

แผนธุรกิจ

All Around Clothing

สุวิมล อ้อยหวาน¹

ผศ.ดร.ศิระนนท์ ศิวพิทักษ์²

บทคัดย่อ

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

All Around Clothing เป็นธุรกิจที่มีแหล่งเงินทุนจากเจ้าของธุรกิจ นางสาวสุวิมล อ้อยหวาน เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว มีจุดขายคือเป็นเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิง ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้โดยไม่ต้องรอสินค้าฟรีอเดอร์ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายรูปแบบตามไลฟ์สไตล์ เน้นสวมใส่ Everyday look ที่ตอบโจทย์ทุกวันทุกสถานการณ์ 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%

¹นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Master student, Master of Business Administration Program in Management, Dhurakij Pundit University

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และหัวหน้าหลักสูตรปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ

Assistant Professor and Head of the Department of Bachelor degree, Master of Business Administration

Program in Management, Dhurakij Pundit University

FASHION CLOTHING FOR FEMALE CUSTOMERS

“ALL AROUND CLOTHING”

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

1. บทสรุปผู้บริหาร

ร้าน All Around Clothing เป็นธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับผู้หญิงทางออนไลน์ ในการจัดทำแผนธุรกิจ ร้าน All Around Clothing ในครั้งนี้ เป็นการจัดทำขึ้นเพื่อต่อยอดจากธุรกิจเดิม ถือเป็นความคิดต่อยอดสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการเสื้อผ้าแฟชั่น ที่มีความทันสมัย ตามกระแสนิยมอยู่ตลอดเวลา แต่พบปัญหาการสั่งซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์ คือ การได้รับสินค้าไม่ตรงปก เนื้อผ้า และขนาดไม่ตรงตามที่ได้แจ้งไว้ ได้รับสินค้าล่าช้า และความล่าช้าจากการดำเนินการแก้ปัญหา หรือการตอบกลับของทางร้าน เราจึงเล็งเห็นช่องทางและโอกาสการจัดจำหน่ายที่จะแก้ปัญหาเหล่านี้ ได้อย่างตรงจุด โดยการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีความทันสมัย คุณภาพดี ราคาประหยัด และคุ้มค่า มีความถูกต้องของรายละเอียดสินค้า อีกทั้งมีการดำเนินงาน การจัดส่งสินค้า และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าอย่างรวดเร็ว เพื่อลดข้อขัดแย้ง และสร้างความพึงพอใจในสูงสุดแก่ลูกค้า จากการสำรวจโดยการจัดทำแบบสอบถามและสุ่มตัวอย่างพบว่าในปัจจุบันผู้หญิงมีอัตราการซื้อเสื้อผ้าเฉลี่ย 1 – 2 ครั้งต่อเดือน มากถึง 85.5% ส่วนใหญ่ผู้หญิงเหล่านี้จะซื้อเสื้อผ้าเฉลี่ยครั้งละ 1 – 2 ตัว โดยมักซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์ ในราคา 501 – 1,000 บาท และอีกหนึ่งประการที่สำคัญผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อเสื้อผ้าทางออนไลน์นั้น มักพบปัญหาสินค้าไม่ตรงปก มากถึง 64.5% ทำให้รู้สึกไม่คุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายไป ทั้งนี้ นอกจากการมุ่งเน้นจำหน่ายสินค้าที่มีความทันสมัย คุณภาพดี ราคาประหยัด และคุ้มค่าแล้ว กิจการได้มีการจัดทำแผนการดำเนินงานและตั้งเป้าหมายที่สำคัญของธุรกิจไว้ เพื่อให้คงไว้ซึ่งคุณภาพของสินค้า

แผนการตลาด กิจการได้มีการจัดทำแผนการตลาดเป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ารับรู้และเกิดการจดจำสินค้าของเราได้ รวมทั้งมีการศึกษาและนำข้อมูลด้านพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาวิเคราะห์ถึงความต้องการในอนาคต และกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ที่เหมาะสม

แผนการดำเนินงาน มุ่งเน้นจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดี ตระหนักถึงความต้องการของลูกค้า เราจะมี การเก็บข้อมูล ข้อเสนอแนะ และคำติชมของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น และจะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย นอกจากนั้นเรายังมีการกำหนดเป้าหมายระยะสั้น 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 แสดงให้เห็นว่าการลงทุนในโครงการแผนธุรกิจ All Around Clothing มีผลกำไร เหมาะสำหรับการลงทุน สำหรับค่า IRR (Internal Rate of Return) มีค่าเท่ากับ 50.06% แสดงให้เห็นว่าอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับในโครงการแผนธุรกิจ All Around Clothing มีประสิทธิภาพสูง สำหรับแผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตมีการจัดทำแผนการเงินเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างและรักษาผลกำไรของธุรกิจ และประมาณการงบประมาณต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น ให้เกิดความสมดุลกัน

แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต เพื่อเป็นการเตรียมตัวที่จะรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตและอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้ เราจึงได้มีการจัดทำแผนฉุกเฉินเพื่อประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และวางแนวทางการป้องกันและแก้ไข เพื่อให้สถานการณ์นั้น ๆ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจน้อยที่สุด

2. ความเป็นมาของธุรกิจ

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 เริ่มจากที่ตนเองมักซื้อสินค้าออนไลน์เป็นประจำและพบว่าผู้คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันหันมาเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์กันมากขึ้น จึงเริ่มศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจ จาก Google Trend และเว็บไซต์ต่าง ๆ ซึ่งธุรกิจที่คิดแทนที่ตลอดกาลคือการขายเสื้อผ้าแฟชั่น ซึ่งเป็นสินค้ากระแสอยู่ตลอดเวลา ถึงแม้ว่าที่ผ่านมาจะเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 แต่การเติบโตของช่องทางการซื้อขายออนไลน์เพิ่มขึ้นเมื่อช่วงปลายเดือนมิถุนายน 2564 มีผลสำรวจพบคนไทยมีอัตราซื้อปิ้งออนไลน์สูงที่สุดในโลกช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 ผลการศึกษาจาก Future Shopper 2021 ในประเทศไทย โดย วัน เดอร์แมน ทอมสัน ประเทศไทย ซึ่งเป็นเอเจนซีที่ให้บริการด้านความคิดสร้างสรรค์ ข้อมูล และเทคโนโลยีแบบครบวงจร เชื่อว่าผู้บริโภคชาวไทยกำลังก้าวขึ้นเป็นผู้นำเทรนด์การซื้อปิ้งออนไลน์ทั่วโลก (กองบรรณาธิการ TCII, 2564)

3. สินค้าและบริการ

ร้าน All Around Clothing มีสินค้าจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ All Around Fashion เน้นจำหน่ายสินค้าในรูปแบบ Casual สามารถสวมใส่ได้ทุกวัน ไม่ดูเยอะเกิน และไม่ดูธรรมดาจนเกินไป ราคา 120 – 200 บาท และ All Around Premium จำหน่ายสินค้าในรูปแบบที่มีความสวยงาม 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. จำหน่ายสินค้าราคาประหยัด 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. ให้คำปรึกษา และแนะนำสินค้า พร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข พัฒนาสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้นทุกวัน

4. การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

4.1 สถานะอุตสาหกรรม สถานะตลาดและแนวโน้ม

เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม จัดเป็นฐานล่างสุดในสามเหลี่ยมลำดับความต้องการของ มาสโลว์ ด้วยเหตุนี้ ตลาดเสื้อผ้าและอุตสาหกรรมสิ่งทอจึงเติบโตและมีมูลค่าสูงถึงแสนล้านบาท เพราะเราไม่เพียงสวมใส่เพื่อเป็นปกปิดและให้ความอบอุ่นกับร่างกายเท่านั้น แต่เสื้อผ้ายังถือเป็นสิ่งที่บ่งบอกสถานะทางสังคมของผู้สวมใส่อีกด้วย ทำให้ธุรกิจเสื้อผ้ารุ่งเรืองและเติบโตมากขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวพันกับวัฒนธรรมบริโภคนิยม (วริศรา, 2563)

4.2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้าน All Around Clothing สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม (1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ ผู้หญิงที่มีอายุระหว่าง 18 – 40 ปี ซึ่งอาจเป็นกลุ่มนักศึกษา หรือกลุ่มคนทำงาน (2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง คือ ผู้หญิงที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ที่ชื่นชอบการแต่งตัว ที่ชื่นชอบการแต่งตัว ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มลูกค้านี้ต้องการความสะดวกสบาย ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ไม่ต้องออกไปช้อปปิ้งสามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ได้

4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SWOT Analysis)

<p>จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จำหน่ายสินค้าหลากหลายรูปแบบ ตามกระแสนิยม มีความทันสมัย 2. สินค้าคุณภาพดี และราคาถูก 3. มีสินค้านวัตกรรมใหม่ออกสู่ตลาดทุก 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>อุปสรรค (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นมีจำนวนมาก การแข่งขันที่รุนแรง และมีการขายตัดราคา 2. ปัจจุบันเศรษฐกิจอยู่ในสภาวะชะลอตัว อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

4.4 การจัดทำกลยุทธ์ TOWS Matrix

<p style="text-align: center;">ภายใน</p> <p style="text-align: center;">ภายนอก</p>	<p>จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จำหน่ายสินค้าหลากหลายรูปแบบ ตามกระแสนิยม มีความทันสมัย 2. สินค้าคุณภาพดี และราคาถูก 3. มีสินค้านวัตกรรมใหม่ออกสู่ตลาดทุก 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 = ถูกค้าซื้อสินค้าและถ่ายรูปรีวิว 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 อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น 	<p>กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. S6,T1 = สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า บริการและส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และความจงรักภักดีต่อแบรนด์ 	<p>กลยุทธ์เชิงรับ WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. W1,T2 = ทำ Content ideo แนะนำ Mix&Match เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น และเพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักและเข้าถึงร้านมากขึ้น

5. แผนการบริหารจัดการ

5.1 ข้อมูลธุรกิจ

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

5.2 โครงสร้างในการบริหารธุรกิจ



ภาพที่ 1 แสดงโครงสร้างองค์กร

6. แผนการตลาด

6.1 เป้าหมายทางการตลาด

การกำหนดเป้าหมายทางการตลาดเพื่อให้สามารถดำเนินการตามเป้าหมาย คิดตามผลและวัดผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ เพื่อให้สะดวกต่อการดำเนินการ ร้าน All Around Clothing จึงกำหนดเป้าหมายทางการตลาดออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่เป้าหมายทางการตลาดระยะสั้นและเป้าหมายทางการตลาดระยะยาว ดังต่อไปนี้

6.1.1 เป้าหมายระยะสั้น (ช่วงเวลา 1-2 ปี)

6.1.1.1 ร้าน All Around Clothing มียอดขายไม่ต่ำกว่า 5 ล้านบาท ในช่วงเวลา 1 ปีที่เปิดทำการ

6.1.1.2 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น Facebook, Shopee และ Lazada

6.1.1.3 ร้าน All Around Clothing มียอดการสั่งซื้อไม่ต่ำกว่า 70 ตัวต่อวัน

6.1.1.4 จัดทำสื่อทางการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์ร้าน All Around Clothing ให้เป็นที่รู้จักพร้อมทั้งเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Brand Awareness)

6.1.2 เป้าหมายระยะยาว (ช่วงเวลา 3 - 5 ปี)

6.1.2.1 ร้าน All Around Clothing มียอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยกำหนดอัตราการเติบโตเป้าหมายของยอดขายขั้นต่ำเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 5 ของปีก่อนหน้า

6.1.2.2 ขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปยังกลุ่มที่มีความนิยมเสื้อผ้าในอีกกลุ่มระดับราคาหนึ่ง และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว

6.1.2.3 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่มีความนิยมเสื้อผ้าในอีกระดับราคาหนึ่ง ได้ลองสินค้าก่อนตัดสินใจเลือกซื้อ และเพื่อรองรับการเติบโตของร้าน All Around Clothing ให้สามารถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่ต้องการซื้อทางหน้าร้าน

7. แผนการดำเนินงาน

7.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน



ภาพที่ 2 แสดงกระบวนการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

8. แผนการเงิน

8.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

กิจการใช้แหล่งเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นในการลงทุน เป็นจำนวนเงิน 5,000,000 บาท

8.2 จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

จากการคำนวณจุดคุ้มทุน (Break Even Point) กิจการจะต้องขายสินค้าเป็นจำนวน 1,729 ตัวต่อเดือน หรือ 58 ตัวต่อวัน จึงจะคุ้มทุน

8.3 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ NPV (Net Present Value)

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

8.4 อัตราผลตอบแทนที่แท้จริงจากการลงทุน IRR (Internal Rate of Return)

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

9. แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต

9.1 แผนฉุกเฉินกรณีที่มียอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย

ด้านสินค้าและบริการ เพิ่มสัดส่วนสินค้าขายดี ลดสินค้าบางรายการลง ทำการวิจัยและสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างละเอียดเพื่อนำมาประกอบการจัดการสินค้า ด้านซัพพลายเออร์ของสินค้า โดยปกติกิจการจะไม่ได้ผูกมัดกับซัพพลายเออร์รายใดรายหนึ่ง แต่จะเน้นกระจายซัพพลายเออร์หลายราย เพื่อให้สินค้ามีความหลากหลาย เน้นสินค้าคุณภาพดี และทันสมัย

ด้านราคา กิจการใช้กลยุทธ์การตั้งราคาต่ำสำหรับช่วงฤดูกาลที่ยอดขายน้อย และตั้งราคาต่ำกว่าผู้นำตลาดเล็กน้อยในช่วงฤดูกาลที่ยอดขายดี และจะทำการลดราคาสำหรับสินค้า

Dead Stock

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ช่วงที่มียอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย กิจการจะต้องวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่ายใดที่สร้างยอดขายได้มากที่สุด ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายดังกล่าวนี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในแง่ของการขายและการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด เพิ่มค่าใช้จ่ายด้านการตลาดเพื่อกระตุ้นการรับรู้ของผู้บริโภค กิจกรรมจะทำการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคให้ละเอียดมากขึ้น เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์กิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ ให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด กระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ และซื้อต่อครั้งในจำนวนที่เพิ่มขึ้น

9.2 แผนฉุกเฉินกรณีที่มียอดขายเติบโตสูงกว่าเป้าหมาย

ด้านจำนวนพนักงาน กิจกรรมจะต้องมีการประเมินสถานการณ์ ภาพรวมของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อจัดสรรพนักงานให้เพียงพอและเหมาะสมกับลักษณะงาน หากกิจกรรมมียอดขายเติบโตกว่าที่คาดการณ์ไว้และต้องเพิ่มกำลังคน เบื้องต้นกิจกรรมจะต้องแรงงานพาร์ทไทม์เพื่อรองรับการเติบโต และหากธุรกิจมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมจะพิจารณาจ้างพนักงานประจำเพิ่ม

9.3 แผนสำรองด้านการเงิน

กรณีที่กิจกรรมขาดสภาพคล่องทางการเงิน เงินหมุนเวียนภายในกิจกรรมไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน กิจกรรมจะพิจารณากู้ยืมเงินจากสถาบันทางการเงินแบบระยะสั้น เพื่อมาใช้หมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ กิจกรรมจะต้องเคร่งครัดในเรื่องของวินัยทางการเงินโดยใช้วงเงินเท่าที่จำเป็น และใช้อย่างถูกต้องวัตถุประสงค์เท่านั้น เพื่อป้องกันปัญหาด้านการชำระหนี้ในอนาคต และในระยะยาวกิจกรรมจะพิจารณาเพิ่มทุนจดทะเบียน

กรณีที่กิจกรรมไม่สามารถทำกำไรได้ตามที่ประมาณการไว้ กิจกรรมจะปรับสัดส่วนรูปแบบสินค้าที่สามารถทำกำไรได้ดี ทั้งนี้กิจกรรมจะต้องพิจารณาตัวแปรต้นทุนต่าง ๆ อย่างถี่ถ้วน โดยในส่วนของต้นทุนขายจะต้องบริหารจัดการไม่ให้ต้นทุนสินค้าเกิน 60% ของราคาขาย รวมถึงค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารงาน กิจกรรมจะต้องตรวจสอบค่าใช้จ่ายอย่างสม่ำเสมอ และพิจารณาตัดค่าใช้จ่ายบางส่วนที่ไม่จำเป็นออกเพื่อสร้างกำไรให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้

9.4 แผนในอนาคต

9.4.1 การขยายสาขาหรือช่องทางการจัดจำหน่าย

ในอนาคตหากร้านค้าของกิจกรรมมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมากขึ้น กิจกรรมจะพิจารณาถึงการขยายสาขาหรือช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและมีทางเลือกมากขึ้น อีกทั้งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

9.4.2 การเพิ่มช่องทางสำหรับการขายสินค้าเฉพาะกลุ่ม

กิจกรรมจะทำการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคใหม่ ๆ เช่น เสื้อผ้าสำหรับทำงาน และเสื้อผ้าสำหรับผู้หญิงพลัสไซส์ เป็นต้น แต่ยังคงความเป็นแบบแฟชั่น ทันสมัย ตามกระแสนิยม

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>

