

BUSINESS PLAN: SRIREE FASHION CLOTHING STORE

Srireethorn SEECHAI^{1*}

1 Faculty of Business Administration, Rangsit University, Thailand; Srireethorn.s65@rsu.ac.th

ARTICLE HISTORY

Received: 2 June 2023

Revised: 21 June 2023

Published: 3 July 2023

ABSTRACT

Sriree Fashion Cloting Store provides T-shirts, shirts, jeans, and dresses for men and women. I opened a store in the Nongkai Banmai market and sold it online. The target audience is 20-30 year olds who enjoy dressing. Sriree Fashion Clothing Shop requires an initial investment of 450,000 baht operated as a company. The objective of the study was to study the feasibility of running a Siree fashion store business. There are also methods to study by analyzing internal and external conditions, analysis, Marketing plan, production/operation plan, management plan and manpower. And financial planning. According to the business feasibility study. It was found that a payback period within 1 years and the net factor of the business is positive 1,021,288.53 baht with internal rate of return the business (IRR) 66 percent together with the analysis of similar business data and other factors related to business operations. Sriree Fashion Clothing Shop would be an interesting business and worth the investment.

Keywords: Business Plan, Fashion Clothing, Online Clothing Shop

CITATION INFORMATION: Seechai, S. (2023). Business Plan: Sriree Fashion Cloting Store. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 19

แผนธุรกิจ: ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

สิริธร สีชัย^{1*}

1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต; sriethorn.s65@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับสตรี และสุภาพบุรุษในรูปแบบ เสื้อยืด เสื้อแฟชั่น กางเกงยีนส์ และเดรส เปิดหน้าร้านที่ตลาดบ้านไม้ จังหวัดหนองคาย และขายออนไลน์ กลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มวัยรุ่นอายุ 20-30 ปี ที่ชื่นชอบในการแต่งตัว ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทจำกัดโดยจัดตั้งภายใต้ชื่อ “บริษัท สีชัยกรุ๊ป จำกัด” มีทุนจดทะเบียนบริษัทที่ 450,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี และมีวิธีการศึกษาโดยการวิเคราะห์สถานการณ์ภายในและภายนอก การวิเคราะห์สถานการณ์ แผนการตลาด แผนการผลิต/ดำเนินงาน แผนการจัดการและกำลังคน และแผนการเงิน จากการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจพบว่า มีระยะเวลาคืนทุนภายใน 1 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิของธุรกิจมีค่าเป็นบวก เท่ากับ 1,021,288.53 บาท โดยมีผลการตอบแทนภายในปีของธุรกิจอยู่ที่ร้อยละ 66 และประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจใกล้เคียง และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ทำให้สามารถสรุปได้ว่าร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ และคุ้มค่าแก่การลงทุน

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, เสื้อผ้าแฟชั่น, ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์

ข้อมูลการอ้างอิง: สิริธร สีชัย. (2566). แผนธุรกิจ: ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 19

บทนำ

ในปัจจุบันนั้นเสื้อผ้ามีมากมายหลายแบบหลายยี่ห้อและอาจเปลี่ยนผันไปเรื่อยตามฤดูกาลหรือสถานการณ์ของช่วงระยะนั้นๆ ของแต่ละปีให้ผู้บริโภคได้เลือกบริโภคทั้งเสื้อผ้าที่ผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ เสื้อผ้านั้นถือเป็นสิ่งที่แสดงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชนชาตินั้นๆ และเป็นปัจจัยที่มนุษย์แทบทุกคนนั้นต้องการซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของมนุษย์อยู่แล้วมี 4 อย่างคือ เสื้อผ้ายารักษาโรค อาหาร และที่อยู่อาศัย ซึ่งกลุ่มสินค้าแฟชั่นเป็นหนึ่งในสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องและขยายตัวสอดคล้องกับเศรษฐกิจ โดยมีการประเมินจากสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ กับตลาดเครื่องแต่งกายโลก ปี พ.ศ.2566 จะขยายตัวร้อยละ 0.8-1.5 ตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีผลต่อกำลังซื้อ ทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มสินค้าแฟชั่นต้องมุ่งไปสู่การสร้างคามยั่งยืน ตามเทรนด์โลกที่เปลี่ยนแปลงไป และการปรับตัวในเรื่องวัตถุดิบในการผลิตสินค้า (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2566)

ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นลีรี มีการวางแผนแนวทางการดำเนินธุรกิจในรูปแบบการจัดจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับสตรีและสุภาพบุรุษ ได้แก่ เสื้อยืด เสื้อแฟชั่น เดรส เป็นต้น ซึ่งมีราคาจัดจำหน่ายอยู่ระหว่าง 139-319 บาท ซึ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มวัยรุ่น เพศหญิงและชาย อายุ 20-30 ปี ที่ชื่นชอบในการแต่งตัว เพราะวัยรุ่นสมัยนี้มีสไตล์การแต่งตัวเป็นของตัวเอง เป็นการจำหน่ายแบบ B2C (Business-to-Consumer) โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งขายผ่านหน้าร้านที่ตลาดบ้านไม้ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย และจัดจำหน่ายผ่านออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok, Line เป็นต้นซึ่งวิธีนี้จะเป็นการทำการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว และยังสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วโลกหรือแบบเฉพาะเจาะจงตามความต้องการของลูกค้าด้วย ซึ่งจะสามารถช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย ทั้งในเรื่องการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพราะการตลาดออนไลน์เป็นการบริการตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ปริมาณการซื้อขายสามารถเพิ่มขึ้นได้ตลอดเวลา ทั้งนี้ผู้จัดทำจะเริ่มต้นโดยเน้นขายผ่านหน้าร้านในจังหวัดหนองคายและขายผ่านออนไลน์กับกลุ่มลูกค้าที่กระจายอยู่ในหลายภูมิภาคในประเทศไทยก่อน แล้วจึงวางแผนส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นได้ว่า เสื้อผ้าแฟชั่น เป็นที่นิยมอย่างยิ่งของกลุ่มวัยรุ่น เพราะวัยรุ่นสมัยนี้มีสไตล์การแต่งตัวเป็นของตัวเอง และจัดจำหน่ายผ่านออนไลน์ จะเป็นการทำการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วโลกจากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาเรื่อง “แผนธุรกิจ : ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นลีรี” โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านเสื้อผ้าแฟชั่นลีรี และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับในครั้งนี้คือ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านเสื้อผ้าแฟชั่นลีรี

บททวนวรรณกรรม

ธุรกิจร้านเสื้อผ้าแฟชั่นมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง จุดแข็งของธุรกิจนี้คือ ความหลากหลายสินค้า และแหล่งสินค้าสามารถหาได้ง่ายและมีต้นทุนต่ำ จุดอ่อนของธุรกิจคือ สินค้าสามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย การเตรียมความพร้อมในการเริ่มทำธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น คือเริ่มศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ติดตามแฟชั่นให้ทันสมัย และทำความเข้าใจเกี่ยวกับระบบธุรกิจออนไลน์ หากผู้ประกอบการวางแผนเป็นอย่างดี ก็จะมีโอกาสที่จะดำเนินธุรกิจแฟชั่นผ่านทางออนไลน์ได้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ (ฐิติมา ผกรัตน์สกุล, 2562)

ธุรกิจร้านเสื้อผ้าออนไลน์เติบโตอย่างต่อเนื่อง จุดแข็งของธุรกิจนี้คือ ไม่ต้องมีหน้าร้านก็ทำได้ ประหยัดค่าใช้จ่าย เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วโลก ทำได้ทุกที่ทุกเวลา จุดอ่อนของธุรกิจคือ มีคู่แข่งและสินค้าทดแทนจำนวนมาก การทำธุรกิจนี้ต้องศึกษากลุ่มเป้าหมายให้ดีและรู้จักวางแผนในด้านต่างๆ เช่น แผนกำลังคน แผนการเงิน เป็นต้น หากผู้ประกอบการศึกษากลุ่มเป้าหมายและวางแผนเป็นอย่างดีก็จะสามารถทำให้ธุรกิจเป็นไปตามเป้าหมาย (วิโรจน์ เจริญลักษณ์, 2563)

