

แผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจใหม่: ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี Dressdict shop

Business Plan for Building a New Business: Dressdict Shop



แผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจใหม่: ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี Dressdict shop

Business Plan for Building a New Business: Dressdict Shop



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2556



©2558

ศุภักษรศิริ ขรรวาระนาท
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจใหม่: ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี Dressdict Shop

ผู้วิจัย ศุภักษรศิริ ขรรวาระนาท

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลัมลาวัลย์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.สุทธิภัทร อัสววิชัยโรจน์)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 2 เดือน เมษายน พ.ศ. 2558

ศุภพัทธ์สิริ ขรรวาระนาท. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, เมษายน 2558, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจใหม่: ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี Dressdict Shop (79 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมล่าววัลย์

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างธุรกิจใหม่และศึกษาความเป็นไปได้ของร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี Dressdict Shop ซึ่งเป็นธุรกิจประเภทสินค้า เป็นร้านที่จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ชุดลำลอง ชุดแฟชั่น ชุดทำงาน เน้นรูปแบบสินค้าที่ทันสมัย มีคุณภาพดี เหมาะกับการใช้งานทางร้านจะมีการออกแบบคอลเลกชันที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี คอลเลกชันเป็นการทำงานที่นักออกแบบแฟชั่นเอาผลงานออกแบบหลายๆ ชิ้นมาประกอบกันเพื่อให้เกิดเทรนด์ใหญ่ในตลาดทั้งแฟชั่นชั้นสูงและตลาดใหญ่

แผนธุรกิจได้จัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี เป็นการดำเนินธุรกิจที่มีเทคนิคและวิธีการในการจัดทำแผน คือ การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์การแข่งขัน และการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พนักงานออฟฟิศบริเวณใกล้เคียง ประชาชนทั่วไป จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์จากปัจจัยแวดล้อมภายใน พบว่า ธุรกิจร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี Dressdict Shop มีสินค้าและการให้บริการที่หลากหลาย ผลการวิเคราะห์จากปัจจัยแวดล้อมภายนอก พบว่า ปัจจัยด้านลูกค้า ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านคู่แข่ง ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และ ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากปัจจัยแวดล้อมภายใน ได้แก่ ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเมือง ปัจจัยด้านค่าครองชีพ ปัจจัยด้านสินค้าทดแทน เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง พบว่า ตำแหน่งของธุรกิจในตลาด คือ เป็นร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ทันสมัย และมีการบริการที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้ดีที่สุดในขณะที่ข้อเสียเปรียบของคู่แข่ง คือ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เริ่มเปิดกิจการใหม่ เงินทุนหมุนเวียนภายในร้านยังไม่คล่องตัวในการที่จะดำเนินการขยายกิจการอาจทำให้ช้ากว่าคู่แข่งโดยกิจการใช้เงินลงทุนจำนวน 2 ล้านบาท คาดว่าจะได้ผลตอบแทน $IRR = 65\%$ มูลค่าของเงินสุทธิ $NPV =$

3,227,673.29 โดยมีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 6 เดือน กลยุทธ์ที่สำคัญในการทำธุรกิจคือ กลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับธุรกิจ กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ

คำสำคัญ:แผนธุรกิจ, การสร้างธุรกิจใหม่, ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสตรี, 4ps



Khunwaranat, S.M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), April 2015, Graduate School Bangkok University.

Business Plan for Building a New Business Fashion Dressdict Shop (79 pp.)

Advisor: Asst. Prof. Kittika Limlawan

ABSTRACT

The preparation of a business plan is intended to create a new business and to study the possibility of street fashion Dressdict shop, a business category. A store that sells fashion casual fashion model working on advanced product quality suitable for use in an interactive design collections that meet the needs of consumers as well. The collection is a work of fashion designers to design many. Pieces come together to achieve big trend in both high fashion and a huge market.

A business plan has been prepared for distribution fashion. It operates with techniques and methods for the preparation of the plan is to analyze the business environment. Competitive Analysis And a survey by questionnaire. Factors that influence the decision to buy clothes in Bangkok. Data were collected from a sample of consumers in Bangkok. Around office The general population of 400 people by means of sampling. The statistics used in this study are preliminary, percentage, mean and standard deviation.

The analysis of environmental factors on the business of fashion clothes women Dressdict shop with goods and services. The analysis of external environmental factors showed that the customers. Consumers Competitive factors Technological factors and risks that arise from environmental factors, including the financial factors. Marketing factors Factors of production Risks arising from external environmental factors include economic and political factors. The cost of living factors Factor substitution products Compared to Competitors find the location of businesses in the retail market is a modern fashion. And services that meet our customers best, while the disadvantage of competitors is due to the opening of new

business starts. Working capital of the store has no flexibility in order to continue the expansion may slow over competitors by venture capital investment of 2 million baht expected to Internal Rate of Return (IRR) = 65% with Net Present Value (NPV) = 3,227,673.29 Baht. The payback Period is 1 year and 6 months in business is an important strategy. Corporate strategy Business strategy Operation Strategy.

Keywords : Business Plan, Building a New Business Fashion, Dressdict Shop, 4ps



กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจครั้งนี้ด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้จาก ผศ.กฤติกา ลีมลาลักษณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคล ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการจัดทำแผนธุรกิจงานครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่างๆมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

ศุภพัทธ์สิริ ขรรวารธนาท



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของการจัดทำแผน	18
1.3 ความสำคัญของการจัดทำแผน	18
1.4 วัตถุประสงค์ของการทำแผน	18
1.5 วิธีการศึกษา	18
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ	
2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร	20
2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	22
2.3 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	24
2.4 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	26
บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน	
3.1 สภาพการแข่งขันและที่มาของการแข่งขัน	27
3.2 คู่แข่งขันของธุรกิจ	28
3.3 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ	29
3.4 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า	39
บทที่ 4 การจัดทำกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	
4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้	42
4.2 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	46
4.3 ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	48
4.4 แผนงานด้านการเงินและงบประมาณแหล่งเงินทุน	61
4.5 แผนฉุกเฉิน	70

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก	72
ประวัติผู้เขียน	79
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: ตารางแสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	24
ตารางที่ 2.2: ตารางแสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	26
ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	51
ตารางที่ 4.2: ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร	53
ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม	55
ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์	56
ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา	56
ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	57
ตารางที่ 4.7: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด	57
ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานครด้านบุคลากร	58
ตารางที่ 4.9: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการ	58
ตารางที่ 4.10 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพ	59
ตารางที่ 4.11: ตารางแสดงงบประมาณการลงทุนเริ่มแรก	60
ตารางที่ 4.12: ตารางแสดงค่าเสื่อมและตัดจ่าย	61
ตารางที่ 4.13: ตารางแสดงการประมาณการรายได้	62
ตารางที่ 4.14: ตารางแสดงการส่งเสริมการขาย	62

สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.15: แสดงการประมาณค่าใช้จ่าย	63
ตารางที่ 4.16: แสดงการคำนวณจุดคุ้มทุน	64
ตารางที่ 4.17: แสดงการประมาณการสินค้าคงเหลือ	64
ตารางที่ 4.18: แสดงค่าดอกเบี้ยจ่ายเงินกู้	65
ตารางที่ 4.19: แสดงงบกำไรขาดทุน	65
ตารางที่ 4.20: แสดงงบกระแสเงินสด	66
ตารางที่ 4.21: แสดงงบดุล	67
ตารางที่ 4.22: แสดง ค่า NPV และ IRR	68



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: แผนที่ตั้งของร้าน	2
ภาพที่ 1.2: ตัวอย่างสินค้าชุดเดรส	3
ภาพที่ 1.3: ตัวอย่างสินค้าชุดเดรส	4
ภาพที่ 1.4: ตัวอย่างสินค้าเสื้อคลุมกันหนาวแบบบาง	5
ภาพที่ 1.5: ตัวอย่างสินค้ากระโปรง	6
ภาพที่ 1.6: ตัวอย่างสินค้าจัมสูท	7
ภาพที่ 1.7: ตัวอย่างสินค้ากางเกงยีนส์ขาสั้น	7
ภาพที่ 1.8: ตัวอย่างสินค้ากางเกงยีนส์ขาวาว	8
ภาพที่ 1.9: ตัวอย่างสินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน	8
ภาพที่ 1.10: ภาพตัวอย่างสินค้าที่นำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น	9
ภาพที่ 1.11: ภาพตัวอย่างสินค้าที่นำเข้าจากประเทศเกาหลี	9
ภาพที่ 1.12: ภาพการจัดตกแต่งร้าน	10
ภาพที่ 1.13: นวัตกรรมการพิมพ์สวดลายผ้าด้วยระบบคอมพิวเตอร์	11
ภาพที่ 1.14: ภาพเว็บไซต์หน้าร้านที่ขายทางออนไลน์	12
ภาพที่ 1.15: การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ให้เกิดการซื้อขาย	13
ภาพที่ 1.16: ภาพแสดงโครงสร้างขององค์กร	14
ภาพที่ 1.17: กรอบแนวความคิด	19
ภาพที่ 3.1: Five Force Model	35
ภาพที่ 3.2: 3-Circle Model	37
ภาพที่ 3.3: Market Positioning	40
ภาพที่ 3.4: แผนภาพวิเคราะห์ BCG	41
ภาพที่ 4.1: Strategy map	47

บทที่ 1

บทนำ

1.1 แนะนำธุรกิจ

1.1.1 ประวัติความเป็นมา

ร้าน Dressdict Shop ก่อตั้งโดย นางสาวศุภภัทรสิริ ขรรวารธนาถ เปิดร้านมาเป็นระยะเวลา 3 ปี ชื่อของร้าน Dressdict Shop มาจากคำว่า Dress Addict ซึ่งหมายถึงการชอบการเสพติดการแต่งตัวซึ่งร้าน เป็นธุรกิจขายเสื้อผ้าสตรีแบบปลีกโดยขายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี นำเข้าจากประเทศจีน ประเทศเกาหลีญี่ปุ่น และสินค้าที่ผลิตในประเทศไทย หลากหลายรูปแบบที่มีความทันสมัย และมีคุณภาพ หลากหลายสไตล์ โดยกลุ่มเป้าหมายหลักคือ กลุ่มนักศึกษาผู้หญิงและคนทำงานผู้หญิง อายุ ตั้งแต่ 18-40 ปี รายได้ (ต่อเดือน) 12,000 บาทขึ้นไป การเริ่มก่อตั้งร้าน คือเริ่มจากที่ติดัน เป็นคนชอบแต่งตัว ชอบตามกระแสแฟชั่น ชอบซื้อปิ้งเป็นชีวิตจิตใจชอบออกแบบการแต่งตัวสไตล์แบบต่างๆ ให้กับตัวเองและยังแนะนำเพื่อนๆ ใกล้ชิดในเรื่องของการแต่งตัวตามสไตล์ของตัวเอง จนเป็นเหตุให้เปิดร้าน Dressdict Shop จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นเกิดขึ้น

อุตสาหกรรมแฟชั่นนั้นเป็นสิ่งที่เริ่มขึ้นในแฟชั่นเสื้อผ้ายุคใหม่ โดยช่วงก่อนปี 2500 การตัดเย็บเสื้อผ้าแฟชั่นส่วนใหญ่ยังเป็นการสั่งตัดโดยแต่ละบุคคล ตัดเย็บโดยช่างตัดเสื้อ แต่หลังจากนั้นเมื่อเริ่มมีเครื่องจักรเข้ามาเกี่ยวข้องในการตัดเย็บหรือจักรเย็บผ้าและมีโลกเข้าสู่ระบบทุนนิยม มีห้างสรรพสินค้า มีการผลิตเสื้อผ้าออกมาในรูปแบบจำนวนมาก ขนาดเดียวกัน ราคาเดียวกัน ทำให้อุตสาหกรรมแฟชั่นเริ่มต้นอย่างแท้จริง อีกทั้งอุตสาหกรรมแฟชั่นยังได้รับอิทธิพลจาก การสื่อสารที่มี การพัฒนาขึ้นพร้อมๆ กัน ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อวิทยุ โทรทัศน์จนถึงยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุคของอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตามในยุคเริ่มแรกของ อุตสาหกรรมแฟชั่นนั้นเริ่มที่ฝั่งยุโรป ต่อมาที่ฝั่งอเมริกา จนมาถึงยุคปัจจุบันอุตสาหกรรมแฟชั่นนั้นเป็นออกแบบในประเทศใดประเทศหนึ่ง แต่การผลิตและจำหน่ายนั้นทำในอีกประเทศหนึ่ง เช่นแฟชั่นที่ผลิตโดยบริษัทแฟชั่นในสหรัฐอเมริกาออกแบบในประเทศ แต่ผลิตในจีนหรือเวียดนามหรือ ศรีลังกาแล้วนำกลับมาในประเทศและกระจายขายสินค้าทั่วโลกอีกครั้ง (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2557)

เดิมร้าน Dressdict Shop จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นโดยไม่ได้ออกแบบและผลิตเอง นำเข้าจากประเทศจีน เกาหลี ญี่ปุ่น และรวมทั้งสินค้าในไทยเองซึ่งในปัจจุบันนี้ทางร้านกำลังเริ่มสร้างแบรนด์เป็นของตัวเองเพิ่มเข้ามา ออกแบบเสื้อผ้าเอง ตามกระแสนิยม ทั้งหลากหลายสไตล์ และกำลังเป็นที่นิยมของกลุ่มวัยรุ่นสมัยใหม่ ออกแบบ ตัดเย็บเองและบางส่วนบางแบบก็ส่งแบบเข้าผลิตกับโรงงานใหญ่ๆ และจำหน่ายเอง ทำการตลาดเอง ครอบคลุมจริง

1.1.2 สถานที่ตั้งกิจการ

ร้าน Dressdict Shop อยู่ที่ The Avenue เมเจอร์รัชโยธิน มีขนาดกว้าง 4 เมตร ยาว 4 เมตร เลขที่ 21-23 เป็นจำนวน 2 ห้องติดกันใน โซนของร้านค้า มีร้านอาหารชื่อดังหลากหลายแบรนด์ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เป็นแหล่งนัดพบ รวมตัวกันของกลุ่มวัยรุ่นจากทั่วทุกสารทิศใน กรุงเทพมหานคร ทำให้เป็นทำเลที่มีกลุ่มเป้าหมายหนาแน่นเป็นจำนวนมาก เนื่องจากตั้งอยู่ท่ามกลาง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม สถานที่ทำงานในย่านรัชโยธิน สถานที่ทำงานในย่านลาดพร้าว อีกทั้งมีที่พักและคอนโดในย่านนั้นจำนวนมากโดย The Avenue ของเมเจอร์รัชโยธินเป็นสถานที่บันเทิงครบวงจร ในด้านการบริการโรงแรม ร้านอาหารหลากหลายแบรนด์ดัง ธนาคารทุกธนาคาร มีโรงแรมเปิดถึงเที่ยงคืน เปิดบริการทุกวันไม่มีวันหยุด จึงทำให้มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นจำนวนมากตลอดปี

ภาพที่ 1.1: ภาพแผนที่ที่ตั้งของร้าน Dressdict Shop



1.1.3 ประเภทของสินค้า/บริการ

ซึ่งจากการศึกษาลักษณะหรือแบบแผนของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของแต่ละยุคสมัย เรียกว่า สไตล์ (Style) แต่ละคนมีสไตล์การแต่งตัวไม่เหมือนกัน เช่น บางคนชอบแต่งตัวสไตล์ พังก์ (Punk) หรือเด็กสาวๆชอบสไตล์เซ็กซี่ ที่ฝรั่งเรียกว่า ราซี (Racy or Provocative) ส่วนคำว่า เทรนด์ (Trend) คือแฟชั่นล่าสุดที่กำลังเป็นที่นิยม สไตล์การแต่งตัวสามารถจำแนกได้เป็นประเภทนับไม่ถ้วน ขึ้นอยู่กับ

ความชอบของแต่ละบุคคล ซึ่งทางร้านได้ทำการศึกษาและวิจัยถึงความชอบและสไตล์ต่างๆ ที่กำลังเป็นที่นิยมของไทยและต่างประเทศ โดยทางร้านจะเป็นผู้ออกแบบ ผลิตตัดเย็บเอง แต่ในส่วนแบบที่ซับซ้อน ก็จะมีโรงงานที่รับตัดเย็บให้ โดยทางร้านจะส่งรูปแบบที่ได้ออกแบบไว้ให้กับโรงงานทอผ้า ผลิตเสื้อผ้าและลงป้ายบอกขนาดของแต่ละตัว บวกกับพิมพ์รับรองคุณภาพ

ทางร้านจะมีการออกแบบคอลเลกชัน คอลเลกชันเป็นการทำงานที่นักออกแบบแฟชั่นเอาผลงานออกแบบหลายๆ ชิ้นมาประกอบกันเพื่อให้เกิดเทรนด์ใหญ่ในตลาดทั้งแฟชั่นชั้นสูงและตลาดใหญ่ นักออกแบบแฟชั่นเวลาออกแบบต้องเอาหลายสิ่งหลายอย่างเข้ามาคิดด้วย ไม่ว่าจะเป็นมุมมองของลูกค้า รูปแบบเก่าๆ ในตลาด รูปแบบของคู่แข่ง และเทรนด์ที่มีในท้องตลาดในขณะนั้น รวมไปถึงสีสันของคอลเลกชันนั้นๆ

การออกแบบชุดสามารถทำงานได้หลายแบบไม่ว่าจะลงบนกระดาษ หรือทาบผ้าบนหุ่น เพื่อให้เกิดทรงของชุด หลังจากที่เราเสร็จก็จะเอาคนออกแบบลวดลายเข้ามาช่วย แล้วทำลวดลายตามที่นักออกแบบแฟชั่นต้องการ การออกแบบลวดลายถือเป็นงานที่มีความเครียดสูง เพราะต้องให้ความละเอียดอ่อนในการทำงาน ความสวยของชุดขึ้นอยู่กับการทำลวดลายให้เข้ากัน ในที่สุดตัวอย่างก็จะใช้ลงสวมบนตัวนางแบบ

1.1.4 รายละเอียดของสินค้า

ร้าน Dressdict Shop จำหน่ายเสื้อผ้าสตรีครบวงจร มีสินค้าดังนี้

เดรส คือเสื้อผ้าชิ้นเดียวสำหรับผู้หญิงที่มีกระโปรงและเสื้อท่อนบน ซึ่งสามารถใช้ได้ในหลากหลายโอกาสที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

ภาพที่ 1.2: ภาพตัวอย่างสินค้าชุดเดรส



ที่มา : สยามสแควร์. (2553). ชุดเดรสราทมมมี.

สืบค้นจาก http://www.siamsquare.co.th/th/ss_blog/view/56

ภาพที่ 1.3: ภาพตัวอย่างสินค้าชุดเดรส



ที่มา : มาเก็ตออนไลน์อู๊ปส์. (2555). ชุดเดรส.

สืบค้นจาก <http://market.onlineoops.com/520087>

เสื้อ เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้เสื้อมีหลากหลายประเภท เราจะต้องแมท ให้เข้ากับกระโปรง หรือกางเกง ให้เข้ากันเหมาะสมและถูกกาลเทศะ

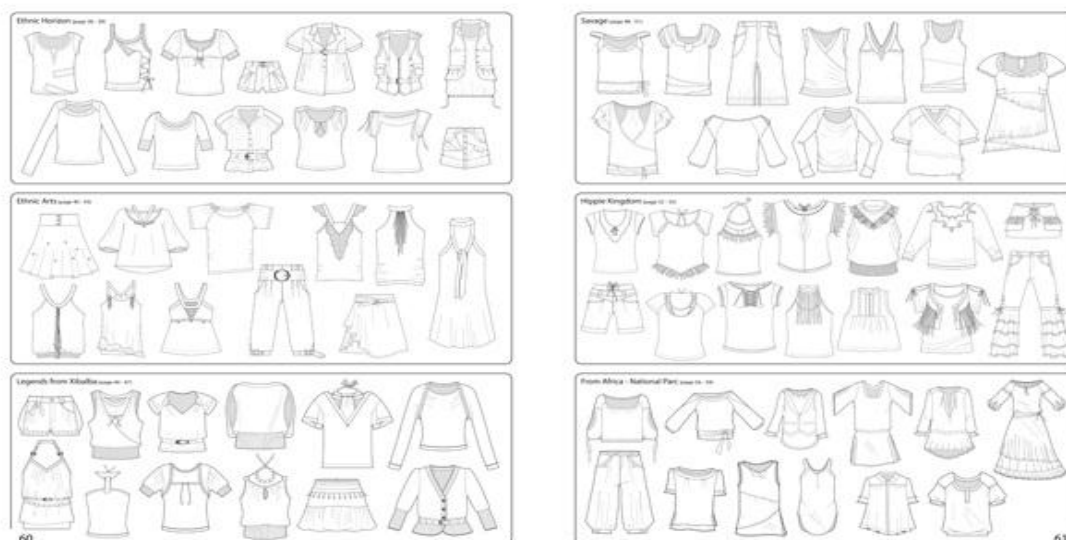
เสื้อ Blouse คือเสื้อครึ่งท่อนหลวม ความยาวของเสื้อจะต่ำลงมาจากเอวจนถึงแนวสะโพก หรือที่เราเรียกว่าเสื้อตัวยาวนั่นเอง ซึ่งความยาวของเสื้อสามารถที่จะสอดหรือใส่เอาในกางเกงหรือกระโปรงก็ได้

เสื้อ Tunic คือเสื้อตัวเดียวที่ขนาดไม่หลวมมากหรือพอดีตัวจนเกินไป ความยาวเสื้อต่ำกว่าสะโพกล่าง จะใช้สวมทับกระโปรงหรือกางเกง

เสื้อโค้ท ใช้ใส่กันหนาว มีลักษณะใช้ผ้าที่หนา นำไปใส่ในที่ที่มีอากาศหนาวเย็น

เสื้อคลุมกันหนาวแบบบาง เป็นเสื้อคลุมแบบบางใช้ใส่กันหนาวได้เล็กน้อย อย่างเช่นกันหนาวในห้องแอร์

ภาพที่ 1.4: ภาพตัวอย่างสินค้าเสื้อคลุมกันหนาวแบบบาง



ที่มา : กรุงโซล (2556). เสื้อคลุมกัน.

สืบค้นจาก <http://www.krungseoul.com/store/product/view/>

ภาพที่ 1.6: ภาพตัวอย่างสินค้าจัมสูท



ที่มา : แฟชั่นแอปปีซ้อป (2557). ชุดกระโปรง.

สืบค้นจาก <http://www.fashionhappysshop.com>

กางเกงยีนส์ ซึ่งมีหลากหลายสไตล์ทั้งขาสั้น ขาวาว

กางเกงขาสั้น เป็นกางเกงที่ไล่ขึ้นไปจากเข้าประมาณ 1-2 นิ้ว สามารถใส่คู่กับเสื้อได้ทุก

แบบ

กางเกงขาขาว เป็นกางเกงที่มีขาขาวถึงตาตุ่ม มีหลายแบบแยกออกเป็น ขาทรงกระบอก ขา
ทรงเดฟ ขาทรงตรง

ภาพที่ 1.7: ภาพตัวอย่างสินค้ากางเกงยีนส์ขาสั้น



ที่มา : แฟชั่นแอปปีซ้อป (2557). ชุดกางเกงยีน.

สืบค้นจาก <http://www.fashionhappysshop.com>

ภาพที่ 1.8: ภาพตัวอย่างสินค้ากางเกงยีนส์ขายาว



ที่มา : แฟชั่นแอปปีซ้อป (2557). ชุดกางเกงยีน.

สืบค้นจาก <http://www.fashionhappysshop.com>

ภาพที่ 1.9: ภาพตัวอย่างสินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน



ที่มา : แฟชั่นแอปปีซ้อป (2557). ชุดนำเข้าจากประเทศจีน.

สืบค้นจาก <http://www.fashionhappysshop.com>

ภาพที่ 1.10: ภาพตัวอย่างสินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น



ที่มา : แฟชั่นแฮปปี้ช็อป (2557). ชุมนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น.

สืบค้นจาก <http://www.fashionhappysshop.com>

ภาพที่ 1.11: ภาพตัวอย่างสินค้าที่นำเข้าจากประเทศเกาหลี



ที่มา : แฟชั่นแอปปีซ้อป (2557). ชุมนำเข้าจากประเทศเกาหลี.

สืบค้นจาก <http://www.fashionhappyshop.com>

เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย หรือ เครื่องนุ่งห่ม เป็นสิ่งที่มนุษย์สวมใส่เพื่อปกป้องร่างกายจากสภาวะอากาศ สภาพแวดล้อม ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความสวยงาม และเพื่อสะท้อนถึงสังคม ศาสนา วัฒนธรรม รวมถึง รสนิยมเฉพาะตัวบุคคลด้วย

เสื้อผ้าที่ใส่เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐาน ใส่ไว้เพื่อป้องกันร่างกายไม่ได้รับความอันตรายจากสิ่งแวดล้อมอย่างอากาศ แสงแดดที่รุนแรง ความหนาวสุดขั้ว ฝน กันแมลง สารเคมี อารูร และอันตรายอย่างอื่น

สินค้าอันดับต้นๆ รองลงมาจากเรื่องอาหารการกิน หนีไม่พ้นคงเป็นเรื่อง “เสื้อผ้า” เนื่องจากเป็นสินค้าจำเป็นในการดำรงชีวิต รวมถึงมีเรื่องแฟชั่นเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เรื่องแฟชั่นความสวยงามนั้นว่าเป็นของคู่กันกับผู้หญิงมาแต่ไหนแต่ไร

1.1.5 จุดเด่น

1. ทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง
2. สินค้าภายในร้าน สวยงาม คุณภาพเหมาะสมกับราคา

3. ลูกค้าซื้อไปแล้วไม่พอใจสามารถนำกลับมาเปลี่ยนเป็นสินค้าอื่นภายในร้านได้ภายใน 7 วัน
4. การจัดตกแต่งหน้าร้านเป็นเอกลักษณ์ เป็นที่จดจำและเห็นได้เด่นชัด
5. ทางร้านออกแบบคิดแบบลวดลายไม่ซ้ำกับของแบรนด์อื่น ซึ่งเป็นสิ่งที่เป็เอกลักษณ์ในการสวมใส่

ภาพที่ 1.12: ภาพการจัดตกแต่งร้าน



ที่มา : แฟชั่นบายมี (2557). การจัดตกแต่งร้าน.

สืบค้นจาก <http://fashionbymeelnwshop.com>

1.1.6 นวัตกรรม

1. การพิมพ์ลวดลายผ้าด้วยระบบคอมพิวเตอร์

การพิมพ์ลวดลายผ้า โดยเมื่อรับข้อมูล รูปแบบลวดลายจากฝ่ายข้อมูล จะทำการบันทึกข้อมูล และทำรีพีท (repeat) ของลายด้วยโปรแกรม Photoshop และ Illustrator แล้วจึงแปลงไฟล์เป็นแบบ Jpeg ส่งเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อทำการพิมพ์ตามลวดลายและขนาดที่ป้อนข้อมูลไว้ด้วยเครื่องและสามารถพิมพ์บนผ้าฝ้ายและผ้าไหมได้

สำหรับผ้าโพลีเอสเตอร์มักพิมพ์ด้วยสีย้อมสเปรย์ ซึ่งต้องเสียเวลาในการล้างเครื่องหลังการพิมพ์ ส่วนกราฟิกที่ใช้ในการพิมพ์มี แบบกราฟิก และแบบเส้นในการเตรียมผ้า แบบ คือแบบรูปภาพ 3

โดยการเคลือบ เพื่อทำการพิมพ์ลวดลายจะนำผ้าดังกล่าวมาทำการฟอก อบน้ำยา pad กาวเพื่อให้สีซึมได้ดีขึ้น การพิมพ์ลวดลาย นำไปตากแต่ง finishing เพิ่มเติม ในการพิมพ์ตัวอย่างลวดลายทำโดยการพิมพ์โดยใช้ความเข้มของสีตามปกติและการพิมพ์แบบเพิ่มความเข้มของสี เปอร์เซ็นต์ และลด 20 เปอร์เซ็นต์ เพื่อดูการเปลี่ยนแปลงของสีหลังการนำไปตากแต่งเพิ่มเติม สำหรับผ้าที่ 20 ความเข้มของสีพิมพ์ลวดลายเส้นหากยังไม่ได้ทำการตกแต่งเพิ่มเติมจะต้องใช้กระดาษห่อไว้เพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงของสีจากแสงต่างๆ

2. จัดทำเว็บไซต์หน้าร้านที่ขายทางออนไลน์ ให้มีความทันสมัย มีความน่าเชื่อถือดึงดูดใจให้ลูกค้าเข้ามาชมโดยเขียนโปรแกรมแบบ 3D ไว้สำหรับโชว์สินค้าให้ลูกค้าได้เห็นชัดเจนและครบทุกด้าน 360 องศา ยกตัวอย่าง เช่น ลูกค้าสนใจเสื้อ 1 ตัวเมื่อคลิกเข้าไปจะเห็นรูปภาพสินค้านั้นค่อยๆ หมุนให้ลูกค้าดูจนครบทุกด้าน

ภาพที่ 1.14: ภาพเว็บไซต์หน้าร้านที่ขายทางออนไลน์



3. ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์มาช่วยในการขายและประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ามีความต้องการซื้อ มากขึ้นคือ ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เขียนโปรแกรมช่วยให้ลูกค้าเลือกเสื้อผ้าในร้านที่สามารถใส่ด้วยกันได้ เช่น ลูกค้าเลือกเสื้อจากร้านแล้ว แต่ยังไม่รู้ว่าใส่กับอะไรถึงจะเข้ากันและดูทันสมัย โปรแกรมนี้จะช่วยให้ลูกค้าเลือก กระโปรง กางเกง หรือ กางเกงยีนส์ ที่เข้ากันกับเสื้อตัวที่ลูกค้าเลือกเดิมอยู่ก่อนแล้วโดยดึงสต็อกเสื้อผ้าของในร้าน มามีส่วนช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำ

ภาพที่ 1.15: การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ให้เกิดการซื้อซ้ำ



1.1.7 วิสัยทัศน์(Vision)

เราพร้อมที่จะเป็นร้านค้าเสื้อผ้าที่น่าแฟชั่นของคนรุ่นใหม่และเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความสวยงามและดูดีของลูกค้าทุกท่านโดยจะนำแฟชั่นที่ทันสมัยมาให้ลูกค้าทุกท่านได้เลือกซื้อหาโดยไม่มีคำว่าผิดหวังที่มาใช้บริการ

1.1.8 พันธกิจ(Mission)

1. ให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าแฟชั่นที่มีมาตรฐานและคุณภาพสูง
2. มุ่งเน้นการพัฒนาบริหารร้าน โดยผสมผสานประสบการณ์และความทุ่มเทของบุคลากรทุกคนในบริษัท
3. สร้างความรู้ให้กับลูกค้าในตัวแบรนด์ของสินค้าให้เป็นที่รู้จักของทั่วทุกมุมของประเทศ
4. มุ่งเน้นให้ผู้บริโภคสินค้าได้รับสิ่งที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม
5. มองหาโอกาสในการขยายธุรกิจ และช่องทางในการทำการตลาดเพื่อขยายธุรกิจให้เติบโตขึ้นไป
6. เติบโตอย่างต่อเนื่องมั่นคง และมีศักยภาพสูงสุด

1.1.9 เป้าหมาย

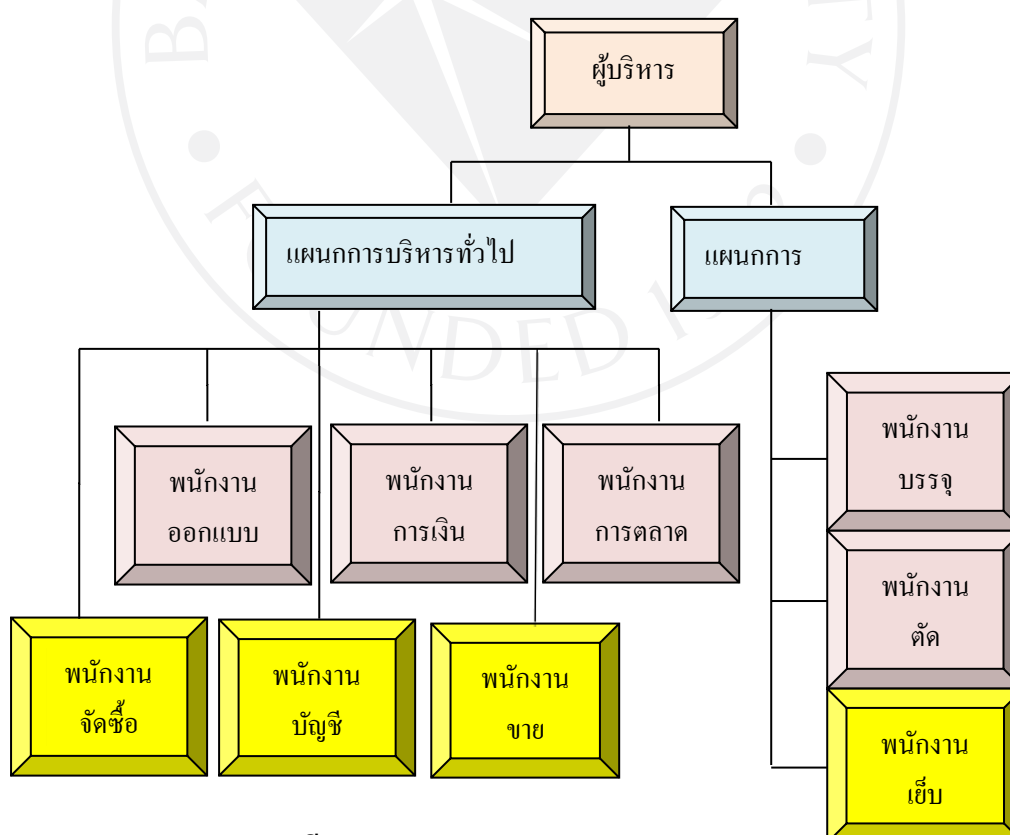
ร้าน Dressdict Shop กำหนดเป้าหมาย ที่รายได้ 3 ล้านบาทต่อปี และมีอัตราการเติบโตของรายได้เท่ากับ 10% ของรายได้ ตั้งแต่ปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 โดยมีอัตรากำไรสุทธิไม่น้อยกว่า 20% ของรายได้แต่ละปี นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายระยะยาว ที่จะเป็นหนึ่งในใจ (Top of Mind) ของลูกค้า ในการออกแบบและจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นของคนรุ่นใหม่ที่ทันสมัย

1.1.10 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

1. ผลิตสินค้าเพื่อลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย
2. เพื่อเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายและเผชิญหน้ากับคู่แข่งทางการตลาดในอนาคต
3. เพื่อสร้างสินค้าที่มุ่งเน้นคุณภาพและมาตรฐานเสริมบุคลิกภาพในการสวมใส่
4. เพื่อสร้างแบบหรือลายใหม่ๆ ออกสู่ตลาดในอนาคตเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ๆ ให้แก่ผู้บริโภคทุกคน

1.1.11 โครงสร้างการบริหารงานของธุรกิจ

ภาพที่ 1.16: ภาพแสดงโครงสร้างขององค์กร



1.1.12 ทุนจดทะเบียน

ร้าน Dressdict Shop มีทุนจดทะเบียน 1,000,000.- บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน)

1.1.13 จำนวนพนักงาน

- พนักงานการตลาด 1คน
- พนักงานขาย 2 คน
- พนักงานบัญชี 1 คน
- พนักงานการเงิน 1 คน
- พนักงานจัดซื้อ 1 คน
- พนักงานออกแบบ 1 คน
- พนักงานในการตัด/เย็บ 5คน

1.1.14 รายนามผู้บริหาร ผู้จัดการแต่ละแผนกและภาระหน้าที่

1. นางสาวศุภภัทร์สิริ ขรรวระนาท(ผู้บริหาร)

ภาระหน้าที่

ดูแลบริหารงานภายในร้านให้สอดคล้องกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และ วัตถุประสงค์ที่วางไว้

2. นางสาวอุไรรัตน์ จันทรแป้น(ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน)

ภาระหน้าที่

1. กำหนดนโยบายและวางแผนงานด้านการบัญชีและการเงิน รวมทั้งกำหนดระบบบัญชีและการเงิน ให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานของบริษัท
2. ควบคุมการจัดทำบัญชี และตรวจสอบการปิดบัญชีของบริษัทในแต่ละงวดให้ถูกต้องและเป็นไปตามแนวปฏิบัติที่ได้วางไว้
3. ควบคุมและตรวจสอบการจัดทำงบการเงิน งบดุล งบกำไรขาดทุน และรายงานทางบัญชีต่างๆ
4. ควบคุมและตรวจสอบรายรับจ่ายเงินของบริษัท โดยตรวจสอบการออกใบเสร็จ - การบันทึกบัญชี เอกสารการเบิกจ่าย และรายงานทางการเงินให้ถูกต้อง ตรงกัน
5. ควบคุมการจัดทำงบประมาณของบริษัท และตรวจสอบดูแลการใช้งบประมาณให้ถูกต้อง และเป็นไปตามแผนงบประมาณที่วางไว้
6. ควบคุมการจัดทำรายงานภาษีอากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำส่งหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

3. นางสาวศิริรินา แสงหล้า (ผู้จัดการฝ่ายการผลิต)

ภาระหน้าที่

1. วางแผนและควบคุมการผลิตให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้
2. ตรวจสอบกระบวนการผลิตและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับกระบวนการผลิต
3. ควบคุม ดูแล กระบวนการผลิตให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน รวมถึงต้นทุนในการผลิต
4. ควบคุมและจัดการ กำลังคน วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร และเวลา ให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผล
5. พัฒนา ปรับปรุง ระบบสายงานการผลิต ติดตาม และตรวจสอบงานในฝ่ายผลิต

1.1.15 หน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละแผนก

พนักงานการตลาด มีหน้าที่

1. ติดต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. ใช้ความรู้ทางด้านการตัดเย็บ รายละเอียดเกี่ยวกับผ้า เพื่อสามารถเป็นที่ปรึกษาของลูกค้า
3. หาลูกค้ารายใหม่และขยายการตลาดเพิ่ม
4. วิเคราะห์การตลาดและแนวโน้มทางการตลาด

พนักงานขาย มีหน้าที่

1. จำหน่ายสินค้าภายในร้าน
2. เชียร์สินค้าให้ลูกค้าเกิดความต้องการอยากซื้อ
3. ศึกษาผลิตภัณฑ์ของทางร้านและคู่แข่ง เพื่อสามารถตอบข้อซักถามจากลูกค้าได้
4. สร้างบุคลิกภาพให้มีความน่าเชื่อถือ ให้เหมาะสมกับสินค้าภายในร้าน
5. จัดเรียงสินค้าภายในร้านให้ดูเหมาะสม น่าสนใจ ดึงดูดผู้พบเห็น

พนักงานบัญชี มีหน้าที่

1. ประสานงานกับแผนกอื่นในเรื่องรายการ รายรับ รายจ่าย ใบเสร็จ การตรวจสอบความถูกต้องของยอดเงินและเอกสาร
2. จัดทำบัญชีสมุดรายวัน ใบสำคัญจ่าย รายงานภาษีซื้อ ภาษีขาย บัญชีลูกหนี้ บัญชีเจ้าหนี้
3. จัดทำงบการเงิน งบดุล งบกำไรขาดทุน งบต้นทุนการผลิต
4. จัดทำรายงานทรัพย์สินของกิจการ
5. จัดทำงบการเงินประจำปี

พนักงานการเงิน มีหน้าที่

1. จัดทำใบวางบิลและรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง

2. ตรวจสอบความครบถ้วนและถูกต้องของเอกสารที่ใช้ในการวางบิล พร้อมจัดส่งเอกสารให้ลูกค้า
 3. บันทึกรายละเอียดของเงินรับ พร้อมลงนาม เมื่อได้รับเงินสดหรือเช็คจากลูกค้าในการชำระเงิน
 4. จัดทำใบฝากธนาคารเพื่อนำเงินสดและเช็คที่ได้รับเข้าฝากธนาคาร
 5. จัดทำรายงานสถานะเงินสดประจำวันจากรายจ่ายเงินกับรายการรับเงินประจำวัน
 6. ตรวจสอบเช็คและใบสำคัญจ่ายกับใบเสร็จรับเงิน
 7. จัดทำบกระทบยอดเงินฝากธนาคารเสนอต่อผู้บังคับบัญชา
- พนักงานจัดซื้อ มีหน้าที่

1. เก็บทะเบียนประวัติและแคตตาล็อกสินค้าต่างๆ ของผู้ขาย
2. กำหนดคุณลักษณะของสินค้าที่ต้องการให้แน่นอน โดยสอบถามรายละเอียดจากผู้ที่ต้องการใช้สินค้านั้นๆ ให้ครบถ้วน
3. บอกคุณลักษณะที่เฉพาะเจาะจง มาตรฐานของสินค้า และข้อกำหนดต่างๆ ในการใช้งานมีตัวอย่างสินค้าให้ผู้ขายดู
4. ศึกษาข้อมูลของชนิดสินค้าที่ต้องการแล้วนำไปเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของแต่ละตราสินค้าที่ผู้ขายนำมาเสนออย่างถี่ถ้วน

พนักงานออกแบบ มีหน้าที่

1. ออกแบบเสื้อผ้า ตามแบบที่ลูกค้าต้องการ และคิดแบบเสื้อใหม่ๆ นำเสนอลูกค้า
2. ออกแบบโลโก้ และลายสกรีนเสื้อตามที่ลูกค้าต้องการ
3. ออกแบบลายปัก งานปักต่างๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ

พนักงานในการตัด/เย็บมีหน้าที่ (แบ่งแยกหน้าที่ชัดเจน)

1. พนักงานตัด ตัดตามแบบที่วางไว้ให้เกิดการผิดพลาดน้อยสุด
2. พนักงานเย็บ เย็บตามงานและแบบที่วางไว้ให้มีความประณีต สวยงาม
3. บรรจุสินค้าให้ดูสวยงาม และตรงตามที่ลูกค้าต้องการ ให้เกิดการผิดพลาดน้อยสุด
4. พนักงานทุกคนต้องช่วยกันรักษาเครื่องมือของตัวเองให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานได้ตลอด เก็บรักษาในที่เหมาะสม

1.2 ที่มาของการจัดทำแผน

จัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้เพื่อเป็นแบบอย่างในการการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพของทางร้าน และสามารถนำร้านให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จึงต้องวางแผนในการดำเนินการ

1.3 ความสำคัญของการจัดทำแผน

แผนธุรกิจที่เป็นแผนที่คอยนำทาง ทำให้เจ้าของธุรกิจมีเป้าหมาย เมื่อดำเนินธุรกิจไปแล้วเราอาจจะเดินผิดไปจากทางที่เราตั้งไว้ แผนธุรกิจจะคอยเตือนเป้าหมายของเรา ให้เราเดินทางได้อย่างถูกต้อง ตามที่เรากำหนดไว้

1.4 วัตถุประสงค์ของการทำแผน

1. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ
2. ลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ
3. เพิ่มยอดขาย 20% ต่อปี

1.5 วิธีการศึกษา

1.5.1 ค้นคว้าจากแนวคิด

1. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4Ps
2. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย

1.5.2 การดำเนินการวิจัย

- | | |
|------------------------------|---|
| - วิธีการดำเนินการ | แจกแบบสอบถาม(Questionnaire) |
| - เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | แบบสอบถาม |
| - ตัวอย่างที่ใช้ศึกษา | นักศึกษา พนักงานออฟฟิศ ประชาชนทั่วไป |
| - จำนวนตัวอย่าง | คน 400 |
| - เลือกตัวอย่าง/วิธีการสุ่ม | แบบเจาะจง |
| - สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล | ค่าเฉลี่ย โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป ได้แก่ ค่าร้อยละและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน |

1.5.3 กรอบแนวความคิด

ภาพที่ 1.17: กรอบแนวความคิด

ตัวแปรอิสระ(Independent Variable)

ปัจจัยส่วนบุคคล
1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพ
4. ระดับการศึกษาสูงสุด
5. อาชีพ
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร
1. ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นที่เลือกซื้อ
2. วัตถุประสงค์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
3. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
4. สถานที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
5. ปริมาณในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นต่อครั้ง
6. ช่วงราคาเสื้อผ้าแฟชั่น
7. งบประมาณในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นต่อครั้ง
8. ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
9. วันที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
10. ช่วงเวลาในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของเดือน
11. เวลาที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

ตัวแปรตาม(Dependent Variable)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด
1. ด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านการจัดจำหน่าย
4. ด้านส่งเสริมการตลาด
5. ด้านบุคลากร
6. ด้านกระบวนการให้บริการ
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร

จุดแข็ง (Strength)

1. ปัจจัยด้านองค์กร

เนื่องจากผู้บริหารมีความรู้ความเชี่ยวชาญเรื่องแฟชั่น และเป็นคนชอบเกี่ยวกับการแต่งตัวอยู่แล้วจึงทำให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเสื้อผ้าออกมาได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในกลุ่มวัยรุ่น และทำเลที่ตั้งของร้านยังถือว่าเป็นพื้นที่ศักยภาพ เป็นจุดศูนย์กลางแหล่งช้อปปิ้งของคนเมืองกรุง ทำให้เอื้อต่อการเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น และทางร้านได้สร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นว่ามาซื้อเสื้อผ้าที่ร้าน Dressdict shop แล้วจะไม่ผิดหวัง เสื้อผ้าไม่ล้าสมัย เนื้อผ้าใส่แล้วสบาย รวมถึงแตกต่างไม่เหมือนใครเพราะทางร้านจะออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้าแต่ละชิ้นงานออกมาไม่มากนัก เพื่อให้ลูกค้าได้ครอบครองเสื้อผ้าตัวนั้นเพียงคนเดียว นี่ถือเป็นเอกลักษณ์ของทางร้านอีกอย่างหนึ่ง

2. ปัจจัยด้านบุคลากร

บุคลากรภายในร้านมีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทำให้เสื้อผ้าที่ออกมาแต่ละตัวมีเอกลักษณ์ เป็นที่นิยม และพนักงานมีการพัฒนาฝีมือของตัวเองตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายออกแบบ ฝ่ายตัดเย็บ และฝ่ายการตลาด มีการทำงานประสานงานกันได้อย่างดี รวมถึงผู้บริหารยังใส่ใจในการส่งพนักงานไปฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ ที่จะประโยชน์ในการทำงานเป็นประจำ และมีการประเมินผลพนักงานเพื่อให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นอยู่ตลอดเวลา

3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

เดิมทางร้าน Dressdict shop ได้จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน เกาหลี ญี่ปุ่น จากประสบการณ์และความชอบส่วนตัวทำให้เข้าใจความต้องการของลูกค้าเพิ่มมากขึ้นและลูกค้าประจำก็ได้เสนอแนะความชอบส่วนตัวให้ทางร้านได้รับรู้ ทางร้านได้เก็บเกี่ยวประสบการณ์และข้อมูล จนพัฒนา จากการนำเข้าสินค้าเป็นออกแบบ ตัดเย็บและสร้างแบรนด์ของตัวเองขึ้นมา คือ Dressdict ได้ทำการออกแบบเสื้อผ้าที่เน้นเจาะกลุ่มวัยรุ่นถึงวัยทำงานเป็นเสื้อผ้าแฟชั่น ที่สวมใส่สบาย คล่องตัว และทันสมัย สร้างความแตกต่างตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

4. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ทางร้านได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาใช้เป็นเครื่องมือในการออกแบบ ตัดเย็บ งานสกรีน งานปัก และรวมถึงระบบภายในส่วนงานออฟฟิศ งานทุกอย่างได้ใช้คอมพิวเตอร์เข้ามามีส่วนช่วยในงานทุกกระบวนการ เพื่อให้ทำงานออกมามีคุณภาพ รวดเร็วแข่งขันกับคู่แข่งได้ เทคโนโลยีทุกอย่างก็ได้ใช้ควบคู่ไปกับบุคลากรในร้าน เพราะไม่ว่าอย่างไร งานตัดเย็บก็ต้องใช้ฝีมือและความเป็นมืออาชีพเข้าช่วยเป็นส่วนสำคัญอยู่แล้ว

จุดอ่อน (Weakness)

1. ปัจจัยด้านการเงิน

เนื่องจากเป็นกิจการเพิ่งเริ่มขยายตัวจึงต้องใช้ทุนจำนวนมากในการซื้อวัตถุดิบมาสต็อกภายในร้านจึงยังขาดเงินทุนสำรองอยู่บ้าง เมื่อเทียบกับงานที่รับเข้ามา ทำให้ล่าช้าไปบ้าง เพราะกิจการเริ่มขยายตัวจากเป็นร้านที่ขายปลีกอย่างเดียว ก็เริ่มขายส่งบ้างจึงจำเป็นต้องให้เครดิตกับลูกค้าที่มาซื้อไปขายปลีก ทำให้ต้องรอการเก็บเงินจากลูกค้าก่อนการที่จะขยายพื้นที่ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้นจึงยังต้องใช้เวลา การที่จะลงทุนและต้องวางแผนอย่างรอบคอบ ดำเนินกิจการอย่างไม่ประมาท เพื่อป้องกันการขาดสภาพคล่องภายในร้านปัจจัยด้านนี้ถือว่ามีความเสี่ยงระดับสูง วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงอาจทำได้โดย เก็บเงินค้ำมัดจำจากลูกค้าให้มากขึ้นจากเดิมเก็บอยู่ที่ 30% อาจจะเพิ่มเป็น 60% - 70% และลดระยะเวลาการให้เครดิตกับลูกค้า รวมถึงลดต้นทุนในการผลิต เสริมสภาพคล่องภายในร้านให้เกิดขึ้น

2. ปัจจัยด้านการตลาด

ในการจะทำการตลาด โฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้ทั่วทุกมุมของประเทศนั้น จะต้องมีความรู้ความสามารถในเรื่องการตลาดของกลุ่มเสื้อผ้าและแฟชั่น เป็นอย่างดี เนื่องจากทางร้านยังขาดพนักงานที่มีประสบการณ์และความรู้ความชำนาญในส่วนการตลาดเป็นอย่างมาก ทำให้กลุ่มเป้าหมายที่วางไว้อย่างไม่มากเท่าที่ควรในการเข้ามาใช้บริการ ปัจจัยด้านนี้ถือว่ามีความเสี่ยงระดับปานกลาง วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้ โดย ทำการตลาดแบบปากต่อปากเริ่มจากกลุ่มเพื่อน ฐานลูกค้าที่มีอยู่เดิม และนำเทคโนโลยี Social network มาช่วยในการประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น จัดทำเว็บไซต์เพื่อรองรับลูกค้าที่เพิ่มขึ้น จัดโปรโมชั่นดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการซ้ำ

3. ปัจจัยด้านบุคลากร

เนื่องด้วยทางร้านมีการขยายตัว ทำให้ต้องมีการรับสมัครพนักงานใหม่ๆ เข้ามา ซึ่งประสบการณ์และความชำนาญ ความละเอียดยังสู้พนักงานเก่าๆ ปัจจัยนี้ถือว่ามีความเสี่ยงระดับสูงเพราะฝีมือของพนักงานมีความสำคัญกับร้านเป็นอย่างมาก วิธีลดความเสี่ยง

เสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้โดย จัดฝึกอบรมพนักงานให้เชี่ยวชาญในทุกด้าน และสร้างแรงจูงใจให้พนักงานรู้สึกอยากจะทำหน้าที่ร้าน จะเน้นไปที่การปกครองแบบครอบครัว และให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่พนักงาน

4. ปัจจัยด้านการผลิต

จำนวนการสั่งผลิตมีจำนวนมาก การออกแบบมีหลากหลาย ซึ่งอาจจะทำให้ความกดดันในแต่ละด้าน แต่ละชิ้นงานลดลงความละเอียดของการตัดเย็บอาจมีผิดพลาดไม่ตรงกับแบบที่ออกมาบ้างเพราะต้องทำงานแข่งกับเวลา และปริมาณที่รับเข้ามา ปัจจัยด้านนี้ถือว่ามีความเสี่ยงระดับสูง เพราะการผลิตถ้ามีปัญหาจะส่งผลกระทบต่องานทุกฝ่าย ดังนั้นวิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้โดย นำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิต ทำให้การผลิตมีความรวดเร็วและถูกต้องเพิ่มมากยิ่งขึ้น และพัฒนาพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องจักรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเพิ่มความรู้ทักษะในการทำงานตลอดเวลา

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กร

โอกาส(Opportunities)

1. ปัจจัยด้านสังคม

จากอดีตที่เป็นยุคเกษตรกรรม กลายมาเน้นอุตสาหกรรมการใช้ชีวิตเปลี่ยนไป ค่านิยมการใช้เสื้อผ้าในการตัดเย็บมีมากขึ้น เพื่อให้ได้ชุดที่ให้ความพอดีแก่ตัว มีความสวยงามในการสวมใส่และออกแบบได้ตามไลฟ์สไตล์ของลูกค้ารายนั้นตามแบบ ตามความชอบ ไม่ซ้ำใคร

2. ปัจจัยด้านคู่แข่ง

การทำร้านออกแบบ ตัดเย็บเสื้อผ้า ที่เน้นความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก และติดตามกระแสแฟชั่นตลอดเวลา ชิ้นงานแต่ละชิ้นที่ผลิตออกมามีไม่มาก มีบางแคตตาล็อกที่ออกมาเพียงแค่ตัวเดียวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ ความแตกต่างให้เกิดขึ้นในตัวสินค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกในความหรูหราในตัวสินค้า ทางร้านออกแบบเสื้อผ้าออกมาให้ตอบโจทย์ลูกค้ามากที่สุดและอิงจากความชอบของลูกค้าที่นิยมซื้อเสื้อผ้านำเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งในตลาดประเทศไทยคู่แข่งด้านนี้ยังมีไม่มากและการเข้ามาของลูกค้ารายใหม่จะเข้าได้ยาก

3. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

การนำนวัตกรรม เทคโนโลยีระบบสารสนเทศและเครื่องมือที่ทันสมัย มาใช้ภายในร้าน เพื่ออำนวยความสะดวกและรวดเร็วให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ไม่ต้องรอนาน และสามารถรับงาน และผลิตสินค้าได้ในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น

อุปสรรค(Threats)

1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเมือง

ประชาชนไม่สามารถพยากรณ์อนาคตที่ไม่แน่นอนทางการเมืองที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันเป็นปัญหาสำคัญของธุรกิจได้ ทำให้ประชาชนเฝ้าติดตามสถานการณ์ส่งผลให้ธุรกิจชะลอตัว ไม่ว่าจะเป็นตัวของลูกค้าเองและส่วนของกิจการก็ชะลอไม่มีการขยายธุรกิจเพิ่มและปัญหาเศรษฐกิจในปัจจุบันมีการชะลอตัวอย่างเห็นได้ชัด ทำให้ประชาชนเก็บเงินไว้มากกว่าการนำมาใช้จ่าย

ทำให้พฤติกรรมในการซื้อเสื้อผ้าใหม่ลดน้อยลง ปัจจัยด้านนี้ถือว่ามีความเสี่ยงระดับปานกลาง วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้โดย จัดโปรโมชั่นกระตุ้นให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการกับทางร้าน อาจจะมีส่วนลด หรือของแถมเป็นการดึงดูด

2. ปัจจัยด้านค่าครองชีพ

จากนโยบายของรัฐบาลที่ขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น 300 บาท ส่งผลให้สินค้าแพงขึ้น ค่าครองชีพก็แพงสูงขึ้นตาม ส่งผลให้คนที่มียาได้คงที่มีรายจ่ายมากยิ่งขึ้น การจับจ่ายใช้สอยก็จะต้องระมัดระวัง ทำให้คนหันไปซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปใส่กันมากขึ้น เนื่องจากราคาค่อนข้างถูกกว่าเมื่อเทียบกับการตัดเย็บ การออกแบบเองที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ปัจจัยด้านนี้ถือว่ามีความเสี่ยงระดับกลาง วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้โดย ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์ของการตัดเสื้อผ้าใส่เอง ดึงจุดเด่นของร้านมาทำให้ลูกค้ามั่นใจเพื่อเพิ่มยอดขาย

3. ปัจจัยด้านสินค้าทดแทน

สินค้าทดแทนมีจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างของร้านให้เด่นชัด รวมทั้งสื่อให้ลูกค้าเห็นถึงความสวยงาม ความประณีตของงาน เมื่อมีการสวมใส่ ทางร้านจึงต้องหากลยุทธ์และวิธีการที่จะมาสู้กับคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นสินค้าสำเร็จรูป หรือร้านตัดเย็บที่เกิดขึ้นใหม่ และเนื่องจากร้านเป็นธุรกิจบริการ ซึ่งการให้บริการและการรับบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน และมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในทันที ทำให้เป็นการยากในการควบคุมคุณภาพการให้บริการเช่นกัน ปัจจัยด้านนี้ถือว่ามีความเสี่ยงระดับสูง เพระสินค้าทดแทนหรือคู่แข่งมีมากในอุตสาหกรรมนี้ วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้โดย ตรวจสอบคุณภาพให้เข้มงวดของชิ้นงานทุกชิ้น ก่อนส่งถึงมือลูกค้าทุกครั้งเพื่อป้องกันความผิดพลาดของสินค้าที่จะเกิดขึ้น และเน้นเรื่องการบริการให้เป็นเลิศ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของร้าน สินค้าดีคุณภาพเยี่ยมเน้นเพิ่มลูกค้าใหม่และสร้างฐานลูกค้าเดิมไว้

2.3 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ตารางที่ 2.1: แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
1.ปัจจัยด้านการเงิน	✓			วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงอาจทำได้โดย เก็บเงินค้ำมัดจำจากลูกค้าให้มากขึ้นจากเดิมเก็บอยู่ที่ 30% อาจจะเป็น 60% - 70% และลดระยะเวลาการให้เครดิตกับลูกค้า รวมถึงลดต้นทุนในการผลิต เสริมสภาพคล่องภายในร้านให้เกิดขึ้น
2.ปัจจัยด้านการตลาด		✓		วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้ โดย ทำการตลาดแบบปากต่อปากเริ่มจากกลุ่มเพื่อน ฐานลูกค้าที่มีอยู่เดิม และนำเทคโนโลยี Social network มาช่วยในการประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น จัดทำเว็บไซต์เพื่อรองรับลูกค้าที่เพิ่มขึ้น จัดโปรโมชั่นดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการซ้ำ
3.ปัจจัยด้านบุคลากร	✓			วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้ โดย จัดฝึกอบรมพนักงานให้เชี่ยวชาญในทุกด้าน และสร้างแรงจูงใจให้พนักงานรู้สึกอยากจะทำหน้าที่ร้าน จะเน้นไปที่การปกครองแบบครอบครัว ให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่พนักงาน และจัดฝึกอบรมพนักงานเป็นระยะๆ รมรงค์ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ เพิ่มความสามัคคีให้เกิดขึ้นในหมู่คณะ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1(ต่อ) : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
4.ปัจจัยด้านการผลิต	✓			วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้โดย นำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิต ทำให้การผลิตมีความรวดเร็วและถูกต้องเพิ่มมากยิ่งขึ้น และพัฒนาพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องจักรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเพิ่มความรู้ทักษะในการทำงานตลอดเวลา

2.4 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ตารางที่ 2.2: ตารางแสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
1.ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการเมือง		✓		วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้โดย จัดโปรโมชั่นกระตุ้นให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการกับทางร้าน อาจจะมีส่วนลด หรือของแถมเป็นการดึงดูด
3.ปัจจัยด้านค่าครองชีพ		✓		วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้โดย ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์ของการตัดเสื้อผ้าใส่เอง ดึงจุดเด่นของร้านมาทำให้ลูกค้ามั่นใจเพื่อเพิ่มยอดขาย
3.ปัจจัยด้านสินค้าทดแทน	✓			วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้โดย ตรวจสอบคุณภาพให้เข้มงวดของชิ้นงานทุกชิ้น ก่อนส่งถึงมือลูกค้าทุกครั้งเพื่อป้องกันความผิดพลาดของสินค้าที่จะเกิดขึ้น และเน้นเรื่องการบริการให้เป็นเลิศเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของร้าน สินค้าดีคุณภาพเยี่ยมเน้นเพิ่มลูกค้าใหม่และสร้างฐานลูกค้าเดิมไว้

บทที่ 3

การวิเคราะห์การแข่งขัน

3.1 สภาพของการแข่งขัน

3.1.1 ระดับของการแข่งขัน

ธุรกิจร้านออกแบบ นำเข้า และจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่น สภาพการแข่งขันสูงมากเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทอื่น เนื่องจากการเข้ามาของคู่แข่งได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นรายใหญ่หรือรายย่อย เช่น ผู้ประกอบการห้างสรรพสินค้า ได้แก่ ห้างสรรพสินค้ารายใหญ่ (Chain Department Store) และสรรพสินค้าท้องถิ่น โดยผู้ประกอบการ ห้างสรรพสินค้ารายใหญ่ที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มเซ็นทรัล และกลุ่มเดอะมอลล์ ผู้ประกอบการค้าปลีกอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นคู่แข่งจะเยอะ แต่ความต้องการซื้อของลูกค้าก็เยอะตามด้วยแฟชั่นและกระแสนิยมของคนไทยที่เปลี่ยนไปตามสภาวะ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ซึ่งมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต นอกจากจะเป็นประโยชน์ในการป้องกันความร้อน ความเย็น และป้องกันอันตรายจากภายนอกแล้ว เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มยังช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพ แสดงให้เห็นถึงรสนิยมซึ่งสามารถบ่งบอกถึงภาพลักษณ์และสถานภาพทางสังคมของผู้สวมใส่ด้วย ปัจจุบันเสื้อผ้าได้มีการพัฒนาทั้งคุณภาพและรูปแบบที่ทันสมัยมีให้เลือกตามความต้องการของผู้ใช้ โดยมีทั้งการสั่งตัดเย็บตามร้านตัดเสื้อผ้าทั่วไป การสั่งตัดโดยเฉพาะจากดีไซน์เนอร์ที่มีชื่อเสียง และการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้เกิดการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมของโลกฝั่งตะวันตก และตะวันออก สินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นจึงเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา และยังมีการออกแบบใหม่ในทุกฤดูกาลอีกด้วย บุคคลที่ทันสมัยจึงได้รับอิทธิพลจากแฟชั่นใหม่ๆ อยู่เสมอ และมักจะมีความต้องการสวมใส่เสื้อผ้าที่มีรูปแบบตรงตามสมัยนิยม

ธุรกิจประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นเป็นธุรกิจที่ให้ความพึงพอใจต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ มีการออกแบบเสื้อผ้าให้น่าสมัย การปรับปรุงรูปแบบร้าน การจัดวางสินค้าให้ดีขึ้นเพื่อจูงใจให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในร้าน เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น มีคู่แข่งเกิดขึ้นมากมาย มีรูปแบบสินค้าและบริการแตกต่างกันออกไปเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ทันสมัยในทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคถือได้ว่าเป็นผู้บริโภคกลุ่มนำสมัย ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ชอบเป็นผู้นำ ได้รับความนิยมทางสังคม และชอบลองสิ่งใหม่ๆ ซึ่งถือเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีความคิดเห็นต่อการตลาดเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากจะเป็นกลุ่มแรกที่ซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นแบบใหม่ที่ออกวางจำหน่ายเป็นเสมือนผู้เบิกทางทำให้สินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นแบบใหม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปได้ดี สินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นจะมีกระแสนิยมเปลี่ยนไปในตามสไตล์ที่อาจเวียนกลับมาอีกครั้งหนึ่ง เช่น ฤดูใบไม้ร่วง – ฤดูหนาว ฤดูใบไม้ผลิ – ฤดูร้อน เป็นต้น หรือกระแสนิยมเปลี่ยนไปตามสไตล์ที่อาจเวียนกลับมาอีกครั้งหนึ่ง เช่น วินเทจ ดิสโก้ โบโฮ เป็นต้น โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าสตรีที่รักสวยรักงาม ต้องการให้ตนดูดี เพราะเพศหญิงเข้ามามี

บทบาทในสังคมมากขึ้น หากผู้ประกอบการเสื้อผ้าแฟชั่นสามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าสตรีนี้ได้ย่อมหมายถึงผลประโยชน์ที่ต่อธุรกิจ

3.1.2 จุดเด่นและความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน

ร้าน Dressdict Shop มีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ซึ่งตั้งอยู่ใจกลางชุมชนใหญ่ แหล่งรวมศูนย์การค้าชั้นนำ มีร้านอาหารชื่อดังหลากหลายแบรนด์ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เป็นแหล่งนัดพบ รวมตัวกันของกลุ่มวัยรุ่นจากทั่วทุกสารทิศในกรุงเทพมหานคร ทำให้เป็นทำเลที่มีกลุ่มเป้าหมายหนาแน่นเป็นจำนวนมาก เนื่องจากตั้งอยู่ท่ามกลาง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม สถานที่ทำงานในย่านรัชโยธิน สถานที่ทำงานในย่านลาดพร้าว อีกทั้งมีที่พักและคอนโดในย่านนั้นจำนวนมากโดย The Avenue ของเมเจอร์รัชโยธินเป็นสถานที่บันเทิงครบวงจร ในด้านการบริการโรงหนัง ร้านอาหารหลากหลายแบรนด์ดัง ธนาคารทุกธนาคาร มีโรงหนังเปิดถึงเที่ยงคืน เปิดบริการทุกวันไม่มีวันหยุด จึง ทำให้มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นจำนวนมากตลอดปี ทางร้านได้มีการสร้างประสบการณ์ใหม่ในการช้อปปิ้ง ได้มีการปรับภาพลักษณ์ของร้านให้มีความทันสมัย เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ในการช้อปปิ้ง ทั้งยังชูความเป็นไลฟ์สไตล์เพิ่มขึ้น ด้วยการ ปรับปรุงร้านเพื่อให้รูปแบบร้านดูทันสมัย มีบรรยากาศสว่างไสว ตื่นเต้น น่าสนุกสนานในการจับจ่าย ในขณะเดียวกันก็เพิ่มมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาทิเช่น ทางเดินภายในร้านที่กว้างเพื่อสร้างความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า การจัดวางสินค้าให้มองเห็นง่าย มีมุมพักผ่อน มีห้องลองชุด และมีห้องน้ำที่สะอาดไว้บริการ เป็นต้น

ในส่วนของสินค้าของทางร้าน มีครบทุกแบบ หลายสไตล์ มีให้เลือกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นสินค้าของแบรนด์ของ Dressdict Shop เอง และสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ให้ลูกค้าเลือกสรรได้ตามสไตล์ของแต่ละบุคคล อาทิเช่น เดรส เสื้อ Blouse เสื้อ Tunic เสื้อคลุมกันหนาวแบบบางแบบหนา กระโปรง จั๊มสูท กางเกงยีนส์ ขาสั้น ขาวยาว และอีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของราคา และคุณภาพ ทางร้านได้จัดทำให้สอดคล้องกัน ไม่เอาเปรียบลูกค้า ซึ่งทางร้านมั่นใจ เมื่อลูกค้าเข้าร้านแล้วเกิดความประทับใจและได้สินค้ากลับไปทุกราย

3.2 คู่แข่งขันของธุรกิจ

คู่แข่งขันหลัก

1. ร้าน Shinjuku outlet
2. ร้าน Pakay เสื้อผ้าแฟชั่น
3. ร้าน On the Beach shop
4. ร้าน LoveMe Tender Dress and Clothes
5. ร้าน Meekatangshop

คู่แข่งชั้นรอง

1. ร้านในตลาดนัดเมเจอร์ รัชโยธิน
2. ร้าน Srizztar
3. ร้าน Zalora
4. ร้าน Goodsshop
5. ร้าน Gal 109 shop

3.3การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ

3.3.1 วิเคราะห์ STEEP

1. สังคม (Social)

ระยะสั้น: สังคมไทยในปัจจุบันนี้ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เสื้อผ้าแฟชั่นในปัจจุบันมีรูปแบบที่สวยงาม สดใส น่ารัก และทันสมัยมากๆ เนื่องจากสาวๆ มีการเปิดใจรับแฟชั่นเสื้อผ้าจากต่างประเทศเข้ามา ทั้งเสื้อผ้าเกาหลี ยุโรป อเมริกา ซึ่งอาจจะมีทั้งที่เหมาะสม และไม่เหมาะสมกับอากาศร้อนๆ อย่างเมืองไทย แต่สาวไทยเราก็มีวิธีการปรับรูปแบบแฟชั่นเสื้อผ้านั้นๆ ให้เข้ากับอากาศบ้านเราได้อย่างลงตัว และโดยเด่น จนอาจจะ กลายเป็นผู้นำเทรนด์แฟชั่นเสื้อผ้าไปเลยก็ได้ ถึงอย่างไรสาวไทยเราก็กินใส่เสื้อผ้าแฟชั่นที่เหมาะสมกับกาลเทศะอยู่ แฟชั่นที่มาแรงในปัจจุบัน เป็นแฟชั่นสไตล์เกาหลี เริ่มเข้ามาในสังคมไทย เมื่อพูดถึงเกาหลี ไม่มีใครที่ไม่รู้จัก กระแสมาแรงทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมทางด้านการบันเทิง ดารา นักร้อง ซีรีส์ต่างๆ ในด้านของภาษาก็นิยมไม่น้อยหน้ากัน

ระยะกลาง: แนวโน้มสังคมไทยในระยะกลางเกี่ยวกับเรื่องแฟชั่นการแต่งตัว ระยะเวลาของแฟชั่นมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไว ยกตัวอย่างเช่น มีช่วงหนึ่งที่ประเทศไทย นิยมใส่เสื้อสายเดี่ยวคู่กับกางเกงขาสั้นเป็นจำนวนมาก โดยรับวัฒนธรรมการแต่งตัวจากทางตะวันตกเข้ามา แต่พอผ่านไปสักระยะหนึ่งกระแสเสื้อสายเดี่ยวกางเกงขาสั้น ก็หายไปถ้าใครเอากลับมาใส่อีกถือว่าเซมมาก จากตัวอย่างจะเห็นว่าการ turn ของแฟชั่นนั้นมาก ปรับเปลี่ยนไปตามความนิยมของแต่ละช่วงเวลา และคนไทยมีลักษณะนิสัยตามกระแสแฟชั่นไม่ใช่แค่เรื่องเสื้อผ้าการแต่งกายแต่ยังรวมถึงเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น อาหารการกิน แหล่งท่องเที่ยว ของเล่นแปลกใหม่ คนไทยจะนิยมและให้ความสนใจเป็นพิเศษในช่วงระยะเวลาแรกๆ แต่พอผ่านไปสักระยะหนึ่งก็ให้ความสนใจลดลง

ระยะยาว: แนวโน้มของสังคมในอีก 10 ปีข้างหน้า จากการที่ประเทศไทยเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้นส่งผลให้มีการทำธุรกิจระหว่างประเทศที่เปิดกว้างมากยิ่งขึ้น การคมนาคมติดต่อสื่อสารสะดวกมากขึ้น ประเทศเพื่อนบ้านที่มีอิทธิพลเรื่องแฟชั่นก็จะเข้ามาในประเทศไทยได้ง่ายขึ้น เช่น ประเทศเกาหลี จีน ญี่ปุ่น ทำให้ประชากรคนไทยมีความสะดวกเพิ่มมากขึ้นในการจับจ่ายใช้

สอยซื้อสินค้าแฟชั่น อุตสาหกรรมสิ่งทอ จากต่างประเทศจะเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในประเทศไทย รวมถึงผลกระทบกับทรัพยากรบุคคลของประเทศจะเกิดขึ้น จากเดิมอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศจะใช้แรงงานจากคนไทยกันเอง แต่เมื่อประเทศไทยได้เข้าร่วมกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน แรงงานจากต่างประเทศได้ไหลเข้ามาสู่ประเทศไทยมากยิ่งขึ้น และต้นทุนแรงงานจากต่างประเทศต่ำกว่าในประเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญในการจ้างแรงงานจากต่างประเทศมากกว่า ส่งผลกระทบให้แรงงานไทยถูกลอยแพ และสินค้าอุตสาหกรรมสิ่งทอที่เข้ามาในประเทศมีต้นทุนที่ต่ำกว่า อาจจะทำให้เข้ามาแทรกแซงตลาดในประเทศไทยก็เป็นไปได้ (ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, ม.ป.ป).

อุปสรรค: เนื่องจากกระแสนิยมของคนไทยส่วนใหญ่ ชอบที่จะใช้ของต่างประเทศ และไม่ค่อยให้ความสำคัญกับสินค้าภายในประเทศเท่าไรนัก จึงส่งผลให้สินค้าที่ผลิตและจัดจำหน่ายในประเทศไทย โดยที่คนไทยเป็นผู้ผลิตเองไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร ทำให้การแข่งขันเรื่องอุตสาหกรรมสิ่งทอของคนไทยที่เป็นรองประเทศเพื่อนบ้านเพราะค่านิยมของคนไทยเป็นหลัก

โอกาส: การที่ประชาชนหันมาให้ความสนใจเรื่องแฟชั่นมากยิ่งขึ้น และด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นผู้หึงมีลักษณะ ชอบเปลี่ยนแปลง ชอบความแปลกใหม่ ชอบความสวยงามงาม ส่งผลให้ช่วงระยะ

เวลาในการซื้อของเกิดขึ้นบ่อย ยกตัวอย่างเช่น มีผู้หญิงหลายคนที่ซื้อเสื้อผ้ามาเก็บไว้ในตู้เสื้อผ้า ทั้งๆที่ไม่เคยได้ใส่เสื้อผ้าตัวนั้นเลย ส่งผลให้เกิดโอกาสที่จะผลิตสินค้าให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ให้ได้มากที่สุด

2. เทคโนโลยี (Technology)

ระยะสั้น: ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีส่วนเกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันของคนเรามากขึ้น เริ่มตั้งแต่การติดต่อสื่อสารเราสามารถติดต่อกันได้อย่างสะดวกรวดเร็วการส่งต่อข้อมูลข่าวสารหรือแม้แต่กระทั่งการค้นหาข้อมูลทางด้านการศึกษานักเรียนสามารถศึกษาหาข้อมูลได้ด้วยตนเองหรือศึกษาโดยที่ไม่ต้องไปเรียนในห้องเรียนการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ชอบความสะดวกและรวดเร็วทางด้านอุตสาหกรรมมีการใช้เครื่องจักรเข้ามาช่วยในการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตลดต้นทุนและการใช้แรงงานซึ่งหาได้ยากในปัจจุบัน รวมไปถึงในปัจจุบันอุตสาหกรรมสิ่งทอ แฟชั่น ก็นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้มากยิ่งขึ้นไม่ว่าจะเป็นเครื่องพิมพ์ผ้า เครื่องปักผ้า หรือ การออกแบบเสื้อผ้าโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยทำให้เห็นถึงลายผ้า รูปแบบใกล้เคียงของจริงมากที่สุด การพัฒนาเครื่องจักรเพื่อลดแรงงานในการผลิต (บุญยิว, 2554)

ระยะกลาง: การพัฒนาเทคโนโลยีในระยะ 3-5ปีมีการหาแหล่งพลังงานทดแทนการใช้น้ำมัน พัฒนาการคมนาคมให้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้นรถยนต์มีนวัตกรรมใหม่ๆมากขึ้นเช่นการบังคับโดยไม่ต้องใช้คนขับใช้พลังงานไฟฟ้าแทนการใช้น้ำมันเป็นต้นคนไม่ได้ปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีอีกต่อไป แต่เป็นเทคโนโลยีที่ล้ำหน้าทำให้การใช้ชีวิตของคนเราเปลี่ยนไป แม้กระทั่งเรื่องแฟชั่น เครื่องมือ อุปกรณ์ จะทันสมัยด้วยการพัฒนาโดยนักวิชาการที่คิดค้นโดยไม่หยุดนิ่ง ซึ่งจะทำให้การออกแบบ และตัดเย็บต่างๆ สะดวกและง่ายขึ้น ทำให้เสื้อผ้าสไตล์ใหม่ๆ ทำให้ลูกค้าสนใจมากขึ้น เหล่านี้พัฒนา จึงทำทุกวิธีทางในการพัฒนาเครื่องมือ เพื่ออำนวยความสะดวกและให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป

ระยะยาว: แนวโน้มเทคโนโลยีในอนาคตในอีก10ปีข้างหน้า เทคโนโลยีและอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์จะถูกพัฒนาอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการที่ไม่สิ้นสุดของมนุษย์ การแข่งขันทางด้านราคาสภาพความเร็วเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจการพัฒนาทางด้านแฟชั่นเสื้อผ้า การนำเอา เครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้ในการออกแบบและตัดเย็บ การเขียนโปรแกรมเพื่อช่วยในการออกแบบ ตัดเย็บ วางลายผ้าโดยให้เสื้อผ้าที่ออกแบบ และทำการตัดเย็บออกมาได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นลวดลายผ้า แบบ ไซส์และการกำหนดเครื่องจักร ที่ได้มาตรฐานเข้ามาช่วยในการผลิตเพื่อทดแทนการทำงานของคน (ทีมิวิเคราะห์สนเทศธุรกิจ 1-2, 2556).

อุปสรรค: เครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆที่ถูกพัฒนาขึ้นมาใหม่มีราคาสูง โดยที่เราไม่สามารถควบคุมได้ แต่เครื่องมือเหล่านั้นเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องนำมาใช้เพื่อให้สู้กับคู่แข่งได้

โอกาส: เทคโนโลยีที่พัฒนาไปทำให้การโฆษณาหรือการติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น โดยการทำให้ลูกค้าได้รู้จักเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ที่ทันสมัยและคุณภาพดี ร้าน Dressdict Shop โดยเว็บไซต์เฟสบุ๊ค ทวิตเตอร์ หรือผ่านเครื่องมือการสื่อสารอย่างอื่น การใช้เทคโนโลยีในการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการออกแบบและตัดเย็บ การกำหนดวิธีการออกแบบให้ได้ สีสัน และลวดลายผ้าที่เสมือนของจริงมากที่สุดมีมาตรฐานควบคุมคุณภาพ ทำให้เทคโนโลยีที่ต้องใช้ ภายในร้านมีความจำเป็นมากยิ่งขึ้น หลังจากลูกค้าได้ซื้อเสื้อผ้าในร้านเสร็จเรียบร้อยแล้ว การคิดราคาก็เป็นสิ่งสำคัญเพื่อความถูกต้องแม่นยำและเทคโนโลยีก็ยังเป็นส่วนช่วยลดปริมาณแรงงานอีกด้วย

3. เศรษฐกิจ (Economic)

ระยะสั้น: สถานการณ์เศรษฐกิจในระยะสั้นมีแนวโน้มชะลอตัวลงตามอุปสงค์ภายในประเทศ เนื่องจากก่อนหน้านี้เกิดอุทกภัย แผ่นดินไหว จึงทำให้ประชาชนทุ่มงบประมาณไปกับการซ่อมแซมบ้าน ทำให้มีรายจ่ายและหนี้สินเพิ่มขึ้นส่งผลให้ผู้บริโภคระมัดระวังการใช้จ่ายมากยิ่งขึ้นแต่ทางด้านการท่องเที่ยว กลับขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีสาเหตุมาจากนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติให้ความนิยมมาเที่ยว เมืองไทยเพิ่มมากขึ้น และการเดินทางยังสะดวกมากยิ่งขึ้นอีกด้วย โดยมีการจัดเที่ยวบินตรงจาก กรุงเทพมหานครยังจังหวัดท่องเที่ยวหลักๆของไทยเพิ่มขึ้นเช่นจังหวัดสุราษฎร์ธานี ทางด้านการส่งออกไม่โตตามที่คาดการณ์และจากนโยบายรถคันแรกทำให้คนต้องประหยัดมากยิ่งขึ้นเพื่อเก็บเงินไว้จ่ายค่ารถ

โดยมีผู้มีสิทธิ์เป็นจำนวนมากที่ยกเลิกการสั่งจอง ส่งผลให้บริษัทรถยนต์ต้องออกมาจัดโปรโมชั่นเพื่อระบายรถที่ค้างอยู่ในสต็อก ดังนั้นแนวโน้มของเศรษฐกิจในระยะสั้นจึงยังไม่เติบโตเท่าที่ควรการลงทุนที่ใช้ต้นทุนสูงจึงต้องคิดให้รอบคอบก่อนการตัดสินใจ

ระยะกลาง: การคาดการณ์เศรษฐกิจในระยะ 3-5 ปี ประเทศไทยเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะส่งผลให้เศรษฐกิจจะเกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นระดับอาเซียน โดยมีเป้าหมายทางด้านเศรษฐกิจว่า “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community - AEC) มุ่งให้เกิดการรวมตัวกันทางเศรษฐกิจและการอำนวยความสะดวกในการติดต่อค้าขายระหว่างกันอันจะทำให้ภูมิภาคมีความเจริญมั่งคั่งและสามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่นๆได้เพื่อความอยู่ดีกินดีของประชากรในประเทศอาเซียน” จากเป้าหมายดังกล่าวทำให้แต่ละประเทศในประชาคมอาเซียนเร่งพัฒนาการคมนาคมทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศส่งเสริมทางการขนส่งโดยที่มีอุตสาหกรรม 5 ประเภทที่สำคัญของประเทศที่เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้แก่ การก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง เนื่องจากจะต้องมีการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานโรงงานที่พักอาศัยและอาคารพาณิชย์ต่างๆ อุตสาหกรรมอาหารและวัตถุดิบด้านเกษตรเช่นข้าวยางน้ำตาลและน้ำมันการบริการด้านโลจิสติกส์ เช่นขนส่ง การเก็บรักษาสินค้าและการตรวจสอบคุณภาพสินค้ารวมทั้งพิธีการศุลกากรบริการที่เกี่ยวข้องกับการค้าเช่นธุรกิจขายปลีก/ขายส่งบริการด้านการเงินการตั้งสำนักงานภาษีและกฎหมาย ตลอดจนการท่องเที่ยวเมื่อมีการคมนาคมขนส่งที่ดีสิ่งแรกที่จะเข้ามาตามเส้นทางเหล่านี้คือนักท่องเที่ยวจากการพัฒนาดังกล่าวคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจในอนาคตจะมีแนวโน้มเติบโตมากยิ่งขึ้นและยังมีอำนาจการต่อรองกับประเทศทางฝั่งตะวันตกมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

ระยะยาว: แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในอนาคตจากการเข้าร่วมประชาคมอาเซียนทำให้การติดต่อคมนาคมระหว่างประเทศในแถบเอเชียสะดวกมากยิ่งขึ้นส่งผลให้เศรษฐกิจมีการขยายตัวทางการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศมากยิ่งขึ้นแนวโน้มของเศรษฐกิจทางฝั่งอาเซียนจะมีการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น

อุปสรรค: ทางด้านการใช้จ่ายใช้สอย สินค้าฟุ่มเฟือยเช่น เสื้อผ้าแฟชั่น ประชากรในประเทศจะใช้จ่ายใช้สอยลดน้อยลง เนื่องจากภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น

