

BUSINESS PLAN: MISSME FASHION JEANS ONLINE SHOP

Tavisa SRIBOOT^{1*}

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

ARTICLE HISTORY

Received: 2 June 2023

Revised: 21 June 2023

Published: 3 July 2023

ABSTRACT

Presently, the trend of self-care is becoming increasingly popular. People always value their individuality and look great both inside and outside the product. Beauty is also very popular. Clothing is one of the four factors related to daily life. In addition to wrapping the body, it also represents personal identity. No matter how many generations have passed, clothing is still a popular product because it is a modified product. The shape always matches the current trend, so the fashion store market remains an interesting industry. Missme fashion jeans online shop by a single owner with 100% of all shares from the feasibility study of the business. It was found that the net factor of the business is positive 873,243 baht with internal rate of return the business (IRR) 46% and a payback period of 2 years together with the analysis of similar business data and other factors related to business operations. MISSME fashion jeans online shop would be an interesting business and worth the investment This study reveals the possibility of MISSME, an online fashion jeans business.

Keywords: Business Plan, Online Business, Online Clothes Vendors, Jeans Fashion

CITATION INFORMATION: Sriboot, T. (2023). Business Plan: MISSME Fashion Jeans Online Shop. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 22

แผนธุรกิจ: ธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME

ตวิษา ศรีบุษย์^{1*}

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

บทคัดย่อ

ปัจจุบันพบว่ากระแสการดูแลตัวเองเป็นที่นิยมมากขึ้น ผู้คนต่างให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพของตนเองให้ดูดีอยู่เสมอ ทั้งภายในและภายนอกผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในหมวดของความสวยงามจึงได้รับความนิยมไปตามๆกัน ซึ่งในส่วนของเสื้อผ้านั้นถือเป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน นอกจากใช้เพื่อห่อหุ้มร่างกายแล้วนั้นยังเป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคล และไม่ว่าจะผ่านไปกี่ยุคก็สมัยเสื้อผ้านั้นยังคงเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอยู่ตลอดเนื่องจากการเป็นสินค้าที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ รูปทรง ให้เข้ากับค่านิยมในสมัยนั้นๆ อยู่เสมอ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME ดังนั้นตลาดร้านค้าเสื้อผ้าแฟชั่นจึงยังคงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME โดยดำเนินธุรกิจโดยเจ้าของคนเดียว ถือหุ้นทั้งหมด 100% จากการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ พบว่าปัจจัยสุทธิต่อธุรกิจมีค่าเป็นบวก เท่ากับ 873,243 บาท โดยมีผลการตอบแทนภายในปีของธุรกิจอยู่ที่ 46% และมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 1 ปี ประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจใกล้เคียง และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ทำให้สามารถสรุปได้ว่าธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME เป็นธุรกิจที่น่าสนใจและคุ้มค่าแก่การลงทุน ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, ธุรกิจออนไลน์, เสื้อผ้าออนไลน์, กางเกงยีนส์แฟชั่น

ข้อมูลการอ้างอิง: ตวิษา ศรีบุษย์. (2566). แผนธุรกิจ: ธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 22

บทนำ

การแต่งกายด้วยเสื้อผ้าตามสภาพงาน และอาชีพ เพราะในการปฏิบัติงานของแต่ละอาชีพ ความต้องการเสื้อ ผ้ายวมใส่ในการทำงานจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในแต่ละอาชีพ มนุษย์จึงคิดประดิษฐ์เส้นใยต่างๆขึ้นมาเพื่อให้มีคุณสมบัติต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับแต่ละอาชีพนั้นๆ เช่น การทนต่อสารเคมี ไม่เป็นสื่อไฟฟ้า และ ไม่นำความร้อน เป็นต้น หรือการแต่งกายด้วยเครื่องนุ่งห่มตามศาสนา รวมถึงสภาพของสังคมและเศรษฐกิจของแต่ละแห่งแต่ละประเทศมีความไม่เหมือนกัน และมีบทบาทต่อการแต่งกายที่ต่างไปด้วย สังคมทั่วไปในขณะนี้หลายระดับชั้น และแบ่งกันตามฐานะ ทางเศรษฐกิจอีกด้วย เช่น ชนชั้น ระดับเจ้านาย ชาวบ้านกรรมกร ซึ่งแต่ละลักษณะจะบ่งชี้ว่าผู้แต่งนั้นอยู่ในฐานะระดับใด และยิ่งบอกถึงสภาพสังคมของเขาด้วยความเจริญทางด้านวัฒนธรรม และการแต่งกายมีการวิวัฒนาการมาเรื่อยๆ (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2565)

