

แผนธุรกิจส่งออกสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายไปยังสหภาพพม่า

Business plan is made of garment Exports business trading to Myanmar

ณศตวรรษ ก่อพาราภิรมย์

นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วยแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่นำมาประยุกต์ใช้กับแผนธุรกิจในครั้งนี้ โดยการวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจ การวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงต่าง ๆ วิเคราะห์คู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างละเอียด วิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งยังมีการคาดการณ์งบประมาณที่ได้วางเอาไว้ก่อนดำเนินธุรกิจ

แผนธุรกิจจัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจส่งออกสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายไปยังสหภาพพม่า เป็นการเปิดร้านจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายในสหภาพพม่า เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้ามาเลือกชมสินค้าหรือเลือกซื้อสินค้าจากทางร้าน และผู้บริโภคยังได้สินค้าที่มีคุณภาพที่มีราคาถูกกว่าท้องตลาดกลับไปใช้งานอีกด้วย

คำสำคัญ: คุณภาพ, รูปแบบ, สวยงาม, สมส่วน, ตลาด

ABSTRACT

The aim of this business plan is to describe the specific details and roadmap in order to achieve the business goals. This includes an evaluation of both direct and indirect competitions, the degree of risks, and the development of strategies.

This business plan is made of garment export business trading to Myanmar. The aim is to penetrating Myanmar market by opening the new store which provides the wide variety of high quality clothes with cheaper prices to consumers.

Keywords: Quality, Patterns, Beautiful, Fit, Market

บทนำ

จากการได้สังเกตเห็นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ การเมือง สังคมที่กำลังก้าวสู่ประชาธิปไตย ที่มีรัฐบาลที่มาจากการเลือกตั้ง วัฒนธรรมความเป็นอยู่ การดำเนินชีวิตของประชาชนชาวพม่าที่เริ่มจะมีกำลังซื้อสินค้าที่มากขึ้น จากประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่มีฐานะยากจน การที่สหภาพพม่าได้มีรัฐบาลเป็นครั้งแรกในรอบหลายปี ทำให้ประชาชนมีกำลังซื้อสินค้าได้มากขึ้น ผู้ประกอบการจึงเล็งเห็นโอกาสในการทำธุรกิจการค้ากับพ่อค้าชาวพม่าและผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าจากประเทศไทย ธุรกิจของเราเป็นธุรกิจส่งออกสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายไปยังสหภาพพม่าที่มีชื่อว่า Mick Import Export โดยการเปิดร้านขายสินค้าในเมืองเมียวดี สหภาพพม่า และกระจายสินค้าโดยผ่านพ่อค้าชาวพม่าอีกด้วย ซึ่งมีหน้าที่คัดสรรสินค้าที่พ่อค้าชาวพม่าและผู้บริโภคต้องการนำไปขายหรือซื้อไปสวมใส่ โดยงานวิจัยดังกล่าว เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับการแนะนำธุรกิจส่งออกสินค้า ความสำคัญของการจัดทำแผนและวัตถุประสงค์ของการจัดทำแผน และวิธีการศึกษาที่นำมาใช้สำหรับการจัดทำแผนธุรกิจ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานการดำเนินธุรกิจจะต้องมีการวางแผน เพื่อให้ธุรกิจง่ายต่อการควบคุมดูแลไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการดำเนินกิจการ
2. เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินต่างๆในอนาคต เพื่อนำงานมาต่อยอดในการขยายธุรกิจให้มีความทันสมัยและเป็นศูนย์รวมของสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายแบบครบวงจร
3. เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจส่งออกสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย ลดความเสี่ยงในด้านคู่แข่งชั้น โดยการเปิดหน้าร้านในเมืองเมียวดีเป็นที่แรก การที่ไปเปิดร้านที่เมืองเมียวดีเป็นที่แรกจะได้เปรียบคู่แข่งชั้นรายอื่น ๆ เพราะเราจะมีฐานลูกค้าประจำอยู่แล้ว

วิธีการดำเนินงาน

การศึกษาแผนธุรกิจ เรื่องอิทธิพลต่อการส่งออกสินค้าไปขายในต่างประเทศ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ แบ่งเป็น 2 ส่วนดังต่อไปนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ ในการทำแผนธุรกิจส่งออกสินค้าไปขายในต่างประเทศ

ข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ทำการสำรวจจำนวน 400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ซึ่งคำถามที่ใช้ถามนั้นได้มาจากแนวคิดและทฤษฎี 7P's ส่วนผสมทางการตลาด ส่วนที่ 1 คำถามจากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ จำนวน 5 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามในลักษณะต้องการทราบข้อมูลเบื้องต้น เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกสินค้าไปขายในต่างประเทศ จำนวน 18 ข้อ

วิธีการให้คะแนนแต่ละคำถาม โดยกำหนดระดับความคิดเห็น 5 ระดับดังนี้

คะแนน	ความหมาย
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ทศนะคติต่อธุรกิจส่งออกสินค้าไปขายยังต่างประเทศ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะต่าง ๆ

วิธีการสุ่ม / เลือกตัวอย่าง

วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างจากหน่วยย่อยของประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน โดยเปิดโอกาสให้หน่วยย่อยของประชากร ทุกหน่วยมีสิทธิ์ได้รับการเลือกเท่า ๆ กัน

ผลสรุปจากการวิจัย

ส่วนที่ 1 จากผลสำรวจพบว่าเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 74.3 และเป็นเพศหญิง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8

จากผลสำรวจพบว่าอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม 3 อันดับแรกเป็นดังนี้

1. ช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0
2. ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5
3. ช่วงอายุ 15-20 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

จากผลสำรวจพบว่า สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8 และสถานภาพสมรส จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3

จากผลสำรวจพบว่าระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม 3 อันดับเป็นดังนี้

1. ระดับปริญญาตรี จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 75.8
2. ระดับปริญญาโท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0
3. ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

จากผลสำรวจพบว่าอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม 3 อันดับเป็นดังนี้

1. นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0
2. ค้าขาย/เจ้าของธุรกิจส่วนตัวจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3
3. พนักงานบริษัท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกสินค้าไปขายในต่างประเทศ โดยปัจจัยที่นำมาทำแบบสอบถามนั้นมาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางการบริการ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ได้รู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคที่มีผลต่อการส่งออกสินค้าไปขายในต่างประเทศในส่วนนี้จะเป็นการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการแปลผล

จากผลการสำรวจระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกสินค้าไปขายในต่างประเทศโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านเลือกสินค้าที่มีคุณภาพเพื่อให้ลูกค้าประทับใจ มีค่าเฉลี่ย 4.59 โดยปัจจัยรองลงมาคือบุคลากรควรมีทักษะด้านภาษาพม่าในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.55 บุคลากรควรมีคุณภาพในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.43 ควรระมัดระวังสินค้าไม่ให้เสียหายขณะขนส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.34 จัดตั้งหน้าร้านให้ดูทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.30 ควรเน้นการบริการด้านขนส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.28 ขนส่งสินค้าด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.27 มีการนำเสนอสินค้าแปลกใหม่ให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.21 ควรจัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าในช่วงเริ่มแรก มีค่าเฉลี่ย 4.21 และผู้บริโภคให้ความสำคัญในปัจจัยสินค้าที่ส่งออกควรมีคุณภาพมากกว่าสินค้าในประเทศ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.79

ส่วนที่ 3 ทักษะคติต่อธุรกิจส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ

จากผลการสำรวจทัศนคติต่อธุรกิจส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อธุรกิจส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศที่เห็นด้วยในทุกปัจจัย โดย 3 อันดับ เป็นดังนี้

1. คิดว่าธุรกิจส่งออกสินค้าจะเติบโตในอนาคต จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0
2. คิดว่าสินค้าของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะส่งออก จำนวน 399 คน คิดเป็นร้อยละ 99.8
3. คิดว่าธุรกิจส่งออกสินค้าทำให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้นจำนวน 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.8

อภิปรายผล

จากข้อมูลที่ได้ นำมาซึ่งการจัดทำกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับข้อมูล ดังนี้

การดำเนินงานของกลยุทธ์

1. การจัดการกิจกรรมพิเศษทางการตลาดโดยการจัด (Event Marketing) ให้ลูกค้าได้มาร่วมสนุกกับกิจกรรมที่ทางร้านจัดขึ้น เป็นการประชาสัมพันธ์และเป็นการกระตุ้นยอดขาย รวมถึงเป็นการสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

2. ส่งเสริมการขายโดยการจัดโปรโมชั่นพิเศษให้แก่ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าจากทางร้านเป็นการลดราคาสินค้า 50-70%

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ควรฝึกฝนและรองรับให้พนักงานมีความรู้ความสามารถในการบริการให้ประทับใจและจัดระบบการทำงานให้ได้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นโดยไม่ให้ทำงานซ้อนหน้าที่กันจนเกินไป และหากพนักงานคนใดคนหนึ่ง ขอลาหรือเกิดเจ็บป่วยไม่สบายอีกคน ก็สามารถทำหน้าที่แทนได้เป็นต้น เรื่องสวัสดิการของพนักงานนั้น จัดสรรให้พนักงานนั้นได้รับตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด และเพิ่มสวัสดิการ โดยการส่งเสริมให้พนักงานนั้น มีความรู้ความสามารถในการออมเงิน เพื่ออนาคตของตนเองและครอบครัว

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจด้วยตนเอง (Independent Study) นั้นเสร็จสมบูรณ์ได้เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน ดร.สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ ซึ่งได้ให้คำปรึกษาและแนะนำรายละเอียดต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบในแผนธุรกิจครั้งนี้ ทำให้แผนธุรกิจสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี อีกทั้งผู้ศึกษาแผนธุรกิจนี้ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์หรือบุคคลทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ต่าง ๆ ที่ผู้จัดทำแผนธุรกิจได้นำมาประยุกต์ใช้ในงานมาตลอด และในการทำแผนธุรกิจในครั้งนี้จะสำเร็จไม่ได้หากขาดบุคคลที่เคยทำงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและนำผลวิจัยมาประกอบ

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณบุคคลสำคัญทุกท่าน ที่คอยสนับสนุนคอยเป็นที่ปรึกษาเวลามีปัญหาเกี่ยวกับการทำแผนธุรกิจและเป็นกำลังใจตลอดมาในการทำแผนธุรกิจนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. สืบค้นจาก

<http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html>