โอกาส: เนื่องจากประเทศไทยได้เข้าร่วมกับประชาคมอาเซียน ทำให้มีแนวโน้มที่ชาวต่างชาติจะหลั่งไหลเข้ามาซื้อของในประเทศไทยก็ค่อนข้างมาก และสินค้าจากประเทศไทยก็มีแนวโน้มที่จะส่งออกไปขายต่างประเทศมากยิ่งขึ้น จึงเป็นทางเลือกใหม่ที่ทางร้าน Dressdict จะออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้า รวมถึงพัฒนาเรื่องบริการเสริมต่างๆ แทรกแทรกวัฒนธรรมเสื้อผ้าพื้นบ้านของไทยเสริมเข้าไป เพื่อดึงดูดความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเลือกซื้อเสื้อผ้าจากประเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางของธุรกิจ

4. สิ่งแวดล้อม (Environment)

ระยะสั้น: สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติได้ถูกทำลายทำให้เกิดภัยธรรมชาติตามมาเช่นอุทกภัย น้ำแข็งขั้วโลกละลายภาวะอุณหภูมิของโลกเพิ่มสูงขึ้นทำให้คนหันมาให้ความสำคัญกับธรรมชาติมากยิ่งขึ้นโดยมีการรณรงค์ร่วมกันอนุรักษ์ผืนป่าปลูกต้นไม้ทดแทนใช้วัสดุที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมไม่เพียงแต่ผู้บริโภคเท่านั้นที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม เหล่าบรรดาผู้ผลิตก็มีนโยบายเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น เช่นการออกแบบความปลอดภัยปริมาณก๊าซที่ปล่อยขึ้นไอโซนลดการใช้พลังงานหรือจัดโครงการเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่อุดมไปด้วยธรรมชาติที่สวยงาม ไม่ว่าจะเป็นภูเขา ทะเล และที่สำคัญผ้าไทยเป็นจุดเด่นที่ทำให้ชาวต่างชาติให้ความสนใจที่จะเดินทางมาประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

ระยะกลาง: การเพิ่มขึ้นของประชากรมนุษย์ทำให้ธรรมชาติถูกทำลายเพิ่มขึ้นทั้งที่ได้มีการรณรงค์เพื่อที่จะรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติแต่ก็ยังมีกลุ่มคนบางกลุ่มที่ไม่สนใจเรื่องนี้ส่งผลให้ภัยธรรมชาติยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการที่โลกของเรามีอุณหภูมิที่สูงขึ้นทำให้น้ำแข็งบริเวณขั้วโลกละลายพื้นดินก็มีปริมาณลดน้อยลง พื้นที่ที่เคยเกิดอุทกภัยก็จะเกิดขึ้นซ้ำและมีระดับที่รุนแรงมากกว่าเดิม

ระยะยาว: แนวโน้มของสิ่งแวดล้อมในอนาคตจากการที่ประชากรเพิ่มมากยิ่งขึ้นทำให้ต้องการผลผลิตสำหรับการบริโภคสิ่งของที่มาจากธรรมชาติ เช่นผ้าไหมไทยที่ตนเองดั่งนั้นจึงเป็นผลดีกับทางภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอที่มีตลาดรองรับผลผลิตที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น แต่ทางร้านต้องเน้น ออกแบบให้ทันสมัยดึงดูดใจโดยใช้ทรัพยากรที่ประเทศไทยมีอยู่แล้วนำมาทำให้เกิดมูลค่าสูงสุด

อุปสรรค: สถานการณ์ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นส่งผลต่อความเชื่อมั่นของชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก ยกตัวอย่างเช่น สึนามิ ทำให้ ชาวต่างชาติลดระดับการให้ความสำคัญกับสินค้าในประเทศไทยหันไปให้ความสนใจกับสินค้าประเทศอื่น ไม่มีใครกล้ามาลงทุนหรือมาจับจ่ายใช้สอยในประเทศ แม้กระทั่งอุทกภัยมีผลเป็นอย่างมากทำให้การเดินทางเข้าประเทศลดลง

โอกาส: จากการที่ชาวต่างชาติและประชาชนในประเทศให้ความสำคัญกับธรรมชาติมากยิ่งขึ้นส่งผลดีเป็นอย่างมากกับธุรกิจของเราเนื่องจากร้าน Dressdict Shop ได้เน้นดำเนินการธุรกิจบนพื้นฐานที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และมีนโยบายออกแบบ ตัดเย็บเสื้อผ้า โดยใช้ผ้าไหมไทยมาทำเป็นแพชั่นเพื่อเพิ่มมูลค่าและใส่ใจเรื่องการออกแบบตัดเย็บให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าชาวต่างชาติมากที่สุด จึงเป็นโอกาสและเป็นทางเลือกที่ดีให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาเลือกชมสินค้าของเราส่งผลต่อรายได้และกำไรที่มากขึ้น

5. การเมือง (Politics)

ระยะสั้น: การเมืองที่เกิดการขัดแย้งกันของผู้นำประเทศและผู้ที่มีส่วนร่วมในการบริหารประเทศมีผลกระทบทำให้เศรษฐกิจเกิดการชะลอตัวและทำให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคและใช้จ่ายใช้สอยชะลอตัวตามไปด้วยจากนโยบายต่างๆที่รัฐบาลออกมาทำให้ประชาชนไม่มีความเชื่อมั่นการคาดการณ์ของรัฐบาลก็ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้เช่นคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวแต่เศรษฐกิจกลับไม่เป็นไปตามที่รัฐบาลคาดการณ์ ประชากรเลยเก็บเงินไว้ไม่นำออกมาใช้จ่ายเท่าที่ควรเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตการที่รัฐบาลออกนโยบายขึ้นค่าแรงส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการโดยมีต้นทุนที่สูงมากยิ่งขึ้นไม่เพียงแต่ขึ้นค่าแรงเฉพาะแรงงานที่เป็นคนไทยเท่านั้นรายได้ที่เพิ่มขึ้นรวมไปถึงแรงงานต่างด้าวอีกด้วยส่งผลให้การไหลเข้ามาของแรงงานต่างด้าวมียกขึ้นบางส่วนต้องตกงานและนอกจากนี้รัฐบาลยังขึ้นค่าแก๊สหุงต้มไฟฟ้าและน้ำประปาทำให้ค่าครองชีพปรับสูงขึ้นตามค่าแรงที่ได้

ระยะกลาง: ในระยะเวลา 3-5 ปี การเมืองภายในประเทศก็ยังส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของคนภายในประเทศการแบ่งเป็นสองฝ่ายของพรรคการเมืองและบุคคลบางกลุ่ม ส่งผลให้คนที่ทำมาหากินบางครั้งก็เปื้อนกับปัญหาที่เกิดขึ้น โดยไม่รู้ว่าจะมีทางออกอย่างไร และเมื่อไหร่ ปัญหาที่รัฐบาลยังแก้ไขไม่ได้ก็ยังคงเกิดขึ้นซ้ำๆ

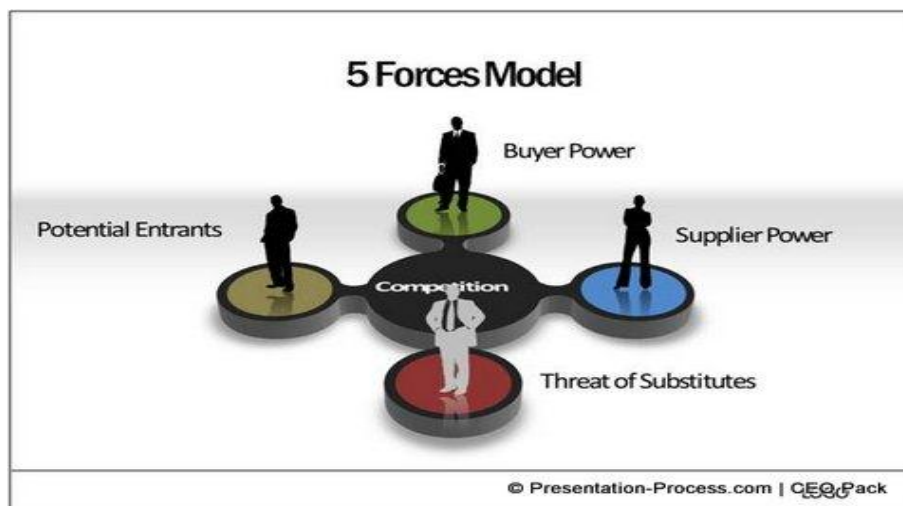
ระยะยาว: แนวโน้มทางการเมืองของไทยพรรคการเมืองที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศจะเกิดความไม่เข้มแข็งพรรคการเมืองจะอยู่ภายใต้อิทธิพลของระบบทุนนิยมเน้นระบบอุปถัมภ์ ความเข้าใจทางการเมืองระหว่างคนชั้นกลางกับคนระดับรากหญ้าจะแตกต่างกัน การคอร์รัปชันจะเกิดมากยิ่งขึ้นโดยเป็นขบวนการที่มีผู้มีอำนาจทางการเมืองหนุนหลังเพื่อที่จะเอื้อประโยชน์ให้กับธุรกิจของตนเองและเครือญาติ

อุปสรรค: ประชากรภายในประเทศเกิดความวิตกกังวลเกี่ยวกับเศรษฐกิจที่ผันผวนจึงไม่กล้าที่จะนำเงินที่มีออกมาใช้ส่งผลกระทบโดยตรงกับธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ

โอกาส: จากการเมืองที่ผันผวนรัฐบาลออกนโยบายเพื่อที่จะช่วยเหลือกันเอง รมรณรงค์ให้คนออกมาใช้จ่าย เพิ่มมากขึ้น ทำให้เสื้อผ้าแฟชั่น คุณภาพดี ทันสมัย และราคาย่อมเยาวยังเป็นโอกาสทำรายได้และประชาสัมพันธ์ ให้ชาวต่างชาติ ประชากรภายในประเทศเข้ามาเลือกซื้อ สินค้าของประเทศไทยที่สวยงามและมีคุณภาพติดอันดับต้นๆในเอเชีย (สถาบันนวัตกรรมและพัฒนากระบวนการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยมหิดล, ม.ป.ป.).

3.3.2 วิเคราะห์สภาพการแข่งขันด้วย Five Force Model

ภาพที่ 3.1: Five Force Model



1. การเข้าสู่ธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of New Entrants)

ถ้าคู่แข่งสามารถเข้าสู่อุตสาหกรรมได้ง่าย การแข่งขันในอุตสาหกรรมจะรุนแรง และเป็นอุปสรรคต่อการทำธุรกิจในอนาคต การลดแรงคุกคามของคู่แข่งรายใหม่ สามารถกระทำได้หากอุตสาหกรรมนั้นมีการดำเนินกิจกรรมหรือสร้างปัจจัยที่เป็นสิ่งกีดกันคู่แข่งได้ เช่น การประหยัดต้นทุนต่อหน่วยเมื่อผลิตปริมาณมาก การสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ การใช้เงินลงทุนมากในการเข้าสู่ธุรกิจการใช้เวลาในการสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย และการเสียเปรียบเรื่องต้นทุนเนื่องจากผู้ผลิตเดิมมีความชำนาญในการผลิต รู้ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบมากกว่า มีทำเลที่ตั้งที่ดีกว่า และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เป็นต้น

ในระยะเวลาที่ผ่านมา การเติบโตของมูลค่าการค้าในธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น มีการขยายตัวในอัตราค่อนข้างต่ำ จึงส่งผลให้ธุรกิจขาดความน่าสนใจในสายตาของผู้ประกอบการรายใหม่ แม้ว่าการเข้าสู่ธุรกิจจะทำได้ง่ายด้วยเงินลงทุนไม่มากนักก็ตาม และนอกจากนี้ ตลาดเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มของผู้หญิงในประเทศไทย ส่วนใหญ่การเลือกซื้อเสื้อผ้ามีใช้เพียงเพื่อการใช้ประโยชน์ในการสวมใส่ตามความจำเป็นเท่านั้นหากยังเป็นการสะท้อนความเป็นตัวตน และวิถีการดำเนินชีวิตของปัจเจกบุคคลของผู้สวมใส่เสื้อผ้าด้วย รวมทั้งตลาดผู้ซื้อในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วบางประเทศ อาจมีข้อกำหนดที่เป็นเงื่อนไขในการต่อต้านการนำเข้าสินค้าเสื้อผ้าจากประเทศผู้ผลิตที่ใช้แรงงานเด็ก หรือมีสภาพการทำงานในโรงงานที่ขัดต่อกฎหมายการส่งเสริมสวัสดิการแรงงาน ซึ่งผู้ประกอบการรายใหม่ใดๆ ที่ไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าว จะสูญเสียลูกค้าจากประเทศพัฒนาแล้วบางประเทศทันที ซึ่งในภาพรวมของการประเมินการเข้าสู่ธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ประกอบการรายใหม่ จึงมีปัจจัยต่างๆ มากมายที่เป็นเงื่อนไขในการเข้าสู่ตลาด

2.การแข่งขันจากผู้ประกอบการรายอื่น(Rivalry)

ผู้ประกอบการตลาดค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นในประเทศไทย ส่วนใหญ่ค่อนข้างกระจายตัว และมีสินค้าคล้ายๆ กันอย่างไรก็ดี ยังมีโอกาสสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่จะเข้ามาแข่งขันได้ แต่การเพิ่มศักยภาพโดยการเปิดสถานที่จัดแสดง การจำหน่ายเสื้อผ้าใหม่ๆ จะเป็นการเพิ่มต้นทุนให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยเหล่านี้อย่างมาก แม้ว่าผู้ประกอบการบางรายจะมีการปรับเปลี่ยนปรับตัวทางการค้าไปสู่ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้อย่างง่ายดาย แต่บางรายยังคงยึดมั่นอยู่กับการค้าเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงอย่างเหนียวแน่น ทำให้การแข่งขันในภาพรวมของธุรกิจนี้ค่อนข้างจะมีความเข้มข้นและรุนแรง

3.การคุกคามจากสินค้าทดแทน(Substitutes)

สินค้าทดแทนของเสื้อผ้าแฟชั่น ที่ผู้ค้าสามารถจัดหาได้จะมีที่มาจากโรงงานผู้ผลิตโดยตรงและจากการติดต่อซื้อขายระบบไลน์ รวมทั้งสินค้าที่ผลิตด้วยการตัดเย็บจากร้านรับสั่งตัดเสื้อผ้าสตรีโดยเฉพาะ ซึ่งจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้ค้าในการจัดหาสินค้าสู่ตลาดเพื่อสร้างความหลากหลายให้กับสินค้าและผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม สินค้าลอกเลียนแบบและของปลอมจัดเป็นภัยคุกคามที่สำคัญต่อยอดขายของผู้ประกอบการการค้าอย่างมาก การประเมินภาพรวมของภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้หญิง จึงอยู่ในระดับปานกลาง

4.อำนาจของผู้ซื้อ(Buyer Power)

ผู้ประกอบการในธุรกิจค้าเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงในประเทศ ส่วนใหญ่จะมีลูกค้าที่เป็นปัจเจกบุคคลจำนวนมาก ผู้ประกอบการจึงสามารถสร้างความแตกต่างในสไตล์เสื้อผ้า เพื่อนำเสนอต่อผู้บริโภคได้ตามที่ต้องการ และแม้ว่าผู้บริโภคจะมีทางเลือกในการซื้อสินค้าจากร้านอื่นๆ จากการสั่งตัดจากห้องเสื้อ ร้านตัดเสื้อตามสั่ง จึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ค้าเสื้อผ้าแฟชั่นมีอำนาจต่อรองมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของนักออกแบบมากกว่าชื่อเสียงของผู้ประกอบการค้า ตลาดสินค้าที่ไม่มีตราสินค้าที่มีขนาดใหญ่และเปิดตลาดของผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำ ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคซึ่งต้องการซื้อสินค้าที่สามารถสะท้อนถึงสถานภาพทางสังคมและแสดงถึงสไตล์การใช้ชีวิตของตน จะเป็นกลุ่มที่ผู้ค้าสามารถชักจูงได้ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกระแสแฟชั่นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและคาดเดาได้ยาก การนำเสนอขายสินค้าของผู้ค้าจึงต้องเน้นตามกระแสความต้องการให้เท่าทันและรวดเร็วในแต่ละช่วงเวลา

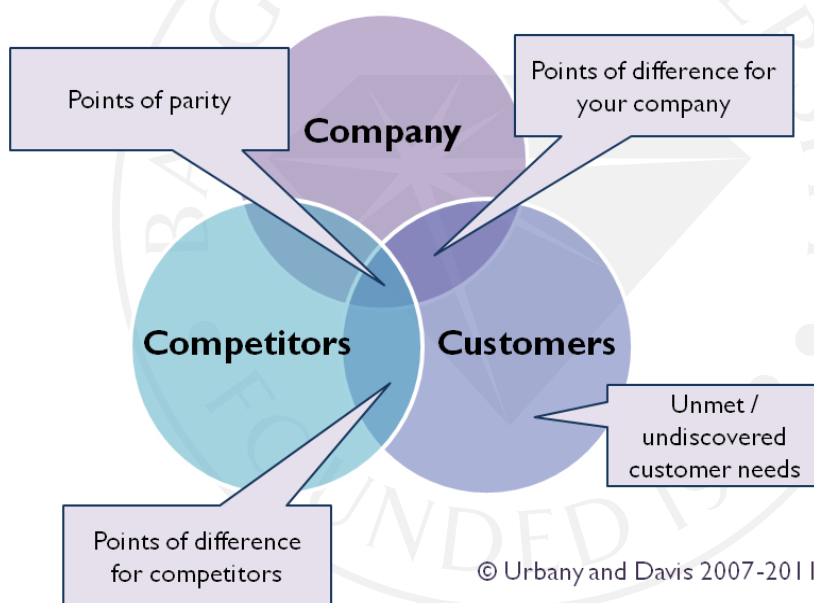
5.อำนาจของผู้จัดหา/ส่งมอบสินค้า(Supplier Power)

ซัพพลายเออร์หลักของตลาดค้าเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ โรงงานผู้ผลิตและบริษัทขายส่งเสื้อผ้าแฟชั่น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดกลางถึงขนาดเล็ก โดยพบว่าภายใต้นโยบายการเปิดการค้าเสรีทางการค้า อำนาจของผู้ค้าในตลาดโลกกลับมีแนวโน้มลดลง

อันเนื่องมาจากการแข่งขันของผู้ประกอบการที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าในภูมิภาคอื่น โดยเฉพาะจากประเทศจีน(อุตสาหกรรมเสื้อผ้า ที่ใช้แรงงานเข้มข้น เนื่องจากมีความยุ่งยากในกระบวนการตัดเย็บ) นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการยังมีความเสี่ยงสูง จากการที่ซัพพลายเออร์ไม่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิต ให้เท่าทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในตลาดแฟชั่นเสื้อผ้า ที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการจัดหาสินค้าของซัพพลายเออร์ส่วนใหญ่ซึ่งมีความหลากหลายของสินค้าน้อยจึงล้วนส่งผลให้ผู้ค้าปลีกมีบทบาทสำคัญต่อความอยู่รอดของธุรกิจซัพพลายเออร์อย่างมีนัยสำคัญ

3.2 : 3 Circle Model

ภาพที่ 3.2: 3-Circle Model



ที่มา : บิเจอร์เนาสต์สโตทเวดเพลส. (2554). *3 Circle Model*.

