



โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์สร้อยคอสร้อยข้อมือจากกระดาศันตยสาร
(Necklack and wristlace Handmade)

จัดทำโดย

นางสาว กัลยาดี กวดนอก

นางสาว สุภาวิตา เกิดภู

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
สาขาวิชาการตลาด
วิทยาลัยเทคโนโลยีอาชีวศึกษา
ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์สร้อยคอสร้อยข้อมือ
จากกระดาษนิยดสาร

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ

(Necklack and wristlace Handmade)

โดย

นางสาว กัลยาดี กวดนอก
นางสาว สุภาวิตา เกิดภู

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการตามหลักสูตร
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ (ATC.)

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

หัวข้อโครงการ	โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์สร้อยคอสร้อยข้อมือจากกระดาษ นิตยสาร(Necklack and wristlace Handmade)
ผู้จัดทำโครงการ	นางสาว กัลยาดี กวดนอก นางสาว สุภาวิตา เกตุภู
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์อุดมพร เปตานนท์
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นโครงการประเภท สิ่งประดิษฐ์ สร้อยคอและสร้อยข้อมือจากกระดาษ นิตยสาร มีวัตถุประสงค์ (1).เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2).เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ (3).เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบสิ่งประดิษฐ์

วิธีการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

ประเมินผลจากการดำเนินงานสรุปได้ดังนี้

1.วันเวลาสถานที่ดำเนินโครงการ เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึงกุมภาพันธ์ 2563 สถานที่ 5/16 ถ.ปู่เจ้าสมิงพราย ต.บางหญ้าแพรก อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130

2.ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุนงบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 2,000 บาท เสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการทั้งสิ้น 2,000 บาท

3.ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ (1).การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ (2).สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้และเพิ่มรายได้ให้นักศึกษาในการประดิษฐ์งานหัตถศิลป์ (3).ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

4.ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการซึ่งตามวัตถุประสงค์ (1).ปัญหาในด้านการใช้อุปกรณ์ที่ยังไม่มีความชำนาญในการทำงาน (2).ไม่มีพื้นฐานในการออกแบบผลิตภัณฑ์

5.ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา (1).ขอความช่วยเหลือจากผู้ที่มีความชำนาญการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ (2).หาข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมจากสื่อต่างๆและสอบถาม อาจารย์เพื่อนำมาเป็นแนวทาง

6.จากตารางแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีค่อน วนวัดกรรมสิ่งประดิษฐ์สร้อยคอและสร้อยข้อมือจากกระดาษนิยสาร ด้านส่วนประสมทาง การตลาด 4Ps โดยภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการ ส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{x} = 4.69, SD = 0.38$) รองลงมาด้าน ช่องทางการจัด จำหน่ายอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 3.87, SD = 0.25$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ด้านราคา อยู่ใน ระดับพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 3.60, SD = 0.31$)

กิตติกรรมประกาศ

โครงการสิ่งประดิษฐ์สร้อยคอจากกระดาศนิตยสาร สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ได้รับความปรารถนาดีจากอาจารย์สาขาการตลาด ที่คอยให้คำปรึกษาที่ให้ความรู้ในการทำโครงการ คอยดูแลในเรื่องการทำเอกสารที่ถูกต้อง ตลอดจนให้ความห่วงใยสร้างกำลังใจในการทำโครงการมาโดยตลอด ขอขอบพระคุณสถานที่ทำงานที่ได้ให้ใช้สถานที่และอุปกรณ์และการปฏิบัติชิ้นงานและเพื่อนๆสมาชิกภายในกลุ่มทุกคนที่ได้เสียสละส่วนตัวและใส่ใจรายละเอียดของชิ้นงานเพื่อให้ชิ้นงานออกมาเป็นชิ้นงานที่ประสบความสำเร็จสมบูรณ์ที่สุด

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถามเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ สร้อยคอจากกระดาศนิตยสาร (Necklack and wristlace Handmade) จนทำให้โครงการสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ

คณะผู้จัดทำ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์

สร้อยคอสร้อยข้อมือจากกระดาศนิตยสาร

สารบัญ	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
กลุ่มเป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามและการประเมิน	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์	3
แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค	8
แนวคิดในการเขียนแผนธุรกิจ	15
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	25
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	29
ขั้นตอนการดำเนินงาน	29
ขั้นประเมินผล	29
สถานที่ดำเนินโครงการ	30
ขอบเขตด้านงบประมาณและวัสดุอุปกรณ์	32
การจัดทำแผนธุรกิจ	32
บทสรุปผู้บริหาร	32
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอธุรกิจ	33
ความเป็นมาของธุรกิจ	33
ผลิตภัณฑ์	34
การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด	36

บทที่ 3	วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)	หน้า
	แผนบริหารจัดการ	41
	แผนการตลาด	46
	แผนการผลิต	50
	แผนการเงิน	52
	แผนฉุกเฉินประเมินความเสี่ยง	63
บทที่ 4	ผลการดำเนินโครงการ	
	รายงานผลปฏิบัติรายงานบุคคล	67
	บัญชีรายรับ-รายจ่ายในโครงการ	71
	ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	73
บทที่ 5	สรุปผลการดำเนินโครงการและข้อเสนอแนะ	
	สรุปผลการดำเนินโครงการ	74
	ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	75
	ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนา	75
	บรรณานุกรม	76
	ภาคผนวก ก โครงการ	77
	ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	88
	ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ในโครงการ	97
	ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	103

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในอดีตสื่อสิ่งพิมพ์ ถือว่ามีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์มากไม่ว่าจะเป็น นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ล้วนแต่เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร ข้อมูล ความรู้ ข่าวสาร เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ช่วงเวลานั้นๆ แต่ในปัจจุบันได้มีการลดจำนวนการตีพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์เป็นอย่างมาก โดยเริ่มแรกเป็นการมาแทนที่ของสื่อดิจิทัล ที่มีทั้งภาพและเสียง เป็นสื่อที่ง่ายต่อการจดจำ และสะดวกต่อการจัดเก็บต่อมามนุษย์สามารถพัฒนาเทคโนโลยีก้าวหน้าขึ้นมากเรื่อยๆ และเป็นการมาแทนที่ของสื่อออนไลน์ เป็นสื่อที่มีความทันสมัย สะดวกรวดเร็ว ไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร อีกทั้งยังเป็นสื่อที่มีการอัปเดตข้อมูลแบบเรียลไทม์ ทว่าสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยถึงแม้ว่าจะเป็นสื่อที่ล้ำสมัยไปแล้วนั้นก็ยังคงมีการตีพิมพ์ในอยู่ทุกๆวัน แต่ข้อมูลข่าวสารนั้นล้วนแต่เป็นข้อมูลเก่าไม่สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้อีกครั้ง จึงจำเป็นต้องทิ้งสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านั้นไปอย่างไร้ค่า สิ่งประดิษฐ์ที่ทำจากกระดาษนิตยสาร หรือกระดาษสิ่งพิมพ์นอกจากจะสร้างชิ้นงานสร้อยคอและสร้อยข้อมือแล้วยัง สามารถออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างประโยชน์อื่นๆได้อีกด้วย อาทิเช่น กระเป๋ใส่ของขวัญ กระจกใส่ของ กรอบรูปเก๋ไก๋ กล่องใส่ของชิ้นเล็ก ฯลฯ และการคิดไอเดียสร้างสรรค์ของผู้ที่คิดค้นและออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ที่อาจจะบรรเจิดขึ้นและเป็นที่โด่งดังในวงการ สิ่งประดิษฐ์ทำให้ผู้คนหันมาสนใจมากขึ้น และสำหรับคนที่จะศึกษาข้อมูลเพื่อไปใช้ประโยชน์ในวันข้างหน้า และเป็นการสื่อการเรียนรู้เผยแพร่ไปในตัว กระดาษจึงเข้ามามีบทบาทและเป็นส่วนหนึ่งของงานประดิษฐ์ งานฝีมือ งานหัตถกรรม มากขึ้นในปัจจุบัน

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการจึงเห็นคุณค่าของวัสดุเหลือใช้จากสื่อสิ่งพิมพ์นำกลับมาสร้างนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ ชีวนวของจากกระดาษหนังสือพิมพ์ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า สร้างมูลค่า ด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์ การนำกลับมาใช้ใหม่ โดยการวางแผน ออกแบบ และลงมือปฏิบัติของคณะผู้จัดทำ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
- 2.เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้
- 3.เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสัมพันธ์และร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
- 4.เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

เป้าหมายของโครงการ

- 1.การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
- 2.เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้

การติดตามผล และการประเมินโครงการ

- 1.นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
- 2.นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
- 3.รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
- 2.สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้และเพิ่มรายได้ให้นักศึกษา
- 3.ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์และมีความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
- 4.ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการประเภทสิ่งประดิษฐ์ชั้นวางของจากกระดาษทางหนังสือพิมพ์ คณะผู้จัดทำได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการดังนี้

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

1. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบหมายถึง การรู้จักวางแผนจัดตั้งขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมา

การออกแบบมีการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ 4 ลักษณะ

1. ความคิดริเริ่ม (Originality) หมายถึง ความคิดแปลกใหม่ไม่ซ้ำกันกับความคิดของคนอื่น และแตกต่างจากความคิดธรรมดา ความคิดริเริ่มอาจเกิดจากการคิดจากเดิมที่มีอยู่แล้วให้แปลกแตกต่างจากที่เคยเห็น หรือสามารถพลิกแพลงให้กลายเป็นสิ่งที่ไม่เคยคาดคิด ความคิดริเริ่มอาจเป็นการนำเอาความคิดเก่ามาปรุงแต่งผสมผสานจนเกิดเป็นของใหม่ ความคิดริเริ่มมีหลายระดับซึ่งอาจเป็นความคิดครั้งแรกที่เกิดขึ้นโดยไม่มีใครสอนแม้ความคิดนั้นจะมีผู้อื่นคิดไว้ก่อนแล้วก็ตาม

2. ความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) หมายถึง ปริมาณความคิดที่ไม่ซ้ำกันในเรื่องเดียวกันโดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

2.1 ความคล่องแคล่วทางด้านถ้อยคำ (Word Fluency) เป็นความสามารถในการใช้ถ้อยคำอย่างคล่องแคล่ว

2.2 ความคิดคล่องแคล่วทางการโยงสัมพันธ์ (Associational Fluency) เป็นความสามารถที่จะคิดหาถ้อยคำที่เหมือนกันได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ภายในเวลาที่กำหนด

2.3 ความคล่องแคล่วทางการแสดงออก (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 ความคิดของผู้ที่ยืดหยุ่นสามารถจัดกลุ่มได้หลายทิศทางหรือหลายด้าน เช่น เพื่อรู้ข่าวสาร เพื่อโฆษณาสินค้า เพื่อธุรกิจ ฯลฯ ในขณะที่คนที่ไม่มีความคิดสร้างสรรค์จะคิดได้เพียงทิศทางเดียวคือเพื่อรู้ข่าวสารเท่านั้น

3.2 ความคิดยืดหยุ่นทางการดัดแปลง (Adaptive Flexibility) หมายถึง ความสามารถในการดัดแปลงความรู้หรือประสบการณ์ให้เกิดประโยชน์หลายๆด้านซึ่งมีประโยชน์ต่อการแก้ปัญหาผู้ที่มีความยืดหยุ่นจะคิดดัดแปลงได้ไม่ซ้ำกัน

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

ปัจจัยที่เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 4 ประการคือ

1. การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรต้องพิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นประการแรกเพื่อจะได้ออกแบบให้ได้ความคงทนถาวรมากน้อย หรือให้เหมาะสมกับการใช้เพียงชั่วคราวของผลิตภัณฑ์นั้น เพราะการออกแบบจะต้องคำนึงถึงวัสดุและเวลาการผลิตไปพร้อมกัน ถ้าออกแบบโดยไม่ได้ศึกษาถึงคุณภาพตามเป้าหมายของการผลิตแล้ว ก็ไม่สามารถออกแบบที่เหมาะสมได้

2. การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต

ในที่นี้ใคร่ขอชี้ทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยตรง ด้วยการผลิตสิ่งของเครื่องใช้หรือผลิตภัณฑ์ กำลังการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์จำนวนมาก มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต เช่น เครื่องจักรกล หรือเครื่องทุ่นแรงอื่นๆ ย่อมเหมาะสมกับวัสดุอย่างหนึ่ง ทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน

3. การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค

3.1 ความต้องการที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่เป็นความต้องการที่เหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรม รสนิยม และการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ความต้องการของผู้บริโภคยังเกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจโดยตรงอีกด้วย

3.2 สภาพสังคมที่กำลังเศรษฐกิจตกต่ำการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ราคาสูง สินค้าฟุ่มเฟือย หรือเน้นความงามทางการออกแบบมากจนผลิตภัณฑ์นั้นราคาสูง การออกแบบเช่นนี้ อาจจะไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้

4. การออกแบบที่มีคุณค่าทางความงาม

เพื่อให้ผู้ออกแบบตระหนักถึงความงามที่เด่นชัดร่วมสมัย และมีความคิดสร้างสรรค์แทรกอยู่ในการออกแบบแต่ละชิ้น ความประณีตบรรจงในการออกแบบหรือในผลิตภัณฑ์เป็นคุณค่าส่วนหนึ่งของความงามอีกด้วย

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัย (Design factors) มากมายที่นักออกแบบที่ต้องคำนึงถึงแต่ในที่นี้จะขกกล่าวเพียงปัจจัยพื้นฐาน 10 ประการ ที่นิยมใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาสร้างสรรค์ผลงานเชิงอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ และเป็นตัวกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ

1. หน้าที่ใช้สอย (Function)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้บริโภคต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือหลายหน้าที่ก็ได้ แต่หน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่ดี ต้องใช้งานไประยะหนึ่งถึงจะทราบข้อบกพร่อง

2. ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปทรง ขนาด สี สันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี เพราะ

ความสวยงามเป็นความพึงพอใจแรกที่คนเราสัมผัสได้ก่อนมักเกิดมาจากรูปร่างและสีเป็นหลัก การกำหนดรูปร่างและสีในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ไม่เหมือนกับการกำหนดรูปร่างและสีในงานจิตรกรรม ซึ่งสามารถที่จะแสดงหรือกำหนดรูปร่างและสีได้ตามความนึกคิดของจิตรกร แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานของรูปร่างและสีนั้น ระหว่างทฤษฎีทางศิลปะและความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ถึงแม้ว่ามนุษย์แต่ละคนมีการรับรู้และพึงพอใจในเรื่องของความงามได้ไม่เท่ากัน และไม่มีกฎเกณฑ์การตัดสินใจใดๆ ที่เป็นตัวชี้ขาดความถูกความผิด แต่คนเราส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มที่จะมองเห็นความงามไปในทิศทางเดียวกันตามธรรมชาติ

3. ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics)

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

4. ความปลอดภัย (Safety)

ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจนและมีคำอธิบายการใช้แนบมากับผลิตภัณฑ์

5. ความแข็งแรง (Construction)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัว ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ และวัตถุประสงค์ที่กำหนดโครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรงกระทำในรูปแบบต่างๆ จากการใช้งาน ตัวอย่างเช่น การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ดีต้องมีความมั่นคงแข็งแรง ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก ต้องสามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้เหมาะสม สะดวกสบาย ถูกสุขลักษณะ และต้องรู้จักผสมความงามเข้ากับชิ้นงานได้อย่างกลมกลื่น เพราะ

โครงสร้างบางรูปแบบมีความแข็งแรงดีมากแต่ขาดความสวยงาม จึงเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเป็นผู้ประสานสองสิ่งเข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ นอกจากการเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความปลอดภัยควบคู่กันไปด้วย

6. ราคา (Cost)

ก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นกลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้นักออกแบบสามารถกำหนดแบบผลิตภัณฑ์และประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้เคียงมากขึ้น การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้ชนิด หรือเกรดของวัสดุ และวิธีการผลิตที่เหมาะสม ผลิตได้ง่าย และรวดเร็ว แต่ในกรณีที่ประมาณราคาจากแบบสูงกว่าที่กำหนดก็อาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่างๆ กันใหม่เพื่อลดต้นทุน แต่ทั้งนี้ต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

7. วัสดุ (Materials)

การออกแบบควรเลือกวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่างๆ ได้แก่ ความใส ผิวมันวาว ทนความร้อน ทนกรดด่างไม่สิ้น ฯลฯ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาถึงความง่ายในการดูแลรักษา ความสะดวกรวดเร็วในการผลิต สั่งซื้อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกในการรณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ (recycle) ก็เป็นสิ่งที่นักออกแบบต้องตระหนักถึงในการออกแบบร่วมด้วย เพื่อช่วยลดกันลดปริมาณขยะของโลก

8. กรรมวิธีการผลิต (Production)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการประหยัดเพราะการผลิตที่ละมากๆ

9. การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถบำรุงรักษา และแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้น ง่ายและสะดวกต่อการทำความสะอาดเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งควรมีคำบำรุงรักษาและการสึกหรอดำ ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องมือ เครื่องจักรกล เครื่องยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อน อะไหล่บางชิ้นย่อมมีการเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือจากการใช้งานที่ผิดวิธี การออกแบบที่ดีนั้น

จะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้น เพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝาครอบ บริเวณต่างๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ได้โดยง่าย นอกจากนั้นการออกแบบยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆ ร่วมด้วย

10. การขนส่ง (Transportation)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนส่ง ระยะทาง เส้นทางขนส่ง (ทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ) การกินเนื้อที่ในการขนส่ง (มิติความ จุ กว้าง ยาว สูง ของรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกทั่วไป ตู้บรรทุกสินค้า ฯลฯ) ส่วนการบรรจุหีบ ห่อต้องสามารถป้องกันไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย กรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำการ ออกแบบนั้นมีขนาดใหญ่ อาจต้องออกแบบให้ชิ้นส่วนสามารถถอดประกอบได้

2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior defined) ได้มีการให้ความหมายไว้หลากหลาย ที่ คล้ายคลึงกัน ดังนี้

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

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการ ซื้อ การใช้ การประเมินและการใช้จ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความ ต้องการ ของเขาได้รับความพอใจ) Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk. 1991, น.5 อ้างอิง ใน สุกร เสรีรัตน์. 2550)

อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นนักจิตวิทยาและนักมนุษยวิทยาซึ่งได้นำ ประสพการณ์ที่ได้จากการเป็นนักจิตวิทยาและผู้ให้คำปรึกษามาเป็นพื้นฐานในการเสนอทฤษฎีที่ อธิบายถึงพฤติกรรมของมนุษย์ว่าจะมีความต้องการเป็นระดับต่างๆ ลาเฮย์ (Lahey, 2004, p. 383) กล่าวถึง กรอบความคิดที่สำคัญของทฤษฎีมาสโลว์ ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจาก พื้นฐานไปยังระดับสูงสุดกล่าวคือ

1. มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีวันสิ้นสุด และมากขึ้นเรื่อยๆ สิ่ง ที่ มนุษย์ต้องการขึ้นอยู่กับสิ่งที่เขาได้รับ หรือมีอยู่แล้ว เมื่อความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งได้รับการ

ตอบสนองแล้วก็ยังมีความต้องการนั้นต่อไป เช่น ความต้องการในปัจจุบันที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เป็นต้น

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ใช่สิ่งจูงใจพฤติกรรมของมนุษย์อีกแต่ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งจูงใจต่อไป

3. ความต้องการของมนุษย์มีลำดับของความสำคัญแตกต่างกัน ความต้องการมีหลายด้าน บุคคลมีการแบ่งระดับความสำคัญ ความเร่งด่วนต่อชีวิตแตกต่างกัน และจะแสดงพฤติกรรมที่นำไปสู่ความต้องการที่มีความสำคัญมากกว่าก่อนเสมอ

ทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) แบ่งออกเป็น 5 ขั้น ได้แก่ (Boeree, 2006)

1. ความต้องการทางร่างกายหรือสรีระ (Physiological Needs) หมายถึง ความต้องการพื้นฐานของร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศและกรพักผ่อน เป็นต้น ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการที่จำเป็นสำหรับมีชีวิตอยู่ มนุษย์ทุกคนมีความต้องการทางสรีระอยู่เสมอจะขาดเสียไม่ได้ ถ้าอยู่ในสภาพที่ขาดจะกระตุ้นให้ตนมีกิจกรรม ขวนขวายที่จะสนองความต้องการ

2. ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย (Safety Needs) หมายถึง ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ และเป็นอิสระจากความกลัว ขู่เข็ญ บังคับ จากผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม เป็นความต้องการที่จะได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการประเภทนี้เริ่มตั้งแต่วัยทารกจนกระทั่งวัยชรา ความต้องการที่จะมีงานทำเป็นหลักแหล่งก็เป็นความต้องการเพื่อสวัสดิภาพของผู้ใหญ่ออย่างหนึ่ง

3. ความต้องการความรักและความผูกพัน (Love and Belonging Needs) หมายถึง มนุษย์ทุกคนมีความปรารถนาจะให้เป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีความผูกพันกับผู้อื่นหรือมีความสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของหมู่ ทราบว่าทุกคนยอมรับตนเป็นสมาชิก คนที่รู้สึกเหงาไม่มีเพื่อน มีชีวิตไม่สมบูรณ์ เป็นผู้ที่จะต้องซ่อมความต้องการประเภทนี้ คนที่รู้สึกวาดนเป็นที่รักและยอมรับของหมู่จะเป็นผู้ที่สมปรารถนาในการต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) ความต้องการนี้ประกอบด้วยความต้องการที่จะประสบผลสำเร็จ มีความสามารถ ต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเองมีความสามารถ มีคุณค่าและมีเกียรติ ต้องการได้รับความยกย่องและนับถือจากผู้อื่น ผู้ที่มีความสมปรารถนาในความต้องการนี้

จะเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตัวเอง เป็นคนมีประโยชน์และมีค่าตรงข้ามกับผู้ที่ขาดความต้องการ ประเทณี จะรู้สึกว่าคุณไม่มีความสามารถและมีปมด้อย มองโลกในแง่ร้าย

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

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ 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 ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อไป ของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจด้วย ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรระมัดระวังมิให้เกิดความผิดพลาดในการระบุปัญหาขององค์กร ทั้งนี้ ผู้บริหารควรแยกแยะความแตกต่างระหว่างอาการแสดง (symptom) ที่เกิดขึ้นกับตัวปัญหาที่แท้จริงเสียก่อน

ขั้นที่ 2 การระบุข้อจำกัดของปัจจัย (Identify limiting factors) เมื่อสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องแล้ว ผู้บริหารควรพิจารณาถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ขององค์กร โดยพิจารณาจากทรัพยากรซึ่งเป็นองค์ประกอบของกระบวนการผลิต ได้แก่ กำลังคน เงินทุน เครื่องจักร สิ่งอำนวยความสะดวก

อื่น 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 ที่ประสบความสำเร็จทั้งภายในและภายนอกขององค์การ ซึ่งอาจใช้วิธีการปรึกษาหารือเป็นรายบุคคล หรือจัดการประชุมกลุ่มย่อย ขึ้น ข้อมูลที่ได้รับบุคคลเหล่านั้นเมื่อผนวกรวมกับสติปัญญา ความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ของตนเองจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาทางเลือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทางเลือก (Analyze the alternatives) เมื่อผู้บริหารได้ทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ โดยจะนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกับกันอย่างรอบคอบ และควรวิเคราะห์ทางเลือกในสองแนวทาง คือ ทางเลือกนั้นสามารถนำมาใช้จะเกิดผลต่อเนื่องอะไรตามมา ทางเลือกบางทางเลือกที่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดขององค์การก็อาจทำให้เกิดผลต่อเนื่องที่ไม่พึงประสงค์ตามมา เช่น ทางเลือกหนึ่ง ของการเพิ่มผลผลิต ได้แก่การลงทุนติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะช่วยให้แก้ปัญหาได้ แต่อาจมีปัญหากับการลดลงของขวัญกำลังใจของพนักงานในระยะต่อมา เป็นต้น

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

ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรกำหนดโปรแกรมของการตัดสินใจ โดยระบุถึงตารางเวลาการ

ดำเนินงาน 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 ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 4 ปัจจัย

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดีงามและยอมรับมาปฏิบัติ เพื่อให้สังคมดำเนินและมีการพัฒนาไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรมเพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคลโดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่องค่านิยม ทศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรนั้น จะต้องผ่านกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว และสถาบันต่างๆ ในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน การกำหนดกลยุทธ์จึงต้องแตกต่างกันไปสำหรับตลาดที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน โดยวัฒนธรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิตที่สามารถเรียนรู้และถ่ายทอด สืบต่อกันมาโดยผ่านขบวนการอบรมและขัดเกลาทางสังคม วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่พื้นฐานในการกำหนดความต้องการซื้อและพฤติกรรมของบุคคล

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) หมายถึง วัฒนธรรมกลุ่มย่อยๆ ในแต่ละวัฒนธรรม ซึ่งมีรากฐานมาจากเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว และภูมิภาคที่แตกต่างกัน บุคคลที่อยู่ในวัฒนธรรมกลุ่มย่อยจะ

มีข้อปฏิบัติทางวัฒนธรรมและสังคมที่แตกต่างกันไปจากกลุ่มอื่น ทำให้มีผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ ความต้องการ แบบแผนการบริโภค พฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันและในกลุ่มเดียวกันจะมี พฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน วัฒนธรรมกลุ่มย่อย เช่น กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ กลุ่มย่อยด้านเพศ

1.3 ชั้นทางสังคม (Social class) เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมจากระดับสูงไประดับต่ำ โดยใช้ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ อาชีพ ฐานะ รายได้ ตระกูลหรือชาติกำเนิดตำแหน่งหน้าที่ของบุคคลเพื่อจะเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ และการจัดส่วนประสมทางการตลาด

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมจะประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับด้วยมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นจากกลุ่มอ้างอิง สามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ กลุ่มปฐมภูมิ และกลุ่มทุติยภูมิ

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามามีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความคิดและค่านิยมของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การเสนอขายสินค้าจึงต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภค และการดำเนินชีวิตของครอบครัวด้วย

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

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนในด้านต่างๆ ดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่ต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อความต้องการ ทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่าง

กัน Kotler. (2003 : 260) ได้กล่าวว่า วงจรชีวิตครอบครัว ประกอบด้วยขั้นตอนแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคและพฤติกรรมการณ์ซื้อที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

3.4 รายได้ (Income) หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstance) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วยรายได้การออมสินทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าทั้งสิ้น

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

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

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) หรือปัจจัยภายใน การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าปัจจัยภายใน ประกอบด้วย

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

4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการรับรู้ของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการและอารมณ์ และยังมีปัจจัยภายนอกคือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 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) หรือ หมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งส่วนประกอบของทัศนคติ

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการตอบสนอง หรืออาจหมายถึงลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองที่สม่ำเสมอและมีปฏิกิริยาต่อสิ่งกระตุ้น

4.7 แนวคิดของตนเอง (Self-concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

5. ปัจจัยด้านการตลาด (Marketing factor) หรือ ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

3. แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ

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

แผนธุรกิจที่ดีย่อมช่วยในการวัดถึงความเป็นไปได้ของกิจการที่จะลงทุน แผนจึงควรประกอบด้วยการวิเคราะห์อย่างละเอียดในตัวแปรหรือปัจจัยดังต่อไปนี้

1.สินค้าหรือบริการที่จะขาย

2.กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง

3. จุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการที่จะทำ
 4. นโยบายการตลาด เช่น นโยบายด้านราคา การส่งเสริมการตลาด การกระจายสินค้า
 5. วิธีการหรือกระบวนการในการผลิต รวมถึงเครื่องจักร อุปกรณ์ที่ต้องใช้
 6. ตัวเลขทางการเงิน นับตั้งแต่รายได้ที่คาดว่าจะได้ ค่าใช้จ่าย ค่าไร ขาดทุน จำนวนเงินลงทุนที่ต้องการและกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้มาหรือใช้ไป
- 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

โดยสรุปแล้วแผนธุรกิจที่มีการรวบรวมและเขียนขึ้นอย่างดีนั้น ไม่เพียงแต่ให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงเท่านั้น ตัวแผนต้องสามารถเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ดี ที่จะส่งผ่านความคิด ผลการวิจัยและแผนที่จะนำเสนอให้กับผู้อ่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าของเงิน ต้องเป็นพื้นฐานสำคัญของการบริหารและดำเนินกิจการที่จะจัดตั้งขึ้น นอกจากนี้ ยังต้องเป็นเครื่องมือในการวัดผลความก้าวหน้าของกิจการ รวมถึงการประเมินถึงความเปลี่ยนแปลงที่จำเป็น ดังนั้น นับได้ว่าการวางแผนธุรกิจเป็นเรื่องที่ต้องพิถีพิถัน ใช้เวลาใช้ความพยายาม เสียค่าใช้จ่าย แต่ผลลัพธ์ที่ได้กลับมา คือ ความแตกต่างระหว่างความสำเร็จและความล้มเหลวของกิจการทีเดียว

องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

แม้ว่าองค์ประกอบของแผนธุรกิจจะไม่ได้มีกำหนดไว้ตายตัว หากแต่องค์ประกอบหลัก ซึ่งนักลงทุนพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการรู้ จะประกอบด้วยสิ่งเหล่านี้ คือ

องค์ประกอบที่ 1 : บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

เป็นส่วนที่จะสรุปใจความสำคัญของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาวไม่เกิน 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญ เพราะเป็นส่วนแรกที่ผู้ร่วมลงทุนจะอ่านและจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่า จะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อหรือไม่ ดังนั้น บทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญสองประการ คือ

- 1.ชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริงๆ เกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ
- 2.ต้องชี้ให้เห็นว่า สินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่วุ่นนั้นให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไร

บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนควรระลึกไว้เสมอว่า คุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม จึงควรใช้เวลากับการเขียนส่วนนี้อย่างพิถีพิถันเนื้อหาในบทสรุปผู้บริหารควรจะกล่าวถึงดังต่อไปนี้

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

องค์ประกอบที่ 2 : ประวัติย่อของกิจการ

ส่วนนี้คือการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งกิจการ ทั้งในด้านรูปแบบการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้า/บริการ ที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 : การวิเคราะห์สถานการณ์

ขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนธุรกิจ คือ การพยายามทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของปัจจัยสำคัญๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การแข่งขัน ความน่าสนใจโดยรวมของอุตสาหกรรม ตลอดจนความสามารถในการทำกำไร และความพร้อมในด้านต่างๆ ของกิจการ ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์จึงเป็นงานอันดับแรกที่สำคัญที่ผู้ประกอบการควรกระทำ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานของกิจการ การวิเคราะห์สถานการณ์หรือเรียกอย่างย่อๆ ว่า SWOT ANALYSIS

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

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

องค์ประกอบที่ 4 : 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.จะนำเสนอสินค้า/บริการอะไรให้กลุ่มเป้าหมาย ในราคาเท่าใด และด้วยวิธีการใด
- 4.จะสร้างและรักษาความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้ด้วยวิธีการใดบ้าง
- 5.ถ้าสถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ จะปรับตัวหรือแก้ไขอย่างไร

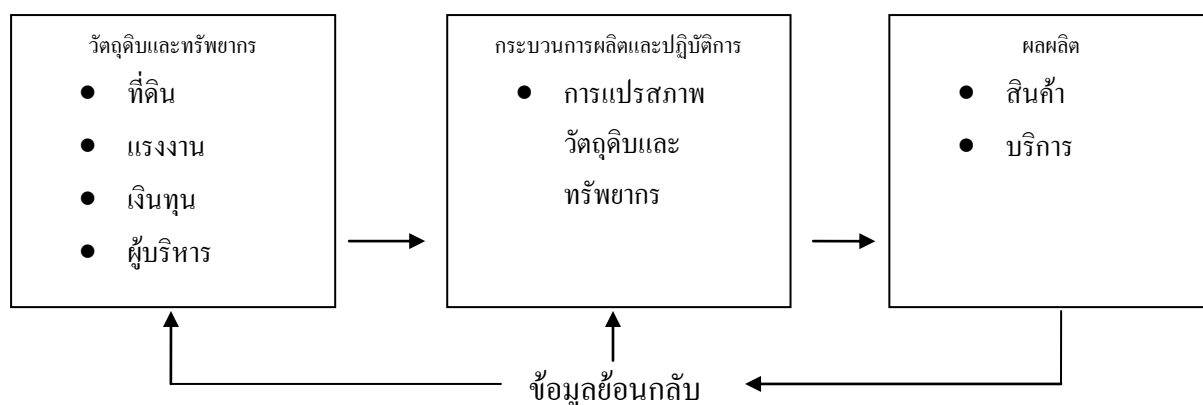
การตอบคำถามดังกล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญของแผนการตลาด ซึ่งมีเนื้อหาหลัก 4 ส่วน ดังนี้

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

องค์ประกอบที่ 6 : แผนการผลิตปฏิบัติการ

หลังจากที่ผู้ประกอบการได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกิจการ ตลอดจนกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและแผนกลยุทธ์ของกิจการในภาพรวม เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันแล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นให้ออกมาเป็นแผนการผลิต/ปฏิบัติที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับแผนธุรกิจส่วนอื่นๆ ของบริษัท อันได้แก่ แผนการตลาด แผนการบริหารและจัดการบุคลากรและแผนการเงิน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรมีศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายตามแผนนั้นๆ

แผนการผลิต/ปฏิบัติการที่ดีจะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับธุรกิจ โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตให้เป็นผลผลิต ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังนี้



ระบบแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรให้เป็นผลผลิต

ในการวางแผนการผลิต/ปฏิบัติการณ์ ผู้ประกอบการต้องพิจารณาตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและปฏิบัติการภายในกิจการตามประเด็นที่สำคัญๆ รวม 10 ประเด็นดังต่อไปนี้ คือ

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

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 จะได้จากแหล่งใดบ้าง จากแหล่งเงินทุนภายใน ในรูปของเจ้าของกิจการ หรือแหล่งเงินทุนภายนอกในรูปของการกู้ยืมจากเจ้าหนี้ เรียกว่า กิจกรรมจัดหาเงิน (Financing Activities) จากนั้น จะเป็นเรื่องของการตัดสินใจนำเงินไปลงทุน กิจกรรมนี้เรียกว่า กิจกรรมลงทุน (Investing Activities) ซึ่งจะแตกต่างไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อเนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวข้างต้น คือ กิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งจะประกอบไปด้วย การผลิต การซื้อ การขาย และการจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ

การตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมหลักทั้งสาม คือ กิจกรรมจัดหาเงิน กิจกรรมลงทุน และ กิจกรรมดำเนินงาน จะเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ นักบัญชีจะเป็นผู้นำเสนอผลของกิจกรรมทั้งสาม และสรุปออกมาเป็น งบการเงิน (Financial Statements) ซึ่งเป็นรายงานสรุปขั้นสุดท้ายของขบวนการจัดทำบัญชี ที่แสดงให้เห็นถึงข้อมูลทางการเงินของธุรกิจหรืออาจจะเป็นงบการเงินที่ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบว่า ในรอบระยะเวลาที่ผ่านมาแล้ว ธุรกิจมีฐานะการเงินอย่างไร กำไรหรือขาดทุน มีการเปลี่ยนแปลงในเงินสดอย่างไรบ้าง เพิ่มขึ้นหรือลดลง และสาเหตุเกิดจากอะไร

องค์ประกอบที่ 9 : แผนการดำเนินงาน

หลังจากผู้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ของกิจการอย่างรอบคอบและครบถ้วนแล้วขั้นตอนต่อมาก็คือ การจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าวโดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

ในทางปฏิบัติผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมายกลยุทธ์ วิธีการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการโดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือนหรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

องค์ประกอบที่ 10 : แผนฉุกเฉิน

แผนฉุกเฉินเป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่สถานการณ์หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ หรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น จนเป็นผลกระทบในทางลบกับกิจการ ซึ่งโดยทั่วไปผู้ประกอบการควรอธิบายลักษณะความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปอย่างราบรื่นตามแผนธุรกิจที่ได้กำหนดไว้

4. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)

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

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

1.ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหา การใช้ หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Armstrong and Kotler, 2009 :616) ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่

เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (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

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด 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 หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct channel) จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม และใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิต ผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

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

4. การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หมายถึง เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ (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) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล เพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยการขายแบบเผชิญหน้า โดยตรงหรือใช้โทรศัพท์ (Etzel, Walker and Stanton, 2007 :675) หรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Armstrong and Kotler, 2009 : 616)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หมายถึง เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ (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.การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียง หรือสื่อสิ่งพิมพ์

2.ประชาสัมพันธ์ (Public relations) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผน โดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Etzel, Walker and Stanton, 2007 :677) มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกันภาพพจน์ หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) และการตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อักรินทร์ หาญสมบูรณ์เดช. จบการศึกษาปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มกราคม 2560, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินหรือพลอยของลูกค้านในกรุงเทพมหานคร

งานวิจัยจัดทำ ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของ ประสบการณ์ต่อเครื่องประดับ ความรู้เกี่ยวกับเครื่องประดับ การตระหนักรู้เกี่ยวกับราคา การตระหนักรู้เกี่ยวกับเนื้อหาในเว็บไซต์ของผู้บริโภค การตระหนักรู้เกี่ยวกับแฟชั่นที่ทันสมัยของผู้บริโภค การตระหนักรู้เกี่ยวกับคุณภาพของผู้บริโภค คุณสมบัติของเครื่องประดับ และสินค้าที่ออกแบบให้พกพาได้ ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินหรือพลอยของลูกค้านในกรุงเทพมหานคร ช่วงเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนสิงหาคม 2559 จำนวน 250 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18-27 ปี สถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน และรายได้ประมาณ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีเพียงปัจจัยด้านคุณสมบัติของเครื่องประดับ ($\beta=0.615$) การตระหนักรู้เกี่ยวกับแฟชั่นที่ทันสมัยของผู้บริโภค ($\beta=0.180$) และการตระหนักรู้เกี่ยวกับคุณภาพ ($\beta=0.144$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินหรือพลอยของลูกค้านในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถอธิบายอิทธิพล ได้ร้อยละ 62.2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สำคัญ: คุณสมบัติของเครื่องประดับ, การตระหนักรู้เกี่ยวกับแฟชั่นที่ทันสมัยของผู้บริโภค, การตระหนักรู้เกี่ยวกับคุณภาพของผู้บริโภค, การตัดสินใจซื้อ

นพดล สมถกฤษผล. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มีนาคม 2552, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ความเชื่อและพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานครวัตถุประสงค์ของการศึกษารั้งนี้ 1) เพื่อศึกษาความเชื่อ

ในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานครประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยพื้นฐานทางบุคคลที่หลากหลายแตกต่างกันเฉพาะผู้ที่มีความเชื่อเกี่ยวกับการใส่อัญมณีตามราศีเกิด เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาแสดงจำนวนร้อยละ ในการอธิบายและใช้เทคนิคการวิเคราะห์ Chi-square และ One Way ANOVA โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อหาความสัมพันธ์ทางสถิติผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกผู้มีส่วนร่วมในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีตามราศีเกิด และพบว่า อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและศาสนาของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ต่อจำนวนครั้งเฉลี่ยที่ซื้อเครื่องประดับอัญมณีตามราศีเกิดต่อปี ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความเชื่อต่อความนิยมในการบริโภคเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อความเชื่อต่อความนิยมในการบริโภคเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดแตกต่างกันความเชื่อของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ความเชื่อของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิด และความเชื่อของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดเฉลี่ยต่อปี

นางสาวกัลยา จังจุติกุล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ ธันวาคม 2553 การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับแท้ สำหรับผู้ชายของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้ประเทศและก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก แต่ในปัจจุบันพบว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันที่ลดลง ท าให้ผู้ประกอบการด้านอัญมณีและเครื่องประดับมีความจำเป็นที่จะต้องแสวงหาตลาดใหม่ๆ เพื่อความ

อยู่รอด ซึ่งในปัจจุบันตลาดอัญมณีและเครื่องประดับสำหรับผู้ชายเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจ เนื่องจากการเติบโตของตลาดสินค้าแฟชั่นสำหรับผู้ชาย ส่งผลให้ผู้ชายมีความนิยมสวมใส่เครื่องประดับกันมากขึ้นงานวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับแท้สำหรับผู้ชายของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อพัฒนาธุรกิจของตนเองได้ในการศึกษาจะแบ่งการวิเคราะห์เป็น 4 ส่วน คือ ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมลักษณะของกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งตามพฤติกรรมการซื้อด้านประเภทสินค้าและราคาราคาสินค้า การทดสอบสมมุติฐาน และกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่มผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่เคยซื้อเครื่องประดับแท้สำหรับผู้ชายแล้วมีแรงจูงใจในการซื้อเพื่อเสริมบุคลิกภาพของตนเองให้ทันสมัย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 37.61 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 64,769 บาทเมื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกตามพฤติกรรมการซื้อด้านประเภทสินค้าและราคาราคาสินค้าด้านประเภทสินค้าสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มที่ซื้อแหวน กลุ่มที่ซื้อต่างหูกลุ่มที่ซื้อสร้อยและจี้ กลุ่มที่ซื้อสินค้าอื่นๆ ได้แก่ สร้อยข้อมือ กำไล เข็มกลัดเนคไท และกระดุมเสื้อเชิ้ต พบว่ากลุ่มที่ซื้อสร้อยและจี้เป็นกลุ่มที่อายุน้อยที่สุด ซื้อสินค้าราคาต่ำที่สุด แต่มีพฤติกรรมการซื้อถี่มากที่สุดนอกจากตัดสินใจซื้อด้วยตัวเองแล้ว ยังได้รับอิทธิพลจากผู้มีชื่อเสียงในสังคมดังเช่นที่กลุ่มที่ซื้อสินค้าอื่นๆ เป็นกลุ่มที่อายุน้อยที่สุด และซื้อสินค้าราคาแพงที่สุด ขณะที่กลุ่มที่ซื้อแหวน มีบางส่วนที่ซื้อเพื่อใช้ในงานแต่งงานหรืองานหมั้น สำหรับการแบ่งกลุ่มด้านราคาราคา พบว่าราคาของสินค้าที่ซื้อแปรผันตามรายได้ โดยกลุ่มที่ซื้อสินค้าราคาแพงเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูง มีแรงจูงใจในการซื้อเพื่อสร้างภูมิฐาน หรือเสริมดวงชะตาราศี ขณะที่กลุ่มที่ซื้อสินค้าราคาต่ำกว่ามีแรงจูงใจในการซื้อเพื่อสร้างบุคลิกภาพให้ทันสมัย (2) ในการให้ความสำคัญทางด้านส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ด้านราคาในระดับปานกลาง ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมทางการตลาดให้ความสำคัญในระดับน้อยมาก แสดงให้เห็นว่าสินค้าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการออกแบบสินค้าให้สวยงามและหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ยังควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า เนื่องจากคุณภาพของสินค้าจะนำมาซึ่งความภักดีในตราหือและการบอกต่อของลูกค้าซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ส่วนด้านราคากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ

ปานกลาง แม้ว่าจะน้อยกว่าด้านผลิตภัณฑ์แต่ก็เป็นสิ่งที่สำคัญ สิ่งที่ถูกมองดูอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือสินค้ามีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ดังนั้นการกำหนดราคาของสินค้าควรสอดคล้องกับคุณภาพของสินค้าด้วย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินงาน

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการออกแบบและวางโครงสร้าง
3. ม้วนกระดาษนิยตสารทากาวลาเท็กซ์
4. นำม้วนที่ได้มาติดเลียงกันและร้อยเป็นสร้อยคอสร้อยข้อมือทำเป็นชิ้นส่วน
5. นำชิ้นส่วนแต่ละชิ้นมาประกอบเป็นชิ้นงานและทาสี
6. ตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งเป็นอันเสร็จสิ้นของการทำงาน

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

แผนการปฏิบัติงาน

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

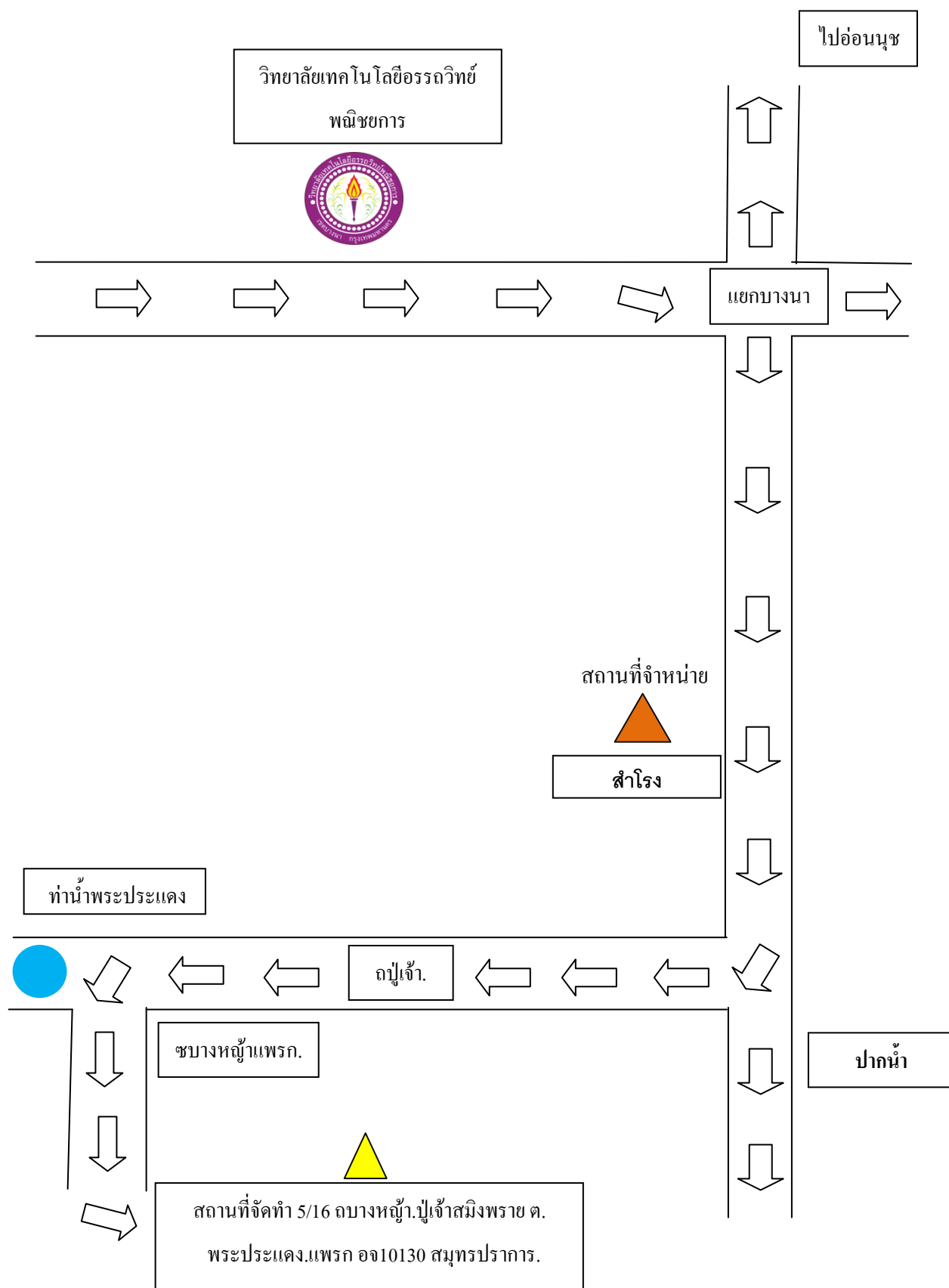
วัน,เวลา,สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่มีนาคม 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ปฏิบัติงาน 5/16 ถ พระประแดง.บางหญ้าแพรก อ.ปู่เจ้าสมิงพราย ต.จตุรพักตรพิมาน.

10130

สถานที่ปฏิบัติงาน



ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 2,000 บาท

กระดาษนิตยสาร	300	บาท
กาวลาเท็กซ์	80	บาท
คัตเตอร์	50	บาท
กรรไกร	50	บาท
สายเอ็น	100	บาท
ลูกปัด	200	บาท
สีอะคริลิก	180	บาท
ตะขอ	300	บาท
วัสดุอุปกรณ์ตกแต่ง	500	บาท
ป้ายนำเสนอผลงาน	240	บาท
รวม	2,000	บาท

การจัดทำแผนธุรกิจ

1. บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท BK handmade จำกัด เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2562 โดยมีทุนจดทะเบียน 200,000 บาท โดยมี นางสาวกัลยาดี กวดนอก เป็นผู้ก่อตั้งบริษัท และ นางสาวสุภาวิตา เกิดภู เป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ตั้งอยู่ 5/16 ถ.ปู้เจ้าสมิงพราย ต.บางหญ้าแพรก อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130

โดยเริ่มต้นจากมองเห็นว่าในปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยถึงแม้ว่าจะเป็นสื่อที่ล้าสมัย แต่ ยังคงมีการตีพิมพ์และมีการจำหน่ายอยู่ทุกวัน แม้ว่าผู้คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันจะไม่นิยม อ่านข่าวสารจากหนังสือนิตยสารแล้วก็ตาม จึงมีแนวความคิดที่จะทำการวิจัยและทดลองผลิตสินค้าด้วยวิธีการรีไซเคิลและจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ BK handmade โดยมีคู่แข่ง

1.ร้านRoseApple 2.ร้านหยกเพชร 3.ร้านInloveshop ที่จำหน่ายสินค้าใกล้เคียงกัน
กิจการสามารถเผชิญการแข่งขันในปัจจุบันและเติบโตได้อีก เพราะปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวน มากที่ให้ความสำคัญและแสวงหาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกิจการ คือ กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือน อาศัยอยู่ตาม คอนโดหรือห้องเช่า 2.กลุ่มวัยเรียน นิสิต-นักศึกษา อาศัยอยู่ตามหอพักและอื่นๆที่มีความชื่นชอบสินค้าสไตล์แฮนด์เมด

ปัจจุบันกิจการมีเงินลงทุนทั้งหมด 200,000 บาท ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 3,445,395.00 บาท ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 72,050.94 บาท ประมาณการ

ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขายปีที่ 3 เป็นเงิน 458,404 บาท กำไรสะสมปีที่ 3 เป็นเงิน 1,845,563.14 บาท ภายในระยะเวลา 3 ปี มีเงินหมุนเวียนภายในกิจการ 2,477,699.06 บาท

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจต่อธนาคารพาณิชย์

โดยวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อขยายธุรกิจ
2. เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ
3. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

เงื่อนไข

การจัดตั้งบริษัทหรือการประกอบกิจการจะต้องได้กำไรจากยอดขายขั้นต่ำปีละ 5% และต้องเพิ่มขึ้นทุกปี

ผลิตภัณฑ์ชำรุดหรือเสียหายทางบริษัทไม่รับเปลี่ยนสินค้าคืนไม่มีประกันการเปลี่ยนคืนสินค้า

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือ แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มก่อตั้ง

ประวัติบริษัท

บริษัท BK handmade เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2562 โดยมีทุนจดทะเบียน 200,000 บาท โดยมี นางสาว กัลยาณี กวณอก เป็นผู้ก่อตั้งบริษัท และนางสาว สุภาวดี เกิดภู เป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ตั้งอยู่ 5/16 ถ.ปู้เจ้าสมิงพราย ต.บางหญ้าแพรก อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130

เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตสินค้าและจำหน่าย โดยเริ่มต้นจากได้มองเห็นว่าในปัจจุบันกระดายนิตยสาร ถึงแม้ว่าจะเป็นสื่อที่ล้าสมัย แต่ยังคงมีการตีพิมพ์และมีการจำหน่ายอยู่ทุกวันแม้ว่าผู้คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันจะไม่นิยมอ่านข่าวสารจากหนังสือจากสื่อ นิตยสารแล้วก็ตาม และยังพบว่าในแต่ละภูมิภาคได้มีการนำกระดายนิตยสารเหล่านั้นนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ จึงมีแนวความคิดที่จะทำการวิจัยและทดลองผลิตสินค้าด้วยวิธีการรีไซเคิลและจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ BK handmade โดยเริ่มแรกเป็นแค่การดำเนินธุรกิจร้านเล็กๆเพียง 2 คน โดยทำการผลิตสินค้าที่บ้าน เป็นสร้อยคอสร้อยข้อมือของจากกระดายนิตยสารแบบธรรมดา และทำการพัฒนาออกแบบดีไซน์ผลิตภัณฑ์ใหม่ แล้วทดลองจำหน่ายผ่านทาง เฟสบุ๊ก ผลปรากฏว่ามีลูกค้าสนใจและชอบในสินค้าของร้านเรา และมีผลตอบรับที่ดีมากขึ้น นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา จึงได้ทำการจัดตั้งบริษัท BK handmade จนเป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักจากลูกค้า เพราะสินค้าของเราผลิตด้วยวิธีการรีไซเคิลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3.ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน 2

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน	ระยะคาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	จัดตั้งบริษัท BK handmade จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจสร้อยคอ สร้อยข้อมือที่ทำจากกระดาศนิตยสาร	1 เดือน	วัน 30
2	จดทะเบียน บริษัทจำกัด	อาทิตย์ 2	วัน 14
3	ประชุมปรึกษาหารือกับผู้ร่วมหุ้น	อาทิตย์ 2	วัน 14
4	ทำวิจัยกลุ่มคนทั่วไปที่สนใจวัฒนธรรมจากสิ่งของเหลือใช้	1 เดือน	วัน 30
5	สรุปผลวิจัย นำข้อมูลมาประชุมและเริ่มดำเนินการ	อาทิตย์ 1	วัน 7
6	เริ่มเปิดตัวผลิตภัณฑ์สร้อยคอสร้อยข้อมือจากกระดาศนิตยสาร และ โฆษณาผลิตภัณฑ์	1 เดือน	วัน 30
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		เดือน 4 อาทิตย์ 1	วัน 125

4. ผลิตภัณฑ์

4.1 รายละเอียดสินค้า

สร้อยคอและสร้อยข้อมือจากกระดาศนิตยสาร เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการรีไซเคิลจากช่างฝีมือที่มากประสบการณ์ เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า สร้างมูลค่า ด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์ การนำกลับมาใช้ใหม่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภค เพราะมีคุณภาพ ความสวยงาม ความคุ้มค่าและที่สำคัญเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยมีอยู่ที่สร้อยคอ 185บาท สร้อยข้อมือ 120 บาท

- 1.วัสดุหลักกระดาศนิตยสาร
- 2.รูปแบบสร้อย
- 3.ทรงกลม
- 4.ความยาว สร้อยคอ 20นิ้ว สร้อยข้อมือ 7นิ้ว

ภาพสินค้า

1.สร้อยคอ



2.สร้อยข้อมือ

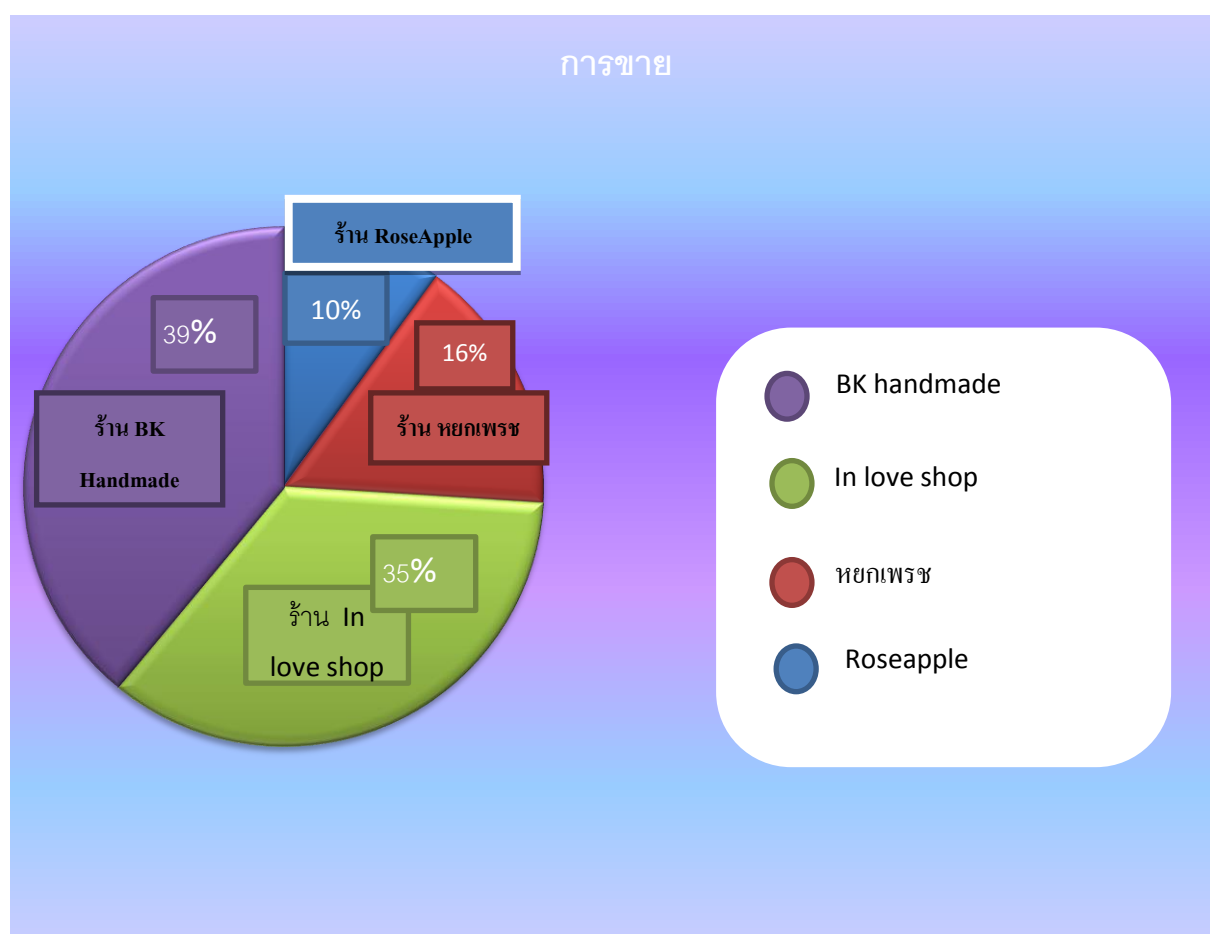


5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สภาพะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด

บริษัทได้ใช้กลยุทธ์การสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภค จากการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายมาจากสาเหตุต่างๆเช่น ความชอบ ความพึงพอใจที่ต้องการผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์เป็นของตนเองจากกระแสการใช้สินค้าแฮนด์เมดเป็นที่มีความนิยมมากขึ้น ทางบริษัทจึงได้นำผลิตภัณฑ์ชิ้นวางของจากกระดาษหนังสือพิมพ์ออกจำหน่ายสู่ตลาด เพื่อตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีความชอบไลฟ์สไตล์แตกต่างกันออกไป

5.2 ส่วนแบ่งทางการตลาด



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

แนวโน้มทางการตลาดบริษัท BK handmade สามารถเติบโตได้อีก เพราะปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ให้ความสำคัญและแสวงหาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งพฤติกรรมในการบริโภคดังกล่าวตรงกับเงื่อนไขกระแสเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียว กับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ทำให้สามารถดำเนินการควบคู่ไปกับการสร้างผลกำไรให้กับองค์กรเนื่องจากมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้บริษัท BK handmade ได้รับผลตอบแทนที่ดีจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

5.4 ตลาดเป้าหมาย

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจคือ

- 1.กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือน อายุ 25-44 ปี อาศัยอยู่ตาม คอนโด/ห้องเช่า
- 2.กลุ่มวัยเรียน นิสิต-นักศึกษา อายุ 17-24 ปี อาศัยอยู่ตามหอพัก
- 3.กลุ่มนักท่องเที่ยว/ชาวต่างชาติ อายุ 15-60 ปี อาศัยอยู่ที่ คอนโด/โรงแรม

เป็นกลุ่มผู้บริโภคใหม่ที่มีความต้องการสินค้าที่มีการออกแบบที่เป็นสิ่งแปลกใหม่โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะคำนึงถึงการในระยะการใช้งาน คุณภาพ ความคุ้มค่าในการซื้อสินค้า จึงทำให้บริษัท เรา ต้องขยายตัวเพื่อที่จะเจาะกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจการก็คือผู้บริโภค ที่มีความสนใจในตัวสินค้าสิ่งแปลกใหม่สวยงาม ต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่าย และสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งานได้ดี และสามารถทดแทนในกลุ่มสินค้าทั่วไปได้ในคุณภาพระดับเดียวกัน

5.6 สภาพการแข่งขัน

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

5.7 คู่แข่งขัน

- ร้าน RoseApple
- ร้าน หยกเพชร
- ร้าน In love shop

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การ เปรียบเทียบ	ร้าน BK handmade	ร้าน RoseApple	ร้าน หยกเพชร	ร้าน In love shop
ด้านสินค้า	สร้อยคอและสร้อยข้อมือทำ จากกระดาษนิยสาร	สร้อยคอทำจาก ยางไม้โบราณ	สร้อยคอทำจากจี้หยก จากหิน	สร้อยข้อมือ พร้อมล็อกเก็ต
ราคา	ราคา สร้อยคอ บาท 185 สร้อยข้อมือ บาท 120	ราคา 1,200 บาท	ราคา 560บาท	ราคา 350 บาท
ช่องทางการ จัดจำหน่าย	1.หน้าร้าน BK handmade 2. ทางออนไลน์ Facebook :BK handmade	1. หน้าร้าน RoseApple 2. ทางออนไลน์ Website LAZADA	1. หน้าร้าน หยกเพชร 2. ทางออนไลน์ Facebook	1. หน้าร้าน In love shop 2. ทางออนไลน์ Website
การส่งเสริม การตลาด	1. ซื้อแถม 1 1 จัดโปรทุกสิ้น เดือน 2. มีป้ายร้านจัดแสดงสินค้า 3. โฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์ Facebook	1. ส่วนลดเมื่อซื้อ สินค้าครบ6,000 บาท ลด 10% 2.การแจกใบปลิว	1.จัดส่งฟรีลงทะเบียน เมื่อสั่งซื้อครบ 2,800 บาท 2.การแจกใบปลิว	1.จัดส่งสินค้าฟรี ในพื้นที่ใกล้เคียง 2.การแจกใบปลิว

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

5.9. 1การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน(Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	1.ผู้บริหารมีความรู้ความชำนาญในเชิงความคิดสร้างสรรค์และออกแบบผลิตภัณฑ์ 2.มีการวางระบบกระบวนการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ 3.เป็นกิจการขนาดเล็ก ทำให้การบริหารไม่ยุ่งยาก ลดปัญหาความขัดแย้ง	1.รับคำสั่งในด้านการผลิตจำนวนมากทำให้ผลิตไม่ทันเนื่องจากเป็นงานทำด้วยมือ
ด้านการตลาด	1.มีการอัพเดทข้อมูลการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางSocial Media อยู่เสมอ 2.ร้านตั้งอยู่บริเวณศูนย์การค้าจึงตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย 3.จัดโปรโมชันจากทางร้านเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการ 4.มีช่องทางการขนส่งที่ครบวงจร	1.เป็นร้านเปิดใหม่ ทำให้ไม่เป็น ที่รู้จักต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ในระยะแรกๆ
ด้านการผลิต	1.มีการผลิตอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ	1.การผลิตล่าช้าหากได้รับคำสั่งซื้อจำนวนมาก
ด้านการเงิน	1.มีการใช้เงินทุนส่วนของเจ้าของเป็นการลงทุนทั้งหมด 2.มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ 3.มีการวางแผนและบริหารการเงินอย่างเป็นระบบ	-

5.9. 2การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	1.กลุ่มเป้าหมายที่มีความที่ชอบสินค้าประเภทแฮนด์เมดมีมากขึ้น 2.กลุ่มเป้าหมายพลุกพล่านสัญจรหน้าร้านมากขึ้น	1.มีผู้บริโภคบางคนขาดความเข้าใจในสินค้าประเภทรีไซเคิล
สถานการณ์การแข่งขัน	1.คู่แข่งมีน้อยราย 2.ยังไม่มีผู้ประกอบการที่ผลิตจากวัสดุประเภทเดียวกันในเขตพื้นที่เดียวกัน	1.มีการแข่งขันสูงในด้านการส่งเสริมการขายในสินค้าชนิดเดียวกัน
สังคม	1.ปัจจุบันคนในสังคมร่วมหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น 2.มีการรณรงค์รักษ์โลกด้วยการเป็นส่วนหนึ่งในการลดปริมาณขยะ	-
เทคโนโลยี	1.เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารที่พกพาได้สะดวกและรวดเร็วเข้าถึงบุคคลได้ทุกเพศทุกวัย	1.การลงทุนเทคโนโลยีอุปกรณ์เครื่องมือสื่อสารใหม่มีค่าใช้จ่ายสูง
สภาพเศรษฐกิจ	1.ผลิตภัณฑ์มีราคาที่ถูกเมื่อเทียบกับคู่แข่งจึงทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ การประหยัดค่าใช้จ่าย จึงทำให้สินค้าเราเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคในช่วงที่เศรษฐกิจย่ำแย่	1.ค่าครองชีพที่สูงขึ้นในปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคระมัดระวังการใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น
กฎหมาย , ระเบียบ , ข้อบังคับ	1.ปัจจุบันรัฐมีการสนับสนุนธุรกิจ SME เป็นอย่างมาก	1.ระเบียบข้อบังคับของกฎหมายในการจัดตั้งธุรกิจที่มีความยุ่งยากและซับซ้อน
กลุ่มผู้จำหน่าย , เครือข่าย	-	-

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ

BK handmade

ที่อยู่/ ที่ตั้งกิจการ

อยู่ที่ 5/16 ถ.ป๋อเจ้าสมิงพราย ต.บางหญ้าแพรก

อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130

รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ บริษัทจำกัด

ทุนจดทะเบียน 100,000 บาท

ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา -

หมายเลขทะเบียนการค้า

3401600340888

6. ราย 2 นามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	นางสาว กัลยาดี กวณอก	ประธาน
2	นายสาว สุภาวิตา เกิดภู	รองประธาน

6. อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ 3

อำนาจการตัดสินใจของกิจการขึ้นอยู่กับ ประธาน แต่เพียงผู้เดียว

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง /

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1	นางสาว กัลยาดี กวณอก	6,000	60,000	60%
2	นางสาว สุภาวิตา เกิดภู	4,000	40,000	40%
รวมจำนวนหุ้น		10,000	100,000	100%

*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

6.5ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

ก. ชื่อ นางสาว กัลยาดี กวดนอก อายุ 21 ปี

การศึกษา

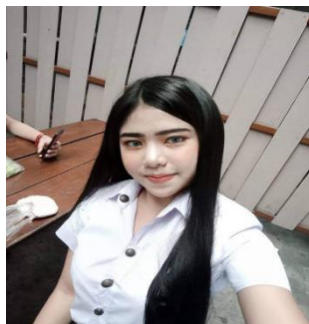
ระดับ ปวส. จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ ปี พ.ศ. 2562

ข. ชื่อ นางสาว สุภาวดี เกิดภู่อ อายุ 20 ปี

การศึกษา

ระดับ ปวส. จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ ปี พ.ศ. 2562

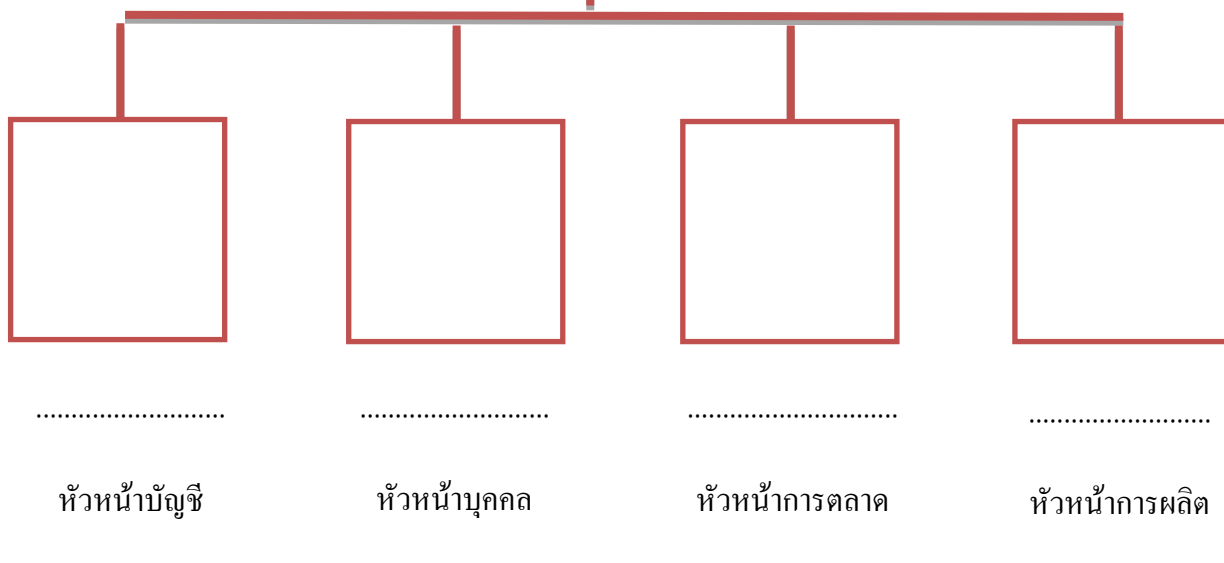
6.6 แผนผังองค์กร



นางสาว กัลยาดี กวดนอก
ประธาน



นางสาวสุภาวิตา เกิดกู่
รองประธาน



6.หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก 7

1. ชื่อ นางสาว กัลยาดี กวดนอก

ตำแหน่ง	ประธาน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	บริหารวางแผน ตัดสินใจงานในบริษัท
การศึกษา ระดับ ปวส.	จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ ปี พ.ศ. 2562
อัตราเงินเดือน	11,800 บาท

2. ชื่อนางสาว สุภาวิตา เกิดภู

ตำแหน่ง	รองประธาน
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ให้คำปรึกษาวางแผนธุรกิจ จัดหาเงินทุน
การศึกษา ระดับ ปวส.	จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิชาการ ปี พ.ศ.2562
อัตราเงินเดือน	9,000 บาท

6. แผนงานด้านบุคลากร 8และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตรา เงินเดือน	รวมเงินเดือน
1.	นางสาว กัลยาดี กวดนอก	ประธาน	1	11,800 บาท	11,800 บาท
2.	นางสาว สุภาวิตา เกิดภู	รองประธาน	1	9,000 บาท	9,000 บาท
3.	พนักงานรายวัน	ฝ่ายผลิต	2	600/วัน	16,800 บาท
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			4	37,600 บาท	37,600 บาท

6.9 วิสัยทัศน์

นำเสนอสินค้ามีคุณภาพ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเลิศที่มีความแตกต่างตอบ
โจทย์ความคาดหวังของลูกค้าเสมอสินค้าของเราจะต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานของเราเพื่อสร้างแบรนด์
ให้เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป

6.พันธกิจ 10

1. จัดระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพและพัฒนารูปแบบการผลิตอย่างต่อเนื่อง
 2. สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่และการบริการ
 3. บริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและมีผลประกอบการที่น่าพอใจเพื่อสร้างผลกำไรใน
- ธุรกิจ

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. เพื่อผลิตและจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคแหล่งชุมชนใกล้เคียง
2. ต้องการให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้า
3. ธุรกิจต้องการคืนทุนภายในระยะเวลา ปี 1

เป้าหมายระยะกลาง

1. เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอีก 20%
2. เพื่อขยายตลาดผลิตภัณฑ์ไปเขตพื้นที่ใกล้เคียง
3. ขยายช่องทางการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ

เป้าหมายระยะยาว

1. เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีมากขึ้นจนเป็นที่กล่าวขานของกลุ่มลูกค้าทั่วไป
2. สามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้ได้มากที่สุดและเพิ่มลูกค้ารายใหม่อยู่เสมอ
3. เป็นผู้นำตลาดที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงที่สุดและมีกำไรในปีต่อไปเพิ่มขึ้นเรื่อยๆจาก
ปีก่อนหน้าอีก 20%

6.ปัจจัยความสำเร็จ 12

1. การบริการอันประทับใจมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า
2. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ
3. มีแหล่งวัตถุดิบที่มีราคาถูกและมีการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาให้แก่ลูกค้า

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้กับหุ้นส่วนทุกคน โดยยึดหลักในการคล่องตัวหุ้น
2. หลังจากปีที่ 3 เป็นต้นไปจะจ่ายเงินปันผลของแต่ละบุคคลตามจำนวนหุ้นส่วน

6.14 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

1. มีการวางแผนการดำเนินการเพื่อเข้าถึงเป้าหมายและสรรหาผู้บริโภครายใหม่
2. มีการขยายกิจการเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มีพื้นที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
3. มีการออกงานจัดแสดงสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าในช่วงเวลากิจกรรมจัดขึ้นตามศูนย์จัดแสดงสินค้าในหลายจังหวัด

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมาย

1. ต้องการให้รับรู้คุณภาพของสินค้าเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย
2. สามารถเพิ่มยอดขายและได้รับผลกำไรเพิ่มขึ้นทุกๆปี
3. ขยายกิจการและเพิ่มสาขาในช่วงระยะเวลาหลังจากปีที่ 3

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มวัยทำงาน พนักงานบริษัท/พนักงานเงินเดือนอายุ 25-44 ปี อาศัยอยู่ตาม คอนโดหรือห้องเช่า
2. กลุ่มวัยรุ่น นิสิต-นักศึกษา อายุ 17-24 ปี อาศัยอยู่ตามหอพัก
3. กลุ่มนักท่องเที่ยว/ชาวต่างชาติ อายุ 15-60 ปี อาศัยอยู่ที่ คอนโด/โรงแรม

3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์แฮนด์เมดมีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปการออกแบบจึงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่เหมือนสินค้าในท้องตลาดทั่วไปและเป็นที่ดึงดูดใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพราะมีคุณภาพ ความคงทน ความคุ้มค่าและที่สำคัญเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพราะผลิตด้วยกรรมวิธีการรีไซเคิล



7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

สินค้าสร้อยคอและสร้อยข้อมือจากกระดาศนิยตยสารมี สองราคา คือ สร้อยคอ บาท 185 บาท โดยมีการตั้งราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งในช่วงแรก เพราะสินค้ามีต้นทุนในการผลิตต่ำ 120 สร้อยข้อมือ อยู่แล้วจึงไม่ส่งผลต่อกำไรมากนัก และเป็นกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของเราและทางร้านได้มีการจัดช่องทางการชำระเงินไว้หลายช่องทาง ดังนี้

- ถ้าลูกค้ามาซื้อสินค้าที่ร้านสามารถชำระเงินเป็นเงินสดได้
- หากเป็นลูกค้าทางออนไลน์ลูกค้าสามารถชำระเงินผ่านธนาคารหรือแอปพลิเคชันการ -
- ดังต่อไปนี้



ธนาคารกสิกรไทยพาณิชย์ธนาคารกรุงเทพ

ทางออนไลน์

FACEBOOK: BK handmade



7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

1. โปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1 ในช่วงสิ้นเดือน



7.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

1. การนำสินค้าไปจัดแสดงไปนอกสถานที่ เช่น งานจัดแสดงสินค้า ห้างสรรพสินค้า
2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อผิดพลาดข้อมูลสินค้าและโปรโมชันใหม่ๆผ่านทางออนไลน์

FACEBOOK

8.แผนการผลิต

8.1 สถานประกอบการในการผลิต

สถานที่ตั้ง 5/16 ถนนพระแสง.บางหญ้าแพรก อ.ปู้เจ้าสมิงพราย ต.

จ10130 สมุทรปราการ.

8.เคร ื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	จำนวน	การใช้งาน	ราคาทุน	อายุ
1.	กระดานนิดยสาร	637	พับ	1,274.00	3เดือน
2.	กาว	336	ติดกระดาษ	8,400.00	5เดือน
3.	คัตเตอร์	4	ตัดกระดาษ	200.00	3เดือน
3.	กรรไกร	4	ตัดกระดาษ	200.00	3เดือน
4.	สายเอ็น	18	ร้อยลูกปัด	1,260.00	5เดือน
5.	สีอะครีลิค	5	ย้อมสี	1,500.00	1ปี
6.	ลูกปัด	118	ร้อยสร้อย	35,400.00	2ปี
7.	แปรงทาสี	2	วัดขนาด	100.00	5ปี
8.	ตะขอ	12	ทาสี	4,800	2ปี

8.ข้อมูลการผลิต 3

จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด	วัน/ตัว50 , 1,400ตัวเดือน/, 16,800ตัวปี/
อัตราประมาณการในการผลิต	50ตัววัน/, 1,400ตัวเดือน/, 16,800ตัวปี/
เป้าหมายหน่วยการผลิต	50ตัววัน/, 1,400ตัวเดือน/, 16,800ตัวปี/
เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการผลิต	10 ตัว ชั่วโมง /
เวลาผลิตต่อวัน	4-5 ชั่วโมง
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต	2 คน
อัตราค่าแรงงานในการผลิต	300 บาท / วัน

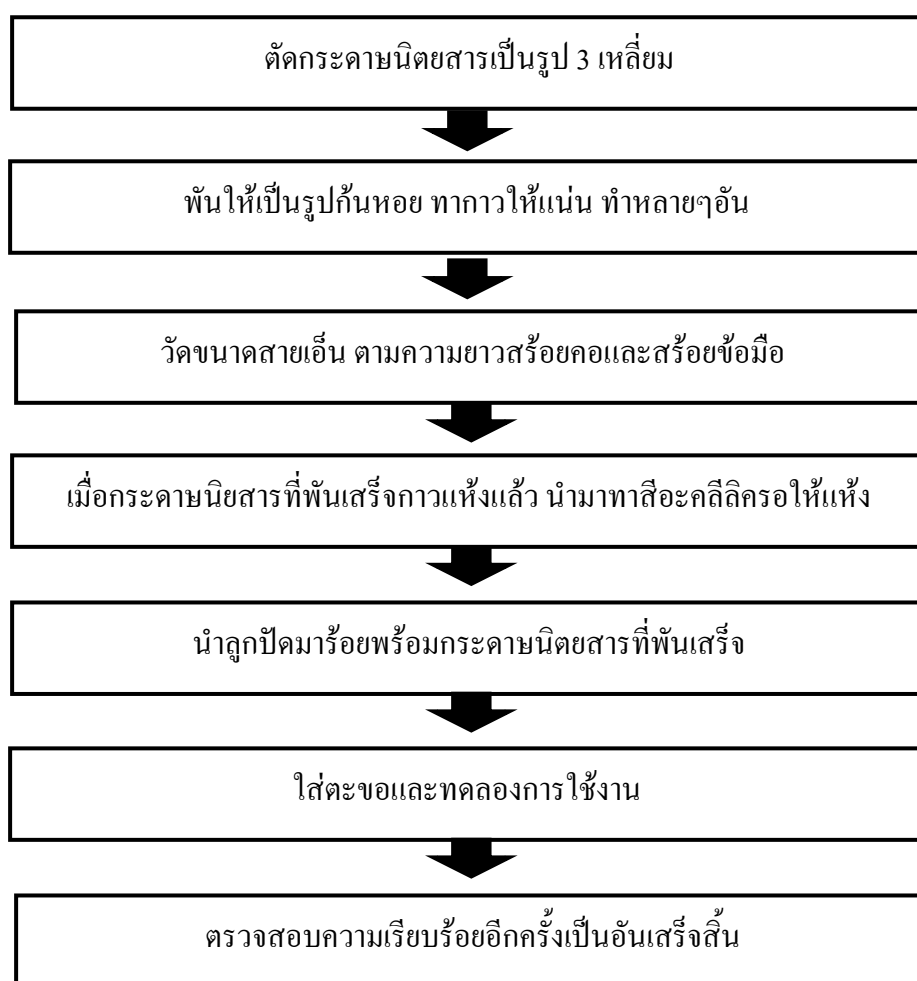
8.รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต 4

- กระดาษหนังสือนิตยสาร
- กาวลาเท็กซ์
- ตะขอ

สีอะครีลิค -

-วัสดุอุปกรณ์ตกแต่ง

8.ขั้นตอนการผลิต 5



9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

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

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด		มูลค่าประมาณ	ภาระผูกพัน
1.	ที่ดิน	-		-	-
2.	อาคาร	-		-	-
3.	ส่วนตกแต่งปรับปรุง/	ปรับปรุงสถานที่		80,000.00	-
4.	โรงงาน	-		-	-
5.	เครื่องจักร	-		-	-
6.	อุปกรณ์เครื่องใช้/	อุปกรณ์สำนักงาน คอมพิวเตอร์ปรี้น/ เตอร์		70,000.00	-
7.	ยานพาหนะ	มอเตอร์ไซค์		50,000.00	-
8.	วัตถุดิบคงเหลือ	-		-	-
9.	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-		-	-
10.	ทรัพย์สินทางปัญญา	-		-	-
11.	รายการอื่นๆ (ถ้ามี)	-		-	-
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบการธุรกิจปัจจุบัน				200,000.00	-

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	เดือน/วัน28		
อัตราคิดลดกระแสเงินสด)Discount Rate% - (	-	-	-
สมมติฐานทางการเงินอื่นๆ	-	-	-

9นโยบายทางการเงิน 4.

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ระยะเวลาการให้เครดิตการขายสินค้า –วัน/เดือน	-	-	-
ระยะเวลาเครดิตซื้อสินค้า –วัน/เดือน	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะสั้นที่ขอกู้ – (ถ้ามี)บาท	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะยาวที่ขอกู้ – (ถ้ามี)บาท	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น % -	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว % -	-	-	-
นโยบายการตั้งสำรองเงินสดในกิจการ	50,000.00		
การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขอื่นๆ	-	-	-
นโยบายทางการเงินอื่นๆ	-	-	-

9.5 ประมาณการในการผลิตรายเดือน

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)												
สร้อยคอ	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00	840.00
สร้อยข้อมือ	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00
รวมจำนวนสินค้าขาย	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00	1,400.00
ราคาสินค้า (บาท)												
สร้อยคอ	185.00	185.00	185.00	185.00	185.00	185.00	185.00	185.00	185.00	185.00	185.00	185.00
สร้อยข้อมือ	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
รวมราคาสินค้าเฉลี่ย	305.00	305.00	305.00	305.00	305.00	305.00	305.00	305.00	305.00	305.00	305.00	305.00
รายได้จากการขาย (บาท)												
สร้อยคอ	155,400.00	155,400.00	155,400.00	155,400.00	155,400.00	155,400.00	155,400.00	155,400.00	155,400.00	155,400.00	155,400.00	155,400.00
สร้อยข้อมือ	67,200.00	67,200.00	67,200.00	67,200.00	67,200.00	67,200.00	67,200.00	67,200.00	67,200.00	67,200.00	67,200.00	67,200.00
รวมรายได้	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00
รวมรายได้สะสม(บาท)	222,600.00	445,200.00	667,800.00	890,400.00	1,113,000.00	1,335,600.00	1,558,200.00	1,780,800.00	2,003,400.00	2,226,000.00	2,448,600.00	2,671,200.00
ลูกหนี้การค้า (บาท)												
เงินสตรับจากการขาย	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00	222,600.00

9.6 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสินค้าขาย (หน่วย)			
สร้อยคอ	10,080.00	10,584.00	11,673.00
สร้อยข้อมือ	6,720.00	7,056.00	7,762.00
รวมจำนวนสินค้าขาย	16,800.00	17,640.00	19,405.00
	-	-	-
ราคาสินค้า /บาท)หน่วย(			
สร้อยคอ	185.00	185.00	185.00
สร้อยข้อมือ	120.00	120.00	120.00
รวมราคาสินค้าเฉลี่ย	305.00	305.00	305.00
	-	-	-
รายได้จากการขาย (บาท)			
สร้อยคอ	1,864,800.00	1,958,040	2,513,955.00
สร้อยข้อมือ	806,400	846,720.00	931,440.00
รวมรายได้จากการขาย (บาท)	2,671,200.00	2,804,760.00	3,085,236.00
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
ขายด้วยเงินสด	2,671,200.00	2,804,760.00	3,445,395.00
ขายด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า /วัน)เดือน(	-	-	-
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	-	-	-
เงินสดจากการขายสินค้า (บาท)	2,671,200.00	2,804,760.00	3,445,395.00

9.7 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนวัตถุดิบในการผลิต (หน่วย)			
กระดาษหนังสือสาร(กิโลกรัม)	637.00	669.00	736.00
สายเอ็น (เมตร)	18.00	19.00	21.00
ลูกปัด (เม็ด)	118.00	124.00	137.00
ตะขอ (ชิ้น)	12.00	13.00	15.00
กาว (กิโลกรัม)	336.00	353.00	389.00
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ (หน่วย/บาท)			
กระดาษหนังสือสาร(กิโลกรัม)	2.00	2.10	2.31
สายเอ็น (เมตร)	70.00	73.50	80.85
ลูกปัด (เม็ด)	300.00	315.00	346.50
ตะขอ (ชิ้น)	400.00	420.00	462.00
กาว (กิโลกรัม)	25.00	26.25	28.87
ต้นทุนวัตถุดิบ (บาท)			
กระดาษหนังสือสาร(กิโลกรัม)	1,274.00	1,404.90	1,700.16
สายเอ็น (เมตร)	1,260.00	1,396.50	1,697.85
ลูกปัด (เม็ด)	35,400.00	39,060.00	47,470.50
ตะขอ (ชิ้น)	4,800.00	5,460.00	6,930.00
กาว (กิโลกรัม)	8,400.00	9,266.25	11,230.43
รวมต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)	51,134.00	56,587.65	69,028.94
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	51,134.00	56,587.65	69,028.94
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (เดือน/วัน)	-	-	-
มูลค่าเจ้าหนี้การค้าวัตถุดิบและสินค้าซื้อมา	-	-	-
เงินสดจ่ายวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อผลิต	51,134.00	56,587.65	69,028.94

9.8 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนการผลิตสินค้า (บาท)			
ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้า	51,134.00	56,587.65	69,028.94
ค่าแรงงานในการผลิต	201,600.00	211,680.00	232,848.00
ค่าไฟฟ้าในการผลิต	-	-	-
ค่าน้ำประปาในการผลิต	-	-	-
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	4,800.00	5,040.00	5,544.00
ค่าบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์	4,800.00	5,040.00	5,544.00
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการผลิต	-	-	-
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า)1(	262,334.00	278,347.65	312,964.94
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)			
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการผลิต)5%(	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์)20%(	10,626.80	10,626.80	10,626.80
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ)5%(	-	-	-
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต)2(	10,626.80	10,626.80	10,626.80
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น)1) + (2(	272,960.80	288,974.45	323,591.74
บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด +	-	-	-
หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด-	-	-	-
บวก สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือต้นงวด +	-	-	-
หัก สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือปลายงวด-	-	-	-
บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด +	-	-	-
หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด-	-	-	-
บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด +	-	-	-
หัก-สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	272,960.80	288,974.45	323,591.74

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	249,600.00	262,080.00	288,288.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	27,600.00	28,980.00	31,878.00
ค่าใช้จ่ายเช่าสำนักงาน	96,000.00	100,800.00	110,880.00
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	8,400.00	8,820.00	9,702.00
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	-	-	-
ค่าใช้จ่ายสิ้นเปลืองสำนักงาน	-	-	-
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่าง ๆ	-	-	-
1 ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง	-	-	-
ค่าใช้จ่าย Commission จากการขาย	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารงานและการขาย)1(	429,600.00	451,080.00	496,118.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนตกแต่งปรับปรุง)5%(	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้)20%(	14,000.00	14,000.00	14,000.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ)5%(	2,500.00	2,500.00	2,500.00
รวมค่าเสื่อมราคา)2(	16,500.00	16,500.00	16,500.00
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย)1) + (2(	446,100.00	467,580.00	512,688.00

9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการขายสินค้า	2,671,200.00	2,804,760.00	3,445,395.00
รายได้อื่น	-	-	-
รวมรายได้	2,671,200.00	2,804,760.00	3,445,395.00
หัก-ต้นทุนขายสินค้า	272,960.80	288,974.45	323,591.74
กำไรขั้นต้น	2,398,239.20	2,515,785.55	3,121,803.26
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	446,100.00	467,580.00	512,688.00
กำไรจากการดำเนินการ	1,952,139.20	2,048,205.55	2,609,115.26
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล)15(%	1,952,139.20	2,048,205.55	2,609,115.26
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล)15(%	292,820.88	307,230.83	391,367.28
กำไรสุทธิ	1,659,318.32	1,740,974.72	2,217,747.98
หัก-เงินปันผลจ่าย)10(%	-	-	-
กำไรสะสม	-	1,659,318.32	81,656.40
กำไร สุทธิต่อหุ้น (ขาดทุน)	1,659,318.32	81,656.40	2,136,091.58
มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น	16.59	0.81	21.36

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากการดำเนินการ			
เงินสดรับจากการขายสินค้า	2,671,200.00	2,804,760.00	3,445,395.00
เงินสดรับจากรายได้อื่น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	272,960.80	288,974.45	323,591.74
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	446,100.00	467,580.00	512,688.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	292,880.88	307,230.83	391,367.28
กระแสเงินสดจากการดำเนินการรวม			
กระแสเงินสดจากการลงทุน	1,659,318.32	1,740,974.72	2,217,747.98
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อาคาร		-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ส่วน ตกแต่ง	80,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	70,000.00	-	-
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนยานพาหนะ	50,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม	200,000.00	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม			
กระแสเงินสดสุทธิ	1,459,318.32	1,740,974.72	2,217,747.98
บวกกระแสเงินสดต้นงวด+	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	1,459,318.32	1,740,974.72	2,217,747.98

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	1,459,318.32	1,740,974.72	2,217,747.98
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,459,318.32	1,740,974.72	2,217,747.98
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	200,000.00	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	200,000.00	-	-
รวมสินทรัพย์	1,659,318.32	1,740,974.72	2,217,747.98
หนี้สินหมุนเวียน			
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน			
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน กว่าทุน (ต่ำ)	1,659,318.32	81,656.40	2,136,091.58
กำไร สะสม (ขาดทุน)	-	1,659,318.32	81,656.40
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,659,318.32	1,740,974.72	2,217,747.98
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,659,318.32	1,740,974.72	2,217,747.98

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)	-	-	-
ระยะเวลาดินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (รวม)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนแห่งทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	89.78	89.69	90.60
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	73.08	73.02	75.72
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	62.11	62.07	64.36
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per share)	16.59	0.81	21.36
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 จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การออกบูธ การโฆษณา และประชาสัมพันธ์
2.	สินค้ามีราคาต้นทุนสูงกว่าที่กำหนดไว้	ทำให้เงินสำรองจ่ายไม่เพียงพอในการหมุนเวียนค่าใช้จ่ายด้านอื่น	ซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์จำนวนมากๆจะสามารถช่วยลดราคาต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วย
3.	ผลิตภัณฑ์ไม่ได้จัดสิทธิบัตรอาจทำให้สินค้าถูกลอกเลียนแบบ	ทำให้ลูกค้าไปซื้อของกลุ่มแข่งอื่นที่เลียนแบบ	ไปจดสิทธิบัตรเพื่อคุ้มครองสิทธิประโยชน์เพื่อไม่ให้ผู้อื่นละเมิดหรือทำการลอกเลียนแบบได้
4.	ลูกค้าเปลี่ยนรสนิยมการซื้อ	ทำให้รายรับโดยรวมของกิจการลดลงเนื่องจากลูกค้าให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์อื่นที่มีรูปแบบแปลกใหม่	ติดตามสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและปรับเปลี่ยนสินค้าให้ตอบสนองกับความต้องการ ณ เวลานั้น

ลำดับที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
5	ส่ง PowerPoint (โครงการ + บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 1)	2-6 ก.ย.62		
6	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 1 (โครงการ +บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ)	21 ก.ย.62		
7	ประดิษฐ์ชิ้นงานสร้อยคอ	18-30 ต.ค.62		
8	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/งานประดิษฐ์ เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	1-31 ต.ค.62		
9	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/ บริการ/ แสดงผลงานประดิษฐ์)	1-8 พ.ย.62		
10	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน จัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	16 พ.ย. 62		
11	กำหนดส่ง แบบสอบถามโครงการ	2-6 ธ.ค.62		
12	งาน ATCนิทรรศน์ (ออกร้าน และแจกแบบสอบถามโครงการ)	13 ธ.ค.62		
13	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 -ปฏิบัติงานรายบุคคล	16-20 ธ.ค.62		
14	-บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้าน	13-17 ม.ค.63		

	งบประมาณ			
ลำดับที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
15	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางการ พัฒนา))	20-24 ม.ค.63		
16	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	27-31 ม.ค.63		
17	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก - ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติผู้จัดทำโครงการ	3-7 ก.พ.63		
18	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	10-14ก.พ.63		
19	กำหนดส่ง ตรวจรูปเล่มโครงการ	17-21ก.พ.63		
20	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	24-28ก.พ.63		

บทที่ 4
ผลการดำเนินโครงการ
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวกัลยาณี กวदनอก		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
17/มิ.ย./62	ประชุมโครงการ	
19/มิ.ย./62	เสนอหัวข้อโครงการเพื่อขออนุมัติโครงการ	
24/มิ.ย./62	จัดทำเอกสารอนุมัติโครงการ	
01/พ.ค./62	ทำบทที่1	
08/พ.ค./62	ส่งเอกสาร โครงการบทที่1	
10/พ.ค./62	แก้ไขเอกสารบทที่1	
12/พ.ค./62	ส่งเอกสาร โครงการบทที่1	
15/พ.ค./62	ทำบทที่2	
23/พ.ค./62	ส่งเอกสาร โครงการบทที่2	
24/พ.ค./62	แก้ไขเอกสารบทที่2	
27/พ.ค./62	ส่งเอกสาร โครงการบทที่2	
29/พ.ค./62	หาข้อมูลเกี่ยวกับการประดิษฐ์บทที่3	
1/ก.ค./62	หาข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าบทที่3	
12/ก.ค./62	ทำบทที่และแผนธุรกิจ3	
21/ก.ค./62	ส่งเอกสาร โครงการบทที่3	
24/ก.ค./62	แก้ไขเอกสาร โครงการบทที่3	
31/ก.ค./62	ส่งเอกสาร โครงการบทที่และแผนธุรกิจ3	
21/ส.ค./62	นำเสนอโครงการ)Present1ครั้งที่(	
10/ต.ค./62	ทำป้ายร้าน,จัดเตรียมอุปกรณ์การประดิษฐ์	
16/ต.ค./62	ซื้อวัสดุอุปกรณ์	
18/ต.ค./62	ประดิษฐ์ชิ้นงานสร้อยคอ	
21/ต.ค./62	ประดิษฐ์ชิ้นงานสร้อยคอ	
25/ต.ค./62	ประดิษฐ์ชิ้นงานสร้อยคอ	

วัน/เดือน/ปี	วัน/เดือน/ปี (ต่อ)	หมายเหตุ
28/ต.ค./62	ประดิษฐ์ชิ้นงานสร้อยข้อมือ	
30/ต.ค./62	ประดิษฐ์ชิ้นงานสร้อยข้อมือ	
08/พ.ย./62	จัดทำ PowerPoint นำเสนอโครงการครั้งที่2	
16/พ.ย./62	Present Project ครั้งที่2	
17/พ.ย./62	ส่งเอกสารบทที่1-3(ฉบับสมบูรณ์)	
13/ธ.ค./62	งาน AT.C.นิทรรศน์	
20/ม.ค./63	บทที่ 4- 5(เนื้อหาสรุปเล่มโครงการ)	
30/ม.ค./63	ส่งบทคัดย่อ กิตติกรรมประกาศ บรรณานุกรม	
25/ม.ค./63	ส่งภาคผนวก ก,ข,ค,ง	
21/ก.พ./63	ตรวจสรุปเล่มโครงการ	
28/ก.พ./63	ส่งรูปเล่ม เงินค่ารูปเล่มแผ่น 2 แผ่นซีดี+	

นางสาว สุภาวिता เกิดภู		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
17/มิ.ย./62	ประชุมโครงการ	
19/มิ.ย./62	เสนอหัวข้อโครงการเพื่อขออนุมัติโครงการ	
24/มิ.ย./62	จัดทำเอกสารอนุมัติโครงการ	
01/พ.ค./62	ทำบทที่1	
08/พ.ค./62	ส่งเอกสาร โครงการบทที่1	
10/พ.ค./62	แก้ไขเอกสารบทที่1	
12/พ.ค./62	ส่งเอกสาร โครงการบทที่1	
15/พ.ค./62	ทำบทที่2	
23/พ.ค./62	ส่งเอกสาร โครงการบทที่2	
24/พ.ค./62	แก้ไขเอกสารบทที่2	
27/พ.ค./62	ส่งเอกสาร โครงการบทที่2	
29/พ.ค./62	หาข้อมูลเกี่ยวกับการประดิษฐ์บทที่3	
1/ก.ค./62	หาข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าบทที่3	
12/ก.ค./62	ทำบทที่และแผนธุรกิจ3	
21/ก.ค./62	ส่งเอกสาร โครงการบทที่3	
24/ก.ค./62	แก้ไขเอกสาร โครงการบทที่3	
31/ก.ค./62	ส่งเอกสาร โครงการบทที่และแผนธุรกิจ3	
21/ส.ค./62	นำเสนอโครงการ)Present1ครั้งที่(	
10/ต.ค./62	ทำป้ายร้าน,จัดเตรียมอุปกรณ์การประดิษฐ์	
16/ต.ค./62	ซื้อวัสดุอุปกรณ์	
18/ต.ค./62	ประดิษฐ์ชิ้นงานสร้อยคอ	
21/ต.ค./62	ประดิษฐ์ชิ้นงานสร้อยคอ	
25/ต.ค./62	ประดิษฐ์ชิ้นงานสร้อยคอ	
28/ต.ค./62	ประดิษฐ์ชิ้นงานสร้อยข้อมือ	
30/ต.ค./62	ประดิษฐ์ชิ้นงานสร้อยข้อมือ	
08/พ.ย./62	จัดทำ PowerPoint นำเสนอโครงการครั้งที่2	

วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน (ต่อ)	หมายเหตุ
16/พ.ย./62	Present Project ครั้งที่2	
17/พ.ย./62	ส่งเอกสารบทที่1-3(ฉบับสมบูรณ์)	
13/ธ.ค./62	งาน AT.C.นิทรรศน์	
20/ม.ค./63	บทที่ 4-(เนื้อหาสรุปเล่มโครงการ) 5	
30/ม.ค./63	ส่งบทคัดย่อ กิตติกรรมประกาศ บรรณานุกรม	
25/ม.ค./63	ส่งภาคผนวก ก,ข,ค,ง	
21/ก.พ./63	ตรวจสรุปเล่มโครงการ	
28/ก.พ./63	ส่งรูปเล่ม เงินค่ารูปเล่มแผ่น 2 แผ่นซีดี+	

บัญชีรายรับ-รายจ่าย
โครงการธุรกิจการทำสิ่งประดิษฐ์ BK handmade

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
17/6/62	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	คน 2	800	1600						1600
24/6/62	ค่าเอกสารอนุมัติโครงการ				ชุด 1		-			-
12/7/62	ค่าเอกสารบทที่1			-	ชุด 1		-			-
27/7/62	ค่าเอกสารบทที่2			-	1 ชุด		-			-
31/8/62	ค่าเอกสารบทที่3	1		34	1 ชุด	34	34			1566
10/9/62	ทำป้ายร้าน	1		200	แผ่น 1	200	200			1366
16/10/62	กระดาษนิยตยสาร	3		45	3 เล่ม	135	135			1231
„	สายเอ็น	2		45	2 ตัว	90	90			1141
„	ลูกปัด	4		15	ตัว 100	60	60			1081
„	กาว	1		15	1 ตัว	15	15			1066
„	ผ้าปูโต๊ะ	1		70	1 ผืน	70	70			996
„	คอรุ่นโซว์	2		280	2 อัน	560	560			436
„	ที่วางสร้อยข้อมือ	1		120	1 อัน	120	120			316

บัญชีรายรับ-รายจ่าย

โครงการธุรกิจการทำสิ่งประดิษฐ์ BK handmade

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
	ยกยอดมา									
20/1/63	ปิ่นเอกสารบทที่ 4-5	1		1	แผ่น 20	1	20			296
25/1/63	ค่าปิ่นภาคผนวกต่างๆ	1		1	แผ่น 20	1	20			276
28/2/63	ค่าแผ่นซีดี+ปก	1		100	1 แผ่น	100	100			176
รวม							1424	ยอดคงเหลือ		176

ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการบริการ BK handmade

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการขายและบริการ
3. เพื่อให้นักศึกษารู้จักปฏิบัติงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ทุนทั้งสิ้น	1,600 บาท
-------------	-----------

ปฏิบัติงานบริการและใช้จ่ายต่างๆคงเหลือ	1,424 บาท
--	-----------

คนคนละ 2 แบ่งคืนให้สมาชิก	88 บาท
---------------------------	--------

มีรายชื่อต่อไปนี้

1. นางสาว กัลยาดี กวดนอก
2. นางสาว สุภาวิดา เกิดภู

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์สร้อยคอและสร้อยข้อมือจากกระดาศนิคยสาร (Necklack and Wristlace handmade) เป็นโครงการที่มีแนวคิดนำกระดาศนิคยสารเหลือใช้มาประดิษฐ์สร้างสรรค์เป็นสร้อยคอและสร้อยข้อมือ มีการดัดแปลงวัตถุดิบจากกระดาศนิคยสารเล่มเก่าที่เหลือใช้หรือเรียกว่าการแปรใช้ใหม่ เป็นการจัดการวัสดุเหลือใช้ที่กำลังจะเป็นขยะโดยนำไปผ่านกระบวนการแปรสภาพ เพื่อให้เป็นวัสดุใหม่แล้วนำกลับมาใช้ได้อีกทำให้เกิดการคิดค้นพัฒนาสิ่งของเหลือใช้ให้เป็นนวัตกรรมนี้ขึ้นมา เน้นการใช้วัสดุเหลือใช้อย่างคุ้มค่าเป็นประเด็นสำคัญ เพื่อลดปัญหาของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีการลงทุนสูงหรือมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก เน้นการนำเอากระดาศนิคยสารที่กำลังจะถูกนำไปทิ้งหรือหมดคุณค่า มาสร้างเป็นสิ่งประดิษฐ์เป็นเครื่องประดับออกแบบให้เป็นสร้อยคอและสร้อยข้อมือ พร้อมใส่วัสดุเพิ่มเติมเพื่อให้มีความทันสมัยและสะดวกต่อการใช้งาน ทำให้เหมาะกับผู้ที่ชื่นชอบงาน Handmade ความนิยม ความเก๋ไก๋ มีสไตล์ เพราะชิ้นงานมีขนาดกะทัดรัดพกพาได้สะดวก มีอายุการใช้งานค่อนข้างนานความแข็งแรงทนทาน ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคในการรักษาให้คงสภาพ

ในการทำโครงการโครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์สร้อยคอและสร้อยข้อมือจากกระดาศนิคยสาร มีผู้ร่วมลงทุนทั้งหมด 2 คน จำนวนเงินที่นำมาลงทุนคนละ 1,000 บาท รวมเป็นเงินที่ใช้ในการดำเนินโครงการจำนวน 2,000 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานจริงรวมทั้งสิ้น 2,000 บาท เงินจากการลงทุนทั้งหมด 2,000 บาท ตามที่ผู้ร่วมลงทุน 2 คน จัดสรรการลงทุนได้อย่างพอดี สถานที่ในการปฏิบัติงาน คือสถานที่ปฏิบัติงาน 5/16 ถ.ปู่เจ้าสมิงพราย ต.บางหญ้าแพรก อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานหรือประดิษฐ์สร้อยคอและสร้อยข้อมือจากกระดาศนิคยสาร ตั้งแต่มิถุนายน 2562 ถึง เดือน กุมภาพันธ์ 2563

การจัดทำโครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์สร้อยคอสร้อยข้อมือจากกระดาศนิคยสาร ช่วยให้ผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์โครงการดังนี้

- 1.เพื่อประดิษฐ์สิ่งประดิษฐ์สร้อยคอและสร้อยข้อมือจากกระดาศนิยตยสาร
 - 2.เพื่อวางแผนการตลาด แผนการผลิต แผนการบริหารและจัดการ และแผนการเงินของ
สิ่งประดิษฐ์สร้อยคอและสร้อยข้อมือจากกระดาศนิยตยสาร
 - 3.เพื่อวางแผนธุรกิจสิ่งประดิษฐ์สร้อยคอและสร้อยข้อมือจากกระดาศนิยตยสาร
- สรุปตารางการปฏิบัติงานจริง**

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ
1	17 ก.ค. 62	ออกแบบสร้อยคอและสร้อยข้อมือ
2	23 ก.ค. 62	หาแหล่งซื้อวัสดุ
3	15 ก.ย. 62	Present โครงการครั้งที่ 1
4	17 ก.ย. 62	ซื้อวัสดุอุปกรณ์
5	24 ก.ย. 62	จัดเตรียมอุปกรณ์
6	8 ต.ค. 62	เริ่มลงมือในการประดิษฐ์ตามแบบที่ได้วางแผนไว้
7	14 ต.ค. 62	ร้อยสร้อยเพื่อเชื่อมวัสดุเข้าด้วยกันให้เสร็จสิ้น
8	29 ต.ค. 62	นำมาวางโชว์กับคอรุ่น
9	16 พ.ย. 62	Present โครงการครั้งที่ 2

ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

- 1.ออกแบบแล้วมีปัญหาเวลาปฏิบัติงานจริง
- 2.ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการประดิษฐ์

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

- 1.การออกแบบควรนึกถึงเวลาลงมือปฏิบัติงานจริง
- 2.ควรปรึกษาผู้ที่มีความเชี่ยวชาญพร้อมศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับการประดิษฐ์สร้อยคอและ
สร้อยข้อมือจากกระดาศนิยตยสารเหลือใช้

บรรณานุกรม

- กัลยา จังจุติกุล. (2553). เรื่องการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับแท้. ค้นข้อมูล 15 มีนาคม 2563, จาก www.So01.tic-thaijo.org จบการศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- จิรดา นาคฤทธิ์. (2560). แนวความคิดทางการตลาด. ค้นวันที่ 15 พฤษภาคม 2562, จาก <https://jiradabbc.wordpress.com/>
- นพดล สมฤกษ์ผล. (2552). เรื่องความเชื่อและพฤติกรรมเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณี. ค้นข้อมูล 15 มีนาคม 2563, จาก www.Opac.git.or.th จบการศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- วศิรา เอกเผ่าพันธุ์. (2554). แผนธุรกิจ. ค้นหาวันที่ 20 พฤษภาคม 2562, จาก <https://sites.google.com/>
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2562). แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค. ค้นข้อมูล 10 พฤษภาคม 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/>
- ศูนย์การสื่อสารนานาชาติแห่งจุฬาฯ. (2554). ส่วนผสมทางการตลาด. ค้นข้อมูล 10 พฤษภาคม 2562, จาก <https://www.chulapedia.chulapedia.chula.ac.th/>
- อักรินทร์ หาญสมบูรณ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงิน (หรือพลอยของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร). ค้นข้อมูล 15 มีนาคม 2563, จาก www.dspace.bu.ca.th จบการศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนออนุมัติโครงการ
- บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ	สร้อยคอและสร้อยข้อมือทำจากกระดาคันดิยสาร (BK Necklace and Bracelet Handmade)
ระยะเวลาการดำเนินงาน	มิถุนายน ถึง กุมภาพันธ์ 2563
สถานที่การดำเนินงาน	5/16 ถ.ป๋อเจ้าสรวงพราย ต.บางหญ้าแพรก อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130
ประมาณการค่าใช้จ่าย	2,000 บาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | | | | |
|--------------------|----------|--------------|-------|----------|
| 1. นางสาว สุภาวิตา | เกิดอยู่ | รหัสประจำตัว | 40935 | ปวส.2/31 |
| 2. นางสาว กัลยาณี | กวदनอก | รหัสประจำตัว | 40963 | ปวส.2/31 |

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ

(นางสาวกัลยาณี กวदनอก)/...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)...../...../..... อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)/...../.....

ลงชื่อ.....หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

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

ชื่อโครงการ	สร้อยคอและสร้อยข้อมือทำจากกระดาศนิตยสาร (BK Necklace and Bracelet Handmade)
แผนงาน	นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์อุดมพร เปตานนท์

ผู้รับผิดชอบโครงการ

- | | | |
|-------------------|--------|------------------|
| 1. นางสาวกัลยาดี | กวदनอก | ประธานโครงการ |
| 2. นางสาวสุภาวิตา | เกิดภู | รองประธานโครงการ |

หลักการและเหตุผล

ในอดีตและปัจจุบันนี้เราจะเห็นว่ากระดาศ หนังสือพิมพ์ กระดาศนิตยสาร ฯลฯ ล้วนมีความจำเป็นและมีบทบาทต่อมนุษย์ในชีวิตประจำวัน นอกจากจะเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร ข้อมูลความรู้ ข่าวสาร แล้ว ก็ยังนำมาทำได้สารพัดประโยชน์ได้อีกด้วย และสามารถนำกลับมาสู่กระบวนการรีไซเคิลให้มีคุณค่า ไม่สิ้นเปลืองทรัพยากรธรรมชาติ และยังช่วยลดโลกร้อนไปในตัว

ดังนั้นคณะผู้จัดทำ จึงเห็นว่าการสร้างมูลค่ากับวัสดุเหลือใช้ อย่างกระดาศนิตยสาร หนังสือพิมพ์ โดยออกแบบเป็นเครื่องประดับสวยงามที่นอกจากจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้ แล้ว ยังช่วยลดมลพิษด้วย การนำวัสดุเหลือใช้มาสร้างนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์สร้อยคอและสร้อยข้อมือ ด้วยวิธีการสร้างสรรค์ การนำกลับมาใช้ใหม่ การวางแผน การออกแบบ และลงมือปฏิบัติของคณะผู้จัดทำโครงการ อีกทั้งยังเป็นกรณีศึกษาให้กับผู้ที่สนใจที่จะศึกษาค้นคว้าข้อมูล และยังสามารถช่วยเสริมสร้างรายได้ให้กับตนเอง และครอบครัวอีกด้วย

วัตถุประสงค์

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

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

7. เตรียมคิดรูปแบบสิ่งประดิษฐ์
8. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ
9. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ
10. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์
11. จัดเตรียมสถานที่ในการลงมือปฏิบัติงาน
12. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

7. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
8. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการออกแบบและวางโครงสร้าง
9. เลือกกระดาษจากนิตยสาร
10. นำมาฉีกเป็นเส้นๆ
11. ม้วนด้านล่างขึ้นบน ทากาวตอนม้วนเสร็จ ทำทั้งไว้ ปริมาณมากพอที่จะร้อยสร้อยคอ สร้อยข้อมือ
12. จากนั้นนำมาร้อยกับเชือกที่เตรียมไว้
13. ตกแต่งเพิ่มสีสันโดยการใส่ ลูกปัด ลงไปหรือทาสี เพื่อทำให้เกิดความสวยงามยิ่งขึ้น
14. ใส่ตะขอเพื่อให้คล้องคอและคล้องข้อมือได้ไม่หลุด

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

3. สรุปผลการปฏิบัติงาน
4. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

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

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ 5/16 ถ.ป๋อเจ้าสมิงพราย ต.บางหญ้าแพรก อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ 10130

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 2,000 บาท

1. กระดาษนิยตยสาร	300 บาท
2. กาวลาเท็กซ์	80 บาท
3. ปืนกาว/กาวแท่ง	450 บาท
4. คัตเตอร์/กรรไกร	50 บาท
5. เส้นเอ็น	100 บาท
6. สีอะคริลิก	180 บาท
7. วัสดุอุปกรณ์ตกแต่ง	500 บาท
8. ตะขอ	100 บาท
9. ป้ายนำเสนอผลงาน	240 บาท
รวม	2,000 บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

ปัญหาและอุปสรรค

1. การใช้เครื่องมือ-อุปกรณ์ต้องมีความชำนาญ
2. วัสดุหลักที่ใช้มีความแข็งแรงต่ำ
2. มีการดูแลรักษาความลำบาก

ข้อเสนอแนะ

1. ทำการฝึกฝนใช้เครื่องมือ-อุปกรณ์จนเกิดความชำนาญ
2. แก้ไขการออกแบบและเสริมความแข็งแรงจากวัสดุอื่นๆ
3. ควรเก็บไว้ในสถานที่ไม่มีความชื้น

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์อุดมพร เปตานนท์)

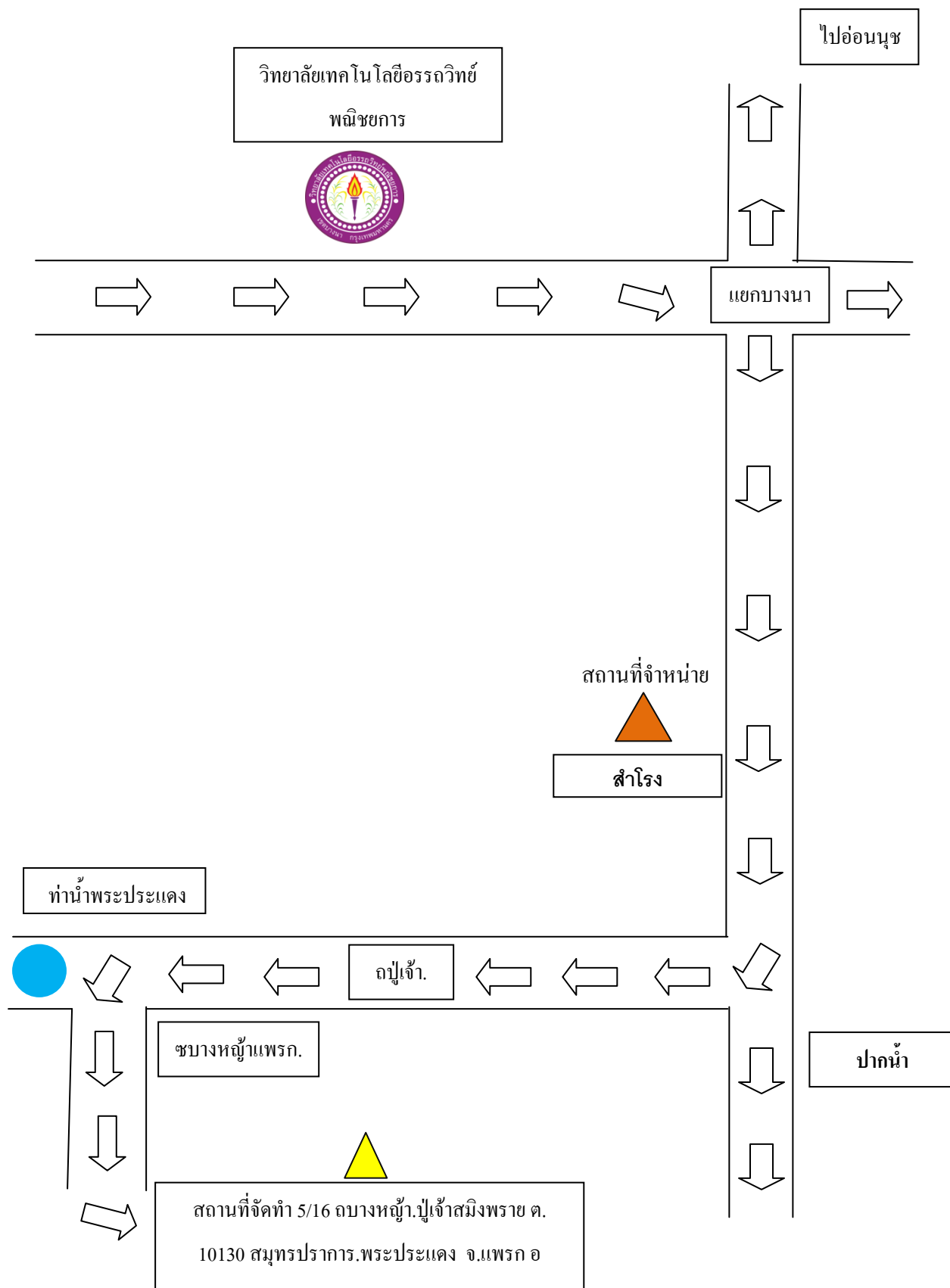
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ปฏิบัติงาน



ลำดับที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
5	ส่ง PowerPoint (โครงการ + บทที่ 1-3 + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ 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		
8	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอโครงการ Present ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/ บริการ/ แสดงผลงานประดิษฐ์)	1-8 พ.ย.62		
9	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน จัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	16 พ.ย. 62		
10	กำหนดส่ง แบบสอบถามโครงการ	2-6 ธ.ค.62		
11	งาน ATC นิทรรศน์ (ออกร้าน และแจกแบบสอบถามโครงการ)	13 ธ.ค.62		
12	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 4 -ปฏิบัติงานรายบุคคล	16-20 ธ.ค.62		
	-บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	13-17 ม.ค.63		

ลำดับที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
13	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางการ พัฒนา))	20-24 ม.ค.63		
14	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	27-31 ม.ค.63		
15	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก-ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติผู้จัดทำโครงการ	3-7 ก.พ.63		
16	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	10-14ก.พ.63		
17	กำหนดส่ง ตรวจรูปเล่มโครงการ	17-21ก.พ.63		
18	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	24-28ก.พ.63		

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

- รายงานการประเมินผลแบบสอบถาม

- ตัวอย่างแบบสอบถาม

รายงานผล แบบสอบถาม

สิ่งประดิษฐ์ ฝักร้อยคอและฝักร้อยข้อมือจากกระดาษนิยสาร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ ฝักร้อยคอจากกระดาษนิยสาร ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	6	6.0
หญิง	94	94.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เพศหญิงจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 94 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 6

ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอายุ

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 16 ปี	7	7.0
16-20 ปี	32	32.0
21-25 ปี	24	24.0
26-30 ปี	25	25.0
31 ปีขึ้นไป	12	12.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 16-20ปี จำนวน32คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมา 26-30ปี จำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 25 และต่ำกว่า 16ปี จำนวน7 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพ

อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	24	24.0
ครู/อาจารย์	3	3.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	8	8.0
รับจ้าง	37	37.0
ธุรกิจส่วนตัว	5	5.0
อื่นๆ ไปรกระบุ	23	23.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับจ้าง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมา นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24 และ ครู/อาจารย์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการศึกษา

ระดับชั้น	ความถี่	ร้อยละ
ประถมศึกษา	8	8.0
มัธยมศึกษา	5	5.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	6	6.0
อนุปริญญาตรี/ปวส.	28	28.0
ปริญญาตรี	29	29.0
ปริญญาโท/สูง	24	24.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามนักศึกษาปริญญาตรี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมานักศึกษาอนุปริญญาตรี/ปวส. จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28 และมัธยมศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับ รายได้/ต่อเดือน

รายได้	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000	5	5.0
5,001-10,000	49	49.0
10,000-15,000	43	43.0
15,001 ขึ้นไป	3	3.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ

49 รองลงมา 10,001-15,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43 และ 15,001 ขึ้นไป จำนวน 3

คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ สร้อยคอและสร้อยข้อมือจาก

กระดาษนิยตสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☐ ในตัวเลือกตามความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

รายการประเมินผล	ระดับความพึงพอใจ							
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ย ที่สุด	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์								
1.รูปแบบของผลิตภัณฑ์เช่น การ ออกแบบ ขนาด รูปทรง สี สัน ความ สวยงาม	29 (29.0)	57 (57.0)	10 (10.0)	4 (4.0)	-	4.11	0.74	มาก
2.ความทนทานในการใช้งาน	4 (4.0)	11 (11.0)	79 (79.0)	6 (6.0)	-	3.13	0.56	ปาน กลาง
3.สินค้ามีประโยชน์ต่อการใช้สอย	26 (26.0)	49 (49.0)	22 (22.0)	3 (3.0)	-	3.98	0.78	มาก
4.การรับประกันสินค้า	15 (15.0)	7 (7.0)	78 (78.0)	-	-	3.37	0.73	ปาน กลาง
รวม						3.65	0.36	มาก
ด้านราคา								
1.ความคุ้มค่าด้านคุณภาพกับราคาที่จ่าย	89 (89.0)	6 (6.0)	5 (5.0)	-	-	4.84	0.49	มาก
2.ราคาเหมาะสมกับรูปแบบของ ผลิตภัณฑ์	36 (36.0)	11 (11.0)	53 (53.0)	-	-	3.83	0.93	มาก
3.ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	2 (2.0)	3 (3.0)	1 (1.0)	94 (94.0)	-	2.13	0.54	น้อย
รวม						3.60	0.31	มาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
1.การติดต่อสะดวกหรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย	4 (4.0)	2 (2.0)	70 (70.0)	24 (24.0)	-	2.86	0.64	ปานกลาง
2.สามารถสั่งซื้อได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต	91 (91.0)	5 (5.0)	4 (4.0)	-	-	4.87	0.44	มาก
รวม						3.87	0.25	มาก
ด้านการส่งเสริมการขาย								
1.บริการจัดส่งสินค้า	94 (94.0)	4 (4.0)	2 (2.0)	-	-	4.92	0.34	มาก
2.การจัดแสดงสินค้า/ป้ายนำเสนองาน	37 (37.0)	53 (53.0)	8 (8.0)	2 (2.0)	-	4.25	0.69	มาก
3.การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Facebook	76 (76.0)	20 (20.0)	4 (4.0)	-	-	4.72	0.53	มาก
4.การได้รับส่วนลด เช่น กดไลค์ กดแชร์ ในเพจFacebook BK handmade	85 (85.0)	15 (15.0)	-	-	-	4.85	0.36	มาก
รวม						4.69	0.38	มาก
โดยภาพรวม						3.99	0.20	มากที่สุด

แสดงค่าผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านส่วนผสมทาสงการตลาด

สามารถจัดลำดับค่าเฉลี่ย (X) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เปรียบเทียบเท่ากับเกณฑ์ดังนี้

คะแนน	4.50-5.00	คือ	เห็นด้วยมากที่สุดหรือพึงพอใจมากที่สุด
คะแนน	3.50-4.49	คือ	เห็นด้วยมากหรือพึงพอใจมาก
คะแนน	2.50-3.49	คือ	เห็นด้วยปานกลางหรือพึงพอใจปานกลาง
คะแนน	1.50-2.49	คือ	เห็นด้วยน้อยหรือพึงพอใจน้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัยดังนี้

ความพึงพอใจที่มีต่อสร้อยคอกระดานติดยาสาร ของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้าน การส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับ พึงพอใจมาก รองลงมา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับพึงพอใจมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือด้าน ราคา อยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า

2.1ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ .รูปแบบของผลิตภัณฑ์เช่น การออกแบบ ขนาด รูปทรง สี สัน ความสวยงาม อยู่ในระดับ พึงพอใจมาก รองลงมา สินค้ามีประโยชน์ต่อการใช้สอยอยู่ในระดับ พึงพอใจมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความทนทานในการใช้งานอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

2.2ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความคุ้มค่าด้านคุณภาพกับราคาที่จ่ายอยู่ในระดับพึงพอใจมาก รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับพึงพอใจมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย อยู่ในระดับปานกลาง

2.3ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สามารถสั่งซื้อได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การติดต่อสะดวกหรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง

2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริการจัดส่งสินค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก รองลงมาคือ การได้รับส่วนลด เช่น กดไลค์ กดแชร์ในเพจ Facebook BK handmade อยู่ในระดับพึงพอใจมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การจัดแสดงสินค้า/ป้ายนำเสนองานอยู่ในระดับพึงพอใจมาก



แบบสอบถาม

เรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์”สร้อยคอและสร้อยข้อมือจากกระดาษนิยตยสาร”

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☐ ในตัวเลือกตามความเป็นจริงมากที่สุด

- | | | |
|--------------------|----------------------------|---------------------------------|
| 1. เพศ | () ชาย | () หญิง |
| 2. อายุ | () ต่ำกว่า 16 ปี | () 16 - 20 ปี |
| | () 21 - 25 ปี | () 26 - 30 ปี |
| | () 31 ปีขึ้นไป | |
| 3. อาชีพ | () นักเรียน/นักศึกษา | () ครู/อาจารย์ |
| | () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | () รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัท |
| | () ธุรกิจส่วนตัว | () อื่นๆโปรดระบุ |
| 4. ระดับการศึกษา | () ประถมศึกษา | () มัธยมศึกษาตอนต้น |
| | () มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | () อนุปริญญาตรี/ปวส. |
| | () ปริญญาตรี | () ปริญญาโท/สูงกว่า |
| 5. รายได้/ต่อเดือน | () ต่ำกว่า 5,000 บาท | () 5,001 – 10,000 บาท |
| | () 10,001 – 15,000 บาท | () 15,001 ขึ้นไป |

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์”สร้อยคอและสร้อยข้อมือจาก
 นิตยสาร” คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☐ ในตัวเลือกตามความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

รายการประเมินผล	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1.รูปแบบของผลิตภัณฑ์เช่น การออกแบบ ขนาด รูปทรง สี สัน ความสวยงาม					
2.ความทนทานในการใช้งาน					
3.สินค้ามีประโยชน์ต่อการใช้อย					
4.การรับประกันสินค้า					
ด้านราคา					
1.ความคุ้มค่าด้านคุณภาพกับราคาที่จ่าย					
2.ราคาเหมาะสมกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์					
3.ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1.การติดต่อสะดวกหรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย					
2.สามารถสั่งซื้อได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต					
ด้านการส่งเสริมการขาย					
1.บริการจัดส่งสินค้า					
2.การจัดแสดงสินค้า/ป้ายนำเสนองาน					
3.การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Facebook					
4.การได้รับส่วนลด เช่น กดไลค์ กดแชร์ในเพจFacebook BK handmade					

ข้อเสนอแนะ..

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลผลิตภัณฑ์ หรือโครงการสิ่งประดิษฐ์

- ตราสินค้า และรูปแบบผลิตภัณฑ์ หรือโครงการสิ่งประดิษฐ์

- สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

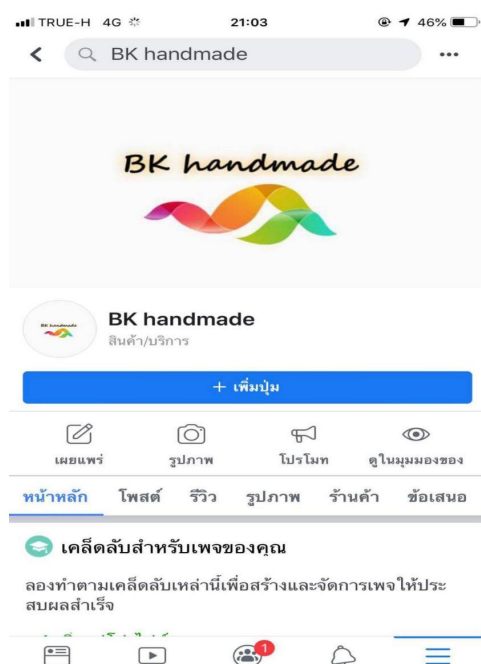
- รูปขั้นตอนการปฏิบัติโครงการ

- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์

โลโก้ผลิตภัณฑ์



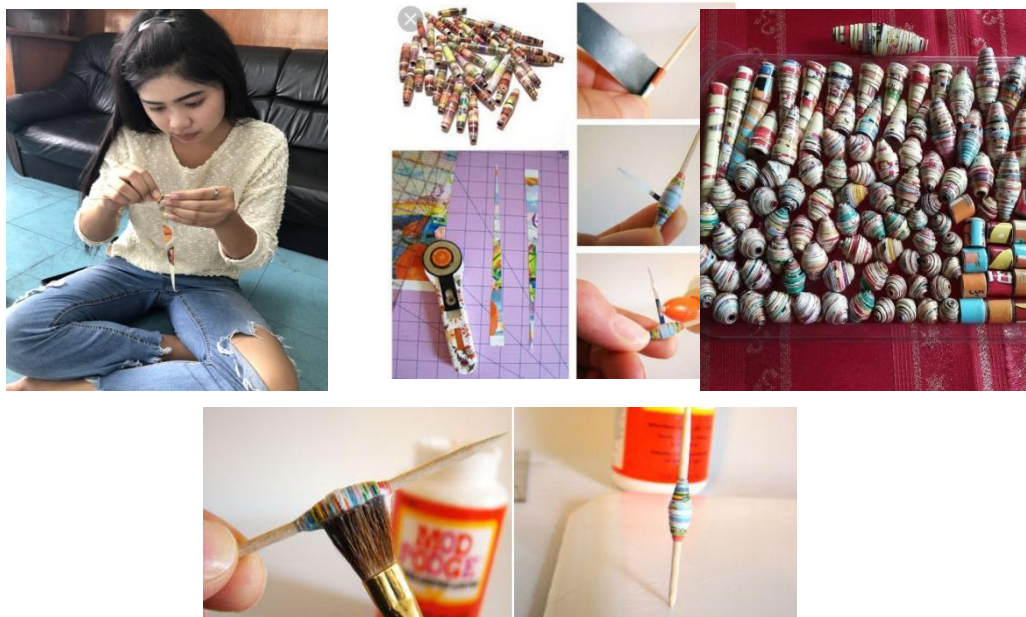
หน้าเพจ Facebook



ขั้นตอนการผลิต



ตัดกระดาษนิตยสารเป็นรูป 3 เหลี่ยม



พันให้เป็นรูปก้นหอย ทากาวให้แน่น ทำ
หลายๆอัน



นำลูกปัดที่ได้มา
ตามรูปแ



ใส่ตะขอเป็นอันเสร็จสิ้น



ตัวอย่างวิธีการใช้งาน



รูปวัสดุอุปกรณ์หลัก



ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ

ชื่อ-สกุล	นางสาว กัลยาดี กวดนอก
วัน เดือน ปีเกิด	14 กันยายน 2541
การศึกษา	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
สถานที่ศึกษา	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่ง	ประธานโครงการ
ชื่อ-สกุล	นางสาว สุภาวดี เกิดภู
วัน เดือน ปีเกิด	27 เมษายน 2542
การศึกษา	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
สถานที่ศึกษา	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่ง	รองประธานโครงการ