

ธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง
ALL AROUND CLOTHING

สุวิมล อ้อยหวาน

การศึกษารายบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปีการศึกษา 2564

FASHION CLOTHING FOR FEMALE CUSTOMERS

“ALL AROUND CLOTHING”

SUWIMON OIWAN

**An Individual Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration Program
College of Innovation Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University
Academic Year 2021**




ใบรับรองการศึกษารายบุคคล

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

หัวข้อการศึกษารายบุคคล ธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง All Around Clothing
เสนอโดย สุวิมล อ้อยหวาน
สาขาวิชา การจัดการ
อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษารายบุคคล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์


ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบการศึกษารายบุคคลแล้ว


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)


..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษารายบุคคล
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะวิทย์ ทิพรส)

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี รับรองแล้ว


..... คณบดีวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

วันที่ 24 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2564

หัวข้อการศึกษารายบุคคล	ธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง All Around Clothing
ชื่อผู้เขียน	สุวิมล อ้อยหวาน
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2564

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์และความเป็นไปได้ของการดำเนินธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิงทางออนไลน์ All Around Clothing โดยได้ศึกษาวิจัยความเป็นไปได้ของธุรกิจด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าผู้หญิงที่เลือกซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์ มีการวิเคราะห์ปัจจัยรอบด้าน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ จากผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ซื้อเสื้อผ้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 21 – 25 ปี โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับรูปแบบการดีไซน์เสื้อผ้า ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ

All Around Clothing เป็นธุรกิจที่มีแหล่งเงินทุนจากเจ้าของธุรกิจ นางสาวสุวิมล อ้อยหวาน เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว มีจุดขายคือเป็นเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้โดยไม่ต้องรอสินค้า ฟรีออร์เดอร์ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายรูปแบบตามไลฟ์สไตล์ เน้นสวมใส่ Everyday look ที่ตอบโจทย์ทุกวัน ทุกสถานการณ์ มีความทันสมัย คุณภาพดี ราคาประหยัด และคุ้มค่า ราคาเริ่มต้นที่ 150 บาท เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของการลงทุนร้าน All Around Clothing พบว่ามีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยใช้งบประมาณ 5,000,000 บาท มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) เท่ากับ 18,318,110 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 50.06%

คำสำคัญ: เสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง, All Around Clothing

An Individual Study Title	FASHION CLOTHING FOR FEMALE CUSTOMERS “ALL AROUND CLOTHING”
Author	Suwimon Oiwan
An Individual Study Advisor	Asst. Prof. Dr. Sivanun Sivapitak
Department	Business Administration
Academic Year	2021

ABSTRACT

This business plan aims to study the strategy and feasibility of running a fashion business for women online “All Around Clothing” by researching the feasibility of the business and by handing out a questionnaire to female customers who buy clothes online to collect the data. There is a comprehensive analysis of factors, strengths, weaknesses, opportunities and threats of the business. From the analysis, it was found that most of the clothing shoppers are female customers who are aged between 21 to 25 years old, most of the sample focus on the style of clothing design which affects the decision to purchase the product.

All Around Clothing is a business that has a source of funds from the business owner, Ms. Suwimon Oiwan, is a sole proprietorship. The selling point is that it is fashionable clothes for women and customers can purchase products without having to wait for pre-orders. Products are available in a variety of styles according to their lifestyle, focusing on everyday look wear that meets everyday needs and every situation, modern, good quality, affordable with the starting price of 150 baht. When considering the investment possibility of All Around Clothing it was found that it was worth the investment. Using a budget of 5,000,000 baht with a net present value of 18,318,110 baht, the internal rate of return (IRR) is 50.06%.

Keywords: Women's fashion clothing, All Around Clothing

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้เนื่องมาจากความอนุเคราะห์ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ ที่ได้ให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข รวมถึงตรวจสอบแผนธุรกิจฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้จัดทำจึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้
ทั้งนี้ ขอขอบคุณเพื่อนทุกท่านที่ให้การสนับสนุนการทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ให้สำเร็จลุล่วงโดยสมบูรณ์ และขอบคุณกำลังใจจากเพื่อนทุกท่านที่มอบให้ตลอดระยะเวลาในการศึกษาหลักสูตรนี้

สุวิมล อ้อยหวาน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1. บทสรุปผู้บริหาร.....	1
2. ความเป็นมาของธุรกิจ.....	3
2.1 แนวคิดการจัดตั้งธุรกิจ.....	3
2.2 แนวคิดในการดำเนินการ.....	4
3. สินค้าและบริการ.....	5
3.1 แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas).....	6
3.2 รายละเอียดสินค้าหรือบริการ.....	7
3.3 รูปภาพสินค้าหรือบริการ.....	7
4. การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด.....	10
4.1 สภาวะอุตสาหกรรม สภาวะตลาดและแนวโน้ม.....	10
4.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด.....	11
4.3 ตลาดเป้าหมาย.....	12
4.4 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย.....	13
4.5 วิเคราะห์สภาพการแข่งขัน คู่แข่งขัน และการเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	14
4.6 วิเคราะห์คู่แข่ง.....	15
4.7 ตารางเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	16
4.8 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SWOT Analysis).....	18
4.9 การจัดทำกลยุทธ์ TOWS Matrix.....	19

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5. แผนการบริหารจัดการ.....	20
5.1 ข้อมูลธุรกิจ.....	20
5.2 เงินลงทุนเริ่มแรก.....	20
5.3 โครงสร้างในการบริหารธุรกิจ.....	20
5.4 การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการพนักงาน.....	22
6. แผนการตลาด.....	24
6.1 เป้าหมายทางการตลาด.....	24
6.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย.....	25
6.3 กลยุทธ์ด้านส่วนผสมทางการตลาด.....	28
6.4 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย.....	28
7. แผนการดำเนินงาน.....	30
7.1 สถานประกอบการ.....	30
7.2 ตราสัญลักษณ์ลักษณะของธุรกิจ.....	30
7.3 ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	31
8. แผนการเงิน.....	32
8.1 เป้าหมายทางการเงิน.....	32
8.2 นโยบายและกลยุทธ์ทางการเงิน.....	32
8.3 แหล่งที่มาของเงินทุน.....	33
8.4 ประมาณการการจัดจำหน่าย (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	33
8.5 ประมาณการรายได้ของธุรกิจ (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	34
8.6 ประมาณการค่าใช้จ่ายของธุรกิจ (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	34
8.7 ประมาณการงบกำไรขาดทุน (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	36
8.8 จุดคุ้มทุน (Break Even Point).....	37
8.9 งบดุล.....	37
8.10 งบกระแสเงินสด.....	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
8.11 วิเคราะห์โครงการลงทุน.....	40
9. แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต.....	43
9.1 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต.....	43
9.2 แผนในอนาคต.....	44
ภาคผนวก.....	45
ก. แบบสอบถาม.....	46
บรรณานุกรม.....	49
ประวัติผู้เขียน.....	50

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงรายการสินค้า All Around Fashion.....	8
3.2 แสดงรายการสินค้า All Around Premium.....	9
5.1 แสดงตำแหน่งจำนวนพนักงาน และเงินเดือนของแต่ละตำแหน่งงาน.....	22
8.1 แสดงการประมาณการยอดขาย (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	33
8.2 แสดงการประมาณการรายได้ของธุรกิจ (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	34
8.3 แสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายของธุรกิจ (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	35
8.4 แสดงการประมาณการงบกำไรขาดทุน (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	36
8.5 แสดงประมาณการงบดุล (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	37
8.6 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	39
8.7 วิเคราะห์โครงสร้างการลงทุน (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	40

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
3.1 แสดงโลโก้องค์ธุรกิจ.....	7
3.2 แสดงร้านค้าบน Instagram.....	7
5.1 แสดงโครงสร้างองค์กร.....	20
7.1 แสดงโลโก้องค์ธุรกิจ.....	31
7.2 แสดงกระบวนการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ (Instagram).....	32
8.1 แสดงสูตรการคำนวณหาค่า NPV (Net Present Value).....	40
8.2 แสดงสูตรการคำนวณหาค่า IRR (Internal Rate of Return).....	41

บทที่ 1

บทสรุปผู้บริหาร

ร้าน All Around Clothing เป็นธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิงทางออนไลน์ นำเข้าสินค้าจากประเทศจีน หลากหลายรูปแบบที่มีความทันสมัย คุณภาพดี ราคาประหยัด และคุ้มค่า โดยปัจจุบันร้าน All Around Clothing ได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และรูปแบบของสินค้ามากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมทุกกลุ่มอาชีพ

ในการจัดทำแผนธุรกิจร้าน All Around Clothing ในครั้งนี้ เป็นการจัดทำขึ้นเพื่อต่อยอดจากธุรกิจเดิม ถือเป็นแนวคิดต่อยอดสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีความทันสมัย ตามกระแสนิยมอยู่ตลอดเวลา แต่พบปัญหาการสั่งซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์ คือการได้รับสินค้าไม่ตรงปก เนื้อผ้า และขนาดไม่ตรงตามที่ได้แจ้งไว้ ได้รับสินค้าล่าช้า และความล่าช้าจากการดำเนินการแก้ปัญหา หรือการตอบกลับของทางร้าน เราจึงเล็งเห็นช่องทางและโอกาสการจัดจำหน่ายที่จะแก้ปัญหาเหล่านี้ได้อย่างตรงจุด โดยการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีความทันสมัย คุณภาพดี ราคาประหยัด และคุ้มค่า มีความถูกต้องของรายละเอียดสินค้า อีกทั้งมีการดำเนินงาน การจัดส่งสินค้า และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าอย่างรวดเร็ว เพื่อลดข้อขัดแย้ง และสร้างความพึงพอใจในสูงสุดแก่ลูกค้า

จากการสำรวจโดยการจัดทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์พบว่าในปัจจุบันผู้หญิงมีอัตราการซื้อเสื้อผ้าเฉลี่ย 1 – 2 ครั้งต่อเดือน มากถึง 85.5% ส่วนใหญ่ผู้หญิงเหล่านี้จะซื้อเสื้อผ้าเฉลี่ยครั้งละ 1 – 2 ตัว โดยมักซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์ ในราคา 501 – 1,000 บาท และอีกหนึ่งประการที่สำคัญ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์นั้น มักพบปัญหาสินค้าไม่ตรงปก มากถึง 64.5% ทำให้รู้สึกไม่คุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายไป

ทั้งนี้ นอกจากการมุ่งเน้นจำหน่ายสินค้าที่มีความทันสมัย คุณภาพดี ราคาประหยัด และคุ้มค่า กิจการได้มีการจัดทำแผนการดำเนินงานและตั้งเป้าหมายที่สำคัญของธุรกิจไว้ เพื่อให้คงไว้ซึ่งคุณภาพของสินค้า

แผนการตลาด กิจการได้มีการจัดทำแผนการตลาดเป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ารับรู้และเกิดการจดจำสินค้าของเราได้ รวมทั้งมีการศึกษาและนำข้อมูลด้านพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาวิเคราะห์ถึงความต้องการในอนาคต และกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ที่เหมาะสม ให้สามารถรองรับกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

แผนการดำเนินงาน มุ่งเน้นจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดี ตระหนักถึงความต้องการของลูกค้า เราจะมีการเก็บข้อมูล ข้อเสนอแนะ และคำติชมของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น และจะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย นอกจากนี้เรายังมีการกำหนดเป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว รวมถึงวิสัยทัศน์ และพันธกิจ ไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้พนักงานทุกคนในองค์กรเข้าใจและปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน จนนำไปสู่ผลสำเร็จร่วมกันในอนาคต

แผนการเงิน All Around Clothing เป็นธุรกิจที่มีแหล่งเงินทุนจากเจ้าของกิจการทั้งสิ้น โดยมีเงินลงทุนเริ่มแรก 5,000,000 บาท ในส่วนของจุดคุ้มทุน กิจการจะต้องขายสินค้าเป็นจำนวน 1,729 ตัวต่อเดือน หรือ 58 ตัวต่อวัน จึงจะคุ้มทุน การคำนวณค่า NPV (Net Present Value) มีค่าเท่ากับ 18,318,110 จะเห็นได้ว่าค่า NPV มีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าการลงทุนในโครงการแผนธุรกิจ All Around Clothing มีผลกำไร เหมาะสำหรับการลงทุน สำหรับค่า IRR (Internal Rate of Return) มีค่าเท่ากับ 50.06% จะเห็นได้ว่าค่า IRR มีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับในโครงการแผนธุรกิจ All Around Clothing มีประสิทธิภาพสูง สำหรับแผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตมีการจัดทำแผนการเงินเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างและรักษาผลกำไรของธุรกิจ และประมาณการงบประมาณต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น ให้เกิดความสมดุลกัน รวมทั้งเพื่อเป็นการแสดงผลการดำเนินงานของกิจการ และฐานะทางการเงินว่ามีความเหมาะสมและคุ้มค่าหรือไม่ ให้สามารถจัดการกับทรัพยากรและเงินทุนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

แผนฉุกเฉิน เพื่อเป็นการเตรียมตัวที่จะรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตและอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้ เราจึงได้มีการจัดทำแผนฉุกเฉินเพื่อประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และวางแนวทางการป้องกันและแก้ไข เพื่อให้สถานการณ์นั้นๆ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจน้อยที่สุด

บทที่ 2

ความเป็นมาของธุรกิจ

2.1 แนวคิดการจัดตั้งธุรกิจ

ร้าน All Around Clothing เป็นธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Instagram) ก่อตั้งโดย นางสาวสุวิมล อ้อยหวาน เปิดร้านเมื่อเดือนพฤษภาคม ปี 2564 เป็นธุรกิจขายปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง นำเข้าสินค้าจากประเทศจีน หลากหลายรูปแบบที่มีความทันสมัย คุณภาพดี ราคาประหยัด และคุ้มค่า โดยกลุ่มเป้าหมายหลักคือ กลุ่มนักศึกษาผู้หญิงและคนทำงานผู้หญิง อายุตั้งแต่ 18 – 40 ปี

การเริ่มก่อตั้งร้าน เริ่มจากที่ตนเองมักซื้อสินค้าออนไลน์เป็นประจำและพบว่าผู้คนส่วนใหญ่อยู่ในปัจจุบันหันมาเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์กันมากขึ้น จึงเริ่มศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจ จาก Google Trend และเว็บไซต์ต่าง ๆ ซึ่งธุรกิจที่ติดเทรนด์ตลอดกาลคือการขายเสื้อผ้าแฟชั่น ซึ่งเป็นสินค้ากระแสอยู่ตลอดเวลา ถึงแม้ว่าที่ผ่านมาเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 แต่การเติบโตของช่องทางซื้อขายออนไลน์เพิ่มขึ้น เมื่อช่วงปลายเดือนมิถุนายน 2564 มีผลสำรวจพบคนไทยมีอัตราซื้อปิ้งออนไลน์สูงที่สุดในโลกช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 ผลการศึกษาจาก Future Shopper 2021 ในประเทศไทย โดย วัน เดอร์แมน ทอมสัน ประเทศไทย ซึ่งเป็นเอเจนซีที่ให้บริการด้านความคิดสร้างสรรค์ ข้อมูล และเทคโนโลยีแบบครบวงจรชี้ว่าผู้บริโภคชาวไทยกำลังก้าวขึ้นเป็นผู้นำเทรนด์การช้อปปิ้งออนไลน์ทั่วโลก

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จึงมองเห็น โอกาสในการทำธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Instagram) เนื่องจากเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และการขายสินค้าผ่าน Instagram ได้รับความนิยมอย่างมาก ด้วยรูปแบบการใช้งานที่ง่าย และยังสามารถเก็บข้อมูลจากลูกค้าได้ Instagram Insight จะบอกถึงข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย ที่เข้ามามีส่วนร่วมกับ Instagram ของร้าน ซึ่งเป็นระบบวิเคราะห์สถิติของผู้ใช้ เพื่อให้ทางร้านสามารถวางแผนการตลาดออนไลน์ได้อย่างแม่นยำมากขึ้น

วิสัยทัศน์ ส่งมอบไลฟ์สไตล์ที่ทันสมัย และคุ้มค่า เพื่อสร้างคุณค่าแก่ลูกค้าอย่างยั่งยืน

พันธกิจ มุ่งมั่นที่จะนำเข้าสินค้าคุณภาพดี ราคาประหยัด และคุ้มค่า เพื่อสร้างการยอมรับและความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

2.2 แนวคิดในการดำเนินการ

ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นถือเป็นวงการที่ต้องปรับตัวตามความต้องการของลูกค้าและสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนไปเสมอ หลายคนอาจคิดว่าธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นมีรายได้ต่ำลงเพราะสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 แต่ในความเป็นจริงแล้วธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นที่ปรับตัวทัน กลับมียอดขายที่สูงขึ้นอย่างเหลือเชื่อ อาทิเช่น ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นที่ปรับตัวเข้ากับแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ก็สามารถทำให้มียอดขายสูงขึ้น

ร้าน All Around Clothing นำเข้าสินค้าจากประเทศจีน ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้โดยไม่ต้องรอสินค้าฟรีออร์เดอร์ สินค้ามีหลากหลายรูปแบบให้เลือกตามไลฟ์สไตล์ เน้นสวมใส่ Everyday look มีความทันสมัย คุณภาพดี ราคาประหยัด และคุ้มค่า กลุ่มนักศึกษาหรือกลุ่มคนทำงานที่มีรายได้เฉลี่ย 8,000 บาทต่อเดือน ก็สามารถเข้าถึงสินค้าได้

นอกจากนี้ร้าน All Around Clothing ยังมีแผนในอนาคตที่จะทำการผลิต และจำหน่ายเองแบบครบวงจร พร้อมทั้งจะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งแบบ Offline และ Online เพื่อให้เข้าถึงและตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

บทที่ 3

สินค้าและบริการ

ร้าน All Around Clothing เป็นธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Instagram) เป็นธุรกิจประเภทค้าปลีก นำเข้าสินค้าจากประเทศจีน ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้โดยไม่ต้องรอสินค้าฟรีอเดอร์ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายรูปแบบตามไลฟ์สไตล์ เน้นสวมใส่ Everyday look ที่ตอบโจทย์ทุกวัน ทุกสถานการณ์ มีความทันสมัย คุณภาพดี ราคาประหยัด และคุ้มค่า โดยสินค้าจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ All Around Fashion เน้นจำหน่ายสินค้าในรูปแบบ Casual สามารถสวมใส่ได้ทุกวัน ไม่ดูเยอะเกิน และไม่ดูธรรมดาจนเกินไป ราคา 120 – 200 บาท และ All Around Premium จำหน่ายสินค้าในรูปแบบที่มีความสุภาพ สามารถสวมใส่ได้ทุกวัน ใส่เที่ยว หรือใส่ไปทำงานได้ ราคา 220 – 350 บาท ลูกค้าสามารถสอบถามหรือสั่งซื้อสินค้าได้ผ่านช่องทาง Instagram และ LINE Official หรือสามารถกดสั่งซื้อได้ทาง LINE My Shop โดยทางร้านใช้บริการขนส่ง Flash ลูกค้าจะได้รับสินค้าภายใน 1-3 วัน สำหรับค่าบริการจัดส่ง 30 บาท/ออเดอร์ หากสั่งซื้อ 2 ตัวขึ้นไป บริการจัดส่งให้ฟรี

จุดเด่นในด้านสินค้าและบริการ ดังนี้

1. จำหน่ายสินค้าหลากหลายรูปแบบ มีความทันสมัย และคุณภาพดี
2. จำหน่ายสินค้านำราคาประหยัด และคุ้มค่า
3. รับประกันคุณภาพสินค้า หากพบสินค้ามีตำหนิ หรือชำรุด สามารถเปลี่ยนคืนได้ภายใน 3 วัน พร้อมคืนเงินจำนวน 3 เท่าของราคาสินค้า
4. จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมง
5. มีบริการจัดส่งที่รวดเร็ว ทันใจ ลูกค้าจะได้รับสินค้าภายใน 1-3 วัน ค่าบริการจัดส่งเพียง 30 บาท/ออเดอร์ หากสั่งซื้อ 2 ตัวขึ้นไป บริการจัดส่งให้ฟรี
6. ให้ความสำคัญ และแนะนำสินค้า พร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข พัฒนาสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้นทุกวัน

3.1 แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas)

<p>Key Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> - คู่ค้าจากประเทศจีน นำเข้าสินค้าหลายเจ้า ผ่านเว็บไซต์ 1688.com - บริษัทนำเข้าสินค้า (Shipping) U-need Cargo - ผู้ให้บริการขนส่ง Flash 	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> - นำเข้าและจัดจำหน่าย สินค้าหลากหลาย รูปแบบ มีความทันสมัย คุณภาพดี ราคาประหยัด และคุ้มค่า - ทำการตลาดเพื่อเข้าถึง กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 	<p>Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส่งมอบเสื้อผ้า Everyday look คุณภาพดี มีความทันสมัย ใน ราคาประหยัด และคุ้มค่า - สร้างความมั่นใจในทุกวัน ทุกสัปดาห์ ด้วยเสื้อผ้าแฟชั่น All Around Clothing - ให้คำปรึกษาแนะนำ เสนอ สินค้าแก่ลูกค้า ให้ตอบโจทย์ลูกค้าให้ได้มากที่สุด - มีบริการจัดส่งที่รวดเร็ว ทันใจ ลูกค้าจะได้รับสินค้า 1-3 วัน 	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> - รับประกันคุณภาพสินค้า หากพบสินค้ามีตำหนิ หรือชำรุด สามารถเปลี่ยนคืนได้ ภายใน 3 วัน พร้อมคืนเงินจำนวน 3 เท่าของราคาสินค้า - จัด Promotion ประจำเดือน - New Year Gift สำหรับลูกค้าประจำ 	<p>Customer Segments</p> <p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้หญิงที่มีอายุระหว่าง 18 - 40 ปี (กลุ่มนักศึกษา หรือกลุ่มคนทำงาน) <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้หญิงอายุ 40 ปีขึ้นไป - LGBTQ
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนสินค้า - ค่าขนส่ง - ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์ 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> - รายได้จากการจำหน่ายเสื้อผ้า ร้าน All Around Clothing 		

3.2 รายละเอียดสินค้าหรือบริการ

ร้าน All Around Clothing มีประเภทของสินค้าและรายละเอียด ดังนี้

ประเภทของสินค้า	รายละเอียดของสินค้า
1. All Around Fashion	จำหน่ายสินค้าในรูปแบบ Casual สามารถสวมใส่ได้ทุกวัน เน้นเสื้อผ้ากระแสมัย ราคา 120 – 200 บาท
2. All Around Premium	จำหน่ายสินค้าในรูปแบบที่มีความสุภาพ สามารถเลือกสวมใส่ได้หลายโอกาส ใส่เที่ยวหรือใส่ไปทำงานได้ ราคา 220 – 350 บาท

3.3 รูปภาพสินค้าหรือบริการ

3.3.1 ร้าน All Around Clothing จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Instagram) นำเข้าสินค้าจากประเทศจีน สินค้ามีให้เลือกหลากหลายรูปแบบตามไลฟ์สไตล์ เน้นสวมใส่ Everyday look ที่ตอบโจทย์ทุกวัน ทุกสถานการณ์ มีความทันสมัย คุณภาพดี ราคาประหยัด และคุ้มค่า โดยสินค้าแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ All Around Fashion และ All Around Premium

ALL AROUND
Cl-thing

ภาพที่ 3.1 แสดงโลโก้ของธุรกิจ




ภาพที่ 3.2 แสดงร้านค้าบน Instagram

ตารางที่ 3.1 แสดงรายการสินค้า All Around Fashion

ลำดับ	รูปภาพสินค้า All Around Fashion			รายละเอียด	ราคา
1				เนื้อผ้า TC รอบอก 40 นิ้ว ยาว 16 นิ้ว	120 บาท
2				เนื้อผ้า Macy รอบอก 36 นิ้ว ยาว 18 นิ้ว	150 บาท
3				เนื้อผ้า TC รอบอก 38 นิ้ว ยาว 17 นิ้ว	150 บาท
4				เนื้อผ้า TC รอบอก 40 นิ้ว ยาว 22 นิ้ว	150 บาท
5				เนื้อผ้า TC รอบอก 38 นิ้ว ยาว 17 นิ้ว	150 บาท
6				เนื้อผ้า TC รอบอก 40 นิ้ว ยาว 17 นิ้ว	170 บาท

ตารางที่ 3.2 แสดงรายการสินค้า All Around Premium

ลำดับ	รูปภาพสินค้า All Around Premium	รายละเอียด	ราคา
1		เนื้อผ้า TC รอบอก 40 นิ้ว รอบเอว 36 นิ้ว สะโพก 40 นิ้ว ยาว 40 นิ้ว	350 บาท
2		เนื้อผ้า Cotton รอบอก 36 นิ้ว ยาว 16 นิ้ว	280 บาท
3		เนื้อผ้า Polyester รอบอก 40 นิ้ว ยาว 18 นิ้ว	220 บาท
4		เนื้อผ้า Cotton รอบอก 40 นิ้ว ยาว 18 นิ้ว	250 บาท
5		เนื้อผ้า Cotton รอบอก 38 นิ้ว ยาว 17 นิ้ว	250 บาท
6		เนื้อผ้า Polyester รอบอก 40 นิ้ว ยาว 24 นิ้ว	300 บาท

บทที่ 4

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

4.1 สภาวะอุตสาหกรรม สภาวะตลาดและแนวโน้ม

เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม จัดเป็นฐานล่างสุดในสามเหลี่ยมลำดับความต้องการของมาสโลว์ ด้วยเหตุนี้ ตลาดเสื้อผ้าและอุตสาหกรรมสิ่งทอจึงเติบโตและมีมูลค่าสูงถึงแสนล้านบาท เพราะเราไม่เพียงสวมใส่เพื่อเป็นปกปิดและให้ความอบอุ่นกับร่างกายเท่านั้น แต่เสื้อผ้ายังถือเป็นสิ่งที่บ่งบอกสถานะทางสังคมของผู้สวมใส่อีกด้วย ทำให้ธุรกิจเสื้อผ้ารุ่งเรืองและเติบโตมากขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวพันกับวัฒนธรรมบริโภคนิยม สำหรับเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มมีหลายประเภทการสวมใส่แบ่งตามโอกาสและสถานที่นั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นชุดทำงาน ชุดไปรเวท ชุดนอน ชุดไปเที่ยว ชุดไปงานทางการต่าง ๆ ฯลฯ ยังไม่รวมถึงการซื้อเพราะขนาดไซส์ที่อาจเปลี่ยนไปด้วย หรือกระแสแฟชั่นที่กำลังมาแรงในขณะนั้น ซึ่งเพียงเท่านี้ก็บอกได้แล้วว่าธุรกิจเสื้อผ้ายังไปต่อได้ ซึ่งสอดคล้องกับแบบสำรวจ การคาดการณ์พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคในประเทศไทย (Hakuhodo Institute of Life and Living ASEAN (THAILAND) กุมภาพันธ์ 2564) ที่กล่าวว่าความต้องการซื้อของสินค้าประเภทเสื้อผ้าเป็นอันดับที่ 3 คิดเป็น 41%

แม้เสื้อผ้าจะเป็นปัจจัยที่จำเป็น แต่สถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่านมามีผลให้ยอดขายเสื้อผ้าและแฟชั่นออนไลน์ลดลงกว่าเดิมถึง 41% เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจที่ทำให้การใช้จ่ายใช้สอยลดลง อย่างไรก็ตามยังมีผู้บริโภคบางกลุ่มที่ยังคงใส่ใจต่อการแต่งกายเพื่อภาพลักษณ์ของตนเองเมื่อต้องประชุม VDO Conference ผ่านระบบดิจิทัลจากที่บ้าน หรือแต่งตัวเพื่อแชร์รูป/Content ลงโซเชียลมีเดีย รวมถึงพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียที่เพิ่มขึ้นในช่วง Lockdown ต่างช่วยให้การสั่งซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายผ่าน Online มีมากขึ้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยพยุงให้อุตสาหกรรมผลิตสิ่งทอและเครื่องแต่งกายยังคงเติบโตและไปต่อได้ อีกทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยจุดเปลี่ยนสำคัญคือ การเกิดขึ้นของ สถานการณ์โควิด-19 เป็นตัวเร่งให้คนเข้าสู่ Online Shopping จนกลายเป็นความคุ้นชิน และส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คนไปแล้ว

ทิศทางของอุตสาหกรรมผลิตสิ่งทอและเครื่องแต่งกายยังคงเติบโตและไปต่อได้ เนื่องจากตลาดธุรกิจแฟชั่นยังดำเนินต่อไปอย่างไม่หยุด ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกายจึงต้องปรับวิธีการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) ของผู้บริโภค

โดยเน้นการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมากอย่างรวดเร็ว รวมถึงอาจมีการระบุรายละเอียดของสินค้าไว้อย่างชัดเจนก็จะช่วยให้ข้อมูลเบื้องต้นกับผู้บริโภคได้ นอกจากนี้การรีวิวจากผู้ซื้อจริงหรือ influencer ก็จะทำให้ลูกค้าเห็นภาพชัดเจน และหากมีรูปภาพไอเดียแนะนำ Mix&Match ก็จะช่วยในการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น หรือจะเป็นการขายเสื้อผ้าแบบอิงกับฤดูกาลหรือเทศกาลก็จะช่วยทำให้เพิ่มยอดขายได้เป็นอย่างดี

4.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

อุตสาหกรรมเสื้อผ้าแฟชั่น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

กลุ่มผลิตเอง	กลุ่มซื้อมาขายไป
<p>การผลิตเอง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การสร้างแบรนด์เป็นของตัวเอง เปรียบเสมือนการวางแผนระยะยาว เพื่อความมั่นคงของอาชีพ รายได้ และชีวิตในอนาคต ยิ่งถ้าแบรนด์ที่สร้างประสบความสำเร็จติดตลาด ก็สามารถนำแบรนด์ไปต่อยอดได้ง่ายขึ้นทั้งขยายตลาด ผลิตสินค้าใหม่ภายใต้แบรนด์เดิม 2. สินค้ามีความน่าเชื่อถือและมีความน่าใช้มากขึ้น เพราะลูกค้าจะรู้สึกว่าการได้ซื้อของโดยตรงจากเจ้าของแบรนด์ ช่วยลดความเสี่ยงจากการลองผิดลองถูก สามารถสอบถามรายละเอียดและข้อสงสัยที่มีกับสินค้าได้โดยตรงจากเจ้าของ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 3. รู้จักและเข้าใจสินค้าเป็นอย่างดี เนื่องจากการทำแบรนด์เอง จะสามารถกำหนดรูปแบบ คุณภาพสินค้า วัสดุอุปกรณ์ ต้นทุน รวมถึงกระบวนการผลิตที่ตัวเองต้องการได้ 	<p>การซื้อมาขายไป</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถเริ่มต้นธุรกิจได้ง่าย และรวดเร็ว หากรู้จักแหล่งผลิตหรือแหล่งขายสินค้าเพื่อรับมาขายต่อให้กับลูกค้า เปรียบเสมือนเป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและลูกค้า โดยที่ไม่ต้องเสียเวลาลองผิดลองถูก หรือเสียเวลาเพื่อสร้างแบรนด์ เพราะสินค้าส่วนใหญ่คือสินค้าที่กำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภค 2. มีแหล่งไปรับซื้อสินค้ามากมาย รวมถึงมีสินค้าให้เลือกปรับซื้อมาขายหลากหลายประเภท ตามเทรนด์หรือความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้น ๆ ซึ่งผู้ขายสามารถเลือกได้ว่าจะนำของแบรนด์อะไรมาขายบ้าง ยังเป็นแบรนด์ที่มีคุณภาพ ลูกค้านิยม มีการรีวิวจากลูกค้าผู้ซื้อจริง ก็จะยิ่งช่วยให้ร้านมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น 3. สามารถเปิดร้าน หรือลงทุนได้ในงบประมาณที่มี ไม่จำเป็นต้องหาทุนเพิ่ม เพราะการซื้อมาขายไป สามารถสั่งออเดอร์ได้ตามที่ต้องการ

กลุ่มผลิตเอง	กลุ่มซื้อมาขายไป
4. มีอิสระในการบริหารจัดการ รวมถึงการตัดสินใจและกำหนดทิศทางของธุรกิจตัวเองได้อย่างเต็มที่ มีความยืดหยุ่นสูง	

สำหรับในภาพรวมของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าแฟชั่นที่ผ่านมานี้ มีแนวโน้มการเติบโตที่ลดลง สถานการณ์โควิด-19 อย่างไรก็ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไปตามวิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) ที่มีการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น และผู้บริโภคบางกลุ่มยังคงใส่ใจต่อการแต่งกายเพื่อภาพลักษณ์ของตนเองอยู่เสมอ เมื่อต้องประชุม VDO Conference ผ่านระบบดิจิทัลจากที่บ้าน หรือแต่งตัวเพื่อแชร์รูป/Content ลงโซเชียลมีเดีย และคาดว่าหลังจากสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย ผู้บริโภคก็จะหันมาจับจ่ายใช้สอยตามเดิม ธุรกิจในกลุ่มนี้ยังคงสามารถเติบโตไปได้ โดยเฉพาะธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นที่ปรับตัวเข้ากับแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ ก็สามารถทำให้มียอดขายที่สูงขึ้นได้

4.3 ตลาดเป้าหมาย

ปัจจัยการพิจารณา	วิเคราะห์ธุรกิจ
ลูกค้าคือใคร (WHO?)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ลูกค้าผู้หญิง อายุ 18 – 40 ปี 2. กลุ่มนักศึกษา หรือกลุ่มคนทำงาน 3. กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบการแต่งตัว 4. กลุ่มลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบาย ในการเลือกซื้อเสื้อผ้า 5. กลุ่ม LGBTQ
ลูกค้าอยู่ที่ไหน (WHERE?)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทั่วประเทศทุกภูมิภาคในประเทศไทย
สิ่งที่ลูกค้าต้องการคืออะไร (WHAT?)	<ol style="list-style-type: none"> 1. เสื้อผ้าแฟชั่นตามกระแสนิยม 2. เสื้อผ้าแฟชั่นที่ตอบ โจทย์ไลฟ์สไตล์ของลูกค้า
ทำไมลูกค้าจึงต้องใช้บริการของเรา (WHY?)	<ol style="list-style-type: none"> 1. สินค้าคุณภาพดี ราคาถูก 2. จัดส่งรวดเร็ว ทันใจ 3. มีการรับประกันสินค้า

ปัจจัยการพิจารณา	วิเคราะห์ธุรกิจ
	4. บริการด้วยความใส่ใจ และเป็นกันเอง เสมือน เพื่อนสาวคนสนิทของคุณ
ลูกค้าต้องการใช้บริการของเราเมื่อใด (WHEN?)	1. เมื่อลูกค้ามีความต้องการเสื้อผ้าแฟชั่น แต่ ไม่yakออกไปซื้อเอง 2. สามารถสั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง
ทำอย่างไรเพื่อตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าและลูกค้าพึงพอใจ (HOW?)	1. ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุม อย่างทั่วถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และตอบ โจทย์ความต้องการของลูกค้าให้ได้มาก ที่สุด เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด 2. ให้คำปรึกษา และแนะนำสินค้า พร้อมทั้ง รับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อนำมา ปรับปรุงแก้ไข พัฒนาสินค้าและบริการให้ ดียิ่งขึ้นทุกวัน 3. สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า บริการ และส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าเกิดความ ประทับใจ

4.4 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้าน All Around Clothing ธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับ
ผู้หญิง สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ ผู้หญิงที่มีอายุระหว่าง 18 – 40 ปี ซึ่งอาจเป็นกลุ่มนักศึกษา
หรือกลุ่มคนทำงาน ที่ชื่นชอบการแต่งตัว และต้องการความสะดวกสบาย ในการเลือกซื้อเสื้อผ้า
แฟชั่น ไม่ต้องออกไปซื้อเอง สามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ได้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง คือ ผู้หญิงที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่ชื่นชอบการแต่งตัว และกลุ่มลูกค้า
LGBTQ ซึ่งเป็นเรื่องน่าจับตามองแนวโน้มตลาดแฟชั่น ผู้บริโภคยุคปัจจุบันเริ่มหันมามี Awareness
ในด้านต่าง ๆ รวมถึงมีความเข้าใจในเรื่องเพศที่มากขึ้นกว่าเดิม ดังนั้นในวงการแฟชั่นขณะนี้ แฟชั่น
ถือว่าเป็นเรื่องที่ Unisex คือ ไม่ว่าเพศไหน ๆ ก็สามารถเลือกสวมใส่เสื้อผ้าได้ทุกประเภท ไม่ใช่เพียง
แค่ผู้หญิงเท่านั้นที่ใส่กระโปรงได้ เพศชาย Transgender Pansexual หรือ Non-Binary ฯลฯ ก็สามารถใส่

กระโปรงได้เช่นกัน ซึ่งแนวโน้มตลาดแฟชั่นในปัจจุบันของไทยก็เริ่มตระหนักถึงความสำคัญและตัวตนของ LGBTQ มากขึ้นกว่าเดิม และชุมชน LGBTQ ก็เริ่มแข็งแกร่งมากขึ้นจากเดิมด้วย

4.5 วิเคราะห์สภาพการแข่งขัน คู่แข่งขัน และการเปรียบเทียบคู่แข่ง

4.5.1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Industry rivalry)

จากการเปรียบเทียบการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ ในปัจจุบันมีสภาพการแข่งขันที่สูง เนื่องจากสามารถเข้าถึงธุรกิจนี้ได้ง่าย อย่งไรก็ตามร้าน All Around Clothing ไม่เพียงแต่ขายเสื้อผ้าแฟชั่นเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญในเรื่องของการบริการ และคุณภาพของสินค้าอีกด้วย

4.5.2 อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)

ในธุรกิจร้าน All Around Clothing นี้ ซัพพลายเออร์คือ ร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นในเว็บไซต์ 1688.com ซื่อสินค้าจากร้านค้าประเทศจีนโดยตรง ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งมีราคาขายที่ต่ำกว่าโรงงานผลิตในประเทศไทยหรือผู้ขายรายอื่น และสินค้ายังมีความแตกต่าง ทันสมัย หากร้าน All Around Clothing ซื่อสินค้าตามเงื่อนไขที่ทางร้านค้าประเทศจีนกำหนด ก็จะได้ในราคาที่ต่ำลงอีกด้วย ซึ่งการซื่อขายบนเว็บไซต์ 1688.com นี้ ซัพพลายเออร์ไม่ได้มีส่วนเสียเปรียบใดๆ จึงทำให้อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์มีค่อนข้างต่ำ

4.5.3 อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customers)

เนื่องจากร้าน All Around Clothing มีช่องทางการจำหน่ายผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Instagram) เพียงช่องทางเดียว หากลูกค้าหันไปซื่อสินค้าร้านอื่น เช่น ร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นจากคู่แข่งบนแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ก็จะส่งผลต่อธุรกิจอย่างมาก ร้าน All Around Clothing จึงต้องมีการจัดโปรโมชัน ลดราคา และจัดกิจกรรมอยู่เสมอ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์ ดังนั้นอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อจึงมีค่อนข้างสูง

4.5.4 ภัยคุกคามจากสินค้าอื่นทดแทน (Threat of Substitute Products or Services)

ในปัจจุบันสินค้าทดแทนเสื้อผ้าแฟชั่นนั้นมีจำนวนมาก แต่ด้วยรูปแบบของเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีรูปแบบใหม่ออกมาเรื่อยๆ รูปแบบของเสื้อผ้าที่ออกมาส่วนใหญ่จะออกมาตามเทรนด์หรือ Influencer ซึ่งเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย ลูกค้าจึงนิยมที่จะเลือกซื่อเสื้อผ้าแฟชั่นตามเทรนด์หรือกระแสนิยมมากกว่าเสื้อผ้าในรูปแบบอื่น ๆ

4.5.5 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrance)

สำหรับธุรกิจร้าน All Around Clothing ธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง ซึ่งขายสินค้าทางออนไลน์ มีคู่แข่งจำนวนมากราย ทั้งรายเล็กรายใหญ่ การที่จะเข้ามาในธุรกิจนี้ของคู่แข่งรายใหม่สามารถทำได้ง่ายไม่ยุ่งยาก ผลกระทบจากคู่แข่งรายใหม่จึงมีค่อนข้างสูง ดังนั้น

ร้าน All Around Clothing จึงควรมีการวางกลยุทธ์หรือจัดแคมเปญ เพื่อตอบสนองโจทย์ความต้องการของลูกค้า สร้างความพึงพอใจสูงสุด และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าให้ได้มากที่สุด

4.6 วิเคราะห์คู่แข่ง

4.6.1 คู่แข่งขันทางตรง (Direct Competitor)

คู่แข่งทางตรงคือ ร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Instagram)

4.6.2 คู่แข่งขันทางอ้อม (Indirect Competitor)

คู่แข่งทางอ้อมในธุรกิจนี้คือ ร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นบนแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นๆ เช่น Facebook, Tiktok, Shopee และ Lazada เป็นต้น และร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นแบบ Offline

4.7 ตารางเปรียบเทียบคู่แข่ง

ประเด็นการเปรียบเทียบ	ร้าน All Around Clothing	คู่แข่งรายที่ 1 ร้านใน Instagram	คู่แข่งรายที่ 2 ร้านใน Facebook	คู่แข่งรายที่ 3 ร้านใน Tiktok	คู่แข่งรายที่ 3 ร้านบน Shopee	คู่แข่งรายที่ 3 ร้านบน Lazada
สินค้าหรือบริการ	<ul style="list-style-type: none"> - เสื้อผ้าแฟชั่นตามกระแสนิยม - เสื้อผ้าแฟชั่นสไตล์เกาหลี 	<ul style="list-style-type: none"> - เสื้อผ้าแฟชั่นตามกระแสนิยม - เสื้อผ้าแฟชั่นสไตล์เกาหลี - เสื้อผ้าแบรนด์ 	<ul style="list-style-type: none"> - เสื้อผ้าแฟชั่นตามกระแสนิยม - เสื้อผ้าแฟชั่นสไตล์เกาหลี - เสื้อผ้าแบรนด์ 	<ul style="list-style-type: none"> - เสื้อผ้าแฟชั่นตามกระแสนิยม - เสื้อผ้าแฟชั่นสไตล์เกาหลี - เสื้อผ้าแบรนด์ 	<ul style="list-style-type: none"> - เสื้อผ้าแฟชั่นตามกระแสนิยม - เสื้อผ้าแฟชั่นสไตล์เกาหลี - เสื้อผ้าแบรนด์ 	<ul style="list-style-type: none"> - เสื้อผ้าแฟชั่นตามกระแสนิยม - เสื้อผ้าแฟชั่นสไตล์เกาหลี - เสื้อผ้าแบรนด์
ต้นทุนการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าโฆษณาเริ่มต้น 60 บาท/วัน - มี Vat 7% 	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าโฆษณาเริ่มต้น 60 บาท/วัน - มี Vat 7% 	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าโฆษณาเริ่มต้น 40 บาท/วัน - มี Vat 7% 	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าโฆษณาเริ่มต้น 50 บาท/วัน 	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าธรรมเนียมจากการขาย 3% - ค่าธรรมเนียมสำหรับการทำธุรกรรมชำระเงินปลายทาง 3% - ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมผ่านบัญชีธนาคาร 2% - ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมผ่าน AirPay Wallet 2% - ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต 	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าคอมมิชชั่น 5% - ค่าธรรมเนียมการชำระเงิน 2% ไม่ว่าจะเป็นการโอนผ่านธนาคาร การชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต รวมถึงการชำระแบบเก็บเงินปลายทาง - ค่าโฆษณาเริ่มต้น 30 บาท/วัน

ประเด็นการเปรียบเทียบ	ร้าน All Around Clothing	คู่แข่งชั้นรายที่ 1 ร้านใน Instagram	คู่แข่งชั้นรายที่ 2 ร้านใน Facebook	คู่แข่งชั้นรายที่ 3 ร้านใน Tiktok	คู่แข่งชั้นรายที่ 3 ร้านบน Shopee	คู่แข่งชั้นรายที่ 3 ร้านบน Lazada
					โดยคิดค่าธรรมเนียม 2% - ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตแบบผ่อนชำระ 5% - ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมผ่าน SpayLater 2% - ค่าโฆษณาเริ่มต้น 100 บาท	
ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า	- Instagram	- Instagram	- Facebook	- Tiktok	- Shopee	- Lazada
กิจกรรมทางการตลาด	- ซื้อ 2 ตัว จัดส่งฟรี - แจกส่วนลด - โฆษณา	- โปรโมชัน ต่าง ๆ - โฆษณา - (เป็นไปตามเงื่อนไขของร้าน)	- โปรโมชัน ต่าง ๆ - โฆษณา - (เป็นไปตามเงื่อนไขของร้าน)	- โปรโมชัน ต่าง ๆ - โฆษณา - (เป็นไปตามเงื่อนไขของร้าน)	- โปรโมชันตามแคมเปญ - แจกส่วนลด - โฆษณา - (เป็นไปตามเงื่อนไขของร้าน)	- โปรโมชันตามแคมเปญ - แจกส่วนลด - โฆษณา - (เป็นไปตามเงื่อนไขของร้าน)

4.8 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SWOT Analysis)

<p>จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จำหน่ายสินค้าหลากหลายรูปแบบ ตามกระแสนิยม มีความทันสมัย 2. สินค้าคุณภาพดี และราคาถูก 3. มีสินค้านวัตกรรมใหม่ออกสู่ตลาดทุกๆ 2 สัปดาห์ 4. สามารถสั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง และจัดส่งทั่วประเทศไทย 5. จัดส่งรวดเร็วทันใจ ส่งของทุกวัน 6. บริการให้คำปรึกษาแนะนำก่อนตัดสินใจซื้อ 7. รับประกันคุณภาพสินค้า หากพบสินค้ามีตำหนิ หรือชำรุด สามารถเปลี่ยนสินค้าภายใน 3 วัน พร้อมคืนเงินจำนวน 3 เท่าของราคาสินค้า 8. เป็นกิจการขนาดเล็กใช้เงินลงทุนไม่มาก 	<p>จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นสินค้ากระแสนิยม ที่มีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมาก 2. ช่องทางการจัดจำหน่ายมีเพียงช่องทางเดียว 3. ร้านไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ยังไม่มีชื่อเสียง
<p>โอกาส (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แหล่งซื้อสินค้ามีต้นทุนหรือราคาซื้อค่อนข้างต่ำ จึงทำให้มีความได้เปรียบในด้านการตั้งราคาขาย 2. เสื้อผ้าแฟชั่นตามกระแสนิยมเป็นที่ต้องการของตลาดสูง 3. พฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไปตามวิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) มีการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น 	<p>อุปสรรค (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นมีจำนวนมาก การแข่งขันที่รุนแรง และมีการขายตัดราคา 2. ปัจจุบันเศรษฐกิจอยู่ในสถานะชะลอตัว อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

4.9 การจัดทำกลยุทธ์ TOWS Matrix

<p>ภายใน</p> <p>ภายนอก</p>	<p>จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จำหน่ายสินค้าหลากหลายรูปแบบ ตามกระแสนิยม มีความทันสมัย 2. สินค้าคุณภาพดี และราคาถูก 3. มีสินค้ารูปแบบใหม่ออกสู่ตลาดทุก ๆ 2 สัปดาห์ 4. สามารถสั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง และจัดส่งทั่วประเทศไทย 5. จัดส่งรวดเร็วทันใจ ส่งของทุกวัน 6. บริการให้คำปรึกษาแนะนำก่อนตัดสินใจซื้อ 7. รับประกันคุณภาพสินค้า หากพบสินค้ามีตำหนิ หรือชำรุด สามารถเปลี่ยนคืนได้ภายใน 3 วัน พร้อมคืนเงินจำนวน 3 เท่าของราคาสินค้า 8. เป็นกิจการขนาดเล็กใช้เงินลงทุนไม่มาก 	<p>จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นสินค้ากระแสนิยม ที่มีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมาก 2. ช่องทางการจัดจำหน่ายมีเพียงช่องทางเดียว 3. ร้านไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ยังไม่มีชื่อเสียง
<p>โอกาส (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แหล่งซื้อสินค้ามีต้นทุนหรือราคาซื้อค่อนข้างต่ำ จึงทำให้มีความได้เปรียบในด้านการตั้งราคาขาย 2. เสื้อผ้าแฟชั่นตามกระแสนิยมเป็นที่ต้องการของตลาดสูง 3. พฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไปตามวิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) มีการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์มากขึ้น 	<p>กลยุทธ์เชิงรุก SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. S1,O1 = ลูกค้านำซื้อสินค้าและถ่ายรูปรีวิว รับส่วนลด 50 บาทในครั้งถัดไป 2. S5,O3 = จัดโปรโมชั่น ซื้อ 2 ตัวส่งฟรี อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และกระตุ้นความอยากซื้อสินค้า 	<p>กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. W1,O1 = จัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้า เมื่อมีสินค้า Dead Stocks หรือลดราคาสินค้าตามเทศกาล 2. W3,O2 = ทำการตลาดด้วยสินค้าที่กำลังเป็นกระแสนิยม และโฆษณาร้านเพื่อให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น พร้อมทั้งวางแผนขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึงในอนาคต
<p>อุปสรรค (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นมีจำนวนมาก การแข่งขันที่รุนแรง และมีการขายตัดราคา 2. ปัจจุบันเศรษฐกิจอยู่ในสภาวะชะลอตัว อาจส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น 	<p>กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. S6,T1 = สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า บริการและส่งเสริมสินค้าให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และความจงรักภักดีต่อแบรนด์ 	<p>กลยุทธ์เชิงรับ WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. W1,T2 = ทำ Content โฆษณาแนะนำ Mix&Match เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น และเพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักและเข้าถึงร้านมากขึ้น

บทที่ 5 แผนการบริหารจัดการ

5.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	All Around Clothing
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ	1/88 ซอยแจ้งวัฒนะ – ปากเกร็ด 23 ตำบลคลองเกลือ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120
รูปแบบการของธุรกิจ	จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง
เงินลงทุนเริ่มแรก	5,000,000 บาท (ห้าล้านบาทถ้วน)

5.2 เงินลงทุนเริ่มแรก

จากการดำเนินงานตามแผนธุรกิจ จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Instagram) กิจการมีความจำเป็นต้องใช้เงินทุนทั้งสิ้น 5,000,000 บาท โดยมาจาก ส่วนของเจ้าของกิจการทั้งสิ้น 5,000,000 บาท โดยธุรกิจเริ่มต้นในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564

5.3 โครงสร้างในการบริหารธุรกิจ



ภาพที่ 5.1 แสดงโครงสร้างองค์กร

ธุรกิจร้าน All Around Clothing บริหารภาพรวมโดยเจ้าของกิจการ และแบ่งการบริหารงานออกเป็น 3 แผนกหลักตามลักษณะการดำเนินงานของกิจการ คือ (1) แผนกสินค้า (2) แผนกการตลาด และ (3) แผนกการเงินและบุคคล เพื่อให้แต่ละแผนกมีแนวทางการดำเนินงานอย่างมีแบบแผน และนำไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของกิจการ โดยแต่ละแผนกจะมีขอบเขตและหน้าที่ในการรับผิดชอบงาน ดังต่อไปนี้

เจ้าของกิจการ ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย วางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ของกิจการตามสถานการณ์ เพื่อให้การดำเนินงานในภาพรวมของกิจการมีประสิทธิภาพสูงสุด และสามารถดำเนินการได้ตามแนวทางที่กำหนดให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์และพันธกิจของกิจการที่ได้ตั้งไว้ ปรับปรุงและรับฟังข้อเสนอแนะจากทุกฝ่าย เพื่อการบริหารงานให้ทุกฝ่ายสามารถบรรลุเป้าหมายร่วมกัน และทำให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

แผนกสินค้า ได้แบ่งพนักงานตามลักษณะของการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

(1) พนักงานจัดซื้อ ทำหน้าที่สำคัญในการคัดเลือกสินค้าเพื่อนำมาจัดจำหน่ายในร้านค้า โดยจะต้องเข้าใจในเรื่องเทรนด์ แฟชั่นที่กำลังเป็นกระแสนิยม และเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า เพื่อให้สามารถสรรหาสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ และนอกจากนั้นจะต้องหาสินค้าจากแหล่งที่ทำให้กิจการเกิดต้นทุนที่ต่ำที่สุด เพื่อให้กิจการเกิดความได้เปรียบในการกำหนดราคาจำหน่ายสินค้า และสามารถทำกำไรได้มากขึ้น

(2) พนักงานคลัง จะต้องทำการบริหารสินค้าคงคลัง สินค้าเข้า – ออก และรายงานสถานะสินค้าคงคลัง ณ ปัจจุบัน เพื่อให้ทราบปริมาณสินค้าคงเหลือที่สามารถจำหน่ายให้ลูกค้าได้ รวมถึงตรวจสอบความถูกต้องของคำสั่งซื้อก่อนนำสินค้าออกจากคลัง

(3) พนักงานจัดส่ง จะต้องทำการแพ็คสินค้าตามคำสั่งซื้อ โดยตรวจสอบความถูกต้องของคำสั่งซื้ออีกครั้งก่อนทำการแพ็คสินค้า และนำสินค้าส่งออกไปยังจุดให้บริการขนส่ง

แผนกการตลาด ได้แบ่งพนักงานตามลักษณะของการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

(1) พนักงานขาย (Admin) ทำหน้าที่ขายสินค้าให้กับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (Instagram, Facebook และ Shopee) โดยมีความรู้และความเข้าใจในสินค้าที่ขายเป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้าก่อนตัดสินใจซื้อได้ และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า โดยหน้าที่หลักคือ การตอบรับคำสั่งซื้อของลูกค้า สรุปรายการสั่งซื้อ แจ้งรายละเอียดการชำระเงิน รวมถึงรายงานสถานะการจัดส่งสินค้าด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว นอกจากนี้ยังต้องตอบคำถามที่ลูกค้าต้องการทราบ รวมถึงสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ เพื่อลดข้อขัดแย้ง และสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

(2) พนักงานสื่อสารการตลาด ทำหน้าที่ในการจัดทำสื่อ โฆษณา โปรโมชันต่างๆ ของร้าน เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ร้านเป็นที่รู้จัก และจดจำสินค้าของร้านได้ รวมถึงกระตุ้นยอดขายซื้อออนไลน์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดโอกาสปิดการขายให้ได้มากที่สุด

แผนการเงินและบุคคล ได้แบ่งพนักงานตามลักษณะของการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

(1) พนักงานบัญชี และดูแลสวัสดิการ ทำหน้าที่จัดทำรายรับ รายจ่ายของร้าน เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการทำกำไร โดยจัดทำสรุปเป็นรายวันและรายงานประจำเดือน บริหารการเงิน รายงานเรื่องสภาพคล่องของกิจการ นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ดูแลสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ของพนักงาน

5.4 การจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการพนักงาน

ในการจ่ายค่าตอบแทนของพนักงาน เงินเดือนจะแบ่งตามตำแหน่งหน้าที่ที่ได้รับของพนักงานแต่ละคน ทั้งนี้กิจการมีนโยบายปรับค่าตอบแทนในส่วนของเงินเดือนเพิ่มขึ้นทุกปี การปรับขึ้นอ้างอิงตามอัตราเงินเฟ้อเป็นอย่างต่ำ เพื่อให้เพียงพอต่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของพนักงาน โดยขั้นต่ำที่พนักงานทุกคนจะได้รับใสการปรับเงินเดือนขึ้นอยู่ที่ 3% ทั้งนี้การปรับขึ้นอยู่กับผลการประเมินของพนักงานประจำปีของแต่ละคน โดยจะแบ่งพนักงานตามเกรด 4 ระดับ คือ ABCD โดยพนักงานที่เกรดสูงขึ้นไป 1 ขั้นจะได้รับการปรับเงินเดือนเพิ่มขึ้นอีก 1% โดยเกรด D เริ่มต้นที่ 3% และสูงสุดที่เกรด A ที่ 6% เฉลี่ยการปรับเงินเดือนขึ้นที่ 4.5%

ตารางที่ 5.1 แสดงตำแหน่ง จำนวนพนักงาน และเงินเดือนของแต่ละตำแหน่งงาน

ตำแหน่ง	จำนวน (อัตรา)	เงินเดือนต่ออัตรา (บาท)
ผู้บริหาร	1	20,000
พนักงานจัดซื้อ	1	17,000
พนักงานคลัง	1	17,000
พนักงานจัดส่ง	1	17,000
พนักงานขาย (Admin)	1	20,000
พนักงานสื่อสารการตลาด	1	20,000
พนักงานบัญชี และดูแลสวัสดิการ	1	20,000

นอกจากการจ่ายผลตอบแทนในรูปแบบเงินเดือนแล้วนั้น กิจการยังมีผลตอบแทนในรูปแบบอื่นอย่างเช่น ค่าตอบแทนในรูปแบบคอมมิชชั่นแก่พนักงานขาย โดยกิจการจะจ่ายค่าคอมมิชชั่นให้กับพนักงานขายจำนวน 1% ของสินค้าที่ขายได้ รวมถึงจ่ายค่าล่วงเวลาและโบนัสให้กับพนักงานในตำแหน่งอื่น ๆ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการขายสินค้าและการทำงานมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ นอกเหนือจากค่าตอบแทนแล้ว กิจการยังมีการจัดสรรสวัสดิการขั้นพื้นฐานให้กับพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของประกันสังคม วันลาประจำปี เช่น ลาพักร้อน ลาป่วย ลากิจ เป็นต้น

บทที่ 6

แผนการตลาด

6.1 เป้าหมายทางการตลาด

จากการศึกษาถึงกระแสการใช้สื่อสังคมออนไลน์ สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์แล้วนั้นพบว่าร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ยังสามารถพัฒนารูปแบบการจัดจำหน่ายเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน และยังสามารถทำให้ธุรกิจขายเสื้อผ้าออนไลน์เติบโตขึ้นได้อีกมาก ทั้งนี้จำเป็นต้องมีการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดเพื่อให้สามารถดำเนินการตามเป้าหมาย ติดตามผล และวัดผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ เพื่อให้สะดวกต่อการดำเนินการ ร้าน All Around Clothing จึงกำหนดเป้าหมายทางการตลาดออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่เป้าหมายทางการตลาดระยะสั้นและเป้าหมายทางการตลาดระยะยาว ดังต่อไปนี้

6.1.1 เป้าหมายระยะสั้น (ช่วงเวลา 1-2 ปี)

- ร้าน All Around Clothing มียอดขายไม่ต่ำกว่า 5 ล้านบาท ในช่วงเวลา ปีที่เปิดทำการ
- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น Facebook, Shopee และ Lazada เป็นต้น
- ร้าน All Around Clothing มียอดการสั่งซื้อไม่ต่ำกว่า 70 ตัวต่อวัน
- จัดทำสื่อทางการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน All Around Clothing ให้เป็นที่รู้จัก พร้อมทั้งเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Brand Awareness)

6.1.2 เป้าหมายระยะยาว (ช่วงเวลา 3 - 5 ปี)

- ร้าน All Around Clothing มียอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยกำหนดอัตราการเติบโตเป้าหมายของยอดขายขั้นต่ำเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 5 ของปีก่อนหน้า
- ขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปยังกลุ่มที่มีความนิยมเสื้อผ้าในอีกระดับราคาหนึ่ง และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว
- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์ เพื่อรองรับการเติบโตของร้าน All Around Clothing ให้สามารถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่ต้องการซื้อทางหน้าร้าน

6.2 การกำหนดลูกค่าเป้าหมาย

6.2.1 วิธีทำแบบสอบถาม

โดยการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเรื่องพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์ ซึ่งแบบสอบถามมีข้อมูลทั้งหมด 3 ส่วน ได้ต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถอธิบายและสรุปตามลำดับของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจากมากไปน้อย ได้ดังต่อไปนี้

ตัวแปร	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
- 21 - 25	74	37
- 26 - 30	65	32.5
- 30 - 35	61	30.5
2. การศึกษา		
- ปริญญาตรี	169	84.5
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	23	11.5
- ปริญญาโทหรือสูงกว่า	8	4
3. รายได้ต่อเดือน		
- 12,001 - 17,000 บาท	154	77
- 17,001 - 22,000 บาท	29	14.5
- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 12,000 บาท	17	8.5

หมายเหตุ. สรุปตามลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 3 อันดับแรก

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นในการเลือกซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถอธิบายและสรุปตามลำดับของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจากมากไปน้อย ได้ดังต่อไปนี้

ตัวแปร	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
1. ท่านตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากปัจจัยใด		
- ดีไซน์	114	57
- คุณภาพ	49	24.5
- ราคา	37	18.5
2. ท่านมีหลักเกณฑ์ใดในการเลือกร้านเสื้อผ้าทางออนไลน์		
- ภาพสินค้ามีความน่าสนใจ	105	52.5
- มีรีวิวสินค้าของลูกค้าที่เคยสั่งซื้อ	56	28
- ชื่อเสียง (แบรนด์)	39	19.5
3. ท่านมักซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์ ในราคาเท่าใด		
- 501 - 1,000 บาท	106	53
- 301 - 500 บาท	73	36.5
- 201 - 300 บาท	21	10.5
4. ท่านซื้อเสื้อผ้าเฉลี่ยครั้งละกี่ตัว		
- 1 - 2 ตัว	184	92
- 3 - 4 ตัว	15	7.5
- 5 ตัวขึ้นไป	1	0.5
5. ท่านซื้อเสื้อผ้าเฉลี่ยกี่ครั้ง (ต่อเดือน)		
- 1 - 2 ครั้ง	171	85.5
- 3 - 4 ครั้ง	28	14
- 5 ครั้งขึ้นไป	1	0.5
6. ท่านมักชำระเงินค่าสินค้าด้วยวิธีใด		
- Mobile Banking	134	67
- ชำระเงินปลายทาง	47	23.5

ตัวแปร	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
- บัตรเครดิต/บัตรเดบิต	19	9.5
7. ท่านมักเลือกซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์จากช่องทางใดมากที่สุด		
- Shopee	134	67
- Facebook	47	23.5
- Instagram	19	9.5
8. กิจกรรมส่งเสริมการตลาดทางออนไลน์ ในข้อใดที่ท่านให้ความสำคัญมากที่สุด		
- จัดส่งฟรี	187	93.5
- มีส่วนลด	9	4.5
- มีของแถม	4	2

หมายเหตุ. สรุปตามลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 3 อันดับแรก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับปัญหาที่มักพบเจอเมื่อซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถอธิบายและสรุปตามลำดับของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจากมากไปน้อย ได้ดังต่อไปนี้

ตัวแปร	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
ท่านมักพบปัญหาใด เมื่อซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์		
- สินค้าไม่ตรงปก	129	64.5
- จัดส่งล่าช้า	53	26.5
- ไซส์ไม่ตรงตามที่ระบุไว้	18	9

หมายเหตุ. สรุปตามลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 3 อันดับแรก

6.3 กลยุทธ์ด้านส่วนผสมทางการตลาด

6.3.1 ด้านสินค้าและบริการ

จำหน่ายเสื้อผ้าหลากหลายรูปแบบ ตามกระแสนิยม มีความทันสมัย

สินค้าคุณภาพดี มีการตรวจเช็คสินค้าก่อนส่งให้ลูกค้าทุกครั้ง รับประกันคุณภาพสินค้า หากพบสินค้ามีตำหนิ หรือชำรุด สามารถแจ้งเปลี่ยนคืนได้ภายใน 3 วัน

มีสินค้านวัตกรรมใหม่ออกสู่ตลาดทุกๆ 2 สัปดาห์

บริการให้คำปรึกษาแนะนำก่อนตัดสินใจซื้อ

สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า บริการและส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และความจงรักภักดีต่อแบรนด์

6.3.2 ด้านราคา

การตั้งราคาสินค้า เป็นราคาที่เข้าถึงได้ง่าย ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาขายเป็นแรงชักจูงให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่าในการเลือกซื้อสินค้า และการส่งเสริมการตลาด

6.3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้าสามารถเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายได้ง่าย สะดวก ทุกเวลา สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และจัดส่งทั่วประเทศไทย และจัดส่งฟรีเมื่อซื้อสินค้าจำนวน 2 ตัวขึ้นไป

ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึงในอนาคต

6.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

จัดส่งสินค้าให้ฟรี เมื่อซื้อสินค้าจำนวน 2 ตัวขึ้นไป

เมื่อลูกค้าซื้อสินค้า และถ่ายรูปรีวิวสินค้า รับส่วนลด 50 บาทในครั้งถัดไป

แจกส่วนลด เมื่อซื้อสินค้าตามเงื่อนไขที่ทางร้านกำหนด

ลดราคา และแถมสินค้า เมื่อต้องการจัดการกับสินค้าค้างสต็อก

6.4 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

6.4.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก

กลุ่ม Trendy กลุ่มผู้ซื้อกลุ่มนี้ เป็นผู้หญิงที่ใส่ใจด้านความสวยงาม ชื่นชอบและติดตามเทรนด์แฟชั่นอยู่เป็นประจำ คนที่มีชื่อเสียงอย่างดารา เซเลบริตี้ หรือแม่แต่นเน็ตไอดอล มีอิทธิพลต่อการแต่งตัว เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าบ่อยเนื่องจากเปลี่ยนแปลงเสื้อผ้าตามเทรนด์แฟชั่นและผู้มีอิทธิพลต่อการแต่งตัวอยู่เสมอ และมีการตัดสินใจในการซื้อแต่ละครั้งที่ค่อนข้างง่าย และรวดเร็ว มิได้มีความถี่ในการซื้อ 1 ครั้งขึ้นไปต่อ 1 สัปดาห์ ด้วยความที่เปลี่ยนแปลงการแต่งตัวอยู่เสมอทำให้ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งจะไม่สูงมากนักอยู่ที่ 300 - 500 บาท ไม่นับคุณภาพการตัดเย็บ แต่เน้น

ไปที่เรื่องของการออกแบบและรูปทรงของเสื้อผ้า กลุ่มผู้ซื้อกลุ่มนี้มักจะซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว รวมถึงราคาที่ถูกลง และมีโปรโมชั่นจากร้านค้าออนไลน์อยู่เสมอ

6.4.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง

กลุ่ม Personality กลุ่มผู้ซื้อกลุ่มนี้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป หรือรายได้ระดับปานกลางถึงสูง มีความมั่นใจในตัวเอง แต่งกายเพื่อเสริมบุคลิกภาพให้ดูดี มีความน่าเชื่อถือ เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าราคาสูง ราคาโดยเฉลี่ยต่อเครื่องแต่งกาย 1 ชิ้น อยู่ที่มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป โดยเน้นรูปแบบเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์ทั้งด้านการออกแบบ การตัดเย็บที่มีคุณภาพ

กลุ่ม Hipster กลุ่มผู้ซื้อกลุ่มนี้ เป็นผู้หญิงที่มีความมั่นใจในตนเองสูง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมีสไตล์การแต่งตัวที่เป็นตัวเอง ไม่อิงตามเทรนด์แฟชั่น หรืออิงตามบุคคลที่มีชื่อเสียง เน้นแต่งตัวที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของตนเอง กลุ่มนี้จึงมีพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าไม่บ่อยนักและการตัดสินใจซื้อค่อนข้างยากโดยมักจะซื้อจากร้านประจำทั้งร้านค้าที่มีหน้าร้าน และร้านค้าออนไลน์ที่มีเอกลักษณ์ของร้านนั้น โดยเฉพาะ เน้นไปที่เรื่องของการออกแบบ และรูปทรงของเสื้อผ้าที่ตรงกับสไตล์ที่ตนเองชื่นชอบ ทำให้ราคาและโปรโมชั่นต่างๆ จากทางร้านมิใช่ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ

บทที่ 7 แผนการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงานเป็นการกำหนดกรอบการทำงานและนโยบายเพื่อให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ของกิจการที่กำหนดไว้ มีการกระตุ้นบุคลากรแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องให้ดำเนินงานไปสู่เป้าหมายในทิศทางเดียวกัน โดยมุ่งเน้นจำหน่ายสินค้าคุณภาพดี ราคาถูก และคุ้มค่า สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า บริการและส่งเสริมสินค้าให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ รวมถึงให้คำปรึกษา แนะนำสินค้า พร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข พัฒนาสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้นทุกวัน

7.1 สถานประกอบการ

ชื่อกิจการ	All Around Clothing
ลักษณะกิจการ	จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง
สโลแกน	เสกความมั่นใจ สวมใส่ All Around
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ	1/88 ซอยแจ้งวัฒนะ – ปากเกร็ด 23 ตำบลคลองเกลือ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

7.2 ตราสัญลักษณ์ของธุรกิจ

สัญลักษณ์ของร้าน All Around Clothing แสดงถึงการขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าอย่างชัดเจน เป็นการนำเอากราฟฟิกไม้แฉวนเสื้อ เพื่อสื่อถึงการดำเนินกิจการจำหน่ายเสื้อผ้าตัวอักษรที่ไม่ได้เป็นทางการมากนัก ให้ความเป็นกันเอง สีน้ำเงิน ให้ความเชื่อมั่น น่าเชื่อถือ และสีแดง ให้ความโดดเด่น และสื่อถึงแฟชั่น พื้นหลังสีโอรส ให้ความรู้สึกละมุน สบายใจ และเป็นกันเอง



ภาพที่ 7.1 แสดงโลโก้ของธุรกิจ

7.3 ขั้นตอนการดำเนินงาน



ภาพที่ 7.2 แสดงกระบวนการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ (Instagram)

ขั้นตอนที่ 1 ทางร้านโพสต์ภาพสินค้า พร้อมรายละเอียดของสินค้า บนช่องทาง Instagram

ขั้นตอนที่ 2 ลูกค้าสามารถเลือกชมสินค้า และสั่งซื้อสินค้าได้ทาง Instagram Direct Messenger หรือคลิกหน้า Bio สำหรับลูกค้าที่ต้องการสั่งซื้อสินค้าทาง Line Official Account

ขั้นตอนที่ 3 พนักงานขาย (Admin) Confirm คำสั่งซื้อของลูกค้า

ขั้นตอนที่ 4 พนักงานขาย (Admin) แจ้งรายละเอียดการสั่งซื้อ รายการสินค้าที่ลูกค้าสั่งซื้อ รวมยอดการชำระเงิน ช่องทางการชำระเงิน และรอบการจัดส่งสินค้า

ขั้นตอนที่ 5 เมื่อลูกค้าโอนชำระเงินเรียบร้อยแล้ว ส่งหลักฐานการชำระเงิน แจ้งที่อยู่สำหรับการจัดส่งทางร้านจะตัดรอบการจัดส่งสินค้า เวลา 16.00 น. ทุกวัน เมื่อลูกค้าโอนชำระเงินก่อนตัดรอบส่งสินค้า ทางร้านจะจัดส่งให้ภายในวันนั้น หากลูกค้าโอนชำระเงินหลังเวลา 16.00 น. ทางร้านจะจัดส่งสินค้าให้ในวันถัดไป

ขั้นตอนที่ 6 ร้านค้าจัดส่งสินค้าทุกวัน ลูกค้าจะได้รับสินค้าภายใน 1-3 วัน

บทที่ 8 แผนการเงิน

8.1 เป้าหมายทางการเงิน

กิจการมุ่งเน้นการบริหารจัดการแผนทางการเงินให้สอดคล้องและเหมาะสมต่อธุรกิจ ให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่นและเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เป้าหมายทางการเงินถือเป็นปัจจัยที่กิจการจะต้องให้ความสำคัญและระมัดระวังในการวางแผนทางการเงินเป็นอย่างมาก เนื่องจากตัวเลขทางการเงินเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจการ จากลักษณะธุรกิจของกิจการที่เป็นการค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง การเรียกเก็บเงินเกิดขึ้นในระยะเวลาสั้น ดังนั้นจะทำให้กิจการมีการหมุนเวียนเงินสดที่รวดเร็ว กิจการจะต้องมีการวางแผนการประมาณการรายรับรายจ่าย เพื่อรักษาสภาพคล่องของกิจการให้เพียงพอต่อธุรกิจ เพื่อความมั่นคงและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

8.2 นโยบายและกลยุทธ์ทางการเงิน

8.2.1 การบริหารเงินทุนหมุนเวียน (เงินสดย่อย)

เงินทุนหมุนเวียน ถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการดำเนินธุรกิจ เพราะจะช่วยรักษาสภาพคล่องของการดำเนินธุรกิจให้เป็นอย่างต่อเนื่อง ยังมีเงินทุนหมุนเวียนดี โอกาสในการเติบโตของธุรกิจก็จะมากตามไปด้วย แต่ถ้าเงินทุนหมุนเวียนสภาพคล่องไม่ดี จะส่งผลกระทบต่อ การเติบโตหรือการขายกิจการอาจมีความคิดขาดได้ ดังนั้นกิจการจึงได้ตระหนักถึงสภาพคล่องของธุรกิจและได้มีการจัดทำแผนสำรอง เงินทุนสำรองไว้ใช้ขึ้นจำนวน 1,000,000 บาท เพื่อเป็นการสำรองค่าใช้จ่ายภายในกิจการ รวมไปถึงกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉินที่จำเป็นจะต้องใช้จ่าย เพื่อให้การดำเนินงานสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างราบรื่น และไม่ส่งผลกระทบต่อกิจการ

8.3 แหล่งที่มาของเงินทุน

กิจการใช้แหล่งเงินทุนจากส่วนของเจ้าของทั้งหมดในการลงทุน ไม่มีการกู้ยืมระยะยาว เพื่อการลงทุนจากสถาบันทางการเงิน เนื่องจากเป็นกิจการเปิดใหม่ อีกทั้งยังไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน ที่เป็นสินทรัพย์ถาวร หากกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันทางการเงินนั้นจะทำให้ภาระต้นทุนทางการเงิน หรือดอกเบี้ยจ่ายของกิจการสูงมาก กิจการจึงเลือกใช้แหล่งเงินทุนจากส่วนของเจ้าของทั้งสิ้น เป็นจำนวนเงิน 5,000,000 บาท

8.4 ประเมินการการจัดจำหน่าย (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี)

การประมาณการจัดจำหน่าย กิจการได้ตั้งสมมติฐาน โดยเฉลี่ยค่าสินค้าไว้ที่ 200 บาทต่อตัว ซึ่งยังไม่รวมค่าบริการจัดส่ง 30 บาท เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าเพียง 1 ตัว ต่อ 1 ยอดคำสั่งซื้อ (หากซื้อสินค้าครบ 2 ตัวขึ้นไป ต่อ 1 ยอดคำสั่งซื้อ ทางร้านจะจัดส่งสินค้าให้ฟรี)

จำนวนยอดคำสั่งซื้อในปีที่ 1 = 70 ตัวต่อวัน

จำนวนยอดคำสั่งซื้อในปีที่ 2 = 80 ตัวต่อวัน

จำนวนยอดคำสั่งซื้อในปีที่ 3 = 90 ตัวต่อวัน

จำนวนยอดคำสั่งซื้อในปีที่ 4 = 100 ตัวต่อวัน

จำนวนยอดคำสั่งซื้อในปีที่ 5 = 120 ตัวต่อวัน

ตารางที่ 8.1 แสดงการประมาณการยอดคำสั่งซื้อ (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนยอดคำสั่งซื้อต่อวัน (ตัว)	70	80	90	100	120
ค่าสินค้าเฉลี่ยต่อตัว (บาท)	200	200	200	200	200
ค่าบริการจัดส่งต่อครั้ง (บาท)	30	30	30	30	30
จำนวนวันที่จัดจำหน่ายต่อปี	365	365	365	365	365

8.5 ประมาณการรายได้ของธุรกิจ (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี)

การประมาณการรายได้ กิจการมีรายได้หลักจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง โดยมีช่องทาง การจัดจำหน่ายทางออนไลน์ เช่น Instagram, Facebook, Shopee และ Lazada เป็นต้น

ตารางที่ 8.2 แสดงการประมาณการรายได้ของธุรกิจ (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนยอดการสั่งซื้อต่อวัน (บาท)	14,000	16,000	18,000	20,000	24,000
ค่าบริการจัดส่งต่อครั้ง (บาท)	30	30	30	30	30
ประมาณการรายได้ต่อเดือน	483,000	552,000	621,000	690,000	828,000
ประมาณการรายได้ต่อปี	5,796,000	6,624,000	7,452,000	8,280,000	9,936,000
รายได้เพิ่มขึ้นต่อปี		828,000	828,000	828,000	1,656,000
กำไรสุทธิ ก่อนหักภาษี	1,177,960	1,555,073	2,010,332	2,614,075	3,120,803
อัตรากำไรที่เพิ่มขึ้นต่อปี		14.29%	12.5%	11.11%	20%

หมายเหตุ. ตัวเลขที่แสดงรายได้มาจาก ยอดการสั่งซื้อบวกค่าบริการจัดส่งเรียบร้อยแล้ว

8.6 ประมาณการค่าใช้จ่ายของธุรกิจ (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี)

การประมาณการค่าใช้จ่ายของธุรกิจ ตั้งแต่ปีที่ 1 – 5 กิจการมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

8.6.1 ประมาณการต้นทุนขาย

เนื่องจากกิจการดำเนินการในรูปแบบซื้อมาขายไป ดังนั้นต้นทุนขายหลักของกิจการเป็นต้นทุนของสินค้าที่ซื้อมาเพื่อจำหน่ายจากผู้ผลิตและผู้ค้าส่งเสื้อผ้า โดยราคาจำหน่ายนั้นกิจการใช้วิธีบวกส่วนต่างเพิ่มจากต้นทุน 120% ของสินค้าต่อตัว และนอกจากนี้ยังมีต้นทุน Packaging เช่น ถุงสำหรับใช้บรรจุสินค้า ซองพัสดุ และกระดาษสติ๊กเกอร์สำหรับติดที่อยู่จัดส่ง คิดเป็น 3% ของต้นทุนขาย กิจการจัดสรรงบประมาณสำหรับต้นทุนขายไว้ที่ 2,336,040 บาทในปีแรก

8.6.2 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

เงินเดือนพนักงาน ทั้งหมดจำนวน 7 คน อัตราและเงินเดือนพนักงานที่จะต้องจ่ายในปี แรกรวมปีละ 1,572,000 บาท ทั้งนี้เงินเดือนของพนักงานมีการปรับขึ้นในทุกๆ ปีเฉลี่ยปีละ 4.5% นอกจากนี้กิจการจะจ่ายค่าคอมมิชชั่นให้กับพนักงานขายจำนวน 1 % ของสินค้าทุกตัวที่ขายได้ และ โบนัสให้กับพนักงานทุกคน ที่ 1 เดือนต่อปี

ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด กิจการจัดสรรงบประมาณสำหรับกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ ที่จัดเตรียมไว้ปีละ 200,000 บาท

ค่าเช่าสำนักงาน กิจการมีต้นทุนค่าเช่าในส่วนของสำนักงานปีละ 360,000 บาท

ค่าสาธารณูปโภค ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ และค่าอินเทอร์เน็ต เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน ซึ่งกิจการตั้งงบไว้ที่ปีละ 150,000 บาท

ตารางที่ 8.3 แสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายของธุรกิจ (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าต้นทุนขาย	2,336,040	2,669,760	2,916,000	3,003,480	4,004,640
เงินเดือนพนักงาน	1,572,000	1,659,167	1,751,168	1,848,270	1,950,757
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	200,000	230,000	264,500	304,175	349,800
ค่าเช่าสำนักงาน	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
ค่าสาธารณูปโภค	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
รวมค่าใช้จ่ายต่อปี	4,618,040	5,068,927	5,441,668	5,665,925	6,815,197

8.7 ประเมินการรับกำไรขาดทุน (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี)

การประเมินการรับกำไรขาดทุนในช่วง 1 – 5 ปี คำนวณจากรายได้ในตารางที่ 5 และค่าใช้จ่ายในตารางที่ 6 โดยหักภาษีนิติบุคคล 20%

ตารางที่ 8.4 แสดงการประเมินการรับกำไรขาดทุน (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขายสินค้า	5,796,000	6,624,000	7,452,000	8,280,000	9,936,000
ค่าใช้จ่าย	4,618,040	5,068,927	5,441,668	5,665,925	6,815,197
กำไรสุทธิ ก่อนหักภาษี	1,177,960	1,555,073	2,010,332	2,614,075	3,120,803
หัก ภาษีเงิน ได้นิติบุคคล 15%	176,694	233,260	301,549	392,111	
หัก ภาษีเงิน ได้นิติบุคคล 20%					468,120
กำไรสุทธิ	1,001,266	1,321,812	1,708,782	2,221,964	2,652,683
กำไรสะสม		320,546	386,970	513,182	430,719

หมายเหตุ. กรมสรรพากรกำหนดให้นิติบุคคลที่มีรายได้ ต้องมีการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลตามกฎหมายโดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

กำไรสุทธิก่อนหักภาษี 1 - 300,000 บาท : ยกเว้นภาษี

กำไรสุทธิก่อนหักภาษี 300,001 – 3,000,000 บาท : อัตราภาษี 15%

กำไรสุทธิก่อนหักภาษีมากกว่า 3,000,000 บาทขึ้นไป : อัตราภาษี 20%

8.8 จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

ในส่วนของการหาจุดคุ้มทุน จะเป็นจุดที่กิจการสามารถทำรายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวม ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งเป็นจุดที่เท่าทุนไม่ได้กำไร และไม่เกิดการขาดทุน ทำให้รู้เป้าหมายของกิจการว่าจะต้องขายในปริมาณเท่าใดจึงจะได้กำไร ซึ่งได้แสดงจุดคุ้มทุน (Break Even Point) ในปีแรก ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{จำนวนสินค้าขายพอดีทุน} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่ต่อเดือน}}{(\text{ราคาขาย} - \text{ต้นทุนผันแปร})} \\ &= \frac{190,167}{(200 - 90)} \\ &= 1,729 \end{aligned}$$

ดังนั้น กิจการจะต้องขายสินค้าเป็นจำนวน 1,729 ตัวต่อเดือน หรือ 58 ตัวต่อวัน จึงจะคุ้มทุน

8.9 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 8.5 แสดงประมาณการงบดุล (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี)

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดหรือรายการเทียบเท่าเงินสด	3,741,920	3,785,312	3,994,331	4,510,595	4,016,163
- ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
- สินค้าคงเหลือ	2,336,040	2,669,760	2,916,000	3,003,480	4,004,640
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน					
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
- อุปกรณ์	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	<u>100,000</u>	<u>100,000</u>	<u>100,000</u>	<u>100,000</u>	<u>100,000</u>

ตารางที่ 8.5 (ต่อ)

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมสินทรัพย์	<u>6,177,960</u>	<u>6,555,072</u>	<u>7,010,331</u>	<u>7,614,075</u>	<u>8,120,803</u>
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
- หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-
- ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	176,694	233,260	301,549	392,111	468,120
รวมหนี้สินหมุนเวียน	<u>176,694</u>	<u>233,260</u>	<u>301,549</u>	<u>392,111</u>	<u>468,120</u>
หนี้สินไม่หมุนเวียน					
- เงินกู้ระยะยาว	-	-	-	-	-
- หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- ทุนจดทะเบียน	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000
- กำไร (ขาดทุน) สะสม	1,001,266	1,321,812	1,708,782	2,221,964	2,652,683
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	<u>6,001,266</u>	<u>6,321,812</u>	<u>6,708,782</u>	<u>7,221,964</u>	<u>7,652,683</u>
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	<u>6,177,960</u>	<u>6,555,072</u>	<u>7,010,331</u>	<u>7,614,075</u>	<u>8,120,803</u>

8.10 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 8.6 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี)

กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับจากการขายสินค้า	5,796,000	6,624,000	7,452,000	8,280,000	9,936,000
เงินสดจ่ายค่าต้นทุนขาย	(2,336,040)	(2,669,760)	(2,916,000)	(3,003,480)	(4,004,640)
เงินสดจ่ายเงินเดือนพนักงาน	(1,572,000)	(1,659,167)	(1,751,168)	(1,848,270)	(1,950,757)
เงินสดจ่ายด้านการตลาด	(200,000)	(230,000)	(264,500)	(304,175)	(349,800)
เงินสดจ่ายค่าเช่าสำนักงาน	(360,000)	(360,000)	(360,000)	(360,000)	(360,000)
เงินสดจ่ายค่าสาธารณูปโภค	(150,000)	(150,000)	(150,000)	(150,000)	(150,000)
เงินสดจ่ายค่าภาษีเงินได้	(176,694)	(233,260)	(301,549)	(392,111)	(468,120)
กระแสเงินสดจากการลงทุน					
เงินสดจ่ายจากการซื้ออุปกรณ์	(100,000)	(100,000)	(100,000)	(100,000)	(100,000)
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
เงินสดจ่ายชำระหนี้	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	1,001,266	1,321,813	1,708,783	2,221,964	2,652,683
บวก เงินสดต้นงวด	2,740,654	2,463,499	2,285,548	2,288,631	1,363,480
เงินสดปลายงวด	3,741,920	3,785,312	3,994,331	4,510,595	4,016,163

8.11 วิเคราะห์โครงการการลงทุน

ตารางที่ 8.7 วิเคราะห์โครงการการลงทุน (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี)

ปีที่	กระแสเงิน
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	(5,000,000)
1 กระแสเงินสดรับ	3,741,920
2 กระแสเงินสดรับ	3,785,312
3 กระแสเงินสดรับ	3,994,331
4 กระแสเงินสดรับ	4,510,595
5 กระแสเงินสดรับ	4,016,163

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ NPV (Net Present Value)

แผนธุรกิจ All Around Clothing ได้ประเมินแล้วว่าต้องใช้เงินลงทุนจำนวน 5,000,000 บาท โดยจะมีกระแสเงินสดเป็นระยะเวลา 5 ปี นับตั้งแต่ปีแรกที่เริ่มลงทุน กำหนด Discount rate ไว้ที่ 15% (r) คำนวณได้ ดังต่อไปนี้

$$NPV = CF_0 + \frac{CF_1}{(1+r)^1} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \frac{CF_3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{CF_n}{(1+r)^n}$$

CF_0	คือ	เงินลงทุนเริ่มต้น(ต้นปีที่ 1)
CF_1	คือ	กระแสเงินสดสุทธิปีที่ 1 (สิ้นปีที่ 1)
CF_2	คือ	กระแสเงินสดสุทธิปีที่ 2 (สิ้นปีที่ 2)
CF_3	คือ	กระแสเงินสดสุทธิปีที่ 3 (สิ้นปีที่ 3)
CF_n	คือ	กระแสเงินสดสุทธิปีที่ n (สิ้นปีที่ n)
n	คือ	ปีที่ลงทุน
r	คือ	อัตราคิดลด(Discunt Rate), ดอกเบี้ยเงินกู้(ต้นทุนทางการเงิน)

ภาพที่ 8.1 แสดงสูตรการคำนวณหาค่า NPV (Net Present Value)

CF 0 เงินลงทุนเริ่มต้น	(ต้นปีที่ 1)	มูลค่า (5,000,000)บาท
CF 1 กระแสเงินสดสุทธิ	ตอนสิ้นปีที่ 1	มูลค่า 3,741,920 บาท
CF 2 กระแสเงินสดสุทธิ	ตอนสิ้นปีที่ 1	มูลค่า 3,785,312 บาท
CF 3 กระแสเงินสดสุทธิ	ตอนสิ้นปีที่ 1	มูลค่า 3,994,331 บาท
CF 4 กระแสเงินสดสุทธิ	ตอนสิ้นปีที่ 1	มูลค่า 4,510,595 บาท
CF 5 กระแสเงินสดสุทธิ	ตอนสิ้นปีที่ 1	มูลค่า 4,016,163 บาท

$$NPV = 18,318,110$$

จากการคำนวณค่า NPV (Net Present Value) มีค่าเท่ากับ 18,318,110 จะเห็นได้ว่าค่า NPV มีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าการลงทุนในโครงการแผนธุรกิจ All Around Clothing มีผลกำไร เหมาะสำหรับการลงทุน

อัตราผลตอบแทนที่แท้จริงจากการลงทุน IRR (Internal Rate of Return)

การคำนวณอัตราผลตอบแทนที่แท้จริงจากการลงทุน สำหรับแผนธุรกิจ All Around Clothing คำนวณได้ ดังต่อไปนี้

$$0 = CF_0 + \frac{CF_1}{(1+IRR)^1} + \frac{CF_2}{(1+IRR)^2} + \frac{CF_3}{(1+IRR)^3} + \dots + \frac{CF_n}{(1+IRR)^n}$$

CF_0	คือ	เงินลงทุนเริ่มต้น(ต้นปีที่1)
CF_1	คือ	กระแสเงินสดสุทธิปีที่ 1 (สิ้นปีที่1)
CF_2	คือ	กระแสเงินสดสุทธิปีที่ 2 (สิ้นปีที่2)
CF_3	คือ	กระแสเงินสดสุทธิปีที่ 3 (สิ้นปีที่3)
CF_n	คือ	กระแสเงินสดสุทธิปีที่ n (สิ้นปีที่n)
n	คือ	ปีที่ลงทุน

ภาพที่ 8.2 แสดงสูตรการคำนวณหาค่า IRR (Internal Rate of Return)

- CF 0 เงินลงทุนเริ่มต้น (ต้นปีที่ 1) มูลค่า (5,000,000) บาท
- CF 1 กระแสเงินสดสุทธิ ตอนสิ้นปีที่ 1 มูลค่า 3,741,920 บาท
- CF 2 กระแสเงินสดสุทธิ ตอนสิ้นปีที่ 1 มูลค่า 3,785,312 บาท
- CF 3 กระแสเงินสดสุทธิ ตอนสิ้นปีที่ 1 มูลค่า 3,994,331 บาท
- CF 4 กระแสเงินสดสุทธิ ตอนสิ้นปีที่ 1 มูลค่า 4,510,595 บาท
- CF 5 กระแสเงินสดสุทธิ ตอนสิ้นปีที่ 1 มูลค่า 4,016,163 บาท

$$\text{IRR} = 50.06\%$$

จากการคำนวณค่า IRR (Internal Rate of Return) มีค่าเท่ากับ 50.06% จะเห็นได้ว่าค่า IRR มีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับในโครงการแผนธุรกิจ All Around Clothing ดีมาก

บทที่ 9

แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต

9.1 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต

การดำเนินธุรกิจนั้นย่อมต้องมีแผนฉุกเฉิน แผนรับมือกับความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น ในกรณีที่สถานการณ์หรือการดำเนินงานต่างๆ ไม่เป็นไปตามที่กำหนดไว้ หรือเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น เช่น การเมือง เศรษฐกิจ นโยบายของรัฐบาล รวมไปถึงภัยธรรมชาติต่างๆ ซึ่งล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจไม่มากนัก

ดังนั้นเพื่อมิให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจมากนัก กิจการจึงได้มีการจัดทำแผนฉุกเฉิน เพื่อประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้สามารถรับมือและปรับแผนกลยุทธ์ต่างๆ ได้ทันเวลาที่ และส่งผลกระทบต่อกิจการให้น้อยที่สุด

9.1.1 กรณีที่มียอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย

ด้านสินค้าและบริการ เพิ่มสัดส่วนสินค้าขายดี ลดสินค้าบางรายการลง ทำการวิจัยและสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างละเอียดเพื่อนำมาประกอบการจัดการสินค้า ทั้งนี้จะตรวจสอบอย่างละเอียดในแต่ละแผนก นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องของทุกแผนกมาประชุมปรึกษาหารือ เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงสินค้าและการให้บริการ รวมถึงปรับแผนกลยุทธ์ต่อไป ด้านซัพพลายเออร์ของสินค้า โดยปกติกิจการจะไม่ได้ผูกมัดกับซัพพลายเออร์รายใดรายหนึ่ง แต่จะเน้นกระจายซัพพลายเออร์หลายราย เพื่อให้สินค้ามีความหลากหลาย เน้นสินค้าคุณภาพดี และทันสมัย

ด้านราคา กิจการใช้กลยุทธ์การตั้งราคาต่ำสำหรับช่วงฤดูกาลที่ยอดขายน้อย และตั้งราคาต่ำกว่าผู้นำตลาดเล็กน้อยในช่วงฤดูกาลที่ยอดขายดี และจะทำการลดราคาสำหรับสินค้า Dead Stock

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ช่วงที่มียอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย กิจการจะต้องวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่ายใดที่สร้างยอดขายได้มากที่สุด ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายดังกล่าวนี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในแง่ของการขายและการตลาด หากช่องทางการจัดจำหน่ายเกิดปัญหาและข้อจำกัด ข้อทางเทคนิคต่างๆ กิจการจะเร่งดำเนินการแก้ไขให้เร็วที่สุด พร้อมทั้งพัฒนา ปรับปรุงระบบหลังร้าน และป้องกันไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด รวมถึงจะต้องแจ้งรายละเอียดสินค้า การตั้งซื้อสินค้า รายละเอียดการจัดส่ง ช่องทางการชำระเงิน ไว้อย่างชัดเจน

ด้านการส่งเสริมการตลาด เพิ่มค่าใช้จ่ายด้านการตลาดเพื่อกระตุ้นการรับรู้ของผู้บริโภค กิจกรรมจะทำการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคให้ละเอียดมากขึ้น เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์กิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆ ให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด กระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ และซื้อต่อครั้งในจำนวนที่เพิ่มขึ้น

9.1.2 กรณีที่มียอดขายเติบโตสูงกว่าเป้าหมาย

ด้านจำนวนพนักงาน กิจกรรมจะต้องมีการประเมินสถานการณ์ ภาพรวมของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อจัดสรรพนักงานให้เพียงพอและเหมาะสมกับลักษณะงาน หากกิจกรรมมียอดขายเติบโตกว่าที่คาดการณ์ไว้และต้องเพิ่มกำลังคน เบื้องต้นกิจกรรมจะต้องแรงงานพาร์ทไทม์เพื่อรองรับการเติบโต และหากธุรกิจมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมจะพิจารณาจ้างพนักงานประจำเพิ่ม

9.1.3 แผนสำรองด้านการเงิน

กรณีที่กิจการขาดสภาพคล่องทางการเงิน เงินหมุนเวียนภายในกิจการไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน กิจกรรมจะพิจารณากู้ยืมเงินจากสถาบันทางการเงินแบบระยะสั้น เพื่อมาใช้หมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ กิจกรรมจะต้องเคร่งครัดในเรื่องของวินัยทางการเงิน โดยใช้วงเงินเท่าที่จำเป็น และใช้อย่างถูกต้องวัตถุประสงค์เท่านั้น เพื่อป้องกันปัญหาด้านการชำระหนี้ในอนาคต และในระยะยาวกิจการจะพิจารณาเพิ่มทุนจดทะเบียน

กรณีที่กิจการไม่สามารถทำกำไรได้ตามที่ประมาณการไว้ กิจกรรมจะปรับสัดส่วนรูปแบบสินค้าที่สามารถทำกำไรได้ดี ทั้งนี้กิจการจะต้องพิจารณาตัวแปรต้นทุนต่างๆ อย่างถี่ถ้วน โดยในส่วนของต้นทุนขายจะต้องบริหารจัดการไม่ให้ต้นทุนสินค้าเกิน 60% ของราคาขาย

9.2 แผนในอนาคต

9.2.1 การขยายสาขาหรือช่องทางการจัดจำหน่าย

ในอนาคตหากร้านค้าของกิจการมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมากขึ้น กิจกรรมจะพิจารณาถึงการขยายสาขาหรือช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและมีทางเลือกมากขึ้น อีกทั้งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

9.2.2 การเพิ่มช่องทางสำหรับการขายสินค้าเฉพาะกลุ่ม

กิจกรรมจะทำการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคใหม่ๆ เช่น เสื้อผ้าสำหรับทำงาน และเสื้อผ้าสำหรับผู้หญิงพลัสไซส์ เป็นต้น แต่ยังคงความเป็นแบบแฟชั่น ทันสมัย ตามกระแสนิยมอยู่ โดยเน้นไปที่ช่องทางออนไลน์ก่อน เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และสามารถกระตุ้นการขายได้ดี

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กองบรรณาธิการ TCIJ (2564). ผลสำรวจคนไทยมีอัตราซื้อปิ้งออนไลน์สูงที่สุดในช่วง COVID-19. สืบค้น 4 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.tcijthai.com/news/2021/19/scoop/11763>
- วิศิธา (2563). อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องแต่งกาย. สืบค้น 8 ตุลาคม 2564, จาก https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2020/09/IN_textile_8_63_detail-1.pdf
- MyShop Team (2564). ไปต่อหรือพอก่อน? กับธุรกิจเสื้อผ้าออนไลน์. สืบค้น 8 ตุลาคม 2564, จาก <https://linemyshop.com/best-selling-technique/clothing-store-idea>

ภาคผนวก

แบบสอบถาม พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์

คำชี้แจงแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้หญิงต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์
2. แบบสอบถามมีทั้งหมด 2 ส่วน
 - a. ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - b. ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นในการเลือกซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์
 - c. ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับปัญหาการเลือกซื้อเสื้อผ้าทาง Online
3. เลือกคำตอบและกรอกข้อความให้สมบูรณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. อายุ
 - ต่ำกว่า 20 ปี
 - 21 - 25
 - 26 - 30
 - 30 - 35
 - 36 ปีขึ้นไป
2. การศึกษา
 - ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - ปริญญาตรี
 - ปริญญาโทหรือสูงกว่า
3. รายได้ต่อเดือน
 - ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 12,000 บาท
 - 12,001 - 17,000 บาท
 - 17,001 - 22,000 บาท
 - 22,001 - 32,000 บาท
 - 32,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นในการเลือกซื้อเสื้อผ้า

1. ท่านตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากปัจจัยใดมากที่สุด
 - ราคา
 - คุณภาพ
 - ดีไซน์
 - ความนิยม (กำลังเป็นกระแสนิยม หรือเทรนด์)
 - แบรินด์
2. ท่านมีหลักเกณฑ์ใดในการเลือกร้านเสื้อผ้าทางออนไลน์
 - ชื่อเสียง (แบรินด์)
 - จำนวนผู้ติดตาม
 - ภาพสินค้ามีความน่าสนใจ
 - มีรีวิวสินค้าของลูกค้าที่เคยสั่งซื้อ
 - มีรับประกันสินค้า
3. ท่านมักซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์ ในราคาเท่าใด
 - ต่ำกว่า 200 บาท
 - 201 - 300 บาท
 - 301 - 500 บาท
 - 501 - 1,000 บาท
 - 1,000 บาทขึ้นไป
4. ท่านซื้อเสื้อผ้าเฉลี่ยครั้งละกี่ตัว
 - 1 - 2 ตัว
 - 3 - 4 ตัว
 - 5 ตัวขึ้นไป
5. ท่านซื้อเสื้อผ้าเฉลี่ยกี่ครั้ง (ต่อเดือน)
 - 1 - 2 ตัว
 - 3 - 4 ตัว
 - 5 ตัวขึ้นไป

6. ท่านมักชำระเงินค่าสินค้าด้วยวิธีใด

- Mobile Banking
- True Money Wallet
- ชำระเงินปลายทาง
- บัตรเครดิต/บัตรเดบิต

7. ท่านมักเลือกซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์ จากช่องทางใดมากที่สุด

- Shopee
- Lazada
- Instagram
- Facebook
- Website

8. กิจกรรมส่งเสริมการตลาดทางออนไลน์ ในข้อใดที่ท่านให้ความสนใจมากที่สุด

- จัดส่งฟรี
- มีส่วนลด (เมื่อซื้อสินค้าครบที่กำหนด)
- มีของแถม (เมื่อซื้อสินค้าครบที่กำหนด)
- จัดกิจกรรมให้ลูกค้ามีส่วนร่วม และแจกของรางวัล

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับปัญหาการเลือกซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์

ท่านมักพบปัญหาใด เมื่อซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์

- โปรกระบุ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวสุวิมล อ้อยหวาน
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2562 คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่บริหารเครือข่ายทางธุรกิจประเทศจีน บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)