



งบประมาณการจัดแสดงสินค้า

แนวคิด

การจัดแสดงสินค้า เป็นกิจกรรมที่กระทำแล้วก่อให้เกิดผลที่ตามมาคือ ยอดขายมักเพิ่มขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน การจัดแสดงสินค้าก็จะต้องมีค่าใช้จ่าย หากค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้าสูงมากเกินไป อาจทำให้กิจการมีกำไรน้อยหรือขาดทุน กิจการควรกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายให้เหมาะสมและสัมพันธ์กับรายได้ของกิจการด้วย

สาระการเรียนรู้

1. การประมาณค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้า
2. ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาการจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่ายประจำปี
3. ประเภทของค่าใช้จ่ายในงบประมาณการจัดแสดงสินค้า
4. วิธีการกำหนดค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้า

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. จัดทำประมาณค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้าได้
2. แสดงความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาการจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่ายประจำปีได้
3. แสดงความรู้เกี่ยวกับประเภทของค่าใช้จ่ายในงบประมาณการจัดแสดงสินค้าได้
4. แสดงความรู้เกี่ยวกับวิธีการกำหนดค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้าได้



การประมาณค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้า

การจัดแสดงสินค้าเป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่สำคัญ และจะขาดเสียไม่ได้สำหรับร้านค้าปลีก เพราะนอกจากจะช่วยในด้านยอดขายแล้ว ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์และค่านิยมให้แก่ร้านค้าด้วย ในการจัดแสดงสินค้าแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นอย่างแน่นอน ค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้าส่วนใหญ่กำหนดให้อยู่ในงบประมาณการส่งเสริมการขาย หลังจากที่ฝ่ายบริหารกำหนดงบประมาณในการส่งเสริมการขายแล้ว ฝ่ายจัดแสดงสินค้าจะทำโครงการจัดแสดงสินค้าประจำปีนั้นๆ เพื่อเสนอฝ่ายบริหารเห็นชอบและดำเนินการต่อไป

อย่างไรก็ตาม งบประมาณในการส่งเสริมการขายนั้นไม่ควรกำหนดเป็นจำนวนที่ตายตัว เพราะสภาวะการณ์ทางการตลาดเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอนและอาจมีบางสิ่งบางอย่างเกิดขึ้นอย่างคาดไม่ถึง เช่น คู่แข่งขัน สภาวะเศรษฐกิจ สังคม มีการเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหัน จึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ในการจัดแสดงสินค้าให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนั้นๆ



ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาการจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่ายประจำปี

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่ายสำหรับการจัดแสดงสินค้าจะสูงหรือต่ำมีดังนี้

① ลักษณะการดำเนินงานของกิจการ

แต่ละกิจการจะมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแตกต่างกันออกไป บางกิจการมุ่งขายสินค้าให้กับลูกค้าที่มีรายได้สูง บางกิจการมุ่งขายสินค้าให้กับผู้ที่มีรายได้ต่ำถึงปานกลาง ร้านค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ที่มีรายได้สูงย่อมต้องใช้งบประมาณในการจัดแสดงสินค้าสูงตามไปด้วย เนื่องจากต้องเลือกใช้วัสดุตกแต่งที่ดูดี มีราคา เพื่อจะสามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ สำหรับร้านค้าที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำถึงปานกลางอาจใช้งบประมาณในการจัดแสดงที่น้อยลงมา โดยเลือกใช้วัสดุตกแต่งไม่หรูหรามากนัก เพื่อผลงานที่ออกมาจะทำให้ลูกค้าคิดว่าร้านค้านี้เหมาะกับฐานะทางเศรษฐกิจของตน

② ระยะเวลาของการดำเนินกิจการ

ร้านค้าที่เปิดดำเนินกิจการมานานจนเป็นที่รู้จักของลูกค้าแล้ว อาจใช้งบประมาณในการจัดแสดงน้อยกว่าร้านค้าที่เพิ่งเปิดกิจการ เนื่องจากร้านค้าเปิดใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก ต้องอาศัยการจัดแสดงสินค้าช่วยสร้างภาพลักษณ์และค่านิยมให้กับร้าน จึงใช้งบประมาณในการจัดแสดงสินค้าสูงกว่า

3 ขนาดของร้านค้า

ร้านค้าขนาดใหญ่ มีพื้นที่มาก ย่อมใช้งบประมาณในการจัดแสดงสูงกว่าร้านค้าขนาดเล็ก ที่มีพื้นที่น้อยกว่า ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับนโยบายของร้านค้าด้วย เช่น ร้านค้าขนาดเล็กมีกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าระดับสูง อาจใช้งบประมาณการจัดแสดงสินค้าสูงกว่าร้านค้าขนาดใหญ่ที่เป็นร้านค้าปลีกแบบให้ส่วนลด จึงไม่เน้นการจัดแสดงสินค้าภายในร้านมากนัก

4 ท่าเลที่ตั้งของกิจการ

ร้านค้าที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เป็นย่านการค้าชั้นนำ มีการแข่งขันกันสูง ย่อมต้องมีการจัดแสดงสินค้าเพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้ผ่านไปมาสนใจร้านค้าของตนมากกว่าของคู่แข่งชั้นงบประมาณการจัดแสดงสินค้าจึงสูงกว่าร้านค้าที่ตั้งอยู่ย่านชานเมืองหรือย่านที่มีความเจริญน้อยกว่า

5 สภาพของกิจการ

กิจการที่อยู่ในช่วงเจริญเติบโตต้องการเพิ่มยอดขาย จะมีการตั้งงบประมาณในการจัดแสดงสินค้าสูงกว่ากิจการที่กำลังอยู่ในระยะถดถอย ซึ่งจะต้องมีการลดค่าใช้จ่ายลงมาบ้างเพื่อความอยู่รอดของกิจการ

6 สภาพการแข่งขัน

ปัจจุบันร้านค้าปลีกมีการแข่งขันสูงมาก การจัดแสดงสินค้าถูกใช้เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการแข่งขัน ยิ่งมีการแข่งขันมากเท่าใด แต่ละกิจการย่อมต้องใช้งบประมาณในการจัดแสดงมากขึ้นเท่านั้น ในทางตรงกันข้าม หากสภาพการแข่งขันมีไม่มากนัก งบประมาณที่ใช้ก็จะน้อยลงตามไปด้วย

7 ประสิทธิภาพในอดีต

เป็นการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานที่ผ่านมาว่าประสบผลสำเร็จมากน้อยแค่ไหน งบประมาณเหมาะสมหรือไม่ หากทำรูปแบบเดิมแล้วประสบผลสำเร็จก็ควรปฏิบัติตามรูปแบบเดิม โดยอาจมีการปรับให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันด้วย



ประเภทของค่าใช้จ่ายในงบประมาณการจัดแสดงสินค้า

1 เงินเดือนประจำของพนักงานจัดแสดงสินค้า

กิจการขนาดใหญ่จะมีฝ่ายที่รับผิดชอบหน้าที่ในการจัดแสดงสินค้า หรือที่เรียกว่าฝ่ายจัดแสดงสินค้า ซึ่งจะต้องมีพนักงานประจำ เช่น ผู้จัดการฝ่าย ฝ่ายศิลป์ ฝ่ายจัดแสดง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจึงเป็นเงินเดือนของพนักงานเหล่านี้ สำหรับกิจการขนาดเล็ก หน้าที่ในการจัดแสดงสินค้าอาจเป็นของเจ้าของร้านจึงไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องของเงินเดือนพนักงาน

② ค่าจ้าง

สำหรับกิจการที่ไม่มีฝ่ายจัดแสดงสินค้า และเจ้าของร้านก็ไม่มี ความชำนาญด้านนี้ มักนิยมจ้างผู้จัดแสดงสินค้าที่มีความชำนาญมาเป็นผู้ดำเนินการให้ ดังนั้น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าจ้างนี้ ถือเป็นรายจ่ายที่เกิดขึ้นเมื่อมีการว่าจ้าง ไม่จัดเป็นค่าใช้จ่ายประจำ

③ ค่าวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดง

ในการจัดแสดงสินค้านอกจากจะมีสินค้าเป็นจุดเด่นแล้วยังต้องมีวัสดุอุปกรณ์ประกอบ เพื่อให้การจัดแสดงสินค้านั้นน่าดูยิ่งขึ้น ซึ่งวัสดุอุปกรณ์นี้จัดเป็นค่าใช้จ่ายอย่างหนึ่ง กรณีของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ฝ่ายจัดแสดงสินค้ามักเก็บวัสดุอุปกรณ์ตกแต่งเหล่านี้ไว้ใช้ในหลายๆ ครั้ง ซึ่งเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายได้อีกทางหนึ่ง

④ ค่าออกแบบการจัดแสดงสินค้า

ค่าใช้จ่ายในการออกแบบนี้ จะเกิดขึ้นกับร้านค้าที่ไม่มีฝ่ายจัดแสดงสินค้า และเจ้าของร้านไม่มีความสามารถในการออกแบบจัดแสดงสินค้าเองได้ จึงต้องใช้วิธีว่าจ้างให้มัณฑนากรหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดแสดงสินค้าออกแบบให้ แล้วทางร้านดำเนินการจัดแสดงสินค้าเอง

⑤ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดงเกิดการเสียหายหรือสูญหาย



วิธีการกำหนดค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้า

การกำหนดค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้ามีวิธีการดังนี้

① พิจารณาจากยอดขาย

การกำหนดค่าใช้จ่ายโดยพิจารณาจากยอดขายนี้ ร้านค้าจะทำการพยากรณ์ยอดขายที่คาดว่าจะขายได้ แล้วตั้งงบประมาณเป็นเปอร์เซ็นต์ของยอดขาย อาจตั้งไว้ประมาณ 1-3 เปอร์เซ็นต์ของยอดขาย วิธีนี้เป็นวิธีที่ง่าย มีเหตุมีผล แต่มีข้อที่ควรระวังคือ หากการพยากรณ์ยอดขายคลาดเคลื่อน การประมาณการค่าใช้จ่ายก็อาจผิดพลาดด้วย

② พิจารณาจากจุดประสงค์และสภาพของงาน

ในการพิจารณาค่าใช้จ่ายโดยพิจารณาจากจุดประสงค์และสภาพของงานมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดแผนการขายระยะยาวของร้านค้า
2. กำหนดกิจกรรมที่จะทำให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของแผน
3. กำหนดงบประมาณสำหรับกิจกรรมการส่งเสริมการขาย

4. เมื่อทราบจำนวนเงินงบประมาณเป็นตัวเลขแล้ว นำมาคำนวณเป็นจำนวนเปอร์เซ็นต์ ยอดขาย (ยอดขายนี้ได้มาจากการพยากรณ์)

5. นำจำนวนเปอร์เซ็นต์ที่คำนวณได้มาเปรียบเทียบกับเปอร์เซ็นต์ของค่าใช้จ่ายในกิจการอื่นที่กำหนดไว้ในแผน หรืออาจนำไปเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่ผ่านมา

3 พิจารณาจากคู่แข่ง

เป็นการศึกษาถึงค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้าของคู่แข่ง แล้วนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกิจการ

สรุป

เมื่อมีการจัดแสดงสินค้าย่อมมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น ซึ่งค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้านี้เป็นส่วนหนึ่งของงบประมาณการส่งเสริมการขายที่ฝ่ายจัดแสดงสินค้าจะต้องจัดทำโครงการเพื่อเสนอให้ฝ่ายบริหารเห็นชอบและดำเนินการต่อ สิ่งที่จะต้องนำมาพิจารณาเพื่อกำหนดงบประมาณการจัดแสดงสินค้าประจำปี ได้แก่ ลักษณะการดำเนินงานของกิจการที่มุ่งลูกค้าระดับใด หากมุ่งลูกค้าระดับสูง ค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้าก็จะสูงตามไปด้วย ระยะเวลาของการดำเนินกิจการ ร้านค้าที่เพิ่งเปิดกิจการย่อมต้องใช้งบประมาณสูงกว่าร้านค้าที่เป็นที่รู้จักแล้ว ร้านค้าที่มีขนาดใหญ่ต้องใช้งบประมาณมากกว่าร้านค้าขนาดเล็ก กิจการที่อยู่ในช่วงเติบโตต้องใช้งบประมาณมากกว่ากิจการที่เติบโตแล้ว ในช่วงของการแข่งขัน แต่ละร้านต้องใช้งบประมาณมาก และบางร้านค้าใช้ประสบการณ์ในอดีตมากำหนดงบประมาณในปัจจุบัน

ค่าใช้จ่ายที่ประกอบกันเป็นงบประมาณการจัดแสดงสินค้า ได้แก่ เงินเดือนประจำของพนักงานจัดแสดงสินค้า หรือค่าจ้างจัดแสดงสินค้ากรณีที่ไม่มีย่างจัดแสดงสินค้า ค่าวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า ค่าออกแบบการจัดแสดงสินค้า เป็นต้น



กิจกรรมเสริมประสบการณ์การเรียนรู้

การดำเนินกิจกรรม

1. แบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่ม กลุ่มละประมาณ 5 คน
2. แต่ละกลุ่มสัมภาษณ์เจ้าของกิจการร้านค้าปลีกที่มีชื่อเสียงหรือมีการจัดแสดงสินค้าอย่างสวยงามว่ามีวิธีการกำหนดงบประมาณที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้าอย่างไร
3. ส่งตัวแทนนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน

สรุปผลการปฏิบัติ

ผ่าน = ปฏิบัติได้ถูกต้องตามคำชี้แจง

ทบทวนการปฏิบัติ = ไม่สามารถปฏิบัติตามคำชี้แจงได้

ลงชื่อ ผู้ประเมิน

...../...../.....