

กรณีศึกษา

การพัฒนาธุรกิจคนพิการ

EMPOWERING DISABLED PEOPLE THROUGH ENTREPRENEURSHIP

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.)



“การพัฒนาธุรกิจคนพิการ”

EMPOWERING DISABLED PEOPLE THROUGH ENTREPRENEURSHIP

ภายใต้โครงการต่อยอดธุรกิจผู้ประกอบการใหม่

และการจัดตั้งหน่วยงานจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าคนพิการ

เลขมาตรฐานสากล : ISBN 987-616-91863-1-1

พิมพ์ครั้งที่ 1 : กรกฎาคม 2558

จำนวนพิมพ์ : 1,000 เล่ม

ที่ปรึกษา : นายธนนันทน์ พรายจันทร์

ผู้เขียนและเรียบเรียง : นางสาวอาภาพรรณ ชนานิยม
แพทย์หญิง วัชรารัฐ ไร่ไพบูลย์
นางสาววรรณพร บุญเรือง

ผู้ประสานงาน : นางสาวน้อมจิตร เพ็งจันทร์ธา

ออกแบบปกและรูปเล่ม : นางสาวพัชราภรณ์ ไทยอาจ

จัดพิมพ์โดย : บริษัท เจเอสที พับลิชชิ่ง จำกัด

199/88 แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10230

โทร 0-2931-6898 โทรสาร 0-2931-6968

สนับสนุนโดย : สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.)

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สพว.)

สถาบันสร้างเสริมสุขภาพคนพิการ (สสพ.)

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข

88/39 อาคารสุขภาพแห่งชาติ กระทรวงสาธารณสุข ซอย 6

ถนนติวานนท์ 14 ตำบลตลาดขวัญ

อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

โทรศัพท์ 0-2832-9230 โทรสาร 0-2832-9201

www.hsri.or.th

สารบัญ

เกริ่น เส้นทางสู่ธุรกิจ	4
ปูทางธุรกิจ - โอกาสสร้างรายได้	11
ขบคิดวิเคราะห์ - เริ่มต้นอย่างไรให้เหมาะ	24
เจาะเส้นทางทำกิน - บ่มเพาะตัวตน	34
โยยบินสู่โลกธุรกิจ - เริ่มต้นกันเดี๋ยวนี้	39
กรณีศึกษา การพัฒนาธุรกิจคนพิการ	54
คุณนิมิตร จันทฤทธิ์ จำหน่ายเครื่องประดับนิล พลอย	57
คุณวิรัตน์ สืบชาติ ร้านขายอาหารตามสั่ง	60
คุณศุภวรรณ เอยสิริ ผลิตและจำหน่ายเสื้อยืดปัก (ทำมือ)	65
คุณนรินทร์ จันทิม ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด	68
คุณดอกกรั๊ก เกตุวงศ์ ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หินอ่อนแกะสลัก	71
คุณนิอร ปิ่นสุวรรณ ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเชือกฟาง	74
คุณพรแก้ว ประทุมแดง ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชำร่วย (พวงกุญแจ)	77
คุณสุพรรณิ วิยะรันดร์ บริการตัดเสื้อผ้าสตรี	80
คุณสนั่น นามเสาร์ เลี้ยงหมูหลุมจำหน่าย	83
คุณสัมฤทธิ์ ศิริรัมย์ บริการห้องเช่า	86
คุณอารี ทองเที่ยงธรรม ธุรกิจเพาะพันธุ์ไม้หายาก ไม้มงคล และพืชเศรษฐกิจ	89
ชมรมเพื่อเพื่อนผู้พิการตำบลแจ้ซ้อน จังหวัดลำปาง	92
มูลนิธิพิทักษ์ดวงตา จังหวัดลำปาง	97
กลุ่มหัตถกรรมเย็บปักประดิษฐ์ จังหวัดพะเยา	109
กลเม็ดเคล็ดวิชา แง่คิดพิชิตธุรกิจ	121
เคล็ดไม่ลับ จับใจลูกค้า	130
เคล็ดวิชา ค้นหาแหล่งเงินทุน	137
เคล็ดวิชาต้องรู้ การตลาดออนไลน์	153
ภาคผนวก	161

คำนำ

ปัจจุบันจำนวนคนพิการในประเทศไทย มีมากกว่า 1.5 ล้านคน ซึ่งแม้จะมีความพิการที่หลากหลาย แต่ทว่า หลายหน่วยงานพยายามช่วยส่งเสริมให้คนพิการทุกประเภทได้ใช้ศักยภาพที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ สามารถสร้างรายได้ให้ตนเองและครอบครัวได้

การให้คำแนะนำและพัฒนาศักยภาพคนพิการ ไปในทิศทางที่สามารถสร้างงานและพึ่งพาตนเองได้ ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการดูแลคนพิการของภาครัฐ อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มในทางเศรษฐกิจให้กับประเทศชาติอีกทางหนึ่งด้วย

หนังสือการพัฒนาธุรกิจคนพิการ (Empowering Disabled People Through Entrepreneurship) จะเป็นการรวบรวมองค์ความรู้ ถ่ายทอดกระบวนการพัฒนาธุรกิจคนพิการ ตั้งแต่การเริ่มต้นธุรกิจและการบริหารจัดการธุรกิจในระยะเริ่มต้นของธุรกิจคนพิการ เพื่อใช้ในการเผยแพร่และขยายผล ไปยังคนพิการที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจในวงกว้าง และเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจ

หวังเป็นอย่างยิ่งว่า หนังสือเล่มนี้ จะเป็นแนวทางในการเริ่มต้นทำธุรกิจสำหรับคนพิการและคนทั่วไป ช่วยสร้างแรงบันดาลใจ และเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับคนพิการทุกท่าน

นพ.พีรพล สุทธิวิเศษศักดิ์

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข

เกริ่น | เส้นทางสู่ธุรกิจ

หากให้เราได้ลองไล่เรียงความฝันของตัวเองในแต่ละวัน หรือในแต่ละเดือน สำหรับบางคนแล้วอาจมีอยู่นับไม่ถ้วน เราเคยสังเกตตัวเองกันบ้างไหม ว่ามีความฝันใด ที่เราฝันอยู่ซ้ำๆ บางทีถึงกับเก็บเอามาฝันต่อให้ฮึดยาวเป็นเรื่องเป็นราวดูคล้ายน่าจะเกิดได้จริง ... หลายๆคน อาจมีความฝันมากมาย คิดฝันอยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน ว่าอยากจะได้สิ่งนั้นสิ่งนี้ ยิ่งไปเห็นคนอื่นที่เค้ามีเค้าเป็นหรือทำบางสิ่งบางอย่างได้สำเร็จอย่างน่าอัศจรรย์ ก็ยิ่งทำให้ความคิดฝันแตกซ่าน เพราะมีฝันอยู่มากหลากหลาย จนยากที่จะหยิบอันใดอันหนึ่งมา “สร้างให้ฝันนั้นได้กลายเป็นจริง”?!??

นอกเหนือไปจากที่จะได้ฝันแล้ว การจะทำให้ฝันนั้นเป็นจริง ย่อมต้องการการลงมือทำอย่างจริงจัง ... แต่ทว่า จะเริ่มลงมือทำจากตรงไหน เริ่มต้นอย่างไร จะมีใครให้ความช่วยเหลือได้บ้าง และคำถามสำคัญ เริ่มต้นกันเมื่อไหร่ดี? ยังคงเป็นปริศนาที่ต้องการคำแจกแจงแบบเห็นภาพชัดๆ เพื่อให้การลงมือทำนั้นเกิดความผิดพลาดให้น้อยที่สุด

แม้จะมีใครบางคน เคยกล่าวเอาไว้ว่า **“คนเราทุกคน ต้องมีครั้งแรก”** ไม่ว่าจะเป็นเรื่องใดก็ตาม ที่ว่าถ้าเราได้เริ่มต้นลงมือทำให้เกิดครั้งแรกขึ้นได้เมื่อไหร่แล้วละก็ เรื่องราวต่อจากนั้น ก็จะดำเนินไปตามครรลอง ไม่ว่าจะเป็นอย่างตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม สรรพสิ่งก็ย่อมสานต่อและดำเนินไปได้ไม่ได้ยากเย็นเหมือนเมื่อตอนที่เกิดครั้งแรกนั้นอีกแล้ว

ทว่า ในการที่จะตัดสินใจเพื่อเริ่มต้นการทำธุรกิจนั้น ก็มักจะมีเหตุผลที่หลากหลาย อาทิความต้องการที่จะเป็นนายตัวเอง (เพื่อการเป็นลูกจ้างประจำในหน่วยงานต่างๆ) การที่มีผลิตภัณฑ์ดีๆอยู่ในมือ ซึ่งอาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการสืบทอดทางภูมิปัญญามาเป็นระยะเวลายาวนาน หรือการที่ครอบครัวมีพื้นฐาน



ในธุรกิจบางอย่างอยู่แล้วและต้องการการสืบทอดหรือต่อยอดเพื่อให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจและมีการเติบโตอย่างยั่งยืน

ดังนั้น ในเส้นทางของการทำธุรกิจช่วงเริ่มทำเป็นครั้งแรกหรือก้าวแรกของการเริ่มต้นย่อมเป็นจุดสำคัญที่สุดจุดหนึ่ง เพราะเป็นเสมือนการตั้งต้นหรือย่างก้าวเข้าสู่เส้นทางสายสำคัญ ที่จะนำสู่การเปลี่ยนแปลงที่ยังไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนของชีวิต จุดที่ยังไม่มีใครหยั่งรู้ได้ว่าจะสำเร็จหรือล้มเหลว แต่ทว่าหากไม่มีก้าวแรกของการเริ่มต้นนี้ จะไม่มีสิ่งใดเกิดขึ้นได้เลยในอนาคต ดังจะเห็นว่ามีคนจำนวนมาก ไม่มีโอกาสที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจของตัวเอง ก็ด้วยเพราะไม่รู้ว่าจะ “เริ่มต้นที่ก้าวแรกนี้อย่างไร” นี่แหละ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเริ่มต้นก้าวแรกของธุรกิจ ภายใต้อำนาจจำกัดหรือเงื่อนไขที่แตกต่างจากผู้คนทั่วไป ด้วยแล้วย่อมทำให้การเริ่มต้นก้าวแรกที่จะเข้าสู่ธุรกิจต้องทำด้วยความรอบคอบระมัดระวังเป็นพิเศษ เพื่อที่จะลดความผิดพลาดหรือลดความเสี่ยงให้มีเหลือน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

อย่างไรก็ดี แม้จะไม่มีสูตรสำเร็จที่ตายตัว ว่าจะต้องทำอะไรก่อนหลังเมื่อต้องเริ่มต้นก้าวแรกของธุรกิจ แต่ทว่า ก็มีลำดับขั้นตอนที่ผู้เป็นเจ้าของ

กิจการทุกท่านต้องได้ดำเนินการ หรือข้ามผ่านจุดต่างๆเหล่านี้ ก่อนที่จะได้ชื่อว่า “เจ้าของกิจการ” .. จุดเหล่านี้ มีความสำคัญที่ต่อเนื่องและเชื่อมต่อไปสู่การประกอบการที่นำไปสู่ผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจ

ก้าวแรกนี้ เริ่มที่ไหนดี | เมื่อมุ่งมั่นว่าต้องการประกอบธุรกิจ ไม่ว่าจะธุรกิจนั้นจะเล็กหรือใหญ่ก็ตาม มีประเด็นหลากหลายที่ผู้เป็น(ว่าที่)เจ้าของกิจการจะต้องนำมาขบคิดพิจารณาหรือค้นหาคำตอบ อย่างเช่น

๑ **ใครจะเป็นลูกค้าคนสำคัญ** ประเด็นนี้มีความสำคัญในลำดับต้นๆของการประกอบการเลยทีเดียว เพราะหากผู้เป็นเจ้าของกิจการยังไม่ว่าจะทำสินค้า/บริการขายให้กับใครแล้วล่ะก็ อย่าเพิ่งได้ตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจเด็ดขาดทั้งนี้เพราะการทำสินค้า/บริการ เพื่อขายให้กับผู้ซายอาจไม่เหมือนกับที่จะขายให้กับผู้หญิง ขายให้กับเด็ก ก็ย่อมแตกต่างจากขายให้กับผู้ใหญ่ ขายให้กับคนทำงานออฟฟิศก็ย่อมแตกต่างจากขายให้กับกลุ่มแม่บ้านที่ไม่ได้ทำงานนอกบ้าน หรือแม้แต่การขายให้กับคนในพื้นที่ก็ยังต่างจากการที่มีความมุ่งหมายจะขายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างถิ่น จึงเห็นได้ว่า “ลูกค้าคนสำคัญ” นั้นมีความสำคัญเหนือสิ่งอื่นใด ผู้ประกอบการต้องตัดสินใจให้ได้ว่าลูกค้าที่ต้องการนั้นเป็นใคร ผู้ชายหรือผู้หญิง มีช่วงอายุประมาณเท่าไร มีสถานภาพแบบใด (โสด แต่งงานแล้วแต่ยังไม่มีลูก แต่งงานแล้วมีลูกเล็ก แต่งงานแล้วมีลูกในวัยเรียน แต่งงานแล้วมีลูกที่เรียนจบแล้ว ฯ) มีสัมมาชีพแบบใด (ทำงานเอกชน รับราชการ ข้าราชการบำนาญ เป็นเจ้าของธุรกิจ ฯ) มีไลฟ์สไตล์ของการใช้ชีวิตอย่างไร (เป็นคนรักสุขภาพ เป็นคนที่ชอบท่องเที่ยว เป็นคนที่ใช้ชีวิตนอกบ้าน เป็นคนที่ชอบช้อปปิ้ง เป็นคนที่ชอบออกกำลังกาย เป็นคนที่ใญ่บุญสุนทานใช้ชีวิตอยู่กับการปฏิบัติธรรมที่วัด ฯ)--- ผู้เป็นเจ้าของกิจการที่สามารถเห็นภาพชัดของลูกค้า ย่อมสามารถทำสินค้า/บริการได้ตรงใจกับผู้เป็นลูกค้าได้มากที่สุด

๑๐ **มีความต้องการแบบไหนอยู่ในตลาดบ้าง** หลายๆครั้งหากต้องการเริ่มต้นธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ผู้เป็นเจ้าของกิจการจะต้องทำการสำรวจ สอบถาม หรือ สังเกต เพื่อให้ได้คำตอบว่ามีความต้องการหรือมีช่องว่างอะไรอยู่ในตลาด ที่ยังไม่ได้รับการสนองตอบ หรือมีการสนองตอบแล้วแต่พบว่าผู้ประกอบการปัจจุบันนั้นยังทำได้ไม่ดีพอ... เรื่องของความต้องการนี้ ในหลายๆกรณี ผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อที่จะไม่เลือกเอาความต้องการชั่วคราวมาเป็นเป้าหมายของการทำธุรกิจ เว้นแต่ว่า ผู้ประกอบการนั้นต้องการทำธุรกิจที่มาจากแบบหิวหรือหิวชั่วคราวเพื่อให้ได้ผลกำไรแบบรวดเร็วแล้วนำเอาผลกำไรที่ได้จากการทำธุรกิจเฉพาะกิจนี้ ไปต่อยอดในธุรกิจอื่นที่มีความยั่งยืนมากกว่า

๑๑ **ลูกค้าซื้อด้วยเหตุผลใดและจะซื้อเมื่อไหร่** การเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงพฤติกรรมของลูกค้า ว่าซื้อสินค้า/บริการ ด้วยเหตุผลใด (ซื้อเพื่อใช้เอง ซื้อเพื่อให้คนในบ้านใช้ ซื้อเพื่อนำไปเป็นของขวัญให้กับเพื่อนฝูง ซื้อเพื่อนำไปมอบให้กับผู้ใหญ่ที่เคารพนับถือ ซื้อเพื่อนำไปเป็นของที่ระลึกฯ) และซื้อในวาระ-โอกาสใด (ซื้อใช้ในชีวิตประจำวัน ซื้อตามเทศกาล ซื้อเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว ซื้อเพื่อเป็นของขวัญของฝากฯ) ย่อมช่วยให้ผู้เป็นเจ้าของกิจการ เห็นภาพชัดของความต้องการที่ต้องการการสนองตอบ ทั้งนี้ เพราะการผลิตสินค้า/บริการที่สนองตอบต่อคนในพื้นที่เพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน มีความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดกับสินค้า/บริการที่ทำขึ้นเพื่อสนองตอบต่อคนที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการซื้อหาไปเพื่อมอบให้กับผู้อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของการทำสินค้าเพื่อเป็นของขวัญหรือของที่ระลึก ที่จะเป็นตัวแทนของพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งในปัจจุบันนี้จะต้องเป็นสินค้า/บริการที่สามารถนำเอาภูมิปัญญาของท้องถิ่นนั้นๆ มาสะท้อนเป็นอัตลักษณ์สำคัญของพื้นที่ด้วย



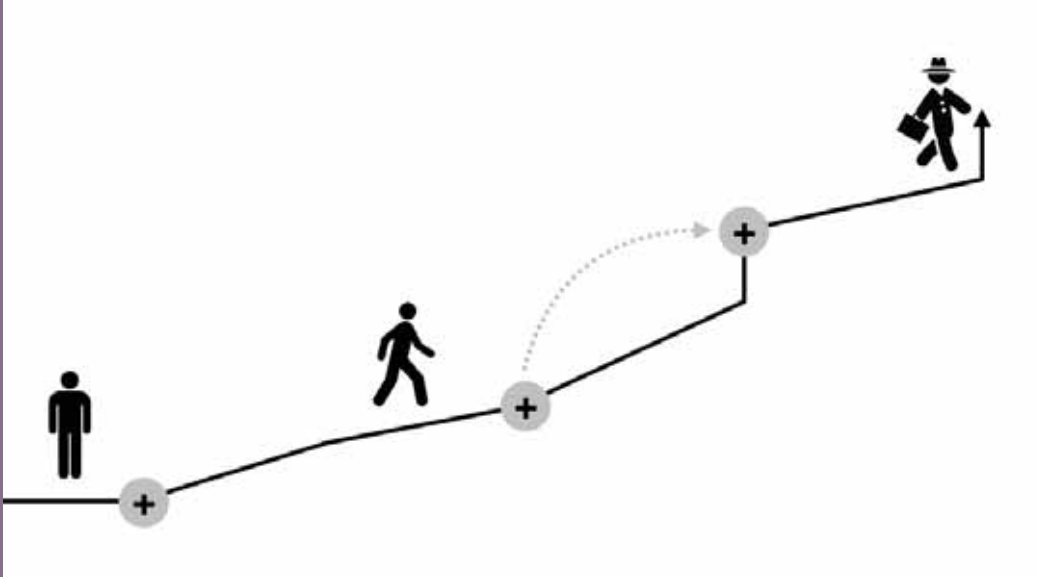
๑ ต้องทำอะไร จึงทำให้ลูกค้าซื้อ ประเด็นนี้เป็นเรื่องท้าทายที่ผู้เป็นเจ้าของกิจการต้องขบคิดและตีโจทย์ให้แตก เพราะมีสินค้า/บริการจำนวนมากที่ผู้ซื้อซื้อเพียงเพราะต้องการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ เช่น แสดงออกถึงความมั่งคั่ง (สินค้า/บริการที่หรูหราฟุ่มเฟือย) แสดงออกถึงความมีเมตตา (สินค้า/บริการที่ทำขึ้นจากความร่วมมือของชุมชนหรือสินค้า/บริการที่ทำขึ้นจากการใช้เวลาว่างของกลุ่มแม่บ้านหรือแม้แต่สินค้า/บริการที่ทำขึ้นจากความพยายามของกลุ่มคนที่ด้อยโอกาส) แสดงออกถึงความเป็นผู้ใส่ใจในเรื่องสุขภาพอย่างแท้จริง (สินค้า/บริการเกี่ยวกับการปลอดสารพิษสินค้า/บริการแบบออร์แกนิก สินค้า/บริการที่ปลูกในพื้นที่ห่างไกลและดื้อใช้สารเคมี) หรือแม้แต่แสดงออกถึงความเป็นผู้ใส่ใจห่วงใยต่อสิ่งแวดล้อม (สินค้า/บริการที่ช่วยลดโลกร้อน สินค้า/บริการที่ปลูกโดยเบียดเบียนต่อสิ่งแวดล้อมน้อย) ฉะนั้นอาจเรียกได้ว่าผู้เป็นเจ้าของกิจการจะต้องขบคิดที่จะมองหา “ความโดดเด่นอันเป็นเอกลักษณ์” ซึ่งจะเป็น “จุดแข็งที่จะนำมาเป็นจุดขาย” ของกิจการให้ได้ โดยจุดแข็งและจุดขายที่จะ

ภายใต้หัวข้อหรือประเด็นสนใจเดียวกัน ก็สามารถช่วยสร้างให้เกิด กระแสสังคมหรือกระแสของความต้องการได้เช่นเดียวกัน ตัวอย่าง เช่น แนวโน้มของความต้องการผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ แนวโน้ม ความต้องการสั่งอาหารแบบส่งถึงบ้าน (delivery) แนวโน้มการสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ และบริการผ่านทางระบบออนไลน์ที่ส่งผลให้เกิดผู้ค้า บนโลกออนไลน์เป็นจำนวนมาก แนวโน้มของการหันกลับมานิยม การแต่งกายแบบไทยในชีวิตประจำวัน (อาทิ ใส่เสื้อปกคลุมผ้าจีน ไปช้อปปิ้งหรือไปทำงาน) เป็นต้น



ปูทางสู่ธุรกิจ

โอกาสสร้างรายได้



โอกาสของการจะเริ่มต้นทำธุรกิจ มีอยู่มากมาย แต่การที่จะแสวงหาโอกาสที่มีศักยภาพรวมทั้งสามารถเลือกหยิบเอาโอกาสที่ช่วยสร้างรายได้ที่มีการเติบโตและมีความยั่งยืนมาประกอบการนั้น อาจต้องการ “ความเฉียบคมในการมองตลาด” อย่างที่เรียกว่า “การมีวิสัยทัศน์ของผู้เป็นเจ้าของธุรกิจ” เพราะจะทำให้เห็นภาพอนาคตในแบบที่ช่วยสร้างรายได้ที่มีการเติบโตและมีความยั่งยืนอย่างแท้จริง ส่วนใหญ่แล้ว โอกาสของการเริ่มต้นทำธุรกิจนี้ เกิดขึ้นจาก 3 กรณี คือ

1. มองเห็นโอกาส จากการมีสินค้า/บริการใหม่ๆ อยู่ในมือ
2. มองเห็นโอกาส จากการที่เล็งเห็นว่า สินค้า/บริการที่น่าเสนออยู่ในปัจจุบันนี้ ยังไม่สามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน
3. ความสามารถในการสร้างความได้เปรียบจากที่ตั้งอุปกรณ์ สินค้า บริการ พนักงาน การหาแหล่งวัตถุดิบ การหาแหล่งเงินทุน ฯ หรือ

อีกนัยหนึ่ง อาจกล่าวได้ว่า “ผู้ที่มองเห็นช่องว่าง หรือมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ” ย่อมมีความได้เปรียบในการสร้างรายได้ที่มีการเติบโต และมีความยั่งยืน

การทำตลาดใหม่ (New Market)

แนวคิดของการทำตลาดใหม่ หรือ new market ก็คือ การนำเอาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมเข้าสู่ตลาดที่ยังไม่เคยมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาก่อน ที่จริงแล้วแนวคิดนี้ช่วยขยายโอกาสของผลิตภัณฑ์เดิมๆ ที่จำหน่ายอยู่แล้วในตลาด ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยช่องทางการตลาดอื่น ที่ยังไม่เคยทำมาก่อน อาทิ

- ◎ การวางจำหน่ายสินค้าเครื่องสำอางน้ำสมุนไพร ซึ่งปัจจุบันวางจำหน่ายอยู่ที่ตู้แช่ตามร้านค้าของชำ แต่เนื่องจากเป็นสินค้าที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพ จึงนำเข้าไปจำหน่ายที่สถานออกกำลังกาย (fitness) หรือ ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ เป็นต้น



- ◎ การวางจำหน่ายสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งเดิมวางจำหน่ายในร้านจำหน่ายเครื่องไฟฟ้าเท่านั้น แต่เนื่องจากเล็งเห็นโอกาสของการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการตกแต่งบ้านจึงนำไปจำหน่ายผ่านช่องทางที่จำหน่ายอุปกรณ์สำหรับตกแต่งบ้าน และร้านเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น
- ◎ การจำหน่ายขนมที่เป็นของฝากประจำจังหวัด ซึ่งเดิมวางจำหน่ายอยู่แต่ในร้านค้าที่เป็นผู้ผลิต หรือหน้าร้านที่เป็นร้านค้าจำหน่ายของฝาก-ของที่ระลึก แต่เนื่องจากเล็งเห็นโอกาสของการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งแวะรับประทานอาหารที่ร้านอาหารระหว่างทางผ่านในแต่ละจังหวัด จึงนำไปจำหน่ายตามร้านอาหารที่เป็นร้านดังที่อยู่ในเส้นทางที่นักท่องเที่ยวแวะรับประทาน เป็นต้น

การมองเห็นโอกาส ที่สินค้าปัจจุบันยังตอบสนองความต้องการได้ไม่เต็มที่

การมองเห็นโอกาส ที่จะตอบสนองความต้องการที่ยังไม่ถูกเติมเต็ม หรือความต้องการที่ยังไม่ถูกค้นพบนี้ สามารถตอบสนองได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีฟังก์ชัน การใช้งานเพิ่มขึ้น การใช้เทคโนโลยีมาช่วยพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์/บริการเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการได้ หรือแม้แต่การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์/บริการตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้

ตัวอย่างของการมองเห็นโอกาส ที่จะตอบสนองความต้องการ มีอาทิ

- ◎ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีฟังก์ชันการใช้งานเพิ่มขึ้น | ปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการฟังก์ชันการใช้งานของผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้นมากกว่าฟังก์ชันมาตรฐานที่มีมาแต่เดิม (standard is not enough) เช่น การชื้อนาฬิกา ก็ไม่ได้ต้องการเพียงแค่เพื่อดูเวลาที่เป็นฟังก์ชันพื้นฐานของการใช้งานเท่านั้น แต่มักต้องการใช้เป็น

เครื่องประดับ หรือใช้เป็นเครื่องแสดงฐานะทางสังคม โดยเฉพาะเมื่อนาฬิกาเรือนนั้นมีราคาสูงมากๆ (หรือเป็นสินค้าที่เรียกว่า แบรินด์เนม ที่หรูหราราคาแพง) หรือ การซื้อผ้าไหมเพื่อเป็นของขวัญ ไม่ได้ต้องการเพียงแค่การเป็นผ้าไหมเพื่อการตัดเย็บเสื้อผ้าราคาแพงเท่านั้น แต่ยังต้องเป็นผ้าไหมที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง เพื่อให้เป็นของขวัญที่มากคุณค่าเป็นตัวแทนของจังหวัดเป็นต้น

๑๐ การใช้เทคโนโลยี มาช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถสนองต่อความต้องการ | เป็นการนำเอาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบัน มาใช้ในวิธีการที่หลากหลาย อาทิ

□ การนำเทคโนโลยีมาช่วยนำเสนอ หรือ ช่วยทำให้การพัฒนา ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บรักษานานขึ้นวางสินค้าได้นานยิ่งขึ้น

□ การนำเทคโนโลยีมาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในรูปแบบ “พร้อมทาน” หรือสามารถอุ่นร้อนได้ในระยะเวลาอันสั้นที่ช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับผู้บริโภคยุคใหม่ได้ดียิ่งขึ้น

□ หรือแม้แต่กระทั่งการนำเอาเทคโนโลยีมาช่วยในการออกแบบเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์มีความงดงามและมีประโยชน์ใช้สอยควบคู่กันไปอย่างลงตัว รวมทั้งมีการนำเอาเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาการเตือนการหมดอายุของอาหารที่วางจำหน่ายอยู่บนชั้นวางสินค้า

๑๑ การนำเสนอคุณประโยชน์ใหม่ๆ (new benefits) | เป็นแนวคิดของการนำเสนอคุณประโยชน์ใหม่ๆ ที่เป็นการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม เป็นการสร้างประโยชน์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้า/กลุ่มเป้าหมายเดิม อาทิ การที่ยุคปัจจุบันโทรศัพท์มือถือสามารถทำได้มากกว่าการเป็นโทรศัพท์มือถือ แต่ยังเป็นกล้องถ่ายภาพ นาฬิกา สมุดบันทึก ปฏิทินนัดหมาย เครื่องเล่นเกมส์ ฯลฯ



เริ่มต้นธุรกิจ แหล่งความคิดดีๆ เกิดขึ้นได้จากอะไร

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลของหลายสถาบัน พบว่าแหล่งความคิดที่จะช่วยในการจุดประกายการเริ่มต้นธุรกิจ ให้กับบุคคลต่าง ๆ นั้น เกิดขึ้นได้มาจาก

1. **ประสบการณ์การทำงานในอดีตของบุคคลนั้นๆ** - มีผู้ประกอบการรายใหม่จำนวนมาก ที่เริ่มต้นธุรกิจหลังจากที่พบว่าประสบการณ์อันมีค่าของตนเองในอดีต เป็นประโยชน์และสามารถนำมาปรับใช้ต่อการเป็นเจ้าของธุรกิจได้ อาทิ บางคนที่มีประสบการณ์จากการเป็นลูกจ้างร้านอาหาร ร้านเบเกอรี่ ที่ได้รับประสบการณ์ทั้งสูตรอาหารและการบริหารจัดการภายในร้านทำให้สามารถนำเอาประสบการณ์ที่มีมาปรับใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการเริ่มต้นธุรกิจ/วิสาหกิจที่เป็นของตนเองอย่างเต็มตัว

2. ความสนใจ หรือ งานอดิเรก ที่ชื่นชอบ ที่มีติดตัวมาของบุคคล

นั่นเอง - ความสนใจหรืองานอดิเรกที่ชื่นชอบที่จะนำไปสู่การเริ่มต้นธุรกิจ/วิสาหกิจได้นี้ มักอยู่ในกลุ่มของงานหัตถกรรม งานฝีมือ งานเย็บปักถักร้อย งานประดิษฐ์สิ่งของต่างๆ หรือแม้แต่การชื่นชอบด้านอาหารการกิน เมื่อได้มีโอกาสชิมอาหารมาเป็นจำนวนมากก็สามารถปรับสูตรหรือนำมาหัดทำทานเอง จนกระทั่งสามารถนำไปสู่การเป็นเจ้าของกิจการได้เช่นกัน

3. การสบโอกาสหรือการมองเห็นช่องทางในการทำธุรกิจ ที่มาจากกระแสแนวโน้มความต้องการ (trends) อันเนื่องมาจากวิถีการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไป การประสบเหตุการณ์เกิดปัญหาหรือมีวิกฤติการณ์บางอย่างเกิดขึ้น แล้วทำให้มองเห็นช่องทางในการดำเนินธุรกิจ - ซึ่งการสบโอกาสนี้ เป็นช่องทางสร้างสรรค์ธุรกิจไปได้หลากหลาย แต่ส่วนใหญ่แล้วมักเป็นการทำธุรกิจด้านการบริการ อาทิ

- การที่วิถีการใช้ชีวิตสังคมในปัจจุบันที่เปลี่ยนไป ส่งผลให้ผู้คนต่างมีความใส่ใจในเรื่องของสุขภาพกันมากยิ่งขึ้นจึงเป็นช่องทางเกิดธุรกิจใหม่ๆเป็นจำนวนมากที่ตอบสนองต่อความต้องการเกี่ยวกับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ใส่ใจดูแลตนเองไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการเกษตรที่ผลิตอาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑอาหารเพื่อสุขภาพ ร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารที่ระมัดระวังเรื่องแคลลอรี่ ร้านอาหารที่เลือกใช้ผลิตภัณฑที่ไม่ทำลายสุขภาพ เมนูอาหารสำหรับผู้ป่วยที่ต้องระมัดระวังเรื่องอาหารการกิน (เช่น ป่วยเป็นเบาหวาน ความดันโลหิตสูง หรือผู้ที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับคอเลสเตอรอล) ผลิตภัณฑเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ สถานออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ



สถานที่พักผ่อนเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (เช่น
ทัวร์ล่องพิษ ทัวร์ฟอนคลายความเครียด) ฯลฯ

- กระแสแนวโน้มของการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (aging society) ทำให้เกิดแนวคิดหรือผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มฟังก์ชันที่ใส่ใจผู้สูงอายุ (อย่างเช่น เพิ่มช่องสำหรับใส่แว่นตาในกระเป๋าถือหรือเครื่องโทรศัพท์มือถือที่มีหน้าจอใหญ่ ทำให้ผู้สูงอายุสามารถมองเห็นตัวหนังสือและภาพได้ชัดเจน) หรือ การบริการที่พักฟื้นสถานที่ให้บริการดูแลผู้สูงอายุเฉพาะช่วงกลางวัน (day care) ห้องพักในโรงแรมที่เพิ่มราวจับหรือสายสัญญาณฉุกเฉิน หากเกิดอุบัติเหตุในห้องน้ำหรือในห้องพัก หรือแม้แต่ การสร้างชุมชน/หมู่บ้าน ที่มีลานสำหรับปฏิบัติธรรมและเล่นกีฬาแบบไม่หักโหม (เช่น โยคะ) แทนการสร้างคลับเฮาส์โดยมุ่งหมายที่จะจำหน่ายให้กับลูกค้าวัยเกษียณอายุเท่านั้น

- การที่บางคนประสบปัญหาในการดูแลญาติผู้ใหญ่/ผู้สูงอายุ ที่ต้องการหาผู้ช่วยมาดูแล จึงมองเห็นช่องทางในการทำธุรกิจที่ให้บริการจัดหาผู้ช่วยดูแลผู้ป่วยสูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มที่สังคมมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา
- หรือ อย่างในช่วงที่มีน้ำท่วมใหญ่ในปี 2554 ซึ่งเป็นวิกฤติที่สร้างความตระหนักที่จะป้องกันน้ำไม่ให้เกิดน้ำท่วมบ้านเรือนหรือสำนักงานที่จะสร้างความเสียหาย ก็ทำให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ ขึ้นเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจการจำหน่ายถุงทรายเพื่อกั้นน้ำ ธุรกิจจำหน่ายเรือ ธุรกิจการทำความสะอาดหลังน้ำลด ธุรกิจการฉีดพ่นอบน้ำยาเพื่อฆ่าเชื้อโรคหลังน้ำลด เป็นต้น แต่ธุรกิจพวกนี้หลายครั้ง เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นเพียงชั่วคราวในระยะเวลาสั้นๆ แต่ก็ทำให้ผู้ที่สามารถฉกฉวยโอกาสและลงมือทำอย่างรวดเร็ว ได้สร้างรายได้อย่างเป็นกอบเป็นกำ และทำให้เป็นช่องทางในการประกอบอาชีพอื่นๆต่อไปได้อีกในภายภาคหน้า

4. คำแนะนำของที่ปรึกษาหรือหน่วยงานต่างๆ-คำแนะนำของที่ปรึกษาหรือหน่วยงานต่างๆนี้ ปัจจุบันได้เปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปที่สนใจสามารถเข้าถึงข้อมูลหรือเข้าถึงบุคลากร ที่มีความชำนาญได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งบุคลากรที่มีความชำนาญของหน่วยงานภาครัฐนี้มีทั้งนักวิจัย นักวิทยาศาสตร์ นักบัญชี นักวินิจฉัย หรือแม้กระทั่งที่ปรึกษาธุรกิจฯ อีกทั้งยังมีการอุดหนุนงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อให้บุคคลที่มีความตั้งใจจริงสามารถเป็นเจ้าของธุรกิจหรือสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่จะทำให้เกิดธุรกิจได้เป็นจำนวนมาก อาทิเช่น

- การขอรับคำปรึกษาแนะนำด้านการทำการเกษตร ขอเมล็ดพันธุ์ ต้นกล้า หรือเทคนิค การเพาะเลี้ยงต่างจากหน่วยงานของ



กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ฯ หรือ สถาบันการศึกษาซึ่งมีคณะ
ที่เปิดการเรียนการสอนเกี่ยวกับการเกษตร

- การเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เป็นนวัตกรรม หรือศึกษาค้นคว้า
ร่วมกัน ระหว่างผู้ประกอบการกับหน่วยงานทางเทคโนโลยีซึ่ง
เป็นหน่วยงานภาครัฐ ที่ขึ้นตรงกับกระทรวงวิทยาศาสตร์และ
เทคโนโลยี
- การสมัครเข้าร่วมโครงการของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเน้นการ
สร้างเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ หรือผู้ประกอบการที่ไม่เคย
มีประสบการณ์ในเชิงธุรกิจมาก่อนของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
กระทรวงอุตสาหกรรม

5. จากการศึกษา-อบรม - จากการที่องค์ความรู้ต่างๆที่เป็นประโยชน์
มีอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้การเข้าถึงการศึกษา-อบรม ในหัวข้อต่างๆ
หรือในความต้องการเฉพาะด้านมีอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งที่เป็นการ

อบรมโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพราะเป็นการอบรมที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐจากสถาบันการศึกษาทั้งของรัฐและเอกชน หรือจากภาคเอกชนที่มีโครงการเพื่อสนับสนุนเป็นบริการสังคม ทั้งนี้ การอบรมเช่นนี้ มีประโยชน์กับผู้สนใจหรือเป็นผู้ที่ต้องการลงทุนใน ธุรกิจใหม่ๆ ที่นอกจากจะได้รับการถ่ายทอดจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขาโดยตรงแล้ว ยังสามารถเลือกการศึกษาหรือเลือกคอร์ส อบรมที่ตรงกับความต้องการมากที่สุดได้ซึ่งแหล่งที่ให้การอบรม สามารถดูรายชื่อได้จากภาคผนวก

- 6. การสืบทอดเจตนารมณ์ในการดำเนินธุรกิจของครอบครัว** (คือการ เป็นทายาทธุรกิจที่สืบทอดกิจการ) - มีวิสาหกิจจำนวนมากที่ได้ มีการฟื้นฟูหรือสานต่อภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษได้ดำเนินการไว้นานแล้ว ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการทำอาหาร งานด้านหัตถกรรม (อาทิ จักสาน ทอผ้า งานช่างสิบหมู่ อันได้แก่ ช่างเขียน ช่างแกะ ช่างสลัก ช่างกลึง ช่างหล่อ



ช่างปั้น ช่างหุ่น ช่างรัก ช่างบุ และช่างปูน เป็นต้น) นอกจากนี้แล้ว อาจเป็นการเข้ามาช่วยดำเนินกิจการของครอบครัวเพื่อทำให้เกิดความมั่นคงหรือขยายตัวเพื่อต่อยอดให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน และยังรวมไปถึงการดำเนินธุรกิจที่แยกตัวออกมาจากธุรกิจหลักของครอบครัว เพื่อให้เกิดการดำเนินการที่ครบวงจร เช่น เดิมครอบครัวดำเนินวิสาหกิจในรูปแบบของการรับจ้างผลิต หรือเน้นการผลิตเป็นหลัก การสืบทอดเจตนารมณ์ด้วยการแยกตัวออกมาทำในส่วนของการทำการตลาดหรือแสวงหาช่องทางใหม่ๆ ที่รวมความไปถึงการสร้างแบรนด์ ล้วนแล้วแต่เป็นการดำเนินวิสาหกิจที่สืบทอดเจตนารมณ์ของวิสาหกิจหลักที่มีมาแต่ในอดีต

7. การได้แนวคิดจากเพื่อน ญาติ หรือคนใกล้ชิด - การที่ได้แนวคิดหรือมองเห็นช่องทางการดำเนินธุรกิจจากคนใกล้ชิดเช่นนี้นับว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ค่อนข้างบ่อย เพราะหลายครั้งพบว่า เมื่อได้มีโอกาสพูดคุยกับเพื่อนฝูง ญาติสนิท หรือคนใกล้ชิด มักจะเป็นการพูดที่เปิดเผย ตรงไปตรงมา หรือเป็นการพูดที่อยู่บนพื้นฐานของความ เป็นจริงทำให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมีความแม่นยำค่อนข้างสูงเป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้ ฯลฯ

ทั้งนี้ แหล่งข้อมูลที่ได้กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น จัดเป็นแหล่งข้อมูล ที่สอดคล้อง กับการเริ่มต้นธุรกิจไม่ว่าจะเป็นวิสาหกิจขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ ฉะนั้น เมื่อมีความตั้งใจหรือเกิดความสนใจที่ต้องการเริ่มต้นวิสาหกิจ ก็ควร ศึกษาหาข้อมูล หรือทบทวนความคิดเพื่อให้ได้ความคิดรวบยอดที่ตกผลึกที่ จะสามารถเริ่มต้นวิสาหกิจให้เกิดความมั่นคงได้ต่อไป

การออกแบบแนวคิด เพื่อเริ่มต้นธุรกิจ

มีประเด็นหลักๆ อยู่บางประเด็นที่(ว่าที่)เจ้าของกิจการควรทบทวน ก่อนที่จะลงมือทำ เพื่อให้เห็นภาพชัดของการทำธุรกิจและทำให้เป็นรูปร่าง ขึ้นมา ซึ่งก็คือ

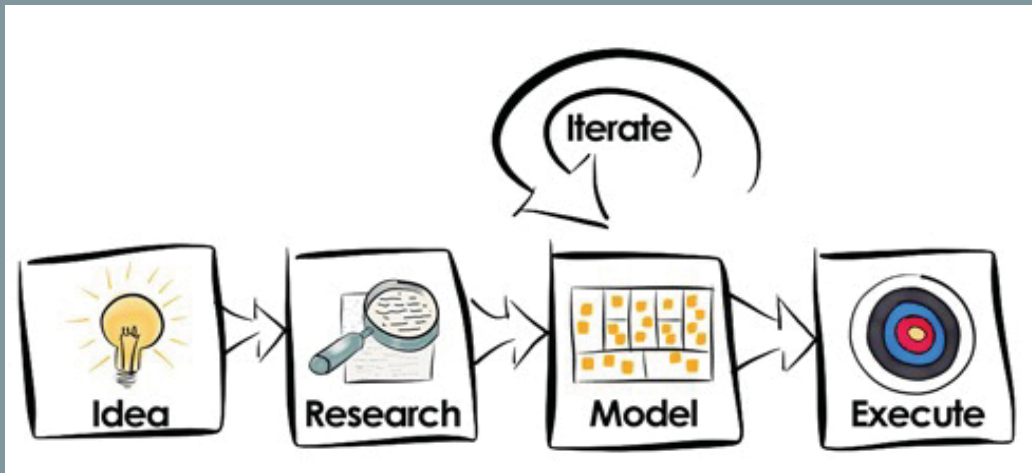
1. ความชัดเจน ว่า “ต้องการตอบสนองความต้องการใดในตลาด” ในจุดนี้ ก็คือ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับ “ลูกค้าและความต้องการของลูกค้า” นั่นคือ (ว่าที่)เจ้าของกิจการจะต้องทราบอย่างแน่ชัดแล้วว่าใครจะเป็นกลุ่มลูกค้าของวิสาหกิจ (ผู้ชาย/ผู้หญิง อายุเท่าไร ทำงานอะไร เงินเดือนหรือรายได้ประมาณเท่าไร เป็นโสดหรือว่าแต่งงานแล้ว และหากแต่งงานแล้วมีลูกหรือไม่ ถ้ามีลูกแล้วมีกี่คน มีสถานภาพในสังคมในแบบใด มีวิถีชีวิตอย่างไร มีกิจวัตรในแต่ละวันอย่างไร มีกิจวัตรในแต่ละวันที่ไหน มีการใช้เวลาว่างไปกับเรื่องอะไรบ้าง) ลูกค้านั้นอยู่ที่ไหน (อยู่ในละแวกบ้าน อยู่ในเมือง อยู่ทั่วประเทศ อยู่ต่างประเทศ ฯลฯ) ลูกค้านั้นจะซื้อสินค้า/บริการเมื่อใด และซื้อด้วยเหตุผลใด (ซื้อเมื่อถึงเทศกาล ซื้อเมื่อต้องการเดินทาง ซื้อเมื่อเป็นโอกาสพิเศษ ซื้อเมื่อต้องการความสะดวกสบาย ซื้อเมื่อหิว ซื้อเมื่ออยากได้ ซื้อเมื่อต้องการความเป็นส่วนตัว ซื้อเมื่ออยู่คนเดียว ซื้อเมื่ออยู่กับเพื่อนฝูง ซื้อเมื่อไปเที่ยว ซื้อเมื่อไปต่างประเทศ ซื้อเมื่อต้องเดินทาง ฯลฯ)
2. ต้องทำอะไรจึงให้ลูกค้าซื้อ | เป็นการทำความเข้าใจถึง “ปัญหาและความต้องการของลูกค้า” เพราะมีสินค้าเป็นจำนวนมาก ที่ลูกค้าซื้อเพื่อช่วยขจัดปัญหาที่เกิดขึ้นตัวอย่าง เช่น ปัจจุบันลูกค้ามีความต้องการในเรื่องความสะดวกเกี่ยวกับอาหารการกินมากยิ่งขึ้น

วิสาหกิจควรมองในประเด็นของการเก็บถนอมรักษาอาหารเพื่อให้เก็บอยู่ได้นาน และการเพิ่มความสะดวกในการรับประทาน ไม่ว่าจะเป็นการทำเป็นอาหารพร้อมทาน การที่สามารถอุ่นร้อนได้ในระยะเวลาอันสั้น การมีระยะเวลาการเก็บรักษาที่นานแต่ยังคงคุณค่าในด้านคุณประโยชน์จากสารอาหารไว้ได้ เป็นต้น

3. แนวคิดที่นำเสนอ ดีกว่า หรือแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร | ในประเด็นนี้ เป็นมุมมองที่ต้องเปรียบเทียบกับคู่แข่งเป็นหลัก ทั้งที่เป็นคู่แข่งในระดับเดียวกัน (คือ จำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกัน มีคุณลักษณะใกล้เคียงกัน และมุ่งหวังกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน) และคู่แข่งทางอ้อม (คือ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่อาจแตกต่างกัน แต่สามารถตอบสนองความต้องการเดียวกันได้ เช่น ร้านขายข้าวแกง ร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านขายขนมจีน ร้านขายข้าวมันไก่ ฯ ล้วนแล้วแต่เป็นอาหารเพื่อตอบสนองต่อความหิวด้วยกันทั้งสิ้น ที่ถึงแม้จะไม่ได้ขายผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกัน แต่ตอบสนองความต้องการเดียวกัน เป็นต้น)
4. (ว่าที่)เจ้าของกิจการมีประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญใด ที่จะทำให้สามารถประกอบธุรกิจนี้ได้

ขบคิดวิเคราะห์

เริ่มต้นอย่างไรให้เหมาะสม



เครดิตภาพ: www.anirama.com

เมื่อตกผลึกทางความคิด ที่จะเริ่มต้นดำเนินการวิสาหกิจนั้น ก็ถึงเวลา ที่ผู้ประกอบการใหม่ต้อง “วางแผนงาน” เพื่อเริ่มต้นการดำเนินวิสาหกิจให้ เกิดเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ซึ่งการเริ่มต้นดำเนินการวิสาหกิจที่มีรายละเอียด มากพอ ย่อมทำให้การมองภาพของธุรกิจมีความชัดเจน รวมทั้งสามารถกำกับ ทิศทางของการดำเนินการไม่ให้ลื่นไถลออกนอกเส้นทางหรือดำเนินการ ผิดพลาดไปได้ การคิดอย่างรอบคอบนี้ย่อมส่งผลให้วิสาหกิจมีรายได้ที่สม่ำเสมอ และมีการเติบโตอย่างชัดเจน รวมไปถึงช่วยลดระยะเวลาต้นทุน หรืออย่างน้อย ก็ช่วยทำให้การเริ่มต้นไม่ถูกละหล่นล้มลุกคลุกคลานจนเกินไป ทั้งนี้ แผนงานที่ ผู้ประกอบการใหม่จะต้องมีรายละเอียดนั้น ควรประกอบไปด้วยประเด็นของ

1. การตลาด
2. สถานที่ตั้ง
3. ผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบ
4. สิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ
5. บุคลากร

จำนวนมาก อันจะส่งผลให้สามารถแข่งขันได้ด้วยวิธีการที่สามารถ
แย่งลูกค้าไปได้ ฯ)

10. วิสาหกิจของคุณมีข้อได้เปรียบใดที่ “เหนือคู่แข่ง”

สถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้ง จัดเป็นเสมือนหน้าบ้านของวิสาหกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหาก
เป็นวิสาหกิจที่ต้องติดต่อกับลูกค้าอยู่ตลอดเวลา หรือต้องการให้ลูกค้ามาติดต่อ
ถึงสถานที่ตั้งของวิสาหกิจเอง ดังนั้น การเลือกสถานที่ตั้ง จึงควรพิจารณาใน
ประเด็นต่างๆ อย่างรอบคอบ เนื่องจากการเลือกสถานที่ตั้งเป็นการตัดสินใจที่
ส่งผลในระยะยาว (เพราะการโยกย้ายหรือเปลี่ยนแปลงในอนาคตอาจเป็นเรื่อง
ที่ยุ่งยาก) ซึ่งมีข้อที่ต้องพิจารณาอยู่ ดังนี้

1. สถานที่ตั้งของวิสาหกิจ สะดวกต่อการติดต่อธุรกิจหรือไม่ หมายถึง
สถานที่ตั้งของวิสาหกิจมีความสะดวกสบาย มีการจัดสัดส่วนของ
การทำงานและการติดต่อการค้าอย่างชัดเจนและเป็นระเบียบ
2. สถานที่ตั้งของธุรกิจ เดินทางไปมาสะดวกหรือไม่ ทั้งนี้ เพราะเส้นทาง
คมนาคม ไม่ว่าจะเป็นถนนหนทาง การอยู่ในแนวการเดินทางรถไฟ
การอยู่ในพื้นที่ที่เป็นใจกลางเมืองหรือย่านธุรกิจ หรือไม่
3. สถานที่ตั้งของวิสาหกิจมีพื้นที่ว่าง สำหรับการขยายธุรกิจในอนาคต
หรือไม่
4. สถานที่ตั้งของวิสาหกิจมีสัญญาเช่าหรือเงื่อนไขธุรกิจอื่นๆ อย่างไร
(ที่อาจเป็นอุปสรรคหรือโอกาส เช่น หากสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งธุรกิจ
และสามารถทำสัญญาเช่าได้ยาว ก็ย่อมเป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจ
เป็นต้น)
5. สถานที่ตั้งของวิสาหกิจ อยู่ใกล้ผู้จัดจำหน่าย คู่แข่ง และแหล่ง
แรงงานอย่างไร

6. ในกรณีที่เป็นวิสาหกิจที่ทำการค้าปลีก ต้องพิจารณาว่าอยู่ในพื้นที่ที่การจราจรคับคั่งหรือมีที่จอดรถเพียงพอหรือไม่ เพื่อให้สามารถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าอย่างเต็มที่
7. มีแนวโน้มอื่นใดบ้าง ที่จะส่งผลต่อธุรกิจในอนาคต (ทั้งผลดีและผลร้าย) เช่น อยู่ในเส้นทางของแผนการสร้างรถไฟฟ้า จะมีถนนตัดผ่านในอนาคต หรืออยู่ในโครงการที่กำลังขยายถนน เป็นต้น ซึ่งประเด็นในจุดนี้ ผู้ประกอบการต้องไม่ลืมว่า หลายๆ ครั้ง การมีถนนตัดผ่านหรือการขยายเส้นทางที่คร่อมหรือข้ามที่ตั้งของวิสาหกิจ อาจส่งผลในทางลบมากกว่าผลในทางบวกก็ได้เช่นกัน
8. มีสถานที่หรือแหล่งอำนวยความสะดวกตั้งอยู่ใกล้เคียงหรือไม่ ทั้งนี้ เพราะการมีสถานที่หรือแหล่งอำนวยความสะดวกตั้งอยู่ใกล้เคียง นอกจากจะช่วยให้วิสาหกิจดึงดูดลูกค้าแล้ว ยังสามารถดึงดูดผู้ที่จะมาเป็นพนักงานได้ด้วย



ผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบ

ผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบนับเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของวิสาหกิจ ทั้งนี้เพราะหากผู้ประกอบการละเลยต่อการให้ความสำคัญ อาจทำให้ธุรกิจไม่เติบโต ซึ่งประเด็นของผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบที่ผู้ประกอบการหน้าใหม่ต้องเร่งผลักดันหรือเอาใจใส่เมื่อเริ่มต้นธุรกิจ มีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์/บริการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้ลูกค้าอย่างไร
2. ผลิตภัณฑ์/บริการหลักคืออะไร และผลิตภัณฑ์/บริการที่เป็นส่วนประกอบเสริมคืออะไร
3. ผลิตภัณฑ์/บริการที่วิสาหกิจต้องการนำเสนอ นั้นเป็นสิ่งจำเป็นถาวรหรือชั่วคราวต่อกลุ่มเป้าหมายหรือองค์กร
4. ผลิตภัณฑ์/บริการที่วิสาหกิจต้องการนำเสนอ สามารถจำหน่ายในแหล่งอื่นได้หรือไม่
5. “จุดขายที่แท้จริง” ของผลิตภัณฑ์/บริการที่วิสาหกิจต้องการนำเสนอคืออะไร
6. ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ ต้องพิจารณาประกอบด้วยว่า ผลิตภัณฑ์นั้นมีบรรจุภัณฑ์อย่างไร ดึงดูดความสนใจหรือไม่ มีความสะดวกปลอดภัยต่อการใช้งานหรือไม่ ทนทานหรือไม่ คุณภาพดีหรือไม่ รวมทั้งมีลิขสิทธิ์เฉพาะที่ไม่ได้ลอกเลียนแบบหรือนำเอาผลิตภัณฑ์ที่เป็นลิขสิทธิ์ของวิสาหกิจอื่นมาผลิตหรือไม่



7. ผู้จัดหาวัตถุดิบ (suppliers) เป็นใคร มีจำนวนมากหรือน้อยหรือไม่ ทั้งนี้ เพราะการประกอบธุรกิจที่มีซัพพลายเออร์น้อยรายอาจส่งผลให้ผู้ประกอบการขาดอำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์ (เช่น ในเรื่องของ ราคา และจำนวนที่ต้องการใช้) รวมทั้งการควบคุมเกี่ยวกับความ สม่่าเสมอของการได้วัตถุดิบหรืออื่นๆ จากซัพพลายเออร์ที่จะส่งผล ต่อการผลิตของวิสาหกิจ เป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องระมัดระวัง
8. ต้นทุนของซัพพลายเออร์เป็นอย่างไร (ราคาแตกต่างกันหรือราคาใกล้เคียงกัน) คุณภาพและบริการของซัพพลายเออร์เป็นอย่างไร เชื่อถือได้หรือไม่ มีส่วนลดเสนอให้กับวิสาหกิจหรือไม่ หรือมีระยะเวลาในการชำระเงินอย่างไร
9. การวางแผนสินค้าคงคลัง ในการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจโดยเฉพาะในวิสาหกิจขนาดเล็กนั้น เรื่องของสินค้าคงคลังเป็นเรื่องที่มีความอ่อนไหวและต้องระมัดระวังเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะสินค้าคงคลังที่วิสาหกิจถือครองไว้นั้นสามารถส่งผลต่อการหมุนเวียนของเงินลงทุน และกระแสเงินสดได้

สิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่างๆ

เป็นการตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวก อันได้แก่ สาธารณูปโภคที่จำเป็น เส้นทางคมนาคม การเข้าถึงสิ่งที่จะช่วยเอื้อต่อการเข้าถึงหรือช่วยให้การประกอบธุรกิจให้เกิดความราบรื่นหรือสะดวกต่อการนำมาใช้ อันได้แก่

1. สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในสภาพดีหรือไม่
2. อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆ ที่ต้องการใช้ มีเพียงพอ และใช้งานได้สะดวกหรือไม่



บุคลากร

วิสาหกิจหรือองค์กรทุกแห่ง จะขับเคลื่อนไปได้ ก็ด้วยบุคลากรที่ทำงานให้กับองค์กรฉะนั้นหากองค์กรมีบุคลากรที่มีความสามารถก็ย่อมช่วยให้องค์กรหรือวิสาหกิจขับเคลื่อนไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งประเด็นที่ผู้ประกอบการใหม่ ต้องคำนึงถึงเมื่อจัดหาพนักงานก็คือ

1. ต้องการพนักงานที่มีทักษะอยู่ในระดับใด | ในส่วนนี้เป็นการพิจารณาว่าในเนื้องานที่ต้องจ้างเพิ่ม (เนื่องจากอยู่นอกเหนือความสามารถของผู้ประกอบการหรือเป็นส่วนที่ผู้ประกอบการไม่สามารถปฏิบัติงานได้) เพื่อให้วิสาหกิจมีการขับเคลื่อนและบรรลุผลในเป้าหมายของกิจการ
2. จะหาพนักงานได้จากไหน | ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการใหม่ อาจไม่มีทรัพยากรหรืองบประมาณที่มากพอสำหรับการโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์หรือหน้าเว็บไซต์ หรือใช้บริการจากตัวแทนจัดหาพนักงาน ดังนั้น การจัดหาพนักงานอาจเป็นการส่งจดหมายเพื่อขอความร่วมมือให้ติดประกาศไปยังโรงเรียน วิทยาลัยเทคนิคหรือวิทยาลัยที่อยู่ในพื้นที่



หรือแม้แต่การติดประกาศที่หน้าสถานประกอบการ ก็จะทำให้สามารถหาพนักงานที่ต้องการได้

3. ทักษะที่ต้องการสามารถสอนกันได้หรือไม่ | เพื่อในบางครั้งวิสาหกิจสามารถจัดหาพนักงานได้จากพื้นที่ใกล้เคียง หรือเป็นเพื่อน-ญาติ ที่สามารถฝึกฝนหรือพัฒนาฝีมือขึ้นได้ด้วยการสอนโดยตรง
4. จำนวนพนักงานที่ต้องการและค่าจ้างต่อปี | ประเด็นนี้ก็เพื่อที่วิสาหกิจจะได้ประเมินค่าใช้จ่ายในส่วนของพนักงาน รวมทั้งจะทราบได้ถึงขนาดขององค์กรที่เกิดขึ้น ในการดำเนินงาน
5. นโยบายการจ่ายค่าจ้างและเงินเดือน | เป็นการวางแผนงานของวิสาหกิจเพื่อให้ทราบถึงผลตอบแทนที่วิสาหกิจจะต้องเตรียมงบประมาณไว้ในการดำเนินงาน รวมทั้งจะต้องมีการวางแผนงานว่า ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการจ้างงานบุคลากรของวิสาหกิจจะมีสัดส่วนเท่าใด (ในหน่วยของร้อยละเมื่อเทียบกับยอดขายรวมและยอดเงิน)

การเงิน

การเงิน เป็นเรื่องใหญ่อีกเรื่องหนึ่ง ที่ทุกวิสาหกิจต้องเตรียมรับมือไว้ให้ดี โดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้นวิสาหกิจที่ยังไม่มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ซึ่งวิสาหกิจจะต้องเตรียมเงินก้อนสำหรับใช้จ่ายที่สามารถทำให้มีการประกอบการได้อย่างน้อยราว 3-6 เดือน ดังนั้นวิสาหกิจต้องเตรียมการในด้านการเงิน ดังนี้

1. เงินทุนขั้นต้น ต้องมีประมาณเท่าไร? ในการประเมินเงินทุนขั้นต้นนั้น จะต้องคำนึงถึงเงินทุนเพื่อใช้ผลิตสินค้าที่ต้องจำหน่ายในช่วงแรก การถือครองสินค้าคงคลัง ค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการเช่าสำนักงาน และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดต่างๆ ซึ่งการเตรียมการเงินทุนขั้นต้นเพื่อดำเนินการในช่วงแรกนี้ ผู้ประกอบการควรเตรียมไว้เพื่อใช้ในการดำเนินกิจการนานราว 3-6 เดือน โดยตั้งสมมติฐานว่าวิสาหกิจอาจมีรายได้จากยอดขายเป็นจำนวนน้อยมาก
2. ถ้าเงินไม่พอ จะหาส่วนที่ขาดจากที่ใด ประเด็นนี้ เป็นการเตรียมการเพื่อหาแหล่งเงินทุนสำรองในกรณีที่เกิดความฉุกเฉินทุกในช่วงเริ่มต้นก่อตั้งวิสาหกิจ ซึ่งแหล่งเงินทุนที่คาดการณ์ อาจเป็นการกู้ยืมจากธนาคาร หรือการยืมจากเครือข่าย เป็นต้น
3. ในกรณีที่ต้องใช้แหล่งเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ผู้ประกอบการต้องเตรียมการ เพื่อให้มั่นใจในการใช้เงินคืน อาทิ จะต้องเร่งให้เกิดรายได้จากการเข้าถึงตลาดใหม่ๆ หรือการขายไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างสัมฤทธิ์ผล ที่จะทำให้เกิดรายได้เข้ามาหมุนเวียนในวิสาหกิจ รวมทั้งการมีส่วนเกินเพื่อนำไปใช้คืนเงินกู้จากสถาบันการเงินด้วย รวมทั้งวิธีการที่จะจัดการกับเงินกู้ว่าจะนำเงินนี้ มาใช้ดำเนินการในส่วนใดเช่น ใช้เพื่อผลิตสินค้าเพิ่ม ใช้เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการจ้างงานทีมขายเพิ่ม หรือค่าใช้จ่ายในการบริหารงานภายใน เป็นต้น

4. การวิเคราะห์ต้นทุน ละเอียดรอบคอบหรือยัง เพราะการวิเคราะห์ต้นทุนอย่างละเอียดจะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจราคาที่เหมาะสมและแข่งขันได้ในตลาด รวมทั้งสามารถบริหารจัดการผลกำไรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. การเตรียมการเกี่ยวกับ การบันทึกทางการเงินที่จำเป็น ทั้งนี้เพราะในการประกอบการนั้น ผู้ประกอบการต้องมีการกำหนดวิธีการและแนวทางในการบันทึกทางการเงินเพื่อให้ทราบถึงผลการประกอบการ การตรวจสอบ และการควบคุม ให้วิสาหกิจดำเนินการได้อย่างราบรื่นและเติบโต

กฎหมายและการประกันภัย

ในเรื่องที่เกี่ยวกับกฎหมายและการประกันภัยนั้น ในวิสาหกิจขนาดจ๋ว (micro business) ซึ่งองค์กรมีขนาดไม่เกิน 5 คน อาจไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องหรือดำเนินการในส่วนนี้ แต่หากเป็นวิสาหกิจที่มีขนาดใหญ่ขึ้น (คือ องค์กรมีขนาดที่เกินกว่า 20 คนขึ้นไป) วิสาหกิจต้องใส่ใจและพิจารณาอย่างรอบคอบเกี่ยวกับกฎหมายและการประกันภัย เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาตามมาในภายหลัง ซึ่งประเด็นของกฎหมายและการประกันภัย มีดังนี้

1. รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ ว่าจะเป็นในรูปแบบใด เช่น ห้างหุ้นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด เป็นต้น
2. ระเบียบ กฎเกณฑ์ที่ต้องปฏิบัติ ในแต่ละรูปแบบธุรกิจ ซึ่งแตกต่างกัน และมีเงื่อนไขที่จะส่งผลต่อการแบ่งปันผลประโยชน์ให้กับผู้เป็นเจ้าของ หรือผู้ถือหุ้นของวิสาหกิจ
3. การประกันภัย แบบใดที่ต้องการ เนื่องจากในทุกวันนี้มีภัยมากมาย ที่อาจเกิดขึ้นกับวิสาหกิจ ไม่ว่าจะเป็นภัยทางธรรมชาติ (เช่น วาตภัย อุทกภัย แผ่นดินไหว เป็นต้น) หรือภัยอันเกิดจากสิ่งที่ไม่คาดคิด เช่น การเกิดจลาจล การเกิดไฟไหม้ เป็นต้น

เจาะเส้นทางทำกิน ปั๊มเพาะตัวตน



เครดิตภาพ: www.make-it-in-germany.com

หากคุณกำลังวางแผนเป็นเจ้าของธุรกิจของตัวเอง หรือกำลังดำเนินวิสาหกิจที่มีความมุ่งหมายเพื่อความร่ำรวยและมั่นคง เคล็ดลับประการหนึ่งที่คุณต้องตระหนักู้ในการทำธุรกิจ ก็คือความสำเร็จไม่ได้อยู่ที่การรู้ว่าสิ่งนั้นทำอย่างไร แต่ความสำเร็จอยู่ที่ทำอย่างไรจึงเกิดผลกำไรกับสิ่งนั้นต่างหาก ซึ่งผู้ที่ประสบความสำเร็จส่วนมากมักไม่ได้ตระหนักถึงความแตกต่างในข้อนี้ ทั้งนี้เพราะความล้มเหลวทางธุรกิจส่วนใหญ่ เกิดจากปัญหาด้านการบริหาร ซึ่งหากคุณเป็นเจ้าของวิสาหกิจที่ไม่ทราบจุดเด่น-จุดด้อยของตนเอง จุดแข็ง-จุดอ่อนในด้านความคิดการทำธุรกิจ รวมไปถึงโอกาสของการทำธุรกิจตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินกิจการ อาจทำให้คุณพลาดโอกาสอันสำคัญของการเป็นเจ้าของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างแน่นอน

ในการเปลี่ยนสถานะมาสู่การเป็นเจ้าของกิจการนั้น นอกเหนือจาก

ผลตอบแทนที่จะทำให้เกิดความมั่งคั่งแล้วนั้น ยังส่งผลอีกหลากหลายประการในการทำธุรกิจ อาทิเช่น ความภาคภูมิใจที่ได้เป็นผู้ผลิตสินค้าคุณภาพสู่มือผู้บริโภค ความพึงพอใจที่ได้ส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ ความสุขจากการได้ผลิตสินค้าที่เกิดจากความชำนาญหรือความชื่นชอบส่วนตัว เป็นต้น แต่ทว่าในแวดวงของคนที่เป็นเจ้าของวิสาหกิจหรือเจ้าของกิจการ โดยเฉพาะกิจการที่เริ่มต้นด้วยธุรกิจขนาดเล็กที่ต้องการก้าวเข้าสู่การทำธุรกิจที่มีการเติบโตเพื่อแสวงหาชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นนั้น ต้องการการใส่ใจในประเด็นต่อไปนี้

- ๑ **ทำสิ่งที่ใจรัก** | เมื่อได้ทำธุรกิจที่อยู่ในแบบของความชื่นชอบส่วนตัว การทำงานที่ช่วยสร้างผลกำไร การประกอบกิจการที่ทำกำไรอย่างต่อเนื่อง และการทำงานอย่างมีความสุขส่งผลให้กิจการประสบความสำเร็จได้ง่ายยิ่งขึ้น เพราะในความเป็นจริงนั้น หากเจ้าของวิสาหกิจไม่รู้สึกรักกับสิ่งที่ตนทำอยู่ โอกาสที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นย่อมเป็นไปได้ยาก
- ๑ **จริงจังกับทุกสิ่งที่ได้ลงมือทำ** | ทั้งนี้เพราะคุณไม่อาจจะคาดหวังถึงสิ่งที่เรียกว่าเป็นความสำเร็จได้ หากเจ้าของวิสาหกิจยังขาดความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการที่นำเสนอ
- ๑ **วางแผนในทุกสิ่งที่ตั้งใจจะทำ** | ฝึกหัดเป็นคนวางแผนล่วงหน้า ก่อนลงมือทำสิ่งใดให้เป็นนิสัย โดยเฉพาะในการทำธุรกิจ เพราะการวางแผนทำให้ได้คิด วิเคราะห์ มองในสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างรอบด้าน และตัดสินใจโดยอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่มีอยู่ในมือ ไม่ใช่เป็นการตัดสินใจดำเนินการหรือทำไปด้วยความเคยชินหรือความสำเร็จในอดีต
- ๑ **บริหารเงินอย่างชาญฉลาด** | เพราะหัวใจของการทำธุรกิจก็คือการบริหารเงินทุนหมุนเวียน (Cashflow) เพราะในการทำธุรกิจในแต่ละวันนั้น ต้องมีการซื้อสินค้าจ่ายค่าบริการ ทำการตลาด ซ่อมแซม และซื้อเครื่องไม้เครื่องมือมาทดแทนของเก่าหรือแม้แต่การจ่ายค่าตอบแทนให้กับตนเองในการทำงาน



- ๑ **ขายของให้เป็น** | ในการประกอบการ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดเล็กนั้น ไม่จำเป็นต้องมีการโฆษณา การส่งเสริมการขาย หรือกิจกรรมทางการตลาดใดๆ ขอเพียงแค่ “ขายของให้เป็น” ก็ย่อมทำให้เกิดรายได้เข้ามาหมุนเวียนในวิสาหกิจได้
- ๑ **จำไว้ว่า ลูกค้าคือพระเจ้า** | ในการดำเนินการวิสาหกิจขนาดจิ๋วนี้ ไม่สำคัญว่าคุณจะขายสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะขายสินค้า/บริการที่ราคาเท่าใด คนสำคัญที่ต้องให้ความสนใจและทุ่มความสนใจให้มากที่สุดก็คือ “ลูกค้า” เพราะไม่ว่าธุรกิจจะรุ่งหรือพุบก็อยู่ที่ลูกค้า ดังนั้น นโยบายต่างๆ การรับประกัน การจ่ายเงิน การส่งเสริมการขาย หรือเว็บไซต์ ล้วนแล้วแต่ต้องดำเนินการเพื่อรองรับต่อความต้องการ/ความสนใจ และพฤติกรรมของลูกค้าทั้งสิ้น เพราะการทำให้ลูกค้าพึงพอใจเป็นสิ่งสำคัญสูงสุดของการประกอบธุรกิจ

- ๑๐ **ทำทุกวิถีทาง เพื่อรู้จักและเข้าใจลูกค้า** | ประเด็นสำคัญในโลกแห่งการแข่งขัน ปัจจุบันก็คือ การนำเสนอหรือสร้างการดึงดูดความสนใจในแบบเฉพาะบุคคลส่งผลให้การรู้จักและเข้าใจลูกค้าอย่างถ่องแท้โดยเฉพาะการตอบสนองในรายละเอียดเล็กๆน้อยๆ ที่สร้างความสนใจเฉพาะบุคคล ทำให้เกิดการซื้อขายจากลูกค้าได้ในที่สุด
- ๑๑ **สร้างทีมงานที่แข็งแกร่ง** | ทั้งนี้เพราะไม่มีใครที่จะสร้างธุรกิจได้สำเร็จและสร้างการเติบโตให้ขยายใหญ่ขึ้นเพียงลำพัง การสร้างทีมงานจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการปลุกปั้นวิสาหกิจให้ขยายตัว ทีมงานที่ตั้งขึ้นนี้ อาจเป็นสมาชิกในครอบครัวเพื่อนฝูง คู่ค้า พันธมิตรธุรกิจ หรือแม้แต่ผู้รับช่วงการผลิตก็ตาม
- ๑๒ **ต้องเป็นผู้รู้จักจริงในสิ่งที่ทำ** | การแก้ปัญหาบางอย่างต้องการคนที่เป็นผู้เชี่ยวชาญหรือชำนาญการ มาช่วยทำให้ปัญหาเหล่านั้นลุล่วงไปเพราะคนที่รู้จักจริงเท่านั้น ที่จะทำให้ปัญหาลุล่วงไปในเวลาอันรวดเร็ว ดังนั้นการที่คุณจัดตั้งบริษัทที่นำเสนอหรือแสดงออกถึงความเชี่ยวชาญบางอย่าง (เช่น ทำขนมได้อร่อยสุด ตัดเสื้อผ้าด้วยแพทเทิร์นที่พอดีใส่แล้วทรงสวย เป็นต้น) ทำให้เกิดความไว้วางใจและเชื่อถือในสินค้าและบริการที่เสนอขาย
- ๑๓ **ต้องมีความได้เปรียบในการแข่งขัน** | การตั้งคำถามกับตัวเองบ่อยๆ ว่าเหตุใดผู้คนที่เป็ลูกค้าอยู่ในปัจจุบันนี้ถึงซื้อสินค้า/บริการจากคุณ เพื่อที่จะหาว่า มีข้อได้เปรียบใดที่เป็นที่ยอมรับของลูกค้าและลูกค้าให้คุณค่าในเรื่องเหล่านั้น
- ๑๔ **สามารถเข้าถึงได้ง่าย** | ในการทำธุรกิจ หากเจ้าของวิสาหกิจเป็นผู้ที่ตามตัวยาก หรือเข้าถึงได้ยาก ย่อมส่งผลให้การเข้าถึงสินค้า/บริการดูคล้ายยุ่งยากตามไปด้วย ดังนั้นเจ้าของวิสาหกิจต้องทำตัวให้เป็นบุคคลที่เป็นมิตรกับทุกคนและสามารถเข้าถึงได้ง่าย

- ๑๐ **ต้องรู้จักการเจรจาต่อรอง** | ทั้งนี้เพราะในโลกธุรกิจ ผู้เป็นเจ้าของกิจการต้องมีการต่อรองกับทั้งผู้ที่เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบ (suppliers) และผู้ที่จะมาเป็นหุ้นส่วนธุรกิจต่างๆ ดังนั้น การเจรจาต่อรองเพื่อไม่ให้เกิดข้อเสียเปรียบทางการค้า เป็นสิ่งจำเป็นที่ควรคำนึงถึง
- ๑๑ **ต้องเป็นคนมีระเบียบ** | เจ้าของวิสาหกิจต้องรู้จักแยกแยะสิ่งที่เข้ามารวมทั้งจัดระเบียบให้เรียบร้อย เพื่อให้ สะอาด สบายตา และยังหาสิ่งของต่างๆ ได้ง่ายดาย นอกจากนี้ การมีระเบียบในการทำงานยังช่วยลดความล่าช้าหรือความเินยื้ออันเกิดจากสภาพวิสาหกิจที่รกรุงรัง
- ๑๒ **ต้องตามติดลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ** | การที่วิสาหกิจมีการติดต่อกับผู้เป็นลูกค้าอย่างสม่ำเสมอภายหลังจากการขาย (เช่น การโทรสอบถาม การรับประกัน การรับเปลี่ยนสินค้าฯ) ย่อมส่งผลให้วิสาหกิจมีสัมพันธภาพอันดีกับลูกค้า ซึ่งจะนำไปให้เกิด “ความจงรักภักดี” ต่อตราสินค้าหรือต่อสินค้าได้ตามมา เป็นการดึงดูดให้ลูกค้าอยู่กับสินค้า/บริการให้นานที่สุด

โบยบินสู่โลกธุรกิจ เริ่มต้นกันเดี๋ยวนี้



เครดิตภาพ: www.howtocreateanonlinemagazine.com

เมื่อคนส่วนมากคิดจะมีธุรกิจของตนเอง มักคิดถึงการเริ่มต้นจากศูนย์ คือเริ่มต้นจากการที่ไม่มีอะไรเลย ถึงแม้จะมีความฝันและแรงบันดาลใจที่น่ามาสู่จุดเริ่มต้น แต่ทว่าในโลกของการทำธุรกิจนั้นมีการแข่งขันอยู่ไม่น้อยจึงทำให้โอกาสหรือช่องว่างที่จะให้ความฝันได้แทรกตัวเข้าไปก็มีอยู่ไม่มากนัก ซึ่งผู้ประกอบการต้องเลือกให้ได้ว่าต้องการอยู่ในธุรกิจประเภทใด ไม่ว่าจะเป็นอาหาร สมุนไพร จักรสาน ของแต่งบ้าน เครื่องใช้ เครื่องประดับ ของฝากของที่ระลึก ฯลฯ

เมื่อเลือกได้แล้วก็ต้องกำหนดว่าต้องการอยู่ในขั้นตอนใดของการดำเนินธุรกิจ อาทิ ต้องการเป็นผู้ประกอบการในแบบซื้อมาขายไป เป็นผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตเอง เป็นผู้ประกอบการแบบรับจ้างผลิต เป็นผู้ประกอบการที่เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ขายเอง เป็นผู้ประกอบการที่เป็นผู้ขาย หรือเป็นผู้ประกอบการที่เป็นการต่อยอดจากธุรกิจอื่น เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการอาจมีทางเลือกของการเริ่มต้นธุรกิจด้วยการพิจารณาจากธุรกิจที่มีอยู่แล้ว ธุรกิจที่ได้รับการบริหารจัดการอย่างลงตัวและเจ้าของต้องการขยายตัวในแบบของธุรกิจเฟรนไชส์ หรือแม้แต่กรณีที่เจ้าของธุรกิจต้องการขายกิจการด้วยเหตุผลต่างๆ อาทิ เจ้าของต้องการปลดเกษียณ

เจ้าของมีปัญหาสุขภาพ หรือแม้แต่ธุรกิจมีการเติบโตเร็วกว่าความต้องการเงิน
เจ้าของรับมือไม่ทัน(จึงต้องการเครือข่ายหรือหุ้นส่วนของธุรกิจมารองรับการ
เติบโต) แต่ไม่ว่าจะเริ่มต้นธุรกิจด้วยเหตุผลใดก็ตาม ควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้
ก่อนที่จะเริ่มต้นอย่างจริงจัง

- ๑ **ความเสี่ยงด้านการเงิน** | ผู้ที่เริ่มต้นทำธุรกิจจำนวนมาก มักจะ
นำเงินออมส่วนตัว หรือเงินออมของครอบครัว มาเป็นทุนในการทำ
ธุรกิจ ซึ่งแม้เจ้าของวิสาหกิจอาจเล็งเห็นโอกาสบางอย่างจากการ
ประกอบธุรกิจก็ตาม แต่ก็ไม่มีสิ่งใดที่จะรับรองได้ว่าธุรกิจที่เพิ่งเริ่ม
ประกอบกิจการนี้จะประสบความสำเร็จหรือได้รับผลตอบแทนมากนัก
เพียงใด หรืออย่างน้อย ก็ยังไม่มีสิ่งใดรับรองเช่นกันว่า นานแค่ไหน
ที่ธุรกิจจึงอยู่ตัวและสร้างรายได้ให้กับผู้ลงทุน
- ๑ **ความเสี่ยงในอาชีพการงาน** | แม้ว่าการเริ่มต้นเป็นเจ้าของวิสาหกิจ
จะเป็นทางเลือกหลังจากมีประสบการณ์จากการทำงานประจำ
และมีความพร้อมที่มากพอสำหรับการเริ่มต้นทำธุรกิจ แต่หากว่า
ธุรกิจที่ได้เริ่มทำนี้ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ก็อาจส่งผลให้
เจ้าของวิสาหกิจต้องตัดสินใจที่จะกลับคืนสู่การทำงานประจำ
อีกครั้งหนึ่งย่อมมีความเสี่ยงจากอุปสรรคในการหางานใหม่
- ๑ **ความเสี่ยงในการสร้างความกดดันภายในครอบครัว** | การเริ่มต้น
ธุรกิจของผู้ประกอบการใหม่ ที่จำเป็นต้องทุ่มเทแรงกาย แรงใจ และ
ทุ่มเทในระยะเวลาให้กับวิสาหกิจเปิดใหม่นี้ ทำให้ทั้งเจ้าของวิสาหกิจ
เองอาจต้องห่างเหินจากครอบครัว หรือ แม้แต่ครอบครัวเองก็ต้อง
เสียสละที่จะช่วยเหลือผู้ประกอบการมือใหม่นี้
- ๑ **ความเสี่ยงด้านสภาพจิตใจ** | เรื่องนี้อาจไม่ค่อยถูกพูดถึงมากนัก
แต่ก็เป็นเรื่องสำคัญเพราะหากธุรกิจเกิดไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่
ควรก็อาจทำให้เกิดการสูญเสียความมั่นใจ หรือรู้สึกไม่มั่นคงได้

และถึงแม้ว่าจะไม่มีสภาวะต่างๆดังกล่าวข้างต้นก็ตาม ผู้ที่จะเริ่มต้นธุรกิจ
ใหม่ก็อาจได้พบกับ ข้อติดขัดในรูปแบบต่างๆ ที่ทำให้ผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่ต้อง
ขบคิดหรือแก้ปัญหาก่อนที่จะได้เริ่มต้นกันอย่างจริงจัง ดังนั้นการคิดไตร่ตรอง
อย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจขั้นสุดท้าย (final decision) ถึงข้อดี-ข้อเสีย ของ
ทางเลือกในรูปแบบธุรกิจต่างๆ ดังนี้

การเริ่มต้นธุรกิจชนิดใหม่

ข้อได้เปรียบ

ข้อเสียเปรียบ

- มีอิสระในการเลือกชนิดของธุรกิจ
- สามารถเริ่มต้นจากขนาดใดก็ได้ตามเงินลงทุนที่มีอยู่ในมือ
- สามารถเริ่มต้นจากเงินลงทุนที่ไม่มากนัก เนื่องจากไม่ต้องจ่ายเงินในค่าลิขสิทธิ์ใดๆ
- ต้องใช้เวลาในการสร้างสายสัมพันธ์และความเชื่อถือในการประกอบธุรกิจ
- การเริ่มต้นเป็นไปอย่างเชื่องช้า ต้องใช้ความอดทนและความพยายามสูงในการหาลูกค้าพัฒนาสินค้า และการพัฒนาบุคลากร
- มีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนสูง ผู้ประกอบการต้องลองผิดลองถูกในการเริ่มต้นธุรกิจเอง

การซื้อกิจการที่มีอยู่แล้ว

ข้อได้เปรียบ

ข้อเสียเปรียบ

- ได้รับรายได้ทันที จากการประกอบการ เพราะสามารถขายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าที่มีอยู่แล้ว
- สายสัมพันธ์ของธุรกิจได้ถูกเชื่อมโยงไว้แล้ว โดยเฉพาะในส่วนของผู้จัดหาวัตถุดิบ (suppliers) สินค้า หรือองค์กร ที่ต้องติดต่อซื้อขายต่างๆ ทำให้ไม่ต้องสร้างสายสัมพันธ์ขึ้นใหม่หรือต้องใช้เวลาในการติดต่อสร้างสัมพันธ์
- พนักงานลูกจ้าง มีความคุ้นเคยและมีทักษะในการทำงาน สามารถให้ความช่วยเหลือและทำให้การดำเนินกิจการมีความต่อเนื่อง
- การดำเนินงานที่อยู่ตัวแล้ว ช่วยลดความไม่แน่นอนในการดำเนินธุรกิจให้ต่อเนื่อง
- ทำเลที่ตั้ง อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ภาพลักษณ์และนโยบาย เปลี่ยนแปลงได้ยาก
- การบริหารกิจการโดยผู้ประกอบการรายเก่าได้รับการไว้วางใจเชื่อถือจากผู้ที่เกี่ยวข้อง (ทั้งในส่วนของผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้ให้สินเชื่อ หรือลูกค้า ฯ) ทำให้การเปลี่ยนมือของเจ้าของกิจการอาจถูกมองว่าเป็นความสูญเสียทางพนักงานลูกจ้าง มีความคุ้นเคยและมีทักษะในธุรกิจ หรือเป็นความล้มเหลวของกิจการ

การซื้อขายเฟรนไชส์

ข้อได้เปรียบ

- มีโอกาสประสบความสำเร็จสูง เนื่องจากธุรกิจ ได้พัฒนาจนประสบความสำเร็จ และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และยอมรับจากบุคคลทั่วไปแล้ว
- ช่วยย่นระยะเวลาในการเรียนรู้ เพราะเจ้าของเฟรนไชส์ได้พัฒนาการดำเนินธุรกิจมาแล้ว
- เครื่องหมายการค้าได้รับการยอมรับ
- มีความประหยัลดอันเนื่องมาจากการซื้อวัตถุดิบทีละมากๆ (เพราะการรวบรวมคำสั่งซื้อวัตถุดิบ ทั้งจากเจ้าของและลูกข่ายเฟรนไชส์)
- มีการโฆษณาและสนับสนุนการขายร่วมกัน
- มีการฝึกอบรมและถ่ายโอนความเชี่ยวชาญ
- ผู้ขายเฟรนไชส์ต้องช่วยเหลือผู้ซื้อเฟรนไชส์ตามข้อตกลงตลอดอายุสัญญา

ข้อเสียเปรียบ

- ขาดอิสระในการดำเนินธุรกิจ เพราะผู้ซื้อเฟรนไชส์ต้องดำเนินธุรกิจตามรูปแบบที่ผู้ขายเฟรนไชส์กำหนดไว้เท่านั้น
- ไม่มีหลักประกันความสำเร็จ
- การซื้อธุรกิจเฟรนไชส์ ต้องใช้เงินลงทุนสูง เพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิในการประกอบกิจการ เช่น ต้องเสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า ต้องลงทุนในการตกแต่งร้านตามข้อตกลง เป็นต้น

นอกเหนือจากทางเลือกของรูปแบบธุรกิจที่ต้องตัดสินใจแล้ว การเริ่มต้นเป็นเจ้าของธุรกิจ ยังต้องพิจารณาในเรื่องอื่นๆ อีก คือ

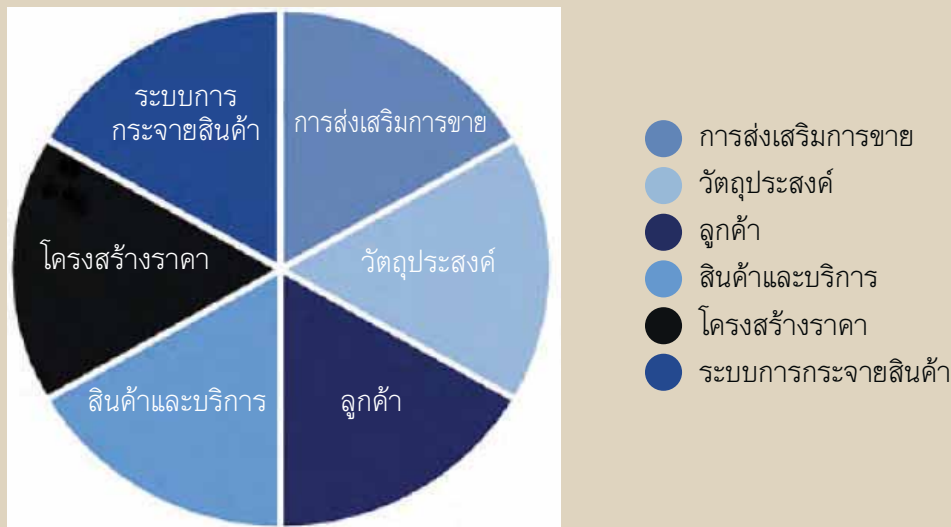
- ๑ **การเลือกกลยุทธ์การตลาด** | การพิจารณาภาพรวมของธุรกิจ ที่ต้องการนำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมายว่าทำการแบ่งส่วนตลาดอย่างไร (segmentation) และธุรกิจต้องการมุ่งไปที่กลุ่มใดบ้าง (target group) รวมไปถึงการวางตำแหน่งทางการตลาด เพื่อสร้างความแตกต่าง

จากคู่แข่งอย่างเป็นรูปธรรม (market positioning) นอกจากนี้กลยุทธ์การตลาดยังมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ ดังแผนภูมิ

๑ **การกำหนดวัตถุประสงค์ ที่ต้องสัมพันธ์กับความอยู่รอดของธุรกิจ |**

อาทิผลประโยชน์และกำไร สถานะทางการตลาด อยู่ในสถานะของดาวเด่นที่ต้องการการขยายตัวสูงและส่วนแบ่งตลาดสูง สถานะของสินค้าทำเงินที่มีอัตราการขยายตัวต่ำแต่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูง สถานะของสินค้าที่ไร้ทิศทางที่มีการขยายตัวสูงแต่ส่วนแบ่งตลาดต่ำหรือสถานะตกต่ำที่ทั้งอัตราการขยายตัวและสัดส่วนการตลาดต่ำ การบริการลูกค้า ความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์สินค้าใหม่ๆ การจัดหาเงินทุนเพื่อการลงทุนและการเพิ่มทุน และการปฏิบัติงานของลูกค้า(ว่าเป็นความต้องการจ้างงานประจำก็อัตราและมีพนักงานชั่วคราวมากน้อยเพียงใด)

๑ **ข้อมูลลูกค้า |** ในการดำเนินธุรกิจนั้น ผู้ประกอบการต้องรู้จักและมีความเข้าใจลูกค้าอย่างถ่องแท้ แต่เดิมนั้น ผู้ประกอบการต้องรู้ว่าลูกค้าที่ต้องการคือใคร มีความชอบอะไร มีเพศ อายุ หน้าที่การงาน รายได้เฉลี่ย มากน้อยแค่ไหน แต่ในปัจจุบันพฤติกรรมหรือไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมายได้เข้ามาบีบบาท ต่อการรวมกลุ่มและการตัดสินใจซื้อจึงทำให้การทำความเข้าใจเกี่ยวกับลูกค้าให้ความสนใจเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้ามีเพิ่มขึ้น ตัวอย่างเช่น การรวมกลุ่มของกลุ่มคนที่รักสุขภาพซึ่งไม่ได้จำกัดว่าจะต้องมีอายุในช่วงใด (อาจเป็นอายุช่วงวัยรุ่น อายุช่วงวัยทำงาน อายุช่วงวัยกลางคน หรืออายุช่วงสูงวัย ก็เป็นได้) โดยกลุ่มคนที่รักสุขภาพนี้ มีกิจกรรมพฤติกรรม และความต้องการไปในทิศทางเดียวกัน อย่างเช่น มีความระมัดระวังในเรื่องอาหารการกิน มีความสนใจในเรื่องวิตามินหรืออาหารเสริม บางคนอาจสนใจที่จะเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ เป็นต้น



๑ **สินค้าและบริการ** | นอกเหนือจากการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพแล้ว สิ่งที่ต้องพิจารณาเพิ่มเติม เพื่อให้สินค้าและบริการเป็นที่ต้องการ ก็คือ

- สินค้าที่มี ตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่
- มีสินค้าที่หลากหลายมากเพียงพอให้ลูกค้าเลือกหรือไม่
- จำเป็นต้องมีสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องอีกหรือไม่
- การบริการหลังการขาย การรับประกัน การติดตั้ง หรือ การจัดส่งสินค้าเป็นอย่างไร
- วิสาหกิจมีนโยบายในการชดเชยความไม่พอใจในสินค้าหรือไม่ ซึ่งการสอบถามหรือพิจารณาประเด็นเหล่านี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าและบริการที่น่าเสนอ

๑ **โครงสร้างราคา** | การกำหนดเรื่องโครงสร้างราคาเป็นเรื่องละเอียดอ่อน ที่ผู้ประกอบการต้องระมัดระวัง และให้ความสำคัญไม่น้อยไปกว่าประเด็นอื่นๆ ทั้งนี้เพราะการกำหนดโครงสร้างราคา ขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และต้องครอบคลุมต้นทุนด้วย ซึ่งการกำหนดราคาพื้นฐาน มีด้วยกัน 3 แบบ คือ

- ต้นทุนและการบวกเพิ่มเป็นวิธีธรรมดาในการกำหนดราคาสินค้า ขายปลีกโดยการบวกมูลค่าเพิ่มจากค่าใช้จ่ายต่อหน่วยของ สินค้าซึ่งครอบคลุมถึงต้นทุนในการดำเนินงานและผลกำไร



ส่วนหนึ่งรวมทั้งรายจ่ายทั้งหมด (ต้นทุนทางอ้อม) ไม่ว่าจะเป็นรายจ่ายด้านการจัดเตรียมและ / หรือจัดทำเอกสาร ค่าธรรมเนียมทางกฎหมายและบัญชี เบี้ยประกัน ภาระดอกเบี้ยและอื่นๆ

- กำหนดราคาตามความต้องการของตลาด วิธีนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการประมาณความต้องการ (demand) ราคาสินค้าจะเพิ่มสูงขึ้นเมื่อความต้องการเพิ่มขึ้น และราคาที่ลดต่ำลงเมื่อความต้องการลดลง ประเด็นก็คือ ปริมาณความเปลี่ยนแปลงของยอดขายจะสัมพันธ์กับราคาที่สูงขึ้น หรือราคาที่ลดต่ำลง ราคาสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้นหรือลดต่ำลง ส่งผลต่อกำไรที่จะได้รับ
- กำหนดราคาตามการแข่งขัน ธุรกิจบางประเภท ตั้งราคาสินค้าบนพื้นฐานของราคาสินค้าที่คู่แข่งกำหนด ถ้าตั้งราคาสินค้าสูงกว่าคู่แข่ง จะพบอุปสรรคในด้านยอดขายหากคุณภาพของสินค้ามีความใกล้เคียงกับคู่แข่งหรือด้อยกว่าคู่แข่งโดยมีสมมุติฐานขั้นพื้นฐาน ก็คือ ราคาสินค้าของคู่แข่งทำให้เขาได้กำไร ซึ่งผลกำไรส่วนนี้มีผลกับความอยู่รอดของธุรกิจ จึงควรตรวจสอบในส่วนของการให้บริการและทำให้ลูกค้ารู้ว่า พวกเขาจะได้รับอะไรที่มากกว่าจากการซื้อสินค้าที่มีราคาสูงกว่า

๑ **ช่องทางการจำหน่าย** | ความรู้เรื่องช่องทางการจำหน่าย เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจ ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีความเข้าใจในลักษณะของธุรกิจและกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ เพื่อจะได้วางแผนช่องทางการจำหน่ายให้สอดคล้องกันว่าต้องการ

ทำตลาดในแบบตลาดทั่วประเทศ (mass market) หรือตลาดในแบบเฉพาะกลุ่ม (niche market) เพราะในแต่ละรูปแบบของการทำตลาดนั้นมีช่องทางการจำหน่ายที่แตกต่างกัน และผู้ที่เป็นตัวกลางในการจำหน่ายก็มีศักยภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แตกต่างกันด้วย

๑๐ **การสื่อสารการตลาด** | การสื่อสารการตลาดเป็นการวางแผนวิธีการและสื่อที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ต้องการนำเสนอ ซึ่งการสื่อสารการตลาดที่ได้ผลนั้น ประกอบไปด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ

- เนื้อหาในการสื่อสาร (content)
- สื่อที่เป็นตัวกลางในการสื่อสาร (Media)
- ความถี่และเวลาที่เหมาะสมในการสื่อสาร

๑๑ **การเลือกทำเลที่ตั้ง** | ทำเลที่ตั้ง เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการทำธุรกิจโดยเฉพาะหากเป็นธุรกิจที่จำเป็นต้องมีหน้าร้านเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ โดยมีเงื่อนไขหนึ่งของการเลือกทำเลก็คือ การตัดสินใจว่าจะเป็นพื้นที่เช่าหรือต้องการซื้อขาดเพื่อเป็นเจ้าของ ซึ่งทางเลือกของการตัดสินใจเช่า จะต้องพิจารณาถึง

- เงื่อนไขของสัญญาเช่า และการต่ออายุสัญญาเช่า ทั้งนี้สัญญาเช่าที่ให้ระยะเวลานานย่อมส่งผลต่อการพัฒนาสิ่งปลูกสร้างที่จะมีขึ้นในพื้นที่เช่าด้วย
- ภาระในการปรับปรุงหรือพัฒนาพื้นที่เช่า เป็นของใคร และใครจะเป็นเจ้าของในส่วนที่ปรับปรุงหรือพัฒนานั้น
- สิทธิในการให้เช่าช่วง หรือแบ่งเช่า เป็นอย่างไร และใครเป็นผู้ได้ประโยชน์จากการให้เช่าช่วงหรือแบ่งเช่า
- สัดส่วนภาระเงินประกัน ระหว่างผู้ให้เช่าและผู้เช่าเป็นอย่างไร จะต้องชำระเงินประกันหรือค่าเช่าล่วงหน้ามากเพียงใด และจะสามารถได้รับคืนเงินประกันหรือไม่ เมื่อสัญญานั้นสิ้นสุดลง
- กฎ-ระเบียบ และเงื่อนไขของการใช้ทรัพย์สินเป็นอย่างไร ใครจะเป็นผู้มีสิทธิในทรัพย์สินถาวร (อาคารและสิ่งปลูกสร้าง) เมื่อสิ้นสุดสัญญา

ทั้งนี้ พื้นที่หลักๆ ที่เลือกเป็นทำเลที่ตั้งของธุรกิจ มีอาทิ ย่านการค้า ชุมชน หรือเมืองใหญ่ และพื้นที่จัดสรร ซึ่งมีสิ่งที่ต้องพิจารณาประกอบ ดังนี้

สถานที่ตั้ง	สิ่งที่ต้องการ	สิ่งที่ต้องหลีกเลี่ยง
ย่านการค้า	- การเพิ่มขึ้นของประชากร - การขยายตัวของตลาด - การแข่งขันทางการค้า	- การลดลงของประชากร - การเปลี่ยนแปลงของย่านการค้าหรือการปรับตัวของชุมชน
ย่านชุมชนหรือเมืองใหญ่	- แนวโน้มการเติบโตของชุมชนหรือเมืองใหญ่ - การมีแรงงานที่เพียงพอเพื่อรองรับชุมชนหรือเมืองใหญ่นั้น - การอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ	
พื้นที่จัดสรร	ในวิสาหกิจที่ให้บริการและการค้าปลีก - ความสะดวกในการเข้าถึงของลูกค้า - ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการครอบครองพื้นที่ - เงื่อนไขสัญญาและการใช้พื้นที่ในวิสาหกิจด้านการผลิตและค้าส่ง - ความสะดวกด้านการคมนาคม - ความพร้อมด้านสาธารณูปโภค - ศักยภาพของการขยายตัวของพื้นที่	ความชื่นชอบส่วนตัวที่มีต่อสภาพแวดล้อมและสังคม



๑๑ **พนักงานลูกจ้าง** | แม้ว่าจะมีวิสาหกิจจำนวนมากเติบโตมาจากการเริ่มต้นที่มีเจ้าของเพียงคนเดียว แต่เมื่อกิจการขยายตัว ก็ย่อมต้องมีบุคลากรที่มีความรู้-ความสามารถและไว้วางใจได้ มาช่วย ซึ่งเจ้าของวิสาหกิจจำเป็นต้องมีการวางแผนงานถึงความต้องการบุคลากร (ว่าต้องการบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ-ชำนาญในด้านใด มีความต้องการมากน้อยแค่ไหน รวมทั้งวิสาหกิจเองมีทิศทางของการพัฒนาบุคลากรเหล่านี้อย่างไร ฯ) ทั้งนี้เพราะบุคลากรที่มีคุณภาพมีส่วนสำคัญและส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร การที่วิสาหกิจได้วางแผนงานไว้อย่างชัดเจน ส่งผลต่อความดึงดูดความสนใจของบุคลากรที่จะมาร่วมงานด้วย ซึ่งแผนงานนี้ มี อาทิ

- การสร้างแรงจูงใจในตำแหน่งงาน
- การมอบหมายงาน
- การกำหนดวันหยุด และการลาพักร้อน
- การประเมินผลการทำงาน
- การกำหนดแผนการพัฒนาบุคลากร ด้านการอบรม หรือการฝึกงาน

- ๑ **การเลือกแหล่งเงินทุน** | เงินทุน คือปัจจัยในการลงทุนธุรกิจที่มีทั้งในรูปของเงินสดและสินทรัพย์ เช่น เครื่องจักร อาคาร สถานที่ ทั้งนี้จำนวนเงินลงทุนจะเป็นปัจจัยบ่งชี้สถานะของวิสาหกิจและการบริหารเงินทุนที่มีประสิทธิภาพย่อมส่งผลต่อความมั่นคงของวิสาหกิจนั่นเอง โดยทั่วไปมีเงินทุน 2 แบบในการใช้เริ่มต้นการประกอบการ
- แบบแรกคือ เงินทุนที่ได้จากการเก็บออมของเจ้าของวิสาหกิจเอง กับ
 - เงินทุนที่ได้จากการกู้ยืม จากสถาบันการเงิน

ซึ่งการกำหนดสัดส่วนของการใช้เงินทุนของเจ้าของวิสาหกิจเอง กับเงินทุนส่วนที่เป็นเงินกู้ยืม เป็นการตัดสินใจหลักจากเจ้าของวิสาหกิจ โดยมีประมาณการของเงินลงทุนที่มาจาก

1. (ถ้ามี) ค่าใช้จ่ายในการซื้อกิจการ หรือจ่ายค่าสิทธิในการทำเฟรนไชส์
2. ที่ดิน อาคารโรงงาน และสิ่งปลูกสร้างต่างๆ
3. เครื่องจักร และอุปกรณ์ในการผลิต
4. ค่าวัตถุดิบ รวมทั้งวัตถุดิบสำรองที่เตรียมไว้ในการผลิต
5. ค่าจัดตั้งธุรกิจ เช่น ค่าจดทะเบียนวิสาหกิจ ค่าใบอนุญาต การจัดตั้งโรงงาน เป็นต้น
6. ค่าโฆษณา
7. ค่าใช้จ่าย บุคลากรในระหว่างการจัดตั้งวิสาหกิจ
8. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานอื่นๆ (ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ในการเตรียมการ ฯ)
9. สำรองเพิ่มเพื่อฉุกเฉิน ในอัตรา ร้อยละ 10-20 ของค่าใช้จ่ายในข้อ 1-8

ในธุรกิจเปิดใหม่ (Start up) ที่ประสบความสำเร็จ ล้วนแล้วแต่มีการคำนวณต้นทุนมาเป็นอย่างดี โดยเตรียมเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจอย่างน้อย 6 เดือน ในช่วงเริ่มต้นซึ่งต้องครอบคลุมค่าใช้จ่ายทั้งหมดก่อนจะถึงจุดคุ้มทุน เพราะในความเป็นจริงนั้นการคาดหวังว่าจะสร้างรายได้ มีเงินเป็นกอบเป็นกำทันทีที่เปิดธุรกิจนั้น เป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยากมาก ดังนั้น การวางแผนคำนวณต้นทุนตั้งแต่ก่อนเริ่มต้นธุรกิจจึงเป็นหนทางที่ดีที่สุด โดยต้นทุนนั้น ได้แก่

- สิ่งที่ต้องใช้ในการเปิดธุรกิจ มีอาทิ อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์ รวมไปถึงพนักงาน เช่น พนักงานบัญชี พนักงานหน้าร้าน ฯ
 - รายละเอียดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับรายการสินค้าในคลังสินค้า สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในด้านการขายและการตลาด ใบอนุญาตจัดตั้งธุรกิจ ใบอนุญาตต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้ง ค่าธรรมเนียมทางกฎหมาย ในการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ ค่าที่ปรึกษาทางการตลาด หรือธุรกิจ
 - ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นรายเดือน อย่างเช่น ค่าเช่าออฟฟิศหรือค่าเช่าบ้าน ค่าโทรศัพท์ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าประกันภัยทางธุรกิจ ค่าประกันสุขภาพพนักงาน ค่าภาษี ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าจัดส่งสินค้าและบริการอื่นๆ
 - เงินเดือนพนักงาน ทั้งในระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการ สิ่งที่สำคัญในการคำนวณงบ ก็คือ ความแม่นยำในการประเมินราคา ซึ่งทางที่ดีที่สุดก็คือ คำนวณให้สูงกว่าที่คาดไว้เล็กน้อยและตรวจสอบตัวเลขนี้อย่างรอบคอบ ก่อนที่จะเริ่มต้นเขียนแผนธุรกิจ
- ๑ **เงินทุนหมุนเวียน** | ความเข้าใจและสามารถจัดการเกี่ยวกับเงินทุนหมุนเวียน คือการเงินในส่วนของการขายเงินเชื่อ และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น เงินเดือนพนักงาน ค่าสินค้าคงคลัง และค่าใช้จ่ายในการสำรองวัตถุดิบ เป็นต้น ความต้องการเงินทุนหมุนเวียน

ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย อาทิเช่น ระยะเวลาในการปล่อยสินเชื่อ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงคลัง สถานะของตลาดที่เฟื่องฟูหรือซบเซา ดังนั้น การบริหารเงินทุนเป็นสิ่งสำคัญที่ ผู้เป็นเจ้าของวิสาหกิจต้องทำด้วยความระมัดระวัง เพราะการบริหารเงินทุนที่ผิดพลาด ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ

ประมาณการกำไร-ขาดทุน | ประมาณการกำไร-ขาดทุนจัดทำขึ้นเพื่อคาดคะเนผลกำไรที่จะได้รับการลงทุน เมื่อต้องจัดทำงบกำไร-ขาดทุน ควรมองรายจ่ายในแง่ลบเล็กน้อย และไม่ควรมองรายได้ในอนาคตในแง่บวกมากเกินไป ทั้งนี้ เมื่อจัดทำประมาณการกำไร-ขาดทุนแล้ว สามารถนำมาพิจารณาผลกำไรก่อนการหักภาษีในประเด็นของการใช้ประโยชน์จากกำไรที่ได้รับในการพัฒนาธุรกิจต่อไปในอนาคตได้

รายละเอียด ที่ต้องจัดทำในประมาณการกำไร-ขาดทุน รายปี มีดังนี้

1. ยอดขาย (ต่อปี)
2. ต้นทุนสินค้าขาย ณ โรงงาน (ต่อปี)
 - 2.1 มูลค่าสินค้าคงคลังต้นงวด (ต้นปี)
 - 2.2 บวก วัตถุดิบซื้อ
 - 2.3 หัก มูลค่าสินค้าคงคลังปลายงวด (ปลายปี)
3. รวมต้นทุนสินค้าขาย ณ โรงงาน
4. กำไรเบื้องต้น (1.) - (3.)
5. หัก ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (ต่อปี)
 - 5.1 ค่าโฆษณา
 - 5.2 ค่าเสื่อมราคา
 - 5.3 ค่าประกันภัย
 - 5.4 ดอกเบี้ยจ่าย
 - 5.5 ค่าเครื่องเขียน
 - 5.6 ค่าเช่า
 - 5.7 เงินเดือนค่าจ้าง ในส่วนสำนักงาน

5.8 ค่าเดินทาง

6. รวมค่าใช้จ่ายในส่วนบริหาร

7. กำไรก่อนหักภาษี (4.) - (6.)

๑ **งบประมาณเงินสด** | ในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและเล็ก เงินสดเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เพราะสามารถนำไปใช้ซื้อวัตถุดิบ ชำระค่าสินค้า และชำระหนี้ต่างๆ ทั้งนี้ แม้งบกำไร-ขาดทุน จะสามารถแสดงให้เห็นว่าการประกอบการมีผลตอบแทนที่ดีหรือไม่ก็ตาม แต่ทว่าไม่ได้แสดงให้เห็นว่ากิจการมีเงินสดอยู่มากน้อยเพียงใดหรือสถานะของกระแสเงินสดของกิจการเป็นอย่างไร ดังนั้น การจัดทำงบประมาณเงินสดจึงช่วยให้เจ้าของวิสาหกิจรู้ถึงสภาพคล่องของกิจการ และยังช่วยให้เจ้าของวิสาหกิจสามารถปรับปรุงการใช้จ่ายเงินได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งการจัดทำงบกระแสเงินสด ช่วยทำให้เจ้าของวิสาหกิจสามารถเปรียบเทียบระหว่างเงินสดที่ประมาณการไว้กับสถานะจริง ซึ่งจะช่วยให้เห็นการอยู่รอดของวิสาหกิจ/ธุรกิจ



๑ **รูปแบบขององค์กรธุรกิจที่จัดตั้ง** | ผู้ประกอบการสามารถเลือกรูปแบบธุรกิจได้ตามแต่ที่ตนถนัด ซึ่งรูปแบบขององค์กรธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นนี้ นอกจากจะมีรูปแบบแตกต่างกันแล้ว การจดทะเบียนเงื่อนไข ความรับผิดชอบในวิสาหกิจ ยังเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละรูปแบบอีกด้วย ทั้งนี้ รูปแบบขององค์กรธุรกิจ มีดังนี้

1. **กิจการเจ้าของคนเดียว** | ผู้เป็นเจ้าของต้องรับผิดชอบในทุกๆ เรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจทรัพย์สินและกำไรทางธุรกิจตกเป็นของบุคคลเพียงคนเดียว
2. **ห้างหุ้นส่วน** | ในรูปแบบธุรกิจนี้ ความสัมพันธ์ทางธุรกิจเกิดจากบุคคลสองบุคคลหรือมากกว่าสองคนขึ้นไป รับผิดชอบในนามของห้างหุ้นส่วน ทรัพย์สินและผลกำไรทางธุรกิจตกเป็นของหุ้นส่วนทุกคน ในอัตราส่วนที่ตกลงกันได้
3. **บริษัทจำกัด** | ในกิจการแบบนี้ เป็นกิจการที่มีหุ้น (share หรือ stock) ซึ่งผู้ถือหุ้นของบริษัทจำกัด เรียกว่า “ผู้ถือหุ้น” มีฐานะเป็นเจ้าของหุ้น มิใช่เจ้าของกิจการ แต่มีสิทธิได้รับผลประโยชน์จากหุ้นที่ถืออยู่ในรูปของ “เงินปันผล” ที่ต้องเป็นไปตามกฎหมาย คือ จะต้องมีส่วนร่วมก่อตั้งจำนวนไม่น้อยกว่า 7 คน ได้ตกลงกันก่อตั้งบริษัท

กรณีศึกษา | การพัฒนาธุรกิจคนพิการ



เพื่อเป็นการสร้างการเปลี่ยนแปลงตัวคนพิการและสังคม ด้วยการดึงความเชื่อมั่นของผู้มีความบกพร่องทางร่างกายให้กลับคืนมา ปรับทัศนคติทำให้เป็นคนกล้าคิดกล้าแสดงออก ร่วมเป็นกำลังใจให้ผู้มีความบกพร่องทางร่างกาย มีเป้าหมายหรือแผนการดำเนินชีวิตให้ออกสู่สังคมรวมทั้งสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆที่อยู่ในสังคมอย่างมีความสุข ในอันที่จะส่งผลให้ทั้งครอบครัวและสังคม ได้เกิดการยอมรับ ชื่นชม ในตัวผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกายว่าแท้จริงแล้วความบกพร่องทางร่างกายนี้มิได้เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จ เพราะยังมีผู้ที่ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคและความบกพร่องที่เกิดขึ้น สามารถแสดงออกถึงความสามารถและใช้ชีวิตในสังคมได้เช่นคนปกติทั่วไป จึงได้มีหน่วยงานจำนวนมากได้ร่วมรณรงค์และเป็นกลไกสร้างการเปลี่ยนแปลงในทางบวกให้กับผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกายที่มีต่อสังคม

การเริ่มต้นดำเนินธุรกิจ โดยผู้ประกอบการที่เป็นผู้มีความบกพร่องทางร่างกายนั้น ไม่ได้มีความแตกต่างกับการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจโดยคนปกติทั่วไป แต่อย่างใดในแง่ของกระบวนการทำงาน แต่ทว่ากลับสะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจที่ดำเนินโดยผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกายนั้นมีศักยภาพของการประกอบการโดยไม่ได้ขึ้นอยู่กับภาวะสภาพของร่างกายแต่อย่างใด ซึ่งคุณสมบัติเบื้องต้นที่ผู้นำหรือเจ้าของธุรกิจ SMEs ควรเพื่อนำพาธุรกิจไปสู่จุดหมาย ก็คือ

- 1. มีวิสัยทัศน์และสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ** | การจะเป็นเจ้าของธุรกิจควรเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ สามารถมองการณ์ไกลเพื่อเล็งเห็นแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต มองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจ หรือแม้แต่เป้าหมายที่เจ้าของวิสาหกิจต้องการที่จะเห็นวิสาหกิจเป็นในอนาคต(เช่นในอีก3-5ปีข้างหน้า) ทั้งนี้ก็เพื่อให้เจ้าของวิสาหกิจเองและทีมงานมองเห็นทิศทางของการขับเคลื่อนวิสาหกิจไปสู่เป้าหมายเหล่านั้น นอกจากนี้แล้ว ความสามารถในการสื่อสารให้กับทีมงานได้รับทราบยอมช่วยกระตุ้นให้พนักงานของวิสาหกิจได้ทำงานอย่างมุ่งมั่นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของวิสัยทัศน์ที่เจ้าของต้องการนั้น
- 2. เจ้าของวิสาหกิจต้องเป็นแบบอย่างให้กับพนักงาน** | เจ้าของวิสาหกิจต้องคอยเป็นแรงบันดาลใจช่วยเหลือในเวลาที่จำเป็น คอยให้แนวทางในการทำงาน ให้คำปรึกษา คอยแก้ไขปัญหให้กับพนักงานหรือทีมงาน และคอยให้กำลังใจ เพื่อให้วิสาหกิจสามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3. เจ้าของวิสาหกิจต้องมีทัศนคติที่ดี** | ควรมีทัศนคติเชิงบวก ยิ้มแย้ม มีความมั่นใจ มีบุคลิกของผู้นำ ที่จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้กับพนักงานหรือทีมงาน ต้องไม่ปล่อยให้เกิดปัญหาที่บั่นทอนขวัญและกำลังใจของพนักงาน รวมทั้งในฐานะที่เป็นเจ้าของธุรกิจ ต้องมีการตัดสินใจที่รอบคอบ

4. รู้จักพนักงานหรือทีมงาน | การรู้จักใส่ใจพนักงานหรือทีมงาน นอกจากจะมีส่วนช่วยให้บรรยากาศการทำงานดีขึ้นแล้ว ยังช่วยสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานให้มีความรู้สึกว่าพนักงานหรือเพื่อนร่วมงานเหล่านั้นเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับเจ้าของวิสาหกิจ ส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในวิสาหกิจขนาดเล็ก ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือ SMEs

5. รู้จักมอบหมายงาน | เจ้าของวิสาหกิจต้องรู้จักพนักงานและมอบหมายงานอย่างเหมาะสม โดยมอบหมายงานตามความสามารถของพนักงานแต่ละคน การทำความรู้จักกับพนักงานหรือทีมงานอย่างใกล้ชิดช่วยให้เจ้าของวิสาหกิจรู้ถึงความสามารถในการทำงานของพนักงานหรือของทีมงานได้เป็นอย่างดี

และเพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของผู้มีความบกพร่องทางร่างกายที่ได้เริ่มต้นทำธุรกิจในรูปแบบต่างๆ ทั้งในรูปแบบของ เจ้าของคนเดียว หรือการรวมกลุ่มกันทำธุรกิจ ที่มีทั้งธุรกิจที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี หรือธุรกิจที่สามารถสร้างศักยภาพของคนพิการให้เป็นที่ปรากฏ ซึ่งจะเป็นแนวทางในการแสดงออกถึงความสามารถ ความมุ่งมั่นและความสำเร็จของผู้ประกอบการที่มีเพียงความบกพร่องทางร่างกายเท่านั้น แต่ทว่าความสามารถและศักยภาพในด้านอื่นยังคงมีอยู่อย่างเต็มเปี่ยม

คุณนิมิตร จันทฤทธิ์

จำหน่ายเครื่องประดับนิล พลอย

“การดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และ
หมั่นออกบูธในงานแสดงสินค้าอย่าง
สม่ำเสมอ ช่วยให้มียอด
สั่งซื้ออยู่ตลอดเวลา”



ด้วยการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับนิลและพลอย ในแบบเจ้าของคนเดียวมาเป็นระยะเวลานานกว่า 10 ปี โดยไม่มีหน้าร้าน คุณนิมิตร สามารถทำให้ธุรกิจเติบโต โดยไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของโรงงานผลิตของตนเอง แต่เป็นการรับงานมาทำต่อในส่วนของการประดับอัญมณีและการหมั่นออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ

เริ่มต้นด้วยการบริหารจัดการที่เป็นระบบ

จากการที่วิสาหกิจอยู่ในแหล่งอัญมณีประเภท “นิล” ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากในอำเภอปอพลอย จังหวัดกาญจนบุรี และอัญมณีประเภท “พลอย” ที่ซื้อเป็นพลอยก้อนมาจากฝั่งพม่า (ซึ่งเป็นพื้นที่ติดกับจังหวัดกาญจนบุรี) ผนวกกับความสามารถในการทำอัญมณีในส่วนของการคัดเลือกโกนแต่งจี้และฝังลงบนตัวเรือน ซึ่งเป็นงานส่วนที่ละเอียดอ่อนและเป็นการทำงานที่พึ่งพากันระหว่างโรงงานผลิตตัวเรือน ที่ทำในส่วนของการหล่อตัวเรือนที่เรียกว่าเป็นการทำบล็อก (ให้เป็นกำไล แหวน สร้อย เป็นต้น) ทำให้ธุรกิจของคุณนิมิตรครบวงจร โดยแบ่งงานกันทำแบบเอื้อประโยชน์กันอย่างชัดเจนระหว่างโรงงานทำบล็อกและผู้ประกอบการย่อยที่แต่งเม็ดอัญมณี โดยมีเครือข่ายของช่างผลิตงาน

อัญมณี 4-5 คนในแบบ home worker มีโต๊ะทำงานและเครื่องจักรแต่งอัญมณีที่สามารถรับผลิตงานต่อจากโรงงานที่มีแบบผลิตมาให้ชัดเจนได้มากถึง 100 ชิ้นต่อวัน

บริการเสริมหลังการขาย ช่วยให้มีลูกค้าเพิ่ม

แม้ว่าเครื่องประดับอัญมณีเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ทำให้ไม่สามารถกำหนดเป้าหมายในการขายได้อย่างชัดเจนในวิสาหกิจขนาดเล็กที่ไม่ได้จัดสรรงบการส่งเสริมการขายหรือการสื่อสารทางการตลาด อย่างไรก็ตามการที่วิสาหกิจมีค่าใช้จ่ายในการประกอบการที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ทำให้วิสาหกิจสามารถตั้งราคาขายได้ต่ำกว่าคู่แข่งในระดับเดียวกัน ร่วมกับการเน้นคุณภาพ และความซื่อสัตย์ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเป้าหมาย จากการออกงานแสดงสินค้าและใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า ทำให้วิสาหกิจมีลูกค้าเจ้าประจำที่กลับมาซื้ออย่างสม่ำเสมอจำนวนหนึ่ง นอกจากนี้แล้ว วิสาหกิจยังมีรายได้เพิ่มจากบริการหลังการขาย อาทิ บริการซ่อมตัวเรือนหัวแหวน พลอยแตก พลอยหลุด บริการชุบทองคำขาว ชุบไมโครน หรือพังก์โกลด์ อีกด้วย

ขายได้เพราะเข้าใจความต้องการของลูกค้า

ด้วยการวิเคราะห์จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับความต้องการของตลาดและยุคสมัยทำให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และจากการที่เป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองทำให้เข้าใจความต้องการของลูกค้าอย่างชัดเจนว่ามีความต้องการผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอื่นเพิ่ม อาทิ กำไลหรือต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า



การบันทึกข้อมูลสำคัญอย่างละเอียด ทำให้สามารถจัดสรรเงินหมุนเวียนได้ดี

การขาดความรู้และความเข้าใจในการจัดทำบัญชีของผู้ประกอบการ ทำให้การจัดทำบัญชียังไม่เป็นระบบมากนัก แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการได้มีการจดบันทึกข้อมูลสำคัญลงในสมุด อาทิ ยอดซื้อวัตถุดิบ ยอดขายสินค้า ค่าแรง เป็นต้น ทำให้วิสาหกิจที่ใช้เงินทุนส่วนตัวในการดำเนินงานสามารถจัดสรรเงินทุนหมุนเวียนได้ดี

ข้อมูลจำเพาะ

- ◎ รูปแบบผลิตภัณฑ์ เครื่องประดับ นิล พลอย
- ◎ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 7-8 ปี
- ◎ ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ จากการที่ดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และออกบูธตามงานต่างๆอย่างสม่ำเสมอ ทำให้มีรายได้หลังหักค่าใช้จ่าย 20,000 บาทต่อเดือน และมียอดซื้ออย่างสม่ำเสมอ
- ◎ ช่องทางจำหน่าย ไม่มีหน้าร้าน แต่ใช้การขายส่งและออกบูธตามงานต่างๆสม่ำเสมอ
- ◎ เป้าหมายในอนาคต ต้องการมีหน้าร้านเป็นของตนเองในกรุงเทพฯ โดยเฉพาะในห้างสรรพสินค้า



คุณวิรัตน์ สืบชาติ

ร้านขายอาหารตามสั่ง

“แม้ในภาวะที่ต้นทุนเพิ่มสูงขึ้น
อยู่ตลอดเวลา การให้บริการ
ที่ปรับตัวเข้ากับความต้องการ
ของผู้บริโภค ช่วยสร้าง
ความประทับใจ”



การให้บริการอย่างเอาใจใส่ ที่ไม่ว่าจะเป็นการใช้แต่ข้าวหอมมะลิคุณภาพสูง การใส่ใจในวัตถุดิบที่สดใหม่ตลอดเวลา การมีสัญญาณไร้สายไวไฟ (Wi-Fi) ให้บริการในร้าน รวมทั้งการคิดค้นเมนูอาหารใหม่ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกอย่างหลากหลายไม่จำเจ หรือแม้แต่การขยายการบริการที่เพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า อาทิเช่น บริการอาหารกล่อง บริการอาหารปิ่นโตจัดส่งถึงที่ ในละแวกใกล้เคียง ล้วนแล้วแต่เป็นเสน่ห์ดึงดูดที่นอกจากช่วยให้ลูกค้าเพิ่มขึ้นแล้วยังทำให้ลูกค้าประจำติดใจกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมออีกด้วย

เริ่มต้นธุรกิจ ไม่ต้องคิดซับซ้อน

คุณวิรัตน์ เริ่มต้นธุรกิจร้านขายอาหารตามสั่ง จากการที่มีบ้านขนาดสองชั้นอยู่ติดริมถนนใกล้กับโรงเรียนพระมหาไถ่ ที่อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี จึงทำให้มีศักยภาพในการเปิดกิจการที่ผู้บริโภคเป้าหมายสามารถเข้าถึงได้สะดวก อยู่ใน

ทำธุรกิจตามกำลัง บริการได้ทั่วถึง

เพื่อหลีกเลี่ยงการทำธุรกิจที่เกินกำลัง คุณวิรัตน์ จึงเลือกที่จะทำธุรกิจโดยใช้แรงงานจากสมาชิกในครอบครัวเป็นหลัก แบ่งงานกันทำในตำแหน่งแม่ครัว 1 คน คิดเงินและเป็นพนักงานเสิร์ฟ 1 คน และตัวคุณวิรัตน์เองทำหน้าที่กัปตัน (รับออเดอร์และแนะนำรายการอาหาร) ทำให้ต้นทุนของการประกอบการที่จ่ายเพียงค่าแรงของคนในครอบครัวอยู่ที่ระดับต่ำ (เพียง 10,000 บาทต่อเดือน) และยังมีการใช้ตู้เย็นในบ้านในการเก็บวัตถุดิบเพื่อไม่ต้องลงทุนหรือจัดหาอุปกรณ์เพิ่มให้มีค่าใช้จ่าย นอกจากนี้การจัดตารางวางแผนการซื้อวัตถุดิบอย่างเป็นระบบ มีกำหนดการซื้อที่ชัดเจนและไม่จำเป็นต้องซื้อวัตถุดิบมาเก็บเป็นจำนวนมากที่จะส่งผลให้ต้นทุนจม รวมทั้งไม่ต้องจัดหาพื้นที่เพื่อการเก็บรักษาวัตถุดิบเหล่านั้น (ทั้งของสดและของแห้ง) มากเกินไป เช่น ซื้อของแห้งทุก 3 วัน ส่วนของสดจะไปซื้อด้วยตนเองจากร้านค้าเจ้าประจำในตลาดสดทุกวัน ปรับปรุงบริการด้วยการพัฒนาเมนูเพื่อให้สามารถตอบสนองการบริการได้ตรงใจลูกค้า ที่ร้านอาหารของคุณวิรัตน์ นอกจากจะนำเสนอเมนูอาหารที่แตกต่างจากร้านอื่นๆ เช่น เมนูข้าวผัดทะเลแล้ว ก็ยังมีการสังเกตว่าเมนูใดที่เป็นเมนูยอดนิยมมีลูกค้าสั่งมารับประทานบ่อยๆ (ข้าวราดคะน้าหมูกรอบ ข้าวราดผัดเปรี้ยวหวาน) ทำให้สามารถแนะนำอาหารจานเด็ดให้กับลูกค้ารายใหม่ๆ นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาเมนูใหม่ๆ ให้ลูกค้าได้รับประทาน พร้อมทั้งทบทวนเมนูอาหารอยู่เสมอ หากเมนูใดไม่เป็นที่นิยมหรือมีลูกค้าสั่งน้อยก็จะตัดออก แล้วนำเสนอเมนูใหม่ๆ แทน ทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการซ้ำได้โดยไม่เบื่อ



จะเติบโต ต้องมีทิศทางชัดเจน

แม้ว่าร้านอาหารตามสั่งของคุณวิรัตน์ จะมีการพัฒนาการบริการให้ดีขึ้นเรื่อยๆ ตลอดเวลา แต่เพื่อให้ทิศทางของการเติบโตมีความชัดเจน คุณวิรัตน์ก็ได้มีการตั้งเป้าหมายของการปรับพื้นที่และเพิ่มจำนวนโต๊ะเพื่อให้บริการ ซึ่งการกำหนดทิศทางเช่นนี้จะทำให้เจ้าของวิสาหกิจสามารถขับเคลื่อนวิสาหกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะรู้เป้าหมายของการดำเนินการ นอกจากนี้แล้ว การที่ผู้ประกอบการมีความรู้และความเข้าใจในการจัดทำบัญชีในระดับดีมาก ด้วยการบันทึกบัญชีลงในสมุดอย่างชัดเจนและเป็นระบบ ทั้งในเรื่องของยอดซื้อวัตถุดิบ ยอดขายสินค้า มีการจัดสรรเงินทุนหมุนเวียนได้เป็นอย่างดี หรือแม้แต่กำไรจากการดำเนินงาน ก็มีการจัดสรรออกเป็น 3 ส่วนอย่างชัดเจน คือ

- 1) นำไปฝากธนาคารหรือมีการออม
- 2) นำไปใช้เพื่อต่อเติมร้านและซื้ออุปกรณ์เพิ่ม หรือมีการนำกลับไปลงทุนขยายกิจการ (reinvestment) และ
- 3) นำไปใช้ในภาคการเกษตรที่จัดเป็นการกระจายความเสี่ยงของธุรกิจ ด้วยการแบ่งไปลงทุนในธุรกิจอื่นที่สามารถสร้างรายได้ให้กับวิสาหกิจได้ ซึ่งในส่วนนี้คุณวิรัตน์เลือกธุรกิจด้านการเกษตรเป็นธุรกิจเสริม

ข้อมูลจำเพาะ

- ◎ รูปแบบธุรกิจ ร้านอาหารตามสั่งที่ให้บริการทำอาหารกล่อง อาหารปิ่นโตและอาหารตามสั่งส่งถึงบ้าน (เฉพาะในพื้นที่ให้บริการ)
- ◎ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 3 ปีขึ้นไป
- ◎ ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ มีกำไรขั้นต่ำ 500-800 บาทต่อวัน
- ◎ กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท พนักงานธนาคาร และกลุ่มคนทั่วไป ที่อยู่ในละแวกพื้นที่ร้านค้า
- ◎ ความใส่ใจในการบริการที่ดึงดูดให้ลูกค้าใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ มีอาทิ การใช้ข้าวหอมมะลิคุณภาพสูงในการให้บริการ เลือกใช้วัตถุดิบ

ที่สดใหม่ไม่เก็บค้างเป็นเวลานาน มีสัญญาณไร้สายไวไฟ (Wi-Fi) ให้ใช้ฟรีเมื่อมารับบริการที่ร้าน และบริการส่งถึงที่เมื่อสั่งอาหารเกินกว่า 2 รายการ เป็นต้น

- ๑ กำหนดทิศทางการเติบโตของการให้บริการ มีเป้าหมายของการเติบโตที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม คือ ต้องการขยายจำนวนโต๊ะให้บริการเพิ่มขึ้น (ให้เป็น 10-15 โต๊ะ) รวมทั้งปรับพื้นที่ให้บริการให้มีความทันสมัยเพิ่มขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากการเปิดเสรีทางการค้าในกลุ่มประเทศอาเซียน (AEC) และกลุ่มชาวต่างชาติที่แต่งงานกับผู้หญิงไทยที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในจังหวัดอุดรธานี ซึ่งจะเดินทางกลับมาในประเทศไทย ในบางช่วงเวลาของปี



คุณศุภวรรณ เฉยสิริ

ผลิตและจำหน่ายเสื้อยืดปัก (ทำมือ)

“ด้วยประสบการณ์ ด้านการ
ออกแบบจากบริษัทการ์เมนต์
มานานกว่า 20 ปีผสมผสานกับ
การเรียนรู้จากสื่อรอบตัว ทำให้
สินค้าทำมือ (handmade)
ภายใต้แบรนด์ “I am Art”
ไม่เหมือนใคร”



ผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นในแบบทำมือ (handmade) ที่มีต้นทุนจากประสบการณ์อันยาวนานในวงการการ์เมนต์ ผสมกับการเรียนรู้จากสื่อรอบตัว ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างและมีความเฉพาะตัว ทำให้สามารถกำหนดราคาสูงได้

ประสบการณ์ที่ยาวนานเป็นพื้นฐานสำคัญ วิสาหกิจที่ดำเนินการในแบบเจ้าของคนเดียวมักมีจุดเริ่มต้นจากความชอบหรือความรักในงานใดงานหนึ่งของเจ้าของวิสาหกิจนั่นเอง คุณศุภวรรณ เฉยสิริ ก็เช่นกัน ที่เริ่มต้นธุรกิจจากการที่เป็นผู้มีประสบการณ์ทำงานด้านดีไซน์จากบริษัทการ์เมนต์มานานเกินกว่า 20 ปี และยังเป็นผู้ที่เฝ้าเรียนรู้จากนิตยสาร ทิวา จึงทำให้สามารถพัฒนาการออกแบบลวดลายแบบปักหรือทอสีของผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นในแบบทำมือ (handmade) ตามแนวโน้มของแฟชั่นในปัจจุบันและตามความต้องการของตลาด ด้วยการเน้นคุณภาพของงานปักในแบบ ทำมือ (handmade) ให้โดดเด่น รวมทั้งผู้ประกอบการยังมีการออกแบบ 3-4 คอลเลคชันต่อปี ทำให้สินค้ามีความหลากหลายและแปลกใหม่ตลอดทั้งปี

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้ตั้งราคาได้สูง



จากการที่ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาการออกแบบลวดลายหรือโทนสีของผลิตภัณฑ์ตามแนวโน้มของแฟชั่นปัจจุบัน ด้วยความเข้าใจในความต้องการของตลาด ทำให้ลวดลายแบบปักในแบบทำมือ (handmade)

ของแบรนด์ “I am Art” จึงแทบไม่มีคู่แข่ง การตั้งราคาก็แตกต่างกันตามแต่ช่องทางที่จำหน่าย (สินค้าจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้า จะต่างจากสินค้าที่จำหน่ายตามจุดจำหน่ายที่ตลาด ตามสำนักงาน) หากวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าก็สามารถตั้งราคาได้สูง ซึ่งเกณฑ์ในการตั้งราคาดังนั้นตั้งด้วยการคำนวณจากต้นทุนวัตถุดิบและค่าแรงงานเป็นหลัก รวมทั้งตั้งราคาตามขนาด (size) ของเสื้อเป็นหลัก เช่น เสื้อขนาด S-M-L จำหน่ายที่ราคา 250 บาท ขนาด XL จำหน่ายที่ราคา 300 บาท และขนาด XXL จำหน่ายที่ราคา 350 บาท ด้วยประสบการณ์ด้านการออกแบบจากบริษัทที่ร่ำเรียนมานานกว่า 20 ปี ผสมผสานกับการเรียนรู้จากสื่อรอบตัว ทำให้สินค้าทำมือ (handmade) ภายใต้แบรนด์ “I am Art” ไม่เหมือนใคร

โมเดลธุรกิจแบบสมาชิกกลุ่ม ช่วยให้เกิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้มาก

คุณศุภวรรณ เป็นเจ้าของธุรกิจที่ออกแบบผลิตภัณฑ์ได้เอง รวมทั้งจัดหาวัตถุดิบและทำการจำหน่ายด้วยตนเอง เว้นแต่เรื่องของการผลิตสินค้าเท่านั้นที่แจกจ่ายงานให้กับสมาชิกกลุ่มชมรมคนพิการ รักงานศิลป์ ซึ่งมีจำนวน 5-7 คน เป็นผู้ปักลวดลายในแบบทำมือ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการเป็นผู้จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และวัตถุดิบต่างๆ ส่งให้กับสมาชิกตามบ้าน และจ่ายค่าตอบแทนตามชิ้นงานที่ผลิตได้ (ในอัตราค่าจ้างปักชิ้นละ 50 บาท) สมาชิกที่มีความชำนาญสามารถปักลายได้มากถึงวันละ 5-6 ตัว แต่สำหรับสมาชิกที่ไม่ชำนาญจะปักได้เพียงวันละ 3-4 ตัว

มีจุดขายประจำ ทำให้การดำเนินธุรกิจไม่สะดุด

วิสาหกิจมีการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องจากการที่ไปออกบูธยังจุดจำหน่าย

ที่เป็นแหล่งประจำ อาทิ ออกบูธของธนาคารออมสินในช่วงปลายเดือน และ ออกบูธที่ กสท โทรคมนาคม (CAT) ที่สะพานใหม่ และออกบูธที่จังหวัดชลบุรี รวมทั้งมีใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊คเป็นช่องทางสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เสริมการรับรู้อีกด้วย นอกจากนี้ ยังได้มีการรับเครื่องสำอางธรรมชาติจาก เครือข่ายคนพิการมาจำหน่ายร่วมด้วย ได้แก่ น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น สบู่มะพร้าว ลิปมัน เป็นต้น มาช่วยเสริมรายได้อีกทางหนึ่งด้วย

ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ

ธุรกิจของคุณศุภวรรณ เติบโตต่อเนื่องได้อย่างยั่งยืนจากปัจจัยความสำเร็จ (key success factors) คือ (1) สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะ เป็นลวดลายปักในแบบงานทำมือ (handmade) (2) การสร้างเครือข่ายสมาชิกชมรมคนพิการ เพื่อสนับสนุนในด้านการผลิต และ (3) การออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ ปีละ 3-4 คอลเลคชั่น ทำให้มีสินค้าใหม่ๆ ที่ไม่เหมือนเดิมอยู่ตลอดเวลา

ข้อมูลจำเพาะ

- ◎ รูปแบบผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์เสื้อยืดปักในแบบทำมือ (handmade)
- ◎ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ประมาณ 4 ปี
- ◎ ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ มีรายได้จากการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง มีรายได้ขั้นต่ำ 8,000-10,000 บาทต่อเดือน (ในช่วงเทศกาล มีรายได้ 20,000 บาทต่อเดือน)
- ◎ กลุ่มเป้าหมายหลัก ผู้หญิงวัยเรียน และวัยทำงาน
- ◎ ช่องทางจำหน่าย มีทั้งช่องทางห้างสรรพสินค้าและจุดขายตามหน่วยงานเอกชน อาทิ ธนาคารออมสิน และ กสท เป็นต้น



คุณนรินทร์ จันทิม

ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด

“โมเดลธุรกิจแบบกลุ่มอาชีพที่เน้น
การทำกิจกรรมร่วมกัน ด้วยการ
หักรายได้ส่วนหนึ่งไว้เป็นต้นทุน
และแบ่งส่วนที่เหลือปันผลให้กับ
สมาชิก ช่วยให้สินค้าพัฒนาและ
ธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง”



กลุ่มคนพิการตำบลบางกร่าง ที่มีคุณนรินทร์ จันทิม เป็นประธาน มี
จุดมุ่งหมายเพื่อเป็นศูนย์ให้บริการปรึกษาแนะนำ ให้ข้อมูลข่าวสาร เป็นศูนย์
รวมสมาชิกเพื่อทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน และฝึกอาชีพเพื่อให้สมาชิกคนพิการ
สามารถมีรายได้เลี้ยงตัวเองได้

การจัดตั้งกลุ่มที่มีเป้าหมายชัดเจน ช่วยสร้างกิจกรรมที่เป็นประโยชน์

กลุ่มคนพิการตำบลบางกร่าง ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกคนพิการ 7-10 คน ร่วม
กันลงทุนเพื่อการดำเนินงานโดยไม่มีการกู้ยืม ได้มองเห็นโอกาสด้วยการนำ
เงินลงทุนไปซื้อวัตถุดิบสำหรับใช้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด
อาทิเช่น น้ำยาล้างจาน น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยาซักผ้าขาว และนอกจากนี้ ยังมี
การทำดอกไม้จันทน์ เพิ่มเพื่อเป็นรายได้เสริมของกลุ่มอีกด้วย โดยกลุ่มมีนโยบาย
ชัดเจนที่จะแบ่งรายได้จากการขายร้อยละ 10 มาเป็นเงินกองกลางของกลุ่มเพื่อ
ไว้ใช้ทำกิจกรรม ส่วนที่เหลือจะจ่ายเป็นค่าแรงให้กับสมาชิกที่มีส่วนร่วมในการ
ผลิตและยังมีการปันผลให้กับสมาชิกที่ร่วมลงทุน ซึ่งประธานกลุ่มจะทำหน้าที่
ในการประสานงานเพื่อจำหน่ายสินค้าด้วยการฝากขายตามหน่วยราชการ
ในพื้นที่ร้านอาหาร ออกบูธจำหน่ายตามงานต่างๆ รวมทั้งจำหน่ายปลีกใน
ที่ทำการกลุ่มด้วย

แตกต่างด้วยผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับกระแสแนวโน้มโลก (ลดการใช้สารเคมี)

ปัจจุบันมีการแข่งขันสูงขึ้นในการทำธุรกิจต่างๆ กลุ่มคนพิการตำบลบ้านกร่าง จึงมองหาแนวทางสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนผสมของน้ำหมักมะกรูดชีวภาพ ที่สอดคล้องกับแนวโน้มกระแสโลกซึ่งมีความต้องการลดปริมาณการบริโภคสารเคมีและผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ จึงพัฒนาสูตรน้ำยาต่างๆ ให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ รวมทั้งได้มีการพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างการยอมรับในวงกว้างและสามารถโมเดลธุรกิจในรูปแบบกลุ่มอาชีพที่เน้นการทำกิจกรรมร่วมกัน ด้วยการหักรายได้ส่วนหนึ่งไว้เป็นต้นทุนและแบ่งส่วนที่เหลือปันผลให้กับสมาชิก ช่วยให้สินค้า พัฒนาและธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่องแข่งขันได้ในตลาด ภายใต้แบรนด์ “GreenLife”

สร้างแบรนด์แบบไร้ทิศทาง ทำให้เกิดจุดอ่อน

แม้กลุ่มฯ ได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ร่วมกับการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และปรับโลโก้ ภายใต้แบรนด์ “GreenLife” ทำให้ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในตลาดมากยิ่งขึ้น แต่ทว่ากลุ่มฯ ยังขาดแผนการตลาดและการกำหนดเป้าหมายการขายอย่างชัดเจน จึงส่งผลให้ยังไม่สามารถแข่งขันกับแบรนด์คู่แข่งที่ติดตลาดและเป็นที่จดจำของผู้บริโภคแล้ว รวมทั้งยังทำให้ไม่สามารถตั้งราคาสินค้าสูงได้ ทางกลุ่มฯ จึงตั้งราคาโดยพิจารณาจากต้นทุนวัตถุดิบและค่าแรงเป็นหลัก อาทิเช่น น้ำยาล้างจาน ขนาด 250 ซีซี ตั้งราคาขายที่ 20 บาท น้ำยาล้างห้องน้ำ ขนาด 1 ลิตร ราคา 45 บาท และน้ำยาซักผ้าขาว ขนาด 1 ลิตร ราคา 55 บาท เป็นต้น ทางกลุ่มจึงปรับตัวด้วยการเริ่มพัฒนาในเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีการรับรู้ถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ชัดเจนขึ้น จึงเริ่มทำแผนพับ



และเริ่มคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อรองรับตลาดเพิ่มเติม เช่น การทำดอกไม้จันทน์ และการทำน้ำดื่มสมุนไพรในช่วงหน้าร้อนก็ตาม แต่ก็ยังขาดแนวทางการสร้างแบรนด์อย่างเป็นระบบ อย่างไรก็ตาม ผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็งยังสามารถนำให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้เลี้ยงตนเองได้อย่างต่อเนื่องจากผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่จัดทำขึ้น

การบันทึกข้อมูลทางบัญชีอย่างละเอียด จะช่วยให้ธุรกิจมั่นคงได้

แม้ทางกลุ่มจะมีสมาชิกทำหน้าที่เป็นเหรัญญิก จดบันทึกข้อมูลรายรับ-รายจ่ายลงในสมุดอย่างชัดเจน มีการเก็บใบคำวัดทุกใบไว้ในแฟ้มอย่างครบถ้วน แต่ยังมีได้จัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ เพราะผู้ประกอบการมีความรู้และความเข้าใจในการจัดทำบัญชีค่อนข้างน้อย จึงทำให้ข้อมูลที่เก็บบันทึกไว้นั้นเป็นเพียงการจัดเก็บข้อมูลดิบที่ไม่สามารถนำมาใช้ในการคำนวณต้นทุน กำไร-ขาดทุนได้อย่างถูกต้อง ซึ่งการทำธุรกิจที่ไม่สามารถคำนวณต้นทุนเช่นนี้มีความเสี่ยงในการดำเนินการ เพราะหากตั้งราคาในแบบที่แข่งขันได้ (ตั้งราคาเท่าหรือต่ำกว่าคู่แข่ง) แต่หากไม่สามารถควบคุมต้นทุนได้ ย่อมส่งผลกระทบต่อศักยภาพการทำการกำไรของวิสาหกิจได้

ข้อมูลจำเพาะ

- ◎ รูปแบบผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดทำจากน้ำหมักชีวภาพที่ลดการใช้สารเคมีและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ
- ◎ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ประมาณ 3-4 ปี
- ◎ ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ยประมาณ 5,000-10,000 บาทต่อเดือน
- ◎ กลุ่มเป้าหมายหลัก หน่วยราชการ ร้านอาหารในพื้นที่ประกอบการและผู้บริโภคในชุมชน
- ◎ ช่องทางจำหน่าย ฝากขายตามหน่วยราชการในพื้นที่ ร้านอาหาร การออกบูธจำหน่ายในงานต่างๆ และจำหน่ายปลีกในที่ทำการกลุ่ม

คุณดอกรัก เกตุวงศ์

ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หินอ่อนแกะสลัก

“ผู้ประกอบการ มีแหล่งที่ตั้ง
วิสาหกิจอยู่ในแหล่งวัตถุดิบ
(หินอ่อน) ประกอบกับมีความ
ชำนาญในการแกะสลักหินอ่อนและ
คัดเลือกหิน ทำให้ผลิตภัณฑ์มีการ
พัฒนาอย่างหลากหลาย
และต่อเนื่อง”



จากการที่วิสาหกิจมีที่ตั้งอยู่ที่อำเภอพรานกระต่าย ซึ่งเป็นแหล่งหินอ่อนสำคัญแหล่งหนึ่ง จึงมีแรงงานในชุมชนที่ประกอบอาชีพแกะสลักผลิตภัณฑ์หินอ่อนจำหน่ายเป็นส่วนใหญ่ ทำให้วิสาหกิจที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบธุรกิจครอบครัวเจ้าของคนเดียว ซึ่งมีประสบการณ์และความชำนาญในการแกะสลักหินอ่อนและการคัดเลือกหิน พัฒนาผลิตภัณฑ์จากหินอ่อนที่เป็นที่รู้จักกันในนามของ “ดอกรักหินอ่อน”

วิสาหกิจได้เปรียบจากการตั้งอยู่ในแหล่งวัตถุดิบธรรมชาติ

วิสาหกิจอยู่ในแหล่งหินอ่อนธรรมชาติที่สำคัญจึงพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหินอ่อนโดยแบ่งเป็น

- 1) ประเภทงานชิ้นใหญ่ ที่มีทั้งของประดับตกแต่งบ้านวัตถุมงคลตามความเชื่อ อาทิ โต๊ะหินอ่อน ศาลเจ้าที่จีน (ตี่จูเอี้ย) อ่างหินอ่อน
- 2) ประเภทงานชิ้นเล็ก ที่เป็นวัตถุมงคลตามความเชื่อเป็นส่วนใหญ่ อาทิ สิ่งหุ้ม ช้าง ม้า เต่า ฟักทอง นกคุ้ม และพระพุทธรูป เป็นต้น การจ้างงานช่างฝีมือเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ใช้แรงงานในหมู่บ้านที่มีความชำนาญในการแกะสลักหินอ่อนอยู่แล้วจำนวน 10 ราย (เป็นแรงงานคนพิการ 2 ราย และเป็นแรงงานปกติ 8 ราย) ซึ่งนอกจากจ่ายค่าจ้างเป็นรายชิ้นตามขนาดและระยะเวลาในการผลิตสินค้า

แล้วยังพิจารณาจ่ายจากฝีมือการแกะสลักและความถนัดของแรงงานว่าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชิ้นใด เพื่อให้ได้ชิ้นงานที่มีคุณภาพมากที่สุด นอกจากนี้ วิสาหกิจยังมีความได้เปรียบจากการมีหน้าร้านจำหน่ายสินค้าเป็นของตนเองอยู่ติดริมถนนก็ตาม ที่สามารถรองรับลูกค้าที่ผ่านไปมาบนเส้นทางได้ แต่อย่างไร ช่องทางในการจำหน่ายที่สร้างรายได้หลักให้กับวิสาหกิจก็คือ การออกบูธจำหน่ายสินค้าทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด อาทิ งานโอท็อป ที่เมืองทองธานีปีละสองครั้ง (สร้างรายได้ครั้งละประมาณ 200,000-300,000 บาท) และออกบูธตามจังหวัดต่างๆเฉลี่ยเดือนละ 1-2 ครั้ง (สร้างรายได้ครั้งละประมาณ 100,000 บาท) ทำให้วิสาหกิจมีข้อได้เปรียบจากการที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการออกบูธ (หรือเสียค่าใช้จ่ายน้อยมาก) เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐต่างๆ (อาทิ พัฒนาชุมชนกระทรวงพาณิชย์ ฯ)

สินค้าขาดความแตกต่าง จึงเน้นการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า



สินค้าที่ “ดอกกรักรหินอ่อน” ผลิตได้ มีความแตกต่างจากคู่แข่งไม่มากนัก แตกต่างกันเพียงความคมชัดของเส้นและความประณีตละเอียดอ่อนของชิ้นงาน จึงทำให้ดอกกรักรหินอ่อนเน้นที่คุณภาพและความซื่อสัตย์ในการสร้างความ

สัมพันธ์กับลูกค้าและการออกงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการใช้การสื่อสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) กับกลุ่มลูกค้าเจ้าประจำเพื่อประชาสัมพันธ์แจ้งข่าวสารและจำหน่ายสินค้า ทำให้ลูกค้าเจ้าประจำกลับมาซื้อซ้ำ การตั้งราคาสินค้าของ “ดอกกรักรหินอ่อน” ใช้วิธีการแบบตั้งราคาสินค้าเทียบเคียงกับราคาตลาด ด้วยการคำนวณต้นทุนจากวัตถุดิบและค่าแรง ที่ใช้หลักการง่าย ๆ คือ ราคาขาย = ต้นทุน (1 สัดส่วน) + กำไร (3 สัดส่วน) และยังพบว่า สินค้าที่เป็นชิ้นงานขนาดเล็กจะสามารถจำหน่ายออกได้ง่ายกว่าสินค้าที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ แต่สินค้าที่มีขนาดใหญ่จะสร้างรายได้มากกว่า (เพราะราคาต่อชิ้นแพงกว่ามาก)

การคัดสรรวัตถุดิบอย่างพิถีพิถัน ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม

เพื่อให้สินค้าของ “ดอกกรักหินอ่อน” มีมูลค่าเพิ่ม และแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ผู้ประกอบการจึงมีการคัดเลือกหินอ่อนสีสวยราคาแพง อาทิ หินอ่อนสีเหลือง หินอ่อนสีเขียว มาใช้ผลิต ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และอยู่ระหว่างการส่งเข้าร่วมคัดสรรผลิตภัณฑ์โอท็อป

จุดอ่อนด้านบัญชี-การเงิน ทำให้วิสาหกิจยังไม่แข็งแรง

จากการที่ผู้ประกอบการมีความรู้และความเข้าใจในการทำบัญชีน้อยมาก จึงไม่มีการบันทึกระบบบัญชีอย่างชัดเจนและเป็นระบบ แม้แต่การบันทึกยอดขายและยอดซื้อวัตถุดิบก็ทำได้ไม่สม่ำเสมอ แม้วิสาหกิจจะสามารถคำนวณต้นทุน กำไร-ขาดทุนได้ และมีการจัดสรรเงินทุนได้ดี แต่ยังต้องมีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินบางส่วน ทำให้มีภาระของการผ่อนชำระในแต่ละเดือน

ข้อมูลจำเพาะ

- ◎ รูปแบบผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หินอ่อนแกะสลัก ที่มีทั้งประเภทงานชิ้นใหญ่ และงานชิ้นเล็ก
- ◎ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ประมาณ 3 ปี
- ◎ ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจมียอดขายสม่ำเสมอจากการออกบูธตามงานต่างๆบ่อยครั้ง จึงมีรายได้จากการออกบูธในต่างจังหวัดเฉลี่ยครั้งละ 100,000 บาท และมีรายได้จากการออกบูธที่เมืองทองเฉลี่ยครั้งละราว 200,000-300,000 บาท
- ◎ ช่องทางจำหน่ายหลักของวิสาหกิจ จึงเป็นการตระเวนออกบูธตามงานต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด



คุณนือร ปิ่นสุวรรณ

ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเชือกฟาง

“การดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ
เพื่อรองรับกับตลาดอยู่ตลอดเวลา
ทำให้เกิดการขยายตลาดที่มี
แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ”



จากประสบการณ์ของความชำนาญด้านการจักสาน โดยใช้เชือกฟาง
เป็นวัตถุดิบหลัก ที่สามารถสร้างสรรค์ลวดลายได้ด้วยตนเอง รวมทั้งสามารถ
แกะลวดลายที่ว่ายากแสนยากเพียงจากการมองเห็น ทำให้คุณนือรพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ได้อย่างหลากหลายและต่อเนื่องให้กับลูกค้าได้ตลอดเวลา

เริ่มต้นจากงานที่ชื่นชอบ

คุณนือรมีความชื่นชอบงานหัตถกรรม โดยเฉพาะในเรื่องของการจักสานที่
สามารถถักสานได้หลายรูปแบบจากวัสดุต่างๆกัน อาทิ จากเชือกฟาง ไหมพรม
หรือเส้นไหมรวมทั้งยังสามารถ “แกะลวดลาย” ทั้งจากการมองเห็นและทั้ง
จากนิตยสารหรือชิ้นงานตัวอย่างที่ได้รับมา จึงได้ริเริ่มทำผลิตภัณฑ์ออก
จำหน่าย และเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากผู้ค้ารายอื่นๆ คุณนือรจึงได้มีการ
ประยุกต์และประดิษฐ์คิดค้นให้เกิดทั้งรูปแบบ-ลวดลายการถักสานในแบบ
ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา อย่างเช่น การใช้โครงเหล็กมาเป็นโครงสร้างของการ
ขึ้นรูปในการจัดทำผลิตภัณฑ์ การเลือกใช้วัสดุที่หลากหลาย ตลอดจนรวมถึง
การดัดแปลงลวดลายใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผลงานของคุณนือรได้รับการ
ยอมรับโดยทั่วไป

ชิ้นงานโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ มีจุดขายชัดเจน

ด้วยความสามารถเฉพาะตัวของคุณนิอรเอง ร่วมกับอุปนิสัยช่างสังเกตในงานต่างๆ ที่มีอยู่รอบตัว ทำให้คุณนิอรสามารถสร้างสรรค์ชิ้นงานที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ มีความเฉพาะตัวในความละเอียดลออของลวดลายการถักทอที่แม่นยำ ลวดลายมีความแปลกตาทำให้ยากต่อการทำเลียนแบบ ช่วยสร้างการยอมรับในฝีมือของคุณนิอร ทั้งจากบุคคลากรในหน่วยงานภาครัฐ และลูกค้าที่มีความชื่นชอบในงานจักสาน

โมเดลธุรกิจแบบเครือข่าย ช่วยทำให้ธุรกิจเติบโต

ด้วยฝีมืออันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของคุณนิอร ทำให้การผลิตชิ้นงานมีความล้ำค่าและไม่ทันต่อความต้องการของตลาด ดังนั้น จาก “การดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อรองรับกับตลาดอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดการขยายตลาดที่มีแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ” การที่คุณนิอรได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐให้ไปเป็นวิทยากรในกลุ่มผู้สนใจต่างๆ ทำให้คุณนิอรสามารถสร้างเครือข่ายของการทำงานได้อย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้การตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและผู้ซื้อมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

สร้างราคา จากการแบ่งส่วนตลาดอย่างเหมาะสม

เพื่อให้ชิ้นงานที่เกิดจากการสร้างสรรค์จากฝีมือของคุณนิอรได้คงเอกลักษณ์เฉพาะตัว คุณนิอรจึงเลือกผลิตเฉพาะชิ้นงานที่ต้องการรายละเอียดสูง ยากต่อการประดิษฐ์สร้างสรรค์ในตลาดของผู้ซื้อที่ให้ราคาแพง (ราคาจำหน่ายปลีกเกิน 1,000 บาท) แต่ในชิ้นงานทั่วไปที่จำหน่ายให้กับลูกค้าซึ่งมีระดับราคาปานกลาง และราคาที่คุ้มค่า คุณนิอรจะจัดสรรให้ทางเครือข่ายเป็นผู้ช่วยผลิตชิ้นงานให้เป็นการสร้างการตอบสนองในตลาดเป็นสองระดับ คือ ตลาดในระดับพรีเมียม (premium market) และตลาดในระดับทั่วไป (mass market) ซึ่งการแบ่งส่วนตลาดเป็นสองระดับเช่นนี้ มีผลต่อการทำราคาที่เกิดผลกำไรสูง และยังทำให้ตลาดมีทางเลือกในการซื้อสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

ธุรกิจยั่งยืน ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจของคุณนิรเกิดความยั่งยืนจากการเติบโตและมีความต่อเนื่องจากการเติบโตนั้นด้วยการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องทั้งในด้านลวดลาย วัสดุ และเทคนิคของการสร้างรูปทรง ส่งผลต่อการใช้งานผลิตภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์ในโอกาสต่างๆ ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นเป็นรูปแบบของการพัฒนาธุรกิจให้มีความยั่งยืน



ปัจจัยความสำเร็จ

ธุรกิจของคุณนิรเติบโตต่อเนื่องได้อย่างยั่งยืนจากปัจจัยความสำเร็จ (key success factors) คือ (1) ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะ (2) การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนในด้านการผลิต และ (3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลจำเพาะ

- ◎ รูปแบบผลิตภัณฑ์ งานจักสานจากเชือกฟาง (โดยใช้โครงโลหะประกอบ การขึ้นรูป) และงานจักสานจากวัสดุอื่นๆ
- ◎ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 7 ปี
- ◎ ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 5,000-6,000 บาท และมีรายได้เสริมจากการเป็นวิทยากรสอนฝึกอาชีพทางด้านจักสาน
- ◎ กลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นข้าราชการที่อยู่ในจังหวัดและบุคคลทั่วไป
- ◎ ช่องทางจำหน่าย ใช้ช่องทางการออกร้านตามงานแสดงสินค้าของจังหวัด/ห้างร้านต่างๆ และจำหน่ายไปยังลูกค้าประจำที่สั่งทำอย่างต่อเนื่อง

คุณพรแก้ว ประทุมแดง

ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชำร่วย (พวงกุญแจ)

**“ประสบการณ์ความชำนาญ
ในงานประดิษฐ์งานร้อยลูกปัดเป็น
พวงกุญแจรูปแบบต่างๆ
ในแบบทำมือ (handmade)
ทำให้รับผลิตชิ้นงานตามออเดอร์
จากประเทศญี่ปุ่น สร้างรายได้”**



การประดิษฐ์งานร้อยลูกปัดเป็นพวงกุญแจรูปแบบต่างๆแบบทำมือ (handmade) เพื่ออาชีพ เป็นงานที่ต้องอาศัยประสบการณ์และความชำนาญ จึงจะได้ชิ้นงานที่ประณีตและงดงาม ซึ่งคุณพรแก้ว ประทุมแดง เป็นผู้

ศักยภาพในการทำสินค้าประเภทนี้ ประสบการณ์และความชำนาญ สร้างผลงานงดงาม

คุณพรแก้ว เป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ความชำนาญในการประดิษฐ์งานร้อยลูกปัดเป็นพวงกุญแจรูปแบบต่างๆ โดยผลิตและขายส่งตามออเดอร์จากประเทศญี่ปุ่น จึงดำเนินธุรกิจในรูปแบบเจ้าของคนเดียวใช้เพียงเงินทุนส่วนตัวในการดำเนินงาน ไม่มีหน้าร้านและลูกจ้าง แต่อาศัยเครือข่ายของลูกค้าศิษย์ (จากการที่คุณพรแก้วเคยไปเป็นวิทยากรสอนอาชีพ) เป็นเครือข่ายช่วยผลิตในกรณีที่มีการสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก

ผลิตภัณฑ์พัฒนาจากการถูกท้าทายด้วยคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ

เนื่องจากผู้ประกอบการมีประสบการณ์ด้านการเย็บปักถักร้อย และมีประสบการณ์

ยาวนานในการทำงานฝีมือในแบบทำมือ (handmade) ทำให้สามารถประดิษฐ์งานร้อยลูกปัดให้มีรูปแบบตามความต้องการจากออร์เดอร์ของลูกค้าได้ดีและมีแบบตามความต้องการเกือบ 100 แบบ แต่ทว่าไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ที่ริเริ่มจากตัวผู้ประกอบการเอง เพราะการเน้นตลาดที่เป็นการตอบสนองคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ ไม่เน้นการขายปลีกภายในประเทศหรือไม่เน้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ส่งให้กับคนกลางภายในประเทศ ทำให้วิสาหกิจไม่มีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องพัฒนาหรือสร้างสรรค์โดยใช้แรงบันดาลใจให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ขึ้นมาโดยเฉพาะ

วิสาหกิจในแบบเจ้าของคนเดียวที่ขาดแผนงาน จึงเติบโตอย่างจำกัด

แม้ว่าคุณพรแก้วจะมีความชำนาญในการประดิษฐ์ชิ้นงาน แต่การดำเนินวิสาหกิจในแบบทำงานคนเดียว ไม่มีแบรนด์ และไม่มีแผนงานการตลาด หรือเป้าหมายการขาย กำลังการผลิตมาจากคุณพรแก้วเป็นหลัก โดยมีกำลังการผลิตของตนเองประมาณ 100-200 ชิ้นต่อเดือน เนื่องจากเป็นสินค้าแบบทำมือ (handmade) ที่ใช้ระยะเวลาในการผลิตชิ้นงานค่อนข้างนาน (ใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมงต่อชิ้นงาน) ประกอบกับคิดราคาชิ้นงานตามแบบและความยากง่ายในการผลิต ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้ว แม้จะเห็นว่าสินค้ามีความต่างในเรื่องของคุณภาพชิ้นงานแต่ไม่มีความต่างจากคู่แข่งในเรื่องของแบบ จึงต้องตั้งราคาสินค้าในแบบที่เทียบเคียงกับราคาตลาด ไม่ได้คำนวณจากต้นทุนวัตถุดิบหรือค่าแรงแต่อย่างใด ทำให้คุณพรแก้วมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,000-7,000 บาท และแม้พวงกุญแจรูปพวงมาลัยจะได้รับความนิยมมากก็ตามแต่ก็ขาดการประชาสัมพันธ์และการทำการตลาดเชิงรุก การสื่อสารหรือสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าก็มีอยู่น้อย เพราะไม่เคยมีการเก็บฐานข้อมูลของลูกค้าที่เคยสั่งซื้อสินค้าในอดีต ส่งผลให้การออกบูธจำหน่ายสินค้าทั้งภายในจังหวัดหรือตามสถานที่ที่หน่วยงานติดต่อมาไม่ค่อยประสบความสำเร็จเท่าที่ควร นอกจากนี้ การที่ผู้ประกอบการยังขาดความรู้และความเข้าใจในการจัดทำบัญชี จึงไม่มีการบันทึกบัญชีของวิสาหกิจอย่างชัดเจนและยังไม่เป็นระบบ จึงทำให้ไม่สามารถคำนวณต้นทุนหรือกำไร-ขาดทุนได้อย่างชัดเจน

ข้อมูลจำเพาะ

- ◎ รูปแบบผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ของชำร่วย ประเภทพวงกุญแจงานร้อยลูกปัด
- ◎ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 3-4 ปี
- ◎ ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ย 6,000-8,000 บาทต่อเดือน จากออร์เดอร์สั่งทำจากต่างประเทศ และการออกบูธตามงานต่างๆ ที่จัดขึ้นในจังหวัด
- ◎ ช่องทางการตลาดค่อนข้างจำกัด เนื่องจากเน้นการผลิตตามออร์เดอร์ และมีการออกบูธตามงานต่างๆ เป็นบางครั้ง



คุณสุพรรณิ วยะรันตร์

บริการตัดเสื้อผ้าสตรี

“ด้วยประสบการณ์และความชำนาญ
ในการตัดเย็บชุดสตรีทุกประเภท โดยเฉพาะชุดที่ต้องการการการตัดเย็บให้มี
ขนาดพอดีกับรูปร่างของผู้สวมใส่
เป็นช่องทางในการสร้างอาชีพให้
คุณสุพรรณิ วยะรันตร์
มีรายได้ไม่ต่ำกว่า 20,000 บาท
ต่อเดือน”



แม้ในปัจจุบัน ความนิยมในการตัดชุดเพื่อสวมใส่ได้ลดน้อยลง อันเนื่อง
จากการแทนที่ของเสื้อผ้าสำเร็จรูป แต่ทว่าประสบการณ์และความชำนาญ
ของคุณสุพรรณิ วยะรันตร์ ในการตัดเย็บชุดสตรีที่ต้องการขนาดพอดีตัว
กับผู้สวมใส่ ไม่ว่าจะเป็น ชุดไทย ชุดออกงาน หรือชุดยูนิฟอร์ม ทำให้ธุรกิจ
ตัดเย็บเสื้อผ้าสตรีมีรายได้ดี และยังมีปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้นอย่าง
ต่อเนื่อง

ประสบการณ์และความชำนาญในการตัดเย็บ สร้างผลงานให้เกิดความเชื่อถือ

“ห้องเสื้อสุพรรณิ” ดำเนินงานโดย คุณสุพรรณิ วยะรันตร์ ที่จบการศึกษาด้าน
การตัดเย็บจากโรงเรียนสารพัดช่างชลบุรี จัดตั้งวิสาหกิจเป็นห้องเสื้อที่ดำเนิน
ธุรกิจในรูปแบบเจ้าของคนเดียว (มีผู้ช่วยในการตัดเย็บ 1 คน จ่ายอัตราค่าจ้าง
ตามชิ้นงานที่เสร็จ) มีหน้าร้านให้บริการอยู่ที่จังหวัดชลบุรี แม้คุณสุพรรณิจะมี
ชื่อเสียงด้านความถนัดในการตัดเย็บชุดไทยมากที่สุด แต่แท้จริงแล้วคุณสุพรรณิ
มีประสบการณ์ความชำนาญในการตัดเย็บชุดสตรีทุกประเภท สามารถออกแบบ
แพทเทิร์น (pattern) ได้เอง ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นชุดไทย ชุดออกงาน หรือแม้แต่
ชุดยูนิฟอร์ม ห้องเสื้อสุพรรณิก็สามารถตัดเย็บได้ทั้งสิ้น รวมทั้งสามารถตัด

ธุรกิจเงินสด ช่วยบริหารการเงินได้ดี

แม้ว่า ห้องเสื้อสุพรรณิ จะใช้เงินทุนส่วนตัวในการลงทุนและการบริหารงาน โดยไม่มีเงินกู้ยืม แต่ทว่าการเป็นวิสาหกิจที่รับเฉพาะเงินสดสามารถเรียกเก็บเงินเมื่อการผลิตผลงานการตัดเย็บเสร็จสิ้น ยังสามารถตัดเย็บได้รวดเร็วก็มีรายได้เกิดขึ้นเร็ว (ตัวอย่างเช่นชุดทำงานใช้เวลาตัดเย็บเพียง 2-3 วัน) และการเรียกเก็บค่ามัดจำล่วงหน้าในการตัดเย็บชุดที่มีราคาสูง (เรียกเก็บเงินมัดจำราว 500-1,000 บาทต่อชุด) ส่งผลให้วิสาหกิจสามารถจัดการเงินทุนหมุนเวียนได้ดี แม้ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของวิสาหกิจจะไม่ได้บันทึกบัญชีอย่างชัดเจนและเป็นระบบ เพราะมีความรู้และความเข้าใจในการจัดทำบัญชีค่อนข้างน้อยก็ตาม

ข้อมูลจำเพาะ

- ◎ รูปแบบการบริการ เป็นห้องเสื้อรับตัดเย็บเสื้อผ้าสตรีหลากหลายสไตล์ ทั้งชุดไทย ชุดออกงาน และยูนิฟอร์ม ในแบบเจ้าของคนเดียว
- ◎ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไป
- ◎ ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ยราว 20,000 บาทต่อเดือน
- ◎ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นสตรีวัยทำงานและกลุ่มคนทั่วไป (ทั้งชาย-หญิงแต่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง) ที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป
- ◎ ช่องทางการให้บริการ มีเพียงการให้บริการที่หน้าร้าน (ห้องเสื้อสุพรรณิ) ที่ จ.ชลบุรี เท่านั้น



คุณสนั่น นามเสาร์

เลี้ยงหมูหลุมจำหน่าย

“การค้นพบช่องว่างของความ
ต้องการในตลาดขนาดเล็ก
(Niche market) ทำให้การเลี้ยง
“หมูขุน” (หรือ หมูหลุม) ไม่มีคู่แข่ง
และมีตลาดรองรับที่แน่นอน
เป็นการสร้างรายได้ที่สม่ำเสมอ
ที่มีโอกาสเติบโต”



“หมูหลุม” เป็นภาษาชาวบ้านที่เรียกการเลี้ยงหมูแบบขุดหลุมลึกโดยมี
วัสดุรองพื้นหลุม เดิมมีที่มาจากประเทศเกาหลีและญี่ปุ่น มีแนวคิดตามหลักการ
ของ “เกษตรกรรมธรรมชาติ” ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของ ระบบเกษตรกรรม
ยั่งยืน เป็นการเกษตรที่ไม่เพียงแต่คำนึงถึงผลผลิตจากการเกษตรเท่านั้น
แต่มีปรัชญาแนวคิดอยู่เบื้องหลังของการทำงานเป็นการพัฒนารูปแบบ
การเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความเป็นองค์รวมของระบบนิเวศน์
ด้านการเกษตร วงจรชีวภาพห่วงโซ่อาหาร ดิน พืช สัตว์ จุลินทรีย์ พลัง
ธรรมชาติหมุนเวียนจากพลังงานแสงแดดและน้ำ นำมาเป็นปัจจัยในการ
ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ที่เกื้อกูลซึ่งกันและกัน พืชที่ปลูกส่วนหนึ่งนำมาเลี้ยงสัตว์
สัตว์ถ่ายมูลออกมาก็นำปุ๋ยมูลสัตว์มาเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับดินเพื่อ
การปลูกพืช รวมถึงด้านเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นและการพึ่งพาตนเอง
ในด้านการผลิตและการบริโภคขนาดเล็กและขนาดกลาง ที่เหมาะสมกับ
ทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่น และวัฒนธรรมที่มีในชุมชน โดยมีเป้าหมาย
เชิงนโยบายอยู่ที่การพัฒนาชนบท การฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่าง
ยั่งยืน

การจัดการแบบพอดี มีรายได้สม่ำเสมอ

ผู้ประกอบการเริ่มทำธุรกิจเลี้ยงหมูในพื้นที่บ้านของตนเอง เริ่มต้นเมื่อปี 2552 จากแม่พันธุ์จำนวน 2 ตัว (ซื้อแม่พันธุ์มาในราคาตัวละ 20,000 บาท) มีค่าใช้จ่ายในการผสมพันธุ์ครั้งละ 500 บาท สามารถได้ลูกหมูปีละ 4 ครอก โดยได้ลูกหมูในแต่ละครอกราว 5-9 ตัว ซึ่งผลผลิตนี้ขึ้นอยู่กับการดูแลและความแข็งแรงของแม่พันธุ์ (โดยอาจเก็บลูกหมูไว้ทำแม่พันธุ์ได้ 1 ตัว) แม่พันธุ์จะมีอายุใช้งานราว 3 ปี หากครบ 3 ปี ก็จะเริ่มจำหน่ายแม่พันธุ์ออกสู่ตลาด และในกรณีที่ไม่มีพ่อแม่พันธุ์ แต่ซื้อลูกหมูมาขุนเองก็จะมีต้นทุนตัวละประมาณ 1,000-1,500 บาท ลูกหมูที่ได้ในแต่ละครอกจะเลี้ยงไว้ประมาณ 3 เดือน จึงปล่อยขายได้ น้ำหนักลูกหมูที่จำหน่ายอยู่ในปัจจุบันราวตัวละ 80-85 กิโลกรัม

การเลี้ยงลูกหมู จะเลี้ยงในคอกที่ปูพื้นด้วยแกลบเพื่อดูดซับน้ำและมูล ทำให้ไม่ต้องเสียการค้นพบช่องว่างของความต้องการในตลาดขนาดเล็ก (Niche market) ทำให้การเลี้ยง “หมูขุน” (หรือ หมูหลุม) ไม่มีคู่แข่ง และมีตลาดรองรับที่แน่นอน เป็นการสร้างรายได้ที่สม่ำเสมอ ที่มีโอกาสเติบโตเวลาดูแลและทำความสะอาดพื้นที่ อีกทั้งยังสามารถนำแกลบมาขายเป็นปุ๋ยธรรมชาติได้อีก ลูกหมูถูกเลี้ยงด้วยอาหารสำเร็จรูปทั้ง 100% เนื่องจากการใช้อาหารผสมทำให้ลูกหมูเติบโตช้า อย่างไรก็ตาม สูตรและปริมาณอาหารจะปรับเปลี่ยนไปตามอายุของลูกหมู ข้อจำกัดประการหนึ่งของการทำธุรกิจประเภทนี้ก็คือ ต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้นหากต้องการเพิ่มจำนวนหมูที่เลี้ยง ดังนั้น กิจการของคุณนั้นจึงเลี้ยงหมูได้ครั้งละไม่เกิน 10 ตัว แต่ผู้ประกอบการเองต้องการหาแหล่งเงินกู้เพิ่มเพื่อนำมาขยายกิจการเลี้ยงหมูเพื่อเป้าหมายที่ต้องการเลี้ยงหมูให้ได้ครั้งละ 20 ตัว

ตลาดไม่มีคู่แข่ง มีความต้องการแน่นอน

หมูหลุม เป็นที่ต้องการของตลาดสูง แทบไม่มีคู่แข่งชั้น จัดเป็นการทำการตลาดแบบนิชมาร์เก็ต (niche market) ที่จำหน่ายผ่านคนกลาง เพราะเมื่อเลี้ยงหมูจนได้ขนาดที่ต้องการ จะมีพ่อค้าซื้บรถกระบะมารับซื้อลูกหมูถึงบ้าน ผู้ประกอบการสามารถมีรายได้จากการจำหน่ายลูกหมูตัวละประมาณ 7,000 บาท หรือมี

รายได้ในการขายแต่ละครั้งเฉลี่ย 56,000 บาท และขายได้ 4 ครั้งต่อปี ทั้งนี้ ราคาของลูกหมูจะอิงกับราคาตลาด ผู้ประกอบการจึงต้องมีการสำรวจราคาตลาดก่อนจำหน่าย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมีรายได้จากการขายแกลบให้กับเกษตรกรในชุมชนเพื่อทำเป็นปุ๋ยได้อีกด้วย จึงเป็นการทำรายได้ทั้งจากผลิตภัณฑ์หลัก (ลูกหมู) และผลิตภัณฑ์พลพลอยได้ (แกลบ) รวมทั้งไม่มีการสูญเสียจากของเหลือทิ้งอีกด้วย

ขาดการคำนวณต้นทุน ทำให้ธุรกิจมีช่องโหว่

ผู้ประกอบการใช้เงินลงทุนทั้งจากเงินทุนส่วนตัวและเงินกู้ และจากการที่ผู้ประกอบการมีความเข้าใจในระบบบัญชีเป็นอย่างดี มีการบันทึกรายการทางบัญชีอย่างละเอียด ทั้งยอดซื้อวัตถุดิบ ยอดขาย และอื่นๆ แต่ข้อมูลที่บันทึกไว้นั้นกลับไม่สามารถนำมาใช้คำนวณเพื่อหาต้นทุนของลูกหมูที่เลี้ยงได้ ทำให้วิสาหกิจไม่ทราบรายได้จากการประกอบการได้ชัดเจน

ข้อมูลจำเพาะ

- ◎ ลักษณะของธุรกิจ เป็นการเลี้ยงลูกหมู (หมูหลุม) จำหน่าย
- ◎ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 3 ปี
- ◎ ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ วิสาหกิจมีรายได้จากการขายลูกหมูครั้งละประมาณ 56,000 บาท โดยในแต่ละปีเลี้ยงลูกหมูเพื่อจำหน่ายได้ 4 รอบ จึงมีรายได้ประมาณ 224,000 บาทต่อปี (หรือประมาณเดือนละ 18,000+ บาท)
- ◎ ช่องทางจำหน่าย เนื่องจากหมูหลุมเป็นสินค้าที่ตลาดต้องการ จึงมีพ่อค้ามาซื้อถึงฟาร์ม



คุณสัมฤทธิ์ ศิริรัมย์

บริการห้องเช่า

**“การบริหารจัดการกับทรัพย์สินมรดก
เพื่อให้เกิดประโยชน์ในแบบการเช่า
ช่วยสร้างรายได้ที่สม่ำเสมอ
และมีความต่อเนื่อง”**



ธุรกิจบริการห้องเช่า เป็นธุรกิจที่คล้ายกับน้ำที่ซึมในบ่อทราย คือ การสร้างประโยชน์ให้กับเจ้าของอย่างสม่ำเสมอ เป็นการสร้างรายได้ที่ไม่สูงมากแต่สม่ำเสมอให้กับผู้ประกอบการโดยมีการลงทุนในช่วงเริ่มต้นเพียงครั้งเดียว และสามารถทำให้ผู้ประกอบการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์สร้างรายได้ที่ต่อเนื่อง

ธุรกิจเริ่มต้น จากการมีทรัพย์สินมรดก

ธุรกิจเริ่มต้นจากการที่ผู้ประกอบการมีที่ดินมรดก ติดริมถนน ใกล้แหล่งชุมชน ในอำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น จึงเกิดเป็นแนวคิดทำธุรกิจบ้านเช่ารายเดือน ใช้ชื่อว่า “บ้านพักหนองเรือ” เริ่มต้นลงทุนดำเนินการเฉพาะในส่วนของสิ่งปลูกสร้างที่เป็นบ้านพักจำนวน 10 ห้อง ซึ่งไม่รวมการปรับปรุงพื้นที่ด้วยการถมดินและค่าใช้จ่ายในการทำรั้ว ด้วยเงินกู้จำนวน 1,750,000 บาท บ้านพักจำนวน 10 ห้องที่สร้างขึ้นนี้ มีขนาดห้อง 4x6 เมตร (24 ตร.ม.) ให้เช่าในแบบห้องเปล่า ไม่มีเฟอร์นิเจอร์ มีห้องน้ำในตัว มีพื้นที่สำหรับซักล้างและทำครัวบริเวณด้านหลัง มีพื้นที่สำหรับจอดรถที่ด้านหน้า ห้องพักมีพัดลมเพดาน มีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตผ่านระบบสัญญาณไร้สายไวไฟ (Wi-Fi) และมีสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมที่เรียกเก็บค่าบริการจากผู้เช่าต่างหากจากค่าเช่าห้อง เป็นการ

สร้างรายได้เพิ่ม ให้กับวิสาหกิจและ
เนื่องจากวิสาหกิจไม่มีการจ้างงานพนักงาน
จากภายนอกเพื่อดูแล จึงใช้เทคโนโลยี
กล้องวงจรปิด (CCTV) จำนวน 4 ตัว
ไว้เพื่อตรวจสอบกิจการและดูแลความ
ปลอดภัยให้กับผู้เข้าพัก รวมทั้งยังมี
บริการสายตรวจตู้แดง เพื่อดูแลความปลอดภัยและสร้างความมั่นใจให้กับผู้เข้าพัก
นับเป็นการวางแผนงานและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินมรดกให้เกิดรายได้อย่าง
สม่ำเสมอ



การวางแผนการตลาดและกำหนดเป้าหมายอย่างชัดเจน ช่วยให้ธุรกิจเติบโต

แม้จะมีเพียงป้ายไวนิลประชาสัมพันธ์ให้ทราบการบริการก็ตาม แต่ผู้ประกอบการ
ได้มีการวางแผนการตลาดและกำหนดเป้าหมายในการขายอย่างชัดเจน ส่งผล
ให้มีอัตราการเข้าพักสูง (โดยอยู่ในอัตราระหว่างร้อยละ 50-90 ต่อปี) ถึงแม้ว่า
อัตราค่าเช่าของ “บ้านพักหนองเรือ” จะสูงกว่าคู่แข่งในระดับเดียวกันที่อยู่แค่
ฝั่งตรงข้ามถนน ซึ่งมีอยู่มากถึง 3 รายก็ตาม รวมทั้งเงื่อนไขอื่นๆ ก็มีค่าใช้จ่าย
ค่อนข้างสูง อาทิ ค่าน้ำหน่วยละ 20 บาท ค่าไฟฟ้า หน่วยละ 6 บาท ค่าเช่า
กล่องสัญญาณดาวเทียม เดือนละ 150 บาท ค่าประกันห้องและค่าเช่าล่วงหน้า
ที่ต้องจ่ายเมื่อวันทำสัญญาเช่า 5,000 บาท (ซึ่งจะคืนเมื่อยกเลิกสัญญาเช่า) ทั้งนี้
เพราะห้องเช่านี้มีทำเลอยู่ใกล้แหล่งชุมชน อยู่ใกล้เทศบาลตำบล จึงดึงดูดผู้เช่า
ซึ่งเป็นพนักงานของโรงงานน้ำตาลและพนักงานห้างโลตัส

ตั้งเป้าหมายธุรกิจ เพื่อสร้างความหลากหลายของการให้เช่า

ผู้ประกอบการมีแผนงานลงทุนเพิ่มเมื่อหมดภาระใช้คืนเงินกู้ ด้วยการปรับปรุง
ห้องพักให้น่าอยู่มากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมของการอยู่อาศัย
เช่น การสร้างรั้วและทำหลังคาสำหรับที่จอดรถ รวมทั้งกันสวนหน้าบ้าน
ให้เป็นสัดส่วน เพื่อเป็นส่วนรับแขกหรือนั่งเล่น นอกจากนี้ยังมีแนวคิดขยาย

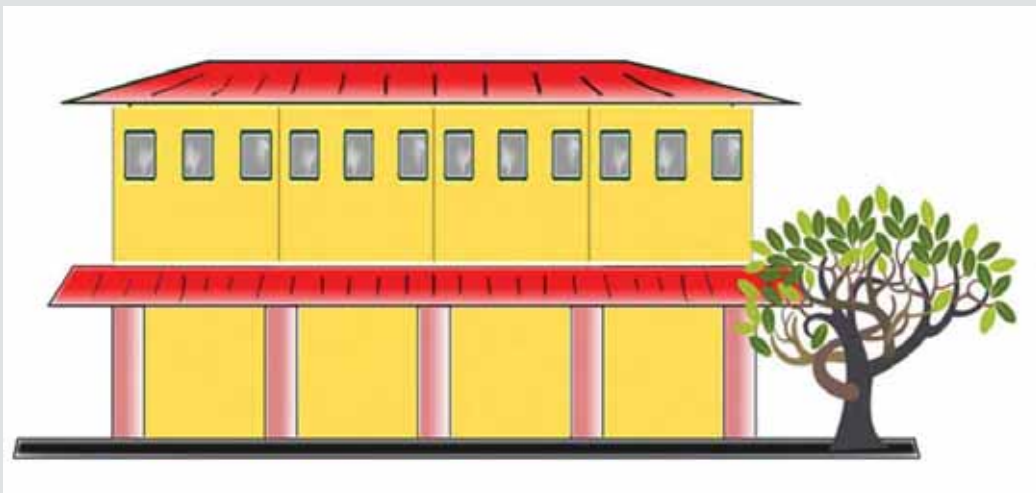
กิจการปลูกสร้างอาคารแบบอาคารพาณิชย์ 2 ชั้นในพื้นที่ดินด้านหน้าเพื่อให้เช่าค้าขาย และปลูกสร้างอาคารในแบบบ้านเดี่ยวพร้อมเฟอร์นิเจอร์ จำนวน 5 หลัง ในพื้นที่ดินด้านหลัง เพื่อเพิ่มรูปแบบของการให้บริการที่พัก/อาคารพาณิชย์ให้เช่า

ระบบบัญชีที่ชัดเจน ช่วยให้เข้าใจสถานะของธุรกิจ

จากการที่สามีของผู้ประกอบการมีความรู้และความเข้าใจในการจัดทำบัญชีในระดับมากที่สุด จึงบันทึกข้อมูลประกอบการลงในโปรแกรมสำเร็จรูป Excel โดยข้อมูลที่บันทึกประกอบด้วย รายได้จากค่าเช่า ค่าใช้จ่ายธุรกิจ ค่าแรง รวมถึงการทำงานกำไรขาดทุน เพื่อนำส่งสรรพากร ส่งผลให้วิสาหกิจมีการจัดสรรเงินทุนหมุนเวียนได้ดี มีการใช้คืนเงินกู้ที่นำมาลงทุนอย่างสม่ำเสมอ ทำให้สามารถปลดหนี้ได้ตรงตามเวลา

ข้อมูลจำเพาะ

- ◎ รูปแบบธุรกิจ บริการห้องเช่า
- ◎ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 2+ ปี
- ◎ ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 25,000 บาท
(คิดจากค่าเช่าห้องละ 2,500 บาท จำนวน 10 ห้อง)
- ◎ กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ พนักงานโรงงานน้ำตาลและพนักงานห้างโลตัส



คุณอารี ทองเที่ยงธรรม

ธุรกิจเพาะพันธุ์ไม้หายาก ไม้มงคล และพืชเศรษฐกิจ

“จากความต้องการใช้พื้นที่ว่างให้เป็นประโยชน์ ร่วมกับความได้เปรียบของการอยู่ในพื้นที่ที่มีการเพาะพันธุ์พืชเป็นอันดับ 4 ของประเทศ (อ.ภาชี) เป็นต้นกำเนิดการทำธุรกิจที่ชาญฉลาด”



เริ่มต้นธุรกิจ จากการไม่ปล่อยผ่านพื้นที่ว่างอย่างไร้ค่า

ธุรกิจเริ่มต้น จากการที่คุณอารี ทองเที่ยงธรรม ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร่วมกับสมาชิกอีก 70 ราย ได้รับจัดสรรที่ดินราชพัสดุ จำนวน 5 ไร่ เพื่อเป็นที่ตั้งสมาคมส่งเสริมและพัฒนาคนพิการ อำเภอกาชี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้ก่อสร้างศูนย์การเรียนรู้และทำธุรกิจเสริมรายได้ให้กับคนพิการ โดยทำเป็นโรงเรียนสำหรับเป็นที่จัดประชุมและทำกิจกรรมร่วมกัน

แม้ทำการก่อสร้างศูนย์การเรียนรู้และทำธุรกิจเสริมรายได้ให้กับคนพิการลงบนพื้นที่แล้ว คุณอารีก็พบว่ายังมีพื้นที่ว่างเป็นจำนวนมาก จึงมีแนวคิดในการใช้พื้นที่ว่างที่เหลือมาทำประโยชน์ ประกอบกับการมองเห็นโอกาสจากการที่อำเภอกาชี จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นสถานที่เพาะพันธุ์ไม้อันดับ 4 ของประเทศ จึงเกิดแนวคิดในการทำ “ธุรกิจเพาะกล้าไม้เพื่อจำหน่าย” จึงได้เริ่มศึกษา-เรียนรู้การทำธุรกิจการเกษตรจากเพื่อนคนพิการในชุมชนที่มีการเพาะกล้าเป็นอาชีพอยู่แล้ว

ธุรกิจเป็นจริงได้ เมื่อได้ลงมือทำ

ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557 ซึ่งเป็นช่วงเข้าสู่ฤดูฝน คุณอารีกับแรงงาน



คนพิการเพียง 10 คนจึงเริ่มทดลองทำแปลงเพาะต้นกล้าพันธุ์ไม้หายากจำหน่าย อาทิ ต้นหูกกระจิง ต้นคูณ ต้นหางนกยูง โดยมีกระบวนการของการเพาะต้นกล้า ด้วยการซื้อเมล็ดพันธุ์มาแช่น้ำประมาณ 3 วัน จากนั้นนำเมล็ดพันธุ์ที่เปลือกเริ่มนิ่มไปหว่านลงแปลงดินที่เตรียมไว้ เมื่อต้นกล้าเริ่มแตกหน่อก็นำไปใส่ถุงเพื่อรอการจำหน่าย โดยจะมีพ่อค้าคนกลางจากตลาดต้นไม้ที่คลอง 15 จังหวัดปทุมธานีมารับซื้อต้นกล้าถึงที่แปลงเพาะ

ต้นทุนของการเพาะต้นกล้าพันธุ์ไม้ ก็มีเพียง (1) เมล็ดพันธุ์ (ตัวอย่าง เม็ดหูกกระจิง กิโลกรัมละ 50 บาท) (2) ดินหรือแกลบ (3) ถุงดำ ขนาดเบอร์ 7 (4) ยารักษาโรค/ใบ (5) ปุ๋ยเมล็ด หรือปุ๋ยผสมไว้ใช้รดต้นอ่อนเพื่อเร่งการเติบโต

ในการสร้างรายได้จากการเพาะต้นกล้าพันธุ์ไม้เพื่อจำหน่ายนั้น มีเทคนิคในการเพิ่มรายได้ที่หลากหลายอย่างเช่น

1) รายได้ของการเพาะต้นกล้าพันธุ์ไม้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาและความสูงของต้นกล้าที่เพาะ ถ้าหากเพาะต้นกล้าพันธุ์ไม้ไว้เป็นระยะเวลานานก็จะได้ราคาขายที่สูงขึ้น เช่น ต้นกล้าพันธุ์ไม้อายุ 1 เดือนราคาต้นละประมาณ 2 บาท ต้นกล้าพันธุ์ไม้อายุ 3 เดือนราคาต้นละประมาณ 5 บาท ต้นกล้าพันธุ์ไม้อายุ 4-5 เดือน ราคาประมาณ 7-10 บาท

2) รายได้ของการเพาะต้นกล้าพันธุ์ไม้ขึ้นอยู่กับขนาดของ

ถุงดำที่ใช้ใส่ต้นกล้า นั่นคือ เมื่อผู้ประกอบการเลี้ยงต้นกล้าพันธุ์ไม้ให้โตขึ้นจนมีอายุประมาณ 1 เดือนครึ่งและพร้อมจะนำออกขาย การเปลี่ยนขนาดถุงก่อนส่งนำไปขายก็จะช่วยให้สามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้น

เลือกทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง ช่วยเสริมการพัฒนาในภาพรวม

เพื่อให้เกิดการพัฒนาในเชิงการเกษตรอย่างเป็นรูปธรรมและครบวงจร นอกจากคุณอารีจะบุกเบิกการเพาะต้นกล้าพันธุ์ไม้แล้ว ยังให้ความสนใจในด้านการเลี้ยงสัตว์อีกด้วย โดยได้รับการสนับสนุนจากโรงไฟฟ้าอุทัย (จ.อยุธยา) กัลป์ กรุ๊ป (กลุ่มบริษัทผู้ผลิตไฟฟ้ารายใหญ่ของประเทศ) ร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบลที่ได้จัดทำโครงการเกษตรยั่งยืน ให้ความช่วยเหลือก่อสร้างโรงเรือนเลี้ยงหมู และนำหมูพันธุ์หมุยซานมาให้เลี้ยงจำนวน 2 คู่ รวมทั้งการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ อาทิ เกษตรอำเภอ นำถังชีวภาพมามอบให้ พร้อมสอนวิธีการทำก๊าซชีวภาพ

และเพื่อเป็นการสร้างเสริมให้เกิดพัฒนาด้านการเกษตรอย่างต่อเนื่อง คุณอารีได้เริ่มทำแปลงเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจเพื่อเป็นอาหารและจำหน่ายอีกด้วย พืชเศรษฐกิจที่เลือกปลูก ได้แก่ กลัวยว มะนาว ข้าว เป็นต้น รวมทั้งเพื่อให้เกิดการทำธุรกิจการเกษตรอย่างครบวงจร จึงได้เลี้ยงไส้เดือนเพื่อนำมูลมาทำปุ๋ยจำหน่ายอีกอย่างหนึ่ง

แต่อุปสรรคประการหนึ่งของการทำการเกษตร ก็คือเรื่องของน้ำ ที่บางครั้งฝนธรรมชาติไม่ตกตามฤดูกาล ซึ่งบ่อที่เตรียมไว้สำหรับการพักน้ำไว้ทำการเกษตรก็ไม่เพียงพอต่อการใช้น้ำ ดังนั้น การขยายงานของคุณอารีจึงต้องดำเนินการไปอย่างรอบคอบและเกิดความพร้อมทั้งในส่วนของการดำเนินการและส่วนของการเตรียมการที่จะให้การดำเนินงานไม่สะดุดลงกลางคัน

จึงเห็นได้ว่า การดำเนินธุรกิจของคุณอารี ที่เริ่มต้นจากความขยันขันแข็งไม่ยอมทิ้งพื้นที่ว่างให้ว่างเปล่า สามารถสร้างให้เกิดรายได้และสร้างธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องได้อย่างเป็นรูปธรรม

ชมรมเพื่อเพื่อนผู้พิการ ตำบลแจ้ซ้อน จังหวัดลำปาง

คุณเพ็ญฟ้า สุทธิพรณิวัฒน์ ผู้นำกลุ่ม



“การฝึกฝนอาชีพที่หลากหลาย
เป็นการสร้างกิจกรรมที่เป็นประโยชน์
ช่วยให้สมาชิกสามารถพึ่งพาตนเอง
และสร้างรายได้”

แนวคิดพึ่งพาตนเอง ช่วยให้กลุ่มเข้มแข็ง เติบโต

ชมรมเพื่อเพื่อนผู้พิการตำบลแจ้ซ้อน ลำปาง ได้เริ่มก่อตั้งในปี 2553 ด้วยสมาชิกเริ่มแรก 12 คน ได้รับการสนับสนุนจากหลายฝ่าย อาทิ องค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดลำปาง สภาองค์กรชุมชน โดยในช่วงเวลาที่ผ่านมาได้มีกิจกรรมช่วยเหลือสมาชิกในด้านต่างๆ เช่น การจัดหาอุปกรณ์ขาเทียม รถวีลแชร์ เติ่งนอน ช่วยซ่อมแซมบ้านเรือนสมาชิก ฯลฯ และยังจัดอบรมวิธีการดูแลคนพิการ จัดอบรมอาชีพให้แก่คนพิการ ด้วยความต้องการให้คนพิการได้มีอาชีพ มีรายได้เลี้ยงดูตนเอง ปัจจุบัน ชมรมมีสมาชิกมากถึง 112 คน

ในปี 2554 ผู้นำกลุ่มได้มีแนวคิดต้องการฝึกสมาชิกให้ทำอาชีพต่างๆ เพื่อให้มีอาชีพที่หลากหลาย มีรายได้สามารถพึ่งพาตนเองได้โดยไม่ต้องรอความช่วยเหลือจากหน่วยงาน จึงได้มีการอบรมอาชีพ เลี้ยงไก่ เลี้ยงปลา ให้กับสมาชิกกลุ่ม และได้มีการแจกพันธุ์ปลา พันธุ์ไก่ให้กับสมาชิกได้นำกลับไปทดลองเลี้ยงรวม 40 ราย

สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ เพื่อสร้างรายได้

ชมรมฯ มีแนวคิดที่ต้องการยกระดับคุณภาพชีวิตคนพิการ โดยการส่งเสริมให้คนพิการมีอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้สามารถเลี้ยงตัวเองได้ ด้วยการ

พัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากเศษไม้สักที่เหลือใช้ภายในตำบล มาทำเป็นเฟอร์นิเจอร์หรือของตกแต่งภายในบ้าน ประจวบกับการที่อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวอุทยานน้ำแร่แจ้ซ้อน จึงมองเห็นโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวได้ซื้อติดมือกลับบ้านเพื่อเป็นของที่ระลึก และยังช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับตำบลอีกด้วย

การรู้ประเด็นปัญหา ช่วยให้แก้ไขได้ตรงจุด

จากการดำเนินการของชมรมในช่วงที่ผ่านมา ได้พบว่า การพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์หรือของตกแต่งบ้านจากเศษไม้สัก ยังไม่ได้รับผลสำเร็จดีเท่าที่ควร เนื่องจาก

- ๑ **ผลิตภัณฑ์** | แม้ว่ามูลนิธิพิทักษ์ดวงตาได้เข้าไปช่วยเหลือเกื้อกูลกลุ่มคนพิการต่างๆ หลากหลาย มีการนำผลิตภัณฑ์ในเครือข่ายมาจำหน่าย รวมทั้งช่วยเหลือเรื่องอุปกรณ์ ปรับปรุงสถานที่ทำงาน เพื่อให้คนพิการได้มีร่างกายแข็งแรง ในการช่วยเหลือตัวเองได้ แต่ก็พบว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนายังขาดการพัฒนาในรูปแบบที่สวยงามที่จะแข่งขันในตลาดได้อีกมาก
- ๑ **ช่องทางการตลาด** | ชมรมฯ ยังมีช่องทางการตลาดที่จำกัดในการกระจายสินค้า ทำให้สินค้าที่จัดทำขึ้น จำหน่ายอยู่ในวงอันจำกัด
- ๑ **ตราสินค้า (brand)** | ชมรมฯ ยังไม่มีตราสินค้าเป็นของตัวเอง ทำให้ยังไม่เกิดการสร้างแบรนด์ ที่จะช่วยให้จดจำ

ซึ่งการสนับสนุนของกลุ่มมูลนิธิพิทักษ์ดวงตา ให้กับกลุ่มใหม่ๆ เช่น กลุ่มจักจั่นน้ำแร่ นั้น เป็นการเปิดชีวิต และกิจกรรมใหม่ ให้กับกลุ่มผู้พิการที่มีแรงงานช่วงฝีมือ แต่ยังขาดแคลนทุนทรัพย์และแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนั้น การได้รับการพัฒนาที่ตรงกับประเด็นปัญหาหรือความต้องการ จึงเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมให้กลุ่ม ได้มีกิจกรรมและการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

สร้างสรรค์ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ เพื่อความยั่งยืน

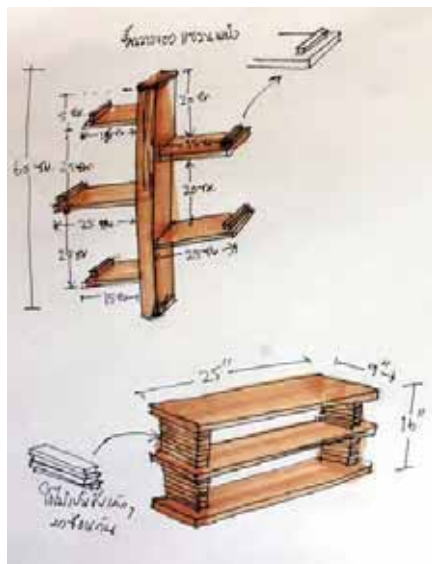
เพื่อให้กลุ่มจักจั่นน้ำแร่ ได้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนและมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่ม จึงได้รับการพัฒนาใน 2 ด้านคือ

1. พัฒนาตราสัญลักษณ์ เพื่อใช้สร้างความจดจำ โดยใช้ตราสัญลักษณ์ชื่อ “จักจั่นน้ำแร่”

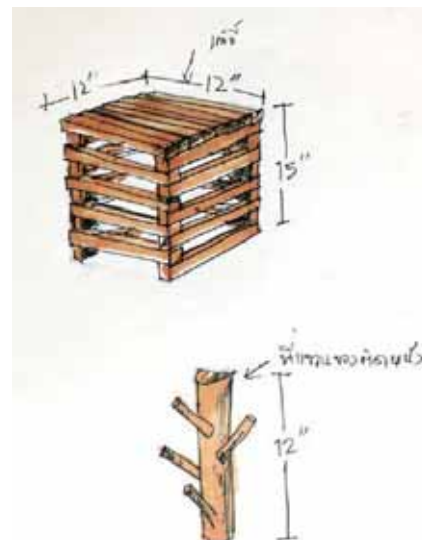


2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มของใช้ของตกแต่งจากไม้ (วัสดุเหลือใช้) โดยเน้นประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม

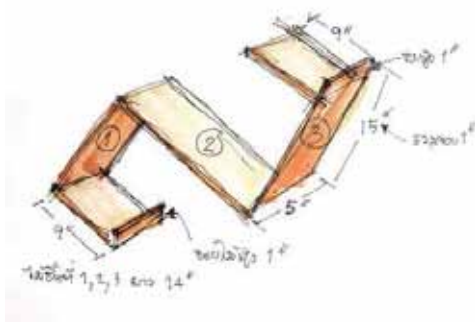
แบบภาพร่างผลิตภัณฑ์



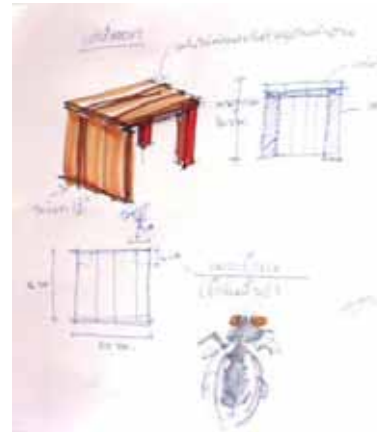
แบบร่างผลิตภัณฑ์ชั้นวางหนังสือ
สำหรับแขวนผนัง / และชั้นวางรองเท้า



แบบร่างผลิตภัณฑ์ เก้าอี้ใช้ไม้ซี่เล็กมา
ต่อกันคล้ายลังใส่ของ และที่แขวนกิ่งไม้

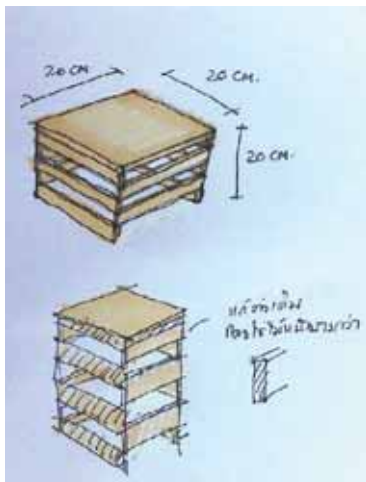


แบบร่างผลิตภัณฑ์ ชั้นวางซีดี

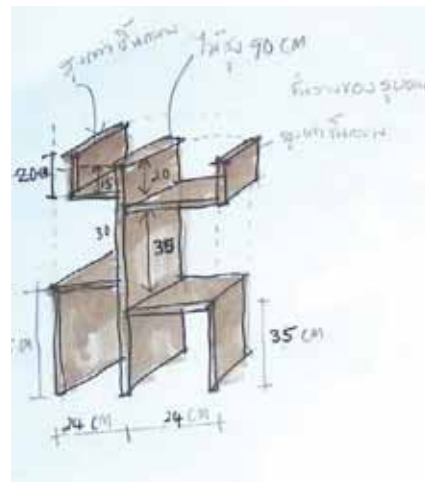


แบบร่างผลิตภัณฑ์ เก้าอี้สองขา

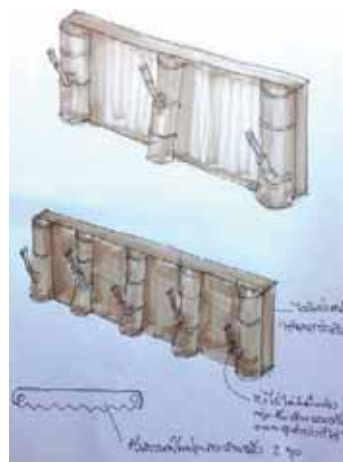
แบบภาพร่างผลิตภัณฑ์



แบบร่างผลิตภัณฑ์ พัฒนาแบบเก้าอี้ใช้ไม้
บางลง



แบบร่างผลิตภัณฑ์ ปรับชั้นหนังสือเป็นแบบ
ตั้งพื้น



แบบร่างผลิตภัณฑ์
ที่แขวนของกึ่งไฟ

ต้นแบบผลิตภัณฑ์

	
ชั้นวางรองเท้า	ที่แขวนของกิ่งไม้
	
ชั้นวางของ	กิ่งไม้แขวนผ้า

ข้อมูลจำเพาะ

- ◎ ชื่อกิจการ | ชมรมเพื่อเพื่อนผู้พิการตำบลแจ้ซ้อน ลำปาง
- ◎ ชื่อผลิตภัณฑ์ | จักจั่นน้ำแร่
- ◎ ชื่อผู้นำกลุ่ม | นายเพ็ญฟ้า สุทธิพรณวัฒน์
- ◎ ที่อยู่ | 13 หมู่ 4 ตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง 52000
- ◎ โทรศัพท์เคลื่อนที่ | 084 363 3081
- ◎ ประเภทธุรกิจ | ผลิตและจำหน่าย
- ◎ ลักษณะธุรกิจ | ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไม้

มูลนิธิพิทักษ์ดวงตา

จังหวัดลำปาง

คุณกรรณิการ์ สรวยสุวรรณ (ครูปุ๋ย)
ผู้อำนวยการมูลนิธิ



**“มูลนิธิที่มีผู้นำเข้มแข็ง และ
ดำเนินงานอย่างมีกรอบการทำงาน
ที่ชัดเจน รวมทั้งมีทิศทางของการ
ขยายตัวอย่างเป็นระบบ ทำให้ช่วยเหลือ
ตนเองและสร้างโอกาสกับสมาชิก”**

สร้างโอกาส ด้วยการจัดตั้งกลุ่มในรูปมูลนิธิที่สร้างรายได้จากธุรกิจ

เมื่อปี 2537 มูลนิธิพิทักษ์ดวงตา ได้ร่วมกับมูลนิธิธรรมิกชนเพื่อคนตาบอดในประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ก่อตั้ง “ศูนย์พัฒนาสมรรถภาพคนตาบอดลำปาง และโรงเรียนการศึกษาคนตาบอดลำปาง” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เด็กพิการทางสายตาได้รับการกระตุ้นพัฒนาการเตรียมความพร้อมและได้ศึกษาเล่าเรียน คนพิการวัยผู้ใหญ่ได้รับการฟื้นฟูพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต สามารถช่วยเหลือตัวเองและมีอาชีพเลี้ยงตนเองได้ ไม่เป็นภาระของครอบครัว

มูลนิธิพิทักษ์ดวงตาลำปางเป็นองค์กรเอกชนสาธารณกุศล ดำเนินงานโดยคณะกรรมการมูลนิธิฯ ที่รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหรือองค์กรของรัฐและเอกชนทั่วไป ปัจจุบันมีคุณกรรณิการ์ สรวยสุวรรณ เป็นผู้อำนวยการมูลนิธิ

มูลนิธิ มีแนวคิดที่ต้องการยกระดับคุณภาพชีวิตคนพิการ โดยการส่งเสริมให้คนพิการมีอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้สามารถเลี้ยงตนเองได้และในขณะเดียวกันในส่วนของมูลนิธิเองก็มีนโยบายที่จะปรับโครงสร้างรายได้ของมูลนิธิจากการรับบริจาค มาเป็นการสร้างรายได้จากธุรกิจที่ดำเนินการโดยมูลนิธิเอง โดยใช้แนวคิดธุรกิจเชิงสังคม (Social enterprise) มาปรับใช้ จึงพัฒนางานของมูลนิธิ ใน 2 ส่วนด้วยกัน คือ

ส่วนแรก เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของคนพิการที่อยู่ในความดูแลของมูลนิธิ ที่มูลนิธิสามารถช่วยในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อได้พัฒนารูปแบบลดต้นทุนให้ต่ำลง ลดกระบวนการที่ยุ่งยากในการผลิต รวมทั้งสามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่าย เพื่อเป็นการสร้างรายได้หรือต่อยอดผลิตภัณฑ์

ส่วนที่สอง เป็นการพัฒนาช่องทางการจำหน่าย ด้วยการจัดตั้งร้านที่จำหน่ายสินค้าและให้บริการ เพื่อเป็นช่องทางกระจายสินค้าจากคนพิการที่อยู่ในเครือข่ายของมูลนิธิ (โดยส่วนของงานบริการก็คือ การให้บริการนัดผ่อนคลายและให้บริการร้านกาแฟ) ที่ช่วยสร้างงานและรายได้ให้กับสมาชิก

โดยการดำเนินงานในสองส่วนนี้ ก็ได้มีการวางแผนประชาสัมพันธ์ สื่อสารทางการตลาด เพื่อให้ทั้งผลิตภัณฑ์ และหน้าร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์/ให้บริการได้เป็นที่รู้จัก ทั้งแผนการตลาดที่เป็นแผนปฏิบัติในระยะสั้น-ระยะกลาง เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมที่สามารถวัดผล หรือติดตามผลได้ในภายหลัง

พัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้มีรูปแบบร่วมสมัยและมีต้นทุนลดลง

มูลนิธิฯ ได้ทำการคัดเลือกคนพิการที่อยู่ในเครือข่าย ซึ่งเป็นคนพิการด้านการเคลื่อนไหว แต่ทว่ามีศักยภาพในการคิดประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานแกะสลักจากไม้ 2 ราย คือ คุณมณฑา เทียงมูล ผู้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ช้อปเปอร์จากไม้ และคุณกำธร ทิพย์ยอด ผู้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากไม้ ซึ่งปัจจุบันมีปัญหาในด้านการบวนการผลิตที่ยุ่งยากและใช้เวลานาน รวมทั้งมีต้นทุนการผลิตสินค้าที่ค่อนข้างสูง มาเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อช่วยลดความยุ่งยากในการผลิต รวมทั้งมีความต้องการเพิ่มหรือขยายช่องทางการตลาดให้เพิ่มขึ้นกว่าเดิม

โดยคุณมณฑา เทียงมูล ที่พิการตั้งแต่ท่อนเอวลงไป เป็นผู้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ช้อปเปอร์ไม้จำลองที่มีความสวยงามวิจิตร แต่ทว่าใช้เวลาในการผลิตยาวนานมาก ทำให้การเกิดรายได้ต้องกินระยะเวลานาน นักออกแบบสร้างสรรค์จึงพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังคงความสวยงามแต่ใช้ระยะเวลาในการผลิตน้อยลง ด้วยการลดขั้นตอนที่ซับซ้อน พัฒนาเป็นเครื่องบินไม้รูปแบบต่างๆ



ผลิตภัณฑ์ก่อนได้รับการปรับปรุง



ผลิตภัณฑ์หลังได้รับการปรับปรุง

คุณกำธร ทิพย์ยอด ช่างแกะสลักที่ได้รับรางวัล มีฝีมือในการแกะสลักงานไม้ที่สามารถแกะชิ้นงานได้อย่างรวดเร็ว แต่เดิมพัฒนางานที่มีความวิจิตร อาทิ ช้างหัวอินเดียนแดง ซึ่งมีทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก และน้ำหนักมาก เป็นรูปแบบที่ขาดความทันสมัย ทำให้จำหน่ายได้เฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใหญ่หรือคนรุ่นเก่า นักออกแบบจึงได้สร้างสรรค์ทางเลือกใหม่ให้เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับการตกแต่งบ้าน ที่มีรูปแบบทันสมัยยิ่งขึ้น ลดขั้นตอนการแกะไม้ที่ยุ่งยาก ทำให้การสร้างสรรค์ชิ้นงานใช้เวลาที่น้อยลง



ผลิตภัณฑ์ก่อนได้รับการปรับปรุง



ผลิตภัณฑ์หลังได้รับการปรับปรุง



ผลิตภัณฑ์ก่อนได้รับการปรับปรุง

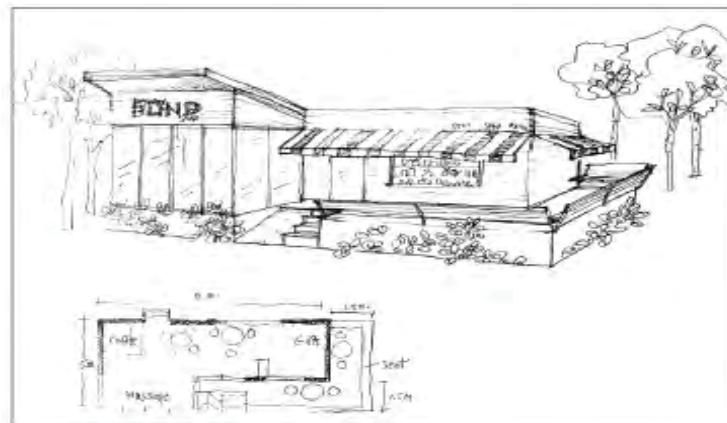


ผลิตภัณฑ์หลังได้รับการปรับปรุง



สร้างรายได้เพิ่ม ด้วยการพัฒนาหน้าร้านเพื่อจำหน่ายสินค้าและให้บริการ

การพัฒนาหน้าร้านของมูลนิธิ เพื่อจำหน่ายสินค้าและให้บริการ ในรูปแบบของหน้าร้านกาแฟช่วยเพิ่มรายได้จากการประกอบธุรกิจอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งมูลนิธิได้เรียนเชิญสถาปนิกผู้ออกแบบร้านกาแฟมาเป็นทีปรึกษาในการออกแบบ ทำให้เป็นหน้าร้านที่ทันสมัย ได้มีการแบ่งโซนในการให้บริการ การสร้างบรรยากาศ และยังมีการปรับทางลาดสำหรับรถเข็นเพื่อรองรับผู้มาใช้บริการได้ครอบคลุมทุกกลุ่ม (ทั้งประชาชนทั่วไปและคนพิการ)



แบบร้านค้าก่อนการปรับปรุง



แบบร้านค้าหลังการปรับปรุง



โดยใช้ชื่อร้านค้าว่า “Power Blind” ที่สื่อความหมายถึง “พลังคนตาบอด” รวมทั้งได้มีการพัฒนาตราสัญลักษณ์ที่มีความโดดเด่นและเข้าใจง่าย เป็นการสร้างความจดจำ

การสื่อสารการตลาดหลากหลายรูปแบบ ช่วยให้เป็นที่รู้จักยิ่งขึ้น

เพื่อให้หน้าร้าน “Power Blind” ได้เป็นที่รู้จัก รวมทั้งสามารถสื่อสารในทุกมิติของการให้บริการโดยเฉพาะการสื่อสารภายในร้าน ระหว่างการให้บริการที่ช่วยสร้างการจดจำและตอกย้ำชื่อตราสินค้าให้กับผู้เข้ามาใช้บริการ จึงได้มีการพัฒนาสื่ออย่างหลากหลาย ดังนี้

ป้ายหน้ามูลนิธิ



โปสเตอร์และธงญี่ปุ่น เพื่อประชาสัมพันธ์



ป้ายแขวนสินค้าของที่ระลึก



X-stand และป้ายประชาสัมพันธ์ สำหรับงานออกร้าน



เมนูในร้าน ที่มีอักษรเบรลล์ประกอบ



ถ้วยกาแฟสำหรับให้บริการในร้าน



สร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์เพื่อจำหน่ายที่หน้าร้าน ช่วยตอกย้ำตราสินค้า

เพื่อเป็นการสร้างรายได้จากธุรกิจ กลุ่มมูลนิธิพิทักษ์ดวงตา ได้ผลิตสินค้าตามความสามารถของคนตาบอด อาทิ ผัก ขนมน และผลิตภัณฑ์อื่นๆ จึงได้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังนี้

บรรจุภัณฑ์ผักสุขภาพ Power Blind



แบบพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์ผักสุขภาพ

ต้นแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผักสุขภาพ

แบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารว่าง Power Blind



แบบพัฒนาฉลาก
ผลิตภัณฑ์อาหารว่าง Power Blind



แบบพัฒนาฉลาก
ผลิตภัณฑ์อาหารว่าง Power Blind

ช่องทางจำหน่าย ช่วยผลักดันยอดขายเพิ่ม

การแสวงหาช่องทางการจำหน่ายใหม่ๆ เพิ่มเติมจากช่องทางจำหน่ายที่มีอยู่เดิม ช่วยให้กลุ่มฯสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น ส่งผลต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากเดิมตามไปด้วย ซึ่งช่องทางจำหน่ายของกลุ่มฯ ทั้งที่เป็นช่องทางเดิมและช่องทางใหม่ มีดังนี้

- ◎ ช่องทางที่เป็นหน้าร้านของตัวเอง | หน้าร้าน Power Blind shop ซึ่งตั้งอยู่ที่ ถนนสุขสวัสดิ์ 1 ตำบลพระบาท อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง
- ◎ ช่องทางการออกร้านแสดงสินค้า | เป็นการออกร้านเพื่อจำหน่ายสินค้าในงานแสดงสินค้า (เช่น งานโอท็อปหรืองานที่เปิดกว้างขายให้ผู้บริโภคกลุ่มใหญ่) และได้สมัครเป็นสมาชิกผู้ผลิตของบริษัท ไทยคราฟท์ แฟร์เทรด จำกัด เพื่อได้รับสิทธิในการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้าต่างๆ ของทางบริษัทไทยคราฟท์
- ◎ ช่องทางการฝากขายผ่านหน้าร้านอื่น/เว็บไซต์ | ได้มีการเริ่มต้นฝากขายสินค้าในร้านค้าต่างๆ อาทิเช่น
 - ฝากขายสินค้าที่ร้าน Handicraft shop ภายในร้านอาหาร Cabbages & Condoms ของคุณมิชชี วีระไวทยะ
 - ฝากขายสินค้า ที่ร้านขายของที่ระลึกริมกว๊านพะเยา และร้าน OTOP ของจังหวัดพะเยา
 - ฝากขายสินค้าผ่านเครือข่ายพันธมิตร เช่น หน้าร้านของศูนย์ดวงตาลำปาง หรือ ฝากขายทางเว็บไซต์ของศูนย์ลำปาง
 - ฝากขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของที่ปรึกษา ชื่อ “วิศิษฐ์เพื่อสังคม” ที่ได้เปิดดำเนินการเมื่อเดือนกันยายน 2554 ทั้งนี้ ในการที่จะให้สามารถวัดผลของการพัฒนาการออกแบบ และการวางแผนเรื่องแบรนด์ได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงได้กำหนดเป้าหมายทางการตลาดและการขาย ที่เป็นเป้าหมายระยะสั้น (ในระยะเวลา 1 ปี)
- ◎ เป้าหมายทางธุรกิจ เพิ่มยอดขายจากเดิม ปีละ 200,000 บาท เป็น 440,800 บาท ต่อปี (หรือ คิดเป็นอัตราการเพิ่ม ร้อยละ 120)

- ๑ เป้าหมายทางการตลาด ต้องการจัดทำแผนการตลาดเพื่อนำไปสู่ต้นแบบผลิตภัณฑ์/บริการเพื่อให้กลุ่มสตรีพิการดอกคำใต้สามารถนำไปใช้งานและต่อยอดธุรกิจได้
- ๑ เป้าหมายเพื่อการสร้างงานและอาชีพ มีการสร้างอาชีพและทักษะในการทำงานให้กลุ่มคนพิการอื่นให้สามารถใช้ศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่ รวมทั้งทำให้ผู้พิการมีความภาคภูมิใจที่สามารถสร้างงานที่เป็นประโยชน์และสร้างรายได้ เป็นแรงบันดาลใจให้แก่ผู้พิการกลุ่มอื่นๆ

รวมทั้งได้กำหนดแผนกลยุทธ์ แบบระยะกลาง (3 ปี) ด้วยการกำหนดเป้าหมายของยอดขายเป็น 1,000,000 บาท เพื่อสร้างรายได้จากการขายสินค้ามาช่วยขยายงานศูนย์ และยังสามารถสร้างความรู้จักและยอมรับในตราสินค้า Power Blind ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างอาชีพและทักษะในการทำงานให้กับกลุ่มคนพิการทุกระดับของชมรม ให้สามารถใช้ศักยภาพของตนเองได้อย่างเต็มที่ โดยกำหนดแผนงานที่ทำให้เห็นภาพมองไปในอนาคตอย่างมีทิศทาง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

- ๑ ด้านผลิตภัณฑ์
 - กำหนดให้มีการพัฒนาสินค้าแบบใหม่ๆทุกปี โดยเฉพาะก่อนการจำหน่ายในงานแสดงสินค้าที่เป็นกิจกรรมหลักในแผนงาน อย่างเช่น งานโอทอป
 - มีการนำเสนอสินค้าในรูปแบบชุดคอลเล็คชั่น (collection) เพื่อช่วยเพิ่มความน่าสนใจและทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มกับสินค้าที่จำหน่าย
 - มีการปรับปรุงจุดให้ดูทันสมัย รวมทั้งเพิ่มการดึงดูดความสนใจจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- ๑ ด้านราคา
 - กำหนดราคาสินค้าในแต่ละรายการอย่างชัดเจน ทั้งสินค้าที่มีจำหน่ายอย่างต่อเนื่องและสินค้าที่จัดรายการส่งเสริมการขาย/สินค้าพิเศษที่ผลิตขึ้นเป็นครั้งคราว

- กำหนดราคาสินค้าที่ออกใหม่ให้สูงขึ้นเสมอ โดยอิงกับการสร้างสรรค์แบบสินค้า
- ◎ ด้านช่องทางจำหน่าย
 - ดำเนินการกระจายสินค้าเข้าไปยังร้านค้าเป้าหมายตามระดับความพร้อมในการผลิตสินค้า
 - มีการวางระบบงานขาย เพื่อรองรับการจำหน่ายในแบบเครดิต (ผ่านช่องทางการฝากขาย) ซึ่งจะครอบคลุมตั้งแต่ การเปิดหน้าบัญชีลูกค้า การเช็คเครดิตการให้สินเชื่อ และการควบคุมบัญชีลูกหนี้ เป็นต้น
- ◎ ด้านการส่งเสริมการตลาดและสื่อสารการตลาด
 - การส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารการตลาด เน้นไปที่การนำเสนอในงานแสดงสินค้าเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายและคนทั่วไปได้รู้จักอย่างกว้างขวาง

ดำเนินงานอย่างมีเป้าหมาย ด้วยการกำหนดตัวชี้วัด วิธีการติดตามและประเมินผล

จากการดำเนินงานของกลุ่ม มีเป้าหมายและสามารถวัดผลได้ จึงได้กำหนดตัวชี้วัด วิธีการติดตาม และประเมินผล ติดตามการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง จะทำให้เห็นความคืบหน้า โดยมี KPI (Key Performance Indicator) หรือตัวชี้วัดความสำเร็จ ดังนี้

1. ในด้านสินค้า คือ การผลิตสินค้าให้มีคุณภาพตามสินค้าต้นแบบ การควบคุมคุณภาพให้เหมือนต้นแบบ การควบคุมต้นทุนให้ลดต่ำลง การผลิตสินค้าให้มีสินค้าคงเหลือที่เพียงพอเพื่อจำหน่ายไปยังช่องทางการขายที่ได้กำหนดไว้
2. ในด้านช่องทางการจำหน่าย กำหนดให้มีการติดตามร้านค้าเป้าหมายที่ได้วางไว้ในแผนงานตามลำดับ โดยเริ่มต้นจากการขายไปยังลูกค้าที่เดินทางมาเยี่ยมชมและดูงานที่กลุ่มสตรีพิการเย็บปักประดิษฐ์

“ผ้าปักดอกคำใต้” ที่หนองหล่มและกลุ่มลูกค้าเดิม นอกจากนี้ ใน การฝากขายในช่องทางอื่น ต้องมีการแจ้งล่วงหน้าเมื่อปรับราคารวมทั้ง แจ้งล่วงหน้าเมื่อมีการนำเสนอสินค้าที่เป็นดีไซน์ใหม่ๆ จากการที่การขายปลีกสามารถตั้งราคาขายได้สูงส่งผลให้มีกำไรต่อหน่วยสูงตามไปด้วย จึงแนะนำให้กลุ่มฯ ไปออกงานแสดงสินค้าด้วยตนเอง (เช่น งานแสดงสินค้าโอท็อป) เพื่อให้ได้กำไรต่อหน่วยมากกว่าที่จำหน่ายที่หน้าร้านของตนเอง อย่างไรก็ตามกลุ่มจะต้องวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับช่องทางการจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นด้วย เพื่อไม่ให้เกิดการขาดแคลนสินค้าในแต่ละช่องทางที่ได้วางไว้

3. ในด้านยอดขาย ต้องบรรลุเป้าหมายการขายที่ได้ตั้งไว้

ข้อมูลจำเพาะ

- ◎ ชื่อกิจการ | มูลนิธิพิทักษ์ดวงตาลำปาง
- ◎ ชื่อผลิตภัณฑ์ | ร้านกาแฟ Power Blind shop
- ◎ ที่อยู่ | 128/1 ถนนสุขสวัสดิ์ 1 ตำบลพระบาท อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง 52000
- ◎ โทรศัพท์เคลื่อนที่ | 054 316 395
- ◎ ประเภทธุรกิจ | การค้า
- ◎ ลักษณะธุรกิจ | ร้านกาแฟ และร้านจำหน่ายสินค้าคนพิการ

กลุ่มหัตถกรรมเย็บปัก ประดิษฐ์ จังหวัดพะเยา

คุณสมจิตร เผ่ากันทะ หัวหน้ากลุ่ม



“การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างมีทิศทาง
ร่วมกับการวางแผนของช่องทางการ
จำหน่ายที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์
ช่วยให้การกระจายผลิตภัณฑ์เกิด
ประสิทธิผล และทำให้บรรลุเป้าหมาย
ของการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มอย่างชัดเจน”

การรวมกลุ่ม ช่วยสร้างความเข้มแข็ง

กลุ่มสตรีพิการเย็บปักประดิษฐ์ ตั้งขึ้นจากการรวมตัวของคนพิการทางการเคลื่อนไหว ซึ่งมีสมาชิกเริ่มต้นเมื่อปี 2546 เป็นสตรีจำนวน 6 คน และได้เพิ่มเป็น 7 คน ในเวลาต่อมา แม้ในช่วงเริ่มต้นที่ยังเป็นการรวมตัวแบบไม่เป็นทางการ และยังขาดทักษะวิธีดำเนินงานด้านการรวมกลุ่มอาชีพ จึงส่งผลให้การดำเนินการยังไม่ดีมากนัก ต่อมาในช่วงปลายปี 2547 สำนักงานส่งเสริมและพิทักษ์คนพิการ ร่วมกับสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงมนุษย์ ได้มีโครงการนำร่องการส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระของคนพิการ จึงได้มีการจัดกลุ่มอย่างเป็นทางการ โดยมี นางสาวสมจิตร เผ่ากันทะ เป็นหัวหน้ากลุ่ม

การรวมตัวกันของกลุ่มสตรีพิการเย็บปักประดิษฐ์นี้ ก็เพื่อทำงานเย็บผ้าในแบบทำมือ (handmade) โดยใช้ผ้าปักลายชาวเขาเป็นส่วนประกอบและเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีความทันสมัยตามความต้องการของผู้บริโภค และยังรับผลิตงานตามคำสั่งผลิต (order) อีกด้วย มีผลิตภัณฑ์จำหน่ายหลากหลายรูปแบบ อาทิ กระเป๋าสะพาย กระเป๋าใส่โทรศัพท์มือถือ และอื่นๆ ทั้งนี้ กลุ่มฯ มีแนวคิดต้องการทำผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยขนาดเล็ก ราคาไม่แพง โดยปัจจุบันเริ่มทำกระเป๋าผ้าเย็บมือ สีสันสดใส ที่ได้รับการตอบรับและความนิยมจากลูกค้ามาจำหน่าย เน้นการผลิตสินค้าที่ราคาไม่

เกิน 100 บาท เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อที่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มข้าราชการจากหน่วยงานต่างๆหรือผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้ามาประชุมหรือศึกษาดูงานในพื้นที่สถานประกอบการ แม้ในปัจจุบันกลุ่มสตรีพิการเย็บปักประดิษฐ์ จะมีสมาชิก 7 ราย แต่ด้วยข้อจำกัดเรื่องสุขภาพร่างกายของสมาชิก จึงมีสมาชิกที่สามารถทำงานได้เพียง 2-3 รายเท่านั้น ส่งผลต่อกำลังการผลิตและการจำหน่ายที่ใช้วิธีการขายส่ง การผลิตสินค้าตามคำสั่ง ผลิตและวางจำหน่ายปลีกโดยใช้บ้านของคุณสมจิตร เป็นจุดจำหน่ายสินค้า ที่มีหน่วยงานเข้ามาประชุมหรือดูงานในพื้นที่อยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการจัดการกลุ่มก็ทำกันอย่างง่าย โดยคุณสมจิตรจะรวบรวมเงินจากสมาชิกเข้าเป็นเงินกองกลางเพื่อใช้ซื้อวัตถุดิบหรือวัสดุต่างๆ เมื่อมีรายได้ที่หักค่าใช้จ่ายและค่าแรงแล้ว คุณสมจิตรก็จะกันกำไรส่วนหนึ่งเข้าเป็นกองกลางไว้ เพื่อเป็นทุนในการทำธุรกิจต่อไป

เป้าหมายธุรกิจชัดเจน ประเด็นปัญหาได้รับการปรับปรุง

กลุ่มสตรีพิการเย็บปักประดิษฐ์ รวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ โดยมีเป้าหมายเพื่อเป็นศูนย์การเรียนรู้ที่แข็งแกร่ง สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบเป็นสากล พัฒนาฝีมือ และเพิ่มรายได้ให้กับคนพิการและคนอื่นๆ ในชุมชน ที่แม้จะมีการเข้ามาศึกษาเรียนรู้จากกลุ่มอื่นๆ แต่ทางกลุ่มก็ยังคงมีประเด็นปัญหาจากการรวมกลุ่มและดำเนินการในช่วงที่ผ่านมา คือ

1. ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเท่าที่ควร
2. ช่องทางการจำหน่าย ยังไม่กว้างขวางเท่าที่ควร แม้จะมีวางขายที่บ้านของคุณสมจิตรแล้ว ก็มีเพียงการวางขายในตัวจังหวัดหรือจังหวัดใกล้เคียง รวมทั้งการได้ออกร้านในงานแสดงสินค้าต่างๆ
3. เริ่มมีการสร้างแบรนด์ โดยใช้ชื่อแบรนด์ “ดอกคำใต้” เพื่อต่อยอดการเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าทำมือที่ผลิตในพื้นที่อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา

ทั้งนี้ จากการเข้าร่วมโครงการฯ กลุ่มสตรีพิการเย็บปักประดิษฐ์ ได้รับคำปรึกษาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดจากเดิม ด้วยการเพิ่มเทคนิคตกแต่ง

ทำให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มรวมทั้งมีการออกแบบใหม่เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ด้วยการคำนึงถึงแนวโน้มกระแสแฟชั่น (Fashion Trends) การใช้งานของยุคสมัยและการเตรียมพร้อมเพื่อปรับตัวเข้าสู่การเปิดเสรีการค้าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นเอกลักษณ์และกำหนดทิศทางเติบโต

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มสตรีพิกการเย็บปักประดิษฐ์ ก็คือ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมทำมือ ที่มีผ้าปักลายชาวเขาเป็นส่วนประกอบ โดยทำเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ใช้งานในชีวิตประจำวันอย่างเช่น กระเป๋าที่มีรูปทรงและรูปแบบไม่ซ้ำซ้อน แต่หลังจากที่ได้รับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และได้รับการถ่ายทอดแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากนักสร้างสรรค์ ของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) ก็ได้ทำให้ผลิตภัณฑ์ทำมือของกลุ่มสตรีพิกการเย็บปักประดิษฐ์มีรูปแบบที่เปลี่ยนไป มีความทันสมัย ง่ายต่อการผลิต มีการผสมผสานวัสดุที่นอกจากใช้ผ้าปักแล้วยังมีผ้าทอมือสีพื้น ผ้าบาติก ทำให้กระเป๋าที่ทำขึ้นใหม่ มีความร่วมสมัย แตกต่าง และเข้ากับค่านิยมของคนรุ่นใหม่ รวมทั้งได้มีการพัฒนาแนวคิดให้เป็นกระเป๋าที่สามารถใช้งานกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เช่น ทำเป็นกระเป๋าใส่มือถือ กระเป๋าใส่แว่นตา กระเป๋าใส่ต่างค์ กระเป๋าใส่ tablet/iPad ที่เก็บกุญแจ หรือประดิษฐ์เป็นตุ๊กตาผ้าสำหรับแขวนกุญแจหรือ thumbdrive นอกจากนี้ การเลือกคู่สีของวัสดุที่นำมาใช้ (ผ้าฝ้าย ผ้าทอมือ ผ้าบาติก หรือผ้าอื่น) อย่างพิถีพิถัน ช่วยให้สินค้าที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ มีความงดงามและมีฟังก์ชันการใช้งานได้ครบถ้วนตรงความต้องการของผู้ซื้อ อาทิ ได้มีการเพิ่มช่องสำหรับใส่หูฟังที่ด้านหน้าของกระเป๋าด้วย



ผลิตภัณฑ์ก่อนได้รับการพัฒนา



กระเป๋าด้ายประกอบผ้าบาติก
สำหรับใส่โทรศัพท์มือถือ



กระเป๋าด้ายประกอบผ้าปัก
สำหรับใส่โทรศัพท์มือถือ



ตุ๊กตาด้าย สำหรับแขวนกุญแจ
หรือ thumbdrive



กระเป๋าด้ายประกอบการ์ตูนปัก
สำหรับใส่ iPad



แบบร่างผลิตภัณฑ์ กระเป๋าใส่สตางค์



แบบร่างผลิตภัณฑ์ ที่เก็บกุญแจ



แบบร่างผลิตภัณฑ์ กระเป๋าใส่แว่นตา



แบบร่างผลิตภัณฑ์ กระเป๋าอเนกประสงค์



แบบร่างผลิตภัณฑ์ กระเป๋าสตางค์



ต้นแบบผลิตภัณฑ์ กระเป๋าสตางค์



แบบร่างผลิตภัณฑ์ กระเป๋าใส่แบตเตอรี่สำรอง



ต้นแบบผลิตภัณฑ์ กระเป๋าใส่แบตเตอรี่สำรอง



แบบร่างผลิตภัณฑ์ ถุงผ้า



ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ถุงผ้า

ตราสัญลักษณ์กลุ่ม จุดเริ่มต้นของการสร้างตราสินค้า (brand building)

ในระหว่างการเข้าร่วมโครงการฯ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมได้ประชุมร่วมกับทีมงานของกลุ่ม และได้มีความเห็นพ้องกันที่จะใช้ชื่อตราสินค้าของกลุ่ม ว่า “ผ้าปักดอกคำใต้” โดยใช้ตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ เป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้า เพื่อเป็นการบอกเล่าที่มาของผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์และผลิตขึ้นจากการรวมกลุ่มของหญิงสาวจากอำเภอดอกคำใต้ รวมทั้งได้ออกแบบตราสัญลักษณ์ขั้นสุดท้าย ที่ใช้เส้นลายดอกคำใต้ ผสมผสาน ลวดลายอ่อนช้อยจากรถเข็นคนพิการมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ

การมีตราสินค้า และตราสัญลักษณ์ ช่วยสร้างการจดจำผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้แบรนด์ และยังสามารถสร้างความผูกพันระหว่างตราสินค้ากับกลุ่มเป้าหมายในระยะยาวได้อีกด้วย



ภาพตราสัญลักษณ์กลุ่ม “ผ้าปักดอกคำใต้”



และเพื่อให้การสื่อสารเกี่ยวกับตราสินค้าและชื่อของกลุ่ม ไปยังกลุ่มเป้าหมาย มีประสิทธิภาพจึงได้ออกแบบป้ายแขวนผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสติ๊กเกอร์ติดบนบรรจุภัณฑ์ เป็นการทำให้ตราสินค้าได้รับการจดจำอย่างต่อเนื่อง และยังถูกส่งผ่านไปยังผู้รับ ในกรณีที่มีการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นของฝากของที่ระลึก

นอกจากนี้ ยังได้ออกแบบป้ายในแบบตั้ง ที่สื่อสารถึงตราสัญลักษณ์ของกลุ่มและรายละเอียดเกี่ยวกับกลุ่มที่เป็นการสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า (brand image) เพื่อใช้สำหรับสร้างการจดจำและรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมที่ผู้พิการ ได้สร้างสรรค์ ในการออกงานแสดงสินค้า



แผนการตลาดและแผนกลยุทธ์ชัดเจน ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์

หลังจากที่ได้พัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ ให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าที่เป็นเอกลักษณ์โดยมีผ้าปักลายชาวเขาเป็นส่วนประกอบ ที่มีความทันสมัย ง่ายต่อการผลิตลดต้นทุนค่าแรง-ค่าวัตถุดิบ และลดเวลาในการปัก อย่างเช่น กระเป๋าผ้าที่เดิมใช้ลายปักสองลายก็ลดเหลือเพียงลายเดียว หรือทำในแบบปักโครเชต์ ที่ปรับขนาดของกระเป๋าให้มีรูปแบบซับซ้อนน้อยลงทำให้สามารถปรับราคาขายให้ลดลง ส่งผลให้กลุ่มสามารถทำกำไรได้มากขึ้น

มีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ เป็นตุ๊กตาผ้าใส่ใยสังเคราะห์ เพื่อจำหน่ายเป็นทีแขวนอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ใช้แขวนกระเป๋า แหวนโทรศัพท์ หรือแขวนกับอุปกรณ์เชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ (แหวน thumbdrive) และยังมีการพัฒนาสินค้าที่รองรับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ใหม่ๆ อาทิ กระเป๋าผ้าใส่โทรศัพท์มือถือ ที่ทำให้มีขนาดเหมาะสมกับโทรศัพท์ในระบบสมาร์ตโฟนรุ่นใหม่ๆ นอกจากนี้ ที่ปรึกษาด้านการสร้างสรรค้ออกแบบยังได้แนะนำให้กลุ่มฯ ได้มีความรู้เรื่องการเลือกสี การจับคู่สี องค์ประกอบของสี รวมทั้งการเลือกใช้วัสดุที่ทำให้ดูมีมูลค่า มีราคา สอดรับกับรสนิยมของผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนได้มีการนำวัสดุใหม่ๆ ที่ไม่เคยนำมาใช้ เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าบาติก ผ้าปัก และเทคนิคการนำมาเย็บประกอบกันให้ได้องค์ประกอบและลวดลายที่สวยงาม

และเพื่อให้สินค้าที่ได้พัฒนาขึ้นใหม่นี้ ได้เป็นที่รู้จักและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เพิ่มขึ้น จึงได้วางแผนให้มีช่องทางการตลาดใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ทำให้สินค้าของกลุ่มสตรีพิการเย็บปักประดิษฐ์ ภายใต้ตราสินค้าผ้าปักดอกคำใต้ มีช่องทางจำหน่าย ดังนี้

- ๑ ช่องทางที่เป็นหน้าร้านของตนเอง | เน้นการจำหน่ายให้กับผู้สนใจที่มาเยี่ยมชมและดูงานกิจการของกลุ่มสตรีพิการเย็บปักประดิษฐ์
- ๑ ช่องทางการออกร้านแสดงสินค้า | ได้แก่งานแสดงสินค้า (เช่น งานโอท็อป) และการสมัครเป็นสมาชิกผู้ผลิต ของบริษัท ไทยคราฟท์ แฟร์เทรด จำกัด เพื่อรับสิทธินำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายในงานแฟร์ต่างๆ ของบริษัท ไทยคราฟท์
- ๑ ช่องทางการฝากขายผ่านหน้าร้านอื่น/เว็บไซต์ | ได้มีการเริ่มต้นฝากขายสินค้าในร้านค้าต่างๆ อาทิเช่น
 - ฝากขายสินค้าที่ร้าน Handicraft shop ภายในร้านอาหาร Cabbages & Condoms ของคุณมิชชี วีระไวทยะ
 - ฝากขายสินค้า ที่ร้านขายของที่ระลึกริมกว๊านพะเยา และร้าน OTOP ของจังหวัดพะเยา

- ฝากขายสินค้าผ่านเครือข่ายพันธมิตร เช่น หน้าร้านของศูนย์ดวงตาลำปาง หรือ ฝากขายทางเว็บไซต์ของศูนย์ลำปาง
- ฝากขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของที่ปรึกษา ชื่อ “วิศิษฐ์เพื่อสังคม” ที่ได้เปิดดำเนินการเมื่อเดือนกันยายน 2554

ทั้งนี้ ในการที่จะให้สามารถวัดผลของการพัฒนาการออกแบบ และการวางแผนเรื่องแบรนด์ได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงได้กำหนดเป้าหมายทางการตลาด และการขายที่เป็นเป้าหมายระยะสั้น (ในระยะเวลา 1 ปี)

- ◎ เป้าหมายทางธุรกิจ เพิ่มยอดขายจากเดิม ปีละ 35,000 บาท เป็น 100,000 บาท ต่อปี (หรือ คิดเป็นอัตราการเพิ่มร้อยละ 186)
- ◎ เป้าหมายทางการตลาด ต้องการจัดทำแผนการตลาดเพื่อนำไปสู่ต้นแบบผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อให้กลุ่มสตรีพิการดอกคำใต้สามารถนำไปใช้งานและต่อยอดธุรกิจได้
- ◎ เป้าหมายเพื่อการสร้างงานและอาชีพ มีการสร้างอาชีพและทักษะในการทำงานให้กลุ่มคนพิการกลุ่มอื่นๆให้สามารถใช้ศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่

รวมทั้งได้กำหนดแผนกลยุทธ์ แบบระยะกลาง (3 ปี) เพื่อให้ได้แผนงานที่ทำให้เห็นภาพมองไปในอนาคตอย่างมีทิศทาง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

- ◎ ด้านผลิตภัณฑ์
 - กำหนดให้มีการพัฒนาสินค้าแบบใหม่ๆทุกปี โดยเฉพาะก่อนการจำหน่ายในงานแสดงสินค้าที่เป็นกิจกรรมหลักในแผนงาน อย่างเช่น งานโอท็อป
 - มีการนำเสนอสินค้าในรูปแบบชุดคอลเล็คชั่น (collection) เพื่อช่วยเพิ่มความน่าสนใจและทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มกับสินค้าที่จำหน่าย

- มีการปรับปรุงจรรยาบรรณให้คู่กันสมัย รวมทั้งเพิ่มการดึงดูดความสนใจจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

◎ ด้านราคา

- กำหนดราคาสินค้าในแต่ละรายการอย่างชัดเจน ทั้งสินค้าที่มีจำหน่ายอย่างต่อเนื่องและสินค้าที่จัดรายการส่งเสริมการขาย/สินค้าพิเศษที่ผลิตขึ้นเป็นครั้งคราว
- กำหนดราคาสินค้าที่ออกใหม่ให้สูงขึ้นเสมอ โดยอิงกับการสร้างสรรค์แบบสินค้า

◎ ด้านช่องทางจำหน่าย

- ดำเนินการกระจายสินค้าเข้าไปยังร้านค้าเป้าหมายตามระดับความพร้อมในการผลิตสินค้า
- มีการวางระบบงานขาย เพื่อรองรับการจำหน่ายในรูปแบบเครดิต (ผ่านช่องทางการฝากขาย) ซึ่งจะครอบคลุมตั้งแต่ การเปิดหน้าบัญชีลูกค้า การเช็คเครดิต การให้สินเชื่อ และการควบคุมบัญชีลูกหนี้ เป็นต้น

◎ ด้านการส่งเสริมการตลาดและสื่อสารการตลาด

- การส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารการตลาด เน้นไปที่การนำเสนอในงานแสดงสินค้า เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายและคนทั่วไปได้รู้จัก

ดำเนินงานอย่างมีเป้าหมาย ด้วยการกำหนดตัวชี้วัด วิธีการติดตามและประเมินผล

จากการดำเนินงานของกลุ่ม มีเป้าหมายและสามารถวัดผลได้ จึงได้กำหนดตัวชี้วัด วิธีการติดตาม และประเมินผล ติดตามการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง จะทำให้เห็นความคืบหน้า โดยมี KPI (Key Performance Indicator) หรือตัวชี้วัดความสำเร็จ ดังนี้

1. ในด้านสินค้า คือ การผลิตสินค้าให้มีคุณภาพตามสินค้าต้นแบบ

การควบคุมคุณภาพให้เหมือนต้นแบบ การควบคุมต้นทุนให้ลดต่ำลง การผลิตสินค้าให้มีสินค้าคงเหลือที่เพียงพอเพื่อจำหน่ายไปยังช่องทางการขายที่ได้กำหนดไว้

2. ในด้านช่องทางการจำหน่าย กำหนดให้มีการติดตามร้านค้าเป้าหมายที่ได้วางไว้ในแผนงานตามลำดับ โดยเริ่มต้นจากการขายไปยังลูกค้าที่เดินทางมาเยี่ยมชมและดูงานที่กลุ่มสตรีพิการเย็บปักประดิษฐ์ “ผ้าปักดอกคำใต้” ที่หนองหล่มและกลุ่มลูกค้าเดิม นอกจากนี้ ในการฝากขายในช่องทางอื่น ต้องมีการแจ้งล่วงหน้าเมื่อปรับราคา รวมทั้งแจ้งล่วงหน้าเมื่อมีการนำเสนอสินค้าที่เป็นดีไซน์ใหม่ๆ จากการขายปลีกที่สามารถตั้งราคาขายได้สูงส่งผลให้มีกำไรต่อหน่วยสูงตามไปด้วย จึงแนะนำให้กลุ่มฯ ไปออกงานแสดงสินค้าด้วยตนเอง (เช่น งานแสดงสินค้าโอท็อป) เพื่อให้ได้กำไรต่อหน่วยมากกว่าที่จำหน่ายที่หน้าร้านของตนเอง อย่างไรก็ตามก็กลุ่มจะต้องวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับช่องทางการจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นด้วยเพื่อไม่ให้เกิดการขาดแคลนสินค้าในแต่ละช่องทางที่ได้วางไว้
3. ในด้านยอดขาย ต้องบรรลุเป้าหมายการขายที่ได้ตั้งไว้

ข้อมูลจำเพาะ

- ๑ ชื่อกิจการ | กลุ่มสตรีพิการเย็บปักประดิษฐ์ดอกคำใต้
- ๑ ชื่อผลิตภัณฑ์ | ผ้าปักดอกคำใต้
- ๑ ที่อยู่ | 100 หมู่ 7 ตำบลหนองหล่ม อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา
- ๑ โทรศัพท์เคลื่อนที่ | 086 156 1148
- ๑ ประเภทธุรกิจ | ผลิตและจำหน่ายสินค้าจากผ้าปักลายชาวเขา

กลเม็ดเคล็ดลับวิชา | แง่คิดพิชิตธุรกิจ

จากกรณีศึกษาของวิสาหกิจที่มีผู้พิการเป็นเจ้าของหรือบริหารจัดการ ทำให้เห็นศักยภาพของผู้พิการในประเทศไทย ที่สามารถสร้างรายได้อันมั่นคง จากวิสาหกิจที่ริเริ่มไม่ว่าวิสาหกิจเหล่านั้นจะเล็กหรือใหญ่ก็ตาม ทำให้ผู้พิการสามารถพึ่งพาตนเอง เลี้ยงดูครอบครัวและยังมีการจ้างงาน หรือแม้แต่มีการรวมกลุ่มของผู้พิการให้สามารถทำประโยชน์ในวงกว้างได้อย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งสามารถแสดงให้เห็นกระบวนการความคิด แนวทางการทำธุรกิจ การบริหารจัดการ และการวางแผนเป้าหมายเพื่อการเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ

ซึ่งจากกรณีศึกษาที่กล่าวมา สิ่งสำคัญประการหนึ่งก็คือ การนำพาวิสาหกิจไปสู่จุดหมายตามเป้าที่ได้วางไว้ ซึ่งต้องอาศัย “ปัจจัยแห่งความสำเร็จ” (Key Success Factors) ทั้งนี้เพราะในทุกองค์กรต้องมีหลักเป้าหมายที่เป็นรูปธรรมในการเชื่อมโยงการปฏิบัติของทุกความร่วมมือในองค์กร (หรือบุคลากรที่ขับเคลื่อนวิสาหกิจ) ให้ไปในทิศทางเดียวกัน หรืออาจกล่าวได้ว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จนี้เป็นเสมือนเครื่องมือหรือวิธีการฝึกแยกแยะและวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่จะเร่งดำเนินการให้ดีที่สุด เพื่อให้วิสาหกิจได้บรรลุเป้าหมายของการประกอบการ

ปัจจัยความสำเร็จนี้ จึงเป็นเครื่องมือชิ้นหนึ่งของผู้บริหารในการจัดลำดับความสำคัญของการจัดการและการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งนอกเหนือจากการจัดลำดับความสำคัญก่อนหลังแล้ว ปัจจัยแห่งความสำเร็จนี้ ยังเป็นเครื่องมือสอบวัดการดำเนินการด้านการตลาด ซึ่งเป็นประเด็นหนึ่งที่ช่วยเสริมความแข็งแกร่งขององค์กรในการบรรลุเป้าหมายของวิสาหกิจ

อย่างไรก็ดี สารสำคัญที่น่าสนใจของปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจในช่วงเริ่มต้น มีความน่าสนใจและเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการหน้าใหม่ ที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจ (Startup) ควรใส่ใจเป็นพิเศษ ก็คือ

1. วิเคราะห์ความน่าสนใจของตลาดและสถานะการแข่งขัน | เป็นการวิเคราะห์ทั้งในภาพรวมของสภาพเศรษฐกิจ และเฉพาะของธุรกิจ ที่ต้องการดำเนินการ โดยแบ่งออกเป็นโอกาส (Opportunities) และ ภัยคุกคาม (Threats) เป็นปัจจัยต่างๆที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่มาจากภายนอกองค์กร ซึ่งเจ้าของวิสาหกิจไม่สามารถควบคุมได้ แต่ต้องติดตามหรือวิเคราะห์อย่างใกล้ชิด อย่างเช่น เศรษฐกิจในภาพรวม การเปิดตลาดการค้าเสรี การอยู่ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ การเปลี่ยนแปลงอัตราภาษี การเปลี่ยนแปลงระบบการจัดเก็บภาษี การเปลี่ยนแปลงข้อกฎหมายหรือกฎระเบียบของทางราชการหรือของประเทศคู่ค้า พฤติกรรมของผู้ซื้อที่เปลี่ยนไปอันเนื่องมาจากเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า การเติบโตของมือถือ การเกิดขึ้นของแอปพลิเคชัน (Application) ใหม่ๆที่ส่งผลต่อการซื้อขายสินค้าในระบบออนไลน์ การหลั่งไหลของแรงงานต่างชาติ การเปลี่ยนแปลงของค่าแรงขั้นต่ำ การเปลี่ยนแปลงของที่อยู่อาศัยที่มีขนาดเล็กลงหรืออยู่ในที่อาศัยแบบแนวสูงเป็นคอนโด กระแสการใส่ใจเรื่องสุขภาพ กระแสของออร์แกนิก ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ล้วนส่งผลทั้งในการเป็นโอกาสหรือภัยคุกคามของธุรกิจได้ทั้งสิ้น จุดแข็ง (Strengths) และ จุดอ่อน (Weakness) ของธุรกิจ เป็นปัจจัยของเจ้าของวิสาหกิจเอง ซึ่งสามารถควบคุม เปลี่ยนแปลง ปรับเปลี่ยนหรือ ส่งเสริมได้ ภายใต้การตัดสินใจหรือบริหารจัดการของเจ้าของวิสาหกิจและบุคลากรในองค์กรนั่นเอง ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจโดยตรง อาทิ ความโดดเด่นในคุณภาพสินค้า ความรู้ความสามารถของบุคลากร ความใส่ใจในบริการ การให้บริการหลังการขาย การดำเนินงานมาหลายรุ่นคนทำให้เป็นที่รู้จักกว้างขวาง การมีสูตรเด็ดเคล็ดลับ การมีสาขาจำนวนมาก การตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน การมีแหล่งวัตถุดิบเป็นของตนเอง การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยทำให้ลดต้นทุน การพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีรูปแบบใหม่ๆ การมีดีไซน์เฉพาะที่แตกต่างการเข้าใจถึงความ



ต้องการของลูกค้าอย่างถ่องแท้ การใช้เทคโนโลยีไม่ซับซ้อนทำให้
เลียนแบบง่าย การมีเงินทุนหมุนเวียนจำกัด กำลังการผลิตขาย
ตัวไม่ได้ การขาดความรู้ด้านดิจิทัลหรือออนไลน์ การขาดทายาท
ธุรกิจ ฯ ซึ่งในวิสาหกิจที่มีจุดแข็งมากย่อมส่งผลต่อการบริหารจัดการ
ที่ให้ประสิทธิผลสูง ผลตอบแทนสูง หรือมีส่วนแบ่งตลาดสูง ในขณะที่
วิสาหกิจที่มีจุดอ่อนมากย่อมทำให้การเติบโตเป็นไปอย่าง
เชื่องช้า หรือมีรายได้ของวิสาหกิจลดลงอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้
ความยากของการเข้าสู่ธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง (entry barrier) ย่อมส่งผล
ต่อภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นๆ หรือในตลาดนั้นๆ
ทั้งนี้เพราะสินค้าหรือบริการใดก็ตามที่ไม่ได้มีความซับซ้อน
ใช้เงินลงทุนไม่มากนัก หรือใช้ความสามารถเชิงเทคนิคไม่มากนัก
ทำให้ใครๆ ต่างก็เข้ามาประกอบการในธุรกิจนั้นได้ ก็ทำให้มีคู่แข่ง

มากขึ้นไปโดยปริยาย แต่หากเป็นสินค้าหรือบริการที่ต้องการความสามารถที่เฉพาะตัว (เช่น งานที่อาศัยเทคโนโลยีขั้นสูง เงินลงทุนสูง หรืออาศัยฝีมือเชิงหัตถกรรมในระดับสูง) ก็ย่อมส่งผลให้ผู้ที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจมีจำนวนน้อยตามไปด้วย คือ มีคู่แข่งเป็นจำนวนน้อยนั่นเอง ทั้งนี้ ผู้เป็นเจ้าของวิสาหกิจ ต้องวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้อย่างรอบคอบ เป็นธรรมชาติ ไม่เข้าข้างตัวเอง เพื่อที่จะได้เห็น “ภาพชัดเจน” ของทิศทางในการดำเนินธุรกิจรวมทั้งอนาคตการเติบโต หรือความยั่งยืนในระยะยาวของธุรกิจนั้นๆ ด้วย อย่างไรก็ตาม หากสังเกตกันอย่างละเอียดจะเห็นว่าประเทศไทย ซึ่งมีฐานรายได้ของประเทศจากอุตสาหกรรมด้านการเกษตร จึงทำให้สินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องด้านอาหารการกินมีสัดส่วนสูงกว่าสินค้าหรือบริการด้านอุตสาหกรรมหรือหัตถกรรมและการพัฒนาของสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสี่ของมนุษยชาติ (อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค) ย่อมได้รับการตอบรับหรือตอบสนองจากผู้บริโภคในด้านการซื้อขายได้ดีกว่าสินค้าหรือบริการที่เป็นความฟุ่มเฟือยหรูหรา ถึงแม้ว่าส่วนต่างของการทำกำไรในสินค้าหรือบริการในแบบหรูหราฟุ่มเฟือยจะสูงกว่าก็ตาม แต่หลายครั้งสินค้าในกลุ่มนี้จะได้รับการตอบสนองจากผู้บริโภคในอัตราที่ต่ำกว่าหรือมีการหมุนเวียนของสินค้าหรือบริการในอัตราต่ำกว่าสินค้าหรือบริการในกลุ่มที่เป็นปัจจัยสี่ (อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค)

- 2. ความสำคัญของการตลาด |** ผู้ประกอบการส่วนใหญ่แม้จะเริ่มต้นจากสิ่งที่ตนสนใจ และมีผู้ประกอบการจำนวนมากที่คิดว่าถ้าตนเองทำผลิตภัณฑ์ที่ดีออกมาแนะนำเสนอขายในตลาดย่อมทำให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ (คือ จุดเริ่มต้นของการทำธุรกิจอยู่ที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจ ทำให้ดีก่อนที่จะรู้ว่าใครคือคนซื้อหรือใครคือคนที่มีความต้องการสินค้า) แท้จริงแล้ว ในจุดของการเริ่มต้นนี้ การสื่อสารการตลาด (Marketing communication) มีบทบาทสำคัญ

ในการสร้างการรับรู้ สร้างการรู้จักหรือแม้แต่สร้างเรื่องราว (story telling) ที่จะทำให้ผู้ซื้อได้รู้จักได้เห็นความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปสู่ยอดขายในท้ายที่สุดนอกเหนือจากการสื่อสารการตลาดแล้ว ยังมีเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นแตกต่างด้วยแนวคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดคุณค่าสูงสุดต่อผู้ใช้ เรื่องของการกำหนดโครงสร้างราคาของสินค้าอย่างเหมาะสม และหลายครั้งพบว่า การกำหนดโครงสร้างราคาที่ดึงดูดความสนใจ เป็นการช่วยให้สินค้า/แบรนด์เป็นที่รู้จักได้ง่ายยิ่งขึ้น เช่น กำหนดให้เป็นสินค้ามิติหนึ่งในราคาประหยัด เป็นต้น หรือแม้แต่กระทั่งการที่ผู้ประกอบการมีความเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้ซื้อ ก็จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า/แบรนด์ และยังทำให้สินค้า/แบรนด์อยู่ในจุดที่แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ต้องบอกให้ได้ว่า “ใครคือลูกค้า” หรือ “ใครคือผู้ใช้” | คำถามที่ว่า “ใครคือลูกค้า” หรือ “ใครคือผู้ใช้” นี้ เป็นคำถามตั้งต้นสำคัญมากๆ ที่ผู้ประกอบการต้องตอบให้ได้เมื่อเริ่มต้นวิสาหกิจ เพราะการกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน จะช่วยให้ทราบถึงความต้องการพฤติกรรม รวมไปถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังในผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ นอกจากนี้แล้วการทำความเข้าใจในประเด็นปัญหาหรือสิ่งที่ผู้ซื้อยังไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ ก็จะทำให้วิสาหกิจสามารถ “เติมเต็มช่องว่างของความต้องการของลูกค้า” ได้อย่างดี นั่นก็คือ เจ้าของวิสาหกิจได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบโจทย์ของ “ความคาดหวัง” ของลูกค้าได้ตรงจุดอย่างเต็มที่

4. เข้าใจลูกค้าอย่างแท้จริง (Understand customer insights) |
บางครั้ง การตั้งคำถามขึ้นๆ อย่าง “ทำไมลูกค้าต้องมาซื้อสินค้า (แบรนด์) ของเรา” ก็เป็นคำถามสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจและหาคำตอบให้ได้เช่นกัน เพราะไม่ว่าจะขายสินค้าหรือให้บริการก็ตาม



ผู้ประกอบการต้องเข้าใจความคิดความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริงว่าสำหรับพวกเขาแล้ว สิ่งไหนคือสิ่งที่ใช่หรือไม่ใช่ โดยขั้นตอนนี้เป็น การลงลึกในรายละเอียดปลีกย่อยส่วนบุคคลที่เรียกว่าไลฟ์สไตล์ของลูกค้าเป้าหมายอย่างถ่องแท้ ไม่ว่าจะเป็น อายุ เพศ รายได้ อาชีพ การงาน รายการโทรทัศน์ที่โปรด เว็บไซต์ที่ชอบ หนังสือที่อ่าน เพลงที่ฟัง กิจกรรมในการใช้ชีวิตประจำวัน งานอดิเรก สถานที่ที่ใช้เวลาว่าง สถานที่ที่ไปซื้อสินค้า หรือใช้บริการในวันธรรมดา สถานที่ที่ไปซื้อสินค้าหรือใช้บริการในวันหยุด สถานที่ที่ไปใช้เวลาในวันหยุด กลุ่มเพื่อนหรือชมรมที่เป็นสมาชิก ฯ ซึ่งข้อมูลส่วนบุคคลเหล่านี้ จะช่วยทำให้ผู้ประกอบการเองสามารถ “เข้าใจ” และ “เข้าถึง” คนที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ง่ายขึ้นและที่สำคัญทำให้วิสาหกิจอยู่เหนือกว่าคู่แข่งได้ด้วย

5. **มองภาพรวมของอนาคตข้างหน้า (วิสัยทัศน์) |** ความสามารถในการคาดการณ์หรือมองสถานการณ์ได้ไกลไปในอนาคต (อย่างน้อย 2-3 ปีข้างหน้า) เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการทุกคนจำเป็นต้องมี เพื่อให้สามารถกำหนดแผนการข้างหน้าของธุรกิจว่าจะดำเนินไป

ในทิศทางใด ซึ่งขนาดของธุรกิจเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการสามารถสร้างสรรค์และกำหนดขึ้นมาเองได้ ดังนั้น การมีเป้าหมายอย่างชัดเจนและการวางแผนธุรกิจเพื่อการเติบโตจึงเป็นหนึ่งในโครงสร้างสำคัญของการวางแผนทางธุรกิจการวางแผนในการดำเนินวิสาหกิจจึงถือว่าเป็นสิ่งมีคุณค่ามากในการประกอบธุรกิจเพราะการที่ผู้ประกอบการเป็นอิสระทางความคิดทำให้มีจุดหมายบางอย่างที่อาจเป็นความฝันที่ต้องการทำให้ได้ นอกจากนี้การเข้าใจถึงแนวโน้มบางอย่างที่เป็นกระแสโลก อย่างเช่น กระแสผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green products) กระแสของการรักสุขภาพ กระแสของการกิน-ดื่มชะลอวัย กระแสของการอยู่ใกล้ธรรมชาติ ฯ แล้วนำเอากระแสแนวโน้มเหล่านี้มาผนวกเข้ากับจุดหมายของธุรกิจ ย่อมทำให้วิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการที่สามารถถกฉวยกระแสนิยมได้ก่อนแล้วลงมือทำได้จริง ได้โอกาสทางธุรกิจเป็นคนแรกๆในการทำรายได้อย่างเป็นกอบเป็นกำ อาทิเช่น การที่ผู้ประกอบการมีวิสัยทัศน์ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากธรรมชาติแท้ (100% natural) ที่สามารถตอบสนองต่อการชะลอวัยที่สอดคล้องกับกระแสแนวโน้ม โลกที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพ ทำให้ผู้ประกอบการที่คิดพัฒนาสินค้าเป็นเจ้าแรกๆสามารถสร้างการจดจำ(ตราสินค้า)และทำกำไรจากกลุ่มเป้าหมายได้ก่อนผู้ประกอบการรายอื่น เป็นต้น

6. เงินทองเรื่องต้องระวัง | ในตอนเริ่มต้นธุรกิจ โดยเฉพาะในธุรกิจขนาดเล็ก (Micro SMEs) ผู้ประกอบการมักนำเงินสะสมส่วนตัวมาเป็นเงินทุนตั้งต้นในการทำธุรกิจ แต่หากวิสาหกิจต้องการการเติบโตอย่างรวดเร็ว หรือมีการลงทุนเพิ่มเพื่อขยายธุรกิจอย่างรวดเร็ว ย่อมจำเป็นต้องใช้เงินกู้ยืม (ไม่ว่าจากญาติ เพื่อนฝูง หรือแม้แต่จากสถาบันการเงินก็ตาม) ซึ่งผู้ประกอบการต้องระมัดระวังและต้องตรวจสอบให้แน่ชัด หากต้องการเงินลงทุนจากแหล่งอื่น ว่าภาระผูกพัน

ในการจ่ายเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยนั้น อยู่ในวิสัยที่เจ้าของวิสาหกิจจะสามารถใช้คืนได้ตามกำหนด โดยพิจารณาจากผลตอบแทนที่ได้รับจากการดำเนินธุรกิจ ที่เมื่อเหลือจากการใช้คืนเงินกู้แล้วเจ้าของวิสาหกิจต้องมีผลตอบแทนที่มากเพียงพอต่อการบริหารเงินหมุนเวียน และค่าใช้จ่ายในการประกอบการ (ที่ประกอบด้วยค่าจ้างพนักงาน รวมค่าตอบแทนเจ้าของวิสาหกิจ ค่าต้นทุนสินค้า ค่าเสียหุ้ยที่เป็น ค่าน้ำ-ไฟ-ค่าโทรศัพท์-ค่าเช่าสำนักงาน และอื่นๆที่เกี่ยวข้อง) ทั้งนี้ เพราะ ความเสี่ยงที่สุดของการทำธุรกิจประการหนึ่งก็คือ “การไม่ตั้งเป้ากำไร” ซึ่งผู้ประกอบการหรือเจ้าของวิสาหกิจ ต้องตั้งเป้าหมายของการทำกำไรของกิจการไว้เป็นตัวเลขอย่างชัดเจน ตั้งแต่แรกเมื่อนำเงินมาลงทุนทำธุรกิจ ตัวอย่างเช่น นำเงินมาลงทุน ซื้อสินค้าแล้วนำมาขายต่อด้วยเงินลงทุน 100,000 บาท คาดหวัง กำไรเดือนละ 15,000 บาท เป็นต้น โดยที่ผลตอบแทนจากการลงทุน ทำธุรกิจ ควรมากกว่าการนำเงินไปลงทุนด้วยวิธีการออมตามปกติ คือ กำไรจากธุรกิจควรมากกว่าการนำเงินไปฝากธนาคารกินดอกเบี้ย จึงถือว่าเป็นการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนคุ้มค่า เนื่องจากการทำธุรกิจมีความเสี่ยงต่อการลดลงของเงินลงทุน หากว่าธุรกิจเกิด ล้มเหลว (ในขณะที่การนำเงินไปฝากธนาคารเพื่อรับดอกเบี้ยจัดว่า เป็นการลงทุนที่ไม่มีความเสี่ยงหรือความเสี่ยงต่ำมาก)

อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญของความสำเร็จ แท้จริงแล้วไม่ได้อยู่ที่จุดเริ่มต้นเสมอไป แต่ขึ้นอยู่กับ “แนวคิดในการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด” อย่างเช่นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากทักษะเฉพาะตัวที่ผู้ประกอบการมี ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งย่อมสร้างข้อได้เปรียบให้กับวิสาหกิจของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่ผู้บริโภคต่างได้รับ ข้อมูลมากมายจากสื่อที่อยู่รอบๆตัว ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาในสื่อทุกรูปแบบ

(โทรทัศน์ วิทยุหนังสือพิมพ์ นิตยสาร บิลบอร์ด ป้ายโฆษณาต่างๆ ฯ) การบอกกล่าวจากเพื่อนฝูง ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ ฯลฯ ทำให้ผู้บริโภคในปัจจุบัน เป็นผู้ “เลือกเสพ” ไม่ว่าจะเป็นสื่อ สินค้าหรือบริการก็ตาม และยังผู้บริโภคสามารถเลือกได้มากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ผู้ประกอบการประกอบธุรกิจด้วยความ “ยาก” มากยิ่งขึ้น เพราะนอกเหนือจากการผลิตสินค้าหรือให้บริการที่โดดเด่นแล้ว ยังต้องทำการสื่อสารที่ได้ผลและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อส่งผลให้วิสาหกิจมีการเติบโตในท้ายที่สุด

เคล็ดลับ จับใจลูกค้า

การวัดความสำเร็จของธุรกิจในปัจจุบัน ไม่ได้วัดเพียงแค่ยอดขายของวิสาหกิจเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับความสำเร็จในเรื่องของลูกค้าด้วย ฉะนั้น ความสุขยอดของวิสาหกิจจึงไม่ใช่เป็นเพียงการมีนวัตกรรมล่าสุดหรือมีอัตราส่วนผลกำไรสูง แต่แท้จริงแล้วอยู่ที่ “ความพึงพอใจของลูกค้า” เพื่อที่จะทำให้ลูกค้า “ติดหนึบ” อยู่กับสินค้า/แบรนด์หรือการบริการต่างหาก

ในการทำธุรกิจอะไรก็ตามแต่ ถ้ามีการทำงานให้กับลูกค้าหรือมีการติดต่อเพื่อจำหน่ายสินค้าหรือบริการก็ตาม จำเป็นต้องอาศัยมุมมองขั้นพื้นฐานในการ “จับใจลูกค้า” ให้ได้ เพราะลูกค้าที่เป็นลูกค้าเป้าหมายและเป็นลูกค้าที่ซื้อสินค้า/บริการในวันนี้ ย่อมมีโอกาสที่จะเป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดี (Loyalty customers) ซึ่งแม้จะไม่ได้สร้างผลกำไรอย่างเป็นกอบเป็นกำให้กับวิสาหกิจในปัจจุบันก็ตาม แต่ลูกค้าที่จงรักภักดีเหล่านี้จะเป็นฐานรากที่ทำให้วิสาหกิจสามารถสั่งสมความสำเร็จ เพื่อบอกต่อและช่วยทำให้สามารถขยายฐานของลูกค้าได้ในอนาคต โดยมีข้อคิดของการจับใจลูกค้า อยู่ดังนี้

1. รู้จักที่จะ “ทำความเข้าใจ” ลูกค้าอย่างถ่องแท้ ทั้งนี้เพราะสิ่งสำคัญที่สุดในการทำธุรกิจ ก็คือ ต้องรู้ให้ได้ว่าลูกค้าต้องการอะไร เข้าใจถึงความต้องการ ทำความเข้าใจว่าลูกค้ารู้สึกอย่างไร ดังนั้น การตั้งคำถามและตั้งใจฟังในสิ่งที่ลูกค้าต้องการบอกอย่างแท้จริงจึงเป็นสิ่งที่วิสาหกิจต้องทำ ผู้ที่รับผิดชอบในด้านการตลาดหรือการขาย ควรต้องเป็นผู้ที่มีไหวพริบ ช่างสังเกตพฤติกรรมของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นคำพูด น้ำเสียง ลักษณะท่าทาง เพื่อค้นหาความคาดหวังของลูกค้า เพื่อบตอบสนองความต้องการและพัฒนาสินค้าหรือบริการได้ประทับใจตรงกับความคาดหวังของลูกค้า

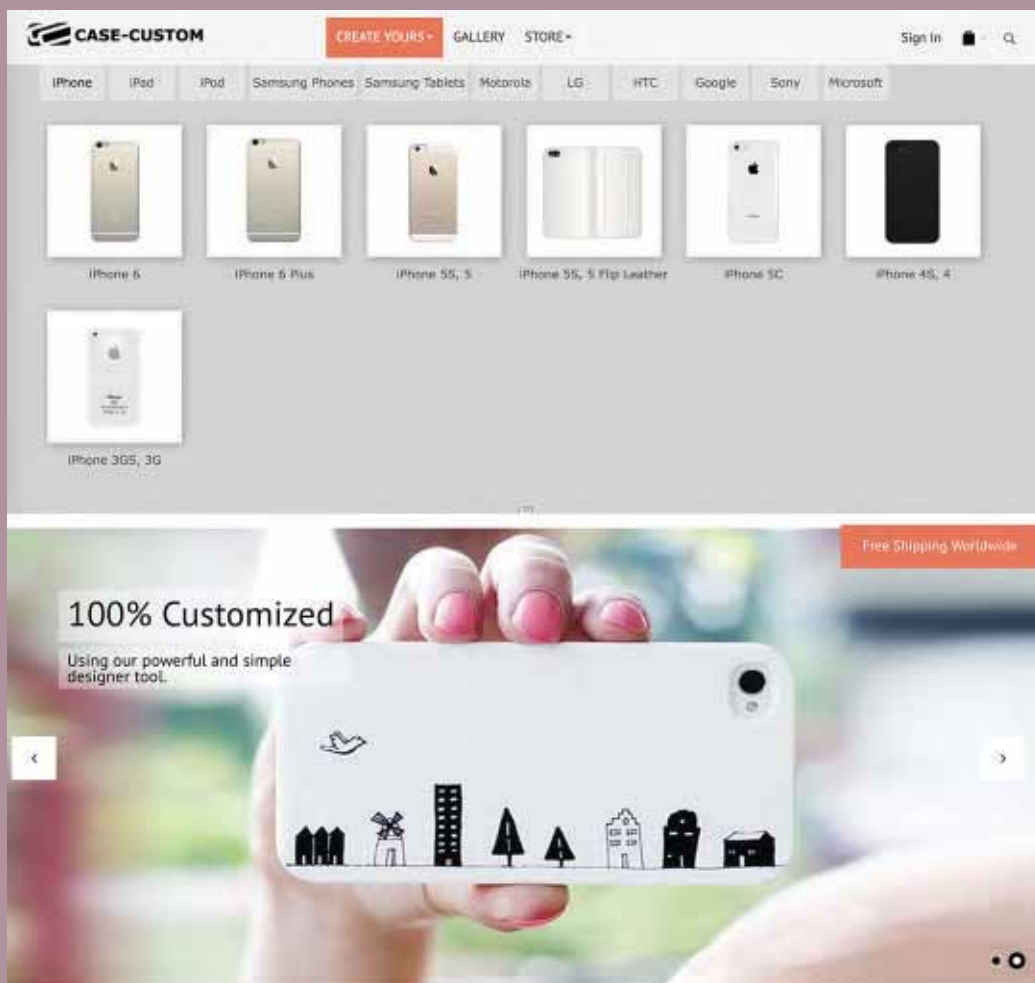


2. **“เข้าถึงความต้องการ”** ของลูกค้า ผู้ประกอบการต้องระลึกอยู่เสมอว่าลูกค้าไม่ได้ซื้อสินค้าหรือเข้ามาใช้บริการแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ลูกค้า ยังซื้อความรู้สึกและประสบการณ์ของสินค้าหรือบริการอีกด้วย ดังนั้น ยิ่งวิสาหกิจสามารถรู้จักลูกค้าได้ดีมากขึ้นเท่าไร ก็จะสามารถรับรู้ถึงความต้องการของพวกเขาได้มากขึ้นเท่านั้น เพื่อที่วิสาหกิจจะได้คิดค้นสิ่งที่ตรงใจมากที่สุด แต่สิ่งที่ต้องระวังอย่างยิ่งในการค้นหาสิ่งที่ตรงใจลูกค้า ก็คือ ผู้ประกอบการหรือวิสาหกิจต้อง “ไม่คิดเข้าข้างสิ่งที่ตนเองมีหรือคิดเข้าข้างในสิ่งที่ตนเองต้องการ (bias)”

3. “ติดตามแนวโน้มกระแสดความต้องการหรือกระแสโลก” ของลูกค้า อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพราะปัจจุบันกระแสแนวโน้มความต้องการหรือกระแสโลก อย่างเช่น กระแสรักษ์โลก (green world) กระแสรักสุขภาพ (health concerns) หรือกระแสแนวโน้มของผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ (natural products) ล้วนแล้วแต่เข้ามามีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตของผู้คน โดยเฉพาะผู้บริโภคในเมืองใหญ่ที่มีไลฟ์สไตล์เปลี่ยนแปลงไป อันเนื่องมาจากวิถีชีวิตที่อาศัยและทำงานอยู่ในตึกสูง การใช้เวลาว่าง การออกกำลังกายหรือการมีไลฟ์สไตล์ในแบบคนเมือง (urban life) มากยิ่งขึ้นซึ่งการติดตามกระแสแนวโน้ม จะช่วยให้วิสาหกิจสามารถ จัดผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตอบสนองแนวโน้มเหล่านั้น อย่างเช่น การเกิดขึ้นของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มวิตามิน-อาหารเสริม การเกิดขึ้นของสถานบริการด้านความงามสถานออกกำลังกายในแบบฟิตเนส หรือการเกิดขึ้นของผลิตภัณฑ์ในแบบออร์แกนิกหรือปลอดสารพิษ เป็นต้น

4. “ลูกค้าคือคนสำคัญ” โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเทคโนโลยีมีความเจริญ มากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีจึงเป็นเครื่องมืออันทรงประสิทธิภาพที่จะช่วยให้ วิสาหกิจ สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า ที่ได้รับให้เป็นหมวดหมู่กลุ่มก้อนและยังสามารถช่วยให้วิสาหกิจ สามารถจัดการกับความต้องการในระดับเฉพาะบุคคลได้ดียิ่งขึ้น อย่างเช่น ความต้องการออกแบบเคสใส่มือถือที่มีเป็นลวดลายเฉพาะ แต่ละบุคคลไม่ซ้ำกัน และสามารถออกแบบได้ด้วยตนเอง เป็นต้น

ตัวอย่างของการนำเสนอผลิตภัณฑ์พร้อมการบริการเฉพาะบุคคล มี อาทิ เว็บ case custom ที่ผู้ซื้อสามารถเลือกลวดลายให้เข้ากับขนาด และรุ่นของโทรศัพท์มือถือที่ใช้อยู่ทำให้ผู้ใช้ได้เคสมือถือที่ไม่เหมือนใคร



ซึ่งแนวโน้มเช่นนี้ เป็นรูปแบบของการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยทำให้การออกแบบสินค้าได้ตรงใจและมีความเฉพาะเป็นรายบุคคล (individual market) ซึ่งนอกจากลูกค้าจะได้รับการตอบสนองอย่างตรงใจแล้วยังช่วยสร้างความประทับใจเพิ่มอีกด้วย

นอกจากการใช้เทคโนโลยี มาช่วยในการบริการหรือสั่งทำสินค้าที่เป็นเฉพาะบุคคลแล้วการเก็บบันทึกข้อมูลลูกค้าให้เป็นฐานข้อมูลรวมเพื่อสามารถนำมาวิเคราะห์พฤติกรรม การซื้อ หรือความชื่นชอบก็ช่วยให้วิสาหกิจสามารถตอบสนองกลุ่มลูกค้าได้ตรงความต้องการ รวมทั้งยังสามารถเสนอการส่งเสริมการขายได้ตรงกับความต้องการซื้อด้วยเช่นกัน

5. **“เตรียมคนให้พร้อม”** เพื่อให้การทำงานไม่ว่าจะเป็นการผลิต การบริการ หรือแม้แต่การจัดการในส่วนของการบริหารจัดการ ล้วนแล้วแต่ต้องการการฝึกฝนและเตรียมพนักงานให้พร้อมที่จะเป็นตัวแทนของ วิสาหกิจได้ในทุกๆ เรื่อง เพื่อที่จะทำให้การบริการลูกค้าเป็นไปอย่างราบรื่น การสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้ วิสาหกิจสร้างสายสัมพันธ์ (relationship) และทำให้สามารถเอาชนะใจลูกค้าเหนือกว่าคู่แข่งที่อยู่โดยรอบได้อีกด้วย อีกทั้งในส่วนของการสร้างตราสินค้า หากพนักงานทุกส่วนได้มีทำงานอย่างสอดประสานกันเป็นอย่างดีย่อมส่งผลให้สินค้าและการบริการเป็นที่ประทับใจของลูกค้าและทำให้แบรนด์ได้รับการรู้จักยอมรับและเชื่อมั่นในแบรนด์ในท้ายที่สุด

6. **“สื่อสารในทุกมิติ อย่างตรงจุด”** ทั้งนี้เพราะการสื่อสารที่ชัดเจน ตรงประเด็นและให้ข้อมูลที่เพียงพอจะทำให้ลูกค้าเข้าใจในสินค้าและบริการอย่างชัดเจน ซึ่งการสื่อสารนี้ ไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นองค์กร ขนาดกลางหรือใหญ่เท่านั้น แต่ทว่าในองค์กรขนาดเล็กการสื่อสารก็ต้องชัดเจนไม่แพ้กัน เพราะความผิดพลาดเพียงเล็กน้อยในการสื่อสารอาจสื่อความเป็นอย่างอื่นหรือทำให้เกิดการบิดเบือนในสาระที่ต้องการสื่อสารกับลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายได้

ต้องอย่าลืมว่า การนำเสนอข้อความ (message) นั้น เป็นเรื่องที่มีความสำคัญ โดยพิจารณาในมุมมองของลูกค้าว่ามีสิ่งใดที่น่าสนใจ สิ่งใดที่เป็นประโยชน์กับตัวลูกค้าอย่างแท้จริงและอะไรที่ช่วยสร้างมูลค่าให้กับลูกค้าผู้ใช้งานอย่างตอบโจทย์และสิ่งสำคัญที่ห้ามลืม ก็คือการให้ความสำคัญกับข้อความที่นำเสนอที่ต้องสอดคล้องกัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และหากเป็นไปได้ควรสื่อสารครั้งละหนึ่งข้อความ (single message) แล้วตอกย้ำบ่อยๆ จนกว่าลูกค้าจะจดจำได้ เพื่อให้ลูกค้าได้มีโฟกัสในข้อความที่ต้องการสื่อสารนั้น

ปัจจุบันการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้ามีหลากหลายวิธีพื้นฐาน อาทิ จดหมายข่าว (newsletter) อีเมล เว็บไซต์ เสียงเพลงหรือข้อความขณะลูกค้ารอสาย เอกสารข้อมูลของบริษัท (company profile) รายการสินค้าและบริการ รายละเอียดของสินค้า หัวจดหมายของบริษัท โบรชัวร์ ข่าวประชาสัมพันธ์ บทความเกี่ยวกับบริษัทหรือสินค้า จดหมายเชิญ (invitation) และการพูดในที่สาธารณะ

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการอาจเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วม เพื่อให้ได้รับทราบว่าลูกค้าคิดอย่างไรหรือต้องการสิ่งใดเพิ่มเติมอีกด้วยการพูดคุยหรือพบปะลูกค้าบ่อยๆจะทำให้วิสาหกิจได้รับข้อมูลในส่วนนี้หรือหากในกรณีที่มีพนักงานขายหน้าร้านหรือพนักงานขายในงานแสดงสินค้า พนักงานขายเหล่านี้ก็จะสามารถรับข้อมูลจากลูกค้าโดยตรง แล้วนำมาถ่ายทอดให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในองค์กรเพื่อนำไปปรับปรุงสินค้าและบริการได้เช่นกัน

ในวิสาหกิจขนาดเล็กหรือขนาดจิ๋ว นอกจากการสื่อสารข้อความที่ชัดเจนแล้วยังต้องมีความถี่ที่พอเหมาะอีกด้วย และวิสาหกิจควรมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง เช่น การส่งข้อความสั้น (SMS) ให้กับลูกค้าเพื่อแจ้งข่าวสารหรือแจ้งข้อมูลที่เป็นปัจจุบันของสินค้าและบริการ (ในกรณีที่มีสินค้าหรือบริการใหม่ๆ) การส่งข้อมูลสินค้าหรือบริการที่ลูกค้านั้นชื่นชอบ หรือแม้แต่การส่งข้อความต่างๆอย่างสม่ำเสมอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น เฟซบุ๊ก (facebook) หรือไลน์ (Line) ล้วนแล้วแต่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเจ้าของสินค้าและลูกค้า

7. วิสาหกิจ **“ควรให้มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง”** ทั้งนี้เพราะการที่นำเสนอสิ่งที่ดีเกินกว่าลูกค้าคาดหวังย่อมทำให้ลูกค้าพึงพอใจและประทับใจ ดังนั้นถ้าเป็นไปได้วิสาหกิจควรคิดหาวิธีที่จะยกระดับ

ของวิสาหกิจให้เหนือกว่าคู่แข่ง หรือนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าหาไม่ได้ จากคู่แข่ง และต้องอย่าลืมว่า สิ่งสำคัญที่สุด คือ “การให้มากกว่า ที่ลูกค้าคาดหวัง” เพราะจะทำให้ลูกค้าจดจำวิสาหกิจ (และแบรนด์) ได้

8. อย่าลืมที่จะ **“ขอโทษหรือขออภัยเมื่อมีข้อผิดพลาด”** การที่ผู้ประกอบการหรือพนักงานที่รับผิดชอบในวิสาหกิจได้เอ่ยปากขอโทษหรือชี้แจงในความผิดพลาด ย่อมทำให้ลูกค้ารับรู้ได้ถึง ความ “รับผิดชอบ” เพราะลูกค้าส่วนใหญ่จะรู้สึกดีเมื่อได้ยิน คำขอโทษ และแม้แต่ในกรณีที่ลูกค้าเป็นฝ่ายผิดก็ตามการที่ วิสาหกิจเอ่ยปากขอโทษจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจและองค์กรต้อง “บริหารจัดการ” กับสิ่งที่ผิดปกติของวิสาหกิจ แล้วรายงานให้ลูกค้า ทราบถึงความเอาใจใส่และเร่งรัดการแก้ไขปัญหา

สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการและพนักงานในวิสาหกิจต้องตระหนักไว้ เสมอก็คือ การที่จะจับใจลูกค้าเพื่อให้วิสาหกิจได้เติบโตให้ได้นั้น ต้องมีความ ตั้งใจจริง ความพยายามอย่างมุ่งมั่นและการปฏิบัติอย่างจริงจัง-จริงใจเท่านั้น

เคล็ดลับ ค้นหาแหล่งเงินทุน

เงินทุน เป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เป็นปัจจัยที่ช่วยให้ธุรกิจก้าวเดินไปข้างหน้าได้ ดังนั้นจุดประสงค์ของการหาแหล่งเงินทุนสำหรับวิสาหกิจจึงมีอยู่ หลายประการ ดังนี้

- ◎ เพื่อพัฒนาโครงการใหม่ๆ
- ◎ เพื่อเป็นเงินทุนในการจัดตั้งวิสาหกิจแห่งใหม่หรือการดำเนินการในวิสาหกิจเดิม
- ◎ เพื่อกระจายความเสี่ยงไปยังธุรกิจประเภทอื่นหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ
- ◎ เพื่อซื้อที่ดินหรือปลูกสร้างอาคารใหม่
- ◎ เพื่อนำไปลงทุนในโรงงาน เครื่องจักร และอื่นๆ
- ◎ เพื่อซื้อหุ้นจากหุ้นส่วนรายอื่น
- ◎ เพื่อใช้จ่ายในรายจ่ายอื่นๆ ที่ไม่ได้เตรียมไว้ เป็นต้น

และไม่ว่าวิสาหกิจจะต้องการกู้เงินมาเพื่อวัตถุประสงค์ข้างต้นหรือเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจก็ตามผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของวิสาหกิจควรตระหนักอยู่เสมอว่า

- ในการขอกู้เงินนั้น องค์กรหรือหน่วยงานผู้ให้สินเชื่อจำเป็นต้องตรวจสอบสถานภาพทางการเงินของวิสาหกิจที่คุณเป็นเจ้าของอย่างละเอียด ดังนั้น วิสาหกิจควรมีแผนธุรกิจที่ชัดเจนที่เขียนไว้เป็นหลักฐานเพื่อการปฏิบัติ แผนธุรกิจนี้จะถือเป็นเอกสารสำคัญที่ผู้ให้สินเชื่อจะใช้ประกอบการตัดสินใจให้เงินกู้
- การขอเงินกู้สำหรับโครงการในการจัดตั้งวิสาหกิจใหม่ๆ มักจะประสบความสำเร็จยากและมีโอกาสในการได้รับอนุมัติสินเชื่อต่ำกว่าการขอเงินกู้สำหรับโครงการเพื่อการขยายหรือปรับปรุงธุรกิจเดิม



เนื่องจากความเป็นไปได้ในผลการประกอบการของโครงการใหม่ๆ ขาดความชัดเจนและยากต่อการคาดการณ์ในผลสำเร็จของการลงทุน

ผู้ประกอบการทั่วไปมักคิดว่าแหล่งที่มาของเงินทุนของกิจการควรมาจากแหล่งเงินกู้สำคัญ อย่างธนาคารและบริษัทเงินทุนทั้งหลายเท่านั้น แต่แท้จริงแล้วการได้มาซึ่งเงินทุนนั้นมาจากหลายแหล่ง ซึ่งผู้ประกอบการควรทราบและมีความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องเงินๆทองๆ ที่วิสาหกิจจะต้องเผชิญ ดังนี้

1. **เงินลงทุน/ทุนของเจ้าของคนเดียว** | ส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการที่เป็นแบบเจ้าของคนเดียวมักลงทุนด้วยเงินออมหรือเงินสะสมที่ตนเองมี แต่อย่างไรก็ตาม หากเงินออมหรือเงินสะสมที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอ

ที่จะเริ่มต้นธุรกิจก็อาจมีการกู้เงินบางส่วนมาร่วมจัดตั้งวิสาหกิจได้
ทั้งนี้ ผู้เป็นเจ้าของวิสาหกิจต้องมีความเข้าใจว่าเงินทุนของเจ้าของ
ธุรกิจที่สามารถใช้ในการประกอบการนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อ
อนาคตของธุรกิจนั้นๆ การที่เจ้าของธุรกิจเตรียมเงินทุนไว้ไม่เพียงพอ
และต้องใช้เงินกู้มาจัดตั้งวิสาหกิจบางส่วนนั้น หากเงินทุนมีสัดส่วน
หรือเปอร์เซ็นต์ที่เป็นเงินกู้สูงก็เท่ากับว่าธุรกิจนั้นๆบริหารงานโดย
พึ่งพาเงินกู้เป็นหลัก ทำให้เจ้าของวิสาหกิจมีภาระของการใช้คืนเงินกู้
ในระดับสูง อันอาจส่งผลต่อเงินทุนหมุนเวียนของวิสาหกิจได้

2. การบริหารเงินทุนหมุนเวียน | ถึงแม้ว่าเงินทุนหมุนเวียนจะมีความ
สำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจในแต่ละวันและสำคัญต่อการ
บริหารในระยะยาว แต่พบว่าผู้ประกอบการส่วนมากมักไม่ใส่ใจต่อ
การบริการเงินทุนหมุนเวียนให้เหมาะสมมีบ่อยครั้งที่พบว่าผู้ประกอบการ
ในวิสาหกิจขนาดเล็กหรือขนาดกลางมักมีการกู้ยืมเงินเพื่อใช้เป็น
เงินทุนหมุนเวียนมากกว่าใช้ในกรณีอื่น ทั้งนี้เป็นเพราะเจ้าของวิสาหกิจ
ในระดับนี้ยังขาดการบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่เหมาะสม ซึ่งหาก
เจ้าของวิสาหกิจมีการวางแผนการบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่ดีพอ
การกู้ยืมเงินเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนอาจลดน้อยลงจนหมดไป
ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายต่างๆที่ไม่จำเป็นที่เกิดจากการใช้เงินกู้ยืมลดลง
ไปด้วย ซึ่งแนวทางของการบริหาร เงินทุนหมุนเวียนอย่างเหมาะสม
นั้นผู้ประกอบการวิสาหกิจต้องดำเนินการในเรื่องของ

- เร่งระยะเวลาการเรียกเก็บเงินค่าสินค้าและบริการจากลูกหนี้
(ซึ่งก็คือลูกค้า) ให้เร็วขึ้น ทั้งนี้เพราะการเก็บเงินจากลูกหนี้ได้
ตรงเวลาช่วยลดการใช้บริการเงินกู้หรือวงเงินเบิกเกินบัญชี
(Overdraft | O/D) ได้ด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของ
วิสาหกิจควรระลึกไว้เสมอว่าระยะเวลาการเก็บเงินจากลูกหนี้

ที่มีโอกาสล้มสลายหรือเน่าเปื่อยเสียหายได้ง่าย

- ยื่นข้อเสนอด้านการส่งเสริมการขาย กับสินค้าคงคลังที่ค้างอยู่นานหรือเริ่มล้มสลาย เพื่อนำเงินมาใช้หมุนเวียนในการบริหารจัดการวิสาหกิจต่อไป ซึ่งเป็นวิธีการที่ดีกว่าปล่อยให้สินค้าค้างอยู่ในคลังสินค้า ทำให้เงินจมอยู่ในสินค้าที่มีโอกาสเสื่อมค่าลงไปเรื่อย ๆ
- ขายทอดตลาดทรัพย์สินหรือเครื่องจักรอุปกรณ์ที่เกะล้มสลายหรือไม่ได้ใช้ประโยชน์แล้ว เพื่อนำเงินมาใช้หมุนเวียนในการดำเนินการวิสาหกิจ ดีกว่าปล่อยให้เสื่อมค่าและเป็นเงินจมอยู่ในทรัพย์สินที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์

ทั้งนี้ ในวิสาหกิจที่กำลังขยายตัวควรระมัดระวังในการใช้เงินกู้เป็นเงินทุนหมุนเวียนโดยผู้ประกอบการต้องพิจารณาอย่างรอบคอบว่าเงินกู้ที่ได้มานั้น ทำให้วิสาหกิจมียอดขายเพิ่มขึ้นหรือไม่ โดยเฉพาะในวิสาหกิจที่มียอดขายค่อนข้างคงที่ การจะกู้ยืมเงินเพื่อมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนเช่นนี้ อาจหมายถึงการละลายเงินไปในธุรกิจที่ไม่เติบโตหรือไม่เจริญก้าวหน้า ซึ่งจัดเป็นการลงทุนที่สูญเปล่านั่นเอง

3. เงินกู้ (การขอสินเชื่อ) | แหล่งเงินกู้สำหรับผู้ประกอบการรายย่อย มีอยู่มากมาย จากหน่วยงานที่เป็นเครือข่ายของภาครัฐ (เช่น ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย หรือ SME Bank ธนาคารออมสิน เป็นต้น) และธนาคารพาณิชย์ซึ่งมีหน่วยงานที่ให้บริการกับผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยเฉพาะ รวมทั้งยังมีรูปแบบของตราสารใหม่ๆ ให้เลือกที่เหมาะสมกับขนาดของวิสาหกิจอีกด้วย แหล่งเงินกู้ในประเทศไทย

มีอยู่มากมาย โดยแหล่งเงินทุนหลักๆที่ให้การช่วยเหลือผู้ประกอบการในระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น ได้แก่

(1) ธนาคารพาณิชย์ เป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญแหล่งหนึ่ง และเนื่องจากปัจจุบันภาครัฐมีนโยบายในการส่งเสริมการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเนื่องจากเล็งเห็นว่าวิสาหกิจในระดับนี้เป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ธนาคารพาณิชย์จึงเปิดให้บริการสินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการ SME โดยเฉพาะเป็นจำนวนมากและหลากหลายรูปแบบอย่างเช่น สินเชื่อประเภทเบิกเงินเกินบัญชี (O/D) การรับซื้อเช็คการค้า/ตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N) การออกหนังสือค้ำประกันโดยธนาคาร(L/G) การออกL/Cเพื่อการสั่งซื้อสินค้าในประเทศ สินเชื่อประเภทรับจํานําสินค้า และสินเชื่อเพื่อสนับสนุนการนำเข้าและส่งออก เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีสินเชื่อเพื่อการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ที่ประกอบไปด้วย เงินกู้ทั่วไป เงินกู้จำนอง (mortgage loan) เป็นต้น

(2) บริษัทเงินทุน/บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ บริษัทเงินทุนเป็นแหล่งเงินทุนสำคัญเป็นอันดับสองรองจากธนาคารโดยผู้กู้ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน เช่น ที่ดิน เครื่องจักร หรือทรัพย์สินอื่นๆ มาเป็นหลักฐานในการขอสินเชื่อกับบริษัทเงินทุนและ/หรือมีเอกสารโครงการที่แสดงให้เห็นถึงการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการในเชิงคุณภาพและตัวเลขที่เป็นรูปธรรม เช่น การคาดการณ์กระแสเงินสด เป็นต้น



(3) แหล่งเงินทุนอื่นๆ มีอาทิ

- (3.1) การร่วมลงทุน (Venture Capital) เป็นธุรกิจเงินร่วมลงทุน โดยเข้าไปลงทุนซื้อหุ้นในกิจการใด ๆ ที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง โดยมุ่งหวังให้กิจการนั้นสามารถพัฒนาให้สามารถ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใหม่ (Market for Alternative Investment | MAI) ซึ่งเป็นตลาดทุนที่สามารถรองรับการขยายตัวของกิจการในอนาคต
- (3.2) ธุรกิจแฟคตอริง แฟคตอริง หมายถึง การให้สินเชื่ออย่างหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการรับซื้อลูกหนี้การค้าที่มีการส่งมอบสินค้าหรือให้บริการเรียบร้อยแล้วและมีระยะเวลาในการชำระหนี้ตั้งแต่ 7-120 วัน โดยบริษัทแฟคตอริงจะจ่ายเงินให้กับลูกค้านำตามเงื่อนไขที่ตกลงกัน บริษัทแฟคตอริงจะได้รับสิทธิในการรับชำระหนี้และจะเป็นผู้ไปเก็บเงินจากลูกหนี้การค้าตามมูลค่าของหนี้ ซึ่งผู้ประกอบการ (ลูกค้านำ) ต้องเสียค่าธรรมเนียมซึ่งคำนวณจากยอดมูลค่าหนี้

(มูลค่าลูกหนี้การค้า)และดอกเบี้ย ข้อดีของการทำแฟคตอริง ก็คือผู้ประกอบการสามารถนำเงินมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ก่อนได้และลดภาระในการบริหารและติดตามหนี้ได้

- (3.3) การค้ำประกันสินเชื่อ การค้ำประกันสินเชื่อนี้ ไม่ได้เป็นการให้สินเชื่อแต่เป็นการช่วยให้ผู้ขอสินเชื่อสามารถขอ กู้เงินได้ตามวงเงินที่ต้องการลงทุนในกรณีที่มีหลักทรัพย์ ค้ำประกันไม่เพียงพอ ปัจจุบันบริษัทประกันสินเชื่อ อุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) เป็นผู้ให้บริการค้ำประกัน สินเชื่อ โดยเป็นการบริการค้ำประกันสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการ ในภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจขนาดย่อมทุกประเภท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ขนาดย่อมที่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันไม่เพียงพอใน การกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินให้ได้มีโอกาสรับสินเชื่อจาก สถาบันการเงินจำนวนมากขึ้น โดยให้การค้ำประกันสินเชื่อ ในส่วนที่ขาดหลักประกัน

จะเห็นได้ว่าสถาบันการเงินหรือหน่วยงานที่ให้เงินกู้มีข้อเสนอที่แตกต่างกันไปและมีข้อเสนอที่หลากหลายแข่งขันกันในแต่ละสถาบันฯ แต่เนื่องจาก แต่ละสถาบันการเงินมีวัตถุประสงค์และแนวทางที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ให้กู้ มีอาทิ

- นโยบายหลักในการให้สินเชื่อทั้งจากนโยบายของภาครัฐและ นโยบายของสถาบันการเงินนั่นเอง
- จำนวนเงินที่ต้องการขอสินเชื่อ
- ประเภทของสินเชื่อที่วิสาหกิจต้องการ

- จุดประสงค์ในการขอสินเชื่อ เพื่อลงทุนเริ่มต้น เพื่อการขยายธุรกิจ เพื่อการเงินทุนหมุนเวียนเพิ่ม เพื่อประกันการสั่งซื้อสินค้า ฯลฯ
- ประเภทและมูลค่าของหลักทรัพย์ที่นำมาใช้ค้ำประกัน
- รายละเอียดและความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจที่น่าเสนอ และมุมมองของความสำเร็จ ของผู้ประกอบการ ที่มีต่อแผนธุรกิจที่น่าเสนอ
- ผลกำไรที่คาดหวังและความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของสถาบันการเงินผู้ให้กู้ และต่อโครงการที่น่าเสนอ
- สัดส่วนเงินทุนของเจ้าของวิสาหกิจ
- ประสบการณ์และประวัติของผู้ประกอบการเจ้าของวิสาหกิจ ที่ยื่นขอสินเชื่อ รวมถึงความสามารถในการบริหารธุรกิจ ให้ประสบความสำเร็จ

ทั้งนี้ สถาบันการเงินที่ปล่อยสินเชื่อจำเป็นต้องมีข้อมูลเพื่อใช้ในการพิจารณาถึงศักยภาพในการใช้คืนเงินกู้ของผู้ประกอบการที่ต้องการขอสินเชื่อและโดยมากข้อมูลเหล่านี้มักอยู่ในรูปของข้อมูลทางบัญชี ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีผู้ช่วยที่มีความสามารถในการเตรียมเอกสารข้อมูลทางบัญชี เพื่อจัดส่งให้กับสถาบันการเงินผู้ปล่อยสินเชื่อได้พิจารณา รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์ค้ำประกันที่จะใช้สำหรับยื่นขอสินเชื่อด้วย ฉะนั้น เพื่อให้การยื่นขอสินเชื่อเป็นไปอย่างราบรื่น ผู้ประกอบการหรือเจ้าของวิสาหกิจควรเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับหลักทรัพย์ค้ำประกันการขอสินเชื่อ อาทิ อาคารสำนักงาน โรงงาน สินค้าสำเร็จรูป หุ่น ยอดลูกค้านี้ค้างรับไว้ ให้พร้อม โดยเฉพาะในกรณีที่ธุรกิจไม่ได้อยู่ในรูปของบริษัท สถาบันการเงินผู้ปล่อยสินเชื่่อมักขอให้ มีบุคคลค้ำประกันการขอสินเชื่อด้วย

4. ความช่วยเหลือทางการเงินของรัฐบาล | ปัจจุบัน รัฐบาลมีนโยบายให้ความช่วยเหลือธุรกิจที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหลายด้าน ทั้งในด้านวิชาการด้านการเงินด้านเทคโนโลยีและอื่นๆ โดยมีสถาบันการเงินและองค์กรภาครัฐหลายหน่วยงานให้การสนับสนุนด้านการเงินแก่วิสาหกิจในขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น ซึ่งผู้ประกอบการควรปรึกษากับหน่วยงานภาครัฐที่ให้บริการสินเชื่อนั้นๆ แก่ผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME bank) ธนาคารเพื่อการเกษตรหรือสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) หรือธนาคารออมสิน เป็นต้น แต่เพราะความช่วยเหลือด้านการเงินของภาครัฐที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้เหมาะสมในแต่ละช่วงของสถานการณ์ภายในประเทศ ผู้ประกอบการที่ต้องการใช้บริการจากหน่วยงานเหล่านี้ จึงควรติดต่อสอบถามหรือติดตามข่าวสารในแต่ละช่วงอย่างใกล้ชิด

5. การระดมทุนแบบเงินทุนมวลชน หรือ Crowdfunding¹ |

การระดมทุนแบบเงินทุนมวลชน หรือการระดมทุนมหาชน หรือ Crowdfunding นี้ เป็นการระดมทุนจำนวนไม่มากจากประชาชนหรือ



1 “ประเทศไทยก็จะมี Crowdfunding” จากบทสัมภาษณ์ของท่านเลขาธิการ ก.ล.ต. ที่ได้ให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ The Nation ฉบับวันที่ 27 ตุลาคม 2557

องค์กรจำนวนมากเพื่อเป็นการสนับสนุนโครงการโดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นการระดมทุนในรูปแบบใหม่ที่ให้อีกโอกาสด้านกิจการที่เพิ่งก่อตั้ง ดังนั้น Crowdfunding จึงช่วยบริษัทที่อยู่ในช่วงเริ่มต้น (startups) ที่จะได้เงินทุนไปเริ่มต้นกิจการด้วยวิธีการแบบ Crowdfunding นี้ ผู้ประกอบการเพียงแต่โฆษณาแผนการทางธุรกิจที่จะทำ และเงินลงทุนที่ต้องการจะใช้ ลงในเว็บที่ให้บริการด้าน Crowdfunding เท่านั้น

ตัวอย่างของ Crowdfunding ที่เป็นการระดมทุนมหาชน ด้วยการใช้ช่องทางออนไลน์อย่างเช่น สื่อสังคมออนไลน์ (social media) อีเมล และเว็บไซต์ เพื่อที่จะหาทุนทำธุรกิจ หรืองานการกุศล โดยมีวิธีการก็คือ การเข้าเว็บไซต์ที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า “Crowdfunding Platforms” จากนั้น ก็สร้างวิดีโอเพื่อเล่าเรื่องราวว่าคุณต้องการเงินไปทำอะไร แล้วด้วยเงินที่ได้มาคุณจะทำอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ ตัวอย่างของ Crowdfunding platform ของไทยก็คือ www.afterword.co ซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับนักเขียนเพื่อระดมทุนสำหรับการพิมพ์หนังสือ

เว็บไซต์ Crowdfunding ที่ใหญ่ที่สุดในโลก² ก็คือ www.kickstarter.com ซึ่งเกิดการระดมทุนมหาชนไปแล้วถึง 1.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ จากผู้คนที่เกือบแปดล้านคนเพื่อสนับสนุนกว่า 78,000 โครงการทั่วโลกซึ่งหมายความว่า กลุ่มคน 78,000 คน ที่ริเริ่มโครงการต่างๆ สามารถที่จะทำให้ความคิดของพวกเขา กลายเป็นความจริงจากความช่วยเหลือของครอบครัว เพื่อเพื่อน

2 “อยากรวบจาก Crowdfunding ต้องรู้ 5 สิ่งนี้” บทความโดย Jason Best ใน <https://picnic.ly/2015/03/5-things-crowdfunding-thailand/> มีนาคม 2558

ร่วมงาน ผู้ติดตามในสื่อสังคมออนไลน์ (followers) หรือแม้แต่คนแปลกหน้าที่ชื่นชอบความคิดหรือสินค้าของคุณ และต้องการจะช่วยเหลือคุณสำหรับ Crowdfunding ในประเทศไทยนั้น มีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

- ประเทศไทยเป็นผู้นำด้าน Crowdfunding ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มี Crowdfunding Platform หลายๆ เว็บ เช่น www.kickstarter.com มาตั้งสาขาในประเทศไทย ทั้งนี้ในช่วงปี 2556 เป็นต้นมา มีพื้นที่ที่เจ้าของธุรกิจสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและมีสถานที่อย่าง co-working space อย่างเช่น Hubba TEDx และ Mobile Mondays ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ทุกอย่างเกิดขึ้นท่ามกลางบรรยากาศของความคิดสร้างสรรค์ที่น่าตื่นเต้น ช่วยเป็นแรงผลักดันให้เกิดนวัตกรรมต่างๆ และในตอนนี้ เมืองไทยก็เต็มไปด้วยสภาพแวดล้อมเหล่านี้
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ หรือ SEC ของไทย ทำงานอย่างหนักเพื่อที่จะสร้างกฎข้อบังคับ Equity Crowdfunding (การระดมทุนที่ผู้มอบเงินสนับสนุนจะได้หุ้นของบริษัทเป็นการตอบแทน)
- เจ้าของธุรกิจชาวไทยและผู้คิดค้นนวัตกรรมต้องการ crowdfunding เพราะในกระบวนการของ Crowdfunding นั้นใครก็ตามที่ทำงานหนัก และพอจะมีไอเดียอยู่บ้างนิดหน่อยก็จะสามารถระดมทุนได้สำเร็จ ไม่ใช่เพียงแค่ 5 หรือ 10 คน แต่ทว่า Crowdfunding จะช่วยระดมทุนให้ผู้ประกอบการได้เป็นจำนวนมากถึง 500 ถึง 1,000 คนเลยทีเดียว

- จากสถิติทั่วโลก พบว่า มีการฉ้อโกงเกิดขึ้นจากการทำ Crowdfunding น้อยกว่า 1 ใน 10 ของ 1% ของแคมเปญทั้งหมด หมายความว่า จาก 78,000 แคมเปญของ Kick starter มีเพียง 78 กรณีเท่านั้น ที่เกิดเรื่องไม่ดีขึ้น ซึ่งเป็นจำนวนตัวเลขที่ต่ำมาก ที่เป็นอย่างนี้ ส่วนหนึ่งก็เพราะประมาณ 80% ของผู้บริจาค อยู่ใน Social Network เพราะผู้เป็นเจ้าของแคมเปญอยู่แล้ว

ข้อดีของการระดมทุนในแบบเงินทุนมวลชน หรือ Crowdfunding นี้ ก็คือการให้กิจการขนาดเล็กมีโอกาสระดมทุนเพราะกิจการขนาดเล็ก ยังไม่สามารถระดมทุนจากการขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ได้ และเป็นการกระจายความเสี่ยงไปยังผู้ลงทุนซึ่งมักจะเป็นบุคคลธรรมดา และเป็นการลงทุนคนละไม่มาก การระดมทุนในแบบ Crowdfunding นี้ ยังมีค่าใช้จ่ายต่ำ แต่ให้ผลตอบแทนกับนักลงทุนสูง นอกจากนี้ พวกเงินทุนที่กิจการที่เพิ่งเริ่มต้นใช้อย่างเช่น Venture Capital ก็อาจเข้าถึงได้ยากกว่า ในขณะที่ Crowdfunding สามารถระดมทุนได้โดยตรงจากประชาชนทั่วไป เนื่องจากวิธีการระดมทุน Crowdfunding กระทำผ่านทางอินเทอร์เน็ตซึ่งทำให้ข้อมูลธุรกิจที่ผู้ประกอบการที่ต้องการระดมทุน สามารถเข้าถึงได้โดยง่าย และแพร่กระจายไปสู่คนหมู่มากโดยรวดเร็ว อีกทั้งยังช่วยลดข้อจำกัดและอุปสรรคต่าง ๆ ของเจ้าของกิจการ เช่น การมีเงินลงทุนที่ไม่เพียงพอและไม่สามารถกู้เงินลงทุนจากธนาคารได้นอกจากนี้ การประกอบกิจการผ่านการระดมทุน Crowdfunding นั้นเป็นการกระจายความเสี่ยงไปยังผู้ลงทุนซึ่งมักจะเป็นบุคคลธรรมดาที่มีการลงทุนคนละไม่มากแต่ให้ผลตอบแทนแก่นักลงทุนสูง

การระดมทุนในรูปแบบของ Crowdfunding ที่ใช้กันอยู่นั้น แบ่งออกได้เป็น 4 รูปแบบ คือ

- (1) **Donation-based Crowdfunding** คือการที่ผู้ลงทุนสัญญาว่าจะให้เงินทุนโดยไม่คาดหวังว่าจะได้สิ่งตอบแทน รูปแบบนี้เหมาะสำหรับองค์กรที่มีวัตถุประสงค์ที่ทำประโยชน์แก่สังคม เป็นการที่ผู้ลงทุนลงทุนโดยไม่คาดหวังสิ่งตอบแทน ซึ่งจะอยู่ในรูปการระดมทุนเพื่อการกุศล เช่นการระดมทุนเพื่อบูรณะโรงเรียนหรือสวนสาธารณะ
- (2) **Reward-based Crowdfunding** คือ การที่ผู้ลงทุนสัญญาว่าจะทำการลงทุนโดยได้รับผลตอบแทนจำนวนน้อย ส่วนใหญ่ใช้กับวิสาหกิจทางสังคม (social enterprises) การระดมทุนประเภทนี้เหมาะสำหรับ ศิลปิน นักเขียน นักสร้างภาพยนตร์ หรือนักสร้างเกมส์ที่มีเงินทุนไม่เพียงพอที่จะสร้างสรรค์ผลงานการระดมทุนประเภทนี้ซึ่งลงทุนจะได้รับผลตอบแทนเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการจากโครงการระดมทุน
- (3) **Loan-based หรือ Peer-to-Peer Lending** เป็นรูปแบบของการกู้ยืมเงิน ซึ่งรูปแบบที่ใช้กันอยู่ทั่วไปมี 2 แบบ คือ รายได้แบบการมีส่วนร่วม (revenue participation) หมายถึง ผู้ลงทุนได้รับส่วนแบ่งเป็นร้อยละของการขาย เป็นระยะเวลาหนึ่ง แต่ไม่คาดหวังการชำระหนี้เงินกู้คืน กับรายได้แบบดอกเบี้ย (revenue interest) หมายถึง ผู้ลงทุนจะได้รับดอกเบี้ยในอัตราตายตัวเป็นระยะเวลาหนึ่งและเมื่อสิ้นระยะเวลาที่กู้ยืมก็จะได้รับเงินกู้คืน การระดมทุนประเภทนี้ เหมาะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ ที่ต้องการขยายกิจการของตน
- (4) **Equity-based Crowdfunding** เป็นรูปแบบที่ใช้กันอยู่ทั่วไปของกิจการที่เพิ่งเริ่มต้น (startups) ที่มักจะเป็นการลงทุนที่สนับสนุนกิจการที่มีโอกาสเติบโตใหญ่โดยผู้ลงทุนได้รับการเสนอขายหุ้นและได้รับผลตอบแทนเป็นหุ้นของบริษัทนั้น

แม้การลงทุนแบบด้วยวิธี Crowdfunding จะทำให้ผลตอบแทนแก่นักลงทุนสูงแต่ในขณะเดียวกันนักลงทุนต้องเผชิญกับความเสี่ยงหลายอย่าง³ เช่น

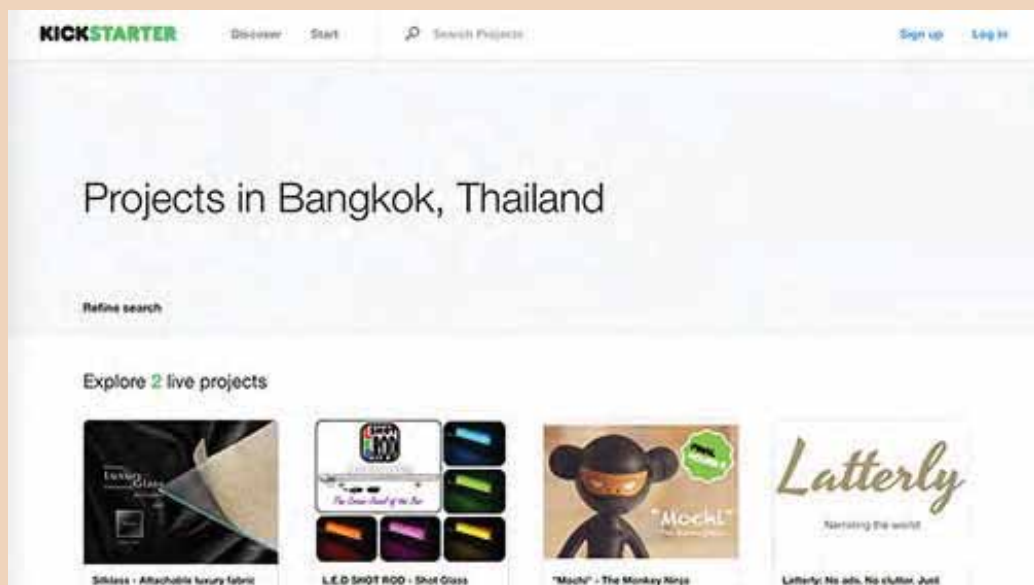
- Risk of default and investment failure: ในปี 2009 IOSCO ได้ทำการสรุปอัตราความเสี่ยงในการผิดสัญญาและกิจการประสบความล้มเหลวทั่วโลกซึ่งสูงถึง 50% และความเสี่ยงในการผิดสัญญาสูงถึง 30% หรือเมื่อพิจารณาจากข้อมูลสถิติเว็บไซต์ Kickstarter พบว่าตั้งแต่มีการเปิดให้บริการเว็บไซต์ มีโครงการที่ประสบความสำเร็จเพียง 78,233 โครงการเท่านั้น จากโครงการทั้งหมด 206,151 โครงการ
- Risk of platform closure ความเสี่ยงในการปิดตัวของอินเทอร์เน็ตที่เป็น Platform ของ Crowdfunding
- Risk of Fraud ความเสี่ยงที่จะถูกหลอกลวงหรือฉ้อโกง
- Risk of Cyber-attack โดยสภาพของ Crowdfunding ที่กระทำผ่านทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นจึงมีความเสี่ยงที่จะถูกโจมตีทางไซเบอร์เป็นต้น

สำหรับประเทศไทยนั้น เพื่อที่จะส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทาง Crowdfunding Portal ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย มาตรฐานเทียบเท่านานาชาติ ในส่วนการกำกับดูแลการซื้อขายหุ้นในรูปแบบ Investment-based Crowdfunding นั้น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้ออกเอกสารรับฟังความคิดเห็น “การออกกฎเกณฑ์เพื่อ

³ Crowdfunding: Investment Revolution คุณพร้อมหรือยังสำหรับการระดมทุนในรูปแบบใหม่?
โดย นายอรรถพล พานิชย์ไพศาลกุล เจ้าหน้าที่กฎหมาย สำนักกฎหมาย
<http://ictlawcenter.etda.or.th> ตีพิมพ์เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2558

การส่งเสริมและกำกับดูแลการระดมทุน โดยผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ (Crowdfunding) (เลขที่ อกม. 39/2557)” เพื่อสอบถามความเห็นเกี่ยวกับกรอบของกฎหมายสำหรับการกำกับดูแล Investment-based Crowdfunding

ตัวอย่างของเว็บไซต์ kickstarter.com ที่ดำเนินการด้าน Crowdfunding ในประเทศไทย



ตัวอย่างโครงการที่เสนอ เพื่อระดมเงินทุนในแบบ Crowdfunding

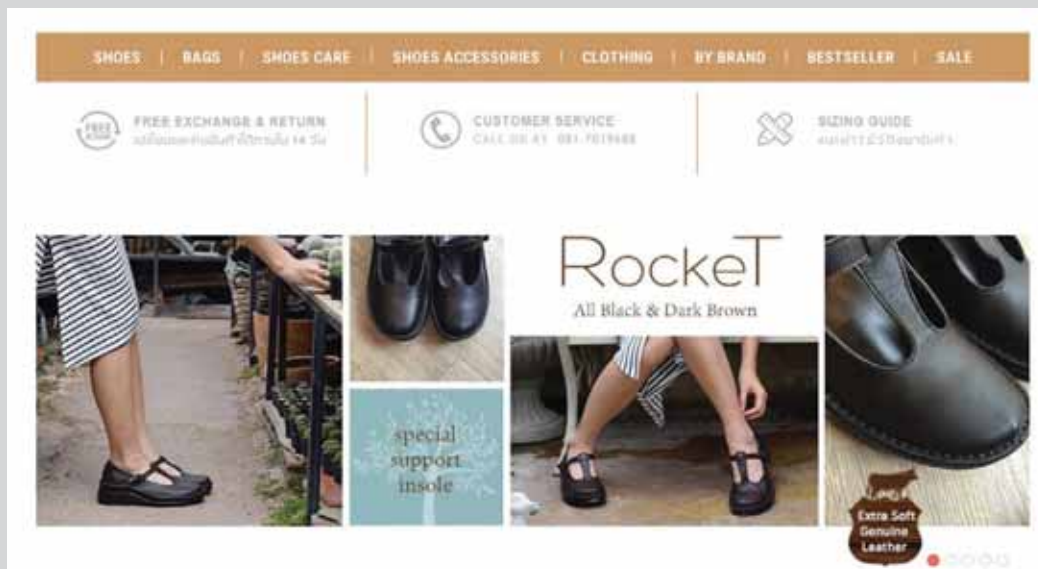


เคล็ดลับต้องรู้ การตลาดออนไลน์

ปัจจุบัน การซื้อสินค้าออนไลน์ ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคไปแล้วทั้งนี้เพราะการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสะดวกขึ้นมาก สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ทั้งจากเครื่องคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ตและจากมือถือแบบสมาร์ทโฟน ซึ่งเป็นอิทธิพลทั้งจากการเติบโตของแท็บเล็ตและมือถือแบบสมาร์ทโฟน ซึ่งจากข้อมูลโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย⁴ คาดว่า จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตในปี 2558 น่าจะมีประมาณ 33-34.6 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก 18.3 ล้านคนในปี 2556 ประกอบกับการซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ไอทีแบบเดิมอย่างคอมพิวเตอร์ ที่มีข้อจำกัดในเรื่องของความสะดวกสบายในการพกพาและการใช้งาน จึงเป็นปัจจัยผลักดันให้การซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์บนอุปกรณ์เคลื่อนที่หรือที่เรียกว่า “M-shopping” กลายเป็นช่องทางใหม่ที่มาแรงและเป็นช่องทางหนึ่งที่จะช่วยหนุนการเติบโตในภาพรวมของธุรกิจ Online shopping ของไทยในระยะต่อจากนี้ไป รวมทั้งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่รองรับการเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่เป็นไวไฟ (Wi-Fi) และ 3G บนอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างแท็บเล็ตและสมาร์ทโฟน จึงไม่น่าแปลกใจที่จำนวนผู้ซื้อสินค้าออนไลน์จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ การที่แนวโน้มของการช้อปปิ้งออนไลน์ในชีวิตประจำวันมีการเติบโตเพิ่มขึ้นนั้นเกิดจากการที่การพาณิชย์บนโทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟนมีความทันสมัยมากขึ้น (ทั้งเว็บไซต์ที่สวยงาม เลือกสินค้าได้ง่าย สามารถเลือก

⁴ Online Shopping ช่องทางการตลาดยุคดิจิทัลอลูม ...จับตาผู้บริโภค Shop ผ่านโมบายหรือ M-Shopping มากขึ้น (กระแสดรณศิลป์ ฉบับที่ 2599), www.kasikornresearch.com 3 มีนาคม 2558



ดูสินค้าในแบบ 360 องศา สามารถเลือกขยายดูพื้นผิวหรือรายละเอียดของสินค้าได้ดียิ่งขึ้น หรือแม้แต่แอปพลิเคชันบนมือถือ ก็ทำให้เข้าถึงการซื้อสินค้าได้ดียิ่งขึ้น) สะดวก และใช้งานง่ายมากขึ้น

“Online shopping” กลายเป็นช่องทางการซื้อขายสินค้าและบริการที่ได้รับความนิยมมากขึ้น โดยกลุ่มสินค้าที่ได้รับความนิยมอันดับ 1 คือ “กลุ่มสินค้าแฟชั่น”⁵ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 60 ของผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ในขณะที่ การจอง “ตัวเครื่องบิน” เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมของหมวดธุรกิจบริการมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 56 ของผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด สำหรับช่องทางการซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ร้านค้าที่เปิดในสื่อสังคมออนไลน์ (social media) ไม่ว่าจะเป็น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) หรือ อิน스타그램 (Instagram) โดยคิดเป็นสัดส่วนสูงถึง ร้อยละ 69 ของผู้ที่แบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของคนไทยที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละวันเพื่อเล่นสื่อสังคมออนไลน์ (social media) มากเป็นอันดับหนึ่ง

⁵ Online Shopping ช่องทางการตลาดยุคดิจิทัลอลูม ...จับตาผู้บริโภค Shop ผ่านโมบายหรือ M-Shopping มากขึ้น (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 2599), www.kasikornresearch.com 3 มีนาคม 2558

โดยในปี 2557 ที่ผ่านมา พบว่าสินค้าประเภทอาหาร ซึ่งรวมถึงอาหารของอุปโภคและบริโภคและอาหารที่มีบริการส่งถึงบ้านมีการเติบโตสูงถึงร้อยละ 148 จากปี 2555 ซึ่งมีการซื้อสินค้าประเภทอาหารนี้เป็นประจำอยู่ที่ร้อยละ 5 ขณะในปีนี้ (2557) เพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 12 ความต้องการที่เพิ่มขึ้นในประเทศไทย เปรียบได้กับแนวโน้มทั่วโลกที่พบว่าการซื้อสินค้าประเภทอาหาร ทางออนไลน์เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 100 คือ มีการสั่งซื้อสินค้าประเภทอาหารและของอุปโภคบริโภคเป็นประจำจากร้อยละ 8 ในปี 2555 เพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 16 ในปี 2557

และจากผลการวิจัย⁶ ในหัวข้อ “การซื้อสินค้าออนไลน์ประจำวัน” การสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภค 4,700 ราย ใน 25 ประเทศ รวมถึงประเทศไทย โดย บัซซ์ ชิตี พบว่าในภาพรวม ร้อยละ 19 (หรือสัดส่วนประมาณ 1 ใน 5) ของผู้บริโภคชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามระบุว่า พวกเขาซื้อสินค้าออนไลน์ทุกวัน อีกร้อยละ 23 บอกว่าพวกเขาซื้อสินค้าออนไลน์เป็นรายสัปดาห์ และร้อยละ 22 เป็นผู้บริโภครายเดือน

อย่างไรก็ดี การที่ผู้บริโภคมีแนวโน้มของการช้อปปิ้งออนไลน์เพิ่มขึ้นนั้นเป็นแรงผลักดันให้ร้านค้าปลีกต้องพัฒนารูปแบบธุรกิจ กลยุทธ์หรือแม้แต่การส่งเสริมการขาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมาสั่งซื้อสินค้าผ่านทางแท็บเล็ตและมือถือมากยิ่งขึ้น รวมทั้งร้านค้าปลีกเองก็ต้องมีการลงทุนเพิ่มในด้านเทคโนโลยีที่จะรองรับการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดสินค้าออนไลน์ด้วย

การตลาดออนไลน์ สำคัญอย่างไร

การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) คือ การทำการตลาดโดยอาศัยระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นวิธีการทำการตลาดที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่าง

⁶ “คนไทย 1 ใน 5 ซื้อสินค้าออนไลน์ทุกวัน”, www.posttoday.com

รวดเร็วผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตนี้ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ระบบอินเทอร์เน็ตมีความเร็วสูงขึ้นและยังสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกในทุกๆ ที่ โดยใช้ต้นทุนน้อยที่สุด การตลาดออนไลน์ จึงเป็นทางเลือกที่ดีและเหมาะสมกับลูกค้าได้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย เพราะลูกค้าสามารถให้ผลตอบกลับ (feedback) ไม่ว่าจะเป็นคำชม คำติติง รวมไปถึงสามารถแนะนำเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้อีกด้วย

ในโลกของการแข่งขันที่มีคู่แข่งมากมายและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคก็เปลี่ยนแปลงรวดเร็วตามโลกที่หมุนได้รวดเร็วขึ้นและทุกสิ่งทุกอย่างสามารถเชื่อมต่อข้ามพรมแดนกันได้เพียงกระพริบตา ทำให้การตลาดออนไลน์เป็นทางเลือกใหม่ๆ ของการทำการตลาด ช่วยให้การสื่อสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ในระยะเวลาอันรวดเร็วและยังสามารถเลือกได้ว่า จะเข้าถึงลูกค้าในกลุ่มไหน อย่างไร เข้าถึงลูกค้าได้อย่างเฉพาะเจาะจงและยังช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก

นอกจากนี้ การทำการตลาดในแบบออนไลน์ ยังช่วยให้ผู้ขายประหยัดค่าใช้จ่าย ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการบริหารจัดการ โดยเฉพาะในวิสาหกิจที่มีทรัพยากรจำกัด การขายสินค้าในแบบออนไลน์ช่วยให้การจ้างพนักงานลดลง การจัดการสินค้าคงคลังประหยัดขึ้น และค่าใช้จ่ายในการขายก็ประหยัดยิ่งขึ้น หรือแม้แต่การเข้าถึงลูกค้าได้ตลอดทั้ง 24 ชั่วโมง ตลอดทั้ง 7 วัน ไม่มีวันหยุด ก็ช่วยทำให้สามารถแสวงหาผลตอบแทนจากการขายได้มากยิ่งขึ้น เพราะเหมือนกับว่าได้เปิดร้านค้าไว้ตลอด 24 ชั่วโมงโดยไม่หยุดทำการ

จุดเด่นของการตลาดออนไลน์

การตลาดออนไลน์ เป็นการผสานอินเทอร์เน็ตร่วมกับวิธีการทางการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และบรรลุจุดมุ่งหมายของวิสาหกิจ โดยความโดดเด่นของการตลาดออนไลน์ มีอาทิ

- เป็นการตลาดที่มีต้นทุนต่ำ แต่ให้ประสิทธิผลสูง
- เป็นการตลาดที่สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้แบบเฉพาะเจาะจง โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่มีขนาดเล็ก ในแบบที่เรียกว่า “นิชมาร์เก็ต” (niche market)
- เป็นการตลาดที่สามารถสร้างการสื่อสารในแบบสองทาง ด้วยการตอบโต้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือแอปพลิเคชัน (application) ที่เอื้อให้ผู้ประกอบการกับลูกค้าสามารถสื่อสารกันได้โดยตรงอย่างรวดเร็ว และทันการ รวมทั้งยังเป็นการตอบโต้ในแบบทันที
- การตลาดออนไลน์เป็นการตลาดที่เอื้อต่อการทำการตลาดแบบตัวต่อตัว (one-to-one marketing หรือ personalized marketing) ที่ยอมให้ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของสินค้าหรือการบริการได้ตามต้องการ โดยเลือกผ่านระบบออนไลน์ที่มีการจัดการไวล่วงหน้า
- สามารถเข้าถึงลูกค้าในทุกกลุ่มผ่านอุปกรณ์ที่เป็นส่วนบุคคล อย่าง สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต ทำให้สามารถติดต่อซื้อขายได้ทุกที่ทุกเวลาที่สามารถต่อเชื่อมสัญญาณ “ออนไลน์” ได้
- สามารถสื่อสารไปได้ทั่วทุกมุมโลก ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้การทำธุรกิจไม่มีพรมแดน หากมีสินค้าที่เป็นที่ตรงความต้องการ และยังสามารถเกิดการซื้อขายแม้ในช่วงกลางคืน (ซึ่งเป็นเวลากลางวันในประเทศอื่น)
- สามารถทำการซื้อขายสินค้า โดยที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อจากข้อมูลที่ได้รับ ดังนั้น การให้ข้อมูลสินค้าที่ครบถ้วน (ทั้งภาพ และรายละเอียด) และตรงใจลูกค้า ย่อมทำให้เกิดการซื้อขาย ตรงใจลูกค้า ย่อมทำให้เกิดการซื้อขาย
- การทำการตลาดในแบบออนไลน์ ร่วมกับการตลาดในแบบดั้งเดิม นอกจากเป็นการให้ข้อมูลที่ครอบคลุมครบถ้วน และเพิ่มความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าให้กับลูกค้าแล้ว ยังทำให้การทำการตลาดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เพิ่ม ขึ้นเพราะสามารถเข้าถึงในทุกพื้นที่ที่ต้องการ

การตลาดออนไลน์ที่ง่าย และได้ผล

แม้การตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) จะยังเป็นช่องทางการขายสินค้าที่เป็นทางเลือกให้กับผู้ประกอบการก็ตาม แต่ในหลายๆวิสาหกิจพบว่า ใช้การตลาดออนไลน์ เป็นการทำการตลาดหลักที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งปัจจุบัน การตลาดออนไลน์ มีหลากหลายเทคนิคที่น่าสนใจ และได้ผลคือ

1. Google Adwords เป็นบริการของ Google ซึ่งเป็น Search Engine อันดับหนึ่งของโลกที่ให้บริการโฆษณาโดยคิดค่าบริการเป็นต่อคลิก หมายความว่า Google จะคิดค่าบริการก็ ต่อเมื่อมีคนคลิกที่โฆษณา และเข้ามายังเว็บไซต์ของวิสาหกิจของคุณแล้ว เปรียบเสมือนว่า ถ้าวิสาหกิจของคุณมีร้านค้าออนไลน์ คุณก็เสียเงินเฉพาะเวลาที่ลูกค้าเข้ามาอยู่ในร้านค้าของคุณแล้วเท่านั้น ดังนั้น จากพฤติกรรมของผู้ซื้อในปัจจุบัน ที่ค้นหาสิ่งต่างๆที่ต้องการจากการค้นหาด้วยเครื่องมือสืบค้น (search engine) หรือเว็บไซต์ค้นหาเป็นหลัก ซึ่งเว็บไซต์ค้นหายอดนิยม ก็คือ กูเกิ้ล (Google) นั่นเอง ดังนั้นหากคุณ มีร้านค้าออนไลน์ ผลิตภัณฑ์ หรือแบรนด์สินค้าที่ต้องการโปรโมท การใช้ Google Adwords ก็เป็นคำตอบที่ดีทางหนึ่งที่จะช่วยให้โฆษณาของร้านค้ามีความโดดเด่นและเพิ่มโอกาสในการคลิกเข้าไปยังเว็บไซต์ของวิสาหกิจ

2. SEO หรือ Search Engine Optimization เป็นการโปรโมทเว็บไซต์ของวิสาหกิจให้ติดอันดับต้นๆ ในการค้นหาด้วยการใช้ “keyword” ซึ่งเมื่อติดอันดับต้นๆแล้ว ผู้ซื้อก็จะคลิกเข้ามาที่เว็บไซต์ของวิสาหกิจมากขึ้น โอกาสที่เว็บไซต์จะเป็นที่รู้จักก็มาก ตัวอย่างวางโครงสร้าง SEO รองรับผู้ประกอบการไว้เป็นที่เรียบร้อยแล้วและวิสาหกิจใดก็ตามที่เปิดร้านค้าออนไลน์กับเว็บไซต์นี้ เมื่อลูกค้าค้นหาซื้อสินค้าที่เป็น keyword

ร้านค้าใน lazada.com ก็จะมีติดอันดับต้นๆลูกค้าก็เข้าร้านอย่างไม่ขาดสาย

3. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social network) สื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมอย่างเช่น เฟซบุ๊กเพจ (Facebook Page) ไลน์แอด (Line @) ไลน์ (Line) หรือ อินสตาแกรม (Instagram) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในเวลานี้ โดยเป็นช่องทางทำการตลาดออนไลน์ที่กว้างขวางและประหยัดที่สุด อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ได้อย่างรวดเร็วและสามารถวัดผลการซื้อขายได้อย่างรวดเร็วด้วย

4. EDM หรือ Electronic Direct Mail หรือที่เรียกกันอย่างง่าย ๆ ว่า E-Newsletter ที่เป็นการส่งอีเมลเพื่อสื่อสารเกี่ยวกับสินค้า การส่งเสริมการขาย หรือกิจกรรม ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆไปยังผู้รับ ซึ่งได้ลงทะเบียนรับข่าวสารไว้กับทางเว็บไซต์ เป็นการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงด้วยฐานข้อมูลสมาชิกที่สนใจในการบริการนั้นๆ อยู่แล้ว

5. Text-Link Ads เป็นการใช้ข้อความเป็นตัวโฆษณาเพื่อเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของวิสาหกิจโดยอาจแฝงไปกับเนื้อหา เรื่องราวบันเทิง หรือเกร็ดความรู้ต่างๆ โดยไม่ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าคุณยัดเยียดการโฆษณาเป็นการลงทุนที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูงนัก แต่ให้ผลตอบแทนที่ดีถ้าวางไว้ในตำแหน่งที่เหมาะสม

6. Contextual Targeting เป็นการโฆษณาตามกลุ่มเป้าหมายของสินค้านั้นๆ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่ดีจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เช่น การโฆษณาเครื่องสำอางในเว็บไซต์สำหรับผู้หญิง การโฆษณารถยนต์ไฮบริดในเว็บไซต์สำหรับผู้ชาย หรือการโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพร

ในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของสุขภาพ ทั้งนี้ อาจทำได้ทั้งการทำ
แบนเนอร์ หรือการสร้างคลิปโฆษณาที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้อง ตรงความ
สนใจของกลุ่มเป้าหมาย

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจสามารถเลือกใช้กลยุทธ์การ
ตลาดออนไลน์หลายวิธีพร้อมกันเพื่อให้เกิดการผสมพลัง (synergy) ที่จะทำ
ได้ผลตอบแทนจากหลายช่องทางพร้อมกันและยังเป็นตัวช่วยให้อัตราการเข้าชม
เว็บไซต์เพิ่มขึ้นและที่สำคัญต้องทำให้เว็บไซต์ของวิสาหกิจมีความน่าสนใจ
อีกด้วย

ภาคผนวก

เพื่อเป็นตัวอย่างของการประกอบอาชีพจากสิ่งของเหลือใช้ และการเก็บรักษาผลไม้มิได้รับประทานนอกฤดูกาล จึงได้นำสูตรที่ได้มีการเผยแพร่กันอย่างกว้างขวางมานำลงไว้ให้เป็นประโยชน์

4 สูตรน้ำหมักชีวภาพยอดนิยม

แหล่งที่มา <http://www.banrainarao.com>

วัสดุอุปกรณ์

1. ถังน้ำหมักที่มีฝาปิดสนิท ควรเป็นถังพลาสติก หรือกระเบื้องเคลือบ ไม่ควรใช้ถังประเภทโลหะหรือปูนซีเมนต์เพราะน้ำหมักจะเข้าไปกัดกร่อนภาชนะ
2. น้ำตาล สามารถใช้น้ำตาลได้ทุกชนิด อาทิ น้ำตาลทรายขาว น้ำตาลทรายแดง กากน้ำตาล ฯลฯ โดยเฉพาะกากน้ำตาล ซึ่งมีราคาถูกกว่าน้ำตาลชนิดอื่นๆ ซึ่งเป็นส่วนที่เหลือจากอุตสาหกรรมน้ำตาล นอกจากนี้อาจใช้พืชจำพวกอ้อยได้เช่นกัน
3. ส่วนผสมกับน้ำตาล
 - เศษซากพืชสด อาทิ พืชอวบน้ำ ผัก ผลไม้ทั้งแก่และอ่อน รวมทั้งเปลือกผลไม้ ฯลฯ
 - เศษซากสัตว์สด อาทิ หอยเชอรี่ ปลา ปู ฯลฯ
 - พืชสมุนไพรเพิ่มประสิทธิภาพ อาทิ สะเดา ไผ่แดง หนอนตายหยาก ตะไคร้หอม ฯลฯ

ถ้าใช้สูตรที่เป็นเศษซากพืชจะใช้ส่วนผสมระหว่างเศษซากพืชสดกับกากน้ำตาลอัตราส่วน 3 : 1 แต่หากเป็นเศษซากสัตว์จะใช้อัตราส่วนระหว่างเศษซากสัตว์กับกากน้ำตาล อัตราส่วน 1 : 1

สูตรที่ 1 สำหรับพืชกินใบ

วัสดุประกอบด้วย

- 1) พืชสด และ
- 2) กากน้ำตาล อัตราส่วน 3 : 1

วิธีทำ

ใช้พืชที่มีลักษณะสด ใหม่ สมบูรณ์ อวบน้ำ โตเร็ว ไม่มีโรค (เน่า) ทุกส่วนๆ ละไม่มากนัก จากพืชหลายๆ ชนิด ทั้งพืชที่กินได้และวัชพืช นำมาสับให้เป็นชิ้นเล็กๆ หรือบดละเอียดให้ได้ปริมาณ 3 ก.ก. แล้วบรรจุเศษพืชที่ได้ลงในภาชนะ และเติมน้ำตาลลงไป 1 ลิตร คนหรือเขย่าให้เข้ากัน

ให้เศษพืชจมอยู่ในภาชนะน้ำตาลตลอดเวลา ปิดฝาภาชนะ เก็บไว้ในที่มีอุณหภูมิห้องนาน 7 วัน สามารถนำไปใช้ได้

การปฏิบัติระหว่างการหมัก เขย่าภาชนะที่หมักพร้อมกับเปิดฝา วันละ 2 ครั้ง เช้า - เย็น เมื่อครบ 7 วัน ให้ดมกลิ่น ถ้าหอมหวานแสดงว่า “ดี” สามารถนำไปได้ ถ้าบูดเปรี้ยวแสดงว่า “ไม่ดี” ให้แก้ไขด้วยการเติมน้ำตาลหรือของที่ใส่ครั้งแรกแล้วหมักต่ออีก 3 วัน ถ้ามีกลิ่นหอมหวานก็แสดงว่า “ดี” ถ้ามีกลิ่นบูดเปรี้ยวอีกให้เติมน้ำตาลอีกแล้วหมักต่อไปจนกว่าจะมีกลิ่นหอมหวาน เมื่อได้น้ำหมักที่ดีแล้วให้เก็บไว้ในที่มีอุณหภูมิห้อง

เก็บได้นาน 6 เดือน - 1 ปี ระหว่างเก็บหากมีกลิ่นบูดเปรี้ยวให้เติมน้ำตาลลงไป

อัตราและวิธีการใช้น้ำหมักชีวภาพ

- 1) พืชผักสวนครัว พืชไร่ ไม้ผลยืนต้น ให้ใช้ใบ อัตราส่วน 15-20 ซี.ซี./น้ำ 20 ลิตร ทุกๆ 5-7 วันควบคู่กับให้ทางราก 30-50 ซี.ซี./น้ำ 20 ลิตร ทุกๆ 15-20 วัน
- 2) เตรียมดินแปลงปลูก หรือหลุมปลูกไม้ผล อัตราส่วน 30-50 ซี.ซี./น้ำ 20 ลิตร ผสมกับปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยหมัก
- 3) ใช้แทนสารเร่งปุ๋ยหมัก อัตราส่วน 75-100 ซี.ซี./น้ำ 20 ลิตร พรมลงบนวัสดุทำปุ๋ยหมัก
- 4) กำจัดน้ำเสียโดย อัตราส่วน 75-100 ซี.ซี./น้ำ 20 ลิตร ราดให้ทั่วบริเวณน้ำเสียหรือในคอกปศุสัตว์
- 5) เพิ่มเปอร์เซ็นต์ความงอกของเมล็ดพันธุ์ อัตราส่วน 15-20 ซี.ซี./น้ำ 20 ลิตร แช่เมล็ดพันธุ์พอก่อนเพาะเป็นเวลา 12 ชั่วโมง

การต่อเชื่อน้ำหมักชีวภาพ ใช้หัวเชื่อน้ำหมักชีวภาพ 1 ส่วน กากน้ำตาล 1 ส่วน น้ำสะอาด 10 ส่วนผสมให้เข้ากันดี ปิดฝาภาชนะเก็บไว้ในที่มืด ภายในอุณหภูมิห้อง นาน 3 วัน ตรวจสอบกลิ่นตามครั้งแรก

เคล็ดลับ เรื่องน้ำหมักชีวภาพ หลังการหมัก 3 วันแรก เปิดฝาดูถ้ามีแก๊สพุ่งออกมาแสดงว่ามีส่วนผสมดีพยายามเปิดฝาระบายแก๊สบ่อยๆ ถ้าไม่เปิดภาชนะที่หมักอาจจะเปิดได้ กรณีถ้าไม่มีกากน้ำตาลสามารถใช้น้ำตาลทรายแดงได้ โดยเพิ่มปริมาณน้ำตาลแดงเป็น 1 ส่วน : เศษพีช 1 ส่วน การใช้น้ำหมักชีวภาพทางราก ควรใช้ควบคู่ไปกับปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยหมักเสมอ โดยการใส่ปุ๋ยคอกปุ๋ยหมัก 6 เดือน/ครั้ง

สูตร 1 เหมาะสำหรับพืชกินใบ ตัวอย่างพืชสูตร 1 ผักบุ้ง กวางตุ้ง ผักขม ผักเสี้ยน หน่อไม้ฝรั่ง ยอดชะอม ยอดกระถิน ยอดมันเทศ ยอดมะม่วง ยอดมะยม ผักตำลึงและผลเถาขึ้นกำแพงและผลเงาะป่าและผลใบขมิ้นและผล ฯลฯ

สูตรที่ 2 สำหรับพืชผักกินดอกผล

วัสดุประกอบด้วย

- 1) ผลไม้สุก (ฟักทองแก่, มะละกอทั้งเนื้อและเมล็ด กลัวยน้ำว่าบวบเหลี่ยม มะเขือเทศ)
- 2) พืชสด (ช่วงใบแก่ฉีกเอาทั้งปลายยอดและปลายราก) และ
- 3) กากน้ำตาล อัตราส่วน 2 : 1 : 1

วิธีทำและการปฏิบัติ

กระทำเช่นเดียวกับสูตรที่ 1 แต่ให้ได้ตามอัตราส่วนที่กำหนด

อัตราและวิธีการใช้

- 1) สูตร 2 เหมาะสำหรับพืชผักที่ใช้กินดอกผล เช่น กะหล่ำดอก แตงโม แตงกวา แตงเทศ แคนตาลูป ถั่วฝักยาว ถั่วแปบ ถั่วพี ถั่วเหลือง

มะรุ้ม น้ำเต้า กุ้ยช่าย บวบต่างๆ มะเขือต่างๆ ฟักทอง ฟักเขียว
พริกต่างๆ

- 2) ใช้อัตราส่วน 0.5-20 ซี.ซี./น้ำ 20 ลิตร ฉีดพ่นทางใบทุก 5-7 วันต่อครั้ง
- 3) ใช้อัตราส่วน 30 - 50 ซี.ซี./น้ำ 20 ลิตร ราดทางดินสลับการฉีด
ทางใบ 5 - 7 วันต่อครั้ง จะทำให้ดินร่วนซุย
- 4) สูตร 2 นี้ ใช้จนถึงระยะออกดอกติดผลก็ได้

สูตร 2 เหมาะสำหรับพืชผักกินดอก กินผล ตัวอย่างผลไม้สุก สูตร 2
สับปะรด แตงโม กัลล้วย ละมุด มะเขือเทศ บวบ ขนุน มะม่วง ฝรั่ง
มะละกอดิบและสุก มะระดิบและสุก มะเฟือง มะกรูดผ่าซีก ฯลฯ

สูตรที่ 3 สำหรับพืชผัก ผลไม้ พืชไร่ นาข้าว วัสดุประกอบด้วย

- 1) พืชสด (สูตร 1)
- 2) พืชสดและผลไม้สุก (สูตร 2)
- 3) ปลาเป็นๆ หอยเชอรี่ ไข่หอยเชอรี่ กระดุกป่น
- 4) ตัวเสริม (อุจจาระเด็กทารก ขี้ไก่ค้ำคอง ขี้นกปากห่าง ขี้เป็ดกินหอย
ยาकुलท์ โยเกิร์ต กระเทียมแดง ร้าละเอียด) และ
- 5) กากน้ำตาล ผสมในอัตราส่วน 1 : 1 : 1 : เล็กน้อย : พอท่วม

วิธีทำ

เตรียมวัสดุในการทำน้ำหมักสูตร 1 และ สูตร 2 ตามอัตราส่วนที่กำหนด
นำปลาสด (ทั้งตัว) หอยเชอรี่ ไข่หอยเชอรี่ มาบด โขลก สับให้ละเอียด เพื่อง่าย
ในการย่อยสลาย บรรจุเศษพืช เศษปลา เศษหอยที่บด โขลก สับละเอียดแล้ว
ลงภาชนะ (ควรเป็นโอ่งหรือภาชนะพลาสติกไม่แนะนำให้ใช้โลหะ) แล้วเติม
กากน้ำตาลลงไป คลุกเคล้าพอคลุกคลี เติมน้ำมะพร้าวอ่อน คลุกเคล้าลงไป
อีก เพื่อให้มีน้ำมากขึ้นพอท่วมเศษวัสดุ คนหรือเขย่าให้เข้ากัน ให้เศษพืชจม อยู่
ในกากน้ำตาลตลอดเวลา ปิดฝาภาชนะเก็บไว้ที่มีอุณหภูมิห้องนาน 7 วัน ก็

สามารถนำไปใช้ได้

การปฏิบัติต่อยุ่ยาชีวภาพระหว่างการทำหมัน ปฏิบัติตามสูตร 2 จนถึงขั้นตอนสุดท้าย

สูตรที่ 4 สำหรับไม้ผล

วัสดุ/อัตราส่วน ประกอบด้วย

- 1) พีชสด 5 ส่วน
- 2) ผลไม้ผล 1 ส่วน
- 3) ผลไม้สุก 1 ส่วน
- 4) ปลาน้ำจืด 1 ส่วน
- 5) ไช้หอยเชอรี่ 1 ส่วน และ
- 6) เหง้ากล้วย 1 ส่วน

วิธีทำ

เติมน้ำตาลพอท่วม เติมน้ำส้มสายชู 2 ส่วน เติมน้ำมะพร้าวอ่อน/รำละเอียด/อุจจาระเด็กทารกในปริมาณเล็กน้อย โดยหั่นนำไปฉีดพ่น เพราะจะทำให้ผักกระด้าง

การทำน้ำยาอเนกประสงค์ (สูตรชีวภาพ)

ใช้ล้างจาน ล้างพื้นห้องน้ำ พื้นบ้าน ครีว ล้างมือ เครื่องมือหรืออุปกรณ์

ที่มา <http://apichoke.com/index.php?>

PHPSESSID=28c33d3393ae54e2ad66be5400646389&topic=1858.msg47518#msg47518

เครื่องมือหรืออุปกรณ์

- ถังพลาสติกสีเข้มมีฝาปิดมิดชิด ขนาดความจุ 32 แกลลอน 1 ใบ
- เครื่องชั่งน้ำหนัก

- ถ้วยตวงน้ำ 1 ใบ
- ช้อน ไม้พาย สำหรับคน 1 คัน
- ผ้าขาวบางสำหรับกรอง 1 ผืน
- ช้อนตวง 1 ชุด

วัสดุที่ทำน้ำหมักชีวภาพ

- เปลือกสับปะรด 30 กิโลกรัม (สรรพคุณเป็นกรด ขจัดคราบมัน)
- หัวเชื้อ EM สด 1 กก.หรือ EM ขยาย(รุ่นลูก) 1.5 กก.
(สรรพคุณช่วยย่อยสลายสับปะรด)
- น้ำตาลทรายแดง หรือโอวทั้ง 1 กิโลกรัม (เป็นอาหารของ EM)
- น้ำสะอาดไม่มีคลอรีน (น้ำประปาพักไว้ 1 คืน ก่อนนำมาใช้)
ใส่ส่วนผสมวัสดุ

ขั้นตอนการดำเนินการ

1. ล้างกระป๋องและตะกร้าพลาสติกทิ้งไว้ให้แห้ง นำตะกร้าใส่ในกระป๋องพลาสติก
2. ชั่งเปลือกสับปะรด 30 กิโลกรัม จากนั้นนำมาล้างน้ำให้สะอาด หรือแช่ใน EM ขยาย ผสมน้ำสะอาด ในอัตรา 1:100 เพื่อล้างสารเคมีที่ติดมากับเปลือก โดยแช่ทิ้งไว้ประมาณ 1/2 ชั่วโมง
3. สับเป็นชิ้นเล็กโดยวางถุงพลาสติกบนจานรองก่อนแล้วนำไปเทใส่ในตะกร้า
4. น้ำตาลทรายแดง ผสมกับหัวเชื้อ EM สด คนน้ำตาลทรายแดง จนละลายหมด
5. นำวัสดุข้อ 3 กับ 4 เทลงในตะกร้าสับปะรด คนให้เข้ากัน เติมน้ำสะอาดที่เตรียมไว้ใส่ให้ท่วมเนื้อวัสดุ ปิดฝาทิ้งไว้ 15 วัน เมื่อหมักไว้ 2-3 วัน คนให้เข้ากันอีกครั้ง

ถังที่หมักควรเก็บในที่มืดแสงน้อย ภายในห้องหรือในที่ร่ม ที่อุณหภูมิปกติ เพราะ EM ชอบความมืด และต้องอยู่ในน้ำที่ไม่ร้อนจัด เย็นจัด การหมักจะเกิดฝ้าขาวเหนือผิวน้ำ แสดงว่าการหมักได้ผล แสดงว่า EM พักตัว เมื่อกวน

ลงไปผ้าสีขาวจะสลายตัวกลับไปอยู่ในน้ำเหมือนเดิม นำน้ำสกัดชีวภาพที่ได้กรองด้วยผ้าขาวบาง โดยไม่ต้องบีบคั้นกาก จากนั้นนำน้ำสกัดชีวภาพใส่ถังปิดไว้ให้แน่นและปล่อยตกตะกอนอีก 2 – 3 วัน (กากใส่ในตะกร้าปล่อยให้ น้ำหยดเอง หากคั้นกากน้ำสกัดที่ได้สีจะขุ่นไม่นำใช้ ส่วนกากที่เหลือนำไปผสมดินปลูกต้นไม้ก็ได้)

หากต้องการฟอง มีความหนืดเหมือนน้ำยาล้างจานทั่วไป ให้เติม N70 (ผงหนืด) เกลือแกง (ที่ใช้รับประทาน) ดังนี้ N70 5% เกลือแกง 4% (% ของน้ำหนักน้ำสกัดชีวภาพ) ตัวอย่าง น้ำสกัดชีวภาพ 1 ลิตร(1,000cc) เติม N70 = 50 cc (1,000 CC X 5%)หรือ 5 ช้อนโต๊ะ, เกลือแกง = 40 cc (1,000 CC X 4%) หรือ 4 ช้อนโต๊ะ (1 ช้อนโต๊ะ = 10 CC)

วิธีการผสม

นำน้ำสกัด ชีวภาพ ผสมกับ N70 50 cc และ เกลือแกง 40 cc (N70 เกลือแกง กวนละลายให้เข้ากันก่อน) ปล่อยทิ้งไว้จนฟองหาย จึงนำมาบรรจุขวดพลาสติก หากต้องการสี กลิ่น ให้เติมตามใจชอบ น้ำยาล้างจานให้กลิ่นมะนาวแทนกลิ่นใบเตยเป็นที่นิยม หากต้องการขัดพื้นห้องน้ำ ทำความสะอาดเครื่องสุขภัณฑ์ ทำน้ำยาล้างมือก็เปลี่ยนสี กลิ่น ตามใจชอบ (สี กลิ่น N70 หาซื้อได้แถวสี่แยกวัดตึก พาหุรัด หรือร้านขายเคมีภัณฑ์)

หมายเหตุ น้ำยาล้างจานสูตรนี้ระยะแรกๆ สีจะขุ่นต่อมาจะตกตะกอน กลิ่นจะฉุนคล้ายไวน์มากขึ้นเรื่อยๆ และสีจะใส่นำใช้ยิ่งขึ้นด้วย

วิธีใช้

ใช้ ล้างจาน พื้นห้องน้ำ พื้นบ้าน โดยไม่ต้องผสมน้ำ ใช้เหมือนน้ำยาล้างจานตามท้องตลาด การล้างจานจำนวนมาก ควรแช่จานในน้ำยาล้างจานผสมน้ำ (สัดส่วนน้ำยาล้างจาน 1 ส่วน : น้ำ 5 ส่วน) แช่ทิ้งไว้ประมาณ 20 นาทีก่อนล้าง เพื่อให้สะอาดทั่วถึง แล้วล้างน้ำสะอาดจนกว่าแน่ใจว่าสะอาดควรตากจานให้แห้งก่อนนำไปใช้เพื่อป้องกันการตกค้างของจุลินทรีย์ในหยดน้ำที่เกาะอยู่บนจาน

สรรพคุณ ล้างจาน พื้นห้องน้ำ พื้นบ้าน ได้สะอาด ขจัดคราบมันในครัวได้เป็นอย่างดี ไม่มีกลิ่นตกค้าง ปลอดภัยและที่สำคัญไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

หมายเหตุ 1.น้ำยาอเนกประสงค์สูตรนี้ สามารถใช้เป็นน้ำยาล้างมือได้อย่างปลอดภัยทำให้มือนุ่มโดยใช้น้ำสกัดชีวภาพ 1 ส่วน ต่อ น้ำสะอาด 2 ส่วน เติมน้ำยาล้าง 3 กก. ต่อ สับประรด 20 กก. นำมายาล้างมาต้มเดือด ปล่อยให้เย็นแล้วผสม จะทำให้มือนุ่ม

วัสดุ ที่ใช้แทนเปลือกสับประรด ได้แก่ มะขามเปียก มะกรูด มะเฟือง กากกระเจี๊ยบที่ต้มน้ำแล้วเปลือกมะนาว เปลือกส้ม เปลือกเสาวรส เปลือกส้มโอ หรือเปลือกผลไม้ที่มีรสเปรี้ยวๆ เพราะมีสภาพเป็นกรดเหมือนกับสับประรด ฤดูกาลไหน วัสดุใดมีราคาถูกก็ใช้วัสดุนั้น ตามหลักการใช้เปลือก หลังจากหมักทำน้ำยาแล้วก็เอากากที่หมักแล้วมาทำปุ๋ย ไม่มีการทิ้งเปล่า การทำน้ำยาอเนกประสงค์ จำนวนมากน้อยให้ใช้สัดส่วนดังกล่าวข้างต้น โดยการคำนวณบัญญัติไตรยางค์

มะม่วงดองแช่อิ่ม (สูตรธรรมชาติ)

แหล่งที่มา: เกษตรกรรมธรรมชาติ ฉบับที่ 4/2545

ส่วนประกอบ

1. มะม่วงดองได้อายุ 3 สัปดาห์ขึ้นไป
2. น้ำเชื่อม โดยใช้อัตราส่วนน้ำ 1 ส่วน น้ำตาลทราย 1 ส่วน น้ำเชื่อมกรองเศษผง ปล่อยให้เย็น

กรรมวิธี

1. หากลักษณะที่เป็นแก้ว สแตนเลส พลาสติก ยกเว้นอลูมิเนียมล้างภาชนะให้ละเอียด บรรจุน้ำเชื่อมครึ่งหนึ่งของภาชนะ
2. ปอกมะม่วงหั่นเป็นชิ้นให้สวยงาม ทั้งแบบขวาง หรือเป็นเส้นตามยาวของผลมะม่วงบรรจุลงไปในน้ำเชื่อมที่เตรียมไว้
3. ถ้าต้องการรสชาติเปรี้ยวหวานกำลังดี อาจแช่เพียง 3-5 ชั่วโมงก็ได้
4. ถ้าต้องการให้ค่อนข้างหวาน อมเปรี้ยว เค็มพอดีให้แช่ไว้ 10-12 ชั่วโมง หรือค้างคืน

5. ตักมะม่วง ยกขึ้นใส่ตะแกรง สะเด็ดน้ำเชื่อมออกไปบรรจุใส่ถุง
6. ถ้าต้องการให้กรอบอร่อย ก่อนจะนำมะม่วงลงแช่น้ำเชื่อม อาจแช่ในน้ำละลายสารส้มหรือน้ำปูนใส 30 นาทีก่อน
7. นำน้ำเชื่อมที่เหลือสามารถนำไปตั้งไฟเคี่ยวอีก ให้ข้นเหมือนเดิม แล้วนำมะม่วงมาแช่อีกครั้งหนึ่ง ทำไปจนกว่ามะม่วงจะดูความหวานจากน้ำเชื่อมไปหมด ก่อนจะนำน้ำเชื่อมไปเคี่ยวใหม่ ให้กรองเศษผงให้สะอาดก่อนทุกครั้ง
8. ถ้าต้องการให้สีเหลืองสวย อาจใช้สีผสมอาหารสีเหลืองใส่ขณะดองมะม่วง ก็จะช่วยให้น้ำรับประทานยิ่งขึ้น แต่ต้องเป็นสี คุณภาพดีและใช้น้อย

เทคโนโลยีการผลิต / เครื่องมืออุปกรณ์

1. ภาชนะที่เป็นแก้ว สแตนเลส พลาสติก

หมายเหตุ

1. ถ้าต้องการเป็นมะม่วงแช่อิ่มแบบแห้ง ควรฝานบาง ๆ แล้วแช่มะม่วง 2 น้ำ เพื่อให้อืดตัวอีกครั้งสำหรับแบบหวาน
2. ถ้าต้องการแบบเค็มก็ลดสัดส่วนน้ำตาลเดิมเกลือให้รสจัดพอแห้ง นำเคล้าไอซิ่ง (น้ำตาลปนละเอียดสีขาวเหมือนแป้ง) แล้วบรรจุถุงให้ได้ขนาดตามต้องการ

เคล็ดลับ

ทุกอย่างต้องสะอาด น้ำเชื่อมต้องกรอง มะม่วงต้องล้างสะอาด น้ำที่เหลือจากการทำ ให้ชุดบ่อทิ้งอย่าทิ้งลงบ่อน้ำเพราะจะเป็นมลภาวะ

นอกจากนี้ สามารถนำไปประยุกต์กับผลไม้อื่น ๆ ได้ เช่น มะกอกดอง มะขามแช่อิ่ม มะยม ฯลฯ

ข้อมูลติดต่อ

(1) สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.)

เลขที่ 88/39 อาคารสุขภาพแห่งชาติ ชั้น 4 ถ.ติวานนท์ 14

ต.ตลาดขวัญ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000

โทรศัพท์: 0 2832 9200

www.hsri.or.th

(2) สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สพว.)

เลขที่ 99 หมู่ 18 ถ.ป๋วย อึ้งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต

ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120

โทรศัพท์: 0 2564 4000 โทรสาร: 0 2986 9366

www.ismed.or.th

(3) สถาบันสร้างเสริมสุขภาพคนพิการ (สสพ.)

เลขที่ 88/39 อาคารสุขภาพแห่งชาติ ชั้น 3

ถ.ติวานนท์14 ต.ตลาดขวัญ อ.เมือง จ. นนทบุรี 11000

โทรศัพท์: 0 28329260 โทรสาร: 0 28329261

(4) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

เลขที่ 99/8 อาคารศูนย์เรียนรู้สุขภาวะ ซอยงามดูพลี

แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์: 02-343-1500 โทรสาร: 02-343-1551

ขอขอบคุณ

ขอขอบคุณ สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) สถาบันสร้างเสริมสุขภาพคนพิการ (สสพ.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่ได้สนับสนุนให้เกิดโครงการอันเป็นประโยชน์ต่อคนพิการ ที่จะสนับสนุนและผลักดันให้เกิดการประกอบการที่ทำให้คนพิการสามารถพึ่งพาตนเองและยังสร้างรายได้อย่างเป็นรูปธรรม

ส่วนสำคัญที่สุดของหนังสือเล่มนี้ ได้รับแรงบันดาลใจและข้อมูลอันสำคัญที่หล่อหลอมมาจากภูมิปัญญา และประสบการณ์ของคนพิการที่เป็นผู้ประกอบการ ทั้ง 11 ราย และกลุ่มวิสาหกิจอีก 3 กลุ่ม ที่ได้ฝ่าฟัน เรียนรู้ ลองผิด ลองถูก เกิดเป็นบทเรียนอันมีค่าให้ได้ถ่ายทอดออกมาเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ที่ได้แสดงให้เห็นว่ายังมีโอกาสอีกมากมายในสังคมแห่งนี้ ไม่ว่าจะเป็นคนพิการหรือใครก็ตามสามารถคว้ามาครอบครอง ช่วยสร้างการพึ่งพาตนเองและความสำเร็จอันน่าภาคภูมิใจ จึงขอขอบคุณทุกท่านที่ได้ช่วยจุดประกายความคิดและต่อเติมความฝันของคนพิการให้สมบูรณ์เป็นตัวอย่างที่ดีของสังคม

