขององค์กรว่า ประกอบไปด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความรับผิดชอบอะไร รวมถึงตำแหน่งผู้บริหารหลักๆ ขององค์กร โครงสร้างของคณะกรรมการและการถือหุ้น การเขียนในส่วนนี้ควรจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเป็นทีมที่ดีในการบริหาร มีความสมดุลในด้านความรู้ ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิคและการบริหาร มีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่ทำ รายละเอียดในส่วนนี้ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้คือ

1. โครงสร้างองค์กร

- 1.1 ตำแหน่งงานหลักๆ ขององค์กร คนที่จะมาดำรงตำแหน่ง
- 1.2 หากผู้บริหารคนใดคนหนึ่ง ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เต็มเวลา ต้องระบุว่าใครจะเป็นผู้ช่วยในงานนั้น เพื่อให้งานสมบูรณ์

- 1.3 หากทีมงานผู้บริหารเคยทำงานร่วมกันมาก่อน ให้ระบุว่าเคยทำงานอะไร มี

ความสำเร็จในฐานะทีมที่ดีอะไรบ้าง

2. ตำแหน่งบริหารหลัก

2.1 ระบุว่าตำแหน่งบริหารหลักๆ มีความรู้ ความชำนาญอะไรบ้าง และมีความเหมาะสมในตำแหน่งงานนั้นอย่างไร

2.2 ระบุบทบาท ภาระความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งในทีมบริหาร

2.3 อาจใส่ประวัติสั้นๆ ของทีมบริหารเอาไว้ในส่วนนี้ด้วยก็ได้ หรือมิฉะนั้นอาจนำไปใส่ไว้รวมกันในภาคผนวก

3. ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้บริหาร ระบุเงินเดือนที่จ่ายแก่ผู้บริหาร ตลอดจนผลประโยชน์ในรูปแบบอื่น ๆ และสัดส่วนการถือหุ้น ของผู้บริหารแต่ละคน

4. ผู้ร่วมลงทุน ระบุผู้ร่วมลงทุนอื่น ๆ และเปอร์เซ็นต์การถือหุ้น

5. คณะกรรมการบริษัท ระบุคุณสมบัติของกรรมการบริษัท องค์ประกอบและภูมิหลังของกรรมการแต่ละคนว่าจะเป็นประโยชน์ต่อกิจการอย่างไร

องค์ประกอบที่ 7 : แผนการผลิต/ปฏิบัติการ

ส่วนนี้ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุโครงสร้างขององค์การให้ชัดเจน โดยแสดงแผนผังโครงสร้างขององค์กรว่า ประกอบไปด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความรับผิดชอบอะไร รวมถึงตำแหน่งผู้บริหารหลักๆ ขององค์การ โครงสร้างของคณะกรรมการและการถือหุ้น การเขียนในส่วนนี้ควรจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเป็นทีมที่ดีในการบริหาร มีความสมดุลในด้านความรู้ ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิคและการบริหาร มีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่ทำ รายละเอียดในส่วนนี้ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

1. โครงสร้างองค์กร

2. ตำแหน่งบริหารหลัก

3. ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้บริหาร

4. ผู้ร่วมลงทุน ระบุผู้ร่วมลงทุนอื่น ๆ และเปอร์เซ็นต์การถือหุ้น

5. คณะกรรมการบริษัท

องค์ประกอบที่ 8 : แผนการเงิน

การจัดทำแผนธุรกิจนั้น กิจการต้องทราบให้ได้ว่าแผนที่จะจัดทำขึ้นนั้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ การที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าใด จะได้มาจากแหล่งใดบ้าง จากแหล่งเงินทุนภายใน ในรูปของเจ้าของกิจการ หรือแหล่งเงินทุนภายนอกในรูปของการกู้ยืมจากเจ้าหนี้ เรียกว่า กิจกรรมจัดหาเงิน (Financing Activities) จากนั้น จะเป็นเรื่องของ การตัดสินใจนำเงินไปลงทุน กิจกรรมนี้เรียกว่า กิจกรรมลงทุน (Investing Activities)

ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อเนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวข้างต้น คือ กิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งจะประกอบไปด้วย การผลิต การซื้อ การขาย และการจ่ายค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

การตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมหลักทั้งสาม คือ กิจกรรมจัดหาเงิน กิจกรรมลงทุน และ กิจกรรมดำเนินงาน จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ นักบัญชีจะเป็นผู้นำเสนอผลของกิจกรรมทั้งสาม และสรุปออกมาเป็น งบการเงิน (Financial Statements) ซึ่งเป็นรายงานสรุปขั้นสุดท้ายของขบวนการจัดทำบัญชี ที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลทางการเงินของธุรกิจหรือ อาจจะเป็นงบการเงินที่ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบว่า ในรอบระยะเวลาที่ผ่านมา นั้น ธุรกิจมีฐานะการเงินอย่างไร กำไรหรือขาดทุน มีการเปลี่ยนแปลงในเงินสดอย่างไรบ้าง เพิ่มขึ้นหรือลดลง และสาเหตุเกิดจากอะไร

องค์ประกอบที่ 9 : แผนการดำเนินงาน

หลังจากผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ ของกิจการอย่างรอบคอบและครบถ้วนแล้ว ขั้นตอนต่อมา ก็คือ การจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์ แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

ในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มี รายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ โดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือนหรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

องค์ประกอบที่ 10 : แผนฉุกเฉิน

แผนฉุกเฉินเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่สถานการณ์หรือ ผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็น ผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจ ที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้

ตัวอย่างของประเด็นความเสี่ยงทางธุรกิจและการเตรียมพร้อมที่ควรระบุไว้ในแผนฉุกเฉิน ได้แก่ กรณีดังต่อไปนี้

- ยอดขายหรือการเก็บเงินจากลูกค้าไม่เป็นไปตามคาดหมาย จนทำให้เงินสดหมุนเวียน ขาดสภาพคล่อง
- ธนาคาร ไม่ให้เงินกู้หรือลดวงเงินกู้
- คู่แข่งตัดราคาหรือจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องระยะยาว

- มีคู่แข่งรายใหม่ที่มีขนาดใหญ่กว่า ทันสมัยกว่า มีสินค้าครบถ้วนกว่า ราคาถูกกว่า เข้าสู่อุตสาหกรรม หรือมาตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียง

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

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

4. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)

คอตเลอร์, ฟิลลิป (2546: 24) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันว่าเป็น “4 Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

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

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

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป (Armstrong and Kotler. 2009 : 616) หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัว

ที่สองที่เกิดขึ้น ถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด 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 หรือผู้ใช้งานอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct channel) จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้งานอุตสาหกรรม และใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิต ผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้งานอุตสาหกรรม

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

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) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายสินค้ากับผู้ซื้อสินค้า โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ฯลฯ บทบาทและความสำคัญของการโฆษณาจึงมีหน้าที่สำคัญเพื่อติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้า

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูลโดยใช้บุคคลเพื่อจูงใจให้ซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการบางสิ่งบางอย่าง โดยเป็นการเสนอขายโดยตรงแบบเผชิญหน้า หรือทางโทรศัพท์กับผู้บริโภคหรือลูกค้าและผู้มุ่งหวัง โดยตัวแทนขายของบริษัท (Etzel, Walker and Stanton, 1997 : G – 10)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง เป็นการส่งเสริมการขาย โดยใช้เครื่องมือต่างๆ ในทางการตลาดด้วยจุดมุ่งหมายที่จะเชิญชวนให้ซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ (Kotler 1973 :645) โดยสามารถนำเครื่องมือที่ได้มากระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคหรือลูกค้าให้เกิดการอยากซื้อโดยการทดลองใช้หรือการซื้อผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าและบริการ ของลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง การส่งเสริมการขายต้องเข้าร่วมกับการโฆษณาหรือการขายโดยพนักงานขาย

4.4 การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) หรือ PR หมายถึง การประชาสัมพันธ์ที่มีการติดต่อสื่อสารทางด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อเจตคติที่ดีต่อบริษัทหรือองค์กรกลุ่มต่าง ๆ อาจเป็นผู้บริโภคหรือลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม รัฐบาล ประชาชนในท้องถิ่นหรือกลุ่มอื่น ๆ ในสังคม

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นตลาดทางตรงซึ่งในระบบทางการตลาดแบบมีปฏิสัมพันธ์ที่ใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ตั้งแต่หนึ่งอย่างขึ้นไปเข้ามาช่วย เพื่อก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง หรือการแลกเปลี่ยนที่สามารถวัดได้ ณ สถานที่ใดที่หนึ่ง ปัจจุบันมีนักการตลาดให้ความสำคัญ กับเรื่องบทบาทกับการตลาดทางตรง อย่างกว้างขวางขึ้น เป็นบทบาทในการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวกับผู้บริโภคหรือลูกค้า เพิ่มมากขึ้น

(อ้างอิงจาก <http://maymayny.wordpress.com/2014/12/05/บทที่-7-การส่งเสริมการขาย/>)

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

สรินนา สวากัลป์ และคณะ (2560) รายงานเชิงวิชาการเรื่องกระดาดแปลงร่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.เพื่อศึกษาการทำกระดาดรีไซเคิล 2.เพื่อศึกษาประโยชน์ของกระดาดรีไซเคิล 3. เพื่อนำกระดาดเหลือใช้เข้ามาทำให้เกิดประโยชน์ มีวิธีการรวบรวมข้อมูลคือ ศึกษารวบรวมข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและสอบถามผู้ที่มีความรู้ในการผลิตกระดาดรีไซเคิล และเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้รับการศึกษานำมาลงมือปฏิบัติผลการศึกษาพบว่า การนำกระดาดที่ไม่ใช้แล้ว เช่น กระดาดหนังสือพิมพ์ กล่องกระดาด กระดาดสำนักงาน หนังสือทั่วไป นำกลับมารีไซเคิลใหม่ที่มีลวดลายธรรมชาติที่เกิดในเนื้อของกระดาดเองอาจย้อมสีเคลือบด้วยสารเคลือบเงาและตกแต่งให้เป็นลวดลายต่างๆโดยใช้วัสดุอื่น เช่น จี๊เลื้อย ดอกไม้แห้งด้วยก็ได้สามารถทำให้เกิดประโยชน์หลากหลายมากมาย เช่น ช่วยลดภาระในการกำจัดของเสียจากกระบวนการทางอุตสาหกรรม และ

ยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้อย่างน้อยครึ่งหนึ่งของค่าใช้จ่ายในการซื้อกระดาษใหม่ เพราะสามารถใช้ผลิตภัณฑ์จากกระดาษรีไซเคิลแทนได้ อีกทั้งยังช่วยทำให้เกิดความตระหนักในการใช้ทรัพยากรของโลกด้วยความประหยัดและคุ้มค่า

ศิริลักษณ์ พุ่มอาภาพันธ์ และคณะ (2560) เรื่องโครงการชั้นวางเอนกประสงค์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1. เพื่อช่วยลดปัญหาขยะ ของเหลือใช้ 2. เพื่อศึกษา การแปรรูป นำไปสู่การสร้างรายได้ 3. เพื่อสร้างนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ที่ใช้ประโยชน์ได้จริง โครงการชั้นวางเอนกประสงค์ โครงการนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือใน ความสะอาดของสินค้า (2) เพื่อให้พนักงานเกิดความสะดวกต่อการเติมสินค้า PMA 50 (3) เพื่อ ป้องกันการกระจายของสินค้า กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในร้านเซเว่น-อีเลฟ เวน สาขาแยกนพวงศ์ จุด 2 จังหวัดปทุมธานี จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้จากการเก็บ รวบรวมจากแบบสอบถามระดับความพึงพอใจ แบ่งเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามเป็นรายการตรวจสอบแบบตรวจสอบรายการ(Checked List) ในด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเพื่อสอบถามความคิดเห็นของ 6 กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ โครงการชั้นวางเอนกประสงค์ใช้ จำนวน 5 ข้อ ผลการวิจัยพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน แสดงระดับความพึงพอใจที่มีต่อ “โครงการชั้นวางเอนกประสงค์” โดยการทำแบบประเมินความพึงพอใจก่อนทำโครงการ และหลังทำโครงการ พบว่า (1) ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสินค้า PMA 50 ก่อนทำคิดเป็น ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.16 และหลังทำเพิ่มขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 (2) ความสะดวกในการทำ ความ สะอาดชั้นวางสินค้า ก่อนทำคิดเป็นค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.06 และหลังทำเพิ่มขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.16, (3) ความสะดวกในการจัดวางสินค้า PMA 50 ก่อนทำคิดเป็นค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.06 และหลังทำเพิ่มขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย อยู่ที่ 4.32, (4) ความสะดวกในการหยิบสินค้า ก่อนทำคิดเป็นค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.48 และ หลังทำเพิ่มขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 และ (5) ให้ประสิทธิภาพด้านความเป็นระเบียบและความ พึงพอใจของลูกค้า ก่อนทำคิดเป็นค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.88 หลังทำเพิ่มขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 โดย ค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจของลูกค้ารวม ก่อนทำโครงการอยู่ที่ 2.92 หมายถึงลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมี ความพึงพอใจก่อนทำโครงการอยู่ในระดับความคิดเห็น ขอบปานกลาง แต่หลังทำโครงการค่าเฉลี่ย รวมความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้นอยู่ที่ 4.38 อยู่ในระดับความคิดเห็น ชอบมาก

