

BUSINESS PLAN: CLOTHING ONLINE STORE N&J SHOP

Chaowlead Chrtupamai^{1*}

1 Faculty of Business Administration, Rangsit University, Thailand; Chaowlead.c65@rsu.ac.th

ARTICLE HISTORY

Received: 2 June 2023

Revised: 21 June 2023

Published: 3 July 2023

ABSTRACT

Many people could consider selling stylish clothing to be a business. Nevertheless, keep in mind that there aren't many people who are successful in this industry, and the most of them tend to have certain traits. Paying attention to even the smallest things is something that failures can never grasp. An overview of the existing clothes store business is provided in the "N&J Shop" online business plan. the selection of the raw materials, standard product shape, and store management planning Online media is where marketing is concentrated. the most suitable and efficient human resource management. Using numerous sources of data as part of a financial strategy N&J Shop, A sole proprietorship with a registered capital of 775,222 baht is researching the potential of the online clothing sector. based on the business's feasibility analysis Together with the study of related business data, it was discovered that the net factor of the company was positive and equal to 350,446.66 Baht, with a return within the business year of 25% and a payback term of 2 years and 10 months. and other elements affecting how businesses operate. The N&J SHOP industry is an intriguing one, it may be said. and worthwhile the investment.

CITATION INFORMATION: Chrtupamai, C (2023). Business Plan: Clothing Online Store N&J Shop. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 26

แผนธุรกิจ: ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J SHOP

เชาว์เลิศ ชาทรูปะมัย^{1*}

1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต; Chaowlead.c65@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

การขายเสื้อผ้าแฟชั่นอาจจัดเป็นธุรกิจปราบเซียนของใครหลายคน แต่เชื่อเถิดว่ามีคนจำนวนไม่น้อยที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจนี้และโดยมากผู้ที่ประสบความสำเร็จก็มักมีสิ่งๆหนึ่งที่เหมือนกันคือ ความใส่ใจในรายละเอียดแม้เพียงเล็กน้อยซึ่งผู้ที่ล้มเหลวไม่มีทางเข้าใจ แผนธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ “N&J Shop” ครอบคลุมการวิเคราะห์ภาพรวมธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าในปัจจุบัน การวางแผนกระบวนการจัดการร้านตั้งแต่คัดสรรวัตถุดิบ รูปแบบสินค้าที่มีมาตรฐาน มีการทำการตลาดโดยเน้นสื่อออนไลน์ การบริหารจัดการกำลังคนที่เหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด กลยุทธ์ทางการเงิน รวมถึงการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจธุรกิจร้านเสื้อผ้าออนไลน์ N&J Shop มีทุนจดทะเบียนบริษัทที่ 775,222 บาท โดยดำเนินธุรกิจโดยเจ้าของคนเดียว จากการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ พบว่าปัจจัยสุทธิต่อปีของธุรกิจมีค่าเป็นบวก เท่ากับ 350,446.66 บาท โดยมีผลการตอบแทนภายในปีของธุรกิจอยู่ที่ร้อยละ 25 และมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 2 ปี 10 เดือน ประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจใกล้เคียง และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ทำให้สามารถสรุปได้ว่าธุรกิจ N&J SHOP เป็นธุรกิจที่น่าสนใจ และคุ้มค่าแก่การลงทุน

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, ธุรกิจออนไลน์, เสื้อผ้า, ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์

ข้อมูลการอ้างอิง: เชาว์เลิศ ชาทรูปะมัย. (2566). แผนธุรกิจ: ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J SHOP. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 26

บทนำ

ปัจจุบันกระแสการดูแลตัวเองเป็นที่นิยมมากขึ้น ผู้คนต่างให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพของตนเองให้ดูดีอยู่เสมอทั้งภายในและภายนอกไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชายก็ตาม จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ต่างๆในหมวดความสวยความงามจึงได้รับความนิยมไปตามๆกันไม่ว่าจะเป็น เครื่องสำอาง อาหารเสริม และสินค้าแฟชั่น เช่น รองเท้า เครื่องประดับ และเสื้อผ้า เป็นต้น ซึ่งในส่วนของเสื้อผ้านั้นถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน นอกจากเพื่อหล่อหุ้มร่างกายแล้วยังเป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะผ่านไปกี่ยุคก็สมัยเสื้อผ้ายังคงเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอยู่ตลอดเนื่องจากเป็นสินค้าที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ รูปทรง ให้เข้ากับค่านิยมในสมัยนั้นๆ อยู่เสมอทำให้เสื้อผ้าเป็นสินค้าที่มีการบริโภคอยู่อย่างต่อเนื่อง แต่เดิมคนบริโภคผ่านร้านค้าทั่วไปทั้งในลักษณะร้านค้าที่เป็น Stand Alone และร้านค้าที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า หรือย่านการค้าต่างๆ แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปการเข้ามาของอินเทอร์เน็ตเริ่มทำให้ปัจจุบันร้านค้าเสื้อผ้าในรูปแบบออนไลน์นั้นเริ่มเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก (ไทยรัฐออนไลน์, 2565)

ร้านเสื้อผ้าออนไลน์ N&J SHOP มีการวางแผนแนวทางการดำเนินธุรกิจในรูปแบบการจัดจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับสตรี ได้แก่ เสื้อยัด เสื้อเชิ้ต ชุดกระโปรง เป็นต้น ซึ่งมีราคาจัดจำหน่ายอยู่ระหว่าง 199-299 บาท ซึ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มวัยรุ่น เพศหญิง อายุ 20-30 ปี ที่ชื่นชอบในการแต่งตัว เพราะวัยรุ่นสมัยนี้มีสไตล์การ แต่งตัวเป็นของตัวเอง เป็นการจำหน่ายแบบ B2C (Business-to-Consumer) โดยมีช่องทางการจัดจำหน่าย ผ่านออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Line เป็นต้นซึ่งวิธีนี้จะเป็นการทำการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว และยังสามารถเข้าถึงกลุ่ม ลูกค้าได้ทั่วโลกหรือแบบเฉพาะเจาะจงตามความต้องการของลูกค้าด้วย ซึ่งจะสามารถช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย ทั้งใน เรื่องการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพราะการตลาดออนไลน์เป็นการบริการตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ปริมาณการซื้อ-ขายสามารถเพิ่มขึ้นได้ตลอดเวลา ทั้งนี้ผู้จัดทำจะเริ่มต้นโดยเน้นขายผ่านทางออนไลน์กับกลุ่มลูกค้าที่กระจายอยู่ในหลายภูมิภาคในประเทศไทย

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นได้ว่า การซื้อสินค้าหรือติดต่อซื้อขายสินค้าบริการผ่าน ช่องทางออนไลน์ หรือโซเชียลคอมเมิร์ซ (Social Commerce) กลายเป็นเรื่องปกติของคนทั่วโลก สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคในปัจจุบันมีพฤติกรรมความเชื่อมั่นและมุมมองการบริโภคที่เปลี่ยนไปจึงทำให้ผู้ประกอบการเห็นช่องทางการทำธุรกิจ ทั้งนี้ผู้ประกอบการมีความสนใจด้านแฟชั่นเสื้อผ้า ซึ่ง จากผลวิจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้น เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคนิยมซื้อทางออนไลน์มากที่สุดผู้ประกอบการจึงได้เริ่มนำขายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางแรก “แผนธุรกิจ : ร้านขายเสื้อผ้า ออนไลน์ N&J SHOP” โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านขายเสื้อผ้า ออนไลน์ N&J SHOP เพื่อให้ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านขายเสื้อผ้า ออนไลน์ N&J SHOP

การทบทวนวรรณกรรม

ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง จุดแข็งของธุรกิจนี้คือ ความหลากหลายของสินค้า มีต้นทุนในการดำเนินการต่างๆและแหล่งซื้อเสื้อผาราคาส่งหาง่าย ส่วนจุดอ่อนคือสินค้ามีการลอกเลียนแบบได้ง่าย การเตรียมความพร้อมสำหรับเริ่มต้นทางธุรกิจเริ่มจากศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า ติดตามแฟชั่น ทำความเข้าใจระบบธุรกิจ ออนไลน์ จากนั้นจะต้องเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับร้านค้าออนไลน์ เปิดบัญชีโอนเงินค่าสินค้า และจัดเตรียม ข้อมูลที่สำคัญอื่นๆ หรือแม้แต่การวางแผนการจัดส่งสินค้า หากผู้ประกอบการมีการวางแผน และศึกษาข้อมูลมา เป็นอย่างดี ก็มีโอกาที่จะดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ประสบความสำเร็จตามที่ ตั้งเป้าหมายไว้ (YUNG YING, 2563)

แนวความคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง สังคมออนไลน์ที่มี การเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างเครือข่ายในการตอบสนองความต้องการทางสังคมในกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน (Thaimobilecenter, 2021)

คุณภาพในการให้บริการ หมายถึง คุณภาพการให้บริการเป็นส่วนขยายของบริการ กระบวนการบริการ และองค์กรที่ให้บริการสามารถตอบสนองหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของบุคคล (สุทัต วันนิง, 2565)

แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

เสื้อผ้าแฟชั่น หมายถึง เสื้อผ้าตามสมัยนิยมในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งขึ้นอยู่กับเมือง เศรษฐกิจ ภูมิอากาศ เทคโนโลยี ในช่วงเวลานั้นๆ ซึ่งจะทำให้เกิดเสื้อผ้าแฟชั่นต่างๆ เช่น ในยุคปัจจุบันนี้มีความนิยมในเสื้อผ้าแบบ Crop top มากขึ้น จากแต่ก่อน เสื้อแบบ Crop top จึงกลายมาเป็นเสื้อผ้าแฟชั่นนั่นเอง (My shop, 2021)

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

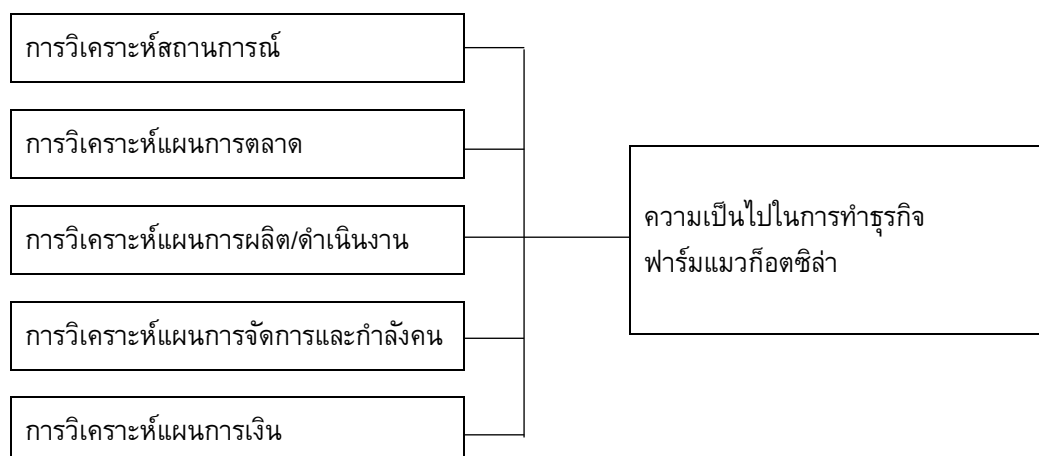
การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการผลิต และขั้นตอนการผลิตหรือการบริการของธุรกิจ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถานการณ์

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป

ปัจจุบันการทำธุรกิจแบบ E-Commerce มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นภาครัฐซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงพาณิชย์ โดยกำหนดให้ E-Commerce เป็นยุทธศาสตร์ทางการค้าที่สำคัญของประเทศซึ่งถูกบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่จะเอื้ออำนวยต่อกิจกรรม E-Commerce ของภาคเอกชนและผู้บริโภคในขณะเดียวกันก็จะดูแลให้เกิดการแข่งขันอย่างเป็นธรรมและคุ้มครองผู้บริโภค (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565)

สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economy) การที่ภาครัฐมีการส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชนทำให้ส่งผลดีต่อร้านค้าเสื้อผ้าออนไลน์ N&J SHOP ส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคและส่งผลดีต่อทางร้าน เนื่องจากสินค้าที่ทางร้านขายเสื้อผ้า

ออนไลน์ N&J SHOP จำหน่ายเป็นสินค้าที่สำคัญในการดำรงชีพ เป็นสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน (รัฐบาลไทย, 2565)

สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural) พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตรวมถึง การซื้อของออนไลน์ของสังคมไทยรวมถึงการให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของตนเองผ่านสินค้าที่ช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดี โดยเฉพาะสินค้าด้านความสวยงามการทำธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J SHOP สามารถใช้สื่อออนไลน์ต่างๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้บริโภคเพื่อนำเสนอร้านค้าของตนและสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภค (องค์การสหประชาชาติ, 2565)

สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี (Technology) ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีแนวโน้มที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่องจะยิ่งอำนวยความสะดวกให้กับธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นผู้ชายและผู้ซื้อที่มีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยจัดการให้ทุกอย่างง่ายและสะดวกจึงส่งผลดีต่อ ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J SHOP เรื่องของช่องทางการจัดจำหน่าย การทำโฆษณา ระบบการรับชำระและจ่ายชำระเงินที่สะดวก ปลอดภัย และการคมนาคมที่รวดเร็ว สิ่งเหล่านี้ก็จะสนับสนุนให้ธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าสามารถเติบโตและพัฒนาไปได้อีกไกลไม่จำกัดเพียงแต่ช่องทางใดช่องทางหนึ่ง (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2565)

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

อุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ (Threats of New Entrants), สูง อุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ที่เข้าสู่ธุรกิจขายเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์สูง ดังนั้น ธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J Shop จึงต้องสร้างความแตกต่างทางด้านรูปแบบสินค้า คุณภาพสินค้า และราคาขายสินค้า

ความเข้มข้นของการแข่งขันของบริษัทที่มีอยู่ (Intensity of Rivalry among Existing Firms), สูง กิจร้านเสื้อผ้าแฟชั่นมีการแข่งขันในระดับสูงร้านค้าออนไลน์มีข้อได้เปรียบตรงที่ไม่มีต้นทุนด้านสถานที่ทำให้ ทุกร้านสามารถตั้งราคาที่ต่ำได้ ทุกร้านจึงพยายามแข่งขันกันในเรื่องราคาเพื่อสร้างความแตกต่างจากร้านเสื้อผ้าออนไลน์ร้านอื่นๆ

แรงกดดันจากสินค้าทดแทน (Pressure from Substitute Products) สินค้าทดแทนในที่นี้ก็คือเครื่องแต่งกายทั่วไปที่เป็นแบบเรียบง่าย สามารถสวมใส่ได้ในทุกสถานการณ์และยุคสมัย ขึ้นอยู่กับความชอบของผู้บริโภค ซึ่งข้อได้เปรียบบางข้ออาจจะเป็นข้อได้เปรียบเฉพาะตัวซึ่งทดแทนกันไม่ได้

อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers), สูง ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นไม่ว่าจะรูปแบบออนไลน์หรือออฟไลน์ในปัจจุบันมีให้บริการเป็นจำนวนมากและหลากหลายช่องทาง ทำให้ผู้ซื้อที่มีช่องทางให้เลือกตัดสินใจที่หลากหลาย ต้นทุนในการซื้อสินค้าในแต่ละช่องทางไม่แตกต่างกันมากมาย จึงเป็นการง่ายที่ลูกค้าจะเปลี่ยนแปลงไปบริโภคร้านอื่น ดังนั้นอำนาจการต่อรองจากผู้ซื้อจึงอยู่ในระดับสูง

อำนาจการต่อรองของผู้ขาย (Bargaining Power of Suppliers), ต่ำ ด้วยผู้ขายในอุตสาหกรรมมีจำนวนมาก และแต่ละรายไม่ได้แตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญ เนื่องจากเสื้อผ้าแฟชั่นโดยส่วนใหญ่เป็นเสื้อผารูปทรงแบบที่กำลังเป็นที่นิยมในขณะนั้น ทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ขายนั้นอยู่ในระดับต่ำ

3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

สินค้าลวดลายใหม่ คุณภาพดี เนื้อผ้าดีใส่สบาย ราคาสินค้าไม่แพงเกินไป แม้ไม่ใช่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายก็สามารถจับต้องได้ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย มีสินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดทุกสัปดาห์ สามารถจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าทั่วประเทศ และเป็นกิจการขนาดเล็กลงทุนไม่มาก

จุดอ่อน (Weaknesses)

เป็นสินค้าที่มีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมาก สำหรับลูกค้ารายใหม่อาจจะยังไม่เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า มีต้นทุนเป็นค่าขนส่งสินค้าที่สูงต้องอาศัยบริษัทขนส่งสินค้าเป็นผู้จัดส่งสินค้า เป็นร้านค้าที่เปิดใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักผู้ประกอบการยังไม่มีประสบการณ์ในการบริหาร

โอกาส (Opportunities)

ภาครัฐให้การสนับสนุนธุรกิจ E-Commerce ด้วยสถานการณ์โควิดทำให้ผู้บริโภคสั่งซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ได้ยึดติดกับตราของสินค้าแต่จะเลือกซื้อเพราะรูปแบบ คุณภาพ ราคา เป็นสำคัญ แหล่งซื้อสินค้ามีต้นทุนหรือราคาซื้อที่ต่ำ มีความได้เปรียบด้านกลยุทธ์การตั้งราคาเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้ธุรกิจได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น ทั้งเรื่องการติดต่อกับลูกค้า การจ่ายเงิน และการขนส่งสินค้า

อุปสรรค (Threats)

ในบางครั้งอาจเกิดปัญหาการขาดแคลนสินค้า จากร้านค้าในประเทศจีนมีสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลกทำให้ลูกค้ามีกำลังซื้อสินค้าน้อยลง สินค้าประเภทเสื้อผ้าออนไลน์มีคู่แข่งทางตรงและทางอ้อมจำนวนมาก ลูกค้าบางรายอาจไม่ชอบรูปแบบของเสื้อผ้าธุรกิจเสื้อผ้าออนไลน์สินค้าไม่มีการแพร่หลายในกลุ่มลูกค้าทั่วไป เจาะจงเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน

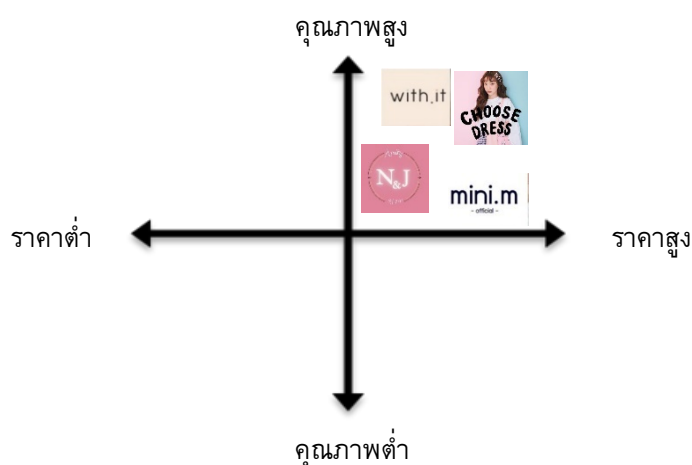
การวิเคราะห์ด้านการตลาด

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) คือ ประชากรในเขตพื้นที่ประเทศไทยเพศหญิงกลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีรายได้ 15,000-30,000 บาท เป็นผู้ที่ชื่นชอบเสื้อผ้าแฟชั่น โดยสาเหตุที่เลือกกลุ่มเป้าหมายหลักเพราะกลุ่มนี้มีอำนาจซื้อและพฤติกรรมในการใช้จ่ายยืดหยุ่นสูงกว่า

กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target) คือ ประชากรในเขตประเทศไทย เพศชาย กลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 20-40 ปี มีรายได้ 15,000-30,000 บาท เป็นผู้มีพฤติกรรมซื้อของออนไลน์น้อยกว่า มีพฤติกรรมการใช้จ่ายยืดหยุ่นน้อยกว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)



ภาพที่ 2 ตำแหน่งทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคคนสุดท้ายของร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J SHOP

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

กลยุทธ์ด้านการแตกต่างเสื้อผ้าเป็นเสื้อผ้าแฟชั่นที่นำเข้ามาจากประเทศจีน มีลวดลายให้เลือกที่หลากหลาย สินค้ามีคุณภาพ ราคาไม่แพง มีสินค้า ดังนี้ เสื้อยืด เสื้อเชิ้ต ชุดกระโปรง

กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

กลยุทธ์ราคาต่ำ การกำหนดราคาส่งของร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J Shop จะพิจารณาจากราคาของ ต้นทุน และกำไร ตลาดกลุ่มเป้าหมายรายได้ 15,001-30,000 บาท รวมถึงราคามาตรฐานในตลาดเทียบกับคู่แข่ง

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J Shop ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงจากร้านไปยังลูกค้าซึ่งเป็นผู้ที่มาใช้บริการ ผ่านทางแอปพลิเคชัน Facebook และ Instagram โดยร้านเปิดทำการทุกวันเวลา 12.00-01.00 น.

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

ธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J SHOP มีการทำการส่งเสริมการตลาด โดยใช้การโฆษณาสินค้า และการส่งเสริมการขายผ่านทาง Social Media Facebook Instagram และ Lino OA ร่วมกันเพื่อให้เกิดการจดจำและเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว

กลยุทธ์ด้านบุคคล (People Strategy)

พนักงานคือผู้ที่ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยตรง ดังนั้นการอบรมให้ความรู้กับพนักงานจึงสำคัญมาก สอนให้พนักงานเกิดความรักความศรัทธา รักในงานบริการ สอนให้พนักงานคอยสังเกตลูกค้าเมื่อต้องการความช่วยเหลือ

กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process Strategy)

1) เมื่อได้รับคำสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Facebook, Instagram พนักงานธุรการจะตรวจสอบรายการคำสั่งซื้อของลูกค้า และเตรียมรายการคำสั่งซื้อของลูกค้าเพื่อประสานงานต่อไปกับพนักงานแพ็คสินค้า 2) พนักงานธุรการนำรายการสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้าประสานงานต่อไปให้พนักงานแพ็คสินค้าเตรียมสินค้าตามรายการสั่งซื้อสินค้าเพื่อแพ็คสินค้า 3) พนักงานแพ็คสินค้านำส่งพัสดุให้บริษัทขนส่ง เพื่อให้บริษัทขนส่งนำพัสดุไปจัดส่งให้แก่ลูกค้าต่อไป 4) ลูกค้าได้รับสินค้า และตรวจสอบสินค้า 5) หากมีสินค้าไม่ถูกต้องตรงตามที่สั่งซื้อ ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J Shop จะรับผิดชอบโดยการส่งสินค้าใหม่ให้แก่ลูกค้า 6) กรณีไม่มีสินค้าผิดหรือลูกค้าได้รับสินค้าตรงตามที่สั่งเรียบร้อยแล้ว

กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์และการบริการ (Physical Evidence Strategy)

ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J Shop ใส่ใจในการบริการลูกค้า พนักงานของร้านจะตอบคำถามลูกค้าในเรื่องเสื้อผ้าตามที่ลูกค้าต้องการ

การวิเคราะห์แผนการผลิต

กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และ อัตราการผลิต/บริการ

1) ภายในร้านมีแอตมินที่คอยบริการลูกค้า 1 คน 2) อัตราการหมุนเวียนต่อคนเฉลี่ย 30 นาที ร้านเปิดให้บริการ 08.00 ถึง 20.00 น. เป็นจำนวน 8 ชั่วโมงต่อวัน 3) อัตราการหมุนเวียนสูงสุดต่อวันเท่ากับ 30 คน/วัน 4) ปริมาณลูกค้ามาใช้บริการวันจันทร์-วันพฤหัสบดี (4 วัน) คือ 60% เท่ากับ $30 \times 60\% = 18$ คน/วัน 5) ปริมาณลูกค้ามาใช้บริการวันศุกร์-วันอาทิตย์ (3 วัน) คือ 90% เท่ากับ $30 \times 80\% = 24$ คน/วัน ดังนั้น อัตราคนที่มาใช้บริการต่อปีสามารถคำนวณได้ดังนี้ $(18 \times 208 \text{ วัน}) + (24 \times 156 \text{ วัน}) = 3,744 + 3,744 = 7,488$ คน/ปี

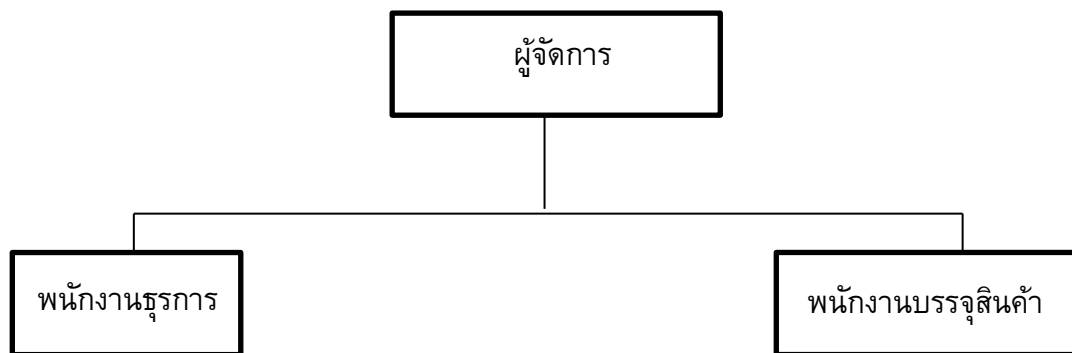
ขั้นตอนการบริการ

1) เมื่อได้รับคำสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Facebook, Instagram พนักงานธุรการจะตรวจสอบรายการคำสั่งซื้อของลูกค้า และเตรียมรายการคำสั่งซื้อของลูกค้าเพื่อประสานงานต่อไปกับพนักงานแพ็คสินค้า 2) พนักงานธุรการนำรายการสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้าประสานงานต่อไปให้พนักงานแพ็คสินค้าเตรียมสินค้าตามรายการสั่งซื้อสินค้าเพื่อแพ็คสินค้า 3) พนักงานแพ็คสินค้านำส่งพัสดุให้บริษัทขนส่ง เพื่อให้บริษัทขนส่งนำพัสดุไปจัดส่งให้แก่ลูกค้าต่อไป 4) ลูกค้าได้รับสินค้า และตรวจสอบสินค้า 5) หากมีสินค้าไม่ถูกต้องตรงตามที่สั่งซื้อ ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J Shop จะรับผิดชอบโดยการส่งสินค้าใหม่ให้แก่ลูกค้า 6) กรณีไม่มีสินค้าผิดหรือลูกค้าได้รับสินค้าตรงตามที่สั่งเรียบร้อยแล้ว

การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรของร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J SHOP มีการกำหนดโครงสร้างองค์กรแบบหน้าที่ (Functional Organization) เนื่องจากร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J SHOP มีขนาดองค์กรที่เล็ก ทำให้การจัดโครงสร้างองค์กรลักษณะนี้ง่ายต่อการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีแผนผังดังนี้



ภาพที่ 3 แสดงโครงสร้างองค์กร

การวิเคราะห์แผนการเงิน

ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J SHOP ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นอยู่ที่ 775,222 บาท โดยดำเนินธุรกิจโดยเจ้าของคนเดียว ถือหุ้นทั้งหมด 100% จากการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ พบว่าปัจจัยสุทธิต่อของธุรกิจมีค่าเป็นบวก เท่ากับ 350,446.66 บาท โดยมีผลการตอบแทนภายในปีของธุรกิจอยู่ที่ร้อยละ 25 และมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 2 ปี 10 เดือน ประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจใกล้เคียง และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ทำให้สามารถสรุปได้ว่าธุรกิจ N&J SHOP เป็นธุรกิจที่น่าสนใจ และคุ้มค่าแก่การลงทุน

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J SHOP ภายใต้เงื่อนไขที่ธุรกิจกำหนดขึ้น มีความเป็นไปได้ในการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ (2563) ทำการศึกษาเรื่องแผนธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ “CHU CHU” ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจขายเสื้อผ้าออนไลน์หากมีการวิเคราะห์ภาพรวมธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าในปัจจุบัน การวางแผนกระบวนการจัดการร้านตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบรูปแบบสินค้าที่มีมาตรฐาน มีการทำการตลาดโดยเน้นสื่อออนไลน์การบริหารกำลังคนที่เหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด กลยุทธ์ทางการเงิน รวมถึงการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆ จะทำให้ธุรกิจมีความเป็นไปได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษา

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J SHOP มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ จะเห็นได้ว่าโอกาสของธุรกิจร้านอาหารนั้นมีโอกาสเติบโตสูงมาก แต่การแข่งขันก็สูงเช่นกัน ดังนั้น ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J SHOP ควรจะเพิ่มจุดเด่นและทำให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ และอาจจะต้องเพิ่มเรื่องของโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้ารายเก่าและรายใหม่
- 2) ด้านการวิเคราะห์ด้านการตลาด ทางร้านควรเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่เจาะกลุ่มเป้าหมายอื่นๆเพิ่ม เพื่อให้ขยายฐานลูกค้าให้มีเพิ่มมากขึ้น และสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มคนที่อาจจะจะเป็นลูกค้ารายใหม่ในอนาคต
- 3) ด้านการวิเคราะห์ด้านการผลิต เนื่องจากทางร้านเป็นการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนทำให้สินค้าในแต่ละรอบมีจำนวนจำกัด ขอแนะนำให้ขยายร้านเพื่อเพิ่มให้สามารถสต็อกของได้เพิ่มขึ้นและเป็นที่น่าเชื่อถือของผู้บริโภค
- 4) ด้านการวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน พนักงานหน้าร้านจะต้องเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือเนื่องจากผู้บริโภคจะต้องคุยกับพนักงานต้อนรับและสัมผัสถึงความน่าเชื่อถือจากพนักงาน ทางร้านควรจัดอบรมและนัดประชุมกันอย่างสม่ำเสมอ
- 5) ด้านการวิเคราะห์ด้านการเงิน หากธุรกิจประสบความสำเร็จ ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ N&J SHOP ควรจะมีการขยายสาขาเพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

- ไทยรัฐออนไลน์. (2565). การให้อินเตอร์เน็ตแต่ละ Gen. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/tags/%E0%B8%9B%E0%B8%B5%202565>.
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (2565). เทคโนโลยีในการผลิตสิ่งทอ. สืบค้นจาก <https://www.ryt9.com/s/exim/2594193>.
- รัฐบาลไทย. (2565). สภาวະเศรษฐกิจไตรมาสที่ 3. สืบค้นจาก <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/61872>.
- ติวเน้นท์ ติวพิทักษ์. (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>.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2565). บทบาทสำคัญของธุรกิจ E-Commerce. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/th/ETC/strategy-law-standard/strategy/Strategic-Plan-on-Electronic-Transactions.aspx>.
- องค์กรสหประชาชาติ. (2565). สภาพแวดล้อมทางด้านสังคมและวัฒนธรรม. สืบค้นจาก <https://citly.me/clbYT>.
- Myshop. (2021). ก่อนขายเสื้อผ้าต้องรู้. สืบค้นจาก <https://lineshoppingseller.com/market-trend/fashion-category-101>.
- Thaimobilecenter. (2021). มาตราฐานการเชื่อมต่อแบบ 5G. สืบค้นจาก <https://www.thaimobilecenter.com/content/5g-and-wi-fi>.
- Yung Ying. (2563). กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์. สืบค้นจาก http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/4376/1/yang_ying.pdf.

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).