



ชื่อโครงการภาษาไทยโครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากลื้อจักรยาน
ชื่อโครงการภาษาอังกฤษInnovation invention project Good Ningt Shop.

จัดทำโดย

นายจุฑพล สีลาโส

นายธนพล บำรุงชีพ

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
สาขาวิชาการตลาด
วิทยาลัยเทคโนโลยีพระยาดำรงวิทยานุสรณ์
ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทยโครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ โคมไฟจากล้อจักรยาน
ชื่อโครงการภาษาอังกฤษInnovation invention project Good Ningt Shop.

โดย 1. นายจุฑพล สีลาโส
2. นายชนพล บำรุงชีพ

.....
คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา วิชาโครงการ ตาม
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
(ATC.)

.....
(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)
อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....
(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)
หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ค)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
เหตุผลวัตถุประสงค์ของ	2
โครงการเป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามผลและการประเมินผล	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวความคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้	3
แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมเกี่ยวกับผู้บริโภค	8
แนวความคิดเขียนแผนธุรกิจ	15
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการแผน	27
การปฏิบัติงานสถานที่ดำเนิน	28
สถานที่ดำเนินงานโครงการ	28
โครงการงบประมาณและวัสดุ	30
การจัดทำแผนธุรกิจ	30
บทสรุปผู้บริหาร	30
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	31
ความเป็นมาของธุรกิจ	31
สินค้า	32
การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด	33

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานโครงการ (ต่อ)	
แผนการตลาด	42
แผนการผลิตแผนการเงิน	47
แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง	58
บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	59
บัญชีรายรับรายจ่ายในโครงการ	61
โครงการ สรุปผลรายงานดำเนินงาน	61
รายงานแบบสอบถาม	62
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	64
ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	64
ข้อเสนอแนะและแนวทางในการพัฒนา	65
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	67
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	77
ภาคผนวก ค ประมวลภาพสินค้าหรือบริการในโครงการ	88
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	91

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	โคมไฟล้อจักรยาน	
	Good night Shop	
ผู้จัดทำโครงการ	1. นาย จตุพล	สีลาโส
	2. นาย ธนพล	บำรุงชีพ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์	
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์อุดมพร เปตานนท์	
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด	
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนศึกษา ปีการศึกษา 2562	

บทคัดย่อ

โครงการ โคมไฟล้อจักรยาน ซึ่งเป็นโครงการประเภท สิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.เพื่อขยายธุรกิจ

2.เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ

3.เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

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

1.วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคม 2562 ถึง 29 กุมภาพันธ์ 2563 รวมปฏิบัติงาน 18 สัปดาห์ 19 ครั้ง สถานที่ดำเนินโครงการคือ ถนนสุขุม 4 หมู่ 73/98 10270 สมุทรปราการ.เมือง จ.ลำโพงเหนือ อ.ต 28 ด้านลำโพง.วิท ซ

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 1,100 บาทได้กำไรทั้งสิ้น 299 บาท หักทุนจากการดำเนินการ 1,100 บาท รวมได้กำไรสุทธิ 299 บาท แบ่งกำไรให้สมาชิกในกลุ่ม 2 คน เท่าๆกัน คนละ 149.50 บาทสมาชิก

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ ได้เรียนรู้ประสบการณ์ต่าง ๆ และความรู้มากมายในการดำเนินโครงการ

4.ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ คือ การดำเนิน การนัดหมายในการทำงาน การไม่มีสภการณ์ในการผลิตนวัตกรรม

5.ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากล้อจักรยาน ควรวางแผนในการดำเนินโครงการให้ละเอียดและรอบคอบที่สุดเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการดำเนินงาน

6.จากรายงานผลแบบสอบถามความพึงพอใจความคิดเห็น ปรากฏผลดังนี้/

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการสำรวจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากล้อจักรยาน) Good Ningt Shop(ของนักศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนัยการ จำนวน 110 คน ปรากฏผลข้อมูลดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และเพศหญิง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 60คน คิดเป็นร้อยละ 54.5อายุ 20 -30 ปี จำนวน 20คน คิดเป็นร้อยละ 18.2อายุ 31 -40 ปีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2อายุ 41 -50 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี รองลงมาคือ 20 -30 ปี ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามโสด จำนวน 50คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 สมรสจำนวน คน 45 40.9 คิดเป็นร้อยละ 40.9 แยกกันอยู่/ หย่า/จำนวน 13.6 คน คิดเป็นร้อยละ 15 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก โสด รองลงมาคือ สมรส และ หย่า แยกกันอยู่/ หย่า/ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 80คน คิดเป็นร้อยละ 72.7ปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 18.2 คน คิดเป็นร้อยละ 20 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี และ ปริญญาตรี ตามลำดับ

นักเรียน นักศึกษา/รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/บริษัทเอกชน รับจ้าง/กิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียน 50 นักศึกษา จำนวน/คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 18.2 คน คิดเป็นร้อยละ 20บริษัทเอกชน รับจ้าง/จำนวน คน คิดเป็นร้อยละ 20 18.2กิจการส่วนตัว อาชีพอิสระ/จำนวน 18.2 คน คิดเป็นร้อยละ 20โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา รองลงมาคือ/รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/บริษัทเอกชน/รับจ้างและกิจการส่วนตัว อาชีพอิสระ/ตามลำดับ รายได้ ต่ำ กว่า 10,000 บาท รายได้ 10,000 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้แบบสอบถามมีรายได้ ต่ำ กว่า 10,000 บาท จำนวน 30คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 รายได้ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 10คน คิดเป็นร้อยละ 9.1.รายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 รายได้ รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 โดยผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป รองลงมาคือรายได้ ต่ำ กว่า 10,000 บาท และรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ตามลำดับ

ในด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4$ (69. เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับดีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ด้านราคา อยู่ (4.79 = ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ด้าน (4.57 =ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4$ และ ด้าน (69. ช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4$ (80.

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการที่ได้ให้คำแนะนำแนวคิดตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆมาโดยตลอดจนโครงการเล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ อุดมพร เปตานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมที่คอยให้คำแนะนำในการทำงาน คอยให้คำปรึกษาตรวจงานเอกสารต่างๆสม่ำเสมอพร้อมทั้งช่วยบอกจุดบกพร่องและแก้ไขให้โครงการออกมาได้อย่างสร้างสรรค์สามารถที่จะนำเสนองานได้อย่างสมบูรณ์แบบ

ขอบพระคุณ อาจารย์อุดมพร เปตานนท์ ที่คอยให้คำแนะนำและคอยให้คำปรึกษาในส่วนเนื้อหาของบทที่ วิธีการดำเนินการ 3

ขอขอบพระคุณสถานที่ทำงานที่ได้ให้ใช้สถานที่และอุปกรณ์และการปฏิบัติชิ้นงาน

ขอขอบคุณเพื่อนๆสมาชิกภายในกลุ่มทุกคนที่ได้เสียสละส่วนตัวของทุกคนและใส่ใจรายละเอียดของชิ้นงานเพื่อให้ชิ้นงานออกมาเป็นชิ้นงานที่ประสบความสำเร็จและสมบูรณ์ที่สุด

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณเพื่อนๆจากวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการที่ได้ให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถามเรื่องทัศนคติที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากล้อจักรยาน

(GOOD NIGHT SHOP) จนทำให้โครงการสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คณะผู้จัดทำ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ โคมไฟจากล้อจักรยาน

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในอดีตคอมพิวเตอร์ ถือว่ามีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์มากไม่ว่าจะเป็น

การใช้เขียนหนังสือในตอณคึกหรืออ่านหนังสือล้วนแต่เป็นสิ่งสำคัญ

โดยเริ่มแรกเป็นการมาแทนหลอดไฟที่เปิดตลอดช่วยในการประหยัดการใช้ไฟในส้นเปลืองการที่เอา
ล่อจกรยานมาใช้มาเป็นโครมไฟแทนช่วยในการประหยัดและเกิดสิ่งที่มีประโยชน์และทดแทน
ทรัพยากรได้เป็นอย่างมากช่วยลดปัญหามลพิษที่เหลื่อใช้ในประเศได้โดยการนำของสิ่งที่ไม่ใช้แล้ว
นำเอามาใช้หรือเอามาประกอบเป็นของใช้ในบ้านหรือเอาไปเป็นอาชีพประกอบการขายได้สิ่งประดิษฐ์
ตัวนี้ช่วยให้คนที่ชอบสิ่งแปลกใหม่ๆหรือชอบงานประดิษฐ์ในราคาที่ถูกและจับต้องได้และนำเอาไปใช้
ในชีวิตจริงได้หรือเอาไปตกแต่งตามบ้านหรือสถานที่ใดหรือเอาไปตั้งโชว์หรือเก็บของสะสมไว้ที่บ้าน
ได้

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงเห็นคุณค่าของวัสดุเหลือใช้จากจากล่อจกรยานที่เหลื่อใช้แล้ว
นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์นำมาใช้ให้เกิดมูลค่าเพิ่มและมีความน่าสนใจมากขึ้นทำให้ไม่สูญเสี
ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลืองและเรายังเห็นค่าของล่อจกรยานเลยที่สนใจจะกับเอามาใช้ให้เกิดประโยชน์
และมีคุณค่ามากขึ้นเปลี่ยนจากของสิ้นเปลืองเอากับมาใช้ให้เกิดคุณค่าและเปลี่ยนเป็นเงินทำให้ล่อ
จกรยานอันเก่าเป็นสินค้าที่กับมาเปลี่ยนเป็นเงินได้และยังช่วยให้ลดปริมาณขยะในประเทศได้ลดลงแก่
นำของเหลื่อใช้ที่ไม่ใช้แล้วนำกับมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้นเปลี่ยนสิ่งของที่เหลื่อใช้เอากับมา
เปลี่ยนเป็นเงินได้แทนที่จะปล่อยทิ้งไว้ของไม่มีค่านำเอามาใช้ประโยชน์ให้เป็นมูลค่าได้ทำให้มีรายได้
ในชีวิตประจำวันได้อีก

วัตถุประสงค์ของโครงการ

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

เป้าหมายของโครงการ

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้
3. เอาสิ่งของที่เหลือใช้มาทำให้เกิดประโยชน์

การติดตามผล และการประเมินโครงการ

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการประเภตสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากล้อจักรยาน คณะผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการดังนี้

- 1.แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์
- 2.แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 3.แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ
- 4.ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)
- 5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบหมายถึง การรู้จักวางแผนจัดตั้งขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมา

การออกแบบมีการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ 4 ลักษณะ

1. ความคิดริเริ่ม (Originality) หมายถึง
2. ความคิดแปลกใหม่ไม่ซ้ำกันกับความคิดของคนอื่นและแตกต่างจากความคิดธรรมดา
3. ความคิดริเริ่มอาจเกิดจากการคิดจากเดิมที่มีอยู่แล้วให้แปลกแตกต่างจากที่เคยเห็น
4. หรือสามารถพลิกแพลงให้กลายเป็นสิ่งที่ไม่เคยคาดคิด
5. ความคิดริเริ่มอาจเป็นการนำเอาความคิดเก่ามาปรุงแต่งผสมผสานจนเกิดเป็นของใหม่
6. ความคิดริเริ่มมีหลายระดับซึ่งอาจเป็นความคิดครั้งแรกที่เกิดขึ้นโดยไม่มีใครสอนแม้ความคิดนั้นจะมีผู้อื่นคิดไว้ก่อนแล้วก็ตาม

2. ความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) หมายถึง ปริมาณความคิดที่ไม่ซ้ำกันในเรื่องเดียวกันโดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

2.1 ความคล่องแคล่วทางด้านถ้อยคำ (Word Fluency) เป็นความสามารถในการใช้ถ้อยคำอย่างคล่องแคล่ว

2.2 ความคิดคล่องแคล่วทางด้านการโยงสัมพันธ์ (Associational Fluency) เป็นความสามารถที่จะคิดหาถ้อยคำที่เหมือนกันได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ภายในเวลาที่กำหนด

2.3 ความคล่องแคล่วทางด้านการแสดงออก (Expression Fluency) เป็นความสามารถในการใช้วลีหรือประโยค กล่าวคือ สามารถที่จะนำคำมาเรียงกันอย่างรวดเร็วเพื่อให้ได้ประโยคที่ต้องการ

2.4 ความคล่องแคล่วในการคิด (Ideational Fluency) เป็นความสามารถที่จะคิดค้นสิ่งที่ต้องการภายในเวลาที่กำหนด เช่น ใช้คิดหาประโยชน์ของก้อนอิฐให้ได้มากที่สุดภายในเวลาที่กำหนดซึ่งอาจเป็น 5 นาที หรือ 10 นาที

3. ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) หมายถึง ประเภทหรือแบบของการคิดแบ่งออกเป็น

3.1 ความคิดยืดหยุ่นที่เกิดขึ้นทันที (Spontaneous Flexibility) เป็นความสามารถที่จะพยายามคิดได้หลายทางอย่างอิสระ ตัวอย่างของคนที่มีความคิดยืดหยุ่นในด้านนี้จะคิดได้ว่าประโยชน์ของหนังสือพิมพ์มีอะไรบ้าง ความคิดของผู้ที่คิดยืดหยุ่นสามารถจัดกลุ่มได้หลายทิศทางหรือหลายด้าน เช่น เพื่อรู้ข่าวสาร เพื่อโฆษณาสินค้า เพื่อธุรกิจ ฯลฯ ในขณะที่คนที่ไม่มีความคิดสร้างสรรค์จะคิดได้เพียงทิศทางเดียวคือเพื่อรู้ข่าวสารเท่านั้น

3.2 ความคิดยืดหยุ่นทางด้านการดัดแปลง (Adaptive Flexibility) หมายถึง ความสามารถในการดัดแปลงความรู้หรือประสบการณ์ให้เกิดประโยชน์หลายๆด้านซึ่งมีประโยชน์ต่อการแก้ปัญหาผู้ที่มีความยืดหยุ่นจะคิดดัดแปลงได้ไม่ซ้ำกัน

4. ความคิดละเอียดละออ (Elaboration) หมายถึง ความคิดในรายละเอียดเป็นขั้นตอน สามารถอธิบายให้เห็นภาพชัดเจน หรือเป็นแผนงานที่สมบูรณ์ขึ้น ความคิดละเอียดละออจัดเป็นรายละเอียดที่นำมาตกแต่ง ขยายความคิดครั้งแรกให้สมบูรณ์ขึ้น (Guilford 1967 : 145-151)

ปัจจัยที่เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 4 ประการคือ

1. การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรต้องพิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นประการแรกเพื่อจะได้ออกแบบให้ได้ความคงทนถาวรมากน้อย หรือให้เหมาะสมกับการใช้เพียงชั่วคราวของผลิตภัณฑ์นั้น เพราะการออกแบบจะต้องคำนึงถึงวัสดุและเวลาการผลิตไปพร้อมกัน ถ้าออกแบบโดยไม่ได้อาศัยถึงคุณภาพตามเป้าหมายของการผลิตแล้ว ก็ไม่สามารถออกแบบที่เหมาะสมได้

2. การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิตในที่นี้ไ้คร่ขอ้ย้าทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยตรง ด้วยการผลิตสิ่งของเครื่องใช้หรือผลิตภัณฑ์ กำลังการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์จำนวนมาก มีความ

จำเป็นยิ่ง เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตเช่น เครื่องจักรกล หรือเครื่องทุ่นแรงอื่นๆ ย่อมเหมาะสมกับวัสดุอย่างหนึ่ง ทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน

3. การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค

3.1 ความต้องการที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่เป็นความต้องการที่เหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรม รสนิยม และการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ความต้องการของผู้บริโภคยังเกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจโดยตรงอีกด้วย

