



โครงการ บีลี สกรีน ช้อป

Biely Screen Shop

จัดทำโดย

นางสาว กมลเนตร จันทรา

นางสาว มณฑา สุรินทรามูรณ์

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

สาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ปีการศึกษา 2563

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)
หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	บีลี สกรีน ช็อป
	Biely Screen Shop
ผู้จัดทำโครงการ	1. นางสาว กมลเนตร จันทรา
	2. นางสาว มณฑา สุรินทรานุรักษ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์อุดมพร เปตานนท์
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา 2563

.....

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นโครงการประเภทธุรกิจบริการสินค้า “Biely Screen Shop” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2.เพื่อสร้างประสบการณ์ในการ ดำเนินธุรกิจ การขายและบริการ 3.เพื่อให้ นักศึกษา รู้จักปฏิบัติงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

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

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนิน โครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 7 ตุลาคม 2562 ถึง วันที่ 30 ตุลาคม 2562 สถานที่ดำเนินการ คือ ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 7,000 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้น การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ สร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษ

4.ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

1.การแสดงความคิดเห็นของสมาชิกอาจจะไม่ตรงกัน 2. การบริการสกรีนสมาชิกในกลุ่มยังไม่มีประสบการณ์ความชำนาญในการทำทำให้เสียสินค้าและเสียงบประมาณในการลงทุน

เนื่องจากการทดลองในการทำสินค้า 3. ที่อยู่ของสมาชิกบางคนไกลจากสถานที่ขายสินค้า ทำให้เปิดบริการได้ช้า

5. ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา

1. มีเรียกประชุมสมาชิกเพื่อหาข้อยุติ 2. มีการทดลองปฏิบัติงานก่อนที่จะขายและให้บริการจริงเพื่อเกิดความชำนาญในการทำและเพื่อลดต้นทุน 3. หาทำเลที่ตั้งในการขายสินค้าที่ใกล้อยู่กับสมาชิกหรือมีการจัดการมอบหมายงานในการปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับความสะดวกของแต่ละคน

จากความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของร้าน Biely Screen Shop โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์รูปแบบสีสันทันของสินค้า อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.11$) ด้านราคาความเหมาะสมกับรูปแบบสินค้า อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.92$) ด้านการจัดจำหน่ายช่องทางการติดต่อที่ซื้อสินค้า เช่น หน้าร้าน อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.88$) ด้านการส่งเสริมการตลาดโฆษณาป้ายหน้าร้านและมีการจัดแต่งสินค้า อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.37$) ด้านบุคลากรกิริยาท่าทางของพนักงาน อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.63$) ด้านขั้นตอนการให้บริการระยะเวลาในการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.19$) ด้านสภาพแวดล้อมการตกแต่งภายในร้าน Biely Screen Shop โดยภาพรวม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.77$) ตามลำดับ

กิตติกรรมประกาศ

โครงการเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ดีด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก อาจารย์วงศ์เดื่อน ประไพวัชรพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการและอาจารย์อุดมพร เปตานนท์อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการและอาจารย์อุดมพร เปตานนท์ ผู้สอนแผนการเงิน ซึ่งทั้งสามท่านคอยตรวจแก้ไข ตลอดจนให้คำแนะนำและข้อคิดต่างๆ โดยตลอด ผู้จัดทำโครงการขอกราบขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ ผู้จัดทำโครงการขอบขอบคุณเพื่อนๆ สาขาการตลาดทุกคนที่คอยช่วยเหลือกันอย่างเต็มที่ และร่วมกันทำวิชาโครงการจนสำเร็จ รวมทั้งขอบคุณทุกท่านที่เกี่ยวข้องมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการขายสินค้า Biely Screen Shop

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
เป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามผล และการประเมิน โครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	3
แนวคิดการให้บริการและความพึงพอใจ	3
แนวคิดเกี่ยวกับการเขียนแผนธุรกิจ	4
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7p's)	11
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	20
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	23
แผนการปฏิบัติงาน	24
สถานที่ดำเนินโครงการ	25
ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์	26
การจัดทำแผนธุรกิจ	
บทสรุปผู้บริหาร	27
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	27
ความเป็นมาของธุรกิจ	28
ผลิตภัณฑ์	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)	
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด	29
แผนบริการจัดการ	34
แผนการตลาด	38
แผนการบริการ	43
แผนการเงิน	46
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	57
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	58
บัญชีรายรับ – รายจ่ายในโครงการ	62
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	68
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	70
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	72
ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา	73
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	75
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	83
ภาคผนวก ค ประมวลภาพสินค้า หรือบริการในโครงการ	95
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	102

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันมีสินค้าแฟชั่นผลิตออกมาขายเป็นจำนวนมากอย่างแพร่หลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา คณะผู้จัดทำโครงการจึงเล็งเห็นช่องทางการตลาดโดยคิดจะนำตัวติดสติ๊กเกอร์มาสร้างมูลค่าเพิ่มโดยนำมาใช้ติดบนกระเป๋าดินสอเพื่อทำให้สินค้าเหล่านี้ดูมีสีสันความสวยงามตอบสนองค่านิยมไลฟ์สไตล์ของแต่ละบุคคลจุดเด่นของร้านเราคือลูกค้าสามารถเลือกแบบสติ๊กเกอร์อักษรและตัวการ์ตูนได้ตามที่ต้องการเพื่อเป็นการเพิ่มความเด่นและจัดทำคาดว่าธุรกิจบริการติดสติ๊กเกอร์จะเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น โดยปัจจุบันมีกระเป๋าดินสอออกมาขายหลายแบบหลายชนิดหลายรูปทรง แต่ไม่สามารถกำหนดเอกลักษณ์ของกระเป๋าดินสอได้ เราจึงได้มีการบริการลูกค้าที่สามารถออกแบบกระเป๋าดินสอให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวโดยการการใช้ตัวอักษรสติ๊กเกอร์และตัวการ์ตูนแบบปริตติมาทำเอกลักษณ์ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษรหรือตัวการ์ตูนต่างๆที่จะสร้างความแตกต่างให้กับกระเป๋า

ดังนั้น ผู้จัดทำโครงการบริการได้ก่อตั้งธุรกิจสกรีนปริตติมากระเป๋าดินสอ เพื่อตอบสนองความต้องการของวัยรุ่นในปัจจุบันที่หันมานิยมใช้กระเป๋าดินสอสกรีน ซึ่งคณะผู้จัดทำได้คิดแผนธุรกิจบริการกระเป๋าสกรีนขึ้นมา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย และเป็นแนวความคิดสร้างสรรค์ทางด้านไอเดียในการออกแบบตัวอักษรหรือตัวการ์ตูนต่างๆ บนกระเป๋าดินสอโดยมาจากความคิดของแต่ละคน จะทำให้เรารู้สึกว่าเป็นตัวของตัวเองมากที่สุด ซึ่งคณะผู้จัดทำไม่ได้เล็งถึงกลุ่มวัยรุ่นเพียงกลุ่มเดียว แต่ยังเล็งไปถึงครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มนักศึกษาตามสถาบันต่างๆ หรือแม้แต่องค์กรต่างๆ ที่ต้องการกระเป๋าดินสอสกรีน เพื่อนำไปใช้เก็บอุปกรณ์การเรียนหรืออุปกรณ์ต่างๆที่ต้องการเป็นกระเป๋าดินสอสกรีนที่ออกแบบโดยตัวเองโดยทางคณะผู้จัดทำไม่ได้คำนึงถึงแต่ความสวยงามของลายแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังคำนึงถึงความสุขของลูกค้าที่ได้ใช้กระเป๋าสกรีนของทางร้านด้วย

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการขายและบริการ
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

เป้าหมายของโครงการ

1. สร้างผลกำไรรายได้ให้กับนักศึกษา
2. เพื่อสร้างอาชีพการบริการ

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการและงบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สามารถสร้างประสบการณ์ในธุรกิจการขายและบริการเพิ่มรายได้ระหว่างการศึกษา
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้
4. สามารถนำไปประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้กับตัวเองได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการ บั๊ สกรีน ซ้อป เป็นโครงการประเภทธุรกิจบริการลูกค้า ทางคณะผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการ ดังนี้

1. แนวคิดการให้บริการและความพึงพอใจ
2. แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ
3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด(7P's)
4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการให้บริการและความพึงพอใจ

คุณภาพ สามารถพิจารณาได้จากหลายมุมมอง และสาขาความรู้ หลากลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม การตลาด จิตวิทยาและการวิจัยการดำเนินการ(Khantanapha, 2000: 8) โดยจากมุมมองของบอร์น (Born, 1994) คุณภาพเป็นเรื่องทางเทคนิคที่ปัจจุบันได้รับความสำคัญอย่างยิ่งจากผู้บริหารระดับสูง(top management agenda) และเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานของการสร้างสมรรถนะการจัดการและการแข่งขันให้กับองค์กร และได้รับความสนใจอย่างเห็นได้ชัดในช่วงหลายคริสต์ทศวรรษที่ผ่านมา แต่ในมุมมองเชิงปรัชญา (Philosophical View) คุณภาพเป็นคุณลักษณะแห่งความคิดและบรรดาถ้อยแถลงที่เชื่อมั่นว่าจะก่อให้เกิดผลดังที่คาดไว้ความเป็นนามธรรมของคุณภาพนี้ ทำให้เรายากที่จะให้คำนิยามความหมายของคุณภาพได้เนื่องจากคุณภาพมักเป็นคำที่จะต้องพิจารณาในเชิงสัมพันธ์กับตัวของมันเอง นักวิชาการที่มีชื่อเสียงซึ่งได้ให้ความหมายของคุณภาพที่ได้รับการยอมรับกันอย่างแพร่หลายได้แก่ โจเซฟ จูแรนปรมาจารย์ด้านการบริหารงานคุณภาพ ผู้เสนอแนวคิดระบบการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management-TQM) อดีตศาสตราจารย์แห่งสถาบันเทคโนโลยีแห่งแมสซาชูเซตส์(MIT) ได้เสนอไว้ว่า คุณภาพก็คือ ความเหมาะสมพอดีในการใช้และเป็นส่วนขยายในความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ส่วนครอสบี ให้ความหมายอย่างกระชับไว้ว่า เป็นการตอบสนองต่อความต้องการ (Conformance to requirement) ในขณะที่ซีแทมล์ พาราซูรามาน และเบอรี่ Ziehaml, Parasuraman, and Berry, 1990) เสนอว่า คุณภาพเป็นสิ่งที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการที่มีต่อบริการนั้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า คุณภาพก็คือ ผลิตภัณฑ์บริการที่ดีที่สุด โดยมีคุณค่า

และมีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังคุณภาพจึงเป็นการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของลูกค้าในผลิตภัณฑ์ หรือบริการกับการรับรู้ที่แท้จริงที่มี โดยหากลูกค้าหรือผู้รับบริการเห็นว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ดีที่สุดและตรงตามที่คาดหวัง ก็ถือว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการดังกล่าวมีคุณภาพนั่นเอง และคุณภาพการให้บริการนี้ จากทัศนะของรอสโกทซ์และเดวิส(Ross, Goetsch and Davis, 1997: 11-13) ก็จัดว่าเป็นกรอบการมองเรื่องคุณภาพกรอบหนึ่ง พร้อมอธิบายว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการควบคุมเพื่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการ อันมีความแตกต่างจากคุณภาพในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ เพราะวิธีการควบคุมคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากการบริการจะมีการควบคุมหรือการบริการจัดการน้อยแต่ขณะเดียวกันก็มีความสำคัญมาก กับในทางหนึ่งระดับของคุณภาพที่ได้จากการบริการมักไม่สามารถทำการทำนายได้เพราะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ พฤติกรรมผู้ให้บริการ (behavior of the delivery person) ภาพพจน์ ชื่อเสียงขององค์กร (image of the organization) โดยผู้รับบริการจะเป็นผู้ทำการตรวจสอบ ตั้งแต่กระบวนการการเริ่มให้บริการจนถึงการสิ้นสุดในการให้บริการ โดยการให้บริการจะยิ่งดีขึ้น ถ้าหากผู้รับบริการทำการประเมินการให้บริการในขณะนั้น จากที่ได้กล่าวถึงทัศนะของนักวิชาการดังกล่าว การศึกษาคุณภาพการให้บริการจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเรื่องหนึ่ง และเป็นมุมมองในเชิงคุณภาพที่สำคัญที่พึงได้รับความสนใจ

2. แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ

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

(อ้างอิงจาก<http://oknation.nationtv.tv>)

องค์ประกอบที่ 1 : บทสรุปสำหรับผู้บริหารเป็นส่วนที่จะสรุปใจความสำคัญของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาวไม่เกิน 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญ เพราะเป็นส่วนแรกที่ผู้ร่วมลงทุนจะอ่านและจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่า จะอ่านรายละเอียดในตัว แผนต่อหรือไม่ ดังนั้น บทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญสองประการ คือ หนึ่ง ชี้ให้เห็นว่ามี โอกาสจริงๆ เกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ สอง ต้องชี้ให้เห็นว่า สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะ สามารถใช้โอกาสในตลาดที่ว่านั้น

ให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไร บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความ น่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนควรระลึกไว้เสมอว่า คุณภาพ ของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม จึงควรใช้เวลากับการเขียนส่วนนี้อย่างพิถีพิถัน.อธิบายว่าจะทำธุรกิจอะไร และแนวคิดของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไร พยายามอธิบายให้เห็นว่า สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้นจะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตหรือวิถีการใช้สินค้าหรือบริการไปจากเดิมอย่างไร บอกด้วยว่าธุรกิจจะก่อตั้งเมื่อไร สินค้า/บริการมีคุณสมบัติพิเศษอะไรในแง่สัญลักษณ์ ประโยชน์ใช้สอย เทคโนโลยี ฯลฯ ที่จะได้เปรียบเหนือคู่แข่ง หากธุรกิจดำเนินการมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว บอกด้วยว่า ขนาดของธุรกิจใหญ่ ขนาดไหน มีความเติบโตก้าวหน้าในช่วงที่ผ่านมาอย่างไร

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

3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคะเนลูกค้าเป้าหมาย ระบุและอธิบายย่อๆ ถึงลักษณะตลาด ใครเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก จะจัดวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์อย่างไร จะวางแผนการเข้าถึงลูกค้าอย่างไร รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ โครงสร้างของตลาด ขนาดและอัตราการเติบโตของกลุ่มลูกค้า ยอดขาย และส่วนแบ่งตลาดที่คาดหวัง

4. ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ ระบุถึงความได้เปรียบและความเหนือกว่าในการแข่งขัน เช่น ความได้เปรียบจากตัวผลิตภัณฑ์ การได้เปรียบจากการเข้าตลาดก่อน ความได้เปรียบจากการที่คู่แข่งอยู่ในภาวะอ่อนแอ ตลอดจนเงื่อนไขอื่นๆ ของอุตสาหกรรมนั้นๆ

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

6. ทีมผู้บริหาร สรุปความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และทักษะของผู้ที่เป็นตัวหลักในการก่อตั้งและบริหาร พร้อมสมาชิกในทีม บอกย่อๆ ถึงความสำเร็จในอดีต โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับการทำกำไร การบริหารงานและคน

7. ข้อเสนอผลตอบแทน ระบุสั้นๆ ถึงเงินลงทุนหรือเงินกู้ที่ต้องการ จะเอาเงินไปทำอะไร จะตอบแทนเจ้าของเงินอย่างไร ผลตอบแทนของการลงทุนของเจ้าหน้าที่หรือผู้ร่วมลงทุนจะเป็นเท่าใด องค์ประกอบที่ 2 : ประวัติย่อของกิจการส่วนนี้คือการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของ

การก่อตั้งกิจการ ทั้งในด้านรูปแบบการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้า/บริการ ที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 : การวิเคราะห์สถานการณ์ขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนธุรกิจ คือ การพยายามทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของปัจจัยสำคัญๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การแข่งขัน ความน่าสนใจโดยรวมของอุตสาหกรรม ตลอดจนความสามารถในการทำกำไร และความพร้อมในด้านต่างๆ ของกิจการ ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์จึงเป็นงานอันดับแรกที่สำคัญที่ผู้ประกอบการควรกระทำ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานของกิจการ

การวิเคราะห์สถานการณ์หรือเรียกอย่างย่อๆ ว่า SWOT ANALYSIS

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

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

องค์ประกอบที่ 4 : วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องการได้รับในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการ และเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนหรือลักษณะงาน เช่น เป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางการจัดการ เป้าหมายทางการผลิต และเป้าหมายทางการเงิน เป็นต้น นอกจากนี้เป้าหมายทางธุรกิจอาจแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้น คือ ภายใน 1 ปี เป้าหมายระยะกลาง ประมาณ 3-5 ปี และเป้าหมายระยะยาวที่นานกว่า 5 ปี

ลักษณะของเป้าหมายของธุรกิจที่ดีมี 3 ประการ คือ

1.มีความเป็นไปได้ หมายความว่า กิจการมีโอกาสที่จะบรรลุเป้าหมายได้ หากได้มีการดำเนินงานอย่างเต็มที่ตามแผนธุรกิจที่วางไว้ การกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจควรประเมินจากสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ กล่าวคือ ไม่ควรตั้งเป้าหมายที่เลื่อน

ลดยกเว้นความจริงจนทำไม่ได้ และก่อให้เกิดความท้อแท้ แต่ก็ไม่ควรตั้งเป้าหมายที่ง่ายจนเกินไปจนไม่ต้องทุ่มเทความพยายามใดๆ ก็สามารถที่จะบรรลุเป้าหมายได้โดยง่าย เป้าหมายที่ดีจึงควรเป็นผลลัพธ์ที่ทำได้ยากแต่มีความเป็นไปได้

2.สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม หมายถึง มีความชัดเจนที่สามารถประเมินได้ว่า กิจกรรมบรรลุตามเป้าหมายนั้นหรือไม่ ทั้งนี้ โดยทั่วไป ควรจะต้องกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจนว่า จะต้องบรรลุถึงเป้าหมายนั้นภายในระยะเวลาเท่าใด

3.เป็นไปได้ในทิศทางเดียวกัน หมายถึง เป้าหมายย่อยๆ ในแต่ละฝ่ายควรมีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งให้แน่ใจว่าเป้าหมายระยะสั้นๆ เป็นไปเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมเป้าหมายในระยะปานกลางและระยะยาว

องค์ประกอบที่ 5 : แผนการตลาดแผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาด ตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในองค์ประกอบที่ 3 มาพิจารณาพร้อมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ในองค์ประกอบที่ 4

ดังนั้น การวางแผนการตลาดจึงเป็นการกำหนดกลยุทธ์และวิธีในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มุ่งหวัง โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรทางการตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการตอบรับกับความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ

เนื้อหาของแผนการตลาดต้องตอบคำถามหลักๆ ให้กับผู้ประกอบการอย่างน้อยดังต่อไปนี้

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

ในการตอบคำถามดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนประสบการณ์และวิจารณญาณที่ดี ในการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และวิธีการทางการตลาดสำหรับกิจการตามองค์ประกอบที่สำคัญของแผนการตลาด ซึ่งมีเนื้อหาหลัก 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายทางการตลาด
2. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
3. กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาด

- กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน
- กลยุทธ์เพื่อการเติบโตทางการตลาด
- กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

องค์ประกอบที่ 6 : แผนการจัดการและแผนคนในส่วนนี้ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุโครงสร้างขององค์การให้ชัดเจน โดยแสดงแผนผังโครงสร้างขององค์การว่า ประกอบไปด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความรับผิดชอบอะไร รวมถึงตำแหน่งผู้บริหารหลักๆ ขององค์การ โครงสร้างของคณะกรรมการและการถือหุ้น การเขียนในส่วนนี้ควรจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเป็นทีมที่ดีในการบริหาร มีความสมดุลในด้านความรู้ ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิคและการบริหาร มีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่ทำ

รายละเอียดในส่วนนี้ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้ คือ

1. โครงสร้างองค์กร

1. ตำแหน่งงานหลักๆ ขององค์การ คนที่จะมาดำรงตำแหน่ง พร้อมทั้งแผนผังองค์กร
2. หากผู้บริหารคนใดคนหนึ่ง ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เต็มเวลา ต้องระบุว่าใครจะเป็นผู้ช่วยในงานนั้น เพื่อทำงานสมบูรณ์
3. หากทีมงานผู้บริหารเคยทำงานร่วมกันมาก่อน ให้ระบุว่าเคยทำงานอะไร มีความสำเร็จในฐานะทีมที่ดีอะไรบ้าง

2. ตำแหน่งบริหารหลัก

1. ระบุว่าตำแหน่งบริหารหลักๆ มีความรู้ ความชำนาญอะไรบ้าง และมีความเหมาะสมในตำแหน่งงานนั้นอย่างไร
2. ระบุบทบาท ภาระความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งในทีมบริหาร
3. อาจใส่ประวัติสั้นๆ ของทีมบริหารเอาไว้ในส่วนนี้ด้วยก็ได้ หรือมีจะนั้นอาจนำไปใส่ไว้รวมกันในภาคผนวก
3. ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้บริหาร ระบุเงินเดือนที่จ่ายแก่ผู้บริหาร ตลอดจนผลประโยชน์ในรูปแบบอื่นๆ และสัดส่วนการถือหุ้น ของผู้บริหารแต่ละคน
4. ผู้ร่วมลงทุน ระบุผู้ร่วมลงทุนอื่นๆ และเปอร์เซ็นต์การถือหุ้น
5. คณะกรรมการบริษัท ระบุคุณสมบัติของกรรมการบริษัท องค์ประกอบและภูมิหลังของกรรมการแต่ละคนว่าจะประโยชน์ต่อกิจการอย่างไร

องค์ประกอบที่ 7 : แผนการผลิต/ปฏิบัติการหลังจากที่ผู้ประกอบการได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกิจการ ตลอดจนกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและแผนกลยุทธ์ของกิจการในภาพรวม เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันแล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นให้ออกมาเป็นแผนการผลิต/ปฏิบัติที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนธุรกิจส่วนอื่นๆ ของบริษัท อันได้แก่ แผนการตลาด แผนการบริหารและการจัดการบุคลากรและแผนการเงิน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายตามแผนนั้นๆ

แผนการผลิต/ปฏิบัติการที่ดีจะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับธุรกิจ โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตให้เป็นผลผลิต โดย วัตถุดิบและทรัพยากร นั้น หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ ชั่วโมงแรงงานที่ทำการผลิต หรือค่าใช้จ่ายรวมของทรัพยากรทุกอย่างที่ใช้ ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน เงินลงทุน และอื่นๆ สำหรับกระบวนการผลิตและปฏิบัติการ หมายถึง กระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรการผลิตให้เป็นผลผลิต และ ผลผลิต นั้น หมายความว่า จำนวนหรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้ในการวางแผนการผลิต/ปฏิบัติ นั้น ผู้ประกอบการต้องพิจารณาตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและปฏิบัติการภายในกิจการตามประเด็นที่สำคัญๆ รวม 10 ประเด็นดังต่อไปนี้ คือ

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

องค์ประกอบที่ 8 : แผนการเงินในการจัดทำแผนธุรกิจนั้น กิจการต้องทราบให้ได้ว่าแผนที่จะจัดทำขึ้นนั้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ การที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าใด จะได้มาจากแหล่งใดบ้าง จากแหล่งเงินทุนภายใน ในรูปของเจ้าของกิจการ หรือแหล่งเงินทุนภายนอกในรูปของการกู้ยืมจากเจ้าหนี้ เรียกว่า กิจกรรมจัดหาเงิน (Financing Activities)

จากนั้น จะเป็นเรื่องของ การตัดสินใจนำเงินไปลงทุน กิจกรรมนี้เรียกว่า กิจกรรมลงทุน (Investing Activities) ซึ่งจะแตกต่างไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อเนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวข้างต้น คือ กิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งจะประกอบไปด้วย การผลิต การซื้อ การขาย และการจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ

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

งบการเงินประกอบด้วย

1. งบดุล เป็นรายงานที่แสดงถึงฐานะของกิจการ ณ วันใดวันหนึ่ง ในงบดุลจะประกอบไปด้วย ข้อมูลทางการเงินที่แสดงถึงฐานะของกิจการ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับสินทรัพย์ หนี้สินและส่วนของผู้เป็นเจ้าของ

2. งบกำไรขาดทุน เป็นงบที่แสดงถึงผลการดำเนินงานของกิจการ โดยแสดงรายได้ ค่าใช้จ่าย และกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

3. งบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของผู้เป็นเจ้าของ ส่วนของผู้เป็นเจ้าของหรือส่วนของผู้ถือหุ้น ประกอบไปด้วย 2 ส่วนด้วยกัน คือ

- ทุนเรือนหุ้น
- กำไรสะสม

4. งบกระแสเงินสด เป็นงบการเงินที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง จะรายงานให้ทราบว่า เงินสดในปัจจุบันที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้น มีสาเหตุจากอะไรในกิจกรรม 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

- กิจกรรมดำเนินงาน
- กิจกรรมลงทุน
- กิจกรรมจัดหาเงิน

5. นโยบายบัญชี หมายถึง หลักการบัญชีหรือวิธีปฏิบัติที่กิจการใช้ในการจัดทำและนำเสนองบการเงิน เนื่องจากหลักการบัญชีที่กิจการเลือกใช้ไม่ได้หลายวิธี วิธีการบัญชีที่กิจการเลือกใช้จะมี

ผลกระทบต่อการเงินไม่เหมือนกัน กิจกรรมจึงต้องบอกข้อมูลดังกล่าวให้ผู้ใช้ในงบการเงินทราบ โดยทั่วไปแล้วกิจกรรมเปิดเผยนโยบายบัญชีในเรื่องต่อไปนี้ไว้ในงบการเงิน

- วิธีการรับรู้รายได้
- การตีราคาสินค้าคงเหลือ
- การตีราคาเงินทุน
- ค่าเผื่อนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญ
- วิธีการคิดค่าเสื่อมราคา และการตัดบัญชีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน
- การแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ
- การจัดทำงบการเงินรวม

องค์ประกอบที่ 9 : แผนการดำเนินงานหลังจากผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ของกิจกรรมอย่างรอบคอบและครบถ้วนแล้ว ขั้นตอนต่อมาก็คือ การจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการงบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ โดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือนหรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

องค์ประกอบที่ 10 : แผนฉุกเฉินแผนฉุกเฉินเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่สถานการณ์หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้ (อ้างอิงจาก<http://oknation.nationtv.tv/blog/agelessa/2009/12/25/entry-1>)

3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

ประการแรก ฟิลลิปคอตเลอร์(Philip Kotler) เขาเป็นผู้ที่เปลี่ยนการอธิบายทางด้าน การตลาด จากกิจกรรม(activity)ไปสู่การให้ความสำคัญที่การสร้างความสำเร็จว่าการตลาดคืองานทางด้านการผลิต ประการที่สอง ฟิลลิปคอตเลอร์(Philip Kotler) ได้ด้อยอดความคิดของ ปีเตอร์เอฟดริคเกอร์ (Peter F. Drucker) ในการเปลี่ยนความคิดทางการตลาดจากเดิม มุ่งเน้นที่ราคา และการกระจายสินค้า(price and distribution) ไปสู่การเน้นที่พบความต้องการของลูกค้า(meeting customers's need) และประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์และบริการ(benefits receives from a product or service) และ ประการสุดท้าย ฟิลลิปคอตเลอร์เป็นผู้ขยายขอบเขตของการตลาดให้กว้างขึ้น จากการรับรู้เดิมในมิติของการตลาดว่า

เกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ขบวนการสื่อสารและแลกเปลี่ยน (process of communication and exchange) หากแต่ฟิลลิปคอตเลอร์ได้ขยายกรอบความคิดเหล่านี้ให้ได้เห็นว่าการตลาดนั้น สามารถเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับเรื่องอื่นใดที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจได้เช่นกัน อาทิเช่น การกุศล พรรคการเมือง เป็นต้น

ความหมายและขอบเขตของการตลาดตลาด (Market) ในความหมายของ ฟิลลิปคอตเลอร์ หมายถึง ที่ใดก็ตาม ทั้งที่เป็นสถานที่หรือไม่มีสถานที่ ที่มีอุปสงค์และอุปทาน ในสินค้า หรือบริการมาพบกัน จนทำให้เกิดราคาที่มาจากกลไกตลาด โดยเศรษฐกิจในระบบตลาดนี้ยอมรับการเปลี่ยนแปลงของราคา เช่น การที่ราคาลดลงโดยอัตโนมัติเมื่อมีการเสนอขายสินค้าเป็นต้น ทางด้านทฤษฎีนั้น เห็นว่าเศรษฐกิจในระบบตลาดที่แท้จริงนั้น จำเป็นต้องประกอบไปด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ดังนี้คือ ผู้ผลิตสินค้าที่มีขนาดเล็ก ผู้บริโภคจำนวนมากรวมถึง มาตรการในการกีดกันการเข้าตลาดที่น้อย เงื่อนไขเหล่านี้ถ้ามีครบทั้งหมดจะถือว่าเป็นตลาดที่สมบูรณ์ซึ่งพบได้มากในโลกปัจจุบัน (Kotler, 2003a, p.11) คำตลาด จึงมีความหมายครอบคลุมถึงลูกค้าหลายกลุ่ม รวมทั้งตลาดที่มีตัวตนโดยลักษณะทางกายภาพ และตลาดที่ไม่มีตัวตนในกายภาพคาดการณ์การตลอดจนตลาดขนาดใหญ่ที่มีหลายๆตลาดย่อยซึ่งมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์อยู่ในธุรกิจนั้นขอบเขตของการตลาดการตลาดเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ การส่งเสริม และการส่งมอบสินค้า หรือบริการให้กับผู้บริโภคและองค์กรการธุรกิจต่างๆ นักการตลาดมีหน้าที่กระตุ้นความต้องการ ชื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัทตลอดจนรับผิดชอบต่อ

ฟิลลิปคอตเลอร์ ได้มีการแบ่งระดับของแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดออกเป็น (Kotler, 1984) ระดับแรก การตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional Marketing) โดยการตลาดแบบนี้มีจุดมุ่งหมายหลักคือ การสร้างความตระหนักในตราสินค้า(brands)แบบที่เคยมุ่งเน้นกันมา โดยการตลาดที่อยู่ในระดับขั้นนี้จะมุ่งให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาด

อดุลย์ จาตุรงค์กุล(2543: 26) กล่าวในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

1.ผลิตภัณฑ์ (Products) ที่ต้องมีคุณภาพและรูปแบบดีไซน์ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือสินค้าหรือบริการที่บุคคลและองค์กรซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าอื่นๆ หรือในแนวทางการประกอบธุรกิจ หรือหมายถึงสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิต การให้บริการ หรือดำเนินงานของกิจการหรือ แม้ผลิตภัณฑ์จะเป็นองค์ประกอบตัวเดียวในส่วนประสมของการตลาดก็ตาม แต่เป็นตัวสำคัญที่มีรายละเอียดที่จะต้องพิจารณาอีกมากมาย ดังนี้ เช่นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Produce Variety) ชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ (Brand Name) คุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ (Quality) การรับประกันผลิตภัณฑ์ (Warranties) และการรับคืนผลิตภัณฑ์ (Returns)

2.ราคา (Pricing) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้ซื้อทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการหรือนโยบายการตั้งราคา (Pricing Policies) หรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน การกำหนดราคามีความสำคัญต่อกิจการมาก กิจการไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การพิจารณาราคาจะต้องกำหนดต้นทุนการผลิต สภาพการแข่งขัน กำไรที่คาดหวัง ราคาของกลุ่มแข่งขัน ดังนั้นกิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ ประเด็นสำคัญจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคาได้แก่ ราคาสินค้าที่ระบุในรายการหรือราคาที่ระบุ ราคาที่ให้ส่วนลด ราคาที่มีส่วนยอมให้ ราคาที่มีช่วงระยะเวลาที่การชำระเงินและราคาเงื่อนไขให้สินเชื่อ

3.ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ก็เน้นช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึงสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกส่วนได้เป็นอย่างดีหรือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือลูกค้า ซึ่งอาจผ่านคนกลางหรือไม่ผ่านก็ได้ ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม(industrial User) หรือลูกค้าทางอุตสาหกรรม (Industrial Consumer) และคนกลาง(Middleman) โลจิสติกส์ทางการตลาด เป็นการวางแผนการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่ต้องการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งผลกำไรหรือกลยุทธ์ทางการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์ แน่นอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่น่าเสนอที่อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์หรือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยเศรษฐกิจต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการนำพาสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม มีความสำคัญต่อกำไรของหน่วยธุรกิจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อการกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องอื่นๆเช่น การตั้งราคา การโฆษณา เกรดสินค้า หรือ การกระจายสินค้าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้า จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมการขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้า ภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น

4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เน้นทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายและการตลาดโดยตรง ซึ่งสามารถเรียกว่า 4P ซึ่งนำไปสู่การได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของกิจการนั่นเอง ระดับที่สองคือการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านของการสร้างประสบการณ์ที่ดีน่าประทับใจให้กับลูกค้า ก็จะนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ทางด้านการตลาดที่แน่นอน ต่อผู้บริโภคแบบสนิทแนบแน่น โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดระดับที่สองนี้

คือกิจการจะสามารถมีส่วนแบ่งการตลาดในจิตใจของลูกค้าสูงขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่งชั้นหรือ เป็นกิจกรรมติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการให้ความรู้ ชักจูง หรือเป็นการเตือน ความจำเป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย หรือเป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการความคิด ต่อบุคคลโดยใช้เพื่อจูงใจ ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ

5. ด้านบุคคล (People)หรือพนักงาน Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งชั้นเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยนและการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7.ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้อง และสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยในการพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ในตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ และมีความสำคัญที่สุดของนักธุรกิจ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารการตลาด จะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียด ถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ ฯลฯ จะช่วยให้ผู้บริหารทหายใจหรือเดาใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไรมีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริคนำมาตัดสินใจซื้อคืออะไร

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

นัตยาพร เสมอใจ (2550 : 18) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ หรือ พฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

สุปัญญา ไชยชาญ (2550 : 51) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

สุวัฒน์ศิริรินทร์ และภavana สวนพลู (2552 : 241) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้าหรือ บริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ

ธนกฤตวันตะเมธ (2554 : 90) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการกำจัดทั้งซึ่งสินค้า บริการ และแนวคิดต่างๆ ของผู้บริโภค

ชูชัย สมิทธิไกร (2554 : 6) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

ปณิศา มีจินดา (2553:10) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้อง กับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การซื้อ การใช้ และการจัดการภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่งๆ พฤติกรรมผู้บริโภค คือ กระบวนการที่เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล การซื้อ การใช้การประเมินผลในสินค้าหรือบริการจากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคนี้ สามารถแยก ได้ดังนี้

1. มีการแสดงกิริยาอาการของบุคคลด้วยการเดินทางไปจับจ่ายหาซื้อ และใช้สินค้าหรือบริการตามความต้องการของบุคคล
2. พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อการพิสูจน์ความต้องการ การตรวจสอบ การแสวงหาข่าวสาร การจับจ่าย และการพูดคุยเพื่อค้นหาคำยืนยัน
3. บุคคลที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ผู้บริโภคคนสุดท้ายที่เป็นครอบครัวแม่บ้าน หรือซื้อไปเป็นของขวัญให้บุคคลอื่น

กัลยกรวรกุลธัญญ์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553 : 90) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี 3 รูปแบบ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อบัจจัยด้านความคิด ความรู้สึก

ของผู้บริโภคด้วย และพฤติกรรมผู้บริโภคได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายใน และภายนอกจึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

2. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำ กับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอะไร อย่างไร และทำไม

3. พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) กับผู้ขาย เพื่อตอบสนองความต้องการ (เจ้าของสินค้า)

สุปัญญา ไชยชาญ (2550 : 51-57) ให้กล่าวเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า อาการที่แสดงออกในการซื้อของผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการซื้อแบบเป็นปกติกิจ หมายถึง พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคทำการซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะต้องซื้อเป็นประจำ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะทั่วไป มีราคาต่อหน่วยต่ำ มีวงจำหน่ายทั่วไป ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อโดยไม่ยุ่งยากแต่อย่างใด

2. พฤติกรรมการซื้อแล้วลดความกังวลใจ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ ผู้บริโภค รู้จักดี และรู้ว่ามีความแตกต่างระหว่างตราหือ น้อยมาก แต่ผู้บริโภคก็ยังตัดสินใจได้ยากในการซื้อ เพราะเป็นประเภทที่มีราคาและความเสี่ยงสูง มีการซื้อเป็นครั้งคราว

3. พฤติกรรมการซื้อแบบซับซ้อน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ ผู้บริโภคมีความคุ้นเคย มีราคาสูง มีความเสี่ยงสูง แต่มีความถี่ในการซื้อต่ำมาก บางครั้งมีการซื้อเพียงครั้งเดียวตลอดอายุของผู้บริโภค ก่อนการลงมือซื้อ ผู้บริโภคต้องแสวงหาสารสนเทศ เพิ่มเติมอีกจำนวนมากเกี่ยวกับประเภทและตราผลิตภัณฑ์เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้นๆ เช่น บริโภคที่จะลงมือซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลมาใช้ เป็นต้น

4. พฤติกรรมการซื้อแบบแสวงหาความหลากหลาย ผู้บริโภคบางกลุ่มเมื่อจะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความยุ่งยากน้อย ก็ยังถือว่าตราผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอยู่ ไม่อยากซื้อตราเดิม พฤติกรรมการซื้อจึงมีการเปลี่ยนเป็นตราใหม่เสมอๆ เพราะอยากหลุดพ้นจากความจำเจ ช้าช้าอยากลองของใหม่ จากความหมายดังกล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ “การแสดงอาการที่เป็นกระบวนการเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ การใช้ การประเมินผลสินค้าหรือบริการ จากการได้มาตามความต้องการและคาดหวังของผู้บริโภค” โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเภทของผู้บริโภค สามารถจำแนกได้ 4 กลุ่มดังนี้

1. ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลและองค์กร

1.1 ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลมักจะซื้อสินค้าไปใช้ในครัวเรือนของเขา เช่น ซื้อแป้ง สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก หรือซื้อไปเป็นของขวัญให้กับคนรักการซื้อและใช้นี้ต้องเป็นบุคคลสุดท้ายมิได้นำไปผลิตหรือขายต่อ

1.2 องค์กรในที่นี้คือนิติบุคคลที่จัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์มุ่งแสวงหากำไรหรือไม่แสวงหากำไร จัดซื้อสินค้าหรือบริการไว้ใช้ในกิจการของตนเอง

2. ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลที่แท้จริง ผู้บริโภคที่มีศักยภาพและผู้บริโภคที่ไม่แท้จริง

2.1 ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลที่แท้จริง หมายถึง บุคคลที่ซื้อสินค้าหรือบริการจากร้านค้าใดร้านค้าหนึ่งเป็นประจำสม่ำเสมอ

2.2 ผู้บริโภคมีศักยภาพในการซื้อ หมายถึง บุคคลที่พร้อมจะซื้อสินค้าหรือบริการแต่ยังได้รับการจูงใจหรือข้อมูลในสินค้าหรือบริการยังไม่เพียงพอ

2.3 ผู้บริโภคไม่แท้จริง หมายถึง บุคคลที่ไม่มีความต้องการในสินค้าหรือบริการทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

3. ผู้บริโภคที่เป็นอุตสาหกรรมและเป็นครัวเรือน

3.1 ผู้บริโภคที่เป็นอุตสาหกรรม หมายถึง ธุรกิจที่ซื้อสินค้าหรือบริการไปขายต่อหรือผลิตต่ออีกทอดหนึ่งประกอบด้วยพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก ตัวแทนจัดจำหน่ายหรือเป็นหน่วยงานรัฐบาล ธุรกิจที่ผลิตต่อประกอบด้วย โรงงานอุตสาหกรรม งานเกษตรกรรมซื้อวัตถุดิบนำไปผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปอีกทอด

3.2 ผู้บริโภคที่เป็นครัวเรือน หมายถึง บุคคลที่มีอำนาจซื้อสินค้าหรือบริการไว้ให้สมาชิกในครอบครัวใช้ เช่น แม่บ้าน

4. ผู้บริโภคที่เป็นผู้คาดหวัง ในที่นี้คือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่นักการตลาดต้องการจะเข้าถึง ทั้งนี้เพราะมีปัจจัยหลายประการที่สอดคล้องกับสินค้าของเขา

ลักษณะของการเกิดพฤติกรรมผู้บริโภค มีลักษณะดังนี้

1. เกิดจากการจูงใจ การแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภค มักมีจุดมุ่งหมายคือ ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของตนเอง เช่น แรงจูงใจเกิดจากความสะดวกสบายในการเดินทางไปทำงานด้วยการซื้อรถยนต์นั่ง จะแสดงพฤติกรรมด้วยการขยันทำงานเก็บเงินหรือสรรหาแหล่งเงินผ่อนมาซื้อเพื่อให้ได้สิ่งของที่ต้องการ ลักษณะการแสดงพฤติกรรมอาจมีลักษณะที่แตกต่างกันดังนี้

1.1 ทำหน้าที่ให้เสร็จ เช่น ต้องการซื้อช็อคโกแลตเพื่อแสดงความยินดีเมื่อเพื่อนสำเร็จการศึกษาหรือซื้อสิ่งของบำรุงสุขภาพให้คนไข้ เพื่อแสดงให้เห็นว่าเป็นห่วงเป็นใยเมื่อไปเยี่ยม

1.2 มีจุดมุ่งหมายมากกว่าหนึ่ง เช่น ต้องการซื้อรถยนต์คันแรกประสงค์ที่สามารถปรับเป็นห้องสำนักงานและใช้บรรทุกสิ่งของได้ หรือต้องการเครื่องปั้นอาหารที่สามารถใช้ได้หลายๆ ลักษณะ

1.3 มีจุดมุ่งหมายสลับซับซ้อน เช่น นักศึกษาต้องการขอเงินผู้ปกครองไปเกี่ยวกับการช่วยผู้ปกครองทำงานบ้านแทน เพื่อให้ผู้ปกครองเห็นใจและยินดีจ่ายเงินให้หรือ ร้านค้าหาบเร่แผงลอยยอมจ่ายเงินค่าคุ้มครองเพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการทำมาหากิน

2. เกิดจากบทบาทของผู้บริโภคในหลาย ๆ ลักษณะดังนี้

2.1 เป็นผู้ซื้อ ในที่นี้อาจซื้อจากคำสั่งจากคนอื่น หรือซื้อเพื่อใช้เอง หรือซื้อเพื่อใช้เป็นของขวัญให้แก่คนรักได้

2.3 ผู้ริเริ่ม คือ ผู้สร้างแนวคิดในสินค้าหรือบริการให้ตลาดยอมรับ โดยให้คำแนะนำหรือทำให้เกิดความต้องการในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

2.4 ผู้นำหรือผู้มีอิทธิพลในการชักจูงใจให้มีการตัดสินใจซื้อ คือ ผู้มีอำนาจหรือมีอิทธิพลจูงใจให้ผู้อื่นได้ปฏิบัติในการซื้อตามผู้นำ โดยการแนะนำหรือใช้ข้อความข่าวสาร หรือสร้างแรงกระตุ้นชักจูงให้ผู้ตามกลุ่มมีการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

2.5 ผู้ตัดสินใจซื้อในระบบครอบครัว ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ในบ้านมักเป็นแม่บ้าน ไม่ว่าจะเป็นของใช้ในครัว ของใช้สำหรับเด็กเล็กหรือแม้แต่เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายของพ่อบ้านด้วยก็มี แต่ถ้าเป็นสินค้าใหญ่ๆ ราคาแพง

3. เกิดจากกิจกรรมหลายอย่างจากการซื้อดังนี้

3.1 เกิดความสนใจจากการดูภาพยนตร์โฆษณา หรือการจัดแสดงสินค้า หรือเพื่อนแนะนำให้ซื้อและใช้

3.2 สรรหาข้อมูลจากการเยี่ยมชมร้านค้าด้วยการพูดคุย หรือถกปัญหากับพนักงานขายในร้านค้า หรือพูดคุยในครอบครัว หรือถกปัญหากับเพื่อนๆ

3.3 ประเมินทางเลือกโดยตอบปัญหาในหัวข้อต่อไปนี้คือ ซื้อสินค้าอะไร ที่ไหน เมื่อใด วิธีใด ใช้ตราอะไร สินค้าชนิดไหน จากผู้ขายรายใด และต้องจ่ายเงินอย่างไร

3.4 ตัดสินใจซื้อด้วยการตกลงในรายละเอียดต่าง ๆ เช่น การชำระเงิน สถานที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการ

3.5 ปฏิบัติหลังการซื้อ ทดลองใช้สินค้า จัดการเกี่ยวกับที่เก็บรักษาสินค้า การบำรุงรักษา จัดการเตรียมซื้อในครั้งต่อไป การจัดการกับขยะมูลฝอยที่เกิดจากการใช้สินค้า

4. เกิดจากปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อให้ง่ายขึ้น ดังนี้

4.1 เลือกสินค้าหรือบริการที่น่าพอใจมากกว่าเลือกสิ่งที่ดีที่สุด

4.2 เชื่อในคำแนะนำในการซื้อสินค้าหรือบริการจากศูนย์อิทธิพล

4.3 เชื่อถือในตราหือหรือชื่อสตัยในการซื้อสินค้าหรือบริการ

5. เกิดจากความแตกต่างระหว่างบุคคล บุคคลแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ลักษณะ เช่น บุคลิกภาพ วิธีการดำเนินชีวิต สถานภาพ เพศ อายุ ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะมีผลต่อแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคแตกต่างกันด้วย เช่น บุคคลที่มีความทะเยอทะยานจะใฝ่หาความสะดวกสบาย ที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นมากกว่าบุคคลอื่นๆ

6. เกิดจากการลงทุน การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีลักษณะคล้ายๆ กับนักธุรกิจคือ มีวัตถุประสงค์มุ่งแสวงหาผลประโยชน์จากการลงทุน ดังนี้

6.1 ลักษณะการลงทุนจากการซื้อประกอบด้วย

(1) ต้องใช้เวลาในการเสาะแสวงหาสินค้าที่ต้องการ

(2) ต้องใช้แรงกายในการเดินทาง

(3) ต้องการให้สังคมรับรู้ว่าการซื้อสินค้าจากร้านที่มีระดับ เช่น ซื้อสินค้าในร้านค้าที่มีชื่อเสียงมากกว่าร้านหาบเร่แผงลอย ราคาแพงกว่าทั้งๆ ที่สินค้าเหมือนกัน

(4) ต้องใช้จิตใจ เช่น ความอดทนในการเดินทาง ความอดกลั้นในการรอคอยสินค้า

6.2 มีวัตถุประสงค์มุ่งแสวงหาผลประโยชน์ ดังนี้

(1) ความพึงพอใจที่ได้รับสูงสุดจากการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

(2) ความคุ้มค่า คุ้มราคาจากการตัดสินใจซื้อ

(3) ความสะดวกสบายหลังจากใช้สินค้า หรือพึงพอใจมากกว่าที่คาดหวัง

4. ได้รับการยกย่องนับถือจากสังคมจากการเลือกซื้อสินค้าให้ห้างที่มีความหรูหราและมีระดับ การลงทุนในภาคธุรกิจอาจมีการขาดทุนได้ ก็ลงทุนไปแล้วแต่ได้ผลตอบแทนจากการลงทุนไม่คุ้มค่า การบริโภคของผู้บริโภคก็เหมือนกัน อาจได้รับการขาดทุนในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

(4.1) ซื้อสินค้าหรือบริการมาแล้วได้ประโยชน์น้อย หรือไม่ได้ประโยชน์เลยทำให้เสียเงินโดยเปล่าประโยชน์

(4.2) ได้รับอันตรายจากการใช้สินค้าหรือบริการ เช่น มีสารพิษตกค้างในร่างกายจากการบริโภคสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ หรือได้รับบรรจุภัณฑ์ที่ยากต่อการทำลาย หรือเป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม

(4.3) ได้รับการประณามจากสังคม หรือถูกสังคมเหยียดหยามจากการใช้สินค้า หรือบริการ เช่น การซื้อยาเสพติด หรือซื้อบริการทางเพศกับเด็กๆ

(4.4) เกิดความวิตกกังวลในการใช้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ เช่นซื้อบ้านมาหลังหนึ่งมาอยู่ ภายหลังว่า โครงสร้างฐานที่เป็นเสาเข็มไม่มีคุณภาพ ต้องวิตกกังวลกลัวว่าหลังคาจะหล่นมาทับเมื่อไรก็ตายเมื่อนั้น(อ้างอิงจาก) <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/%>

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

วัชรพงศ์ และคณะ(2558)โครงการนี้เป็นโครงการประเภทธุรกิจบริการ screen in love t-shirt มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการเพื่อให้นักศึกษามีประสบการณ์ทางการเรียนรู้ในธุรกิจบริการ และการสร้างรายได้ระหว่างเรียนเพื่อให้นักศึกษา มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

วิธีดำเนินงาน 3 ขั้นตอน 1. ขั้นเตรียมการ 2. ขั้นดำเนินการ 3. ขั้นประเมินผล
จากการดำเนินงานสรุปได้ดังนี้

1. วัน เวลา สถานที่ ดำเนินงานตั้งแต่ กรกฎาคม 2558 ถึง กุมภาพันธ์ 2559 สถานที่ตลาดนัดรถไฟ ศรีนครินทร์ ซ.ศรีนครินทร์ 51 กรุงเทพฯ ๑ 10900

2. ร้าน screen in love t-shirt มีผลดำเนินการ โดยมีการเงินลงทุน 15,000 บาท และได้มีการจัดจำหน่ายที่ตลาดนัดรถไฟ ได้ออกร้านให้บริการและจัดจำหน่ายสินค้า ได้เงินทั้งสิ้น 43,215 บาท หักต้นทุนจากการดำเนินงาน 15,000 บาท ได้กำไรสุทธิ 28,215 บาท

3. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ 1. สมาชิกมีประสบการณ์ค่อนข้างน้อยในการทำธุรกิจเสื้อกรีน 2. คู่แข่งธุรกิจเสื้อผ้ามีจำนวนมาก

4. ข้อเสนอแนะและแนวทางในการพัฒนา 1. ทดลองทำเสื้อกรีนก่อนออกไปขายจริงเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด 2. ศึกษาข้อมูลทางการตลาดในธุรกิจเสื้อผ้า และทำกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด เพื่อให้กิจการเป็นที่รู้จัก

5. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ 1. งานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2. มีประสบการณ์ในด้านการตลาดเกี่ยวกับธุรกิจบริการและมีรายได้ระหว่างการศึกษา 3. ทำให้มีความคิดสร้างสรรค์และมีทักษะในการออกแบบ แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

จากผลสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน100คน โดยถามเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาด (7P's)พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในบริการร้าน Screen in Love T-shirtในด้านส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =4.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =4.44)รองลงมาคือด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก

มีค่าเฉลี่ย($\bar{x}$ =4.43) และด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =4.41)ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =4.41)

กัญญณัฐ จินงาน และคณะ(2557)โครงการธุรกิจบริการ bag in design โครงการนี้มีวัตถุประสงค์ของโครงการ 1.)เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2.) เพื่อให้ นักศึกษามีประสบการณ์ ทางการเรียนรู้ในธุรกิจบริการ และการสร้างรายได้ระหว่างเรียน 3.) เพื่อให้ นักศึกษา มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

วิธีดำเนินงาน 3 ขั้นตอน 1. ขั้นเตรียมการ 2. ขั้นดำเนินการ 3. ขั้นประเมินผลจากการ ดำเนินงานสรุปได้ดังนี้

1.วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการ ตั้งแต่วันที่ 4 พฤศจิกายน 2557 – กุมภาพันธ์ 2558 งบประมาณ ในการลงทุน เป็นเงิน 4,000 บาท สถานที่ปฏิบัติงานบริการตลาดนัด แพลตทหารเรือ ถนนสรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260

2.ผลการดำเนินงานมีการลงทุน 4,000 บาท จากการร่วมลงทุนของสมาชิกและได้มีการบริการ และจัดจำหน่ายที่ถนนคนเดินแพลตทหารเรือ ได้กำไรทั้งสิ้น 4,520 บาท หักจากการดำเนินงาน 4,000 บาทเหลือกำไรสุทธิ 520 บาท

3.ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นการได้ การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริการ และเพิ่มรายได้ให้กับโครงการธุรกิจบริการ ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์จากการทำงานเป็น ทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

4.ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ 1.)ป้ายร้านเล็กไปและการจัด ร้านไม่สมบูรณ์เนื่องจากการจองสถานที่ขายแต่ละครั้งขึ้นอยู่กับทางแพลตทหารเรือ 2.)ไม่มีป้ายกล่อง กล่องแยกตัวอักษรที่ใช้รีดติดผ้าทำให้เสียเวลาในการค้นหาตัวรีดที่ลูกค้าต้องการทำให้ลูกค้ารอนาน 3.) รีดตัวอักษรไม่ติด เนื่องจากใช้ไฟอ่อนเกินไป

5.ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา 1.)ทำป้ายร้านใหม่ให้ได้ขนาดใหญ่ขึ้น จัดร้านให้ได้ สัดส่วน ให้เข้ากับสถานที่ในแต่ละครั้ง 2.)ไปหาซื้อกล่องแยกตัวอักษรและทำป้าย index คิดเพิ่มการ ค้นหาให้สะดวกขึ้น 3.)ปรับระดับไฟให้อยู่ในระดับที่มากขึ้นแต่ก็ไม่สูงเกินไปเพราะผ้าอาจจะเกิดรอย โหลและอาจมีรอยคราบเหลืองได้

จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 คน โดยถามถึง ส่วนประสมทางการตลาด 7p's พบว่า

ด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.39$) พิจารณาราย
 ข้อ พบว่าการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.44$) รองลงมาคือด้านบุคลากร อยู่ใน
 ระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.43$) รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.41$) ด้าน
 กระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.35$) รองลงมาด้านราคา อยู่ในระดับมากมี
 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.29$) และด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.27$) ตามลำดับ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจบริการ
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำธุรกิจบริการ
5. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
6. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์ และส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดซื้อวัตถุดิบ และตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ปฏิบัติงาน
2. ทดลองปฏิบัติการให้บริการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน
3. ปฏิบัติดำเนินงานธุรกิจตามขั้นตอนการบริการที่วางแผนไว้
4. จัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงานบริการ และงบประมาณผลกำไร ขาดทุน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน

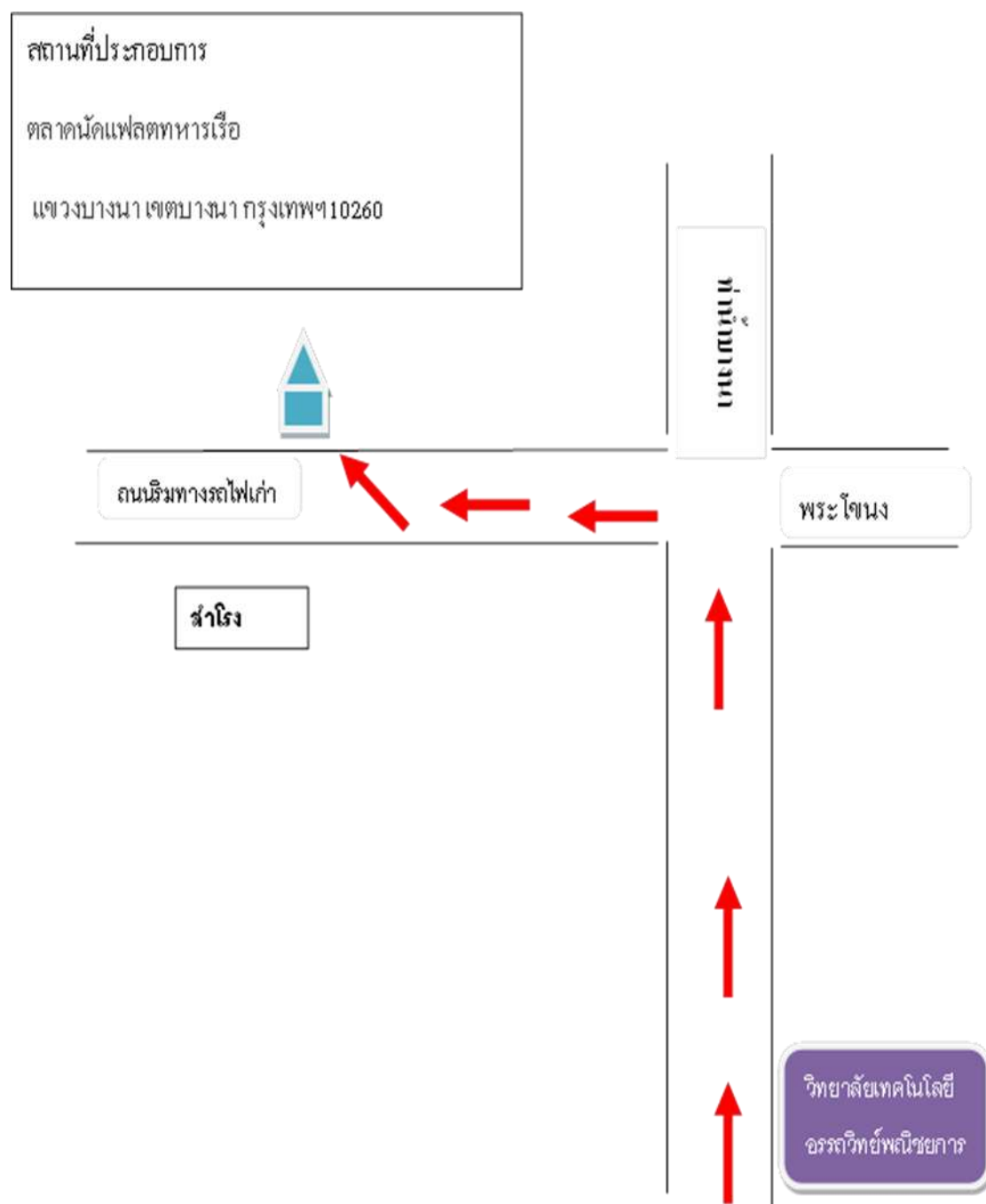
ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน	ปี 2562							ปี 2563	
	ม.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1.เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจบริการ	↔								
2.ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ	↔								
3.ร่างโครงการการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	↔								
4.จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำธุรกิจบริการ		↔							
5.จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์และการส่งเสริมการตลาด		↔							
6.ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้				↔					
7.สรุปผลการปฏิบัติงาน							↔		
8.ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									↔

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ แขวงบางนา บางนา กรุงเทพมหานคร 10260



งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุนคนละ 3,500 บาท รวมเป็นเงิน 7,000 บาท

1. วัสดุคืบ

กระเป๋าคินสอ	2,500	บาท
--------------	-------	-----

สติ๊กเกอร์อักษรและรูปภาพ	1,500	บาท
--------------------------	-------	-----

2. อุปกรณ์

ชุดเตาวิค	-	
-----------	---	--

โต๊ะวางกระเป๋า	-	
----------------	---	--

ตะแกรงแขวนโซว์กระเป๋า	200	บาท
-----------------------	-----	-----

3. เบ็ดเตล็ด

ค่าเช่าสถานที่ 80 บาท ต่อวัน 10 วัน	800	บาท
-------------------------------------	-----	-----

ชุดเสื้อฟอร์ม 2 คน คนละ	500	บาท
-------------------------	-----	-----

ค่าสื่อโฆษณาและป้ายร่าย	1,500	บาท
-------------------------	-------	-----

รวม	7,000	บาท
-----	-------	-----

1. บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท BielyScreen Shop จำกัด เป็นกิจการที่ก่อตั้งขึ้นโดย นางสาวกมลเนตร จันทราและนางสาว มณฑา สุรินทรานุรักษ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่ชื่นชอบในการนำกระเป๋าดินสอมาประดับตกแต่ง ให้มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง เพื่อต้องการให้ตัวเองดูโดดเด่นมากยิ่งขึ้นจึงเป็นที่มาให้บริษัทBiely Screen Shop ไปก่อตั้งอยู่ที่ แฟลตทหารเรือ สรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 โดยสินค้าที่ ให้บริการ เป็นกระเป๋าดินสอราคา 79 บาท ในปัจจุบันลูกค้าหลักของกิจการ คือ กลุ่มคน ที่ชื่นชอบการ ตกแต่งกระเป๋าดินสอ ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว กิจการครองส่วนแบ่งตลาดทั้งสิ้น10% ของส่วนแบ่ง การตลาดทั้งหมด คู่แข่งที่สำคัญของกิจการ คือ 1.ร้านU&I Shop 2.ร้านStar Shop 3.ร้าน Wan Screen Shop ซึ่งกิจการสามารถเผชิญ การแข่งขันในปัจจุบัน เนื่องจากการสกรีนรีดดิคกระเป๋าดินสอนั้น สามารถแก้ไข ปรับแต่งเอกลักษณ์ใหม่ๆได้ง่ายรวดเร็วและราคาถูก ตามความต้องการของผู้บริโภค ขณะนี้กิจการใช้เงิน ลงทุนไปแล้วทั้งหมด 200,000บาท เป็นเงินลงทุนส่วนของเจ้าของจำนวน 100,000บาทและหุ้นส่วนอีก 100,000 คิดเป็นสัดส่วนระหว่างเงินลงทุนของเจ้าของกับหุ้นส่วนเท่ากับ 50:50ล่าสุดในปี 2562มีผลกำไร 4,761,115.20บาท โดยกิจการสามารถคืนทุน ภายใน 3 ปี

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจนี้ต่อ ธนาคารกรุงเทพ

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อหาผู้ร่วมลงทุนในการทำธุรกิจ
2. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

โดยมีเงื่อนไขดังนี้คือ

1. เมื่อมีผลกำไร จากการบริหารจัดการจึงมีการปันผล
2. ผู้ถือหุ้นในบริษัทหุ้นต้องมีอายุครบกำหนด 3 ปี จึงมีสิทธิ์ขายหุ้น

3.ความเป็นของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวความคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

กิจการนี้ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2562 โดย นางสาว กมลเนตร จันทรา และ นางสาว มณฑา สุรินทรามูรณ์ เป็นเพื่อนสนิทกัน ได้มีความชอบกระเป๋าดินสอและมักจะหาอะไรมาประดับตกแต่งกระเป๋าดินสอเพื่อสร้างเอกลักษณ์ไม่ให้ซ้ำกับของคนอื่นและคิดว่าน่าจะมีกลุ่มคนจำพวกที่ชอบประดับตกแต่งกระเป๋าดินสอเหมือนกันจึงได้มีการก่อตั้งร้าน Biely Screen Shop เปิดบริการที่ตลาดสรรพาวุธบางนา

แนวความคิดในก่อตั้งกิจการ

เนื่องจากสังคมในสมัยนี้ มีกระเป๋าดินสอให้เลือกสรรหลายรูปแบบวัยรุ่นมีความต้องการเป็นของตัวเองสูง ต้องการกระเป๋าดินสอในแบบเอกลักษณ์ของตัวเอง ทางร้าน BielyScreen Shop จึงมีแนวคิดในการตอบโจทย์ความต้องการนี้ด้วย การจัดทำกระเป๋าดินสอสกรีน ใช้ตัวรีดติดกระเป๋าดินสอ ให้กลุ่มลูกค้าที่ต้องการออกแบบกระเป๋ามีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร โดยทางผู้บริหาร Biely Scree Shop มีประสบการณ์ความชำนาญในการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าทุกรูปแบบ

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1.	หาสถานที่ทำการ	30วัน	30วัน
2.	การจัดทำตกแต่งร้าน	40วัน	40วัน
3.	ซื้ออุปกรณ์เครื่องมือ	10วัน	10วัน
4.	โปรโมทร้าน	20วัน	20วัน
5.	หาผู้ร่วมลงทุน	60วัน	60วัน
6.	นำเสนอข้อมูลให้ผู้ร่วมลงทุน	30วัน	30วัน
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	190วัน	190วัน

4.ผลิตภัณฑ์

4.1 รายละเอียดบริการ

ทางร้าน BielyScreen Shop ได้มีการจัดจำหน่ายกระเป๋าดินสอสกปรนด้วยการรีดติดกระเป๋าดินสอในราคาข่อมเยาว์

- กระเป๋าใส่ดินสอBiely Screen Shop มีเนื้อผ้านุ่มและพกพาสบาย
- มีตัวรีดติดกระเป๋าดินสอให้เลือกมากมาย ทั้งตัวอักษรและตัวการ์ตูน
- ลูกค้าได้ออกแบบการวางตัวรีดบนกระเป๋าดินสอของตัวเองได้ ไม่มีแบบที่ตายตัว
- กระเป๋าแบบที่ลูกค้าพอใจ
- กระเป๋าดินสอมีให้เลือกหลากหลายสี สีแดง สีส้ม สีน้ำตาล สีเทา



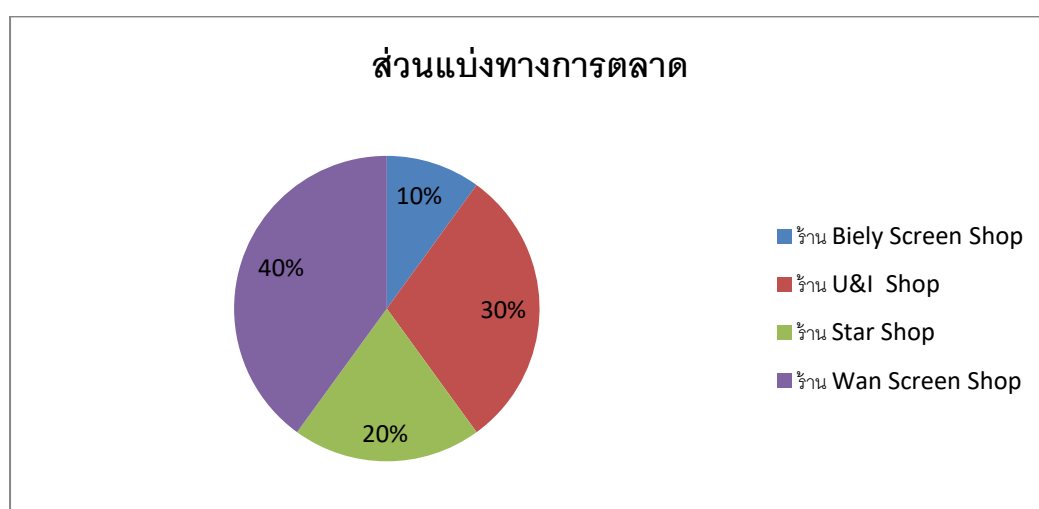
ตัวอย่าง การรีดแบบอักษรและแบบรูปภาพ

5.การวิเคราะห์ตลาด

5.1 สถานะตลาด

ธุรกิจสกรีนกระเป๋าดินสอกำลังได้รับความนิยมและมีอัตราการเติบโตเป็นอย่างต่อเนื่องเพราะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายขยายตัวออกไปในขณะเดียวกันกลุ่มอายุของผู้ใช้บริการสกรีนด้วยตัวรีดติดกระเป๋าดินสอในปัจจุบันก็ไม่ได้แก่เพียงวัยรุ่นแต่กลุ่มวัยทำงานก็ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก

5.2 การแบ่งส่วนตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

ธุรกิจสกรีนด้วยตัวรีดติดกระเป๋าดินสอนั้น เป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงานที่ชอบในแฟชั่น แต่ปัจจุบันส่วนแบ่งทางการตลาดของทางร้านยังมีน้อย เนื่องจากยี่ห้อและร้านยังไม่ได้เป็นที่รู้จักของตลาดมากนัก แต่ก็ยังมีกลุ่มนักเรียน นักศึกษา เป็นฐานลูกค้าหลัก ถ้าสามารถรักษากลุ่มลูกค้าเหล่านี้ไว้ และเพิ่มการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ จัดทำโปรโมชั่นต่างๆ ตกแต่งร้านให้เป็นจุดสนใจ ก็จะเป็นการเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้อีกด้วย โดยคาดหวังว่าทางร้านจะสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

5.4 ตลาดเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งนักเรียนนักศึกษาและวัยทำงานที่สนใจตัวสกรีนรีดติด

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

กลุ่มลูกค้าส่วนมากจะเป็นวัยรุ่นนักเรียนนักศึกษาและกลุ่มคนวัยทำงานที่ชื่นชอบในกระเป๋าดินสอที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

5.6 สภาพการแข่งขัน

ในปัจจุบันเนื่องจาก ธุรกิจสกรีนด้วยการรีดติดกระเป๋าสี เป็นที่นิยมของบุคคลในสังคมปัจจุบัน จึงมีการแข่งขันกันทำธุรกิจประเภทนี้มากขึ้น

5.7 คู่แข่งขัน

1. WanShop 2. Star Shop 3. U&I Shop

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	Biely Screen Shop	Wan Screen Shop	Star Shop	U&I Shop
ด้านบริการ	บริการสกรีนตัวรีดติดกระเป๋าสีให้ลูกค้า	บริการ สกรีนกระเป๋าสีด้วยเครื่องสกรีน	บริการออกแบบ และสกรีน	บริการฟรีอเดอร์
ด้านราคา	1.กระเป๋าสีดิสนีย์ 79 บาท 2.ตัวรีดติดแบบอักษรตัวละ 10 บาท แบบตัวการ์ตูนตัวละ 10 บาท	กระเป๋าสีผ้าใบละ 99 บาท	กระเป๋าสีผ้า ใบละ 139 บาท	ราคากระเป๋าสีเริ่มต้นที่เริ่มต้นที่ 299 บาทขึ้นไป
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เปิดบริการที่ตลาดนัดแฟลตทหารเรือสรรพาวุธ- บางนา	เปิดบริการที่ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์	เปิดบริการที่ ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์	ห้างสรรพสินค้าเมกะบางนา
ด้านส่งเสริมการตลาด	1. ใช้การส่งเสริมการขายซื้อกระเป๋าสีดิสนีย์ติดตัวรีดฟรี 3 ตัวทั้งตัวอักษรและตัวการ์ตูน 2. มีการจัดแสดงสินค้ามีป้ายหน้าร้าน 3. มีนามบัตร	บัตรสะสมแต้ม เมื่อซื้อครบ 10 ฟรีกระเป๋าสี 1 ใบ	ซื้อครบ 300 บาทขึ้นไปลดทันที 10 %	ซื้อครบ 500 บาท ขึ้นไปลดทันที 10 %

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	1.มีความรู้ความสามารถในการทำงานเป็นอย่างดี 2.เป็นธุรกิจที่ไม่มีความซับซ้อนมากนัก ทำให้มีการบริหาร และทำการตลาดได้ง่าย ลูกค้ายึดกันได้ไว	1.ธุรกิจเพิ่งเริ่มงานทำให้มีความเสียต่อการดำเนินงานสูง
ด้านการตลาด	1.ร้านตั้งอยู่ตลาดแฟลตสรรพาวุธและติดกับโรงเรียนสรรพาวุธซึ่งตอบสนองความต้องการของกลุ่มวัยเรียนวัยนักศึกษา	1.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงทุกพื้นที่
ด้านการบริการ	1.สร้างบุคลากรทุกคนให้มีใจในการบริการ 2.มีความรวดเร็วในการบริการ	1.ในการให้บริการหากมีลูกค้ามาจึงทำให้การบริการล่าช้า
ด้านการเงิน	1.มีการบริหารงบประมาณที่ดี	1.ใช้เงินในการลงทุนค่อนข้างมาก 2.ต้องมีเงินทุนสำรอง

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	1.สถานที่เปิดร้านเป็นตลาดนัดที่มีผู้คนเป็นจำนวนมาก	1.ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงรสนิยม 2.ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อ
สถานการณ์การแข่งขัน	1.ผู้บริโภคได้โอกาสในการเลือกแบบตามความต้องการ	1.คู่แข่งมีจำนวนมากขึ้นเพราะเป็นธุรกิจที่เปิดขึ้นได้ง่ายทำให้มีการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงและกิจการแย่งชิงลูกค้า
สังคม	1.นักเรียนและนักศึกษาให้ความสนใจในแฟชั่นเป็นอย่างมาก	-
เทคโนโลยี	1.มีการขายผ่านสื่อออนไลน์ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคจำนวนมากขึ้น	1.คู่แข่งอาจมีกลยุทธ์ทางเทคโนโลยีที่ใช้โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์มากกว่า
สภาพเศรษฐกิจ	-	1.สภาพเศรษฐกิจอยู่ในขั้นตกต่ำทำให้ผู้บริโภคระมัดระวังในการใช้จ่ายอะไรที่ไม่จำเป็น
กฎหมาย,ระเบียบ,ข้อบังคับ	1.รัฐบาลมีการสนับสนุนธุรกิจ SME หรือธุรกิจขนาดย่อมจึงดำเนินงานได้อย่างคล่องตัว	1.กฎหมายงานฉบับมีข้อจำกัดมากเกินไป
กลุ่มผู้จำหน่าย,เครือข่าย	1.มีโอกาสนในการขยายสาขาไปยังกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการ	1.ไม่มีตัวแทนในการจัดจำหน่าย

6.แผนการบริหารจัดการ

6.1ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	BielyScreen Shop
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ	ตลาดนัดแฟลตทหารเรือสรรพาวุธ
รูปแบบของการดำเนินการธุรกิจ	ธุรกิจสกรีนตัววีดีตติคกระเป๋าดินสอ
ทุนจดทะเบียน	200,000 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	-
หมายเลขทะเบียนการค้า	1365897563114

6.2รายนามคณะกรรมการร้าน

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	นางสาว กมลเนตร จันทรา	ผู้จัดการร้าน
2	นางสาว มณฑา สุรินทรามุรณ	หุ้นส่วนร้าน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันร้านของคณะกรรมการ

อำนาจในการบริหารจัดการสูงสุดของร้านภายใต้การดูแลของ นางสาว กมลเนตร จันทรา เป็นผู้ดูแลกิจการทั้งหมด มีอำนาจสั่งการสูงสุดภายในร้าน

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และ สัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น(บาท)	เปอร์เซ็นต์
1	นางสาว กมลเนตร จันทรา	10,000	100,000	50%
2	นางสาว มณฑา สุรินทรามุรณ	10,000	100,000	50%
	รวมจำนวนหุ้น/มูลค่าหุ้น	20,000	200,000	100%

*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

ชื่อ-นามสกุล นางสาว กมลเนตร จันทรา อายุ 20 ปี

การศึกษาระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด

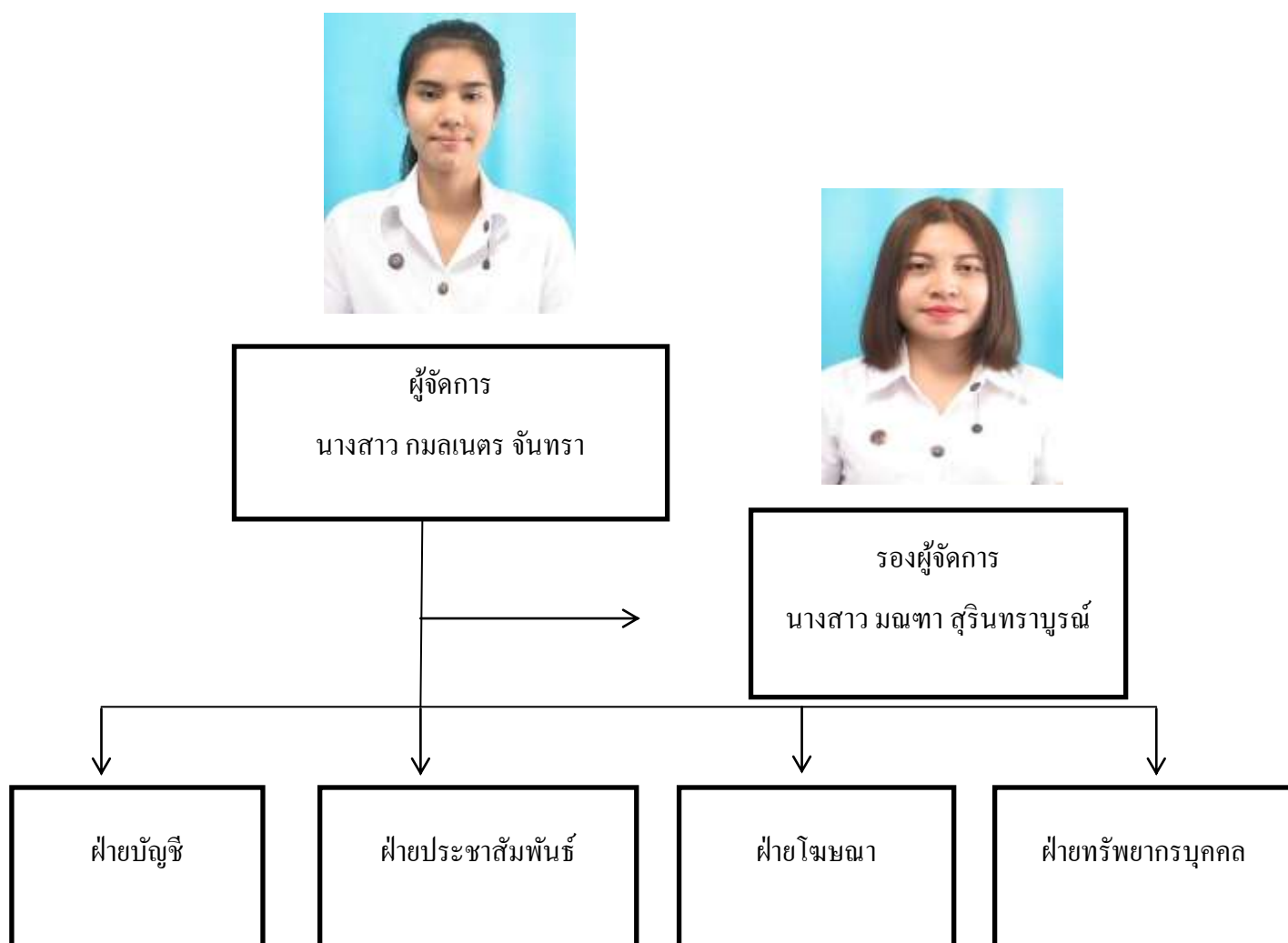
จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์ พ.ศ. 2562

ชื่อ-นามสกุล นางสาว มณฑา สุรินทร์บุรณ์ อายุ 20 ปี

การศึกษาระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด

จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์ พ.ศ. 2562

6.6 แผนผังองค์กร



6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

ชื่อนางสาว กมลเนตร จันทรา

ตำแหน่งผู้จัดการ

หน้าที่ความรับผิดชอบ ดูแลบริหารจัดการ

การศึกษา/คุณสมบัติ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด

อัตราเงินเดือน 15,000 บาท

ชื่อนางสาว มณฑา สุรินทรามุรณ

ตำแหน่งรองผู้จัดการ

หน้าที่ความรับผิดชอบ คอยดูแลรับผิดชอบแทนผู้จัดการ

การศึกษา/คุณสมบัติ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด

อัตราเงินเดือน 10,000 บาท

6.8 แผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของรัฐกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน
1.	นางสาว กมลเนตร จันทรา	ผู้จัดการ	1	12,000
2.	นางสาว มณฑา สุรินทรามุรณ	รองผู้จัดการ	1	10,000
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			2	28,000

6.9 วิสัยทัศน์

เป็นหนึ่งในด้านประสบการณ์และประสิทธิภาพในการบริการที่ดีเลิศ

6.10 พันธกิจ

- 1.สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
- 2.พัฒนากระบวนการบริการด้านการسكرีนตัวโรคติดกระเปาะผ้าให้ทุกคนมีประสิทธิภา

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. ทำให้บริษัทเป็นที่รู้จัก
2. ทำให้ลูกค้าสามารถจดจำชื่อบริษัทและตราบริษัทได้

เป้าหมายระยะกลาง

1. สร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า
2. มีโปรโมชั่นให้กับลูกค้าตามสมควร

เป้าหมายระยะยาว

1. สร้างความประทับใจให้ลูกค้ากับมาใช้บริการใหม่อีกครั้ง
2. ทำให้บริษัทบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่บริษัทตั้งไว้
3. เพิ่มผลกำไรของบริษัท

6.12 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. มีการบริการที่ดีและมีประสิทธิภาพ
2. บุคลากรมีความชำนาญและผ่านการอบรมก่อนนำเข้าทำงาน
3. มีการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการให้บริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ
4. อุปกรณ์มีคุณภาพดีและได้มาตรฐาน
5. มีระบบการจัดเก็บข้อมูล การจัดการด้านการตลาด การบริหารเงินและด้านบัญชีที่สามารถประเมินประสิทธิภาพและวัดประสิทธิภาพผลการดำเนินงาน

6.13 นโยบายการจ่ายเงินปันผลหรือผลตอบแทน

บริษัทจะจ่ายเงินปันผลต่อเมื่อบริษัทได้ผลกำไรเกินภายใน 3 ปีจ่ายเงินปันผลหรือแบ่งผลประโยชน์ให้กับผู้ถือหุ้นตามจำนวนหุ้นที่ผู้ถือหุ้นได้ลงทุนไว้กับบริษัท

6.14 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

แผนการขยายกิจการ เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าให้มากขึ้นจากเดิมเป็นกิจการสกรีนกระเป๋าดินสอโดยทางกิจการจะเพิ่มสกรีนกระเป๋าคู่ และหมวกให้ลูกค้าได้มีการเลือกที่หลากหลายไปอีก

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมายทางการตลาด

ปัญหาอุปสรรคและโอกาสทางการตลาด วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของยอดขายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. ต้องการให้บริษัทของเราได้รับความน่าเชื่อถือจากลูกค้า
2. ต้องการเป็นบริษัทที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าจนมีชื่อเสียงติดปากลูกค้า
3. ต้องการผลกำไรและยอดขายตามที่บริษัทกำหนด

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบการตกแต่งกระเป๋าและมีกระเป๋าไม่ซ้ำแบบใคร

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านบริการ

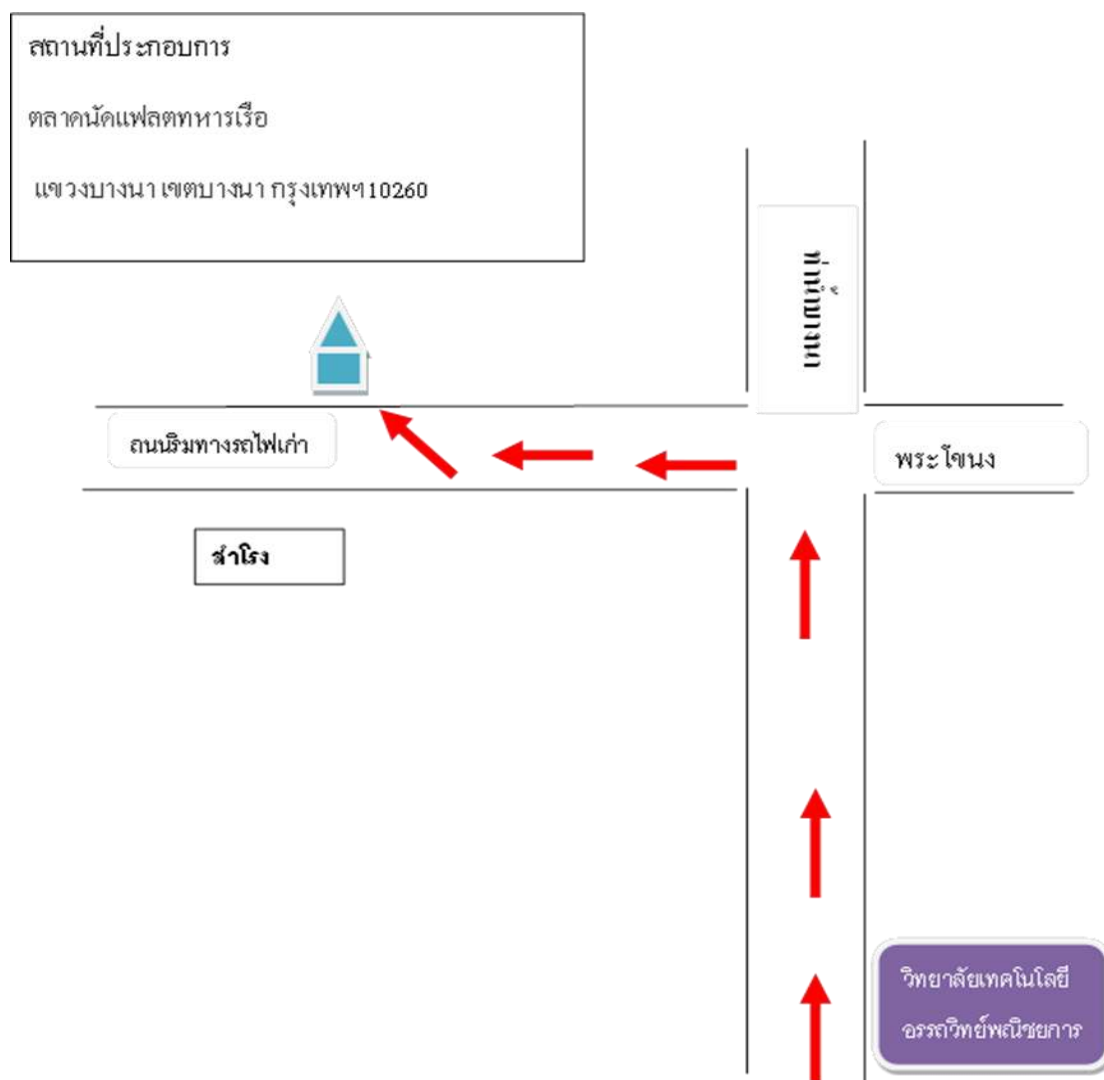
ใส่ใจในรายละเอียดของชิ้นงาน สะดวกรวดเร็ว ติดตามความพึงพอใจของลูกค้าหลังการขาย



7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

ทางบริษัทมีการกำหนดราคาที่ลงตัวโดยกำหนดราคา กระเป๋าใส่ดินสอ 69 บาท และกระเป๋าผ้า 99 บาท ตัวสกรีนรีดติดแบบตัวอักษร ตัวละ 5 บาท แบบตัวรูปภาพ 10 บาท

สถานที่ดำเนินโครงการ



7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

- จัดการส่งเสริมการขาย ซื้อกระเป๋าดินสอไปในราคา 79 บาท ติดสติ๊กเกอร์ตัวอักษรและตัวการ์ตูนฟรี 3 ตัว ตัวต่อไปตัวละ 10 บาท



-มีนามบัตร



7.3.5 กลยุทธ์ด้านบุคคล

- เจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการมีความสามารถในการแก้ไขปัญหา

7.3.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการ

- การบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

7.3.7 กลยุทธ์ด้านกายภาพ

- สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

8.แผนการบริการ

8.1 สถานประกอบการในการบริการ

ที่ตั้งสถานที่ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260



8.2 เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	การใช้งาน	จำนวน	ราคาทุน
1	เตารีด	ใช้รีดติดตัวสติ๊กเกอร์	2เครื่อง	340.00
2	ตัวอักษรสติ๊กเกอร์	ใช้ติดกระเป๋าดินสอ	50 ตัว	250.00
3	ตัวการ์ตูนสติ๊กเกอร์	ใช้ติดกระเป๋าดินสอ	50 ตัว	250.00
4	กระเป๋าดินสอ	ใช้ทำผลิตภัณฑ์	200ใบ	1,600.00

8.3 ข้อมูลการบริการ

จำนวนหน่วยการบริการสูงสุด	300ใบ/วัน , 7,800ใบ/เดือน , 95,000ใบ/ปี	
อัตราประมาณการในการบริการ	300ใบ/วัน , 7,800ใบ/เดือน , 95,000ใบ/ปี	
เป้าหมายหน่วยการบริการ	300ใบ/วัน , 7,800ใบ/เดือน , 95,600ใบ/ปี	
เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการบริการ	8/60/7,800/93,00	หน่วย (คน/ชั่วโมง/เดือน/ปี) เวลา
บริการต่อวัน	480/8	หน่วย (นาที/ชั่วโมง)
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการบริการ	1	คน
อัตราค่าแรงงานในการบริการ	300	บาท/วัน

8.4 รายละเอียดวัสดุที่ใช้ในการบริการ

1. เตารีด
2. กระเป๋าคินสอ
3. แบบตัวรีดสติ๊กเกอร์แบบตัวอักษรและตัวการ์ตูน

8.5 ขั้นตอนในการบริการ

1. กระบวนการบริการเมื่อลูกค้าเข้ามาที่ร้าน
2. กล่าวคำสวัสดีทำการต้อนรับ
3. คอยให้คำปรึกษาลูกค้าว่ามีตัวรีดติดแบบไหนบ้าง
4. ให้ลูกค้าเลือกแบบตัวรีดติดออกแบบการวางตัวรีดบนกระเป๋าคินสอ
5. นำตัวรีดติดมารีดลงบนกระเป๋าคินสอตามที่ลูกค้าได้ออกแบบไว้
6. นำสินค้าให้ลูกค้าตรวจสอบความเรียบร้อย
7. ใ้ส่งให้ลูกค้าและกล่าวคำขอบคุณ

8.6 แผนผังกระบวนการบริการ

- 1.กระบวนการบริการ เมื่อลูกค้าเข้ามาที่ร้าน
- 2.กล่าวคำสวัสดิ์ทำการต้อนรับ
- 3.คอยให้คำปรึกษาลูกค้า ว่ามีตัวรีดติดแบบไหนบ้าง
- 4.ให้ลูกค้าเลือกแบบตัวรีดติดออกแบบการวางตัวรีดบนกระเป๋าคำ
- 5.นำตัวรีดติดมารีดลงกระเป๋าคำเสนอให้ลูกค้าตามที่ลูกค้าได้ออกแบบไว้
- 6.นำสินค้าให้ลูกค้าตรวจสอบความเรียบร้อย
- 7.ใส่ถุงให้ลูกค้าและกล่าวคำว่าขอบคุณ

แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินกู้	รวมมูลค่า
1.	เงินสด	200,000.00	-	200,000.00
2.			-	
3.			-	
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น	200,000.00	-	200,000.00
	โครงสร้างทางการเงิน(เปอร์เซ็นต์)	100%	-	100%

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ	ภาระผูกพัน
1.	ที่ดิน	-	-	-
2.	อาคาร	-	-	-
3.	ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	-	-	-
4.	อุปกรณ์/เครื่องใช้	เตารีด, กระเป๋, สติ๊กเกอร์	15,000.00	-
5.	เครื่องใช้สำนักงาน	-	-	-
6.	ยานพาหนะ	-	-	-
7.	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-	-
8.	ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-	-
9.	รายการอื่นๆ	-	-	-
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้การประกอบธุรกิจปัจจุบัน			15,000.00	-

9.3 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้า-%	-	5%	10%
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้-%	-	5%	10%
การเปลี่ยนแปลงของราคาบริการ	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการผลิต	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 1 -%	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 2 -%	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 3 -%	-	-	-
ระยะเวลาที่ใช้ในการคำนวณใน 1 ปี – วัน / เดือน	วันที่ 26 ของทุกเดือน		
อัตราคิดลดกระแสเงินสด	-		
สมมติฐานทางการเงิน	-		

9.4 นโยบายทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่2	ปีที่3
ระยะเวลาการให้เครดิตค่าบริการ – วัน / เดือน	-	-	-
ระยะเวลาเครดิตซื้อสินค้า – วัน / เดือน	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะสั้น ที่ขอกู้ (ถ้ามี)– บาท	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะยาวที่ขอกู้ (ถ้ามี)– บาท	-	-	-
อัตราเงินกู้ดอกเบี้ยระยะสั้น -%	-	-	-
อัตราเงินกู้ดอกเบี้ยระยะยาว -%	-	-	-
นโยบายการตั้งสำรองเงินสดในกิจการ	10%ของเงินลงทุน 100,000บาท		
การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขอื่นๆ	จ่ายเงินปันผลต้นปีที่4 ของเงินลงทุนในปลายปีที่3		
นโยบายทางการเงินอื่นๆ	-		

หมายเหตุ : การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายทุกรายการขึ้นกับสถานะของเศรษฐกิจ

9.5 ประมาณการในการขายรายเดือน

รายการ	เดือนที่1	เดือนที่2	เดือนที่3	เดือนที่4	เดือนที่5	เดือนที่6	เดือนที่7	เดือนที่8	เดือนที่9	เดือนที่10	เดือนที่11	เดือนที่12
จำนวนลูกที่ใช้ บริการ												
กระเป๋าดินสอ	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800
รวมจำนวนลูกค้า	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800	7,800
ค่าบริการลูกค้า												
กระเป๋าดินสอ	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
ค่าบริการเฉลี่ย	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79
รายได้ค่าบริการ												
กระเป๋าดินสอ	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200
รวมรายได้จาก การบริการ	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200
รวมรายได้สะสม	616,200	1,232,400	1,848,600	2,464,800	3,081,000	3,697,200	4,313,400	4,929,600	5,545,800	6,162,000	6,778,200	7,394,400
ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดรับจาก การบริการ	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200	616,200

9.6 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ (ใบ)			
กระเป๋าดินสอ	93,600.00	98,280.00	108,108.00
รวมจำนวนลูกค้า	93,600.00	98,280.00	108,108.00
ค่าบริการ (บาท / หน่วย)			
กระเป๋าดินสอ	79.00	79.00	79.00
ค่าบริการเฉลี่ย	79.00	79.00	79.00
รายได้จากการบริการ (บาท)			
กระเป๋าดินสอ	7,394,400.00	7,764,120.00	8,540,532.00
รวมรายได้จากการบริการ	7,394,400.00	7,764,120.00	8,540,532.00
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
ขายด้วยเงินสด	7,394,400.00	7,764,120.00	8,540,532.00
ขายด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน / เดือน)	-	-	-
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	-	-	-
เงินสดรับจากการบริการ (บาท)	7,394,400.00	7,764,120.00	8,540,532.00

9.7 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าเข้ามา

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
จำนวนสินค้าเข้ามาในบริการ (หน่วย)			
กระเป๋าดินสอ	468.00	492.00	542.00
สติ๊กเกอร์ตัวอักษรและตัวการ์ตูน	936.00	983.00	1,082.00
ราคาต่อหน่วยของสินค้าเข้ามาเพื่อบริการ			
กระเป๋าดินสอ	1,600.00	1,680.00	1,848.00
สติ๊กเกอร์ตัวอักษรและตัวการ์ตูน	500.00	525.00	578.00
ต้นทุนสินค้าเข้ามาเพื่อบริการ (บาท)			
กระเป๋าดินสอ	748,800.00	826,560.00	1,001,616.00
สติ๊กเกอร์ตัวอักษรและตัวการ์ตูน	468,000.00	516,075.00	625,396.00
รวมต้นทุนสินค้าที่เข้ามาเพื่อบริการ (บาท)	1,216,800.00	1,342,635.00	1,627,012.00
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า	-	-	-
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	-	-	-
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน / เดือน)	-	-	-
เจ้าหนี้การค้าสินค้าเข้ามาเพื่อบริการรวม	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าบริการและสินค้าเข้ามาเพื่อบริการ	1,216,800.00	1,342,635.00	1,627,012.00

9.8 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนขายสินค้า

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
ต้นทุนค่าบริการ (บาท)			
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อให้บริการ	1,216,800.00	1,342,635.00	1,627,012.00
ค่าแรงงาน	93,600.00	98,280.00	108,108.00
ค่าไฟฟ้าในการบริการ	10,000.00	10,500.00	11,500.00
ค่าน้ำประปาในการบริการ	1,200.00	1,260.00	1,386.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการบริการ	1,000.00	1,050.00	1,155.00
ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือบริการ	-	-	-
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการบริการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการบริการ	1,000.00	1,050.00	1,155.00
รวมต้นทุนการบริการ	1,323,600.00	1,454,775.00	1,750,366.00
ค่าเสื่อมราคาในการบริการ (บาท)			
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการบริการ	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์และเครื่องมือบริการ	488.00	488.00	488.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	-	-	-
รวมต้นทุนเสื่อมราคาในการบริการ	1,324,088.00	1,455,263.00	1,750,854.00
+บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด			
+บวก สินค้าซื้อมาเพื่อบริการคงเหลือต้นงวด			
-หัก สินค้าซื้อมาเพื่อบริการคงเหลือปลายงวด			
+บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด			
-หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด			
+บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด			
รวมต้นทุนการขาย (บาท)	1,324,088.00	1455263.00	17,50,854.00

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย(บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	336,000.00	352,800.00	388,080.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	15,000.00	15,750.00	17,325.00
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	-	-	-
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	5,000.00	5,250.00	5,775.00
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	5,000.00	5,250.00	5,775.00
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	3,000.00	3,150.00	3,465.00
ค่าใช้จ่ายค่าเช่าร้าน	78,000.00	81,900.00	90,090.00
ค่าใช้จ่ายค่าที่ปรึกษาด้านต่างๆ	-	-	-
ค่าใช้ขรรณเนียมราชการ	-	-	-
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	-	-	-
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง	-	-	-
ค่าใช้จ่ายคอมมิชชั่นจากการขาย	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย(1)	466,000.00	489,300.00	538,230.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย			
ค่าเสื่อมราคาอาคารและสำนักงาน			
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ส่วนสำนักงาน	3,000.00	3,000.00	3,000.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ			
รวมค่าเสื่อมราคา(2)	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย (1) + (2)	469,000.00	492,300.00	541,230.00

9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
รายได้			
รายได้จากการบริการ	7,394,400.00	7,764,120.00	8,540,532.00
รายได้อื่น	-	-	-
รวมรายได้	7,394,400.00	7,764,120.00	8,540,532.00
หัก-ต้นทุนการขาย	1,324,088.00	1,455,263.00	1,750,854.00
กำไรขั้นต้น	6,070,312.00	6,308,857.00	6,789,678.00
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	469,000.00	492,300.00	541,230.00
กำไรจากการดำเนินการ	5,601,312.00	5,816,557.00	6,248,448.00
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	5,601,312.00	5,816,557.00	6,248,448.00
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล	840,196.80	872,483.55	937,267.20
กำไรสุทธิ	4,761,115.20	4,944,073.45	5,311,180.80
หัก-เงินปันผลจ่าย	-	-	-
กำไรสะสม	-	4761,115.20	182,958.25
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น	4761,115.20	182,958.25	5,128,222.55
มูลค่าทางบัญชีหุ้น	23.80%	0.91%	25.64%

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน			
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริการ	7,394,400.00	7,764,120.00	8,540,532.00
เงินสดรับจากรายได้อื่นๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการบริการ	1,324,088.00	1,455,263.00	1,750,854.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	469,000.00	492,300.00	541,230.00
เงินสดจากค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	840,196.80	872,483.55	937,267.20
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงานรวม	4,761,115.20	4,944,073.45	5,311,180.80
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ธรรมาคาร	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ส่วนตกแต่ง	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	15,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์เครื่องใช้สำนักงาน	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน	15,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน	-	-	-
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดรับจากการก่อหนี้สิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยระยะยาวเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงินรวม	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ	4,746,115.20	4,944,073.45	5,311,180.80
บวก + กระแสเงินสดต้นงวด			
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	4,746,115.20	4,944,073.45	5,311,180.80

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	4,746,775.20	4,944,073.45	5,311,180.80
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	4,746,115.20	4,944,073.45	5,311,180.80
สินทรัพย์หมุน ไม่หมุนเวียน	-	-	-
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	-	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	15,000.00	-	-
รวมสินทรัพย์	4,761,115.20	4,944,073.45	5,311,180.80
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน (ต่ำ) กว่าทุน	4,761,115.20	182,958.25	5,128,222.55
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	4,761,115.20	182,958.25
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	4,761,115.20	4,944,073.45	5,311,180.80
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	4,761,115.20	4,944,073.45	4,311,180.80

9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	สภาพคล่องตัวสูง	สภาพคล่องตัวสูง	สภาพคล่องตัวสูง
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	-	-	-
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของลูกค้า (รอบ)	-	-	-
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราการหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (Debt to Asset Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	82.09%	81.25%	79.49%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	75.55%	74.91%	73.16%
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	64.38%	63.67%	62.18%
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน	-	-	-
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per share)	10	10	10
มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book value)	23.80	0.91	25.64
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	-		
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	-		
ระยะเวลาคืนทุน	3 ปี		

10.แผนฉุกเฉินหรือการแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่เกิดขึ้น	แนวทางการแก้ไข
1	เพิ่งเปิดกิจการพนักงานยังขาดประสบการณ์ด้านการบริการ	ทำให้ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นในการบริการ	อบรมฝึกฝนพนักงานเพื่อให้มีประสบการณ์ในการบริการมากขึ้น
2	คู่แข่งขึ้นทางการตลาดสูง	ลูกค้าลังเลในการตัดสินใจใช้บริการ	จัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นความต้องการให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการ

บทที่ 4
ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวกมลเนตร จันทรา		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
17 มิ.ย.62	ประชุมโครงการ	
19 มิ.ย.62	เสนอหัวข้อโครงการเพื่อขออนุมัติโครงการ	
24 มิ.ย.62	จัดทำเอกสารอนุมัติโครงการ	
01 ก.ค.62	ทำบทที่1	
08ก.ค.62	ส่งเอกสารโครงการบทที่1	
10 ก.ค.62	แก้ไขเอกสารบทที่1	
12 ก.ค.62	ส่งเอกสารโครงการบทที่1	
15 ก.ค.62	ทำบทที่2	
23 ก.ค.62	ส่งเอกสารโครงการบทที่2	
24 ก.ค.62	แก้ไขเอกสารบทที่2	
27 ก.ค.62	ส่งเอกสารโครงการบทที่2	
29 ก.ค.62	หาข้อมูลเกี่ยวกับการบริการบทที่3	
01ส.ค.62	หาข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าบทที่3	
12 ส.ค.62	ทำบทที่3และแผนธุรกิจ	
21 ส.ค.62	ส่งเอกสารโครงการบทที่3	
24ส.ค.62	แก้ไขเอกสารโครงการบทที่3	
31ส.ค.62	ส่งเอกสารโครงการบทที่3และแผนธุรกิจ	
21 ก.ย.62	นำเสนอโครงการ(Present)ครั้งที่1	
10 ก.ย.62	ทำป้ายร้าน,จัดเตรียมอุปกรณ์การบริการ	
04 ก.ย.62	หาสถานที่บริการ,ติดต่อสถานที่บริการสินค้า	
07 ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่1และซื้อวัสดุอุปกรณ์	
16 ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่2	
18 ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่3และซื้อวัสดุอุปกรณ์	
21 ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่4และซื้อวัสดุอุปกรณ์	

นางสาว กมลเนตร จันทรา		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
23ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่5	
25ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่6	
28ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่7และซื้อวัสดุอุปกรณ์	
30ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่8และซื้อวัสดุอุปกรณ์	
08พ.ย.62	จัดทำ PowerPoint นำเสนอโครงการครั้งที่2	
16พ.ย.62	Present Project ครั้งที่2	
17พ.ย.62	ส่งเอกสารบทที่1-3(ฉบับสมบูรณ์)	
13ธ.ค.62	งาน AT.C.นิทรรศน์	
20ม.ค.63	บทที่ 4-5 (เนื้อหาสรุปเล่มโครงการ)	
30ม.ค.63	ส่งบทคัดย่อกิจกรรมประกาศนียบัตร	
25ม.ค.63	ส่งภาคผนวกก,ข,ค,ง	
21ก.พ.63	ตรวจสรุปเล่มโครงการ	
28ก.พ.63	ส่งรูปเล่ม เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 2 แผ่น	

นางสาว มณฑา สุรินทรบูรณ์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
17มิ.ย.62	ประชุมโครงการ	
19มิ.ย.62	เสนอหัวข้อโครงการเพื่อขออนุมัติโครงการ	
24มิ.ย.62	จัดทำเอกสารอนุมัติโครงการ	
01ก.ค.62	ทำบทที่1	
08ก.ค.62	ส่งเอกสารโครงการบทที่1	
10ก.ค.62	แก้ไขเอกสารบทที่1	
12ก.ค.62	ส่งเอกสารโครงการบทที่1	
15ก.ค.62	ทำบทที่2	
23ก.ค.62	ส่งเอกสารโครงการบทที่2	
24ก.ค.62	แก้ไขเอกสารบทที่2	
27ก.ค.62	ส่งเอกสารโครงการบทที่2	
29ก.ค.62	หาข้อมูลเกี่ยวกับการบริการบทที่3	
01ส.ค.62	หาข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าบทที่3	
12ส.ค.62	ทำบทที่3และแผนธุรกิจ	
21ส.ค.62	ส่งเอกสารโครงการบทที่3	
24ส.ค.62	แก้ไขเอกสารโครงการบทที่3	
31ส.ค.62	ส่งเอกสารโครงการบทที่3และแผนธุรกิจ	
21ก.ย.62	นำเสนอโครงการ(Present)ครั้งที่1	
10ก.ย.62	ทำป้ายร้าน,จัดเตรียมอุปกรณ์การบริการ	
04ก.ย.62	หาสถานที่บริการ,ติดต่อสถานที่บริการสินค้า	
07ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่1และวัสดุอุปกรณ์	
16ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่2	
18ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่3และวัสดุอุปกรณ์	
21ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่4และวัสดุอุปกรณ์	

นางสาว มณฑา สุรินทรบูรณ์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
23ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่5	
25ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่6	
28ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่7และวัสดุอุปกรณ์	
30ต.ค.62	ออกร้านครั้งที่8และวัสดุอุปกรณ์	
08พ.ย.62	จัดทำ PowerPoint นำเสนอโครงการครั้งที่2	
16พ.ย.62	Present Project ครั้งที่2	
17พ.ย.62	ส่งเอกสารบทที่1-3(ฉบับสมบูรณ์)	
13ธ.ค.62	งาน AT.C.นิทรรศน์	
20ม.ค.63	บทที่ 4-5 (เนื้อหาสรุปเล่มโครงการ)	
30ม.ค.63	ส่งภาคผนวก ก,ข,ค,ง	
25ม.ค.63	ส่งบทคัดย่อกิจกรรมประกาศบรรณานุกรม	
21ก.พ.63	ตรวจสรุปเล่มโครงการ	
28ก.พ.63	ส่งรูปเล่ม เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 2 แผ่น	

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการบริการ Biely SCREEN SHOP

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการขายและบริการ
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ทุนทั้งสิ้น 7,000 บาท

ปฏิบัติงานบริการและใช้จ่ายต่างๆคงเหลือ 11,240 บาท

แบ่งคืนให้สมาชิก 2 คนคนละ 5,620 บาท

มีรายชื่อต่อไปนี้

1. นางสาว กมลเนตร จันทรา
2. นางสาว มณฑา สุรินทรามูรณ์

รายงานผลของแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของร้าน Biely Screen Shop

ปรากฏผลข้อมูล ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นเพศหญิงจำนวน 70 คนคิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 30 คนคิดเป็นร้อยละ 30 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีอายุ 19 – 26 ปีจำนวน 49 คนคิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18ปีจำนวน 39 คนคิดเป็นร้อยละ 39 และอายุ 26 – 30 ปี จำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 12ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 33 คนคิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาระดับอนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 19ระดับปริญญาตรีจำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 81 คนคิดเป็นร้อยละ 81 รองลงมาข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 12 รองลงมาลูกจ้าง/พนักงานเอกชน 5 และเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

รายได้ประจำเดือน พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทจำนวน 57 คนคิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมารายได้ 5,001 – 10,000 บาทจำนวน 33 คนคิดเป็นร้อยละ 33 และรายได้มากกว่า 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 10 คนคิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

จากความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของร้าน Biely Screen Shop โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์รูปแบบสีสันทันของสินค้า อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.11$) ด้านราคาความเหมาะสมกับรูปแบบสินค้า อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.92$) ด้านการจัดจำหน่ายช่องทางการติดต่อที่ซื้อสินค้า เช่น หน้าร้าน อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.88$) ด้านการส่งเสริมการตลาดโฆษณาป้ายหน้าร้านและมีการจัดแสงสินค้า อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.37$) ด้านบุคลากรกิริยาท่าทางของพนักงาน อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.63$) ด้านขั้นตอนการให้บริการระยะเวลาในการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.19$) ด้านสภาพแวดล้อมการตกแต่งภายในร้าน Biely Screen Shop โดยภาพรวม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.77$) ตามลำดับ

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการ Biely SCREEN SHOP

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
17/6/62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2 คน	3,500	7,000						7,000
24/6/62	ค่าเอกสารอนุมัติโครงการ				1 ชุด		10			6,990
12/7/62	ค่าเอกสารบทที่1				1 ชุด		45			6,945
27/7/62	ค่าเอกสารบทที่2				1 ชุด		105			6,840
31/8/62	ค่าเอกสารบทที่3				1 ชุด		200			6,640
21/9/62	ถ่ายเอกสารบทที่1-3 วันนำเสนอ				3 ชุด	200	600			6,040
10/9/62	ทำป้ายร้าน				1 แผ่น	300	300			5,740
10/9/62	กระเป๋าดินสอ				1 โหล	360	360			5,380
	สติ๊กเกอร์ตัวอักษร				200 ตัว	5	1,000			4,380
	สติ๊กเกอร์ตัวการ์ตูน				100 ตัว	10	1,000			3,380
	โต๊ะวางของ				1 ตัว	300	300			3,080
	ผ้าปูโต๊ะ				1 ผืน	70	70			3,010
รวม				7,000			3,990			3,010

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการ Biely SCREEN SHOP

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
07/10/62	ยกยอดมา									3,010
	ที่แขวนสติ๊กเกอร์ตัวการ์ตูน				1 อัน	90	90			2,920
	ช่องใส่สติ๊กเกอร์ตัวอักษร				3 อัน	170	510			2,410
	ป้ายเขียนราคา				3 อัน	20	60			2,350
07/10/62	ออกร้านครั้งที่1(ค่าเช่าสถานที่)				1 วัน	50	50			2,300
	กระเป๋าดินสอ	20 ใบ	79	1,580						3,880
	กระเป๋าดินสอ				3 โหล	360	1,080			2,800
16/10/62	ออกร้านครั้งที่2(ค่าเช่าสถานที่)				1 วัน	50	50			2,750
รวม				1,580			1,840			2,750

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการ Biely SCREEN SHOP

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
16/10/62	ชกยอดมา									2,750
	กระเป๋าดินสอ	20 ใบ	79	1,580						4,330
18/10/62	ออกร้านครั้งที่3(ค่าเช่าสถานที่)				1 วัน	50	50			4,280
	กระเป๋าดินสอ	20 ใบ	79	1,580						5,860
	กระเป๋าดินสอ				3 โหล	360	1,080			4,780
21/10/62	ออกร้านครั้งที่4(ค่าเช่าสถานที่)				1 วัน	50	50			4,730
	กระเป๋าดินสอ	20 ใบ	79	1,580						6,310
	กระเป๋าดินสอ				3 โหล	360	1,080			5,230
รวม				4,740			2,260			5,230

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการ Biely SCREEN SHOP

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
23/10/62	ชกยอดมา									5,230
	ออกร้านครั้งที่5(ค่าเช่าสถานที่)				1 วัน	50	50			5,180
	กระเป๋าดินสอ	20 ใบ	79	1,580						6,760
25/10/62	ออกร้านครั้งที่6(ค่าเช่าสถานที่)				1 วัน	50	50			6,710
	กระเป๋าดินสอ	20 ใบ	79	1,580						8,290
28/10/62	ออกร้านครั้งที่7(ค่าเช่าสถานที่)				1 วัน	50	50			8,240
	กระเป๋าดินสอ	20 ใบ	79	1,580						9,820
	กระเป๋าดินสอ				1 โหล	360	360			9,460
รวม				4,740			510			9,460

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการธุรกิจบริการ F&J SCREEN SHOP

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
30/10/62	ขกยอดมา									9,460
	ออกร้านครั้งที่8(ค่าเช่าสถานที่)				1 วัน	50	50			9,410
	กระเป๋าดินสอ	20 ใบ	79	1,580						10,990
	กระเป๋าดินสอ				1 โหล	360	360			10,630
รวม				1,580			410			10,630

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการ F&J SCREEN SHOP

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	ยกยอดมา									10,630
13/12/62	ออกร้าน ATC นิทรรศน์									
	กระเป๋าดินสอ	20 ใบ	79	1,580						12,210
	ถ่ายเอกสารแบบสอบถาม				100 ชุด	3	300			11,910
	ค่าเช่าที่				1 วัน	150	150			11,760
20/1/63	ปรี้นเอกสารบทที่ 4-5				20 แผ่น	2	40			11,720
25/1/63	ค่าปรี้นภาคผนวกต่างๆ				20 แผ่น	2	40			11,680
28/2/63	ค่าเช่าเล่ม						200			11,480
28/2/63	ค่าพิมพ์เอกสารรวมเช่าเล่ม						200			11,280
28/2/63	ค่าแผ่นซีดี+ปก						40			11,240
รวม				1,580			970			11,240

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการบริการ “Biely SCREEN SHOP” มีผู้ร่วมลงทุนทั้งหมด 2 คน จำนวนที่ลงทุนคนละ 3,500 บาท เป็นจำนวนเงิน 7,000 บาท สถานที่ในการออกปฏิบัติงานคือ ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานบริการ เป็นระยะเวลา 1 เดือน ตั้งแต่ 1-30 ตุลาคม 2562 ซึ่งจากการปฏิบัติงานเมื่อหักค่าใช้จ่ายและได้เงิน จากการบริการจำนวนทั้งสิ้น 11,240 บาท แบ่งเงินคืนสมาชิกในกลุ่ม 2 คน คนละ 5,620 บาท

การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการดังนี้

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการขายและบริการ
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

สรุปตารางการปฏิบัติงานจริง

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
1	17-24 มิ.ย.2562	1. ประชุมโครงการ 2. ทำแบบโครงการอนุมัติ 3. ทำบทที่ 1
2	08-12 ก.ค.2562	1. ส่งบทที่ 1 2. แก้โครงการบทที่ 1
3	15-24 ก.ค.2562	1. ทำบทที่ 2 2. แก้บทที่ 2
4	12-24 ส.ค.2562	1. ส่งบทที่ 3 และแผนธุรกิจ 2. แก้โครงการบทที่ 3
5	21 ก.ย.2562	1. Present โครงการครั้งที่ 1
6	10 ก.ย.2562	ทำป้ายร้าน จัดเตรียมอุปกรณ์การบริการ
7	04 ก.ย.2562	1. ติดต่อตลาดเพื่อขายสินค้า

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
8	07 ต.ค.2562	1. จัดสถานที่ และอุปกรณ์ในการดำเนินโครงการ 2. ติดป้ายชื่อร้านเพื่อประชาสัมพันธ์ 3. ออกร้านปฏิบัติงานบริการครั้งที่ 1
9	16 ต.ค.2562	1. ออกร้านครั้งที่ 2 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อบริการสินค้า 3. จัดเตรียมร้านค้า 4. เริ่มให้บริการสกรีน 5. รวบรวมเงินจากการบริการสินค้าทำบัญชี
10	18 ต.ค.2562	1. ออกร้านครั้งที่ 3 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อบริการสินค้า 3. จัดเตรียมร้านค้า 4. เริ่มให้บริการสกรีน 5. รวบรวมเงินจากการบริการสินค้าทำบัญชี
11	21 ต.ค.2562	1. ออกร้านครั้งที่ 4 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อบริการสินค้า 3. จัดเตรียมร้านค้า 4. เริ่มให้บริการสกรีน 5. รวบรวมเงินจากการบริการสินค้าทำบัญชี
12	23 ต.ค.2562	1. ออกร้านครั้งที่ 5 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อบริการสินค้า 3. จัดเตรียมร้านค้า 4. เริ่มให้บริการสกรีน 5. รวบรวมเงินจากการบริการสินค้าทำบัญชี
13	25 ต.ค.2562	1. ออกร้านครั้งที่ 6 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อบริการสินค้า 3. จัดเตรียมร้านค้า 4. เริ่มให้บริการสกรีน 5. รวบรวมเงินจากการบริการสินค้าทำบัญชีรวบรวมเงินจากการขายสินค้าทำบัญชี

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
14	28 ต.ค.2562	1. ออกร้านครั้งที่ 7 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อบริการสินค้า 3. จัดเตรียมร้านค้า 4. เริ่มให้บริการสกรีน 5. รวบรวมเงินจากการบริการสินค้าทำบัญชี
15	30 ต.ค.2562	1. ออกร้านครั้งที่ 8 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อบริการสินค้า 3. จัดเตรียมร้านค้า 4. เริ่มให้บริการสกรีน 5. รวบรวมเงินจากการบริการสินค้าทำบัญชี
16	08 พ.ย.2562	จัดทำ PowerPoint นำเสนอโครงการครั้งที่ 2
17	16.พ.ย.2562	Present โครงการครั้งที่ 2
18	13.ธ.ค.2562	งาน AT.C นิทรรศน์
19	20 ม.ค.2562	บทที่ 4-5 ภาคผนวก,บทคัดย่อ กิตติกรรมประกาศ บรรณานุกรม
20	21 ก.พ.2562	ตรวจรูปเล่มโครงการ
21	28 ก.พ.2562	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 2 แผ่น

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. การแสดงความคิดเห็นของสมาชิกอาจจะไม่ตรงกัน
2. การบริการการสกรีน สมาชิกในกลุ่มยังไม่มีประสบการณ์ความชำนาญในการทำ ทำให้เสียสินค้าและเสียงบประมาณในการลงทุนเนื่องจากการทดลองในการทำสินค้า
3. ที่อยู่ของสมาชิกบางคนไกลจากสถานที่บริการสินค้า ทำให้เปิดร้านได้ช้า

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

1. มีเรียกประชุมสมาชิกเพื่อหาข้อยุติ
2. มีการทดลองปฏิบัติงานก่อนที่จะบริการและให้บริการจริง เพื่อให้เกิดความชำนาญในการทำและเพื่อลดต้นทุน
3. หาทำเลที่ตั้งในการบริการสินค้าที่ใกล้กับที่อยู่ของสมาชิกหรือมีการจัดมอบหมายงานในการปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับความสะดวกของแต่ละคน

บรรณานุกรม

- กัญญาณัฐ จินจาน และคณะ. (2557). **โครงการธุรกิจบริการ Bag in Design**. หลักสูตร
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ.
วัชรพงศ์ และคณะ. (2558). **โครงการธุรกิจบริการ Screen in Love T-shirt**. ประกาศนียบัตร
วิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **ส่วนประสมทางการตลาด**. ค้นหาข้อมูล 15 กรกฎาคม 2560,
จาก <http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html>
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2552). **แผนธุรกิจ**. ค้นหาข้อมูล
15 กรกฎาคม 2560, จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/agelessa/2009/12/25/entry-1>
- Besterlife. (2560). **การสร้างคุณค่าและความพึงพอใจให้กับลูกค้า**. ค้นหาข้อมูล 15 กรกฎาคม 2560,
จาก <http://besterlife.com/การสร้างความพึงพอใจ>
- Prasert rk. (2555). **ความพึงพอใจ**. ค้นหาข้อมูล 15 กรกฎาคม 2560, จาก
<https://www.gotoknow.org/posts/492000>

ภาคผนวก ก โครงการ

- **แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ**
- **บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ**



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2563

ชื่อโครงการ บิลี่ สกรีนช็อป (Biely Screen Shop)
ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2562 – กุมภาพันธ์ 2563
สถานที่การดำเนินงาน ตลาดนัดแฟลตทหารเรือ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ
ประมาณการค่าใช้จ่าย 7,000 บาท
ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. นางสาว กมลเนตร จันทรา รหัสประจำตัว 40721 ปวส.2/31
2. นางสาว มณฑา สุรินทร์าบุรณ์ รหัสประจำตัว 40997 ปวส.2/431

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ
(นางสาว กมลเนตร จันทรา)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ 	ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ
--	--

ลงชื่อ..... (อาจารย์วงศ์เดือน ประไพรัชราพันธ์)/...../.....	ลงชื่อ..... (อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)/...../.....
---	---

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด
(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพรัชราพันธ์)/...../.....

ชื่อโครงการ	บีลี สกรีนช็อป (Biely Screen Shop)	
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่มธุรกิจบริการ	
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์	
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ อุดมพร เปตานนท์	
ผู้รับผิดชอบโครงการ		
	1. นางสาว กมลเนตร จันทรา	ประธานโครงการ
	2. นางสาว มณฑา สุรินทรามูรณ์	รองประธานโครงการ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันมีสินค้าแฟชั่นผลิตออกมาขายเป็นจำนวนมากอย่างแพร่หลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา คณะผู้จัดทำโครงการจึงเล็งเห็นช่องทางการตลาดโดยคิดจะนำตัวติดสติ๊กเกอร์มาสร้างมูลค่าเพิ่มโดยนำมาใช้ติดบนกระเป๋าเดินสอเพื่อทำให้สินค้าเหล่านี้ดูมีสีสันความสวยงามตอบสนองค่านิยมไลฟ์สไตล์ของแต่ละบุคคล

จุดเด่นของร้านเราก็คือลูกค้าสามารถเลือกแบบสติ๊กเกอร์อักษรและตัวการ์ตูนได้ตามที่ต้องการเพื่อเป็นการเพิ่มความเด่นและจัดทำคาดว่าธุรกิจบริการติดสติ๊กเกอร์จะเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น โดยปัจจุบันมีกระเป๋าเดินสอออกมามากมายหลายแบบหลายชนิดหลายรูปทรง แต่ไม่สามารถกำหนดเอกลักษณ์ของกระเป๋าเดินสอได้ เราจึงได้มีการบริการลูกค้าที่สามารถออกแบบกระเป๋าเดินสอให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวโดยการการใช้ตัวอักษรสติ๊กเกอร์และตัวการ์ตูนแบบปริศนาคิดมา ทาเอกลักษณ์ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษรหรือตัวการ์ตูนต่างๆที่จะสร้างความแตกต่างให้กับกระเป๋า

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการขายและบริการ
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

กลุ่มเป้าหมาย

1. สร้างผลกำไรรายได้ให้กับการศึกษา
2. เพื่อสร้างอาชีพการบริการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจบริการ
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำธุรกิจบริการ
5. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
6. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์ และส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดซื้อวัตถุดิบ และตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ปฏิบัติงาน
2. ทดลองปฏิบัติการให้บริการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน
3. ปฏิบัติดำเนินงานธุรกิจตามขั้นตอนการบริการที่วางแผนไว้
4. จัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงานบริการ และงบประมาณผลกำไร ขาดทุน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

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

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน ตลาดนัดเฟลตทหารเรือ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุนคนละ 3,500 รวมเป็นเงิน 7,000 บาท

1. วัสดุดิบ

กระเป๋	2,500	บาท
สติ๊กเกอร์อักษรและรูปภาพ	1,500	บาท

2. อุปกรณ์

ชุดเตารีด	-	
โต๊ะวางกระเป๋	-	
ตะแกรงแขวนโซว์กระเป๋	200	บาท

3. เบ็ดเตล็ด

ค่าเช่าสถานที่ 80 บาท ต่อวัน 10 วัน	800	บาท
ชุดเสื้อฟอร์ม 2คน คนละ	500	บาท
ค่าสื่อโฆษณาและป้ายร่าย	1,500	บาท
รวม	7,000	บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ และงบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สามารถสร้างประสบการณ์ในธุรกิจการขาย และบริการ เพิ่มรายได้ระหว่างการศึกษา
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ปัญหาและอุปสรรค

1. การปฏิบัติงานอาจล่าช้า หรือไม่เป็นไปตามแผนงาน
2. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานอาจชำรุด เสียหาย

ข้อเสนอแนะ

1. เตรียมความพร้อมของทีมงาน ฝึกปฏิบัติคนให้เกิดความชำนาญก่อนลงปฏิบัติงานจริง
2. ตรวจสอบวัสดุ อุปกรณ์ทุกครั้ง ก่อนปฏิบัติงาน

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)

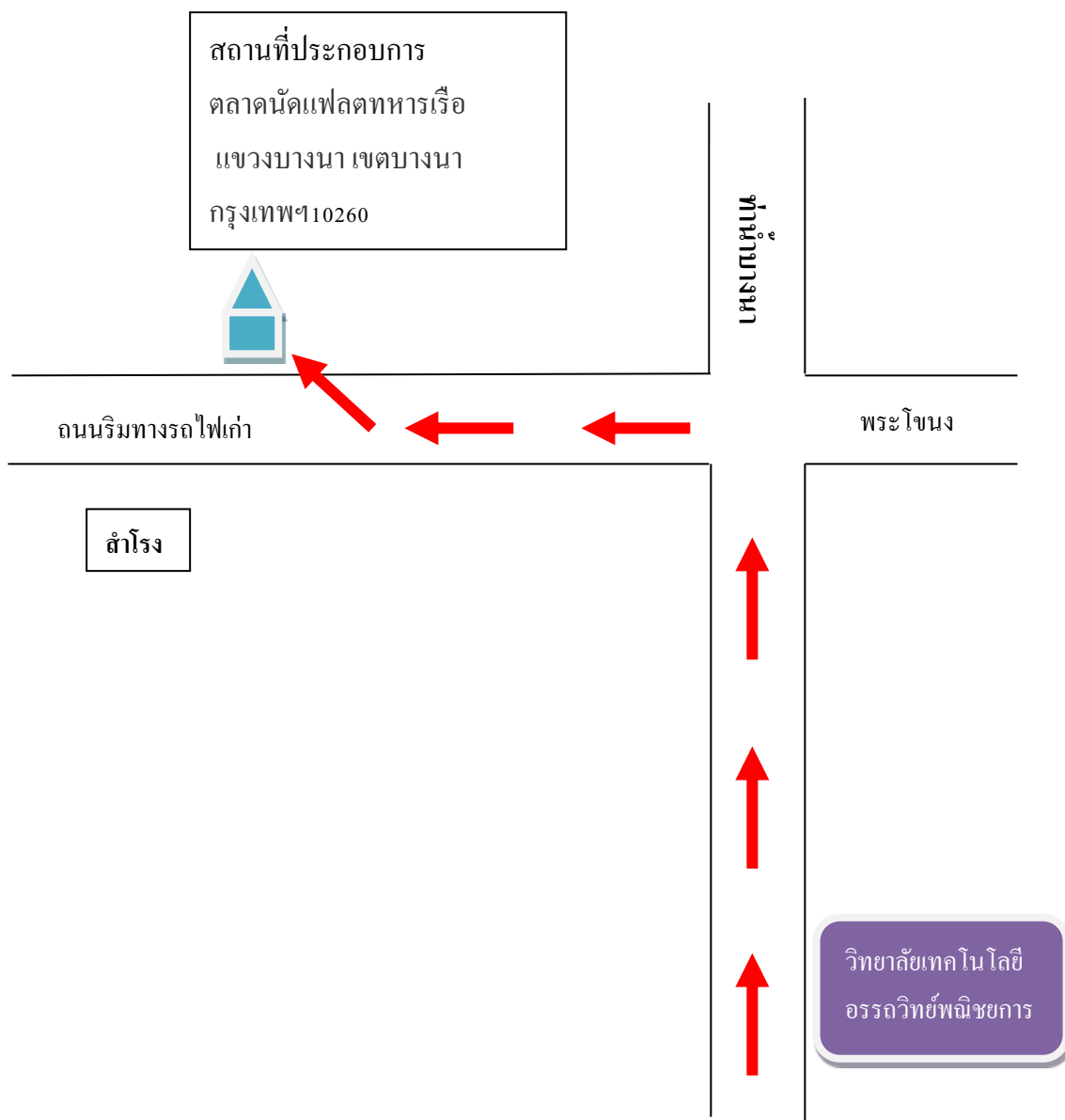
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ





แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ Biely Screen Shop

แบบสอบถามชุดนี้ เพื่อการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าร้าน Biely screen Shop ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการประเภทบริการ จึงขอความร่วมมือทุกท่านในการตอบแบบสอบถามเพื่อความสมบูรณ์ในการทำเอกสารในวิชาโครงการ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความ () ตามความเป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี () 19 – 25 ปี
() 26-30 ปี () 31 ปีขึ้นไป

2. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
() อนุปริญญา ปวส. () ปริญญาตรี
() ปริญญาโทหรือสูงกว่า

4. อาชีพของท่านในปัจจุบัน

() นักเรียน/นักศึกษา () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
() ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน () เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว
() อื่นๆ.....

5. รายได้ต่อเดือนของท่าน

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท () รายได้ 5,001-10,000 บาท
() รายได้ 10,001-15,000 บาท () รายได้มากกว่า 15,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ Biely Screen Shop

คำชี้แจง ระดับความพึงพอใจ

5.พึงพอใจมากที่สุด 4.พึงพอใจมาก 3.พึงพอใจปานกลาง 2.พึงพอใจน้อย 1.พึงพอใจน้อยที่สุด

รายการการประเมิน		ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
1.ด้านผลิตภัณฑ์						
1.1	ความหลากหลายของตัวเลือกสินค้าและบริการ					
1.2	รูปแบบสีสันทของสินค้า					
1.3	คุณค่าการใช้งานของสินค้า					
2.ด้านราคา						
2.1	ราคาเหมาะสมกับรูปแบบสินค้า					
2.2	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า					
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						
3.1	ช่องทางการติดต่อหรือซื้อสินค้า					
3.2	ความสะดวกในการเดินทาง					
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด						
4.1	โฆษณาผ่านป้ายร้าน,FaceBook					
4.2	มีการจัดแสดงสินค้า					
4.3	การส่งเสริมการขายซื้อคู่ถูกกว่า					
5.ด้านบุคลากร						
5.1	การแต่งกายของพนักงาน					
5.2	กิริยาท่าทางพนักงาน					

6.ด้านขั้นตอนการให้บริการ						
6.1	ขั้นตอนการบริการ					
6.1	ระยะเวลาให้บริการ					
7.ด้านสภาพแวดล้อมภายในร้าน						
7.1	ความสะอาดของร้านโดยภาพรวม					
7.2	ความสะอาดของอุปกรณ์การบริการ					
7.3	การตกแต่งภายในร้านโดยภาพรวม					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ปวส.2

บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ บีลี สกรีนช็อป (Biely Screen Shop)

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์ย้งค์เดือน ประไพวัชรพันธ์

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์อุดมพร เปตานนท์

ผู้รับผิดชอบโครงการ นางสาวกมลเนตร จันทรา ปวส.2/31 เลขที่ 9

นางสาวมณฑา สุรินทรบูรณ์ ปวส.2/31 เลขที่ 18

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 (ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิด)	15-31 ก.ค.62		
4	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	1-30 ส.ค.62		
	แผนธุรกิจ			
	- บทสรุปผู้บริหาร			
	- วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ			
	- ความเป็นมาของธุรกิจ			
	- ผลิตภัณฑ์			
	วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด -			
	แผนการบริหารจัดการ -			
	- แผนการตลาด			
	การบริการ /การขาย /แผนการผลิต -			
	- แผนการเงิน			
	แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง -			
5	ส่ง PowerPoint (โครงการ+บทที่1-3+แผน ธุรกิจกับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อเตรียมนำเสนอ โครงการ Present ครั้งที่1)	2-6 ก.ย.62		

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษา ร่วม
6	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่1 (โครงการ+บทที่1-3+แผนธุรกิจ)	21 ก.ค.62		
7	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/งานประดิษฐ์)เข้า รับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	1-30 ต.ค.62		
8	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการ ตลาดและแผนการผลิต)กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออกจัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดง ผลงานประดิษฐ์	1-8 พ.ย.62		
9	นำเสนอโครงการ(Present) ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิตและ การออกร้านจัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดง ผลงานประดิษฐ์)	16 พ.ย.62.		
10	กำหนดส่ง แบบสอบถามโครงการ	2-6 ธ.ค.62.		
11	งาน ATCนิทรรศน์ (ออกร้านและแจกแบบสอบถามโครงการ)	13 ธ.ค.62.		
12	(กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 -ปฏิบัติงานรายบุคคล	16-20 ธ.ค.62.		
	-บัญชี+ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	13-17 ม.ค.62.		
13	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการ ดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรคและ ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)	20-24 ม.ค.63.		
14	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	27-31 ม.ค.63.		
15	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก-ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติดิ ผู้จัดทำโครงการ)	3-7 ก.พ.63.		

ลำดับ	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
16	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อและสารบัญ	10-14 ก.พ.63.		
17	กำหนดส่ง ตรวจสอบรูปเล่มโครงการ	17-21 ก.พ.63.		
18	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	24-28 ก.พ.63		

ภาคผนวก ข แบบสอบถามและรายงานผลแบบสอบถาม

- แบบสอบถาม

- รายงานผลแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ Biely Screen Shop

แบบสอบถามชุดนี้ เพื่อการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าร้าน Biely screen Shop ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการประเภทบริการ จึงขอความร่วมมือทุกท่านในการตอบแบบสอบถามเพื่อความสมบูรณ์ในการทำเอกสารในวิชาโครงการ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความ () ตามความเป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี () 19 – 25 ปี
() 26-30 ปี () 31 ปีขึ้นไป

2. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
() อนุปริญญา ปวส. () ปริญญาตรี
() ปริญญาโทหรือสูงกว่า

4. อาชีพของท่านในปัจจุบัน

() นักเรียน/นักศึกษา () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
() ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน () เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว
() อื่นๆ.....

5. รายได้ต่อเดือนของท่าน

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท () รายได้ 5,001-10,000 บาท
() รายได้ 10,001-15,000 บาท () รายได้มากกว่า 15,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ Biely Screen Shop

คำชี้แจง ระดับความพึงพอใจ

5.พึงพอใจมากที่สุด 4.พึงพอใจมาก 3.พึงพอใจปานกลาง 2.พึงพอใจน้อย 1.พึงพอใจน้อยที่สุด

รายการการประเมิน		ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
1.ด้านผลิตภัณฑ์						
1.1	ความหลากหลายของตัวเลือกสินค้าและบริการ					
1.2	รูปแบบสีสันทของสินค้า					
1.3	คุณค่าการใช้งานของสินค้า					
2.ด้านราคา						
2.1	ราคาเหมาะสมกับรูปแบบสินค้า					
2.2	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า					
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						
3.1	ช่องทางการติดต่อหรือซื้อสินค้า					
3.2	ความสะดวกในการเดินทาง					
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด						
4.1	โฆษณาผ่านป้ายร้าน,FaceBook					
4.2	มีการจัดแสดงสินค้า					
4.3	การส่งเสริมการขายซื้อคู่ถูกกว่า					
5.ด้านบุคลากร						
5.1	การแต่งกายของพนักงาน					
5.2	กิริยาท่าทางพนักงาน					

6.ด้านขั้นตอนการให้บริการ						
6.1	ขั้นตอนการบริการ					
6.1	ระยะเวลาให้บริการ					
7.ด้านสภาพแวดล้อมภายในร้าน						
7.1	ความสะอาดของร้านโดยภาพรวม					
7.2	ความสะอาดของอุปกรณ์การบริการ					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

รายงานผลแบบสอบถาม

โครงการบริการ บิลี่ สกรีนช้อป

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นการศึกษา ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการ ร้านบริการสกรีน Biely Screen Shop เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 100 คน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างซึ่ง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ประจำต่อเดือน เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะกำหนดคำตอบได้เลือกตอบและให้ผู้ตอบเลือกเพียงคำตอบเดียว

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการ ร้านบริการสกรีน Biely Screen Shop

ซึ่งเป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบเลือกระดับความสำคัญของปัจจัยที่กำหนดไว้ให้โดยให้คะแนนตามลำดับ ซึ่งแต่ละคำถามมีระดับคะแนนดังนี้

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

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามโดยแสดงจำนวนและค่าร้อยละ ปรากฏดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	30	30.00
หญิง	70	70.00
รวม	100	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี	39	39.00
19 – 25 ปี	49	49.00
26-30 ปี	12	12.00
31 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	100.00	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	33	33.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	35	35.00
อนุปริญญา ปวส.	19	19.00
ปริญญาตรี	13	13.00
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	-	-
รวม	100.00	100.00

สถานภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	81	81.00
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	12.00
พนักงานบริษัทเอกชน	5	5.00
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	2	2.00
อื่นๆ.....	-	-
รวม	100	100.00
5. รายได้		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	57	57.00
รายได้ 5,001-10,000 บาท	33	33.00
รายได้ 10,001-15,000 บาท	10	10.00
รายได้มากกว่า 15,001 บาทขึ้นไป	-	-
รวม	100.00	100.00

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 100 คน จำแนกตามตัวแปรนี้

เพศ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นเพศหญิงจำนวน 70 คนคิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 30 คนคิดเป็นร้อยละ 30 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีอายุ 19 – 26 ปีจำนวน 49 คนคิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18ปีจำนวน 39 คนคิดเป็นร้อยละ 39 และอายุ 26 – 30 ปี จำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 12ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 33 คนคิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาระดับอนุสัญญา/ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 19ระดับปริญญาตรี จำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 81 คนคิดเป็นร้อยละ 81 รองลงมาข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 12 รองลงมาลูกจ้าง/พนักงานเอกชน 5 และเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

รายได้ประจำเดือน พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทจำนวน 57 คนคิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมารายได้ 5,001 – 10,000 บาทจำนวน 33 คนคิดเป็นร้อยละ 33 และรายได้มากกว่า 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 10 คนคิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการ ร้านบริการสกรีน

Biely Screen Shop

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD

รายการการประเมิน		ระดับความพึงพอใจ							ระดับความ พึงพอใจ
		5	4	3	2	1	$\bar{x}$	SD	
1.ด้านผลิตภัณฑ์									
1.1	ความหลากหลายของตัวเลือกสินค้าและบริการ	43.0%	55.0%	2.0%	-	-	4.41	0.53	มาก
1.2	รูปแบบสีสันทนของสินค้า	32.0%	63.0%	5.0%	-	-	4.27	0.54	มาก
1.3	คุณค่าการใช้งานของสินค้า	29.0%	53.0%	18.0%	-	-	4.11	0.68	มาก
2.ด้านราคา									
2.1	ราคาเหมาะสมกับรูปแบบสินค้า	12.0%	68.0%	20.0%	-	-	3.92	0.56	มาก
2.2	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	6.0%	86.0%	8.0%	-	-	3.98	0.37	มาก
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย									
3.1	ช่องทางการติดต่อหรือซื้อสินค้า	20.0%	48.0%	32.0%	-	-	3.88	0.71	มาก
3.2	ความสะดวกในการเดินทาง	43.0%	49.0%	8.0%	-	-	4.35	0.62	มาก
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด									
4.1	โฆษณาผ่านป้ายร้าน,FaceBook	-	37.0%	63.0%	-	-	3.37	0.48	มาก
4.2	มีการจัดแสดงสินค้า	-	37.0%	63.0%	-	-	3.37	0.48	มาก

รายการการประเมิน		ระดับความพึงพอใจ							ระดับความพึงพอใจ
		5	4	3	2	1	$\bar{x}$	SD	
4.3	การส่งเสริมการขายซื้อถูกกว่า	-	-	100.0%	-	-	5.00	0.00	มากที่สุด
5.ด้านบุคลากร									
5.1	การแต่งกายของพนักงาน	40.0%	60.0%	-	-	-	4.40	0.49	มาก
5.2	กิริยาท่าทางพนักงาน	63.0%	37.05%	-	-	-	4.63	0.48	มากที่สุด
6.ด้านขั้นตอนการให้บริการ									
6.1	ขั้นตอนการบริการ	19.0%	81.0%	-	-	-	4.19	0.39	มาก
6.2	ระยะเวลาให้บริการ	82.0%	18.0%	-	-	-	3.82	0.38	มาก
7.ด้านสภาพแวดล้อมภายในร้าน									
7.1	ความสะอาดของร้านโดยภาพรวม	72.0%	28.0%	-	-	-	4.72	0.45	มาก
7.2	ความสะอาดของอุปกรณ์การบริการ	77.0%	23.0%	-	-	-	4.77	0.42	มาก

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในส่วนด้านผสมทางการตลาด 7P's

ส่วนด้านผสมทางการตลาด 4P's	$\bar{x}$	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.26	มาก
2. ด้านราคา	3.95	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.11	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.91	พอใจ
5. ด้านบุคลากร	4.51	มากที่สุด
6. ด้านขั้นตอนการให้บริการ	4.00	มาก
7. ด้านสภาพแวดล้อมภายในร้าน	4.74	มากที่สุด
รวม	4.07	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงผู้ตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการ ร้านบริการสกรีน Biely Screen Shop ในส่วนด้านผสมทางการตลาด 7P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมภายในร้านมีค่าอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =4.74) รองลงมาด้านบุคลากรมีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =4.51) ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =4.26) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =4.11) ด้านราคาค่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =3.95) ด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีค่าอยู่ในระดับพอใจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =2.91) ตามลำดับ

หมายเหตุ เกณฑ์ระดับความคิดเห็นเสนอแนะโดย John. W.Best ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50-5.00	คือ	เห็นด้วย/พึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50-4.49	คือ	เห็นด้วย/พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50-3.49	คือ	เห็นด้วย/พึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50-2.49	คือ	เห็นด้วย/พึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.49	คือ	เห็นด้วย/พึงพอใจน้อยที่สุด

ภาคผนวก ก ประมวลภาพผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ

- ตราสินค้าและรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ
- สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการ
- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ
- รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ
- ประมวลภาพอื่นๆ

ตราสินค้า



รูปแบบผลิตภัณฑ์



ป้ายไว้นิลหน้าร้าน



โปสเตอร์

นามบัตร



วัสดุอุปกรณ์



โต๊ะเตารีด



กระเป๋าดินสอ



ตัวสกรีนรีดติด



ขั้นตอนปฏิบัติงาน



รับออเดอร์จากลูกค้า



ให้ลูกค้าเลือกตัวสกรีนตามที่ลูกค้าต้องการ



นำตัวสกรีนและกระเป๋ามาที่

ลูกค้าเลือกมาตกแต่งตามที่

ลูกค้าเลือก



รีดทับตัวอักษรประมาณ 60 วินาที



จากนั้นค่อยลอกตัวอักษรออก
และรีดทับลงไปอีกที



ให้ลูกค้าตรวจสอบและนำกระเป๋าใส่ถุง
เมื่อใส่ถุงเสร็จเก็บเงินลูกค้า
ตามราคาที่กำหนดไว้

ประมวลภาพ





ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อ-นามสกุล : นางสาว กมลเนตร จันทรา

วันเดือนปีเกิด : 28 ตุลาคม 2541

สถานที่เกิด : กรุงเทพมหานคร

สถานที่ศึกษา : วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

ตำแหน่งในโครงการ : ประธานโครงการโครงการ

ชื่อ-นามสกุล : นางสาว มณฑา สุรินทราบุญ

วันเดือนปีเกิด : 27 กรกฎาคม 2542

สถานที่เกิด : กรุงเทพมหานคร

สถานที่ศึกษา : วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ

ตำแหน่งในโครงการ : รองประธานโครงการโครงการ