

แผนธุรกิจเพื่อขยายธุรกิจเดิม : จัดจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าแบบส่งขนาดย่อม สหเลิศอิเล็กทรอนิกส์ (SLE)

Business plan for expanding the size of business: Sahaleatelectric

ศุภวิทย์ บวรศักดิ์สิทธิ์

นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน ซึ่งเป็นการกำหนดกรอบแนวคิดและแนวทางการดำเนินงาน โดยการวิเคราะห์รายละเอียดภาพรวมของธุรกิจ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก การวิเคราะห์การแข่งขัน คู่แข่งขันทั้งทางตรงและทางอ้อม วิเคราะห์สภาพของธุรกิจ วิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จุดเด่นและจุดอ่อนของธุรกิจให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ อีกทั้งมีการคาดการณ์ประมาณการค่าใช้จ่าย รายได้ ระยะเวลาคืนทุน ผลตอบแทน และผลกำไร ซึ่งให้เห็นว่าสภาพธุรกิจนี้มีความเป็นไปได้ และน่าลงทุน

แผนธุรกิจนี้จัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจค้าขายประเภท ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าแบบส่งขนาดย่อม ซึ่งจัดส่งสินค้าให้กับร้านค้าปลีกในภาคเหนือและจะขยายไปยังภาคตะวันออก เพื่อให้กลุ่มลูกค้าร้านค้าปลีกได้ สินค้าที่ราคาไม่แพงและมีคุณภาพมากที่สุด โดยมอบสินค้าที่เป็นมาตรฐานและการจัดส่งที่รวดเร็วให้กับร้านค้าปลีก เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการสั่งซื้อสินค้าจากทางสหเลิศอิเล็กทรอนิกส์ (SLE)

ผลการศึกษาพบว่า สหเลิศอิเล็กทรอนิกส์ (SLE) มีความได้เปรียบและมีโอกาสสูงจากต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ประกอบกับเปิดร้านมานานกว่า 20 ปี ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อถือ กลยุทธ์ธุรกิจของ สหเลิศอิเล็กทรอนิกส์ (SLE) มุ่งเน้นในเรื่องของ สินค้ามีความหลากหลาย ด้านการตลาด การเพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า ขยายฐานลูกค้าไปยังภาคตะวันออก และ พัฒนาลงสินค้าให้มีคุณภาพ ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบคู่แข่ง

ด้านการตลาด สหเลิศอิเล็กทรอนิกส์ (SLE) มีกลุ่มเป้าหมายหลักคือ ร้านค้าปลีก และคนต่างจังหวัด ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่เฉลี่ยของร้านค้ามียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 200,001-300,000 บาท มีการสั่งซื้อสินค้าอยู่ที่ 31 – 40 ครั้ง/เดือน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มี 2 ช่องทาง 1.เข้ามาติดต่อด้วยตัวเอง 2.ผ่านทางโทรศัพท์ และเพิ่มอีก 2 ช่องทาง คือ ผ่านทาง Facebook และ Line

โครงการนี้ใช้เงินลงทุนรวม 4,550,000 บาท โดยเป็นเงินลงทุนของตนเองไม่มีการกู้ยืม คาดว่าธุรกิจจะมีระยะเวลาคืนทุนประมาณ 1 ปี 5 เดือน และมีผลตอบแทน IRR ของธุรกิจอยู่ที่ 60% มูลค่าของเงินสุทธิ NPV = 2,814,625.81บาท

คำสำคัญ: สหเลิศอิเล็กทรอนิกส์, ขยายธุรกิจเดิม

Abstract

This business plan is made for defining clear target which mention about frame of concept and guideline of management by analyzing all detail of business overview, inside and outside factor, competition of the rival direct and indirect, status of business, advantage of competition, distinctive and no distinctive of business to according with objective . Moreover, estimate of expense and income payback time, compensation and earnings showing that this business is possible and be worth for investment.

