



โครงการ นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟไม้ไอศกรีม

Artification of Innovation Project : Lamp made of ice cream stick

จัดทำโดย

นางสาวเบญญทิพย์

อรรถภัทร โนภัย

นางสาวอนงค์นาถ

บัวตูม

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

สาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ

ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย

นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟไม้ไอศกรีม

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ

Artification of Innovation Project : Lamp made of ice cream stick

โดย 1.นางสาวเบญญทิพย์

อรรณภัทร โหมยิต

2.นางสาวอนงค์นาถ

บัวตูม

.....

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

.....
(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวรพันธ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....
(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ โคมไฟไม้ไอศกรีม
	Artification of Innovation : Lamp made of ice cream stick
ผู้จัดทำโครงการ	1.นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภักดิ์ โนมิต 2.นางสาวอนงค์นาถ บัวตุม
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์อุดมพร เปตานนท์
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นโครงการประเภท นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากไม้ไอศกรีมมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ (3) เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม (4) เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

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

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563 สถานที่ดำเนินโครงการ คือ 119/13 ซอยจตุรมิตร 11 หมู่ 5 ถนน เทพารักษ์ ตำบล บางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัด สมุทรปราการ 10540

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 2,400 บาท เสียค่าใช้จ่าย 2,151 บาท คงเหลือเงิน 249 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้น (1) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ (3) เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม (4) เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ คือ วัตถุดิบที่ใช้อาจมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการผลิต

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

6. จากรายงานผลแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อคอมพิวเตอร์ไอศกรีมผู้ตอบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.78$)ตามลำดับ รองลงมาคือด้านราคา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.65$)ด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.57$)ตามลำดับและด้านผลิตภัณฑ์ ระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.47$)ตามลำดับ

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาและ อาจารย์อุดมพร เปตานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ ที่ได้ให้คำแนะนำแนวคิด ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ มาโดยตลอดรวมทั้งขอขอบคุณอาจารย์อุดมพร เปตานนท์ ที่คอยตรวจสอบแผนธุรกิจ จนโครงการเล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาจึงอยากขอขอบพระคุณอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณพ่อ คุณแม่ และผู้ปกครอง ที่ให้ปรึกษาในเรื่องราวต่าง ๆ รวมทั้งเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ขอขอบใจเพื่อน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ที่ได้ให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถามเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์โคมไฟไม้ไผ่

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการสิ่งประดิษฐ์โคมไฟไม้ไผ่

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
เป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามผล และการประเมินโครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์	3
แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์	5
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	9
แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ	13
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	24
แผนการปฏิบัติงาน	24
สถานที่ดำเนินโครงการ	26
ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์	27
การจัดทำแผนธุรกิจ	27
บทสรุปผู้บริหาร	27
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	28
ความเป็นมาของธุรกิจ	28
ผลิตภัณฑ์	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)	
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด	30
แผนบริหารจัดการ	34
แผนการตลาด	38
แผนการผลิต	44
แผนการเงิน	49
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	61
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	62
บัญชีรายรับ – รายจ่าย ในโครงการ	68
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	70
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	71
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	73
ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา	73
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ในโครงการ	
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันโลกเราพัฒนาไปอย่างรวดเร็วมาก พร้อมกันนั้น โลกของเราก็เปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน โลกร้อนขึ้น เพราะมนุษย์ละเลยสิ่งแวดล้อมเช่นการใช้ถุงพลาสติกจำนวนมากแทนที่จะใช้ถุงผ้า ซึ่งถุงพลาสติกนั้นทำให้เกิดภาวะโลกร้อนหรือวัสดุที่ไม่ได้เกิดจากธรรมชาติ ย่อยสลายไม่ได้ ทำให้เกิดขยะสะสมมากมาย เป็นขยะที่ต้องทำลายโดยการเผาไหม้จึงจะทำให้เกิดมลภาวะทางอากาศที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน การแก้ไขปัญหาโดยการปลูกฝังจิตสำนึกเริ่มต้นจากตนเอง และครอบครัว การทิ้งขยะให้ถูกที่และใช้การแยกขยะเพื่อที่จะนำขยะที่มีมูลค่าไปทำการรีไซเคิล และเลี่ยงการใช้ถุงพลาสติกที่ไม่จำเป็นโดยการเปลี่ยนไปใช้ถุงผ้าเพื่อช่วยลดปัญหาขยะ เมื่อขยะลดลงการเผาขยะก็จะลดลงตามไปด้วยเป็นการช่วยลดปัญหาสภาวะโลกร้อน หากทุกคนมีวินัยในการทิ้งขยะหรือใช้วัสดุอย่างมีประสิทธิภาพสภาพแวดล้อมจะดีขึ้นไม่มีมลภาวะทางอากาศที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพในภายหลังปัญหาสภาวะโลกร้อนที่กำลังจะเกิดขึ้นก็ลดลง และร่วมกันรณรงค์ให้ใช้สิ่งของหรือวัสดุที่ทำจากธรรมชาติย่อยสลายได้ เป็นการลดขยะมลพิษทางสภาพแวดล้อม

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จากการนำวัสดุที่มีอยู่ในธรรมชาติอย่างไม้ไผ่มาเพิ่มมูลค่าให้เป็นส่วนผลิตในการสร้างตัวสินค้าโคมไฟจากไม้ไผ่โดยการวางแผน ออกแบบและลงมือปฏิบัติของคณะผู้จัดทำโครงการ อีกทั้งยังส่งเสริมทักษะทางด้านวิชาชีพและการหารายได้ในวัยเรียน การนำวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยการใช้วัสดุธรรมชาติอย่างไม้ไผ่มาผลิตโคมไฟเป็นการลดปริมาณขยะและมลพิษที่มีอยู่ให้ลดน้อยลง

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

เป้าหมายของโครงการ

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัฒนธรรมชาติ

การติดตามผล และการประเมินโครงการ

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุที่เหลือใช้โครงการสิ่งประดิษฐ์หอคอยโคมไฟ ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์
2. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ
5. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์

นวัตกรรมมาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Innovation” ตามรากศัพท์หมายถึง การกระทำที่ทำให้ของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับคำนิยามของ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2549) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรมคือ “ สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม”

ทอมัส ฮิวซ์ (Thomas Hughes) ได้ให้ความหมายของ “นวัตกรรม” ว่าเป็นการนำวิธีการใหม่ ๆ มาปฏิบัติหลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้รับการพัฒนามาเป็นขั้น ๆ แล้ว เริ่มตั้งแต่การคิดค้น (Invention) การพัฒนา (Development) ซึ่งอาจจะเป็นไปในรูปของโครงการทดลองปฏิบัติก่อน (Pilot Project) แล้วจึงนำไปปฏิบัติจริง ซึ่งมีความแตกต่างไปจากการปฏิบัติเดิมที่เคยปฏิบัติตาม

มอร์ตัน (Morton, J.A.) ให้ความหมาย “นวัตกรรม” ว่าเป็นการทำให้ใหม่ขึ้นอีกครั้ง (Renewal) ซึ่งหมายถึง การปรับปรุงสิ่งเก่าและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ๆ นวัตกรรม ไม่ใช่การจัดหรือล้มนำสิ่งเก่าให้หมดไป แต่เป็นการ ปรับปรุงเสริมแต่งและพัฒนา

วัชรพล วิบูลยศรีน (2556) ได้ให้ความหมาย “นวัตกรรม” ไว้ว่าหมายถึง วิธีการปฏิบัติใหม่ๆ ที่แปลกไปจากเดิมโดยอาจจะได้มาจากการคิดค้นพบวิธีการใหม่ๆ ขึ้นมาหรือมีการปรับปรุงของเก่าให้เหมาะสมและสิ่งทั้งหลายเหล่านี้ได้รับการทดลอง พัฒนาจนเป็นที่เชื่อถือได้

ดังนั้นสรุปได้ว่า นวัตกรรม หมายถึง สิ่งใหม่ที่กระทำซึ่งเกิดจากการใช้ความรู้ ใช้ความคิดสร้างสรรค์ สิ่งใหม่ในที่นี้อาจจะอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์ แนวคิด หรือกระบวนการ ที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนา (อ้างอิงจาก<https://www.gotoknow.org/posts/>)

องค์ประกอบของนวัตกรรม ประกอบด้วย

1. ความใหม่ ใหม่ในที่นี้คือ สิ่งใหม่ที่ไม่มีใครเคยมีผู้ใดทำมาก่อน เคยทำมาแล้วในอดีตแต่นำมาปรับปรุงใหม่ หรือเป็นสิ่งที่มีการพัฒนามาจากของเก่าที่มีอยู่เดิม

2. ใช้ความรู้หรือความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนานวัตกรรมต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างและพัฒนา ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบ หรือการซ้ำ

3. มีประโยชน์ สามารถนำไปพัฒนาหรือแก้ปัญหาในการดำเนินงานได้ ถ้าในทางธุรกิจต้องมี

4. นวัตกรรมมีโอกาสในการพัฒนาต่อได้ขั้นตอนของนวัตกรรม

1. การคิดค้น (Invention) เป็นการยกย่องนวัตกรรมประกอบด้วยการศึกษาเอกสารทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม การกำหนดโครงสร้างรูปแบบของนวัตกรรม

2. การพัฒนา (Development) เป็นขั้นตอนการลงมือสร้างนวัตกรรมตามที่ร่างไว้ การตรวจสอบคุณภาพของนวัตกรรมและการปรับปรุงแก้ไข

3. ขึ้นนำไปใช้จริง(Implement) เป็นขั้นที่มีความแตกต่างจากที่เคยปฏิบัติเดิมมา ในขั้นตอนนี้รวมถึงขั้นการทดลองใช้นวัตกรรม และการประเมินผลการใช้นวัตกรรม

4. ขันเผยแพร่ (Promotion) เป็นขั้นของการเผยแพร่ การนำเสนอ หรือการจำหน่าย

หลักการสร้างสรรค์งานประดิษฐ์

การสร้างสรรค์งานประดิษฐ์ให้ประดิษฐ์ให้ประสบผลสำเร็จนั้น ผู้เรียนต้องมีความพึงพอใจ ในการทำงาน โดยยึดหลักการดังนี้

1. หมั่นศึกษาหาความรู้ในงานที่ตนเองสนใจ โดยศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญในชุมชนการโรงเรียน จากตัวอย่างสิ่งประดิษฐ์ที่สนใจ

2. ศึกษาหลักการ วิธีการ หรือขั้นตอนการปฏิบัติงาน ในการประดิษฐ์ชิ้นงานโดยการวิเคราะห์ ด้วยตนเองหรือศึกษาจากผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ หรือจากสื่อต่าง ๆ เช่น วารสาร หนังสือ เป็นต้น

3. ทดลองการปฏิบัติการประดิษฐ์ ผู้เรียนต้องศึกษาค้นคว้าและทดลองปฏิบัติตามแนวคิดที่ได้สร้างสรรค์ไว้ และมีการปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องจนสำเร็จเป็นชิ้นงานประดิษฐ์ที่พึงพอใจ

การออกแบบงานประดิษฐ์

การออกแบบงานประดิษฐ์ เป็นการสร้างรูปลักษณ์ของชิ้นงาน โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ความรู้ความเข้าใจ ในหลักการออกแบบและนำมาใช้ ทำให้การออกแบบชิ้นงานนั้นมีคุณค่าและน่าสนใจ

1. การออกแบบ หมายถึง การทำต้นแบบ หรือการทำโครงสร้างของชิ้นงานที่ต้องการประดิษฐ์ เพื่อให้ได้ผลงานสำเร็จตามที่มุ่งหวัง โดยการเลือกวัสดุ เลือกสี ที่นำมาใช้ให้เหมาะสมสวยงาม

2. ที่มาของการออกแบบงานประดิษฐ์

2.1. การศึกษาแบบของงานที่ตนสนใจจากหนังสือ นิตยสารแล้วทดลองปฏิบัติ

2.2. การดัดแปลงแบบที่มีอยู่เดิม หรือแบบตัวอย่างโดยทำการศึกษาแบบ จนเกิดความเข้าใจ จึงปฏิบัติการสร้างแบบ โดยการนำเอาแนวความคิดหรือความคิดสร้างสรรค์ของตนเองไปผสมผสานทำให้ได้แบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนใคร

2.3. การออกแบบด้วยตนเองคือการออกแบบที่เกิดจากแนวคิดของตนเองและทดลองปฏิบัติสร้างแบบจนได้แบบที่สวยงาม เหมาะสมตามความต้องการ ประโยชน์ของงานประดิษฐ์

1. งานประดิษฐ์มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของไทย
2. งานประดิษฐ์มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียมและประเพณีทางศาสนา
3. งานประดิษฐ์ช่วยให้เกิดความรัก ความสามัคคีในหมู่คณะ
4. งานประดิษฐ์ช่วยให้การทำงานของสมองและประสาทสัมผัสประสานสัมพันธ์กัน
5. ใช้เป็นเครื่องประดับตกแต่ง ของขวัญที่ระลึก
6. รู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
7. เป็นการฝึกลักษณะนิสัยในการทำงานให้มีความอดทน (อ้างอิงจาก

<http://netra./pru.ac.th>)

2. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์

แนวคิดในเรื่องวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ ซึ่งให้เราเห็นว่าระดับของผลกำไรจะไม่คงที่อยู่ตลอดไปโดยไม่ลดลง สินค้าใด ๆ ก็ตามย่อมจะต้องถึงจุดอิ่มตัวและถดถอยเหมือนกันหมด ด้วยเวลาและความเร็วที่ต่างกันออกไป ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา จึงเป็นแนวทางให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคต่อไปไม่สิ้นสุด

การลงทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ก็มีความเสี่ยงสูงมาก สภาพการณ์ของตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างสลับซับซ้อนและไม่แน่นอน อัตราการล้มเหลวของผลิตภัณฑ์ใหม่จึงค่อนข้างสูงผลิตภัณฑ์บางชนิดเป็นผลจากความคิดสร้างสรรค์ที่ดีมากแต่ไม่มีโอกาสพัฒนา อย่่างไรก็ตาม เวลาพูดถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ ไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ถอดด้ามเสมอไป ผลิตภัณฑ์ใหม่ส่วนมากเป็นนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นมาจากประติษฐ์กรรมเก่า แต่ใช้ประโยชน์ได้ดีกว่าเดิม และเป็นที่ยอมรับของท้องตลาด การหยิบยืมเอาความคิดหรือผลงานออกแบบในอดีตมาขัดเกลาใหม่ พัฒนาต่อเติมเสริมแต่งให้ขยายออกไปเป็นฐานของการสร้างนวัตกรรมที่ไม่มีที่สิ้นสุด

การหาความคิดใหม่ ๆ เป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สำคัญ แต่เราจะพุ่มพุกและบ่มเพาะความคิดต่าง ๆ จะพัฒนาความคิด จะค้นหาความคิดจากไหน และด้วยวิธีใด เป็นคำถามที่นักออกแบบมือใหม่ประสงค์จะได้รับคำตอบมากที่สุดถึงแรกที่เราจะทำและยังเกิดผลที่รวดเร็ว คือการมองหาคำแนะนำ การชี้แนวทาง การอธิบาย และการศึกษาผลงานของนักออกแบบรุ่นก่อน เพื่อจะได้เข้าใจวิธีคิดและวิิทำงานของเขาเหล่านั้น แล้วนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมแต่ในรูปขององค์กรแล้ว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ทุกชนิดล้วนเริ่มต้นมาจากแนวความคิดทั้งสิ้น และมักเป็นการทำงานร่วมกันเป็นทีม โดยเปิดโอกาสให้คนกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความรู้และทักษะต่างกันช่วยกันคิดช่วยกันพัฒนา แต่ทั้งนี้แนวคิดใหม่ที่ได้มานั้น จะต้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจนั้นด้วย จึงจะเกิดประโยชน์แท้จริงได้การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางความงาม

รูปลักษณ์ที่งดงามสะดุดตานับเป็นหัวใจพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์บางประเภทประเด็นในการพิจารณาเลือกซื้อของผู้บริโภค อาจไม่ใช่เรื่องของสมรรถนะหรือคุณสมบัติพิเศษโดดเด่นสำหรับการใช้งานของผลิตภัณฑ์นั้น แต่กลับเป็นความพึงพอใจในความงามของรูปโฉมภายนอกเป็นประเด็นสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ แนวคิดนี้มีลักษณะที่สนองตอบค่านิยมในสังคมมากกว่าความจำเป็นหรือความต้องการขั้นพื้นฐาน สอดคล้องกับสุภาษิตไทยที่ว่า ไก่งามเพราะขน คนงามเพราะแต่ง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องประดับ เสื้อผ้า ของขวัญ เพอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้าน เป็นต้น

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย

หลักการดำเนินธุรกิจต้องถือว่าผู้บริโภคมีความหมายและสำคัญต่อการอยู่รอดของธุรกิจ ผู้บริโภคยุคใหม่มีความรู้และมีวิจารณญาณที่ดีขึ้นในการพิจารณาเลือกซื้อสิ่งของต่าง ๆ ไม่ถูกชักจูงง่ายและซื้อเฉพาะสิ่งที่จำเป็นและมีคุณค่าโดยแท้จริงต่อการใช้อุปโภคบริโภค การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่จำเป็นต้องมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูล (Research) เพื่อกำหนดแนวทางให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และควรตระหนักอยู่เสมอว่าผู้บริโภคมักจะซื้อสินค้าที่เขาเชื่อว่าจะแก้ปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นกับเขาได้ ดังนั้นปัญหาจึงเป็นตัวกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคที่แข็งแกร่งเสมอ แนวคิดนี้จะเน้นการแก้ปัญหาเป็นประเด็นสำคัญ ไม่นิยมการเสริมแต่งเพื่อความสวยงามจนเกินความจำเป็นเหมาะสมกับสรีระของผู้ใช้งาน

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสรีระของผู้ใช้งานมาก่อนสิ่งอื่นใด รูปแบบของผลิตภัณฑ์จะเป็นไปในลักษณะที่ตั้งใจให้เกิดการตอบสนองทางกายภาพที่ดี ไม่ก่อให้เกิดความเมื่อยล้าโดยง่าย กระชับได้ส่วนกับสรีระ เป็นต้น

การออกแบบที่เน้นการประหยัดเนื้อที่

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงการประหยัดเนื้อที่ในการขนส่ง การจัดเก็บ และการพกพาเป็นสำคัญ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่จะก่อให้เกิดการประหยัดเนื้อที่ได้นั้น มักจะเป็นไปในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่พับได้ ซ้อนได้ ยึดหดได้ ถอดประกอบได้ เป็นต้น

การออกแบบที่เน้นความคล่องตัวในการใช้งาน

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นการแก้ปัญหาด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์ให้เกิดความคล่องตัวและสะดวกมากขึ้น รูปแบบของผลิตภัณฑ์มักเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม และวิถีการดำเนินชีวิตทั้งทางงานและส่วนตัว ควบคู่กับความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ความสัมพันธ์กันระหว่างรูปลักษณ์กับพฤติกรรมการใช้งาน

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่อาศัยการมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างรูปลักษณ์กับพฤติกรรมการใช้งานที่ตอบรับกัน เช่น การรวมเอาผลิตภัณฑ์ที่มีตำแหน่งการใช้งานเดียวกันเข้าด้วยกัน แต่คงไว้ซึ่งประสิทธิภาพของการใช้สอยเดิม ข้อเด่นของแนวคิดนี้คือเกิดความเรียบง่ายและสร้างความประหลาดใจเมื่อพบเห็นได้มาก

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุใช้แล้ว

การรณรงค์นำวัสดุที่ยังใช้ประโยชน์ได้ออกมาจากกองขยะนั้น สามารถลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัดลงได้ ทำให้เกิดแนวคิดที่จะนำเอาวัสดุใช้แล้วที่ยังทำประโยชน์ได้อีกกลับมาเข้ากระบวนการแปรรูป เพื่อดัดแปลงใช้ประโยชน์ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างออกไปจากเดิม วัสดุที่ถูกนำมาใช้ใหม่นั้นมีตั้งแต่ ไม้ ขวดแก้ว โลหะ พลาสติก และอื่น ๆ ที่ผู้คนใช้แล้วทิ้ง แนวคิดดังกล่าวเป็นเรื่องที่ดีมาก แต่ผลิตภัณฑ์ที่ได้นั้นจะต้องมีคุณภาพดี ได้มาตรฐาน และที่สำคัญคือต้องเป็นที่ยอมรับของตลาด

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นความเป็นธรรมชาติ

ปัจจุบันคนส่วนใหญ่มีแนวโน้มต้องการหวนคืนสู่อ้อมกอดของธรรมชาติ เพราะต้องการความสงบ ผ่อนคลาย และที่พักทางใจในการฟื้นฟูความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ และคนอีกส่วนหนึ่งเชื่อว่าวัตถุดิบจากธรรมชาติคือความสด สะอาด บริสุทธิ์ และมีคุณค่าที่จะทำให้สุขภาพของเราแข็งแรง ดังนั้นความนิยมในตัวผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนช่วยให้เราได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติมากขึ้นนั้น ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม ยังคงเป็นกระแสนิยมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ถึงแม้ว่าจะมีช่วงเวลาของการเลเซหรือห่างเหินบ้าง แต่ท้ายที่สุดมนุษย์กับธรรมชาติก็มีอาจแยกขาดจากกันได้

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่สะอาดที่เรียกกันทั่วไปว่าผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green product) นั้น มีสาเหตุมาจากพฤติกรรม

บริโภคของมนุษย์ ที่มีแนวโน้มการบริโภคที่เร็วขึ้น เมื่อแล้วทั้ง ทำให้เกิดขยะมากมายที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่ผลิตภัณฑ์นั้นยังไม่เสียหรือชำรุดเพียงบางส่วนซึ่งสามารถซ่อมแซมใช้ใหม่ได้

การออกแบบผลิตภัณฑ์ตลาดเฉพาะกลุ่ม

ผลิตภัณฑ์หลายอย่างออกแบบมาเพื่อ ใช้กับกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งโดยเฉพาะ หรือใช้ในบางสถานที่เท่านั้น แต่สำหรับผลิตภัณฑ์บางอย่างก็เหมาะสมกับการใช้งานในบางกลุ่มคน เช่น ลูกอมสำหรับเด็ก โทรศัพท์สำหรับคนตาบอด เป็นต้น

จุดมุ่งหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม ก็เพื่อจะหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับคู่แข่งรายใหญ่ที่มุ่งสู่ตลาดหลัก ซึ่งเป็นการทำตลาดที่วัดกันด้วยปริมาณมาก (Economies of scale) ทั้งในการผลิต การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ช่องว่างการตลาดที่มุ่งสร้างความแตกต่างผลิตภัณฑ์ออกจากตลาดใหญ่ ยังมีโอกาสอีกมาก แต่เราต้องทำความเข้าใจลูกค้าอย่างจริงจังและรวดเร็วกว่าคู่แข่ง ต้องเรียนรู้ถึงพฤติกรรมของลูกค้าทัศนคติ การตัดสินใจ และวิถีการดำเนินชีวิต (Lifestyle) มาเป็นปัจจัยสำคัญของการกำหนดทิศทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มนั้น การเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านวิถีการดำเนินชีวิตของกลุ่มต่าง ๆ ยังช่วยให้ค้นพบถึงความต้องการที่ซ่อนอยู่ในใจของลูกค้า และสามารถที่จะตอบสนองลูกค้าได้รวดเร็ว และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่แตกต่างได้

การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม

เอ็ดวิน อี. บ็อบ โรว์ กล่าวว่า "มนุษย์มีสิ่งจำเป็นน้อยแต่มีความอยากมากมายจึงค้นหาสิ่งต่าง ๆ ที่คนต้องการ แล้วจึงผลิตมันขึ้นมา"ความจริงแล้วมนุษย์สามารถมีชีวิตอยู่ได้โดยปราศจากนวัตกรรม แต่เมื่อประวัติศาสตร์หมุนเวียนเปลี่ยนไป แนวโน้มการพึ่งพิงนวัตกรรมใหม่ (Innovation) ก็มีมากขึ้นเรื่อย ๆ จนกลายเป็นองค์ประกอบจำเป็นสำหรับอารยธรรมของเรา ดังนั้นหากต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ประสบความสำเร็จ ให้พัฒนาเฉพาะสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการจะซื้อเท่านั้น นักออกแบบอาจจะชอบความคิดของตัวเองเหมือนแม่ที่เห็นลูกตัวเองน่ารัก

แต่คนอื่น ๆ จะชอบความคิดของเราหรือไม่ ยังเป็นคำตอบคลุมเครือที่ต้องรอการพิสูจน์ ดังนั้นการค้นหาสิ่งต่าง ๆ ที่คนส่วนใหญ่ต้องการ แล้วจึงผลิตมันขึ้นมาจะเป็นทางเลือกที่เหมาะสมและมีความเสี่ยงต่อการล้มเหลวทางธุรกิจน้อยกว่า

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้น บาง เล็ก และให้อิสระ

ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลส่วนใหญ่ปรารถนาคือขนาดเล็ก พกพาสะดวก น้ำหนักเบา ใช้งานคล่องตัว และอัดแน่นด้วยสมรรถนะ แต่การที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะเบา บาง เล็ก และให้อิสระได้นั้น มักต้องอาศัยความก้าวหน้าทางวัสดุและเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่มาช่วยแก้ปัญหาในอีกมุมมองหนึ่งของการตลาดแล้ว การตั้งแนวความคิดแบบใหม่ถอดด้ามสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นเป็นเรื่องยาก เพราะกว่าที่แนวคิดจะเป็นรูปธรรมได้ต้องใช้เวลาและเงินลงทุนสูง รวมทั้งมีภาวะความเสี่ยงสูงด้วย ทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจคือ การออกแบบต่อยอดของ

เก่า โดยการนำเอาสิ่งที่มีอยู่แล้วมาดัดแปลงเพิ่มเติมคุณสมบัติบางประการให้เกิดผลดีขึ้นกว่าเดิม เช่น ปลอดภัยกว่า ประหยัดกว่า สะดวกกว่า ทนทานกว่า ใช้งานง่ายกว่า ดูแลรักษาง่ายกว่า รูปแบบดูดีและทันสมัยกว่า ฯลฯ เช่น พัดลมใบพัดรูปแบบมาตรฐานทั่วไปนำมาพัฒนาดัดแปลงเป็นพัดลมหลายหัว พัดลมมือถือ พัดลมพับเก็บได้ พัดลมไอน้ำ พัดลมมีกลิ่นหอม เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นผลมาจากการคิดต่อยอดของเก่าทั้งสิ้น ทำให้เกิดเป็นทางเลือกใหม่กับผู้ใช้และผู้ผลิตตามมาอีกมากมาย (อ้างอิงจาก<http://netra.pru.ac.th>)

3.แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสิทธิภาพ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภคและสังคม พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยิ่งพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคลเช่นครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994)

Engel และผู้ร่วมงาน (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำการดังกล่าว

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman and Kanuk, 1987) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

แองเจิลคอลเลต และแบลคเวลล์ (Engel Kollat and Blackwell, 1968) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541: 124 – 125) อ้างอิงจาก Kotler, Philip. (1999). Marketing Management ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย การตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการ ดังกล่าว เป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจโดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมีอยู่หลายรูปแบบ

ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การระบุปัญหา (Define the problem) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะการระบุปัญหาได้ถูกต้องหรือไม่ ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อ ๆ ไปของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจด้วย ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรระมัดระวังให้เกิดความผิดพลาดในการระบุปัญหาขององค์กร ทั้งนี้ ผู้บริหารควรแยกแยะความแตกต่างระหว่างอาการแสดง (symptom) ที่เกิดขึ้นกับตัวปัญหาที่แท้จริงเสียก่อน ยกตัวอย่างเช่น กรณีที่ยอดขายของบริษัทลดลง ซึ่งมีสาเหตุมาจากคุณภาพสินค้าต่ำ จะเห็นว่าการที่ยอดขายลดลง เป็นอาการแสดง และปัญหาที่ต้องแก้ไขได้แก่ การที่คุณภาพสินค้าต่ำ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดต้องคอยสังเกตอาการแสดงต่าง ๆ ทั้งต้องรวบรวมข้อมูลที่เป็นต่อการค้นหาสาเหตุของอาการแสดงเหล่านั้น ซึ่งจะนำไปสู่การระบุปัญหาที่แท้จริงได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

ขั้นที่ 2 การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (Identify limiting factors) เมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้ว ผู้บริหารควรพิจารณาถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ขององค์กร โดยพิจารณาจากทรัพยากรซึ่งเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิต ได้แก่ กำลังคน เงินทุน เครื่องจักร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ รวมทั้งเวลาซึ่งมักเป็นปัจจัยจำกัดที่พบอยู่เสมอ ๆ การรู้ถึงข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ จะช่วยให้ผู้บริหารกำหนดขอบเขตในการพัฒนาทางเลือกให้แคบลงได้ตัวอย่างเช่น ถ้ามีเงื่อนไขว่าต้องส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าภายในเวลา 1 เดือน ทางเลือกของการแก้ไขปัญหการผลิตสินค้าไม่เพียงพอที่มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 1 เดือน ก็ควรถูกตัดทิ้งไป

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

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกับกันอย่างรอบคอบ และควรวิเคราะห์ทางเลือก

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

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

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

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Factors Influence consumer Buying Behavior)

1. ปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้ซื้อเองผู้ซื้อที่มีความแตกต่างในเรื่อง เพศ อายุ รายได้ สถานภาพของครอบครัว และอาชีพ โดยความแตกต่างในปัจจัย เหล่านี้ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันออกไป
2. ปัจจัยด้านจิตวิทยาความต้องการและแรงจูงใจ โดย A.H. Maslow ได้กล่าวไว้ใน Hierarchy of Needs อย่างน่าสนใจ ว่า ความต้องการของผู้ซื้อนั้นต้องการตอบสนองในเรื่องของด้านร่างกาย, ความปลอดภัย, ความต้องการให้สังคมยอมรับ, ต้องการมีฐานที่เด่น และต้องการประสบผลสำเร็จในชีวิต มีชื่อเสียง
3. การรับรู้ (Perception) การรับรู้มีผลกับการกระตุ้นการซื้อ และการบริการลูกค้าสัมพันธ์นั้น ควรทำความเข้าใจในลักษณะการรับรู้ของกลุ่มตลาดเป้าหมาย ต่าง ๆ เช่น กลุ่มของสินค้าสำหรับเด็ก, สำหรับกลุ่มคนที่อยู่ในวัยทำงาน และกลุ่มของผู้สูงอายุ หลังจากนั้น องค์กรสามารถเลือกข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสมกลุ่มตลาดเป้าหมายจะรับรู้ได้ง่าย
4. ทศนคติ (Attitude) ควรสร้างทัศนคติที่ดี กับภาพพจน์ขององค์กรพนักงานขายและสินค้าหรือบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าใด ๆ ที่ใหม่ออกสู่ตลาด จะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องสร้างทัศนคติที่ดีให้กับผู้ซื้อ ให้เกิดการยอมรับในตลาดกลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องใน กระบวนการซื้อ (Participants in Buying Process) กลุ่มคนเหล่านี้มีบทบาท ในการตัดสินใจซื้อ โดยสามารถแยกกลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อออกเป็น 5 กลุ่ม

ผู้ริเริ่ม (Initiator) ส่วนมากแล้วจะเป็นผู้ใช้ (Users) เป็นผู้เสนอแนวความคิด ให้แนวทาง หรืออธิบาย บอกเล่าให้ฟังเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการ

- ผู้มีอิทธิพล (Influencer) เป็นผู้มีอำนาจในการชักจูงหรือชักชวนให้ผู้ซื้อโน้มน้าวใจตามความต้องการได้ ในกระบวนการตัดสินใจ

- ผู้ตัดสินใจ (Deciders) คือผู้พิจารณาขั้นสุดท้ายว่าจะมีการซื้อสินค้าหรือไม่

- ผู้อนุมัติ (Approvers) คือบุคคลที่อนุมัติให้เกิดการซื้อขึ้น

- ผู้ซื้อ (Buyer) คือบุคคลที่ไปซื้อสินค้านั้น อาจเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจ

การเปลี่ยนแปลงลักษณะการซื้อของผู้บริโภค (Change in Consumer Buying Habits) พฤติกรรมการซื้อในสังคมไทยมีลักษณะเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นชัดเจนมีดังนี้

- การเปลี่ยนแปลงปริมาณการซื้อ (Size and Quantity) เนื่องจากเป็นครอบครัวเดียวมากขึ้น ปริมาณการซื้อสินค้าต่าง ๆ มีขนาดลดลงในแต่ละครั้งที่ซื้อ โดยจะเป็นการซื้อปริมาณที่น้อยลง แต่เน้นคุณภาพมากขึ้น

- การเปลี่ยนแปลงทำเลซื้อ (Changing in Buying location) ทำเลที่ตั้งขององค์กร โดยเฉพาะร้านค้ามีความสำคัญมากขึ้นกับการซื้อสินค้าหรือบริการ

- ต้องการความสะดวกสบายในการซื้อมากขึ้น (Conveniences) สินค้าหรือบริการนั้นต้องการความสะดวกสบายในการซื้อ

- การซื้อสินค้าโดยการบริการตัวเองเพิ่มขึ้น (Self-Services) ผู้ซื้อจะมีความสนใจมากขึ้นเพราะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาถูกขึ้น

- การใช้สินเชื่อ (Credit Required) ผู้ซื้อจะมีความสนใจมากขึ้นในการซื้อสินค้าและบริการโดยการผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ในกรณีนี้เกิดผลกระทบ กับผู้ประกอบการคือ เมื่อผู้ประกอบการสามารถขายสินค้าหรือบริการในลักษณะเงินเชื่อมากเท่าไร ขณะเดียวกัน ก็จำเป็นต้อง กั้นเงินสำหรับสำรองค่าใช้จ่ายในการติดตามเก็บหนี้และเผื่อหนี้สูญเพิ่มขึ้น

- ผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีความพิเศษเฉพาะตัวมาใช้งานเพื่อสนองความต้องการความพึงพอใจ ของลูกค้าในแต่ละฝ่าย เช่น บริการหรือสินค้าจะสามารถปรับ-เปลี่ยนคุณสมบัติหรือลักษณะการให้บริการของลูกค้าได้มากขึ้น เช่น การออกแบบของหมอนขึ้นอยู่ กับ อายุของผู้ใช้, ขนาดของศีรษะ และ ความชอบส่วนบุคคลที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละราย

(อ้างอิงจาก <http://library.vu.ac.th>)

4. แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ

จุดเริ่มต้นสำหรับการทำแผนธุรกิจนั้น ควรประกอบไปด้วยการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้โดยละเอียด ได้แก่ (1) สินค้าหรือบริการที่จะขาย (2) กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง (3) จุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการที่จะทำ (4) นโยบายการตลาด (5) วิธีการหรือกระบวนการในการผลิต และ (6) ตัวเลขทางการเงิน เกี่ยวกับ รายได้ ค่าใช้จ่าย กำไร ขาดทุน จำนวนเงินที่จะลงทุน และกระแสเงินสด ที่คาดการณ์ไว้ (อ้างอิงจาก <http://www.thaifranchisecenter.com>) แผนธุรกิจที่ดี เมื่ออ่านแล้วควรจะต้องสามารถตอบคำถามเหล่านี้ได้

1. การก่อตั้งธุรกิจเป็นรูปร่างชัดเจนขนาดไหน เสร็จสมบูรณ์แล้วหรือยัง
2. ธุรกิจนี้น่าลงทุนหรือไม่
3. ธุรกิจที่จะทำมีแนวโน้มหรือโอกาสที่จะประสบความสำเร็จตั้งแต่เมื่อแรกตั้งมากน้อย
4. ธุรกิจนี้มีความได้เปรียบหรือความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวมากน้อยเพียงใด
5. สินค้าที่จะผลิตที่มีประสิทธิภาพเพียงใด
6. สินค้าที่ผลิตสามารถวางตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด
7. วิธีการผลิตและการวางตลาดสินค้านั้น มีทางเลือกอื่น ๆ ที่ประหยัดได้มากกว่าหรือไม่
8. หน้าที่ต่าง ๆ เช่นการผลิต การจำหน่าย การจัดการทางการเงิน การจัดการคน มีการจัดการที่ดีเหมาะสมเพียงใด
9. จำนวนและคุณภาพของพนักงานที่ต้องการมีเพียงพอหรือไม่

ผู้ที่ริเริ่มจะก่อตั้งธุรกิจใหม่ จำเป็นต้องใช้เวลากับการเขียนแผนธุรกิจ เพื่อให้ได้แผนที่ดีทั้ง

นี่เพราะแผนที่ดีเป็นตัวชี้ว่าผู้เขียนมีความสามารถ ไม่ใช่เพียงแค่ความคิดความฝันเท่านั้น แผนที่ดียังทำให้ผู้ร่วมลงทุนหรือผู้ให้กู้แน่ใจว่า ผู้ประกอบการใหม่สามารถทำให้ความคิดและความฝัน กลายเป็นความจริงได้หรือไม่แผนที่ดีชี้ให้เห็นว่าผู้เขียนเป็นมืออาชีพ ความสมบูรณ์ครบถ้วนของแผนจะเป็นตัวสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ประกอบการมีความสามารถและความใส่ใจเพียงใด เพราะถ้าแผนของก็ยังไม่มีคุณภาพ ย่อมคาดหวังไม่ได้กับคุณภาพการประกอบการในอนาคตแผนที่ดีชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีการเตรียมตัวอย่างดี แผนจะบอกถึงระดับความพร้อมในธุรกิจที่จะลงทุน ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความรู้เท่าทันในธุรกิจนั้น ๆ ขนาดไหน ยิ่งถ้ามีระดับการเตรียมพร้อม และทางหนีทีไล่มากเท่าไร ยิ่งทำให้ผู้ร่วมลงทุนหรือผู้ให้กู้รู้สึกเสี่ยงน้อยลงเท่านั้นแผนที่ดีเผยให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีวิสัยทัศน์ คือเป็นผู้เล็งการณ์ไกล และมีวิธีจัดการกับสิ่งท้าทายในอนาคต แผนธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรก ซึ่งแผนดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานในอนาคตของผู้บริหารและปฏิบัติงานในองค์กร รวมทั้งเป็นประโยชน์แก่สถาบันการเงินและนักลงทุนภายนอกที่จะเป็นแหล่งเงินทุนให้แก่กิจการในอนาคตได้ โดยปกติแผนธุรกิจจะบอกให้เราทราบว่าปัจจุบันเราเดินอยู่ ตรงไหน อนาคตจะไปอยู่ที่ใด ด้วยวิธีการอย่างไร

องค์ประกอบสำคัญในแผนธุรกิจนั้นที่จริงแล้วมิได้มีการกำหนดไว้ตายตัว แต่อย่างไรก็ตามองค์ประกอบหลักที่นักลงทุนมักพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการที่จะทราบเกี่ยวกับสิ่งเหล่านั้น คือ

องค์ประกอบที่ 1 บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

บทสรุปสำหรับผู้บริหารนั้นเป็นส่วนที่สรุปใจความสำคัญๆ ของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาวไม่เกิน 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญเพราะเป็นส่วนแรกๆ ที่ผู้ร่วมลงทุนจะอ่าน และจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่าจะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อไปหรือไม่ ดังนั้น บทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญคือ

- 1) ชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ
- 2) ต้องชี้ให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่ว่่านั้นให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไรบ้าง

บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนพึงระลึกไว้เสมอว่าคุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม จึงควรใช้เวลากับการเขียนแผนส่วนนี้อย่างพิถีพิถัน

ส่วนเนื้อหาในส่วนนี้ควรประกอบไปด้วยสิ่งต่อไปนี้

- 1) อธิบายว่าจะทำธุรกิจอะไรและแนวคิดของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไร
- 2) แสดงถึงโอกาสและกลยุทธ์ในการทำธุรกิจนั้น ว่าทำไมธุรกิจนี้น่าสนใจที่จะทำ
- 3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคาดคะเนลูกค้าเป้าหมาย

- 4) ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ
- 5) ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไร
- 6) ทีมผู้บริหาร บอกถึงความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์
- 7) ข้อเสนอผลตอบแทน

องค์ประกอบที่ 2 ประวัติย่อของกิจการ

องค์ประกอบส่วนนี้เป็นการให้ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้ง ทั้งในด้านรูปแบบการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้าและบริการ ที่ต้องการนำเสนอให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้ยังควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 การวิเคราะห์สถานการณ์

ขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนธุรกิจคือ การพยายามทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของปัจจัยสำคัญๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การแข่งขัน ความน่าสนใจโดยรวมของอุตสาหกรรม ตลอดจนความสามารถในการทำกำไร และความพร้อมในด้านต่าง ๆ ของกิจการ ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์จึงเป็นงานอันดับแรกที่สำคัญที่ผู้ทำธุรกิจควรกระทำ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานของกิจการส่วนใหญ่แล้วเครื่องมือสำคัญที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์นี้คือ SWOT Analysis ได้แก่ การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน เพื่อมองหาจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของกิจการ และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก เพื่อมองหาโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของกิจการผลลัพธ์ของการวิเคราะห์สถานการณ์คือบทวิเคราะห์ความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ของกิจการต่อไป

องค์ประกอบที่ 4 วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ นั้นคือ ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องได้รับในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการและเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนหรือลักษณะงาน เช่น เป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางการเงิน เป้าหมายทางการผลิต เป็นต้น นอกจากนี้เป้าหมายทางธุรกิจอาจแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ตามระยะเวลาอีกด้วยทั้งนี้การกำหนดเป้าหมายไม่ได้หมายถึงการมุ่งหวังเพียงผลกำไร หรือผลลัพธ์ในระยะสั้นมากจนเกินไป โดยเฉพาะหากผลในระยะสั้นนั้นอาจจะก่อให้เกิดผลเสียได้ในระยะปานกลางและระยะยาวดังนั้นจะพบว่าลักษณะของเป้าหมายทางธุรกิจที่ดีมี 3 ประการคือ

1. มีความเป็นไปได้
2. สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม

3. เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

องค์ประกอบที่ 5 แผนนำ คือ แผนการตลาด

แผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาด ตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในองค์ประกอบที่ 3 มาพิจารณาร่วมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ในองค์ประกอบที่ 4 โดยทั่วไปเนื้อหาของแผนการตลาดต้องตอบคำถามหลักๆ ให้กับผู้ทำธุรกิจดังต่อไปนี้

- เป้าหมายทางการตลาดที่ต้องทำให้ได้ในระยะเวลาของแผนคือเรื่องอะไรบ้าง
- ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง
- จะนำเสนอสินค้าหรือบริการอะไรให้กับกลุ่มเป้าหมาย ในราคาเท่าไร และด้วยวิธีการใด
- จะสร้างและรักษาความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้ด้วยวิธีการใดบ้าง
- ถ้าสถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้จะปรับตัวหรือแก้ไขอย่างไร

โดยสรุปแล้วส่วนประกอบที่สำคัญของแผนการตลาดจะประกอบด้วยเนื้อหา หลักๆ 4 ส่วน คือ

1. เป้าหมายทางการตลาด

2. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

3. กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดประกอบด้วย กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันในการแข่งขันกลยุทธ์เพื่อการเติบโตทางการตลาดและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

4. การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด

องค์ประกอบที่ 6 แผนเชื่อม คือ แผนการผลิต

แผนการผลิตและการปฏิบัติที่ดีจะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตให้เป็นผลผลิตซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์อย่างเป็นระบบได้ ตั้งแต่ขั้นตอนการนำเข้าวัตถุดิบ (input) กระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบ (process) จนถึง การนำออกผลผลิต (output) และข้อมูลย้อนกลับ (feedback) โดยวัตถุดิบและทรัพยากรนั้นในที่นี้หมายถึงความถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ ชั่วโมงแรงงานที่ทำการผลิต หรือค่าใช้จ่ายรวมของทรัพยากรทุกอย่างที่ใช้ สำหรับกระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบ ก็คือกระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรการผลิตให้เป็นผลผลิต และผลผลิตในที่นี้คือจำนวนหรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้นั่นเองซึ่งในการวางแผนการผลิตและปฏิบัตินั้นผู้ทำธุรกิจต้องพิจารณาตัดสินใจในประเด็นสำคัญ ๆ ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้โดยพยายามแสดงออกมาให้ได้รายละเอียดชัดเจนมากที่สุด ได้แก่

1. คุณภาพ

2. การออกแบบสินค้าและบริการ

3. การออกแบบกระบวนการผลิตและปฏิบัติการ
4. การตัดสินใจในเรื่องกำลังการผลิต
5. การเลือกสถานที่ตั้ง
6. การออกแบบผังของสถานประกอบการ
7. การออกแบบระบบงานและการวางแผนกำลังคน
8. ระบบสินค้าคงคลัง
9. การจัดกระบวนการจัดสิ่งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป
10. กำหนดการผลิตและปฏิบัติการ
11. การบำรุงรักษาเครื่องมือและเครื่องจักร

องค์ประกอบที่ 7 แผนสนับสนุน คือ แผนการจัดการและแผนคน

ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุโครงสร้างขององค์การให้ชัดเจน โดยแสดงแผนผังโครงสร้างขององค์การว่าประกอบด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความรับผิดชอบอะไรบ้าง รวมถึงตำแหน่งบริหารหลักๆ ขององค์การ โครงสร้างของคณะกรรมการและการถือหุ้น การเขียนในส่วนนี้ควรจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเป็นทีมงานที่ดีในการบริหาร มีความสมดุลในด้านความรู้ ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิคและการบริหาร มีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่ทำ ซึ่งแผนส่วนนี้ควรประกอบไปด้วยรายละเอียดคือ

1. โครงสร้างองค์การ
2. ตำแหน่งบริหารหลักๆ ระบุบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่ง
3. ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้บริหาร
4. ผู้ร่วมลงทุน

องค์ประกอบที่ 8 แผนควบคุม คือ แผนการเงิน

ในการจัดทำแผนธุรกิจนั้น เจ้าของกิจการต้องทราบให้ได้ว่าแผนที่จัดทำขึ้น จะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าใดจะหามาได้จากแหล่งใดบ้างจากแหล่งเงินทุนภายในหรือภายนอก (Financing Activities) จากนั้นก็จะเป็นเรื่องของการตัดสินใจนำเงินไปลงทุน (Investing Activities) ซึ่งแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อไปก็คือกิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งประกอบไปด้วยการผลิต การซื้อ การขาย และการจ่ายค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งนักบัญชีจะเป็นผู้นำเสนอผลของกิจกรรมทั้งสาม และสรุปออกมาเป็นงบการเงิน (Financial Statements) ซึ่งเป็นรายงานขั้นสุดท้ายที่จะแสดงให้เห็นถึงข้อมูลทางการเงินของธุรกิจ หรืออาจจะเป็นงบการเงินที่ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่าในรอบระยะเวลาที่ผ่านมาแล้ว ธุรกิจมีฐานะการเงินอย่างไร กำไรหรือขาดทุน มีการเปลี่ยนแปลงในเงินสดอย่างไรบ้าง เพิ่มขึ้นหรือลดลง และสาเหตุเกิดจากอะไรงบการเงินจะต้องประกอบไปด้วย งบดุล งบกำไรขาดทุน งบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของผู้ถือหุ้น งบกระแส

เงินสด และ นโยบายบัญชี ซึ่งโดยทั่วไปแล้วกิจการควรเปิดเผยรายการบัญชีในเรื่องต่อไปนี้ไว้ในงบการเงิน ได้แก่ วิธีการรับรู้รายได้ การตีราคาสินค้าคงเหลือ การตีราคาเงินทุน ค่าเผื่อนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญ วิธีการคิดค่าเสื่อมราคาและการตัดบัญชีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน การแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ และการจัดทำงบการเงินรวม

องค์ประกอบที่ 9 แผนการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงานก็คือการจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน โดยในทางปฏิบัติผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการงบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการโดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือน หรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

องค์ประกอบที่ 10 แผนฉุกเฉิน

เป็นองค์ประกอบสุดท้ายที่ต้องมีการคิดและเขียนไว้ล่วงหน้า เพื่อเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานในกรณีที่สถานการณ์ หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนที่ได้กำหนดไว้ (อ้างอิงจาก <http://www.thaifranchisecenter.com>)

5. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) กล่าวว่า ที่ใดก็ตาม ทั้งที่เป็นสถานที่หรือไม่มีสถานที่ ที่มีอุปสงค์และอุปทาน ในสินค้า หรือบริการมาพบกัน จนทำให้เกิดราคาที่มาจากกลไกตลาด โดยเศรษฐกิจในระบบตลาดนี้ยอมรับการเปลี่ยนแปลงของราคา เช่น การที่ราคาลดลงโดยอัตโนมัติเมื่อมีการเสนอขายสินค้าเป็นต้น ทางด้านทฤษฎีนั้น เห็นว่า เศรษฐกิจในระบบตลาดที่แท้จริงนั้น จำเป็นต้องประกอบไปด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ดังนี้คือ ผู้ผลิตสินค้าที่มีขนาดเล็ก ผู้บริโภคจำนวนมาก รวมถึง มาตรการในการกีดกันการเข้าตลาดที่น้อย เงื่อนไขเหล่านี้ถ้ามีครบทั้งหมดจะถือว่าเป็นตลาดที่สมบูรณ์ซึ่งพบได้มากในโลกปัจจุบัน (Kotler, 2003a, p.11) คำว่า “ตลาด (Market)” มีความหมายครอบคลุมถึงลูกค้าหลายกลุ่ม รวมทั้งตลาดที่มีตัวตนโดยลักษณะทางกายภาพ และตลาดที่ไม่มีตัวตนในกายภาพ (ตลาด Digital) ตลอดจนตลาดขนาดใหญ่ที่มีหลายๆตลาดย่อยซึ่งมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์อยู่ในธุรกิจนั้นขอบเขตของการตลาด (The Scope of Marketing) การตลาดเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ การส่งเสริม และการส่งมอบสินค้า หรือบริการให้กับผู้บริโภค และองค์กรการธุรกิจต่าง ๆ นักการตลาดมีหน้าที่ความต้องการ ชี้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัทการส่งมอบสินค้า หรือบริการให้กับผู้บริโภคและองค์กรการธุรกิจต่าง ๆ นักการตลาดมีหน้าที่กระตุ้นความต้องการ ชี้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัท

ส.อ.ถนอม บริคุต (2557) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับ พฤติกรรมการซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้า และเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง โดยแบ่งออกได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Products) ที่ต้องมีคุณภาพและรูปแบบดีไซน์ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือสินค้าหรือบริการที่บุคคลและองค์กรซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าอื่น ๆ หรือในแนวทางการประกอบธุรกิจ หรือหมายถึงสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิต การให้บริการ หรือดำเนินงานของกิจการหรือ แม้ผลิตภัณฑ์จะเป็นองค์ประกอบตัวเดียวใน ส่วนประสมของการตลาดก็ตาม แต่เป็นตัวสำคัญที่มีรายละเอียดที่จะต้องพิจารณาอีกมากมาย ดังนี้ เช่นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Produce Variety) ชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ (Brand Name) คุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ (Quality) การรับประกันผลิตภัณฑ์ (Warranties) และการรับคืนผลิตภัณฑ์ (Returns)

ราคา (Pricing) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไรในอัตรา ที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้ซื้อทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ หรือนโยบายการตั้งราคา (Pricing Policies) หรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน การกำหนดราคามีความสำคัญต่อกิจการมาก กิจการไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การพิจารณาราคาจะต้องกำหนดต้นทุนการผลิต สภาพการแข่งขัน กำไรที่คาดหวัง ราคาของกลุ่ม แข่งขัน ดังนั้นกิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ ประเด็นสำคัญจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคาได้แก่ ราคาสินค้าที่ระบุในรายการหรือราคาที่ระบุ (List Price) ราคาที่ให้ส่วนลด (Discounts) ราคาที่มีส่วนยอมให้ (Allowances) ราคาที่มีช่วงระยะเวลาที่ การชำระเงิน (Payment Period) และราคาเงื่อนไขให้สินเชื่อ (Credit Terms)

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ก็เน้นช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึง สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกส่วนได้เป็นอย่างดีหรือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็น เส้นทางเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือลูกค้า ซึ่งอาจผ่านคนกลางหรือไม่ผ่านก็ได้ ใน ช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) หรือลูกค้าทางอุตสาหกรรม (Industrial Consumer) และคนกลาง (Middleman) โลจิสติกส์ทาง การตลาด เป็นการวางแผนการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดเริ่มต้น ไปยังจุดที่ต้องการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งผลกำไร หรือกลยุทธ์ทางการตลาด ในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์ แน่นอนว่า สินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทาง

ที่นำเสนอคืออาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ หรือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการนำพาสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม มีความสำคัญต่อกำไรของหน่วยธุรกิจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อการกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น การตั้งราคา การโฆษณา เกรดสินค้า เป็นต้น โดยการเลือกช่องทางการตลาดมักมีผลผูกพันในระยะยาว เช่น การเลือกแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายเปลี่ยนตัวแทนจำหน่ายจริง ก็หมายความว่าการบริหารจัดการในส่วนอื่น ๆ เช่น การผลิต การบรรจุหีบห่อ พนักงานขาย นโยบายการจัดส่งสินค้า) หรือ การกระจายสินค้าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้า ภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เน้นทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย และการตลาดโดยตรง ซึ่งสามารถเรียกว่า 4P ซึ่งนำไปสู่การได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของกิจการนั่นเอง ระดับที่สองคือการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านของการสร้างประสบการณ์ที่ดีน่าประทับใจให้กับลูกค้าซึ่งรู้จักกันในชื่อว่าการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) ซึ่งหากสามารถสร้างประสบการณ์ในการใช้สินค้า หรือบริการที่ดีต่อลูกค้าเป้าหมายแล้ว ก็จะนำไปสู่การสร้างความผูกพันทางด้านอารมณ์ที่แนบแน่น (Emotional Attachment) ต่อผู้บริโภคแบบสนิทแนบแน่นโดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดระดับที่สองนี้ คือกิจการจะสามารถ

มีส่วนแบ่งการตลาดในจิตใจของลูกค้าสูงขึ้น (Share of Heart) เมื่อเทียบกับคู่แข่ง (ฉัฐ อรินทไพบุลย์ 2554) หรือ เป็นกิจกรรมติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการให้คามรู้ ชักจูง หรือ เป็นการเตือน ความจำเป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย หรือ เป็นการตลาดทางตรงการให้ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งสำคัญที่นำมาใช้ในการสร้างการรับรู้ การกระตุ้นชื่อเสียงของบริษัทยการแยกแยะข้อมูลข่าวสาร ของผลิตภัณฑ์หรือการนำทางให้กับพนักงานขายหรือเป็นกลยุทธ์การสื่อสารภายใต้เป้าหมายได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่ต้องการจะจำหน่าย ณ สถานที่ใดระดับใด การส่งเสริมการตลาดเป็นตัวแปรที่หนึ่งของส่วนประสมการตลาดโดยทำหน้าที่ชี้ชวน ให้ลูกค้าเป้าหมายสนใจ และซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น (เชาว์ โรจนแสง 2545) หรือเป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการความคิด ต่อบุคคลโดยใช้เพื่อจูงใจ ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อ (อ้างอิงจาก<https://fifathanom.wordpress.com/>)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐวัตร คำอินทร์ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “โครงการชุดโคมไฟจากไม้อัด Light Brand” โครงการนี้เป็นโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ ชุดโคมไฟจากไม้อัด มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1.) เพื่อให้บริการวัสดุอุปกรณ์การเรียนรู้วิชาการ โครงการและใช้เป็นแนวทางใหม่การประกอบอาชีพในอนาคต

2.) เพื่อต้องการนำเอาวัสดุเหลือใช้จากธรรมชาติมาพัฒนาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

3.) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับไม้อัด

มีวิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นที่1. ขั้นเตรียมการ ขั้นที่2. ขั้นดำเนินการ และขั้นที่3. ขั้นประเมินผล จากผลการดำเนินงาน สรุปได้ดังนี้

1. ระยะเวลาการดำเนินงาน คือ เริ่มงานตั้งแต่ กรกฎาคม 2556 – กุมภาพันธ์ 2557 สถานที่ดำเนินการดำเนินงาน คือ 37/2 ม.3 ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินทุน 3,600 บาท หักค่าใช้จ่ายดำเนินการโครงการ 2,570 บาท เหลืออยู่ 1,030 บาท แบ่งเงินทุนที่เหลือคืนสมาชิกในกลุ่ม 8 คน คนละเท่า ๆ กัน จำนวน 128 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินงานโครงการ การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความรักและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ และมีมูลค่า

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินงาน มีดังนี้ 1.) ปัญหาในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่สมาชิกภายในกลุ่มไม่มีความชำนาญในการใช้ 2.) สมาชิกในกลุ่มยังทำงานไม่เป็นทีมและบางคนอาจไม่ปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้ทำให้เกิดความล่าช้าต่อการร่างรูปแบบของสิ่งประดิษฐ์

5. ข้อเสนอแนะและแนวทางในการพัฒนา 1.) ต้องพยายามที่จะเรียนรู้ในสิ่งต่าง ๆ เพราะการใช้เครื่องมือถ้าใช้ผิดวิธีก็สามารถก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย และสิ้นเปลืองงบประมาณในการจัดซื้อ มาทดแทนถ้าเกิดความเสียหาย 2.) สมาชิกทุกคนต้องคำนึงถึงการทำงานเป็นทีม เมื่อสมาชิกในกลุ่มขาดความรับผิดชอบทุกคนในกลุ่มต้องบอกกล่าวหรือเตือนให้บุคคลนั้นรู้ตัวและการทำงานตามที่ได้รับมอบหมายไว้ 3.) ต้องมีการหาความรู้หรือหาข้อมูลต่าง ๆ นำมาเป็นแนวทางในการปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินโครงการต่อไป

ปัทมา ศิริวงษาและคณะ (2556) ศึกษาโครงการเรื่องโคมไฟกะลามะพร้าว วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขั้นตอนในการทำโคมไฟกะลามะพร้าว เพื่อให้เกิดประสบการณ์ในการทำโคมไฟกะลา เพื่อนำสิ่งของเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่า เพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เพื่อก่อให้เกิดรายได้จากการดำเนินงาน ผู้จัดทำโครงการได้ศึกษาขั้นตอนการทำโคมไฟกะลามะพร้าวเสนอโครงการวิชาชีพ

ออกแบบผลิตภัณฑ์ จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ ลงมือปฏิบัติ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สอบถามความพึงพอใจของลูกค้า จัดทำรายงานโครงการ สอบโครงการวิชาชีพ

จากการศึกษาค้นคว้าอิสระโคมไฟกะลามะพร้าว ผู้จัดทำโครงการได้รับความรู้และประสบผลสำเร็จโดยได้โคมไฟที่ประหยัดพลังงาน และได้ใช้อย่างประหยัด นำวัสดุเหลือใช้มาเพิ่มมูลค่าและเพิ่มมูลค่าของวัสดุที่มีในท้องถิ่น ได้ฝึกประสบการณ์ในการทำงานของนักศึกษา และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

ไพฑูรย์ พรไพบุลย์พงษ์. (2557)การวิจัยศึกษาสภาพและปัญหาการตลาดการค้าสิ่งประดิษฐ์ไม้ของผู้ประกอบการค้าตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายสิ่งประดิษฐ์ไม้ของผู้บริโภคในเขตตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก และ หาแนวทางการพัฒนาการตลาดการค้าสิ่งประดิษฐ์ไม้ของผู้ประกอบการค้า ตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดการค้าสิ่งประดิษฐ์ไม้ของผู้ประกอบการค้า ตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ใช้วิธีรวบรวมข้อมูล 3 วิธีคือ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และการสนทนากลุ่ม

กรณีใช้แบบสัมภาษณ์ข้อมูลสภาพและปัญหาการตลาดการค้าสิ่งประดิษฐ์ไม้ของผู้ประกอบการค้าตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้ประกอบการค้าสิ่งประดิษฐ์ไม้ในตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จำนวน 50 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

กรณีใช้แบบสอบถามข้อมูลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายสิ่งประดิษฐ์ไม้ของผู้บริโภคในเขตตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ผู้ให้ข้อมูลคือ ลูกค้าซึ่งเข้ามาซื้อสิ่งประดิษฐ์ไม้ในตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตากทั้งหมด 100 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบกำหนดคำตอบให้เลือก มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาแนวทางการพัฒนาการตลาดการค้าสิ่งประดิษฐ์ไม้ของผู้ประกอบการค้าตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ การสนทนากลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้ประกอบการค้าสิ่งประดิษฐ์ไม้ตำบลท่าสายลวด จำนวน 20 ท่าน ผลการวิจัย พบว่า

1. สภาพและปัญหาทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าสิ่งประดิษฐ์ไม้ตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จากการวิจัยได้ทำการพิจารณาโดยแยกเป็น 4 ด้าน คือ

1.1 ผลิตภัณฑ์ เป็นการจำหน่ายสิ่งประดิษฐ์ไม้นำเข้าจากประเทศเมียนมาร์ในรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ไม้สักประเภทต่าง ๆ ปัญหาที่พบคือ สิ่งประดิษฐ์ไม้ที่จำหน่ายอยู่ทุกร้านมีความเหมือนกันทั้งรูปแบบและลวดลาย ความละเอียดของชิ้นงานไม่เทียบเท่าฝีมือคนไทย

1.2 ด้านราคา สิ่งประดิษฐ์ไม้มีราคาที่แตกต่างกันตามแต่ละขนาดและประเภทของผลิตภัณฑ์ มีการแข่งขันด้านราคาและการขายตัดราคากันมาก ลูกค้าสินเชื่อก็กมีปัญหาคาระเงินค่าสินค้า

1.3 ด้านการจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของร้านค้าส่วนใหญ่อยู่บริเวณเชิงสะพานมิตรภาพไทย-พม่า หมู่ 2 ตำบลท่าสายลวด เป็นการตั้งอยู่รวมกันเป็นกลุ่มใหญ่ เน้นการจำหน่ายสินค้าหน้าร้าน ไม่มีการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางอื่น

1.4 ด้านการส่งเสริมด้านการตลาด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ทั้ง ๆ ที่จัดเป็นเครื่องมือที่สำคัญมากทางด้านการตลาด ขาดผู้มีความรู้ความเข้าใจที่จะเข้ามาให้การสนับสนุนดูแล

2. พฤติกรรมการซื้อสิ่งประดิษฐ์ไม้ของผู้บริโภคในตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ด้านการจัดหาสินค้า และด้านการจัดการสินค้าเหลือใช้อยู่ในระดับน้อย ด้านการบริโภคสินค้าอยู่ระดับมาก

3. แนวทางการพัฒนาการตลาดการค้าสิ่งประดิษฐ์ไม้ของผู้ประกอบการค้าตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก จากการวิจัยได้ทำการพิจารณาแยกเป็น 4 ด้าน คือ

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จัดการฝึกอบรมเพิ่มขีดความสามารถให้กับผู้ผลิตสิ่งประดิษฐ์ไม้ การจัดสิทธิทรัพย์สินทางปัญญาให้กับสินค้าที่ตนเองเป็นผู้ผลิต ลงทุนใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้คุณภาพสินค้าตามที่ต้องการ

3.2 ด้านราคา ควรหันมาแข่งขันกันทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่าการแข่งขันด้านราคา การทำสัญญาซื้อขายกับลูกค้าสินค้าเชื่อให้รัดกุม

3.3 ด้านการจัดจำหน่าย ควรมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและเลือกให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้การจัดจำหน่ายมีประสิทธิภาพ และเปิดโอกาสให้ลูกค้ารู้จักและสนใจสินค้ามากขึ้นเลือกใช้แต่บริการขนส่งที่มีความชำนาญและมีประสิทธิภาพสูง

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์สินค้าและร้านค้าเป็นอันดับแรก เพื่อที่จะได้เป็นที่รู้จักของลูกค้า แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์และจุดเด่นของสิ่งประดิษฐ์ ไม้ที่ทางร้านวางจำหน่าย ควรมีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการค้าสิ่งประดิษฐ์ไม้ เพื่อขอความร่วมมือ และสนับสนุนการส่งเสริมการค้าสิ่งประดิษฐ์ไม้จากภาครัฐบาลอย่างจริงจัง

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

1. เตรียมคิดรูปแบบนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4. วางแผนและจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์
5. วางแผนและจัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
6. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์
7. ทำแผนการส่งเสริมการตลาดและทำโฆษณาประชาสัมพันธ์

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดซื้อจัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงานและตรวจสอบความพร้อมของสถานที่ในการปฏิบัติงาน
2. ลงมือปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
3. ปฏิบัติงานประกอบชิ้นส่วนตามแผนงานตามขั้นตอนที่วางไว้
4. นำไม้และลวดที่เตรียมไว้มาประกอบเข้าด้วยกัน
5. นำโต๊ะที่ประกอบแล้วมาทดสอบการใช้งานเบื้องต้น
6. แก้ไขจุดที่บกพร่องในชิ้นงาน
7. ตกแต่งชิ้นงานให้มีความสวยงาม
8. เก็บรายละเอียดชิ้นงานพร้อมทดสอบการใช้งาน

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

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

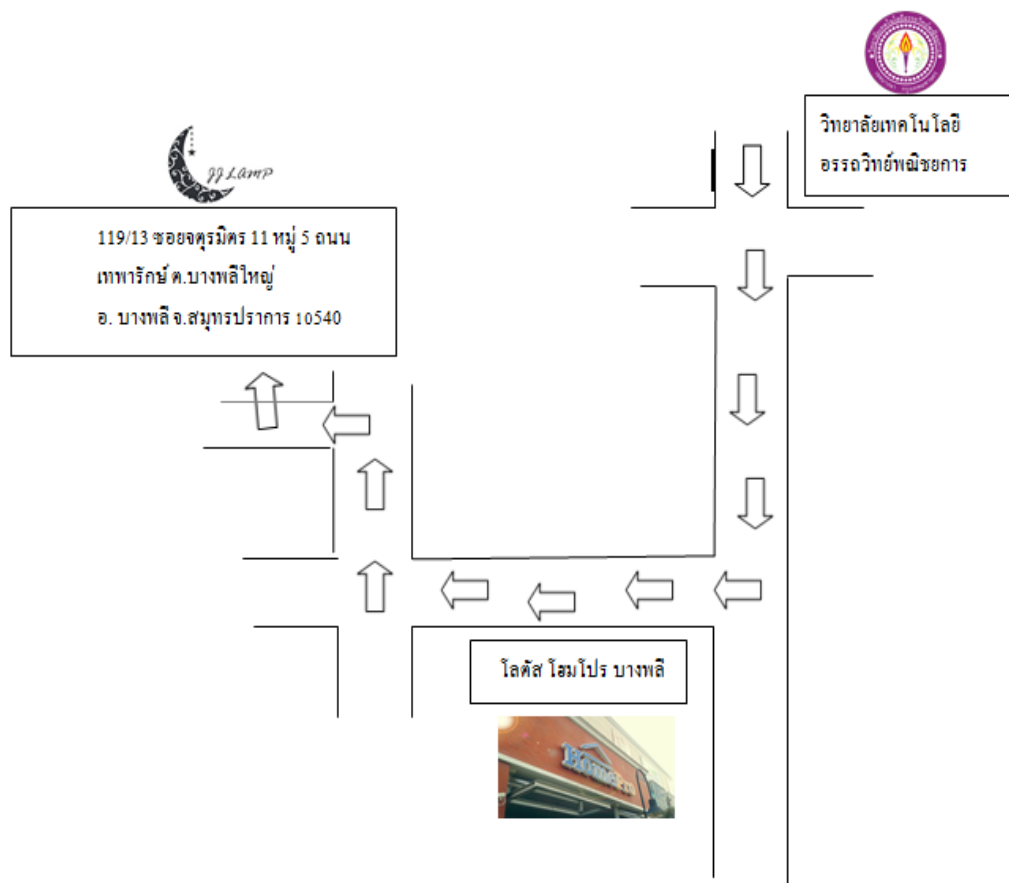
วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ตั้ง 119/13 ซ.จตุรมิตร ถ.เทพารักษ์ ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี

จ.สมุทรปราการ 10540

สถานที่ดำเนินการ



งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน บาท

1. ไม้ไผ่	300	บาท
2. กาว	140	บาท
3. ชุดหลอดไฟLED	250	บาท
4. เชื้อป่านอบะค่า	10	บาท
รวม	700	บาท

1.การจัดทำแผนธุรกิจ

บทสรุปผู้บริหาร

ร้าน JJ LAMP ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 โดยมีเงินลงทุน 100,000 บาท ตั้งอยู่ที่ 119/13 ซ.จตุรมิตร ถ.เทพารักษ์ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ และมีหุ้นส่วนทั้งหมด 2 คน เป็นผู้ถือหุ้นเท่า ๆ กัน ดังนี้ นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภักดิ์ วัฒนโชติ และนางสาวอนงค์ นาค บัวตม การเกิดของกิจการนี้เริ่มต้นที่นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภักดิ์ วัฒนโชติ และนางสาวอนงค์ นาค บัวตม ได้เกิดความสนใจในงานประดิษฐ์ จากวัฒนธรรมชาติ และของเหลือใช้ จึงคิดหาแนวทางนำวัสดุเหล่านั้น มาสร้างให้เกิดเป็นสิ่งประดิษฐ์เพื่อให้เกิดประโยชน์ และสร้างมูลค่าให้แก่วัสดุเหล่านั้น อีกทั้งยังสามารถเสริมสร้างรายได้ให้กับตนเองได้อีกด้วย จึงร่วมกันสร้างและก่อตั้งบริษัทนี้ขึ้นมาภายใต้แบรนด์

JJLAMP โดยมีคู่แข่ง

1.ร้านLITTLETHING 2.ร้านcosmo 3.ร้านแสงนัวร์ และจะเจาะในกลุ่มเป้าหมายดังนี้

1.กลุ่มแม่บ้าน 2.กลุ่มผู้หญิงอายุ 20- 65 ปีที่ชื่นชอบในงานประดิษฐ์ 3.กลุ่มคนทั่วไปที่ชอบ

ผลิตภัณฑ์ Handmade

ปัจจุบัน กิจการมีเงินลงทุนทั้งหมด 100,000 บาท ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 4,685,200 บาท ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 1,205,250.86 บาท ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขายปีที่ 3 เป็นเงิน 865,706 บาท กำไรสะสมปีที่ 3 เป็นเงิน 81,794.31 บาท ภายในระยะเวลา 3 ปี มีเงินหมุนเวียนภายในกิจการ 2,222,106.67 บาท

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจต่อ หุ้นส่วนและธนาคาร

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

โดยวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อหาผู้ร่วมลงทุน
2. เพื่อแสวงหาผลกำไร
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินแผนธุรกิจ

โดยมีเงื่อนไขดังนี้คือ

1. เพื่อการจัดสรรงบประมาณ
2. เพื่อเตรียมพร้อมในการดำเนินงาน

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มก่อตั้ง

ประวัติบริษัท

บริษัท JJ LAMP ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 โดยมีเงินลงทุน 100,000 บาท ตั้งอยู่ที่ 119/13 ถ.เทพารักษ์ ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ โดยมีหุ้นส่วนทั้งหมด 2 คนเป็นผู้ถือหุ้น ดังนี้ นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภักทร โฆษิต และนางสาวอนงค์นาถ บัวตูม

การเกิดของกิจการนี้เริ่มต้นที่ นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภักทร โฆษิต และนางสาวอนงค์นาถ บัวตูม ได้เกิดความสนใจในงานประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้ อีกทั้งยังสามารถเสริมสร้างรายได้ให้กับตนเอง ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จากการนำวัสดุที่เหลือใช้อย่างซองกาแฟมาเพิ่มมูลค่าให้เป็นส่วนผลิตในการสร้างตัวสินค้าโคมไฟจากไม้ไผ่ โดยมีการวางแผนออกแบบและลงมือปฏิบัติของคณะผู้จัดทำโครงการ อีกทั้งยังเป็นการลดปริมาณขยะที่มีอยู่ให้ลดน้อยลง จึงร่วมกันสร้างและก่อตั้งบริษัทนี้ขึ้นมาภายใต้แบรนด์ JJ LAMP

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน (กรณีที่เป็นกรเริ่มจัดตั้งธุรกิจใหม่)

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลา ดำเนินงาน	ระยะเวลาที่คาด ว่าจะแล้วเสร็จ
1.	จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ตรวจสอบความพร้อมของ อุปกรณ์และสถานที่ปฏิบัติงาน	1 สัปดาห์	5 วัน
2.	จัดทำเว็บไซต์สำหรับโฆษณา	1 สัปดาห์	4 วัน
3.	จัดสถานที่ขายสินค้าและทำการตกแต่งร้าน	1 สัปดาห์	7 วัน
4.	จัดหาบุคลากรในการทำงาน	1 สัปดาห์	5 วัน
5.	ทดลองปฏิบัติงานขายและประเมินผล	1 สัปดาห์	4 วัน
6.	ปฏิบัติงานธุรกิจขายสินค้าตามแผนงาน	1 สัปดาห์	5 วัน
7.	จัดกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริม การตลาด	1 สัปดาห์	7 วัน
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	7 สัปดาห์	37 วัน

4.ผลิตภัณฑ์

บริษัท JJ LAMP เป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โคมไฟที่ทำจากไม้ไผ่เดิมผลิตภัณฑ์เป็นรูปทรงเรือกระแซง โดยมีราคาอยู่ที่ 650 บาท มีการรับประกันสินค้าหลังการขายหากสินค้าชำรุดในระยะเวลา 15 วัน สามารถนำมาเปลี่ยนได้ที่ร้าน มีช่องทางการจัดจำหน่ายทางหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ Facebook และ Instagram การส่งเสริมทางการตลาด ชื่อโคมไฟที่หน้าร้าน 2 ตัว จัดส่งฟรี Kerry

รูปผลิตภัณฑ์

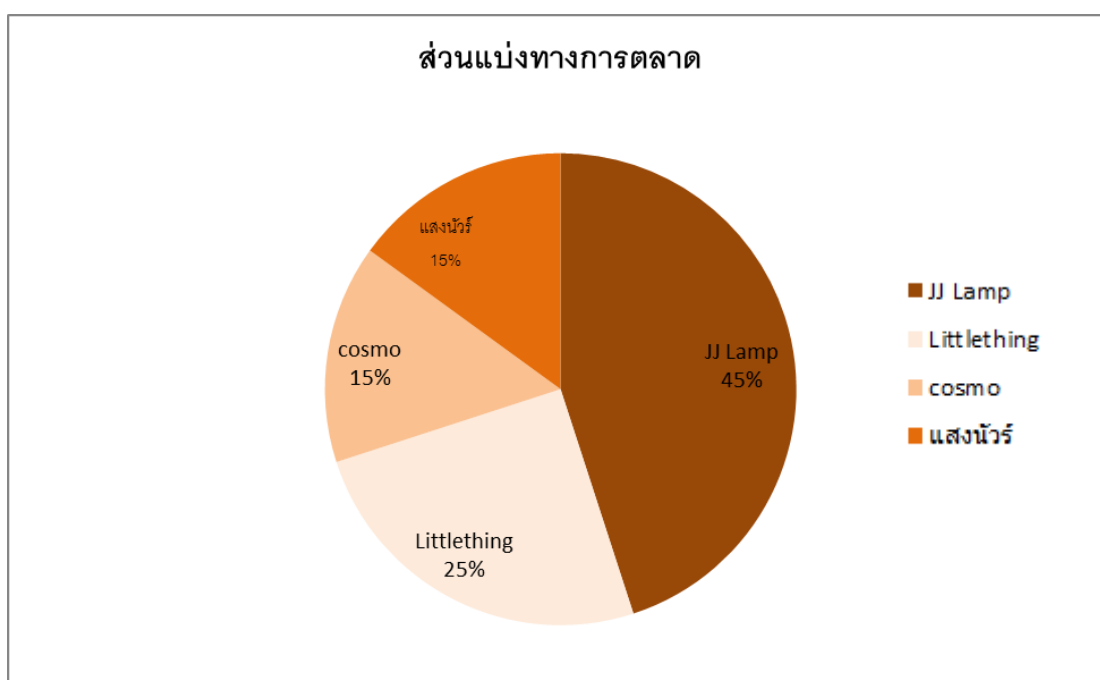


5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและวิเคราะห์ตลาด

5.1 สถานะอุตสาหกรรมและสภาพตลาด

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยปี 2562 มีแนวโน้มดีขึ้น หลังจากเริ่มเห็นสัญญาณฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่ชัดเจนในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีที่ผ่านมาและคาดการณ์ว่าแนวโน้มทางเศรษฐกิจจะค่อย ๆ ขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ บริษัทจึงได้ตัดสินใจทำธุรกิจและมีความเป็นไปได้ว่าธุรกิจจะเติบโตขึ้นมียอดขายที่เพิ่มขึ้น เพราะมีความสัมพันธ์กับลักษณะของตลาดในปัจจุบันมีการเติบโตและขยายตัวขึ้น

5.2 การแบ่งส่วนตลาดและส่วนแบ่งการตลาด



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

แนวโน้มทางการตลาดจะต้องอาศัยปัจจัยของสถานะเศรษฐกิจและพฤติกรรมในการซื้อ

สินค้าของผู้บริโภค ในปัจจุบันมีการส่งเสริมและรณรงค์ให้เห็นถึงความสำคัญของธรรมชาติ มีการส่งเสริมให้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งการรณรงค์ดังกล่าวสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท ที่ต้องการที่จะรักษาสีสิ่งแวดล้อม และยังช่วยสนับสนุนสินค้าภายในประเทศ ทำให้เศรษฐกิจมีการหมุนเวียนเพิ่มขึ้น ส่งผลให้บริษัท JJ LAMP มีแนวโน้มเติบโตในตลาด

5.4 ตลาดเป้าหมาย

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ คือ

- 1.เพศหญิง กลุ่มนักศึกษาและวัยทำงาน อายุ 20 - 65 ปี ที่ชื่นชอบงานประดิษฐ์
- 2.กลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีรายได้และชื่นชอบงานประดิษฐ์และต้องการหาซื้อโคมไฟเพื่อ

ตกแต่งภายในบ้าน

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจการก็คือ กลุ่มนักศึกษาหรือกลุ่มลูกค้าที่ชอบในโคมไฟประดิษฐ์ ที่ทนทานต่อการใช้งาน ที่มีราคาไม่สูงมากนักและสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งานที่ยาวนานได้ดี

5.6 สภาพการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันภายในการตลาดแม้ว่าจะมีคู่แข่งหลายรายภายในตลาด แต่ทางบริษัทนั้นได้มีการเพิ่มศักยภาพในการบริการลูกค้าและเอาใจใส่ลูกค้า การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการมาใช้บริการโดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ลูกค้าสงสัย อย่างครบถ้วนที่สุดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความคุ้มค่าในการใช้งานถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจกับบริการของทางบริษัท แนวโน้มที่ทำให้บริษัทมีความเจริญเติบโตทางธุรกิจก็เพิ่มขึ้น

5.7 คู่แข่งขัน 1.ร้าน Littlethin 2.ร้าน cosmo 3.ร้าน แสงนัวร์

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	JJ LAMP	Littlething	Cosmo	แสงนัวร์
ตัวสินค้า	โคมไฟจากไม้ไผ่ติดม รูปทรงเรียวกระแซง	โคมไฟทรง สี่เหลี่ยม	โคมไฟจาก ขวดน้ำ	โคมไฟจาก กล่องนม
ด้านราคา	ราคา 650 บาท	ราคา 750 บาท	ราคา 600 บาท	ราคา 700 บาท
ด้าน ช่องทางการจัด จำหน่าย	- Facebook -Instagram - หน้าร้าน jj lamp	-Instagram : littlething หน้าร้าน littlething	- ตลาดนัดใจ โต หน้าร้าน cosmo	- โฮมโปร หน้าร้าน แสงนัวร์

ด้าน ส่งเสริมการตลาด	- ซื้อคอมไฟที่หน้าร้าน 2 มีบริการส่งฟรีเคอรี่	กดLike+Shareรับ ส่วนลด 5%	ไม่มีกาส่งเสริม การตลาด	ให้ส่วนลด 5%เมื่อซื้อ ครบ 1400 บาท
-------------------------	--	------------------------------	----------------------------	---

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	- บุคลากรมีความชำนาญในการทำงาน - ผู้บริหารงานมีการวางแผนงานอย่างมีประสิทธิภาพ	- มีจำนวนบุคลากรไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน
ด้านการตลาด	- มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลของผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดให้ผู้บริโภครับรู้ผ่านสื่อ Facebook, Instagram - มีส่วนลดจากการส่งเสริมการขาย	- เป็นบริษัทใหม่ลูกค้ายังไม่รู้จัก และต้องใช้ค่าใช้จ่ายด้านประชาสัมพันธ์จำนวนมาก
ด้านการผลิต	- มีการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง - ส่งมอบสินค้าตามเวลาที่กำหนด	- ใช้เวลาในการผลิตค่อนข้างนาน
ด้านการเงิน	- ใช้เงินลงทุนจากหุ้นส่วนเท่านั้น - มีการบริหารเงินที่เป็นสัดส่วน	- มีเงินลงทุนจำนวนไม่มาก

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยสถานการณ์ในการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาด และ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	- กลุ่มผู้บริโภคที่มีความชอบสินค้าประเภทแฮนด์เมดมีเพิ่มมากขึ้น	- ผู้บริโภคไม่จรรู้จักดีต่อสินค้าประเภทแฮนด์เมด
สถานการณ์แข่งขัน	- การแข่งขันธุรกิจประเภทแฮนด์เมด มีน้อยราย	- มีคู่แข่งแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด ทั้งคู่แข่งรายเก่าและคู่แข่งรายใหม่
สังคม	- เป็นสินค้าที่ทำจากวัสดุเหลือใช้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทำให้ภาพลักษณ์โดดเด่นในมุมมองของลูกค้า	- กระแสสังคมยังไม่ส่งผลมากในเรื่องการรณรงค์การใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ
เทคโนโลยี	- มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้ผู้บริโภครับรู้	- ผู้บริโภคบางรายอาจไม่เล่น Facebook , Instagram
สภาพเศรษฐกิจ	- เศรษฐกิจในปัจจุบันมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังทรัพย์ที่จะซื้อผลิตภัณฑ์	-
กฎหมาย, ระเบียบ, ข้อบังคับ	- ปัจจุบันรัฐบาลให้การสนับสนุนธุรกิจ SME เป็นอย่างมาก	- ระเบียบข้อบังคับของกฎหมายในการจัดตั้งธุรกิจที่มีความยุ่งยากและซับซ้อน
กลุ่มผู้จำหน่าย, เครือข่าย	-	- ขาดตัวแทนในการจัดจำหน่าย

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ JJ LAMP

ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ 119/13 ซ.จตุรมิตร ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ บริษัทจำกัด

ทุนจดทะเบียน เงินที่ลงทุนก่อตั้งบริษัท 100,000 บาท

หมายเลขทะเบียนการค้า 2122242348

6.2 รายนามคณะกรรมการห้างหุ้นส่วน

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1	นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภักทรโมยิต	ประธาน
2	นางสาวอนงค์นาถ บัวตูม	รองประธาน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจในการตัดสินใจอยู่ภายใต้การดูแลของ นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภักทรโมยิต
แต่เพียงผู้เดียว

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล	จำนวน หุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1	นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภักทรโมยิต	7,000	70,000	70%
2	นางสาวอนงค์นาถ บัวตูม	3,000	30,000	30%
	รวมจำนวนหุ้น	10,000	100,000	100%

*มูลค่าหุ้น 10 บาท

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

ชื่อ-นามสกุล นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภักทรโมฆิต อายุ 21 ปี

การศึกษา

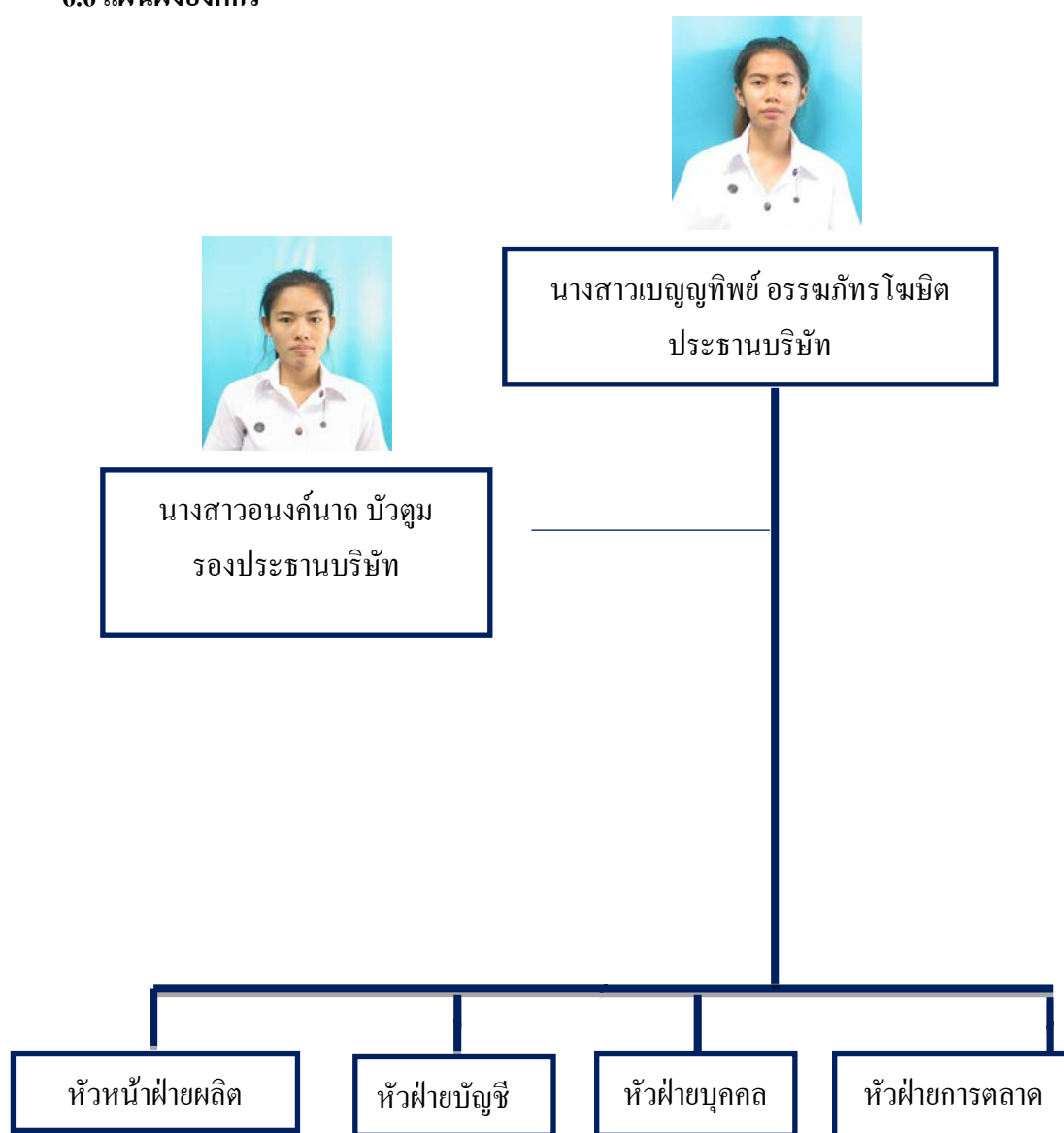
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงจาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชกร ปี พ.ศ.2561

ชื่อ-นามสกุล นางสาวอนงค์นาถ บัวตูม อายุ 22 ปี

การศึกษา

ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงจาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชกร ปี พ.ศ.2561

6.6 แผนผังองค์กร



6.7. หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

ชื่อ	นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภักตร์โมษิต
ตำแหน่ง	ประธาน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ดูแลและควบคุมกิจการ
การศึกษา / คุณสมบัติ	ปวศ. คณะ บริหารธุรกิจ สาขาวิชา การตลาด
อัตราเงินเดือน	10,000 บาท
ชื่อ	นางสาวอนงค์นาถ บัวตูม
ตำแหน่ง	รองประธาน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ผู้จัดการ
การศึกษา / คุณสมบัติ	ปวศ. คณะ บริหารธุรกิจ สาขาวิชา การตลาด
อัตราเงินเดือน	9,000 บาท
ชื่อ	
ตำแหน่ง	หัวหน้าฝ่ายผลิต
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมการผลิตควบคุมคุณภาพสินค้า
การศึกษา / คุณสมบัติ	ปวศ. คณะ
อัตราเงินเดือน	7,000 บาท
ชื่อ	
ตำแหน่ง	หัวหน้าฝ่ายบัญชี
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมงานบัญชี การเงิน จัดซื้อ
การศึกษา / คุณสมบัติ	ปวศ. คณะ
อัตราเงินเดือน	7,000 บาท
ชื่อ	
ตำแหน่ง	หัวหน้าฝ่ายบุคคล
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมงานบุคคลระเบียบแนวปฏิบัติของบริษัท
การศึกษา / คุณสมบัติ	ปวศ. คณะ
อัตราเงินเดือน	7,000 บาท

ชื่อ
 ตำแหน่ง หัวหน้าการตลาด
 หน้าที่ความรับผิดชอบ ควบคุมงานการตลาด การขาย โฆษณา ประชาสัมพันธ์
 การศึกษา / คุณสมบัติ ปวส. คณะ
 อัตราเงินเดือน 7000 บาท

6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับที่	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน	รวมเงินเดือน
1.	ฝ่ายบริหาร	ประธาน	1	10,000.00	10,000.00
2.	ฝ่ายบริหาร	รองประธาน	1	9,000.00	9,000.00
3.	ฝ่ายผลิต	หัวหน้างาน	1	7,000.00	7,000.00
4.	ฝ่ายบัญชี	หัวหน้างาน	1	7,000.00	7,000.00
5.	ฝ่ายบุคคล	หัวหน้างาน	1	7,000.00	7,000.00
6.	ฝ่ายการตลาด	หัวหน้างาน	1	7,000.00	7,000.00
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			6	47,000.00	47,000.00

6.9 วิสัยทัศน์

ใช้ผลิตภัณฑ์ที่รักษาธรรมชาติ นำเสนอสินค้าอย่างมีคุณภาพ สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและขายราคาที่สามารถจับต้องได้

6.10 พันธกิจ

- 1.วางแผนเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีมากขึ้น
- 2.สำรวจตลาดและส่งเสริมการตลาดเพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

- 1.สร้างการรับรู้ตราสินค้าให้ผู้บริโภครับรู้ ผ่านทาง Social Network

เป้าหมายระยะกลาง

- 1.ทำให้สินค้าเป็นที่จดจำของผู้บริโภค
- 2.มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น

เป้าหมายระยะยาว

1. มีการขยายตลาดไปทั่วประเทศ
2. มีส่วนครองตลาดเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์โคมไฟ
3. มีจำนวนลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น

6.12 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. มุ่งเน้นสร้างความแตกต่างของรูปลักษณ์ของโคมไฟ
2. มีราคาที่เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
3. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการ โคมไฟที่ทำมาจากวัสดุเหลือใช้

6.13 นโยบายจ่ายเงินปันผล

1. กำหนดการแบ่งเงินปันผลทางบริษัทจะจ่ายเงินคืนผู้ถือหุ้น ก็ต่อเมื่อกิจการมีผลกำไร
2. หลังจาก 3 ปี เป็นต้นไปจะมีการจ่ายเงินปันผลของแต่ละบุคคลตามจำนวนหุ้น

6.14 แผนการดำเนินการอื่นของธุรกิจ

เมื่อบริษัท JJ LAMP ได้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค บริษัทจะทำการขยายสาขาเพิ่ม เพื่อจะได้ให้บริการผู้บริโภคได้เพิ่มมากขึ้น

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมายทางการตลาด

1. ทำให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก
2. สร้างความพึงพอใจในการบริการต่อลูกค้า
3. ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักในประเทศ

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

ทางบริษัทฯ ได้ผลิตสินค้าที่เป็นนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟเรือกระแซงจากไม้ไผ่เดิมสามารถใช้สอยประโยชน์ได้จริงบริษัทได้กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไว้ ดังนี้

- กลุ่มนักศึกษาไปจนถึงวัยทำงาน
- กลุ่มผู้หญิงอายุ 20 – 65 ปี ที่ชื่นชอบในงานประดิษฐ์
- กลุ่มคนทั่วไปที่ชอบงาน Handmade

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ร้าน JJ LAMP เป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โคมไฟเรือกระแซงที่ทำจากไม้ไผ่ดิบ ผลิตภัณฑ์เป็นรูปทรงเรือกระแซงโดยมีราคาอยู่ที่ 650 บาท มีการรับประกันสินค้าหลังการขายหากสินค้าชำรุดในระยะเวลา 15 วัน สามารถนำมาเปลี่ยนได้ที่ร้าน มีช่องทางการจัดจำหน่ายทางหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ Facebook และ Instagram การส่งเสริมทางการตลาด ชื่อโคมไฟที่หน้าร้าน 2 ตัว จัดส่งฟรีkerry



7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

ผลิตภัณฑ์โคมไฟเรือกระแซงจากไม้ไผ่ดิบมีราคาเดียวคือ 650 บาท โดยมีการคำนวณจากราคาต้นทุนรวมไปถึงปริมาณวัสดุที่ใช้ มีส่วนลดให้เมื่อซื้อสินค้าตามเงื่อนไขของทางบริษัท มีช่องทางการชำระเงินหลายช่องทาง เช่น ชำระโดยเงินสด ชำระผ่านบริการแอปพลิเคชันของธนาคารหรือบริการพร้อมเพย์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า

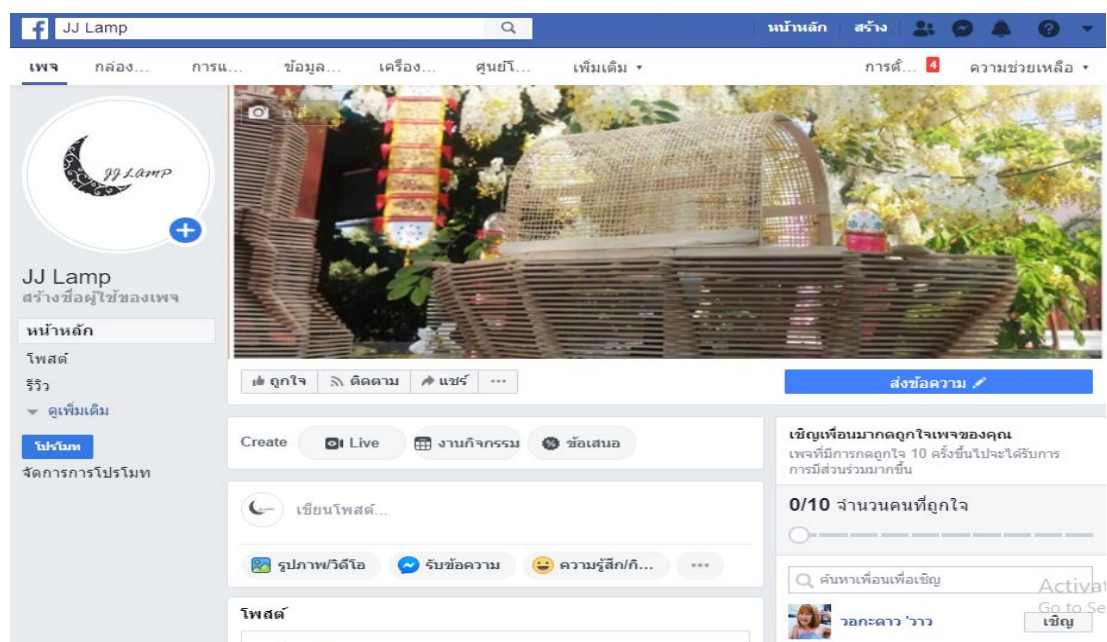


ธนาคารกสิกร ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงเทพ

7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ร้านผลิตและจำหน่ายตั้งอยู่ที่ 119/13 ซ.จตุรมิตร ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540 และมีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook : JJ LAMP โคมไฟเรือกระแซงและ Instagram : JJ_LAMP

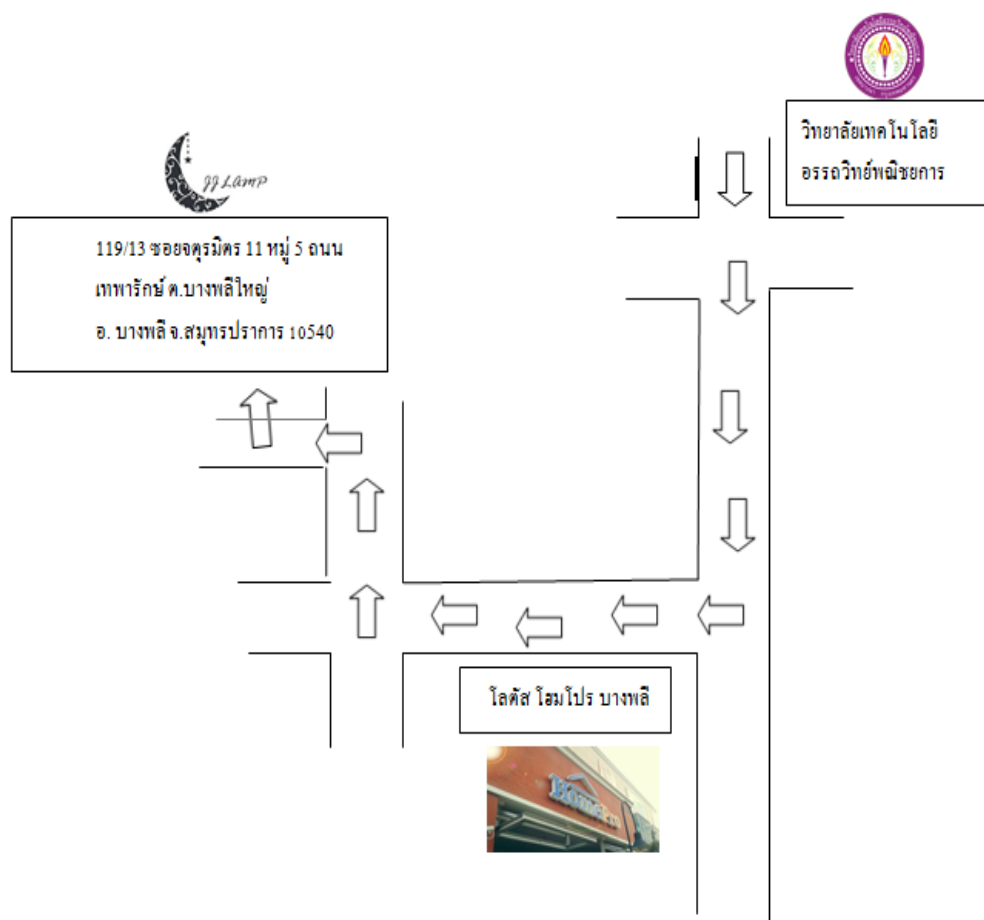
ช่องทาง Facebook :JJ LAMP โคมไฟเรือกระแซง



Instagram:JJ_LAMP



สถานที่ดำเนินงาน



7.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ซื้อคอมไฟที่หน้าร้าน 2 ตัว ส่งฟรี kerry
- เมื่อมียอดสั่งซื้อทางช่องทางออนไลน์ไม่ว่าจะเป็น Facebook หรือ Instagram ตั้งแต่ 1,000 บาทขึ้นไปปรับส่วนลด 10%
- มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทาง Facebook และ Instagram
- มีป้ายหน้าร้าน



LOGO ร้าน



ป้ายหน้าร้าน

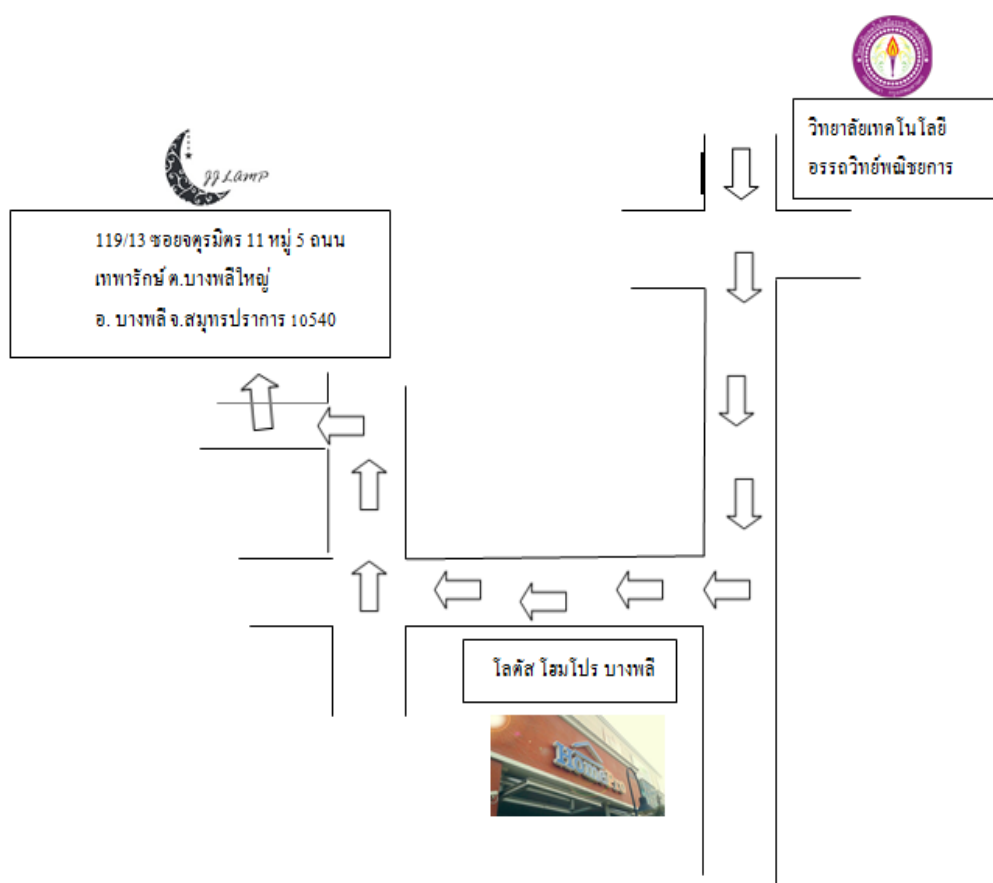


8.แผนการผลิต

8.1 สถานประกอบการในการผลิต

ที่ตั้งสถานที่ขาย 119/13 ซ.จตุรมิตร11 หมู่5 ต.เทพารักษ์ ต.บางพลีใหญ่

อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540



8.2 เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	จำนวน	การใช้งาน	ราคาทุน	อายุ
1	กรรไกร	5	ตัดตาข่ายอาคะบ่า	150.00	5 เดือน
2	คัตเตอร์	5	ตัดไม้ไผ่	100.00	3 เดือน
3	กาว	10	ติดไม้	100.00	3 เดือน
4	แปรงทาสี	2	ทาสี	200.00	5 ปี

8.3 ข้อมูลการผลิต

จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด 20/วัน 560ตัว/เดือน 6,240/ปี

อัตราประมาณการในการผลิต 20/วัน 560ตัว/เดือน 6,240/ปี

เป้าหมายหน่วยการผลิต 20/วัน 560ตัว/เดือน 6,240/ปี

เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการผลิต 2 ชั่วโมง/ตัว

เวลาผลิตต่อวัน 8 ชั่วโมง

จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต 6 คน

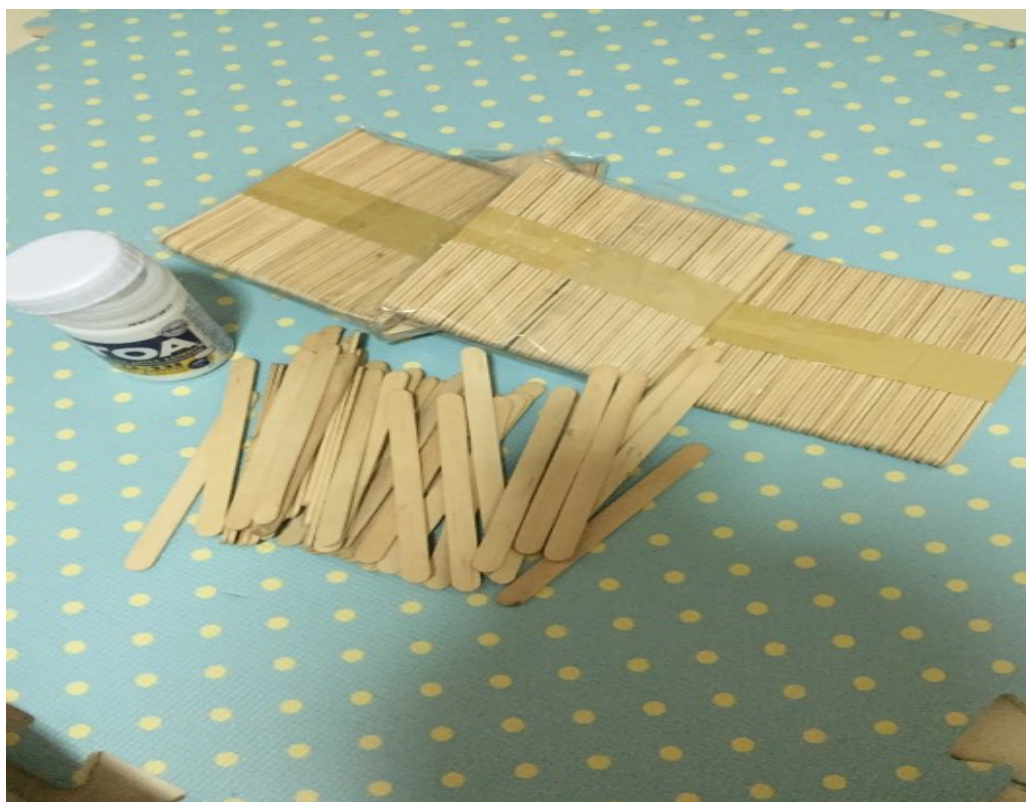
อัตราค่าแรงงานในการผลิต 300 บาท

8.4 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

1. ไม้ไผ่
2. กรรไกร
4. ชุดหลอดไฟLED
5. อุปกรณ์ตกแต่ง
6. กาว

8.5 แผนผังกระบวนการผลิต

1. อุปกรณ์ในการทำโคมไฟ



2. วางฐานเรือ





3.นำฐานเรือประกอบกัน



4.ปิดฐานเรือ



5.สร้างโครงหลังคา



6. ใต้หลังคา



9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

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

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน

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

9.3 สมมุติฐานทางการเงิน

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้-%	-	5%	5%
การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า-%	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการผลิต-%	-	5%	5%
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย1-%	-	5%	5%
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย2-%	-	-	-
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย3-%	-	-	-
ระยะเวลาที่ใช้ในการคำนวณในปี-วัน/เดือน	26วัน/เดือน		
อัตราคิดกระแสเงินสด(Discount Rate)-%	-		
สมมุติฐานทางการเงินอื่น ๆ	-		

9.4 นโยบายทางการเงิน

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
ระยะเวลาให้เครดิตการขายสินค้า – วัน/เดือน	-	-	-
ระยะเวลาเครดิตการขายสินค้า – วัน/เดือน	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะสั้นที่ขอกู้(ถ้ามี)-บาท	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะยาวที่ขอกู้(ถ้ามี)-บาท	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น-%	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว-%	-	-	-
นโยบายการตั้งสำรองเงินสดในกิจการ	50,000		
การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขอื่น ๆ	-		
นโยบายทางการเงินอื่น ๆ	-		

9.5 ประมาณการในการผลิตรายเดือน

รายการ	เดือนที่1	เดือนที่2	เดือนที่3	เดือนที่4	เดือนที่5	เดือนที่6	เดือนที่7	เดือนที่8	เดือนที่9	เดือนที่10	เดือนที่11	เดือนที่12
จำนวนสินค้าขาย (ลำ)												
โคมไฟ	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00
รวมจำนวนสินค้าขาย	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00	520.00
ราคาสินค้า (บาท)												
โคมไฟ	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00
ราคาสินค้าเฉลี่ย	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00
รายได้จากการขาย สินค้า												
โคมไฟ	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00
รวมรายได้	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00
รวมรายได้สะสม (บาท)	338,000.00	676,000.00	1,014,000.00	1,352,000.00	1,190,000.00	2,028,000.00	2,366,000.00	2,704,000.00	3,042,000.00	3,380,000.00	3,718,000.00	4,056,000.00
ถูกหักการค้า (บาท)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดรับ (บาท)	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00	338,000.00

9.6 ประเมินการรายได้จากการขายสินค้า

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
จำนวนสินค้าขาย (ตัว)			
โคมไฟ	6,240.00	6,552.00	7208.00
สินค้าที่ 2	-	-	-
รวมจำนวนสินค้าขาย	6,240.00	6,552.00	7208.00
รวมสินค้า (บาท)			
โคมไฟ	650.00	650.00	650.00
สินค้าที่ 2	-	-	-
ราคาสินค้าเฉลี่ย	650.00	650.00	650.00
รายได้จากการขาย (บาท)			
โคมไฟ	4,056,000.00	4,258,800.00	4,685,200.00
สินค้าที่ 2	-	-	-
รวมรายได้จากการขาย (บาท)	4,056,000.00	4,258,800.00	4,685,200.00
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
ขายด้วยเงินสด	4,056,000.00	4,258,800.00	4,685,200.00
ขายด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน/เดือน)	-	-	-
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	4,056,000.00	4,258,800.00	4,685,200.00
เงินสดรับจากการขายสินค้า (บาท)	4,056,000.00	4,258,800.00	4,685,200.00

9.7 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
จำนวนวัตถุดิบในการผลิต (หน่วย)			
ไม้ไผ่ (24แพ็ค = 8 บาท.)	780.00	819.00	901.00
ชุดหลอดไฟ (1ลัง = 24 ชุด = 25 บาท)	260.00	273.00	301.00
กาว (1ลัง = 6 กระป๋อง = 10 บาท)	260.00	273.00	301.00
เยื่ออาบาค่า (24ม้วน/ลัง ม้วนละ10บาท)	260.00	273.00	301.00
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ (บาท/หน่วย)			
ไม้ไผ่ (24แพ็ค = 8 บาท.)	192.00	201.60	221.76
ชุดหลอดไฟ (1ลัง = 24 ชุด = 25 บาท)	600.00	630.00	693.00
กาว (1ลัง = 6 กระป๋อง = 10 บาท)	60.00	63.00	69.30
เยื่ออาบาค่า (24ม้วน/ลัง ม้วนละ10บาท)	240.00	252.00	277.20
ต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)			
ไม้ไผ่ (24แพ็ค = 8 บาท.)	147,760.00	165,110.40	199,805.76
ชุดหลอดไฟ (1ลัง = 24 ชุด = 25 บาท)	156,000.00	171,990.00	208,593.00
กาว (1ลัง = 6 กระป๋อง = 10 บาท)	15,600.00	17,199.00	20,859.30
เยื่ออาบาค่า (24ม้วน/ลัง ม้วนละ10บาท)	62,400.00	68,796.00	83,437.20
รวมต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)	383,760.00	423,095.40	512,695.26
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า	383,760.00	423,095.40	512,695.26
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	-	-	-
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน/เดือน)	-	-	-
มูลค่าเจ้าหนี้การค้าวัตถุดิบและสินค้าซื้อมา	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อผลิต	383,760.00	423,095.40	512,695.26

9.8 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนขายสินค้า

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
ต้นทุนผลิตสินค้า (บาท)			
ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้า	383,760.00	423,095.40	512,695.26
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อการผลิต	-	-	-
ค่าแรงงานในการผลิต	561,600.00	589,680.00	648,648.00
ค่าไฟฟ้าในการผลิต	24,000.00	25,200.00	27,720.00
ค่าน้ำประปาในการผลิต	8,400.00	8,820.00	9,702.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	3,120.00	3,276.00	3,603.00
ค่าบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์	2,400.00	2,520.00	2,772.00
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการผลิต	-	-	-
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า (1)	983,280.00	1,052,591.40	1,205,140.86
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)			
ค่าเสื่อมราคาโรงงานในการผลิต	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์ (20%)	110.00	110.00	110.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	-	-	-
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต	110.00	110.00	110.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น (1) + (2)	983,390.00	1,052,701.40	1,205,250.86
+ บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	983,390.00	1,052,701.40	1,205,250.86

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	564,000.00	592,200.00	651,420.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	18,000.00	18,900.00	20,790.00
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	10,800.00	11,340.00	12,474.00
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	3,000.00	3,150.00	3,465.00
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	7,800.00	8,190.00	9,009.00
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	3,000.00	3,150.00	3,465.00
ค่าใช้จ่ายวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงาน	-	-	-
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่าง ๆ	-	-	-
ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย	-	-	-
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	14,400.00	15,120.00	16,632.00
ค่าใช้จ่ายเช่าโกดัง	90,000.00	94,500.00	103,950.00
ค่าใช้จ่าย Commission จากการขาย	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย(1)	745,200.00	782,460.00	860,706.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย			
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน (5%)	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน (20%)	5,000.00	5,000.00	5,000.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ	-	-	-
รวมค่าเสื่อมราคา	5,000.00	5,000.00	5,000.00
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย (1) + (2)	750,200.00	787,460.00	865,706.00

9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
รายได้			
รายได้จากการขายสินค้า	4,056,000.00	4,258,800.00	4,685,200.00
รายได้อื่น	-	-	-
รวมรายได้	4,056,000.00	4,258,800.00	4,685,200.00
หัก-ต้นทุนขายสินค้า	983,390.00	1,052,701.40	1,205,250.86
กำไรขั้นต้น	3,072,610.00	3,206,098.60	3,479,949.14
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	750,200.00	787,460.00	865,706.00
กำไรจากการดำเนินการ	2,322,410.00	2,418,638.60	2,614,243.14
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	2,322,410.00	2,418,638.60	2,614,243.14
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล (15%)	348,361.50	362,795.79	392,136.47
กำไรสุทธิ	1,974,048.50	2,055,842.81	2,222,106.67
หัก-เงินปันผลจ่าย (10%)	-	-	-
กำไรสะสม	-	1,974,048.50	81,794.31
กำไร (ขาดทุน) สิทธิต่อหุ้น	1,974,048.50	81,794.31	2,140,312.36
มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น	19.74	0.81	21.40

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
กระแสเงินสดจากการดำเนินการ			
เงินสดรับจากการขายสินค้า	4,056,000.00	4,258,800.00	4,685,200.00
เงินสดรับจากรายได้อื่น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	983,390.00	1,052,701.40	1,205,250.86
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	750,200.00	787,460.00	865,706.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	348,361.50	362,795.79	392,136.47
กระแสเงินสดจากการดำเนินการรวม	1,974,048.50	2,055,842.81	2,222,106.67
กระแสเงินสดจากการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อาคาร	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ส่วนตกแต่ง	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	25,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	25,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน	50,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม	1,924,048.50	2,055,842.81	2,222,106.67
กระแสเงินสดสุทธิ	-	-	-
บวก+กระแสเงินสดต้นงวด	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	1,924,048.50	2,055,842.81	2,222,106.67

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	1,924,048.50	2,055,842.81	2,222,106.67
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมทรัพย์หมุนเวียน	1,924,048.50	2,055,842.81	2,222,106.67
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	50,000.00		
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	50,000.00	-	-
รวมสินทรัพย์	1,974,048.50	2,055,842.81	2,222,106.67
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
หนี้สินหมุนเวียน			
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน(ต่ำกว่า)ทุน	1,974,048.50	81,794.31	2,140,312.36
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	1,974,048.50	81,794.31
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	-	-	-
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,974,048.50	2,055,842.81	2,222,106.67

9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	-	-	-
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	สภาพคล่องสูง	สภาพคล่องสูง	สภาพคล่องสูง
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน			
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	-	-	-
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-
ระยะเวลาดินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราการหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนหนี้สิน (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน			
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	75.75%	75.28%	74.27%
อัตรากำไรจากการดำเนินการ (เปอร์เซ็นต์)	57.25%	56.79%	55.79%
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	48.67%	48.27%	47.42%
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per Share)	19.74	0.81	21.40
มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book Value)	10	10	10
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	3ปี		
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)			
ระยะเวลาคืนทุน			

10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1.	มีกระแสการเปลี่ยนแปลงรูปแบบคอมพิวเตอร์บ่อยครั้ง	ลูกค้าเลือกซื้อรูปแบบคอมพิวเตอร์แบบใหม่มากกว่า	เปลี่ยนแปลงรูปแบบเพิ่มรูปแบบสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
2.	คู่แข่งทางการตลาดมีจำนวนมาก	ลูกค้ามีตัวเลือกเพิ่มขึ้นและอาจหันไปซื้อสินค้าจากคู่แข่ง	ติดตามสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและปรับเปลี่ยนสินค้าให้ตอบสนองกับความต้องการ
3.	ตัวเลือกสินค้าน้อย	ทำให้รายรับโดยรวมของกิจการลดลงเนื่องจากลูกค้าไม่ให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์อื่นที่มีรูปแบบแปลกใหม่	ออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะใหม่ที่แตกต่างจากเดิม

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากไม้ไผ่

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
3 ก.ค. 61	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2	900	1,800						1,800
6 ก.ค. 61	ค่าปริญเอกสารอนุมัติโครงการ				7 แผ่น	2	14			1,786
21 ส.ค. 61	ค่าปริญเอกสารบทที่ 1 - 3				100 แผ่น	2	200			1,586
27 ก.ย. 61	ไม้ไผ่กริม				10 แพค	15	150			1,436
27 ก.ย. 61	หลอดไฟ				1 ดวง	80	80			1,356
27 ก.ย. 61	สายไฟ				1 ชุด	110	110			1,246
27 ก.ย. 61	ปืนกาว				1 อัน	200	200			1046
27 ก.ย. 61	กาวแท่ง				5 แพค	15	75			971
27 ก.ย. 61	อุปกรณ์ตกแต่ง				1 แพค	50	50			921
5 พ.ย. 61	ค่าป้ายไวนิล				1 ผืน	700	700			221
รวม				1,800			1,579			221

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	ขอยกมา(27 ก.ย. 61)									221
4 ธ.ค.61	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2	300	600						821
6 ธ.ค.61	ค่าถ่ายเอกสารแบบสอบถาม				100 แผ่น	1	100			721
15 ม.ค. 62	ค่าปริ้นเอกสารบทที่ 4-5				60 แผ่น	2	120			601
25 ม.ค. 62	ค่าปริ้นบรรณานุกรมและภาคผนวก				51 แผ่น	2	102			499
7 ก.พ. 62	ค่าปริ้นส่วนหน้าโครงการ				10 แผ่น	2	20			479
7 ก.พ. 62	ค่าเช่าเล่ม				1 ชุด	1	200			279
7 ก.พ. 62	ค่าซีดีและหน้าปก				1 ชุด	30	30			249
รวม				600			572			249

สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์หอคอยโคมไฟ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

ลงทุน	2,400 บาท
-------	-----------

หักค่าใช้จ่าย	2,151 บาท
---------------	-----------

คงเหลือสุทธิ	249 บาท
--------------	---------

นำเงินส่วนที่เหลือคืนแก่สมาชิก ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

1. นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภักทรโมยิต	124 บาท
-----------------------------------	---------

2. นางสาวอนงค์นาถ บัวตูม	125 บาท
--------------------------	---------

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภักทรโณมิต		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
15 มิ.ย. 62	รวมกลุ่มคิดหัวข้อโครงการ	
22 มิ.ย. 62	ประชุมและหาอาจารย์ปรึกษาหารือ	
22 มิ.ย. 62	จัดทำและเสนอแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ	
23 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ ครั้งที่ 1	
7 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 1	
8 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 1	
9 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 2	
11 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์	
21 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 2	
24 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 1	
28 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์	
2 ส.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 3	
8 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 1	
19 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 2	
21 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
22 ส.ค. 62	จัดทำและส่งแผนธุรกิจ	
25 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งแผนธุรกิจ ครั้งที่ 1	
2 ก.ย. 62	รวบรวมเอกสารนำเสนอโครงการ	
3 ก.ย. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
6 ก.ย. 62	แก้ไข ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1 ครั้งที่ 1	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
25 ก.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	

นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภัทรโมษิต		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
1 ต.ค. 62	ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำงานสิ่งประดิษฐ์	
2 ต.ค. 62	ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์	
3 ต.ค. 62	จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน	
4 ต.ค. 62	นำกาวมาติดกับไม้ไอศกรีมและสร้างตัวเรือโคมไฟแล้วนำสายไฟ ลอดจากใต้ท้องเรือพร้อมนำหลอดไฟมาใส่ขั้ว	
5 ต.ค. 62	นำตัวเรือมาใส่โครงหลังคาเรือแล้วติดกาวให้แน่น	
6 ต.ค. 62	หลังจากกาวแห้งเรียบร้อยแล้วติดอุปกรณ์ตกแต่งต่างๆให้สวยงาม	
7 ต.ค. 62	ทดสอบความทนทานและถ่ายภาพผลงาน	
12 ต.ค. 62	ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน	
15 ต.ค. 62	ส่งแบบไวนิล	
25 ต.ค. 62	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเข้านิเทศโครงการ	
2 พ.ย. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 1-3 ตามที่คณะกรรมการแนะนำ เตรียมนำเสนอรอบที่ 2	
2 พ.ย. 62	สั่งทำป้ายไวนิลและรับของ	
3 พ.ย. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
19 พ.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
2 ธ.ค. 62	จัดทำและส่งแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
5 ธ.ค. 62	ทำการแก้ไขเนื้อหาและส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
12 ธ.ค. 62	เตรียมจัดแสดงภายในงาน ATC นิทรรศน์	
13 ธ.ค. 62	จัดแสดงสิ่งประดิษฐ์งาน ATC นิทรรศน์และแจกแบบสอบถามใน งาน ATC นิทรรศน์	
15 ธ.ค. 62	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล)	
16 ธ.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 4 ครั้งที่ 1	
18 ธ.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 4 ฉบับสมบูรณ์	

นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภัทรโมษิต		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
11 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (สรุปบัญชี)	
20 ม.ค. 63	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม	
22 ม.ค. 63	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม ครั้งที่ 1	
27 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม ฉบับสมบูรณ์	
3 ก.พ. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ข และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
3 ก.พ. 63	แก้ไขเอกสารภาค ผนวก ข และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
3 ก.พ. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ค และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
3 ก.พ. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ง และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
6 ก.พ. 63	จัดทำกิตติกรรมประกาศ/สารบัญ พร้อมนำกลับมาแก้ไข	
10 ก.พ. 63	ส่งกิตติกรรมประกาศ/สารบัญต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
11 ก.พ. 63	จัดทำบทคัดย่อ/ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
12 ก.พ. 63	นำบทคัดย่อกลับมาแก้ไข/ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
15 ก.พ. 63	จัดทำส่วนหน้าปก สารบัญ และนำส่งรูปเล่มโครงการ	
19 ก.พ. 63	แก้ไขจุดบกพร่อง	
26 ก.พ. 63	นำส่งรูปเล่มโครงการฉบับสมบูรณ์ พร้อมซีดี	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวอนงค์นาถ บัวตูม		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
15 มิ.ย. 62	รวมกลุ่มคิดหัวข้อโครงการ	
22 มิ.ย. 62	ประชุมและหาอาจารย์ปรึกษาหารือ	
22 มิ.ย. 62	จัดทำและเสนอแบบฟอร์มอนุมัติโครงการ	
23 มิ.ย. 62	แก้ไขและส่งใบอนุมัติโครงการ ครั้งที่ 1	
7 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 1	
8 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 1	
9 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 1 ครั้งที่ 2	
11 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 1 ฉบับสมบูรณ์	
21 ก.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 2	
24 ก.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 2 ครั้งที่ 1	
28 ก.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 2 ฉบับสมบูรณ์	
2 ส.ค. 62	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 3	
8 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 1	
19 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 3 ครั้งที่ 2	
21 ส.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 3 ฉบับสมบูรณ์	
22 ส.ค. 62	จัดทำและส่งแผนธุรกิจ	
25 ส.ค. 62	แก้ไขและส่งแผนธุรกิจ ครั้งที่ 1	
2 ก.ย. 62	รวบรวมเอกสารนำเสนอโครงการ	
3 ก.ย. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
6 ก.ย. 62	แก้ไข ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 1 ครั้งที่ 1	
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 1	
25 ก.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
1 ต.ค. 62	ประชุมวางแผนขั้นตอนการดำเนินงานประดิษฐ์	
2 ต.ค. 62	ระดมทุนจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์	
3 ต.ค. 62	จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน	

นางสาวอนงค์นาถ บัวตุม		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
4 ต.ค. 62	นำกาวมาติดกับไม้ไอศกรีมและสร้างตัวเรือโคมไฟแล้วนำสายไฟ ลอดจากใต้ท้องเรือพร้อมนำหลอดไฟมาใส่ขั้ว	
5 ต.ค. 62	นำตัวเรือมาใส่โครงหลังคาเรือแล้วติดกาวให้แน่น	
6 ต.ค. 62	หลังจากกาวแห้งเรียบร้อยแล้วติดอุปกรณ์ตกแต่งต่างๆให้สวยงาม	
7 ต.ค. 62	ทดสอบความทนทานและถ่ายภาพผลงาน	
12 ต.ค. 62	ออกแบบป้ายไวนิลนำเสนอผลงาน	
15 ต.ค. 62	ส่งแบบไวนิล	
25 ต.ค. 62	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเข้านิเทศโครงการ	
2 พ.ย. 62	แก้ไขเอกสารบทที่ 1-3 ตามที่คณะกรรมการแนะนำ เตรียมนำเสนอรอบที่ 2	
2 พ.ย. 62	สั่งทำป้ายไวนิลและรับของ	
3 พ.ย. 62	จัดทำ ppt. นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการรอบที่ 2	
19 พ.ย. 62	แก้ไขเอกสารโครงการตามคำแนะนำของคณะกรรมการ	
2 ธ.ค. 62	จัดทำและส่งแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
5 ธ.ค. 62	ทำการแก้ไขเนื้อหาและส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
12 ธ.ค. 62	เตรียมจัดแสดงภายในงาน ATC นิทรรศน์	
13 ธ.ค. 62	จัดแสดงสิ่งประดิษฐ์งาน ATC นิทรรศน์และแจกแบบสอบถามใน งาน ATC นิทรรศน์	
15 ธ.ค. 62	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล)	
16 ธ.ค. 62	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 4 ครั้งที่ 1	
18 ธ.ค. 62	ส่งเอกสารบทที่ 4 ฉบับสมบูรณ์	
11 ม.ค. 63	จัดทำเอกสารบทที่ 4 (สรุปบัญชี)	
20 ม.ค. 63	จัดทำและส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม	

นางสาวนงคณาถ บัวตูม		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
22 ม.ค. 63	แก้ไขและส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม ครั้งที่ 1	
27 ม.ค. 63	ส่งเอกสารบทที่ 5 และบรรณานุกรม ฉบับสมบูรณ์	
3 ก.พ. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ข และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
3 ก.พ. 63	แก้ไขเอกสารภาค ผนวก ข และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
5 ก.พ. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ค และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
5 ก.พ.. 63	จัดทำเอกสารภาค ผนวก ง และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
6 ก.พ.. 63	จัดทำกิจกรรมประกาศ/สารบัญ พร้อมนำกลับมาแก้ไข	
10 ก.พ. 63	ส่งกิจกรรมประกาศ/สารบัญต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
11 ก.พ. 63	จัดทำบทคัดย่อ/ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
12 ก.พ. 63	นำบทคัดย่อกลับมาแก้ไข/ส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
15 ก.พ. 63	จัดทำส่วนหน้าปก สารบัญ และนำส่งรูปเล่มโครงการ	
19 ก.พ. 63	แก้ไขจุดบกพร่อง	
26 ก.พ. 63	นำส่งรูปเล่มโครงการฉบับสมบูรณ์ พร้อมซีดี	

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ โคมไฟจากไม้ไผ่ไผ่สกริม ปฏิบัติงาน
ระยะเวลาตั้งแต่ 1 – 30 ตุลาคม 2561 สถานที่ปฏิบัติงานคือ 119/13 ซ.จตุรมิตร ถ.เทพารักษ์

ต.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

ได้เก็บเงินจากสมาชิกกลุ่มคนละ 1,200 บาท จำนวน 2 คน รวมเป็นจำนวน 2,400 บาท เสียค่าใช้จ่าย
ด้านวัสดุอุปกรณ์ เป็นจำนวนเงิน 2,151 บาท คงเหลือ 249 บาท โดยการดำเนินงานบรรลุการเรียนรู้
วิชาโครงการดังนี้

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

สรุปตารางการปฏิบัติงาน

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
1	24-28 มิ.ย.62	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ
2	11 มิ.ย.62	ส่งเนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)
3	28 ก.ค. 62	ส่งเนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)
4	21 ส.ค. 62	ส่งเนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนิน โครงการ)

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
5	22 ส.ค.62	จัดทำแผนธุรกิจ - บทสรุปผู้บริหาร - วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ - ความเป็นมาของธุรกิจ - ผลิตภัณฑ์ - วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด - แผนการบริหารจัดการ - แผนการตลาด - แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ - แผนการเงิน - แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง
6	3-6 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมPresent งาน)
7	21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1 (โครงการ +บทที่1-3 + แผนธุรกิจ)
8	1-31 ต.ค. 62	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/ งานประดิษฐ์) เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
9	25 ต.ค. 61	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน นำเสนองานโครงการ การออกร้านจัดแสดง สินค้า หรือบริการ
10	16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน จัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)
11	13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์
12	18 ม.ค. 63	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 -ปฏิบัติงานรายบุคคล -บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ
13	27 ม.ค. 63	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ)

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
14	27 ม.ค. 63	กำหนดส่ง บรรณานุกรม
15	3 ก.พ. 63	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก
		ภาคผนวก ข
		ภาคผนวก ค
		ภาคผนวก ง
16	11 ก.พ. 63	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ , บทคัดย่อ
17	15 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ
18	26 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. ปัญหาด้านการใช้อุปกรณ์สมาชิกขาดความชำนาญการใช้งาน
2. สมาชิกในกลุ่มไม่มีพื้นฐานด้านการออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความล่าช้า
3. สภาพอากาศแปรปรวนเช่น ฝนตก/พายุเข้า ทำให้ส่งผลกระทบในระหว่างการปฏิบัติงานอาจทำให้ชิ้นงานเกิดความเสียหาย

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

1. ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในการใช้อุปกรณ์ และฝึกฝนการใช้อุปกรณ์
2. ค้นหาข้อมูลการออกแบบของตัวผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่และทันสมัยทางอินเทอร์เน็ต สอบถามอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ
3. ตรวจสอบสภาพอากาศ และเก็บชิ้นงานให้เรียบร้อยทุกครั้งหลังปฏิบัติงาน

บรรณานุกรม

- ณัฐวัตร คำอินทร์ และคณะ. (2556). **โครงการชุดคอมพิวเตอร์ไฟจากไม้อัด Light Brand**. หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด,วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ ถนนม บรียุต. (2557). **ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด**. สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2562, จาก <https://fifathanom.wordpress.com>
- ปัทมา ศิริวงษ์ และคณะ. (2556). **คอมพิวเตอร์ไฟกะลามะพร้าว**. หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด,วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
- ไพฑูรย์ พรไพบูลย์พงษ์. (2557). **การวิจัยศึกษาสภาพและปัญหาการตลาดการค้าสิ่งประดิษฐ์ไม้ของผู้ประกอบการค้าตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก,วิทยานิพนธ์ปริญญา** มหาบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมการพัฒนา, มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
- ภัทราวุฒิ ชาโคตร. (2555). **กระบวนการตัดสินใจซื้อ**. ค้นข้อมูล 23 กรกฎาคม 2562,จาก <https://www.gotoknow.org/posts/3314781>
- โรงเรียนเทศบาลวัดเหมืองแดง. (2557). **แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์**. สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2562, จาก <http://netra./pru.ac.th>
- รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์. (2557). **ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค**. สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2562, จาก <http://thesisavenue.blogspot.com>
- วัชรพล วิบูลยศรีน. (2556). **แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์**. สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2562, จาก <https://jarernsri512.wordpress.com>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558). **การเขียนแผนธุรกิจ**. สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.thaifranchisecenter.com>
- สำนักบรรณสารและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล. (2555). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ** สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2562, จาก <http://library.vu.ac.th>.

ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2563

ชื่อโครงการ โคมไฟไม้ไอศกรีม (JJ Lamp)
ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563
สถานที่การดำเนินงาน 119/13 หมู่ 5 ต.เทพารักษ์ ต.บางพลีใหญ่
 อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

ประมาณการค่าใช้จ่าย

ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | | | | |
|--------------------|----------------|--------------|-------|----------|
| 1. นางสาวเบญญทิพย์ | อรรถภัทร โขนิศ | รหัสประจำตัว | 39744 | ปวส.2/31 |
| 2. นางสาวอนงค์นาถ | บัวตุม | รหัสประจำตัว | 39809 | ปวส.2/31 |

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ

(นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภัทร โขนิศ)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.....

.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)/...../.....

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)/...../.....

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)/...../.....

ชื่อโครงการ	โคมไฟจากไม้ไอศกรีม (JJ Lamp)
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์อุดมพร เปตานนท์
ผู้รับผิดชอบโครงการ	

- | | |
|------------------------------------|------------------|
| 1. นางสาวเบญญทิพย์ อรรถนภัทรโหมยิต | ประธานโครงการ |
| 2. นางสาวอนงค์นาค บัวคุม | รองประธานโครงการ |

หลักการและเหตุผล

เมืองไทยเป็นประเทศที่อยู่ในเขตร้อน คนไทยจะชอบทานอาหารว่าง เช่น ขนมหวานต่างๆ และแน่นอนดังที่กล่าวมานั้นว่าประเทศไทยอยู่ในเขตร้อน อาหารว่างส่วนใหญ่ที่คนชอบทานคือ ไอศกรีม แต่สิ่งหนึ่งที่คนมักลืมนึกถึงและไม่สนใจก็คือปัญหาขยะจากการทานไอศกรีมทานแล้วทิ้งไม่เป็นที่ จะเห็นขยะตามที่สาธารณะกระจายกันไปโดยมองไม่เห็นคุณค่าของไม้ไอศกรีมและลืมนึกถึงประโยชน์ของไอศกรีมไป

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จากการนำวัสดุที่เหลือใช้ของไม้ไอศกรีมมาเพิ่มมูลค่าให้เป็นส่วนผลิตในการสร้างตัวสินค้า ให้ออกมาเป็นโคมไฟที่ทำจากไอศกรีมตามที่ออกแบบและวางแผนไว้ เพื่อดำเนินตามรอยเศรษฐกิจพอเพียง ดังพระราชดำริของพระเจ้าอยู่หัวที่ว่าด้วยการใช้อย่างพอเพียง เช่นเดียวกับกลุ่มของข้าพเจ้าที่นำไม้ไอศกรีมจากการกินไอศกรีมเสร็จแล้วก็ทิ้งไอศกรีมอย่างไร้ค่า แต่ทางกลุ่มของเรานั้นได้คิดค้นที่จะพัฒนาให้ไม้ไอศกรีมกลายเป็นสินค้า ที่มีคุณค่าและสามารถสร้างรายได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์

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

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้
3. วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
3. ทำการวัดและวางไม้ไผ่เสริมเป็นโครงสร้าง
4. นำไม้ไผ่เสริมวางต่อกันให้เป็นโครงสร้างที่วางไว้
5. นำเชือกป่านอะบาค่า มาทำเป็นโครงหลังคาเรือ
6. ทาแล็กเกอร์ แล้วนำหลอดไฟมาต่อเข้ากับเรือกระแซง ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นของการทำงาน

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

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

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ 119/13 ซอยจตุรมิตร 11 หมู่ 5 ถนน เทพารักษ์ ตำบล บางพลีใหญ่

อำเภอ บางพลี จังหวัด สมุทรปราการ 10540

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 1,000 บาท

1. ไม้ไอศกรีม	300 บาท
2. กาว	140 บาท
3. ชุดหลอดไฟLED	250 บาท
4. เชื้อป่านอะบาค่า	10 บาท
รวม	700 บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

ปัญหาและอุปสรรค

วัตถุดิบที่ใช้อาจมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการผลิต

ข้อเสนอแนะ

1. วัสดุที่นำมาใช้ควรหาแหล่งวัตถุดิบสำรองไว้
2. ควรเก็บวัตถุดิบไว้ในที่แห้ง เพื่อป้องกันการขึ้นรา

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ โคมไฟจากไม้ไผ่สกริม

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์อุดมพร เปตานนท์

ผู้รับผิดชอบโครงการ นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภักดิ์ โหมยิต ระดับชั้น ปวส.2/31 เลขที่ 1

นางสาวอนงค์นาถ บัวตูม

ระดับชั้น ปวส.2/31 เลขที่ 2

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

	(ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/งานประดิษฐ์) เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ			
ลำดับ ที่	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 และการออกร้าน จัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	16 พ.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 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางการ พัฒนา))	20-24 ม.ค.63		
14	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	27-31 ม.ค.63		
15	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก-ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติดิ ผู้จัดทำโครงการ	3-7 ก.พ.63		
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
- ตัวอย่างแบบ สอบถาม

รายงานผลแบบสอบถาม

โครงการ ประดิษฐ์โคมไฟจากไม้ไอศกรีม

ร้าน โคมไฟจากไม้ไอศกรีม JJ lame

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการประดิษฐ์โคมไฟจากไม้ไอศกรีม เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 163 คน

แบบสอบถามมี 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อโคมไฟจากไม้ไอศกรีม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ร้อยละของผู้ตอบแบบถามสอบ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	102	68.58
หญิง	61	37.42
รวม	163	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	26	15.95
20 – 30 ปี	47	28.83
31 – 40 ปี	16	9.82
ตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป	74	45.40
รวม	163	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.)	23	14.11
มัธยมศึกษาตอนปลาย(ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.)	20	12.27
อนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	35	21.47

ปริญญาตรี	77	47.24
สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	8	4.91
รวม	163	100.00
4. อาชีพ		
รับจ้าง	24	14.72
นักเรียน/นักศึกษา	55	33.74
พนักงานบริษัท	11	6.75
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	40	24.54
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	29	17.79
อื่น ๆ ไปรกระบุ	4	2.45
รวม	163	100.00
5. รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	43	26.48
10,000 -15,000 บาท	19	11.66
15,001-20,000 บาท	25	15.34
20,000 บาทขึ้นไป	76	46.63
รวม	163	100.00

สรุปแบบสอบถามตอนที่ 1

เพศ เป็นเพศชายมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 68.58%เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 37.42%ตามลำดับ

อายุ เป็นคนที่มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไปมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ45.40%รองลงมา 20 – 30 ปีคิดเป็นร้อยละ 28.83% ต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ15.95% และ31 – 40 ปีคิดเป็นร้อยละ9.82%ตามลำดับ

ระดับการศึกษา เป็นปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ47.24% รองลงมาอนุปริญญา ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)คิดเป็นร้อยละ21.47% ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) คิดเป็นร้อยละ14.11 % มัธยมศึกษาตอนปลาย(ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) คิดเป็นร้อยละ12.27% และปริญญาโท หรือสูงกว่าคิดเป็นร้อยละ4.91%ตามลำดับ

อาชีพ เป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ33.74% รองลงมาธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ24.54% ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ17.79% รับจ้างคิดเป็นร้อยละ14.72% พนักงานบริษัทคิดเป็นร้อยละ6.75%และอื่น ๆ ไปรกระบุ คิดเป็นร้อยละ2.45%ตามลำดับ

รายได้ เป็น20,000 บาทขึ้นไปมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ46.63% รองลงมาต่ำกว่า 10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ26.48% 15,001-20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ15.34%และ10,000 -15,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 11.66%ตามลำดับ

ความพึงพอใจที่มีต่อโครงการธุรกิจประดิษฐ์คอมพิวเตอร์ไฟไหม้ไอศกรีม

แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5 หมายความว่า เห็นด้วย/พึงพอใจมากที่สุด

4 หมายความว่า เห็นด้วย/พึงพอใจมาก

3 หมายความว่า เห็นด้วย/พึงพอใจปานกลาง

2 หมายความว่า เห็นด้วย/พึงพอใจน้อย

1 หมายความว่า เห็นด้วย/พึงพอใจน้อยที่สุด

ความพึงพอใจที่มีต่อโครงการธุรกิจประดิษฐ์คอมพิวเตอร์ไฟจากไม้ไอศกรีม

สามารถจัดลำดับค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)เปรียบเทียบกับเกณฑ์ดังนี้

คะแนน 4.50 – 5.00 คือ เห็นด้วย/พึงพอใจมากที่สุด

คะแนน 3.50 – 4.49 คือ เห็นด้วย/พึงพอใจมาก

คะแนน 2.50 – 3.49 คือ เห็นด้วย/พึงพอใจปานกลาง

คะแนน 1.50 – 2.49 คือ เห็นด้วย/พึงพอใจน้อย

คะแนน 1.00 – 1.49 คือ เห็นด้วย/พึงพอใจน้อยที่สุด

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับเห็นด้วย/พึงพอใจ						
		5	4	3	2	1	($\bar{x}$)	(SD)
ด้านผลิตภัณฑ์								
1	คุณภาพ คุณค่าการใช้งานของผลิตภัณฑ์	52.76	7.24	-	-	-	4.53	0.50
2	รูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์	23.31	8.47	28.22	-	-	4.29	0.72

3	การรับประกันสินค้า	26.38	3.62	-	-	-	4.60	0.44
ด้านราคา								
1	ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพผลิตภัณฑ์	57.06	2.94	-	-	-	4.57	0.49
2	ความเหมาะสมของราคากับการออกแบบ	90.18	9.82	-	-	-	4.90	0.30
3	ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	47.85	2.15	-	-	-	4.48	0.50
ด้านการจัดจำหน่าย								
1	การติดต่อหรือซื้อผลิตภัณฑ์เดินทางได้สะดวก	94.48	5.52	-	-	-	4.94	0.23
2	ร้านตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน	57.06	2.94	-	-	-	4.57	0.50
3	ช่องทางการจัดจำหน่ายหลากหลาย เช่น Facebook Instagram และหน้าร้าน	82.82	7.18	-	-	-	4.83	0.38
ด้านส่งเสริมการตลาด								
1	ชื่อโคมไฟที่หน้าร้าน 2 มีบริการส่งฟรีเคอรี่	90.18	9.82	-	-	-	4.90	0.30
2	มีการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายหน้าร้าน Facebook และ Instagram	22.70	7.30	-	-	-	4.23	0.42

รายการ	($\bar{x}$)	(SD)	ระดับความคิดเห็น
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.47	0.55	มาก
2.ด้านราคา	4.65	0.43	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.78	0.37	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริม	4.57	0.36	มากที่สุด
รวม	4.62	0.43	มากที่สุด

จากรายงานผลแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อโคมไฟไม้ไอศกรีมผู้ตอบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับที่มาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.78$)ตามลำดับ รองลงมาคือด้านราคา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.65$)ด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.57$)ตามลำดับและด้านผลิตภัณฑ์ ระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.47$)ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคอมพิวเตอร์ไมโคร

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างเพียงข้อเดียว ที่ตรงกับความพึงพอใจของท่าน

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

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับเห็นด้วย/พึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์						
1	คุณภาพ คุณค่าการใช้งานของผลิตภัณฑ์					
2	รูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์					
3	การรับประกันสินค้า					
ด้านราคา						
1	ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพผลิตภัณฑ์					
2	ความเหมาะสมของราคากับการออกแบบ					
3	ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย					
ด้านการจัดจำหน่าย						
1	การติดต่อหรือซื้อผลิตภัณฑ์เดินทางได้สะดวก					
2	ร้านตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน					
3	ช่องทางการจัดจำหน่ายหลากหลาย เช่น Facebook Instagram และหน้าร้าน					
ด้านส่งเสริมการตลาด						
1	ชื่อคอมพิวเตอร์ที่หน้าร้าน 2 มีบริการส่งฟรีเคอรี่					
2	มีการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายหน้าร้าน Facebook และ Instagram					

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือของการตอบแบบสอบถาม

คณะผู้จัดทำ

ภาคผนวก ก

ประมวลภาพผลิตภัณฑ์หรือประดิษฐ์ในโครงการ

- ตราสินค้าและรูปผลิตภัณฑ์หรือประดิษฐ์ในโครงการ
- เอกสารสื่อโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์โครงการ
- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์หรือประดิษฐ์ในโครงการ
- รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติโครงการ
- ประมวลภาพอื่นๆ

โลโก้ร้าน

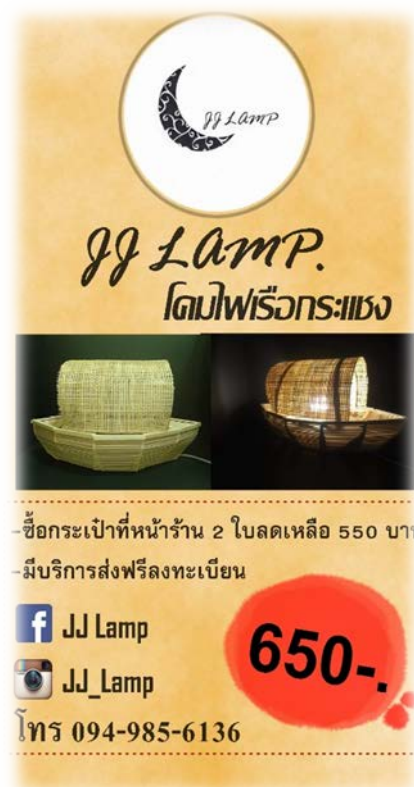


รูปผลิตภัณฑ์

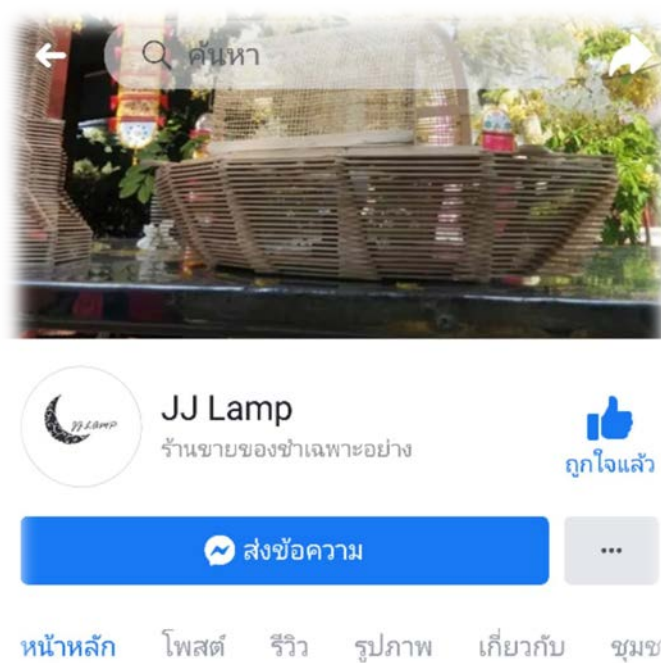


ป้ายประชาสัมพันธ์

ป้ายหน้าร้าน



ประชาสัมพันธ์ออนไลน์



วัสดุอุปกรณ์

1. ไม้ไผ่



2. กาว



3. เชื้อป่านอาบาค่า



4. กัตเตอร์

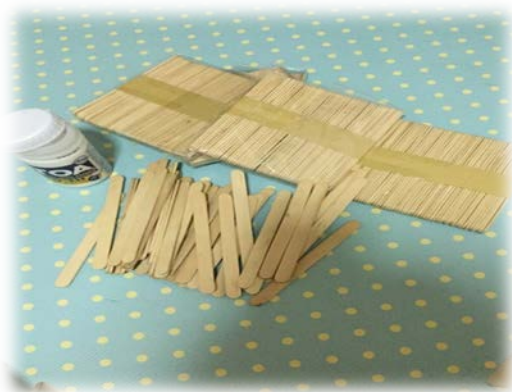


5. ชุดหลอดไฟ



รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. จัดเตรียมอุปกรณ์



2. นำไม้ไอติมมาทากาว



3. วางฐานเรือ



4. นำฐานเรือประกอบกัน



5. ใส่ชุดหลอดไฟเข้ากับตัวเรือ



6. สร้างหลังคาเรือและประกอบเข้ากับตัวเรือ



ภาคผนวก ง

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินการ

ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวเบญญทิพย์ อรรถภักทรโมยิต
วัน เดือน ปี	:	24 กุมภาพันธ์ 2542
สถานที่เกิด	:	กรุงเทพมหานคร
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	ประธานโครงการ
ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวอนงค์นาถ บัวชุม
วัน เดือน ปี	:	21 กรกฎาคม 2539
สถานที่เกิด	:	สกลนคร
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	รองประธานโครงการ