



## ธุรกิจของที่ระลึก ของชำร่วย และของพรีเมียม (Start-up Business)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ธันวาคม 2554

ปัจจุบัน ตลาดของที่ระลึก ของชำร่วย และของพรีเมียมในประเทศไทยนับว่าเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ และยังมีโอกาสในการขยายตลาดค่อนข้างสูง โดยมีมูลค่าตลาดประมาณ 10,000 ล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 10-15 (YoY)<sup>1</sup> ซึ่งการขยายตัวของตลาดได้รับแรงกระตุ้นจากความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ตามวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ประโยชน์ที่มีความหลากหลาย เช่น การมอบให้เพื่อเป็นของที่ระลึกในช่วงโอกาสต่างๆ และการใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาด ทั้งนี้ ตลาดของที่ระลึก ของชำร่วย และของพรีเมียม สามารถจำแนกตามประโยชน์ในการนำสินค้าไปใช้งาน และกลุ่มลูกค้าได้เป็น 2 กลุ่มหลักๆ ดังนี้

	ของที่ระลึก ของชำร่วย	ของพรีเมียม
การนำไปใช้ประโยชน์	ใช้เป็นสิ่งของที่เก็บสะสมไว้ หรือใช้เป็นที่ระลึก เพื่อเตือนความทรงจำเกี่ยวกับเรื่องราว และเหตุการณ์ต่างๆ	ใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดของธุรกิจต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้รับระลึกถึง และจดจำตราสินค้า/ยี่ห้อสินค้าของบริษัท
กลุ่มลูกค้า	<p><b>กลุ่มลูกค้าธุรกิจ</b> ร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก/ของชำร่วย ห้างสรรพสินค้า และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ</p> <p><b>กลุ่มลูกค้าบุคคล</b> ต้องการของที่ระลึก/ของชำร่วยเพื่อมอบให้ในงานสำคัญ เช่น งานแต่งงาน ทำบุญบ้าน งานศพ ฯลฯ นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มผู้เก็บสะสมของที่ระลึกต่างๆ</p>	<p><b>กลุ่มลูกค้าธุรกิจ</b> ที่ต้องการสินค้าของพรีเมียมเพื่อมอบให้ลูกค้าในช่วงโอกาสสำคัญต่างๆ เช่น วันปีใหม่ การเปิดตัวสินค้า/ผลิตภัณฑ์ใหม่</p> <p>สมนาคุณแก่ลูกค้าคนพิเศษ ฯลฯ</p>

การประกอบธุรกิจของที่ระลึก ของชำร่วย และของพรีเมียม มีทั้งผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตสินค้า และผู้จัดจำหน่ายสินค้า ขั้นตอนการบริหารจัดการของธุรกิจโดยรวม ไม่ซับซ้อนและง่ายต่อการดำเนินงาน รวมทั้งเงินลงทุนที่ใช้ในการเริ่มธุรกิจไม่สูงมาก จึงนับได้ว่าเป็นหนึ่งในธุรกิจที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่ต้องการเริ่มกิจการธุรกิจของตนเอง โดยธุรกิจของที่ระลึก ของชำร่วย และของพรีเมียม จะมีรูปแบบในการประกอบกิจการที่แตกต่างกัน 2 ส่วนหลักๆ ดังนี้

**ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตสินค้าเอง** โดยส่วนใหญ่สินค้าที่ผลิตได้จะเป็นสินค้าประเภทเดียวกัน เนื่องจากข้อจำกัดในการใช้เครื่องจักรและวัตถุดิบในการผลิตอย่างเดียวกัน ความแตกต่างของสินค้าจะขึ้นอยู่กับการออกแบบรูปร่าง สีและลวดลายของสินค้า ทั้งนี้ ภายใต้การดำเนินงานของผู้ประกอบการอาจจะทำการออกแบบสินค้าเองและ

<sup>1</sup> ข้อมูลจากสมาคมของขวัญ ของชำร่วยไทยและของตกแต่งบ้าน

เสนอขายให้กับกลุ่มลูกค้าองค์กร หรือจำหน่ายตามร้านค้า/ห้างสรรพสินค้าทั่วไป หรือผู้ประกอบการอาจจะเป็นผู้รับจ้างผลิตตามแบบและความต้องการของลูกค้า

**ป) ผู้ประกอบการที่เป็นผู้จัดจำหน่าย** เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนค่อนข้างมาก โดยเฉพาะกลุ่มผู้จัดจำหน่ายของชำร่วยและของพรีเมียม ผู้จัดจำหน่ายจะเป็นตัวกลางระหว่างผู้ผลิตสินค้าและลูกค้า และทำหน้าที่รวบรวมและคัดเลือกสินค้าที่หลากหลายชนิด ทั้งจากในประเทศและสินค้านำเข้าให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งการออกแบบและการจัดวางโลโก้/ชื่อของบริษัท หรือชื่อลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้า โดยการจำหน่ายส่วนใหญ่จะเป็นการจำหน่ายให้กับลูกค้าบริษัทและลูกค้าบุคคล ซึ่งเป็นผู้ที่ใช้งานโดยตรง

**สินค้าของที่ระลึก ของชำร่วย และของพรีเมียม ผู้ประกอบการควรผลิตเลือกสินค้าที่สามารถสร้างจุดขายได้ง่าย โดยอาจจะเน้นที่การเป็นสินค้าที่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และคำนึงถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับเมื่อนำไปใช้งาน ยกตัวอย่างเช่น**

- **ของที่ระลึกสำหรับจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยว** ควรเลือกออกแบบและกำหนดลวดลายให้มีภาพหรือสัญลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าระลึกถึงช่วงเวลาแห่งความประทับใจที่ได้มาเยือนสถานที่นั้นๆ และอาจจะช่วยเพิ่มโอกาสในการเดินทางมาเที่ยวอีกในครั้งต่อไป
- **ของพรีเมียมสำหรับแจกลูกค้า** มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัท/หน่วยงานต่างๆ ดังนั้นประเภทสินค้าที่เลือกใช้ควรเป็นของใช้ที่ผู้คนพบเห็นง่าย และสามารถนำมาใช้งานได้บ่อย เช่น แก้วน้ำ ปฏิทิน จาน สมุดบันทึก และร่ม เป็นต้น นอกจากนี้ ควรมีการเตรียมพื้นที่ว่างบนสินค้าสำหรับติดตรา หรือสัญลักษณ์ของบริษัทในตำแหน่งที่มองเห็นได้ง่าย เพื่อให้ลูกค้าและคนทั่วไประลึกถึงและจดจำบริษัทได้

นอกจากนี้ **ความต้องการของที่ระลึก/ชำร่วย และของพรีเมียม** ยังมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของ **สินค้า** กลุ่มลูกค้าบางส่วนยินยอมที่จะซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้น เพื่อแลกกับความคงทนของการนำมาใช้งาน และภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้า เพราะนอกจากจะช่วยให้คนจดจำและระลึกถึงแล้ว ยังจะช่วงสร้างทัศนคติในแง่บวกต่อผู้ให้/บริษัทที่ต้องการทำการตลาด นอกจากนี้ สินค้าที่อาจได้รับความนิยม อาจเป็นสินค้าที่อิงกระแสความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละช่วง เช่น กระแสนุรักษ์ธรรมชาติ อาจทำให้สินค้าที่ผลิตจากธรรมชาติหรือไม่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น

## จุดแข็ง-จุดอ่อน-โอกาส-อุปสรรค ของธุรกิจของที่ระลึก/ข้าวสวย และของพรีเมียม

Strengths	Weaknesses
<p>1 สินค้ามีความโดดเด่น ทั้งทางด้านรูปลักษณ์ รูปแบบวัสดุที่ใช้ บรรจุภัณฑ์ คุณสมบัติในการใช้งาน รวมทั้งอาจมีการผสมผสานเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นในการออกแบบ ซึ่งแตกต่างจากที่มีจำหน่ายในตลาดทั่วไป</p> <p>2 จากความแตกต่างของสินค้า จะสร้างโอกาสในการกำหนดราคาที่สูงได้มากกว่าการผลิตสินค้าโดยทั่วไป (mass product) เนื่องจากผู้ซื้อยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อเพิ่มคุณค่าที่แฝงอยู่ในตัวสินค้า</p> <p>3 เป็นสินค้าที่มีคุณค่าทางด้านจิตใจ และอาจสร้างภาพลักษณ์ บ่งบอกถึงรสนิยม และฐานะของทั้งผู้ให้และผู้รับ</p>	<p>1 ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีส่วนใหญ่ขาดการพัฒนาทางการออกแบบสินค้า และออกแบบการจัดวางโลโก้สินค้า (สำหรับสินค้าพรีเมียม) ทำให้สินค้าที่จำหน่ายในตลาดส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งส่งผลให้ความต้องการและตลาดของที่ระลึก/ข้าวสวย และของพรีเมียมขยายตัวไม่มากเท่าที่ควร</p> <p>2 สินค้าพรีเมียมส่วนใหญ่ จะไม่มีการพิมพ์ชื่อบริษัทผู้ผลิต ทำให้ยากแก่การติดตามของลูกค้ายุคใหม่ที่มีความสนใจและพึงพอใจในคุณภาพสินค้าของบริษัท</p>
Opportunities	Threats
<p>1 แนวโน้มความต้องการสินค้ามีเพิ่มมากขึ้นทั้งตลาดในประเทศ และต่างส่งออก โดยเฉพาะตลาดส่งออกที่มีโอกาสในการขยายตัวค่อนข้างมากในกลุ่มสินค้าที่สะท้อนถึงวัฒนธรรม หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนไทย</p> <p>2 การรวมตัวขององค์กรเอกชน โดยจัดตั้งเป็นสมาคมของชาวจังหวัดของข้าวสวยไทยและของตกแต่งบ้าน ซึ่งจะช่วยเหลือเป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้จำหน่ายและกลุ่มลูกค้า รวมทั้งช่วยประชาสัมพันธ์และทำตลาดให้แก่ผู้ประกอบการ</p> <p>3 ของที่ระลึก ของข้าวสวย/ของพรีเมียมนับได้ว่าเป็นหนึ่งในสินค้าไลฟ์สไตล์ ซึ่งภาครัฐได้ช่วยผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยสามารถขยายตลาดไปยังต่างประเทศ ผ่านการจัดนิทรรศการ และการให้ข้อมูลสินค้า/บริษัทแก่ลูกค้าในต่างประเทศ</p>	<p>1 การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าในตลาดมีจำนวนมากและหลากหลายเกรด ซึ่งจะสร้างแรงกดดันต่อราคาสินค้าและการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการ</p> <p>2 ปัญหาเศรษฐกิจ หรือภัยธรรมชาติ ที่อาจส่งผลต่อกำลังซื้อและการตัดสินใจเลือกซื้อของข้าวสวย/ของพรีเมียมของกลุ่มลูกค้าบุคคลและธุรกิจ โดยอาจทำให้ลูกค้าบางกลุ่มลดการซื้อ หรือลดงบประมาณในการซื้อสินค้าต่อชิ้นลง</p> <p>3 การตัดสินใจซื้อของลูกค้า ยังคงให้ความสำคัญกับความเชื่อมั่น/ความไว้วางใจแก่ supplier รายเก่า และการแนะนำจากประสบการณ์ของผู้ที่เคยเป็นลูกค้า จึงอาจจะส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดได้ยากขึ้น</p>

## ปัจจัยสำคัญในการเริ่มและดำเนินธุรกิจ

ปัจจัยสำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจเข้ามาเริ่มในธุรกิจของที่ระลึก/ของชำร่วย และของพรีเมียม ควรคำนึงถึงในการกำหนดแนวทางการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว มีดังต่อไปนี้

**๒ การกำหนดรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับ เงินทุนและความสามารถในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ** เนื่องจากขอบเขตการดำเนินงานของธุรกิจนี้ ผู้ประกอบการอาจเลือกที่จะเป็นผู้ผลิตสินค้าและจัดจำหน่ายเอง หรือเป็นผู้คัดสรรสินค้าและจัดจำหน่าย โดยผู้เลือกที่จะผลิตสินค้าเอง นอกจากผู้ประกอบการจะต้องมีเงินลงทุนสร้างโรงงานและซื้อเครื่องจักรในการผลิตแล้ว ผู้ประกอบการและบุคลากรจำเป็นต้องเป็นผู้ที่มีความรู้/ทักษะในการผลิต รวมทั้งการออกแบบสินค้าเพื่อสร้างความใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ของตน ส่วนผู้ที่เลือกเป็นผู้จัดจำหน่าย ผู้ประกอบการและบุคลากรจะต้องมีความสามารถในการคัดเลือกสินค้า คู่แข่งกับตลาดและบริษัทผู้ผลิตต่างๆ ในธุรกิจ รวมทั้งยังต้องมีความสามารถในการเจรจาต่อรองราคาและกำหนดการส่งมอบสินค้า

**๒ การเลือกสินค้าที่จะทำการผลิต หรือจัดจำหน่าย** ควรเป็นสินค้าที่ตอบสนองได้ตรงตามความต้องการในการนำไปใช้งานของกลุ่มลูกค้า รวมทั้งสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ที่ได้รับสินค้า (ผู้ใช้งานคนสุดท้าย) ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรติดตามแนวโน้มความต้องการ และกระแสมความนิยมของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ อยู่ตลอด เพื่อที่จะปรับเปลี่ยนการออกแบบสินค้า และการคัดเลือกประเภทสินค้า/รายละเอียดของสินค้าที่จะนำไปเสนอขาย

อย่างไรก็ตาม แนวโน้มความต้องการของตลาดของที่ระลึก/ของชำร่วยและของพรีเมียมโดยรวม จะเน้นไปที่สินค้าคุณภาพ ทนต่อการใช้งาน และมีอายุการใช้งานที่ค่อนข้างยาว รวมทั้งต้องการสินค้ามีรูปลักษณะที่สวยงาม ดูดี และทันสมัยเพื่อช่วยเสริมภาพลักษณ์ของผู้ให้/บริษัทที่เป็นกลุ่มลูกค้า ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของกลุ่มลูกค้าเป็นอย่างมาก

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านความปลอดภัยของสินค้า แม้ว่าธุรกิจของที่ระลึก/ของชำร่วย และของพรีเมียมจะไม่มีข้อกำหนดทางด้านความปลอดภัยของสินค้า แต่ประเด็นดังกล่าวนับได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการผลิต และคัดเลือกสินค้าเพื่อมาจำหน่าย ทั้งนี้ สินค้าที่นำมาจำหน่ายควรผลิตจากวัสดุที่ไม่เป็นอันตราย ไร้สารตกค้างในสินค้า เพื่อแสดงให้เห็นว่าบริษัทได้คำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้า ซึ่งจะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างทัศนคติที่ดีให้แก่กลุ่มลูกค้า

**๒ ช่องทางการจัดจำหน่าย** การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย และการขยายตลาดจำเป็นต้องพิจารณาถึงความสามารถในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ และความพร้อมของบุคลากรฝ่ายขายด้วยเช่นกัน โดยการจำหน่ายตรงหน้าร้านและขายตรงกับบริษัท จำเป็นจะต้องมีบุคลากรฝ่ายขายที่มีความรู้ในรายละเอียดของสินค้าอย่างแท้จริง เพื่อที่จะสามารถอธิบายรายละเอียดแก่ลูกค้า/ผู้ที่สนใจสินค้า นอกจากนี้ การจำหน่ายผ่านหน้าร้าน จำเป็นต้องพิจารณาเรื่องทำเลที่ตั้งร้าน รวมทั้งการจัดตกแต่งร้าน และการจัดแสดงสินค้า (Display) เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า และอาจต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดแสดงสินค้าอยู่เสมอ เพื่อดึงดูด สร้างความสะดุดตาและความแปลกใหม่ให้กับลูกค้า สำหรับการจำหน่ายสินค้า

ออนไลน์/แค็ตตาล็อกสินค้าออนไลน์ แม้ว่าจะไม่ใช่ช่องทางจำหน่ายหลัก แต่อาจจะเป็นช่องทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มความสะดวกให้กลุ่มลูกค้า ที่จะสามารถเข้ามาดูรายละเอียดสินค้าได้ก่อนสั่งซื้อจริง

**ป** **การบริหารจัดการสินค้าคงคลังและซัพพลายเชน** เป็นประเด็นหนึ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ เนื่องจากธุรกิจของที่ระลึก/ของขวัญ และของขวัญพรีเมียม จะได้รับอานิสงส์จากช่วงเทศกาลต่างๆ โดยเฉพาะเทศกาลปีใหม่ จึงจะส่งผลให้ช่วงเดือนพฤศจิกายน และธันวาคม เป็นเดือนที่มีลูกค้า ยอดการสั่งและการส่งมอบสินค้ามากที่สุดในรอบปี ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องปรับแผนการปฏิบัติงานให้รวดเร็ว และเพิ่มความถี่ในการตรวจสอบสต็อกสินค้าในช่วงเทศกาล ให้แตกต่างจากช่วงอื่นๆ เพื่อรักษามาตรฐานการให้บริการ และสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า

**ป** **การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในตลาด** เนื่องจากธุรกิจของที่ระลึก/ของขวัญ และของขวัญพรีเมียม เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มาก การบริหารจัดการง่าย จึงทำให้มีผู้ที่ต้องการเข้ามาสู่ธุรกิจนี้จำนวนมาก การเร่งพัฒนาคุณภาพสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเพียงด้านเดียว อาจไม่เพียงพอสำหรับการประกอบธุรกิจให้อยู่รอด ดังนั้น การมองหากลยุทธ์ด้านอื่นๆ อาจจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถที่จะรักษายอดคำสั่งซื้อ และขยายกิจการในอนาคต โดยประเด็นที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ มีดังนี้

- ▶ **พัฒนาบุคลากรที่ทำงานด้านการขาย และการติดต่อกับลูกค้า** รวมทั้งปลูกฝังจิตสำนึกทางด้านการบริการลูกค้าให้แก่พนักงาน เนื่องจากพนักงานกลุ่มนี้จะเป็นผู้ที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจสั่งซื้อสินค้ากับทางบริษัท
- ▶ **สร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้า** เช่น เพิ่มการบริการเพื่อสร้างความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า เน้นการเดินทางเข้าหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือลูกค้าที่สนใจสั่งซื้อสินค้ากับทางบริษัท แทนการรอให้ลูกค้าติดต่อเข้ามาเอง หรืออาจจะลดข้อจำกัดในการสั่งซื้อสินค้า (เช่น จำนวนสินค้าขั้นต่ำที่สั่งในแต่ละครั้ง) เพื่อเพิ่มความสะดวกในการตัดสินใจซื้อให้แก่ลูกค้ามากขึ้น (ทั้งนี้ ขอบเขตการดำเนินการต้องขึ้นอยู่กับจำนวนบุคลากรและงบประมาณของแต่ละบริษัท)
- ▶ **สร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้แก่กลุ่มลูกค้า** เช่น จัดทำแค็ตตาล็อกตัวอย่างงานเก่าที่เคยทำในอดีต เพื่อเป็นตัวอย่างให้แก่ลูกค้าพิจารณา พร้อมทั้งจัดทำเว็บไซต์ และตั้งสินค้าตัวอย่างโชว์ภายในโชว์รูม/หน้าร้าน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนส่งมอบให้แก่ลูกค้า และเพิ่มความเข้มงวดเรื่องระยะเวลาในการส่งมอบสินค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของธุรกิจต่อกลุ่มลูกค้า

**ก** **กล่าวโดยสรุปแล้ว** ธุรกิจของที่ระลึก/ของขวัญ และของขวัญพรีเมียมเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีโอกาสขยายตลาดได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งขั้นตอนการประกอบธุรกิจไม่ซับซ้อน และใช้เงินลงทุนไม่สูงมากในการเข้าประกอบกิจการ จึงดึงดูดให้ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีสนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจนี้จำนวนมาก ในขณะเดียวกัน การที่มีผู้ประกอบการเข้าสู่ธุรกิจจำนวนมากก็ทำให้ภาวะการแข่งขันในตลาดมีแนวโน้มรุนแรงขึ้นเช่นกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการที่สนใจจะเข้ามาประกอบกิจการในธุรกิจนี้ จึงจำเป็นต้องเตรียมการรับมือกับการแข่งขันในตลาด

โดยแนวทางการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องกำหนดรูปแบบการดำเนินธุรกิจ และช่องทางการจัดจำหน่ายให้สอดคล้องเงินลงทุน และความสามารถในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ ตลอดจน ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการในด้านการส่งมอบสินค้า สินค้าคงคลังและซัพพลายเชนต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานการให้บริการ และสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ กลยุทธ์ทางการบริการนับว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอีกด้านที่จะช่วยขยายฐานลูกค้า และดึงดูดกลุ่มลูกค้าเดิมไว้ได้ โดยผู้ประกอบการควรที่จะพัฒนาบุคลากรทางการขาย ปลุกฝั่งจิตสำนึกทางด้านการบริการ เพิ่มการให้บริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า รวมทั้ง การรักษาระดับมาตรฐานการผลิตและการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของธุรกิจต่อกลุ่มลูกค้า

แหล่งที่มาของข้อมูล

[www.thaismefranchise.com](http://www.thaismefranchise.com)

[www.thaigifts.or.th](http://www.thaigifts.or.th)

**K-SME Start-up Solutions**



**คุณตั้งต้น...เราช่วยคุณตั้งตัว**

บริการแบบครบวงจรเพื่อ SME มือใหม่ ให้  
ทั้งความรู้ สะดวกทุกธุรกรรมทางการเงิน ให้  
เงินทุนไปต่อยอด ช่วยคุณตั้งต้นจนตั้งตัวได้  
เพื่อธุรกิจไร้ขีดจำกัด

สมัครวันนี้ได้ที

[www.ksmestartup.com](http://www.ksmestartup.com)

หรือ K-BIZ Contact Center 0 2888 8822

**ฟรี! คู่มือบริการทางการเงิน หนังสือก่อร่างสร้างธุรกิจ และโปรแกรมบัญชีเพื่อธุรกิจใหม่**