



แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้างเอกล้าักษณ์ไทย



โดย

นางสาวจุตินันท์ ตันติสาครเขต

นางสาวพัชรารัตน์ เอี่ยมสวัสดิ์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์

ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2556

แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้างเอกลักษณ์ไทย



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์

ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2556

BUSINESS PLAN OF THAI STYLE ELEPHANT DOLLS

By

Miss Jutinun Tantisakhonkhet

Miss Patcharawadee Aimsawast



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

A Business Plan Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

Bachelor of Business Administration Program in General Business Management

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

2013

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้แผนธุรกิจเรื่อง “ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้างเอกลักษณ์ไทย” เสนอโดย
นางสาวจตุตินันท์ ดันตีสาคระเขต และนางสาวพัชรารัตน์ เอี่ยมสวัสดิ์ มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาในรายวิชาจตุนิพนธ์ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

.....
(อาจารย์อมรินทร์ เทเวศ)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ เดือน พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต

คณะกรรมการสอบจตุนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ภาวิณี กาญจนภา)

..... / /

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

..... / /

..... กรรมการ

(อาจารย์ปริญญา หุ่นโพธิ์)

..... / /

12530025 , 12530086: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้างเอกลักษณ์ไทย

จุดเน้นที่ ดันติสาครเขต และพัชรราวดี เอี่ยมสวัสดิ์: แผนธุรกิจตุ๊กตาช้างเอกลักษณ์ไทย. อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัตต์. 58 หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

ห้างหุ้นส่วน Thai Style จำกัด เป็นการดำเนินธุรกิจของที่ระลึกตุ๊กตาช้างเอกลักษณ์ไทย มีรูปลักษณ์และการออกแบบที่มีความร่วมสมัยระหว่างไทยผสมผสานความเป็นสากล ตุ๊กตาช้างไทยจะสวมใส่เครื่องประดับและเครื่องแต่งกายที่ล้วนแต่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของชาติไทย จุดเด่นของตุ๊กตาช้างไทยคือ การใส่เรื่องราวให้กับตุ๊กตา เพื่อบ่งบอกเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติหรือความสำคัญของชุดแต่งกาย โดยบอกเล่าผ่านการคราะคายที่มีคุณภาพสูง กันน้ำ ห้อยแนบติดไปกับตุ๊กตาช้าง

กิจการเล็งเห็นว่า ปัจจุบันคนไทยไม่ค่อยเห็นความสำคัญของช้างไทยซึ่งเป็นสัตว์สัญลักษณ์ประจำชาติ จึงมีแนวคิดที่จะผลิตตุ๊กตาช้างไทยออกจำหน่าย และได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการเตรียมความพร้อมของประเทศไทย เพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน “ASEAN: Association of Southeast Asian Nations” ในปี พ.ศ. 2558 ที่รวม 10 ประเทศเข้าด้วยกัน มีจุดมุ่งหมายเพื่อหล่อหลอมความคิดร่วมกันคู่เป็นประเทศเดียวกัน ส่งผลให้กิจการคาดว่าจะได้รับการตอบรับที่ดีในระยะยาว กิจการคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้างเอกลักษณ์ไทยจะช่วยส่งเสริมให้ทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ เห็นความสำคัญของช้างไทยซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทยเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยนารายได้ส่วนหนึ่งจำนวน 5 % มอบให้กับมูลนิธิช้างแห่งประเทศไทย ที่ตั้งของสำนักงาน 69/96 ต.บ้านสิงห์ อ.โพธาราม จ.ราชบุรี 70120 ซึ่งเป็นแหล่งวัดดูคูปหลักที่สำคัญ ทำให้กิจการสามารถควบคุมต้นทุนวัตถุดิบได้

จากการตรวจสอบสถานการณ์พบว่า รายรับ 1 ใน 3 ของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มาจากการขายของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งสอดคล้องกับการคาดการณ์ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้คาดการณ์แนวโน้มกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการไลฟ์สไตล์ ซึ่งเป็นสาขาธุรกิจที่มีแนวโน้มดีในปี.ศ.2556 เป้าหมายที่สำคัญ คือ การครองส่วนแบ่งตลาดของที่ระลึกเอกลักษณ์ไทย 30 % ภายในระยะเวลา 5 ปี โดยมีวิสัยทัศน์คือ เป็นผู้นำของที่ระลึกเอกลักษณ์ไทยพร้อมพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิตให้เป็นที่ยอมรับของสากล สำหรับพันธกิจคือ เสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันสู่การเป็นผู้นำด้านของที่ระลึก รักษามาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น พัฒนาการด้านการตลาด ในเรื่องของกรประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดขององค์กร กิจการมีการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ด้านผลิตภัณฑ์มีการออกแบบ พัฒนาสินค้าอยู่ตลอดเวลา มีลักษณะที่โดดเด่นแตกต่างจากแบรนด์อื่น กลยุทธ์ด้านราคาอยู่ในระดับค่อนข้างสูง แต่ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและคุณค่าทางใจแก่ผู้ซื้อ ผู้บริโภคจึงยินดีจ่ายเพื่อแลกกับความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จัดจำหน่ายที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและห้างสรรพสินค้าชั้นนำในจังหวัดกรุงเทพฯ เนื่องจากเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติ สัญจรผ่านไปมาไม่ขาดสาย ซึ่งเป็นการกระตุ้นแรงจูงใจผู้บริโภค และกลยุทธ์การส่งเสริมการขายต่างๆ โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ให้มีความหลากหลายและน่าสนใจยิ่งขึ้น

การจัดหาเงินลงทุนโดยมีทุนส่วนตัวของเจ้าของ ซึ่งมีหุ้นส่วน 4 คน จำนวนเงิน 8,408,060 บาท และขอรับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อจากธนาคารเป็นจำนวนเงิน 1,500,000 บาท รวมเงินลงทุนทั้งสิ้น 9,908,060 บาท ภายใต้สถานการณ์ปกติ ห้างหุ้นส่วน Thai Style จำกัด มีระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 6 เดือน ภายใต้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) ที่ระดับ 36 % กิจการได้มีการคาดคะเนถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตพร้อมทั้งมีการกำหนดวิธีการแก้ไขในสถานการณ์ฉุกเฉิน ทั้งนี้ก็เพื่อรองรับกับปัญหาที่อาจเกิดในอนาคตได้ รวมทั้งได้วางแผนและมองการณ์ไกลในระยะยาวถึงการปรับปรุงกระบวนการในด้านต่างๆ อาทิ ด้านการผลิต การบริหาร สินค้าคงคลัง การเงิน รวมทั้งด้านการตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในด้านต่างๆของกิจการให้สามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขั้นได้

คณะวิทยากรจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่อนักศึกษา1.....2.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

กิตติกรรมประกาศ

การทำแผนธุรกิจครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ด้วยความร่วมมือและได้รับความช่วยเหลือจาก บุคคลต่างๆในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ คอยช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำแผนธุรกิจซึ่งทำให้แผนธุรกิจมีความครบถ้วนสมบูรณ์และเสร็จสิ้นด้วยดี จึงใคร่ขอขอบพระคุณบุคคลเหล่านี้ขอขอบพระคุณอาจารย์ เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต อาจารย์ที่ปรึกษา การทำแผนธุรกิจครั้งนี้ที่ให้คำแนะนำ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำแผนธุรกิจ และที่สำคัญคอยเข้มงวดและกวดขันให้ผู้เขียนสามารถทำแผนธุรกิจสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจารย์ฉัตรพร สารานุศาสตร์ ที่กรุณาสละเวลาให้กับผู้เขียน คอยให้ความรู้และคำแนะนำต่างๆแก่ผู้เขียน โดยเฉพาะแผนการเงิน ทำให้ผู้เขียน สามารถทำแผนธุรกิจฉบับนี้ได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คุณอุระษา เหลลาโชติ เจ้าของแหล่งผลิตและจัดจำหน่ายตุ๊กตา อ.โพธาราม จ.ราชบุรี ที่ได้ให้ความรู้และบอกเล่าถึงประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจของท่าน ให้ข้อมูลต่างๆอันเป็นประโยชน์ต่อการใช้ประกอบข้อมูล และแนวทางต่างๆในการประกอบธุรกิจ ให้ผู้ศึกษาได้สั่งสมประสบการณ์และความรู้ สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับแผนธุรกิจได้

ขอขอบคุณครอบครัวที่เป็นกำลังใจให้ตลอดการทำงาน โดยเฉพาะพี่ๆ ที่คอยให้คำแนะนำรวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เขียนกล้าที่จะทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ในแผนธุรกิจรวมทั้งคอยให้กำลังใจและช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหา

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญญัตราง	ฉ
สารบัญญภาพ	ญ
บทที่	
1 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	1
2 ภาพรวมของกิจการ	2
ความเป็นมาของธุรกิจ	2
รายชื่อหุ้นส่วน ผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือครอง	3
ขั้นตอนการดำเนินงาน	4
3 การวิเคราะห์สถานการณ์	5
สภาวะอุตสาหกรรม	5
ภาพรวมของตลาด	6
สภาพการแข่งขัน	6
การวิเคราะห์สถานการณ์	7
การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน	7
การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	9
4 แผนบริหารการจัดการ	10
รายละเอียดธุรกิจ	10
รายนามผู้เป็นหุ้นส่วน	10
อำนาจการลงนามผูกพันของผู้เป็นหุ้นส่วน	10
ประวัติของผู้เป็นหุ้นส่วน	10
แผนผังองค์กร	12
หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก	12
จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ	13
ภาพรวมกลยุทธ์	14
5 แผนการตลาด	16
รายละเอียดธุรกิจ	16

บทที่		หน้า
	รูปภาพตัวอย่างสินค้า	16
	การเปรียบเทียบคู่แข่ง	17
	การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด	18
	กลยุทธ์ทางการตลาด	20
	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์	20
	กลยุทธ์ด้านราคา	23
	กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	23
	กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย	23
6	แผนการผลิต	25
	สถานประกอบการในการผลิต	25
	ที่ตั้งสถานที่	25
	เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต	26
	วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต	27
	วัตถุดิบทางอ้อมที่ใช้ในการผลิต	27
	กำลังการผลิต	28
	ต้นทุนคู่ถัดมา	28
	ขั้นตอนการผลิต	29
	แผนผังกระบวนการผลิต	30
7	งบการเงิน	31
	ต้นทุนโครงการ และแหล่งที่มาของเงินทุน	31
	การชำระคืนเงินกู้รายปี	32
	การประมาณการสินทรัพย์ในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา	33
	การประมาณการขายรายเดือน	35
	การประมาณการรายได้จากการขายสินค้า	37
	การประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง	38
	การประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า	39
	การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	40

บทที่	หน้า
การประมาณการงบกำไรขาดทุน	41
การประมาณการงบกระแสเงินสด	42
การประมาณการงบดุล	43
การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	44
8 แผนฉุกเฉิน หรือแผนประเมินความเสี่ยง	45
รายการอ้างอิง	46
ภาคผนวก	48
ภาคผนวก ก รูปภาพรายละเอียดของห้างหุ้นส่วน Thai Style จำกัด....	49
ภาคผนวก ข อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ 3 ธนาคาร	53
ภาคผนวก ค บทสัมภาษณ์จากการลงพื้นที่ จ. ราชบุรี	55
ประวัติผู้เขียน	57

สารบัญ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญญัตราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงรายชื่อหุ้นส่วน ผู้ถือหุ้น สัดส่วนการถือครอง และประวัติของผู้ถือหุ้น ...	3
2	แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน	4
3	การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	7
4	การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	9
5	รายนามผู้เป็นหุ้นส่วน	10
6	แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ	13
7	แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง	17
8	แสดงเครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต	26
9	แสดงวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต	27
10	แสดงวัตถุดิบทางอ้อมที่ใช้ในการผลิต	27
11	ต้นทุนโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน	31
12	ตารางแสดงการชำระคืนเงินกู้	32
13	ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา	33
14	ประมาณการขายรายเดือน	35
15	ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า	37
16	ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง	38
17	ประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า	39
18	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	40
19	ประมาณการงบกำไรขาดทุน	41
20	ประมาณการงบกระแสเงินสด	42
21	ประมาณการงบดุล	43
22	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	44
23	แผนผูกเงิน	45

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงแผนผังองค์กร	12
2	แสดงภาพตัวอย่างสินค้า	16
3	แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	20
4	แสดงภาพขนาดของตุ๊กตา	21
5	แสดงภาพตัวอย่างชุดตุ๊กตา	21
6	แสดงภาพตัวอย่างการ์ดกระดาษ	22
7	แสดงภาพผลิตภัณฑ์ตัวอย่างในด้านส่งเสริมการขาย	24
8	แสดงแผนที่สถานที่ตั้งสำนักงาน	25
9	แสดงแผนผังกระบวนการผลิต	30

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อขอรับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อ เป็นจำนวนเงิน 1,500,000 บาท ใช้สำหรับการก่อตั้งธุรกิจใหม่
 2. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในอนาคต
- โดยมีเงื่อนไขดังนี้**
1. กิจการจะจ่ายเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยตรงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้
 2. กิจการใช้โฉนดที่ดิน จำนวน 3 ไร่ เพื่อเป็นการค้ำประกันในการขอรับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

ภาพรวมของกิจการ

ความเป็นมาของธุรกิจ

ตามประวัติความเป็นมาของตุ๊กตานั้น เดิมทีไม่ได้ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อให้เด็กเล่น แต่มีความมุ่งหมายเพื่อใช้ในพิธีกรรมต่างๆตามความเชื่อ ต่อมามนุษย์ได้ขุดค้นพบตุ๊กตาดังกล่าว จึงนำรูปปั้นติดตัวกลับบ้านไป เพื่อฝากเด็กเล็ก เมื่อเด็กชอบ ผู้ใหญ่จึงประดิษฐ์ขึ้นเพื่อให้เด็กเล่นโดยตรง จึงเกิดตุ๊กตาขึ้น

ตุ๊กตาสำหรับเด็กเล่น เป็นตุ๊กตาที่ได้รับความนิยมสูงสุด ซึ่งปัจจุบันตุ๊กตามีวิวัฒนาการไปไกลมาก มีการใช้ผ้ามาตัดเย็บเป็นส่วนต่างๆ ของร่างกาย ยัดนุ่นเป็นตัวคอนอย่างเรียบร้อย เขียนหน้า สวมเสื้อผ้า และมีเครื่องประดับ สำหรับอุ้มเล่นได้ ผ้าที่ใช้เย็บตุ๊กต้ามักเป็นผ้าดอก สีฉูดฉาด ตุ๊กตามีหลายขนาด เด็กสามารถอุ้มเล่นได้โดยไม่แตกหักเสียหาย จึงไม่เป็นอันตรายกับเด็ก (เต็มสิริบุญสิงห์, 2532) เห็นได้ว่าตุ๊กตานั้นอยู่คู่กับประเทศไทยมาช้านาน เนื่องจากตุ๊กตาเป็นของเล่นสำหรับเด็ก กิจการส่วนใหญ่จึงให้ความสำคัญในการผลิตตุ๊กตาที่มีความประณีตและใช้วัสดุที่ปลอดภัยต่อเด็ก