This business plan is made for small whole sell business of electric shop which deliver to the shops in the North and expend to the East. The retail customers can get the products in the cheapest price and best quality with standard product and fast delivery to the customers are appreciated in Sahalert Electric (SLE)

From the Study found that Sahalert Electric (SLE) has advantage and high chance from the lower cost than the competitors and also with long business more than 20 years which make more reliability. Moreover, business strategy of Sahalert Electric (SLE) focus on variety of products and about marketing they increase contact channel with customers that expand customers to the East and develop store to be high quality which can be more advantage than the competitors.

Marketing, Sahalert Electric (SLE)s has main focus on retail shops and up country customers and most income about 200,001 – 300,000 Baht / month for 31 – 40 orders / month. There are 2 distribution channels 1) walk in 2) phone call and add 2 more channels are facebook and Line.

This project invests about 4,550,000 Baht which is from own capital not borrow and estimate payback time about 1 year and 5 months and compensation IRR of business at 60% total NPV = 2,814,625.81 Baht

Keywords: SLE, Expanding the size business

บทนำ

เป็นธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าแบบส่งขนาดย่อม ให้กับร้านค้าทางภาคเหนือ โดยเริ่มมาจาก คุณ วุฒิพงษ์ บวรศักดิ์สิทธิ์ เป็นบิดา ได้ทำงานเป็นเซลล์ขายอุปกรณ์ไฟฟ้าให้กับร้านค้านิ่งมาก่อน ต่อมาได้เล็งเห็นถึงโอกาส ว่าอุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการเป็นอยู่ และมีผู้ที่ต้องการอีกเป็นจำนวนมาก จึงได้เริ่มต้นทำธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าแบบส่งขนาดย่อมด้วยตนเอง ในปัจจุบันทางบริษัทเปิดบริการมาแล้วกว่า 20 ปี ได้มีกลุ่มลูกค้าอยู่ทางภาคเหนือ โดยคุณวุฒิพงษ์จะมีการขึ้นไปพบลูกค้าด้วยตนเอง เดือนละหนึ่งครั้ง เพื่อที่จะไปนำเสนอสินค้าใหม่ๆ และเพื่อให้ลูกค้าเชื่อถือในบริษัท นอกจากนี้ทางบริษัทได้เล็งเห็นการเติบโตของธุรกิจ จึงจัดทำแผนธุรกิจดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของการทำแผน :

1. เพื่อตรวจสอบการดำเนินงานธุรกิจที่ดำเนินอย่างเป็นระบบ
2. เพื่อดำเนินธุรกิจให้มีความมั่นคง และสามารถขยายการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

การดำเนินงานวิจัย

วิธีการดำเนินการ	การแจกแบบสอบถาม
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	แบบสอบถาม หัวข้อที่ถามคือ ปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าของบริษัท

ผลวิจัย

จากการสำรวจพบว่าความถี่ในการซื้อสินค้าของร้านค้าที่ทำการสำรวจนั้นอันดับหนึ่งสั่งซื้อจำนวน 31-40 ครั้ง จำนวน 8 ร้าน คิดเป็น 28.6% อันดับสองจำนวน 21-30 ครั้ง จำนวน 5 ร้าน คิดเป็น 17.9% และอันดับสุดท้ายมากกว่า 40 ครั้งขึ้นไป จำนวน 2 ร้าน คิดเป็น 7.1%

จากการสำรวจระยะเวลาเปิดกิจการพบว่าอันดับหนึ่งร้านค้าเปิดกิจการมาเป็นระยะเวลา 16-20 ปี จำนวน 8 ร้าน คิดเป็น 28.6% อันดับสองเปิดกิจการมาเป็นระยะเวลา 5-10 ปี จำนวน 4 ร้าน คิดเป็น 14.3% สุดท้ายร้านค้าที่สำรวจนั้นเปิดกิจการมาเป็นระยะเวลา 11-15ปี จำนวน 3 ร้าน คิดเป็น 10.75%

จากการสำรวจสถานที่ตั้งของร้านค้าพบว่า ร้านค้าตั้งอยู่ในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 9 ร้าน คิดเป็น 32.1% และร้านค้าที่ตั้งอยู่นอกตัวเมือง จำนวน 6 ร้าน คิดเป็น 21.4 %

