

1.1 ข้อมูลบริษัท

การค้าปลีก เป็นกิจกรรมการขายสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย (Final Consumers) โดยมี “ร้านค้าปลีก” เป็นองค์กรสำคัญ ซึ่งร้านค้าปลีกนั้นมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา มีการแบ่งเป็นประเภทต่างๆ และมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้น จึงต้องมีการตัดสินใจ และใช้กลยุทธ์อย่างเข้มข้น เพื่อประสบความสำเร็จ และทำให้ได้เปรียบเชิงการแข่งขัน

ธุรกิจค้าปลีกผ้าไหม ทอมสัน เจมส์ บรอนซ์ แอนด์ ไทยซิลค์ ในปัจจุบันมุ่งเน้นจำหน่ายสินค้าประเภทผ้าไหมอย่างเดียว ซึ่งจัดเป็นร้านค้าปลีกประเภท ร้านค้าปลีกเฉพาะอย่าง (Specialty Store) ที่เน้นขายสินค้าเกี่ยวกับผ้าไหม ดำเนินการโดย ซื้อมาและขายไป

ประวัติของการดำเนินกิจการเริ่มจากการได้เป็นพนักงานร้านทองเหลือง และมีโอกาสได้ไปติดต่อกู้ยืมที่ต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น นอกจากการไปทำตลาดสินค้าทองเหลืองแล้ว ยังเห็นโอกาสในความต้องการของสินค้าไทยของลูกค้านอกเหนือจากสินค้าทองเหลือง ธุรกิจค้าปลีกผ้าไหม ทอมสัน เจมส์ บรอนซ์ แอนด์ ไทยซิลค์ ถือกำเนิดจากแรงบันดาลใจ ความอดทน และความมุ่งมั่นของคนสองคน ที่เห็นโอกาส และจะสร้างชีวิตครอบครัวประกอบกิจการเป็นของตัวเอง ด้วยการทำงานสะสมเงินทุนจนสามารถเปิดกิจการขนาดเล็กเป็นของตัวเองได้ โดยเริ่มจากสินค้าที่ผู้บริหาค้นเคยเป็นอย่างดี คือ สินค้าทองเหลือง และสินค้าที่เห็นโอกาสทางการขายเพิ่มขึ้นด้วย คือ เครื่องประดับ และผ้าไหม โดยจัดทำเป็นธุรกิจซื้อมาขายไปขนาดเล็กของครอบครัว ไม่ได้เป็นผู้ผลิตเอง มีการบริหารงาน 2 คนเป็นหลัก ทำการจดทะเบียนพาณิชย์ จึงถือกำเนิดขึ้น ณ วันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2525 จวบจนปัจจุบันเป็นเวลากว่า 24 ปี ในระหว่างนั้น ก็ได้มีการนำสินค้าอื่นเข้ามาจำหน่าย เช่น ไม้แกะสลัก ถือเป็นการลองผิดลองถูก เพื่อหารายได้เพิ่มเรื่อยมา จนถึงเหตุการณ์น้ำท่วมกรุงเทพ ในปี 2538 ทำให้สินค้าที่อยู่ในสต็อกบางส่วนโดนน้ำเสียหาย และในปี 2540 เกิดภาวะเศรษฐกิจฝ่อซบเซา ทำให้การขายชะงักงันอย่างต่อเนื่อง ทำให้เจ้าของกิจการเริ่มลดค่าใช้จ่าย โดยไม่มีการสั่งเพิ่มสินค้าที่คิดว่าไม่ก่อให้เกิดผลกำไร เนื่องจากความต้องการของลูกค้าในสินค้าทองเหลือง ไม้แกะสลัก และจิวเวลรี่ ฯลฯ ลดจำนวนลงอย่างมาก ทำให้กลายเป็นสินค้าที่ไม่มีการหมุนเวียนและเหลือค้างในที่สุด จึงหันมามุ่งขายเฉพาะสินค้าที่คิดว่าสร้างผลกำไร คือ สินค้าเกี่ยวกับผ้าไหม โดยยังไม่ได้ทำการพัฒนาร้านตัวเองให้

เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน แต่มองว่าธุรกิจด้านนี้อึดตัว โดยดูจากผลประกอบการที่ยังไม่ดีขึ้น จากการสัมภาษณ์ของเจ้าของกิจการ การดำเนินกิจการในอดีตมีรายได้ดีกว่าปัจจุบัน เนื่องจากที่ผ่านมานั้นลูกค้าผ้าไหมต่างชาติ นักท่องเที่ยว มีจำนวนมาก และต้องการหาซื้อสินค้าตามร้านที่ใกล้แหล่งการค้า ธุรกิจ บนถนนสีลม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัททั้งคนไทยและต่างชาติ และแหล่งท่องเที่ยว ถึงแม้จะมีร้านเฉพาะอย่างที่ขายสินค้าแบบนี้เป็นจำนวนมาก ณ ขณะนั้น ซึ่งมีถึง 5 ร้านที่อยู่ในทำเลเดียวกัน บนถนนสุขุมวิทเหมือนกัน ก็ยังสามารถขายได้เป็นจำนวนมาก แต่เมื่อพบปัญหาเศรษฐกิจซบเซา บางร้านจึงปิดกิจการลง ปัจจุบันเหลือเพียงแค่ 4 ร้าน ที่อยู่ในบริเวณเดียวกัน และในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงขึ้น จากผู้ประกอบการรายอื่น ที่ไม่ใช่แต่ร้านค้าปลีกเท่านั้น ที่เริ่มเข้าสู่ตลาด เนื่องจากการสนับสนุนจากภาครัฐบาลต่อผู้ผลิต ทำให้ผู้ซื้อสามารถซื้อสินค้าได้จากผู้ผลิตเองได้โดยตรงตามงานส่งเสริมต่างๆ ของทางภาครัฐ รวมถึงภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน ภาวะความไม่สงบในประเทศ และด้านการเมืองซึ่งส่งผลกระทบต่อการค้าสินค้าท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จนทำให้เจ้าของกิจการเริ่มมองหาโอกาสการทำรายได้จากทางอื่น จึงหันมาเปิดธุรกิจด้านความบันเทิงในปี 2547 เพื่อเป็นการเสริมรายได้ จากธุรกิจผ้าไหมที่กำลังลดลงอย่างต่อเนื่อง

ผู้ให้คำปรึกษาเห็นว่า การบริหารจัดการภายในของทางร้าน ยังคงรูปแบบเดิมมาโดยตลอดเป็นเวลา 24 ปี โดยไม่มีการพัฒนาตัวเองให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน ล้วนส่งผลให้ยอดขายชะลอตัวลง จนทำให้ผู้จัดทำเกิดแนวความคิดที่อยากจะปรับปรุงกิจการ

ดังนั้นการให้คำปรึกษารั้งนี้จึงมีความมุ่งหมายที่จะนำความรู้ที่ได้ศึกษามาทำการวิเคราะห์เหตุปัจจัยปัญหา พร้อมทั้งหาทางออกของปัญหา โดยอาศัยการบูรณาการองค์ความรู้เข้าไปจัดการ เกี่ยวกับการบริหารจัดการภายใน และตัวสินค้า โดยปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ ดูสภาพแวดล้อมทั้งภายนอก ภายใน ของตลาด จุดด้อย จุดเด่น โอกาส และข้อจำกัด ในตัวบริษัทเอง แรงแผ่ผลักดันต่างๆ ที่อาจส่งผล การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดที่เหมาะสม และส่วนผสมทางการค้าปลีก ที่ต้องคำนึงถึง เพื่อปรับเปลี่ยนไปในทางที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัว อันนำมาสู่ความสามารถในการแข่งขัน และความอยู่รอดในตลาด

ตารางที่ 1.1

ประวัติของกิจการ

- ปี 2510 เป็นพนักงานร้านสินค้าทองเหลือง
- ปี 2525 เปิดกิจการ ทอมสัน เจมส์ บรอนซ์ แอนด์ ไทยซิลค์
- ปี 2527 เปลี่ยนสถานที่จากการเช่า ย้ายมาตรงที่ปัจจุบันซึ่งเป็นที่ดินของตัวเอง

- ปี 2528 ขยายลักษณะสินค้าที่นำมาขาย
- ปี 2538 สินค้าบางส่วนเสียหายจากเหตุการณ์น้ำท่วม
- ปี 2540 การขายเริ่มซบเซา จากเศรษฐกิจฟองสบู่แตก
- ปี 2541 มุ่งเน้นการขายสินค้าผ้าไหม
- ปี 2547 เปิดกิจการด้านความบันเทิง
- ปี 2549 วางแผนปรับปรุงร้าน
- ทำเลที่ตั้ง : 35/3-5 ถ.สุริวงส์ ตรงข้ามโรงแรมมณเฑียร กทม.10500

ลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น พื้นที่ทั้งสิ้น 70 ตร.วา โดยใช้ชั้น 1 เป็นพื้นที่ขาย และชั้น 2-3 เป็นที่อยู่อาศัย ไม่มีสาขา จัดจำหน่ายผ้าไหมแท้ และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผ้าไหม โดยมีสินค้าที่ทางร้านขาย ในสัดส่วนเป็นเปอร์เซ็นต์ (%) ที่ขายได้ ดังนี้

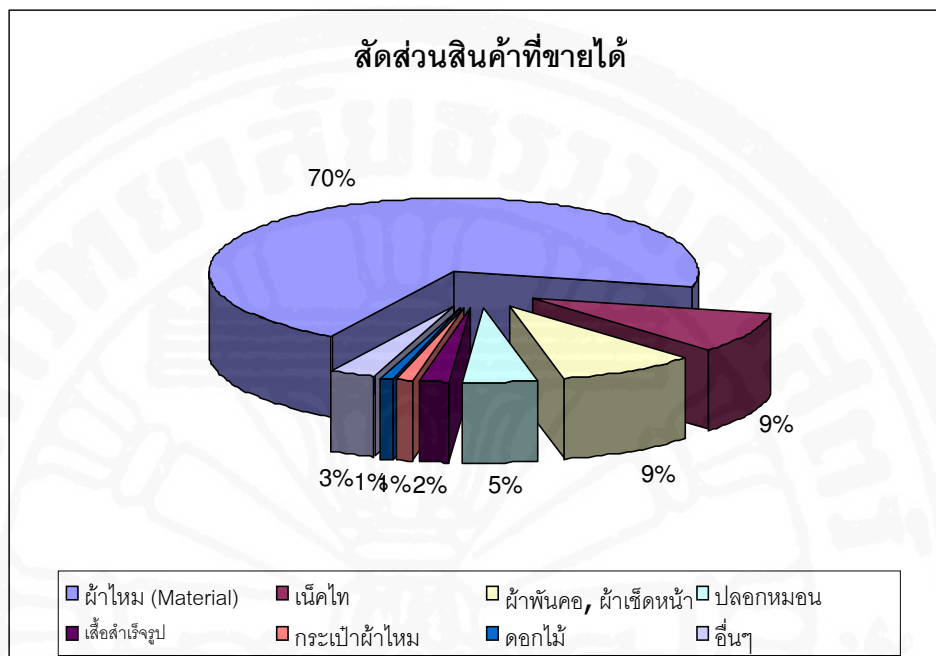
ตารางที่ 1.2

สัดส่วนร้อยละสินค้าที่ขายได้

ผ้าไหม	เน็คไท	ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า	ปลอก หมอน	เสื้อผ้า สำเร็จรูป	กระเป๋า	ดอกไม้	อื่นๆ
70%	9%	9%	5%	2%	1%	1%	3%

หมายเหตุ: การคำนวณเปอร์เซ็นต์ (%) ที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลยอดขาย ที่ผ่านมาในอดีตจาก

รูปภาพที่ 1.1
สัดส่วนร้อยละสินค้าที่ขายได้



ลักษณะธุรกิจเป็นการซื้อมาและติดตราหือเป็นของตนเอง การซื้อนั้นจะเป็นการซื้อผ่านโรงงานอุตสาหกรรมทอผ้า โดยปกติจะรับสินค้าจาก โรงงานทอผ้า 4-5 ราย มีทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด โรงงานที่อยู่ในกรุงเทพ สามารถกำหนดสี และลวดลายได้ สามารถสั่งของที่เร่งด่วนได้ เนื่องจากอาศัยอยู่ในกรุงเทพ ง่ายต่อการขนส่ง ในส่วนของโรงงานในต่างจังหวัด ซึ่งมีราคาต่ำกว่า แต่ไม่สามารถกำหนดสีและลวดลายตามที่เราต้องการได้ และเนื่องจากไม่ใช่แหล่งผลิตเอง เป็นคนกลางของสินค้า จึงต้องมีความมั่นใจว่าสินค้าที่ซื้อมาและขายไปในแต่ละครั้งมีระดับคุณภาพเท่าเทียมกัน การตัดสินใจในการคัดเลือกตัวสินค้านั้น จะใช้ประสบการณ์ที่สั่งสมมาเป็นระยะเวลายาวนานเป็นหลัก และผู้ผลิตที่ใช้อยู่ (Supplier) ซึ่งเป็นผู้ผลิตที่มีอยู่จริง แต่ขอสงวนนาม ได้แก่