นันทพัทธ์ เดชสิทธิ์ญาณวร และ เกรียงไกร ทะลี (2561) โครงการประเภท นวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์ ชั้นวางของจากหนังสือพิมพ์มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1). เพื่อให้บริการลูกค้าโครงการเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2). เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ (3). เพื่อให้นักศึกษาเกิดความ

สามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม(4). เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

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

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ มิถุนายน 2561 ถึง กุมภาพันธ์ 2562 สถานที่ดำเนินโครงการ คือ 268 ซ.วชิรธรรมสาธิต57 แขวง 41 เขตสวนหลวง แขวงอ่อนนุช จ.กรุงเทพมหานคร 10250

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 2,000 บาท เสียค่าใช้จ่าย 1,621 บาท คงเหลือเงิน 379 บาท

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

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

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

6. จากรายงานผลแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อชิ้นงานของจากกระดาษหนังสือพิมพ์ ผู้ตอบปรากฏผลดังนี้ แบบสอบถามแสดงความความพึงพอใจมีต่อชิ้นงานของจากหนังสือพิมพ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.05$)เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.09$) รองลงมาด้านด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.56$) รองลงมาด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.05$)และด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.96$) ตามลำดับ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิรูปแบบนวัตกรรม
2. ประชุมวางแผนงานวาดรูปแบบงานและจัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์
5. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
6. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. นำกระดาษหนังสือพิมพ์ม้วนให้กลม
2. นำกระดาษที่ม้วนแล้วมามัดกับเชือกเรียงลงมา
3. นำกระดาษหนังสือพิมพ์ที่มัดแล้วมาผูกกับคานไม้
4. ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นของการทำงาน

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. สรุปรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงาน

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

วันเวลา สถานที่

เริ่มดำเนินการตั้งแต่

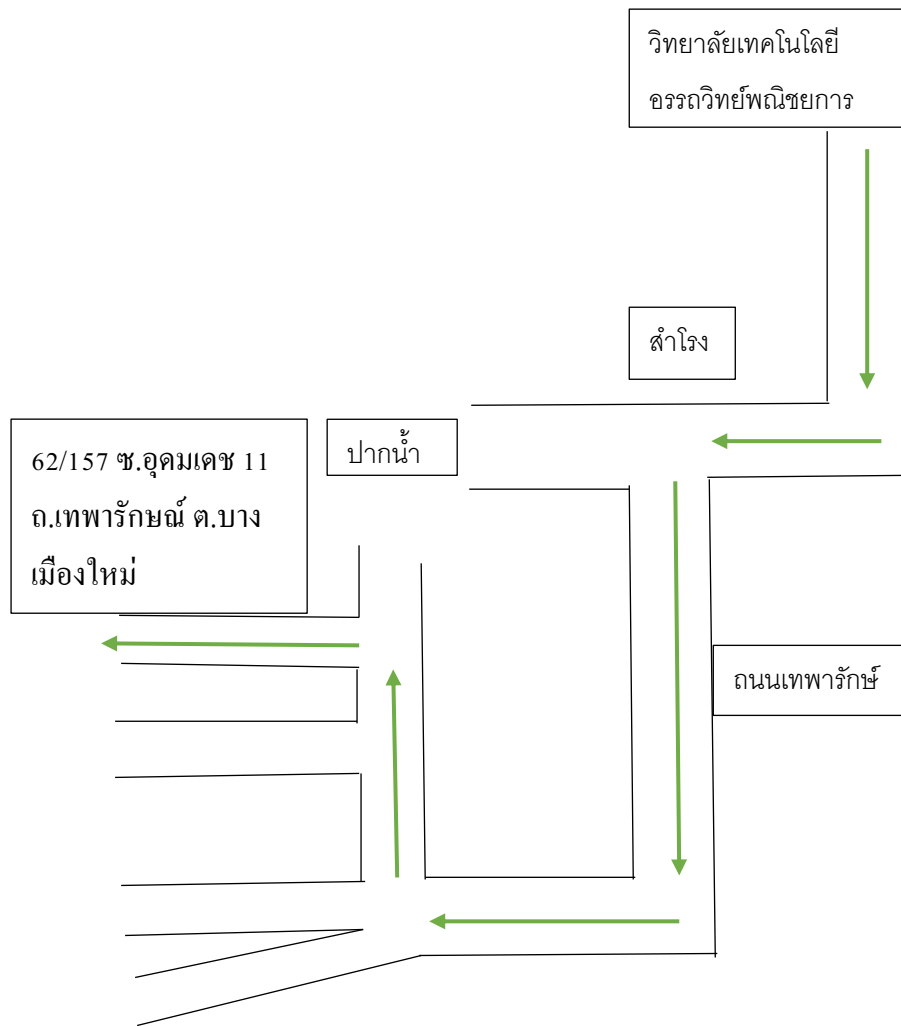
มิถุนายน 2562 จนถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน

62/157 ซ.อุดมเดช 11 ถ.เทพารักษ์ ต.บางเมืองใหม่ อ.เมือง

จ.สมุทรปราการ 10130

แผนที่ตั้งสถานประกอบการ



ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 740 บาท

1. วัสดุดิบ

ไม้ไผ่	50	บาท
เชือก	40	บาท
หนังสือพิมพ์	30	บาท
กระดาษทราย	10	บาท
กาว	20	บาท
ริบบิ้นสี	20	บาท

2. อุปกรณ์

คัตเตอร์	40	บาท
กรรไกร	30	บาท

3. เบ็ดเตล็ด

ป้ายร้าน	500	บาท
รวม	740	บาท

การจัดทำแผนธุรกิจ

1.บทสรุปผู้บริหาร

ธุรกิจการผลิตมู่ลี่ไซเคิล “Recycle Curtain” ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2562 โดยมีนายสรณัฐ ษ์วงษ์ เป็นผู้ก่อตั้ง และมีนายวัฒนชัย สว่างรัตน์ เป็นหุ้นส่วน จึงมีแนวคิดที่จะทำธุรกิจประเภทการผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องของการตกแต่งห้องเพื่อความสวยงามโดยไม่จำกัดเพศและวัย เปิดให้สั่งซื้อได้ที่@895wpazxหรือมาตามที่อยู่นี้62/157 ซ.อุดมเดช 11 หมู่ 3 ถ.เทพารักษ์ ต.บางเมืองใหม่ อ. เมือง จ.สมุทรปราการ 10270 คู่แข่งของกิจการ คือ ร้าน NK. Curtain , ร้าน Home-Curtain, ร้าน Wallpaperปัจจุบันกิจการมีเงินลงทุน 200,000 บาท ในระยะเวลา 3 ปี มีเงินหมุนเวียน 4,586,958.95บาท มีต้นทุนในการผลิต 258,074.70บาท มีกำไรสุทธิ 4,391,273.14บาท

แนวความคิดในการดำเนินธุรกิจ

เพื่อตอบสนองของผู้บริโภคที่มีใจรักในเรื่องความสวยงามในการตกแต่งห้อง ผู้คนที่ต้องการปรับเปลี่ยนการตกแต่งห้องจากเดิมหรือผู้ที่ต้องการดูแลห้องแต่ไม่สะดวกในการเดินห้างสรรพสินค้า ไม่มีเวลาติดตั้ง ร้าน “Recycle Curtain” มีจุดเด่นที่แตกต่างจากร้านอื่น คือ ราคาถูก คุณภาพดี ใช้วัสดุดิบที่มีคุณภาพ มีความคงทนเพื่อผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพราะการใช้วัสดุดิบที่มีความคงทนนั้นจะมีประสิทธิภาพในตัวผลิตภัณฑ์หากใช้วัสดุดิบทั่วไปทำให้ตัวผลิตภัณฑ์ไม่มีความคงทนผู้บริโภคจะไม่เชื่อใจคุณภาพของร้าน เราจึงสร้างจุดขายมาพร้อมกับการแก้ไขปัญหาเหล่านี้ไปในตัว

ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของธุรกิจ

ธุรกิจการผลิต “Recycle Curtain” เป็นธุรกิจการผลิตในการด้านผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ดูแลให้กับลูกค้าที่เข้ามาให้ออกแบบมู่ลี่ จากปกติแล้วร้านผลิตมู่ลี่ทั่วไปจะใช้สินค้าธรรมดาในการติดตั้งให้กับผู้บริโภคให้ลูกค้า แต่ทางร้านเราจะให้ผู้บริโภคสามารถออกแบบมู่ลี่ต่าง ๆ ไว้ให้ลูกค้าสามารถเลือกจ้างทำลักษณะของมู่ลี่ได้จากทางร้านได้ตามความพึงพอใจหรือตามความต้องการของลูกค้า และไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากราคาเดิมที่กำหนดไว้

สถานะตลาด

ปัจจุบันในด้านการแข่งขันช่องทางการตลาด จะต้องเพิ่มศักยภาพมากขึ้นในด้านการบริการลูกค้าที่เข้มข้นมากขึ้น เพราะลูกค้ามีโอกาสที่จะเลือกซื้อและใช้บริการได้หลายแห่ง ดังนั้นธุรกิจอะไรก็ต้องหันมาพัฒนาคุณภาพ รูปแบบของสินค้าและการให้บริการของตนเองอยู่ตลอดเวลาเพื่อรักษาลูกค้าของตนเองไว้

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มบุคคลทำงานบริษัทที่ชื่นชอบการตกแต่งบ้าน การตกแต่งห้องนอนอายุ 25-31 ปี อาศัยตามหอพักหรือทาวน์เฮาส์

กลยุทธ์ทางการตลาด

เป็นธุรกิจผลิตมู่ลี่ตามความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า โดยลูกค้าสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์มู่ลี่เองได้ทางร้านจะจัดทำให้โดยที่ราคายังคงราคาเดิม ไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่มเติมเนื่องจากปกติแล้วร้านผลิตมู่ลี่ทั่วไปจะมีเพิ่มราคาในการออกแบบมู่ลี่ใหม่ๆ แต่ทางร้านเรามีมู่ลี่ลายต่าง ๆ ไว้ให้ลูกค้าเลือกเองตามความต้องการ

แผนที่บริการหรือการบริการ

62/157 ซอยอุดมเดช 11 หมู่ 3 ถ.เทพารักษ์ ต.บางเมืองใหม่ อ. เมือง จ.สมุทรปราการ 10270
ช่องทางออนไลน์ Line: @895wpazx “Recycle Curtain”

การบริหารจัดการ

ธุรกิจการผลิตสินค้ามู่ลี่”Recycle Curtain” ตั้งเป้าหมายระยะสั้นไว้ว่าจะต้องเป็นที่รู้จักของลูกค้าให้ได้เร็วที่สุด จะต้องมีการลงทุนในระยะเวลา 3 ปี และมีกำไรในปีต่อไปที่เพิ่มมากขึ้น มีการขยายกิจการเพิ่มมากขึ้นและเพิ่มช่องทางการบริการอย่างแพร่หลาย เป้าหมายระยะยาวจะต้องเป็นผู้นำทางการผลิตสินค้า สามารถรักษาลูกค้าเดิมยาวนานที่สุด และเพิ่มลูกค้าใหม่ให้มากที่สุด และธุรกิจจะต้องประสบความสำเร็จ เป็นธุรกิจที่ใหญ่และมั่นคง สร้างผลกำไรกับทุกฝ่ายที่มีส่วนร่วมและมุ่งสร้างความพึงพอใจให้เกิดการประทับใจในตัวผลิตภัณฑ์มากที่สุดและเป็นธุรกิจการผลิตที่มีความแตกต่างจากที่อื่นมากที่สุด

สรุปผลทางการเงิน

ปัจจุบันกิจการมีเงินลงทุน 200,000 บาท ในระยะเวลา 3 ปี มีเงินหมุนเวียน 4,586,958.95 บาท มีต้นทุนในการผลิต 258,074.70บาท มีกำไรสุทธิ 4,391,273.14บาท

2.วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจต่อธนาคารพาณิชย์

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อเป็นแนวทางการประกอบธุรกิจ
2. เพื่อการวางแผนในการบริหารจัดการธุรกิจ
3. เพื่อใช้เป็นแผนการดำเนินการในการขยายธุรกิจ
4. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

โดยมีเงื่อนไขดังนี้

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

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมาหรือ แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มกิจการ

ธุรกิจบริการ มู่ลี่รีไซเคิล เป็นธุรกิจที่ต้องพัฒนาการให้บริการกับลูกค้าเป้าหมายโดยเริ่มก่อตั้งกิจการเมื่อ มิถุนายน 2562

ก่อตั้งโดย นายสรณัฐ ชัยวงษ์
นายวัฒนชัย สว่างรัตน์

ที่อยู่ 62/157 ซอยอุดมเดช 11 หมู่ 3 ถ.เทพารักษ์ ต.บางเมืองใหม่
อ. เมือง จ.สมุทรปราการ 10270

แนวความคิดในการก่อตั้งกิจการ

โดยเกิดขึ้นจากปัญหาของผู้ประกอบการเองที่ได้สั่งซื้อมู่ลี่ไปใช้ที่ร้านขายมู่ลี่แห่งหนึ่งและมีปัญหาเกิดขึ้นหลังการใช้ผลิตภัณฑ์ก็คือ มู่ลี่ไม่ตรงตามแบบและกระดาษของมู่ลี่ไม่คงทนเท่าที่ควร รวมถึงการบริการของพนักงานที่มาติดตั้งไม่ได้มาตรฐานผู้ประกอบการจึงเกิดความคิดริเริ่มธุรกิจการผลิตมู่ลี่รีไซเคิลโดยเน้นการให้บริการแนะนำการติดตั้งมู่ลี่ลูกค้าที่สะดวกและรวดเร็วเพราะเราเข้าใจถึงปัญหว่าบางครั้งลูกค้าไม่มีความรู้ในการติดตั้งเครื่องมืออุปกรณ์ที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง แต่บางร้านมู่ลี่จะมีการติดตั้งที่ยุ่งยากทำให้ลูกค้าเข้าเสียเวลาในการติดตั้งมู่ลี่ ทางร้านสามารถเรียกใช้พนักงานให้มาติดตั้งได้ตามบ้านตามวันและเวลาที่ลูกค้าสะดวกนัดหมายเพราะเราเล็งเห็นความสำคัญและความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นอันดับแรก

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินการ

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาการดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะเสร็จแล้ว
1	ประชุมวางแผนธุรกิจ	3สัปดาห์	3สัปดาห์
2	เลือกธุรกิจที่จะทำ	2 สัปดาห์	2 สัปดาห์
3	จัดซื้ออุปกรณ์ในการบริการ	1 สัปดาห์	1 สัปดาห์
4	หาทำเลที่ตั้ง	2 สัปดาห์	2 สัปดาห์
5	ประเมินสรุปผล	1สัปดาห์	1สัปดาห์
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		9สัปดาห์	9สัปดาห์

4. ผลลัพธ์

4.1 รายละเอียดสินค้า

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าการประหยัดเพราะการผลิตที่ละมาก ๆ

- กระดาษหนังสือพิมพ์
- ไม้ไผ่
- เชือก
- กาว

ภาพสินค้า

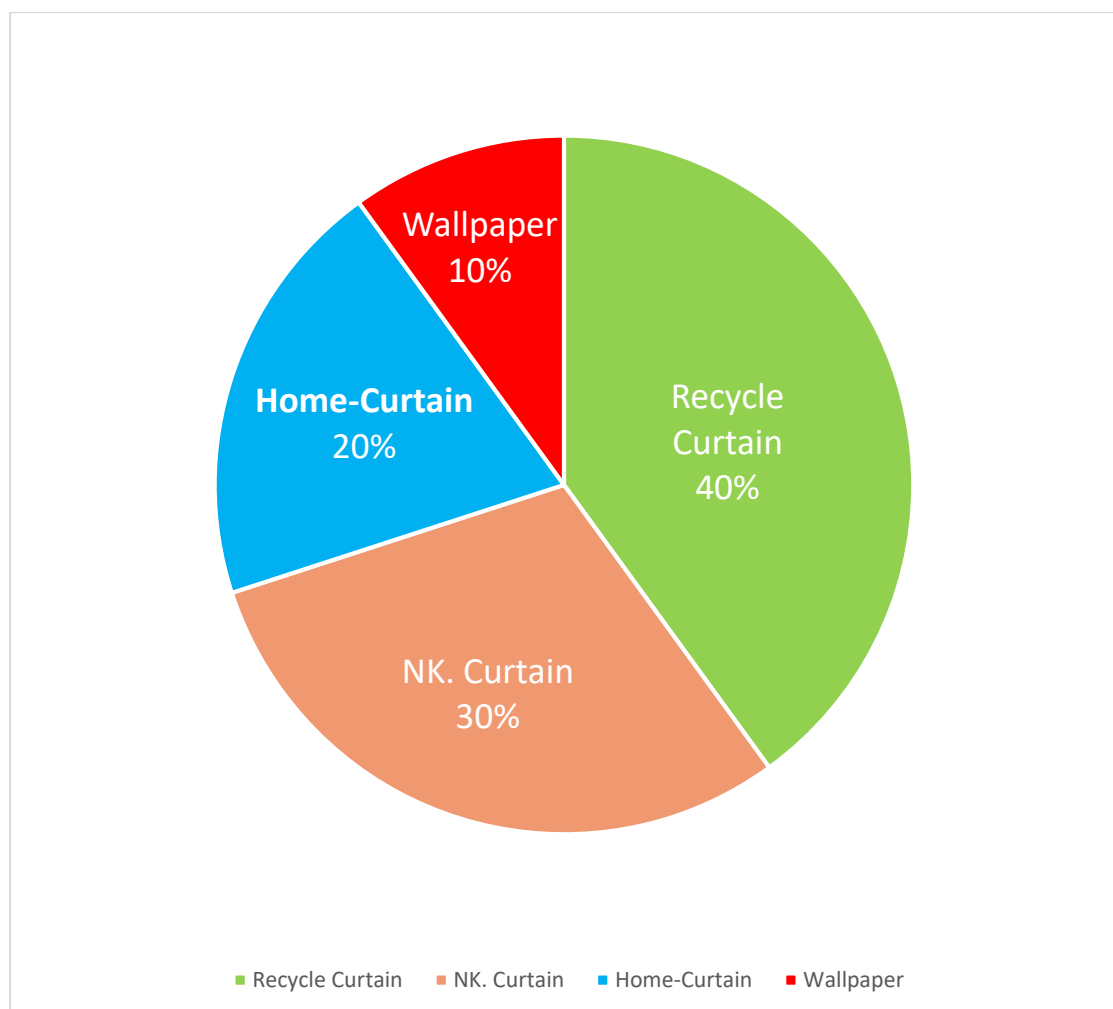


5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สถานะอุตสาหกรรม และสถานะตลาด

เนื่องจากธุรกิจ มู่ลี่ เป็นธุรกิจที่ต้องใช้ความสามารถในการผลิต ทำให้สามารถเข้าสู่ธุรกิจประเภทนี้ได้ง่ายสำหรับฝ่ายการผลิตทำให้ธุรกิจการผลิตมีคู่แข่งจำนวนน้อย และส่งผลให้ธุรกิจนี้มีการแข่งขันที่อยู่ในระดับกลางทำให้ไม่มีการเพื่อที่จะแย่งลูกค้ากัน และอุตสาหกรรมประเภทนี้มีความผันผวนตามเศรษฐกิจของประเทศ เพราะเมื่อเศรษฐกิจตกต่ำลง ลูกค้าก็เลือกที่จะประหยัดเงิน โดยการศึกษาการผลิตเองที่บ้าน ดังนั้นการแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการซักรีดมีผลในเชิงลบต่อความน่าสนใจธุรกิจประเภทนี้

5.2 ส่วนแบ่งทางการตลาด



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

โดยแนวโน้มของธุรกิจประเภทนี้นั้นผู้ประกอบการมองว่าธุรกิจนี้นั้นสามารถเจริญเติบโตได้อีก โดยวิเคราะห์จากกระแสตามหมู่บ้าน ห้างเช่า และอพาร์ทเมนต์ใน พื้นที่สมุทรปราการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและคิดว่าธุรกิจนี้น่าจะไปได้ดี เพราะผู้ประกอบการมองว่าลูกค้ากลุ่มหมู่บ้าน ห้างเช่าและอพาร์ทเมนต์ส่วนใหญ่จะไม่สามารถที่จะติดตั้งเองได้อีกทั้งการติดตั้งมู่ลี่ของร้าน มู่ลี่รีไซเคิลนั้นติดตั้งให้ฟรี กลุ่มลูกค้าสามารถใช้เงินตรงนี้คุ้มค่ากับคุณภาพในผลิตภัณฑ์ และในอนาคตก็มีการเตรียมวางแผนในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจการผลิตมู่ลี่ รีไซเคิลด้วยการขยายสาขาเพิ่มขึ้น

5.4 ตลาดเป้าหมาย

ผู้ที่มียายุ 25 ปีขึ้นไปที่มีความสนใจในการตกแต่งบ้านหรือสำนักงาน

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจการคือผู้บริโภค ที่มีความสนใจในตัวสินค้าที่มีความสวยงามแปลกตาและความคงทน ต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในครัวเรือน และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี และกลุ่มลูกค้าระดับกลางสามารถจับต้องได้

5.6 สภาพการแข่งขัน

สภาวะการแข่งขันของตลาดการผลิตสินค้า นวัตกรรมจะมีความรุนแรงน้อยกว่าตลาดสินค้าทั่วไปทำให้ผู้ประกอบการกิจการรายใหม่สามารถที่จะอยู่ตลาดที่มีการแข่งขันน้อยทำให้อยู่ตลาดเป็นเวลานานได้ ทำให้มีการเรียนรู้ในการผลิต เรียนรู้ทักษะในการผลิต และมีเงินทุนสำรองในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเสมอ และสินค้าตลาดของกลุ่มแข่งขันมีรูปแบบที่คล้ายกัน ทำให้มีการลอกเลียนแบบสินค้า จึงทำให้ผู้ผลิตพิจารณาเปรียบเทียบสินค้าเพื่อ ออกแบบสินค้าที่มีคุณภาพ ความคงทนของสินค้า ราคาที่ถูกลงกว่าคู่แข่ง เพื่อให้สามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นๆในตลาดได้

5.7 สภาพคู่แข่ง

- 1) NK. Curtain
- 2) Home-Curtain
- 3) Wallpaper

5.8 รายละเอียดเปรียบเทียบคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	Recycle Curtain	NK. Curtain	Home-Curtain	Wallpaper
ด้านบริการ	มู่ลี่ จากกระดาษหนังสือพิมพ์	มู่ลี่ จากผ้า	มู่ลี่ จากไม้ไผ่	มู่ลี่ จากไม้สังเคราะห์
ด้านราคา	900 บาท	1,100 บาท	1,800 บาท	2,000บาท
ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	1.หน้าร้านRecycle Curtain ช.อุดมเดช 11 ต.บางเมืองใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 2.ทางออนไลน์ Line: @895wpazx Tel: 0648588594	1.หน้าร้าน NK. Curtain อ.บางพระ จ.สมุทรปราการ 2.ทางออนไลน์ Facebook: NK. Curtain	1.หน้าร้าน Home-Curtains เขตบางนา 2.ทางออนไลน์ Facebook: Home-Curtains	1.ทางออนไลน์ Facebook: Wallpaper
ด้านการส่งเสริม การตลาด	1.ส่วนลด 5% เมื่อ แชร์ไลน์ของร้าน ไปยังกลุ่มต่างๆ 2.ซื้อ 3 ชิ้นขึ้นไป ฟรีค่าจัดส่ง	1.ตัดเย็บติดตั้งฟรี 2.บริการวัดพื้นที่ฟรี	1.ออกแบบฟรี 2.การแจกใบปลิว	1.ตัดเย็บฟรี 2.ออกแบบฟรี

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือSwot Analysis

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	- มีการวางแผนระบบงานที่ดีมีการฝึกอบรมพนักงานก่อนปฏิบัติงานจริง	- เนื่องจากเป็นผู้ลงทุนรายใหม่ทำให้ขาดประสบการณ์ในด้านการบริหารจัดการ
ด้านการตลาด	- มีการอัพเดทข้อมูลการให้บริการผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ Line @895wpazx - มีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	- ขาดการประชาสัมพันธ์น้อยจึงทำให้ไม่เป็นที่รู้จัก
ด้านการผลิต	- มีการฝึกพนักงานปฏิบัติงานอยู่เสมอเพื่อพร้อมให้บริการลูกค้าอยู่ตลอด	- พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการผลิตทำให้ลูกค้าต้องรอสินค้า
ด้านการเงิน	- มีการบริหารด้านการเงินกันอย่างเป็นระบบทำให้กิจการมีความมั่นคง	- มีค่าใช้จ่ายอุปกรณ์และวัตถุดิบในการผลิตสินค้าสูง

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค(Threats)
ตลาดและกลุ่มเป้าหมายลูกค้า	- กลุ่มลูกค้าในปัจจุบันมีการหันมารักโลกมากขึ้นทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจในผลิตภัณฑ์รีไซเคิล	- ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ทำให้ตัดสินใจเลือกสินค้ามากขึ้น
สถานการณ์แข่งขัน	-สินค้ามีความน่าสนใจในการออกแบบแตกต่างจากคู่แข่ง	- คู่แข่งขันในตลาดมีจำนวนมาก ทำให้มีการส่งเสริมการตลาดแบบดัดราคา อาจทำให้ลูกค้าเลือกสินค้าที่มีราคาถูกกว่า
สังคม	1.ปัจจุบันคนในสังคมนิยมสินค้าที่ลดการก่อมลพิษและหันมาใส่ใจธรรมชาติกันมากขึ้น 2.มีการรณรงค์การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดการยอมรับว่าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการลดปริมาณขยะให้แก่สังคม	-
เทคโนโลยี	-เทคโนโลยีเป็นที่นิยมในปัจจุบันทำให้ง่ายต่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของทางร้าน	- ปัญหาการตั้งกฎเกณฑ์ใหม่ๆ ในการโฆษณาที่มีผลต่อการทำธุรกิจบนสื่อออนไลน์
สภาพเศรษฐกิจ	- สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันราคาสินค้ามีราคาสูงทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าทดแทนที่มีราคาถูกกว่าท้องตลาดทั่วไป	- สภาพเศรษฐกิจมีการปรับราคาสินค้าให้สูงขึ้นทำให้ผู้บริโภคมีความอยากซื้อน้อยลง
กฎหมายระเบียบ ข้อบังคับ	- ภาครัฐมีการสนับสนุนมีการสนับสนุนธุรกิจ SME มากขึ้น	- มีการจัดตั้งระเบียบใหม่ของกฎหมายทำให้ซับซ้อนในการตั้งธุรกิจ
กลุ่มผู้จำหน่ายเครือข่าย	-	- ยังไม่มีตัวแทนจำหน่ายและคอยโฆษณาให้กับผลิตภัณฑ์

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	มูรีรีไซเคิล(Recycle Curtain)
ที่อยู่ / ที่ตั้งกิจการ	62/157 ซ.อุดมเดช 11 ถ.เทพารักษ์ ต.บางเมืองใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	เป็นธุรกิจที่มีผู้ร่วมลงทุน
ทุนจดทะเบียน	200,000 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 – เดือนกุมภาพันธ์ 2563
หมายเลขทะเบียนการค้า	1769548984532

6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง
1	นายสรณ์รัฐ ชัยวงษ์	ประธาน
2	นายวัฒนชัย สว่างรัตน์	รองประธาน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจในการบริหารจัดการของทางร้านขึ้นอยู่กับ นายสรณ์รัฐ ชัยวงษ์ เท่านั้น
ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจสั่งการสูงสุดภายในร้าน

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1	นายสรณ์รัฐ ชัยวงษ์	10,000.00	100,000.00	50%
2	นายวัฒนชัย สว่างรัตน์	10,000.00	100,000.00	50%
	รวมจำนวนหุ้น / มูลค่าหุ้น	20,000.00	200,000.00	100%

*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

6.5ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

A. ชื่อ-นามสกุล นายสรณัฐ ชัยวงษ์ อายุ 25 ปี

การศึกษา

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์
ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

-

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

-

B. ชื่อ-นามสกุล นายวัฒนชัย สว่างรัตน์ อายุ 20 ปี

การศึกษา

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์
ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2561 บริษัท 7-Eleven ตำแหน่ง พนักงานขาย

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

6.6 แผนผังองค์กร



นายสรณัฐ ชัยวงศ์

ประธาน



นายวัฒนชัย สว่างรัตน์

รองประธาน

6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

A.	ชื่อ	นายสรณัฐ ชัยวงษ์
	ตำแหน่ง	ประธานบริษัท
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	บริหาร วางแผน ตัดสินใจงานในบริษัท
	การศึกษาระดับ ปวส.	จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ ปี พ.ศ. 2561
	อัตราเงินเดือน	15,000 บาท /เดือน
B.	ชื่อ	นายวัฒนชัย สว่างรัตน์
	ตำแหน่ง	รองประธานบริษัท
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	ให้คำปรึกษาวางแผนธุรกิจ จัดหาเงินทุน
	การศึกษาระดับ ปวส.	จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ ปี พ.ศ. 2561
	อัตราเงินเดือน	15,000บาท/เดือน

6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน
1	นายสรณัฐ ชัยวงษ์	ประธานบริษัท	1	15,000.00
2	นายวัฒนชัย สว่างรัตน์	รองประธานบริษัท	1	15,000.00
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			2	30,000.00

6.9 วิสัยทัศน์

ก้าวสู่การเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายมูลี่ที่น่าเชื่อถือโดยมุ่งเน้นการพัฒนาความเป็นเลิศของ
คุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

6.10 พันธกิจ

1. มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์มูลค่า ให้มีนวัตกรรมด้านการผลิต
2. ส่งเสริมบริษัทให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
3. ยึดมั่นในการเป็นองค์กรที่ดีของสังคม

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. สร้างการรับรู้ของผู้บริโภคต่อแบรนด์ **Recycle Curtain** ให้เป็นที่รู้จัก เพิ่มครอบคลุมกำลังเป็นที่นิยม
2. พัฒนาให้มีการเพิ่มบริการที่หลากหลาย

เป้าหมายระยะกลาง

1. เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด 10%
2. เพื่อขยายตลาดผลิตภัณฑ์ไปที่เขตใกล้เคียง
3. ขยายช่องทางการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ

เป้าหมายระยะยาว

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น ขยายตลาดไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน และพัฒนาแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาดอาเซียน
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ธุรกิจเพื่อความคิดสร้างสรรค์

6.12 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. พัฒนาแนวทางการประกอบธุรกิจและพัฒนาธุรกิจให้ตราสินค้าเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน
2. มีบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถ
3. มีการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการให้บริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีการแบ่งเงินปันผลให้หุ้นส่วนทุกๆ คน โดยยึดหลักในหารถือครองหุ้นส่วน
2. หลังจาก 2 ปีเป็นต้นไปหุ้นส่วนทุกคนจะได้รับเงินปันผลเพิ่มขึ้น

6.14 แผนดำเนินการอื่นธุรกิจ

1. มีการวางแผนการดำเนินการเพื่อเข้าถึงเป้าหมายและสรรหาผู้บริหารใหม่
2. มีการขยายกิจการเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มีพื้นที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมายทางการตลาด

1. ต้องการให้รับรู้คุณภาพของสินค้าเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กลับกลุ่มเป้าหมาย
2. สามารถเพิ่มยอดขายและได้รับผลกำไรเพิ่มขึ้นทุกๆปี
3. ขยายกิจการและเพิ่มสาขาในช่วงระยะเวลาหลังจากปีที่ 2

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มบุคคลทำงานบริษัทที่ชื่นชอบการตกแต่งบ้าน การตกแต่งห้องนอน
2. อายุ 25-31 ปี อาศัยตามหอพัก ทาวน์เฮ้าส์

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านการบริการ

รายละเอียดการบริการ

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไร้ขีดจำกัดมีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปฉะนั้นการออกแบบจึงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตัวสินค้า ที่มีการนำกระดาษหนังสือพิมพ์เหลือใช้และรีบบิ้นนำมาไขว้กันเป็นสีๆ ให้สวยงาม ไม่เหมือนสินค้าในท้องตลาดทั่วไปและเป็นที่ดึงดูดใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพราะมีคุณภาพ ความคงทน ความคุ้มค่า ราคาถูกและที่สำคัญเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

มีการกำหนดราคาโดยการเปรียบเทียบกับราคารู้อย่างแข่งขันในระดับที่ราคา 900 บาทซึ่งมีราคาที่ต่ำกว่า เพราะได้คำนึงถึงรายได้ของกลุ่มเป้าหมาย เชื่อว่าลูกค้าก็สามารถยอมรับได้เพราะได้มีการเสริมให้กับลูกค้า และทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไปไม่ส่งผลต่อกำไรมากนักและกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อ

สินค้า	ราคาสินค้า
มูลี่รีไซเคิล	900 บาท

การชำระเงิน

ลูกค้าสามารถชำระเป็นเงินสด หรือ โอนชำระเงินผ่านบัญชีธนาคารของทางร้าน (โดยไม่มีขั้นต่ำ) ได้ตามบัญชีธนาคารของทางร้าน ดังนี้



ธ.กสิกรไทย

ชื่อบัญชี นายวัฒนชัย สว่างรัตน์

เลขที่บัญชี 009-8 – 81087 – 0

บัญชี ออมทรัพย์

สาขา โลตัสศรีนครินทร์



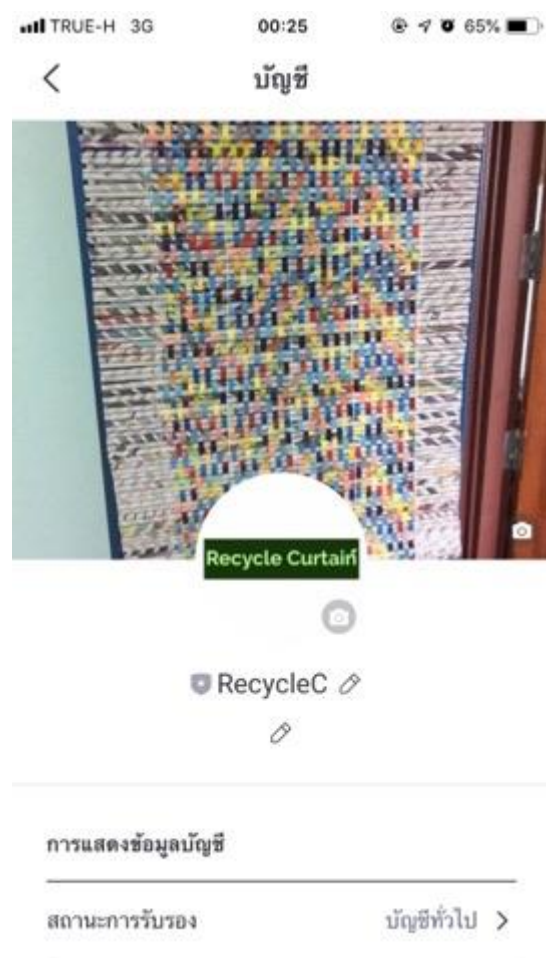
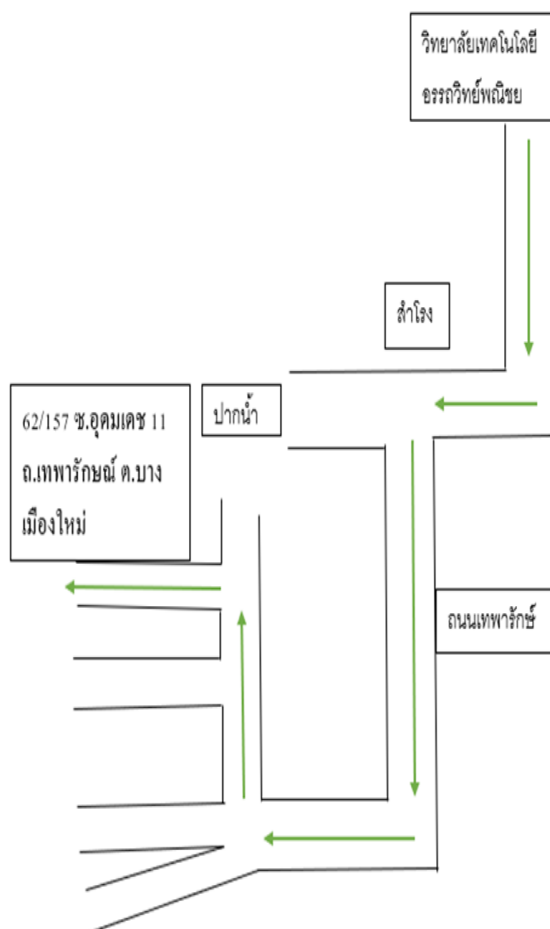
ทรูวอลเล็ท

064-858-8594



7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานที่ตั้งร้านอยู่ที่ 62/157 ซ.อุดมเดช 11 ถ.เทพารักษ์ ต.บางเมืองใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270 ช่องทางออนไลน์ สามารถติดต่อได้ที่ LINE : @895wpazx และสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ ได้ที่ 064-858-8594



7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

1. หากแชร์ไลน์ official ของทางร้านไปยังกลุ่มต่างๆ และแคปภาพหน้าจอเป็นหลักฐานจะมีส่วนลด 5%
2. หากซื้อ 3 ชิ้นขึ้นไปฟรีค่าจัดส่ง



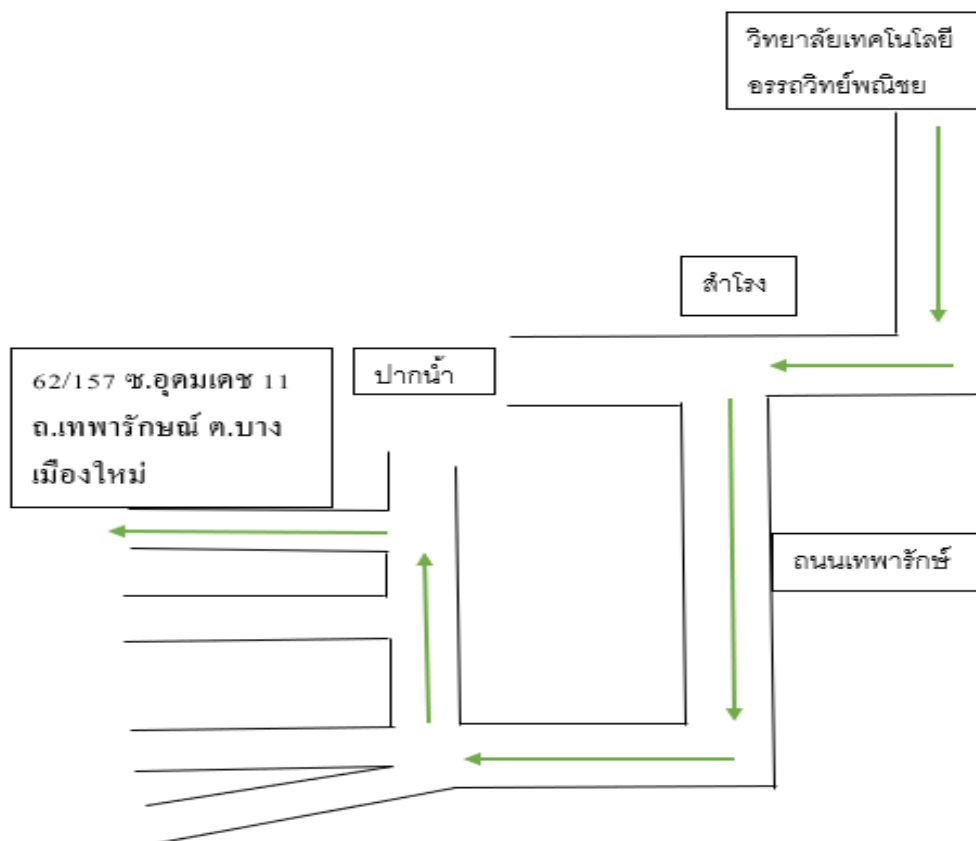
8. แผนการบริการ

8.1 สถานประกอบการในการบริการ

ที่ตั้งสถานที่ 62/157 ซอยอุดมเดช 11 หมู่ 3 ถ.เทพารักษ์ ต.บางเมืองใหม่ อ. เมือง

จ.สมุทรปราการ 10270 โทรศัพท์ติดต่อสอบถาม 064-858-8594 หรือ

ทาง Line: @895wpazx



8.2 อุปกรณ์ และเครื่องมือในการบริการ

ลำดับ	รายการ	ลักษณะการใช้งาน	จำนวน	ราคาทุน	อายุ
1	กรรไกร	ใช้สำหรับตัดกระดาด	3	30	3ปี
2	คัตเตอร์	ใช้สำหรับกรีดกระดาด	3	40	3ปี

8.3 ข้อมูลการผลิต

จำนวนหน่วยการผลิต	20 / 500 / 6,000	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
อัตราประมาณการในการผลิต	20 / 500 / 6,000	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
เป้าหมายหน่วยการผลิต	20 / 500 / 6,00	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
เวลาที่ใช้ต่อรอบการผลิต	1	หน่วย (คน / เดือน / ปี)
เวลาผลิตต่อวัน	8	หน่วย (นาที / ชั่วโมง)
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต	1	คน
อัตราค่าจ้างแรงงานในการผลิต	400	บาท (ต่อคน / วัน)

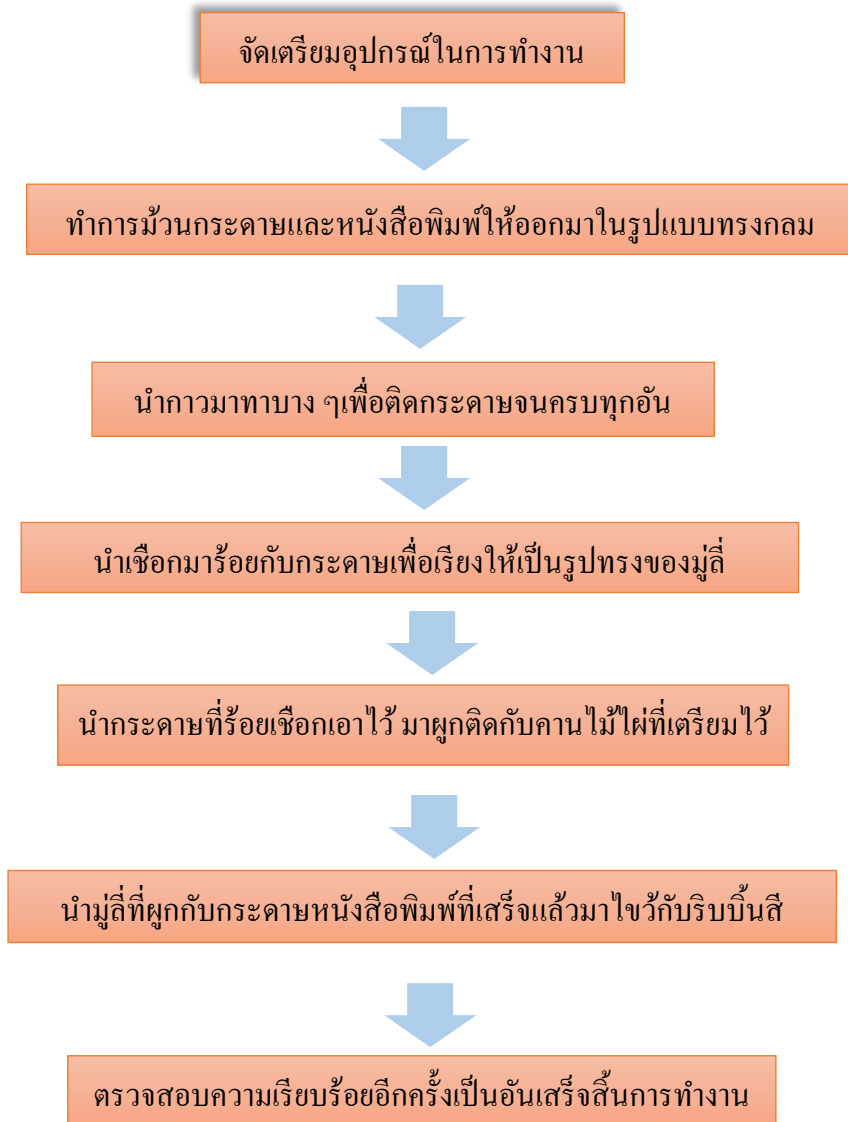
8.4 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิต

- 1.ไม้ไฟ
- 2.เชือก
- 3.กาว
- 5.หนังสือพิมพ์
- 6.ริบบิ้นสี

8.5 ขั้นตอนในการผลิต

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
- 2.ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
- 3.ทำการม้วนกระดาษและหนังสือพิมพ์ให้ออกมาในรูปแบบทรงกลม
4. นำกาวมาติดกระดาษจนครบทุกอัน
5. นำเชือกมาผูกกับกระดาษ
6. นำกระดาษที่ติดกันครบแล้วมาติดกับคานไม้
- 7.นำมู่ลี่ที่ผูกกับกระดาษหนังสือพิมพ์กันเสร็จแล้วมาไขว้กับริบบิ้นสี
8. ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นการทำงาน

8.6 แผนผังกระบวนการผลิต



แผนผังกระบวนการผลิต

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน



2. ทำการม้วนกระดาษและหนังสือพิมพ์ให้ออกมาในรูปแบบทรงกลม



3.นำกาวมาทาบาง ๆ เพื่อติดกระดาษจนครบทุกอัน



4.นำเชือกมาร้อยกับกระดาษเพื่อเรียงให้เป็นรูปทรงของมู่ลี่



5.นำกระดาษที่ร้อยเชือกเอาไว้ มาผูกติดกับแกนไม้ไฟที่เตรียมไว้



6.นำมู่ลี่ที่ผูกกับกระดาษหนังสือพิมพ์ที่เสร็จแล้วมาไขว้กับ ริปบิ้นสี



7.ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นการทำงาน



9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินกู้ยืม	รวมมูลค่า
1	เงินสด	200,000.00	-	200,000.00
2				
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	200,000.00	-	200,000.00
	โครงสร้างทางการเงิน (เปอร์เซ็นต์)	100%	-	100%

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1	ที่ดิน	-	-
2	อาคาร	-	-
3	อุปกรณ์ / เครื่องมือ	ใช้ในการทำสินค้า	270.00
4	เครื่องใช้สำนักงาน	คอมพิวเตอร์	15,000.00
5	ส่วนตกแต่ง / ปรับปรุง	ปรับปรุงออฟฟิศ	30,000.00
6	ยานพาหนะ	-	-
7	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-
8	ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-
9	รายการอื่นๆ (ถ้ามี)	-	-
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน			104,400.00

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 1 ปี - วัน / เดือน	30 วัน / เดือน		
อัตราคิดลดกระแสเงินสด (Discount Rate)-%	-		
สมมติฐานทางการเงินอื่นๆ	-		

9.4 นโยบายทางการเงิน

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

หมายเหตุ : การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายทุกรายการขึ้นกับสถานะของเศรษฐกิจ

9.5 ประมาณการในการขายรายเดือน

[illegible]

9.6 ประมาณการรายได้จากการบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ (คน)			
มูลิ์รีไซเคิล (900 บาท)	6,000.00	6,300.00	6,930.00
รวมจำนวนสินค้าขาย	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ราคาสินค้า (หน่วย / บาท)			
มูลิ์รีไซเคิล (900 บาท)	900.00	900.00	900.00
ราคาสินค้าเฉลี่ย	900.00	900.00	900.00
รายได้จากการขาย (บาท)			
มูลิ์รีไซเคิล (900 บาท)	5,400,000	5,670,000	6,237,000
รวมรายได้จากการขาย (บาท)	5,400,000.00	5,670,000.00	6,237,000.00
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
ขายด้วยเงินสด	5,400,000.00	5,670,000.00	6,237,000.00
ขายด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน / เดือน)	-	-	-
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	-	-	-
เงินสดรับจากการบริการ (บาท)	5,400,000.00	5,670,000.00	6,237,000.00

9.7 ประมาณการต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาเพื่อขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสินค้าที่ซื้อในการผลิต (หน่วย)			
กระดาษหนังสือพิมพ์ (4 บ / หนังสือ)	1,200.00	1,260.00	1,386.00
ไม้ (1 มัด / 50 อัน)	120.00	126.00	139.00
เชือก (แฝก / 10 อัน)	150.00	158.00	174.00
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ (หน่วย/บาท)			
กระดาษหนังสือพิมพ์	4	4.2	4.62
ไม้	350.00	367.5	404.25
เชือก	200.00	210.00	231.00
ต้นทุนวัตถุดิบ (บาท)			
กระดาษหนังสือพิมพ์	4,800.00	5,292.00	6,403.32.00
ไม้	42,000.00	46,305.00	56,190.75
เชือก	30,000.00	33,180.00	40,194.00
รวมต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)	76,800.00	84,777.00	102,788.07
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	-	-	-
ซื้อสินค้ามาด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน / เดือน)	-	-	-
มูลค่าเจ้าหนี้การค้าวัตถุดิบและสินค้าซื้อ	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าบริการและสินค้าซื้อเพื่อบริการ	76,800.00	84,777.00	102,788.07

9.8 ประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนค่าบริการ (บาท)			
ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้า	76,800.00	84,777.00	102,788.07.00
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อการผลิต	-	-	-
ค่าแรงงานในการผลิต	120,000.00	126,000.00	138,600.00
ค่าไฟฟ้าในการผลิต	9,600.00	10,080.00	11,088.00
ค่าน้ำประปาในการผลิต	4,800.00	5,040.00	5,544.00
ค่าบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์	-	-	-
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการผลิต	-	-	-
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า (1)	211,200.00	225,897.00	258,020.07
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการผลิต	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์	54.00	54.00	54.00
ค่าเสื่อมยานพาหนะ	-	-	-
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต (2)	54.00	54.00	54.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น (1) + (2)	211,254.00	225,951.00	258,074.07
+ บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปเพื่อบริการคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าสำเร็จรูปเพื่อบริการคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
- หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)			

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริการและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	360,000.00	378,000.00	415,800.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	31,500.00	33,075.00	36,382.5
ค่าใช้จ่ายเช่าสำนักงาน	100,000.00	105,000.00	115,500.00
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	-	-	-
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	-	-	-
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	3,588.00	3,767.4	4,144.14
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	6,600.00	6,930.00	7,623.00
ค่าใช้จ่ายวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงาน	-	-	-
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่างๆ	-	-	-
ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย	-	-	-
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	-	-	-
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง	-	-	-
ค่าใช้จ่าย Commission จากการบริการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	501,688.00	526,772.4	579,449.64
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย			
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ส่วนสำนักงาน	3,054.00	3,054.00	3,054.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	-	-	-
รวมค่าเสื่อมราคา	3,054.00	3,054.00	3,054.00
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	504,742.00	529,826.4	582,503.64

9.10ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการขายสินค้า	5,400,000.00	5,670,000.00	6,237,000.00
รายได้อื่น ๆ	-	-	-
รวมรายได้	5,400,000.00	5,670,000.00	6,237,000.00
หัก – ต้นทุนขายสินค้า	211,254.00	225,951.00	258,074.07
กำไรขั้นต้น	5,188,746.00	5,444,049.00	5,978,925.93
หัก – ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	504,742.00	529,826.4	582,503.64
กำไรจากการดำเนินการ	4,684,004.00	4,914,222.6	5,396,422.29
หัก – ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	4,684,004.00	4,914,222.6	5,396,422.29
หัก – ภาษีเงินได้นิติบุคคล	702,600.6	737,133.39	809,463.34
กำไรสุทธิ	3,981,403.4	4,177,089.21	4,586,958.95
หัก – เงินปันผลจ่าย	-	-	-
กำไรสะสม	-	3,981,403.4	195,685.81
กำไร สุทธิต่อหุ้น (ขาดทุน)	3,981,403.4	195,685.81	4,391,273.14
มูลค่าทางบัญชีหุ้น	19.90	0.97	21.95

9.11ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินการ			
เงินสดรับจากการขายสินค้า	5,400,000.00	5,670,000.00	6,237,000.00
เงินสดรับจากรายได้อื่น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	211,254.00	225,951.00	258,074.07
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	504,742.00	529,826.4	582,503.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	702,600.6	737,133.39	809,463.34
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินการรวม	3,981,403.4	4,177,089.21	4,586,958.95
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อาคาร	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ส่วนตกแต่ง	270.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	15,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์เครื่องใช้สำนักงาน	30,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุนรวม	45,270.00	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดรับจากการก่อหนี้สิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงินรวม	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ	9,936,133.4	4,177,089.21	4,586,958.95
บวก + กระแสเงินสดต้นงวด	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	3,936,133.4	4,177,089.21	4,586,958.95

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	3,936,133.4	4,177,089.21	4,586,958.95
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	-	-	-
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	45,270.00	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	45,270.00	-	-
รวมสินทรัพย์	3,981,403.4	4,177,089.21	4,586,958.95
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน (ค่า) กว่าทุน	7,003,092.20	347,434.95	7,733,029.48
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	7,003,092.20	347,434.95
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	7,003,092.20	7,350,527.15	8,078,464.43
รวมหนี้สินส่วนของผู้ถือหุ้น	7,003,092.20	7,350,527.15	8,078,464.43

9.13การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	-	-	-
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	สภาพคล่องตัวสูง	สภาพคล่องตัวสูง	สภาพคล่องตัวสูง
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน			
อัตรามูลเงินของลูกหนี้ (รอบ)	-	-	-
อัตรามูลเงินของสินค้า (รอบ)	-	-	-
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-
ระยะเวลาดินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราการหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน			
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	96.08 %	96.01 %	95.86 %
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	86.74 %	86.67 %	86.52 %
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	73.72 %	73.67 %	73.54 %
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per Share)	19.90	0.97	21.95
มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book Value)	10	10	10
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	3 ปี	3 ปี	3 ปี
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	3 ปี	3 ปี	3 ปี
ระยะเวลาคืนทุน	3 ปี	3 ปี	3 ปี

10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	สินค้าถูกลอกเลียนแบบ	ทำให้ยอดขายตกลูกค้าไม่ เชื่อถือผลิตภัณฑ์ของต้นแบบ	จดทะเบียนเครื่องหมาย การค้า เครื่องหมายร่วม เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง การตรวจสอบความ เหมือนคล้ายและ วิเคราะห์ชื่อเครื่องหมาย การค้าว่าสามารถที่จะ นำมาจดเครื่องหมาย การค้าได้หรือไม่
2	มีพนักงานไม่เพียงพอต่อการ ให้บริการ	ทำให้การส่งมอบสินค้า ลูกค้าล่าช้าและอาจทำให้เสีย ลูกค้าไปบางส่วน	รับสมัครพนักงานเพิ่มที่ มีความชำนาญในการ ผลิตหรือมีประสบการณ์ จะทำให้การผลิตสินค้า เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ขึ้น
3	ลูกค้ารู้จักน้อยเพราะร้านเปิด ใหม่	ทำให้ธุรกิจอาจขาดทุนได้	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทาง Social media (line)
4	คู่แข่งเพิ่มมากขึ้น	ทำให้ธุรกิจสูญเสียส่วนแบ่ง การตลาดที่คาดว่าจะได้รับไป บางส่วน	เพิ่มรูปแบบของการผลิต สินค้าให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและ ดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นาย สรณัฐ ชัยวงษ์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
20 มิ.ย. 62	รวมกลุ่มคิดหัวข้อโครงการ	
21 มิ.ย. 62	ประชุมและหาอาจารย์ปรึกษาหารือ	
22 มิ.ย. 62	จัดทำและเสนอแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ	
28 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ ครั้งที่ 1	
29 มิ.ย. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 1	
10 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 1	
11 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 2	
12 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์	
13 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 2	
23 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 1	
24 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 2	
28 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์	
29 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 3	
8 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 1	
19 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 2	
21 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
22 ส.ค. 62	จัดทำและส่งแผนธุรกิจ	
25 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งแผนธุรกิจ ครั้งที่ 1	
28 ส.ค. 62	รวบรวมเอกสารนำเสนอโครงการ	
29 ส.ค. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
5 ก.ย. 62	แก้ไข ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1 ครั้งที่ 1	
6 ก.ย. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1-3 และ ppt. ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการครั้งที่ 1	

นาย สรณัฐ ชัยวงษ์		
วัน/เดือน/ปี	วัน/เดือน/ปี	วัน/เดือน/ปี
24 ก.ย. 62	แก้ไขเอกสาร โครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
1 ต.ค. 62	ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์	
2 ต.ค. 62	ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์	
3 ต.ค. 62	นำกระดาษหนังสือพิมพ์มาฉีก	
4 ต.ค. 62	นำกาวมาทาบาง ๆ แล้วติดกระดาษที่ฉีกมาทุกอัน	
5 ต.ค. 62	นำหนังสือพิมพ์ที่ฉีกมาสานกับเชือก	
6 ต.ค. 62	นำชิ้นส่วนที่สานมาผูกติดกับคานไม้ไผ่	
8 ต.ค. 62	นำชิ้นงานที่เสร็จแล้วมาไขว้กับรึบบิ้นสี	
10 ต.ค. 62	แก้ไขชิ้นงาน ครั้งที่ 1	
11 ต.ค. 62	ทดสอบความทนทานและถ่ายรูปผลงาน	
12 ต.ค. 62	ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน	
15 ต.ค. 62	แก้ไขแบบป้ายไวนิล ครั้งที่ 1	
17 ต.ค. 62	ส่งแบบไวนิล	
25 ต.ค. 62	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเข้านิเทศโครงการ	
28 ต.ค. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 1-3 ตามที่คณะกรรมการแนะนำ เตรียมนำเสนอรอบที่ 2	
29 ต.ค. 62	สั่งทำป้ายไวนิลและรับของ	
30 ต.ค. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
8 พ.ย. 62	ส่ง ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการครั้งที่ 2	
26 พ.ย. 62	แก้ไขเอกสาร โครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
27 พ.ย. 62	จัดทำและส่งแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
29 พ.ย. 62	ทำการแก้ไขเนื้อหาและส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
6 ธ.ค. 62	ส่งแบบสอบถามโครงการ	
13 ธ.ค. 62	จัดแสดงสิ่งประดิษฐ์งาน ATC นิทรรศน์และแจก แบบสอบถามในงาน ATC นิทรรศน์	
15 ธ.ค. 62	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล)	
18 ธ.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 4 ครั้งที่ 1	

นาย สรณัฐ ชัยวงษ์		
วัน/เดือน/ปี	วัน/เดือน/ปี	วัน/เดือน/ปี
20 ธ.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล) ฉบับสมบูรณ์	
10 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (สรุปบัญชี)	
13 ม.ค. 63	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 4 สรุปบัญชี ครั้งที่ 1	
17 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 4 (สรุปบัญชี) ฉบับสมบูรณ์	
18 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารบทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานและข้อเสนอแนะ)	
20 ม.ค. 63	แก้ไขเอกสารบทที่ 5 ครั้งที่ 1	
24 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5 ฉบับสมบูรณ์	
26 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารบรรณานุกรม	
27 ม.ค. 63	แก้ไขและส่งบรรณานุกรม ครั้งที่ 1	
31 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบรรณานุกรม ฉบับสมบูรณ์	
2 ก.พ. 63	จัดทำเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
4 ก.พ. 63	แก้ไขเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการครั้งที่ 1	
5 ม.ค. 63	แก้ไขเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการครั้งที่ 2	
7 ก.พ. 63	ส่งเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ฉบับสมบูรณ์	
9 ก.พ. 63	จัดทำกิตติกรรมประกาศ/บทคัดย่อ และสารบัญ พร้อมนำกลับมาแก้ไข	
14 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ/บทคัดย่อ และสารบัญต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
16 ก.พ. 63	จัดทำส่วนหน้าปก และนำส่งรูปเล่มโครงการ	
20 ก.พ. 63	แก้ไขจุดบกพร่อง	
21 ก.พ. 63	ส่งตรวจรูปเล่มโครงการ	
28 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นาย วัฒนชัย สว่างรัตน์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
20 มิ.ย. 62	รวมกลุ่มคิดหัวข้อโครงการ	
21 มิ.ย. 62	ประชุมและหาอาจารย์ปรึกษาหารือ	
22 มิ.ย. 62	จัดทำและเสนอแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ	
28 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ ครั้งที่ 1	
29 มิ.ย. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 1	
10 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 1	
11 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 2	
12 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์	
13 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 2	
23 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 1	
24 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 2	
28 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์	
29 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 3	
8 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 1	
19 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 2	
21 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
22 ส.ค. 62	จัดทำและส่งแผนธุรกิจ	
25 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งแผนธุรกิจ ครั้งที่ 1	
28 ส.ค. 62	รวบรวมเอกสารนำเสนอโครงการ	
29 ส.ค. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
5 ก.ย. 62	แก้ไข ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1 ครั้งที่ 1	
6 ก.ย. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1-3 และ PPT ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการครั้งที่ 1	
24 ก.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
1 ต.ค. 62	ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์	
2 ต.ค. 62	ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์	
3 ต.ค. 62	นำกระดาษหนังสือพิมพ์มาฉีก	

นาย วัฒนชัย สว่างรัตน์		
วัน/เดือน/ปี	วัน/เดือน/ปี	วัน/เดือน/ปี
4 ต.ค. 62	นำกาวมาทาบาง ๆ แล้วติดกระดาษที่ม้วนทุกอัน	
5 ต.ค. 62	นำหนังสือพิมพ์ที่ม้วนมาสานกับเชือก	
6 ต.ค. 62	นำชิ้นส่วนที่สานมาผูกติดกับคานไม้ไผ่	
8 ต.ค. 62	นำชิ้นงานที่เสร็จแล้วมาไขว้กับริบบิ้นสี	
10 ต.ค. 62	แก้ไขชิ้นงาน ครั้งที่ 1	
11 ต.ค. 62	ทดสอบความทนทานและถ่ายรูปผลงาน	
12 ต.ค. 62	ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน	
15 ต.ค. 62	แก้ไขแบบป้ายไวนิล ครั้งที่ 1	
17 ต.ค. 62	ส่งแบบไวนิล	
25 ต.ค. 62	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเข้าניתศโครงการ	
28 ต.ค. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 1-3 ตามที่คณะกรรมการแนะนำ เตรียมนำเสนอรอบที่ 2	
29 ต.ค. 62	สั่งทำป้ายไวนิลและรับของ	
30 ต.ค. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
8 พ.ย. 62	ส่ง ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการครั้งที่ 2	
26 พ.ย. 62	แก้ไขเอกสาร โครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
27 พ.ย. 62	จัดทำและส่งแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
29 พ.ย. 62	ทำการแก้ไขเนื้อหาและส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
6 ธ.ค. 62	ส่งแบบสอบถามโครงการ	
13 ธ.ค. 62	จัดแสดงสิ่งประดิษฐ์งาน ATC นิทรรศน์และแจก แบบสอบถามในงาน ATC นิทรรศน์	
15 ธ.ค. 62	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล)	
18 ธ.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 4 ครั้งที่ 1	
20 ธ.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล) ฉบับสมบูรณ์	
10 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (สรุปบัญชี)	
13 ม.ค. 63	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 4 สรุปบัญชี ครั้งที่ 1	
17 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 4 (สรุปบัญชี) ฉบับสมบูรณ์	

นาย วัฒนชัย สว่างรัตน์		
วัน/เดือน/ปี	วัน/เดือน/ปี	วัน/เดือน/ปี
18 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารบทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานและข้อเสนอแนะ)	
20 ม.ค. 63	แก้ไขเอกสารบทที่ 5 ครั้งที่ 1	
24 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5 ฉบับสมบูรณ์	
26 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารบรรณานุกรม	
27 ม.ค. 63	แก้ไขและส่งบรรณานุกรม ครั้งที่ 1	
31 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบรรณานุกรม ฉบับสมบูรณ์	
2 ก.พ. 63	จัดทำเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
4 ก.พ. 63	แก้ไขเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการครั้งที่ 1	
5 ม.ค. 63	แก้ไขเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการครั้งที่ 2	
7 ก.พ. 63	ส่งเอกสารภาคผนวก ก ถึง ง ฉบับสมบูรณ์	
9 ก.พ. 63	จัดทำกิตติกรรมประกาศ/บทคัดย่อ และสารบัญ พร้อมนำกลับมาแก้ไข	
14 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ/บทคัดย่อ และสารบัญต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
16 ก.พ. 63	จัดทำส่วนหน้าปก และนำส่งรูปเล่มโครงการ	
20 ก.พ. 63	แก้ไขจุดบกพร่อง	
21 ก.พ. 63	ส่งตรวจรูปเล่มโครงการ	
28 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการนวัตกรรมการส่งเสริมผู้รู้ ไร่ขีเคิล

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
1 ต.ค. 62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2	450.00	900.00						900.00
2 ต.ค. 62	ไม้ไฟ (มีอยู่แล้ว)				-	-	-			
2 ต.ค. 62	กระดาษหนังสือพิมพ์				3 ก.ก.	10.00	30.00			970.00
2 ต.ค. 62	กาว				1ขวด	20.00	20.00			950.00
2 ต.ค. 62	ริบบิ้น (6 อัน)				1 ชุด	30.00	30.00			920.00
2 ต.ค. 62	เชือก				1 ม้วน	12.00	12.00			908.00
3 ต.ค. 62	ป้ายไวนิล				1	500.00	500.00			408.00
3 ต.ค. 62	ค่าเช่าเล่ม				1	200.00	200.00			208.00
3 ต.ค. 62	ค่า CD + กล่อง				1 ชุด	50.00	50.00			158.00
รวม				900.00			842.00			58.00

สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ชั้นวางของจากหนังสือพิมพ์

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

ลงทุน	900.00 บาท
-------	------------

หักค่าใช้จ่าย	842.00 บาท
---------------	------------

คงเหลือสุทธิ	58.00 บาท
--------------	-----------

นำเงินส่วนที่เหลือคืนแก่สมาชิก ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

- | | |
|--------------------------|-----------|
| 1. นายสรณัฐ ชัยวง | 29.00 บาท |
| 2. นายวัฒนชัย สว่างรัตน์ | 29.00 บาท |

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการนวัตกรรม มูลี่รีไซเคิลจากหนังสือพิมพ์ปฏิบัติงานระยะเวลาตั้งแต่ 1 – 30 ตุลาคม 2562 สถานที่ปฏิบัติงานคือ 62/157 ซอย อุดมเดช ถนน เทพารักษ์ ตำบล บางเมืองใหม่ อำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10270 ได้เก็บเงินจากสมาชิกกลุ่มคนละ 450 บาท จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 900 บาท เสียค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์ เป็นจำนวนเงิน 740 บาท คงเหลือ 160 บาท โดยการดำเนินงานบรรลุการเรียนรู้วิชาโครงการดังนี้

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

สรุปตารางการปฏิบัติงาน

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
1	20 - 28 มิ.ย. 62	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
2	29 - 12 ก.ค. 62	ส่งเนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	
3	28 ก.ค. 62	ส่งเนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
4	21 ส.ค. 62	ส่งเนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	
5	22 ส.ค. 62	จัดทำแผนธุรกิจ - บทสรุปผู้บริหาร - วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ - ความเป็นมาของธุรกิจ - ผลิตภัณฑ์ - วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด - แผนการบริหารจัดการ - แผนการตลาด - แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ - แผนการเงิน - แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
6	6 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียม Present งาน)	
7	21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1 (โครงการ + บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ)	
8	1 ต.ค. 62– 29 ต.ค. 62	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง - ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์ (1 ต.ค. 62) - ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์ (2 ต.ค. 62) - นำกระดาษหนังสือพิมพ์มาฉีก (3 ต.ค. 62) - นำกาวมาทาบาง ๆ แล้วติดกระดาษที่ฉีกมาทุกอัน (4 ต.ค. 62) - นำหนังสือพิมพ์ที่ฉีกมาสานกับเชือก (5 ต.ค. 62) - นำชิ้นส่วนที่สานมาผูกติดกับแกนไม้ไผ่ (6 ต.ค. 62) - นำชิ้นส่วนที่เสร็จแล้ว มาไขว้กับริบบิ้นสี (8 ต.ค. 62) - ทดสอบความทนทานและถ่ายรูปผลงาน (11 ต.ค. 62) - ออกแบบป้ายไว้นิพนธ์นำเสนอผลงาน (12 ต.ค. 62) - แกะไขแบบป้ายไว้นิพนธ์ (15 ต.ค. 62) - ส่งแบบไว้นิพนธ์ (17 ต.ค. 62) - ตั้งทำป้ายไว้นิพนธ์และรับของ (29 ต.ค. 62)	
9	15 พ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน นำเสนองานโครงการ การ ออกร้านจัดแสดงสินค้า หรือบริการ	
10	16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน จัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	
11	13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
12	16-20 ธ.ค. 62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 - ปฏิบัติงานรายบุคคล	
13	13-17 ม.ค. 63	กำหนดส่งบัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
14	20-24 ม.ค. 63	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ)	
15	27-31 ม.ค. 63	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	
16	3-7 ก.พ. 63	กำหนดส่ง - ภาคผนวก ก - ภาคผนวก ข - ภาคผนวก ค - ภาคผนวก ง	
17	14 ก.พ. 63	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ/บทคัดย่อ	
18	21 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ	
19	28 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. ภัยธรรมชาติอาจทำให้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเกิดการเสียหายได้
2. วัตถุดิบที่ใช้อาจมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการผลิต

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

1. ควรเก็บวัตถุดิบไว้ในที่แห้ง เพื่อป้องกันการเปียกชื้น
2. วัสดุที่นำมาใช้ควรหาแหล่งวัตถุดิบสำรองไว้

บรรณานุกรม

- ณัฐากร สุขใจ. (2560). แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ. ค้นหาข้อมูล วันที่ 27 กรกฎาคม 2560, จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/agelessa/2009/12/25/entry-1>
- ธงชัย สันติวงษ์. (2559). แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค. ค้นหาข้อมูล วันที่ 27 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/629839>
- นันทพัทธ์ เดชสิทธิ์ญาณวร. และ เกียรติกร ทะสี. (2561). โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ ชั้นวางของจากหนังสือพิมพ์ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด, วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix). ค้นหาข้อมูลวันที่ 27 กรกฎาคม 2562, จาก <http://maymayny.wordpress.com/2014/12/05/บทที่-7-การส่งเสริมการขาย/>
- ศิริลักษณ์ พุ่มอาภาพันธ์ และคณะ. (2560). โครงการชั้นวางเอนกประสงค์จากกระดาษแข็ง. ค้นหาข้อมูลวันที่ 27 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.nptc.ac.th/files/งานแข่งขันทักษะ>
- สรินนา สวากัลป์. (2560). รายงานเชิงวิชาการเรื่องกระดาษแปลงร่าง. ค้นหาข้อมูลวันที่ 27 กรกฎาคม 2562, จาก <http://i31202project.blogspot.com/>
- สุวัฒน์ ศิริรัตน์. และ ภาวนา สายชู. (2561). แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค. ค้นหาข้อมูลวันที่ 27 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/629839>
- อริษฐ์ ศิลป์ธนะวาณิช. (2560). แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์. ค้นหาข้อมูลวันที่ 2 กรกฎาคม 2562, จาก <https://sites.google.com/a/srisongkram.ac.th/athittiyakornph15/w9>

ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ มูลิรีไซเคิล
ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563
สถานที่การดำเนินงาน 62/157 ซอยอุดมเดช 11 หมู่ 3 ถ.เทพารักษ์ ต.บางเมืองใหม่
อ. เมือง จ.สมุทรปราการ 10270
ประมาณการค่าใช้จ่าย 740 บาท
ผู้รับผิดชอบโครงการ
1. นายสรณัฐ ชัยวงษ์ รหัสประจำตัว 29367 ปวส.2/16
2. นายวัฒน์ สว่างรัตน์ รหัสประจำตัว 41094 ปวส.2/21

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ
(นายสรณัฐ ชัยวงษ์)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
.....
.....
.....
ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ
.....
.....
.....

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

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

ชื่อโครงการ

มูลิ่รีไซเคิล

แผนงาน

นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์อุดมพร เปตานนท์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย

ผู้รับผิดชอบโครงการ

3. นายสรณัฐ

ชัยวงษ์

ประธานโครงการ

4. นายวัฒนชัย

สว่างรัตน์

รองประธานโครงการ

หลักการและเหตุผล

หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งที่ผู้คนทั่วไปใช้ดูข่าวสารในแต่ละวันซึ่งจะมีประโยชน์เพียงแค่อ่านข้อมูลข่าวสารและทิ้งไปเพราะต้องมีการอัพเดทข้อมูลข่าวสารวันต่อวันทำให้มีหนังสือพิมพ์ที่ไม่ได้ใช้แล้วและมักจะถูกทิ้งหรือไม่มีคนเห็นคุณค่า ซึ่งหนังสือพิมพ์สามารถนำกลับมาใช้ในการเช็ดกระจกหรือห่อผลไม้ให้สุกเร็วขึ้นแต่วันนี้หนังสือพิมพ์มิใช่มีประโยชน์แต่เพียงเท่านั้นทางคณะผู้จัดทำโครงการได้มีแนวความคิดที่จะนำหนังสือพิมพ์กลับมาใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ได้อีก

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จากการนำวัสดุที่ไม่ได้ใช้แล้วอย่างกระดาษหนังสือพิมพ์เหลือใช้มาเพิ่มมูลค่า ให้ออกมาเป็นมูลิ่ที่ทำจากกระดาษหนังสือพิมพ์ตามที่ออกแบบและวางแผนไว้ เพื่อตามรอยเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 เช่นเดียวกับทางคณะผู้จัดทำโครงการ ที่นำกระดาษหนังสือพิมพ์ที่ใช้แล้ว และถูกทิ้งอย่างไร้ประโยชน์ สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้อย่างไม่สูญเปล่า

วัตถุประสงค์

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

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

5. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
6. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
7. ทำการม้วนกระดาษและหนังสือพิมพ์ให้ออกมาในรูปแบบทรงกลม
8. นำกาวมาติดกระดาษจนครบทุกอัน
9. นำเชือกมาผูกติดกัน
10. ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นของการทำงาน

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

3. สรุปผลการปฏิบัติงาน
4. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

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

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ 62/157 ซอยอุดมเดช 11 หมู่ 3 ถนนเทพารักษ์ ตำบลบางเมืองใหม่ อำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรปราการ 10270

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน คนละ 370 บาท รวมเป็นเงิน 740 บาท

1. ไม้	50 บาท
2. เชือก	40 บาท
3. หนังสือพิมพ์	30 บาท
4. กาว	20 บาท
5. คัตเตอร์	40 บาท
6. กรรไกร	30 บาท
7. ป้ายร้าน	500 บาท
รวม	740 บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

ปัญหาและอุปสรรค

1. ภัยธรรมชาติอาจทำให้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเกิดการเสียหายได้
2. วัตถุดิบที่ใช้อาจมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการผลิต

ข้อเสนอแนะ

1. ควรเก็บวัตถุดิบไว้ในที่แห้ง เพื่อป้องกันการเปียกชื้น
2. วัสดุที่นำมาใช้ควรหาแหล่งวัตถุดิบสำรองไว้

ลงชื่อ.....

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)

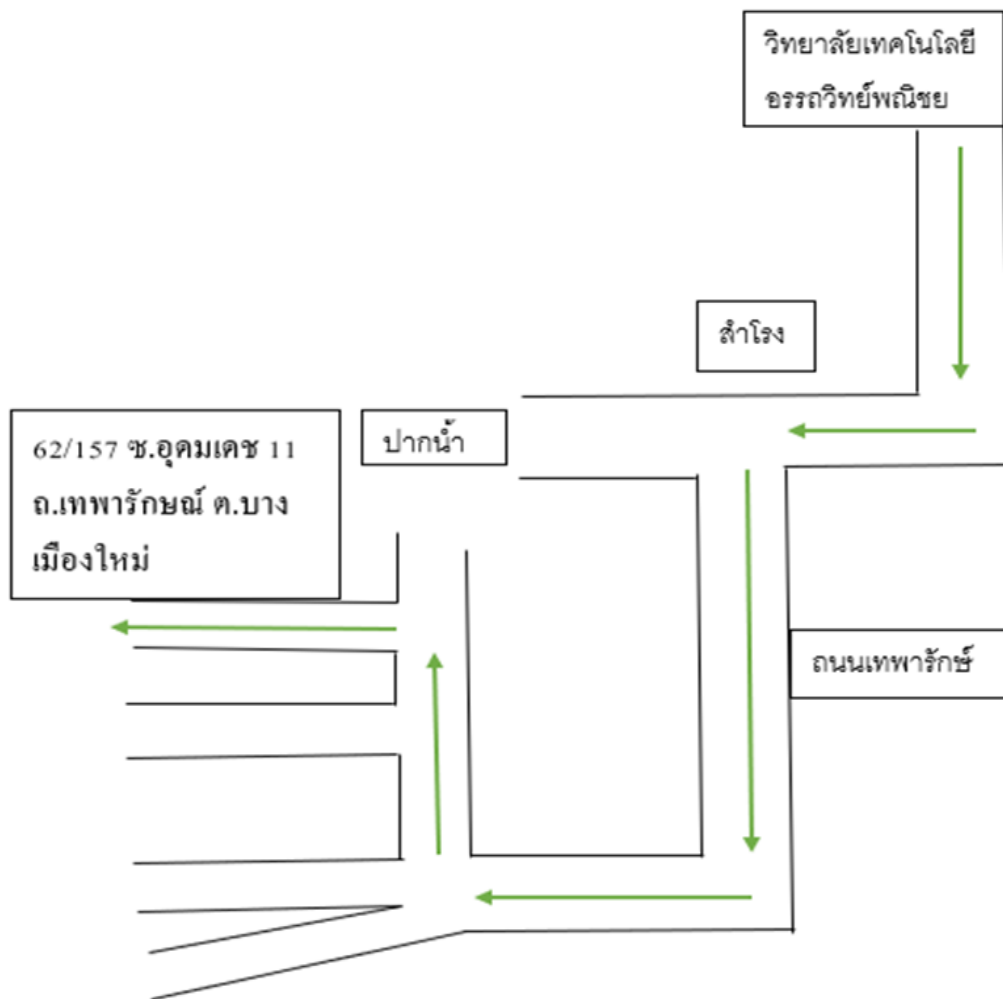
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ มูลี่รีไซเคิล (Recycle Curtain)

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์อุดมพร เปตานนท์

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย

ผู้รับผิดชอบโครงการ นาย สรณัฐ ชัยวงษ์ ระดับชั้น ปวส.2/16 เลขที่ 8

นาย วัฒนชัย สว่างรัตน์ ระดับชั้น ปวส.2/16 เลขที่ 5

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		
5	แผนธุรกิจ			
	- บทสรุปผู้บริหาร			
	- วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ			
	- ความเป็นมาของธุรกิจ			
	- ผลิตภัณฑ์			
	- วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด			
	- แผนการบริหารจัดการ			
	- แผนการตลาด			
	- แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ			
	- แผนการเงิน			
	- แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง			
6	ส่ง PowerPoint (โครงการ + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมPresent งาน)	2-6 ก.ย.62		
7	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1 (โครงการ +บทที่1-3 + แผนธุรกิจ)	16 ก.ย.62		

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
8	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/งานประดิษฐ์) เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	1-31 ต.ค.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	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)	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 ความพึงพอใจที่มีต่อชั้นวางของจากกระดาษหนังสือพิมพ์

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างเพียงข้อเดียว ที่ตรงกับความพึงพอใจของท่าน

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

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับเห็นด้วย/พึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์						
1	คุณภาพผลิตภัณฑ์					
2	รูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์					
3	ประโยชน์คุณค่าของการใช้งาน					
ด้านราคา						
1	ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพผลิตภัณฑ์					
2	ความเหมาะสมของราคากับรูปแบบของผลิตภัณฑ์					
3	ช่องทางการชำระเงินหลากหลาย					
ด้านการจัดจำหน่าย						
1	สามารถติดต่อรับชมผลิตภัณฑ์หรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก					
2	การส่งมอบสินค้าตรงเวลาตามกำหนด					
3	ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย					
ด้านส่งเสริมการขาย						
1	ออกแบบ บริการวัดพื้นที่ฟรี					
2	มีส่วนลดให้ 5% เมื่อแชร์ไลน์ของร้านไปยังกลุ่มต่าง ๆ					
3	จัดส่งฟรีเมื่อซื้อ 3 ชิ้นขึ้นไป					
4	มีการโฆษณาป้ายหน้าร้าน Facebook และ Line					

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือของการตอบแบบสอบถาม

คณะผู้จัดทำ

รายงานผลแบบสอบถาม

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์มัลติมีเดียจากหนังสือพิมพ์

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อมัลติมีเดียจากหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 100 คน

แบบสอบถามมี 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อมัลติมีเดียจากหนังสือพิมพ์

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	36	36.00
หญิง	64	64.00
รวม	100	100.0
2.อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	7	7.00
20-30 ปี	55	55.00
31 – 40 ปี	38	38.00
ตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	100	100.0
3.ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	19	19.00
อนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	51	51.00
ปริญญาตรี	30	30.00
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	0	0.00
รวม	100	100.0

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4.อาชีพ		
อาจารย์	0	0.00
นักเรียน/นักศึกษา	10	10.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	0	0.00
พนักงานบริษัท	30	30.00
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	45	45.00
รับจ้าง	11	11.00
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	4	4.00
รวม	100	100.0
5.รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	0	0.00
10,000 - 15,000 บาท	17	17.00
15,000 – 20,000 บาท	54	54.00
20,000 บาทขึ้นไป	29	29.00
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ทัวไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจครั้งนี้จำนวน 100 คน ปรากฏผลดังนี้

เพศ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 และเพศชายจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-30 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมามีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปีต่ำ รองลงมาคือมีอายุ 31-40 ปี และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี ตามลำดับ

ระดับชั้น ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ในระดับชั้น อนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาศึกษาอยู่ในระดับชั้น ปริญญาตรี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับชั้นมาอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) รองลงมาคือปริญญาตรี และมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ตามด้วยต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และปริญญาโท ตามลำดับ

อาชีพ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามอยู่ในอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาอาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และรับจ้าง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รองลงมาอาชีพ พนักงานบริษัท ตามลำดับ

รายได้ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามอยู่ในรายได้ 15,000-20,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมารายได้ 20,000 บาทขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และรายได้รายได้ 10,000-15,000 บาท จำนวน 17.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 15,000 – 20,000 บาท รองลงมามีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป และรายได้ 15,000-20,000 บาท ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อผู้รู้ ไร่ฯเกิดจากหนังสือพิมพ์

ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์ผู้รู้ ไร่ฯเกิดจากหนังสือพิมพ์

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 แสดงความพึงพอใจที่มีต่อมูลี่ไร่ฯที่เกิดจากหนังสือพิมพ์

รายการประเมิน	ผลการประเมิน						
	5	4	3	2	1		SD
ด้านผลิตภัณฑ์							
1.คุณภาพผลิตภัณฑ์	75.00	24.00	1.00	-	-	4.74	0.46
2.รูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์	61.00	38.00	1.00	-	-	4.60	0.51
3.ประโยชน์และคุณค่าของการใช้งาน	49.00	50.00	1.00	-	-	4.48	0.52
ด้านราคา							
1.ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพผลิตภัณฑ์	57.00	43.00	-	-	-	4.57	0.50
2.ความเหมาะสมของราคากับรูปแบบของผลิตภัณฑ์	49.00	49.00	2.00	-	-	4.47	0.54
3.ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	50.00	48.00	2.00	-	-	4.48	0.54
ด้านการจัดจำหน่าย							
1.สามารถติดต่อรับชมผลิตภัณฑ์หรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก	49.00	50.00	1.00	-	-	4.48	0.52
2.การส่งมอบสินค้าตรงเวลาตามกำหนด	46.00	51.00	3.00	-	-	4.43	0.56
3.ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย	55.00	43.00	2.00	-	-	4.53	0.54
ด้านส่งเสริมการตลาด							
1.ออกแบบ ตัดเย็บ บริการวัดพื้นที่ฟรี	52.00	39.00	9.00	-	-	4.43	0.66
2.มีส่วนลดให้ 5% เมื่อแชร์ไลน์ของร้านไปยังกลุ่มต่าง ๆ	53.00	41.00	6.00	-	-	4.47	0.61
3.จัดส่งฟรีเมื่อซื้อ 3 ชิ้นขึ้นไป	43.00	39.00	17.00	1.00	-	4.24	0.77
4.มีการโฆษณาป้ายหน้าร้าน Facebook และ Line	45.00	38.00	17.00	-	-	4.27	0.74

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	4.61	0.51	มากที่สุด
2.ด้านราคา	4.51	0.53	มากที่สุด
3.ด้านการจัดจำหน่าย	4.48	0.54	มาก
4.ด้านส่งเสริมการขาย	4.36	0.69	มาก
รวม	4.49	0.56	มาก

จากตารางที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความความพึงพอใจมีต่อมูลิ่ รีไซเคิลจากหนังสือพิมพ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย($\bar{x}$ = 4.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.61) รองลงมาด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.51) รองลงมาด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.48) และด้านส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.36) ตามลำดับ

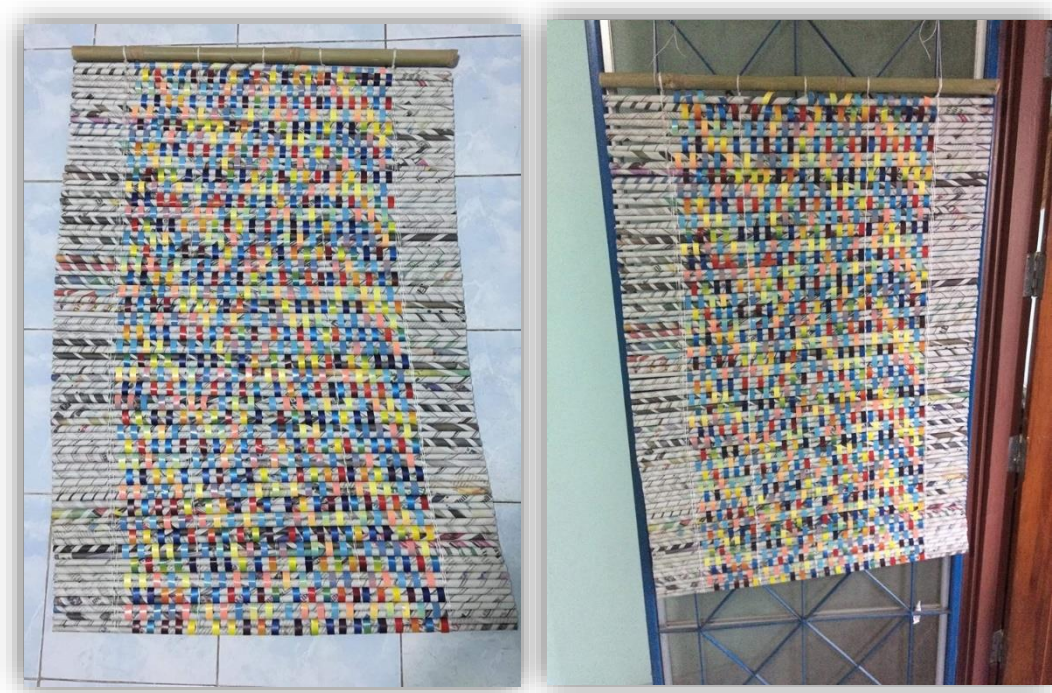
ภาคผนวก ก ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

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

ตราสินค้า



รูปแบบผลิตภัณฑ์



ประชาสัมพันธ์โครงการ

ป้ายร้าน



Recycle Curtain

มู่ลี่ รีไซเคิล Recycle Curtain

900 บาท

โปรโมชัน

ซื้อ 3 ชิ้นฟรีค่าจัดส่ง

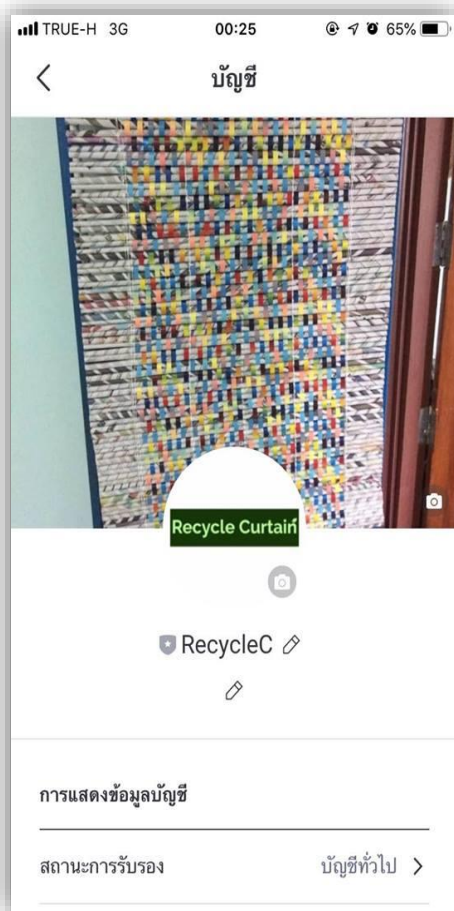
และหากแชร์หน้าร้านบนLINEไปยังกลุ่มต่างๆ
แถมเป็นจอยเป็นหลักฐานจะมีส่วนลด 5%

 **064-858-8594**

 **895wpazx**

ช่องชำระเงิน: กสิกร 009-8-81087-0
กรูวอเล็ท: 064-858-8594

เพจ Line



รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน



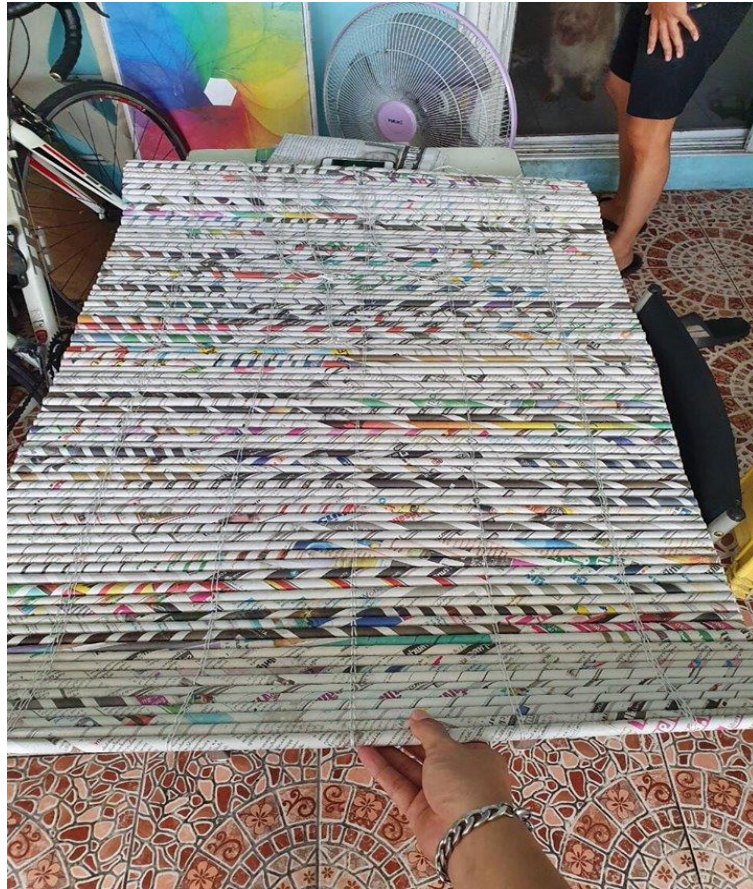
2. ทำการม้วนกระดาษและหนังสือพิมพ์ให้ออกมาในรูปแบบทรงกลม



3. นำกาวมาทาบาง ๆ เพื่อติดกระดาษจนครบทุกอัน



4.นำเชือกมาร้อยกับกระดาษเพื่อเรียงให้เป็นรูปทรงของมู่ลี่



5.นำกระดาษที่ร้อยเชือกเอาไว้ มาผูกกับคานไม้ไผ่ที่เตรียมไว้



6. นำมู่ลี่ที่ผูกกับกระดาษหนังสือพิมพ์ที่เสร็จแล้วมาไขว้กับริบบิ้นสี



7. ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้น



ภาพวัสดุอุปกรณ์



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นายสรณัฐ ชัยวงษ์
วัน เดือน ปี	:	1 กันยายน 2537
สถานที่เกิด	:	กรุงเทพมหานคร
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	ประธานโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นายวัฒนชัย สว่างรัตน์
วัน เดือน ปี	:	8 กุมภาพันธ์ 2543
สถานที่เกิด	:	กรุงเทพมหานคร
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	รองประธานโครงการ