คุณภาพในการให้บริการ หมายถึง คุณภาพการให้บริการเป็นส่วนขยายของบริการ กระบวนการบริการ และองค์กรที่ให้บริการ สามารถตอบสนองหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของบุคคล (สุทัต วันนิจ, 2565)

แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

เสื้อผ้าแฟชั่น หมายถึง เสื้อผ้าที่นิยมกันทั่วไปในระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งขึ้นอยู่กับการเมือง เศรษฐกิจ ภูมิอากาศ เทคโนโลยี ในช่วงเวลานั้นๆ (ทฤษฎีปัญหา, 2565)

การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ Porter Five Forces Model และ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)

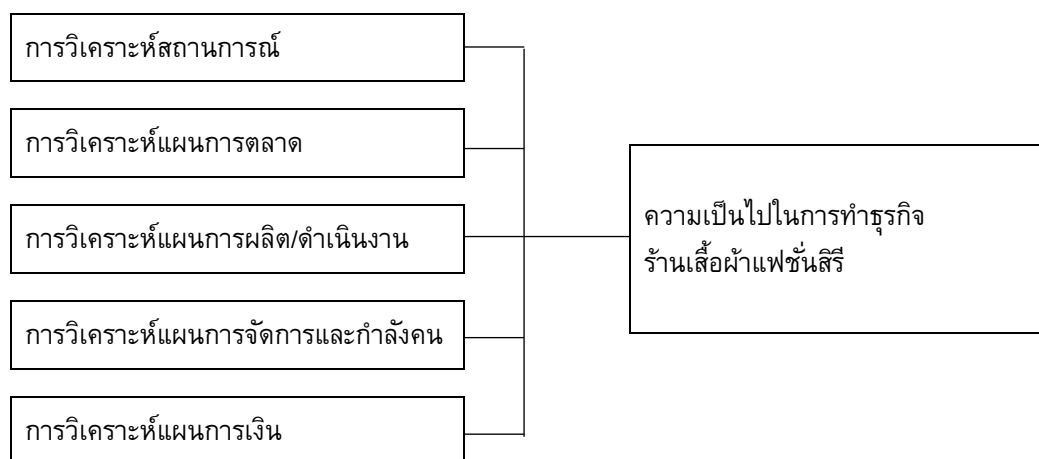
การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการผลิต และขั้นตอนการผลิตหรือการบริการของธุรกิจ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถานการณ์

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป

สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (Economy) ภาครัฐบาลยังสนับสนุนธุรกิจขนาดย่อมหรือ SME ทำให้ธุรกิจเสื้อผ้าหาแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น และยังมีภาคเอกชนสนับสนุนจึงถือเป็นโอกาสของธุรกิจร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ในการเติบโต และมีเงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐของหน่วยงานสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ช่วยส่งเสริมในด้านภาษี เป็นต้น

สภาพแวดล้อมด้านสังคม และวัฒนธรรม (Social and Cultural) สังคมและวัฒนธรรมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพราะความต้องการของมนุษย์ไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งบุคคลมักจะรวมตัวกันเป็นกลุ่มโดยมีสิ่งที่ชอบเหมือนกัน และซื้อของที่คล้ายกัน คนในสังคมจึงมีความต้องการในการซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น เพื่อที่จะปรับเปลี่ยนตนเองให้เข้ากับสังคม ซึ่งจะส่งผลดีกับร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี เพราะมีความต้องการซื้อสูงจึงทำให้เสื้อผ้าแฟชั่นสามารถขายได้ตลอด

สภาพแวดล้อมทางด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Technology) ในส่วนของภาคการผลิตนั้นปัจจุบันนี้ได้มีการพัฒนาและคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อมาช่วยในเรื่องของการลดต้นทุนในการผลิตและการเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพมากกว่าเดิม ซึ่งจะส่งผลดีกับธุรกิจร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี เพราะสามารถรายงานผลในด้านต่างๆ ที่สามารถนำไปวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ และช่วยให้สามารถลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ได้เป็นอย่างมาก อีกทั้งยังทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทำให้ธุรกิจมีผลประกอบการเพิ่มมากขึ้น

สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมาย (Law) การดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น ซึ่งถูกออกแบบและจดทะเบียนลิขสิทธิ์ภายใต้ นักออกแบบหรือธุรกิจแบรนด์เสื้อผ้า จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมาย การประกอบธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นควรคัดสรรเป็นอย่างดี เพื่อไม่ให้ซ้ำกับแบรนด์อื่น ดังนั้นธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจึงคำนึงถึงการค่าที่มีลิขสิทธิ์ที่ถูกต้อง ซึ่งจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี และไม่ให้เกิดปัญหาในอนาคต

2) การวิเคราะห์แรงกดดัน 5 ด้าน โดยวิธี Porter's Five Force Model มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1) การแข่งขันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Competition of Rivalry): สูง
การแข่งขันในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป ส่งผลให้ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ต้องติดตามความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และต้องบริหารจัดการคลังสินค้า และมีกลยุทธ์ในการระบายสินค้า เพราะผู้บริโภคมีพฤติกรรมเปลี่ยนอยู่เสมอ

2.2) ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrants): สูง
ผู้แข่งขันรายใหม่สามารถเข้ามาได้ง่าย เนื่องจากธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นนั้นไม่ได้มีขั้นตอนการจัดการที่ยุ่งยากมากนัก และไม่มีเงื่อนไขจำกัดทางกฎหมายในการดำเนินธุรกิจ การที่จะมีคู่แข่งหน้าใหม่ที่สนใจเข้ามาทำธุรกิจในตลาดเดียวกันนี้ เป็นเรื่องที่เป็นไปได้ง่าย และในปัจจุบันมีการผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้ามาก ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ต้องปรับปรุงกลยุทธ์ในการแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมที่มีจำนวนมากขึ้นเพื่อความอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจ

2.3) อำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค (The bargaining power of customers): สูง
ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นมีจำนวนมาก หลากหลายช่องทางไม่ว่าจะเป็นแบบออนไลน์และออฟไลน์ ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกที่มากขึ้น ทำให้ง่ายต่อการที่ลูกค้าไปบริโภคร้านอื่น ทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจการต่อรองที่มากขึ้น จึงทำให้ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ และร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ต้องมีการปรับกลยุทธ์การจำหน่ายสินค้าในราคาที่ลดลง ส่งผลให้กำไรที่จะได้ลดลงไปด้วย

2.4) อำนาจการต่อรองของผู้จำหน่าย (Supplier Power): ต่ำ
การที่มีซัพพลายเออร์ของตลาดแฟชั่นจำนวนมาก และแตกต่างกันไม่มาก เนื่องจากส่วนมากจะมีแต่สินค้าที่กำลังนิยม ทำให้ธุรกิจร้านเสื้อผ้าสตรี มีทางเลือกจำนวนมาก และมีอำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายมาก ทำให้ได้ต้นทุนในการซื้อสินค้าถูกลงและได้กำไรที่มากขึ้น

2.5) ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes): สูง
ลูกค้าสามารถหาสินค้าได้โดยทั่วไปที่มีหลากหลายแบบ หลากหลายสไตล์ และคู่แข่งสามารถจำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่า หรือมีแบบเสื้อผ้าที่คล้ายกันมาทดแทนได้

3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1) จุดแข็งของธุรกิจ (Strengths)

จุดแข็งของธุรกิจร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีคือ สินค้ามีคุณภาพ คัดสรรมาอย่างดี มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายทั้งหน้าร้านและออนไลน์ ลูกค้าสามารถสอบถามและสั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพเข้าถึงสินค้าได้ง่าย มีบริการที่เป็นมิตร เอาใจใส่ลูกค้า และบริการหลังการขาย

3.2) จุดอ่อนของธุรกิจ (Weaknesses)

จุดอ่อนของธุรกิจร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีคือ สินค้าที่เลือกใช้มีต้นทุนสูง เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานที่ดี มีสินค้าทดแทนจำนวนมาก ร้านค้าเปิดใหม่ร้านยังไม่มีเป็นที่รู้จัก ผู้ประกอบการขาดประสบการณ์ในการบริหาร และยากที่จะให้เป็นที่ยึดจำแทนร้านที่มีมาอยู่แล้ว

3.3) โอกาสของธุรกิจ (Opportunities)

โอกาสของธุรกิจร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีคือ ภาครัฐให้การสนับสนุนธุรกิจ SME ซึ่งจะส่งผลดีกับธุรกิจ ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ยึดติดกับแบรนด์ของสินค้าแต่เลือกซื้อเพราะรูปแบบ คุณภาพ และราคาเป็นสิ่งที่สำคัญ ทำเลที่ตั้งอยู่ที่จังหวัดหนองคาย ทำให้สามารถค้าขายกับลูกค้าจากประเทศลาวได้มากขึ้น เทคโนโลยีมีความก้าวหน้ามากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสนใจสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น และอยู่ในแหล่งศูนย์รวมที่มีการค้าขายที่คึกคัก เช่น ร้านอาหาร ร้านเสื้อผ้า ร้านเสริมสวย คาเฟ่ เป็นต้น

3.4) อุปสรรคของธุรกิจ (Threats)

อุปสรรคของธุรกิจร้านเสื้อผ้าแฟชั่นคือ การจำหน่ายสินค้าในแบบเดียวกันของกลุ่มแข่งในราคาที่ต่ำกว่า มีคู่แข่งในการจำหน่ายสินค้ามากขึ้น ภาวะเงินเฟ้อทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยลดลง พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และเสื้อผ้าแฟชั่นไม่เป็นที่แพร่หลายในกลุ่มลูกค้าทั่วไป เจาะจงเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน

การวิเคราะห์ด้านการตลาด

1) การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก (Primary Target) คือ ผู้บริโภคเพศหญิง/ชาย อายุระหว่าง 20-25 ปี

มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,001 บาท และชื่นชอบการแต่งตัวและติดตามกระแสแฟชั่น

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง (Secondary Target) คือ ผู้บริโภคเพศ ชาย/หญิง อายุระหว่าง 25-35 ปี

มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,001 บาท และผู้ที่ชื่นชอบการแต่งตัวและติดตามกระแสแฟชั่น

2) การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)



ภาพที่ 2 ตำแหน่งทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคคนสุดท้ายของร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

3) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

กลยุทธ์ด้านความแตกต่างและคุณภาพ ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี จัดจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสมัยใหม่ที่มีสไตล์โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ สินค้ามีคุณภาพ และราคาสมเหตุสมผล เพื่อตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ที่ชอบการแต่งตัวและรักในแฟชั่น สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นตัวตนของผู้สวมใส่ ใส่ใจในทุกๆ ขั้นตอนในการเลือกเสื้อผ้า การเลือกเนื้อผ้าการตัดเย็บ การเลือกโรงงานผลิตที่ได้มาตรฐานผลิตสินค้า และมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนจะนำมาจำหน่าย เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่ดีที่สุด

4) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

กลยุทธ์ราคาต่ำ การตั้งราคาของร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมีการตั้งราคาที่เหมาะสมเพื่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้กลยุทธ์ราคาที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งและคุณภาพที่เทียบเท่ากัน

5) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มีช่องทางการจัดจำหน่าย 2 รูปแบบ คือ แบบหน้าร้านที่ตลาดบ้านไม้ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคายและผ่านโซเชียลมีเดียเช่น Facebook TikTok เป็นต้น

6) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มีการส่งเสริมการตลาด โดยใช้โฆษณาสินค้าผ่านทาง Facebook TikTok และLine Official เป็นต้น และส่งเสริมการขายร่วมกันเพื่อให้เกิดการจดจำและเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว

การวิเคราะห์แผนการผลิต

กำลังการบริการ ปริมาณการบริการ และ อัตราการบริการ

1) ภายในร้านมีแอตมินคอยให้บริการลูกค้า 2 คน 2) อัตราหมุนเวียนต่อคนเฉลี่ย 20 นาที ร้านเปิดให้บริการ 10.00 น.-19.00 น. เปิด 9 ชม/วัน 3) อัตราหมุนเวียนสูงสุดต่อวันเท่ากับ 40 คน/วัน 4) ปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการจันทร์-ศุกร์ (4 วัน) คือ 60% เท่ากับ $40 * 60\% = 24$ คน/วัน 5) ปริมาณลูกค้ามาใช้บริการศุกร์-อาทิตย์ (3 วัน) คือ 90% เท่ากับ $40 * 90\% = 36$ คน/วัน ดังนั้นคนที่ใช้บริการต่อปีสามารถคำนวณได้ดังนี้ $(24 * 208) + (36 * 156) = 4,992 + 5,616 = 10,608$ คน/ปี

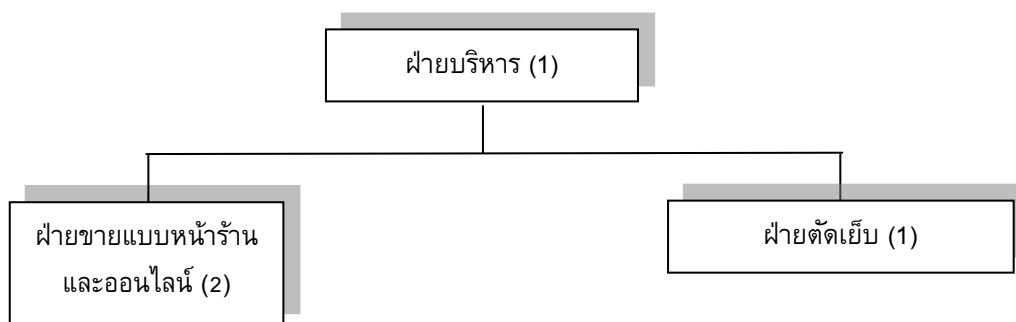
ขั้นตอนการบริการ

1) กำหนดสินค้าที่ต้องการนำมาจำหน่าย เมื่อได้ข้อสรุปแล้วก็จะถูกส่งต่อไปส่วนของการออกแบบสินค้า 2) เมื่อสินค้าได้ถูกออกแบบเป็นที่เรียบร้อยแล้วจะประสานงานติดต่อโรงงานผู้ผลิตเพื่อคุยรายละเอียดสินค้าและทำการส่งผลิตสินค้า 3) เมื่อทำการส่งผลิตสินค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้วจะทำการไปตรวจสอบการผลิตที่โรงงานเพื่อเช็คความเรียบร้อยในเรื่องของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตการตัดเย็บ เมื่อถูกต้องตามความต้องการแล้วจึงจะถึงกระบวนการรอสินค้า 4) เมื่อได้รับสินค้าแล้วจะเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบคุณภาพ เช็คความเรียบร้อยของสินค้าว่าได้รับสินค้าตรงตามมาตรฐานที่ตกลงกันไว้ ถ้าสินค้ามีปัญหาจะถูกตีกลับไปยังโรงงานของผู้ผลิตเพื่อทำการแก้ไขหรือผู้ผลิตใหม่ 5) นำสินค้าที่ได้คุณภาพ เก็บเข้าคลังสินค้าเพื่อเตรียมจำหน่ายสินค้าต่อไป

การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

ธุรกิจใช้ลักษณะการจัดการโครงสร้างองค์กรแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เพราะว่าขนาดขององค์กรมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากนักการจัดการโครงสร้างองค์กรในลักษณะนี้ทำได้ง่ายต่อการบริหาร อีกทั้งยังง่ายต่อการควบคุมสั่งการได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 3 แสดงโครงสร้างองค์กร

การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 450,000 บาท มียอดขาย ปีที่ 1 เท่ากับ 1,683,630 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 1,944,592.65 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 2,264,004.51 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 2,594,135.21 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 2,996,226.17 บาท มีกำไรสุทธิ ในปีที่ 1 เท่ากับ 506,091.60 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 618,208.78 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 749,381.01 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 903,256.87 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 1,083,600.85 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 1 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) เท่ากับ 1,021,288.53 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับ ร้อยละ 66