1. บริษัท A : กรุงเทพ

เป็นอุตสาหกรรมทอผ้าแบบครัวเรือน ทำกิจการทอผ้าไหมมาเป็นเวลา 30 กว่าปี โดยรับซื้อเส้นไหม แล้วมาทำการทอเอง เมื่อทอเสร็จก็นำไปเสนอขายตามร้านขายปลีก การสั่งทอต้องสั่งอย่างน้อย 1 กี่ (100 หลา) โดยสามารถแบ่งได้เป็น 5 สี

2. บริษัท B : กรุงเทพ

เป็นโรงงานทอผ้าขนาดเล็ก รับทอผ้าเพื่อส่งสินค้าให้ร้านค้าปลีกต่างๆ ใน กรุงเทพฯ เป็นจำนวนมาก สามารถสั่งสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้

3. บริษัท C : นครราชสีมา

เป็นโรงงานทอผ้าขนาดปานกลาง มีการทอผ้าเป็นจำนวนมาก แล้วนำเข้ามาหา ตลาดในกรุงเทพฯ โดยไม่เสียค่าขนส่ง เนื่องจากผู้ผลิตนำเข้ามาส่งร้านค้าปลีกต่างๆ

4. บริษัท D : นครราชสีมา

เป็นโรงงานทอผ้า มีการทอผ้าจำนวนมาก แล้วนำเข้ามาส่งที่กรุงเทพฯ เพื่อหาตลาด โดยไม่เสียค่าขนส่งเนื่องจากนำสินค้ามาเสนอตามร้านค้าปลีกต่างๆ ในกรุงเทพฯ

5. บริษัท E : กรุงเทพฯ

เป็นโรงงานในการเย็บ ปอดกหมอน ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า ซึ่งสามารถที่จะเอาผ้า ที่ร้านไปให้เย็บได้ตามความต้องการของลูกค้า

6. บริษัท F : กรุงเทพฯ

เป็นโรงงานเย็บเนคไท ซึ่งมีหน้าร้านค้าปลีกเป็นของตนเอง แต่เพิ่มฐานลูกค้าโดย ขายส่งตามร้านค้าปลีกต่างๆ ในกรุงเทพฯ

7. บริษัท G : กรุงเทพฯ

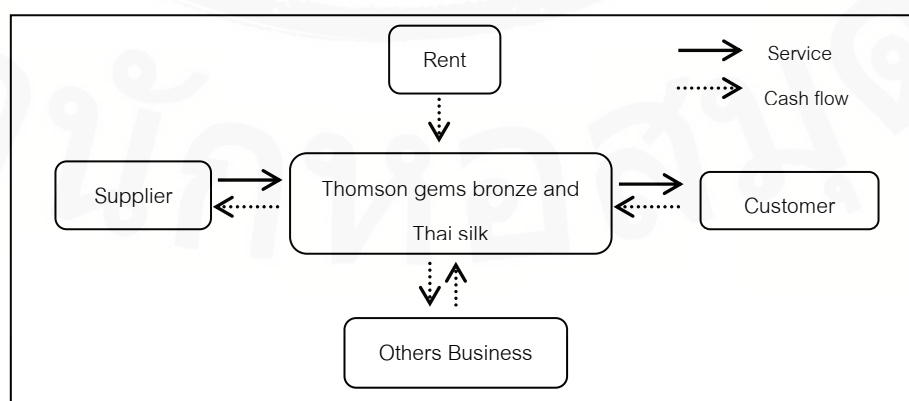
เป็นโรงงานเย็บเนคไท ขายส่งตามร้านค้าปลีกต่างๆ ในกรุงเทพฯ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ขายอยู่ในปัจจุบัน เป็นการขายปลีกกับรายย่อย โดยจะเป็น ลูกค้าต่างชาติ 65 % ลูกค้าในประเทศ 35 %

ลักษณะของธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน

รูปภาพที่ 1.2

ลักษณะของธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน



ลักษณะของธุรกิจที่ทำอยู่ในปัจจุบัน คือ ธุรกิจมีรายได้จาก การให้เช่าพื้นที่ข้างเคียง มีค่าใช้จ่ายในการจัดหาสินค้ามาขาย ให้แก่ลูกค้าเพื่อให้ได้รายรับ รวมถึงมีรายได้ และค่าใช้จ่าย ในอีกกิจการหนึ่งประกอบด้วย

1.2 อาการ และปัญหาของธุรกิจการดำเนินงานที่พบในปัจจุบัน

อาการที่พบ : รายได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง

โดยมีสถานการณ์ทางการเงิน ในรายได้รวม และค่าใช้จ่ายรวม ของร้านที่ผ่านมา 3 ปี (ปี 2546 - 2548) เป็นดังนี้

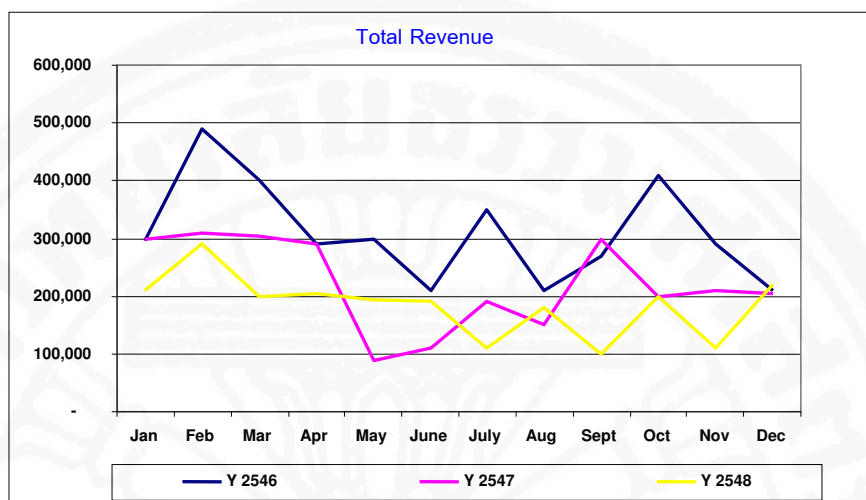
รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน อยู่ที่ประมาณ	238,000	บาท
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อเดือน อยู่ที่ประมาณ	322,000	บาท

ตารางที่ 1.3

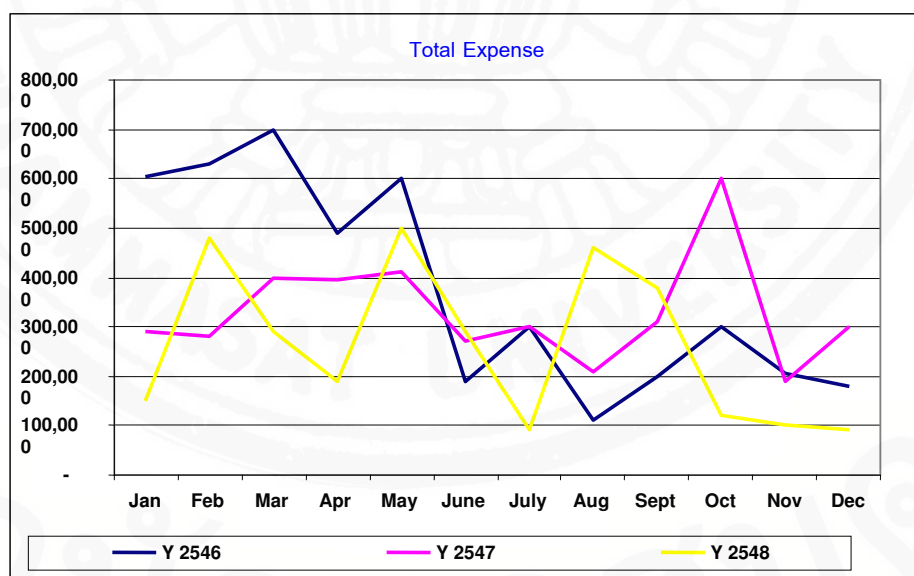
รายรับ-รายจ่าย ปี 2546-2548

	2546		2547		2548	
	Revenue	Expense	Revenue	Expense	Revenue	Expense
Jan	295,000	605,000	300,000	290,000	210,000	150,000
Feb	490,000	630,000	310,000	280,000	290,000	480,000
Mar	400,000	700,000	305,000	400,000	200,000	290,000
Apr	290,000	490,000	290,000	395,000	205,000	190,000
May	300,000	600,000	90,000	410,000	195,000	500,000
June	210,000	190,000	110,000	270,000	190,000	290,000
July	350,000	300,000	190,000	300,000	110,000	90,000
Aug	210,000	110,000	150,000	210,000	180,000	460,000
Sept	270,000	200,000	300,000	310,000	100,000	380,000
Oct	410,000	300,000	200,000	600,000	200,000	120,000
Nov	290,000	205,000	210,000	190,000	110,000	100,234
Dec	210,000	180,000	205,000	300,000	220,000	90,000

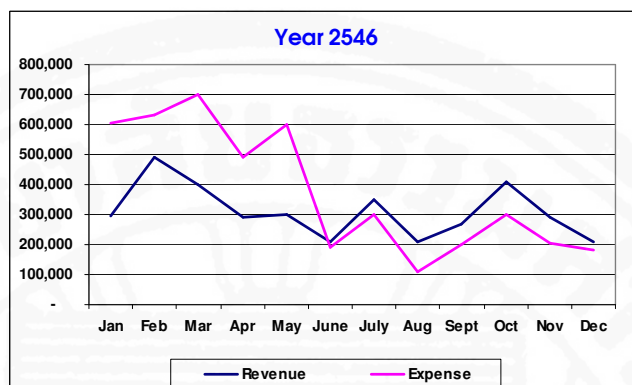
รูปภาพที่ 1.3
รายได้รวม ปี 2546-2548



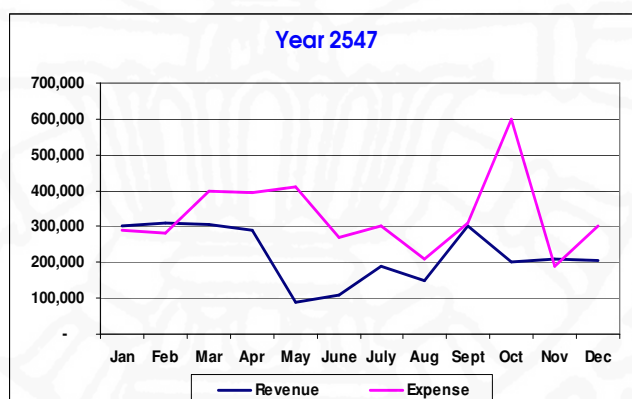
รูปภาพที่ 1.4
ค่าใช้จ่ายรวม ปี 2546-2548



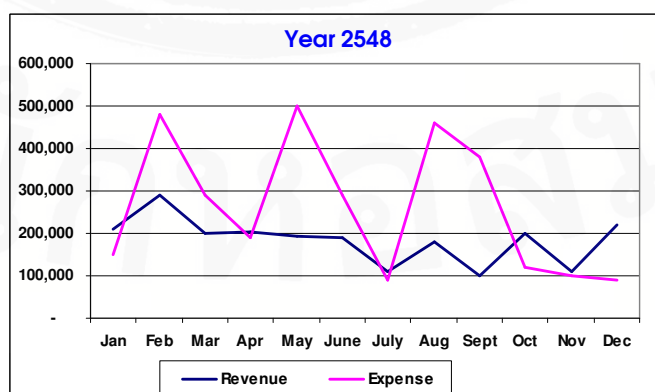
รูปภาพที่ 1.5
รายได้ และค่าใช้จ่าย ปี 2546



รูปภาพที่ 1.6
รายได้ และค่าใช้จ่าย ปี 2547



รูปภาพที่ 1.7
รายได้ และค่าใช้จ่าย ปี 2548



จากข้อมูลและตารางข้างต้น พบว่าทั้งค่าใช้จ่าย และรายได้ มีความผันผวน และหาสาเหตุที่ชัดเจนไม่ได้ เพราะการบริหารจัดการด้านการทำบัญชี ที่ไม่เป็นระบบ ทำให้ข้อมูลได้ยาก

ปัญหาของธุรกิจที่พบในปัจจุบัน

เนื่องจากเป็นธุรกิจของครอบครัวขนาดเล็ก ที่ยังขาดการบริหารจัดการในด้านต่างๆ ที่เป็นระบบ รวมถึงการบริหารงานในรูปแบบเดิม ซึ่งไม่เพียงพอกับสภาพปัจจุบัน ขาดการพัฒนาตนเอง ทั้งพื้นฐานการจัดการที่ไม่เป็นระบบ ขาดการวิเคราะห์สถานการณ์ทั้งภายใน และภายนอก รวมถึงการคาดคะเนสถานการณ์ในอนาคต ขาดการปรับตัวอย่างทันท่วงที ส่วนใหญ่ดำเนินงานตามประสบการณ์ที่เคยทำมาเพียงอย่างเดียวและไร้ทิศทาง จึงจำเป็นต้องมีรูปแบบการจัดการ แนวความคิดใหม่ๆ และหลากหลาย รวมถึงการอาศัยโอกาสทางธุรกิจที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นตัวผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และการช่วยประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักในสินค้ามากขึ้น นำมาใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม และควรเข้าใจโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจ รู้ปัจจัยหรือวิธีการจัดการรวมถึงการวางกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ และวิสัยทัศน์ต่อธุรกิจนี้ในอนาคต เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ และพัฒนาขยายธุรกิจให้ก้าวหน้าอย่างยั่งยืนได้

รายได้ที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นอาการที่แสดงถึงปัญหา ทำให้ต้องหันมาดูว่ามีสาเหตุมาจากปัจจัยเรื่องใด และปัญหาใหญ่ที่นำไปสู่ ปัญหาอื่นๆ คือ การบริหารจัดการ

ปัญหาของการบริหารจัดการ

จากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการพบว่า ความคุ้นเคยในรูปแบบการบริหารแบบเดิม ตลอดเวลา 24 ปีที่ผ่านมา ทำให้ไม่ทันต่อความเปลี่ยนแปลงในสภาพปัจจุบัน ทั้งทางด้านการบัญชี การเงิน การจัดซื้อ การตลาด ดังนี้

การตลาด :

ปัจจัยทางการตลาด เป็นส่วนที่ทำให้ตัวสินค้าประสบความสำเร็จได้ โดยต้องพิจารณาถึง Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion – 4Ps) เนื่องจากตัวสินค้าที่ยังไม่แตกต่างกันมากนัก ไม่ได้เป็นผู้นำด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอยู่เพียงร้านเดียว ไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายทางอื่น และการตกแต่งภายใน การจัดเรียงสินค้า ที่ยังไม่ดึงดูดมากนัก ควรพิจารณาว่าจุดไหนที่สามารถแก้ไข หรือปรับให้เป็นจุดแข็งได้ ควรริบดำเนินการโดยด่วน โดยอาจยังไม่ต้องทำทุกตัว เนื่องจาก เวลา เงินทุน ที่จำกัด ปัญหาสำคัญที่พบ คือเรื่องของ ผลิตภัณฑ์

และการจัดเรียงสินค้า ที่ยังไม่แตกต่างจากคู่แข่งในบริเวณใกล้เคียงกัน ดังนั้น ในส่วนของ การตลาดจึงควรปรับเปลี่ยนในส่วนนี้ก่อน

การดำเนินงาน / การจัดซื้อ :

เนื่องจากเป็นธุรกิจค้าปลีกที่ซื้อมาขายไป ดังนั้นการคัดเลือกซัพพลายเออร์ จึงมีความสำคัญมาก เพื่อให้สินค้าที่จำหน่ายไปสู่ลูกค้าเป็นมาตรฐานเท่าเทียมกัน การที่ยังดำเนินการในรูปแบบเดิม และยังไม่ให้ความมั่นใจจากผู้ขายส่งรายเดิมๆ ส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินงานที่ยังสูงอยู่ และไม่มีการจัดหาผู้ขายส่งรายใหม่ๆ ซึ่งในปัจจุบัน มีให้เลือกอย่างหลากหลาย ทั้งจากตัวผู้ผลิตเองโดยตรง หรือโรงงานทอผ้าอื่นๆ เพื่อทำการเปรียบเทียบ หรือเพื่อเป็นการพัฒนาสายผลิตภัณฑ์ให้แตกต่าง และทันสมัยขึ้น การเลือก ซัพพลายเออร์ที่ดี จะช่วยทำให้ต้นทุนการดำเนินงานสามารถลดลงได้

บุคลากร :

จากการดำเนินงานเพียง 2 คน ทำให้ไม่สามารถดำเนินการทุกอย่าง ได้อย่างครอบคลุม เนื่องจากไม่มีพนักงาน เพื่อจัดสรรหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้งานเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การบัญชี การเงิน :

การที่ธุรกิจทำบัญชีเพียงยอดรายรับ - รายจ่ายเท่านั้น โดยบันทึกลงสมุดมาโดยตลอด โดยไม่มีโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาช่วยในการทำงานเลย เนื่องจากผู้บริหารไม่ได้มีการพัฒนาตนเอง ให้เข้ากับยุคสมัยในปัจจุบัน เนื่องจากอายุที่ค่อนข้างมาก จึงไม่มีการที่จะศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม ทำให้ไม่มีการคาดการณ์แนวโน้มรายรับ - รายจ่ายในอนาคต ทำให้เกิดความผิดพลาด เมื่อเกิดปัญหายอดขายลดลง ก็ไม่สามารถระบุสาเหตุที่ชัดเจนได้ว่า เกิดจากต้นทุนการดำเนินงานในส่วนไหน เช่น อาจเกิดจากการมีสินค้าคงคลังมากเกินไป ค่าใช้จ่ายด้านอื่น ค่าดอกเบี้ย หรือ ต้นทุนสินค้าที่สูงมากกว่าคู่แข่ง ทำให้เมื่อตั้งราคาขายในจุดที่แข่งขันได้ ก็ทำได้กำไรน้อยลงก็เป็นได้

1.3 วัตถุประสงค์ของข้อเสนองานให้คำปรึกษา

1. เพื่อศึกษาปัญหา และหาแนวทางแก้ไข ให้สามารถพัฒนายอดขาย และกำไรให้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และอยู่รอดในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันได้

2. เพื่อศึกษาหาวิธีการสร้าง Tangible asset เช่น การปรับเปลี่ยนสายผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงตกแต่งสถานที่ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งกลุ่มลูกค้าเดิม และกลุ่มลูกค้าในอนาคตได้

3. เพื่อศึกษาหาวิธีการสร้าง Intangible asset โดยมีการจัดทำการตลาด เพื่อช่วยด้าน ชื่อเสียงของบริษัท การขาย และศึกษาการสร้างตราสินค้า เพื่อช่วยสร้างกลุ่มลูกค้าที่มี Royalty ต่อบริษัท

4. เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) เพื่อให้สามารถเลือก Partner, Supplier ที่มีคุณภาพ และส่งสินค้าที่มีเพิ่มมูลค่า (Value added) สู่ลูกค้า

วิสัยทัศน์ และเป้าหมายในอนาคตที่ต้องการจะเป็น

ทางบริษัทต้องการเป็นหนึ่งในผู้มีชื่อเสียงด้านธุรกิจค้าปลีก เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยสร้างสรรค์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการพยายามนำแนวความคิดทางการตลาดสมัยใหม่เข้ามาผสมผสานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าภายใน และนอกประเทศ มุ่งให้ความสำคัญทั้งด้านคุณภาพ การใช้งาน และความสวยงาม ให้เกินกว่าที่ลูกค้าต้องการ

กลยุทธ์ในการปรับปรุง

สิ่งที่ผู้ให้คำปรึกษาจะนำมาใช้ ประกอบด้วยขั้นตอนต่อไปนี้

1. ศึกษาถึงสภาพการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันโดย
 - ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ ปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน ซึ่งประกอบด้วย SWOT Analysis, 5 Force Model, ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยทางการค้าปลีก
 - ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จะทำให้ทราบถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และสภาพต่างๆ ที่บริษัทเผชิญอยู่
2. เป้าหมายในอนาคตของธุรกิจ
 - นำผลจากการวิเคราะห์ มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดทิศทาง

- ให้ได้ผลลัพธ์ในการกำหนดทิศทาง เป้าหมายด้านลูกค้า จุดหมาย นโยบาย และ ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

3. วิธีการและขั้นตอนเพื่อบรรลุเป้าหมาย

- โดยใช้เครื่องมือ วิธีการ และกลยุทธ์ต่างๆ
- เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ เป็นกลยุทธ์เพื่อนำมาปฏิบัติ และจัดทำแผนทางการเงิน