จากการสำรวจระดับการศึกษาของเจ้าของร้าน พบว่า อันดับหนึ่ง คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 ร้าน คิดเป็น 32.1% อันดับสอง ระดับปริญญาตรี จำนวน 4 ร้าน คิดเป็น 14.3% สุดท้าย ระดับปริญญาโท จำนวน 2 ร้าน คิดเป็น 7.1%

จากการสำรวจยอดขายเฉลี่ยของร้านค้าต่อเดือนนั้น พบว่า อันดับหนึ่ง ร้านค้าขายได้เฉลี่ยต่อเดือน 200,001-300,000 บาท จำนวน 7 ร้าน คิดเป็น 25% อันดับสอง ร้านค้าขายได้เฉลี่ยต่อเดือน 300,001-400,000 บาท จำนวน 5 ร้าน คิดเป็น 17.9% สุดท้าย ร้านค้าขายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001-200,000 บาท จำนวน 3 ร้าน คิดเป็น 10.7%

จากการสำรวจปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยที่ทำให้ร้านค้าเลือกซื้อสินค้านั้น เลือกจากสินค้ามีคุณภาพและมาตรฐาน มากที่สุด รองลงมา เลือกจากสินค้ามีความหลากหลาย และ สุดท้ายเลือกจากสินค้ามีความแปลกใหม่และทันสมัย

จากการสำรวจปัจจัยด้านราคา ปัจจัยที่ทำให้ร้านค้าเลือกซื้อสินค้านั้น เลือกจากมีการให้เครดิตในการชำระเงินมากที่สุด รองลงมาเลือกจากราคาเหมาะสมกับคุณภาพ อันดับสามเลือกจากราคาถูกกว่าร้านอื่น และสุดท้ายเลือกจากสินค้ามีความแปลกใหม่และทันสมัย

จากการสำรวจปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่ทำให้ร้านค้าเลือกซื้อสินค้านั้น เลือกจากความน่าเชื่อถือของบริษัท มากที่สุด รองลงมา เลือกจากสะดวกต่อการติดต่อ และ สุดท้ายเลือกจากมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง

จากการสำรวจปัจจัยด้านโปรโมชั่น ปัจจัยที่ทำให้ร้านค้าเลือกซื้อสินค้านั้น เลือกจากความน่าเชื่อถือของบริษัท มากที่สุด รองลงมา เลือกจากสะดวกต่อการติดต่อ และ สุดท้ายเลือกจากมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง

จากการสำรวจปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยที่ทำให้ร้านค้าเลือกซื้อสินค้านั้น เลือกจากมีพนักงานขายเอาใจใส่ต่อผู้ซื้อสินค้ามากที่สุด รองลงมาเลือกจากกริยา มารยาท ของพนักงานขายกับพนักงานขายมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และสุดท้ายเลือกจากพนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

จากการสำรวจปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยที่ทำให้ร้านค้าเลือกซื้อสินค้านั้น เลือกจากการจัดส่งสินค้าตรงเวลามากที่สุด รองลงมา เลือกจากมีบริการหลังการขาย และ สุดท้ายเลือกจากการให้บริการ ถูกต้อง สะดวก รวดเร็ว

จากการสำรวจปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยที่ทำให้ร้านค้าเลือกซื้อสินค้านั้น เลือกจากการจัดส่งสินค้าตรงเวลามากที่สุด รองลงมา เลือกจากเวลาในการนำเสนอสินค้ารวดเร็ว กระชับ และ สุดท้ายเลือกจากการแต่งกายของพนักงานขาย (นนทิยา และณรงค์. 2543).

