



โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม
Innovation invention project Milk beoxeslamp.

จัดทำโดย

นางสาวอรรณ

โคตมนต์

นางสาวเกวลิน

จันทร์พวง

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
สาขาวิชาการตลาด
วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ปีการศึกษา 2562



โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ โคมไฟจากกล่องนม

Innovation invention project Milk beoxeslamp.

โดย 1. นางสาว อรวรรณ โคตมนต์
2. นางสาว เกวลิน จันทรพิวง

.....
คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา วิชาโครงการ
ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถ
วิทช์พัฒนวิชาการ(ATC.)

.....
(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)
อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(อาจารย์อุดมพร เปตานิษฐ์)
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....
(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)
หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์	โคมไฟจากกล่องนม (Milk beoxeslamp)	
	Innovation invention project Milk beoxeslamp.	
ผู้จัดทำโครงการ	1.นางสาว อรรวรรณ์ โคตรมนต์	รหัสประจำตัว 40593
	2. นางสาว เกวลิน จันท์พวง	รหัสประจำตัว 40891
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์	
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์อุดมพร เปตานนท์	
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด	
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชยการ ปีการศึกษา 2562	

บทคัดย่อ

โครงการเป็นโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) เพื่อประดิษฐ์สิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม2.) เพื่อวางแผนการตลาด แผนการผลิต แผนการบริหารและจัดการ และแผนการเงินของสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม3.) เพื่อวางแผนธุรกิจสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม4.) เพื่อช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งภายนอกและภายใน5.) เพื่อส่งเสริมความจิตนาการและความคิดสร้างสรรค์

มีวิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือขั้นที่ 1. ขั้นตอนเตรียมการ ขั้นที่ 2. ขั้นตอนดำเนินการ และขั้นที่ 3. ขั้นประเมินผล จากผลการดำเนินงาน สรุปได้ดังนี้

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการคือเริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2562ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2563 รวมปฏิบัติงาน.... สัปดาห์.....ครั้ง สถานที่ดำเนินโครงการ 1658 ถนนบางนา-ตราด กม. 4 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 2,000 บาท หักทุนจากการดำเนินการ 1,014บาท เหลืองบในการลงทุน 986บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ สร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา เกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีมมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีทักษะการวางแผนกลยุทธ์การประดิษฐ์สินค้า

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ คือ 1.)การทำงานไม่
เป็นไปตามแบบแผนที่วางแผนไว้เมื่อถึงเวลาที่ต้องปฏิบัติงานจริงเช่น โครงสร้างเปลี่ยนแปลง
รูปทรง 2.)ศึกษาและทำความเข้าใจในเรื่องของการประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนมน้อยเกินไปจึงทำ
ให้เกิดข้อผิดพลาดในขณะปฏิบัติงานจริงบ่อยครั้ง

5. ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ 1.)คณะ
ผู้จัดทำโครงการควรมีการประชุมวางแผนการทำงานกันมากขึ้น 2.)ควรวางแผนแบ่งงานให้เป็น
ระบบเพื่อการทำงานจะได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น 3.)ควรปรึกษาผู้มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการ
ประดิษฐ์วัสดุจากกล่องนมก่อนลงมือปฏิบัติจริง

6. จากรายงานผลจากแบบสอบถามความพึงพอใจสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม มีความ
คิดเห็น ปรากฏการณ์ผลดังนี้ คือ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลสำรวจทัศนคติที่มีต่อนวัตกรรม
สิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม (MILK BOXESLAMP) ของนักศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถ
วิทย์พัฒนชกร ปรากฏผลข้อมูลดังนี้

ในด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.73$, S.D.=
0.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.70$, S.D.=
0.37) ด้านราคา อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.71$, S.D.= 0.42) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่
ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.67$, S.D.= 0.46) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับดีมาก มี
ค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.82$, S.D.= 0.39)

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์ และ อาจารย์อุดมพร เปตานนท์ ที่ปรึกษาโครงการที่ได้ให้คำแนะนำแนวคิดตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ มาโดยตลอดจนโครงการเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณสถานที่ทำงานที่ได้ให้ใช้สถานที่และอุปกรณ์และการปฏิบัติชิ้นงานและเพื่อนๆ สมาชิกภายในกลุ่มทุกคนที่ได้เสียสละส่วนตัวของทุกคนและใส่ใจรายละเอียดของชิ้นงานเพื่อให้ชิ้นงานออกมาเป็นชิ้นงานที่ประสบความสำเร็จและสมบูรณ์ที่สุด

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณเพื่อนๆ จากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการที่ได้ให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถามเรื่องทัศนคติที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม(MILK BOXESLAMP) จนทำให้โครงการสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์

โคมไฟจากกล่องนม

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ.....(ก)

กิตติกรรมประกาศ.....(ข)

บทที่ 1 บทนำ

หลักการและเหตุผล..... 1

วัตถุประสงค์ของโครงการ..... 2

เป้าหมายของโครงการ..... 2

การติดตามผลและการประเมินผลโครงการ..... 2

ผลที่คาดว่าจะได้รับ..... 2

บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้..... 3

แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมเกี่ยวกับผู้บริโภค..... 6

แนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ..... 7

ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด..... 10

ทฤษฎีการเขียนแผนธุรกิจ..... 13

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 18

บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ..... 20

แผนการปฏิบัติงาน..... 21

สถานที่ดำเนินโครงการ..... 22

ขอบเขตด้านงบประมาณและวัสดุอุปกรณ์..... 23

การจัดทำแผนธุรกิจ..... 23

บทสรุปผู้บริหาร..... 23

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ..... 24

ความเป็นมาของธุรกิจ..... 24

ผลิตภัณฑ์..... 25

สารบัญ(ต่อ)

บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)	หน้า
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด.....	26
แผนบริการจัดการ.....	32
แผนการตลาด.....	37
แผนการผลิต.....	41
แผนการเงิน.....	46
แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง.....	58
บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล.....	59
บัญชีรายรับ-รายจ่าย ในโครงการ.....	63
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ.....	64
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ.....	66
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ.....	67
ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา.....	67
บรรณานุกรม.....	68
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ.....	69
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	79
ภาคผนวก ค ประมวลภาพสินค้าหรือบริการในโครงการ.....	87
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ.....	93

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันทุกประเทศทั่วโลกกำลังประสบปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะปัญหาที่เกิดจากขยะที่นับวันจะมีเพิ่มมากขึ้นได้ตระหนักถึงทางเลือกในการนำวัสดุที่เหลือใช้มาทำประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อช่วยลดปัญหาตักค้างของขยะ ลดการใช้พลังงานในการรีไซเคิล และเพื่อเป็นการกระตุ้นเสริมสร้างให้ผู้เรียนเกิดจิตสำนึก มีส่วนร่วมในการจัดการและแก้ไขปัญหาสังแวดล้อมเพื่อให้ผู้เรียนเกิดแนวคิดสร้างสรรค์ออกแบบในการรักษาสิ่งแวดล้อมเห็นคุณค่าของวัสดุที่เหลือใช้แล้ว ปัญหาการจัดการขยะ และเพื่อคัดเลือกล้างประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้ไป จนทำให้เกิดปัญหาขยะตักค้างจากการกำจัด เนื่องจากขยะบางประเภทสามารถย่อยสลายได้ บางประเภทสามารถรีไซเคิลได้ และบางประเภทสามารถนำมาใช้ซ้ำให้เกิดประโยชน์ได้อีกจึงขอเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บวกกับประสบการณ์การใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในหอพัก จึงมีแนวคิดโดยการนำเอากล่องนมที่เหลือจากการดื่มบริโภคแล้ว มาสร้างเป็นสิ่งประดิษฐ์ของใช้ตกแต่งบ้าน ออกแบบให้เป็นสิ่งประดิษฐ์รูปแบบใหม่สวยงามที่ทำได้เอง พร้อมดัดแปลงเพื่อให้สะดวกต่อการใช้งาน ทำให้เหมาะกับผู้ที่อาศัยตาม หอพัก หรือบ้านเช่า คอนโด เพราะชิ้นงานมีขนาดกะทัดรัดไม่ใหญ่จนเกินไป ประหยัดพื้นที่ในการใช้งานจริง และสามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย อีกทั้งยังมีประโยชน์ที่ช่วยให้เราอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมเมื่อนำมาใช้ทำให้บรรยากาศน่าอยู่มากขึ้น

คณะผู้จัดทำได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์และเกิดแนวคิดเห็นคุณค่าจากวัสดุเหลือใช้จากกล่องนมเก่าที่เหลือใช้หรือเรียกว่าการแปรใช้ใหม่ เป็นการจัดการวัสดุเหลือใช้ที่กำลังจะเป็นขยะโดยนำไปผ่านกระบวนการแปรสภาพ เพื่อให้เป็นวัสดุใหม่แล้วนำกลับมาใช้ได้อีกทำให้เกิดการคิดค้นพัฒนาสิ่งของเหลือใช้ให้เป็นนวัตกรรมนี้ใช้อย่างคุ้มค่าเป็นประเด็นสำคัญ เพื่อลดปัญหาของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีการลงทุนสูงหรือมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก และเพื่อนำไปถ่ายทอดความรู้เผยแพร่ให้กับผู้ที่สนใจหรือบุคคลทั่วไปที่ต้องการประกอบอาชีพในการสร้างรายได้จากการสร้างผลิตภัณฑ์จากกล่องนมเก่า

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อประดิษฐ์สิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากกล่องนม
2. เพื่อวางแผนการตลาด แผนการผลิต แผนการบริหารและการจัดการ และแผนการเงินของสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากกล่องนม
3. เพื่อวางแผนธุรกิจสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากกล่องนม
4. เพื่อช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งภายนอกและภายใน
5. เพื่อส่งเสริมความจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์

เป้าหมายของโครงการ

1. สร้างผลกำไร รายได้ให้กับนักศึกษา
2. เสริมสร้างประสบการณ์ทางด้านการประดิษฐ์

การติดตามผลและการประเมินโครงการ

1. นำเสนอสิ่งประดิษฐ์เพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. แบบสอบถามความพึงพอใจผู้ชม
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อได้ประดิษฐ์สิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากกล่องนม
2. เพื่อได้วางแผนการตลาด แผนการผลิต แผนการบริหารและการจัดการ และแผนการเงินของสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากกล่องนม
3. เพื่อได้วางแผนธุรกิจสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากกล่องนม
4. เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
5. เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา
6. เพื่อเกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
7. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากวัสดุกล่องนมเหลือใช้และเพื่อเป็นการลดปริมาณการใช้ทรัพยากรจากกระดาษ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการประเภทสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากกล่องนมเหลือใช้ทางคณะผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการดังนี้

1. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้
2. แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ
4. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's(Marketing Mix)
5. ทฤษฎีการเขียนแผนธุรกิจ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้

การออกแบบผลิตภัณฑ์ (product design)คือการออกแบบสิ่งของเครื่องใช้เพื่อนำมาใช้สอยในชีวิตประจำวัน โดยเน้นการผลิตจำนวนมาก ในรูปสินค้า เพื่อให้ผ่านไปยังผู้บริโภค (consumer) ในวงกว้าง โดยที่รูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะเป็นปัจจัยสำคัญ ชักจูงผู้บริโภคให้เกิดความกระหายที่จะจ่ายเงินซื้อผลิตภัณฑ์นั้น

ผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้คือ ผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์จากวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุที่ไม่ใช่ประโยชน์แล้วแต่สามารถนำส่วนใดส่วนหนึ่งของวัสดุมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ใช้สอยใหม่จากข้อสรุปข้างต้น การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลายด้านซึ่งควรจะได้พิจารณาคือ

1. การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์
2. การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต
3. การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค
4. การออกแบบที่มีคุณค่าทางความสวยงามของผลิตภัณฑ์

1.1 การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรต้องพิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นประการแรกเพื่อจะได้ออกแบบให้ได้ความคงทนถาวรมากนัก หรือให้เหมาะสมกับการใช้เพียงชั่วคราวของผลิตภัณฑ์นั้น เพราะการออกแบบจะต้องคำนึงถึงวัสดุและเวลาการผลิตไปพร้อมกัน ถ้าออกแบบโดยไม่ได้ออกแบบถึงคุณภาพตามเป้าหมายของการผลิตแล้ว ก็ไม่สามารถออกแบบที่เหมาะสมได้

1.2 การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต

ในที่นี้ใคร่ขอชี้ทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยตรง ด้วยการผลิตสิ่งของเครื่องใช้หรือผลิตภัณฑ์ กำลังการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์จำนวนมาก มีความจำเป็นยิ่ง เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า อื่นๆ ย่อมเหมาะสมกับวัสดุอย่างหนึ่ง ทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน

1.3 การออกแบบที่สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอย

หน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้น เป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ออกแบบจะต้องพิจารณา แม้การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องกลไกซับซ้อน ผู้ออกแบบจะไม่ใช่ระบบการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นทั้งหมด ก็ควรจะรู้การทำงานของผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ หรือแม้แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับเครื่องกลไก ผู้ออกแบบจะต้องทำความเข้าใจกับหน้าที่ใช้สอยเป็นประการสำคัญด้วย

1.4 การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค

อาจจะพิจารณาได้ 2 แง่คือความต้องการที่สอดคล้องกับชีวิตความเป็นอยู่ กับการสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ ความต้องการที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่เป็นความต้องการที่เหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรม รสนิยม และการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ความต้องการของผู้บริโภคยังเกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจโดยตรงอีกด้วย

1.5 การออกแบบที่มีคุณค่าทางความสวยงามของผลิตภัณฑ์

เพื่อให้ผู้ออกแบบตระหนักถึงความงามที่เด่นชัดร่วมสมัย และมีความคิดสร้างสรรค์แทรกอยู่ในการออกแบบแต่ละชิ้น ความประณีตบรรจงในการออกแบบหรือในผลิตภัณฑ์เป็นคุณค่าส่วนหนึ่งของความงามอีกด้วย

(อ้างอิงจาก http://www.kmutt.ac.th/jif/public_html/Download/Format_Checker/3/19.pdf)

แนวคิดในเรื่องวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ชี้ให้เราเห็นว่าระดับของผลกำไรจะไม่คงที่อยู่ตลอดไปโดยไม่ลดลงสินค้าใดๆก็ตามย่อมจะต้องถึงจุดอิ่มตัวและถดถอยเหมือนกันหมดด้วยเวลาและความเร็วที่ต่างกันออกไป ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา จึงเป็นแนวทางให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคต่อไปไม่สิ้นสุด

การลงทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ก็มีความเสี่ยงสูงมาก สภาพการณ์ของตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างสลับซับซ้อนและไม่แน่นอน อัตราการล้มเหลวของผลิตภัณฑ์ใหม่จึงค่อนข้างสูงผลิตภัณฑ์บางชนิดเป็นผลจากความคิดสร้างสรรค์ที่ดีมากแต่ไม่มีโอกาสพัฒนา

อย่างไรก็ตาม เวลาพูดถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ ไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ถอดด้ามเสมอไป ผลิตภัณฑ์ใหม่ส่วนมากเป็นนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นมาจากประดิษฐ์กรรมเก่า

ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 1 : การวางแผน

- 1.1 กำหนดเวลา
- 1.2 ผลงานที่จะได้รับในแต่ละขั้นตอนการทำงาน
- 1.3 รายละเอียดของตราสินค้า (OK)
- 1.4 ผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 2 : การรวบรวมข้อมูล

- 2.1 ข้อมูลการตลาด
- 2.2 สถานการณ์แข่งขัน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส /ข้อจำกัด(SWOT:Strength,Weakness, Opportunity , Treat)
- 2.3 ข้อมูลจากลูกค้า
- 2.4 ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย / พฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.5 เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์ ระบบบรรจุภัณฑ์และเครื่องจักร

ขั้นตอนที่ 3 : การออกแบบร่าง

- 3.1 พัฒนาคิดริเริ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 3.2 ร่างต้นแบบ ประมาณ 3-5 แบบ
- 3.3 ทำต้นแบบ ประมาณ 2-4 แบบ

ขั้นตอนที่ 4 : การประชุมวิเคราะห์ปรับต้นแบบ

- 4.1 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค
- 4.2 วิเคราะห์การสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- 4.3 เลือกต้นแบบที่ยอมรับได้

ขั้นตอนที่ 5 : การทำแบบเหมือนร่าง

- 5.1 เลือกวัสดุที่จะทำแบบ
- 5.2 ออกแบบกราฟฟิกเหมือนจริง พร้อมตราสินค้าและสัญลักษณ์ทางการค้า
- 5.3 ขึ้นแบบ

ขั้นตอนที่ 6 : การบริหารการออกแบบ

เริ่มจากการติดต่อโรงงานผู้ผลิตวัสดุบรรจุภัณฑ์จนถึงการควบคุมงานผลิตให้ได้ตามแบบที่ต้องการ พร้อมทั้งจัดเตรียมรายละเอียดการสั่งซื้อ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถผลิตได้ตามต้องการ ขั้นตอนสุดท้ายเป็นการติดตามผลของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบไปแล้วว่าสามารถตอบสนองตามจุดมุ่งหมายของการออกแบบและบรรลุถึงวัตถุประสงค์ขององค์กรเพียงใด

2. แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภคและสังคม พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคลเช่นครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา

Engel และผู้ร่วมงาน (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

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

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

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

พฤติกรรมผู้บริโภค จะอยู่ที่กิจกรรมหลัก 3 ประการคือ

1. การจัดหา (Obtaining) หมายถึงกิจกรรมต่างๆที่คนนำไปสู่การซื้อหรือได้มาซึ่งรับสินค้าและบริการมาใช้กิจกรรมนับตั้งแต่การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งรวมไปถึงการเปรียบเทียบสินค้าและบริการแต่จนถึงการตกลงใจซื้อ ทั้งนี้นักวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจะต้องสนใจและพิจารณาด้วยพฤติกรรมอย่างไร

2. การบริโภค (Consuming) หมายถึงการติดตามดูว่าผู้บริโภคนั้นทำการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆที่ไหน อย่างไร ภายใต้สถานการณ์อย่างไร รวมตลอดไปถึงการดูด้วยว่า การใช้สินค้านั้นทำไปเพื่อความสุขอย่างครบเครื่องสมบูรณ์แบบ หรือเพียงเพื่อความต้องการขั้นพื้นฐานเท่านั้น

3. การกำจัดหรือทิ้ง (Disposing) หมายถึงการติดตามดูว่า ผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการ และหีบห่อของสินค้าหมดไปอย่างไร โดยติดตามดูพฤติกรรมผู้บริโภคที่ดำเนินไปและที่กระทบต่อสภาพแวดล้อมรอบตัวด้วย รวมไปถึงการดำเนินการโดยวิธีอื่นกับสินค้าหรือบริการที่ใช้แล้ว (อ้างอิงจาก <https://maymany.wordpress.com/>)

3. ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อ

การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย การตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการ ดังกล่าว เป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจโดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมีอยู่หลายรูปแบบ

ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้

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

(symptom) ที่เกิดขึ้นกับตัวปัญหาที่แท้จริงเสียก่อน ยกตัวอย่างเช่น กรณีที่ยอดขายของบริษัทลดลง ซึ่งมีสาเหตุมาจากคุณภาพสินค้าต่ำ จะเห็นว่าการที่ยอดขายลดลง เป็นอาการแสดง และปัญหาที่ต้องแก้ไข ได้แก่ การที่คุณภาพสินค้าต่ำ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดต้องคอยสังเกตอาการแสดงต่าง ๆ ทั้งต้องรวบรวมข้อมูลที่เป็นต่อการค้นหาสาเหตุของอาการแสดงเหล่านั้น ซึ่งจะนำไปสู่การระบุปัญหาที่แท้จริงได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

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

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

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

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

ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้บริหารควรกำหนดโปรแกรมของการตัดสินใจ โดยระบุถึงตารางเวลาการดำเนินงาน งบประมาณ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ ควรมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจน และจัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะช่วยให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ผู้บริหารควรกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบาย ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 7 การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (Establish a control and evaluation system) ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การสร้างระบบการควบคุมและการประเมินผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ข้อมูลย้อนกลับจะช่วยให้ผู้บริหารแก้ปัญหาหรือทำการตัดสินใจใหม่ได้โดยได้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อของผู้บริโภค (Factors Influence consumer Buying Behavior)

1. ปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้ซื้อเองผู้ซื้อที่มีความแตกต่างในเรื่อง เพศ อายุ รายได้ สถานภาพของครอบครัว และอาชีพ โดยความแตกต่างในปัจจัย เหล่านี้ทำให้เกิดพฤติกรรมการณ์การซื้อที่แตกต่างกันออกไป

2. ปัจจัยด้านจิตวิทยาความต้องการและแรงจูงใจ โดย A.H. Maslow ได้กล่าวไว้ใน Hierarchy of Needs อย่างน่าสนใจ ว่า ความต้องการของผู้ซื้อนั้นต้องการตอบสนองในเรื่องของด้านร่างกาย, ความปลอดภัย, ความต้องการให้สังคมยอมรับ, ต้องการมีฐานที่เด่น และต้องการประสบผลสำเร็จในชีวิต มีชื่อเสียง

3. การรับรู้ (Perception) การรับรู้มีผลกับการกระตุ้นการซื้อ และการบริการลูกค้าสัมพันธ์นั้น ควรทำความเข้าใจในลักษณะการรับรู้ของกลุ่มตลาดเป้าหมาย ต่างๆ เช่น กลุ่มของสินค้าสำหรับเด็ก, สำหรับกลุ่มคนที่อยู่ในวัยทำงาน และกลุ่มของผู้สูงอายุ หลังจากนั้น องค์กรสามารถเลือกข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสมกลุ่มตลาดเป้าหมายจะรับรู้ได้ง่าย

4. ทศคติ (Attitude) ควรสร้างทัศนคติที่ดี กับภาพพจน์ขององค์กรพนักงานขายและสินค้าหรือบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าใด ๆ ที่ใหม่ออกสู่ตลาด จะประสบความสำเร็จได้ จะต้องสร้างทัศนคติที่ดีให้กับผู้ซื้อ ให้เกิดการยอมรับในตลาดกลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อ (Participants in Buying Process) กลุ่มคนเหล่านี้มีบทบาท ในการตัดสินใจซื้อ โดยสามารถแยกกลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อออกเป็น 5 กลุ่ม

ผู้ริเริ่ม (Initiator) ส่วนมากแล้วจะเป็นผู้ใช้ (Users) เป็นผู้เสนอแนวความคิด ให้แนวทางหรืออธิบาย บอกเล่าให้ฟังเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการ

- ผู้มีอิทธิพล (Influencer) เป็นผู้ที่มีความอำนาจในการชักจูงหรือชักชวนให้ผู้ซื้อโน้มน้าวใจ ตามความต้องการได้ 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) สินค้าหรือบริการนั้น ต้องการความสะดวกสบายในการซื้อ

- การซื้อสินค้าโดยการบริการตัวเองเพิ่มขึ้น (Self-Services) ผู้ซื้อจะมีความสนใจมากขึ้นเพราะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคายุติธรรมมากขึ้น

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

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

4. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix) คือ กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้วิเคราะห์ประกอบการจัดการและวางแผนในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด มีองค์ประกอบอยู่ 4 ประการดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product)

Product หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ธุรกิจต้องการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยจะต้องพิจารณาจากสิ่งต่างๆเหล่านี้จากผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ

- มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน
- มีจุดเด่น (มีความแตกต่างจากคู่แข่ง)
- รูปลักษณ์ รูปแบบน่าสนใจ
- มีความปลอดภัย

2) ราคา (Price)

Price หมายถึง ราคาของสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่งราคาสินค้าจะต้องมีความสัมพันธ์กับคุณภาพผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ เงินทุนในองค์กร เพื่อใช้ตัดสินใจในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยการตั้งราคาจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆเหล่านี้

- ราคาและความหายากของวัตถุดิบ หรือต้นทุนการดำเนินงาน
- อุปสงค์และอุปทานของตลาด (สินค้าบางชนิดไม่ขึ้นกับอุปสงค์และอุปทานเนื่องจากเป็นสินค้าผูกขาด)
- ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและในอนาคต
- ราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่งและตลาด
- เงื่อนไขการในการขาย เช่น การขายเชื่อ ส่วนลดการค้า

เกณฑ์การตั้งราคาจะมีหลายประเภทธุรกิจจะต้องกำหนดราคาให้สัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์

- ตั้งราคาเพียงราคาเดียว ไม่ว่าซื้อที่ไหน จำนวนเท่าไร มีมาตรฐานราคาเดียวกัน
- ตั้งราคาให้แตกต่างกัน ตามลักษณะ รูปแบบ วัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน
- ตั้งราคาตามน้ำหนักของสินค้า โดยคิดเป็น ชีด กรัม กิโลกรัม ปอนด์ ฯลฯ
- ตั้งราคาเชิงจิตวิทยา คำนึงถึงทัศนคติที่บริโภคที่มีต่อสินค้า เช่น ผู้บริโภคบางส่วนเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้านำเข้า ธุรกิจควรตั้งราคาให้สูงเพื่อให้สอดคล้องกับความคิดของผู้บริโภค รวมถึงการตั้งราคาที่ลงท้ายด้วย เลข 9 เช่น 25, 35, 45, 55 เป็นต้น
- ตั้งราคาเป็นลำดับขั้น เมื่อผู้บริโภคซื้อน้อยชิ้นจะเป็นราคาปกติ แต่ถ้าซื้อมากราคาจะถูกกว่า

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

Place หมายถึง ช่องทางการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ รวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้าหรือบริการนั้นๆ ไปยังผู้บริโภคให้ทันต่อความต้องการและเกิดค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ซึ่งมีหลักเกณฑ์ที่ต้องพิจารณามีดังนี้

- กลุ่มเป้าหมายคือใคร ควรกระจายสินค้าหรือบริการสู่ผู้บริโภคผ่านช่องทางใด
- กระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคโดยตรง
- จัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าส่ง
- จัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าปลีก
- จำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก
- สร้างช่องทางการจำหน่ายผ่านตัวแทน และตัวแทนจะกระจายสินค้าต่อไป
- ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์กับช่องทางการจัดจำหน่าย
- สินค้าหรือบริการระดับบนควรมีสถานที่จำหน่ายหรือบริการในจำนวนน้อยเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกถึงการเข้าถึงยาก หากมีจำนวนมากควรมีการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวดเพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดี
- สินค้าอุปโภค บริโภค ควรมีความครอบคลุมในหลายพื้นที่เพราะผู้บริโภคมีอัตราการความถี่ในการใช้ค่อนข้างสูง

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

Promotion หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด เป็นกลยุทธ์ที่ใช้กระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคให้สนใจสินค้าหรือบริการมากยิ่งขึ้น กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดมีหลายรูปแบบ เช่น การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ การจัดแสดงสินค้าหรือบริการ ให้ทดลองใช้สินค้าหรือบริการ ให้ส่วนลด บริการก่อนและหลังการขายรับประกันสินค้า ฯลฯ ซึ่งแต่ละกิจกรรมมีวัตถุประสงค์และมีวิธีการที่ต่างกัน ธุรกิจควรมีการวางแผน, วิเคราะห์และจัดสรรงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผลลัพธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดออกมาบรรลุเป้าหมาย

การส่งเสริมการตลาดเป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมที่ซื้อ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญมีดังนี้ คือ

4.1 การโฆษณา หมายถึง การให้ข้อมูล ข่าวสาร เป็นการสื่อสารจูงใจผ่านสื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ เพื่อจูงใจหรือโน้มน้าวใจให้กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย มีพฤติกรรมคล้ายคลึงตามเนื้อหาสาระที่โฆษณา อันเนื่องมาจากให้มีการซื้อหรือใช้สินค้าและบริการ

4.2 การใช้พนักงานขาย หมายถึง การใช้พนักงานขายเป็นเครื่องมือจะได้ผลดีเมื่อผู้บริโภคอยู่ในขั้นสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อสร้างความชอบ การโน้มน้าว และการตัดสินใจซื้อ พนักงานขายที่มีคุณสมบัติดังนี้

- เป็นการเผชิญหน้าระหว่างบุคคล(Personal confrontation) การใช้พนักงานขายเป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป แต่ละคนสามารถสังเกตปฏิกิริยาของอีกคนหนึ่งได้ในทันที
- เป็นการหว่านพืชเพื่อหวังผล(Cultivation) การใช้พนักงานขายก่อให้เกิดความสัมพันธ์กันในหลายระดับเพื่อการนำเสนอข้อมูลเพื่อขายเพื่อสร้างมิตรภาพส่วนบุคคลอันลึกซึ้ง
- การตอบสนอง (Response) การใช้พนักงานขายทำให้ผู้ซื้อมีความรู้สึกถึงความรับผิดชอบที่จะต้องรับฟังการนำเสนอการขาย

4.3 การส่งเสริมการขาย หมายถึง เป็นการกระตุ้นยอดขายของกิจการและการแนะนำสินค้าสู่ลูกค้า ทั้งนี้ยังสืบเนื่องกับความพึงพอใจที่ดีของลูกค้า ในการบริโภคหรืออุปโภคสินค้าเพื่อการสร้างเครือข่ายความเป็นไปได้ ในการเลือกบริโภคหรืออุปโภคสินค้านั้นๆ อย่างต่อเนื่องประกอบกับการแนะนำสินค้าโดยอาศัยช่องทางแบบปากต่อปากหรือเพื่อนสู่เพื่อนต่อไป

4.4 การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าวสาร หมายถึงการสื่อสารความคิดเห็นข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่างๆ ไปสู่กลุ่มประชาชน เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานองค์การสถาบันกับกลุ่ม ประชาชนเป้าหมายและประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน รวมทั้งมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงานองค์การสถาบัน ด้วยทำให้ประชาชนเกิดความนิยมเลื่อมใสศรัทธาต่อหน่วยงานตลอดจนค้นหาและกำจัดแหล่งเข้าใจผิดช่วยลบล้างปัญหาเพื่อสร้างความสำเร็จในการดำเนินงานของหน่วยงานนั้น

4.5 การตลาดทางตรง หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารส่วนตัวระหว่างนักการตลาดและกลุ่มเป้าหมายโดยใช้ การส่งจดหมายตรง โทรศัพท์หรือวิธีการอื่นๆผ่านสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างร่วมกันโดยนักการตลาดสามารถวัดผลการตอบสนองจากผู้บริโภคได้

(อ้างอิงจาก<http://ir.swu.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/4517/>)

5. แนวคิดทฤษฎีการเขียนแผนธุรกิจ

จุดเริ่มต้นสำหรับการทำแผนธุรกิจนั้น ควรประกอบไปด้วยการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้โดยละเอียด ได้แก่

- (1) สินค้าหรือบริการที่จะขาย
- (2) กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง
- (3) จุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการที่จะทำ
- (4) นโยบายการตลาด
- (5) วิธีการหรือกระบวนการในการผลิต และ
- (6) ตัวเลขทางการเงิน เกี่ยวกับ รายได้ ค่าใช้จ่าย กำไร ขาดทุน จำนวนเงินที่จะลงทุน และกระแสเงินสด ที่คาดการณ์

แผนธุรกิจที่ดี เมื่ออ่านแล้วควรจะต้องสามารถตอบคำถามเหล่านี้ได้

1. การก่อตั้งธุรกิจเป็นรูปร่างชัดเจนขนาดไหน เสร็จสมบูรณ์แล้วหรือยัง
2. ธุรกิจนี้น่าลงทุนหรือไม่
3. ธุรกิจที่จะทำมีแนวโน้มหรือโอกาสที่จะประสบความสำเร็จตั้งแต่เมื่อแรกตั้งมากน้อยขนาดไหน
4. ธุรกิจนี้มีความได้เปรียบหรือความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวมากน้อยเพียงใด
5. สินค้าที่จะผลิตที่มีประสิทธิภาพเพียงใด
6. สินค้าที่ผลิตสามารถวางตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด
7. วิธีการผลิตและการวางตลาดสินค้านั้น มีทางเลือกอื่นๆ ที่ประหยัดได้มากกว่าหรือไม่
8. หน้าที่ต่างๆ เช่นการผลิต การจำหน่าย การจัดการทางการเงิน การจัดการคน มีการจัดการที่ดีเหมาะสมเพียงใด
9. จำนวนและคุณภาพของพนักงานที่ต้องการมีเพียงพอหรือไม่

ผู้ที่ริเริ่มจะก่อตั้งธุรกิจใหม่ จำเป็นต้องให้เวลากับการเขียนแผนธุรกิจ เพื่อให้ได้แผนที่ดีทั้ง

นี้เพราะแผนที่ดีเป็นตัวชี้ว่าผู้เขียนมีความสามารถ ไม่ใช่เพียงแค่ความคิดความฝันเท่านั้น แผนที่ดีจะทำให้ผู้ร่วมลงทุนหรือผู้ให้กู้แน่ใจว่า ผู้ประกอบการใหม่สามารถทำให้ความคิดและความฝันกลายเป็นความจริงได้หรือไม่แผนที่ดีชี้ให้เห็นว่าผู้เขียนเป็นมืออาชีพ ความสมบูรณ์ครบถ้วนของแผนจะเป็นตัวสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ประกอบการมีความสามารถและความใส่ใจเพียงใด เพราะถ้าแผนของคู้อย่างไม่มีคุณภาพ ย่อมคาดหวังไม่ได้กับคุณภาพการประกอบการในอนาคตแผนที่ดีชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีการเตรียมตัวอย่างดี แผนจะบอกถึงระดับความพร้อมพร้อมในธุรกิจที่จะลงทุน ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความรู้เท่าทันในธุรกิจนั้นๆ ขนาดไหน ยิ่งถ้ามีระดับการเตรียมพร้อมและทางหนีทีไล่มากเท่าไร ยิ่งทำให้ผู้ร่วมลงทุนหรือผู้ให้กู้รู้สึกเสี่ยงน้อยลงเท่านั้นแผนที่ดีเผยให้เห็นว่าผู้ประกอบการมี

วิสัยทัศน์ คือเป็นผู้จัดการณ์ไกล และมีวิธีจัดการกับสิ่งท้าทายในอนาคต แผนธุรกิจเป็นสิ่งที่สำคัญอนาคตของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในองค์กร รวมทั้งเป็นประโยชน์แก่สถาบันการเงินและนักลงทุนภายนอกที่จะเป็นแหล่งเงินทุนให้แก่กิจการในอนาคตได้ โดยปกติแผนธุรกิจจะบอกให้เราทราบว่าปัจจุบันเราเดินอยู่ตรงไหน อนาคตจะไปอยู่ที่ใด ด้วยวิธีการอย่างไร

องค์ประกอบสำคัญในแผนธุรกิจนั้นที่จริงแล้วมิได้มีการกำหนดไว้ตายตัว แต่อย่างไรก็ตามองค์ประกอบหลักที่นักลงทุนมักพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการที่จะทราบเกี่ยวกับสิ่งเหล่านั้นคือ

องค์ประกอบที่ 1 บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

บทสรุปสำหรับผู้บริหารนั้นเป็นส่วนที่สรุปใจความสำคัญของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาวไม่เกิน 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญเพราะเป็นส่วนแรกที่ผู้ร่วมลงทุนจะอ่าน และจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่าจะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อไปหรือไม่ ดังนั้น บทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญคือ

- 1) ชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริงๆ ที่จะเกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ
- 2) ต้องชี้ให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่ว่านั้นให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไรบ้าง

บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือหนักแน่นและชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป 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 ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็น โอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้าและบริการ ที่ต้องการนำเสนอให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้ยังควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 การวิเคราะห์สถานการณ์

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

องค์ประกอบที่ 4 วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ นั่นคือ ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องได้รับในช่วงระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการและเป้าหมายเฉพาะด้าน ในแต่ละแผนหรือลักษณะงาน 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 ให้กับผู้ที่ธุรกิจดังต่อไปนี้

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

โดยสรุปแล้วส่วนประกอบที่สำคัญของแผนการตลาดจะประกอบด้วยเนื้อหา หลักๆ 4 ส่วน คือ

1. เป้าหมายทางการตลาด
2. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
3. กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดประกอบด้วย กลยุทธ์การตลาดเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันกลยุทธ์เพื่อการเติบโตทางการตลาดและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด
4. การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด

องค์ประกอบที่ 6 แผนเชื่อมโยง คือ แผนการผลิต

แผนการผลิตและการปฏิบัติที่ดีจะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตให้เป็นผลผลิตซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์อย่างเป็นระบบได้ ตั้งแต่ขั้นตอนการนำเข้าวัตถุดิบ (input) กระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบ (process) จนถึง การนำออกผลผลิต (output) และข้อมูลย้อนกลับ (feedback) โดยวัตถุดิบและทรัพยากรนั้นในที่นี้หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ ชั่วโมงแรงงานที่ทำการผลิต หรือค่าใช้จ่ายรวมของทรัพยากรทุกอย่างที่ใช้ สำหรับกระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบ ก็คือกระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรการผลิตให้เป็นผลผลิต และผลผลิตในที่นี้คือจำนวนหรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้นั่นเองซึ่งในการวางแผนการผลิตและปฏิบัติ นั้น ผู้ทำธุรกิจต้องพิจารณาตัดสินใจในประเด็นสำคัญๆต่างๆ ดังต่อไปนี้โดยพยายามแสดงออกมาให้ได้รายละเอียดชัดเจนมากที่สุด ได้แก่

1. คุณภาพ
2. การออกแบบสินค้าและบริการ
3. การออกแบบกระบวนการผลิตและปฏิบัติการ
4. การตัดสินใจในเรื่องกำลังการผลิต
5. การเลือกสถานที่ตั้ง
6. การออกแบบผังของสถานประกอบการ
7. การออกแบบระบบงานและการวางแผนกำลังคน
8. ระบบสินค้าคงคลัง
9. การจัดการกระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป
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) จากนั้นก็จะเป็นเรื่องของ การตัดสินใจนำเงินไปลงทุน (Investing Activities) ซึ่งแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อไปก็คือกิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งประกอบไปด้วยการผลิต การซื้อ การขาย และการจ่ายค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งนักบัญชีจะเป็นผู้นำเสนอผลของกิจกรรมทั้งสาม และสรุปออกมาเป็นงบการเงิน (Financial Statements) ซึ่งเป็นรายงานขั้นสุดท้ายที่จะแสดงให้เห็นถึงข้อมูลทางการเงินของธุรกิจ หรืออาจจะเป็นงบการเงินที่ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่าในรอบระยะเวลาที่ผ่านมาธุรกิจมีฐานะการเงินอย่างไร กำไรหรือขาดทุน มีการเปลี่ยนแปลงในเงินสดอย่างไรบ้าง เพิ่มขึ้นหรือลดลง และสาเหตุเกิดจากอะไรงบการเงินจะต้องประกอบไปด้วย งบดุล งบกำไรขาดทุน งบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของผู้ถือหุ้น งบกระแสเงินสด และ นโยบายบัญชี ซึ่งโดยทั่วไปแล้วกิจการควรเปิดเผยรายการบัญชีในเรื่องต่อไปนี้ไว้ในงบการเงิน ได้แก่ วิธีการรับรู้รายได้ การตีราคาสินค้าคงเหลือ การตีราคาเงินทุน ค่าเผื่อนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญ วิธีการคิดค่าเสื่อมราคาและการตัดบัญชีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน การแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ และการจัดทำงบการเงินรวม

องค์ประกอบที่ 9 แผนการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงานก็คือการจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน โดยในทางปฏิบัติผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการงบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ โดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือน หรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

องค์ประกอบที่ 10 แผนฉุกเฉิน

เป็นองค์ประกอบสุดท้ายที่ต้องมีการคิดและเขียนไว้ล่วงหน้า เพื่อเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานในกรณีที่สถานการณ์ หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนที่ได้กำหนดไว้

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐวัตร คำอินทร์และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษา เรื่อง “โครงการชุดคอมพิวเตอร์ไฟจากไม้อัด Light Brand” โครงการนี้เป็นโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากกล่องนม

มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) เพื่อให้บรรล่วัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาการโครงการและใช้เป็นแนวทางใหม่ การประกอบอาชีพในอนาคต 2.) เพื่อต้องการนำเอาวัสดุเหลือใช้มาพัฒนาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ 3.) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกล่องกระดาษ

มีวิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1. ขั้นเตรียมการ

ขั้นที่ 2. ขั้นดำเนินการ

ขั้นที่ 3. ขั้นประเมินผล จากผลการดำเนินงานสรุปดังนี้

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มงานตั้งแต่ 2 มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

1658 ถ.บางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินทุน 200,000 บาท หักค่าใช้จ่ายทุกดำเนินโครงการ 100,000 บาท เหลืออยู่ 100,000 บาท แบ่งเงินทุนที่เหลือคืนสมาชิกในกลุ่ม 2 คน คนละเท่าๆกัน จำนวน 50,000 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้น

4. ดำเนินงานบรรล่วัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาการโครงการ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติ ทำให้สมาชิกได้เกิดความสัมพันธ์และมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีมูลค่า

5. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน มีดังนี้ ปัญหาในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่สมาชิกในกลุ่มไม่มีความชำนาญในการใช้สมาชิกภายในกลุ่มยังทำงานไม่เป็นทีมขาดความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ทำให้เสียเวลาในการร่างรูปแบบของสิ่งประดิษฐ์

6. ข้อเสนอแนะ จากการดำเนินโครงการได้พบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานหลายอย่างจึงมีแนวทางในการพัฒนา เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพ ซึ่งแนวทางการพัฒนา มีดังต่อไปนี้จะต้องมีความอดทน พยายามที่จะเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ เพราะการใช้เครื่องจักรถ้าใช้ผิดวิธีสามารถที่จะทำให้อันตรายต่อทรัพย์สินและร่างกายได้ สมาชิกทุกคนจะต้องตระหนักถึงการทำงานเป็นทีม ไม่เห็นแก่ตัว จะต้องการใฝ่รู้ ใฝ่ศึกษา หาข้อมูลต่าง ๆ และรู้จักนำมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินโครงการให้สูงที่สุด

ปัทมาศิริวงษ์และคณะ(2556) ศึกษาโครงการเรื่องโคมไฟกะลามะพร้าว วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาขั้นตอนในการทำโคมไฟกะลามะพร้าวเพื่อให้เกิดประสบการณ์ในการทำโคมไฟกะลามะพร้าว เพื่อนำสิ่งของเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่า เพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์เพื่อก่อให้เกิดรายได้จากการดำเนินงาน ผู้จัดทำโคมไฟกะลามะพร้าวการได้ศึกษาขั้นตอนการทำโคมไฟกะลามะพร้าว เสนอโครงการวิชาชีพ ออกแบบผลิตภัณฑ์จัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ลงมือปฏิบัติงาน จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สอบถามความพึงพอใจของลูกค้า จัดทำรายงานโครงการ สอบโครงการวิชาชีพ

จากการทำโครงการวิชาชีพโคมไฟกะลามะพร้าวผู้จัดทำโครงการได้รับความรู้และประสบผลสำเร็จดังนี้ รู้จักขั้นตอนในการทำโคมไฟกะลามะพร้าว มีประสบการณ์ในการทำผลิตภัณฑ์โคมไฟกะลามะพร้าวได้สามารถนำสิ่งของเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่าใช้เวลาให้เกิดประโยชน์มีรายได้เกิดขึ้นจากการดำเนินงานมีประสบการณ์

ไอยวริญ เจริญมัญชุศรี(2559)ศึกษาโครงการออกแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟจากกล่องนมแบบมีกลิ่นหอมสำหรับตกแต่งบ้านที่ผลิตจากกากไม้กฤษณา ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลเอกสารและทดลองส่วนผสมระหว่างกากกฤษณากับตัวประสานอื่น เพื่อหาตัวประสานที่เหมาะสมสำหรับผลิตโคมไฟแบบมีกลิ่นหอมในการศึกษาครั้งนี้เลือกใช้กากกฤษณาบดละเอียดผสมกับแป้งเปียก(แป้งมันสุก)ผสมในอัตราส่วนผสมคิดเป็นร้อยละของน้ำหนักกากกฤษณาต่อแป้งเปียก(กรัม)1:3 ส่วนของการพัฒนาแบบต้นแบบที่พัฒนาแบบได้เป็นโคมไฟที่สามารถตั้งโต๊ะและแขวนผนังได้ การเพิ่มกลิ่นหอมภายในห้องสามารถหยดน้ำมันหอมลงในชั้นส่วนของโคมไฟเพื่อให้ความร้อนจากหลอดไฟช่วยกระจายกลิ่นหอมภายในห้อง และโคมไฟสามารถปรับให้แสงรอดผ่านจากโคมไฟมากน้อยตามความเหมาะสมได้ แนวทางการออกแบบได้นำรูปทรงทางเรขาคณิตและลักษณะของเครื่องแขวนไทยมาใช้ในการออกแบบ สามารถใช้งานได้เหมาะสมและเกิดความสวยงามในการตกแต่งบ้าน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินงาน

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการออกแบบและจัดหาวัสดุอุปกรณ์
3. เริ่มจากตัดกล่องนมออกให้เป็นที่เหลื่อม แล้วล้างทำความสะอาด ผึ่งให้แห้ง
4. ตัดกล่องนมให้เป็นแผ่นยาวๆแล้วให้ด้านเท่ากันพับเข้าหากันให้เป็นที่เหลื่อมแล้วนำมาประกบกันให้เป็น 6 เหลี่ยม
5. นำทั้งหมดมาประกอบกันเป็นรูปทรง
6. นำมาติดกับหลอดไฟ
7. ตรวจสอบความเรียบร้อยของงานอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นของ

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน
3. ประเมินผลปรับปรุง

แผนการปฏิบัติงาน

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. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้					↔↔↔				
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน								↔	
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									↔

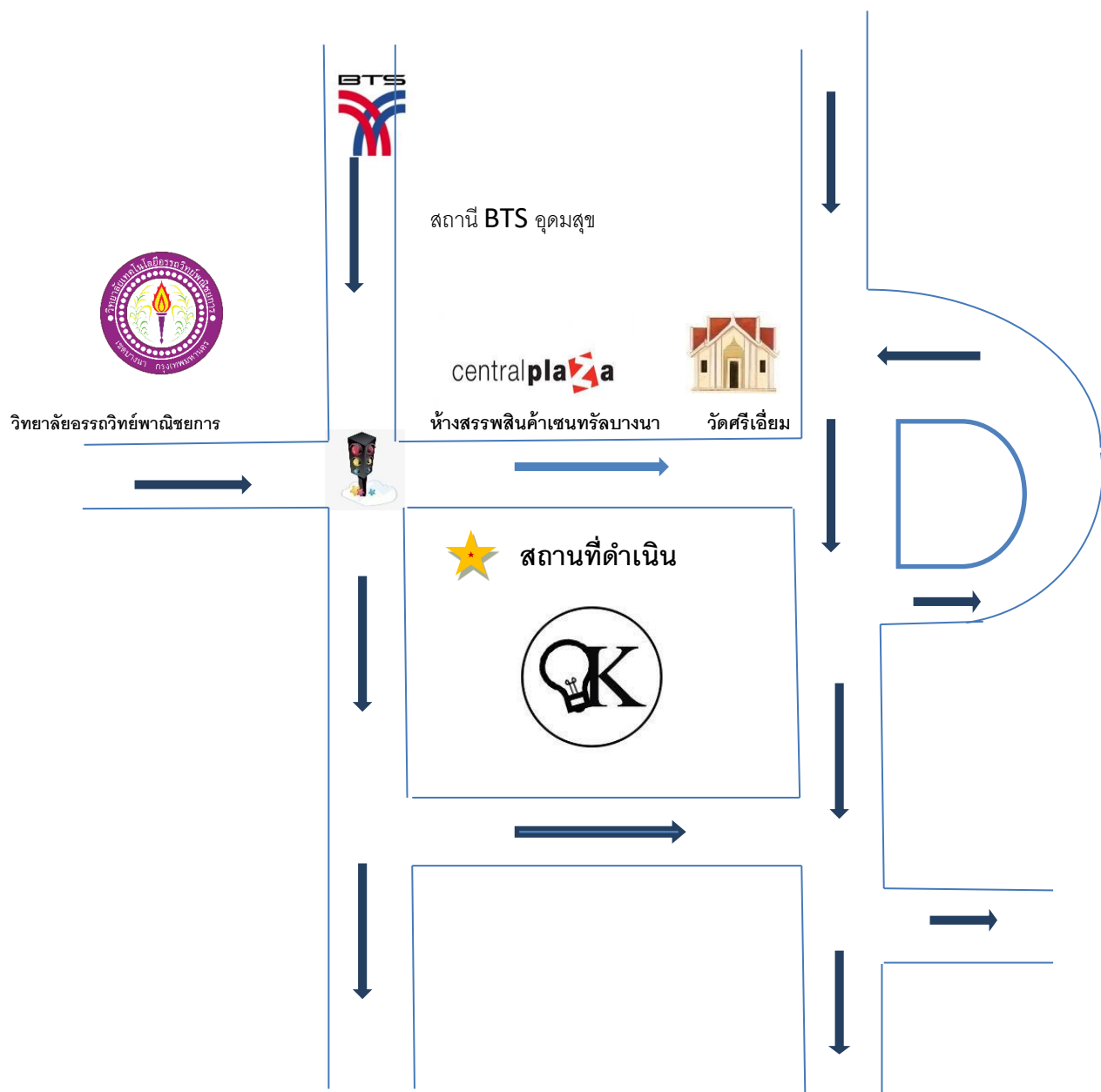
วัน,เวลา,สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน 1658 ถ.บางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา

กรุงเทพมหานคร 10260

สถานที่ปฏิบัติงาน



ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน		1,014 บาท
1. ก่อถนน	200	บาท
2. กรรไกร	45	บาท
3. หลอดไฟ	249	บาท
4. เหล็กยึดโคมไฟ	120	บาท
5. ที่แขวนโคมไฟ	200	บาท
6. แผ่นรองตัด	175	บาท
7. มีดคัดเตอร์	25	บาท
รวม	1,014	บาท

การจัดทำแผนธุรกิจ

1. บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท MILK BOXESLAMP จำกัด เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 โดยมีทุนจดทะเบียน 200,000บาท โดยมี นางสาวอรรณพ โคตมนต์ เป็นผู้ก่อตั้งบริษัท และนางสาวเกวณีน จันทร์พวง เป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ตั้งอยู่ 1658 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10260 โดยเริ่มต้นจากมองเห็นว่าในปัจจุบันกล่องนมเป็นขยะชนิดหนึ่งที่ผู้คนส่วนมากดื่มแล้วจะนำกล่องมาทิ้งไว้มากพอสมควร ทางบริษัทฯจึงมีแนวความคิดที่จะทำการวิจัยและทดลองผลิตสินค้าด้วยวิธีการรีไซเคิลและจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ MILK BOXESLAMP โดยมีคู่แข่ง 1.ร้าน motoshop 2.ร้าน โคมไฟกะลามะพร้าว 3.ร้าน Wood WORLD ที่จำหน่ายสินค้าใกล้เคียงกัน

กิจการสามารถเผชิญการแข่งขันในปัจจุบันและเติบโตได้อีกเพราะปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ให้ความสำคัญและแสวงหาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกิจการ คือ 1.กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือน อาศัยอยู่ตาม คอนโดหรือห้องเช่า 2.กลุ่มวัยเรียน นิสิต-นักศึกษา อาศัยอยู่ตามหอพัก และอื่นๆที่มีความชื่นชอบสินค้าสไตล์แฮนด์เมด

ปัจจุบันกิจการมีเงินลงทุนทั้งหมด 200,000 บาท ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 6,486,480บาท ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 769,265.34 บาท ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขายปีที่ 3 เป็นเงิน 519,504บาท กำไรสะสมปีที่ 3 เป็นเงิน 18,179บาท ภายในระยะเวลา 3 ปี มีเงินหมุนเวียนภายในกิจการ 4,417,855.68บาท

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจต่อธนาคารพาณิชย์

โดยวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อขยายธุรกิจ
2. เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ
3. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือ แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มก่อตั้ง

ประวัติบริษัท

บริษัท MILK BOXESLAMP จำกัด เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 โดยมีทุนจดทะเบียน 200,000 บาท โดยมีนางสาวอรรณพ โคตมนต์ เป็นผู้ก่อตั้งบริษัท และนางสาวเกวณีน จันทร์พวง เป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ตั้งอยู่ 1658 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260 เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตสินค้าและจำหน่าย โดยเริ่มต้นจากได้มองเห็นว่าในปัจจุบันกล่องนมถือเป็นขยะชนิดหนึ่งที่ผู้คนส่วนมากทิ้งไม่ว่าจะเป็นเด็กและผู้ใหญ่ทางเราจึงมีแนวความคิดที่จะทำการวิจัยและทดลองผลิตสินค้าด้วยวิธีการรีไซเคิลและจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ MILK BOXESLAMP

โดยเริ่มแรกเป็นแค่การดำเนินธุรกิจร้านเล็กๆเพียง 2 คน โดยทำการผลิตสินค้าที่บ้าน เป็นโคมไฟจากกล่องนมและทำการพัฒนาออกแบบดีไซน์ผลิตภัณฑ์ใหม่ แล้วทดลองจำหน่ายผ่านทางเฟสบุ๊ก ผลปรากฏว่ามีลูกค้าสนใจและชอบในสินค้าของเรา และมีผลตอบรับที่ดีมากขึ้นนับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา จึงได้ทำการจัดตั้งบริษัท MILK BOXESLAMP เพื่อดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าจนเป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักจากลูกค้า เพราะสินค้าของเราผลิตด้วยวิธีการรีไซเคิลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน	ระยะคาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	จัดตั้งบริษัท MILK BOXES LAMP จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจ โคมไฟจากกล่องนม	1 เดือน	30 วัน
2	จดทะเบียน บริษัทจำกัด	2 อาทิตย์	14 วัน
3	ประชุมบอร์ดบริหารทุกฝ่าย	2 อาทิตย์	14 วัน
4	ทำวิจัยกลุ่มคนทั่วไปที่สนใจนวัตกรรมจากสิ่งของเหลือใช้	1 เดือน	30 วัน
5	สรุปผลวิจัย นำข้อมูลมาประชุมและเริ่มดำเนินการ	1 อาทิตย์	7 วัน
6	เริ่มเปิดตัวผลิตภัณฑ์โคมไฟจากกล่องนมและโฆษณาผลิตภัณฑ์	1 เดือน	30 วัน
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		4 เดือน 1 อาทิตย์	125 วัน

4. ผลิตภัณฑ์

4.1 รายละเอียดสินค้า

โคมไฟจากกล่องนมเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการรีไซเคิล จากช่างฝีมือที่มากประสบการณ์ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า สร้างมูลค่า ด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์ การนำกลับมาใช้ใหม่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภค เพราะมีคุณภาพ ความคงทน ความคุ้มค่าและที่สำคัญเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยมีอยู่ที่ราคา 450 บาท

- วัสดุหลักกล่องนม
- โครงกระดาดั้ง
- ทรงโค้ง
- สูงจากฐาน 50 ซม. กว้างรอบวง 30 ซม. ลึก 28 ซม.



ภาพสินค้า

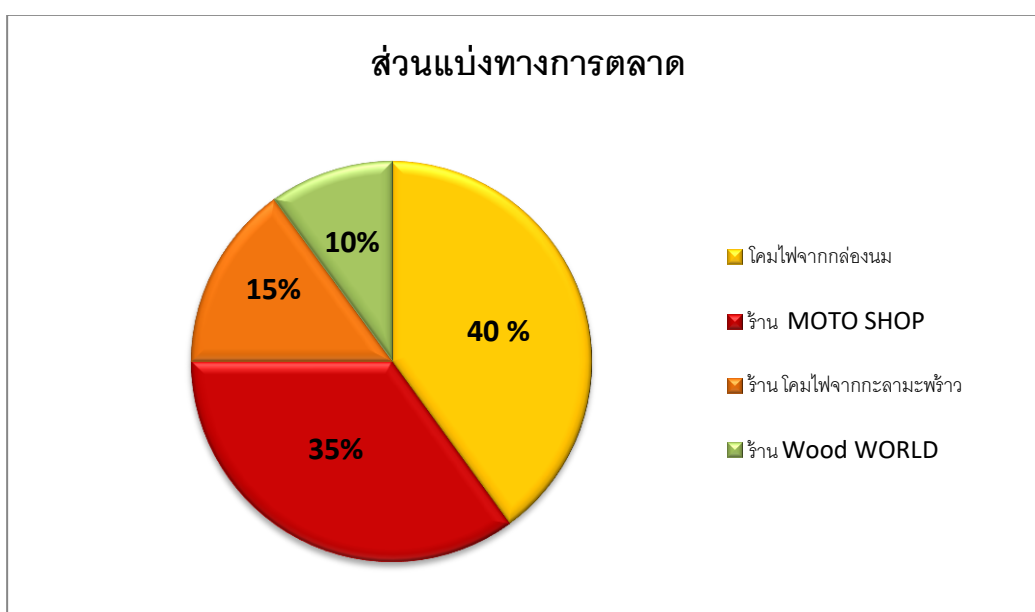


5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สถานะอุตสาหกรรม และสถานะตลาด

บริษัทได้ใช้กลยุทธ์การสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภค จากการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายมาจากสาเหตุต่างๆ เช่น ความชอบ ความพึงพอใจที่ต้องการผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์เป็นของตนเอง จากกระแสการใช้สินค้าแฮนด์เมดเป็นที่มีความนิยมมากขึ้น ทางบริษัทจึงได้นำผลิตภัณฑ์โคมไฟจากกล่องนมออกจำหน่ายสู่ตลาดเพื่อตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีความชอบไลฟ์สไตล์แตกต่างกันออกไป

5.2 ส่วนแบ่งทางการตลาด



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

แนวโน้มทางการตลาดบริษัท MILK BOXESLAMP สามารถเติบโตได้อีกเพราะปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ให้ความสำคัญ และแสวงหาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งพฤติกรรมในการบริโภคดังกล่าวตรงกับเงื่อนไขกระแสเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนทำให้สามารถดำเนินการควบคู่ไปกับการสร้างผลกำไรให้กับองค์กรเนื่องจากการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัท MILK BOXESLAMP ได้รับผลตอบแทนที่ดีจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

5.4 ตลาดเป้าหมาย

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ คือ

- 1.กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือน อาศัยอยู่ตาม คอนโด/ห้องเช่า
- 2.กลุ่มวัยเรียน นิสิต-นักศึกษา
- 3.กลุ่มคนทั่วไป และสถานที่ต่างๆ

เป็นกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความต้องการสินค้าที่มีการออกแบบที่เป็นสิ่งแปลกใหม่โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะคำนึงถึงการในระยะการใช้งาน คุณภาพ ความคุ้มค่าในการซื้อสินค้า จึงทำให้บริษัท เราต้องขยายตัวเพื่อที่จะเจาะกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจการก็คือผู้บริโภคที่มีความสนใจในตัวสินค้าสิ่งแปลกใหม่สวยงาม ต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่าย และสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งานได้ดี และสามารถทดแทนในกลุ่มสินค้าทั่วไปได้ในคุณภาพระดับเดียวกัน

5.6 สภาพการแข่งขัน

สภาวะการแข่งขันของตลาดสินค้าแฮนด์เมดจะมีความรุนแรงน้อยกว่าตลาดสินค้าทั่วไป เพราะผู้ประกอบการรายใหม่ที่สามารถอยู่ในตลาดเป็นเวลานานได้นั้นมีน้อยราย เนื่องจากจำเป็นต้องมีแรงงานที่มีฝีมือ มีทักษะสูง และมีเงินลงทุนสำหรับการออกแบบใหม่ๆเสมอ และสินค้าของกลุ่มแข่งขันในตลาดมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน มีการลอกเลียนแบบกันไปมา ทำให้ผู้บริโภคเกิดการพิจารณาเปรียบเทียบการออกแบบสินค้า ราคา คุณภาพของสินค้า ความคุ้มค่า โดยบริษัททำการเพิ่มศักยภาพให้มากขึ้น เพื่อที่สามารถมีแข่งขันกับบริษัทอื่นๆในท้องตลาดได้

5.7 คู่แข่งขัน

- ร้าน MOTO SHOP
- ร้าน โคมไฟจากกะลามะพร้าว
- ร้าน Wood WORLD

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	ร้าน Milk Boxes Lamp	ร้าน MOTOSHOP	ร้าน โคมไฟจากกะลามะพร้าว	ร้าน Wood WORLD
ด้านสินค้า	โคมไฟจากกล่องนม	โคมไฟไม้ไผ่	โคมไฟจากกะลามะพร้าว	โคมไฟจากบล็อกไม้
ราคา	ราคา 450 บาท	ราคา 550 บาท	ราคา 600 บาท	ราคา 1,100 บาท
ช่องทางการจัดจำหน่าย	1. หน้าร้าน Milk Boxes Lamp 2. ทางออนไลน์ Facebook: MilkBoxesLamp Line : @MilkBoxesLamp	1. หน้าร้าน MOTO 2. ทางออนไลน์ Facebook ส่ง Kerry	1. หน้าร้าน โคมไฟจากกะลามะพร้าว 2. ทางออนไลน์ Facebook	1. หน้าร้าน Wood WORD 2. ทางออนไลน์ Website
การส่งเสริมการตลาด	1. มีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า 2 ชิ้น เหลือ 850 บาท (ต้องซื้อคู่) 2. มีส่วนลดให้กับผู้แชร์เพจร้าน 5 % บน FACEBOOK 3. จัดส่งฟรีเมื่อซื้อโคมไฟครบ 5 ชิ้น ขึ้นไป (เฉพาะพื้นที่กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล) 4. มีป้ายร้านจัดแสดงสินค้า	1. ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าครบ 1,500 บาท ลด 10 % 2. การแจกใบปลิว	1. จัดส่งฟรีลงทะเบียนเมื่อสั่งซื้อครบ 2,000 บาท 2. การแจกใบปลิว	1. จัดส่งสินค้าฟรีในพื้นที่ใกล้เคียง 2. การแจกใบปลิว

บุคลากร	1.มีการจัดฝึกอบรมพนักงาน 2.ลูกค้ามีความรู้ในการใช้สินค้า	-มีบุคลากรที่เพียงพอต่อการทำงานภายในร้าน	-ให้ผลตอบแทนเพื่อเป็นแรงจูงใจ	-พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า
ขบวนการบริการ	1.ลูกค้าเข้ามาในร้านกล่าวสวัสดีคะ/ครับ 2.พนักงานดูแลลูกค้า พร้อมแนะนำราคาโปรโมชั่น 3.เมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อ นำสินค้าไปใส่ถุง 4.ลูกค้ารับสินค้า พนักงานกล่าวขอบคุณคะ	-มีการจัดการที่ดีด้านกระบวนการทำงานของพนักงาน	-ดำเนินการหลังการขาย	-ลูกค้าได้ความรู้ด้านการใช้สินค้า
สภาพแวดล้อมบริการ	1.สภาพแวดล้อมมีป้ายชื่อร้าน 2.มีสัญลักษณ์โลโก้ OK 3.พนักงานแต่งกายด้วยเสื้อสีขาว	-มีชื่อร้าน MOTOSHOP	- การจัดตกแต่งสถานที่ภายในและภายนอกสวยงาม	-พนักงานแต่งกายตามชุดฟอร์มของทางร้าน

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน(Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	-บุคลากรมีความชำนาญในการให้บริการ -มีการประหยัดทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	-บุคลากรไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน
ด้านการตลาด	-มีส่วนลดการส่งเสริมการขาย -สินค้าคุ้มค่างับราคา	-ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่เพียงพอ -ขาดงบประมาณด้านการโฆษณา
ด้านการผลิต	-ผลิตภัณฑ์ทำมาจากวัสดุเหลือใช้สร้าง - ความแปลกใหม่ให้กับผู้บริโภค	-ต้นทุนการผลิตสูง
ด้านการเงิน	-มีช่องทางการชำระเงินชัดเจน	-มีเงินทุนสำรองน้อย

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	-กลุ่มลูกค้าที่ชอบตกแต่งบ้าน	-ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นในตัวสินค้า
สถานการณ์การแข่งขัน	-การแข่งขันการขายในด้านนี้ยังมีน้อย	-
สังคม	-ปัจจุบันในยุคสมัยใหม่ ชอบการจัดตกแต่งบ้านให้หรูหรา -มีการรณรงค์ช่วยลดปริมาณขยะ	-ยังมีผู้บริโภคบางส่วนขาดความเข้าใจในสินค้ารีไซเคิล
เทคโนโลยี	-เทคโนโลยีมีความสะดวกสบายเอื้ออำนวยในการบริการลูกค้าได้สะดวกเวลาเข้ามาใช้บริการภายในร้าน	-ระบบสัญญาณหรือเครือข่ายยังไม่ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่
สภาพเศรษฐกิจ	-จากสภาพเศรษฐกิจทำให้ต้องกำหนดราคาสินค้าที่ถูกลงทำให้บริการขายได้มากขึ้น รวมถึงรายได้ก็เติบโตไปด้วย	-ในปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจตกต่ำ ลูกค้าอาจหลีกเลี่ยงสินค้าที่มีอยู่แล้วเลยไม่จำเป็นต้องซื้อ
กฎหมาย , ระเบียบ , ข้อบังคับ	-รัฐบาลมีการสนับสนุนธุรกิจ SME	-มีกฎหมายบังคับที่ไม่ชัดเจน
กลุ่มผู้จำหน่าย , เครือข่าย	-	-ขาดตัวแทนในการจัดจำหน่าย

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	(โคมไฟจากกล่องนม) Milk Boxes Lamp
ที่อยู่/ ที่ตั้งกิจการ	อยู่ที่ 1658 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนาจังหวัด กรุงเทพมหานคร 10260
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	บริษัทจำกัด
ทุนจดทะเบียน	200,000 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	-
หมายเลขทะเบียนการค้า	

6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	นางสาวอรรณพ โคตมนต์	ประธาน
2	นางสาวเกวณีน จันท์พวง	รองประธาน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจของกิจการขึ้นอยู่กับ ประธาน แต่เพียงผู้เดียว

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1	นางสาวอรรณพ โคตมนต์	12,000	120,000	60%
2	นางสาวเกวณีน จันท์พวง	8,000	80,000	40%
รวมจำนวนหุ้น		20,000	200,000	100%

*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

6.5ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

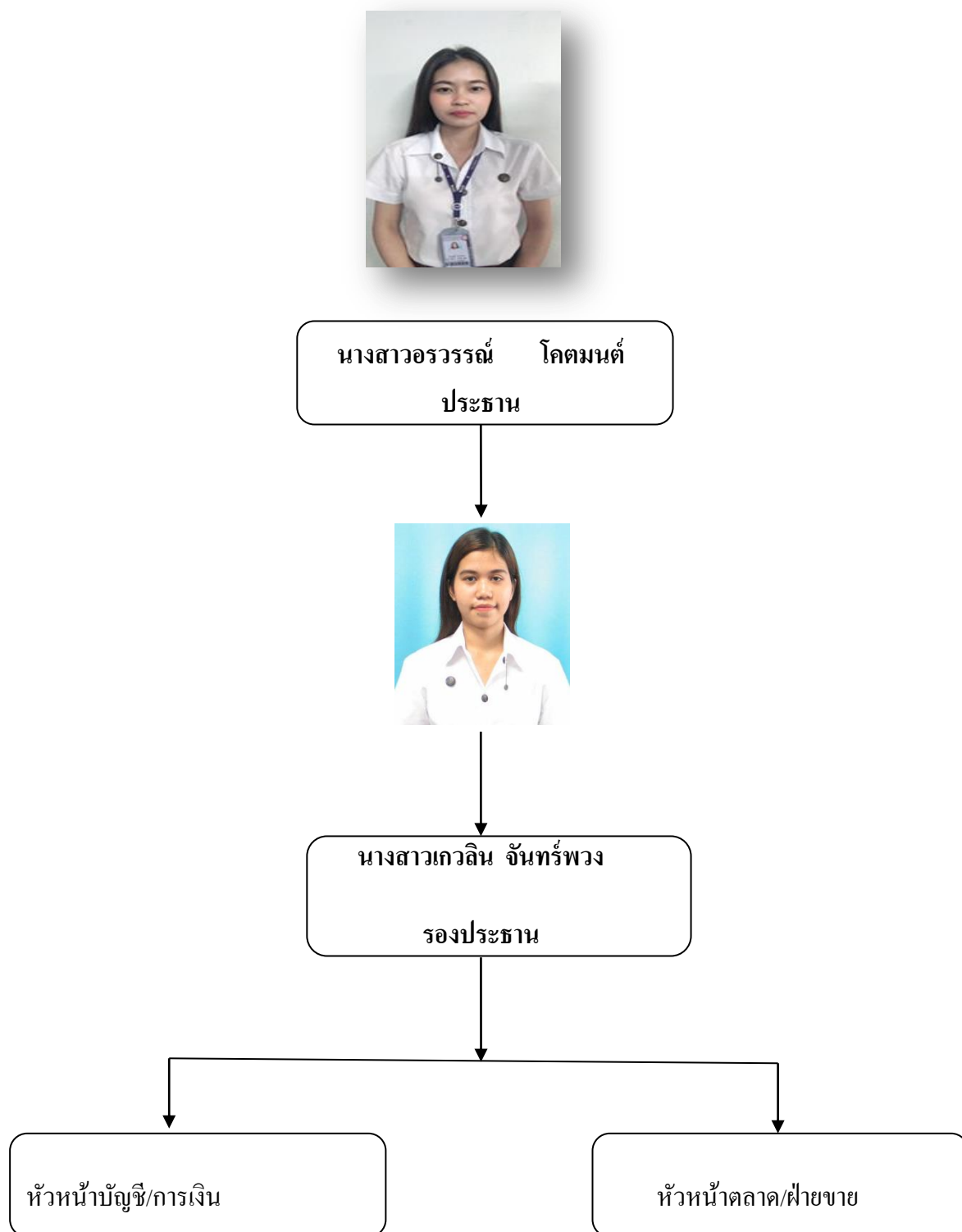
1. ชื่อ นางสาวอรรณณ โคตมนต์ อายุ 20 ปี
การศึกษา

ระดับ ปวส. จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณณวิทย์พัฒนการ ปี พ.ศ. 2562

2. ชื่อ นางสาวเกวลิน จันทรพวง อายุ 20 ปี
การศึกษา

ระดับ ปวส.จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณณวิทย์พัฒนการ ปี พ.ศ. 2562

6.6 แผนผังองค์กร



6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

1. ชื่อ นางสาวอรรณพ โคตมนต์

ตำแหน่ง	ประธาน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	บริหาร วางแผน ตัดสินใจงานในบริษัท
การศึกษา ระดับ ปวส.	จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ ปี พ.ศ. 2562
อัตราเงินเดือน	10,000 บาท

2. ชื่อ นางสาวเกวลิน จันท์พวง

ตำแหน่ง	รองประธาน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ให้คำปรึกษาวางแผนธุรกิจ จัดหาเงินทุน
การศึกษา ระดับ ปวส.	จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ ปี พ.ศ. 2562
อัตราเงินเดือน	8,000 บาท

3. ชื่อ

ตำแหน่ง	หัวหน้าบัญชี/การเงิน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมดูแลการเงินของธุรกิจ
การศึกษา ระดับ ปวส.	จาก ปี พ.ศ.....
อัตราเงินเดือน	6,000 บาท

4. ชื่อ

ตำแหน่ง	หัวหน้าตลาด/ฝ่ายขาย
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมการส่งเสริมทางการตลาด
การศึกษา ระดับ ปวส.	จาก ปี พ.ศ.....
อัตราเงินเดือน	6,000 บาท

6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตรา เงินเดือน	รวม เงินเดือน
1.	นางสาวอรรณพ โคตมนต์	ประธาน	1	10,000บาท	10,000 บาท
2.	นางสาวเกวณีน จันทร์พวง	รองประธาน	1	8,000 บาท	8,000 บาท
3.		หัวหน้าบัญชี/ การเงิน	1	6,000 บาท	6,000 บาท
4.		หัวหน้า การตลาด/ ฝ่ายขาย	1	6,000 บาท	6,000 บาท
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			4	30,000 บาท	30,000 บาท

6.9 วิสัยทัศน์

นำเสนอสินค้ามีคุณภาพ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเลิศที่มีความแตกต่าง
ตอบโจทย์ความคาดหวังของลูกค้าเสมอ สินค้าของเราจะต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานของเราเพื่อสร้าง
แบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป

6.10 พันธกิจ

1. จัดระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพและพัฒนารูปแบบการผลิตอย่างต่อเนื่อง
2. สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่และการบริการ
3. บริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและมีผลประโยชน์ที่น่าพอใจเพื่อสร้างผลกำไรใน
ธุรกิจ

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. เพื่อผลิตและจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคแหล่งชุมชนใกล้เคียง
2. ต้องการให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มลูกค้า
3. ธุรกิจต้องการคืนทุนภายในระยะเวลา 3 ปี

เป้าหมายระยะกลาง

1. เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอีก 20%
2. เพื่อขยายตลาดผลิตภัณฑ์ไปเขตพื้นที่ใกล้เคียง
3. ขยายช่องทางการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ

เป้าหมายระยะยาว

1. เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีมากขึ้นจนเป็นที่กล่าวขานของกลุ่มลูกค้าทั่วไป
2. สามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้ได้มากที่สุดและเพิ่มลูกค้ารายใหม่อยู่เสมอ
3. เป็นผู้นำตลาดที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงที่สุดและมีกำไรในปีต่อไปเพิ่มขึ้นเรื่อยๆจากปีก่อนหน้าอีก 20%

6.12 ปัจจัยความสำเร็จ

1. การบริการอันประทับใจมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า
2. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ
3. มีแหล่งวัตถุดิบที่มีราคาถูกและมีการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาให้แก่ลูกค้า

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้กับหุ้นส่วนทุกคน โดยยึดหลักในการคล่องมือหุ้น
2. หลังจากปีที่ 3 เป็นต้นไปจะจ่ายเงินปันผลของแต่ละบุคคลตามจำนวนหุ้นส่วน

6.14 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

1. มีการวางแผนการดำเนินการเพื่อเข้าถึงเป้าหมายและสรรหาผู้บริโภครายใหม่
2. มีการขยายกิจการเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มีพื้นที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
3. มีการออกงานจัดแสดงสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าในช่วงเวลากิจกรรมจัดขึ้น

ตามศูนย์จัดแสดงสินค้าในหลายจังหวัด

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมาย

1. ต้องการให้รับรู้คุณภาพของสินค้าเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย
2. สามารถเพิ่มยอดขายและได้รับผลกำไรเพิ่มขึ้นทุกปี
3. ขยายกิจการและเพิ่มสาขาในช่วงระยะเวลาหลังจากปีที่ 3

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือน อาศัยอยู่ตามคอนโดหรือห้องเช่า
2. กลุ่มวัยเรียน นิสิต-นักศึกษา อาศัยอยู่ตามหอพัก
3. กลุ่มบุคคลทั่วไป และอาศัยอยู่ตามสถานที่ต่างๆ

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์แฮนด์เมดมีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปฉะนั้นการออกแบบจึงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่เหมือนสินค้าในท้องตลาดทั่วไปและเป็นที่ดึงดูดใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพราะมีคุณภาพ ความคงทน ความคุ้มค่าและที่สำคัญเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพราะผลิตด้วยกรรมวิธีการรีไซเคิล วัสดุรูปร่างปานกลาง ขนาดเดียว สูง 64 ซม. กว้าง 43 ซม. ลึก 30 ซม.

7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

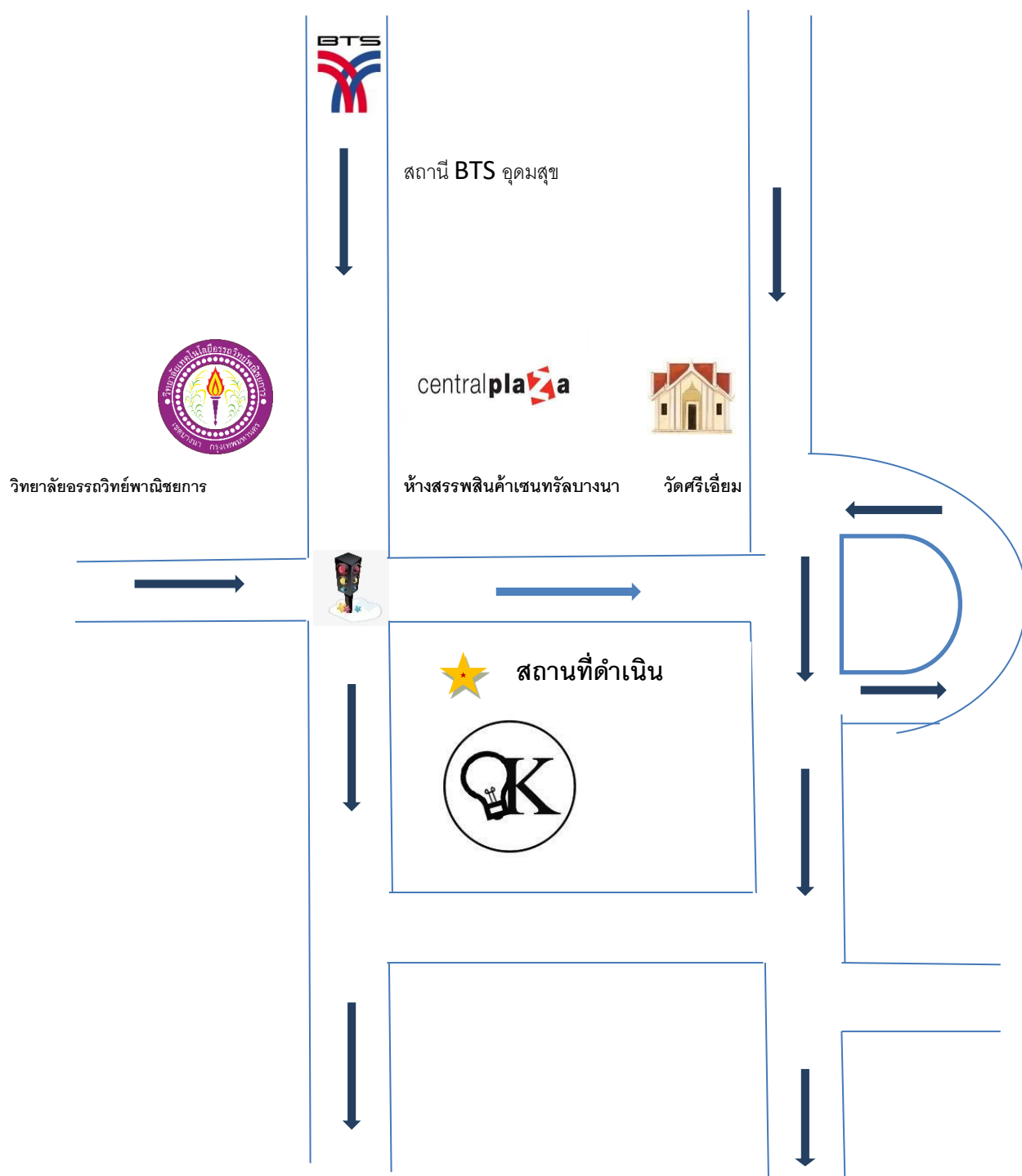
สินค้าโคมไฟจากกล่องนมราคาเดียวคือ 450 บาท โดยมีการตั้งราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งในช่วงแรก เพราะสินค้ามีต้นทุนในการผลิตต่ำอยู่แล้วจึงไม่ส่งผลต่อกำไรมากนัก และเป็นกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของเราและทางร้านได้มีการจัดช่องทางการชำระเงินไว้หลายช่องทาง ดังนี้

- ถ้าลูกค้ามาซื้อสินค้าที่ร้านสามารถชำระเงินเป็นเงินสดหรือบัตรเครดิต
- หากเป็นลูกค้าทางออนไลน์ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านธนาคารหรือแอปพลิเคชันการดังต่อไปนี้



7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานที่ผลิตและจำหน่าย อยู่ที่ 1658 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา
จ.กรุงเทพมหานคร หรือโทรศัพท์ 061-6805400, 093-0923660 และ ทางออนไลน์

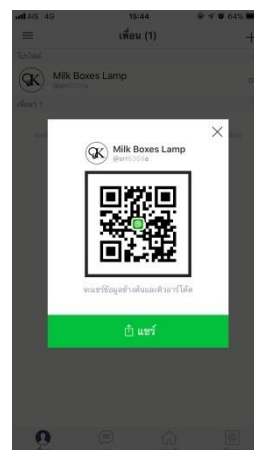


ทางออนไลน์

FACEBOOK: Milk BoxesLamp

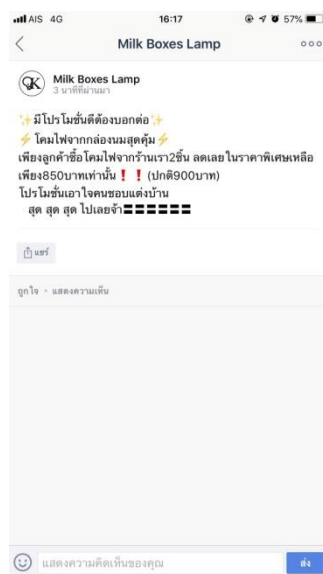


LINE: @Milk BoxesLamp



7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

1. โปรโมชันราคาพิเศษหากซื้อ โคมไฟ 2 ชิ้น จากราคา 900 บาท ลดเหลือ 850 บาท (ต้องซื้อเป็นคู่เท่านั้น)
 2. มีส่วนลด 5% ให้กับผู้ใช้แชรเพจร้านบน FACEBOOK
 3. จัดส่งฟรีเมื่อซื้อ โคมไฟครบจำนวน 5 ชิ้นขึ้นไป
- (บริเวณกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเท่านั้น)



7.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

1. การนำสินค้าไปจัดแสดงไปนอกสถานที่ เช่น งานจัดแสดงสินค้า ห้างสรรพสินค้า
2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์อัพเดทข้อมูลสินค้าและโปรโมชั่นใหม่ๆผ่านทางออนไลน์ FACEBOOK และ LINE

8. แผนการผลิต

8.1 สถานที่ประกอบการในการผลิต

สถานที่ตั้ง 1658 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา
 จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10260

8.2 เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	จำนวน	การใช้งาน	ราคาทุน	อายุ
1.	ดินสอ	5	วาด/ร่างแบบ	50	3เดือน
2.	กัตเตอร์	5	ตัดกระดาษ	100	3เดือน
3.	กรรไกร	5	ตัดกระดาษ	150	3เดือน
4.	กาว	10	ติดกระดาษ	100	3เดือน
5.	ปืนกาว	2	ติดกระดาษ	400	1ปี

8.3 ข้อมูลการผลิต

จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด	40ตัว/วัน , 1,040ตัว/เดือน , 12,480ตัว/ปี
อัตราประมาณการในการผลิต	40ตัว/วัน , 1,040ตัว/เดือน , 12,480ตัว/ปี
เป้าหมายหน่วยการผลิต	40ตัว/วัน , 1,040ตัว/เดือน , 12,480ตัว/ปี
เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการผลิต	5 ตัว / ชั่วโมง
เวลาผลิตต่อวัน	8 ชั่วโมง
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต	4 คน
อัตราค่าแรงงานในการผลิต	300 บาท / วัน

8.4 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

- กล้องนม
- หลอดไฟ
- กรรไกร/คัตเตอร์
- กาวแท่ง/ปืนยิงกาว

8.5 ขั้นตอนการผลิต

1. เริ่มแรก ตัดกล่องนมออก ให้เป็นแผ่นสี่เหลี่ยม แล้วล้างทำความสะอาด ผึ่งให้แห้ง



2. ตัดกล่องนมให้เป็นแผ่นสี่เหลี่ยมยาวๆแล้ว ทำรอยให้ด้านเท่ากัน แล้วพับเข้าหากันเป็นสามเหลี่ยม



3. แล้วลองนำมาวางประกอบกัน จะทำเป็น ห้าเหลี่ยม หรือ หกเหลี่ยมก็ได้



4.การประกอบแต่ละด้านให้ตัดแผ่นกล่องนมอีกหนึ่งแผ่นมาทากาวแล้วครอบลงไประหว่างแผ่นสามเหลี่ยม



5. นำทั้งหมดมาประกอบกันเป็นรูปทรง



6. นำมาติดกับหลอดไฟ ก็จะได้โคมไฟสิ่งประดิษฐ์จากกล่องนมแล้ว

1. เริ่มแรก ตัดกล่องนมออก ให้เป็นแผ่นสี่เหลี่ยม แล้วล้างทำความสะอาด ผึ่งให้แห้ง



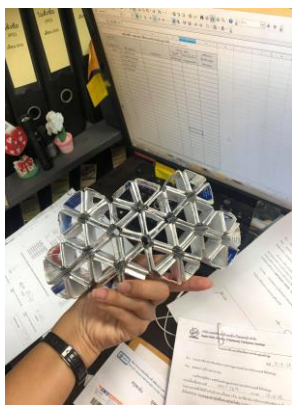
2. ตัดกล่องนม ให้เป็นแผ่นสี่เหลี่ยมยาวๆ แล้วทำรอยให้ด้านเท่ากันแล้วพับเข้าหากันเป็นสามเหลี่ยม



3. แล้วลองนำมาวางประกบกันจะให้เป็น ห้าเหลี่ยม หรือ หกเหลี่ยมก็ได้



4. การประกอบแต่ละด้านให้ตัดแผ่นกล่องนมอีกหนึ่งแผ่นมาทากาว แล้วครอบลงไประหว่างแผ่นสามเหลี่ยม



5. นำทั้งหมดมาประกอบกันเป็นวงกลม



6. นำมาติดกับหลอดไฟ ก็จะได้โคมไฟส่งประดิษฐ์จากกล่องนมแล้ว



9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

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

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ	ภาระผูกพัน
1.	ที่ดิน	-	-	-
2.	อาคาร	ออฟฟิศ	100,000	-
3.	ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	ปรับปรุงสถานที่	50,000	-
4.	โรงงาน	-	-	-
5.	เครื่องจักร	-	-	-
6.	อุปกรณ์/เครื่องใช้	อุปกรณ์สำนักงาน คอมพิวเตอร์/ปริ้นเตอร์	50,000	-
7.	ยานพาหนะ	-	-	-
8.	วัตถุดิบคงเหลือ	-	-	-
9.	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-	-
10.	ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-	-
11.	รายการอื่นๆ (ถ้ามี)	-	-	-
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบการธุรกิจปัจจุบัน			200,000	-

9.3 สมมติฐานทางการเงิน

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

9.4 นโยบายทางการเงิน

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

9.6 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสินค้าขาย (หน่วย)			
โคมไฟ	12,480.00	13,104.00	14,415.00
รวมจำนวนสินค้าขาย	12,480.00	13,104.00	14,415.00
ราคาสินค้า (บาท/หน่วย)			
โคมไฟ	450	450	450
ราคาสินค้าเฉลี่ย	450	450	450
รายได้จากการขาย (บาท)			
โคมไฟ	5,616,000.00	5,896,800.00	6,486,750.00
รวมรายได้จากการขาย (บาท)	5,616,000.00	5,896,800.00	6,486,750.00
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
ขายด้วยเงินสด	5,616,000.00	5,896,800.00	6,486,480.00
ขายด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน/เดือน)	-	-	-
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	-	-	-
เงินสดจากการขายสินค้า (บาท)	5,616,000.00	5,896,800.00	6,486,480.00

9.7 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนวัตถุดิบในการผลิต (หน่วย)			
หลอดไฟ (ลัง)	125.00	132.00	146.00
กล่องนม (กิโลกรัม)	2,496.00	2,621.00	2,884.00
กาว (กิโลกรัม)	312.00	328.00	361.00
สายไฟ (เส้น)	12,480.00	13,104.00	14,414.40
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ (บาท/หน่วย)			
หลอดไฟ (ลัง)	1,800.00	1,890.00	2,079.00
กล่องนม (กิโลกรัม)	5.00	5.25	5.77
กาว (กิโลกรัม)	15.00	15.75	17.32
สายไฟ (เส้น)	60.00	63.00	69.30
ต้นทุนวัตถุดิบ (บาท)			
หลอดไฟ (ลัง)	225,000.00	249,480.00	303,534.00
กล่องนม (กิโลกรัม)	12,480.00	13,760.25	16,640.68
กาว (กิโลกรัม)	4,680.00	5,166.00	6,252.52
สายไฟ (เส้น)	748,800.00	825,552.00	998,917.92
รวมต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)	990,960.00	1,093,958.25	1,325,345.12
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	990,960.00	1,093,958.25	1,325,345.12
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน/เดือน)	-	-	-
มูลค่าเจ้าหนี้การค้าวัตถุดิบและสินค้าซื้อ มา	-	-	-
เงินสดจ่ายวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อ ผลิต	990,960.00	1,093,958.25	1,325,345.12

9.8 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนการขายสินค้า

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
ต้นทุนการผลิตสินค้า (บาท)			
ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้า	990,960.00	1,093,958.25	1,325,345.12
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อการผลิต	-	-	-
ค่าแรงงานในการผลิต	374,400.00	393,120.00	432,432.00
ค่าไฟฟ้าในการผลิต	14,400.00	15,120.00	16,632.00
ค่าน้ำประปาในการผลิต	18,000.00	18,900.00	20,790.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์	24,000.00	25,200.00	27,720.00
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการผลิต	-	-	-
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า (1)	1,427,760.00	1,552,598.25	1,829,849.12
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)			
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการผลิต(5%)	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์(20%)	160.00	160.00	160.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)	160.00	160.00	160.00
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต (2)			
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น (1) + (2)	1,427,920.00	1,552,758.25	1,830,009.12
+ บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	1,427,920.00	1,552,758.25	1,830,009.12

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	360,000.00	378,000.00	415,800.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	18,000.00	18,900.00	20,790.00
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	9,600.00	10,080.00	11,088.00
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	8,400.00	8,820.00	9,702.00
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองสำนักงาน	2,400.00	2,520.00	2,772.00
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่าง ๆ	-	-	-
ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย	-	-	-
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	8,400.00	8,820.00	9,702.00
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง	-	-	-
ค่าใช้จ่าย Commission จากการขาย	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารงานและการขาย (1)	436,800.00	458,640.00	504,504.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย			
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน(5%)	5,000.00	5,000.00	5,000.00
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้(20%)	10,000.00	10,000.00	10,000.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)	-	-	-
รวมค่าเสื่อมราคา (2)	15,000.00	15,000.00	15,000.00
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย(1)+(2)	451,800.00	473,640.00	519,504.00

9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการขายสินค้า	5,616,000.00	5,896,800.00	6,486,480.00
รายได้อื่น	-	-	-
รวมรายได้	5,616,000.00	5,896,800.00	6,486,480.00
หัก-ต้นทุนขายสินค้า	1,427,920.00	1,552,758.25	1,830,009.12
กำไรขั้นต้น	4,188,080.00	4,344,041.75	4,656,470.88
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	451,800.00	473,640.00	519,504.00
กำไรจากการดำเนินการ	3,736,280.00	3,870,401.75	4,136,966.88
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล (15%)	3,736,280.00	3,870,401.75	4,136,966.88
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล(15%)	560,442.00	580,560.26	620,545.03
กำไรสุทธิ	3,175,838.00	3,289,841.49	3,516,421.85
หัก-เงินปันผลจ่าย (10%)	-	-	-
กำไรสะสม	-	3,175,838.00	114,003.49
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น	3,175,838.00	114,003.49	3,402,418.36
มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น	15.87	0.57	17.01

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากการดำเนินการ			
เงินสดรับจากการขายสินค้า	5,616,000.00	5,896,800.00	6,486,480.00
เงินสดรับจากรายได้อื่น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	1,427,920.00	1,552,758.25	1,830,009.12
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	451,800.00	473,640.00	519,504.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	560,442.00	580,560.26	620,545.03
กระแสเงินสดจากการดำเนินการรวม	3,175,838.00	3,289,841.49	3,516,421.85
กระแสเงินสดจากการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อาคาร	-100,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ส่วน ตกแต่ง	-50,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	-50,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม	-200,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม			
กระแสเงินสดสุทธิ	2,975,838.00	3,289,841.49	3,516,421.85
บวก+กระแสเงินสดต้นงวด	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	2,975,838.00	3,289,841.49	3,516,421.85

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	2,975,838.00	3,289,841.49	3,516,421.85
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,975,838.00	3,289,841.49	3,516,421.85
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	200,000.00	-	-
สินทรัพย์ที่ต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	200,000.00	-	-
รวมสินทรัพย์	3,175,838.00	3,289,841.49	3,516,421.85
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน			
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน (ค่า) กว่าทุน	3,175,838.00	114,003.49	3,402,418.36
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	3,175,838.00	114,003.49
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	3,175,838.00	3,289,841.49	3,516,421.85
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,175,838.00	3,289,841.49	3,516,421.85

9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	สภาพคล่อง สูง	สภาพคล่อง สูง	สภาพคล่องสูง
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	-	-	-
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน			
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	-	-	-
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-
ระยะเวลาดินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (รวม)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนหนี้ (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน			
อัตราส่วนผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	74.57	73.66	71.78
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	66.53	65.63	63.77
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	56.55	55.79	54.21
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per share)	15.87	0.57	17.01
มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book Value)	10	10	10
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	3 ปี		
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	3 ปี		
ระยะเวลาคืนทุน	3 ปี		

10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1.	ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	ทำให้ยอดขายของบริษัทลดลง	จัดโปรโมชั่นเพื่อเพิ่มยอดขาย
2.	สินค้ามีราคาต้นทุนสูงกว่าที่กำหนดไว้	ทำให้เงินสำรองจ่ายไม่เพียงพอในการหมุนเวียนค่าใช้จ่ายด้านอื่น	ซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์จำนวนมากๆ จะสามารถช่วยลดราคาค่าต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย
3.	สินค้าถูกลอกเลียนแบบ	ทำให้ลูกค้าไปซื้อของคู่แข่งอื่นที่เลียนแบบ	จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การออกบูท การโฆษณาและประชาสัมพันธ์
4.	ลูกค้าเปลี่ยนรสนิยมการซื้อ	ทำให้รายรับโดยรวมของกิจการลดลงเนื่องจากลูกค้าให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์อื่นที่มีรูปแบบแปลกใหม่	ติดตามสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและปรับเปลี่ยนสินค้าให้ตอบสนองกับความต้องการ ณ เวลานั้น

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวอรรณพ โคตมนต์		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
24-28 มิ.ย. 62	ส่งโครงเพื่อขออนุมัติ	
1-12 ก.ค. 62	กำหนดส่งเนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	
15-31 ก.ค. 62	กำหนดส่งเนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
1-30 ส.ค. 62	กำหนดส่งเนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	
26 ส.ค. 62	แผนธุรกิจ	
	- บทสรุปผู้บริหาร	
	- วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	
	- ความเป็นมาของธุรกิจ	
	- ผลิตภัณฑ์	
	- วิเคราะห์อุตสาหกรรม และ การตลาด	
	- แผนการบริหารจัดการ	
	- แผนการตลาด	
	- แผนการผลิต / การขาย / การบริหาร	
	- แผนการเงิน	
	- แผนการฉุกเฉิน หรือ แผนประเมินความเสี่ยง	
2-6 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษาเตรียม Present ครั้งที่ 1)	

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1	
	(โครงการ + บทที่1-3 + แผนธุรกิจ)	
1-31 ต.ค. 62	ปฏิบัติภาคสนามระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง	
	(ปฏิบัติการขาย / งานบริการ /งานประดิษฐ์)	
	เข้ารับการนิเทศจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
1-8 พ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำเสนองาน	
	โครงการ การออกร้านจัดแสดงสินค้า /บริการ	
	แสดงผลงานประดิษฐ์	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 2	
	(แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน	
	จัดแสดงสินค้า / บริการ / ผลงานประดิษฐ์)	
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
16-20 ธ.ค. 62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4	
	- ปฏิบัติงานรายบุคคล	
	- บัญชี + ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	
20-24 ม.ค. 63	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5	
	(สรุปผลการดำเนินงานโครงการ)	
27-31 ม.ค. 63	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	
3-7 ก.พ. 63	กำหนดส่ง	
	ภาคผนวก ก	
	ภาคผนวก ข	
	ภาคผนวก ค	
	ภาคผนวก ง	
10-14 ก.พ.63	กำหนดส่งกิตติกรรมประกาศ	
	กำหนดส่ง บทคัดย่อ	
17-21 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ	
24-28 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม +เงินค่ารูปเล่ม + แผ่นซีดี 1 แผ่น	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวเกวลิน จันท์พวง		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
24-28 มิ.ย. 62	ส่งโครงเพื่อขออนุมัติ	
1-12 ก.ค. 62	กำหนดส่งเนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	
15-31 ก.ค. 62	กำหนดส่งเนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
1-30 ส.ค. 62	กำหนดส่งเนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	
26 ส.ค. 62	แผนธุรกิจ	
	- บทสรุปผู้บริหาร	
	- วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	
	- ความเป็นมาของธุรกิจ	
	- ผลิตภัณฑ์	
	- วิเคราะห์อุตสาหกรรม และ การตลาด	
	- แผนการบริหารจัดการ	
	- แผนการตลาด	
	- แผนการผลิต / การขาย / การบริหาร	
	- แผนการเงิน	
	- แผนการฉุกเฉิน หรือ แผนประเมินความเสี่ยง	
2-6 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษาเตรียม Present ครั้งที่ 1)	

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1	
	(โครงการ + บทที่1-3 + แผนธุรกิจ)	
1-31 ต.ค. 62	ปฏิบัติภาคสนามระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง	
	(ปฏิบัติการขาย / งานบริการ /งานประดิษฐ์)	
	เข้ารับการนิเทศจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
1-8 พ.ย. 62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำเสนองาน	
	โครงการ การออกร้านจัดแสดงสินค้า /บริการ	
	แสดงผลงานประดิษฐ์	
16 พ.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 2	
	(แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน	
	จัดแสดงสินค้า / บริการ / ผลงานประดิษฐ์)	
13 ธ.ค. 62	งาน ATC นิทรรศน์	
16-20 ธ.ค. 62	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4	
	- ปฏิบัติงานรายบุคคล	
	- บัญชี + ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	
20-24 ม.ค. 63	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5	
	(สรุปผลการดำเนินงานโครงการ)	
27-31 ม.ค. 63	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	
3-7 ก.พ. 63	กำหนดส่ง	
	ภาคผนวก ก	
	ภาคผนวก ข	
	ภาคผนวก ค	
	ภาคผนวก ง	
10-14 ก.พ.63	กำหนดส่งกิตติกรรมประกาศ	
	กำหนดส่ง บทคัดย่อ	
17-21 ก.พ. 63	ตรวจรูปเล่มโครงการ	
24-28 ก.พ. 63	ส่งรูปเล่ม +เงินค่ารูปเล่ม + แผ่นซีดี 1 แผ่น	

บัญชีรายรับ – รายจ่าย ในโครงการ

บัญชีรายรับ – รายจ่าย

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม (MILK BOXESLAMP)

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
11 / 09 / 62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2	1,000	2,000						2,000
15 / 09 / 62	กล่องนม (หลังจากบริโภคร)				800		200			
22 / 10 / 62	หลอดไฟ				1		249			
27 / 10 / 62	เหล็กยึดโคมไฟ				1		120			
	วัสดุแขวนโคมไฟ				1		200			
	แผ่นรองตัด				2		175			
	กรรไกร				1		45			
	มีดคัตเตอร์				1		25			
รวม				2,000			-1,014			986

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการนวัตกรรมนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์ไฟจากกล่องนม (MILK BOXESLAMP) มีผู้ร่วมลงทุน 2 คน ออกเงินร่วมลงทุนคนละ 1,000 บาท
ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

1. นางสาว อรพรรณ โคตรมนต์		
2. นางสาว เกวลิน จันทร์พวง		
เงินที่ใช้ในการลงทุน	2,000	บาท
หักทุนจากการดำเนินโครงการ	1,014	บาท
เหลือเงินจากการดำเนินโครงการ	986	บาท

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อประดิษฐ์สิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์ไฟจากกล่องนม
2. เพื่อวางแผนการตลาด แผนการผลิต แผนการบริหารและการจัดการ และแผนการเงินของสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์ไฟจากกล่องนม
3. เพื่อวางแผนธุรกิจสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์ไฟจากกล่องนม

รายงานผลของแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ทศนคติที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์ไฟจากกล่องนม (MILK BOXESLAMP) ของนักศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ ปรากฏผลข้อมูลดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และเพศหญิง จำนวน 89คน คิดเป็นร้อยละ 89.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 อายุ 15-20 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 อายุ 31 ปีขึ้นไป 11คน คิดเป็นร้อยละ11.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 15-20 ปี รองลงมาคือ ต่ำกว่า 221-25 ปี ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ23.0 ครู/อาจารย์ จำนวน30 คน คิดเป็นร้อยละ30.0 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัท จำนวน8 คน คิดเป็นร้อยละ8.0 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน8คน คิดเป็นร้อยละ8.0 อื่นๆ ไม่มี โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รองลงมาคือ ครู/อาจารย์ นักเรียน/นักศึกษา และรับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัท ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น 6จำนวน 6คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 มัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ9.0 ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ปริญญาตรี/ปวศ. จำนวน9 คิดเป็นร้อยละ9.0 ปริญญาตรี จำนวน54คน คิดเป็นร้อยละ54 ปริญญาโท/สูงกว่า จำนวน15คน คิดเป็นร้อยละ15.0โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือปริญญาโท-สูงกว่า อนุปริญญาตรี/ปวศ. มัธยมศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ประถมศึกษา ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้แบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ไม่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 รายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นจำนวน 19.0รายได้สูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป จำนวน 71คน คิดเป็นร้อยละ 71.0โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน15,001 บาทขึ้น รองลงมาคือรายได้ 10,001-15,000 บาท และรายได้ ต่ำกว่า 5,001-10,000 บาท ตามลำดับ

จากทัศนคติที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม (MILK BOXESLAMP)ใน ด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.70) ด้านราคา อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.71) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.67) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.82)

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม (MILK BOXESLAMP) เป็นโครงการที่มีแนวคิดนำวัตถุดิบกล่องนมที่บริโภคมาประดิษฐ์สร้างสรรค์เป็นโคมไฟจากกล่องนม มีการดัดแปลงวัตถุดิบจากกล่องนมเก่าที่เหลือใช้หรือเรียกว่าการแปรใช้ใหม่ เป็นการจัดการวัสดุเหลือใช้ที่กำลังจะเป็นขยะโดยนำไปผ่านกระบวนการแปรสภาพ เพื่อให้เป็นวัสดุใหม่แล้วนำกลับมาใช้ได้อีกทำให้เกิดการคิดค้นพัฒนาสิ่งของเหลือใช้ให้เป็นนวัตกรรมนี้ขึ้นมา เน้นการใช้วัสดุเหลือใช้อย่างคุ้มค่าเป็นประเด็นสำคัญ เพื่อลดปัญหาของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีการลงทุนสูง หรือมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก เน้นการนำเอากล่องนมที่เหลือจากการบริโภคแล้ว มาสร้างเป็นสิ่งประดิษฐ์ของตกแต่งบ้าน ออกแบบให้เป็นโคมไฟจากกล่องนม พร้อมดัดแปลงเพื่อให้สะดวกต่อการใช้งาน ทำให้เหมาะกับผู้ที่อาศัยตาม หอพัก หรือบ้านเช่า เพราะชิ้นงานมีขนาดกะทัดรัดไม่ใหญ่จนเกินไป ประหยัดพื้นที่ในการใช้งานจริงและสามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย อีกทั้งยังมีประโยชน์ในการใช้สอยที่หลากหลาย มีความแข็งแรงทนทานพร้อมรับน้ำหนักจากการใช้งานได้ดี

ในการทำโครงการโครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม มีผู้ร่วมลงทุนทั้งหมด 2 คน จำนวนเงินที่นำมาลงทุนคนละ 1,000 บาท รวมเป็นเงินที่ใช้ในการดำเนินโครงการจำนวน 2,000 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานจริงรวมทั้งสิ้น 1,014 บาท ทำให้เหลือเงินจากการลงทุน 986 บาท สถานที่ในการปฏิบัติงาน คือ 1658 ถ.บางนา-ตราด กม. 4 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานหรือประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม ตั้งแต่มิถุนายน 2562 ถึง เดือน กุมภาพันธ์ 2563

การจัดทำโครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม ช่วยให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์โครงการดังนี้

1. เพื่อประดิษฐ์สิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่อง
2. เพื่อวางแผนธุรกิจสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม
3. เพื่อวางแผนการตลาด แผนการผลิต แผนการบริหารและจัดการ และแผนการเงินของสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม

สรุปตารางการปฏิบัติงานจริง

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
1	17 ก.ค. 62	ออกแบบคอมไฟจากกล่องนม
2	23 ก.ค. 62	หาแหล่งซื้อวัสดุ
3	15 ก.ย. 62	Present โครงการครั้งที่ 1
4	17 ก.ย. 62	ซื้อวัสดุอุปกรณ์
5	24 ก.ย. 62	จัดเตรียมอุปกรณ์
6	8 ต.ค. 62	เริ่มลงมือในการประดิษฐ์ตามแบบที่ได้วางแผนไว้
7	14 ต.ค. 62	ล้างทำความสะอาดวัสดุและเชื่อมวัสดุเข้าด้วยกัน
8	29 ต.ค. 62	บปรจุกล่อง
9	24 พ.ย. 62	Present โครงการครั้งที่ 2

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. ออกแบบแล้วมีปัญหาเวลาปฏิบัติงานจริง
2. ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการประดิษฐ์

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

1. การออกแบบสินค้าทุกชิ้นควรนึกถึงระยะเวลาการลงมือปฏิบัติงานจริง
2. ควรปรึกษาผู้ที่มีความเชี่ยวชาญพร้อมศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับการประดิษฐ์ คอมไฟจากวัสดุเหลือใช้หรือคอมไฟจากกล่องนม

บรรณานุกรม

- ชีวรรณ เจริญสุข. (2559). **ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค**. สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2562 , จาก
<https://maymany.wordpress.com>
- ณัฐวัตร คำอินทร์ และคณะ. (2556). **โครงการชุดคอมพิวเตอร์ไฟจากไม้อัด Light Brand**. หลักสูตร
 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด, วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ.
 ธนกร นิรันดร์นุต และคณะ. (2559). **การออกแบบผลิตภัณฑ์**. สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2562 , จาก
http://www.kmutt.ac.th/jif/public_html/Download/Format_Checker/3/19.pdf
- ปัทมา ศิริวงษ์ และคณะ. (2556). **โครงการคอมพิวเตอร์ไฟกะลามะพร้าว**. หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ
 ชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด, วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ.
- พรทิพย์ วิจิตรนาถ. (2557). **ส่วนผสมการตลาด 4P's**. สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2562 , จาก
<http://ir.swu.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/4517/>
- ราช ศิริวัฒน์. (2560). **กระบวนการตัดสินใจซื้อ**. สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2562 , จาก
<https://doctemple.wordpress.com/2017/>
- อินทร วิจิต. (2558). **การเขียนแผนธุรกิจ**. สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2562 , จาก
<http://dspace.spu.ac.th/bitstream/>.
- ไอลยวิญ เจริญมัญชุศรี และผศ.ดร.สุ้ย กานต์สมเกียรติ. (2559). **โครงการคอมพิวเตอร์ไฟแบบมีกลิ่นหอม**
ตกแต่งบ้านจากกากไม้กฤษณา. หลักสูตรปริญญาศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ
 ผลิตภัณฑ์, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ภาคผนวก ก

- แบบเสนอขออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ชื่อโครงการ	โคมไฟจากกล่องนม (Milk beoxeslamp)
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่มนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์อุดมพร เปตานนท์

ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | | |
|------------------|-----------|------------------|
| 1. นางสาว อรวรรณ | โคตมนต์ | ประธานโครงการ |
| 2. นางสาว เกวลิน | จันทร์พวง | รองประธานโครงการ |

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันกล่องนมถือเป็นขยะชนิดหนึ่งที่ผู้คนส่วนมากดื่มแล้วจะนำกล่องมาทิ้งตามถังขยะหรือบางคนก็ทิ้งตามสถานที่ต่างๆ ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมในเรื่องของความสกปรกและพอเวลานานไปกล่องนมก็เริ่มจะส่งกลิ่นเหม็นออกมาซึ่งเราสามารถเอากล่องนมพวกนี้มาคิดต่อยอดจัดทำสิ่งของจากความคิดสร้างสรรค์ขึ้นมา อาจจะเป็นของใช้ที่อยู่ใกล้ตัวเราที่เราสามารถนำมาใช้ได้จริง เพื่อให้เกิดประโยชน์ ลดปัญหาขยะประเภทกล่องนมและเป็นการรีไซเคิลของที่เราสามารถหาได้

โดยที่ชั้นของกล่องนมจะมีคุณสมบัติดีมากมายหลายอย่างประกอบด้วย โพลีเอทิลีน มีคุณสมบัติป้องกันความชื้นจากภายนอกและป้องกันการรั่วซึมของของเหลว

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงเห็นคุณค่าของวัสดุเหลือใช้ จากกล่องนมที่เหลือใช้ นำกลับมาสร้าง สิ่งประดิษฐ์ โคมไฟจากกล่องนม เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า สร้างมูลค่าด้วยวิธีการสร้างสรรค์ การนำกลับมาใช้ใหม่ โดยการวางแผน ออกแบบและลงมือปฏิบัติ ของคณะ ผู้จัดทำ อีกทั้งยังเป็นการลดปริมาณขยะจากกล่องนมอีกทางหนึ่งด้วย

วัตถุประสงค์

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

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการออกแบบและวางโครงสร้าง
3. 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. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้						↔			
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน							↔		
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน								↔	↔

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ 1658 ถนน.บางนา-ตราด กม.4 แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน		1,014 บาท
1. กล้องนวม	200	บาท
2. กรรไกร	45	บาท
3. หลอดไฟ	249	บาท
4. เหล็กยึดคอมไฟ	120	บาท
5. ที่แขวนคอมไฟ	200	บาท
6. แผ่นรองตัด	175	บาท
7. มีดคัตเตอร์	25	บาท
รวม	1,014	บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

ปัญหาและอุปสรรค

1. การใช้เครื่องมือ-อุปกรณ์ต้องมีความชำนาญ
2. วัสดุหลักที่ใช้มีความแข็งแรงต่ำ
3. มีการดูแลรักษาความลำบาก

ข้อเสนอแนะ

1. ทำการฝึกฝนใช้เครื่องมือ-อุปกรณ์จนเกิดความชำนาญ
2. แก้ไขการออกแบบและเสริมความแข็งแรงจากวัสดุอื่นๆ
3. ควรเก็บไว้ในสถานที่ไม่มีความชื้น

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์ทนต์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อที่ ปรึกษา	ลงชื่อที่ ปรึกษาร่วม
7	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1	21 ก.ย. 62		
	(โครงการ + บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ)			
8	ปฏิบัติภาคสนามระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง	1-31 ต.ค. 62		
	(ปฏิบัติการขาย / งานบริการ /งานประดิษฐ์)			
	เข้ารับการนิเทศจากอาจารย์ที่ปรึกษา โครงการ			
9	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำเสนองาน	1-8 พ.ย. 62		
	โครงการ การออกร้านจัดแสดงสินค้า / บริการ			
	แสดงผลงานประดิษฐ์			
10	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 2	16 พ.ย. 62		
	(แผนการตลาด แผนการผลิต และการออ กร้าน			
	จัดแสดงสินค้า / บริการ / ผลงาน ประดิษฐ์)			
11	งาน ATC นิทรรศน์	13 ธ.ค. 62		
12	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4	16-20 ธ.ค. 62		
	- ปฏิบัติงานรายบุคคล			
	- บัญชี + ผลการดำเนินงานด้าน งบประมาณ			
13	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5	20-24 ม.ค. 63		
	(สรุปผลการดำเนินงานโครงการ)			
14	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	27-31 ม.ค. 63		
15	กำหนดส่ง	3-7 ก.พ. 63		
	ภาคผนวก ก			
	ภาคผนวก ข			
	ภาคผนวก ค			
	ภาคผนวก ง			

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อที่ ปรึกษา	ลงชื่อที่ ปรึกษาร่วม
16	กำหนดส่งกิตติกรรมประกาศ	10-14 ก.พ.63		
	กำหนดส่ง บทคัดย่อ			
17	ตรวจรูปเล่มโครงการ	17-21 ก.พ. 63		
18	ส่งรูปเล่ม +เงินค่ารูปเล่ม + แผ่นซีดี 1 แผ่น	24-28 ก.พ. 63		

*** หมายเหตุ***

ตารางกำหนดส่งงานในแต่ละรายการ ถือเป็นวันสุดท้ายที่แก้ไขเป็นฉบับสมบูรณ์พร้อมส่งแล้ว

ไม่ใช่วันของการนำส่ง เพื่อรับการตรวจเป็นครั้งแรก

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

- รายงานผลแบบสอบถาม

- ตัวอย่างแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง ทศนคดีที่มีตอนนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม (Milk beoxeslamp)

คำชี้แจง แบบสอบถามมี 3 ตอน กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 20 ปี

() อายุ 21-30 ปี

() อายุ 31 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

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

() มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

() ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)/อนุปริญญา

() ปริญญาตรีหรือสูงกว่า

4. อาชีพ

() นักเรียน/นักศึกษา

() ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

() ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน

() ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

() อื่นๆ โปรดระบุ

5. รายได้ต่อเดือน

() ต่ำกว่า 5,000 บาท

() รายได้ 5,001–10,000 บาท

() รายได้ 10,001–15,000 บาท

() สูงกว่า 15,000 บาท

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. รูปแบบของผลิตภัณฑ์					
2. ความคุ้มค่าในการใช้งาน					
3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
ด้านราคา					
1. ความคุ้มค่ากับราคา					
2. ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย					
1. การติดต่อหรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย					
2. ร้านตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน					
3. สามารถสั่งซื้อได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า 2 ชิ้นเหลือ 850 บาท (ต้องซื้อคู่)					
2. มีส่วนลดให้กับผู้แชร์เพจร้าน 5 %บน FACEBOOK					
3. จัดส่งฟรีเมื่อซื้อคอมพิวเตอร์ 5 ชิ้นขึ้นไป(เฉพาะพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล)					
4. มีป้ายร้านจัดแสดงสินค้า					

ตอนที่ 2 ทักษะคิดที่มีตอนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากกล่องนม (Milk beoxeslamp)

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถาม

รายงานผล แบบสอบถาม

นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม (Milk beoxeslamp.)

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ทักษะคิดที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม (Milk beoxeslamp.) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 100 คน

แบบสอบถามมี 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม

(MILK BOXESLAMP)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	11	11.0
หญิง	89	89.0
รวม	100	100
2. อายุ		
อายุต่ำกว่า 15 ปี	14	14.0
อายุ 15-20 ปี	27	27.0
อายุ 21-25 ปี	26	26.0
อายุ 26-30 ปี	22	22.0
อายุ 31 ปีขึ้นไป	11	11.0
รวม	100	100

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	23	23.0
ครู/อาจารย์	30	30.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	31	31.0
รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัท	8	8.0
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	8	8.0
อื่นๆ...	-	-
รวม	100	100
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	6	6.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	7	7.0
อนุปริญญาตรี/ปวส.	9	9.0
ปริญญาตรี	54	54.0
ปริญญาโท/สูงกว่า	15	15.0
รวม	100	100
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	10	10.0
รายได้ 5,001 – 10,000 บาท	19	19.0
รายได้ 10,001 – 15,000 บาท	71	71.0
รายได้ 15,001 บาทขึ้นไป	-	-
รวม	100	100

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ทศนคติที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม (Milk beoxeslamp.) ของนักศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ ปรากฏผลข้อมูลดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11 รองลงมาเพศหญิง จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 89

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14 รองลงมา อายุ 15-20 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27 และอายุ 21-25 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23 รองลงมาครู/อาจารย์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 รองลงมามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้แบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 5,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10 รองลงมารายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นจำนวน 71 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม

(Milk beoxeslamp.)

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

- | | | | |
|---|-----------------------------|---|----------------------|
| 5 | ระดับความพึงพอใจดีมากที่สุด | 4 | ระดับความพึงพอใจมาก |
| 3 | ระดับความพึงพอใจปานกลาง | 2 | ระดับความพึงพอใจน้อย |
| 1 | ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด | | |

รายการประเมิน	ผลการประเมิน						
	5	4	3	2	1	$\bar{X}$	SD
ด้านผลิตภัณฑ์							
1. ความแข็งแรง ทนทาน	82.0%	18.0%	-	-	-	4.82	0.39
2. การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	82.0%	18.0%	-	-	-	4.82	0.39
3. ความทนทานจากความร้อน	49.0%	36.0%	15.0%	-	-	4.34	0.73
4. การรับประกันสินค้า	82.0%	18.0%	-	-	-	4.82	0.39
ด้านราคา							
5. ความคุ้มค่าด้านคุณภาพกับราคาที่จ่าย	66.0%	34.0%	-	-	-	4.66	0.48
6. ความคุ้มค่าด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์	82.0%	18.0%	-	-	-	4.82	0.39
7. ราคาให้ถูกกว่าราคาในท้องตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	67.0%	33.0%	-	-	-	4.67	0.47
8. ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	67.0%	33.0%	-	-	-	4.67	0.47
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย							
9. ติดต่อสะดวกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย	64.0%	36.0%	-	-	-	4.64	0.48
10. สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต	70.0%	30.0%	-	-	-	4.70	0.46
ด้านการส่งเสริมการตลาด							
11. บริการจัดส่งสินค้าฟรี(กรุงเทพฯและปริมณฑล)	82.0%	18.0%	-	-	-	4.82	0.39
12. การได้รับส่วนลด เช่น กดไลน์ กดแชร์ในเพจ Facebook:Milk Boxeslamp.	82.0%	18.0%	-	-	-	4.82	0.39
13.การจัดแสดงสินค้า/ป้ายนำเสนอ	82.0%	18.0%	-	-	-	4.82	0.39
14.การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ	82.0%	18.0%	-	-	-	4.82	0.39

หมายเหตุ เกณฑ์บอกระดับความคิดเห็นเห็นเสนอแนะ โดย John.W.Best ดังนี้

ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	4.50-5.00	คือ	ดีมาก
ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	3.50-4.49	คือ	มาก
ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	2.50-3.49	คือ	ปานกลาง
ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	1.50-2.49	คือ	น้อย
ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	1.00-1.49	คือ	น้อยที่สุด

จากตารางที่ 2 ทักษะที่มีก่อนวัดกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกล่องนม (Milk beoxeslamp.) พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านความแข็งแรงทนทาน อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.82) รองลงมาด้านการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.82) และด้านการรับประกันสินค้า อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.82) ตามลำดับ

ด้านราคาส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านความคุ้มค่าด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.82) รองลงมาด้านราคาให้ถูกกว่าราคาในท้องตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่น อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.67) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.67) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.70) รองลงมาด้านติดต่อสะดวกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.64)

ด้านราคาส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านความคุ้มค่าด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.82) รองลงมาด้านราคาให้ถูกกว่าราคาในท้องตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่น อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.67) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.67) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมทางการตลาดส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านบริการจัดส่งสินค้าฟรี(เฉพาะ กรุงเทพฯและปริมณฑล) อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.82) รองลงมาด้านการได้รับส่วนลด เช่น กดไลน์ กดแชร์ในเพจ Facebook:Milk Boxeslamp อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.82) และด้านการจัดแสดงสินค้า/ป้ายนำเสนอ อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.82) ตามลำดับ

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ

-ตราสินค้าและรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ

-เอกสารสื่อโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์โครงการ

-รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ

-รูปภาพขั้นตอนปฏิบัติงานโครงการ

ตราสินค้า



รูปแบบผลิตภัณฑ์



ภาพป้ายหน้าร้าน



ภาพสื่อออนไลน์ทาง Facebook



ช่องทางการติดต่อทาง Line



รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ ขั้นตอนการผลิต

ขั้นตอนที่1: เริ่มแรก ตัดกล่องนมออก ให้เป็นแผ่นสี่เหลี่ยม แล้วล้างทำความสะอาด ผึ่งให้แห้ง



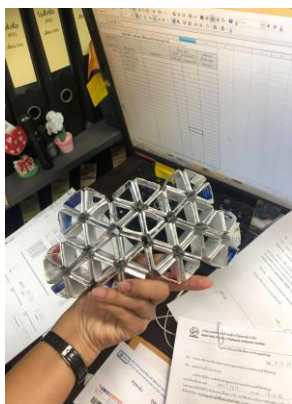
ขั้นตอนที่2: ตัดกล่องนม ให้เป็นแผ่นสี่เหลี่ยมยาวๆแล้วทำรอยให้ด้านเท่ากันแล้วพับเข้าหากันเป็นสามเหลี่ยม



ขั้นตอนที่3: แล้วลองนำมาวางประกบกันจะทำได้เป็น ห้าเหลี่ยม หรือ หกเหลี่ยมก็ได้



ขั้นตอนที่4: การประกอบแต่ละด้านให้ตัดแผ่นกล่องนมอีกหนึ่งแผ่นมาทากาว แล้วครอบลงไป
ระหว่างแผ่นสามเหลี่ยม



ขั้นตอนที่5: นำทั้งหมดมาประกอบกันเป็นวงกลม



ขั้นตอนที่6: นำมาติดกับหลอดไฟ ก็จะได้โคมไฟสิ่งประดิษฐ์จากกล่องนมแล้ว



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อ นามสกุล : นางสาวอรรวรรณ โคตมนต์
 วัน เดือน ปี : 20 พฤษภาคม 2542
 สถานที่เกิด : สกลนคร
 การศึกษา : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
 สถานที่ศึกษา : วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
 ตำแหน่งในโครงการ : ประธานโครงการ

ชื่อ นามสกุล : นางสาวเกวลิน จันท์พวง
 วัน เดือน ปี : 29 กรกฎาคม 2542
 สถานที่เกิด : กรุงเทพมหานคร
 การศึกษา : ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
 สถานที่ศึกษา : วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
 ตำแหน่งในโครงการ : รองประธานโครงการ