

กระป๋องกระดาษ

(Paper Pallet)

สารบัญ

ส่วนที่ 1 บทสรุปผู้บริหาร

ส่วนที่ 2 กิตติกรรมประกาศ

ส่วนที่ 3 บทนำ

หน้า 7

สภาพตลาดของสินค้าและโอกาสทางธุรกิจ

หน้า 8

การสำรวจตลาด

หน้า 10

การประเมินโอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจ

หน้า 11

ส่วนที่ 4 บริษัท และแนวคิดของบริษัท

หน้า 13

จุดแข็งและจุดอ่อนของบริษัทและผลิตภัณฑ์

หน้า 14

ส่วนที่ 5 แผนการตลาด

การแบ่งส่วนตลาด และการกำหนดตลาดเป้าหมาย

หน้า 18

กลยุทธ์ทางการตลาด

หน้า 21

กลยุทธ์ด้านราคา

หน้า 26

กลยุทธ์การขาย

หน้า 28

แผนปฏิบัติการทางการตลาด

หน้า 29

ส่วนที่ 6 การจัดการงานผลิตและงานจัดส่ง

ทำเลของโรงงานผลิต

หน้า 33

การสั่งซื้อและการตรวจรับวัตถุดิบ

หน้า 33

ขั้นตอนการผลิต

หน้า 35

การจัดการและบริหารสินค้าคงคลัง

หน้า 37

ส่วนที่ 7 กลยุทธ์องค์กร

โครงสร้างองค์กร

หน้า 39

แนวทางการจัดการธุรกิจ

หน้า 42

ส่วนที่ 8 การจัดทำงบประมาณทางการเงิน

ส่วนที่ 9 การประเมินผลและการควบคุม

การควบคุมในระดับภาพรวมของบริษัท

หน้า 65

การควบคุมในระดับพนักงาน

หน้า 66

แผนฉุกเฉิน

หน้า 66

ภาคผนวก

- A. รายชื่อผู้ผลิตกระดาษลอนลูกฟูก
- B. รายชื่อผู้ผลิตแกนกระดาษ
- C. รายชื่อผู้ผลิตกาจ

- D. รายชื่อบริษัทขนส่ง
- E. รายชื่อบริษัทผู้ผลิตกระเบื้องประเภทต่างๆ
- F. การวิจัยตลาด
- G. สิทธิบัตร

บทสรุปผู้บริหาร

การขนส่งสินค้ากลายเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งสำหรับธุรกิจที่มีการส่งสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศ การมีบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนถ่ายที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจได้ บริษัทดำเนินธุรกิจส่งออกจะไม่ได้ผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนถ่ายใช้เอง เนื่องจากสภาพการแข่งขันในตลาด ทำให้หน่วยธุรกิจมุ่งให้ความสนใจที่จะพัฒนาและลงทุนในสายกระบวนการหลักของตนมากกว่า และยกการผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนถ่ายให้กับผู้อื่นช่วยทำแทน (Outsourcing) จากข้อมูลของกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์และกรมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ พบว่า ช่วง 5 ปีล่าสุด ประเทศไทยมีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แม้จะชะลอตัวอยู่บ้างในช่วงเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศ และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ คาดว่าจะมีอัตราการเติบโตราว 5-6% ภายในระยะ 2-3 ปีข้างหน้า

จากการสำรวจและวิเคราะห์สภาพตลาด พบว่าธุรกิจส่งออกยังคงใช้บรรจุภัณฑ์สำหรับการขนถ่ายในรูปแบบที่เป็นกระเบื้องอยู่เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งทำจากวัสดุต่างๆ อาทิ ไม้ โลหะ พลาสติก โดยกระเบื้องที่ทำจากวัสดุดังกล่าวยังไม่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานบางกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มที่ต้องการประหยัดน้ำหนักในการขนส่ง ต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนถ่ายที่ปลอดภัย และความชื้นต่ำ โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารสดและอาหารแช่แข็ง ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมส่งออกหลักของประเทศ Wise Pack จึงเป็นบริษัทผู้เสนอนวัตกรรมใหม่ของบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนถ่าย ในรูปแบบของกระเบื้องที่ทำจากกระดาษ ซึ่งทำให้เบากว่าที่สามารถรับน้ำหนักได้ในระดับเดียวกับกระเบื้องที่ทำจากวัสดุอื่นๆ ในขณะที่เดียวกันก็ยังมีราคาที่ถูกกว่าอีกด้วย

เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน Wise Pack นำเสนอกระเบื้องกระดาษใน 2 รูปแบบ คือรูปแบบ Light Duty Pallet ที่รับน้ำหนักสินค้าในช่วงไม่เกิน 600 กิโลกรัม และรูปแบบ Heavy Duty Pallet ที่รับน้ำหนักสินค้าในช่วง 600 ถึง 1,500 กิโลกรัม ซึ่งทั้งสองรูปแบบสามารถผลิตได้ในทุกขนาดตามความต้องการในการใช้งาน ด้วยกระบวนการผลิตที่ทันสมัยและแรงงานที่ได้รับการฝึกอบรมทำให้มีกำลังการผลิตถึง 300 ชิ้นต่อวัน ซึ่งนอกจากความแข็งแรงของโครงสร้างที่ออกแบบมาอย่างพิถีพิถันและได้รับการจัดสิทธิบัตรอย่างถูกต้องตามกฎหมายแล้ว ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นยังได้รับการควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวด ตั้งแต่การเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง ตลอดจนการตรวจสอบชิ้นงานในทุกขั้นตอนการผลิตทำให้ได้กระเบื้องกระดาษที่มีคุณภาพสูงถูกต้องตามความต้องการของผู้ใช้อย่างแท้จริง

เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการขนส่งกระเบื้องกระดาษสำเร็จรูปสูงกว่าค่าใช้จ่ายการขนส่งวัตถุดิบถึง 3 เท่า การเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานที่สามารถประหยัดค่าขนส่งกระเบื้องกระดาษไปยังผู้ใช้งานจึงเป็นสิ่งจำเป็น โดยเลือกตั้งโรงงาน 2 แห่งได้แก่ ที่ อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี และ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ ซึ่งจะครอบคลุมกลุ่มผู้ใช้งานในแถบภาคกลางตอนบนและภาคกลางตอนล่างตามลำดับ ซึ่งคำสั่งซื้อจากลูกค้าทุกรายจะถูกส่งไปยังพนักงานวางแผนที่โรงงาน จ.ปทุมธานี ซึ่งถือเป็นสำนักงานใหญ่ของบริษัท เพื่อวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ วางแผนการผลิต และ วางแผนการจัดส่งสินค้า ให้กับโรงงานทั้งสองแห่ง ทั้งนี้ข้อมูลของผู้ขายวัตถุดิบ ข้อมูลในกระบวนการ ตลอดจนข้อมูลของลูกค้าทุกรายจะถูกจัดเก็บอย่างเป็นระบบ เพื่อการพัฒนากระบวนการ การประมาณการปริมาณความต้องการของตลาด นั้นหมายถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

กลยุทธ์ในการทำธุรกิจของ Wise Pack จะใช้คุณสมบัติที่แตกต่างของกระเบื้องกระดาษเป็นเครื่องมือในการทำตลาด ในอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ส่งออก และอุตสาหกรรมอาหารสดและอาหารแช่แข็ง (โดยเน้นที่ผู้ผลิต

กึ่งแข็งในปีแรก) ซึ่งกิจกรรมทางการตลาด นอกจากการเข้าร่วมงานนิทรรศการต่างๆ แล้ว ยังใช้การมอบส่วนลดตาม ปริมาณการซื้อให้กับลูกค้าด้วย สำหรับช่องทางการขายนอกจากจะมีการเปิดเว็บไซต์ที่ให้ความรู้ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ แก่ลูกค้าแล้ว ยังมีพนักงานขายที่ผ่านการฝึกอบรมมาอย่างดีและมีแรงจูงใจจากโครงสร้างผลตอบแทนซึ่งนอกเหนือจากเงิน เดือนประจำแล้วยังมีผลตอบแทนตามยอดขายอีกด้วย คอยให้คำปรึกษา รับข้อมูลสั่งซื้อ และแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นให้กับ ลูกค้าอีกด้วย Wise Pack จึงตั้งเป้าหมายที่จะครอบคลุมแบ่งในตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 20% ในปีแรก และเพิ่มขึ้นเป็น 25 30 33 และ 35% ในปีถัดไป และ ส่วนแบ่งการตลาดส่งออกกึ่งแข็ง 5% ในปีแรก และเพิ่มขึ้นเป็น 10 15 17 20% ในปี ถัดไปลำดับ

ในส่วนโครงสร้างการลงทุน ของ Wise Pack จะประกอบไปด้วย เงินลงทุนจากผู้ร่วมทุน หลัก 5 ราย รายละแปด แสนบาท ใช้ลงทุนในการสร้างโรงงานและจัดซื้อเครื่องจักรอุตสาหกรรมเกิน 5 ปี จากการประมาณผลการดำเนินงานจะมีผล ตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้นโดยเฉลี่ย 24% ต่อปี

ปัจจุบันสภาวะการณ์ในทุกตลาดมีการเปิดกว้างทำให้มีการแข่งขันกันในธุรกิจที่กว้างขวางขึ้น ผู้ประกอบการที่อยู่ใน ตลาดจำต้องให้ความสำคัญในกระบวนการของตนมากขึ้น การรู้จักเลือกยอมนำมาซึ่งความได้เปรียบทางธุรกิจ กระบะ กระดาษของ Wise Pack จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับบรรพบุรุษสำหรับการขนถ่าย ที่ทดแทนคุณสมบัติของบรรพบุรุษที่ สำหรับการขนถ่ายอื่นได้ในราคาที่ต่ำกว่าทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนที่ต่ำลง อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนทางสังคมอีกด้วยคณะ ผู้บริหารมีความเชื่อมั่นว่า ผลลัพธ์นี้เป็นผลลัพธ์ที่สามารถสร้างโอกาสในตลาดได้ นอกจากนี้ ในระยะยาวคณะผู้บริหาร ยังเชื่อมั่นอีกว่า ทางเลือกที่ชาญฉลาดของหน่วยธุรกิจจะนำมาซึ่งผลตอบแทนที่คุ้มค่าให้กับสังคมนั้น

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้ เริ่มต้นและสำเร็จได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ศรายุทธ แสงจันทร์ อาจารย์พิเศษ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ได้ให้แนวคิด ความรู้ คำแนะนำและมุมมองในการทำธุรกิจ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการดำเนินงานจัดทำแผนธุรกิจนี้ คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ในการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ นอกจากจะต้องอาศัยข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภูมิต่าง ๆ อาทิ ข้อมูลจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น ตลอดจนบทความและบทวิจัยต่าง ๆ ดังที่ได้แสดงไว้ในบรรณานุกรมแล้ว คณะผู้จัดทำยังได้รับความอนุเคราะห์ในเรื่องข้อมูลทางการตลาด สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม จากเจ้าหน้าที่หลายท่านของบริษัท ซีเกท จำกัด บริษัทโซติวัฒน์ห่อเย็น จำกัด (มหาชน) บริษัท เนสเลย์ (ประเทศไทย) จำกัด และผู้ผลิตและจำหน่ายกระป๋องหลายท่าน ตลอดจนข้อมูลทางเทคนิคเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และกระดาดจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทในกลุ่มสยามบรรจุภัณฑ์ โดยข้อมูลหลายอย่างเป็นข้อมูลที่เป็นความลับทางธุรกิจ และพึงเปิดเผยเฉพาะในงานวิจัยเท่านั้น นอกจากนี้ ในการสำรวจข้อมูลภาคสนาม คณะผู้จัดทำยังได้รับความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจากกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจอุตสาหกรรมส่งออก ที่ได้ให้ข้อมูลดังกล่าว คณะผู้วิจัยใคร่ขอแสดงความขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านเหล่านั้นมา ณ. โอกาสนี้

คณะผู้จัดทำจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลจากการถ่ายทอดความรู้ ความพยายาม และความร่วมมือจากบุคคลหลายฝ่าย แผนธุรกิจนี้คงให้ประโยชน์แก่ผู้ค้นคว้าไม่มากนักขอ

คณะผู้จัดทำ

9 เมษายน 2545

บทนำ

จากการที่แต่ละประเทศมีการเปิดกว้างในการค้าขายระหว่างกันมากขึ้น ทั้งการลดระดับกำแพงภาษี การตั้งกลุ่มร่วมมือทางการการค้า การเปิดเสรีทางการค้า โดยมีการประมาณการจากภาครัฐถึงแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกสำหรับในมุมของธุรกิจส่งออกแล้ว นี่คือการขยายตัวของตลาดต่างประเทศ และโอกาสที่สูงขึ้นของการเข้าสู่ตลาดของคู่แข่งรายใหม่ นั้นหมายถึงสภาวะการแข่งขันที่ผลักดันให้ผู้ที่อยู่ในตลาดทุกรายต้องพัฒนาตัวเอง เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นการจัดหาเทคโนโลยีใหม่ให้กับกระบวนการ การปรับเปลี่ยนรูปแบบกระบวนการ เพื่อเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนให้กับธุรกิจของตนเอง รวมไปถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าของตนให้เหมาะสมตรงตามความต้องการของตลาดอยู่ตลอดเวลา และสำหรับธุรกิจส่งออกแล้วการขนส่งจัดเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งมีผลกระทบทั้งต่อต้นทุนสินค้า เวลาในการเข้าสู่ตลาด และคุณภาพของสินค้า หีบห่อสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์จึงกลายเป็นตัวแปรสำคัญที่ไม่สามารถมองข้ามได้นอกจากจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยรักษาคุณภาพสินค้า ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งแล้วในบางตลาด เช่นตลาดยุโรปยังมีข้อกำหนดด้านกฎหมายที่มีมาตรการที่เข้มงวดต่อหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ของสินค้าอีกด้วย ดังนั้นการใช้หีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้

ปัจจุบันด้วยแนวคิดที่มีการตระหนักถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมมากขึ้นอีกทั้งน้ำหนักของหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์มีผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนในการขนส่งสำหรับตลาดต่างประเทศ ดังนั้นการใช้กระดาษซึ่งเป็นผลผลิตจากวัตถุดิบที่นำมาใช้หมุนเวียน (Recycle) เป็นหลัก และยังมีน้ำหนักเบากว่าวัสดุประเภทอื่น มาใช้ผลิตเป็นหีบห่อและบรรจุภัณฑ์กลายเป็นทางเลือกที่ได้รับความสนใจจากตลาดและ มีโอกาสสูงที่จะพัฒนาธุรกิจเกี่ยวกับหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์จากกระดาษ

บริษัท ไวส์ แพ็ค จำกัด (Wise Pack Co.,Ltd.) ด้วยแนวคิดดังกล่าว ในการที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนกระป๋องในรูปแบบเดิมอันมีข้อจำกัดและลดทอนศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกของประเทศไทย บริษัทจึงมีความมุ่งมั่นในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษเพื่อต้องการเข้ามามีส่วนช่วยส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจส่งออกของไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สภาพตลาดของสินค้าและโอกาสทางธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพของธุรกิจกระบะ (Pallet) ที่ทำจากกระดาษ

รูปแบบของกระบะในปัจจุบันสามารถแบ่งออกจากประเภทของวัสดุที่นำมาทำ

- กระบะ (Pallet) ที่ทำจากพลาสติก
- กระบะ (Pallet) ที่ทำจากไม้
- กระบะ (Pallet) ที่ทำจากเหล็ก
- กระบะ (Pallet) ที่ทำจากโลหะกันสนิมอื่นๆ

ลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจกระบะในปัจจุบันมีหลายหลากหลายขนาด ตั้งแต่ผู้ประกอบการรายย่อยในลักษณะรับจ้างทำจนไปถึงผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีเครือข่ายทั่วโลก ซึ่งอาจจะทำธุรกิจทั้งด้านของการให้เช่า หรือขายขาด สำหรับตลาดกระบะภายในประเทศโดยส่วนใหญ่เป็นกระบะที่ทำจากไม้ และเป็นลักษณะของการเช่าใช้ ผู้ดำเนินธุรกิจรายหลักสำหรับการเช่ากระบะคือ GE Capital ซึ่งให้เช่ากระบะตรา LOSCAM ส่วนนอกนั้นจะเป็นผู้ผลิตภายในประเทศ (รายชื่อดู APPENDIX E)

ในสภาพตลาดโดยรวม กลุ่มผู้ใช้งานกระบะภายในประเทศมีวัตถุประสงค์ในการใช้งานที่แตกต่างกัน เช่นผู้ใช้งานบางรายใช้เพียงในประเทศและต้องการกระบะที่มีความคงทน สามารถใช้งานได้ซ้ำ ในขณะที่ลูกค้าบางรายมีการส่งตัวกระบะไปพร้อมกับสินค้าของตน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับลูกค้าที่มีการส่งสินค้าออกยังต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่จำเป็นต้องส่งตัวกระบะไปพร้อมกับสินค้า และไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ทำให้ต้นทุนของกระบะกลายเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนสินค้า อย่างไรก็ตาม สำหรับกระบะที่มีการจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน ผู้บริโภคไม่เห็นถึงความแตกต่างของสินค้าที่จำหน่ายจากผู้ผลิตแต่ละรายมากนัก ทั้งนี้ปัจจัยหลักที่ผู้บริโภคให้ความสนใจคือต้นทุนของสินค้า ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้อ คือ การจัดส่ง ความสะดวกรวดเร็ว และความคงทนของตัวกระบะไม้ ด้วยปัจจัยดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ทำให้ลูกค้ามีต้นทุนในการเปลี่ยนการเลือกซื้อสินค้า (Switching Cost) ต่ำ ทำให้การที่สินค้าจะถูกตัดสินใจซื้อจากผู้บริโภคจึงขึ้นอยู่กับบริษัทที่จัดจำหน่ายสามารถนำตัวสินค้าและบริการให้ลูกค้าได้พิจารณาได้เร็วเพียงใด

อุปสรรคในการเข้าตลาดเนื่องจากผู้บริโภคเดิมที่มี Brand Loyalty น้อยอยู่แล้วก็จะยิ่งเริ่มลดน้อยลงไปอีก สำนักงานต่าง ๆ สามารถเลือกและทดลองใช้กระบะที่ทำจากผู้ผลิตรายอื่น ๆ ทำให้ปัจจัยด้านราคามีผลมากขึ้นในการแข่งขัน

ในปัจจุบันผู้บริโภคมีความรู้มากขึ้น การแพร่กระจายของข่าวสารเป็นไปอย่างกว้างขวาง รวดเร็ว และ ทัวถึง ผู้บริโภครู้จักเลือกซื้อเลือกบริโภคมากขึ้น และกล้าทดลองในสินค้าอื่นที่ราคาถูกกว่าแต่คุณภาพเท่าเทียมกันหรือดีกว่า ทำให้ผู้ผลิตหลายรายต้องเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นและตรงตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ในขณะเดียวกันต้องมีการนำเสนอรูปแบบของการให้บริการหลังการขายเพิ่มขึ้นเพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างของทั้งตัวสินค้าและการบริการการ

สำหรับกระบะ (Pallet) ทำจากกระดาษเข้าสู่ตลาดก่อนจะเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันด้านนี้ เพราะลูกค้าจะสามารถจำตราขายี่ห้อ (Share of Mind) และมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่ารายใหม่อื่นๆ แต่อย่างไรก็ตาม หากสินค้าไม่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ก็มีโอกาสดูถูกดูแคลนแบบสินค้า

ดังนั้น การเข้าสู่ตลาดจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพที่ดี น่าเชื่อถือ ตรงตามความต้องการของลูกค้าและมุ่งเน้นที่จะแก้ปัญหาหรือข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาดที่ลูกค้าใช้อยู่ในปัจจุบัน

ในด้านแรงงานและวัตถุดิบ ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนา ประชาชนที่ประกอบอาชีพการใช้แรงงานยังมีอีกมาก และค่าจ้างแรงงานค่อนข้างต่ำ ซึ่งวัตถุดิบหลักของกระเบื้อง (Pallet) ที่ทำจากกระดาษ ได้แก่ กระดาษอุตสาหกรรม (Kraft Paper) กระดาษลอนลูกฟูก กาว แกนกระดาษ เป็นต้น ต้นทุนของวัสดุเหล่านี้มีโอกาสที่จะลดลงเนื่องด้วยข้อบังคับของการค้าระหว่างประเทศที่กำหนดให้กำแพงภาษีลดลง ผู้ประกอบการผลิตวัสดุภายในประเทศต้องเกิดการแข่งขันจากกระดาษนำเข้าทำให้ไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ทั้งหมด ดังนั้นแนวโน้มของต้นทุนจึงลดลง การประกอบวัตถุดิบเหล่านี้ด้วยกันสามารถใช้แรงงานคนในการประกอบขึ้นรูปเพื่อผลิตกระเบื้อง โดยวัตถุดิบสามารถจัดหาจากภายนอก (Outsource) ให้ ผู้จัดจำหน่าย (Supplier) ภายนอกทำตามแบบที่บริษัทกำหนดได้ ทำให้สามารถลดปัญหายุ่งยากต่าง ๆ และลดการลงทุนในด้านเครื่องจักรไปค่อนข้างมาก

สำหรับการจัดหา (Outsource) ของกระดาษลอนลูกฟูก (Sheet board) เลือกผู้จัดหา (Supplier) ได้มาก เพราะประเทศไทยมีโรงพิมพ์และโรงกลึงที่สามารถตัดกระดาษและพิมพ์ตามความต้องการของลูกค้า และการผลิตจะเปลี่ยนแปลงบ่อย ๆ เนื่องจากความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ซึ่งแสดงให้เห็นว่า บริษัทเหล่านี้ต้องเอาใจลูกค้าค่อนข้างมากเพื่อที่จะได้คำสั่งซื้อของลูกค้ามาผลิต จึงจำเป็นต้องรับ Order ทุกรูปแบบของลูกค้า ทำให้บริษัทมีอำนาจการต่อรองต่อ Supplier สูง

การสำรวจตลาด

ในปัจจุบันผู้ใช้กระบะแบบเดิมภายในประเทศสามารถจัดกลุ่มได้ดังต่อไปนี้
แบ่งตามลักษณะของการเป็นเจ้าของจะสามารถแบ่งออกได้เป็นดังต่อไปนี้

1. บริษัทที่ซื้อขาด หรือ จัดทำกระบะใช้งานเอง บริษัทเหล่านี้จะมีการใช้งานกระบะในปริมาณไม่มาก และการใช้งานส่วนใหญ่จะเป็นการใช้งานภายในองค์กร ด้วยวัตถุประสงค์การขนส่งระหว่างบริษัท หรือกลุ่มที่มีการใช้กระบะส่งออกไปพร้อมกับขนส่ง
2. บริษัทที่เช่ากระบะใช้งาน บริษัทเหล่านี้จะมีการใช้งานกระบะจำนวนมากและต้องการ OUTSOURCE ขั้นตอนของการเตรียม จัดทำ และดูแลรักษากระบะออกไป ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มบริษัทจำหน่ายสินค้าประเภทอุปโภคหรือบริโภคภายในประเทศขนาดใหญ่ จึงมีการใช้งานมาก

แบ่งตามการใช้งาน สามารถแบ่งได้ดังต่อไปนี้

1. ลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การใช้งานภายในประเทศ เช่นการขนส่งจากโรงงานไปยังศูนย์กระจายสินค้า หรือจากศูนย์กระจายสินค้าไปยังลูกค้า เช่น สินค้าอุปโภค บริโภคภายในประเทศ
2. ลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์การใช้งานเพื่อการส่งออก กลุ่มบริษัทเหล่านี้ จำเป็นต้องส่งตัวกระบะไปพร้อมกับสินค้าที่ส่งออก ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนของกระบะกลายเป็นต้นทุนส่วนหนึ่งของสินค้า ตัวอย่างของกลุ่มบริษัทเหล่านี้ได้แก่ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เคมีภัณฑ์ อาหารส่งออก เป็นต้น กลุ่มเหล่านี้ นอกจากต้นทุนของกระบะที่เกิดขึ้นแล้ว ต้นทุนในการขนส่งอันเนื่องมาจากน้ำหนักกระบะถือว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มักได้รับการพิจารณา

การประเมินโอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจ

จากสภาพอุตสาหกรรมและการแข่งขัน สามารถสรุปโดยใช้ Five Force Model ได้ดังนี้

ผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาด (Risk of entry by potential competitors)

เนื่องจาก ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นไม่มากนัก และไม่ต้องใช้เทคโนโลยีหรือกระบวนการผลิตที่ซับซ้อน สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่จึงทำได้ไม่ยากนัก อย่างไรก็ตาม การที่สินค้ามีการจดทะเบียนลิขสิทธิ์ไว้ ก็เป็นส่วนหนึ่งในการป้องกันการลอกเลียนแบบและเป็นการจำกัดการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (Barriers to entry) ได้ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ สิ่งสำคัญในการทำธุรกิจนี้ คือ การสร้างความสัมพันธ์ ให้ความใกล้ชิดกับลูกค้า มีการแนะนำ ให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และให้บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องร่วมกันไปด้วย

อำนาจต่อรองของผู้ขายสินค้า (Bargaining power of suppliers)

เนื่องจาก สินค้าของบริษัทเป็นสินค้าที่คิดค้นขึ้นมา ผลิตและจัดจำหน่าย supplier ที่จำหน่ายวัตถุดิบก็มีอยู่หลายราย การเจรจาต่อรองในการจ้างผู้ผลิตเหล่านี้ทำการผลิตให้ ทำได้ไม่ยาก และผู้ผลิตแต่ละรายก็มีอำนาจต่อรองไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม การเลือกผู้ผลิตส่วนประกอบแต่ละส่วนก็มีความสำคัญ ต้องมีการคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าที่ผลิตด้วย นอกเหนือจากจะคำนึงถึงเรื่องต้นทุนการผลิตแล้ว

อำนาจต่อรองของผู้ซื้อสินค้า (Bargaining power of buyers)

เนื่องจาก ในสถานการณ์ปกติ สินค้านี้เป็นสินค้าที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ยังไม่รู้จัก หรือไม่เคยใช้มาก่อน เพราะคิดว่าอาจจะไม่เหมาะสมกับการใช้งาน แต่จากผลการวิจัยพบว่าถ้าหากกระบวนกระบวนการสามารถใช้งานได้จริง ก็จะช่วยให้อาจลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งได้ ดังนั้น ในสถานการณ์ปกติแล้ว อำนาจต่อรองของผู้ซื้อสินค้านี้จึงมีสูง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ สร้างทัศนคติให้กับลูกค้าเห็นประโยชน์ของ กระบวนกระบวนการ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยลดอำนาจต่อรองของผู้ซื้อสินค้าลงได้

สินค้าทดแทน

สินค้าทดแทนที่ควรพิจารณาถึง คือ slip sheet ซึ่งมีการใช้บางบริษัทเท่านั้น เนื่องจากจะต้องมีอุปกรณ์พิเศษ ในการสอด slip sheet เข้า และดึงออก ซึ่งจำเป็นที่จะต้องใช้อุปกรณ์นี้ติดตั้งที่รถ forklift ทั้งสองฝ่าย คือฝ่ายที่ส่งสินค้า และฝ่ายที่รับสินค้า ซึ่งหากพิจารณาแล้ว จะเห็นว่าขาดความคล่องตัว เมื่อเทียบกับกระบวนที่สามารถใช้รถ forklift เสียบและยกขึ้นลงได้เลย และยังมีความแพงกว่าอีกด้วย สำหรับสินค้าทดแทนอีกอย่างคือ บริษัทที่มีเครือข่ายการให้บริการเข้ากระบวนไม่ระหว่างประเทศ เช่น GE Capital บริษัทเหล่านี้จะมีเครือข่ายในประเทศต่างๆ ที่ตนดำเนินกิจการอยู่และสามารถให้ข้อเสนอต่อลูกค้าที่จะเข้ากระบวนไม่ของตนและส่งมอบให้กับบริษัทของตนที่มีสาขาอยู่ในต่างประเทศหรือประเทศที่สินค้าส่งไปถึง

คู่แข่งปัจจุบันในธุรกิจ

คู่แข่งในปัจจุบันของธุรกิจคือกระเบที่ทำมาจากไม้ และ พลาสติก ซึ่งมีราคาค่อนข้างแพง อีกทั้ง ยังมีน้ำหนักที่มากกว่า กระเบกระดาษ แต่ด้วยความคุ้นเคยของลูกค้าที่ใช้กระเบทั้งสองประเภทมาเป็นเวลานานแล้ว ทำให้ยังคงมีความนิยมและเชื่อมั่นในการใช้งานของกระเบที่ทำจากวัสดุไม้และพลาสติกอยู่มาก จึงเป็นหน้าที่ที่สำคัญของฝ่ายการตลาดและพนักงานขายที่จะต้องพยายาม ให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายยอมรับในสินค้ากระเบกระดาษ อีกทั้งบริษัทคู่แข่งที่มีอยู่ในปัจจุบันก็ได้ดำเนินแผนการตลาดหรือกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างจริงจังเนื่องจากเห็นว่าเป็นสินค้าทั่วไป จึงเป็นโอกาสที่ดีของบริษัทที่จะสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้า

นอกจากกระเบที่ทำจากไม้และพลาสติกแล้ว ปัจจุบันยังมีผู้ผลิต 1 รายที่ทำการผลิตกระเบที่ทำจากกระดาษอยู่แล้ว โดยวัตถุดิบเป็นเศษกระดาษและแกนกระดาษที่เหลือจากกระบวนการผลิต กล้องกระดาษลูกฟูก ซึ่งถือได้ว่าเป็นการผลิตจาก by-product ดังนั้นถึงแม้ว่าต้นทุนในการผลิตจะต่ำกว่า แต่คุณภาพของกระเบ และ ความแน่นอนของปริมาณวัตถุดิบจึงควบคุมได้ยาก ดังนั้นลูกค้าจึงน่าจะให้ความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า และกำหนดส่งมอบ ของ wise pack มากกว่า

โอกาส (Opportunities)

- พฤติกรรม ผู้บริโภคกลุ่มที่มีการส่งสินค้าออกยังต่างประเทศต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีต้นทุนที่ต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่มีการส่งสินค้าทางอากาศ (Air Freight) นอกเหนือจากต้นทุนบรรจุภัณฑ์ที่ต่ำแล้ว น้ำหนักของกระเบเอง ก็ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณา นอกจากนั้นแล้วการขนส่งทางอากาศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น
- กฎระเบียบ และข้อกำหนดในเรื่องของการกำจัดบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่มีการจำหน่ายระหว่างประเทศ เช่น ในกลุ่มประเทศยุโรป ทำให้ผู้ส่งออกจำเป็นต้องหาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ง่ายต่อการย่อยสลาย หรือมีต้นทุนในการทำต่ำที่สุด วัตถุดิบสามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่นและต้นทุนไม่สูง
- ผู้บริโภคไม่ยึดติดในยี่ห้อ (Brand Loyalties) ทำให้สามารถเข้าตลาดได้ง่าย
- สินค้ากระเบที่ทำจากตลาด แม้ว่าจะเป็นสินค้าที่ใหม่สำหรับตลาดภายในประเทศ แต่สำหรับตลาดในต่างประเทศถือว่ามีการพัฒนาและเป็นที่ยอมรับในช่วงระยะเวลาหนึ่งแล้ว กอปรกับในปัจจุบันข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างกว้างขวาง ผู้บริโภคมีการยอมรับในตัวสินค้าง่ายขึ้น

อุปสรรค (Threats)

- การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในรูปแบบของการขนส่ง อาจทำให้มีความเสี่ยงต่อการเลือกใช้งานรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ทำให้ตัวกระเบที่ทำจากกระดาษอาจเสียความนิยมได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว
- คู่แข่งสามารถเข้าตลาดได้ง่าย เนื่องจากการลงทุนไม่สูงมากและผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ง่ายโดยคู่แข่งรายใหม่อาจเป็นไปได้ทั้งผู้ประกอบการภายในประเทศ เช่น ผู้ผลิตกล่อง หรือผู้กระดาษเอง หรือเป็นผู้ประกอบการจากต่างประเทศซึ่งมีการดำเนินธุรกิจประเภทนี้อยู่แล้ว
- สินค้าถูกเลียนแบบได้ง่าย (กรณีหมดความคุ้มครองจากสิทธิบัตร)

บริษัท และแนวคิดของบริษัท

วิสัยทัศน์ (Vision) “WE DO BEYOND PACKAGING”

ภารกิจ (Mission)

ส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจส่งออกของไทยโดยรับภาระในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากวัสดุที่ช่วยประหยัดทรัพยากรธรรมชาติและไม่เปื้อนเปรียนสิ่งแวดล้อม ที่มีคุณภาพมาตรฐานมีความเหมาะสมและสามารถสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกได้

เป้าหมายทางธุรกิจ (Goals)

- ส่วนแบ่งทางการตลาด เท่ากับ 35% ของตลาดกระดาษที่ใช้ในอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และ 20% สำหรับตลาดอาหารแช่แข็ง (โดยเฉพาะกุ้งแช่แข็ง) ภายในระยะเวลา 5 ปี
- ผลตอบแทนในส่วนของผู้ถือหุ้น 20% ต่อปี

รายละเอียดของผลิตภัณฑ์

ชื่อ: กระดาษที่ทำจากกระดาษ (Paper Pallet)

ลักษณะทั่วไป: เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในรองรับตัวสินค้า เพื่อใช้ในการขนย้ายขนถ่ายสินค้าโดยตัวผลิตภัณฑ์จะได้จากการนำเอากระดาษอุตสาหกรรม (Liner Kraft Paper) และกระดาษลอนลูกฟูก (Corrugated Paper) ซึ่งทำจากเศษกระดาษ Recycle 90% โดยประมาณ คุณสมบัติกระดาษชนิดนี้สามารถนำมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติรับน้ำหนัก และทนต่อการฉีกขาด ซึ่งกระดาษทั้งสองประเภทจะเป็นวัสดุหลักในการทำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้โดยทั่วไป เช่น ถังปูนซีเมนต์ กล่องบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ความแข็งแรงของกระดาษจะขึ้นอยู่กับสามปัจจัยหลัก อันได้แก่ น้ำหนักกระดาษ (Basis Weight) ที่เลือกใช้ในการผลิตจำนวนชั้นของกระดาษลอนลูกฟูก และการออกแบบของตัวกระดาษ

คุณสมบัติสำคัญ: น้ำหนักของตัวกระดาษต่ำ และสัดส่วนระหว่างน้ำหนักของที่รองรับได้ กับน้ำหนักของตัวกระดาษ มีสัดส่วนที่สูง (200 : 1)¹ และเป็นกระดาษที่ราคาต่ำเหมาะกับการใช้งานในระยะสั้น

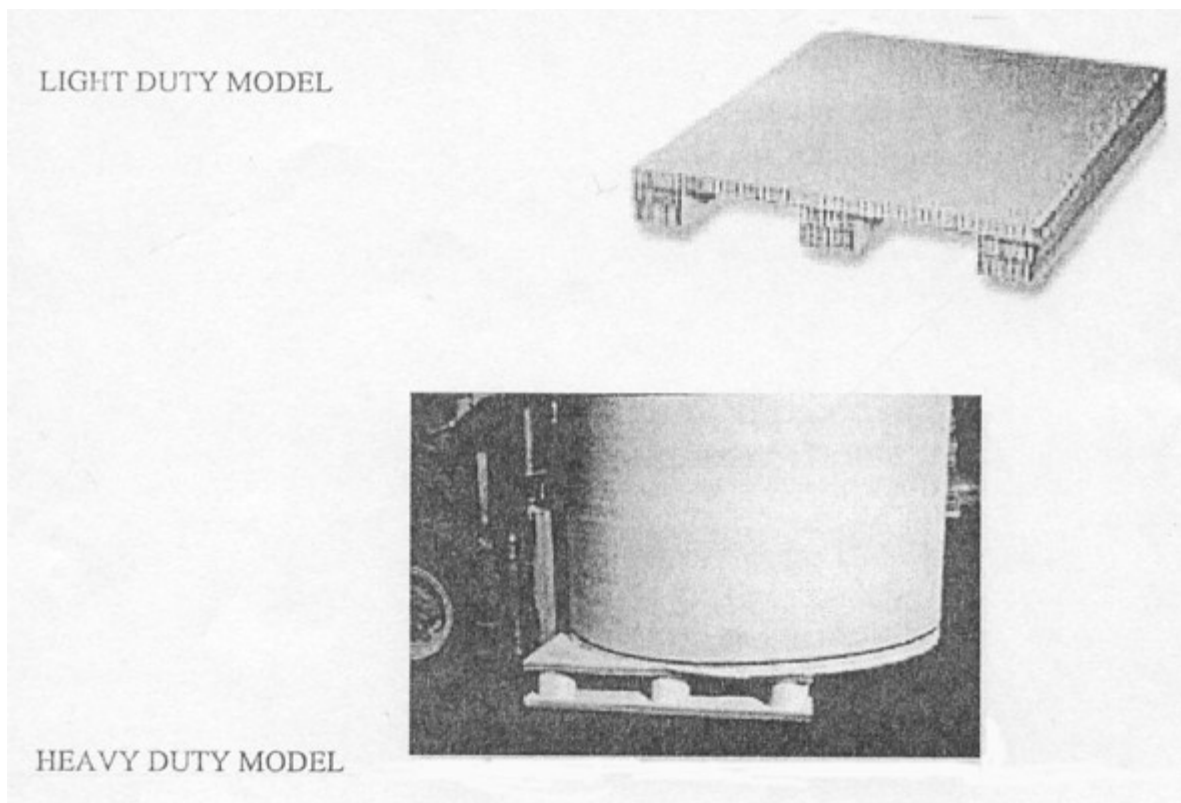
รูปแบบผลิตภัณฑ์:

- LIGHT DUTY MODEL รับน้ำหนักไม่เกิน 600 กิโลกรัม
- HEAVY DUTY MODEL รับน้ำหนักไม่เกิน 1,500 กิโลกรัม

ขนาดของผลิตภัณฑ์:

- 800 mm x 1,200 mm
- 1,000 mm x 1,200 mm
- 1,200 mm x 1,200 mm
- 1,140 mm x 1,140 mm

¹ กระดาษกระดาษหนักประมาณ 7 กิโลกรัม น้ำหนักที่รับได้มากที่สุด 1.5 ตัน



จุดแข็งและจุดอ่อนของบริษัทและผลิตภัณฑ์

จากการประเมินศักยภาพของบริษัท สามารถสรุปจุดแข็งและจุดอ่อนของบริษัทและผลิตภัณฑ์ที่จะออกวางจำหน่ายได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

- ผลิตภัณฑ์มีน้ำหนักเบากว่า กระบะที่ทำมาจากวัสดุอื่น ๆ จึงเหมาะสำหรับการขนส่งที่น้ำหนักของตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญต่อต้นทุนการขนส่ง
- ผลิตภัณฑ์มีความขึ้นภายในต่ำกว่ากระบะที่ทำจากไม้ และปลอดภัย ไม่มีโอกาสเกิดปัญหาเชื้อราและแมลงขึ้นในระหว่างการขนส่ง
- ผลิตภัณฑ์มีการควบคุมคุณภาพทุกขั้นตอนการผลิต โดยเฉพาะวัตถุดิบหลักคือกระดาษที่มีการกำหนดคุณสมบัติด้านความแข็งแรง ทำให้คุณภาพของกระบะที่ได้มีคุณภาพสม่ำเสมอ ขนาดที่แน่นอน
- เหมาะสำหรับผู้ส่งสินค้าออก ที่ต้องรับภาระการทำลายบรรจุภัณฑ์เอง
- วัตถุดิบที่ใช้เป็นวัตถุดิบ Recycle ซึ่งมีต้นทุนต่ำแต่สามารถขายได้ในราคาสูงตามความคิดของผู้บริโภคในปัจจุบัน
- สามารถ Customize ตัวผลิตภัณฑ์ได้ตามความต้องการของลูกค้า ภายใต้ต้นทุนการผลิตที่ต่ำ
- มีการจัดการบริหารที่ดี และมีบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะทางด้านกระดาษ ขึ้นรูปกล่อง และการบริหารธุรกิจ

จุดอ่อน (Weaknesses)

- ต้นทุนของการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยังผู้ใช้มีสัดส่วนที่สูงเมื่อเทียบกับต้นทุนด้านอื่น ๆ เพราะผู้ใช้มีฐานการผลิตที่แตกต่างกัน ทำให้ปัจจัยด้านฐานการผลิตของบริษัทมีความสำคัญ
- เป็นบริษัทตั้งขึ้นใหม่และผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่สำหรับตลาดภายในประเทศ ดังนั้นการทำให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของลูกค้าต้องใช้เวลาและใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูงในการทำตลาด
- วัตถุดิบที่ใช้เป็นกระดาษทำให้ผู้ใช้มีทัศนคติเชิงลบในด้านความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์

สรุปจุดแข็งและจุดอ่อนของบริษัทและผลิตภัณฑ์

จุดแข็ง	จุดอ่อน
▪ มีน้ำหนักเบา ราคาถูกที่สุด ▪ ความขึ้นต่ำ ปลอดภัย และแมลง ▪ คุณภาพสม่ำเสมอ ▪ ใช้วัตถุดิบ Recycle เหมาะกับความนิยมในปัจจุบัน ▪ เหมาะสำหรับผู้ส่งออกที่รับภาระการทำลายบรรจุภัณฑ์ ▪ SET UP COST ต่ำ ▪ บุคลากรมีความรู้ ความชำนาญสูง	▪ ต้นทุนการขนส่งสูง ▪ เป็นผู้ผลิตรายใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้าทั่วไป ▪ ทัศนคติเชิงลบด้านความแข็งแรง

จุดแข็งจุดอ่อนของกระเบื้องที่ทำจากวัสดุอื่น

สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

กระเบื้อง (Pallet) ที่ทำจากไม้

จุดแข็ง	จุดอ่อน
▪ ราคาถูกกว่ากระเบื้องที่ทำจากเหล็กและพลาสติก ▪ มีผู้ผลิตจำนวนมากในตลาด ▪ มีสัดส่วนการใช้งานสูง เมื่อเทียบกับกระเบื้องแบบอื่น ๆ ▪ สินค้ามีความแข็งแรง ▪ สินค้าสามารถ Customize ได้ตามความต้องการของลูกค้า	ไม้ยางพารา ▪ ไม่ปลอดภัย และแมลง ▪ คุณภาพไม่สม่ำเสมอ ขึ้นอยู่กับคุณภาพของไม้ที่นำมาใช้งาน ▪ ราคาสูงเมื่อเทียบกับไม้อัด ไม้อัด ▪ Sensitive ต่อความชื้น ▪ น้ำหนักมาก

กระบะ (Pallet) ที่ทำจากเหล็ก

จุดแข็ง	จุดอ่อน
■ รับน้ำหนักได้มาก ■ มีความคงทนถาวร สามารถใช้ซ้ำได้ ■ ปลอดภัย ไม่มีปัญหาเรื่องแมลง ■ คุณภาพสม่ำเสมอ	■ ราคาสูง ■ การปรับเปลี่ยนรูปแบบทำได้ยาก และมีต้นทุนที่สูง ■ น้ำหนักมากที่สุดเมื่อเทียบกับแบบอื่นๆ

กระบะ (Pallet) ที่ทำจากพลาสติก

จุดแข็ง	จุดอ่อน
■ รับน้ำหนักได้มาก ■ มีความคงทนถาวร สามารถใช้ซ้ำได้ ■ ปลอดภัย ไม่มีปัญหาเรื่องแมลง ■ คุณภาพสม่ำเสมอ ■ พื้นที่กองเก็บต่ำ	■ ราคาสูงเมื่อเทียบกับกระบะกระดาษและไม้ ■ การปรับเปลี่ยนรูปแบบทำได้ยาก และมีต้นทุนที่สูง ■ น้ำหนักใกล้เคียงกับกระบะที่ทำจากไม้

เปรียบเทียบกระบะที่ทำจากกระดาษกับกระบะที่ทำจากวัสดุอื่น ๆ

คุณสมบัติ	กระดาษ	ไม้อัด	ไม้ยางพารา	เหล็ก	พลาสติก
ราคา	ต่ำสุด	ต่ำ	ต่ำ	สูง	สูง
น้ำหนักกระบะ	ต่ำสุด	ต่ำ	ต่ำ	สูง	สูง
การรับน้ำหนัก	ต่ำสุด	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง	สูง
การใช้ซ้ำ	ต่ำสุด	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง	สูง
ปลอดภัย	ต่ำ	ปานกลาง	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำ
ความสม่ำเสมอของคุณภาพ	สูง	ต่ำ	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
ความต้องการพื้นที่กองเก็บ	ต่ำ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ต่ำ
จำนวนคู่แข่งในตลาด	น้อยมาก	มาก	มาก	น้อย	ปานกลาง
การทนความชื้น	ต่ำ	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สูง

นอกจากนั้นแล้วเมื่อทำการเปรียบเทียบกระบะที่ทำจากกระดาษ กับกระบะที่มีการให้บริการแบบเช่า โดยจะพบว่าเงื่อนไขของบริษัทที่ให้บริการดังกล่าวคือจะคิดค่าเช่ากระบะเป็นรายวัน และเมื่อสินค้าถึงยังประเทศปลายทาง และมีการส่งมอบตัวกระบะที่ให้แก่กับผู้ให้บริการที่มีสาขาอยู่ภายในประเทศนั้น จะมีการคิดค่า RELOCATION ซึ่งจากข้อมูลของบริษัท GE Capital ซึ่งเป็นผู้ให้บริการรายใหญ่ในการให้เช่ากระบะที่ทำจากไม้ ราคาของกระบะที่อยู่ในบริการแบบนี้จะอยู่ที่ประมาณ 5 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 225 บาท สำหรับค่า RELOCATION (สำหรับการส่งสินค้าไปยังสิงคโปร์) และคิดค่าเช่าต่อวันตกวันละประมาณ 5 บาท ซึ่งอัตราจะขึ้นอยู่กับระยะทางและอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ซึ่งหากคิดที่อัตราดังกล่าว ค่าเช่ากระบะจะมียอดรวมโดยประมาณเท่ากับ 270 บาท

แม้ว่าการเข้าซื้อกระบะไม้จะเป็นอีกหนึ่งทางเลือก แต่หากกรณีที่น้ำหนักของกระบะมีส่วนสำคัญต่อค่าขนส่งของบริษัท กระบะไม้จึงจะทำให้ต้นทุนส่วนนี้เพิ่มขึ้น ดังนั้นเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกระบะที่มีการเข้า กับกระบะกระดาศ กระบะกระดาศยังถือว่ามีความได้เปรียบในส่วนของการมีน้ำหนักเบา และต้นทุนของสินค้าที่ถูกกว่า

สำหรับเมื่อพิจารณาถึงค่าขนส่งสินค้าแล้ว เมื่อทำการเปรียบเทียบกรณีขนส่งสินค้าทางอากาศ โดยการใช้กระบะไม้ และกระบะกระดาศ น้ำหนักของกระบะกระดาศจะต่างจากน้ำหนักจากกระบะไม้ประมาณ 15 กิโลกรัม ซึ่งการขนส่งสินค้าทางอากาศจะคิดหลัก น้ำหนักจะทำให้บริษัทผู้ใช้กระบะกระดาศสามารถลดต้นทุนการขนส่งในส่วน of ค่าขนส่งที่ลดลงเนื่องจาก น้ำหนักของกระบะที่ลดลงด้วย

แผนการตลาด

การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดผลิตภัณฑ์
(STP-Segmenting, Targeting and Positioning)

การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

ในการแบ่งส่วนแบ่งการตลาด เนื่องจากลักษณะของสินค้า มุ่งเน้นเพื่อใช้งานในการส่งออก ดังนั้น บริษัทจึงมุ่งเน้นให้ความสนใจต่อบริษัทที่มีการส่งสินค้าออกจากประเทศไทยเป็นหลัก และได้แบ่งกลุ่มลูกค้าตามลักษณะอุตสาหกรรมดังต่อไปนี้ ซึ่งบริษัทได้ส่งแบบสอบถามงานไปยังอุตสาหกรรมดังต่อไปนี้

- อุตสาหกรรมของเด็กเล่น (Toys and Games Category)
- อุตสาหกรรมบริษัท Trading (Trading Company)
- อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ (Petfood)
- อุตสาหกรรมเพื่อการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ (Printing Service and Packaging)
- อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ (Furniture)
- อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า (Electronic and Electrical Product and Parts)
- อุตสาหกรรมยานยนต์และเครื่องจักร (Automotive/Parts and Accessories / Machinery & Equipment)
- อุตสาหกรรมเครื่องหนัง
- อุตสาหกรรมเคมี เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
- อุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี
- อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สิ่งก่อสร้าง
- อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน
- อุตสาหกรรมของขวัญ งานหัตถกรรม
- อุตสาหกรรมการเกษตร
- อุตสาหกรรมอาหาร
- อุตสาหกรรมสิ่งทอ

การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Targeting)

จากงานวิจัย ตลาดที่ให้ความสนใจต่อสินค้าของบริษัท และมีแนวโน้มความเป็นไปได้ในการใช้งานกระเพาะจากกระดามีอยู่สองกลุ่มอุตสาหกรรม ดังต่อไปนี้

ตลาดกึ่งสดและกึ่งแช่แข็ง เพื่อการส่งออก

กลุ่มตลาดเป้าหมายของอุตสาหกรรมกึ่งสดและกึ่งแช่แข็งเพื่อการส่งออก เนื่องจากสินค้าของอุตสาหกรรมกลุ่มนี้ เน้นการส่งออกเป็นหลัก และบรรจุภัณฑ์ที่ใช้จะต้องไปพร้อมกับตัวสินค้า และน้ำหนักของสินค้าที่ใช้น้ำหนักที่กระเพาะจากกระดามี

สามารถรับได้คือ น้อยกว่า 1.5 ตัน ทั้งนี้บริษัทส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณ จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม สมุทรปราการ และทางภาคตะวันออกและภาคใต้

ตลาดคอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มตลาดเป้าหมายของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายในตลาดนี้ จะมุ่งเน้นสินค้าเพื่อการส่งออก และมีน้ำหนักของสินค้าที่น้อยกว่า 1.5 ตัน

กลุ่มเป้าหมายจะเป็นบริษัทที่มีโรงงานตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครตอนบน หรือภาคกลางตอนล่าง เช่น จังหวัดอยุธยา ปทุมธานี หรือภาคอีสานตอนล่าง เช่น นครราชสีมา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีโรงงานผลิตสินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์ตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก สินค้าอิเล็กทรอนิกส์จะนิยมการส่งออกโดยทางอากาศ เนื่องจากจะมีเครือข่ายทั่วโลกและต้องการการเคลื่อนย้ายที่รวดเร็วเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น

Market Potential

จากงานวิจัย พบว่าตลาดสินค้ากระเปาะในประเทศไทยถือว่ามีความใหญ่ แต่สำหรับตลาดที่ให้ความสนใจต่อกระเปาะที่ทำจากกระดาษจะเป็นบริษัทที่มีการส่งออกยังต่างประเทศ และต้นทุนของกระเปาะเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนสินค้าทั้งหมด และบริษัทที่มีความสนใจในตัวสินค้า ประกอบด้วยสองกลุ่มใหญ่ดังนี้

1. บริษัทผู้ส่งออกสินค้าถุงสดและถุงทะเลแช่แข็ง
2. บริษัทผู้ส่งออกสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์หรืออิเล็กทรอนิกส์ เช่น บริษัท ไอบีเอ็ม พูจิตซี หรือ ซีเกด ซึ่งเป็นผู้ส่งออกอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์รายใหญ่

โดยกลุ่มตลาดทั้งสองกลุ่มจะเป็นกลุ่มที่เน้นสินค้าเพื่อการส่งออกเป็นหลัก

เมื่อพิจารณาถึงขนาดของตลาดทั้งสองจะสามารถสรุปขนาดของตลาดได้ดังนี้

1. บริษัทผู้ส่งออกถุงสดและถุงทะเลแช่แข็ง

มีขนาดของตลาด	105	ล้านบาท
---------------	-----	---------

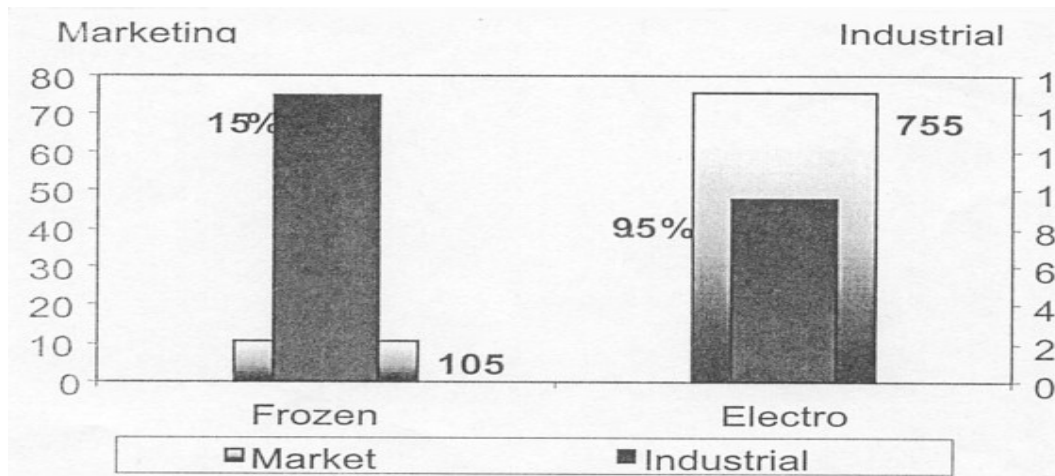
2. บริษัทผู้ส่งออกสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์

มีขนาดของตลาด	755	ล้านบาท
---------------	-----	---------

รวมขนาดของตลาดทั้งหมด	860	ล้านบาท
-----------------------	-----	---------

(รายละเอียดในแผนการเงิน)

ซึ่งสามารถสรุปเป็นแผนภาพขนาดตลาดและแนวโน้มของอุตสาหกรรมได้ดังนี้



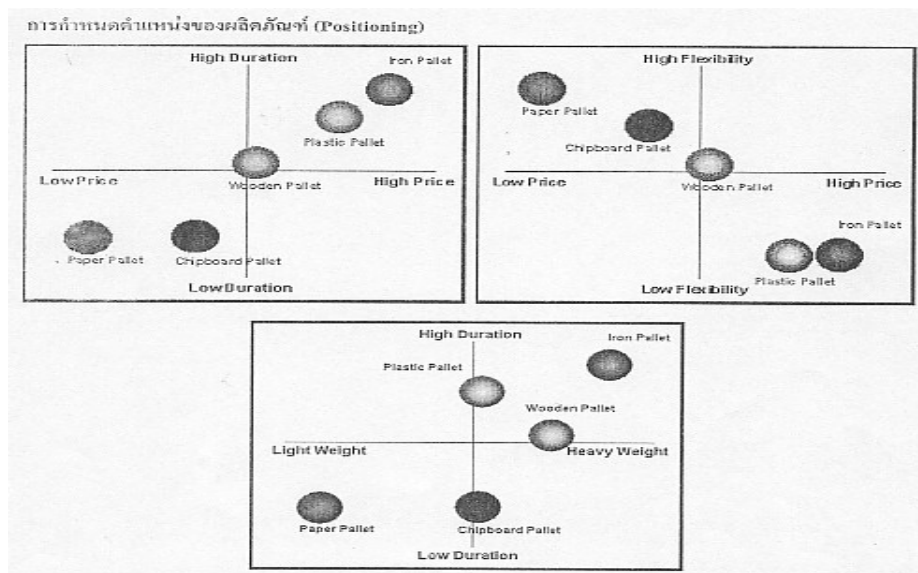
Industrial Growth

จากหนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ อ้างอิงจากกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

Industrial Attractiveness

พิจารณาจากความยากง่ายในการเข้าตลาด ความสนใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สินค้าเป็นสินค้าที่มีการส่งออกทางอากาศเป็นหลัก สินค้ามีเงื่อนไขด้านสิ่งแวดล้อมจากประเทศผู้นำเข้า

การกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Positioning)



จากแผนภาพแสดงถึงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์กระเบื้องกระดาน เมื่อเปรียบเทียบกับกระเบื้องประเภทอื่น ๆ ในอุตสาหกรรม กระเบื้องที่ทำจากกระดานจะถือว่ามีความคุ้มค่ากว่ากระเบื้องอื่น ๆ นอกจากนั้น กระเบื้องที่ทำจากกระดานยังสามารถเปลี่ยนรูป

แบบของตัวกระบะได้ง่ายกว่ากระบะที่ทำจากวัสดุอื่น ๆ แต่หากเปรียบเทียบในเรื่องของการนำมาใช้ซ้ำหรือความคงทนของตัวกระบะ กระบะที่ทำจากกระดาษ จะมีความคงทนหรือสามารถนำใช้ซ้ำได้น้อยกว่ากระบะจากวัสดุอื่น ๆ ดังนั้น บริษัท Wise Pack จึงจะกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. เป็นกระบะที่มีราคาถูกเมื่อเทียบกับกระบะที่ทำจาก เหล็ก พลาสติก หรือ ไม้
2. เป็นกระบะที่มุ่งเน้นให้กับสินค้าเพื่อการส่งออกที่ไม่ต้องการนำกระบะกลับมาใช้อีก ซึ่งต้นทุนของกระบะถือว่าเป็นต้นทุนส่วนหนึ่งของสินค้าที่ส่งออก
3. กระบะกระดาษจะสามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้าได้ เพื่อให้ตอบสนองต่อการใช้งานหลายรูปแบบของลูกค้า
4. กระบะกระดาษเป็นกระบะที่มีน้ำหนักน้อยที่สุด ซึ่งสามารถทำให้ต้นทุนการขนส่งลดลงเหมาะสำหรับลูกค้าที่น้ำหนักของตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์มีผลต่อค่าขนส่ง

วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)

1. ครองส่วนแบ่งการตลาด 20% จากตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในปีแรก และเพิ่มขึ้นเป็น 25% 30% 33% และ 35% ในปีถัดไป และส่วนแบ่งการตลาด 5% 10% 15% 17% 20% ในปีหนึ่งถึงห้าตามลำดับ
2. มีอัตราการซื้อซ้ำ 100% เพื่อรักษาลูกค้าเดิม

กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)

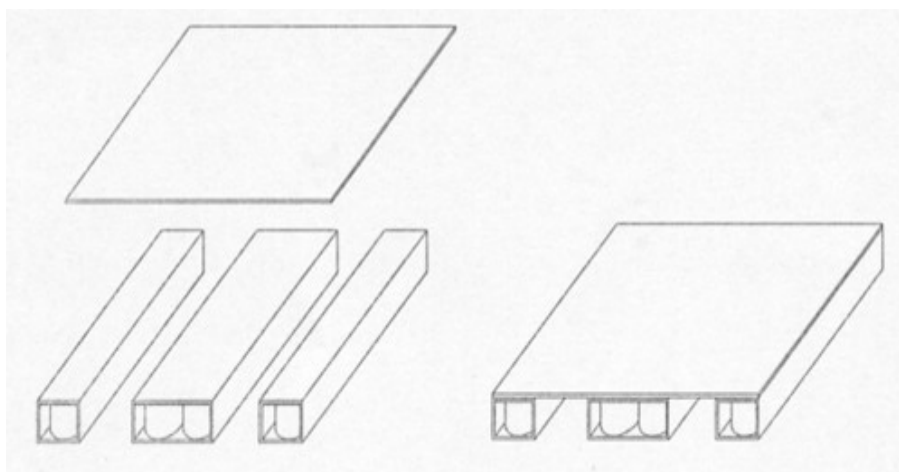
บริษัทเลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4 P's เป็นกลยุทธ์ในการตอบสนองความต้องการลูกค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Products), ราคา (Price), การจำหน่าย (Place), การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผลิตภัณฑ์ (Product)

เนื่องจากบริษัทจะมุ่งเน้นตลาดเพื่อการส่งออก ดังนั้นจึงได้ทำการศึกษาหาขนาดของกระบะที่มีการส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ที่กลุ่มเป้าหมายจะมีการส่งสินค้าออกไป ซึ่งกลุ่มประเทศที่กลุ่มตลาดเป้าหมายส่งสินค้าออกไปมีดังต่อไปนี้ ประเทศอเมริกา กลุ่มสหภาพยุโรป ญี่ปุ่นและออสเตรเลีย และสินค้าที่มีการส่งทางอากาศ (Air Cargo) ทำให้บริษัทสรุปได้จัดทำกระบะที่เป็นสินค้ามาตรฐาน (Standard Product) ดังต่อไปนี้¹

ขนาดกระบะ	ประเทศที่ส่งออก
800 mm x 1,200 mm	อเมริกา
1,000 mm x 1,200 mm	กลุ่มประเทศสหภาพยุโรป
1,200 mm x 1,200 mm	ญี่ปุ่นและออสเตรเลีย
1,140 mm x 1,140 mm	สำหรับการส่งทางอากาศ

¹ ข้อมูลจากบริษัท THAI CONTAINER จำกัด



โดยรูปแบบจะแบ่งออกเป็นสองโมเดลคือ

1. Light duty model : รับน้ำหนักไม่เกิน 600 กิโลกรัม
2. Heavy duty model : รับน้ำหนักระหว่าง 600 ถึง 1,500 กิโลกรัม

นอกจากสินค้ามาตรฐานแล้ว บริษัทยังได้มีบริการจัดทำสินค้าตามขนาด และรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ (Customized Product) โดยลูกค้าจะสามารถปรึกษากับบริษัทเพื่อผลิตตัวกระบะให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากสินค้ากระบะกระดาษสามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบได้ง่าย

และเพื่อเป็นการป้องกันการลอกเลียนแบบ บริษัทจะดำเนินการจดสิทธิบัตรของกระบะที่บริษัทได้ออกแบบไว้ (รายละเอียด APPENDIX G การจดสิทธิบัตร)

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

จากข้อมูลกระทรวงอุตสาหกรรม กรมโรงงาน จะพบว่าโรงงานกลุ่มเป้าหมายจะตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล รวมถึงภาคกลางตอนบน อันได้แก่พื้นที่บริเวณนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น นิคมอุตสาหกรรมวังน้อย (อยุธยา) หรือ นิคมอุตสาหกรรม Northeasten (นครราชสีมา) ดังนั้นเพื่อให้การติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพ การลดเวลาการขนส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า รวมทั้งเป็นการลดต้นทุนในการส่งสินค้าให้กับลูกค้า บริษัทจึงจะตั้งศูนย์กระจายสินค้าและติดต่อไว้สองพื้นที่หลักด้วยกัน คือ

1. พื้นที่จังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ภาคกลางตอนบน และตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง รวมถึงเขตปริมณฑลทางด้านเหนือ เช่น ปทุมธานี ซึ่งมีนิคมอุตสาหกรรมตั้งอยู่ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
2. พื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อรองรับลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่เขตปริมณฑลตอนล่าง อันได้แก่ สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร หรือรวมไปถึงจังหวัดในภาคตะวันออก ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอาหารทะเลส่งออก และมีบางส่วนเป็นอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

นอกเหนือจากการตั้งศูนย์กระจายสินค้าและติดต่อลูกค้า บริษัทยังได้จัดทำ WEBSITE www.wisepack.com เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าศึกษาข้อมูลของบริษัททั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์ ข้อมูลของบริษัท และสามารถติดต่อบริษัทผ่านทาง WEBSITE ได้ด้วย

การจัดจำหน่ายโดยพนักงานขาย (Sale Force)

เนื่องจากกระบวนของบริษัทฯ เป็นสินค้าอุตสาหกรรม ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิผลคือผ่านทางพนักงานขาย สินค้าจะสามารถเป็นที่รู้จัก และลูกค้าตัดสินใจซื้อ กระบวนการสำคัญคือพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของบริษัท บริษัทฯ จึงได้กำหนดแผนกลยุทธ์สำหรับพนักงานขายดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของพนักงานขาย

พนักงานขายจะทำหน้าที่ในการเสาะหาลูกค้า และจัดสรรเวลาการทำงานของตนเองในการที่จะดูแลลูกค้าเดิมและเสาะหาลูกค้าใหม่ พนักงานขายจะต้องทำหน้าที่ในการแนะนำสินค้าของบริษัทให้กับลูกค้า และนำเสนอขายสินค้าออกไป หน้าที่ในการบริการหลังการขาย ถือว่าเป็นหนึ่งในหน้าที่หลักของพนักงานขาย นอกจากนั้นพนักงานขายยังต้องพบลูกค้าเพื่อรวบรวมข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

โครงสร้างพนักงานขาย

เนื่องจากสินค้าที่บริษัทจัดจำหน่าย เป็นกระบวนที่ทำจากกระดาษ แต่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าแต่ละพื้นที่ บริษัทจึงใช้การจัดโครงสร้างขายแบบพื้นที่ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับโรงงานและศูนย์กระจายสินค้า ซึ่งแบ่งออกเป็น

1. พื้นที่จังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ภาคกลางตอนบน และตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง รวมถึงเขตปริมณฑลทางด้านเหนือ เช่น ปทุมธานี ซึ่งมีนิคมอุตสาหกรรมตั้งอยู่ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
2. พื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อรองรับลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่เขตปริมณฑลตอนล่าง อันได้แก่ สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร หรือรวมไปถึงจังหวัดในภาคตะวันออก ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอาหารทะเลส่งออก และมีบางส่วนเป็นอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

จำนวนโรงงานที่อยู่ในแต่ละพื้นที่

คอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์

เขต 1 (ปทุมธานี)	จำนวน	เขต 2 (สมุทรปราการ)	จำนวน
กรุงเทพมหานคร	355	ชลบุรี	88
ฉะเชิงเทรา	66	ระยอง	27
นครปฐม	60	สมุทรปราการ	253
นครราชสีมา	38	สมุทรสงคราม	90
นนทบุรี	40		
ปทุมธานี	105		
ปราจีนบุรี	16		
อยุธยา	63		
รวม	743		458
เปอร์เซ็นต์	62%		38%

ข้อมูลจากกรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม

กุ้งสดและกุ้งแช่แข็ง

เขต 2 (สมุทรปราการ)	จำนวน
ชลบุรี	2
ระยอง	4
สมุทรปราการ	3
สมุทรสงคราม	8

รวม 17

จำนวนพนักงานและเงินจูงใจ

เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม จำนวนพนักงานจึงต้องเหมาะสมกับปริมาณลูกค้า จากข้อมูลพบว่าประมาณ 60% ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ในพื้นที่เขตที่หนึ่งปทุมธานี ซึ่งบริษัทได้กำหนดจำนวนพนักงานขายส่วนหนึ่งจากจำนวนครั้งในการติดต่อกับลูกค้า ดังต่อไปนี้

	พื้นที่ชายที่หนึ่ง (ปทุมธานี)	พื้นที่ชายที่สอง (สมุทรปราการ)
จำนวนครั้งของการโทรศัพท์ต่อปี	26	26
จำนวนลูกค้าที่ต้องรับผิดชอบ(ในปีที่1)	150	90
จำนวนเฉลี่ยของการโทรศัพท์ของผู้แทนขายต่อคนต่อปี	2,560	2,560
จำนวนผู้แทนขายที่ต้องการ	1.5 หรือ 1 คน	0.9 หรือ 1 คน

นอกจากพิจารณาจากการติดต่อกับลูกค้าแล้ว อีกปัจจัยหนึ่งที่บริษัทพิจารณาคือยอดขายที่ให้พนักงานขายดูแล โดยกำหนดไว้ประมาณ 15 ล้านบาทต่อคน การเพิ่มจำนวนพนักงานจะพิจารณาจากจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี (รายละเอียดจำนวนพนักงานขายอยู่ในภาคการเงินจำนวนพนักงาน)

เงินจูงใจ

เพื่อให้ยอดขายบรรลุเป้าหมายของบริษัท พนักงานขายจะต้องได้รับเงินจูงใจในการปฏิบัติงานที่เหมาะสม และสร้างความกระตือรือร้นให้กับพนักงานในการที่จะบรรลุซึ่งเป้าหมายยอดขายได้ บริษัทจึงได้กำหนดระบบเงินชดเชยและเงินจูงใจดังต่อไปนี้

1. ระบบเงินจูงใจแบบคงที่ (Fixed amount) โดยการกำหนดเงินเดือนเป็นผลตอบแทนให้กับพนักงานขาย เพื่อเป็นหลักประกันต่อรายรับของพนักงานขาย
2. ระบบเงินจูงใจแบบผันแปร (Variable amount) ระบบนี้จะเป็นตัวหลักสำคัญในการที่จะทำให้พนักงานขายมีแรงจูงใจที่จะเข้าหาลูกค้า เสาะหาลูกค้าใหม่ และรักษาลูกค้าเดิมไว้ บริษัทได้กำหนดแนวปฏิบัติดังต่อไปนี้
 - ในปีที่ 1 เนื่องจากถือว่าเป็นการเปิดตัวทั้งสินค้าและบริษัท เพื่อให้การขายลูกค้าบรรลุให้เกิดความสำเร็จ บริษัทได้ให้เปอร์เซ็นต์ยอดขายกับพนักงานขาย 2 % ของยอดขายสั่งซื้อ
 - ในปีที่ 2 เป็นต้นไป หลังจากที่สามารถจับกลุ่มลูกค้าได้แล้ว บริษัทจะเปลี่ยนค่า Commission ลดลงเหลือเพียง 1% สำหรับลูกค้าเก่า และให้ 3% สำหรับคำสั่งซื้อแรกของลูกค้ารายใหม่ เพื่อให้พนักงานขายรักษาลูกค้าเดิม และยังคงพยายามเสาะหาลูกค้ารายใหม่ ๆ ต่อไป
3. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (Expense Allowance) เนื่องจากพนักงานขายจะต้องมีการติดต่อกับลูกค้า ทั้งในรูปแบบของการติดต่อทางโทรศัพท์ การเดินทางไปพบกับลูกค้า หรือแม้แต่การเลี้ยงลูกค้าบริษัทจะให้ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ แก่พนักงานขายในระดับที่เหมาะสม
4. ผลประโยชน์อื่น ๆ เช่น ค่ารักษาพยาบาล การจัดทำนามบัตร สวัสดิการ เงินโบนัส เป็นต้น

การฝึกอบรมพนักงานขาย

เพื่อให้พนักงานขายมีความรู้และความเข้าใจ บริษัทจะมีแผนการฝึกอบรมให้กับพนักงานในเรื่องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. รายละเอียดเกี่ยวกับบริษัท
2. รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
3. ลักษณะของลูกค้าและคู่แข่ง
4. เทคนิคการนำเสนอขายสินค้า
5. ขั้นตอนการสั่งซื้อ

การกำหนดเป้าหมายของพนักงานขาย

เพื่อให้พนักงานขายแต่ละคนมีเป้าหมายในการปฏิบัติงาน บริษัทได้กำหนดเป้าหมายในปีต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

เป้าหมาย ยอดขายหน่วยกระป๋องขึ้นต่อปี	พนักงานขาย สาขาปทุมธานี	พนักงานขาย สาขาสุมทพรปราการ
ปีที่ 1	38,000	38,000
ปีที่ 2	52,000	52,000
ปีที่ 3	69,000	69,000
ปีที่ 4	83,200	83,200
ปีที่ 5	97,200	97,200

การประเมินผลพนักงานขาย

เนื่องจากพนักงานขาย ต้องใช้เวลาส่วนใหญ่ในการติดต่อลูกค้า ซึ่งต้องมีการออกไปพบปะลูกค้าทำให้การควบคุมพนักงานขายจึงมีจำกัด เพื่อให้พนักงานขายปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล พนักงานขายทุกคนเมื่อออกไปปฏิบัติหน้าที่พบปะลูกค้าจะมีการเขียนรายงานเสนอให้กับผู้จัดการโรงงานที่ตนสังกัด และรายงานถึงแผนการทำงานที่วางไว้ และจำนวนการติดต่อลูกค้าต่อเดือน เพื่อให้ผู้บังคับบัญชาสามารถติดตามและประเมินผลได้อย่างใกล้ชิด

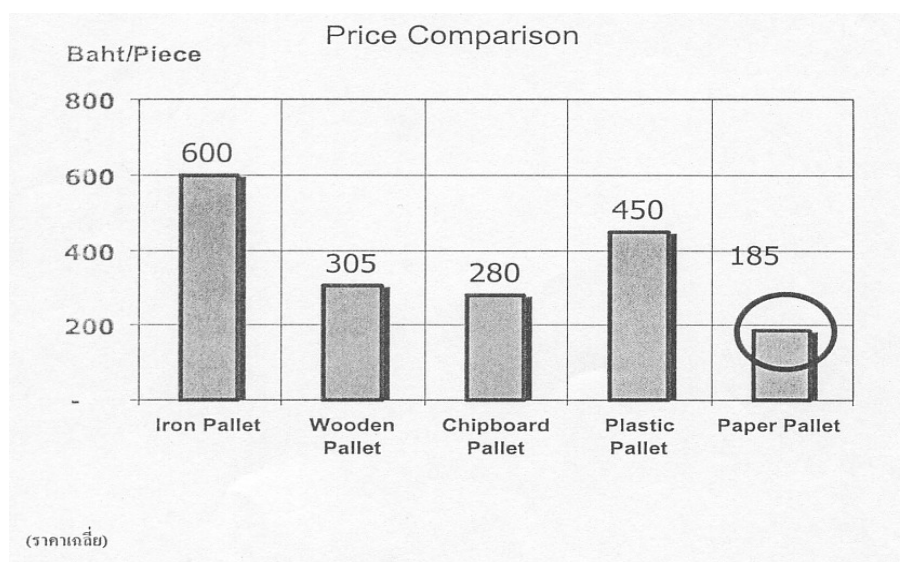
กลยุทธ์ด้านราคา (PRICE)

การตั้งราคาของกระเบื้องกระดาด เนื่องจากการวางตำแหน่งของสินค้ากระเบื้องกระดาดคือเป็นกระเบื้องราคาถูก ดังนั้นราคาของกระเบื้องกระดาดที่ตั้งจึงตั้งไว้ต่ำกว่ากระเบื้องทั้งหมดที่มีใช้อยู่ในท้องตลาด ซึ่งมีราคาเริ่มต้นสำหรับกระเบื้องมาตรฐานแต่ละประเภทดังต่อไปนี้

ขนาดกระเบื้อง	ราคา	
	Heavy Duty Model	Light Duty Model
800 mm x 1,200 mm	165	135
1,000 mm x 1,200 mm	195	160
1,200 mm x 1,200 mm	230	190
1,140 mm x 1,140 mm	210	170

สำหรับกระเบื้องพิเศษที่มีการสั่งทำ จะมีการกำหนดราคาเป็นเฉพาะงาน ขึ้นอยู่กับระดับความต้องการของสินค้าของลูกค้า และต้นทุนของวัตถุดิบที่นำมาใช้

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบราคาโดยเฉลี่ยของกระเบื้องที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมแสดงได้ดังกราฟ



และบริษัทได้กำหนดส่วนลดการค้ำดังต่อไปนี้

ส่วนลดการค้ำ

	อุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็ง	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์
จำนวนสั่งซื้อ 300-500 ชิ้น ส่วนลดการค้ำ	5%	5%
จำนวนสั่งซื้อ 500-1,000 ชิ้น ส่วนลดการค้ำ	10%	7%
จำนวนสั่งซื้อตั้งแต่ 1,000 ชิ้นขึ้นไป ส่วนลดการค้ำ	20%	10%

บริษัทให้ส่วนลดการค้ำในอุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็ง ที่มากกว่าเนื่องจากต้องการกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจใช้ผลิตภัณฑ์ และลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ เพื่อเป็นตลาดเปิดใหม่

การส่งเสริมการขาย (PROMOTION)

เนื่องจากสินค้ากระเบาะจากกระดาดเป็นสินค้าที่ใหม่ต่อตลาด การแนะนำสินค้าให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการสั่งซื้อ และการบรรลุถึงเป้าหมายของบริษัท เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ดังกล่าว บริษัทฯจะทำการส่งเสริมการขาย เพื่อให้เกิดการซื้อจากลูกค้าเร็วขึ้น ดังนี้

การทำประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

โดยการนำผลิตภัณฑ์ออกแสดงในงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้อง เช่นงานแสดงสินค้า เพื่อการบรรจุภัณฑ์ หรือตามงาน Trade Fair ต่าง ๆ เพื่อเป็นการแนะนำสินค้าให้กับตลาด

การขายโดยพนักงานขาย (Sale Force)

บริษัทได้จัดทำชุดเครื่องมือสำหรับพนักงานขาย (Sale Kit) เพื่อให้สามารถแนะนำตัวผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าปัจจุบัน และลูกค้ารายใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ชุดเครื่องมือสำหรับพนักงานขาย จะประกอบด้วย

- แผ่นพับแสดงสินค้า
- Price List
- CD ROM แนะนำสินค้า

การโฆษณา (Advertising)

บริษัทจะใช้สื่อโฆษณาดังต่อไปนี้ในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

- การลงโฆษณาผ่านทาง Yellow pages
- สื่อแผ่นพับ แนะนำผลิตภัณฑ์บริษัทในเบื้องต้น พร้อมแจ้งรายละเอียดในการติดต่อและตารางแสดงการนำสินค้าไปออกงานแสดงสินค้าที่สำคัญของบริษัท โดยส่งให้กลุ่มเป้าหมายของบริษัทหรือพนักงานขายเป็นผู้นำไปให้ระหว่างการเยี่ยมลูกค้า

- แจกตัวอย่างให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทดลองใช้ โดยมีเป้าหมาย 100 ชิ้นต่อเดือน เพื่อให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์จริง และลดความไม่เชื่อมั่นในตัวสินค้าของบริษัท

กลยุทธ์การขาย

เพื่อให้ยอดขายเป็นไปตามแผนการเงินของบริษัทฯ นับตั้งแต่เริ่มดำเนินงานในปีแรก กลยุทธ์การขายที่สำคัญที่จะนำมาใช้เป็นไปดังต่อไปนี้

การใช้พนักงานขายเข้าไปติดต่อลูกค้าโดยตรง เพื่อให้พนักงานขายได้มีโอกาสอธิบายข้อดีและข้อได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้รู้จักและมีความเข้าใจเพิ่มขึ้น และยังเป็นเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นและสอบถามเพื่อเก็บเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้เหมาะสมยิ่งขึ้น รวมทั้งนำมาเป็นข้อมูลในวางแผนการตลาดสำหรับบริษัทฯ อีกด้วย

นำผลิตภัณฑ์ออกแสดงในงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องที่สำคัญตลอดปี เช่น Thailand International Food Exhibition 2002, Thailand International Muslim Food Exhibition 2002 (THAIFEX&THAIEX) ที่ศูนย์แสดงสินค้า BITEC หรืองานแสดงสินค้า ASEAN Trade Fair 2002 (ATF 2002) ณ ศูนย์แสดงสินค้า IMPACT เป็นต้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ช่องทางการจัดจำหน่ายยังจำกัด ทำให้ลูกค้ามีโอกาสที่จะพบกับปัญหาไม่สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ได้โดยทั่วไป ดังนั้นกลยุทธ์นี้จะทำให้ปัญหาดังกล่าวลดลงและยังเป็นโอกาสที่จะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรง และเป็นสิ่งที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการผลิตภัณฑ์จริง

ระบบการควบคุมและตรวจสอบด้านการตลาด

นอกเหนือจากการประเมินยอดขายประจำเดือนของพนักงานแล้ว ทุก 3 ถึง 6 เดือนจะมีการสำรวจระดับการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ว่าเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายมากน้อยเพียงใด เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนการตลาดในงวด 6 เดือนข้างหน้าโดยแบ่งเป็น

- ทดสอบระดับความพอใจของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้ทุกราย เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่
- ประเมินผลแผนการตลาดที่วางไว้ว่าได้ผลหรือไม่ มีจุดบกพร่องที่ต้องรับการแก้ไขหรือจุดแข็งที่จะต้องปฏิบัติตามเพื่อประสิทธิภาพให้สูงขึ้น โดยใช้ข้อมูลด้านการเงินเป็นข้อพิจารณา

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

- การทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักและยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์

เนื่องจากธุรกิจการผลิตกระเพาะปลา เป็นสินค้าที่เหมาะสมต่อสินค้าเพื่อการส่งออกเนื่องด้วยราคาที่ต่ำเมื่อเทียบกับกระเพาะที่ทำจากวัสดุอื่นๆ แต่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ของบริษัท ดังนั้นการทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักและเห็นถึงโอกาสในการนำกระเพาะไม้ไปลดต้นทุนของสินค้าจะเป็นแรงจูงใจสำคัญของกลุ่มเป้าหมาย และทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

- พนักงานขาย

ในแผนธุรกิจนี้ พนักงานขายจะเป็นองค์ประกอบหลักที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ไม่ว่าจะจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าต่างๆ หรือ การให้พนักงานขายโดยตรง ดังนั้น บริษัทจะใช้ค่านายหน้าจากการขายเป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่ทำให้พนักงานขายปฏิบัติภารกิจให้บรรลุเป้าหมายของบริษัท

- **ต้นทุนของสินค้า**

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัท เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นกลยุทธ์ด้านราคาที่ถูกเป็นสำคัญ ดังนั้นเพื่อให้สินค้าของบริษัทยังสามารถแข่งขันได้ บริษัทจะต้องรักษาต้นทุนของสินค้าเป็นหลักและมุ่งเน้นในการพัฒนาลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง อันเป็นการรักษาจุดแข็งของผลิตภัณฑ์คือมีราคาที่ถูก ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้งาน

แผนปฏิบัติการทางการตลาด (Action Plan)

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด บริษัทฯ ได้วางแผนปฏิบัติการดังนี้

จัดงานแสดงสินค้า

กลุ่มเป้าหมาย	ลูกค้ารายใหม่
วัตถุประสงค์	เพื่อเป็นการให้ข้อมูลและสร้างการรับรู้ รวมทั้งสร้างการยอมรับให้กับกลุ่มลูกค้า และกระตุ้นยอดขายของสินค้า
วิธีการ	เข้าร่วมงานแสดงสินค้านี้ดังต่อไปนี้ - งานแสดงสินค้า Thailand International Food Exhibition 2002, Thailand International Muslim Food Exhibition 2002 (THAIFEX&THAIEX) ที่ศูนย์แสดงสินค้า BITEC ในระหว่างวันที่ 29 พฤษภาคม ถึง 2 มิถุนายน 2002 - หรืองานแสดงสินค้า ASEAN Trade Fair 2002 (ATF 2002) ณ ศูนย์แสดงสินค้า IMPACT ในระหว่างวันที่ 14 ถึง 20 ตุลาคม 2002 - งานแสดงสินค้า Made in Thailand 2002 (MIT 2002) ณ ศูนย์แสดงสินค้า IMPACT ในระหว่างวันที่ 15 ถึง 24 พฤศจิกายน 2002

งบประมาณ

- ค่าเช่าสถานที่ 120,000 บาทต่องาน
 - ค่าตกแต่งสถานที่ 30,000 บาทต่องาน
 - ค่าจ้างพนักงานชั่วคราว 2 คน ต่องาน 3,000 บาท
 - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 13,666 บาทต่องาน (เช่นเตรียมเอกสาร ใบปลิว เป็นต้น)
- รวม 500,000 บาทต่อสามงานแสดงสินค้า

การใช้พนักงานขาย

กลุ่มเป้าหมาย	ลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่
วัตถุประสงค์	เพิ่มยอดขาย สร้างการรับรู้

วิธีการ	ในช่วง 2 ปีแรกใช้พนักงานขาย 2 คนปฏิบัติงานอยู่ ณ ศูนย์กระจายสินค้าทั้งสองแห่งของบริษัทที่ ปทุมธานี หน้าที่หลักคือการติดต่อยังลูกค้า เพื่อประสานงานเรื่องต่างๆ ตลอดจนการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า เพื่อให้เกิด แรงจูงใจต่อการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัทได้ให้ Incentive แบ่งเป็นดังนี้ - 2% จากยอดขายสำหรับปีแรก - 1% จากยอดขายสำหรับลูกค้าเดิม และ 3% สำหรับคำสั่งซื้อแรกที่ได้รับจากลูกค้ารายใหม่ เพื่อให้ พนักงานขายพยายามเสาะหาลูกค้ารายใหม่ ค่า Commission ของพนักงานขายจะได้รับเมื่อได้รับการจ่ายเงินจากลูกค้า
งบประมาณ	200,000 บาท (สำหรับปีแรก)

การฝึกอบรมพนักงานขาย

กลุ่มเป้าหมาย	พนักงานขาย
วัตถุประสงค์	เพิ่มความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับบริษัท ตัวสินค้า ลักษณะของคู่แข่งและลูกค้า รวมถึงการนำเสนอสินค้า อย่างมีประสิทธิภาพ และขั้นตอนของการสั่งซื้อ
วิธีการ	จัดอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง ให้ข้อมูลสนับสนุนในเรื่องของข้อมูลทางการตลาด ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น ในแวดวงอุตสาหกรรม เช่น กฎระเบียบต่างๆ ที่ต้องคำนึง รวมถึงวิธีการสั่งซื้อสินค้า การตามเก็บเงิน และการให้บริการหลังการขาย เป็นต้น
ระยะเวลาดำเนินการ	จัดอบรมทุกๆ 3 เดือน
งบประมาณ	อยู่ในงบประมาณพัฒนาพนักงานของบริษัท

การโฆษณาใน Yellowpages

กลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
วัตถุประสงค์	เพื่อเป็นสื่อให้ลูกค้าเป้าหมายรับรู้และรู้จักผลิตภัณฑ์และกระตุ้นให้เกิดความสนใจซื้อ
วิธีการ	เลือกโฆษณาของบริษัทที่โทรศัพท์ มีเดีย จำกัด หรือใน Yellowpages
ระยะเวลาดำเนินการ	ลงโฆษณาทุกปี
งบประมาณ	15,000 บาทต่อปี

สื่อแผ่นพับ

กลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
วัตถุประสงค์	เพื่อใช้เป็นสื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจซื้อ และใช้เป็นสื่อในการแนะนำสินค้าและสร้างความมั่นใจในตัว ผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าเป้าหมาย
วิธีการ	- จัดทำเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัท ในรุ่นต่างๆ และตัวอย่างบริษัทที่มีการใช้งานเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า และระบุถึงวิธีการติดต่อบริษัทด้วย - พนักงานขายส่งเอกสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทางไปรษณีย์
ระยะเวลาดำเนินการ	ตลอดทั้งปี
งบประมาณ	36,000 บาทต่อปี จำนวน 900 ชุด

ชุดอุปกรณ์แนะนำสินค้า (Sale Kits)

กลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
วัตถุประสงค์	เพื่อใช้เป็นสื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจซื้อ และใช้เป็นสื่อในการแนะนำสินค้าและสร้างความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าเป้าหมาย
วิธีการ	- จัดทำแผ่นพับแนะนำสินค้า แผ่นซีดีรอม แสดงการรับน้ำหนักของสินค้า และ Price List ตัวอย่างกระดาษที่ใช้ทำกระเปาะ และ Model ขนาดเล็กแนะนำลูกค้า - พนักงานขายจะนำชุด Sale Kit ไปแนะนำลูกค้าโดยจะนำคอมพิวเตอร์ไปฉายซีดีรอมแสดงการสาธิตและอธิบายของคุณลักษณะของสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทราบ
ระยะเวลาดำเนินการ	ตลอดทั้งปี
งบประมาณ	10,000 บาทต่อปี

จัดทำ Website "Wisepack.com"

กลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
วัตถุประสงค์	แสดงข้อมูลบริษัทและผลิตภัณฑ์ของบริษัท และลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริษัทได้ตลอดเวลา ผ่าน e-mail เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักผลิตภัณฑ์ของบริษัทมากขึ้น
วิธีการ	เช่าพื้นที่ของ WEBSITE MAILDOZY.COM โดยเลือก Package พื้นที่ 50 MB และพัฒนา WEBSITE "WISEPACK.COM" เพื่อแนะนำบริษัททั้งวิธีการติดต่อ WEBSITE จะเป็นเพียงแหล่งนำเสนอข้อมูล จะไม่สามารถดำเนินการสั่งซื้อผ่านทาง WEBSITE ได้
ระยะเวลาดำเนินการ	ก่อนสินค้าออกจำหน่ายเป็นต้นไปและมีการ UPDATE WEBSITE ทุกสองเดือน
งบประมาณ	ค่าจดทะเบียน 600 บาทต่อปี ค่าเช่าพื้นที่ 2,000 บาทต่อปี ค่าพัฒนา WEBSITE 7,400 บาทต่อปี รวมงบประมาณ 10,000 บาทต่อปี

ตัวอย่างให้ลูกค้าทดลองใช้

กลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
วัตถุประสงค์	เพื่อเป็นการสร้างการทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมาย และสร้างความมั่นใจต่อตัวสินค้าแก่กลุ่มเป้าหมาย
วิธีการ	พนักงานขายเสนอให้ตัวอย่างกระเปาะกระดาษให้ลูกค้าทดลองใช้ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ โดยมีตัวอย่างให้พนักงานขายจำนวน 100 ชิ้นต่อเดือน
ระยะเวลาดำเนินการ	ตลอดทั้งปี
งบประมาณ	200,000 บาทต่อปี

ตารางแสดงแผนปฏิบัติการทางการตลาด 5 ปี

กิจกรรมทางการตลาด	เดือน												หมายเหตุ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
ปีที่ 1 และปีที่ 2 1.งานแสดงสินค้า - Thailand International Food Exhibition 2002 - ASEAN Trade Fair 2002 - Made in Thailand 2002 2. พนักงานขาย 2.1 เตรียมและประจำงานแสดงสินค้า 2.2 ติดต่อโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย 2.3 ฝึกอบรมพนักงานขาย 3. การโฆษณา 3.1 ผ่านทาง Yellowpages 3.2 ผ่านทาง Website "www.wisepack.com" - กำหนดการ Update Website 3.3 สื่อแผนพับและคู่มือ 3.4 แจกตัวอย่างให้กลุ่มลูกค้าทดลองใช้					X					X			- กิจกรรมที่ 1 ใช้พนักงานขายพลัดทำ หน้าที่โดยจะจ้างพนักงานชั่วคราว - เพื่อเป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจใน ขั้นตอนการขายให้กับพนักงานขาย - เช่นข้อมูลสินค้าใหม่ การติดต่อบริษัท - ใช้คู่กับการขายของพนักงานขาย - เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในสินค้า
			X		X				X			X	
		X		X		X		X		X		X	
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
ปีที่ 3 และปีที่ 5 1. งานแสดงสินค้า - Thailand International Food Exhibition 200X - ASIAN Trade Fair 200X - Made in Thailand 200X 2. พนักงานขาย 2.1 เตรียมและประจำงานแสดงสินค้า 2.2 ติดต่อโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย 2.3 ฝึกอบรมพนักงานขาย 3. การโฆษณา 3.1 ผ่านทาง Yellowpages 3.2 ผ่านทาง Website "www.wisepack.com" - กำหนดการ Update Website 3.3 สื่อแผนพับและคู่มือ 3.4 แจกตัวอย่างให้กลุ่มลูกค้าทดลองใช้					X					X			- กิจกรรมที่ 1 ใช้พนักงานขายพลัดทำ หน้าที่โดยจะจ้างพนักงานชั่วคราว - เพื่อเป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจใน ขั้นตอนการขายให้กับพนักงานขาย - เช่นข้อมูลสินค้าใหม่ การติดต่อบริษัท - ใช้คู่กับการขายของพนักงานขาย - เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในสินค้า
			X		X				X			X	
		X		X		X		X		X		X	
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

การจัดการงานผลิตและงานจัดส่ง

ทำเลของโรงงานผลิต

บริษัท ไวส์ แพ็ค จำกัด (Wise Pack Co., Ltd.) เป็นบริษัทใหม่ที่เพิ่งเริ่มต้นทำธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ โดยมีผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาดเป็นอันดับแรก คือ กระดาษกระดาษ (Paper Pallet) โดยเลือกทำเลในการตั้งฐานการผลิตโดยคำนึงถึงปัจจัยดังนี้

1. ต้นทุนการขนส่ง เนื่องจากในการขนส่งวัตถุดิบมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าในการขนส่งผลิตภัณฑ์ประมาณ 3 เท่า (เปรียบเทียบที่น้ำหนักเท่ากัน)¹ ดังนั้นจึงเลือกทำเลที่ประหยัดค่าขนส่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด เป็นปัจจัยแรก

2. ความสะดวกในการให้บริการหลังการขาย

ในเบื้องต้นจะลงทุนตั้งฐานการผลิต 2 แห่ง โดยการเช่าอาคารพร้อมที่ดินและลงทุนเครื่องจักรดังต่อไปนี้

1. โรงงานที่ อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีกำลังการผลิต 190,000 ชิ้นต่อปี มีเครื่องจักร

เครื่องตัดแกน (Core Cutting Machine)	1	เครื่อง
--------------------------------------	---	---------

เครื่องทาบรอย (Die Cutting Machine)	1	เครื่อง
-------------------------------------	---	---------

เครื่องทากาว (Glue Layer)	1	เครื่อง
---------------------------	---	---------

รถลากสินค้า (Hand Lift Truck)	2	คัน
-------------------------------	---	-----

2. โรงงานที่ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีกำลังการผลิต 190,000 ชิ้นต่อปีมี

เครื่องตัดแกน (Core Cutting Machine)	1	เครื่อง
--------------------------------------	---	---------

เครื่องทาบรอย (Die Cutting Machine)	1	เครื่อง
-------------------------------------	---	---------

เครื่องทากาว (Glue Layer)	1	เครื่อง
---------------------------	---	---------

รถลากสินค้า (Hand Lift Truck)	1	เครื่อง
-------------------------------	---	---------

และบริษัทจะลงทุนขยายเครื่องจักรในปีต่อไปเพื่อรองรับปริมาณความต้องการที่เพิ่มขึ้นตามแผนการตลาด

การสั่งซื้อและการตรวจรับวัตถุดิบ

เมื่อได้รับข้อมูลและคำสั่งซื้อของลูกค้าจากพนักงานขายทั้งสองโรงงาน พนักงานวางแผนซึ่งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ จะวางแผนงานและทำการสั่งซื้อวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิตให้กับทั้งสองโรงงาน จากผู้ขายรายเดียวเพื่อให้ได้ยอดสั่งซื้อที่สูงทำให้มีอำนาจการต่อรองมากกว่าและมีโอกาสรับส่วนลดที่มากขึ้น (โดยในการคิดค่าใช้จ่ายและเวลาที่ใช้ในการจัดซื้อวัตถุดิบจะประเมินรวมถึงการส่งถึงโรงงาน คือรวมค่าขนส่งและเวลาในการจัดส่งถึงโรงงานแต่ละแห่งไปในวัตถุดิบแต่ละตัวด้วย) วัตถุดิบของกระบวนการผลิตประกอบด้วย

¹ในการขนส่งหนึ่งเที่ยวด้วยรถบรรทุก 6 ล้อจะสามารถขนส่งผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปได้ 160 ชิ้นต่อเที่ยว แต่สามารถขนส่งวัตถุดิบ เช่น กระดาษ Sheet board แกนกระดาษ สำหรับใช้ทำผลิตภัณฑ์ได้ถึง 500 ชิ้น

1. กระดาษกล่องกระดาษ หรือกระดาษ Sheet board

กระดาษกล่องกระดาษ หรือ กระดาษ Sheet board จะเป็นกระดาษที่เกิดจากการนำเอากระดาษผิวกล่องสีน้ำตาล (Liner Board) มาประกบกับกระดาษทำลอนลูกฟูก (Corrugated Paper) ที่ผ่านการขึ้นลอนแล้ว โดยกระดาษกล่องกระดาษจะสามารถปรับเปลี่ยนคุณสมบัติความแข็งแรงได้โดยการเพิ่มหรือลดจำนวนชั้นของกระดาษผิวกล่อง (Liner board) และกระดาษลอนลูกฟูก (Corrugated Paper) ที่ใช้งาน ทั้งนี้กระดาษที่ทางบริษัทจะใช้เป็นกระดาษสามชั้น (กระดาษผิวกล่องสองชั้น และกระดาษลอนลูกฟูกหนึ่งชั้น) หรือกระดาษกล่องกระดาษห้าชั้น (กระดาษผิวกล่องสามชั้น และกระดาษลอนลูกฟูกสองชั้น) โดยจัดซื้อจากผู้ผลิตที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในตลาดดังรายชื่อผู้ผลิตกระดาษผิวกล่องและกระดาษลอนลูกฟูกใน APPENDIX A)

ระยะเวลาจัดซื้อกระดาษ Sheet Board อยู่ที่ประมาณ 4 วัน (สามารถเปลี่ยนวัตถุดิบเป็นกระดาษกันความชื้นได้โดยระยะเวลาจัดซื้อจะเพิ่มขึ้นเป็น 8 วัน) อายุการกองเก็บมากกว่า 3 ปี¹ (กองเก็บในที่ร่ม)

2. แกนกระดาษ

แกนกระดาษเป็นการนำกระดาษอุตสาหกรรมมาทำการขึ้นรูปเป็นท่อกลมกลวงเส้นผ่านศูนย์กลางภายใน 76.2 mm เส้นผ่านศูนย์กลางภายนอก 106.2 mm โดยจัดซื้อจากผู้ผลิตที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในตลาด ดังรายชื่อผู้ผลิตใน APPENDIX B ระยะเวลาจัดส่งแกนกระดาษ อยู่ที่ประมาณ 3 วัน. อายุการกองเก็บมากกว่า 5 ปี¹ (กองเก็บในที่ร่ม)

3. กาว

ในการผลิตกระเบกระดาษใช้กาว 2 ชนิด คือ

1.1 กาวเทชาเบอร์ 3 เป็นกาวความหนืดต่ำใช้สำหรับทาประกบผิวพื้นกระเบ ซึ่งยึดติดได้ดีบนผิวเส้นใยแต่ไม่เกาะติดกับอุปกรณ์หรือเครื่องจักรโลหะ เหมาะสำหรับใช้กับเครื่องทากาวซึ่งเป็นเครื่องจักรกึ่งอัตโนมัติ มีคุณสมบัติที่สำคัญคือไม่เก็บความชื้นเมื่อแห้งตัวและไม่แปรสภาพในสภาวะที่ความชื้นเปลี่ยนแปลง ระยะเวลาจัดส่งกาวเทชาเบอร์ 3 อยู่ที่ประมาณ 7 วัน อายุการกองเก็บมากกว่า 1 ปี (กองเก็บในที่ร่ม และไม่เปิดภาชนะบรรจุ)

1.2 กาว H13 S เป็นกาวพลาสติกแห้งเร็วทำละลายด้วยแอลกอฮอล์ไม่ซึมเข้าเนื้อกระดาษไม่แปรสภาพในสภาวะที่ความชื้นเปลี่ยนแปลง ใช้ในการเก็บความเรียบร้อยของชิ้นงานในมุมอับเช่นส่วนของขารับน้ำหนัก (ไม่ใช่ส่วนที่ต้องสัมผัสกับสินค้าของผู้ใช้งาน) ระยะเวลาจัดส่งกาว H13 S อยู่ที่ประมาณ 7 วัน อายุการกองเก็บมากกว่า 6 เดือน (กองเก็บในที่ร่ม และไม่เปิดภาชนะบรรจุ) รายชื่อบริษัทผู้ผลิตการ APPENDIX C

4. สี

ใช้ในการพิมพ์ประทับตราสินค้าของผู้ผลิต และรายละเอียดต่างในกรณีที่ใช้ผู้ผลิตภัณฑ์ต้องการ โดยสีที่ใช้เป็นสีชนิดเดียวกับที่ใช้ในงานพิมพ์สีทั่วไป ระยะเวลาจัดส่งสี อยู่ที่ประมาณ 2 วัน อายุการกองเก็บมากกว่า 6 เดือน (กองเก็บในที่ร่ม และไม่เปิดภาชนะบรรจุ)

¹ ข้อมูลจากบริษัทสยามคราฟท์อุตสาหกรรม

5 แบบพิมพ์

5.1 ตรายางพิมพ์ประทับมาตรฐาน สำหรับพิมพ์ประทับตราสินค้า “Wise Pack” ระยะเวลาสั่งทำตรายางพิมพ์ อยู่ที่ประมาณ 3 วัน (สั่งทำเพียงครั้งเดียวเมื่อเริ่มดำเนินการ)

5.2 ตรายางพิมพ์ประทับตามสั่ง สำหรับพิมพ์ประทับตราสินค้าหรือรายละเอียดตามลูกค้าสั่ง ระยะเวลาสั่งทำตรายางพิมพ์ อยู่ที่ประมาณ 3 วัน (สั่งทำ 1 ครั้งต่อลูกค้าใหม่ 1 ราย โดยประมาณ)

ขั้นตอนการผลิต

1. การตัดขนาด

คือขั้นตอนในการนำวัตถุดิบหลักมาวัดและตัดตามขนาดโดยใช้เครื่องตัด Sheet Board และเครื่องตัดแกนกระดาษตามจำนวนที่วางแผนไว้ ซึ่งดำเนินการโดยพนักงานทบรอย แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

- การตัดเตรียมในส่วนประกอบที่เป็นขนาดและรูปแบบคงที่ได้แก่ แกนกระดาษ และแผ่นขากระบะ และ Sheet Board สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็น ขนาดมาตรฐาน (Stand Product) ซึ่งสามารถดำเนินการได้โดยไม่ต้องการข้อมูลขนาดจากพนักงานวางแผน นั่นคือเป็นขั้นตอนที่สามารถเตรียมได้ล่วงหน้าไม่มีส่วนใน Lead Time ของกระบวนการ

กำลังการผลิตในการตัดแกน 60 ชิ้นต่อ ชม.

กำลังการผลิตในการตัดแกน Sheet Board ขนาดมาตรฐาน 30 ชิ้นต่อ ชม.

- การตัดเตรียมในส่วนประกอบที่เป็นขนาดและรูปแบบที่ตามสั่งได้แก่ การตัด Sheet Board สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็น ขนาดเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย (Customized Product) ซึ่งต้องสามารถดำเนินการตามข้อมูลจากพนักงานวางแผน

กำลังการผลิตในการตัด Sheet Board ขนาดตามสั่ง 30 ชิ้นต่อ ชม.

2. การสุ่มตรวจคุณภาพงานตัด

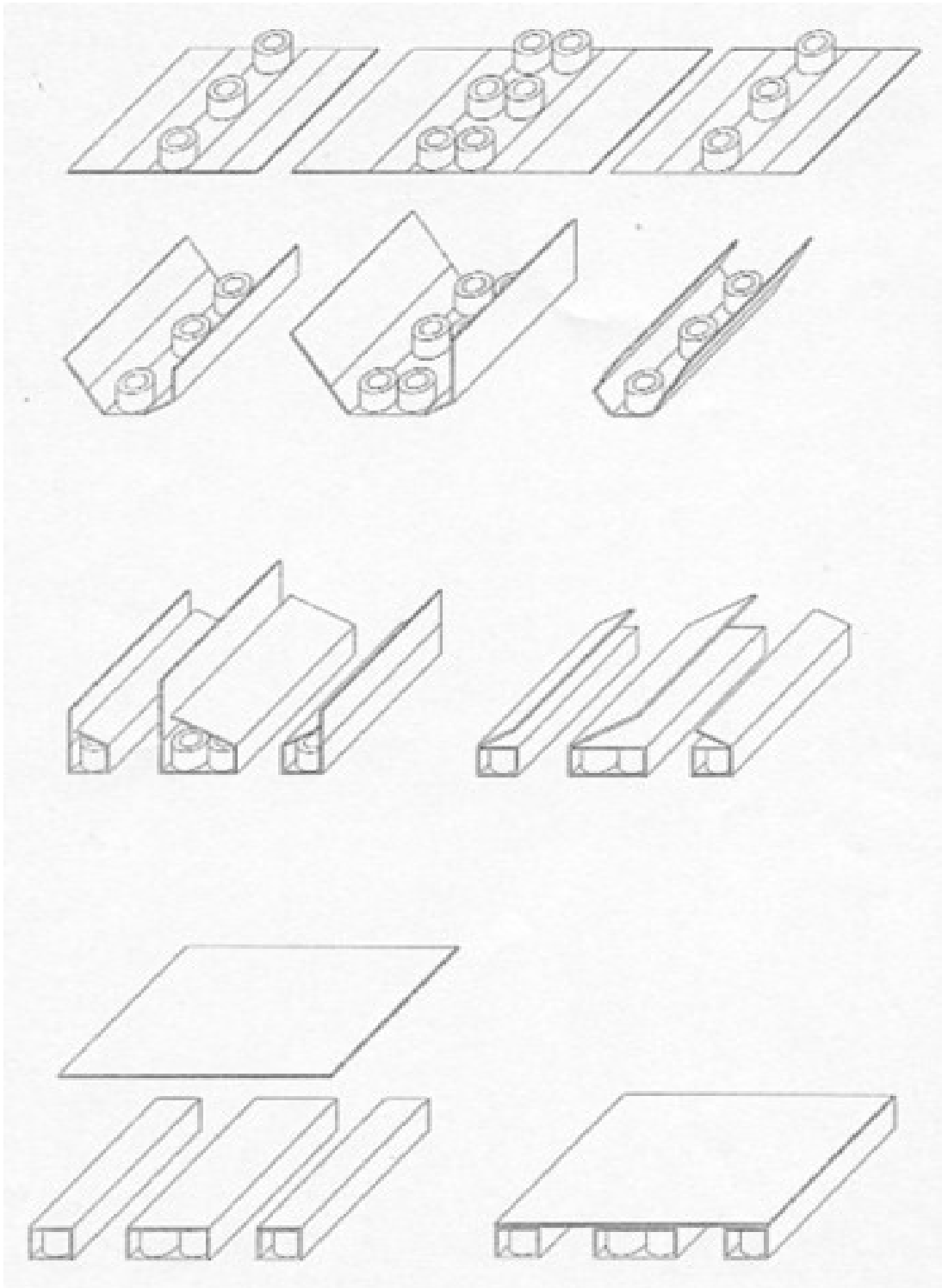
คือใช้การสุ่มตรวจคุณภาพของชิ้นงานหลังกระบวนการตัดและเตรียมขนาด โดยคุณสมบัติที่สุ่มตรวจคือ ขนาดของชิ้นงานและสภาพรอยตัด

3. การประกอบผลิตภัณฑ์

คือการยึดติดชิ้นส่วนจากขั้นตอนในการตัดขนาดด้วยเครื่องทากาวโดยประกอบส่วนขาตั้งก่อนแล้วประกอบติดกับกระดาษผิวพื้นซึ่งดำเนินการโดยพนักงานประกอบ และตรวจสอบความเรียบร้อยของผลิตภัณฑ์ทุกตัว และเก็บรอยต่อที่ไม่แนบสนิทโดยการทากาวบริเวณมุมประกบอีกครั้ง

กำลังการผลิตในการประกอบชิ้นงาน 10 ชิ้นต่อ ชม.

การประกอบชิ้นส่วนเป็นดังรูป



4. การสุ่มตรวจคุณภาพสินค้าสำเร็จรูป

คือใช้การสุ่มตรวจคุณภาพของผลิตภัณฑ์หลักกระบวนการตัดและเตรียมขนาด โดยคุณสมบัติที่สุ่มตรวจคือขนาดของผลิตภัณฑ์และสภาพรอยต่อ จุดประกบ

5. การจัดส่งสินค้า

ใช้การขนส่งด้วยรถบรรทุก 6 ล้อไปส่งให้ลูกค้าโดยการขนส่งต่อเนื่องจะสามารถส่งสินค้าได้ 160 ชิ้น ซึ่งโรงงานแต่ละโรงจะรองรับลูกค้าในพื้นที่ของตนเองกล่าวคือ โรงงานที่จังหวัดปทุมธานี จะรองรับลูกค้าบริเวณกรุงเทพมหานครตอนบนและภาคกลางตอนบน และโรงงานที่จังหวัดสมุทรปราการ จะรองรับลูกค้าบริเวณกรุงเทพมหานครตอนล่างและภาคกลางตอนล่าง ซึ่งจะลดระยะทางในการขนส่ง นั่นคือภาระค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่น้อยลง ทั้งนี้ระยะเวลาในการขนส่งจากโรงงานถึงที่ตั้งของลูกค้าอยู่ไม่เกิน 8 ชม. โดยประมาณ : ซึ่งงานจัดส่งจะจัดจ้างผู้ประกอบการ(รายชื่อบริษัทขนส่งดู APPENDIX D) ซึ่งสามารถสรุปกำลังในการผลิตกระบวนการได้ดังนี้

กำลังการผลิต (Process Capacity)

1. การตัดขนาด

1.1 การตัดแกน ใช้เครื่องตัดแกน 1 เครื่อง มีกำลังการผลิต 100 ชิ้นต่อ ชม.

1.2 การตัด Sheet Board ใช้เครื่องตัดทับรอย 1 เครื่อง มีกำลังการผลิต 50 ชิ้นต่อ ชม.

2. การประกอบผลิตภัณฑ์

ใช้เครื่องทากาว 1 เครื่อง และแรงงานในการประกอบ 5 คนต่อชม. มีกำลังการผลิต 30 ชิ้นต่อ ชม.

ดังนั้นกำลังการผลิตของกระบวนการคือ 30 ชิ้นต่อ ชม.

การจัดการและบริหารสินค้าคงคลัง

วัตถุดิบ (raw material)

เวลาของขั้นตอนการจัดหาวัตถุดิบแต่ละตัวเป็นดังนี้

การสั่งซื้อและการตรวจรับวัตถุดิบ	ระยะเวลาจัดซื้อ/สั่งทำ (วัน)
กระดาษ Sheet Board	4
แกนกระดาษ	3
กาวเทซาเบอร์ 3	7
กาว H13 S	7
สี	2
ตรายางพิมพ์ประทับ	3

ซึ่งระดับวัตถุดิบคงคลังกรณีที่มีประสิทธิภาพต่ำที่สุด หรือ ระบบไม่สามารถกะประมาณระดับความต้องการของลูกค้าได้ และไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบได้อย่างเหมาะสม ทำให้จะต้องมีวัตถุดิบอยู่ในคลังวัตถุดิบ ที่ระดับต่ำสุดเท่าที่จะสามารถรองรับ ปริมาณการผลิตได้ตลอดช่วงเวลาที่ต้องรอเพื่อจัดซื้อวัตถุดิบแต่ละตัว ดังแสดงในตารางข้างต้น โดยข้อมูลและค่าใช้จ่ายในการ เก็บรักษาของวัตถุดิบปริมาณดังกล่าว เป็นดังนี้

วัตถุดิบ	พื้นที่ที่ใช้ในการกองเก็บ (ตร.ม.)	มูลค่าวัตถุดิบ 4 วัน
กระดาด Sheet Board	40	54000
แกนกระดาด	10	45000
กาวเทซ่าเบอร์ 3	10	4300
กาว H13 S	2	4200
สี	1	1500
รวม	63	109000

ค่าใช้จ่ายในการกองเก็บวัตถุดิบ	(บาท/วัน)
ค่าเช่าพื้นที่ 80 ตร.ม.	300
ค่าพนักงานรักษาความปลอดภัย 2 คน	100
ค่าขนส่งระหว่างโรงงาน-คลัง	500
รวม	900

งานระหว่างผลิต (work in process)

กระบวนการผลิตถูกออกแบบให้กระบวนการในแต่ละสถานีมี Work Load รองรับกันเพื่อให้ระดับปริมาณงานระหว่างผลิตต่ำที่สุด และใช้การเพิ่มลดระดับปริมาณงานระหว่างผลิตของสินค้าขนาดมาตรฐานที่กระบวนการหลังจากการตัดขนาด ก่อนการประกอบผลิตภัณฑ์ ทดแทนการเพิ่มลดระดับสินค้าคงคลัง ซึ่ง มีค่าใช้จ่ายสูงกว่าเนื่องจากต้องใช้พื้นที่ในการกองเก็บ สูงกว่าประมาณ 3 เท่า

ระดับปริมาณงานระหว่างผลิตของสินค้าขนาดมาตรฐาน จะรักษาให้อยู่ในระดับ

สินค้า (finished goods)

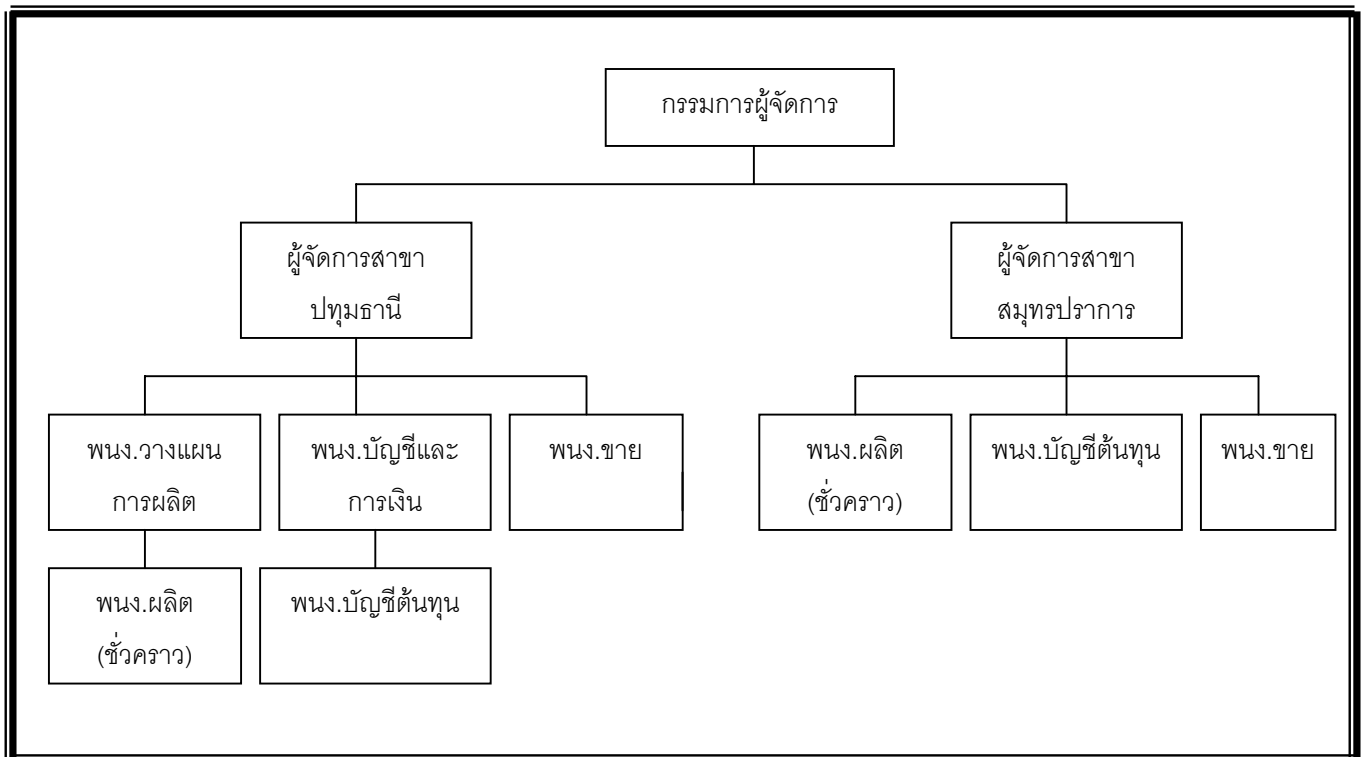
ระดับสินค้าคงคลังจะเป็นสินค้าที่รอส่งให้กับลูกค้าเท่านั้น เนื่องจากการสะสมสินค้าเพื่อรองรับความแปรปรวนของตลาดจะเก็บ อยู่ในรูปของงานระหว่างผลิตดังที่กล่าวไว้แล้วในเรื่องงานระหว่างผลิต

ดังนั้นระดับสินค้าคงคลังจะมีระดับไม่เกิน 5-7 วัน

กลยุทธ์องค์กร

โครงสร้างองค์กร

บริษัท ไวส์ แพ็ค จำกัด (Wise Pack Co., Ltd.) เป็นบริษัทใหม่ที่เปิดดำเนินการเกี่ยวกับธุรกิจบรรจุภัณฑ์จากกระดาษ ซึ่งก่อตั้งขึ้นจากการรวมตัวกันของวิศวกรจากบริษัทผลิตกระดาษ นักการตลาด และนักบริหารธุรกิจรุ่นใหม่ ทั้งนี้มีการวางกลยุทธ์ขององค์กรในระยะยาวเป็นลักษณะของ Diversification strategy กล่าวคือ พัฒนารวบรวมรูปแบบใหม่ให้ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยการดำเนินงานของบริษัท ในระยะแรกจะมีการจัดตั้งเป็นองค์การขนาดเล็กเพื่อความคล่องตัวและมีค่าใช้จ่ายต่ำ โดยจัดโครงสร้างองค์กรให้มีการบริหารจัดการแบบลักษณะงาน ตามพื้นที่รับผิดชอบ ซึ่งในช่วงต้นมี 2 พื้นที่คือ โรงงานและสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่ที่ จ.ปทุมธานี และโรงงานตั้งอยู่ที่ จ.สมุทรปราการ โดยมีผังองค์กรและบุคลากรของบริษัทดังนี้



กลุ่มผู้บริหารและพนักงานประจำ

กลุ่มผู้บริหาร ประกอบด้วย

1. นายภมร นกสินธุ์

ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการและผู้จัดการสาขาปทุมธานี

หน้าที่ ดูแลและรับผิดชอบงานบริหารการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การลดต้นทุน ตลอดจนงานจัดซื้อวัตถุดิบ งานขาย ผลิตและจัดส่ง ในเขตจังหวัดอยุธยาและจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงการจัดการบริหารงานภาพรวมขององค์กร

2. นายภานวีย์ อัครนิวรรณ

ตำแหน่ง ผู้จัดการสาขาสมุทรปราการ

หน้าที่ ดูแลและรับผิดชอบงานบริหารการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การลดต้นทุน ตลอดจนงานจัดซื้อวัตถุดิบ งานขาย ผลิตและจัดส่ง ในเขตจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดใกล้เคียง

3. ตำแหน่ง พนักงานวางแผนการผลิต

หน้าที่ รับคําสั่งสั่งซื้อจากพนักงานขายและวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบ วางแผนการผลิต และการจัดส่งสินค้า

4. ตำแหน่ง พนักงานขาย

หน้าที่ หาลูกค้าใหม่, ติดต่อกู้ค้า, รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า และ ติดตามแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า

5. ตำแหน่ง พนักงานบัญชีและการเงิน

หน้าที่ จัดทํางบการเงิน วางแผนด้านการเงิน และควบคุมการทำรายงานบัญชีและการเงิน

6. ตำแหน่ง พนักงานบัญชีต้นทุน

หน้าที่ บันทึกบัญชีและจัดทำรายงานบัญชีและการเงิน

ค่าตอบแทนผู้บริหารและพนักงานประจำ

ตำแหน่ง	อัตราค่าจ้างงานรายเดือน
กรรมการผู้จัดการ	50,000 บาท
ผู้จัดการสาขา	30,000 บาท
พนักงานวางแผนการผลิต	12,000 บาท
พนักงานแผนกบัญชีและการเงิน	12,000 บาท
พนักงานขาย	10,000 บาท
พนักงานบัญชีต้นทุน	6,000 บาท

ผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการถือหุ้น

บริษัท ไวส์ แพ็ค จำกัด (Wise Pack Co., Ltd.) ต้องการเงินทุนในการดำเนินงานทั้งสิ้น 4,000,000 บาท เพื่อพัฒนาสินค้าและขยายกิจการ โดยเงินทุนดังกล่าวจะระดมมาจาก เงินทุนของผู้ถือหุ้น จำนวน 200,000 หุ้น หุ้นละ 10 บาท ดังต่อไปนี้

ลำดับ	รายชื่อ	จำนวนหุ้น	เงินลงทุน (บาท)	สัดส่วน (%)
1	นายภานวีย์ อัครนิวรรณ	79,998	799,980	19%
2	นายชนม์เฉลิม อัครนิวรรณ	79,998	799,980	19%
3	นายวันเฉลิม อัครนิวรรณ	80,000	800,000	20%
4	นายเอกวุฒิ ชื่นชม	80,000	800,000	20%
5	นายสุเทพ ปุตุตรี	80,000	800,000	20%

6	นายยุทธเดช วงษ์พิพัฒน์	1	10	1%
7	นายพาน หาญกล้า	1	10	1%
รวม		400,000	4,000,000	100%

บุคลากร

1. พนักงานขาย

ทำหน้าที่ ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในเขตภาคกลางและภาคใต้ (รับรายละเอียดข้อมูลลูกค้าสั่งซื้อ เสนอราคา และรับข้อร้องเรียน) แล้วส่งรายละเอียดไปยัง พนักงานวางแผนการผลิตในส่วนกลาง

คุณสมบัติ

- 1.1 การศึกษาปริญญาตรี ขึ้นไป
- 1.2 อายุ 24 ปี ขึ้นไป
- 1.3 บุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ดี
- 1.4 มีรถยนต์เป็นของตนเองและมีใบอนุญาตขับขี่รถยนต์
- 1.5 ใช้ภาษาอังกฤษได้ดี
- 1.6 หากมีประสบการณ์ขายสินค้าอุตสาหกรรมจะพิจารณาเป็นพิเศษ
- 1.7 มีบุคคลคำประกัน

2. พนักงานวางแผนการผลิต

ทำหน้าที่ รวบรวมข้อมูลรายละเอียดคำสั่งซื้อจากพนักงานขาย มาทำการวางแผนการผลิตจัดซื้อวัตถุดิบ และจัดส่งสินค้า

คุณสมบัติ

- 2.1 การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ด้านบริการอุตสาหกรรม หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง
- 2.2 อายุ 24 ปี ขึ้นไป
- 2.3 ใช้คอมพิวเตอร์ได้ดี
- 2.4 มีความเชี่ยวชาญด้านการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล
- 2.5 มีทักษะการเจรจาต่อรองและสามารถติดต่อประสานงานได้ดี
- 2.6 ใช้ภาษาอังกฤษได้ดี

3. พนักงานบัญชีและการเงิน

ทำหน้าที่ รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีและการเงิน

คุณสมบัติ

- 3.1 การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ด้านบัญชี หรือการเงิน
- 3.2 อายุ 24 ปี ขึ้นไป
- 3.3 ใช้คอมพิวเตอร์ได้ดี
- 3.4 มีความเชี่ยวชาญด้านการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน

4. พนักงานบัญชีต้นทุน

ทำหน้าที่ รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชี

คุณสมบัติ

- 4.1 การศึกษา ปวส.ขึ้นไป ด้านบัญชี หรือ การเงิน
- 4.2 อายุ 20 ปี ขึ้นไป
- 4.3 ใช้คอมพิวเตอร์ได้ดี
5. พนักงานผลิต (เป็นพนักงานชั่วคราว) มีหน้าที่ต่างๆ ดังต่อไปนี้
 - 5.1 พนักงานตัดแกน
 - 5.2 พนักงานทပ်รอย
 - 5.3 พนักงานทากาว
 - 5.4 พนักงานประกอบ

คุณสมบัติ

1. มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย
2. สามารถทำงานเป็นกะได้

โดยจำนวนของพนักงานจะปรับตัวตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น (รายละเอียดในภาคการเงิน)

แนวทางการจัดการธุรกิจ

บริษัท ไวส์ แพ็ค จำกัด (Wise Pack Co., Ltd.) มีแนวทางในการดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนา รูปแบบของผลิตภัณฑ์ และการดำเนินกิจกรรมด้านการตลาด ซึ่งจะเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูก (Cost leader ship Strategy) โดยอาศัยคุณสมบัติของวัสดุที่ใช้ผลิต และสร้างการยอมรับจากลูกค้าในการใช้งาน ส่วนในด้านการผลิต จะพัฒนา กระบวนการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ควบคุมดูแลคุณภาพอย่างใกล้ชิด และมุ่งเน้นการลดต้นทุนการผลิตอย่างต่อเนื่อง รวมถึง การพัฒนาและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ขายวัตถุดิบ เพื่อรักษามาตรฐานของสินค้า

บริษัทมีแนวทางในการดำเนินงานบริหารจัดการด้านการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการจัดโครงสร้างเงินทุนให้ เหมาะสมกับธุรกิจดำเนินการ โดยพยายามใช้ต้นทุนต่ำสุดและบริหารสินทรัพย์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและให้มีกระแสเงิน สดเข้าเร็วที่สุดเพื่อให้มีสภาพคล่องสูงสุด ซึ่งรายละเอียดของการดำเนินงานในแต่ละส่วนจะได้อธิบายไว้ในบทต่อไป

แผนการดำเนินงานในช่วงเริ่มต้นกิจการ

กิจกรรม	เดือนที่											
	-1	1	2	3	4	5	6					
จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ไวส์ แพ็ค จำกัด												
จัดทำแผนระดมเงินทุน												
พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์												
จ้างผลิตตัวอย่างเพื่อขอสิทธิบัตร												
คัดเลือกพนักงาน												
เช่าสำนักงานและจัดหาอุปกรณ์สำนักงาน												
ฝึกอบรมพนักงานขาย												

เข้าร่วมงานแสดงสินค้า														
ดำเนินการผลิต														
ออกวางจำหน่าย														

การจัดทำงบประมาณทางการเงิน

การจัดทำแผนการเงินได้จัดทำภายใต้สมมติฐานของความเป็นไปได้มากที่สุด โดยอาศัยข้อมูลที่สามารถคาดการณ์ได้อย่างสมเหตุสมผล ประกอบกับการใช้หลักความระมัดระวัง

บริษัท ไวส์ แพ็ค จำกัด (Wise Pack Co., Ltd.) ดำเนินกิจการจำหน่ายกระเปาะเพื่อการขนส่ง โดยเน้นสินค้าเพื่อการส่งออกเพื่อลดค่าใช้จ่ายสำหรับบริษัทที่ดำเนินกิจการเพื่อการส่งออก อีกทั้งช่วยลดปัญหาในการกำจัดบรรจุภัณฑ์สำหรับประเทศที่นำสินค้าเข้าด้วยอีกทางหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกระเปาะคือกระดาษ ที่สามารถนำมาใช้ใหม่ได้ง่าย ดังนั้นบริษัทต้องมีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเพื่อใช้ในการผลิต

สมมติฐานที่สำคัญ

1. การประมาณการยอดขาย

การประมาณยอดขาย บริษัทประมาณการจากข้อมูลหลายส่วนที่สำคัญ ได้แก่

- ข้อมูลปริมาณการส่งสินค้าออก ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ และเป้าหมายการส่งออก กรมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

2541	2542	2543	2544	2545
10,083.70	11,004.70	12,244.35	15,909.00	17,181.71
1,418.90	1,274.10	1,480.95	2,100.00	2,352.00
11,502.60	12,278.80	13,725.30	18,009.00	19,533.72
54,490.10	58,643.40	69,876.05	65,376.03	69,000.00
19%	19%	18%	24%	25%
3%	2%	2%	3%	3%
6.0%	9.1%	11.3%	29.9%	8.0%
-6.4%	-10.20%	16.2%	41.8%	12.0%

Unit: thousands U.S. dollars

Source: Department of Business Economics

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ (Computers and Electronic circuits part) และกลุ่มอุตสาหกรรมกุ้งสดและกุ้งแช่แข็ง (Fresh and frozen shrimp products) มีสัดส่วนโดยประมาณ 25% ของการส่งออกทั้งหมด

ในส่วนข้อมูลที่เป็นเป้าหมายในการส่งออกพบว่าในปี 2546 กลุ่มอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ โตขึ้นจากปี 2545 เป็น 8.5% และในปีถัดๆไป เพิ่มขึ้น 9.5% สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมกุ้งสดและกุ้งแช่แข็งโตขึ้นจากปี 2545 เป็น 14% และเป็น 15% ในปีถัดๆไป ดังแสดงในตารางข้างล่างนี้

Unit : Million of US dollars	2546	2547	2548	2549	2550
computers and Electronic circuits part	18,642.17	20,413.18	22,352.43	24,475.91	26,801.12
Fresh and frozen shrimp products	2,618.28	3,083.47	3,545.99	4,077.89	4,689.57
Total	21,323.45	23,496.65	25,898.42	28,553.80	31,490.70
Total Exports	72,912.30	77,046.43			
%Computers of Export	26%	26%			
%Frozen shrimp of Export	4%	4%			
%Growth of Computer & Electronic	8.5%	9.5%	9.5%	9.5%	9.5%
%Growth of Frozen shrimp products	14.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%

Source: กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

- สัดส่วนการส่งออกสินค้าแต่ละอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์

Unit: Millions of U.S. dollars	2541	2542	2543	Average
United States & Canada	43%	42%	42%	42%
Europe	28%	30%	32%	30%
Japan & Australia	29%	28%	26%	28%

Source: Department of Business Economic

- ข้อมูลจากการวิจัยตลาด

ผลที่ได้รับจากการวิจัยตลาดทำให้บริษัทสามารถตั้งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดังนี้

Segmentation: กลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่บริษัทสนใจคือ อุตสาหกรรมส่งออกที่ใช้กระบะเพื่อการขนส่งสินค้า

Targeting: กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มในการใช้กระบะกระดาษเพื่อทดแทนกระบะไม้หรือกระบะพลาสติกที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ทั้งนี้กลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นกลุ่มลูกค้าหลักได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ (Computers and Electronic circuits part) กลุ่มอุตสาหกรรมกุ้งสดและกุ้งแช่แข็ง (Fresh and frozen shrimp products) โดยทั้งสองอุตสาหกรรมมีสัดส่วนเป็น 25% ของการส่งออกทั้งหมด

นอกจากนี้ ผลการวิจัยตลาดยังบอกด้วยว่าค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับกระบะคิดเป็น 0.1% ของต้นทุนในการผลิต และในแต่ละกลุ่มมีความสนใจที่จะเปลี่ยนมาใช้กระบะกระดาศแทนกระบะไม้ในอัตราที่แตกต่างกัน

กลุ่มอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ สนใจเปลี่ยนมาใช้กระบะกระดาศ 15.07%

ขณะที่กลุ่มอุตสาหกรรมกุ้งสดและกุ้งแช่แข็ง สนใจเปลี่ยนมาใช้กระบะกระดาศที่ 5.07%

- ข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์ โดยพิจารณาจากเอกสาร 56-1 ของบริษัทในแต่ละกลุ่มเพื่อใช้ในการหาต้นทุนในการผลิตของทั้งสองกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ มีต้นทุนในการผลิตคิดเป็น 90% ของยอดขาย

กลุ่มอุตสาหกรรมกุ้งสดและกุ้งแช่แข็ง มีต้นทุนในการผลิตคิดเป็น 90% ของยอดขาย

- ข้อมูลราคากระบะไม้อบน้ำยา

เนื่องจากในปัจจุบัน บริษัทที่เป็นกลุ่มเป้าหมายใช้กระบะไม้ในการขนส่ง เพื่อใช้ในการหาขนาดตลาดสำหรับกระบะในปัจจุบัน จึงต้องหาราคากระบะไม้เพื่อใช้ในการหาปริมาณกระบะเป็นขึ้นต่อไป

Item	USA	USA (Cargo)	Europe	Japan/Australia
SIZE (mm x mm)	100 x 1200	1140 x 1140	800 x 1200	1200 x 1200
SIZE (inch x inch)	40 x 48	45 x 45	32 x 48	48 x 48
C.M.	300	320	260	345
สร้อยแสง	310	310	275	300
เปรมประภา	285	295	275	305
L.P.S	295	340	285	355
ส.วัฒนากร	310	335	285	340
เจริญผล พาเลท	285	300	255	310
P.Multitrade Ltd.	311	355	283	335
Average	299	319	274	327
Average Price (Product Mix) หน่วยเป็นบาท				306

จากข้อมูลข้างต้นทั้งหมดทำให้สามารถหาขนาดของตลาดกระบะในปัจจุบันออกมาได้ดังนี้

ITEM (Pieces)	2546	2547	2548	2549	2550
Computers and Electronic circuits part	302,728	331,487	362,978	397,461	435,220
Fresh and frozen shrimp products	10,663	12,263	14,102	16,217	18,650

หรือ Computers & Electronic circuits part = 755 ล้านบาท

Fresh & frozen shrimp products = 105 ล้านบาท

รวม = 860 ล้านบาท

2. ราคาขาย

แบ่งราคาของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ราคาตามประเภทของผลิตภัณฑ์ดังนี้
ผลิตภัณฑ์ที่ 1 Light Duty Pallet (ไม่ใช้แกน) ราคาผลิตภัณฑ์ 160 บาทต่อชิ้น
ผลิตภัณฑ์ที่ 2 Heavy Duty Pallet (ใช้แกน) ราคาผลิตภัณฑ์ 185 บาทต่อชิ้น

3. ต้นทุนสินค้า

การประเมินต้นทุนสินค้า คำนวณในปี 2546 โดยแบ่งเป็น

■ ราคา Sheet Board

โครงสร้างในการผลิตกระบะใช้กระดาษ Sheet Board ประกอบกัน 4 ชั้นดังนี้
ชั้นที่ 1 KI 125/3 CA 125/CA 125 ราคา 0.0000139 บาทต่อตารางมิลลิเมตร
ชั้นที่ 2 CA 125/3 CA 125/CA 125 ราคา 0.0000143 บาทต่อตารางมิลลิเมตร
ชั้นที่ 3 CA 125/3 CA 125/CA 125 ราคา 0.0000143 บาทต่อตารางมิลลิเมตร
ชั้นที่ 4 CA 125/3 CA 125/CA 125 ราคา 0.0000143 บาทต่อตารางมิลลิเมตร

โครงสร้างในการผลิตฐานกระบะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ 1 Light Duty Pallet (ไม่ใช้แกน) ดังนี้

ชั้นที่ 1 CA 125/3 CA 125/CA 125 ราคา 0.0000143 บาทต่อตารางมิลลิเมตร
ชั้นที่ 2 CA 125/3 CA 125/CA 125 ราคา 0.0000143 บาทต่อตารางมิลลิเมตร

โครงสร้างในการผลิตฐานกระบะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ 2 Heavy Duty Pallet (ไม่ใช้แกน) ดังนี้

ส่วนที่ 1 CA 125/3 CA 125/CA 125 ราคา 0.0000143 บาทต่อตารางมิลลิเมตร
ส่วนที่ 2 CORE 106.2 mm X 76.2 mm ราคา 0.58 บาทต่อเซนติเมตร

เมื่อสั่งในปริมาณที่มากพอ จะได้ส่วนลดในการสั่งซื้อดังนี้

- สั่งซื้อ 300 ตัน ขึ้นไป ได้ส่วนลดทางการค้า 35%
- สั่งซื้อ 20 – 299 ตัน ได้ส่วนลดทางการค้า 20%

■ ราคาการ Latex มี 2 ชนิดที่ใช้แบ่งตามการใช้งาน ดังนี้

- Latex#1 (H13S) เป็นกาวยสีขาวขุ่น มีความแข็งแรงในการยืดเกาะสูง ราคา 15 บาทต่อกิโลกรัม
- Latex#2 (กาวเทซาเบอร์ 3) เป็นกาวในสีน้ำตาล มีความแข็งแรงในการยืดเกาะต่ำกว่า ราคา 6.75 บาทต่อกิโลกรัม

■ ราคาแกน (Core) มีหลากหลายขนาด ส่วนใหญ่ขึ้นกับความหนา ที่บริษัทเลือกใช้คือ ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางวงนอก X ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางวงใน เท่ากับ 106.2 มิลลิเมตร X 76.2 มิลลิเมตร ราคาขายต่อหน่วยความยาว เท่ากับ 0.58 บาทต่อเซนติเมตร ได้ส่วนลดทางการค้า 20%

- ค่าไฟฟ้าที่ใช้ในการดำเนินงาน โดยเฉลี่ย คือ 6.09 บาทต่อชิ้น
- ค่าแรงที่ใช้ในการผลิตโดยตรง ขึ้นอยู่กับกำลังการผลิต โดยเฉลี่ย 1.49 บาทต่อชิ้น
- ในปีถัดไป ต้นทุนในการผลิตให้คงสัดส่วนของต้นทุนต่อยอดขาย

สำหรับต้นทุนในการผลิตแบ่งตามผลิตภัณฑ์สำหรับแต่ละอุตสาหกรรม
ผลิตภัณฑ์ที่ 1 Light Duty Pallet (ฐานกระบะไม้ได้ใช้แทน) ใช้กระดาด 2 ชั้น เพื่อใช้ในการรับน้ำหนักไม่
มากนัก เหมาะกับอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ต้นทุนเฉลี่ยตาม Product Mix เท่ากับ 76 บาท
ต่อชิ้น

ผลิตภัณฑ์ที่ 2 Heavy Duty Pallet (ฐานกระบะใช้แทน) เพื่อใช้ในการรับน้ำหนักที่มาก เหมาะกับอุตสาหกรรม
กรรมกึ่งสดและกึ่งแช่แข็ง ต้นทุนเฉลี่ยตาม Product Mix เท่ากับ 116 บาทต่อชิ้น

4. ส่วนลดการค้าและส่วนลดเงินสด

ลูกค้าทุกรายจะได้รับส่วนลดทางการค้าเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายขึ้นอยู่กับอุตสาหกรรมสำหรับอุตสาหกรรม
คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนลดทางการค้าเฉลี่ย 10% แต่สำหรับอุตสาหกรรมกึ่งสดและกึ่งแช่แข็งเพื่อการ
หาตลาดใหม่ ส่วนลดทางการค้าเฉลี่ย 20% เพื่อให้ลูกค้าสนใจในผลิตภัณฑ์

โดยแบ่งชำระค่าสินค้าออกเป็น 2 งวดๆละเท่าๆกัน โดยชำระงวดแรก ณ วันส่งมอบและชำระค่าสินค้าในเดือนถัดมาโดย
จ่ายเงินสดในทุกงวด

ในส่วนของเจ้าหนี้ทางการค้า สามารถซื้อสินค้าได้เครดิต 30 วัน

5. อัตราการเติบโตของยอดขาย

อัตราการเติบโตของยอดขายสำหรับอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉลี่ย 9.5%

อัตราการเติบโตของยอดขายสำหรับอุตสาหกรรมกึ่งสดและกึ่งแช่แข็ง โดยเฉลี่ย 15.0%

6. สินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือแบ่งออกเป็น วัตถุประสงค์คงเหลือ

สำหรับสินค้าคงเหลือ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการที่จะได้รับสินค้าตาม Lead Time ที่กำหนดคือ
5 – 7 วัน

7. เงินสดคงเหลือ

เงินสดคงเหลือขั้นต่ำ 500,000 บาท เพื่อใช้ในการดำเนินงาน

8. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและการบริหาร

ประกอบด้วย

- ค่าคอมมิชชั่น สำหรับลูกค้าในปีแรกคิดที่ 2% ของยอดขาย และปีถัดๆไปคิดที่ 1% ของยอดขายเพื่อให้มีการดูแลลูกค้า
เก่าอยู่ สำหรับลูกค้าใหม่ในปีถัดๆไปคิดที่ 3% ของยอดขายเพื่อให้ลูกค้าใหม่อยู่เสมอ
- ค่าตอบแทนกรรมการและเงินเดือนพนักงาน ปรับขึ้น 5% ทุกปี
- ค่าขนส่ง ไร่ 6 ล้อ เพื่อขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า โดยสามารถขนส่งสินค้าได้ครั้งละ 160 ชิ้นต่อเที่ยว เฉลี่ยค่าขนส่งต่อ
เที่ยวเท่ากับ 1,600 บาทต่อเที่ยว
- ค่าโทรศัพท์และค่าน้ำมันรถ ค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 5,000 บาทต่อเดือน เติบโตตามยอดขายคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ของยอดขายใน
ปีแรก คิดเป็น 0.2% และ 0.3% ตามลำดับ
- ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร คิดอายุการทำงานของเครื่องจักรที่ 10 ปี ดังนั้นตัดจำหน่ายในอัตรา 10% ต่อปี
- ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน คิดอายุที่ 5 ปี ดังนั้นตัดจำหน่ายในอัตรา 20% ต่อปี

- ค่าสิทธิบัตร
- ค่าเช่าอาคารพร้อมที่ดิน ในอัตราค่าเช่าที่ 120,000 บาทต่อปีในแต่ละที่

9. ดอกเบี้ยจ่าย

อัตราดอกเบี้ยจ่าย คิดที่ $MLR+2\%$

10. อัตราคิดลดสำหรับการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบัน

อัตราดอกเบี้ยสำหรับเจ้าหนี้ คิดที่ 10% ($MLR+2\%$) อัตราผลตอบแทนสำหรับผู้ถือหุ้น คิดที่ 20% ดังนั้นอัตราที่ใช้ในการคิดลดสำหรับการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบัน

ดังนั้นสามารถหา **Weighted Average Cost of Capital** ได้ดังนี้

อัตราผลตอบแทนของเจ้าหนี้ $K_d = 10\%$ ($MLR+2\%$) และอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นตามผลการวิจัยของบริษัท โนมูระ แคมปีตอล พบว่าอัตราผลตอบแทนของนักลงทุนทั่วไป 17% แต่เนื่องจากเป็นบริษัทใหม่ต้องการผลตอบแทนที่สูงกว่า จึงกำหนดให้ $k_s = 20\%$ บริษัทไม่ได้กู้ยืมเงินเพื่อดำเนินงาน ดังนั้น $Wacc = k_s = 20\%$

11. การจ่ายเงินปันผล

เริ่มมีการจ่ายเงินปันผลเมื่อมีเงินสะสมส่วนเกินโดยกำหนดจ่ายเงินปันผลที่ 40% ของกำไรสุทธิ

12. ทุนจดทะเบียน

บริษัทออกจำหน่ายหุ้นจำนวน 400,000 หุ้น ราคา 10 บาท

13. การประมาณการส่วนแบ่งการตลาด

Market Share	2546	2547	2548	2549	2550
Computers and Electronic circuits part	20%	25%	30%	33%	35%
Fresh and frozen shrimp products	5%	10%	15%	17%	20%

ดังนั้นจะได้จำนวนกระบะที่บริษัทตั้งเป้าไว้เพื่อทำการขายดังนี้

Pallet (Pieces)	2546	2547	2548	2549	2550
Computers and Electronic circuits part	74,483	101,949	133,961	161,356	187,393
Fresh and frozen shrimp products	990	2,277	3,927	5,119	6,925

สรุปผลการดำเนินการได้ $NPV = 2,849,635$ บาท

$IRR = 45\%$

Normal Case

การประมาณการทางการเงิน

1. อัตราการเติบโต

Growth	Year	1	2	3	4	5
	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
Sale Unit Growth						
- Computers and Elcetronic circuits part		8.5%	9.5%	9.5%	9.5%	9.5%
- Fresh and frozen shrimp products		14.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%
Sale Price Growth						
- Light Duty Pallet		0%	0%	0%	0%	0%
- Heavy Duty Pallet		0%	0%	0%	0%	0%

หมายเหตุ: Sale Unit Growth อ้างอิงจากกรมส่งเสริมการส่งออก หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ ปีที่ 8 ฉบับที่ 374 วันที่ 10-16 กุมภาพันธ์ 2545

Growth		Growth	
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์ (% ของยอดขาย)	6.4%	ค่าน้ำมัน (% ของยอดขาย)	0.3%
ค่าเช่าอาคารพร้อมที่ดิน	0%	ค่าโทรศัพท์ (% ของยอดขาย)	0.2%
ค่าตอบแทนกรรมการและเงินเดือนพนักงาน	5%	ค่าคอมมิสชั่น (% ของยอดขาย)	-
ค่าสิ้นทางการ (% ของยอดขาย)	1%	ค่าขนส่ง (ขึ้นกับยอดขาย)	-

2. ราคาขาย (บาท)

สินค้า	Year	1	2	3	4	5
	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
Heavy Duty Pallet		185	185	185	185	185
Light Duty Pallet		160	160	160	160	160

3. ส่วนลดทางการค้า

อุตสาหกรรม	Year	1	2	3	4	5
	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์		10%	10%	10%	10%	10%
อุตสาหกรรม กุ้งแช่แข็ง		20%	20%	20%	20%	20%

4. จำนวนขาย (ชิ้น)

อุตสาหกรรม	Year	1	2	3	4	5
	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์		74,483	101,949	133,961	161,356	187,393
อุตสาหกรรม กุ้งแช่แข็ง		990	2,277	3,927	5,119	6,925

5. จำนวนเครื่องจักรและกำลังการผลิต

ปทุมธานี

เครื่องจักร (เครื่อง)	Year	1	2	3	4	5
	กำลังการผลิต	2546	2547	2548	2549	2550
เครื่องตัดแกน (ชิ้นต่อวัน)	720	1	1	1	1	1
เครื่องทอรอย (ชิ้นต่อวัน)	360	1	1	1	2	2
เครื่องทากาว (ชิ้นต่อวัน)	360	1	1	1	2	2
Hand Lift		2	2	2	2	2

สมุทรปราการ

เครื่องจักร (เครื่อง)	Year	1	2	3	4	5
	กำลังการผลิต	2546	2547	2548	2549	2550
เครื่องตัดแกน (ชิ้นต่อวัน)	720	1	1	1	1	1
เครื่องทอรอย (ชิ้นต่อวัน)	360	1	1	1	1	1
เครื่องทากาว (ชิ้นต่อวัน)	360	1	1	1	1	1
Hand Lift		1	1	1	1	1

6 การตัดค่าเสื่อมราคา

เครื่องจักร	10	ปี
อุปกรณ์สำนักงาน	5	ปี

Normal Case

การประมาณการทางการเงิน

7 ต้นทุนสินค้า

สินค้า	Year	1	2	3	4	5
	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
Heavy Duty Pallet		116	116	116	116	116
Light Duty Pallet		76	76	76	76	76

ราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบ	Year	1	2	3	4	5
	ส่วนลดการค้า	2546	2547	2548	2549	2550
sheet Board (บาทต่อตารางมิลลิเมตร) -KI125	20%	0.0000139	0.0000139	0.0000139	0.0000139	0.0000139
Sheet Board (บาทต่อตารางมิลลิเมตร) -CA125	20%	0.0000143	0.0000143	0.0000143	0.0000143	0.0000143
CORE 106.2 x 76.2 (บาทต่อเซนติเมตร)	20%	0.58	0.58	0.58	0.58	0.58
Latex#1 (บาทต่อกิโลกรัม)		15	15	15	15	15
Latex#2 (บาทต่อกิโลกรัม)		6.75	6.75	6.75	6.75	6.75

8 ค่าตอบแทนกรรมการและเงินเดือนพนักงาน

ปทุมธานี

ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	2546	2547	2548	2549	2550
กรรมการผู้จัดการและผู้จัดการสาขา	ป.โท MBA	50,000.00	52,500.00	55,125.00	57,881.00	60,775.00
พนักงานขาย	ป.ตร ทวไป	10,000.00	10,500.00	11,025.00	11,576.00	12,155.00
พนักงานวางแผน	ป.ตร ทวไป	12,000.00	12,600.00	13,230.00	13,892.00	14,586.00
พนักงานบัญชีการเงิน	ป.ตร การเงิน	12,000.00	12,600.00	13,230.00	13,892.00	14,586.00
พนักงานบัญชีต้นทุน	ปวส.บัญชี	6,000.00	6,300.00	6,615.00	6,946.00	7,293.00
รายจ่ายต่อเดือน		90,000.00	94,500.00	99,225.00	104,186.00	109,396.00
รายจ่ายต่อปี		1,080,000.00	1,134,000.00	1,190,700.00	1,250,235.00	1,312,747.00

สมุทรปราการ

ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	2,546	2,547	2,548	2,549	2,550
ผู้จัดการสาขา	ป.ตร ทวไป	30,000	31,500	33,075	34,729	36,465
พนักงานขาย	ป.ตร ทวไป	10,000	10,500	11,025	11,576	12,155
พนักงานบัญชีต้นทุน	ปวส.บัญชี	6,000	6,300	6,615	6,946	7,293

9. จำนวนพนักงาน

ปทุมธานี

ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	2546	2547	2548	2549	2550
กรรมการผู้จัดการและผู้จัดการสาขา	ป.โท MBA	1	1	1	1	1
พนักงานขาย	ป.ตร ทวไป	1	1	1	1	1
พนักงานวางแผน	ป.ตร ทวไป	1	1	1	1	1
พนักงานบัญชีการเงิน	ป.ตร การเงิน	1	1	1	1	1
พนักงานบัญชีต้นทุน	ปวส.บัญชี	1	1	1	1	1
รวม		5	5	5	5	5

สมุทรปราการ

ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	2546	2547	2548	2549	2550
ผู้จัดการสาขา	ป.ตร ทวไป	1	1	1	1	1
พนักงานขาย	ป.ตร ทวไป	1	1	1	1	1
พนักงานบัญชีต้นทุน	ปวส.บัญชี	1	1	1	1	1
รวม		3	3	3	3	3

10. การขนส่ง

รถ	Year	1	2	3	4	5
	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
จำนวนรถ (คันต่อวัน)		2	3	4	4	5
ค่าใช้จ่าย (บาทต่อวัน)		844,800	1,267,200	1,689,600	1,689,600	2,112,000

หมายเหตุ: ปริมาณการขนส่งต่อ 1 คันรถ สามารถขนส่งได้ 160 ชั่ง ราคา 1,600 บาทต่อคัน

Normal Case

บริษัท WISE PACK Co.,Ltd งบกำไรขาดทุน

	Year	1	2	3	4	5
Wise Pack Co.,Ltd.	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
Income Statement (Baht)						
รายได้จากการขาย		10,852,311	14,990,830	19,836,740	23,950,924	27,961,171
ลดส่วนกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์		11,894,990	16,281,270	21,393,589	25,768,578	29,926,689
- พักส่วนลดการค้า (สูงสุด 10%)		1,189,499	1,628,127	2,139,359	2,576,858	2,992,669
ลดส่วนกรรม กุ้งแปะแข็ง		183,526	422,108	728,137	949,005	1,283,949
- พักส่วนลดการค้า (สูงสุด 20%)		36,705	84,422	145,627	189,801	256,790
ต้นทุนสินค้า		5,765,132	7,998,220	10,618,473	12,835,087	15,020,231
ลดส่วนกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์		5,650,025	7,733,473	10,161,783	12,239,868	14,214,938
ลดส่วนกรรมอาหารทะเลแปะแข็ง		115,108	264,748	456,690	595,219	805,293
กำไรขั้นต้น		5,087,179	6,992,609	9,218,267	11,115,837	12,940,940
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร						
ค่าคอมมิชชั่นสำหรับลูกค้าเดิม (ปีแรก 2%; ปีถัดไป 1%)		-241,570	-120,785	-167,034	-221,217	-267,176
ค่าคอมมิชชั่นสำหรับการซื้อครั้งแรก (3%)		0	-138,746	-162,550	-137,876	-134,792
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์		-771,000	-1,066,216	-1,412,082	-1,705,446	-1,992,248
ค่าเดินทาง		-120,000	-165,948	-219,779	-265,439	-310,078
ค่าขนส่ง		-844,800	-1,267,200	-1,689,600	-1,689,600	-2,112,000
ค่าโทรศัพท์		-24,000	-33,190	-43,956	-53,088	-62,016
ค่าน้ำมัน		-36,000	-49,784	-65,934	-79,632	-93,023
ค่าฝึกอบรม		-50,000	-50,000	-50,000	-50,000	-50,000
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัท		-150,000	0	0	0	0
ค่าตอบแทนกรรมการและเงินเดือนพนักงาน		-1,632,000	-1,713,600	-1,799,280	-1,889,244	-1,983,706
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร		-165,000	-165,000	-165,000	-237,000	-237,000
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน		-100,000	-100,000	-100,000	-100,000	-100,000
ค่าเช่าอาคารพร้อมที่ดิน		-240,000	-240,000	-240,000	-240,000	-240,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		-5,000	0	0	0	-2,000
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี		707,808	1,882,140	3,103,052	4,447,296	5,356,901
ดอกเบี้ยจ่าย		0	0	0	0	0
กำไรก่อนภาษี		707,808	1,882,140	3,103,052	4,447,296	5,356,901
ภาษี (30%)		-212,342	-564,642	-930,916	-1,334,189	-1,607,072
กำไรสุทธิ		495,466	1,317,498	2,172,136	3,113,107	3,749,829
เงินปันผล (40%)		-198,186	-526,999	-868,855	-1,245,243	-1,499,934
กำไรสะสม		297,279	790,499	1,303,282	1,867,864	2,249,901

Financial Ratio

Year	1	2	3	4	5
รายได้	100%	100%	100%	100%	100%
ต้นทุนสินค้า	53%	53%	54%	54%	54%
กำไรขั้นต้น	47%	47%	46%	46%	46%
กำไรสุทธิ	5%	9%	11%	13%	13%
จำนวนหุ้น	400,000				
EPS (Baht)	1.24	3.29	5.43	7.78	9.37
DPS (Baht)	0.50	1.32	2.17	3.11	3.75

Normal Case

บริษัท WISE PACK Co.,Ltd

งบดุล

		บาท				
Wise Pack Co.,Ltd.	Year	1	2	3	4	5
Balance Sheet (Baht)	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน	4,000,000	3,105,050	4,698,939	6,851,849	8,852,704	11,894,584
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	4,000,000	1,834,814	2,944,441	4,530,336	6,049,762	8,622,475
ลูกหนี้การค้า		904,359	1,249,236	1,653,062	1,995,910	2,330,098
สินค้าคงเหลือ		365,876	505,262	668,451	807,031	942,010
สินทรัพย์ถาวร	1,885,000	1,620,000	1,355,000	1,810,000	1,473,000	1,473,000
เครื่องจักรหักค่าเสื่อมราคา		1,485,000	1,320,000	1,155,000	1,710,000	1,473,000
อุปกรณ์หักค่าเสื่อมราคา		400,000	300,000	200,000	100,000	0
รวมสินทรัพย์	4,000,000	4,990,050	6,318,939	8,206,849	10,662,704	13,367,584
เจ้าหนี้และส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สิน						
หนี้สินหมุนเวียน		692,770	1,231,161	1,815,788	2,403,779	2,858,758
เจ้าหนี้การค้า		480,428	666,518	884,873	1,069,591	1,251,686
ภาษีค้างจ่าย		212,342	564,642	930,916	1,334,189	1,607,072
หนี้สินระยะยาว	0	0	0	0	0	0
รวมหนี้สิน		692,770	1,231,161	1,815,788	2,403,779	2,858,758
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนจดทะเบียน	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
กำไรสะสม		297,279	1,087,778	2,391,060	4,258,925	6,508,825
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	4,000,000	4,297,279	5,087,778	6,391,060	8,258,925	10,508,825
รวมเจ้าหนี้และส่วนของผู้ถือหุ้น	4,000,000	4,990,050	6,318,939	8,206,849	10,662,704	13,367,584

Financial Ratio

Year	1	2	3	4	5
Current Ratio	4.48	3.82	3.77	3.68	4.16
Quick Ratio	3.95	3.41	3.41	3.35	3.83
Debt Ratio	0.14	0.19	0.22	0.23	0.21
D/E Ratio	0.16	0.24	0.28	0.29	0.27
ROA	9.93%	20.85%	26.47%	29.20%	28.05%
ROE	11.53%	25.90%	33.99%	37.69%	35.68%

Normal Case

บริษัท WISE PACK Co.,Ltd

งบกระแสเงินสด

Wise Pack Co.,Ltd.	Year	1	2	3	4	5
Cash Flow (Baht)	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
Cash flows from operating activities						
กำไรสุทธิ		495,466	1,317,498	2,172,136	3,113,107	3,749,835
ค่าเสื่อมราคา - เครื่องจักร		165,000	165,000	165,000	237,000	237,000
ค่าเสื่อมราคา - อุปกรณ์สำนักงาน		100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ปรับลดหนี้การค้า		-904,359	-344,877	-403,826	-342,849	-334,188
ปรับลดค่าคงเหลือ		-365,876	-139,386	-163,189	-138,580	-134,979
ปรับเพิ่มหนี้การค้า		480,428	186,091	218,354	184,718	182,096
ปรับรายจ่ายค้างจ่าย		212,342	352,300	366,273	403,273	272,883
Net cash from operating activities		183,000	1,636,626	2,454,750	3,556,669	4,072,647
Cash flows from investing activities						
ลงทุนในสินทรัพย์ถาวร		-2,150,000			-792,000	
Net cash from investing activities		-2,150,000			-792,000	
Cash flows from financing activities						
เงินกู้ยืม		-198,186	-526,999	-868,855	-1,245,243	-1,499,934
Net cash from financing activities		-198,186	-526,999	-868,855	-1,245,243	-1,499,934
Net increase in cash and cash equivalents		-2,165,186	1,109,627	1,585,895	1,519,427	2,572,713
Cash and cash equivalents at beginning of the period		4,000,000	1,834,814	2,944,441	4,530,336	6,049,762
Cash and cash equivalents at end of the period		1,834,814	2,944,441	4,530,336	6,049,762	8,622,475

Wise Pack Co.,Ltd.	Year	1	2	3	4	5
Free Cash Flow (Baht)	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
EBIT		707,808	1,882,140	3,103,052	4,447,296	5,356,907
Tax (30%)		-212,342	-564,642	-930,916	-1,334,189	-1,607,072
EBIT* (1-T)		495,466	1,317,498	2,172,136	3,113,107	3,749,835
Adjusting item not affecting Cash						
Depreciation and amortization		265,000	265,000	265,000	337,000	337,000
+ (-) in Working capital		1,587,721	-1,055,499	-1,568,282	-1,412,864	-2,586,901
Free cash flow	-4,000,000	2,348,186	526,999	868,855	2,037,243	1,499,934
Terminal Value						7,486,616
Free cash flow (incl Terminal Value)	-4,000,000	2,348,186	526,999	868,855	2,037,243	8,986,550
NPV (wacc=20%)		2,849,635				
IRR		45%				

กรณี Worst Case เนื่องมาจากการเติบโตของอุตสาหกรรม

เมื่อพิจารณาถึงอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมย้อนหลังไป 5 ปี พบว่า

อัตราการเติบโตของยอดขายสำหรับอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ต่ำที่สุดที่ 6.0%

อัตราการเติบโตของยอดขายสำหรับอุตสาหกรรมกุ้งสดและกุ้งแช่แข็งต่ำที่สุดที่ -11.9%

จึงประมาณการว่าอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมที่ต่ำที่สุดมาใช้ประมาณการยอดขายเพื่อดูผลกระทบที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรม เพื่อสภาพเศรษฐกิจเลวร้ายจนถึงจุดที่เคยต่ำสุดมาก่อน

จากข้อมูลข้างต้นทั้งหมดทำให้สามารถหาขนาดของตลาดระยะในปัจจุบันออกมาได้ดังนี้

Pallet (Pieces)	2546	2547	2548	2549	2550
Computers and Electronic circuits part	72,767	96,416	122,642	143,000	160,767
Fresh and frozen shrimp products	765	1,348	1,781	1,779	1,843

สรุปผลการดำเนินการได้ $NPV = 1,900,573$ บาท

$IRR = 38\%$

สรุปได้ว่าการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากอุตสาหกรรม ถึงแม้ว่าจะไม่เป็นไปตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ แต่ถ้าต่ำไปจนถึงจุดที่เคยตกต่ำสุดของแต่ละอุตสาหกรรม งบทางการเงินยังคงแสดงให้เห็นว่า บริษัทสามารถดำเนินการได้ด้วยผลตอบแทนที่น่าพอใจ

Worst Case

การประมาณการทางการเงิน

1. อัตราการเติบโต

Growth	Year	1	2	3	4	5
	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
Sale Unit Growth						
- Computers and Electronic circuits part		6%	6%	6%	6%	6%
- Fresh and Frozen shrimp products		-11.9%	-11.9%	-11.9%	-11.9%	-11.9%
Sale Price Growth						
- Light Duty Pallet		0%	0%	0%	0%	0%
- Heavy Duty Pallet		0%	0%	0%	0%	0%

หมายเหตุ: Sale Unit Growth อ้างอิงจากกรมส่งเสริมการส่งออก หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ ปีที่ 8ฉบับที่ 374 วันที่ 10-16 กุมภาพันธ์ 2545

Growth		Growth	
ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์(% ของยอดขาย)	6.4%	ค่าน้ำมัน (%ของยอดขาย)	0.3%
ค่าเช่าอาคารพร้อมที่ดิน	0%	ค่าโทรศัพท์(%ของยอดขาย)	0.2%
ค่าตอบแทนกรรมการและเงินเดือนพนักงาน	5%	ค่าคอมมิสชั่น (ขึ้นกับยอดขาย)	0%
ค่าสิ้นทางการ(% ของยอดขาย)	1%	ค่าขนส่ง(ขึ้นกับยอดขาย)	0%

2. ราคาขาย (บาท)

สินค้า	Year	1	2	3	4	5
	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
Heavy Duty Pallet		185	185	185	185	185
Light Duty Pallet		160	160	160	160	160

3. ส่วนลดทางการค้า

อุตสาหกรรม	Year	1	2	3	4	5
	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์		10%	10%	10%	10%	10%
อุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็ง		20%	20%	20%	20%	20%

4. จำนวนขาย (ชิ้น)

อุตสาหกรรม	Year	1	2	3	4	5
	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์		72,767	96,416	122,642	143,000	160,767
อุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็ง		765	1,348	1,781	1,779	1,843

5. จำนวนเครื่องจักรและกำลังการผลิต

ปทุมธานี

เครื่องจักร (เครื่อง)	Year	1	2	3	4	5
	กำลังการผลิต	2546	2547	2548	2549	2550
เครื่องตัดแกน (ชิ้นต่อวัน)	720	1	1	1	1	1
เครื่องทบรอย (ชิ้นต่อวัน)	360	1	1	1	1	2
เครื่องทากาว (ชิ้นต่อวัน)	360	1	1	1	1	2
Hand Lift		2	2	2	2	2

สมุทรปราการ

เครื่องจักร (เครื่อง)	Year	1	2	3	4	5
	กำลังการผลิต	2546	2547	2548	2549	2550
เครื่องตัดแกน (ชิ้นต่อวัน)	720	1	1	1	1	1
เครื่องทบรอย (ชิ้นต่อวัน)	360	1	1	1	1	1
เครื่องทากาว (ชิ้นต่อวัน)	360	1	1	1	1	1
Hand Lift		1	1	1	1	1

Worst Case

การประมาณการทางการเงิน

6. ต้นทุนสินค้า

สินค้า	Year	1	2	3	4	5
	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
Heavy Duty Pallet		116	116	116	116	116
Light Duty Pallet		76	76	76	76	76

ราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบ	Year	1	2	3	4	5
	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
Sheet Board (บาทต่อตารางมิลลิเมตร) -K1125	20%	0.0000139	0.0000139	0.0000139	0.0000139	0.0000139
Sheet Board (บาทต่อตารางมิลลิเมตร) -CA125	20%	0.0000143	0.0000143	0.0000143	0.0000143	0.0000143
CORE 1.06X76.2 (บาทต่อเซนติเมตร)	20%	0.58	0.58	0.58	0.58	0.58
Later #1(บาทต่อกิโลกรัม)		15	15	15	15	15
Later #2(บาทต่อกิโลกรัม)		6.75	6.75	6.75	6.75	6.75

7. ค่าตอบแทนกรรมการและเงินเดือนพนักงาน

ปทุมธานี

ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	2546	2547	2548	2549	2550
กรรมการผู้จัดการและผู้จัดการสาขา	ป.โท MBA	50,000	52,500	55,125	57,881	60,775
พนักงานขาย	ป.ตรี ทั้งหมด	10,000	10,500	11,025	11,576	12,155
พนักงานวางแผน	ป.ตรี ทั้งหมด	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
พนักงานบัญชีการเงิน	ป.ตรี การเงิน	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
พนักงานบัญชีต้นทุน	ปวส.บัญชี	6,000	6,300	6,615	6,946	7,293
รายจ่ายต่อเดือน		90,000	94,500	99,225	104,186	109,396
รายจ่ายต่อปี		1,080,000	1,134,000	1,190,700	1,250,235	1,312,747

สมุทรปราการ

ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	2546	2547	2548	2549	2550
ผู้จัดการสาขา	ป.ตรี ทั้งหมด	30,000	31,500	33,075	34,729	36,465
พนักงานขาย	ป.ตรี ทั้งหมด	10,000	10,500	11,025	11,576	12,155
พนักงานบัญชีต้นทุน	ปวส.บัญชี	6,000	6,300	6,615	6,946	7,293

8. จำนวนพนักงาน

ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	2546	2547	2548	2549	2550
กรรมการผู้จัดการและผู้จัดการสาขา	ป.โท MBA	1	1	1	1	1
พนักงานขาย	ป.ตรี ทั้งหมด	1	1	1	1	1
พนักงานวางแผน	ป.ตรี ทั้งหมด	1	1	1	1	1
พนักงานบัญชีการเงิน	ป.ตรี การเงิน	1	1	1	1	1
พนักงานบัญชีต้นทุน	ปวส.บัญชี	1	1	1	1	1
รวม		5	5	5	5	5

สมุทรปราการ

ตำแหน่ง	วุฒิการศึกษา	2546	2547	2548	2549	2550
ผู้จัดการสาขา	ป.ตรี ทั้งหมด	1	1	1	1	1
พนักงานขาย	ป.ตรี ทั้งหมด	1	1	1	1	1
พนักงานบัญชีต้นทุน	ปวส.บัญชี	1	1	1	1	1
รวม		3	3	3	3	3

9. การขนส่ง

สินค้า	Year	1	2	3	4	5
	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
จำนวนรถ (คันต่อวัน)		2	3	3	4	4
ค่าใช้จ่าย (บาทต่อปี)		844,800	1,267,200	1,267,200	1,689,600	1,689,600

หมายเหตุ : ปริมาณการขนส่งต่อ 1 คันรถ สามารถขนส่งได้ 160 ขึ้นราคา 1,600 ต่อคัน

Worst Case

บริษัท WISE PACK Co., Ltd

งบกำไรขาดทุน

Wise Pack Co.,Ltd	Year	1	2	3	4	5
Income Statement(Baht)	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
รายได้จากการขาย		10,572,282	14,057,857	17,891,491	20,817,216	23,380,444
อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์		11,620,909	15,397,705	19,585,880	22,837,136	25,674,478
- หักส่วนลดการค้าสูงสุด		1,162,091	1,539,770	1,958,588	2,283,714	2,567,448
อุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็ง		141,830	249,904	330,248	329,742	341,768
- หักส่วนลดการค้า(สูงสุด 20%)		28,366	49,981	66,050	65,948	68,354
ต้นทุนสินค้า		5,626,459	7,494,013	9,540,159	11,089,052	12,448,592
อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์		5,537,219	7,336,948	9,332,598	10,881,809	12,223,792
อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็ง		89,140	157,064	207,561	207,242	214,801
กำไรขั้นต้น		4,945,823	6,563,845	8,351,332	9,728,165	10,931,852
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ						
ค่าคอมมิชชั่นสำหรับลูกค้าเดิม (ปีแรก2%ปีถัดไป1%)		-235,255	-117,627	-156,476	-199,161	-231,669
ค่าคอมมิชชั่นสำหรับการซื้อครั้งแรก(3%)		0	-116,546	-128,056	-97,522	-85,481
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์		-771,000	-1,025,638	-1,305,422	-1,518,495	-1,705,260
ค่าขนส่ง		-120,000	-159,632	-203,178	-236,342	-265,410
ค่าโทรศัพท์		-844,800	-1,267,200	-1,267,200	-1,689,600	-1,689,600
ค่าน้ำมัน		-24,000	-31,926	-40,636	-47,268	-53,082
ค่าน้ำมัน		-36,000	-47,890	-60,954	-70,903	-79,623
ค่าฝึกอบรม		-50,000	-50,000	-50,000	-50,000	-50,000
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัท		-150,000	0	0	0	0
ค่าตอบแทนกรรมการและเงินเดือนพนักงาน		-1,632,000	-1,713,600	-1,799,280	-1,889,244	-1,983,706
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร		-165,000	-165,000	-165,000	-165,000	-237,000
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน		-100,000	-100,000	-100,000	-100,000	-100,000
ค่าเช่าอาคารพร้อมที่ดิน		-240,000	-240,000	-240,000	-240,000	-240,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		-5,0000	0	0	0	-2,000
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี		572,768	1,528,786	2,835,131	3,424,629	4,209,021
ดอกเบี้ยจ่าย		0	0	0	0	0
กำไรก่อนการหักภาษี		572,768	1,528,786	2,835,131	3,424,629	4,209,021
ภาษี		-171,830	-458,636	-850,539	-1,027,389	1,262,706
กำไรสุทธิ		400,938	1,070,150	1,984,592	2,397,240	2,946,315
เงินปันผล (40%)		-160,975	-428,060	-793,837	-958,896	-1,178,526
กำไรสะสม		240,536	642,090	1,190,755	1,438,344	1,767,789

Financial Ratio

Year	1	2	3	4	5
รายได้	100%	100%	100%	100%	100%
ต้นทุนสินค้า	53%	53%	53%	53%	53%
กำไรขั้นต้น	47%	47%	47%	47%	47%
กำไรสุทธิ	4%	3%	11%	12%	13%

บริษัท WISE PACK Co.,Ltd

งบดุล

Wise Pack Co.,Ltd	Year	1	2	3	4	5
Balance Sheet(Baht)	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
สินทรัพย์						
สินทรัพย์ หมุนเวียน	4,000,000	2,996,265	4,345,789	6,363,960	8,373,228	10,034,630
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	4,000,000	1,758,775	2,700,363	4,269,829	5,936,607	7,297,963
ลูกหนี้การค้า		881,024	1,171,488	1,490,958	1,734,768	1,948,370
สินค้าคงเหลือ		356,466	473,939	603,173	701,853	788,297
สินทรัพย์ถาวร		1,885,000	1,620,000	1,355,000	1,090,000	1,545,000
เครื่องจักรหักค่าเสื่อมราคา		1,485,000	1,320,000	1,155,000	990,000	1,545,000
อุปกรณ์หักค่าเสื่อมราคา		400,000	300,000	200,000	100,000	0
รวมสินทรัพย์	4,000,000	4,881,265	5,965,789	7,728,960	9,463,228	11,573,630
เจ้าหนี้และส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สิน						
หนี้สินหมุนเวียน		640,702	1,083,137	1,645,553	1,951,476	2,300,089
เจ้าหนี้การค้า		468,872	624,501	795,013	924,088	1,037,383
ภาษีค้างจ่าย		171,830	458,636	850,539	1,027,389	1,262,706
หนี้สินระยะยาว		0	0	0	0	0
รวมหนี้สิน		640,702	1,083,137	1,645,553	1,951,476	2,300,089
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนจดทะเบียน	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
กำไรสะสม		240,563	882,653	2,073,408	3,511,752	5,279,541
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	4,000,000	4,240,563	4,882,653	6,073,408	7,511,752	9,279,541
รวมเจ้าหนี้และส่วนของผู้ถือหุ้น	4,000,000	4,881,265	5,965,789	7,718,960	9,463,228	11,579,630

Financial Ratio

Year	1	2	3	4	5
Current Ratio	4.68	4.01	3.87	4.29	4.36
Quick Ratio	4.12	3.57	3.50	3.93	4.02
Debt Ratio	0.13	0.18	0.21	0.21	0.20
D/E Ratio	0.15	0.22	0.27	0.26	0.25
ROA	8.21%	17.94%	25.71%	25.33%	25.44%
ROE	9.45%	21.92%	32.68%	31.91%	31.75%

บริษัท WISE PACK Co.,Ltd

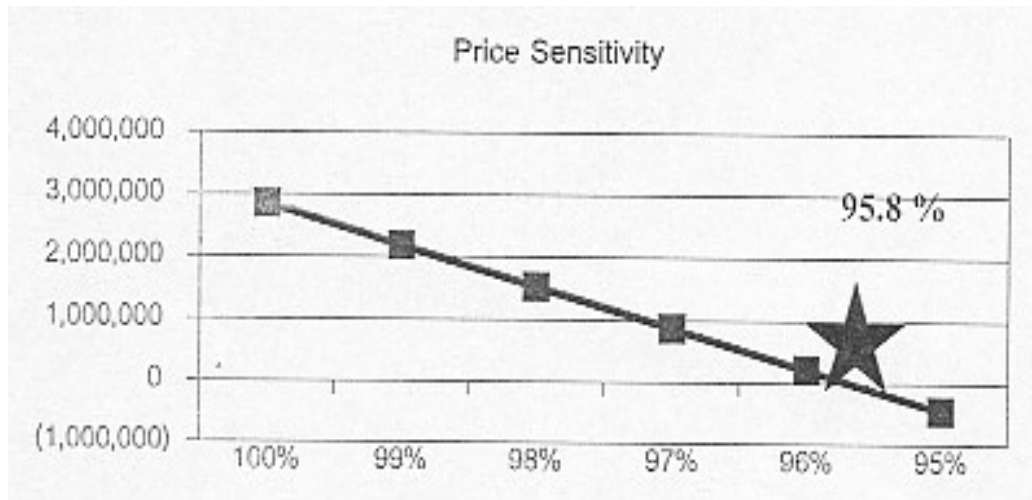
งบกระแสเงินสด

Wise Pack Co.,Ltd	Year	1	2	3	4	5
Cash Flow (Baht)	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
Cash Flows From operating activities						
กำไรสุทธิ		400,938	1,070,150	1,984,592	2,397,240	2,946,315
ค่าเสื่อมราคา-เครื่องจักร		165,000	165,000	165,000	165,000	165,000
ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์สำนักงาน		100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ปรับลดหนี้การค้า		-881,024	-290,465	-319,469	-243,810	-213,602
ปรับลดค่าคงเหลือ		-356,466	-117,472	-129,235	-98,680	-86,443
ปรับเพิ่มหนี้การค้า		468,872	155,629	170,512	129,074	113,295
ปรับรายจ่ายค้างจ่าย		171,830	286,805	391,904	176,849	235,318
Net cash from operating activities		69,150	1,369,648	2,363,303	2,625,674	3,331,882
Cash Flows From investing activities						
ลงทุนในสินทรัพย์ถาวร		-2,150,000				-792,000
Net cash from financing activities		-2,150,000				-792,000
Cash Flows From financing activities						
เงินปันผล		-160,375	-428,060	-793,837	-958,896	-1,178,526
Net cash from Financing activities		-160,375	-428,060	-793,837	-958,896	-1,178,526
Net increase in cash and cash equivalents		- 2,241,225	941,588	1,569,467	1,666,778	1,361,356
cash and cash equivalents at beginning of the period		4,000,000	1,758,775	2,700,363	4,269,829	5,936,607
cash and cash equivalent at end of the period		1,758,775	2,700,363	4,269,829	5,936,607	7,297,963
บาท						
Wise Pack Co.,Ltd	Year	1	2	3	4	5
Balance Sheet(Baht)	Beginning	2546	2547	2548	2549	2550
EBIT		572,768	1,528,786	2,835,131	3,424,629	4,209,021
TAX(30%)		- 171,830	- 458,636	- 850,539	- 1,027,389	-1,262,706
EBIT*(1-T)		400,938	1,070,150	1,984,592	2,397,240	2,946,315
Adjusting item not affecting Cash						
Depreciation and amortization		265,000	265,000	265,000	265,000	337,000
+ (-) in working capital		1,644,437	- 907,090	- 1,455,755	- 1,703,344	- 1,312,789
Free cash flow	- 4,000,000	2,310,375	428,060	793,837	958,896	1,970,526
Terminal Value						5,833,552
Free cash flow (incl Terminal Value)	- 4,000,000	2,310,375	428,060	793,837	958,896	7,804,078
NPV (wacc=20%)	1,900,573					
IRR	38%					

Sensitivity Analysis

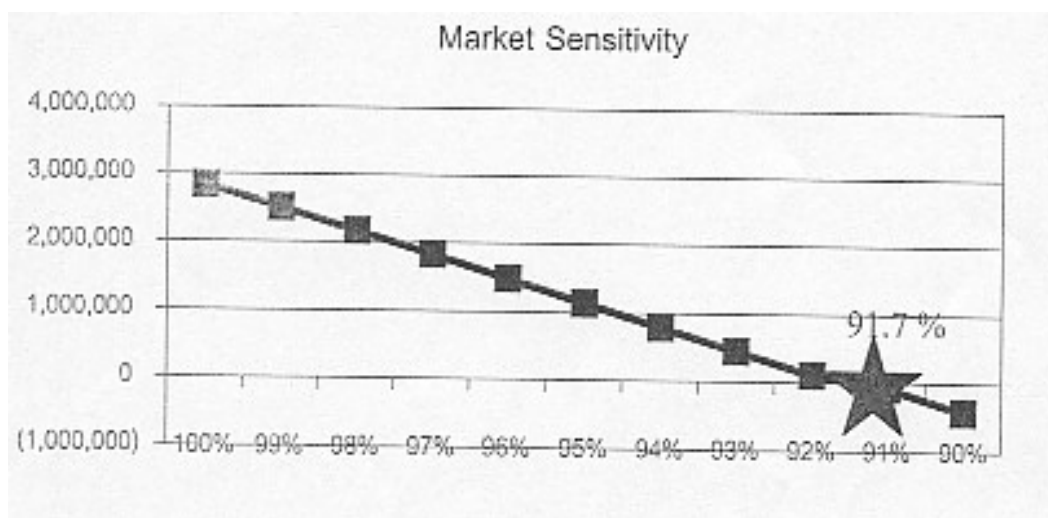
เพื่อการพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อผลการดำเนินการจึงทำ Sensitivity Analysis 2 ส่วน คือ ผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาและทางด้านส่วนแบ่งทางการตลาด

ผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคา



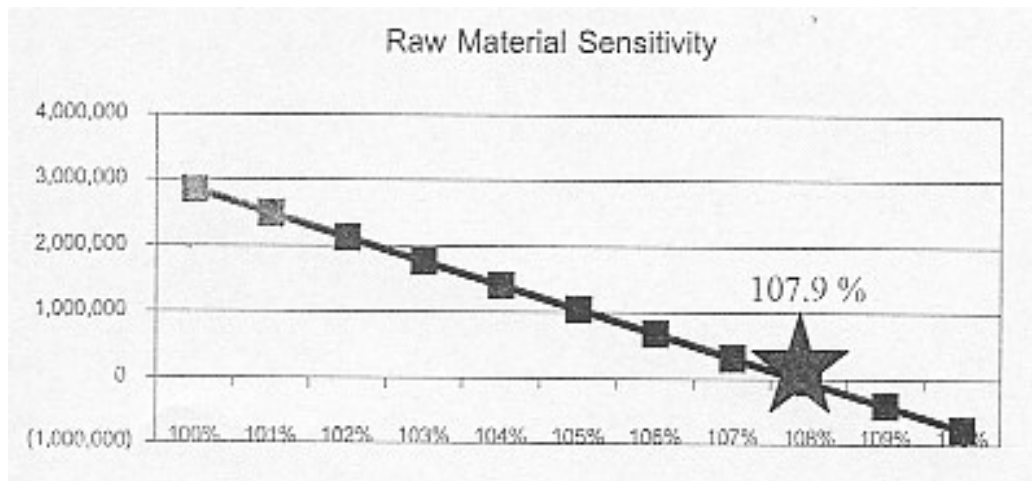
จากกราฟแสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงราคามีผลต่อสถานะทางการเงินของบริษัท ถ้าจำเป็นต้องมีการลดราคาของผลิตภัณฑ์ลง สามารถลดราคามาอยู่ที่ราคา 95.8% ของราคาขายปัจจุบัน หรือลดลงได้อีกประมาณ 5% จึงจะทำให้ผลการดำเนินงานของบริษัทมีค่า NPV เป็นลบ

ผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านส่วนแบ่งทางการตลาด



จากกราฟแสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงทางส่วนแบ่งทางการตลาด มีผลต่อสถานะทางการเงินของบริษัท ถ้าต้องมีการลดการครองส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ลง สามารถลงได้อีก 9% จึงจะทำให้ผลการดำเนินงานของบริษัทมีค่า NPV เป็นลบ

ผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางต้นทุนของวัตถุดิบ



จากกราฟแสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบที่มีผลต่อสถานะทางการเงินของบริษัท ถ้าราคาของวัตถุดิบเปลี่ยนแปลงในทางเพิ่มขึ้น จะพบว่าสามารถเพิ่มขึ้นได้อีก 8% จึงจะทำให้ผลการดำเนินงานของบริษัทมีค่า NPV เป็นลบ

สรุปผลทางการเงิน

กรณีที่ว่าวิเคราะห์ธุรกิจตกต่ำการเปลี่ยนแปลงของยอดการส่งออกทั้งอุตสาหกรรมลดลงจนถึงจุดต่ำสุดที่เคยเป็นส่งผลกระทบกับตัวธุรกิจแต่ยังคงดำรงอยู่ได้โดยมี IRR อยู่ที่ 38% กรณีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาขาย สามารถปรับราคาลงได้อีก 5% จากราคาขายปัจจุบันที่ยังทำให้ธุรกิจยังคงดำเนินงานอยู่ได้และในส่วนสุดท้าย พิจารณาการเปลี่ยนแปลงทางด้านส่วนแบ่งทางการตลาด พบว่าถ้าส่วนแบ่งทางการตลาดตกต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่เกิน 9% ธุรกิจยังคงดำเนินงานอยู่ได้และผลทางด้านราคาของวัตถุดิบที่มีโอกาสเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นได้อีก 8% ที่จะส่งผลลบกับธุรกิจ ดังนั้นบริษัทควรกำหนดแนวทางในการสั่งซื้อวัตถุดิบเพื่อรักษาราคาวัตถุดิบให้คงที่

การประเมินผลและการควบคุม

การประเมินผลและการควบคุมเป็นแนวทางเพื่อควบคุมให้ผลที่เกิดขึ้นจริง เป็นไปใกล้เคียงกับแผนที่ได้วางไว้ โดยบริษัทจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและวัดผลเป็นระยะ ในช่วงปีแรกจะวัดผลเป็นรายเดือน เพื่อติดตามวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างใกล้ชิด เนื่องจากเป็นช่วงที่เริ่มเปิดดำเนินกิจการ ซึ่งจะทำให้บริษัทสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันเวลา ทั้งนี้ การประเมินผลและควบคุมจะพิจารณาเป็น 2 ระดับ คือ ในระดับภาพรวมของบริษัท และในระดับพนักงาน

การควบคุมในระดับภาพรวมของบริษัท

บริษัทจะทำการเปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้นจริงกับแผนที่วางไว้อย่างสม่ำเสมอ และหาสาเหตุของความแตกต่างที่เกิดขึ้น โดยประเด็นที่นำมาใช้ในการพิจารณาได้แก่

- การประเมินยอดขายและกำไรขั้นต้น
บริษัทจะทำการเปรียบเทียบยอดขายและกำไรขั้นต้นที่เกิดขึ้นในแต่ละสาขากับแผนที่ได้ประมาณการไว้ เพื่อตรวจสอบปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น และหาทางแก้ไขหรือปรับแผนต่อไป
โดยปัญหาที่สามารถตรวจสอบพบได้จากการควบคุมในข้อนี้คือ
 - ยอดขายโดยรวมและยอดขายในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายไม่เป็นไปตามแผน
 - มีการเพิ่มขึ้นของต้นทุนผันแปรและค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนการขาย
 - มีการลดลงของกำไรขั้นต้น
- การประเมินประสิทธิภาพในการบริหารงานของบริษัท โดยวัดจากอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ เพื่อตรวจสอบคล่อง ความสามารถในการทำกำไร โดยในช่วงปีแรกจะประเมินครึ่งปีครึ่งและปีถัดๆ ไปจะประเมินปีละครั้ง โดยประเด็นที่สามารถพบได้จากการควบคุมในข้อนี้คือ
 - ปัญหาในด้านสภาพคล่องของบริษัท
 - การลดลงของอัตราผลตอบแทนของบริษัท
- การวิเคราะห์สภาพตลาดและคู่แข่งกัน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความเหมาะสมของกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางไว้ โดยติดตามในเรื่องของการรับรู้และรู้จักผลิตภัณฑ์ และระดับความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ จะมีการติดตามข่าวและกลยุทธ์ของคู่แข่งร่วมตรวจสอบการเข้าตลาดของผู้ประกอบการรายอื่น เพื่อใช้ในการปรับแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมต่อไป
- การควบคุมคุณภาพสินค้า บริษัทได้จัดทำแผนการควบคุมคุณภาพสินค้าตั้งแต่ในส่วนของการรับวัตถุดิบที่คุณภาพ และมีการทดสอบคุณภาพระหว่างการผลิตและตรวจสอบคุณภาพ ณ สินค้าสำเร็จ
- การติดตามข้อมูลของลูกค้า โดยบริษัทจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้าแต่ละราย จัดทำไว้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเช่น ใช้ติดต่อเพื่อสอบถามความต้องการเพิ่มเติมของลูกค้าหรือไม่ การส่งข้อมูลข่าวสารที่เป็น ประโยชน์แก่ลูกค้า การส่งบัตรอวยพรในโอกาสต่างๆ ใช้ในการวิเคราะห์การสั่งซื้อและการชำระเงินเพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางการปฏิบัติ ด้านการตลาดกับลูกค้าแต่ละราย

การควบคุมในระดับพนักงาน

บริษัทจะเน้นไปที่ตัวพนักงานขาย เนื่องจากเป็นส่วนที่กระทบต่อความสำเร็จของบริษัทโดยตรงโดยจะวัดผลจากยอดขายที่พนักงานแต่ละคนทำได้ในแต่ละปีเทียบกับเป้าหมายยอดขายที่ได้กำหนดไว้เป็นรายบุคคล และจะให้พนักงานขายทำรายงานการออกไปพบลูกค้าทุกครั้ง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงบริการและผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งมีส่วนที่เป็นบันทึกข้อเสนอแนะของพนักงานขายเองที่เสนอความคิดเห็นในการปรับเปลี่ยนบริการหรือช่องทางการเข้าพบลูกค้า และเสนอต่อผู้จัดการสาขาหรือในการประชุมร่วมกันในบริษัทที่ดำเนินเป็นประจำทุกเดือน

ในการดำเนินธุรกิจ อาจมีสิ่งที่เกิดขึ้นและมากกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทได้ ซึ่งจะต้องมีการเตรียมหาวิธีการแก้ไขไว้ล่วงหน้า โดยสถานการณ์ที่เป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นและกระทบกับบริษัท รวมถึงแนวทางในการแก้ไขมีดังต่อไปนี้

สถานการณ์	แนวทางแก้ไข
<u>มีคู่แข่งเข้ามาในตลาด</u> กรณีมีสินค้าเลียนแบบ	- พ้องร้องดำเนินคดีจากการละเมิดสิทธิบัตร - พยายามสร้างความแตกต่างของสินค้า โดยพัฒนารูปแบบต่างๆ และการให้อย่างต่อเนื่อง และเน้นการลดต้นทุนอย่างสม่ำเสมอ และให้บริการหลังการขายอย่างต่อเนื่อง
กระแสที่มาจากวัสดุอื่นเข้ามาทำตลาดอย่างจริงจัง	- พยายามปิดกั้นช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ของคู่แข่ง โดยให้พนักงานขายเข้าพบลูกค้ามากขึ้นและเสนอผลประโยชน์มากขึ้น - เร่งการเข้าหาลูกค้ารายต่างๆ ให้มากขึ้น พยายามแย่งส่วนแบ่งการตลาดให้มากขึ้น - สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว โดยนำเสนอการให้บริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพ - มุ่งเน้นการลดต้นทุนของสินค้าอย่างจริงจังเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด
การลดราคาสินค้าของคู่แข่ง	- ลดต้นทุนการผลิตและเสนอส่วนลดทางการค้าให้กับลูกค้ามากขึ้น - นำเสนอข้อได้เปรียบอื่น ๆ ให้กับลูกค้า เช่น น้ำหนักที่น้อยลง ทำให้ประหยัดค่าขนส่งสินค้าเป็นต้น
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่รวดเร็วทำให้สินค้าล้าสมัย	- ปรับปรุงสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา โดยให้พนักงานขายสอบถามความต้องการของลูกค้าถึงความพึงพอใจอยู่เสมอ พร้อมปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	- ประเมินหาสาเหตุ วิเคราะห์สถานการณ์และวิธีการแก้ไขโดยสาเหตุที่เป็นไปได้ ได้แก่ 1)ลูกค้าไม่ตระหนักถึงความจำเป็นในการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท สามารถแก้ไขได้โดย - ใหพนักงานขายนำเสนอผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท นอกเหนือจากการสินค้าที่มีราคาถูกแล้ว ยังสามารถทำให้ลูกค้าประหยัดค่าขนส่งสินค้าได้มาก - นำตัวอย่างจริงให้ลูกค้าทดลองใช้ เพื่อเป็นการกำจัดทัศนคติในเชิงลบของตัวสินค้าของลูกค้า - นำเสนอข้อมูลที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของลูกค้าในตลาดต่างประเทศให้ลูกค้าทราบ เช่นเรื่องของการกำจัด Waste จากการขนส่งการได้รับสิทธิพิเศษสำหรับสินค้าที่มี Packaging เป็นมิตรต่อสภาวะแวดล้อม เพื่อเป็นการชักจูงให้เกิดการใช้ 2) ราคาของสินค้าอื่นๆ ลดลงมาใกล้เคียงกับราคาผลิตภัณฑ์ของบริษัท - ลดต้นทุนของบริษัท หรือ ลด Contribution Margin ของบริษัทลง ซึ่งเดิมราคาสินค้า ของบริษัทมีราคาที่แตกต่างจากราคาของกระเบใน รูปแบบอื่นอยู่แล้ว ในราคาที่ลดลงของสินค้าคู่แข่งมีแนวโน้มที่จะคงอยู่ไม่นาน เนื่องจากต้องแบกรับภาระต้นทุนของตนอยู่ การลด MC ของบริษัทลงในช่วงระยะเวลาสั้นเป็นการป้องกันการเข้ามาในส่วนแบ่งการตลาดของคู่แข่ง
-----------------------------------	--

APPENDIX A

APPENDIX A(รายชื่อผลิตกระดาศลอนลูกฟูก)

รายชื่อผู้ผลิตกระดาศ						
ชื่อบริษัท	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	โทรศัพท์	ผลิตภัณฑ์
บ.กรูไทยไฟเบอร์คอนเทรนเนอส์ จำกัด	641 ซ.พัฒนาการ1 ถ.สาธุประดิษฐ์	บางโพธิ์	ยานนาวา	กรุงเทพ มหานคร		กล่องกระดาศลูกฟูก 4,260 เมตริกตัน แผ่น กระดาศลูกฟูก 9,400 เมตริกตัน
หจก.เซซฐาเอ็นเตอร์ไพรส์	63/15 ซ.เพชรเกษม 41 ถ.เพชรเกษม ม.4	บางแค	บางแค	กรุงเทพ มหานคร		กระดาศลูกฟูก 360 เมตริกตัน
นายณนดล ลีลารุ่งโรจน์	69/425 ซ.ศักดิ์มงคล ถ.พระรามที่ 2 ม.4	สามด้า	บางขุนเทียน	กรุงเทพ มหานคร	4521291	แผ่นกระดาศลูกฟูก 16,200 เมตริกตัน กล่อง กระดาศลูกฟูก 6,488 เมตริกตัน
โรงกระดาศ หน้าเขียง, บจก.	83/4 ถ.เพชรเกษม ม. 3	ศรีษะทอง	นครชัยศรี	นครปฐม	332803	กระดาศลูกฟูก 1,500 ตัน
บ.สยามบรรจภัณฑ์ ราชบุรี(1989)จก.	125 ถ.เพชรเกษม หมู่ 1	วังเย็น	บางแพ	ราชบุรี	233011-4	แผ่นกระดาศลูกฟูก 10,000 ตัน กล่องกระดาศลูกฟูก 30,000 ตัน ส่วนประกอบกล่อง กระดาศลูกฟูก 2,000ตัน
แสดนดาร์ด บรรจภัณฑ์ บจก.	12/1 ซ.วัดเทียนดัด ม.1	บ้านใหม่	สามพราน	นครปฐม		กระดาศและกล่องลูกฟูก 6,000,000 ตารางเมตร
บ.สยามเปเปอร์แมนู แฟคเจอริง จำกัด	16/7 ถ.พุทธมณฑล สาย 4ม.3	หนองค้างพลู	หนองแขม	กรุงเทพ มหานคร	3323940	กระดาศลูกฟูก12,000 เมตริกตันกล่องกระดาศ ลูกฟูก 4,800 เมตริกตัน
นางภัทรา กิจชนเลิศ	9/29 ซ.เพชรเกษม 77 ถ.เพชรเกษม ม.8	หนองค้างพลู	หนองแขม	กรุงเทพ มหานคร	4133056	กล่องกระดาศลูกฟูก 300,000ใบแผ่นกระดาศ ลูกฟูก 300 เมตริกตัน
บ.เอส.ซี.เปเปอร์บ็อกซ์ จำกัด	60/10-11 ถ.บางกระบือ ม.4	สามด้า	บางขุนเทียน	กรุงเทพ มหานคร		กระดาศลูกฟูก 60 เมตริกตัน
หจก.แสงภากร	4/11 ซ.บางมดพัฒนา ถ.พระรามที่ 2 ม.1	บางมด	จอมทอง	กรุงเทพ มหานคร	4682777	กล่องกระดาศ 840,000 ใบ

ชื่อบริษัท	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	โทรศัพท์	ผลิตภัณฑ์
บริษัทโอเชียนดราฟท์ คาร์ตันอินดัสทรี จำกัด	163/3 ถ.สุขุมวิท ม.14	บางปะกง	บางปะกง	ฉะเชิง เทรา	531244	แผ่นกระดาษลูกฟูก 8,750,000ตรม. กล่อง กระดาษลูกฟูก 1,250,000 ตรม.
บ.แอ็บเวอร์ฟิค เปเปอร์ฯ จำกัด	23/304 ซ.พงษ์ศิริชัย 2 ม.8	อ้อมใหญ่	สามพราน	นครปฐม	420-3790	กระดาษลูกฟูก96 ตัน กล่องกระดาษลูกฟูก24 ตัน
บ.รามาคอนเทนเนอร์ จำกัด	403/2 ถ.ทนุรัตน์	ทุ่งวัดดอน	สาทร	กรุงเทพ มหานคร		กระดาษลูกฟูก 6,000 เมตริกตัน
หจก.แสงงามอุตสาหกรรม กรรมจำกัด	50 ม.4 ซ.สุขสวัสดิ์ 47 ถ.สุขสวัสดิ์	บางครุ	พระประแดง	สมุทร ปราการ	463-0098	1. กระดาษมันลูกฟูก 20,000 กก. 2. กล่องกระดาษ 200,000 ใบ 3 แผ่น กระดาษ 50,000 แผ่น
บ.อินเตอร์ไฟเบอร์ คอน เทนเนอร์ จำกัด	99/99 ซ.อินทาบัจ13 ถ.เพชรเกษม 69 ม.1	หลักสอง	บางแค	กรุงเทพ มหานคร		แผ่นกระดาษลูกฟูก600 เมตริกตัน กล่องกระดาษ 480เมตริกตัน
เลโอเปเปอร์ บจก.	17/2-3ซ.คลองแค ถ.เศรษฐกิจ ม.6	อ้อมใหญ่	สามพราน	นครปฐม		กล่องกระดาษลูกฟูก2.4 ล้านกล่อง แผ่นกระดาษ ลูกฟูก 4 ล้านตร.ม.
ลีไฟเบอร์บอร์ด บจก.	22/3 ถนนเศรษฐกิจ หมู่ 4	นาดี	เมือง สมุทรสาคร	สมุทร สาคร	826906-11	กระดาษลูกฟูก7,000ตัน, กล่องกระดาษลูกฟูก 3,000 ตัน
บ.แอ็บเวอร์ฟิคเปเปอร์ แอนด์พรีนติ้งอินดัสทรีฯ จก.	16/2 ซ.สุขาภิบาล อ้อมใหญ่ 8 ม.14	ไร่ขิง	สามพราน	นครปฐม	4208481	กระดาษลูกฟูก90 ตัน กล่องกระดาษลูกฟูก 24 ตัน
ซี แอนด์ เอช เปเปอร์ บ็อกซ์ (ประเทศไทย) บจก.	149/183 ถนนเพชร เกษม หมู่ที่ 13	อ้อมน้อย	กระทุ่มแบน	สมุทร สาคร		กระดาษลูกฟูก 1,100กก.
เอเอสเค คอนเทนเนอร์ บจก.	361 ถนนเศรษฐกิจ หมู่ที่ 4	อ้อมน้อย	กระทุ่มแบน	สมุทร สาคร	8104750- 68	แผ่นกระดาษลูกฟูก 12,000,000 ตร.ม.

ชื่อบริษัท	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	โทรศัพท์	ผลิตภัณฑ์
บริษัท อุตสาหกรรม ไทย บรรจภัณฑ์ จำกัด	252 ถนนสาย 304 หมู่ 12	หัวหว้า	ศรีมหาโพธิ์	ปราจีน บุรี		กล่องกระดาษลูกฟูก 33,600 ตัน แผ่นกระดาษ ลูกฟูก 14,400 ตัน
ธนาภัณฑ์	79/124-128 ซ.ภูมิจิตร ถ.พระรามที่ 4	พระโขนง	คลองเตย	กรุงเทพ มหานคร	3919918	กล่องกระดาษ 66,000 ใบ
นายสิทธิพร นิยมมาลัย	2-4 ซ.โชคชัยจงจำเริญ ถ.พระรามที่ 3	บางโพธิ์พวง	ยานนาวา	กรุงเทพ มหานคร	2948280	กระดาษกล่อง 2,160,000 ชิ้น
นายวิชัย กมลสุธีชัย	35/17 ซ.ศักดิ์มงคล ถ.บางกระบือ ม. 4	สามด้า	บางขุนเทียน	กรุงเทพ มหานคร	4150141	กระดาษลูกฟูก 60 เมตรกตัน
บ.ผลิตภัณฑ์กระดาษ คอมพิวเตอร์ จำกัด	427 นิคมอุตสาหกรรม บางพลี ถ.บางนา-ตราด	บางเสาธง	ก.บางเสาธง	สมุทร ปราการ		กล่องกระดาษและ กระดาษคอมพิวเตอร์

APPENDIX B

APPENDIX B (รายชื่อผู้ผลิตแกนกระดาษ)

บริษัท	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	โทรศัพท์	ผลิตภัณฑ์
นายวิวัฒน์ สิงห์ชัย	21/2 ถ.บางขุนเทียน ชายทะเล ม. 1	แหลมตำ	บางขุน เทียน	กรุงเทพ มหานคร	4153786	ท่อกระดาษ 3,000เมตรกตัน เบาะกระดาษ 200 เมตรกตันถึง กระดาษ 480 เมตรกตัน แกน กระดาษ 338 เมตรกตัน ฉลาก ติดถึงกระดาษ 10 เมตรกตัน
พีเคเอส เปเปอร์ทิว หจก.	36/12 ถนนสุขาภิบาล 3 หมู่ที่ 13	อ้อมน้อย	กระทุ่ม แบน	สมุทร สาคร		แกนกระดาษ 20 ตัน
ไทยอุดมสิงห์ชัย	8/10 ถ.เอกชัย ม.8	บางบอน	บางบอน	กรุงเทพ มหานคร	4510001	แกนกระดาษ240,000ชิ้น
บริษัทแอ็ดวานซ์ อัลคอร จำกัด	หมู่ 2 ทางหลวงสาย 3079	ท่าตูม	ศรีมหาโพธิ์	ปราจีน บุรี		แกนกระดาษ 3,500 ตัน
บ.นารายณ์เปเปอร์ แอนด์คอร จำกัด	79/4 ซ.บางกระดี่ ถ. พระรามที่ 2 ม.4	แหลมตำ	บางขุน เทียน	กรุงเทพ มหานคร		แกนหลอดด้าย 6,000,000 ชิ้น
หจก.แก้วฟ้า อุตสาหกรรม	79/1 ซ.วัดชนมนมิตร ถ.สุขสวัสดิ์ ม.8	บางครุ	พระ ประแดง	สมุทร ปราการ	4635204	1.กรวยกระดาษ 600,000 อัน 2.แกนกระดาษ100,000อัน
บ.พรชัยเปเปอร์ทิว จำกัด	339/3 ซ.วิเชียร ถ.ประชาอุทิศ ม. 4	บางมด	ทุ่งครุ	กรุงเทพ มหานคร	4279687	แกนกระดาษ 60,000 ม้วน
บ.อุตสาหกรรมยู เนี่ยนเปเปอร์ทิว จำกัด	522 ซ.ปลั่งปลั่ง ถ. พุทธรักษา ม.1	ท้ายบ้าน	เมืองสมุทร ปราการ	สมุทร ปราการ	3951217	1.แกนกระดาษม้วนกลม 12,889,280 อัน 2.หลอดกระดาษม้วนด้าย 6,328,463 อัน
บ.จีนเหมย์เปเปอร์ จำกัด	590นิคมอุตสาหกรรม บางปู ถ.สุขุมวิท ม.4	บางปูใหม่	เมืองสมุทร ปราการ	สมุทร ปราการ		แกนที่ทำจากกระดาษ (BOBIN)
อุตสาหกรรม วิ.ซี. เปเปอร์ทิว	161/18 ถ.สุขสวัสดิ์ ม.1	ปากคลอง บางปลากด	พระสมุทร เจดีย์	สมุทร ปราการ		แกนกระดาษ 2 ตัน
ไทยเปเปอร์ทิวอิน ดัสทรี บจก.	327/1 ถนนเศรษฐกิจ 1 หมู่ที่ 4	ท่าไม้	กระทุ่ม แบน	สมุทร สาคร		แกนหลอดกระดาษ 4.8 ตัน
รุ่งโรจน์เปเปอร์โคน, บจก.	80/4 ม.4	สามควม เผือก	เมือง นครปฐม	นครปฐม	463-3294	แกนหลอดด้าย9,000,000แกน
นารายณ์ทิว บจก.	116/15 ถนนธนบุรี- ปากท่อ กม.15 ม. 1	บางน้ำจืด	เมือง สมุทรสาคร	สมุทร สาคร		แกนหลอดกระดาษ 18 ตัน

APPENDIX C

APPENDIX C (รายชื่อผู้ผลิตกา)

บริษัท	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	โทรศัพท์	ผลิตภัณฑ์
สแควร์อินเตอร์เทรด, หจก.	66/12 ถ.พุทธ มณฑลสาย5 ม.12	ไร่ขิง	สามพราน	นครปฐม	413-2999	กาบู้พื้นกระเบื้องยาง 18,000 กก.แว็คเคลือบเงา 6,000 กก.
บ.ไทยเคมีภัณฑ์ จก.	116 ม.1ถ.สุขสวัสดิ์	ในคลอง บางปลากรด	พระสมุทร เจดีย์	สมุทร ปราการ	4258059	พลาสติกไซเบอร์ 8,000 ตัน
เฮงเคิลไทย ,บจก.	111 ถ.พุทธมณฑล สาย 4 ม.5	กระทุ่มล้ม	สามพราน	นครปฐม	420-2428	Anipur TA70 Olinor 308 FiBrocal FM Cottoclarin OK Securon 540 others
หยงฟองเอ็นเตอร์ ไพรส์ บจก.	89 ถนนเศรษฐกิจ หมู่ที่ 3	อ้อมน้อย	กระทุ่มแบน	สมุทรสาคร		กาและชักคาริน
หจก.วิทยาการอุตสาหกรรม	ข.98 ซ.อารีนิจ ถ.สรองประชา ม. 3	สีกัน	ดอนเมือง	กรุงเทพ มหานคร	2144633	กาสำหรับติดแผ่น พี.วี.ซี 36 เมตรกตัน
บ.เนชั่นแนล แอ๊ดฮิ ลิฟส์ จำกัด	ก.5-6 นิคมอุตสาหกรรมบางชัน ถ. สุขาภิบาล 2 ม.14	บางชัน	คลองสามวา	กรุงเทพ มหานคร	5170045	โพลีไวนิลอะซิเตท 1,440 เมตรกตัน เด็กซ์ตริน 1,920 เมตรกตัน อิทธิเมล์480 เมตรกตัน
สยามเคมีคัล แปดก๊ิง บจก.	102 ถนนเศรษฐกิจ 1 หมู่ที่3	อ้อมน้อย	กระทุ่มแบน	สมุทรสาคร		กาหน้าปิดฝา 192 ตัน
บ.ยูเนี่ยนวิศวกรรม จก.	84/1 ม.3 ถ.ปู่เจ้า สมิงพราย	บางหญ้า แพรก	พระประแดง	สมุทร ปราการ	394-3527-8	กาแลกซ์ 200 ตัน
นายวิจิต อัครสิทธิพร	19/30 ซ.เอกชัย 63 ถ.เอกชัย ม.6	บางบอน	บางบอน	กรุงเทพ มหานคร	4152954	กาวยาง 19 เมตรกตัน
สุทัศน์ เทพสุทธินันท์, นาย	221,322 ม.1ซ.บ่อ ปลา ถ.สุขุมวิท	บางปูใหม่	เมือง สมุทรปราการ	สมุทร ปราการ		กาหนัง 6,000 กก.
บ.ไทยยงเรซินเคมี เคิล จก.	277 ถ.ปู่เจ้าสมิง พราย ม. 16	สำโรงใต้	พระประแดง	สมุทร ปราการ		1. กาPVC36,000 กก. 2. ชันกา 12,000 กก. 3. กาธรรมชาติ 36,000กก.
บ.คอสมิซันไทย จำกัด	100 นิคมอุตสาหกรรมบางชัน ถ. สุขาภิบาล2 ม.3	คันนายาว	คันนายาว	กรุงเทพ มหานคร		กา 1,630 เมตรกตัน เคมี ภัณฑ์สำหรับย้อมผ้า 30 เมตรกตัน

บริษัท	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	โทรศัพท์	ผลิตภัณฑ์
ดินเท็กซ์ เคมีคอล อินดัสทรี,บจก.	4 ซ.วัดเทียนดัด ถ. เพชรเกษม ม. 1	บ้านใหม่	สามพราน	นครปฐม		กาวผง 120 ตัน
บ.เซมเมดายม์ (ประเทศไทย) จำกัด	86/99 ซ.สุขุมวิท 77 ถ.สุขุมวิท	สวนหลวง	สวนหลวง	กรุงเทพ มหานคร		กาวเหลว 240 เมตริกตัน
หจก.อุลตร้าคาสท์	364/2 ซ.สุขสวัสดิ์ 33 ถ.สุขสวัสดิ์	ราษฎร์ บูรณะ	ราษฎร์บูรณะ	กรุงเทพ มหานคร		กาวแห้ง 16 เมตริกตัน
บ.ซีดี จำกัด	6/6 ซ.เพชรเกษม 69 ถ.เพชรเกษม ม.2	หนองแขม	หนองแขม	กรุงเทพ มหานคร		ยากันยุง 42,000 ลิตร น้ำยา ฟอกหนัง 24,000 ลิตร ผลิต ภัณฑ์เคมีอื่น 24,000 ลิตร
บริษัท โรแยลไทล์ ฟิกส์ จำกัด	54/6 ถนนสุวรรณ ศร หมู่ 3	โคกแย้	หนองแค	สระบุรี	036- 371463	กาวซีเมนต์ และกาวยาแนว 1,800,000 กก./ปี
หจก.นำวิวัฒน์ ฮาร์ดแวร์	156/3-4 ซ.นาค สุวรรณ ถ.ช่อง นนทรี	บาง โพธิ์	ยานนาวา	กรุงเทพ มหานคร		กาวลาเท็กซ์ น้ำมันทินเนอร์ แอลกอฮอล์ 700,000 ลิตร
วิภาอุตสาหกรรม	142/9 ซ.เพชรเกษม 28 ถ.เพชรเกษม	คูหาสวรรค์	ภาษีเจริญ	กรุงเทพ มหานคร	467-4861	กาวใช้ในบ้าน 168 เมตริกตัน
บ.ริโอเท็กซ์ โพลีเมอร์ จำกัด	68 นิคมอุตสาหกรรม ลาดกระบัง ถ. ฉลองกรุง ม. 4	ลำปลายทิว	ลาดกระบัง	กรุงเทพ มหานคร	3260137	เรซิน 1,048 เมตริกตัน กาวลา เท็กซ์ 400เมตริกตัน
บ.พี ซี เค จำกัด	110 ถ.สุขุมวิท ม. 2	บางปู	เมือง สมุทรปราการ	สมุทร ปราการ	319-2610	1.กาวลาเท็กซ์ 1,200 ตัน 2.กาวเครีติด 120 ตัน
บ.ไซซิงเท็กซ์ จำกัด	40 ม. 14 ถ.กิ่งแก้ว	ราชาเทวะ	บางพลี	สมุทร ปราการ	326-9454	1.kemtex 5,000 kg. 2.ramanal 5,000 kg. 3.กาวสำหรับสิ่งทอ12,000 กก.
นายจุติวิวัฒน์ แพรัตกุล	2/2 ซ.อุดมยศ ถ.รามคำแหง	หัวหมาก	บางกะปิ	กรุงเทพ มหานคร	3143352	กาวยางสังเคราะห์ 78 เมตริกตัน
บริษัทเคมเอ็กซ์ จำกัด	63 ถ.บางนา-ตราด ม. 5	บางสมัคร	บางปะกง	ฉะเชิงเทรา		RUBBER CEMENT HIGH QUALITY 20,000กก. MODIFIED NATURAL RUBBER

บริษัท	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	โทรศัพท์	ผลิตภัณฑ์
บ.ดี.บี.เคมีคัลอินดัส เตรียล จก.	271/1 นิคมอุตสาหกรรมบางปู ถ.สุขุมวิท ม.4	แพรกษา	เมือง สมุทรปราการ	สมุทร ปราการ	3239511	กาว สี หมึกพิมพ์ สีสกรีน และสี พี.วี.ซี
บ.บอนด์ เคมีคอลส์ จำกัด	5 ถ.เลียบคลอง ภาษีเจริญฝั่งเหนือ ม.5	หนองแขม	หนองแขม	กรุงเทพ มหานคร	4211692	กาวยาง
บ.คองโก เคมีฟไทย จำกัด	101/50 ถ.พหล โยธิน ม. 20	คลองหนึ่ง	คลองหลวง	ปทุมธานี	5293581-8	กาว 480000 kg ยาทาฯ 96000kg
ไทยเทปกาวอุตสาหกรรม กรรม บจก.	228/50 ถนนพุทธ มณฑลสาย 5 ม.6	อ้อมน้อย	กระทุ่ม แบน	สมุทร สาคร	490173-74	เทปกาว 1,200,000 ตาราง เมตร
บ.หลุยส์เทป จำกัด	71 ม.14 ถ.วัดกิง แก้ว	ราชาเทวะ	บางพลี	สมุทร ปราการ		เทป 21,560 ม้วน
บ.ไทย นันเปาเรซินส์ เคมีคอล จำกัด	412 ก.นิคมอุตสาหกรรมบางปู	แพรกษา	เมือง สมุทร	สมุทร ปราการ		ชิ้นส่วนรองเท้าเคมีภัณฑ์ กาว
บ.คองซุง เอ็นเอสซี จก.	212 ม. 1 ถ. เทพารักษ์	บางเสาธง	ก.บางเสาธง	สมุทร ปราการ	3154238- 40	กาวยางติดรองเท้า 2,447 ตัน
บ.ดันลอปไทยแลนด์ จำกัด	10/9 ม. 13 ถ.บางนา-ตราด	บางแก้ว	บางพลี	สมุทร ปราการ	3168653-4	1.น้ำยากันสนิมและป้องกัน กันแสงสะท้อนได้ทั้งรถยนต์ 40,000 ลิตร 2.กาวยางสังเคราะห์ 160,000 ลิตร
บ.ยามาโตะ อินเตอร์ เนชั่นแนล (ประเทศ ไทย) จำกัด	398 นิคมอุตสาหกรรมบางพลี ถ.บาง นา-ตราด ม.17	บางเสาธง	ก.บางเสาธง	สมุทร ปราการ	2120813	กาวน้ำและขวดพลาสติก
บ.เซมเมดายม์ (ประเทศไทย)จก.	494 นิคมอุตสาหกรรมบางปู ถ.สุขุมวิท	แพรกษา	เมืองสมุทร ปราการ	สมุทร ปราการ		กาวอุตสาหกรรม
บ.ที.โอ.เอ-โดฟเคมี อินดัสตรีส์ จำกัด	31/5 ม.3 ถ.บางนา- ตราด	บางเสาธง	ก.บางเสาธง	สมุทร ปราการ	398-0782	1.FORMALIN 15,000 T2.UREA FORMALDEHYDE 20,000T.

บริษัท	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	โทรศัพท์	ผลิตภัณฑ์
บ.ไทยซีลคอง แอ็คซี่ ซีฟ เคมีคอล จำกัด	39 ม.6 ถ.หนอง เสม็ด-อมพรม	วัดสุวรรณ	บ่อทอง	ชลบุรี	211255-6	ADHESIVE FOR INDUSTERY 500,000 KGS
เฮงเคิลไทย,บจก.	111 ถ.พุทธมณฑล สาย 4 ม.5	กระทุ่มล้ม	สามพราน	นครปฐม	420-2428	กาวHotmelt 240 ตัน
บ.โพลีเอ็ดไทย จำกัด	155/9 ซ.ดำรง 3 ถ. สุขาภิบาล 1 ม.8	บางแค	บางแค	กรุงเทพ มหานคร		กาวร้อนพลาสติก 36 เมตริกตัน
บ.ไทยปิโตรเลียมอุตสาหกรรม จก.	116/1 ซ.ประชา อุทิศ 33 ถ.ประชา อุทิศ ม.4	บางมด	ทุ่งครุ	กรุงเทพ มหานคร	8732850	Rubber Solvent 3,200,000 ลิตร White Spirit 800,000 ลิตร
บ.คาสโก้ แอ๊ดฮีสฟัส จก.	9/8 อาคารA2 ถ. พหลโยธิน ม.5	คลองหนึ่ง	คลองหลวง	ปทุมธานี		ผลิตภัณฑ์ 120 ตัน
ก๊วดไฮพเคมีเคิล หจก.	48/6 ถนนธนบุรี- ปากท่อ หมู่ที่ 2	กาหลง	เมือง สมุทรสาคร	สมุทร สาคร	4276690	กาวแห้ง 400 ตัน
นายจิตติวัฒน์ แพร์ตกุล	45/9 ซ.อ่อนนุช 65 ถ.สุขุมวิท 77 ม. 4	ประเวศ	ประเวศ	กรุงเทพ มหานคร	3143352	กาวยางสังเคราะห์45 เมตริกตัน
บ.มิกซ์เวลล์ จำกัด	7/3 ถ.สุวินทวงศ์ ม. 15	กระทุ่มราย	หนองจอก	กรุงเทพ มหานคร		กาวสังเคราะห์ 14 เมตริกตัน
สุทธิชัย ศรีสุภาวงศ์, นาย	80 ซอยนวลทอง ถนนเศรษฐกิจ 1 หมู่ที่ 9	สวนหลวง	กระทุ่มแบน	สมุทรสาคร	5790951	กาวยางทารองเท้า
บริษัทเซอราซี-เคียว จำกัด	231 ถนนสุวรรณศร	บ้านลำ	วิหารแดง	สระบุรี	036- 377925-6	กาวซีเมนต์ปูกระเบื้อง3,870 ตัน กาวซีเมนต์ยาแนว 430 ตันปี
สุรัสวดี ท่อสุวรรณ รักษ์,นาง	36/33 ถนนเพชร เกษม หมู่ที่ 13	อ้อมน้อย	กระทุ่มแบน	สมุทรสาคร	4541269	กาวยางรองเท้า 32,400 ปี
บ.ฟิกส์เวลล์ จก.	150/13-14 ม.3 ถ.เทพารักษ์ กม. 10	บางพลี ใหญ่	บางพลี	สมุทร ปราการ	3855519- 20	ฟิกส์เวลล์ 7,824,000กก.
นอร์คิด เอส.แอนด์ซี. บจก.	289/1 ถนน เศรษฐกิจ หมู่ที่ 2	อ้อมน้อย	กระทุ่มแบน	สมุทร สาคร	4121686	กาวผ้า 60 ตัน
ซี.ไทยเดกซ์ทรีน บจก.	162/13 ถนนเพชร เกษม หมู่ที่ 4	อ้อมน้อย	กระทุ่มแบน	สมุทร สาคร	4205153	กาวผง 500 ตัน

บริษัท	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	โทรศัพท์	ผลิตภัณฑ์
บ.สยามกฤ จำกัด	38/20-21 ถ.ลำลูกกา ม. 4	ลำลูกกา	ลำลูกกา	ปทุมธานี	5141110	กาวลาเท็กซ์ปริมาณไม่แน่นอน
บ.สตาร์-บอนด์(ไทยแลนด์) จำกัด	20/1 ม. 5	นาป่า	เมืองชลบุรี	ชลบุรี		WATER BASE 1,200 TONS ,SOLVENT BASE 1,200 TONS
อัครสิทธิพร บจก.	หมู่ที่ 3	ชัยมงคล	เมืองสมุทรสาคร	สมุทรสาคร	839393-4	กาวยาง 2,500,000 กก.
บ.อินเตอร์เนชั่นแนลแอ็คทีฟ จำกัด	84/1 ม.2 ซ.สยามโลหะภัณฑ์ ถ.ปู่เจ้าฯ	บางหญ้าแพรก	พระประแดง	สมุทรปราการ	3943529	กาวลาเท็กซ์ 200 ตัน
บ.เปอร์มาเฟล็กซ์ จำกัด	113/6 ม.7 ถ.บางพลี-ตำหรุ	บางพลีใหญ่	บางพลี	สมุทรปราการ	7511459-60	กาวลาเท็กซ์ 752 ตัน
บริษัท โยโกฮามา รีเบอ์ (ประเทศไทย) จำกัด	64 นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด	ปลวกแดง	ปลวกแดง	ระยอง		กาว(SEALANT)สารรองพื้น(PRIMER) และสายไฮดรอลิค
บ.หมิงตี้เคมีคอล จำกัด	87 หมู่ 15 ถ.วัดกิ้งแก้ว	บางพลีใหญ่	บางพลี	สมุทรปราการ		กาว 5,000,000 แท่ง
บ.ทวีบอนด์ วิโอวี (ประเทศไทย) จก.	700/432 นิคมอุตสาหกรรมบางปะกง ม.7	ดอนหัวฬ่อ	เมืองชลบุรี	ชลบุรี		กาวสังเคราะห์ALPHA ALKYL CYANOACRYLATE ADHESIVE 150 ตัน
นางสาวเสาวณี เลิศอัศวพล	1314 ซ.เจริญสินทวงศ์ 13 ถ.เจริญสินทวงศ์	วัดท่าพระ	บางกอกใหญ่	กรุงเทพมหานคร		กาว 60 เมตริกตัน
บริษัท สยาม อีมีลชั่น จำกัด	34/6 ม.7	ไร่ขิง	สามพราน	นครปฐม		ผลิตภัณฑ์กาว
บริษัท บางกอกรีเบอ์ จำกัด (มหาชน)	90 ม.9 ถ.เสนา-ปทุมธานี	บางนมโค	เสนา	พระนครศรีอยุธยา		ผลิตภัณฑ์สำหรับผนังหรือกาว

APPENDIX D

APPENDIX D (รายชื่อบริษัทขนส่ง)

บริษัท	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	โทรศัพท์	ผลิตภัณฑ์
บริษัท วังศาลาทรานสปอร์ต จำกัด	88/6 ถ.แสงชูโต	วังศาลา	ท่าม่วง	กาญจนบุรี	034-661554	การขนส่ง
บริษัท พงษ์ศักดิ์ชัย ท่าลาน จำกัด	13 ถ.ทรงพล	ปากแรด	บ้านโป่ง	ราชบุรี	032-212314	การขนส่ง

APPENDIX E

APPENDIX E (รายชื่อบริษัทผู้ผลิตกระบะประเภทต่างๆ)

บริษัท	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	โทรศัพท์	ผลิตภัณฑ์
อันวารพาราวูด	101 ถ.ปาดัง เบชาร์ ม.3	สำนักขาม	สะเดา	สงขลา	01-2303153	ไม้ยางพาราอัดน้ำยา อบแห้ง 872,000 ลบ.ฟ ไม้พาเลทอัด น้ำยา 20,000 ชิ้น ชิ้นส่วนเครื่องเรือน
หจก.วรทัยค้าไม้	43/1 ม.5	หันสัง	บางปะหัน	พระนครศรีอยุธยา		พาเลท 10,000 ชุด วงกบประตู 200 ชุด วงกบหน้าต่าง 200 ชุด
บ.บางกอก คาปิ เน็ต จก.	18/4 ซ.ทรัพย์ มหาโชค ถ.พระรามที่ 2 ม.4	นาดี	เมือง สมุทรสาคร	สมุทร สาคร	034-834206	ชิ้นวางของ 5,000 ชุด ชิ้นวางพาเลท 2,000 ชุด โต๊ะ ทำงาน 2,500 หน่วย โต๊ะประชุม 100 หน่วย พาดชั้น 1,200 ชุดเคาเตอร์ 100 ชุด เก้าอี้
บ.รอยัล มาสเตอร์ (ประเทศไทย) จก.	13/5 ม.1	คลองใหญ่	โป่งน้ำร้อน	จันทบุรี	750336	เก้าอี้ 50,000 ชิ้นโต๊ะ ผลไม้ 30,000 ชิ้น ลัง ไม้ 5,000 ชิ้น พาเลท 5,000 ชิ้น
ห้างหุ้นส่วนจำกัด สุธีรพล	19/1 ถนน สุวรรณศร	โคกแย้	หนองแค	สระบุรี	036-379226	ลังไม้ 240,000 ลัง ไม้พาเลท 36,000 ตัว/ปี
พรรณรักษ์ริลวูด หจก.	9/1-2 ถนน สุขุมวิท หมู่ 11	วังหว่า	แก่ง	ระยอง	671404	วงล้อสายไฟ 3,600 ชุด พาเลท 6,000 ชุด ไม้ยางแปรรูป 9,500 ลบ.ฟ.
บ.สหสินทรัพย์ (1994) จก.	40/1 สุขุมวิท ม. 6	ทุ่งควายกิน	แก่ง	ระยอง	669372	วงล้อสายไฟฟ้า พา เลท ลังไม้
มหาชัยทำลัง หจก.	30/8 หมู่ที่ 8	โคกขาม	เมืองสมุทรสาคร	สมุทรสาคร		ลังไม้, ไม้พาเลท

บริษัท	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	โทรศัพท์	ผลิตภัณฑ์
นายสนอง กองกุล	ถ.สุราษฎร์ธานี-ตะกั่วป่า ม. 2	เขาวง	บ้านตาขุน	สุราษฎร์ธานี		ไม้ยางพาราแปรรูป 234,000 ลบ.ฟ. ไม้พาเลท 1,200 ชุด แผงล้อยไฟฟ้า 12,000 ชุด
บ.ศรีชัย-พนมรุ้ง จก.	ถ.เหนือคลอง-ชัยบุรี ม. 2	ไทรทอง	ชัยบุรี	สุราษฎร์ธานี	01-2294470	ไม้ยางแปรรูป 70,000 ลบ.ฟ. ล้อยไฟฟ้า 15,000 ชุด ไม้พาเลท 3,000 ชุด
หจก.นพรัตน์ แพคกิ้ง	200 ม.4	บ้านแป้น	เมืองลำพูน	ลำพูน	573272	ลังไม้ขนาดเล็ก 20,000 ใบ ลังไม้ขนาดใหญ่ 600 ใบ พาเลท 3,000 เลท ไม้แผ่น 33,600 แผ่น ไม้เส้น 300,000 เส้น
หจก.พรปิยะพาเลส	134/2 ถ.หนองแสงประดู่ป่า ม. 4	ประดู่ป่า	เมืองลำพูน	ลำพูน		ลังไม้และพาเลท
หจก.เอส.ที.รีลวูด	ถ.สุขุมวิท	วังห้ว	แก่ง	ระยอง		ไม้ยางแปรรูป 9,500 ลบ.เมตร พาเลท 6,000 ชุด วงล้อยสายไฟ 3,600 ชุด
วงศ์รุ่งเรืองอุตสาหกรรม	001 ซอยปักเปา ถนนสุขุมวิท	เนินพระ	เมืองระยอง	ระยอง	611456	ลังไม้บรรจุของ 14,000 ลบ.ฟ พาเลทวางสิ่งของ 33,500 ลบ.ฟ.
หจก.นารายณ์ พาราวิวด	984 ซ.นารายณ์ 2 ถ.เทพารักษ์ ม. 4	เทพารักษ์	เมืองสมุทรปราการ	สมุทรปราการ	3941860	1. ลังไม้ 3,000 ใบ 2. พาเลทไม้ 1,000 อัน 3. อัดน้ำยาไม้ 1,000 ลบ.ฟ.

บริษัท	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	โทรศัพท์	ผลิตภัณฑ์
สิงห์พาราวัต	153 ม.4	สิงห์	บางระจัน	สิงห์บุรี	591439	พาลาเท(ที่วางของ) 12,000 อัน ลังใส่ ของ 12,000 อัน
หจก.นุโว เพคกิง	85 ถนนสุวรรณ ศร หมู่ 4	บ้านลำ	วิหารแดง	สระบุรี	036-377500	ลังไม้บรรจุภัณฑ์ 30,000 ชิ้น ไม้พา เลทรองสินค้า 6,000 ชิ้น / ปี
เพชรเจริญรุ่งเรือง	7 ถ.หนองหว้า ม.1	หนอง ขนาน	เมืองเพชรบุรี	เพชรบุรี		ล้อยไม้ 2,000 ชิ้น พาลาเท
พาพัฒนาพาราวัต	29 ถนนสุขุมวิท หมู่ที่ 3	นายาย อาม	นายายอาม	จันทบุรี	371124	พาลาเท 9,600 ตัว,ลัง ไม้ 25,000 ใบ
บ.เบทเทอร์แฮนด์ ลิ่ง จก.	252 ถ.สุวรรณ ศร หมู่ 3	บ้านลำ	วิหารแดง	สระบุรี		ลังไม้บรรจุภัณฑ์ 24,000 ลัง ไม้พาลาเท รองสินค้า 60,000 ตัว
อ่างทอง(ลูกปัด ไทย)	25 หมู่ 5	องค์กรักษ์	โพธิ์ทอง	อ่างทอง		ลูกปัดไม้ยางพารา 10,000ชิ้น,ไม้ลัง ไม้ มะม่วง 1,000 ชิ้น ,ชิ้น ส่วนประกอบ เฟอร์นิเจอร์ 10,000 ชิ้น,ไม้พาลาเทวางของ 10,000 ชิ้น
บ.เกียรติร่วมทรัพย์ จก.	23/2 ม.3	ลาดหลุม แก้ว	ลาดหลุมแก้ว	ปทุมธานี		ลังไม้ 1,000 ใบ พา เลทรองรับสินค้า 6,000 ลัง
	โฉนดที่ดินเลขที่ 714 ถ.นายาย อามหนองเจ็ก สร้อย ม. 1	เขาวงกต	แก่งหางแมว	จันทบุรี	01-9405071	ลังไม้,พาลาเท 12,000 ลบ.ฟุต

บริษัท	ที่อยู่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	โทรศัพท์	ผลิตภัณฑ์
ศรียาชาแพคกิ้งวูด	356/10 ม. 2	สุรศักดิ์	ศรียาชา	ชลบุรี	774470	พาเลทไม้เก่า 60,000 ชิ้น กล่อง กระดาษ 75,000 กล่อง
บริษัทอยุธยาพารา วู้ด จำกัด	14/2 หมู่ 4	ทับน้ำ	บางปะหัน	พระนครศรี อยุธยา		ล้อยาไฟ 2,000 ชิ้น ไม้พาเลท 15,000 ชิ้น
เอส พี พาณิชย์	21ถนนสาธารณ ประโยชน์ หมู่ 5	หันสัง	บางปะหัน	พระนครศรี อยุธยา		ไม้พาเลท 18,000 ชุด ลังไม้ 1,000 ใบ เครื่องใช้จากไม้ 2,000 ชุด
บ.ปี้.เค.แพคกิ้ง แอนด์ เซอร์วิส จก.	ถ.ทางหลวงสาย 3143 ม.10	หนอง ละลอก	บ้านค่าย	ระยอง		ไม้พาเลทรองสินค้า 1,344 ลบ.เมตร
กิตติพาณิชย์	41 ม.6 ถ.สาย เอเชีย	หันสัง	บางปะหัน	พระนครศรี อยุธยา		พาเลท ลังไม้
บริษัท โพธิ์ศรี วู้ด เดิ้ล ชัพพลายจำกัด	38/3 ม.1	บางเดื่อ	บางปะหัน	พระนครศรี อยุธยา		ลังไม้ พาเลท
เอส ดี พาณิชย์	22 ม.5	หันสัง	บางปะหัน	พระนครศรี อยุธยา		พาเลท ลังไม้
ตรีอรรณพบุรณัฐ สาหกรรม,บจก.	69/4 พุทธ มณฑล สาย 5 ม.2	ไร่ขิง	สามพราน	นครปฐม	420-0079	พาเลทพลาสติก 2,500 ตัน ลังต่างๆ 1,000 ตัน
ตรีอรรณพบุรณัพออร์ สตร์ป,บจก.	99/1 ซอยนิคม 10 ถนนสาย 36 หมู่6	มะขามคู่	ก.นิคมพัฒนา	ระยอง	893123-7	ภาชนะบรรจุและ ลำเลียงสินค้า,แผ่น กระเบื้องรองสินค้า,ถัง รองรับขยะ

APPENDIX F

APPENDIX F(การวิจัยตลาด)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทราบโครงสร้างกลุ่มผู้ใช้กระบะสำหรับการส่งสินค้าส่งออกไปยังต่างประเทศในปัจจุบัน
2. เพื่อทราบปัจจัยในการเลือกใช้ เลือกซื้อกระบะของผู้ใช้กระบะสำหรับการส่งสินค้าส่งออกไปยังต่างประเทศในปัจจุบัน
3. เพื่อทราบระดับการให้ความสนใจในคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์กระบะกระดาศที่แตกต่างกันจากกระบะประเภทอื่น
4. เพื่อประมาณขนาดตลาดของผลิตภัณฑ์กระบะกระดาศ

ขอบเขตการวิจัย

การทำวิจัยตลาดฉบับนี้ทำการศึกษากลุ่มผู้ประกอบการผลิตสินค้าส่งออกของไทยซึ่งทำการผลิตสินค้าภายในประเทศไทยและมีการส่งผลิตภัณฑ์ของตนออกไปจำหน่ายนอกประเทศในช่วงปี2544 ทุกราย (จากข้อมูลของกรมส่งเสริมการส่งออก)

วิธีการวิจัย

ใช้การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กับกลุ่มผู้ประกอบการผลิตสินค้าส่งออกจำนวน 1000 ราย โดยทำการสุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจากรายนามผู้ผลิตสินค้าส่งออกในปี 2544 ของไทยทุกราย จากข้อมูลของกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งได้รับแบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้น 228 ราย พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มผู้ใช้กระบะได้เป็น 9 กลุ่ม จากนั้นใช้การสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการผลิตสินค้าส่งออกในกลุ่มที่คาดว่าจะเปลี่ยนมาใช้งานกระบะกระดาศได้ เพื่อทราบลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการกลุ่มนี้ ขณะเดียวกันใช้การสัมภาษณ์ผู้ขายผู้ให้บริการกระบะในตลาด เพื่อทราบข้อมูลของสินค้าที่เป็นคู่แข่งในตลาด

ผลการวิจัย

1. ประเภทของผู้ผลิตสินค้าส่งออกแบ่งตามอุตสาหกรรม

ประเภท	ความถี่	จัดหาคะระบะเอง
1. อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	73	33
2. ผลผลิตการเกษตร (ไม่รวมอาหารทะเล)	50	13
3. เคมีภัณฑ์	29	8
4. ผลผลิตการเกษตรแปรรูป	20	16
5. อาหารทะเลแช่แข็ง	18	5
6. สิ่งทอง	11	1
7. อัญมณี	7	1
8. เฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้าน	6	2
9. อื่นๆ	14	4
รวม	228	83

2. ปริมาณการส่งออกแบ่งตามตลาดปลายทาง

ตลาดส่งออก	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
1. อเมริกาเหนือ	69	32	44
2. ยุโรป	79	26	31
3. เอเชีย	58	66	12
4. ออสเตรเลีย	12	10	2
5. อื่นๆ	9	5	1
	227	139	90

3. ปริมาณการส่งออกแบ่งตามวิธีการขนส่ง

วิธีการขนส่ง	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
1. ทางทะเล	88	56	1
2. ทางบก	12	41	7
3. ทางอากาศ	114	77	3
	214	174	11

4. จำนวนผู้ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตต่างๆ ที่มีผลในการเลือกซื้อกระบะที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน

บัณฑิตในการเลือกซื้อกระบะที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน

ระดับความสำคัญ

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
1. ราคา	0	2	5	167	54	228
2. ความสวยงาม	67	108	43	10	0	228
3. ความสามารถในการนำกลับมาใช้ใหม่	22	52	118	9	27	228
4. คุณสมบัติในการป้องกันความชื้นตัว Pallet	4	114	77	28	5	228
5. การเกิดรา , แมลงจาก Pallet	24	23	42	87	52	228
6. การรับน้ำหนัก	16	8	54	137	13	228
7. รูปแบบและขนาดความต้องการ	3	21	66	112	26	228
8. ชื่อเสียงของบริษัทผู้จำหน่าย	7	35	154	23	5	224
9. การรับประกันคุณภาพของ Pallet	7	26	166	6	6	211
10. น้ำหนักของ Pallet	15	9	13	153	38	228
11. วัสดุที่ใช้ทำ Pallet	10	16	149	38	15	228
12. พื้นที่ในการกองเก็บ Pallet	11	11	67	83	56	228
13. มูลค่าของสินค้าของท่านที่วางบน Pallet	3	6	161	29	27	226
14. วิธีการขนส่งขนย้ายสินค้าของท่าน	14	56	36	74	48	228
15. ระยะเวลาในการส่งมอบ Pallet	11	12	16	112	77	228

5. จำนวนผู้สนใจต่อคุณสมบัติที่แตกต่างของกระเบื้องกระดาศจากกระเบื้องประเภทอื่น

คุณสมบัติของ Pallet กระดาศที่แตกต่าง

ระดับความเหมาะสม

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
1. ราคา Pallet ต่ำกว่าวัสดุอื่น ๆ	0	6	34	99	89	228
2. ผิวด้านบนเรียบไร้รอยต่อ	4	77	34	68	45	228
3. นำกลับมาใช้ซ้ำได้น้อยครั้ง	23	89	64	41	11	228
4. น้ำหนักของ Pallet เบา	2	8	22	73	123	228
5. ไม่เกิดรา,แมลงจาก Pallet	1	7	12	121	87	228
6. ต้องจัดเก็บ Pallet ในที่ร่ม	10	23	97	65	33	228
7. มีความชื้นภายในตัว Pallet ต่ำมาก	5	32	76	79	36	228
8. รับน้ำหนักได้เท่ากันแต่ทนทานน้อยกว่า	78	65	34	26	15	218
9. สามารถกำจัดทำลายย่อยสลายได้ในธรรมชาติ	15	63	88	56	6	228
10. สามารถพิมพ์ภาพ,ลาย,สัญลักษณ์บน Pallet ได้	7	43	97	54	27	228

6. จำนวนผู้สนใจที่คิดว่าคุณสมบัติเด่นของกระเบื้องกระดาศ (ข้อ 1,4,5) เหมาะสมกับสินค้าของตนในระดับมากที่สุด ทุกข้อแยกตามอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรม	ความถี่	%
1. อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	11	15.07
2. ผลผลิตการเกษตร(ไม่รวมอาหารทะเล)	1	2.00
3. เคมีภัณฑ์	1	3.45
4. ผลผลิตการเกษตรแปรรูป	1	5.00
5.* อาหารทะเลแช่แข็ง	3	16.67
6. สิ่งทอ	1	9.09
7. อัญมณี	0	0.00
8. เฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้าน	0	0.00
9. อื่นๆ	1	7.14

*1 รายในข้อ 5 เป็นธุรกิจส่งออกกุ้งแช่แข็งคิดเป็น 5%

7. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามมูลค่าภาระที่ใช้

อุตสาหกรรม

ต้นทุนภาระเทียบกับมูลค่าสินค้า(%)

	มากกว่า 20	10-20	1-9.99	0.1-0.99	น้อยกว่า 0.1	รวม
1. อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	0	0	0	6	67	73
2. ผลผลิตการเกษตร (ไม่รวมอาหารทะเล)	0	0	28	18	4	50
3. เคมีภัณฑ์	0	0	0	21	8	29
4. ผลผลิตการเกษตรแปรรูป	0	0	0	2	18	20
5. อาหารทะเลแช่แข็ง	0	0	0	16	2	18
6. สิ่งทอ	0	0	1	6	4	11
7. อัญมณี	0	0	0	0	7	7
8. เฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้าน	0	0	0	0	6	6
9. อื่นๆ	0	0	0	11	3	14

8. ภาระใช้งานของภาระในอุตสาหกรรมต่างๆ

อุตสาหกรรม

กก.

1. อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	50-500
2. ผลผลิตการเกษตร (ไม่รวมอาหารทะเล)	1000-3000
3. เคมีภัณฑ์	200-2000
4. ผลผลิตการเกษตรแปรรูป	100-1000
5. อาหารทะเลแช่แข็ง	100-1000
6. สิ่งทอ	100-1000
7. อัญมณี	0-50
8. เฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้าน	50-500
9. อื่น ๆ	-

APPENDIX G

APPENDIX G (สิทธิบัตร)

คำจำกัดความโดยทั่วไปของสิทธิบัตร

สิทธิบัตรให้ความจำกัดความได้ว่าเป็น พระราชบัญญัติของทรัพย์สินทางปัญญาที่ออกให้โดยหน่วยงานของรัฐ (สำนักงานสิทธิบัตร หรือ องค์การของทรัพย์สินทางปัญญา) ซึ่งให้เจ้าของมีสิทธิผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว ในการหาประโยชน์ในช่วงระยะเวลาจำกัดในอาณาเขตที่ให้ไว้สิทธิทรัพย์สินทางปัญญานี้ยังได้รวมถึงสิทธิในการผลิต โอน ขาย หรือยินยอมให้บุคคลอื่นใช้สิทธิได้โดยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ (licensing)

สิทธิบัตรตามพระราชบัญญัติ พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร

สิทธิบัตร (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 หมายความว่า หนังสือสำคัญที่ออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์

ประเภทของสิทธิบัตร

พ.ร.บ. สิทธิบัตรได้แบ่งประเภทสิทธิบัตรออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) สิทธิบัตรการประดิษฐ์

สิทธิบัตรการประดิษฐ์ หมายถึง การให้ความคุ้มครองการประดิษฐ์คิดค้นที่เกี่ยวกับ

ก. ผลิตภัณฑ์ องค์ประกอบ ส่วนประกอบ สารประกอบ ระบบ อุปกรณ์ โครงสร้าง เครื่องมือเครื่องใช้ หรือกลไกของผลิตภัณฑ์

ข. กรรมวิธีในการผลิต หรือ การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น เช่น กรรมวิธีทำให้เครื่องสูบน้ำได้ดีขึ้น เป็นต้น

ค. การใช้ผลิตภัณฑ์หรือกรรมวิธีดังกล่าวข้างต้น

2) สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึง การให้ความคุ้มครองความคิดสร้างสรรค์ที่เกี่ยวกับ

ก. รูปร่างลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ คือ ลักษณะหรือรูปทรงของผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นลักษณะ 3 มิติ คือ ความกว้าง ความยาวและความสูงของผลิตภัณฑ์ที่มองเห็นได้จากภายนอก ตัวอย่างเช่นรูปทรงของขวดน้ำหอมซึ่งตัวขวดมีลักษณะเป็นรูปครึ่งวงกลม นาฬิกาข้อมือ ซึ่งมีหน้าปัทมเป็นรูปสี่เหลี่ยม หรือรูปร่างภาชนะต่างๆ ที่บรรจุสิ่งต่างๆ ไว้ข้างใน

ข. ลวดลายหรือสีของผลิตภัณฑ์ คือ ลวดลายหรือสีที่ทำให้เกิดขึ้นบนพื้นผิวภายนอกของผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเช่น ลวดลายของพรมปูพื้น ลวดลายของผ้ามัดหมี่ ลวดลายของแก้วน้ำ ลวดลายประติมากรรม โดยการลงรักปิดทอง เป็นต้น

ระยะเวลาในการให้ความคุ้มครองสิทธิบัตร

ผู้ทรงสิทธิบัตรจะมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการผลิต โอน ขาย ผลิตภัณฑ์หรือใช้กรรมวิธีของการประดิษฐ์

ก. สำหรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์ เป็นระยะเวลา 20 ปี นับแต่วันยื่นคำขอ

ข. สำหรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นระยะเวลา 10 ปี นับแต่วันยื่นคำขอ

การต่ออายุสิทธิบัตร

ผู้ทรงสิทธิต้องเสียค่าธรรมเนียมรายปีเริ่มแต่ปีที่ห้าของอายุสิทธิบัตร และต้องชำระภายในหกสิบวันนับแต่วันสิ้นปีที่สี่ และชำระค่าธรรมเนียมรายปีต่อไปทุกปี

ตัวอย่างเช่น

วันยื่นคำขอรับสิทธิบัตร 1 มี.ค. 2541

วันต่ออายุเริ่มปีที่ห้า 1 มี.ค. 2544

วันชำระค่าธรรมเนียมรายปีไม่เกิน 30 เม.ย. 2544

จำนวนเงิน 2,000 บาท

ถ้าสิทธิบัตรออกภายหลังวันเริ่มต้นระยะเวลาของปีที่ห้าแห่งอายุสิทธิบัตร การชำระค่าธรรมเนียมรายปีสำหรับปีที่ห้าถึงปีที่ออกสิทธิบัตรให้ชำระภายในหกสิบวันนับแต่วันออกสิทธิบัตร

ตัวอย่างเช่น

วันยื่นคำขอรับสิทธิบัตร 1 มี.ค. 2540

วันที่ออกสิทธิบัตร 5 ก.ค. 2545

ชำระค่าธรรมเนียมรายปีไม่เกิน 3 ก.ย. 2545 (โดยคิดค่าธรรมเนียมปีที่ 5 และปีที่ 6)

จำนวนเงิน $2,000 + 2,400 = 4,400$ บาท

ถ้าผู้ทรงสิทธิไม่ชำระค่าธรรมเนียมรายปีภายในระยะเวลากำหนด ให้เสียค่าปรับเป็นร้อยละสามสิบของเงินค่าธรรมเนียมรายปี

ตัวอย่างเช่น

วันยื่นคำขอรับสิทธิบัตร 1 มี.ค. 2540

วันที่ออกสิทธิบัตร 5 ก.ค. 2545

ชำระค่าธรรมเนียมรายปีไม่เกิน 3 ก.ย. 2545

(โดยคิดค่าธรรมเนียมปีที่ 5 และปีที่ 6)

มาชำระค่าธรรมเนียม 3 ต.ค. 2545

จำนวนเงินที่ต้องชำระ $4,400 + (2,000 + 2,400) \times 30, 100$

$= 4,400 + 1,330 = 5,730$ บาท

ถ้าผู้ทรงสิทธิไม่ชำระค่าธรรมเนียมรายปี และค่าธรรมเนียมเพิ่มภายในหกเดือนนับแต่วันสิ้นกำหนดชำระค่าธรรมเนียม ให้สิทธิบัตรสิ้นอายุ

ตัวอย่างเช่น

วันยื่นคำขอรับสิทธิบัตร 4 เม.ย. 2540

ออกสิทธิบัตร 3 ต.ค. 2541

สิ้นปีที่ 4 4 เม.ย. 2544

ชำระค่าธรรมเนียมไม่เกิน 3 มิ.ย. 2544

ไม่มาชำระภายใน 4 ต.ค. 2544

สิทธิบัตรสินอายุหลังวันที่ 4 ต.ค. 2544 เป็นต้นไป

การประดิษฐ์ที่มีคุณสมบัติขอรับสิทธิบัตรได้ (PATENTABLE INVENTION)

การประดิษฐ์ที่ขอรับสิทธิบัตรได้จะต้องประกอบไปด้วยลักษณะ 3 ประการ คือ

เป็นการประดิษฐ์ขึ้นใหม่

เป็นการประดิษฐ์ที่มีขั้นการประดิษฐ์สูงขึ้น (Inventive Step)

เป็นการประดิษฐ์ที่สามารถประยุกต์ในทางอุตสาหกรรม (Industrial Applicability)

การประดิษฐ์ขึ้นใหม่ (Novelty)

การประดิษฐ์ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์หรือกรรมวิธีที่ขอรับสิทธิบัตรได้นั้นจะต้องเป็นการประดิษฐ์ขึ้นใหม่ พ.ร.บ. สิทธิบัตรได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการประดิษฐ์ขึ้นใหม่ โดยบัญญัติว่า “การประดิษฐ์ขึ้นใหม่ได้แก่การประดิษฐ์ที่ไม่เป็นงานปรากฏอยู่แล้ว”

โดยคำว่า “งานที่ปรากฏอยู่แล้ว (Prior art)” หมายถึงการประดิษฐ์ที่มีลักษณะดังนี้

ก. การประดิษฐ์ที่มีหรือใช้แพร่หลายอยู่แล้วในราชอาณาจักรก่อนวันขอรับสิทธิบัตร

ข. การประดิษฐ์ที่ได้มีการเปิดเผยสาระสำคัญหรือรายละเอียดในเอกสารหรือสิ่งพิมพ์ที่ได้แพร่หลายอยู่แล้วไม่ว่าในเรื่องนอกราชอาณาจักรก่อนวันขอรับสิทธิบัตรและไม่ว่าการเปิดเผยนั้นจะกระทำโดยเอกสารสิ่งพิมพ์ การนำออกแสดง หรือการเปิดเผยต่อสาธารณชนด้วยประการใดๆ ยกเว้นแต่ว่าการเปิดเผยสาระสำคัญหรือรายละเอียดที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากการกระทำอันมิชอบด้วยกฎหมาย หรือ การเปิดเผยสาระสำคัญหรือรายละเอียดโดยผู้ประดิษฐ์ รวมทั้งการการแสดงผลงานของผู้ประดิษฐ์ในงานแสดงสินค้าระหว่างประเทศ หรือในงานแสดงต่อสาธารณชนต่อทางราชการ ให้ถือว่า การเปิดเผยสาระสำคัญและรายละเอียดดังกล่าวได้ภายใน สิบสองเดือนก่อนยื่นการขอรับสิทธิบัตร

ค. การประดิษฐ์ที่ได้รับสิทธิบัตรไว้แล้ว ไม่ว่าในเรื่องนอกราชอาณาจักรก่อนวันขอรับสิทธิบัตร

ง. การประดิษฐ์ที่ขอรับสิทธิบัตรไว้แล้วนอกราชอาณาจักรเป็นเวลาเกินกว่าสิบสองเดือนก่อนวันขอรับสิทธิบัตร แต่ยังมีได้มีการออกสิทธิบัตรให้

จ. การประดิษฐ์ที่มีการขอรับสิทธิบัตรไว้แล้วในราชอาณาจักรและผู้ขอได้ละทิ้งคำขอรับสิทธิบัตรแต่ทั้งนี้ไม่กระทบกระเทือนถึงสิทธิของผู้ประดิษฐ์ร่วม และบุคคลอื่นซึ่งมิใช่ผู้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตร

ขั้นตอนการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น (Inventive Step)

พ.ร.บ. สิทธิบัตร บัญญัติว่า “การประดิษฐ์ที่มีขั้นการประดิษฐ์สูงขึ้น ได้แก่การประดิษฐ์ที่ไม่เป็นที่ประจักษ์ได้โดยง่ายแก่บุคคลที่มีความชำนาญในระดับสามัญสำหรับงานประเภทนั้น” จากคำนิยามดังกล่าวอาจกล่าวอย่างง่าย ๆ ได้ว่าการประดิษฐ์ที่กฎหมายคุ้มครองจะต้องไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ หรือกรรมวิธีที่ง่ายจนเกินไป หรือเป็นสิ่งที่สามารถคิด หรือทำได้โดยง่าย (obvious) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการประดิษฐ์ดังกล่าวต้องมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และได้ผลที่ไม่คาดคิด (unexpected) อีกทั้งยังเป็นการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากงานที่ปรากฏอยู่อีกด้วย

การประยุกต์ใช้ในทางอุตสาหกรรม (Industrial Applicability)

การประดิษฐ์ที่ขอรับสิทธิบัตรได้ต้องเป็นการประดิษฐ์ที่สามารถประยุกต์ใช้ได้ทางอุตสาหกรรมอาจสรุปได้ว่าการประดิษฐ์จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์หรือกรรมวิธีที่สามารถทำให้เกิดขึ้นได้จริง และเป็นสิ่งที่สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม ตัวอย่างเช่น เครื่องจักรกลที่ผู้ประดิษฐ์จะสามารถใช้งานได้ตลอดเวลาโดยไม่มีกำหนดซึ่งเป็นสิ่งที่ขัดกับหลักการทางวิทยาศาสตร์

พ.ร.บ. สิทธิบัตรระบุว่า “การประดิษฐ์สามารถประยุกต์ใช้ได้ทางอุตสาหกรรม ได้แก่ การประดิษฐ์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ทางอุตสาหกรรม รวมทั้งหัตถกรรม เกษตรกรรม และพาณิชย์กรรม” บทบัญญัติกล่าวได้ขยายคำว่า “อุตสาหกรรม” ให้รวมถึงการผลิตในลักษณะอื่นๆ ด้วย กล่าวคือ ในด้านหัตถกรรม เช่น การผลิตถุงเท้าโดยใช้หัตถกรรม เครื่องมือทางการเกษตร อาทิ จอบ เสียม และเครื่องมือกรีดยาง และสิ่งที่นำไปใช้ด้านพาณิชย์กรรม อาทิ อุปกรณ์สื่อสาร เพื่อติดต่อซื้อขายสินค้า เป็นต้น

การประดิษฐ์ที่ขอรับสิทธิบัตรไม่ได้ (unpatentable invention)

พ.ร.บ. สิทธิบัตรระบุว่า การประดิษฐ์ดังต่อไปนี้ขอรับสิทธิบัตรไม่ได้ คือ

ก. จุลชีพ และส่วนประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งของจุลชีพที่มีอยู่ตามธรรมชาติ สัตว์ พืชหรือสารสกัดจากสัตว์ หรือพืช แต่ในกรณีที่มีการสังเคราะห์ขึ้น แล้วได้จุลชีพชนิดใหม่ขึ้นมานั้น กรณีนี้ถือว่าได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายสิทธิบัตรนี้

ข. กฎเกณฑ์และทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ การค้นพบกฎเกณฑ์หรือหลักการที่มีอยู่ตามธรรมชาติ ไม่ใช่การประดิษฐ์ เช่น กฎเกี่ยวกับแรงโน้มถ่วง กฎเกี่ยวกับความผิดพลาดเกี่ยวกับการบวก ลบ คูณ หาร เป็นต้น กฎเกณฑ์และทฤษฎีดังกล่าวเป็นสิ่งที่บุคคลทุกคนมีสิทธิใช้ได้โดยเสรี ไม่ควรให้ผู้ใดผู้หนึ่งมีสิทธิขาดแต่เพียงผู้เดียว

ค. ระบบข้อมูลสำหรับการทำงานของเครื่องคอมพิวเตอร์ (Soft Ware) พ.ร.บ. สิทธิบัตรไม่คุ้มครองระบบข้อมูลสำหรับการทำงานของคอมพิวเตอร์ หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (computer programs) เพราะโปรแกรมคอมพิวเตอร์ไม่ใช่การประดิษฐ์ เนื่องจากไม่ใช่ความคิด เกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์โดยตรง หากแต่มีลักษณะเป็นเพียงวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์คือเครื่องคอมพิวเตอร์ให้ทำงานตามคำสั่งของผู้ใช้เท่านั้น เทียบได้กับวิธีการใช้เครื่องจักรกลหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น วิธีการขบร่อนยนต์ เป็นต้น วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายสิทธิบัตร

ง. วิธีวินิจฉัย บำบัด หรือรักษาโรคนุษย์หรือสัตว์ วิธีการวินิจฉัยบำบัดหรือรักษาโรคนุษย์ สัตว์ โดยแพทย์ เช่นการหาสมมุติฐานของโรคโดยแพทย์ (มิใช่เครื่องมือ) การตัดสินใจว่าจะใช้ยาอะไรในปริมาณเท่าไรต่อคนไข้แต่ละคนจะไม่ได้รับความคุ้มครอง ตามกฎหมายสิทธิบัตรนี้

จ. การประดิษฐ์ที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดี อนามัยสวัสดิภาพของประชาชนการประดิษฐ์ที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อย ได้แก่ ซองจดหมายติดระเบิดเมื่อเปิดออก อุปกรณ์สำหรับขโมยรถยนต์ วัตถุเคมีสงคราม การประดิษฐ์ที่ขัดต่อศีลธรรมอันดี ได้ ตู๊กตายาง เครื่องมือสำเร็จความใคร่ การประดิษฐ์ที่ขัดต่ออนามัยสวัสดิภาพของประชาชน ได้แก่ ยาบ้า ยาฆ่า เฮโรอีน หรือกรรมวิธีในการผลิตสิ่งเหล่านี้

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ขอรับสิทธิบัตรได้

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ขอรับสิทธิบัตรได้ต้องประกอบด้วยลักษณะ 2 ประการ คือ

ต้องเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

ต้องเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่ออุตสาหกรรมหรือหัตถกรรม

การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

พ.ร.บ. สิทธิบัตร ไม่ได้ให้คำนิยามไว้โดยตรงว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่คืออะไรหรือมีลักษณะอย่างไร เพียงแต่ระบุถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ถือว่าเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ไว้ 4 ประเภทดังนี้

แบบผลิตภัณฑ์ที่มีหรือใช้แพร่หลายอยู่แล้ว

คือการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการผลิตผลิตภัณฑ์ หรือ มีการใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์อย่างแพร่หลายอยู่แล้วในประเทศ ก่อนวันขอรับสิทธิบัตร ตัวอย่างเช่น ผู้ออกแบบได้นำผลิตภัณฑ์นั้นไปผลิตผลิตภัณฑ์และวางขายจำหน่ายก่อนที่จะยื่นขอรับสิทธิบัตร ก็ถือว่าไม่ใช่การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะขอรับสิทธิบัตรได้

แบบผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการเปิดเผยภาพ สารสำคัญ หรือรายละเอียดในเอกสาร หรือ สิ่งพิมพ์ที่ได้เผยแพร่อยู่แล้วไม่ว่าในหรือนอกราชอาณาจักรก่อนวันขอรับสิทธิบัตร ถือว่าไม่เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งนี้ไม่รวมถึงการเปิดเผยต่อสาธารณชนโดยวิธีในลักษณะอื่น เช่น การนำแบบผลิตภัณฑ์ออกแสดงในนิทรรศการหรือการประชุมวิชาการ เป็นต้น

แบบผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการประกาศโฆษณามาก่อนวันขอรับสิทธิบัตร

คือการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการยื่นขอรับสิทธิบัตรในประเทศไทย และได้มีการพิมพ์ประกาศโฆษณาแล้วกฎหมายถือว่าไม่ใช่การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

แบบผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกับแบบผลิตภัณฑ์ประเภทที่ (1) – (3) มากจนเห็นได้ว่าเป็นการเลียนแบบ คือ แบบผลิตภัณฑ์ที่แม้จะไม่เหมือนกับแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วทุกประการ แต่มีสาระสำคัญเหมือนหรือคล้ายกันมากให้ถือว่าไม่ใช่การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่หลักเกณฑ์นี้คล้ายกับหลักเกณฑ์ในเรื่องชั้นการประดิษฐ์สูงขึ้นซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของการประดิษฐ์ที่ขอรับสิทธิบัตรได้

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ขอรับสิทธิบัตรไม่ได้

พ.ร.บ.สิทธิบัตร บัญญัติว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้ขอรับสิทธิบัตรไม่ได้

แบบผลิตภัณฑ์ที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ตัวอย่างเช่นแบบผลิตภัณฑ์ที่มีรูปร่างลักษณะลามกอนาจาร หรือเป็นการแสดงความไม่เคารพ หรือล้อเลียนวัตถุที่ประชาชนทั่วไปนับถือ เช่น ใช้พระพุทธเป็นฐานของที่เขี่ยบุหรี่ เป็นต้น

แบบผลิตภัณฑ์ที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกา พ.ร.บ.สิทธิบัตร บัญญัติให้อำนาจแก่รัฐที่จะกำหนดได้ตามความเห็นสมควร และเหมาะสม ยังไม่เคยมีการออกพระราชกฤษฎีกาเกี่ยวกับเรื่องนี้แต่ประการใด

บุคคลที่มีสิทธิขอรับสิทธิบัตร

บุคคลที่มีสิทธิขอรับสิทธิบัตร ได้แก่บุคคลที่อยู่ในประเภทใดประเภทหนึ่งดังต่อไปนี้

ผู้ประดิษฐ์หรือผู้ออกแบบหรือทายาทของบุคคลดังกล่าว ผู้ประดิษฐ์หรือผู้ออกแบบได้แก่ผู้ที่เป็นเจ้าของความคิด และได้ดำเนินการทำให้เกิดการประดิษฐ์หรือการผลิตภัณฑ์ขึ้น จึงเป็นผู้มีสิทธิขอรับสิทธิบัตร อย่างไรก็ตาม ผู้ประดิษฐ์หรือผู้ออกแบบที่จะมีสิทธิขอรับสิทธิบัตรจะต้องมิใช่ลูกจ้างหรือผู้รับจ้างตามสัญญาจ้างที่มีวัตถุประสงค์ให้ทำการประดิษฐ์หรือออกแบบ ซึ่งสัญญาจ้างมิได้ระบุให้ลูกจ้าง หรือผู้รับจ้างตามสัญญาจ้างที่มีวัตถุประสงค์ให้ทำการประดิษฐ์หรือออกแบบ ซึ่งสัญญาจ้างมิได้ระบุให้ลูกจ้างหรือผู้รับจ้างเป็นผู้มีสิทธิขอรับสิทธิบัตร และจะต้องมิใช่ข้าราชการหรือพนักงานองค์การของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ ที่มีหน้าที่ทำการประดิษฐ์หรือออกแบบเพราะในกรณีดังกล่าว นายจ้างหรือผู้ว่าจ้าง หน่วยราชการ องค์การของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจเป็นผู้มีสิทธิขอรับสิทธิบัตร

ในกรณีที่บุคคลหลายคนทำการประดิษฐ์หรือออกแบบร่วมกัน (joint inventors or joint creators) บุคคลเหล่านั้นมีสิทธิขอรับสิทธิบัตรร่วมกัน ดังนั้นจึงต้องยื่นขอรับสิทธิบัตรร่วมกันทุกคน เว้นแต่ผู้ประดิษฐ์ร่วมหรือผู้ออกแบบร่วมบางคนจะไม่ยอมร่วมขอรับสิทธิบัตร หรือติดต่อไม่ได้ หรือไม่มีสิทธิขอรับสิทธิบัตร เนื่องจากสิทธิขอรับสิทธิบัตรเป็นทรัพย์สินอย่างหนึ่งถ้าผู้ประดิษฐ์หรือผู้ออกแบบตาย สิทธิดังกล่าวย่อมเป็นมรดกตกทอดไปสู่ทายาทของบุคคลดังกล่าว

นายจ้างหรือผู้ว่าจ้าง หน่วยราชการ องค์การของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ

สิทธิขอรับสิทธิบัตรสำหรับการประดิษฐ์เพื่อการออกแบบ ซึ่งลูกจ้างได้ประดิษฐ์หรือออกแบบขึ้น โดยการทำงานตามสัญญาจ้างหรือโดยสัญญาจ้างที่มีวัตถุประสงค์ให้ทำการประดิษฐ์หรือออกแบบย่อมตกให้แก่นายจ้าง เว้นแต่สัญญาจ้างจะระบุไว้เป็นอย่างอื่นและในกรณีที่แม้สัญญาจ้างจะไม่เกี่ยวข้องกับการประดิษฐ์แต่ลูกจ้างได้ทำการประดิษฐ์สิ่งหนึ่งซึ่งได้ด้วยการใช้วิธีการสถิติ หรือรายงาน ซึ่งลูกจ้างสามารถใช้หรือล่วงรู้ได้เพราะการเป็นลูกจ้างตามสัญญาจ้างนั้น สิทธิขอรับสิทธิบัตรก็ย่อมตกเป็นของนายจ้างด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามในกรณีต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น ลูกจ้างมีสิทธิได้รับบำเหน็จพิเศษจากนายจ้าง สิทธิที่จะได้รับบำเหน็จพิเศษนี้เป็นสิทธิเด็ดขาด นายจ้างจะเขียนสัญญาตัดสิทธิดังกล่าวของลูกจ้างไม่ได้ อุบัติกรรมทรัพย์สินทางปัญญามีสิทธิกำหนดจำนวนบำเหน็จพิเศษ ในกรณีที่ผู้ประดิษฐ์หรือผู้ออกแบบเป็นข้าราชการ พนักงานขององค์การของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ และข้าราชการหรือพนักงานดังกล่าวมีหน้าที่ที่จะต้องทำการประดิษฐ์หรือออกแบบสิทธิขอรับสิทธิบัตรย่อมตกให้แก่หน่วยราชการองค์การของรัฐ หรือ รัฐวิสาหกิจนั้น โดยข้าราชการหรือพนักงานซึ่งเป็นผู้ประดิษฐ์ หรือผู้ออกแบบนั้นมีสิทธิได้รับบำเหน็จพิเศษ เว้นแต่จะมีระเบียบกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น

ผู้รับโอนสิทธิขอรับสิทธิบัตรจากบุคคลอื่น

สิทธิขอรับสิทธิบัตรเป็นทรัพย์สินซึ่งอาจโอนให้แก่กันได้ ดังนั้น ผู้ที่มีสิทธิขอรับสิทธิบัตรเช่นผู้ประดิษฐ์ หรือผู้ออกแบบ หรือทายาทของผู้ประดิษฐ์หรือผู้ออกแบบหรือนายจ้าง หรือผู้ว่าจ้าง จึงอาจโอนสิทธิดังกล่าวให้แก่บุคคลอื่นได้ การโอนสิทธิขอรับสิทธิบัตรต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อผู้โอนและผู้รับโอน ในกรณีที่ผู้ประดิษฐ์ร่วมหลายคนเป็นผู้โอน ผู้ประดิษฐ์ร่วมทุกคนต้องลงลายมือชื่อร่วมกัน หากไม่ทำตามแบบที่กฎหมายกำหนดไว้ดังกล่าว การโอนย่อมตกเป็นโมฆะบุคคลที่มีสิทธิขอรับสิทธิบัตรทั้ง 3 ประเภทดังกล่าวข้างต้น จะต้องเป็นบุคคลสัญชาติไทย หรือมีสัญชาติของประเทศที่ยินยอมให้บุคคลสัญชาติไทยขอรับสิทธิบัตรในประเทศนั้นได้

การจดสิทธิบัตรของ WISE PACK

ผลิตภัณฑ์ WISE PACK เป็นผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาจากปัญหาของกระป๋องในปัจจุบันที่ผู้บริโภคได้ประสบอยู่ ซึ่งผลิตภัณฑ์จะเกิดจากการพัฒนาจากผลิตภัณฑ์ปัจจุบันในตลาดให้มีสภาพที่เหมาะสมต่อการใช้งาน และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม

ดังนั้น การจดสิทธิบัตรของกระป๋องกระดาษ WISE PACK จึงไม่เข้าข่ายของการประดิษฐ์ใหม่ หากแต่เป็นเพียงการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ จึงสามารถจดสิทธิบัตรในประเภทที่มีอายุ 10 ปี