สืบค้นจาก <http://bjornastraat.wordpress.com>

1. สิ่งที่ต้องการมอบให้ลูกค้า Company's Offerings

สิ่งที่ทางร้านของเรามีบริการให้แก่ลูกค้า ได้แก่ การบริการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับสตรีหลากหลายสไตล์ ตามกระแสนิยม ช่วงอายุตั้งแต่ 18 – 40 ปี ทางร้านมีทั้งออกแบบ ตัดเย็บชุด ตราสินค้าของทางร้านเอง และจำหน่ายชุดนำเข้าจากต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นจีน เกาหลี ญี่ปุ่น เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกตามสไตล์ของตัวเอง และให้มีทางเลือกเป็นจำนวนมาก สู้กับคู่แข่งรายอื่นได้ ภายในร้าน

ลูกค้าสามารถเลือกชุด และลองสวมใส่ได้ตามความต้องการของลูกค้าเองได้เลย มีห้องให้ลองชุด มีบริการห้องน้ำ มีที่นั่งพักผ่อน ภายในร้านมีช่องทางเดินจัดวางเป็นล็อกๆ เพื่อให้ลูกค้าเลือกหาได้สะดวก

2. ความต้องการของลูกค้า Customer's Needs

สิ่งที่ลูกค้าต้องการ การบริการที่ดี มีปริมาณทางเลือกจำนวนมาก สวยงาม โดดเด่นไม่ซ้ำใคร การเดินทางที่สะดวก มีบริเวณจอดรถกว้างขวาง สินค้าในร้านต้องให้ทันกับแฟชั่นใหม่ ๆ ตามกระนิยม เนื้อผ้าต้องดี ใส่สบาย เหมาะกับสังคมและวัฒนธรรมไทย และให้เข้ากับฤดูกาลของประเทศไทย ลูกค้าทุกคนที่มาใช้บริการแล้วต้องเกิดความประทับใจและบอกต่อ

3. สิ่งที่ผู้แข่งขันมอบให้ลูกค้า Competitor's Offerings

สิ่งที่คู่แข่งมีคือ การที่อยู่มานานกว่าของคู่แข่ง ทำให้เป็นที่รู้จัก ถ้าเปรียบเทียบกับร้านเก่าแก่หรือห้างสรรพสินค้าใหญ่ แปรนดัดๆ ซึ่งเป็นที่รู้จักอยู่แล้วของกลุ่มลูกค้า การมีทุนของร้านที่เยอะกว่า ทำให้มีสินค้าปริมาณที่มากกว่าให้ลูกค้าได้เลือก

4. สิ่งที่สร้างความแตกต่างเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า Differentce Customer's Needs

สิ่งที่ทางร้านของเราสร้างความแตกต่างเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าคือ เราเน้นจำหน่ายสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย ศึกษารสนิยมของลูกค้าที่เข้ามาแวะถาม ดูกระแสนิยม จากแหล่งทำเลสถานที่ตั้งของร้านเป็นหลัก จัดตกแต่งร้านให้ดูทันสมัย ให้ดูโดดเด่นแก่ผู้พบเห็น โชว์สินค้าให้เห็นชัดเจน ดูและความสะอาดภายในร้านให้สะอาด มีบริเวณกว้าง จัดวางสินค้าเป็นประเภท อย่างชัดเจน มีห้องให้ลอง

5. สิ่งที่สร้างความแตกต่างของบริษัทคู่แข่งที่มีต่อลูกค้า Differentce Competitor's Offerings

ความทันสมัย มีปริมาณสินค้าจำนวนมากให้เลือก ราคาถูก มีการจัดโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าประจำ สร้างความแตกต่างกับร้าน Dressdict shop โดยที่มีลูกค้าบางกลุ่มชอบแบบที่ทางร้านได้ออกแบบเองและนำเข้ามา บางท่านชอบราคาถูก บางท่านอาจจะชอบโปรโมชั่น หรือความเคยชินในการใช้บริการ

6. สิ่งที่เราและบริษัทคู่แข่งเสนอให้กับลูกค้าในจุดที่เท่าเทียมกัน Equality company and competitor's Offerings customer's needs

สิ่งที่เสนอในจุดที่เท่าเทียมกันคือ ความหลากหลายในสินค้าแฟชั่น คุณภาพของสินค้าให้เหมาะสมกับราคา หาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า มีห้องลองชุดสามารถให้เปลี่ยนชุดคืนได้ มีบริการที่เป็นกันเอง จัดร้านให้สวยงามน่าสนใจ

3.4การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

3.4.1 ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์

1. ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation)

ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของเรานั้นมีหลากหลาย มีตั้งแต่ เดรส เสื้อ Blouse เสื้อ Tunic เสื้อโค้ท เสื้อคลุมกันหนาวแบบบาง กระโปรง จั๊มสูท กางเกงยีนส์ ขาสั้น ขาวาว มีทั้งออกแบบเอง และสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อแข่งขันตามแฟชั่นที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งผู้ที่เข้ามาใช้บริการของเรานั้นมีหลายกลุ่ม อายุตั้งแต่ 18- 40 ปี นักเรียน นักศึกษา วัยทำงาน เสื้อผ้าทุกชิ้น คัดสรรมาอย่างดี เน้นคุณภาพ เนื้อผ้าดี เหมาะสมกับราคา การดีไซน์ที่สวยงาม และจำหน่ายสินค้าเน้นไปตามฤดูกาล สินค้าที่เสนอขายทุกชิ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ไม่ว่าจะเป็นการจัดร้าน บรรจุนวัตกรรม สี ราคา คุณภาพ ตรายสินค้า บริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ในสายตาของลูกค้าผลิตภัณฑ์ของร้านจะต้องสามารถขายได้ และแตกต่างจากร้านคู่แข่ง

2. ความแตกต่างด้านบริการ (Service Differentiation)

เนื่องจากร้าน Dressdict shop ของเราเกิดจากความรักและความชื่นชอบของเจ้าของร้าน และเป็นธุรกิจครอบครัวที่ทางร้านพยายามจะให้บริการแก่ลูกค้า เราอยากให้ท่านลูกค้าที่พบเห็นและเดินทางมาใช้บริการได้สินค้าที่ต้องการกลับไปรู้สึกอยากซื้อ อยากเป็นเจ้าของ และอยากกลับมาใช้บริการอีก ทางร้านของเราสร้างบรรยากาศเหมือนได้ลองชุดอยู่ที่บ้านของตนเอง มีมุมส่วนตัวในการลองชุด มีเวลาในการตัดสินใจ เราให้ความเป็นกันเอง ความสะดวกสบาย ไม่ว่าท่านลูกค้าจะชอบสินค้าแบบไหน ทางร้านสอบถามถึงความต้องการของลูกค้าเป็นประจำ เพื่อนำมาปรับปรุงและออกแบบสินค้าให้ตรงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และลูกค้าประจำของร้าน

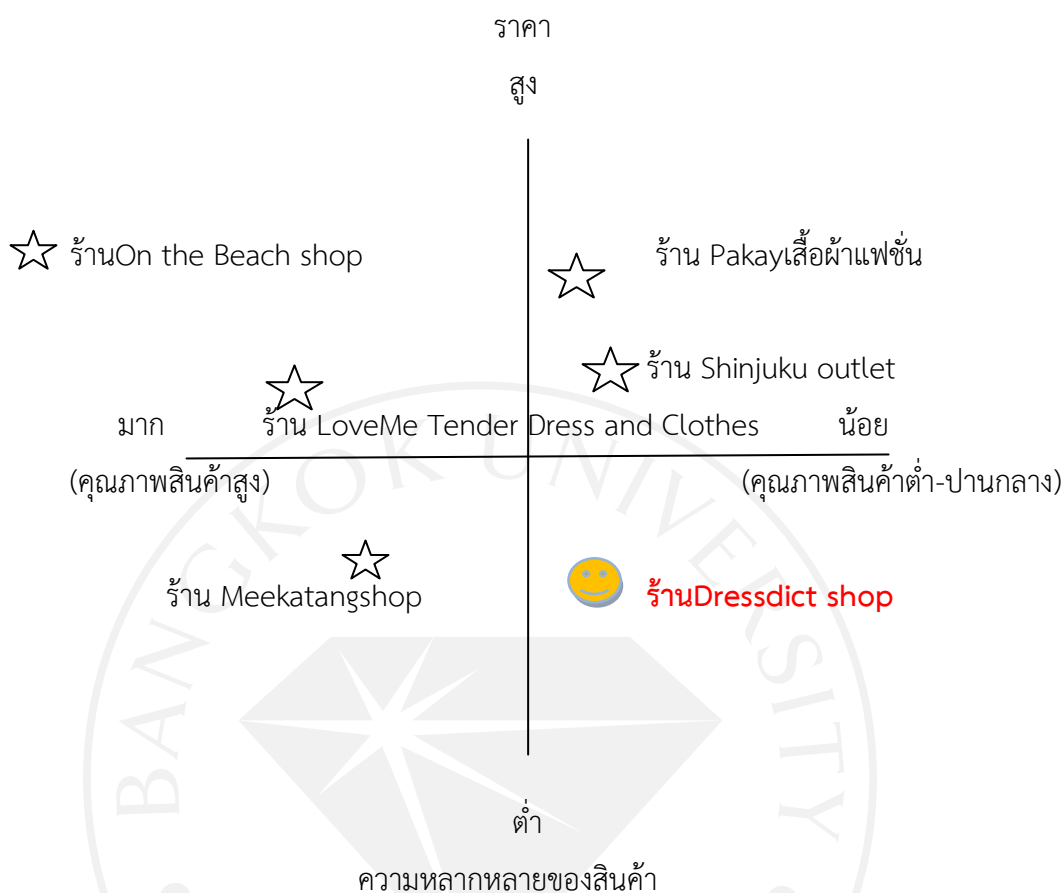
3. ความแตกต่างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Distribution Differentiation)

สินค้าทางร้านมีทั้งขายปลีกและขายส่ง ให้กับลูกค้าที่สนใจนำไปจำหน่ายต่อ ไม่ว่าจะขายตามอินเทอร์เน็ต หรือตลาดต่างจังหวัดซึ่งเป็นการกระจายสินค้าได้เร็ว และด้วยสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นการกระจายสินค้าได้เร็วจะเป็นผลดีมากที่สุดกับทางร้าน เพราะแฟชั่นเกิดขึ้นเร็วมาก บางครั้งก็ตามไม่ทันการจำหน่ายออกเพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้า เป็นสิ่งที่ดีที่สุด

4. ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (Image Differentiation)

ภาพลักษณ์ขององค์กรของเราไม่ได้เป็นเพียงจำหน่ายสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นอย่างเดียว ทางเราออกแบบชุด ดีไซน์ชุดเองด้วยรวมถึงการออกแบบที่ไม่ซ้ำใคร ภาพลักษณ์ของการบริการที่ให้ความแตกต่าง บรรยากาศในร้านสวยงาม แตกต่างจากร้านอื่น การจัดร้านทุกอย่างจะเน้นไปที่ภาพแฟชั่นทั้งหมด

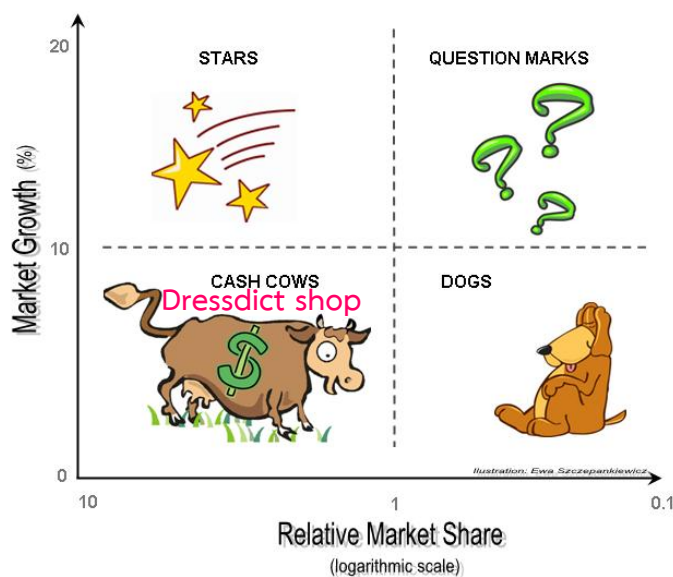
ภาพที่ 3.3 : Market Positioning



ตำแหน่งของ “ร้านเสื้อผ้า Dressdict Shop” เป็นร้านเสื้อผ้าที่ตั้งขึ้นเพื่อนำเสนอและขายเสื้อผ้าที่มีคุณภาพเป็นที่นิยมตามกระแสแฟชั่นและราคาไม่แพงที่มีรูปแบบที่แตกต่างหลากหลายให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามความต้องการซึ่งตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าแหล่งช้อปปิ้งมากมายจากกราฟแสดงการวางตำแหน่งของคู่แข่งจะเห็นได้ว่า “ร้านเสื้อผ้า Dressdict Shop” เน้นการขายสินค้าที่มีความหลากหลายของเสื้อผ้าและการให้บริการคือเสื้อผ้าของทางร้านได้ออกแบบเองและตามกระแสแฟชั่นที่กำลังเป็นที่นิยมและลูกค้าสามารถสั่งตัดกับทางร้านของเราได้ตามแบบที่ลูกค้าต้องการและในการตั้งราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งทั้ง 2 รายด้วยกันคือร้าน On the Beach shop และร้าน Pakay เสื้อผ้าแฟชั่น เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในหลายๆระดับอีกด้วย

ภาพที่ 3.4: แผนภาพวิเคราะห์BCG

การเขียนแผนภาพวิเคราะห์ BCG



ที่มา : เอ็มบีเอศรวิ. (2554). BCG.

สืบค้นจาก http://mba.sorrawut.com/wiki/BCG_Model

จากการวิเคราะห์กราฟ BCG จัดให้ธุรกิจอยู่ในกลุ่ม Cash Cows เนื่องจากเป็นสินค้าที่ทำเงิน เป็นสินค้าที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายต่ำส่วนครองตลาดเปรียบเทียบกับการลงทุนใหม่และการส่งเสริมการตลาดเพื่อรักษาการตลาดที่มีการเจริญเติบโตสูงและต่อสู้กับคู่แข่งที่จะเข้ามาแข่งขันจากการที่แฟชั่นที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและวัยรุ่นไทยสมัยชอบการแต่งกายที่ทันสมัยไม่ซ้ำใครด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้ประชาชนเห็นการพัฒนาของวงการแฟชั่นได้เร็วตามแฟชั่นได้เร็วมากทำให้ร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นเริ่มอึดตัวอัตราการเติบโตช้าลงแต่อย่างไรก็ตามธุรกิจเสื้อผ้าก็ยังสร้างรายได้มากกว่าร้าน Dressdict Shop ก็เป็นอีกร้านหนึ่งที่ตามแฟชั่นได้ทันกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าไม่ว่าจะเป็นการนำเข้าสินค้าและออกแบบเองเพื่อให้สินค้าในร้านมีความหลากหลายและราคาที่ตั้งไว้ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับกลุ่มลูกค้าในการมาซื้อไม่ว่าจะเป็นกลุ่มนักศึกษาและกลุ่มวัยทำงานคือลูกค้าสามารถซื้อได้โดยไม่รอการตัดสินใจนานเมื่อเทียบกับคุณภาพและความสวยงามร้าน Dressdict Shop ของเรตอบโจทย์ของผู้บริโภคทำให้มีส่วนแบ่งของตลาดสูงจึงจัดอยู่ในตำแหน่ง Cash Cow

บทที่ 4

การจัดทำกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

4.1แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้

4.1.1แนวคิดและทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด 4 Ps

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) เป็นเครื่องมือที่ประกอบด้วยสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2546, หน้า 53-55)

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่นบรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการสถานที่ บุคคลหรือความคิด (เอ็ดเซล วอล์คเกอร์ และ สแตนตัน , 2001 , หน้า9) ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคลผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Unity มีคุณค่า Value) ในสายตาของลูกค้า

ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ ผลิตภัณฑ์ หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเอง ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ

การจัดจำหน่าย(Place หรือDistribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไป ยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วน กิจกรรมที่ช่วยในการกระจาย ตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

การส่งเสริมการตลาด(Promotion)เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิดหรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกความเชื่อและพฤติกรรมซื้อหรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication หรือ IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน

ส่วนประสมทางการตลาด 4Psของร้านขายเสื้อผ้าสตรี DressdictShop

Product

การทำธุรกิจเสื้อผ้า ไม่ใช่เพียงแค่หาเสื้อผ้าที่สวยงามมาขายที่ร้านเท่านั้นแต่ยัง ต้องเลือกสินค้าที่มีคุณภาพ จำเป็นต้องทันสมัยและจัดหาเนื้อผ้า อุปกรณ์ตกแต่งมาเพื่อตัดเย็บเสื้อผ้าให้ออกมามีคุณภาพที่ดีเยี่ยม

ชนิดของผ้า

ทางร้าน Dressdict Shop ใช้เนื้อผ้าที่มีคุณภาพที่นำเข้าจากต่างประเทศ และคัดสรรผ้าไทยที่มีคุณภาพจากประเทศไทย

อุปกรณ์ตัดเย็บและพิมพ์ลายเสื้อ

ทางร้านมีผู้บริหารที่มีความรู้ทางด้านเสื้อผ้า และการตัดเย็บที่ผ่านการเรียนอบรมมาอย่างดี และมีบุคลากรที่ผลิตเสื้อผ้าได้อย่างมีความรู้และมีคุณภาพ

ภาพที่ 3.5 : การเย็บเสื้อผ้า



ที่มา : โฟโต้บั๊กเก็ต. (2552). การเย็บเสื้อผ้า.

สืบค้นจาก <http://i964.photobucket.com>

ทางร้านใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย การใช้เครื่องพิมพ์ลายผ้า ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ โดยการออกแบบของผู้บริหารเอง ซึ่งมีความรู้ทางด้าน การสร้างสรรค์ลายผ้า โดยใช้โปรแกรม Illustration เป็นอย่างดี โดยเมื่อได้แบบของลายแล้ว ส่งเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อทำการพิมพ์ตามลวดลายและขนาดที่ป้อนข้อมูลไว้ด้วยเครื่องปริ้นลาย

การคัดเลือกเสื้อผ้านำเข้าจากต่างประเทศ

เลือกประเทศที่มีวัตถุดิบที่ดี มีคุณภาพ ยกตัวอย่างเช่น ผ้าจากประเทศเกาหลี จะมีการตัดเย็บและรูปแบบที่ทันสมัยกว่าประเทศจีน แต่มีราคาที่สูงกว่า ซึ่ง ขายได้ราคาดีขึ้นเช่นเดียวกัน

Price

ในด้านของเรื่องราคา ทางร้าน DressdictShop มีการตั้งราคาที่วัดจากต้นทุน งานผ้าไทยและจีน จะตั้งที่ราคา 300 – 790งานผ้าเกาหลี จะตั้งราคาที่ 1000 – 1990 งานออกแบบตัดเย็บเองของทางร้าน จะตั้งราคาอยู่ที่ 900 – 1990โดยทางร้านตั้งราคาตามคุณภาพ การออกแบบตัดเย็บ คุณภาพ และตามเทรนด์แฟชั่น

Place

ภาพที่ 3.6 : แผนที่ร้าน Dressdict Shop



ร้าน Dressdict Shop อยู่ที่ The Avenue เมเจอร์รัชโยธิน มีขนาดกว้าง 4 เมตร ยาว 4 เมตร ตั้งอยู่ในโซน MajorAvenue ซึ่งในนั้นมีร้านอาหารชื่อดังหลายแบรนด์ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เป็นแหล่งนัดพบ รวมตัวกันของกลุ่มวัยรุ่นจากทั่วทุกสารทิศในกรุงเทพมหานครทำให้เป็นทำเลที่มีกลุ่มเป้าหมายหนาแน่นเป็นจำนวนมาก ตั้งอยู่ท่ามกลางมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม สถานที่ทำงานในย่านรัชโยธิน สถานที่ทำงานในย่านลาดพร้าว อีกทั้งมีที่พักและคอนโดในย่านนั้นจำนวนมากโดย The Avenue ของเมเจอร์รัชโยธินเป็นสถานที่ที่บันเทิงครบวงจร ในด้านการบริการโรงหนัง ร้านอาหารหลายแบรนด์ดัง ธนาคารทุกธนาคาร มีโรงหนังเปิดถึงเที่ยงคืน เปิดบริการทุกวันไม่มีวันหยุด จึง ทำให้มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นจำนวนมากตลอดปี

ลักษณะของร้านตกแต่ง สไตล์ WhiteTrend เนื่องจากร้านเป็นสีขาว ทำให้เสื้อผ้าเด่นออกมา น่าสนใจ น่าเข้าร้าน ปลอดภัย

Promotion

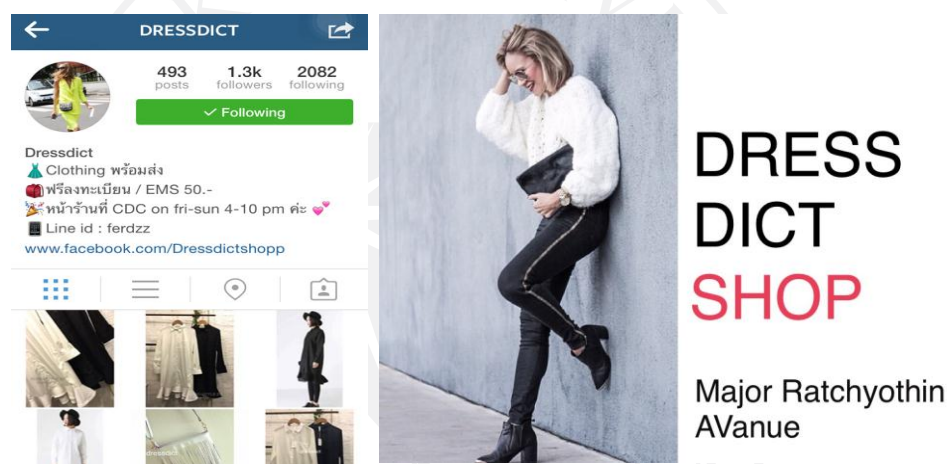
ทางร้าน มี Promotion ส่งเสริมการขายดังนี้

1. มีการใช้พนักงานขาย (Personal Selling)

พนักงานต้องเป็นผู้หญิง มีคุณสมบัติ มีใจรักในงานบริการ อายุตั้งแต่ 15-30 ปี บุคลิกดี สวมเสื้อผ้าดูสะอาดตา พนักงานจำเป็นต้องเข้าใจและเรียนรู้ในการใช้งานสื่อ Social Network อาทิ อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก โปรแกรม ไลน์ รับส่งอีเมลได้ และมีไหวพริบในการให้บริการลูกค้า

2. มีการสร้างเตือนความจำ (Remind)

โดยย้ำเตือน อัปเดตสินค้าของทางร้าน ให้ลูกค้าทุกวันโดยการ Update สินค้าใหม่ๆในช่องทางการสื่อสาร ทางอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์
ภาพที่ 3.7 : อินสตาแกรมร้าน Dressdict Shop



ที่มา : เดรสดิกซ์ช็อป. (2555). ร้านเดรสดิกซ์ช็อป.

