

แผนธุรกิจโรงพิมพ์สำหรับผู้ประกอบการ SMEs

Business Plan for Printing and Packaging House for SMEs



แผนธุรกิจโรงพิมพ์เพื่อผู้ประกอบการ SMEs

Business Plan for Printing and Packaging House for SMEs



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจโรงพิมพ์เพื่อผู้ประกอบการ SMEs

ผู้วิจัย ชัชชฎา รุ่งไกรศรี

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร. ผณิตสร ชำนาญเวช

ผู้เชี่ยวชาญ

อาจารย์อาทร พร้อมพัฒนภัค

ซัชชฎา รุ่งไกรศรี. ปรินญาการจัดการมหาบัณฑิต (สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ),
ธันวาคม 2564, บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
แผนธุรกิจโรงพิมพ์เพื่อผู้ประกอบการ SMEs (45 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. ผณิตสร ขำนาญเวช

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการทำแผนธุรกิจ เพื่ออธิบายแนวความคิดโอกาสในการทำธุรกิจตลอดจน
ขั้นตอนต่าง ๆ อธิบายแนวความคิดในการทำธุรกิจและโอกาส เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนิน
ธุรกิจโดยผ่านการประเมินผลในทุกขั้นตอนและมีแผนฉุกเฉินเพื่อช่วยลดความเสี่ยงกับสถานการณ์ใน
อนาคตที่จะเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ มีการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าและปัญหา
ต่างๆที่จะเกิดขึ้นจากเรื่องจริงโดยผ่านการสัมภาษณ์จากเจ้าของธุรกิจโดยตรงที่มีความชำนาญ ศึกษา
กลุ่มลูกค้าจากความต้องการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบันและนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาปรับ
ใช้กับธุรกิจเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า เช่น กลุ่มลูกค้า SME กลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ ที่มีความ
ต้องการในการใช้บริการธุรกิจที่กำลังจัดทำแผนฉบับนี้ขึ้นซึ่งจากผลวิเคราะห์พบว่ากลุ่มลูกค้า
ส่วนมากจะค้นหาบริการสื่อสิ่งพิมพ์โดยการฟังจากปากต่อปากถึงคุณภาพของงานจากกลุ่มลูกค้าที่เคย
ใช้บริการ คุณภาพของงานและการบริการเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการความ
รวดเร็วในการผลิต คำแนะนำจากเจ้าของธุรกิจโดยตรงและบริการหลังจากจบการทำงานแล้ว

ผลของแผนธุรกิจสรุปได้ว่า แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจที่สามารถเป็นแนวทางในการขยาย
ธุรกิจในอนาคต โดยพบว่าจุดแข็งของธุรกิจนี้คือการบริการและความต้องการการผลิตบรรจุภัณฑ์ของ
หลายๆธุรกิจจำเป็นที่จะต้องมีการบรรจุภัณฑ์เพื่อนำสินค้าให้กับสินค้า รวมถึงความพร้อมด้าน
เครื่องพิมพ์จากช่างที่มีประสบการณ์และการบริหารธุรกิจจากเจ้าของธุรกิจโดยตรงที่ควบคุมทุก
ขั้นตอนในการผลิตและการบริหาร จุดอ่อนที่ต้องแก้ไขและพัฒนาคือ การหาบุคลากรที่มีความพร้อม
ในการทำงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านสื่อสิ่งพิมพ์ โอกาสในการทำธุรกิจ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าขนาด
เล็กที่ต้องการจะเริ่มธุรกิจโดยต้องการมีบรรจุภัณฑ์และต้องการได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ กลุ่ม
ผู้ประกอบการ SME ที่ต้องการพัฒนาสินค้าและการโฆษณาสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น อุปสรรค และ
ปัญหาที่พบในการทำธุรกิจ คือ ราคาของเครื่องพิมพ์และราคาการบำรุงรักษาที่มีราคาสูง ค่าบริการ
ดูแลรักษามีราคาที่สูงและหาช่างที่มีความชำนาญนั้นยากจึงเป็นปัญหาสำคัญของธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ธุรกิจโรงพิมพ์มีความมั่นคงทางการเงินและยังเป็นที่ต้องการสำหรับหลายธุรกิจและมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้มากขึ้น เมื่อนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสามารถผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ดูทันสมัยได้มากขึ้น

คำสำคัญ: ธุรกิจโรงพิมพ์, ผู้ประกอบการ, ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



Rungkraisri, C. Master of Management in Entrepreneurship, December 2021,
Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Printing and Packaging House for SMEs (45 pp.)

Advisor: Panisuan Jamnarnwej, Ph.D.

ABSTRACT

This business plan expert's request describes the comments. may hear the words heard up to the steps according to white words, comments that can be communicated and listened to trying to control by every command in the end and Pressure to pressure with such words that the challenge from the control system has a group of customers and big company With the need for business services that are being prepared this plan, which from the analysis found that most customers will search for print media services by listening to word of mouth about the quality of work from customers who have used it. Serve Quality of work and service are the key components that make customers choose the service speed of production. Direct business owner advice and after-sales service

The results of the business plan can be summarized as this business plan is a business plan that can be a guideline for future business expansion. It was found that the strength of this business is the service and packaging production needs of many businesses that need to have packaging to add value to the product. Including the availability of printers from experienced technicians and business administration from business owners directly who control every step of production and management. Weaknesses that need to be corrected and developed are: Finding personnel who are ready to work with knowledge and expertise in print media. Business opportunities include a small group of customers who want to start a business, want to have packaging and need expert advice. Group of SME entrepreneurs who want to develop products and advertise their products to be more known. Obstacles and problems encountered in doing business are printer prices and maintenance costs are high. The cost of maintenance is high and it is difficult to find skilled technicians, making it a serious business problem.

From the analysis of printing business, it is financially stable and still in demand for many businesses and it is likely to grow more when modern technology is applied. It will be able to meet the needs of customers and be able to produce more modern looking packaging.

Keywords: Printing Business, Entrepreneurs, Small and Medium Businesses



กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากผู้เขียนได้รับความกรุณาอย่างยิ่ง จากอาจารย์ที่ปรึกษาในการทำแผนธุรกิจครั้งนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้และสามารถนำความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ มีความครบถ้วนสำเร็จไปด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอกราบของพระคุณอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

ชัชชฎา รุ่งไกรศรี



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและแนวคิดของการดำเนินธุรกิจ	1
1.2 ลักษณะและขอบเขตของธุรกิจ	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำรายงาน	3
1.4 โครงสร้างของธุรกิจ	3
บทที่ 2 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก	
2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค (Pestel Analysis)	6
2.2 การประเมินความสามารถในการแข่งขัน (Five Forces Analysis)	8
2.3 การวิเคราะห์การตลาดและโครงสร้างการแข่งขัน	11
2.4 วิเคราะห์ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (Key Success Factor)	11
บทที่ 3 การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน	
3.1 ชื่อและตราสัญลักษณ์ของธุรกิจ	12
3.2 แผนกลยุทธ์	13
3.3 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกิจการ (SWOT Analysis)	13
3.4 แนวทางกลยุทธ์ของธุรกิจ	14
บทที่ 4 การวิจัยทางการตลาด	
4.1 วัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อมูล	15
4.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	15
4.3 แหล่งข้อมูลและวิธีค้นหา	15
4.4 ประเมินความเกี่ยวข้องของข้อมูลที่เลือกใช้	15
4.5 สรุปผลการศึกษา	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 แผนการตลาด	
5.1 การแบ่งส่วนการตลาด	17
5.2 การเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย	18
5.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)	19
5.4 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด	21
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	
6.1 การจัดตั้งธุรกิจ	24
6.2 แผนการดำเนินงานก่อนเปิดให้บริการ	25
6.3 ขั้นตอนการจัดหาสินค้า/บริการ	25
บทที่ 7 แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
7.1 วัตถุประสงค์ของการบริหารทรัพยากรบุคคล	26
7.2 การจัดการองค์กร	26
7.3 นโยบายการบริหารบุคลากร	27
7.4 นโยบายการพัฒนาบุคคล	28
บทที่ 8 แผนการเงิน	
8.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน	29
8.2 เป้าหมายทางการเงิน	29
8.3 นโยบายทางการเงิน	29
8.4 โครงสร้างเงินทุน	30
8.5 สมมติฐานทางการเงิน	30
8.6 ประมาณการงบการเงิน	33
8.7 การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ	37
8.8 การวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุน	37
บทที่ 9 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต	
9.1 แผนฉุกเฉิน	39
9.2 แผนในอนาคต	40
บรรณานุกรม	41

สารบัญ (ต่อ)

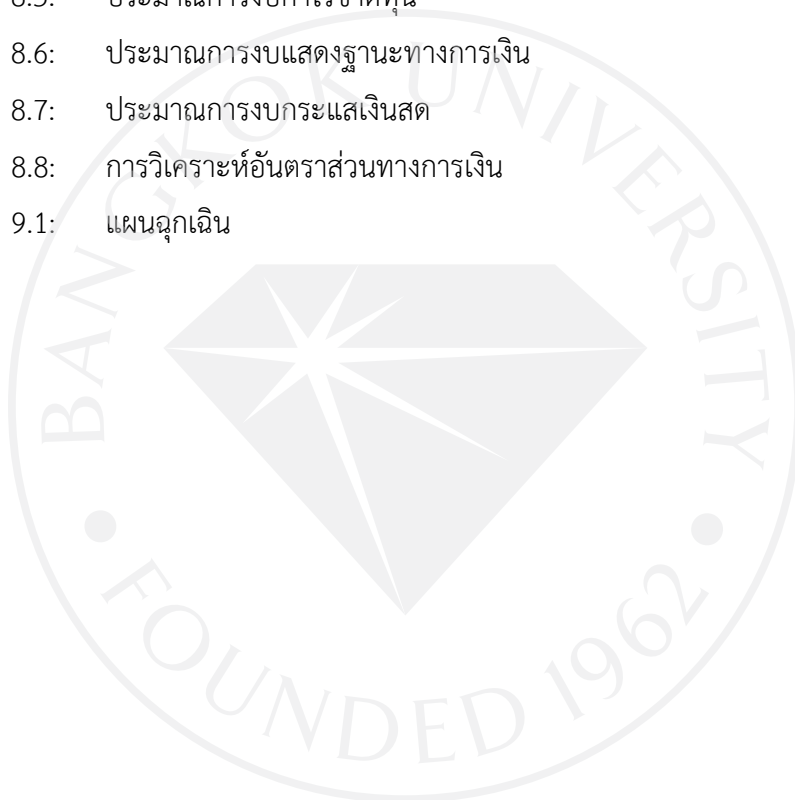
ภาคผนวก
ประวัติผู้เขียน

หน้า
42
45



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 8.1: โครงสร้างของเงินลงทุน และต้นทุนทางการเงิน	30
ตารางที่ 8.2: ประมาณการรายได้	30
ตารางที่ 8.3: ประมาณการต้นทุนสินค้าหรือบริการ	31
ตารางที่ 8.4: ประมาณค่าใช้จ่าย	32
ตารางที่ 8.5: ประมาณการงบกำไรขาดทุน	33
ตารางที่ 8.6: ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน	33
ตารางที่ 8.7: ประมาณการงบกระแสเงินสด	34
ตารางที่ 8.8: การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	36
ตารางที่ 9.1: แผนฉุกเฉิน	39



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: แนวโน้มของสื่อสิ่งพิมพ์	2
ภาพที่ 1.2: กล่องบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก	3
ภาพที่ 2.1: ประสิทธิภาพการพิมพ์เพื่อลดกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	8
ภาพที่ 2.2: เครื่องพิมพ์ขนาดเล็ก	9
ภาพที่ 2.3: เครื่องพิมพ์ 4 สี ขนาดใหญ่	8
ภาพที่ 3.1: บริษัท สิริบุตรการพิมพ์ จำกัด	12
ภาพที่ 5.1: แผนภาพการรับรู้ (Brand Perceptual Map)	20
ภาพที่ 5.2: ส่วนผสมการตลาด 7Ps	23
ภาพที่ 6.1: ผังการตกแต่งสำนักงาน	24
ภาพที่ 7.1: โครงสร้างองค์กร	26
ภาพที่ 8.1: นโยบายทางการเงิน	29



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและแนวคิดของการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจโรงพิมพ์เป็นธุรกิจที่สืบทอดจากรุ่นพ่อสู่รุ่นลูก เป็นการพัฒนาธุรกิจที่ได้รับการถ่ายทอดรุ่นต่อรุ่น นำมาพัฒนาให้มีความทันสมัยมากขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า การมองเห็นโอกาสในการเติบโตของธุรกิจโรงพิมพ์ความต้องการในการโฆษณาเพื่อผลักดันให้สินค้าเติบโตมีส่วนทำให้ยอดผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ขยายตัวด้วยเทคโนโลยีของปัจจุบันทำให้เกิดความเชื่อว่าสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบของกระดาษอาจไม่จำเป็นอีกต่อไป แต่ในความเป็นจริงยังมีอีกหลายสิ่งหลายอย่างที่ยังต้องอาศัยสื่อสิ่งพิมพ์ที่วัสดุของกระดาษ แม้ว่าโรงพิมพ์ในยุคปัจจุบันจะมีบทบาทน้อยลงจนเกือบจะเป็นธุรกิจที่ถูกลืม ส่วนหนึ่งเป็นเพราะปัจจุบันมีสื่อดิจิทัลเกิดขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็นสื่อเรียนการสอน เอกสารในการทำงาน การสื่อสารต่าง ๆ แต่สื่อสิ่งพิมพ์ที่โรงพิมพ์เป็นผู้ผลิตไม่ได้มีเพียงหนังสือ ยังมีกล่องบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ยังต้องใช้โรงพิมพ์ในการผลิต และไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าการส่งจดหมายของเอกสาร การ์ดเชิญ ยังเป็นสิ่งที่ต้องใช้กระดาษอยู่ ฉะนั้นธุรกิจโรงพิมพ์ยังไม่จัดว่าเป็นธุรกิจที่ล้าสมัยหรือตกยุค แต่เป็นเพียงธุรกิจที่ได้รับความนิยมน้อยลงไปบ้างตามสภาพ ในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้กับธุรกิจโรงพิมพ์ เช่น การผลิตแพคเกจต่าง ๆ สติกเกอร์ ถุงกระดาษ แผ่นรองแก้ว กระดาษรองจาน เมนูอาหาร ก็เป็นที่นิยมในปัจจุบันอย่างมาก การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการตลาดออนไลน์หรือการนำเสนอบริการที่ทำให้ลูกค้าประทับใจจนเกิดการบอกต่อและทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักมากขึ้น สื่อสิ่งพิมพ์ที่ดูเหมือนว่าจะถูกทดแทนด้วยสื่อดิจิทัลนั้น ก็เป็นความจริงอยู่ส่วนหนึ่งแต่สื่อสิ่งพิมพ์ยังคงอยู่ทั้งนี้เพราะ ความเป็นเอกลักษณ์มีความเป็นสามมิติสัมผัสได้ สื่อสิ่งพิมพ์ยังคงเติบโตอยู่แม้ในวิกฤตโรคระบาดหากมีหลักการและเลือกแนวทางทำสื่อให้เหมาะสมก็จะสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน

ภาพที่ 1.1: แนวโน้มของสื่อสิ่งพิมพ์



ที่มา: บริษัท สุพรีมพริ้น จำกัด. (2564). แนวโน้มของสื่อสิ่งพิมพ์ 2564. สืบค้นจาก

[https://www.supremeprint.net/index.php?lay=show&ac=article&id=2147543898
&Ntype=21.](https://www.supremeprint.net/index.php?lay=show&ac=article&id=2147543898&Ntype=21)

ตลาดสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วโลกจะเติบโตจาก 287.87 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2563 มาเป็น 313.28 พันล้านเหรียญในปี 2564 โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นถึง 8.8% คาดว่าตลาดสื่อสิ่งพิมพ์จะเติบโตไปถึง 302 เหรียญในปี 2568 การจัดทำโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ถือเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ของการทำตลาดโดยรวม

1.2 ลักษณะและขอบเขตของธุรกิจ

ธุรกิจโรงพิมพ์เป็นธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แบบครบวงจร ตั้งแต่ให้คำปรึกษาการออกแบบเลือกวัสดุ จนถึงขั้นตอนการผลิตงานหลักคือฉลากและบรรจุภัณฑ์ทุกชนิดที่ทำจากกระดาษ โดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับผู้ประกอบการ SME รายย่อยและผู้ที่ต้องการเริ่มธุรกิจตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดกลาง รวมถึงผู้ประกอบการที่ต้องการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในงานโฆษณาเพื่อให้ลูกค้าจับต้องได้ และผู้ประกอบการที่ต้องการทำบรรจุภัณฑ์แบบรักษ์โลกโดยหันมาใช้กระดาษมากกว่าการใช้พลาสติก เพื่อลดต้นทุนและไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม การมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามช่วยดึงดูดใจผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยให้ยอดขายให้กับผู้ประกอบการได้

ภาพที่ 1.2: กล่องบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก



1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำรายงาน

เนื่องจากโรงพิมพ์เน้นลูกค้าระดับผู้ประกอบการ SME และผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่งเริ่มธุรกิจมีความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับนำเสนอสินค้าถึงระดับผู้บริโภค ดังนั้นการบริการของธุรกิจโรงพิมพ์จึงต้องตอบโจทย์กลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ การมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและมีคุณภาพจะช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ จากแนวโน้มการผลิตบรรจุภัณฑ์มีความต้องการสูงในตลาด จึงมองเห็นโอกาสที่จะเข้ามาพัฒนาธุรกิจเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบันมากขึ้น

1.4 โครงสร้างของธุรกิจ

1.4.1 พันธมิตร (Key Partners)

1) บริษัทผู้ผลิตกระดาษ

พันธมิตรที่ส่งกระดาษให้กับโรงพิมพ์ราคาของกระดาษในแต่ละเดือนขึ้นอยู่กับบริษัทที่ผลิตกระดาษทำให้มีผลต่อราคางานพิมพ์

2) บริษัทนำเข้าเครื่องพิมพ์

บริษัทนำเข้าเครื่องพิมพ์จะจัดหาเครื่องพิมพ์ที่มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาขายให้กับโรงพิมพ์ในการผลิตงานที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า

3) บริษัทผลิตอุปกรณ์การพิมพ์

อุปกรณ์การพิมพ์งาน เช่น สี สารเคมีต่าง ๆ อุปกรณ์ที่ใช้ในโรงพิมพ์ถือเป็นสิ่งสำคัญมากที่ช่วยให้งานพิมพ์ออกมาสมบูรณ์แบบ

4) พ่อค้าคนกลาง

เป็นบุคคลที่หางานพิมพ์มาให้โรงพิมพ์โดยที่ลูกค้าสามารถคุยงานผ่านพ่อค้าคนกลางได้ เป็นอีกหนึ่งช่องทางสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการทำงานด้านสื่อสิ่งพิมพ์แต่ไม่จำเป็นต้องมีโรงพิมพ์เป็นของตัวเอง เพียงแค่ส่งงานให้กับโรงพิมพ์ผลิตเท่านั้น

1.4.2 กิจกรรมหลัก (Key Activities)

งานพิมพ์และงานออกแบบ ผลงานที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า มีการตรวจสอบคุณภาพของชิ้นงานก่อนส่งถึงลูกค้า และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดและกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อ ๆ ไป รับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจ

1.4.3 ทรัพยากรหลัก (Key Resources)

บุคลากรฝ่ายต่าง ๆ รวมถึงเจ้าของกิจการในการประสานงานกับลูกค้าและสามารถให้คำแนะนำกับลูกค้า เครื่องพิมพ์ที่มีคุณภาพมีการตรวจเช็คและบำรุงรักษาที่ดี อุปกรณ์ที่ใช้ในการพิมพ์ที่ครบครัน ช่างพิมพ์งานที่มีความชำนาญและมีความรับผิดชอบในการทำงาน

1.4.4 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

- 1) ต้นทุนหลักที่สำคัญในการพิมพ์งานคือกระดาษ ราคาจะเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามหลักอุปสงค์อุปทาน
- 2) ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) คือ ค่าเครื่องจักรและอุปกรณ์ ค่าตอบแทนพนักงาน
- 3) ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) ราคากระดาษ ค่าวัตถุดิบสำหรับผลิตชิ้นงาน ค่าสาธารณูปโภค

1.4.5 คุณค่าสินค้าหรือบริการ (Value Propositions)

ความประทับใจของลูกค้าในผลงานที่ได้รับ ราคาและคุณภาพของงานตามที่คุณค่าต้องการ การให้คำแนะนำสำหรับลูกค้าที่เริ่มทำธุรกิจใหม่ เนื่องจาก บริษัท สิริบุตรการพิมพ์ จำกัด มีความชำนาญในการผลิตบรรจุภัณฑ์และสื่อสิ่งพิมพ์มายาวนานกว่า 30 ปี พัฒนารูปแบบของผลงานและการให้บริการอยู่เสมอจึงทำให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพของสินค้าและบริการ คุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากเป็นชิ้นงานที่ออกแบบตามความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงวัสดุที่เลือกใช้ในการผลิตชิ้นงานที่สำเร็จออกมาลูกค้าจะต้องนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง อีกทั้งมีการควบคุมระยะเวลาในการผลิตให้ตรงตามความตกลงกับลูกค้าในราคาที่เหมาะสม ปัจจุบันลูกค้ามีตัวเลือกให้ใช้บริการมากมาย การตั้งราคาที่เหมาะสมควบคู่กับคุณภาพของสินค้าจะทำให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

1.4.6 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)

บริการหลังส่งมอบงานพิมพ์แล้วถ้าลูกค้ามีคำถามหรือต้องการคำแนะนำเพิ่มเติมทางบริษัทสามารถให้คำแนะนำโดยผู้เชี่ยวชาญ สื่อสัต์ย์กับลูกค้าและบริการลูกค้าด้วยความจริงใจ รับผิดชอบต่อความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และสร้างสัมพันธ์ที่ดีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

1.4.7 ช่องทางการเข้าถึง (Channels)

1.4.7.1 ช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า

การสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ การสื่อสารออนไลน์ช่วยให้ลูกค้าไม่ต้องเดินทางมาถึงที่บริษัท สามารถพูดคุยงานได้สะดวกผ่านทางวิดีโอคอลหรืออินเทอร์เน็ต เช่น โปรแกรม Zoom ช่วยประหยัดเวลายังคงตอบโต้ความต้องการในเรื่องของงานได้ ในปัจจุบันช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านทางออนไลน์กำลังเป็นที่นิยมนอกจากรวดเร็วและสะดวกสบายแล้วยังสามารถดูตัวอย่างชิ้นงานเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ ดังนั้นการทำช่องทางการติดต่อออนไลน์จึงเป็นเรื่องที่เจ้าของธุรกิจควรให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าให้มากที่สุด

1.4.7.2 ขั้นตอนสุดท้ายก่อนจบงาน

On-site ลูกค้าสามารถเข้ามารับงานเองที่บริษัท เพื่อตรวจสอบความถูกต้องหรือต้องการคำแนะนำเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญเจ้าของกิจการเพื่อสร้างสัมพันธ์ที่ดีและเป็นโอกาสให้บริษัทสร้างความน่าเชื่อถือด้วยบรรยากาศการทำงานแบบมืออาชีพทำให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพของชิ้นงาน

1.4.8 กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)

1) กลุ่มลูกค้าที่เริ่มธุรกิจใหม่และยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ต้องการคำแนะนำจากเจ้าของธุรกิจเพื่อให้งานออกมาตรงตามความต้องการกลุ่มลูกค้าธุรกิจSMEที่ต้องการโฆษณาสินค้าของตนเองด้วยสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อให้ลูกค้าสามารถจับต้องได้มากกว่าการโฆษณาผ่านออนไลน์ กลุ่มลูกค้า SME ที่ต้องการผลิตต่อครั้งน้อยแต่มีความถี่ในการผลิตมาก หรือกลุ่มลูกค้า

2) ร้านอาหารที่ต้องการใช้กระดาษในการขายมากกว่าการใช้พลาสติก ต้องการขยายการขายแบบ Delivery ภาชนะบรรจุอาหาร โบรชัวร์เพื่อทำการโฆษณา บริษัทนำเข้าสินค้า สินค้าที่นำเข้าจากประเทศโดยส่วนมากจะมีฉลากภาษาท้องถิ่นตามแต่ประเทศ ดังนั้นเมื่อนำสินค้าเข้ามาขายในประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีฉลากสินค้าภาษาไทยเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย

1.4.9 รายได้หลัก (Revenue Streams)

- 1) รายได้หลักจากงานพิมพ์ บรรจุภัณฑ์ Packaging หนังสือ ถุงกระดาษ
- 2) รายได้จากการออกแบบงาน
- 3) รายได้จากการทำการตลาดเพื่อโฆษณาให้สินค้า

บทที่ 2

การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก

2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค (Pestel Analysis)

2.1.1 สภาพแวดล้อมทางการเมืองการปกครอง (Political)

สภาพแวดล้อมทางการเมืองมีอิทธิพลสำคัญกับประเทศและการขับเคลื่อนธุรกิจในประเทศ ส่งผลต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก เช่น สถานการณ์โรคระบาดโควิด19 มีผลต่อการเติบโตของทุกธุรกิจ เนื่องจากมีมาตรการที่รัฐบาลเป็นคนกำหนด การล็อกดาวน์เพื่อยับยั้งการระบาดของโรคส่งผลกระทบต่อ รุนแรงต่อหลาย ๆ ธุรกิจ เนื่องจากต้องปิดร้านค้าตามเวลาที่กำหนด ปิดสถานที่ท่องเที่ยวและดริบ นักท่องเที่ยวต่างประเทศทำให้จำนวนลูกค้าลดลงอย่างมาก ผู้ประกอบการบางรายต้องปิดกิจการลง เนื่องจากไม่มีกิจกรรม ไม่มีรายได้ ไม่สามารถดำเนินธุรกิจไว้ได้ การปิดกิจการจึงเป็นทางออกที่จำเป็น แต่เมื่อสถานการณ์ดีขึ้นมีการผ่อนมาตรการให้เปิดร้านอาหารและท่องเที่ยวได้บ้าง ทำให้ผู้ประกอบการกลับมาเปิดร้านค้าหารายได้มากขึ้นตามลำดับ ผู้คนกลับมาทำงานเพิ่มมากขึ้นทำให้มีการจับจ่ายใช้สอยทำให้ธุรกิจกลับมาเติบโตอีกครั้ง ผู้ประกอบการบางรายที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับ สถานการณ์ได้ก็สามารถกลับมาเปิดธุรกิจได้ต่อและบางรายอาจมีอาชีพใหม่ ๆ เกิดขึ้นปรับเปลี่ยน สินค้าให้เข้ากับเหตุการณ์ปัจจุบัน สภาพแวดล้อมทางการเมืองจึงมีบทบาทที่สำคัญสำหรับธุรกิจ เมื่อ ธุรกิจสามารถกลับมาดำเนินการต่อได้ก็ทำให้เศรษฐกิจของประเทศเดินหน้าต่อไปได้

2.1.2 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economics)

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยต้อง คำนึงถึง GDP ทรัพยากรการผลิตรวมถึงทรัพยากรมนุษย์ การกระจายรายได้และอำนาจการจับจ่ายใช้ สอยของคนในประเทศ การลงทุนของประชาชนและรัฐบาลซึ่งมีผลต่อการกระจายสินค้าและการ ขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ การรักษาสภาพแวดล้อมของการประกอบกิจการ เศรษฐกิจโลกปี 2546 มี แนวโน้มขยายตัวเป็นบวก 4-5.5% หลังจากที่หดตัวติดลบ 8% ในปี 2563 เนื่องจากสถานการณ์การ แพร่ระบาดของโรคโควิด 19 เนื่องจากเริ่มผ่อนคลามาตรการล็อกดาวน์ทำให้กลับมาดำเนินกิจกรรม ทางเศรษฐกิจได้ แต่อย่างไรก็ตามอาจจะไม่ขยายตัวได้มากเท่าก่อนจะมีโรคระบาดได้

2.1.3 สภาพแวดล้อมทางสังคม (Social)

สภาพแวดล้อมทางสังคมมีความสำคัญมากต่อการดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ ในปัจจุบันมีเด็กจบใหม่ที่ว่างงานเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเกิดสภาวะเศรษฐกิจถดถอย จากสถานการณ์โรคระบาดทำให้มีคนว่างงานจำนวนมาก และยังมีแนวโน้มที่เศรษฐกิจจะฟื้นตัวได้ช้า แต่อย่างไรก็ตามเมื่อรัฐบาลสามารถควบคุมการแพร่เชื้อของโรคระบาดได้จะทำให้เศรษฐกิจค่อย ๆ

กลับมาดีขึ้นตามลำดับ ผู้คนออกมาจับจ่ายใช้สอยมากขึ้นธุรกิจท่องเที่ยวกลับมาฟื้นตัว มีนักท่องเที่ยว หลังไหลเข้ามาทำให้เศรษฐกิจหมุนเวียนดีขึ้น

2.1.4 สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technology)

ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีเทคโนโลยีล้ำสมัยเกิดขึ้นมากมายช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการทุกกลุ่ม มีการนำเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจทำให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น มีหลาย ๆ เทคโนโลยีที่เกิดขึ้นเพื่อช่วยให้ธุรกิจทันสมัยก้าวทันประเทศอื่น ๆ และเป็นสิ่งที่พึงพอใจต่อผู้บริโภค สามารถอำนวยความสะดวกให้ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค ผู้ผลิตมีเทคโนโลยีใหม่มาเสนอให้กับผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภคมองเห็นถึงประโยชน์จริงพร้อมที่จะลงทุนกับงานที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ การใช้เครื่องจักรมากกว่าใช้แรงงานคนทำให้งานสำเร็จในเวลาอันรวดเร็วและมีความแม่นยำ เช่น ธุรกิจขนส่งที่นำเทคโนโลยีมาใช้ทำให้มีฐานข้อมูลของลูกค้าที่ถูกต้องมีการเก็บฐานข้อมูล การนำฐานข้อมูลมาวิเคราะห์ยอดขายในแต่ละเดือน การทำโฆษณาโดยอิงจากฐานข้อมูลเพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือจะเป็นทิศทางการวางแผนการบริหารจัดการในส่วนต่าง ๆ

2.1.5 สภาพแวดล้อมทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environment)

จะเห็นได้ว่าทรัพยากรที่มีในประเทศได้ถูกนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับมนุษย์ เช่น การผลิตบรรจุภัณฑ์ต้องใช้วัสดุที่สำคัญพลาสติกเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันได้มีการประยุกต์ใช้กระดาษมากขึ้น เพื่อเป็นผลดีต่อสิ่งแวดล้อมช่วยลดโลกร้อนและยังย่อยสลายได้ง่าย มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าพลาสติก ทำให้มีผลกำไรที่มากขึ้นและยังตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในยุค New Normal

ภาพที่ 2.1: ประสิทธิภาพการพิมพ์เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



ที่มา: “Ecological” จากแนวคิดเพื่อความยั่งยืน สู่เครื่องพิมพ์ที่ตอบโจทย์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่า. (2563). สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/epson-ecological/>.

2.1.6 สภาพแวดล้อมด้านกฎหมาย (Legal)

การทำธุรกิจจำเป็นต้องศึกษาสภาพแวดล้อมด้านกฎหมายของประเทศ เพื่อการเรียนรู้ถึงกฎหมายในการทำธุรกิจที่ถูกต้องจะทำให้เป็นผลดีต่อการทำธุรกิจ ผลประโยชน์ต่อการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจคำนวณข้อได้เปรียบเสียเปรียบและลดความเสี่ยงที่เกิดจากการลงทุนทำธุรกิจ

2.2 การประเมินความสามารถในการแข่งขัน (Five Forces Analysis)

2.2.1 อุปสรรคสำหรับผู้เล่นรายใหม่ (Threat of New Entrance)

ในปัจจุบันธุรกิจโรงพิมพ์อาจไม่ได้มีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้นมากนัก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญ แต่การวิเคราะห์คู่แข่งรายใหม่ก็เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงเพื่อเตรียมความพร้อมในการแก้ไขปัญหาในอนาคต คู่แข่งรายใหม่ที่เกิดขึ้นมากในปัจจุบันคือร้านรับพิมพ์งานขนาดเล็กหรือร้านปริ้นเอกสารจะกระจายไปตามพื้นที่ต่าง ๆ เนื่องจากเครื่องพิมพ์รุ่นใหม่ที่มีขนาดเล็กและราคาถูก

ลงทำให้ผู้ประกอบการมีกำลังที่จะเริ่มธุรกิจนี้ ใช้แรงงานคนน้อยทำให้ลงทุนที่น้อย ทำให้ต้นทุนต่ำ ผู้ประกอบการสามารถเปิดธุรกิจนี้และเข้ามาเป็นคู่แข่งรายเล็กได้ง่าย

2.2.2 อำนาจต่อรองของคู่ค้าทางธุรกิจ (Power of Suppliers)

การวิเคราะห์คู่ค้าทางธุรกิจทำให้เจ้าของกิจการมีอำนาจในการเจรจากับลูกค้า ยังมีอำนาจในการต่อรองมากหรือมีสัมพันธมิตรอันดีจะช่วยลดผลกระทบและลดความเสี่ยง รวมถึงโอกาสในการก้าวหน้าทางธุรกิจก็มากขึ้น คู่ค้าคนสำคัญคือบริษัทนำเข้ากระดาษถ้าราคากระดาษสูงขึ้นอาจจะทำให้ต่อรองกับลูกค้าได้ยากขึ้น

2.2.3 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Power of Customer)

ในปัจจุบันผู้บริโภคมีตัวเลือกในการใช้บริการมากมาย ลูกค้าจึงมีอำนาจในการต่อรองสูง รวมถึงการเปรียบเทียบราคาสินค้าจากสินค้าทดแทน แต่ในกลุ่มของธุรกิจโรงพิมพ์จะมีราคากลางที่ตายตัวอยู่แล้ว ลูกค้าสามารถตัดสินใจใช้บริการได้จากคุณภาพของงานและบริการ เพราะราคากระดาษที่บริษัทนำเข้าจำหน่ายให้กับโรงพิมพ์มีราคากลาง แต่อย่างไรก็ตามคุณภาพของสินค้าและจำนวนทำให้ลูกค้าอาจมีอำนาจได้เพียงแค่ปานกลาง

2.2.4 ภัยคุกคามของสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)

การพัฒนาของเทคโนโลยีอย่างก้าวไกลในปัจจุบัน อาจทำให้เกิดธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่มีขนาดเล็กกว่าโรงพิมพ์ เช่น ร้านปริ้น ร้านถ่ายเอกสาร ที่สามารถรองรับงานพิมพ์จำนวนน้อยได้ในราคาถูก แตกต่างจากโรงพิมพ์ที่ต้องมีขั้นต่ำในการพิมพ์งานยังมีจำนวนมากจะได้ราคาถูก ผู้ประกอบการรายย่อยบางรายอาจให้ไปใช้บริการร้านปริ้นที่มีราคาถูก

ภาพที่ 2.2: เครื่องพิมพ์ขนาดเล็ก



ผู้ประกอบการที่ลงทุนในธุรกิจสิ่งพิมพ์ขนาดเล็กมีการลงทุนที่น้อยกว่าโรงพิมพ์ เนื่องจากมีเครื่องพิมพ์ขนาดเล็กที่ราคาถูกลงกว่าและสามารถผลิตงานจำนวนน้อยได้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เพิ่งเริ่มธุรกิจและต้องการงานพิมพ์จำนวนน้อย เพื่อมาทดลองตลาดและยังมีค่าบำรุงรักษาที่ถูกกว่าเครื่องพิมพ์ขนาดใหญ่ เครื่องพิมพ์ไม่จำเป็นจะต้องมีช่างคอยควบคุมอยู่ตลอดเวลา สามารถตั้งค่าเครื่องพิมพ์ให้พิมพ์อัตโนมัติโดยไม่ต้องเสียแรงงานคนคอยช่วยควบคุมขั้นตอนการผลิตทำให้มีการลดการใช้คนในการควบคุมเครื่องจักรได้ ลดค่าใช้จ่ายในการบริหารบุคคล

ภาพที่ 2.3: เครื่องพิมพ์ 4 สี ขนาดใหญ่



ที่มา: เครื่องพิมพ์ออฟเซ็ท 4 สี. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก

<http://www.thaitechno.net/t1/productdetails.php?id=47775&uid=38800>.

เครื่องพิมพ์ 4 สี ของโรงพิมพ์จะมีขนาดใหญ่ต้องมีพื้นที่สำหรับเครื่องพิมพ์และคนงานในการควบคุมเครื่องและยังมีราคาที่สูงมาก การพิมพ์งานในแต่ละครั้งจึงจำเป็นต้องมีจำนวนมาก มีขั้นตอนในการผลิตยิ่งจำนวนมากจะมีราคาที่ถูกลง

ภัยจากสินค้าทดแทนในธุรกิจสิ่งพิมพ์จะมีข้อได้เปรียบเสียเปรียบกันพอสมควร แต่อย่างไรก็ตามคุณภาพของงานที่ออกจากเครื่องพิมพ์จะมีความสวยงามชัดมากกว่าเครื่องพิมพ์ขนาดเล็กและบริการของโรงพิมพ์ยังครบวงจรมากกว่าร้านพิมพ์ดิจิทัลขนาดเล็ก

2.2.5 สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Competitive Rivalry within an Industry)

การวิเคราะห์คู่แข่งที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันจะทำให้ทราบถึงโอกาสในการขยายตัวของธุรกิจ รวมถึงทราบสถานการณ์ของคู่แข่งว่าเป็นอย่างไร ทำให้มองเห็นถึงโอกาสในการลงทุนทำธุรกิจต่อยอด ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งรายเก่าและรายใหม่เกิดขึ้นมากทำให้มีการแข่งขันสูง ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการรายเล็กทั้งงานรับปริ้นและงานทั่วไปที่มีสามารถรับพิมพ์งานสเกลขนาดเล็ก เช่น การทำฉลากและสติ๊กเกอร์มากขึ้น

2.3 การวิเคราะห์การตลาดและโครงสร้างการแข่งขัน

2.3.1 สภาพการแข่งขันในตลาด

ธุรกิจสิ่งพิมพ์ในปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทั้งในเรื่องของคุณภาพงาน ราคา และบริการที่รวดเร็วเสร็จตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ แนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มค่อนข้างสูงทำให้การผลิตบรรจุภัณฑ์สูงตามไปด้วย ส่งผลดีต่อธุรกิจโรงพิมพ์

2.3.2 คู่แข่งทางตรง (Direct Competitor)

คู่แข่งทางตรงคือร้านที่รับผลิตสิ่งพิมพ์ขนาดเล็ก สามารถทำงานจำนวนน้อยได้และราคาถูก เช่น งานฉลากสินค้า กล่องบรรจุภัณฑ์ ทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กที่เพิ่งเริ่มธุรกิจมักจะใช้บริการเนื่องจากมีราคาถูกและสามารถผลิตในจำนวนน้อยได้

2.3.3 คู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitor)

คู่แข่งทางอ้อมในธุรกิจนี้คือพ่อค้าคนกลางที่ไม่มีโรงพิมพ์เองแต่ส่งงานให้กับโรงพิมพ์ เช่น กลุ่มบริษัทหรือโรงงานที่รับทำ OEM คือโรงงานที่รับผลิตสินค้าให้กับแบรนด์ต่าง ๆ One Stop Service บริการครบวงจร จึงต้องให้โรงพิมพ์ผลิตกล่องบรรจุภัณฑ์

2.4 วิเคราะห์ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (Key Success Factor)

2.4.1 คุณภาพของงานพิมพ์ งานพิมพ์ต้องมีสีคมชัดเลือกกระดาษให้เหมาะกับงานพิมพ์นั้น ไม่มีความผิดพลาดในเรื่องงาน ส่งงานให้ลูกค้าตามกำหนดจะทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในคุณภาพของบริษัท ส่งผลดีทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ

2.4.2 การบริการ การสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า การให้คำแนะนำจากเจ้าของธุรกิจโดยตรงที่มีความเชี่ยวชาญ เลือกวัสดุในการผลิตตามความเหมาะสมของงานมากกว่าการเสนอขายแต่ของที่ราคาสูง จริงใจและซื่อสัตย์ จะทำให้เกิดการบอกปากต่อปากจนได้ลูกค้ารายใหม่

2.4.3 สร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทุกเทศกาลจะมีการส่งของขวัญหรือกระเช้าให้ลูกค้าเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้า

2.4.5 การบริการและการขนส่ง เมื่องานเสร็จลุล่วงทางบริษัทมีบริการนำงานไปส่งให้ลูกค้า
ถึงที่โดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ ในกรณีที่ลูกค้าอยู่ กรุงเทพฯและปริมณฑล ยกเว้นกรณีที่ลูกค้าอยู่
ต่างประเทศหรือต่างจังหวัดจะมีค่าขนส่งตามจริง



บทที่ 3 การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน

3.1 ชื่อและตราสัญลักษณ์ของธุรกิจ

ภาพที่ 3.1: บริษัท สิริบุตการพิมพ์ จำกัด



3.2 แผนกลยุทธ์

ผู้บริหารมีบทบาทสำคัญในการบริหารธุรกิจ ต้องนำพาบริษัทไปในทางที่ดีการมีผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกลทำให้พนักงานมีความเชื่อถือในองค์กร ผู้บริหารจะต้องกำหนดทิศทางการบริหารให้ชัดเจน โดยเลือกปรับให้เข้ากับสถานการณ์ของเศรษฐกิจในแต่ละช่วง และกระตุ้นบุคลากรในองค์กรให้มีความมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ การดูแลพนักงานในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญการมีผลตอบแทนที่ดีมีสวัสดิการที่ดี จะเป็นแรงจูงใจให้บุคลากรในองค์กรอยากร่วมงานกับองค์กรงานด้านสื่อสิ่งพิมพ์จำเป็นต้องทำเป็นขั้นเป็นตอนตามลำดับควรมีการจัดวางระบบที่ดีเพื่อป้องกันความผิดพลาด ผู้บริหารต้องสามารถตัดสินใจเมื่อเกิดสถานการณ์ขัดข้อง เมื่อเกิดข้อผิดพลาดผู้บริหารควรจะต้องรีบแก้ไขให้ดีที่สุดเพื่อลดผลกระทบด้านบุคคลและทรัพยากร ผู้บริหารจะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญในทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับงานและยังต้องมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้อื่นอีกด้วย

3.2.1 วิสัยทัศน์

สร้างสรรค์งานที่มีคุณภาพ เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของลูกค้าเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3.2.2 พันธกิจ

บริการลูกค้าด้วยใจ ซื่อสัตย์ และความมุ่งมั่นออกมาให้มีคุณภาพเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและพึงพอใจในงานที่ได้รับ

3.2.3 เป้าหมายของธุรกิจ

1) เป้าหมายระยะสั้น

สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าในด้านคุณภาพของงานและการบริการ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำและเกิดการบอกต่อปากต่อปาก เสริมสร้างพันธมิตรกับฐานลูกค้าเก่าเพื่อที่จะร่วมงานกันไปได้ยาวนาน มุ่งมั่นที่จะพัฒนาธุรกิจอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อความก้าวหน้าขององค์กร นำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้กับธุรกิจเพื่อให้องค์กรมีความทันสมัยมากขึ้น ผลิตผลงานที่มีคุณภาพอยู่เสมอ

2) เป้าหมายระยะยาว

เป็นที่รู้จักในวงกว้างสำหรับธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นโรงพิมพ์ที่มีคุณภาพและมีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นอยู่ตลอด พัฒนาและปรับปรุงธุรกิจให้ทันสมัยทันโลก บริการครบวงจรครบจบในที่เดียว ขยายโรงพิมพ์ให้มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อรองรับงานจำนวนมากได้ สามารถรองรับงานจากผู้ประกอบการธุรกิจ SME ที่เพิ่งเริ่มธุรกิจและต้องการขยายกำลังการผลิต

3.3 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกิจการ (SWOT Analysis)

3.3.1 จุดแข็ง (Strength)

- 1) งานพิมพ์สวยคมชัด สามารถปรับเปลี่ยนตามความต้องการของลูกค้าได้
- 2) ให้คำแนะนำจากลูกค้าได้ดี จากเจ้าของธุรกิจโดยตรงที่มีประสบการณ์มายาวนาน
- 3) ซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา ราคาเหมาะสมอยู่ในมาตรฐานราคากลาง
- 4) นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้ในการทำงานเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า
- 5) กิจการไม่มีหนี้สินทำให้ได้รับกำไรจากการทำธุรกิจ 100% โดยไม่มีการแบ่งส่วนกำไรเพื่อนำไปชำระหนี้สินธนาคาร ทำให้มีเงินไปไปต่อยอดและพัฒนาธุรกิจ
- 6) ทำเลที่ตั้งของธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ โรงพิมพ์อยู่บนถนนสาธุประดิษฐ์ กลางในเมืองอำนวยความสะดวกของลูกค้าเมื่อต้องเดินทางมาที่บริษัท
- 7) เครื่องพิมพ์มีมาตรฐานสามารถพิมพ์งานได้อย่างมีคุณภาพสม่ำเสมอ
- 8) ช่างพิมพ์เป็นช่างที่มีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถด้านงานสื่อสิ่งพิมพ์สามารถควบคุมการผลิตได้เป็นอย่างดี

3.3.2 จุดอ่อน (Weakness)

- 1) อาจมีจำนวนผลิตขั้นต่ำ เช่น 500-1000 ชิ้น
- 2) เครื่องจักรมีราคาสูงมากและค่าซ่อมบำรุงดูแลรักษาสูง ทำให้ต้องมีการลงทุนสูง
- 3) ช่างพิมพ์ที่เลือกมาควบคุมเครื่องจักรจะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญในงานสิ่งพิมพ์ จึงมีค่าตอบแทนสูง
- 4) เจ้าของธุรกิจมีความเชี่ยวชาญด้านงานพิมพ์แต่ขาดประสบการณ์การบริหารองค์กรที่ต้องเปลี่ยนไปตามสภาพธุรกิจและยุคสมัย
- 5) บุคลากรในบริษัทมีจำนวนจำกัดเนื่องจากต้องใช้ช่างพิมพ์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านงานพิมพ์เท่านั้น ในกรณีที่มีงานซ้อนอาจทำให้พลาดโอกาสในการรับงานชิ้นอื่น ๆ ไป

3.3.3 โอกาส (Opportunity)

- 1) ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาเครื่องพิมพ์มีราคาสูง และช่างพิมพ์ต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งพิมพ์เท่านั้นเลยทำให้มีต้นทุนในการดูแลรักษาที่สูง
- 2) เครื่องพิมพ์จะต้องนำเข้าจากต่างประเทศทำให้มีราคาสูงมาก ทำให้มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง
- 3) ปัจจุบันปริมาณการสั่งสินค้าลดลงเนื่องจากเศรษฐกิจ ทำให้ไม่สามารถสต็อกกระดาษได้ จึงต้องสั่งกระดาษเป็นรายครั้งทำให้ราคากระดาษในแต่ละครั้งมีราคาสูง

3.4 แนวทางกลยุทธ์ของธุรกิจ

3.4.1 ประเด็นสำคัญของธุรกิจ

หัวใจหลักของประเด็นสำคัญของธุรกิจ คือ ลูกค้าการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ถ้าลูกค้าประทับใจในผลงานและคุณภาพก็จะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ ส่งผลให้มีผลกำไรที่เพิ่มขึ้น และยังสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

3.4.2 การสร้างกลยุทธ์โดยประเมินสภาพแวดล้อมองค์กร TOWS Matrix

3.4.3 กลยุทธ์ระดับองค์กร

สิ่งสำคัญของระดับองค์กรคือผู้บริหาร การมีผู้บริหารที่ดีคอยเป็นเสาหลักให้กับองค์กรจะทำให้องค์กรพัฒนาและก้าวหน้า ผู้บริหารที่ดีจะต้องเปิดใจรับฟังผู้อื่นใส่ใจรายละเอียดของลูกน้อง และมีความเชี่ยวชาญด้านสิ่งพิมพ์ ด้านการบริหารองค์กรและบุคคล ผู้บริหารจะต้องระบุกลุ่มเป้าหมายที่องค์กรจะเข้าไปแข่งและวางแผนให้รอบคอบว่าจะเข้าไปแข่งขันได้อย่างไร

3.4.4 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ

- 1) การกำหนดหน้าที่ของงาน ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ขององค์กรที่ต้องการให้พนักงานรับผิดชอบและทำให้สำเร็จลุล่วงบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

2) การบริหารเงินเดือนและสวัสดิการ ฝ่ายบัญชีจะเป็นคนจัดการเรื่องการเงินสวัสดิการของโรงพิมพ์ที่มีให้กับพนักงาน ได้แก่ ประกันสังคม OT ที่พักและอาหารให้กับพนักงาน เพื่อเป็นแรงจูงใจที่ดีให้กับพนักงานมีกำลังใจในการทำงาน

3) เกณฑ์รับบุคลากร โดยฝ่ายบริหารจะเป็นคนคัดสรรเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการทำงานเพื่อที่จะช่วยพัฒนาองค์กรให้ก้าวหน้าและได้ผลกำไรสูงสุด

3.4.5 กลยุทธ์ระดับหน้าที่

1) การตลาด ใช้กลยุทธ์ในการทำตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยใช้ต้นทุนที่เหมาะสม

2) การปฏิบัติการ หรือการผลิต มีความสม่ำเสมอในการผลิตรักษาคุณภาพในการผลิตโดยก่อให้เกิดผลเสียน้อยที่สุดแต่เกิดประโยชน์สูงสุด

3) การวิจัยและพัฒนา การนำเทคโนโลยีในปัจจุบันมาประยุกต์ใช้กับงานเพื่อให้ธุรกิจมีความทันสมัยมากขึ้น

4) การบริหารบุคคล การจัดฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้นอยู่เสมอและมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นความอ่านระหว่างพนักงานกับผู้บริหารเพื่อความสนิทสนมและใกล้ชิด

บทที่ 4 การวิจัยทางการตลาด

4.1 วัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อมูล

เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจให้ทันสมัยมากขึ้น ธุรกิจโรงพิมพ์เป็นธุรกิจครอบครัวที่ได้รับการสืบทอด ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อมูลเพื่อพัฒนาธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าและขยายใหญ่ออกไป และตอบสนองความต้องการของของลูกค้ากลุ่ม SME ในยุคปัจจุบัน รองรับงานสำหรับผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มธุรกิจต้องการคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

4.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้รับรู้ถึงข้อเสียที่ต้องปรับปรุงพัฒนา และข้อดีที่ควรรักษาไว้ ได้เรียงลำดับขั้นตอนการทำงานให้เป็นระบบและได้แลกเปลี่ยนความคิดกับผู้ประกอบการหลายๆธุรกิจเพื่อนำมาพัฒนาบริษัท

4.3 แหล่งข้อมูลและวิธีค้นหา

ศึกษาจากข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นกับบริษัทและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากผู้ประกอบการธุรกิจเหมือนกันหรือใกล้เคียง ค้นคว้าข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญธุรกิจรุ่นพ่อที่ส่งต่อธุรกิจเพื่อหาจุดบกพร่องและแก้ไข นำเทคโนโลยีในปัจจุบันมาปรับใช้

4.4 ประเมินความเกี่ยวข้องของข้อมูลที่ใช้

ประเมินจากผู้ที่มีประสบการณ์ตรงที่อยู่ในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์และความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม เพื่อพัฒนาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน

4.5 สรุปผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำข้อมูลไปปรับใช้และพัฒนาองค์กร เมื่อสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ที่เริ่มธุรกิจใหม่มีจำนวนมาก รองลงมาเป็นผู้ประกอบการ SME ทั้งขนาดเล็กและขนาดย่อมซึ่งผู้ที่อยู่ในกลุ่มเริ่มธุรกิจที่มีความสนใจมีจำนวนมากในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากต้องการโฆษณาผลิตภัณฑ์ โดยการมีบรรจุกฎหมายที่สวຍงสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และยังดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค จึงมีโอกาให้ธุรกิจโรงพิมพ์ในการนำเสนองานได้มากยิ่งขึ้น เพราะไม่มีคู่แข่งประจำ และไม่มีความรู้เกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ต้องการผู้เชี่ยวชาญด้านนี้ คอยแนะนำ ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ในส่วนนี้อาจต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าในเรื่องของผลิตภัณฑ์และราคาที่สมเหตุสมผลรวมถึงความน่าเชื่อถือ ความน่าเชื่อถือเป็นสิ่ง

ที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด การมีการรับประกันผลงาน การนำเสนอตัวอย่างงานที่เคยผลิตมา หากต้องการสร้างความน่าเชื่อถือควรมีการรับประกันสินค้าและการตรงต่อเวลามาเป็นอันดับแรก เพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าการรับประกันชิ้นงานที่ผิดพลาด



บทที่ 5 แผนการตลาด

5.1 การแบ่งส่วนการตลาด

5.1.1 ทางภูมิศาสตร์

กลุ่มลูกค้าไม่ว่าจะเป็นรายย่อยหรือรายใหญ่ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯส่วนมากจะเป็นกลุ่มธุรกิจที่เริ่มธุรกิจใหม่ต้องการมีบรรจุกฎเกณฑ์ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ ส่วนกลุ่มลูกค้าต่างจังหวัดจากการวิเคราะห์จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการจะโฆษณาแบรนด์สินค้าของตัวเองโดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์เข้ามาช่วย เช่น การแจกโบรชัวร์ การ์ดเชิญ การโฆษณาด้วยสื่อสิ่งพิมพ์ข้อดีคือลูกค้าสามารถจับต้องได้และสร้างความประทับใจ มองเห็นถึงการให้ความสำคัญกับลูกค้า ส่วนกลุ่มลูกค้าต่างประเทศส่วนมากจะเป็นประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากมีการขนส่งที่ง่ายและราคาไม่สูง กลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้จะมีกำลังการผลิตสูง เนื่องจากต้องใช้เวลาในการขนส่งจึงจำเป็นต้องผลิตในจำนวนมาก และผู้บริโภคในส่วนของลูกค้าต่างชาติมีกำลังซื้อสูงทำให้ธุรกิจขยายตัวได้เป็นอย่างมาก ส่งผลดีต่อธุรกิจโรงพิมพ์ทำให้ได้ลูกค้าประจำที่มีกำลังการสั่งซื้อสูง

5.1.2 ทางประชากร

ผู้ประกอบการที่เริ่มทำธุรกิจมีจำนวนมากในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นรายย่อยหรือรายใหญ่ จึงเป็นโอกาสดีที่ทำให้ธุรกิจโรงพิมพ์เติบโต ในส่วนของธุรกิจ SME ต้องการโปรโมชั่นหรือโฆษณาผลิตภัณฑ์ด้วยบรรจุกฎเกณฑ์ที่น่าสนใจเพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและความน่าสนใจ

5.1.3 ทางพฤติกรรม

วิเคราะห์จากค่านิยมในปัจจุบันพฤติกรรมความเป็นอยู่ของผู้บริโภค จะช่วยให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าออกมาตรงตามความต้องการของลูกค้าได้

5.1.4 ทางจิตวิทยา

การคำนึงถึงจิตวิทยาไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในปัจจุบัน ค่านิยม แรงจูงใจ ความสนใจ จะช่วยให้สามารถจัดกลุ่มคนที่มีความสนใจกับสินค้าได้มากที่สุด

5.2 การเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย

5.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก

กลุ่มที่เริ่มธุรกิจขนาดย่อยหรือขนาดใหญ่ และกลุ่ม SME ที่ต้องการขยายธุรกิจหรือพัฒนาธุรกิจมันมีความน่าสนใจ กลุ่มลูกค้าที่ไม่มีคู่ค้าประจำและต้องการคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสิ่งพิมพ์

5.2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง

กลุ่มลูกค้าออนไลน์หรือกลุ่มลูกค้าขนาดย่อยที่ต้องการขยายธุรกิจและต้องการทำบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มยอดขายและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าโดยเพิ่มการมีบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้ดึงดูดผู้บริโภค

5.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

5.3.1 Point-of-Parity (POP) and Points-of-Difference (POD)

1) POP วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าว่าต้องการงานออกมาแบบไหน สินค้าที่ลูกค้านำไปใส่บรรจุภัณฑ์คืออะไร สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ การมีจุดเด่นในเรื่องของการรับผิดชอบหากงานเกิดความผิดพลาด หรือการที่ลูกค้าได้รับคำแนะนำจากเจ้าของธุรกิจโดยตรง จะสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อประกอบการตัดสินใจของลูกค้าได้เป็นอย่างดี บางครั้งลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการกับโรงพิมพ์การทำการสื่อสารไรต์ตัว POP ก็คือเป็น Value Content ด้วยเช่นกัน

2) POD การสร้างความแตกต่างระหว่างคู่แข่งไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสเปคสินค้า ราคา การบริการและคุณภาพของงาน เพื่อให้บริการของเราโดดเด่นกว่าคู่แข่งจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการกับเราได้ง่ายขึ้น ต้องพยายามสร้างความแตกต่างในทุกด้านเพื่อที่ลูกค้ามองเข้ามาจะได้เห็นถึงข้อดีที่มีมากกว่าคู่แข่ง แต่จุดที่ต่างจากคู่แข่งจะต้องเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ถ้าเป็นจุดต่างที่ลูกค้าไม่ได้ให้ความสำคัญก็จะเท่ากับว่าไม่ได้สร้างมูลค่าให้กับบริษัทเลย

5.3.2 Brand DNA

5.3.2.1 Brand Attributes

คุณสมบัติของแบรนด์ที่สื่อออกมาทางด้านภาพลักษณ์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ Brand Attributes แบ่งได้ 2 ประเภท

1) คุณสมบัติที่จับต้องได้ (Tangible)

งานพิมพ์ที่สามารถจับต้องได้ทุกประเภท เช่น โบรชัวร์ หนังสือ การ์ด โปสเตอร์ แผ่นพับ กล่องบรรจุภัณฑ์ ถุงกระดาษ แผ่นรองแก้วน้ำ

2) คุณสมบัติที่จับต้องไม่ได้ (Intangible)

- ความสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ที่มีต่อลูกค้าถ้าเราสามารถสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าไว้ได้เสมอจะทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการอยู่เสมอจนกลายเป็นลูกค้าประจำเนื่องจาก มองเห็นถึงความใส่ใจและสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

- ความคงเส้นคงวา การรักษาคุณภาพงานให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาปรับใช้ในการทำงาน ยึดข้อดีของแบรนด์และความแตกต่างไว้เสมอ

- ความน่าเชื่อถือ

5.3.2.2 Brand Benefit

1) ประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับจากโรงพิมพ์ผ่านประสบการณ์การใช้บริการหรือใช้สินค้า บริการหลังการขายหลังจากจบงานแล้วถ้าลูกค้ามีปัญหาหรือต้องการคำแนะนำจากเจ้าของธุรกิจ โดยตรง ก็สามารถติดต่อได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

5.3.2.3 Brand Value

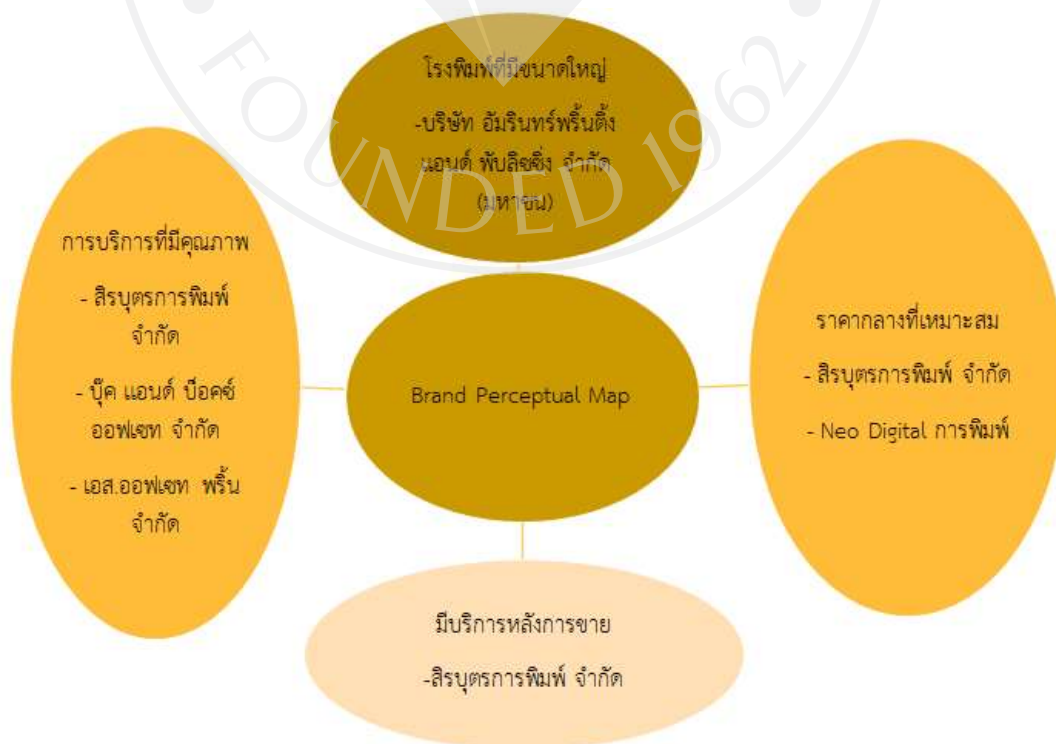
เป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจคุณค่าของแบรนด์จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือได้อย่างชัดเจน หลายธุรกิจมองหาคุณค่าที่มี Brand Value ที่ดีและไปในทิศทางเดียวกัน ไม่ใช่การเปิดโอกาสทางธุรกิจ แต่ยังเปิดโอกาสในการรับสมัครพนักงานที่มองเห็นคุณค่าของบริษัทในทิศทางเดียวกัน

5.3.2.4 Brand Personality

เป็นสิ่งที่แสดงถึงตัวตนของสินค้า เช่น บรรจุภัณฑ์ หนังสือ และสื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิดที่ผลิตจากกระดาษ บุคลิกภาพของแบรนด์ต้องมีความทันสมัยเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่ต้องการเริ่มทำธุรกิจ และการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในขั้นตอนการผลิตทำให้ดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เชื่อมั่นในผลงานและคุณภาพ

5.3.3 แผนภาพการรับรู้ (Brand Perceptual Map)

ภาพที่ 5.1: แผนภาพการรับรู้ (Brand Perceptual Map)



5.3.4 Positioning Statement

บริษัท สิริบุตรการพิมพ์ จำกัด เป็นบริษัทที่มีความชำนาญเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเวลายาวนาน เป็นธุรกิจที่สืบทอดตั้งแต่รุ่นปู่สู่รุ่นพ่อ และรุ่นพ่อสู่รุ่นลูก ในปัจจุบันรุ่นลูกได้เข้ามาพัฒนาระบบใหม่ให้มีความทันสมัยมากขึ้น ตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ แต่ยังคงความเชี่ยวชาญด้านการพิมพ์จากผู้ที่มิประสพการณ์ตรง บริษัทมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและคู่ค้าอยู่เสมอทำให้มีลูกค้าเก่าเป็นฐานอยู่จำนวนมาก และมีฐานลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากเกิดการบอกปากต่อปากการแนะนำโรงพิมพ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ๆ จึงเข้ามาสนใจสำหรับผู้ประกอบการใหม่ที่ยังไม่เคยร่วมงานกันทางบริษัทได้มีผลงานที่เคยผลิตมาแล้วให้ลูกค้าดูเพื่อการันตีถึงคุณภาพของงานและความสามารถในการผลิต จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าจะตัดสินใจร่วมงานกับโรงพิมพ์ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เป้าหมายในอนาคตจะมีการขยายโรงพิมพ์ให้ใหญ่ขึ้นเพื่อรองรับการผลิตที่มีจำนวนมากและรองรับเครื่องจักรที่ทันสมัยมากขึ้น เปิดโอกาสให้พนักงานที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านสื่อสิ่งพิมพ์เข้ามาร่วมงานและช่วยกันพัฒนาองค์กร ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเนื่องจากธุรกิจไม่มีหนี้สินที่ต้องนำผลกำไรที่ได้ไปจ่ายดอกเบี้ยให้กับธนาคาร ถึงแม้ในช่วงที่เศรษฐกิจไม่ดีแต่โรงพิมพ์เรามีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลาทำให้ยังสามารถอยู่ได้อย่างแข็งแกร่งและพร้อมจะก้าวต่อไป สิ่งที่ลูกค้าจะได้รับคือคุณภาพและการบริการ ราคาที่เหมาะสม ค่าแนะนำอย่างจริงใจจากเจ้าของธุรกิจโดยตรง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อเป็นพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจต่อไป

5.4 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

5.4.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

ผลิตภัณฑ์ของโรงพิมพ์ต้องได้มาตรฐานและตรงต่อสิ่งที่ลูกค้าต้องการ สร้างความน่าเชื่อถือและความประทับใจให้กับลูกค้า และพร้อมให้คำแนะนำกับลูกค้าเกี่ยวกับงานตามความต้องการของลูกค้า สามารถให้คำแนะนำหลังการขายหากลูกค้ายังต้องการคำแนะนำสามารถปรึกษากับเจ้าของธุรกิจโดยตรง

5.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา

ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมและเป็นราคากลางที่ลูกค้าสามารถซื้อได้ ราคาแต่ละงานจะเหมาะสมกับความยากง่ายของงานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จำนวนของชิ้นงานก็มีความสำคัญกับราคา ยิ่งพิมพ์จำนวนมากก็จะยิ่งได้ราคาที่ถูกลง

5.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้าสามารถเข้ามาคุยงานได้ที่โรงพิมพ์ หรือจะเป็นการนัดออกไปคุยในสถานที่ที่ลูกค้าสะดวก การเจอหน้ากันจะเพิ่มความน่าเชื่อถือ และทำให้การคุยงานราบรื่นขึ้น การได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญจะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการได้ง่าย

5.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

- 1) วัตถุประสงค์ด้านการส่งเสริมการตลาด การตรวจเช็คงานทุกขั้นตอนเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดที่จะเกิด จะมีการพิมพ์งานให้เกินจำนวนที่ลูกค้าสั่งทุกครั้งเป็นการแถมงานให้กับลูกค้า และมีการการันตีในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาด
- 2) การส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการขายที่ดีคือการมีตัวอย่างงานที่เคยผลิตมาแล้วให้ลูกค้ามองเห็นและจับต้องได้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและแสดงถึงงานพิมพ์ที่มีคุณภาพทำให้ลูกค้าเลือกที่จะใช้บริการ
- 3) การจัดทำโฆษณา การจัดทำโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ลูกค้าที่ไม่เคยร่วมงานกับโรงพิมพ์มองเห็นถึงสามารถในการผลิตผ่านการโฆษณาในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาผ่านออนไลน์สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าสมัยใหม่ได้มากยิ่งขึ้น
- 4) แผนงาน/กิจกรรมประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักโรงพิมพ์มากขึ้นส่วนใหญ่จะมาจากการบอกปากต่อปากจากลูกค้าที่เคยใช้บริการแล้วประทับใจจึงมีการบอกต่อ แนะนำผู้ประกอบการอื่น ๆ ต่อถึงคุณภาพของชิ้นงาน

5.4.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากร

กำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าสมัคร วุฒิการศึกษา ความสามารถที่ตรงตามสายงานที่ต้องรับผิดชอบ มีความคิดที่เปิดกว้างและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ การบริหารบุคคลองค์กรควรให้ความสนใจในเรื่องของสวัสดิการ เมื่อองค์กรมีสวัสดิการดีจะเป็นแรงจูงใจให้พนักงานอยู่ร่วมงานกันได้นาน และผู้บริหารต้องรู้จักรับฟังความคิดเห็นของพนักงานแม้จะอยู่ในตำแหน่งที่เล็กแต่การรับฟังทำให้บุคลากรชื่นชมและประทับใจในตัวผู้บริหารจะส่งผลดีให้กับองค์กรเป็นอย่างมาก ใช้หลักความเสมอภาคบุคลากรทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกันจะทำให้ไม่มีปัญหาภายในองค์กร

5.4.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ

ควรมีการลำดับขั้นตอนการให้บริการเพื่อให้ได้การบริการที่เท่าเทียมกันทุกท่านและได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้ การพูดคุยกันถึงรายละเอียดของงานที่ลูกค้าต้องการ และราคา คำแนะนำจากเจ้าของธุรกิจสามารถคุยที่บริษัทหรือถ้าลูกค้าไม่สะดวกสามารถคุยผ่านโปรแกรม Zoom เพื่อดูผลงานที่เคยผลิตมาประกอบการตัดสินใจ ระหว่างการผลิตจะมีการควบคุมและคอยดูแลทุกกระบวนการเพื่อป้องกันการผิดพลาด จากนั้นเมื่องานเสร็จตามเวลาที่คาดว่าจะมีการจัดส่งให้ลูกค้าแบบไม่มีค่าใช้จ่ายในกรณีที่อยู่ในกรุงเทพ และยังสามารถขอคำปรึกษาจากเจ้าของธุรกิจโดยตรงได้ ภายหลังจากการร่วมงานกันแล้วโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

5.4.7 กลยุทธ์ด้านลักษณะแวดล้อมทางกายภาพ

ภาพรวมตลาดในกลุ่มบรรจุภัณฑ์ตัวเลขการผลิตและการจัดจำหน่ายปรับตัวเพิ่มขึ้นส่งผลให้มูลค่าการส่งออกปรับเพิ่มสูงตามไปอีกด้วย เป็นการเปิดโอกาสให้ธุรกิจได้ขยายฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

ในปัจจุบันองค์กรได้ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมที่ส่งผลดีต่อความคิดสร้างสรรค์ทำให้องค์กรมีความน่าสนใจมากขึ้น ส่งเสริมความเป็นหนึ่งเดียวกันของคนภายในองค์กร

ภาพที่ 5.2: ส่วนผสมการตลาด 7Ps



ที่มา: 7P ของส่วนประสมการตลาดคืออะไร?. (2564). สืบค้นจาก https://th.bow-now.com/media/column/7Ps_of_the_marketing_mix#link01.

บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน

6.1 การจัดตั้งธุรกิจ

6.1.1 สถานที่ตั้งสำนักงาน

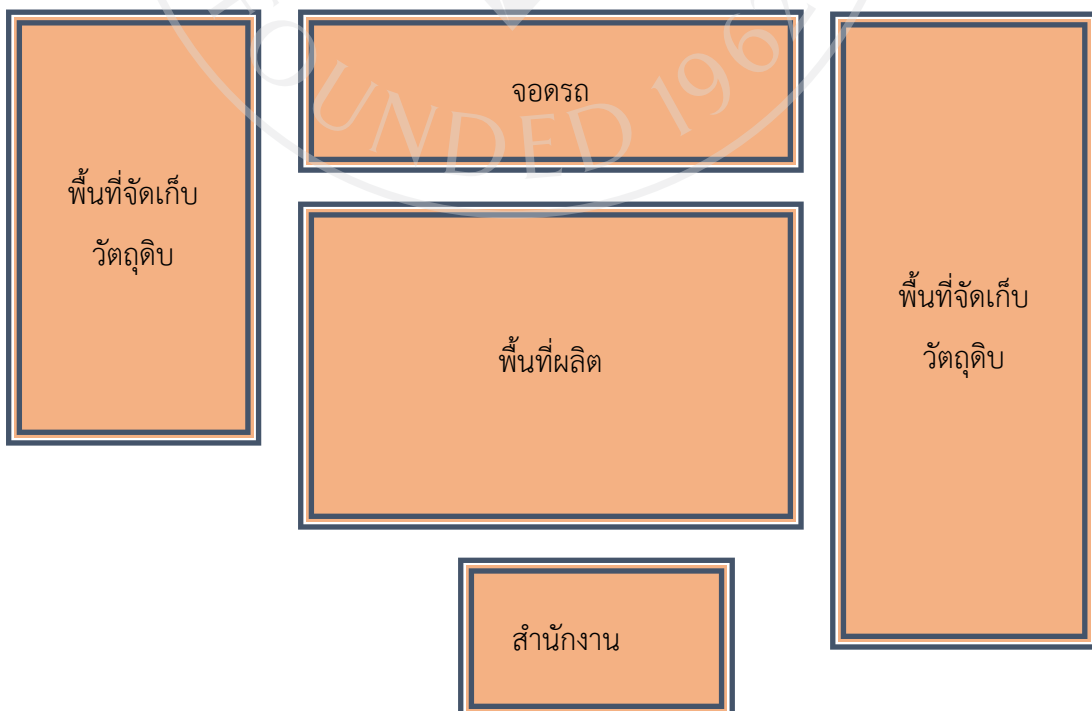
ตั้งอยู่ที่ 61-63 สารุประดิษฐ์ 2 ถ.สารุประดิษฐ์ เขตสาทร แขวงทุ่งวัดดอน เป็นทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง มีถนนเชื่อมต่อกับเส้นนาราธิวาส สาทร พระราม3 พระราม4 และมีรถไฟฟ้า MRT สามารถเดินทางสะดวกสบาย มีที่จอดรถสำหรับรองรับลูกค้าที่ต้องการเข้ามาที่บริษัท

6.1.2 การตกแต่งสำนักงาน

ตกแต่งแบบเรียบง่ายเนื่องจากต้องมีพื้นที่ในการวางเครื่องพิมพ์ กระดาษและอุปกรณ์การพิมพ์ แยกสัดส่วนระหว่างสำนักงานกับบ้านที่อยู่อาศัยเพื่อความสะดวกในการทำงาน เน้นความสะดวกเนื่องจากเป็นทั้งที่อยู่อาศัยและเป็นพื้นที่ทำงานสร้างโครงสร้างและรากฐานที่มั่นคงเพื่อความปลอดภัยเมื่อนำเครื่องจักรที่มีน้ำหนักมากมาลง มีการจัดพื้นที่ให้เพียงพอต่อทรัพยากรบุคคลจัดห้องและสถานที่ให้เหมาะสมกับการรองรับลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมโรงงาน

6.1.3 แผนผังของสถานประกอบการ (Layout and Floor Plan)

ภาพที่ 6.1: ผังการตกแต่งสำนักงาน



6.2 แผนการดำเนินงานก่อนเปิดให้บริการ

ก่อนเปิดกิจการต้องเตรียมความพร้อมไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเครื่องจักรที่ต้องพร้อมใช้งาน บุคลากรที่พร้อมทำงานและมีความรู้ความสามารถเต็มที่ สถานที่ที่พร้อมจะลงกระดาษจำนวนมาก ที่จอดรถสำหรับลูกค้าที่เข้ามาติดต่อกับบริษัท ผู้บริหารมีบทบาทที่สำคัญมากผู้บริหารจะต้องคอยควบคุมทุกอย่างในโรงพิมพ์และเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น สามารถตัดสินใจได้ในทันทีเมื่อต้องแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เป็นที่ปรึกษาและให้กำลังใจที่ดีให้กับลูกน้องทุกคน

6.3 ขั้นตอนการจัดหาสินค้า/บริการ

6.3.1 ขั้นตอนการผลิต

- 1) ออกแบบงาน Art Work ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า
- 2) ทำเพลงสำหรับเข้าเครื่องพิมพ์
- 3) สั่งกระดาษจากบริษัทนำเข้ากระดาษ
- 4) เริ่มพิมพ์งานด้วยเครื่องพิมพ์ที่มีคุณภาพพร้อมช่างพิมพ์ที่มีความเชี่ยวชาญ
- 5) เข้าสู่ขั้นตอนการปะและปั๊งานให้ออกมาเป็นรูปเป็นร่าง
- 6) ตรวจสอบให้เรียบร้อยจากนั้นแพคบรรจุภัณฑ์และนำส่งลูกค้า

6.3.3 ขั้นตอนการสั่งซื้อ

สามารถติดต่อได้ทางโทรศัพท์หรือทางออนไลน์ เช่น Facebook และเพจของทางโรงพิมพ์ เพื่อเข้ามาปรึกษาความต้องการของลูกค้ารวมถึงราคาที่เหมาะสมกับบริการที่ได้รับ

6.3.4 การจัดการวัตถุดิบหรือสินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือของทางโรงพิมพ์ที่เป็นกระดาษ เช่น งานที่ผลิตออกมาแล้วมีป็นหาไม่สามารถส่งให้ลูกค้าได้ เศษกระดาษที่ตัดจากงานลูกค้าแล้วเหลือ เราสามารถนำไปขายเป็นเศษกระดาษได้ส่วน วัตถุดิบต่าง ๆ ในการผลิต ส่วนมากอุปกรณ์หรือวัตถุดิบจะสามารถเก็บรักษาไว้นานพอสมควรจึงไม่มีสิ่งใดที่เสียหาย

6.3.5 ขั้นตอนการบริการหรือจัดจำหน่าย

การบริการเริ่มตั้งแต่แรกที่ได้พูดคุยกับลูกค้าสามารถแนะนำวัตถุดิบในการผลิตงานที่ลูกค้าต้องการ มีการเปรียบเทียบราคาก่อนเพื่อประกอบการตัดสินใจของลูกค้า บางชิ้นงานไม่จำเป็นต้องใช้วัตถุดิบที่มีราคาแพงอาจมีวัตถุดิบอื่นที่ราคาถูกและมีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับวัตถุดิบที่มีราคาสูง เพื่อผลงานที่ได้จะได้ใช้ประโยชน์สูงสุด

บทที่ 7

แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล

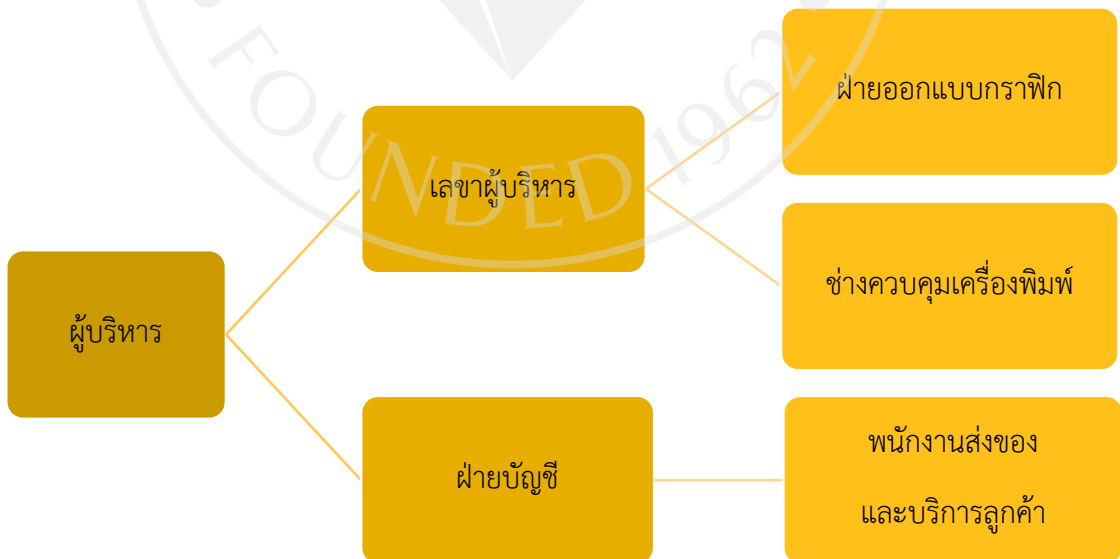
7.1 วัตถุประสงค์ของการบริหารทรัพยากรบุคคล

เพื่อให้บุคคลที่อยู่ในองค์กรทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เนื่องจากการขับเคลื่อนธุรกิจที่เติบโตทางสำคัญคือทรัพยากรบุคคล เพราะทุกคนในองค์กรจะต้องมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ผลงานออกมาเพื่อเป็นภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท การมีสวัสดิการที่ดีจะเป็นแรงจูงใจที่ดีให้กับคนในองค์กรและทำให้พวกเขาารู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท ดูแลบุคลากรด้วยใจจะทำให้พนักงานรักในองค์กรและร่วมงานกันไปอีกยาวนาน สรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถตรงกับสายงานและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถเพื่อช่วยกันพัฒนาองค์กร การบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อลดปัญหาความขัดแย้งของบุคลากรในองค์กร

7.2 การจัดการองค์กร

7.2.1 โครงสร้างองค์กร

ภาพที่ 7.1: โครงสร้างองค์กร



7.2.2 หน้าที่ความรับผิดชอบ

หน้าที่ความรับผิดชอบถูกแบ่งออกเป็นขั้นตอนตามหน้าที่ความรับผิดชอบเพื่อให้เกิดระเบียบในการทำงานและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตั้งแต่ผู้บริหารถึงบุคลากรทุกท่านในองค์กร เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริหารงานส่วนอื่นให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

7.3 นโยบายการบริหารบุคลากร

7.3.1 การวางแผนกำลังคน

ใช้ระบบคุณธรรมเข้ามามีส่วนร่วมด้วยเพื่อประกอบการคัดเลือกคนที่มีความสามารถตามสายงานที่กำหนดไว้ โดยพิจารณาจากคุณสมบัติที่พึงมีของตำแหน่งนั้น การวางแผนกำลังคนแบ่งตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายงานส่วนไหนที่ต้องใช้กำลังคนมากก็จัดให้ส่วนนั้นมีคนมากพอที่จะทำงานให้เสร็จ ล่วงตามความต้องการของลูกค้า ส่วนไหนที่ไม่จำเป็นต้องใช้กำลังคนมากก็จัดให้พอเหมาะ เพื่อลดรายจ่ายขององค์กรและนำกำลังคนไปเพิ่มในส่วนอื่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

7.3.2 การสรรหาและคัดเลือกบุคคล

ใช้หลักความสามารถโดยกำหนดเงื่อนไขการรับสมัครบุคลากร ได้แก่ คุณสมบัติของผู้สมัคร วุฒิการศึกษา และประสบการณ์การทำงานด้านนั้นๆมาแล้วเพื่อเปิดโอกาสให้คนที่มีความสามารถ คุณสมบัติตามเงื่อนไขการรับสมัครเข้าทำงานโดยผ่านกระบวนการคัดเลือก เช่น การสอบข้อเขียน การสอบสัมภาษณ์เพื่อประกอบการตัดสินใจ

7.3.3 การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ

ทางบริษัทจะมีการจัดประกันสังคมให้กับพนักงานประจำทุกท่าน เพื่อให้เบิกในการรักษาตัวที่โรงพยาบาลที่เข้าร่วม และมีโอทีเมื่อทำงานล่วงเวลามีโบนัสประจำปี เพื่อเป็นแรงจูงใจให้กับพนักงาน ช่วงเทศกาลต่างๆที่มีวันหยุดจะจัดให้พนักงานกลับบ้านไปพักผ่อนหรือพบปะญาติพี่น้อง ให้หลักความมั่นคงเป็นการให้หลักประกันความมั่นคงแก่อาชีพทุกระดับในองค์กร

7.3.4 การประเมินผลการปฏิบัติงาน

เป็นกระบวนการที่สำคัญที่มีต่อการผลักดันองค์กรให้บรรลุผลตามเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ นอกจากนั้นการประเมินผลการปฏิบัติงานยังเป็นเครื่องมือทางการบริหารที่จะทำให้องค์กรทราบถึงผลการปฏิบัติงานและสมรรถภาพของบุคลากรในองค์กร การกำหนดรูปแบบการประเมินผลปฏิบัติงานที่มีความชัดเจนสามารถวัดและประเมินความสำเร็จของบุคคลได้ ต้องมีการสื่อสารให้บุคลากรทุกคนในองค์กรทราบและนำไปเป็นหลักในการปฏิบัติงาน ซึ่งองค์กรได้กำหนดการประเมินไว้ ดังนี้

- 1) การขาด ลา มาสาย
- 2) ผลงานที่สำเร็จ
- 3) ความคิดเห็นของผู้ร่วมงานและผู้บริหาร

7.4 นโยบายการพัฒนาบุคคล

7.4.1 การฝึกอบรม

จะมีการจัดฝึกอบรมพนักงานทุกปีเป็นการอบรมภายในองค์กร เพื่อพัฒนาคุณภาพของพนักงานในการทำงานและได้พูดคุยกับผู้ร่วมงานในองค์กรมากขึ้น แลกเปลี่ยนความคิดทำความรู้จักกันด้วยการทำกิจกรรมอื่นนอกจากการทำงาน ข้อดีของการจัดฝึกอบรมคือ พัฒนาศักยภาพของบุคลากรภายในองค์กร ประหยัดค่าใช้จ่ายการเดินทางเข้าสถานที่อบรม อีกทั้งยังนำไปลดหย่อนภาษีได้อีกด้วย

7.4.2 การจูงใจและรักษาบุคลากร

การดูแลบุคลากรในองค์กรให้ดีถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะบุคลากรที่ผ่านการคัดเลือกเข้ามาจะสามารถทำงานให้กับองค์กรและช่วยพัฒนาองค์กรได้ ฉะนั้นการดูแลรักษาคนจึงเป็นสิ่งสำคัญในการทำงานร่วมกัน บรรยากาศในการทำงานจะต้องไม่ถูกกดดันมากเกินไป สวัสดิ์การต่างๆในการรักษาพยาบาลยังคงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยหลักที่เป็นแรงจูงใจให้กับพนักงาน หากปล่อยให้พนักงานอยู่ในสภาวะที่เครียดอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนงานเนื่องจากทำงานแล้วไม่มีความสุข การให้รางวัลกับพนักงานที่ทำงานอย่างทุ่มเท ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่องค์กรจ่ายให้กับผู้ปฏิบัติงานอาจจะเป็นในรูปแบบของเงินหรือไม่ใช่เงินก็ได้เพื่อตอบแทนการปฏิบัติงานตามหน้าที่หรือเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน

บทที่ 8 แผนการเงิน

8.1 วัตถุประสงค์ทางการเงิน

องค์กรต้องกำกดำเนินธุรกิจด้วยความระมัดระวัง การจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เหมาะสมในทุกด้านทั้งในด้านการลงทุน และการดำเนินงานการตลาดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น จัดหาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมเพื่อให้มีสภาพคล่องในการดำเนินงานระยะยาว

8.2 เป้าหมายทางการเงิน

ลดต้นทุนและทำกำไรสูงสุดให้กับองค์กร สามารถนำกำไรที่ได้ไปต่อยอดและพัฒนาธุรกิจให้ขยายสาขาออกไปได้ การกำหนดเป้าหมายจะทำให้องค์กรรู้ว่าอะไรควรทำตอนไหน แบบไหน อย่งไร เป้าหมายทางการเงินถือเป็นอีกเป้าหมายที่สำคัญในชีวิตเพราะจะช่วยให้เรากำหนดทิศทางทางการเงินและการออมได้ อีกทั้งยังเป็นแรงกระตุ้นและผลักดันให้เราเดินไปถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้

8.3 นโยบายทางการเงิน

เพื่อบรรลุเป้าหมายการขยายตัวขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เป้าหมายของนโยบายทางการเงิน คือ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การรักษาเสถียรภาพของตลาดการเงิน การมีความสมดุลในการชำระหนี้ เพื่อป้องกันให้องค์กรขาดทุนน้อยที่สุด

ภาพที่ 8.1: นโยบายทางการเงิน



8.4 โครงสร้างเงินทุน

ตารางที่ 8.1: โครงสร้างของเงินลงทุน และต้นทุนทางการเงิน

รายการ	รวม	ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้ (เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
ที่ดินและค่าปรับปรุงที่ดิน	-	-	-
เครื่องจักรและอุปกรณ์	4,453,900.00	1,000,000.00	-
เครื่องใช้สำนักงาน	138,200.00	138,200.00	-
สินทรัพย์ถาวรรวม	4,592,100.00	1,138,200	-
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
รายการเตรียมการ	20,000.00	20,000.00	-
เงินทุนหมุนเวียน	1,600,000.00	1,600,000.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	6,212,100	2,758,200	-

8.5 สมมติฐานทางการเงิน

8.5.1 ประมาณการรายได้

ตารางที่ 8.2: ประมาณการรายได้

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้จากการขาย			
บิลเงินสด 70 grm 2 สี	69,300	71,379	77,962.50
บิลเงินสด 1000 grm 2 สี	60,750	62,572	67,572.50
ใบปลิว A4 อาร์ตการ์ด 160grm 4 สี	741,000	770,625	801,391.50
ใบปลิว A3 อาร์ตการ์ด 160grm 4 สี	208,800	217,140	221,980.50
ใบปลิว A4 อาร์ตการ์ด 260grm 4 สี	502,640	522,560	540,954
ใบปลิว A3 อาร์ตการ์ด 260grm 4 สี	192,500	200,200	207,900
ใบปลิว A4 อาร์ตการ์ด 55grm 1 สี	73,750	76,700	81,306.75

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.2 (ต่อ): ประมาณการรายได้

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ใบปลิว A4 อาร์ตการ์ด 70gm 1 สี	56,440	58,696	61,107.75
ใบปลิว A4 อาร์ตการ์ด 100gm 4 สี	118,800	123,552	129,937.50
ใบปลิว A3 อาร์ตการ์ด 55gm 1 สี	122,688	127,593	132,395.25
Catalog Menu อาร์ตการ์ด 210 gm 4 สี 8 หน้า	654,000	680,100	707,301
Book A5 210gm 4 สี	639,000	700,000	880,000
Book A4 210gm 4 สี	474,000	492,960	510,300
Certificate A4 210 gm 4 สี	425,000	44,200	45,963.75
ปฏิทินตั้งโต๊ะ อาร์ตการ์ด 260 gm	2,625,000	2,660,000	3,120,000
รายได้สะสม	6,727,918	6,967,147	7,760,828.50
ลูกหนี้การค้า	57,615	178,000	180,000
เงินสตรับการขาย	6,670,303	6,846,762	7,758,828.50

8.5.2 ประมาณการต้นทุนสินค้าหรือบริการ

ตารางที่ 8.3: ประมาณการต้นทุนสินค้าหรือบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า			
ซื้อด้วยเงินสด	153,272.40	189,273.00	222,877.95
ซื้อด้วยเงินเชื่อ (เจ้าหนี้การค้า)	102,181.60	126,182.00	148,585.30
ระยะเวลาในการให้เครดิต	30 วัน	30 วัน	30 วัน
รวมยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต	255,454.00	315,455.00	371,463.25
ประมาณเงินสดจ่ายจากการซื้อสินค้า			
เงินสดจากการซื้อเป็นเงินสด	153,272.40	189,273.00	222,877.95
จ่ายชำระหนี้	0.00	102,181.60	126,182.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.3 (ต่อ): ประมาณการต้นทุนสินค้าหรือบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต	153,272.40	291,454.60	349,059.95

8.5.3 ประมาณค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 8.4: ประมาณค่าใช้จ่าย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
เงินเดือนบุคลากร	552,000.00	552,000.00	579,600.00
ค่าโฆษณา	45,000.00	41,000.00	36,000.00
ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา	360,000	370,800.00	380,000.00
ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	156,000.00	160,000.00	162,000.00
ค่าเครื่องเขียนในสำนักงาน	15,000.00	15,000.00	18,000.00
ค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะ	70,000.00	75,000.00	82,000.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ	12,000.00	13,000.00	15,000.00
รวมค่าใช้จ่าย	1,210,000.00	1,226,800	1,272,600.00

8.5.4 อัตราการเติบโต หรือสมมติฐานตัวแปรอื่น ๆ

มีการเติบโตขึ้นทุกปีแต่จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจช่วงนั้น ๆ หรือราคาของวัตถุดิบในแต่ละช่วงที่มีราคาขึ้นลงตามราคากลาง เช่น บริษัทนำเข้ากระดาษจะมีการปรับราคาตามเศรษฐกิจและความต้องการในแต่ละช่วงเวลา

8.6 ประมาณการงบการเงิน

8.6.1 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 8.5: ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้			
รายได้จากการขายสินค้า	6,727,918	6,967,147	7,760,828.50
รวมรายได้	6,727,918	6,967,147	7,760,828.50
หัก-ต้นทุนขายสินค้า	1,839,571.74	2,145,740.27	2,251,831.67
กำไรขั้นต้น	4,888,400.26	4,821,406.73	5,508,996.83
หัก-ค่าใช้จ่ายในการขาย	1,447,640	1,429,440	1,475,240
กำไรจากการดำเนินงาน	3,440,760.26	3,391,966.73	4,033,756.83
กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักภาษีเงินได้	3,130,760.26	3,143,966.73	3,847,756.83
หัก-ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	858,288.08	843,590.02	1,036,127.05
กำไรสุทธิ (1)-(2)-(3)-(4)-(5)	2,272,532.18	2,300,376.71	2,811,629.78
กำไรสะสม (7)	2,272,532.18	4,572,908.89	7,384,538.67

8.6.2 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

ตารางที่ 8.6: ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดและเงินสดฝากสถาบันการเงิน	4,896,030.60	7,358,709.92	10,657,788.45
ลูกหนี้การค้า	57,615.00	178,000.00	180,000.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.6 (ต่อ): ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินค้าคงเหลือ	229,936.26	247,250.99	263,382.57
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	5,183,581.86	7,783,960.91	11,101,171.02
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
อุปกรณ์ - สุทธิ	6,978,560.00	5,896,920.00	4,806,280.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	6,978,560.00	5,896,920.00	4,806,280.00
รวมสินทรัพย์	12,171,141.86	13,680,880.91	15,907,451.02
หนี้สินหมุนเวียน			
เจ้าหนี้การค้า	102,181.60	126,182.00	148,585.30
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	858,228.08	843,590.02	1,036,127.05
รวมหนี้สินหมุนเวียน	960,409.68	996,772.02	1,184,712.35
ส่วนของผู้ถือหุ้น			
ทุน-นางสาวซัชชฎา	5,738,200.00	5,738,200.00	5,738,200.00
กำไรสะสม	2,272,532.18	4,572,908.89	7,384,538.67
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	8,010,732.18	10,311,108.89	13,122,738.67
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	12,171,141.86	13,680,880.91	15,907,451.02

8.6.3 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 8.7: ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน			
เงินสดจากการขายสินค้า	6,670,303.00	6,846,762.00	77,588,828.50
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต	(153,272.40)	(291,454.60)	(349,059.95)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 8.7 (ต่อ): ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	(926,000.00)	(959,600.00)	(1,008,500.00)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร	(1,245,000.00)	(1,266,800.00)	(1,272,600.00)
เงินสดจ่ายค่าภาษีเงินได้	0.00	(858,228.08)	(843,590.02)
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	4,036,030.60	3,262,679.32	4,099,078.53
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน			
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต	(4,440,000.00)	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนในอาคาร	(3,500,000.00)	0.00	
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	(138,200.00)	0.00	
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมการลงทุน	(8,078,200.00)	0.00	0.00
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการกู้ยืมเงิน	4,000,000.00	0.00	0.00
เงินสดรับจากเจ้าของ	5,738,200.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	8,938,200.00	(800,000.00)	(800,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิ	4,896,030.00	2,462,679.32	3,299,078.53
บวก กระแสเงินสดต้นงวด	0.00	4,896,030.60	7,358,709.92
กระแสเงินสดปลายงวด	4,896,030.60	7,358,709.92	10,657,788.45

8.6.4 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 8.8: การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน			
อัตราส่วนเงินหมุนเวียน (Current Ratio)	2.94	4.40	5.59
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว	2.81	4.26	5.46
อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์			
อัตราการหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover)	9.00	2.43	2.55
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover Period)	40.56	150.26	143.27
อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร	0.70	0.54	0.67
อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม	0.40	0.54	0.67
อัตราส่วนวัดความสามารถในการก่อหนี้			
อัตราส่วนแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio)	0.34	0.25	0.18
อัตราส่วนแห่งเงินทุน (Debt Equity Ratio)	0.52	0.33	0.21
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio)	11.10	13.68	21.69
อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหาร			
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.19	0.17	0.18
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROE)	0.28	0.22	0.21
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	0.73	0.70	0.71
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	0.47	0.46	0.50
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน			
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	1580715.73		
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	13.56%		
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	3 ปี 8 เดือน		

8.7 การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

มีความเป็นไปได้สูงที่โครงการจะประสบความสำเร็จ เนื่องจากเกือบจะทุกธุรกิจจำเป็นต้องมีบรรจุกฎบัตรเพื่อการบ่งบอกถึงแบรนด์ของตัวเองโดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์หรือการดาซ การมีบรรจุกฎบัตรที่สวยงามจะสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ รวมถึงการโฆษณาในทุกรูปแบบ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ สติกเกอร์ หนังสือ ฤกษ์กระดาษ จะช่วยทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักและเป็นการโฆษณาที่คนสามารถจับต้องสินค้าได้จริงมากกว่าการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ อาจมีการลงทุนที่สูงกว่าการทำโฆษณาผ่านออนไลน์อย่างเดียว แต่สามารถทำให้คนจดจำแบรนด์ได้เข้าถึงได้ง่ายและประทับใจในการบริการ นอกจากการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าแล้วนั้นยังทำให้ลูกค้ามองเห็นถึงความใส่ใจของแบรนด์ในการทำบรรจุกฎบัตรที่สวยงาม เช่น ฤกษ์กระดาษ กล่อง ลูกค้าที่ได้รับสินค้าสามารถเก็บไว้ใช้ซ้ำได้นำไปใช้ประโยชน์อื่น ๆ ได้ ทำให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์ดูดีขึ้นอีกด้วย

8.7.1 ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (Pay Back Period)

จากตารางที่ 8.8 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) 3 ปี 8 เดือน

8.7.2 มูลค่าการลงทุนสุทธิ (NPV)

จากตารางที่ 8.8 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 180715.73

8.7.3 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return -IRR)

จากตารางที่ 8.8 อัตราผลตอบแทนภายใน 13.56%

8.8 การวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุน

8.8.1 สถานการณ์ปกติ (Base Case)

ฐานลูกค้าเก่าที่ใช้บริการโรงพิมพ์อยู่เป็นประจำจะมีการพิมพ์งานอย่างต่อเนื่องอาจจะมีการเพิ่มจำนวนมากขึ้น หรือมีงานแบบใหม่ ๆ เนื่องจากมั่นใจในบริการและคุณภาพของโรงพิมพ์ เช่น บิลเงินสด แผ่นพับ

8.8.2 สถานการณ์ดีเยี่ยม (Best Case)

จะมีทั้งลูกค้าเก่าที่ใช้บริการซ้ำและลูกค้าใหม่ที่เป็นผู้ประกอบการเริ่มธุรกิจใหม่ต้องการคำปรึกษาเกี่ยวกับการผลิตบรรจุกฎบัตร รวมถึงงานพิมพ์จากมหาลัย เช่น หนังสือ โปสเตอร์ และร้านอาหารที่ต้องการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์โควิดในยุคปัจจุบัน ภาชนะต่างๆที่ผลิตจากกระดาษ เมนู แผ่นรองแก้ว เนื่องจากจะช่วยลดความเสี่ยงในการใช้ภาชนะซ้ำเปลี่ยนเป็นใช้แล้วทิ้งทำให้ลูกค้าวางใจในความสะอาดของการบริการ ทำให้มีหลายร้านอาหารที่ปรับตัวในยุค New Normal ถือว่าเป็นช่วงที่ดีของโรงพิมพ์เพราะหลายธุรกิจมีการปรับตัวมากขึ้นเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด

8.8.3 สถานการณ์เลวร้าย (Worst Case)

ในช่วงที่เศรษฐกิจกำลังตกต่ำทำให้หลายๆผู้ประกอบการมีการลดค่าใช้จ่ายมากขึ้น ยอดการผลิตบรรจุภัณฑ์น้อยลง แต่อย่างไรก็ตามจำนวนลดน้อยลงแต่ก็ยังมีการสั่งผลิตอย่างต่อเนื่อง บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่ทุกธุรกิจยังจำเป็นต้องใช้ เพราะการมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า



บทที่ 9
แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต

9.1 แผนฉุกเฉิน

ตารางที่ 9.1: แผนฉุกเฉิน

ลำดับ	ลักษณะปัญหา	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไขปัญหา
1	ราคาวัตถุดิบในตลาดสูงขึ้น	ทำให้กิจการมีต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น	ปรับราคาสินค้าให้มีราคาสูงขึ้น
2	เกิดวัสดุเหลือใช้	ทำให้เกิดวัสดุเหลือใช้	นำวัสดุเหลือใช้ขายเป็นเศษของกระดาษ นำเศษวัสดุเหลือใช้ไปแปลงสภาพเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่
3	ค่าใช้จ่ายสูง เช่น ค่าไฟฟ้าดับกะทันหัน	ทำให้โรงงานมีต้นทุนที่สูงขึ้น ผลิตผลิตภัณฑ์ไม่ทันตามเวลาที่กำหนด กระบวนการเกิดความเสียหาย	ซื้อแผงโซลาร์เซลล์เพื่อลดค่าใช้จ่ายไฟฟ้า และป้องกันเมื่อไฟฟ้ามีปัญหา
4	เครื่องจักรเกิดความเสียหาย	สูญเสียกำไรไปส่วนหนึ่ง เสียค่าซ่อมบำรุง การผลิตเกิดความล่าช้า	มีการตรวจสอบเครื่องจักรหรือซ่อมบำรุงประจำปี จดบันทึกการซ่อมบำรุงทุกครั้ง

9.1.2 แผนฉุกเฉินด้านการดำเนินงาน

1) เครื่องจักรเสีย จำเป็นที่จะต้องมีส่วนสำหรับซ่อมบำรุงเครื่องจักรเมื่อครั้งที่เครื่องจักรมีปัญหาควรมีช่างซ่อมเข้ามาดูแลเครื่องอย่างรวดเร็วเพื่อไม่ให้ผลผลิตเสียหาย และไม่เกิดความล่าช้าในการส่งงานให้กับลูกค้า

2) ช่างพิมพ์ ปัญหาที่กระทบอย่างหนักคือช่างพิมพ์ลาป่วยลากิจ เพราะช่างพิมพ์สำคัญในการทำธุรกิจโรงพิมพ์เป็นอย่างมาก เนื่องจากทุกเครื่องพิมพ์จะต้องมีช่างพิมพ์คอยควบคุมเครื่องจักรเพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพและมาตรฐานถ้าขาดช่างพิมพ์ที่คอยควบคุมเครื่องจักรจะส่งผล

กระทบให้งานออกมามีความล่าช้า จึงจำเป็นที่จะต้องมีส่วนพิมพ์สำรองหรือช่างพิมพ์ที่สามารถควบคุมเครื่องจักรได้เมื่อช่างพิมพ์คนใดคนหนึ่งขาดงาน และต้องมีโรงพิมพ์ที่เป็นพันธมิตรกันเมื่อเกิดปัญหาที่ช่างพิมพ์ไม่สามารถมาทำงานได้ ทางบริษัทจะส่งงานให้กับโรงพิมพ์ที่เป็นพันธมิตรกันช่วยพิมพ์งานเพื่อให้งานเสร็จตามกำหนดเวลา

3) Supplier ควรมีบริษัทที่นำเข้าวัตถุดิบหลาย ๆ เจ้าเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาบริษัทที่ไม่มีวัตถุดิบพร้อมส่งในขณะที่โรงพิมพ์ต้องการ

9.1.3 แผนฉุกเฉินด้านการเงิน

จะต้องมีการประมาณการค่าใช้จ่ายตั้งแต่ต้น การประเมินการค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค ค่าโทรศัพท์ ค่าเสื่อมราคา และการทำธุรกิจจะต้องมีเงินทุนสำรองไว้เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินเพื่อช่วยให้ธุรกิจยังสามารถดำเนินต่อไปได้ การมีพันธมิตรที่ดีกับบริษัทนำเข้าวัตถุดิบต่าง ๆ หรือจะเป็นบริษัทที่ทำธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์เหมือนกันการมีเครดิตที่ดีจะทำให้เกิดความไว้วางใจเมื่อเราต้องการความช่วยเหลือด้านการเงิน การมีเครดิตที่ดีกับธนาคารจะช่วยให้การกู้ยืมเงินจากธนาคารเป็นเรื่องง่ายเนื่องจากตลอดการทำธุรกิจบริษัทมีเครดิตที่ดีกับธนาคารมาตลอด

9.2 แผนในอนาคต

ในอนาคตมีแผนที่จะขยายโรงงานให้ใหญ่ขึ้นมีเทคโนโลยีมากขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าและพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ให้ทันยุคทันสมัย มีพื้นที่ไว้จัดเก็บวัตถุดิบในการผลิตและเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับบริษัท ขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นทั้งลูกค้ากลุ่มย่อยและรายใหญ่ เช่น กลุ่มธุรกิจ SME กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีความต้องการในการผลิตจำนวนมาก การขยายฐานลูกค้าจะช่วยสร้างชื่อเสียงและผลกำไรให้กับบริษัท

บรรณานุกรม

บริษัท สุพรีมพริ้น จำกัด. (2564). *แนวโน้มของสื่อสิ่งพิมพ์ 2564*. สืบค้นจาก

<https://www.supremeprint.net/index.php?lay=show&ac=article&id=2147543898&Ntype=21>.

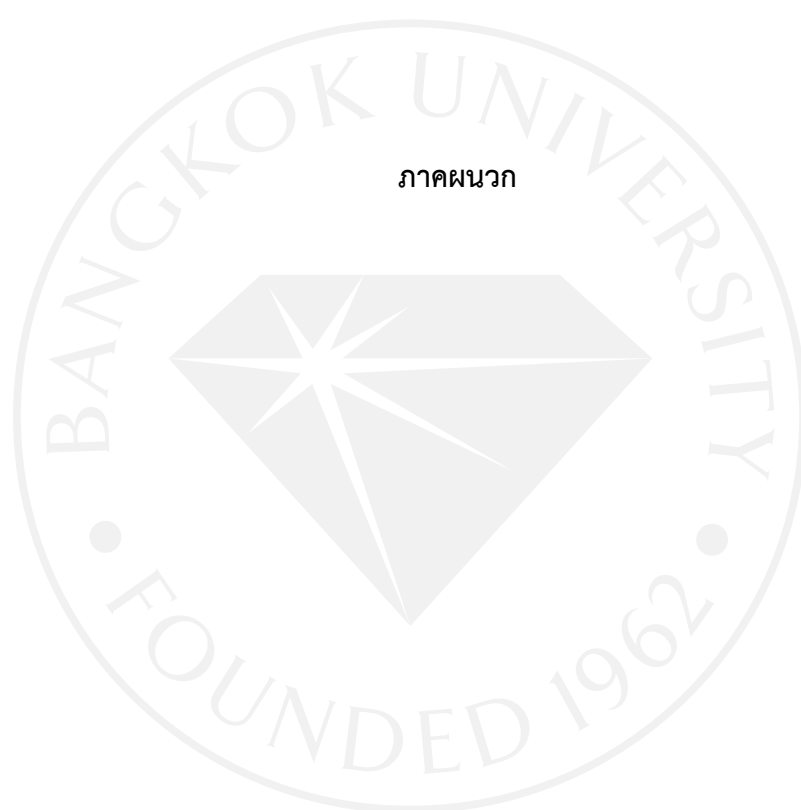
7P ของส่วนประสมการตลาดคืออะไร?. (2564). สืบค้นจาก [https://th.bow-](https://th.bow-now.com/media/column/7Ps_of_the_marketing_mix#link01)

[now.com/media/column/7Ps_of_the_marketing_mix#link01](https://th.bow-now.com/media/column/7Ps_of_the_marketing_mix#link01).

“Ecological” จากแนวคิดเพื่อความยั่งยืน สู่เครื่องพิมพ์ที่ตอบโจทย์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่า. (2563).

สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/epson-ecological/>.





แบบสัมภาษณ์

ส่วนผู้บริหารธุรกิจเดิม

วัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์

1. เพื่อศึกษาความต้องการของลูกค้ากลุ่มเดิมและมีความต้องการผลิตชิ้นงานประเภทใด งานประเภทไหนที่ลดน้อยลง และงานประเภทไหนที่มีความต้องการเพิ่มขึ้น
2. เพื่อศึกษาปัจจัยใดที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ
3. นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้กับความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน

1. กลุ่มลูกค้าเดิมในปัจจุบันเป็นอย่างไร

เป็นกลุ่มลูกค้าเก่าที่ใช้บริการมานานมีทั้งกลุ่มลูกค้าขนาดย่อยจนถึงขนาดใหญ่ เช่น มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์, BMW German Auto, Toyota Thonburi, ร้านอาหารและร้านค้าทั่วไป โดยส่วนมากจะเป็นงานบิล แผ่นพับ ใบเสนอราคา ใบเสร็จรับเงิน การ์ดเชิญ ปฏิทิน

2. กลุ่มลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบันเป็นอย่างไร

กลุ่มลูกค้าที่สมัยใหม่มากขึ้นมีความต้องการงานพิมพ์ที่สมัยใหม่ และในปัจจุบันที่มีโรคระบาดโควิด19 ทำให้ได้ลูกค้ากลุ่มหลายธุรกิจมีการปรับตัวมากขึ้น เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ จากกล่องพลาสติกเป็นกล่องกระดาษที่ใช้แล้วทิ้งเพื่อลดการสัมผัสการใช้ซ้ำ เช่น ธุรกิจร้านอาหาร เปลี่ยนจากการใช้เมนูอาหารเป็นเล่ม มาเป็นกระดาษรองจานที่สามารถใช้แล้วทิ้ง การขายอาหารแบบ To Go ที่ต้องบรรจุอาหารในรูปแบบของกล่องกระดาษเพื่อลดต้นทุนการผลิต

3. รูปแบบการทำงานเป็นอย่างไรและให้บริการพิมพ์ในระบบใดบ้าง

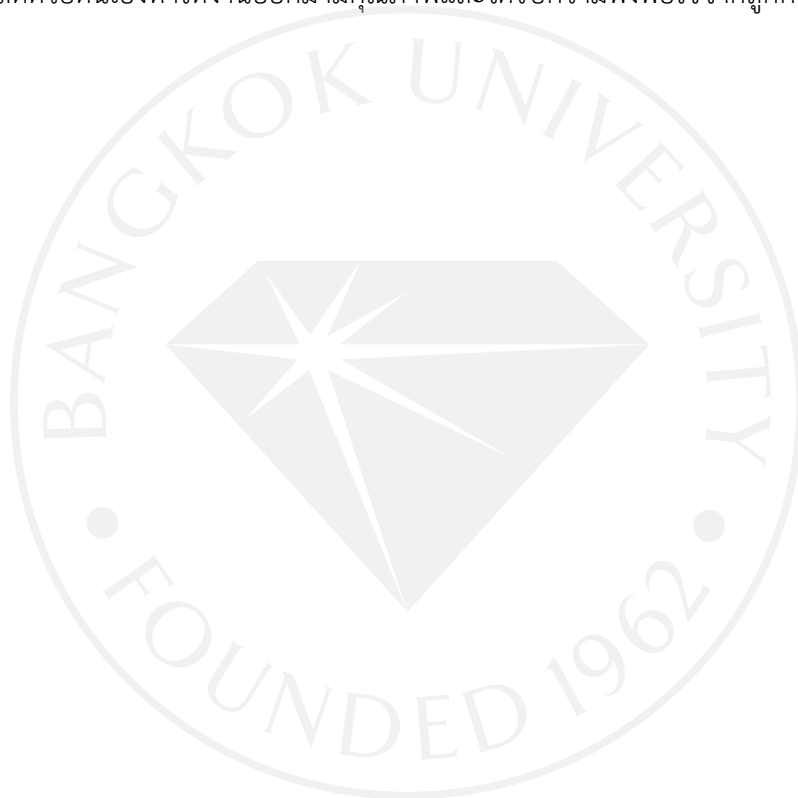
ให้บริการพิมพ์ในระบบออฟเซต เพราะจะมีราคาถูกเมื่อสั่งในปริมาณที่มากสามารถพิมพ์ได้หลากหลายขนาดหลายรูปแบบงานพิมพ์ที่ออกมาจะมีความคมชัดมีดีเทลที่ละเอียดสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้และยังเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้อีกด้วย ใช้เวลาผลิตไม่นานแต่อาจจะมีค่าใช้จ่ายในการตั้งเครื่องพิมพ์การทำเพลทเพื่อใส่ลงในเครื่องพิมพ์ และในเครื่องของสีที่จะต้องพิมพ์งานออกมาให้สีตรงตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนั้นยังรับบริการงานออกแบบอาร์ตเวิร์กให้กับลูกค้าให้คำปรึกษาจากเจ้าของกิจการที่มีความชำนาญโดยตรง

4. รูปแบบของชิ้นงานที่ลูกค้าต้องการผลิตโดยส่วนมากเป็นอย่างไร

โดยส่วนมากจะเป็นงานบรรจุภัณฑ์และหนังสือ 70% ส่วนที่เหลือจะเป็น แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ การ์ดเชิญ นามบัตร และอื่นๆ ชิ้นงานกล่องบรรจุภัณฑ์ชิ้นต่ำจะอยู่ที่ 500-1000 ชิ้นขึ้นไป

5. ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนมากมาจากไหน และสร้างความสัมพันธ์อย่างไร

เป็นลูกค้าเก่าที่ใช้บริการมายาวนานและต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มธุรกิจใหม่ ๆ ทำให้คุ้นชินกับชิ้นงานสามารถรักษารัตนคติคุณภาพได้และพยายามจะไม่ปรับราคาขึ้นเนื่องจากเป็นลูกค้าเก่า แต่ถ้าช่วงไหนที่วัตถุดิบมีราคาที่สูงขึ้นอาจมีการปรับราคาขึ้นเพียงเล็กน้อยแต่ด้วยความเชื่อถือที่ได้สร้างกันมายาวนานทำให้ลูกค้ายังใช้บริการต่อไป ในส่วนของลูกค้ารายใหม่จะเป็นลูกค้าที่เกิดจากการบอกปากต่อปากหรือเห็นคุณภาพงานทำให้สนใจที่จะมาใช้บริการ และสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าใหม่เลือกใช้บริการเนื่องจาก จะได้รับคำปรึกษาจากเจ้าของธุรกิจโดยตรง ตั้งแต่แรกเริ่มเจ้าของธุรกิจจะควบคุมทุกการผลิตด้วยตนเองทำให้งานออกมามีคุณภาพและได้รับความพึงพอใจจากลูกค้า



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล: ชัชชฎา รุ่งไกรศรี

อีเมล: chutchada.rung@bumail.net

ประวัติการศึกษา: บริหารธุรกิจบัณฑิต
การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