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีภายใต้เงื่อนไขที่ธุรกิจกำหนดขึ้น มีความเป็นไปได้ในการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ (2563) ทำการศึกษาเรื่องแผนธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ “CHU CHU” ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจขายเสื้อผ้าออนไลน์หากมีการวิเคราะห์ภาพรวมธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าในปัจจุบัน การวางแผนกระบวนการจัดการร้านตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบรูปแบบสินค้าที่มีมาตรฐาน มีการทำการตลาดโดยเน้นสื่อออนไลน์ การบริหารกำลังคนที่เหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด กลยุทธ์ทางการเงิน รวมถึงการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆ จะทำให้ธุรกิจมีความเป็นไปได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษา

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ ในด้านธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น มีการแข่งขันสูงเป็นไปได้ที่คู่แข่งจะเข้ามาได้มากขึ้น ดังนั้นร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีควรเพิ่มจุดเด่นและรักษาลูกค้ารายใหม่และรายเก่า
- 2) ด้านการวิเคราะห์ด้านการตลาด ทางร้านควรเพิ่มผลิตภัณฑ์และขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้นและสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มคนที่จะมาเป็นลูกค้าในอนาคต
- 3) ด้านการวิเคราะห์ด้านการผลิต เนื่องจากสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นเป็นสินค้าที่หาได้ทั่วไป เราจึงเน้นบริการที่น่าพึงพอใจเพื่อให้เกิดมาซื้อซ้ำและบอกต่อ
- 4) ด้านการวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน ร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเป็นธุรกิจขนาดเล็กใช้กำลังคนเพียง 3 คนจึงเพียงพอแล้ว และพนักงานควรเป็นคนที่น่าเชื่อถือ และสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค
- 5) ด้านการวิเคราะห์ด้านการเงิน หากธุรกิจร้านเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีประสบความสำเร็จ ควรเพิ่มผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค และขยายสาขาเพื่อการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2566). *สำรวจสินค้าแฟชั่น-เสื้อผ้าหลังโควิด แรงปรับตัวครั้งใหญ่ ชูความหลากหลาย*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1062142>.
- ชนินทร์ นิลภย. (2564). *การวิเคราะห์STP*. สืบค้นจาก <https://www.thespidery.co/post/stp-marketing>.
- จิตติมา ผลารัตน์สกุล. (2562). *กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์*. สืบค้นจาก file:///C:/Users/Admin/Downloads/boonsri1,+Journal+manager,+36_%E0%B8%90%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%A1%E0%B8%B2.pdf.
- ทูลุปลูกปัญญา. (2565). *ความหมายของแฟชั่น*. สืบค้นจาก <https://www.trueplookpanya.com/blogdiary/12643>.

- ภัทรภรณ์ จุมพรม. (2565). คุณค่าและคุณประโยชน์ของการวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร. สืบค้นจาก file:///C:/Users/Admin/Downloads/08+103-116.pdf.
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2563). การวางแผนกำลังคน. สืบค้นจาก [http://old-book.ru.ac.th/ebook/g/GM303\(47\)/GM303-9.pdf](http://old-book.ru.ac.th/ebook/g/GM303(47)/GM303-9.pdf).
- วิโรจน์ เกษภูลักษณะ. (2563). กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์. สืบค้นจาก file:///C:/Users/Admin/Downloads/boonsri1,+Journal+manager,+36_%E0%B8%90%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%A1%E0%B8%B2%20(1).pdf.
- ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์. (2563). แผนธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ "CHU CHU". สืบค้นจาก <https://grad.dpu.ac.th/upload/content/files/Year8-3/8314.pdf>.
- สุทัต วันนิจ. (2565). คุณภาพการให้บริการ. สืบค้นจาก file:///C:/Users/Admin/Downloads/1-%E0%B9%84%E0%B8%9F%E0%B8%A5%E0%B9%8C%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1+257981.pdf.
- สมาคมการพิมพ์ไทย. (2565). กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่น่าสนใจ บางอย่างคุณอาจคาดไม่ถึง. สืบค้นจาก https://www.thaiprintorg.translate.goog/vol127/knowledge12703/?_x_tr_sl=th&_x_tr_tl=en&_x_tr_hl=en&_x_tr_pto=sc.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2023 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).