

แผนธุรกิจเพื่อต่อยอดจากธุรกิจเดิม : ร้านตัดชุด JK Uniform

Business Plan for Extending its Existing Business : JK Uniform



แผนธุรกิจเพื่อต่อยอดจากธุรกิจเดิม : ร้านตัดชุด JK Uniform

Business Plan For Extending its Existing Business : JK Uniform



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2556



©2558

จารุณาท ชัชวาลรัตน์  
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจเพื่อต่อยอดจากธุรกิจเดิม: ร้านตัดชุด JK Uniform


ผู้วิจัย จารุนาถ ชัชวาลรัตน์

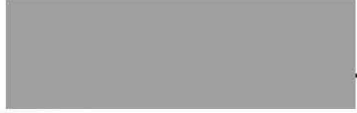
ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

  
.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลี้มลาวัลย์)

ผู้เชี่ยวชาญ

  
.....  
(ดร.สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์)

  
.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ  
รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ .....2..... เดือน .....เมษายน... พ.ศ. 2558

จารุณาดิ ชัชวาลรัตน์. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, กุมภาพันธ์ 2558, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจเพื่อต่อยอดจากธุรกิจเดิม : ร้านตัดชุด JK Uniform (89 หน้า).

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมล่าวลัย

### บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต่อยอดจากธุรกิจเดิมที่มีอยู่แล้วและศึกษาความเป็นไปได้ของร้านตัดชุด JK Uniform ซึ่งเป็นธุรกิจประเภทสินค้า เป็นร้านที่เปิดให้บริการรับสั่งทำชุดฟอร์มทุกสไตลด์้วยทีมงานที่เชี่ยวชาญแต่ละสาขาที่ผ่านงานมากกว่า 20 ปี เน้นออกแบบแพทเทิร์นที่สามารถถอดแบบเสื้อตามตัวอย่างได้ ทางร้านมีตัวอย่างไซส์ให้ลอง ลูกค้าสามารถให้ตัวอย่างของทางร้านให้พนักงานลองไซส์เอง เพื่อความสะดวกในการจัดไซส์ให้พนักงานมีไซส์แบบชายและหญิง ตามสมัยนิยม

แผนธุรกิจได้จัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจให้บริการตัดเย็บ Uniform เป็นการดำเนินธุรกิจที่ต่อยอดจากธุรกิจเดิม มีเทคนิคและวิธีการในการจัดทำแผน คือ การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์การแข่งขัน และการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการตัดชุด Uniform ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช พนักงานออฟฟิศบริเวณใกล้เคียง ประชาชนทั่วไป จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์จากปัจจัยแวดล้อมภายใน พบว่า ธุรกิจร้าน JK Uniform มีโครงสร้างบริษัทไม่ซับซ้อน มีการให้บริการที่หลากหลาย ผลการวิเคราะห์จากปัจจัยแวดล้อมภายนอก พบว่า ปัจจัยทางด้านลูกค้า ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากปัจจัยแวดล้อมภายใน ได้แก่ ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเมือง ปัจจัยด้านเหตุการณ์ธรรมชาติ ปัจจัยด้านค่าครองชีพ ปัจจัยด้านสินค้าทดแทน เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง พบว่าตำแหน่งของธุรกิจในตลาดคือ เป็นร้านตัดชุด Uniform ที่มีการให้บริการที่หลากหลาย เทคโนโลยีทันสมัย ในขณะที่ข้อเสียเปรียบของคู่แข่ง คือ พนักงานที่มีความรู้ความสามารถในร้านไม่เพียงพอ โดยกิจการใช้เงินลงทุนจำนวน 2 ล้านบาท คาดว่าจะได้ผลตอบแทน IRR = 69% มูลค่าของเงินสุทธิ NPV = 9,812,321.38

โดยมีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 5 เดือน กลยุทธ์ที่สำคัญในการทำธุรกิจคือ กลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับธุรกิจ กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ



Chatchawanrat, J. M.B.A.(Small and Medium-Sized Enterprises),  
February 2015, Graduate School Bangkok University. Business Plan for Extending its  
Existing Business : JK Uniform (89 pp.)  
Advisor : Asst. Prof. Kittika Limlawan

#### ABSTRACT

This business plan is established for uniform dressmaking that is developed from an original business. The technique and method that I use for this business plan are business environment analysis, competitors analysis, and research by questionnaire about factors that effect a customer decision for customer use in my province (Nakhon si thammarat) that I collected the data by use the 400 samples in my province who be the officer randomly. Then, the statistic is basic analyze that is average.

Thus, the result of business internal environment analysis of JK Uniform is not complicated business structure and JK Uniform provide several service and result of business external environment analysis of JK Uniform that effected by customer factor, social factor, and technology factor. The risk that occur in business internal environment such as financial factor, marketing factor, and produce factor. The risk of business external environment analysis are economic and politics factor, natural factor, spending factor, and substitute product factor. When compare with the competitors the JK Uniform is the uniform dressmaking which has provide several service, and new technology but disadvantage in competitors is the workers who has inefficient skill for company. Then, JK uniform is invest 2 millions baht and investment revenue return (IRR) = 69% , Net profit value (NPV) = 9,812,321.38 and the pay back period is 1 year and 5 months and the importance strategy is corporate strategy, business strategy , and operational strategy.

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้จาก ผศ.กฤติกา ลีมล่าวลัย อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการจัดทำแผนธุรกิจงานครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่างๆมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

จารุณาด ชัชวาลรัตน์





## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของการจัดทำแผน	18
1.3 ความสำคัญของการจัดทำแผน	18
1.4 วัตถุประสงค์ของการทำแผน	18
1.5 วิธีการศึกษา	18
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ	
2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร	20
2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	22
2.3 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	24
2.4 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	25
บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน	
3.1 สภาพการแข่งขันและที่มาของการแข่งขัน	26
3.2 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ	28
3.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า	38
บทที่ 4 การจัดทำกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	
4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้	41
4.2 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	48
4.3 ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	50
4.4 แผนงานด้านการเงินและงบประมาณแหล่งเงินทุน	70
4.5 แผนฉุกเฉิน	77

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	79
ภาคผนวก	81
ประวัติผู้เขียน	89
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: ตารางแสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	24
ตารางที่ 2.2: ตารางแสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	25
ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า	57
ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมของประชาชนในการ ใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช	59
ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัด นครศรีธรรมราช โดยภาพรวม	63
ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัด นครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์	64
ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัด นครศรีธรรมราช ด้านราคา	65
ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัด นครศรีธรรมราช ด้านการจัดจำหน่าย	66
ตารางที่ 4.7: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัด นครศรีธรรมราช ด้านการส่งเสริมการตลาด	67
ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัด นครศรีธรรมราช ด้านบุคลากร	67
ตารางที่ 4.9: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัด นครศรีธรรมราช ด้านกระบวนการให้บริการ	68
ตารางที่ 4.10: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัด นครศรีธรรมราช ด้านลักษณะทางกายภาพ	69

## สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.11: ตารางแสดงงบประมาณการลงทุนเริ่มแรก	70
ตารางที่ 4.12: ตารางแสดงค่าเสื่อมและตัดจ่าย	70
ตารางที่ 4.13: ตารางแสดงการประมาณการรายได้	71
ตารางที่ 4.14: ตารางแสดงการประมาณค่าใช้จ่าย	72
ตารางที่ 4.15: ตารางแสดงการคำนวณจุดคุ้มทุน	72
ตารางที่ 4.16: ตารางแสดงค่าดอกเบี้ยจ่ายเงินกู้	73
ตารางที่ 4.17: ตารางแสดงงบกำไรขาดทุน	73
ตารางที่ 4.18: ตารางแสดงงบกระแสเงินสด	74
ตารางที่ 4.19: ตารางแสดงงบดุล	75
ตารางที่ 4.20: ตารางแสดง ค่า NPV และ IRR	76



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ภาพเริ่มก่อตั้งกิจการ	1
ภาพที่ 1.2: ช่างตัดเย็บเกือบทั้งหมด	2
ภาพที่ 1.3: บรรยากาศภายในร้าน	2
ภาพที่ 1.4: ภาพแผนที่ตั้งของร้าน	3
ภาพที่ 1.5: ตัวอย่างผ้าซูปเปอร์ทิว  ترامงกภูทอง	4
ภาพที่ 1.6: ผ้าซูปเปอร์คอมทิว  ตราลูกโลก	5
ภาพที่ 1.7: ผ้าซูปเปอร์คอมทิว	5
ภาพที่ 1.8: ผ้ายืดโพลี  ตรา SVL	6
ภาพที่ 1.9: ผ้าไมโครทิสถาน  ตราลูกโลก สำหรับทำเสื้อแจ๊คเก็ต	6
ภาพที่ 1.10: ผ้าเอสแพร์  ตราลูกโลก สำหรับทำชุดซาฟารี	7
ภาพที่ 1.11: ตัวอย่างสินค้าชุดนักเรียนและชุดกีฬา	7
ภาพที่ 1.12: ชุดออกกำลังกายสำหรับ คุณผู้หญิง	8
ภาพที่ 1.13: ชุดออกกำลังกาย สำหรับคุณผู้ชาย	9
ภาพที่ 1.14: เสื้อแจ๊คเก็ต แจ๊คเก็ตสูท	10
ภาพที่ 1.15: ชุดสูท	10
ภาพที่ 1.16: ชุดข้าราชการ	11
ภาพที่ 1.17: โครงสร้างองค์กร	14
ภาพที่ 3.1: Five Force Model	34
ภาพที่ 3.2: 3-Circle Model	36
ภาพที่ 3.3: Market Positioning	39
ภาพที่ 3.4: แผนภาพวิเคราะห์ BCG	40
ภาพที่ 4.1: แนวความคิดและรูปแบบการตลาด Marketing Mix	43
ภาพที่ 4.2: Strategy Map	50

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 แนะนำธุรกิจ

##### 1.1.1 ประวัติความเป็นมา

ร้าน JK Uniform ทางเราเริ่มต้นชุดยูนิฟอร์ม ที่สุดของมืออาชีพ ผู้ผลิต รับสั่งทำชุดฟอร์มทุกสไตล์ด้วยทีมงานที่เชี่ยวชาญแต่ละสาขาที่ผ่านงานมากกว่า 20 ปี (ก่อตั้งร้านปี 2547) โดย คุณ ประวิทย์ ชัชวาลรัตน์ แรกเริ่มก่อตั้งร้านในใจกลางเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช บนถนนศรีธรรมโศก ผ่านร้อนผ่านหนาวจนได้รับความไว้วางใจจากบริษัทต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐและเอกชน และได้รับการแนะนำจากปากต่อปากจนเป็นที่รู้จักในวงกว้างในปัจจุบันทางร้านจะเน้นงานไปทางส่วนงานราชการ อาทิ ชุดเครื่องแบบข้าราชการ ชุดเครื่องแบบครูในโรงเรียน ชุดพละโรงเรียน ชุดวอร์มออกกำลังกาย และในอนาคตคาดว่าจะขยายร้านให้มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจและตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น และขยายฐานลูกค้าให้เป็นที่รู้จักไปทั่วประเทศ ด้วยความเป็นมืออาชีพและความเป็นกันเองของเจ้าของร้าน ทำให้เรามีลูกค้าที่ไว้วางใจมากมาย ทั้งบริษัทเอกชนชั้นนำ องค์กรรัฐบาล โรงแรม ธนาคาร มหาวิทยาลัย ร้านอาหาร รวมถึงลูกค้าอีกมากมายที่ได้ให้ความไว้วางใจกับทางร้านเป็นอย่างดีมาโดยตลอด ซึ่งในอนาคตทางเรา รับสั่งทำทั้ง สูทชาย-หญิง ชุดออฟฟิศ สูทแจ็กเก็ต สูทซาฟารี เสื้ออกราว ชุดหมี่ เสื้อซ้อป เครื่องแบบพนักงานบริษัท งานสกรีน งานปัก งานสั่งทำทุกชนิด เพิ่มมากขึ้น เราเชื่อเสมอว่า “แต่งตัวดี คือการให้รางวัลตัวเอง” ชุดที่ประณีต เข้ารูปเหมาะกับคู่สมรสคู่กัน จะทำให้เราดูดี และทำให้เรามีความมั่นใจ ไว้วางใจทางเราให้ได้รับใช้ท่าน ทางเรายินดีให้บริการทุกท่าน ทางเราขอรับผิดชอบมอบความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าของเรา

ภาพที่ 1.1 : ภาพเริ่มก่อตั้งกิจการ



ภาพที่ 1.2 : ช่างตัดเย็บเกือบทั้งหมด เป็นช่างที่อยู่ด้วยกันมากกว่า 20 ปี



ภาพที่ 1.3 : บรรยากาศภายในร้าน เน้นการเป็นกันเอง ค่อยง่าย

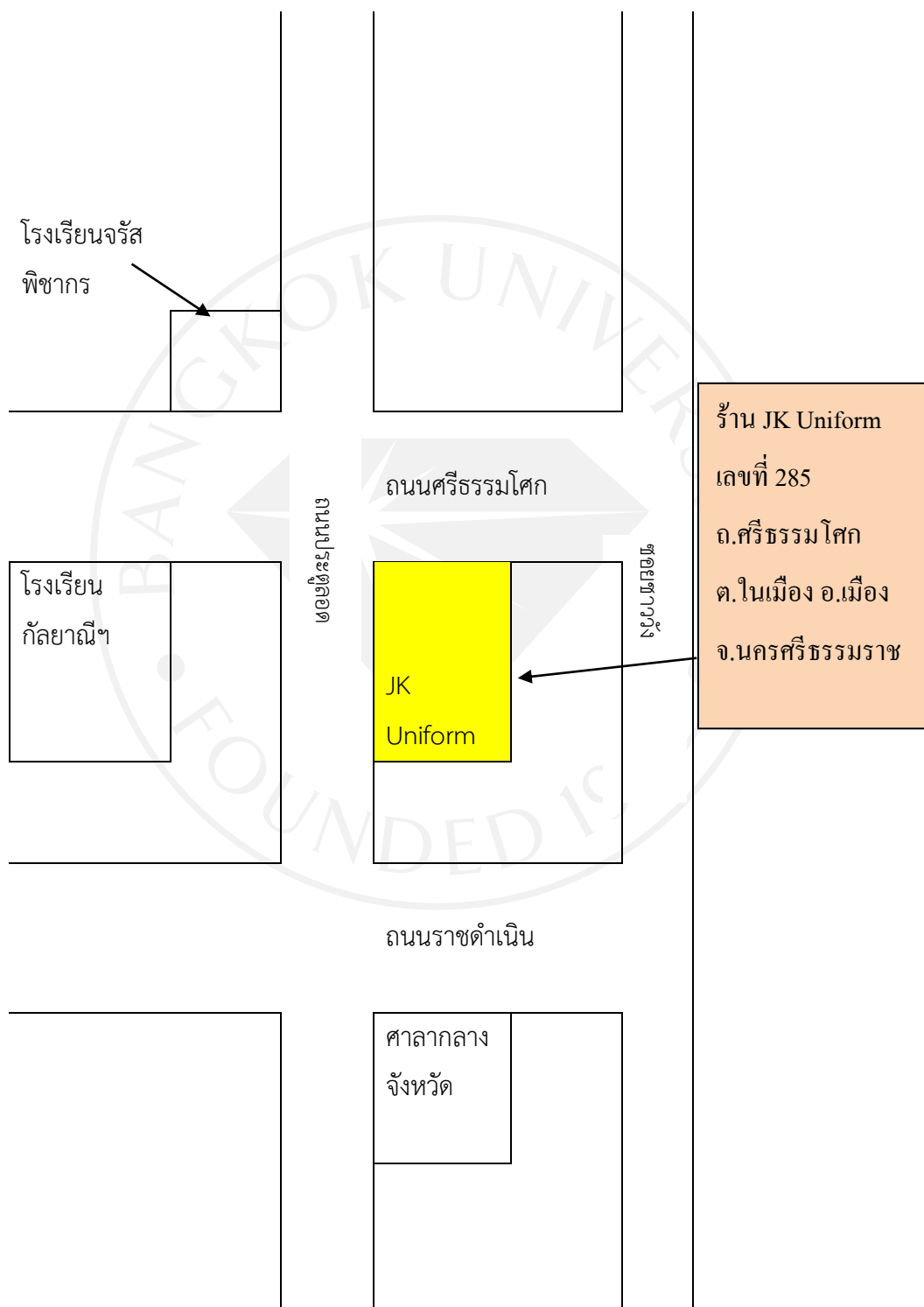


### 1.1.2 สถานที่ตั้ง

ร้าน JK Uniform ตั้งอยู่ที่บ้านเลขที่ 285 ถ.ศรีธรรมโศก ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช สถานที่ใกล้เคียง โรงเรียนกัลยาณีศรีธรรมราช (โรงเรียนประจำจังหวัด) โรงเรียนจรัสพิชการ และศาลากลางจังหวัดนครศรีธรรมราช รวมทั้งโรงงานและบริษัทเอกชนหลายแห่ง ซึ่งทำให้เห็นโอกาสที่จะทำรายได้ให้กับทางร้านได้เป็นอย่างดี

ภาพที่ 1.4 : ภาพแผนที่ที่ตั้งของร้าน JK Uniform

แผนที่ตั้งกิจการ





### 1.1.3 ประเภทของสินค้า

ร้าน JK Uniform ผลิตชุดยูนิฟอร์มตามงานสั่งทำทุกสไตล์ และรับออกแบบชุดฟอร์มให้ฟรี สำหรับลูกค้าที่ยังไม่มีชุด หรือต้องการเปลี่ยนแบบเดิม ท่านสามารถนำแบบที่ชอบมาให้เราตัดเย็บได้ เพราะเรามีทีมงานแพทเทิร์นที่สามารถถอดแบบเสื้อตามตัวอย่างได้ ทางร้านมีตัวอย่างไซส์ให้ลองลูกค้าสามารถให้ตัวอย่างของทางร้านให้พนักงานลองไซส์เอง เพื่อความสะดวกในการจัดไซส์ให้พนักงาน มีไซส์แบบชายและหญิงตามสมัยนิยมและสำหรับพนักงานตัวใหญ่หรือเล็กมาก เรายินดีเป็นงานวัดตัวโดยที่ลูกค้าไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม และลูกค้าที่มีไซส์อยู่แล้วและไม่ตรงกับไซส์ของทางร้านสามารถนำตัวอย่างมาให้ทางร้านทำ แพทเทิร์นและตัดเย็บตามไซส์ได้ ไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเช่นกัน เพื่อให้ชุดยูนิฟอร์มมีความสวยงามทนทาน ทางร้านเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพ เช่น ซิปวินัส กระดุมทนความร้อน ด้ายเหนียว และผ้าสำหรับงานยูนิฟอร์มโดยเฉพาะ ในส่วนสำหรับงานที่ต้องวัดตัวเป็นพิเศษ เช่น ชุดผู้บริหาร ชุดเครื่องแบบข้าราชการ ชุดเครื่องแบบครูในโรงเรียน สูทแจ็กเก็ต สูทซาฟารี เสื้อกราว เครื่องแบบพนักงานบริษัท เรามีช่างตัดเย็บโดยเฉพาะ เพื่อให้ได้งานที่ประณีต สวยงาม ยินดีแก้ให้ปริศนาที่ไม่ตรงกับที่วัดไว้ ส่วนชุดหมี่ ชุดพลະโรงเรียน ชุดวอร์มออกกำลังกายสุทชาย-หญิง ชุดออฟฟิต เสื้อซือบ งานสกกรีน งานปัก งานสั่งทำทุกชนิด จัดทำโดยช่างผู้เชี่ยวชาญเช่นเดียวกัน

ภาพที่ 1.5 : ตัวอย่างผ้าซูปเปอร์ทิว ترامงกฏทอง



ที่มา: ผ้าซูปเปอร์คอมทิว ترامงกฏทอง. (2013). สืบค้นจาก

[http://www.dkuniform.co.th/color\\_of\\_uniform.html](http://www.dkuniform.co.th/color_of_uniform.html)

ภาพที่ 1.6 : ผ้าซูปเปอร์คอมทิว ตราลูกโลก



ที่มา: ผ้าซูปเปอร์คอมทิว ตราลูกโลก. (2013). สืบค้นจาก

[http://www.dkuniform.co.th/color\\_of\\_uniform.html](http://www.dkuniform.co.th/color_of_uniform.html)

ภาพที่ 1.7 : ผ้าซูปเปอร์คอมทิว



ที่มา: ผ้าซูปเปอร์คอมทิว. (2013). สืบค้นจาก

[http://www.dkuniform.co.th/color\\_of\\_uniform.html](http://www.dkuniform.co.th/color_of_uniform.html)

ภาพที่ 1.8 : ฝ้ายัดโปโล ตรา SVL



ที่มา: ฝ้ายัดโปโล ตรา SVL. (2013). สืบค้นจาก

[http://www.dkuniform.co.th/color\\_of\\_uniform.html](http://www.dkuniform.co.th/color_of_uniform.html)

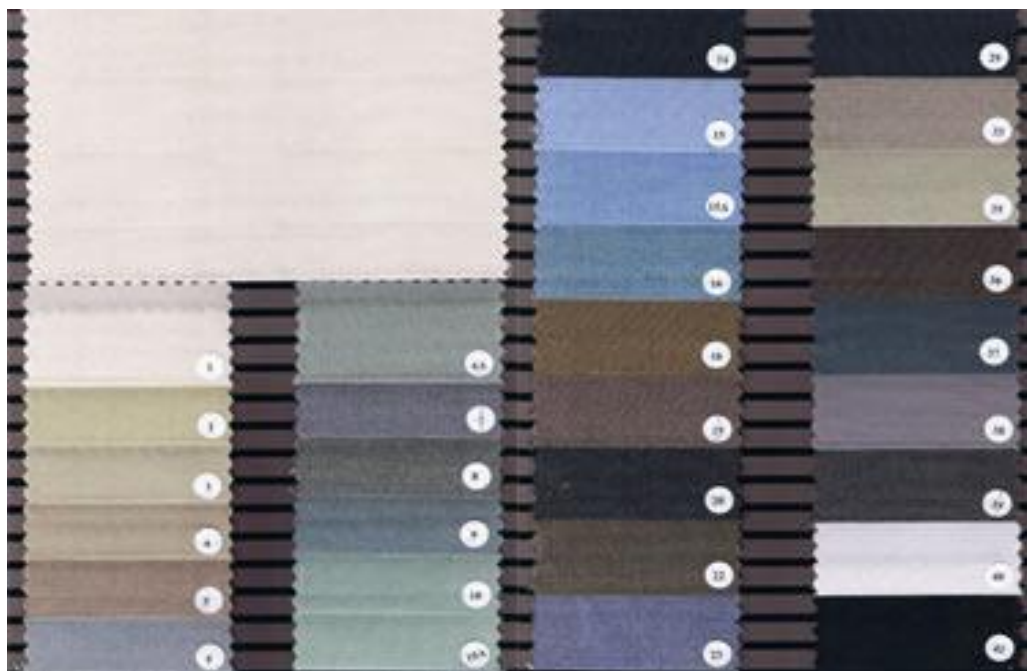
ภาพที่ 1.9 : ฝ้ายไมโครทาสลาน ตราลูกโลก สำหรับทำเสื้อแจ๊คเก็ต



ที่มา: ฝ้ายไมโครทาสลาน ตราลูกโลก สำหรับทำเสื้อแจ๊คเก็ต. (2013). สืบค้นจาก

[http://www.dkuniform.co.th/color\\_of\\_uniform.html](http://www.dkuniform.co.th/color_of_uniform.html)

ภาพที่ 1.10 : ผ้าเอสแพร์ トラลูกโลก สำหรับทำชุดซาฟารี



ที่มา: ผ้าเอสแพร์ トラลูกโลก สำหรับทำชุดซาฟารี. (2013). สืบค้นจาก

[http://www.dkuniform.co.th/color\\_of\\_uniform.html](http://www.dkuniform.co.th/color_of_uniform.html)

#### 1.1.4 รายละเอียดของสินค้า/บริการ

ภาพที่ 1.11 : ตัวอย่างสินค้าชุดนักเรียนและชุดกีฬา



**ชุดนักเรียน** ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันนี้ ส่วนมากจะใช้ผ้าโทเร ชนิด TC 186,190,210 และ 220 โดยผ้าตัดเย็บเสื้อชุดนักเรียนที่ใช้จะเป็นผ้าสีขาว ซึ่งเฉดของสีขาวก็จะแล้วแต่ผู้ผลิตที่จะสั่งจากโรง

ย้อมผ้า ว่าต้องการเฉดสีออกมาขาวขนาดไหน(โดยปกติโรงย้อมผ้า ก็จะมีเฉดสีตัวอย่างไว้เป็น มาสเตอร์อยู่แล้ว) ความนิ่มและความแข็ง และการหนาทบางของผ้าก็จะขึ้นกับกระบวนการ Finishing ของโรงย้อมผ้าว่าเราต้องการระดับมากน้อยแค่ไหน ซึ่งทางร้านได้เลือกผ้า โทเร ชนิด TC 220 ซึ่งเป็น ผ้าที่อาร์ตราโทเรของแท้มีคุณสมบัติดูดซับความชื้นได้สูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับเส้นใยธรรมชาติหรือ เส้นใยสังเคราะห์ชนิดอื่น เกิดจากการนำเส้นใยเรยอนที่มีประสิทธิภาพในการดูดซับความชื้น ได้ มากกว่าเส้นใยฝ้ายถึง 2 เท่ามาผสม รวมกับเส้นใยโพลีเอสเตอร์ที่มีคุณสมบัติด้านความทนทาน และ คงรูปทรงได้ดี ด้วยสัดส่วนที่ลงตัวของเส้นใย เรยอน 35% กับโพลีเอสเตอร์ 65% ทำให้ผ้าที่อาร์ตราโทเรของแท้ สามารถดูดซับเหงื่อ และความชื้นได้มากกว่าผ้าทอผสม เส้นใยทั่วไป แห้งเร็วแม้ต้อง ทำกิจกรรมกลางแจ้ง ทั้งยังช่วย ลดความร้อน มีความเบาสบาย คงทน และคงรูปทรงได้สวยงามทุก ครั้งที่สวมใส่เสื้อผ้าที่ผลิตจากผ้าไทยโทเร

**ชุดกีฬา** ผลิตจากผ้าจูดิ TC คือผ้าที่ผสมผสานข้อดี ระหว่าง Polyester และ Cotton ข้อดี คงทน สีเสื่อซีดช้ากว่า CVC และ Cotton สามารถซึมซับเหงื่อได้ดี และไม่ยืด ไม่หด ไม่ยับย้วย สามารถ ทนทานต่อการซักเครื่องได้ดี การขึ้นเม็ดปุ่มปมบนผิวผ้าช้า มีราคาปานกลาง ซึ่งผ้าประเภทนี้เหมาะ จะเป็นเสื้อผ้าที่ใช้นักเรียนซึ่งทำมาจากผ้ายัดให้ความสบายใส่ได้ทั้งวันมีความยืดหยุ่นสูงเนื้อผ้าบาง ทำให้ระบายกลิ่นอับและถ่ายเท ได้ดี ดังนั้นจึงเหมาะกับนักเรียนเพราะนักเรียนนั้นต้องใส่ชุดพลศึกษาทั้ง วันในการเรียนหนึ่งวันในหนึ่งอาทิตย์ และโดยพฤติกรรมของเยาวชนหรือวัยรุ่นนั้นมีความซุกซนและ เคลื่อนไหวตัวเองอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้ต้องใช้ผ้าเพื่อระบาย หรือ ถ่ายเทอากาศได้เพื่อไม่ให้เกินกลิ่น ตัวและที่สำคัญการดูแลรักษาง่ายเหมาะกับอุปกรณ์ในการทำความสะดวก มีอายุการใช้งานคงทน และมีราคาที่เหมาะสม

ภาพที่ 1.12 : ชุดออกกำลังกายสำหรับคุณผู้หญิง



สำหรับชุดนี้จะใช้ในการออกกำลังกายสำหรับคุณผู้หญิง ซึ่งสามารถใส่มาจากบ้านและไปงานได้เลยเพียงแค่สวมเสื้อคลุมทับเวลาทำงานและถอดเสื้อคลุมออกเมื่อพร้อมจะเล่นกีฬา เหมาะกับทุกเพศและทุกวัย โดยเนื้อผ้าจะเน้นมีความนุ่มและมีทรงโปร่งและการถ่ายเทลมสูงและยังมีแบบเสื้อคลุมที่จะช่วยเพิ่มการเผาผลาญสำหรับคุณผู้หญิง สำหรับชุดนี้เหมาะกับการออกกำลังกายอย่างเต็มรูปแบบ โดยสิ่งพิเศษคือการใช้ผ้าที่มีการเก็บความร้อนสูงจึงทำให้อุณหภูมิคงที่และทำให้การเผาผลาญสม่ำเสมอ จึงเหมาะกับคนที่ต้องการลดน้ำหนักและด้วยการเข้ารัดรูปของทรงเสื้อและกางเกงจึงทำให้การเผาผลาญมีประสิทธิภาพมากขึ้นและทำให้สวดทรงได้รูปกำจัดก่อนเนื้อส่วนเกินได้อย่างง่ายดาย

ภาพที่ 1.13 : ชุดออกกำลังกาย สำหรับคุณผู้ชาย



สำหรับชุดนี้ออกแบบให้กับคุณผู้ชายที่ต้องการสวมชุดนี้เป็นชุดลำลองสามารถใส่ไปเดินห้างสรรพสินค้าได้และเมื่อต้องการออกกำลังกายก็ทำได้โดยไม่ต้องเปลี่ยนชุด ที่สำคัญเนื้อผ้าทำมาจากวัสดุที่สามารถถ่ายเทอากาศได้ดี และยังเก็บอุณหภูมิได้ ทำความสะอาดง่ายแม้จะเป็นชุดขาว สำหรับชุดนี้ได้ออกแบบเพื่อการออกกำลังกายอย่างหนัก เนื้อผ้าทำจากวัสดุที่มีการเก็บอุณหภูมิได้ดีและถ่ายเทอากาศได้ดีมากและสามารถช่วยในการเผาผลาญและทำให้ร่างกายมีสัดส่วนชัดเจนและสามารถทำให้เหงื่อหรือน้ำแห้งไว โดยไม่ต้องนั่งรอทำให้มีความเพลิดเพลินในการออกกำลังกาย

ภาพที่ 1.14 : เสื้อแจ็คเก็ต แจ็คเก็ตสูท



เสื้อแจ็คเก็ต แจ็คเก็ตสูท แบบทรงมาตรฐาน สำหรับเป็นเสื้อแจ็คเก็ตพนักงานบริษัท แจ็คเก็ตองค์กร แจ็คเก็ตทีมงาน เสื้อแจ็คเก็ตหน่วยงาน แจ็คเก็ตสโมสร เป็นลักษณะเสื้อแจ็คเก็ตเปล่า พร้อมบริการปักโลโก้ของบริษัทหรือหน่วยงานเพียงจัดส่งไฟล์ภาพโลโก้ให้ทางเรา พร้อมบริการจัดทำให้ท่านตามความต้องการและพอใจ

ภาพที่ 1.15 : ชุดสูท



ผ้าที่ใช้ในการตัดสูทที่ทางร้านใช้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า

- ผ้าฝ้าย (Cotton)

ข้อดี : ผ้าฝ้ายที่เนื้อดีจะตัดสูทได้ดี มีความยืดหยุ่นให้กับตัวผ้า สูทจะคงตัวได้ดี และรูปทรงไม่เสียง่าย

ข้อเสีย : ซีดง่ายและยับง่าย แต่ก็ยังไม่ง่ายเท่าผ้าลินิน

- ลินิน (Linin)

ข้อดี : เป็นผ้าสุทที่เหมาะสำหรับหน้าร้อน ระบายอากาศได้ดี น้ำหนักเบา เหมาะสมที่จะใช้ตัวเป็นชุดทาลอง ไม่เหมาะที่จะตัดเป็นชุดทางการ สีที่นิยมใช้คือ สีขาวหรือสีครีม

ข้อเสีย : เปื้อนง่ายและยับง่าย ไม่เหมาะกับท้องเที่ยว

- โพลีเอสเตอร์ (Polyester)

ข้อดี : ยับยาก ราคาไม่แพง แต่ปัจจุบันมีผ้าโพลีเอสเตอร์คุณภาพเยี่ยมๆ ดูหรูหรา เนื้อนุ่ม ถูกใจทั้งสุภาพบุรุษและสุภาพสตรีมากมาย

ข้อเสีย : ใส่แล้วร้อน เนื้อผ้าระบายอากาศได้ไม่เป็นธรรมชาติเท่าผ้าฝ้าย

ภาพที่ 1.16 : ชุดข้าราชการ





ทางร้านรับตัดชุดสำหรับตำรวจ ทหาร ชุดสีกากี ข้าราชการ ชุดพระราชทาน สำคัญคือ เฉดสี ต้องถูกต้องตาม กฎ ระเบียบ ของหน่วยงานราชการ ผ้าที่ใช้เป็นผ้าผสม T/R หรือ Poly มีความ แข็งแรง ทนทาน มีน้ำหนัก ทนต่อการขัดถู การเสียดสี ไม่ขึ้นขน สีไม่ตก ทำให้ผู้ใส่ดูภูมิฐาน มั่นคง น่าเชื่อถือ และมีคุณสมบัติ Wrinkle - Free ไม่ยับ ดูแลรักษาง่าย

### 1.1.5 จุดเด่น

1. ผลิตชุดยูนิฟอร์มได้รวดเร็ว และมีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับมีมาตรฐานเป็นสากล
2. ราคาถูกกว่าที่อื่นเมื่อเทียบกับฝีมือและความละเอียดในการตัดเย็บ เนื่องจากทางร้านได้ ทำการผลิตต่อครั้งเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการซื้อวัตถุดิบจะมีต้นทุนที่ต่ำทำให้ค่าใช้จ่ายใน การผลิตลดลงจึงตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่งได้
3. เครื่องมือในการผลิตยูนิฟอร์มทันสมัย ทางร้านได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยใน กระบวนการผลิต
4. ทีมงานมีอาชีพ เชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 20 ปี
5. ใช้ Pattern เสื้อผ้าเดียวกับ Brand ระดับโลก

### 1.1.6 วิสัยทัศน์ (Vision)

เราจะเป็นผู้นำตลาดภายในประเทศด้านการออกแบบและผลิตชุดยูนิฟอร์ม ทั้งแบบสั่งตัด และแบบสำเร็จรูป พร้อมให้บริการแบบครบวงจรทั้งงานปัก และงานสกรีน โดยมีการพัฒนารูปแบบ ของสินค้า และวัตถุดิบให้หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างอย่างต่อเนื่อง

### 1.1.7 พันธกิจ (Mission)

- พัฒนาการออกแบบ และกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพตรงต่อความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
- ส่งมอบสินค้าให้ทันกับความต้องการของลูกค้า
- รับผิดชอบต่อการบริการ และสินค้าตามที่เราได้สัญญาไว้กับลูกค้าเสมอ
- สร้างพันธมิตรทางการค้า และหรือขยายสาขา เพื่อบริการที่ทั่วถึงลูกค้าในทุกภูมิภาคของ ประเทศไทย

### 1.1.8 เป้าหมาย

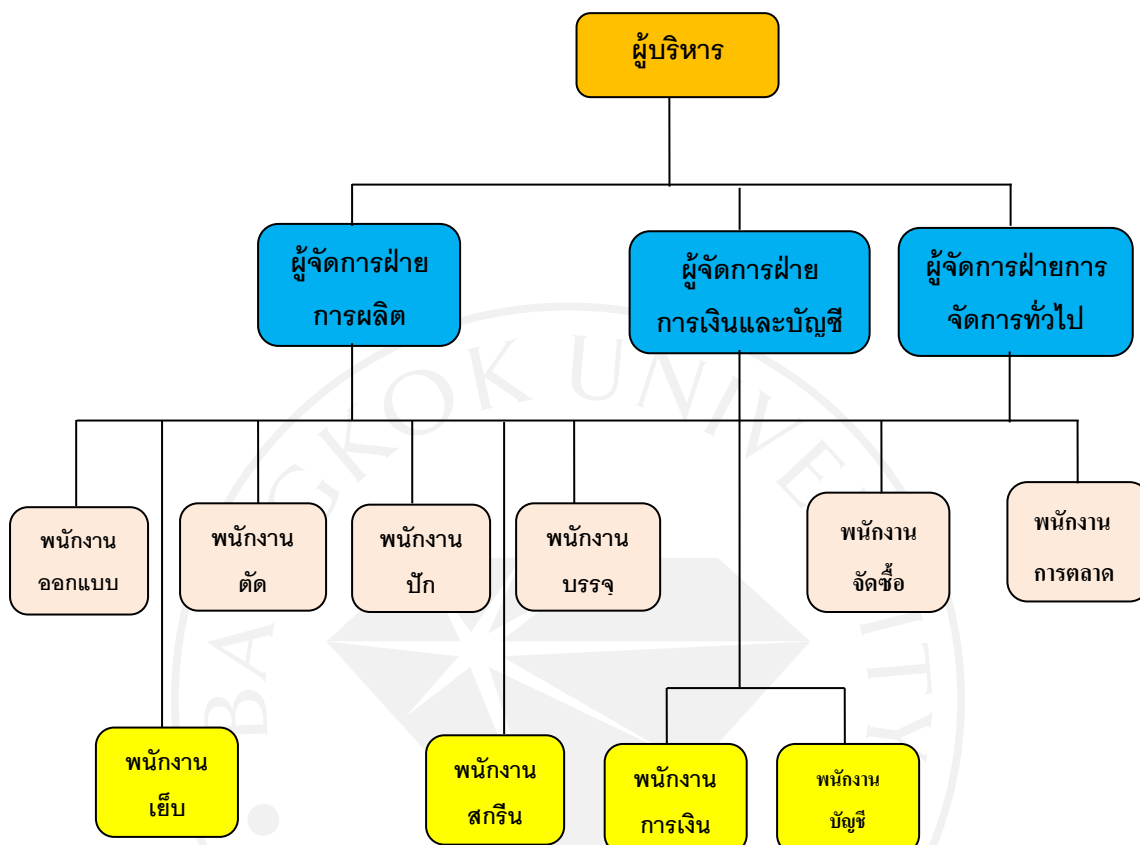
ร้าน JK Uniform กำหนดเป้าหมาย ที่รายได้ 10 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตของรายได้เท่ากับ 8% ของรายได้ ตั้งแต่ปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 โดยมีอัตรากำไรสุทธิเป็น 20% ของรายได้แต่ละปี นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายระยะยาว ที่จะเป็นหนึ่งในใจ (Top of mind) ของลูกค้าเมื่อนึกถึงร้านรับตัดชุดยูนิฟอร์ม ที่สุดของมืออาชีพ ผู้ผลิต รับสั่งทำชุดฟอร์มทุกสไตล์ด้วยทีมงานที่เชี่ยวชาญแต่ละสาขาที่ผ่านงานมากกว่า 20 ปีครบวงจร และบริการรวดเร็ว ตรงตามความต้องการของลูกค้า

### 1.1.9 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

- ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพื่อลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย
- เพื่อความพึงพอใจของลูกค้าเป้าหมาย จากการค้นหาความต้องการของลูกค้า
- เพื่อเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงลูกค้าได้มากที่สุด
- เพื่อเผชิญหน้ากับคู่แข่งชั้นทางการตลาดในอนาคต
- เพื่อสร้างโอกาสในทางดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน
- เพื่อสร้างรายได้ในการจัดจำหน่าย
- เพื่อเพิ่มทางเลือกใหม่ๆ ให้แก่ผู้บริโภคทุกคน

### 1.1.10 โครงสร้างการบริหารงานของธุรกิจ

ภาพที่ 1.17 : โครงสร้างองค์กร



### 1.1.11 ทุนจดทะเบียน

JK Uniform มีทุนจดทะเบียน 3,000,000- บาท (สามล้านบาทถ้วน)

### 1.1.12 จำนวนพนักงาน

- พนักงานการตลาด 2 คน
- พนักงานบัญชี 1 คน
- พนักงานการเงิน 1 คน
- พนักงานจัดซื้อ 1 คน
- พนักงานออกแบบ 1 คน
- พนักงานในการตัด/เย็บ/สกรีน/ปัก/บรรจุ 15 คน

### 1.1.13 ราชานามผู้บริหาร ผู้จัดการแต่ละแผนกและภาระหน้าที่

1. นายประวิทย์ ชัชวาลรัตน์ (ผู้บริหาร)
 

ภาระหน้าที่

ดูแลบริหารงานภายในร้านให้สอดคล้องกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และ วัตถุประสงค์ที่วางไว้
2. นางสาวจรรณาด ชัชวาลรัตน์ (ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน)
 

ภาระหน้าที่

  1. กำหนดนโยบายและวางแผนงานด้านการบัญชีและการเงิน รวมทั้งกำหนด ระบบบัญชีและการเงิน ให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานของบริษัท
  2. ควบคุมการจัดทำบัญชี และตรวจสอบการปิดบัญชีของบริษัทในแต่ละงวดให้ ถูกต้องและเป็นไปตามแนวปฏิบัติที่ได้วางไว้
  3. ควบคุมและตรวจสอบการจัดทำงบการเงิน งบดุล งบกำไรขาดทุน และรายงาน ทางบัญชีต่างๆ
  4. ควบคุมและตรวจสอบรายรับ – รายจ่ายเงินของบริษัท โดยตรวจสอบการออก ใบเสร็จ การบันทึกบัญชี เอกสารการเบิกจ่าย และรายงานทางการเงินให้ ถูกต้องตรงกัน
  5. ควบคุมการจัดทำงบประมาณของบริษัท และตรวจสอบดูแลการใช้งบประมาณ ให้ถูกต้อง และเป็นไปตามแผนงบประมาณที่วางไว้
  6. ควบคุมการจัดทำรายงานภาษีอากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำส่งหน่วยงานราชการที่ เกี่ยวข้อง
3. นายสุรศักดิ์ มั่นรักษา (ผู้จัดการฝ่ายผลิต)
 

ภาระหน้าที่

  1. วางแผนและควบคุมการผลิตให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้
  2. ตรวจสอบกระบวนการผลิตและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับกระบวนการผลิต
  3. ควบคุมดูแล กระบวนการผลิตให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน รวมถึงต้นทุนในการ ผลิต

4. ควบคุมและจัดการกำลังคน วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร และเวลาให้ได้ ประสิทธิภาพและประสิทธิผล
5. พัฒนา ปรับปรุง ระบบสายงานการผลิต ติดตาม และตรวจสอบงานในฝ่ายผลิต

#### 1.1.14 หน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละแผนก

##### พนักงานการตลาด มีหน้าที่

1. ติดต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. ใช้ความรู้ทางด้านการตัดเย็บ รายละเอียดเกี่ยวกับผ้า เพื่อสามารถเป็นที่ปรึกษาของลูกค้า
3. หาลูกค้ารายใหม่และขยายการตลาดเพิ่ม
4. วิเคราะห์การตลาดและแนวโน้มทางการตลาด

##### พนักงานบัญชี มีหน้าที่

1. ประสานงานกับแผนกอื่นในเรื่องรายการ รายรับ รายจ่าย ใบเสร็จ การตรวจสอบความถูกต้องของยอดเงินและเอกสาร
2. จัดทำบัญชีสมุดรายวัน ใบสำคัญจ่าย รายงานภาษีซื้อ ภาษีขาย บัญชีลูกหนี้ บัญชีเจ้าหนี้
3. จัดทำงบการเงิน งบดุล งบกำไรขาดทุน งบต้นทุนการผลิต
4. จัดทำรายงานทรัพย์สินของกิจการ
5. จัดทำงบการเงินประจำปี

##### พนักงานการเงิน มีหน้าที่

1. จัดทำใบวางบิลและรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง
2. ตรวจสอบความครบถ้วนและถูกต้องของเอกสารที่ใช้ในการวางบิล พร้อมจัดส่งเอกสารให้ลูกค้า
3. บันทึกรายละเอียดของเงินรับ พร้อมลงนาม เมื่อได้รับเงินสดหรือเช็คจากลูกค้า ในการชำระเงิน

4. จัดทำใบฝากธนาคารเพื่อนำเงินสดและเช็คที่ได้รับเข้าฝากธนาคาร
5. จัดทำรายงานสถานะเงินสดประจำวันจากรายจ่ายเงินกับรายการรับเงินประจำวัน
6. ตรวจสอบเช็คและใบสำคัญจ่ายกับใบเสร็จรับเงิน
7. จัดทำงบกระทบยอดเงินฝากธนาคารเสนอต่อผู้บังคับบัญชา

#### พนักงานจัดซื้อ มีหน้าที่

1. เก็บทะเบียนประวัติและแคตตาล็อกสินค้าต่างๆ ของผู้ขาย
2. กำหนดคุณลักษณะของสินค้าที่ต้องการให้แน่นอน โดยสอบถามรายละเอียดจากผู้ที่ต้องการใช้สินค้านั้นๆ ให้ครบถ้วน
3. บอกคุณลักษณะที่เฉพาะเจาะจง มาตรฐานของสินค้า และข้อกำหนดต่างๆ ในการใช้งานมีตัวอย่างสินค้าให้ผู้ขายดู
4. ศึกษาข้อมูลของชนิดสินค้าที่ต้องการแล้วนำไปเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของแต่ละตราสินค้าที่ผู้ขายนำมาเสนออย่างถี่ถ้วน

#### พนักงานออกแบบ มีหน้าที่

1. ออกแบบเสื้อผ้า ตามแบบที่ลูกค้าต้องการ และคิดแบบเสื้อใหม่ๆ นำเสนอลูกค้า
2. ออกแบบโลโก้ และลายสกรีนเสื้อตามที่ลูกค้าต้องการ
3. ออกแบบลายปัก งานปักต่างๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ

#### พนักงานในการตัด/เย็บ/สกรีน/ปัก/บรรจุ มีหน้าที่ (แบ่งแยกหน้าที่ชัดเจน)

1. พนักงานตัด ตัดตามแบบที่วางไว้ ให้เกิดการผิดพลาดน้อยสุด
2. พนักงานเย็บ เย็บตามงานและแบบที่วางไว้ ให้มีความประณีต สวยงาม
3. พนักงานสกรีน สกรีนตามแบบที่ลูกค้าต้องการ และสวยงาม ประณีต สะอาด
4. พนักงานปัก ปักเสื้อตามลายที่ลูกค้ากำหนด ให้ประณีต สวยงาม
5. พนักงานบรรจุ บรรจุสินค้าให้ดูสวยงาม และตรงตามที่ลูกค้าต้องการ ให้เกิดการผิดพลาดน้อยสุด

6. พนักงานทุกคนต้องช่วยกันรักษาเครื่องมือของตัวเองให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานได้ตลอด เก็บรักษาในที่ที่เหมาะสม

## 1.2 ที่มาของการจัดทำแผน

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ขึ้นเพื่อเป็นแนวทางการในการดำเนินการธุรกิจ ซึ่งจะทำให้บริษัทมีแผนและกลยุทธ์เพื่อปฏิบัติตามให้บรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งเป้าไว้ เพื่อนำเงินที่ลงทุนมาบริหาร ใช้จ่ายหมุนเวียนในธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ทั้งนี้จะมีการนำกลยุทธ์ในด้านต่างๆ มาใช้เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามแผนธุรกิจเพื่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้ และเป็นแนวทางในการเริ่มต้นธุรกิจ โดยให้ธุรกิจเดินไปตามแผนที่วางไว้ โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อนำมากำหนดเป้าหมายและวางแผนกลยุทธ์ เป็นแนวทางในการทำธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ

## 1.3 ความสำคัญของการจัดทำแผน

ถ้าการทำธุรกิจเปรียบเสมือนการเดินทาง การทำแผนธุรกิจก็เปรียบเสมือนแผนที่ในการเดินทาง เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ทำให้เราได้รู้จักตัวเราเองว่าเราเป็นยังไง รู้จักคู่แข่งในตลาด คัดค้านการณเหตุการณในอนาคต ถ้าในอนาคตมีเหตุการณ์เกิดขึ้นอย่างกะทันหันเราก็ยังมีแผนธุรกิจที่เป็นแผนที่คอยนำทาง ทำให้เจ้าของธุรกิจมีเป้าหมาย เมื่อดำเนินธุรกิจไปแล้วเราอาจจะเดินผิดไปจากทางที่เราตั้งไว้ แผนธุรกิจจะคอยเตือนเป้าหมายของเรา ให้เราเดินทางได้อย่างถูกต้อง ตามที่เรา กำหนดไว้

## 1.4 วัตถุประสงค์ของการทำแผน

1. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ
2. ลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจป้องกันการขาดสภาพคล่องทางธุรกิจ

## 1.5 วิธีการศึกษา

### 1.5.1 ค้นคว้าจากแนวคิด

1. ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด 7P's
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์(Customer Relationship Management : CRM)

### 1.5.2 การดำเนินการวิจัย

-วิธีการดำเนินการ	แจกแบบสอบถาม (Questionnaire)
-เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	แบบสอบถาม
-ตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	ลูกค้าเดิมและคนที่มีแนวโน้มจะเป็นลูกค้าในอนาคต พนักงาน ราชการ พนักงานออฟฟิศ บริเวณใกล้เคียง ประชาชนทั่วไป
-จำนวนตัวอย่าง	400 คน
-วิธีการสุ่ม/เลือกตัวอย่าง	แบบเจาะจง (เฉพาะกลุ่ม)
-สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล	โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน





## บทที่ 2

### การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

#### 2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร

จุดแข็ง (Strength)

##### 1. ปัจจัยด้านองค์กร

ร้าน JK Uniform เป็นร้านที่มีให้เลือกหลากหลาย ไม่ว่าจะตัดชุดราชการ นักเรียนนักศึกษา ชุดพลະ ชุดสูท ชุดเครื่องแบบพนักงานออฟฟิศ ชุดหมี่ และชุดอื่นๆ อีกมากมาย สามารถตัดได้ตามแบบที่ลูกค้าต้องการ มีเครื่องมือที่ทันสมัย รวมไปถึงการสกรีน การปัก ซึ่งทำให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ ภายในร้านมีการแบ่งหน้าที่งานและแยกแผนงานกันอย่างชัดเจน เพื่อความรวดเร็ว และความถนัดของแต่ละคน

##### 2. ปัจจัยด้านบุคลากร

บุคลากรที่จะมาทำงานภายในร้านเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน มีความรักดีต่อองค์กรและยังเป็นบุคคลที่สามารถพัฒนาได้ ให้มีความรู้ความสามารถในด้านต่างๆเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งพนักงานภายในร้านส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานที่อยู่กันมาตั้งแต่เปิดร้านและนอกจากนี้เจ้าของร้านยังเป็นผู้ที่มีความรู้ทางด้านการตัดเย็บเสื้อผ้า ไม่ต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งเป็นจุดเด่นของทางร้าน ส่งผลให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จดียิ่งขึ้น

##### 3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ทางร้านรับทำชุดยูนิฟอร์มตามงานสั่งทำ อาทิเช่น ชุดเครื่องแบบข้าราชการ ชุดเครื่องแบบครูในโรงเรียน ชุดพลະโรงเรียน ชุดวอร์มออกกำลังกาย รับสั่งทำทั้ง สูทชาย - หญิง ชุดออฟฟิศ สูท แจ็คเก็ต สูทซาฟารี เสื้อกักราว ชุดหมี่ เสื้อซิป เครื่องแบบพนักงานบริษัท งานสกรีน งานปัก งานสั่งทำทุกชนิด งานทุกชิ้นมีความละเอียดในการตัดเย็บ งานทุกชิ้นมีความประณีต ลูกค้าที่มาใช้บริการได้รับความพอใจ ด้วยความเป็นมืออาชีพ ลูกค้าที่มาใช้บริการให้ความไว้วางใจกับทางร้านเป็นอย่างดี มาโดยตลอด ทางร้านจะเน้นนำเสนอผลงานที่ผ่านมาเพื่อให้ลูกค้ารายใหม่เกิดความเชื่อมั่น ซึ่งเชื่อว่าหากลูกค้ามีความมั่นใจในฝีมือแล้วก็จะทำให้เกิดผลกำไรในระยะยาวต่อไป

##### 4. ปัจจัยด้านต้นทุน

ร้าน JK Uniform ตั้งอยู่ที่พื้นที่บ้านของเจ้าของร้านซึ่งไม่มีค่าใช้จ่ายในส่วนของการเช่าร้าน บุคลากรภายในร้านส่วนใหญ่จะเป็นคนในพื้นที่ ซึ่งทำให้ต้นทุนในส่วนของการเช่าแรงงาน และวัตถุดิบที่ใช้ในการตัดเย็บทุกชนิด สามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกลงเมื่อเทียบกับร้านอื่นๆ ที่เป็นคู่แข่ง เพราะทางร้านของเราเปิดมา 20 ปี ได้รับเครดิต และส่วนลดจากร้านที่ซื้อเป็นประจำ ทางร้านจะซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตโดยตรงไม่ผ่านคนกลาง ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบที่ได้มาราคาถูกเมื่อเทียบกับคุณภาพ

## 5. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เริ่มแรกทางร้านใช้วิธีการบอกต่อปากต่อปาก ด้วยฝีมือและประสบการณ์และให้การบอกต่อเป็นเรื่องไม่ยากสำหรับผู้ที่มาเคยใช้บริการ แต่ด้วยเทคโนโลยี และ Social network ทำให้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายของทางร้านได้ดีอีกอย่างหนึ่ง จากกลุ่มเล็กๆในตัวจังหวัดได้ขยายวงกว้างไปรอบๆ จังหวัด จังหวัดใกล้เคียง แม้กระทั่งทั่วประเทศ

### จุดอ่อน (Weakness)

#### 1. ปัจจัยด้านการเงิน

เนื่องจากเป็นกิจการเพิ่งเริ่มขยายตัวจึงต้องใช้ทุนจำนวนมากในการซื้อวัตถุดิบมาสต็อก ภายในร้านจึงยังขาดเงินทุนสำรองอยู่บ้าง เมื่อเทียบกับงานที่รับเข้ามา ทำให้ล่าช้าไปบ้างเพราะต้องรอการเก็บเงินจากลูกค้าท่านอื่นก่อน การที่จะขยายพื้นที่ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้นจึงยังต้องใช้เวลา การที่จะลงทุนและต้องวางแผนอย่างรอบคอบ ดำเนินกิจการอย่างไม่ประมาทเพื่อป้องกันการขาดสภาพคล่องภายในร้าน ปัจจัยด้านนี้ถือว่ามีความเสี่ยงระดับสูง วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงอาจทำได้โดย เก็บเงินค่ามัดจำการตัดเสื้อผ้าจากลูกค้าให้มากขึ้นจากเดิมเก็บอยู่ที่ 50% อาจจะเป็น 60% - 70% และลดระยะเวลาการให้เครดิตกับลูกค้า รวมถึงลดต้นทุนในการผลิต เสริมสภาพคล่องภายในร้านให้เกิดขึ้น

#### 2. ปัจจัยด้านการตลาด

ในการจะทำการตลาด โฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้ทั่วทุกมุมของประเทศนั้น จะต้องมีความรู้ความสามารถในเรื่องการตลาดของกลุ่มเสื้อผ้า เป็นอย่างดี เนื่องจากทางร้านยังขาดพนักงานที่มีประสบการณ์และความรู้ความชำนาญในส่วนการตลาดเป็นอย่างมาก ทำให้กลุ่มเป้าหมายที่วางไว้ยังไม่มากเท่าที่ควรในการเข้ามาใช้บริการ ปัจจัยด้านนี้ถือว่ามีความเสี่ยงระดับปานกลาง วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้โดย ทำการตลาดแบบปากต่อปากในจังหวัด และนำเทคโนโลยี Social network มาช่วยในการประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น จัดทำเว็บไซต์เพื่อรองรับลูกค้าที่เพิ่มขึ้น จัดโปรโมชั่นดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการซ้ำ

#### 3. ปัจจัยด้านการผลิต

จำนวนการผลิตมีจำนวนมาก การออกแบบมีหลากหลาย ซึ่งอาจจะทำให้ความกดดันในแต่ละด้าน แต่ละชิ้นงานลดลง ความละเอียดของการตัดเย็บอาจจะมีผิดพลาดเนื่องจากต้องทำงานแข่งกับเวลา และปริมาณที่รับเข้ามา ปัจจัยด้านนี้ถือว่ามีความเสี่ยงระดับสูง เพราะการผลิตถ้ามีปัญหาจะส่งผลกระทบต่อทุกฝ่าย ดังนั้นวิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้โดยนำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิต ทำให้การผลิตมีความรวดเร็วและถูกต้องเพิ่มมากยิ่งขึ้น และพัฒนาพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องจักรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเพิ่มความรู้ทักษะในการทำงานตลอดเวลา

## 2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กร

### โอกาส (Opportunities)

#### 1. ปัจจัยทางด้านลูกค้า

เสื้อผ้าถือเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ และด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไปมีเทคโนโลยีเข้ามามีอุตสาหกรรมจำนวนมาก ทำให้มีการออกมาทำงานนอกบ้านเพิ่มมากขึ้น ในยุคปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนประชากรเป็นจำนวนมาก ที่รับราชการ เป็นผู้บริหาร พนักงานออฟฟิศ พนักงานโรงงาน นักเรียนนักศึกษา เป็นต้น ซึ่งบุคคลเหล่านี้จำเป็นต้องใช้ชุดยูนิฟอร์มในการปฏิบัติงาน ยูนิฟอร์มเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งร้านตัดเย็บเสื้อผ้าจึงเป็นโอกาสที่จะรองรับความต้องการดังกล่าวได้

#### 2. ปัจจัยด้านสังคม

จากอดีตที่เป็นยุคเกษตรกรรม ปัจจุบันได้กลายมาเป็นยุคแห่งอุตสาหกรรม ซึ่งทำให้การใช้ชีวิตเปลี่ยนไป ค่านิยมการใช้เสื้อผ้าในการตัดเย็บมีมากขึ้น เพื่อให้ได้ชุดที่ให้ความพอดีกับขนาดตัวของลูกค้า มีความสวยงามในการสวมใส่และออกแบบได้ตามไลฟ์สไตล์ของลูกค้า

#### 3. ปัจจัยด้านคู่แข่ง

การทำร้านตัดเย็บเสื้อผ้าครบวงจร มีตั้งแต่การออกแบบ ตัดเย็บ สกรีน ปัก บริการจัดส่งถึงที่ ในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีคู่แข่งน้อย จึงเป็นโอกาสในการขยายฐานลูกค้า และด้วยฝีมือ และประสบการณ์ของทางร้าน ทำให้คู่แข่งรายใหม่ยากที่จะเข้ามาทำตลาดและแย่งส่วนแบ่งตลาดได้ยาก

#### 4. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ทางร้านได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาใช้เป็นเครื่องมือในการออกแบบ ตัดเย็บ งานสกรีน งานปัก และรวมถึงระบบภายในส่วนงานออฟฟิศ งานทุกอย่างได้ใช้คอมพิวเตอร์เข้ามามีส่วนช่วยในงานทุกกระบวนการ เพื่อให้งานออกมามีคุณภาพ รวดเร็วแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยนำเทคโนโลยีใช้ควบคู่ไปกับบุคลากรในร้าน เพราะ งานตัดเย็บ ก็ต้องใช้ฝีมือและความเป็นมืออาชีพเป็นส่วนสำคัญ การนำนวัตกรรม เทคโนโลยีระบบสารสนเทศและเครื่องมือที่ทันสมัย มาใช้ภายในร้านเพื่ออำนวยความสะดวกและรวดเร็วให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เพิ่มความรวดเร็วในการตัดเย็บ และสามารถรับงาน ได้เพิ่มมากขึ้น

## อุปสรรค (Threats)

### 1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเมือง

ประชาชนไม่สามารถพยากรณ์อนาคตที่ไม่แน่นอนทางการเมืองที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอัน เป็นปัญหาสำคัญของธุรกิจได้ ทำให้ประชาชนเฝ้าติดตามสถานการณ์ส่งผลให้ธุรกิจชะลอตัว ไม่ว่าจะเป็นตัวของตัวเองและส่วนของกิจการก็ชะลอไม่มีการขยายธุรกิจเพิ่ม และ ปัญหาเศรษฐกิจในปัจจุบันมีการชะลอตัวอย่างเห็นได้ชัด ทำให้ประชาชนเก็บเงินไว้ มากกว่าการนำมาใช้จ่าย และนำชุดที่มีอยู่ใช้ไปก่อน ไม่มีการตัดเย็บเพิ่ม ปัจจัยด้านนี้ถือ ว่ามีความเสี่ยงระดับปานกลาง วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้โดย จัด โปรโมชันกระตุ้นให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการกับทางร้าน อาจจะมีส่วนลด หรือของแถมเป็น การดึงดูด

### 2. ปัจจัยด้านค่าครองชีพ

จากนโยบายของรัฐบาลที่ขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาท ส่งผลให้สินค้าแพงขึ้น ค่า ครองชีพก็แพงสูงขึ้นตาม ส่งผลให้คนที่มียาได้คงที่มีรายจ่ายมากยิ่งขึ้น การจับจ่ายใช้ สอยก็จะต้องระมัดระวัง ทำให้คนหันไปซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปใส่กันมากขึ้น เนื่องจาก ราคาค่อนข้างถูกกว่าเมื่อเทียบกับการตัดเย็บ การออกแบบเองที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ปัจจัยด้านนี้ถือว่ามีความเสี่ยงระดับกลาง วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้ โดย ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์ของการตัดเสื้อผ้าใส่เอง ดึงจุดเด่นของร้าน มาทำให้ลูกค้ามั่นใจเพื่อเพิ่มยอดขาย

### 3. ปัจจัยด้านสินค้าทดแทน

สินค้าทดแทนมีจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างของร้านให้เด่นชัด รวมทั้ง สื่อให้ลูกค้าเห็นถึงความสวยงาม ความประณีตของงาน เมื่อมีการสวมใส่ ทางร้านจึงต้อง หากลยุทธ์และวิธีการที่จะมาสู้กับคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็สินค้าสำเร็จรูป หรือร้านตัดเย็บที่ เกิดขึ้นใหม่ และเนื่องจากร้านเป็นธุรกิจบริการ ซึ่งการให้บริการและการรับบริการ เกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน และมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในทันที ทำให้เป็นการยาก ในการควบคุมคุณภาพการให้บริการเช่นกัน ปัจจัยด้านนี้ถือว่ามีความเสี่ยงระดับสูง เพ ระสินค้าทดแทนหรือคู่แข่งมีมากในอุตสาหกรรมนี้ วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความ เสี่ยงทำได้โดย ตรวจสอบคุณภาพให้เข้มงวดของชิ้นงานก่อนส่งถึงมือลูกค้าทุกครั้งเพื่อ ป้องกันความผิดพลาดของสินค้าที่จะเกิดขึ้น และเน้นเรื่องการบริการให้เป็นเลิศเพื่อ สร้างเอกลักษณ์ของร้าน สินค้าดีคุณภาพเยี่ยมเน้นเพิ่มลูกค้าใหม่และสร้างฐานลูกค้าเดิม ไว้

### 2.3 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ตารางที่ 2.1: ตารางแสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
1.ปัจจัยด้านการเงิน	✓			เก็บเงินค่ามัดจำการตัดเสื้อผ้าจากลูกค้าให้มากขึ้นจากเดิมเก็บอยู่ที่ 50% อาจจะเพิ่มเป็น 60% - 70% และลดระยะเวลาการให้เครดิตกับลูกค้า รวมถึงลดต้นทุนในการผลิต เสริมสภาพคล่องภายในร้านให้เกิดขึ้น
2.ปัจจัยด้านการตลาด		✓		ทำการตลาดแบบปากต่อปากในจังหวัด และนำเทคโนโลยี Social network มาช่วยในการประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น จัดทำ เว็บไซต์เพื่อรองรับลูกค้าที่เพิ่มขึ้น จัดโปรโมชั่นดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการซ้ำ
3.ปัจจัยด้านการผลิต	✓			นำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิต ทำให้การผลิตมีความรวดเร็วและถูกต้องเพิ่มมากยิ่งขึ้น และพัฒนาพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องจักรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเพิ่มความรู้ทักษะในการทำงานตลอดเวลา

## 2.4 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ตารางที่ 2.2: ตารางแสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
1.ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเมือง		✓		จัดโปรโมชั่นกระตุ้นให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการกับทางร้าน อาจจะมีส่วนลด หรือของแถมเป็นการดึงดูด
2.ปัจจัยด้านค่าครองชีพ		✓		ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์ของการตัดเสื้อผ้าใส่เอง ดึงจุดเด่นของร้านมาทำให้ลูกค้ามั่นใจเพื่อเพิ่มยอดขาย
3.ปัจจัยด้านสินค้าทดแทน	✓			ตรวจสอบคุณภาพให้เข้มงวดของชิ้นงานก่อนส่งถึงมือลูกค้าทุกครั้งเพื่อป้องกันความผิดพลาดของสินค้าที่จะเกิดขึ้น และเน้นเรื่องบริการให้เป็นเลิศเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของร้าน สินค้าดีคุณภาพเยี่ยมเน้นเพิ่มลูกค้าใหม่และสร้างฐานลูกค้าเดิมไว้

## บทที่ 3

### การวิเคราะห์การแข่งขัน

#### 3.1 สภาพของการแข่งขันและที่มาของการแข่งขัน

##### 3.1.1 ระดับของการแข่งขัน

ธุรกิจร้านรับตัดชุดยูนิฟอร์มมีการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากการจะเปิดร้านรับตัดชุดยูนิฟอร์มได้นั้น จะต้องมีความรู้ความชำนาญ มีฝีมือในการตัดเย็บ มีประสบการณ์ในหลายๆ ด้าน มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถออกแบบ และสร้างแพทเทิร์น เพื่อให้ทันสมัย เข้ากับยุคสมัย และความต้องการของลูกค้าได้ เครื่องแต่งกายเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ซึ่งมีความสำคัญมากต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ในอดีตเครื่องแต่งกายเป็นเพียงสิ่งที่ให้ปกปิดห่อหุ้มร่างกายมนุษย์มีเครื่องแต่งกายไว้เพื่อป้องกันอากาศหนาวเย็นหรือแสงแดด ป้องกันการกระแทกกระทบวัตถุอื่นๆ และเพราะเหตุต่างๆ นั้นมนุษย์จึงเริ่มสวมใส่เสื้อผ้า ในปัจจุบัน เสื้อผ้าไม่ได้ใช้เพื่อป้องกันสภาพอากาศ และอันตรายอย่างอื่นเท่านั้น แต่ยังใส่เพื่อบ่งบอกวัฒนธรรมประเพณี ความเจริญก้าวหน้าของผู้ผลิตและสวมใส่ไว้บ่งบอกชื่อ สถานที่ทำงาน โรงเรียนหรือสถานศึกษาต่างๆ ไว้ใส่เพื่อให้เข้ากับงาน รวมไปถึงการใส่เพื่อความสวยงาม เพื่อโอ้อวดฐานะกัน ในปัจจุบัน คนไทยได้ชื่อว่าเป็นคนช่างสรรหาช่างออกแบบชุด ดีไซน์ชุด ในการสวมใส่ให้กับตัวเอง ในวัยของกลุ่มคนทำงาน ชอบแต่งตัวเรียบหรู มีเอกลักษณ์ มีสไตล์เป็นของตัวเอง สร้างความเป็นโดดเด่น ให้กับผู้ที่พบเห็น ส่งผลให้ธุรกิจร้านตัดเย็บชุดยูนิฟอร์มมีการเติบโตอยู่ในเกณฑ์ดี แนวโน้มของการใช้บริการตัดเย็บชุดยูนิฟอร์มเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป คนทำงานประจำ รับราชการ เป็นเจ้าของกิจการ เป็นพนักงานออฟฟิศ สาวโรงงาน แม้กระทั่งนักเรียนนักศึกษา มีจำนวนมากขึ้น ซึ่งแต่ละองค์กร จะต้องสร้างชุดยูนิฟอร์มที่แตกต่างกันออกไป เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ จุดเด่น น่าจดจำ ให้กับกิจการของตัวเอง และด้วยรูปแบบที่หาซื้อตามท้องตลาด จะเป็นแบบเหมือนกัน ร้านตัดชุดยูนิฟอร์มจึงมีความความสำคัญมาก ในยุคปัจจุบัน เพราะองค์กรต่างๆ มาใช้บริการเป็นจำนวนมากเพื่อให้ทางร้านเสนอแบบที่แตกต่างไม่ซ้ำใคร และเข้ากับภาพลักษณ์ของกิจการนั้นๆ ไม่ว่าจะป็นข้าราชการ เจ้าของกิจการ พนักงานออฟฟิศ ส่วนใหญ่ใช้บริการตัดชุดยูนิฟอร์ม ออกแบบชุดเอง เพื่อให้ชุดที่สวมใส่นั้นพอดีกับขนาดตัว และเข้ากับสไตล์ของตัวเอง และสามารถเลือกชนิดของผ้า เนื้อผ้า สี ได้ตามความต้องการของตัวเองได้เลย ซึ่งร้านที่จะเข้ามาเปิดตลาดแข่งขันกันในเรื่องของการรับตัดชุดยูนิฟอร์มค่อนข้างเข้ามายาก เนื่องจากฝีมือ ประสบการณ์และอาจต้องเรียนมาเฉพาะทางเท่านั้น

### 3.1.2 จุดเด่นและความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน

ร้าน JK Uniform มีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ซึ่งตั้งอยู่ในใจกลางเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช บนถนนศรีธรรมโศก สถานที่ใกล้เคียง โรงเรียนกัลยาณีศรีธรรมราช (โรงเรียนประจำจังหวัด) โรงเรียน จรัสพิชชากร และศาลากลางจังหวัดนครศรีธรรมราช รวมทั้งโรงงานและบริษัทเอกชนหลายแห่ง ซึ่งทำให้เห็นโอกาสที่จะทำรายได้ให้กับทางร้านได้เป็นอย่างดี ซึ่งทางร้านได้รับความไว้วางใจจากบริษัท ต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐและเอกชน และได้รับการแนะนำจากปากต่อปากจนเป็นที่ รู้จักในวงกว้างในปัจจุบันทางร้านจะเน้นงานไปทางส่วนงานราชการ อาทิเช่น ชุดเครื่องแบบ ข้าราชการ ชุดเครื่องแบบครูในโรงเรียน ชุดพละโรงเรียน ชุดวอร์มออกกำลังกาย และในอนาคตจะ ขยายร้านให้มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจและตอบสนองความต้องการของกลุ่ม ลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น และขยายฐานลูกค้าให้เป็นที่รู้จักไปทั่วประเทศ ด้วยความเป็นมืออาชีพ และความเป็นกันเองของเจ้าของร้าน ทำให้เรามีลูกค้าที่ไว้วางใจมากมาย ทั้งบริษัทเอกชนชั้นนำ องค์กร รัฐบาล โรงแรม ธนาคาร มหาวิทยาลัย ร้านอาหาร รวมถึงลูกค้าอีกมากมายที่ได้ให้ความไว้วางใจกับ ทางร้านเป็นอย่างดีมาโดยตลอด และนอกจากชุดเครื่องแบบทางราชการแล้ว ทางร้านรับสั่งทำทั้ง สูท ชายแจ๊คเก็ต ชุดสูทซาฟารี ชุดออฟฟิศ เสื้อกั๊ว ชุดหมี่ เสื้อช็อป เครื่องแบบพนักงานบริษัท งาน สกรีน งานปัก งานสั่งทำทุกชนิด เพิ่มมากขึ้น เราเชื่อเสมอว่า “การแต่งตัวดี คือการให้รางวัลตัวเอง” ชุดที่เนียบ เข้ารูปเหมาะกับคู่สวมใส่ ทันสมัย จะทำให้เราดูดีและทำให้เรามีความมั่นใจ ไว้วางใจทางเราให้ ได้รับใช้ท่าน ทางเรายินดีให้บริการทุกท่าน ทางเราขอรับผิดชอบมอบความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ของเรา และนอกจากฝีมือแล้ว ความรวดเร็ว เป็นมาตรฐาน ทางร้านก็สร้างความเป็นจุดเด่นได้เป็น อย่างดี ลูกค้าเกิดความประทับใจ ได้ชุดทันใจ ใส่ทันเวลา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นข้อได้เปรียบของคู่ แข่งขัน

### 3.1.3 คู่แข่งขันของธุรกิจ

#### คู่แข่งขันหลัก

1. ร้าน แชนด์ซั่ม
2. ร้าน โมเดิร์น
3. ร้าน ฟาโรห์

#### คู่แข่งขันรอง

1. ร้านคูซี่ ห้องเสื้อ
2. ร้าน อ่อย ตัดเสื้อ
3. ร้าน ป้าใจ ตัดเย็บ



## 3.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ภาพทางธุรกิจ

### 3.2.1 วิเคราะห์ STEEP

#### 1. สังคม (Social)

ระยะสั้น : สภาพสังคมไทยในปัจจุบันทางด้านครอบครัวเปลี่ยนแปลงจากครอบครัวใหญ่ไปเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น คนที่ทำงานแล้วก็จะแยกครอบครัวมาอยู่เองมีการใช้ชีวิตคู่ก่อนการแต่งงานสภาพสังคมชนบทก็เปลี่ยนเป็นสังคมเมืองอย่างรวดเร็วอาชีพที่เคยยึดการทำเกษตรกรรมก็หันมาเป็นอุตสาหกรรมมากขึ้นโดยประชากรที่เป็นแรงงานของประเทศรักความสบายไม่ยอมทำงานหนักแน่นแต่การเป็นลูกจ้างที่อยู่ไปวันๆไม่คิดจะเป็นเจ้าของกิจการหรือพวกที่มีความกระตือรือร้นก็ขาดแหล่งเงินทุนโดนเอาเปรียบจากคนที่ร่ำรวยอยู่แล้วเนื่องจากมีการแข่งขันสูงสภาพจิตใจต่ำลงคนคิดถึงแต่ตัวเองไม่ค่อยมีน้ำใจให้กับคนอื่น คนที่รวยอยู่แล้วก็อยากรวยขึ้นไปอีกโดยไม่คำนึงถึงคนอื่นที่อยู่ร่วมประเทศกับเรา ด้านการศึกษาถึงแม้จะมีการส่งเสริมให้คนเรียนสูงขึ้นแต่กลับไม่ช่วยอะไรเท่าที่ควรเนื่องจากการเรียนมีมาตรฐานที่ต่ำลงเน้นแต่การสอนให้ท่องจำไม่ให้ได้ก็มีความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่เต็กรู้เห็นแต่ตัวอย่างที่ไม่ดีเช่น คนโกงกลับได้ดีมีคนยกย่อง แต่คนที่ซื่อสัตย์สุจริตกลับโดนเอาเปรียบทางด้านการใช้ชีวิตคนแสวงหาชีวิตที่สะดวกสบายประเมิณคนที่วัดดูภายนอกใช้จ่ายอย่างเกินตัวโดยไม่มีความพอเพียงในชีวิตแล้วการพัฒนาเทคโนโลยีก็เป็นไปอย่างรวดเร็วคนถูกห้อมล้อมโดยเทคโนโลยีเดินทางไปทางไหนก็สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ตลอดเวลาส่วนตัวเป็นของตัวเองไม่ค่อยคุยกันในครอบครัวและมีเวลาให้กันน้อยลงการค้นหาข้อมูลในโลกยุคปัจจุบันก็เป็นไปได้ง่ายเพียงแค่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตอยากทราบเรื่องอะไรก็มีข้อมูลอยู่มากมายให้เราได้ค้นหาทางด้านเครื่องแต่งกายนั้น เปลี่ยนไปตามยุคตามสมัย ตามแฟชั่น ตามกระแสนิยม เพื่อความสวยงาม เป็นสไตล์และเอกลักษณ์ของตัวเอง

ระยะกลาง : แนวโน้มทางด้านสังคมของประเทศไทยในระยะกลางประชาชนที่เป็นแรงงานจะลดลงเครื่องจักรจะถูกนำมาแทนที่การใช้แรงงานมนุษย์สภาพสังคมจะเป็นสังคมผู้สูงอายุเนื่องจากจำนวนประชากรเด็กที่เพิ่มขึ้นลดปริมาณลง การพัฒนาทางด้านสุขภาพที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้คนเรามีอายุที่ยืนขึ้น เพราะฉะนั้นคนแก่ในประเทศก็จะเพิ่มปริมาณมากขึ้นและในปี 2558 ประเทศไทยจะเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจึงส่งผลกระทบต่อสังคมและความเป็นอยู่ของคนในประเทศด้านการทำงานการย้ายถิ่นฐานของวิชาชีพที่มีทักษะขั้นสูงซึ่งประกอบด้วย 5 อาชีพแรก คือ หมอ พยาบาล วิศวกร สถาปนิกและหมอฟัน

ระยะยาว : แนวโน้มของสังคมในอีก 10 ปีข้างหน้า จากการที่ประเทศไทยเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้นส่งผลให้มีการทำธุรกิจระหว่างประเทศที่เปิดกว้างมากยิ่งขึ้น การคมนาคมติดต่อสื่อสารสะดวกมากยิ่งขึ้น และจากการที่แต่ละประเทศเร่งพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมทำให้ทรัพยากรบุคคลขาดแคลน คนในชนบทต่างเข้ามาหางานทำในตัวเมือง ไม่ชอบทำอะไรทำนา ทำสวน

ส่งผลให้คนหันมาทำงานกับอุตสาหกรรมมากขึ้น ไปทำงานเช้าเย็นกลับ ไม่มีเวลาเป็นของตัวเองมากนัก วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจากการทำงานภาคเกษตรกรรมเป็นอุตสาหกรรม มีห้างร้าน บริษัท โรงงาน หน่วยงานภาครัฐ และอื่นๆ อีกมากมายเกิดขึ้น ทำให้มีพนักงานเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก การสวมใส่เสื้อผ้า ที่เป็นฟอร์มก็เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

อุปสรรค : เนื่องจากการทำร้านตัดชุดยูนิฟอร์มต้องใช้แรงงานที่มีฝีมือเฉพาะด้านในการทำงาน มีความชำนาญ มีความอดทนกับสิ่งเดิมๆ เป็นเวลานานๆ ซึ่งวัยรุ่นสมัยใหม่ไม่ชอบเรียนไม่ชอบศึกษางานฝีมือมากนัก ทำให้ขาดแคลนทรัพยากรในการตัดเย็บที่มีฝีมือเป็นจำนวนมาก

โอกาส : การที่มีภาครัฐ และภาคเอกชน มีโรงงานอุตสาหกรรมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการจ้างงานมากขึ้น แต่ละองค์กรก็ต้องออกแบบชุดยูนิฟอร์มที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง หน่วยงานต่างๆ จึงให้ความสำคัญกับร้านตัดชุดยูนิฟอร์มเป็นจำนวนมาก เพื่อความสวยงาม ต้องการความสะดวกรวดเร็ว ทำให้เป็นโอกาสในธุรกิจในการทำการตลาด และเข้าถึงลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

## 2. เทคโนโลยี (Technology)

ระยะสั้น : ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีส่วนเกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันของคนเรามากขึ้น เริ่มตั้งแต่การติดต่อสื่อสารเราสามารถติดต่อกันได้อย่างสะดวกรวดเร็วการส่งต่อข้อมูลข่าวสารหรือแม้แต่กระทั่งการค้นหาข้อมูลทางการศึกษานักเรียนสามารถศึกษาหาข้อมูลได้ด้วยตนเองหรือศึกษาโดยที่ไม่ต้องไปเรียนในห้องเรียนการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ชอบความสะดวกและรวดเร็วทางด้านอุตสาหกรรมมีการใช้เครื่องจักรเข้ามาช่วยในการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตลดต้นทุนและการใช้แรงงานซึ่งหาได้ยากในปัจจุบัน รวมไปถึงในปัจจุบันร้านรับตัดชุดยูนิฟอร์มก็นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้มากยิ่งขึ้นไม่ว่าจะเป็นเครื่องตัดเครื่องเย็บ หารูป การสกรีน การปัก การทำบัญชี การพัฒนาเครื่องจักรเพื่อลดแรงงานในการผลิต

ระยะกลาง : การพัฒนาเทคโนโลยีในระยะ 3 - 5 ปีมีการหาแหล่งพลังงานทดแทนการใช้ น้ำมันพัฒนาการคมนาคมให้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้นรถยนต์มีนวัตกรรมใหม่ๆมากยิ่งขึ้นเช่นการบังคับโดยไม่ต้องใช้คนขับใช้พลังงานไฟฟ้าแทนการใช้น้ำมันเป็นต้น คนไม่ได้ปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีอีกต่อไปแต่เป็นเทคโนโลยีที่ล้ำหน้าทำให้การใช้ชีวิตของคนเราเปลี่ยนไป แม้กระทั่งเรื่องเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม เครื่องมืออุปกรณ์ จะทันสมัยด้วยการพัฒนาโดยนักวิชาการที่คิดค้นโดยไม่หยุดนิ่ง ซึ่งจะทำให้การบริการต่างๆ สะดวกและง่ายขึ้น ทำให้เกิดแพชชั่นแปลกใหม่ ทำให้ลูกค้าสนใจมากขึ้น เหล่านักพัฒนาจึงทำทุกวิถีทางในการพัฒนาเครื่องมือ เพื่ออำนวยความสะดวกและให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป

ระยะยาว : แนวโน้มเทคโนโลยีในอนาคตในอีก 10 ปีข้างหน้า เทคโนโลยีและอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์จะถูกพัฒนาอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการที่ไม่สิ้นสุดของมนุษย์ การแข่งขันทางด้านราคาขนาดความเร็วเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจ การพัฒนาทางด้านเครื่องมือเครื่องจักรเย็บผ้า การนำเอาเครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้ในการตัดเย็บ ในการให้บริการ การเขียนโปรแกรมเพื่อช่วยในการ

ตัดเย็บสำเร็จรูป โดยให้เสื้อผ้าออกมาเป็นมาตรฐาน สวยงาม การกำหนดปริมาณ ขนาดของชุด ให้เหมาะสมตามแพทเทิร์นที่วางไว้ หรือในเรื่องของการผสมสีผ้า การตีสี เพื่อให้ได้สีตามที่ต้องการ และการกำหนดเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ เพื่อใช้ทดแทนแรงงานคน คือใช้เทคโนโลยี เข้ามาช่วยในการ ออกแบบตัดเย็บ สกรีน ปัก เพื่อให้งานออกมาเรียบร้อยสวยงาม และรวดเร็วยิ่งขึ้น

อุปสรรค : เครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาใหม่มีราคาสูง โดยที่เราไม่สามารถ ควบคุมได้ แต่เครื่องมือเหล่านั้นเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องนำมาใช้เพื่อให้สู้กับคู่แข่งได้

โอกาส : เทคโนโลยีที่พัฒนาไปทำให้การโฆษณาหรือการติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น โดยการ ทำให้ลูกค้าได้รู้จักร้าน JK Uniform โดยเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ หรือผ่านเครื่องมือการสื่อสาร อย่างอื่น การใช้เทคโนโลยีในการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการ ควบคุมเช่นการออกแบบชุด การผสมสี การสกรีน การปัก การกำหนดวิธีการและการตัดเย็บให้ได้ มาตรฐาน กำหนดปริมาณได้เหมาะสมทุกครั้ง ทำให้เทคโนโลยีที่ต้องใช้ภายในมีความจำเป็นมาก ยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นส่วนงานผลิต งานออฟฟิศ ทุกอย่าง เทคโนโลยีเป็นส่วนช่วยสำคัญให้งานออกมามี ประสิทธิภาพ แม่นยำและเทคโนโลยีก็ยังเป็นส่วนช่วยลดปริมาณแรงงานอีกด้วย

### 3. เศรษฐกิจ (Economic)

ระยะสั้น : อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยปี 2556 มีแนวโน้มขยายตัวดีขึ้นจำคำสั่งซื้อที่มี เข้ามาอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะได้รับคำสั่งซื้อจากผู้นำเข้าในตลาดหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรปและญี่ปุ่น ประกอบกับกระแสกีฬาฟิเวอร์ของฟุตบอลพรีเมียร์ลีก 2013 ทำให้ปริมาณ คำสั่งซื้อเข้ามา อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มผู้ผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยได้อานิสงส์ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มยังคงประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานและต้นทุนสูงขึ้นจากการปรับ ค่าจ้างขั้นต่ำ 300 บาทต่อวัน ส่งผลให้ผู้ประกอบการขนาดใหญ่บางรายจำเป็นต้องออกไปลงทุนขยาย ฐานการผลิตในประเทศเพื่อนบ้านที่มีกำลังแรงงานจำนวนมาก และค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า รวมถึง สิทธิพิเศษทางการค้า เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันได้ ในปี 2556 เมื่อพิจารณาจากดัชนี ผลผลิตอุตสาหกรรม การผลิตเส้นใยสิ่งทอรวมทั้งการทอสิ่งทอ มีผลิตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 14.37 เมื่อ เทียบกับปีก่อน สอดคล้องกับการจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.48 ตามความต้องการใช้ใน อุตสาหกรรมต่อเนื่อง เพื่อนำไปผลิตเป็นผ้าผืนและเครื่องนุ่งห่มโดยเฉพาะจากความต้องการของตลาด ภายในประเทศ ประกอบกับคำสั่งซื้อจากกลุ่มประเทศอาเซียน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ขยายตัว เพิ่มขึ้น ซึ่งประเทศเหล่านี้ส่วนใหญ่มีส่งออกต้นน้ำค่อนข้างน้อย การนำเข้า ปี 2556 มีการนำเข้าสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มคิดเป็นมูลค่า 4,775.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลง ร้อยละ 3.19 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นสิ่งทอต้นน้ำ ที่เป็นวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ซึ่ง ผลิตภัณฑ์นำเข้าที่สำคัญ แบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้ สิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ระยะกลาง : ภาครัฐเข้ามามีส่วนช่วย เมื่อมติคณะรัฐมนตรี รับทราบผลกระทบของค่าเงินบาทที่มีต่อเศรษฐกิจโดยรวม ค่าเงินบาทที่แข็งค่าเกินไป โดยแข็งค่ามากกว่าค่าเงินของคู่แข่งในภูมิภาคและขาดเสถียรภาพ ส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออก การท่องเที่ยว และเศรษฐกิจโดยรวม ภาครัฐจึงพิจารณาให้ความช่วยเหลือ เช่น ผลักดันให้ใช้เงินบาทเป็นเงินสกุลสำหรับให้มีผู้เรียนสายอาชีพเพิ่มมากขึ้น และการจัดทำโครงการพื้นฐานต่างๆ โดยเฉพาะด้านพลังงาน การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้วัตถุดิบในประเทศเพิ่มขึ้น การยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม ให้กับอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่ขายสินค้าให้กับผู้ส่งออก และสามารถใช้เงินตราต่างประเทศเพื่อชำระค่าสินค้าภายในประเทศโดยไม่ต้องแลกเป็นเงินบาท ซึ่งจะเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการในประเทศ

ระยะยาว : แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะขยายตัวได้ในส่วนของการผลิตเส้นใยสิ่งทอฯ และผ้าผืน เพื่อสนองความต้องการโดยเฉพาะผู้ผลิตในอาเซียน และญี่ปุ่น ส่วนเสื้อผ้าสำเร็จรูปการผลิตจะขยายตัวใกล้เคียงกับปี 2556 ซึ่งคาดว่าจะมีคำสั่งซื้อจากสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปที่เริ่มปรับตัวดีขึ้น ประกอบกับมีปัจจัยสนับสนุนที่เอื้อต่อการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม ได้แก่ การขยายตัวทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศอาเซียน มีผลต่อความต้องการบริโภคของประชากร ในกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งคาดว่าตลาดอาเซียนจะเติบโตได้ดี และจะเป็นตลาดคู่ค้าสำคัญในการขยายตัวของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม โดยเฉพาะการส่งออกเส้นใยฯ และเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่คาดว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ผ้าผืนอาจจะชะลอตัว เนื่องจากได้รับผลกระทบจากสินค้าจีนราคาถูกที่เข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดของผ้าผืนไทย ส่วนภาพรวมของตลาดในประเทศและการนำเข้าสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป คาดว่าจะมีทิศทางเป็นบวกทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์

อุปสรรค : ทางด้านการเมืองที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน หน่วยงานไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ และเอกชนชะลอการขยายกิจการ เพื่อรอดูสถานการณ์บ้านเมือง การจ้างงานน้อยลง ทำให้รายได้ของประชาชนลดน้อยลง ค่าใช้จ่ายยังคงเท่าเดิม

โอกาส : เนื่องจากภาคอุตสาหกรรม ภาครัฐ ยังคงมีความเจริญก้าวหน้า และประเทศไทยก้าวไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การแต่งกาย ก็ยังเป็นปัจจัยสำคัญของมนุษย์ ที่จะทำให้ตัวเองดูดีสวยงาม หน่วยงานใหญ่ๆ ที่มีจำนวนพนักงานมาก ก็ยังคงใช้บริการตัดชุดยูนิฟอร์มอยู่ เนื่องจากการสั่งตัดเป็นจำนวนมาก จะได้ราคาต่อชิ้นถูกกว่า ที่จะไปซื้อสำเร็จรูป

#### 4. สิ่งแวดล้อม (Environment)

ระยะสั้น : ขณะนี้ทั่วโลกกำลังตื่นตัวมากเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หรือที่รู้จักกันดีว่า “โลกร้อน” ผลกระทบที่เกิดขึ้นก็เริ่มมีความชัดเจนมากขึ้นพร้อมกับหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่มั่นใจและแน่ใจว่าการที่โลกร้อนขึ้นมาสาเหตุมาจากการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล ภาคอุตสาหกรรมก็เป็นส่วนสำคัญที่เป็นต้นเหตุในการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งเป็นก๊าซเรือนกระจกตัวที่สำคัญที่สุด อุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นอุตสาหกรรมที่บริโภคน้ำและพลังงานจำนวนมาก ซึ่งถ้าให้ความสำคัญกับ

ปัญหาโลกร้อนที่กำลังเกิดขึ้นตอนนี้ เราจะเห็นความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมสิ่งทอและโลกร้อนอย่างชัดเจน การดำเนินการที่เกิดขึ้นในโลกในขณะนี้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งทอ เสื้อผ้า และแฟชั่น ที่ตอบรับกับกระแสด้านสิ่งแวดล้อมและโลกร้อนนั้น ทำให้เราเห็นถึงโอกาสในเรื่องธุรกิจ และการใช้ประเด็นดังกล่าวในการดำเนินธุรกิจไปอย่างยั่งยืนและสมดุลในระยะยาว ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลาดและความต้องการสินค้าที่รักษาสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นการผลักดันมาจากกฎหมายในระดับประเทศหรือประเทศที่นำเข้าสินค้า หรือจากความตระหนักของผู้บริโภคเองก็ตาม ได้เกิดขึ้นแล้วและมีแนวโน้มที่ชัดเจนที่จะขยายตัวอีกมากในอนาคตอันใกล้ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าของไทยเองจึงต้องปรับตัวและปรับเปลี่ยนให้ทันกับกระแสของโลกดังกล่าวด้วย

ระยะกลาง : การเพิ่มขึ้นของประชากรมนุษย์ทำให้ธรรมชาติถูกทำลายเพิ่มขึ้นทั้งที่ได้มีการรณรงค์เพื่อที่จะรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติแต่ก็ยังมีกลุ่มคนบางกลุ่มที่ไม่สนใจเรื่องนี้ส่งผลให้ภัยธรรมชาติยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการที่โลกของเรามีอุณหภูมิที่สูงขึ้นทำให้น้ำแข็งบริเวณขั้วโลกละลายพื้นดินก็มีปริมาณลดน้อยลง พื้นที่ที่เคยเกิดอุทกภัยก็จะเกิดขึ้นซ้ำและมีระดับที่รุนแรงมากกว่าเดิม

ระยะยาว : แนวโน้มของสิ่งแวดล้อมในอนาคตจากการที่ประชากรเพิ่มมากยิ่งขึ้นภาวะโลกร้อนสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญและใส่ใจกับเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในอนาคตอันจะกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จทางการตลาด

อุปสรรค : สถานการณ์ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นส่งผลต่อภาคอุตสาหกรรม และนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบางประเภทเกิดการชะลอตัว ทำให้ไม่มีใครกล้าลงทุนหรือมาจับจ่ายใช้สอย เมื่อธุรกิจชะลอตัว ร้านตัดเย็บเสื้อผ้าก็ทำให้ขาดรายได้ไปด้วยเช่นกัน

โอกาส : จากการที่คนให้ความสำคัญกับธรรมชาติมากยิ่งขึ้นส่งผลดีเป็นอย่างยิ่งกับธุรกิจของเรา เนื่องจากร้าน JK Uniform ได้เน้นการตัดเย็บเสื้อผ้าที่ทำจากฝ้าย จากภาวะโลกร้อน ทำให้ความต้องการฝ้ายเพิ่มสูงขึ้น นั่นหมายถึงว่า ไม่เพียงแต่ธุรกิจรายใหญ่ที่มีการปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจ ผู้ค้ารายย่อยก็ได้รับประโยชน์ไปด้วยเช่นกัน จึงเป็นโอกาสและเป็นทางเลือกที่ดีให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่สำคัญในการมาใช้บริการของทางร้านส่งผลต่อรายได้และกำไรที่มากขึ้น

##### 5. การเมือง (Politics)

ระยะสั้น : สถานการณ์การเมืองไทยขณะนี้จากกล่าวได้ว่ากำลังเข้าสู่ “วิกฤต” ท่ามกลางความขัดแย้งที่รุนแรง และมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น สภาวะเช่นนี้กระทบคนไทยในทุกมิติอย่างกว้างขวาง จำเป็นที่ทุกฝ่ายของสังคมต้องหาทางออกร่วมกันอย่างเร่งด่วน การเมืองที่เกิดการขัดแย้งกันของผู้นำประเทศและผู้ที่มีส่วนร่วมในการบริหารประเทศมีผลกระทบทำให้เศรษฐกิจเกิดการชะลอตัวและทำให้พฤติกรรมการบริโภคและจับจ่ายใช้สอยชะลอตัวตามไปด้วยจากนโยบายต่างๆที่รัฐบาล

ออกมาทำให้ประชาชนไม่มีความเชื่อมั่นการคาดการณ์ของรัฐบาลก็ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้ เช่นคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวแต่เศรษฐกิจกลับไม่เป็นไปตามที่รัฐคาดการณ์ประชากรเลยเก็บเงินไว้ไม่นำออกมาใช้จ่ายเท่าที่ควรเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตการที่รัฐบาลออกนโยบายขึ้นค่าแรงส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการโดยมีต้นทุนที่สูงมากยิ่งขึ้นไม่เพียงแต่ขึ้นค่าแรงเฉพาะแรงงานที่เป็นคนไทยเท่านั้นรายได้ที่เพิ่มขึ้นรวมไปถึงแรงงานต่างด้าวอีกด้วยส่งผลให้การไหลเข้ามาของแรงงานต่างด้าวมีคนไทยบางส่วนต้องตกงานและนอกจากนี้รัฐบาลยังขึ้นค่าแก๊สหุงต้มไฟฟ้าและน้ำประปาทำให้ค่าครองชีพปรับสูงขึ้นตามค่าแรงที่ได้

ระยะกลาง : ในระยะเวลา 3 - 5 ปี การเมืองภายในประเทศก็ยังส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของคนภายในประเทศ การแบ่งเป็นสองฝ่ายของพรรคการเมืองและบุคคลบางกลุ่ม ส่งผลให้คนที่ทำมาหากินบางครั้งก็เป็อกับปัญหาที่เกิดขึ้น โดยไม่รู้ว่าจะมีทางออกอย่างไร และเมื่อไหร่ ปัญหาที่รัฐบาลยังแก้ไขไม่ได้ก็ยังคงเกิดขึ้นซ้ำๆ

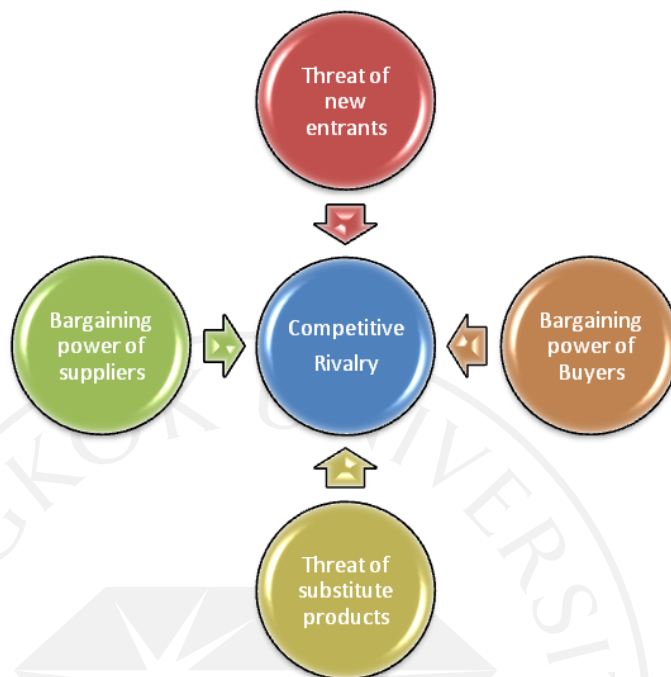
ระยะยาว : แนวโน้มทางการเมืองของไทยพรรคการเมืองที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ จะเกิดความไม่เข้มแข็งพรรคการเมืองจะอยู่ภายใต้อิทธิพลของระบบทุนนิยมเน้นระบบอุปถัมภ์ ความเข้าใจทางการเมืองระหว่างคนชั้นกลางกับคนระดับรากหญ้าจะแตกต่างกัน การคอร์รัปชันจะเกิดมากยิ่งขึ้นโดยเป็นขบวนการที่มีผู้มีอำนาจทางการเมืองหนุนหลังเพื่อที่จะเอื้อประโยชน์ให้กับธุรกิจของตนเองและเครือญาติ

อุปสรรค : ประชากรภายในประเทศเกิดความวิตกกังวลเกี่ยวกับเศรษฐกิจที่ผันผวนจึงไม่กล้าที่จะนำเงินที่มีออกมาใช้ส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับธุรกิจอุตสาหกรรมและกิจการห้างร้านต่างๆ

โอกาส : จากการเมืองที่ผันผวนรัฐบาลออกนโยบายเพื่อที่จะช่วยเหลือกันเอง รณรงค์ให้คนออกมาใช้จ่าย และสนับสนุนประชาชนสอบเข้ารับราชการเป็นจำนวนมาก และรณรงค์เรื่องของการกีฬา ทำให้ธุรกิจร้านตัดชุดยูนิฟอร์มสามารถเข้าไปทำตลาดกับกลุ่มเหล่านี้ได้

### 3.2.2 วิเคราะห์สภาพการแข่งขันด้วย Five Force Model

ภาพที่ 3.1 : Five Force Model



ที่มา: Porter, M. (2013). *Five Forces Model*. Reference From <http://www.strategy-keys.com/michael-porter-five-forces-model.html>

#### 1. การเข้าสู่ธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of New Entrants)

ในระยะที่ผ่านมา การเติบโตของมูลค่าการค้าในธุรกิจการรับตัดชุดยูนิฟอร์ม มีการขยายตัวในอัตราค่อนข้างต่ำ จึงส่งผลให้ธุรกิจขาดความน่าสนใจในสายตาของผู้ประกอบการรายใหม่ แม้ว่าการเข้าสู่ธุรกิจจะทำได้ง่ายด้วยเงินลงทุนไม่มากนักก็ตาม และนอกจากนี้ ตลาดเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ส่วนใหญ่การเลือกซื้อเสื้อผ้ามีใช้เพียงเพื่อการใช้ประโยชน์ในการสวมใส่ตามความจำเป็นเท่านั้นหากยังเป็นการสะท้อนความเป็นตัวตน และวิถีการดำเนินชีวิตของปัจเจกบุคคลของผู้สวมใส่เสื้อผ้าด้วย รวมทั้งตลาดผู้ซื้อในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วบางประเทศ อาจมีข้อกำหนดที่เป็นเงื่อนไขในการต่อต้านการนำเข้าสินค้าเสื้อผ้าจากประเทศผู้ผลิตที่ใช้แรงงานเด็ก หรือมีสภาพการทำงานในโรงงานที่ขัดต่อกฎหมายการส่งเสริมสวัสดิการแรงงาน ซึ่งผู้ประกอบการรายใหม่ใดๆ ที่ไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าว จะสูญเสียลูกค้าจากประเทศพัฒนาแล้วบางประเทศทันที ซึ่งในภาพรวมของการประเมินการเข้าสู่ธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ประกอบการรายใหม่ จึงมีปัจจัยต่างๆ มากมายที่เป็นเงื่อนไขในการเข้าสู่ตลาด การเข้ามาแข่งขันในตลาดสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ค่อนข้างยากเนื่องจากต้องใช้ทักษะและประสบการณ์ที่สะสมมายาวนานในการประกอบธุรกิจรวมถึงข้อจำกัดขององค์ความรู้

## 2. การแข่งขันจากผู้ประกอบการรายอื่น (Competitive Rivalry)

ผู้ประกอบการตลาดรับตัดชุดยูนิฟอร์มในประเทศไทย ส่วนใหญ่ค่อนข้างกระจายตัว ขึ้นอยู่กับฝีมือ ความสามารถของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตาม ยังมีโอกาสสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่จะเข้ามาแข่งขันได้ แต่การเพิ่มศักยภาพในการตัดเย็บ ฝีมือ ประสบการณ์ต้องอาศัยความชำนาญ และความหลากหลาย ปริมาณงานที่เจาะจง บุคลากรในร้านจะต้องมีฝีมือทุกคน เพื่อแข่งขันกับร้านอื่นได้ และแข่งขันกับจำนวนงาน ปริมาณของงานให้ได้ ซึ่งผู้ประกอบการรายย่อยเหล่านี้บางรายปรับเปลี่ยนปรับตัวทางการค้าไปสู่ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้อย่างง่ายดาย ทำให้การแข่งขันในภาพรวมของธุรกิจนี้ค่อนข้างไม่รุนแรง

## 3. การคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes Products)

สินค้าทดแทนของร้านตัดเย็บชุดยูนิฟอร์ม ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจัดหาได้จะมีที่มาจากโรงงานผู้ผลิตโดยตรงและการติดต่อซื้อขายระบบออนไลน์ ชุดเสื้อผ้าสำเร็จ เสื้อผ้าแฟชั่นที่คล้ายกับชุดยูนิฟอร์ม จากร้านจำหน่ายชุดยูนิฟอร์มสำเร็จรูปทั่วไป ซึ่งจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค ในการจัดหาสินค้าตามความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความสะดวก รวดเร็วให้กับผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม สินค้าลอกเลียนแบบและของปลอมจัดเป็นภัยคุกคามที่สำคัญต่อยอดขายของผู้ประกอบการอย่างมาก การประเมินภาพรวมของภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้า จึงอยู่ในระดับปานกลาง

## 4. อำนาจของผู้ซื้อ (Buyer Power)

ผู้ประกอบการในธุรกิจรับตัดชุดยูนิฟอร์มในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะมีลูกค้าที่เป็นปัจเจกบุคคลจำนวนมาก ผู้ประกอบการจึงสามารถสร้างความแตกต่างในสไตล์เสื้อผ้า เพื่อนำเสนอต่อผู้บริโภคได้ตามที่ต้องการ และแม้ว่าผู้บริโภคจะมีทางเลือกในการซื้อสินค้าจากร้านอื่นๆ จากการสั่งตัดจากห้องเสื้อ ร้านตัดเสื้อตามสั่ง จากร้านอื่น แต่อำนาจต่อรองของผู้ซื้อต่อผู้ค้ากลับมีน้อยมาก ยิ่งไปกว่านั้นยังพบว่า ผู้บริโภคจะไม่ยึดติดกับผ้าในการสั่งตัด ไม่ได้ยึดติดกับตราสินค้าในตราสินค้าหนึ่งโดยเฉพาะ จึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริการตัดเย็บเสื้อผ้ามีอำนาจต่อรองมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของนักออกแบบ ฝีมือในการตัดเย็บซึ่งกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ต่ำถึงปานกลางก็สามารถใช้บริการได้ ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคซึ่งต้องการสินค้าที่สามารถสะท้อนถึงสถานภาพทางสังคมและแสดงถึงสไตล์การใช้ชีวิตของตน จะเป็นกลุ่มที่ผู้ค้าสามารถชักจูงได้ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ อย่างไรก็ตาม

## 5. อำนาจของผู้จัดหา/ส่งมอบสินค้า (Supplier Power)

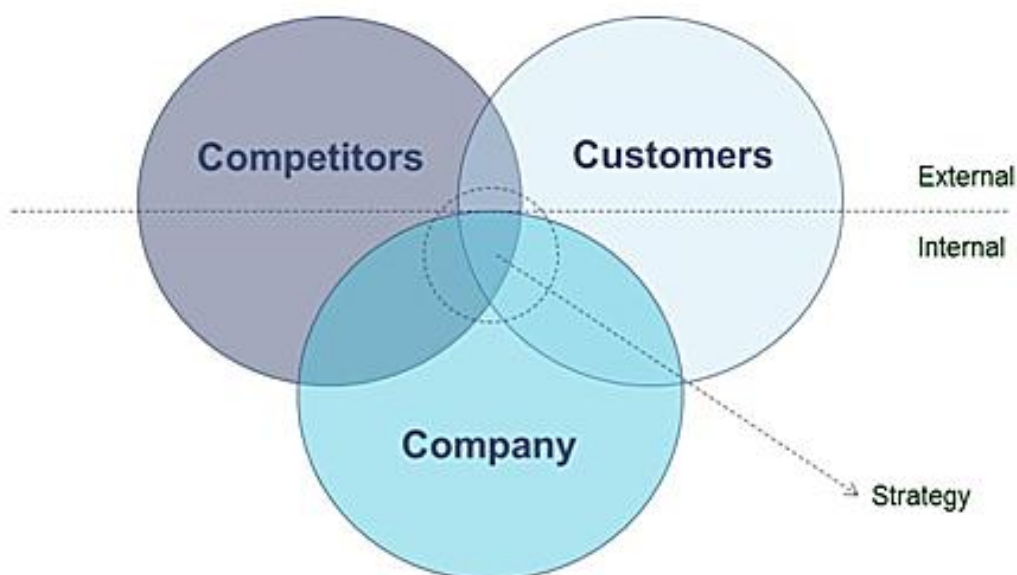
ซัพพลายเออร์หลักของตลาดตัดเย็บชุดยูนิฟอร์มในประเทศไทย ได้แก่ โรงงานผู้ผลิตและบริษัทขายส่งผ้าดิบผ้าชิ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ โดยพบว่าภายใต้นโยบายการเปิดการค้าเสรีทางการค้า อำนาจของผู้ค้าในตลาดโลกกลับมีแนวโน้มลดลงอันเนื่องมาจากการแข่งขันของ



ผู้ประกอบการที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าในภูมิภาคอื่น โดยเฉพาะจากประเทศจีน(อุตสาหกรรมเสื้อผ้าที่ใช้แรงงานเข้มข้น เนื่องจากมีความยุ่งยากในกระบวนการตัดเย็บ) นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการยังมีความเสี่ยงสูง จากกรณีที่ซัพพลายเออร์ไม่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิต ให้เท่าทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในตลาดเสื้อผ้า ที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการจัดการสินค้าของซัพพลายเออร์ส่วนใหญ่ซึ่งมีความหลากหลายของสินค้าน้อยจึงล้วนส่งผลให้ผู้ค้าปลีกมีบทบาทสำคัญต่อความอยู่รอดของธุรกิจซัพพลายเออร์อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากปริมาณในการสั่งซื้อวัตถุดิบในการผลิตมีจำนวนมาก จึงทำให้อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ที่มีต่อ JK Uniform มีน้อย

### 3.2.3 วิเคราะห์ 3-Circle Model ของร้าน JK Uniform

ภาพที่ 3.2 : 3-Circle Model



ที่มา: Profitguide. (2011). *The 3 Cs of a great B2B marketing strategy*. Reference From <http://www.profitguide.com/manage-grow/strategy-operations/the-3-cs-of-a-great-b2b-marketing-strategy-30480>

#### 1. Company's Offerings

สิ่งที่ทางร้านของเรามีบริการให้แก่ลูกค้า ได้แก่ การบริการตัดชุดยูนิฟอร์ม ตามแบบ ออกแบบให้ สกรีน ปัก ซึ่งกลุ่มเป้าหมายไม่จำกัดอายุ ทำเลที่ตั้งร้านอยู่ใจกลางเมืองจังหวัด นครศรีธรรมราช บนถนนศรีธรรมโศก ปัจจุบันทางร้านจะเน้นงานไปทางส่วนงานราชการ อาทิเช่น ชุดเครื่องแบบข้าราชการ ชุดเครื่องแบบครูในโรงเรียน ชุดพละโรงเรียน ชุดวอร์มออกกำลังกาย และ

ในอนาคตคาดว่าจะขยายร้านให้มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจและตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น และขยายฐานลูกค้าให้เป็นที่รู้จักไปทั่วประเทศ ด้วยความเป็นมืออาชีพและความเป็นกันเองของเจ้าของร้าน ทำให้เรามีลูกค้าที่ไว้วางใจมากมาย ทั้งบริษัทเอกชนชั้นนำ องค์กรรัฐบาล โรงแรม ธนาคาร มหาวิทยาลัย ร้านอาหาร รวมถึงลูกค้าอีกมากมายที่ได้ให้ความไว้วางใจกับทางร้านเป็นอย่างดีมาโดยตลอด

## 2. Customer's Needs

สิ่งที่ลูกค้าต้องการ การบริการที่ดี มีปริมาณทางเลือกจำนวนมาก สวยงาม โดดเด่นไม่ซ้ำใคร ทางร้านต้องมีผู้มีความคิดสร้างสรรค์ช่วยออกแบบให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้ การเดินทางที่สะดวก มีบริเวณจอดรถกว้างขวาง วัสดุดิบในร้านต้องมีปริมาณมากให้ลูกค้าได้เลือก คุณภาพของผ้าต้องดี และสามารถแนะนำชนิดของผ้า ให้เหมาะสมกับชุดที่จะตัดได้ ใส่สบาย เหมาะกับสังคมและวัฒนธรรมไทย และให้เข้ากับฤดูกาลของประเทศไทย ลูกค้าทุกคนที่มาใช้บริการแล้วต้องเกิดความประทับใจและบอกต่อ

## 3. Competitor's Offerings

สิ่งที่คู่แข่งมี คือ การที่อยู่มานานกว่าของคู่แข่ง ทำให้เป็นที่รู้จัก ถ้าเปรียบเทียบกับร้าน JK Uniform มีความเก่าแก่ที่สุดในจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นร้านที่ใหญ่สุด เป็นที่รู้จักของกลุ่มข้าราชการเป็นอย่างดี การมีทุนของร้านที่เยอะกว่า ทำให้มีสินค้าปริมาณที่มากกว่าให้ลูกค้าได้เลือก

## 4. สิ่งที่สร้างความแตกต่างเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

สิ่งที่ทางร้านของเราสร้างความแตกต่างเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าคือ เราเน้นฝีมือการตัดเย็บ การสกรีนสีที่สดสวยงาม การปักที่ประณีต ตรงตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ลูกค้าจะมาใช้บริการที่ร้านแล้ว ทางร้านยังบริการนอกสถานที่ในการไปวัดตัว หรือออกแบบชุดยูนิฟอร์มให้กับองค์กรใหญ่ๆ เพื่อให้เป็นทางเลือกให้รับหน่วยงานนั้นๆ

## 5. สิ่งที่สร้างความแตกต่างของบริษัทคู่แข่งที่มีต่อลูกค้า

ความทันสมัยของร้าน การตกแต่งร้านที่สวยงาม มีเครื่องมือที่ทันสมัย ราคาถูก มีการจัดโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าประจำ สร้างความแตกต่างกับร้าน JK Uniform โดยที่มีลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านจะเน้นคุณภาพ ความมีชื่อเสียงของร้าน ฝีมือของช่างที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 20 ปี บางรายเกิดจากลูกค้าประจำเชื่อในฝีมือไม่กล้าเปลี่ยนร้าน

## 6. สิ่งที่เราและบริษัทคู่แข่งเสนอให้กับลูกค้าในจุดที่เท่าเทียมกัน

สิ่งที่เสนอในจุดที่เท่าเทียมกันคือ ความหลากหลายในสินค้าและวัสดุในร้าน คุณภาพของสินค้าให้เหมาะสมกับราคา การบริการที่เป็นกันเอง ผลิตงานให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า มีห้องลองชุด สามารถให้เปลี่ยน แก้งานได้จนกว่าจะพอใจ จัดร้านให้สวยงามน่าสนใจ

### 3.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

#### 3.3.1 ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์

##### 1. ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation)

สินค้าของร้าน JK Uniform ของเราเน้นสินค้ามีคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกเนื้อผ้า กระบวนการตัดเย็บ ความรวดเร็วในการผลิต โดยใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาช่วย และที่สำคัญ คำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก จากการที่เรานำคุณภาพสินค้าจึงทำให้เนื้อผ้าสวมใส่สบาย ระบายเหงื่อได้ดีสวมใส่แล้วไม่ร้อน วิธีการผลิตที่นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการผลิตของร้าน เป็นจุดเด่นและสร้างความแตกต่างให้กับลูกค้าที่นิยมมาใช้บริการ

##### 2. ความแตกต่างด้านบริการ (Service Differentiation)

เนื่องจากร้าน JK Uniform ของเราเกิดจากที่ได้เปิดบริการมานานแล้ว มีฐานลูกค้าเดิมอยู่ แล้ว ทางร้านจึงเน้นเรื่องบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งคือ เน้นที่วัดตัวลูกค้าเป็นหลักและวัดโดยละเอียด สามารถแก้ไขได้ตามความต้องการของลูกค้า ถ้าลูกค้าท่านใดต้องการที่จะวัดตัวในการตัดเย็บ เสื้อผ้ายูนิฟอร์มเพื่อนำไปใช้งานทางร้านจะให้ความสะดวกสบายในเรื่องนี้เป็นพิเศษเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าให้มากที่สุด จากร้านตัดเย็บปกติโดยทั่วไป จะมีขนาดให้ลูกค้าเลือกอยู่แล้ว เช่น ขนาด S ขนาด M ขนาด L และ XL แต่ยังมีลูกค้าบางส่วนที่เราอาจมองข้ามไป ซึ่งอาจจะเป็นลูกค้าที่หุ่นไม่ได้มาตรฐาน คือ อ้วนหรือผอมไป ทางร้าน JK Uniform มีบริการวัดตัวลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

##### 3. ความแตกต่างด้านบุคคล (Personnel Differentiation)

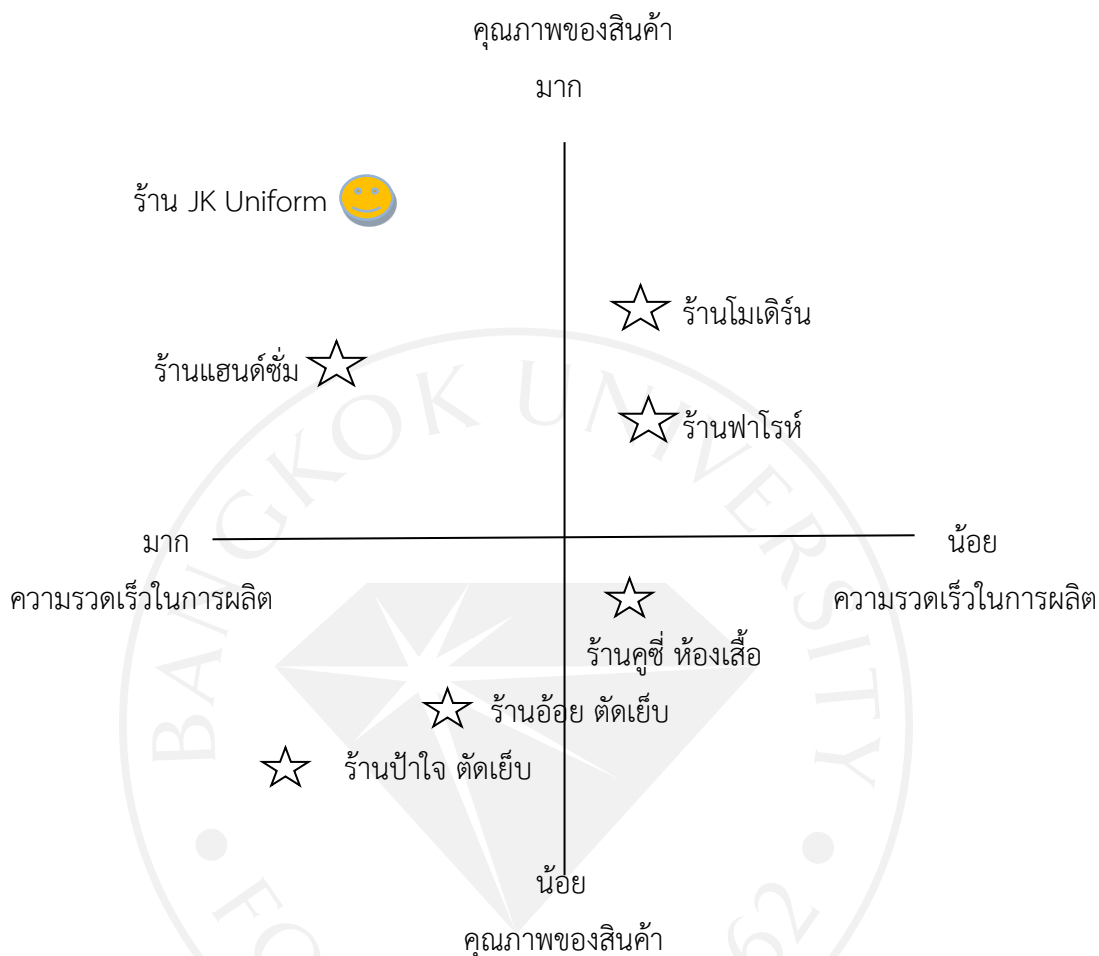
การบริหารจัดการภายในร้านของเราใช้การบริหารจัดการเหมือนกับทุกคนเป็นคนภายใน ครอบครัว ความเป็นกันเอง ความจริงใจ ความไว้วางใจได้ของพนักงาน เพื่อให้ส่งผลที่ดีต่อคุณภาพของการบริการไปยังลูกค้าทุกท่าน โดยพวกเขาเหล่านั้นจะถูกคัดกรองมาแล้วเป็นอย่างดีจากทางร้านว่าจะสามารถดูแลและให้ความสะดวกกับท่านได้เป็นอย่างดี เน้นความเชี่ยวชาญและความสามารถของพนักงานเพื่อตอบคำถามและตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้

##### 4. ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (Image Differentiation)

ภาพลักษณ์ของร้าน JK Uniform เราเน้นสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่สวยงามสบายตา ทันสมัยให้กับลูกค้า เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการกับทางร้านเราจะไม่ผิดหวัง เมื่อเทียบกับคู่แข่งแล้ว ทางร้านเราใส่ใจในเรื่องบริการ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ลูกค้าไว้วางใจ และความรวดเร็วเมื่อมาใช้บริการกับทางร้านเราจะหมดความกังวลไปได้เลยเกี่ยวกับ การรับงานซ้ำ นัดส่งงานตรงต่อเวลา ไม่มี การเลื่อนนัด และคุณภาพได้มาตรฐานทุกชิ้นงาน สรุปคือ ร้านสวยงามสไตล์โมเดิร์นทำงานรวดเร็ว ได้มาตรฐานทุกชิ้นงานตามที่ลูกค้าต้องการ

## การเขียนแผนภาพวิเคราะห์ Market Positioning

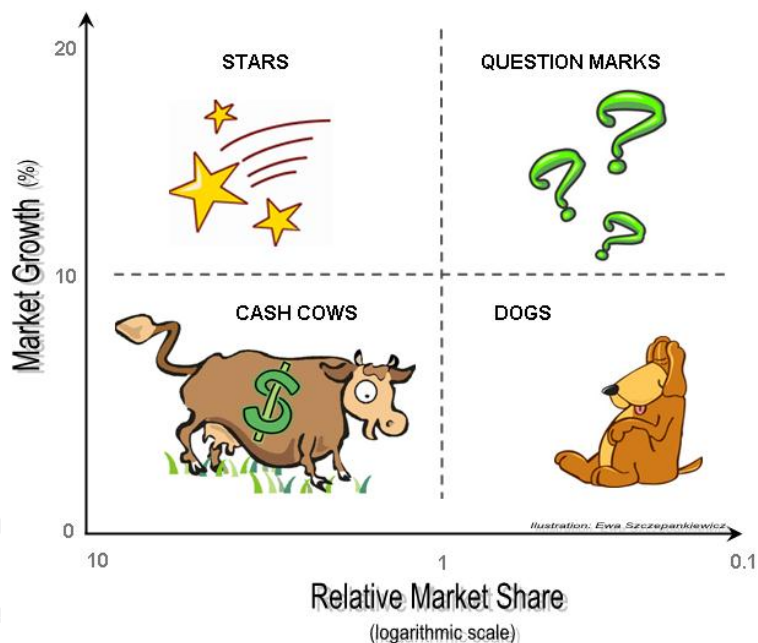
ภาพที่ 3.3: Market Positioning



จากแผนภาพ Market Positioning ร้าน JK Uniform มีเครื่องจักรที่ทันสมัย เข้ามาช่วยในการผลิตให้ได้มาตรฐาน และรวดเร็วยิ่งขึ้น รวมทั้งมีการตัดเย็บ ใส่ใจเรื่องคุณภาพสินค้าเป็นหลัก มีการบริการลูกค้าที่เป็นกันเอง ดูความต้องการของลูกค้าแต่ละรายและตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า และราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าเมื่อเทียบกับคู่แข่งซึ่งคู่แข่ง ยกตัวอย่างเช่น ร้านป่าใจ ตัดเย็บมีความสามารถในการผลิตสินค้าได้รวดเร็วแต่คุณภาพยังไม่ได้มาตรฐาน หรือ ร้านโมเดิร์นมีความรวดเร็วในการผลิตสินค้าน้อยแต่มีคุณภาพดี แต่ JK Uniform เน้นคุณภาพและความรวดเร็ว ทำให้ร้าน JK Uniform สามารถแข่งขันกับลูกค้าได้อย่างแน่นอน

### การเขียนแผนภาพวิเคราะห์ BCG

ภาพที่ 3.4 : แผนภาพวิเคราะห์ BCG



ที่มา: *Business Administration WIKI*. (2013). BCG Model. Reference From [http://mba.sorrawut.com/wiki/BCG\\_Model](http://mba.sorrawut.com/wiki/BCG_Model)

จากการวิเคราะห์กราฟ BCG จัดให้ธุรกิจอยู่ในกลุ่ม Star เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง และการแข่งขันในอุตสาหกรรมสูงเช่นกัน สามารถบอกได้ว่าอุตสาหกรรมนี้กำลังเติบโต และ JK Uniform ได้ทำธุรกิจนี้มาเรื่อยๆและค่อยเติบโตในอุตสาหกรรมนี้ สามารถอธิบายได้ดังนี้ เนื่องจากเดิมการบริหารของร้าน JK Uniform ยังเป็นการบริหารแบบเดิมและเจาะกลุ่มลูกค้าในตลาดที่ยังไม่ขยายวงกว้างมากนัก ต่อมาได้พัฒนาจากผู้บริหารรุ่นใหม่ นำเครื่องจักร กระบวนการผลิต ที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพเข้ามาช่วยในการบริหารงาน เน้นการบริการให้มากขึ้น ทำให้มีความสามารถในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น ทำการรักษาฐานลูกค้าที่มีอยู่เดิมรวมทั้งหาตลาดใหม่อยู่ตลอดเวลา สินค้าที่มีคุณภาพ และการบริการที่ดีเยี่ยมทำให้ตอบโจทย์ของลูกค้าได้เข้าถึงมากที่สุด ทำให้ตำแหน่งของธุรกิจอยู่ในตำแหน่ง Star

## บทที่ 4

### การจัดทำกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

#### 4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้

##### 4.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งทางร้านได้นำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix) เป็นแนวคิดที่สำคัญอย่างทางการตลาดสมัยใหม่ ซึ่งแนวความคิดเรื่องส่วนผสมทางการตลาดนี้ มีบทบาทสำคัญทางการตลาด เพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย เราเรียกส่วนผสมทางการตลาดว่า 7P's ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 7 กลุ่มนี้ จะทำหน้าที่ร่วมกันในการสื่อสารทางการตลาดให้แก่ผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ

##### 1. Product (ด้านผลิตภัณฑ์)

เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปของบริการ(Service Product) การที่จะสร้างความมั่นใจและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการนั้นธุรกิจจะต้องสร้างและนำเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรมเพื่อเป็นสัญลักษณ์แทนการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้

##### 2. Price (ด้านราคา)

คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์หรือบริการกับราคา(Price) ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่า ในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปของเงินตราเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิธีการกำหนดราคานโยบายและกลยุทธ์ต่างๆ ในการกำหนดราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องการแข่งขันและปัจจัยอื่นๆ

##### 3. Place (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)

ด้านสถานที่ให้บริการในส่วนแรก คือ เลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจบริการมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มผู้บริโภคที่จะเข้ามาให้บริการ ดังนั้นสถานที่

ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งด้วย โดยความสำคัญของทำเลที่ตั้งจะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภทในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย(Channels) การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายต้องคำนึงองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ ลักษณะของการบริการ ความจำเป็นในการใช้คนกลางในการจำหน่ายและลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจบริการนั้น

#### 4. Promotion (ด้านส่งเสริมการตลาด)

เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมกระตุ้นใจเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า โดยเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดบริการในการส่งเสริมทางการตลาดอาจทำได้ 4 แบบด้วยกัน ซึ่งเรียกว่า ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix) ประกอบไปด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล โดยผ่านสื่อต่างๆ และผู้อุปถัมภ์รายการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่ผ่านสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ฯลฯ

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ ซึ่งเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นเครื่องมือหรือกิจกรรมทางการตลาดที่กระทำอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นความสนใจในการใช้บริการของลูกค้า

4.4 การประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นแผนงานการนำเสนออย่างต่อเนื่องเพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ติดต่อดังกล่าวจนสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีระหว่างธุรกิจกับลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

#### 5. ด้านบุคคล (People ) หรือพนักงาน (Employee)

บุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการติดต่อแสวงหาลูกค้า การเสนอขาย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ

#### 6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation)

พยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) หรือต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น ธุรกิจโรงภาพยนตร์ต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer – value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋ว หรือคุณประโยชน์อื่น

## 7. ด้านการบวนการ (Process)

เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ประการข้างต้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ทางด้านการตลาดของธุรกิจ ที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจ และของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไปไม่มีสูตรที่ตายตัว ทฤษฎีนี้นำมา กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในระดับสายงาน

ที่มา: 7 P's ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ.(2011).7 P's of Marketing สืบค้นจาก [http://www.ihotelmarketer.com/index.php?cption=com\\_k2&view=item&id=301-7P's-service-marketing-mix&Item=360](http://www.ihotelmarketer.com/index.php?cption=com_k2&view=item&id=301-7P's-service-marketing-mix&Item=360)

ภาพที่ 4.1 : แนวความคิดและรูปแบบการตลาด Marketing Mix



ที่มา: Jainmegha01.blogspot. (1960). 7 P's of Marketing – Marketing Mix. Reference From <http://jainmegha01.blogspot.com/2011/12/7-ps-of-marketing-marketing-mix.html>

### 4.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM)

ปัจจุบันการพาณิชย์มีความเปลี่ยนแปลงไปมากจากเดิมที่มุ่งเน้นเพียงการสร้างยอดขายให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้และเพื่อให้ได้มาซึ่งส่วนแบ่งการตลาดที่มากกว่าคู่แข่งอื่น และกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่



ใช้ในการสร้างยอดขายให้กับผู้ผลิตคงหนีไม่พ้นการโฆษณาเพื่อให้คนรู้จัก การตีตราตราสินค้าตลอดจนโปรโมชั่นต่างๆเพื่อเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่าย

หากมองกันให้ดีแล้วนั้นเป็นเพียงยุทธวิธีที่ส่งผลในระยะสั้นๆ ที่เกิดต่อตัวผู้ผลิตหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการเท่านั้นโดยปราศจากวางแผนในระยะยาวในอันที่จะคงรักษาลูกค้าเหล่านั้นไว้ และไม่ได้มีการสร้างความประทับใจและความภักดีที่มีต่อทั้งตัวสินค้า บริการหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้นต่อผู้บริโภคแต่อย่างใด หลายต่อหลายธุรกิจจะเลยที่จะให้ความสำคัญตรงส่วนนี้ไปจนทำให้ธุรกิจเหล่านั้นโดดเด่นขึ้นมาได้ไม่นานก็ต้องปิดตัวเองไปในที่สุด

การใช้ยุทธวิธีทางการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากเมื่อการค้าขายอย่างก้าวเข้ามาสู่ในศตวรรษที่ 21 และนับว่าเป็นกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาในระยะยาวอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแนวทางในบางครั้งรูปแบบอาจจะดูเหมือนกับการประชาสัมพันธ์ที่มีได้มุ่งหวังที่จะสร้างกำไรจากการขาย หากแต่เน้นไปที่การสร้างทัศนคติที่ดีที่มีต่อบริษัทหรือองค์กรให้เกิดขึ้นในใจของลูกค้า หรือกลุ่มสังคมเป็นหลัก ส่วนงานการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ไม่ใช่เพียงแค่นั้น หากแต่จะต้องการที่จะแสวงหาผลกำไรจากกลุ่มเป้าหมายไปพร้อมๆ กันกับการสร้างเจตคติที่ดี ความพึงพอใจให้เกิดขึ้นในตัวของลูกค้าโดยที่เราไม่เคยรู้ตัวเลย จนอาจจะกล่าวได้ว่าแนวความคิดทางการตลาดแบบเดิมได้ปรับเปลี่ยนไปเป็นแนวความคิดทางการตลาดแบบสร้างสัมพันธ์ไปแล้ว

การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ไม่ใช่เพียงแต่มุ่งเน้นเฉพาะเจาะจงไปที่กลุ่มลูกค้าคาดหวังเท่านั้นหากแต่จะต้องสร้าง สัมพันธ์ภาพอันดีและความมั่นคงในระยะยาวกับกลุ่มต่างๆ ด้วยอันได้แก่

1. พนักงานภายในของบริษัท (Internal Market)
2. ตลาดผู้ขายสินค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ (Supplier and Alliance Market)
3. ตลาดบริษัทรับจัดหางานและพนักงาน (Recruitment and Employee Market)
4. ตลาดกลุ่มอ้างอิง (Referral Market)
5. ตลาดผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Influencer Market)

การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ไม่ว่าจะโดยการส่งวารสารข่าวสารที่น่ารู้ น่าสนใจเกี่ยวกับตัวสินค้าไปให้ลูกค้าพร้อมกับแนบคู่มือบางส่วนลงในบางช่วงบางโอกาส โดยการส่งโบชัวร์พร้อมโปรโมชั่นไปให้ยังส่วนของโรงเรียนและหน่วยงานราชการทั้งในส่วนช่องทางลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เช่น ช่วงเวลาก่อนเปิดเทอมและตามช่วงวันสำคัญของทางราชการ อื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นวิธีการใดก็ตามการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ก็มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ

1. เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าหรือบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาหนึ่ง
2. เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือบริการและบริษัท

3. เพื่อให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อสินค้าและบริษัทและบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งหากบริษัทมีสินค้าหลากหลายสายผลิตภัณฑ์

4. เพื่อให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือการบริการต่อไปยังผู้อื่น เกิดการพูดแบบปากต่อปากในทางบวกเกี่ยวกับตัวสินค้าจนก่อให้เกิดลูกค้าชั้นดีที่จะทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงให้กับบริษัทต่อไป

แนวคิด CRM ไม่ใช่แนวคิดที่เหมาะสมและนำไปใช้ได้กับธุรกิจทุกประเภท ธุรกิจบางประเภทไม่จำเป็นต้องมีฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อรับผิดชอบงานด้าน CRM การจัดตั้งฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ จะเป็นเพียงเครื่องมือเสริมเท่านั้น

- ธุรกิจที่เหมาะสมจะมีฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ ธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าให้ธุรกิจด้วยกัน (B-2-B) ธุรกิจผลิตหรือจำหน่ายสินค้าคงทน การบริการทางการเงิน ธุรกิจบริการต่างๆ สินค้าผู้บริโภคราคาประหยัดที่มีอัตราการซื้อซ้ำบ่อยและมีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน องค์กรที่ไม่แสวงหากำไร
- ธุรกิจที่อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ สินค้าผู้บริโภคที่ขายง่ายและหมุนเร็ว เช่น สบู่ ยาสีฟัน สินค้า Commodity ที่ไม่สามารถสร้างความแตกต่างได้ชัดเจน และสินค้าที่มีความเกี่ยวเนื่องต่ำ เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมองเห็นว่ามีความสำคัญต่อตนเองน้อย จึงใช้ความพยายามในการหาข้อมูลและเปรียบเทียบทางเลือกน้อย

เนื่องจากการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ก็เพื่อที่จะให้เกิดความเข้าใจ และการรับรู้ที่ดี ตลอดจนมีความรู้สึกชอบบริษัทและสินค้าของบริษัท ดังนั้นวิธีการหรือกิจกรรมทางการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์จะต้องมีความเป็นกันเองและตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย และเพื่อให้เห็นภาพง่าย ๆ เราสามารถแบ่งกลุ่มของลูกค้าได้เป็น 2 ประเภทคือ กลุ่มเป้าหมายระดับ Traders อันได้แก่คนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย ธุรกิจค้าส่ง ค้าปลีก ตัวแทน นายหน้า ซึ่งการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเหล่านี้จึงอยู่ที่รูปแบบของกิจกรรมการส่งเสริมความรู้และความเข้าใจในการทำธุรกิจ การฝึกอบรมให้มีความรู้ในด้านการตลาด การเงิน การบัญชี การผลิต การบริหารงานบุคคล ทั้งนี้ก็เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จ

ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งคือกลุ่มเป้าหมายระดับ Consumers โดยที่การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคที่จะต้องพยายามสร้างความภักดีในตราสินค้าหรือบริษัทให้เกิดขึ้น และทำให้ลูกค้ารู้สึกเกินกว่าคำว่าพอใจให้ได้ในท้ายที่สุด

ตัวอย่างกิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์อาจจะนำเสนอโดยการสร้างความสัมพันธ์ด้วยรางวัล การจัดโปรแกรมสะสมแต้มจากการซื้อสินค้า การเปิดรับสมาชิก การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นจากประโยชน์หลักที่ลูกค้าได้รับจากสินค้าหรือบริการ หรือแม้กระทั่งการจัดโปรแกรมการให้ข่าวสารความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า

## การบริการงานลูกค้าสัมพันธ์มีขั้นตอนดังนี้

### 1. การวิเคราะห์ลูกค้า

โดยที่จะต้องทราบเสียก่อนว่าลูกค้าของเราเป็นใครและจัดอยู่ในระดับ Traders หรือระดับ Customers

### 2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด

มีการแสวงหาข้อมูลทางการตลาด และจะต้องสร้างระบบข้อมูลการตลาดที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ

### 3. การแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

โดยจะต้องมีการแบ่งประเภทของกลุ่มลูกค้าแล้วจึงจัดโปรแกรมลูกค้าสัมพันธ์เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นว่าลูกค้ากลุ่ม นั้น ๆ มีความรู้สึกเหมือนเป็นคนพิเศษ และดูน่าสนใจมากกว่าที่จะจัดเหมือนกันหมด

### 4. การจัดทำแผนภาพตลาด

เป็นการจัดลำดับความสำคัญของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายว่าควรให้ความสำคัญกับลูกค้ากลุ่มใดเป็นอันดับแรกๆ และ รองลงมา

### 5. การนำแผนการตลาดไปปฏิบัติใช้

ซึ่งอย่างไรก็ตามทั้งหมดจะมีแนวโน้มประสบความสำเร็จถ้าทั้งฝ่ายบริษัทผู้ผลิต และลูกค้าเป้าหมายมีความไว้วางใจกันและการผูกมัดซึ่งกันและกัน

โดยทั่วไปแล้วงานบริหารลูกค้าสัมพันธ์มักมีวัตถุประสงค์ก็เพื่อที่จะสร้างความประทับใจและความภักดีในตราสินค้า รวมถึงการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้าอันจะทำให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง ในทางตรงกันข้ามหากพบว่าลูกค้าเริ่มมีความไม่พอใจในสินค้าหรือบริการของบริษัท บริษัทจะต้องรีบแก้ไขปัญหาคความไม่พอใจนั้นๆ ทันที

### แนวทางในการรักษาลูกค้าปัจจุบันให้อยู่กับเราตลอดไป

1. การสร้างคุณค่าเพิ่มให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่า “ เกินกว่าความพอใจ ”
2. การบริการก่อนและหลังการขายอย่างจริงใจ เต็มใจ และเป็นกันเอง รวมถึงการใช้ Call Center โดยทางร้านจะโทรไปหาลูกค้าที่ได้ใช้บริการหลังการขายเองโดยตรง
3. การใช้โปรแกรมการส่งเสริมการขายที่หวังผลระยะยาว
4. การจัดตั้งฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ขึ้นมาดูแลงานนี้โดยเฉพาะ
5. ให้ความเสมอภาคกับลูกค้าแต่ละราย
6. สืบสวนคู่แข่งและสำรวจสถานการณ์ทางการตลาดอยู่เสมอ

7. ในกรณีลูกค้าที่เป็นคนกลางในช่องทางการตลาด ให้เน้นการเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหาร ช่วยลูกค้าวางจำหน่ายในร้าน การจัดกิจกรรมพิเศษในร้านซึ่งถือเป็นการตลาดสัมพันธ์แบบเชิงรุก

### กิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าระยะยาว

ลักษณะของกิจกรรมทางการตลาดเพื่อที่จะสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าระยะยาวได้นั้น จะต้องมีลักษณะดังนี้คือ

1. จะต้องเป็นลักษณะการสื่อสารแบบตัวต่อตัวอย่างเป็นกันเอง
2. จะต้องส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับลูกค้าในระยะยาว มากกว่าที่จะเป็นการหวังผลยอดขายในระยะสั้น
3. จะต้องเป็นการสื่อสารแบบสองทางและสร้างโอกาสให้ลูกค้าตอบกลับมายังบริษัท
4. กิจกรรมทางการตลาดที่ใช้จะต้องสร้างประโยชน์ให้ทั้งฝ่ายบริษัทและกับลูกค้า โดยเครื่องมือหรือกิจกรรมทางการตลาดที่หลายบริษัทนำมาใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวพอจะสรุปได้ดังนี้

1. การตลาดโดยตรง (Direct Marketing) ได้แก่ การตลาดทางโทรศัพท์ (Telemarketing) และรูปแบบที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบันคือ Call Center โดยทางร้านจะโทรไปหาลูกค้าที่ได้ใช้บริการหลังการขายเองโดยตรง การรับประกันสินค้า การส่งจดหมายตรงหรือสื่อสิ่งพิมพ์ทางไปรษณีย์ การตลาดทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-marketing) ด้วยการสร้างเว็บไซต์ให้สาระน่ารู้เกี่ยวกับสินค้าไม่ว่าจะเป็นไปโดยลักษณะ B-2-B หรือ B-2-C
2. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ได้แก่ การใช้เอกสารข่าวแจก การจัดกิจกรรมพิเศษ การโฆษณา กิจกรรมการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ

### วิธีนำแนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาใช้ในธุรกิจ JK Uniform

1. ปลุกจิตสำนึกเรื่องบริการให้กับพนักงานทุกคน

JK Uniform มุ่งเน้น หัวใจของงานบริการลูกค้าเป็นหลัก ดังนั้นผู้ประกอบการถ่ายทอดและปลูกฝังให้มองเห็นและเข้าใจว่าลูกค้าคือคนสำคัญของธุรกิจ และความต้องการสูงสุดของพวกเขาคือเป้าหมายในการทำงานในวันนี้ ซึ่งหากพนักงานในองค์กรเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้าแล้ว นั่นจะถือเป็นการประสบความสำเร็จในขั้นแรกของการนับหนึ่งในการเริ่มสร้างกลยุทธ์ CRM ในทางปฏิบัติ

2. เก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้า

เมื่อพนักงานของคุณเข้าใจความสำคัญของลูกค้าแล้ว ขั้นตอนต่อมา ก็คือการเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้า ทั้งข้อมูลทางกายภาพ อาทิ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา หน้าที่การงาน ภูมิลำเนา เงินเดือน ระดับสังคม ฯลฯ และข้อมูลด้านอื่นๆ ที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความต้องการในการใช้สินค้า ความถี่ในการซื้อทัศนคติ ฯลฯ ซึ่งการรวบรวมข้อมูลนี้ ผู้ประกอบการใช้ช่องทางให้หลากหลายมากที่สุดในการเก็บ

ข้อมูล ตัวอย่างเช่น การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม การรับฟังความคิดเห็นทั้งแบบลงกล่องและแบบ แสดงความคิดเห็นในเว็บไซต์

### 3. วิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมในขั้นที่ 2 มาแล้ว ข้อมูลที่ได้มาดังกล่าวจะยังไม่สามารถนำมาใช้จริงได้ในทางธุรกิจเพราะยังถือว่าเป็นข้อมูลดิบอยู่ ผู้ประกอบการจะรวบรวมข้อมูลดังกล่าวเพื่อเอามาประมวลผลและพิจารณาอย่างละเอียดว่าลูกค้าต้องการอะไรจากสินค้าในท้องตลาด และรูปแบบผลิตภัณฑ์ลักษณะที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ซึ่งเมื่อผู้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้เสร็จ ก็จะได้คำตอบว่าควรสร้างผลิตภัณฑ์และบริการแบบที่แตกต่างและเป็นเอกลักษณ์จึงเหมาะสมและสามารถเอาชนะใจลูกค้าได้

### 4. เก็บรักษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ

เมื่อได้ข้อมูลแล้วจะต้องมีการเก็บข้อมูลดังกล่าวไว้ดี เพื่อความสะดวกในการดึงมาใช้ได้ทันที โดยเก็บรักษาข้อมูลอยู่ในรูปแบบของไฟล์เอกสารผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์แทนการเอกสารในรูปของกระดาษ เพราะมีโอกาสสูงมากที่สูญหาย นอกจากนี้การจัดตั้งบุคคลากรขึ้นมารับผิดชอบในเรื่องดังกล่าว

### 5. วางแผนธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการ

เมื่อทราบความต้องการของลูกค้าที่ได้มาจากการทำ CRM แล้ว มาในส่วนขั้นตอนการปฏิบัติที่ผู้บริหารต้องสร้างแผนทางธุรกิจให้มีความสามารถตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของลูกค้าได้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของคุณภาพ ราคา งานบริการหลังการขาย ซึ่งแผนธุรกิจต้องมีความสมบูรณ์แบบ และเป็นคำตอบพร้อมตัวเลือกอันดับแรกในใจลูกค้าเสมอ

### 6. ประเมินผลและปรับปรุงตลอดเวลา

ผู้ประกอบการเข้าใจว่าความต้องการของลูกค้าในวันนี้นั้นจะไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าในอนาคตเสมอไป เพราะกาลเวลาที่เปลี่ยนแปลงมักจะทำให้ความคิด ทศนคติ รวมถึงความต้องการเปลี่ยนไปด้วย ผู้บริหารตรวจสอบเพื่อประเมินผลและปรับปรุงอยู่ตลอดเวลาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน พร้อมยึดพื้นที่ส่วนแบ่งทางการตลาดให้ยาวนานถาวร

## 4.2 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

### 4.2.1 วิเคราะห์ AIM AT คือ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ แบบการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์

Aspiratiom คือ การบ่งบอกถึงความปรารถนา อยากรู้ อยากรับ ดังนี้ เป็นร้านตัดเสื้อผ้าสำเร็จรูป ที่ได้รับความนิยมและมีมาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ

Inspiration คือ การก่อให้เกิดแรงดลใจ ดังนี้ แรงบันดาลใจมาจากต้องการพัฒนาธุรกิจครอบครัวให้มั่นคงและประสบความสำเร็จเป็นที่รู้จักและไว้วางใจจากลูกค้าที่มีอยู่แล้วกับลูกค้าใหม่

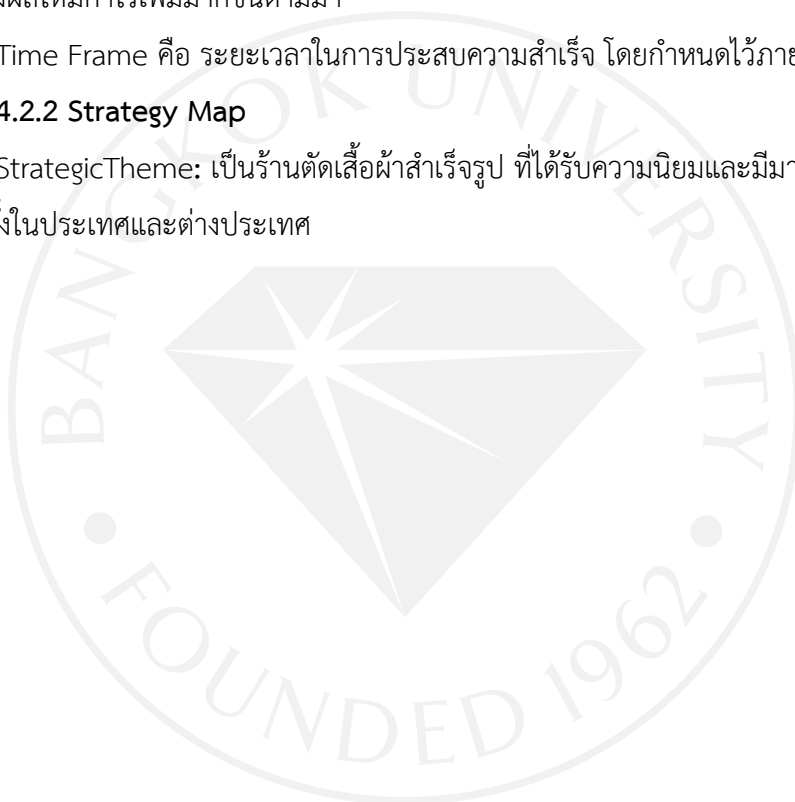
Measurable คือ บ่งบอกได้ถึงความสำเร็จในการบรรลุวิสัยทัศน์ ดังนี้ การวัดความประสบความสำเร็จของเราวัดได้โดยจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ประสิทธิภาพสินค้าที่ลูกค้าได้รับและผลกำไรประจำปีที่เพิ่มขึ้นตรงไปตามเป้าหมายที่วางไว้

Achievable คือ ความสำเร็จที่ต้องการสามารถบรรลุได้ ดังนี้ ความเป็นไปได้ของธุรกิจตัดเสื้อผ้าสำเร็จรูป มีความเป็นไปได้สูงเพราะเป็นการลงทุนในกลุ่มปัจจัยซึ่งทุกคนต้องใช้ต้องบริโภค และยังสามารถลดต้นทุนด้านสถานที่โดยต่อยอดจากธุรกิจที่บ้านที่ทำอยู่เดิมอยู่แล้ว นำมาพัฒนาวิธีการผลิตและรูปแบบการบริหารจัดการให้ทันสมัยเพิ่มมากยิ่งขึ้น ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้นส่งผลให้มีกำไรเพิ่มมากขึ้นตามมา

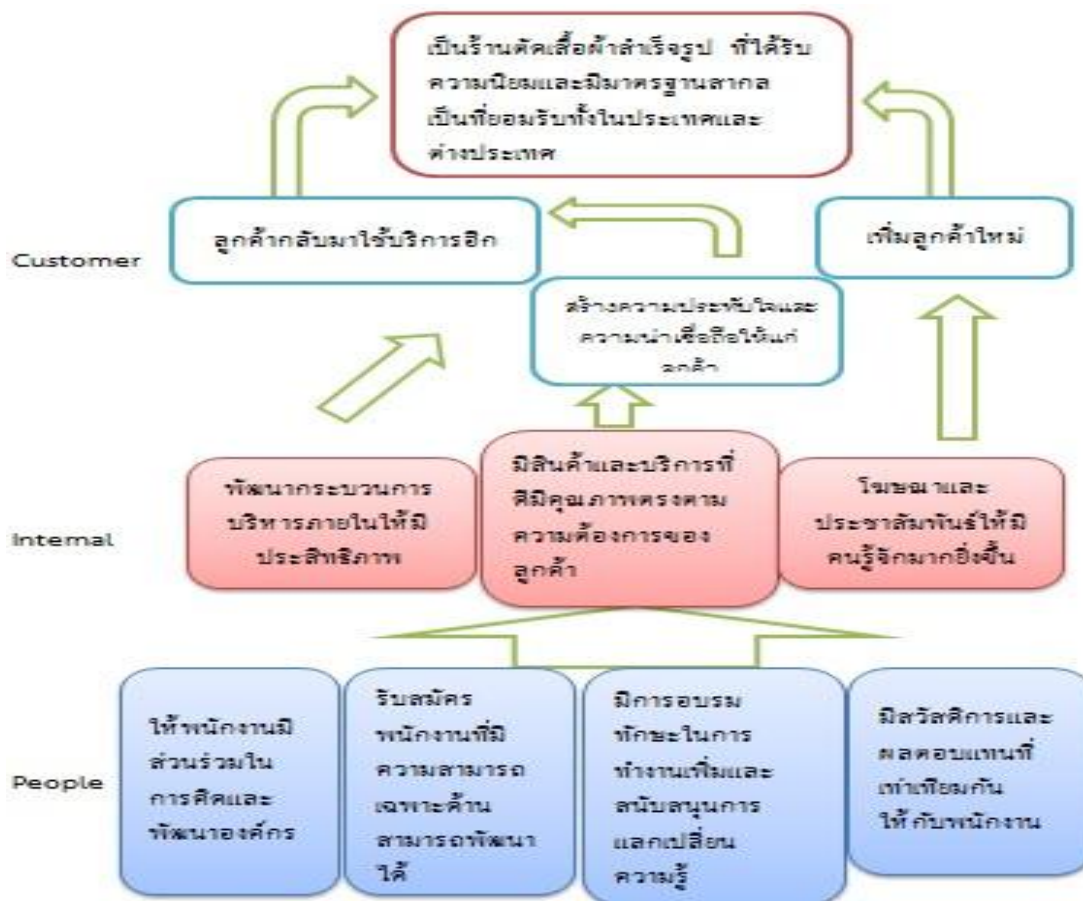
Time Frame คือ ระยะเวลาในการประสบความสำเร็จ โดยกำหนดไว้ภายในระยะเวลา 3 ปี

#### 4.2.2 Strategy Map

Strategic Theme: เป็นร้านตัดเสื้อผ้าสำเร็จรูป ที่ได้รับความนิยมและมีมาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ



ภาพที่ 4.2 : Strategy Map



จากภาพ 4.2 แสดงให้เห็นถึงกระบวนการทางแผนธุรกิจโดยเริ่มจากพัฒนาบุคลากร (People) ผ่านกระบวนการภายใน (Internal) เพื่อสร้างความประทับใจให้กับตัวลูกค้าและเพิ่มฐานลูกค้าที่มีอยู่ให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อนำไปสู่มาตรฐานสากลทั้งในประเทศและต่างประเทศ

### 4.3 ประเภทของกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

#### 4.3.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

หมายถึงทิศทางรวมของธุรกิจซึ่งเป็นทิศทางที่ใช้อธิบายแนวทางร่วมกันในการพัฒนาธุรกิจบนพื้นฐานความหลากหลายของสายผลิตภัณฑ์และอุตสาหกรรมหรือเป็นการกำหนดทิศทางที่เป็นเอกภาพของธุรกิจโดยรวมของบริษัทหรือโฮลดิ้งเป็นการกำหนดว่าองค์กรจะมีการแข่งขันที่ดำเนินไปในทิศทางใด เป็นวิสัยทัศน์ (Vision) ที่ผู้บริหารใช้ในการกำหนดทิศทางขององค์กรอาจจะมีการกำหนดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรที่เป็นทางการหรือไม่ก็ได้แต่สามารถสื่อวิสัยทัศน์ไปในแนวทางขององค์กรที่ให้บุคลากรภายในและบุคลากรภายนอกสามารถรับรู้ได้ กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate

Strategy) เป็นกลยุทธ์รวมขององค์กรที่จะแสดงถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจทุกอย่างในอนาคตขององค์กรได้ กลยุทธ์ระดับองค์กรของร้าน JK Uniform ใช้ Growth Strategies เป็นการขยายกิจการให้มีขนาดใหญ่ขึ้น โดยต่อยอดจากธุรกิจที่มีอยู่เดิมขยายให้ครบวงจรโดยมีผลิตภัณฑ์เพิ่มเข้ามา สร้างความหลากหลายและมีมาตรฐานให้กับผู้มารับบริการ รวมทั้งเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มากขึ้น

#### 4.3.2 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy)

หมายถึงแนวทางหรือกลยุทธ์ที่ใช้ในการบรรลุแผนทิศทางรวมของบริษัทหรือโฮลดิ้งเป็นกลยุทธ์ธุรกิจคือเป็นกลยุทธ์ที่องค์กรใช้ในการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมในระดับนี้กลยุทธ์ที่ใช้อาจหมายถึงกลยุทธ์ในการขยายการตลาด (Market Expansion) กลยุทธ์ในการขยายส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Penetration) กลยุทธ์ในการพัฒนาการตลาด (Market Development) กลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) และกลยุทธ์ในการขยายไปสู่ธุรกิจอื่น (Diversification) เป็นการคัดเลือกกลยุทธ์ทางธุรกิจที่จะเหมาะสมเพื่อกำหนดว่าจะทำอย่างไรในระดับกลยุทธ์นี้ซึ่งจะถือว่าเป็น (Mission) ที่สำคัญขององค์กรแสดงถึงขอบเขตของการดำเนินกิจการ กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) เป็นกลยุทธ์ระดับที่สองขององค์กรซึ่งสามารถที่จะแยกพิจารณาได้ 3 แนวทาง ซึ่งทางร้านมีการใช้กลยุทธ์ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost-Leadership Strategies) การใช้วัตถุดิบที่มีอยู่แล้วในประเทศไทย และรับซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตโดยตรง ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางรวมถึงสถานที่ที่ใช้ในการเปิดร้าน JK Uniform เป็นสถานที่ที่มีอยู่เดิมอยู่แล้ว จึงทำให้เป็นการลดต้นทุนในการดำเนินการ
2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategies) ภายในร้าน JK Uniform เน้นการตัดเย็บที่ประณีต สวยงาม เป็นเอกลักษณ์ และมีให้เลือกหลากหลายสไตล์ ให้บริการทุกกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน สามารถเข้ามาใช้บริการได้ สามารถรับบริการได้ทั้งครอบครัว เข้าร้านเดียว สามารถรับบริการครบวงจร ทั้งออกแบบ ตัดเย็บ ปัก สกรีน ช่วยสร้างความแตกต่างและความสะดวก รวดเร็วให้กับลูกค้า
3. กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy) ร้าน JK Uniform จะเน้นลูกค้าที่เป็นวัยทำงาน และกลุ่มที่จำเป็นต้องใช้บริการในการตัดชุดยูนิฟอร์ม เป็นจำนวนมาก ในกลุ่มของจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดใกล้เคียง

#### 4.3.3 กลยุทธ์ระดับสายงาน (Functional Strategy)

หมายถึงแนวนโยบายตามสายการแบ่งงานเป็นการนำกลยุทธ์มาใช้ในระดับปฏิบัติการเพื่อให้บรรลุได้ซึ่งวัตถุประสงค์ (Objective) ขององค์กรที่สามารถประเมินค่าออกมาได้อย่างชัดเจนและเป็นกลยุทธ์ที่จะต้องครอบคลุมทุกหน่วยงานภายในองค์กรให้มีการสอดประสานกันเพื่อความสำเร็จของกลยุทธ์ระดับธุรกิจและระดับองค์กรโดยมุ่งเน้นไปที่หน่วยปฏิบัติงาน เช่น ด้านการผลิต การตลาด



การเงินการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การวิจัยและการพัฒนา เป็นต้น กลยุทธ์ระดับสายงานของ JK Uniform มีดังนี้

#### กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

สินค้าชุดทำงานของร้าน JK Uniform ประกอบด้วย เครื่องแบบราชการ เสื้อสูท เสื้อทำงาน กางเกง/กระโปรงทำงาน ชุดวอร์ม ชุดนักเรียน นักศึกษา ชุดกีฬา ชุดพละ และอื่นๆ อีกมากมายที่ลูกค้ามาให้บริการ ทางร้านเน้นรูปแบบที่ดูสุภาพและความทันสมัย ทางร้านเน้นการนำรูปแบบใหม่ๆ และหลากหลาย โดยเน้นในโทนสีที่ได้รับความนิยม เช่น ขาว ดำ ครีมและเสริมด้วยสีโทนสดใส นอกจากนี้เนื้อผ้าที่มีในร้านมากมายเพียงพอให้ลูกค้าได้เลือกเกรดของผ้า และสีของผ้า นอกจากนี้ร้านแล้ว ลูกค้าสามารถนำผ้าที่ลูกค้าเลือกซื้อจากข้างนอกมาให้ทางร้านได้ตัดเย็บ เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้าที่ชอบแตกต่างกันออกไป การตัดเย็บไม่ว่าจะเป็นรูปร่างอย่างไร ทางร้านสามารถตัดเย็บให้เข้ากับขนาดของบุคคลนั้นๆ ได้อย่างสวยงาม การตัดเย็บเน้นที่ประณีตไม่มีตำหนิทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้า เพื่อให้เกิดการบอกต่อและมีการซื้อสินค้าและใช้บริการซ้ำในอนาคต

#### กลยุทธ์ด้านราคา

ในการตั้งราคาการให้บริการของทางร้าน เป็นศาสตร์และศิลป์ที่จะต้องมองให้ออกว่าเงินในกระเป๋าของลูกค้าที่ขึ้นดีจ่ายให้นั้นมีเท่าไร หากตั้งราคาต่ำไปก็ได้อำไรน้อย แต่ถ้าราคาสูงเกินไปผู้มาใช้บริการก็จะน้อย ฉะนั้น กำไรขั้นต้นของการตัดเย็บเสื้อผ้า แต่ละชิ้น ควรอยู่ที่ 50 - 70 เปอร์เซ็นต์ หรืออาจมากกว่านั้นก็ได้ ขึ้นอยู่กับความยากง่าย ของการให้บริการ ทั้งนี้ กลยุทธ์ราคาที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจร้านตัดเย็บเสื้อผ้า มีอยู่หลากหลายมากเช่น การตั้งราคาแบบจิตวิทยา การตั้งราคาแบบเซต การตั้งราคาขายแบบมีเงื่อนไข เป็นต้น

#### กลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์

ร้าน JK Uniform ได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อถึงรูปแบบตัวสินค้าและชื่อร้านเพื่อเป็นการสร้างความจดจำในตัวสินค้าให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำหลายๆ ครั้ง ซึ่งลดทลายหน้าถุงบรรจุภัณฑ์มีความเรียบง่าย แต่ดูทันสมัยตามรูปแบบของร้านที่ได้กำหนดไว้

#### กลยุทธ์ด้านการบริการ

ร้าน JK Uniform มีบริการวัดตัวให้ลูกค้าอย่างละเอียด เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความใส่ใจในรายละเอียดของลูกค้า มีห้องลองเสื้อ 1 ห้อง เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการลองสินค้า

#### กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ร้าน JK Uniform ตั้งอยู่ในทำเลใจกลางย่านกลางเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช มีแหล่งรวมโรงเรียน หน่วยงานราชการ บริษัทเอกชนมากมาย มีการคมนาคมในสะดวก ทำให้ลูกค้าสามารถเดินทางมาใช้บริการที่ร้านได้สะดวก ทางร้านมีบริการห้องลองสินค้า บริการ รับเปลี่ยน แก้งานจนลูกค้าพึงพอใจ โดยบรรยากาศในร้าน เน้นให้พนักงานมีความเป็นกันเองกับลูกค้า ดูแลลูกค้าด้วยความ

ใส่ใจ พื้นที่ร้านสะอาดน่าเข้ามาใช้บริการ มีแอร์เปิดเย็นตลอดวัน สร้างความรู้สึกสะดวกสบายแก่ลูกค้า

#### กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

ร้าน JK Uniform มีเป้าหมายให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ในตัวสินค้าและบริการ คือ เริ่มตั้งแต่การรับรู้ เกิดความจดจำ แล้วเกิดการมาใช้บริการ โดยใช้สื่อรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. การใช้พนักงานในการส่งเสริมการตลาด โดยเน้นให้พนักงานมีการบริการที่ดีที่สุดต่อลูกค้าทุกคน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ พร้อมทั้งให้พนักงานโปรโมทจุดเด่นของบริการให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการรับบริการ
2. การฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ ในตัวของบริการและเป็นมาตรฐานเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยมีการฝึกอบรมวันจันทร์แรกของทุกต้นเดือน และมีการรับฟังปัญหาที่พนักงานได้รับการถ่ายทอดจากลูกค้า รวมถึงปัญหาของพนักงานที่มีต่อการทำงาน เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงร้าน การบริการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
3. จัดทำป้ายชื่อร้านขนาดใหญ่ ซึ่งติดตั้งเพื่อสื่อถึงสัญลักษณ์ของร้านให้เกิดการรับรู้และจดจำ ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
4. ธงญี่ปุ่นพร้อมขาตั้ง โดยตั้งไว้ตลอดเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของหน้าร้าน จุดประสงค์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ร้านพร้อมทั้งกระตุ้นการรับรู้และความสนใจของลูกค้า
5. การจัดทำใบปลิว เพื่อเป็นการให้ข้อมูลกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดการรับรู้และกระตุ้นความสนใจของลูกค้า
6. นามบัตร เป็นการแนะนำและให้ข้อมูลร้านแก่ลูกค้า ทำการแจกทุกเดือนและทำรายที่ลูกค้ามาใช้บริการ เนื่องจากต้องการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

จากรายละเอียดที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทใช้งบประมาณสำหรับการส่งเสริมการตลาดในปีที่ 1 และปีอื่นๆ เท่ากับ 20,000 บาท

#### **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป**

##### **ปัจจัยส่วนบุคคล**

1. เพศ จากการเก็บแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่าความแตกต่างของเพศมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ โดยจากสถิติผู้ใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าร้อยละ 73.5 เป็นเพศหญิงซึ่งต้องการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าที่ดูทันสมัย ทันกับแฟชั่นสมัยใหม่ จัดร้านสวยงาม สบายตา สะอาดสะดวกสบาย ใส่รายละเอียดในเรื่องของการตัดเย็บ การตัดเย็บต้องเนียบ และดูเข้ารูป ส่วนเพศชายจะต้องการร้านที่ตัดเย็บแล้วเรียบร้อย เป็นไปตามแบบที่ต้องการ การ

ตัดเย็บไม่ละเอียดเท่ากับเพศหญิง การบริการเป็นกันเอง มีแบบแพทเทิร์นให้เลือกไม่ต้องคิดแบบเอง

2. อายุ จากการเก็บแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่าความต่างทางด้านอายุมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า โดยจากสถิติระดับอายุผู้ใช้บริการร้อยละ 42.5 อยู่ในระดับอายุ 31- 40 ปี ซึ่งลูกค้าอยู่ในวัยทำงานถึงวัยกลางคนจะชอบร้านตัดเย็บเสื้อผ้าที่ค่อนข้างสะดวกสบาย เรียบหรู ตกแต่งในบรรยากาศที่เหมาะสม และภายในร้านมีแบบแฟชั่นให้เลือกเป็นแนวตัวอย่าง ถ้าเป็นวัยกลางคนขึ้นไป จะต้องการร้านตัดเย็บที่ดูเรียบง่าย เป็นร้านที่ตัดเย็บแบบเฉพาะ เป็นแพทเทิร์น ส่วนถ้าเป็นวัยรุ่นหรือวัยที่กำลังศึกษา จะยังไม่นิยมเข้าร้านตัดเย็บเสื้อผ้า เนื่องจากเป็นวัยที่ชอบซื้อสำเร็จรูป ตามแฟชั่นท้องถิ่น
3. สถานภาพ จากการเก็บแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่าสถานภาพไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า โดยจากตัวเลขจากสถิติซึ่งไม่แตกต่างกันมากนัก แสดงให้เห็นถึงสถานภาพจะไม่ค่อยมีผลต่อการใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า เนื่องจากลูกค้าจะคำนึงถึงฝีมือการตัดเย็บมากกว่า ร้านไหนตัดเย็บดี มีชื่อเสียง ก็จะเป็นร้านเป้าหมายที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการ เพราะเป็นการสร้างความเชื่อมั่น และมั่นใจได้ในระดับหนึ่งแล้วว่าทางร้านต้องมีฝีมือเป็นอย่างดี ถึงได้มีชื่อเสียง
4. ระดับการศึกษา จากการเก็บแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า โดยจากสถิติร้อยละ 39 เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งจากการวิเคราะห์ กลุ่มคนทำงานส่วนใหญ่ของประเทศระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ระดับการศึกษาของลูกค้าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ รสนิยมหรือสังคมของลูกค้าเลือกที่จะใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า
5. อาชีพ จากการเก็บแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่าความแตกต่างทางด้านอาชีพ โดยจากสถิติร้อยละ 30 เป็นผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอาชีพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า เช่น อาชีพข้าราชการ จะเน้นเข้าร้านที่ตัดเย็บเสื้อผ้าสำหรับชุดราชการโดยเฉพาะ เพราะทางร้านจะรู้รายละเอียดของชุดฟอร์มเป็นอย่างดี โดยให้คำแนะนำกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการเก็บแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่าความแตกต่างของรายได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า โดยจากสถิติร้อยละ 40 เป็นผู้มียาได้ต่อ

เดือนมากกว่า 25,000 บาท รวมไปถึงความถี่ในการใช้บริการอีกด้วย ถ้าลูกค้ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำนวนมากลูกค้าก็สามารถมีกำลังซื้อหรือใช้บริการร้านตัดเย็บที่ตรงตามต้องการของตัวเองได้มากขึ้นโดยไม่ต้องคำนึงเรื่องค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น แต่ถ้าลูกค้ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อย กำลังในการซื้อหรือใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าก็จะลดลงตามกำลังทรัพย์

7. ขนาดครอบครัว จากการเก็บแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่าขนาดครอบครัวใหญ่หรือเล็ก เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าเนื่องจากการตัดเย็บเสื้อผ้า โดยจากสถิติร้อยละ 51.25 เป็นผู้มีขนาดครอบครัว 3-4 คน ซึ่งจากการวิเคราะห์ขนาดของครอบครัวมีผลเนื่องจากค่าใช้จ่ายการตัดเย็บเสื้อผ้ามีค่าใช้จ่ายสูงกว่าเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งจะเป็นผู้ที่มีครอบครัวปานกลาง และจะเน้นไปที่ร้านที่มีฝีมือ มีความชำนาญ มีชื่อเสียงของร้าน สมาชิกในครอบครัวถ้าเห็นว่าร้านไหนมีการตัดเย็บดี มีชื่อเสียง ก็จะทำให้ความสนใจและใช้บริการกันทั้งครอบครัว เพราะถ้าการตัดเย็บดี จะมีการบอกต่อ ให้ใช้บริการ และถ้าร้านไหนให้บริการเป็นกันเอง รู้จักกันทั้งครอบครัว ลูกค้าก็จะยิ่งจงรักภักดีต่อร้านนั้นๆ
8. ลักษณะที่พ่อกอาศัย จากการเก็บแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่าลักษณะที่พ่อกอาศัยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า โดยจากสถิติร้อยละ 44.75 เป็นผู้ที่พ่อกอาศัยบ้านของตนเอง ซึ่งที่พ่อกอาศัยสามารถกำหนดวัฒนธรรม สังคม ของลูกค้าได้ว่าลูกค้าเติบโตมาในสังคมแบบใด ครอบครัวใหญ่หรือครอบครัวเล็ก ลักษณะการดำเนินชีวิตเป็นแบบใด ส่งผลถึงการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าแบบใด

#### **พฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior) มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในจังหวัดนครศรีธรรมราช**

1. ประเภทของบริการที่เลือกใช้ มีมากมายให้เลือกใช้บริการ มีหลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับความจำเป็นของแต่ละบุคคล ร้านตัดเย็บเสื้อผ้า สิ่งสำคัญที่สุดที่ทางร้านควรมีคือ ฝีมือในการตัดเย็บ ความประณีต การบริการล้วนมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า และบริการที่ประทับใจทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ ลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำ
2. เหตุผลที่เลือกใช้บริการ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า ล้วนมีเหตุผลแตกต่างกันมากมาย เช่น ต้องการตัดแบบไม่ซ้ำกับแบบใคร สามารถออกแบบได้เอง มีการให้บริการที่ดี สะดวกตรงความต้องการ เป็นต้น

3. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการไม่ว่าจะเป็น ตัวของลูกค้าเอง เพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัว มีอิทธิพลเป็นอย่างมากในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า เพราะการใช้บริการตัดเย็บเสื้อผ้าของลูกค้าแต่ละครั้ง ขึ้นอยู่กับการบอกต่อ การชื่นชมเมื่อรับบริการไปแล้ว ใส่ชุดแล้วเกิดการชื่นชมจากกลุ่มเพื่อน ทำให้เกิดความเชื่อมั่นและประทับใจ มาใช้บริการอีก
4. ผู้ร่วมใช้บริการ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า ส่วนใหญ่จะเป็นเพื่อนร่วมงาน หรืออาจไปเพียงลำพังขึ้นอยู่กับสถานการณ์
5. เหตุผลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า ส่วนใหญ่บริการดี ร้านสะอาด ดูทันสมัย รูปแบบการตัดเย็บทันสมัย เพื่อน ญาติหรือคนรู้จักแนะนำ และความน่าเชื่อถือของช่างตัดเย็บ และความมีชื่อเสียงของร้าน
6. การใช้บริการตัดเย็บเสื้อผ้า ระยะเวลาที่ใช้บริการ ลูกค้ามีระยะเวลาในการใช้บริการแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับทางบริษัทที่ทำงานด้วย มีการเปลี่ยนชุดยูนิฟอร์มบ่อยมากน้อยแค่ไหน ส่วนใหญ่ ช่วง 6 เดือน ถึง 1 ปี ก็จะมีการใช้บริการตัดเย็บเพิ่มต่อคน ประมาณ 1 – 2 ชุด เพื่อความสวยงาม แปรลกใหม่เมื่อสวมใส่ และสีของผ้าเดิมสีจางซีด ไม่สวยงาม
7. การใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า ในแต่ละครั้ง ขึ้นอยู่กับความจำเป็น และความต้องการของแต่ละบุคคล ว่าสะดวก ตัดเย็บมากน้อยแค่ไหนต่อคน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์
8. ความถี่ในการใช้บริการ พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกัน บางคนไม่เคยใช้บริการตัดเย็บเสื้อผ้าเลย เพราะอาจมีทัศนคติที่ไม่ดีกับการตัดเย็บเสื้อผ้า บางคนชอบความสะดวก รวดเร็ว ความสำเร็จ ไม่ต้องรอรระยะเวลาในการตัดเย็บ บางคนชอบการตัดเย็บเป็นชีวิตจิตใจ เพราะคิดว่าได้ใส่ตามแบบหุ่นของตัวเอง และออกแบบเองไม่ซ้ำใคร เพราะฉะนั้นความถี่ในการใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า ขึ้นอยู่กับความชอบของผู้ใช้บริการเอง
9. จำนวนเงินที่ใช้บริการต่อครั้ง ขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยของผู้บริโภค และความต้องการที่จะใช้บริการร้านนั้นๆ
10. ระยะเวลาในการรอรับบริการในแต่ละครั้งก็ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน และปริมาณงานที่ไปใช้บริการ ความละเอียด ประณีตของงานเป็นปัจจัยในการกำหนดระยะเวลาในการตัดเย็บแต่ละชิ้น

11. สื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลข่าวสาร การได้รับข่าวสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นจากเพื่อนฝูง ญาติพี่น้อง นิติสาร หรือรวมทั้งโซเชียลมีเดียเป็นสื่อที่ทำให้รับรู้ข่าวสารร้านตัดเย็บเสื้อผ้า มีผลทำให้ ผู้ใช้บริการ ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าเพิ่มมากยิ่งขึ้น

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เก็บรวบรวมข้อมูลได้กลับมาจำนวน 400 คนที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้เสนอสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

n แทน กลุ่มตัวอย่าง

$\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ย

S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลผู้ให้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ และค่า

ร้อยละ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ให้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า	จำนวน(n=400)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	105	26.25
หญิง	295	73.50
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	21	5.25
21 – 30 ปี	48	12.00
31 – 40 ปี	170	42.50
41 – 50 ปี	128	32.00
มากกว่า 50 ปี	33	8.25
3. สถานภาพ		
โสด	162	40.50
สมรส	210	52.50
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	28	7.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) : จำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า	จำนวน(n=400)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	23	5.75
มัธยมศึกษาตอนต้น	29	7.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	96	24.00
อนุปริญญา/ปวส.	80	20.00
ปริญญาตรี	156	39.00
สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.00
5. อาชีพ		
นิสิต/นักศึกษา	28	7.00
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	120	30.00
พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	102	25.50
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	24	6.00
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	65	16.25
เกษตรกร	52	13.00
อื่นๆ	9	2.25
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 5,000 บาท	19	4.80
5,001 – 10,000 บาท	31	7.80
10,000 – 15,000 บาท	98	24.50
15,001 – 20,000 บาท	33	8.30
20,001 – 25,000 บาท	59	14.80
มากกว่า 25,000 บาท	160	40.00
7. ขนาดครอบครัว		
1 – 2 คน	86	21.50
3 – 4 คน	205	51.25
5 – 6 คน	91	22.75
มากกว่า 6 คน	18	4.50

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) : จำนวนและร้อยละของข้อมูลผู้ใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า	จำนวน(n=400)	ร้อยละ
8. ลักษณะที่พักอาศัย		
บ้านของตนเอง	179	44.75
บ้านบิดา - มารดา	123	30.75
บ้านเช่า/หอพัก/อพาร์ทเมนท์	86	21.50
อื่นๆ	12	3.00

จากตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า พบว่า ผู้ใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 - 40 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท ขนาดครอบครัว 3 - 4 คน และอาศัยอยู่ที่บ้านของตนเอง

#### ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าของประชาชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าของประชาชนในจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 : จำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมของประชาชนในการใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช

พฤติกรรมการใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า	จำนวน(n=400)	ร้อยละ
1. ประเภทเสื้อผ้าในการตัดเย็บ		
ชุดผ้าไหม	76	19.00
ชุดวอร์มออกกำลังกาย	15	3.75
ชุดยูนิฟอร์มบริษัทเอกชน	170	42.50
ชุดราตรี/ชุดออกงานกลางคืน	7	1.75
เครื่องแบบข้าราชการ	63	15.75
ชุดแฟชั่น	3	0.75
ชุดทำงานฟรีสไตล์	10	2.50
ชุดสูท	53	13.25
อื่นๆ	3	0.75

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : จำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมของประชาชนในการใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช

พฤติกรรมการใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า	จำนวน(n=400)	ร้อยละ
2. เหตุผลที่เลิกใช้บริการ(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
สะดวกตรงตามความต้องการ	73	18.25
ไม่ซ้ำแบบของใคร	84	21.00
มีแบบให้เลือกมากมาย	57	14.25
มีการให้บริการที่ดี	32	8.00
สามารถออกแบบเองได้	147	36.75
อื่นๆ	7	1.75
3. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจบริการ		
ตัดสินใจเอง	198	49.50
เพื่อน	125	31.25
สมาชิกในครอบครัว	70	17.50
อื่นๆ	7	1.75
4. ผู้ร่วมใช้บริการ		
ไปเพียงลำพัง	110	27.50
เพื่อน	157	39.25
สมาชิกในครอบครัว	125	31.25
อื่นๆ	8	2.00
5. เหตุผลที่มีผลต่อการเลือกร้าน(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
การบริการที่ดี	54	13.50
ร้านสะอาด ดูทันสมัย	93	23.25
รูปแบบการตัดเย็บ	86	21.50
เพื่อน ญาติ หรือคนรู้จักแนะนำ	35	8.75
ความน่าเชื่อถือของช่างตัดเย็บ	125	31.25
อื่นๆ	7	1.75

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : จำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมของประชาชนในการใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช

พฤติกรรมการใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า	จำนวน(n=400)	ร้อยละ
6. ระยะห่างต่อครั้งในการตัดเย็บ		
ทุก 3-6 เดือน	36	9.00
ทุก 6 เดือน - 1 ปี	99	24.80
1 ปีขึ้นไป	13	3.30
แล้วแต่สะดวก	252	63.00
7. ส่วนใหญ่ใช้บริการครั้งละกี่ชุดต่อครั้ง		
1 - 3 ชุด/ครั้ง	198	49.50
3 - 6 ชุด/ครั้ง	125	31.25
6 - 9 ชุด/ครั้ง	70	17.50
มากกว่า 9 ชุด/ครั้ง	7	1.75
8. ความถี่ในการใช้บริการ		
ไม่แน่นอน	179	44.75
1 - 2 ครั้ง/ปี	123	30.75
3 - 4 ครั้ง/ปี	86	21.50
มากกว่า 4 ครั้ง/ปี	12	3.00
9. จำนวนเงินที่ใช้บริการต่อครั้ง		
น้อยกว่า 1,000 บาท	123	30.80
1,001 - 2,000 บาท	197	49.30
2,001 - 3,000 บาท	52	13.00
3,001 - 4,000 บาท	11	2.80
มากกว่า 4,000 บาท	17	4.30
10. ระยะเวลาที่รอสินค้า		
3 - 5 วัน	11	2.80
5 - 7 วัน	192	48.00
7 - 12 วัน	132	33.00
มากกว่า 12 วัน	65	16.50

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : จำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมของประชาชนในการใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช

พฤติกรรมการใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า	จำนวน(n=400)	ร้อยละ
11. สื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลข่าวสาร		
จากประสบการณ์เดิม	221	55.30
จากการบอกเล่า	142	35.50
แผ่นพับ สื่อ โฆษณา	15	3.80
อื่นๆ	22	5.50

จากตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านพฤติกรรมของประชาชนในการใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าประเภทเสื้อผ้าในการตัดเย็บ คือ ชุดยูนิฟอร์ม บริษัทเอกชน เหตุผลที่เลือกคือ สามารถออกแบบเองได้ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการคือตัดสินใจเอง ผู้ร่วมในการใช้บริการ คือ เพื่อน เหตุผลในการเลือกร้าน คือ ความน่าเชื่อถือของช่างตัดเย็บ ระยะห่างต่อครั้งในการตัดเย็บ แล้วแต่ความ ในการใช้บริการแต่ละครั้ง ประมาณ 1-3 ชุดต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการ ไม่นานอน จำนวนเงินที่ใช้บริการต่อครั้ง 1,001 – 2,000 บาท ระยะเวลาที่รอสินค้า ประมาณ 5 – 7 วัน ทราบข้อมูลข่าวสารจากประสบการณ์เดิม

### ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 4.3 – 4.10

ตารางที่ 4.3 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า	$\bar{X}$	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. ด้านบุคลากร	4.30	0.67	มาก
2. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.26	0.78	มาก
3. ด้านผลิตภัณฑ์	4.24	0.78	มาก
4. ด้านการจัดจำหน่าย	3.84	0.86	มาก
5. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.82	1.03	มาก
6. ด้านราคา	3.77	0.70	มาก
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.35	1.08	ปานกลาง
รวม	3.94	0.84	มาก

จากตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมผลการประเมินมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าอยู่ในระดับมากมีอยู่ 6 ข้อ คือ ด้านบุคลากรค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ส่วน 4.26 ด้านลักษณะทางกายภาพค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4.24 ด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.78 เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 ด้านการจัดจำหน่ายค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.84 และด้านราคา 1.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.82 กระบวนการให้บริการค่าเฉลี่ยเท่ากับตามลำดับ และด้านการส่งเสริมการตลาด 0.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.77 ค่าเฉลี่ยเท่ากับค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง 1.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.35

ตารางที่ 4.4 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัด

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. รูปแบบการตัดเย็บ	4.53	0.81	มากที่สุด
2. มีแบบให้เลือกหลากหลาย	4.51	0.67	มากที่สุด
3. รูปแบบร้านดูทันสมัย สะอาด สบายตา	4.46	0.70	มาก
4. มีบริการหลังการขายที่ดี	3.88	0.83	มาก
5. เนื้อผ้าที่ทำให้สวมใส่สบาย	3.84	0.89	มาก
รวม	4.24	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า อยู่ในระดับการตัดสินใจมากที่สุด 2 ข้อ คือ รูปแบบการตัดเย็บค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 และมีแบบให้เลือกหลากหลายค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 ส่วนรูปแบบร้านดูทันสมัย สะอาด สบายตา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 มีบริการหลังการขายที่ดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 และเนื้อผ้าที่ทำให้สวมใส่สบายค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านราคา

1. ราคาของค่าบริการตัดเย็บเป็นไปด้วยความยุติธรรม	4.56	0.81	มากที่สุด
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของเนื้อผ้าและวิธีการตัดเย็บ	4.52	0.84	มากที่สุด
3. ราคาเสื้อผ้าที่ตัดเย็บเสร็จเรียบร้อยตรงตามราคาที่ตกลงกันได้	3.99	0.88	มาก
4. ราคาการตัดเย็บถูกกว่าที่อื่น	3.85	0.90	มาก
5. รูปแบบตัวอย่างเสื้อผ้าที่นำมาโชว์มีการแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน	2.92	0.45	ปานกลาง
6. มีการชำระค่าอาหารด้วยบัตรเครดิต	2.83	0.35	ปานกลาง
ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D	ระดับการตัดสินใจ
รวม	3.77	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านราคา ผลการประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาของค่าบริการตัดเย็บเป็นไปด้วยความยุติธรรมค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบน 4.52 และราคาเหมาะสมกับคุณภาพของเนื้อผ้าและวิธีการตัดเย็บค่าเฉลี่ยเท่ากับอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับการตัดสินใจมาก 0.84 มาตรฐานเท่ากับข้อ คี 2อ ราคาเสื้อผ้าที่ตัดเย็บเสร็จเรียบร้อยตรงตามราคาที่ตกลงกันได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ส่วน 3.99 ส่วนเบี่ยงเบน 3.85 ราคาการตัดเย็บถูกกว่าที่อื่นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.88 เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับรูปแบบตัวอย่างเสื้อผ้าที่นำมาโชว์มีการแสดงป้ายราคาที่ชัด 0.90 มาตรฐานเท่ากับเงินค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 การชำระค่าอาหารด้วยบัตรเครดิตค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.92 อยู่ในระดับการตัดสินใจปานกลาง 0.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ

ตารางที่ 4.6 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง	4.19	0.74	มาก
2. มีที่จอดรถเพียงพอ	4.00	0.82	มาก
3. ป้ายชื่อร้านอาหารเป็นจุดเด่น สังกัดได้ง่าย	3.77	0.91	มาก
4. ระยะเวลาการเปิด - ปิดร้านอาหาร	3.67	0.89	มาก
5. สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น มีเบอร์โทรศัพท์	3.60	0.97	มาก
รวม	3.84	0.86	มาก

จากตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการจัดจำหน่าย ผลการประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า อยู่ในระดับการตัดสินใจมากทุกข้อเรียงตามลำดับ คือ ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกในการเดินทางค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4.19 ป้ายชื่อ 0.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4.00 ที่จอดรถเพียงพอค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เป็นจุดเด่น สังกัดได้ง่ายค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ปิดร้าน - ระยะเวลาเปิด 0.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.77 และสามารถติดต่อได้สะดวก เช่น มีเบอร์ 0.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.67 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.60 โทรศัพท์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ

ตารางที่ 4.7 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. มีการจัดโปรโมชั่น ลดราคา แคมเปญ	3.59	1.12	มาก
2. สื่อโฆษณาทางแผ่นพับ/วิทยุ/โทรทัศน์	3.35	1.00	ปานกลาง
3. การจัดทำ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาในการที่ลูกค้าสั่งตัดในปริมาณที่มาก	3.12	1.12	ปานกลาง
รวม	3.35	1.08	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการประเมินในภาพรวม มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า อยู่ในระดับการตัดสินใจมากคือ มีการจัดโปรโมชั่นลดราคา แคมเปญ ส่วนสื่อโฆษณาทางแผ่นพับ/วิทยุ/โทรทัศน์ การจัดทำ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาในการที่ลูกค้าสั่งตัดในปริมาณที่มาก อยู่ในระดับการตัดสินใจปานกลาง เรียงตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. พนักงานมีกิริยา มารยาท สุภาพ เรียบร้อย	4.38	0.85	มาก
2. พนักงานมีความกระตือรือร้น รวดเร็วในการบริการ	4.33	0.83	มาก
3. พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการผลิตเพื่อ รวดเร็วในการส่งมอบสินค้า	4.30	0.82	มาก
4. พนักงานหน้าร้านมีความรู้เป็นอย่างดีในเรื่อง เสื้อผ้าและการตัดเย็บ เพื่อให้คำแนะนำกับลูกค้าได้	4.20	0.86	มาก
รวม	4.30	0.67	มาก



จากตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านบุคลากร ผลการประเมินในภาพรวม มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า อยู่ในระดับการตัดสินใจมากทุกข้อ เรียงตามลำดับคือ พนักงานมีกิจกรรมายาท สุภาพ เรียบร้อย พนักงานมีความกระตือรือร้น รวดเร็วในการบริการ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการผลิตเพื่อรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า พนักงานหน้าร้านมีความรู้เป็นอย่างดีในเรื่องเสื้อผ้าและการตัดเย็บ เพื่อให้คำแนะนำกับลูกค้าได้

ตารางที่ 4.9 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. บริการรวดเร็ว คล่องแคล่วและถูกต้อง	4.20	0.90	มาก
2. บิลเก็บเงินมีการแสดงให้เห็นชัดเจน	4.11	0.92	มาก
3. การบริการวัดตัวลูกค้าในกรณีที่ลูกค้ามีขนาดไซส์ที่แตกต่างจากมาตรฐาน	3.76	1.05	มาก
4. มีบริการให้คำปรึกษาในการเลือกลายผ้าในการตัดเย็บ	3.52	1.25	มาก
5. มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน	3.51	1.06	มาก
รวม	3.84	1.03	มาก

จากตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านกระบวนการให้บริการ ผลการประเมินในภาพรวม มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ คือ บริการรวดเร็ว คล่องแคล่วและถูกต้อง บิลเก็บเงินมีการแสดงให้เห็นชัดเจน การบริการวัดตัวลูกค้าในกรณีที่ลูกค้ามีขนาดไซส์ที่แตกต่างจากมาตรฐาน มีบริการให้คำปรึกษาในการเลือกลายผ้าในการตัดเย็บ มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน เรียงตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	X	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. ภาพลักษณ์และควมมีชื่อเสียงของร้าน	4.48	0.71	มาก
2. สถานที่มีความสะอาด ดูทันสมัย	4.31	0.77	มาก
3. ภายในร้านอาหารกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ มีห้องวัดตัว ห้องลอง	4.28	0.77	มาก
4. การจัดตกแต่งร้านสวยงาม เหมาะกับสไตล์ของร้าน	4.27	0.79	มาก
5. ภายในโรงงานมีเครื่องจักรอุตสาหกรรมที่กระตุ้นการผลิตให้รวดเร็ว	3.97	0.90	มาก
รวม	4.26	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้า อยู่ในระดับการตัดสินใจมากที่สุด เรียงตามลำดับ คือ ภาพลักษณ์และควมมีชื่อเสียงของร้าน สถานที่มีความสะอาด ดูทันสมัย ภายในร้านอาหารกว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ มีห้องวัดตัว ห้องลอง การจัดตกแต่งร้านสวยงาม เหมาะกับสไตล์ของร้าน ภายในโรงงานมีเครื่องจักรอุตสาหกรรมที่กระตุ้นการผลิตให้รวดเร็ว

#### 4.4 แผนงานด้านการเงินและงบประมาณ

##### 4.4.1 งบประมาณการลงทุน

ตารางที่ 4.11: ตารางแสดงงบประมาณการลงทุนเริ่มแรกของร้าน JKUniform

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>			
อุปกรณ์สำนักงาน	1,000,000.00	1,000,000.00	-
เครื่องจักร	2,000,000.00	-	2,000,000.00
<b>สินทรัพย์ถาวรรวม</b>	<b>3,000,000.00</b>		
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน</b>			
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	1,300,000.00	1,300,000.00	-
เงินทุนหมุนเวียน	700,000.00	700,000.00	-
<b>รวมเงินลงทุนเริ่มต้น</b>	<b>5,000,000.00</b>	<b>3,000,000.00</b>	<b>2,000,000.00</b>

##### 4.4.2 ค่าเสื่อมและตัดจ่าย

ตารางที่ 4.12: ตารางแสดงค่าเสื่อมและตัดจ่ายของร้าน JK Uniform

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์ถาวรรวม</b>	3,000,000				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	600,000	1,200,000	1,800,000	2,400,000	3,000,000

โอนไปงบดุล

สินทรัพย์ถาวรรวม	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000	3,000,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	600,000	1,200,000	1,800,000	2,400,000	3,000,000
<b>สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ</b>	<b>2,400,000</b>	<b>1,800,000</b>	<b>1,200,000</b>	<b>600,000</b>	<b>-</b>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.12(ต่อ): ตารางแสดงค่าเสื่อมและตัดจ่ายของร้าน JK Uniform

ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าตกแต่ง	1,300,000				
ค่าตกแต่งตัดจ่าย	260,000	260,000	260,000	260,000	260,000
ตัดจ่ายสะสม	260,000	520,000	780,000	1,040,000	1,300,000

โอนไปงบดุล

ค่าตกแต่ง	1,300,000	1,300,000	1,300,000	1,300,000	1,300,000
หักตัดจ่ายสะสม	260,000	520,000	780,000	1,040,000	1,300,000
ค่าตกแต่งสุทธิ	1,040,000	780,000	520,000	260,000	-

#### 4.4.3 การประมาณการรายได้

ตารางที่ 4.13: ตารางแสดงการประมาณการรายได้ของร้าน JK Uniform

การประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้ค่าตัดเย็บ					
จำนวนชุดต่อวัน	20	22	23	25	27
รายได้ค่าตัดเย็บต่อวันต่อชุด	700	700	700	700	700
รายได้ค่าตัดเย็บต่อวัน	14000	15400	16100	17500	18900
รายได้รวมต่อวัน	14,000	15,400	16,100	17,500	18,900
รายได้ต่อเดือน	420,000	462,000	483,000	525,000	567,000
รายได้ต่อปี	5,040,000	5,544,000	5,796,000	6,300,000	6,804,000

#### 4.4.4 การประมาณค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 4.14: ตารางแสดงการประมาณค่าใช้จ่ายของร้าน JK Uniform

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าน้ำประปา (เพิ่ม 2%)	2,400	2,448	2,497	2,547	2,598
ค่าไฟฟ้า (เพิ่ม 5%)	70,000	73,500	77,175	81,034	85,085
ค่าโทรศัพท์ (เพิ่ม 5%)	15,000	15,750	16,538	17,364	18,233
ค่าเสื่อมราคา	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	260,000	260,000	260,000	260,000	260,000
เงินเดือน	450,000	495,000	544,500	598,950	658,845
โฆษณา	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
<b>รวมต้นทุนคงที่</b>	<b>1,417,400</b>	<b>1,466,698</b>	<b>1,520,709</b>	<b>1,579,895</b>	<b>1,644,761</b>
ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าผ้า 30% ของรายได้	1,512,000	1,663,200	1,738,800	1,890,000	2,041,200
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 5%	252,000	277,200	289,800	315,000	340,200
ส่งเสริมการขาย 2%	100,800	110,880	115,920	126,000	136,080
<b>รวมต้นทุนผันแปร</b>	<b>1,864,800</b>	<b>2,051,280</b>	<b>2,144,520</b>	<b>2,331,000</b>	<b>2,517,480</b>

#### 4.4.5 การคำนวณจุดคุ้มทุน/การส่งเสริมการขาย/ดอกลงเบียด

การคำนวณจุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่ / อัตรากำไรส่วนเกิน

กำไรส่วนเกิน = ยอดขาย - ต้นทุนผันแปร

อัตรากำไรส่วนเกิน = กำไรส่วนเกิน / ยอดขาย

ตารางที่ 4.15: ตารางแสดงการคำนวณจุดคุ้มทุนของร้าน JK Uniform

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	3,175,200	3,492,720	3,651,480	3,969,000	4,286,520
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.63	0.63	0.63	0.63	0.63

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.15(ต่อ): ตารางแสดงการคำนวณจุดคุ้มทุนของร้าน JK Uniform

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จุดคุ้มทุนต่อปี	2,249,841	2,328,092	2,413,825	2,507,770	2,610,732
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	187,486.77	194,007.67	201,152.04	208,980.82	217,560.96
จุดคุ้มทุนต่อวัน	6,249.56	6,466.92	6,705.07	6,966.03	7,252.03

ตารางที่ 4.16: ตารางแสดงค่าดอกเบี้ยจ่ายเงินกู้ของร้าน JK Uniform

ดอกเบี้ยจ่าย 8%	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
เงินกู้	2,000,000	1,600,000	1,200,000	800,000	400,000
ชำระเงินกู้เท่ากันทุกปี	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
เงินกู้สุทธิ	1,600,000	1,200,000	800,000	400,000	-
ดอกเบี้ยจ่าย	160,000	128,000	96,000	64,000	32,000

หมายเหตุ: เงินกู้ ระยะเวลากู้ ปี ชำระเท่ากันทุกปี 5

เงินกู้สุทธิ มาจาก เงินกู้ หักด้วยชำระเงินกู้เท่ากันทุกปี เท่ากับเงินกู้สุทธิของแต่ละปี

#### 4.4.5 งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 4.17: ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนของร้าน JK Uniform

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้รวม	5,040,000.00	5,544,000.00	5,796,000.00	6,300,000.00	6,804,000.00
หัก ต้นทุนผันแปร	1,864,800.00	2,051,280.00	2,144,520.00	2,331,000.00	2,517,480.00
กำไรส่วนเกิน	3,175,200.00	3,492,720.00	3,651,480.00	3,969,000.00	4,286,520.00
หัก ต้นทุนคงที่	1,417,400.00	1,466,698.00	1,520,709.46	1,579,895.02	1,644,760.87
กำไรก่อนการดำเนินงาน	1,757,800.00	2,026,022.00	2,130,770.54	2,389,104.98	2,641,759.13
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	160,000.00	128,000.00	96,000.00	64,000.00	32,000.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.17(ต่อ): ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนของร้าน JK Uniform

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรก่อนหักภาษี	1,597,800.00	1,898,022.00	2,034,770.54	2,325,104.98	2,609,759.13
หัก ภาษี 30%	479,340.00	569,406.60	610,431.16	697,531.49	782,927.74
กำไรสุทธิ	1,118,460.00	1,328,615.40	1,424,339.38	1,627,573.48	1,826,831.39

#### 4.4.6 งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 4.18: ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของร้าน JK Uniform

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	1,118,460.00	1,328,615.40	1,424,339.38	1,627,573.48	1,826,831.39
บวก ค่าเสื่อมราคา	600,000.00	600,000.00	600,000.00	600,000.00	600,000.00
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	260,000.00	260,000.00	260,000.00	260,000.00	260,000.00
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	160,000.00	128,000.00	96,000.00	64,000.00	32,000.00
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	479,340.00	90,066.60	41,024.56	87,100.33	85,396.25
<b>เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน</b>	<b>2,617,800.00</b>	<b>2,406,682.00</b>	<b>2,421,363.94</b>	<b>2,638,673.81</b>	<b>2,804,227.64</b>
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
อุปกรณ์สำนักงาน	-1,000,000.00	-	-	-	-
เครื่องจักร	-2,000,000.00	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	-1,300,000.00	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจากการลงทุน</b>	<b>-4,300,000.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	2,000,000.00	-	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	- 400,000.00	-400,000.00	- 400,000.00	- 400,000.00	- 400,000.00
หัก ชำระดอกเบี้ยเงินกู้	- 160,000.00	- 128,000.00	- 96,000.00	- 64,000.00	- 32,000.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.18(ต่อ): ตารางแสดงกระแสเงินสดของร้าน JK Uniform

ทุนหุ้นสามัญ	3,000,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการ จัดหา	4,440,000.00	- 528,000.00	- 496,000.00	- 464,000.00	- 432,000.00
เงินสดสุทธิ	2,757,800.00	1,878,682.00	1,925,363.94	2,174,673.81	2,372,227.64
บวก เงินสดต้นงวด	-	2,757,800.00	4,636,482.00	6,561,845.94	8,736,519.75
เงินสดปลายงวด	2,757,800.00	4,636,482.00	6,561,845.94	8,736,519.75	11,108,747.39

#### 4.4.7 งบดุล

ตารางที่ 4.19: ตารางแสดงงบดุลของร้าน JK Uniform

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	2,757,800.00	4,636,482.00	6,561,845.94	8,736,519.75	11,108,747.39
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,757,800.00	4,636,482.00	6,561,845.94	8,736,519.75	11,108,747.39
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	2,400,000.00	1,800,000.00	1,200,000.00	600,000.00	-
ค่าตกแต่งสุทธิ	1,040,000.00	780,000.00	520,000.00	260,000.00	-
ค่ามัดจำสถานที่	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์	6,197,800.00	7,216,482.00	8,281,845.94	9,596,519.75	11,108,747.39
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	479,340.00	569,406.60	610,431.16	697,531.49	782,927.74
เงินกู้สุทธิ	1,600,000.00	1,200,000.00	800,000.00	400,000.00	-
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00
กำไรสะสม	1,118,460.00	2,447,075.40	3,871,414.78	5,498,988.26	7,325,819.65
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ ถือหุ้น	6,197,800.00	7,216,482.00	8,281,845.94	9,596,519.75	11,108,747.39



### \*\*ภาษีเงินได้ค้างจ่าย

วิธีการบันทึกบัญชี ที่กิจการใช้บันทึกภาษีเงินได้ เมื่อกิจการได้จำนวนภาษีเงินได้ของงวดปัจจุบัน จากการคำนวณ 30% กิจการจะบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายและหากยังไม่ได้ชำระก็จะบันทึกเป็นหนี้สิน คือ เดบิต ค่าภาษีเงินได้ เครดิต ภาษีเงินได้ค้างจ่าย

#### 4.4.8 NPV และ IRR

ตารางที่ 4.20: แสดงค่า NPV และ IRR ของร้าน JK Uniform

กระแสเงินสดตลอดโครงการ	
ปีที่	
0	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน
	- 5,000,000.00
1	กระแสเงินสดรับ
	2,757,800.00
2	กระแสเงินสดรับ
	1,878,682.00
3	กระแสเงินสดรับ
	1,925,363.94
4	กระแสเงินสดรับ
	2,174,673.81
5	กระแสเงินสดรับ*
	3,072,227.64
	มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ
	฿9,381,958.18
	หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย
	- 5,000,000.00
	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)
	฿4,381,958.18
	อัตราผลตอบแทนของโครงการ
	37%

\*กระแสเงินสดรับในปีที่ 5 = เงินสดสุทธิจากงบกระแสเงินสด+เงินทุนหมุนเวียน+เงินมัดจำร้าน

กำหนด อัตราคิดลด เท่ากับ 8% (ประมาณการ) เป็นการปรับกระแสเงินสดรับในอนาคตให้เป็นปัจจุบัน

มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิตั้งแต่ ปีที่ คิดลดด้วยอัตรา เท่ากับ 8 5-1% โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{ปีที่ 1 PV} = \text{กระแสเงินสดรับปีที่ 8+1} / 1\%)^1$$

$$\text{ปีที่ 2 PV} = \text{กระแสเงินสดรับปีที่ 8+1} / 2\%)^2$$

$$\text{ปีที่ 3 PV} = \text{กระแสเงินสดรับปีที่ 8+1} / 3\%)^3$$

$$\text{ปีที่ 4 PV} = \text{กระแสเงินสดรับปีที่ 8+1} / 4\%)^4$$

$$\text{ปีที่ 5 PV} = \text{กระแสเงินสดรับปีที่ 8+1} / 5\%)$$

#### 4.5 แผนฉุกเฉิน

เพื่อให้ร้าน JK Uniform สามารถปรับแผนดำเนินงานในสถานการณ์ที่ไม่เป็นไปตามคาดหวังไว้ โดยมีแผนรองรับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ดังนี้

1. การเข้ามาของลูกค้ารายใหม่
  - รักษาระดับการบริการที่ดีแก่ลูกค้าเพื่อรักษาลูกค้าเดิมไว้
  - เพิ่มสายผลิตภัณฑ์รูปแบบที่หลากหลาย เพื่อหาส่วนครองตลาดใหม่
  - ปรับปรุงการบริการของพนักงาน
  - สร้างภาพลักษณ์ของร้านให้เหนือกว่าคู่แข่ง
2. ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย
  - เพิ่มการส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์
  - ปรับเป้าหมายไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น
  - เตรียมจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อนำมาใช้เพื่อไม่ให้ขาดสภาพคล่อง
3. ราคาของสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว
  - พยายามศึกษาแนวโน้มของเศรษฐกิจ เพื่อการวางแผนจัดการสินค้าคงคลัง แสวงหาแหล่งที่มาของวัตถุดิบใหม่ๆ
  - ทำการวิเคราะห์ต้นทุนในทุกด้าน เพื่อลดค่าใช้จ่ายในส่วนที่สามารถลดได้หรือ ต้นทุนที่สามารถหลีกเลี่ยงได้

ถ้าการดำเนินกิจการไม่เป็นไปอย่างที่คาดไว้มีแผนในการปฏิบัติดังนี้

ถ้าจำนวนผู้ใช้บริการร้านตัดเย็บเสื้อผ้าไม่เป็นไปตามที่คาดไว้

1. จะเพิ่มการโฆษณามากยิ่งขึ้น เพื่อให้กลุ่มลูกค้ารู้จักและเชื่อใจในชื่อเสียง หันมาใช้บริการกันมากยิ่งขึ้น
2. จัดโปรโมชั่นสำหรับช่วงนั้นๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าเพิ่มมากยิ่งขึ้น

ถ้ามีคู่แข่งรายใหม่เข้ามา

1. สร้างความแตกต่างให้ลูกค้าได้เห็น จัดทำกิจกรรมใหม่ๆ และโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดความน่าสนใจ
2. แสดงถึงความน่าไว้วางใจของร้าน JK Uniform และความมีประสบการณ์ ฝีมือ ความชำนาญของพนักงานและผู้บริหารที่มากกว่า 20 ปี

ปัญหาด้านภัยธรรมชาติ

1. ถ้าเกิดอุทกภัยภายในร้าน จากการที่เราสร้างรูปแบบร้าน แบบยกสูงจะต้องขนย้ายของที่สำคัญขึ้นเหนือระดับน้ำก่อนเป็นอันดับแรก ส่วนถ้าเกิดอัคคีภัยภายในร้านจะมีระบบดูแลความปลอดภัยและการป้องกันล่วงหน้าก่อนเป็นอย่างดี
2. ปัญหาทางด้านการโจรกรรม ของผู้ร้าย ทางร้านได้ติดตั้งกล้องวงจรปิด และสัญญาณกันขโมยเพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้กับทางร้านมากยิ่งขึ้น



### บรรณานุกรม

- ผ้าซูปเปอร์คอมพิวเตอร์ ธรรมงกุฏทอง. (2013). สืบค้นจาก  
[http://www.dkuniform.co.th/color\\_of\\_uniform.html](http://www.dkuniform.co.th/color_of_uniform.html)
- ผ้าซูปเปอร์คอมพิวเตอร์ ตราลูกโลก. (2013). สืบค้นจาก  
[http://www.dkuniform.co.th/color\\_of\\_uniform.html](http://www.dkuniform.co.th/color_of_uniform.html)
- ผ้าซูปเปอร์คอมพิวเตอร์. (2013). สืบค้นจาก  
<http://www.rungtaweuniform.comNP-14462->
- ผ้ายืดโพลีโกล ตรา SVL. (2013). สืบค้นจาก  
[http://www.dkuniform.co.th/color\\_of\\_uniform.html](http://www.dkuniform.co.th/color_of_uniform.html)
- ผ้าไมโครทาลาน ตราลูกโลก สำหรับทำเสื้อแจ๊คเก็ต. (2013). สืบค้นจาก  
[http://www.dkuniform.co.th/color\\_of\\_uniform.html](http://www.dkuniform.co.th/color_of_uniform.html)
- ผ้าเอสแอฟร์ ตราลูกโลก สำหรับทำชุดซาฟารี. (2013). สืบค้นจาก  
[http://www.dkuniform.co.th/color\\_of\\_uniform.html](http://www.dkuniform.co.th/color_of_uniform.html)
- 7 P's ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. (2011). สืบค้นจาก  
[http://www.ihotelmarketer.com/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=301-7P's-service-marketing-mix&Item=360](http://www.ihotelmarketer.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=301-7P's-service-marketing-mix&Item=360)
- ทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์. (2011). สืบค้นจาก  
[http://www.ir.swu.ac.th/bitstream/handle/12345678/678/Ampa\\_spdf](http://www.ir.swu.ac.th/bitstream/handle/12345678/678/Ampa_spdf)
- กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการจัดการ. (2012). สืบค้นจาก  
<http://www.eprints.utcc.ac.th/1058/19/1058/fulltext.pdf>
- อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม-สสว. (2011). สืบค้นจาก  
<http://www.sme.go.th/อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มpdf>
- กลยุทธ์ระดับองค์กร. (ม.ป.ป.). (2011). สืบค้นจาก  
<http://www.classifiedthai.com/content.php?article=18156>

*BCG Model*. (2013). Reference From [http://mba.sorrawut.com/wiki/BCG\\_Model](http://mba.sorrawut.com/wiki/BCG_Model)

*P's of Marketing – Marketing Mix*. (1960). Reference From

<http://jainmegha01.blogspot.com/2011/12/7-ps-of-marketing-marketing-mix.html>

Porter, M. (2013). *Five Forces Model*. Reference From

<http://www.strategy-keys.com/michael-porter-five-forces-model.html>

*The 3 Cs of a great B2B marketing strategy*. (2011). Reference From

<http://www.profitguide.com/manage-grow/strategy-operations/the-3-cs-of-a-great-b2b-marketing-strategy-30480>





## ประวัติผู้จัดทำแผนธุรกิจ

ชื่อ – นามสกุล	จารุนาถ ชัชวาลรัตน์ Jarunat Chatchawanrat
วัน เดือน ปีเกิด	15 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2532
สถานที่ติดต่อ	285 ถ.ศรีธรรมโศก ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช
อีเมลล์	juki_samaru@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2556 - ปัจจุบัน	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2550 - 2553	นิเทศศาสตร์ เอกการโฆษณาเชิงสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2550	มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนกัลยาณีศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2553 - 2554	ผู้จัดการร้านห้องเสื้อจารุนาถ (ธุรกิจที่บ้าน)
พ.ศ. 2554 - 2556	Admin ที่บริษัท Philip morris Thailand

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 23 เดือน พ.ย. พ.ศ. 2558

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....จวิณา.....ซึ่งพลสมันท์.....อยู่บ้านเลขที่.....285.....  
ซอย.....ถนน.....ศรีธรรมโศก.....ตำบล/แขวง.....โพธิ์ทอง.....  
อำเภอ/เขต.....เมือง.....จังหวัด.....นครศรีธรรมราช.....รหัสไปรษณีย์.....80000.....  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว.....7560200599.....  
ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก  
หลักสูตร.....บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.....สาขาวิชา.....วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....คณะ.....บริหารธุรกิจ.....  
ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/  
วิทยานิพนธ์หัวข้อ.....แผนธุรกิจเพื่อต่อยอดองคาธุรกิจเดิม.....บ้านต้นหญ้า JK Uniform.....

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร.....บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.....ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่  
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้  
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ  
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ  
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ  
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา  
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย  
ต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น



สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( )

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)  
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร