



โครงการ นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม
Artification of Innovation Project : The Flower Malai from The plastic Fabric Softener

จัดทำโดย

นายรัชพล เป็นบางนา

นางสาวศิวพร ใจเวส

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
สาขาวิชาการตลาด
วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนาร
ปีการศึกษา 2562



ชื่อโครงการภาษาไทย

นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม

ชื่อโครงการภาษาอังกฤษ

Artification of Innovation : The Flower Malai From The plastic
Fabric Softener

โดย 1. นายรัชพล

แป้นบางนา

2. นางสาวศิวพร

โจ้วเส็ง

.....

คณะกรรมการอนุมัติให้เอกสารโครงการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา วิชาโครงการ
ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์
พนิชชการ(ATC.)

.....

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

บทคัดย่อ

หัวข้อโครงการ	โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม Artification of Innovation : The Flower Malai From The plastic Fabric Softener	
ผู้จัดทำโครงการ	1. นายรัชพล	เป็นางนา
	2. นางสาวศิวพร	โง้วเส็ง
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์กมลวรรณ	บุญสาข
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์วงศ์เดือน	ประไพวัชรพันธ์
สาขาวิชา	สาขาวิชาการตลาด	
สถาบัน	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรณพวิทยพัฒน์วิทยาการ ปีการศึกษา 2562	

บทคัดย่อ

โครงการนี้เป็นโครงการประเภท นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2.เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ 3.เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม4.เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

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

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563 สถานที่ 81/129 คอนโดลุมพินีเมกะบางนาตึกD ถนน บางนาตราด ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัด สมุทรปราการ 10540

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 4,800 บาท เสียค่าใช้จ่าย 3,113 บาท คงเหลือเงิน 582 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการนั้น(1)สามารถสร้างมูลค่าให้กับวัสดุเหลือใช้และสามารถเพิ่มมูลค่าให้นักศึกษา (2) ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความร่วมมือ จากการทำงานเป็นทีม (3) แสดงความคิดเห็นซึ่งกันและกันและสร้างผลิตภัณฑ์แปลกใหม่และมีคุณค่า

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ คือ (1). ขอความช่วยเหลือจากผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับการใช้งานของเครื่องมือเชื่อมตอกถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม (2) ควรค้นหาข้อมูลแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ร่วมสมัย และสอบถามอาจารย์เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ

5. ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ คือ (1)ขอความช่วยเหลือจากผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับการใช้งานของเครื่องมือเชื่อมตอกถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม (2)ควรค้นหาข้อมูลแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ร่วมสมัย และสอบถามอาจารย์เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ

6. จากรายงานผลแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อพวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม ผู้ตอบแบบสอบถามปรากฏผลดังนี้ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด($\bar{X}$ = 4.60, SD, = 0.47) ($\bar{X}$ = 4.60, SD, = 0.42) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.59, SD, = 0.48) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ พึงพอใจมากที่สุด($\bar{x}$ = 4.55, SD, = 0.47

กิตติกรรมประกาศ

โครงการสิ่งประดิษฐ์ พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มเป็นการนำวัสดุที่เหลือใช้ กลับมาใช้ประโยชน์ในการสร้างสรรค์ และเพิ่มมูลค่าในตัวสินค้า พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มที่มีรูปแบบสวยงามแปลกใหม่ โดยการนำวัสดุที่เหลือใช้ให้เกิดประโยชน์ใหม่อีกครั้ง และสำเร็จลุล่วงไปได้ดี ด้วยความกรุณาของ อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย ที่คอยให้คำปรึกษาให้ความรู้การทำโครงการ ที่เสียสละเวลาตรวจเอกสาร ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์ และ อาจารย์อุดมพร เปตานนท์ ที่ให้คำปรึกษาในการเขียนแผนธุรกิจ ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่ พี่สาว พี่ชาย ที่ให้ความสนับสนุน ให้กำลังใจ ให้โอกาสให้การศึกษาและคอยดูแลความสำเร็จความก้าวหน้าของลูก

ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ ที่ให้กำลังใจ ขอขอบคุณตัวเองที่เข้มแข็งอดทนต่อสู้ฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ และสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คณะผู้จัดทำ

โครงการสิ่งประดิษฐ์ พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
เป้าหมายของโครงการ	2
การติดตามผล และการประเมินโครงการ	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	3
แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์	5
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	9
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix)	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ	22
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	
วิธีการดำเนินการ	26
แผนการปฏิบัติงาน	27
สถานที่ดำเนินโครงการ	28
ขอบเขตด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์	29
การจัดทำแผนธุรกิจ	30
บทสรุปผู้บริหาร	30
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	32
ความเป็นมาของธุรกิจ	33
ผลิตภัณฑ์	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ (ต่อ)	
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด	36
แผนบริหารจัดการ	41
แผนการตลาด	46
แผนการผลิต	52
แผนการเงิน	59
แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	70
บทที่ 4 ผลการดำเนินโครงการ	
รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล	71
บัญชีรายรับ – รายจ่าย ในโครงการ	77
สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ	83
บทที่ 5 สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการดำเนินโครงการ	84
ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการ	87
ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา	87
บรรณานุกรม	88
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก โครงการ	
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	
ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ในโครงการ	
100	
ภาคผนวก ง ประวัติผู้ดำเนินโครงการ	
109	

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

เนื่องด้วยปัจจุบันพวงมาลัยหอมจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม ได้รับความสนใจต่อกลุ่มผู้บริโภคชาวไทยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะงานพวงมาลัยหอมจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มที่มีความคิดสร้างสรรค์และมีแนวคิดไอเดียแปลกใหม่ และเป็นที่ยึดจุดความสนใจไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคชาวไทยหรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีความสนใจสินค้าความแปลกใหม่ไม่เหมือนใคร แต่มักมีปัญหาด้านการออกแบบ หรือรูปทรงของตัวผลิตภัณฑ์ไม่ตรงตามความต้องการ ของกลุ่มผู้บริโภคมีความทันสมัย มีรูปแบบการผลิต ที่เน้น ความคงทนถาวรเก็บได้นาน และมีความสวยงามเป็นแหล่งหาวัสดุได้ง่าย เป็นวัสดุที่เหลือใช้ มีการช่วยลดภาวะโลกร้อน มีความพิถีพิถันในการร้อยมาลัยด้วยฝีมือซึ่งเก็บรายละเอียดได้ง่ายกว่า ซึ่งเป็นสินค้าด้านความประณีตละเอียดอ่อน ที่ทำด้วยความใส่ใจทุกขั้นตอนในการร้อยมาลัยผู้บริโภคสามารถเลือกสีได้เช่น สีขาว สีเขียว สีดำ สีชมพู สีแดง สีม่วง สีทอง สีน้ำเงิน สีฟ้า และมีขนาดให้เลือก ขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ มีแบบทั้งหมดครบแบบ แบบพื้นฐาน แบบลายไทย แบบลายอุษะ สามารถเป็นของที่ระลึกหรือของขวัญให้กับคนที่เรารักและสามารถไปไหว้พระได้ เนื่องด้วยปัจจุบันงานหัตถกรรม ถือเป็นงานประดิษฐ์ที่กำลังได้รับความสนใจต่อกลุ่มผู้บริโภคอย่างมากพวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มเป็นอีกหนึ่งงานที่น่าดึงดูดความสนใจไอเดียแปลกใหม่ไม่เหมือนใครแต่มักมีปัญหาด้านการออกแบบ หรือการออกแบบลวดลายบางประเภทอาจติดลิขสิทธิ์ในการออกแบบรูปทรงของตัวผลิตภัณฑ์ไม่ตรงตามความต้องการของผู้ผลิตเนื่องจาก ขนาดและสีสันทันของซองน้ำยาปรับผ้านุ่มที่ใช้แล้วมีจำนวนจำกัดซึ่งปัญหานี้ทำให้ผลผลิตมีลักษณะการทำออกมาน้อยมากเกินไปจนเกิดปัญหาลวดลายติดลิขสิทธิ์เกิดขึ้น

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการนำ เศษถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มที่เหลือใช้กลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์ ในการสร้างสรรค์แนวคิดแปลกใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าในตัวผลิตภัณฑ์การคิดสร้างสรรค์ผลงานตัวผลิตภัณฑ์ รูปแบบสวยงามแปลกใหม่ร่วมสมัยไม่เหมือนใคร เพื่อให้เห็นคุณค่าของวัสดุเหลือใช้ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์ได้หลายอย่าง ทั้งเป็นการลงมือปฏิบัติจริงของนักศึกษา และเป็นการสร้างรายได้ให้กับ นักศึกษาอีกด้วยในอนาคต

วัตถุประสงค์

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

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุที่เหลือใช้ พวงมาลัยหอมจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการ ดังนี้

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

1. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์

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

ทอมัส ฮิวซ์ (Thomas Hughes) ได้ให้ความหมายของ “นวัตกรรม” ว่า เป็นการนำวิธีการใหม่ ๆ มาปฏิบัติหลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้รับการพัฒนามาเป็นขั้น ๆ แล้ว เริ่มตั้งแต่การคิดค้น (Invention) การพัฒนา (Development) ซึ่งอาจจะเป็นไปในรูปของ โครงการทดลองปฏิบัติก่อน (Pilot Project) แล้วจึงนำไปปฏิบัติจริง ซึ่งมีความแตกต่างไปจากการปฏิบัติเดิมที่เคยปฏิบัติมา

มอร์ตัน (Morton, J.A.) ให้ความหมาย “นวัตกรรม” ว่า เป็นการทำให้ใหม่ขึ้นอีกครั้ง (Renewal) ซึ่งหมายถึง การปรับปรุงสิ่งเก่าและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ๆ นวัตกรรม ไม่ใช่การจัดหรือล้มล้างสิ่งเก่าให้หมดไป แต่เป็นการ ปรับปรุงเสริมแต่งและพัฒนา

วัชรพล วิบูลยศรี (2556 : 10) กล่าวถึงความหมายของ นวัตกรรม คือ แนวคิด วิธีการปฏิบัติ หรือสิ่งใหม่ที่ยังไม่แพร่หลายหรือยังไม่เคยใช้มาก่อน และเข้ามาเปลี่ยนแปลงกระบวนการหรือสิ่งที่มีอยู่เดิม โดยผ่านการคิดค้นประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ หรือพัฒนาจากของเดิมที่มีอยู่ให้ทันสมัย และปรับปรุงจนได้ผลดีมีประสิทธิภาพ (อ้างอิงจาก <https://jarernsri512.wordpress.com>)

องค์ประกอบของนวัตกรรม ประกอบด้วย

1. ความใหม่ ใหม่ในที่นี้คือ สิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีผู้ใดทำมาก่อน เคยทำมาแล้วในอดีตแต่นำมาหรือพื้นใหม่ หรือเป็นสิ่งใหม่ที่มีการพัฒนามาจากของเก่าที่มีอยู่เดิม
2. ใช้ความรู้หรือความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนานวัตกรรมต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างและพัฒนา ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบ หรือการทำซ้ำ
3. มีประโยชน์ สามารถนำไปพัฒนาหรือแก้ปัญหาในการดำเนินงานได้ ถ้าในทางธุรกิจต้องมีประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ สร้างมูลค่าเพิ่ม
4. นวัตกรรมมีโอกาสในการพัฒนาต่อได้

ขั้นตอนของนวัตกรรม

1. การคิดค้น (Invention) เป็นการยกย่องนวัตกรรมประกอบด้วยการศึกษาเอกสารทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม การกำหนดโครงสร้างรูปแบบของนวัตกรรม
2. การพัฒนา (Development) เป็นขั้นตอนการลงมือสร้างนวัตกรรมตามที่ยกย่องไว้ การตรวจสอบคุณภาพของนวัตกรรมและการปรับปรุงแก้ไข
3. ขนส่งไปใช้จริง (Implement) เป็นขั้นที่มีความแตกต่างจากที่เคยปฏิบัติเดิมมา ในขั้นตอนนี้รวมถึงขั้นการทดลองใช้นวัตกรรม และการประเมินผลการใช้นวัตกรรม
4. ขันเผยแพร่ (Promotion) เป็นขั้นของการเผยแพร่ การนำเสนอ หรือการจำหน่าย

หลักการสร้างสรรค์งานประดิษฐ์

การสร้างสรรค์งานประดิษฐ์ให้ประดิษฐ์ให้ประสบผลสำเร็จนั้น ผู้เรียนต้องมีความพึงพอใจในการทำงาน โดยยึดหลักการดังนี้

1. หมั่นศึกษาหาความรู้ในงานที่ตนเองสนใจ โดยศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญการในชุมชนการโรงเรียน จากตัวอย่างสิ่งประดิษฐ์ที่สนใจ
2. ศึกษาหลักการ วิธีการ หรือขั้นตอนการปฏิบัติงาน ในการประดิษฐ์ชิ้นงานโดยการวิเคราะห์ด้วยตนเองหรือศึกษาจากผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ หรือจากสื่อต่าง ๆ เช่น วารสาร หนังสือ เป็นต้น
3. ทดลองการปฏิบัติการประดิษฐ์ ผู้เรียนต้องศึกษาค้นคว้าและทดลองปฏิบัติตามแนวคิดที่ได้สร้างสรรค์ไว้ และมีการปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องจนสำเร็จเป็นชิ้นงานประดิษฐ์ที่พึงพอใจ

การออกแบบงานประดิษฐ์

การออกแบบงานประดิษฐ์ เป็นการสร้างรูปลักษณ์ของชิ้นงาน โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ความเข้าใจ ในหลักการออกแบบและนำมาใช้ ทำให้การออกแบบชิ้นงานนั้นมีคุณค่าและน่าสนใจ

1. การออกแบบ หมายถึง การทำต้นแบบ หรือการทำโครงสร้างของชิ้นงานที่ต้องการประดิษฐ์ เพื่อให้ได้ผลงานสำเร็จตามที่มุ่งหวัง โดยการเลือกวัสดุ เลือกสี ที่นำมาใช้ให้เหมาะสมสวยงาม

2. ที่มาของการออกแบบงานประดิษฐ์

2.1. การศึกษาแบบของงานที่ตนสนใจจากหนังสือ นิตยสารแล้วทดลองปฏิบัติ

2.2. การดัดแปลงแบบที่มีอยู่เดิม หรือแบบตัวอย่างโดยทำการศึกษาแบบ จนเกิดความเข้าใจ จึงปฏิบัติการสร้างแบบ โดยการนำเอาแนวความคิดหรือความคิดสร้างสรรค์ของตนเองไปผสมผสานทำให้ได้แบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนใคร

2.3. การออกแบบด้วยตนเองคือการออกแบบที่เกิดจากแนวคิดของตนเองและทดลองปฏิบัติสร้างแบบจนได้แบบที่สวยงาม เหมาะสมตามความต้องการ

ประโยชน์ของงานประดิษฐ์

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

(อ้างอิงจาก<http://netra/pru.ac.th>)

2. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์

แนวคิดในเรื่องวัฏจักรของผลิตภัณฑ์ ซึ่งให้เราเห็นว่าระดับของผลกำไรจะไม่คงที่อยู่ตลอดไป โดยไม่ลดลง สินค้าใด ๆ ก็ตามย่อมจะต้องถึงจุดอิ่มตัวและถดถอยเหมือนกันหมด ด้วยเวลาและความเร็วที่ต่างกันออกไป ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา จึงเป็นแนวทางให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคต่อไปไม่สิ้นสุด

การลงทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ก็มีความเสี่ยงสูงมาก สภาพการณ์ของตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างสลับซับซ้อนและไม่แน่นอน อัตราการล้มเหลวของผลิตภัณฑ์ใหม่จึงค่อนข้างสูง ผลิตภัณฑ์บางชนิดเป็นผลจากความคิดสร้างสรรค์ที่ดีมากแต่ไม่มีโอกาสพัฒนา อย่างไรก็ตาม เวลาพูดถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ ไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ถอดด้ามเสมอไป ผลิตภัณฑ์ใหม่ส่วนมากเป็นนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นมาจากประติฐ์กรรมเก่า แต่ใช้ประโยชน์ได้ดีกว่าเดิม และเป็นที่ยอมรับของท้องตลาด การหยิบยืมเอาความคิดหรือผลงานออกแบบในอดีตมาขัดเกลาใหม่ พัฒนาต่อเติมเสริมแต่งให้ขยายออกไปเป็นฐานของการสร้างนวัตกรรมที่ไม่มีที่สิ้นสุด

การหาความคิดใหม่ ๆ เป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สำคัญ แต่เราจะพุ่มพักและบ่มเพาะความคิดต่าง ๆ จะพัฒนาความคิด จะค้นหาความคิดจากไหน และด้วยวิธีใด เป็นคำถามที่นักออกแบบมือใหม่ประสงค์จะได้รับคำตอบมากที่สุดสิ่งแรกที่ต้องทำและบังเกิดผลที่รวดเร็ว คือการมองหาคำแนะนำ การชี้แนวทาง การอธิบาย และการศึกษาผลงานของนักออกแบบรุ่นก่อน เพื่อจะได้เข้าใจวิธีคิดและวิธีการทำงานของเขาเหล่านั้น แล้วนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมแต่ในรูปขององค์กรแล้ว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ทุกชนิดล้วนเริ่มต้นมาจากแนวความคิดทั้งสิ้น และมักเป็นการทำงานร่วมกันเป็นทีม โดยเปิดโอกาสให้คนกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความรู้และทักษะต่างกันช่วยกันคิดช่วยกันพัฒนา แต่ทั้งนี้แนวคิดใหม่ที่ได้มานั้น จะต้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจนั้นด้วย จึงจะเกิดประโยชน์แท้จริงได้

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางความงาม

รูปลักษณ์ทั้งดงามสะดูตานับเป็นหัวใจพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์บางประเภทประเด็นในการพิจารณาเลือกซื้อของผู้บริโภค อาจไม่ใช่เรื่องของสมรรถนะหรือคุณสมบัติพิเศษโดดเด่นสำหรับการใช้งานของผลิตภัณฑ์นั้น แต่กลับเป็นความพึงพอใจในความงามของรูปโฉมภายนอกเป็นประเด็นสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ แนวคิดนี้มีลักษณะที่สนองตอบค่านิยมในสังคมมากกว่าความจำเป็นหรือความต้องการขั้นพื้นฐาน สอดคล้องกับสุภชาติไทยที่ว่า ไก่งามเพราะขน คนงามเพราะแต่ง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องประดับ เสื้อผ้า ของขวัญ เพอร์นิเจอร์ และของตกแต่งบ้าน เป็นต้น

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย

หลักการดำเนินธุรกิจต้องถือว่าผู้บริโภคมีความหมายและสำคัญต่อการอยู่รอดของธุรกิจ ผู้บริโภคยุคใหม่มีความรู้และมีวิจารณญาณที่ดีขึ้นในการพิจารณาเลือกซื้อสิ่งของต่าง ๆ ไม่ถูกชักจูงง่าย และซื้อเฉพาะสิ่งที่จำเป็นและมีคุณค่าโดยแท้จริงต่อการใช้อุปโภคบริโภค การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่จำเป็นต้องมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูล (Research) เพื่อกำหนดแนวทางให้สอดคล้องกับความต้องการของ

กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และควรตระหนักอยู่เสมอว่าผู้บริโภคมักจะซื้อสินค้าที่เขาเชื่อว่าจะแก้ปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นกับเขาได้ ดังนั้นปัญหาจึงเป็นตัวกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคที่แข็งแกร่งเสมอ แนวคิดนี้จะเน้นการแก้ปัญหาเป็นประเด็นสำคัญ ไม่นิยมการเสริมแต่งเพื่อความสวยงามจนเกินความจำเป็น

ความเหมาะสมกับสรีระของผู้ใช้งาน

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสรีระของผู้ใช้งานมาก่อนสิ่งอื่นใด รูปแบบของผลิตภัณฑ์จะเป็นไปในลักษณะที่จูงใจให้เกิดการตอบสนองทางกายภาพที่ดี ไม่ก่อให้เกิดความเมื่อยล้า โดยง่าย กระชับได้ส่วนกับสรีระ เป็นต้น

การออกแบบที่เน้นการประหยัดเนื้อที่

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงการประหยัดเนื้อที่ในการขนส่ง การจัดเก็บ และการพกพาเป็นสำคัญ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่จะก่อให้เกิดการประหยัดเนื้อที่ได้ นั้น มักจะเป็นไปในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่พับได้ ซ้อนได้ ยึดหดได้ ถอดประกอบได้ เป็นต้น

การออกแบบที่เน้นความคล่องตัวในการใช้งาน

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นการแก้ปัญหาด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์ให้เกิดความคล่องตัวและสะดวกมากขึ้น รูปแบบของผลิตภัณฑ์มักเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม และวิถีการดำเนินชีวิตทั้งทางงานและส่วนตัว ควบคู่กับความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี

ความสัมพันธ์กันระหว่างรูปลักษณ์กับพฤติกรรมการใช้งาน

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่อาศัยการมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างรูปลักษณ์กับพฤติกรรมการใช้งานที่ตอบรับกัน เช่น การรวมเอาผลิตภัณฑ์ที่มีตำแหน่งการใช้งานเดียวกันเข้าด้วยกัน แต่คงไว้ซึ่งประสิทธิภาพของการใช้สอยเดิม ข้อเด่นของแนวคิดนี้คือเกิดความเรียบง่ายและสร้างความประหลาดใจเมื่อพบเห็นได้มาก

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุอยู่แล้ว

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

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นความเป็นธรรมชาติ

ปัจจุบันคนส่วนใหญ่มีแนวโน้มต้องการหาสินค้าที่ปลอดภัยของธรรมชาติ เพราะต้องการความสงบ ผ่อนคลาย และที่พึงพอใจในการฟื้นฟูความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ และคนอีกส่วนหนึ่งเชื่อว่าวัตถุดิบจากธรรมชาติคือความสด สะอาด บริสุทธิ์ และมีคุณค่าที่จะทำให้สุขภาพของเราแข็งแรง ดังนั้นความนิยมในตัวผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนช่วยให้เราได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติมากขึ้นนั้น ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม ยังคงเป็นกระแสนิยมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ถึงแม้ว่าจะมีช่วงเวลาของการถดถอยหรือห่างเหินบ้าง แต่ท้ายที่สุดมนุษย์กับธรรมชาติก็อาจแยกขาดจากกันได้

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่สะอาดที่เรียกกันทั่วไปว่าผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green product) นั้น มีสาเหตุมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคของมนุษย์ ที่มีแนวโน้มการบริโภคที่เร็วขึ้น เบื่อแล้วทิ้ง ทำให้เกิดขยะมากมายที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทั้ง ๆ ที่ผลิตภัณฑ์นั้นยังไม่เสีย หรือชำรุด เพียงบางส่วนซึ่งสามารถซ่อมแซมใช้ใหม่ได้

การออกแบบผลิตภัณฑ์ตลาดเฉพาะกลุ่ม

ผลิตภัณฑ์หลายอย่างออกแบบมาเพื่อ ใช้กับกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งโดยเฉพาะ หรือใช้ในบางสถานที่เท่านั้น แต่สำหรับผลิตภัณฑ์บางอย่างก็เหมาะสมกับการใช้งานในบางกลุ่มคน เช่น สุขภัณฑ์สำหรับเด็ก โทรศัพทสำหรับเด็กตาบอด เป็นต้น

จุดมุ่งหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม ก็เพื่อจะหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับคู่แข่งรายใหญ่ที่มุ่งสู่ตลาดหลัก ซึ่งเป็นการทำตลาดที่วัดกันด้วยปริมาณมาก (Economies of scale) ทั้งในการผลิต การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

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

การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม

เอ็ดวิน อี. บ็อบโรว์ กล่าวว่า "มนุษย์มีสิ่งจำเป็นน้อยแต่มีความอยากมากมายจึงค้นหาสิ่งต่าง ๆ ที่ตนต้องการ แล้วจึงผลิตมันขึ้นมา"ความจริงแล้วมนุษย์สามารถมีชีวิตอยู่ได้โดยปราศจากนวัตกรรม แต่เมื่อประวัติศาสตร์หมุนเวียนเปลี่ยนไป แนวโน้มการพึ่งพิงนวัตกรรมใหม่(Innovation) ก็มีมากขึ้น

เรื่อย ๆ จนกลายเป็นองค์ประกอบจำเป็นสำหรับจริยธรรมของเรา ดังนั้นหากต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ประสบความสำเร็จ ให้พัฒนาเฉพาะสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการจะซื้อเท่านั้น นักออกแบบอาจจะชอบความคิดของตัวเองเหมือนแม่ที่เห็นลูกตัวเองน่ารัก

แต่คนอื่น ๆ จะชอบความคิดของเราหรือไม่ ยังเป็นคำตอบคลุมเครือที่ต้องรอการพิสูจน์ ดังนั้นการค้นหาลักษณะต่าง ๆ ที่คนส่วนใหญ่ต้องการ แล้วจึงผลิตมันขึ้นมาดูจะเป็นทางเลือกที่เหมาะสมและมีความเสี่ยงต่อการล้มเหลวทางธุรกิจน้อยกว่า

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้น บาง เล็ก และให้อิสระ

ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลส่วนใหญ่ปรารถนาคือขนาดเล็ก พกพาสะดวก น้ำหนักเบา ใช้งานคล่องตัว และอัดแน่นด้วยสมรรถนะ แต่การที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะเบา บาง เล็ก และให้อิสระได้นั้น มักต้องอาศัยความก้าวหน้าทางวัสดุและเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่มาช่วยแก้ปัญหา ในอีกมุมมองหนึ่งของการตลาดแล้ว การตั้งแนวความคิดแบบใหม่ถอดด้ามสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นเป็นเรื่องยาก เพราะกว่าที่แนวคิดจะเป็นรูปธรรมได้ต้องใช้เวลาและเงินลงทุนสูง รวมทั้งมีความเสี่ยงสูงด้วย ทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจคือ การออกแบบต่อยอดของเก่า โดยการนำเอาสิ่งที่มีอยู่แล้วมาดัดแปลงเพิ่มเติมคุณสมบัติบางประการให้เกิดผลดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ เช่น ปลอดภัยกว่า ประหยัดกว่า กะทัดรัดกว่า ทนทานกว่า ใช้งานง่ายกว่า ดูแลรักษาง่ายกว่า รูปแบบดูดีและทันสมัยกว่า ฯลฯ เช่น พัดลมใบพัดรูปแบบมาตรฐานทั่วไปนำมาพัฒนาดัดแปลงเป็นพัดลมหลายหัว พัดลมมือถือ พัดลมพับเก็บได้ พัดลมไอน้ำ พัดลมมีกลิ่นหอม เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นผลมาจากการคิดต่อยอดของเก่าทั้งสิ้น ทำให้เกิดเป็นทางเลือกใหม่กับผู้ใช้และผู้ผลิตตามมาอีกมากมาย (อ้างอิงจาก <http://netra.pru.ac.th>)

3.แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภคและสังคมพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษา ลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคลเช่นครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วย

พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994)

Engel และผู้ร่วมงาน (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

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

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

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

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย การตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการ ดังกล่าว เป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจโดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจมีอยู่หลายรูปแบบ

ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้

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

อาการแสดง และปัญหาที่ต้องแก้ไขได้แก่ การที่คุณภาพสินค้าต่ำ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดต้องคอยสังเกตอาการแสดงต่าง ๆ ทั้งต้องรวบรวมข้อมูลที่เป็นต่อการค้นหาสาเหตุของอาการแสดงเหล่านั้น ซึ่งจะนำไปสู่การระบุปัญหาที่แท้จริงได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

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

ขั้นที่ 3 การพัฒนาทางเลือก (Develop potential alternatives) ขั้นตอนต่อไป ผู้บริหารควรทำการพัฒนาทางเลือกต่าง ๆ ขึ้นมา ซึ่งทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ ในการแก้ปัญหาให้น้อยลงหรือให้ประโยชน์สูงสุด ตัวอย่างเช่น กรณีที่องค์กรประสบปัญหาเวลาการผลิตไม่เพียงพอ ผู้บริหารอาจพิจารณาทางเลือกดังนี้ 1) เพิ่มการทำงานกะพิเศษ 2) เพิ่มการทำงานล่วงเวลาโดยใช้ตารางปกติ 3) เพิ่มจำนวนพนักงาน หรือ 4) ไม่ทำอะไรเลย ในการพัฒนาทางเลือก ผู้บริหารอาจขอความคิดเห็นจากนักบริหารอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จทั้งภายในและภายนอกขององค์กร ซึ่งอาจใช้วิธีการปรึกษาหารือเป็นรายบุคคล หรือจัดการประชุมกลุ่มย่อยขึ้น ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลเหล่านั้นเมื่อผนวกกับสติปัญญา ความรู้ ความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ 12 ของตนเองจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถพัฒนาทางเลือก

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

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

ขั้นที่ 6 การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ (Implement the decision) เมื่อผู้บริหารได้ทางเลือกที่ดีที่สุดแล้ว ก็ควรมีการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรกำหนดโปรแกรมของการตัดสินใจ โดยระบุถึงตารางเวลาการดำเนินงานงบประมาณ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ ควรมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจน และจัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะช่วยให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ผู้บริหารควรกำหนดระเบียบวิธี กฎ และนโยบาย ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

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

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อของผู้บริโภค (Factors Influence consumer Buying Behavior)

1. ปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้ซื้อเองผู้ซื้อที่มีความแตกต่างในเรื่อง เพศ อายุ รายได้ สถานภาพของครอบครัว และอาชีพ โดยความแตกต่างในปัจจัย เหล่านี้ทำให้เกิดพฤติกรรมการณ์การซื้อที่แตกต่างกันออกไป

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

3. การรับรู้ (Perception) การรับรู้มีผลกับการกระตุ้นการซื้อ และการบริการลูกค้าสัมพันธ์นั้น ควรทำความเข้าใจในลักษณะการรับรู้ของกลุ่มตลาดเป้าหมาย ต่าง ๆ เช่น กลุ่มของสินค้าสำหรับเด็ก,

สำหรับกลุ่มคนที่อยู่ในวัยทำงาน และกลุ่มของผู้สูงอายุ หลังจากนั้น องค์กรสามารถเลือกข้อมูล ข่าวสาร ที่เหมาะสมกลุ่มตลาดเป้าหมายจะรับรู้ได้ง่าย

4. ทักษะ (Attitude) ความสำเร็จทัศนคติที่ดี กับภาพพจน์ขององค์กรพนักงานขายและสินค้าหรือ บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าใด ๆ ที่ใหม่ออกสู่ตลาด จะประสบความสำเร็จได้ นับจะ ต้องสร้างทัศนคติที่ดีให้กับผู้ซื้อ ให้เกิดการยอมรับในตลาดกลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องใน กระบวนการซื้อ (Participants in Buying Process) กลุ่มคนเหล่านี้มีบทบาท ในการตัดสินใจซื้อ โดย สามารถแยกกลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อออกเป็น 5 กลุ่ม

ผู้ริเริ่ม (Initiator) ส่วนมากแล้วจะเป็นผู้ใช้ (Users) เป็นผู้เสนอแนวความคิด ให้แนวทางหรือ อธิบาย บอกเล่าให้ฟังเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการ

- ผู้มีอิทธิพล (Influencer) เป็นผู้ที่มีความสามารถในการชักจูงหรือชักชวนให้ผู้ซื้อ โน้มเอียง ตามความ ต้องการได้ ในกระบวนการตัดสินใจ

- ผู้ตัดสินใจ (Deciders) คือผู้พิจารณาขั้นสุดท้ายว่าจะมีการซื้อสินค้าหรือไม่

- ผู้อนุมัติ (Approvers) คือบุคคลที่อนุมัติให้เกิดการซื้อขึ้น

- ผู้ซื้อ (Buyer) คือบุคคลที่ไปซื้อสินค้านั้น อาจเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องในกระบวนการ ตัดสินใจ

การเปลี่ยนแปลงลักษณะการซื้อของผู้บริโภค (Change in Consumer Buying Habits) พฤติกรรม การซื้อในสังคมไทยมีลักษณะเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นชัดเจนมีดังนี้

- การเปลี่ยนแปลงปริมาณการซื้อ (Size and Quantity) เนื่องจากเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น ปริมาณการซื้อสินค้าต่าง ๆ มีขนาดลดลงในแต่ละครั้งที่ซื้อ โดยจะเป็นการซื้อปริมาณที่น้อยลง แต่เน้น คุณภาพมากขึ้น

- การเปลี่ยนแปลงทำเลซื้อ (Changing in Buying location) ทำเลที่ตั้งขององค์กร โดยเฉพาะ ร้านค้ามีความสำคัญมากขึ้นกับการซื้อสินค้าหรือบริการ

- ต้องการความสะดวกสบายในการซื้อมากขึ้น (Conveniences) สินค้าหรือบริการนั้น ต้องการ ความสะดวกสบายในการซื้อ

- การซื้อสินค้าโดยบริการตัวเองเพิ่มขึ้น (Self-Services) ผู้ซื้อจะมีความสนใจมากขึ้น 14 สามารถซื้อสินค้าได้ในราคายุติธรรมมากขึ้น

- การใช้สินเชื่อ (Credit Required) ผู้ซื้อจะมีความสนใจมากขึ้นในการซื้อสินค้าและบริการ โดย การผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ในกรณีนี้เกิดผลกระทบ กับผู้ประกอบการคือ เมื่อผู้ประกอบการสามารถขาย

สินค้าหรือบริการในลักษณะเงินเชื่อมากเท่าไร ขณะเดียวกัน ก็จำเป็นต้อง กันเงินสำหรับสำรอง ค่าใช้จ่ายในการติดตามเก็บหนี้และเพื่อหนี้สูญเพิ่มขึ้น

- ผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีความพิเศษเฉพาะตัวมาใช้งานเพื่อสนองความต้องการความพึงพอใจ ของลูกค้าในแต่ละฝ่าย เช่น บริการหรือสินค้าจะสามารถปรับเปลี่ยนคุณสมบัติหรือลักษณะการให้บริการของลูกค้าได้มากขึ้น เช่น การออกแบบของหมอนขึ้นอยู่กับ อายุของผู้ใช้, ขนาดของศีรษะ และ ความชอบส่วนบุคคลที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละราย
(อ้างอิงจาก <http://library.vu.ac.th>)

4. แนวคิดการเขียนแผนธุรกิจ

จุดเริ่มต้นสำหรับการทำแผนธุรกิจนั้น ควรประกอบไปด้วยการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้โดยละเอียด ได้แก่ (1) สินค้าหรือบริการที่จะขาย (2) กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง (3) จุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการที่จะทำ (4) นโยบายการตลาด (5) วิธีการหรือกระบวนการในการผลิต และ (6) ตัวเลขทางการเงิน เกี่ยวกับ รายได้ ค่าใช้จ่าย กำไร ขาดทุน จำนวนเงินที่จะลงทุน และกระแสเงินสด ที่คาดการณ์ไว้

แผนธุรกิจที่ดี เมื่ออ่านแล้วจะต้องสามารถตอบคำถามเหล่านี้ได้

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

เหมาะสมเพียงใด

9. จำนวนและคุณภาพของพนักงานที่ต้องการมีเพียงพอหรือไม่

ผู้ที่ริเริ่มจะก่อตั้งธุรกิจใหม่ จำเป็นต้องใช้เวลากับการเขียนแผนธุรกิจ เพื่อให้ได้แผนที่ดีทั้งนี้ เพราะแผนที่ดีเป็นตัวชี้ว่าผู้เขียนมีความสามารถ ไม่ใช่เพียงแต่ความคิดความฝันเท่านั้น แผนที่ดีจะทำให้ผู้ร่วมลงทุนหรือผู้ให้กู้แน่ใจว่า ผู้ประกอบการใหม่สามารถทำให้ความคิดและความฝันกลายเป็นความจริงได้หรือไม่แผนที่ดีชี้ให้เห็นว่าผู้เขียนเป็นมืออาชีพ ความสมบูรณ์ครบถ้วนของแผนจะเป็นตัว

สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ประกอบการมีความสามารถและความใส่ใจเพียงใด เพราะถ้าแผนของเขายังไม่มีคุณภาพ ข้อมคาดหวังไม่ได้กับคุณภาพการประกอบการในอนาคตแผนที่ดีชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีการเตรียมตัวอย่างดี แผนจะบอกถึงระดับความเตรียมพร้อมในธุรกิจที่จะลงทุน ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความรู้เท่าทันในธุรกิจนั้น ๆ ขนาดไหน ยิ่งถ้ามีระดับการเตรียมพร้อมและทางหนีทีไล่มากเท่าไร ยิ่งทำให้ผู้ร่วมลงทุนหรือผู้ให้รู้สึกเสี่ยงน้อยลงเท่านั้นแผนที่ดีเผยให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีวิสัยทัศน์ คือเป็นผู้เล็งการณ์ไกล และมีวิธีจัดการกับสิ่งท้าทายในอนาคต แผนธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรก ซึ่งแผนดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานในอนาคตของผู้บริหารและปฏิบัติงานในองค์กร รวมทั้งเป็นประโยชน์แก่สถาบันการเงินและนักลงทุนภายนอกที่จะเป็นแหล่งเงินทุนให้แก่กิจการในอนาคตได้ โดยปกติแผนธุรกิจจะบอกให้เราทราบว่าปัจจุบันเราเดินอยู่ตรงไหน อนาคตจะไปอยู่ที่ใด ด้วยวิธีการอย่างไร

องค์ประกอบสำคัญในแผนธุรกิจนั้นที่จริงแล้วมิได้มีการกำหนดไว้ตายตัว แต่อย่างไรก็ตามองค์ประกอบหลักที่นักลงทุนมักพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญและต้องการที่จะทราบเกี่ยวกับสิ่งเหล่านั้นคือ

องค์ประกอบที่ 1 บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

บทสรุปสำหรับผู้บริหารนั้นเป็นส่วนที่สรุปใจความสำคัญๆ ของแผนธุรกิจทั้งหมดให้อยู่ในความยาวไม่เกิน 1-2 หน้า ส่วนนี้มีความสำคัญเพราะเป็นส่วนแรกที่ผู้ร่วมลงทุนจะอ่าน และจะต้องตัดสินใจจากส่วนนี้ว่าจะอ่านรายละเอียดในตัวแผนต่อไปหรือไม่ ดังนั้น บทสรุปผู้บริหารจึงต้องชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญคือ

- 1) ชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสจริง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในตลาดสำหรับธุรกิจที่กำลังคิดจะทำ
- 2) ต้องชี้ให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการที่จะทำนั้น จะสามารถใช้โอกาสในตลาดที่ว่านั้นให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไรบ้าง

บทสรุปผู้บริหารจึงต้องเขียนให้เกิดความน่าเชื่อถือ หนักแน่น และชวนให้ติดตามรายละเอียดที่อยู่ในแผนต่อไป ผู้เขียนแผนพึงระลึกไว้เสมอว่าคุณภาพของบทสรุปผู้บริหารจะสะท้อนถึงคุณภาพของแผนโดยรวม จึงควรให้เวลากับการเขียนแผนส่วนนี้อย่างพิถีพิถัน

ส่วนเนื้อหาในส่วนนี้ควรประกอบไปด้วยสิ่งต่อไปนี้

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

5) ความคุ้มค่าเชิงเศรษฐกิจและความสามารถในการทำกำไร

6) ทีมผู้บริหาร บอกถึงความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์

7) ข้อเสนอผลตอบแทน

องค์ประกอบที่ 2 ประวัติย่อของกิจการ

องค์ประกอบส่วนนี้เป็นการให้ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้ง ทั้งใน ด้านรูปแบบการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการเล็งเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้าและบริการ ที่ต้องการนำเสนอให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้ยังควร ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายระยะที่ต้องการให้เป็นในอนาคต

องค์ประกอบที่ 3 การวิเคราะห์สถานการณ์

ขั้นตอนแรกของการจัดทำแผนธุรกิจคือ การพยายามทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของการ ดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของปัจจัยสำคัญ ที่ส่งผลกระทบต่อ สถานการณ์การแข่งขัน ความน่าสนใจโดยรวมของอุตสาหกรรม ตลอดจนความสามารถในการทำ กำไร และความพร้อมในด้านต่าง ๆ ของกิจการ ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์จึงเป็นงานอันดับแรก ที่สำคัญที่ผู้ทำธุรกิจควรกระทำ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ และแผนการ ดำเนินงานของกิจการส่วนใหญ่แล้วเครื่องมือสำคัญที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์นี้คือ SWOT Analysis ได้แก่ การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน เพื่อมองหาจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของกิจการ และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก เพื่อมองหาโอกาส (Opportunities) และ อุปสรรค (Threats) ของกิจการผลลัพธ์ของการวิเคราะห์สถานการณ์ คือบทวิเคราะห์ความเป็นไปและ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินธุรกิจที่เป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ของ กิจการต่อไป

องค์ประกอบที่ 4 วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ นั่นคือ ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่กิจการต้องได้รับในช่วง ระยะเวลาของแผน ซึ่งโดยทั่วไปเป้าหมายทางธุรกิจอาจเป็นเป้าหมายโดยรวมของกิจการและเป้าหมาย เฉพาะด้านในแต่ละแผนหรือลักษณะงาน เช่น เป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางการเงิน เป้าหมายทางการผลิต เป็นต้น นอกจากนี้เป้าหมายทางธุรกิจอาจแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ตามระยะเวลาอีกด้วยทั้งนี้การกำหนดเป้าหมายไม่ได้หมายถึงการมุ่งหวังเพียงผลกำไร หรือผลลัพธ์ในระยะสั้นมากเกินไป โดยเฉพาะหากผลในระยะสั้นนั้นอาจจะก่อให้เกิดผลเสียได้ใน ระยะปานกลางและระยะยาวดังนั้นจะพบว่าลักษณะของเป้าหมายทางธุรกิจที่ดีมี 3 ประการคือ

1. มีความเป็นไปได้

2. สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม

3. เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

องค์ประกอบที่ 5 แผนนำ คือ แผนการตลาด

แผนการตลาด คือ การกำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาด ตลอดจนกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า โดยใช้ประโยชน์จากความเข้าใจที่ได้รับจากการวิเคราะห์สถานการณ์ในองค์ประกอบที่ 3 มาพิจารณาร่วมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ในองค์ประกอบที่ 4 โดยทั่วไปเนื้อหาของแผนการตลาดต้องตอบคำถามหลักๆ ให้กับผู้ทำธุรกิจดังต่อไปนี้

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

โดยสรุปแล้วส่วนประกอบที่สำคัญของแผนการตลาดจะประกอบด้วยเนื้อหา หลักๆ 4 ส่วน คือ

1. เป้าหมายทางการตลาด

2. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

3. กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดประกอบด้วย กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันในการแข่งขันกลยุทธ์เพื่อการเติบโตทางการตลาดและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

4. การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด

องค์ประกอบที่ 6 แผนเชื่อม คือ แผนการผลิต

แผนการผลิตและการปฏิบัติที่ดีจะต้องสะท้อนความสามารถของกิจการในการจัดการกระบวนการผลิตและปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมุ่งเน้นประเด็นการจัดการไปยังระบบการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตให้เป็นผลผลิตซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์อย่างเป็นระบบได้ ตั้งแต่ขั้นตอนการนำเข้าวัตถุดิบ (input) กระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบ (process) จนถึง การนำออกผลผลิต (output) และข้อมูลย้อนกลับ (feedback) โดยวัตถุดิบและทรัพยากรนั้นในที่นี้หมายความว่า ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ ชั่วโมงแรงงานที่ทำการผลิต หรือค่าใช้จ่ายรวมของทรัพยากรทุกอย่างที่ใช้ สำหรับกระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบ ก็คือกระบวนการในการแปลงสภาพวัตถุดิบและทรัพยากรการผลิตให้เป็นผลผลิต และผลผลิตในที่นี้คือจำนวนหรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่ผลิตได้นั่นเองซึ่งในการวางแผนการผลิตและปฏิบัติ นั้น ผู้ทำ

ธุรกิจต้องพิจารณาตัดสินใจในประเด็นสำคัญ ๆ ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้โดยพยายามแสดงออกมาให้ได้ รายละเอียดชัดเจนมากที่สุด ได้แก่

1. คุณภาพ
2. การออกแบบสินค้าและบริการ
3. การออกแบบกระบวนการผลิตและปฏิบัติการ
4. การตัดสินใจในเรื่องกำลังการผลิต
5. การเลือกสถานที่ตั้ง
6. การออกแบบผังของสถานประกอบการ
7. การออกแบบระบบงานและการวางแผนกำลังคน
8. ระบบสินค้าคงคลัง
9. การจัดกระบวนการจัดสิ่งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป
10. กำหนดการผลิตและปฏิบัติการ
11. การดำรงรักษาเครื่องมือและเครื่องจักร

