



แผนธุรกิจร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับคนอ้วน



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2551

แผนธุรกิจร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับคนอ้วน



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี
แผนธุรกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2551

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้แผนธุรกิจ เรื่อง “แผนธุรกิจร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับคนอ้วน” เสนอโดย
นางสาวสิริวรรณ บุญทองใหม่ มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนา
ปัญหาทางธุรกิจ ตามหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการ
จัดการ

.....
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่ เดือน พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์สุกัญญา เลิศสุโกชนนิจย์

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ชวณชื่น อัครกะวณิชชา)

..... / /

..... กรรมการ

(อาจารย์สุกัญญา เลิศสุโกชนนิจย์)

..... / /

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

..... / /

1248137: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ: Wonder Cat/เสื้อผ้าคนอ้วน

ตีพิมพ์: บุญทองใหม่: แผนธุรกิจร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับคนอ้วน แบรินด์ Wonder Cat อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์สุกัญญา เลิศสุโกชวณิชย์. 96 หน้า.

บทสรุปผู้บริหาร

ร้าน Wonder Cat จะเริ่มดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำหรับคนอ้วน ณ ศูนย์การค้าแปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา จังหวัดชลบุรี ในเดือนมกราคม 2552 โดยมีแนวคิดจำหน่ายเสื้อผ้าสำหรับคนอ้วน เพื่อตอบสนองความต้องการของคนอ้วนในปัจจุบันที่กล้าแต่งตัวมากขึ้น แต่ประสบปัญหาในการซื้อเสื้อผ้า เพราะผู้ผลิตเสื้อผ้าส่วนใหญ่จะเน้นการผลิตเสื้อผ้าขนาดเล็ก ทำให้ร้าน Wonder Cat มองเห็นโอกาสของธุรกิจเสื้อผ้าคนอ้วน ประกอบกับผลการสำรวจของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข 2546 พบว่าจะมีคนอ้วนประมาณ 30% ของประชากร ดังนั้นคาดว่าจะมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในจังหวัดชลบุรีประมาณ 80,000 คน ถือเป็นตลาดที่ใหญ่พอสมควร

ผลิตภัณฑ์ของร้านนั้นจะเป็น 1.เสื้อ 2.กระโปรง 3.กางเกงขายาว 4.กางเกงขาสั้น 5.ชุดเดรส ภายใต้แบรนด์ Wonder Cat ซึ่งสินค้ามีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะเนื่องจากมีดีไซน์หรือออกแบบผลิตภัณฑ์เอง โดยการผลิตนั้นจะจ้าง out source ภายนอกเป็นผู้ผลิตภายใต้การออกแบบของดีไซน์เนอร์และมาตรฐานที่ทางร้านเป็นผู้กำหนด ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้านจะเป็นผู้หญิงอ้วนอายุตั้งแต่ 16 – 40 ปี บริเวณศูนย์การค้าแปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา

ทางร้านจะจำหน่ายเสื้อราคาตัวละ 400 บาท กระโปรงราคาตัวละ 400 บาท กางเกงขายาวราคาตัวละ 450 บาท กางเกงขาสั้นราคาตัวละ 400 บาท และชุดเดรสราคาตัวละ 600 บาท นอกจากนี้ทางร้านยังมีการจำหน่ายสินค้าประกอบ ได้แก่ สร้อยคอ เข็มขัด กระเป๋า รองเท้า ในราคา 150-300 บาท โดยมีคู่แข่งหลัก 2 ราย คือ ร้านที่นำสินค้าส่งออกที่มีตำหนิมาลดราคา และร้านที่รับสินค้าจากโรงงานมาจำหน่าย ซึ่ง ทางร้านจะใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดทำใบปลิวแนะนำร้าน การจัดทำบัตรสมาชิก และการระดมยอดการซื้อ

ทางร้าน Wonder Cat เป็นกิจการห้างหุ้นส่วน เริ่มกิจการด้วยเงินประมาณ 1.5 ล้านบาท โดยมีการกู้ยืมจากธนาคารจำนวน 5 แสนบาท จากการวิเคราะห์พบว่า ห้างหุ้นส่วนจะมีการคืนทุนภายใน 3 ปี 7 เดือน มีผลตอบแทนภายใน 16.73% และมูลค่าในปัจจุบัน 474,170.26 บาท ซึ่งเป็นธุรกิจที่น่าสนใจที่จะลงทุน เนื่องจากในประเทศไทยการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อคนอ้วนยังเป็นเรื่องใหม่และเพิ่งจะมีร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทนี้เมื่อไม่กี่ปีมานี้เอง รวมถึงยังไม่มีแบรนด์สินค้าที่เฉพาะเจาะจงไปยังกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ชัดเจนนัก

คณะวิทยากรจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2551

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากคณาจารย์หลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์สุกัญญา เลิศสุโกวณิชย์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา และชี้แนะแนวทางในการจัดทำ รวมถึงข้อคิดเห็นพร้อมทั้งความรู้ในเรื่องการทำแผนธุรกิจ ตลอดจนได้กรุณาตรวจสอบแก้ไขแผนธุรกิจให้ถูกต้องสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่งตลอดมา รวมถึงอาจารย์ชวนชื่น อัคระวิชชา ประธานกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ อาจารย์สยามณย์ กอวัฒนารานนท์ กรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ที่ได้ให้คำแนะนำข้อแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้แผนธุรกิจนี้มีความสมบูรณ์และถูกต้องยิ่งขึ้นไปอีก ผู้เขียนใคร่ขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณร้านเสื้อคนอ้วน ศูนย์การค้าแปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา ที่ให้ข้อมูลในการจัดตั้งร้านและแนวคิดในการทำแบบสอบถาม

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ผู้เขียนได้ศึกษาอยู่ ณ ที่นี้และเจ้าหน้าที่ทุกๆ ท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่ผู้เขียนมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า แผนธุรกิจฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้สนใจ และหากมีข้อผิดพลาดประการใดในการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ผู้เขียนขออภัยมา ณ ที่นี้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ.....	1
2 ความเป็นมาของธุรกิจ.....	
ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ.....	2
รายชื่อหุ้นส่วน และอัตราถือหุ้นครอง.....	3
ประวัติของหุ้นส่วน.....	4
ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	4
3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและวิเคราะห์ตลาด.....	
สถานะอุตสาหกรรมและสถานะตลาด.....	5
การแบ่งส่วนตลาด.....	7
ลักษณะการแบ่งส่วนตลาด.....	9
ตลาดเป้าหมาย.....	9
สภาพการแข่งขัน.....	10
ขนาดของตลาดและแนวโน้มของผลิตภัณฑ์.....	13
การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์.....	13
ลักษณะลูกค้า.....	14
การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)	14

บทที่	หน้า
4	แผนบริหารจัดการ.....
	รายละเอียดธุรกิจ..... 16
	แผนผังองค์กร..... 16
	หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก..... 17
	จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร..... 18
	วิสัยทัศน์..... 18
	พันธกิจ..... 18
	เป้าหมายทางธุรกิจ..... 18
	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Future) 19
5	แผนการตลาด.....
	ผลิตภัณฑ์..... 20
	การเปรียบเทียบกับคู่แข่ง..... 24
	เป้าหมายทางการตลาด..... 26
	กลยุทธ์ทางการตลาด..... 26
6	แผนการบริการ.....
	สถานประกอบการในการบริการ..... 32
	สถานที่ตั้ง..... 32
	เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในส่วนบริการลูกค้า..... 34
	กำลังการผลิต..... 34
	วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต..... 35
	ขั้นตอนการผลิต..... 35
	กระบวนการผลิต..... 36

ผลงานชิ้นเอกศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่	หน้า	
7	แผนการเงิน.....	
	ต้นทุนโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน.....	37
	การชำระคืนเงินกู้รายปี.....	38
	ประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา.....	39
	ประมาณการขายรายเดือน.....	40
	ประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการ.....	44
	ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง.....	46
	ประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า.....	47
	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	48
	ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	49
	ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	50
	ประมาณการงบดุล.....	51
	การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	52
8	แผนฉุกเฉิน.....	53
9	แนวทางปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ.....	56
	บรรณานุกรม.....	59
	ภาคผนวก.....	60
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและสรุป.....	61
	ภาคผนวก ข ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากรหญิงที่มีอายุระหว่าง 16-40 ปี.....	82
	ภาคผนวก ค สถานการณ์โรคอ้วนในประเทศไทย.....	84
	ภาคผนวก ง อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์.....	90
	ภาคผนวก จ รายละเอียดของจำนวนวัตถุดิบที่ใช้แต่ละประเภทในการผลิตต่อปี.....	94
	ประวัติผู้ศึกษา.....	96

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงรายชื่อหุ้นส่วน.....	3
2	แสดงขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน.....	4
3	แสดงการวิเคราะห์ 4P's.....	10
4	แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	14
5	แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก.....	15
6	แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร.....	18
7	แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	24
8	แสดงงบประมาณการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในปีแรก.....	31
9	แสดงเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในส่วนบริการลูกค้า.....	34
10	แสดงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต.....	35
11	แสดงต้นทุนโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน.....	37
12	แสดงการชำระคืนเงินกู้รายปี.....	38
13	แสดงประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา.....	39
14	แสดงประมาณการขายรายเดือน.....	40
15	แสดงประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการ.....	44
16	แสดงประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง.....	46
17	แสดงประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า.....	47
18	แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร.....	48
19	แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	49
20	แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด.....	50
21	แสดงประมาณการงบดุล.....	51
22	แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	52
23	แสดงข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากรในจังหวัดชลบุรี ณ เดือน ธันวาคม พ.ศ.2550.....	83
24	แสดงข้อมูลสถิติเพศหญิงแยกตามช่วงอายุ (ปี)	83
25	แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย..	91

ตารางที่		หน้า
26	แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อของสาขาธนาคารต่างประเทศ.....	92
27	แสดงรายละเอียดของจำนวนวัตถุดิบที่ใช้แต่ละประเภทในการผลิตต่อปี(ในปีแรก).....	95
28	แสดงรายละเอียดของจำนวนวัตถุดิบที่ซื้อในปีแรก (วัตถุดิบที่ใช้บวกค่าเพื่อ 10%).....	95



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าระดับต่างๆ.....	8
2	แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์.....	13
3	แสดงแผนผังองค์กร.....	16
4	แสดงตัวอย่างเสื้อ.....	21
5	แสดงตัวอย่างกระโปรง.....	21
6	แสดงตัวอย่างกางเกงขายาว.....	22
7	แสดงตัวอย่างกางเกงขาสั้น.....	22
8	แสดงตัวอย่างชุดเดรส.....	23
9	แสดงแผนผังภายในร้าน.....	27
10	แสดงตัวอย่างใบปลิวแนะนำร้าน.....	28
11	แสดงตัวอย่าง Light Box.....	29
12	แสดงตัวอย่างป้ายโฆษณาหน้าร้าน.....	29
13	แสดงตัวอย่างบัตรสมาชิก.....	30
14	แสดงสถานที่ตั้งของศูนย์การค้าแปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา.....	32
15	แสดงแผนผังชั้น 3 ของศูนย์การค้าแปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา.....	33
16	แสดงขั้นตอนการผลิต.....	35
17	แสดงกระบวนการผลิต.....	36
18	แสดงช่วงอายุของของกลุ่มตัวอย่าง.....	67
19	แสดงสถานะภาพของกลุ่มตัวอย่าง.....	68
20	แสดงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง.....	69
21	แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง.....	70
22	แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง.....	71
23	แสดงจำนวนสมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง.....	72
24	แสดงแหล่งซื้อเสื้อผ้าของกลุ่มตัวอย่าง.....	73
25	แสดงสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อเสื้อผ้าคนอ้วนที่โรบินสันศรีราชา.....	74

ภาพที่		หน้า
26	แสดงสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อเสื้อผ้าคนอ้วนจากร้านที่โรบินสัน ศรีราชา.....	75
27	แสดงสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่จะลองซื้อเสื้อผ้าคนอ้วนหากมีการเปิดร้านใหม่ที่โรบินสันศรีราชา.....	76
28	แสดงค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง.....	77
29	แสดงช่วงเวลาในการซื้อเสื้อผ้าของกลุ่มตัวอย่าง.....	79
30	แสดงบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างซื้อเสื้อผ้าไปให้.....	80
31	แสดงการเปรียบเทียบอัตราความชุกของโรคอ้วนในประเทศไทย จำแนกตามอายุระหว่างการสำรวจครั้งที่ 3 และการสำรวจครั้งที่ 4.....	85
32	แสดงอัตราความชุกของโรคอ้วนในประชากรอายุ 20 ปีขึ้นไป จำแนกตามอายุในปี พ.ศ. 2534.....	86
33	แสดงการเปรียบเทียบอัตราความชุกของโรคอ้วนในแต่ละช่วงอายุของกลุ่มบุคคลวัยทำงาน (30-60 ปี) ระหว่างผู้บริหารและผู้ใช้แรงงาน (BMI \geq 25)	86
34	แสดงร้อยละในเด็กนักเรียนระดับประถมศึกษา แยกตามสถาบัน จากการสำรวจ 6 ครั้ง ในช่วง 3 ปี.....	88
35	แสดงการเปรียบเทียบร้อยละของโรคอ้วนในเด็กนักเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา, สำนักงานคณะกรรมการศึกษาเอกชนและทบวง-มหาวิทยาลัย ระหว่างเพศหญิงและชาย จำแนกตามชั้นเรียน ปี พ.ศ. 2533.....	89
36	แสดงร้อยละของโรคอ้วนในเด็กนักเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา, สำนักงานคณะกรรมการศึกษาเอกชนและทบวงมหาวิทยาลัย จำแนกตามชั้นเรียน ปี พ.ศ. 2533.....	89

บทที่ 1
วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจนี้ต่อ สถาบันทางการเงินหรือธนาคาร

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อในการดำเนินกิจการ
2. เพื่อหาผู้ร่วมลงทุน
3. เพื่อขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ
4. เพื่อเป็นแผนในการดำเนินกิจการและพัฒนาผลการดำเนินงานของกิจการให้ดีขึ้น

โดยใช้ยานพาหนะและสัญญาการเช่าร้าน Wonder Cat เป็นหลักทรัพย์ในการค้ำประกัน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2 ความเป็นมาของธุรกิจ

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

ในปัจจุบันคนไทยกำลังประสบปัญหาภาวะอ้วนเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งจากรายงานการสำรวจภาวะอาหารและโภชนาการของประเทศไทย ครั้งที่ 3 ถึงครั้งที่ 4 พบว่าอัตราความชุกของภาวะอ้วนในคนไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 20-29 ปี 30-39 ปี และ 60 ปีขึ้นไป

และจากคำกล่าวของนพ.สุรพันธ์ โคมินทร์ หัวหน้าหน่วยโภชนาวิทยาและชีวเคมีทางการแพทย์ ภาควิชาอายุรศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี ที่กล่าวว่า “ธุรกิจลดความอ้วนยังไม่สามารถเข้าถึงคนอ้วนบางกลุ่มได้เพราะต้องใช้เงินค่อนข้างสูง เช่น คนมีฐานะไม่ดี ไม่สามารถเข้าไปใช้บริการได้ ส่วน คลินิกลดความอ้วนก็มีผลเสียตามมามากมาย ดังนั้น จึงเกิดธุรกิจแนวใหม่ล่าสุดขึ้นภายใต้แนวคิดที่ว่า ในเมื่อการผอมสวยทำยาก และมีราคาแพงจึงหันไปอ้วนสวยดีกว่าเพราะง่ายและราคาก็ไม่แพงนัก ธุรกิจเสื้อผ้าคนอ้วนจึงแพร่หลายขึ้น”

ซึ่งคนอ้วนในปัจจุบันก็กล้าที่จะแต่งตัวมากขึ้น ในเชิงกลยุทธ์แล้วตลาดคนอ้วนนับเป็นตลาดที่น่าสนใจ เพราะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อและผู้ประกอบการที่สังเกตเห็นช่องว่างทางการตลาด และหันมาจับลูกค้ากลุ่มนี้ยังมีไม่มากนัก จากการสำรวจพบว่าจากประชากร 100 คน จะมีคนอ้วนโดยเฉลี่ย 30 คน (กรมอนามัย, กระทรวงสาธารณสุข 2546: 5) ปัจจุบันจังหวัดชลบุรีมีประชากรประมาณ 1,300,000 คน เป็นผู้หญิงประมาณ 630,000 คน (กรมการปกครอง, กระทรวงมหาดไทย 2550: 2) ในจำนวนนี้มีผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน (อายุระหว่าง 16 - 40 ปี) ประมาณ 270,000 คน ซึ่งหมายความว่าปัจจุบันจังหวัดชลบุรีมีกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนอ้วนที่อยู่ในกลุ่มเป้าหมายของทางร้านถึง 80,000 คนถือว่าเป็นตลาดที่ใหญ่พอสมควร และในประเทศไทยการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อคนอ้วนยังเป็นเรื่องใหม่และเพิ่งจะมีร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทนี้เมื่อไม่กี่ปีมานี้เอง ซึ่งก็ยังไม่มีการค้นคว้าที่เฉพาะเจาะจงไปยังกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ชัดเจนนัก

แต่ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าก็ยังเน้นผลิตเสื้อผ้าที่มีขนาดเล็กเพื่อตอบสนองแนวโน้มความต้องการสวมใส่เสื้อผ้าของผู้หญิงในยุคปัจจุบันที่เน้นไปที่เสื้อผ้าขนาดเล็ก ซึ่งเป็นเรื่องธรรมดาของหลักการค้าขายโดยทั่วไป ฉะนั้น เมื่อ “สมัยนิยม” เป็นไปในลักษณะดังที่กล่าว ผู้ประกอบการก็ย่อมต้องผลิตสินค้าออกมาให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคส่วนใหญ่ และการที่ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าส่วนใหญ่กำลังนิยมผลิตเสื้อผ้าผู้ใหญ่ขนาดกะทัดรัดออกมาวางจำหน่ายกันเกลื่อน ปัญหาจึงย่อมตกอยู่ที่กลุ่มผู้บริโภคซึ่งมีรูปร่างอ้วนท้วนสมบูรณ์เกินมาตรฐาน เนื่องจากหากจะซื้อหาเสื้อผ้าที่มีขายอยู่ทั่วไปมาลองบ้าง อาจสวมใส่ไม่ลง หรือปริขาดก่อนจะได้ใช้งาน ครั้นจะไปจ้างตัดเป็นพิเศษราคานั้นจะแพงกว่าปกติหรือกว่าจะตัดเสร็จแบบเสื้อผ้านั้นๆ อาจ ถ้าสมัยไปแล้วก็ได้ (มติชน: 6 พฤศจิกายน 2548) จากจุดนี้จึงทำให้มองเห็นโอกาสของธุรกิจเสื้อผ้าคนอ้วน เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้ยังอยู่ในภาวะ Over Demand คือ คนอ้วน ยังมีความต้องการที่จะหาซื้อเสื้อผ้าอีกจำนวนมาก แต่ ยังขาดแหล่งผลิต รวมถึงยังมีแหล่งจำหน่ายเสื้อผ้าประเภทนี้น้อย และจากการสำรวจร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับคนอ้วนมักจะพบได้มากตามศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า รวมทั้งตลาดนัดในย่านต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ มานูญครอง สยามบางลำพู บางกะปิ รามคำแหง ปิ่นเกล้า ฯลฯ (มติชน: 6 พฤศจิกายน 2548) และย่านการค้าสำคัญๆ ของเมืองใหญ่เท่านั้น

ด้วยเหตุผลข้างต้น ผู้ประกอบการจึงได้มีแนวคิดที่จะก่อตั้งร้าน Wonder Cat เพื่อประกอบธุรกิจจัดจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูป ได้แก่ เสื้อ กระโปรง กางเกงขายาว กางเกงขาสั้น ชุดเดรส ภายได้แบรนด์ “Wonder Cat” ซึ่งจะตั้งอยู่ที่ศูนย์การค้าแปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา จังหวัดชลบุรี ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้จะเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้หญิงอ้วนอายุตั้งแต่ 16 – 40 ปี ที่ชื่นชอบการแต่งตัวตามแฟชั่น และทางร้านคาดว่าจะสามารถแข่งขันกับร้านเสื้อผ้าคนอ้วนสำเร็จรูปที่มีจำหน่ายอยู่แล้วได้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของทางร้านมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น นอกจากนี้ยังมีความแตกต่างในด้านการออกแบบและมีความทันสมัย ซึ่งออกแบบผลิตภัณฑ์โดยดีไซเนอร์ของทางร้านเอง และเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของคนอ้วนให้มากที่สุดทางร้านจะออกแบบผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก

รายชื่อหุ้นส่วน และอัตราการถือครอง

ตารางที่ 1 แสดงรายชื่อหุ้นส่วน

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งในกิจการ	สัดส่วน(%)
1	นางสาวสิริวรรณ บุญทองใหม่	ผู้จัดการ	50
2	นางสาวนมิตา มณฑกานติ	ดีไซเนอร์	50

ประวัติของหุ้นส่วน

1. นางสาวสิริวรรณ บุญทองใหม่

การศึกษา

ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ประสบการณ์การทำงาน

ปี 2550 ฝึกงานที่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ฝ่ายพัฒนาบุคลากร กองส่งเสริม
และพัฒนาวิชาชีพ

2. นางสาวนimitา มณฑกานติ

การศึกษา

ระดับปริญญาตรี สาขาแฟชั่นดีไซน์ มหาวิทยาลัย Northumbria ประเทศอังกฤษ
ประกาศนียบัตร แฟชั่นดีไซน์ Raffles Design Institute

ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ตารางที่ 2 แสดงขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลา ดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1.	การวางแผนรูปแบบของร้าน	2 สัปดาห์	1 กันยายน – 12 กันยายน 2551
2.	การเลือกทำเลที่ตั้ง	8 สัปดาห์	1 กันยายน – 24 ตุลาคม 2551
3.	การตกแต่งร้าน	5 สัปดาห์	27 ตุลาคม – 28 พฤศจิกายน 2551
4.	การจัดการเครื่องจักร อุปกรณ์และ วัสดุคิบ	2 สัปดาห์	17 พฤศจิกายน – 28 พฤศจิกายน 2551
5.	การสรรหาและคัดเลือกพนักงาน	2 สัปดาห์	17 พฤศจิกายน – 28 พฤศจิกายน
6.	การผลิตสินค้า	4 สัปดาห์	1 ธันวาคม – 26 ธันวาคม 2551
7.	การอบรมพนักงานขาย	1 สัปดาห์	22 ธันวาคม – 26 ธันวาคม 2551
8.	การประชาสัมพันธ์ร้าน	2 สัปดาห์	5 มกราคม – 14 มกราคม 2552
9.	การเปิดร้าน	-	15 มกราคม 2552
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น	26 สัปดาห์	

บทที่ 3

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและวิเคราะห์ตลาด

สถานะอุตสาหกรรมและสถานะตลาด

ตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทย มีแนวโน้มแข่งขันรุนแรง โดยเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศกับสินค้านำเข้า ทั้งในส่วนของสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปราคาถูกจากประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ อาทิ จีน อินโดนีเซีย เวียดนาม ซึ่งเข้ามาจับตลาดกลุ่มผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลางซึ่งได้รับผลกระทบจากปัญหาราคาน้ำมันขนส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อที่ชะลอตัวลงก็หันไปให้ความสนใจกับสินค้าราคาถูกจากต่างประเทศมากขึ้น