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นได้ว่า สามารถนำข้อมูลข้างต้นนี้มาพัฒนาแผนธุรกิจให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ดังนั้น ผู้เขียนแผนธุรกิจทางเกนยีนส์แฟชั่นออนไลน์ จึงสนใจ และเห็นความสำคัญของการทำธุรกิจทางเกนยีนส์แฟชั่นออนไลน์ “แผนธุรกิจ : ธุรกิจทางเกนยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME” โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจทางเกนยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME เพื่อให้ทราบถึงความความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจทางเกนยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจทางเกนยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจทางเกนยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME

การทบทวนวรรณกรรม

ในยุคที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้ามากขึ้น เปิดโอกาสให้ผู้คนสามารถจับจ่ายใช้สอยได้อย่างสะดวกสบาย ไม่ถูกจำกัดทั้งเรื่องเวลาและสถานที่ ทำให้ผู้คนหันมาให้ความสนใจในการทำธุรกิจผ่านออนไลน์กันมากขึ้น เนื่องจากมีต้นทุนในการทำธุรกิจไม่มากเท่ากับการทำธุรกิจที่ต้องมีหน้าร้านเสื้อผ้าออนไลน์ เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ได้รับความนิยมสูง ด้วยเพราะเป็นสินค้าที่มีความต้องการสูงมากในตลาด สามารถขายได้อย่างต่อเนื่อง มีฐานลูกค้าที่หลากหลาย ใช้เงินในการลงทุนไม่สูงมาก เพียงผู้ขายต้องรู้วิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทักษะและความนิยมในปัจจุบัน เน้นการนำเสนอที่สามารถเรียกความสนใจจากกลุ่มลูกค้าได้ มีโอกาสที่ทำให้ธุรกิจเสื้อผ้าออนไลน์เติบโตและดำเนินต่อไปได้

(สุวนันท์ สังข์ชู, 2564)

ธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เป็นสินค้าที่นิยมซื้อขายผ่านการตลาดออนไลน์มากที่สุดในกลุ่มสินค้าแฟชั่น เพราะเสื้อผ้าเป็นสินค้าที่มีการซื้อขาย คล่อง ราคาไม่แพง ทั้งเป็นสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลและกระแสแฟชั่นอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งเสื้อผ้าเป็นสินค้าที่มีความต้องการจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเพราะเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตทำให้ร่างกายอบอุ่น และแสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีของผู้สวมใส่ โดยเฉพาะผู้บริโภคในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่มีความชื่นชอบในการซื้อขายสินค้ากลุ่มสินค้าแฟชั่น และเสื้อผ้าแฟชั่น โดยจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 900,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 693,000 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2564 เนื่องจากผู้บริโภคคุ้นชินกับการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์แล้ว และแบรนด์ต่างๆ หันมาจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์กันมากขึ้น (อรอนงค์ กลิ่นสุวรรณ และ วัชร ย์สุนเทศ, 2564)

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

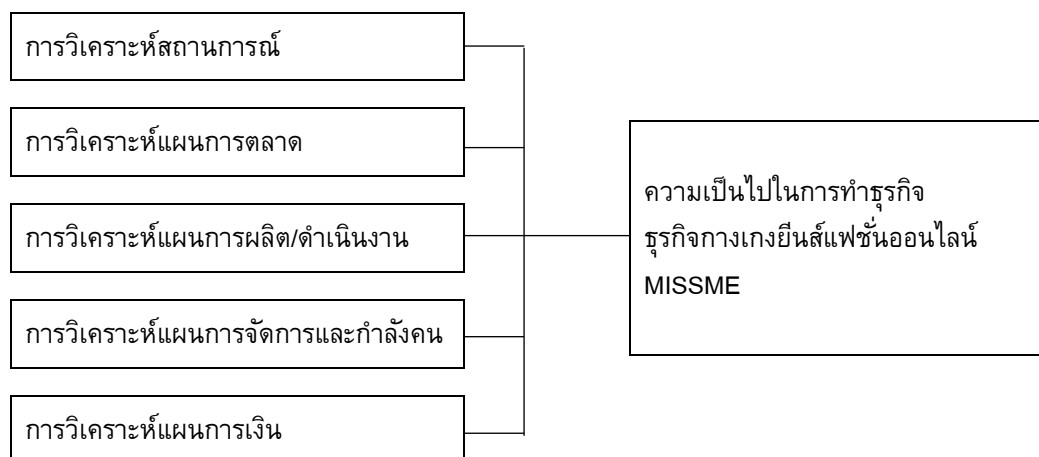
การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการผลิต และขั้นตอนการผลิตหรือการบริการของธุรกิจ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์การ

การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาเงินทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจทางเกนยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจทางเกนยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถานการณ์

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป

สภาพแวดล้อมทางการเมือง (Political) ภาครัฐให้ความสำคัญกับธุรกิจ E-Commerce เป็นโอกาสอันดีที่ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นจะหันมาพัฒนาและปรับปรุงร้านค้าให้เข้าสู่ระบบ เพื่อสอดคล้องกับการกับเติบโตของธุรกิจ

E-Commerce และสนับสนุนเอื้ออำนวยต่อกิจกรรม E-Commerce ส่งผลให้ธุรกิจทางเกนยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME เพิ่มช่องทางในการขายแบบออนไลน์ได้หลากหลาย เพื่อพัฒนาร้านค้าให้สามารถเติบโตต่อไปได้ในอนาคต

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economy) ภาครัฐให้การส่งเสริมการลงทุนภาคเอกชน ส่งผลดีต่อธุรกิจทางเกนยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME และส่งผลดีต่อผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อตามความต้องการ เนื่องจากสินค้า MISSME สามารถใช้ได้ตามชีวิตประจำวัน เป็นธุรกิจที่ความต้องการสูงตลอดเวลาเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural) การซื้อของออนไลน์ของสังคมไทย สร้างบุคลิกภาพที่ดี โดยเฉพาะสินค้าอุตสาหกรรมค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นโดย MISSME สามารถใช้สื่อออนไลน์ต่างๆ ทำให้ธุรกิจทางเกนยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้บริโภคเพื่อพัฒนาให้ MISSME ตอบสนองกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย

สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี (Technology) เสื้อผ้าหลายแบรนด์จำเป็นต้องทำตลาดออนไลน์ให้สอดคล้องกันแต่อุปสรรคที่สำคัญของการเลือกซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ คือมีการส่งคืนหากสินค้าไม่ตรงแบบ อาจจะเป็นการเพิ่มต้นทุน ดังนั้น

ธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME จึงจะมีการพัฒนาระบบหรือใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการขายสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกช่องทางออนไลน์ได้อย่างตรงจุด

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

อุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ (Threats of New Entrants), สูง

อุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ที่เข้าสู่ธุรกิจขายเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์สูง ดังนั้น ธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME จึงสร้างความแตกต่างทางด้านรูปแบบ คุณภาพ และราคา และมีความซื่อสัตย์แก่ลูกค้า ทำให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จ รวมทั้งให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า เพื่อจะสามารถดำรงธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

ความเข้มข้นของการแข่งขันระหว่างธุรกิจ (Intensity of Rivalry among Existing Firms), สูง

จึงได้รับผลกระทบของการแข่งขันทางธุรกิจแต่หนึ่งด้วย ธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME มีการบริหารจัดการที่ดีเป็นโรงงานผลิตมีคุณภาพ ผู้บริโภคจึงได้รับสินค้าตรงตามแบบอยู่เสมอ จึงทำให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างไม่รับผลกระทบมากนัก

อุปสรรคจากสินค้าทดแทน (Pressure from Substitute Products), สูง

ธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME จึงรักษาคุณภาพ และมาตรฐานของสินค้าไว้ และพัฒนารูปแบบ คุณภาพ และราคาของสินค้าให้มีมากขึ้นในอนาคต เพื่อให้ถูกมันใจในการซื้อสินค้า และกลับมาซื้อสินค้าซ้ำในระยะยาว

อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers), สูง

ร้านค้าออนไลน์ในปัจจุบันมีจำนวนมากและขายหลากหลายช่องทาง ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะเลือกสินค้าตามความต้องการ ดังนั้น MISSME มีการวิเคราะห์ตลาด และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดความสนใจ และจูงใจให้ผู้บริโภคมาซื้อสินค้ากับร้าน MISSME

อำนาจต่อรองของผู้ส่งสินค้า (Bargaining Power of Suppliers), ต่ำ

อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบนั้นอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจาก MISSME มีโรงงานผลิตสินค้าสำเร็จรูปที่มีต้นทุนการสั่งซื้อราคาส่งไม่แพงและกำหนดราคามาตรฐานที่ตรงตัว

3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

- เป็นกางเกงยีนส์แฟชั่น เน้นสไตล์เกาหลี เป็นที่ต้องการของตลาดสูง
- มีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดทุกสัปดาห์
- สามารถจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าได้ทั่วประเทศ
- เป็นกิจการขนาดเล็ก ใช้เงินลงทุนไม่มาก
- จัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา

จุดอ่อน (Weaknesses)

- เปิดร้านเริ่มต้นยังไม่มีลูกค้าประจำจะต้องใช้กลยุทธ์การขายมากขึ้น เช่น โปรโมทร้านค้า และเว็บบอร์ด
- มีต้นทุนเป็นค่าขนส่งสินค้าที่สูง ต้องอาศัยบริษัทขนส่งสินค้าเป็นผู้จัดส่งสินค้า
- แปรนัยยังไม่เป็นที่รู้จัก
- เจ้าของกิจการยังขาดความรู้และประสบการณ์ในการทำธุรกิจกางเกงยีนส์สำเร็จรูป
- ประสบการณ์ในด้านการบริหารจัดการของเจ้าของกิจการ

โอกาส (Opportunities)

- ตลาดสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น เปิดกว้างสำหรับผู้ประกอบการทุกราย ทั้งรายเล็กรายใหญ่
- ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ได้ยึดติดกับ Brand ของสินค้า แต่จะเลือกซื้อเพราะรูปแบบ คุณภาพ ราคา เป็นสำคัญ
- แหล่งซื้อสินค้ามีต้นทุนหรือราคาซื้อที่ต่ำความได้เปรียบจึงสูง
- การเข้าสู่ตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูป ค่อนข้างเข้าตลาดได้ง่ายเนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่สูงนัก

- จำนวน Supplier ที่มากทำให้ แบรินด์สามารถเลือก Supplier เพื่อให้ได้ Supplier ที่ดี

อุปสรรค (Threats)

- ในบางครั้งอาจเกิดปัญหาการขาดแคลนสินค้าบางอย่าง เพราะร้าน MISSME ไม่ได้เป็นผู้ผลิตเอง

- สินค้าประเภทนี้มีคู่แข่งทางตรง และทางอ้อมจำนวนมาก

- มีคู่แข่งจำนวนมาก ทั้งรายเล็กและรายใหญ่

- ลูกค้าบางรายอาจไม่ชอบรูปแบบของกางเกงยีนส์

- ลูกค้าอาจไม่เปิดใจซื้อสินค้าแบรนด์ใหม่

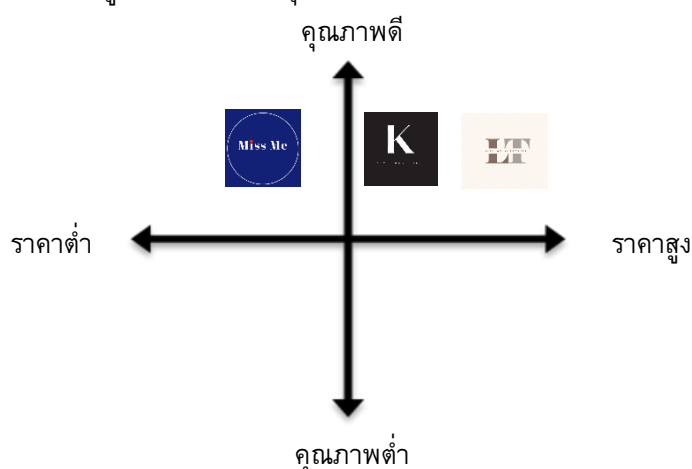
การวิเคราะห์ด้านการตลาด

1) การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชากรในเขตพื้นที่ประเทศไทย เป็นเพศหญิง กลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีรายได้ไม่ต่ำกว่า 15,001 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัท และนักเรียน/นักศึกษา โดยเป็นผู้ที่ให้ความสำคัญกับการแต่งกาย และชอบการพัฒนาบุคลิกภายนอก

2) การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)

พิจารณาจากจุดเด่นแต่ละด้าน คือ ด้านคุณภาพ และราคาของสินค้า การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดโดยการเปรียบเทียบคู่แข่งทางตรงของธุรกิจขายเสื้อผ้าออนไลน์ MISSME ได้แก่ KIMBERRYSHOP และ LOOKTANSTORY



ภาพที่ 2 ตำแหน่งทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคคนสุดท้ายของธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME

3) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) กลยุทธ์ด้านความแตกต่างของกางเกงยีนส์ สักผลิตจากโรงงาน ที่มีคุณภาพ สินค้าหลักคือ กางเกงขาสั้นและยาว ทั้งหมด 6 แบบ เน้นให้สวมใส่สบายเข้ารูปทรงตามสัดส่วนของลูกค้าและสินค้าสามารถแต่งขาดได้หากลูกค้าต้องการ เหมาะสำหรับการใช้งานในชีวิตประจำวัน

4) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy) การกำหนดราคาสินค้าของธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME จะพิจารณาจากราคาของต้นทุนในการผลิต ตลาดกลุ่มเป้าหมายรายได้ 15,001-30,000 บาท และเปรียบเทียบราคาของคู่แข่ง

5) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy) การโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ 4 ช่องทาง ได้แก่ Shopee Instagram Facebook และ Tiktok เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้ตรงจุดและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายรวดเร็ว เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง

6) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ ใจให้กับลูกค้าในการรับรู้ในตราสินค้า และรับรู้ในคุณภาพของสินค้า โดยธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME ได้ทำโฆษณาผ่านช่องทางการขายออนไลน์ทั้ง 4 ช่องทาง ได้แก่ Shopee Instagram Facebook และ Tiktok

7) กลยุทธ์ด้านบุคคล (People Strategy) การบริหารสำหรับธุรกิจทางเกนยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME จะดำเนินการคัดสรรทีมงานที่มีคุณภาพ มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับธุรกิจทางเกนยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME

8) กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process Strategy) 1) เมื่อได้รับคำสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน พนักงานขายสินค้าออนไลน์จะตรวจสอบรายการคำสั่งซื้อของลูกค้า และเตรียมรายการคำสั่งซื้อของลูกค้าเพื่อประสานงานต่อไปให้กับพนักงานบรรจุสินค้า 2) พนักงานขายสินค้าออนไลน์นำรายการสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้าประสานงานต่อไปให้พนักงานบรรจุสินค้าเตรียมสินค้าตามรายการสั่งซื้อสินค้าเพื่อบรรจุสินค้า 3) พนักงานบรรจุสินค้าทำกับบรรจุสินค้าตามรายการคำสั่งซื้อ 4) นำส่งพัสดุให้บริษัทขนส่ง เพื่อให้บริษัทขนส่งนำพัสดุไปจัดส่งให้แก่ลูกค้า 5) ลูกค้าได้รับสินค้า และตรวจสอบสินค้า หากมีสินค้าไม่ถูกต้องตรงตามที่สั่งซื้อ MISSME รับผิดชอบโดยการส่งสินค้าใหม่ให้แก่ลูกค้า 6) ลูกค้าได้รับสินค้าตรงตามที่สั่งเรียบร้อยแล้ว / รีวิวสินค้า

9) กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์และการบริการ (Physical Evidence Strategy) มีภาพลักษณ์การตอบสนองความต้องการของลูกค้า การบริการที่ดี ใส่ใจรายละเอียด สร้างให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างลูกค้ากับ MISSME

การวิเคราะห์แผนการผลิต

กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และ อัตราการผลิต

อัตรากำลังการผลิต ทรงกระบอก สัดส่วนการผลิต 25% ปี 1 5,625 ชิ้น ปี 2 5,906 ชิ้น ปี 3 6,202 ชิ้น ปี 4 6,512 ชิ้น ปี 5 6,837 ชิ้น ทรงบอยเรียบ สัดส่วนการผลิต 20% ปี 1 4,500 ชิ้น ปี 2 4,725 ชิ้น ปี 3 4,961 ชิ้น ปี 4 5,209 ชิ้น ปี 5 5,469 ชิ้น ทรงบอยขาด สัดส่วนการผลิต 20% ปี 1 4,500 ชิ้น ปี 2 4,725 ชิ้น ปี 3 4,961 ชิ้น ปี 4 5,209 ชิ้น ปี 5 5,469 ชิ้น เดฟเรียบ สัดส่วนการผลิต 15% ปี 1 3,375 ชิ้น ปี 2 3,543 ชิ้น ปี 3 3,721 ชิ้น ปี 4 3,907 ชิ้น ปี 5 4,102 ชิ้น เดฟ 3 ส่วน สัดส่วนการผลิต 10% ปี 1 2,250 ชิ้น ปี 2 2,363 ชิ้น ปี 3 2,481 ชิ้น ปี 4 2,605 ชิ้น ปี 5 2,735 ชิ้น ยีนส์ขาสั้น สัดส่วนการผลิต 10% ปี 1 2,250 ชิ้น ปี 2 2,363 ชิ้น ปี 3 2,481 ชิ้น ปี 4 2,605 ชิ้น ปี 5 2,735 ชิ้น

ขั้นตอนการผลิต

1) เจ้าของธุรกิจตรวจสอบรูปแบบสินค้ากับทางโรงงานผลิตเกี่ยวกับรายละเอียดของการผลิตสินค้า 2) ส่งผลิตสินค้ากับโรงงานผลิตตามรูปแบบ และรายละเอียดที่ตกลง 3) โรงงานส่งสินค้าที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้วมาที่สำนักงาน 4) สำนักงานได้รับสินค้า และตรวจสอบสินค้า หากมีสินค้าที่มีรายละเอียดที่ไม่ถูกต้องหรือมีคุณภาพที่ไม่ตรงตามที่สั่งผลิต ทางสำนักงานจะแจ้งกับทางโรงงานผลิตเพื่อส่งเคลมสินค้า 5) จัดเรียงสินค้าเข้าคลังสินค้าชั้น 2 และทำรายละเอียดสต็อกสินค้าเข้าระบบ

การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรของธุรกิจทางเกนยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME มีการกำหนดโครงสร้างองค์กรแบบหน้าที่ (Functional Organization) เนื่องจากมีขนาดองค์กรที่เล็ก ทำให้การจัดโครงสร้างองค์กรลักษณะนี้ง่ายต่อการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีแผนผังดังนี้



ภาพที่ 3 แสดงโครงสร้างองค์กร

การวิเคราะห์แผนการเงิน

ธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME ใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 873,243 มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 1,556,192 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 854,205 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 872,892 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 888,708 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 904,875 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 1,556,192 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 1 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) เท่ากับ 2,671,693.37 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับ ร้อยละ 10.22

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME ภายใต้เงื่อนไขที่ธุรกิจกำหนดขึ้น มีความเป็นไปได้ในการลงทุน สอดคล้องกับผลวิจัยของ กนกวรรณ คชอาจ (2564)

ผู้บริโภคนิยมซื้อเสื้อผ้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพราะ มีความสะดวกในการเข้าถึงร้านค้าได้ตลอดเวลา นิยมซื้อเสื้อผ้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้นเพราะชื่นชอบกิจกรรมให้ลูกค้ามีส่วนร่วมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นสิ่งที่จะต้องมอบให้แก่ลูกค้าโดยต้องตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าได้ และลูกค้าจะต้องได้รับผลประโยชน์และคุณค่าจากผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษา

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ ในธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME มีอุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจสูงและมีความเข้มข้นของการแข่งขันระหว่างธุรกิจเช่นกัน สินค้าทดแทนก็มีหลากหลายและอำนาจต่อรองของผู้ซื้อสูง ดังนั้นร้าน MISSME ต้องรักษามาตรฐาน จุดแข็งของร้านไว้เพื่อรักษฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่
- 2) ด้านการวิเคราะห์ด้านการตลาด จะเห็นได้ว่า ธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME เป็นการดำเนินธุรกิจเฉพาะกับลูกค้ากลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน จึงควรใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบ การเจาะจงในตลาดโดยสร้างความแตกต่าง เน้นออกแบบและจำหน่ายกางเกงยีนส์ที่มีขนาดพอดีกับรูปร่างของกลุ่มเป้าหมาย
- 3) ด้านการวิเคราะห์ด้านการผลิต ในธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME เป็นธุรกิจขายสินค้าแบบซื้อมาขายไป ดังนั้น ในด้านการผลิตต้องเป็นการสั่งผลิตสินค้าให้มีปริมาณที่เหมาะสมกับการขายในแต่ละครั้ง เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนหากเกิดการค้างสต็อกของสินค้า และควรผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภค
- 4) ด้านการวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน เนื่องด้วยในธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME ปัจจุบันมีผู้บริโภคให้ความสนใจในการซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ควรมีการเพิ่มกำลังคนในฝ่ายบรรจุสินค้าและฝ่ายตลาดออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- 5) ด้านการวิเคราะห์ด้านการเงิน ในธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME มีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 1 ปี ประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น ทำให้สามารถสรุปได้ว่าธุรกิจกางเกงยีนส์แฟชั่นออนไลน์ MISSME เป็นธุรกิจที่น่าสนใจและคุ้มค่าแก่การลงทุน และสามารถเติบโตได้ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ คชอาจ. (2564). แบบจำลองธุรกิจแคนวาสจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจนเนอเรชันวายร้านลานาสโตร. รายงานการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัย. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

กรุงเทพธุรกิจ. (2565). อุตสาหกรรมเสื้อผ้า. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/1012293>.

บีบีซีไทย. (2565). อุตสาหกรรมแฟชั่นทั่วโลก. สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/topics/c1gdqrg34wrt>.

- ไทยศึกษา. (2565). การเลือกซื้อเสื้อผ้าให้ถูกโฉลกตามสีมงคล. สืบค้นจาก <http://www.thaistudies.chula.ac.th//2018/09/29/สีประจำวัน>.
- วิทยาการคอมพิวเตอร์. (2565). เทคโนโลยีในการผลิตสินค้าและบริการ. สืบค้นจาก <https://www.science.cmru.ac.th/courses/computer-science>.
- สุนันท์ สังข์ชู. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565). ภาครัฐในการสนับสนุน e-commerce. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/Government-Support-of-e-Commerce.aspx?feed=590fb9ad-c550-4bc5-9a56-459ad4891d74>.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2565). อุตสาหกรรมแฟชั่นในภาวะการระบาดไวรัส. สืบค้นจาก <https://www.cca.or.th/th/news-updates/covid-19-creative-economy>.
- องค์การสหประชาชาติ. (2565). ผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่น. สืบค้นจาก <https://www.okmd.or.th/okmd-kratooktomkit/4762/>.
- อรอนงค์ กลิ่นสุวรรณ และวัชร ย์สุนเทศ. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าสุขภาพสตรีพลัสไซส์ผ่านออนไลน์. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล, 7(1), 121-127.

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)