ตุ๊กตาถูกนำมาดัดแปลงให้มีขนาดเล็กเพื่อมอบเป็นของขวัญที่ระลึก ซึ่งตลาดของที่ระลึกสามารถสร้างยอดขายให้แก่ประเทศไทยได้ สำหรับประวัติความเป็นมาของของขวัญที่ระลึก อาศัยพฤติกรรมของมนุษย์ที่มีการแลกเปลี่ยน แบ่งปันสิ่งของต่างๆแก่กันสืบเนื่องต่อกันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ของที่ระลึกมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของมนุษย์ เป็นวัตถุแห่งความยินดีที่ผู้ให้ มอบให้ด้วยความรัก เคารพ ศรัทธา ส่งผ่านความรู้สึกดีๆให้แก่กัน เพื่อให้ผู้รับเกิดการระลึกและนึกถึงผู้ให้ และเป็นเกียรติในวาระและโอกาสต่างๆของที่ระลึกกลายมาเป็นการผลิตสินค้าเพื่อจัดจำหน่าย มีการพัฒนารูปแบบและคุณภาพของสินค้าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (จารุสิทธิ์ เครือจันทร์, 2552)

ปัจจุบันประเทศไทยมีการเปิดการค้าเกี่ยวกับของขวัญที่ระลึกเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากโดยเฉพาะชาวต่างชาติซึ่งเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศ และให้ความสนใจในการซื้อของขวัญที่ระลึกกลับไปยังประเทศของตน ด้วยเหตุนี้กิจการจึงเล็งเห็นว่า ปัจจุบันคนไทยไม่ค่อยเห็นความสำคัญของช่างไทยซึ่งเป็นสัตว์สัญลักษณ์ประจำชาติ กิจการจึงมีแนวคิดที่จะผลิตตุ๊กตาช่างไทยออกจำหน่าย และได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการเตรียมความพร้อมของประเทศไทย

เพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนหรืออธิบายอย่างเป็นทางการได้ว่า “สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ASEAN: Association of Southeast Asian Nations” ในปี พ.ศ.2558 ซึ่งรวม 10 ประเทศเข้าด้วยกัน มีจุดมุ่งหมายเพื่อหล่อหลอมความคิดร่วมกันดูเป็นประเทศเดียวกัน ส่งผลให้กิจการคาดว่าจะได้รับการตอบรับที่ดีในระยะยาว

ทั้งนี้สินค้าประเภทตุ๊กตาคำลึงได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเป็นสินค้าที่สามารถสร้างความโดดเด่นและความแตกต่างลงไปในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน โดยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ของความเป็นไทยผสมผสานความเป็นสมัยใหม่ลงไปด้วย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ในตลาดเดียวกัน จึงทำให้กิจการคาดหวังว่า ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาคำลึงเอกลักษณ์ไทยจะช่วยส่งเสริมให้ทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ เห็นความสำคัญของช้างไทยซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทยเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยนำรายได้ส่วนหนึ่งมอบให้กับมูลนิธิช้างแห่งประเทศไทย

รายชื่อหุ้นส่วน ผู้ถือหุ้น และสัดส่วนการถือครอง

ตารางที่ 1 แสดงรายชื่อหุ้นส่วน ผู้ถือหุ้น สัดส่วนการถือครอง และประวัติของผู้ถือหุ้น

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่งในกิจการ	สัดส่วน (%)
1	นางสาวจตุตินันท์ ตันติสารเขต การศึกษา -ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต(การจัดการธุรกิจทั่วไป) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2552	ผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชี	60 %
2	นางสาวพัชราวดี เอี่ยมสวัสดิ์ การศึกษา -ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต(การจัดการธุรกิจทั่วไป) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2553	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	20 %
3	นางสาวเมทินี ชัยบำรุง การศึกษา -ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการธุรกิจทั่วไป) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรปี พ.ศ. 2550	ผู้จัดการฝ่ายการผลิต	10 %
4	นางสาวรังสิมา พวงมาลี การศึกษา -ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการธุรกิจทั่วไป) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ. 2549	ผู้จัดการฝ่ายบุคคล	10 %

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ตารางที่ 2 แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน

การดำเนินงาน ปี	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
ศึกษาความเป็นไปได้ของกิจการ	←→											
การวางแผนจัดตั้งกิจการ		←→										
การทำทำเลที่ตั้งโรงงานและสำนักงาน			←→									
ติดต่อขอกู้ยืมเงิน				←→								
วางผังโรงงานจัดทำขั้นตอนการผลิตและการตรวจสอบคุณภาพ				←→								
จัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องจักร					←→							
จัดหาและคัดเลือกผู้จำหน่ายวัตถุดิบ						←→						
จัดหาและคัดเลือกบริษัทขนส่ง							←→					
สรรหา คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงาน								←→				
เตรียมความพร้อมก่อนเปิดกิจการ									←→			
ประชาสัมพันธ์									←→			
เปิดกิจการ									←→			
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	←→											

ผลงานวิจัยนักรักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3

การวิเคราะห์สถานการณ์

สถานะอุตสาหกรรม

จากการตรวจสอบสถานะอุตสาหกรรมพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในปีพ.ศ.2555 มีจำนวน 22.3 ล้านคน เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ.2554 ที่มีจำนวน 18.7 ล้านคน โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2554 ร้อยละ 15.98 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, กรมการท่องเที่ยว, 2556) ทั้งนี้ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความได้เปรียบ เนื่องจากมีทรัพยากรพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวหลากหลาย และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งมีความสวยงามติดอันดับของโลก และมีเอกลักษณ์เฉพาะ ที่โดดเด่นและแตกต่างจากภูมิภาคอื่น แม้ว่าจะเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบภายในประเทศไทย อาทิ ความขัดแย้งจากการชุมนุมทางการเมืองและปัญหาการก่อการร้ายใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ เป็นต้น แต่ผลกระทบนี้ก็ยังเป็นเพียงผลกระทบระยะสั้นๆ จึงทำให้สิ้นปี พ.ศ. 2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้ามายังประเทศไทย ได้บรรลุเกินเป้าหมายที่กำหนดว่าจะสร้างรายได้จากตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 9 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา

ภาพใหญ่ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจนำเที่ยว, ธุรกิจโรงแรม, ธุรกิจภัตตาคาร, สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศ, ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว และธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว

รายรับ 1 ใน 3 ของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่วนหนึ่งมาจากการขายของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งสอดคล้องกับการคาดการณ์ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) ได้คาดการณ์แนวโน้มกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการไลฟ์สไตล์ ซึ่งเป็นสาขาธุรกิจที่มีแนวโน้มดีในปี พ.ศ.2556

ภาพรวมของตลาด

เนื่องจากสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ของไทย มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ จึงทำให้เป็นที่จับตามองของทั่วโลก ทั้งการพัฒนาดีไซน์ที่ผสมผสานกับความทันสมัยซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดโลก อีกทั้งบรรยากาศทางเศรษฐกิจของภูมิภาคที่มีแนวโน้มดีอย่างต่อเนื่อง ผนวกกับการลงทุนในภูมิภาคที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งจากการเปิดประเทศของพม่าหรือลาว ที่ส่งผลต่อการลงทุนและท่องเที่ยว การลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะจากกลุ่มทุนชาติตะวันตกซึ่งทำให้สินค้าไลฟ์สไตล์ของไทยเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น(กระทรวงพาณิชย์, กรมส่งเสริมการส่งออก, 2555)

สถานการณ์ตลาดภายในประเทศนั้น ภาคบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยนับว่ามีศักยภาพค่อนข้างสูง ทั้งในส่วนของความพร้อมในการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งการเปิดเสรีภาคการท่องเที่ยวจะช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้นจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น โดยปรับตัวดีขึ้นทุกกลุ่มตลาดทั้งทางด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย คาดว่ารายได้จากตลาดต่างประเทศในปี พ.ศ.2555 จะมีประมาณ 970,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ25 ซึ่งคำนวณได้จากประมาณการจากผลการสำรวจโครงการค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวไทย 3ไตรมาสของปี พ.ศ.2555 (กรมการท่องเที่ยว, 2556)

จากข้อมูลข้างต้นที่ได้จากการตรวจสอบสถานการณ์ทั้งสภาวะอุตสาหกรรมและสภาวะตลาด ข้าพเจ้าได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการจัดตั้งธุรกิจที่นำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ของไทย โดยอยู่ในรูปแบบของที่ระลึกหรือ สินค้าไลฟ์สไตล์ อันจะก่อให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันที่สูงขึ้น จากการเปิดการค้าเสรีอาเซียน(ASEAN: Association of Southeast Asian Nations) ในปี พ.ศ.2558 ทั้งนี้เพื่อยกระดับความเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทยและสืบทอดวัฒนธรรมที่งดงามของไทยสู่สายตาชาวโลก

สภาพการแข่งขัน

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม FIVE FORCE MODEL

1. อุปสรรคด้านคู่แข่งภายในอุตสาหกรรม (Threat of Industry Competitors)

ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้างเอกลักษณ์ไทยมีให้เห็นโดยทั่วไปตามท้องตลาด แต่แบรนด์ไทยที่กำลังดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ ในขณะนี้ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการทำตุ๊กตาช้างแบบปูนปั้น แกะสลักไม้ และตุ๊กตาผ้า ซึ่งยังไม่มีความเป็นสมัยนิยมเท่าที่ควร จึงไม่อาจเป็นที่ยอมรับของตลาดสากล

นอกจากนี้ลักษณะเด่นของตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเอาเรื่องราวมาผสมผสานทำให้เกิดมโนภาพในใจของผู้อ่าน ยังไม่แพร่หลาย คาดว่าน่าจะสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมได้มาก

2. อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ในอุตสาหกรรม (Threat of New Entrants)

อุปสรรคของคู่แข่งขั้นที่เข้ามาใหม่ มีความเสี่ยงสูง เนื่องจากผลิตภัณฑ์สามารถถูกคู่แข่งลอกเลียนแบบได้ง่าย แต่ทั้งนี้จะมีการจดลิขสิทธิ์ในฐานะที่เป็นผู้นำแนวคิดการใส่เรื่องราวที่ผสมผสานลงในตุ๊กตารายแรกของไทยและเร่งครองส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด

3. อุปสรรคจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)

มีสินค้าทดแทนมาก จากผลิตภัณฑ์ตุ๊กตา ของชำร่วย ของที่ระลึก และของสะสมต่างๆ เช่น แกะสลักรูปช้างตกแตงสวน, ของชำร่วย, ตุ๊กตาลิขสิทธิ์ เป็นต้น ซึ่งหาซื้อได้ง่ายและสามารถทดแทนกันได้ ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกเพิ่มขึ้น

4. อุปสรรคด้านอำนาจการต่อรองของผู้บริโภค (Threat of Growing Bargaining Power of Buyer)

อำนาจในการต่อรองของผู้บริโภคมีต่ำ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้าง “Thai Style” เป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากแบรนด์อื่น โดยมีจุดเด่นในการใส่เรื่องราวให้กับตุ๊กตา บอกเล่าผ่านการ์ดกระดาษคุณภาพสูง ห้อยเนบติดไปกับตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่น

5. อุปสรรคด้านอำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Threat of Growing Bargaining Power of Supplier)

อำนาจในการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีต่ำ เนื่องจากจำนวนผู้ขายปัจจัยวัตถุดิบมีจำนวนมาก รายชกเว้นเครื่องประดับตกแต่งของตัวผลิตภัณฑ์ที่อำนาจในการต่อรองยังคงสูง เนื่องจากเป็นชิ้นงานที่ทำด้วยมือและมีความละเอียดอ่อน ประณีต

การวิเคราะห์สถานการณ์ หรือ SWOT ANALYSIS

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการผลิต	1. ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น มีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง ไม่มีสินค้าเลียนแบบ 2. มีการใส่เรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์ โดยใช้การ์ดกระดาษ คุณภาพสูง กั้นน้ำ เพื่อบอกเล่าเรื่องราว ห้อยติดกับตัวตุ๊กตา ทำให้ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น	1. ความเสี่ยงจากระบบที่อาจขัดข้อง ขณะการใช้งานของเครื่องจักรที่ล้ำสมัย

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (ต่อ)

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการผลิต	<p>3. ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพเกรด A</p> <p>4. มีกระบวนการส่งมอบสินค้าถึงผู้บริโภคได้อย่างตรงเวลา</p> <p>5. มีการตรวจสอบสินค้าทุกกระบวนการผลิต เพื่อเป็นการควบคุมมาตรฐานการผลิตให้เกิดการสูญเสียของชิ้นงานน้อยที่สุด</p>	-
ด้านการตลาด	<p>1. มีการศึกษาถึงความต้องการของตลาดและลูกค้าเป็นอย่างดี</p> <p>ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างผลตอบแทนให้กับกิจการ เนื่องจากกิจการเล็งเห็นถึงโอกาสในการตอบโต้ของที่ระลึก สะสมเพื่อรองรับการก้าวสู่ประชาคมอาเซียนก่อนผู้อื่น</p> <p>2. รายได้ส่วนหนึ่ง 5% จากการดำเนินงาน มอบให้มูลนิธิช้างไทย สำหรับสาธารณกุศลเพื่ออนุรักษ์ช้างไทย ถือเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านการส่งเสริมอนุรักษ์ช้างไทยอีกทางหนึ่ง</p>	<p>1. เป็นตราสินค้าใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก</p> <p>2. การแข่งขันทางการตลาดค่อนข้างสูง เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคตระหนักถึงความคุ้มค่าในการใช้จ่าย ดังนั้นบริษัทควรหาวิธีการ ในการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดผู้บริโภค</p> <p>3. รายการของผลิตภัณฑ์ ไม่มีความหลากหลาย</p>
ด้านการบริหารจัดการ	<p>1. มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล</p> <p>2. ทีมงานเป็นผู้เชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ทำงาน</p> <p>3. โครงสร้างการผลิตชัดเจน มีการออกแบบแผนผังให้กระบวนการผลิตมีความไหลลื่นอย่างต่อเนื่อง</p>	<p>1. อำนาจการตัดสินใจ ขึ้นอยู่กับผู้ถือครองหุ้นรายใหญ่</p>

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (ต่อ)

ด้านการบริหารจัดการ	4. มีวัฒนธรรมองค์กรของกิจการคือ บุคคลทุกคนในกิจการทำงานเป็นทีม	-
ด้านการเงิน	1. มีระบบการบันทึกข้อมูลทางการเงินและบัญชีที่รวดเร็ว ทันสมัย ถูกต้องและครบถ้วน ในการปฏิบัติงาน	1. ในการเริ่มต้นกิจการมีการใช้เงินลงทุนสูง หรืออาจเกิดปัญหาการหมุนเวียนเงิน ภายในกิจการช่วงแรก