ในขณะเดียวกัน เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากประเทศที่เน้นคุณภาพและรูปแบบการตัดเย็บที่ประณีตและมีราคาจำหน่ายที่ค่อนข้างสูงก็มีแนวโน้มเข้ามาแย่งตลาดจากผู้ผลิตในประเทศมากขึ้นเช่นกัน ภายหลังจากการเปิดเสรีการค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป กระตุ้นให้ประเทศผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดโลกต่างให้ความสนใจขยายตลาดส่งออกไปสู่ต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นเพื่อทดแทนตลาดในประเทศของตนเองซึ่งถูกแย่งตลาดโดยสินค้านำเข้า ประกอบกับการที่เงินบาทของไทยแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ต้นทุนการนำเข้าสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากประเทศสหรัฐอเมริกา รวมทั้งประเทศที่มีการกำหนดค่าเงินผูกพันกับค่าเงินสหรัฐ อาทิ ฮองกง มาเลเซีย จีน ปรับตัวลดลงตามไปด้วยทำให้สินค้าจากประเทศเหล่านี้มีต้นทุนการนำเข้าลดลงสามารถแข่งขันทางด้านราคากับเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตในประเทศได้มากขึ้นด้วย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย 2547: 29)

แต่ในทางกลับกันตลาดเสื้อผ้าคนอ้วนกลับมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้น ซึ่ง จากการศึกษาของ นพ. สุรัตน์ โคมินทร์ หัวหน้าหน่วยโภชนาวิทยาและชีวเคมีทางการแพทย์ ภาควิชาอายุรศาสตร์ โรงพยาบาลรามคำแหง พบว่า ตั้งแต่ปี 2538 หรือช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมาทางการแพทย์พบความชุกของการอ้วนและน้ำหนักเกินในคนไทยเพิ่มขึ้นจากเดิม ที่เคยน้อยกว่า 20% เพิ่มขึ้นเป็นมากกว่า 30% และนพ.สุรัตน์ยังกล่าวว่าธุรกิจลดความอ้วนยังไม่สามารถเข้าถึงคนอ้วนบางกลุ่มได้เพราะต้องใช้เงินค่อนข้างสูง เช่น คนมีฐานะไม่ดี ไม่สามารถเข้าไปใช้บริการได้ ส่วนคลินิกลดความอ้วนก็มีผลเสียตามมามากมาย ดังนั้นจึงเกิดธุรกิจแนวใหม่ล่าสุดขึ้นภายใต้แนวคิดที่ว่าในเมื่อการพอมสวย ทำยาก และมีราคาแพง จึงหันไปอ้วนสวยดีกว่า เพราะง่าย และราคาก็ไม่แพงนัก จึงส่งผลให้ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับคนอ้วนมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นต่างจากเดิมที่ความเคลื่อนไหวของ

ตลาดคนอ้วนไม่เป็นที่นิยมมากนัก ตลาดโตอย่างเงียบๆ ส่วนใหญ่จะเป็นร้านตลาดนัด และร้านในเว็บไซค์ไม่ได้มีแบรนด์และทำตลาดอย่างจริงจัง

คนอ้วนนั้นสามารถแยกออกได้เป็น 3 ประเภทตามเกณฑ์ของน้ำหนักตัว คือ 1. กลุ่มที่มีน้ำหนัก 60 - 80 กิโลกรัม 2. มีน้ำหนัก 80 - 100 กิโลกรัม และ 3. มีน้ำหนักตั้งแต่ 100 กิโลกรัมขึ้นไป ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่ในการเลือกซื้อสินค้าก็คือเรื่องสรีระทางร่างกาย ซึ่งไม่สามารถเลือกเสื้อผ้าให้พอดีและส่งผลให้คนกลุ่มนี้ขาดความมั่นใจ แม้ภาพรวมของเศรษฐกิจภายในและภายนอกประเทศเป็นอย่างไร แต่ตลาดเสื้อผ้าแฟชั่นไซส์พิเศษหรือคนอ้วน ยังมีช่องว่างและโอกาสมากในการทำตลาดและสร้างรายได้ เพราะยังมีตัวเลือกในตลาดให้กับลูกค้าน้อย ขณะที่ความต้องการมีมาก เนื่องจากคนอ้วนกำลังหิวที่จะแต่งตัวแฟชั่น รศ. ชื่นจิตต์ แจ่มเจน กิจ อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาดสุขภาพและความงาม วิเคราะห์ถึงตลาดบิกไซค์ว่าเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่มีแนวโน้มการขยายตัวที่ดี ยังไม่มีผู้เล่นตลาดอย่างจริงจัง ทำให้ตลาดนี้ยังมีช่องว่างอีกมาก โดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่น อย่างเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย สำหรับคนไซส์ใหญ่

แนวทางการตลาดต้องให้ความสำคัญ Creative Niche ที่เน้นตั้งแต่ดีไซน์รูปแบบคุณเนียบ ดูสวยใส่สบาย และแฟชั่นสวย โดดเด่นที่ต้องตรงกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึง การออกแบบช่องทางจำหน่ายจะต้องเป็นลักษณะ Store Retailing ที่มีห้องให้ลอง เพราะพฤติกรรมของคนอ้วนจะนิยมลองสินค้าก่อนซื้อ โดยเฉพาะตัวผลิตภัณฑ์สำคัญอย่างมาก จะต้องเป็น Value Proposition คือ การส่งมอบคุณค่าของผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ ไปสู่ลูกค้า โดยสินค้าหรือบริการของธุรกิจสามารถสร้างอรรถประโยชน์ (Utility) หรือสามารถตอบสนองความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้กับลูกค้าได้มีองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ 1. Core Positioning 2. Value Positioning เช่น เสื้อผ้าผู้หญิงอ้วน สวมใส่สบาย รูปร่างดูดีขึ้นดูพรางตา ไม่อ้วนมาก เพียวขึ้น เป็นต้น รวมถึงในร้านต้องรวมเครื่องแต่งกายทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นรองเท้า กระเป๋า เข็มขัด ต่างหู กำไล ผ้าพันคอ ฯลฯ อย่างครบวงจรเพื่อให้ทุกอย่างเป็นส่วนรวมของ สาวอ้วนอย่างแท้จริง ไม่เพียงเท่านั้นต้องเสริมบริการ Make to Order และบริการส่งถึงบ้าน(กรุงเทพฯธุรกิจ: 7 มกราคม 2552)

ดังนั้นตลาดคนอ้วนจึงถือเป็นตลาดที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งสวนทางกับ ตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปไซส์ปกติ จึงเป็นโอกาสให้ผู้แข่งขันรายใหม่เข้าสู่ตลาดได้ง่ายและตลาดนี้ยังสามารถเติบโตได้อีกมาก เนื่องจากตลาดนี้เป็นตลาดแบบ Niche Market ที่ผู้ประกอบการแบ่งตลาดออกเป็นส่วนย่อยๆ เพื่อเพิ่มความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ดังนั้น ผู้ประกอบการที่เล็งเห็นช่องว่างทางการตลาดและหันมาจับลูกค้ากลุ่มนี้ยังมีไม่มากนักจึงน่าจะเป็นโอกาสที่ดีที่จะเข้าไปเจาะกลุ่มลูกค้าในกลุ่มนี้

การแบ่งส่วนตลาด

การแบ่งส่วนตลาดในส่วนนี้จะแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ในเรื่องของอาชีพ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 กลุ่มดังนี้

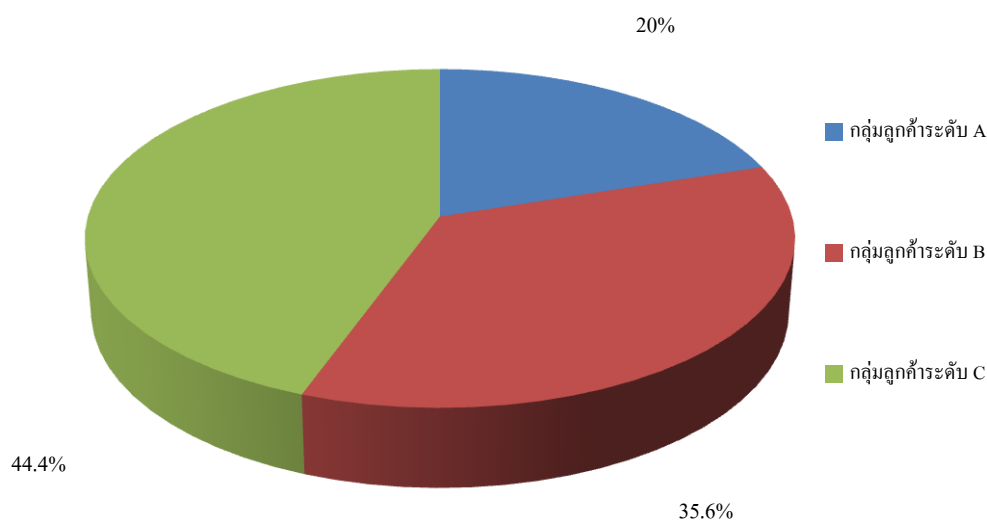
1. กลุ่มลูกค้าระดับ A คือ กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้สูง มีฐานะทางการเงินดี มีอำนาจการซื้อสูง ชอบการบริการที่ดี มีระดับ ราคาไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการพิจารณา กลุ่มลูกค้าระดับ A ได้แก่ ผู้บริหาร นักการเมือง เจ้าของกิจการ เป็นต้น กลุ่มลูกค้าระดับนี้จะเป็กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจเสื้อผ้าแบรนด์เนมที่มีราคาแพง ลูกค้าในกลุ่มนี้คิดเป็น 20% เมื่อนำมาคำนวณในสัดส่วนของจำนวนผู้หญิงอ้วนที่มีอายุระหว่าง 16 – 40 ปีในจังหวัดชลบุรีจะคิดเป็น 15,895 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2550: 34)

2. กลุ่มลูกค้าระดับ B คือ กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้ปานกลาง ฐานะทางการเงินอยู่ในเกณฑ์ที่ดี แต่ราคาก็เป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาเช่นกัน กลุ่มลูกค้าระดับนี้มักจะเปรียบเทียบระหว่างราคากับการบริการ กลุ่มลูกค้าระดับ B ได้แก่ พนักงานบริษัทข้าราชการ นักวิชาการ เป็นต้น กลุ่มลูกค้าระดับนี้มักมีการซื้อเสื้อผ้าที่มีราคาปานกลางจนไปถึงแบรนด์เนมราคาแพง ลูกค้าในกลุ่มนี้คิดเป็น 35.6% เมื่อนำมาคำนวณในสัดส่วนของจำนวนผู้หญิงอ้วนที่มีอายุระหว่าง 16 – 40 ปีในจังหวัดชลบุรีจะคิดเป็น 28,293 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2550: 34)

3. กลุ่มลูกค้าระดับ C คือ กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้น้อย ฐานะทางการเงินไม่ค่อยดีนัก และจะใช้ราคาในการตัดสินใจโดยไม่ค่อยคำนึงถึงเรื่องการบริการ กลุ่มลูกค้าระดับ C ได้แก่ นักเรียน / นักศึกษา แม่บ้าน พนักงานโรงงาน เป็นต้น ดังนั้น การจัดส่งเสริมการขายไม่ว่าจะเป็นการลดราคาหรือการจัด โปร โโมชั่นพิเศษจึงดึงดูดคนกลุ่มนี้ได้ไม่น้อย กลุ่มลูกค้าระดับ C มักซื้อเสื้อผ้าที่มีราคาต่ำ ลูกค้าในกลุ่มนี้คิดเป็น 44.4% เมื่อนำมาคำนวณในสัดส่วนของจำนวนผู้หญิงอ้วนที่มีอายุระหว่าง 16 – 40 ปีในจังหวัดชลบุรีจะคิดเป็น 35,286 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2550: 34)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สัดส่วนของกลุ่มลูกค้าระดับต่าง ๆ



แผนภาพที่ 1 แสดงสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าระดับต่าง ๆ

ดังนั้น เมื่อพิจารณากลุ่มลูกค้าในระดับต่างๆ แล้วทางร้าน Wonder Cat จึงเลือกที่จะเจาะกลุ่มลูกค้าระดับ B ที่มีระดับรายได้ปานกลาง ซึ่งลูกค้าระดับนี้ที่เป็นผู้หญิงอ้วนที่อยู่ในวัยทำงานคิดเป็น 28,293 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2550: 35) ที่มีขนาดของจำนวนประชากรเหมาะสม และมีรายได้ในระดับที่มีเงินออม นั่นคือมีรายได้ปานกลาง ซึ่งมีกำลังความสามารถในการซื้อสินค้าได้ และมีฐานะดี จึงเป็นส่วนสนับสนุนแนวโน้มการจับจ่ายใช้สอย โดยเฉพาะสินค้าที่เป็นปัจจัยสี่ซึ่งมีความสำคัญในการดำรงชีวิต

ลักษณะการแบ่งส่วนตลาด

1. ภูมิศาสตร์และความหนาแน่น (Geographic and Destiny)
 - จังหวัดชลบุรี
 - แปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา
2. ประชากรศาสตร์ (Demographic)

อายุ	16 – 40 ปี
เพศ	หญิง
3. จิตวิทยา (Psychology)

ชั้นของสังคม	ปานกลางถึงสูง
ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต	กลุ่มที่ต้องการการยอมรับจากสังคม
4. พฤติกรรม

การแสวงผลประโยชน์	ความสะอาด
สถานะความเชื่อสัจย์	ความภาคภูมิใจ
	ไม่สนใจตราหือ
	ชอบทดลองสินค้าใหม่
	สนใจตราหือปานกลางถึงสูง

ตลาดเป้าหมาย

ตลาดเป้าหมายจะอยู่บริเวณศูนย์การค้าแปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา โดยจะเป็นผู้หญิงอ้วน อายุตั้งแต่ 16 – 40 ปี ที่นิยมการแต่งตัว โดย กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มคนทำงานและกลุ่มนักศึกษา ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ

1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) เป็นกลุ่มลูกค้าวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 26 - 40 ปี คิดเป็น 35.6% ของตลาดผู้หญิงอ้วนทั้งหมด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2550: 35) จะเน้นรูปแบบที่เรียบ หุรสามารถใช้ได้หลายงานไม่เพียงแต่ใส่ทำงานเท่านั้น

2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target) เป็นกลุ่มลูกค้านักศึกษาที่มีอายุระหว่าง 16 - 25 ปี คิดเป็น 44.4% ของตลาดผู้หญิงอ้วนทั้งหมด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2550: 35) จะเน้นรูปแบบที่ทันสมัย

ซึ่งปัจจุบันบริเวณศูนย์การค้าเบซิฟิค พาร์ค ศรีราชา มีร้านขายเสื้อผ้าคนอ้วนอยู่ 2 ร้านด้วยกันแต่ผลิตภัณฑ์ที่ขายอยู่ในร้านจะมีรูปแบบที่สามารถหาซื้อได้ทั่วไป จะต่างกับ Wonder Cat ที่มีการออกแบบเองทำให้มีเอกลักษณ์รวมถึงการตัดเย็บรายชิ้นทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมและตรงตามความต้องการ

สภาพการแข่งขัน

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ 4P's

4P's	ร้าน Wonder Cat	ร้านเสื้อคนอ้วน	ร้าน Fat Story
Product	จำหน่ายเสื้อผ้าภายใต้แบรนด์ Wonder Cat ที่ออกแบบโดยดีไซน์เนอร์ของทางร้านเอง ทำให้รูปแบบของเสื้อผ้ามีเอกลักษณ์และแตกต่างไปจากเสื้อผ้าทั่วไปที่วางจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด และยังมีบริการแก้ทรง หากลูกค้าสวมใส่ไม่พอดี นอกจากนี้ยังมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกอบการแต่งกาย ได้แก่ สร้อยคอ เข็มขัด กระเป๋า รวมไปถึงรองเท้า	เป็นการซื้อสินค้าจากร้านขายส่งและโรงงานมาจำหน่ายแต่จะไม่มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกอบการแต่งกาย ได้แก่ สร้อยคอ เข็มขัด กระเป๋า รองเท้า	เป็นการนำสินค้าที่มีตำหนิหลากหลายแบรนด์ เช่น Fly Now, Levi ที่ไม่สามารถส่งออกได้มาจำหน่าย แต่จะไม่มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกอบการแต่งกาย ได้แก่ สร้อยคอ เข็มขัด กระเป๋า รองเท้า

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ 4P's (ต่อ)

4P's	ร้าน Wonder Cat	ร้านเสื้อคนอ้วน	ร้าน Fat Story
Price	<p>ใช้กลยุทธ์แนวระดับราคา (Price Lining) คือการกำหนดระดับราคาของสินค้าประเภทเดียวกันแต่ต่างแบบต่างรุ่นแตกต่างกันไป เพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกสินค้าในระดับราคาที่พอใจ</p> <p>กลยุทธ์ราคานี้ สอดคล้องกับแนวคิดที่เชื่อว่าลูกค้าแต่ละราย มีความต้องการแตกต่างกัน บางคนอาจยอมจ่ายแพงกว่า เพื่อให้ได้สินค้าที่ดูดีมีระดับกว่าคนอื่น ขณะที่ลูกค้าบางกลุ่ม ต้องการสินค้าราคาประหยัด ไม่ต้องการลูกเล่นมากนัก การตั้งราคาแบบแนวระดับราคา จึงเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการขายได้ดีกว่า</p> <p>การผลิต และกำหนดราคาสินค้าในราคาเดียวกัน</p>	<p>ใช้กลยุทธ์ราคาเลขคี่ (Odd Pricing) เป็นกลยุทธ์การตั้งราคาในเชิงจิตวิทยา คือการลงท้ายด้วยเลข 9 เนื่องจากการตั้งราคาแบบนี้จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่า ของที่ขายราคาไม่แพง การลงท้ายด้วยเลขคู่ เหมือนว่าผู้ขายลดราคาให้แล้ว เช่น ตั้งราคาขายเสื้อไว้ที่ราคา 299 หรือ 399 บาท ตั้งราคาขายกระโปรงไว้ที่ราคา 399 บาท เป็นต้น</p>	<p>ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยาเช่นกันกับร้านเสื้อคนอ้วน เช่น ตั้งราคาขายเสื้อไว้ที่ราคา 499 หรือ 599 บาท ตั้งราคาขายกระโปรงไว้ที่ราคา 599 บาท เป็นต้น</p>

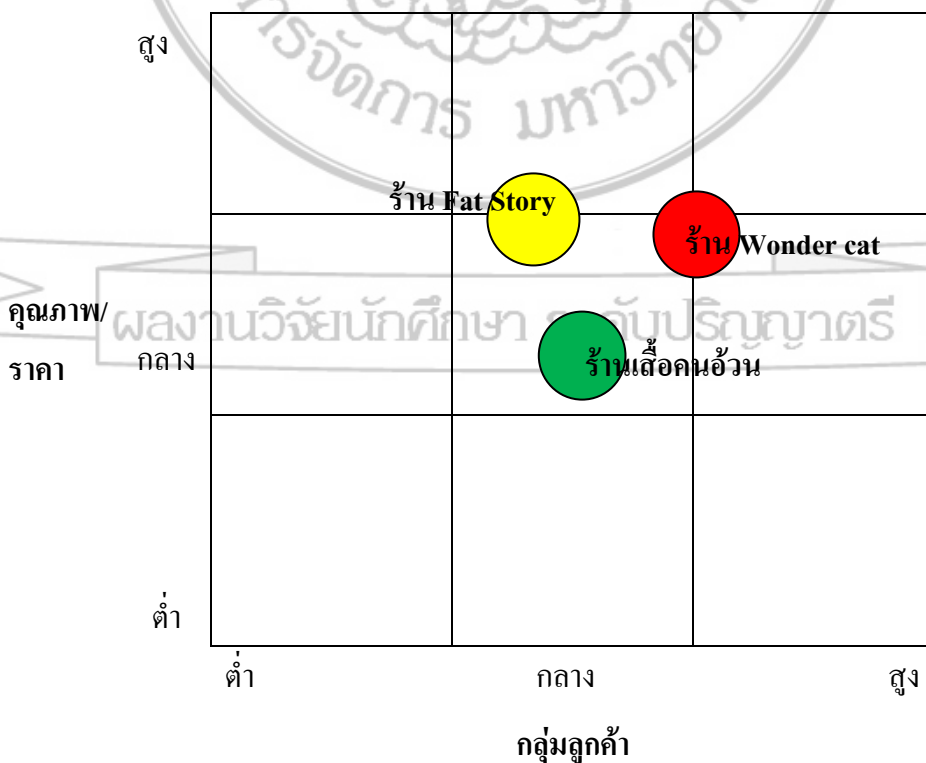
ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ 4P's (ต่อ)

4P's	ร้าน Wonder Cat	ร้านเสื้อคนอ้วน	ร้าน Fat Story
Place	<p>มีการจัดจำหน่ายที่ชั้น 3 ศูนย์การค้าแปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา และจะมีการขยายช่องทางการตลาดไปยังร้านขายเสื้อผ้าคนอ้วนในเขตภาคกลางและเขตปริมณฑลรวมทั้งเปิดเว็บไซต์ www.wondercat.com เพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในปีที่ 2 และขยายช่องทางการตลาดไปยังร้านขายเสื้อผ้าคนอ้วนทั่วประเทศในปีที่ 4 อีกด้วย</p>	<p>มีการจัดจำหน่ายที่ชั้น 3 ศูนย์การค้าแปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา</p>	<p>มีการจัดจำหน่ายที่ชั้น 3 ศูนย์การค้าแปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา</p>
Promotion	<p>จัดรายการสะสมยอดการซื้อเพื่อรับของกำนัล นอกจากนี้ยังมีการให้ลูกค้าทำบัตรสมาชิกเพื่อมอบส่วนลดพิเศษ ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ</p>	<p>มีการนำสินค้าที่ล้าสมัยแล้วหรือมีตำหนิมาลดราคา</p>	<p>มีการนำสินค้าที่ล้าสมัยแล้วหรือมีตำหนิมาลดราคา</p>

ขนาดของตลาดและแนวโน้มของผลิตภัณฑ์

จากการสำรวจพบว่าจากประชากร 100 คน จะมีคนอ้วนโดยเฉลี่ย 30 คน (กรมอนามัย, กระทรวงสาธารณสุข: 2546) ปัจจุบันจังหวัดชลบุรีมีประชากรประมาณ 1,300,00 คน เป็นผู้หญิงประมาณ 630,00 คน (กรมการปกครอง, กระทรวงมหาดไทย 2550: 4) ในจำนวนนี้มีผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน (อายุระหว่าง 16 - 40 ปี) ประมาณ 270,000 คน ซึ่งหมายความว่าปัจจุบันจังหวัดชลบุรีมีกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนอ้วนที่อยู่ในกลุ่มเป้าหมายของทางร้านถึง 80,000 คน ถือว่าเป็นตลาดที่ใหญ่พอสมควร ใน จังหวัดชลบุรีการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อคนอ้วนยังเป็นเรื่องใหม่และเพิ่งจะมีร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทนี้เมื่อไม่กี่ปีมานี้เอง ซึ่งก็ยังไม่มีการแข่งขันที่เฉพาะเจาะจงไปยังกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ชัดเจนนัก ทำให้ผลิตภัณฑ์มีโอกาสที่จะถือครองส่วนตลาดในสัดส่วนที่มากและสังเกตได้จากค่าใช้จ่ายทางด้านเสื้อผ้าเครื่องนุ่ง-ห่มของครัวเรือนไทยมีการเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ จนในปัจจุบันมีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ประมาณ 1500 – 4000 บาทต่อครั้งต่อครัวเรือน หรือคิดเป็นมูลค่าตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปประมาณ 84,000 ล้านบาท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2549: 44)ดังนั้นจะเห็นได้ว่ามูลค่าตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศในปีหนึ่งๆ จะอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์



แผนภาพที่ 2 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

ลักษณะลูกค้า

ลักษณะลูกค้าของ Wonder Cat จะเป็นผู้หญิงอ้วนอายุตั้งแต่ 16 – 40 ปี ที่ชื่นชอบการแต่งตัวตามแฟชั่น ซึ่งนอกจากผลิตภัณฑ์จะมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแล้วยังมีความแตกต่างในด้านการออกแบบและทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่ให้ความสะดวก ความภาคภูมิใจ โดยจะไม่สนใจตราหือและชอบทดลองสินค้าใหม่

การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง(Strengths)	จุดอ่อน(Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	หุ้นส่วนมีความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน การพัฒนา ร้าน และเปิดรับความรู้ใหม่ๆ ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานอยู่เสมอ	หุ้นส่วนยังขาดประสบการณ์ในการบริหารเนื่องจากเพิ่งจบการศึกษา
ด้านการตลาด	มีหุ้นส่วนเป็นดีไซเนอร์ ออกแบบผลิตภัณฑ์เอง ทำให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นทั่วไป	เป็นร้านค้าที่เปิดใหม่ ยังไม่มีใครรู้จักและเชื่อถือในฝีมือมากนัก
ด้านการผลิต	เป็นการผลิตรายชิ้นทำให้ผลิตภัณฑ์มีความประณีตและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง	เนื่องจากการผลิตเป็นรายชิ้นถ้ามีความต้องการซื้อหลายๆ อาจทำให้ผลิตสินค้าไม่ทันกับความต้องการของลูกค้า
ด้านการเงิน	ธุรกิจมีลักษณะเป็นห้างหุ้นส่วน ทำให้สามารถระดมทุนจากหุ้นส่วน ในกรณีต้องการใช้เงินฉุกเฉิน	การสั่งซื้อวัตถุดิบ ยังไม่ได้รับเครดิตจากผู้ขาย จะต้องจ่ายเงินสดทุกครั้ง ทำให้ขาดสภาพคล่องในเงินสดหมุนเวียน (Working Capital)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

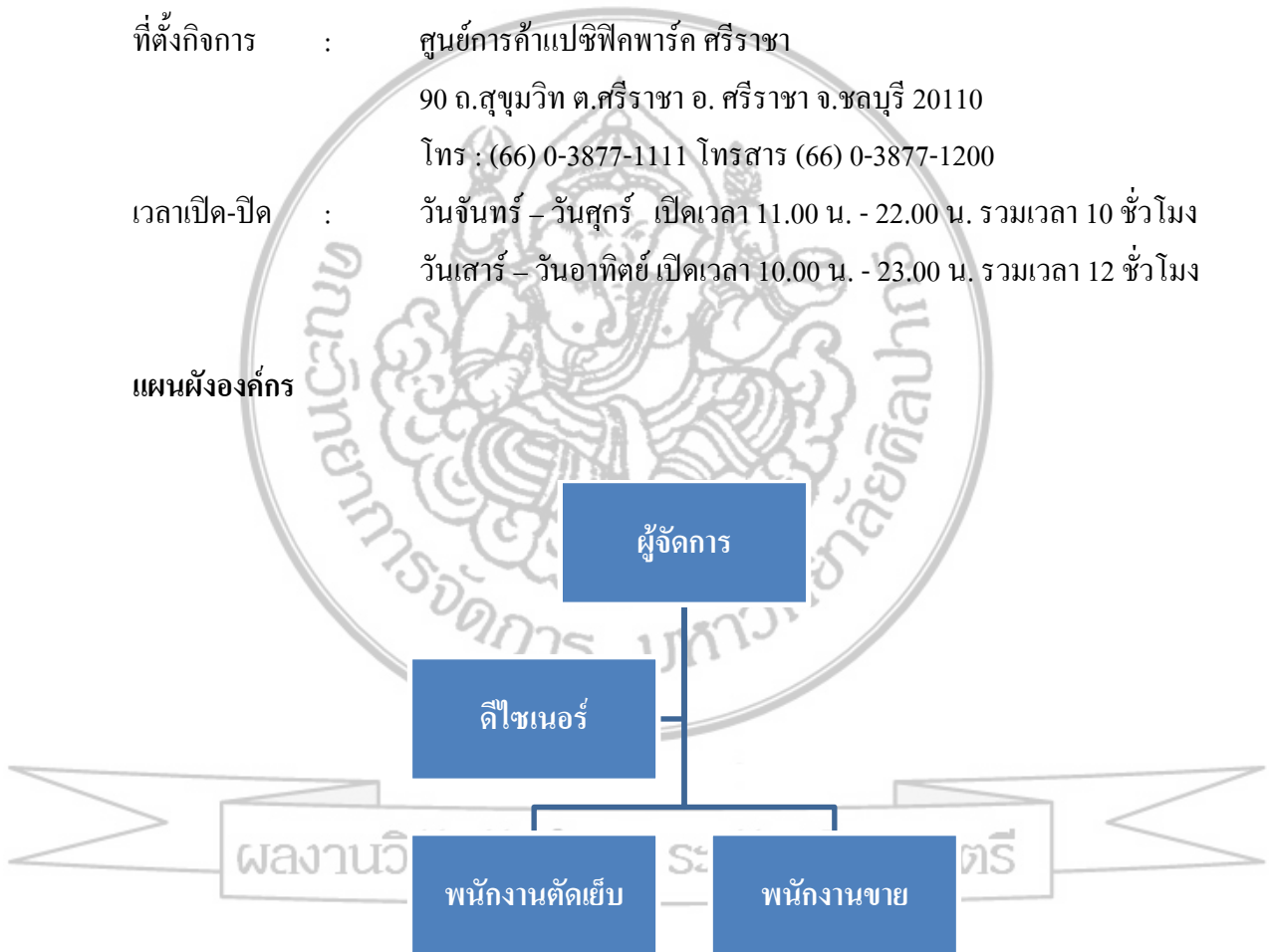
ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	คนอ้วนขึ้นชอบในการแต่งตัวกันมากขึ้นบวกกันผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะ ทำให้เป็นจุดเด่นในการจำหน่ายสินค้าของธุรกิจ	กระแสแฟชั่นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้ต้องติดตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกระแสแฟชั่นอย่างต่อเนื่อง
สถานการณ์การแข่งขัน	คู่แข่งในธุรกิจเสื้อผ้าคนอ้วนยังมีไม่มาก ทำให้สามารถเจาะตลาดในการทำธุรกิจได้	มีคู่แข่งเดิมหรือคู่แข่งใหม่ที่เห็นโอกาสของธุรกิจ อาจมีการลอกเลียนแบบสินค้าของทางร้าน
สังคม	ในปัจจุบันผู้หญิงทำงานนอกบ้านมากขึ้นทำให้ต้องมี การแต่งตัวมากขึ้น	ปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายมีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้ไม่มีเวลาในการเลือกซื้อสินค้า
เทคโนโลยี	สามารถนำเทคโนโลยีมาช่วยในการส่งเสริมการขาย พร้อมทั้งมีการจำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์	เทคโนโลยีที่นำมาช่วยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการวาดแบบ มีราคาสูง
สภาพเศรษฐกิจ	สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้เกิดการว่างงานสูง ทำให้เกิดการแข่งกันในการทำงาน การแต่งตัวให้ดูดีเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดการประทับใจเมื่อแรกเห็นในการสมัครงาน	สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อคนทำงานมาก จึงประหยัดค่าใช้จ่ายในเรื่องของการแต่งตัว

บทที่ 4
แผนบริหารจัดการ

รายละเอียดธุรกิจ

ชื่อกิจการ : Wonder Cat
ที่ตั้งกิจการ : ศูนย์การค้าแปซิฟิกพาร์ค ศรีราชา
90 ถ.สุขุมวิท ต.ศรีราชา อ. ศรีราชา จ.ชลบุรี 20110
โทร : (66) 0-3877-1111 โทรสาร (66) 0-3877-1200
เวลาเปิด-ปิด : วันจันทร์ – วันศุกร์ เปิดเวลา 11.00 น. - 22.00 น. รวมเวลา 10 ชั่วโมง
วันเสาร์ – วันอาทิตย์ เปิดเวลา 10.00 น. - 23.00 น. รวมเวลา 12 ชั่วโมง

แผนผังองค์กร



แผนภาพที่ 3 แสดงแผนผังองค์กร

หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

1.นางสาวสิริวรรณ บุญทองใหม่

ตำแหน่ง : ผู้จัดการ
 หน้าที่ความรับผิดชอบ : ดูแลเรื่องการวางแผนนโยบายการบริหารภายใน การจัดหาวัตถุดิบ ควบคุมดูแลประสานงานระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับแผนกตัดเย็บ การส่งเสริม การตลาดรวมทั้งการเก็บเงิน และการทำบัญชีของกิจการ

การศึกษา : ปริญญาตรี
 อัตราเงินเดือน : 12,000 บาทต่อเดือน

2.นางสาวนมิติ มณฑกานติ

ตำแหน่ง : ดีไซน์เนอร์
 หน้าที่ความรับผิดชอบ : ดูแลเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์และการ คัดเลือกวัตถุดิบในการตัดเย็บให้มีความทันสมัย

การศึกษา : ปริญญาตรี
 อัตราเงินเดือน : 10,000 บาทต่อเดือน

3.พนักงานตัดเย็บ

ตำแหน่ง : พนักงานตัดเย็บ
 หน้าที่ความรับผิดชอบ : ตัดเย็บเสื้อผ้าตามที่ดีไซน์เนอร์ได้ออกแบบไว้
 การศึกษา : ปวช. ปวส. มัธยมศึกษาตอนปลาย ที่มีความรู้ เรื่องการตัดเย็บ

อัตราเงินเดือน : 100 บาทต่อสินค้า

4.พนักงานขาย

ตำแหน่ง : พนักงานขาย
 หน้าที่ความรับผิดชอบ : ดูแลการขายและการแนะนำผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า รวมทั้งสามารถแก้ไขเสื้อผ้าที่มีปัญหาพื้นฐานได้ เช่น การเย็บซั้ เปลี่ยนซิป การสอยผ้า ทำรังคุดม ฯลฯ

การศึกษา : ปวช. ปวส. มัธยมศึกษาตอนปลาย ที่มีความรู้ เรื่องการตัดเย็บ

อัตราเงินเดือน : 5,000 บาทต่อเดือน

จำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากร

ลำดับ	ฝ่ายงาน	จำนวน (คน)	อัตราเงินเดือน (บาท)	รวมเงินเดือน (บาท/เดือน)
1.	ผู้จัดการ	1	12,000 บาท	12,000 บาท
2.	ดีไซเนอร์	1	10,000 บาท	10,000 บาท
3.	พนักงานตัดเย็บ	3	100 บาทต่อชิ้น	-
4.	พนักงานขาย	1	5,000 บาท	5,000 บาท

วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำแบรนด์เสื้อผ้าคนอ้วนที่ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ มีความทันสมัย มีการ บริการที่ประทับใจ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

พันธกิจ

1. เป็นร้านเสื้อผ้าคนอ้วนหลากหลายสไตล์เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของคนอ้วนที่มีรสนิยมหลากหลาย
2. มีการบริการที่เป็นเลิศ บรรยากาศเป็นกันเอง พร้อมทั้งเป็นศูนย์รวมความรู้ทางด้านแฟชั่นของผู้หญิงไซส์ใหญ่
3. มีการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ไปพร้อมกับความต้องการของลูกค้า

เป้าหมายทางธุรกิจ

1. ปีที่ 2 – 3 มีการขยายช่องทางการตลาดไปยังร้านขายเสื้อผ้าคนอ้วนในเขตภาคกลาง และเขตปริมณฑล รวมทั้งการขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยใช้ชื่อ www.wondercat.com
2. ช่วงปีที่ 2 – 3 มียอดขายเพิ่มขึ้น 5% จากยอดขายในปีที่ผ่านมา เนื่องมาจากมีการขยายช่องทางการตลาดไปยังร้านขายเสื้อผ้าคนอ้วนในเขตภาคกลาง รวมทั้งการขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยใช้ชื่อ www.wondercat.com
3. ช่วงปีที่ 4 – 5 มียอดขายเพิ่มขึ้น 7% จากยอดขายในปีที่ผ่านมา เนื่องมาจากมีการขยายช่องทางการตลาดไปยังร้านขายเสื้อผ้าคนอ้วนทั่วประเทศ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Future)

ในการดำเนินการของกิจการ มีปัจจัยที่จะส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการ คือ

1. ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากร้านอื่นๆ เนื่องจากมีดีไซน์เนอร์ออกแบบผลิตภัณฑ์เอง ทำให้ผู้สวมใส่เกิดความมั่นใจ

2. ใช้วัตถุดิบในการตัดเย็บที่มีคุณภาพ ทำให้ผู้สวมใส่รู้สึกสบาย

3. การมีทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการซื้อสินค้า

4. ให้คำแนะนำและการบริการที่เป็นเลิศ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและพูดปาก

ต่อปาก



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5
แผนการตลาด

ผลิตภัณฑ์

Wonder Cat มีผลิตภัณฑ์หลัก 5 ประเภท คือ

1. เสื้อ
2. กระโปรง
3. กางเกงขายาว
4. กางเกงขาสั้น
5. ชุดเดรส

ซึ่งมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะเนื่องจากมีดีไซน์เนอร์ออกแบบผลิตภัณฑ์เอง และนอกจากผลิตภัณฑ์หลัก 5 ประเภทแล้ว ทางร้าน Wonder Cat ยังมีผลิตภัณฑ์ประกอบการแต่งกายอีก 3 ประเภท ได้แก่

1. สร้อยคอ
2. เข็มขัด
3. กระเป๋า
4. รองเท้า

และในส่วนของรองเท้านั้น ทางร้านจะจัดจำหน่ายเฉพาะรองเท้าไซส์พิเศษตั้งแต่ไซส์ 40 ถึง ไซส์ 48 เป็นบริการสำหรับลูกค้าที่มีเท้าใหญ่โดยเฉพาะ

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์



แผนภาพที่ 4 แสดงตัวอย่างเสื้อ

สาวอ้วนเหมาะกับเสื้อคอปก เสื้อคอวี เสื้อคอกลมลึกและเสื้อคอเหลี่ยม เพราะจะช่วยให้หุ่นดูสมดุลขึ้น



แผนภาพที่ 5 แสดงตัวอย่างกระโปรง

สาวอ้วนเหมาะกับกระโปรงทรงเอที่ยาวแต่เช่าเท่านั้น เพราะกระโปรงทรงนี้เหมาะกับสาวที่มีหน้าท้องใหญ่ สะโพกใหญ่ ขาใหญ่



แผนภาพที่ 6 แสดงตัวอย่างกางเกงขายาว

สาวอ้วนควรใส่กางเกงสีเข้มอย่างสีดำ เทา น้ำตาลเข้ม ทรงตรงที่ตัดเย็บประณีตไม่มีสายรัดหรือเข็มขัด ช่วยให้ช่วงขาดูไม่เอะเอะ ดูดีกว่าใส่กางเกงรัดรูปหรือกางเกงหลวมๆ เส้นขอบนอกของกางเกงควรจะได้ตรงลงมาจากจุดที่กว้างที่สุดของบั้นท้าย



แผนภาพที่ 7 แสดงตัวอย่างกางเกงขาสั้น

สาวอ้วนเหมาะกับกางเกงสามส่วนที่ขากว้าง จะช่วยพรางตั้งแต่เอว หน้าท้อง สะโพก ก้น ต้นขา ช่วยให้ดูผอมเพรียวขึ้น และกางเกงขาสั้นที่มีพับตรงปลาย คือขากางเกงที่กว้างกว่าแบบอื่น ทำให้ใส่สบายเหมาะกับทุกรูปร่าง โดยเฉพาะคนที่ต้นขาใหญ่



แผนภาพที่ 8 แสดงตัวอย่างชุดเดรส

สาวอ้วนควรเลือกชุดเดรสที่เป็นคอวี กระโปรงทรงเอเพื่อช่วยพรางรูปร่างแขนงูดพอดีตัว แต่ไม่ถึงกับรัดรูปแนบเนื้อ

หากลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากทางร้านแล้วสวมใส่ไม่พอดี ทางร้านยินดีที่จะมีบริการแก้ทรงให้กับลูกค้าฟรีในครั้งแรก และจะคิดค่าบริการในการแก้ทรงครั้งต่อไป ในอัตราค่าบริการครั้งละ 60 บาท

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

การเปรียบเทียบคู่แข่ง

ตารางที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	Wonder Cat	ร้านเสื้อคนอ้วน	ร้าน Fat Story
ด้านผลิตภัณฑ์	เป็นการผลิตรายชิ้นทำให้ผลิตภัณฑ์มีความประณีตและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองโดยดีไซน์เนอร์ซึ่งทางร้านมีผลิตภัณฑ์ 5 ประเภท คือ 1. เสื้อ 2. กระโปรง 3. กางเกงขายาว 4. กางเกงขาสั้น 5. ชุดเดรส	เป็นการซื้อสินค้าจากร้านขายส่งและโรงงานมาจำหน่ายโดยมีผลิตภัณฑ์ 5 ประเภท คือ 1. เสื้อ 2. กระโปรง 3. กางเกงขายาว 4. กางเกงขาสั้น 5. ชุดเดรส	เป็นการนำสินค้าที่ผลิตเพื่อส่งออกที่จำหน่ายไม่ได้มาจำหน่ายโดยมีผลิตภัณฑ์ 5 ประเภท คือ 1. เสื้อ 2. กระโปรง 3. กางเกงขายาว 4. กางเกงขาสั้น 5. ชุดเดรส
ด้านราคา	จากการทำแบบสอบถาม ซึ่งพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายคิดว่าราคาที่เหมาะสม คือ 1. เสื้อ ราคาประมาณ 400 บาท 2. กระโปรง ราคาประมาณ 400 บาท 3. กางเกงขายาว ราคาประมาณ 450 บาท 4. กางเกงขาสั้น ราคาประมาณ 400 บาท 5. ชุดเดรส ราคาประมาณ 600 บาท	1. เสื้อ ราคาประมาณ 300 – 1,050 บาท 2. กระโปรง ราคาประมาณ 330 – 350 บาท 3. กางเกงขายาว ราคาประมาณ 350 – 400 บาท 4. กางเกงขาสั้น ราคาประมาณ 330- 370 บาท 5. ชุดเดรส ราคาประมาณ 620 - 1,900 บาท	1. เสื้อ ราคาประมาณ 450 – 1,590 บาท 2. กระโปรง ราคาประมาณ 590 – 750 บาท 3. กางเกงขายาว ราคาประมาณ 650 – 790 บาท 4. กางเกงขาสั้น ราคาประมาณ 390 – 590 บาท 5. ชุดเดรส ราคาประมาณ 600 – 720 บาท

ตารางที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งชั้น (ต่อ)

การเปรียบเทียบ	Wonder Cat	ร้านเสื้อคนอ้วน	ร้าน Fat Story
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชั้น 3 ศูนย์การค้า แปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา	ชั้น 3 ศูนย์การค้า แปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา	ชั้น 3 ศูนย์การค้า แปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา
ด้านส่งเสริมการขาย	<ul style="list-style-type: none"> มีการจัดรูปแบบร้านให้เป็นที่ดึงดูดลูกค้า จัดพิมพ์ใบปลิวแนะนำร้าน จัดทำสัญลักษณ์ (Signage) ภายในศูนย์การค้า หรือทำเลที่ตั้ง เพื่อประชาสัมพันธ์ ที่ตั้งของร้าน จัดรายการสะสมยอดการซื้อเพื่อรับของกำนัล นอกจากนั้นยังมีการให้ลูกค้าทำบัตรสมาชิกเพื่อมอบส่วนลดพิเศษ ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ 	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำป้ายหน้าร้าน มีการนำสินค้าที่ล้ำสมัยแล้วหรือมีตำหนิมาลดราคา 	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำป้ายหน้าร้าน มีการนำสินค้าที่ล้ำสมัยแล้วหรือมีตำหนิมาลดราคา

เป้าหมายทางการตลาด

การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก : ผู้หญิงวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 26 – 40 ปี ที่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 10,001 – 30,000 บาท

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง : ผู้หญิงวัยนักเรียน นักศึกษาที่มีอายุระหว่าง 16 – 25 ปี ที่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 10,000 บาท

กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์มีความเป็น Originality คือ ความพิเศษของตัวสินค้าที่มีเฉพาะร้าน Wonder Cat เท่านั้น เนื่องจากมีดีไซน์หรือออกแบบผลิตภัณฑ์เอง

2. มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายรูปแบบเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

3. ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ประณีต และมีการคัดสรรเนื้อผ้าที่ใส่สบายเหมาะสมกับคนอ้วน

4. มีผลิตภัณฑ์ประกอบการแต่งกาย ให้เลือกซื้อพร้อมกับเสื้อผ้า เช่น สร้อยคอ เข็มขัด กระเป๋า รองเท้า

5. มีบริการแก้ทรงหากสวมใส่ไม่พอดี ทางร้านจะไม่คิดค่าบริการในการซื้อครั้งแรก หากมีการบริการให้แก้ไข หรือปรับเปลี่ยนทรงในครั้งต่อไป จะคิดค่าบริการในราคา 60 บาทต่อชิ้น

กลยุทธ์ด้านราคา

ทางร้านจะจำหน่ายเสื้อผ้าในราคาเหมาะสมกับคุณภาพของชิ้นงาน บนพื้นฐานการบริการที่ดีเพื่อเป็นการส่งมอบ Value pricing ให้กับลูกค้า และจะไม่แข่งขันด้านราคา แต่ใช้วิธีเน้นการสร้างความแตกต่าง ให้ผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่ มีดีไซน์เก๋ไม่เหมือนใคร

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. กิจกรรมมีการจำหน่ายสินค้าหน้าร้านซึ่งมีการจัดสรรพื้นที่ไว้บริการลูกค้า ได้แก่

1.1 ส่วนจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน

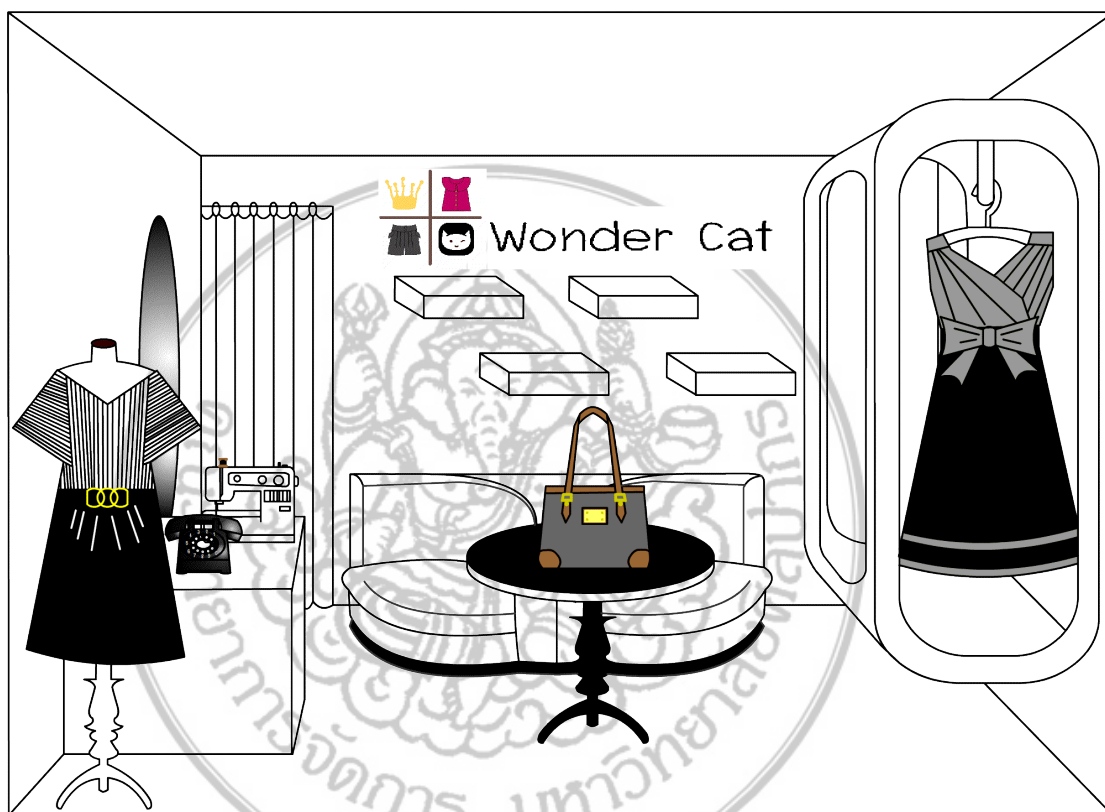
1.2 ห้องลองเสื้อ

1.3 เก้าอี้นั่งรอ

1.4 เคาน์เตอร์ชำระเงิน

ซึ่งแสดงผังแผนภาพดังต่อไปนี้

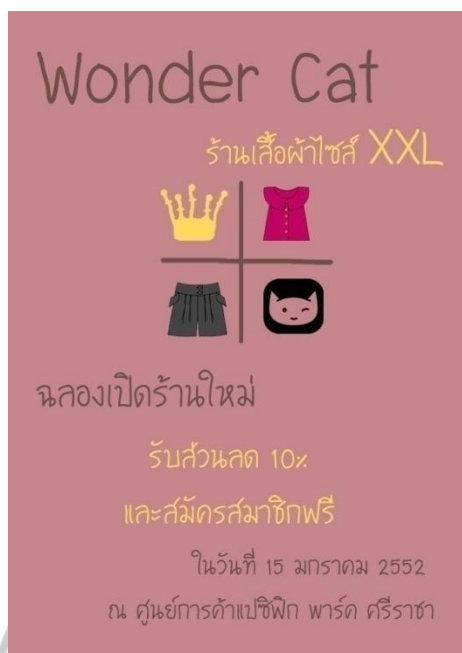
แผนผังภายในร้าน



แผนภาพที่ 9 แสดงแผนผังภายในร้าน

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

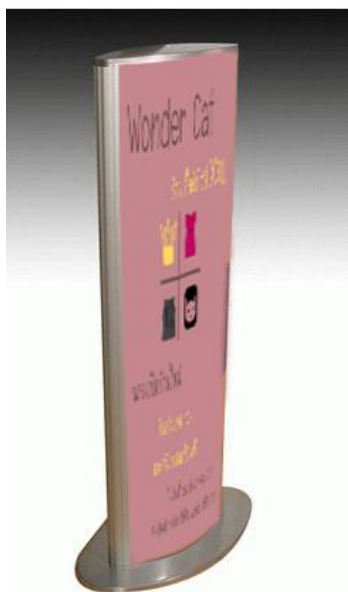
1. การโฆษณา จัดทำ Event marketing ในช่วงวันเปิดร้าน
2. จัดพิมพ์ใบปลิวแนะนำร้านเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับคนอ้วน Wonder Cat พร้อมคู่มือส่วนลด เพื่อแจกให้กับลูกค้า ที่อยู่ในทำเลที่ ร้านตั้งอยู่ และบริเวณโดยรอบในระยะ 5-10 กิโลเมตร ที่เป็นสถานที่ทำงาน สถานศึกษา บ้านที่อยู่อาศัย เพื่อเป็นการชักจูงให้ลูกค้ามา ซื้อเสื้อผ้าจากร้าน และเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ใน ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์



