



โครงการธุรกิจบริการ ดอกบุญโปรยทาน
Service Project : Flower Scatter

จัดทำโดย

นางสาวณัฏฐธิดา

บุญรอด

นางสาวบุญฤศิดา

ภาคย์ภิญโญ

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
สาขาวิชาการตลาด
วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย

โครงการธุรกิจบริการ ดอกบุญโปรยทาน

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ

Service Project : Flower Scatter

โดย 1. นางสาวณัฐฐิตา

บุญรอด

2. นางสาวบุญสิตา

ภาคย์กัญญา

.....

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา วิชาโครงการตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พนิชัยการ(ATC.)

.....
(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(อาจารย์อาจารย์อุคมพร เปตานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....
(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	โครงการธุรกิจบริการ ดอกบุญโปรยทาน Service Project : Flower Scatter
ผู้จัดทำโครงการ	1. นางสาวณัฏฐธิดา บุญรอด 2. นางสาวบุญสิตา ภาควัฒนวิทยา
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์อุดมพร เปตตานนท์
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา 2562

.....

บทคัดย่อ

โครงการ ดอกบุญโปรยทาน เป็นโครงการประเภทธุรกิจการให้บริการ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา 3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

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

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ 3 มิถุนายน 2562 ถึง 22 กุมภาพันธ์ 2563 รวมปฏิบัติงานบริการ 8 สัปดาห์ สถานที่ดำเนินโครงการ คือ บ้านเลขที่ 439/41 หมู่ 4 ต.ท้ายบ้าน อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 2,500.00 บาท หักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และออกบริการคงเหลือ 5,500.00 บาท แบ่งกำไรให้สมาชิกในกลุ่ม 2 คน เท่า ๆ กัน คนละ 2,750.00 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการ 1) การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้วิชาโครงการ 2) สร้างประสบการณ์ในการเรียนรู้ธุรกิจบริการและการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา 3) ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์มีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ คือ 1) ขาดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจอาจทำให้แผนงานและงบประมาณผิดพลาด 2) เป็นธุรกิจที่เพิ่งเปิดตัวได้ไม่นานทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า

5. ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาโครงการประเภทธุรกิจบริการ 1) ฝึกอบรมบุคลากรและสอบถามผู้เชี่ยวชาญรวมถึงค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น 2) ทำการส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์ และโฆษณาให้มากขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า

6. จากรายงานผลแบบสอบถามความพึงพอใจ/ความคิดเห็น ปรากฏผลดังนี้ จากความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของร้านดอกบุญโปรยทาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการพับเหรียญ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.91) ด้านราคาความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.75) ด้านการจัดจำหน่ายช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย เช่น หน้าร้าน Facebook และ Instagram อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.95) ด้านการส่งเสริมการตลาดออฟไลน์ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social media เช่น Facebook และ Instagram อยู่เสมอ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.05) ด้านบุคลากรการให้บริการของพนักงาน เช่น ความตรงต่อเวลาและความสุภาพ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.75) ด้านกระบวนการระยะเวลาในการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.74) ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการภาพลักษณ์ของร้าน ดอกบุญโปรยทาน ใน Social media โดยภาพรวม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.67) ตามลำดับ

กิตติกรรมประกาศ

โครงการเล่มนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์คอยตรวจสอบและแก้ไข ตลอดจนให้คำแนะนำและข้อคิดต่าง ๆ มาโดยตลอดรวมทั้งขอขอบคุณอาจารย์อุดมพร เปตานนท์ ที่ช่วยตรวจสอบแผนธุรกิจและคอยให้ความช่วยเหลือในการจัดสถานที่ในการปฏิบัติงานรวมถึงข้อมูล และเทคนิคต่างๆ ในการปฏิบัติงานให้ได้เสมือนจริงจึงทำให้การจัดทำโครงการในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ผู้จัดทำโครงการขอขอบคุณเพื่อนๆ และผู้ตอบแบบสอบถาม ที่คอยช่วยเหลือกันอย่างเต็มที่คอยให้คำปรึกษาและร่วมกันทำวิชาโครงการจนถึงสำเร็จรวมทั้งขอขอบพระคุณทุกท่านที่เกี่ยวข้อง

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการธุรกิจบริการ ดอกบุญโปรยทาน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
เป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามผล และการประเมิน โครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ โครงการ	3
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ	3
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	8
แนวคิดเกี่ยวกับแผนธุรกิจ	13
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7 P's)	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ โครงการ	21
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	23
แผนการปฏิบัติงาน	24
สถานที่ดำเนิน โครงการ	24
ขอบเขตด้านงบประมาณและวัสดุอุปกรณ์	25
การจัดทำแผนธุรกิจ	26
บทสรุปผู้บริหาร	26
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	27
ความเป็นมาของธุรกิจ	28
การบริการ	29

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)	
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด	29
แผนบริหารจัดการ	35
แผนการตลาด	40
แผนการบริการ	44
แผนการเงิน	46
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	58
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	59
บัญชีรายรับ – รายจ่าย ในโครงการ	63
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	69
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	71
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	73
ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา	73
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	75
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	85
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ในโครงการ	93
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	98

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบัน ทุกท่านน่าจะเคยมีโอกาสดูร่วมงานบวชกันมาบ้างแล้วซึ่งกิจกรรมที่จะพบเห็นได้ในงานบวชนั้นก็คือ การโปรยทาน นาคก่อนที่จะเข้าโบสถ์ แท้จริงการโปรยทานนี้เป็นคติทางพุทธศาสนาโดยยึดตามพุทธประวัติว่า เมื่อสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ครั้นยังเป็นเจ้าชายสิทธัตถะทรงสละเงินทองทรัพย์สมบัติแล้วออกผนวชโดยไม่ปรารถนาที่จะเป็นพระเจ้าแผ่นดิน ดังนั้นการโปรยทานก่อนเข้าโบสถ์ของนาคจึงเป็นการแสดงว่าต่อจากนี้ไปนาคได้สละสมบัติทุกอย่างแล้วเพื่อดำเนินชีวิตตามแบบอย่างตามองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า นอกจากการโปรยทานในงานบวชแล้วยังมีโปรยทานสำหรับงานศพอีกด้วย ตามความเชื่อจากโบราณเมื่อมีคนในครอบครัวล่วงลับไปลูกหลานไม่อยากจะให้วิญญาณเร่ร่อนจึงบอกกับเจ้าที่ขอให้ดวงวิญญาณไปสถิตที่บ้านโดยการโปรยทานเพื่อเป็นการซื้อทางให้ดวงวิญญาณผ่านไปได้อย่างไม่ติดขัด แยกที่ไปร่วมงานที่เก็บเหรียญได้จะนำไปทำบุญต่อเพื่ออุทิศบุญกุศลให้ผู้ล่วงลับจึงจะได้บุญกุศลนี้ไปด้วย และในสมัยนี้ยังนิยมนำริบบิ้นที่พับเป็นรูปทรงต่างๆลดหลั่นสวยงามที่ออกแบบมานำรักนำมาใช้เป็นของชำร่วยในงานแต่งงาน ริบบิ้นที่นำมาทำของชำร่วยจะเน้นสีที่สดใสหรืออาจจะเน้นไปทางสีชมพูเพราะเป็นการสื่อให้เห็นถึงความรักของคู่บ่าวสาว และคู่บ่าวสาวก็เลือกที่จะนำริบบิ้นที่ทำเป็นรูปทรงต่างๆมาทำเป็นของแทนใจหรือขอบคุณแขกผู้ที่มีมาร่วมงาน จุดเด่นของทางร้านเราก็คือลูกค้าสามารถเลือกแบบหรือสีของริบบิ้นที่ทางลูกค้าต้องการส่งแบบให้กับทางร้านได้ตามต้องการแบบของทางร้านอาทิเช่น หมวก ส้ม คัพเค้ก อยยิ้ม และอื่นๆ เพื่อเป็นการเพิ่มความโดดเด่นของสินค้า ผู้จัดทำธุรกิจเหรียญโปรยทานจะเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้นเพราะมีความหลากหลายมากกว่าแต่ก่อน

ดังนั้นทางคณะผู้จัดทำโครงการ จึงนำธุรกิจเหรียญโปรยทานมาเพื่อให้ประชาชนคนเมืองที่ต้องการความสะดวกสบาย ไม่มีเวลาในการพับเหรียญ โดยทางคณะผู้จัดทำจะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ทั้งด้านการบริการ ด้านความสวยงาม ราคาและรวมถึงความเอาใจใส่ลูกค้า ทุกคน

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

กลุ่มเป้าหมายของโครงการ

กลุ่มผู้บริโภคที่นับถือศาสนาพุทธ กลุ่มบุคคลทำงานบริษัทเอกชนที่ไม่มีเวลาว่างในการพบ
เหรียญโปรยทานด้วยตนเอง

การติดตามผล และการประเมินโครงการ

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการและงบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สร้างประสบการณ์ในธุรกิจบริการ เพิ่มรายได้ระหว่างการศึกษา
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์มีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการ พับเหรียญโบราณ เป็นโครงการประเภทธุรกิจบริการลูกค้า ทางคณะผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ
2. แนวคิดการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดในการเขียนแผนธุรกิจ
4. ทฤษฎีสี่ส่วนผสมทางการตลาด(7P's)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

1.แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ

ความหมายของการบริการ “การให้บริการ”การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นการบริการที่ดีผู้รับบริการจะได้รับความประทับใจและเกิดความชื่นชมองค์กร อันเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรเบื้องหลังความสำเร็จของทุกงาน มักจะมีงานบริการเป็นเครื่องมือในการสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นงานประชาสัมพันธ์งานบริการวิชาการต่างๆ ตลอดจนความร่วมมือ ร่วมแรงร่วมใจจากเจ้าหน้าที่ทุกระดับซึ่งจะต้องช่วยกันขับเคลื่อนพัฒนางานบริการให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ จนเกิดเป็นสำหรับเทคนิคที่ใช้ในการให้บริการลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจของลูกค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์(2546 :344) กล่าวว่า การบริการ (Service) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้าสมวงศ์พงศ์สถาพร (2546 :47) การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้บริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ โดยความหมาย ดังกล่าวข้างต้นสามารถพิจารณาความสำคัญของคำต่างๆ ได้ดังนี้

- 1.กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบ (Delivery Activity) หมายถึง การดำเนินการหรือการกระทำใดๆ (Performance)ของธุรกิจให้บริการอันเป็นผลให้ผู้รับบริการได้รับการตอบสนองตรงความต้องการของลูกค้า
- 2.สินค้าที่ไม่มีตัวตน(Intangible Goods)หมายถึงการบริการซึ่งเกิดจากกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบซึ่งได้แก่คำปรึกษาการรับประกันการให้บริการความบันเทิงการให้บริการทางการเงิน เป็นต้น

3. ความต้องการของผู้รับบริการ (Customer need and want) หมายถึงความจำเป็นและความปรารถนาของลูกค้าที่คาดหวังว่าจะได้รับการบริการนั้น

4. ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการดั่งนั้น ในการบริการแต่ละประเภทจะประกอบด้วยส่วนประกอบต่างๆ มากมายมารวมกันทั้งที่มองเห็นได้และไม่มีตัวตนซึ่งการแบ่งว่าอะไรเป็นคุณสมบัติหลักและคุณสมบัติเสริมจะทำให้ลูกค้าคาดหวังคุณสมบัติใดบ้าง และตอบสนองต่อความต้องการเหล่านั้นซึ่งธุรกิจบริการจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติหลักของบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งคุณสมบัติส่วนเสริมเป็นสิ่งหลักที่ลูกค้าคาดหวังว่าต้องได้รับการซื้อโดยลูกค้าจะไม่คาดหวังจากคุณสมบัติหลักจากแนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการแสดงให้เห็นว่าเป้าหมายของการให้บริการนั้น คือ การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการดั่งนั้นการที่จะวัดว่าการให้บริการบรรลุเป้าหมายหรือไม่วิธีหนึ่งคือการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการเพราะการวัดความพึงพอใจนี้เป็นการตอบคำถามว่า ธนาคารที่ให้บริการฯ มีความสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการได้หรือไม่อย่างน้อยเพียงใดและอย่างไร พอสรุปความหมายของการบริการได้ว่าเป็นการปฏิบัติรับใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของลูกค้าบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้หรือแสดงความเป็นเจ้าของได้แต่สามารถที่จะถูกรับรู้ในเชิงความพึงพอใจและสามารถช่วยรักษาลูกค้าไว้ได้

วิชาญ ฤทธิรงค์ (2528 อ้างถึงใน สามารถ ยิ่งคำแหง, 2553, หน้า15) ได้ชี้แนะว่า การให้บริการและการต้อนรับลูกค้าให้ได้รับความพอใจอยากที่จะมาใช้บริการอีกควรดำเนินการ ดังนี้

1. พนักงานต้องแต่งกายสะอาด เรียบร้อย
2. ดื่มน้ำลูกค้าทุกคนอย่างสม่ำเสมอ เท่าเทียมกัน
3. พนักงานมีความรอบรู้ในหน้าที่ บริการด้วยความรวดเร็วมีความกระตือรือร้น
4. ควรมีการสืบหาข้อมูลของลูกค้าจากแหล่งต่างๆ เพื่อจะได้ต้อนรับอย่างเหมาะสม
5. การให้บริการลูกค้าจะต้องดูถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ
6. สถานที่ทำการต้องดูแลให้สะอาด มีการจัดที่พักรอสำหรับลูกค้า
7. หมั่นออกเยี่ยมลูกค้าหรือธุรกิจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
8. สร้างสื่อสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าต่อลูกค้าชนิดปากต่อปากซึ่งเป็นวิธีที่ได้ผลที่สุด
9. การพัฒนาระบบงานโดยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามา
10. ให้คำแนะนำด้านวิชาการและการตลาดแก่ลูกค้า

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่าพฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ(movie)หรือแรงขับเคลื่อน(drive) เป็นความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยาเกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหาย หรือความลำบากอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยาเกิดจากความต้องการการยอมรับ(recognition) การยกย่อง (esteem)หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สินความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจเมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับการนิยมนมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และ ทฤษฎีของ ซิกมันด์ ฟรอยด์

1. ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์(Maslow's theory motivation)อับราฮัม มาสโลว์

(A.H. Maslow)ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึ้น้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

1.1 ความต้องการทางกาย (Physiological needs)เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อาศัย ยารักษาโรค

1.2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs)เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

1.3 ความต้องการทางสังคม(Social needs)เป็นความต้องการยอมรับจากเพื่อน

1.4 ความต้องการการยกย่อง (esteem needs)เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัวความนับถือและสถานะทางสังคม

1.5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self-actualization needs)เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จบุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อนเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชั้นล่าสุด(ความต้องการสูงสุด) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

2.ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์ซิกมันด์ ฟรอยด์ (S.M. Freund)ตั้งสมมติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม ฟรอยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พุดคำที่ไม่ได้ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมากขณะที่

ชาโรนได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่าบุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆที่ทำให้มีความสุข และจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจจะแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

- ความพอใจด้านจิตวิทยา (Psychological hedonism) เป็นทฤษฎีความพึงพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความแสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใดๆ

- ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (Egoistic hedonism) เป็นทฤษฎีของความพอใจว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

- ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (ethical hedonism) ทฤษฎีนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้หนึ่ง ด้วยอ้างอิงจาก <https://www.gotoknow.org/posts/492000>

การตลาดบริการในที่นี้จะพิจารณาลักษณะการตลาดบริการจะได้รับการบริการที่สำคัญทั้ง 4 ด้าน เหมือนกับลักษณะการตลาดสินค้าทั่วไป

1. ผลิตภัณฑ์บริการ (SERVICES PRODUCT) ผลิตภัณฑ์บริการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น ไม่มีตัวตน ลักษณะผลิตภัณฑ์บริการแตกต่างกันโดยสิ้นเชิงกับลักษณะการผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวสินค้าการได้มาซึ่งสินค้านั้นได้มาจากการผลิตโดยใช้เครื่องจักร กำลังคนและวัตถุดิบ ซึ่งต้องผ่านกระบวนการผลิตเป็นขั้นตอนแน่นอนตายตัวส่วนการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์บริการนั้น เกิดขึ้นจากการปฏิบัติของผู้บริการแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์บริการจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับ การปฏิบัติหรือผู้ขายบริการและการยอมรับความพอใจของผู้ใช้บริการด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการ (ServiceProduct Development) ผู้บริโภคหรือผู้ใจ มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ถ้าเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับตัวสินค้าก็เป็นการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงร่างกาย ส่วนผสมการหีบห่อ หรือคุณภาพให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลาหรือเป็นการคิดค้นสินค้าใหม่ๆ ที่ไม่มีใครผลิตมาก่อนก็ได้แต่ในส่วนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการนั้นเป็นการคิดในเรื่องของการให้บริการให้บริการที่แปลกๆใหม่ๆ ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการในการผลิต แต่ในการผลิตบริการบางอย่างนั้นก็ต้องอาศัยเครื่องมืออุปกรณ์มาใช้ในการก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์บริการสำหรับการตลาดด้านผลิตภัณฑ์นั้น ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการก็จะต้องมีการปรับปรุงลักษณะรูปแบบของผลิตภัณฑ์บริการของตนอยู่เสมอ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์บริการตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเวลาที่มีการแข่งขันกันมาก ผู้บริหารก็ต้องปรับปรุงบริการให้อยู่ในสภาพที่ดีกว่าคู่แข่ง

2.การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์บริการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์บริการแต่ละประเภทขึ้นอยู่กับสภาพหลาย ๆ อย่างเช่น สภาพของการแข่งขัน นโยบายราคาของกิจการ ลักษณะของผลิตภัณฑ์บริการและต้นทุน เป็นต้น

2.1ถ้าสภาพการแข่งขันสูง จะต้องใช้ราคาตลาดหรือราคาที่ใกล้เคียงกัน แต่โดยทั่วไปแล้วสภาพการแข่งขันสมบูรณ์จะไม่มีในผลิตภัณฑ์บริการ เพราะลักษณะของบริการไม่มีมาตรฐานแน่นอน

2.2ส่วนทางด้านนโยบายราคาของกิจการ โดยทั่วไปมี 3 นโยบาย คือ นโยบายราคาเดียว นโยบายหลายราคา และนโยบายราคาส່วนลด

- นโยบายราคาเดียว เป็นนโยบายการกำหนดราคาที่นิยมใช้กันทั้งในผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เป็นบริการ เป็นการกำหนดราคาบริการที่แน่นอนตายตัว ต่อคนต่อครั้ง ในการใช้บริการไม่ว่าใครเป็นผู้ซื้อบริการจะต้องจ่ายเงินเท่ากันหมด

-นโยบายราคาแบบหลายราคา เป็นการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์บริการที่มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับประเภทของลูกค้าที่แตกต่างกัน

-นโยบายราคาให้ส่วนลดเป็นวิธีการกำหนดราคาไว้เพื่อจะใช้ในการจูงใจ

2.3ลักษณะของผลิตภัณฑ์บริการเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่จะต้องนำมาพิจารณาในการกำหนดราคาบริการจากความเป็นจริงแล้ว ผลิตภัณฑ์บริการจะมีความแตกต่างกันอย่างไร ไม่ค่อยมีมาตรฐานที่แน่นอน การกำหนดราคาค่าบริการจะขึ้นอยู่กับสภาพของการให้บริการ ถ้าผลิตภัณฑ์บริการดีกว่า สะดวกกว่า มากกว่าของคู่แข่ง ราคาบริการก็จะแพงกว่า และในทางตรงกันข้าม ถ้าผลิตภัณฑ์บริการไม่ค่อยดีหรือสิ่งอำนวยความสะดวกและบรรยากาศสุขของคู่แข่งไม่ได้ การกำหนดราคาก็จะถูกกว่า

2.4งานด้านต้นทุน ในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้า หรือ ผลิตภัณฑ์บริการ ส่วนใหญ่แล้วจะพิจารณาด้านทุนเป็นหลัก แต่สำหรับต้นทุนในผลิตภัณฑ์สินค้าจะเห็นได้ชัดเจนกว่า ส่วนต้นทุนในผลิตภัณฑ์บริการก็มีเช่นเดียวกัน แต่มักจะไม่ค่อยชัดเจนเพราะบริการที่ลูกค้าได้รับไม่ได้ส่วนประกอบของต้นทุนที่เขาสามารถเห็นได้ เช่น การให้บริการด้านการขนส่ง ต้นทุนคือค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับตัวรถ พนักงานขับรถ พนักงานประจำรถ ค่าพิมพ์ตัว และค่าใช้จ่ายในการบริหารงาน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ถือเป็นต้นทุน การคิดราคาบริการ จึงต้องคำนึงถึงต้นทุนด้วยเสมอ

การกำหนดราคาโดยปกติแล้ว สิ่งที่จะนำมาพิจารณาอีกเหนือจากที่ได้กล่าวมาแล้ว ยังจะต้องนำสภาพต้องการหรือดีมานด์ของตลาดเข้ามาพิจารณาด้วย

3. การจัดจำหน่ายบริการ ผู้บริโภคคนสุดท้ายหรือผู้ใช้บริการจะไม่นิยมใช้คนกลางประเภทพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก แต่ผลิตภัณฑ์บริการอาจถูกขายผ่านคนกลางประเภทตัวแทนหรือนายหน้า เช่นการ

ตั้งตัวแทนการขายตัวเครื่องบินของสายการบินต่าง ๆ หรือตัวแทนของกิจการโรงแรมที่สามารถที่ตั้งของโรงแรมไม่ได้อยู่ในกรุงเทพฯ การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บริการทุกประเภท เน้นการจัดจำหน่ายโดยตรงระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคคนสุดท้ายหรือผู้ใช้ จึงเป็นผลสืบเนื่องทำให้ขอบเขตของสังคม เพราะผู้ผลิตกับบริการไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุก

4. ส่วนการส่งเสริมการตลาดบริการทางอ้อมจะใช้กับธุรกิจบริการบางประเภท เช่น สำนักงานกฎหมายพรรคการเมือง จะต้องส่งเสริมโดยวิธีการเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น การเป็นพิธีกรในกิจกรรมทางวิชาการด้านต่าง ๆ หรือการสนับสนุนให้สังคมมีความเจริญ มีการกินคืออยู่ดี การให้ทุนการศึกษา การสร้างศาลาที่พักผู้โดยสาร ฯลฯ ในการส่งเสริมการตลาดบริการนั้นควรมีหลักโดยทั่วไปคือ

4.1 จะต้องให้ลูกค้าได้ทราบว่าเขาจะได้รับประโยชน์จากการใช้บริการมากที่สุดคุ้มค่าที่สุดไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความปลอดภัย ความบันเทิง ความสมปรารถนาต่าง ๆ ฯลฯ

4.2 จะต้องแสดงให้เห็นลูกค้าทราบว่าบริการที่เสนอให้ลูกค้านั้นแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร ดีกว่าคู่แข่งเพียงใด

4.3 จะต้องเน้นการส่งเสริมการตลาดไปที่จุดของคุณภาพของบริการ ชื่อเสียงของกิจการตลอดจนความสม่ำเสมอของการให้บริการแก่ลูกค้า ความเป็นกันเองต่อลูกค้า

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไข พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยให้การพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ในตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ และมีความสำคัญที่สุดของนักธุรกิจ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารการตลาด จะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียด ถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ ฯลฯ จะช่วยให้ผู้บริหารทายใจหรือเดาใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไร มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคนำมาตัดสินใจซื้อคืออะไร รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาดพฤติกรรมผู้บริโภค คือ กระบวนการที่เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล การซื้อ การใช้การประเมินผลในสินค้าหรือบริการ จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคนี้ สามารถแยก ได้ดังนี้มีการแสดงกิริยาอาการของบุคคล ด้วยการเดินทางไปจับจ่ายหาซื้อและใช้สินค้าหรือบริการตามความต้องการของบุคคล

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ การพิสูจน์ความต้องการ การตรวจสอบ การแสวงหาข่าวสาร การจับจ่าย และการพุดคุยเพื่อค้นหาคำยืนยันบุคคลที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย ผู้บริโภคคนสุดท้ายที่เป็นครอบครัวแม่บ้าน หรือซื้อไปเป็นของขวัญให้บุคคลอื่น

กัลยกร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปิตตะวนิช(2553 : 90) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี 3 รูปแบบ พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลง ของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อปัจจัยด้านความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภคด้วย และพฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายใน และภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำ กับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม

พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) กับผู้ขาย(เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

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

พฤติกรรมการซื้อแบบเป็นปกติ หมายถึง พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคทำการซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะต้องซื้อเป็นประจำ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะทั่วไป มีราคาต่อหน่วยต่ำ มีวางจำหน่ายทั่วไป ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อโดยไม่ยุ่งยากแต่อย่างใด

พฤติกรรมการซื้อแล้วลดความกังวลใจ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ ผู้บริโภค รู้จักดี และรู้ว่ามี ความแตกต่างระหว่างตรียี่ห้อ น้อยมาก แต่ผู้บริโภคก็ยังตัดสินใจได้ยากในการซื้อ เพราะเป็นประเภทที่มีราคาและความเสี่ยงสูง มีการซื้อเป็นครั้งคราว

พฤติกรรมการซื้อแบบซับซ้อน (complex buying behavior) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ ผู้บริโภคมีความคุ้นเคย มีราคาสูง มีความเสี่ยงสูง แต่มีความถี่ในการซื้อต่ำมาก บางครั้งมีการซื้อเพียงครั้งเดียวตลอดอายุของผู้บริโภค ก่อนการลงมือซื้อ ผู้บริโภคต้องแสวงหาสารสนเทศ เพิ่มเติมอีกจำนวนมากเกี่ยวกับประเภทและตราผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะของ ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เช่น บริโภคที่จะลงมือซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลมาใช้ เป็นต้น

พฤติกรรมการซื้อแบบแสวงหาความหลากหลาย ผู้บริโภคบางกลุ่มเมื่อจะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความยุ่งยากน้อย ก็ยังถือว่าตราผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอยู่ ไม่อยากซื้อตราเดิม พฤติกรรมการซื้อจึงมีการเปลี่ยนเป็นตราใหม่เสมอ ๆ เพราะอยากหลุดพ้นจากความจำเจ ช้าช้าอยากลองของใหม่

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ “การแสดงอาการที่เป็นกระบวนการเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ การใช้ การประเมินผลสินค้าหรือบริการ จากการได้มาตามความต้องการและคาดหวังของผู้บริโภค”

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค มีประโยชน์ทางการตลาด 4 ประการ ดังนี้

- ช่วยให้นักการตลาดเข้าถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า บริการของผู้บริโภค
 - ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจ
 - ช่วยให้การพัฒนาตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้นเพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ให้ตรงกับชนิดของสินค้าที่
ต้องการ
 - ช่วยในการปรับปรุงแผนกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจต่าง เพื่อความได้เปรียบของกลุ่มแข่งขัน
- ประเภทของการบริโภค สามารถแบ่งได้ตามลักษณะของสินค้าเป็น 2 ประเภท คือ

1. การบริโภคสินค้าไม่คงทน (nondurable goods consumption) คือการบริโภคสิ่งของชนิดที่สิ้นเปลืองหรือใช้หมดไปเรียกว่า destruction เช่น การบริโภคน้ำ อาหาร ยารักษาโรค
 2. การบริโภคสินค้าคงทน (durable goods consumption) คือการบริโภคสิ่งของที่ยังคงใช้ได้อีกลักษณะนี้เรียกว่า diminution เช่น การอาศัยบ้านเรือน การใช้รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า
- องค์ประกอบสามารถอธิบายได้ด้วย โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นระบบที่เกิดขึ้นจากสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่มีอิทธิพล ทำให้เกิดการตอบสนอง หรือ การตัดสินใจของผู้ซื้อโดยสามารถเรียกว่าโมเดลที่ใช้อธิบายระบบนี้ได้อีกลักษณะว่า S-R Theory ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญได้แก่

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทั้งภายในและภายนอก นักการตลาดจะสนใจเน้นการสร้างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดซึ่งควบคุมได้และ สิ่งกระตุ้นอื่นที่ควบคุมไม่ได้
2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) เปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ ต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ
3. การตอบสนอง (Buyer's Response) การตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ

กระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค (Process of Behavior)

1. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด
2. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น
3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดที่กำหนดความต้องการของลูกค้าและพฤติกรรมของ มนุษย์ เช่น การศึกษา ความเชื่อ ยังรวมถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่ได้รับการยอมรับภายในสังคมใดสังคมหนึ่งโดยเฉพาะลักษณะชั้นทางสังคม ประกอบด้วย 6 ระดับ

ชั้นที่ 1 Upper-Upper Class ประกอบด้วยผู้ที่มีชื่อเสียงเก่าแก่เกิดมาบนกองเงินกองทอง

ชั้นที่ 2 Lower –Upper Class เป็นชั้นของคนรวยหน้าใหม่ บุคคลเหล่านี้เป็นผู้ยิ่งใหญ่ในวงการบริหาร เป็นผู้มีรายได้สูงสุดในจำนวนชั้นทั้งหมด จัดอยู่ในระดับมหาเศรษฐี

ชั้นที่ 3 Upper-Middle Class ประกอบด้วยชายหญิงที่ประสบความสำเร็จในวิชาอื่นสมาชิกชั้นนี้ส่วนมากจบปริญญาจากมหาวิทยาลัย กลุ่มนี้เรียกกันว่าเป็นดาเป็นสมองของสังคม

ชั้นที่ 4 Lower-Middle Class เป็นพวกที่เรียกว่าคนโดยเฉลี่ย ประกอบด้วยพวกที่ไม่ใช่ฝ่ายบริหาร เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก พวกทำงานนั่งโต๊ะระดับต่ำ

ชั้นที่ 5 Upper-Lower Class เป็นพวก จนแต่ซื้อสัตย์ ได้เกษณชั้นทำงานเป็นชั้นที่ใหญ่ที่สุดในชั้นทางสังคม

ชั้นที่ 6 Lower-Lower Class ประกอบด้วยคนงานที่ไม่มีความชำนาญกลุ่มชาวนาที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองชนกลุ่มน้อย

2. ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่ง ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง หมายถึงกลุ่มใด ๆ ที่มีการเกี่ยวข้องกัน ระหว่างคนในกลุ่มแบ่งเป็น 2 กลุ่ม

- กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ครอบครัว ในเรื่องอาชีพ ระดับชั้นทางสังคม และช่วงอายุ

- กลุ่มทุติยภูมิ เป็นกลุ่มทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว แต่ไม่บ่อย มีความเหนียวแน่นน้อยกว่ากลุ่มปฐมภูมิ

2.2 ครอบครัว เป็นสถาบันที่ทำการซื้อเพื่อการบริโภคที่สำคัญที่สุด นักการตลาดจะพิจารณา ครอบครัวมากกว่าพิจารณาเป็นรายบุคคล

2.3 บทบาททางสถานะ บุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ทำให้ บุคคลมีบทบาทและสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคล

ต่าง ๆ เช่น อายุ อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต วัฏจักรชีวิต ครอบครัว

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งจัดปัจจัยในตัว ผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้า ปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย การรับรู้ ความเชื่อและเจตคติ บุคลิกภาพและแนวความคิดของตนเอง

ทั้งนี้มนุษย์มักจะแสดงออกจากความต้องการที่อยู่ภายใน ซึ่งมาสโลว์ได้กำหนดทฤษฎีลำดับขั้นตอนของความต้องการซึ่งกำหนดความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ไว้ 5 ระดับ ซึ่งจัดลำดับจากความต้องการระดับต่ำไปยังระดับสูง มีผลต่อระบบการตัดสินใจและพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนี้

1. ความสำเร็จส่วนตัว
2. ความต้องการด้านอิโก้ (ความภาคภูมิใจ สถานะ ความเคารพ)
3. ความต้องการด้านสังคม
4. ความปลอดภัยและมั่นคง
5. ความต้องการของร่างกาย

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา กระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาของตนเอง

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ในขั้นแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอก็ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบทางเลือกและความคุ้มค่ามากที่สุด

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หลังการประเมิน ผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสีย หลังจากนั้นบุคคลจะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา มักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น

ขั้นที่ 5 การประเมินผลหลังการซื้อ เป็นขั้นสุดท้ายหลังจากการซื้อ ผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซือนั้นมาใช้ และในขณะเดียวกันก็จะทำการประเมินผลิตภัณฑ์นั้นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ

อ้างอิงจาก<http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>

3. แนวคิดในการเขียนแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะก่อตั้งกิจการมีความคิดและเป้าหมายที่ชัดเจนในขณะเดียวกันสำหรับผู้ประกอบการที่กำลังคิดจะขยายกิจการแผนธุรกิจก็เป็นปัจจัยสำคัญ ที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของผู้ร่วมทุน แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ มีผู้เปรียบเทียบว่าแผนธุรกิจเปรียบเหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งเรื่องของการตลาด การแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงิน ที่จะชี้แนะผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวังด้วยเช่นกันถ้าเปรียบว่าแผนที่ที่ดีย่อมจะให้รายละเอียดถนนหนทาง และทิศทางที่ชัดเจนแล้ว แผนธุรกิจก็ไม่ต่างกันในการที่จะให้รายละเอียดอย่างเพียงพอที่จะทำให้ผู้ร่วมลงทุนตัดสินใจได้ว่า ธุรกิจนั้นควรจะร่วมลงทุนด้วยหรือไม่ จากแผนธุรกิจจะทำให้ผู้ร่วมลงทุนเข้าใจวัตถุประสงค์ของธุรกิจอย่างชัดเจน เข้าใจแนวคิดและปรัชญาของธุรกิจ แผนปฏิบัติการ ปัญหาอุปสรรค และหนทางที่เตรียมการเพื่อไปสู่ความสำเร็จ ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะใช้จ่ายเงินลงทุนของตัวเอง ไม่ต้องการผู้ร่วมลงทุนหรือเงินกู้จากสถาบันการเงิน แผนธุรกิจก็ยังจำเป็นอยู่เพื่อให้ผู้ประกอบการมีแผนที่ในการบอกทิศทางของการดำเนินกิจการในอนาคตสำหรับผู้ประกอบการแล้ว การทำแผนธุรกิจที่ไม่ดีอาจส่งผลกระทบต่อกิจการในระยะยาวได้ การจะเขียนแผนธุรกิจจึงจำเป็นที่จะต้องมีการเตรียมพร้อมขั้นพื้นฐานก่อนจะอธิบายเทคนิคดังกล่าวควบคู่ไปกับส่วนองค์ประกอบของแผนธุรกิจ ดังต่อไปนี้

แนวคิดในการทำแผนธุรกิจ

- แนวคิดธุรกิจ (What):อธิบายแนวคิดธุรกิจให้ชัดเจนว่าทำธุรกิจอะไร มีความแตกต่างจากธุรกิจอื่นที่มีอยู่อย่างไร
- ลูกค้าเป้าหมาย(Who):ระบุลูกค้าเป้าหมายหลักของโครงการว่าจะขายใครรายได้ควรอยู่ที่เท่าไรและจะเข้าถึงลูกค้ากลุ่มนั้นได้อย่างไร
- ที่ตั้งโครงการ (Where):ระบุทำเลที่ตั้งของโครงการให้ชัดเจนพร้อมลักษณะ โดยรอบของทำเลที่จำเป็นในการพัฒนาโครงการลักษณะทางกายภาพและข้อกำหนดทางกฎหมายของที่ดินแปลงดังกล่าว
- รูปแบบการดำเนินธุรกิจว่าจะดำเนินการอย่างไร(How):อธิบายรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่จะทำ
- ใช้เงินลงทุนและผลตอบแทน (How Much): ระบุว่าธุรกิจนี้ต้องใช้เงินลงทุนเท่าไรหลักๆ แล้วใช้กับอะไรแหล่งรายได้หลักมาจากไหนอะไรบ้างและผลตอบแทนจากโครงการนี้จะปันเท่าไรระยะเวลาคืนทุนจะเป็นกี่ปีจะหาแหล่งเงินทุนจากไหน มีความเสี่ยงอะไรบ้าง

●ทำไมถึงคิดว่าธุรกิจที่จะทำถึงจะมีลูกค้ามาใช้บริการ(Why):อธิบายว่าทำไมถึงคิดว่าธุรกิจนี้จะประสบความสำเร็จด้านยอดขายตามแผนที่วางไว้ทำไมถึงมั่นใจได้ว่าธุรกิจนี้ไปได้สวยแน่แนวคิดในการวางแผนและการวิเคราะห์โครงการการวิเคราะห์และประเมินโครงการ (Project Analysis and Appraisal) คือ กระบวนการรวบรวมวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องในระหว่างโครงการ ที่เน้นการคาดคะเนถึงผลที่จะเกิดขึ้นจากการมีโครงการแล้วพิจารณาตัดสินใจว่าสมควรจะดำเนินงานตามโครงการนั้นหรือไม่ เมื่อศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้นของโครงการแล้วขั้นตอนต่อมาคือการศึกษาความเป็นไปได้โดยละเอียด (Feasibility Study) คือการศึกษาและการจัดทำเอกสารที่ประกอบด้วยข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นที่แสดงถึงเหตุผลสนับสนุน (Justification) ความถูกต้องสมบูรณ์ (Soundness) ของโครงการ เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่ดี โดยโครงการที่ดีคือโครงการที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและเมื่อปฏิบัติแล้วจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการมีวัตถุประสงค์ให้ผู้ตัดสินใจมีข้อมูลพื้นฐานเพียงพอที่จะตัดสินใจจะลงทุนในโครงการนั้น หรือไม่ซึ่งการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะประกอบไปด้วยการศึกษาในด้านต่างๆ

องค์ประกอบของแผนธุรกิจแม้ว่าองค์ประกอบของแผนธุรกิจจะไม่ได้มีกำหนดไว้ตายตัว หากแต่องค์ประกอบหลัก ซึ่งนักลงทุนพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการรู้ จะประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้คือ

1. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร
2. ประวัติโดยย่อของกิจการ
3. การวิเคราะห์สถานการณ์
4. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ
5. แผนการตลาด
6. แผนการจัดการและแผนกำลังคน
7. แผนการผลิต/ปฏิบัติการ
8. แผนการเงิน
9. แผนการดำเนินงาน
10. แผนฉุกเฉิน

องค์ประกอบที่ 1 : บทสรุปสำหรับผู้บริหารผู้เขียน : ผศ.วิทยา ด้านธำรงกุล เป็นส่วนที่จะสรุปใจความสำคัญของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาวไม่เกิน 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญเพราะเป็นส่วนแรกที่มีผู้ร่วมลงทุนจะอ่านและจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่า จะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อหรือไม่ ดังนั้น บทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญสองประการ คือ หนึ่ง ชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริงๆ เกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ สอง ต้องชี้ให้เห็นว่า สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่ว่่านั้นให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไร บทสรุป

ผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนควรระลึกไว้เสมอว่า คุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม จึงควรใช้เวลากับการเขียนส่วนนี้อย่างพิถีพิถัน

องค์ประกอบที่ 2 : ประวัติย่อของกิจการผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อุดรส่วนนี้คือการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกิจการ ทั้งในด้านรูปแบบการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้า/บริการ ที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 : การวิเคราะห์สถานการณ์ผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อุดรขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนธุรกิจ คือ การพยายามทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของปัจจัยสำคัญๆที่ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การแข่งขัน ความน่าสนใจโดยรวมของอุตสาหกรรม ตลอดจนความสามารถในการทำกำไร และความพร้อมในด้านต่างๆ ของกิจการ ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์จึงเป็นงานอันดับแรกที่สำคัญที่ผู้ประกอบการควรกระทำ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานของกิจการ

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

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

องค์ประกอบที่ 4 : วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อุดร วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องการได้รับในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการ และเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนกหรือลักษณะงาน เช่น เป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางการจัดการ เป้าหมายทางการผลิต และเป้าหมายทางการเงิน เป็นต้น นอกจากนี้เป้าหมายทางธุรกิจอาจแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้น คือ ภายใน 1 ปี เป้าหมายระยะกลาง ประมาณ 3-5 ปี และเป้าหมายระยะยาวที่นานกว่า 5 ปีลักษณะของเป้าหมายของธุรกิจที่ดีมี 3 ประการ คือ

1. มีความเป็นไปได้ หมายความว่า กิจการมีโอกาสที่จะบรรลุเป้าหมายได้ หากได้มีการดำเนินงานอย่างเต็มที่ตามแผนธุรกิจที่วางไว้ การกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจควรประเมินจากสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ กล่าวคือ ไม่ควรตั้งเป้าหมายที่

เลื่อนลอยเกินความจริงจนทำไม่ได้ และก่อให้เกิดความท้อแท้ แต่ก็ไม่ควรตั้งเป้าหมายที่ง่ายจนเกินไปจนไม่ต้องทุ่มเทความพยายามใดๆ ก็สามารถที่จะบรรลุเป้าหมายได้โดยง่าย เป้าหมายที่ดีจึงควรเป็นผลลัพธ์ที่ทำได้ยากแต่มีความเป็นไปได้

2. สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม หมายถึง มีความชัดเจนที่สามารถประเมินได้ว่ากิจกรรมบรรลุตามเป้าหมายนั้นหรือไม่ ทั้งนี้ โดยทั่วไป ควรจะต้องกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจนว่า จะต้องบรรลุถึงเป้าหมายนั้นภายในระยะเวลาเท่าใด

3. เป็นไปในทิศทางเดียวกัน หมายถึง เป้าหมายย่อยๆ ในแต่ละฝ่ายควรมีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งให้แน่ใจว่าเป้าหมายระยะสั้นๆ เป็นไปเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมเป้าหมายในระยะปานกลางและระยะยาว

องค์ประกอบที่ 5 : แผนการตลาดผู้เขียน : อ.ดร.พิภพ อุดรแผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาด ตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในองค์ประกอบที่ 3 มาพิจารณาร่วมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ในองค์ประกอบที่ 4 ดังนั้น การวางแผนการตลาดจึงเป็นการกำหนดกลยุทธ์และวิธีในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มุ่งหวัง โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรทางการตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการตอบรับกับความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ เนื้อหาของแผนการตลาดต้องตอบคำถามหลักๆ ให้กับผู้ประกอบการอย่างน้อยดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายทางการตลาดที่ต้องทำให้ได้ในระยะเวลาของแผนคืออะไรบ้าง
 2. ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง
 3. จะนำเสนอสินค้า/บริการอะไรให้กลุ่มเป้าหมาย ในราคาเท่าใด และด้วยวิธีการใด
 4. จะสร้างและรักษาความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้ด้วยวิธีการใดบ้าง
 5. ถ้าสถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ จะปรับตัวหรือแก้ไขอย่างไร
- องค์ประกอบที่สำคัญของแผนการตลาด ซึ่งมีเนื้อหาหลัก 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

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

องค์ประกอบที่ 6 : แผนการจัดการและแผนคนผู้เขียน : ผศ.วิทยา ด้านธำรงกุลในส่วนนี้ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุโครงสร้างขององค์การให้ชัดเจน โดยแสดงแผนผังโครงสร้างขององค์กรว่า ประกอบไปด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความรับผิดชอบอะไร รวมถึงตำแหน่งผู้บริหารหลักๆ ขององค์กร โครงสร้างของคณะกรรมการและการถือหุ้น การเขียนในส่วนนี้ควรจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเป็นทีมที่ดีในการบริหาร มีความสมดุลในด้านความรู้ ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิคและการบริหาร มีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่ทำ

องค์ประกอบที่ 7 : แผนการผลิต/ปฏิบัติการผู้เขียน : อ.ดร.เอกจิตต์ จึงเจริญหลังจากที่ผู้ประกอบการได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกิจการ ตลอดจนกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและแผนกลยุทธ์ของกิจการในภาพรวม เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันแล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นให้ออกมาเป็นแผนการผลิต/ปฏิบัติที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนธุรกิจส่วนอื่นๆ ของบริษัท อันได้แก่ แผนการตลาด แผนการบริหารและจัดการบุคลากรและแผนการเงิน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายตามแผนนั้นๆ แผนการผลิต/ปฏิบัติการที่ดีจะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับธุรกิจ โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตให้เป็นผลผลิต ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังแผนภาพที่ 1 โดย วัตถุดิบและทรัพยากร นั้น หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ ชั่วโมงแรงงานที่ทำการผลิต หรือค่าใช้จ่ายรวมของทรัพยากรทุกอย่างที่ใช้ ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน เงินลงทุน และอื่นๆ สำหรับ กระบวนการผลิตและปฏิบัติการ หมายถึง กระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรการผลิตให้เป็นผลผลิต และ ผลผลิต นั้น หมายความว่า จำนวนหรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้

องค์ประกอบที่ 8 : แผนการเงินผู้เขียน : รศ.ประนอม โขวินวิวัฒน์ และอ.วิภาดา ดันติประภาในการจัดทำแผนธุรกิจนั้น กิจการต้องทราบให้ได้ว่าแผนที่จะจัดทำขึ้นนั้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ การที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าใด จะได้จากแหล่งใดบ้าง จากแหล่งเงินทุนภายใน ในรูปของเจ้าของกิจการ หรือแหล่งเงินทุนภายนอกในรูปของการกู้ยืมจากเจ้าหนี้ เรียกว่า กิจกรรมจัดหาเงิน (Financing Activities) จากนั้น จะเป็นเรื่องของ การตัดสินใจนำเงินไปลงทุน กิจกรรมนี้เรียกว่า กิจกรรมลงทุน (Investing Activities) ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อเนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวข้างต้น คือ กิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งจะประกอบไปด้วย การผลิต การซื้อ การขาย และกิจกรรมดำเนินงาน จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ นักบัญชีจะเป็นผู้นำเสนอผลของกิจกรรมทั้งสาม และสรุปออกมาเป็น งบการเงิน (Financial Statements) ซึ่งเป็นรายงานสรุปขั้นสุดท้ายของขบวนการจัดทำบัญชี ที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลทางการเงินของธุรกิจหรืออาจจะเป็นงบ

การเงินที่ครอบคลุมการดำเนินการทางธุรกิจในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่าในรอบระยะเวลาที่ผ่านมา ธุรกิจมีฐานะการเงินอย่างไร กำไรหรือขาดทุน มีการเปลี่ยนแปลงในเงินสดอย่างไรบ้าง เพิ่มขึ้นหรือลดลง และสาเหตุเกิดจากอะไร

งบการเงินประกอบด้วย

1. งบดุล เป็นรายงานที่แสดงถึงฐานะของกิจการ ณ วันใดวันหนึ่ง ในงบดุลจะประกอบไปด้วยข้อมูลทางการเงินที่แสดงถึงฐานะของกิจการ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับสินทรัพย์ หนี้สินและส่วนของผู้เป็นเจ้าของ

2. งบกำไรขาดทุน เป็นงบที่แสดงถึงผลการดำเนินงานของกิจการ โดยแสดงรายได้ ค่าใช้จ่ายและกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

3. งบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของผู้เป็นเจ้าของ ส่วนของผู้เป็นเจ้าของหรือส่วนของผู้ถือหุ้นประกอบไปด้วย 2 ส่วนด้วยกัน คือ

- ทุนเรือนหุ้น

- กำไรสะสม

4. งบกระแสเงินสด เป็นงบการเงินที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง จะรายงานให้ทราบว่า เงินสดในปัจจุบันที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้น มีสาเหตุจากอะไรในกิจกรรม 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

- กิจกรรมดำเนินงาน

- กิจกรรมลงทุน

- กิจกรรมจัดหาเงิน

5. นโยบายบัญชี หมายถึง หลักการบัญชีหรือวิธีปฏิบัติที่กิจการใช้ในการจัดทำและนำเสนองบการเงิน เนื่องจากหลักการบัญชีที่กิจการเลือกใช้ไม่ได้หลายวิธี วิธีการบัญชีที่กิจการเลือกใช้จะมีผลกระทบต่องบการเงินไม่เหมือนกัน กิจการจึงต้องบอกข้อมูลดังกล่าวให้ผู้ใช้งบการเงินทราบโดยทั่วไปแล้วกิจการควรเปิดเผยนโยบายบัญชีในเรื่องต่อไปนี้ไว้ในงบการเงิน

- วิธีการรับรู้รายได้

- การตีราคาสินค้าคงเหลือ

- การตีราคาเงินทุน

- ค่าเพื่อหนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญ

- วิธีการคิดค่าเสื่อมราคา และการตัดบัญชีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน

- การแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ

- การจัดทำงบการเงินรวม

องค์ประกอบที่ 9: แผนการดำเนินงานผู้เขียน : ผศ.วิทยา ด้านธำรงกุลหลังจากผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ของกิจการอย่างรอบคอบและครบถ้วนแล้ว ขั้นตอนต่อมาก็คือ การ

จัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ โดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือนหรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

องค์ประกอบที่ 10 : แผนฉุกเฉินแผนฉุกเฉินเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่สถานการณ์หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้

4. ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด

4P หรือ Marketing Mix สามารถเรียกเป็นภาษาไทยได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด เป็นทฤษฎีหนึ่งที่ถูกใช้ในการวางแผนการตลาด โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลักๆ ได้แก่ Product, Price, Place และ Promotion เราต้องวางแผนให้แต่ละส่วนมีความสอดคล้องและไปในทิศทางเดียวกัน ครั้งแรกที่คิดออกมาอาจจะไม่สมบูรณ์แบบ เราก็สามารถปรับไปเรื่อยๆ หลักการตลาด 4P หรือ ส่วนผสมทางการตลาดนั้น (Marketing Mix) มีส่วนประกอบด้วยกันทั้งหมด 4 อย่างได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งที่สามารถสนองความจำเป็นรวมทั้งความต้องการของมนุษย์ได้ คือผู้ขายจะต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจสามารถจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับต้องไม่ได้ กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์สามารถเป็นได้ทั้งสินค้าและบริการ โดยทั่วไปการผลิตผลิตภัณฑ์ต้องมีการพิจารณาคุณภาพสินค้า ลักษณะการออกแบบ ขนาด การรับประกัน เป็นต้นซึ่งสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

2. ราคา (Price) คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของ (Cost) ลูกค้าลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ คุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึงคุณค่าเพราะเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปเงินตราเกี่ยวข้องโดยตรงกับวิธีการกำหนดราคานโยบายและกลยุทธ์ต่างๆ อีกทั้งในการกำหนดราคาผู้จำหน่ายจะต้อง

คำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้(Perceived Value) ในมุมมองของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับจากลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)กลยุทธ์ของนักการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์ แน่นอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่น่าเสนอที่อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าที่มีของแถมในร้านเสริมสวยชั้นดีในห้างสรรพสินค้าทำให้สินค้านั้นมีชื่อเสียงมากกว่านำไปใช้บนชั้นวางของในซูเปอร์มาร์เก็ต

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)การส่งเสริมการตลาดสามารถก่ออิทธิพลต่อผู้บริโภคได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ข่าวสารที่นักการตลาดส่งไปอาจเตือนใจให้ผู้บริโภครู้ว่าเขามีปัญหา สินค้าของนักการตลาดสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้และมันสามารถส่งมอบให้ได้มากกว่าสินค้าของกลุ่ม เมื่อได้ข่าวสารหลักการซื้อเป็นการยืนยันว่าการตัดสินใจซื้อของลูกค้าถูกต้อง

5. ด้านบุคคล(People)หรือพนักงาน (Employee)พนักงานผู้ให้บริการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการผลิตและบริการ ซึ่งต้องผ่านการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) และการจูงใจพนักงานเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เหนือคู่แข่ง ดังนั้นเพื่อคุณภาพในการบริการองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการอบรมพนักงาน มีการสนับสนุนที่จำเป็น ในการมอบหมายอำนาจและหน้าที่ความรับผิดชอบ เพื่อสร้างพนักงานให้มีความรู้ความสามารถ ความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ดีความรับผิดชอบ มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับลูกค้า มีความสามารถ ในการแก้ปัญหาต่างๆ รวมถึงมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

6.ลักษณะทางกายภาพ (PhysicalEvidence&Presentation)หมายถึง สิ่งที่น่าประทับใจแก่สาธารณชนเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer Value Proposition) และช่วยสื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงภาพลักษณ์และคุณภาพของการบริการ เช่น ความรวดเร็วในการบริการ ความสะอาด หรือประโยชน์อื่นๆ ลักษณะทางกายภาพอาจได้แก่ การตกแต่งภายใน วัสดุตกแต่ง โครงสร้างทางสถาปัตยกรรม เฟอร์นิเจอร์และการวางผังร้าน สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งและแบ่งสัดส่วนของพื้นที่ภายในอาคาร และลักษณะกายภาพอื่นๆที่สามารถดึงดูดลูกค้าทำให้ลูกค้ามองเห็นภาพการให้บริการได้อย่างชัดเจนรวมถึงอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆที่มีไว้ให้บริการต่างๆเป็นต้น บรรยากาศในร้านค้าจะต้องตอบโต้กับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

7. ด้านกระบวนการ (Process)กระบวนการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการได้อย่างประทับใจลูกค้าและรวดเร็ว(Customer Satisfaction) กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือทันสมัยที่ก่อให้เกิดการสร้างกระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพได้ ซึ่งในแต่ละขั้นตอนจะต้องมีการเชื่อมโยงกันได้เป็นอย่างดี หากมีขั้นตอนไหนผิดพลาดเพียงขั้นตอนเดียวก็จะทำให้การบริการอาจไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า หรือไม่มีคุณภาพเท่าที่ควรการปรับปรุงกระบวนการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างสม่ำเสมอและจริงจังจะต้องออกเป็นนโยบายและแผนการปฏิบัติให้เป็นกิจจะลักษณะอีกทั้งยังต้องอาศัยการระดมความคิดเห็นจากทั้งพนักงานและลูกค้าจากทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

งานวิจัยต่างประเทศ

แสตปปี้ (Stapp. 1964: 52 – 53) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์และสติปัญญาของนักศึกษาที่เรียนศิลปะและไม่เรียนศิลปะ พบว่าความคิดสร้างสรรค์และสติปัญญาไม่มีความสัมพันธ์กันแต่นักเรียนที่เรียนศิลปะได้คะแนนความคิดสร้างสรรค์สูงกว่าพวกที่ไม่เรียนศิลปะแลนเดอร์ส (Landers.2006 : Online) ได้กล่าวถึงความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อมือเป็นการใช้นิ้วมือทั้งสองรวมทั้งตาและมือประสานกันสำหรับจัดสิ่งของการควบคุมการเคลื่อนไหวที่ดีเพื่อให้สามารถประสานการทำงานระหว่างการควบคุมการใช้ตาและมือสองให้สัมพันธ์กันอย่างมีประสิทธิภาพแม่นยำคาดินและยูริ ชูมาโกะ (Katrin; & Yuri Shumakov. 2000 : Online) พบว่าการพับกระดาษเป็นกิจกรรมที่กระตุ้นการทำงานของสมองทั้งซีกซ้ายและซีกขวา และการนำเทคนิคการพับกระดาษมาฝึกฝนกับเด็กนั้นมีความเหมาะสมในการพัฒนาของการทำงานของกล้ามเนื้อสติปัญญาและความสามารถในการเชิงประดิษฐ์ชุนาน ซู (Susan Sze. 2005 : Online) ทำการทดลองเกี่ยวกับเทคนิคในการพับกระดาษและการสร้างสรรค์สร้างสรรค์ทำให้เข้าใจเกี่ยวกับความคิดสำหรับเทคนิคในการพับกระดาษทำให้เกิดการเรียนรู้ 6 แบบ คือ 1. การเรียนรู้จากการปฏิบัติ2. เรียนรู้จากการแนะนำที่ชัดเจน 3. เรียนรู้จากการคิดขั้นสูง 4. เรียนรู้จากรูปแบบที่หลากหลาย 5. เรียนรู้เกี่ยวกับสังคม และ 6. เรียนรู้จากยุทธศาสตร์การจัดการด้วยตนเอง

งานวิจัยในประเทศ

วราภรณ์นาคะศิริ (2545: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการคิดเชิงเหตุผลของเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์โดยใช้ทรายสี ผลการวิจัยพบว่าการคิดเชิงเหตุผลของเด็ก ปฐมวัยหลังจากการทำกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์โดยใช้ทรายสีสูงกว่าก่อนการทำศิลปะสร้างสรรค์ โดยใช้ทรายสีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01ประพิมพพ์ กัตร์พะพงค์ (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความสามารถด้านมิติสัมพันธ์ ของเด็กปฐมวัยในการทำกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์ด้วยกระดาษเส้น ผลการวิจัยพบว่า

1.ความสามารถด้านมิติสัมพันธ์ของเด็กปฐมวัยหลังการทำกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์ด้วยกระดาษเส้นสูงกว่าก่อนการทำกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์ด้วยกระดาษเส้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

2. ความสามารถด้านมิติสัมพันธ์ของเด็กปฐมวัยหลังการทำกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์ด้วยกระดาษเส้นมีการเปลี่ยนแปลงสูงกว่าก่อนการทำกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์ด้วยกระดาษเส้นคิดเป็นร้อยละ 100 ของนักเรียนทั้งหมด

กั้วราบี;อิดะและทากาฮาชิ(Ghourabi.;Ida.;&Takahashi. 2008:Online)กระบวนการ คำนวณการพับกระดาษแบบออริกามิเป็นสาขาหนึ่งของวิชาวิทยาศาสตร์ของรูปทรง ซึ่งศึกษา กระบวนการคำนวณและลักษณะเกี่ยวกับคณิตศาสตร์ในมุมที่เกิดจากการพับกระดาษส่วนหนึ่งซึ่งถือว่าเป็นพื้นฐานในการศึกษาเทคนิคในการคำนวณรอยพับจากการพับกระดาษแบบออริกามิ คือ ทฤษฎีของการพับกระดาษแบบออริกามิ ความสามารถในการพับ โดย มร.ฮูมิอากิ ฮูมิอากิ (Humiaki Huzita) สามารถใช้สมการกำลังสี่และเป็นไปได้ที่จะใช้เทคนิคการพับกระดาษแบบออริกามิอื่นๆ ช่วยในการแก้ปัญหาสมการที่มีกำลังที่สูงขึ้นหลายๆรอยพับมีการคำนวณซึ่งอาจรวมถึงการสร้างรอยพับมากกว่า 1 รอยพับการแบ่งขนาดของมุมในพับกระดาษ1 แผ่นให้ได้ห้ามุมเท่าๆกันต้องการการคำนวณในการแสดงวิธีการหาคำตอบของสมการกำลัง5รู้ว่าแบ่งกระดาษ1แผ่นออกเป็น5ส่วนเท่าๆกันกล่าวถึงการสร้างเพื่อการพิสูจน์ขนาดของมุมที่เกิดจากรอยพับที่แบ่งออกเป็น5ส่วน โดยใช้ตรรกศาสตร์และพีชคณิตในการคำนวณรอยพับ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจบริการ
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำธุรกิจบริการ
5. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
6. จัดทำแผนธุรกิจแผนกลยุทธ์ และการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ปฏิบัติงาน
2. ทดลองปฏิบัติการบริการและประเมินผลการปฏิบัติงาน
3. ปฏิบัติดำเนินงานธุรกิจตามขั้นตอนการบริการ ที่วางแผนไว้
4. จัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปรายงานผลการปฏิบัติงานบริการ และงบประมาณกำไร ขาดทุน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน

แผนการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1.เตรียมคิดรูปแบบธุรกิจบริการ	↔								
2.ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ	↔								
3.ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ		↔							
4.จัดทำแผนธุรกิจ แผนกลยุทธ์และการส่งเสริมการตลาด			↔						
5.จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำธุรกิจบริการ			↔						
6.ลงมือปฏิบัติกิจการตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้					↔				
7.สรุปผลการปฏิบัติงาน								↔	
8.ส่งรายงานสรุปผลดำเนินงาน									↔

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน บ้านเลขที่ 439/41 หมู่ 4 ต.ท้ายบ้าน อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280

งบประมาณและวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุนคนละ 1,250 บาท รวมเป็นเงิน 2,500บาท

1. วัสดุดิบ

ริบบิ้น	600	บาท
เหรียญบาท	-	บาท
กระดาษ A4	89	บาท

2. อุปกรณ์

กรรไกร	50	บาท
กาวสองหน้า	60	บาท
ชุดเย็บกระดาษ	70	บาท
กาวร้อน	80	บาท
ปืนยิงกาวร้อน	129	บาท
อุปกรณ์ตกแต่งต่างๆ	400	บาท
แฟ้มเกจ (กล่องหรือถุง)	280	บาท

3. เบ็ดเตล็ด

ป้ายร้าน	500	บาท
รวม	2,258	บาท

การจัดทำแผนธุรกิจ

1. บทสรุปผู้บริหาร

ธุรกิจบริการ ดอกบุญโปรยทาน เป็นธุรกิจที่ต้องการพัฒนาการให้บริการกับลูกค้าเป้าหมาย โดยเริ่มก่อตั้งกิจการเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 ตั้งอยู่ที่ บ้านเลขที่ 439/41 หมู่ 4 ต.ท้ายบ้าน อ. เมือง จ.สมุทรปราการ ผู้ก่อตั้งกิจการคือ คุณณัฐธิดา บุญรอด และ คุณบุญสิตา ภาควัฒนกิจ โดยเกิดขึ้นจากปัญหาของผู้ประกอบการเองเคยได้ไปร่วมพิธีงานบุญต่างๆ ที่มีการโปรยทานและเกิดปัญหาขึ้นคือ เหยียญโปรยทานเกิดการชำรุดเสียหาย และ ไม่มีความหลากหลายทันสมัย ผู้ประกอบการจึงเกิดความคิดริเริ่มธุรกิจบริการพับเหยียญโปรยทาน โดยเน้นความสวยงามทันสมัย และแข็งแรงทนทาน ทางร้านของเรา มีการรับประกันว่าหากมีสินค้าชำรุดเสียหายระหว่างส่งของให้กับลูกค้า ทางร้าน ดอกบุญโปรยทาน มีบริการรับเปลี่ยนคืนสินค้าที่เสียหายโดยทางร้านของเรามีสินค้าให้เลือกหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น หมวก ส้ม กล้วย มะพร้าว ถั่วฝักยาว สดอเบอร์รี่ มีขนาดเล็ก กระชับมือ มีสีสันที่สดใส การเลือกริบบิ้นที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบ หรือตามที่ลูกค้าต้องการ สินค้าของทางร้านทุกชิ้นสามารถทำประโยชน์ได้หลายอย่างเช่น ใช้ในงานบวช งานศพ ซึ่งใช้เป็นเหยียญโปรยทาน และยังมียางรัดที่เป็นงานมงคลอย่างเช่นงานแต่งงาน จะใช้เป็นของชำร่วย ซึ่งเกิดความหลากหลายให้กับลูกค้าให้มีทางเลือกเพิ่มขึ้น โดยทางร้านได้ตั้งราคาขายไว้ที่ 100 ชิ้นในราคา 400 บาท ทุกรูปแบบ ผู้ประกอบการใช้พื้นที่บน Social Media ประชาสัมพันธ์ทาง Facebook และ Instagram โดยทางร้านจะนำสินค้ามาโพสรายละเอียดให้กับลูกค้าได้เลือกสรร ธุรกิจดอกบุญโปรยทาน เล็งเห็นความสำคัญของลูกค้าเป็นอันดับแรกสภาวะการแข่งขันมีการแข่งขันที่สูงเพราะมีธุรกิจพับเหยียญโปรยทานเปิดเป็นจำนวนมาก เพราะเป็นธุรกิจที่เปิดขึ้นง่ายทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกมากขึ้นจึงทำให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาด ทางบริษัทจึงจำเป็นต้องหาจุดเด่นและจุดด้อย เมื่อลูกค้านำไปใช้งาน โดยการโปรยทานลูกค้ามั่นใจได้ว่าจะคงอยู่ในสภาพที่คงเดิม และการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าหลังการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ ลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มบุคคลที่นับถือศาสนาพุทธ กลุ่มบุคคลที่ทำงานบริษัทเอกชนที่ไม่มีเวลาว่างในการพับเหยียญโปรยทานด้วยตนเอง

กลยุทธ์ทางการตลาดด้านการบริการมีการให้บริการพับเหยียญโปรยทานเป็นการพับแบบปกติโดยใช้ริบบิ้นแบบทั่วไปแต่มีของตกแต่งเพื่อช่วยใหริบบิ้นของทางร้านเรามีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะของทางร้าน โดยการบริการรับส่งสินค้าฟรีในระยะทางไม่เกิน 3 กิโลเมตร จากที่ตั้งของร้าน และทางร้านมีการรับประกันสินค้าให้กับลูกค้าเมื่อสินค้าของลูกค้าชำรุดหรือเสียหายจากทางร้าน ดอกบุญโปรยทานจริงทางร้านจะชดเชยค่าเสียหายให้ 100% เพื่อเป็นการรับประกันให้ลูกค้าไว้วางใจ

การให้บริการของทางร้าน พับเหรียญโปรยทานด้านราคาของทางร้านพับเหรียญโปรยทานจะตั้งราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งเล็กน้อย เพื่อเป็นทางเลือกให้กับกลุ่มผู้บริโภคได้มีทางเลือกมากขึ้น โดยลูกค้าสามารถเลือกชำระเป็นเงินสด หรือ โอนชำระเงินผ่านบัญชีธนาคารของทางร้านคอบุญโปรยทานได้ตามเลขที่บัญชีของร้านไม่มีขั้นต่ำ(กรณีที่ลืมพกเงินสดติดตัวหรือเงินสดไม่พอย่อย) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ธุรกิจนี้ไม่มีหน้าร้านแต่มีร้านในSocial Media เช่น Facebook และ Instagramทำให้ผู้บริโภคที่เล่น Social Media ได้ใช้บริการออนไลน์โดยไม่ต้องเสียเวลาไปซื้อที่หน้าร้านเองอาจทำให้มีจำนวนลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้นอีกด้วยลูกค้าสามารถจองคิวและสอบถามข้อมูลการให้บริการได้ตามช่องทางหลักในหน้าเพจFacebookและInstagramของทางร้านพับเหรียญโปรยทานเพื่อให้ลูกค้าได้เข้ามาใช้บริการเกิดพฤติกรรมการซื้อขาย มีการจัดโปรโมชั่นและประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Media

โดยแนวโน้มของธุรกิจประเภทนี้นั้นผู้ประกอบการมองว่าธุรกิจนี้นั้นสามารถเจริญเติบโตได้อีก โดยวิเคราะห์จากกระแสของผู้บริโภคที่หันมาเล่นSocial Media เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งค่าบริการของร้าน พับเหรียญโปรยทาน ที่ไม่ได้มีราคาแพงจนเกินไป กลุ่มลูกค้าสามารถใช้เงินตรงนี้คุ้มค่ากับคุณภาพในการให้บริการ และในอนาคตก็มีการเตรียมวางแผนในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจบริการพับเหรียญโปรยทานด้วยการขยายสาขาเพิ่มขึ้น

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอธุรกิจนี้ต่อผู้ร่วมทุนในธุรกิจ

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อการวางแผนในการบริหารจัดการธุรกิจ
2. เพื่อให้ปฏิบัติงานตามแผนการที่กำหนดให้บรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัท

โดยมีเงื่อนไขดังนี้

1. ผู้ร่วมลงทุนจะต้องรับผิดชอบการบริหารจัดการภายในของบริษัทร่วมกัน
2. เมื่อบริษัทได้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนด จะมีการปันผลให้กับผู้ร่วมลงทุนทุกๆ 1 ปี

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือ แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มกิจการ

ธุรกิจบริการ ดอกบุญโปรยทาน เป็นธุรกิจที่ต้องการพัฒนาการให้บริการกับลูกค้าเป้าหมาย โดยเริ่มก่อตั้งกิจการเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2562

ก่อตั้งโดย นางสาวณัฏฐธิดาบุญรอด

นางสาวบุญสิตาภักย์กัญญา

ที่อยู่ บ้านเลขที่ 439/41 หมู่ 4 ต.ท้ายบ้าน อ.เมือง จ.สมุทรปราการ

แนวความคิดในการก่อตั้งกิจการ

โดยเกิดขึ้นจากปัญหาของผู้ประกอบการเองเคยได้ไปร่วมพิธีงานบุญต่างๆที่มีการ โปรยทานและเกิดปัญหาขึ้นคือเหรียญโปรยทานเกิดการชำรุดเสียหายและไม่มีความหลากหลายทันสมัยผู้ประกอบการจึงเกิดความคิดริเริ่มธุรกิจบริการพับเหรียญโปรยทานโดยเน้นความสวยงามทันสมัยและแข็งแรงทนทานและทางร้านของเรามีการรับประกันว่าจะไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายเมื่อคุณมาใช้บริการร้าน ดอกบุญโปรยทานเพราะเราเล็งเห็นความสำคัญของลูกค้าเป็นอันดับแรก

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลา ดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1.	ประชุมวางแผนธุรกิจ	2 สัปดาห์	2 สัปดาห์
2.	เลือกธุรกิจที่จะทำ	2 สัปดาห์	2 สัปดาห์
3.	จัดซื้ออุปกรณ์ในการบริการ	1 สัปดาห์	1 สัปดาห์
4.	หาทำเลที่ตั้ง	1 สัปดาห์	1 สัปดาห์
5.	ประเมินสรุปผล	2 สัปดาห์	2 สัปดาห์
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		8 สัปดาห์	8 สัปดาห์

4. การบริการ

4.1 รายละเอียดการบริการ

1. บริการพับเหรียญโปรยทานทุกรูปแบบ

เป็นการพับแบบปกติโดยใช้ริบบิ้นแบบทั่วไปแต่มีของตกแต่งและใช้วัสดุแบบทนทาน โดยคิดเป็นราคาร้อยละ 400บาท

2. การรับประกันสินค้า

ร้านดอกบุญโปรยทานมีการรับประกันสินค้าในกรณีที่สินค้าชำรุดหรือเสียหายจากทางร้านจริง โดยทางร้านจะรับผิดชอบให้ลูกค้า 100 %

ภาพการบริการ



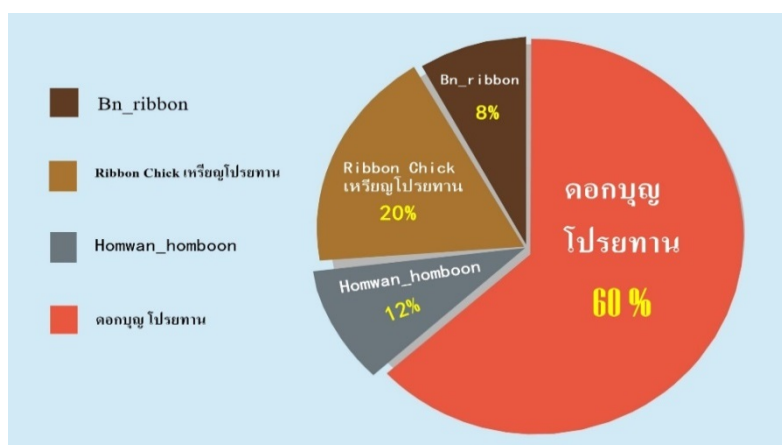
5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด

เนื่องจากธุรกิจพับเหรียญโปรยทานเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูง ทำให้สามารถเข้าสู่ธุรกิจประเภทนี้ได้ง่ายทำให้ธุรกิจพับเหรียญโปรยทานมีคู่แข่งเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก และส่งผลให้ธุรกิจนี้มีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น เพื่อที่จะแย่งลูกค้ากันและเกิดความผันผวนตามเศรษฐกิจของประเทศ เพราะเมื่อเศรษฐกิจตกต่ำลง ลูกค้าก็เลือกที่จะประหยัดเงิน โดยการพับเหรียญโปรยทานเองที่บ้าน ดังนั้นการแข่งขันในการบริการพับเหรียญโปรยทานมีผลในเชิงลบต่อความน่าสนใจธุรกิจประเภทนี้

5.2 การแบ่งส่วนตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาด

มีการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นเพราะมีธุรกิจพับเหรียญโปรยทานเปิดเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกเยอะ จึงทำให้เกิดการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด ทางบริษัทจึงจำเป็นต้องหาจุดเด่นและแก้ไขจุดด้อย เช่นการมีรูปทรงรูปแบบที่หลากหลายที่ช่วยเป็นตัวเลือกสำหรับลูกค้าที่ต้องการความหลากหลาย และการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าหลังการให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

โดยแนวโน้มของธุรกิจประเภทนี้ผู้ประกอบการมองว่าธุรกิจนี้นั้นสามารถเจริญเติบโตได้อีก โดยวิเคราะห์จากกระแสของผู้บริโภคที่หันมาเล่น Social Media เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกทั้งค่าบริการของร้าน ดอกบุญ โปรยทาน ที่ไม่ได้มีราคาแพงจนเกินไป กลุ่มลูกค้าสามารถใช้เงินตรงนี้คุ้มค่ากับคุณภาพในการให้บริการและในอนาคตก็มีการเตรียมวางแผนในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจบริการพับเหรียญโปรยทานด้วยการขยายสาขาเพิ่มขึ้น

5.4 ตลาดเป้าหมาย

กลุ่มผู้บริโภคที่นับถือศาสนาพุทธ กลุ่มบุคคลทำงานบริษัทเอกชนที่ไม่มีเวลาว่างในการพับเหรียญโปรยทานด้วยตนเอง

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

เกณฑ์ทางภูมิศาสตร์

กลุ่มผู้บริโภคที่เล่น Social media

เกณฑ์ทางด้านประชากร

กลุ่มบุคคลที่นับถือศาสนาพุทธเพราะเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญของเหรียญโปรยทาน

เกณฑ์ทางด้านจิตวิทยา

กลุ่มบุคคลที่นับถือศาสนาพุทธเพราะเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญของเหรียญโปรยทาน

เกณฑ์ทางด้านพฤติกรรม

กลุ่มผู้บริโภคที่ไม่มีเวลาในการพับเหรียญโปรยทานและมีความเร่งรีบซึ่งมีเวลาจำกัดมากในชีวิตประจำวัน จึงต้องการใช้บริการร้านพับเหรียญโปรยทานเพื่อให้ตนเองได้รับความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการพักผ่อนมากขึ้น

5.6 สภาพการแข่งขัน



ที่มา : มติชนเส้นทางเศรษฐกิจออนไลน์.สืบค้นจาก https://www.sentangsedtee.com/career-channel/article_28571

จากข้อมูลด้านบนแสดงให้เห็นว่าการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เพราะเป็นธุรกิจที่สามารถเปิดได้ง่ายและใช้เงินลงทุนไม่มาก รวมถึงการไม่ต้องใช้ความรู้มากในการบริหารจัดการ จึงทำให้มีการแข่งขันการบริการพับเหรียญโปรยทานเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เพราะต้องการแย่งลูกค้าให้มาใช้บริการร้านตนเองให้มากที่สุด

5.7 คู่แข่งขัน

- 1) Ribbon Chick เหรียญโปรยทาน
- 2) Homwan_homboon
- 3) Bn_ribbon

5.8 รายละเอียดเปรียบเทียบผู้แข่งขัน

การ เปรียบเทียบ	ธุรกิจของเรา Flower Scatter	คู่แข่งชั้นที่ 1 Ribbon Chick เหรียญโปรยทาน	คู่แข่งชั้นที่ 2 Homwan_homboon	คู่แข่งชั้นที่ 3 Bn_ribbon
ด้านบริการ	พับเหรียญโปรย ทาน	พับเหรียญโปรย ทาน	พับเหรียญโปรย ทาน	พับเหรียญโปรย ทาน
ด้านราคา	100ชิ้น 400บาท 200ชิ้น 750บาท 300ชิ้น 1,000 บาท	100ชิ้น 450บาท 200ชิ้น 850บาท 300 ชิ้น 1,200บาท	100 ชิ้น 500บาท 200ชิ้น 950 บาท 300 ชิ้น 1,300บาท	100ชิ้น 400บาท 200ชิ้น 790บาท 300ชิ้น 1,100 บาท
ด้านช่องทาง การจัด จำหน่าย	- ช่องทางออนไลน์ Facebook, Instagram	- ช่องทางออนไลน์ Facebook	- ช่องทางออนไลน์ Instagram	- ช่องทางออนไลน์ Instagram
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	- ประชาสัมพันธ์ผ่าน ทาง Social Media - ใช้บริการครบ 10 ครั้งฟรีเหรียญโปรย ทาน 50 ชิ้น	- ซื้อครบ 1,000 ชิ้น ส่งฟรี Kerry	- ซื้อครบ 1,500ชิ้น ฟรี 50 ชิ้น - ซื้อตั้งแต่ 1,000 ชิ้น ขึ้นไปสมัครบัตร สมาชิกฟรี	- มีบัตรสมาชิกลด 5% - ซื้อตั้งแต่ 1,000 ชิ้นขึ้นไปสมัคร บัตรสมาชิกฟรี

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	- บุคลากรมีความรู้ความชำนาญในการทำงาน - ผู้บริหารงานมีการวางแผนอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ - จำนวนบุคลากรน้อย ทำให้ง่ายต่อการจัดการ - เป็นกิจการขนาดเล็ก ทำให้การบริหารไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อนลดปัญหาขัดแย้ง	- จำนวนพนักงานยังไม่เพียงพอต่อการทำงาน - บุคลากรมีความรู้ความชำนาญในการทำงานมีจำนวนน้อย ทำให้งานอาจล่าช้า
ด้านการตลาด	- มีการอัพเดทข้อมูลการให้บริการผ่านช่องทาง Social Media อยู่เสมอ เช่น Facebook , Instagram - มีการวางแผนการตลาดอย่างเป็นระบบ	- เป็นกิจการที่เปิดใหม่ และยังไม่มียี่ห้อร้านทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จัก ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Media อยู่เสมอ
ด้านการบริการ	- บุคลากรทุกคนให้มีใจรักในการบริการ	- ทางร้านไม่มีการสต็อกสินค้าหากลูกค้าต้องการสินค้าในเวลาเร่งด่วน
ด้านการเงิน	- มีการใช้เงินทุนจากส่วนของเจ้าของเป็นส่วนใหญ่ของการลงทุนทั้งหมด - มีทีมงานวางแผนและบริหารการเงินอย่างเป็นระบบ	-

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส(Opportunities)	อุปสรรค(Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	- ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชื่นชอบความแปลกใหม่และความสะดวกสบายจึงทำให้มีกลุ่มลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้น	- ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกใช้บริการพับเหรียญ ไปรยทานร้านอื่น เพราะมีผู้ประกอบการหลากหลายในธุรกิจนี้ - ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่นับถือศาสนาพุทธเท่านั้น
สถานการณ์แข่งขัน	-	- คู่แข่งมีจำนวนมากขึ้นเพราะเป็นธุรกิจที่เปิดขึ้นได้ง่ายทำให้มีการแข่งขันที่สูงขึ้น
สังคม	- ปัจจุบันผู้คนหันมาทำบุญกันมากขึ้น ทำให้บริการพับเหรียญไปรยทานเป็นทางเลือกได้	-
เทคโนโลยี	- เทคโนโลยีทางSocial Media มีความทันสมัยมากขึ้นบริการพับเหรียญจึงตอบสนองความต้องการสำหรับผู้บริโภคในปัจจุบัน	- คู่แข่งอาจมีกลยุทธ์หรือวิธีทางเทคโนโลยีที่ใช้เป็นเครื่องมือในการโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์บนสื่อ Social Media ทำให้ผู้บริโภคเห็นสื่อได้ง่ายและทั่วถึง
สภาพเศรษฐกิจ	-	- เศรษฐกิจตกต่ำทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหันมาพับเหรียญไปรยทานเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย
กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ	- รัฐบาลมีการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจ SME หรือธุรกิจขนาดย่อมจึงดำเนินงานเป็นไปได้อย่างคล่องตัว	-
กลุ่มผู้จำหน่าย , เครือข่าย	-	- ขาดตัวแทนในการจัดจำหน่ายสินค้า

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	ดอกบุญโปรยทาน (Flower Scatter)
ที่อยู่ / ที่ตั้งกิจการ	บ้านเลขที่ 439/41 หมู่ 4 ต.ท้ายบ้าน อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	เป็นธุรกิจที่มีผู้ร่วมลงทุน
ทุนจดทะเบียน	200,000 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 – เดือนกุมภาพันธ์ 2563
หมายเลขทะเบียนการค้า	1679900517404

6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1.	นางสาวณัฏฐธิดาบุญรอด	ประธาน
2.	นางสาวบุญสิตาภักย์ภิญโญ	รองประธาน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจในการบริหารจัดการของทางร้านขึ้นอยู่กับนางสาวณัฏฐธิดาบุญรอด เท่านั้นซึ่งเป็นผู้มีอำนาจสั่งการสูงสุดภายในร้าน

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1.	นางสาวณัฏฐธิดาบุญรอด	10,000	100,000	50%
2.	นางสาวบุญสิตาภักย์ภิญโญ	10,000	100,000	50%
	รวมจำนวนหุ้น	20,000	200,000	100%

*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

A. ชื่อ-นามสกุลนางสาวณัฏฐริดาบุญรอด

อายุ 22 ปี

การศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนกุสุมาเตตยพิทยาคม ปีการศึกษา 2558

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงจากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชการ

ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2559 บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) ตำแหน่ง พนักงานควบคุมคุณภาพ

บรรจุ

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 จากการประกวดรำไทยโรงเรียนกุสุมาเตตยพิทยาคม

ปีการศึกษา 2558

B. ชื่อ-นามสกุลนางสาวบุญลิตา ภาควัฒนุญ

อายุ 21 ปี

การศึกษา

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนนวมินทราชินูทิศ เตรียมอุดมศึกษา

พัฒนาการ ปีการศึกษา 2558

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชการ

ปีการศึกษา 2562

ประสบการณ์ทำงาน

ปี 2560 บริษัท ไทยเทพรส จำกัด (มหาชน) ตำแหน่ง พนักงานควบคุมคุณภาพบรรจุ

ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ

รางวัลชนะเลิศอันดับ 1 จากการประกวดการแข่งขันทีมเชียร์ลีดเดอร์คณะ

โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ เตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ ปีการศึกษา 2558

6.6 แผนผังองค์กร



นัฏฐิศาบุญรอด

ประธาน



บุญสิตาภาคย์ญโญ

รองประธาน

6.7หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

A.	ชื่อ	นางสาวณัฏฐธิดาบุญรอด
	ตำแหน่ง	ประธานบริษัท
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	วางแผนการบริหารการจัดการภายในบริษัท
	การศึกษา/คุณสมบัติ	กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
	อัตราเงินเดือน	15,000 บาท/เดือน
B.	ชื่อ	นางสาวบุญสิตา ภาควัฒโน
	ตำแหน่ง	รองประธานบริษัท
	หน้าที่ความรับผิดชอบ	ช่วยในการบริหารจัดการทุกฝ่ายในบริษัท
	การศึกษา/คุณสมบัติ	กำลังศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
	อัตราเงินเดือน	13,000บาท/เดือน

6.8แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน
1.	นางสาวณัฏฐธิดาบุญรอด	ประธาน	1	15,000
2.	นางสาวบุญสิตา ภาควัฒโน	รองประธาน	1	13,000
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			2	28,000

6.9 วิสัยทัศน์

การมอบสิ่งที่ดีและมีคุณภาพเป็นเลิศในการให้บริการ

6.10พันธกิจ

1. คัดเลือกพนักงานที่เชี่ยวชาญด้านการพับเหรียญโดยเฉพาะ
2. รักษาคุณภาพของสินค้าและเอกลักษณ์เฉพาะของทางร้านให้อยู่ในระดับมาตรฐาน
3. จัดระบบการบริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและพัฒนารูปแบบการบริการให้ตรงตามความต้องการอย่างต่อเนื่อง

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. ทำการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับการให้บริการของร้าน ดอกบุญโปรยทาน โดยใช้สื่อทาง Social Media (Facebook , Instagram) เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และจดจำแบรนด์
2. สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทั้งก่อนและหลังการให้บริการทุกครั้ง
3. สร้างรายได้จากการบริการให้มากกว่าเงินลงทุนร้อยละ 5

เป้าหมายระยะกลาง

1. เน้นการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพื่อต่อยอดการรับรู้ให้ลูกค้าจดจำแบรนด์ และกลายเป็นร้านพับเหรียญโปรยทานที่ลูกค้านึกถึงเป็นอันดับแรก
2. ขยายสาขา 2 – 3 ร้าน โดยเริ่มทีละร้าน เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าและให้บริการได้ทั่วถึง
3. สร้างกำไรให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 – 10 ต่อปี ของเงินลงทุนทั้งหมด
4. เพิ่มบริการใหม่ๆ กับกลุ่มลูกค้า

เป้าหมายระยะยาว

1. ทำการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการจดจำและเพิ่มการรับรู้ในวงกว้างให้มากขึ้น
2. ขยายกิจการเพิ่มมากขึ้นในเขตและจังหวัดใกล้เคียงสมุทรปราการ
3. การเปิดช่องทางทำธุรกิจด้านแฟรนไชส์ให้กับผู้ที่สนใจ
4. สร้างกำไรให้เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 10 – 20 ต่อปี ของเงินลงทุนทั้งหมด
5. มีฐานลูกค้าประมาณ 5,000 ราย

6.12 ปัจจัยความสำเร็จ

1. ทำการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทาง Social media (Facebook , Instagram) ของทางร้าน เพื่อโปรโมทร้านให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างด้วยการประชาสัมพันธ์ การนำเสนอข้อมูล รูปภาพ การให้บริการของร้านเพื่อให้ลูกค้าได้พูดคุยและติดต่อสอบถามการให้บริการง่ายขึ้น
2. การให้บริการที่ดี มีคุณภาพและคุ้มค่าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ
3. มีบุคลากรมีความรู้ความสามารถและการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบเหมาะสม
4. มีระบบการจัดเก็บข้อมูล การจัดการด้านการตลาด การบริหารเงิน และการบัญชี ที่สามารถประเมินประสิทธิภาพและวัดประสิทธิผลของการดำเนินงาน
5. มีการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการให้บริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีการแบ่งเงินปันผลให้หุ้นส่วนทุกคน โดยยึดหลักในการถือครองหุ้นส่วน
2. หลังจาก 2 ปี เป็นต้นไปหุ้นส่วนทุกคนจะได้รับโบนัสเพิ่มขึ้น

6.14 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

แผนการขยายกิจการเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าให้มากขึ้นจากเดิม โดยจะจัดตั้งสถานที่ให้มีหน้าร้าน เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้า

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมายทางการตลาด

1. มุ่งสร้างธุรกิจดอกบุญโปรยทานให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมาย
2. ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ประมาณ 30% รู้จักธุรกิจดอกบุญโปรยทาน ในฐานะร้านบริการพบเหรียญโปรยทานที่ให้บริการดีที่สุด
3. มีอัตราส่วนจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านดอกบุญโปรยทานไม่ต่ำกว่า 15%

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มบุคคลที่นับถือศาสนาพุทธ กลุ่มบุคคลทำงานบริษัทเอกชนที่ไม่มีเวลาว่างในการพบเหรียญโปรยทานด้วยตนเอง

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านการบริการ

รายละเอียดการบริการ

เป็นการพบแบบปกติโดยใช้รับขึ้นแบบทั่วไปแต่มีของตกแต่งและใช้วัสดุแบบทนทาน โดยคิดเป็นราคาร้อยละ 400 บาทร้านดอกบุญโปรยทานมีการรับประกันสินค้าในกรณีที่สินค้าชำรุดหรือเสียหายจากทางร้านจริง โดยทางร้านจะรับผิดชอบให้ลูกค้า 100 %

7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

มีการกำหนดราคาโดยการเปรียบเทียบกับราคาคู่แข่งในระดับที่ราคาถูกกว่า เพราะเราคำนึงถึงรายได้ของกลุ่มเป้าหมาย แต่เชื่อว่าลูกค้าก็สามารถยอมรับได้เพราะเรามีบริการเสริมให้กับลูกค้าและทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่คุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป

บริการ	ค่าบริการ
บริการพับเหรียญโปรยทาน100 ชิ้น	400บาท
บริการพับเหรียญโปรยทาน 200ชิ้น	750บาท
บริการพับเหรียญโปรยทาน 300ชิ้น	1,000บาท

ลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการพับเหรียญโปรยทาน100 , 200,300ชิ้นตามลำดับ
การชำระเงิน

ลูกค้าสามารถชำระเป็นเงินสด หรือ โอนชำระเงินผ่านบัญชีธนาคารของทางร้านได้ตาม
บัญชีธนาคารของทางร้าน ดังนี้

ชื่อบัญชีร้าน “คอกบุญ โปรยทาน”

ธ.กสิกรไทย เลขที่บัญชี 029-8-46902-2 บัญชี ออมทรัพย์

สาขา โรบินสัน สมุทรปราการ

ธ.กรุงไทย เลขที่บัญชี 012-3-984-60-9 บัญชี ออมทรัพย์

สาขา บิ๊กซี สมุทรปราการ

ธ.ไทยพาณิชย์ เลขที่บัญชี 012-3-395-71-9 บัญชี ออมทรัพย์

สาขา โลตัสศรีนครินทร์

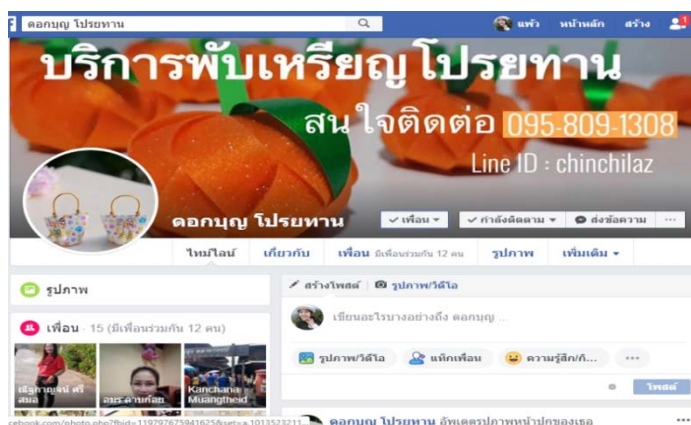
7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ธุรกิจนี้ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Media โดยใช้ชื่อ Facebook : คอกบุญ โปรยทาน
Instagram : __Doeat__ โดยการโฆษณาเสนอสินค้าทำให้บุคคลที่ใช้แหล่ง Social Media เล็งเห็น
และสนใจบริการพับเหรียญโปรยทานเพิ่มมากขึ้น

สถานที่บริการบ้านเลขที่ 439/41 หมู่ 4 ต.ท้ายบ้าน อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280

ช่องทางการติดต่อออนไลน์ ลูกค้าสามารถจองคิวและสอบถามข้อมูลการให้บริการได้ตาม
ช่องทางหลักในหน้าFacebook : คอกบุญ โปรยทานหรือInstagram: __Doeat__

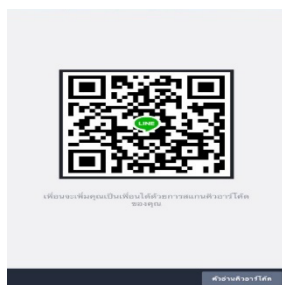
ช อ ง ท า ง ก า ร ตี ด ต่ อ อ น ไ ล น



7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด ร้านดอกบุญไพรยทาน (Flower Scatter) เป็นร้านที่เพิ่งเปิดตัวขึ้นได้ไม่นาน โดยทางร้านมีการส่งเสริมการขายด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Media และการจัดโปรโมชั่นให้กับลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้ลูกค้า

เกิดการซื้อซ้ำ ซื้อบ่อย และต้องการให้ลูกค้าติดหรือจงรักภักดีต่อแบรนด์ของเรา

1. แอดไลน์ (LINE) ของร้านค้าเพื่อรับส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าภายในร้านลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้า ดูราคา ติดตามโปรโมชั่น ข่าวประชาสัมพันธ์ต่างๆ จากทางร้านได้ง่ายยิ่งขึ้น



2. ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social Media Facebook : ดอกบุญ ไพรยทาน

Instagram : __Doeat__



7.3.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากร

ธุรกิจพับเหรียญโปรยทาน เป็นธุรกิจบริการที่ต้องมีความละเอียด เอาใจใส่ และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ความอดทนและความซื่อสัตย์ ซึ่งพนักงานจะต้องมีคุณลักษณะดังนี้

1. มีความมุ่งมั่นในการทำงาน
2. มีพื้นฐานความรู้หรือมีประสบการณ์ในการพับเหรียญโปรยทาน
3. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
4. รักงานบริการ
5. มีความอดทน
6. มีความซื่อสัตย์ สุจริต
7. มีความรับผิดชอบ

7.3.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ

ขั้นตอนการพับเหรียญโปรยทาน

1. การรับออเดอร์จากลูกค้า
2. การตัดริบบิ้นตามแบบที่ลูกค้าเลือก
3. การขึ้นรูปริบบิ้นให้เป็นรูปทรงต่างๆและใส่เหรียญ
4. การตกแต่งริบบิ้น
5. การแพ็คเกจกล่องหรือถุงแพ็คเกจของทางร้าน
6. การส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าโดยผ่านทางไปรษณีย์ ,เคอรี่ หรือนัดรับ

7.3.7 กลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมการบริการการตกแต่งหน้า Facebook ที่เน้นการจัดวางสินค้าให้เป็นทีสะดุดตา แปลกใหม่ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจโดดเด่นและดึงดูดสายตาของผู้บริโภค โดยการใช้สื่อ Social Media ต่างๆ เพื่อเป็นการเชิญชวนให้ลูกค้าเกิดความสนใจ

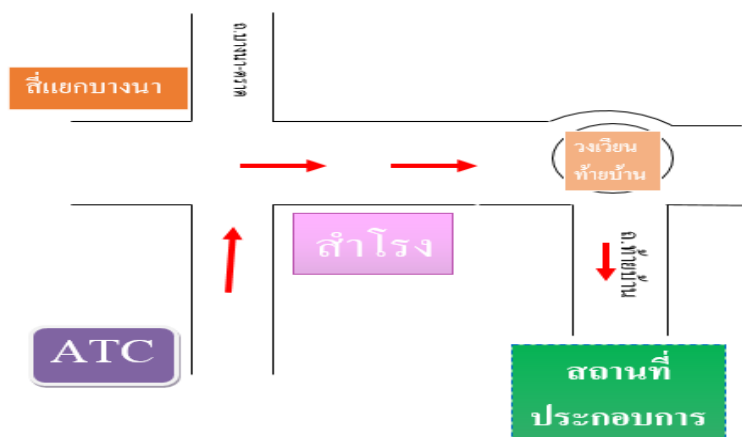


8. แผนการบริการ

8.1 สถานประกอบการในการบริการ

ที่ตั้งสถานที่บ้านเลขที่ 439/41 หมู่ 4 ต.ท้ายบ้าน อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280

หมายเลขโทรศัพท์ 095-809-1308



8.2 อุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ

ลำดับ	รายการ	การใช้งาน	จำนวน	ราคาทุน	อายุ
1.	ปืนยิงความร้อน	ใช้สำหรับยิงความร้อน	4	516.00	1
2.	กรรไกร	ใช้สำหรับตัด, แต่งริบบิ้น	3	150.00	1
3.	ชุดเย็บกระดาษ	ใช้สำหรับเย็บริบบิ้น	3	135.00	1

8.3 ข้อมูลการบริการ

จำนวนหน่วยการบริการสูงสุด	25/550/6,600	หน่วย (คน/เดือน/ปี)
อัตราประมาณการให้บริการ	25/550/6,600	หน่วย (คน/เดือน/ปี)
เป้าหมายหน่วยการบริการ	25/550/6,600	หน่วย (คน/เดือน/ปี)
เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการบริการ	3 / 25/550/6,600	หน่วย (ชั่วโมง/คน/เดือน/ปี)
เวลาบริการต่อวัน	480/8	หน่วย (นาที/ชั่วโมง)
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการบริการ	1	คน
อัตราค่าแรงงานในการผลิต	330	บาท (ต่อคน /วัน)

8.4 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการ

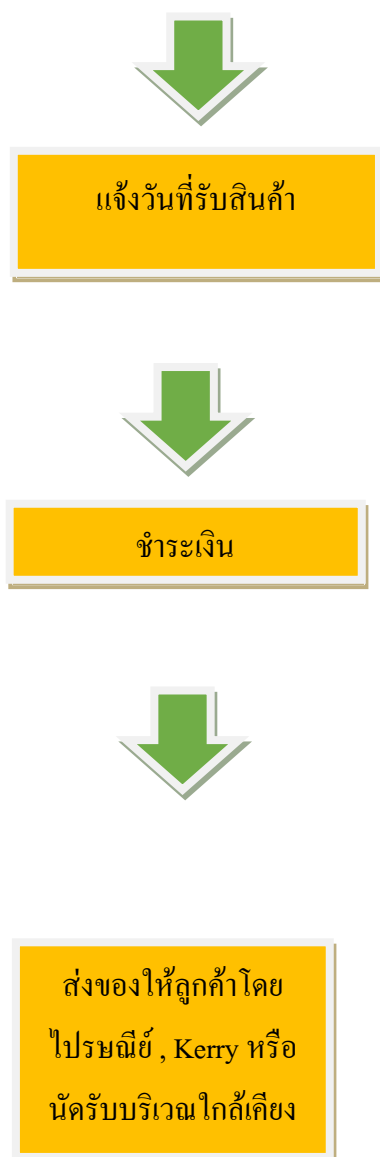
1. ริปบิน
2. กาวสองหน้า
3. กาวร้อนชนิดแท่ง
4. กระดาษ A4
5. ชุดเย็บกระดาษ

8.5 ขั้นตอนการบริการ

1. ลูกค้าส่งข้อความมาทาง Facebook และ Instagram
2. แนะนำสินค้าให้ลูกค้าเลือกสรร
3. ลูกค้าเลือกแบบที่ต้องการ
4. แจ้งวันที่รับสินค้า
5. ชำระเงิน
6. ส่งของให้ลูกค้าโดยไปรษณีย์ ,Kerry หรือนักรับบริเวณใกล้เคียง

8.6 แผนผังกระบวนการบริการ





ได้คะลูกค้าออเดอร์หมวก 500 ชิ้น
จัดทำสามวันคะ

ช่องทางการชำระเงิน 'ดอกบุญ โปรย
ทาน'
ธ.กสิกรไทย 029-8-46902-2
บัญชีออมทรัพย์
ธ.กรุงไทย 012-3-984-60-9 บัญชี
ออมทรัพย์
ธ.ไทยพาณิชย์ 012-3-395-71-9
บัญชีออมทรัพย์

500ชิ้น1,750 + ค่าส่ง50 =
1,800บาทคะลูกค้า



สุภาพ 125/149 หมู่7 ต.บาง
ไผ่ อ.บางพลี

จ. สมุทรปราการ 10450

ขอบคุณที่อุดหนุนนะคะลูกค้า



9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

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

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ลำดับที่	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1.	ที่ดิน	-	-
2.	อาคาร	-	-
3.	ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	ใช้ตกแต่ง/ปรับปรุงร้านและเครื่องมือ	2,000.00
4.	อุปกรณ์/เครื่องมือ	ใช้ในการบริการ	16,600.00
5.	เครื่องใช้สำนักงาน	ใช้ในการบริการ	13,800.00
6.	ยานพาหนะ	-	-
7.	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-
8.	ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-
9.	รายการอื่นๆ (ถ้ามี)	-	-
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน			32,400.00

9.3 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	เดือนที่1	เดือนที่ 2	เดือนที่3
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้ -%	-	5 %	10 %
การเปลี่ยนแปลงของราคาค่าบริการ-%	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนค่าบริการ-%	-	5 %	10 %
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 1-%	-	5 %	10 %
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย2-%	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 3-%	-	-	-
ระยะเวลาที่ใช้ในการคำนวณใน 1 ปี –วัน/เดือน	22วัน / เดือน		
อัตราคิดลดกระแสเงินสด (Discount Rate) -%	-		
สมมติฐานทางการเงินอื่นๆ	-		

9.4 นโยบายทางการเงิน

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3
ระยะเวลาการให้เครดิตค่าบริการ – วัน/เดือน	-	-	-
ระยะเวลาเครดิตซื้อสินค้า – วัน/เดือน	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะสั้นที่ขอกู้(ถ้ามี) – บาท	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะยาวที่ขอกู้ (ถ้ามี) – บาท	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น -%	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว -%	-	-	-
นโยบายการตั้งสำรองเงินสดในกิจการ	100,000.00		
การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขอื่น ๆ	-		
นโยบายทางการเงินอื่น ๆ	-		

หมายเหตุ : การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายทุกรายการขึ้นกับสถานะของเศรษฐกิจ

9.6 ประมาณการรายได้จากการบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ (คน)			
100 ขึ้น 400 บาท	1,200.00	1,260.00	1,386.00
200 ขึ้น 750 บาท	1,200.00	1,260.00	1,386.00
300 ขึ้น 1,000 บาท	4,200.00	4,410.00	4,851.00
รวมจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ	6,600.00	6,930.00	7,623.00
ค่าบริการ (บาท/หน่วย)			
100 ขึ้น 400 บาท	400.00	400.00	400.00
200 ขึ้น 750 บาท	750.00	750.00	750.00
300 ขึ้น 1,000 บาท	1,000.00	1,000.00	1,000.00
ค่าบริการเฉลี่ย	2,150.00	2,150.00	2,150.00
รายได้จากการบริการ (บาท)			
100 ขึ้น 400 บาท	480,000.00	504,000.00	554,400.00
200 ขึ้น 750 บาท	900,000.00	945,000.00	1,039,500.00
300 ขึ้น 1,000 บาท	4,200,000.00	4,410,000.00	4,851,000.00
รวมรายได้จากการบริการ	5,580,000.00	5,859,000.00	6,444,900.00
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
-ขายด้วยเงินสด	5,580,000.00	5,859,000.00	6,444,900.00
- ขายด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
- ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน/เดือน)	-	-	-
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	-	-	-
เงินสดรับจากการบริการ(บาท)	5,580,000.00	5,859,000.00	6,444,900.00

9.7 ประมาณการต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาเพื่อขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสินค้าซื้อมาในการบริการ (หน่วย)			
รีบบิ้น (ลัง)	81.00	86.00	95.00
กาวร้อน (กิโลกรัม)	507.00	533.00	587.00
กาวสองหน้า (ลัง)	15.00	16.00	18.00
กระดาษ A4 (แพ็ค)	108	114	126
ราคาต่อหน่วยของสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ (บาท)			
รีบบิ้น (ลัง)	2,400.00	2,520.00	2,772.00
กาวร้อน (กิโลกรัม)	190.00	199.50	219.45
กาวสองหน้า (ลัง)	2,880.00	3,024.00	3,326.40
กระดาษ A4 (แพ็ค)	330.00	346.50	381.15
ต้นทุนสินค้าซื้อมาในการบริการ (บาท)			
รีบบิ้น (ลัง)	194,400.00	216,720.00	263,340.00
กาวร้อน (กิโลกรัม)	96,330.00	106,333.50	128,817.15
กาวสองหน้า (ลัง)	43,200.00	48,384.00	59,875.20
กระดาษ A4 (แพ็ค)	35,640.00	39,501.00	48,024.90
รวมต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการบริการ (บาท)	369,570.00	410,938.50	500,057.25
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	-	-	-
ซื้อสินค้ามาด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน/เดือน)	-	-	-
เจ้าหนี้การค้าสินค้าซื้อมาเพื่อบริการรวม	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าบริการและสินค้าซื้อมาเพื่อบริการ	369,570.00	410,938.50	500,057.25

9.8 ประมาณการต้นทุนการบริการและต้นทุนขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนค่าบริการ (บาท)			
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อให้บริการ	369,570.00	410,938.50	500,057.25
ค่าแรงงานในการบริการ	87,120.00	91,476.00	100,623.60
ค่าไฟฟ้าในการบริการ	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าน้ำประปาในการบริการ	2,400.00	2,520.00	2,772.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการบริการ	1,800.00	1,890.00	2,079.00
ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือบริการ	1,800.00	1,890.00	2,079.00
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการบริการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการบริการ	2,500.00	2,625.00	2,887.50
รวมต้นทุนการบริการ	471,190.00	517,639.50	617,428.35
ค่าเสื่อมราคาในการบริการ (บาท)			
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการบริการ	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์และเครื่องมือบริการ	160.20	160.20	160.20
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	-	-	-
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการบริการ	160.20	160.20	160.20
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น	471,350.20	517,799.70	617,588.55
+ บวกวัตถุดิบคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวกสินค้าสำเร็จรูปเพื่อ บริการคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หักสินค้าสำเร็จรูปเพื่อบริการคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวกสินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หักสินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวกสินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หักสินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	471,350.20	517,799.70	617,588.55

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	336,000.00	352,800.00	388,080.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	15,000.00	15,750.00	17,325.00
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	4,800.00	5,040.00	5,544.00
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	2,400.00	2,520.00	2,772.00
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	2,500.00	2,625.00	2,887.50
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์เอกสาร	2,400.00	2,520.00	2,772.00
ค่าใช้จ่ายวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงาน	1,800.00	1,890.00	2,079.00
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่างๆ	-	-	-
ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	-	-	-
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง	-	-	-
ค่าใช้จ่ายคอมมิชชั่นจากการขาย	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	382,900.00	402,045.00	442,249.50
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย			
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ส่วนสำนักงาน	6,080.00	6,080.00	6,080.00
ค่าเสื่อมราคายาพาหนะ	-	-	-
รวมค่าเสื่อมราคา	6,080.00	6,080.00	6,080.00
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	388,980.00	408,125.00	448,329.50

9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการบริการ	5,580,000.00	5,859,000.00	6,444,900.00
รายได้อื่น ๆ	-	-	-
รวมรายได้	5,580,000.00	5,859,000.00	6,444,900.00
หัก – ต้นทุนขาย	471,350.20	517,799.70	617,588.55
กำไรขั้นต้น	5,108,649.80	5,341,200.30	5,827,311.45
หัก – ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	388,980.00	408,125.00	448,329.50
กำไรจากการดำเนินการ	4,719,669.80	4,933,075.30	5,378,981.95
หัก – ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	4,719,669.80	4,933,075.30	5,378,981.95
หัก – ภาษีเงินได้นิติบุคคล	707,950.47	739,961.29	806,847.29
กำไรสุทธิ	4,011,719.33	4,193,114.01	4,572,134.66
หัก – เงินปันผลจ่าย	-	-	-
กำไรสะสม	-	4,011,719.33	181,394.68
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น	4,011,719.33	181,394.68	4,390,739.98
มูลค่าทางบัญชีหุ้น	20.05	0.90	21.95

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน			
เงินสดรับจากการบริการ	5,580,000.00	5,859,000.00	6,444,900.00
เงินสดรับจากรายได้อื่น	-	-	-
เงินสดจากค่าใช้จ่ายในการบริการ	471,350.20	517,799.70	617,588.55
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	388,980.00	408,125.00	448,329.50
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	707,950.47	739,961.29	806,847.29
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงานรวม	4,011,719.33	4,193,114.01	4,572,134.66
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อาคาร	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ส่วนตกแต่ง	-2,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	-16,600.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์เครื่องใช้สำนักงาน	-13,800.00	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุนรวม	-32,400.00		
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดรับจากการก่อหนี้สิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ	3,979,319.33	4,193,114.01	4,572,134.66
บวก + กระแสเงินสดต้นงวด	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	3,979,319.33	4,193,114.01	4,572,134.66

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	3,979,319.33	4,193,114.01	4,572,134.66
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,979,319.33	4,193,114.01	4,572,134.66
สินทรัพย์ที่ไม่หมุนเวียน			
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	32,400.00	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	32,400.00	-	-
รวมสินทรัพย์	4,011,719.33	4,193,114.01	4,572,134.66
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
หนี้สินหมุนเวียน			
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน (ต่ำ) กว่าทุน	4,011,719.33	181,394.68	4,390,739.98
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	4,011,719.33	181,394.68
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	4,011,719.33	4,193,114.01	4,572,134.66
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	4,011,719.33	4,193,114.01	4,572,134.66

9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	-	-	-
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	สภาพคล่องตัวสูง	สภาพคล่องตัวสูง	สภาพคล่องตัวสูง
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน			
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	-	-	-
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-
ระยะเวลาดินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราการหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน			
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	91.55%	91.16%	90.41%
อัตรากำไรจากการดำเนินการ (เปอร์เซ็นต์)	84.58%	84.19%	83.46%
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	71.89%	71.56%	70.94%
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per Share)	20.02	0.90	21.95
มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book Value)	10	10	10
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	3 ปี	3 ปี	3 ปี
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	3 ปี	3 ปี	3 ปี
ระยะเวลาคืนทุน	3 ปี	3 ปี	3 ปี

10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1	ระบบ Facebook ใช้งานไม่ได้	ทำให้การติดต่อกับลูกค้าติดขัด	ติดต่อกับลูกค้าทางInstagram หรือ เบอร์โทรศัพท์
2	คู่แข่งเพิ่มมากขึ้น	ทำให้ธุรกิจสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดที่คาดว่าจะได้รับไปบางส่วน	เพิ่มรูปแบบของการบริการให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่
3	ลูกค้ารู้จักน้อยเพราะร้านเปิดใหม่	ทำให้ธุรกิจอาจขาดทุนได้	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social media (facebook , Instagram)

บทที่ 4
ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวณัฐธิดา บุญรอด		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
24-28 มิ.ย.62	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
1-12 ก.ค.62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	
15-31 ก.ค.62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
1 -30 ส.ค.62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	
	แผนธุรกิจ	
	- บทสรุปผู้บริหาร	
	- วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	
	- ความเป็นมาของธุรกิจ	
	- ผลิตภัณฑ์	
	- วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด	
	- แผนการบริหารจัดการ	
	- แผนการตลาด	
	- แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ	
	- แผนการเงิน	
	- แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	
2-6 ก.ย.62	ส่ง PowerPoint (โครงการ + บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1)	
21 ก.ย.62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1 (โครงการ +บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ)	
1-31 ต.ค.62	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/งาน ประดิษฐ์) เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	

นางสาวณัฐธิดา บุญรอด		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
1-8 พ.ย.62	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/ บริการ/ แสดงผลงานประดิษฐ์)	
16พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้านจัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	
2-6 ธ.ค.62	กำหนดส่ง แบบสอบถามโครงการ	
13 ธ.ค.62	งาน ATCนิทรรศน์ (ออกร้าน และแจกแบบสอบถามโครงการ)	
16-20 ธ.ค.62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 -ปฏิบัติงานรายบุคคล	
13-17 ม.ค.63	-บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	
20-24 ม.ค.63	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)	
27-31 ม.ค.63	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	
3-7 ก.พ.63	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก-ง (แปรผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติผู้จัดทำโครงการ)	
10-14ก.พ.63	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	
17-21ก.พ.63	กำหนดส่ง ตรวจรูปเล่มโครงการ	
24-28ก.พ.63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

นางสาวบุญสิตา ภาคย์ภิญโญ		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
24-28 มิ.ย.62	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
1-12 ก.ค.62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	
15-31 ก.ค.62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
1 -30 ส.ค.62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	
	แผนธุรกิจ	
	- บทสรุปผู้บริหาร	
	- วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	
	- ความเป็นมาของธุรกิจ	
	- ผลิตภัณฑ์	
	- วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด	
	- แผนการบริหารจัดการ	
	- แผนการตลาด	
	- แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ	
	- แผนการเงิน	
	- แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	
2-6 ก.ย.62	ส่ง PowerPoint (โครงการ + บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1)	
21 ก.ย.62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1 (โครงการ +บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ)	
1-31 ต.ค.62	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/งาน ประดิษฐ์) เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	

นางสาวบุญสิตา ภาคย์ภิญโญ		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
1-8 พ.ย.62	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ+ แผนการตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/ บริการ/ แสดงผลงานประดิษฐ์)	
16พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้านจัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	
2-6 ธ.ค.62	กำหนดส่ง แบบสอบถามโครงการ	
13 ธ.ค.62	งาน ATCนิทรรศน์ (ออกร้าน และแจกแบบสอบถามโครงการ)	
16-20 ธ.ค.62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 -ปฏิบัติงานรายบุคคล	
13-17 ม.ค.63	-บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	
20-24 ม.ค.63	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)	
27-31 ม.ค.63	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	
3-7 ก.พ.63	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก-ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติผู้จัดทำโครงการ)	
10-14ก.พ.63	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	
17-21ก.พ.63	กำหนดส่ง ตรวจรูปเล่มโครงการ	
24-28ก.พ.63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการธุรกิจบริการ Flower Scatter

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
17/06/62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2 คน	1,250	2,500						2,500
24/06/62	ค่าเอกสารอนุมัติโครงการ				1 ชุด		10			2,490
12/07/62	ค่าเอกสารบทที่1				1 ชุด		30			2,460
27/07/62	ค่าเอกสารบทที่2				1 ชุด		80			2,380
31/08/62	ค่าเอกสารบทที่3				1 ชุด		200			2,180
21/09/62	ถ่ายเอกสารบทที่1-3 วันนำเสนอ				3 ชุด	100	300			1,880
10/09/62	ทำป้ายร้าน				1 แผ่น	300	300			1,580
10/09/62	ริบบิ้น				2 โหล	240	480			1,100
	อุปกรณ์ตกแต่ง				1 ชุด	250	250			850
รวม				2,500			1,650			850

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการธุรกิจบริการ Flower Scatter

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
07/10/62	ยกยอดมา									850
	แฟ้คเกจ (ถุง)				1 แฟ้ค	40	40			810
	แฟ้คเกจ (กล่อง)				1 โหล	150	150			660
07/10/62	ส่งเหรียญโปรยทาน (ครั้งที่1)	100 ชิ้น	400	400						1,060
	ส่งเหรียญโปรยทาน	100 ชิ้น	400	400						1,460
	ค่าน้ำมัน				2 ลิตร	30	60			1,400
16/10/62	ส่งเหรียญโปรยทาน (ครั้งที่2)	200 ชิ้น	750	750						2,150
รวม				1,550			250			2,150

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการธุรกิจบริการ Flower Scatter

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
16/10/62	ยกยอดมา									2,150
	รับบิ๊น				2 โหล	240	480			1,650
18/10/62	ส่งเหรียญโปรยทาน (ครั้งที่3)	100 ชิ้น	400	400						2,070
	ส่งเหรียญโปรยทาน	100 ชิ้น	400	400						2,470
21/10/62	ส่งเหรียญโปรยทาน (ครั้งที่4)	200 ชิ้น	750	750						3,220
	ค่าน้ำมันรถ				2 ลิตร	30	60			3,160
รวม				1,150			540			3,160

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการธุรกิจบริการ Flower Scatter

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
23/10/62	ยกยอดมา									3,160
	ส่งเหรียญโปรยทาน (ครั้งที่5)	100 ชิ้น	400	400						3,560
25/10/62	ส่งเหรียญโปรยทาน (ครั้งที่6)	100 ชิ้น	400	400						3,960
26/10/62	รับบิ๋น				2 โหล	240	480			3,480
30/10/62	ส่งเหรียญโปรยทาน (ครั้งที่7)	300 ชิ้น	1,000	1,000						4,480
รวม				1,800			480			4,480

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการธุรกิจบริการ Flower Scatter

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
31/10/62	ยกยอดมา									4,480
	ส่งเหรียญโปรยทาน (ครั้งที่8)	200 ชิ้น	750	750						5,230
	ส่งเหรียญโปรยทาน	200 ชิ้น	750	750						5,980
	ค่าน้ำมันรถ				2 ลิตร	30	60			5,920
รวม				1,500			60			5,920

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจบริการ Flower Scatter

ว/ค/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	ยกยอดมา									5,920
13/12/62	ส่งเหรียญโปรยทาน ATC นิทรรศน์	100 ชิ้น	400	400						6,320
	ถ่ายเอกสารแบบสอบถาม				100 ชุด	300	300			6,020
20/01/63	ปรินเอกสารบทที่ 4-5				20 แผ่น	2	40			5,980
25/01/63	ค่าปรินภาคผนวกต่างๆ				20 แผ่น	2	40			5,940
28/02/63	ค่าเช่าเล่ม						200			5,740
28/02/63	ค่าพิมพ์เอกสารรวมเช่าเล่ม						200			5,540
28/02/63	ค่าแผ่นซีดี+ปก						40			5,500
รวม				400			820			5,500

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการธุรกิจบริการ Flower Scatter

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการขายและบริการ
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ทุนทั้งสิ้น 2,500 บาท

ปฏิบัติงานบริการและใช้จ่ายต่างๆคงเหลือ 5,500 บาท

แบ่งคืนให้สมาชิก 2 คนคนละ 2,750 บาท

มีรายชื่อต่อไปนี้

1. นางสาวณัฐธิดา บุญรอด
2. นางสาวบุญสิตา ภาควัฒนวิทยา

รายงานผลของแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของร้านดอกบุญไปรยทาน
ปรากฏผลข้อมูล ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นเพศชายจำนวน 60 คนคิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาเป็นเพศ
หญิงจำนวน 40 คนคิดเป็นร้อยละ 40

อายุ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีอายุ 21 – 30 ปีจำนวน 47 คนคิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาอายุ 31
- 40 ปีจำนวน 27 คนคิดเป็นร้อยละ 27 และอายุต่ำกว่า 20 ปี หรือเทียบเท่าจำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 6
ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 39 คนคิด
เป็นร้อยละ 39 รองลงมาระดับอนุปริญญา / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 33 คนคิดเป็น
ร้อยละ 33 และต่ำกว่ามัธยมตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 3 คนคิดเป็นร้อย
ละ 3 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 39 คนคิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 25 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

รายได้ประจำเดือน พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีรายได้ 5,000 – 10,000 บาทจำนวน 39 คนคิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมารายได้ 10,001 – 15,000 บาทจำนวน 36 คนคิดเป็นร้อยละ 36 และรายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไปจำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 25 ตามลำดับ

จากความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของร้านดอกบุญโปรยทาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการพับเหรียญ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.91) ด้านราคาความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.75) ด้านการจัดจำหน่ายช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย เช่น หน้าร้าน Facebook และ Instagram อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.95) ด้านการส่งเสริมการตลาดออฟเด็คข่าวสารและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social media เช่น Facebook และ Instagram อยู่เสมอ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.05) ด้านบุคลากรการให้บริการของพนักงาน เช่นความตรงต่อเวลาและความสุภาพ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.75) ด้านกระบวนการระยะเวลาในการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.74) ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการภาพลักษณ์ของร้าน ดอกบุญโปรยทาน ใน Social media โดยภาพรวม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.67) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินงานโครงการธุรกิจบริการ คอกบุญ โปรยทาน มีผู้ร่วมลงทุนทั้งหมด 2 คน จำนวนลงทุนคนละ 1,250.00 บาท เป็นจำนวนเงินทั้งหมด 2,500.00 บาท สถานที่ในการออกปฏิบัติ คือ 439/41 หมู่ 4 ต.ท้ายบ้าน อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานบริการเป็นระยะเวลา 1 เดือนตั้งแต่ 1-30 ตุลาคม 2562 ซึ่งการปฏิบัติงานเมื่อหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และออกบริการ คงเหลือ 5,500.00 บาท แบ่งให้ผู้ร่วมลงทุน 2 คน คนละ 2,750.00 บาท

การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินโครงการ ดังนี้

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สร้างประสบการณ์ในธุรกิจบริการ เพิ่มรายได้ระหว่างการศึกษา
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์มีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

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	21ก.ย.2562	Present โครงการครั้งที่ 1
6	10 ก.ย.2562	ทำป้ายร้าน จัดเตรียมอุปกรณ์การบริการ

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
7	07 ต.ค.2562	1. จัดสถานที่ และอุปกรณ์ในการดำเนินโครงการ 2. ติดป้ายชื่อร้านเพื่อประชาสัมพันธ์ 3. ให้บริการพับเหรียญ ครั้งที่ 1
8	16 ต.ค.2562	1. ให้บริการพับเหรียญ ครั้งที่ 2 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อบริการสินค้า 3. รวบรวมเงินจากการบริการสินค้าทำบัญชี
9	18 ต.ค.2562	1. ให้บริการพับเหรียญ ครั้งที่ 3 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อบริการสินค้า 3. รวบรวมเงินจากการบริการสินค้าทำบัญชี
10	21 ต.ค.2562	1. ให้บริการพับเหรียญ ครั้งที่ 4 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อบริการสินค้า 3. รวบรวมเงินจากการบริการสินค้าทำบัญชี
11	23 ต.ค.2562	1. ให้บริการพับเหรียญ ครั้งที่ 5 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อบริการสินค้า 3. รวบรวมเงินจากการบริการสินค้าทำบัญชี
12	25 ต.ค.2562	1. ให้บริการพับเหรียญ ครั้งที่ 6 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อบริการสินค้า 3. รวบรวมเงินจากการบริการสินค้าทำบัญชีรวบรวมเงินจากการขายสินค้าทำบัญชี
13	28 ต.ค.2562	1. ให้บริการพับเหรียญ ครั้งที่ 7 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อบริการสินค้า 3. รวบรวมเงินจากการบริการสินค้าทำบัญชี
14	30 ต.ค.2562	1. ให้บริการพับเหรียญ ครั้งที่ 8 2. เตรียมอุปกรณ์เพื่อบริการสินค้า 3. รวบรวมเงินจากการบริการสินค้าทำบัญชี
15	08 พ.ย.2562	จัดทำ PowerPoint นำเสนอโครงการครั้งที่ 2
16	16.พ.ย.2562	Present โครงการครั้งที่ 2
17	13.ธ.ค.2562	งาน AT.C นิทรรศน์

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
18	20 ม.ค.2562	บทที่ 4-5 ภาคผนวก,บทคัดย่อ กิตติกรรมประกาศ บรรณานุกรม
19	21 ก.พ.2562	ตรวจรูปเล่มโครงการ
20	28 ก.พ.2562	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 2 แผ่น

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

- 1 ขาดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจอาจทำให้แผนงานและงบประมาณผิดพลาด
- 2 เป็นธุรกิจที่เพิ่งเปิดตัวได้ไม่นานทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

- 1 ฝึกอบรมบุคลากรและสอบถามผู้เชี่ยวชาญรวมไปถึงค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- 2 ทำการส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์ และโฆษณาให้มากขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า

บรรณานุกรม

- กัณฑ์พงศ์ ฤทธิวีระเดช. (2557). แผนธุรกิจร้านบริการพับเหรียญ. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2561, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2197/1/kantapong_ritv.pdf
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2556). ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดทางการบริการ. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2561, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/1157/1/siripa_kitp.pdf
- นิตยาพร เสมอใจ. (2558). แนวคิดกับพฤติกรรมผู้บริโภค. ค้นหาข้อมูลวันที่ 7 สิงหาคม 2561, จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E>
- ณัฐกานต์ ศรียะเกตุ. (2559). แผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ พับเหรียญโปรยทาน. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2561, จาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2650>
- เบญจวรรณ มงคลชาติ. (2557). การศึกษาความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการ. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2561, จาก <http://journal.nmc.ac.th/th/showjournal.ph>
- วิทยา ด้านธำรงกุล,ผศ. (2556). องค์ประกอบของแผนธุรกิจ. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2561, จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/%E0%B8%>
- วราภรณ์ นาคะศิริ. (2545). การคิดเชิงเหตุผลของเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์โดยใช้ทรายสี. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2561, จาก <http://newtdc.thailis.or.th/docview.aspx?tdcid=288398>
- รัตติกร ปิยะวาทีนทร์. (2557). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของธุรกิจพับเหรียญ. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2561, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/siripa_kitp.pdf
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2556). แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2561, จาก <http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Marketing2557/>

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ ดอกบุญโปรยทาน (Flower Scatter)
ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2562 – กุมภาพันธ์ 2563
สถานที่การดำเนินงาน บ้านเลขที่ 439/41 หมู่ 4 ต.ท้ายบ้าน อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280
ประมาณการค่าใช้จ่าย 2,500 บาท
ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | | |
|-------------------------------|--------------------|----------|
| 1. นางสาวณัฐธิดา บุญรอด | รหัสประจำตัว 40156 | ปวส.2/31 |
| 2. นางสาวบุญสิตา ภาควัฒนวิทยา | รหัสประจำตัว 40157 | ปวส.2/31 |

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ
 (นางสาวณัฐธิดา บุญรอด)...../...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ
--	--

ลงชื่อ (อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)/...../.....	ลงชื่อ (อาจารย์อุดมพร เปตันท)/...../.....
---	--

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

ชื่อโครงการ	ดอกบุญโปรยทาน (Flower Scatter)	
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่มธุรกิจบริการ	
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อุดมพร เปตานนท์	
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวรพันธ์	
ผู้รับผิดชอบโครงการ		
1. นางสาวณัฏฐธิดา	บุญรอด	ประธานโครงการ
2. นางสาวบุญสิตา	ภาคย์กัญญา	รองประธานโครงการ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบัน ทุกท่านน่าจะเคยมีโอกาสร่วมงานบวชกันมาบ้างแล้วซึ่งกิจกรรมที่จะพบเห็นได้ในงานบวชนั้นก็คือ การโปรยทาน นาคก่อนที่จะเข้าโบสถ์ แท้จริงการโปรยทานนี้เป็นคติทางพุทธศาสนาโดยยึดตามพุทธประวัติว่า เมื่อสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ครั้นยังเป็นเจ้าชายสิทธัตถะทรงสละเงินทองทรัพย์สมบัติแล้วออกผนวชโดยไม่ปรารถนาที่จะเป็นพระเจ้าแผ่นดิน ดังนั้นการโปรยทานก่อนเข้าโบสถ์ของนาคจึงเป็นการแสดงว่าต่อจากนี้ไปนาคได้สละสมบัติทุกอย่างแล้วเพื่อดำเนินชีวิตตามแบบอย่างตามองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า นอกจากการโปรยทานในงานบวชแล้วยังมีโปรยทานสำหรับงานศพอีกด้วย ตามความเชื่อจากโบราณเมื่อมีคนในครอบครัวล่วงลับไปแล้วลูกหลานไม่อยากจะให้วิญญาณเร่ร่อนจึงบอกกับเจ้าที่ขอให้ดวงวิญญาณไปสถิตที่บ้านโดยการโปรยทานเพื่อเป็นการซื้อทางให้ดวงวิญญาณผ่านไปได้อย่างไม่ติดขัด แยกที่ไปร่วมงานที่เก็บเหรียญได้จะนำไปทำบุญต่อเพื่ออุทิศบุญกุศลให้ผู้ล่วงลับจึงจะได้บุญกุศลนี้ไปด้วย

ทางคณะผู้จัดทำโครงการ จึงนำธุรกิจพับเหรียญโปรยทานมาเพื่อให้ประชาชนคนเมืองที่ ต้องการความสะดวกสบาย ไม่มีเวลาในการพับเหรียญ โดยทางคณะผู้จัดทำจะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ทั้งด้านการบริการ ด้านความสวยงาม ราคาและรวมถึงความเอาใจใส่ลูกค้า ทุกคน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจบริการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

เป้าหมาย

1. สร้างผลกำไร รายได้ให้กับนักศึกษา
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. ทดลองปฏิบัติการบริการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน
3. ปฏิบัติดำเนินงานธุรกิจตามขั้นตอนการบริการ ที่วางแผนไว้
4. จัดกิจกรรมทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงานบริการ และงบประมาณผลกำไร ขาดทุน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

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

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงานบ้านเลขที่ 439/41 หมู่ 4 ต.ท้ายบ้าน อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10280

งบประมาณและวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุนคนละ 1,250 บาท รวมเป็นเงิน 2,500 บาท

1. วัสดุดิบ

ริบบิ้น	600	บาท
เหรียญบาท	-	บาท
กระดาษ A4	89	บาท

2. อุปกรณ์

กรรไกร	50	บาท
กาวสองหน้า	60	บาท
ชุดเย็บกระดาษ	70	บาท
กาวร้อน	80	บาท
ปืนยิงกาวร้อน	129	บาท
อุปกรณ์ตกแต่งต่างๆ	400	บาท
แฟ้มเกจ (กล่องหรือถุง)	280	บาท

3. เบ็ดเตล็ด

ป้ายร้าน	500	บาท
รวม	2,258	บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ และงบประมาณ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สร้างประสบการณ์ในธุรกิจบริการ 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)

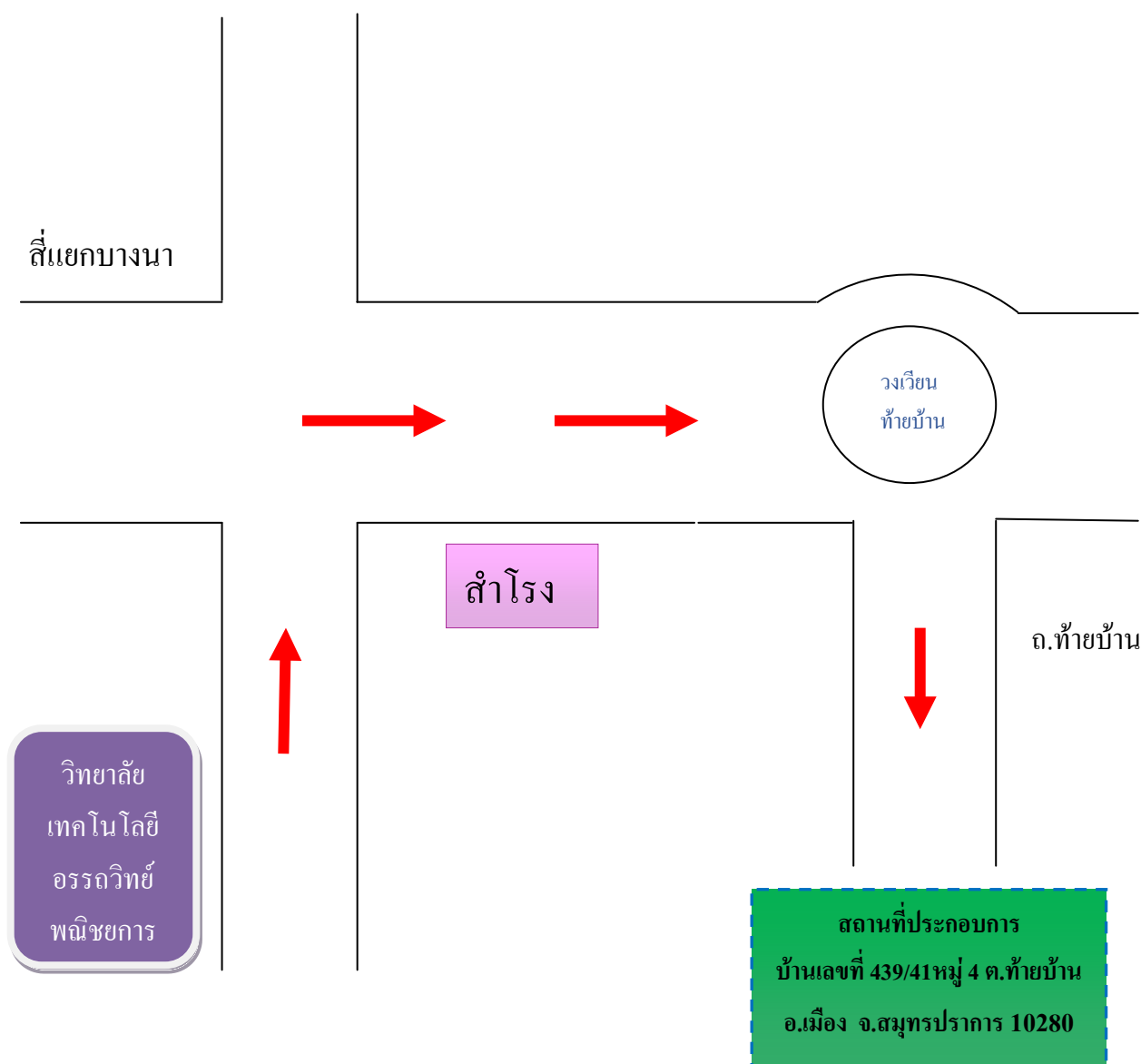
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ ดอกบุญโปรยทาน (Flower Scatter)

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์ช่วงค์เดือน ประไพวัชรพันธ์

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์อุดมพร เปตานนท์

ผู้รับผิดชอบโครงการ นางสาวณัฐธิดา บุญรอด ระดับชั้น ปวส.2/31 เลขที่ 3

นางสาวบุญสิตา ภาคย์ภิญโญ ระดับชั้น ปวส.2/31 เลขที่ 4

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

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

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

- รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม
- ตัวอย่างแบบสอบถาม

รายงานผลแบบสอบถาม

โครงการธุรกิจบริการร้าน ดอกบุญโปรยทาน

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของร้านดอกบุญโปรยทานซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการประเภทธุรกิจการให้บริการมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 100 คน โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการร้านดอกบุญโปรยทาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	60	60.0
หญิง	40	40.0
รวม	100	100.0
2. อายุ		
อายุต่ำกว่า 20 ปี หรือเทียบเท่า	6	6.0
อายุ 21 – 30 ปี	47	47.0
อายุ 31 – 40 ปี	27	27.0
อายุ 41 ปี ขึ้นไป	20	20.0
รวม	100	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	3	3.0
ระดับมัธยมตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	33	33.0
อนุปริญญา / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	39	39.0
ปริญญาตรี	25	25.0
ปริญญาโท หรือ สูงกว่า	-	-
รวม	100	100.0

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม(ต่อ)

สถานภาพ	ความถี่	ร้อยละ
4. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	1	1.0
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	21	21.0
พนักงานบริษัทเอกชน	25	25.0
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	39	39.0
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	14	14.0
รวม	100	100.0
5. รายได้ประจำเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	-	-
รายได้ 5,000 – 10,000 บาท	39	39.0
รายได้ 10,001 – 15,000 บาท	36	36.0
รายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป	25	25.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของร้านดอกบุญโญปพร
ทานปรากฏผลข้อมูล ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นเพศชายจำนวน 60 คนคิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาเป็นเพศ
หญิงจำนวน 40 คนคิดเป็นร้อยละ 40

อายุ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีอายุ 21 – 30 ปีจำนวน 47 คนคิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาอายุ 31
- 40 ปีจำนวน 27 คนคิดเป็นร้อยละ 27 และอายุต่ำกว่า 20 ปี หรือเทียบเท่าจำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 6
ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 39 คนคิด
เป็นร้อยละ 39 รองลงมาระดับอนุปริญญา / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 33 คนคิดเป็น
ร้อยละ 33 และต่ำกว่ามัธยมตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 3 คนคิดเป็นร้อย
ละ 3 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 39 คนคิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 25 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

รายได้ประจำเดือน พบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีรายได้ 5,000 – 10,000 บาทจำนวน 39 คนคิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมารายได้ 10,001 – 15,000 บาทจำนวน 36 คนคิดเป็นร้อยละ 36 และรายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไปจำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 25 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการร้านดอกบุญไผ่

สามารถจัดลำดับค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เปรียบเทียบเท่ากับเกณฑ์ ดังนี้

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ข้อ	รายละเอียด	ผลการประเมิน							ระดับความพึงพอใจ
		5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)									
1	คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการพับเหรียญ	91.0%	9.0%	-	-	-	4.91	0.29	มากที่สุด
2	มาตรฐานของอุปกรณ์ที่ใช้ในการพับเหรียญ	84.0%	16.0%	-	-	-	4.84	0.37	มากที่สุด
ด้านราคา (Price)									
3	ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	75.0%	25.0%	-	-	-	4.75	0.44	มากที่สุด
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)									
4	ช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย เช่น หน้าร้าน Facebook และ Instagram	26.0%	43.0%	31.0%	-	-	3.95	0.76	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)									
5	อัปเดตข่าวสารและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social Media เช่น Facebook และ Instagram อยู่เสมอ	13.0%	79.0%	8.0%	-	-	4.05	0.46	มาก
ด้านบุคลากร (People)									
6	การให้บริการของพนักงาน เช่น ความตรงต่อเวลาและความสุภาพ	75.0%	25.0%	-	-	-	4.75	0.43	มากที่สุด
7	ความรู้และความชำนาญในการพับเหรียญของพนักงาน	70.0%	30.0%	-	-	-	4.70	0.46	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ (Process)									
8	ขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบ	68.0%	26.0%	6.0%	-	-	4.62	0.60	มากที่สุด
9	ระยะเวลาในการให้บริการ	74.0%	26.0%	-	-	-	4.74	0.44	มากที่สุด
ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ (Physical evidence)									
10	ภาพลักษณ์ของร้าน ดอกบุญ ไผ่ ใน Social Media โดยภาพรวม	67.0%	33.0%	-	-	-	4.67	0.47	มากที่สุด

หมายเหตุ เกณฑ์บอกระดับความคิดเห็นเสนอแนะโดย John.W.Best ดังนี้

ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	4.50 – 5.00	คือ	มากที่สุด
ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	3.50 – 4.40	คือ	มาก
ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	2.50 – 3.49	คือ	ปานกลาง
ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	1.50 – 2.49	คือ	น้อย
ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	1.00 – 1.49	คือ	น้อยที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.91	0.37	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.75	0.44	มากที่สุด
3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.95	0.76	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.05	0.46	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.75	0.46	มากที่สุด
6. ด้านกระบวนการ	4.74	0.60	มากที่สุด
7. ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ	4.67	0.47	มากที่สุด
รวม	4.53	0.51	มากที่สุด

จากความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของร้านดอกบุญโปรยทาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการพับเหรียญ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.91) ด้านราคาความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.75) ด้านการจัดจำหน่ายช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย เช่น หน้าร้าน Facebook และ Instagram อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 3.95) ด้านการส่งเสริมการตลาดอัปเดตข่าวสารและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social media เช่น Facebook และ Instagram อยู่เสมอ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.05) ด้านบุคลากรการให้บริการของพนักงาน เช่นความตรงต่อเวลาและความสุภาพ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.75) ด้านกระบวนการระยะเวลาในการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.74) ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการภาพลักษณ์ของร้าน ดอกบุญโปรยทาน ใน Social media โดยภาพรวม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.67) ตามลำดับ



แบบสอบถาม

เรื่องความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของร้าน ดอกบุญ โปรยทาน

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของร้านดอกบุญ โปรยทาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการประเภทธุรกิจการให้บริการ จึงขอความร่วมมือทุกท่านในการตอบแบบสอบถามเพื่อความสะดวกในการทำเอกสารของวิชาโครงการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ อายุต่ำกว่า 20 ปีหรือเทียบเท่า ☐ อายุ 21 – 30 ปี

☐ อายุ 31 – 40 ปีขึ้นไป ☐ อายุ 41 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย(ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.)

☐ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย(ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.)

☐ อนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)

☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโทหรือสูงกว่า

4. อาชีพ

☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน ☐ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

☐ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ☐ อื่นๆ.....

5. รายได้ประจำเดือน

☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ รายได้ 5,000 – 10,000 บาท

☐ รายได้ 10,001–15,000 บาท ☐ รายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการร้าน ดอกบุญ โปรยทาน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ข้อ	รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1	คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการพับเหรียญ					
2	มาตรฐานของอุปกรณ์ที่ใช้ในการพับเหรียญ					
	ด้านราคา (Price)					
3	ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ					
	ด้านการจัดจำหน่าย (Place)					
4	ช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย เช่น หน้าร้าน Facebook และ Instagram					
	ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
5	อัปเดตข่าวสารและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง Social Media เช่น Facebook และ Instagram อยู่เสมอ					
	ด้านบุคลากร (People)					
6	การให้บริการของพนักงาน เช่น ความตรงต่อเวลาและความสุภาพ					
7	ความรู้และความชำนาญในการพับเหรียญของพนักงาน					
	ด้านกระบวนการ (Process)					
8	ขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบ					
9	ระยะเวลาในการให้บริการ					
	ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ (Physical evidence)					
10	ภาพลักษณ์ของร้าน ดอกบุญ โปรยทานใน Social Media โดยภาพรวม					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

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

ตราโลโก้บริษัท



ป้ายหน้าร้าน



วัตถุดิบ



อุปกรณ์



ขั้นตอนการบริการ

ลูกค้าส่งข้อความมาทาง
Facebook และ Instagram



แนะนำสินค้าให้ลูกค้าเลือกสรร



ลูกค้าเลือกแบบที่ต้องการ



แจ้งวันที่รับสินค้า

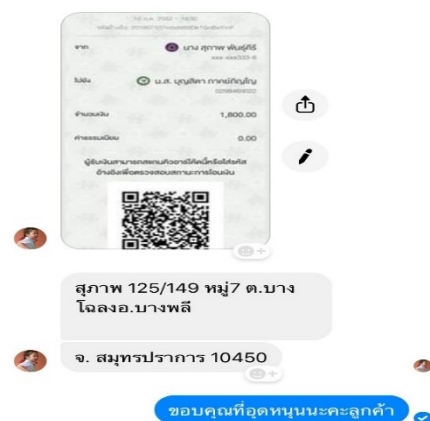




ชำระเงิน



ส่งของให้ลูกค้าโดย
ไปรษณีย์, Kerry หรือ
นักรับบริเวณใกล้เคียง



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวณัฐธิดา บุญรอด
วัน เดือน ปี	:	21 พฤษภาคม 2540
สถานที่เกิด	:	บุรีรัมย์
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	ประธานโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวบุญสิตา ภาคย์ภิญโญ
วัน เดือน ปี	:	6 มีนาคม 2541
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	รองประธานโครงการ