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ด้านสังคม	1. ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ช้างมากขึ้น 2. ช้าง ถือเป็นสัตว์ประจำชาติไทย	1. ค่านิยมที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา
ด้านวัฒนธรรม	1. ช้างถือเป็นสัตว์มงคลและมีความยิ่งใหญ่	-
ด้านเทคโนโลยี	1. ปัจจุบันเทคโนโลยีมีความทันสมัย ทำให้เป็นโอกาสด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยกิจการสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านทาง Social Network ได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น	1. ทั้งนี้เทคโนโลยีต่างๆที่กิจการนำมาใช้ อาจส่งผลให้กิจการมีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น
ด้านสภาพเศรษฐกิจ	1. เนื่องจากในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยจะร่วมเป็นส่วนหนึ่งในประชาคมอาเซียน ดังนั้นกิจการคาดว่า ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้างเอกลักษณ์ไทย จึงมีโอกาสนในการสร้างผลกำไรระยะยาวให้กับกิจการ	1. เศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวอาจได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางการเมือง

นางสาวพัชราวดี เอี่ยมสวัสดิ์

การศึกษา

ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต(การจัดการธุรกิจทั่วไป)

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ.2553

ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ.2554 - พ.ศ.2555 บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด

ตำแหน่ง พนักงานฝ่ายการตลาด

นางสาวเมทินี ชัยบำรุง

การศึกษา

ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต(การจัดการธุรกิจทั่วไป)

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ.2550

ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ. 2551- พ.ศ.2553 บริษัท Steiff จำกัด ตำแหน่ง พนักงานออกแบบผลิตภัณฑ์

ปี พ.ศ. 2554 - พ.ศ.2556 บริษัท วันเคอร์เวิร์ล โปรดักส์ จำกัด

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายผลิต

นางสาวรังสิมา พวงมาลี

การศึกษา

ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต(การจัดการธุรกิจทั่วไป)

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปี พ.ศ.2549

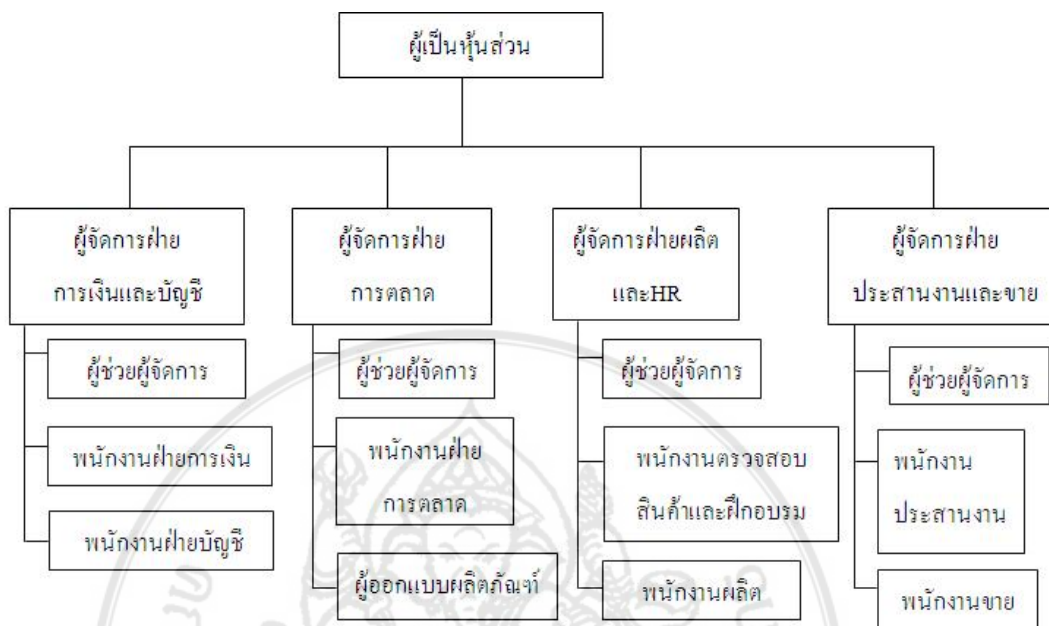
ประสบการณ์ทำงาน

ปี พ.ศ. 2549 - พ.ศ.2553 บริษัท โปโลแมคเกอร์ จำกัด ตำแหน่ง พนักงานฝ่ายบุคคล

ปี พ.ศ. 2554 - พ.ศ.2555 บริษัท เอช แอนด์ บี อินเทอร์เน็ต จำกัด

ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายบุคคล

แผนผังองค์กร



ภาพที่ 1 แสดงแผนผังองค์กร

หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

ชื่อ	นางสาวจุนันท์ ตันติสาครเขต
ตำแหน่ง	ผู้จัดการฝ่ายการเงิน และผู้ถือหุ้น
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ดูแลด้านการเงินและบัญชีของบริษัท จัดทำงบต่างๆ รายรับ รายจ่าย ของกิจการ
การศึกษา/คุณสมบัติ	ปริญญาตรี/เป็นคนละเอียดรอบคอบ สามารถทำงานการเงินต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง เป็นคนซื่อสัตย์
อัตราเงินเดือน	21,000 บาท/เดือน
ชื่อ	นางสาวพัชราวดี เอี่ยมสวัสดิ์
ตำแหน่ง	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด และผู้ถือหุ้น
หน้าที่ความรับผิดชอบ	ศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า จัดทำกลยุทธ์ต่างๆ รวมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้กับกิจการ
การศึกษา/คุณสมบัติ	ปริญญาตรี/สามารถทำการวิเคราะห์การตลาดได้ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถทำความเข้าใจกับตลาดได้เป็นอย่างดี
อัตราเงินเดือน	21,000 บาท/เดือน

ชื่อ นางสาวเมทินี ชัยบำรุง
 ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายผลิตและการจัดการทรัพยากรบุคคล และผู้ถือหุ้น
 หน้าที่ความรับผิดชอบ จัดหาและคัดเลือกพนักงานผลิต พนักงานตรวจสอบสินค้าดูแล
 ความรับผิดชอบด้านความผลิตทั้งหมด
 การศึกษา/คุณสมบัตื ปริญญาตรี/สามารถคุณเป็น รู้จักใช้หลักจิตวิทยากับคนมีความเข้าใจ
 ในระบบการผลิตและสามารถดูผู้อื่นได้
 อัตราเงินเดือน 21,000 บาท/เดือน

ชื่อ นางสาวรังสิมา พวงมาลี
 ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายประสานงานและขาย และผู้ถือหุ้น
 หน้าที่ความรับผิดชอบ จัดการด้านการขนส่ง ติดต่อบริษัทผู้จำหน่ายวัตถุดิบและเครือข่ายทางธุรกิจ
 ในการจัดซื้อ จัดส่งสินค้า วิธีการชำระเงิน
 การศึกษา/คุณสมบัตื ปริญญาตรี/มีทักษะในการพูดเพื่อทำการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า
 และนำเสนอองาน มีความรู้ในด้านการขนส่ง สามารถใช้คอมพิวเตอร์ได้
 เป็นอย่างดี
 อัตราเงินเดือน 21,000 บาท/เดือน

จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตรา เงินเดือน	รวม เงินเดือน
1	ฝ่ายบริหาร	ผู้จัดการ	4	21,000	84,000
		ผู้ช่วยผู้จัดการ	4	18,000	72,000
2	ฝ่ายการเงินและบัญชี	พนักงานฝ่ายการเงิน	2	14,000	28,000
		พนักงานฝ่ายบัญชี	2	14,000	28,000
3	ฝ่ายการตลาด	พนักงานฝ่ายการตลาด	2	14,500	29,000
		ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์	2	20,000	40,000
4	ฝ่ายผลิต	พนักงานตรวจสอบสินค้าและ ฝึกอบรม	2	16,000	32,000
		พนักงานผลิต	20	8,100	162,000
5	ฝ่ายประสานงานและขาย	พนักงานประสานงาน	2	13,000	26,000
		พนักงานขาย	2	13,000	26,000

ภาพรวมกลยุทธ์

วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็นผู้นำของที่ระลึก เอกลักษ์ณ์ไทย”

พันธกิจ (Mission)

1. เสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันสู่การเป็นผู้นำด้านของที่ระลึก
2. รักษามาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น
3. พัฒนาทางการตลาด ในเรื่องของการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง
4. มุ่งมั่นที่จะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
5. มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดขององค์กร

เป้าหมายทางธุรกิจ (Business Objective)

เป้าหมายระยะสั้น (พ.ศ.2556 - พ.ศ.2557) ดำเนินกิจการให้มียอดขายเพิ่มขึ้น, ผลิตสินค้าให้ได้ตามปริมาณที่กำหนด, ส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ตรงตามกำหนดเวลา, ลดความสูญเสียให้ไม่เกิน 5 % ในปีแรกและมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO9001

เป้าหมายระยะกลาง (พ.ศ.2557 - พ.ศ.2559) เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และศูนย์กลางการท่องเที่ยว โดยให้มีผลตอบแทนจากการลงทุนในการขายให้มียอดขายไม่ต่ำกว่า 5 % ต่อปี

เป้าหมายระยะยาว (พ.ศ.2560 - พ.ศ.2565) เป็นผู้นำตลาดของที่ระลึก ที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดของประเทศไทยโดยให้ผลตอบแทนจากการลงทุน ไม่ต่ำกว่า 50 % ต่อปี

วัตถุประสงค์

1. เพิ่มยอดขายในปีที่ 2-5 ให้ได้ปีละ 9 %, 11 %, 13 % และ 15 % ตามลำดับ
2. ลดความสูญเสียของผลิตภัณฑ์สำเร็จให้ไม่เกิน 5% ในปีแรก
3. ครองส่วนแบ่งการตลาด 30 %

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

กิจการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการนำเอกลักษณ์ความเป็นไทยมาประยุกต์เข้ากับตุ๊กตาที่มีความเป็นสากล เป็นการเล่าเรื่องราวและเผยแพร่ความเป็นเอกลักษณ์ไทยในรูปแบบที่สร้างสรรค์ ทั้งนี้ความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถแตกแขนง รวมถึงกระแสโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่หยุดนิ่ง กิจการจึงจำเป็นต้องสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

2. คุณภาพ

มุ่งเน้นกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน ลดการสูญเสียของผลิตภัณฑ์และรักษาระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3. นวัตกรรม

ใช้เครื่องจักรที่มีความทันสมัย ทำงานด้วยระบบอัตโนมัติ เพื่อลดการสูญเสียของผลิตภัณฑ์ ลดค่าใช้จ่ายด้านการจ้างแรงงานและลดระยะเวลา ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างทันทั่วถึง

4. การตอบสนองของลูกค้า

มุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและน่าสนใจยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง ใส่ใจต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีการลงพื้นที่ในการวิจัยตลาดถึงความต้องการเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงใจผู้บริโภค อีกทั้งอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้า โดยเพิ่มสถานที่จัดจำหน่ายและให้บริการ คำแนะนำแก่ลูกค้าอย่างทั่วถึง

บทที่ 5
แผนการตลาด

รายละเอียดธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้าง Thai Style เป็นของที่ระลึกสะสม เหมาะกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการซื้อเพื่อมอบให้กับบุคคลพิเศษและเป็นของที่ระลึกสำหรับนักสะสมทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ

รูปภาพตัวอย่างสินค้า



ภาพที่ 2 แสดงภาพตัวอย่างสินค้า

การเปรียบเทียบคู่แข่งชั้น

ตารางที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งชั้น

การเปรียบเทียบ	Thai Style	Naraya	Jim Thompson
ด้านผลิตภัณฑ์	<p>1. ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น มีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง ไม่มีสินค้าเลียนแบบ</p> <p>2. มีการใส่เรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์ โดยใช้การ์ดกระดาษ คุณภาพสูง กันน้ำ เพื่อบอกเล่าเรื่องราว ห้อยติดกับตัวตุ๊กตา ทำให้ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น</p> <p>3. ใช้โยโพลีเมอร์ เกรด A มีคุณสมบัตินุ่ม เบาล ชักแห้งง่าย และไม่กักเก็บฝุ่น</p> <p>4. ตุ๊กตาขนาด 12 นิ้ว สามารถเปลี่ยนชุดได้</p>	<p>1. ผลิตภัณฑ์สิ่งทอทำด้วยมือ</p> <p>2. รูปแบบของผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกันมากในแต่ละรุ่น ไม่มีความโดดเด่น</p>	<p>1. ใช้ผ้าไหม เกรด A ซึ่งมีราคาสูงมาก</p> <p>2. ผลิตภัณฑ์ไม่มีความแตกต่างกัน</p>
ด้านราคา	1. ราคาอยู่ในระดับค่อนข้างสูง	1. ราคาระดับปานกลาง-สูง	1. ราคาระดับสูง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	<p>1. สนามบินสุวรรณภูมิหรือตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำในจังหวัดกรุงเทพมหานครฯ</p> <p>2. มี website เป็นของตนเอง</p>	<p>1. มีร้านค้าเป็นของตนเอง</p> <p>2. มี website เป็นของตนเอง</p> <p>3. ส่งสินค้าให้กับร้านค้าปลีกในประเทศไทย</p>	<p>1. มีร้านค้าเป็นของตนเอง</p> <p>2. ส่งออกไปยังต่างประเทศ</p> <p>3. มี website เป็นของตนเอง</p>
ด้านส่งเสริมการขาย	<p>1. รายได้ส่วนหนึ่ง 5% มอบให้กับมูลนิธิช้างไทย เพื่อบริจาคเป็นสาธารณกุศล</p> <p>2. ออกแบบตุ๊กตาเนื่องในโอกาสพิเศษ</p>	1. ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก	1. ไม่มีการจัดการส่งเสริมการขาย

การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

STP Marketing ซึ่งประกอบด้วย

Segmentation

การแบ่งส่วนตลาด

1. ระดับการแบ่งส่วนตลาด: Thai style เป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งตลาดเป้าหมายคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

2. หลักเกณฑ์ในการแบ่งตลาดผู้บริโภค

2.1 เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์

- เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์ตามรายได้

รายได้ของแต่ละบุคคลเป็นสิ่งสำคัญ โดยปัจจุบันผู้คนตระหนักในเรื่องการใช้จ่ายมากขึ้น และจะใช้จ่ายเฉพาะสิ่งของที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตเท่านั้น ของที่ระลึกตุ๊กตาช้างเอกลักษณ์ไทยจึงเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่าคนไทย เพราะคนไทยจะตระหนักถึงค่าใช้จ่ายที่เสียไป ต่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทย เพื่อความพักผ่อนหย่อนใจและใช้เงินส่วนใหญ่นำมาซื้อสินค้าเพื่อนำกลับไปเป็นของที่ระลึก ซึ่งมีความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์หรือสินค้ามากกว่าราคา อีกทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติบางประเทศ มีอัตราค่าเงินบาทที่แข็งกว่าจึงทำให้มีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าได้ในปริมาณ

2.2 การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมทัศนคติและความต้องการ

- โอกาสในการซื้อคือ เนื่องจากในปี พ.ศ.2558 ประเทศไทยจะร่วมเป็นส่วนหนึ่งในประชาคมอาเซียน ทำให้ชาวต่างชาติเข้ามาภายในประเทศไทยมากขึ้น ดังนั้นกิจการคาดว่าผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้างเอกลักษณ์ไทยจะมีโอกาสในการสร้างผลกำไรระยะยาวให้กับกิจการ โดยซื้อเพื่อมอบให้บุคคลพิเศษ เนื่องในโอกาส, เทศกาลวันสำคัญต่างๆ หรือเป็นของที่ระลึก สะสมของผู้ชื่นชอบตุ๊กตาช้าง

- เจตคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีเจตคติที่ดีต่อช้าง คือ ช้าง ถือเป็นสัตว์ประจำชาติไทย และถือเป็นสัตว์มงคลและมีความยิ่งใหญ่ ดังนั้นผู้บริโภคทั้งคนไทยและชาวต่างชาติจึงมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจในการชำระเงินเพื่อแลกกับคุณค่าทางใจของผลิตภัณฑ์

- ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต คือ ผู้บริโภคคนไทยมีค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับช้าง หรืออาจกล่าวได้ว่า ช้างเป็นสัตว์คู่บ้านคู่เมืองมาแต่สมัยโบราณ มีพระคุณต่อแผ่นดินนานัปการ อีกทั้งประเทศไทยยังยกย่องนับถือช้างเป็นสัตว์ศักดิ์สิทธิ์ตามระบบ

ความเชื่อที่รับมาจากอินเดียอีกด้วย แสดงให้เห็นถึงความเชื่อ ศรัทธา ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ที่เป็นแรงจูงใจในการบริโภคสินค้า เป็นต้น

ดังนั้น ปัจจุบันคนไทยจึงมีค่านิยมในการอนุรักษ์ช้างไทย เพื่อมิให้สูญพันธุ์

- อัตราการซื้อซ้ำ จะแบ่งผู้บริโภคออกเป็น 2 ประเภท คือ ซื้อเพื่อมอบให้เป็นของที่ระลึกแก่ตนเองและคนพิเศษ และซื้อเพื่อสะสม ซึ่งเป็นความชอบส่วนบุคคล นอกจากนี้อัตราการซื้อซ้ำอาจอยู่ในระดับสูง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นล้วนมีคุณค่าและเอกลักษณ์เฉพาะ มีเรื่องราวและคุณค่าทางจิตใจ ทำให้ผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจและแรงกระตุ้นในการซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น

Targeting

ตลาดเป้าหมาย

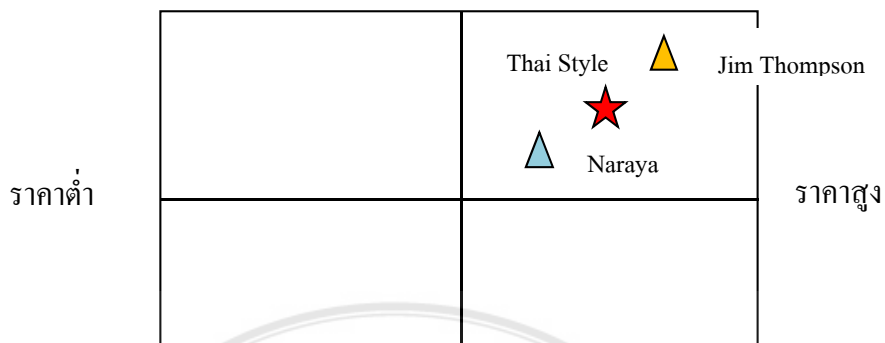
จากการวิเคราะห์ตลาด กิจการเล็งเห็นช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มแรกจะจัดตั้งกิจการในจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวล้นหลามเข้ามาตลอดทั้งปี คือ กรุงเทพมหานครฯ เมืองหลวงของประเทศไทย เนื่องจากเป็นจุดศูนย์กลางของประเทศ เหมาะแก่การทำการตลาดในระยะแรก เช่น สนามบินสุวรรณภูมิ, ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เป็นต้น สำหรับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการซื้อสินค้าเพื่อเป็นของที่ระลึกแก่ตนเองหรือมอบให้แก่คนพิเศษ หรือเนื่องในโอกาสวันสำคัญต่างๆ และกลุ่มเป้าหมายต่อมาคือ คนไทยที่ต้องการสนับสนุนสินค้าของไทย การรณรงค์และอนุรักษ์สัตว์คู่บ้านคู่เมืองจากการถูกทารุณกรรมและการดำรงซึ่งเผ่าพันธุ์ของช้าง รวมถึงความชอบส่วนบุคคล ซึ่งผลิตภัณฑ์สามารถเป็นทั้งของที่ระลึกและของสะสม แต่ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์จะอยู่ในระดับสายตาของผู้ใหญ่มากกว่าเด็ก เป็นต้น

Position

การวางตำแหน่ง

กิจการวางตำแหน่งจากคุณภาพและราคา เนื่องจากสินค้าของกิจการเน้นที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับระดับราคาค่อนข้างสูง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ให้คุณค่าทางจิตใจ โดยกิจการจะใช้เกณฑ์คุณภาพและราคาในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เพื่อค้นหาตำแหน่งทางการตลาด ทั้งนี้กิจการมีความมุ่งมั่นในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ให้สามารถยอมรับ จัดจำหน่าย และเกิดการซื้อซ้ำ

คุณภาพสูง



คุณภาพต่ำ

ภาพที่ 3 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

กลยุทธ์ทางการตลาด Marketing Mix (4P's)

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้าง Thai Style เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการซื้อเพื่อมอบให้กับบุคคลพิเศษและเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างชาติ ตุ๊กตาช้างมีรูปลักษณ์และการออกแบบที่เป็นความร่วมมือระหว่างไทยผสมผสานความเป็นสากล ทั้งนี้เพื่อให้ตุ๊กตาช้างไทยเกิดการยอมรับและโด่งดังไปทั่วโลก วัสดุที่นำมาใช้ทำตุ๊กตาจะเป็นตุ๊กตาผ้าขนที่นิยมโดยทั่วไป ใช้ใยโพลีเอสเตอร์ เกรด A ซึ่งกลั่นจากน้ำมันดิบ มีคุณสมบัติระบายความร้อนได้ดี นุ่มเบา ไม่กักเก็บฝุ่นและซักแห้งง่าย และใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในทุกกระบวนการผลิต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นมีมาตรฐานเท่ากันทุกชิ้น Thai Style ได้รับการรับรองว่าเป็นห้างหุ้นส่วนที่ได้รับมาตรฐานระดับ ISO 9001 ซึ่งเป็นมาตรฐานระดับสากลจากประเทศฝรั่งเศส จึงทำให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพของสินค้าได้อย่างแน่นอน, ได้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานทั่วไป(มอก.), เครื่องหมายรับรองจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และเครื่องหมายรับรอง “Thailand Brand” เป็นต้น ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการการันตีถึงคุณภาพของแบรนด์ ตุ๊กตาช้างไทยจะสวมใส่เครื่องประดับและการแต่งกายในแต่ละชุดที่ล้วนแต่เป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของชาติไทย ซึ่งทุกภูมิภาคของประเทศไทยก็มีจุดเด่นของแต่ละภาคที่น่าสนใจและแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้จุดเด่นของตุ๊กตาช้างไทย อีกอย่าง คือ การใส่เรื่องราวให้กับตุ๊กตา เพื่อบ่งบอกเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติหรือความสำคัญของเครื่องแต่งกาย โดยบอกเล่าผ่านการ์ดกระดาษที่มีคุณภาพสูง กันน้ำ ห้อยแนบติดไปกับตุ๊กตาช้าง เรียกได้ว่าเป็นการกระตุ้นยอดขายสำหรับนักท่องเที่ยวและกระตุ้นการส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย เผยแผ่

ความเป็นเอกลักษณ์ของไทยสู่สายตาชาวโลกโดยการแบ่งปันและบอกต่อได้อย่างดีอีกด้วย ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้างไทยยังคงแฝงไปด้วยจิตสำนึกของคนไทยด้วยกันเองที่จะต้องช่วยกันอนุรักษ์ช้างไทยมิให้สูญพันธุ์สืบไป

ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้าง Thai Style มีไซส์ 2 ขนาด ดังนี้



ภาพที่ 4 แสดงภาพขนาดของตุ๊กตา

ตุ๊กตาขายพร้อมชุดเอกลักษณ์ไทย ทั้งขนาด 8 นิ้วและ 12 นิ้ว ซึ่งผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนเครื่องแต่งกายให้แก่ตุ๊กตาช้างไทยได้ เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ขนาด 12 นิ้วเท่านั้น ตัวอย่างชุดแต่งกายมีดังนี้



ภาพที่ 5 แสดงตัวอย่างชุดตุ๊กตา

ทั้งนี้เครื่องแต่งกายแต่ละชุดจะมีการ์ดกระดาษคุณภาพสูง ที่กิจการได้ใส่เรื่องราวลงไป ทำให้ผู้ซื้อเห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์และเป็นการเผยแพร่ความเป็นเอกลักษณ์ไทยส่งถึงมือผู้รับ ทั้งนี้จะเสริมสร้างนิสัยให้แก่ผู้ซื้อ ทั้งคนไทยและต่างชาติอื่นจะช่วยกันอนุรักษ์ช้างมิให้สูญพันธุ์

ตัวอย่างการ์ดกระดาษ



ด้านหน้าของการ์ด



ด้านในของการ์ด

ภาพที่ 6 แสดงภาพตัวอย่างการ์ดกระดาษ

กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้าง แบ่งตามลักษณะของขนาดตุ๊กตา ซึ่งมี 2 ขนาด คือ ขนาด 8 นิ้ว และ 12 นิ้ว โดยการตั้งราคาจะพิจารณาจากต้นทุนวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต ทั้งนี้ราคาของวัสดุที่นำมาใช้เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ขนาด 8 นิ้ว มีต้นทุน 125 บาท, ขนาด 12 นิ้ว มีต้นทุน 150 บาท และชุดตุ๊กตา มีต้นทุน 53 บาท

ตัวตุ๊กตามีขนาดและราคา ดังนี้

ขนาด	ราคา
8 นิ้ว	289 บาท
12 นิ้ว	349 บาท

ชุดตุ๊กตา

ขนาด	ราคา
12 นิ้ว	150 บาท

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้างไทยจะจัดจำหน่ายที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นแห่งแรก เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ สัญจรผ่านไปมาไม่ขาดสาย ซึ่งเป็นการกระตุ้นแรงจูงใจผู้บริโภค ขณะรอเที่ยวบิน นอกจากนี้ได้จัดจำหน่ายตุ๊กตาช้างไทยภายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำในจังหวัดกรุงเทพฯ เช่น ห้าง Central World เป็นต้น เนื่องจากเป็นจังหวัดกรุงเทพฯ เมืองหลวงของประเทศไทย อีกทั้งกิจการต้องการเจาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนไทย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายรอง โดยใช้ชื่อแบรนด์ในสาขาแฟรนไชส์ที่เป็นตัวแทนในการจัดจำหน่ายว่า “ Thai style”

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาช้าง Thai Style มีการใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขายโดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค อาทิเช่น กิจการจะมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอความเป็นไทยในหลายๆแง่มุม เป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนชาติใดในโลก เช่น เทศกาลวันสำคัญๆ(วันสงกรานต์, วันลอยกระทงฯลฯ)หรือแม้แต่ออกแบบตามกระแสโลกาภิวัตน์ เช่น ผลิตชุดตุ๊กตาลายธงชาติ 10 ประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อเตรียมพร้อมการเพิ่มยอดขายในปี.ศ. 2558 มีการคาดการณ์ในเป้าหมายระยะยาวโดยการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์และรายการผลิตภัณฑ์ เมื่อตราสินค้าเป็นที่รู้จักและยอมรับ ให้มีความหลากหลายและน่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น กระเป๋าตุ๊กตาช้างเอกลักษณ์ไทย, พวงกุญแจ, หมอน หรือแก้วน้ำ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้ยังมีการแจกแถมปีการค่า ซึ่งวิธีนี้จะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อซ้ำ โดยผู้บริโภคอาจเกิดความต้องการสะสมแถมปีไว้แลกของที่ต้องการ อีกทั้งรายได้

ส่วนหนึ่ง 5 % จากการดำเนินงาน ขอมอบให้แก่มูลนิธิช้างแห่งประเทศไทย สำหรับสาธารณกุศล เพื่ออนุรักษ์ช้างไทยอีกด้วย



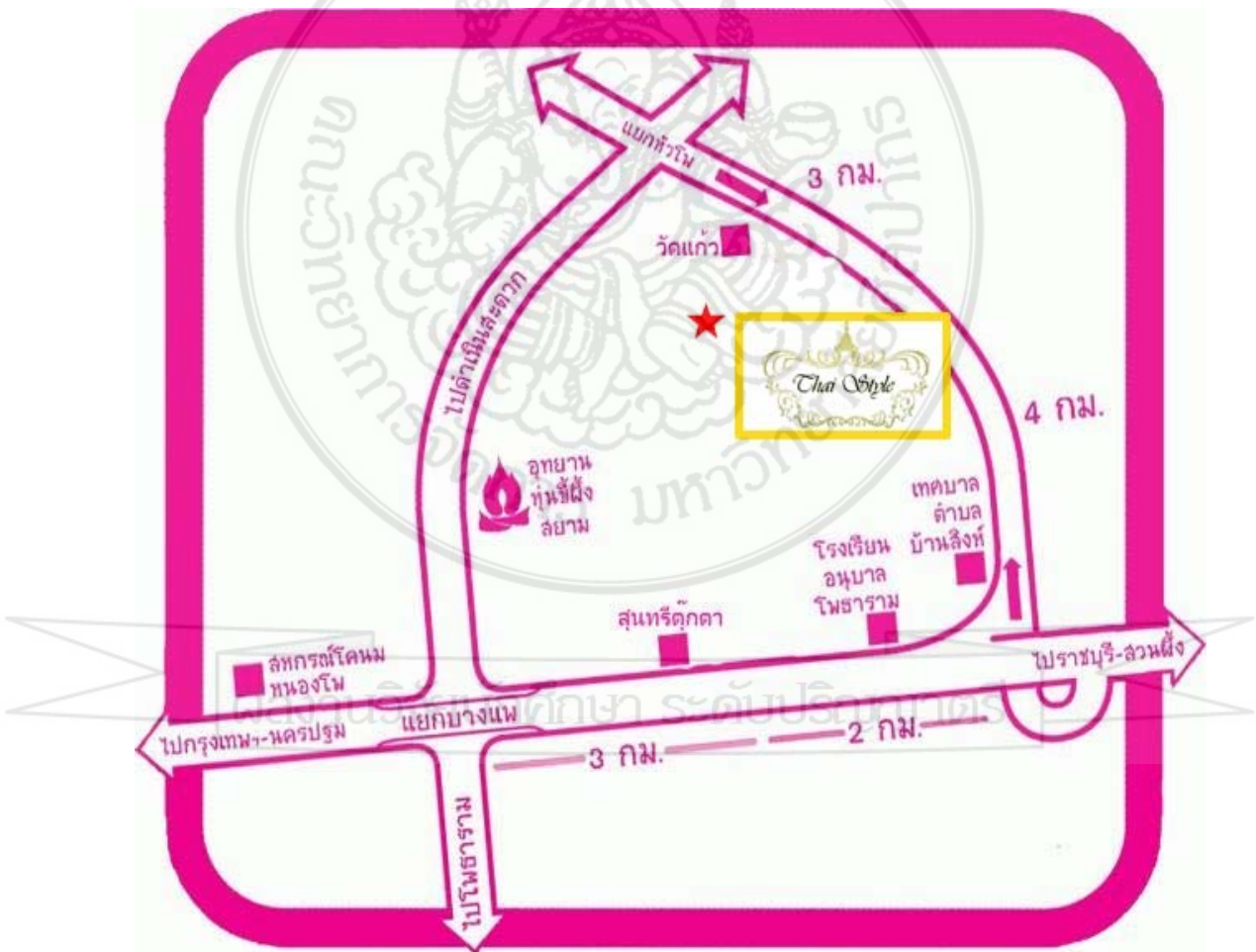
ภาพที่ 7 แสดงภาพผลิตภัณฑ์ตัวอย่างในด้านส่งเสริมการขาย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 6
แผนการผลิต

สถานประกอบการในการผลิต

ตั้งอยู่ที่ 69/96 ต.บ้านสิงห์ อ.โพธาราม จ.ราชบุรี 70120 ลักษณะเป็นโรงงานและโกดังพร้อมใช้ ขนาด 1,120 ตารางเมตร โดยเป็นการเช่าโรงงานเป็นรายเดือน ทำให้สามารถช่วยลดต้นทุนในการซื้อที่ดินและสร้างโรงงานใหม่ที่ตั้งสถานที่



ภาพที่ 8 แสดงแผนที่สถานที่ตั้งสำนักงาน

เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

ตารางที่ 8 แสดงเครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวน	รวมเงิน
เครื่องจักร				
1	เครื่องจักรเย็บผ้า	13,050	10	130,500
2	เครื่องตัดเลเซอร์	225,000	2	450,000
3	เครื่องฉีดยุ	110,000	2	220,000
4	เครื่องตะกุกุย	135,000	2	270,000
รวมเงินทั้งสิ้น				1,070,500
เครื่องใช้สำนักงาน				
1	คอมพิวเตอร์	21,000	5	105,000
2	โทรศัพท์	2,200	3	6,600
3	เครื่องส่งFax	5,900	2	11,800
4	เครื่องปรับอากาศ	12,000	2	24,000
5	พัดลม	890	4	3,560
6	โต๊ะผู้จัดการ	4,500	4	18,000
7	โต๊ะผู้ช่วยผู้จัดการและพนักงาน	2,000	18	36,000
8	เก้าอี้ผู้จัดการ	1,100	4	4,400
9	เก้าอี้ผู้ช่วยผู้จัดการและพนักงาน	900	18	16,200
10	ตู้เก็บเอกสาร	6,000	2	12,000
รวมเงินทั้งสิ้น				237,560
อุปกรณ์ตกแต่งสำนักงาน				
11	ชุดโต๊ะ+ เก้าอี้รับแขก	30,000	1	30,000
รวมเงินทั้งสิ้น				30,000
ยานพาหนะ				
12	รถยนต์ (ใช้ในการขนส่งสินค้า)	750,000	3	2,250,000
รวมเงินทั้งสิ้น				2,250,000

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต

ตารางที่ 9 แสดงวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต

ลำดับ	รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวนที่ใช้	รวมเงิน (บาท)	หมายเหตุ
1	ผ้าขนสั้น	4,200 บาท/ม้วน (1ม้วน=60หลา)	43 ม้วน	180,600	-
2	ไฮโปริเอสเตอร์ เกรดเอ	80 บาท/กิโลกรัม	900 กิโลกรัม	72,000	-
รวมเงินทั้งสิ้น				252,600	-

วัตถุดิบทางอ้อมที่ใช้ในการผลิต

ตารางที่ 10 แสดงวัตถุดิบทางอ้อมที่ใช้ในการผลิต

ลำดับ	รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวนที่ใช้	รวมเงิน (บาท)	หมายเหตุ
1	ด้าย	25 บาท/หลอด	1,500	37,500	-
2	ตา+ตัวลือคตา	20 บาท/คู่	4,000	80,000	-
4	ผ้าสำหรับทำชุด ตุ๊กตา	100 บาท/เมตร	1,200	120,000	ขึ้นอยู่กับ รูปแบบผ้า
5	การ์ดกระดาษ	1 บาท/แผ่น	4,000	4,000	-
6	วัสดุอุปกรณ์และ ของประดับตกแต่ง อื่นๆ	ไม่แน่นอน	ขึ้นอยู่กับ การผลิตใน แต่ละครั้ง	90,000	-
รวมเงินทั้งสิ้น				331,500	

หมายเหตุ: ค่าวัตถุดิบทางอ้อมที่ใช้ในการผลิตมีค่าเท่ากับค่าวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในการผลิตในงบการเงิน

กำลังการผลิต

จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด	4,000 ตัว /เดือน
อัตราประมาณการในการผลิต	3,500 ตัว/เดือน
เป้าหมายในหน่วยการผลิต	3,5000 ตัว/เดือน
จำนวนวันที่ใช้ในการผลิตต่อเดือน/ปี	27 วัน/เดือน 300 วัน/ปี
จำนวนเวลาผลิตต่อวัน (ชั่วโมง/กะ)	8 ชั่วโมง/วัน
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต	20 คน
อัตราค่าแรงในการผลิต	300 บาท/วัน 8,100 บาท/เดือน

ต้นทุนตุ๊กตาต่อ1ตัว (8 นิ้ว)

ผ้าขนสั้น 45 เซนติเมตร	35	บาท
ใยโพลีเอสเตอร์ 200 กรัม	16	บาท
ตา+ตัวลื้อกตา	20	บาท
ผ้าทำชุดตุ๊กตา	30	บาท
ของประดับตกแต่งอื่นๆ	23	บาท
การ์ดกระดาษ	1	บาท
รวม	125	บาท

ต้นทุนตุ๊กตาต่อ 1 ตัว (12นิ้ว)

ผ้าขนสั้น 65 เซนติเมตร	50	บาท
ใยโพลีเอสเตอร์ 300 กรัม	26	บาท
ตา+ตัวลื้อกตา	20	บาท
ผ้าทำชุดตุ๊กตา	30	บาท
ของประดับตกแต่งอื่นๆ	23	บาท
การ์ดกระดาษ	1	บาท
รวม	150	บาท

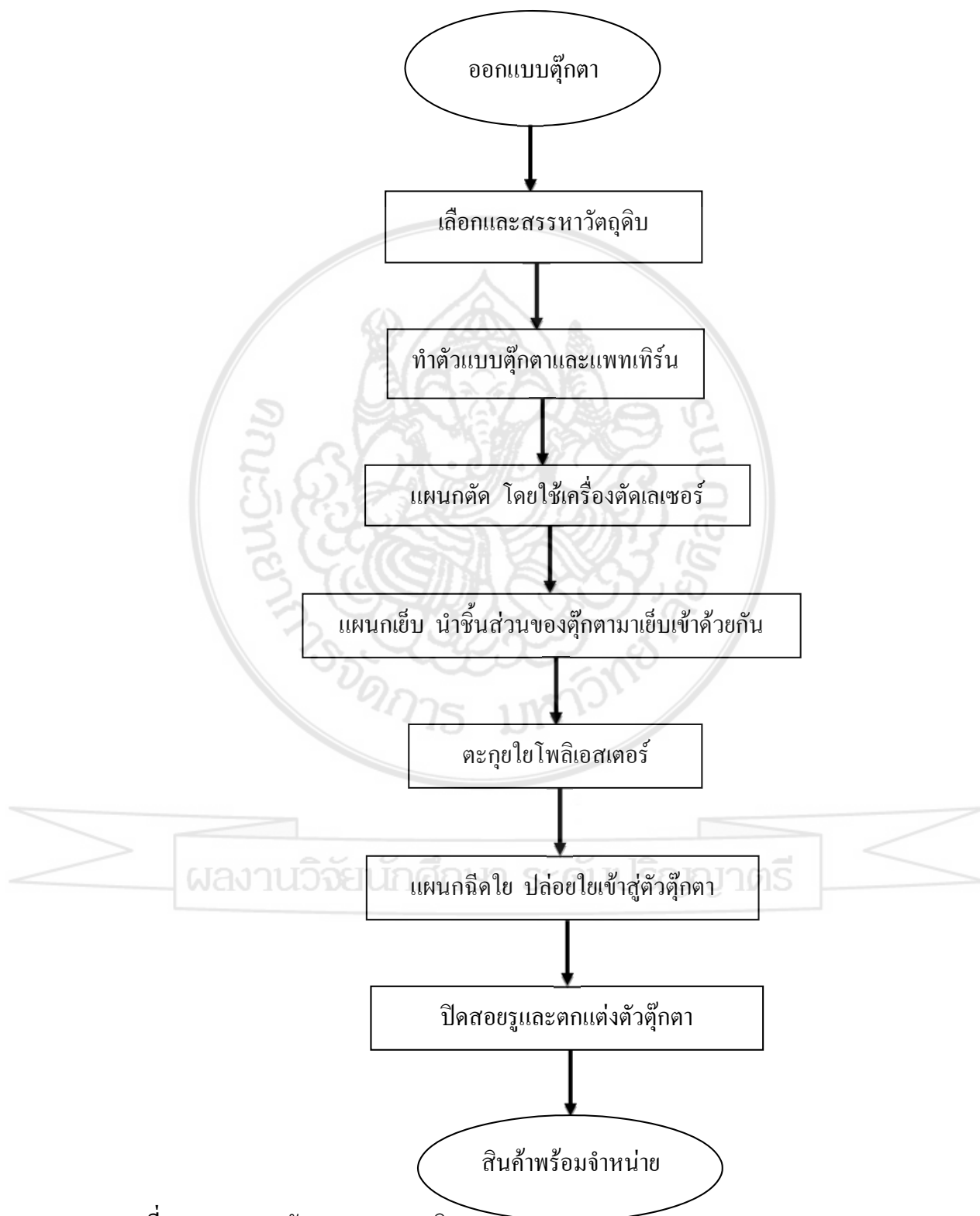
ต้นทุนชุดตุ๊กตา (จำหน่ายแยก)

ผ้าทำชุดตุ๊กตา	30	บาท
ของประดับตกแต่งอื่นๆ	23	บาท
รวม	53	บาท

ขั้นตอนการผลิต

1. การออกแบบตุ๊กตา โดยผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์
2. เลือกผ้า คุณสมบัติผ้า, ส่วนประกอบตุ๊กตาและวัสดุอื่นต่างๆ
3. ทำตัวแบบหรือแพทเทิร์น โดยฝ่ายออกแบบจะสร้างสรรค์แบบตุ๊กตา ด้วยโปรแกรม Photoshop และส่งแบบแพทเทิร์นไปยังเครื่องตัดเลเซอร์ที่เชื่อมต่อกันได้โดยโครงข่ายแลน
4. เมื่อออกแบบเสร็จ จะส่งไปยังผู้ควบคุมแผนกตัด ที่คอยควบคุมเครื่องจักรให้ทำงานที่ต้องคอยรับคำสั่งจากฝ่ายออกแบบ โดยใช้เครื่องตัดเลเซอร์ทันสมัย ที่สามารถตัดได้อย่างรวดเร็ว และชิ้นงานมีมาตรฐานเท่ากันทุกชิ้น
5. เมื่อตัดชิ้นส่วนที่เป็นส่วนประกอบของตุ๊กตาครบทุกชิ้นเสร็จแล้ว จากนั้นก็นำชิ้นส่วนของตุ๊กตามาเย็บเข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้โครงตุ๊กตาซึ่งมีตาและจมูกครบถ้วนแล้ว ซึ่งเป็นหน้าที่ของแผนกเย็บ
6. เมื่อได้โครงตุ๊กตาเสร็จแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็ส่งไปยังแผนกนิตย (โดยใช้ใยโพลีเอสเตอร์ ซึ่งกลั่นจากน้ำมันดิบ มีคุณสมบัติระบายความร้อนได้ดี นุ่ม เบา ไม่กักเก็บฝุ่นและซักแห้งง่าย) นำเอาโครงตุ๊กตาไปซักใย โดยการใส่ใยโพลีเอสเตอร์ซึ่งสังเคราะห์แล้วใส่ไปในเครื่องซักใยเพื่อบ่มลม เก็บไว้ให้มีแรงคืน (ก่อนหน้าต้องมีการตะกุนใยให้มีขนนุ่มและเพื่อเป็นการใช้วัสดุให้คุ้มค่าและลดการใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง) จากนั้นนำโครงตุ๊กตาไปสวมในท่อเหล็ก พนักงานที่ควบคุมเครื่องนิตยจะบังคับเครื่องจักรด้วยเท้าให้ปล่อยใยเข้าสู่ตัวตุ๊กตา
7. เมื่อตุ๊กตาขึ้นโครงและเป็นรูปร่างแล้ว ขั้นตอนต่อไป เย็บปิดรูที่สวมไปในเครื่องนิตย และส่งไปยังแผนกตกแต่งตุ๊กตา เพื่อใส่เสื้อผ้าตุ๊กตาและเครื่องประดับตกแต่งให้สวยงามส่งออกจำหน่ายต่อไป

แผนผังกระบวนการผลิต



ภาพที่ 9 แสดงแผนผังกระบวนการผลิต

บทที่ 7
งบการเงิน

ต้นทุนโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน

ตารางที่ 11 ต้นทุนโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน

รายการ	รวมจำนวน ทั้งสิ้น (บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		ส่วนของผู้ ถือหุ้น
		เจ้าหนี้การค้า	เงินกู้	
1.เงินทุนหมุนเวียน				
1.1 เงินสดสำรองการดำเนินงาน	5,500,000.00	-	1,500,000.00	4,000,000.00
รวมเงินทุนหมุนเวียน	5,500,000.00	-	1,500,000.00	4,000,000.00
2.ที่ดิน อาคาร เครื่องจักร และอุปกรณ์				
2.1 อาคาร	780,000.00	-	-	780,000.00
2.2 เครื่องจักร	1,070,500.00	-	-	1,070,500.00
2.3 เครื่องใช้สำนักงาน	237,560.00	-	-	237,560.00
2.4 อุปกรณ์ตกแต่งสำนักงาน	30,000.00	-	-	30,000.00
2.5 ยานพาหนะ	2,250,000.00	-	-	2,250,000.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	4,368,060.00	-	0.00	4,368,060.00
3.รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน				
3.1 รายจ่ายในการเตรียมการ	40,000.00	-	-	40,000.00
รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน	40,000.00	-	0.00	40,000.00
รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น	9,908,060.00	-	1,500,000.00	8,408,060.00
อัตราส่วนหนี้สิน : ส่วนของผู้ ถือหุ้น	1.00	-	0.15	0.85

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางแสดงการชำระคืนเงินกู้

ตารางที่ 12 ตารางแสดงการชำระคืนเงินกู้

อัตราดอกเบี้ย 7%

	(1)	(2)	(3)	(4)
ปีที่	ยอดเงินกู้	ผ่อนชำระคืนเงินต้นปีละ	ดอกเบี้ยจ่าย	รายเงินต้น+ดอกเบี้ย
1	1,500,000.00	300,000.00	105,000.00	405,000.00
2	1,200,000.00	300,000.00	84,000.00	384,000.00
3	900,000.00	300,000.00	63,000.00	363,000.00
4	600,000.00	300,000.00	42,000.00	342,000.00
5	300,000.00	300,000.00	21,000.00	321,000.00
รวม		1,500,000.00	315,000.00	1,815,000.00

หมายเหตุ: อัตราดอกเบี้ยต่อปีมาจากค่าถัวเฉลี่ยดอกเบี้ยของ 3 ธนาคาร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา

ตารางที่ 13 ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	มูลค่ารวมทั้งสิ้น	อัตราค่าเสื่อมราคา	ค่าเสื่อมราคาต่อปี	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ
	(หน่วย)	(บาท)	(บาท)	ต่อปี (%)	(บาท)	(สิ้นปีที่ 1)	(สิ้นปีที่ 2)	(สิ้นปีที่ 3)	(สิ้นปีที่ 4)	(สิ้นปีที่ 5)
เครื่องจักร										
เครื่องจักรเย็บผ้า	10	13,050.00	130,500.00	20%	26,100.00	104,400.00	78,300.00	52,200.00	26,100.00	10.00
เครื่องตัดเลเซอร์	2	225,000.00	450,000.00	20%	90,000.00	360,000.00	270,000.00	180,000.00	90,000.00	2.00
เครื่องทีดไคย	2	110,000.00	220,000.00	20%	44,000.00	176,000.00	132,000.00	88,000.00	44,000.00	2.00
เครื่องตะกวยไคย	2	135,000.00	270,000.00	20%	54,000.00	216,000.00	162,000.00	108,000.00	54,000.00	2.00
รวม	16	483,050.00	1,070,500.00	-	214,100.00	856,400.00	642,300.00	428,200.00	214,100.00	16.00
เครื่องใช้สำนักงาน										
คอมพิวเตอร์	5	21,000.00	105,000.00	20%	21,000.00	84,000.00	63,000.00	42,000.00	21,000.00	5.00
โทรศัพท์	3	2,200.00	6,600.00	20%	1,320.00	5,280.00	3,960.00	2,640.00	1,320.00	3.00
เครื่องส่งFax	2	5,900.00	11,800.00	20%	2,360.00	9,440.00	7,080.00	4,720.00	2,360.00	2.00
เครื่องปรับอากาศ	2	12,000.00	24,000.00	20%	4,800.00	19,200.00	14,400.00	9,600.00	4,800.00	2.00
พัดลม	4	890.00	3,560.00	20%	712.00	2,848.00	2,136.00	1,424.00	712.00	4.00
โต๊ะผู้จัดการ	4	4,500.00	18,000.00	20%	3,600.00	14,400.00	10,800.00	7,200.00	3,600.00	4.00
โต๊ะผู้ช่วยผู้จัดการและพนักงาน	18	2,000.00	36,000.00	20%	7,200.00	28,800.00	21,600.00	14,400.00	7,200.00	18.00
เก้าอี้ผู้จัดการ	4	1,100.00	4,400.00	20%	880.00	3,520.00	2,640.00	1,760.00	880.00	4.00
เก้าอี้ผู้ช่วยผู้จัดการและพนักงาน	18	900.00	16,200.00	20%	3,240.00	12,960.00	9,720.00	6,480.00	3,240.00	18.00

ตารางที่ 13 ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา (ต่อ)

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	มูลค่ารวมทั้งสิ้น	อัตราค่าเสื่อมราคา	ค่าเสื่อมราคาต่อปี	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ	มูลค่าสินทรัพย์ สุทธิ
	(หน่วย)	(บาท)	(บาท)	ต่อปี (%)	(บาท)	(สิ้นปีที่ 1)	(สิ้นปีที่ 2)	(สิ้นปีที่ 3)	(สิ้นปีที่ 4)	(สิ้นปีที่ 5)
ผู้เก็บเอกสาร	2	6,000.00	12,000.00	20%	2,400.00	9,600.00	7,200.00	4,800.00	2,400.00	2.00
รวม	62	59,490.00	237,560.00	-	47,512.00	190,048.00	142,536.00	95,024.00	47,512.00	62.00
อุปกรณ์ตกแต่ง สำนักงาน										
ชุดโต๊ะ+ เก้าอี้ รับแขก	1	30,000.00	30,000.00	20%	6,000.00	24,000.00	18,000.00	12,000.00	6,000.00	1.00
รวม	1	30,000.00	30,000.00	20%	6,000.00	24,000.00	18,000.00	12,000.00	6,000.00	1.00
ยานพาหนะ										
รถยนต์ (ใช้ใน การขนส่ง สินค้า)	3	750,000.00	2,250,000.00	20%	450,000.00	1,800,000.00	1,350,000.00	900,000.00	450,000.00	3.00
รวม	3	750,000.00	2,250,000.00	20%	450,000.00	1,800,000.00	1,350,000.00	900,000.00	450,000.00	3.00
รวมทั้งสิ้น	83	2,102,540.00	4,368,060.00	0.00	756,612.00	3,611,448.00	2,854,836.00	2,098,224.00	717,612.00	585,082.00

ประมาณการขายรายเดือน

ตารางที่ 14 ประมาณการขายรายเดือน

รายการ	เดือนที่1	เดือนที่2	เดือนที่3	เดือนที่4	เดือนที่5	เดือนที่6	เดือนที่7	เดือนที่8	เดือนที่9	เดือนที่10	เดือนที่11	เดือนที่12	รวม
จำนวนสินค้า (ตัว)													
ตุ๊กตา 8 นิ้ว	900.00	950.00	1,050.00	1,200.00	1,350.00	1,300.00	1,250.00	1,320.00	1,400.00	1,500.00	1,650.00	1,700.00	15,570.00
ตุ๊กตา 12 นิ้ว	700.00	750.00	800.00	900.00	850.00	780.00	740.00	820.00	870.00	950.00	1,050.00	1,200.00	10,410.00
ชุดตุ๊กตา สำหรับขนาด 12 นิ้ว	350.00	380.00	400.00	420.00	450.00	390.00	360.00	390.00	430.00	470.00	520.00	600.00	5,160.00
รวมจำนวนสินค้าที่ขาย	1,950.00	2,080.00	2,250.00	2,520.00	2,650.00	2,470.00	2,350.00	2,530.00	2,700.00	2,920.00	3,220.00	3,500.00	31,140.00
ราคาสินค้า (บาท/ตัว)													
ตุ๊กตา 8 นิ้ว	279.00	279.00	279.00	279.00	279.00	279.00	279.00	279.00	279.00	279.00	279.00	279.00	279.00
ตุ๊กตา 12 นิ้ว	429.00	429.00	429.00	429.00	429.00	429.00	429.00	429.00	429.00	429.00	429.00	429.00	429.00
ชุดตุ๊กตา สำหรับขนาด 12 นิ้ว	159.00	159.00	159.00	159.00	159.00	159.00	159.00	159.00	159.00	159.00	159.00	159.00	159.00
ราคาสินค้าเฉลี่ย	867.00	867.00	867.00	867.00	867.00	867.00	867.00	867.00	867.00	867.00	867.00	867.00	867.00

รายการ	เดือนที่1	เดือนที่2	เดือนที่3	เดือนที่4	เดือนที่5	เดือนที่6	เดือนที่7	เดือนที่8	เดือนที่9	เดือนที่10	เดือนที่11	เดือนที่ 12	รวม
รายได้จากการขาย (บาท)													
ตุ๊กตา 8 นิ้ว	780,300.00	823,650.00	910,350.00	1,040,400.00	1,170,450.00	1,127,100.00	1,083,750.00	1,144,440.00	1,213,800.00	1,300,500.00	1,430,550.00	1,473,900.00	13,499,190.00
ตุ๊กตา 12 นิ้ว	606,900.00	650,250.00	693,600.00	780,300.00	736,950.00	676,260.00	641,580.00	710,940.00	754,290.00	823,650.00	910,350.00	1,040,400.00	9,025,470.00
ชุดตุ๊กตา สำหรับ ขนาด 12 นิ้ว	303,450.00	329,460.00	346,800.00	364,140.00	390,150.00	338,130.00	312,120.00	338,130.00	372,810.00	407,490.00	450,840.00	520,200.00	4,473,720.00
รวมรายได้ สะสม (บาท)	1,690,650.00	1,803,360.00	1,950,750.00	2,184,840.00	2,297,550.00	2,141,490.00	2,037,450.00	2,193,510.00	2,340,900.00	2,531,640.00	2,791,740.00	3,034,500.00	26,998,380.00
เงินสตรรับ จากการขาย (บาท)	1,690,650.00	1,803,360.00	1,950,750.00	2,184,840.00	2,297,550.00	2,141,490.00	2,037,450.00	2,193,510.00	2,340,900.00	2,531,640.00	2,791,740.00	3,034,500.00	26,998,380.00

ตารางที่ 14 ประมาณการขายรายเดือน (ต่อ)

ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

ตารางที่ 15 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนสินค้าขาย (ชิ้น)		เพิ่ม 9%	เพิ่ม 11%	เพิ่ม 13%	เพิ่ม 15%
ตุ๊กตาช้าง ขนาด 8 นิ้ว	15,570.00	16,971	18,838	21,287	24,480
ตุ๊กตาช้าง ขนาด 12 นิ้ว	10,410.00	11,347	12,595	14,232	16,367
ชุดสำหรับตุ๊กตา	5,160.00	5,624	6,243	7,055	8,113
รวมจำนวนสินค้าที่ขาย	31,140.00	33,943	37,676	42,574	48,960
ราคาสินค้า (บาท/ชิ้น)					
ตุ๊กตาช้าง ขนาด 8 นิ้ว	279	279	279	279	279
ตุ๊กตาช้าง ขนาด 12 นิ้ว	429	429	429	429	429
ชุดสำหรับตุ๊กตา	159	159	159	159	159
รวมสินค้าเฉลี่ย(บาท)	289	289	289	289	289
รายได้จากการขาย(บาท)					
ตุ๊กตาช้าง ขนาด 8 นิ้ว	4,344,030.00	4,734,992.70	5,255,841.90	5,939,101.34	6,829,966.55
ตุ๊กตาช้าง ขนาด 12 นิ้ว	4,465,890.00	4,867,820.10	5,403,280.31	6,105,706.75	7,021,562.76
ชุดสำหรับตุ๊กตา	820,440.00	894,279.60	992,650.36	1,121,694.90	1,289,949.14
รวมรายได้สะสม (บาท)	9,630,360.00	10,497,092.40	11,651,772.56	13,166,503.00	15,141,478.45
เงินสดรับการขาย(บาท)	9,630,360.00	10,497,092.40	11,651,772.56	13,166,503.00	15,141,478.45

หมายเหตุ: ธุรกิจขนาดย่อม SME ปี 2556 คาดว่าจะขยายตัวประมาณ ร้อยละ 4.0- 5.0 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) 2556) และภาวะเศรษฐกิจไทยปี พ.ศ.2557 มีโอกาสขยายตัวประมาณ 4.6- 5.5% ทั้งนี้โอกาสที่เศรษฐกิจจะขยายตัวมาน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับสถานการณ์การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก และสถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทย (มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 2557)

ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง

ตารางที่ 16 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
จำนวนซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต					
ผ้าขนสั้น (ม้วน)	516	439	443	452	461
ใยโพลีเอสเตอร์(กิโลกรัม)	10,800	9,180	9,272	9,457	9,646
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบทางตรง					
ผ้าขนสั้น (บาท/ม้วน)	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00
ใยโพลีเอสเตอร์(บาท/กิโลกรัม)	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)					
ผ้าขนสั้น	2,167,200.00	1,042,120.00	1,060,541.00	1,897,752.00	1,935,707.00
ใยโพลีเอสเตอร์	864,000.00	534,400.00	541,744.00	756,579.00	771,710.00
รวมยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)	3,031,200.00	1,576,520.00	2,602,285.00	2,654,331.00	2,707,418.00
บวก ค่าขนส่ง	72,000.00	61,200.00	61,812.00	64,284.00	66,856.00
ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรง-สุทธิ	3,103,200.00	1,637,720.00	1,664,097.00	2,718,615.00	2,774,273.00
บวก วัตถุดิบทางตรงต้นงวด	-	310,320.00	263,772.00	266,410.00	271,862.00
หัก วัตถุดิบทางตรงปลายงวด	310,320.00	263,772.00	266,410.00	271,862.00	277,427.00
วัตถุดิบทางตรงที่ใช้ในการผลิต	2,792,880.00	2,373,948.00	2,397,687.00	2,446,754.00	2,496,846.00
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)	3,103,200.00	1,637,720.00	1,664,097.00	2,718,615.00	2,774,273.00

ประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า

ตารางที่ 17 ประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ต้นทุนการผลิตสินค้า (บาท)					
ค่าวัสดุโดยตรงในการผลิตสินค้า	2,792,880.00	2,373,948.00	2,397,687.00	2,446,754.00	2,496,846.00
ค่าแรงทางตรงในการผลิตสินค้า	3,672,000.00	3,121,200.00	3,152,412.00	3,215,460.00	3,279,769.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	3,978,000.00	3,381,300.00	3,415,113.00	3,483,415.26	3,553,083.57
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า(1)	10,442,880.00	8,876,448.00	8,965,212.48	9,145,629.35	9,329,699.05
สินค้าคงเหลือ(บาท)					
บวก สินค้าคงเหลือต้นงวด	-	2,088,576.00	1,775,289.60	1,793,042.50	1,829,125.87
หัก สินค้าคงเหลือปลายงวด	2,088,576.00	1,775,289.60	1,793,042.50	1,829,125.87	1,865,939.81
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	8,354,304.00	7,101,158.40	7,172,169.98	7,316,503.48	7,463,759.24
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	7,650,000.00	5,502,500.00	5,567,525.00	6,698,875.50	6,832,853.01

ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ตารางที่ 18 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)					
เงินเดือนบุคลากร	2,652,000.00	2,254,200.00	2,276,742.00	2,322,277.00	2,368,722.00
ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์	480,000.00	408,000.00	412,080.00	420,321.60	428,728.03
ค่าสาธารณูปโภค	96,000.00	81,600.00	82,416.00	84,064.32	85,745.61
ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	144,000.00	122,400.00	123,624.00	126,096.48	128,618.41
ค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะ	15,600.00	13,260.00	13,392.60	13,660.45	13,933.66
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	40,000.00	34,000.00	34,340.00	35,026.80	35,727.34
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ เริ่มแรก	40,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร	3,467,600.00	2,913,460.00	2,942,594.60	3,001,446.49	3,061,475.42
ค่าเสื่อมราคาส่วในการขายและบริหาร					
ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์	717,612.00	717,612.00	717,612.00	717,612.00	717,612.00
รวมค่าเสื่อมราคา	717,612.00	717,612.00	717,612.00	717,612.00	717,612.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร	4,185,212.00	3,631,072.00	3,660,206.60	3,719,058.49	3,779,087.42
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	3,467,600.00	2,913,460.00	2,942,594.60	3,001,446.49	3,061,475.42

ผลงานวิจัยนักรศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประมาณงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 19 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า	9,630,360.00	10,497,092.40	11,651,772.56	13,166,503.00	15,141,478.45
รวมรายได้	9,630,360.00	10,497,092.40	11,651,772.56	13,166,503.00	15,141,478.45
หัก - ต้นทุนขายสินค้า	8,354,304.00	7,101,158.40	7,172,169.98	7,316,503.48	7,463,759.24
กำไรขั้นต้น	1,276,056.00	3,395,934.00	4,479,602.58	5,849,999.52	7,677,719.21
หัก - ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	4,185,212.00	3,631,072.00	3,660,206.60	3,719,058.49	3,779,087.42
กำไรจากการดำเนินงาน ก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย	- 2,909,156.00	- 235,138.00	819,395.98	2,130,941.03	3,898,631.79
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	105,000.00	84,000.00	63,000.00	42,000.00	21,000.00
กำไรจากการดำเนินงาน ก่อนหักภาษีเงินได้	- 3,014,156.00	- 319,138.00	756,395.98	2,088,941.03	3,877,631.79
หัก - ภาษีเงินได้นิติบุคคล	0.00	0.00	113,459.40	417,788.21	775,526.36
กำไรสุทธิ	- 3,014,156.00	- 319,138.00	642,936.58	1,671,152.82	3,102,105.43
กำไรสะสม	- 3,014,156.00	- 3,333,294.00	- 2,690,357.42	- 1,019,204.60	2,082,900.83

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 20 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
เงินสดรับจากการขายสินค้า	9,630,360.00	10,497,092.40	11,651,772.56	13,166,503.00	15,141,478.45

เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบ ทางตรงในการผลิต	(3,103,200.00)	(1,576,520.00)	(2,602,285.00)	(2,718,615.00)	(2,774,273.00)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการ ผลิต	(7,650,000.00)	(5,502,500.00)	(5,567,525.00)	(6,698,875.50)	(6,832,853.01)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการ ขายและบริหาร	(3,467,600.00)	(2,913,460.00)	(2,942,594.60)	(3,001,446.49)	(3,061,475.42)
เงินสดจ่ายชำระค่านดอกเบี้ย	(105,000.00)	(84,000.00)	(63,000.00)	(42,000.00)	(21,000.00)
เงินสดจ่ายค่าภาษีเงินได้	0.00	0.00	(113,459.40)	(417,788.21)	(775,526.36)
กระแสเงินสดสุทธิจาก กิจกรรมดำเนินงาน	-4,695,440.00	420,612.40	362,908.56	287,777.80	1,676,350.66
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน					
เงินสดจ่ายลงทุนใน เครื่องจักรและอุปกรณ์การ ผลิต	(1,070,500.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนใน เครื่องใช้สำนักงาน	(267,560.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนใน ยานพาหนะ	(2,250,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิจาก กิจกรรมลงทุน	(3,588,060.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินสดรับจากการกู้ยืม	1,500,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดรับจากเจ้าของ	8,408,060.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	(300,000.00)	(300,000.00)	(300,000.00)	(300,000.00)	(300,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิจาก กิจกรรมจัดหาเงิน	9,608,060.00	(300,000.00)	(300,000.00)	(300,000.00)	(300,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิ	1,324,560.00	120,612.40	62,908.56	-12,222.20	1,376,350.66
บวก กระแสเงินสดต้นงวด	0.00	1,324,560.00	120,612.40	183,520.96	171,298.76
กระแสเงินสดสุทธิปลาย งวด	1,324,560.00	120,612.40	183,520.96	171,298.76	1,547,649.42

ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 21 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝาก สถาบันการเงิน	1,324,560.00	120,612.40	183,520.96	171,298.76	1,547,649.42

สินค้าคงเหลือ	2,088,576.00	2,078,986.20	2,793,042.50	2,529,125.87	2,865,939.81
รายได้ค้างรับ	169,320.00	320,331.40	431,580.50	412,378.20	635,490.28
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,582,456.00	2,519,930.00	3,408,143.96	3,112,802.83	5,049,079.51
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
อุปกรณ์-สุทธิ	3,611,448.00	2,854,836.00	2,098,224.00	717,612.00	585,082.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	3,611,448.00	2,854,836.00	2,098,224.00	717,612.00	585,082.00
รวมสินทรัพย์	7,193,904.00	5,374,766.00	6,131,161.98	8,106,643.61	11,266,487.19
หนี้สินหมุนเวียน					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	0.00	0.00	113,459.40	417,788.21	775,526.36
เงินกู้ระยะยาวที่กำหนดชำระในปี	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	0.00
รวมหนี้สินหมุนเวียน	300,000.00	300,000.00	413,459.40	717,788.21	775,526.36
หนี้สินไม่หมุนเวียน					
เงินกู้ระยะยาว	1,500,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	1,500,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมหนี้สิน	1,800,000.00	300,000.00	413,459.40	717,788.21	775,526.36
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุน	8,408,060.00	8,408,060.00	8,408,060.00	8,408,060.00	8,408,060.00
กำไรสะสม	- 3,014,156.00	- 3,333,294.00	- 2,690,357.42	- 1,019,204.60	2,082,900.83
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	5,393,904.00	5,074,766.00	5,717,702.58	7,388,855.40	10,490,960.83
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	7,193,904.00	5,374,766.00	6,131,161.98	8,106,643.61	11,266,487.19

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน(Current Ratio)	11.94	8.40	8.24	4.34	6.51
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick Ratio)	4.98	1.47	1.49	0.81	2.82
อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์					
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover)	4.00	3.42	2.57	2.89	2.60
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ(Inventory Turnover Period)	91.25	106.86	142.14	126.17	140.15
อัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์ถาวร	2.67	3.68	5.55	18.35	25.88
อัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์รวม	1.34	1.95	1.90	1.62	1.34

อัตราส่วนวัดความสามารถในการก่อหนี้					
อัตราส่วนแห่งหนี้ (Debt Ratio)	25.02	5.58	6.74	8.85	6.88
อัตราส่วนแห่งเงินทุน (Debt to Equity Ratio)	33.37	5.91	7.23	9.71	7.39
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio)	-27.71	-2.80	13.01	50.74	185.65
อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	-41.90	-5.94	10.49	20.61	27.53
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	-55.88	-6.29	11.24	22.62	29.57
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	13.25	32.35	38.45	44.43	50.71
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	-30.21	-2.24	7.03	16.18	25.75
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	1,227,197.50				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	36%				
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	3ปี6เดือน				

บทที่ 8
แผนฉุกเฉิน

ตารางที่ 23 แผนฉุกเฉิน

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1.	ยอดขายลดลงหรือไม่ เป็นไปตามเป้าหมาย	ยอดขายลดลงจากที่กำหนดไว้ ส่งผลกระทบต่อด้านการเงิน ของกิจการ เช่น ไม่มีเงินทุน หมุนเวียนในกิจการ เป็นต้น	การลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่ สิ้นเปลือง และมีกำไรโฆษณาตรา สินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพื่อ เป็นการกระตุ้นยอดขาย
2.	วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมี ราคาสูง	ต้นทุนค่าวัตถุดิบสูงขึ้น ทำให้ ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นด้วย	ก่อนที่จะออกแบบ และสั่งผลิต กิจการควรหาแหล่งวัตถุดิบ สำรอง เพื่อหลีกเลี่ยงการถูก กดดันจากผู้ขายปัจจัยการผลิต
3.	การขนส่งมีปัญหา	ทำให้การส่งมอบมีความล่าช้า หรือสินค้าอาจชำรุด ขณะการส่ง มอบ	ติดต่อประสานงานกับหน่วยงาน ด้านการขนส่งอย่างต่อเนื่อง รับประกันและส่งมอบสินค้าใหม่ ให้แก่ลูกค้าที่ได้รับความเสียหาย อันเนื่องมาจากสินค้าชำรุด ทั้งนี้ก็ เพื่อแสดงความรับผิดชอบของ กิจการ และเพื่อสร้างความมั่นใจ ให้แก่ลูกค้า
4.	ต้นทุนในการจัดการสูง กว่าที่คาดไว้	ภาวะทางการเงินของกิจการ ฝืดเคือง	หาต้นตอสาเหตุของปัญหา ตรวจสอบ และลดค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ไม่จำเป็น กำหนดมาตรการ ป้องกันการใช้จ่ายเงินเกินงบประมาณ

รายการอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2556). **สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ แนวโน้มปี 2555 และปี 2556**. เข้าถึงเมื่อ 23 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก <http://etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-web-etatjournal/menu-2013/menu-2013-apr-jun/6-22556-situation-travel-2012-2013>
- กระทรวงพาณิชย์. กรมส่งเสริมการส่งออก. (2556). **จับตามอง BIG+BIH October 2012 กระหึ่มรับตลาดสินค้าไลฟ์สไตล์อาเซียนเฟื่อง**. เข้าถึงเมื่อ 20 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก <http://board.postjung.com/626948.html>
- จารุสิทธิ์ เครือจันทร์. (2552). **ของที่ระลึกที่มากความหมายการจัดประเภทของที่ระลึก**. เข้าถึงเมื่อ 9 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.smegift.com/article-th-66754-?lang=th>
- วิศิษฐา กระจ่างแจ่ม. (2556). **ราคาตุ๊กตาช้างนารายา**. เข้าถึงเมื่อ 2 กันยายน. เข้าถึงได้จาก http://krapaotungdotcom.weloveshopping.com/store/product/view/_Naraya-21927111-th.html
- เต็มศิริ บุญยสิงห์. (2552). **ตุ๊กตาไทย สารานุกรมไทย สำหรับเยาวชนฯ ฉ.เสริมการเรียนรู้ 13 เรื่องที่ 6**. เข้าถึงเมื่อ 1 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=13&chap=6&page=chap6.htm>
- ธนาคารกสิกรไทย. (2557). **อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อปัจจุบัน**. เข้าถึงเมื่อ 10 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.kasikornbank.com/TH/RatesAndFees/Lending/Pages/Lending.aspx>
- ธนาคารกรุงเทพ. (2557). **อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ**. เข้าถึงเมื่อ 10 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbank.com/bangkokbankthai/webservices/rates/pages/loaninterestrates.aspx>
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (2557). **อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อครั้งที่ 2**. เข้าถึงเมื่อ 4 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.scb.co.th/stocks/media/ratesfees/loan-56-131227.pdf>
- ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ. (2557). **คาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจครึ่งปีหลัง ตลอดทั้งปี 2556 และคาดการณ์ปี 2557**. เข้าถึงเมื่อ 20 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก http://cebf.utcc.ac.th/upload/report_file/file_th_54d17y2013.pdf

สิรินาถ ฉัตรศุภกุล. (2556). **สถานการณ์ตลาดต่างประเทศ**. เข้าถึงเมื่อ 28 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก

[http://etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-web-etatjournal/menu-2013/
menu-2013-apr-jun/6-22556-situation-travel-2012-2013](http://etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-web-etatjournal/menu-2013/menu-2013-apr-jun/6-22556-situation-travel-2012-2013)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2556). **คาดการณ์SMEsที่มีแนวโน้ม**

ดีในปี 2556. เข้าถึงเมื่อ 15 กรกฎาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.thai-aec.com/682>

อุระษา เหลาโชติ. (2555). **ร้านอุษาตุ๊กตา**. เข้าถึงเมื่อ 20 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก

<http://www.usatukta.com/customize-AboutUs-54358-1.html>



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

ภาคผนวก ก

รูปภาพรายละเอียดของห้างหุ้นส่วน Thai Style จำกัด

ตราสินค้า



วัตถุดิบชนิดต่างๆ

ผ้าขนสั้น (ผ้าที่ใช้ทำตัวตุ๊กตา)



ผ้าชนิดต่างๆที่ใช้ทำชุดตุ๊กตา



ผ้ามัน



ผ้าขาม้า



ผ้าลายไทย



ผ้าไหม



ผ้าลายดอก

ด้ายสีต่างๆ



ศึกษา ระดับปริญญาตรี

ไฮโฟลีสเตอร์ (ใช้ในตุ๊กตา)



ของตกแต่งตุ๊กตาต่างๆ



ตาตุ๊กตา



เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต



จักรเย็บผ้า



เครื่องฉีดยุ



เครื่องตัดเลเซอร์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



เครื่องตะกั่ว

ภาคผนวก ข

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ 3 ธนาคาร

ธนาคารกรุงเทพ

อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ		อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อย้อนหลัง		Calculator	
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม 2557				Download Print	
ก. อัตราดอกเบี้ยอ้างอิง					
1. อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี ประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา (Minimum Loan Rate)	MLR	6.875			
2. อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี ประเภทเงินเบิกเกินบัญชี (Minimum Overdraft Rate)	MOR	7.375			
3. อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายย่อยชั้นดี (Minimum Retail Rate)	MRR	7.75			
ข. อัตราดอกเบี้ยสูงสุด					
ข.(1) เงินให้สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค (Consumer Loan)		สินเชื่อส่วนบุคคล		สินเชื่อที่อยู่อาศัย	
		มีหลักประกัน	ไม่มีหลักประกัน (ส่วนที่ไม่ได้อยู่ภายใต้การกำกับ)		
4. อัตราดอกเบี้ยสูงสุดกรณีปกติ		12.00	MRR+8=15.75	12.00	
5. อัตราดอกเบี้ยสูงสุดกรณีผิดนัดชำระหนี้		15.00	18.00	15.00	
ข.(2) เงินให้สินเชื่อเพื่อการประกอบธุรกิจ (Commercial Loan)		O/D	Revolving	ระยะสั้น (< หรือ = 1 ปี)	ระยะยาว (>1 ปี)
		MRR+5=12.75	MRR+5=12.75	MRR+5=12.75	MRR+5=12.75
6. อัตราดอกเบี้ยสูงสุดกรณีปกติ		MOR+5.375 =12.75	MLR+5.875 =12.75	MLR+5.875 =12.75	MLR+5.875 =12.75
7. อัตราดอกเบี้ยสูงสุดกรณีผิดนัดชำระหนี้		15.00	15.00	15.00	15.00
ข.(3) เงินให้สินเชื่อเพื่อการประกอบธุรกิจที่ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน		O/D			ระยะยาว (>1 ปี)
		MRR+8=15.75			MRR+8=15.75
8. อัตราดอกเบี้ยสูงสุดกรณีปกติ		MOR+8.375=15.75			MLR+8.875=15.75
9. อัตราดอกเบี้ยสูงสุดกรณีผิดนัดชำระหนี้		MRR+15=22.75			MRR+15=22.75
หมายเหตุ: 1/ ไม่รวมถึงเงินให้สินเชื่อประเภทที่ ธปท. กำหนดหลักเกณฑ์ไว้เฉพาะ					

ธนาคารกสิกรไทย

ตารางเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยธนาคาร

	อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก						อัตราดอกเบี้ยเงินกู้		
	ออมทรัพย์	ประจำ 3 เดือน	ประจำ 6 เดือน	ประจำ 12 เดือน	ประจำ 24 เดือน	ประจำ 36 เดือน	MRR	MOR	MLR
ธ. กรุงศรีอยุธยา จก.	0.5000	1.5000	1.8500	2.2500	2.3500	2.3500	8.2000	7.7500	7.2500
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	10 ม.ค. 57	10 ม.ค. 57	10 ม.ค. 57	10 ม.ค. 57	10 ม.ค. 57	10 ม.ค. 57	9 ธ.ค. 56	9 ธ.ค. 56	9 ธ.ค. 56
ธ. กรุงเทพ จก.	0.6250	1.5000	1.8750	2.2500	2.3750	2.3750	7.7500	7.3750	6.8750
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	2 ม.ค. 57	2 ม.ค. 57	2 ม.ค. 57	2 ม.ค. 57	2 ม.ค. 57	2 ม.ค. 57	13 ม.ค. 57	13 ม.ค. 57	13 ม.ค. 57
ธ. ออมสิน	1.0000	2.2500	2.5000	2.9000			8.0000	7.5000	7.2500
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	15 ก.ย. 54	15 ก.ย. 54	15 ก.ย. 54	15 ก.ย. 54			15 ก.ย. 54	15 ก.ย. 54	15 ก.ย. 54
ธ. กสิกรไทย จก.	0.6300	1.4500	1.7500	2.1000	2.3000	2.3000	8.1000	7.4300	6.8800
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	6 ม.ค. 57	6 ม.ค. 57	6 ม.ค. 57	6 ม.ค. 57	6 ม.ค. 57	6 ม.ค. 57	6 ม.ค. 57	6 ม.ค. 57	6 ม.ค. 57
ธ. กรุงไทย จก.	0.6250	1.6250	1.8750	2.2500	2.5000	2.5000	7.8750	7.3750	6.8750
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	17 ม.ค. 57	17 ม.ค. 57	17 ม.ค. 57	17 ม.ค. 57	17 ม.ค. 57	17 ม.ค. 57	3 ธ.ค. 56	3 ธ.ค. 56	3 ธ.ค. 56
ธ. ไทยพาณิชย์ จก.	0.6250	1.5000	1.8000	2.1500	2.3000	2.3000	8.0000	7.4250	6.7500
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	17 ม.ค. 57	17 ม.ค. 57	17 ม.ค. 57	17 ม.ค. 57	17 ม.ค. 57	17 ม.ค. 57	29 พ.ย. 56	29 พ.ย. 56	29 พ.ย. 56
ธ. ทหารไทย จก.	0.1250	1.5000	1.7500	2.0000	2.2500	2.4500	8.2750	7.7750	7.2500
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	24 ธ.ค. 56	24 ธ.ค. 56	24 ธ.ค. 56	24 ธ.ค. 56	24 ธ.ค. 56	24 ธ.ค. 56	6 ธ.ค. 56	6 ธ.ค. 56	6 ธ.ค. 56
ธ. ยูเอสบี จก.	0.5500	1.5500	1.8000	2.1500	2.3500	2.3500	8.5000	8.1250	7.6250
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	2 ม.ค. 57	2 ม.ค. 57	2 ม.ค. 57	2 ม.ค. 57	2 ม.ค. 57	2 ม.ค. 57	31 ต.ค. 55	31 ต.ค. 55	31 ต.ค. 55

หมายเหตุ

1. MRR หมายถึง อัตราดอกเบี้ยลูกค้าย่อยขั้นต่ำ (MRR)
2. MOR หมายถึง อัตราดอกเบี้ยลูกค้าย่อยขั้นดี ประเภทเงินเบิกเกินบัญชี (MOR)
3. MLR หมายถึง อัตราดอกเบี้ยลูกค้าย่อยขั้นดี ประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา (MLR)
4. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประเภทออมทรัพย์ข้างต้น เป็นอัตราดอกเบี้ยสำหรับบุคคลธรรมดาเท่านั้น
5. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำทุกประเภท เป็นอัตราดอกเบี้ยสำหรับเงินต้นค่าสุดท้ายของแต่ละธนาคารกำหนด หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติมโปรดสอบถามไปยังธนาคารโดยตรง
6. ข้อมูลอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารข้างต้น เป็นการรวบรวมจากธนาคารต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและเป็นข้อมูลให้นักลงทุนเท่านั้น สมาคมตลาดตราสารหนี้ไทยไม่มีส่วนรับผิดชอบในความเสียหายหรือค่าใช้จ่ายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นอันเนื่องมาจากความผิดพลาดคลาดเคลื่อนของการนำเสนออัตราดอกเบี้ยข้างต้น

ธนาคารไทยพาณิชย์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	
ตารางที่ 2 อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ ครั้งที่ 2/2556	
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่ 27 ธันวาคม 2556	
หน่วย : ร้อยละต่อปี	
ก. อัตราดอกเบี้ยอ้างอิง	
1. อัตราดอกเบี้ยลูกค้าย่อยขั้นดี ประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา (Minimum Loan Rate)	MLR 6.875
2. อัตราดอกเบี้ยลูกค้าย่อยขั้นดี ประเภทเงินเบิกเกินบัญชี (Minimum Overdraft Rate)	MOR 7.425
3. อัตราดอกเบี้ยลูกค้าย่อยขั้นดี (Minimum Retail Rate) และมีความหมายเช่นเดียวกันกับ อัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมมาตรฐานทั่วไป (GLR-General Lending Rate)	MRR 8.100
4. อัตราดอกเบี้ยสูงสุดสำหรับเงินกู้ระยะสั้น (MMR-Money Market Rate) จะเป็นไปตามภาวะของตลาดเงิน ในขณะที่ตกลงกับผู้แต่ละราย	

ภาคผนวก ก

ลงพื้นที่ ร้านอุษา ตึกตา อ.โพธาราม จ.ราชบุรี

บทสัมภาษณ์ของคุณอุระษา เหล่าโชติ

ผู้ศึกษา : ขอรบกวนประวัติและแนวคิดในการก่อตั้งกิจการค่ะ

คุณอุระษา : ต้องการรายได้ อยากมีอาชีพมั่นคง เนื่องจากจังหวัด ราชบุรีเป็นแหล่งตุ๊กตา ซึ่งอาชีพดั้งเดิมของดิฉัน ก่อนจะมาทำโรงงานตุ๊กตาคือ เลี้ยงสุกรค่ะ ทั้งนี้ดิฉันคิดว่าตุ๊กตาเป็นวัตถุที่สามารถมอบความสุขให้ผู้อื่นได้ ประกอบกับมีญาติพี่น้องที่มีความรู้ด้านนี้ จึงได้เรียนรู้กันภายในหมู่เครือญาติ

ผู้ศึกษา : ทุนเริ่มแรกที่ใช้ในการก่อตั้งกิจการ จำนวนเท่าไรค่ะ

คุณอุระษา : เริ่มต้น 3,000 บาทค่ะ มีแค่เงินจำนวน 3,000 บาทที่ใช้หมุนเวียนในกิจการ ลงทุนครั้งแรกละเอียด คือ ซื่อ ผ้า, ใย โพลีเอสเตอร์, ระเบิดิน, ตา และตัวลวดตา, อุปกรณ์ต่างๆค่ะ เริ่มแรกเป็นตุ๊กตาหมีขนาด 10 นิ้ว จำนวนเงิน 3,000 บาท ทำได้ประมาณ 50 ตัว โดยไม่มีเครื่องจักร และมีการฝากขาย พ.ศ. 2531 ตอนนั้นยังไม่มีคู่แข่งมากเท่ากับปัจจุบันและยังไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายมากนัก ตอนนั้นขายได้ราคาตัวละ 60 บาท

ผู้ศึกษา : ขอรบกวนคู่แข่งทางการค้า ที่มีผลกระทบต่อกิจการ ว่ามีผลกระทบมาก-น้อยเพียงใด

คุณอุระษา : ปัจจุบันจำนวนหน้าร้านมีทั้งหมด 17 แห่ง และมีแหล่งผลิตตุ๊กตาผ้าประมาณ 100 แห่งค่ะ สำหรับผลกระทบ มีปัญหาตรงที่ ลูกค้าไม่ได้เปรียบเทียบคุณภาพหรือความแตกต่าง เป็นตลาดทั่วไป ลูกค้าไม่ได้กังวลเพราะเน้นขายถูก เน้นขายปริมาณ เช่น ตุ๊กตาตามงานวัด ปาลูกโป่ง

ผู้ศึกษา : ขอรบกวนกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4P's ประกอบไปด้วย

Product, Price, Place และ Promotion ค่ะ

คุณอุระษา : ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีทั้งออกแบบเอง และลูกค้าส่งแบบมาให้ โดยจะผลิตตามคำสั่งซื้อ จึงไม่มีปัญหาการสต็อกสินค้าจนล้าสมัย , ด้านราคา (Price) มีการกำหนดราคาโดยดูจากต้นทุนผลิต แบ่งออกเป็น ค่าวัตถุดิบและค่าแรงงาน + ค่าดำเนินการ = 20% เป็นราคาส่ง/ตัว แต่ถ้าเป็นราคาปลีกพิจารณาจาก ปลีก+30 % (ทั้งนี้ราคาสามารถยืดหยุ่นได้) , ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยมีหน้าร้านตุ๊กตา 2 แห่ง ขายเอง 50% ส่งให้กลุ่มหัตถกรรม จ.ราชบุรี 5 แห่ง จากทั้งหมด 17 แห่ง โดยส่ง 20 % ที่เหลือส่งในกรุงเทพฯ และตลาดต่างจังหวัด 20% ส่งตามห้าง

โลตัส และอีก 10% คือส่งออก อันได้แก่ ประเทศพม่า, กัมพูชา, อินเดียและคูโบ เป็นต้น และด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) เน้นน้อยมาก มีบ้างเช่น งานตุ๊กตาเกรด B ที่ต่ำกว่ามาตรฐาน จะเก็บไว้มอบให้กับเด็กในเทศกาลวันเด็ก 60-70 ที่ เป็นต้น

ผู้ศึกษา : มาถึงขั้นตอนการผลิต ใช้วัตถุดิบอะไรบ้างในการผลิตคะ?

คุณอุระษา : ใช้ใยโพลีเอสเตอร์ เกรด A (ยอมใช้ใยคุณภาพ เพราะพออัดเข้าไปจะใช้จำนวนน้อยกว่าและเบากว่าใยคุณภาพต่ำ แต่มีราคาสูงกว่า) , ฝ้ายชนิดต่างๆ เช่น ฝ้ายขนสัตว์, ฝ้ายไม่มีขน, ฝ้ายรม, ฝ้ายขนเป็ยก ฯลฯ ,ตาและตัวลือคตา, อุปกรณ์ตกแต่งตา และถุงพลาสติกคะ

ผู้ศึกษา : สำหรับอุปกรณ์ตกแต่งตุ๊กตานี้ ได้มาจากแหล่งใดคะ

คุณอุระษา : จากร้านเอราวรรณ ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบตุ๊กตาคะ

ผู้ศึกษา : เครื่องจักรที่ใช้ได้แก่เครื่องจักรใดบ้างคะ

คุณอุระษา : จักรอุตสาหกรรม , เครื่องตัดผ้า , เครื่องตะกุกใย, เครื่องถีดใยและเครื่องปั๊มฝ้ายคะ

ผู้ศึกษา : ขั้นตอนการทำตุ๊กตามีทั้งหมดกี่ขั้นตอนคะ และมีขั้นตอนใดบ้าง?

คุณอุระษา : มีทั้งหมด 5 ขั้นตอนคะ เริ่มแรกมีการออกแบบตัวตุ๊กตา เพื่อกำหนดแพทเทิร์นหรือรูปแบบของตุ๊กตาที่จะผลิต ขั้นตอนที่สอง คือ ขั้นตอนการตัดเย็บ เพื่อนำมาประกอบตุ๊กตาให้เป็นตัว ขั้นตอนที่สาม คือ การใส่ตาและที่ลือคตาและส่งไปยังแผนกยัดใย จากนั้นก็สอยปิดให้เรียบร้อย ขั้นตอนที่สี่ แต่งหน้าตุ๊กตาให้หน้าตุ๊กตาสวยขึ้นรูปและตกแต่ง และขั้นตอนสุดท้าย คือ แผลใส่ถุง แบ่งส่วนที่จะขายหน้าร้านและขายส่ง

ผู้ศึกษา : จำนวนวัตถุดิบที่ใช้ต่อวัน ประมาณเท่าไรคะ

คุณอุระษา : เฉลี่ย 500 ตัว/วันคะ ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่

ผู้ศึกษา : มีการแบ่งโครงสร้างของฝ้ายต่างๆ ได้เป็นที่ฝ้ายคะ และประกอบด้วยฝ้ายใดบ้าง

คุณอุระษา : แบ่งออกเป็น 5 แผนกคะ ได้แก่ ฝ้ายออกแบบ, ฝ้ายวาดตัด, ฝ้ายตัดเย็บ, ฝ้ายยัดใยและตรวจสอบและตกแต่งคะ

ผู้ศึกษา : คะ สุดท้ายนี้ดิฉันอยากทราบว่า กิจการ อูษาตุ๊กตา มีจุดแข็งและจุดอ่อนในเรื่องใดคะ

คุณอุระษา : คะ สำหรับจุดแข็ง คือ โรงงานในเครืออูษาตุ๊กตามีทั้งหมด 4 โรง ดิฉันคิดว่าการรวมกันเป็นปึกแผ่น รวมกันเป็นความเข้มแข็ง ทำให้สามารถควบคุมราคาวัตถุดิบที่ไม่แพงเกินไป สินค้ามีราคาถูกกว่าแบรนด์อื่นคะ และสำหรับจุดอ่อน ดิฉันคิดว่าเรื่องทำเลที่ตั้งคะ



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล

นางสาวจตุรนนท์ ตันตีสากรเขต

ที่อยู่

94/34-35 หมู่ 5 ตำบลบางริน อำเภอมือง จังหวัดระนอง 85000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2552

สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายวิทยาศาสตร์-
คณิตศาสตร์ จากโรงเรียนสตรีระนอง จังหวัดระนอง

พ.ศ. 2553

ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล

นางสาวพัชรารัตน์ เอี่ยมสวัสดิ์

ที่อยู่

69/1 หมู่ 2 ตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 71000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2552

สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ตอนปลายสายวิทยาศาสตร์-
คณิตศาสตร์ จาก โรงเรียนกาญจนาอนุเคราะห์ จังหวัดกาญจนบุรี

พ.ศ. 2553

ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี