

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญตาราง.....	(9)
สารบัญภาพประกอบ.....	(10)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ข้อมูลบริษัท.....	1
1.2 อาการ และปัญหาของธุรกิจการดำเนินงานที่พบในปัจจุบัน.....	6
1.3 วัตถุประสงค์ของข้อเสนองานให้คำปรึกษา	11
 2. วิธีการศึกษาปัญหา	13
2.1 วิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และเหตุปัญา.....	13
2.1.1 สภาพตลาดปัจจุบัน	13
2.1.1.1 การตลาดต่างประเทศ.....	13
2.1.1.2 การตลาดในประเทศ.....	14
2.1.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ และสภาพแวดล้อม	23
2.1.2.1 สภาพแวดล้อมภายใน.....	23
2.1.2.2 สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับลูกค้า.....	25
2.1.2.3 สภาพแวดล้อมภายนอก.....	25
2.1.3 กลยุทธ์ทั่วไปทางการแข่งขัน.....	29
2.1.3.1 กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ	29
2.1.3.2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	29
2.1.3.3 กลยุทธ์การมุ่งเน้นตลาดเป้าหมายโดยเฉพาะ	31

2.1.4	กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า (Branding)	32
2.1.5	การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรค และโอกาส	36
	จุดแข็ง (Strengths)	36
	จุดอ่อน (Weaknesses)	37
	โอกาส (Opportunities)	37
	อุปสรรค (Threats)	38
2.1.6	การวิเคราะห์อำนาจทางการแข่งขัน (Five Forces Analysis)	38
	- ผู้ประกอบการ และการแข่งขันในอุตสาหกรรมฯ.....	
	(Rivalry among Established Firm)	39
	- การเข้าสู่ตลาดของคู่แข่งรายใหม่.....	
	(Potential New Entrants).....	40
	- สินค้าทดแทน.....	
	(Substituted Product of Services)	42
	- อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ	
	(Bargaining Power of Customer).....	42
	- อำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบ.....	
	(Bargaining Power of Supplier)	43
2.1.7	ส่วนผสมทางการตลาด	43
2.1.7.1	ผลิตภัณฑ์ (Product)	44
2.1.7.2	ราคาจำหน่าย (Price)	45
2.1.7.3	สถานที่ (Place).....	46
2.1.7.4	การส่งเสริมการขาย (Promotion).....	47
2.1.8	ส่วนผสมทางการค้าปลีก.....	47
	- Merchandise assortments: สินค้าภายในร้าน	48
	- Pricing: ราคาขาย	49
	- Communications mix	49
	- Store design and display	53
	- Customer service	53
	- Location: สถานที่ประกอบการ	53

3. แนวทางการศึกษาของปัญหา	55
3.1 แนวทางการศึกษาของปัญหา.....	55
3.1.1 การค้นหาปัญหาโดยใช้ทฤษฎี หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้อง.....	56
3.1.2 การวางแผนงาน.....	57
3.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	57
3.1.4 คาดหมายหาทางออกของปัญหา.....	57
3.1.5 ระบุวิธีแก้ปัญา	57
3.1.6 สรุปผล.....	58
3.2 สรุปปัญหาขององค์กร	58
3.3 ขั้นตอนการแก้ไข และการปรับปรุง.....	59
3.3.1 การวิเคราะห์ 3 ปัจจัยในการทำธุรกิจ (3C's).....	59
3.3.1.1 การวิเคราะห์ตัวเอง (Company)	60
3.3.1.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor)	61
3.3.1.3 การวิเคราะห์ลูกค้า (Customer).....	64
3.3.2 การจัดกลุ่มลูกค้า, การเลือกลูกค้า และกำหนดจุดยืน	65
3.3.2.1 จัดกลุ่มลูกค้า (Segmentation)	65
3.3.2.2 การเลือกลูกค้า / ตลาดเป้าหมาย (Targeting).....	66
3.3.2.3 การกำหนดจุดยืน (Positioning).....	66
3.4 แผนการดำเนินงาน (Implementation Plan)	68
4. ทางออกของปัญหา (Solution)	70
4.1 ทางออกของปัญหา (Solution)	70
4.1.1 การสร้างตราสินค้า (Branding)	70
4.1.2 ด้านการตลาด.....	73
4.1.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)	73
4.1.2.2 ราคาจำหน่าย (Price)	77
4.1.2.3 สถานที่ (Place).....	77

4.1.2.4	การส่งเสริมการขาย (Promotion).....	79
4.1.3	ด้านการดำเนินงาน / การจัดซื้อ จัดหาผู้ผลิต.....	80
4.1.4	ด้านบุคคล.....	81
4.1.5	ด้านการเงิน การบัญชี.....	82
5.	งบประมาณการดำเนินงาน	84
6.	บทสรุป.....	94
ภาคผนวก		
ก.	ประวัติผ้าไหม (Thai Silk History)	98
ข.	วิธีการทำผ้าไหม (Thai Silk Making)	102
บรรณานุกรม		111
ประวัติการศึกษา.....		113