3.2 สภาพสังคมที่กำลังเศรษฐกิจตกต่ำการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ราคาสูง สินค้าฟุ่มเฟือย หรือเน้นความงามทางการออกแบบมากจนผลิตภัณฑ์นั้นราคาสูง การออกแบบเช่นนี้อาจจะไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้

4. การออกแบบที่มีคุณค่าทางความงามเพื่อให้ผู้ออกแบบตระหนักถึงความงามที่เด่นชัดร่วมสมัย และมีความคิดสร้างสรรค์แทรกอยู่ในการออกแบบแต่ละชิ้น ความประณีตบรรจงในการออกแบบหรือในผลิตภัณฑ์เป็นคุณค่าส่วนหนึ่งของความงามอีกด้วย

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัย (Design factors) มากมายที่นักออกแบบที่ต้องคำนึงถึง แต่ในที่นี้จะขอกล่าวเพียงปัจจัยพื้นฐาน 10 ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ และเป็นตัวกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ

1. หน้าที่ใช้สอย (Function) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้บริโภคต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือหลายหน้าที่ก็ได้ แต่หน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่ดี ต้องใช้งานไประยะหนึ่งถึงจะทราบข้อบกพร่อง

2. ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปทรง ขนาด สี สันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภค เป้าหมาย เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี เพราะความสวยงามเป็นความพึงพอใจแรกที่คนเราสัมผัสได้ก่อนมักเกิดมาจากรูปร่างและสีเป็นหลัก การกำหนดรูปร่างและสีในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ไม่เหมือนกับการกำหนดรูปร่างและสีในงานจิตรกรรม ซึ่งสามารถที่จะแสดงหรือกำหนดรูปร่างและสีได้ตามความนึกคิดของจิตรกร แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานของรูปร่างและสี สัน ระหว่างทฤษฎีทางศิลปะและความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ถึงแม้ว่ามนุษย์แต่ละคนมีการรับรู้และพึงพอใจในเรื่องของความงามได้ไม่เท่ากัน และไม่มีกฎเกณฑ์การตัดสินใจใดๆ ที่

เป็นตัวชี้ขาดความถูกต้องความผิด แต่คนเราส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มที่จะมองเห็นความงามไปในทิศทางเดียวกันตามธรรมชาติ

3. ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องเข้าใจกายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับขนาด สัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะต่างๆ ของผู้ใช้ การเกิดความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งทางด้านจิตวิทยา(Psychology)และสรีระวิทยา(Physiology) ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิฐานะ และสังคมแวดล้อมที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นข้อบ่งชี้ในการออกแบบการวัดคุณภาพทางด้าน กายวิภาคเชิงกล(ergonomics) พิจารณาได้จากการใช้งานได้อย่างกลมกลื่นต่อการสัมผัส

4. ความปลอดภัย (Safety) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจนและมีคำอธิบายการใช้แนบมากับผลิตภัณฑ์

5. ความแข็งแรง (Construction)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัว ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่กำหนด โครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรงกระทำในรูปแบบต่างๆ จากการใช้งาน ตัวอย่างเช่น การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ดีต้องมีความมั่นคงแข็งแรง ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก ต้องสามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้เหมาะสม สะดวกสบาย ถูกสุขลักษณะ และต้องรู้จักผสมความงามเข้ากับชิ้นงานได้อย่างกลมกลืน เพราะโครงสร้างบางรูปแบบมีความแข็งแรงดีมากแต่ขาดความสวยงาม จึงเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเป็นผู้ประสานสองสิ่งเข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ นอกจากการเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความปลอดภัยควบคู่กันไปด้วย

6. ราคา (Cost)

ก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นกลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้นักออกแบบสามารถกำหนดแบบผลิตภัณฑ์และประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้เคียงมากขึ้น การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้ชนิด หรือเกรดของวัสดุ และวิธีการผลิตที่เหมาะสม ผลิตได้ง่ายและรวดเร็ว แต่ในกรณีที่ประมาณราคาจากแบบสูงกว่าที่กำหนดก็อาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่างๆ กันใหม่เพื่อลดต้นทุน แต่ทั้งนี้ต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

7. วัสดุ (Materials)

การออกแบบควรเลือกวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่างๆ ได้แก่ ความใส ผิวมันวาว ทนความร้อน ทนกรดด่าง ไม่ลื่น ฯลฯ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาถึงความง่ายในการดูแลรักษา ความสะดวกรวดเร็วในการผลิต ตั้งชื่อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกในการรณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ (recycle) ก็เป็นสิ่งที่นักออกแบบต้องตระหนักถึงในการออกแบบร่วมด้วย เพื่อช่วยลดกันลดปริมาณขยะของโลก

8. กระบวนการผลิต (Production)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าการประหยัดเพราะการผลิตที่ละมวกๆ

9. การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถบำรุงรักษา และแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้น ง่ายและสะดวกต่อการทำความสะอาดเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งควรมีคำบำรุงรักษาและการสึกหรอดำ ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องมือ เครื่องจักรกล เครื่องยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อน อะไหล่บางชิ้นย่อมมีการเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือจากการใช้งานที่ผิดวิธี การออกแบบที่ดีนั้นจะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้น เพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝารอบบริเวณต่างๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ได้โดยง่าย นอกจากนั้นการออกแบบยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆ ร่วมด้วย

10. การขนส่ง (Transportation)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนส่ง ระยะทาง เส้นทาง การขนส่ง (ทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ) การกินเนื้อที่ในการขนส่ง (มิติความจุ กว้าง ' ยาว ' สูง ของรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกทั่วไป ตู้บรรทุกสินค้า ฯลฯ) ส่วนการบรรจุหีบห่อต้องสามารถป้องกันไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย กรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบนั้นมีขนาดใหญ่ อาจต้องออกแบบให้ชิ้นส่วนสามารถถอดประกอบได้ง่าย เพื่อให้หีบห่อมีขนาดเล็กลง

2.แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior defined) ได้มีการให้ความหมายไว้หลากหลาย ที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา ซึ่งการบริโภคและการใช้จ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้น ทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าวด้วย(Jame F. Engle, Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard. 1990, น .3 อ้างอิงใน สุกร เสรีรัตน์ .2550)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การใช้ การ ประเมินและการใช้จ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการ ของเขาได้รับความ พอใจ(Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk. 1991, น.5 อ้างอิงใน สุกร เสรีรัตน์ .2550)

อับราฮัม มาสโลว์ เป็นนักจิตวิทยาและนักมนุษยวิทยาซึ่งได้นำประสบการณ์ที่ได้จากการเป็นนักจิตวิทยา และผู้ให้คำปรึกษาเป็นพื้นฐาน

ในการเสนอทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรมของมนุษย์ว่าจะมีความต้องการเป็นระดับต่างๆ ลาเฮย์ (Lahey, 2004, p. 383) กล่าวถึง กรอบความคิดที่สำคัญของทฤษฎีมาสโลว์

ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากพื้นฐานไปยังระดับสูงสุดกล่าวคือ

1. มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีวันสิ้นสุด และมากขึ้นเรื่อยๆ
2. สิ่งที่มีมนุษย์ต้องการขึ้นอยู่กับสิ่งที่เขาได้รับ หรือมีอยู่แล้ว
3. เมื่อความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วก็ยังมีความต้องการนั้นต่อไป เช่น
4. ความต้องการในปัจจุบันที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เป็นต้น
5. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งที่จูงใจพฤติกรรมของมนุษย์อีกแต่ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการจะตอบสนอง

3. ความต้องการของมนุษย์มีลำดับของความสำคัญแตกต่างกัน ความต้องการมีหลายด้าน

บุคคลมีการแบ่งระดับความสำคัญ ความเร่งด่วนต่อชีวิตแตกต่างกัน

และจะแสดงพฤติกรรมที่นำไปสู่ความต้องการที่มีความสำคัญมากกว่าก่อนเสมอ

ทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) แบ่งออกเป็น 5

ขั้น ได้แก่ (Boeree, 2006)

1. ความต้องการทางร่างกายหรือสรีระ (Physiological Needs) หมายถึง
2. ความต้องการพื้นฐานของร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย
3. ความต้องการทางเพศและกรพักผ่อน เป็นต้น
4. ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการที่จำเป็นสำหรับมีชีวิตอยู่
5. มนุษย์ทุกคนมีความต้องการทางสรีระอยู่เสมอจะขาดเสียไม่ได้
6. ถ้าอยู่ในสภาพที่ขาดจะกระตุ้นให้คนมีกิจกรรม ขวนขวายที่จะสนองความต้องการ

2. ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย (Safety Needs) หมายถึงความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ และเป็นอิสระจากความกลัว ขู่เข็ญ บังคับ จากผู้อื่นและสิ่งแวดล้อม เป็นความต้องการที่จะได้รับการปกป้องคุ้มกัน ความต้องการประเภทนี้เริ่มตั้งแต่วัยทารกจนกระทั่งวัยชรา ความต้องการที่จะมีงานทำเป็นหลักแหล่งก็เป็นความต้องการเพื่อสวัสดิภาพของผู้ใหญ่อายุนึง

3. ความต้องการความรักและความผูกพัน (Love and Belonging Needs) หมายถึงมนุษย์ทุกคนมีความปรารถนาจะให้เป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีความผูกพันกับผู้อื่นหรือมีความสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของหมู่ ทราบว่าทุกคนยอมรับตนเป็นสมาชิก คนที่รู้สึกเหงาไม่มีเพื่อน มีชีวิตไม่สมบูรณ์ เป็นผู้ที่จะต้องซ่อมความต้องการประเภทนี้ คนที่รู้สึกวุ่นวายเป็นที่รักและยอมรับของหมู่จะเป็นผู้ที่สมปรารถนาในการต้องการความรัก และเป็นส่วนหนึ่งของหมู่

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) ความต้องการนี้ประกอบด้วยความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ มีความสามารถ ต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเองมีความสามารถ มีคุณค่าและมีเกียรติ ต้องการได้รับความยกย่องและนับถือจากผู้อื่น ผู้ที่มีความสมปรารถนาในความต้องการนี้จะเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตัวเอง เป็นคนมีประโยชน์และมีค่าตรงข้ามกับผู้ที่ขาดความต้องการประเภทนี้ จะรู้สึกว่าตนเองไม่มีความสามารถและมีปมด้อย มองโลกในแง่ร้าย

5. ความต้องการรู้จักตนเองอย่างแท้จริงและพัฒนาตนเองให้สมบูรณ์ (Need for self-actualization) มาสโลว์อธิบายความต้องการที่เรียกว่า “Self Actualization” ว่าเป็นความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริงของตน จะกล้าที่จะตัดสินใจเลือกทางเดินของชีวิต รู้จักค่านิยมของตนเอง มีความจริงใจต่อตนเอง ปรารถนาที่จะเป็นคนดีที่สุดเท่าที่จะมีความสามารถทำได้ ทั้งทางด้านสติปัญญา ทักษะ และอารมณ์ความรู้สึกยอมรับตนเองทั้งส่วนดีและส่วนเสียของตน ที่สำคัญที่สุดก็คือการมีสติที่จะยอมรับว่าตนใช้กลไกในการป้องกันตนในการปรับตัวและพยายามที่จะเลิกใช้ เปิดโอกาสให้ตนเองได้เผชิญกับความจริงของชีวิต เผชิญกับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยคิดว่าเป็นสิ่งที่ “ท้าทาย” “น่าตื่นเต้น” และมีความหมาย กระบวนการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพ

ของตน เป็นกระบวนการที่ไม่มีจุดจบ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่ มนุษย์ทุกคนมีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพของตน เพราะมีน้อยคนที่จะได้ถึงขั้น “Self Actualization” อย่างสมบูรณ์

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

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

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

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

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

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

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกันอย่างรอบคอบ และควรวิเคราะห์ทางเลือกในสองแนวทาง คือ ทางเลือกนั้นสามารถนำมาใช้จะเกิดผลต่อเนื่องอะไรตามมา ทางเลือกบางทางเลือกที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดขององค์กรก็อาจทำให้เกิดผลต่อเนื่องที่ไม่พึงประสงค์ตามมา เช่น ทางเลือกหนึ่ง ของการเพิ่มผลผลิตได้แก่การลงทุนติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะช่วยให้แก้ปัญหาได้ แต่อาจมีปัญหากับการลดลงของขวัญกำลังใจของพนักงานในระยะต่อมา เป็นต้น

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

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 ปัจจัย

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural

2. Factor) วัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดีงามและยอมรับมาปฏิบัติ เพื่อให้สังคมดำเนินและมีการพัฒนาไปได้ด้วยดี
3. บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน
4. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคลโดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่อง ค่านิยม ทศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรนั้น
5. จะต้องผ่านกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว และสถาบันต่างๆ ในสังคม คนที่อยู่ใน วัฒนธรรมต่างกันย่อมมีพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกัน
6. การกำหนดกลยุทธ์จึงต้องแตกต่างกันไปสำหรับตลาดที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน
7. โดยวัฒนธรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) หมายถึง

1.2 สิ่งที่เป็นรูปแบบหรือวิธีทางในการดำเนินชีวิตที่สามารถเรียนรู้และถ่ายทอด

1.3 สืบต่อกันมาโดยผ่านขบวนการอบรมและขัดเกลาทางสังคม

1.4 วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่พื้นฐานในการกำหนดความต้องการซื้อและพฤติกรรมของบุคคล

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) หมายถึง วัฒนธรรมกลุ่มย่อยๆ ในแต่ละวัฒนธรรม ซึ่งมีรากฐานมา

จากเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว และภูมิภาคที่แตกต่างกัน

บุคคลที่อยู่ในวัฒนธรรมกลุ่มย่อยจะมีข้อปฏิบัติทางวัฒนธรรมและสังคมที่แตกต่างกันไปจากกลุ่มอื่น ทำให้มีผล ต่อชีวิตความเป็นอยู่ ความต้องการ แบบแผนการบริโภค

พฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกันและในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน วัฒนธรรมกลุ่มย่อย เช่น กลุ่ม เชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ กลุ่มย่อยด้านเพศ

1.3 ชั้นทางสังคม (Social class) เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมจากระดับสูงไประดับต่ำ

โดยใช้ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ อาชีพ ฐานะ รายได้ ตระกูลหรือชาติกำเนิด

ตำแหน่งหน้าที่ของบุคคลเพื่อจะเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย

ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์และการจัดส่วนประสมทางการตลาด

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social)

Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่ซื้อ

ลักษณะทางสังคมจะประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference

Group) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับผู้มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นจากกลุ่มอ้างอิง สามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ กลุ่มปฐมภูมิ และ กลุ่มทุติยภูมิ

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อของครอบครัว การเสนอขายสินค้าจึงต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภค และการดำเนินชีวิตของครอบครัวด้วย

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กรและสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ฉะนั้นในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคมักจะมีบทบาทหลายบทบาทที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อสินค้าของตนเอง และผู้อื่นด้วย

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนในด้านต่างๆ ดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกัน Kotler. (2003 : 260) ได้กล่าวว่า วงจรชีวิตครอบครัว ประกอบด้วยขั้นตอนแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคและพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation)

อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

3.4 รายได้ (Income) หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstance)

โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมสินทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าทั้งสิ้น

3.5 การศึกษา

(Education) ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่า หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหมายถึงอัตราผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อตราสินค้า รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำเนินชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูป กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) หรือปัจจัยภายใน การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อและการใช้สินค้าปัจจัยภายในประกอบด้วย

4.1 การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจถูกกระทบจากปัจจัยภายนอกได้ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ (Motive) ซึ่งหมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวมนุษย์ ถือว่าเป็นความต้องการของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็น ความต้องการทางด้าน ต่างๆ ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะหาสินค้ามาบำบัดความต้องการของตน

4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการรับรู้ของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการและอารมณ์ และยังมีปัจจัยภายนอกคือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 การเห็น ได้ยิน ได้กลิ่น รส กาย การสัมผัส ซึ่งแต่ละคนมีการรับรู้แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับ

4.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ของบุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น

4.4 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทศนคติ (Attitudes) เป็นการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler, 2003 : 270) หรือหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งส่วนประกอบของทัศนคติ

4.6 บุคลิกภาพ

(Personality) เป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการตอบสนอง หรืออาจหมายถึงลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองที่สม่ำเสมอและมี ปฏิกริยาต่อสิ่งกระตุ้น

4.7 แนวคิดของตนเอง (Self-concept) หมายถึง

ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

8. ปัจจัยด้านการตลาด (Marketing factor) หรือ ส่วนประสมการตลาด หมายถึง
9. ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

3. แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan)

เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่ง กระบวนการคิดพิจารณา

และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็น โอกาสทางธุรกิจ

มีผู้เปรียบเทียบว่าแผนธุรกิจเปรียบเหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆ

ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งเรื่องของการตลาด

การแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงิน

ที่จะชี้นำผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวังด้วยเช่นกัน

แผนธุรกิจที่ดีจะช่วยในการวัดถึงความเป็นไปได้ของกิจการที่จะลงทุน

แผนจึงควรประกอบด้วยการวิเคราะห์อย่างละเอียดในตัวแปรหรือปัจจัยดังต่อไปนี้

- 1.สินค้าหรือบริการที่จะขาย
- 2.กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง
- 3.จุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการที่จะทำ
- 4.นโยบายการตลาด เช่น นโยบายด้านราคา การส่งเสริมการตลาด การกระจายสินค้า
- 5.วิธีการหรือกระบวนการในการผลิต รวมถึงเครื่องจักร อุปกรณ์ที่ต้องใช้
- 6.ตัวเลขทางการเงิน นับตั้งแต่รายได้ที่คาดว่าจะได้ ค่าใช้จ่าย กำไร ขาดทุน จำนวนเงินลงทุนที่ต้องการ และกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้มาหรือใช้ไป

แผนธุรกิจที่ดีเมื่ออ่านแล้วควรจะต้องตอบคำถามเหล่านี้ได้

1. การก่อตั้งธุรกิจเป็นรูปร่างชัดเจนขนาดไหน เสร็จสมบูรณ์แล้วหรือยัง
- 2.ธุรกิจนี้น่าลงทุนไหม

3. ธุรกิจมีแนวโน้มหรือโอกาสที่จะประสบความสำเร็จตั้งแต่เมื่อแรกตั้งมากน้อยขนาดไหน
4. ธุรกิจนี้มีความได้เปรียบหรือความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวมากน้อยเพียงใด
5. สินค้าที่จะผลิตมีวิธีการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพียงใด
6. สินค้าที่ผลิตสามารถวางตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด
7. วิธีการผลิตและการวางตลาดสินค้านั้น มีทางเลือกอื่นๆ ที่ประหยัดได้มากกว่าหรือไม่
8. หน้าที่ต่างๆ เช่น การผลิต การจำหน่าย การจัดการทางการเงิน การจัดการคน มีการจัดการที่ดีและเหมาะสมเพียงใด

9. จำนวนและคุณภาพของพนักงานที่ต้องการมีเพียงพอหรือไม่

โดยสรุปแล้วแผนธุรกิจที่มีการรวบรวมและเขียนขึ้นอย่างคิ่้นนั้น เพียงแต่ให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงเท่านั้น ตัวแผนต้องสามารถเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ดี ที่จะส่งผ่านความคิด ผลการวิจัยและแผนที่จะนำเสนอให้กับผู้อ่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าของเงิน ต้องเป็นพื้นฐานสำคัญของการบริหารและดำเนินกิจการที่จะจัดตั้งขึ้น นอกจากนี้ ยังต้องเป็นเครื่องมือในการวัดผลความก้าวหน้าของกิจการ รวมถึงการประเมินถึงความเสี่ยงที่จำเป็น ดังนั้น นับได้ว่าการวางแผนธุรกิจเป็นเรื่องที่ต้องพิถีพิถัน ใช้เวลาใช้ความพยายาม เสียค่าใช้จ่าย แต่ผลลัพธ์ที่ได้กลับมา คือ ความแตกต่างระหว่างความสำเร็จและความล้มเหลวของกิจการทีเดียว

องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

แม้ว่าองค์ประกอบของแผนธุรกิจจะไม่ได้มีกำหนดไว้ตายตัว หากแต่องค์ประกอบหลัก ซึ่งนักลงทุน พิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการรู้ จะประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้ คือ

องค์ประกอบที่ 1 : บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

เป็นส่วนที่จะสรุปใจความสำคัญของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาวไม่เกิน 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญ เพราะเป็นส่วนแรกที่ผู้ร่วมลงทุนจะอ่านและจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่า จะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อหรือไม่ ดังนั้น

บทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญสองประการ คือ

1. ชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริงๆ เกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ
2. ต้องชี้ให้เห็นว่า สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น

จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่ว่ำนั้นให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไร

บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนควรระลึกไว้เสมอว่า

คุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม

จึงควรใช้เวลากับการเขียนส่วนนี้อย่างพิถีพิถันเนื้อหาในบทสรุปผู้บริหารควรกล่าวถึงสิ่งต่อไปนี้

1. อธิบายว่าจะทำธุรกิจอะไร และแนวคิดของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไร
2. โอกาสและกลยุทธ์ สรุปว่าจะอะไรคือโอกาสทำไมจึงน่าสนใจ และจะใช้โอกาสนั้นด้วยวิธีการอย่างไร
3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคะเนลูกค้าเป้าหมาย
4. ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ
5. ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไร
6. ทีมผู้บริหาร
7. ข้อเสนอผลตอบแทน

องค์ประกอบที่ 2 : ประวัติย่อของกิจการ

ส่วนนี้คือการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกิจการ ทั้งในด้านการรูปแบบการจัดตั้งหรือจดทะเบียน

ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้าบริการ/ ที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 : การวิเคราะห์สถานการณ์

ขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนธุรกิจ คือ

การพยายามทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การแข่งขัน ความน่าสนใจโดยรวมของอุตสาหกรรม ตลอดจนความสามารถในการทำกำไร และความพร้อมในด้านต่างๆ ของกิจการ

ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์จึงเป็นงานอันดับแรกที่สำคัญที่ผู้ประกอบการควรกระทำ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานของกิจการ การวิเคราะห์สถานการณ์หรือเรียกอย่างย่อๆ ว่า

SWOT ANALYSIS

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

การประเมินสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นจึงต้องพยายามเข้าใจในสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของสภาพแวดล้อมดังกล่าวเป็นไปในลักษณะที่เป็นโอกาส (Opportunities) หรือ อุปสรรค (Threats) ในการดำเนินธุรกิจ

ผลลัพธ์จากขั้นตอนของการวิเคราะห์สถานการณ์ คือ

บทวิเคราะห์ความเป็นไปและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านต่างๆของกิจการ

องค์ประกอบที่ 4 : วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ หมายถึง

ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องการได้รับในช่วงระยะเวลาของแผน

ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการ

และเป้าหมายเฉพาะด้านในแต่ละแผนหรือลักษณะงาน เช่น เป้าหมายทางการตลาด

เป้าหมายทางการจัดการ เป้าหมายทางการผลิต และเป้าหมายทางการเงิน เป็นต้น

นอกจากนี้เป้าหมายทางธุรกิจอาจแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้น คือ ภายใน 1 ปี เป้าหมายระยะกลาง

ประมาณ 3-5 ปี และเป้าหมายระยะยาวที่นานกว่า 5 ปีลักษณะของเป้าหมายของธุรกิจที่ดีมี 3 ประการ คือ

1. มีความเป็นไปได้
2. สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม
3. เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

กล่าวคือ ไม่มุ่งหวังเพียงกำไรหรือผลลัพธ์ในระยะสั้นมากจนเกินไป

โดยเฉพาะหากผลในระยะสั้นนั้นจะก่อให้เกิดผลเสียได้ในระยะปานกลางและระยะยาว

องค์ประกอบที่ 5 : แผนการตลาด

แผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาด

ตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า

โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในองค์ประกอบที่ 3

มาพิจารณาร่วมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ในองค์ประกอบที่ 4

เนื้อหาของแผนการตลาดต้องตอบคำถามหลักๆ ให้กับผู้ประกอบการอย่างน้อยดังต่อไปนี้

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

5. ถ้าสถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ จะปรับตัวหรือแก้ไขอย่างไร

การตอบคำถามดังกล่าวข้างต้น

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญของแผนการตลาด ซึ่งมีเนื้อหาหลัก 4 ส่วน ดังนี้

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

องค์ประกอบที่ 6 : แผนการผลิตปฏิบัติการ

หลังจากที่ผู้ประกอบการได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกิจการ

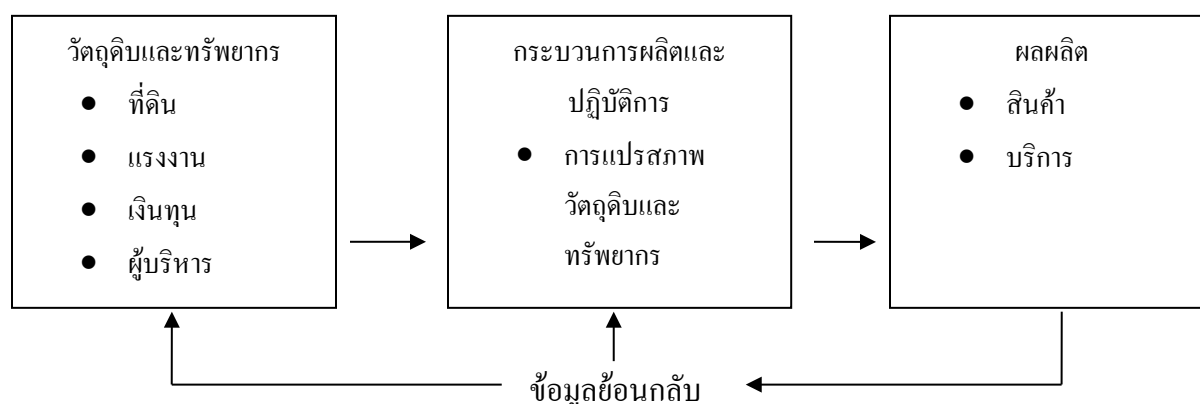
ตลอดจนกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและแผนกลยุทธ์ของกิจการในภาพรวม

เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันแล้ว

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นให้ออกมาเป็นแผนการผลิตคล่องและเชื่อมโยงกับปฏิบัติที่สอดคล้อง/แผนธุรกิจส่วนอื่นๆ ของบริษัท อันได้แก่ แผนการตลาด แผนการบริหารและจัดการบุคลากรและแผนการเงิน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายตามแผนนั้นๆ

แผนการผลิต

ปฏิบัติการที่ดีจะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับธุรกิจซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังนี้



ระบบแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรให้เป็นผลผลิต

ในการวางแผนการผลิตปฏิบัติดังนี้/

ผู้ประกอบการต้องพิจารณาตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและปฏิบัติการภายในกิจการตามประเด็นที่สำคัญๆ รวม 10 ประเด็นดังต่อไปนี้ คือ

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

องค์ประกอบที่ 7 : แผนการจัดการ และ แผนคน

ส่วนนี้ผู้จัดทำแผนจะต้องระบุโครงสร้างขององค์การให้ชัดเจน

โดยแสดงแผนผังโครงสร้างขององค์กรว่า ประกอบไปด้วยหน่วยงานอะไรบ้าง

หน่วยงานแต่ละหน่วยมีความรับผิดชอบอะไร รวมถึงตำแหน่งผู้บริหารหลักๆ ขององค์การ โครงสร้างของคณะกรรมการและการถือหุ้น

การเขียนในส่วนนี้ควรจะทำให้ผู้อ่านเห็นว่าคณะผู้บริหารรวมตัวกันในลักษณะเป็นทีมที่ดีในการบริหาร มีความสมดุลในด้านความรู้ ความสามารถที่ครบถ้วน ทั้งด้านเทคนิคและการบริหาร

มีความชำนาญและประสบการณ์ในกิจการที่ทำ รายละเอียดในส่วนนี้ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

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

องค์ประกอบที่ 8 : แผนการเงิน

ในการจัดทำแผนธุรกิจนั้น กิจการต้องทราบให้ได้ว่าแผนที่จะจัดทำขึ้นนั้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ การที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว จะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าใด จะได้มาจากแหล่งใดบ้าง จากแหล่งเงินทุนภายใน ในรูปของเจ้าของกิจการ หรือแหล่งเงินทุนภายนอกในรูปของการกู้ยืมจากเจ้าหนี้ เรียกว่า กิจกรรมจัดหาเงิน (Financing Activities) จากนั้น จะเป็นเรื่องของการตัดสินใจนำเงินไปลงทุน กิจกรรมนี้เรียกว่า กิจกรรมลงทุน (Investing Activities) ซึ่ง จะแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อเนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวข้างต้น คือ กิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งจะประกอบไปด้วย การผลิต การซื้อ การขาย และการจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ

การตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมหลักทั้งสาม คือ กิจกรรมจัดหาเงิน กิจกรรมลงทุน และกิจกรรมดำเนินงาน จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ นักบัญชีจะเป็นผู้นำเสนอผลของกิจกรรมทั้งสาม และสรุปออกมาเป็น งบการเงิน (Financial Statements) ซึ่งเป็นรายงานสรุปขั้นสุดท้ายของขบวนการจัดทำบัญชี ที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลทางการเงินของธุรกิจหรืออาจจะเป็นงบการเงินที่ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทาง ธุรกิจในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่า ในรอบระยะเวลาที่ผ่านมา นั้น ธุรกิจมีฐานะการเงิน อย่างไร กำไรหรือขาดทุน มีการเปลี่ยนแปลงในเงินสดอย่างไรบ้าง เพิ่มขึ้นหรือลดลง และสาเหตุเกิดจากอะไร

องค์ประกอบที่ 9 : แผนการดำเนินงาน

หลังจากผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ของกิจการอย่างรอบคอบและครบถ้วนแล้ว ขั้นตอน ต่อมาก็คือ การจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็น รูปธรรมที่ชัดเจน

ในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของ เป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการ โดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือนหรือราย สัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

องค์ประกอบที่ 10 : แผนฉุกเฉิน

แผนฉุกเฉินเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่สถานการณ์หรือผลลัพธ์จากการ ดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่ง โดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้

4. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)

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

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

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

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป (Armstrong and Kotler. 2009 : 616) หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้น

ถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น

ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ

4. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง
5. โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้
6. เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด
7. สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด
8. ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Distribution) หมายถึง

กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการสำหรับการใช้หรือบริโภค (Kotler and Keller. 2009 : 787) หรือหมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์

และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้อย่างอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct channel) จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้อย่างอุตสาหกรรม และใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิต ผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้อย่างอุตสาหกรรม

3.2 การกระจายตัวสินค้าหรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical distribution หรือ Market logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร (Kotler and Keller. 2009 : 786) หรือหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้อย่างอุตสาหกรรม

4. การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หมายถึง

เป็นสิ่งที่จูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Armstrong and Kotler. 2009 : 617) เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา

และการขายโดยใช้พนักงานขาย (Etzel, Walker and Stanton. 2007 :

677) ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าคนสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือ ความคิด

ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ (Armstrong and Kotler. 2009 : 33)

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยการขายแบบเผชิญหน้าโดยตรงหรือใช้โทรศัพท์ (Etzel, Walker and Stanton. 2007 : 675) หรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขาย

และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Armstrong and Kotler. 2009 : 616)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หมายถึง

เป็นสิ่งที่จูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Armstrong and Kotler. 2009 : 617) เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย (Etzel, Walker and Stanton. 2007 :

677) ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าคนสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบ คือ

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

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) มีความหมายดังนี้

1. การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์

2. ประชาสัมพันธ์ (Public relations) หมายถึง

ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Etzel, Walker and Stanton. 2007 : 677) มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกันภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response

advertising) และการตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online

advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่เน้นการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปวีต มหาวรรณศรี (2560)

ปัจจุบันคนนิยมตกแต่งบ้านด้วยเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ มากมาย หรือแม้กระทั่งโคมไฟที่ช่วยให้แสงสว่าง แต่จะให้มีประโยชน์มากขึ้นจะต้องสวยงาม ราคาไม่แพงเกินไป เพื่อจะได้ได้ทั้งการตกแต่งบ้านและการอำนวยความสะดวกสบาย การผลิตโคมไฟสามารถใช้วัสดุได้หลายชนิด เช่น เหล็ก ไม้ อะลูมิเนียมแต่คนไทยนิยมนำวัสดุดังกล่าวมาประดิษฐ์ซึ่งมีราคาค่อนข้างแพง แต่ความเป็นจริงแล้วโคมไฟสามารถผลิตจากวัสดุอย่างอื่นได้ ไม่ว่าจะเป็น ลูกโป่ง เส้นด้ายหรือแม้แต่วัสดุเหลือใช้ต่าง ๆ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการนำวัสดุเหลือใช้มาประดิษฐ์เป็นสิ่งของตกแต่งและใช้งานได้จริง 2.) เพื่อศึกษาวิธีการใช้โปรแกรม Google sketchup ในการออกแบบโครงสร้างของสิ่งประดิษฐ์ 3.) เพื่อศึกษาการจัดทำโครงงานวิชาคอมพิวเตอร์

3.ชั้นปรพเมิณผล จากการดำเนินงานสรุปดังนี้

ชั้นที่ 1 กำหนดปัญหาหรือความต้องการ

ปัญหาคือ ปัจจุบันคนส่วนใหญ่นิยมใช้โคมไฟที่ทำจากอะลูมิเนียมหรือเหล็กต่างๆมากมาย มักมีราคาค่อนข้างแพง

แนวทางการแก้ปัญหาคือ นำวัสดุจากธรรมชาติหรือวัสดุสังเคราะห์ เช่น ด้ายที่ทำได้ตามท้องตลาดทั่วไป มีราคาถูกและสามารถนำมาทำโคมไฟตกแต่งบ้านได้และทำให้เกิดความสวยงามในอีกรูปแบบหนึ่ง

ชั้นที่ 2 รวบรวมข้อมูล

จากการแนวทางการแก้ปัญหาโดยใช้นำวัสดุจากธรรมชาติหรือวัสดุสังเคราะห์ เช่น ด้ายที่ทำได้ตามท้องตลาดทั่วไป มีราคาถูกและสามารถนำมาทำโคมไฟตกแต่งบ้านได้และทำให้เกิดความสวยงามในอีกรูปแบบหนึ่ง ได้ข้อมูลดังต่อไปนี้

ชั้นที่ 3 เลือกวิธีการ

โคมไฟจากเส้นด้ายเมื่อประดิษฐ์แล้วสามารถนำมาแขวนติดกับผนังรอบบ้านหรือจะนำไปตกแต่งตามเทศกาลงานต่างๆ ลูกโป่งซึ่งสามารถนำมาประดิษฐ์เป็นโคมไฟได้ ทำให้เกิดแสงสว่างที่เล็ดลอดออกมาจากความห่างระหว่างเส้นด้ายทำให้เกิดความสวยงามในอีกรูปแบบหนึ่ง นำเอาเส้นด้ายกับลูกโป่งมาประยุกต์ใช้ด้วยการใช้วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เรียบง่าย หาได้ทั่วไปและราคาไม่แพง

สวรรยา ชีระสุนทรไท และอรอุมา เสริฐศรี (2559)

โครงการนี้เป็นโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้

“สิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกระดาษลูกฟูก” โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1.เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
- 2.เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกระดาษที่ไม่ใช่แล้ว
- 3.เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม

4. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

การดำเนินโครงการมีวิธีดำเนินโครงการ 3 ขั้นคือ 1.)ขั้นเตรียมการ 2.)ขั้นดำเนินการ และ 3.)ขั้นประเมินผล จากผลการดำเนินงานสรุปได้ดังนี้

1. เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ กรกฎาคม 2559 ถึง กุมภาพันธ์ 2560 สถานที่ 86 หมู่ 2 ซอยเทศบาล 8 ต.บางบ่อ จ.สมุทรปราการ 10560

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 2,000 บาท
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการเป็นเงิน 1,660 บาท คงเหลือ 340 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ
ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้นการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกระดาษลูกฟูกที่ไม่ใช้แล้ว

นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม

นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ คือ
1.)ปัญหาการตัดกระดาษที่ผิดพลาดทำให้ประกอบแล้วไม่เท่ากันจึงทำให้เสียเวลาต้องวัดและเสียเวลาประกอบใหม่ 2.)วัสดุบางชิ้นเป็นของเหลือใช้ทำให้การทำความสะอาดยากขึ้น
3.)สมาชิกมีการทะเลาะเกี่ยวกับตัวผลงาน

5. ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา คือ
1.)ใช้กระดาษแบบหนาเพิ่มขึ้นมาอีกเพื่อความแข็งแรงและทนทาน
2.)วัสดุสกปรกมากต้องใช้เวลาและการร่วมมือของเพื่อน ช่วยกันทำความสะอาดขัดล้าง

จากความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่มีต่อโครงการสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากกระดาษลูกฟูก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.57$) เมื่อพิจารณาเป็นด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.65$) รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.62$) และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.53$) ตามลำดับ

รุ่งรศมี วันจงคำและขวัญชนก บุญพิมพ์ (2559)
โครงการนี้เป็นโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากล้อจักรยาน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของโครงการ

2)เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม

3)เพื่อให้ นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑจากไม้ผลิตภัณฑ จากลื้อจักรยานเก่า และเพื่อเป็นการลดปริมาณการใช้ทรัพยากร 4)เพื่อตอบสนองแนวทางพระราชดำรัสปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” โดยใช้วัสดุเหลือใช้มาสร้างให้เกิดประโยชน์

มีวิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นที่1.ขั้นเตรียมการ ขั้นที่2.ขั้นดำเนินการ และขั้นที่3. ขั้นประเมินผลจากผลการดำเนินงาน สรุปได้ดังนี้

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 24 มิถุนายน 2562 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2563 รวมปฏิบัติงาน 62 สัปดาห์สถานที่ดำเนินโครงการคือ 525/303 ซอยพรสว่าง 14 วัดด่านสำโรง ต.สำโรงเหนือ อ.เมืองฯ จ.สมุทรปราการ 10270

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 4,000 บาท
เสียค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์เป็นจำนวนเงิน 820 คงเหลือ 3180 บาท คืนเงินให้สมาชิกคนละ 1590 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ
การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุที่ไม่สามารถใช้ได้แล้ว ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสามัคคีและมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการดำเนินโครงการ
ปัญหาในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่สมาชิกภายในกลุ่มไม่มีความชำนาญในการใช้ สมาชิกในกลุ่มยังทำงานไม่เป็นทีมและบางคนอาจไม่ปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้ทำให้เสียเวลาในการร่างรูปแบบของสิ่งประดิษฐ์ ไม้พาเลทมีความเหนียวและแข็ง เวลาตัดหรือเจาะใส่สกรู อาจจะทำให้ไม้แตกได้

6. การแก้ไขปัญหา 1)ได้รับความช่วยเหลือจากผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ
7. ให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือต่างๆมาช่วยสอนวิธีการใช้อย่างถูกต้อง ประธานโครงการมีการเรียกประชุมสมาชิกภายในกลุ่มให้ทำหน้าที่ของแต่ละคนอย่างเต็มความสามารถ
8. พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือและคอยอำนวยความสะดวกให้สมาชิกภายในกลุ่ม สมาชิกในกลุ่มได้มีการค้นหาข้อมูลการออกแบบของตัวผลิตภัณฑที่มีความแปลกใหม่และทันสมัยทางอินเทอร์เน็ต นิตยสารตกแต่งบ้าน สอบถามอาจารย์ผู้สอน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบตัวสิ่งประดิษฐ์
9. ใช้ความระมัดระวังในขั้นตอนการตัดหรือเจาะสกรูมากขึ้น

6. ข้อเสนอแนะและแนวทางในการพัฒนา
ต้องพยายามที่จะเรียนรู้ในสิ่งต่างๆเพราะการใช้เครื่องมือถ้าใช้ผิดวิธีก็สามารถก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย และสิ้นเปลืองงบประมาณในการจัดซื้อจัดหาทดแทนถ้าเกิดความเสียหาย
สมาชิกทุกคนจะต้องคำนึงถึงการทำงานเป็นทีม

เมื่อสมาชิกภายในกลุ่มขาดความรับผิดชอบทุกคนในกลุ่มต้องบอกกล่าวหรือเตือนให้บุคคลนั้นรู้ตัวและการทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย

ต้องมีการหาความรู้หรือหาข้อมูลต่าง ๆ นำมาเป็นแนวทางในการปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินโครงการต่อไป

จากผลการสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 คน โดยถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (4P's)

ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.50$) เพื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.57$) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.44$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.53$) และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.48$) ตามลำดับ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินงาน

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการออกแบบและวางโครงสร้าง
3. ม้วนกระดาษหนังสือพิมพ์ทำกาวลาเท็กซ์
4. นำม้วนที่ได้มาติดเรียงกันยังด้วยการร้อยทำเป็นชิ้นส่วน
5. นำชิ้นส่วนแต่ละชิ้นมาประกอบเป็นชิ้นงาน และทาสี
6. ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นของการทำงาน

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

แผนการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมคิดรูปแบบนวัตกรรม	↔								
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และ จัดสรรงบประมาณ	↔								
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษา โครงการ	↔								
4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำ สิ่งประดิษฐ์		↔							
5. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์			↔						
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอน การดำเนินงานที่วางไว้					↔				
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน								↔	
8. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน									↔

วัน,เวลา,สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ พฤษภาคม 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน ที่ 98/73 หมู่ 4 ถนนสุขุมวิท ซ.ด้านสำโรง 28 ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ

10270

สถานที่ปฏิบัติงาน



วิทยาลัย ATC

ถนน : สุขุมวิท

ซอย : วัดด่านสำโรง

ที่อยู่ Goodnight Shop 98/73 หมู่ 4 ถนนสุขุมวิท ซ.ด่าน
สำโรง 28 ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270

ซอย : วัดด่านสำโรง 28

ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 1,500 บาท

1. ล้อจักรยาน	150 บาท
2. หลอดไฟ	70 บาท
3. สายไฟ	80 บาท
4. เลื่อยมือ	210 บาท
5. สวิตช์ไฟ	70 บาท
6. กาวร้อน	15 บาท
7. ไม้	90 บาท
8. ตะปู	210 บาท
รวม	895 บาท

การจัดทำแผนธุรกิจ

1. บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท Goodnight Shop จำกัด เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2562 โดยมีทุนจดทะเบียน 200,000 บาท โดยมี นายจุฑพล สีลาโส เป็นผู้ก่อตั้งบริษัท และนายธนพล บำรุงชีพ เป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ตั้งอยู่ที่ 98/73 หมู่ 4 ถนนสุขุมวิท ซ.ด้านสำโรง 28 ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270 โดยเริ่มต้นจากมองเห็นว่าในปัจจุบันมีเทคโนโลยีมากมายที่เข้ามาในโลกของเรา เรามองเห็นว่า สินค้าของเราที่ประดิษฐ์ด้วยงานแฮนด์เมดจะตอบโจทย์ลูกค้าได้ดีที่สุดและสามารถลดมลพิษขยะบางส่วนได้ เพราะเรานำมารีไซเคิลในบางส่วน

จึงมีแนวความคิดที่จะทำการวิจัยและทดลองผลิตสินค้าด้วยวิธีการรีไซเคิลและจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ Goodnight Shop โดยมีคู่แข่ง 1.ร้าน มีของ shop 2.ร้าน รักบ้าน 3.ร้าน Home Shop ที่จำหน่ายสินค้าใกล้เคียงกัน

กิจการสามารถเผชิญการแข่งขันในปัจจุบันและเติบโตได้อีก เพราะปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ให้ความสำคัญและแสวงหาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกิจการ คือ กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือน อาศัยอยู่ตาม คอนโดหรือห้องเช่า 2.กลุ่มวัยรุ่น นิสิต-นักศึกษา อาศัยอยู่ตามหอพัก และอื่นๆที่มีความชื่นชอบสินค้าสไตล์แฮนด์เมด

ปัจจุบันกิจการมีเงินลงทุนทั้งหมด 200,000 บาท ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 4,864,950.00 บาท ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 1,225,160.26 บาท ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย ปีที่ 3 เป็นเงิน 754,698.00 บาท กำไรสะสมปีที่ 3 เป็นเงิน 90,257.68 บาท ภายในระยะเวลา 3 ปี มีเงินหมุนเวียนภายในกิจการ 7,277,572.02 บาท

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจต่อธนาคารพาณิชย์

โดยวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อขยายธุรกิจ
2. เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ
3. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือ แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มก่อตั้ง

ประวัติบริษัท

บริษัท Goodnight Shop จำกัด เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2562 โดยมีทุนจดทะเบียน 200,000 บาท โดยมีนายจุฑา สีลาโส เป็นผู้ก่อตั้งบริษัท และนายชนพล บำรุงชีพ เป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ตั้งอยู่ที่ 98/73 หมู่ 4 ถนนสุขุมวิท ซ.ด้านสำโรง 28 ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270

เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตสินค้าและจำหน่าย โดยเริ่มต้นจากได้มองเห็นว่าในปัจจุบันมีเทคโนโลยีมากมายที่เข้ามาในโลกของเรา เรามองเห็นว่า สินค้าของเราที่ประดิษฐ์ด้วยงานแฮนด์เมดจะตอบโจทย์ลูกค้าได้ดีที่สุดและสามารถลดมลพิษขยะบางส่วนได้ เพราะเรานำมารีไซเคิลในบางส่วน

โดยเริ่มแรกเป็นแค่การดำเนินธุรกิจร้านเล็กๆเพียง 2 คน โดยทำการผลิตสินค้าที่บ้าน เป็นโครมไฟธรรมดๆ และทำการพัฒนาออกแบบดีไซน์ผลิตภัณฑ์ใหม่ แล้วทดลองจำหน่ายผ่านทาง เฟสบุ๊ก ผลปรากฏว่ามีลูกค้าสนใจและชอบในสินค้าของร้านเรา และมีผลตอบรับที่ดีมากขึ้น นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา จึงได้ทำการจัดตั้งบริษัท Goodnight Shop เพื่อดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าจนเป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักจากลูกค้า เพราะสินค้าของเราผลิตด้วยวิธีการรีไซเคิลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน	ระยะคาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	จัดตั้งบริษัท Goodnight Shop จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจ โคมไฟจากล้อจักรยาน	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	เริ่มเปิดตัวผลิตภัณฑ์โคมไฟจากล้อจักรยานและโฆษณาผลิตภัณฑ์	1 เดือน	30 วัน
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		4 เดือน 1 อาทิตย์	125 วัน

4. ผลิตภัณฑ์

4.1 รายละเอียดสินค้า

โคมไฟจากล้อจักรยาน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการรีไซเคิล จากช่างฝีมือที่มากประสบการณ์ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า สร้างมูลค่า ด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์ การนำกลับมาใช้ใหม่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และเป็นที่สนใจของผู้บริโภค เพราะมีคุณภาพ ความคงทน ความคุ้มค่าและที่สำคัญเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีอยู่ที่ราคา 1,399 บาท

1. วัสดุหลักล้อจักรยาน
2. ฐานไม้
3. ทรงกลม
4. สูง 69 ซม. กว้าง 45 ซม. ลึก 30 ซม.



5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด

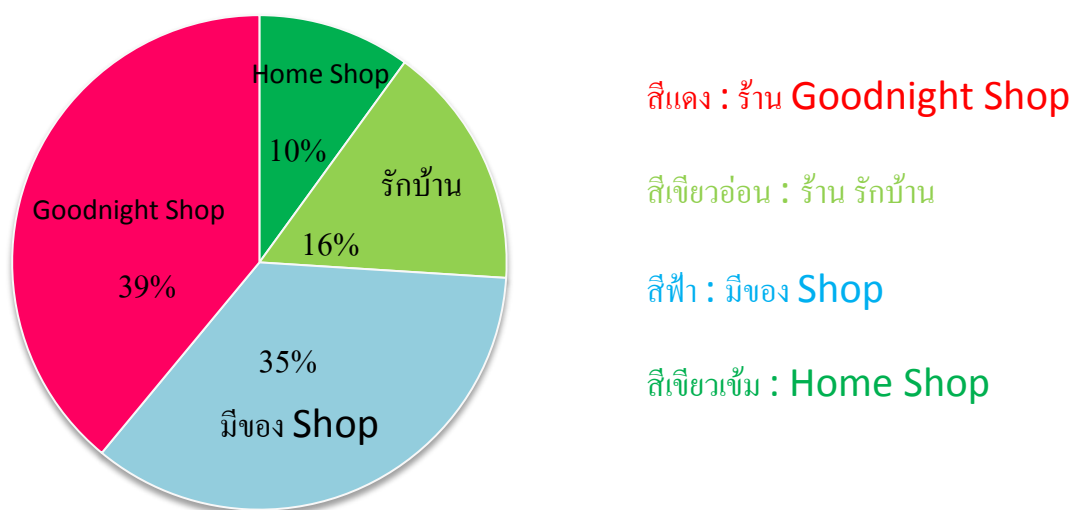
บริษัทได้ใช้กลยุทธ์การสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภค

จากการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายมาจากสาเหตุต่างๆเช่น ความชอบ ความพึงพอใจที่ต้องการผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์เป็นของตนเอง จากกระแสการใช้สินค้าแฮนด์เมดเป็นที่มีความนิยมมากขึ้น ทางบริษัทจึงได้นำผลิตภัณฑ์ชิ้นวางของจากกระดาษหนังสือพิมพ์ออกจำหน่ายสู่ตลาด เพื่อตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีความชอบไลฟ์สไตล์แตกต่างกันออกไป

5.2 ส่วนแบ่งทางการตลาด

Goodnight Shop

ส่วนแบ่งทางการตลาด



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

แนวโน้มทางการตลาดบริษัท Goodnight Shop สามารถเติบโตได้อีก

เพราะปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ให้ความสำคัญและแสวงหาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งพฤติกรรมในการบริโภคดังกล่าวตรงกับเงื่อนไขกระแสเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียว กับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ทำให้สามารถดำเนินการควบคู่ไปกับการสร้างผลกำไรให้กับองค์กรเนื่องจากการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัท Goodnight Shop ได้รับผลตอบแทนที่ดีจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

5.4 ตลาดเป้าหมาย

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ คือ

- 1.กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือน อายุ 25-44 ปี อาศัยอยู่ตาม คอนโด/ห้องเช่า/บ้านเช่า
- 2.กลุ่มวัยเรียน นิสิต-นักศึกษา อายุ 17-24 ปี อาศัยอยู่ตามหอพัก

เป็นกลุ่มผู้บริโภคใหม่ที่มีความต้องการสินค้าที่มีการออกแบบที่เป็นสิ่งแปลกใหม่โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะคำนึงถึงการในระยะการใช้งาน คุณภาพ ความคุ้มค่าในการซื้อสินค้า จึงทำให้บริษัท เราต้องขยายตัวเพื่อที่จะเจาะกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจการก็คือผู้บริโภค ที่มีความสนใจในตัว สินค้าสิ่งแปลกใหม่ สวยงาม ต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่าย และสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งานได้ดี และสามารถทดแทนในกลุ่มสินค้าทั่วไปได้ในคุณภาพระดับเดียวกัน

5.6 สภาพการแข่งขัน

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

5.7 คู่แข่งขัน

1. ร้าน มีของ shop
2. ร้าน รักบ้าน
3. ร้าน Home Shop

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การ เปรียบเทียบ	ร้าน Goodnight Shop	ร้าน มีของ shop	ร้าน รักบ้าน	ร้าน Home Shop
--------------------	------------------------	--------------------	-----------------	-------------------

ด้านสินค้า	โครมไฟลื้อจักรยาน	โครมไฟพลาสติก	โครมไฟขวดแก้ว	โครมไฟทั่วไป
ราคา	ราคา 1,399 บาท	ราคา 1,699 บาท	ราคา 1,550 บาท	ราคา 1,600 บาท
ช่องทางการ จัดจำหน่าย	1.หน้าร้าน Goodnight Shop 2. ทางออนไลน์ Facebook : Jatupon_Jiw Line : jatupon10501	1. หน้าร้าน มีของ shop 2. ทางออนไลน์ Facebook	1. หน้าร้าน รักบ้าน 2. ทางออนไลน์ Facebook	1. หน้าร้าน Home Shop 2. ทางออนไลน์ Website
การส่งเสริม การตลาด	1. มีส่วนลดเมื่อซื้อ สินค้า 2 ชิ้นเหลือ 2,600 บาท 2. จัดส่งฟรีสำหรับลูกค้าที่ สั่ง 2 ชิ้นขึ้นไป	1. ส่วนลดเมื่อซื้อ สินค้าครบ1,500 บาท ลด 10 % 2.การแจกใบปลิว	1.จัดส่งฟรีลงทะเบียน เมื่อสั่งซื้อครบ 2,000 บาท 2.การแจกใบปลิว	1.จัดส่งสินค้าฟรี ในพื้นที่ใกล้เคียง 2.การแจกใบปลิว

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	1.นำสิ่งที่ไม่ใช้แล้วมารีไซเคิลให้เป็นสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ 2.ตัวสินค้ามีคุณภาพและประสิทธิภาพอีกอย่างเป็นงานแฮนด์เมดที่มีความละเอียดอ่อน	1.จำนวนคนไม่พอต่อการผลิต
ด้านการตลาด	1.สินค้ามีราคาถูก 2.มีโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย	1.สินค้ามีความต้องการในเฉพาะกลุ่ม
ด้านการผลิต	1.เป็นสิ่งประดิษฐ์จากล้อจักรยานที่มีความโดดเด่น 2.เป็นสินค้าที่แปลกใหม่ในตลาดและได้รับความนิยม	1.วัสดุในการผลิตมีจำกัด 2.ต้องมีความรู้ในการผลิตผลิตภัณฑ์
ด้านการเงิน	1.มีการบริหารจัดการขั้นตอนในการดำเนินการจัดซื้อวัสดุ 2.มีการจัดการงบประมาณ และรายงานการสั่งซื้อ	1.ใช้งบในการผลิตครั้งแรกอาจจะเยอะเนื่องจากยังขาดประสบการณ์ในหลายๆอย่าง

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
------------------	-----------------------	-------------------

ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	1.ลูกค้ามีความสนใจในการ ประดิษฐ์ ที่เป็นงานแฮนด์เมด 2.มีการอธิบายความรู้ในการ ประดิษฐ์ให้ลูกค้าทราบถึงวัสดุที่ ใช้	1.เป็นสินค้าที่ไม่ค่อยจำเป็นต่อ ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค
สถานการณ์การแข่งขัน	1.ในเขตการขายยังไม่มีคู่แข่งที่ ขายผลิตภัณฑ์เหมือนเรา	1.เป็นสินค้าที่ลอกเลียนแบบได้ 2.คู่แข่ง
สังคม	1.เป็นผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนให้ สร้างรายได้จากวัสดุเหลือใช้ 2.ลดปริมาณขยะ โดยมี วัตถุประสงค์ช่วยลดขยะบนโลก เพื่อสังคม	-
เทคโนโลยี	1.เปิดโอกาสในการใช้ เทคโนโลยีในการโปรโมท ผลิตภัณฑ์ เช่น Facebook,IG	1.ต้องมีความรู้ในการประดิษฐ์

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	Goodnight Shop
ที่อยู่ / ที่ตั้งกิจการ	อยู่ที่ 98/73 หมู่ 4 ถนนสุขุมวิท ซ.ด้านสำโรง 28 ต.สำโรงเหนือ อ. เมือง จ. สมุทรปราการ 10270
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	บริษัทจำกัด
ทุนจดทะเบียน	200,000 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	-
หมายเลขทะเบียนการค้า	-

6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
-------	-----------	---------

1	นายจุฑพล สีลาโส	ประธาน
2	นายธนพล บำรุงชีพ	รองประธาน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจของกิจการขึ้นอยู่กับ ประธาน แต่เพียงผู้เดียว

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1	นายจุฑพล สีลาโส	12,000	120,000	60%
2	นายธนพล บำรุงชีพ	8,000	80,000	40%
รวมจำนวนหุ้น		20,000	200,000	100%

*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

- ชื่อ นายจุฑพล สีลาโส อายุ 19 ปี
การศึกษา
ระดับ ม.ปลาย จากโรงเรียนมหาดเทพรัตนพิทยาคม
- ชื่อ ธนพล บำรุงชีพ อายุ 19 ปี
การศึกษา
ระดับ ม.ปลาย จากโรงเรียนมหาดเทพรัตนพิทยาคม

6.6 แผนผังองค์กร



นายจุฑพล สีลาไส
ประธาน



นายธนพล บำรุงชีพ
รองประธาน

6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

1. ชื่อ นายจตุพล สีลาโส

ตำแหน่ง	ประธาน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	บริหาร วางแผน ตัดสินใจงานในบริษัท
การศึกษา ระดับ ม.ปลาย	จาก โรงเรียนมหาภาพระจาดทองอุปถัมภ์
อัตราเงินเดือน	20,000 บาท

2. ชื่อ นายชนพล บำรุงชีพ

ตำแหน่ง	รองประธาน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ให้คำปรึกษาวางแผนธุรกิจ จัดหาเงินทุน
การศึกษา ระดับ ม.ปลาย	จาก โรงเรียนมหาภาพระจาดทองอุปถัมภ์
อัตราเงินเดือน	10,000 บาท

6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน	รวมเงินเดือน
1.	นายจตุพล สีลาโส	ประธาน	1	20,000 บาท	20,000 บาท
2.	นายชนพล บำรุงชีพ	รองประธาน	1	10,000 บาท	10,000 บาท
3.	-	-	-	-	-
4.	-	-	-	-	-
5.	-	-	-	-	-
6.	-	-	-	-	-
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			2	30,000 บาท	30,000 บาท

6.9 วิสัยทัศน์

นำเสนอสินค้ามีคุณภาพ

มุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเลิศที่มีความแตกต่างตอบโจทย์ความคาดหวังของลูกค้าเสมอ สินค้าของเราจะต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานของเราเพื่อสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป

6.10 พันธกิจ

1. จัดระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพและพัฒนารูปแบบการผลิตอย่างต่อเนื่อง
2. สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่และการบริการ
3. บริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและมีผลประกอบการที่น่าพอใจเพื่อสร้างผลกำไรในธุรกิจ

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. เพื่อผลิตและจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคแหล่งชุมชนใกล้เคียง
2. ต้องการให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้า
3. ธุรกิจต้องการคืนทุนภายในระยะเวลา 3 ปี

เป้าหมายระยะกลาง

1. เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอีก 20%
2. เพื่อขยายตลาดผลิตภัณฑ์ไปเขตพื้นที่ใกล้เคียง
3. ขยายช่องทางการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ

เป้าหมายระยะยาว

1. เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีขึ้นจนเป็นที่กล่าวขานของกลุ่มลูกค้าทั่วไป
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 เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าในช่วงเวลากิจกรรมจัดขึ้นตามศูนย์

จัดแสดงสินค้าในหลายจังหวัด

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมาย

1. ต้องการให้รับรู้คุณภาพของสินค้าเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย
2. สามารถเพิ่มยอดขายและได้รับผลกำไรเพิ่มขึ้นทุกๆปี
3. ขยายกิจการและเพิ่มสาขาในช่วงระยะเวลาหลังจากปีที่ 3

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือน อายุ 25-44 ปี
อาศัยอยู่ตาม คอนโดหรือห้องเช่า,บ้านเช่า
2. กลุ่มวัยเรียน นิสิต-นักศึกษา อายุ 17-24 ปี อาศัยอยู่ตามหอพัก

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์แฮนด์เมดมีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปจะเน้นการออกแบบจึงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่เหมือนสินค้าในท้องตลาดทั่วไปและเป็นที่ดึงดูดใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพราะมีคุณภาพ ความคงทน ความคุ้มค่าและที่สำคัญเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพราะผลิตด้วยกรรมวิธีการรีไซเคิล



7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

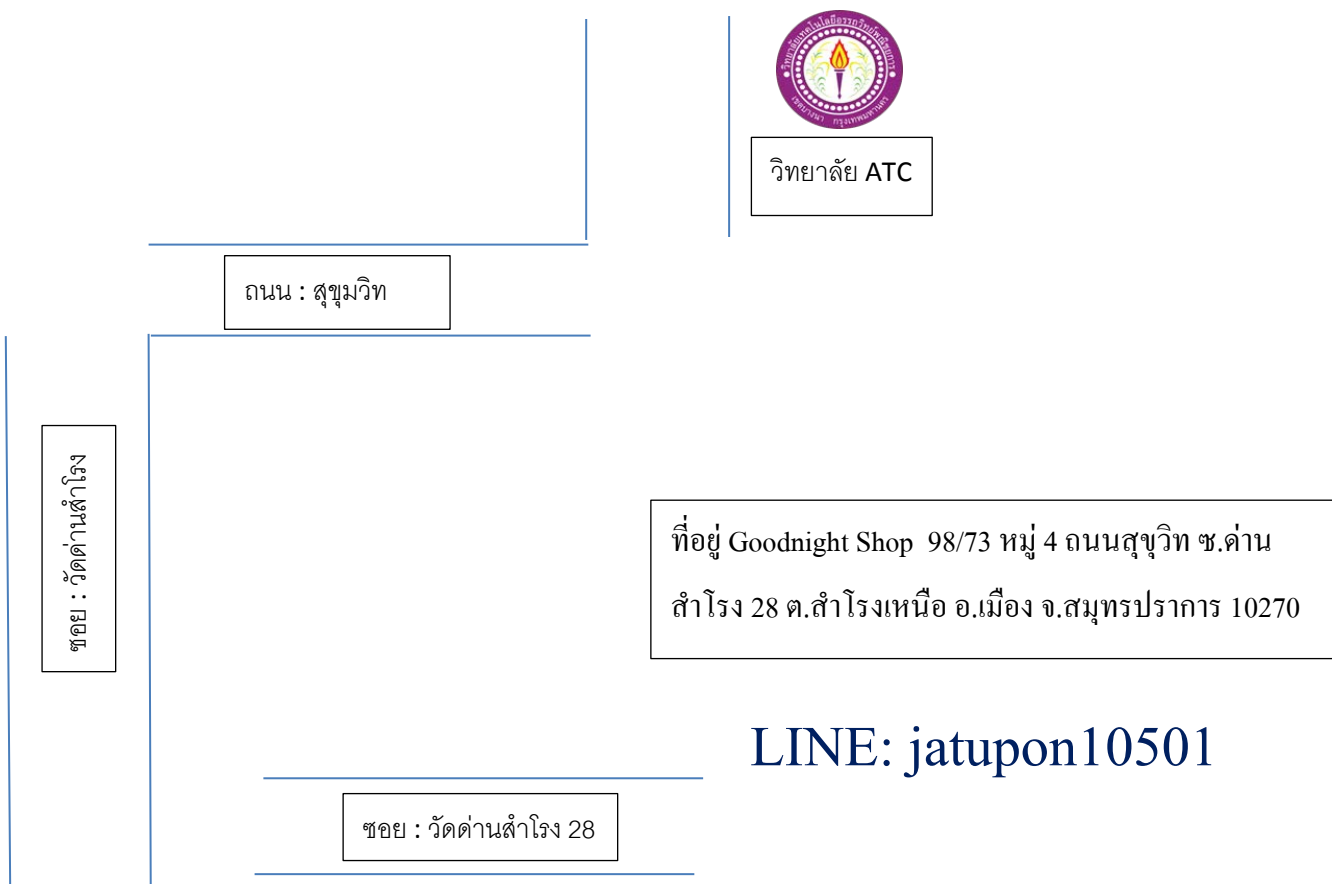
สินค้าโครมไฟลื้อจักรยานมีราคาเดียวคือ 1,399 บาท โดยมีการตั้งราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งในช่วงแรก เพราะสินค้ามีต้นทุนในการผลิตต่ำอยู่แล้วจึงไม่ส่งผลกระทบต่อกำไรมากนัก และเป็นกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของเราและทางร้านได้มีการจัดช่องทางการชำระเงินไว้หลายช่องทาง ดังนี้

1. ถ้าลูกค้ามาซื้อสินค้าที่ร้านสามารถชำระเงินเป็นเงินสดหรือบัตรเครดิต
2. หากเป็นลูกค้าทางออนไลน์ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านธนาคารหรือแอปพลิเคชันการดังต่อไปนี้



ธนาคารกสิกร ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงเทพ

สถานที่ผลิตและจำหน่าย อยู่ที่ 98/73 หมู่ 4 ถนนสุขุมวิท ซ.ด่านสำโรง 28 ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270 ทางออนไลน์



LINE: jatupon10501

7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

1. โปรโมชันราคาพิเศษหากซื้อโครมไฟฟ้าจักรยาน 2 ชิ้น จากราคา 2,798 บาท ลดเหลือ 2,600 บาท
2. จัดส่งฟรีลงทะเบียนเมื่อสั่งครบ 2 ตัว ขึ้นไป

7.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

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

8. แผนการผลิต

8.1 สถานประกอบการในการผลิต

สถานที่ 98/73 หมู่ 4 ถนนสุขุมวิท ซ.ด่านสำโรง 28 ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270

8.2 เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	จำนวน	การใช้งาน	ราคาทุน	อายุ
1.	ล้อจักรยาน	1	เป็นโครง	150	7 เดือน
2.	ไม้	5	ใช้เป็นฐาน	90	5 เดือน
3.	หลอดไฟ	8	ประดับ	70	5 เดือน
4.	สายไฟ	50 ซ.ม.	ตัวเชื่อมไฟ	80	5 เดือน
5.	เลื่อยมือ	1	เลื่อยไม้	210	1 ปี
6.	สวิตช์ไฟ	1	เปิด-ปิด	70	5 เดือน
7.	การร่อน	2	คัดหลอดไฟ	15	2 เดือน
8.	ตะปู	10	คีดไม้	210	5 เดือน

จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด

30ตัว/วัน , 810ตัว/เดือน , 9,720ตัว/ปี

อัตราประมาณการในการผลิต

30ตัว/วัน , 810ตัว/เดือน , 9,720ตัว/ปี

เป้าหมายหน่วยการผลิต

30ตัว/วัน , 810ตัว/เดือน , 9,720ตัว/ปี

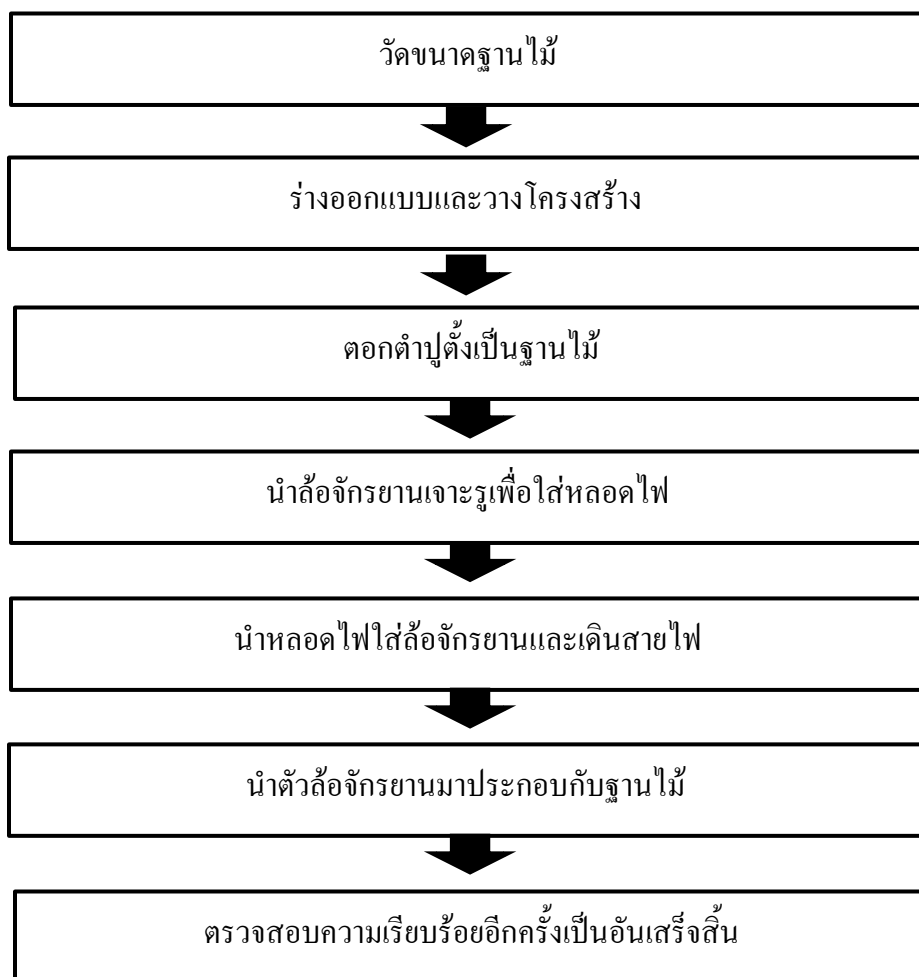
เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการผลิต

4 ตัว / ชั่วโมง

8.4 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

- | | |
|-----------------------|---------|
| 1. ล้อจักรยาน | การร่อน |
| 2. สายไฟ | เลื่อย |
| 3. วัสดุอุปกรณ์ตกแต่ง | |

8.5 ขั้นตอนการผลิต



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	มูลค่า ประมาณ	ภาระผูกพัน
1.	ที่ดิน	-	-	-
2.	อาคาร	-	-	-
3.	ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	ปรับปรุงสถานที่	5,000	-
4.	โรงงาน	-	-	-
5.	เครื่องจักร	-	-	-
6.	อุปกรณ์/เครื่องใช้	อุปกรณ์สำนักงาน คอมพิวเตอร์/ปริ้น เตอร์	70,000	-
7.	ยานพาหนะ	จักรยานยนต์	40,000	-
8.	วัตถุดิบคงเหลือ	-	-	-
9.	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-	-
10.	ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-	-
11.	รายการอื่นๆ (ถ้ามี)	-	-	-
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบการธุรกิจปัจจุบัน			115,000	-

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	27วัน/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	-	-	-

เดือน รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12
จำนวนสินค้าขาย (ตัว)												
โครมไฟ	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00
รวมจำนวนสินค้า ขาย	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00	810.00
ราคาสินค้า (บาท)												
โครมไฟ	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00
ราคาสินค้าเฉลี่ย	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00	1399.00
รายได้จากการขาย (บาท)												
โครมไฟ	1133190.00	1133190.0 0	1133190.00	1133190.0 0	1133190.0 0	1133190.0 0	1133190.0 0	1133190.0 0	1133190.0 0	1133190. 00	1133190.0 0	1133190.00
รวมรายได้	1133190.00	1133190.0 0	1133190.00	1133190.0 0	1133190.0 0	1133190.0 0	1133190.0 0	1133190.0 0	1133190.0 0	1133190. 00	1133190.0 0	1133190.00
รวมรายได้สะสม (บาท)	1133190.00	2266368.0 0	3399558.00	4532748.0 0	5656938.0 0	6799128.0 0	7932318.0 0	9065508.0 0	10198698. 00	11331888 .00	12465078. 00	13598268.0 0
ลูกหนี้การค้า (บาท)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดรับจากการ ขาย	1133190.00	1133190.0 0	1133190.00	1133190.0 0	1133190.0 0	1133190.0 0	1133190.0 0	1133190.0 0	1133190.0 0	1133190. 00	1133190.0 0	1133190.00

9.6 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสินค้าขาย (หน่วย)			
โครมไฟ	9,720.00	10,206.00	11,227.00
รวมจำนวนสินค้าขาย	9,720.00	10,206.00	11,227.00
ราคาสินค้า (บาท/หน่วย)			
โครมไฟ	1,399.00	1,399.00	1,399.00
ราคาสินค้าเฉลี่ย	1,399.00	1,399.00	1,399.00
รายได้จากการขาย (บาท)			
โครมไฟ	13,598,280.00	14,278,194.00	15,706,013.40
รวมรายได้จากการขาย (บาท)	13,598,280.00	14,278,194.00	15,706,013.40
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
ขายด้วยเงินสด	13,598,280.00	14,278,194.00	15,706,013.40
ขายด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน/เดือน)	-	-	-
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	-	-	-
เงินสดจากการขายสินค้า (บาท)	13,598,280.00	14,278,194.00	15,706,013.40

9.7 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนวัตถุดิบในการผลิต (หน่วย)			
ล้อจักรยาน (จำนวน)	9,720.00	10,692.00	12,295.80
ไม้ (20X20)	2,430.00	2,552.00	2,808.00
หลอดไฟ (หลอด)	1,556.00	1,634.00	1,798.00
สายไฟ (ซ.ม.)	4,860.00	5,103.00	5,614.00
ตะปู (ลัง)	81.00	86.00	95.00
สวิตช์ไฟ (กล่อง)	1,620.00	1,701.00	1,872.00
กาวร้อน (จำนวน)	3,240.00	3,402.00	3,743.00
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ (บาท/หน่วย)			
ล้อจักรยาน (จำนวน)	150.00	157.50	173.25
ไม้ (20X20)	90.00	94.50	103.95
หลอดไฟ (หลอด)	210.00	220.50	242.55
สายไฟ (เมตร)	80.00	84.00	92.40
ตะปู (ลัง)	950.00	997.50	1,097.25
สวิตช์ไฟ (กล่อง)	83.70	87.88	96.67
กาวร้อน (จำนวน)	15.00	15.75	17.32
ต้นทุนวัตถุดิบ (บาท)			
ล้อจักรยาน (จำนวน)	1,458,000.00	1,607,445.00	1,945,077.75
ไม้ (20X20)	218,700.00	241,164.00	291,891.60
หลอดไฟ (หลอด)	326,760.00	360,297.00	436,104.90
สายไฟ (เมตร)	388,800.00	428,652.00	518,733.60
ตะปู (ลัง)	76,950.00	85,785.00	104,238.75
สวิตช์ไฟ (กล่อง)	135,594.00	149,483.88	180,966.24
กาวร้อน (จำนวน)	48,600.00	53,581.50	64,828.76
รวมต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)	2,653,404.00	2,926,408.38	3,541,841.60
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	2,653,404.00	2,926,408.38	3,541,841.60

9.8 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนการผลิตสินค้า (บาท)			
ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้า	2,653,404.00	2,926,408.38	3,541,841.60
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อการผลิต	-	-	-
ค่าแรงงานในการผลิต	-	-	-
ค่าไฟฟ้าในการผลิต	31,500.00	33,075.00	36,382.50
ค่าน้ำประปาในการผลิต	5,400.00	5,670.00	6,237.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	4,200.00	4,410.00	4,851.00
ค่าบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์	2,400.00	2,520.00	2,772.00
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการผลิต	-	-	-
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า (1)	2,696,904.00	2,972,083.38	3,592,084.10
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)			
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการผลิต(5%)	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์(20%)	174.00	174.00	174.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)	-	-	-
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต (2)	174.00	174.00	174.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น (1) + (2)	2,697,078.00	2,972,257.38	3,592,258.10
+ บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปเพื่อผลิตคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าสำเร็จรูปเพื่อผลิตคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	2,697,078.00	2,972,257.38	3,592,258.10

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	360,000.00	378,000.00	415,800.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	66,000.00	69,300.00	76,230.00
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	9,800.00	10,290.00	11,319.00
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	11,000.00	11,550.00	12,705.00
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	5,000.00	5,250.00	5,775.00
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	10,000.00	10,500.00	11,550.00
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	8,000.00	8,400.00	9,240.00
ค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองสำนักงาน	2,500.00	2,625.00	2,887.50
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่าง ๆ	-	-	-
ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย	-	-	-
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	13,000.00	13,650.00	15,015.00
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	14,000.00	14,700.00	16,170.00
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง	-	-	-
ค่าใช้จ่าย Commission จากการขาย	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารงานและการขาย (1)	499,300.00	524,265.00	576,691.50
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย			
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน(5%)			
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้(20%)	14,000	14,000	14,000
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)	2,000	2,000	2,000
รวมค่าเสื่อมราคา (2)	16,000.00	16,000.00	16,000.00
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย (1) + (2)	515,300.00	540,265.00	592,691.50

9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการขายสินค้า	13,598,280.00	14,278,194.00	15,706,013.40
รายได้อื่น	-	-	-
รวมรายได้	13,598,280.00	14,278,194.00	15,706,013.40
หัก-ต้นทุนขายสินค้า	2,697,078.00	2,972,257.38	3,592,258.10
กำไรขั้นต้น	10,901,202.00	11,305,936.62	12,113,755.30
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	515,300.00	540,265.00	592,691.50
กำไรจากการดำเนินการ	10,385,902.00	10,765,671.62	11,521,063.80
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล (15%)	10,385,902.00	10,765,671.62	11,521,063.80
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล(15%)	1,557,885.30	1,614,850.74	1,728,159.57
กำไรสุทธิ	8,828,016.70	9,150,820.88	9,792,904.23
หัก-เงินปันผลจ่าย (10%)	-	-	-
กำไรสะสม	-	8,828,016.70	322,804.18
	-	-	-
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น	8,828,016.70	322,804.18	9,470,100.05
มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น	44.14	1.61	47.35

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากการดำเนินการ			
เงินสดรับจากการขายสินค้า	13,598,280.00	14,278,194.00	15,706,013.40
เงินสดรับจากรายได้อื่น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	2,697,078.00	2,972,257.38	3,592,258.10
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	515,300.00	540,265.00	592,691.50
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	1,557,885.30	1,614,850.74	1,728,159.57
กระแสเงินสดจากการดำเนินการรวม	8,828,016.70	9,150,820.88	9,792,904.23
กระแสเงินสดจากการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ส่วนตงแต่ง	-5,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	-70,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ยานพาหนะ	-40,000.00		
กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม	-115,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ	8,713,016.70	9,150,820.88	9,792,904.23
บวก+กระแสเงินสดต้นงวด	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	8,713,016.70	9,150,820.88	9,792,904.23

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	8,713,016.70	9,150,820.88	9,792,904.23
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	8,713,016.70	9,150,820.88	9,792,904.23
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	115,000.00	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	115,000.00	-	-
รวมสินทรัพย์	8,828,016.70	9,150,820.88	9,792,904.23
หนี้สินหมุนเวียน			
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน			
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน (ค่า) กว่าทุน	8,828,016.70	322,804.18	9,470,100.05
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	8,828,016.70	322,804.18
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	8,828,016.70	9,150,820.88	9,792,904.23
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	8,828,016.70	9,150,820.88	9,792,904.23

9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	สภาพคล่อง สูง	สภาพคล่อง สูง	สภาพคล่อง สูง
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	-	-	-
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน			
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	-	-	-
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-
ระยะเวลาดำเนินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รวม)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนหนี้สิน (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	80.48%	79.50%	77.12%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	76.37%	75.39%	73.35%
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	64.92%	64.08%	62.36%
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per share)	44.14	1.61	47.35
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 จะสามารถช่วยลดราคาต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย
3.	สินค้าถูกลอกเลียนแบบ	ทำให้ลูกค้าไปซื้อของกลุ่มแข่งอื่นที่เลียนแบบ	จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การออกบูท การโฆษณาและประชาสัมพันธ์
4.	ลูกค้าเปลี่ยนรสนิยมการซื้อ	ทำให้รายรับโดยรวมของกิจการลดลงเนื่องจากลูกค้าให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์อื่นที่มีรูปแบบแปลกใหม่	ติดตามสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและปรับเปลี่ยนสินค้าให้ตอบสนองกับความต้องการ ณ เวลานั้น

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

จุดพล สีสโล		
วัน ปี/ เดือน /	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
1 ก.ค.62	ประชุมวางแผนในกลุ่ม	
8 ก.ค.62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
10 ก.ค.62	ปฐมนิเทศโครงการเพื่อขออนุมัติ	
17 ก.ค.62	ออกแบบคอมไพเลอร์จักรยาน	
23 ก.ค.62	หาแหล่งซื้อวัสดุ	
24 ก.ค.62	หาข้อมูลบทที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
27 ก.ค.62	แก้ไขเอกสารข้อมูลโครงการ	
14 ส.ค.62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อส่งเนื้อหา บทที่ 2 และบทที่ 3	
25 ส.ค.62	ส่ง Powerpoint	
30 ส.ค.62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present งาน	
15 ก.ย.62	Present โครงการครั้งที่ 1	
17 ก.ย.62	ซื้อวัสดุอุปกรณ์	
24 ก.ย.62	จัดเตรียมอุปกรณ์	
8 ต.ค.62	เริ่มลงมือในการประดิษฐ์ตามแบบที่ได้วางแผนไว้	
14 ต.ค.62	ล้างทำความสะอาดวัสดุและเชื่อมวัสดุเข้าด้วยกัน	
29 ต.ค.62	บรรจุลงกล่อง	
7 พ.ย.62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present งาน	
24 พ.ย.62	Present โครงการครั้งที่ 2	
11 ธ.ค.62	ประชุมวางแผนในกลุ่ม เพื่อแบ่งงาน	
8 ม.ค.63	พิมพ์เนื้อหาบทที่ 4 (เนื้อหาสรุปเล่มโครงการ)	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

ธนพล บำรุงชีพ		
วัน ปี/ เดือน /	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
1 ก.ค.62	ประชุมวางแผนในกลุ่ม	
8 ก.ค.62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
10 ก.ค.62	ปรี้นงาน ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
17 ก.ค.62	ออกแบบคอมไฟจากล้อยักรยาน	
23 ก.ค.62	หาแหล่งซื้อวัสดุ	
24 ก.ค.62	หาข้อมูลบทที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
27 ก.ค.62	แก้ไขเอกสารข้อมูลโครงการ	
14 ส.ค.62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อส่งเนื้อหา บทที่ 2 และบทที่ 3	
25 ส.ค.62	ส่ง Powerpoint	
30 ส.ค.62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present งาน	
15 ก.ย.61	Present โครงการครั้งที่ 1	
17 ก.ย.62	ซื้อวัสดุ	
24 ก.ย.62	จัดเตรียมอุปกรณ์	
8 ต.ค.62	เริ่มลงมือในการประดิษฐ์ตามแบบที่ได้วางแผนไว้	
14 ต.ค.62	ล้างทำความสะอาดวัสดุและเชื่อมวัสดุเข้าด้วยกัน	
29 ต.ค.62	บรรจุลงกล่อง	
7 พ.ย.62	เข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาก่อน Present งาน	
24 พ.ย. 62	Present โครงการครั้งที่ 2	
11 ธ.ค.62	ประชุมวางแผนในกลุ่ม เพื่อแบ่งงาน	
10 ม.ค.63	พิมพ์เนื้อหาบทที่ 5 (เนื้อหาสรุปเล่มโครงการ)	

บัญชีรายรับ – รายจ่าย ในโครงการ

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย		จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย		จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย		จำนวนเงิน
ม.ย.	เงินทุน	-		2,000	-		-	-		2,000
ก.ค. 62	ล้อจักรยาน	-		-	1		150	-		1,850
ก.ค. 62	หลอดไฟ	-		-	1		70	-		1,780
ก.ค. 62	สายไฟ	-		-	1		80	-		1,700
ก.ค. 62	เลื่อยมือ	-		-	1		210	-		1,490
ก.ค. 62	สวิตช์ไฟ	-		-	1		70	-		1,420
ก.ค. 62	กาวร้อน	-		-	1		15	-		1,405
ก.ค. 62	ไม้	-		-	5		90	-		1,315
ก.ค. 62	ตะปู	-		-	12		210	-		1,105
ก.ค. 62	ไว้นิล	-		-	1		300	-		805
ก.ค. 62	ของตกแต่ง	-		-	1		300	-		505

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการนวัตกรรมการนวัตกรรมการสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากล้อจักรยาน (Good Ningt Shop)

มีผู้ร่วมลงทุน คน ออกเงินร่วมลงทุนคนละ 21,000 บาท

ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

นาย จตุพล สีลาโส

นาย ธนพล บำรุงชีพ

มีเงินลงทุน 2,000 บาท

หักค่าใช้จ่ายต่างๆ 1,495 บาท

คงเหลือ 505 บาท

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อขยายธุรกิจ
2. เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ

รายงานผลของแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการสำรวจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากล้อจักรยาน) Good Ningt Shop(ของนักศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์ จำนวน 110 คน ปรากฏผลข้อมูลดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และเพศหญิง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 อายุ 20 -30 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 อายุ 31 -40 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 อายุ 41 -50 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี รองลงมาคือ 20 -30 ปี ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามโสด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 สมรสจำนวน 40.9 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 แยกกันอยู่/ หย่า/จำนวน 13.6 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก โสด รองลงมาคือ สมรส และ แยกกันอยู่/ หย่า/ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 ปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี ตามลำดับ

นักเรียน นักศึกษา/รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/บริษัทเอกชน รับจ้าง/ กิจการส่วนตัวอาชีพอิสระ/

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รับราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ จำนวน 18.2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 บริษัทเอกชน รับจ้าง/จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 กิจการส่วนตัว อาชีพอิสระ/จำนวน 13.6 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา รองลงมาคือ/รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/บริษัทเอกชนรับจ้าง/และกิจการส่วนตัว อาชีพอิสระ/ตามลำดับ

รายได้ ต่ำ กว่า 10,000 บาท รายได้ 10,000 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท
รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้แบบสอบถามมีรายได้ ต่ำ กว่า 10,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 รายได้ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 รายได้ 20,001 – 30,000 บาท

จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 รายได้ รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป รองลงมาคือรายได้ ต่ำ กว่า 10,000 บาท และรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ตามลำดับ

ในด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4$ (69. เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับดีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ด้าน (4.79 = ราคา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ ด้าน (4.57 =ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4$ และ ด้าน (69.ช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{X} = 4$ (80.

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

ในการปฏิบัติงานครั้งนี้ถือว่า ผ่านไปได้ด้วยดีมีทั้งอุปสรรค และความประสบความสำเร็จได้เรียนรู้อะไรใหม่ ๆ ในแนวคิดมีความละเอียดอ่อนที่มากขึ้นในการทำงาน และรู้จักการแก้ไขปัญหาที่เจอว่าต้องแก้ไขอย่างไร และมีอาจารย์ที่คอยแนะนำเป็นสิ่งที่ดีในการดำเนินงานครั้งนี้ สุดท้ายโครงการนี้ไม่ว่าผลจะเป็นอย่างไรจะดีหรือไม่ดีเราทำดีที่สุดและเต็มที่ที่สุดแล้ว

การดำเนินโครงการบรรลุวัตถุประสงค์โครงการดังนี้

1. การนำของที่ไม่ใช่แล้วมารีไซเคิลมาใช้ใหม่
2. เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ดี
3. ได้รู้ว่าการทำธุรกิจมีหลักพื้นฐานอย่างไรบ้าง

สรุปตารางการปฏิบัติงานจริง

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
1	มิ.ย. 62	1.เตรียมคิดรูปแบบนวัตกรรม
2	มิ.ย. 62	2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ
3	มิ.ย. 62	3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
4	ค.ค. 62	4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์
5	ก.ค. 62	5. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์
6	พ.ย. 62	6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงานและขั้นตอนการดำเนินงานที่วางไว้
7	พ.ย. 62	7. สรุปผลการปฏิบัติงาน

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. การคิดในส่วนของตัวไฟต้องเปลี่ยนมาเป็นอีกแบบ
2. แผนการเงินผิดพลาดต้องแก้ไขหลายรอบ
3. ไม่ค่อยมีเวลาในการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์สักเท่าไรเพราะเนื่องจากต้องทำงานแต่ก็สามารถหาเวลาทำได้
4. วนิลที่สั่งทำไม่ตรงกับที่สั่งไว้เนื่องจากเราต้องการเป็นแนวตั้งยาวแต่กับได้มาเป็นแบบสี่เหลี่ยม

ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา

- 1.ต้องวางแผนเกี่ยวกับวงจรไฟให้ละเอียดไม่เงิ่นจะผิดพลาด
- 2.ต้องใจเย็นๆ ทำทีละขั้นตอนให้ถูกต้องเพื่อที่จะไม่ต้องแก้ไขหลายๆครั้ง
- 3.ควรสั่งไว้นิติให้ละเอียดโดยบอกความสูงเท่าไรความกว้างเท่าไรระบุให้ชัดเจน

บรรณานุกรม

กรรชัย บุญกุล. (2552). โคมไฟอนุรักษ์ความเป็นไทย

จาก <http://www.ptc.ac.th/ptc/menu%20index/artefact/data%20project/4.pdf>

ณัฐวัตร คำอินทร์ และคณะ. (2556). โครงการชุดโคมไฟจากไม้อัด **Light Brand**. หลักสูตร
ประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง, สาขาวิชาการตลาด, วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ.

นพรัตน์ ชูตรง. (2555). โคมไฟประดิษฐ์

จาก <http://noparat-nez8.blogspot.com/2012/10/blog-post.html>

ปัทมา ศิริวงษ์ และคณะ. (2556). โครงการโคมไฟกะลามะพร้าว. หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ
ชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด, วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ.

พรทิพย์ วิวิธนาภรณ์. (2557). ส่วนผสมการตลาด 4P's. สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2562 ,

จาก <http://ir.swu.ac.th/>

อินทร วิจิต. (2558). การเขียนแผนธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2562 ,

จาก <http://dspace.spu.ac.th/bitstream/>.

บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ.....

ที่ปรึกษาโครงการ

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ผู้รับผิดชอบโครงการ.....ระดับชั้น.....เลขที่.....

.....ระดับชั้น.....เลขที่.....

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

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



สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2561

ชื่อโครงการ Good Night Shop
ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2562 – กุมภาพันธ์ 2563
สถานที่การดำเนินงาน ซอยวัดด่าน 48
ประมาณค่าใช้จ่าย 4,000
ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | | | | |
|--------------|----------|--------------|-------|----------|
| 1. นาย ธนพล | บำรุงชีพ | รหัสนักศึกษา | 41000 | ปวส.2/31 |
| 2. นาย จตุพล | สีลาโส | รหัสนักศึกษา | 40887 | ปวส.2/31 |

ลงชื่อ.....ประธานของการ
(นาย จตุพล สีลาโส)...../...../.....

ความคิดเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)....../.../...

(อาจารย์ อุดมพร เปตานนท์)....../.../...

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

(อาจารย์ วงศ์เดือน ประไพวัชพันธ์).../.../...

วัตถุประสงค์

- 1.เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
- 2.เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ระหว่างการศึกษา
- 3.เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการวางแผนกลยุทธ์การขายสินค้า

เป้าหมาย

- 1.สร้างผลกำไร รายได้ให้กับนักศึกษา
- 2.เพื่อปฏิบัติงานทดลองขายสินค้าในสถานที่จริง

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

- 1.เตรียมคิดรูปแบบขายสินค้า
- 2.ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน
- 3.ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษา
- 4.จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำธุรกิจ
- 5.จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติ

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

- 1.การซื้ออุปกรณ์ และตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์และสถานที่ปฏิบัติงาน
- 2.ทดลองปฏิบัติการประดิษฐ์ และ ประเมินผลการปฏิบัติงาน
- 3.ปฏิบัติดำเนินงานธุรกิจตามขั้นตอนการขาย และ ที่วางแผนไว้

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

- 1.สรุปผลการปฏิบัติงานบริการ และงบประมาณผลกำไร ขาดทุน
- 2.แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า

ชื่อโครงการ

Good Night Shop

แผนงาน

นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม ขายสินค้า

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

อาจารย์ อุดมพร เปตานนท์

ผู้รับผิดชอบโครงการ

1.นาย จตุพล สีลาโส ประธานโครงการ

2.นาย ธนพล บำรุงชีพ รองประธานโครงการ

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันสิ่งประดิษฐ์มีหลายแบบที่ประดิษฐ์ออกมาหลายอย่างหลายแบบต่างขึ้นก็แตกต่างกันไป บางอย่างก็มีความแปลกใหม่ไม่เหมือนใครบางอย่างก็นิยมแบบเดิมแต่สิ่งประดิษฐ์ที่ทำคือโคมไฟทำจากล้อรถจักรยานมีความแปลกใหม่และมีความเป็นวินเทจและทำออกมานิยมแบบสมัยเก่าทำให้ดึงดูดลูกค้าที่มีความชอบวินเทจหรือสมัยเก่าๆมีความสวยงามตอนเปิดไฟเวลากลางคืนใช้ไปตกแต่งตามงานต่างๆได้หรือจะเอาไปไว้ตั้งในห้องนอนเวลากลางคืนได้เหมือนกันใช้ได้ทุกเพศทุกวัย

มีคุณค่าทางด้านการใช้งานหรือเป็นงานโชว์สิ่งประดิษฐ์แปลกใหม่ได้มีการดัดแปลงรูปแบบจากโคมไฟ โดยการใช้ล้อจักรยานมาใช้เป็นโครงแล้วใช้หลอดไฟติดตามรอบวงล้อให้ทั้งและมีการต่อสายไฟเข้ากะหลอดไฟทำให้เกิดไฟต่อรอบล้อจักรยานกระแสไฟเกิดจากมอเตอร์ไฟฟ้าแบตเตอรี่เป็นตัวจ่ายกระแสไฟทำให้ไฟติดได้

ทั้งนี้ผู้จัดทำโครงการจึงได้จัดทำหลายรูปแบบหลายออกแบบสิ่งประดิษฐ์ทำให้ลูกค้ามีการเลือกซื้อสินค้าได้มากขึ้นและแถมมีการให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการลงมือทำคอมพิวเตอร์จากล้อจักรยานด้วยตนเองอีกด้วยทำให้ลูกค้ามีความสนใจและอยากจะรวมมือในการทำเพื่อเป็นการฝึกทักษะการออกแบบสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์ของตัวเองอีกด้วยและเอาไปใช้ในชีวิตประจำวันหรือเป็นอาชีพในอนาคตได้

งบประมาณ และ วัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุนคนละ 2,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็น 4,000 บาท

1.อุปกรณ์

โครงล้อจักรยาน	150 บาท
แผงหลอดไฟ	200 บาท
สายไฟ	120 บาท
มอเตอร์ไฟ	110 บาท
แบตเตอรี่ตัวจ่ายกระแสไฟ	160 บาท
กาวตราช่าง	60 บาท
สีกระป๋อง	75 บาท

2.เบ็ดเตล็ด

ค่าป้ายร้าน/สื่อโฆษณา	500 บาท
ค่าเครื่องแบบพนักงาน 150 (2 คน)	300 บาท
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	650 บาท
รวม	2,325 บาท

การติดตามผลและการประเมิน

- 1.นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
- 2.แบบทดสอบถามแสดงความพึงพอใจของลูกค้า
- 3.รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้วิชาโครงการ
- 2.เกิดการสร้างรายได้ระหว่างการศึกษา
- 3.เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการวางแผนกลยุทธ์การประดิษฐ์

ปัญหาและอุปสรรค

- 1.วัตถุดิบที่ใช้อาจมีราคาต้นทุนสูงและไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน
- 2.สินค้าที่ทำอาจจะเก่าหรือเสื่อมสภาพ

ข้อเสนอแนะ

- 1.มีการวางแผนในการซื้อวัตถุดิบอย่างเหมาะสม และหาแหล่งวัตถุดิบสำรองได้และมีราคาที่ถูกลง
- 2.วางแผนในการผลิตแต่ละวัน

บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

โครงการ สิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากล้อจักรยาน

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์ วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธุ์

ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์ อุดมพร เปตานนท์

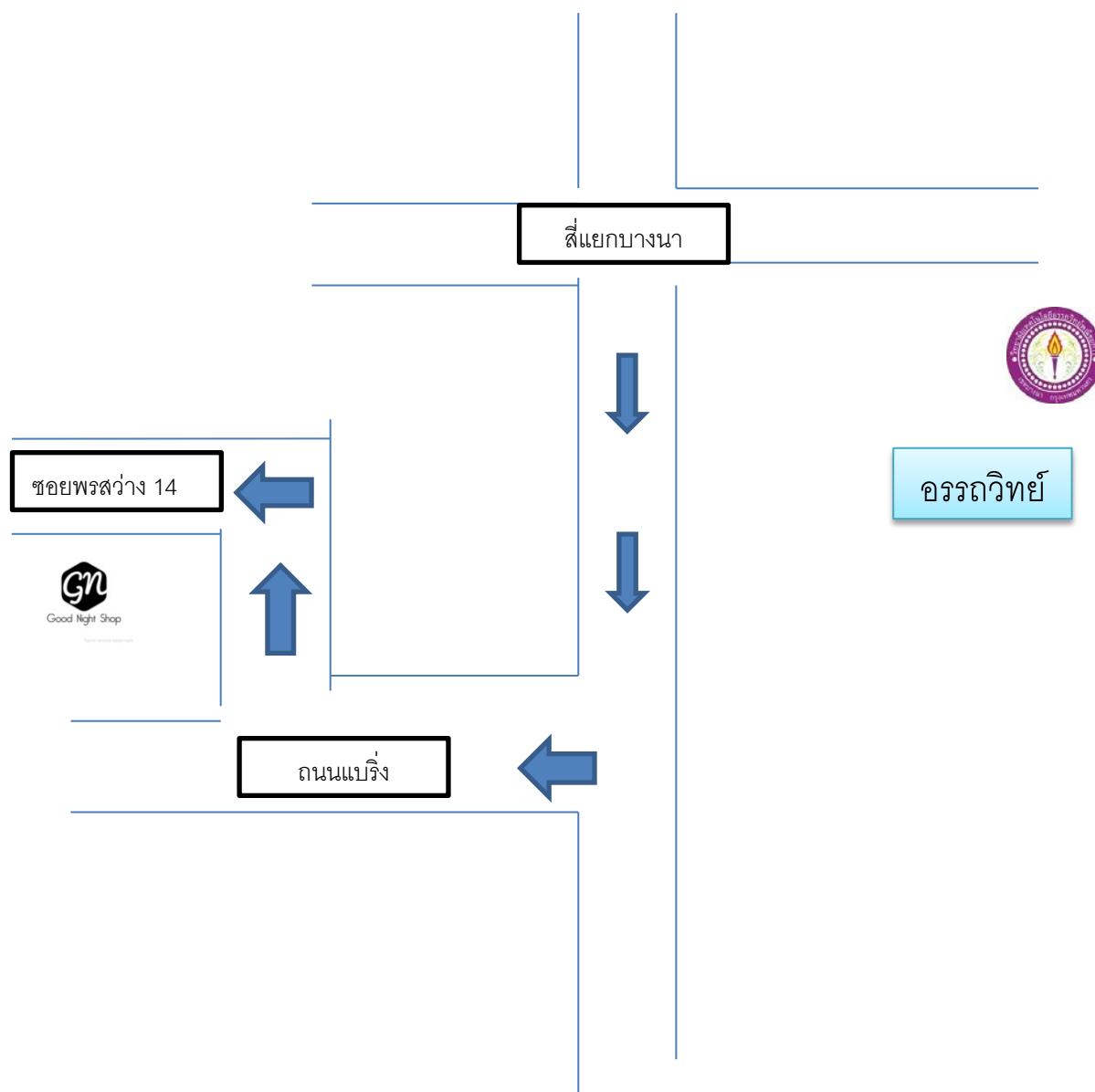
ผู้รับผิดชอบโครงการ นาย จตพล สีลาโสภา ระดับชั้น ปวส.2/31 เลขที่ 13

นาย ชนพล บำรุงชีพ ระดับชั้น ปวส.2/31 เลขที่ 20

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
1	ส่งโครงการเพื่ออนุมัติ	9-30 มิ.ย 62		
2	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	25-26 มิ.ย 62		
3	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	16 ก.ค 62		
4	กำหนดส่งเนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	20 ส.ค 62		
5	แผนธุรกิจ	20 ส.ค 62		
	- บทสรุปบริหาร			
	- วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ			
	- ความเป็นของธุรกิจ			
	- ผลิตภัณฑ์			
	- วิเคราะห์อุตสาหกรรม และ การตลาด			
	- แผนการตลาด			
	- แผนการประดิษฐ์/การขาย			
	- แผนการเงิน			
	- แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง			
6	ส่ง PowerPoint(โครงการ+แผนธุรกิจ)	10 ก.ย 62		

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
7	นำเสนอโครงการ (PowerPoint) ครั้งที่ 1 (โครงการ+บทที่ 3+แผนธุรกิจ)	15 ก.ย 62		
8	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/งานประดิษฐ์) เข้ารับการนิเทศจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	1-31 ต.ค 62		
9	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการจะ แสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลการประดิษฐ์)	24 พ.ย 62		
10	งาน ACTนิทรรศการ	14 ธ.ค 62		
11	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 - ปฏิบัติงานรายบุคคล	14 ม.ค 63		
	บัญชี+ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ			
12	กำหนดส่งเนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ)	21 ม.ค 63		
13	กำหนดส่งบรรณานุกรม	28 ม.ค 63		
14	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก	11 ก.พ 63		
	ภาคผนวก ข			
	ภาคผนวก ค			
	ภาคผนวก ง			
15	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ	18 ก.พ 63		
	กำหนดส่ง บทคัดย่อ			
16	ตรวจรูปเล่มโครงการ	22 ก.พ 63		
17	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	22 ก.พ 63		

สถานที่ดำเนินโครงการ





แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์อัจฉริยะ

(Good Night Shop)

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์อัจฉริยะ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงไปในช่อง ☐ เพียง 1 ช่อง ตามความเป็นจริง

1. เพศ

☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. อายุต่ำกว่า 20 ปี ☐ 2. อายุ 20 -30 ปี
☐ 3. อายุ 31 -40 ปี ☐ 4. อายุ 41 -50 ปี
☐ 5. อายุ 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส
☐ 3. หม้าย/หย่า /แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี
☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี ☐ 4. อื่นๆ.....

5. อาชีพ

- | | |
|---|--|
| ☐ 1. นักเรียน/นักศึกษา | ☐ 2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| ☐ 3. บริษัทเอกชน/รับจ้าง | ☐ 4. กิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ |
| ☐ 5. อื่นๆ..... | |

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท | ☐ 2. รายได้ 10,000 – 20,000 บาท |
| ☐ 3. รายได้ 20,001 – 30,000 บาท | ☐ 4. รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป |

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีผลต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์อัจฉริยะ

ข้อ	รายการ	ระดับความสำคัญ				
		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1	ด้านผลิตภัณฑ์					
2	รูปแบบของผลิตภัณฑ์					
3	ความคุ้มค่าในการใช้งาน					
3	คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
1	ด้านราคา					
1	ความคุ้มค่ากับราคา					
2	ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
1	ด้านช่องทางจัดจำหน่าย					
1	การติดต่อหรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย					
2	ร้านตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน					
3	สามารถสั่งซื้อได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต					
1	ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1	มีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า 2 ชิ้นเหลือ 2,600 บาท					
2	มีป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ ชัดเจน					
3	มีป้ายร้านจัดแสดงสินค้า					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ/ความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

*** ขอขอบคุณที่ท่านเสียสละเวลาในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามในครั้งนี้***

รายงานผล แบบสอบถาม

นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากล้อจักรยาน (Good Ningt Shop)

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากล้อจักรยาน (Good Ningt Shop) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 110 คน

แบบสอบถามมี 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์โคมไฟจากล้อจักรยาน (Good Ningt Shop)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	20	18.2
หญิง	90	81.8
รวม	110	100.0
2.อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุต่ำกว่า 20 ปี	60	54.5
อายุ 20 -30 ปี	20	18.2
อายุ 31 -40 ปี	9	8.2
อายุ 41 -50 ปี	6	5.5
อายุ 50 ปีขึ้นไป	15	13.6
รวม	110	100.0
3.สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	50	45.5
สมรส	45	40.9
หม้าย/หย่า /แยกกันอยู่	15	13.6
รวม	110	100.0

4. ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	80	72.7
ปริญญาตรี	10	9.1
สูงกว่าปริญญาตรี	20	18.2
รวม	110	100.0
5. อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	50	45.5
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	18.2
บริษัทเอกชน/รับจ้าง	20	18.2
กิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ	20	18.2
รวม	110	100.0
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ ต่ำ กว่า 10,000 บาท	30	27.3
รายได้ 10,000 – 20,000 บาท	10	9.1
รายได้ 20,001 – 30,000 บาท	20	18.2
รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป	50	45.5
รวม	110	100.0

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อนวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากล้อจักรยาน (Good Ningt Shop) ของนักศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยี ธรรมชาติวิทยพัฒนาการ ปรากฏผลข้อมูลดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และเพศหญิง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 อายุ 20 - 30 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 อายุ 31 -40 ปีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี รองลงมาคือ 20 -30 ปี ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามโสด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 สมรส จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 หม้าย/หย่า /แยกกันอยู่ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก โสด รองลงมาคือ สมรส และ หม้าย/หย่า /แยกกันอยู่ ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 ปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี ตามลำดับ

นักเรียน/นักศึกษา รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน/รับจ้าง กิจกรรม

ส่วนตัว/อาชีพอิสระ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 บริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 กิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมาคือ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน/รับจ้างและกิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ ตามลำดับ

รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท	รายได้ 10,000 – 20,000 บาท	รายได้ 20,001 – 30,000 บาท
รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป		

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้แบบสอบถามมีรายได้ ต่ำ กว่า 10,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็น ร้อยละ 27.3 รายได้ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 รายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 รายได้ รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป รองลงมาคือ รายได้ ต่ำ กว่า 10,000 บาท และรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์
 ล้อจักรยาน (Good Ningt Shop)

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							
รูปแบบของผลิตภัณฑ์	61.8%	27.3%	10.9%	-	-	4.50	0.68
ความคุ้มค่าในการใช้งาน	63.6%	27.3%	9.1%	-	-	4.54	0.65
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	87.3%	12.7%	-	-	-	4.87	0.33
ด้านราคา							
ความคุ้มค่ากับราคา	54.5%	34.5%	10.9%	-	-	4.43	0.68
ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	67.3%	18.2%	14.5%	-	-	4.52	0.73
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย							
การติดต่อหรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย	92.7%	7.3%	-	-	-	4.92	0.26
ร้านตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน	92.7%	7.3%	-	-	-	4.92	0.26
สามารถสั่งซื้อได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต	57.3%	36.4%	6.4%	-	-	4.50	.61
ด้านการส่งเสริมการตลาด							
มีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า 2 ชิ้นเหลือ 2,600 บาท	69.1%	30.9%	-	-	-	4.69	0.46
มีป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ชัดเจน	82.7%	17.3%	-	-	-	4.82	0.37
มีป้ายร้านจัดแสดงสินค้า	87.3%	12.7%	-	-	-	4.87	0.33

หมายเหตุ เกณฑ์บอกระดับความคิดเห็นเสนอแนะโดย John.W.Best ดังนี้

ถ้า $\bar{X}$ คะแนน	4.50-5.00	คือ	ดีมากที่สุด
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

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.69	0.39	ดีมากที่สุด
2.ด้านราคา	4.57	0.46	ดีมากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.80	0.27	ดีมากที่สุด
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.79	0.35	ดีมากที่สุด
รวม	4.69	0.37	ดีมากที่สุด

จากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มวัตกรรมการสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากสื่อจักรยาน (Good Ningt Shop) ในด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.79$) ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.57$) ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.69$) และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.80$)

สรุปรายงานผลของแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการสำรวจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มวัตกรรมการสิ่งประดิษฐ์คอมพิวเตอร์จากสื่อจักรยาน (Good Ningt Shop) ของนักศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์ จำนวน 110 คน ปรากฏผลข้อมูลดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และเพศหญิง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 81.8 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 อายุ 20 - 30 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี รองลงมาคือ 20 - 30 ปี ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามโสด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 สมรส จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 หม้าย/หย่า /แยกกันอยู่ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก โสด รองลงมาคือ สมรส และ หม้าย/หย่า /แยกกันอยู่ ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 ปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี ตามลำดับ

นักเรียน/นักศึกษา รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน/รับจ้าง
ส่วนตัว/อาชีพอิสระ

กิจการ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 บริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 กิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมาคือ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน/รับจ้างและกิจการส่วนตัว/อาชีพอิสระ ตามลำดับ

รายได้ ต่ำ กว่า 10,000 บาท รายได้ 10,000 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท
รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้แบบสอบถามมีรายได้ ต่ำ กว่า 10,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 รายได้ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 รายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 รายได้ รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป รองลงมาคือ รายได้ ต่ำ กว่า 10,000 บาท และรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ตามลำดับ

ในด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับดีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.79$) ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.57$) ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.69$) และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.80$)

ภาคผนวก ข

- แบบสอบถาม

- รายงานผลแบบสอบถาม

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือ บริการในโครงการ

- ตราสินค้าและรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ
- เอกสารสื่อโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์โครงการ
- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการในโครงการ
- รูปภาพขั้นตอนปฏิบัติงานโครงการ

1.ตราสินค้า



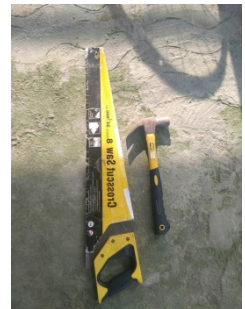
2.รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์



2.1 ไม้



2.2 ล้อจักรยาน



2.3 วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ

3.รูปผลิตภัณฑ์



4.รูปภาพขั้นตอนปฏิบัติงานโครงการ



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นายจุฑพล สีลาโศ
วัน เดือน ปี	:	2 กันยายน 2542
สถานที่เกิด	:	กรุงเทพมหานคร
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	ประธานโครงการ

ชื่อ นามสกุล	:	นายธนพล บำรุงชีพ
วัน เดือน ปี	:	2 พฤศจิกายน 2542
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	รองประธานโครงการ