แผนธุรกิจร้าน Ing Craft

The Business Plan of Ing Craft

แผนธุรกิจร้าน Ing Craft

The Business Plan of Ing Craft

ภัคชลี ไทรฟัก

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาความเป็นผู้ประกอบการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2563

©2563
ภัคชลี ไทรฟัก
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจร้าน Ing Craft

ผู้วิจัย ภัคชลี ไทรฟัก

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา [redacted] .....

(ดร.วรวรรณ เลาหะพลวัฒนา)

ผู้เชี่ยวชาญ [redacted] .....

(อาจารย์อาทร พร้อมพัฒนภัค)

[redacted] .....

(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
19 กันยายน 2563

ภัคชลี ไทรฟัก. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาความเป็นผู้ประกอบการ,
กันยายน 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
แผนธุรกิจร้าน Ing Craft (55 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.วรวรรณ เลาหะพลวัฒนา

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อวิเคราะห์และวิจัยกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เข้าใจธุรกิจและรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจสามารถพัฒนาและต่อยอดไปสู่ความสำเร็จได้

การวิจัยนี้เป็นคู่มือในการพัฒนาธุรกิจ ซึ่งมีตัวแปรหลาย ๆสิ่งที่สำคัญ ประกอบไปด้วย ปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอก, แผนการตลาด, การบริหารทรัพยากรบุคคล, แผนการดำเนินงาน แผนการเงิน, แผนฉุกเฉิน รวมถึง การวางแผนในอนาคตของธุรกิจ

การวิจัยนี้ดำเนินการโดยใช้รูปแบบของการทำแบบสอบถามทางออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีอายุ 31 ปีขึ้นไป ทำอาชีพเป็นข้าราชการ และมีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ผลการวิจัยพบว่าสินค้าที่ลูกค้าชอบมาที่สุด คือ ผ้าซิ่น (42%) ซึ่งปัจจัยหลักที่ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าของธุรกิจ Ing Craft ได้แก่ การออกแบบ, คุณภาพ รวมถึง ราคา โดยในส่วนของการผลิตสินค้า เดรส เป็นสินค้าที่ลูกค้าต้องการให้ธุรกิจ Ing Craft ผลิตเพิ่ม เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ ๆ นอกจากนี้การวิจัยพบว่า การซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ เป็นที่นิยมมากในกลุ่มลูกค้า ซึ่งแอพพิเคชั่นที่ถูกใช้มากที่สุดคือ Facebook.

2. ธุรกิจ Ing Craft จะมีระยะคืนทุนภายใน 6 เดือน ซึ่งมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 1,861,182 บาท และ อัตราผลตอบแทนการลงทุน 194%

การวิจัยดังกล่าวนี้สามารถนำมาปรับและประยุกต์ใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงและพัฒนาธุรกิจ รวมถึงความเข้าใจสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริง

คำสำคัญ: ธุรกิจ Ing Craft, ผ้าซิ่น, เดรส

Saifak, P. M.M.E. (Entrepreneurship), September 2020, Graduate School,
Bangkok University.
The Business Plan of Ing Craft (55 pp.)
Advisor: Worrawan Laohapolwatana, Ph.D.

ABTRACT

This research was made for analysis and research of the business. Which is an important factor that makes understanding of the business model. Moreover, the research it makes the business able to develop and continue to be successful.

This research is the guideline for development of the business. Which it has several important variables, namely internal origin, external origin, marketing planning, human resource management, operational planning, financial planning, contingency planning, including future planning.

In addition, the research was proceeded by using online questionnaire of 50 customers which research results were found that:

1. The most customers are women which have aged 31 and over as a government official that has earning far more than 30,000 baht. The research results were found that the popular product is the wrap-around skirt which the main factors that customers choose to buy products of the Ing Craft business, namely design, quality and price. In the part of production, a dress is a product that customers would like to increase the production process for a new choice. Moreover, online shopping is very popular among customers which the most used application is Facebook.

2. The payback period of Ing Craft business is estimate within 6 months. Net present value around 1,861,182 baht and the *internal rate of return* is 194%.

So, this research can bring to adapt and apply for changing and developing of the business, including understanding what customers needed.

Keywords: Ing Craft business, the wrap-around skirt, a dress

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจนี้สำเร็จได้ลุล่วงได้ด้วยดีได้เนื่องจาก ได้รับความอนุเคราะห์และความกรุณา ช่วยเหลือแนะนำอย่างดียิ่งจาก ดร.วรวรรณ เลาหะพลวัฒนา ที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งท่านอาจารย์ได้ให้คำปรึกษาและแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่การทำวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่องต่าง ๆของงานวิจัยนี้ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งเสมอมา ด้วยเหตุนี้จึงทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณคณาอาจารย์คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการทุกท่าน ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำงานวิจัยนี้ ซึ่งได้ให้คำแนะนำ ความรู้ และชี้แนะแนวทางอันเป็นประโยชน์ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับแผนธุรกิจนี้จนสำเร็จ

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณครอบครัว ที่สนับสนุนทางด้านการศึกษา และเพื่อน ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือและคอยให้กำลังใจ จนแผนธุรกิจนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ภัคชลี ไทรฟัก

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ญ
สารบัญภาพ (ต่อ)	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	2
1.3 วัตุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	2
1.4 องค์ประกอบของการทำธุรกิจ	2
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	
2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด	7
2.2 คู่แข่งขันทางธุรกิจ	9
บทที่ 3 วิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	
3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ	14
3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ	15
3.3 วิเคราะห์ผู้บริโภค	17
บทที่ 4 แผนการตลาด	
4.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด	23
4.2 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด	26
4.3 แผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาด	33
บทที่ 5 แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
5.1 โครงสร้างขององค์กร	35
5.2 หน้าที่ความรับผิดชอบของส่วนงาน	35
5.3 แนวทางการบริหารบุคลากร	36
5.4 การพัฒนาบุคลากร	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	
6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง	38
6.2 ขั้นตอนและวิธีการผลิตสินค้า	38
6.3 การจัดการคลังสินค้าและควบคุมสินค้าคงเหลือ	41
6.4 ขั้นตอนการส่งสินค้า	44
บทที่ 7 แผนการเงิน	
7.1 ความต้องการและแหล่งที่มาของเงินทุน	45
7.2 สมมติฐานทางการเงิน	45
7.3 ประมาณการงบการเงิน	47
7.4 การวิเคราะห์สุดคุ้มทุน	50
บทที่ 8 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ	
8.1 แผนฉุกเฉิน	51
8.2 แผนอนาคต	52
บรรณานุกรม	54
ประวัติผู้เขียน	55

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1.1 Business Model Canvas ของธุรกิจ Ing Craft 3
ตารางที่ 2.1 การเปรียบเทียบคู่แข่งขันกับธุรกิจ 12
ตารางที่ 4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาดตาม Demographic (ประชากรศาสตร์) 23
ตารางที่ 4.2 การแบ่งส่วนทางการตลาดตาม Psychographic (จิตวิทยา) 24
ตารางที่ 4.3 รายการสินค้าและราคา 32
ตารางที่ 6.1 ปริมาณของวัตถุดิบ 42
ตารางที่ 6.2 ปริมาณอุปกรณ์ 43
ตารางที่ 6.3 ปริมาณสินค้า 44
ตารางที่ 7.1 สมมติฐานรายได้ 46
ตารางที่ 7.2 งบกำไรขาดทุน 47
ตารางที่ 7.3 งบดุล 48
ตารางที่ 7.4 งบกระแสเงินสด 49
ตารางที่ 7.5 อัตราส่วนทางการเงิน 50

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 โลโก้ของธุรกิจ Ing Craft 1
ภาพที่ 1.2 สินค้าของ Ing Craft 1
ภาพที่ 2.1 ร้าน Najai Studio เฮือน ณ ใจ๋ 10
ภาพที่ 2.2 ร้าน Treehouse in The Woods 11
ภาพที่ 3.1 ผลสรุปเพศของลูกค้า 17
ภาพที่ 3.2 ผลสรุปอายุ 18
ภาพที่ 3.3 ผลสรุปอาชีพ 18
ภาพที่ 3.4 ผลสรุปรายได้ต่อเดือน 18
ภาพที่ 3.5 ผลสรุปสินค้าของ Ing Craft ที่ลูกค้าชื่นชอบ 19
ภาพที่ 3.6 ผลสรุปราคาสินค้าของ Ing Craft ที่ลูกค้าพึงพอใจ 19
ภาพที่ 3.7 ผลสรุปปัจจัยหลักที่ลูกค้าเลือกซื้อสินค้า 20
ภาพที่ 3.8 ผลสรุปช่องทางที่ลูกค้ารู้จักร้าน Ing Craft 20
ภาพที่ 3.9 ผลสรุปการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า 20
ภาพที่ 3.10 ผลสรุปการผลิตสินค้าเพิ่มเติม 21
ภาพที่ 3.11 ผลสรุปอัตราการซื้อสินค้าของลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ 21
ภาพที่ 3.12 ผลสรุปการใช้แอพพลิเคชั่นต่อวันของลูกค้า 22
ภาพที่ 3.13 ข้อเสนอแนะของลูกค้า 22
ภาพที่ 4.1 เสื้อคอกลมผ้าฝ้าย 26
ภาพที่ 4.2 เสื้อคอกลมผ้าลินิน 26
ภาพที่ 4.3 เสื้อแขนกุดผ้าฝ้าย 27
ภาพที่ 4.4 เสื้อทรงชาวเขาผ้าทอมือ 27
ภาพที่ 4.5 เสื้อ Applique 27
ภาพที่ 4.6 ซิ่นผ้าฝ้าย 27
ภาพที่ 4.7 ซิ่นผ้าพื้นเมือง 28
ภาพที่ 4.8 กระเป๋าผ้าฝ้าย 28
ภาพที่ 4.9 กระเป๋าปักมือใบเล็ก 28
ภาพที่ 4.10 กระเป๋าปักมือใบใหญ่ 29
ภาพที่ 4.11 ย่ามปักมือผ้าฝ้าย 29

สารบัญภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่ 4.12 เข็มขัดปักครอสติช 29
ภาพที่ 4.13 เข็มขัดปักมือ 29
ภาพที่ 4.14 พวงกุญแจตุ๊กตา 30
ภาพที่ 4.15 สร้อยผ้าฝ้ายเข็นมือ 30
ภาพที่ 4.16 สร้อยผ้าปักครอสติช 30
ภาพที่ 4.17 สร้อยงานมือ 31
ภาพที่ 4.18 หน้ากากผ้าฝ้าย 31
ภาพที่ 4.19 หน้ากากผ้าย้อมครามสกลนคร 31
ภาพที่ 5.1 โครงสร้างของบุคลากรในองค์กร 35

บทที่ 1
บทนำ

1.1 แนะนำธุรกิจ

Ing Craft เป็นธุรกิจเกี่ยวกับงานฝีมือ ซึ่งเป็นการขายไอเดีย ความคิดสร้างสรรค์ กล่าวคือ ขายงานศิลปะในรูปแบบของการปักลวดลายลงบนผืนผ้า และเน้นการปักด้วยมือเป็นหลัก เพราะจะทำให้ตัวผลิตภัณฑ์มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น โดยจะแปรรูปออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น เสื้อ, ผ้าชิ่น, กระเป๋าผ้า, ย่าม, เข็มขัด, พวงกุญแจ, สร้อย และ หน้ากากผ้า ซึ่งการออกแบบจะคงความเป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร และมีชิ้นเดียวในโลก ซึ่งปัจจุบันธุรกิจ Ing Craft จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทาง Facebook Fanpage เท่านั้น

ภาพที่ 1.1 โลโก้ของธุรกิจ Ing Craft

ภาพข้างต้นนี้เป็นโลโก้ของธุรกิจ Ing Craft โดยสัญลักษณ์จะเป็นเด็กผู้หญิง เพราะเป็นเอกลักษณ์ของธุรกิจสามารถจดจำได้ง่าย

ภาพที่ 1.2 สินค้าของ Ing Craft

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

ภาพข้างต้นนี้เป็นสินค้าส่วนหนึ่งของธุรกิจ Ing Craft จะใช้มือในการผลิตเป็นหลัก โดยทางร้านจะออกแบบและผลิตเอง

1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

จุดเริ่มต้นของธุรกิจนี้ เกิดจากความชื่นชอบในงานอดิเรกของคุณแม่ ซึ่งนั้นก็คือการเย็บผ้าและปัจจัยหลายๆอย่างทำให้เห็นโอกาสที่สามารถต่อยอดเป็นธุรกิจได้ สิ่งที่สร้างแรงบันดาลใจจนทำให้เกิดธุรกิจนี้คือ เด็ก ๆในโรงเรียนอนุบาล เนื่องจากคุณแม่ที่อดีตเคยเป็นคุณครูสอนเด็ก ๆชั้นอนุบาลต้องทำสื่อการสอนให้เด็ก ๆด้วยตนเอง อย่างเช่น การวาดรูปลงบนกระดาษให้เด็ก ๆได้ระบายสี แต่มีเหตุจำเป็นที่ทำให้ต้องออกจากการเป็นคุณครู เนื่องจากคุณย่าป่วยหนัก ทำให้คุณแม่ต้องออกจากงานเพื่อมาดูแลคุณย่าที่เป็นผู้ป่วยติดเตียง ด้วยเหตุนี้จึงอยากที่จะแบ่งเบาภาระให้กับครอบครัว เลยนำงานอดิเรกและการสร้างสรรค์สื่อศิลปะมาเป็นโอกาสในการทำธุรกิจ สิ่งที่ทำแล้วชอบ มีความสุขกับสิ่งที่ทำ สิ่งนั้นจะเป็นแรงผลักดันให้ประสบความสำเร็จ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ธุรกิจ Ing Craft เกิดขึ้น

1.3 วัตุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

วัตุประสงค์หลักของการจัดทำแผนธุรกิจคือ เพื่อให้ธุรกิจก้าวไปสู่ความสำเร็จ กล่าวคือ เป็นเครื่องมือในการวัดผลข้อสรุปของธุรกิจนั้น ๆ ในเรื่องของการจัดวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่กลั่นออกมาจากความคิดและการตัดสินใจของผู้ประกอบการ เพื่อมองหาโอกาสในการต่อยอดธุรกิจ รวมถึงการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการประกอบของธุรกิจ

1.4 องค์ประกอบของการทำธุรกิจ

ธุรกิจ Ing Craft เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำเกี่ยวกับงานฝีมือ ซึ่งจะออกแบบไม่เหมือนใคร ผลงานจะเน้นการเย็บด้วยมือเป็นหลัก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น จะเป็นธุรกิจในรูปแบบของธุรกิจครอบครัว ซึ่งดำเนินธุรกิจตามโครงสร้างของ Business Model Canvas โดยจะมี 9 องค์ประกอบดังนี้

รายละเอียดต่าง ๆจากโครงสร้างของ Business Model Canvas ซึ่งมี 9 องค์ประกอบดังนี้

ตารางที่ 1.1 Business Model Canvas ของธุรกิจ Ing Craft

<table>
<tr><th>Key Partner</th><th>Key Activities</th><th>Value Propositions</th><th>Customer Relationships</th><th>Customer Segments</th></tr>
<tr><td rowspan="3">1. ผู้จำหน่ายผ้า
2.ผู้จำหน่ายอุปกรณ์
3. ด้านการขนส่ง</td><td>1. สร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ
2. จำหน่ายสินค้างาน Craft ที่ไม่เหมือนใคร
3. จัดส่งสินค้า
4. ทำการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย</td><td rowspan="3">1. ความมีเอกลักษณ์
2. สามารถสั่งซื้อได้ง่าย
3. สินค้ามีคุณภาพ
4. บริการที่รวดเร็ว</td><td>1. มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
2. สามารถให้คำแนะนำได้
3. คืนกำไรให้กับลูกค้า</td><td rowspan="3">1. กลุ่มคนที่รักงาน Craft
2. กลุ่มคนที่ชื่นชอบในงานศิลปะ
3. กลุ่มเป้าหมายผู้หญิงที่มีรายได้ปานกลาง ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป</td></tr>
<tr><td>Key Resources</td><td>Channels</td></tr>
<tr><td>1. บุคลากร
2. วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ</td><td>1. ผ่านช่องทางออนไลน์
2. บูธอีเว้นท์เทศกาลงาน Craft</td></tr>
<tr><td colspan="3">Cost Structure</td><td colspan="2">Revenue Streams</td></tr>
<tr><td colspan="3">1. ค่ารายได้ของแรงงาน (รับเป็นจ๊อบ ๆ)
2. เงินเดือนพนักงาน
3. ค่าโฆษณา
4. ค่าสาธารณูปโภค
5. ค่าขนส่ง
6. ค่าออกบูธเว้นท์เทศกาลงาน Craft
7. ค่าวัสดุ / อุปกรณ์</td><td colspan="2">1. การจำหน่ายผลิตภัณฑ์งาน Craft
2. การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์
3. การออกบูธอีเว้นท์เทศกาลงาน Craft</td></tr>
</table>

1.4.1 Key Partner (พันธมิตรหลัก)

(1) ผู้จำหน่ายผ้า: ร้านขายผ้าที่ห้าง China World, พาหุรัด หรือ สั่งซื้อผ้าผ่านทางออนไลน์ เช่น ผ้าฝ้าย, ผ้าลินิน, ผ้ายีนส์, ผ้าพื้นเมือง, ผ้าฝ้ายชินมัย, ผ้าฝ้ายพิมพ์ลาย, ผ้าฝ้ายย้อมคราม, ผ้าชาวเขา เป็นต้น

(2) ผู้จำหน่ายอุปกรณ์: ร้านขายอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น จักรเย็บผ้า,เข็ม, ด้าย, กรรไกร, กรรไกรขลิบด้าย, กระดุม, กาว, ซิป, ผ้ากาว, ผ้าซับในและเชือกไนล่อน เป็นต้น

(3) ด้านการขนส่ง: บริษัทขนส่งทั่วประเทศไทย เช่น Kerry Express และ บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

1.4.2 Key Activities (กิจกรรมหลัก)

(1) สร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ: ผลิตสินค้ารูปแบบใหม่ๆ แปรรูปสินค้าให้มีความหลากหลาย มีตัวเลือกให้ลูกค้าได้เลือกสรรค์มากยิ่งขึ้น เช่น ผลิตเป็นหมวก หรือเสื้อผ้าที่ลูกค้าสามารถใส่ออกงานได้

(2) จำหน่ายสินค้างาน Craft ที่ไม่เหมือนใคร: ออกแบบสินค้าไม่เหมือนใคร คงความเป็นเอกลักษณ์มีขายเฉพาะที่ร้านเราเท่านั้น

(3) จัดส่งสินค้า: ตรวจสอบสินค้าก่อนจัดส่งให้ลูกค้า สินค้าต้องถูกต้อง มีคุณภาพ ถึงมือลูกค้าได้รวดเร็ว

(4) ทำการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย: โฆษณาร้านผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จัก หรือ จัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า

1.4.3 Key Resources (ทรัพยากรหลัก)

(1) บุคคลากร: ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการเย็บ ปัก ถัก ร้อย, ผู้ดูแลช่องทางการจัดจำหน่ายทางสื่อออนไลน์ รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า, ผู้ดูแลในการจัดส่งสินค้า

(2) วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ: จักรเย็บผ้า,เข็ม, ด้าย, กรรไกร, กรรไกรขลิบด้าย, กระดุม, กาว, ซิป , ผ้ากาว, ผ้าซับในและเชือกไนล่อน, ผ้าฝ้าย, ผ้าลินิน, ผ้ายีนส์, ผ้าพื้นเมือง, ผ้าฝ้ายชินมัย, ผ้าฝ้ายพิมพ์ลาย, ผ้าฝ้านย้อมคราม, ผ้าชาวเขา เป็นต้น

1.4.4 Value Propositions (คุณค่า)

(1) ความมีเอกลักษณ์: ผลิตสินค้าที่มีชิ้นเดียวในโลก ออกแบบไม่ซ้ำกัน ไม่เน้นที่ราคาแต่จะเน้นคุณค่าที่ตัวสินค้า

(2) สามารถสั่งซื้อได้ง่าย: จัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์คือ ทาง Facebook Fanpage

(3) สินค้ามีคุณภาพ: สินค้าทุกชิ้นรับประกันว่าลูกค้าต้องได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ เพราะก่อนส่งให้ลูกค้า ต้องตรวจเช็คสินค้าให้เรียบร้อย หากลูกค้าพบตำแหน่งที่ชำรุดหรือลูกค้าใส่ไม่ได้ ลูกค้า

สามารถส่งมาให้ทางร้านเปลี่ยนได้ฟรี ทางร้านจะออกค่าส่งให้ลูกค้า เพราะถือว่าเป็นความผิดพลาดของทางร้าน

(4) บริการที่รวดเร็ว: บริการจัดส่งทั่วประเทศไทยและฟรีค่าจัดส่ง ลูกค้าจะได้รับสินค้าได้อย่างรวดเร็ว

1.4.5 Customer Relationships (ความสัมพันธ์กับลูกค้า)

(1) มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า: รับฟังความคิดเห็นของลูกค้า รักษามาตรฐานการผลิต พัฒนาสินค้าสม่ำเสมอ หรือสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าเสมอ

(2) สามารถให้คำแนะนำได้: เมื่อลูกค้าต้องการคำแนะนำ สามารถให้คำแนะนำที่ดีให้แก่ลูกค้าได้อย่างเช่น เรื่องผ้า หรือ อุปกรณ์ต่าง ๆ

(3) คืนกำไรให้กับลูกค้า: จัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าให้แก่ลูกค้า หรือซื้อ 1 แถม 1

1.4.6 Channels (ช่องทาง)

(4) ผ่านช่องทางออนไลน์: Facebook Fanpage

(5) บูธอีเว้นท์เทศกาลงาน Craft: ทุก ๆปีจะมีอีเว้นท์เทศกาลงาน Craft ตามห้างต่าง ๆ ทางร้านจะออกอีเว้นท์เดือนละ 1 ครั้ง เพื่อให้คนรู้จักร้านมากขึ้น

1.4.7 Customer Segments (ลูกค้า)

(1) กลุ่มคนที่รักงาน Craft: สินค้าของทางร้านจะเป็นสินค้าที่เจาะจงเฉพาะกลุ่มคน ดังนั้นจึงเน้นเฉพาะกลุ่มคนที่รักในงาน Craft จริง ๆ

(2) กลุ่มคนที่ชื่นชอบในงานศิลปะ: กลุ่มคนที่ชื่นชอบศิลปะในรูปแบบของงานหัตถกรรม ที่ทางร้านออกแบบ

(3) กลุ่มเป้าหมายผู้หญิงที่มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป: กลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นผู้หญิง เช่น กลุ่มแม่บ้าน, พนักงานรับราชการ และคนทั่วไป

1.4.8 Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน)

(1) ค่ารายได้ของแรงงาน: จ่ายให้กับแรงงานที่ผลิตสินค้าให้กับทางร้าน จ่ายเป็นจ๊อบ ๆ เป็นชิ้น ๆซึ่งจะขึ้นอยู่กับความยาก – ง่ายของสินค้า

(2) เงินเดือนพนักงาน: จ่ายให้กับพนักงานที่ดูแลช่องทางการขายบนสื่อออนไลน์และพนักงานจัดส่งสินค้า ทุก ๆเดือน

(3) ค่าโฆษณา: ค่าใช้จ่ายในการโปรโมทร้าน ในรูปแบบของการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์

(4) ค่าสาธารณูปโภค: ค่าไฟ, ค่าน้ำ, ค่าโทรศัพท์ และ ค่าอินเตอร์เน็ต

(5) ค่าขนส่ง: ค่าจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า จ่ายให้กับบริษัทขนส่ง

(6) ค่าออกบูธเว้นท์เทศกาลงาน Craft: ออกอีเว้นท์เทศกาลงาน Craft เดือนละ 1 ครั้ง

(7) ค่าวัสดุ / อุปกรณ์: ผ้า และ อุปกรณ์สำหรับใช้ในการผลิตสินค้า

1.4.9 Revenue Streams (กระแสรายได้)

(1) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์งาน Craft: เสื้อ, ผ้าซิ่น, กระเป๋าผ้า, ย่าม, เข็มขัด, พวงกุญแจ, สร้อย และ หน้ากากผ้า

(2) การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์: การโปรโมตผ่านสื่อทางออนไลน์ ทำให้เข้าถึงและดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้นทำให้มีรายได้เพิ่มจากช่องทางนี้

(3) การออกบูธอีเว้นท์เทศกาลงาน Craft: การออกบูธจะช่วยให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น ลูกค้าสามารถเห็นสินค้าจริง ทำให้ตัดสินใจซื้อได้ง่าย

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บทที่ 2
การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด เป็นการการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมสภาพภายนอกของธุรกิจ ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ มีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา อาจจะส่งผลให้แผนงานธุรกิจไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ได้ แต่ถ้าหากทราบถึงสถานการณ์ที่ธุรกิจกำลังเผชิญอยู่ หรือธุรกิจได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด จะช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อแผนการดำเนินงานทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะใช้หลักการ PESTEL Analysis ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยองค์ประกอบมีดังต่อไปนี้

2.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis)

PESTEL Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อธุรกิจ ซึ่งจะสะท้อนผลดีและผลเสียให้แก่ธุรกิจ ฉะนั้นการวิเคราะห์ PESTEL Analysis จะช่วยให้ธุรกิจสามารถรับมือกับปัญหาได้ทันท้วงที โดยองค์ประกอบของ PESTEL Analysis มีทั้งหมด 6 ปัจจัยดังนี้

(1) Political ปัจจัยภายนอกด้านการเมือง

เสถียรภาพของรัฐบาลทางด้านการเมืองในปัจจุบันค่อยข้างมีปัญหา เหตุเกิดจากความขัดแย้งต่าง ๆที่ไม่สามารถควบคุมได้ จึงเป็นผลกระทบที่ทำให้เศรษฐกิจในประเทศไทยช่วงนี้ไม่ค่อยดีนัก และเนื่องจากสินค้าเราไม่ใช่สินค้าที่ลูกค้าจำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ทุก ๆวัน อย่างเช่น โทรศัพท์มือถือ, ครีม, ยา, อาหารเสริม หรือของใช้ต่าง ๆ จึงทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกที่จะซื้อของที่จำเป็นสำหรับใช้ในชีวิตประจำวันมากกว่า เพราะลูกค้าจะต้องลดค่าใช้จ่ายลงเนื่องจากเศรษฐกิจมีปัญหา ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ยอดขายสินค้าของทางร้านต่ำลงกว่าทุก ๆปี

(2) Economics ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจในช่วงปี 2563 ค่อนข้างมีปัญหา เนื่องจากได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ Covid – 19 ที่ส่งผลกระทบต่อบ้านเมืองในขณะนี้ ทำให้ธุรกิจที่ไม่สามารถรับมือหรือปรับตัวได้ทันต้องปิดตัวลง ธุรกิจบางรูปแบบต้องงดให้บริการ เป็นสาเหตุที่ทำให้ประชากรส่วนใหญ่ตกงานและว่างงานมากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนขาดรายได้ จึงทำให้ไม่มีรายได้เพียงพอต่อการดำเนินชีวิต ประชาชนส่วนใหญ่จึงต้องลดค่าใช้จ่ายลงเนื่องจากเศรษฐกิจมีปัญหา เลือกซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิต และอยู่กับบ้านมากกว่าออกไปข้างนอก

รัฐจึงจัดตั้งโครงการจ่ายเงินเยียวเพื่อช่วยเหลือประชาชน คือ โครงการเราไม่ทิ้งกัน โดยจะแจกให้ประชากรคนละ 5,000 บาท เป็นเวลา 3 เดือน ซึ่งจะจ่ายให้กับประชาชนที่ไม่มีประกันสังคม

แต่ถึงอย่างนั้นก็ไม่สามารถเยียวประชาชนได้ทั้งหมด ทำให้ในปีนี้ทางร้านขายสินค้าได้ต่ำกว่าปีก่อน ๆ แต่เนื่องจากทางร้านขายสินค้าทางออนไลน์และปรับตัวกับเหตุการณ์ Covid – 19 ได้ทัน มีการปรับเปลี่ยนและผลิตสินค้าที่ประชากรสามารถใช้ได้ทุกวัน ซึ่งนั้นทำให้ได้รับผลกระทบเล็กน้อยในเรื่องของการขนส่ง เพราะลูกค้าต้องรอสินค้าค่อยข้างนาน เนื่องจากบริษัทขนส่งได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ Covid – 19

(3) Social ปัจจัยภายนอกเกี่ยวกับด้านสังคม

ปัจจุบันประเทศไทยรณรงค์เรื่องภาวะโลกร้อนหรือการลดขยะ ทำให้ประชาชนหันมารักโลกมากขึ้น ซึ่งห้างหรือร้านค้าต่าง ๆต้องงดจำหน่ายถุงพลาสติก ประชาชนจึงต้องนำถุงผ้ามาใส่ของเองด้วยเหตุนี้ทำให้ประชาชนหันมาให้ความสำคัญกับสินค้าที่เกี่ยวกับผ้ามากขึ้น ซึ่งเป็นผลดีต่อธุรกิจเนื่องจากทางร้านเน้นขายสินค้าที่เป็นกระเป๋าผ้าเป็นหลัก ทำให้ได้รับความนิยมจากลูกค้าในช่วงนี้

(4) Technology ปัจจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยี

ระบบอินเตอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์ ต่อประชาชนและธุรกิจหลาย ๆ ธุรกิจ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ใช้ในการดำเนินชีวิตและใช้ในการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่สามารถติดต่อผ่านผู้คนทั่วทั้งโลกได้ ไม่ต้องลงทุนมากก็สามารถใช้อินเตอร์เน็ตได้ ดังนั้นในปัจจุบันจึงได้นำอินเตอร์เน็ตมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยทำการตลาดผ่านสื่อต่าง ๆบนอินเตอร์เน็ต เช่น Facebook และ Line@ เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วเพียงแค่เชื่อมกับสมาร์ทโฟนหรือคอมพิวเตอร์ ก็สามารถทำธุรกิจได้อย่างง่ายดาย

(5) Environmental ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวกับด้านสภาพแวดล้อม

ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจคือ สภาพอากาศ หากเป็นช่วงของฤดูฝน จะทำให้การผลิตน้อยลงเนื่องจากสินค้าของเราทำจากผ้า ทำให้น้ำจากฝนซึมสินค้าได้ง่ายเพราะสินค้าของเราไม่ใช่ผ้าที่กันน้ำ

แต่เนื่องจากปีนี้เกิดสถานการณ์ฝุ่น PM2.5 ในประเทศไทย หากไม่ป้องกันอาจส่งผลเสียต่อสุขภาพได้ ทางร้านจึงผลิตสินค้ารูปแบบใหม่ คือ หน้ากากผ้าฝ้ายกรอง 3 ชั้น ที่สามารถป้องกันฝุ่น PM2.5ได้ จึงทำให้การผลิตเพิ่มขึ้น ซึ่งมาทนแทนในส่วนของช่วงฤดูฝน

(6) Legal ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวกับด้านกฎหมาย

ในปัจจุบันผู้คนหันมาทำธุรกิจในออนไลน์มากขึ้น รัฐจึงออกกฎหมายใหม่ โดยการเรียกเก็บค่าภาษีและค่าธรรมเนียมในการขายสินค้าทางออนไลน์ และถ้าหากร้านค้าใดไม่บอกราคาสินค้า จะถูกปรับ 10,000 บาท

ซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เพราะทางร้านทำตามกฎหมายอย่างเคร่งคัด

2.1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยกดดันต่อธุรกิจ

Porter's Five forces analysis คือ การวิเคราะห์แรงกดดันหรือภัยคุมคาม ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่

(1) อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power)

อำนาจการต่อรองของลูกค้าไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เนื่องจากสินค้าของทางร้านเป็นสินค้าที่ผลิตได้ค่อยข้างยากและค่อนข้างใช้เวลา ทางร้านจึงตั้งราคาที่เหมาะกับสินค้าคือ ไม่ถูกและไม่แพงจนเกินไป เน้นที่คุณภาพมากกว่า ด้วยเหตุนี้ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการซื้อสินค้า

(2) อำนาจต่อรองจากคู่ค้า (Power of Suppliers)

ในการผลิตสินค้าแต่ละชิ้น ทางร้านเลือกซื้อวัตดุดิบจากร้านค้าขายปลีกจากแหล่งขายโดยตรง และเลือกร้านที่ขายราคาไม่สูงมาก จึงไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เพราะทางร้านซื้อในปริมาณที่มากพอ

(3) การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of New Entrants)

ธุรกิจนี้ค่อยข้างทำได้ง่าย เนื่องจากใช้ต้นทุนไม่สูงมาก สามารถจ้างแรงงานที่มีฝีมือในการผลิตได้ ด้วยเหตุนี้อาจจะทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้น

(4) การแข่งขันของคู่แข่งในธุรกิจสายงานเดียวกัน (Industry Rivalry)

ธุรกิจงาน Craft เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากหลาย ๆร้านหันมาทำในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น ทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกเยอะในการเลือกซื้อสินค้า ฉะนั้นทางร้านจึงสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า โดยการผลิตลวดลายที่ไม่เหมือนร้านไหน ๆ ทำให้ได้รับความสนใจจากลูกค้าได้มากกว่าธุรกิจจากสายงานเดียวกัน

(5) การคุกคามจากสินค้าหรือบริการทดแทน (Threat of Substitutes)

การคุกคามจากสินค้าหรือบริการทดแทนของธุรกิจนี้คือ ลูกค้าอาจจะมีตัวเลือกใหม่จากร้านค้าที่ทำธุรกิจเดียวกัน หรือหันไปเลือกซื้อสินค้าที่ราคาและคุณภาพดีกว่า ซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เนื่องจากทางร้านเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ สินค้ามีจุดเด่น ซึ่งทางร้านได้พัฒนาสินค้า คงคุณภาพ และราคาเอาไว้ รวมถึงผลิตสินค้าเพิ่มขึ้น เพื่อให้ลูกค้ามีตัวเลือกเยอะขึ้น

2.2 คู่แข่งขันทางธุรกิจ

การวิเคราะห์คู่แข่งขันทางธุรกิจ ช่วยให้สามารถคิดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ด้วยความคิดใหม่ ๆ รู้จุดแข็งจุดอ่อนของธุรกิจหรือข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงสามารถพัฒนาหรือต่อยอดธุรกิจได้อีกด้วย โดยคู่แข่งขันทางธุรกิจมีดังนี้

2.2.1 คู่แข่งขัน

คู่แข่งขันทางธุรกิจนั้นมีความสำคัญมากต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะประกอบไปด้วยคู่แข่งขันทางตรงและทางอ้อม คู่แข่งขันทางตรงคือ คู่แข่งที่ผลิตสินค้าหรือบริการเหมือนกัน ทำธุรกิจเหมือนกัน ส่วนคู่แข่งทางอ้อมคือ คู่แข่งที่มีสินค้าที่คล้ายคลึงกัน ทำธุรกิจรูปแบบเดียวกัน ซึ่งตัวสินค้าอาจจะแตกต่างออกไปและมีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน ปัจจุบันคู่แข่งขันทางตรงและทางอ้อมของธุรกิจ Ing Craft มีดังนี้

- **คู่แข่งขันทางตรง**

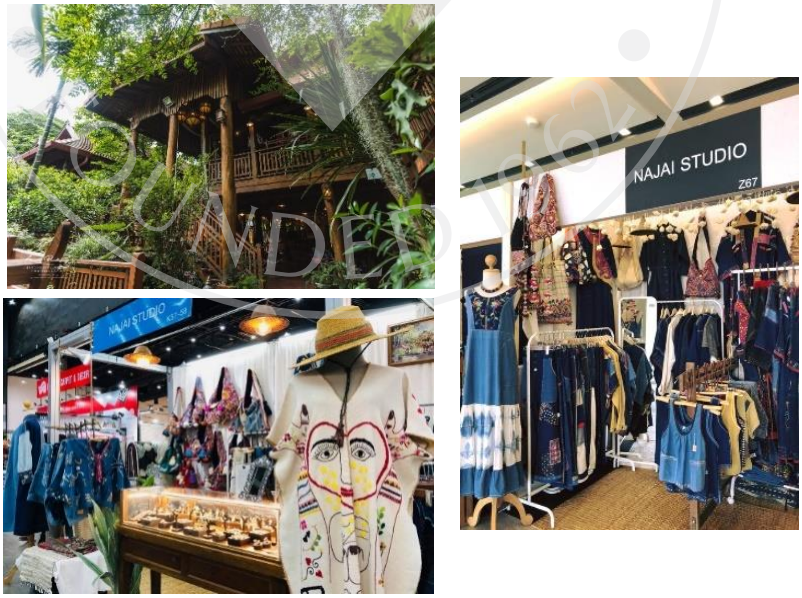
ในปัจจุบันยังไม่มีคู่แข่งทางตรง เนื่องจากสินค้าของทางร้านออกแบบอย่างมีเอกลักษณ์ ทำให้สินค้าแต่ละชิ้นไม่ซ้ำใคร ซึ่งทำให้ยังไม่มีคู่แข่งทางตรงในปัจจุบัน

- **คู่แข่งขันทางอ้อม**

ในปัจจุบันคู่แข่งขันทางอ้อม มี 2 ร้านหลัก ๆซึ่งทำธุรกิจประเภทเดียวกัน ลักษณะสินค้าคล้าย ๆกัน ได้แก่ร้าน Najai Studio เฮือน ณ ใจ๋ และ ร้าน Treehouse In The Woods

- **Najai Studio เฮือน ณ ใจ๋**

ภาพที่ 2.1 ร้าน Najai Studio เฮือน ณ ใจ๋



ที่มา: Facebook. (2563). *Najai Studio เฮือน ณ ใจ๋*. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/najaihome

"เฮือน ณ ใจ๋" เป็นสถานที่เยี่ยมชมวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวแม่แจ่ม ที่จำลองความเป็นแม่แจ่มอย่างแท้จริงเข้ามาอยู่ในตัวเมืองเชียงใหม่ เพื่อความสะดวกในการเข้ามาสัมผัสมนต์เสน่ห์ของวิถีชีวิต ธรรมชาติ และงานหัตถกรรมในอำเภอแม่แจ่ม ด้วยแบบบ้านการตกแต่งภายใน และผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย ท่านจะได้สัมผัสกับกลิ่นอายความเป็นแม่แจ่มอย่างแท้จริง โดยไม่ต้องเดินทางไกลไปถึงตัวอำเภอแม่แจ่ม

จุดเด่น: มีหน้าร้าน สินค้ามีเอกลักษณ์ ลวดลายสวยงาม มีแรงงานฝีมือดีมาก มีกำลังผลิตมาก และเป็นสมาชิกศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ

จุดด้อย: ราคาแพง เนื่องจากเน้นขายชาวต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ ไม่บอกราคาบนสื่อออนไลน์ ลูกค้าต้องทักไปถามเอง แม่ค้าไม่ง้อลูกค้าเท่าไรนัก

- **ร้าน Treehouse in The Woods**

ภาพที่ 2.2 ร้าน Treehouse in The Woods

ที่มา: Facebook. (2563). *Treehouse in The Woods*.
สืบค้นจาก https://www.facebook.com/TreehouseInTheWoods

We are the wearable art. Precious stuffs that created especially for you

จุดเด่น: สินค้ามีเอกลักษณ์ ลวดลายน่ารัก มีคุณภาพ ฝีมือดีมาก

จุดด้อย: ราคาค่อนข้างสูง สินค้าเน้นสีเอิร์ธโทนเป็นหลัก สีเข้มจะมีไม่เยอะ ทำให้มีตัวเลือกน้อย

2.2.2 การเปรียบเทียบคู่แข่งขันกับธุรกิจ

ธุรกิจได้ทำข้อเปรียบเทียบของคู่แข่งขันทางธุรกิจ ในเรื่องของผลิตภัณฑ์, ราคา, คุณภาพ, พันธมิตรทางธุรกิจ และเครือข่ายทางสังคม โดยวิเคราะห์ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 2.1 การเปรียบเทียบคู่แข่งขันกับธุรกิจ

แบรนด์	ผลิตภัณฑ์	ราคา	คุณภาพ	พันธมิตรทางธุรกิจ	เครือข่ายทางสังคม
Ing Craft	เสื้อ ผ้าซิ่น กระเป๋า ย่าม เข็มขัด พวงกุญแจ สร้อย หน้ากากผ้า	เริ่มต้น 150 – 2,000 บาท	คุณภาพดี	ร้านขายผ้าที่ China World ร้านขายผ้าที่พาหุรัด	ร้านขายผ้าใน Facebook ร้านขายผ้าที่ China World ร้านขายผ้าที่พาหุรัด กลุ่มสมาชิกของธุรกิจ Ing Craft
Najai Studio เฮือน ณ ใจ๋	เสื้อ ผ้าซิ่น กระเป๋า ย่าม กระโปรง หน้ากากผ้า แหวน สร้อย	เริ่มต้น 1,990 – 25,000 บาท	คุณภาพสูง	ร้านขายผ้าที่เชียงใหม่	ร้านขายผ้าที่เชียงใหม่ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
Treehouse in The Woods	เสื้อ เดรส กระเป๋า ย่าม กระโปรง หน้ากากผ้า หมวก เครื่องประดับผม	เริ่มต้น 190 – 3,900 บาท	คุณภาพดี	ร้านขายผ้าพื้นเมืองที่เชียงใหม่	ร้านขายผ้าที่เชียงใหม่

จากตารางที่ 2.1 เป็นการเปรียบเทียบคู่แข่งขันกับธุรกิจ ในด้านผลิตภัณฑ์, ราคา, คุณภาพ, พันธมิตรทางธุรกิจ และเครือข่ายทางสังคมดังนี้

1. **ผลิตภัณฑ์**

ธุรกิจ Ing Craft ซึ่งเป็นแบรนด์ของทางร้าน สินค้ามีความคล้ายคลึงกับธุรกิจ Najai Studio เฮือน ณ ใจ๋ และ ธุรกิจ Treehouse in The Woods ซึ่งจะต่างกันตรงที่การออกแบบตัวสินค้า แต่ละร้านจะมีเอกลักษณ์ของร้านนั้น ๆ

2. **ราคา**

ธุรกิจ Najai Studio เฮือน ณ ใจ๋ และ ธุรกิจ Treehouse in The Woods สินค้าจะมีราคาที่ค่อยข้างสูงกว่า ธุรกิจ Ing Craft

3. **คุณภาพ**

ธุรกิจ Ing Craft สินค้ามีคุณภาพดีค่อนข้างดี ฝีมือประณีต มีกำลังผลิตน้อย
ธุรกิจ Najai Studio เฮือน ณ ใจ๋ สินค้ามีคุณภาพค่อนข้างสูง เนื่องจากมีกำลังในการผลิตมากและแรงงานมีฝีมือดี
ธุรกิจ Treehouse in The Woods สินค้ามีคุณภาพค่อนข้างดี มีกำลังผลิต

4. **พันธมิตรทางธุรกิจ**

ธุรกิจ Ing Craft หลัก ๆจะซื้อวัสดุดิบที่ร้านขายผ้าที่ China World และร้านขายผ้าที่พาหุรัด ส่วนธุรกิจ Najai Studio เฮือน ณ ใจ๋ และ ธุรกิจ Treehouse in The Woods จะใส่วัสดุดิบที่จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากทำสินค้าด้วยผ้าพื้นเมืองเป็นหลัก

5. **เครือข่ายทางสังคม**

ธุรกิจ Ing Craft เครือข่ายทางสังคมได้แก่ ร้านขายผ้าในFacebook, ร้านขายผ้าที่ China World,ร้านขายผ้าที่พาหุรัด และกลุ่มสมาชิกของธุรกิจ Ing Craft
ธุรกิจ Najai Studio เฮือน ณ ใจ๋ เครือข่ายทางสังคมได้แก่ ร้านขายผ้าที่เชียงใหม่และศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ
ธุรกิจ Treehouse in The Woods เครือข่ายทางสังคมได้แก่ ร้านขายผ้าที่เชียงใหม่

บทที่ 3
วิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ

การประเมินศักยภาพของธุรกิจ จะช่วยสร้างความได้เปรียบให้กับธุรกิจ ซึ่งสามารถรู้ข้อดีและข้อเสียของธุรกิจได้ โดยกำหนดจุดแข็ง, จุดอ่อน, โอกาส และอุปสรรค ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นผลลัพธ์ต่อการดำเนินธุรกิจและสามารถกำหนดแผนกลยุทธ์เพื่อที่จะสามารถวางการตลาดได้อย่างเหมาะสม โดยธุรกิจ Ing Craft ใช้ SWOT Analysis เป็นหลักการในการประเมินศักยภาพของธุรกิจ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในขององค์กร โดยองค์ประกอบของ SWOT Analysis มี 4 ปัจจัยดังนี้

(1) จุดแข็ง (Strength)

Ing Craft ทำธุรกิจเกี่ยวกับสินค้างานหัตกรรม โดยจะแปรรูปออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น เสื้อ, ผ้าซิ่น, กระเป๋าผ้า, ย่าม, เข็มขัด, พวงกุญแจ, สร้อย และ หน้ากากผ้า ส่วนใหญ่จะทำเป็นงาน Handmade ซึ่งออกแบบโดยคุณแม่ ฉะนั้นแล้วการออกแบบลวดลายก็จะไม่เหมือนใคร มีเอกลักษณ์ ลูกค้าจะรู้ทันทีว่าเป็นสินค้าของทางร้าน งานทุกชิ้นออกแบบจะไม่ซ้ำกัน มีชิ้นเดียวในโลก ซึ่งเป็นสินค้าที่หาซื้ออื่นไม่ได้ โดยสินค้าของทางร้านลูกค้าสามารถใช้ได้หลายโอกาสตามความต้องการของลูกค้า เช่น ใส่ไปทำงาน, ออกงาน หรือ ใส่อยู่บ้าน ซึ่งจุดนี้ทำให้สินค้าเราแตกต่างจากร้านอื่น ๆ เนื่องจากทางร้านตั้งราคาไม่แพง เน้นด้านคุณภาพ เนื้อผ้าใส่สบายเหมาะกับอากาศที่เมืองไทย ด้วยเหตุนี้ทำให้ร้าน Ing Craft มีลูกค้าประจำ และฐานลูกค้าพอสมควร

(2) จุดอ่อน (Weakness)

ปัจจุบันการผลิตสินค้า การซื้อวัตถุดิบและการส่งสินค้า ทำโดยเจ้าของเพียงคนเดียว โดยจ้างแรงงานแบบไม่ประจำบ้างประมาณ 1-2 คน ซึ่งทำให้การผลิตสินค้าไม่เป็นไปตามความต้องการเท่าที่ควร ทำให้ผลิตสินค้าได้น้อยและการผลิตค่อนข้างใช้เวลา ลูกค้าต้องรอนาน ซึ่งเหตุนี้ทำให้ทางร้านเสียเปรียบแก่ร้านค้าอื่น ๆ เนื่องจากร้านที่ทำธุรกิจคล้าย ๆ มีกำลังในการผลิตมากกว่า

(3) โอกาส (Opportunity)

ไม่มีร้านค้าอื่น ๆผลิตลวดลายแบบเดียวกับร้าน Ing Craft ทำให้ไม่มีคู่แข่งหลัก แต่อาจจะมีร้านค้าที่ทำสินค้าคล้าย ๆกัน ซึ่งธุรกิจ Ing Craft มีสินค้าที่โดดเด่นและแตกต่าง ทำให้ได้รับความสนใจจากลูกค้าค่อนข้างมาก รวมถึงในปัจจุบัน ธุรกิจ Ing Craft เน้นทำการตลาดในรูปแบบของออนไลน์ โดยขายสินค้าผ่านทาง Facebook เป็นหลัก และผู้คนหันมาใช้ Social media กันมากขึ้น โดยเฉพาะ Facebook ทำให้ทางร้านทำให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่าย

นอกจากนี้แล้วประเทศไทยรณรงค์เรื่องภาวะโลกร้อนและการลดขยะ ทำให้ประชาชนหันมารักโลกมากขึ้น ซึ่งห้างหรือร้านค้าต่าง ๆต้องงดจำหน่ายถุงพลาสติก ซึ่งจุด ๆนี้ ร้าน Ing Craft จึงเป็นทางเลือกใหม่ให้กับประชาชน เนื่องจากผู้คนหันมาสนใจผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผ้าเพิ่มมากขึ้น

(4) อุปสรรค (Threats)

ธุรกิจ Ing Craft ได้รับผลกระทบจาก Covid - 19 ทำให้เศรษฐกิจในช่วงนี้ไม่ดีมากนัก และธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ลงทุนไม่มาก อาจมีคู่แข่งเกิดขึ้นภายหลังได้

ดังนั้นเมื่อประเมินศักยภาพธุรกิจและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในขององค์กร รับรู้ข้อดีข้อเสียของธุรกิจแล้ว ทางร้าน Ing Craft จึงวางแผนกลยุทธ์ในการทำการตลาดให้เหมาะสม โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ

การวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ ทำให้ธุรกิจได้เปรียบต่อคู่แข่งทางการค้า โดยจะแก้ปัญหาและป้องกันปัญหา เพื่อมีจุดมุ่งหมายที่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแผนกลยุทธ์ของธุรกิจ Ing Craft มีดังต่อไปนี้

(1) วิสัยทัศน์

สร้างเอกลักษณ์และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ทรงคุณค่า ให้เป็นที่ยอมรับแก่คนทุกเพศ ทุกวัย โดยสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

(2) พันธกิจ

งานทำมือ เน้นคุณค่า ราคาไม่แพง

(3) เป้าหมาย

3.1 เพื่อแสวงหาผลกำไร

ผลกำไรเป็นสิ่งที่ธุรกิจ Ing Craft มุ่งหมายและเป็นสิ่งที่จูงใจซึ่งสามารถทำให้ธุรกิจดำเนินการต่อไปได้ หากธุรกิจไม่มีกำไรก็จะไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้

3.2 เพื่อเป็นที่ยอมรับในสินค้างานหัตกรรม

จากความพยายามในการสร้างสรรค์สินค้า ทาง Ing Craft ต้องการให้ธุรกิจเป็นที่รู้จัก มีลูกค้าชื่นชอบในผลงานของทางร้าน และสินค้าของทางร้านสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

3.3 เพื่อสร้างสรรค์งานศิลปะในรูปแบบของงานหัตกรรม

Ing Craft ต้องการที่จะสร้างสรรค์สินค้ารูปแบบใหม่ ๆเพื่อให้ลูกค้ามีตัวเลือกเพิ่มขึ้นในการซื้อสินค้า โดยเจ้าของจะควบคุมการผลิตเองทุกชิ้น เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพที่ดี

3.4 เพื่อให้ชาวบ้านในชุมชนมีรายได้และมีอาชีพ

ธุรกิจ Ing Craft จะไม่จ้างโรงงานในการผลิตสินค้าแต่จะจ้างแรงงานที่เป็นชาวบ้านในชุมชนที่มีความสามารถในงานด้านนี้ เนื่องจากชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ บางคนต้องการหารายได้เพื่อเลี้ยงครอบครัว แต่ไม่สามารถทำงานหนัก ๆได้ ซึ่งทางร้านสามารถให้ชาวบ้านทำงานที่บ้านของตนได้ นอกจากนี้ทาง Ing Craft ยังช่วยสอนงานหัตกรรมให้ชาวบ้านเพื่อให้ชาวบ้านมีอาชีพและรายได้เพื่อหาเลี้ยงชีพและครอบครัวได้

3.5 เพื่อความมั่นคง

เมื่อลงทุนทำธุรกิจแล้ว ทางร้านก็ต้องการให้สินค้าตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เห็นผลที่ดีจากการลงทุน ซึ่งต้องการให้ธุรกิจนี้สามารถเป็นธุรกิจครอบครัวและสามารถทำรายได้ให้กับครอบครัวไปสู่รุ่นลูก รุ่นหลาน เพื่อพัฒนาธุรกิจต่อไป

3.6 เพื่อความเจริญเติบโตของธุรกิจ

ธุรกิจ Ing Craft ต้องการให้ธุรกิจเจริญเติบโตขึ้นเรื่อย ๆโดยจะพัฒนาสินค้าและทำการตลาดรูปแบบใหม่ ๆโดยไม่หยุดนิ่ง ซึ่งจะขยายช่องทางการจัดจำหน่าย, ขยายสาขาหรือการจ้างงานเพิ่มขึ้นเพื่อให้ธุรกิจมีมั่นคงต่อการดำเนินงาน

(4) วัตถุประสงค์

- ทำกำไรได้ให้ 10% ในปีที่ 1
- ขยายกลุ่มเป้าหมายไปที่กลุ่มวัยรุ่นและชาวต่างชาติ ในปีที่ 2
- เปิดหน้าร้าน ภายในปีที่ 3
- ส่งสินค้าออกสู่ต่างประเทศ ภายในปีที่ 5

(5) กลยุทธ์ระดับหน้าที่

กลยุทธ์ของธุรกิจ Ing Craft มุ่งเน้นการเติบโตแบบ Functional Strategy หรือกลยุทธ์ระดับหน้าที่เนื่องจากธุรกิจนี้จะใช้กลยุทธ์โดยการศึกษาข้อมูลลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ แล้วตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามเสียงส่วนมาก ดังนั้นจึงผลิตสินค้าที่ได้รับความนิยมจากลูกค้ามากกว่าสินค้าอื่น ๆ เพื่อให้เกิดผลเสียน้อยที่สุด นอกจากนี้ยังพัฒนาหรือคิดค้นสินค้ารูปแบบใหม่ ๆเพื่อให้ลูกค้ามีตัวเลือกเพิ่มขึ้นและขายในราคาที่เหมาะสม

นอกจากนี้แล้วผู้ประกอบการจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ผู้บริโภค เพื่อให้ทราบแนวทางของความต้องการของลูกค้า โดยการศึกษาข้อมูลกลุ่มลูกค้า เพื่อทำวิจัยทางการตลาด โดยธุรกิจ Ing Craft ได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มลูกค้าโดยตรง รายละเอียดมีดังต่อไปนี้

3.3 วิเคราะห์ผู้บริโภค

(1) ข้อมูลกลุ่มผู้บริโภค

ธุรกิจ Ing Craft ได้ทำการศึกษาข้อมูลกลุ่มลูกค้าจำนวน 50 ท่าน โดย 50 ท่านนี้เป็นกลุ่มลูกค้าจริงของทางร้าน ซึ่งจะเน้นเพศหญิงเป็นหลักอายุประมาณ 30 จึงถึง 41 ปีขึ้นไป รายได้ 10,000 บาทขึ้นไป ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ, พนักงานเอกชน, ธุรกิจส่วนตัว หรือ เป็นแม่บ้าน เหตุผลที่เลือกกลุ่มลูกค้า 50 ท่านนี้มาทำแบบสอบถาม เนื่องจากพวกเขาเป็นกลุ่มลูกค้าของทางร้านที่ซื้อสินค้าและใช้ของทางร้านจริง ติดตามร้านมาเป็นเวลานาน ทำให้สามารถบอกข้อดีหรือข้อเสียของทางร้านได้ เพื่อที่ทางร้านจะได้นำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้น

(2) การเก็บข้อมูล

สร้างแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Forms เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของการศึกษาข้อมูลกลุ่มลูกค้า

(3) การลงมือเก็บข้อมูล

การทำแบบสอบถามออนไลน์ 13 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

3.1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มลูกค้า

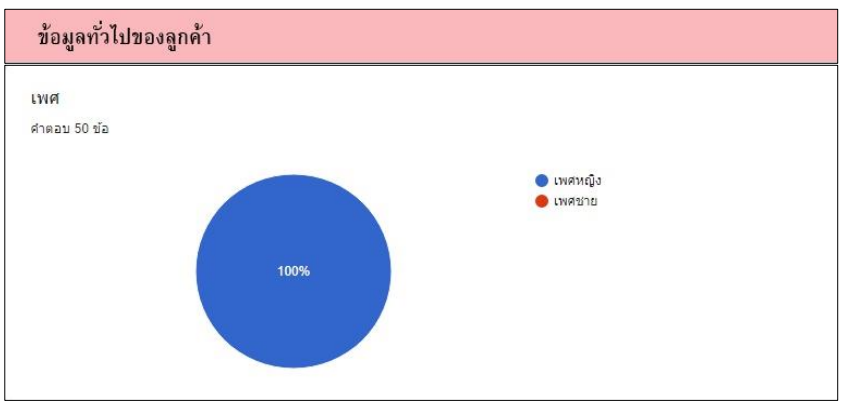
3.2) ความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าของธุรกิจ Ing Craft

3.3) พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

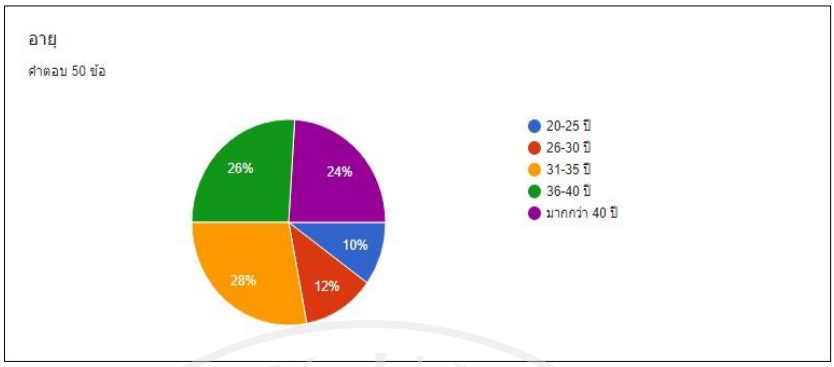
(4) ผลสรุปจากการวิจัย

รูปภาพดังต่อไปนี้ แสดงผลสรุปของการทำวิจัยจากการเก็บข้อมูลของกลุ่มลูกค้าจำนวน 50 ท่าน ซึ่งเป็นการทำแบบสอบถามออนไลน์ส่วนที่ 1 ในส่วนของข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ซึ่งรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

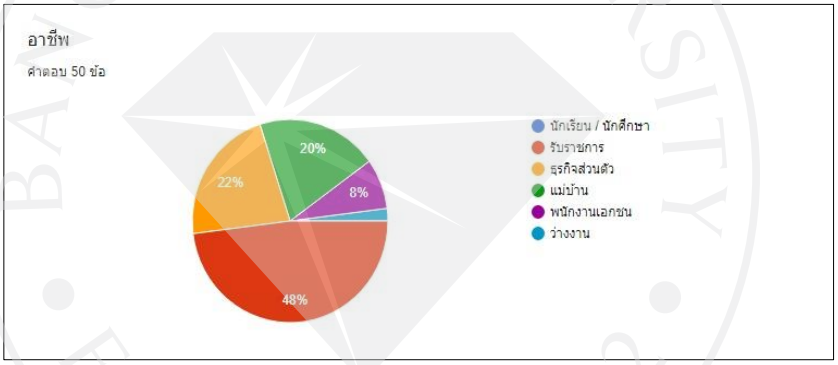
ภาพที่ 3.1 ผลสรุปเพศของลูกค้า



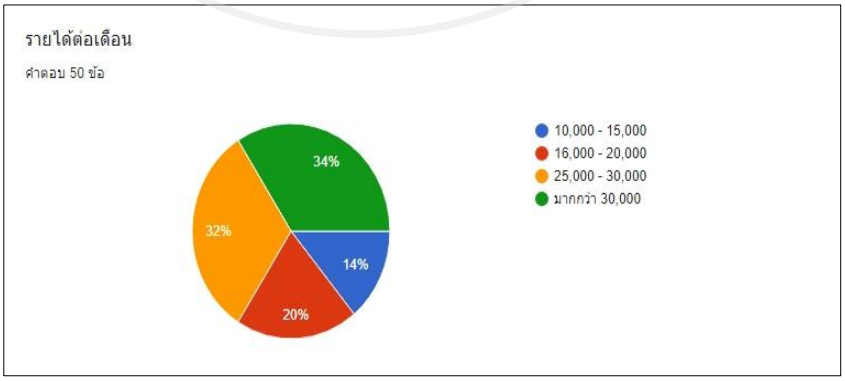
ภาพที่ 3.2 ผลสรุปอายุ



ภาพที่ 3.3 ผลสรุปอาชีพ



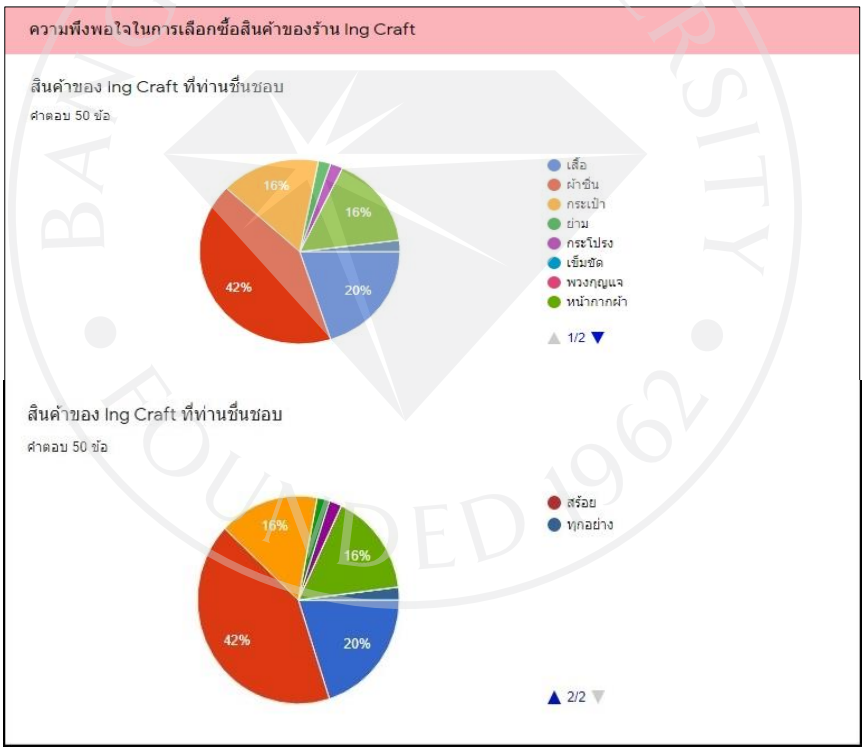
ภาพที่ 3.4 ผลสรุปรายได้ต่อเดือน



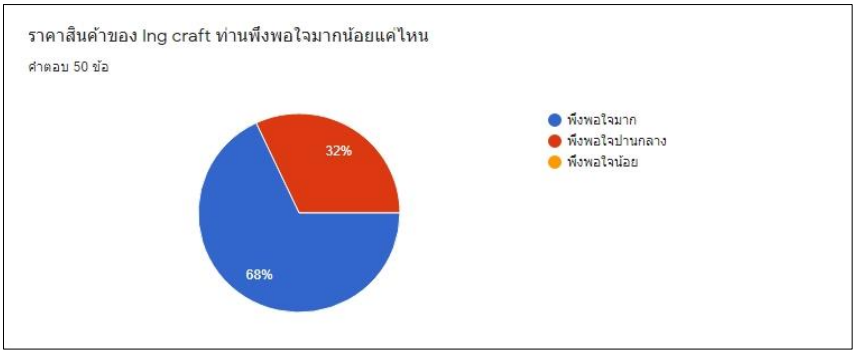
จากการทำแบบสอบถามออนไลน์ส่วนที่ 1 ของลูกค้า 50 ท่าน พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงวัยกลางคน ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 31-35 ปี จำนวน 14 ท่าน อายุ 36-40 ปี จำนวน 13 ท่าน อายุมากกว่า 40 ปี จำนวน 12 ท่าน 26-30 ปี จำนวน 6 ท่าน และอายุ 20-25 ปี จำนวน 5 ท่าน โดยมีลูกค้าทำอาชีพข้าราชการเป็นส่วนมาก จำนวน 24 คน รองลงมาคือทำอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 11 ท่านและเป็นแม่บ้าน จำนวน 10 ท่าน รายได้ต่อเดือนของลูกค้าจำนวนมากที่สุดคือ เงินเดือนมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 17 ท่าน รองลงมาคือ 25,000 - 30,000 ซึ่งมีจำนวน 16 ท่าน โดยลูกค้าส่วนใหญ่ มีกำลังในการซื้อสินค้าของทางร้านและเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับสินค้าของทางร้าน

รูปภาพดังต่อไปนี้ แสดงผลสรุปการทำแบบสอบถามออนไลน์ส่วนที่ 2

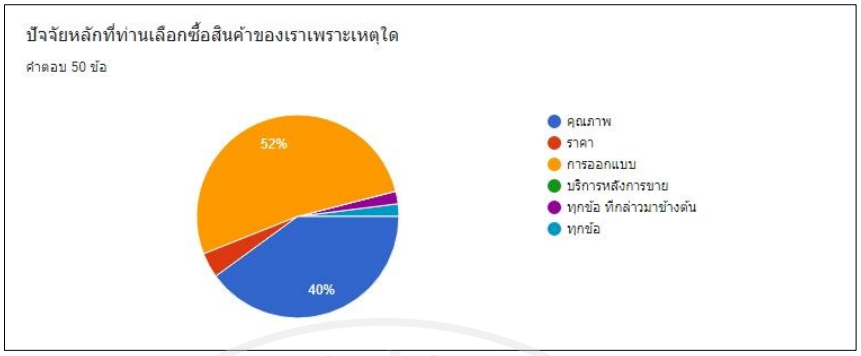
ภาพที่ 3.5 ผลสรุปสินค้าของ Ing Craft ที่ลูกค้าชื่นชอบ



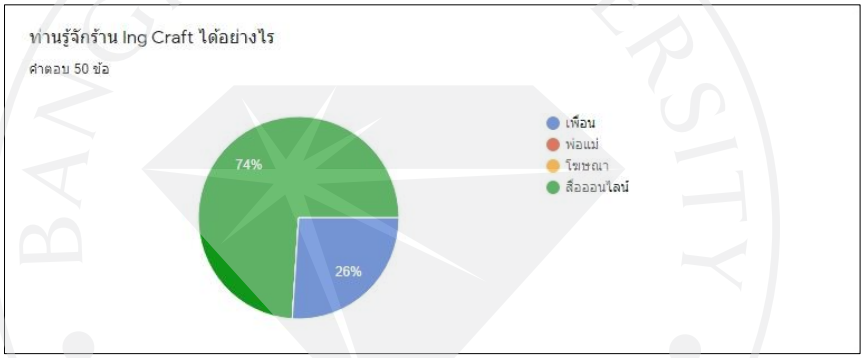
ภาพที่ 3.6 ผลสรุปราคาสินค้าของ Ing Craft ที่ลูกค้าพึงพอใจ



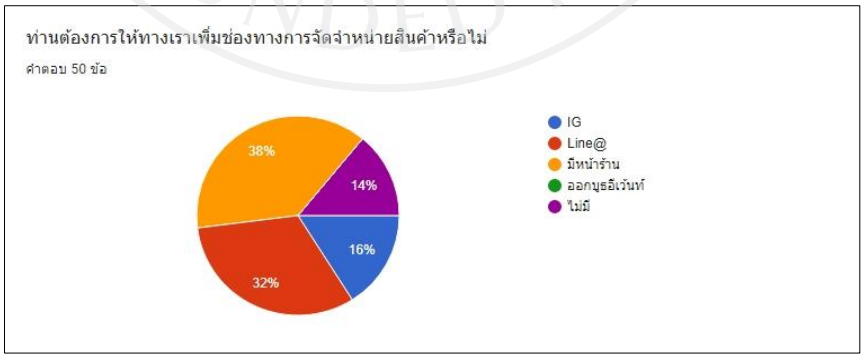
ภาพที่ 3.7 ผลสรุปปัจจัยหลักที่ลูกค้าเลือกซื้อสินค้า



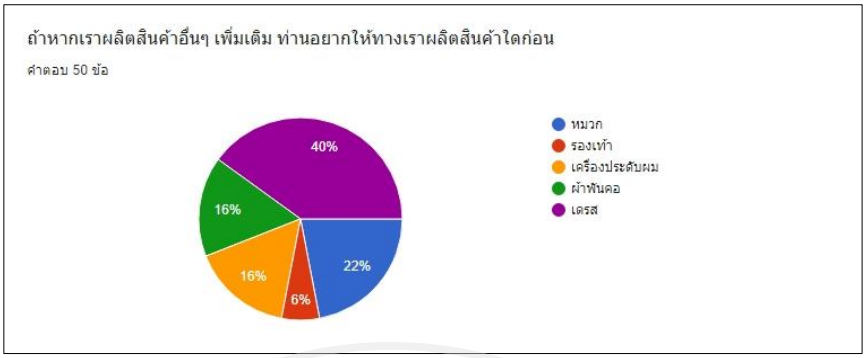
ภาพที่ 3.8 ผลสรุปช่องทางที่ลูกค้ารู้จักร้าน Ing Craft



ภาพที่ 3.9 ผลสรุปการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า



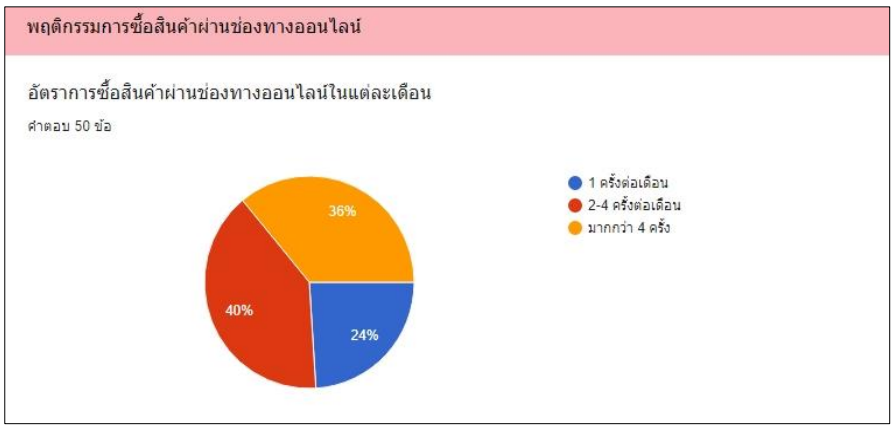
ภาพที่ 3.10 ผลสรุปการผลิตสินค้าเพิ่มเติม



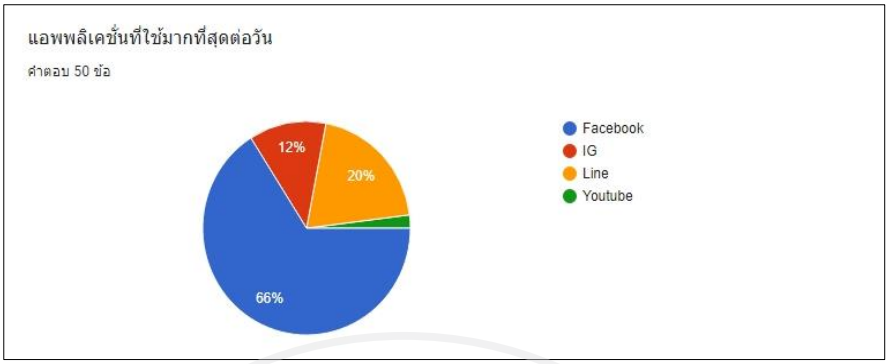
ในส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าของร้าน Ing Craft พบว่า สินค้าที่ลูกค้าส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุดคือ ผ้าซิ่น ถัดมาเป็น เสื้อ,กระเป๋า,หน้ากากผ้า โดยราคาสินค้าของร้าน Ing Craft เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า ซึ่งปัจจัยที่ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าของทางร้านคือ การออกแบบและความมีคุณภาพ ลูกค้าส่วนใหญ่รู้จักร้าน Ing Craft ผ่านช่องทางออนไลน์และรู้จักจากการบอกต่อของกลุ่มเพื่อน นอกจากนี้ลูกค้าส่วนใหญ่ ต้องการให้ทางร้านผลิตสินค้าเพิ่ม เพื่อเป็นตัวเลือกใหม่ ๆ ซึ่งก็นั้นคือ เดรส ถัดมาคือ หมวก รองลงมาคือ ผ้าพันคอ,เครื่องประดับผม และรองเท้าตามลำดับ ลูกค้าส่วนมากอยากให้ทางร้าน Ing Craft ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งส่วนมากอยากให้ทางร้าน มีหน้าร้านในการขายสินค้าและขายทาง Line@ จากการวิจัยในส่วนนี้พบว่า ร้าน Ing Craft เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือราคา ดังนั้นทางร้านจะต้องพัฒนาสินค้าให้ดีกว่าเดิม ทำการตลาดในรูปแบบของออนไลน์มากขึ้น เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหม่ ๆ

รูปภาพดังต่อไปนี้ แสดงผลสรุปการทำแบบสอบถามออนไลน์ส่วนที่ 3

ภาพที่ 3.11 ผลสรุปอัตราการซื้อสินค้าของลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์



ภาพที่ 3.12 ผลสรุปการใช้แอพพลิเคชั่นต่อวันของลูกค้า



ภาพที่ 3.13 ข้อเสนอแนะของลูกค้า

ในส่วนสุดท้ายคือ พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อสินค้าต่อเดือนมากที่สุด 2-4 ครั้ง ถัดมาคือ มากกว่า 4 ครั้ง และรองลงมาคือ 1 ครั้งต่อเดือน โดยลูกค้าส่วนมากใช้ Facebook ในการเลือกซื้อสินค้ารองลงมาคือ Line จากการวิจัยในส่วนนี้พบว่าทางร้าน Ing Craft ต้องทำการตลาดผ่านรูปแบบทางออนไลน์โดยการลงโฆษณาผ่านทาง Facebook เนื่องจาก Facebook เป็นที่นิยมของกลุ่มเป้าหมายในส่วนมาก

นอกจากนี้ทางร้าน Ing Craft จะนำข้อเสนอแนะจากลูกค้า มาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดีกว่าเดิม

บทที่ 4
แผนการตลาด

4.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

การแบ่งส่วนทางการตลาด เป็นการแบ่งส่วนกลุ่มลูกค้ากลุ่มย่อย ที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งจะพิจารณาตาม Demographic (ประชากรศาสตร์) แบ่งเป็น อายุ, เพศ, อาชีพ, รายได้, สถานภาพ และ Psychographic (จิตวิทยา) แบ่งเป็น Lifestyles, ความชื่นชอบ, ค่านิยม, ชนชั้นทางสังคม เป็นต้นซึ่งการแบ่งส่วนทางการตลาดที่ดี จะต้องไม่กว้างหรือแคบเกินไป โดยรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

4.1.1 การแบ่งส่วนการตลาด

ตารางที่ 4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาดตาม Demographic (ประชากรศาสตร์)

Demographic (ประชากรศาสตร์)	
เพศ	เพศหญิง
อายุ	31-35 ปี 36-40 ปี 41-45 ปี
อาชีพ	แม่บ้าน, รับราชการ, ธุรกิจส่วนตัว
รายได้	10,000 บาทขึ้นไป
สถานภาพ	ทุกสถานภาพ

ตารางที่ 4.2 การแบ่งส่วนทางการตลาดตาม Psychographic (จิตวิทยา)

Psychographic (จิตวิทยา)	
Lifestyles	มีความคิดสร้างสรรค์ ชอบซื้อสินค้าทางออนไลน์ ชอบในงานศิลปะ ชอบงานหัตกรรม
ความชื่นชอบ	ชอบสิ่งที่สวยงาม ชอบสิ่งที่แตกต่าง
ค่านิยม	ไม่ชอบเหมือนใคร
ชนชั้นทางสังคม	ชนชั้นกลาง

ซึ่งจะได้ Segment หลายกลุ่ม ดังนี้

- เพศหญิง 31-35 ปี มีความคิดสร้างสรรค์
- เพศหญิง 31-35 ปี ชอบซื้อสินค้าทางออนไลน์
- เพศหญิง 31-35 ปี ชอบในงานศิลปะ
- เพศหญิง 31-35 ปี ชอบงานหัตกรรม

- เพศหญิง 36-40 ปี มีความคิดสร้างสรรค์
- เพศหญิง 36-40 ปี ชอบซื้อสินค้าทางออนไลน์
- เพศหญิง 36-40 ปี ชอบในงานศิลปะ
- เพศหญิง 36-40 ปี ชอบงานหัตกรรม

- เพศหญิง 41-45 ปี มีความคิดสร้างสรรค์
- เพศหญิง 41-45 ปี ชอบซื้อสินค้าทางออนไลน์
- เพศหญิง 41-45 ปี ชอบในงานศิลปะ
- เพศหญิง 41-45 ปี ชอบงานหัตกรรม

ดังนั้น เมื่อทำการแบ่งส่วนทางการตลาดแล้ว จึงทำการเลือกตลาดเป้าหมาย เพื่อให้สินค้าของทาง Ing Craft ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้สูงสุด ซึ่งมีดังนี้

4.1.2 การเลือกตลาดเป้าหมาย

ลักษณะกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ Ing Craft มีทั้งหมด 7 ลักษณะ ดังนี้

(1) เพศหญิง

(2) อายุ 30-45 ปี

(3) กลุ่มวัยทำงานหรือเป็นแม่บ้าน ที่มีรายได้ 10,000 บาทขึ้นไป

(4) ชื่นชอบสินค้าที่ไม่เหมือนใคร

(5) กลุ่มคนที่ชอบงานหัตกรรม

(6) กลุ่มคนที่ชอบงานศิลปะ

(7) มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าตั้งแต่ 1 ครั้งต่อสัปดาห์

ดังนั้นเมื่อวางตลาดกลุ่มเป้าหมายแล้ว การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า โดยการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของร้าน Ing Craft มีดังนี้

4.1.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

สินค้าของธุรกิจ Ing Craft เป็นสินค้าอุปโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวัน สำหรับคนที่มีใจรักในงานหัตกรรมและศิลปะ ซึ่งจุดเด่นของสินค้าแต่ละชิ้นจะอยู่ที่การออกแบบ โดยทางร้านจะออกแบบลวดลายเฉพาะ มีชิ้นเดียวในโลก ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของทางร้าน จุด ๆนี้ทำให้ลูกค้าสามารถจดจำธุรกิจของทางร้านได้ ถึงแม้ว่างานหัตกรรมจะเป็นงานที่ผลิตค่อนข้างยากและค่อนข้างใช้เวลาในการผลิต จึงทำให้มีราคาที่สูง แต่ไม่ใช่สำหรับร้าน Ing Craft สินค้าทุกชิ้นของทางร้าน ทางร้านเน้นคุณค่าของสินค้า และเป็นราคาที่ทุกคนจับต้องได้ โดยทางร้านตั้งราคาที่เหมาะสมกับสินค้าและความยาก - ง่ายของการผลิตเป็นหลัก

ในส่วนของการผลิตสินค้า ธุรกิจ Ing Craft ใส่ใจขั้นตอนการผลิตและวัตดุดิบในการผลิตเป็นอย่างมาก เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้สินค้าที่มีคุณภาพมากที่สุด ให้สมกับที่ลูกค้าไว้ใจทางร้าน โดยทางเจ้าของธุรกิจจะควบคุมการผลิตเองทั้งหมด

นอกจากนี้ทางธุรกิจ Ing Craft เน้นทำการตลาดทางสื่อออนไลน์เป็นหลัก โดยทางร้านเปิดร้านขายสินค้าทาง Facebook Fanpage ทำให้ลูกค้าสะดวกสบายในการเลือกซื้อ และได้รับสินค้าอย่างรวดเร็ว ภายใน 1-3 วัน หลังจากที่ทางร้านส่งให้บริษัทขนส่ง

นอกจากการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแล้ว การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ก็เป็นส่วนที่สำคัญเช่นกัน โดยรายละเอียดมีดังนี้

4.2 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นแผนหรือแนวทางที่กำหนดให้สินค้า เป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและตลาดเป้าหมาย โดยธุรกิจ Ing Craft ใช้แนวคิด 4Ps ในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งรายละเอียดมีดังนี้

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตสินค้าในรูปแบบของงานหัตกรรม เน้นการผลิตด้วยมือเป็นหลัก เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เนื่องจากออกแบบไม่ซ้ำใคร มีชิ้นเดียวในโลก ซึ่งวัตถุดิบและการออกแบบ ทางร้านจะเลือกสิ่งที่เหมาะสมกับคนไทยมากที่สุด อย่างเช่น สภาพอากาศของเมืองไทย ที่เป็นเมืองร้อน ทาง Ing Craft จึงเลือกผ้าฝ้ายเป็นวัตถุดิบในการผลิตเครื่องแต่งกายเป็นหลัก เพราะผ้าฝ้ายเป็นผ้าที่ใส่สบาย เหมาะกับอากาศของเมืองไทย ซึ่งสินค้าของธุรกิจ Ing Craft มีทั้งหมดดังนี้

ภาพที่ 4.1 เสื้อคอกลมผ้าฝ้าย

ภาพที่ 4.2 เสื้อคอกลมผ้าลินิน

ภาพที่ 4.3 เสื้อแขนกุดผ้าฝ้าย

ภาพที่ 4.4 เสื้อทรงชาวเขาผ้าทอมือ

ภาพที่ 4.5 เสื้อ Applique

ภาพที่ 4.6 ซิ่นผ้าฝ้าย

ภาพที่ 4.7 ซิ่นผ้าพื้นเมือง

ภาพที่ 4.8 กระเป๋าผ้าฝ้าย

ภาพที่ 4.9 กระเป๋าปักมือใบเล็ก

ภาพที่ 4.10 กระเป๋าปักมือใบใหญ่

ภาพที่ 4.11 ย่ามปักมือผ้าฝ้าย

ภาพที่ 4.12 เข็มขัดปักครอสติช

ภาพที่ 4.13 เข็มขัดปักมือ

ภาพที่ 4.14 พวงกุญแจตุ๊กตา

ภาพที่ 4.15 สร้อยผ้าฝ้ายเข็นมือ

ภาพที่ 4.16 สร้อยผ้าปักครอสติช

ภาพที่ 4.17 สร้อยงานมือ

ภาพที่ 4.18 หน้ากากผ้าฝ้าย

ภาพที่ 4.19 หน้ากากผ้าย้อมครามสกลนคร

ด้านราคา (Price)

ราคาของสินค้าที่ร้าน Ing Craft ตั้งไว้ เป็นราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ไม่ถูกและไม่แพงจนเกินไป โดยราคาจะขึ้นอยู่กับความยาก – ง่ายของการผลิตสินค้า และคำนวณต้นทุนต่าง ๆ ในการตั้งราคา เพื่อให้ได้กำไรที่เหมาะสม โดยราคาสินค้าของธุรกิจ Ing Craft แต่ละแบบ มีดังนี้

ตารางที่ 4.3 รายการสินค้าและราคา

รายการสินค้า	ราคา
1. เสื้อ	
เสื้อคอกลมผ้าฝ้าย /Free size	350 บาท
เสื้อคอกลมผ้าลินิน /Free size	450 บาท
เสื้อแขนกุดผ้าฝ้าย /Free size	330 บาท
เสื้อทรงชาวเขาผ้าทอมือ /Free size	300 บาท
เสื้อ Applique /Free size	250 บาท
2. ซิ่น	
ซิ่นผ้าฝ้าย ขนาด 94×107cm	900 บาท
ซิ่นผ้าพื้นเมือง ขนาด 180×106cm	1,200 บาท
3. กระเป๋า	
กระเป๋าผ้าฝ้าย	350 บาท
กระเป๋าปักมือใบเล็ก	1,200 บาท
กระเป๋าปักมือใบใหญ่	1,800 บาท
4. ย่าม	
ย่ามปักมือ	350 บาท
5. เข็มขัด	
เข็มขัดปักครอสติช	350 บาท
เข็มขัดปักมือ	300 บาท
6. พวงกุญแจ	
พวงกุญแจตุ๊กตา	150 บาท
7. สร้อย	
สร้อยผ้าฝ้ายเข็นมือ	390 บาท
สร้อยผ้าปักครอสติช	390 บาท
สร้อยงานมือ	350 บาท
8. หน้ากากอนามัย	
หน้ากากผ้าฝ้าย	80 บาท
หน้ากากผ้าย้อมครามสกลนคร	120 บาท

ซึ่งราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมและสถานการณ์ต่าง ๆ

(1) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

- จำหน่ายสินค้าผ่านทาง Facebook Fanpage, Line@ และ Instagram
- เปิดหน้าร้าน
- ออกบูธเทศกาลงาน Craft

(2) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

- ยิง Ads โฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์
- จัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลพิเศษต่าง ๆ
- ออกบูธอีเว้นท์เทศกาลงาน Craft
- ทำ Content สื่อวิดีโอ
- ทำรีวิวสินค้า
- การจ้าง Influencer

นอกจากการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดแล้ว การวางแผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาดเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นสิ่งสำคัญในการช่วยส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.3 แผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาด

การวางแผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาด เป็นการวางแผนที่เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยส่งเสริมทางการตลาดในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อให้ธุรกิจสามารถขายสินค้าได้ง่ายขึ้น ซึ่งแผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาดของร้าน Ing Craft มีดังนี้

(1) การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์

ทางร้านจะมีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ทาง Facebook เพื่อทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรู้จักสินค้าของร้านและเพื่อให้สามารถจดจำร้านได้ ซึ่งจะใช้เวลาในการโฆษณาทุก ๆ 30 วัน เสียค่าใช้จ่ายประมาณ 1,800 บาทต่อเดือน ตกวันละ 60 บาท ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ประมาณ 3,000 – 10,000 คนต่อเดือน

(2) การจัดโปรโมชั่น

ทางร้านจะมีการจัดโปรโมชั่น โดยการคือกำไรให้กับลูกค้า เพื่อดึงดูดลูกค้าเก่าและใหม่ โดยจะลดราคาสินค้าทุกชนิด 20% และโปรซื้อ 1 แถม 1 อย่างเช่น ในวันที่ 1 เดือน 1 จะจัดโปร 1 แถม 1 และ ในช่วงเทศกาลพิเศษต่าง ๆ จะลดราคาสินค้า 20%

(3) การออกบูธเทศกาลงาน Craft

ทางร้านจะมีการออกบูธอีเว้นท์เทศกาลงาน Craft 3 ครั้งต่อปี เพื่อสร้าง Brand Awareness และเพื่อโปรโมตสินค้า

(4) การสร้าง Content

ทางร้านจะมีการสร้าง Content เป็นสื่อวิดีโอการให้ความรู้ต่าง ๆเกี่ยวกับการเย็บผ้า, สินค้าของทางร้าน และธุรกิจ เพื่อ Tie-in ในการขายสินค้า

(5) การจ้าง Influencer

ทางร้านจะมีการส่งสินค้าให้ Influencer ที่เกี่ยวข้องกับงานผ้า งานหัตถกรรม เพื่อโปรโมตร้าน Ing Craft และโปรโมตสินค้า

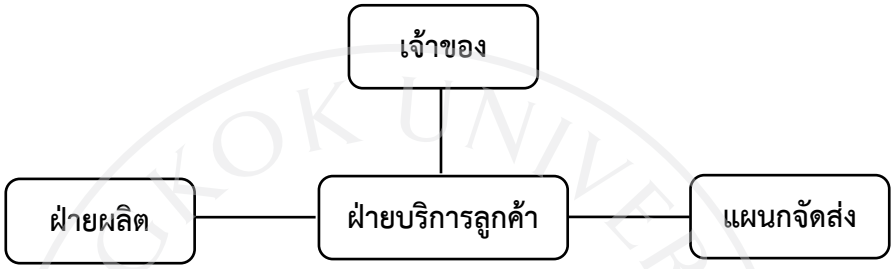
(6) การทำรีวิวสินค้า

ทางร้านจะขอ Feedback จากลูกค้าเพื่อทำรีวิวสินค้า ซึ่งเป็นการส่งเสริมการขายและเป็นการแสดงถึงความรู้สึกของลูกค้า หลังจากที่ซื้อและใช้สินค้าไปแล้ว เพื่อทำให้ลูกค้าใหม่ ที่ยังไม่เคยได้ใช้สินค้า เกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

บทที่ 5
แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล

5.1 โครงสร้างขององค์กร

ภาพที่ 5.1 โครงสร้างของบุคลากรในองค์กร



จากภาพที่ 5.1 บุคลากรของธุรกิจ Ing Craft มีด้วยกัน 4 ตำแหน่งได้แก่ เจ้าของกิจการ, ฝ่ายผลิต, ฝ่ายบริการลูกค้า และแผนกจัดส่ง ซึ่งตำแหน่งเจ้าของกิจการเป็นตำแหน่งสูงสุด โดยจะควบคุมอีก 3 ตำแหน่งด้วยตนเองทั้งหมด ซึ่งแต่ละตำแหน่งจะมีหน้าที่ความรับผิดชอบดังนี้

5.2 หน้าที่ความรับผิดชอบของส่วนงาน

- **เจ้าของ**

หน้าที่: วางแผนการตลาด ควบคุมการผลิต การขนส่ง การขาย ออกแบบสินค้าต่าง ๆ จัดซื้อวัสดุดิบสำหรับการผลิตและจัดทำบัญชี
คุณสมบัติ: มีความรู้ความเข้าใจในสิ่งที่ทำ สามารถควบคุมแรงงานและการผลิตได้เป็นอย่างดี รวมถึงคิดและพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น

- **ฝ่ายผลิต 5 อัตรา**

หน้าที่: ผลิตสินค้าต่าง ๆ ตามที่เจ้าของออกแบบ
คุณสมบัติ: ขยัน อดทน เรียนรู้ได้ไวและมีฝีมือในด้านเย็บ ปัก ถัก ร้อย

- **ฝ่ายบริการลูกค้า 2 อัตรา**

หน้าที่: บริการลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ ตอบคำถามลูกค้า สามารถให้แนะนำได้และรับคำสั่งซื้อจาก
ลูกค้า: คุณสมบัติ: มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการใช้เทคโนโลยี ขยัน อดทน มีไหวพริบที่ดี

- **แผนกจัดส่ง 2 อัตรา**

หน้าที่: แพ็คของ จัดส่งสินค้า
คุณสมบัติ: ขยัน อดทน มีความรับผิดชอบ

นอกจากหน้าที่ความรับผิดชอบของส่วนงานของบุคลากรแล้ว ธุรกิจยังจำเป็นต้องมีแนวทางการบริหารบุคลากร เพื่อให้บุคลากรสามารถดำเนินการทำงานตามหน้าที่เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และเกิดปัญหาให้น้อยที่สุด รวมถึงการพัฒนาให้บุคลากรมีศักยภาพเพิ่มขึ้นและเพื่อความสำเร็จขององค์กรที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ซึ่งแนวทางการบริหารบุคลากรมีดังนี้

5.3 แนวทางการบริหารบุคลากร

บุคลากรต้องมีความรับผิดต่องานที่ได้รับมอบหมาย ไม่โยนงานให้แก่ผู้อื่นทำ ไม่นำข้อมูลภายในองค์กรไปบอกแก่ผู้อื่น หากละเมิดหรือทำให้องค์กรเสียหายจะต้องพิจารณาตามข้อกฎหมาย ในส่วนของฝ่ายผลิต จะต้องผลิตตามที่ทางร้านออกแบบ ไม่ลอกเลียนแบบงานของผู้อื่น ส่วนของฝ่ายบริการลูกค้า ต้องมีไหวพริบที่ดี สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้รับมือกับปัญหาได้ดีและตรวจเช็คคำสั่งซื้อของลูกค้าได้ถูกต้อง ก่อนส่งข้อมูลต่อให้กับแผนกจัดส่ง และในส่วนของแผนกจัดส่ง ต้องตรวจเช็คสินค้าให้ดี ก่อนแพ็คให้ลูกค้า และจัดส่งตรงเวลา

(1) เงินเดือนและสวัสดิการ

เงินเดือนของแต่ละฝ่ายจะแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับการว่าจ้างและความยากง่ายของงาน ซึ่งจะแบ่งได้ 2 ส่วนคือ จ้างประจำกับจ้างไม่ประจำ

- **ฝ่ายผลิต (จ้างแบบไม่ประจำ)**

ค่าแรงจะขึ้นอยู่กับความยากงานของงาน สามารถทำงานที่บ้านได้

- **ฝ่ายบริการลูกค้า**

จ้างแบบประจำ เงินเดือนเริ่มต้น 15,000 บาท มีสวัสดิการประกันสังคมและมีโบนัสให้ทุกปี

- **ฝ่ายจัดส่ง**

จ้างแบบประจำ เงินเดือนเริ่มต้น 12,000 บาท มีโบนัสให้ทุกปี

(2) การว่าจ้างบุคลากร

ด้านฝ่ายการผลิต ทางร้านจะหาชาวบ้านในชุมชนหรือชาวเขา ในจังหวัดเชียงราย มาเป็นแรงงานในการผลิตสินค้า ประมาณ 7 คน เนื่องจากพวกเขาทำงานเกี่ยวกับงานด้านนี้โดยเฉพาะ มีฝีมือดี และต้องการให้ผู้คนในชุมชนมีรายได้และมีอาชีพ สำหรับการว่าจ้างทางร้านจะจ้างแบบไม่ประจำ เนื่องจากชาวบ้านส่วนใหญ่รับงานจากที่อื่นด้วย ส่วนทางด้านฝ่ายบริการลูกค้าและฝ่ายจัดส่ง ทางร้านจะรับสมัครผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น หน้าเพจ Facebook หรือทาง www.jobthai.com ซึ่งจะรับสมัครตำแหน่งละ 2 คน

นอกจากแนวทางการบริหารบุคลากรแล้ว ธุรกิจต้องมีการพัฒนาบุคลากรในด้านต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างสมรรถภาพในการทำงานและเพื่อปรับปรุงการทำงานให้ดีกว่าที่เป็นอยู่ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้านได้แก่

5.4 การพัฒนาบุคลากร

ทาง Ing Craft จะดูแลพนักงานให้ทั่วถึง อยู่กันแบบครอบครัว ไม่มีความกดดันเพราะอยากให้พนักงานทำงานกันอย่างมีความสุข ช่วยเหลือและสอนงานต่าง ๆ ให้กับพนักงาน เพื่อให้มีคุณภาพและมีกำลังใจในการทำงาน ซึ่งแบ่งออกได้ดังนี้

- **ด้านการฝึกอบรม**

(1) มีการสอนงานต่าง ๆ ก่อนเริ่มทำงานจริง

(2) แนะนำและให้ความรู้ เกี่ยวกับงานและสินค้า

- **ด้านการจูงใจ**

(1) มีโบนัสให้ทุกปี

(2) พนักสามารถซื้อสินค้าของทางร้านได้ในราคาลด 10%

(3) มีจัดงานเลี้ยงให้กับพนักงานตามเทศกาลต่าง ๆ

- **การรักษาบุคลากร**

(1) ให้ค่าแรงที่เหมาะสม

(2) ให้อิสระในการออกความคิดเห็น

(3) มอบหมายงานที่เหมาะสม

บทที่ 6
แผนการดำเนินงาน

6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง

Ing Craft เป็นธุรกิจครอบครัวซึ่งบริหารโดยเจ้าของคนเดียว ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 9 ปี และนำทรัพย์สินส่วนตัวมาเป็นทุนในการก่อตั้ง ในส่วนของการจัดตั้งธุรกิจคือ เริ่มจากเห็นโอกาสในการหารายได้ให้กับครอบครัว จึงลงมือทำธุรกิจนี้ขึ้นมาจนถึงปัจจุบัน โดยจัดตั้งแบบการจดทะเบียนพาณิชย์ในรูปแบบของบุคคลธรรมดา ซึ่งขั้นตอนการจัดตั้งมีดังนี้

(1) ปริ้นแบบ ทพ. สำหรับประกอบการจดทะเบียน

(2) เตรียมเอกสารที่สำคัญ ได้แก่ สำเนาบัตรประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้าน เพื่อประกอบสำหรับการจดทะเบียน

โดยเดินทางไปที่สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักการคลัง กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเจ้าของเป็นคนไปจดด้วยตนเอง ทำให้มีเอกสารสำคัญเพียงเท่านี้

6.2 ขั้นตอนและวิธีการผลิตสินค้า

Ing Craft เป็นผู้ผลิตสินค้าเองทั้งหมด โดยขั้นตอนมีดังนี้

(1) ซื้อผ้าจากห้าง China World, พาหุรัด หรือทางออนไลน์

(2) ซื้ออุปกรณ์สำหรับผลิตสินค้าที่สำเพ็ง

(3) เจ้าของออกแบบสินค้า

(4) จ้างแรงงานผลิต

ขั้นตอนการซื้อวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ส่วนใหญ่จะซื้อ China World และ พาหุรัด เพราะที่นั้นเป็นแหล่งขายวัสดุ อุปกรณ์ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนี้โดยตรง และได้ราคาที่ถูก โดยร้านหลัก ๆที่ซื้อประจำมีดังนี้ 1. ร้าน Intertex Fabric, 2. ร้านขายผ้าตัดเย็บผ้าม่าน เอ ที เอ็ม เดคอร์ และ 3. ร้านสุวรรณใจดี ชนิดของผ้าที่เลือกซื้อคือ ผ้าฝ้าย, ผ้าลินิน, ผ้ายีนส์, ผ้าพื้นเมือง, ผ้าฝ้ายชินมัย ส่วนช่องทางออนไลน์จะเลือกซื้อ ผ้าฝ้ายพิมพ์ลาย, ผ้าฝ้ายย้อมคราม, ผ้าชาวเขา เนื่องจากที่ China World และ พาหุรัด ไม่มีผ้าพวกนี้ ซึ่งผ้าฝ้ายพิมพ์ลาย, ผ้าฝ้ายย้อมคราม, ผ้าชาวเขา จำเป็นต้องซื้อกับทางร้านที่ขายโดยตรง เนื่องจากเป็นผ้าพื้นเมือง โดยผ้าพื้นเมืองของแต่ละจังหวัดจะไม่เหมือนกัน แต่ส่วนใหญ่ทางร้านจะเลือกซื้อของจังหวัดเชียงใหม่กับจังหวัดสกลนคร ผ่านทาง Facebook

Fanpage ของร้านนั้น ๆ ซึ่งการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ทำให้สะดวกในการซื้อ และประหยัดเวลามากกว่าการไปซื้อที่ China World และ พาหุรัด แต่ทางออนไลน์จะได้ราคาแพงกว่าเล็กน้อย ในส่วนของการเลือกซื้ออุปกรณ์สำหรับผลิตสินค้าส่วนใหญ่จะซื้อที่สำเพ็ง เนื่องจากเป็นแหล่งเฉพาะ มีราคาถูกและหาซื้อได้ง่าย ซึ่งอุปกรณ์ดังกล่าวได้แก่ จักรเย็บผ้า, เข็ม, ด้าย, กรรไกร, กรรไกรขลิบด้าย, กระดุม, กาว, ซิป, ผ้ากาว, ผ้าซับใน, นุ่น, หมุด และเชือกไนล่อน เป็นต้น

ในส่วนของการออกแบบ ทางร้านจะร่างแบบใส่กระดาษ ก่อนจะนำแบบร่างมาเขียนบนผ้า ซึ่งจะใช้ปากกาเขียนผ้าเขียน โดยสินค้าที่ออกแบบได้แก่ เสื้อ, ผ้าซิ่น, กระเป๋าผ้า, ย่าม, เข็มขัด, พวงกุญแจ, สร้อย และ หน้ากากผ้า

ในส่วนสุดท้ายของขั้นตอน คือการจ้างแรงงาน ทางร้านจะจ้างแรงงานจากจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นชาวบ้านในชุมชนและเป็นชาวเขา เนื่องจากตอนนี้ได้ย้ายที่อยู่ไปจังหวัดเชียงรายแล้ว และมีแผลนจะเปิดหน้าร้านในอนาคต จึงต้องหาแรงงานที่มีฝีมือและรับผลิตเกี่ยวกับสินค้าของทางร้าน ซึ่งแรงงานทางจังหวัดเชียงราย ตอบโจทย์กับที่ทางร้านต้องการ เนื่องจากพวกเขารับทำจากหลาย ๆที่ ทำให้มีฝีมือในการผลิตสินค้าหัตถกรรมตามที่ทางร้านตั้งเป้าหมายไว้ สุดท้ายแล้วทางร้านอยากจะหาอาชีพให้กับชาวบ้านในชุมชนให้มีรายได้มากขึ้น และสามารถหาเลี้ยงครอบครัวของพวกเขาได้ โดยขั้นตอนการผลิตสินค้าแต่ละแบบมีดังนี้

6.2.1 วิธีการผลิตสินค้า

สินค้าทุกชิ้นของ Ing Craft จะให้แรงงานจากชุมชนเป็นผู้ผลิต โดยการผลิตสินค้าแต่ละชิ้นจะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับการออกแบบและตัวสินค้าที่ต้องการผลิต โดยจะเริ่มจากการซื้อผ้าแต่ละชนิดมาเป็นวัสดุในการตัดเย็บ ได้แก่ ผ้าฝ้าย, ผ้าลินิน, ผ้ายีนส์, ผ้าพื้นเมือง, ผ้าฝ้ายชินมัย, ผ้าฝ้ายพิมพ์ลาย, ผ้าฝ้ายย้อมคราม, ผ้าชาวเขา และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตสินค้าต่าง ๆ ได้แก่ จักรเย็บผ้า,เข็ม, ด้าย, กรรไกร, กรรไกรขลิบด้าย, กระดุม, กาว, ซิป, ผ้ากาว, ผ้าซับในและเชือกไนล่อน เป็นต้น โดยขั้นตอนการผลิตมีดังนี้

(1) การผลิตเสื้อ ส่วนใหญ่จะผลิตเสื้อลำลองสำหรับผู้หญิง ขนาดไซส์มาตราฐานหญิงไทย ขั้นแรกจะร่างแบบเสื้อลงบนกระดาษพร้อมกับการออกแบบลวดลาย โดยส่วนใหญ่จะทำเป็นลักษณะของ เสื้อขาวเขา, เสื้อพื้นเมือง โดยส่วนใหญ่การผลิตเสื้อจะใช้ ผ้าฝ้าย, ผ้าลินินม, ผ้ายีนส์, ผ้าพื้นเมืองและผ้าฝ้ายชินมัย พอร่างแบบในกระดาษเสร็จแล้ว จึงร่างลงบนผ้า โดยใช้ปากกาเขียนผ้าเขียน จากนั้นตัดตามแบบร่าง เย็บซับใน และปักลวดลายสไตล์ชาวเขา, สไตล์งาน patchwork และ วิธีแอพพิเค่

(2) การผลิตผ้าซิ่น จะใช้ผ้าฝ้าย, ผ้าชาวเขา และผ้าพื้นเมืองมาเป็นวัสดุในการผลิต ลูกค้าสามารถใส่ได้ตามโอกาส เช่นใส่ไปงานเลี้ยงหรือถ้าลูกค้าทำอาชีพข้าราชการ สามารถใส่

ไปทำงานได้ ซึ่งการผลิตผ้าซิ่นขั้นตอนจะคล้าย ๆกับการผลิตเสื้อ โดยขั้นแรกจะร่างแบบผ้าซิ่น ลงบนกระดาษพร้อมกับการออกแบบลวดลาย จากนั้นจึงร่างลงบนผ้า โดยใช้ปากกาเขียนผ้าเขียน จากนั้นเย็บซับในเป็นชั้นที่ 2 และชั้นที่ 3 จะใช้ผ้าฝ้ายปิดทับอีกที ในส่วนของการเย็บลวดลาย จะร่างแบบลงบนผ้ากาว เพื่อให้มีความแข็งแรง จากนั้นรีดด้านหลังให้ติดกัน ตัดตามแพทเทิร์น และติดกาวเก็บรายละเอียดในส่วนของผ้าที่เลยขอบออกมา จากนั้นนำส่วนที่ติดกาวเสร็จแล้ว มาเย็บตกแต่งลวดลายลงบนผ้าซิ่นโดยจะใช้วิธีแบบแอพพิเค่

(3) การผลิตกระเป๋าผ้า จะใช้จะใช้วิธีแบบแอพพิเค่ โดยใช้ผ้าฝ้ายและผ้ายีนส์ มาเป็นวัสดุในการผลิต ขั้นตอนแรกจะร่างแบบกระเป๋า ลงบนกระดาษ พอร่างแบบในกระดาษเสร็จแล้ว จึงร่างลงบนผ้า ในส่วนของแพทเทิร์นของลวดลายต่าง ๆ จะวาดแบบลงบนเทมเพลท จากนั้นลอกแพทเทิร์นของลวดลายลงบนผ้ากาว ตัดแต่ละชิ้นส่วน จากนั้นนำชิ้นส่วนของแพทเทิร์นทาบลงบนเศษผ้าที่ใช้ในการผลิตแพทเทิร์นลวดลาย จากนั้นรีดให้ติดกัน ตัดแต่ละชิ้นตามแนวแพทเทิร์น นำแพทเทิร์นวางลงบนผ้าตามตำแหน่งที่ต้องการผลิตลงบนผ้าที่ใช้ผลิตกระเป๋า จากนั้นรีดให้ติดกัน จากนั้นเย็บแพทเทิร์นลงผ้าที่ใช้ผลิตกระเป๋า โดยจะใช้จักรและใช้ตีนผี N ในการเย็บให้ติดกัน สุดท้ายจึงใช้มือเย็บในการประกอบร่างกระเป๋า

(4) การผลิตย่าม จะใช้จะใช้วิธีแบบแอพพิเค่ โดยใช้ผ้าฝ้าย มาเป็นวัสดุในการผลิต โดยวิธีการผลิตจะเหมือนกับการผลิตกระเป๋า แต่ขนาดจะไม่เหมือนกัน ขั้นตอนแรกจะร่างแบบกระเป๋า ลงบนกระดาษ พอร่างแบบในกระดาษเสร็จแล้ว จึงร่างลงบนผ้า ในส่วนของแพทเทิร์นของลวดลายต่าง ๆ จะวาดแบบลงบนเทมเพลท จากนั้นลอกแพทเทิร์นของลวดลายลงบนผ้ากาว ตัดแต่ละชิ้นส่วน จากนั้นนำชิ้นส่วนของแพทเทิร์นทาบลงบนเศษผ้าที่ใช้ในการผลิตแพทเทิร์นลวดลาย จากนั้นรีดให้ติดกัน ตัดแต่ละชิ้นตามแนวแพทเทิร์น นำแพทเทิร์นวางลงบนผ้าตามตำแหน่งที่ต้องการผลิตลงบนผ้าที่ใช้ผลิตกระเป๋า จากนั้นรีดให้ติดกัน จากนั้นเย็บแพทเทิร์นลงผ้าที่ใช้ผลิตกระเป๋า โดยจะใช้จักรและใช้ตีนผี N ในการเย็บให้ติดกัน สุดท้ายจึงใช้มือเย็บในการประกอบร่างกระเป๋า

(5) การผลิตเข็มขัด จะใช้ผ้าฝ้ายในการผลิต จะเป็นเข็มขัดแบบผูก ขั้นตอนแรกจะร่างแบบ จากนั้นตัดตามแบบ และจะตกแต่งลวดลายด้วยการปัก โดยจะใช้กระดุมและปักลายด้วยด้ายไหมพรม

(6) การพวงกุญแจ ใช้ผ้าฝ้ายหรือเศษผ้าที่เหลือใช้มาเป็นวัสดุในการผลิต ขั้นตอนแรกจะร่างแบบลงบนกระดาษ จากนั้นนำมาทาบลงบนผ้า ใช้ปากกาเขียนผ้าวาดตามแนวแพทเทิร์นและตัดตามแพทเทิร์น ใช้ 2 ชิ้น หน้ากับหลัง จากนั้นใช้กาวยิงเพื่อทำให้ติดกัน โดยจะเว้นบริเวณข้างบน จากนั้นยัดนุ่น และห่วงกุญแจให้ติดกันอีกที

(7) การผลิตสร้อย จะใช้ผ้าฝ้ายเข็นมือหรือผ้าปักครอสติช เป็นแพทเทิร์น จากนั้นจะนำด้ายมาทำเป็นพวงแล้วเย็บติดกับแพทเทิร์นผ้า จากนั้นนำเปลือกหอยต่าง ๆมาเย็บ ประดับตกแต่ง

(8) การผลิตหน้ากากผ้า จะใช้ผ้าฝ้ายและผ้าย้อมครามสกลนคร เป็นวัสดุในการผลิต ขั้นตอนแรกจะร่างแบบลงบนกระดาษ จากนั้นตัดตามแบบร่าง จะได้ทรง 8 เหลี่ยม จากนั้นนำมาทาบและตัดลงบนผ้าที่ต้องการจะทำหน้ากาก ตัดจำนวน 2 ชิ้น จากนั้นตัดผ้าซับใน 2 ชิ้น ขนาด 16x14 ซม. ต่อมานำผ้าแบบร่างทรง 8 เหลี่ยมมาเย็บทั้ง 4 ด้าน จากนั้นพับริมผ้าด้านบนลงมา 6 ซม. ใช้ปากกาเขียนผ้าขีดตามรอยพับ จากนั้นพับลงละใช้หมุดปักตรงส่วนที่ขีดไว้ จากนั้นนำไปเย็บตะเข็บ 2 ด้านโดยจะใช้จักรเย็บผ้า ต่อมานำผ้าซับในมาขีดเส้น 2.5 ซม. จากนั้นพับและเย็บตะเข็บ 0.2 ซม. ทำมั้ง 2 ชิ้นและเว้นช่องกลาง จากนั้นทำมาประกบกับผ้าชิ้นหลัก และนำไปเย็บตะเข็บ 2 ด้านทั้งด้านหน้าและหลัง นำไปรีดให้เข้าทรง จากนั้นพับด้านข้างประมาณ 1 ซม. 2 ทบทั้ง 2 ด้านและเย็บตะเข็บ จากนั้นนำเชือกมาร้อยด้านข้างแล้วผูก สุดท้ายเก็บส่วนที่ผูกไว้ด้านในให้เรียบร้อย

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ เป็นวิธีการผลิตของสินค้าแต่ละชิ้น ซึ่งผ้าซิ่นจะผลิตเป็นอันดับแรกและผลิตเยอะกว่าสินค้าอื่น เนื่องจากผ้าซิ่นเป็นสินค้าที่ขายดีที่สุด ตามด้วยสินค้าที่เป็นเสื้อ เนื่องจากเสื้อเป็นสินค้าที่ขายดีรองลงมา และตามด้วยสินค้าอื่น ๆที่ทางร้านผลิต ซึ่งทางร้านจะให้แรงงานในชุมชนเป็นผู้ผลิตตามที่ออกแบบ

6.3 การจัดการคลังสินค้าและควบคุมสินค้าคงเหลือ

วัสดุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตสินค้า ทางร้านจะซื้อจากร้านค้าส่ง ซึ่งจะซื้อในปริมาณที่เยอะกว่าการผลิต เช่น หากต้องการผลิต 30 ชิ้น วัสดุที่ซื้อมาจะสามารถผลิตได้ 50 ชิ้น ซึ่งจะนำผลการสรุปแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายมาใช้ ประกอบในการผลิต เนื่องจากสินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ทางร้านจะผลิตมากกว่าสินค้าชนิดอื่น ๆ และวัสดุดิบจึงเพิ่มตามจำนวนที่ผลิต โดยแยกตามตารางดังนี้

ตารางที่ 6.1 ปริมาณของวัตถุดิบ

วัตถุดิบ	ตั้งต้น	ซื้อเพิ่ม	ขายออก	คงเหลือ	จุดสั่งของเพิ่ม	ต้องซื้อเพิ่ม
ผ้าฝ้าย	50	30	60	20	40	FALSE
ผ้าลินิน	40	20	50	10	50	FALSE
ผ้ายีนส์	20	10	20	10	30	FALSE
ผ้าพื้นเมือง	30	20	50	0	50	FALSE
ผ้าฝ้ายชินมัย	20	10	20	10	30	FALSE
ผ้าฝ้ายพิมพ์ลาย	20	10	25	5	35	FALSE
ผ้าฝ้ายย้อมคราม	20	10	20	10	20	FALSE
ผ้าชาวเขา	30	15	40	5	35	FALSE

จากตารางข้างต้น เป็นระยะ 1 ปีของปริมาณวัตถุดิบ โดยคำนวณด้วยสูตร คงเหลือ =[@ตั้งต้น]+[@ซื้อเพิ่ม]-[@ขายออก] จากนั้นตามด้วยสูตร ต้องซื้อเพิ่ม =[@คงเหลือ]<[@จุดสั่งของเพิ่ม] ซึ่งทางร้านจะซื้อวัตดุดิบมากกว่าในส่วนของการผลิต อย่างเช่น ผลิต 50 ชิ้น ทางร้านจะเหลือไว้อย่างน้อย 20 ดูการขายสินค้าออกเป็นหลัก เพื่อที่จะซื้อวัตดุดิบเพิ่มในการผลิตครั้งต่อไป

ตารางที่ 6.2 ปริมาณอุปกรณ์

อุปกรณ์	ตั้งต้น	ซื้อเพิ่ม	จำนวนที่ใช้	คงเหลือ
จักรเย็บผ้า	3	0	3	0
เข็ม	10	5	7	8
ด้าย	50	20	60	10
กรรไกร	5	0	5	0
กรรไกรขลิบด้าย	5	0	5	0
กระดุม	100	100	80	120
กาว	7	3	7	3
ซิป	30	10	35	5
ผ้ากาว	50	20	50	20
ผ้าซับใน	50	20	50	20
เชือกไนล่อน	20	10	30	0

จากตารางข้างต้น เป็นระยะ 1 ปีของปริมาณวัตถุดิบ โดยคำนวณด้วยสูตร คงเหลือ =[@ตั้งต้น]+[@ซื้อเพิ่ม]-[@จำนวนที่ใช้] หากชิ้นไหนเหลือ 0 ทางร้านจะคำนวณจากจำนวนที่ใช้เป็นหลัก จากนั้นจึงซื้อเพิ่ม เพื่อในการผลิตครั้งต่อไป

ตารางที่ 6.3 ปริมาณสินค้า

สินค้า	จำนวนผลิต	ขายออก	คงเหลือ
เสื้อ	70	65	5
ผ้าซิ่น	80	80	0
กระเป๋าผ้า	60	65	5
ย่าม	40	30	10
เข็มขัด	30	25	5
พวงกุญแจ	40	30	10
สร้อย	30	15	15
หน้ากากผ้า	40	40	0

จากตารางข้างต้น เป็นระยะ 1 ปีของจำนวนการขายสินค้า จะเห็นได้ว่าผ้าซิ่นเป็นสินค้าที่ลูกค้านิยมซื้อ ทางร้านจึงผลิตมากกว่าชิ้นอื่น ๆ ส่วนสินค้าคงเหลือ ทางร้านจะจัดโปรลดราคา เพื่อให้สินค้าล็อตนี้หมดไป แล้วจึงทยอยผลิตสินค้าล็อตใหม่

6.4 ขั้นตอนการส่งสินค้า

ฝ่ายบริการลูกค้ารับคำสั่งซื้อจากลูกค้าผ่านช่องทางการขายจากสื่อออนไลน์และตรวจเช็คคำสั่งซื้อสินค้าให้ถูกต้อง ก่อนส่งข้อมูลให้กับฝ่ายจัดส่ง เพื่อที่ลูกค้าจะได้รับสินค้าที่ถูกต้อง

บทที่ 7
แผนการเงิน

7.1 ความต้องการและแหล่งที่มาของเงินทุน

จำนวนเงินทุนที่ร้าน Ing Craft ต้องการคือ 300,000 บาท เพื่อนำไปลงทุนต่าง ๆ ดังนี้

(1) เพื่อจ้างแรงงาน

(2) เพื่อซื้ออุปกรณ์ในการผลิต

(3) เพื่อซื้อวัตถุดิบในการประกอบธุรกิจ

(4) เพื่อจ่ายค่าโฆษณาทางออนไลน์

โดยแหล่งที่มาของเงินทุนทั้งหมด มาจากทรัพย์สินส่วนตัวของพ่อและแม่ของเจ้าของธุรกิจซึ่งเป็นเงินหุ้นส่วน และไม่มีการกู้ยืม

7.2 สมมติฐานทางการเงิน

7.2.1 เงินทุนเริ่มต้น 300,000 บาท สำหรับจ้างแรงงาน, ซื้ออุปกรณ์, ซื้อวัตถุดิบ และจ่ายค่าโฆษณาทางออนไลน์

7.2.2 ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ มีดังนี้

- เงินเดือนพนักงานแบบประจำและไม่ประจำ ประมาณ 47,000 บาทต่อเดือน
- ค่าน้ำ 250 บาทต่อเดือน
- ค่าไฟ 2,000 บาทต่อเดือน
- ค่าโทรศัพท์ 325 บาทต่อเดือน
- ค่าอินเตอร์เน็ต 600 บาทต่อเดือน
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด ได้แก่ ค่าโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ 1,800 บาทต่อเดือนและค่าออกบูธ 5,400 บาทต่อเดือน (ออก 3 เดือนต่อปี)

ตารางที่ 7.1 สมมติฐานรายได้

รายได้(บาท)	**ปีที่ 1**	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**
รายได้ต่อสัปดาห์	17,500	35,000	52,500
รายได้ต่อเดือน	300,000	600,000	900,000
รายได้ต่อปี	1,440,000	2,880,000	4,320,000

จากสมมติฐานรายได้ จากกลุ่มลูกค้าที่ติดตามร้านจากทาง Facebook Fanpage มีดังนี้

- ในปีที่ 1 มีลูกค้าซื้อสินค้า 5 คนต่อสัปดาห์ เท่ากับว่า ใน 1 เดือนจะมีลูกค้า 20 คน (1 เดือน = 4 สัปดาห์) และ ต่อปีจะมีลูกค้า 240 คน
- ในปีที่ 2 มีลูกค้าซื้อสินค้า 10 คนต่อสัปดาห์ เท่ากับว่า ใน 1 เดือนจะมีลูกค้า 40 คน (1 เดือน = 4 สัปดาห์) และ ต่อปีจะมีลูกค้า 480 คน
- ในปีที่ 3 มีลูกค้าซื้อสินค้า 15 คนต่อสัปดาห์ เท่ากับว่า ใน 1 เดือนจะมีลูกค้า 60 คน (1 เดือน = 4 สัปดาห์) และ ต่อปีจะมีลูกค้า 720 คน

จากตารางที่ 7.1 การเติบโตของรายได้ปีที่ 1 ไปสู่ปีที่ 2 ปีที่ 3 เติบโตเพิ่มขึ้น 10% เนื่องจากมีจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น และสินค้ามีตั้งแต่ราคาต่ำจนถึงราคาสูง ทำให้ผู้ที่มีรายได้น้อยสามารถเข้าถึงสินค้าของธุรกิจ Ing Craft ได้ ประกอบกับทางธุรกิจมีการออกลวดลายใหม่ ๆทุกปี เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและดึงดูดลูกค้าใหม่อยู่อย่างต่อเนื่อง

7.3 ประมาณการงบการเงิน

7.3.1 งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 7.2 งบกำไรขาดทุน

	ปีที่ 1													ปีที่ 2	ปีที่ 3
	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม			
รายได้															
รายได้จากการขาย	300,000.0	300,000.0	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	3,600,000.00	3,960,000.00	4,356,000.00
รวมรายได้	300,000.0	300,000.0	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	360,000.00	3,600,000.00	3,960,000.00	4,356,000.00
ต้นทุนขาย															
ต้นทุนสินค้าขาย	5,500.0	5,500.0	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	700,000.00	770,000.00	847,000.00
รวมต้นทุนขาย	5,500.0	5,500.0	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00	700,000.00	770,000.00	847,000.00
กำไรขั้นต้น	294,500.0	294,500.0	290,000.00	290,000.00	290,000.00	290,000.00	290,000.00	290,000.00	290,000.00	290,000.00	290,000.00	290,000.00	2,900,000.00	3,190,000.00	3,509,000.00
ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด															
เงินเดือนพนักงาน	45,900.0	45,900.0	69,000.00	69,000.00	69,000.00	69,000.00	69,000.00	69,000.00	69,000.00	69,000.00	69,000.00	69,000.00	690,000.00	759,000.00	834,900.00
ค่าน้ำ	250.0	250.0	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
ค่าไฟ	2,000.0	2,000.0	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	24,000.00	24,000.00	24,500.00
ค่าโทรศัพท์	325.0	325.0	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00	325.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00
ค่าอินเตอร์เน็ต	600.0	600.0	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00
ค่าใช้จ่ายการตลาด	7,200.0	1,800.0	1,800.00	1,800.00	7,200.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	7,200.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	37,800.00	37,800.00	27,000.00
ค่าเสื่อมราคา	685.0	685.0	685.0	685.0	685.0	685.0	685.0	685.0	685.0	685.0	685.0	685.0	8,220.00	8,220.00	8,220.00
รวมค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด	56,960.0	51,560.0	74,660.00	74,660.00	80,060.00	74,660.00	74,660.00	74,660.00	80,060.00	74,660.00	74,660.00	74,660.00	774,120.00	843,120.00	908,720.00
กำไรก่อนหักภาษี	237,540.0	242,940.0	215,340.00	215,340.00	209,940.00	215,340.00	215,340.00	215,340.00	209,940.00	215,340.00	215,340.00	215,340.00	2,125,880.00	2,346,880.00	2,600,280.00
หัก ภาษีเงินได้				-	-	-	-	-	-	-	-	-	273,882.00	307,032.00	345,042.00
กำไรสุทธิ	237,540.0	242,940.0	215,340.00	215,340.00	209,940.00	215,340.00	215,340.00	215,340.00	209,940.00	215,340.00	215,340.00	215,340.00	1,851,998.00	2,039,848.00	2,255,238.00
กำไรสะสม	237,540.0	480,480.0	695,820.00	911,160.00	1,121,100.00	1,336,440.00	1,551,780.00	1,767,120.00	1,977,060.00	2,192,400.00	2,407,740.00	2,623,080.00	1,851,998.00	3,891,846.00	6,147,084.00

จากตารางที่ 7.2 จะเห็นได้ว่าธุรกิจ Ing Craft มีการเติบโตของรายได้อยู่อย่างต่อเนื่อง และต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งในแต่ล่ะปีจะมีการเพิ่มเงินเดือนให้กับพนักงาน 10% ทุก ๆปี ส่วนค่าใช้จ่ายด้านตลาด ใน 2 ปีแรก ทางธุรกิจ Ing Craft จะทำการรุกตลาดอย่างหนักเพื่อจะทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักแก่เป้าหมาย และในปีที่ 3 ยังคงทำการตลาดอยู่ต่อเนื่อง แต่รุกไม่หนักเท่ากับ 2 ปีแรก

7.3.2 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 7.3 งบดุล

	ปีที่ 1	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสด	2,090,898	4,119,746	6,362,884
วัตถุดิบคงเหลือ	18,220	37,440	57,760
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,109,118	4,157,186	6,420,644
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
อุปกรณ์สำนักงาน	4,560	3,420	2,280
คอมพิวเตอร์	14,400	10,800	7,200
จักรเย็บผ้า	5,920	4,440	2,960
เครื่องปรับอากาศ	18,000	16,000	14,000
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	42,880	34,660	26,440
รวมสินทรัพย์	**2,151,998**	**4,191,846**	**6,447,084**
หนี้สินและส่วนของเจ้าของ			
ส่วนของเจ้าของ			
ทุน	300,000	300,000	300,000
กำไรสะสม	1,851,998	3,891,846	6,147,084
รวมส่วนของเจ้าของ	2,151,998	4,191,846	6,447,084
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	**2,151,998**	**4,191,846**	**6,447,084**

จากตารางที่ 7.3 จะเห็นได้ว่าธุรกิจ Ing Craft ไม่มีหนี้สิน เนื่องจากไม่มีการกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนใด ๆ และไม่มีนโยบายการขายสินค้าในรูปแบบของเงินเชื่อ

7.3.3 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 7.4 งบกระแสเงินสด

	ปีที่ 1	**ปีที่ 2**	**ปีที่ 3**
กระแสเงินสดจากกิจกรรม			
เงินสดจากการขาย	3,600,000.00	3,960,000.00	4,356,000.00
จ่ายเงินเดือนพนักงาน	700,000.00	770,000.00	847,000.00
จ่ายค่าสาธารณูปโภค	38,100.00	38,100.00	38,600.00
จ่ายค่าการตลาด	37,800.00	37,800.00	27,000.00
จ่ายค่าเสื่อม	8,220.00	8,220.00	8,220.00
จ่ายภาษีเงินได้	273,882.00	307,032.00	345,042.00
จ่ายค่าดำเนินงาน	700,000.00	770,000.00	847,000.00
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมกรดำเนินงาน	1,841,998.00	2,028,848.00	2,243,138.00
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน			
เงินสดจ่ายจากการซื้อและอุปกรณ์	- 51,100.00	-	-
เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกกรมลงทุน	- 51,100.00	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน			
เงินลงทุนของเจ้าของ	300,000.00	-	-
รวมกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน	300,000.00	-	-
เงินสดสุทธิ	2,090,898.00	2,028,848.00	2,243,138.00
บวก เงินสดต้นงวด	-	2,090,898.00	4,119,746.00
เงินสดสิ้นงวด	2,090,898.00	4,119,746.00	6,362,884.00

จากตารางที่ 7.4 ธุรกิจ Ing Craft มีเงินสดสิ้นงวดในปีที่1 1,790,898 บาท ปีที่2 3,812,759 บาทและ ปีที่3 6,041,923 บาท ตามลำดับ

7.3.4 วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 7.5 อัตราส่วนทางการเงิน

	ปีที่1	**ปีที่2**	**ปีที่3**
อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร			
อัตรากำไรขั้นต้น	80.56%	80.56%	80.56%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	59.01%	59.22%	59.66%
อัตรากำไรสุทธิ	51.41%	51.48%	51.74%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม	86.05%	48.66%	34.98%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	43.43%	47.84%	52.90%

จากตารางที่ 7.5 ธุรกิจ Ing Craft มีความสามารถในการกำไรที่ดี และธุรกิจเติบโตอยู่อย่างต่อเนื่อง

7.4 การวิเคราะห์สุดคุ้มทุน

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) 6 เดือน

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 1,861,182 บาท

ผลการตอบแทนการลงทุน (IRR) 194%

บทที่ 8
แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ

8.1 แผนฉุกเฉิน

การเกิดผลกระทบทางลบต่อธุรกิจมีหลาย ๆปัจจัย ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องเตรียมแผนกลยุทธ์เพื่อรับมือและป้องกันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ โดยปัจจัยหลัก ๆ มีดังนี้

(1) ด้านยอดขาย

การรับมือกับเกิดเหตุการณ์เมื่อยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย ปัญหานี้ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เนื่องจากอาจได้รับผลกระทบต่อเศรษฐกิจในประเทศ หรือมีร้านค้าขายสินค้าเหมือนกันจนเกินไป ทำให้ลูกค้าไม่สามารถเข้าถึงทางร้านได้ ฉะนั้นจึงวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดไว้ว่า สินค้าของ Ing Craft นั้นจะต้องมีความแตกต่าง สินค้าจะต้องมีเอกลักษณ์ มีชิ้นเดียวในโลก เพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าสามารถทำให้ลูกค้าเห็นถึงคุณค่าของสินค้า จุด ๆนี้จะเป็นการดึงดูดลูกค้าให้หันมาสนใจสินค้าของ Ing Craft มากขึ้น หรือเพิ่มช่องทางการขายใหม่ ๆ อย่างเช่น ปัจจุบันขายทางออนไลน์ใน Facebook Fanpage เป็นหลัก แต่เนื่องจากมีการแข่งขันกันสูง ทางร้านจึงจะขยายช่องทางการขายเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มช่องทางการขายคือหันมาทำใน Line@ หรือ Instagram และหันมาทำโฆษณาบนสื่อออนไลน์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากขึ้น

(2) ด้านคู่แข่งขันทางการตลาด

การรับมือกับการเข้ามาของคู่แข่งใหม่ คู่แข่งขันทางการตลาดนั้นเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อไม่ว่าจะเป็นคู่แข่งทางตรงหรือทางอ้อม ร้าน Ing Craft จึงจำเป็นต้องศึกษาคู่แข่งอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบสินค้า การบริการหรือราคา ฉะนั้นทางร้านจึงต้องสร้างจุดเด่นให้กับสินค้า ทำให้สินค้ามีความแตกต่าง มีคุณค่า และราคาไม่แพง โดยทางร้านจะตั้งราคาตามความยาก-ง่าย ของการผลิตสินค้านั้น ๆ จะไม่มีการขายตัดราคากับคู่แข่ง จุด ๆนี้จะทำให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าของสินค้า

หากวิเคราะห์คู่แข่งเสมอ ร้าน Ing Craft จะไม่เลียนแบบในสิ่งที่คู่แข่งทำ ไม่ว่ากลยุทธ์ทางการตลาดของคู่แข่งจะดีสักแค่ไหน Ing Craft ต้องเป็นตัวของ Ing Craft เท่านั้น เพื่อให้ลูกค้าจดจำภาพลักษณ์ของธุรกิจได้ ฉะนั้นทางร้านจึงต้องพัฒนาสินค้าอยู่เสมอ คงความเป็นเอกลักษณ์ของธุรกิจ มีเป้าหมายที่ชัดเจน และมองหาโอกาสที่จะสามารถต่อยอดธุรกิจเสมอ

(3) ด้านเศรษฐกิจ

ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เนื่องจากไม่สามารถคาดเดาเหตุการณ์ได้ว่าจะเกิดขึ้นเมื่อไร

อย่างในปัจจุบันเกิดเหตุการณ์ Covid – 19 ส่งผลกระทบต่อประเทศเป็นอย่างมาก ทำให้เศรษฐกิจแย่ลง ประชาชนส่วนใหญ่ตกงานและว่างงานมากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนขาดรายได้ ประชาชนส่วนใหญ่จึงต้องลดค่าใช้จ่ายลงเนื่องจากเศรษฐกิจมีปัญหา เลยจำเป็นที่จะต้องเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิต และอยู่กับบ้านมากกว่าออกไปข้างนอก

ทาง Ing Craft จึงมีการปรับเปลี่ยนและผลิตสินค้าที่ประชาชนสามารถใช้ได้ทุกวัน อย่างเช่น หน้ากากผ้า เพื่อเตรียมรับมือกับสถานการณ์นี้ และเนื่องจากทางร้านขายสินค้าทางออนไลน์ โดยมุ่งทำการตลาดออนไลน์เป็นหลัก ฉะนั้นจึงทำให้ไม่ต้องปิดร้านและยังคงขายสินค้าได้อยู่เสมอ

(4) ต้นทุนสูงขึ้น

การที่ต้นทุนสูงขึ้น สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากเศรษฐกิจภายในประเทศแย่ลง ทำให้ผู้ประกอบการอื่น ๆขึ้นราคาสินค้า เพราะต้องรักษาผลกำไรเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ หากร้าน Ing Craft ปรับราคาขายให้สูง ก็อาจจะทำให้ลูกค้าไม่พอใจ และอาจจะไม่กลับมาซื้อสินค้าร้าน Ing Craft อีก

ดังนั้นทางร้านจึงต่อรองราคากับร้านค้าพันธมิตร เพื่อรักษาผลกำไรของร้าน โดยจะซื้อปริมาณที่มากขึ้นแนะนำร้านค้าพันธมิตรให้กับคนที่รู้จักและควบคุมคลังสินค้าไปด้วย นอกจากนี้แล้วทางร้านยังจะต้องคำนวณราคาอยู่เสมอ เพื่อลดโอกาสขาดทุนของสินค้า

(5) การขาดบุคลากรสำคัญ

ธุรกิจไม่สามารถเติบโตได้ ถ้าหากทำคนเดียว ฉะนั้นบุคลากรจึงมีความสำคัญมากในการบริหารธุรกิจ หากขาดบุคลากรไปอาจจะทำให้เจ้าของกิจการบริหารงานธุรกิจเป็นไปอย่างยากลำบาก หากแย่ที่สุดคือ ธุรกิจอาจจะต้องปิดตัวลง

ด้วยเหตุนี้ธุรกิจ Ing Craft จึงสรรหาบุคลากรที่มีความสามารถและมีความเข้าใจ มาช่วยบริหารกิจการเพื่อให้มีความเติบโตและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังต้องรับฟังความคิดเห็นต่าง ๆของบุคลากร เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจให้มีความก้าวหน้า ซึ่งจุด ๆนี้สามารถส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น

หากธุรกิจสามารถเตรียมแผนกลยุทธ์เพื่อรับมือและป้องกันกับเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดผลกระทบทางลบต่อธุรกิจแล้ว ร้าน Ing Craft จึงต้องคิดแผนอนาคต เพื่อพัฒนาธุรกิจต่อไปให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งแผนในอนาคตของธุรกิจ Ing Craft มีดังนี้

8.2 แผนอนาคต

(1) การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า

ในปัจจุบันธุรกิจ Ing Craft ขายสินค้าทางออนไลน์เพียงแค่ Facebook Fanpage เท่านั้น ฉะนั้นทาง Ing Craft จึงคิดที่จะขยายช่องทางการขาย เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากยิ่งขึ้น โดย

จะขยายไปทาง Line@ หรือ Instagram จากนั้นในปีที่ 3 ทางธุรกิจ Ing Craft จะเปิดหน้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าได้ชมสินค้าจริงของทางร้าน โดยจะเปิดที่จังหวัดเชียงราย ใกล้เคียงกับชุมชนที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งจังหวัดเชียงรายเป็นแหล่งรวมธุรกิจในด้านงานหัตกรรม สามารถหาแรงงานมาช่วยผลิตสินค้าได้ง่าย และมีกลุ่มเป้าหมายที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย

(2) การพัฒนาสินค้า

ในปัจจุบันนี้ ธุรกิจ Ing Craft มีสินค้าด้วยกัน 8 อย่างคือ เสื้อ, ผ้าซิ่น, กระเป๋าผ้า, ย่าม, เข็มขัด, พวงกุญแจ, สร้อย และ หน้ากากผ้า ในอนาคตทางร้านจึงคิดที่จะผลิตสินค้ารูปแบบใหม่ ๆเพิ่มเพื่อให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น โดยจะผลิตเป็น เดรส, หมวก, รองเท้า, เครื่องประดับผม และ ผ้าพันคอ

(3) ขยายกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ Ing Craft ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยกลางคน ฉะนั้นในอนาคตทาง Ing Craft จึงอยากที่จะผลิตสินค้าที่กลุ่มวัยรุ่นสามารถใส่ได้ เห็นสินค้าของทางร้านแล้วชอบ ซึ่งภายในปีที่ 2 ทางร้านจึงจะขยายกลุ่มเป้าหมายไปที่ชาวต่างชาติ เนื่องจากสินค้าเราเป็นงานหัตกรรม ซึ่งเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก

(4) การพัฒนาธุรกิจ

ธุรกิจ Ing Craft ในปัจจุบันขายสินค้าทางออนไลน์เป็นหลัก ขายให้กับกลุ่มคนไทยที่ชื่นชอบในงานหัตกรรม ดังนั้นหากในอนาคตทาง Ing Craft ต้องการเจาะกลุ่มเป้าหมายไปที่ชาวต่างชาติ ทางร้านจึงจำเป็นต้องใช้ภาษาอังกฤษในการโพสต์ขายสินค้า และสร้างโฆษณาที่เข้าถึงกลุ่มคนต่างชาติได้ ซึ่งภายใน 5 ปี หากธุรกิจดำเนินไปได้ด้วยดี ทางเราจึงคิดที่จะส่งสินค้าออกสู่ต่างประเทศ

บรรณานุกรม

พัทธนันท์ ต่ายจันทร์. (2559). *หน้าที่และกิจกรรมทางการตลาด.*
สืบค้นจาก https://sites.google.com/site/hlakkartlad02/neuxha/3-hnathi-laea-kickrrm-thangkar-tlad

Facebook. (2563). *Najai Studio เฮือน ณ ใจ๋*.
สืบค้นจาก https://www.facebook.com/najaihome

Facebook. (2563). *Treehouse in The Woods*.
สืบค้นจาก https://www.facebook.com/TreehouseInTheWoods

K. Pairoj. (2560). *ระดับกลยุทธ์ strategy level*. สืบค้นจาก https://greedisgoods.com/

Maxideastudio. (2563). *Market Segmentation เรื่องสำคัญที่หลายธุรกิจมักมองข้าม*.
สืบค้นจาก https://www.maxideastudio.com/blog/market-segmentation

Sira Ekabut. (2562). *สอนทำไฟล์ Excel บริหาร Stock สินค้าคงคลัง*.
สืบค้นจาก https://www.thepexcel.com/excel-stock-inventory-v1/

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวภัคชลี ไทรฟัก
อีเมล์	pakchalee.saif@bumail.net
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว สาขาวิชาภาษาอังกฤษ

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์

วันที่ 16 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) [redacted] อยู่บ้านเลขที่ 226/1

ซอย ถนน ตำบล/แขวง แม่จัน

อำเภอ/เขต แม่จัน จังหวัด เชียงราย รหัสไปรษณีย์ 57110

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7621200307

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☑ โท ☐ เอก

หลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชา สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ คณะ การสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า **"ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ"** ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "**ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ**" อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ หัวข้อ แผนธุรกิจร้าน Ing Craft

The Business Plan of Ing Craft

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า **"สารนิพนธ์"**)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางาน ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิใน สารนิพนธ์ ของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำการจัดเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ .....[redacted]..... ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(.....[redacted].....)

ลงชื่อ .....[redacted]..... ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.อัฏฐิภา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ .....[redacted]..... พยาน

(อาทร พร้อมพัฒนภัค)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ .....[redacted]..... พยาน

(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย