



โครงการ นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ ปั่นต้นบอนไซจากขนมปัง

Artification of Innovation : HP BONSAI

จัดทำโดย

นางสาวอมรรัตน์ พลายเพชร ปวศ.2/26 เลขที่ 13

นางสาวรุ่งทิวา อินทบาล ปวศ.2/26 เลขที่ 14

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

สาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย

นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ การปั้นต้นบอนไซทำจากขนมปัง

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ

Artification of Innovation : HP BONSAI

โดย 1. นางสาวรุ่งทิวา อินทบาล
2. นางสาวอมรรัตน์ พลายเพชร

.....

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา วิเคราะห์โครงการตาม
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชย
การ (ATC.)

.....
(อาจารย์รัชฎา ธรรมิสกุล)
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

.....
(อาจารย์วิชชุต์ ศรีสะอาด)
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....
(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)
หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์การปั่นต้นบอนไซจากขนมปัง
ผู้จัดทำโครงการ	1. นางสาวรุ่งทิวา อินทบาล 2. นางสาวอมรรัตน์ พลายเพชร
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ธัญศญา ธรรมมิสกุล
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ วิษุฒม์ ศรีสะอาด
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา ปีการศึกษา พ.ศ 2562

บทคัดย่อ

ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์ การปั่นต้นบอนไซทำจากขนมปัง การจัดทำโครงการในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์ การปั่นต้นบอนไซทำจากขนมปัง 3) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ และนำเสนอผลงานที่เป็นงานหัตถศิลป์ 4) เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ใช้แบบสอบถามในการ ส่วนที่ 1.แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และส่วนที่ 2.ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์การปั่นต้นบอนไซทำจากขนมปัง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา,ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย,ด้านการส่งเสริมการตลาด

สถิติที่ใช้ในงานวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์คำนวณค่าสถิติหาค่าสถิติต่างๆ ดังนี้ 1)ข้อมูลทั่วไปหาค่าร้อยละ 2)ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการปั่นต้นบอนไซ

ทำจากขนมปัง โดยข้อมูลจากข้อคำถามที่เป็น rating scale จะหาค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ปรากฏผลการวิจัยมีดังนี้

1.ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ใน ระดับพึงพอใจมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1.ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์รองลงมา คือ ข้อ 2.ด้านรูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์ และ3.ประโยชน์คุณค่าของการใช้งาน

2.ด้านราคา โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับพึงพอใจมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 2.ความเหมาะสมของราคากับรูปแบบของผลิตภัณฑ์รองลงมา คือ ข้อ 1.ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพผลิตภัณฑ์และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อ3.ช่องทางการชำระเงินหลากหลาย

3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ใน ระดับพึงพอใจมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 2.การส่งมอบสินค้าตรงเวลาตามกำหนดรองลงมา คือ ข้อ1.สามารถติดต่อรับชมผลิตภัณฑ์หรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวกและข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 3.ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย

4.ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 3 จัดส่งฟรีเมื่อซื้อครบ 2,000 บาทขึ้นไป รองลงมา คือ มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่แชร์เพจหน้าร้าน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีส่วนลดเมื่อซื้อครบ 1,500 บาท ลด10% จากราคาขาย

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์การปั้นดินบอนไชนฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์ รัชศญา ธรรมิสกุล ที่สละเวลาตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจนมีความถูกต้องและสามารถนำไปใช้ได้ และให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นและขอขอบคุณอาจารย์อุดมพร เปตานนท์ ที่สละเวลาในการมาตรวจสอบแผนธุรกิจทางคณะผู้จัดทำโครงการขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงปีที่1-2 (รอบวันอาทิตย์) ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามได้เป็นอย่างดีและขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องเกิดจากการสนับสนุนจากบุคคลหลายท่านและคณะผู้จัดทำโครงการขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

คณะผู้จัดทำงานวิจัย

สิ่งประดิษฐ์ การปั้นดินบอนไชนทำจากขนมปัง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	1
กิตติกรรมประกาศ	3
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	6
วัตถุประสงค์ของโครงการ	7
เป้าหมายของโครงการ	7
การติดตามผลและการประเมินโครงการ	7
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์	8
แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์	8
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	10
แนวคิดเกี่ยวกับการเขียนแผนธุรกิจ	12
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	24
แผนการปฏิบัติงาน	25
สถานที่ดำเนินโครงการ	26
ขอบเขตด้านงบประมาณและวัสดุอุปกรณ์	27
การจัดทำแผนธุรกิจ	27
บทสรุปผู้บริหาร	27
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการดำเนินโครงการ (ต่อ)	
ความเป็นมาของธุรกิจ	28
ผลิตภัณฑ์	29
การวิเคราะห์การตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด	30
แผนบริหารจัดการ	35
แผนการตลาด	41
แผนการผลิต	43
แผนการเงิน	45
แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง	57
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	58
บัญชีรายรับ-รายจ่ายในโครงการ	64
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	66
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	67
ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	70
ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา	70
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	72
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	80
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ในโครงการ	88
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	98

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

บอนไซเป็นไม้ประดับอย่างหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย จะเห็นได้จากการที่มีผู้ผลิตและเลี้ยงบอนไซออกมาจำหน่ายอยู่ทั่วไปทั้งตามสวนและตลาดไม้ดอกไม้ประดับ หรือแม้แต่ในห้างสรรพสินค้า สำหรับในส่วนของเราหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้จัดให้มีการประกวดบอนไซอยู่เป็นประจำในเทศกาลต่างๆ ในปัจจุบันนี้มีผู้นิยมเลี้ยงบอนไซรายใหม่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากและมีความสนใจที่จะเรียนรู้ฝึกหัดเกี่ยวกับการทำบอนไซ แม้ว่าความรู้ทั่วไปจะหาได้ไม่ยากนักจากหนังสือตำราหรือเอกสารต่างๆ แต่การทำไม้อบอนไซที่ด้นั้นจำเป็นต้องอาศัยการฝึกฝนปฏิบัติด้วยตนเองและได้รับการชี้แนะจากผู้มีประสบการณ์ทางด้านการปั้นต้นบอนไซ

ดังนั้นผู้จัดทำจึงได้มีการเลือกต้นบอนไซที่พัฒนาขึ้นและมีลักษณะเฉพาะไม่เหมือนใครบอนไซของเราเป็นศิลปะแขนงหนึ่งโดยใช้การปั้นต้นบอนไซลงในกระถางขนาดเล็กโดยใช้การเลียนแบบจากต้นไม้จริงให้มาอยู่ในกระถางต้นไม้จำลอง เพื่อให้ความเสมือนจริงจึงมีการดัดแปลงกิ่งก้านให้โค้งงอโดยใช้ลวดขัดไว้ให้อยู่กับที่สิ่งสำคัญของต้นบอนไซไม่ได้ดูเพียงแค่รูปทรงทั้งหมดอย่างเดียวแต่ยังดูถึงจุดอื่นๆด้วย เช่นราก ลำต้น กิ่งก้านและใบ ปัจจุบันนี้บุคคลส่วนใหญ่มีความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลไม่ใช่แค่คนไทยเท่านั้นแม้แต่ชาวต่างชาติเองก็นิยมปั้นเช่นเดียวกัน ต้นบอนไซจะช่วยในเรื่องของการเสริมฮวงจุ้ยอีกด้วยทำให้สิ่งประดิษฐ์ของเราเป็นที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้
2. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
3. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

เป้าหมายของโครงการ

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้
3. สิ่งประดิษฐ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อจุดประสงค์ในการผ่าน โครงการวิชาชีพ

การติดตามผล และการประเมินโครงการ

- นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมินโครงการ
- นำผลงานการปั้นดินบอนไซส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
- รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
- สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้และเพิ่มรายได้ให้นักศึกษา
- ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
- ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการประเภทสิ่งประดิษฐ์ป็นต้นบอนไซทำจากขนมปัง คณะผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการดังนี้

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

1.แนวความคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์

การปั้นต้นบอนไซเป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่ใช้ความประณีตลงไว้ด้วยความเป็นธรรมชาติบอนไซมีรูปแบบเฉพาะที่ไม่เหมือนใครและสามารถสะท้อนถึงเรื่องราวประวัติศาสตร์ไว้ในตัวอีกด้วย ความงดงามของการปั้นต้นบอนไซที่ใช้การเลียนแบบจากต้นไม้ธรรมชาตินั้นเกิดขึ้นจากการใช้จินตนาการของผู้ปั้นมีความสำคัญทางด้านจิตใจใช้ความอดทนในการสร้างงานศิลปะจัดได้ว่าเป็นต้นไม้ที่ให้ความโดดเด่นกับผู้ที่พบเห็นจึงทำให้บอนไซมีมูลค่าสูงด้วยเหตุนี้จึงทำให้เราได้เล็งเห็นความสำคัญของการปั้นต้นบอนไซทำให้เราได้คิดค้นและสร้างนวัตกรรมนี้ขึ้นมาและใช้คอนเซ็ปต์ที่ว่าคือ ต้นไม้ย่อส่วน สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อสังคมและเศรษฐกิจพัฒนาจากสิ่งของเดิมที่มีอยู่ให้ทันสมัยมากขึ้นมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้นอีกด้วย

2.แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบหมายถึง การรู้จักวางแผนจัดตั้งขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมา

ปัจจัยที่เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 4 ประการคือ

1. การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรต้องพิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นประการแรกเพื่อจะได้ ออกแบบให้ได้รับความคงทนถาวรมากขึ้น หรือให้เหมาะสมกับการใช้เพียงชั่วคราวของผลิตภัณฑ์ นั้น เพราะการออกแบบจะต้องคำนึงถึงวัสดุและเวลาการผลิตไปพร้อมกัน ถ้าออกแบบโดยไม่ได้ ศึกษาถึงคุณภาพตามเป้าหมายของการผลิตแล้ว ก็ไม่สามารถออกแบบที่เหมาะสมได้

2. การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต

ในที่นี้ใคร่ขอชี้ทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยตรง ด้วยการผลิตสิ่งของเครื่องใช้หรือ ผลิตภัณฑ์ กำลังการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์จำนวนมาก มีความจำเป็นยิ่ง เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต เช่น เครื่องจักรกล หรือเครื่องทุ่นแรงอื่นๆ ย่อมเหมาะสมกับวัสดุอย่างหนึ่ง ทำให้การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน

3. การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค

3.1 ความต้องการที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่เป็นความต้องการที่เหมาะสมกับสภาพ วัฒนธรรม รสนิยม และการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ความต้องการของผู้บริโภคยังเกี่ยวข้องกับสภาพ เศรษฐกิจโดยตรงอีกด้วย

3.2 สภาพสังคมที่กำลังเศรษฐกิจตกต่ำการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ราคาสูง สินค้า ฟุ่มเฟือย หรือเน้นความงามทางการออกแบบมากจนผลิตภัณฑ์นั้นราคาสูง การออกแบบเช่นนี้ อาจจะ ไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้

4. การออกแบบที่มีคุณค่าทางความงาม

เพื่อให้ผู้ออกแบบตระหนักถึงความงามที่เด่นชัดร่วมสมัย และมีความคิดสร้างสรรค์แทรกอยู่ ในการออกแบบแต่ละชิ้น ความประณีตบรรจงในการออกแบบหรือในผลิตภัณฑ์เป็นคุณค่าส่วน หนึ่งของความงามอีกด้วย

ความสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์

1. ความสำคัญ ในด้านคุณค่าทาง ศิลปะ งานออกแบบที่ดีทำให้ผลิตภัณฑ์ มีความงามดึงดูด ใจ สามารถตอบสนอง รสนิยมของผู้บริโภคได้
2. มีคุณภาพทางการบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบที่ดี มีการใช้วัสดุที่ดีมีกระบวนการ ผลิตอย่างมีประสิทธิภาพจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความคงทนและ มีความปลอดภัยในการใช้ สอย
3. ผลิตภัณฑ์ที่มีความงาม ความ คงทนและความปลอดภัยจะเป็นที่ต้องการของตลาดทำให้ มียอดขายสูงสามารถแข่งขัน ทางการค้ากับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันของบริษัทอื่น

4. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เมื่อบริษัทมีกำไรจากการขายผลิตภัณฑ์ ที่มีการออกแบบที่ดี บริษัทจะนำผลกำไรมาลงทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม หรือสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่คล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์เดิม
5. มีศักยภาพในการรักษาลูกค้าเดิม การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมหรือการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่เกี่ยวพันกันขึ้นด้วยการออกแบบที่ดีจะช่วยให้บริษัทสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ ในขณะที่เดียวกันบริษัทยังสามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ที่มีรสนิยมอย่างเดียวกันได้ด้วย

3.แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค คือ กระบวนการที่เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล การซื้อ การใช้การประเมินผลในสินค้าหรือบริการ จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคนี้ สามารถแยก ได้ดังนี้

1. มีการแสดงกิริยาอาการของบุคคล ด้วยการเดินทางไปจับจ่ายหาซื้อและใช้สินค้าหรือบริการตามความต้องการของบุคคล
2. พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ การพิสูจน์ความต้องการ การตรวจสอบ การแสวงหาข่าวสาร การจับจ่าย และการพูดคุยเพื่อค้นหาคำยืนยัน
3. บุคคลที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ผู้บริโภคคนสุดท้ายที่เป็นครอบครัวแม่บ้าน หรือซื้อไปเป็นของขวัญให้บุคคลอื่น

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี 3 รูปแบบ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลง ของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อปัจจัยด้านความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภคด้วย และพฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายใน และภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา
2. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำ กับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม
3. พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ(ผู้บริโภค) กับผู้ขาย(เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

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

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

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

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

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

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกับกันอย่างรอบคอบ และควรวิเคราะห์ทางเลือกในสองแนวทาง คือ ทางเลือกนั้นสามารถนำมาใช้จะเกิดผลต่อเรื่องอะไรตามมา ทางเลือกบางทางเลือกที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดขององค์การก็อาจทำให้เกิดผลต่อเรื่องที่ไม่น่าพึงประสงค์ตามมา เช่น ทางเลือกหนึ่ง ของการเพิ่มผลผลิต ได้แก่การลงทุนติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะช่วยให้แก้ปัญหาได้ แต่อาจมีปัญหาเกี่ยวกับการลดลงของขวัญกำลังใจของพนักงานในระยะต่อมา เป็นต้น

ขั้นที่ 5 การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best alternative) เมื่อผู้บริหารได้ทำการวิเคราะห์และประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริหารควรเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกอีกครั้งหนึ่ง เพื่อพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียว ทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลเสียต่อเรื่องในภายหลังน้อยที่สุด และให้ผลประโยชน์มากที่สุด แต่บางครั้งผู้บริหารอาจตัดสินใจเลือกทางเลือกแบบประนีประนอม โดยพิจารณาองค์ประกอบที่ดีที่สุดของแต่ละทางเลือกนำมาผสมผสานกัน

ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรกำหนดโปรแกรมของการตัดสินใจ โดยระบุถึงตารางเวลาการดำเนินงาน งบประมาณ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ ควรมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจน และจัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะช่วยให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ ผู้บริหารควรกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบาย ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

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

4.แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะ

เปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ มีผู้เปรียบเทียบว่าแผนธุรกิจเปรียบเหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งเรื่องของการตลาด การแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงิน ที่จะชี้นำผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวังด้วยเช่นกัน

แผนธุรกิจที่ดีจะช่วยในการวัดถึงความเป็นไปได้ของกิจการที่จะลงทุน แผนจึงควรประกอบด้วยวิเคราะห์อย่างละเอียดในตัวแปรหรือปัจจัยดังต่อไปนี้

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

ลงทุนที่ต้องการและกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้มาหรือใช้ไป

แผนธุรกิจที่ดีเมื่ออ่านแล้วควรจะต้องตอบคำถามเหล่านี้ได้

1. การก่อตั้งธุรกิจเป็นรูปร่างชัดเจนขนาดไหน เสร็จสมบูรณ์แล้วหรือยัง
2. ธุรกิจมีแนวโน้มหรือโอกาสที่จะประสบความสำเร็จตั้งแต่เมื่อแรกตั้งมากน้อยขนาดไหน
3. ธุรกิจนี้มีความได้เปรียบหรือความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวมากน้อยเพียงใด
4. สินค้าที่จะผลิตมีวิธีการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพียงใด

โดยสรุปแล้วแผนธุรกิจที่มีการรวบรวมและเขียนขึ้นอย่างดีนั้น ไม่เพียงแต่ให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงเท่านั้น ตัวแผนต้องสามารถเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ดี ที่จะส่งผ่านความคิด ผลการวิจัยและแผนที่จะนำเสนอให้กับผู้อ่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าของเงิน ต้องเป็นพื้นฐานสำคัญของการบริหารและดำเนินกิจการที่จะจัดตั้งขึ้น นอกจากนี้ ยังต้องเป็นเครื่องมือในการวัดผลความก้าวหน้าของกิจการ รวมถึงการประเมินถึงความเสี่ยงที่จำเป็น ดังนั้น นับได้ว่าการวางแผนธุรกิจเป็นเรื่องที่ต้องพิถีพิถัน ใช้เวลาและความพยายาม เสียค่าใช้จ่าย แต่ผลลัพธ์ที่ได้กลับมา คือ ความแตกต่างระหว่างความสำเร็จและความล้มเหลวของกิจการทีเดียว

องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

แม้ว่าองค์ประกอบของแผนธุรกิจจะไม่ได้มีกำหนดไว้ตายตัว หากแต่องค์ประกอบหลัก ซึ่งนักลงทุนพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการรู้ จะประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้ คือ

องค์ประกอบที่ 1 : บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

เป็นส่วนที่จะสรุปใจความสำคัญของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาวไม่เกิน 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญ เพราะเป็นส่วนแรกที่ผู้ร่วมลงทุนจะอ่านและจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่า จะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อหรือไม่ ดังนั้น บทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญสองประการ คือ

1. ชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริงๆ เกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ
2. ต้องชี้ให้เห็นว่า สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่ว่่านั้นให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไร

บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนควรระลึกไว้เสมอว่า คุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม จึงควรใช้เวลากับการเขียนส่วนนี้อย่างพิถีพิถันเนื้อหาในบทสรุปผู้บริหารควรกล่าวถึงสิ่งต่อไปนี้

1. อธิบายว่าจะทำธุรกิจอะไร และแนวคิดของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไร
2. โอกาสและกลยุทธ์ สรุปว่าอะไรคือโอกาสทำไมจึงน่าสนใจ และจะใช้โอกาสนั้นด้วยวิธีการอย่างไร

3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคะเนลูกค้าเป้าหมาย
4. ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ
5. ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไร
6. ทีมผู้บริหาร
7. ข้อเสนอผลตอบแทน

องค์ประกอบที่ 2 : ประวัติย่อของกิจการ

ส่วนนี้คือการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกิจการ ทั้งในด้านการแบบการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้าบริการ/ ที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 : การวิเคราะห์สถานการณ์

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

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

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

ผลลัพธ์จากขั้นตอนของการวิเคราะห์สถานการณ์ คือ บทวิเคราะห์ความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านต่างๆของกิจการ

องค์ประกอบที่ 4 : วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

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

1. มีความเป็นไปได้
2. สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม
3. เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

กล่าวคือ ไม่มุ่งหวังเพียงกำไรหรือผลลัพธ์ในระยะสั้นมากจนเกินไป โดยเฉพาะหากผลในระยะสั้นนั้นจะก่อให้เกิดผลเสียได้ในระยะปานกลางและระยะยาว

องค์ประกอบที่ 5 : แผนการตลาด

แผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาดตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในองค์ประกอบที่ 3 มาพิจารณาร่วมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ในองค์ประกอบที่ 4 เนื้อหาของแผนการตลาดต้องตอบคำถามหลักๆ ให้กับผู้ประกอบการอย่างน้อยดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายทางการตลาดที่ต้องทำให้ได้ในระยะเวลาของแผนคือเรื่องอะไรบ้าง
2. ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง
3. จะนำเสนอสินค้าบริการอะไรให้กลุ่มเป้าหมาย ในราคาเท่าใด และด้วยวิธีการใด
4. จะสร้างและรักษาความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้ด้วยวิธีการใดบ้าง
5. ถ้าสถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ จะปรับตัวหรือแก้ไขอย่างไร

การตอบคำถามดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญของแผนการตลาด ซึ่งมีเนื้อหาหลัก 4 ส่วน ดังนี้

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

องค์ประกอบที่ 6 : แผนการผลิตปฏิบัติการ

หลังจากที่ผู้ประกอบการได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกิจการ ตลอดจนกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและแผนกลยุทธ์ของกิจการในภาพรวม เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันแล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นให้ออกมาเป็นแผนการผลิต มีการปฏิบัติที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนธุรกิจส่วนอื่นๆ ของบริษัท อันได้แก่ แผนการตลาด แผนการบริหารและจัดการบุคลากรและแผนการเงิน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายตามแผนนั้นๆ

องค์ประกอบที่ 7 : แผนการจัดการ และ แผนคน

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

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

องค์ประกอบที่ 8 : แผนการเงิน

ในการจัดทำแผนธุรกิจนั้น กิจการต้องทราบให้ได้ว่าแผนที่จะจัดทำขึ้นนั้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ การที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าใด จะได้มาจากแหล่งใดบ้าง จากแหล่งเงินทุนภายใน ในรูปของเจ้าของกิจการ หรือแหล่งเงินทุน

ภายนอกในรูปของการกู้ยืมจากเจ้าหนี้ เรียกว่า กิจกรรมจัดหาเงิน (Financing Activities) จากนั้น จะเป็นเรื่องของการตัดสินใจนำเงินไปลงทุน กิจกรรมนี้เรียกว่า กิจกรรมลงทุน (Investing Activities) ซึ่งจะแตกต่างไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อเนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวข้างต้น คือ กิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งจะประกอบไปด้วย การผลิต การซื้อ การขาย และการจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ

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

องค์ประกอบที่ 9 : แผนการดำเนินงาน

หลังจากผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ของกิจการอย่างรอบคอบและครบถ้วน แล้ว ขั้นตอนต่อมาก็คือ การจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

ในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ โดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือนหรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

องค์ประกอบที่ 10 : แผนฉุกเฉิน

แผนฉุกเฉินเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่สถานการณ์หรือ ผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจ ที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้

5.ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)

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

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

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

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

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด 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 หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct channel) จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม และใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิต ผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การกระจายตัวสินค้าหรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical distribution หรือ Market logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร (Kotler and Keller.

2009 : 786) หรือหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์ จากผู้ผลิตไปยัง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

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

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

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

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

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

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) มีความหมายดังนี้

1. การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์

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

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing) การโฆษณา เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) และการตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่เน้นการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า (อ้างอิงจาก <http://passakorn2326.blogspot.com/>)

6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

ไพเวช วังบอน (2552 : 73-78) ที่ว่า แรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากสิ่งเร้า รอบตัวที่ กระตุ้นความคิดให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยแรงบันดาลใจนั้น เกิดจากธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ผลงานในอดีต สังคม วัฒนธรรม ประเพณี ภาษา ผลงานออกแบบ หรือสิ่งอื่นๆ แล้วเลือก แรงบันดาลใจที่ประทับใจมาวิเคราะห์ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการคิดงาน และสร้างอัตลักษณ์ในงาน ออกแบบด้วยรูปแบบงานที่โดดเด่นมีความเฉพาะ มีความพิเศษ มีความแตกต่าง มีพัฒนาการทั้ง 37 ระบบ ความคิด กระบวนการที่ก่อเกิด ซึ่งจะขึ้นกับประสบการณ์ของผู้สร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์กับ พื้นที่ และเวลา

สุทธิพงศ์ ศรีชุมพล (2552 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการผลิตเครื่องปั้นดินเผาชุมชนด่านเกวียนจังหวัดนครราชสีมา พบว่า กระบวนการผลิตเครื่องปั้นดินเผาตามภูมิปัญญาของชุมชนด่านเกวียนนั้น ยังต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีการ และ เครื่องทุนแรงในการผลิตแต่ยังคงอนุรักษ์ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของตนในเรื่องของการใช้ วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นหลักการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายทั้งประโยชน์ใช้สอย และความงาม การออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นของใช้และของประดับตกแต่งที่มีรูปแบบเฉพาะถิ่นที่มีความงามตามหลักการทัศนศิลป์ ด้วยลักษณะรูปแบบเฉพาะตัวที่เรียบง่ายประณีตงดงาม มีคุณค่าทางด้าน ความงามต่อรูปแบบ รูปทรง ใช้กรรมวิธีตามภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับเทคนิคสมัยใหม่ แล้ว สืบทอดมรดกภูมิปัญญาสู่ความเป็นสากล และยกระดับพัฒนาสู่อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแบบพื้นบ้านให้คงอยู่เป็นศิลปะและวัฒนธรรม ในการสร้างสรรค์ผลงานเครื่องปั้นดินเผาในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำ ทฤษฎีทางทัศนธาตุ มาเป็นตัวกำหนดการพัฒนาแบบผลงาน โดยการหารูปทรงที่เหมาะสมกับเนื้อหา งาน สร้างพื้นผิว และสีสันทองขึ้นงานให้เกิดน้ำหนักอ่อนแก่เพื่อให้เกิดความงามที่ผสมผสานกันอย่างลงตัวในงาน ทั้งนี้ ผลงานที่ได้จะต้องเป็นการผสมผสานระหว่างเรื่องและทัศนะของผู้วิจัยซึ่งผลงานที่ได้นั้นเกิดขึ้นจาก ความสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยนำเสนอ หรือผสมความคิดเห็นส่วนตนเข้าไปในด้านรูปลักษณะของเรื่องผสม กับจินตนาการทำให้รูปร่าง เรื่องเนื้อหา มีความสัมพันธ์กันในตัวผลงานโดยผู้วิจัยได้ดัดแปลง คลี่คลาย ให้สวยงามตามทัศนะ หรือจินตนาการของตนเองเพื่อให้ได้ผลงานที่เป็นอัตลักษณ์ หรือลักษณะเฉพาะตน

พิรพงษ์ พันธะสร (2551 : บทคัดย่อ) การปั้นเครื่องปั้นดินเผาของชาวสะเทิงหม้อเป็นเครื่องปั้นดินเผาที่บาส่ง ขึ้นรูปภาชนะ โดยการตีด้วยไม้มีรูปแบบเป็นหม้อข้าวหรือหม้อต้มยาสมุนไพรมีลักษณะคล้ายวงรี คอตั้งตรง มีสันที่ขอบปาก ก้นมน ไม้ นิยมตกแต่งลวดลาย แต่ในปัจจุบันไม่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเลย จะมีบ้างคือการซื้อหาเพื่อนำไปตกแต่งที่พักรักษาแต่ก็เป็นจำนวนเพียงเล็กน้อยเท่านั้น รูปแบบหม้อแกง ลักษณะมีหูสองข้างติดกับขอบปากหม้อ หูมีลักษณะครึ่งวงกลมคล้ายหูกกระทะ ไม้ ตกแต่งลวดลายเป็นหม้อชนิดหนึ่งที่ใช้สำหรับใส่น้ำ แบ่งเป็น 2 แบบ คือเพื่องานมีฝา มีขนาดใหญ่ ช่วงปาก จะสูงกว่าชนิดไม่มีฝา นิยมใช้ลวดลายรอบนอกตลอดทั้งใบยกเว้นช่วงคอถึงปากหม้อ เพื่องานไม่มีฝา ลักษณะเหมือนมีฝาทุกประการ แต่คอจะกึ่งและปากแบนออกและรูปแบบของสวดหรือหม้อสวด ใช้เนื้อข้าวเหนียว ลักษณะทั่วไปของสวด ตัวสวดแบ่งเป็นสอง ส่วน ส่วนล่างมีลักษณะคล้ายเพื่องาน มีการตีลาย ใช้บรรจุน้ำส่วนบนคล้ายปากเพื่องานสูงกว่าประมาณ 3-4 เท่า ไม่มีการตีลาย แต่ในปัจจุบันผู้ประกอบการได้ผลิตสวดเป็นจำนวนน้อยเนื่องจากกลุ่มผู้ใช้งานเปลี่ยนความนิยมไปใช้สวดแบบภาคอีสาน สวด แบบภาคใต้จึงผลิตขึ้นมาเพื่อใช้ในพิธีกรรมในงานแต่งงานแบบพื้นบ้านภาคใต้เท่านั้น ส่วนรูปแบบหม้อดินในปัจจุบันรูปแบบยังคงมี ลักษณะเหมือนเดิมจากอดีต หากแต่มีจำนวนการผลิตลดน้อยลง มีการนำรูปแบบเครื่องปั้นดินเผาของภาคอื่นมาดัดแปลง สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ตามแนวคิดของตนเองด้วย และการผลิตเครื่องปั้นดินเผาบ้านสะเทิงหม้อ ทั้งในอดีตและปัจจุบันจะมีความ คล้ายคลึงกันมาก เพราะได้รับการถ่ายทอดกรรมวิธีต่างๆมาจากบรรพบุรุษ แต่สิ่งที่เปลี่ยน ไปจากอดีตคือแหล่งดินที่เป็นวัตถุดิบอดีตจะนำมาจากตำบลบ่อแดง แต่ปัจจุบันจะนำมาจากอำเภอสะเทิงพระ จังหวัดสงขลา

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการนำขนมปังมาตัดเป็นชิ้นเล็กๆ
3. นำขนมปังที่ตัดไว้มาตากแห้ง
4. ทำการบดขนมปังและนำมาผสมกับกาวลาเท็กซ์
5. นำขนมปังที่ผสมกาวแล้วมาทำการผสมสีตามที่ต้องการ
6. ปั้นขนมปังตามแบบที่ต้องการ
7. นำขนมปังที่ปั้นเป็นรูปต่างๆมาเคลือบเงา
8. การประกอบลำต้นจากกระดาษทิชชู
9. การนำเอาขนมปังที่ปั้นไว้มาประกอบเป็นกิ่งก้าน
10. นำก้านที่ทำไว้มาประกอบกับลำต้น
11. ตรวจสอบความเรียบร้อยและความสวยงามของต้นบอนไซ

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

แผนการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562						ปี 2563	
	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. จัดทำแผนธุรกิจ และ แผนกลยุทธ์			↔					
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้					↔			
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน							↔	
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน								↔

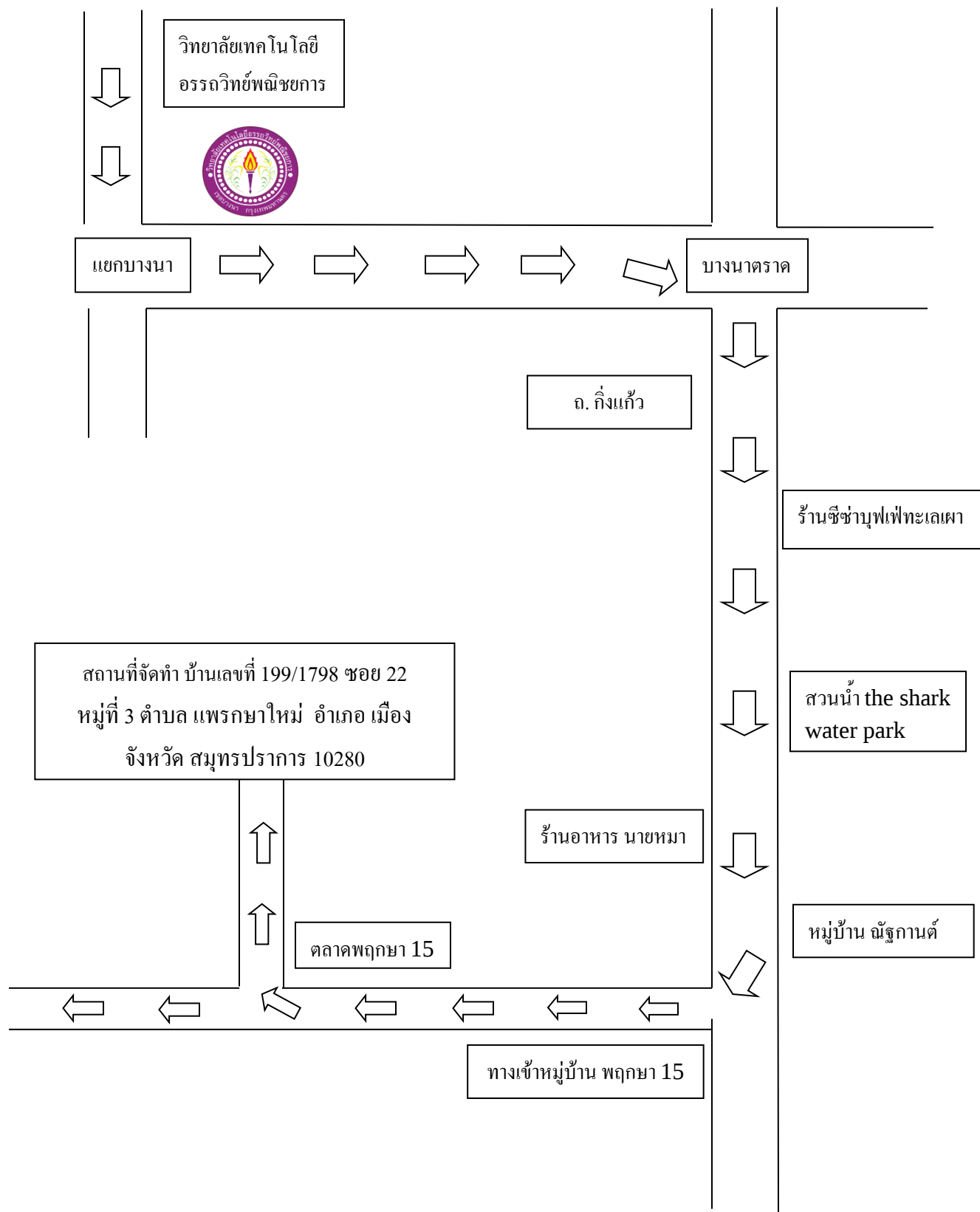
วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ กรกฎาคม 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ หมู่บ้านพฤษภา 15 บ้านเลขที่ 199/1798 ซอย 22 หมู่ที่ 3 ตำบล แพรกษาใหม่

อำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280

สถานที่ดำเนินโครงการ



ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 1,500 บาท

1. ขนบึงหัวกระโหลก	300 บาท
2. กาวลาเท็กซ์	140 บาท
3. ฟลอร่าเทปสีเขียว	75 บาท
4. ฟลอร่าเทปสีน้ำตาล	50 บาท
5. สีผสมอาหาร	30 บาท
6. กระดาษทิชชู	20 บาท
7. น้ำยาเคลือบเล็บ	40 บาท
8. ลวดดัด	200 บาท
9. โอเอซิล	105 บาท
10. กระดาษดินไม้	300 บาท
11. ป้ายนำเสนอผลงาน	240 บาท
รวม	1,500 บาท

การจัดทำแผนธุรกิจ

1. บทสรุปผู้บริหาร

บอนไซเป็นการตัดไม้ของประเทศญี่ปุ่นที่จริงแล้วในแถบเอเชียได้มีการเลี้ยงไม้ตัดแบบนี้อยู่แค่ประเทศคือ ประเทศญี่ปุ่น จีน และประเทศไทย บอนไซเป็นไม้อื่นต้นเป็นไม้มงคลบุคคลส่วนใหญ่จะนำมาตกแต่งบ้านเรือนไม้ตัดบอนไซมีวิธีตัดที่ไม่แตกต่างกันมากนักเพียงแค่ตัดให้ใกล้เคียงกับของจริงตามธรรมชาติบอนไซสามารถนำต้นอะไรมาทำก็ได้แม้กระทั่งต้นหญ้า ต้นไผ่ แต่มีข้อจำกัดอยู่ตรงที่ว่าต้องเป็นไม้ที่มีอายุยืน ไม่ใช่ไม้ล้มลุก ต้นไม้ที่จะนำมาตัดควรเป็นต้นไม้ที่มีใบละเอียดเป็นใบขนาดเล็กที่สำคัญอีกอย่างคือต้องเป็นไม้ที่กิ่งก้านยังอ่อนอยู่

ประเทศไทยนั้นไม้ตัดได้มีการเล่นกันมานานแล้วตั้งแต่สมัยสุโขทัยส่วนบอนไซนั้นคาดว่าเริ่มรู้จักกันในสมัยอยุธยาโดยชาวญี่ปุ่นเป็นผู้นำเข้ามาเนื่องจากไม้บอนไซเป็นไม้อย่อยมาจากไม้ใหญ่จากธรรมชาติเพราะฉะนั้นในการตัดตกแต่งหรือการสร้างบอนไซให้สวยงามเป็นธรรมชาติงานของบอนไซเป็นงานทั้งศาสตร์และศิลป์ต้องมีความรู้เรื่องการปลูกพืชและในขณะที่เดียวกันต้องมีความเป็นศิลปะในการตกแต่งต้นบอนไซอีกด้วย

ดังนั้นทางร้าน HP BONSAI ของเราได้มีการนำเอาบอนไซมาประยุกต์ซึ่งทำจากส่วนผสมของขนบึงพัฒนาขึ้นให้มีลักษณะเฉพาะไม่เหมือนใครเป็นการปั้นต้นบอนไซลงในกระถางใช้การ

เลียนแบบจากต้นไม้ใหญ่ในป่าธรรมชาติเพื่อที่จะทำให้เสมือนจริงจึงมีการดัดแปลงกิ่งก้านให้โค้งงอ โดยการใช้ลวดยึดไว้ให้อยู่กับที่สิ่งที่บอนไซที่ดีพึงมีคือ ความสมดุลที่ดีของลำต้นกับกิ่งก้านที่แตกขยาย ออกมาการปั้นต้นบอนไซของเราได้มีการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานทุกต้นก่อนนำมาจำหน่ายให้กับลูกค้าพนักงานที่ให้บริการกับลูกค้าทางเราได้มีการจัดฝึกอบรมมาเป็นอย่างดีอีกทั้งยังมีการจำหน่ายผ่านทางเพจ Facebook และ Line เพื่อความสะดวกแก่การเลือกซื้ออีกทั้งยังมีการประชาสัมพันธ์และจัดทำโปรโมชั่นมากมายให้กับกลุ่มสมาชิกของทางร้านอีกด้วย

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจต่อธนาคารพาณิชย์

โดยวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อขยายธุรกิจ
2. เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ
3. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือ แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มก่อตั้ง

ประวัติบริษัท

บริษัท HP BONSAI เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 4 มีนาคม พ.ศ 2562 มีเงินทุนจดทะเบียน 200,000 บาท โดยมี นางสาวรุ่งทิwa อินทบาล เป็นผู้ก่อตั้งบริษัท และนางสาวอมรรัตน์ พลายเพชร เป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัทที่ตั้งบริษัทตั้งอยู่ที่ หมู่บ้านพฤษภา 15 บ้านเลขที่ 199/1798 ซอย 22 หมู่ที่ 3 ตำบล แพรกษาใหม่ อำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280

เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตสินค้าและจำหน่ายสินค้า โดยเริ่มต้นจากการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาดความเจริญก้าวหน้าทางด้านสิ่งประดิษฐ์โดยเฉพาะการปั้นต้นบอนไซเป็นธุรกิจที่ยังมีผู้แข่งขันไม่มากนักเนื่องจากการปั้นต้นบอนไซใช้เงินทุนหมุนเวียนค่อนข้างสูงและจำเป็นต้องอาศัยความรู้และความชำนาญในการผลิตดังนั้นจึงมีแนวความคิดที่จะทำการวิจัยและทดลองผลิตสินค้าด้วยวิธีการนำมาประยุกต์และใช้การเลียนแบบจากต้นไม้ในธรรมชาติเพื่อนำมาผลิตจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ HP BONSAI

โดยเริ่มแรกเป็นแค่การดำเนินธุรกิจร้านเล็กๆเพียง 2 คน โดยทำการผลิตสินค้าที่บ้าน เป็นการปั้นต้นไม้แบบธรรมชาติไม่ได้ใช้การตกแต่งมากนัก หลังจากนั้นได้มีการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีลวดลายเพิ่มมากขึ้นโดยใช้การเลียนแบบจากต้นบอนไซของจริงเห็นได้ถึงความสวยงามมากขึ้นจึงได้มีการนำมาทดลองจำหน่ายผ่านทาง เฟสบุ๊ก ผลปรากฏว่ามีลูกค้าสนใจและชอบในสินค้าของร้านเรา และมีผลตอบรับที่ดีมากขึ้น นับตั้งแต่

นั้นเป็นต้นมา จึงได้ทำการจัดตั้งบริษัท HP BONSAI เพื่อดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าจนเป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักจากลูกค้า เพราะสินค้าของเราผลิตด้วยวิธีการประยุกต์ใช้ที่ขึ้นจากสิ่งของที่ย่อยสลายง่าย

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน	ระยะคาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	จัดตั้งบริษัท HP BONSAI จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจปั้นต้นบอนไซทำจากขนมปัง	1 เดือน	30 วัน
2	จดทะเบียน บริษัทจำกัด	2 อาทิตย์	14 วัน
3	ประชุมบอร์ดบริหารทุกฝ่าย	2 อาทิตย์	14 วัน
4	ทำวิจัยกลุ่มคนทั่วไปที่สนใจนวัตกรรมจากสิ่งของที่ย่อยสลายง่าย	1 เดือน	30 วัน
5	สรุปผลวิจัย นำข้อมูลมาประชุมและเริ่มดำเนินการ	1 อาทิตย์	7 วัน
6	เริ่มเปิดตัวผลิตภัณฑ์การปั้นต้นบอนไซและทำการประชาสัมพันธ์ในตัวผลิตภัณฑ์ไปยังเพจ Facebook และ Line	2 เดือน	60 วัน
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		5 เดือน 1 อาทิตย์	155 วัน

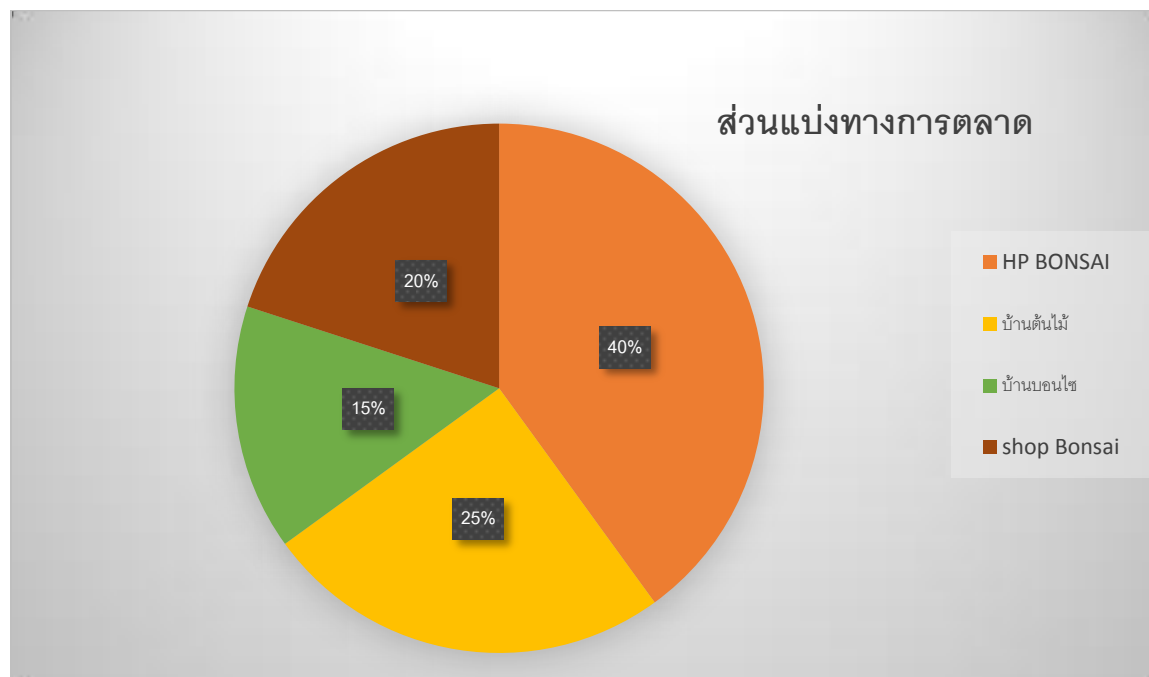
4. ผลลัพธ์

4.1 รายละเอียดสินค้า

การปั้นต้นบอนไซทำจากขนมปัง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการประยุกต์ใช้ จากผู้ที่มีฝีมือมากประสบการณ์ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า สร้างมูลค่า ด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์ มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่เหมือนใคร และเป็นที่สนใจของผู้บริโภค เพราะผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ความคงทน ความคุ้มค่าและที่สำคัญเป็นสิ่งที่ใช้ในการตกแต่งบ้านให้มีความสวยงามและเป็นต้นไม้มงคลอีกด้วย โดยมีอยู่ที่ราคา 590 บาท

- วัสดุหลักคือขนมปัง
- อุปกรณ์หลักคือลวดที่ใช้การระกอบลำต้น
- รูปทรงขึ้นอยู่กับการคัดลวด
- ต้นบอนไซมีความสูง 34 ซม. และขนาดเล็ก ความสูง 20 ซม.

5.2 ส่วนแบ่งทางการตลาด



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

แนวโน้มทางการตลาดของบริษัท HP BONSAI สามารถจะสามารถเติบโตได้อีก เพราะปัจจุบันมีผู้บริโภคและแสวงหาสินค้าที่เป็นจากการปั่นซึ่งเป็นสินค้าที่มีเหมือนต้นไม้จริงแต่ถูกจำลองด้วยการปั่นจากขนมปังและยังมีความคงทนและดูแลได้ง่ายไม่ต่างจากต้นไม้จริงจึงทำให้บริษัท HP BONSAI ได้เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

5.4 ตลาดเป้าหมาย

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ คือ

-กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือน อายุ 25-44 ปี อาศัยอยู่ตาม บ้านเรือน คอนโด/ห้องเช่า เป็นกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความต้องการสินค้าที่มีการออกแบบที่เป็นสิ่งแปลกใหม่โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะคำนึงถึงการใช้ในระยะการใช้งาน คุณภาพ ความคุ้มค่าในการซื้อสินค้า จึงทำให้บริษัท เราต้องขยายตัวเพื่อที่จะเจาะกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจการก็คือผู้บริโภค ที่มีความสนใจในตัวสินค้าที่เป็น การปั้นด้วยมือและความหลากหลายของตัวผลิตภัณฑ์ที่ต้องการให้ผู้บริโภคหันมาสนใจงานประติมากรรมมาก

5.6 สภาพการแข่งขัน

สภาวะการแข่งขันของตลาดสินค้าในงานประติมากรรมจะมีความรุนแรงน้อยกว่าตลาดสินค้าทั่วไป เพราะผู้ประกอบการรายใหม่ที่สามารถอยู่ในตลาดเป็นเวลานานได้นั้นมีน้อยราย เนื่องจากผู้ประกอบการไม่มี ทักษะในด้านประติมากรรมมากพออีกทั้ง ผู้บริโภคมีเพียงบางกลุ่มที่ชื่นชอบงานประติมากรรม หรือสิ่งปั้นทำให้ ผู้ประกอบการต้องมีทักษะความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ และออกแบบสินค้าที่หลากหลายให้กับกลุ่มผู้บริโภค อยู่เสมอ

5.7 คู่แข่งขัน

- ร้าน บ้านต้นไม้
- ร้าน บ้านบอนไซ
- ร้าน Shop bonsai

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	ร้าน HP BONSAI	ร้าน บ้านต้นไม้	ร้าน บ้านบอนไซ	ร้าน Shop bonsai
ด้านสินค้า	ต้นบอนไซที่ทำจากขนมปัง	ต้นบอนไซที่ทำจากพลาสติก	ต้นบอนไซปลอมที่ทำจากใบไม้สีเขียว	ต้นบอนไซที่ทำจากยางพารา
ราคา	ราคา 1,292 บาท	ราคา 990 บาท	ราคา 600 บาท	ราคา 1,650บาท
ช่องทางการจัดจำหน่าย	1.หน้าร้าน HP BONSAI 2. ทางออนไลน์ Facebook : HP BONSAI	1. หน้าร้าน บ้านต้นไม้ 2. ทางออนไลน์ Facebook : บ้านต้นไม้	1.ทางออนไลน์ Facebook : บ้านบอนไซ Line : บ้านบอนไซ	1. หน้าร้าน Shop bonsai Line : Shop bonsai
การส่งเสริมการตลาด	1.มีส่วนลดให้กับผู้แชร์เพจร้าน 10 % 2.จัดส่งฟรีลงทะเบียน	1. ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าครบ1,500 บาท ลด 10 %	1.จัดส่งฟรีลงทะเบียนเมื่อสั่งซื้อครบ 1,000บาท	1.จัดส่งสินค้าฟรีในพื้นที่ใกล้เคียง 2.การแจกใบชัวร์

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน(Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	1.มีการจัดวางระบบงานที่ดีมีประสิทธิภาพ 2.มีบุคลากรที่มีความชำนาญ 3.มีการประหยัดทรัพยากรและใช้อย่างมีประสิทธิภาพ	1.มีอุปกรณ์สำนักงานไม่เพียงพอ 2.จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน
ด้านการตลาด	1.มีส่วนลดจากการส่งเสริมการขาย 2.สินค้าราคาถูกเมื่อเทียบกับคู่แข่ง 3.มีขั้นตอนการจัดจำหน่ายดำเนินการอย่างเป็นระบบ	1.มีการโฆษณาในวงแคบเพราะเนื่องจากการโฆษณามีค่าใช้จ่ายสูง 2.สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม
ด้านการผลิต	1.บุคลากรมีทักษะการใช้เครื่องมือที่ดี 2.มีการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง 3.มีการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์สม่ำเสมอ 4.มีการส่งมอบสินค้าตรงเวลาตามกำหนด	1.ต้องมีการจ้างพนักงานชั่วคราวมาเพิ่มเติมเนื่องจากมีคำสั่งซื้อสินค้าเข้ามามากในบางช่วง 2.สถานที่ในการผลิตค่อนข้างคับแคบ
ด้านการเงิน	1.มีการตรวจสอบสถานะทางการเงินบริษัทเป็นประจำ 2.มีเงินทุนสำรอง	1.การจัดทำรายงานทางการเงินขาดการสรุปผลที่ชัดเจนที่จะนำไปวางแผนตัดสินใจต่อธุรกิจได้

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	1.กลุ่มเป้าหมายที่คือนักท่องเที่ยว 60%ที่สนใจงานประติมากรรมการปั้น 2.กลุ่มวัยทำงานอายุตั้งแต่ 20 -45 ปีเป็นกลุ่มที่มีรายได้และไม่ยึดติดกับแบรนด์	1.มีผู้บริโภคบางคนขาดความเข้าใจในสินค้าประเภทประติมากรรม
สถานการณ์การแข่งขัน	1.คู่แข่งรายใหญ่น้อยราย 2.ยังไม่มีผู้ประกอบการที่ผลิตจากวัสดุประเภทเดียวกันในเขตพื้นที่เดียวกัน	1.มีการแข่งขันสูงในด้านการส่งเสริมการขายในสินค้าชนิดเดียวกัน
สังคม	2.มีการรณรงค์การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดการยอมรับว่าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการลดปริมาณขยะให้แก่สังคม	1.ความไม่แน่นอนของการเมืองส่งผลต่อเศรษฐกิจของผู้บริโภค
เทคโนโลยี	1.เทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์ที่มี คุณภาพ สะดวกรวดเร็ว สามารถเข้าถึงบุคคลได้ทุกเพศทุกวัย	1.การลงทุนเทคโนโลยีอุปกรณ์เครื่องมือสื่อสารใหม่มีค่าใช้จ่ายสูง
สภาพเศรษฐกิจ	1.การประหยัดค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคช่วยให้สินค้าของเราอยู่บนทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค	1.สภาพเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีความผันผวนส่งผลต่อรายได้ของกิจการ
กฎหมาย , ระเบียบ ,ข้อบังคับ	1.ปัจจุบันรัฐบาลมีการสนับสนุนธุรกิจ SME เป็นอย่างมาก	1.ระเบียบข้อบังคับของกฎหมายในการจัดตั้งธุรกิจที่มีความยุ่งยากและซับซ้อน
กลุ่มผู้จำหน่าย , เครือข่าย	1.ความแปลกใหม่ของต้นบอนไซที่ทำจากขนมปังเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่ชอบในการปั้น	1.การให้บริการลูกค้าที่ไม่ทั่วถึงและยังไม่มีการขายสาขา

แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	HP BONSAI
ที่อยู่ / ที่ตั้งกิจการ	199/1798 ซอย 22 หมู่ 3 ต. แพรกษาใหม่ อ. เมือง จ. สมุทรปราการ 10280
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	บริษัทจำกัด
ทุนจดทะเบียน	200,000 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	-
หมายเลขทะเบียนการค้า	3401600260534

6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	นางสาวรุ่งทิวา อินทบาล	ประธาน
2	นางสาวอมรรัตน์ พลายเพชร	รองประธาน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจของกิจการขึ้นอยู่กับ ประธาน แต่เพียงผู้เดียว

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

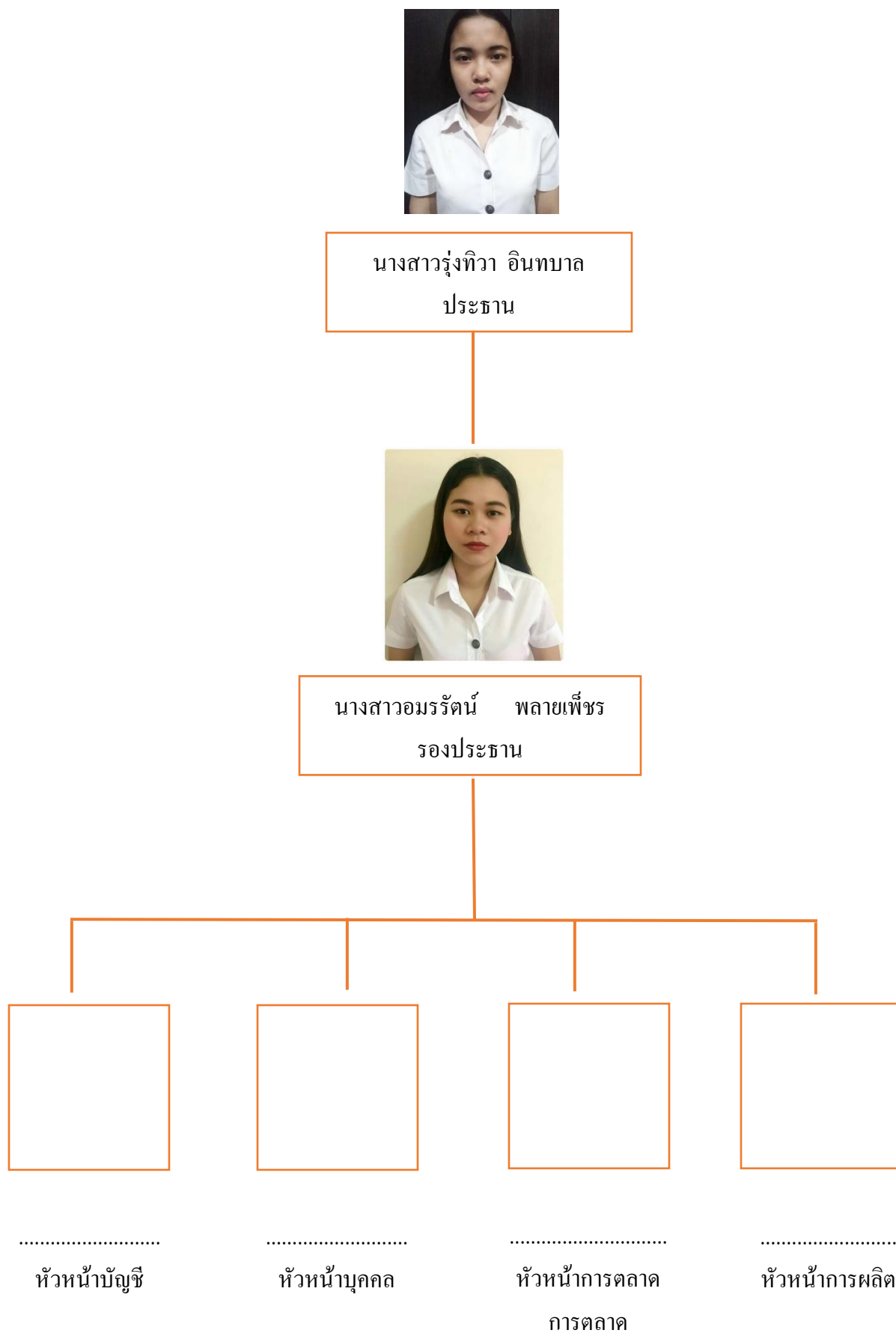
ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1	นางสาวรุ่งทิวา อินทบาล	14,000	140,000	70%
2	นางสาวอมรรัตน์ พลายเพชร	6,000	60,000	30%
รวมจำนวนหุ้น		20,000	200,000	100%

*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

- ก. ชื่อ นางสาวรุ่งทิวา อินทบาล อายุ 20 ปี
การศึกษา
ระดับ ปวส. จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์ชยการ ปี พ.ศ. 2562
- ข. ชื่อ นางสาวอมรรัตน์ พลายเพชร อายุ 20 ปี
การศึกษา
ระดับ ปวส. จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์ชยการ ปี พ.ศ. 2562

6 แผนผังองค์กร



6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

1. ชื่อ นางสาวรุ่งทิวา อินทบาล

ตำแหน่ง	ประธาน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	บริหาร วางแผน ตัดสินใจงานในบริษัท
การศึกษา ระดับ ปวส.	จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ ปี พ.ศ. 2561
อัตราเงินเดือน	15,000 บาท

2. ชื่อ นางสาวอมรรัตน์ พลายเพชร

ตำแหน่ง	รองประธาน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ให้คำปรึกษาวางแผนธุรกิจ จัดหาเงินทุน
การศึกษา ระดับ ปวส.	จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ ปี พ.ศ. 2561
อัตราเงินเดือน	12,000 บาท

3. ชื่อ

ตำแหน่ง	หัวหน้าบัญชี
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมดูแลการเงินของธุรกิจ
การศึกษา ระดับ ปวส.	จาก ปี พ.ศ.
อัตราเงินเดือน	7,000 บาท

4. ชื่อ

ตำแหน่ง	หัวหน้าบุคคล
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมดูแลการทำงาน/รับสมัครพนักงาน
การศึกษา ระดับ ปวส.	จาก ปี พ.ศ.
อัตราเงินเดือน	7,000 บาท

5. ชื่อ

ตำแหน่ง หัวหน้าการตลาด
 หน้าที่ความรับผิดชอบ ควบคุมดูแล ตรวจสอบ ส่งเสริมทางการตลาด
 การศึกษา ระดับ ปวส. จาก
 ปี พ.ศ.....
 อัตราเงินเดือน 7,000 บาท

6. ชื่อ

ตำแหน่ง หัวหน้าการผลิต
 หน้าที่ความรับผิดชอบ ควบคุมดูแลการผลิตและตรวจสอบสินค้าที่ผลิต
 การศึกษา ระดับ ปวส. จาก
 ปี พ.ศ.....
 อัตราเงินเดือน 7,000 บาท

6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตรา เงินเดือน	รวมเงินเดือน
1.	นางสาวรุ่งทิวา อินทบาล	ประธาน	1	15,000 บาท	15,000 บาท
2.	นางสาวอมรรรัตน์ พลายเพชร	รองประธาน	1	12,000 บาท	12,000 บาท
3.		หัวหน้าบัญชี	1	7,000 บาท	7,000 บาท
4.		หัวหน้าบุคคล	1	7,000 บาท	7,000 บาท
5.		หัวหน้าการตลาด	1	7,000 บาท	7,000 บาท
6.		หัวหน้าการผลิต	1	7,000 บาท	7,000 บาท
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			6	55,000 บาท	55,000 บาท

6.9 วิสัยทัศน์

มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์เพื่อตอบโจทย์บุคคลกลุ่มหนึ่งที่ชื่นชอบในศิลปะด้านการปั้น

6.10 พันธกิจ

1. พัฒนาน้องค์กรให้มีกระบวนการทำงานที่กระชับเรียบง่ายแต่มีประสิทธิภาพสูง
2. พัฒนาศักยภาพให้มีทักษะ ความรู้ ความชำนาญในด้านการปั้นผลิตภัณฑ์
3. สร้างและพัฒนาระบบการบริหารที่หลากหลายเพื่อสร้างความแตกต่างและเป็นจุดขายขององค์กร

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น ต้องการให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้า

เป้าหมายระยะกลาง เพื่อขยายตลาดของผลิตภัณฑ์ไปยังเขตพื้นที่ใกล้เคียงและขยายช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภค

เป้าหมายระยะยาว ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพที่ดีสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้ได้มากที่สุด

6.12 ปัจจัยความสำเร็จ

1. มีแหล่งวัตถุดิบที่มีราคาถูกและมีการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาให้แก่ลูกค้า
2. มีบุคลากรที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในด้านการทำผลิตภัณฑ์
3. ใช้หาบริการที่มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้กับหุ้นส่วนทุกคน โดยยึดหลักในการถือหุ้นของบุคคลคนนั้นๆ
2. ในปีที3 เป็นต้นไปจะจ่ายเงินปันผลของแต่ละบุคคลตามจำนวนของหุ้นส่วนในบริษัท

6.14 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

1. มีการวางแผนการดำเนินการเพื่อเข้าถึงเป้าหมายและสรรหาผู้บริโภครายใหม่
2. มีการขยายกิจการเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มีพื้นที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

7.แผนการตลาด

7.1 เป้าหมายทางการตลาด

1. เพื่อเพิ่มยอดขายและได้รับผลกำไรเพิ่มขึ้นในทุกๆปี
2. ต้องการให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงประสิทธิภาพของตัวสินค้า
3. ต้องการขยายกิจการและเพิ่มสาขาในช่วงเวลาหลังจากปีที่ 2

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มบุคคลวัยทำงานพนักงานบริษัทที่มีอายุตั้งแต่ 20 – 45 ปี ที่อาศัยอยู่ตามบ้านเรือนหรือห้องเช่า เช่น คอนโด เป็นต้น

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นให้มีลักษณะเฉพาะไม่เหมือนใครเป็นการปั้นต้นบอนไซที่มีขนาดเล็ก โดยใช้การเลียนแบบจากต้นไม้จริงที่มีขนาดใหญ่ดังนั้นเพื่อที่จะทำให้เสมือนจริงจึงมีการดัดแปลงกิ่งก้านให้โค้งงอโดยใช้ลวดยึดเพื่อให้เกิดลวดลายที่สวยงามทำให้ดึงดูดใจของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

ต้นบอนไซที่มีขนาดความสูง 34 CM. ราคาอยู่ที่ 1,290 บาท และขนาดมินิมอล 20 CM. จะอยู่ที่ราคา 590 บาท โดยมีการตั้งราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งในช่วงแรกเพราะสินค้านี้มีต้นทุนการผลิตค่อนข้างไม่สูงนักจึงไม่ส่งผลต่อการขาดทุนและเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการเลือกซื้อสินค้าของเรา

7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานที่ผลิตสินค้าและจัดจำหน่ายสินค้านี้ตั้งอยู่ที่ 199/1798 ซอย 22 หมู่ที่ 3 ตำบล แพรกษาใหม่ อำเภอบึง จังหวัด สมุทรปราการ 10280 หรือช่องทางออนไลน์ เช่น เพจ Facebook และ Line @HP BONSAI

7.3.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

1. มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาติดตามทางหน้าเพจของร้าน
2. มีส่วนลดให้ 5% สำหรับลูกค้าที่แชร์เพจหน้าร้าน HP BONSAI

7.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

1. มีการนำสินค้าไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ อาทิ เช่น ห้างสรรพสินค้า และงานจัดแสดงสินค้าต่างๆ
2. สามารถอัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและโปรโมชั่นใหม่ๆผ่านหน้าเพจ Facebook

8. แผนการผลิต

8.1 สถานประกอบการในการผลิต

สถานที่ตั้ง 199/1798 ซอย 22 หมู่ 3 ต. แพร่กษาใหม่ อ. เมือง จ.สมุทรปราการ 10280

8.2 เครื่องจักร อุปกรณ์ และเครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	ลักษณะการใช้งาน	จำนวน	ราคาทุน	อายุ	เลขทะเบียน
1.	ขนมปัง	ปั้น / ขึ้นรูป	5 ลัง	720	1 สัปดาห์	
2.	กาวลาเท็กซ์	เป็นส่วนผสมในชั้นตอน	3 ลัง	500	6 เดือน	
3.	กระดาษทิชชู	ใช้ประกอบลำต้น	5 ลัง	240	6 เดือน	
4.	ฟลอร่าเทป	ใช้พันลำต้นและประกอบกิ่งก้าน	50 ม้วน	1250	1-2 เดือน	
5.	สีผสมอาหาร	ใช้ในการผสมกับขนมปังเพื่อการปั้นรูป	30 ซอง	150	3-5 เดือน	
6.	น้ำยาเคลือบเล็บ	ใช้ในการเคลือบเงา	25 ขวด	500	3 เดือน	
7.	ลวดคัด	ใช้สำหรับตัดกิ่งก้าน	5 เมตร	150	1-2 ปี	
8.	กระดาษดันไม้	ใช้ใส่ตัวผลิตภัณฑ์	33 กระดาษ	870	1-2 ปี	

8.3 ข้อมูลการผลิต

จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด	250 ต้น/วัน, 6,500 ต้น/เดือน , 78,000 ต้น/ปี
อัตราประมาณการในการผลิต	250 ต้น/วัน, 6,500 ต้น/เดือน , 78,000 ต้น/ปี
เป้าหมายหน่วยการผลิต	250 ต้น/วัน, 6,500 ต้น/เดือน , 78,000 ต้น/ปี
เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการผลิต	10 ต้น / 2 ชั่วโมง
เวลาผลิตต่อวัน	8 ชั่วโมง
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต	6 คน
อัตราค่าแรงงานในการผลิต	300 บาท

8.4 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

- | | |
|---------------|-------------------|
| - ขนมนมปิ้ง | - กาวลาเท็กซ์ |
| - กระดาษทิชชู | - ฟลอร่าเทป |
| - สีส้มอาหาร | - น้ำยาเคลือบเล็บ |
| - ลวดคัต | - กระดาษคั่นไม้ |

8.5 ขั้นตอนการผลิต

1. จัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อการประดิษฐ์

2. นำขนมนมปิ้งที่เตรียมไว้มาตัดเป็นชิ้นเล็กๆ

3. นำขนมนมปิ้งที่ตัดไว้มาตากแดดให้แห้ง

4. ทำการบดขนมนมปิ้งและทำการผสมกาวลาเท็กซ์

5. นำขนมนมปิ้งที่ผสมกับกาวแล้วมาทำการผสมสีตามที่ต้องการ

6. ปั้นขนมนมปิ้งตามรูปแบบที่ต้องการเช่น ใบไม้ ผล และดอก

7. นำขนมนมปิ้งที่ปั้นเป็นรูปต่างๆแล้วมาทำการเคลือบเงา

8. เริ่มประกอบลำต้นจากกระดาษทิชชู

9. นำขนมนมปิ้งที่ปั้นไว้มาประกอบกับลำต้นให้สวยงาม

10. ตรวจสอบความเรียบร้อยเป็นอันเสร็จสิ้น

9.แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการผลิต

(ระบุรายละเอียดเชิงเฉพาะการลงทุนใหม่หรือการลงทุนเพิ่มเติมของธุรกิจ)

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินกู้ยืม	รวมมูลค่า
1.	เงินสด	200,000	-	200,000
ที่	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	200,000	-	200,000
	โครงสร้างทางการเงิน (เปอร์เซ็นต์)	100%	-	100%

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

(ระบุกรณีที่มิมีทรัพย์สินที่มีอยู่ก่อนหน้าและใช้เพื่อการลงทุนใหม่ หรือการลงทุนเพิ่มเติมของธุรกิจ)

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1.	ที่ดิน	-	
2.	อาคาร	-	
3.	ส่วนตกแต่ง / ปรับปรุง	ปรับปรุงสถานที่	50,000.00
4.	โรงงาน	-	
5.	เครื่องจักร	-	
6.	อุปกรณ์ / เครื่องใช้	ป้ายไวนิล, อุปกรณ์ตกแต่งร้าน	25,000.00
7.	เครื่องใช้สำนักงาน	คอมพิวเตอร์, เครื่องปริ้น	25,000.00
8.	ยานพาหนะ	-	
9.	วัตถุดิบคงเหลือ	-	
10.	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	
11.	ทรัพย์สินทางปัญญา	-	
12.	รายการอื่นๆ (ถ้ามี)		
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน			100,000.00

9.3 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้ -%	-	5%	10%
การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า -%	-		
การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการผลิต -%	-	5%	10%
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 1-%	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 2-%	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 3-%	-	-	-
ระยะเวลาที่ใช้ในการคำนวณใน ปี - วัน/เดือน	26วัน/เดือน		
อัตราคิดลดกระแสเงินสด (Discount Rate)	-	-	-
สมมติฐานทางการเงินอื่นๆ	-	-	-

9.4 นโยบายทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ระยะเวลาการให้เครดิตขายสินค้า -วัน/ เดือน	-	-	-
ระยะเวลาเครดิตซื้อสินค้า -วัน/ เดือน	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะสั้นที่ขอกู้ (ถ้ามี)	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะยาวที่ขอกู้ (ถ้ามี)	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น -%	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว -%	100,000		
นโยบายการตั้งสำรองเงินสดในกิจการ	-		
การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขอื่นๆ	-		
นโยบายทางการเงินอื่นๆ	-		

หมายเหตุ

9.6 ประมาณการขายรายได้จากการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสินค้าขาย (หน่วย)			
ต้นบอไนซ์	78,000.00	81,900.00	90,090.00
รวมจำนวนสินค้าขาย	78,000.00	81,900.00	90,090.00
ราคาขายสินค้า (บาท /หน่วย)			
ต้นบอไนซ์	1,290.00	1,290.00	1,290.00
ราคาสินค้าเฉลี่ย	1,290.00	1,290.00	1,290.00
รายได้จากการขาย (บาท)			
ต้นบอไนซ์	100,620,000.00	105,651,000.00	116,216,100.00
รวมรายได้จากการขาย (บาท)	100,620,000.00	105,651,000.00	116,216,100.00
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
ขายด้วยเงินสด	100,620,000.00	105,651,000.00	116,216,100.00
ขายด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)			
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน/เดือน)			
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)			
เงินสดจากการขายสินค้า (บาท)	100,620,000.00	105,651,000.00	116,216,100.00

9.7 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนวัตถุดิบในการผลิต (หน่วย)			
ขนมปัง (ลัง) 1 ลังมี 24 ชิ้น	3,250.00	3,413.00	3,755.00
กาว (ลัง) 1 ลังมี 6 กระป๋อง	780.00	819.00	910.00
ทิชชู (ลัง) 1 ลังมี 24 ม้วน	3,250.00	3,413.00	3,755.00
ลวด (ลัง) 1 ลังมี 24 ม้วน	3,250.00	3,413.00	3,755.00
ฟรอร่าเทป (ลัง) 1 ลังมี 24 ม้วน	3,250.00	3,413.00	3,755.00
น้ำยาเคลือบเล็บ 1 ลังมี 24 ขวด	3,250.00	3,413.00	3,755.00
โอเอซีล 1 ลังมี 30 ก้อน	2,600.00	2,730.00	3,003.00
กระดาษ 24 กระดาษ	3,250.00	3,413.00	3,755.00
ราคาต่อหน่วย (บาท /หน่วย)			
ขนมปัง (ลัง) ชิ้นละ 10 บาท	240.00	252.00	277.20
กาว (ลัง) กระป๋องละ 45 บาท	270.00	283.50	311.85
ทิชชู (ลัง) ม้วนละ 8 บาท	192.00	201.60	221.76
ลวด (ลัง) ม้วนละ 11 บาท	280.00	294.00	323.40
ฟรอร่าเทป (ลัง) ม้วนละ 14 บาท	340.00	357.00	392.70
น้ำยาเคลือบเล็บ ขวดละ 10 บาท	240.00	252.00	277.20
โอเอซีล ก้อนละ 10 บาท	300.00	315.00	346.50
กระดาษ 24 กระดาษ ในราคา 192 บาท	192.00	201.60	221.76
ต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)			
ขนมปัง	780,000.00	860,076.00	1,040,886.00
กาว	210,600.00	232,186.50	280,976.85
ทิชชู	624,000.00	688,060.80	832,708.80
ลวด	910,000.00	1,003,422.00	1,214,367.00
ฟรอร่าเทป	1,105,000.00	1,218,441.00	1,474,588.50
น้ำยาเคลือบเล็บ	780,000.00	860,076.00	1,040,886.00
โอเอซีล	780,000.00	859,950.00	1,040,539.50
กระดาษ	624,000.00	688,060.80	832,708.80
รวมต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)	5,813,600.00	6,410,273.10	7,757,661.45

ประมาณการเข้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	5,813,600.00	6,410,273.10	7,757,661.45
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)			
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน/เดือน)			
มูลค่าเข้าหนี้การค้าวัตถุดิบและสินค้าซื้อ			
เงินสดจ่ายวัตถุดิบและสินค้าซื้อเพื่อผลิต	5,813,600.00	6,410,273.10	7,757,661.45

9.8 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนการผลิตสินค้า (บาท)			
ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้า	5,813,600.00	6,410,273.10	7,757,661.45
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อการผลิต	-	-	-
ค่าแรงงานในการผลิต	561,600.00	589,680.00	648,648.00
ค่าไฟฟ้าในการผลิต	20,000.00	21,000.00	23,100.00
ค่าน้ำประปาในการผลิต	3,600.00	3,780.00	4,158.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	4,000.00	4,200.00	4,620.00
ค่าบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์	2,400.00	2,520.00	2,772.00
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต			
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการผลิต			
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า (1)	6,405,200.00	7,031,453.10	8,440,959.45
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)			
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการผลิต(5%)	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์(20%)	876.00	876.00	876.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)	-	-	-
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต (2)	876.00	876.00	876.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น (1) + (2)	6,406,076.00	7,032,329.10	8,441,835.45
+ บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	6,406,076.00	7,032,329.10	8,441,835.45

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	660,000.00	693,000.00	762,300.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	35,000.00	36,750.00	40,425.00
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	10,200.00	10,710.00	11,781.00
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	4,000.00	4,200.00	4,620.00
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	10,000.00	10,500.00	11,550.00
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	5,000.00	5,250.00	5,775.00
ค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองสำนักงาน	2,500.00	2,625.00	2,887.50
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่าง ๆ	-	-	-
ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย	5,500.00	5,775.00	6,352.50
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	15,000.00	15,750.00	17,325.00
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	13,000.00	13,650.00	15,015.00
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง	-	-	-
ค่าใช้จ่าย Commission จากการขาย	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าเช่าอาคาร	130,000.00	136,500.00	150,150.00
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารงานและการขาย (1)	902,200.00	947,310.00	1,042,041.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย			
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน(5%)			
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้(20%)	10,000.00	10,000.00	10,000.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)	-	-	-
รวมค่าเสื่อมราคา (2)	10,000.00	10,000.00	10,000.00
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย (1) + (2)	912,200.00	957,310.00	1,052,041.00

9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการขายสินค้า	100,620,000.00	105,651,000.00	116,216,100.00
รายได้อื่น	-	-	-
รวมรายได้	100,620,000.00	105,651,000.00	116,216,100.00
หัก-ต้นทุนขายสินค้า	5,774,820.00	6,335,667.75	7,597,802.97
กำไรขั้นต้น	94,845,180.00	99,315,332.25	108,168,297.03
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	907,200.00	952,060.00	1,040,767.00
กำไรจากการดำเนินการ	93,937,980.00	98,363,272.25	107,577,530.03
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล (15%)	93,937,980.00	98,363,272.25	107,577,530.03
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล(15%)	14,090,697.00	14,754,490.83	16,136,629.50
กำไรสุทธิ	79,847,283.00	83,608,781.42	91,440,900.53
หัก-เงินปันผลจ่าย (10%)	-	-	-
กำไรสะสม		79,847,283.00	37,614,98.42
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น	79,847,283.00	3,761,498.42	87,679,402.11
มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น	396.53	18.52	435.04

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน			
เงินสดรับจากการขายสินค้า	100,620,000.00	105,651,000.00	116,216,100.00
เงินสดรับจากรายได้อื่น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	6,406,076.00	7,032,329.10	8,441,835.45
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	912,200.00	957,310.00	1,052,041.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	13,995,258.60	14,649,204.13	16,008,333.53
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานรวม	79,306,465.40	83,012,156.77	90,713,890.02
กระแสเงินสดจากการลงทุน			
ปรับปรุงสถานที่	50,000.00		
อุปกรณ์ตกแต่งร้าน	25,000.00	-	-
เครื่องใช้สำนักงาน	25,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม	100,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม			
กระแสเงินสดสุทธิ	79,206,465.40	83,012,156.77	90,713,890.02
บวก+กระแสเงินสดต้นงวด	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	79,206,465.40	83,012,156.77	90,713,890.02

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	79,206,465.40	83,012,156.77	90,713,890.02
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	79,206,465.40	83,012,156.77	90,713,890.02
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	100,000.00	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	100,000.00	-	-
รวมสินทรัพย์	79,306,465.40	83,012,156.77	90,713,890.02
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
หนี้สินหมุนเวียน			
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน			
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน (ต่ำ) กว่าทุน	-	3,705,691.37	87,008,198.65
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	79,847,283.00	3,761,498.42
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	79,306,465.40	83,012,156.77	90,713,890.02
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	79,306,465.40	83,012,156.77	90,713,890.02

9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	สภาพคล่อง สูง	สภาพคล่อง สูง	สภาพคล่อง สูง
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	-	-	-
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน			
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	-	-	-
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-
ระยะเวลาดินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (รวม)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนหนี้สิน (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	93.63%	93.34 %	92.73 %
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	92.72%	92.43 %	91.83 %
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	78.81%	78.57 %	78.05 %
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per share)	396.53	18.52	435.04
มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book Value)	10	10	10
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	3 ปี		
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	3 ปี		
ระยะเวลาคืนทุน	3 ปี		

10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1.	สินค้ามีราคาทุนสูงกว่าที่กำหนด	ทำให้เงินสำรองไม่มีเพียงพอต่อการหมุนเวียนของค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ	ซื้อวัตถุดิบในปริมาณมากจะสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายของวัตถุดิบได้มากขึ้น
2.	สินค้าถูกลอกเลียนแบบ	ทำให้ยอดขายของบริษัทลดลง เพราะลูกค้าได้มีการไปซื้อสินค้าของกลุ่มแข่งขัน	จัดทำโปรโมชั่นและกิจกรรมการส่งเสริมการขาย เช่น โฆษณาและการจัดแสดงสินค้า
3.	ลูกค้ามีรสนิยมการซื้อที่เปลี่ยนไป	ทำให้รายได้ของกิจการลดลง เนื่องจากลูกค้ามีทางเลือกใหม่ที่หลากหลาย	ต้องมีการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ขึ้นเรื่อย เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกที่หลากหลาย

ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาว รุ่งทิวา อินทบาล		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
20 มิ.ย. 62	รวมกลุ่มคิดหัวข้อโครงการ	
22 มิ.ย. 62	ประชุมและหาอาจารย์ปรึกษาหารือ	
24 มิ.ย. 62	จัดทำและเสนอแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ	
26 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ ครั้งที่ 1	
1 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 1	
5 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 1	
10 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์	
18 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 2	
23 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 1	
30 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์	
4 ส.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 3	
14 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 1	
21 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 2	
25 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
27 ส.ค. 62	จัดทำและส่งแผนธุรกิจ	
1 ก.ย. 62	แก้ไขและส่งแผนธุรกิจ ครั้งที่ 1	
3 ก.ย. 62	รวบรวมเอกสารนำเสนอโครงการ	
4 ก.ย. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
5 ก.ย. 62	ส่ง ppt. (โครงการ+บทที่1-3+แผนธุรกิจ) เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการครั้งที่ 1	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
25 ก.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	

นางสาว รุ่งทิวา อินทบาล		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
3 ต.ค. 62	ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำงานสิ่งประดิษฐ์	
4 ต.ค. 62	ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์	
5 ต.ค. 62	ออกแบบและวางโครงสร้าง	
6 ต.ค. 62	นำขนมปังมาตากแดดและนำมาอบ	
8 ต.ค. 62	นำขนมปังมาผสมกับกาวและสีผสมอาหาร	
9 ต.ค. 62	นำมามี้นตามแบบที่เราต้องการ	
11 ต.ค. 62	แก้ไขชิ้นงาน ครั้งที่ 1	
12 ต.ค. 62	ทดสอบความทนทานและถ่ายรูปผลงาน	
17 ต.ค. 62	ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน	
19 ต.ค. 62	แก้ไขแบบป้ายไวนิล ครั้งที่ 1	
21 ต.ค. 62	ส่งแบบไวนิล	
30 ต.ค. 62	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเข้าניתศโครงการ	
3 พ.ย. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 1-3 ตามที่คณะกรรมการแนะนำ เตรียมนำเสนอรอบที่ 2	
6 พ.ย. 62	สั่งทำป้ายไวนิลและรับของ	
8 พ.ย. 62	ส่ง ppt. (โครงการ+แผนการตลาด และ แผนการผลิต) เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการครั้งที่ 2	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
26 พ.ย. 61	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
6 ธ.ค.62	จัดทำและส่งแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
12 ธ.ค.62	เตรียมจัดแสดงภายในงาน ATC นิทรรศน์	
13 ธ.ค. 62	จัดแสดงสิ่งประดิษฐ์งาน ATC นิทรรศน์และแจกแบบสอบถามในงาน ATC นิทรรศน์	
16 ธ.ค. 62	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล)	
18 ธ.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 4 ครั้งที่ 1	
20 ธ.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 4 ฉบับสมบูรณ์	
15 ม.ค. 62	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (สรุปบัญชี)	

20 ม.ค. 63	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 5	
24 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5 ฉบับสมบูรณ์	
นางสาว รุ่งทิวา อินทบาล		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
27 ม.ค. 63	จัดทำและส่งเอกสารเอกสารบรรณานุกรม	
29 ม.ค. 63	แก้ไขและส่งเอกสารบรรณานุกรม ครั้งที่ 1	
30 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบรรณานุกรมฉบับสมบูรณ์	
3 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ก และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
4 ม.ค. 63	แก้ไขเอกสารภาค ผนวก ข และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
5 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ค และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
6 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ง และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
10 ก.พ. 63	จัดทำกิตติกรรมประกาศ/สารบัญ พร้อมนำกลับมาแก้ไข	
11 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ/สารบัญต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
12 ก.พ. 63	จัดทำบทคัดย่อ/ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
14 ก.พ. 63	นำบทคัดย่อกลับมาแก้ไข/ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
20 ก.พ. 63	จัดทำส่วนหน้าปก สารบัญ และนำส่งรูปเล่มโครงการ	
23 ก.พ. 63	แก้ไขจุดบกพร่อง	
25 ก.พ. 63	นำส่งรูปเล่มโครงการฉบับสมบูรณ์ พร้อมซีดี	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาว อมรรัตน์ พลายเพชร		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
20 มิ.ย. 62	รวมกลุ่มคิดหัวข้อโครงการ	
22 มิ.ย. 62	ประชุมและหาอาจารย์ปรึกษาร่วม	
24 มิ.ย. 62	จัดทำและเสนอแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ	
26 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ ครั้งที่ 1	
1 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 1	
5 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 1	
10 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์	
18 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 2	
23 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 1	
30 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์	
4 ส.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 3	
14 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 1	
21 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 2	
25 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
27 ส.ค. 62	จัดทำและส่งแผนธุรกิจ	
1 ก.ย. 62	แก้ไขและส่งแผนธุรกิจ ครั้งที่ 1	
3 ก.ย. 62	รวบรวมเอกสารนำเสนอโครงการ	
4 ก.ย. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
5 ก.ย. 62	ส่ง ppt. (โครงการ+บทที่1-3+แผนธุรกิจ) เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการครั้งที่ 1	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
25 ก.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
3 ต.ค. 62	ประชุมวางแผนขั้นตอนการดำเนินงานประดิษฐ์	
4 ต.ค. 62	ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์	
5 ต.ค. 62	ออกแบบและวางโครงสร้าง	

6 ต.ค. 62	นำชิ้นส่วนมาระกอบกับลำต้น	
8 ต.ค. 62	ทำการเคลือบเงาด้วยน้ำยาเคลือบเล็บ	
นางสาว อมรรัตน์ พลายเพชร		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
9 ต.ค. 62	นำชิ้นส่วนมาประกอบ	
11 ต.ค. 62	แก้ไขชิ้นงาน ครั้งที่ 1	
12 ต.ค. 62	ทดสอบความทนทานและถ่ายรูปผลงาน	
17 ต.ค. 62	ออกแบบป้ายไว้นิพนธ์นำเสนอผลงาน	
19 ต.ค. 62	แก้ไขแบบป้ายไว้นิพนธ์ ครั้งที่ 1	
21 ต.ค. 62	ส่งแบบไว้นิพนธ์	
30 ต.ค. 62	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเข้านิเทศโครงการ	
3 พ.ย. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 1-3 ตามที่คณะกรรมการแนะนำ เตรียมนำเสนอรอบที่ 2	
6 พ.ย. 62	สั่งทำป้ายไว้นิพนธ์และรับของ	
8 พ.ย. 62	ส่ง ppt. (โครงการ+แผนการตลาด และ แผนการผลิต) เพื่อ เตรียมนำเสนอโครงการครั้งที่ 2	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
26 พ.ย. 61	แก้ไขเอกสาร โครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
6 ธ.ค.62	จัดทำและส่งแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
12 ธ.ค.62	เตรียมจัดแสดงภายในงาน ATC นิทรรศน์	
13 ธ.ค. 62	จัดแสดงสิ่งประดิษฐ์งาน ATC นิทรรศน์และแจกแบบสอบถาม ในงาน ATC นิทรรศน์	
16 ธ.ค. 62	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล)	
18 ธ.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 4 ครั้งที่ 1	
20 ธ.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 4 ฉบับสมบูรณ์	
15 ม.ค. 62	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (สรุปบัญชี)	
20 ม.ค. 63	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 5	
24 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5 ฉบับสมบูรณ์	
27 ม.ค. 63	จัดทำและส่งเอกสารเอกสารบรรณานุกรม	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์การปั้นดินบอนไซทำจากขนมปัง

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
22 มิ.ย. 62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2	1,500	3,000						3,000
26 มิ.ย. 62	ค่าปริ้นเอกสารอนุมัติ โครงการ				7 แผ่น	2	14			2,986
25 ส.ค. 62	ค่าปริ้นเอกสารบทที่ 1 - 3				62 แผ่น	2	124			2,862
3 ต.ค. 62	ขนมปัง				10 ปอนด์	100	1,000			1,862
3 ต.ค. 62	กาวลาเท็กซ์				2 กระปุก	80	160			1,702
3 ต.ค. 62	สีผสมอาหาร				9 ซอง	5	45			1,657
3 ต.ค. 62	ลวด				2 เมตร	50	100			1,557
17 ต.ค. 62	ค่าป้ายไว้นิล				1 ฝืน	300	300			1,257
รวม				3,000			1,743			1,257

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวน หน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	ขอยกมา(17 ต.ค. 62)									1,257
4 ธ.ค.61	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2	100	200						1,457
2 ธ.ค.62	ค่าถ่ายเอกสารแบบสอบถาม				100 แผ่น	2	200			1,257
24 ม.ค. 63	ค่าปริ้นเอกสารบทที่ 4-5				17 แผ่น	2	34			1,223
6 ม.ค. 63	ค่าปริ้นบรรณานุกรมและภาคผนวก				30 แผ่น	2	60			1,163
20 ก.พ. 63	ค่าปริ้นส่วนหน้าโครงการ				10 แผ่น	2	20			1,143
20 ก.พ. 63	ค่าเช่าเล่ม				1 ชุด	1	200			943
25 ก.พ. 63	ค่าซีดีและหน้าปก				1 ชุด	30	30			913
รวม				200			544			913

สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์การปั้นดินบอนไซทำจากขนมปัง

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

ลงทุน	3,200 บาท
-------	-----------

หักค่าใช้จ่าย	2,287 บาท
---------------	-----------

คงเหลือสุทธิ	913 บาท
--------------	---------

นำเงินส่วนที่เหลือคืนแก่สมาชิก ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

- | | |
|-----------------------------|---------|
| 1. นางสาว รุ่งทิวา อินทบาล | 457 บาท |
| 2. นางสาว อมรรัตน์ พลายเพชร | 456 บาท |

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการนวัตกรรม การปั้นต้นบอนไซทำจากขนมปังปฏิบัติงานระยะเวลา ตั้งแต่ 3 – 30 ตุลาคม 2562 สถานที่ปฏิบัติงานคือ หมู่บ้านพฤษภา 15 บ้านเลขที่ 199/1798 ซอย 22 หมู่ที่ 3 ตำบล แพรกษาใหม่ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280 ได้เก็บเงินจากสมาชิกกลุ่มคนละ 2,000 บาท จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 4,000 บาท เสียค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์ เป็นจำนวนเงิน 3,500 บาท คงเหลือ 500 บาท โดยการดำเนินงานบรรลุการเรียนรู้วิชาโครงการดังนี้

- การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
- สามารถสร้างมูลเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้และเพิ่มรายได้ให้นักศึกษา
- ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
- ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

สรุปตารางการปฏิบัติงาน

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
1	24-28 มิ.ย.62	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
2	1-12 ก.ค.62	ส่งเนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	
3	15-31 ก.ค.62	ส่งเนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
4	1 -30 ส.ค.62	ส่งเนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	
5	1 -30 ส.ค.62	จัดทำแผนธุรกิจ - บทสรุปผู้บริหาร - วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ - ความเป็นมาของธุรกิจ - ผลิตภัณฑ์ - วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด	

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
		- แผนการบริหารจัดการ - แผนการตลาด - แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ - แผนการเงิน - แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	
6	2-6 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	1-31 ต.ค.62	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการ งานประดิษฐ์) เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ - ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์ (1 ต.ค. 61) - ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์ (2 ต.ค. 61) - นำขนมปังมาตากแดดและนำมาอบ (3 ต.ค. 61) - นำขนมปังที่อบแล้วมาผสมกาวและสี (4 ต.ค. 61) - นำขนมปังที่ได้มาปั้นตามแบบที่ต้องการ (5 ต.ค. 61) - นำชิ้นส่วนมาประกอบ (6 ต.ค. 61) - นำชิ้นงานมาเคลือบเงาโดยใช้น้ำยาเคลือบเล็บ เพื่อให้อายุการใช้งานมากยิ่งขึ้น (8 ต.ค. 61) - ทดสอบความทนทานและถ่ายรูปผลงาน (10 ต.ค. 61) - ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน (11 ต.ค. 61) - แกะไขแบบป้ายไวนิล (12 ต.ค. 61) - ส่งแบบไวนิล (15 ต.ค. 61) - สั่งทำป้ายไวนิลและรับของ (5 พ.ย. 61)	
9	1-8 พ.ย.62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน นำเสนองาน	

		โครงการ การออกร้านจัดแสดงสินค้า หรือบริการ	
10	16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน จัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประติมากรรม)	
ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
11	13 ธ.ค.62	งาน ATC นิทรรศน์	
12	16-20 ธ.ค. 62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 -ปฏิบัติงานรายบุคคล	
	13-17 ม.ค. 63	-บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	
13	20-24 ม.ค. 63	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ)	
14	27-31 ม.ค. 63	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	
15	3-7 ก.พ.63	กำหนดส่ง - ภาคผนวก ก - ภาคผนวก ข - ภาคผนวก ค - ภาคผนวก ง	
16	10-14ก.พ.63	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ	
		กำหนดส่ง บทคัดย่อ	
17	17-21ก.พ.63	ตรวจรูปเล่มโครงการ	
18	24-28ก.พ.63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. ปัญหาด้านการใช้อุปกรณ์สมาชิกขาดความชำนาญการใช้งาน
2. ระยะทางการเดินทางของสมาชิกมีความห่างไกลมาก ทำให้การปฏิบัติงานล่าช้า

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

1. ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในการใช้อุปกรณ์ และฝึกฝนการใช้อุปกรณ์

2. น้ดหมายเวลาปฏิบัติงานให้เร็วขึ้น เพื่อลดการปฏิบัติงานล่าช้า

บรรณานุกรม

ไพเวช วังบอน และคณะ. (2552). การศึกษาโครงการนการป้ันดินเผา. ค้ันข้อมูล 10

ธันวาคม 2562, http://lpsci.nfe.go.th/lpsci/attachments/184_project09.pdf

สุทธิพงษ์ ศรีชุมพล. (2552). กระบวนการผลิตการปั้นดินเผา. ค้นข้อมูล 10 ธันวาคม 2562, จาก <https://sites.google.com/site/bankrapongriyus/>

พีรพงษ์ พันธะศร. (2551). การออกแบบสิ่งประดิษฐ์. ค้นข้อมูล 10 ธันวาคม 2562, จาก <https://sites.google.com/site/poo071234/3-1-kar-xxkbaeb-sing-pradisth>

เมธา หริมเทพาธิป. (2560). แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์. ค้นข้อมูล 10 ธันวาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/629839>

ถนอม บริคุต, ศ.อ. (2558). แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค. ค้นข้อมูล 10 ธันวาคม 2562, จาก <https://fifathanom.wordpress.com/2014/12/07/>

สุภาพร เพียรดี. (2559). แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์. ค้นข้อมูล 10 ธันวาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/455676>

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

Passakorn Tipcha. (2560). ส่วนผสมทางการตลาด Marketing Mix. ค้นข้อมูล 10 ธันวาคม 2562, จาก <http://passakorn2326.blogspot.com>

ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ชื่อโครงการภาษาไทย	เอชพีบอนไซ (HP BONSAI)
แผนงาน	นักศึกษาศาสาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์รัชฎา ธรรมิสกุล
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์วิชชุทธิ์ ศรีสะอาด

ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. นางสาวรุ่งทิวา	อินทบาล	ประธานโครงการ
2. นางสาวอมรรัตน์	พลายเพชร	รองประธานโครงการ

หลักการและเหตุผล

บอนไซเป็นไม้ประดับอย่างหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย จะเห็นได้จากการที่มีผู้ผลิตและเลี้ยงบอนไซออกมาจำหน่ายอยู่ทั่วไปทั้งตามสวนและตลาดไม้ดอกไม้ประดับ หรือแม้แต่ในห้างสรรพสินค้า สำหรับในส่วนของเราหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้จัดให้มีการประกวดบอนไซอยู่เป็นประจำในเทศกาลต่างๆ ในปัจจุบันนี้มีผู้นิยมปั้นต้นบอนไซรายใหม่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากและมีความสนใจที่จะเรียนรู้ฝึกหัดเกี่ยวกับการปั้นต้นบอนไซ แม้ว่าความรู้ทั่วๆไปหาได้ไม่ยากนักจากหนังสือ ตำราหรือเอกสารต่างๆ แต่การปั้นต้นบอนไซที่ได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยการฝึกฝนปฏิบัติด้วยตนเองและได้รับการชี้แนะจากผู้มีประสบการณ์ทางด้านการเลี้ยงบอนไซ

ดังนั้นผู้จัดทำจึงได้มีการเลือกการปั้นต้นบอนไซที่พัฒนาขึ้นและมีลักษณะเฉพาะไม่เหมือนใครบอนไซของเราเป็นศิลปะแขนงหนึ่งโดยใช้การปั้นต้นบอนไซลงในกระถางขนาดเล็กโดยใช้การเลียนแบบจากต้นไม้จริงให้มาอยู่ในกระถางต้นไม้จำลอง เพื่อให้ความเสมือนจริงจึงมีการดัดแปลงกิ่งก้านให้โค้งงอโดยใช้ลวดยึดไว้ให้อยู่กับที่สิ่งสำคัญของต้นบอนไซไม่ได้ดูเพียงแค่รูปทรงทั้งหมดอย่างเดียวแต่ยังดูถึงจุดอื่นๆด้วย เช่นราก ลำต้น กิ่งก้านและใบ ปัจจุบันนี้บุคคลส่วนใหญ่มีความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลไม้มงคลของไทยเท่านั้นแม้แต่ชาวต่างชาติเองก็นิยมปั้นเช่นเดียวกัน ต้นบอนไซจะช่วยในเรื่องของการเสริมดวงจ้ยอีกด้วยทำให้สิ่งประดิษฐ์ของเราเป็นที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้
2. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
3. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้
3. สิ่งประดิษฐ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อจุดประสงค์ในการผ่านโครงการวิชาชีพ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการนำขนมปังมาตัดเป็นชิ้นเล็กๆ
3. นำขนมปังที่ตัดไว้มาตากแห้ง
4. ทำการบดขนมปังและนำมาผสมกับกาวลาเท็กซ์
5. นำขนมปังที่ผสมกาวแล้วมาทำการผสมสีตามที่ต้องการ
6. ปั้นขนมปังตามแบบที่ต้องการ
7. นำขนมปังที่ปั้นเป็นรูปต่างๆมาเคลือบเงา
8. การประกอบลำต้นจากกระดาษทิชชู
9. การนำเอาขนมปังที่ปั้นไว้มาประกอบเป็นกิ่งก้าน
10. นำก้านที่ทำไว้มาประกอบกับลำต้น
11. ตรวจสอบความเรียบร้อยและความสวยงามของต้นบอนไซ

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

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

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ หมู่บ้านพฤษภา 15 บ้านเลขที่ 199/1798 ซอย 22 หมู่ที่ 3 ตำบล แพรกษาใหม่

อำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10280

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 1,500 บาท

ขนมปังหัวกระโหลก 300 บาท

กาวลาเท็กซ์	140 บาท
ฟลอร่าเทปสีเขียว	75 บาท
ฟลอร่าเทปสีน้ำตาล	50 บาท
สีผสมอาหาร	30 บาท
กระดาษทิชชู	20 บาท
น้ำยาเคลือบเล็บ	40 บาท
ลวดดัด	200 บาท
โอเอซิล	105 บาท
กระดาษต้นไม้	300 บาท
ป้ายนำเสนอผลงาน	240 บาท
รวม	1,500 บาท

อุปกรณ์ที่ใช้

1. ขนมห่วงหัวกะโหลก
2. กาวลาเท็กซ์
3. ฟลอร่าเทป สีเขียว
4. ฟลอร่าเทป สีน้ำตาล
5. สีผสมอาหาร สีเขียว สีส้ม และขาว
6. กระดาษทิชชู
7. น้ำยาเคลือบเล็บ
8. ลวดดัด
9. กาละมังสำหรับผสม
10. โอเอซิล
11. กระดาษต้นไม้

การติดตามผลและการประเมิน

- นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
- นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์

- รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
- สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้และเพิ่มรายได้ให้นักศึกษา
- ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์และความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
- ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

ปัญหาและอุปสรรค

1. ขนบที่ใช้ไม่สารถเก็บไว้ได้นาน
2. วัสดุหลักที่ใช้มีความสิ้นเปลือง
3. การประกอบลำต้นค่อนข้างยุ่งยาก
4. ตัวผลิตภัณฑ์ไม่สามารถถูกน้ำได้

ข้อเสนอแนะ

1. สามารถเปลี่ยนขวดพลาสติกให้สดใสขึ้นได้
2. แก้ไขการออกแบบและเสริมความแข็งแรงจากวัสดุอื่นๆ
3. ควรเก็บไว้ในสถานที่ที่ไม่มีความชื้น

ลงชื่อ.....

(อาจารย์รัชฎา ธรรมิสกุล)
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วิษณุ ศรีสะอาด)
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

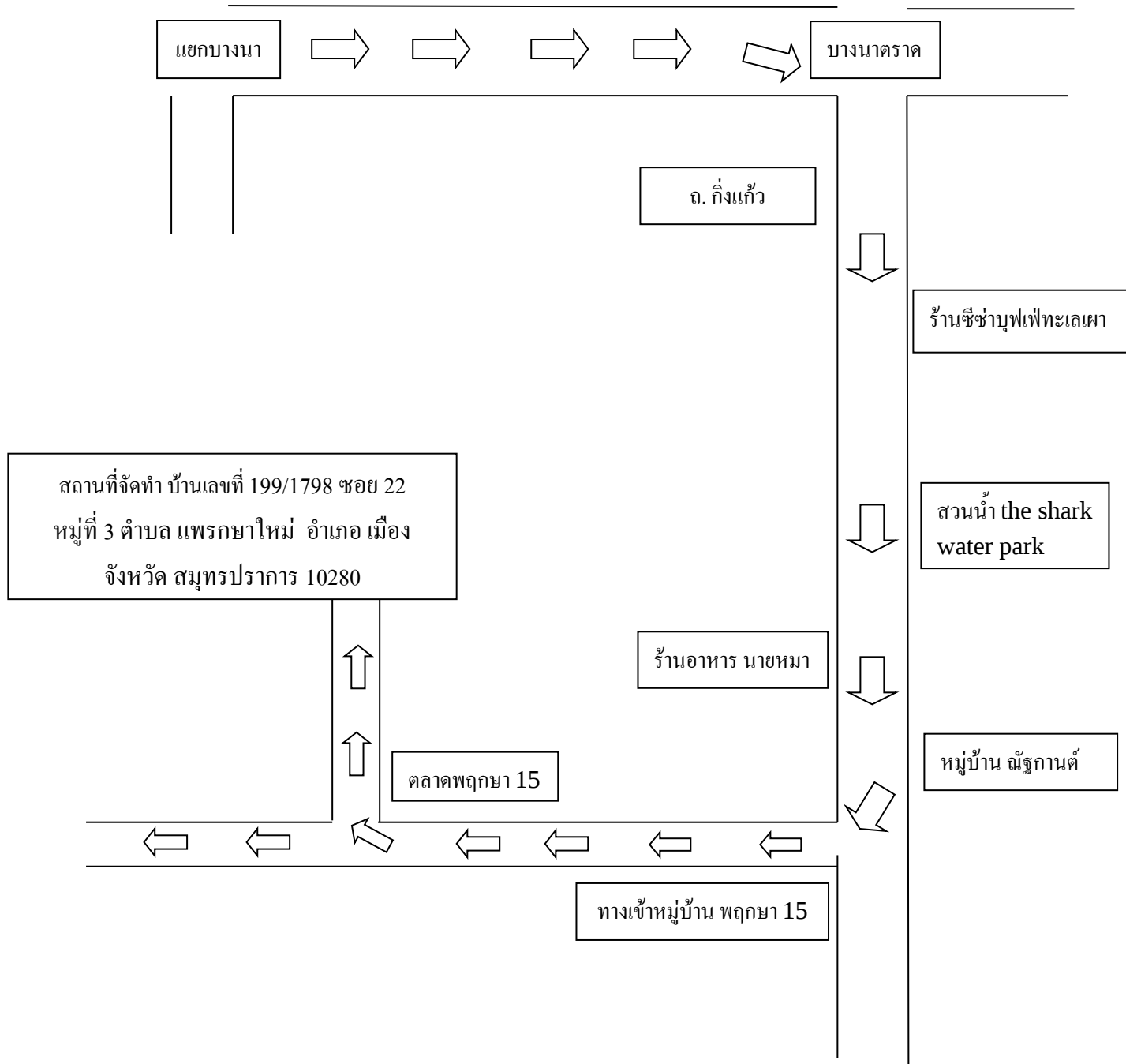
(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



วิทยาลัยเทคโนโลยี
อรรถวิทย์พัฒนวิชาการ



ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

- ตัวอย่างแบบสอบถาม
- รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม

รายงานผล แบบสอบถาม

โครงการส่งเสริมประดิษฐ์การปั้นต้นบอนไซทำจากขนมปัง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษา เรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการปั้นต้นบอนไซทำจากขนมปัง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 100 คน และในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามมี 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการปั้นต้นบอนไซทำจากขนมปัง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	29	29.0
หญิง	71	71.0
รวม	100	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	18	18.0
อายุ 25-30 ปี	29	29.0
อายุ 31-40 ปี	34	34.0
อายุ 41 ปีขึ้นไป	19	19.0
รวม	100	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	27	27.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	9	9.0
อนุปริญญา / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	17	17.0
ปริญญาตรี	37	37.0
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	10	10.0
รวม	100	100.0

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	13	13.0
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	18.0
พนักงานบริษัทเอกชน	19	19.0
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	43	43.0
อื่นๆ ไปรกระบุ.....	7	7.0
รวม	100	100.0
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท	15	15.0
รายได้ 10,000 - 15,000 บาท	22	22.0
รายได้ 15,001- 20,000 บาท	51	51.0
รายได้สูงกว่า 20,001 บาทขึ้นไป	12	12.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สิ่งประดิษฐ์ การปั้นต้นบอนไซทำจากขนมปัง ปรากฏผลข้อมูล ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาเป็น เพศชาย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 31-40 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาเป็น อายุ 25-30 ปีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และ อายุต่ำกว่า25ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 37คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาเป็น ระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 27คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาเป็น การประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และ ประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001- 20,000 บาท จำนวน 51คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาเป็น มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการป้อนต้นบอนไซทำจากขนมปัง

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

- 5 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 4 ระดับความคิดเห็นมาก
3 ระดับความคิดเห็นปานกลาง 2 ระดับความคิดเห็นน้อย
1ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

รายการประเมิน	ผลการประเมิน (ร้อยละ)							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
	5	4	3	2	1			
ด้านผลิตภัณฑ์								
1.คุณภาพผลิตภัณฑ์	43 (43.0%)	57 (57.0%)	-	-	-	4.43	0.50	พึงพอใจมาก
2.รูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์	30 (30.0%)	70 (70.0%)	-	-	-	4.30	0.46	พึงพอใจมาก
3.ประโยชน์คุณค่าของการใช้งาน	30 (30.0%)	70 (70.0%)	-	-	-	4.30	0.46	พึงพอใจมาก
รวม						4.34	0.45	พึงพอใจมาก
ด้านราคา								
1.ความเหมาะสมของราคา กับคุณภาพผลิตภัณฑ์	45 (45.0%)	55 (55.0%)	-	-	-	4.45	0.50	พึงพอใจมาก
2.ความเหมาะสมของราคา กับ รูปแบบของผลิตภัณฑ์	50 (50.0%)	50 (50.0%)	-	-	-	4.50	0.50	พึงพอใจมากที่สุด

3.ช่องทางการชำระเงิน หลากหลาย	33 (33.0%)	67 (67.0%)	-	-	-	4.33	0.47	พึงพอใจ มาก
รวม						4.34	0.44	พึงพอใจ มาก

รายการประเมิน	ผลการประเมิน (ร้อยละ)							
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความคิดเห็น
	5	4	3	2	1			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
1.สามารถติดต่อรับชม ผลิตภัณฑ์หรือซื้อผลิตภัณฑ์ ได้สะดวก	33 (33.0%)	58 (58.0%)	9 (9.0%)	-	-	4.24	0.61	พึงพอใจ มาก
2.การส่งมอบสินค้าตรงเวลา ตามกำหนด	59 (59.0%)	41 (41.0%)	-	-	-	4.59	0.49	พึงพอใจ มากที่สุด
3.ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ หลากหลาย	32 (32.0%)	59 (59.0%)	9 (9.0%)	-	-	4.23	0.60	พึงพอใจ มาก
รวม						4.35	0.48	พึงพอใจ มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
1.มีส่วนลดเมื่อซื้อครบ 1,500บาท ลด10% จากคา ขาย	40 (40.0%)	60 (60.0%)	-	-	-	4.40	0.49	พึงพอใจ มาก
2.มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่ แชร์เพจหน้าร้าน	50 (50.0%)	50 (50.0%)	-	-	-	4.50	0.50	พึงพอใจ มากที่สุด
3.จัดส่งฟรีเมื่อซื้อครบ2,000 บาทขึ้นไป	100 (100.0%)	-	-	-	-	5.00	0.00	พึงพอใจ มากที่สุด

4.มีการโฆษณาป้ายหน้าร้าน Facebook และ Line	71 (71.0)	24 (24.0)	5 (5.0)	-	-	4.66	0.57	พึงพอใจมากที่สุด
รวม						4.64	0.28	พึงพอใจมากที่สุด
สรุปความคิดเห็นโดยรวม						4.46	0.32	พึงพอใจมาก

จากตาราง 2 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์การปั่นต้นบอนไซทำจากขนมปังคุด ภาพรวมอยู่ในระดับ พึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความความคิดเห็น อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา มีความความคิดเห็น อยู่ในระดับพึงพอใจมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือด้านผลิตภัณฑ์ มีความความคิดเห็นอยู่ในระดับ พึงพอใจมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ใน ระดับพึงพอใจมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1.ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ข้อ 2.ด้านรูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์ และ3.ประโยชน์คุณค่าของการใช้งาน

2. ด้านราคา โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ใน ระดับพึงพอใจมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 2.ความเหมาะสมของราคากับรูปแบบของผลิตภัณฑ์รองลงมา คือ ข้อ 1.ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพผลิตภัณฑ์และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อ3.ช่องทางการชำระเงินหลากหลาย

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 2.การส่งมอบสินค้าตรงเวลาตามกำหนด รองลงมา คือ ข้อ1.สามารถติดต่อรับชมผลิตภัณฑ์หรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวกและข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 3.ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 3.จัดส่งฟรีเมื่อซื้อครบ2,000 บาทขึ้นไป รองลงมา คือ ข้อ 2.มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่แชร์เพจหน้าร้านและข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 1.มีส่วนลดเมื่อซื้อครบ 1,500บาท ลด10% จากคาชาขาย

หมายเหตุ ใช้เกณฑ์บอกระดับความคิดเห็นเสนอแนะโดย John. W. Best ดังนี้

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



ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

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



รูปแบบผลิตภัณฑ์



ประชาสัมพันธ์โครงการ

ป้ายร้าน



HP BONSAI

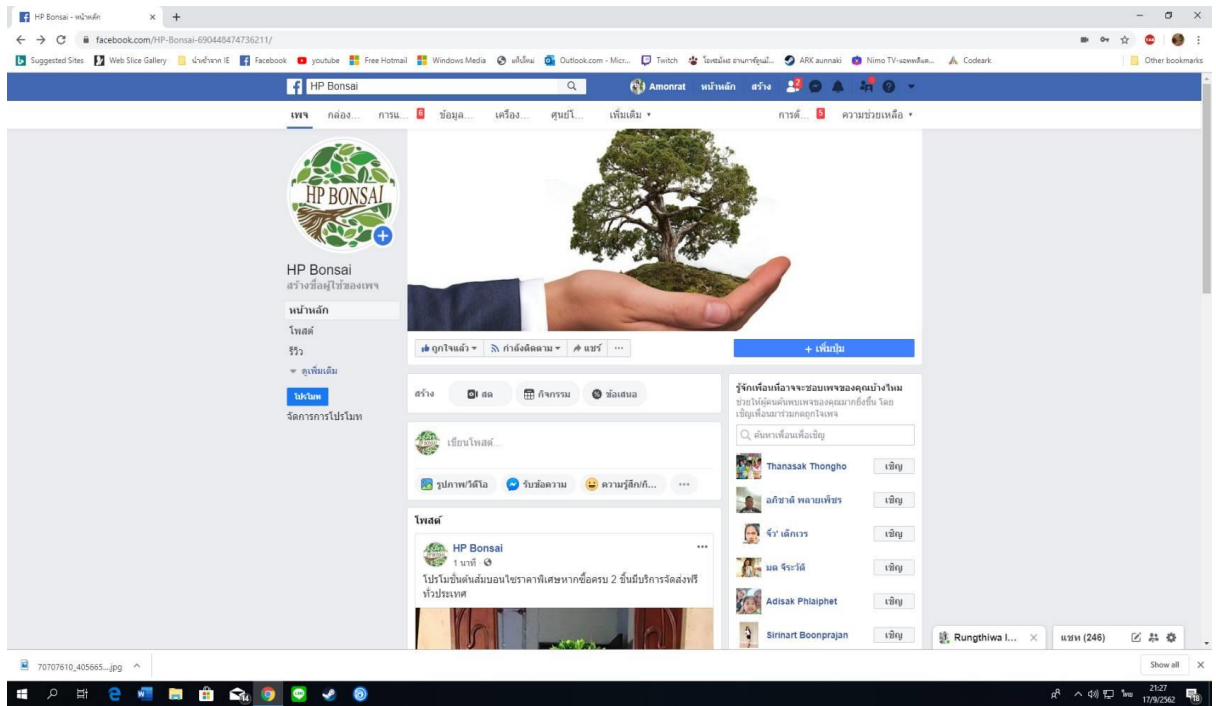
ราคา 1,290

โปรโมชัน!
ทุกวันพุธ
ลด 15%

☎ 098-2794936

f HP Bonsai

เพจ Facebook



รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ

1. นำขนมปังที่เตรียมไว้มาตัดขอบ



2. นำขนมปังที่ตัดไว้มาตากแดดให้แห้งและทำการบดให้ละเอียด



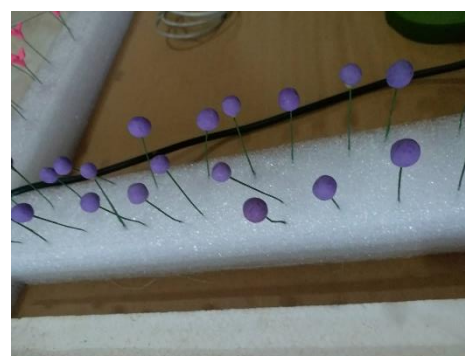
3. ทำการบดขนมปังและทำการผสมกาวลาเท็กซ์



4. นำขนมปังที่ผสมกับกาวแล้วมาทำการผสมสีตามที่เราต้องการ



5. นำขนมปังที่ผสมสีเสร็จแล้วนำมาปั้นเป็นรูปต่างๆเช่น ใบไม้ ผล และดอก



6. เมื่อบั่นตามรูปแบบที่เราต้องการแล้วก็นำมาทำการเคลือบเงาเพื่อยืดอายุการใช้งานให้นานยิ่งขึ้น



7. เริ่มประกอบลำต้นโดยใช้ลวดพันกับกระดาษทิชชู



8. นำขนมปังที่ปั้นไว้มาประกอบกับลำต้นโดยใช้ฟลอร่าเทปพันกับลำต้นเพื่อเป็นตัวยึด



9. ตรวจสอบความเรียบร้อยเป็นอันเสร็จสิ้น



ภาพวัสดุอุปกรณ์



รูปภาพการนิเทศ



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวรุ่งทิวา อินทบาล
วัน เดือน ปี	:	26 กรกฎาคม 2542
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	ประธานโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวอมรรัตน์ พลายเพชร
วัน เดือน ปี	:	11 เมษายน 2542
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	รองประธานโครงการ