ตารางที่ 1: การวิเคราะห์ตำแหน่งของธุรกิจ

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	บริษัท	คู่แข่งหลัก	คู่แข่งรอง
ราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	จะมีสินค้าราคาที่สูงกว่าและต่ำกว่าบริษัทจากทางคู่แข่งมีการขายตัดราคาบริษัท	จะมีราคาที่สูงกว่าบริษัท แต่ถ้าซื้อในจำนวนที่สูงจะมีราคาที่เท่ากับบริษัท
การบริการ	บริษัทมีบริการรับคือ เปลี่ยนสินค้าทำให้ร้านค้าเลือกที่จะซื้อของกับบริษัท	ไม่มีบริการรับเปลี่ยน รับคือสินค้าทำให้ร้านค้าเลือกที่จะซื้อของกับทางบริษัท	มีบริการรับเปลี่ยนสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนดเท่านั้น
การตลาด	บริษัทมีการให้พนักงานขายเข้าไปพบลูกค้าทุกเดือนคอยสอบถามว่าต้องการสินค้าอะไรเพิ่ม และมีการนำเสนอสินค้าใหม่ มีการจัดโปรโมชั่นตามสินค้าที่มีโปรโมชั่น	มีการส่งพนักงานขายไปหาร้านค้าในบางเดือนไม่ค่อยมีการจัดโปรโมชั่น	ไม่มีการเข้าไปหาร้านค้า เพราะส่วนใหญ่เน้นขายหน้าร้าน
สินค้า	มีสินค้าที่หลากหลาย ให้ร้านค้าเลือก	สินค้าที่มีส่วนใหญ่มักจะเหมือนกับทางบริษัท	มีสินค้าที่น้อยการทางบริษัท
ช่องทางการติดต่อ	มีช่องทางการติดต่อทางเดียวคือโทรศัพท์	มีช่องทางเดียวเหมือนกับทางบริษัท	มีหลายช่องทางการติดต่อเว็บไซต์
เครดิต	มีการให้เครดิตกับร้านค้า 30 วัน	มีการการให้เครดิตกับร้านค้าเหมือนกับบริษัท	ไม่มีการให้เครดิตกับร้านค้า

อภิปรายผล

สินค้าประเภทอุปกรณ์ไฟฟ้านั้นเป็นสินค้าที่มีความต้องการสูง เพราะเป็นสินค้าที่ทุกบ้านเรือนจำเป็นต้องใช้ จึงทำให้สินค้าประเภทนี้มีการพัฒนาเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะสามารถตอบสนองการใช้งานของผู้บริโภค การแข่งขันในธุรกิจจัดจำหน่าย อุปกรณ์ไฟฟ้าแบบส่งขนาดย่อม นั้นจะแข่งขันกันไม่สูงมาก เนื่องจากส่วนใหญ่จะมีการติดต่อค้าขายกันมาเป็นเวลานาน ถ้าแข่งขันกันจะแข่งขันกันในด้านราคา การนำเสนอสินค้าที่แปลกใหม่ และเน้นจำนวนในการซื้อต่อครั้ง เพื่อที่จะได้ในราคาที่ถูกลง

บริษัทเปิดกิจการมานานกว่า 20 ปี ทำให้รู้จักกับโรงงานที่ผลิต และผู้นำเข้าสินค้ามาเป็นเวลานาน บริษัทสามารถที่จะสั่งซื้อสินค้าในราคาที่ถูกลง และมีการให้เครดิตในการสั่งซื้อสินค้า ทำให้บริษัทสามารถขายสินค้าให้ร้านค้าในราคาที่ถูกลงกว่าคู่แข่ง และจากที่กล่าวไปข้างต้นว่าบริษัทเปิดกิจการมานานกว่า 20 ปี ร้านค้าส่วนใหญ่จึงเชื่อถือในตัวของบริษัท

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

พบว่าธุรกิจจัดจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าแบบส่งขนาดย่อมนั้นเป็นธุรกิจที่ต้องมีความคุ้นเคย หรือคุ้นเคยกับกับตลาดประเภทอุปกรณ์ไฟฟ้ามาพอสมควร เพราะร้านค้าส่วนใหญ่จะมีการสั่งซื้อสินค้ากับร้านค้าที่ติดต่อกันเป็นเวลานาน และยังคงต้องรู้ถึงแหล่งที่มาของสินค้าที่นำมาขายยังหาสินค้าได้มีราคาถูกต้นทุนก็จะยิ่งถูก ธุรกิจนี้ยังเป็นธุรกิจที่ยังไม่มีสินค้าทดแทนได้มีแต่มีการพัฒนาเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา จึงยังมีโอกาสในการที่จะทำกำไรอีกมาก

เอกสารอ้างอิง

นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร. (2543). *SWOT: การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน* (พิมพ์ครั้งที่3). อุบลราชธานี : สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา สำนักงานชั่วคราวกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์