สืบค้นจาก <https://instagram.com/dressdict>

3. มีการจัดทำเครื่องมือการสื่อสารแบบผสมผสาน (Integrated Marketing หรือ IMC)

3.1. โปรโมทสินค้าผ่านทาง Social network ต่างๆ

ขอบเขต

- ทาง Social Network ทางช่องทาง Instagram, Facebook Fanpage, Line Group, Webside, Email Direct

วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าถึงได้ของกลุ่มลูกค้าทางอินเทอร์เน็ต
- เพื่อยอดขายให้กับร้าน

3.2. โปรโมตสินค้าทาง Out Door คือการออกนอกสถานที่ การจัดแสดงสินค้าตามงานแสดงสินค้าต่างๆ อาทิ อิมแพคเมืองทองธานีงานตลาด Banan Market ที่แสดงสินค้ามีแบรนด์ของ Celeb ต่างๆ เข้าร่วมด้วย

ขอบเขต

- กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าถึงได้ต่อกลุ่มลูกค้าทั่วไป
- เพิ่มยอดขายให้กับร้าน

4.2 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์ด้านการผลิตและสร้างความแตกต่าง

Aspiration เป็นร้านเสื้อผ้าแฟชั่นที่ครบวงจร ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

Inspiration แรงบันดาลใจมาจากการที่ผู้บริหารชอบในเรื่องการแต่งตัวและการทำ สดสวยลงผ้า ผู้ซึ่งมีความรู้ความสนใจในเรื่องแฟชั่นอยู่แล้ว และต้องการพัฒนาธุรกิจให้มั่นคงและประสบความสำเร็จเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของนักช้อปปิ้ง

Measurable การวัดความประสบความสำเร็จของเราวัดได้โดยจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการและความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับ ผลกำไรที่เพิ่มขึ้น ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ

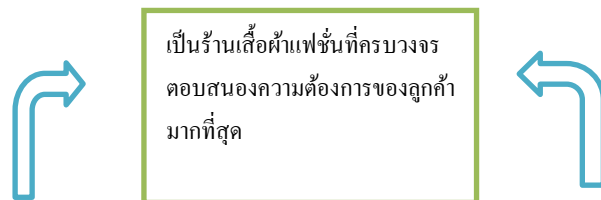
Achievable ความเป็นไปได้ของธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นมีความเป็นไปได้สูงเพราะเป็นการลงทุนในกลุ่มปัจจัยสี่ซึ่งทุกคนต้องใช้ต้องบริโภคและยังสามารถสร้างความแตกต่างของร้านให้มีจุดเด่นโดยการทำให้ครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และใส่ในความต้องการของลูกค้าเป็นหลักทำให้ร้าน Dressdict shop มีเอกลักษณ์

ระยะเวลาภายในระยะเวลา 3 ปี

ภายใต้แนวคิดเป็นร้านเสื้อผ้าแฟชั่นที่ครบวงจร ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

ภาพที่ 4.1 : Strategy Map

Customer



ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ

เพิ่มลูกค้าใหม่

Internal

สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

พัฒนาระบบการจัดการภายใน
ให้มีประสิทธิภาพสินค้าและบริการที่ดีที่สุดมาตรฐาน
ปลอดภัยและ ทันสมัยโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้
คนรู้จักมากขึ้นมีการอบรมทักษะใน
การทำงาน เพื่อพัฒนา
ความรู้

People

ให้พนักงาน
มีส่วนร่วมในการคิด
และพัฒนาองค์กรหาพนักงานที่มีใจรัก
การบริการและสามารถ
พัฒนาความสามารถได้มีสวัสดิการ
และผลตอบแทน
ที่ดีต่อผลงาน

4.3 ประเภทของกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

4.3.1 กลยุทธ์ระดับบริษัทหรือองค์กร (Corporate Strategy)

กลยุทธ์ระดับองค์กรของร้านเสื้อผ้าแฟชั่น Dressdict Shop ใช้ Growth Strategies เป็นการขยายกิจการให้มีขนาดใหญ่ขึ้นโดยต่อยอดจากธุรกิจนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศขยายให้ครบวงจรเพิ่มการออกแบบ ตัดเย็บเอง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากยิ่งขึ้นโดยมี สร้างความหลากหลายและมีมาตรฐานให้กับผู้บริโภครวมเพื่อให้เกิดผลกำไรที่ยั่งยืน

แผนปฏิบัติการ

1. ผู้บริหารเดินทางไปดูสินค้าเองที่ต่างประเทศเพื่อไปคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพมาให้ผู้บริโภค
2. ติดต่อผู้ค้าส่งผ้า และสร้างสัมพันธ์ไมตรีอย่างต่อเนื่อง
3. หาบุคลากรที่มีความรู้ และมีฝีมือในการตัดเย็บเสื้อผ้า
4. ซื้อเครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบลายกราฟฟิคบนผ้า และเครื่องปรินต์ลายที่มีคุณภาพ

4.3.2 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy)

1. กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost-Leadership Strategies)

มีการดำเนินงานดังนี้

- ใช้วัตถุดิบจากภายในประเทศไทยเป็นส่วนมาก และรับซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตโดยตรงโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง
- พนักงานออกแบบ ตัดเย็บ เสื้อผ้าเอง โดยไม่จ้างบริษัทข้างนอกทำ ทำให้งานตัดเย็บของเราออกมาดี เนียบ และเมื่อเกิดข้อผิดพลาดสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว
- ผู้บริหารที่มีความรู้ทางด้านโปรแกรม Illustrator โดยผ่านการอบรมมาอย่างดี ในเรื่องของการทำรวดลายของผ้า การพิมพ์ผ้า ทำให้ไม่ต้องไปจ้างบริษัทอื่นทำ ถือเป็น การประหยัดต้นทุน มากกว่าร้านอื่น
- ได้รับเครดิตจากร้านค้าส่งผ้า เนื่องจากมีการติดต่อซื้อของมาเป็นเวลามากกว่า 2 ปี จึงทำให้สร้างความน่าเชื่อถือต่อร้านขายผ้า

2. กลยุทธ์ด้านการผลิตและสร้างความแตกต่าง

มีการเพิ่มในส่วนของเสื้อผ้าที่ออกแบบตัดเย็บเอง โดยมีผู้บริหารที่มีความรู้ด้านเสื้อผ้า และการทำลวดลายลงบนผ้าบุคลากรผู้ซึ่งมีความชำนาญในการตัดเย็บเสื้อผ้าที่มีประสบการณ์สูง เพื่อสร้างความแตกต่างต่อคู่แข่งรายอื่น โดยเสื้อผ้าทุกชิ้นจะมีความไม่เหมือนใคร เสื้อผ้าจะแสดงออกถึง สไตล์ที่แตกต่างอย่างมีระดับ และไม่ทิ้งการเป็นแฟชั่นของตนเอง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความแตกต่างของร้านเสื้อผ้าให้มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง
2. สร้างแบรนด์ Dressdict Shop ขึ้นมาเพื่อเน้นกลุ่มลูกค้าเก่าและเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ
3. ลดต้นทุนในการจ้างผลิตจากต่างประเทศ
4. เพิ่มมูลค่าของสินค้าที่ผลิตจากทางร้าน Dressdict Shop
5. สร้างการซื้อซ้ำจากลูกค้า

การดำเนินงาน

1. ภายในร้านการตกแต่งที่ดูทันสมัยคือตกแต่งเป็นสีขาว ดูสะอาดตา ใส่การตกแต่งเป็น Whitevintagetrend
2. เน้นเสื้อผ้าและเนื้อผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ มีความทันสมัย และมีให้เลือกหลากหลายสไตล์ สิ่งสำคัญทางร้านใส่ใจในความต้องการของลูกค้าเป็นพิเศษ ผู้บริหารเป็นคนที่ชื่นชอบในเรื่องแฟชั่นและผ่านการอบรมทางด้านแฟชั่นมา จึงมีความเข้าใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี
3. Style เสื้อผ้าที่เน้นการแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเอง ในด้านการออกแบบตัดเย็บเอง ส่วนในด้านของการนำเข้าจากต่างประเทศ เน้นการตามแฟชั่นของดาราฮอลลีวูด ดาราเกาหลี ได้อย่างทันสมัย และรวดเร็ว
4. การบริการที่ทั่วถึง ใส่ใจในรายละเอียดของลูกค้าที่มาใช้บริการและ มีการบริการ การออกแบบเสื้อผ้าตามสไตล์ที่ลูกค้าอยากได้ และสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าสูงสุด

พฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร

1. ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นที่เลือกซื้อ
เสื้อผ้าที่ลูกค้ามีความต้องการมีหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น เสื้อ กางเกง กระโปรง เดรส ลูกค้าบางท่านอาจจะนำเสื้อผ้าหลายชิ้นมาใส่ให้ดูเข้ากันขึ้นอยู่กับความชอบส่วนบุคคล ประเภทของเสื้อผ้าและบริการล้วนมีผลต่อการตัดสินใจใช้เลือกซื้อ เสื้อผ้าที่สวยงาม มีคุณภาพ และบริการที่ประทับใจทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ ลูกค้าก็จะกลับมาซื้อและใช้บริการซ้ำ
2. วัตถุประสงค์ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

ลูกค้าที่มาซื้อเสื้อผ้า ล้วนมีเหตุผลแตกต่างกันมากมาย เช่น ต้องการใส่ไปพบปะสังสรรค์ เลี้ยงรุ่น พบเจอเพื่อนฝูง ออกงานต่างๆ หรือนั้นดสำคัญต้องการเสื้อผ้าที่ใส่แล้วเกิดความมั่นใจเป็นพิเศษ รวมถึงตั้งใจที่จะมาซื้อโดยเฉพาะเพราะชอบในสไตล์ของเสื้อผ้า

3. บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

เพื่อนฝูงหรือญาติพี่น้อง มีอิทธิพลเป็นอย่างมากในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น เพราะลูกค้าจะเกิดความมั่นใจมากขึ้นในการตัดสินใจซื้อ ถ้าเกิดคนใกล้ชิดเห็นดีเห็นงามไปด้วย ชอบในเสื้อผ้าที่ลูกค้าต้องการซื้อ

4. สถานที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

สถานที่ในการช้อปปิ้งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ กล่าวได้ว่าถ้าสถานที่นั้นสวยงามและมีความน่าเชื่อถือ เสื้อผ้ามีหลากหลายให้เลือกซื้อ และเป็นศูนย์รวมสินค้าแฟชั่น ก็เอื้อแก่การที่ลูกค้าจะให้ความสนใจกับสถานที่นั้นๆมากกว่า สถานที่ธรรมดาทั่วไป

5. ปริมาณการซื้อต่อครั้ง

ลูกค้าทุกท่านที่เข้ามาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมีจุดประสงค์ที่แตกต่างกัน บางท่านตั้งใจที่ซื้อโดยตรง มาถึงก็เลือกเสื้อผ้าของตัวเองที่คิดไว้ในใจอยู่แล้วว่าต้องการแบบไหน บางท่านมาเพื่อเป็นเพื่อน อาจจะซื้อตามเพื่อนเพื่อความเพลิดเพลิน เพราะฉะนั้นปริมาณการซื้อขึ้นอยู่กับจุดประสงค์แต่ละครั้งของผู้ซื้อ

6. ช่วงราคาเสื้อผ้าแฟชั่น

ลูกค้าส่วนมาก อาจจะใส่ใจในราคาของเสื้อผ้ากับคุณภาพไปพร้อมๆกัน คือต้องการเสื้อผ้าที่มีราคาไม่สูงมากจนเกินไปอาจจะอยู่ในช่วง 300 – 1,000 บาท และคุณภาพเป็นที่รับได้ เสื้อผ้าดูสวยและมีสไตล์ ถ้าเกินราคาช่วงนี้ลูกค้าอาจจะรู้สึกว่ามันแพงจนเกินความจำเป็น และอีกอย่างก็ขึ้นอยู่กับความชอบของลูกค้าเป็นหลัก

7. งบประมาณที่ใช้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นต่อครั้ง

ขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยของผู้บริโภค และความต้องการที่จะใช้บริการร้านเสื้อผ้าประเภทใด

8. ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกัน บางคนไม่เคยซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเลย เพราะอาจมีทัศนคติที่ไม่ดีกับการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น คิดว่ามันใส่ไม่ได้นาน มันผ่านมาแล้วก็ผ่านไปอย่างรวดเร็ว จึงเลือกที่จะซื้อเสื้อผ้าที่ใส่ได้นานๆ ไม่ใช่แฟชั่น และไม่ล่าหลังจนเกินไป อยู่ในแบบ

กลางๆ บางคนชอบที่จะตามแฟชั่น ชอบหาร้านเสื้อผ้าที่แปลกๆใหม่ๆตลอดเวลา เพราะฉะนั้นความถี่ในการซื้อเสื้อผ้า ขึ้นอยู่กับความชอบของผู้บริโภคแต่ละท่าน

9. วันที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น วันที่ผู้บริโภคให้ความสนใจในการพักผ่อนโดยการช้อปปิ้งส่วนมาก คือวันหยุด แต่ก็ยังมีลูกค้าบางกลุ่มที่สามารถซื้อเสื้อผ้าได้ตลอดเวลาที่มีเวลาว่างเพราะถือว่าเป็นการพักผ่อน ผ่อนคลายอารมณ์ จากความเครียด
10. ช่วงเวลาในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของเดือนลูกค้าส่วนมากจะช้อปปิ้งช่วงต้นเดือน
11. ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ลูกค้ามีระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจ ความสะดวกรวดเร็วของการบริการ และจุดประสงค์ของการไปซื้อเสื้อผ้าร้านนั้นๆ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานครเก็บรวบรวมข้อมูลได้กลับมาจำนวน 400 คนที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้เสนอสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

- n แทน กลุ่มตัวอย่าง
 $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย
 S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

ตารางที่ 4.1: ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	จำนวน(n=400)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	130	32.50
หญิง	270	67.50

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1(ต่อ): จำนวนและร้อยละของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	จำนวน(n=400)	ร้อยละ
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	59	14.80
21 – 30 ปี	165	41.30
31 – 40 ปี	86	21.50
41 – 50 ปี	48	12.00
มากกว่า 50 ปี	42	10.50
3. สถานภาพ		
โสด	198	49.50
สมรส	173	43.25
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	29	7.25
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	26	6.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	29	7.30
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	122	30.50
อนุปริญญา/ปวส.	57	14.30
ปริญญาตรี	150	37.50
สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.00
5. อาชีพ		
นิสิต/นักศึกษา	65	16.25
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	102	25.50
พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	120	30.00
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/นักธุรกิจ	24	6.00
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	28	7.00
เกษตรกร	52	13.00
อื่นๆ	9	2.25

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1(ต่อ) : จำนวนและร้อยละของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	จำนวน(n=400)	ร้อยละ
6. รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 5,000 บาท	59	14.80
5,001-10,000 บาท	160	40.00
10,001-15,000 บาท	98	24.50
15,001-20,000 บาท	33	8.30
20,001-25,000 บาท	19	4.80
มากกว่า 25,000 บาท	31	7.80

จากตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น พบว่า ผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21- 30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นใน เขตกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2: ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	จำนวน(n=400)	ร้อยละ
1. ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น		
เสื้อแฟชั่น	260	65.00
กางเกงยีนส์	28	7.00
กระโปรง	17	4.30
กางเกงสแลค/กางเกงผ้า	3	0.80
ชุดเดรส	63	15.80
กางเกงขาสั้น	7	1.80
เสื้อโค้ท	10	2.50
จัมสูท	8	2.00
อื่นๆ	4	1.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2(ต่อ) : ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	จำนวน(n=400)	ร้อยละ
2. วัตถุประสงค์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น		
ใส่เที่ยว/เล่น	180	45.00
ใส่ทำงาน	138	34.50
ใส่ไปงาน เช่นงานแต่งงาน	78	19.50
อื่นๆ	4	1.00
3. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ		
ตัดสินใจเอง	157	39.25
เพื่อน	133	33.25
แฟน	98	24.50
สมาชิกในครอบครัว	8	2.00
อื่นๆ	4	1.00

จากตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นที่เลือกซื้อ คือ เสื้อแฟชั่น วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ใส่เที่ยว/เล่น บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ คือตัดสินใจเอง สถานที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นส่วนใหญ่ แหล่งรวมเสื้อผ้าแฟชั่น ปริมาณซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นต่อครั้ง 1 – 2 ตัว ราคาซื้อต่อตัวอยู่ที่ 100 -300 บาท งบประมาณในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นต่อเดือน 500 – 1,000 บาท ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น 1 -2 ครั้งต่อเดือน วันในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น คือวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงต้นเดือน เวลา 18.01- 21.00 น.

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร

วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 4.3–4.10

ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	$\bar{X}$	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.52	0.58	มากที่สุด
2. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.26	0.65	มาก
3. ด้านบุคลากร	4.25	0.71	มาก
4. ด้านการจัดจำหน่าย	3.84	0.65	มาก
5. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.76	0.74	มาก
6. ด้านราคา	3.76	0.68	มาก
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.23	0.92	มาก
รวม	3.90	0.54	มาก

จากตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมผลการประเมินมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และอีก 6 ข้อ อยู่ในระดับการตัดสินใจมาก คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. สินค้ามีตราหือ	4.44	0.89	มาก
2. รูปแบบสินค้าทันสมัย	4.61	0.67	มากที่สุด
3. สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะ	4.46	0.70	มาก
4. มีหลายขนาด	4.48	0.83	มาก
5. สินค้ามีคุณภาพ	4.63	0.81	มากที่สุด
รวม	4.52	0.78	มาก

จากตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น อยู่ในระดับการตัดสินใจมากที่สุด 2 ข้อ คือ สินค้ามีคุณภาพ รูปแบบสินค้าทันสมัย มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มี 3 ข้อคือ มีหลายขนาด สินค้ามีตรายี่ห้อ และสินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. ราคาเหมาะสมกับตรายี่ห้อ	3.99	0.88	มาก
2. มีป้ายบอกราคาชัดเจน	4.00	0.84	มาก
3. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.16	0.81	มาก
4. มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา	2.80	1.34	ปานกลาง
5. ต่อรองราคาได้	3.85	0.90	มาก
รวม	3.76	0.68	มาก

จากตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้านราคา ผลการประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น อยู่ในระดับการตัดสินใจมาก 4 ข้อ คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีป้ายบอกราคาชัดเจน ราคาเหมาะสมกับตรายี่ห้อ และต่อรองราคาได้ ส่วนมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคาอยู่ในระดับการตัดสินใจปานกลางตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. จัดเรียงสินค้าน่าสนใจ	3.77	0.91	มาก
2. สถานที่จอดรถสะดวก	4.00	0.82	มาก
3. ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.19	0.74	มาก
4. มีป้ายชื่อร้าน เป็นจุดเด่น สังเกตได้ง่าย	3.67	0.89	มาก
5. สามารถติดต่อได้สะดวก เช่น มีเบอร์โทรศัพท์	3.60	0.97	มาก
รวม	3.84	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น อยู่ในระดับการตัดสินใจมากทุกข้อเรียงตามลำดับ คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มีสถานที่จอดรถสะดวก การจัดเรียงสินค้าน่าสนใจมีป้ายชื่อร้าน เป็นจุดเด่น สังเกตได้ง่าย และสามารถติดต่อได้สะดวก เช่น มีเบอร์โทรศัพท์ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต Facebook แผ่นพับ/โบรชัวร์	3.49	1.12	ปานกลาง
2. การจัดทำ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาในโอกาสต่างๆ	3.35	1.00	ปานกลาง
3. มีส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ	3.12	1.12	ปานกลาง
4. มีการแจก แคม แลกของสมนาคุณ รางวัล	3.10	1.21	ปานกลาง
รวม	3.26	1.11	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการประเมินในภาพรวม มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น อยู่ในระดับการตัดสินใจปานกลางทุกข้อ เรียงตามลำดับคือ มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต Facebook แผ่นพับ/โบว์ลัวร์ มีการจัดทำ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาในโอกาสต่างๆ มีส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ และมีการแจก แคม แลกของสมนาคุณ รางวัลตามลำดับ

ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. พนักงานมีความกระตือรือร้น รวดเร็วในการให้บริการ	4.38	0.85	มาก
2. พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	4.30	0.82	มาก
3. พนักงานมีกิริยา มารยาท สุภาพเรียบร้อย	4.20	0.82	มาก
4. พนักงานมีความรู้เรื่องเสื้อผ้าแฟชั่น	4.04	0.86	มาก
รวม	4.23	0.84	มาก

จากตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ผลการประเมินในภาพรวม มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น อยู่ในระดับการตัดสินใจมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ คือ พนักงานมีความกระตือรือร้น รวดเร็วในการให้บริการ พนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ พนักงานมีกิริยา มารยาท สุภาพ เรียบร้อย และพนักงานมีความรู้เรื่องเสื้อผ้าแฟชั่น ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. มีห้องลองสำหรับลูกค้าไม่มั่นใจขนาดไซส์	4.30	0.90	มาก
2. บริการรวดเร็ว คล่องแคล่วและถูกต้อง	4.11	0.90	มาก
3. มีบริการให้คำปรึกษาเพื่อให้เข้ากับสไตล์ของตัวเอง	3.76	1.05	มาก
4. มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน	3.32	1.25	ปานกลาง
5. บิลเก็บเงินมีการแสดงให้เห็นชัดเจน	3.32	1.06	ปานกลาง
รวม	3.76	1.03	มาก

จากตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการ ผลการประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น อยู่ในระดับการตัดสินใจมาก คือมีห้องลองสำหรับลูกค้าไม่มั่นใจขนาดไซส์ บริการรวดเร็ว คล่องแคล่วและถูกต้อง มีบริการให้คำปรึกษาเพื่อให้เข้ากับสไตล์ของตัวเอง ตามลำดับ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับปานกลาง มี 2 ข้อคือ มีระบบรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สิน และบิลเก็บเงินมีการแสดงให้เห็นชัดเจน

ตารางที่ 4.10: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D	ระดับการตัดสินใจ
1. ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของร้าน	4.48	0.71	มาก
2. สถานที่มีความสะอาด ดูทันสมัย	4.31	0.77	มาก
3. มีแสงสว่างที่เพียงพอ	4.28	0.77	มาก
4. ภายในร้านๆ กว้างขวาง มีห้องลองเสื้อผ้า	4.27	0.79	มาก
5. การจัดตกแต่งร้านสวยงาม เหมาะกับสไตล์ของร้าน	3.97	0.90	มาก
รวม	4.26	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการประเมินในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น อยู่ในระดับการตัดสินใจมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ คือ ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของร้าน สถานที่มีความสะอาด ดูทันสมัย มีแสงสว่างที่เพียงพอ ภายในร้านกว้างขวาง มีห้องลองเสื้อผ้า การจัดตกแต่งร้านสวยงาม เหมาะกับสไตล์ของร้าน ตามลำดับ

4.4 แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ

4.4.1 งบประมาณการลงทุน

ตารางที่ 4.11: ตารางแสดงประมาณการลงทุนเริ่มแรกของร้าน Dressdict Shop

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
อุปกรณ์สำนักงาน	300,000.00	300,000.00	-
รถยนต์	500,000.00	-	500,000.00
รวมสินทรัพย์ถาวร	800,000.00		
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	450,000.00	450,000.00	-
ค่ามัดจำสถานที่	150,000.00	150,000.00	-
เงินทุนหมุนเวียน	100,000.00	100,000.00	0
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	1,500,000.00	1,000,000.00	500,000.00

4.4.2 การคำนวณค่าเสื่อมราคาและตัดจ่าย

ตารางที่ 4.12: ตารางแสดงประมาณการคำนวณค่าเสื่อมราคาและตัดจ่ายของร้าน Dressdict Shop

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ถาวร	800,000				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	160,000	320,000	480,000	640,000	800,000

โอนไปงบดุล

สินทรัพย์ถาวร	800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
หักค่าเสื่อมราคาสะสม	160,000	320,000	480,000	640,000	800,000
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	640,000	480,000	320,000	160,000	-

ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	450,000				
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งตัดจ่าย	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
ตัดจ่ายสะสม	90,000	180,000	270,000	360,000	450,000

โอนไปงบดุล

ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000
หักตัดจ่ายสะสม	90,000	180,000	270,000	360,000	450,000
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	360,000	270,000	180,000	90,000	-

4.4.3 การประมาณการรายได้

ตารางที่ 4.13: ตารางแสดงการประมาณการรายได้ของร้าน Dressdict Shop

รายการ	ปีที่ 1			
	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
จำนวนลูกค้า	10	16	22	28
ราคาเฉลี่ยต่อคน	450	450	450	450
รวมยอดขายต่อวัน	4,500	7,200	9,900	12,600
รวมยอดขายต่อเดือน	135,000	216,000	297,000	378,000
รวมยอดขายต่อไตรมาส	405,000	648,000	891,000	1,134,000
รวมยอดขายต่อปี	3,078,000			
รายการ	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนลูกค้า	21	23	25	28
ราคาเฉลี่ยต่อคน	450	450	450	450
รวมยอดขายต่อวัน	9,450	10,350	11,250	12,600
รวมยอดขายต่อเดือน	283,500	310,500	337,500	378,000
รวมยอดขายต่อไตรมาส	850,500	931,500	1,012,500	1,134,000
รวมยอดขายต่อปี	3,402,000	3,726,000	4,050,000	4,536,000

ตารางที่ 4.14: ตารางแสดงรายการส่งเสริมการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	3,078,000.00	3,402,000.00	3,726,000.00	4,050,000.00	4,536,000.00
40 % ของยอดขายจะได้คูปอง	1,231,200.00	1,360,800.00	1,490,400.00	1,620,000.00	1,814,400.00
40 % ของผู้ได้คูปองจะใช้สิทธิ์เป็นสมาชิก	492,480.00	544,320.00	596,160.00	648,000.00	725,760.00
ส่วนลด 10 %	49,248.00	54,432.00	59,616.00	64,800.00	72,576.00

4.4.4 การประมาณการค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 4.15: ตารางแสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายของร้าน Dressdict shop

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าสถานที่	144,000	144,000	144,000	144,000	144,000
ค่าโทรศัพท์	36,000	36,360	36,724	37,091	37,462
ค่าขนส่ง	72,000	75,600	79,380	83,349	87,516
ค่าไฟฟ้า	43,200	44,496	45,831	47,206	48,622
ค่าเสื่อมราคา	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
เงินเดือน	360,000	378,000	396,900	416,745	437,582
รวมต้นทุนคงที่	905,200	928,456	952,834	978,391	1,005,182
ยอดขาย	3,078,000	3,402,000	3,726,000	4,050,000	4,536,000
ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนขาย 40%	1,231,200	1,360,800	1,490,400	1,620,000	1,814,400
ค่าบรรจุภัณฑ์ 0.7%	21,545	23,813	26,081	28,349	31,751
ส่งเสริมการขาย	49,248	27,000	29,000	31,000	33,000
ค่าใช้จ่ายในการทำนามบัตร+คู่มือ	15,390	17,010	18,630	20,250	22,680
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 2%	61,560	68,040	74,520	81,000	90,720
รวมต้นทุนผันแปร	1,378,943	1,496,663	1,638,631	1,780,599	1,992,551

*เงินเดือน

ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน
ผู้บริหาร	1	70,000
ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	1	40,000
ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน	1	35,000
พนักงานการตลาด	1	25,000
พนักงานขาย	2	50,000
พนักงานบัญชี	1	20,000

(ตารางมีต่อ)

*เงินเดือน(ต่อ)

ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน
พนักงานการเงิน	1	20,000
พนักงานจัดซื้อ	1	17,000
พนักงานออกแบบ	1	33,000
พนักงานในการตัดเย็บ/	5	50,000
รวม	12	360,000

4.4.5 การคำนวณจุดคุ้มทุน/การส่งเสริมการขาย/ดอกเบี้ยจ่าย

การคำนวณจุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่ / อัตรากำไรส่วนเกิน

กำไรส่วนเกิน = ยอดขาย - ต้นทุนผันแปร

อัตรากำไรส่วนเกิน = กำไรส่วนเกิน / ยอดขาย

ตารางที่ 4.16: ตารางแสดงการคำนวณจุดคุ้มทุนของร้านDressdict shop

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	1,699,057	1,905,337	2,087,369	2,269,401	2,543,449
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.55	0.56	0.56	0.56	0.56
จุดคุ้มทุนต่อปี	1,639,854	1,657,768	1,700,831	1,746,048	1,792,647
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	136,654.51	138,147.36	141,735.89	145,503.96	149,387.29
จุดคุ้มทุนต่อวัน	4,555.15	4,604.91	4,724.53	4,850.13	4,979.58

ตารางที่ 4.17: ตารางแสดงการประมาณการสินค้าคงเหลือ

ต้นทุนขาย 40%	1,231,200	1,360,800	1,490,400	1,620,000	1,814,400
ค่าบรรจุภัณฑ์ 0.7%	21,545	23,813	26,081	28,349	31,751
ต้นทุนรวม	1,252,745	1,384,613	1,516,481	1,648,349	1,846,151
สินค้าคงเหลือปลายงวด 2.5%	31,318.63	34,615.33	37,912.03	41,208.73	46,153.78

ตารางที่ 4.18: ตารางแสดงค่าดอกเบี้ยจ่ายเงินกู้ของร้านDressdict Shop

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินต้นที่คิดดอกเบี้ย	500,000.00	400,000.00	300,000.00	200,000.00	100,000.00
ชำระเงินต้น	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00
ดอกเบี้ยจ่าย 8%	40,000.00	32,000.00	24,000.00	16,000.00	8,000.00

4.4.6 งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 4.19: ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนของร้านDressdict Shop

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	3,078,000.00	3,402,000.00	3,726,000.00	4,050,000.00	4,536,000.00
หักต้นทุนผันแปร	1,378,943.00	1,496,663.00	1,638,631.00	1,780,599.00	1,992,551.00
กำไรส่วนเกิน	1,699,057.00	1,905,337.00	2,087,369.00	2,269,401.00	2,543,449.00
หักต้นทุนคงที่	905,200.00	928,456.00	952,834.48	978,390.64	1,005,182.42
กำไรก่อนการดำเนินงาน	793,857.00	976,881.00	1,134,534.52	1,291,010.36	1,538,266.58
หักดอกเบี้ยจ่าย	40,000.00	32,000.00	24,000.00	16,000.00	8,000.00
กำไรก่อนหักภาษี	753,857.00	944,881.00	1,110,534.52	1,275,010.36	1,530,266.58
หักภาษี	113,078.55	141,732.15	166,580.18	191,251.55	229,539.99
กำไรสุทธิ	640,778.45	803,148.85	943,954.34	1,083,758.80	1,300,726.59

4.4.7 งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 4.20: ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของร้าน Dressdict Shop

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	640,778.45	803,148.85	943,954.34	1,083,758.80	1,300,726.59
บวกค่าเสื่อมราคา	160,000.00	160,000.00	160,000.00	160,000.00	160,000.00
บวกค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	90,000.00	90,000.00	90,000.00	90,000.00	90,000.00
บวกดอกเบี้ยจ่าย	40,000.00	32,000.00	24,000.00	16,000.00	8,000.00
บวกภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	113,078.55	28,653.60	24,848.03	24,671.38	38,288.43
หักสินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	- 31,318.63	- 3,296.70	-3,296.70	-3,296.70	- 4,945.05
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	1,012,538.38	1,110,505.75	1,239,505.67	1,371,133.48	1,592,069.97
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
รวมสินทรัพย์ถาวร	-800,000.00	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	-450,000.00	-	-	-	-
ค่ามัดจำสถานที่	-150,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	-1,400,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	500,000.00	-	-	-	-
หักชำระเงินกู้	-100,000.00	-100,000.00	-100,000.00	-100,000.00	- 100,000.00
หักชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-40,000.00	-32,000.00	-24,000.00	-16,000.00	-8,000.00
ทุนหุ้นสามัญ	1,000,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	1,360,000.00	- 132,000.00	- 124,000.00	-116,000.00	-108,000.00
เงินสดสุทธิ	972,538.38	978,505.75	1,115,505.67	1,255,133.48	1,484,069.97
บวกเงินสดต้นงวด	100,000.00	1,072,538.38	2,051,044.13	3,166,549.80	4,421,683.27
เงินสดปลายงวด	1,072,538.38	2,051,044.13	3,166,549.80	4,421,683.27	5,905,753.25

4.4.8 งบดุล

ตารางที่ 4.21: ตารางแสดงงบดุลของร้าน Dressdict Shop

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	1,072,538.38	2,051,044.13	3,166,549.80	4,421,683.27	5,905,753.25
สินค้าคงเหลือ	31,318.63	34,615.33	37,912.03	41,208.73	46,153.78
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,103,857.00	2,085,659.45	3,204,461.82	4,462,892.00	5,951,907.02
สินทรัพย์ถาวร	640,000.00	480,000.00	320,000.00	160,000.00	-
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	360,000.00	270,000.00	180,000.00	90,000.00	-
ค่ามัดจำสถานที่	150,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00	150,000.00
รวมสินทรัพย์	2,253,857.00	2,985,659.45	3,854,461.82	4,862,892.00	6,101,907.02
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	113,078.55	141,732.15	166,580.18	191,251.55	229,539.99
เงินกู้สถาบันการเงินสุทธิ	500,000.00	400,000.00	300,000.00	200,000.00	100,000.00
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
กำไรสะสม	640,778.45	1,443,927.30	2,387,881.64	3,471,640.45	4,772,367.03
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,253,857.00	2,985,659.45	3,854,461.82	4,862,892.00	6,101,907.02
	-	-	-	-	-

*ภาษีเงินได้ค้างจ่าย

วิธีการบันทึกบัญชีที่กิจการใช้บันทึกภาษีเงินได้เมื่อกิจการได้จำนวนภาษีเงินได้ของงวดปัจจุบันจากการคำนวณ 30% กิจการจะบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายและหากยังไม่ได้ชำระก็จะบันทึกเป็นหนี้สินคือเดบิตค่าภาษีเงินได้

4.4.9 NPV และ IRR

ตารางที่ 4.22: แสดงค่า NPV และ IRR ของร้าน Dressdict Shop

กระแสเงินสดตลอดโครงการ	
ปีที่	
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	- 1,500,000.00
1 กระแสเงินสดรับ	972,538.38
2 กระแสเงินสดรับ	978,505.75
3 กระแสเงินสดรับ	1,115,505.67
4 กระแสเงินสดรับ	1,255,133.48
5 กระแสเงินสดรับ*	1,734,069.97
รวมกระแสเงินสดรับ 5 ปี = 6,055,753.25	
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	฿4,727,673.29
หักมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	- 1,500,000.00
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	฿3,227,673.29
อัตราผลตอบแทนของโครงการ	65%

*กระแสเงินสดรับในปีที่ 5 = เงินสดสุทธิจากงบกระแสเงินสด+เงินทุนหมุนเวียน+เงินมัดจำร้าน
รวมกระแสเงินสดรับ 5 ปี = 6,055,753.25 โดยกำหนดอัตราคิดลดเท่ากับ 8% (ประมาณการ) เป็น
การปรับกระแสเงินสดรับในอนาคตให้เป็นปัจจุบัน

4.5 แผนฉุกเฉิน

ถ้าการดำเนินกิจการไม่เป็นไปอย่างที่คาดไว้มีแผนในการปฏิบัติดังนี้
ถ้าจำนวนยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดไว้

1. จะเพิ่มการโฆษณามากยิ่งขึ้น เพื่อให้กลุ่มลูกค้ารู้จักและเชื่อถือในชื่อเสียง หันมาซื้อเสื้อผ้ากับทางร้าน Dressdict shop
2. เพิ่มการโฆษณาทาง Social Network โดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง
3. จัดโปรโมชั่นสำหรับช่วงนั้นๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าเพิ่มมากยิ่งขึ้น
4. เพิ่มการขายสินค้าแฟชั่นตามประเพณีนิยม
5. ลดปริมาณการนำเข้าและการผลิตสินค้าที่ไม่เป็นที่นิยม และหันมาผลิตและนำเข้าสินค้าที่เป็นที่นิยมของสังคมในช่วงๆนั้น

ถ้ามีคู่แข่งรายใหม่เข้ามา

1. สร้างความแตกต่างให้ลูกค้าได้เห็น จัดหาเสื้อผ้ารูปแบบใหม่ๆ ราคาไม่แพงกิจกรรมใหม่ๆและโปรโมชั่นของแถม การลดราคาเพื่อดึงดูดความน่าสนใจ
2. แสดงถึงความน่าไว้วางใจ และความทันสมัย ไม่ล้าสมัยของร้าน Dressdict shop
3. สร้างฐานลูกค้าประจำ โดยการทำบัตรสมาชิก เพื่อสิทธิพิเศษส่วนลดต่างๆ สะสมแต้มยอดซื้อ เพื่อสร้างความภักดีต่อสินค้า

ปัญหาด้านภัยธรรมชาติ

1. ถ้าเกิดอุทกภัยภายในร้าน จากการที่เราสร้างรูปแบบร้าน มีทางขนย้ายสิ่งของที่สำคัญหลายทางให้สะดวกและรวดเร็วเพื่อรับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด ส่วนถ้าเกิดอัคคีภัยภายในร้านจะมีระบบดูแลความปลอดภัยและการป้องกันล่วงหน้าก่อนเป็นอย่างดี
2. ปัญหาทางด้านการโจรกรรม ของผู้ร้าย ทางร้านได้ติดตั้งกล้องวงจรปิด และสัญญาณกันขโมยเพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้กับทางร้านมากยิ่งขึ้น
3. สร้างช่องการขายใน Social Network ให้แข็งแรง เพื่อที่ว่าเมื่อเกิดอุทกภัยไม่สามารถขายหน้าร้านได้ ก็สามารถเปิดขายในช่องทาง ออนไลน์ได้เช่นเดียวกัน
4. เก็บสต็อกสินค้าไว้ในที่ปลอดภัยเพื่อให้มีผลกระทบต่อสินค้าน้อยที่สุด

บรรณานุกรม

- กลยุทธ์ระดับองค์กร. (ม.ป.ป.). สืบค้นประเทศไทย_พ.ศ. 2554 จาก
<http://www.classifiedthai.com/content.php?article=18156>
- กลยุทธ์ระดับองค์กร.(ม.ป.ป.). สืบค้นจาก
<http://www.classifiedthai.com/content.php?article=18156>
- เครื่องพิมพ์ลายด้วยระบบคอมพิวเตอร์. (2555). สืบค้นจาก
<http://bdmprinters.com/index.php/-dtg-a-jet-600-1>
- ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด 4P. (2555). สืบค้นจาก
http://www.Th.swewe.net.word_show.htm/?100002053_1&ทฤษฎีการตลาด-4Ps
- ทฤษฎีพฤติกรรมสินค้าฟุ่มเฟือย. (2550). สืบค้นจาก
<http://www.digi.library.tu.ac.th/thesislec/1372/03chapter2.pdf>
- เทรนด์แฟชั่น. (2557). สืบค้นจาก
<http://www.sanook.com/fashion>
- บทวิเคราะห์อุตสาหกรรมเสื้อผ้าแฟชั่น. (2557). สืบค้นจาก
<http://www.newskidswear.wordpress.com>
- ผ้าเอสแอฟร่ ตรายูโลก สำหรับทำชุดชาฟารี. (2550). สืบค้นจาก
http://www.dkuniform.co.th/color_of_uniform.html
- แฟชั่น. (2553). สืบค้นจาก
<http://www.women.mthai.com/fashion>
- ภาพรวมและธุรกิจการแข่งขัน. (2553). สืบค้นจาก
<http://www.robinson.co.th>Inventor>CorperrateProfile>
- หลักการตลาด 4P. (2555). สืบค้นจาก
<http://www.Nanosoft.co.th/maktip01.htm>
- อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม-สสว. (2555). สืบค้นจาก
<http://www.sme.go.th/อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มpdf>
- Five Forces Model เครื่องมือวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด. (2555). สืบค้นจาก
<http://www.nanoscft.co.th/maktip88.htm>



ภาคผนวก

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	ศุภพัทธ์สิริ ขรรวาระนาท Supatsiri Khunwaranat
วัน เดือน ปีเกิด	30 กรกฎาคม 2531
สถานที่ติดต่อ	48/416 คอนโดลุมพินี-โชคชัยสี่ แขวงสะพานสอง เขตวังทองหลาง กทม 10310
อีเมล	ferdz_galz@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2556 – ปัจจุบัน	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2551 - 2554	นิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2550	มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนอูตรดิตถ์ดรุณี อูตรดิตถ์
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2554 – 2556	ผู้บริหาร ร้านเสื้อผ้าสตรี Dressdict Shop จังหวัดกรุงเทพมหานคร

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 25 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2558

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ศุภพักรวี จรุงวงษา อยู่บ้านเลขที่ 48/416
ซอย..... ถนน..... ตำบล/แขวง สะพานสอง
อำเภอ/เขต จันทองพล จังหวัด น่าน รหัสไปรษณีย์ 55000
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7560200540
ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิชาศึกษานานาชาติและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ
ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ แผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ : ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี Dressdict shop.

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร