

ธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลอง

## สารบัญ

	หน้า
<b>บทที่ 1</b> บทสรุปสำหรับผู้ลงทุน	1
<b>บทที่ 2</b> ตลาดสินค้าที่ระลึกจำลอง	2
ประเภทของสินค้ากลุ่มของขวัญ เครื่องใช้ และเครื่องประดับบ้าน	2
ขนาดตลาดและแนวโน้มผลิตภัณฑ์	3
การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Competition Analysis)	3
การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT Analysis)	7
กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)	10
<b>บทที่ 3</b> การผลิต	16
วัตถุประสงค์	16
อุปกรณ์จำเป็นที่ต้องใช้	18
ขั้นตอนการสร้างเรือนไทยจำลอง	20
จำนวนบุคลากร	22
ทักษะและความพร้อมของบุคลากร	23
กำลังการผลิต	25
ประมาณการต้นทุนการผลิต	25
สถานที่ทำการ	26
<b>บทที่ 4</b> การลงทุนและการเงิน	27
ขนาดของเงินลงทุน	27
แหล่งเงินทุน	27
รายละเอียดการลงทุน	28
ประมาณการงบกำไรขาดทุน	30
ประมาณการค่าใช้จ่ายเงินค่าจ้างและ โบนัส	31
<b>บรรณานุกรม</b>	32
<b>ภาคผนวก</b>	34

## บทที่ 1

### บทสรุปสำหรับนักลงทุน

สินค้าที่ระลึกจำลองในที่นี้ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจำลองขึ้นจากศิลปกรรมอันมีคุณค่าของไทย โดยอาจมีขนาดเท่ากับของจริงหรือย่อส่วนลงมาก็ได้ หากแต่ขนาดนั้นต้องเป็นสัดส่วนที่สมดุล สมจริง และมีความประณีตสวยงามตามต้นฉบับเดิม เพื่อจำหน่ายเป็นของขวัญ ของที่ระลึก ของเก็บสะสม ตลอดจนใช้เป็นของรางวัลหรือของชำร่วยก็ได้

โครงการธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลอง ได้ก่อกำเนิดจากความคิดที่จะดำเนินการอย่างไร กับภูมิปัญญาท้องถิ่นและภูมิปัญญาไทย จากทั่วทุกภาคที่ได้มีการคิดค้นและสร้างสรรค์งานทางด้านศิลปะประดิษฐ์ ให้ถูกนำเสนอออกมาในรูปของสินค้าที่ระลึกจำลองเพื่อให้แพร่หลายสู่ประชาชนทั่วไปและออกสู่ต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสินค้าที่ระลึกจำลองมีความหลากหลายเป็นอันมาก ไม่ว่าจะเป็นเรือนไทยจำลอง เรือไทยจำลอง เครื่องประดับไทย หวี โขน ฯลฯ ผู้ประกอบธุรกิจนี้ ซึ่งโดยมากมีเงินลงทุนไม่มากนักจึงจำเป็นต้องเลือกทำเลตลาดให้แก่สินค้าที่ระลึกจำลอง ที่คาดว่าจะมีความต้องการสูงเพียงแบบเดียวในระยะเริ่มต้นดำเนินการช่วงระยะสามปีแรก ดังนั้น แบบอย่างการลงทุนอุตสาหกรรมเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลองนี้จะนำเสนอสินค้าเรือนไทยจำลอง เพราะมีขนาดตลาดค่อนข้างใหญ่เมื่อเทียบกับสินค้าที่ระลึกจำลองตัวอื่นๆ

โครงการนี้จะเป็นการลงทุนผลิตเรือนไทยจำลองในยุค 200 ปี แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ โดยมีแบบต่าง ๆ ไปมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 จนถึงรัชกาลที่ 9 ออกจำหน่าย โดยลงทุนในเรื่องของการซื้ออุปกรณ์ เครื่องมือการผลิตงานหัตถกรรมและเครื่องจักรเพื่อใช้ในการผลิต ตลอดจนการเช่าตึกแถวเพื่อทำเป็นโรงงานผลิตคลังสินค้าและสำนักงาน

สำหรับโครงการในระยะเริ่มต้นต้องการเงินลงทุน 1,000,000 บาท โดยจะเป็นเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นจำนวน 600,000 บาท และจากการกู้ 400,000 บาท ส่วนการการประมาณการผลกำไรจากการดำเนินงานนั้น เมื่อกิจการดำเนินการได้เต็มที่ในระยะเริ่มต้น จะทำกำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล ปีละ 291,900 บาท

## บทที่ 2

### ตลาดสินค้าที่ระลึกจำลอง

ประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในด้านแรงงานฝีมืออย่างกว้างขวาง ดังนั้น สินค้าหัตถกรรมไทยซึ่งเป็นงานฝีมือที่แสดงถึงศิลปวัฒนธรรม ความชำนาญของงานฝีมือ ตลอดจนเอกลักษณ์ของสินค้าพื้นเมืองชนิดต่างๆ ที่สามารถมอบให้เป็นของขวัญ หรือใช้งานให้เกิดอรรถประโยชน์ หรือใช้ป็นสิ่งประดับตกแต่ง จึงสามารถครองใจทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเป็นเวลานานติดต่อกันหลายปีนอกจากนี้สินค้าหัตถกรรมไทย ยังสร้างรายได้ให้กับชาวไทยในแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีความถนัดแตกต่างกันไปอีกด้วย โดยจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว ผู้แทนจำหน่าย และผู้ส่งออก ทั้งนี้สินค้าหัตถกรรมในแต่ละภูมิภาคของไทยจะมีเอกลักษณ์แตกต่างกันไป

#### ประเภทของสินค้ากลุ่มของขวัญ เครื่องใช้ และเครื่องประดับตกแต่งบ้าน

สินค้าที่ระลึกจำลองถูกจัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่กลุ่มของขวัญ เครื่องใช้ และเครื่องประดับตกแต่งบ้าน โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้จัดแบ่งสินค้ากลุ่มนี้ออกเป็น 3 ประเภท คือ

- ก. สินค้าประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือน ซึ่งมีทั้งแบบที่ทำด้วยสแตนเลส อลูมิเนียม เซรามิก พลาสติกไม้ และเครื่องแก้ว เป็นต้น
- ข. สินค้าประเภทเครื่องประดับตกแต่งบ้าน ประกอบด้วยสินค้าที่เป็นรูปแกะสลักและเครื่องประดับไม้ กรอบรูปไม้ ดอกไม้ประดิษฐ์ ประทีปโคมไฟ เครื่องใช้ในเทศกาลคริสต์มาส ของที่ระลึกของชำร่วย เป็นต้น
- ค. สินค้าประเภทของขวัญต่างๆ ได้แก่ ของเล่น ปากกา และบัตรอวยพร

### ขนาดของตลาดและแนวโน้มผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาของบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ในปี 2543 พบว่า ประเทศไทยสามารถส่งออกสินค้ากลุ่มของขั้วญ เครื่องใช้ และเครื่องประดับตกแต่งบ้านคิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 47,450.5 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.5 จากปีก่อน โดยสินค้าประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 23,246.2 ล้านบาท มีอัตราขยายตัวสูงสุดถึงร้อยละ 18.8 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มของขั้วญ เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งบ้านโดยรวม รองลงมาได้แก่สินค้าประเภทเครื่องประดับตกแต่งบ้าน ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 13,438.9 ล้านบาท มีอัตราขยายตัวร้อยละ 13.3 และท้ายสุดคือสินค้าประเภทของขั้วญต่างๆ ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 10,765.4 ล้านบาท มีอัตราขยายตัวร้อยละ 11.5 ซึ่งมูลค่าการส่งออกดังกล่าวของสินค้าทั้งสามประเภทเมื่อคำนวณเป็นสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มของขั้วญ เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งบ้านโดยรวมจะมีค่าเท่ากับร้อยละ 49, 28, และ 23 ตามลำดับ โดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญคือ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น

### การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Competition Analysis)

จากข้อมูลของบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด พบว่า ในปี 2543 ปริมาณการส่งออกสินค้าประเภทเครื่องประดับตกแต่งบ้าน ซึ่งสินค้าของที่ระลึกถูกจัดให้อยู่ในสินค้าประเภทนี้ มีมูลค่าการส่งออก 13,438.9 ล้านบาท และมีอัตราขยายตัวร้อยละ 13.3 โดยตลาดมีลักษณะกระจัดกระจาย (Fragmented) จึงทำให้อุตสาหกรรมนี้เมื่อถูกวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ Five forces model ของ Michael E. Porter มีลักษณะการแข่งขันของธุรกิจดังต่อไปนี้

- **สถานะการแข่งขันในตลาด (Rivalry Among Established Firms)**

จากการรวบรวมข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และกรมส่งเสริมการค้าส่งออก รวมทั้งรายชื่อสมาชิกชมรมของขั้วญ ของชำร่วยและผลิตภัณฑ์ตกแต่ง พบว่า มีผู้ผลิตของชำร่วยทำด้วยไม้ราว 92 ราย เป็นโรงงานในภาคเหนือ 41 โรง โดยพบมากที่เชียงใหม่ รองลงมาคือกรุงเทพฯ 38 โรง ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพฯ) 10 โรง ภาคอีสาน ภาคใต้ และภาคตะวันตก 3 โรง ซึ่ง

ในจำนวนนี้มีผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาทอยู่เพียงไม่กี่รายเท่านั้น (ดูตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 รายชื่อผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท

ขนาดกลางและขนาดย่อม	เงินทุนจดทะเบียน(บาท)
บริษัท เวิร์ด คราฟท์ จำกัด	70,500,000
บริษัท ไทย โลคัล โปรดักส์ จำกัด	19,000,000
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล กงดี	13,000,000
บริษัท เค ที ไทย โลคัล โปรดักส์ จำกัด	11,000,000
บริษัท ยูไนเต็ด อาร์ต จำกัด	10,000,000

ที่มา : กรมโรงงานอุตสาหกรรมและกรมส่งเสริมการส่งออก

นอกนั้นเป็นรายย่อยซึ่งจะผลิตและจำหน่ายในตลาดอกระดับหนึ่งหรือเป็นการผลิตเพื่อขายในท้องถิ่นหรือขายเพียงในจังหวัดต่าง ๆ เท่านั้น โดยแต่ละรายมีเงินลงทุนเฉลี่ยประมาณ 1 - 2 ล้านบาท ใช้แรงงาน 10 - 20 คนต่อแห่ง โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนไทย

#### ● การเข้ามาของผู้มาใหม่ (New Entrants)

จากการที่อุตสาหกรรมนี้มีลักษณะกระจัดกระจาย (Fragmented) ซึ่งเกิดจากการที่ตลาดมีผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่เป็นจำนวนมาก และการที่มีคู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจนี้มาก (Barrier to Entry ต่ำ) เนื่องจากไม่ต้องใช้เงินทุนมาก และไม่ต้องมีเทคโนโลยีขั้นสูงในการเข้ามาประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมนี้ กอปรกับสินค้าประเภทเครื่องประดับตกแต่งบ้าน มีอัตราขยายตัวที่สูงถึงร้อยละ 13.3 ในปี 2543 จึงเป็นเหตุให้มีคู่แข่งรายใหม่เป็นจำนวนมาก จากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งมีทักษะและความสามารถในการเข้าสู่ธุรกิจนี้ได้เข้ามาดำเนินธุรกิจในตลาดนี้ อาทิเช่น อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ จากข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม พบว่ามีโรงงานเหล่านี้กว่า 100 แห่ง ผลคือทำให้มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่นำไปสู่การแข่งขันตัดราคาระหว่างพ่อค้าไทยกันเอง เพื่อเอาใจลูกค้าและหวังสร้างฐานตลาดในต่างประเทศ

- อุปสรรคอันเกิดจากสินค้าทดแทน (Substitute Products)

สินค้าที่ถูกใช้ทดแทนสินค้าที่ระลึกจำลองได้แก่

- รูปแกะสลักและเครื่องประดับไม้ นับเป็นสินค้าในหมวดของตกแต่งบ้าน ที่ได้รับความนิยมค่อนข้างสูง ในการมอบให้เป็นของขวัญที่ระลึกในโอกาสต่างๆ เช่นวันขึ้นปีใหม่ วันเกิด วันขึ้นบ้านใหม่ ตลอดจนการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทยรายงานว่า การส่งออกในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา ไทยสามารถส่งออกสินค้าดังกล่าวเป็นมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 15 ต่อปี และในช่วง 10 เดือนแรกปี 2546 ไทยสามารถส่งออกรูปแกะสลักและเครื่องประดับไม้เป็นมูลค่า 1,259.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.86 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน โดยตลาดส่งออกหลักประกอบด้วยสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา สวิตเซอร์แลนด์ ญี่ปุ่น และแคนาดา

- กรอบรูปไม้ไผ่ไทยนับเป็นสินค้าอีกตัวหนึ่งในหมวดของตกแต่งบ้านที่ได้รับความนิยมค่อนข้างสูงในกลุ่มชาวต่างประเทศทั้งที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทย และชาวต่างประเทศในต่างแดน โดยกรอบรูปที่ส่งออกโดยส่วนใหญ่จะทำจากไม้และเป็นสินค้าจำพวกเครื่องประดับตกแต่งบ้านที่ผู้ผลิตสามารถสร้างความหลากหลายของรูปแบบได้ตามความต้องการของตลาด ซึ่งเป็นโอกาสของผู้ประกอบการกรอบรูปไม้ไทยที่จะเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในประเทศคู่ค้าได้ เนื่องจากความต้องการสินค้าประเภทนี้ยังมีอีกมาก ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้คาดหมายว่ากรอบรูปไม้จะสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศเป็นมูลค่าไม่ต่ำกว่า 4,000 ล้านบาท ในปี 2544

ปัจจุบันสินค้าเงินทะเลักเข้าสู่ประเทศไทยและวางขายในตลาดเคลื่อนในตลาดทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกรุงเทพมหานคร ที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่นและหลากหลายอาชีพ เป็นย่านธุรกิจที่รองรับสินค้าเงินจากทั่วสารทิศ บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้สำรวจความคิดเห็นของชาวกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการเลือกซื้อ เลือกใช้สินค้าที่ผลิตจากประเทศจีนและรายงานไว้เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2544 ว่า กลุ่มสินค้าเงินที่ชาวกรุงเทพมหานครทะนะแนนความพอใจให้มากที่สุด ได้แก่ สินค้าจำพวกของขวัญ / กิ๊ฟช้อป สัดส่วนร้อยละ 60.7

- อำนาจในการต่อรองของผู้ป้อนอุปทาน (Bargaining Power of Suppliers)

เนื่องจากผู้ผลิตสินค้าที่ระลึกจำลองเป็นจำนวนมากไม่น้อย ยังต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ของปริมาณวัตถุดิบในการผลิตทั้งหมด อาทิเช่น เคมีภัณฑ์ สีเคลือบ เป็นต้น จึงส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมสาขานี้ มีอำนาจในการต่อรองต่ำ อย่างไรก็ตาม วัตถุดิบที่เหลือประมาณร้อยละ 80 เป็นวัสดุจำพวกเศษไม้สัก เศษไม้ยาง ไม้ไผ่ (ไม้สำหรับย่างปลาตาก) ตลอดจนเศษวัสดุเหลือทิ้งจากธรรมชาติอื่นๆ ที่มีราคาถูกและหาได้ง่ายในท้องตลาด อีกทั้งมีผู้จำหน่ายวัตถุดิบเหล่านี้มีอยู่เป็นจำนวนมาก จึงยังผลให้ผู้ประกอบธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลองมีอำนาจในการต่อรองสูง

- อำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

เนื่องจากตลาดสินค้ากลุ่มของขวัญ เครื่องใช้ และเครื่องประดับตกแต่งบ้าน มีผู้จำหน่ายอยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีสินค้าทดแทนอยู่อย่างหลากหลายให้ผู้ซื้อได้เลือก ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่เป็นรูปแกะสลักและเครื่องประดับไม้ กรอบรูปไม้ ดอกไม้ประดิษฐ์ ประติมากรรมไฟ ฯลฯ ในขณะที่ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจำลอง ยังไม่สามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดมาสร้างความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ให้เกิดขึ้นกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพได้ สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาก็คือ ผู้ซื้อสามารถเลือกเปลี่ยนยี่ห้อได้ง่าย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ลูกค้ามีต้นทุนในการเปลี่ยนตราสินค้า (Switching Cost) ที่ต่ำ จึงส่งผลให้ผู้ซื้อมีอำนาจในการต่อรองสูงขึ้น



## การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

### ● จุดแข็ง (Strength)

ผู้ที่สนใจเข้ามาเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลอง จะต้องหาทางสร้างจุดแข็งให้แก่ธุรกิจของตนเองในลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีผู้ออกแบบที่มีความรู้ด้านศิลปกรรมไทยอย่างแท้จริง โดยได้รับการสืบทอดจากผู้รู้โดยตรง เข้าใจในองค์ประกอบของโครงสร้างเรือนไทย ขนาดและสัดส่วน ความโค้งมน เหลี่ยมมุม ที่แสดงถึงความสวยงามและอ่อนช้อย
2. มีผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของตนเองที่ไม่เหมือนคนอื่น เป็นงานฝีมือถึงศิลปกรรมพื้นบ้าน ซึ่งเป็นวัฒนธรรมเฉพาะของคนไทยที่ตกทอดมาจากบรรพชน การลอกเลียนแบบจึงเป็นไปได้ยาก ทำให้มีคู่แข่งน้อย
3. มีการผลิตที่ทำด้วยมือ (Hand Made) ไม่ได้สร้างด้วยเครื่องจักร เพื่อให้ได้สินค้าออกมาคราवलะมาก ๆ แต่ทำเป็นรายชิ้นด้วยมือของช่างฝีมือ ที่ได้รับการถ่ายทอดโดยตรงจากบรมครู ทำให้ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นมีคุณค่าทางศิลปะสูง ซึ่งเทคโนโลยีไม่สามารถเข้ามาแทนที่ได้ ทำให้เกิดการกีดกันของผู้ที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรม (Entry Barrier) นี้ไปในตัว
4. วัตถุดิบหลักซื้อได้ทั่วไป หาง่ายไม่ขาดแคลน ทำให้ต้นทุนต่ำ อาทิเช่น ไม้เนื้ออ่อน เช่น ไม้ยาง ซึ่งไม่ใช่พรรณไม้สงวน ปลูกในประเทศไทย สะดวก ราคาไม่แพง (วัตถุดิบที่ใช้บางครั้งก็ได้จากสวนยางบางแหล่ง มีอายุครบการใช้งานต้องโค่นทิ้ง จึงจะทำให้ได้ไม้ในราคาถูก)

### ● จุดอ่อน (Weakness)

ผู้ประกอบการหน้าใหม่ในธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลอง มักจะมีจุดอ่อนดังต่อไปนี้ในองค์กรของตน

1. เนื่องจากเป็นตราสินค้าใหม่ ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายของผู้บริโภค การทำตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัท จำเป็นต้องอาศัยการตลาดเข้ามาช่วยมากเพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้า ( Brand Awareness) โดยเฉพาะในระยะแรกที่สินค้าวางตลาด
2. การกระจายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึงจำเป็นต้องอาศัยคู่ค้าค่อนข้างมาก ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้เวลาและต้นทุนสูงในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย
3. การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยหน้าใหม่ที่มีเงินทุนไม่มากนัก ทำให้เสียเปรียบคู่แข่งชั้นรายใหญ่ที่เข้าสู่ตลาดก่อน (First Mover)
4. การผลิตใช้ช่างงานประดิษฐ์ที่ใช้ฝีมือในการผลิต อาจจะส่งผลให้เกิดผลิตภาพต่ำ ไม่สม่ำเสมอในเชิงปริมาณงาน ความไม่แน่นอนด้านคุณภาพของผลผลิตที่ขึ้นกับฝีมือของช่างแต่ละคน

### ● โอกาส (Opportunity)

1. จากการติดตามความเคลื่อนไหวของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ทางเว็บไซต์ของทางราชการ ซึ่งสนับสนุนโดย พณฯ พ.ต.ท. ดร.ทักษิณ ชินวัตร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ทำให้ได้เห็นการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังพบว่าทางรัฐบาลได้สนับสนุนโครงการนี้อย่างจริงจัง กระทั่งต้นปี พ.ศ.2546 ได้มีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ไวน์ต่างๆ ของภูมิปัญญาไทยโดยท่านนายกรัฐมนตรี
2. ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้ทำการสำรวจพฤติกรรมการซื้อของขวัญปีใหม่ ปี 254 ของคนกรุงเทพฯ ด้วยจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 600 รายในระหว่างอายุ 16-65 ปี พบว่าการจำหน่ายของขวัญเพื่อต้อนรับปีใหม่ ปี 2547 ลึกคักกว่าปีที่ผ่านมาด้วยเม็ดเงิน 3,300 ล้านบาท โดยกลุ่มที่มีอัตราการขยายตัวของเม็ดเงินเพิ่มขึ้นสูงสุดคือการซื้อของขวัญเพื่อมอบให้แก่ลูกค้าหรือหน่วยงานที่ติดต่อ ทั้งนี้ น่าจะเป็นผลสืบเนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมของไทยที่กระเตื้องขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้นในปี 2547 อีกทั้งตลาดหุ้นก็คึกคัก กิจกรรมหลายรายมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นและมีการแจกโบนัสเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ส่งผลให้กิจกรรมสามัคคีระหว่างองค์กรธุรกิจกับลูกค้า หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วยการมอบ

ของขวัญปีใหม่ให้แก่กันในปี 2547 จึงมีความตึกคักค่อนข้างชัดเจน สำหรับกลุ่มที่มีอัตราการขยายตัวของเม็ดเงินรอลงมา คือกลุ่มบุคคลที่ทำงานเดียวกัน สามเณร-ภรรยา หรือคู่รัก และกลุ่มญาติผู้ใหญ่ตามลำดับ

● อุปสรรค (Threat)

1. เป็นอุตสาหกรรมที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ทำให้สินค้ายังอยู่ในระดับกลางถึงล่าง
2. ผู้ผลิตจำนวนมากยังขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้วัตถุดิบอย่างมีระบบ และมีประสิทธิภาพ ทำให้มีเปอร์เซ็นต์การสูญเสียวัตถุดิบมาก
3. ยังขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัย ต้องพึ่งพาแรงงานคนจำนวนมาก จึงมีต้นทุนการผลิตที่ค่อนข้างสูง
4. ขาดความคิดริเริ่มในการออกแบบ ทำให้โอกาสที่จะขยายตลาดมีอยู่จำกัด
5. ผู้ผลิตจำนวนมากไม่น้อยต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ของปริมาณวัตถุดิบในการผลิตทั้งหมด อาทิเช่น เคมีภัณฑ์ สีเคลือบ เป็นต้น ที่ผู้ผลิตต้องรับภาระภาษีที่ค่อนข้างสูง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตปรับตัวสูงขึ้นที่สุดในที่สุด
6. เป็นอุตสาหกรรมที่มีปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือค่อนข้างมาก เพราะแรงงานบางส่วนนิยมหันไปทำงานที่มีความสะดวกสบายในอุตสาหกรรมอื่นๆ มากขึ้น
7. การแข่งขันตัดราคาขายระหว่างพ่อค้าไทยกันเองยังมีค่อนข้างสูง ซึ่งนอกจากจะส่งผลให้ได้กำไรน้อยแล้ว ยังเป็นการทำลายอุตสาหกรรมส่งออกสินค้ากลุ่มนี้ของไทยโดยรวมในทางอ้อมด้วย เพราะลูกค้าไม่ให้ความเชื่อถือในคุณภาพสินค้าไทยในที่สุด

## กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ทำให้พบว่า สินค้าที่ระลึกจำลอง ถูกจัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่กลุ่มของขวัญ เครื่องใช้ และเครื่องประดับตกแต่งบ้าน ซึ่งเป็นตลาดแบบจำเพาะ (Niche Market) ที่มีตลาดย่อยๆ อยู่ภายในเป็นจำนวนมาก และเต็มไปด้วยสินค้าที่หลากหลายเป็นอย่างยิ่ง สิ่งที่เกิดขึ้นก็คือ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลอง ต้องประสบอุปสรรคอันเกิดจากสินค้าทดแทน (Substitute Products) ในขณะเดียวกัน สินค้าที่ระลึกจำลองจัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ค่อนข้างแคบ กล่าวคือ ผู้ที่จะซื้อสินค้าประเภทนี้จะต้องมีความชื่นชอบในงานฝีมือถึงศิลปกรรมพื้นบ้านซึ่งเป็นวัฒนธรรมเฉพาะของคนไทยที่ตกทอดมาจากบรรพชน ด้วยลักษณะดังกล่าวนี้ จึงนำไปสู่การแย่งชิงลูกค้า ด้วยการแข่งขันตัดราคาขายระหว่างพ่อค้าไทยกันเอง ดังนั้น การมีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่งจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความได้เปรียบในตลาดที่แคบและหนาแน่นไปด้วยคู่แข่ง

ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลอง ควรนำเอากลยุทธ์แบบเน้นด้านความแตกต่าง (Differentiation Focus) มาใช้ กล่าวคือ ในระยะเริ่มต้นช่วงสามปีแรก ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นไปที่การทำตลาดให้แก่สินค้าที่ระลึกจำลองที่คาดว่าจะมีความต้องการสูงเพียงแบบเดียว ซึ่งได้แก่สินค้าเรือนไทยจำลอง เพราะมีขนาดตลาดค่อนข้างใหญ่เมื่อเทียบกับสินค้าที่ระลึกจำลองตัวอื่นๆ อย่างไรก็ตาม สินค้าที่นำเสนอจะต้องมีลักษณะที่โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ ที่มีนำเสนอเรือนไทยจำลองแบบอื่นๆ ดังนั้น โครงการนี้จึงกำหนดให้ทำการผลิตและจำหน่ายเรือนไทยจำลองในยุค 200 ปีแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ โดยมีแบบต่างๆ ไล่มาตั้งแต่สมัย รัชกาลที่ 1 จนถึงรัชกาลที่ 9 นอกจากนี้ ตัวสินค้าจะมีความประณีต และเน้นรายละเอียดทั้งสัดส่วน องค์ประกอบของบ้านให้ใกล้เคียงของจริงมากที่สุด พร้อมสิ่งของตกแต่งภายในบ้าน เช่น ตู้โชว์ โต๊ะ แจกัน กระโถน กระจ่าง โถง

ช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ในระยะเริ่มต้นช่วงสามปีแรก จะยังต้องพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายที่มีอยู่แล้วในตลาด ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าที่ฟู้ช้อป ร้านค้าจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม และศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล (OTOP) ตลอดจนการใช้วิธีเสนอขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ที่ให้บริการร้านค้าออนไลน์แก่ผู้ประกอบการรายย่อย

สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาด ที่จะนำมาใช้ในการสร้างความสำเร็จให้แก่ธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลอง มีรายละเอียดในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ดังนี้

#### ● สินค้าและบรรจุภัณฑ์ (Product and Packaging)

1. สินค้าของโครงการนี้จะเป็นเรือนไทยจำลองในยุค 200 ปีแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ โดยมีแบบต่างๆ ได้มาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 จนถึงรัชกาลที่ 9 ซึ่งเป็นการวางผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดได้อย่างแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ ที่มักนำเสนอเรือนไทยจำลองแบบพื้นๆ

2. สินค้ามีความประณีตและเน้นรายละเอียดทั้งสัดส่วน องค์ประกอบของบ้านให้ใกล้เคียงของจริงมากที่สุด พร้อมสิ่งของตกแต่งภายในบ้าน เช่น ตู้โชว์ โต๊ะ แจกัน กระโถน กระจ่าง โถง รวมทั้งที่มีเอกลักษณ์บนหน้าต่างสามารถเปิด-ปิด ได้ และมีการประดับไฟราย นอก-ใน

3. สินค้าเรือนไทยจำลองทุกรุ่นจะต้องมีการเขียนแบบแปลนบ้านในมาตราส่วนที่ต้องการ (1:100 หรือ 1:75) โดยครุช่างผู้มีความชำนาญในศิลปะแขนงนี้อย่างแท้จริง

4. สินค้าเรือนไทยจำลองทุกชิ้น จะต้องผลิตด้วยมือของช่างฝีมือตามแบบแปลนบ้านดังกล่าว เพื่อให้เกิดมาตรฐานในการผลิต

5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความแตกต่างและป้องกันการลอกเลียนแบบ รวมทั้งสร้างความสามารถในการแข่งขันได้ในอนาคต

6. วัตถุดิบส่วนหนึ่งที่ใช้ในการผลิตสินค้าจะนำมาจากเศษวัสดุเหลือทิ้งจากธรรมชาติ อาทิเช่น ต้นข่า ใบมะกรูด หรือแม้กระทั่งเปลือกส้มโอ ซึ่งจะถูกนำมาป่นให้ละเอียดและตากให้แห้งก่อนนำมาผสมกาวทำมาทำเป็นส่วนต่างๆ ของตัวเรือนไทยจำลองที่ให้กลิ่นหอมเวลาตั้งโชว์

7. เรือนไทยจำลองที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้วทุกชิ้น จะถูกบรรจุอยู่ในกรอบแก้วอย่างดี เพื่อป้องกันฝุ่นละอองและทำให้ดูมีคุณค่าเพิ่มมากขึ้น และมีป้ายคำบรรยายทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่จัดทำขึ้นอย่างสวยงาม ที่ให้รายละเอียดว่าเป็นเรือนไทยในรัชกาลใด ของยุครัตนโกสินทร์

8. ส่งสินค้าเข้าประกวดในงานต่างๆ งานประกวดสินค้า หนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล เพื่อให้ได้รับรางวัลที่สามารถนำมาใช้ทำโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้สินค้าคุณค่าเพิ่มขึ้น

● ราคา (Price)

จากการสำรวจพบว่าผู้ผลิตสินค้าเรือนไทยจำลองในปี 2546 ได้ตั้งราคาขายปลีกของตนไว้ตั้งแต่ 500 บาท จนถึง 5,000 บาท ตารางที่ 2.1 แสดงรายละเอียดของราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์เรือนไทยจำลอง ประจำเดือนธันวาคม 2546 ของผู้ผลิตรายต่างๆ ในประเทศไทย (ดูรูปของผลิตภัณฑ์เรือนไทยจำลองแบบต่างๆ รวมทั้งรายละเอียดพร้อมราคาได้ในภาคผนวก)

ตารางที่ 2.2 ราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์เรือนไทยจำลองประจำเดือนธันวาคม 2546

ผู้ผลิต	ผลิตภัณฑ์	ขนาด	ราคา
ชมรมอนุรักษ์เรือนไทยพัฒนา	บ้านเรือนไทยทรงขุนแผนเรือนคู่	ก. 46 x ย. 50 x ส. 50 ซม <sup>3</sup>	5,000 บาท
กลุ่มหัตถกรรมบ้านทรงไทย บางช้าง	บ้านเรือนไทยโบราณแบบจำลองเรือน ไทย 3 หลังแฝด	ก. 38 x ย. 40.6 x ส. 30.5 ซม <sup>3</sup>	4,500 บาท
	บ้านเรือนไทยโบราณสองหลังแฝด	ก. 25 x ย. 30 x ส. 30 ซม <sup>3</sup>	4,000 บาท
	บ้านเรือนไทยโบราณเรือนเดี่ยว	ก. 17.5 x ย. 25 x ส. 30 ซม <sup>3</sup>	2,500 บาท
กลุ่มบ้านเรือนไทย – เรือใบ จำลอง	บ้านเรือนไทยไม้สัก	ก. 26 x ย. 24.5 x ส. 19 ซม <sup>3</sup>	1,725 บาท
กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรง ไทย ตำบลบ้านพริก	บ้านเรือนไทยจำลอง 1	ก. 22 x ย. 18 x ส. 16 ซม <sup>3</sup>	1,495 บาท
	บ้านเรือนไทยจำลอง 2	ก. 18 x ย. 13 x ส. 15 ซม <sup>3</sup>	750 บาท
	บ้านเรือนไทยจำลอง 3	ก. 13 x ย. 13 x ส. 16 ซม <sup>3</sup>	635 บาท
	บ้านเรือนไทยจำลอง 8	ก. 13 x ย. 15 x ส. 15 ซม <sup>3</sup>	520 บาท

ดังนั้นในช่วงระยะเริ่มต้น สินค้าเรือนไทยจำลองในยุค 200 ปีแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ของโครงการธุรกิจ สินค้าที่ระลึกจำลองนี้จะถูกตั้งราคาขายปลีกไว้ที่ 1,200 บาทโดยเฉลี่ย

#### ● ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

สินค้าที่ระลึกจำลอง จะถูกจัดจำหน่ายผ่านร้านกิ๊ฟท์ชอป ซึ่งจัดเป็นแหล่งเลือกซื้อของขวัญ ยอดนิยมแหล่งหนึ่ง เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกมากมาย (ตัวอย่างเช่น ร้าน “บ้านของไทยทำ”) บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด รายงานการสำรวจเมื่อวันที่ 31 มกราคม 2540 พบว่าชาวกรุงเทพมหานครซื้อของขวัญในร้านกิ๊ฟท์ชอปเฉลี่ยคนละ 9 ชิ้น/ปี โดยซื้อในราคาเฉลี่ยชิ้นต่ำชิ้นละ 164.22 บาท หรือโดยเฉลี่ยแต่ละคนซื้อของขวัญในร้านกิ๊ฟท์ชอปปีหนึ่ง ๆ ไม่ต่ำกว่า 1,477.98 บาท ประมาณว่ามูลค่าการตลาดของสินค้ากิ๊ฟท์ชอปเฉพาะในกรุงเทพมหานคร มีมูลค่าราว 8,350 ล้านบาทต่อปี

นอกจากนี้ ยังมีแหล่งจำหน่ายที่สำคัญในประเทศในลักษณะขายปลีกซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลองควรนำผลิตภัณฑ์ของตนเข้าไปนำเสนอ นั่นคือแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ ห้างสรรพสินค้า ตลาดนัดสวนจตุจักร และสวนลุมไนท์พลาซ่า ขณะที่แหล่งตลาดค้าส่งที่สำคัญได้แก่แหล่งผลิตสำคัญทั้งในภาคเหนือและภาคกลาง เช่น ในซอยประชาชนภูมิตรในกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

ในขณะเดียวกัน จากการที่รัฐบาลได้ทำการสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อย่างจริงจังมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 และได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ทำให้มีนักลงทุนจำนวนหนึ่ง เห็นโอกาสที่เกิดขึ้นตรงนี้ จึงได้ทำการเปิดศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าขนาดใหญ่ขึ้นมารองรับ อาทิ เช่น The Northern Park Emporium ซึ่งมีวัตถุประสงค์เป็นศูนย์ส่งออกสินค้าระดับประเทศในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สินค้าในกลุ่มหัตถกรรมเชิงพาณิชย์ สินค้าในกลุ่ม SMEs สินค้าจากกลุ่ม INTER TRADER และสินค้าในโครงการในพระราชดำริ ดังนั้น ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าประเภทนี้ นับเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลอง

ช่องทางการจัดจำหน่ายอีกประเภทหนึ่งที่กำลังมีบทบาทที่สำคัญเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบันนี้ ก็คือ การใช้วิธีเสนอขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ ที่ทำตัวเป็นศูนย์รวบรวมสินค้าจากผู้ผลิตทั่วประเทศไทย เพื่อส่งออกไปยังกลุ่มผู้นำเข้าสินค้า โดยเว็บไซต์ประเภทนี้จะให้บริการร้านค้าออนไลน์ แก่ผู้ประกอบการรายย่อย รวมทั้งการถ่ายภาพสินค้าของผู้ประกอบการรายย่อย ด้วยช่างภาพมืออาชีพให้ฟรี แล้วนำภาพถ่ายดังกล่าว และรายละเอียดของสินค้าทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มานำเสนอในเว็บไซต์ตามหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ เมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้าเข้ามาทางเว็บไซต์ ก็จะสั่งซื้อมาที่ผู้ประกอบการรายย่อย ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้ ได้แก่ [www.iamgift.net](http://www.iamgift.net) เป็นต้น

#### ● การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1. ทำประชาสัมพันธ์ลงในคอลัมน์แนะนำผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการธุรกิจ SME ในหนังสือพิมพ์ฉบับต่างๆ อาทิเช่น คอลัมน์ “ทำได้ไม่จน” ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คอลัมน์ “ช่องทางทำกิน” ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เป็นต้น เพื่อแนะนำให้ประชาชนรู้จักกับผลิตภัณฑ์ของโครงการในวงกว้าง
2. เข้าร่วมงานแสดงสินค้า และงานนิทรรศการที่สำคัญต่างๆ ในประเทศอย่างต่อเนื่องดังนี้
  - งานกาชาดที่ สวนอัมพร เป็นประจำทุกปี
  - งานเกษตรแห่งชาติและงานเกษตรแฟร์ที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นประจำทุกปี
  - งาน BOI FAIR ที่เมืองทองธานี
  - งาน MADE IN THAILAND GRAND SALES เป็นประจำทุกปี
  - งานแสดงสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ IMPACT เมืองทองธานี
  - งาน AMAZING THAILAND GRAND SALES 2002 ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติ สิริกิตต์
  - งานแสดงสินค้า ที่ศูนย์แสดงสินค้า กรมส่งเสริมการส่งออก ถนนรัชดาภิเษก เป็นประจำ
  - งาน รักษ์ไทย นิยมไทย ที่ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค อารีน่า ฮอลล์ 1 – 4 เมืองทองธานี
3. เข้าร่วมในรายการทางโทรทัศน์ที่ต้องการสนับสนุนสินค้าไทย อาทิเช่น
  - รายการ “เกมแก้จน” ของคุณปัญญา นิรันดร์กุล
  - รายการ “ผู้แล้วรวย” ของคุณดำรง พุฒตาล



4. จัดทำ Website ให้ความรู้เกี่ยวกับเรือนไทยในยุครัตนโกสินทร์ตั้งแต่รัชกาลที่ 1 ถึงรัชกาลที่ 8  
แนะนำความเป็นมาและปรัชญาของบริษัท ตลอดจนรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่าย ในช่องทางการ  
จัดจำหน่ายต่างๆ ของบริษัท

### บทที่ 3

#### การผลิต

##### วัตถุดิบ

โครงการธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลองเป็นโครงการที่ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในการผลิตที่หาได้ง่าย ในท้องถิ่นภายในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดต้นทุนการผลิต ความสะดวกในการลำเลียงขนส่ง และลดความเสี่ยงของการขาดแคลนวัตถุดิบ สำหรับวัตถุดิบหลักในการทำเรือนไทยจำลองของโครงการมี รายละเอียดดังนี้

1. กระดาษโฟโต้บอร์ด สำหรับทำฝาบ้าน
2. กระดาษเทาขาวหนา สำหรับทำหลังคา กระดาษเทาขาวบาง สำหรับทำกระเบื้องว่าว
3. กระดาษชานอ้อย
4. ไม้ไผ่ (ไม้สำหรับย่างปลาตาก) สำหรับทำเสาบ้าน
5. แผ่นหญ้าเทียม
6. ฟองน้ำ สำหรับทำต้นไม้เทียม
7. ดินหัตถกรรม
8. เศษไม้สัก เศษไม้อย่าง ตลอดจนเศษวัสดุเหลือทิ้งจากธรรมชาติ อาทิเช่น ต้นข่า ใบมะกรูด หรือแม้กระทั่งเปลือกส้มโอ ซึ่งจะถูกนำมาป่นให้ละเอียดและตากให้แห้งก่อนนำมาผสมกาวทำมาทำเป็นส่วนต่างๆ ของตัวเรือนไทยจำลองที่ให้กลิ่นหอมเวลาตั้งโชว์
9. แล็กเกอร์

รูปที่ 3.1 เป็นภาพแสดงวัตถุดิบต่างๆ ที่ต้องใช้ในการผลิตเรือนไทยจำลอง



รูปที่ 3.1 วัตถุดิบที่ต้องใช้ในการผลิตเรือนไทยจำลอง

## อุปกรณ์จำเป็นที่ต้องใช้

### 1. คัตเตอร์

ควรมีหลายๆ ขนาดเพื่อให้เข้ากับชิ้นงานที่จะทำ และควรเป็นชนิดมีล้อคั่นใบมีดเลื่อน และเมื่อใช้งานไประยะหนึ่งจนรู้สึกว่ายากกว่าตัดไม่ค่อยเข้าแล้วก็ควรที่จะหักออก แล้วเลื่อนขึ้นที่คมๆ ขึ้นมาแทน ซึ่งจะทำให้รอยตัดกระดาษเรียบไม่เป็นขุย

### 2. แหนบ

ควรมีแหนบหลายๆ ขนาดเอาไว้จับชิ้นงานชิ้นเล็กๆ

### 3. ดินสอ ยางลบ

ควรใช้ยี่ห้อ STEADLER เพราะยี่ห้อนี้ลบแล้วไม่เป็นรอยดำสกปรกและมีความนุ่ม ทำให้กระดาษตรงจุดที่ลบไม่เป็นรอย

### 4. กรรไกร

มี 2 แบบ คือแบบตัดตรง และแบบฟันปลา เอาไว้ตัดกระดาษเทาขาวบางเป็นรูปฟันปลา แล้วนำมาเรียงซ้อนกันเป็นแถวขึ้นไปเป็นกระเบื้องว่าว

### 5. ไม้บรรทัด

ควรเป็นไม้บรรทัดอลูมิเนียม

### 6. ไม้สเกลสามเหลี่ยม

เอาไว้วัดสเกลที่เราต้องการ จัดเป็นเครื่องมือชิ้นที่สำคัญมากเพราะต้องใช้ในการย่อสัดส่วนให้สมจริง ส่วนสเกลที่ต้องใช้บ่อย คือ 1: 75 และ 1: 50

### 7. กาวลาเท็กซ์

ควรใช้ยี่ห้อ TOA เพราะยี่ห้อนี้เหนียวติดได้แน่นมาก ไม่แห้งเร็วหรือซำไป

### 8. สีโปสเตอร์

ใช้สีโปสเตอร์เพราะเราสามารถระบายทับกันได้หลายครั้ง

## 9. พู่กัน

ควรมีพู่กันหลายๆ เบอร์

## 10. แผ่นรองตัด

มีไว้เพื่อใช้รองตัดกระดาษ

รูปที่ 3.2 เป็นภาพแสดงอุปกรณ์ต่างๆ ที่ต้องใช้ในการผลิตเรือนไทยจำลอง

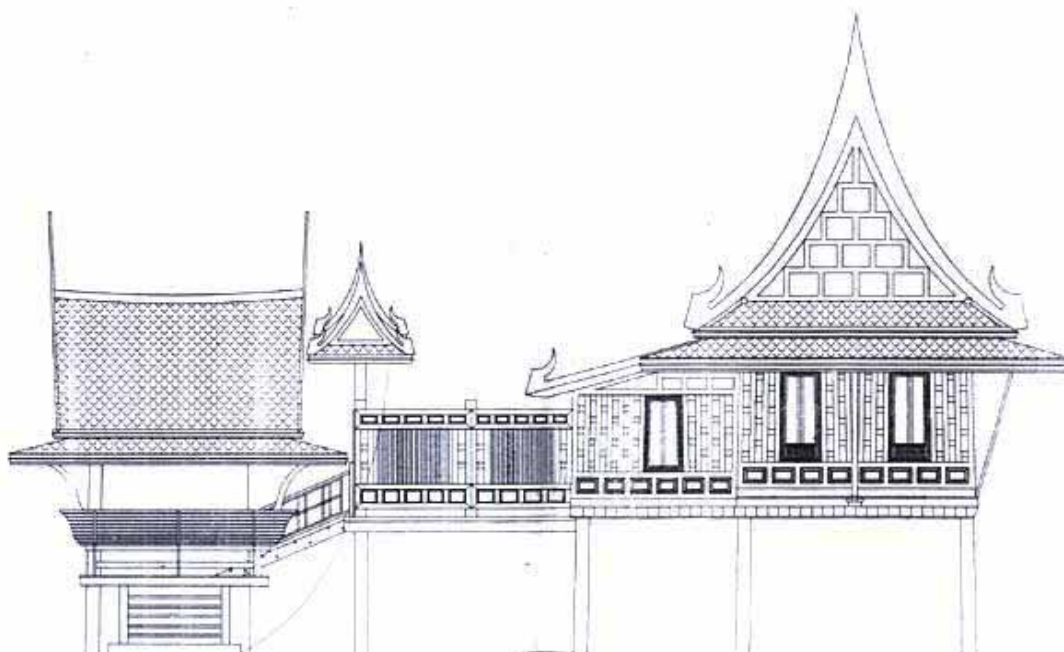
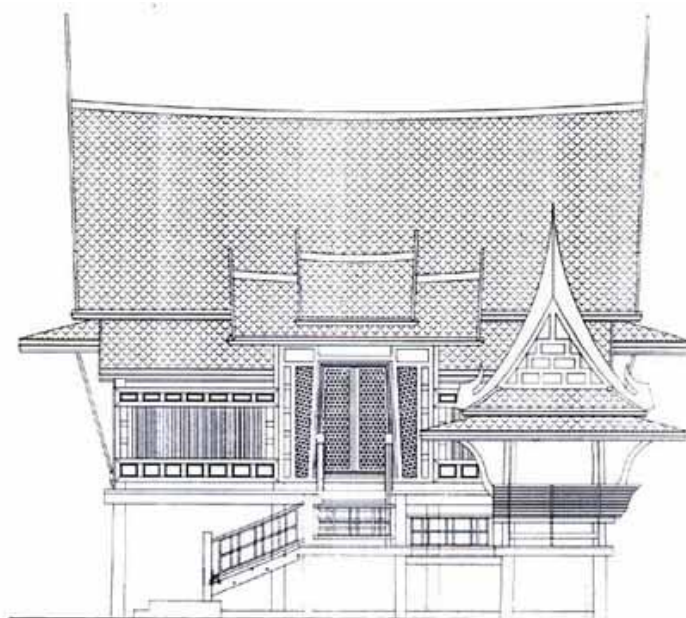


• อุปกรณ์ •

รูปที่ 3.2 อุปกรณ์จำเป็นที่ต้องใช้ในการผลิตเรือนไทยจำลอง

### ขั้นตอนการสร้างเรือนไทยจำลอง

1. เขียนแปลนบ้านในมาตราส่วนที่ต้องการ (1:100 หรือ 1:75) แปลนบ้านเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด (ดูตัวอย่างในรูปที่ 3.1) ดังนั้น งานในขั้นตอนแรกนี้ควรทำอย่างพิถีพิถันโดยผู้ที่มีความรู้ความชำนาญอย่างแท้จริง ซึ่งโดยปกติจะใช้ครูช่างเป็นผู้ดำเนินการ โดยมีลูกมือคอยช่วยเหลือ
2. นำแปลนบ้านแต่ละด้านมาปะลงบนกระดาษโฟโตบอร์ดโดยใช้กาวลาเท็กซ์อย่างดี ซึ่งจะทำให้ได้งานที่ติดได้แน่นมาก และไม่แห้งเร็วหรือชำรุดไป งานขั้นตอนนี้ไม่ยุ่งยากซับซ้อน จึงควรใช้ให้ลูกมือเป็นผู้กระทำ
3. ตั้งแต่ขั้นตอนนี้เป็นต้นไปจะต้องใช้ช่างฝีมือมาลงมือทำ โดยเริ่มจากการแกะสลักลายบนฝาบ้าน และการเจาะช่องหน้าต่าง ประตู
4. ลงสีตามใจชอบ (สีโปสเตอร์) และนำฝาบ้านแต่ละด้านมาประกอบกัน
5. นำเศษไม้และไม้ไผ่ ที่ผ่านการตัดขนาดและอบไล่ความชื้น มาทำชานบ้าน เสาเรือน และบันได
5. ใช้ดินหัตถกรรมมาปั้นทำเป็นสิ่งของตกแต่งภายในตัวเรือนไทยและอาณาบริเวณ เช่น ตู้โชว์ โต๊ะ แจกัน กระโถน กระจ่าง โอ่ง
7. ส่วนหลังคาตัดกระดาษขาวเทาบางเป็นเส้นพื้นปลาและนำมาติดซ้อนกัน บนกระดาษขาวเทาหนา
8. นำส่วนตัวบ้านและหลังคามารวมประกอบกัน
9. นำแผ่นหญ้าเทียม ดิน ไม้เทียม และราวไฟ มาประดับตกแต่งเพื่อเพิ่มความสวยงาม



รูปที่ 3.1 ตัวอย่างแปลนบ้านเรือนไทย

## จำนวนบุคลากร

ธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลองในระยะเริ่มต้นควรมีบุคลากรประมาณ 20 คน ประกอบด้วย

### 1. พนักงานในโรงงาน ได้แก่

- ครูช่าง / ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์	จำนวน	1	คน
- ช่างฝีมือ	จำนวน	10	คน
- ลูกมือ	จำนวน	3	คน

### 2. พนักงานในสำนักงาน ได้แก่

- ผู้จัดการ	จำนวน	1	คน
- พนักงานขาย	จำนวน	1	คน
- พนักงานบัญชี	จำนวน	1	คน
- พนักงานเสมียน	จำนวน	1	คน
- พนักงานขับรถส่งของ	จำนวน	1	คน
- แม่บ้าน	จำนวน	1	คน



## ทักษะและความพร้อมของบุคลากร

นอกจากเรื่องของวัตถุดิบและกรรมวิธีการผลิตแล้ว ผู้ประกอบการในธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลอง ยังต้องให้ความสนใจในด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในการดำเนินธุรกิจ ประเภทนี้ให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นผู้ที่สนใจจะก้าวเข้าสู่ธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลองจะต้องพิจารณา กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการการพัฒนาทักษะและความพร้อมของบุคลากรที่มาร่วมงาน ดังต่อไปนี้

### ● นโยบายการรับสมัครพนักงาน

- ทีมงานช่างฝีมือถือเป็นหน่วยงานที่มีความสำคัญมากที่สุดในการธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลอง ซึ่ง โดยปกติแล้วบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ มักนิยมว่าจ้างช่างอาวุโสมาทำการถ่ายทอดงานศิลปะแขนงนี้ ให้แก่ช่างฝีมือรุ่นใหม่อันเป็นการจรรโลงงานศิลปะแขนงนี้ ให้เป็นศิลปะประจำชาติสืบไป

- สำหรับพนักงานฝ่ายอื่นๆ ซึ่งได้แก่ พนักงานลูกมือช่างฝีมือ พนักงานขาย พนักงานบัญชี และ พนักงานเสมียนประจำสำนักงาน นอกจากจะต้องมีคุณสมบัติและประสบการณ์ตรงตามสายงานแล้ว ยังจะต้อง ประกอบไปด้วยคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. รักและเอาจริง พร้อมที่จะทุ่มเทให้แก่การทำงาน
2. มีน้ำใสใจคอที่ซื่อสัตย์ต่อลูกค้าและเพื่อนร่วมงาน
3. รู้จักประหยัดเวลา แรงงาน และวัสดุ
4. มีความรับผิดชอบ
5. มีความขยันขันแข็งและพากเพียรต่องาน
6. มองการณ์ไกล พยายามคาดเหตุการณ์ล่วงหน้าในด้านงานของตน
7. ศึกษาค้นคว้าวิธีการใหม่ ๆ ในอาชีพ เพื่อให้งานก้าวหน้า
8. ตัดสินใจโดยใช้เหตุผล

- **นโยบายการฝึกอบรม**

หลักสูตรที่จะทำการฝึกอบรมจะเน้นให้เหมาะสมกับการทำงาน คือ

- พนักงานขาย : ความรู้เกี่ยวกับศิลปะไทย การทำการประชาสัมพันธ์ การบริการลูกค้า การตอบคำถามลูกค้า
- พนักงานผลิต : ความรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องจักร การผลิต การรักษาความสะอาดและคุณค่าทางอาหารของพืช ผัก และผลไม้
- พนักงานบัญชี : ความรู้ด้านบัญชี
- พนักงานเสมียน : ความรู้ด้านการตอบรับและติดต่อกับงาน งานสำนักงานทั่วไป

- **นโยบายผลตอบแทน**

เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีขวัญกำลังใจที่จะทุ่มเทในการทำงาน การให้ค่าตอบแทนจะต้องประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ

- เงินเดือนปกติ ซึ่งอยู่ในระดับสูงกว่าค่าแรงขั้นต่ำมาก และแปรตามวุฒิ คุณสมบัติและความสามารถ ซึ่งเงินเดือนส่วนนี้จะมีการปรับขึ้นตามปกติที่อัตราประมาณ 5% ต่อปี
- ค่าคอมมิชชั่นจากยอดขายสำหรับพนักงานขาย และค่าทำงานล่วงเวลาสำหรับทีมงานช่างฝีมือ พนักงานลูกมือ พนักงานบัญชี และพนักงานเสมียน

ทั้งนี้ นโยบายทางการให้เงินเดือนจะยึดหลักที่ให้พนักงานพอใจและทุ่มเทในการทำงานเพื่อให้ประสบความสำเร็จส่วนสวัสดิการและเงินชดเชยก็จัดให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด

## กำลังการผลิต

ธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลองในระยะเริ่มต้นที่มีบุคลากรประมาณ 15 – 20 คน และมีการทำงาน 8 ชั่วโมงต่อวัน จะทำให้มีกำลังผลิตโดยเฉลี่ยดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 กำลังการผลิตของธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลองในระยะเริ่มต้น

รายการ	จำนวนโดยเฉลี่ย
กำลังผลิต ชิ้น / วัน	10
วันทำงาน / เดือน	25
กำลังผลิต ชิ้น / เดือน	250

## ประมาณการต้นทุนการผลิตขั้นต้น

สมมติฐานที่ใช้ในการคำนวณหาต้นทุนการผลิตขั้นต้น (Cost of Goods Sold) มีดังนี้

1. สินค้าเรือนไทยจำลองมีราคาขายโดยเฉลี่ย เท่ากับ 1,200 บาทต่อชิ้น
2. ค่าวัสดุดิบในการผลิตเรือนไทยจำลอง 1 ชิ้น เท่ากับร้อยละ 20 ของราคาขาย

จากสมมติฐานดังกล่าวทำให้สามารถคำนวณหาต้นทุนการผลิตขั้นต้น (Cost of Goods Sold) โดยเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์เรือนไทยจำลองได้ ดังนี้

$$\text{ต้นทุนการผลิตขั้นต้น} = 1,200 \text{ บาท / ชิ้น} \times 0.2 = 240 \text{ บาท / ชิ้น}$$

## สถานที่ทำการ

ธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลองจะต้องทำการจดทะเบียนบริษัท โดยมีสถานที่ทำการอันประกอบด้วย สำนักงาน โรงงานผลิต และคลังสินค้า ซึ่งตั้งอยู่ในทำเลที่ใกล้แหล่งวัตถุดิบและแรงงาน สะดวกในการขนส่งสินค้าไปป้อนเข้าสู่ภัตตาคารและร้านค้าต่างๆ และควรมีขนาดที่เหมาะสมในการปฏิบัติงานและมีความยืดหยุ่นสูงเพื่อลดต้นทุนการผลิต ดังนั้น สถานที่ทำการของโครงการขนาดเล็กควรมีลักษณะ ดังนี้

- สถานที่ตั้ง : ย่านชานเมืองกรุงเทพมหานคร อาทิเช่น บางแค มีนบุรี ปากเกร็ด เป็นต้น
- ขนาดของอาคาร : เป็นอาคารตึกแถว 3 ชั้น หน้ากว้าง 4 เมตร x ลึก 16 เมตร จำนวน 2 คูหา
- ราคาสถานที่ : ใช้วิธีเช่าเป็นรายเดือนในอัตราเดือนละ 10,000 บาท
- การใช้งาน : 1 คูหาใช้เป็นสำนักงานกับคลังสินค้า และอีก 1 คูหาใช้เป็นโรงงานกับเป็นที่จอดรถ

## บทที่ 4

### การลงทุนและการเงิน

#### ขนาดของเงินทุน

เนื่องจากธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลองมีพื้นฐานอยู่บนระบบการผลิตที่พึ่งพาความชำนาญของช่างฝีมือเป็นหลัก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรเริ่มต้นจากกิจการขนาดเล็กที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นไม่เกิน 1 ล้านบาท ก่อน โดยในช่วงระยะสามปีแรกให้มุ่งเน้นไปที่การผลิตสินค้าที่ระลึกจำลองตัวใดตัวหนึ่ง ที่คาดว่าจะมีความต้องการสูง อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์เรือนไทยจำลอง แล้วส่งผลิตภัณฑ์ของตน ไปวางจำหน่ายตามร้านกิ๊ฟท์ชอป ร้านค้าจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม และศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล (OTOP) ตลอดจนการใช้วิธีเสนอขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ที่ให้บริการร้านค้าออนไลน์แก่ผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งการดำเนินการทั้งหมดดังกล่าวในช่วงเริ่มต้นนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อจำกัดความเสี่ยงและเป็นการพัฒนาเส้นประสบการณ์ (Experience Curve) ขึ้นมาให้เข้มแข็งก่อน หลังจากนั้นจึงค่อยขยายสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น มีการจัดตั้งร้านกิ๊ฟท์ชอปของตนเองในย่านทำเลที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาจับจ่ายซื้อหาสินค้า ตลอดจนพัฒนาระบบ E-Commerce เพื่อเปิดช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งการดำเนินการทั้งหมดดังกล่าวในช่วงที่สองมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความเจริญเติบโตให้แก่กิจการอันเป็นการยกระดับขึ้นมาสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป โดยขนาดเงินลงทุนจะขึ้นอยู่กับกำลังการผลิตของโรงงาน จำนวนร้านกิ๊ฟท์ชอปของตนเอง ตลอดจนเงินทุนหมุนเวียน ที่นอกจากจะขึ้นอยู่กับปัจจัยที่กล่าวไว้ข้างต้น ยังจะแปรผันตามความหลากหลายของสินค้าอีกด้วย

#### แหล่งเงินทุน

เนื่องจากธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลอง สามารถเริ่มต้นได้ด้วยเงินลงทุนไม่เกิน 1 ล้านบาท ผู้ประกอบการ จึงไม่มีการระดมทุนในการใช้เงินทุนของตนเองล้วนๆ หรือจะระดมเงินทุนจากหุ้นส่วนก็ได้ แต่ถ้าจำนวนเงินลงทุนยังไม่เพียงพอ ก็ยังสามารถขอกู้จากสถาบันการเงินต่างๆ ที่มีนโยบายส่งเสริมการลงทุน

ทุนให้แก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อาทิเช่น ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ธนาคารออมสิน ตลอดจนธนาคารพาณิชย์ทั่วไป เป็นต้น

### รายละเอียดการลงทุน

#### ● สมมติฐานในการจัดทำงบการเงิน

แผนการเงินที่ใช้ในการดำเนินการของโครงการจะประกอบได้ด้วยสมมติฐานและข้อมูลทางการเงินที่ใช้ประกอบดังนี้

- ค่าเสื่อมราคาจะใช้นโยบายตัดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรงตามอายุการใช้งาน
- อายุลูกหนี้การค้าในเฉพาะกรณีจำหน่ายผ่านร้านกีฟท์ชอป เฉลี่ย 30 วัน และชำระทั้งหมด
- อายุเจ้าหนี้การค้าเฉลี่ย 30 วันและชำระทั้งหมด โดยพิจารณาเฉพาะรายการที่เป็นต้นทุนสินค้าที่ขาย (Cost of Goods Sold)
- อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล 30% ต่อปี
- การจ่ายเงินปันผล ในปีที่มีกำไรสุทธิเป็นบวก โดยจ่าย 20% ของกำไรสุทธิ
- สินค้าคงคลัง (Inventory) จะบันทึกเฉพาะส่วนของวัตถุดิบที่เป็นต้นทุนขาย (Cost of Goods Sold) โดยให้เพียงพอกับระยะเวลาที่ใช้ในการผลิต 1 สัปดาห์
- ค่าคอมมิชชั่นของฝ่ายขายจะคำนวณที่อัตราร้อยละ 5 ของยอดขายทั้งปี
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาดจะคำนวณที่อัตราร้อยละ 10 ของยอดขายทั้งปี
- ค่าวิจัยและพัฒนาจะคำนวณที่อัตราร้อยละ 5 ของยอดขายทั้งปี
- ดอกเบี้ยเงินกู้ในการเช่าซื้อรถรับส่งของกำหนดที่อัตราร้อยละ 5 ต่อปี (Flat Rate) ของเงินต้น

#### ● เงินลงทุนเริ่มต้น

เงินลงทุนเริ่มต้นจะถูกใช้จ่ายในเรื่องต่อไปนี้

- ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน
- ค่าตกแต่งสำนักงาน
- เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์เครื่องใช้ในสำนักงาน

- อุปกรณ์เครื่องมือการผลิตในโรงงาน
- ระบบไฟฟ้า-โทรศัพท์
- รถรับส่งของ
- เงินทุนหมุนเวียน

ตารางที่ 4.1 แสดงประมาณการเงินลงทุนเริ่มต้นของธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลองในระยะเวลาหนึ่ง

รายการ	จำนวน	@ บาท	รวม	อายุใช้งาน
1. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	1 งาน	20,000	20,000	10 ปี
2. ค่าตกแต่งสำนักงาน	1 งาน	80,000	80,000	10 ปี
3. เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์เครื่องใช้ในสำนักงาน	1 ชุด	100,000	100,000	10 ปี
4. คอมพิวเตอร์และพริ้นเตอร์	1 ชุด	50,000	50,000	5 ปี
5. อุปกรณ์เครื่องมือการผลิตงานหัตถกรรม	20 ชุด	4,000	80,000	5 ปี
6. ตู้บะแห่ง	1 ตู้	20,000	20,000	10 ปี
6. ระบบไฟฟ้า-โทรศัพท์	1 ระบบ	50,000	50,000	10 ปี
7. รถรับส่งของ*	1 คัน	500,000	500,000	10 ปี
8. เงินทุนหมุนเวียน			100,000	
รวมเป็นเงินลงทุนทั้งหมด			1,000,000	
ค่าเสื่อมราคา / ปี			103,000	
แหล่งที่มาของทุน				
- เงินกู้			400,000	
- ส่วนของเจ้าของ			<u>600,000</u>	
รวมแหล่งของทุน			<u>1,000,000</u>	

\* ใช้เงินทุนร้อยละ 20 ใช้เงินกู้จากสถาบันการเงินร้อยละ 80

### ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 4.2 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนของธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลองในระยะเวลาหนึ่ง

รายการ	อัตรา	จำนวน	จำนวนเงินต่อปี
ยอดขาย	250 ชิ้น / เดือน	1,200 บาท / ชิ้น	3,600,000 บาท
ต้นทุนขั้นต้น (Cost of Goods Sold)	250 ชิ้น / เดือน	240 บาท / ชิ้น	720,000
กำไรขั้นต้น			2,880,000 บาท
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและบริหาร			
- เงินเดือน	88,000 บาท	12 เดือน	1,056,000 บาท
- โบนัส	88,000	1 เดือน	88,000
- ค่าเช่าสำนักงาน- โรงงาน-คลังสินค้า	10,000	12 เดือน	120,000
- ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา	10,000	12 เดือน	120,000
- ค่าโทรศัพท์	3,000	12 เดือน	36,000
- ค่าน้ำมันรถรับส่งของ	5,000	12 เดือน	60,000
- ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์	5,000	12 เดือน	60,000
- ค่าวิจัยและพัฒนา	15,000	12 เดือน	180,000
- ค่าคอมมิชชั่นของฝ่ายขาย	15,000	12 เดือน	180,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	30,000	12 เดือน	360,000
- ค่าเสื่อมราคา	103,000	12 เดือน	103,000
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและบริหาร			2,363,000 บาท
กำไรจากการดำเนินงาน			517,000 บาท
ดอกเบี้ยจ่าย			20,000 บาท
กำไรก่อนหักภาษี			497,000 บาท
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (ร้อยละ 30)			149,100 บาท
กำไรสุทธิต่อปี			347,900 บาท



### ประมาณการค่าใช้จ่ายเงินค่าจ้างและโบนัส

ตารางที่ 4.3 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายเงินค่าจ้างและ โบนัสของธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลองในระยะที่หนึ่ง

ตารางที่ 4.3 ค่าใช้จ่ายเงินค่าจ้างและ โบนัสของธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำลองในระยะที่หนึ่ง

รายการ	จำนวน คน	เงินเดือน	จำนวนเดือน	โบนัส	รวมเงินต่อปี
<u>ฝ่ายสำนักงาน</u>					
1. ผู้จัดการ	1	20,000	12	20,000	260,000
2. พนักงานขาย	1	5,000	12	10,000	65,000
3. พนักงานบัญชี	1	8,000	12	8,000	104,000
4. เสมียน	1	6,000	12	6,000	78,000
5. พนักงานขับรถ	1	5,000	12	5,000	65,000
6. แม่บ้าน	1	4,000	12	4,000	52,000
<u>ฝ่ายโรงงาน</u>					
1. ครูช่าง	1	15,000	12	15,000	195,000
2. ช่างฝีมือ	10	10,000	12	10,000	130,000
3. ลูกมือ	3	5,000	12	5,000	195,000
รวม					1,144,000

## บรรณานุกรม

### หนังสืออ้างอิง

1. “กึ่งฟ้าซอป: ธุรกิจของขวัญ ปันความสุขมูลค่าเฉียด 10,000 ล้านบาท” กระแสทรรศน์รายเดือน ศูนย์วิจัยกสิกรไทย วันที่ 31 มกราคม 2540
2. “หัตถกรรมไทย: เร่งสร้างเอกลักษณ์.....แสวงหาดตลาดใหม่” มองเศรษฐกิจรายเดือน ศูนย์วิจัยกสิกรไทย วันที่ 26 ธันวาคม 2540
3. “ของขวัญและเครื่องประดับตกแต่งบ้านไทย: ต้องเร่งปรับตัว.....ก่อนถึงทางตัน” ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ปีที่ 7 ฉบับที่ 1036 วันที่ 25 พฤษภาคม 2544
4. “กรอบรูปไม้ไทย: สร้างมูลค่ากว่า 4,000 ล้านบาทในต่างแดน” ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ปีที่ 7 ฉบับที่ 930 วันที่ 31 สิงหาคม 2544
5. “สินค้าเงินท่วมตลาดกรุงเทพฯ” ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ปีที่ 7 ฉบับที่ 1160 วันที่ 25 ธันวาคม 2544
6. “รูปแกะสลักและเครื่องประดับไม้ไทย: รุ่ง.....กว่า 1,000 ล้านบาทในต่างแดน” ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ปีที่ 9 ฉบับที่ 1377 วันที่ 4 ธันวาคม 2546

### เว็บไซต์แหล่งข้อมูลทางด้านสินค้าที่ระลึกจำลอง

- ศูนย์ส่งออกสินค้า The Northern Park Emporium : [www.otop-online.com](http://www.otop-online.com)  
ให้ข้อมูลของขงัวญ ของตกแต่ง หัตถกรรม เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา เซรามิก ผ้าทอ ฯลฯ
- เปิดร้านค้าออนไลน์ : [www.iangift.net](http://www.iangift.net)  
เสนอบริการร้านค้าออนไลน์แก่ผู้ประกอบการรายย่อย
- ไทยทำมือ : <http://www.thai.net/ruenthai>  
ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการทำเรือนไทยจำลอง ตลอดจนวัสดุและเครื่องมือที่ใช้
- บ้านของไทยทำ : [www.bankhongthai.com](http://www.bankhongthai.com)  
ให้รายละเอียดการเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าเรือนไทยจำลอง
- บริษัท กูรมาวตาร จำกัด : [www.naraishop.com](http://www.naraishop.com)  
เป็นตัวอย่างของธุรกิจสินค้าที่ระลึกประเภทเครื่องประดับไทย
- หนึ่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล : [www.thaitambon.com](http://www.thaitambon.com)  
รวบรวมรายละเอียดและราคาของสินค้าเรือนไทยจำลองของตำบลต่างๆ

### เว็บไซต์อื่นๆ

- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด : <http://www.krc.co.th>
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม : <http://www.dip.go.th>

## ภาคผนวก

## ผลิตภัณฑ์เรือนไทยจำลองแบบต่างๆ

ข้อมูลรายละเอียดสินค้าของ ชมรมอนุรักษ์เรือนไทยพัฒนา



รหัสผลิตภัณฑ์ : 101803-A001

ผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยทรงขุนแผนเรือนคู่

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยทรงขุนแผนเรือนคู่(OTOP)

ขนาด กว้าง 46 เซนติเมตร ยาว 50 เซนติเมตร สูง 50 เซนติเมตร

น้ำหนัก 5000 กรัม

ราคาขายปลีก 5,000 บาท

สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์ : ศิลปะประดิษฐ์ และของที่ระลึก

ได้รับคัดเลือกเป็น OPC ปี : 2546

ระดับภาค : ★★★★★

สถานที่จำหน่าย

ชมรมอนุรักษ์เรือนไทยพัฒนา

สถานที่ตั้ง : 377 ซอยเจริญนคร 46 ถนนเจริญนคร แขวงบางลำภูล่าง เขตคลอง

สาน กรุงเทพฯ 10160

ติดต่อ : นายกิตติศักดิ์ ภูสวัสดิ์

โทร : 02 4376248 , 014502271

หมายเหตุ ภาพจากการถ่ายทำ ณ อาคารสนามกีฬาอินแดง (11/7/46)

### ข้อมูลรายละเอียดสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมบ้านทรงไทยบางช้าง



รหัสผลิตภัณฑ์ : 750301-A101

ผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยโบราณแบบจำลองเรือนไทย 3 หลังแปด

รายละเอียดผลิตภัณฑ์

เป็นบ้านเรือนไทยโบราณแบบจำลองของภาคกลาง ที่มีเอกลักษณ์ บ้านหน้าต่าง สามารถเปิด-ปิด ได้ ใบจั่วมีสัญลักษณ์พระเจ้า 5 พระองค์ (ประดับไฟราย นอก-ใน) ทำด้วยไม้สัก (OTOP) (APEC)

ขนาด กว้าง38 เซนติเมตร ยาว40.6 เซนติเมตร สูง30.5 เซนติเมตร

น้ำหนัก 1000 กรัม

**ราคาขายปลีก 4500 บาท**

เป็นสินค้า **APEC**

วัตถุดิบที่ใช้ ไม้สัก

สถานที่จำหน่าย

กลุ่มหัตถกรรมบ้านทรงไทยบางช้าง

1 ถนนประชาเศรษฐ ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา

จังหวัดสมุทรสงคราม 75110

ติดต่อ : นายดาบตำรวจสุชิน เป็รื่องชนะ

โทร : 034 751308, 09 684 9936

หมายเหตุ

ภาพจากงาน ภูมิปัญญาไทยสู่สากล หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (23 พ.ค.2546)

## ข้อมูลรายละเอียดสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมบ้านทรงไทยบางช้าง



รหัสผลิตภัณฑ์ : 750301-A102

ผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยโบราณสองหลังแฝด

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยโบราณสองหลังแฝด

ขนาด

กว้าง 25 เซนติเมตร ยาว 30 เซนติเมตร สูง 30 เซนติเมตร

น้ำหนัก 800 กรัม

ราคาขายปลีก 4,000 บาท

วัตถุดิบที่ใช้ ไม้สัก

สถานที่จำหน่าย

กลุ่มหัตถกรรมบ้านทรงไทยบางช้าง

1 ถนนประชาเสรมชู ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา

จังหวัดสมุทรสงคราม 75110

ติดต่อ : นายดาบตำรวจสุชิน เป็ร้องชนะ

โทร : 034 751308, 09 684 9936

หมายเหตุ

ภาพจากงาน ภูมิปัญญาไทยสู่สากล หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (23 พ.ค. 2546)

### ข้อมูลรายละเอียดสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมบ้านทรงไทยบางช้าง



รหัสผลิตภัณฑ์ : 750301-A103

ผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยโบราณเรือนเดี่ยว

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยโบราณเรือนเดี่ยว

ขนาด

กว้าง 17.5 เซนติเมตร ยาว 25 เซนติเมตร สูง 30 เซนติเมตร

น้ำหนัก 6 กรัม

**ราคาขายปลีก 2,500 บาท**

วัตถุดิบที่ใช้ ไม้สัก

สถานที่จำหน่าย

กลุ่มหัตถกรรมบ้านทรงไทยบางช้าง

1 ถนนประชาเศรษฐ ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา

จังหวัดสมุทรสงคราม 75110

ติดต่อ : นายดาบตำรวจสุชิน เป็ร้องชนะ

โทร : 034 751308, 09 684 9936

หมายเหตุ

ภาพจากงาน ภูมิปัญญาไทยสู่สากล หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (23 พ.ค. 2546)



## ข้อมูลรายละเอียดสินค้าของกลุ่มบ้านเรือนไทย – เรือใบจำลอง



รหัสผลิตภัณฑ์ : 730609-B301

รหัส e-Commerce : **730609-B301**

ผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยไม้สัก

รายละเอียดผลิตภัณฑ์

บ้านเรือนไทยไม้สัก เป็นบ้านเรือนไทยขนาด 1 นิ้ว

ขนาด

กว้าง 26 เซนติเมตร ยาว 24.5 เซนติเมตร สูง 19 เซนติเมตร

น้ำหนัก 750 กรัม

**ราคาขายปลีก 1,725 บาท (ไม่รวมค่าขนส่ง และ VAT)**

วัตถุดิบที่ใช้ ไม้สัก

สถานที่จำหน่าย

กลุ่มบ้านเรือนไทย - เรือใบจำลอง

49/69 หมู่ 10 บ้านเอกราช ถนนพุทธมณฑลสาย 7 ตำบลท่าตลาด อำเภอ

สามพราน จังหวัดนครปฐม 73110

ติดต่อ : นายอำนาจ เวชศาล

โทร : 034 326250, 01 4804251

### ข้อมูลรายละเอียดสินค้าของ กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพรึก



รหัสผลิตภัณฑ์ : 260303-A101

รหัส e-Commerce : **260303-A101**

ผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยจำลอง 1

รายละเอียดผลิตภัณฑ์

บ้านเรือนไทยจำลอง 3หลังพร้อมหอน้ำ และรั้ว ทำจากไม้สัก พร้อม  
กรอบกระฉก

ขนาด

กว้าง 22 เซนติเมตร ยาว 18 เซนติเมตร สูง 16 เซนติเมตร

น้ำหนัก 1390 กรัม

ราคาขายปลีก 1,495 บาท (ไม่รวมค่าขนส่ง และ VAT)



วัตถุดิบที่ใช้ ไม้สัก

สถานที่จำหน่าย

กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพรึก

432 หมู่ 8 ต.บ้านพรึก อ.บ้านนา จ.นครนายก 26110

ติดต่อ : นายชูชาติ จรุงจิตจรรยา

โทร : 09 9658009

ข้อมูลรายละเอียดสินค้าของ กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพรึก



รหัสผลิตภัณฑ์ : 260303-A102

รหัส e-Commerce : **260303-A102**

ผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยจำลอง 2

รายละเอียดผลิตภัณฑ์  
เรือนแพคู่ ทำจากไม้สัก พร้อมกรอบกระจก

ขนาด กว้าง 18 เซนติเมตร ยาว 13 เซนติเมตร สูง 15 เซนติเมตร

น้ำหนัก 825 กรัม

ราคาขายปลีก 750 บาท (ไม่รวมค่าขนส่ง และ VAT)



วัสดุที่ใช้ ไม้สัก

สถานที่จำหน่าย

กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพรึก

432 หมู่ 8 ต.บ้านพรึก อ.บ้านนา จ.นครนายก 26110

ติดต่อ : นายชูชาติ จรุงจิตจรรยา

โทร : 09 9658009

### ข้อมูลรายละเอียดสินค้าของ กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพรึก



รหัสผลิตภัณฑ์ : 260303-A103

รหัส e-Commerce : **260303-A103**

ผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยจำลอง 3

รายละเอียดผลิตภัณฑ์

เรือนเดี่ยว ทำจากไม้สัก พร้อมกรอบกระจก

ขนาด กว้าง 13 เซนติเมตร ยาว 13 เซนติเมตร สูง 16 เซนติเมตร

น้ำหนัก 825 กรัม

ราคาขายปลีก 635 บาท (ไม่รวมค่าขนส่ง และ VAT)



วัตถุดิบที่ใช้ ไม้สัก

สถานที่จำหน่าย

กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพรึก

432 หมู่ 8 ต.บ้านพรึก อ.บ้านนา จ.นครนายก 26110

ติดต่อ : นายชูชาติ จรุงจิตจรรยา

โทร : 09 9658009

ข้อมูลรายละเอียดสินค้าของ กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพรึก



รหัสผลิตภัณฑ์ : 260303-A104

รหัส e-Commerce : **260303-A104**

ผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยจำลอง 4

รายละเอียดผลิตภัณฑ์

บ้านเรือนไทย 3 หลัง พร้อมหอกกลาง ทำจากไม้ไผ่ พร้อมกรอบกระจก

ขนาด

กว้าง 22 เซนติเมตร ยาว 18 เซนติเมตร สูง 16 เซนติเมตร

น้ำหนัก 1380 กรัม

ราคาขายปลีก 1,150 บาท (ไม่รวมค่าขนส่ง และ VAT)



วัตถุดิบที่ใช้ ไม้ไผ่

สถานที่จำหน่าย

กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพรึก

432 หมู่ 8 ต.บ้านพรึก อ.บ้านนา จ.นครนายก 26110

ติดต่อ : นายชชาติ จรุงจิตจรรยา

โทร : 09 9658009

### ข้อมูลรายละเอียดสินค้าของ กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพรึก



รหัสผลิตภัณฑ์ : 260303-A105

รหัส e-Commerce : **260303-A105**

ผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยจำลอง 5

รายละเอียดผลิตภัณฑ์

เรือนไทย 2 หลังขวาง ทำจากไม้ไผ่ พร้อมกรอบกระจก

ขนาด

กว้าง 22 เซนติเมตร ยาว 18 เซนติเมตร สูง 15.5 เซนติเมตร

น้ำหนัก 1335 กรัม

ราคาขายปลีก 805 บาท

วัสดุที่ใช้

ไม้ไผ่

สถานที่จำหน่าย

กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพรึก

432 หมู่ 8 ต.บ้านพรึก อ.บ้านนา จ.นครนายก 26110

ติดต่อ : นายชูชาติ จรุงจิตจรรยา

โทร : 09 9658009



### ข้อมูลรายละเอียดสินค้าของ กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพรึก



รหัสผลิตภัณฑ์ : 260303-A106

รหัส e-Commerce : **260303-A106**

ผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยจำลอง 6

รายละเอียดผลิตภัณฑ์

บ้านเรือนไทยริมน้ำ 3 หลัง ทำจากไม้ไผ่ พร้อมกรอบกระจก

ขนาด

กว้าง 22 เซนติเมตร ยาว 18 เซนติเมตร สูง 16 เซนติเมตร

น้ำหนัก 1400 กรัม

ราคาขายปลีก 1,600 บาท (ไม่รวมค่าขนส่ง และ VAT)



วัตถุดิบที่ใช้ ไม้ไผ่

สถานที่จำหน่าย

กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพรึก

432 หมู่ 8 ต.บ้านพรึก อ.บ้านนา จ.นครนายก 26110

ติดต่อ : นายชูชาติ จรุงจิตจรรยา

โทร : 09 9658009

ข้อมูลรายละเอียดสินค้าของ กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพริก



รหัสผลิตภัณฑ์ : 260303-A107

รหัส e-Commerce : 260303-A107

ผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยจำลอง 7

รายละเอียดผลิตภัณฑ์  
เรือนไทยไม้ไผ่ 2 หลังคู่ พร้อมกรอบกระจก

ขนาด

กว้าง 14 เซนติเมตร ยาว 14 เซนติเมตร สูง 16 เซนติเมตร

น้ำหนัก 980 กรัม

ราคาขายปลีก 635 บาท (ไม่รวมค่าขนส่ง และ VAT)

วัสดุที่ใช้

ไม้ไผ่

สถานที่จำหน่าย

กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพริก

432 หมู่ 8 ต.บ้านพริก อ.บ้านนา จ.นครนายก 26110

ติดต่อ : นายชูชาติ จรุงจิตจรรยา

โทร : 09 9658009





ข้อมูลรายละเอียดสินค้าของ กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพรึก



รหัสผลิตภัณฑ์ : 260303-A108

รหัส e-Commerce : 260303-A108

ผลิตภัณฑ์ บ้านเรือนไทยจำลอง 8

รายละเอียดผลิตภัณฑ์

เรือนแพเดี่ยว ทำจากไม้ไผ่ พร้อมกรอบกระจก

ขนาด กว้าง 15 เซนติเมตร ยาว 13 เซนติเมตร สูง 15 เซนติเมตร

น้ำหนัก 860 กรัม

ราคาขายปลีก 520 บาท (ไม่รวมค่าขนส่ง และ VAT)



วัสดุที่ใช้

ไม้ไผ่

สถานที่จำหน่าย

กลุ่มทำบ้าน และเรือนทรงไทย ตำบลบ้านพรึก

432 หมู่ 8 ต.บ้านพรึก อ.บ้านนา จ.นครนายก 26110

ติดต่อ : นายชูชาติ จรุงจิตจรรยา

โทร : 09 9658009