องค์ประกอบที่ 7 แผนสนับสนุน คือ แผนการจัดการและแผนคน

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

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

องค์ประกอบที่ 8 แผนควบคุม คือ แผนการเงิน

ในการจัดทำแผนธุรกิจนั้น เจ้าของกิจการต้องทราบให้ได้ว่าแผนที่จัดทำขึ้น จะต้องใช้เงินลงทุนจำนวนเท่าใดจะหามาได้จากแหล่งใดบ้างจากแหล่งเงินทุนภายในหรือภายนอก (Financing Activities) จากนั้นก็จะเป็นเรื่องของการตัดสินใจนำเงินไปลงทุน (Investing Activities) ซึ่งแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจ กิจกรรมที่สำคัญต่อไปก็คือกิจกรรมดำเนินงาน (Operating Activities) ซึ่งประกอบไปด้วยการผลิต การซื้อ การขาย และการจ่ายค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ซึ่งนักบัญชีจะเป็นผู้นำเสนอผลของกิจกรรมทั้งสาม และสรุปออกมาเป็นงบการเงิน (Financial Statements) ซึ่งเป็นรายงานขั้นสุดท้ายที่จะแสดงให้เห็นถึงข้อมูลทางการเงินของธุรกิจ หรืออาจจะเป็นงบการเงินที่ครอบคลุมการดำเนินงานทางธุรกิจในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่าในรอบระยะเวลาที่ผ่านมา ธุรกิจมีฐานะการเงินอย่างไร กำไรหรือขาดทุน มีการเปลี่ยนแปลงในเงินสดอย่างไรบ้าง เพิ่มขึ้นหรือลดลง และสาเหตุเกิดจากอะไร งบการเงินจะต้องประกอบไปด้วย งบดุล งบกำไรขาดทุน งบแสดงการเปลี่ยนแปลงในส่วนของผู้ถือหุ้น งบกระแสเงินสด และ นโยบายบัญชี ซึ่งโดยทั่วไปแล้วกิจการควรเปิดเผยรายการบัญชีในเรื่องต่อไปนี้ไว้ในงบการเงิน ได้แก่ วิธีการรับรู้รายได้ การตีราคาสินค้าคงเหลือ การตีราคาเงินทุน ค่าเผื่อหนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญ วิธีการคิดค่าเสื่อมราคาและการตัดบัญชีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน การแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ และการจัดทำงบการเงินรวม

องค์ประกอบที่ 9 แผนการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงานก็คือการจัดทำรายละเอียดของกลยุทธ์ดังกล่าว โดยการกำหนดกิจกรรมของกลยุทธ์แต่ละด้านให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน โดยในทางปฏิบัติผู้ประกอบการอาจจะทำแผนการดำเนินงานในลักษณะของตารางที่มีรายละเอียดของเป้าหมาย กลยุทธ์ วิธีการงบประมาณ และระยะเวลาดำเนินการโดยจัดทำรายละเอียดเป็นรายเดือน หรือรายสัปดาห์ ตามที่ผู้ประกอบการเห็นสมควร

องค์ประกอบที่ 10 แผนฉุกเฉิน

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

5. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

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

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 11) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543: 26) กล่าวในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

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

ราคา (Pricing) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้ซื้อทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการหรือนโยบายการตั้งราคา (Pricing Policies) หรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน การกำหนดราคามีความสำคัญต่อกิจการมาก กิจการไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การพิจารณาราคาจะต้องกำหนดต้นทุนการผลิต สภาพการแข่งขัน กำไรที่คาดหวัง ราคาของกลุ่มแข่งขัน ดังนั้นกิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ ประเด็นสำคัญจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคาได้แก่ ราคาสินค้าที่ระบุในรายการหรือราคาที่ระบุ (List Price) ราคาที่ให้ส่วนลด (Discounts) ราคาที่มีส่วนยอมให้ (Allowances) ราคาที่มีช่วงระยะเวลาที่การชำระเงิน (Payment Period) และราคาเงื่อนไขให้สินเชื่อ (Credit Terms)

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ก็เน้นช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึงสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกส่วนได้เป็นอย่างดีหรือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภครีเทลหรือลูกค้า ซึ่งอาจผ่านคนกลางหรือไม่ผ่านก็ได้ ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้บริโภครีเทล หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) หรือลูกค้าทางอุตสาหกรรม (Industrial Consumer) และคนกลาง (Middleman) โลจิสติกส์ทางการตลาด เป็นการวางแผนการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่ต้องการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งผลกำไร หรือกลยุทธ์ทางการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์แน่นอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่น่าเสนอก็อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ หรือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการนำพาสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภครีเทล ซึ่งการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม มีความสำคัญต่อกำไรของหน่วยธุรกิจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อการกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น การตั้งราคา การโฆษณา เกรดสินค้า เป็นต้น โดยการเลือกช่องทางการตลาดมักมีผลผูกพันในระยะยาว เช่น การเลือกแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายเปลี่ยนตัวแทนจำหน่ายจริง ก็หมายความว่าการบริหารจัดการในส่วนอื่น ๆ เช่น การผลิต การบรรจุหีบห่อ พนักงานขาย นโยบายการจัดส่งสินค้า) หรือ การกระจายสินค้าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภครีเทล หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้า ภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เน้นทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายและการตลาดโดยตรง ซึ่งสามารถเรียกว่า 4P ซึ่งนำไปสู่การได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของกิจการนั่นเอง ระดับที่สองคือการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดีน่าประทับใจให้กับลูกค้าซึ่งรู้จักกันในชื่อว่าการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) ซึ่งหากสามารถสร้างประสบการณ์ในการใช้สินค้า หรือบริการที่ดีต่อลูกค้าเป้าหมายแล้ว ก็จะนำไปสู่การสร้าง ความผูกพันทางด้านอารมณ์ที่แนบแน่น (Emotional Attachment) ต่อผู้บริโภคแบบสนิทแนบแน่น โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดระดับที่สองนี้ คือกิจการจะสามารถ

มีส่วนแบ่งการตลาดในจิตใจของลูกค้าสูงขึ้น (Share of Heart) เมื่อเทียบกับคู่แข่ง (ณัฐ อธิรณไพญญ 2554) หรือ เป็นกิจกรรมติดต่อสื่อสาร ไปยังตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการให้ความรู้ ชักจูง หรือ เป็นการเตือน ความจำ เป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย หรือ เป็นการตลาดทางตรงการให้ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งสำคัญที่นำมาใช้ในการสร้างการรับรู้ การกระตุ้นชื่อเสียงของบริษัทรการแยกแยะข้อมูลข่าวสาร ของผลิตภัณฑ์หรือการนำทางให้กับพนักงานขายหรือเป็นกลยุทธ์การสื่อสารภายใต้เป้าหมายได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ และบริการที่ต้องการจะจำหน่าย ณ สถานที่ใดระดับใด การส่งเสริมการตลาดเป็นตัวแปรที่หนึ่งของส่วนประสมการตลาดโดยทำหน้าที่ชี้ชวน ให้ลูกค้าเป้าหมายสนใจและซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น (เชาว์ โรจนแสง 2545) หรือเป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการความคิด ต่อบุคคลโดยใช้เพื่อจูงใจ ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อ (อ้างอิงจาก <https://fifathanom.wordpress.com/>)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

อภิสิทธิ์ คล้ายแก้วและคณะ (2559) โครงการนี้เป็นเป็นประเภทโครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ถึงขยะจากขวดพลาสติก มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2.) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุที่ใช้แล้ว 3.) เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม 4.) เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

มีวิธีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1. เตรียมการ ขั้นที่ 2. ขั้นตอนการและขั้นที่ 3. ขั้นตอนประเมินผล จากผลการดำเนินงาน สรุปได้ดังนี้

1. วันเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ คือ เริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2559

ถึงวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2560 ปฏิบัติงานประดิษฐ์ สถานที่ดำเนินโครงการคือ 168 ซ.วัดบางนาใน แขวง บางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260

2. ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 2,500 บาท เสียค่าใช้จ่ายด้านวัสดุอุปกรณ์ และค่าเอกสารเป็นจำนวนเงิน 2,380 บาท คงเหลือ 120 บาท คืนเงินให้สมาชิก 2 คน คนละ 60 บาท

3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุที่เหลือใช้ ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์และความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม และทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการดำเนินโครงการ (1.) ปัญหาในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่สมาชิกภายในกลุ่มไม่มีความชำนาญในการใช้ (2.) สมาชิกในกลุ่มยังทำงานไม่เป็นทีมและบางคนอาจไม่ปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้ทำให้เกิดความล่าช้าต่อการประสานงานไม่ไปตามขั้นตอน (3.) ไม่มีพื้นฐานในการออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ทำให้เสียเวลาในการร่างรูปแบบของสิ่งประดิษฐ์

5. การแก้ไขปัญหา (1.) ได้ขอความช่วยเหลือจากผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือต่างๆ มาช่วยสอนวิธีการใช้อย่างถูกต้อง (2.) ประธานโครงการมีการเรียกประชุมสมาชิกภายในกลุ่มให้ทำหน้าที่ของแต่ละคนอย่างเต็มความสามารถ พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือและคอยอำนวยความสะดวกให้สมาชิกภายในกลุ่ม (3.) สมาชิกในกลุ่มได้มีการค้นหาข้อมูลการออกแบบของตัวผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่และทันสมัยทางอินเทอร์เน็ต นิยายสารคดีบ้าน สอบถามอาจารย์ผู้สอน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบตัวสิ่งประดิษฐ์

6. ข้อเสนอแนะและแนวทางในการพัฒนา (1.) ต้องพยายามที่จะเรียนรู้ในสิ่งต่างๆ เพราะการใช้เครื่องมือถ้าใช้ผิดวิธีก็สามารถก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย และสิ้นเปลืองงบประมาณในการจัดซื้อ มาทดแทนถ้าเกิดความเสียหาย (2.) สมาชิกทุกคนจะต้องคำนึงถึงการทำงานเป็นทีม เมื่อสมาชิกภายในกลุ่มขาดความรับผิดชอบทุกคนในกลุ่มต้องบอกกล่าวหรือเตือนให้บุคคลนั้นรู้ตัวและการทำงานตามที่ได้รับมอบหมายไว้ (3.) ต้องมีการหาความรู้หรือหาข้อมูลต่างๆ นำมาเป็นแนวทางในการปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินโครงการต่อไป

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน โดยถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (4P's)

ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.57) ด้านราคาอยู่ใน

ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.44$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.53$) และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.48$) ตามลำดับ

พรชิตา แก้วมณี และรัชฎทิพ วงษ์ศิริ (2561) โครงการกระเป๋าสะพายจากชองกาแฟซึ่งเป็นโครงการประเภทนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติ 3) เพื่อให้นักศึกษาเกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบปฏิบัติงานเป็นทีม 4) เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์ จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน โดยถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (4P's) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($x=4.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($x=4.59$) รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมการขายและด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($x=4.56$) และด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย($x=4.52$) ไปตามลำดับ โครงการนี้เป็นโครงการประเภท นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2.เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ 3.เพื่อให้นักศึกษาเกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบปฏิบัติงานเป็นทีม 4.เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

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

1.วันเวลาสถานที่ดำเนินโครงการ คือเริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่วันที่ 3 กรกฎาคม 2561 ถึง 22 กุมภาพันธ์ 2562 รวมปฏิบัติงาน 35 สัปดาห์ 8 ครั้ง สถานที่ดำเนินโครงการ คือ 367 หมู่ 1 กราฟฟิคเพลส ซ.1 ต.บางเสาธง อ.บางเสาธง จ.สมุทรปราการ

2.ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ มีเงินลงทุน 3,000 บาท หักค่าใช้จ่ายจากการ ดำเนินการ 2170 คงเหลือ 830 แบ่งกำไรให้สมาชิก ในกลุ่ม 2 คน เท่า ๆ กัน คนละ 415 บาท

3.ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ ซึ่งตามวัตถุประสงค์ของโครงการการดำเนินการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 1) การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ 2) สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุธรรมชาติ 3) ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความคิดริเริ่มและความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม 4) ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

4.ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานโครงการ คือ 1)สมาชิกไม่มีความชำนาญในการประดิษฐ์งานหัตถศิลป์ 2)ไม่มีพื้นฐานในการออกแบบชิ้นงานทำให้เสียเวลาในการร่างรูปแบบ 3)วัสดุของกาแฟมีจำนวนไม่เพียงพอในการนำมาประดิษฐ์

5.ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาโครงการประเภทสิ่งประดิษฐ์ 1)ให้ผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำและฝึกฝนปฏิบัติเพื่อเพิ่มความชำนาญ 2)สมาชิกภายในกลุ่มต้องช่วยกันศึกษาค้นหาข้อมูลการออกแบบชิ้นงาน 3)หาแหล่งเก็บวัสดุของกาแฟเพิ่มเติมจากแหล่งเดิม

6.จากความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่มีต่อ กระเป๋าสะพายจากซองกาแฟ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($x = 4.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($x = 4.59$) รองลงมาคือด้านส่งเสริมการขายและด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($x = 4.56$) และด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($x = 4.52$) ไปตามลำดับ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินโครงการ

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

1. จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
2. ปฏิบัติงานโดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
3. ล้างชองน้ำยาปรับผ้านุ่มแล้วทำมาตากให้แห้ง
4. ตัดครึ่งเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าตัดขนาดให้เท่ากันเพื่อความสวยงาม
5. เมื่อได้สี่เหลี่ยมผืนผ้าแล้วนำมาพับเข้าหากัน โดยพับคล้ายใบพัดจะให้สีขาวอยู่ด้านใน จากนั้นก็เอาปลายของมันของแต่ละด้านพับลงมาอีกครั้ง
6. พับครึ่งตามแนวยาวก่อนที่จะนำเข็มแทงด้ายเตรียมไว้แล้วมาร้อยต่อกัน
7. ในระหว่างการร้อยเราจะเอาปลายเข็มแทงเข้ากันตามรอยพับ
8. เมื่อร้อยเสร็จได้พวงมาลัยตามความต้องการให้เข้าหากันเป็นวงกลม
9. นำมาร้อยใส่อุบะที่เตรียมไว้แล้วถือว่าเป็นอันเสร็จสิ้น

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

1. สรุปผลการปฏิบัติงาน
2. ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

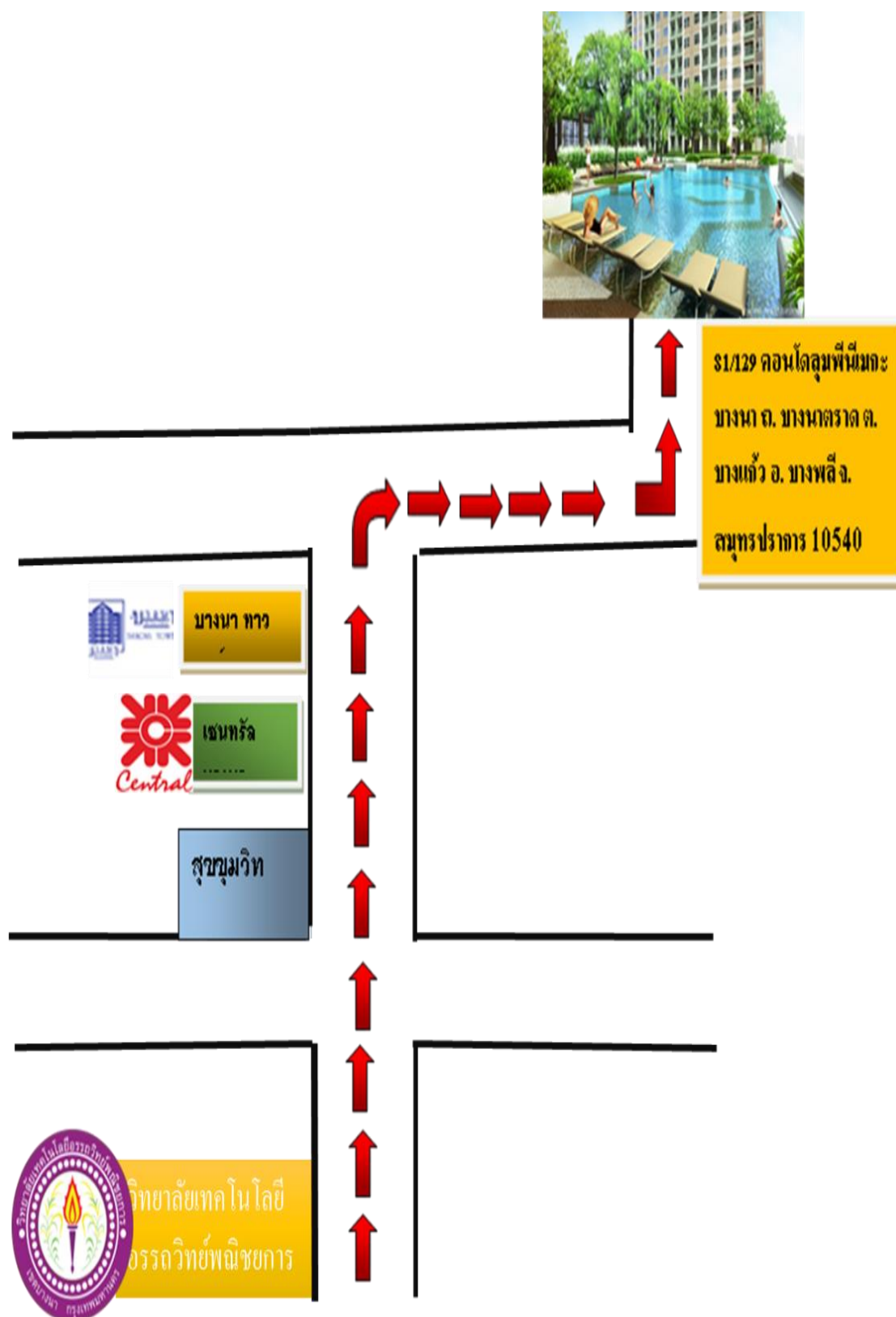
ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมคิดรูปแบบนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์	↔								
2. ประชุมวางแผนงาน วางรูปแบบงาน และจัดสรรงบประมาณ	↔								
3. ร่างโครงการและนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	↔								
4. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกลยุทธ์			↔						
5. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และสถานที่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

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ 81/129 คอนโดลุมพินีเมกะบางนาตึกD ถนน บางนาตราด ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี
จังหวัด สมุทรปราการ 10540

สถานที่ดำเนินโครงการ



งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 1,000 บาท

1. เชื้อมียาว 9 นิ้ว	30	บาท
2. ดอกกรักปลอม	50	บาท
3. แผ่นโฟมยาง	36	บาท
4. เทปกาวผ้าสีเขียว	24	บาท
5. ขั้วขบพลาสติก	250	บาท
6. ค้าย	20	บาท
7. ป้ายนำเสนอ	300	บาท
8. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	171	บาท
รวม	881	บาท

การจัดทำแผนธุรกิจ

บทสรุปผู้บริหาร

แนวความคิดในการดำเนินธุรกิจ

บริษัทแสร์ว่ามาลัย จำกัด. เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2562 มีเงินลงทุนจำนวน 200,000.00 บาท โดยมี นายรัชพล เป้นางนา เป็นผู้ก่อตั้งบริษัท และ นางสาวศิวพร ใจเวส เป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ตั้งอยู่เลขที่ 81/129 คอนโดลุมพินีเมกะบางนา ถนนบางนา-ตราด อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โดย นางสาวศิวพร ใจเวส ได้มีพื้นฐานในการรื้อยมาลัยมาจากการรื้อยดอกไม้สด จึงเกิดความคิดเข้าไปดูรายการสมรภูมิไอเดีย เกิดอยากทำนวัตกรรมขึ้นและสามารถใช้ได้จริง และได้เห็นพวงมาลัยที่ทำมาจากถุงนมโรงเรียนจึงเกิดแนวคิดคิดแปลงมาเป็นชองน้ำยาปรับผ้านุ่ม เป็นวัสดุหาง่ายและตามท้องตลาด จึงทำการศึกษาค้นหาข้อมูลแล้วพบว่า การทำพวงมาลัยหอมจากชองน้ำยาปรับผ้านุ่มยังไม่เคยมีใครทำ จึงเกิดความสนใจที่จะสร้างนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ขึ้นมาให้มีความโดดเด่นเฉพาะและรักษามาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์และคิดค้นการออกแบบความแปลกใหม่แตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อให้ได้ประโยชน์และสร้างจุดเด่นมีการเจริญเติบโตอย่างมั่นคง เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือ ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพหรือราคา จนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักภายในระยะเวลา 1 ปีและบริษัทสามารถชนะคู่แข่งภายในได้แบรนด์ แสร์ว่ามาลัย

ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ แสร์ว่ามาลัย รื้อยมาลัยประดิษฐ์และคิดค้นออกแบบใหม่ โดยช่างที่มีฝีมือมากประสบการณ์ โดยการได้ระดับความโดดเด่นของโทนสีที่นำมาใช้ในการรื้อยมาลัย ให้มีความหลากหลาย ของถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มเพื่อความสวยงาม โดยคำนึงถึงความละเอียดในการตัดวัสดุ การรื้อยทุกขั้นตอน รวมถึงให้ความสำคัญ ปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีเอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อดึงดูดเป็นการสร้างมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ด้วยวิธีแนวคิดแปลกใหม่ มีการดีไซน์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มีความสนใจผลงานด้านหัตถศิลป์ฝีมือของคนไทย เพราะมีคุณภาพ ความคงทน ความงดงามในจิตใจ ความละเอียด โดยพวงมาลัยของเรามี 3 ขนาดให้เลือก คือ เล็ก กลาง และขนาดใหญ่ โดยจะมี 3 แบบ ให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เลือก ดังนี้

คือ 1. แบบพื้นฐาน 2. แบบลายไทย 3. แบบลายอุบะ มีราคาดังนี้

-พวงมาลัย(เล็ก) ราคาอยู่ที่ 199 บาท

-พวงมาลัย(กลาง) ราคาอยู่ที่ 399 บาท

-พวงมาลัย(ใหญ่) ราคาอยู่ที่ 499 บาท

สถานะตลาด

สถานะการแข่งขันของตลาดสินค้าเสริมว่ามาลัยจะมีความรุนแรงน้อยกว่าตลาดสินค้าทั่วไป เพราะเป็นผู้ประกอบการคนรุ่นใหม่ใหม่ที่สามารถอยู่ในตลาดได้นานนั้นมีน้อยราย เนื่องจากจำเป็นต้องมีแรงงานที่มีด้านฝีมือ มีทักษะสูง เก็บงานรายละเอียดรอบคอบ และมีเงินลงทุนสำหรับการปรับปรุงออกแบบใหม่ให้เป็นเอกลักษณ์ มีความทันสมัย และประกอบกับคู่แข่งในท้องตลาดมีมากที่เป็นงานด้านหัตถศิลป์ประดิษฐ์ด้วยมือ มีการคัดลอกผลงานง่าย ทำให้ผู้บริโภคเกิดการพิจารณา เปรียบเทียบการออกแบบสินค้า ราคา คุณภาพของสินค้า ความคุ้มค่า โดยบริษัททำการเพิ่มศักยภาพให้มากขึ้น เพื่อให้มีความสามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นๆ ในท้องตลาดได้

ลูกค้าเป้าหมาย

-กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ที่มีความสนใจงานแปลกใหม่มีไอเดียและชื่นชอบผลงานสิ่งประดิษฐ์ล้ำด้านฝีมือที่ไม่เหมือนใคร

กลยุทธ์ทางการตลาด

บริษัท เสริมว่ามาลัย จำกัด. จะกำหนดตลาดของบริษัทอยู่ที่กลุ่มตลาดล่าง ราคาไม่แพง จะเน้นความเป็นเอกลักษณ์ด้านการออกแบบ อาศัยไอเดียแปลกใหม่ และความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญ สินค้าต้องมีความสวยงาม เน้นใช้วัสดุที่มีคุณภาพ มีความคงทนละเอียดอ่อน มีการใช้ทักษะหรือเทคนิคการผลิตโดยเฉพาะ ผ่านขั้นตอนการผลิตที่มีคุณภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และจะมีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปที่เป็นสินค้าด้านหัตถศิลป์ ตรงที่สินค้าแต่ละชิ้นแม้จะมีรูปแบบ และดีไซน์เดียวกันแต่จะประดิษฐ์ด้วยมือก็จะมีเก็บรายละเอียดแต่ละชิ้นงาน ก็จะออกมาด้วยความประณีต อย่างมีคุณภาพ และบริษัทจะปรับปรุงชิ้นงานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดล่าง และพัฒนาคุณภาพแต่ละชิ้นงานให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ดังนั้นทางบริษัทจะวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับล่างซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติผู้ชื่นชอบงานฝีมือดีไซน์แปลกใหม่ไม่เหมือนใครสร้างจุดเด่นของสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ ราคาไม่แพง ผสมผสานกับการใช้ทักษะเฉพาะทาง เพราะจะทำให้คัดลอกผลงานได้ยาก เพื่อเพิ่มโอกาสให้ลูกค้าชาวต่างชาติที่ชื่นชอบงานประดิษฐ์หัตถศิลป์แล้วจึงขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ โดยการขายผ่านเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์ การจัดจำหน่ายผ่านคนกลาง และการไปออกงานแสดงสินค้าสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจต่อไป

แผนการผลิตหรือการบริการ

สิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำธุรกิจสินค้าเสริมว่ามาลัยคือความโดดเด่นของสินค้า ความมีเสน่ห์ในกระบวนการผลิตที่ต้องใช้ความประณีต ใส่ใจทุกขั้นตอน จนกลายมาเป็นสินค้าหนึ่งชิ้น แต่ในเมื่อธุรกิจกลุ่มนี้ก็มีพื้นฐานหัตถศิลป์โดยใช้มือในการทำ จึงทำให้แบรนด์ต้องสร้างจุดขายมากขึ้น เพื่อเพิ่มความโดดเด่นให้กับแบรนด์ในแบบที่ไม่เหมือนใคร ไม่ว่าจะเป็นการใช้วัสดุที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน หรือเป็นวิธีการผลิตแบบใหม่ หรือการใช้สองสิ่งผสานรวมกันเป็นหนึ่งเดียว จนได้ความแปลกใหม่ไม่เหมือนใครการที่แบรนด์ต้องมีความแข็งแรง นอกเหนือจากที่ต้องมีความโดดเด่นในเรื่องของสินค้า หรือพัฒนาสินค้าให้มีความแปลกใหม่อยู่เสมอก็จะทำให้แบรนด์ไปได้ไกลกว่าคนอื่น และทางบริษัทจะพัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปเรื่อยให้สินค้าเข้าไปอยู่ในใจของกลุ่มชาวต่างชาติมากขึ้น นอกจากนี้ ก็จะนึกถึงการต่อยอดสินค้า เช่น ทำพวงมาลัยหอมจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มมีแบบลวดลายหลากหลายมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้า ที่สำคัญยังทำให้แบรนด์ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ และมีการดีไซน์รูปแบบใหม่ออกมาเรื่อย

การบริหารจัดการ

กิจการมีการบริหารจัดการโดย อำนาจการตัดสินใจของกิจการขึ้นอยู่กับ ประธาน แต่เพียงผู้เดียว จึงทำให้กิจการไม่ประสบปัญหามากนัก มีการวางแผนงานของแต่ละฝ่ายที่ชัดเจน ลงรายละเอียดงานให้มากที่สุด ก็สามารถช่วยลดข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้ ช่วยประหยัดต้นทุนการผลิต ถึงจะมีพนักงานมาช่วยทำงานก็ออกมามีประสิทธิภาพได้เหมือนกับเจ้าของทำเอง ธุรกิจก็สามารถขยายเติบโตขึ้นได้ ซึ่งเมื่อเริ่มต้นวางแผนด้วยตัวเองแล้ว ก็ควรเก็บรายละเอียดด้วยตัวเอง เพื่อรักษามาตรฐานของพวงมาลัยเอาไว้

สรุปผลทางการเงิน

ปัจจุบันกิจการมีเงินลงทุนทั้งหมด 200,000.00 บาท ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 4,699,926.00 บาท ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าปีที่ 3 เป็นเงิน 866,836.55 บาท ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขายปีที่ 3 เป็นเงิน 871,934.20 บาท กำไรสะสมปีที่ 3 เป็นเงิน 96,234.03 บาท ภายในระยะเวลา 3 ปี มีเงินหมุนเวียนภายในกิจการ 2,516,979.97 บาท

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจต่อธนาคารพาณิชย์ โดยวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อขยายธุรกิจและเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ
2. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือ แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มก่อตั้ง

บริษัท แสร์ว่ามาลัย จำกัด. เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2562 มีเงินลงทุนจำนวน 200,000.00 บาท โดยมี นายรัชพล แบนบางนา เป็นผู้ก่อตั้งบริษัท และ นางสาวศิวพร ใจเวง เป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ตั้งอยู่เลขที่ 81/129 คอนโดลุมพินีเมกะบางนา ถนนบางนา - ตราด อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โดย นางสาวศิวพร ใจเวง ได้มีพื้นฐานในการรื้อยมาลัยมาจากการรื้อยดอกไม้สด จึงเกิดความคิดไปดูรายการสมรภูมิไอเดีย เกิดความสนใจทำนวัตกรรมขึ้นและสามารถใช้ได้จริง และ ได้เห็นพวงมาลัยที่ทำมาจากถุงนมโรงเรียน จึงเกิดแนวคิดดัดแปลงมาเป็นของน้ำยาปรับผ้านุ่ม เป็นวัสดุหาง่ายตามท้องตลาด จึงทำการศึกษาค้นหาข้อมูลแล้วพบว่า การทำพวงมาลัยหอมจากของน้ำยาปรับผ้านุ่มยังไม่เคยมีใครทำ จึงเกิดความสนใจที่จะสร้างงานหัตถศิลป์สิ่งประดิษฐ์ขึ้นมา ให้มีความโดดเด่นเฉพาะ และรักษามาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์และคิดค้นการออกแบบความแปลกใหม่แตกต่างจากคู่แข่งกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์และสร้างจุดเด่นมีการเจริญเติบโตอย่างมั่นคง เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพหรือราคา จนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักภายในระยะเวลา 1 ปีและบริษัทสามารถชนะคู่แข่งกันภายใต้แบรนด์ แสร์ว่ามาลัย

3.2 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน	ระยะคาดว่าจะแล้วเสร็จ
1	จัดตั้งบริษัท แสร์ว่ามาลัย เพื่อดำเนินธุรกิจ	1 เดือน	30 วัน
2	รวบรวมเงินทุนในการดำเนินธุรกิจ	3อาทิตย์	14 วัน
3	จดทะเบียน บริษัทจำกัด	2 อาทิตย์	14 วัน
4	วางแผนออกแบบการผลิตนวัตกรรมสิ่งของเหลือใช้	1 สัปดาห์	7 วัน
5	ทดลองผลิตภัณฑ์และตรวจสอบผลิตภัณฑ์	1สัปดาห์	7 วัน
6	เริ่มเปิดตัวผลิตภัณฑ์และโฆษณาผลิตภัณฑ์	1 เดือน	30 วัน
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		3เดือน 2 อาทิตย์	102วัน

4. ผลิตภัณฑ์

4.1 รายละเอียดสินค้า

ผลิตภัณฑ์ผลิตด้วยการใช้วัสดุเหลือใช้การรีไซเคิล การร้อยพวงมาลัยโดยช่างฝีมือที่มากประสบการณ์ โดยการไล่ไต่ระดับโทนสี และดึงดูดความสนใจผู้ที่พบเห็นให้มีความหลากหลายของถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม เพื่อความสวยงาม สว่างมูลค่ากับสินค้า ด้วยผลงานการคิดสร้างสรรค์ การนำกลับมาใช้ใหม่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป มีการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และไม่ซ้ำใคร และเป็นที่น่าสนใจนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะมีคุณภาพ ความคงทน ความงดงามจิตใจ รูปทรง สะดวกต่อการใช้งานโดยมีราคาดังนี้

พวงมาลัยขนาดเล็ก (เส้นผ่านศูนย์กลางด้านใน 9 Cm ยาว 17 Cm สูง 2 Cm) ราคา 199 บาท

พวงมาลัยขนาดกลาง (เส้นผ่านศูนย์กลางด้านใน 13 Cm ยาว 20 Cm สูง 5 Cm) ราคา 399 บาท

พวงมาลัยขนาดใหญ่ (เส้นผ่านศูนย์กลางด้านใน 17 Cm ยาว 23 Cm สูง 8 Cm) ราคา 499 บาท

ภาพสินค้า



พวงมาลัยขนาดเล็ก (เส้นผ่านศูนย์กลางด้านใน 9 Cm ยาว 17 Cm สูง 2 Cm) ราคา 199 บาท



พวงมาลัยขนาดกลาง (เส้นผ่านศูนย์กลางด้านใน 13 Cm ยาว 20 Cm สูง 5 Cm) ราคา 399 บาท



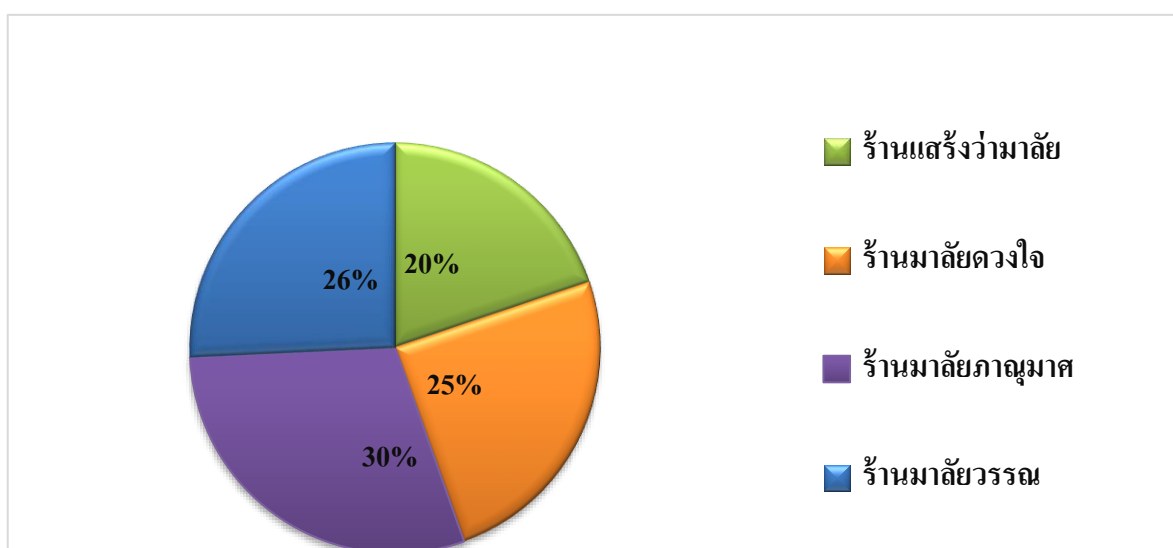
พวงมาลัยขนาดใหญ่ (เส้นผ่านศูนย์กลางด้านใน 17 Cm ยาว 23 Cm สูง 8 Cm) ราคา 499 บาท

5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สถานะอุตสาหกรรม และสถานะตลาด

บริษัทได้ใช้กลยุทธ์การสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติสำรวจพฤติกรรม เช่น ความชื่นชอบ รูปแบบสินค้าแปลกตา ตราสินค้า ความคงทน ความสวยงาม ราคาไม่แพง จึงเจาะกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มีไลฟ์สไตล์เอกลักษณ์ความเป็นไทย ทางบริษัทจึงได้นำผลิตภัณฑ์พวงมาลัยจากถุ่น้ำยาปรับผ้านุ่มออกจำหน่ายสู่ตลาด เพื่อตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีความชอบสินค้าแปลกใหม่ ลูกค้านี้มีความเปลี่ยนแปลงความคิดไปตามกาลเวลา

5.2 ส่วนแบ่งทางการตลาด



5.3 แนวโน้มทางการตลาด

แนวโน้มการเจริญเติบโตในตลาดมีแนวทางไปได้ไกล เพราะทางบริษัทจะเจาะกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวหรือชาวต่างชาติที่ชื่นชอบในงานหัตถศิลป์สิ่งประดิษฐ์ มุ่งเน้นประโยชน์ของการใช้งาน และมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าที่สนใจในเอกลักษณ์สิ่งประดิษฐ์จากถุ่น้ำยาปรับผ้านุ่ม สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์พวงมาลัยหอมจากถุ่น้ำยาปรับผ้านุ่มที่มีรูปแบบสวยงามแปลกใหม่ร่วมสมัย

5.4 ตลาดเป้าหมาย

- กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชื่นชอบผลงานไอเดียแปลกใหม่ร่วมสมัย
- กลุ่มวัยรุ่นที่มีความสนใจงานด้านหัตถศิลป์เป็นงานด้านฝีมือ

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

ลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ ทางบริษัท แสวงว่ามาลัย จำกัด. ลูกค้าที่มีความสนใจและชื่นชอบภูมิปัญญาไทย พวงมาลัยจากถุน้ำยาปรับผ้านุ่มซึ่งเป็นการผลิตสินค้าที่เป็นงานหัตถศิลป์สั่งประดิษฐ์จากของน้ำยาปรับผ้านุ่ม ที่เป็นงานด้านฝีมือที่มีความละเอียดอ่อนสวยงามแปลกใหม่ร่วมสมัยได้ดี และสามารถทดแทนในกลุ่มสินค้าทั่วไปได้ในคุณภาพระดับเดียวกัน

5.6 สภาพการแข่งขัน

สภาวะการแข่งขันทางการตลาดสินค้าประดิษฐ์ จะมีความรุนแรงน้อยกว่าตลาดสินค้าทั่วไป เพราะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สามารถอยู่ในตลาดเป็นได้นานนั้นมีน้อยราย เนื่องจากจำเป็นต้องมีแรงงานที่มีฝีมือ มีทักษะสูง และมีเงินลงทุนสำหรับการออกแบบใหม่ๆเสมอ คู่แข่งขันหัตถศิลป์ด้านฝีมือมีคู่แข่งจำนวนมาก มีการถือลิขสิทธิ์งานกันไปมา ทำให้ผู้บริโภคเกิดการพิจารณา เปรียบเทียบการออกแบบสินค้า ราคา คุณภาพของสินค้า ความคุ้มค่า แหล่งซื้อขายง่าย โดยบริษัททำการเพิ่มศักยภาพให้มากขึ้นและพัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบใหม่ออกมาเรื่อย สามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นๆในท้องตลาดได้

5.7 คู่แข่งขัน

- 1.ร้านมาลัยดวงใจ
- 2.ร้านมาลัยภาณุมาศ
- 3.ร้านมาลัยวรรณ

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

เปรียบเทียบ	สร้างว่ามัลย์ ถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม	ร้านมัลย์ดวงใจ ริบบิ้น	ร้านมัลย์ภาณุมาศ ไหมพรม	ร้านมัลย์วรรณ ผ้าขาวม้า
ด้าน ผลิตภัณฑ์				
ด้านราคา	เล็ก(S) 199บาท กลาง(M)399 บาท ใหญ่(L) 499 บาท	เล็ก (S)200 บาท กลาง(M)400 บาท ใหญ่(L)500 บาท	เล็ก (S) 300บาท กลาง(M) 540 บาท ใหญ่ (L) 600 บาท	เล็ก (S)300 บาท กลาง(M) 540 บาท ใหญ่(L) 600บาท
ด้าน ช่องทางการ จัดจำหน่าย	- หน้าร้าน - Facebookสร้างว่ามัลย์ - Lineสร้างว่ามัลย์ - โทรศัพท์0807790839	- มีหน้าร้านตลาด นครธไฟ - Facebookมัลย์ ดวงใจ	- มีหน้าร้านตลาด นครธไฟ - Facebookมัลย์ ภาณุมาศ	- มีหน้าร้านตลาด นครธไฟ Facebook มัลย์วรรณ
ด้าน ส่งเสริม การตลาด	--ชำระเงินผ่านTrue money ส่วนลด10% - ซื้อพวงมัลย์5พวง ขึ้นไป ลด 10% - มีป้ายร้านจัดแสดง สินค้า - โฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการตลาด ผ่านFacebook	- ให้ส่วนลด5%เมื่อซื้อ มัลย์จำนวน 7 พวง ขึ้นไป	- ไม่มีการส่งเสริม การตลาด	- ให้ส่วนลดเมื่อซื้อ สินค้าครบ1,400 บาท

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	- พนักงานมีประสบการณ์ในการเย็บปักถักร้อย	- พนักงานไม่มีความชำนาญเฉพาะด้านเย็บปักถักร้อยตรงตามความต้องการที่ลูกค้าอยากได้
ด้านการตลาด	- มีช่องทางการจำหน่ายหลากหลาย และมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆผ่านทาง FACEBOOK แสตมป์ LINE แสตมป์	- เป็นสินค้ารูปแบบใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าอย่างแพร่หลาย
ด้านการผลิต	- ผู้ผลิตมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการร้อยมาลัยจากดอกไม้สดมาก่อน - พนักงานมีการฝึกฝนฝีมือการออกแบบใหม่ตลอดเวลา	- บุคลากรที่มีความชำนาญยังไม่เพียงพอต่อการผลิตสินค้า - ผลิตไม่ทันตามที่ต้องการสั่งซื้อเพราะต้องใช้เวลาในการผลิตในด้านฝีมือ
ด้านการเงิน	- มีเงินทุนของตัวเอง มีการบริหารการเงินอย่างเป็นสัดส่วน	- การจัดทำรายงานทางการเงิน ขาดการสรุปผลที่ชัดเจน
ด้านการบริการ	- พนักงานมีความกระตือรือร้นในการพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าได้อย่างเต็มที่และได้รับความสะดวกสบายรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า	- การให้บริการล่าช้า หากมีคำสั่งซื้อเข้ามาเป็นจำนวนมาก

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยสถานการณ์ในการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	- สินค้าสามารถจำหน่ายได้ทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ - ผู้บริโภคหันมาสนใจสินค้าแปลกใหม่ไม่เหมือนใครผลิตจากวัสดุเหลือใช้ที่หาได้ง่าย	- กลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มไม่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุรีไซเคิล
สถานการณ์แข่งขัน	- มีคู่แข่งประเภทเดียวกันน้อยราย	- คู่แข่งทางการตลาดมีการพัฒนาสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
สังคม	- เนื่องจากกระแสสังคมมีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติจึงทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติหันมาสนใจสินค้าแปลกใหม่	- ยังไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มที่ต้องการพวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม
เทคโนโลยี	- มีการนำเทคโนโลยี Social Media ที่ทันสมัยมาช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการกระจายสินค้าให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค	- คู่แข่งมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพิ่มมากขึ้น
สภาพเศรษฐกิจ	- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหันมาเลือกซื้อสินค้าแปลกใหม่ทำให้เศรษฐกิจมีการขยายตัวขึ้น	- ค่าครองชีพสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อ
กฎหมาย,ระเบียบ, ข้อบังคับ	-	- การออกแบบลวดลายบางประเภทอาจติดลิขสิทธิ์ในการออกแบบ
กลุ่มผู้จำหน่าย, เครือข่าย	-	- ขาดตัวแทนในการจัดจำหน่ายสินค้า

6. แผนบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	พวงมาลัยหอมจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม
ที่อยู่ / ที่ตั้งกิจการ	อยู่ที่ 81/219 คอนโดลุมพินีเมกะบางนา ถ.บางนา-ตราด ต.บางแก้ว อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	บริษัทจำกัด
ทุนจดทะเบียน	200,000.00 บาท
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 – เดือนกุมภาพันธ์ 2563
หมายเลขทะเบียนการค้า	1964185996333

6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	นายรัชพล เป้นบางนา	ประธาน
2	นางสาวศิวพร โง้วเส็ง	รองประธาน

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

อำนาจการตัดสินใจของกิจการขึ้นอยู่กับ ประธาน แต่เพียงผู้เดียว

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1	นายรัชพล เป้นบางนา	10,000.00	100,000.00	50%
2	นางสาวศิวพร โง้วเส็ง	10,000.00	100,000.00	50%
รวมจำนวนหุ้น		20,000.00	200,000.00	100%

*มูลค่าหุ้นละ 10 บาท

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

- ก. **ชื่อ-นามสกุล** นายรัชพล แป้นบางนา **อายุ** 20 ปี
การศึกษา
 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนวัดบางน้ำผึ้งใน สมุทรปราการ
 ปีการศึกษา 2559
 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
 ปีการศึกษา 2562
- ข. **ชื่อ-นามสกุล** นางสาวศิวพร โง้วเส็ง **อายุ** 21 ปี
การศึกษา
 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนวัฒนานคร สระแก้ว
 ปีการศึกษา 2559
 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จาก วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
 ปีการศึกษา 2562

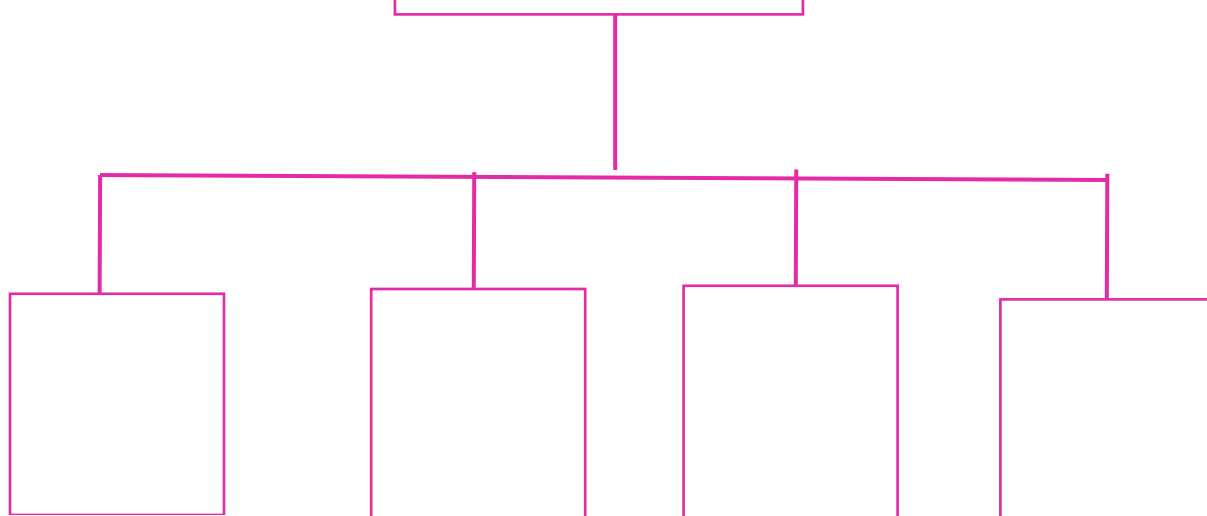
6.6 แผนผังองค์กร



นายรัชพล เป็นบางนา
ประธาน



นางสาวตีวพร โจ้วเส็ง
รองประธาน



หัวหน้าบัญชี

หัวหน้าฝ่ายบุคคล

หัวหน้าการตลาด

หัวหน้าการผลิต

6.7 หน้าที่มีความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

1. ชื่อ-นามสกุล	นายรัชพล เป็นบางนา
ตำแหน่ง	ประธานบริษัท
หน้าที่ความรับผิดชอบ	วางแผน บริหารจัดการ คัดสรรทีมงานในบริษัท
การศึกษา/คุณสมบัติ	ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
	ปี พ.ศ. 2562
อัตราเงินเดือน	15,000 บาท
2. ชื่อ-นามสกุล	นางสาวสิวพร โฉ่วเส้ง
ตำแหน่ง	รองประธานบริษัท
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ให้คำปรึกษา และรับผิดชอบเกี่ยวกับฝ่ายต่างๆ
การศึกษา/คุณสมบัติ	ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
	ปี พ.ศ. 2562
อัตราเงินเดือน	13,000 บาท
3. ชื่อ-นามสกุล	
ตำแหน่ง	หัวหน้าบัญชี
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมดูแลการเงิน
การศึกษา/คุณสมบัติ	ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
อัตราเงินเดือน	7,000 บาท
4. ชื่อ-นามสกุล	
ตำแหน่ง	หัวหน้าฝ่ายบุคคล
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมดูแลรับสมัครพนักงาน
การศึกษา/คุณสมบัติ	ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
อัตราเงินเดือน	7,000 บาท
5. ชื่อ-นามสกุล	
ตำแหน่ง	หัวหน้าการตลาด
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ควบคุมดูแล ตรวจสอบ ส่งเสริมการตลาด
การศึกษา/คุณสมบัติ	ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
อัตราเงินเดือน	7,000 บาท

6. ชื่อ-นามสกุล
 ตำแหน่ง หัวหน้าการผลิต
 หน้าที่ความรับผิดชอบ รับผิดชอบเกี่ยวกับการผลิต
 การศึกษา/คุณสมบัติ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
 อัตราเงินเดือน 7,000 บาท

6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของรัฐกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน	รวมเงินเดือน
1.	นายรัชพล แป้นบางนา	ประธาน	1	15,000.00	15,000.00
2.	นางสาวศิวพร ใจว้าง	รองประธาน	1	13,000.00	13,000.00
3.	-	บัญชีการเงิน	1	7,000.00	7,000.00
4	-	หัวหน้าฝ่ายบุคคล	1	7,000.00	7,000.00
5	-	หัวหน้าการตลาด	1	7,000.00	7,000.00
6	-	หัวหน้าการผลิต	1	7,000.00	7,000.00
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน			6	56,000.00	56,000.00

6.9 วิสัยทัศน์

นำเสนอสินค้ามีคุณภาพ มีความแปลกใหม่ของสินค้าสร้างความตื่นตัวของตลาดรวมทั้งสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค ไม่เอาเปรียบลูกค้า การผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยเป็นเลิศ ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ตอบโจทย์ของลูกค้าที่ชื่นชอบงานพวงมาลัย

6.10 พันธกิจ

1. จัดระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพ คุณภาพ และพัฒนารูปแบบรูปทรงอย่างต่อเนื่อง
2. สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่
3. สร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานของผลิตภัณฑ์

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

1. เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ
2. ต้องการให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
3. ธุรกิจต้องการคืนทุนภายในระยะเวลา 3 ปี

เป้าหมายระยะกลาง

1. พัฒนาสินค้าให้มีความแปลกใหม่และมีความทันสมัย
2. เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวมากขึ้น

เป้าหมายระยะยาว

1. ทำให้ผลิตภัณฑ์พวงมาลัยจากถักนํ้ายาปรับผ้านุ่มเป็นที่หนึ่งในวงการการตลาด รักษาลูกค้าเก่าไว้และจัดทำกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้บริโภคนักท่องเที่ยวรายใหม่

6.12 ปัจจัยความสำเร็จ

1. มีการบริการที่สร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภค
2. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และมีความเชี่ยวชาญด้านการผลิต
3. มีแหล่งวัตถุดิบที่ดีสามารถนำมาสร้างสรรคงานคุณภาพให้มีความความงาม

6.13 นโยบายในการจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์

1. มีนโยบายแบ่งเงินปันผลให้กับหุ้นส่วนทุกคน โดยยึดหลักในการครองถือหุ้น
2. หลังจากปีที่ 2 เป็นต้นไปจะจ่ายเงินโบนัสของแต่ละบุคคลตามจำนวนหุ้นส่วน

6.14 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

1. มีการวางแผนการดำเนินงานและขยายสาขาออกไปเพื่อเป็นที่ยอมรับทางสังคมเพิ่มมากขึ้น
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์ใหม่ๆ ขึ้นมาตลอด
3. มีการออกงานจัดแสดงสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าในช่วงเวลากิจกรรมจัดขึ้นตามศูนย์จัดแสดงสินค้าในหลายจังหวัด

7. แผนการตลาด

7.1 เป้าหมาย

1. ต้องการให้รู้คุณภาพของสินค้าเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย
2. สามารถเพิ่มยอดขายและได้รับผลกำไรเพิ่มขึ้นทุกๆปี
3. ขยายกิจการและเพิ่มสาขาในช่วงระยะเวลา 3 ปี

7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

- กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชื่นชอบผลงานไอเดียแปลกใหม่ การร้อยพวงมาลัย
- กลุ่มนานาชาติที่มีความสนใจงานด้านหัตถศิลป์เป็นงานด้านฝีมือ

7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ด้วยการใช้วัสดุเหลือใช้การรีไซเคิล การร้อยพวงมาลัยโดยช่างฝีมือที่มากประสบการณ์ โดยการไล่ไต่ระดับโทนสีและดึงดูดความสนใจผู้ที่พบเห็นให้มีความหลากหลายของถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม เพื่อความสวยงาม สร้างมูลค่ากับสินค้า ด้วยความพิถีพิถันในการร้อยมาลัย การคิดสร้างสรรค์โดยเลือกใช้วัตถุดิบที่หาได้ง่าย มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป มีการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะและไม่ซ้ำใคร และเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะมีคุณภาพ ความคงทน ความงดงามในจิตใจ รูปทรง สะดวกต่อการใช้งาน และเป็นสินค้าทำด้วยมือ จึงมีการตรวจสอบคุณภาพได้ทุกขั้นตอนอย่างละเอียด ซึ่งทำให้ลูกค้ามั่นใจและได้สินค้าที่มีคุณภาพ และสินค้าทุกชิ้นผ่านการตรวจสอบทุกขั้นตอนการบรรจุภัณฑ์สินค้า ทางร้านจะทำการบรรจุสินค้าใส่กล่องและนำไปส่งถึงกระดาษาให้มีความสวยงาม และติดโลโก้ร้านเพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นในตัวสินค้า และทำให้ลูกค้าสามารถถือได้อย่างสะดวกเป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าโดยมีราคาดังนี้ จะมี3แบบ



1.แบบ



2.แบบลาย



3. แบบอุบะ

7.3.2กลยุทธ์ด้านราคาสินค้า

พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มมีราคา3แบบ เล็ก 199บาท กลาง 399บาท ใหญ่ 499บาท โดยเลือก การตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่งขึ้น เพื่อให้ไม่ให้อูกค้าคิดว่าสินค้ามีราคาแพงเกินความเป็นจริง แต่ก็ต้องมีคุณภาพสินค้า คงทน สวยงามละเอียดอ่อนมีการเปรียบเทียบด้านราคาคู่แข่งในท้องตลาด ราคาพวงมาลัย มีดังนี้



พวงมาลัยขนาดเล็ก (เส้นผ่านศูนย์กลางด้านใน 9 Cm ยาว 17 Cm สูง 2 Cm) ราคา199 บาท



พวงมาลัยขนาดกลาง (เส้นผ่านศูนย์กลางด้านใน 13 Cm ยาว 20 Cm สูง 5 Cm) ราคา 399 บาท



พวงมาลัยขนาดใหญ่ (เส้นผ่านศูนย์กลางด้านใน 17 Cm ยาว 23 Cm สูง 8 Cm) ราคา 499 บาท

การจัดส่งสินค้าหลังจากลูกค้าได้เลือกหรือทำตามตกลงกันแล้ว จะเป็นการส่งไปรษณีย์ หากลูกค้าอยู่ในต่างจังหวัด โดยเลือกเป็นการส่งแบบ ลงทะเบียน ซึ่งต้องเสียค่าส่งเพิ่ม 50 บาท หรือตามน้ำหนักของผลิตภัณฑ์

7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

วัตถุประสงค์ของช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อสร้างความสะดวกรวดเร็วให้แก่ลูกค้าโดยที่ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้โดยความสะดวกสบาย โดยมีการสร้างช่องทางติดต่อทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) และขยายช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกและ รวดเร็วเป็นแหล่งซื้อขาย เป็นการประหยัดเวลาและประหยัดค่าใช้จ่ายกับลูกค้า เนื่องจาก(Social Media) มีการติดต่อกันอย่างรวดเร็ว เมื่อมาใช้บริการซื้อสินค้าแล้วเกิดการประทับใจจึงบอกปากต่อปากประชาสัมพันธ์สินค้าไปในตัว

สถานที่ประกอบการ เลขที่ 81/129 คอนโดลุมพินีเมกะบางนาตึก D ถนนบางนาตราด ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัด สมุทรปราการ 10540

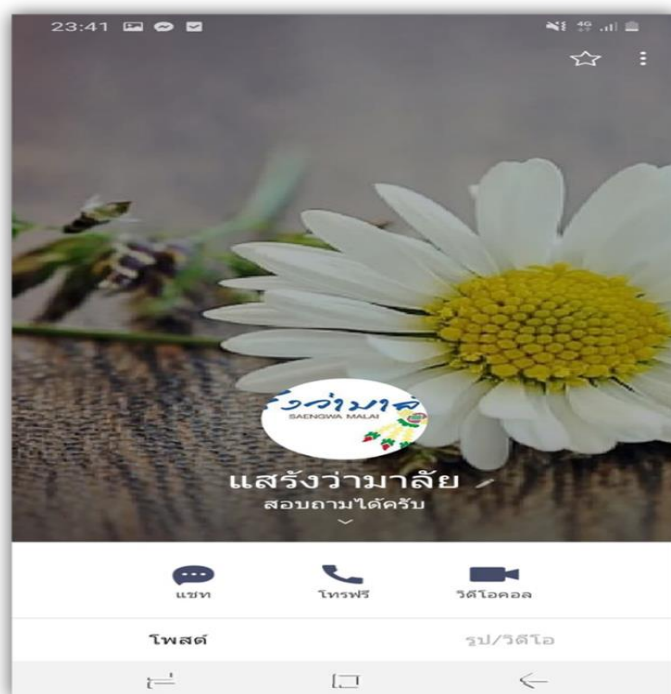
ช่องทางการติดต่อทางออนไลน์ ลูกค้าสามารถเลือกรูปแบบและขนาด ทางช่องทางดังต่อไปนี้

-  Facebook : แสร้งว่ามาลัย





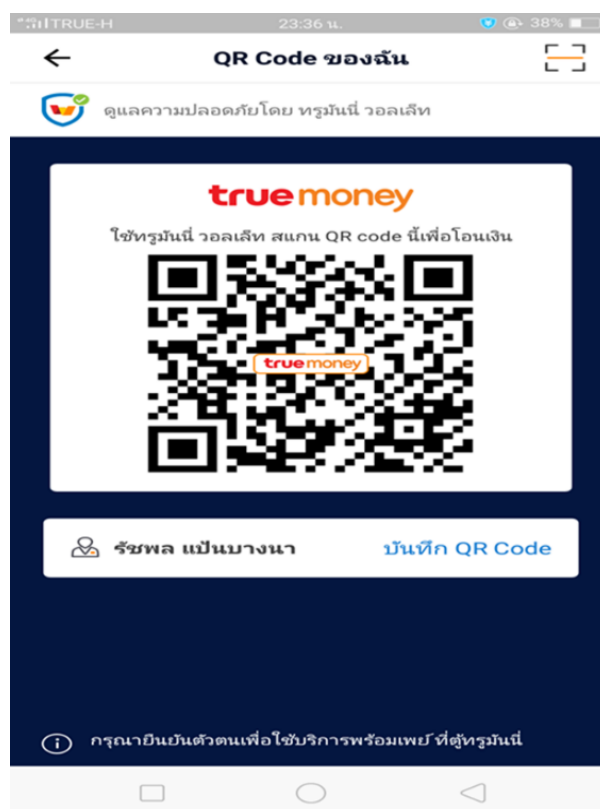
สร้างว่ามาลัย



ช่องทางการชำระ



091-848-2481



7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาดภายใต้แบรนด์ แสร์ว่ามาลัย นั้น จะใช้การส่งเสริมการตลาดทางตรงโดยการโฆษณาสินค้า ประชาสัมพันธ์ทางเว็บเพจโดยใช้(Social Media) เนื่องจากไม่มีหน้าร้านได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเต็มและเป็นที่สะดวกต่อผู้บริโภค ประหยัดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่าย เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจเพื่อการกระตุ้นตอบโต้ความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ การสร้างภาพลักษณ์ให้กับบริษัท

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีดังนี้

1.การโฆษณาประชาสัมพันธ์อัปเดตข้อมูล สินค้าและโปรโมชั่นใหม่ๆผ่านทางเพจ FACEBOOK

2.ชำระเงินผ่านTrue moneyส่วนลด 10%ลูกค้า

3.ซื้อพวงมาลัย5พวงขึ้นไปลด 10% ขึ้นขึ้นไป

กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

1. การนำสินค้าไปจัดแสดงนอกสถานที่ เช่น งานจัดแสดงสินค้า นิทรรศการ เป็นต้น

2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์อัปเดตข้อมูลสินค้าและโปรโมชั่นใหม่ๆผ่านทางออนไลน์ FACEBOOK , LINE , เป็นต้น

7.3.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากรบริการ

ด้านบุคคล หรือ พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรบริษัทต่างๆ มีการคัดเลือกบุคลากร มีการฝึกอบรมก่อนจะปฏิบัติงาน และมีการวางแผนการทำงานและบุคลากรต้องมีความรู้ความสามารถเพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปในทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้ การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีและสร้างมิตรไมตรีทางร้านจะใช้ระบบการทำงานเป็นทีม จะรับงานเอง จะตอบกลับลูกค้า พุดคุยกับลูกค้าด้วยตัวเอง

7.3.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ

ด้านการบริการกระบวนการเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ และงานปฏิบัติในด้านการบริการเพื่อนำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว ตอบกลับลูกค้าทางอินบ็อกภายในครึ่งชั่วโมง ทางร้านจะใช้คำพูดที่ลูกค้าเข้าใจง่าย ไม่ทำให้ลูกค้าเกิดความสับสนในการสั่งพวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม และกำหนดระยะเวลาในการทำให้กับลูกค้าชัดเจน ติดต่อกับลูกค้าสม่ำเสมอ

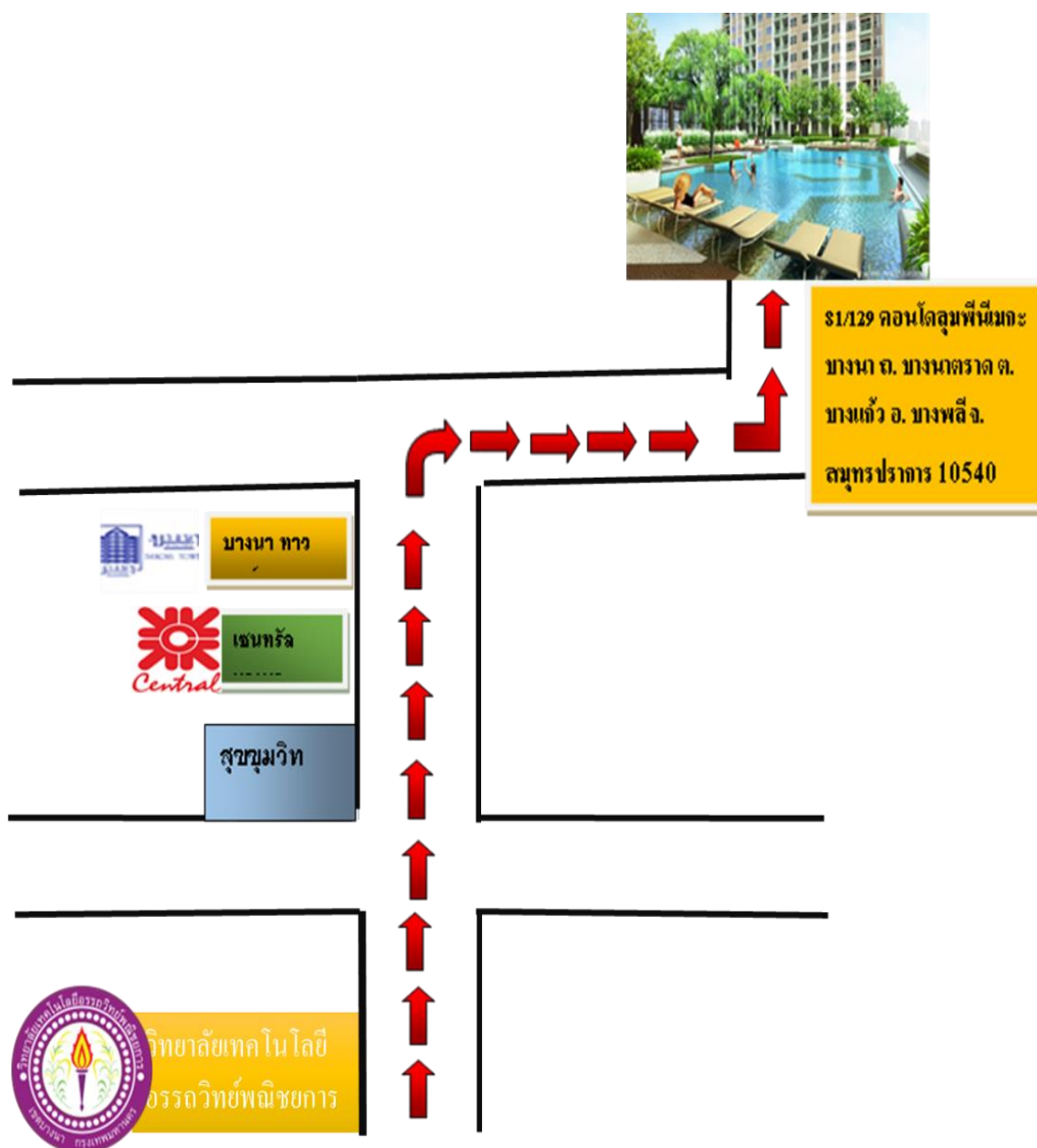
7.3.7 กลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ

สิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้บริการของร้าน คือ หน้าเพจ Facebook มีการใช้คำพูดที่สุภาพในการโพสต์ขายสินค้าทุกวัน ตอบกลับลูกค้าทันใจรวดเร็ว

8. แผนการผลิต

8.1 สถานประกอบการในการผลิต

81/129 คอนโดลุมพินีเมกะบางนาตึกD ถนน บางนาตราด ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 1054



8.2 อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	จำนวน	การใช้งาน	ราคาทุน	อายุ
1.	กรรไกร	4	ตัดซองถุง	290.00	5 ปี
2.	เข็มร้อยมัลย์	3	ร้อยมัลย์	275.00	5 ปี

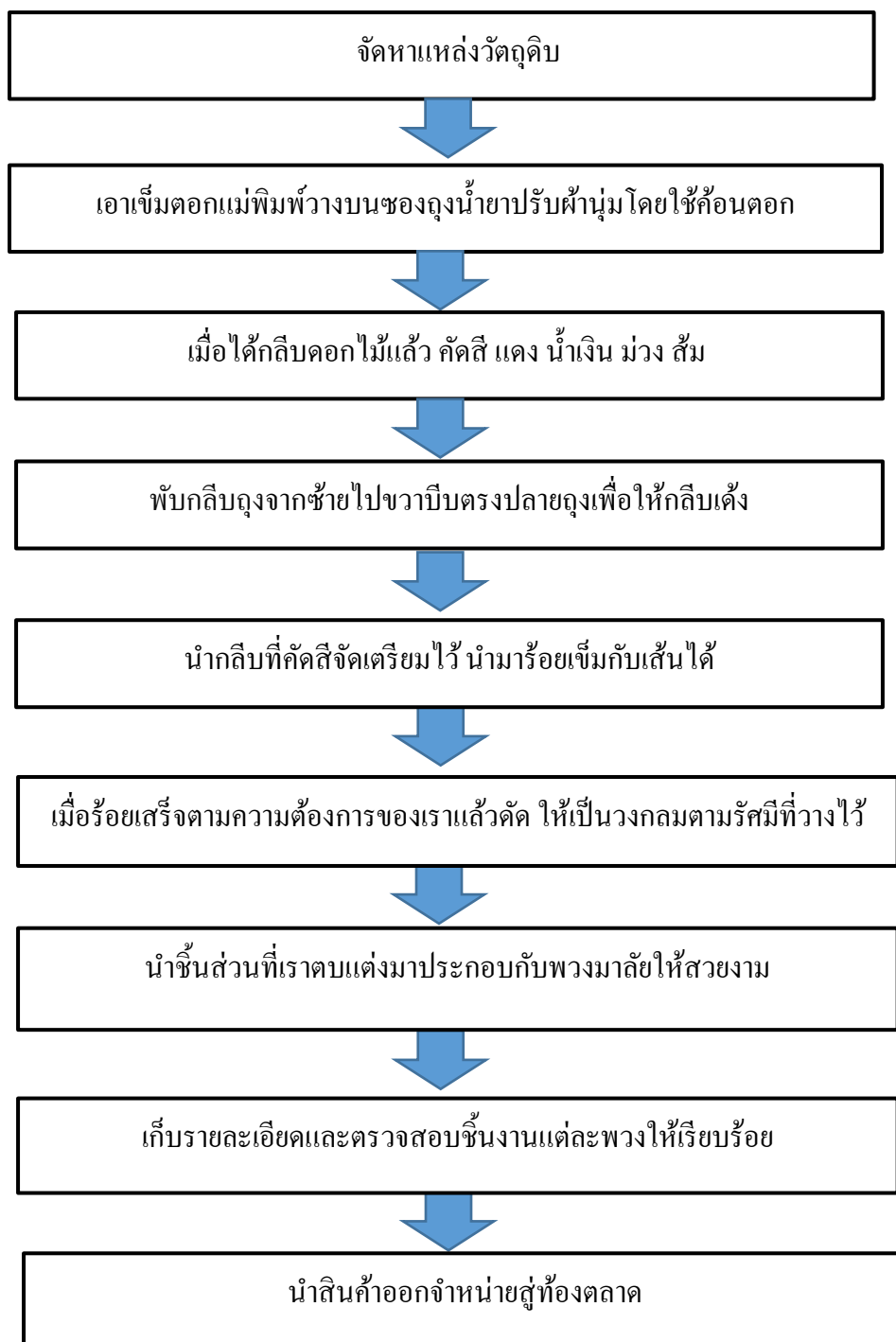
8.3 ข้อมูลการผลิต

จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด	30 /วัน, 900/เดือน , 10,800/ปี
อัตราประมาณการในการผลิต	30/วัน , 900 เส้น/เดือน , 10,800 /ปี
เป้าหมายหน่วยการผลิต	30 /วัน , 900 /เดือน , 10,800 /ปี
เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการผลิต	6ตัว/ ชั่วโมง
เวลาผลิตต่อวัน	8 ชั่วโมง
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต	3 คน
อัตราค่าแรงงานในการผลิต	300 บาท

8.4 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

- ถูงน้ำยาปรับผ้านุ่ม
- ดอกกรักปลอม
- ดอกขี้เหล็กป่า และ วอสลิน

8.5กระบวนการผลิต





1.จัดหาแหล่งวัตถุดิบถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มยี่ห้อออนไลน์ และ ไซคลาส



2.เอาเข็มตอกแม่พิมพ์วางบนซองถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มโดยใช้ก้อนตอก



3.ตอกถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มไปเรื่อยจนกว่าจะหมด



4.เมื่อได้กลีบดอกไม้แล้ว คัดสี แดง น้ำเงิน ม่วง ส้ม



5.พับกลีบจากซ้ายไปขวาบีบตรงปลายกลีบเพื่อให้กลีบตั้ง



6.นำกลีบที่คัดสีจัดเตรียมไว้ นำมาร้อยเช้กับ



6.เมื่อร้อยเสร็จตามความต้องการของเราแล้วตัด ให้เป็นวงกลมตามรัศมีที่วางไว้



7.ทำส่วนตกแต่งพวงมาลัยการพับกริบกระทู้ให้สวยงาม



8.เก็บรายละเอียดและตรวจสอบชิ้นงานแต่ละพวงให้เรียบร้อย



๑.นำสินค้าออกจำหน่ายสู่ท้องตลาด

9. แผนการเงิน

9.1 ประมาณการในการลงทุน

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

9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1.	ที่ดิน	-	-
2.	อาคาร	-	-
3.	ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง	-	-
4.	อุปกรณ์-เครื่องมือ	ใช้ในการผลิต	5,500.00
5.	เครื่องจักร	-	-
6.	อุปกรณ์/เครื่องใช้	อุปกรณ์สำนักงาน คอมพิวเตอร์ / โทรศัพท์	25,000.00
7.	ยานพาหนะ	-	-
8.	วัตถุดิบคงเหลือ	-	-
9.	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ	-	-
10.	ทรัพย์สินทางปัญญา	-	-
11.	รายการอื่นๆ (ถ้ามี)	-	-
รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบการธุรกิจปัจจุบัน			30,500.00

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	30วัน/เดือน		
อัตราคิดลดกระแสเงินสด (Discount Rate) - %	-		
สมมติฐานทางการเงินอื่นๆ	-		

9.4 นโยบายทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ระยะเวลาการให้เครดิตการขายสินค้า – วัน/เดือน	-	-	-
ระยะเวลาเครดิตซื้อสินค้า – วัน/เดือน	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะสั้นที่ขอกู้ (ถ้ามี) – บาท	-	-	-
วงเงินสินเชื่อระยะยาวที่ขอกู้ (ถ้ามี) – บาท	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น - %	-	-	-
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว - %	-	-	-
นโยบายการตั้งสำรองเงินสดในกิจการ	100,000.00		
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 (พวง)												
พวงมลัย (S)	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
พวงมลัย (M)	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00
พวงมลัย (L)	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
ราคาสินค้า (บาท)	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00
พวงมลัย (S)	199.00	199.00	199.00	199.00	199.00	199.00	199.00	199.00	199.00	199.00	199.00	199.00
พวงมลัย (M)	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00
พวงมลัย (L)	499.00	499.00	499.00	499.00	499.00	499.00	499.00	499.00	499.00	499.00	499.00	499.00
ราคาสินค้าเฉลี่ย	1,097.00	1,097.00	1,097.00	1,097.00	1,097.00	1,097.00	1,097.00	1,097.00	1,097.00	1,097.00	1,097.00	1,097.00
รายได้จากการขาย (บาท)												
พวงมลัย (S)	49,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00	49,000.00
พวงมลัย (M)	139,650.00	139,650.00	139,650.00	139,650.00	139,650.00	139,650.00	139,650.00	139,650.00	139,650.00	139,650.00	139,650.00	139,650.00
พวงมลัย (L)	149,700.00.00	149,700.00.00	149,700.00.00	149,700.00.00	149,700.00.00	149,700.00.00	149,700.00.00	149,700.00.00	149,700.00.00	149,700.00.00	149,700.00.00	149,700.00.00
ราคาสินค้าเฉลี่ย	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00
รวมรายได้สะสม (บาท)	339,100.00	678,200.00	1,017,300.00	1,356,400.00	1,695,500.00	2,034,600.00	2,373,700.00	2,712,800.00	3,051,900.00	3,391,000.00	3,730,100.00	4,069,200.00
ลูกหนี้การค้า (บาท)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดรับจากการขาย	339,100.00	339,100.00	339,100.00	399,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00
เงินสดรับจากการขาย	339,100.00	339,100.00	339,100.00	399,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00	339,100.00

9.6 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสินค้าขาย (หน่วย)			
พวงมาลัย (S)	3,000.00	3,150.00	3,465.00
พวงมาลัย (M)	4,200.00	4,410.00	4,851.00
พวงมาลัย (L)	3,600.00	3,780.00	4,158.00
รวมจำนวนสินค้าขาย	10,800.00	11,340.00	12,474.00
ราคาสินค้า (บาท/หน่วย)			
พวงมาลัย (S)	199.00	199.00	199.00
พวงมาลัย (M)	399.00	399.00	399.00
พวงมาลัย (L)	499.00	499.00	499.00
ราคาสินค้าเฉลี่ย	1,097.00	1,097.00	1,097.00
รายได้จากการขาย (บาท)			
พวงมาลัย (S)	597,000.00	626,850.00	689,535.00
พวงมาลัย (M)	1,675,800.00	1,759,590.00	1,935,549.00
พวงมาลัย (L)	1,796,400.00	1,886,220.00	2,074,842.00
รวมรายได้จากการขาย (บาท)	4,069,200.00	4,272,660.00	4,699,926.00
ประมาณการลูกหนี้การค้า			
ขายด้วยเงินสด	-	-	-
ขายด้วยสินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน/เดือน)	4,069,200.00	4,272,660.00	4,699,926.00
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)	-	-	-
เงินสดจากการขายสินค้า (บาท)	4,069,200.00	4,272,660.00	4,699,926.00

9.7 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนวัตถุดิบในการผลิต (หน่วย)			
ถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม (กิโลกรัม)	6,450.00	6,773.00	7,451.00
ขั้วหลอดไฟ(แฟ้ค500ดอก)	134.00	141.00	156.00
ดอกกรักปลอม(แฟ้ค500ดอก)	132.00	139.00	153.00
กล่องบรรจุภัณฑ์(แฟ้ค20กล่อง)	540.00	567.00	624.00
	-	-	-
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ (บาท/หน่วย)			
ถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม(กิโลกรัม)	30.00	31.50	34.65
ขั้วหลอดไฟ(แฟ้ค500ดอก)	100.00	105.00	115.50
ดอกกรักปลอม(แฟ้ค500ดอก)	100.00	105.00	115.50
กล่องบรรจุภัณฑ์(แฟ้ค20กล่อง)	220.00	231.00	254.10
	-	-	-
ต้นทุนวัตถุดิบ (บาท)			
ถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม(กิโลกรัม)	193,500.00	213,349.50	258,177.15
ขั้วหลอดไฟ(แฟ้ค500ดอก)	13,400.00	14,805.00	18,018.50
ดอกกรักปลอม(แฟ้ค500ดอก)	13,200.00	14,595.00	17,671.50
กล่องบรรจุภัณฑ์(แฟ้ค20กล่อง)	118,800.00	130,977.00	158,558.40
รวมต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)	338,900.00	373,726.50	452,425.05
	-	-	-
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด	-	-	-
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)	-	-	-
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน/เดือน)	-	-	-
มูลค่าเจ้าหนี้การค้าวัตถุดิบและสินค้าซื้อมา	-	-	-
เงินสดจ่ายวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อผลิต	338,900.00	373,726.50	452,425.05

9.8 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ต้นทุนการผลิตสินค้า (บาท)			
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อการผลิต	338,900.00	373,726.50	452,425.05
ค่าแรงงานในการผลิต	324,000.00	340,200.00	374,220.00
ค่าไฟฟ้าในการผลิต	22,800.00	239,940.00	26,334.00
ค่าไฟฟ้าในการผลิต	9,600.00	10,080.00	11,088.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	-	-	-
ค่าบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์	2,300.00	2,415.00	2,656.50
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการผลิต	-	-	-
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า (1)	197,600.00	750,361.50	866,723.55
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)			
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการผลิต(5%)	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์(20%)	113.00	113.00	113.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)	-	-	-
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต (2)	113.00	113.00	113.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น (1) + (2)	697,713.00	750,474.50	866,836.55
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
+ บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด	-	-	-
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด	-	-	-
-หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด	-	-	-
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	697,713.00	750,474.50	866,836.55

9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)			
เงินเดือนบุคลากร	588,000.00	617,400.00	679,140.00
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร	22,000.00	23,100.00	25,410.00
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	10,600.00	11,130.00	12,243.00
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน	11,000.00	11,550.00	12,705.00
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน	1,600.00	1,680.00	1,848.00
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร	9,800.00	10,290.00	11,319.00
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร	6,000.00	6,300.00	6,930.00
ค่าเช่า	80,640.00	84,672.00	93,139.20
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่าง ๆ	-	-	-
ค่าธรรมเนียมราชการ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย	-	-	-
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	8,000.00	8,400.00	9,240.00
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า	12,000.00	12,600.00	13,860.00
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง	-	-	-
ค่าใช้จ่าย Commission จากการขาย	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารงานและการขาย (1)	749,640.00	787,122.00	865,834.20
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย			
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน(5%)	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้(20%)	6,100.00	6,100.00	6,100.00
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ(5%)	-	-	-
รวมค่าเสื่อมราคา (2)	6,100.00	6,100.00	6,100.00
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย (1) + (2)	755,740.00	792,222.00	871,934.20

9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการขายสินค้า	4,069,200.00	4,272,660.00	4,699,926.00
รายได้อื่น	-	-	-
รวมรายได้	4,069,200.00	4,272,660.00	4,699,926.00
หัก-ต้นทุนขายสินค้า	697,713.00	750,474.50	866,836.55
กำไรขั้นต้น	3,371,487.00	3,522,185.55	3,833,089.45
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	755,740.00	793,222.00	871,934.20
กำไรจากการดำเนินการ	2,615,747.00	2,728,963.50	2,961,155.25
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล (15%)	2,615,747.00	2,728,963.50	2,961,155.25
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล(15%)	392,362.05	409,344.52	444,173.28
กำไรสุทธิ	2,223,384.95	2,319,618.98	2,516,981.97
หัก-เงินปันผลจ่าย (10%)	-	-	-
กำไรสะสม	-	2,223,384.95	96,234.03
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น	2,223,384.95	96,234.03	2,420,747.94
มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น	11.11%	0.48%	12.10%

9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากการดำเนินการ	-	-	-
เงินสดรับจากการขายสินค้า	4,069,200.00	4,272,660	4,699,926.00
เงินสดรับจากรายได้อื่น			
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	697,713.00	750,474.5	866,836.55
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย	755,740.00	793,222.00	871,934.20
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ			
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล	392,362.05	409,344.52	444,175.28
กระแสเงินสดจากการดำเนินการรวม	2,223,384.95	2,319,618.98	2,516,979.97
กระแสเงินสดจากการลงทุน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ที่ดิน			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์อาคาร			
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ตกแต่ง			
เงินสดจ่ายการลงทุนในสินทรัพย์อุปกรณ์	5,500.00		
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	25,000.00		
กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม	30,500.00		
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม			
กระแสเงินสดสุทธิ	2,192,884.95	2,319,618.98	2,516,979.97
บวก+กระแสเงินสดต้นงวด	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	2,192,884.95	2,319,618.98	2,516,979.97

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร	2,192,884.95	2,319,618.98	2,516,979.97
ลูกหนี้การค้า		-	-
สินค้าคงเหลือ		-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น		-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		-	-
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	30,500.00	-	-
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	30,500.00	-	-
รวมสินทรัพย์	2,223,384.95	2,319,618.98	2,516,979.97
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่นๆ	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	-	-	-
ส่วนเกิน (ค่า) กว่าทุน	2,223,384.95	96,234.03	2,420,747.94
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-	2,223,384.95	96,234.03
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,223,384.95	2,319,618.98	2,516,979.9
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,223,384.95	2,319,618.98	2,516,979.9

9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	สภาพคล่องสูง	สภาพคล่องสูง	สภาพคล่องสูง
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	-	-	-
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน			
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	-	-	-
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	-	-	-
ระยะเวลาดินค้าคงเหลือ (วัน)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	-	-	-
อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (รวม)	-	-	-
การวัดความสามารถในการชำระหนี้			
อัตราส่วนหนี้สิน (Debt to Equity Ratio)	-	-	-
อัตราส่วนเงินทุน	-	-	-
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้	-	-	-
การวัดความสามารถในการบริหารงาน	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA)	-	-	-
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-	-	-
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	82.85%	82.43%	81.55%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	64.28%	63.87%	63.00%
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)	54.63%	54.28%	53.55%
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per share)	11.11%	0.48%	12.10%
มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book Value)	10%	10%	10%
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	3 ปี		
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	3 ปี		
ระยะเวลาคืนทุน	3 ปี		

10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
ผลประกอบการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	- ทำให้ยอดขายของบริษัทลดลง	- จัดโปร โมชั่นเพื่อเพิ่มยอดขาย
ความเสี่ยงด้านบริการ	- มีผู้ประกอบการหลายรายทำให้ลูกค้ามีทางเลือกในการเลือกซื้อมากขึ้น	- เพิ่มโอกาสโดยการเพิ่มรูปแบบหลากหลายให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า
พนักงานลาป่วยกะทันหันหรือขาดบุคลากร	- ไม่สามารถดำเนินงานการผลิตหรือบริการ	- ทุกอาทิตย์ให้พนักงานหมุนเวียนตำแหน่งหากคนขาดสามารถหาคนแทนได้ทันที

บทที่ 4

ผลการดำเนินโครงการ

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นางสาวศิวพร ใจเวสั้ง		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
17/06/62	ประชุมสมาชิกภายในกลุ่ม(เก็บเงิน)	
18/06/62	คิดริเริ่มโครงการสิ่งประดิษฐ์เพื่อเสนออาจารย์ที่ปรึกษา	
19/06/62	เริ่มจัดทำใบเสนออนุมัติโครงการ	
25/06/62	ส่งใบเสนอโครงการอนุมัติโครงการให้ที่ปรึกษาตรวจ	
26/06/62	แก้ไขอนุมัติโครงการครั้งที่1	
27/06/62	ส่งใบเสนออนุมัติโครงการแก้ไขเรียบร้อยแล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
28/06/62	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเซ็นใบอนุมัติโครงการที่ผ่านแล้ว	
2/07/62	เริ่มจัดพิมพ์เอกสารบทที่1(บทนำ)	
8/07/62	ส่งรายงานบทที่1	
11/07/62	แก้ไขรายงานบทที่1 ครั้งที่1	
12/07/62	เริ่มทำรายงานบทที่2	
15/07/62	ส่งบทที่2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
20/07/62	แก้ไขรายงานบทที่2 ครั้งที่1	
25/07/62	แก้ไขรายงานบทที่2 ครั้งที่2	
1/08/62	เริ่มทำรายงานบทที่3 แผนธุรกิจ	
19/08/62	ส่งบทที่3 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
25/08/62	แก้ไขรายงานบทที่3 ครั้งที่1	
2/09/62	เริ่มจัดทำPower Point ที่จะต้องนำเสนอโครงการ	
5/09/62	ส่งเอกสารบทที่3 แผนธุรกิจ และ Power Pointให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจอีกครั้ง เพื่อเตรียมPower ครั้งที่1	
21/09/62	นำเสนอโครงการครั้งที่1 ให้คณะกรรมการฟัง(โครงการ+บทที่1-3+แผนธุรกิจ)	
22/09/62	แก้ไขเอกสารตามคณะกรรมการแนะนำ	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล(ต่อ)

นางสาวศิวพร ใจเว็ง		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
3/10/62	ออกแบบป้ายร้าน	
5/10/62	นำเสนอป้ายร้านกับอาจารย์กับอาจารย์ที่ปรึกษา	
15/10/62	แก้ไขป้ายร้านและสั่งทำป้ายร้าน	
20/10/62	หาแหล่งซื้อวัสดุ	
20/10/62	จัดเตรียมอุปกรณ์ให้พร้อมและวางแผนในการทำ	
20/10/62	เอาเข็มตอกแม่พิมพ์วางบนซองถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มโดยใช้ค้อนตอก	
20/10/62	เมื่อได้กลีบดอกถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มแล้วคัดสี สีแดง น้ำเงินสีม่วง สี ส้ม จะได้สะดวกต่อการหยิบจัด	
20/10/62	พับกลีบดอกจากซ้ายไปขวาบีบตรงปลายถุงเพื่อให้กลีบโค้ง	
20/10/62	นำกลีบโค้งมาร้อยกับเข็มร้อยพวงมาลัยกับเส้นได้	
20/10/62	เมื่อร้อยเสร็จตามความต้องการของเราแล้วตัด ให้เป็นวงกลมตาม รัศมีที่วางไว้	
20/10/62	นำชิ้นส่วนที่เราตกแต่งมาประกอบกับพวงมาลัยให้สวยงาม	
20/10/62	เก็บรายละเอียดและตรวจสอบชิ้นงานแต่ละพวงให้เรียบร้อย	
22/11/62	นำสิ่งประดิษฐ์มาให้อาจารย์นิเทศ	
2/11/62	เริ่มทำ Power point เพื่อนำเสนอโครงการครั้งที่ 2	
16/11/62	นำเสนอโครงการครั้งที่ 2(แสดงผลงานประดิษฐ์)	
19/11/62	แก้ไขพวงมาลัยขนาดกลางตามที่คณะกรรมการแนะนำ	
8/12/62	จัดพิมพ์ภาคผนวก ข(แบบสอบถาม)	
10/12/62	เตรียมจัดงาน ATCนิทรรศน์	
13/12/62	งาน ATCนิทรรศน์	
13/12/62	-แจกแบบสอบถาม และแปลผลแบบสอบถาม	
16/12/62	เริ่มลงมือทำรายงานบทที่ 4(รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล)	
19/12/63	ส่งเอกสารบทที่4(ให้อาจารย์รายบุคคล,บัญชี)	
21/01/63	เริ่มทำบทที่5	
24/01/63	ส่งบทที่5(สรุปผลการดำเนินโครงการปัญหาอุปสรรค)	
28/02/63	แก้ไขเอกสารบทที่5บรรณานุกรมครั้งที่1	
3/02/63	จัดทำเอกสารภาคผนวก ก และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล

นายรัชพล เป็นบางนา		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
17/06/62	ประชุมสมาชิกภายในกลุ่ม(เก็บเงิน)	
18/06/62	คิดริเริ่มโครงการสิ่งประดิษฐ์เพื่อเสนออาจารย์ที่ปรึกษา	
19/06/62	เริ่มจัดทำใบเสนออนุมัติโครงการ	
25/06/62	ส่งใบเสนอโครงการอนุมัติโครงการให้ที่ปรึกษาตรวจ	
26/06/62	แก้ไขอนุมัติโครงการครั้งที่1	
27/06/62	ส่งใบเสนออนุมัติโครงการแก้ไขเรียบร้อยแล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
28/06/62	อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเซ็นใบอนุมัติโครงการที่ผ่านแล้ว	
2/07/62	เริ่มจัดพิมพ์เอกสารบทที่1(บทนำ)	
8/07/62	ส่งรายงานบทที่1	
11/07/62	แก้ไขรายงานบทที่1 ครั้งที่1	
12/07/62	เริ่มทำรายงานบทที่2	
15/07/62	ส่งบทที่2 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
20/07/62	แก้ไขรายงานบทที่2 ครั้งที่1	
25/07/62	แก้ไขรายงานบทที่2 ครั้งที่2	
1/08/62	เริ่มทำรายงานบทที่3 แผนธุรกิจ	
19/08/62	ส่งบทที่3 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจ	
25/08/62	แก้ไขรายงานบทที่3 ครั้งที่1	
2/09/62	เริ่มจัดทำPower Point ที่จะต้องนำเสนอโครงการ	
5/09/62	ส่งเอกสารบทที่3 แผนธุรกิจ และ Power Pointให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจอีกครั้ง เพื่อเตรียมPower ครั้งที่1	
21/09/62	นำเสนอโครงการครั้งที่1 ให้คณะกรรมการฟัง(โครงงาน+บทที่1-3+แผนธุรกิจ)	
22/09/62	แก้ไขเอกสารตามคณะกรรมการแนะนำ	

รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล(ต่อ)

นายรัชพล แป้นบางนา		
วัน/เดือน/ปี	การปฏิบัติงาน	หมายเหตุ
3/10/62	ออกแบบป้ายร้าน	
5/10/62	นำเสนอป้ายร้านกับอาจารย์กับอาจารย์ที่ปรึกษา	
15/10/62	แก้ไขป้ายร้านและสั่งทำป้ายร้าน	
20/10/62	หาแหล่งซื้อวัสดุ	
20/10/62	จัดเตรียมอุปกรณ์ให้พร้อมและวางแผนในการทำ	
20/10/62	เอาเข็มตอกแม่พิมพ์วางบนของถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มโดยใช้ค้อนตอก	
20/10/62	เมื่อได้กลีบดอกถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มแล้วคัดสี สีแดง น้ำเงินสีม่วง สี ส้ม จะได้สะดวกต่อการหยิบจัด	
20/10/62	พับกลีบดอกจากซ้ายไปขวาบีบตรงปลายถุงเพื่อให้กลีบโค้ง	
20/10/62	นำกลีบโค้งมาร้อยกับเข็มร้อยพวงมาลัยกับเส้นได้	
20/10/62	เมื่อร้อยเสร็จตามความต้องการของเราแล้วตัด ให้เป็นวงกลมตาม รัศมีที่วางไว้	
20/10/62	นำชิ้นส่วนที่เราตกแต่งมาประกอบกับพวงมาลัยให้สวยงาม	
20/10/62	เก็บรายละเอียดและตรวจสอบชิ้นงานแต่ละพวงให้เรียบร้อย	
22/11/62	นำสิ่งประดิษฐ์มาให้อาจารย์นิเทศ	
2/11/62	เริ่มทำ Power point เพื่อนำเสนอโครงการครั้งที่ 2	
16/11/62	นำเสนอโครงการครั้งที่ 2(แสดงผลงานประดิษฐ์)	
19/11/62	แก้ไขพวงมาลัยขนาดกลางตามที่คณะกรรมการแนะนำ	
8/12/62	จัดพิมพ์ภาคผนวก ข(แบบสอบถาม)	
10/12/62	เตรียมจัดงาน ATCนิทรรศน์	
13/12/62	งาน ATCนิทรรศน์	
13/12/62	-แจกแบบสอบถาม และแปรผลแบบสอบถาม	
16/12/62	เริ่มลงมือทำรายงานบทที่ 4(รายงานผลการปฏิบัติงานรายบุคคล)	
19/12/63	ส่งเอกสารบทที่4(ให้อาจารย์รายบุคคล,บัญชี)	
21/01/63	เริ่มทำบทที่5	
24/01/63	ส่งบทที่5(สรุปผลการดำเนินโครงการปัญหาอุปสรรค)	
28/02/63	แก้ไขเอกสารบทที่5บรรณานุกรมครั้งที่1	
3/02/63	จัดทำเอกสารภาคผนวก ก และส่งต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	

(บัญชีรายรับ-รายจ่าย(ปฏิบัติ)
โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยถูงน้ำยาปรับผ้านุ่ม

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
1/10/2562	เก็บเงินสมาชิกในกลุ่ม	2	500	1,000	-					1,000
3/10/2562	ถูงน้ำยาปรับผ้านุ่ม				26	14	351			649
5/10/2562	เพิ่มร้อยพวงมาลัยยาว 9 นิ้ว				2	20	40			609
5/10/2562	ดอกกรักปลอม				1	200	200			409
5/10/2562	กระดาษเช็ดหู				2	20	40			369
5/10/2562	เทปกาวผ้าสีเขียว				1	25	25			344
5/10/2562	ขั้วลป้าพลาสติก				1	250	250			94
5/10/2562	กาวTOA				2	30	60			34
7/10/2562	เก็บเงินเพิ่ม	2	1,000	2,000						2,034
รวม				3,000			966			2,034

บัญชีรายรับ-รายจ่าย(ปฏิบัติ)

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยธูปน้ำยาปรับผ้านุ่ม

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
7/10/2562	ยอดยกมา				-					2,034
8/10/2562	ถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม				9	10	90			1,944
8/10/2562	ปิ่นกาบสองหน้า				1	20	20			1,924
8/10/2562	กระดาดเช็ดชู				1	25	25			1,899
10/10/2562	ไม้จิ้มฟัน				1	25	25			1,874
10/10/2562	เข็มกับด้าย				1	20	20			1,854
10/10/2562	กาบTOA				1	25	25			1,829
19/10/2562	ป้ายโลโก้				1	250	250			1,779
19/10/2562	ป้ายไวนิล				1	150	150			1,629
รวม							605			1,629

บัญชีรายรับ-รายจ่าย(ปฏิบัติ)
โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยถักนํ้ายาปรับผ้านุ่ม

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
19/10/2562	ขอคยกมา				-					1,629
20/10/2562	ผ้าปูโต๊ะ				1	160	160			1,469
20/10/2562	ผ้าคลุมกล่องด้านในสีแดง				1	100	100			1,369
21/10/2562	กล่องบรรจุภัณฑ์				3	69	69			1,300
รวม							329			1,300

บัญชีรายรับ-รายจ่าย (เอกสาร)

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยถ่วงน้ำยาปรับผ้านุ่ม

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
21/10/2562	เก็บเงินในกลุ่ม	2	900.00	1,800						1,800
25/6/1962	ปริญ โครงการอนุมัติ				7	3	21			1,779
26/6/1962	ปริญ โครงการอนุมัติ(แก้ไข)				7	3	21			1,758
8/7/1962	ปริญ บทที่1				2	2	4			1,754
11/7/1962	ปริญ บทที่1(แก้ไข)				2	2	4			1,750
15/7/1962	ปริญ บทที่2				21	3	63			1,687
20/7/1962	ปริญ บทที่2(แก้ไข1)				21	3	63			1,624
25/7/1962	ปริญ บทที่2(แก้ไข2)				21	3	63			1,561
19/8/1962	ปริญ บทที่3				42	3	126			1,435
รวม				1,800			365			1,435

บัญชีรายรับ-รายจ่าย (เอกสาร)

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยถักน้ำยาปรับผ้านุ่ม

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
19/8/1962	ยอดยกมา				-					1,435
25/8/1962	ปริ้นบทที่3(แก้ไข1)				42	3	126			1,309
8/12/1962	ถ่ายเอกสารสอบถาม100ชุด				100	3	200			1,109
8/12/1962	ตัวอย่างแบบสอบถาม				2	2	4			1,105
6/2/2563	ปริ้นบทที่4				4	3	12			1,093
6/2/2563	ปริ้นบทที่5				3	3	9			1,084
7/2/2563	ปริ้นผนวกและบรรณานุกรม				31	2	62			1,022
17/2/2563	ค่าปริ้นรวมเล่ม				110	2	220			802
รวม							633			802

บัญชีรายรับ-รายจ่าย(เอกสาร)

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยธูปน้ำยาปรับผ้านุ่ม

ว/ด/ป	รายการ	รายรับ			รายจ่าย			คงเหลือ		
		จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน	จำนวนหน่วย	@	จำนวนเงิน
19/10/2562	ยอดยกมา				-					802
21/2/2563	ค่าเช่าเล่ม				1	200	200			602
26/2/2563	ค่าแผ่นซีดีและหน้าปก				1	20	20			582
รวม							220			582

สรุปผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยธูปน้ำยาปรับผ้านุ่ม

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสัมพันธ์และร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
4. เพื่อให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

งบประมาณในการลงทุน 2 คน คนละ 1,500บาท รวมเป็นเงิน 3,000 บาท

หักค่าใช้จ่ายจากการดำเนินโครงการ 1,300 บาท

เหลือเป็นจำนวนเงิน 1,800 บาท

แบ่งเงินส่วนที่เหลือคืนให้สมาชิกในกลุ่ม 2 คนเท่าๆกัน 900 บาท

นำเงินส่วนที่เหลือคืนแก่สมาชิก ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

1. นายรัชพล แบนางนา
2. นางสาวศิวพร ไฉ่วเส้ง

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการดำเนินโครงการ

โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม เป็นโครงการที่มีแนวคิดในการนำวัสดุที่เหลือใช้ กลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ สิ่งมีคุณภาพจากการนำวัสดุที่เหลือใช้ มาเพิ่มมูลค่าในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มที่มีรูปแบบสวยงามแปลกใหม่ โดยการนำวัสดุที่เหลือใช้มาใช้ประโยชน์ใหม่อีกครั้ง โครงการงานหัตถศิลป์สิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มผู้ร่วมลงทุนทั้งหมด 2 คน จำนวนเงินที่ลงทุนคนละ 1,500 บาท เป็นจำนวนเงิน 3,000 บาท สถานที่ในการปฏิบัติงานคือ 81/129 คอนโดลุมพินีเมกะบางนา ถนนบางนา-ตราด ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัด สมุทรปราการ 10540 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานตั้งแต่เดือนตุลาคม 2562 มีค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานทั้งสิ้น 1,300 บาท เหลือเงิน 1,800 บาท แบ่งคืนให้สมาชิกคนละ 900 บาท

1. การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้และเพิ่มรายได้ให้กับนักศึกษา
3. ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความสัมพันธ์และความร่วมมือจากการทำงานเป็นทีม
4. ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีคุณค่า

สรุปตารางปฏิบัติงานจริง

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
1	24 มิ.ย. 62	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	
2	1 ก.ค. 62	ส่งเนื้อหา บทที่ 1 (บทนำ)	
3	18 ก.ค. 62	ส่งเนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	
4	1 ส.ค. 62	ส่งเนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ) แผนธุรกิจ - บทสรุปผู้บริหาร - วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ - ความเป็นมาของธุรกิจ	

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
		ผลิตภัณฑ์ - วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด - แผนการบริหารจัดการ - แผนการตลาด - แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ - แผนการเงิน - แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	
4	4 ก.ย. 62	ส่ง PowerPoint (โครงการ + บทที่1-3+แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมPresent งาน)	
5	21 ก.ย. 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 1 (โครงการ +บทที่1-3 + แผนธุรกิจ)	
6	28 ต.ค 62	-ปฏิบัติกร งานประดิษฐ์	
7	1 ต.ค. 62	-เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	
8	9 ต.ค. 62	- ประชุมวางแผนขั้นตอนการทำสิ่งประดิษฐ์ (1 ต.ค. 62)	
9	10 ต.ค.62	-ทำความสะอาดถุงเสร็จเอาไปตากแดดให้แห้ง ใช้ก้อน วางบน เข็มแม่พิมพ์แล้วตอกถุงให้ขาด	
10	12 ต.ค 62	-เมื่อได้กลีบถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม คัดสี แดง น้ำเงิน ม่วง	
11	13 ต.ค 62	-พับกลีบถุงจากซ้ายไปขวาบีบตรงปลายถุงเพื่อให้กลีบ ตึง	
12	14 ต.ค 62	-นำกลีบที่พับนำมาร้อยเข็มกับเส้นได้ร้อยไปร้อยจนสุด ปลายเข็ม	
13	15 ต.ค 62	ร้อยพวงมาลัย และนำกลีบสีฟ้ามาร้อยให้สุดปลายเข็ม ร้อยพวงมาลัย	
14	16 ต.ค 62	-ขั้นตอนการทำกลีบกระหุ่มตกแต่ง พวงมาลัยนำ ชิ้นส่วนที่เราตกแต่งมาประกอบกับพวงมาลัยให้สวยงาม	
15	17 ต.ค 62	-นำชิ้นส่วนมาประกอบเข้าหากันและเก็บรายละเอียดให้ เรียบร้อย	

ครั้งที่	วัน/เดือน/ปี	กิจกรรมที่ปฏิบัติ	หมายเหตุ
16	7 พ.ย 62	ส่งPower Point (โครงการ + แผนธุรกิจ)กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนองาน Present ครั้งที่ 2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/ บริการ/ แสดงผลงานประดิษฐ์)	
17	16 พ.ย 62	นำเสนอโครงการ (Present) ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้านจัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	
18	3 ธ.ค 62	ส่งแบบสอบถามโครงการ	
19	13 ธ.ค 62	จัดแสดงงาน ATCนิทรรศน์ (ออกร้าน และแจกแบบสอบถามโครงการ)	
20	17 ธ.ค 62	ส่งเนื้อหา บทที่ 4 (ปฏิบัติงานรายบุคคล)	
21	17 ม.ค 62	(บัญชี+ ผลการดำเนินงานด้านงบประมาณ)	
22	21 ม.ค 62	ส่งเนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)	
23	21 ม.ค 62	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	
24	8 ก.พ 62	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก ภาคผนวก ข ภาคผนวก ค ภาคผนวก ง ส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อ และสารบัญ	
25	21 ก.พ 62	ส่ง ตรวจสอบรูปเล่มโครงการ	
26	26 ก.พ 62	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

1. สมาชิกไม่มีความรู้ความชำนาญในการใช้เครื่องมือเชื่อมตอกถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม
2. ไม่มีพื้นฐานในการออกแบบผลิตภัณฑ์จึงทำให้เสียเวลาในการร่างรูปแบบของสิ่งประดิษฐ์
3. วัสดุของถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มมีความเหนียวจึงทำให้การร้อยพวงมาลัยยากและลำบาก

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนา

จากการดำเนินโครงการได้พบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานหลายอย่าง จึงมีแนวทางในการพัฒนา เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแนวทางการพัฒนามีดังต่อไปนี้

1. ขอความช่วยเหลือจากผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับการใช้งานของเครื่องมือเชื่อมตอกถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม
2. ควรค้นหาข้อมูลแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ร่วมสมัย และขอคำแนะนำจากอาจารย์เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ

บรรณานุกรม

- ถนอม บริคุต,สอ. (2557). **ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2562, จาก <https://fifathanom.wordpress.com/>.
- พรชิตา แก้มมณี ธัญทิพ วงษ์ศิริและคณะ (2559). **โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์กระเป๋าสะพายจากชองกาแฟ** หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด, วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พาณิชย์การ
- ภัทรารุณี ชาติตร. (2555). **พฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.gotoknow.com>.
- มนัสนันท์ ประ โคมและคณะ. (2560). **โครงการนี้เป็นโครงการประเภท นวัตกรรมพวงมาลัยจากถุงโรงเรียนเทศบาลวัดเหมืองแดง. (2557). แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2562,,จาก <http://netra./pru.ac.th>.
- วัชรพล วิบูลยศรีน. (2556). **แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2562, จาก <https://jarernsri512.wordpress.com>.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558). **การเขียนแผนธุรกิจ**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.thaifranchisecenter.com>.
- สำนักบรรณสารและสารสนเทศมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล. (2555). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ**. ค้นหาข้อมูลเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2562, จาก <http://library.vu.ac.th>.
- อภิสิทธิ์ คล้ายแก้วและคณะ. (2559). **โครงการนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ถังขยะจากขวดพลาสติก**. หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด, วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พาณิชย์การ

ภาคผนวก ก โครงการ

- แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ

-บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ



แบบนำเสนอขออนุมัติโครงการ
สาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนการ
ภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2562

ชื่อโครงการ พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม
ระยะเวลาการดำเนินงาน มิถุนายน 2561 ถึง กุมภาพันธ์ 2563
สถานที่การดำเนินงาน คอนโดลุมพินี 81/129 ถ.บางนา-ตลาด ต.บางแก้ว
อ. บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
ประมาณการค่าใช้จ่าย 1,000 บาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ

- นายรัชพล แป้นบางนา รหัสประจำตัว 37293 ปวส.2/2
- นางสาวศิวพร ใจวี่เส็ง รหัสประจำตัว 41171 ปวส.2/10

ลงชื่อ.....ประธานโครงการ
(นายรัชพล แป้นบางนา)...../...../.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

.....
.....
.....

ความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

.....
.....
.....

ลงชื่อ
(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)/...../.....

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

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

ชื่อโครงการ

พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม

แผนงาน

นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด โครงการกลุ่ม นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์

ผู้รับผิดชอบโครงการ

1. นายรัชพล แบนบางนา ประธานโครงการ
2. นางสาวศิวพร ไฉ่วเส้ง รองประธานโครงการ

หลักการและเหตุผล

เนื่องด้วยปัจจุบันงานหัตถกรรม ถือเป็นงานประดิษฐ์ที่กำลังได้รับความนิยมต่อกลุ่มผู้บริโภคต่างๆ พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มเป็นอีกหนึ่งงานที่น่าสนใจแต่ก็มีปัญหาในด้านการออกแบบ หรือรูปของผลิตภัณฑ์ไม่ตรงตามความต้องการของผู้ผลิตเนื่องจาก ขนาดและสีสันทันของซองน้ำยาปรับผ้านุ่มที่ใช้แล้วมีจำนวนจำกัดซึ่งปัญหานี้ทำให้ผลผลิตมีลักษณะการทำออกมาน้อยมากเกินไป

ดังนั้นคณะผู้จัดทำโครงการ จึงมีแนวคิดในการนำ เศษถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มที่เหลือใช้กลับมาใช้เกิดประโยชน์ในการสร้างสรรค์ มาเพิ่มมูลค่าในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ รูปแบบสวยงามแปลกใหม่ร่วมสมัย เพื่อให้เห็นคุณค่าของวัสดุเหลือใช้ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง ทั้งเป็นการลงมือปฏิบัติจริงของนักศึกษา และเป็นการสร้างรายได้ให้กับ นักศึกษา อีกด้วยในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของวิชาโครงการ
2. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความสามัคคีและร่วมมือปฏิบัติงานกันเป็นทีม
4. เพื่อให้ นักศึกษามีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์

เป้าหมาย

1. การนำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
2. เสนอขายบุคคลที่มีความสนใจในสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้

วิธีการดำเนินการ

ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ

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

ขั้นที่ 2 ขั้นดำเนินการ

- 1.จัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน
- 2.ปฏิบัติงาน โดยเริ่มงานจากการวางโครงสร้าง
- 3.ล้างชอมน้ำยาปรับผ้านุ่มแล้วทำมาตากให้แห้ง
- 4.ตัดครึ่งเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าตัดขนาดให้เท่ากันเพื่อความสวยงาม
- 5.เมื่อได้สี่เหลี่ยมผืนผ้าแล้วนำมาพับเข้าหากันโดยพับคล้ายใบพัดจะให้สีขาวอยู่ด้านใน จากนั้นก็เอาปลายของมันของแต่ละด้านพับลงมาอีกครั้ง
- 6.พับครึ่งตามแนวยาวก่อนที่จะนำเข็มแทงด้ายเตรียมไว้แล้วมาร้อยต่อกัน
- 7.ในระหว่างการร้อยเราจะเอาปลายเข็มแทงเข้ากันตามรอยพับ
- 8.เมื่อร้อยเสร็จได้พวงมาลัยตามความต้องการให้เข้าหากันเป็นวงกลม
- 9.นำมาร้อยใส่อุบะที่เตรียมไว้แล้วถือว่าเป็นอันเสร็จสิ้น

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล

- 1.สรุปผลการปฏิบัติงาน
- 2.ส่งรายงานสรุปผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินงาน

ขั้นตอนดำเนินการ	ปี 2562							ปี 2563	
	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมคิดรูปแบบนวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์	↔								
2. ประชุมวางแผนงาน วาง รูปแบบงาน และจัดสรร งบประมาณ	↔								
3. ร่างโครงการเสนออาจารย์ที่ ปรึกษาโครงการ	↔								
4. จัดทำแผนธุรกิจและแผนกล ยุทธ์			↔						
5. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และ สถานที่ที่จะทำสิ่งประดิษฐ์				↔					
6. ลงมือปฏิบัติงานตามแผนงาน และขั้นตอนการดำเนินงานที่วาง ไว้					↔				
7. สรุปผลการปฏิบัติงาน						↔			
8. ส่งรายงานสรุปผลการ ดำเนินงาน								↔	

วัน เวลา สถานที่

เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ มิถุนายน 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2563

สถานที่ 81/129 คอนโดลุมพินีเมกะบางนาตึกD ถนน บางนาตราด ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี
จังหวัด สมุทรปราการ 10540

งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์

งบประมาณในการลงทุน เป็นเงิน 1,000 บาท

1. เชื้อมยาว 9 นิ้ว	30 บาท
2. ดอกกรักปลอม	50 บาท
3. แผ่นโฟมยาง	36 บาท
4. เทปกาวผ้าสีเขียว	24 บาท
5. ขั้วขบพลาสติก	250 บาท
6. ค้าย	20 บาท
7. ป้ายนาเสนอ	300 บาท
8. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	171 บาท
รวม	881 บาท

การติดตามผลและการประเมิน

1. นำเสนอผลงานเพื่อให้คณะกรรมการเป็นผู้ประเมิน
2. นำผลงานส่งเข้าประกวดการแข่งขันทักษะวิชาชีพ ประเภทสิ่งประดิษฐ์
3. รายงานสรุปผลการดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

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

ปัญหาและอุปสรรค

1. วัสดุดิบที่ใช้อาจมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการผลิต
2. ชิ้นงานไม่เป็นไปตามเวลาที่เรากำหนดไว้

ข้อเสนอแนะ

1. วัสดุที่นำมาใช้ควรหาแหล่งวัตถุดิบสำรองไว้ ควรจัดเตรียมอุปกรณ์ให้พร้อมและรวบรวมการออกแบบพวงมาลัย
2. การฝึกฝีมือให้เกิดความเชี่ยวชาญและมีทักษะความรู้ในการดำเนินงานประดิษฐ์

ลงชื่อ.....

(อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย)

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

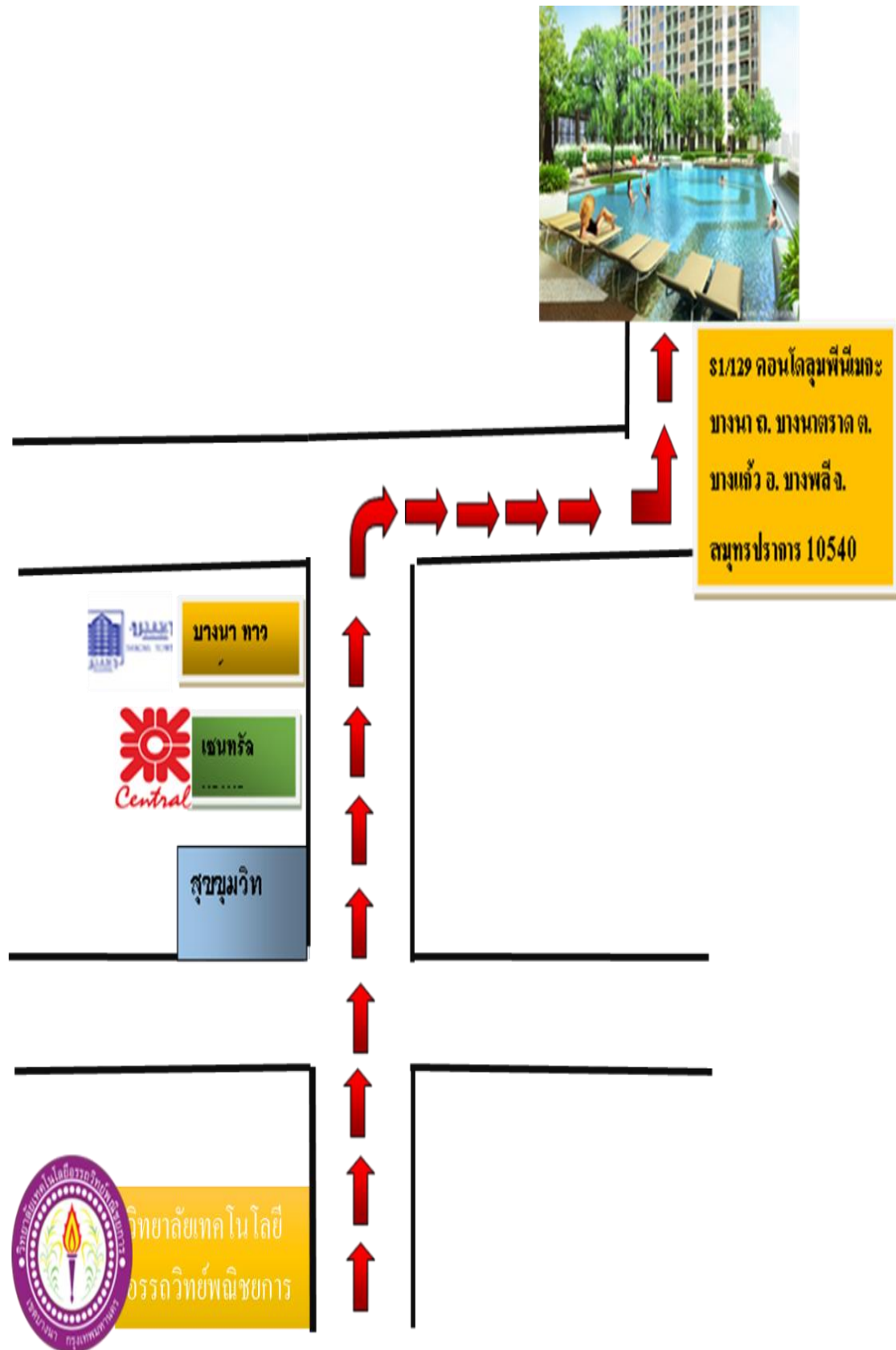
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมโครงการ

ลงชื่อ.....

(อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์)

อาจารย์หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด

สถานที่ดำเนินโครงการ



บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ ปรึกษา ร่วม

โครงการสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม

ที่ปรึกษาโครงการ อาจารย์กมลวรรณ บุญสาย

ที่ปรึกษา ร่วมโครงการ อาจารย์วงศ์เดือน ประไพวัชรพันธ์

ผู้รับผิดชอบโครงการ นายรัชพล เป็นบงนา ระดับชั้น ปวส.2/2 เลขที่ 15

นางสาวศิวพร ใจวเส็ง ระดับชั้น ปวส.2/10 เลขที่ 6

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษา ร่วม
1	ส่งโครงการเพื่อขออนุมัติ	24-28มิ.ย.62		
2	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 1(บทนำ)	1-12 ก.ค.62		
3	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 2 (แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)	15 -31 ก.ค.62		
4	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 3 (วิธีการดำเนินโครงการ)	1-30 ส.ค.62		
	แผนธุรกิจ			
	- บทสรุปผู้บริหาร			
	- วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ			
	- ความเป็นมาของธุรกิจ			
	- ผลิตภัณฑ์			
	-วิเคราะห์อุตสาหกรรม และการตลาด			
	-แผนการบริหารจัดการ			
	- แผนการตลาด			
	-แผนการผลิต/ การขาย/ การบริการ			
	- แผนการเงิน			
	-แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง			
5	ส่ง PowerPoint (โครงการ + แผนธุรกิจ กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมPresent ครั้งที่1)	6-2 ก.ย.62		
6	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 1 (โครงการ +บทที่1-3 + แผนธุรกิจ)	21 ก.ย.62		

ลำดับ ที่	รายการ	วันที่	ลงชื่อ ที่ปรึกษา	ลงชื่อ ที่ปรึกษาร่วม
7	ปฏิบัติภาคสนาม ระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 8 ครั้ง (ปฏิบัติการขาย/งานบริการ/งานประดิษฐ์) เข้ารับการนิเทศ จากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ	1-31 ต.ค.62		
8	กำหนดส่ง PowerPoint (โครงการ+แผนการ ตลาด และ แผนการผลิต) กับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเตรียมนำเสนอ โครงการ Present ครั้งที่2 รวมทั้งการออกร้านจัดแสดงสินค้า/บริการ/ แสดงผลงานประดิษฐ์)	1-8 พ.ย.62		
9	นำเสนอโครงการ (Present)ครั้งที่ 2 (แผนการตลาด แผนการผลิต และการออกร้าน จัดแสดงสินค้า/บริการ/แสดงผลงานประดิษฐ์)	16 พ.ย.62		
10	กำหนดส่งแบบสอบถามโครงการ	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		
13	กำหนดส่ง เนื้อหา บทที่ 5 (สรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา)	20-24 ม.ค.63		
14	กำหนดส่ง บรรณานุกรม	27-31 ม.ค.63		
15	กำหนดส่ง ภาคผนวก ก-ง (แปลผลแบบสอบถาม ประมวลภาพ ประวัติ ผู้จัดทำโครงการ)	3-7 ก.พ.63		
16	กำหนดส่ง กิตติกรรมประกาศ บทคัดย่อและสารบัญ	10-14 ก.พ.63		
17	กำหนดส่ง ตรวจจรูปแบบโครงการ	17-21 ก.พ.63		
18	ส่งรูปเล่ม+เงินค่ารูปเล่ม+แผ่นซีดี 1 แผ่น	24-28 ก.พ.63		

ภาคผนวก ขแบบสอบถาม

-ตัวอย่างแบบสอบถาม

-รายงานผลการประเมินจากแบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์ “พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม”

แบบสอบถามนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์ “พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการประเภทสิ่งประดิษฐ์ จึงขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถามเพื่อ
ความสมบูรณ์ในการทำเอกสารวิชาโครงการ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน

1.1 เพศ

1.2 () ชาย () หญิง

1.3 อายุ

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี () 21-30 ปี () 31-40 ปี
() อายุ 41-50 ปี () อายุ 51 ปี ขึ้นไป

1.4 ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
() มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
() อนุปริญญา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
() ปริญญาตรี
() ปริญญาโท หรือสูงกว่า

1.4 อาชีพ

() รับจ้าง () นักเรียน/นักศึกษา
() พนักงานบริษัทเอกชน () เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว
() ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

1.5 รายได้

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท () 5,001-10,000 บาท
() 10,001-15,000 บาท () 15,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

โดยมีค่าระดับความสำคัญดังนี้

5 เห็นด้วย/พึงพอใจมากที่สุด 4 เห็นด้วย/พึงพอใจมาก 3 เห็นด้วย/พึงพอใจปานกลาง

2 เห็นด้วย/พึงพอใจน้อย 1 เห็นด้วย/พึงพอใจน้อยที่สุด

ลำดับที่	รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)						
1	รูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์					
2	ประโยชน์คุณค่าการใช้งานของผลิตภัณฑ์					
3	การรับประกันสินค้า					
4	คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
ด้านราคา (Price)						
1	ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพ					
2	ความเหมาะสมของราคากับการออกแบบ					
3	ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น ผ่าน True money					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)						
1	การติดต่อหรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวกรวดเร็ว					
2	ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น หน้าร้าน Facebook Line					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)						
1	ซื้อพวงมาลัย 5 พวงขึ้นไป ลด 10%					
2	ชำระเงินผ่าน True money ส่วนลด 10%					
3	มีบริการส่งฟรีแบบลงทะเบียน					
4	การโฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการตลาดผ่าน ป้าย ร้าน Facebook และ Line					

ข้อเสนอแนะ

.....
.....

รายงานผลแบบสอบถาม

สิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษาเรื่องพวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 100 คน และในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามมี 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	60	60.00
หญิง	40	40.00
รวม	100	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	86	86.00
อายุ 21-30ปี	12	12.00
อายุ 31-40ปี	2	2.00
อายุ 41-50 ปี	0	0.00
อายุ 51 ปี ขึ้นไป	0	0.00
รวม	100	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.)	26	26.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) / ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	37	37.00
อนุปริญญา / ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	34	34.00
ปริญญาตรี	3	3.00
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	0	0.00
รวม	100	100.00

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. อาชีพ		
รับจ้าง		
นักเรียน / นักศึกษา	10	10.00
พนักงานบริษัทเอกชน	2	2.00
เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	2	2.00
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	84	84.00
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	2	2.00
รวม	100	100.00
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
รายได้ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	68	68.00
รายได้ 5,001 - 10,000 บาท	25	25.00
รายได้ 10,001 - 15,000 บาท	5	5.00
รายได้สูงกว่า 15,001 บาทขึ้นไป	2	2.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม ปรากฏผลข้อมูลดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ ชาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา เป็นเพศหญิงจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 86 รองลงมาเป็น อายุ 21-30 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และ อายุ 31-40 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย(ม. 6)ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาเป็น ระดับการศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาชีพสูง(ปวส)/อนุปริญญา จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34 และ ระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย(ม.6)ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช) จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 84 รองลงมาเป็น ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว และอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนรายได้ต่ำกว่า 5,000 จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมาเป็น มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์..พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม

สามารถจัดลำดับค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เปรียบเทียบเท่ากับเกณฑ์ดังนี้

- | | | | |
|---|----------------------------|---|----------------------|
| 5 | ระดับความคิดเห็นมากที่สุด | 4 | ระดับความคิดเห็นมาก |
| 3 | ระดับความคิดเห็นปานกลาง | 2 | ระดับความคิดเห็นน้อย |
| 1 | ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด | | |

รายการประเมิน	ผลการประเมิน (ร้อยละ)							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
	5	4	3	2	1			
ด้านผลิตภัณฑ์								
รูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์	71 (71.0%)	24 (24.0%)	3 (3.0%)	-	2 (2.0%)	4.62	0.74	มากที่สุด
ประโยชน์คุณค่าการใช้งานของผลิตภัณฑ์	62 (24.0%)	34 (34.0%)	2 (2.0%)	1 (1.0%)	1 (1.0%)	4.55	0.69	มากที่สุด
การรับประกัน	65 (3.0%)	29 (29.0%)	6 (6.0%)	-	-	4.59	0.61	มากที่สุด
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	64 (2.0%)	31 (31.0%)	5 (5.0%)	-	-	4.59	0.59	มากที่สุด
รวม						4.59	0.48	มากที่สุด

รายการประเมิน	ผลการประเมิน (ร้อยละ)							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
	5	4	3	2	1			
ด้านราคา								
ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพ	64 (64.0%)	32 (32.0%)	4 (4.0%)	-	-	4.60	0.57	มากที่สุด
ความเหมาะสมของราคากับการออกแบบ	66 (66.0%)	31 (31.0%)	3 (3.0%)	-	-	4.63	0.54	มากที่สุด
ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น ผ่าน True money	62 (62.0%)	35 (35.0%)	3 (3.0%)	-	-	4.59	0.55	มากที่สุด
รวม						4.60	0.47	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
การติดต่อหรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวกรวดเร็ว	63 (63.0%)	33 (63.0%)	3 (63.0%)	1 (1.0%)	-	4.57	0.65	มากที่สุด
ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น หน้าร้าน FaceBook Line	59 (59.0%)	36 (36.0%)	4 (4.0%)	1 (1.0%)	-	4.53	0.63	มากที่สุด
รวม						4.55	0.92	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
ซื้อพวงมาลัยขึ้นไป ลด 10%	66 (66.0%)	31 (31.0%)	2 (2.0%)	1 (1.0%)	-	4.62	0.58	มากที่สุด
ชำระเงินผ่าน true money ส่วนลด 10%	64 (64.0%)	34 (34.0%)	2 (2.0%)	-	-	4.62	0.53	มากที่สุด
มีบริการส่งฟรีแบบลงทะเบียน	70 (70.0%)	28 (28.0%)	2 (2.0%)	-	-	4.68	0.60	มากที่สุด

รายการประเมิน	ผลการประเมิน (ร้อยละ)							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
	5	4	3	2	1			
ด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)								
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการตลาดผ่าน ป้าย ร้าน Facebook และ line	65 (65.0%)	33 (33.0%)	2 (2.0%)	-	-	4.61	0.60	มากที่สุด
รวม						4.63	0.45	มากที่สุด
สรุปความคิดเห็นโดยรวม						4.60	0.42	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งประดิษฐ์พวงมาลัยจากถุงน้ำยาปรับผ้านุ่มโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด มีความความคิดเห็นอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.60$, $SD=0.47$) ($\bar{X}=4.60$, $SD=0.42$) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีความความคิดเห็นอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{x}=4.59$, $SD=0.48$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความความคิดเห็นอยู่ในระดับ พึงพอใจมากที่สุด($\bar{x}=4.55$, $SD=0.47$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1.ด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.59$, $SD=0.48$)เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อรูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=4.62$, $SD=0.57$)รองลงมา คือ ข้อคุณภาพของผลิตภัณฑ์($\bar{x}=4.59$, $SD=0.59$)และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือประโยชน์คุณค่าการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=4.55$, $SD=0.69$)

2.ด้านราคาโดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด($\bar{x}=4.60$, $SD=0.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อความเหมาะสมของราคากับการออกแบบ ($\bar{x}=4.63$, $SD=0.54$) รองลงมา คือ ข้อความเหมาะสมของราคากับคุณภาพ ($\bar{x}=4.60$, $SD=0.57$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น ผ่าน True money ($\bar{x}=4.59$, $SD=0.55$)

3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.55$, $SD=0.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ การติดต่อหรือซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวกรวดเร็ว ($\bar{x}=4.57$, $SD=0.63$) รองลงมา คือ ข้อช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น หน้าร้าน FaceBook Line ($\bar{x}=4.53$, $SD=0.63$)

4.ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมมีความความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

($\bar{x} = 4.63$, $SD, = 0.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ มีบริการส่งฟรีแบบลงทะเบียน ($\bar{x} = 4.68$, $SD, = 0.60$) รองลงมา คือ ข้อชำระเงินผ่าน true money ส่วนลด 10% ($\bar{x} = 4.62$, $SD, = 0.53$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการตลาดผ่าน ป้ายร้าน Facebook และ line ($\bar{x} = 4.61$, $SD, = 0.60$)

หมายเหตุ ใช้เกณฑ์บอกระดับความคิดเห็นเสนอแนะโดย John.W. Best ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.50-5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น/พึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.50-4.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น/พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.50-3.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น/พึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.50-2.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น/พึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น/พึงพอใจน้อยที่สุด

ภาคผนวก ค ประมวลภาพผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ

- ตราสินค้า และรูปแบบผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ
- เอกสารโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์โครงการ
- รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ
- รูปภาพวัสดุอุปกรณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือบริการในโครงการ
- รูปภาพการนิเทศจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

ตราสินค้า



รูปแบบผลิตภัณฑ์

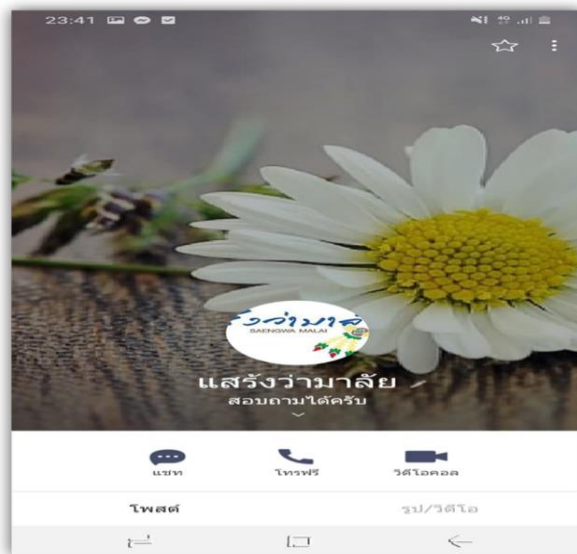


เพจ Facebook





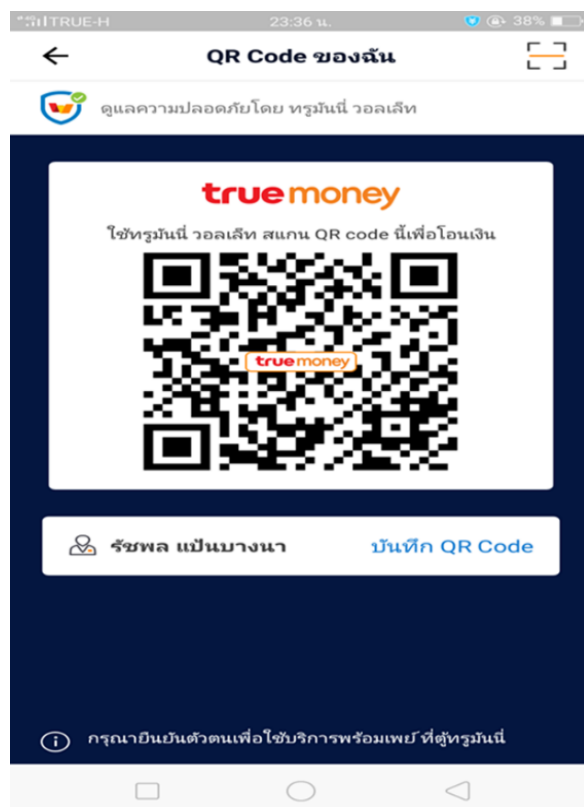
แสร้งว่ามาลัย



ช่องทางการชำระเงิน



091-848-2481



รูปวัสดุอุปกรณ์



1. เจ็มยาว 9 นิ้ว



2. ดอกกรักปลอม



3.แผ่น โฟมยาง



4.เทปกาวผ้าสีเขียว



5. ขี้ขบาทพลาสติก



6.ถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม

รูปภาพขั้นตอนการปฏิบัติงานโครงการ



1.ทำความสะอาดถุงเสร็จเอาไปตากแดดให้แห้ง ใช้ก้อนวางบนเข็มแม่พิมพ์แล้วตอกถุงให้ขาด



2.เมื่อได้กลีบถุงน้ำยาปรับผ้านุ่ม คัดสี แดง น้ำเงิน ม่วง



3.พับกลีบถุงจากซ้ายไปขวาบีบตรงปลายถุงเพื่อให้กลีบตึง



4.นำกลีบที่พับนำมาร้อยเชื่อมกับเส้นไ้ร้อยไปเรื่อยจนสุดปลายเชื่อมร้อยพวงมาลัย และนำกลีบสีฟ้ามาร้อยให้สุดปลายเชื่อมร้อยพวงมาลัย



5.ขั้นตอนการทำกลีบกระทุ้งตบแต่ง พวงมาลัยนำชิ้นส่วนที่เราตบแต่งมาประกอบกับพวงมาลัยให้สวยงาม



6.นำชิ้นส่วนมาประกอบเข้าหากันและเก็บรายละเอียดให้เรียบร้อย

ประมวลภาพ



รูปภาพวิธีการใช้งาน



การนำไปไหว้ให้กับคนที่เรารัก เช่น คุณครู พ่อและแม่



การนำไปบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์คุ้มครอง เช่น การนำไปวางบนรถ การไหว้ศาลพระภูมิ

ประวัติผู้ดำเนินโครงการ



ชื่อ นามสกุล	:	นายรัชพลแป้น บำงนา
วัน เดือน ปี	:	26 สิงหาคม 2533
สถานที่เกิด	:	สมุทรปราการ
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	ประธานโครงการ



ชื่อ นามสกุล	:	นางสาวศิวพร ใจว้าง
วัน เดือน ปี	:	20 กรกฎาคม 2541
สถานที่เกิด	:	สระแก้ว
การศึกษา	:	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาการตลาด
สถานที่ศึกษา	:	วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนวิชาการ
ตำแหน่งในโครงการ	:	รองประธานโครงการ