แผนภาพที่ 10 แสดงตัวอย่างใบปลิวแนะนำร้าน

โดยทางร้านจะแจกใบปลิวทุกๆ วันอาทิตย์ ในช่วงก่อนเปิดร้าน 1 สัปดาห์และ 3 เดือนแรกของการเปิดร้านทั้งหมด 4,000 ใบ (เฉลี่ยสัปดาห์ละ 300 ใบ) ซึ่งจะเป็นค่าใช้จ่ายจำนวน 2,400 บาทและค่าพนักงานแจกใบปลิว 350 บาทต่อวัน รวม 13 ครั้ง จะเป็นค่าใช้จ่ายจำนวน 4,550 บาท ดังนั้นทางร้านจะเสียค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เป็นเงิน 6,950 บาท

3.จัดทำสัญลักษณ์ดิจิทัล (Digital Signage) ซึ่งเป็นสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ที่จะมาแทนป้ายโฆษณาแบบเก่า-เก่า ถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในยุคดิจิทัล โดย Digital Signage นั้นสามารถดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็น และเป็นตัวช่วยในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ ณ จุดขายสินค้าด้วยการแสดงสื่อที่ชัดเจน อย่างเช่น Light Box โดยทางร้านของเราจะจัดวาง Light Box ภายในศูนย์การค้า หรือทำเลที่ตั้งเพื่อประชาสัมพันธ์ที่ตั้งของร้านและ Event marketing ต่างๆ ที่จัดขึ้นภายในร้าน ทำให้ลูกค้ารับทราบและสามารถมาที่ร้านได้ง่ายขึ้น



แผนภาพที่ 11 แสดงตัวอย่าง Light Box

โดยค่าใช้จ่ายในการจัดทำ Light Box ขนาด 35 x 120 เซนติเมตร น้ำหนัก 4.5 กิโลกรัม
ราคา 3,500 บาท

4.ทำป้ายโฆษณาหน้าร้านให้สะดุดตา มองเห็นได้ง่าย



แผนภาพที่ 12 แสดงตัวอย่างป้ายโฆษณาหน้าร้าน

โดยค่าใช้จ่ายในการจัดทำป้ายโฆษณาหน้าร้านขนาด 30 x 50 เซนติเมตร ราคา 2,000
บาท

5.ทำบัตรสมาชิกเพื่อมอบส่วนลดพิเศษ ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ



แผนภาพที่ 13 แสดงตัวอย่างบัตรสมาชิก

โดยทางร้านจะมีการจัดทำบัตรสมาชิกแบบ PVC 2000 การ์ด์บาง ใ้คงงอได้หนา 200 แกรม ขนาด 5.4 x 8.9 ซม. พิมพ์สี 2 หน้า จำนวน 400 ใบ ราคาใบละ 4 บาท ซึ่งรวมเป็นเงิน 1,600 บาท

6.จัดรายการสะสมยอดการซื้อเพื่อรับของกำนัล

โดยเมื่อลูกค้าซื้อสินค้าครบทุก 100 บาท จะรับเต็มสะสมทันที 1 เต็ม เพื่อแลกกับของกำนัล ดังต่อไปนี้

6.1 เมื่อสะสมครบ 30 เต็ม แลกกับ DVD โยคะเพื่อการลดน้ำหนัก มูลค่า 250 บาท จำนวน 24 รางวัล รวมมูลค่า 6,000 บาท (มูลค่าจริงรางวัลละ 100 บาท ดังนั้นจึงรวมมูลค่า 2,400 บาท)

6.2 เมื่อสะสมครบ 70 เต็ม แลกกับอัลไลฟ์ คลอโรฟิลล์ พลัส มูลค่า 520 บาท จำนวน 12 รางวัล รวมมูลค่า 6,240 บาท (มูลค่าจริงรางวัลละ 350 บาท ดังนั้นจึงรวมมูลค่า 4,200 บาท)

6.3 เมื่อสะสมครบ 100 เต็ม แลกกับ Slimming & Anti-Cellulite เจลใส สลายเซลลูไลท์และไขมัน ชาล เดอ มาย มูลค่า 1,750 บาท จำนวน 6 รางวัล รวมมูลค่า 10,500 บาท (มูลค่าจริงรางวัลละ 750 บาท ดังนั้นจึงรวมมูลค่า 4,500 บาท)

6.4 เมื่อสะสมครบ 200 เต็ม แลกกับคอร์สสอนแต่งหน้า Colorful Makeup ของ สถาบัน Knang Makeup & Trainer 1 รางวัล มูลค่า 1,200 บาท รางวัลละ 2 ท่าน รวมมูลค่า 2,400 บาท (มูลค่าจริงรางวัลละ 1,000 บาท ดังนั้นจึงรวมมูลค่า 2,000 บาท)

รายละเอียดของงบประมาณการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในปีแรก ประกอบด้วย
ตารางที่ 8 แสดงงบประมาณการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในปีแรก

ประเภทการโฆษณา	ค่าใช้จ่าย
การโฆษณา จัดทำ Event marketing ในช่วงวันเปิดร้าน	10,000 บาท
ใบปลิวแนะนำร้าน	6,950 บาท
สัญลักษณ์ (Signage) ภายในศูนย์การค้า หรือทำเลที่ตั้ง อาทิ Light Box, Poster	3,500 บาท
ป้ายโฆษณาหน้าร้าน	2,000 บาท
บัตรสมาชิก	1,600 บาท
ของกำนัลที่นำมาจัดรายการสะสมยอดการซื้อ	13,100 บาท
รวม	37,150 บาท

ดังนั้น งบประมาณการงบประมาณการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในปีแรก เป็น 38,000 บาท

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 6 แผนการบริการ

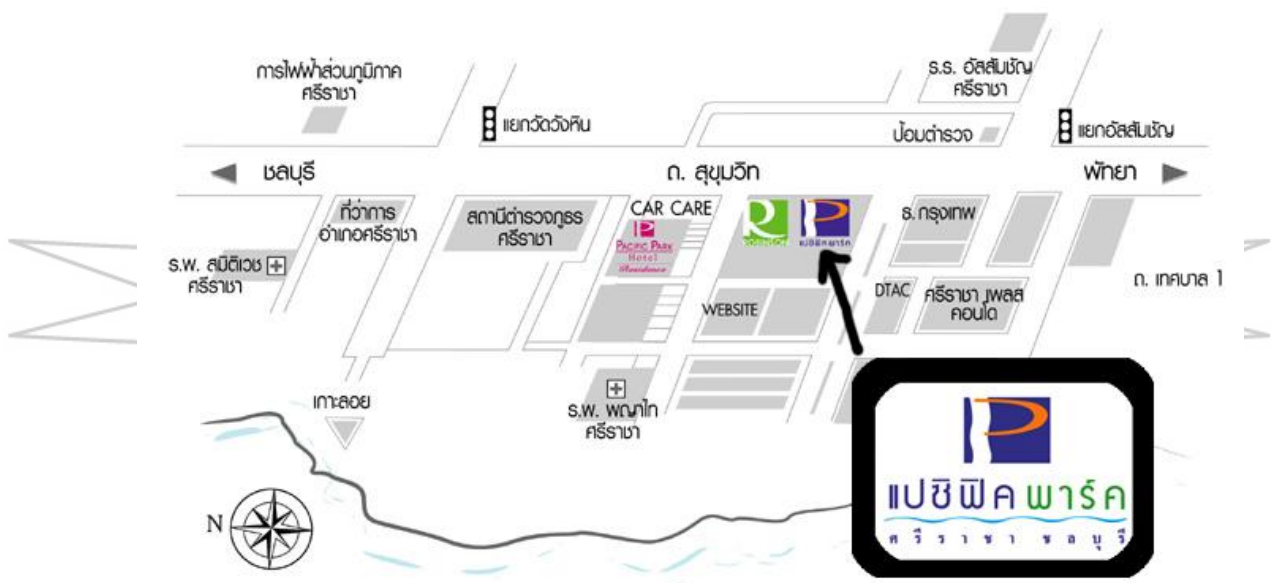
สถานประกอบการในการบริการ

ทางร้าน Wonder Cat ดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยดีไซเนอร์ของทางร้านและจ้างพนักงานตัดเย็บภายนอกเป็นผู้ตัดเย็บให้ โดยจ่ายค่าแรงงาน 100 ต่อตัว จากนั้นนำมาวางจำหน่ายในร้าน

ที่ตั้ง : ศูนย์การค้าแปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา

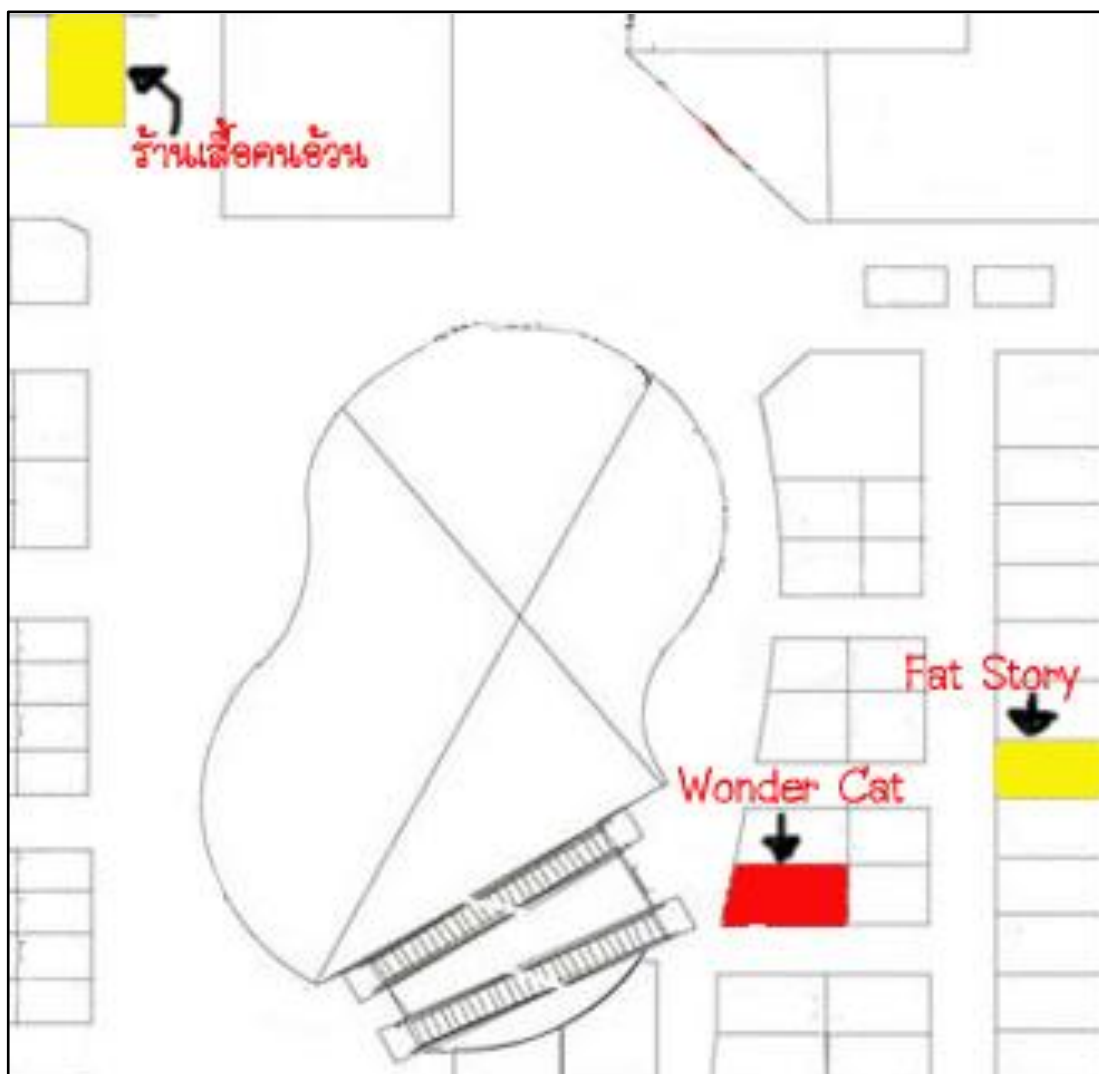
รายละเอียด : เป็นห้องขนาด 3.5 x 5 ตารางเมตร โดยทำการเช่าเป็นระยะเวลา 2 ปี โดยทำเลที่ตั้งของโครงการเป็นแหล่งที่มีสินค้าตามความต้องการของผู้หญิงเป็นจำนวนมากทำให้มีตลาดรองรับกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี โดยค่าเช่าร้านอยู่ที่ 15,000 บาทต่อเดือน

สถานที่ตั้ง



แผนภาพที่ 14 แสดงสถานที่ตั้งของศูนย์การค้าแปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา

ที่มา: ศูนย์การค้าแปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา, 2551



ผลงานวิษย์นักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แผนภาพที่ 15 แสดงแผนผังชั้น 3 ของศูนย์การค้าแปซิฟิค พาร์ค ศรีราชา

ที่มา: ศูนย์การค้าแปซิฟิค พาร์ค ศรีราชา, 2551

หมายเหตุ: พื้นที่ของร้าน Wonder Cat มีขนาด 3.5 x 5 ตารางเมตร

พื้นที่ของร้านเสื้อคนอ้วน มีขนาด 3.5 x 5 ตารางเมตร

พื้นที่ของร้านเสื้อ Fat Story มีขนาด 3 x 5 ตารางเมตร

เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในส่วนบริการลูกค้า

ตารางที่ 9 แสดงเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในส่วนบริการลูกค้า

ลำดับ	รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	มูลค่ารวมทั้ง สิ้น (บาท)
1.	ตู้โชว์เสื้อผ้า	1	15,000 บาท	15,000 บาท
2.	หิ้งวางเสื้อผ้า	4	500 บาท	2,000 บาท
3.	หุ่นโชว์เสื้อผ้า	1	4,000 บาท	4,000 บาท
4.	ห้องลองเสื้อ	1	10,000 บาท	10,000 บาท
5.	เก้าอี้นั่ง	1	5,000 บาท	5,000 บาท
6.	โต๊ะวางสินค้าประกอบ	1	2,000 บาท	2,000 บาท
7.	กระจก	1	2,000 บาท	2,000 บาท
8.	เคาเตอร์ชำระเงิน	1	2,000 บาท	2,000 บาท
9.	โทรศัพท์	1	1,000 บาท	1,000 บาท
10.	เครื่องคิดเลข	1	300 บาท	300 บาท
11.	จักรเย็บผ้า	1	3,000 บาท	3,000 บาท
12.	กรรไกรตัดผ้า	2	400 บาท	800 บาท
13.	ไม้บรรทัด	1	50 บาท	50 บาท
14.	สายวัด	3	50 บาท	150 บาท
	รวม	20	45,300 บาท	47,300 บาท

กำลังการผลิต

จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด : จำนวน 12 ชิ้น/วัน

อัตราประมาณการในการผลิต : จำนวน 12 ชิ้น/วัน

เป้าหมายหน่วยการผลิต : จำนวน 12 ชิ้น/วัน

จำนวนวันที่ใช้ในการผลิตต่อเดือน : ประมาณ 24 วัน/เดือน

จำนวนเวลาผลิตต่อวัน : 8 ชั่วโมง/คน/วัน

จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต : ตัดเย็บ 3 คน

อัตราค่าแรงงานในการผลิต : ตัดเย็บ 100 บาท/ชิ้น

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

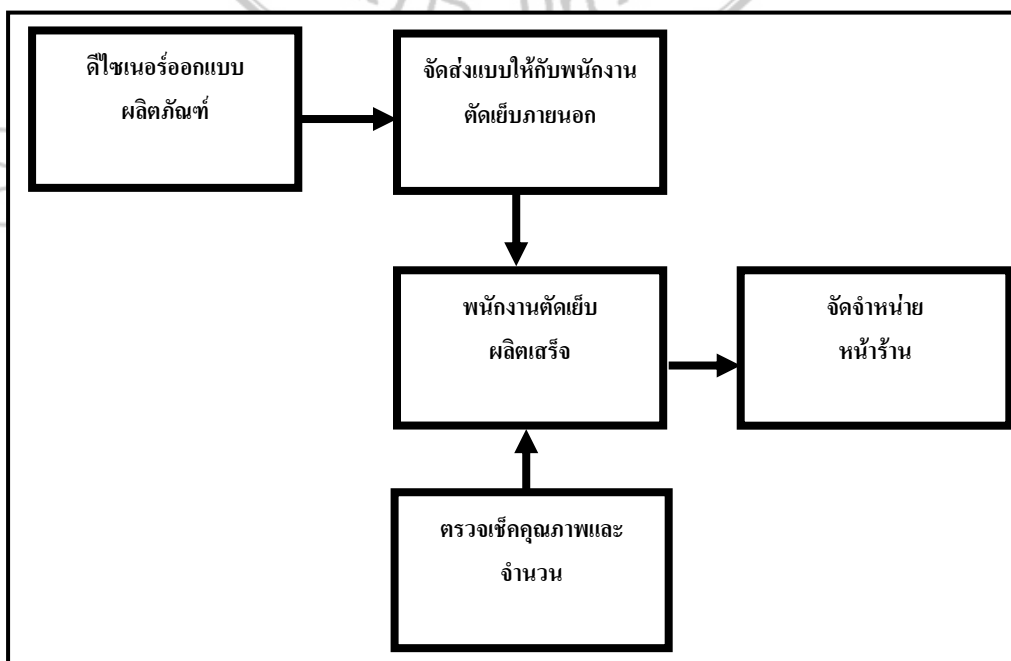
ตารางที่ 10 แสดงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

ลำดับ	รายการ	ปริมาณต่อปี	ราคาต่อหน่วย (บาท)
1.	ผ้า	5,134.25 เมตร	50 บาท
2.	กระดุม	10,037.50 เม็ด	0.15 บาท
3.	ซีป	2,062.50 เส้น	1.00 บาท
4.	ด้าย	330.00 หลอด	8 บาท
5.	ผ้าก๊อซ	1,100.00 เมตร	10 บาท
6.	ลูกไม้	1,100.00 เมตร	25 บาท

หมายเหตุ : รายละเอียดของจำนวนวัตถุดิบที่ใช้แต่ละประเภทในการผลิตต่อปี (ดูภาคผนวก จ)

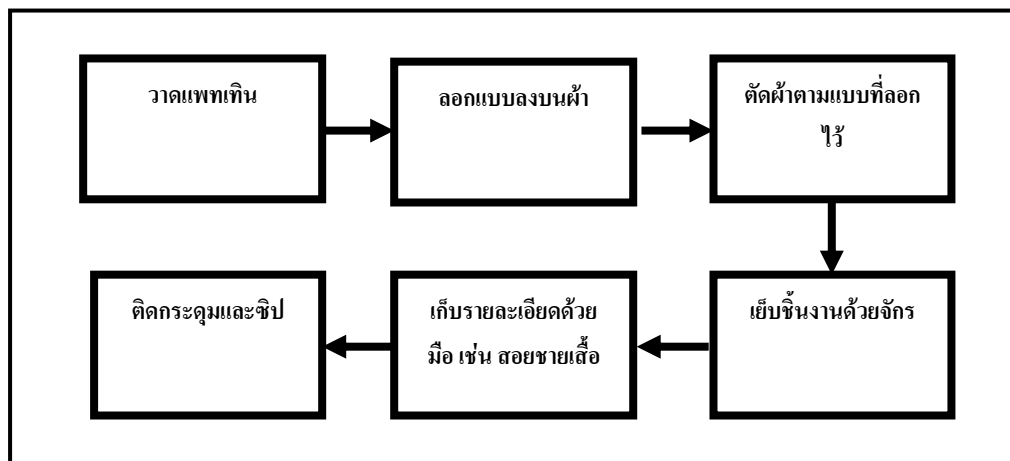
ขั้นตอนการผลิต

Wonder Cat จะดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์เองโดยดีไซน์เนอร์จากร้านและทำการส่งแบบให้กับฝ่ายตัดเย็บเพื่อทำการผลิต เมื่อผลิตเสร็จแล้วจะมีการตรวจเช็คคุณภาพและจำนวนก่อนที่จะนำไปจัดจำหน่ายหน้าร้าน



แผนภาพที่ 16 แสดงขั้นตอนการผลิต

กระบวนการผลิต



แผนภาพที่ 17 แสดงกระบวนการผลิต



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 7
แผนการเงิน

ตารางที่ 11 แสดงต้นทุนโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน

รายการ	รวมจำนวน ทั้งสิ้น (บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		ส่วนของ เจ้าของ
		เจ้าหนี้การค้า	เงินกู้	
1.เงินทุนหมุนเวียน				
1.1เงินสดสำรองการ ดำเนินงาน	1,000,000.00	-	500,000.00	500,000.00
รวมเงินทุนหมุนเวียน	1,000,000.00	-	500,000.00	500,000.00
2.ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์				
2.1 รถยนต์	300,000.00	-	-	300,000.00
2.2 เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ ใน ส่วนบริการลูกค้า	47,300.00	-	-	47,300.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	347,300.00	-	0.00	347,300.00
3.รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน				
3.1รายจ่ายในการเตรียมการ	100,000.00	-	-	100,000.00
รวมรายจ่ายก่อนการ ดำเนินงาน	100,000.00	-	-	100,000.00
รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น	1,447,300.00	-	500,000.00	947,300.00
อัตราส่วนของหนี้สิน : ส่วน ของเจ้าของ	1.00		0.35	0.65

การชำระคืนเงินกู้รายปี

ตารางที่ 12 แสดงการชำระคืนเงินกู้รายปี

อัตราดอกเบี้ยต่อปี 8%

ปีที่	ยอดเงินกู้	ผ่อนชำระคืนเงินต้นปีละ	ดอกเบี้ยจ่าย	รวมเงินต้น+ ดอกเบี้ย
1	500,000.00	100,000.00	40,000.00	140,000.00
2	400,000.00	100,000.00	32,000.00	132,000.00
3	300,000.00	100,000.00	24,000.00	124,000.00
4	200,000.00	100,000.00	16,000.00	116,000.00
5	100,000.00	100,000.00	8,000.00	108,000.00
รวม		500,000.00	120,000.00	620,000.00

หมายเหตุ: อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เฉลี่ยของลูกค้าทั่วไปจากธนาคาร 3 แห่ง คือ

กรุงเทพ	7.75%
กรุงศรีอยุธยา	8%
ธนชาต	8.25%
เฉลี่ย	8.00%

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 13 แสดงประมาณการทรัพย์สินในการประกอบธุรกิจและค่าเสื่อมราคา

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	มูลค่ารวมทั้งสิ้น (บาท)	อัตราค่าเสื่อม ราคาต่อปี (%)	ค่าเสื่อมราคา (บาท)	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ (สิ้นปีที่ 1)	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ (สิ้นปีที่ 2)	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ (สิ้นปีที่ 3)	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ (สิ้นปีที่ 4)	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ (สิ้นปีที่ 5)
1. รถยนต์	1	300,000.00	300,000.00	20%	60,000.00	240,000.00	180,000.00	120,000.00	60,000.00	1
2. เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ในสำนักงาน										
ตู้โชว์เสื้อผ้า	1	15,000.00	15,000.00	20%	3,000.00	12,000.00	9,000.00	6,000.00	3,000.00	1
หิ้งวางเสื้อผ้า	4	500	2,000.00	20%	400	1,600.00	1,200.00	800	400	4
หุ้โชว์เสื้อผ้า	1	4,000.00	4,000.00	20%	800	3,200.00	2,400.00	1,600.00	800	1
ห้องลองเสื้อ	1	10,000.00	10,000.00	20%	2,000.00	8,000.00	6,000.00	4,000.00	2,000.00	1
เก้าอี้หนัง	1	5,000.00	5,000.00	20%	1,000.00	4,000.00	3,000.00	2,000.00	1,000.00	1
โต๊ะวางสินค้าปร	1	2,000.00	2,000.00	20%	400	1,600.00	1,200.00	800	400	1
กระจก	1	2,000.00	2,000.00	20%	400	1,600.00	1,200.00	800	400	1
เคาเตอร์ชำระเงิน	1	2,000.00	2,000.00	20%	400	1,600.00	1,200.00	800	400	1
โทรศัพท์	1	1,000.00	1,000.00	20%	200	800	600	400	200	1
เครื่องคิดเลข	1	300	300	20%	60	240	180	120	60	1
จักรเย็บผ้า	1	3,000.00	3,000.00	20%	600	2,400.00	1,800.00	1,200.00	600	1
กรรไกรตัดผ้า	2	400	800	20%	160	640	480	320	160	2
ไม้บรรทัด	1	50	50	20%	10	40	30	20	10	1
สายวัด	3	50	150	20%	30	120	90	60	30	3
รวม	20	45,300.00	47,300.00		9,460.00	37,840.00	28,380.00	18,920.00	9,460.00	20
รวมทั้งสิ้น	21	345,300.00	347,300.00		69,460.00	277,840.00	208,380.00	138,920.00	69,460.00	21

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 14 แสดงประมาณการขายรายเดือน

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม
จำนวนสินค้าขาย(ชิ้น)													
เสื้อ	120	110	100	110	90	90	70	70	90	100	110	120	1,180
กางเกงขาสั้น	90	80	70	80	70	60	60	60	70	80	90	100	910
กางเกงขายาว	40	30	35	40	30	25	25	25	25	30	40	45	390
กระโปรง	60	50	40	50	40	35	35	35	40	50	60	80	575
เดรส	30	20	25	30	20	15	15	15	15	20	30	35	270
รวมจำนวนสินค้าที่ขาย	340	290	270	310	250	225	205	205	240	280	330	380	3,325
จำนวนสินค้าประกอบขาย(ชิ้น)													
สร้อย	10	8	10	8	6	4	4	4	4	6	8	10	82
เข็มขัด	10	8	10	8	6	4	4	4	4	6	8	10	82
กระเป๋า	10	8	10	8	6	4	4	4	4	6	8	10	82
รองเท้า	30	20	25	30	20	15	15	15	15	20	30	35	270
รวมจำนวนสินค้าประกอบที่ขาย	60	44	55	54	38	27	27	27	27	38	54	65	516

ตารางที่ 14 แสดงประมาณการขายรายเดือน(ต่อ)

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม
บริการอื่น (ครั้ง)													
ปริมาณบริการแก่ทรง	12	11	10	11	9	9	7	7	9	10	11	12	118
รวมบริการอื่น	12	11	10	11	9	9	7	7	9	10	11	12	118
ราคาสินค้า(บาท/ชิ้น)													
เสื้อ	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4,800
กางเกงขาสั้น	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4,800
กางเกงขายาว	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5,400
กระโปรง	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4,800
เดรส	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7,200
ราคาสินค้าเฉลี่ย	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5,400
ราคาสินค้าประกอบ(บาท/ชิ้น)													
สร้อย	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800
เข็มขัด	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800
กระเป๋า	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3,600
รองเท้า	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3,600
ราคาสินค้าเฉลี่ย	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	2,700

ตารางที่ 14 แสดงประมาณการขายรายเดือน(ต่อ)

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม
บริการอื่น													
อัตราบริการแก๊ทรง(บาท/ครั้ง)	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
รวมบริการอื่นเฉลี่ย	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
รายได้จากการขาย(บาท)													
เสื้อ	48,000	44,000	40,000	44,000	36,000	36,000	28,000	28,000	36,000	40,000	44,000	48,000	472,000
กางเกงขาสั้น	36,000	32,000	28,000	32,000	28,000	24,000	24,000	24,000	28,000	32,000	36,000	40,000	364,000
กางเกงขายาว	18,000	13,500	15,750	18,000	13,500	11,250	11,250	11,250	11,250	13,500	18,000	20,250	175,500
กระโปรง	24,000	20,000	16,000	20,000	16,000	14,000	14,000	14,000	16,000	20,000	24,000	32,000	230,000
เดรส	18,000	12,000	15,000	18,000	12,000	9,000	9,000	9,000	9,000	12,000	18,000	21,000	162,000
รวมรายได้จากการขาย(บาท)	144,000	121,500	114,750	132,000	105,500	94,250	86,250	86,250	100,250	117,500	140,000	161,250	1,403,500
รายได้จากการขายสินค้าประกอบ(บาท)													
สร้อย	1,500	1,200	1,500	1,200	900	600	600	600	600	900	1,200	1,500	12,300
เข็มขัด	1,500	1,200	1,500	1,200	900	600	600	600	600	900	1,200	1,500	12,300
กระเป๋า	3,000	2,400	3,000	2,400	1,800	1,200	1,200	1,200	1,200	1,800	2,400	3,000	24,600
รองเท้า	9,000	6,000	7,500	9,000	6,000	4,500	4,500	4,500	4,500	6,000	9,000	10,500	81,000
รวมรายได้จากการ													
ขายสินค้าประกอบ(บาท)	15,000	10,800	13,500	13,800	9,600	6,900	6,900	6,900	6,900	9,600	13,800	16,500	130,200

ตารางที่ 14 แสดงประมาณการขายรายเดือน(ต่อ)

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	รวม
รายได้จากบริการอื่น(บาท)													
รายได้จากบริการแก๊ทรง(บาท)	720	660	600	660	540	540	420	420	540	600	660	720	7,080
รวมรายได้จากบริการอื่น(บาท)	720	660	600	660	540	540	420	420	540	600	660	720	7,080
รวมรายได้สะสม(บาท)	159,720	132,960	128,850	146,460	115,640	101,690	93,570	93,570	107,690	127,700	154,460	178,470	1,540,780
เงินสตรับการขาย(บาท)	159,720	132,960	128,850	146,460	115,640	101,690	93,570	93,570	107,690	127,700	154,460	178,470	1,540,780

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 15 แสดงประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนสินค้าขาย(ชิ้น)		เพิ่ม 5 %	เพิ่ม 5 %	เพิ่ม 7 %	เพิ่ม 7 %
เสื้อ	1,180.00	1,300.00	1,400.00	1,500.00	1,600.00
กางเกงขาสั้น	910.00	1,000.00	1,100.00	1,300.00	1,400.00
กางเกงขายาว	390.00	620.00	650.00	750.00	800.00
กระโปรง	575.00	750.00	800.00	900.00	950.00
เดรส	270.00	520.00	550.00	600.00	650.00
รวมจำนวนสินค้าที่ขาย	3,325.00	4,190.00	4,500.00	5,050.00	5,400.00
รายได้จากการขายสินค้าประกอบ(ชิ้น)					
สร้อยคอ	82.00	90.00	95.00	100.00	110.00
เข็มขัด	82.00	90.00	95.00	100.00	110.00
กระเป๋า	82.00	90.00	95.00	100.00	110.00
รองเท้า	270.00	290.00	300.00	320.00	340.00
รวมจำนวนสินค้าที่ขาย	516.00	560.00	585.00	620.00	670.00
บริการอื่น					
ปริมาณบริการแก่ทรง(ครั้ง)	118.00	130.00	140.00	150.00	160.00
รวมบริการอื่น	118.00	130.00	140.00	150.00	160.00
ราคาสินค้า(บาท/ชิ้น)					
เสื้อ	400.00	400.00	420.00	420.00	420.00
กางเกงขาสั้น	400.00	400.00	420.00	420.00	420.00
กางเกงขายาว	450.00	450.00	470.00	470.00	470.00
กระโปรง	400.00	400.00	420.00	420.00	420.00
เดรส	600.00	600.00	620.00	620.00	620.00
รวมสินค้าเฉลี่ย(บาท)	450.00	450.00	470.00	470.00	470.00
ราคาสินค้าประกอบ(บาท/ชิ้น)					
สร้อยคอ	150.00	150.00	180.00	180.00	180.00
เข็มขัด	150.00	150.00	180.00	180.00	180.00
กระเป๋า	300.00	300.00	350.00	350.00	350.00
รองเท้า	300.00	300.00	350.00	350.00	350.00
รวมสินค้าเฉลี่ย(บาท)	225.00	225.00	265.00	265.00	265.00

ตารางที่ 15 แสดงประมาณการรายได้จากการขายสินค้าและบริการ(ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
บริการอื่น					
อัตราบริการแก่ทรง(บาท/ครั้ง)	60.00	60.00	80.00	80.00	80.00
รวมบริการอื่นเฉลี่ย	60.00	60.00	80.00	80.00	80.00
รายได้จากการขาย (บาท)					
เนื้อ	472,000.00	520,000.00	588,000.00	630,000.00	672,000.00
กางเกงขายสั้น	364,000.00	400,000.00	462,000.00	546,000.00	588,000.00
กางเกงขายาว	175,500.00	279,000.00	305,500.00	352,500.00	376,000.00
กระโปรง	230,000.00	300,000.00	336,000.00	378,000.00	399,000.00
เดรส	162,000.00	312,000.00	341,000.00	372,000.00	403,000.00
รวมรายได้จากการขาย(บาท)	1,403,500.00	1,811,000.00	2,032,500.00	2,278,500.00	2,438,000.00
รายได้จากการขายสินค้าประกอบ(บาท)					
สร้อยคอ	12,300.00	13,500.00	17,100.00	18,000.00	19,800.00
เข็มขัด	12,300.00	13,500.00	17,100.00	18,000.00	19,800.00
กระเป๋า	24,600.00	27,000.00	33,250.00	35,000.00	38,500.00
รองเท้า	81,000.00	87,000.00	105,000.00	112,000.00	119,000.00
รวมรายได้จากการขายสินค้าประกอบ(บาท)	130,200.00	141,000.00	172,450.00	183,000.00	197,100.00
รายได้จากบริการอื่น(บาท)					
รายได้จากบริการแก่ทรง(บาท)	7,080.00	7,800.00	11,200.00	12,000.00	12,800.00
รวมรายได้จากบริการอื่น(บาท)	7,080.00	7,800.00	11,200.00	12,000.00	12,800.00
รวมรายได้สะสม(บาท)	1,540,780.00	1,959,800.00	2,216,150.00	2,473,500.00	2,647,900.00
เงินสตรับการขาย(บาท)	1,540,780.00	1,959,800.00	2,216,150.00	2,473,500.00	2,647,900.00

ตารางที่ 16 แสดงประมาณการต้นทุนวัตถุดิบทางตรง

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (หน่วย)		เพิ่ม 5 %	เพิ่ม 5 %	เพิ่ม 5 %	เพิ่ม 5 %
ผ้า	5,134.25	5,390.00	5,660.00	5,940.00	6,240.00
กระดุม	10,037.50	10,500.00	11,000.00	11,500.00	12,200.00
ซีป	2,062.50	2,160.00	22,700.00	2,380.00	2,500.00
ด้าย	330.00	340.00	340.00	360.00	380.00
ผ้าก๊อช	1,100.00	1,150.00	1,200.00	1,270.00	1,330.00
ลูกไม้	1,100.00	1,150.00	1,200.00	1,270.00	1,330.00
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบทางตรง (บาท/หน่วย)					
ผ้า	50.00	50.00	50.00	51.00	51.00
กระดุม	0.15	0.15	0.15	0.16	0.16
ซีป	1.00	1.00	1.00	1.25	1.25
ด้าย	8.00	8.00	8.00	8.25	8.25
ผ้าก๊อช	10.00	10.00	10.00	11.00	11.00
ลูกไม้	25.00	25.00	25.00	26.00	26.00
ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)					
ผ้า	256,712.50	269,500.00	283,000.00	302,940.00	318,240.00
กระดุม	1,505.63	1,575.00	1,650.00	1,840.00	1,952.00
ซีป	2,062.50	2,160.00	22,700.00	2,975.00	3,125.00
ด้าย	2,640.00	2,720.00	2,720.00	2,970.00	3,135.00
ผ้าก๊อช	11,000.00	11,500.00	12,000.00	13,970.00	14,630.00
ลูกไม้	27,500.00	28,750.00	30,000.00	33,020.00	34,580.00
รวมยอดซื้อวัตถุดิบทางตรงในการผลิต (บาท)	301,420.63	316,205.00	352,070.00	357,715.00	375,662.00
บวก ค่าขนส่งเข้า	10,000.00	11,000.00	12,000.00	13,000.00	14,000.00
ยอดซื้อวัตถุดิบทางตรง-สุทธิ	311,420.63	327,205.00	364,070.00	370,715.00	389,662.00
บวก วัตถุดิบทางตรงต้นงวด	-	31,142.06	32,720.50	36,407.00	37,071.50
หัก วัตถุดิบทางตรงปลายงวด	31,142.06	32,720.50	36,407.00	37,071.50	38,966.20
วัตถุดิบทางตรงใช้ไปในการผลิต	280,278.56	325,626.56	360,383.50	370,050.50	387,767.30
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต(บาท)	311,420.63	327,205.00	364,070.00	370,715.00	389,662.00

ตารางที่ 17 แสดงประมาณการต้นทุนการผลิตและต้นทุนขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการผลิตสินค้า(บาท)					
ค่าวัสดุดิบทางตรงในการผลิตสินค้า	235,570.44	278,921.56	291,313.50	315,275.50	330,345.30
ค่าแรงงานทางตรงในการผลิตสินค้า	485,750.00	586,900.00	645,750.05	709,275.05	779,400.05
ต้นทุนสินค้าประกอบ	91,140.00	98,700.00	120,715.00	128,100.00	137,970.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต	44,708.13	46,705.00	69,070.00	54,775.00	57,422.00
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า	857,168.56	1,011,226.56	1,126,848.55	1,207,425.55	1,305,137.35
สินค้าคงเหลือ (บาท)					
บวก สินค้าคงเหลือต้นงวด	-	85,716.86	101,122.66	112,684.86	120,742.56
หัก สินค้าคงเหลือปลายงวด	85,716.86	101,122.66	112,684.86	120,742.56	130,513.74
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)	771,451.71	995,820.76	1,115,286.35	1,199,367.85	1,295,366.17
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	576,890.00	685,600.00	766,465.05	837,375.05	917,370.05

หมายเหตุ:

ต้นทุนสินค้าประกอบ คือ สร้อยคอ เข็มขัด กระเป๋า รองเท้า
โดยมีต้นทุนประมาณ 70% ต่อยอดขาย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 18 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)					
เงินเดือนบุคลากร	204,000.00	214,000.00	224,000.00	234,000.00	244,000.00
ค่าเช่าพื้นที่	180,000.00	182,000.00	184,000.00	186,000.00	188,000.00
ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์	38,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา	12,000.00	12,000.00	12,000.00	13,000.00	13,000.00
ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร	6,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00
ค่าใช้จ่ายด้านยานพาหนะ	12,000.00	12,000.00	12,000.00	13,000.00	13,000.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเริ่มแรก	100,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	567,000.00	470,000.00	482,000.00	496,000.00	508,000.00
ค่าเสื่อมราคาส่วนการขายและบริหาร					
ค่าเสื่อมราคารถยนต์	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	59,999.00
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	9,460.00	9,460.00	9,460.00	9,460.00	9,440.00
รวมค่าเสื่อมราคา	69,460.00	69,460.00	69,460.00	69,460.00	69,439.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	636,460.00	539,460.00	551,460.00	565,460.00	577,439.00
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	567,000.00	470,000.00	482,000.00	496,000.00	508,000.00

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 19 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า	1,540,780.00	1,959,800.00	2,216,150.00	2,473,500.00	2,647,900.00
รวมรายได้	1,540,780.00	1,959,800.00	2,216,150.00	2,473,500.00	2,647,900.00
หัก - ต้นทุนขายสินค้า	771,451.71	995,820.76	1,115,286.35	1,199,367.85	1,295,366.17
กำไรขั้นต้น	769,328.29	963,979.24	1,100,863.65	1,274,132.15	1,352,533.83
หัก-ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	636,460.00	539,460.00	551,460.00	565,460.00	577,439.00
กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย	132,868.29	424,519.24	549,403.65	708,672.15	775,094.83
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	40,000.00	32,000.00	24,000.00	16,000.00	8,000.00
กำไรจากการดำเนินงานก่อนหักภาษีเงินได้	92,868.29	392,519.24	525,403.65	692,672.15	767,094.83
หัก - ภาษีเงินได้	0.00	24,451.92	38,880.53	70,734.23	84,018.77
กำไรสุทธิ	92,868.29	368,067.31	486,523.12	621,937.92	683,076.06
กำไรสะสม	92,868.29	460,935.61	947,458.73	1,569,396.65	2,252,472.71

ตารางแสดงการคำนวณภาษีบุคคลธรรมดา จำนวนจ่ายตามจริง

การคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	132,868.29	424,519.24	549,403.65	708,672.15	775,094.83
(หัก) ค่าลดหย่อนส่วนตัว	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
เงินได้ที่พึงประเมินสุทธิ	102,868.29	394,519.24	519,403.65	678,672.15	745,094.83
ช่วงภาษี 0-150,000 ได้รับการยกเว้น	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี 150,000-500,000 อัตราภาษี 10%	0.00	24,451.92	35,000.00	35,000.00	35,000.00
ช่วงภาษี 500,001-1,000,000 อัตราภาษี 20%	0.00	0.00	3,880.53	35,734.23	49,018.77
ช่วงภาษี 1,000,001-4,000,000 อัตราภาษี 30%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ช่วงภาษี 4,000,000 บาทขึ้นไป อัตราภาษี 37%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	0.00	24,451.92	38,880.53	70,734.23	84,018.77

ตารางที่ 20 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
เงินสดรับจากการขายสินค้า	1,540,780.00	1,959,800.00	2,216,150.00	2,473,500.00	2,647,900.00
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบทางตรงในการผลิต	(311,420.63)	(327,205.00)	(364,070.00)	(370,715.00)	(389,662.00)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต	(576,890.00)	(685,600.00)	(766,465.05)	(837,375.05)	(917,370.05)
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(567,000.00)	(470,000.00)	(482,000.00)	(496,000.00)	(508,000.00)
เงินสดจ่ายชำระค่านดอกเบี้ย	(40,000.00)	(32,000.00)	(24,000.00)	(16,000.00)	(8,000.00)
เงินสดจ่ายค่าภาษีเงินได้	0.00	0.00	(24,451.92)	(38,880.53)	(70,734.23)
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	45,469.38	444,995.00	555,163.03	714,529.42	754,133.72
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน					
เงินสดจ่ายลงทุนในรถยนต์	(300,000.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายลงทุนในเครื่องใช้สำนักงาน	(47,300.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	(347,300.00)	0.00	0.00	0.00	0.00
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน					
เงินสดรับจากการกู้ยืม	500,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดรับจากเจ้าของ	947,300.00	0.00	0.00	0.00	0.00
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	(100,000.00)	(100,000.00)	(100,000.00)	(100,000.00)	(100,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	1,347,300.00	(100,000.00)	(100,000.00)	(100,000.00)	(100,000.00)
กระแสเงินสดสุทธิ	1,045,469.38	344,995.00	455,163.03	614,529.42	654,133.72
บวก กระแสเงินสดต้นงวด	0.00	1,045,469.38	1,390,464.38	1,845,627.40	2,460,156.82
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	1,045,469.38	1,390,464.38	1,845,627.40	2,460,156.82	3,114,290.54

ตารางที่ 21 แสดงประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากสถาบันการเงิน	1,045,469.38	1,390,464.38	1,845,627.40	2,460,156.82	3,114,290.54
สินค้าคงเหลือ	116,858.92	133,843.16	149,091.86	157,814.06	169,479.94
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,162,328.29	1,524,307.53	1,994,719.26	2,617,970.88	3,283,770.48
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
อุปกรณ์-สุทธิ	277,840.00	208,380.00	138,920.00	69,460.00	21.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	277,840.00	208,380.00	138,920.00	69,460.00	21.00
รวมสินทรัพย์	1,440,168.29	1,732,687.53	2,133,639.26	2,687,430.88	3,283,791.48
หนี้สินหมุนเวียน					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	0.00	24,451.92	38,880.53	70,734.23	84,018.77
เงินกู้ระยะยาวที่กำหนดชำระในปี	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	0.00
รวมหนี้สินหมุนเวียน	100,000.00	124,451.92	138,880.53	170,734.23	84,018.77
หนี้สินไม่หมุนเวียน					
เงินกู้ระยะยาว	300,000.00	200,000.00	100,000.00	0.00	0.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	300,000.00	200,000.00	100,000.00	0.00	0.00
รวมหนี้สิน	400,000.00	324,451.92	238,880.53	170,734.23	84,018.77
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุน-นางสาวสิริวรรณ บุญทองใหม่	450,000.00	450,000.00	450,000.00	450,000.00	450,000.00
ทุน-นางสาวนิตา มณฑกานติ	497,300.00	497,300.00	497,300.00	497,300.00	497,300.00
กำไรสะสม	92,868.29	460,935.61	947,458.73	1,569,396.65	2,252,472.71
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,040,168.29	1,408,235.61	1,894,758.73	2,516,696.65	3,199,772.71
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,440,168.29	1,732,687.53	2,133,639.26	2,687,430.88	3,283,791.48

ตารางที่ 22 แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)	11.62	12.25	14.36	15.33	39.08
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick Ratio)	10.45	11.17	13.29	14.41	37.07
อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์					
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover)	9.00	9.85	9.90	9.93	9.93
ระยะเวลาสินค้าค้างเหลือ (Inventory Turnover Period)	40.56	37.06	36.88	36.75	36.78
อัตราการหมุนของสินทรัพย์ถาวร	32.57	41.43	46.85	52.29	55.98
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม	1.07	1.13	1.04	0.92	0.81
อัตราส่วนวัดความสามารถในการก่อหนี้					
อัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio)	0.34	0.21	0.12	0.07	0.03
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio)	0.38	0.23	0.13	0.07	0.03
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio)	3.32	13.27	22.89	44.29	96.89
อัตราส่วนวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	6.45	21.24	22.80	23.14	20.80
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	8.93	26.14	25.68	24.71	21.35
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)	49.93	49.19	49.67	51.51	51.08
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)	8.62	21.66	24.79	28.65	29.27
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	474,170.26				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	16.73%				
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	3 ปี 7 เดือน				

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 8 แผนฉุกเฉิน

เพื่อให้ร้านสามารถปรับแผนดำเนินงานในสถานการณ์ที่ไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ โดยมีแผนรองรับปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ดังนี้

1. การเข้ามาของกลุ่มรายใหม่

- รักษาระดับการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อคงรักษาลูกค้าเดิมไว้ โดยการจัดทำกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมกับทางร้าน เช่น การจัดกิจกรรมเปิดรับบริจาคเสื้อผ้าเพื่อส่งต่อให้กับมูลนิธิต่างๆ ที่เปิดรับบริจาคเสื้อผ้ามือสอง อย่างเช่น มูลนิธิกระจกเงา ซึ่งทางมูลนิธิได้มีโครงการกองทุนเสื้อผ้ามือสองที่ได้ดำเนินกิจกรรมมาเป็นระยะเวลาหลายปี โดยจะทำการระดมสิ่งของต่างๆ ที่มีความจำเป็นต่อชาวบ้านและเด็กๆ แต่เป็นสิ่งเหลือใช้สำหรับผู้บริจาค และ ทางร้านจะมีเชิญชวนผู้มีจิตศรัทธาร่วมบริจาคเงินผ่านการซื้อเสื้อผ้า โดยทางร้านจะร่วมบริจาคเงินเพิ่มมูลค่าตัวละ 20 บาท เพื่อนำเงินในส่วนนี้ซื้ออุปกรณ์การเรียน สมุด ดินสอ และอุปกรณ์กีฬาให้กับน้องๆ ตามโรงเรียนต่างๆ จำนวนทั้งสิ้น 17 โรงเรียน ซึ่งรวมทั้ง ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนและศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่อยู่บนดอยสูง และของเล่นเสริมทักษะสำหรับเด็กในวัยเรียน เพื่อเสริมสร้างพัฒนาการของเด็กในการเรียนรู้นอกบทเรียน ให้เด็กรู้จักใช้ความคิด และจินตนาการรวมไปถึงอาสาสมัครประจำบ้าน เพื่อบริจาคให้ตามโรงเรียนและหมู่บ้านต่างๆ เก็บไว้เป็นส่วนกลาง เพราะหมู่บ้านต่างๆ อยู่ห่างไกลถนน และโรงพยาบาล ประกอบกับการเดินทางยากลำบากในช่วงหน้าฝน

- จัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อดึงลูกค้าใหม่ให้เข้ามาใช้บริการ เช่น ให้ส่วนลดสินค้า การแถมสินค้า การกำหนดยอดในการซื้อสินค้า การให้ของขวัญพิเศษ ฯลฯ มาใช้เป็นแรงจูงใจ และส่งเสริมการขายด้วยการมุ่งสู่พนักงานขาย สามารถใช้วิธีการกระตุ้นด้วยการให้โบนัสพิเศษ การกำหนดเป้าการขาย เพื่อกระตุ้นให้พนักงานขายสินค้าได้มากขึ้น

2. ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย

- เพิ่มการส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ เช่น เพิ่มการแจกใบปลิว (Leaflets) แคตตาล็อก (Catalogs) และเครื่องหมายที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า (Display Signs) รวมถึงการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อเป็นการกระตุ้นการซื้อสินค้า
- เตรียมจัดหาแหล่งเงินทุน เช่น การระดมทุนจากหุ้นส่วน เพื่อนำมาใช้หมุนเวียน เป็นป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาขาดสภาพคล่อง

3. จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

- วางแผนจัดหาพนักงานตัดเย็บเพิ่มในการเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

- วางแผนขยายสาขาไปยังจตุจักร ชลบุรีเพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

4. ราคาของสินค้าต้นทุนที่เพิ่มขึ้น

- เจรจาท่องกับผู้ผลิต ให้ลดราคาสินค้าลง
- เลือกวัดถุดิบใหม่หรือผู้ผลิตรายใหม่เข้ามาทดแทน
- ทำการเช็คราคาสินค้าล่วงหน้าอย่างสม่ำเสมอ และใช้การสต็อกสินค้าให้มากขึ้นเพื่อยืดเวลาในการแก้ปัญหาราคาสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้น

5. การลาออกของพนักงาน

- จัดสวัสดิการที่ดีให้แก่พนักงาน เช่น ประกันสังคม ค่ารักษาพยาบาล การให้เงินช่วยเหลือต่างๆ เช่น งานแต่งงาน เงินโบนัส ค่าครองชีพ เบี้ยขยันค่าล่วงเวลา เพื่อป้องกันการลาออกของพนักงาน

- มีกฎระเบียบให้แจ้งล่วงหน้าก่อนการลาออกอย่างน้อย 1 เดือน หากไม่

ปฏิบัติตามจะไม่จ่ายเงินเดือนในเดือนสุดท้าย

6. การขาดสภาพคล่องทางการเงิน

- ทำการระดมทุนจากหุ้นส่วน เพื่อเป็นการเพิ่มเงินทุน
- จัดทำวงเงินเบิกเกินบัญชีกับธนาคารไว้ล่วงหน้า
- จัดทำบกระแสดเงินสดประมาณการล่วงหน้า เพื่อดูความต้องการใช้เงินในช่วงเวลาต่างๆ

7. สินค้าล้ำสมัย

- นำสินค้าที่วางจำหน่ายนานเกิน 3 เดือนมาลดราคาหน้าร้าน
- นำสินค้าที่ล้ำสมัยมาปรับรูปแบบใหม่ เพื่อให้ดูทันสมัย
- ปรับการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและภาวะเศรษฐกิจ

เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายให้คุ้มค่าที่สุด

และหากแผนธุรกิจไม่ได้เป็นไปตามเป้าหมาย ร้าน Wonder Cat จะปรับเปลี่ยนกิจการเป็นร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับคนท้องหรือร้านขายรองเท้าแฟชั่นพิเศษ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 9
แนวทางปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ

ด้านการบริหารจัดการ

งานที่ต้องปรับปรุง : เพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการร้านในหลายๆ ด้านเพื่อให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน เช่น

- เพิ่มศักยภาพด้านการบริหารด้านบุคลากร
- เพิ่มศักยภาพด้านการบริหารด้านการเงิน และบัญชี
- เพิ่มศักยภาพด้านการบริหารด้านการตลาด และการขาย
- เพิ่มศักยภาพด้านการบริหารด้านการจัดเก็บ วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่ตัดเย็บเสร็จแล้วรอจำหน่าย

วิธีการ : เปิดรับข่าวสารในหลายๆ ด้านเพื่อ ให้มีความรู้ที่ทันยุค ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รวมถึงเข้ารับการอบรมในหลักสูตรต่างๆ ของสถาบันการบริหารและจิตวิทยา ซึ่งมีให้เลือกเข้ารับการ อบรมในหลายๆ ด้านเช่น ด้านการบริหารจัดการ ด้านการเงิน และบัญชี ด้านการตลาดและการขาย รวมถึงทางด้านของ กฎหมาย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ : สามารถบริการจัดการร้านให้สอดคล้องกับสถานะ เศรษฐกิจในปัจจุบัน รวมถึงมีความสามารถในการบริการ จัดการด้านบุคลากรและการจัดเก็บวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์

ด้านการตลาด

งานที่ต้องปรับปรุง : ส่งเสริมทางการตลาดให้แบรนด์ Wonder Cat เป็นที่รู้จักและยอมรับในวงกว้าง

วิธีการ : ลงโฆษณาในนิตยสาร chonburi108 และอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ www.chonburi108.com เพื่อให้ลูกค้าในจังหวัดชลบุรีรู้ว่าแบรนด์ Wonder Cat เป็นแบรนด์เสื้อผ้าสำหรับคนอ้วนที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากร้านอื่นๆ รวมถึงมีการตัดเย็บที่ปราณีต และมีร้านจัดจำหน่ายอยู่ที่ศูนย์การค้าแปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา เนื่องจาก การโฆษณาผ่านทางหนังสือ และทางอินเทอร์เน็ต มีคุณสมบัติที่โดดเด่นคือการโฆษณาเพียงครั้งเดียวสามารถทำให้ผู้คนที่ทราบถึงตัวผลิตภัณฑ์ สามารถแทรกซึมเข้าไปยังตลาดได้ดี มีการแสดงออกที่ดีในด้านการใช้สื่อหนังสือ สีสัน ภาพ และเสียง

จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย ด้วยการแจกคู่มือพร้อมใบปลิว การให้ส่วนลดเงินสด การจับฉลากชิงรางวัล ฯลฯ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจในแบรนด์นี้รวมถึงตัวสินค้าที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากร้านเสื้อผ้าสำเร็จรูปร้านอื่นๆ และสนใจซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น

ผลที่คาดว่าจะได้รับ : มีคนรู้จักแบรนด์ Wonder Cat มากขึ้นและเป็นที่ยอมรับของตลาดคนอ้วน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ด้านการผลิต

- งานที่ต้องปรับปรุง :** เพิ่มศักยภาพในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ขยายสายของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น การบริการด้านการตัดเย็บเฉพาะบุคคล
- วิธีการ :** เพิ่มศักยภาพในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยการเข้ารับการอบรมของ Raffles Design Institute อย่างสม่ำเสมอ และ ส่งเสริมการเรียนรู้จากหนังสือ นิตยสารรวมถึงอินเทอร์เน็ต เพื่อ ความสามารถในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ขยายสายผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มมากขึ้น เช่น ชุดสูท ชุดราตรี รวมถึงชุดที่ใส่ในโอกาสพิเศษต่างๆ
- เพิ่มในส่วนของการบริการลูกค้าในด้านของการตัดเย็บ เฉพาะบุคคล เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ อย่างแท้จริง
- ผลที่คาดว่าจะได้รับ :** เกิดความคิดใหม่ๆ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายสามารถตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี
- มีผลิตภัณฑ์ที่ตัดเย็บเฉพาะรายบุคคลทำให้สินค้ามีความ แตกต่างและโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ภายใต้แบรนด์ Wonder cat เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการความแตกต่าง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

วิจิตร ประเสริฐธรรม. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต, 2548
สุทธยา สุขสม. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏนครสวรรค์, 2544
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์มและเท็กซ์
จำกัด, 2541



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แบบสอบถามชุดที่ []
ผู้สัมภาษณ์ _____

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสตรีไซส์พิเศษของประชากรที่มีอายุระหว่าง 16-40 ปี ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเสื้อผ้าสตรีของผู้บริโภค
2. ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสตรีของผู้บริโภค

คำชี้แจง

1. ขอความกรุณาจากท่านในการตอบคำถามตามเงื่อนไขของแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ คำตอบของท่านมีคุณค่าในการทำวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัยอย่างมาก
2. แบบสอบถามสำหรับงานวิจัยนี้ คำถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าสตรีของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสตรีของผู้บริโภค

3. ข้อมูลที่ได้รับจากแต่ละท่านถือเป็นความลับ และการนำเสนอข้อมูลจะนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น
4. โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () หรือเติมข้อความในช่องว่างให้ตรงกับความ

จริงมากที่สุด

ผลส่ง ในวชิรญาณศึกษา ระดับปริญญาตรี

สำหรับผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. อายุ () น้อยกว่า 15 ปี (สิ้นสุดการทำแบบสอบถาม)
 () 16 – 20 ปี () 21 – 25 ปี
 () 26 – 30 ปี () 31 – 35 ปี
 () 36 – 40 ปี () 41 ปีขึ้นไป (สิ้นสุดการทำแบบสอบถาม)
2. สถานะภาพ () โสด () สมรส
 () หย่า () อื่นๆ โปรดระบุ _____
3. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน (เลือกระดับการศึกษาสูงสุดเพียง 1 ข้อ)
 () ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า () มัธยมศึกษาตอนต้น
 () มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า () ปวช.
 () ปวส. หรือ อนุปริญญา () ปริญญาตรี
 () ปริญญาโท () ปริญญาเอก
 () อื่นๆ โปรดระบุ _____
4. อาชีพ () ข้าราชการ () พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 () พนักงานบริษัทเอกชน () กิจการส่วนตัว
 () อื่นๆ โปรดระบุ _____
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน
 () น้อยกว่า 10,000 บาท () 10,001 – 20,000 บาท
 () 20,001 – 30,000 บาท () 30,001 – 40,000 บาท
 () 40,001 – 50,000 บาท () 50,001 บาท ขึ้นไป
6. จำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตัวท่าน)
 () 1 - 3 คน () 4 - 6 คน
 () 6 คน ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าสตรีของผู้บริโภค

7. ส่วนใหญ่ท่านซื้อเสื้อผ้าจากที่ใด
 () ร้านเสื้อผ้าสำเร็จรูป (ตอบข้อ 8) () สั่งตัด (ตอบข้อ 10)
 () อินเทอร์เน็ต (ตอบข้อ 10) () อื่นๆ โปรดระบุ _____
8. ในปัจจุบันท่านซื้อเสื้อผ้าคนอ้วนที่โรบินสันศรีราชาหรือไม่
 () ซื้อ (ตอบข้อ 9) () ไม่ซื้อ (ตอบข้อ 10)
9. ถ้าท่านซื้อเสื้อผ้าคนอ้วนที่โรบินสันศรีราชาท่านซื้อจากร้านใด
 () ร้านเสื้อคนอ้วน () ร้าน Fat Story
10. หากมีร้านเสื้อผ้าคนอ้วนเปิดใหม่ที่โรบินสันศรีราชาท่านจะลองซื้อหรือไม่
 () ซื้อ () ไม่ซื้อ

11. ปัจจัยต่อไปนี้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากน้อยเพียงใด

11. []

ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปแบบเสื้อผ้า					
2. ครายี่ห้อ					
3. รูปแบบบรรจุภัณฑ์					
4. ราคาเหมาะสม					
5. สถานที่ในการซื้อ					
6. การบริการหรือนำเสนอของผู้ขายใน กาตัดสินใจซื้อ					
7. การส่งเสริมการขาย					
8. บริการหลังการขาย เช่น การแก้ไข ซ่อมแซมเสื้อผ้า					

12. รายการส่งเสริมการขายต่อไปนี้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ มากน้อยเพียงไร

12. []

รายการส่งเสริมการขาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. มีส่วนลด					
2. มีของแถม					
3. มีการสะสมแต้ม					
4. ชิงโชครางวัล เช่น คอร์สอบรมการ แต่งหน้า คอร์สอบรมโยคะ					

13. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าโดยเฉลี่ยทั้งหมดต่อเดือน

13. []

() น้อยกว่า 1,000 บาท

() 1,001 – 2,000 บาท

() 2,001 – 3,000 บาท

() 3,001 – 4,000 บาท

() 5,001 บาท ขึ้นไป

ผลงานวิจัยระดับปริญญาตรี

17. ปริมาณในการซื้อเสื้อผ้าสตรีสำหรับตัวคุณเองในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา

17. []

สินค้า	1 ตัว	2-4 ตัว	5-7 ตัว	8-10 ตัว	มากกว่า 11 ตัว	ไม่เคยซื้อเลย
1. เสื้อยืด						
2. เสื้อเชิ้ต						
3. กระโปรง						
4. กางเกงขาสั้น						
5. กางเกงขายาว						
6. ชุดเดรส						
7. ชุดทำงาน						

18. เสื้อผ้าที่ท่านซื้อ ท่านมักซื้อช่วงใดของเดือนมากที่สุด

18. []

- () ต้นเดือน (วันที่ 1-10) () กลางเดือน (วันที่ 11-20)
 () ปลายเดือน (วันที่ 21-31) () ไม่แน่นอน
 () อื่นๆ โปรดระบุ _____

19. ท่านซื้อเสื้อผ้าสตรีไปให้ใครบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

19. []

- () ตัวเอง () สมาชิกในครอบครัว
 () เพื่อน () อื่นๆ โปรดระบุ _____

20. เสื้อผ้าที่ท่านซื้อ ท่านมักซื้อสีใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

20. []

- () ขาว () ดำ
 () เทา () น้ำตาล
 () น้ำเงิน/ฟ้า () ม่วง
 () เหลือง/ส้ม () เขียว
 () แดง () อื่นๆ โปรดระบุ _____

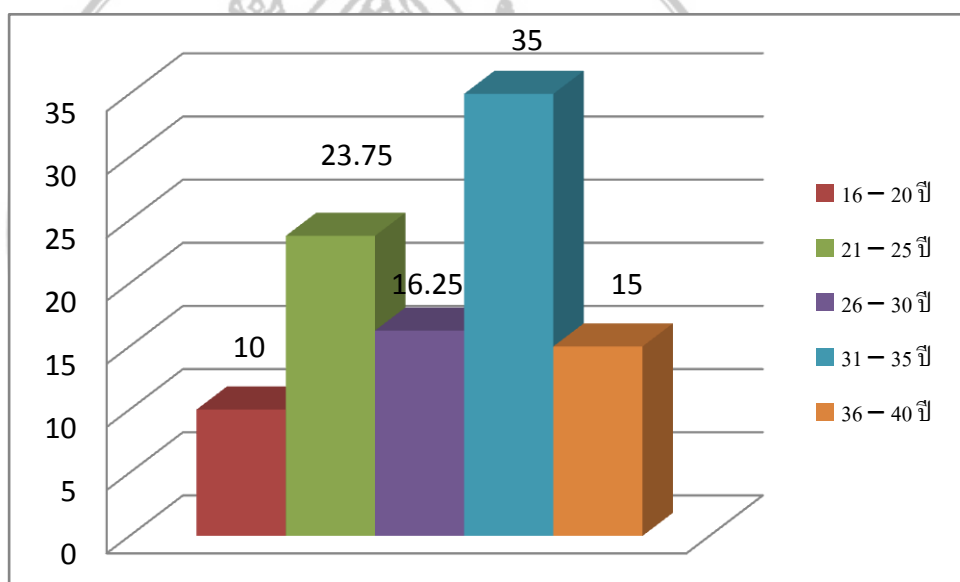
“ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามนี้เป็นอย่างสูง”

สรุปแบบสอบถาม

ข้อมูลที่ศึกษาได้มาจากการแจกแบบสอบถามในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี จำนวน 80 ราย โดยทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากนั้นได้นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เพื่อที่จะทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสตรีไซส์พิเศษของประชากรที่มีอายุระหว่าง 16 - 40 ปี ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี จากกลุ่มตัวอย่าง 80 คน ซึ่งแบบสอบถามนี้ได้แบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1.) ระบุอายุ แบ่งออกเป็น

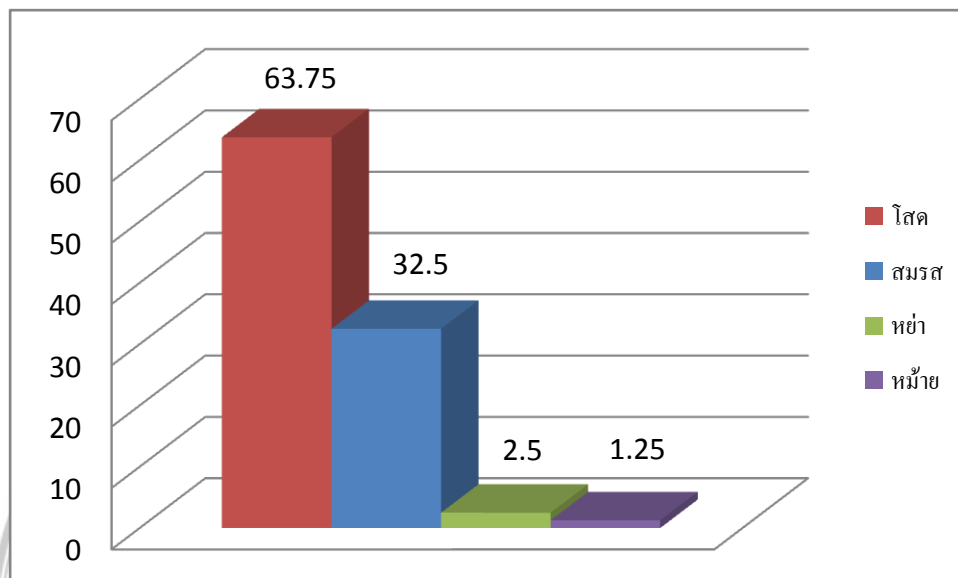


แผนภาพที่ 18 แสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

- อายุอายุระหว่าง 16 – 20 ปี ร้อยละ 10
- อายุระหว่าง 21 – 25 ปี ร้อยละ 23.75
- อายุระหว่าง 26 – 30 ปี ร้อยละ 16.25
- อายุระหว่าง 31 – 35 ปี ร้อยละ 35
- อายุระหว่าง 36 – 40 ปี ร้อยละ 15

2.) สถานภาพการสมรส แบ่งออกเป็น

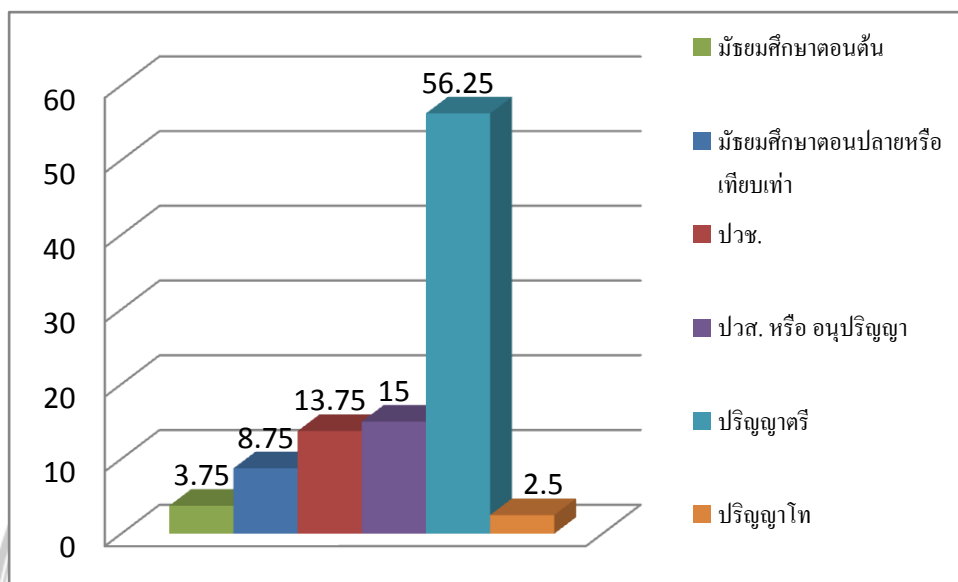


แผนภาพที่ 19 แสดงสถานะภาพของกลุ่มตัวอย่าง

- โสด ร้อยละ 63.75
- สมรส ร้อยละ 32.5
- หย่า ร้อยละ 2.5
- หม้าย ร้อยละ 1.25

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

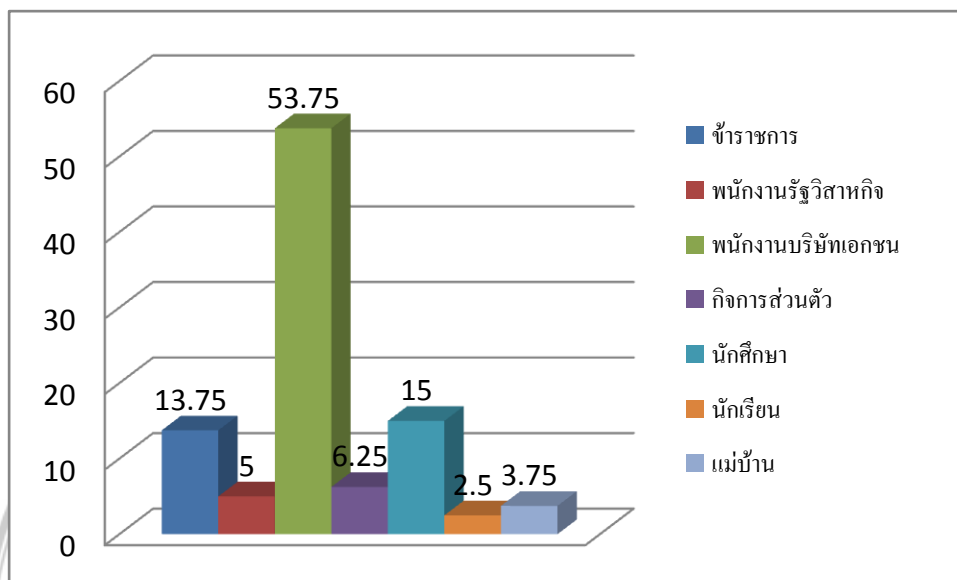
3.) ระดับการศึกษา แบ่งเป็น



แผนภาพที่ 20 แสดงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

- มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 3.75
- มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ร้อยละ 8.75
- ปวช. ร้อยละ 13.75
- ปวส. หรือ อนุปริญญา ร้อยละ 15
- ปริญญาตรี ร้อยละ 56.25
- ปริญญาโท ร้อยละ 2.5

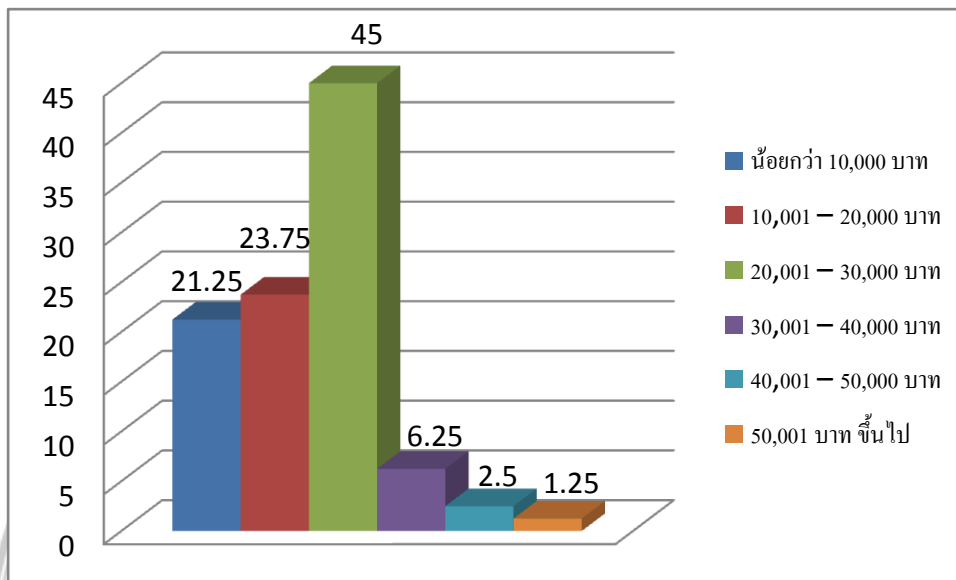
4.) อาชีพ แบ่งออกเป็น



แผนภาพที่ 21 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

- ข้าราชการ ร้อยละ 13.75
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 5
- พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 53.75
- กิจการส่วนตัว ร้อยละ 6.25
- นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 17.5
- แม่บ้าน ร้อยละ 3.75

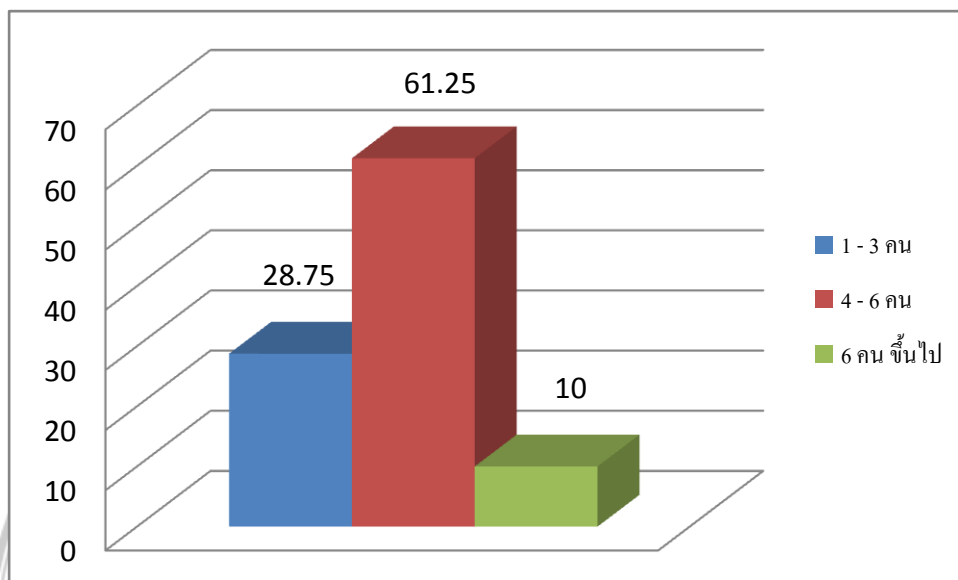
5.) รายได้ต่อเดือน แบ่งออกเป็น



แผนภาพที่ 22 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

- น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 21.25
- 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 23.75
- 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 45
- 30,001 - 40,000 บาท ร้อยละ 6.25
- 40,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 2.5
- 50,001 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 1.25

6.) จำนวนสมาชิกในครอบครัว

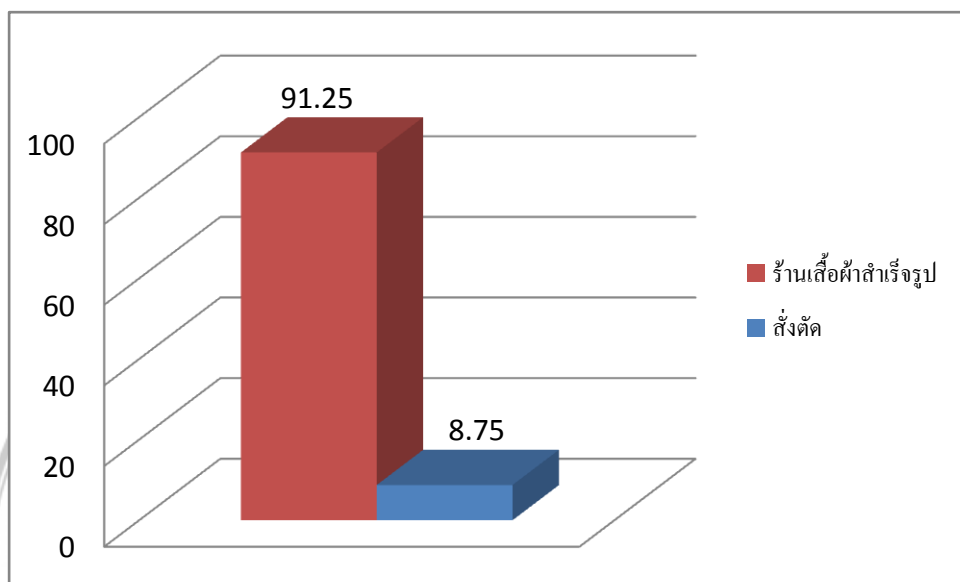


แผนภาพที่ 23 แสดงจำนวนสมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง

- 1 - 3 คน ร้อยละ 28.75
- 4 - 6 คน ร้อยละ 61.25
- 6 คน ขึ้นไป ร้อยละ 10

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าสตรีของผู้บริโภค

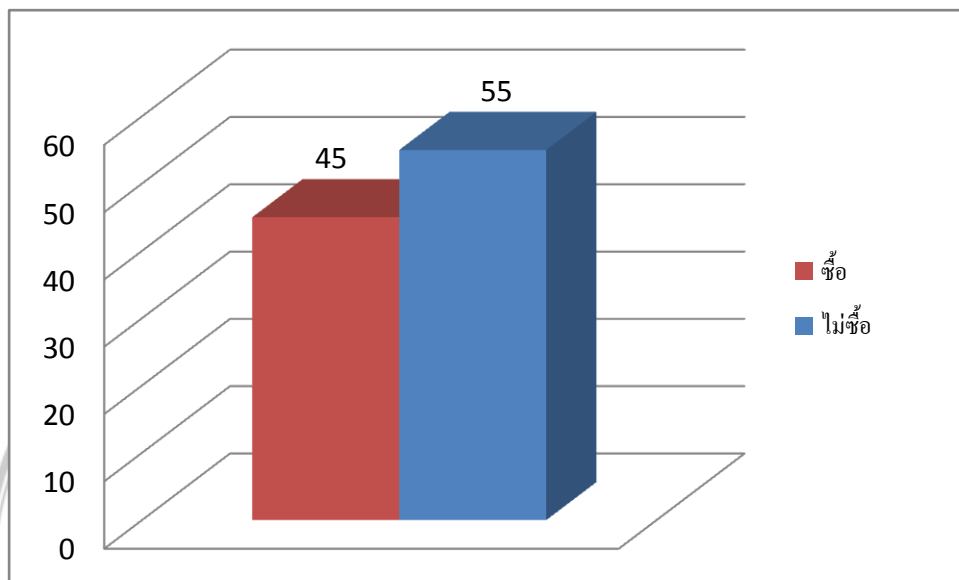
7.) สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีการหาซื้อเสื้อผ้าจาก



แผนภาพที่ 24 แสดงแหล่งซื้อเสื้อผ้าของกลุ่มตัวอย่าง

- ร้านเสื้อผ้าสำเร็จรูป ร้อยละ 91.25
- ร้านตัดเสื้อ ร้อยละ 8.75

8.) สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อเสื้อผ้าคนอ้วนที่โรบินสันศรีราชา

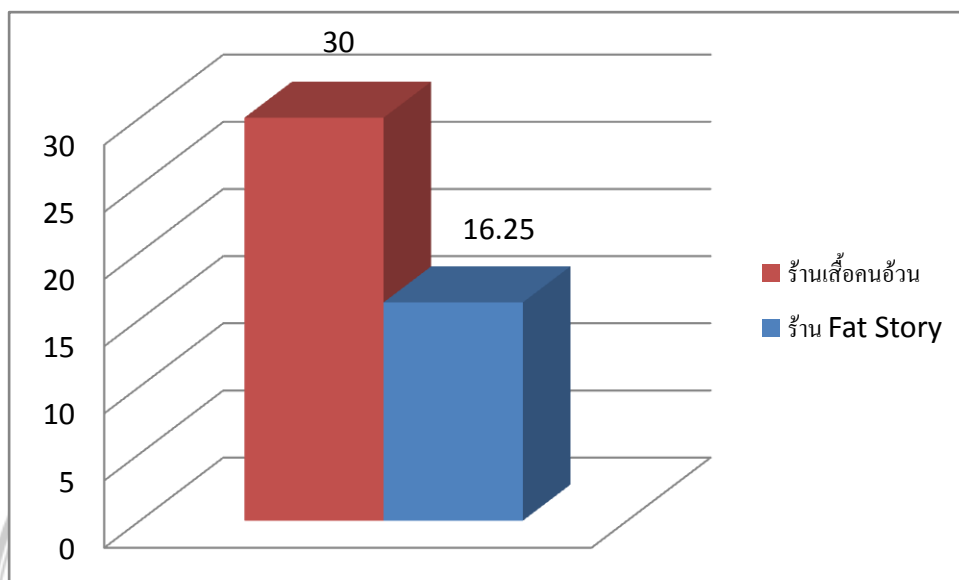


แผนภาพที่ 25 แสดงสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อเสื้อผ้าคนอ้วนที่โรบินสันศรีราชา

- ซื้อ ร้อยละ 45
- ไม่ซื้อ ร้อยละ 55

ผลงานวิทยุนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

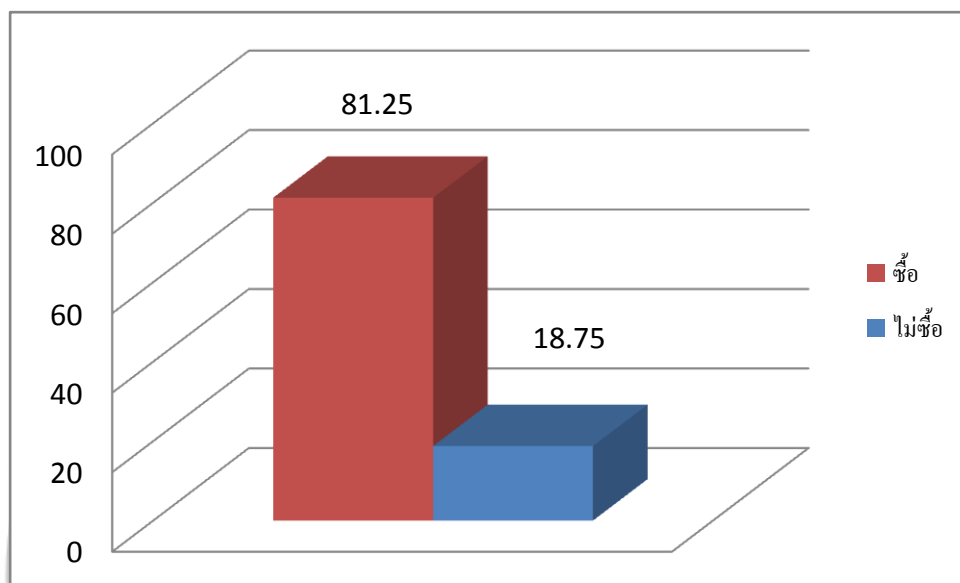
9.) สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อเสื้อผ้าคนอ้วนจากร้านที่โรบินสันศรีราชา



แผนภาพที่ 26 แสดงสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อเสื้อผ้าคนอ้วนจากร้านที่โรบินสันศรีราชา

- ร้านเสื้อคนอ้วน ร้อยละ 30
- ร้าน Fat Story ร้อยละ 15
- ไม่ซื้อ ร้อยละ 55

10.) สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่จะลงชื่อเสื้อผ้าคนอ้วนหากมีการเปิดร้านใหม่ที่โรบินสัน ศรีราชา

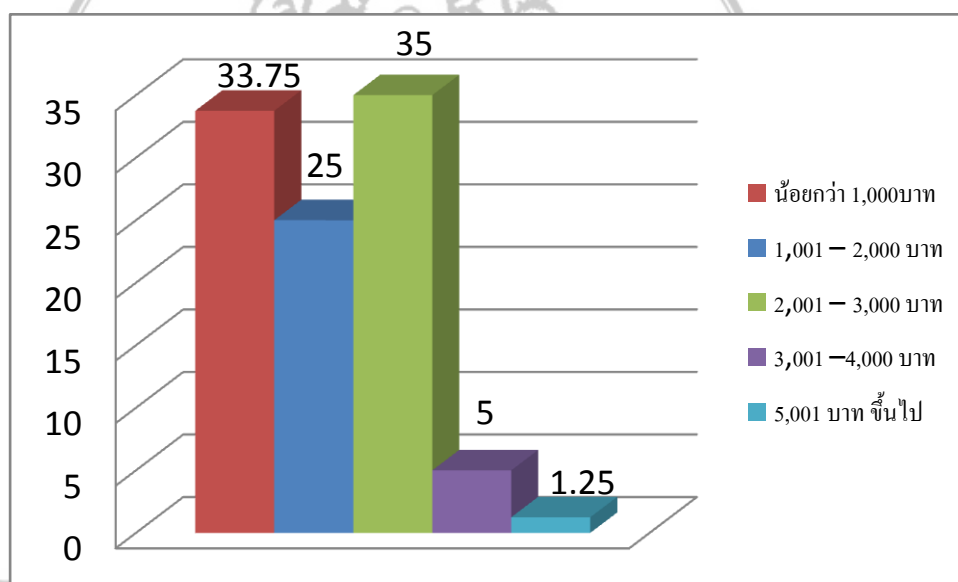


แผนภาพที่ 27 แสดงสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่จะลงชื่อเสื้อผ้าคนอ้วนหากมีการเปิดร้านใหม่ที่โรบินสันศรีราชา

- ใช่ ร้อยละ 81.25
- ไม่ใช่ ร้อยละ 18.75

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

- 11.) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อเสื้อผ้าของสตรีพบว่ารูปแบบเสื้อผ้าและราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ส่วนการส่งเสริมการขายและการบริการหรือแนะนำของผู้ขายในการตัดสินใจซื้อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองลงมา
- 12.) รายการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่มากที่สุด คือ การมีส่วนลดและการมีของแถม ส่วนการสะสมแต้มและการชิงโชครางวัล เช่น คอร์สอบรมการแต่งหน้า คอร์สอบรมโยคะ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองลงมา
- 13.) จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าโดยเฉลี่ยต่อเดือน



แผนภาพที่ 28 แสดงค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

- น้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 33.75
- 1,001 – 2,000 บาท ร้อยละ 25
- 2,001 – 3,000 บาท ร้อยละ 35
- 3,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 5
- 4,001 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 1.25

14.) ราคาที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสมสำหรับสินค้าต่อไปนี้

- | | |
|----------------|-------------------------------|
| ● เสื้อยืด | ควรมีราคาประมาณ 201 – 400 บาท |
| ● เสื้อเชิ้ต | ควรมีราคาประมาณ 201 – 400 บาท |
| ● กระโปรง | ควรมีราคาประมาณ 201 – 400 บาท |
| ● กางเกงขาสั้น | ควรมีราคาประมาณ 201 – 400 บาท |
| ● กางเกงขายาว | ควรมีราคาประมาณ 401 – 600 บาท |
| ● ชุดเดรส | ควรมีราคาประมาณ 401 – 600 บาท |
| ● ชุดทำงาน | ควรมีราคาประมาณ 601 – 800 บาท |

15.) ปัญหาส่วนใหญ่ที่พบในการซื้อเสื้อผ้าของคนอ้วนมากที่สุด คือ รูปแบบเสื้อผ้าไม่ตรงกับความต้องการและราคาไม่เหมาะสม ปัญหารองลงมา คือ การไม่บริการของผู้ขาย การหาสถานที่ในการซื้อเสื้อผ้าและเนื้อผ้าใส่ไม่สบายตัว ส่วนปัญหาที่พบน้อยที่สุด คือ สินค้ามีตำหนิและไม่มีบริการแก้ทรงหากสวมใส่ไม่พอดี

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสตรีของผู้บริโภค

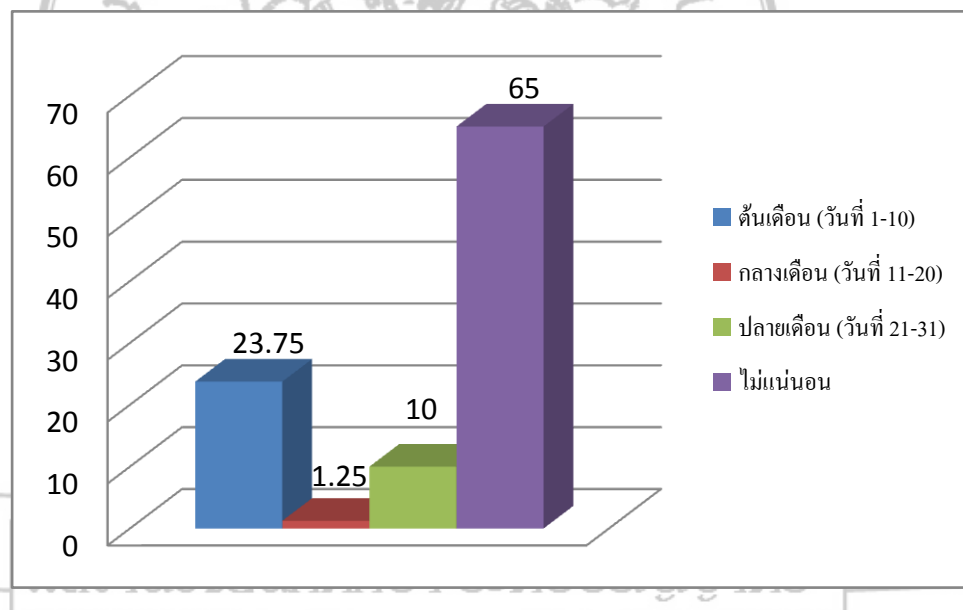
16.) การศึกษาความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีการซื้อ

- | | |
|----------------|------------------------------|
| ● เสื้อยืด | เฉลี่ย 4 สัปดาห์ต่อครั้ง |
| ● กางเกงขาสั้น | เฉลี่ย 6 สัปดาห์ต่อครั้ง |
| ● เสื้อเชิ้ต | เฉลี่ย 2 เดือนต่อครั้ง |
| ● กระโปรง | เฉลี่ย 2 เดือนต่อครั้ง |
| ● กางเกงขายาว | เฉลี่ย 2 เดือนต่อครั้ง |
| ● ชุดทำงาน | เฉลี่ยสูงสุด ไม่มีการซื้อเลย |

17.) การศึกษาปริมาณในการซื้อเสื้อผ้าในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาพบว่าการซื้อ

- | | |
|----------------|-----------------------------|
| • เสื้อยืด | เฉลี่ย 8 - 10 ตัวต่อคน |
| • เสื้อเชิ้ต | เฉลี่ย 5 - 7 ตัวต่อคน |
| • กระโปรง | เฉลี่ย 5 - 7 ตัวต่อคน |
| • กางเกงขาสั้น | เฉลี่ย 5 - 7 ตัวต่อคน |
| • กางเกงขาวาว | เฉลี่ย 2 - 4 ตัวต่อคน |
| • ชุดเกรส | เฉลี่ย 2 - 4 ตัวต่อคน |
| • ชุดทำงาน | เฉลี่ยสูงสุดไม่มีการซื้อเลย |

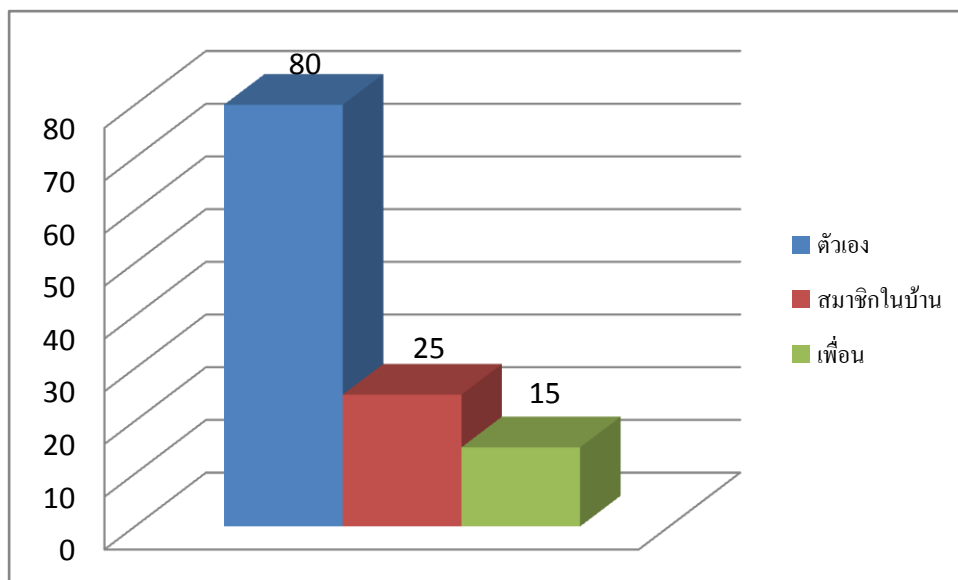
18.) การศึกษาช่วงเวลาในการซื้อเสื้อผ้าพบว่าการซื้อเสื้อผ้าในช่วงเวลา



แผนภาพที่ 29 แสดงช่วงเวลาในการซื้อเสื้อผ้าของกลุ่มตัวอย่าง

- | | |
|------------------------------|--------------|
| • ต้นเดือน (วันที่ 1 - 10) | ร้อยละ 23.75 |
| • กลางเดือน (วันที่ 11 - 20) | ร้อยละ 1.25 |
| • ปลายเดือน (วันที่ 21 - 31) | ร้อยละ 10 |
| • ไม่แน่นอน | ร้อยละ 65 |

19.) การศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสตรีพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อจะซื้อไปให้



แผนภาพที่ 30 แสดงบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างซื้อเสื้อผ้าไปให้

- ตัวเอง ร้อยละ 80
- สมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 25
- เพื่อน ร้อยละ 15

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

20.) การศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสตรีพบว่าสามารถแยกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่

1. กลุ่มที่เน้นการแต่งตัวเพื่อพรางรูปร่าง

จากการศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าพบว่ามียุคกลุ่มลูกค้า 50% ขึ้นไป มีการเลือกซื้อเสื้อผ้าในโทนสีเข้ม (ดำ เทาและน้ำตาล) เพื่อเป็นการพรางรูปร่างของตนเอง

2. กลุ่มที่เน้นการแต่งตัวอย่างมีสีสันและไม่ต้องการเน้นรูปร่าง

จากการศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าพบว่ามียุคกลุ่มลูกค้า 50% ขึ้นไป มีการเลือกซื้อเสื้อผ้าในโทนสีเข้ม (ม่วงและเขียว)

3. กลุ่มที่เน้นการแต่งตัวอย่างมีสีสันสดใส

จากการศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าพบว่ามียุคกลุ่มลูกค้า 20% มีการเลือกซื้อเสื้อผ้าสีสันสดใส (ขาว น้ำเงิน/ฟ้า เหลือง/ส้ม แดงและชมพู) เพื่อเป็นการพรางรูปร่างของตนเอง



ภาคผนวก ข
ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากรหญิงที่มีอายุระหว่าง 16-40 ปี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 23 แสดงข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากรในจังหวัดชลบุรี
ณ เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2550

ลักษณะข้อมูล	ชาย	หญิง	รวม
แยกตามเพศ	607,029	626,417	1,233,446

ตารางที่ 24 แสดงข้อมูลสถิติเพศหญิงแยกตามช่วงอายุ (ปี)

อายุ	หญิง	อายุ	หญิง
16 ปี	8,830	29 ปี	8,637
17 ปี	8,420	30 ปี	8,949
18 ปี	8,091	31 ปี	8,489
19 ปี	8,889	32 ปี	8,802
20 ปี	9,529	33 ปี	10,178
21 ปี	10,514	34 ปี	11,058
22 ปี	11,435	35 ปี	11,418
23 ปี	12,043	36 ปี	12,189
24 ปี	11,649	37 ปี	11,906
25 ปี	11,445	38 ปี	12,207
26 ปี	12,599	39 ปี	12,259
27 ปี	11,869	40 ปี	12,154
28 ปี	11,353	รวม	264,912

ที่มา: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2550



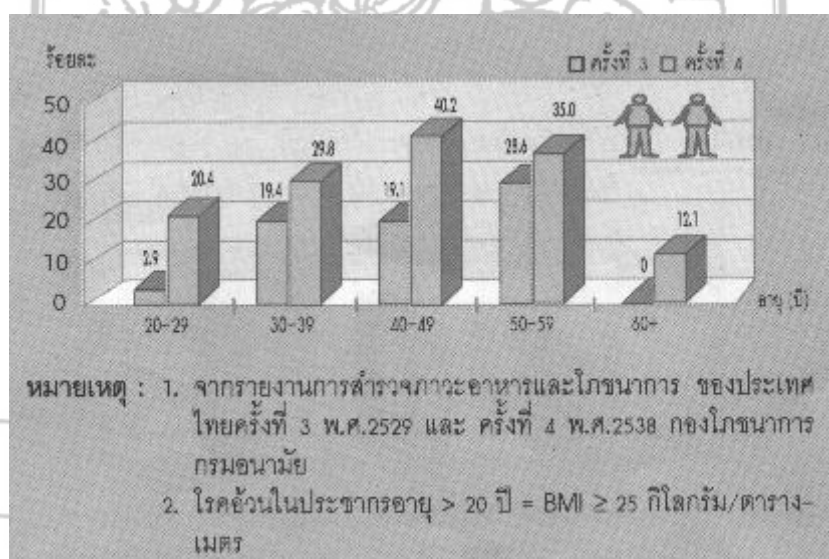
ผลงานวิจัยนัศศศศศศศ ระดับปรรศศศศศศศ

สถานการณ์โรคอ้วนในประเทศไทย

โรค อ้วน คือ สภาวะร่างกายมีน้ำหนักตัวมากกว่าปกติโดยมีการสะสมของไขมันใต้ผิวหนัง ผลของโรคอ้วนทำให้เกิดโรคต่าง ๆ ตลอดจนจนกระทบถึงปัญหาทางด้านจิตใจ ด้านสังคม โรคอ้วนสามารถแก้ไขได้โดยการรู้จักวางแผนการบริโภคอาหาร

อัตราความชุกของโรคอ้วน

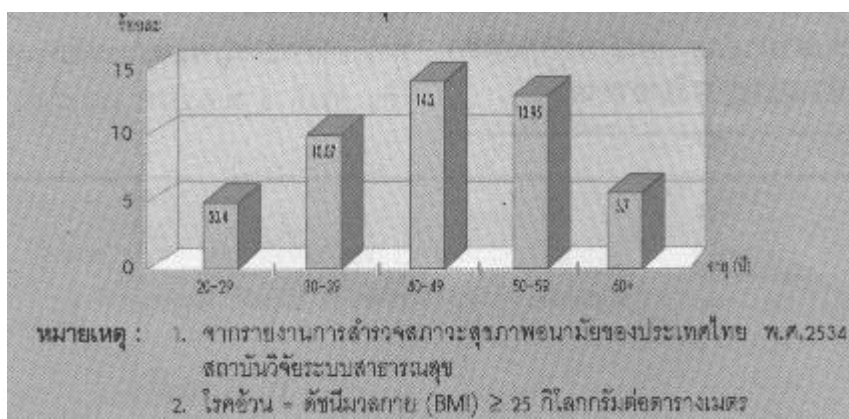
อัตราความชุกของโรคอ้วนในประเทศไทย มีอัตราเพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มอายุ ในช่วงเวลา 9 ปี ของการสำรวจภาวะอาหารและโภชนาการของประเทศไทย ครั้งที่ 3 พ.ศ. 2529 และครั้งที่ 4 พ.ศ. 2538 (ดูภาพที่ 31) กลุ่มที่มีอัตราเพิ่มสูงสุด ได้แก่ กลุ่มอายุ 40 - 49 ปี จากร้อยละ 19.1 เป็นร้อยละ 40.2 รองลงมา ได้แก่กลุ่มอายุ 20-29 ปี จากร้อยละ 2.9 เป็น ร้อยละ 20.4 สำหรับ 3 อันดับแรกของกลุ่มอายุที่มีอัตราความชุกสูงในการสำรวจครั้งที่ 4 พ.ศ. 2538 ได้แก่ กลุ่มอายุ 40 - 49 ปี ร้อยละ 40.2, กลุ่มอายุ 50 - 59 ปี ร้อยละ 35.0 และกลุ่มอายุ 30 - 39 ปี ร้อยละ 29.8



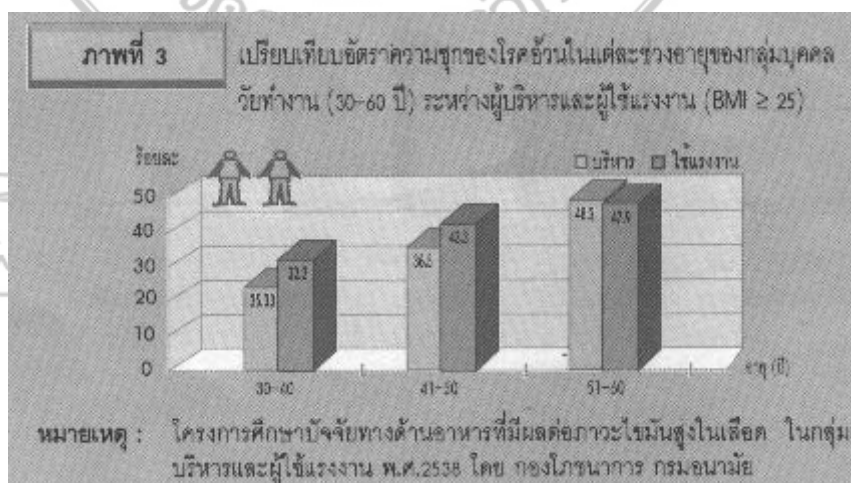
แผนภาพที่ 31 แสดงการเปรียบเทียบอัตราความชุกของโรคอ้วนในประเทศไทย จำแนกตามอายุ ระหว่างการสำรวจครั้งที่ 3 และการสำรวจครั้งที่ 4

ประชากรกลุ่มวัยทำงาน

ในปี พ.ศ. 2534 สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข ได้รายงานสถานะสุขภาพอนามัยของประเทศไทย พบอัตราความชุกของโรคอ้วนในกลุ่มอายุ 3 อันดับแรกที่มีอัตราความชุกสูงสุดได้แก่ กลุ่มอายุ 40 – 49 ปี ร้อยละ 14.2 กลุ่มอายุ 50 - 59 ปี ร้อยละ 13.95 และกลุ่มอายุ 30 - 39 ปี ร้อยละ 10.07 (ดูภาพที่ 32)



แผนภาพที่ 32 แสดงอัตราความชุกของโรคอ้วนในประชากรอายุ 20 ปีขึ้นไป จำแนกตามอายุในปี พ.ศ. 2534



แผนภาพที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบอัตราความชุกของโรคอ้วนในแต่ละช่วงอายุของกลุ่มบุคคลวัยทำงาน (30 - 60 ปี) ระหว่างผู้บริหารและผู้ใช้แรงงาน (BMI \geq 25)

การสำรวจภาวะโภชนาการ ในกลุ่มที่เสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจหลอดเลือด เป็นบุคคลวัยทำงาน อายุ 30 - 60 ปี (รูปภาพที่ 33) จำแนกตามกลุ่มผู้บริหารและผู้ใช้แรงงาน สำรวจทั้งในภาครัฐและเอกชนใน 4 จังหวัดใหญ่ของประเทศไทย คือ นครราชสีมา เชียงใหม่ สงขลา และกรุงเทพฯ พบว่าบุคคลวัยทำงานจะอ้วนขึ้นตามอายุที่เพิ่มขึ้น และผู้ที่ทำงานในระดับบริหาร จะระวังดูแลน้ำหนักได้สมส่วนมากกว่าบุคคลที่ใช้แรงงานเด็กนักเรียนระดับประถมศึกษา

จากการศึกษาภาวะโภชนาการ ของนักเรียนระดับประถมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร (รูปภาพที่ 34) จำนวน 8 โรงเรียน รวมนักเรียนทั้งสิ้น 2,885 คน โดยแบ่งเป็นสังกัดละ 2 โรงเรียน ได้แก่ กรุงเทพมหานครสำนักงานการศึกษา แห่งชาติ ทบวงมหาวิทยาลัย และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน โดยติดตามชั่งน้ำหนัก - วัดส่วนสูงเด็กดังกล่าว เทอมละ 1 ครั้ง รวม 6 ครั้ง ในช่วงเวลา 3 ปี ผลการศึกษาพบว่านักเรียนสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย เป็นโรคอ้วนสูงสุดในการชั่งน้ำหนักครั้งที่ 1 - 6 พบร้อยละของโรคอ้วน ระหว่าง 25.9 - 31.5 โรงเรียนที่มีนักเรียนอ้วน รองลงมา ได้แก่โรงเรียนสังกัด สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ร้อยละของโรคอ้วน ระหว่าง 25.7 - 28.1 โรงเรียนสังกัดสพช. อยู่ระหว่างร้อยละ 23.3 - 27.4 ส่วนโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร พบอัตราโรคอ้วนต่ำที่สุด อยู่ระหว่างร้อยละ 11.2 - 14.6

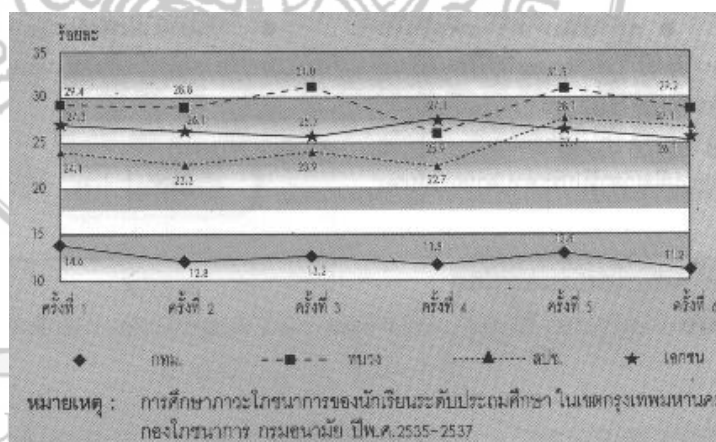
เด็กนักเรียนระดับมัธยมศึกษา

การศึกษาภาวะโภชนาการเกินมาตรฐาน ในกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 - 6 อายุ 11 - 17 ปี (รูปภาพที่ 35) เป็นโรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา 10 โรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน 4 โรงเรียนและสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย 2 โรงเรียน รวมเด็กทั้งหมด 7,437 คน เป็นนักเรียนหญิงในทุกชั้น โดยชั้นที่เป็นโรคอ้วนสูงสุด ได้แก่ ชั้น ม . 6 ถึงร้อยละ 24.9 รองลงมา ได้แก่ ชั้น ม . 5 ร้อยละ 24.5 ส่วนนักเรียนหญิงจะมีอัตราสูงสุดในชั้น ม . 6 และ 17.3 รองลงมา คือ ชั้น ม. 4 ร้อยละ 15.3

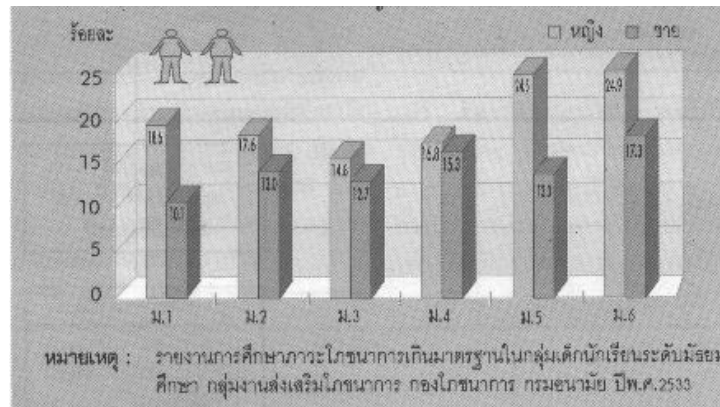
ผลการศึกษาแยกตามชั้นเรียน โดยรวมเพศชายและหญิง (รูปภาพที่ 36) อัตราโรคอ้วนจะยังคงอยู่ในชั้น ม. 6 ถึงร้อยละ 20.5 ชั้น ม. 5 ร้อยละ 17.9 และชั้น ม. 4 ร้อยละ 15.9

การป้องกันและแก้ไข

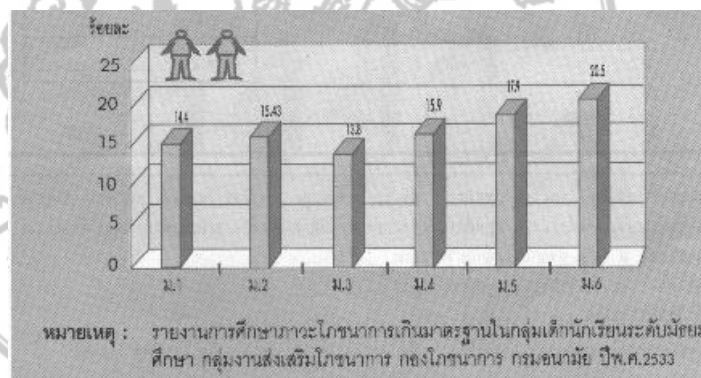
- บริโภคอาหารให้น้อยลงกว่าที่ร่างกายต้องการใช้ โดยลดอาหารจำพวก แป้ง น้ำตาล ไขมัน และควรกินอาหารจำพวกผักและผลไม้ที่ไม่หวานจัด ซึ่งให้ใยอาหารช่วยในการขับถ่าย
- ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอทุกวัน
- เลือกอาหารที่ใช้พลังงานต่ำ หาได้ง่าย
- พยายามทำความเข้าใจในอาหารที่บริโภค และขณะที่บริโภคมุ่งแต่อาหารที่กำลังรับประทาน อย่าไปนึกถึงอาหารอื่น ควรบริโภคอาหารช้าๆ หรือพยายามยืดเวลารับประทานอาหารให้นาน
- พยายามปรับตัวเอง ไม่รับประทานอาหารหวานมัน โดยไม่เติมน้ำตาล หรือ กระทบเจียวในอาหาร
- ถ้าวันใดไปงานเลี้ยงนอกบ้าน ต้องรับประทานอาหารมื้ออื่นๆ ให้น้อยลง



แผนภาพที่ 34 แสดงร้อยละในเด็กนักเรียนระดับประถมศึกษา แยกตามสถาบัน จากการสำรวจ 6 ครั้ง ในช่วง 3 ปี



แผนภาพที่ 35 แสดงการเปรียบเทียบร้อยละของโรคอ้วนในเด็กนักเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา, สำนักงานคณะกรรมการศึกษาเอกชนและทบวงมหาวิทยาลัย ระหว่างเพศหญิงและชาย จำแนกตามชั้นเรียน ปี พ.ศ. 2533



แผนภาพที่ 36 แสดงร้อยละของโรคอ้วนในเด็กนักเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา, สำนักงานคณะกรรมการศึกษาเอกชนและทบวงมหาวิทยาลัย จำแนกตามชั้นเรียน ปี พ.ศ. 2533

ที่มา: กลุ่มงานแผนงานและประเมินผล กองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข



ภาคผนวก ง
อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ ประจำวันที่ 14 พฤศจิกายน 2551

ตารางที่ 27 แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย

ธนาคาร	MOR	MLR	MRR	สูงสุด*	ผิคนัด*	บัตรเครดิต
กรุงเทพ	7.5	7.25	7.75	11.5	15	20
กรุงไทย	7.5	7.25	7.75	14.75	18	-
กสิกรไทย	7.5	7.25	7.75	18.75	22.75	20
ไทยพาณิชย์	7.5	7.25	7.75	11.75	15	20
กรุงศรีอยุธยา	8	7.5	8	21	28	-
ทหารไทย	8	7.5	8	28	28	20
นครหลวงไทย	7.75	7.5	8	20	28	20
ยูโอบี	8.2	7.75	8.45	28	28	20
ไทยธนาคาร	7.75	7.5	8.125	28	28	-
สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด(ไทย)	8.5	8.25	9.5	28	40	20
ธนชาต	7.75	7.5	8.25	15.75	18	-
ทิสโก้	7.75	7.5	8	28	28	-
เมกะ สากลพาณิชย์	8.75	8	8.5	12	15	-
เกียรตินาคิน	8	7.75	8.25	28	28	-
แลนด์ แอนด์ เฮาส์ เพื่อรายย่อย	7.75	7.25	8	18	21	-
สินเอเชีย	8	7.75	8.25	21	21	-
ไทยเครดิตเพื่อรายย่อย	8.35	7.85	8.35	24	24	-
เอไอจี เพื่อรายย่อย	7.75	7.5	8	28	28	-
เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย	7.9056	7.5611	8.1486	21.3611	24.0972	20

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2551

ตารางที่ 28 แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อของธนาคารต่างประเทศ

ธนาคาร	MOR	MLR	MRR	สูงสุด*	ผิคนัด*	บัตรเครดิต
แห่งโตเกียว-มิทซูบิชิ ยูเอฟเจ	10.75	7.75	11	25	25	-
ซีทีแบงก์	-	8.25	14.32	20.32	45.63	20
ซุมิโตโม มิทซูบิชิ แบงกิ้ง คอร์ปอเรชั่น	10.75	7.75	9.25	14.75	15	-
เอช เอส บี ซี	8.25	8.25	8.25	21	32.25	16-20
คอยซ์แบงก์	8.25	8.25	-	20	22	-
เจพีมอร์แกน เซส	8	8	-	13	15	-
คาลิยง	8	8	8.75	13	13.25	-
แห่งอเมริกันซันแนลเอสโซซีเอชั่น	8	8	8	8	22	-
อินเดียนโอเวอร์ซีส์	8.25	8	8.5	16	18	-
เอบีเอ็น แอมโร เอ็น.วี.	8.5	8.25	-	25	25	-
อาร์ เอช บี	9.25	9	9.25	20	20	-
โอเวอร์ซี-ไซนิสแบงกิ้งคอร์ปอเรชั่น	7.625	7.625	-	15	19	-
แห่งประเทศจีน	8.25	7.25	7.75	11.75	14.75	-
มิซูโฮ คอร์ปอเรต	10.75	7.75	8.75	50	50	-
บีเอ็นพี พารีบาส์	8	8	-	-	19	-
โซซีเยเต้ เจเนราล	10.75	8.25	-	18	20	-
เฉลี่ยของธนาคารต่างประเทศ	8.8917	8.0234	9.382	19.388	23.4925	20

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2551

หมายเหตุ

MLR (Minimum Lending Rate) = อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ สำหรับลูกค้าชั้นดี

MOR (Minimum Overdraft Rate) = อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เบิกเกินบัญชี

MRR (Minimum Retail Rate) = อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ สำหรับลูกค้ารายย่อยชั้นดี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาคผนวก จ
รายละเอียดของจำนวนวัสดุที่ใช้แต่ละประเภทในการผลิตต่อปี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 27 แสดงรายละเอียดของจำนวนวัตถุดิบที่ใช้แต่ละประเภทในการผลิตต่อปี (ในปีแรก)

รายการ	จำนวน	จำนวนผ้า ที่ใช้ (หน้า60): ตัว	จำนวนผ้า ที่ใช้ ทั้งหมด (เมตร)	กระดุม: ตัว	จำนวน กระดุม ที่ใช้ ทั้งหมด	ชิป:ตัว	จำนวน ชิป ที่ใช้ ทั้งหมด
เสื่อ	1,180.00	1.5	1,770.00	5	5,900.00		
กางเกงขาสั้น	910.00	1	910.00	1	910.00	1	910.00
กางเกงขาสวย	390.00	1.5	585.00	1	390.00	1	390.00
กระโปรง	575.00	1.5	862.50	1	575.00	1	575.00
เดรส	270.00	2	540.00	5	1,350.00		
รวม	3,325.00		4,667.50		9,125.00		1,875.00

ตารางที่ 28 แสดงรายละเอียดของจำนวนวัตถุดิบที่ซื้อในปีแรก (วัตถุดิบที่ใช้บวกค่าเผื่อ 10%)

ลำดับ	รายการ	ปริมาณต่อปี	บวกค่าเผื่อ 10%	รวม
1.	ผ้า	4,667.50 เมตร	466.74 เมตร	5,134.25 เมตร
2.	กระดุม	9,125 เม็ด	912.5 เม็ด	10,037.50 เม็ด
3.	ชิป	1,875 เส้น	187.5 เส้น	2,062.50 เส้น
4.	ด้าย	300 หลอด	30 หลอด	330 หลอด
5.	ผ้าก๊วย	1,000 เมตร	100 เมตร	1,100 เมตร
6.	ลูกไม้	1,000 เมตร	100 เมตร	1,100 เมตร

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวสิริวรรณ บุญทองใหม่
ที่อยู่	22/9 ม.3 ต.บ้านสวน อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2541	สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาจากโรงเรียนปริชานุศาสน์
พ.ศ. 2544	สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมตอนต้นจากโรงเรียนปริชานุศาสน์
พ.ศ. 2547	สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมตอนปลายจากโรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ” มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี
พ.ศ. 2548	กำลังศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี