

แผนธุรกิจดาวเรือง เทรดดิ้ง

Business Plan Doungroung Trading

ธนีนฐานัฐิ จรุงพันธ์ุ

นักศึกษา ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน มีการกำหนด กรอบแนวความคิดและ แนวทางการดำเนินปฏิบัติงาน แผนธุรกิจนี้จัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจซื้อขาย ประเภทสินค้างานฝีมือ โดยเป็นการขยายขนาดของ ธุรกิจเดิม เทคนิคและวิธีการในการจัดทำแผน คือ การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจการวิเคราะห์การแข่งขัน และการ สำรองที่ใช้แบบสอบถามกับตัวอย่างซึ่งเป็นบุคคล จำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโดยใช้วิธีการสุ่มจากลูกค่า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน

โดยจากการวิเคราะห์รายละเอียดภาพรวมของธุรกิจ การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก การ วิเคราะห์การแข่งขัน การวิเคราะห์คู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม วิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จุดเด่นจุดด้อย ของธุรกิจให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ที่วางไว้ อีกทั้งมีการคาดการณ์ประมาณการรายได้ ค่าใช้จ่าย ผลกำไร ระยะเวลาคืนทุนและ ผลตอบแทน ซึ่งให้เห็นว่าธุรกิจนี้มีความเป็นไปได้และนำลงทุน

คำสำคัญ อุปกรณ์งานฝีมือความพิพิใจ สินค้างานฝีมือ

Abstract

This business plan is created to identify the accurate direction by arranging the scope and operation platform. The plan is suitable for trading business in handicraft industry, especially for the situation that aims to expand the business. The methods will employ business factor analysis, competitive analysis and questionnaire survey from 100 samples of customers. The data is analyzed by descriptive statistics in percentage, average, and standard deviation.

With analysis of internal factors, external factors, competitive analysis in both direct and indirect competitors, competitive advantages, strengths and weaknesses of the business, it helps create the business plan that is consistent with the objective and finally come up with the possible and practical solutions.

Keywords: Equipment in handicraft, Complacence, Handicraft Products.

บทนำ

เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับการแนะนำธุรกิจ ความสำคัญและที่มาของการจัดทำแผน วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผน และวิธีการศึกษาที่นำมาใช้สำหรับการจัดทำแผน โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อดังต่อไปนี้

ดาวเรือง เทรดิ่ง เป็นกิจการที่มีความคลอบคลุมในเรื่องของการขาย และบริการ สินค้าประเภทหัตถกรรม โดยมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครบถ้วน บวกกับการบริการด้วยความเต็มใจและความรู้แบบ 100% ซึ่งในปัจจุบัน ตลาดเกี่ยวกับงานฝีมือ ในปัจจุบันมีการเติบโตขึ้น เนื่องจากผู้คนหันมาสนใจงาน Handmade มากขึ้น อาจจะเป็นเพราะความสวยงาม หรือความภาคภูมิใจในการที่ได้ทำผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เอง หรือเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ จึงทำให้ตลาดนี้มีการเจริญเติบโตมากขึ้น ทางกิจการจึงเล็งเห็นโอกาสนี้ จึงตั้งเป้าที่จะขยายธุรกิจ ให้มีศักยภาพในการรับมือกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่ขึ้น ความต้องการที่มากและหลากหลายขึ้น เพื่อให้ดาวเรือง เทรดิ่ง เป็นผู้นำในธุรกิจด้านงานฝีมือ แต่เนื่องจากตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้น ความต้องการ หรือปริมาณก็จำเป็นที่จะต้องมีความขึ้น และการแข่งขันในอุตสาหกรรมประเภทนี้ก็ถือว่าไม่รุนแรงเท่าใดนัก เพราะผู้ที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบนี้ ต้องอาศัยความชำนาญ ความรู้ ทักษะอย่างละเอียด เพื่อจะนำมาเสนอต่อผู้บริโภคได้ ในจุดนี้เราจึงมีความได้เปรียบ เพราะเรามีผู้บริหาร และบุคลากร ที่มีความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถที่ดีในการดำเนินธุรกิจ และทางกิจการก็ได้มีกลยุทธ์ในการที่จะขยาย พัฒนากิจการ ให้มีความเจริญเติบโต เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำในอนาคตในอนาคตอันใกล้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ลูกค้าจะได้รับรู้ถึงข้อมูล และรายละเอียดของสินค้าต่างๆ
2. เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในสินค้างานฝีมือ
3. เพื่อเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า
4. เพื่อสร้างการจดจำตราสินค้า

การดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการ	ใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	แบบสอบถาม
ตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้าน
ตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	จำนวน 100 ชุด
วิธีการสุ่ม/เลือกตัวอย่าง	การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย
สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล	ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน และค่าฐานนิยม

การดำเนินงานของกลยุทธ์

1. เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่สร้างความแตกต่างและเป็นที่ยอมรับ
2. พัฒนารูปแบบของสินค้าอยู่เสมอ เพื่อให้สินค้าที่แตกต่างจากท้องตลาด
3. รวบรวมข้อมูลความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า อีกทั้งยังสามารถจัดหาสินค้าที่ลูกค้าต้องการได้อย่างครบถ้วน
4. เพื่อให้ช่องทาง Social media เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้มากที่สุด

แผนการปฏิบัติ

1. เริ่มจากการสร้าง Fanpage Facebook ในการทำโฆษณา เนื่องจากทาง Facebook ได้ออกแบบเครื่องมือทางการตลาด โดยสามารถเลือกงบประมาณกำหนดแบบรายเดือน และเลือกเงื่อนไขตามจำนวนคลิก
2. ในการสินค้าทางเว็บไซต์ จะต้องพยายามให้มีผู้บริโภคคลิกดูรายละเอียดให้มากที่สุด ควรเลือกใช้รูปภาพที่ชัดเจนโดดเด่น สะดุดตา จะทำให้สื่อสารกับผู้บริโภคได้มากที่สุด การถ่ายภาพเป็นสิ่งที่สำคัญมาก มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า มองเห็นตัวสินค้าครบทุกมุมภาพสว่างคมชัด เลือก Background พื้นหลังให้เหมาะสมกับตัวสินค้า และใช้ประโยคที่กะทัดรัดเหมาะสมเพื่อที่จะสามารถอธิบายให้ได้ใจความที่สุด ควรระบุรายละเอียดของสินค้าให้ชัดเจน จึงจะทำให้เว็บไซต์เป็นที่สนใจของลูกค้า เกิดความรู้สึกอยากเข้าไปชมในเว็บไซต์ของกิจการ

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1: การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัย	สถานการณ์ และผลที่มีต่อธุรกิจ
1. ปัจจัยด้านบุคลากร	บุคลากรมีประสบการณ์ มีความรู้ความสามารถและเชี่ยวชาญเรื่องงานฝีมือเป็นอย่างดี ทำให้สามารถให้คำแนะนำ คำปรึกษา และข้อซักถามได้ดี อีกทั้งยังจัดฝึกอบรมบุคลากรในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดความชำนาญมากขึ้น และทำให้องค์กรพัฒนาบุคลากร และธุรกิจไปได้อย่างรวดเร็ว
2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	ปัจจุบันธุรกิจได้นำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในธุรกิจ โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน ไม่เพียงเพื่อเพิ่มผลผลิตภาพรวมขององค์กร เช่น การลดค่าใช้จ่ายและ ระยะเวลาในการดำเนินงานให้สั้นลงเท่านั้น แต่เทคโนโลยี ได้กลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญเชิงกลยุทธ์ ซึ่งช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันแก่ธุรกิจ นอกจากนี้การเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี ของธุรกิจยังช่วย สร้างภาพลักษณ์ที่ดีในความรู้สึกของผู้บริโภค
3. ปัจจัยด้านการบริการ	ธุรกิจได้มีบริการหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถฝึกฝนทักษะและได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้สอนได้โดยตรง ซึ่งถือเป็นการสร้างฐานหรือเครือข่ายลูกค้า อีกทั้งยังเป็นวิธีสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งนำไปสู่ความพอใจและการซื้อซ้ำของลูกค้าในครั้งต่อไป และเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ
4. ปัจจัยด้านราคา	ราคาและคุณภาพสินค้าเป็นที่ยอมรับของลูกค้า จึงทำให้สามารถสู้กับคู่แข่งได้ เนื่องจากทางธุรกิจไม่ต้องแบกรับในเรื่องค่าเช่าของสถานที่ตั้ง ทำให้มีต้นทุนที่ต่ำกว่าราคาจึงสามารถสู้กับคู่แข่งได้

ตารางที่ 2: การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	รายละเอียดของความได้เปรียบ
1.คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	สินค้าของทาง DR TRADING เป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน มีสินค้าให้เลือกชมหลากหลายแบบ อีกทั้งยังมีบริการหลังการขายที่เป็นกันเองและใส่ใจในรายละเอียดทุกขั้นตอน
2.ราคา	ราคาของทาง DR TRADING เป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ
3.การส่งเสริมการตลาด	DR TRADING ได้ทำการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดยการจัดทำ Promotion สำหรับสมาชิกของทางร้าน โดยจะมีส่วนลด 10 % ในการตั้งสินค้า และตลอดเดือนเกิดของลูกค้าจะลด 20 % อีกทั้งยังมีของขวัญส่งให้กับสมาชิกของทางในวันเกิดอีกด้วย
4.ด้านต้นทุน	เนื่องจากทาง DR TRADING ได้เปิดธุรกิจในพื้นที่ของตนเอง จึงทำให้ไม่มีต้นทุนด้านเช่าและความเสี่ยงในเรื่องการสัญญาเช่าอีกด้วย

ดังนั้นร้านDR TRADING จึงใช้การออกแบบกลยุทธ์ของการแข่งขัน (Designing Competitors Strategies) โดยเลือกใช้กลยุทธ์ Differentiation

กลยุทธ์ Differentiation

สินค้างานฝีมือจะขายได้ขายได้สิ่งสำคัญอันดับแรกๆ ที่ต้องคำนึงถึงก็คือเรื่องของเอกลักษณ์และความสวยงาม ซึ่งสองสิ่งนี้ต้องถือเป็นเป็นตัวนำอันดับหนึ่งเลยถ้าคิดจะทำธุรกิจประเภทนี้ให้ประสบความสำเร็จ เพราะสินค้างานฝีมือคุณค่าในตัวมันเองหลายๆจะอยู่ในความสวยงามไม่ใช่เรื่องของความนำไปใช้งานจริง ผู้บริโภคจะคำนึงถึงในข้อนี้มากที่สุดหากต้องการจะซื้อสินค้าที่เป็นงานฝีมือ ผู้ประกอบการจึงต้องมีประยุตต์ในเรื่องของการออกแบบและสร้างสีสันลวดลายให้มากเข้าไว้ก่อน

โดยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของร้าน นอกจากจะเน้นเรื่องการออกแบบและความปราณีตของสินค้าแล้ว ยังเน้นเรื่องสามารถนำไปใช้งานได้จริง ไม่ใช่แค่ตั้งโชว์ในตู้ ซึ่งเป็นจุดขายอย่างหนึ่งที่สำคัญเป็นอย่างมาก ทำให้ร้านเรามีข้อได้เปรียบมากกว่าร้านของคู่แข่ง และเป็นจุดขายที่สำคัญ ในการดึงดูดลูกค้าหรือผู้บริโภคในท้องตลาด เพราะสินค้าภายใน จะมีสินค้าที่หลากหลาย เช่น กระเป๋า หมวก รองเท้า ผ้าพันคอ เป็นต้น ซึ่งทำให้ลูกค้าที่ตัวเลือกอื่นๆ อีกทั้งยังมีนวัตกรรมใหม่มาช่วยในการถัก จึงทำให้สินค้าสามารถสำเร็จได้เร็วกว่าปกติ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าไม่รู้สึกเบื่อหน่ายกับการทำงานฝีมือ

อีกทั้งกิจการไม่มีนโยบายการตั้งราคาในลักษณะผู้นำด้านต้นทุนที่ต่ำ (Cost Leader) เนื่องจากกิจการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นไปได้ยากที่การกำหนดราคา ในลักษณะดังกล่าวจะสอดคล้องกับคุณภาพสินค้าที่ดี แต่โดยส่วนมากในธุรกิจงานฝีมือนี้ไม่นิยมแข่งขันกันในด้านราคา เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ไอเดีย ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความละเอียดอ่อน และความปราณีต

DR TRADING ได้ทำการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ร้านผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดยการจัดทำ Promotion สำหรับสมาชิกของทางร้าน โดยจะมีส่วนลด 10 % ในการตั้งสินค้า และตลอดเดือนเกิดของลูกค้าจะลด 20 % อีกทั้งยังมีของขวัญส่งให้กับสมาชิกของทางในวันเกิดอีกด้วย

อภิปรายผล

1. การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า โดยการสื่อสารกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และมีความรวดเร็วในการตอบคำถามหรือข้อซักถามของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ในกรณีที่มีการซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ ควรแจ้งลูกค้าเมื่อมีการได้รับ

เงินที่โอนแล้วหรือระบุหมายเลข Tracking Number แก่ลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและความพึงพอใจในการใช้บริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. และ คณะ. 2542).

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

1. ในส่วนงานบริการ ควรมีพนักงานให้เพียงพอต่อการบริการลูกค้าในแต่ละจุด และให้ข้อมูล คำปรึกษา คำแนะนำ แก่ลูกค้า จะทำให้ลูกค้ารู้สึกได้รับความสนใจ และประทับใจในการบริการ
2. มีการนำเสนอ สินค้าที่เข้ามาใหม่หรือคอลเล็กชั่นใหม่ๆ เพื่อให้สินค้ามีความหลากหลายดึงดูดลูกค้า อีกทั้งจะทำให้ลูกค้าไม่เกิดความเบื่อหน่าย ความจำเจอีกด้วย
3. ควรทำการสำรวจและติดตามผลอยู่เสมอ เพราะลูกค้าจะสามารถบ่งบอกถึงการดำเนินงานของกิจการได้เป็นอย่างดี ทำให้กิจการสามารถนำข้อมูลมาปรับกลยุทธ์และพัฒนาได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. และ คณะ. (2542). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

