

แผนธุรกิจร้านแว่นตา Vision prince by Dr. Optometrist
แผนกลยุทธ์การตลาด, การดำเนินงาน, การเงินและการลงทุน

Business plan for Vision prince by Dr. Optometrist



แผนธุรกิจร้านแว่นตาวิชั่นปรินซ์ โดย นักทัศนมาตร
แผนกลยุทธ์การตลาด, การดำเนินงาน, การเงินและการลงทุน

Business plan for Vision prince by Dr. Optometrist



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2562



©2562

จิรศยา ธีระวัฒน์ศิริ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

การจัดการมหาบัณฑิต สาขาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจร้านแว่นตา Vision Prince by Dr. Optometrist

ผู้วิจัย จิรัชยา ธีระวัฒน์ศิริ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา


.....
(ดร.วรวรรณ เลาะห์พลวัฒนา)

ผู้เชี่ยวชาญ


.....
(อ. อาทร พร้อมพัฒนภาค)


.....
(ดร.สุซาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 9 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

จิรัชยา ชีระวัฒนศิริ. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ,
ธันวาคม 2562 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจร้านแว่นตา Vision prince by Dr. Optometrist แผนกลยุทธ์การตลาด, การดำเนินงาน,
การเงินและการลงทุน (28 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.วรวรรณ เลหาพลวัฒนา

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจร้านแว่นตาวิชั่นพรีน โดยนักทัศนมาตร มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้
ประกอบการตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและการวางแผนในเรื่องของการเงิน การ
ลงทุน ของร้านแว่นตาวิชั่นพรีน โดยนักทัศนมาตร จากการศึกษาในความเป็นไปได้ของธุรกิจควบคู่ไป
กับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและประเมินศักยภาพของธุรกิจร้านแว่นตาวิชั่นพรีน เพื่อดู
ผลกระทบของปัจจัยต่าง ๆ ต่อการดำเนินงานขององค์กร รวมไปถึงการสำรวจขนาดตลาดแว่นตา
และพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อแว่นตาของผู้บริโภคในปัจจุบัน

ธุรกิจร้านแว่นตาวิชั่นพรีน เป็นร้านแว่นตารูปแบบใหม่ โดยการตรวจจะไม่ได้มีแค่การ
ตรวจวัดสายตาแบบร้านทั่วไป แต่จะเพิ่มการตรวจสุขภาพตาเบื้องต้นเข้าไป ธุรกิจร้านแว่นตาวิชั่น
พรีน เกิดจากการเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจ ที่เกิดจากการที่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามามีบทบาท
สำคัญในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้ประชาชนมีปัญหาสายตามากขึ้นจากพฤติกรรมการ
ใช้งานสายตาที่เปลี่ยนไป โดยสิ่งที่ผู้บริโภคจะได้รับคือการใช้แว่นตาประจำตัวที่มีความชำนาญใน
ด้านการแก้ปัญหาสายตาโดยเฉพาะ และทางร้านแว่นตาวิชั่นพรีนจะมีการทำการตลาดในช่องทาง
ออนไลน์มากขึ้นให้เข้ากับยุคสมัยในปัจจุบัน แต่ช่องทางการจำหน่ายหลักจะยังคงเป็นหน้าร้าน
เหมือนเดิม เนื่องจากต้องการให้นักทัศนมาตรเป็นผู้ทำการวินิจฉัยปัญหาสายตาให้แก่ผู้บริโภค

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจร้านแว่นตาวิชั่นพรีนนั้นทำให้เห็นถึงแนว
ทางการดำเนินธุรกิจร้านแว่นตาวิชั่นพรีน โดยมีให้เลือกอยู่ 2 แนวทาง แนวทางแรกคือการไปแข่งขัน
เรื่องราคา กับแนวทางที่สองคือการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจของตนเอง ร้านแว่นตาวิชั่นพรีน
ได้เลือกที่จะสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจของตนเอง โดยการนำนักทัศนมาตรที่ได้รับการรับรองจาก
กระทรวงสาธารณสุขมาเป็นผู้ตรวจวัดสายตา และตรวจสุขภาพตา อีกทั้งได้ทำการลงทุนเครื่องมือ
แพทย์ที่ให้ผลลัพธ์แม่นยำ และทันสมัย เพื่อตอบโจทยการใช้งาน โดยเป้าหมายหลักของธุรกิจร้าน
แว่นตาวิชั่นพรีนคือการทำให้ผู้บริโภคเห็นถึงความสำคัญของดวงตาตนเอง เนื่องจากดวงตาของเรานั้น
มีแค่คู่เดียว และไม่ได้อะไหล่ที่หาเปลี่ยนได้ง่ายอย่างรถยนต์ จึงอยากนำความรู้ที่มีช่วยให้ผู้บริโภค
ตระหนักถึงความสำคัญและมูลค่าของดวงตา โดยสินค้าและราคา ภายในร้านแว่นตาวิชั่นพรีน ราคา

สินค้าจะขึ้นอยู่กับราคาในตัวแทนจำหน่ายเป็นผู้กำหนดมาให้ จะไม่ทำการตั้งราคาให้สูงกว่าหรือตัดราคากับร้านแว่นตาอื่น และในส่วนของสถานที่ตั้งร้านแว่นตาวิชั่นปรีนจะอยู่ภายในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลชลบุรี เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

จากการนำปัจจัยต่างๆมาวิเคราะห์ทำให้ได้ข้อสรุปว่า ร้านแว่นตาวิชั่นปรีน จะใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 3,500,000 บาท โดยจะใช้ระยะเวลาคืนทุนที่ 1 ปี 3 เดือน และได้มีการเตรียมแผนฉุกเฉินไว้ในกรณีที่ยอดขายไม่เป็นไปตามที่ต้องการ อีกทั้งยังมีการเตรียมแผนการในอนาคตล่วงหน้าเพื่อดำเนินการขยายกิจการ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคจำนวนมากขึ้นต่อไป

คำสำคัญ: นักทัศนมาตร, ธุรกิจร้านแว่นตา, การตรวจวัดสายตาและสุขภาพตา



Theerawattanasiri, J. M.M.E. (Entrepreneurship), December 2019, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Vision prince by Dr. Optometrist (28 pp.)

Advisor: Dr.Worrawan Laohapolwatana

ABSTRACT

The purposes of this business plan were to decide business strategy, financial and investment planning of Vision prince by Dr. Optometrist. From the study of the possibility of the business with external environments analysis and estimate the potential to fine out the effect of factors to the organization, including research of eyewear market size and consumer behavior.

Vision prince by Dr. Optometrist is a revolution of optical shop. It will not only have vision examination but also have preliminary eye health examination. Vision prince saw the opportunity cause by digital devices that come in the consumer daily live that make the consumer have refractive error more than usually. Consumers will receive a personal Optometrist. Vision prince will have online marketing channel but main revenue from the optical shop because Dr. Optometrist need to diagnose consumer eyes problem.

From analysis of factors that will affect the business there are 2 choice to make business strategy. First is price competition and the second is to make a difference to the optical shop. Vision prince have chosen to make a difference. By having optometrist for vision examination and preliminary eye health examination and invest with medical equipment. The main goal of vision prince by Dr. Optometrist is to make the consumer realize the important of the eyes because our eyes only have one pair and not easy to find spare part like cars. So, this business wants to make the consumer more care about the eyes. The product and price will depend on the dealer assign. So, the price will not set a higher price or cut the price with other optical shop. Vision prince by Dr. Optometrist is located at central department store, Chonburi.

We conclude that vision prince by Dr. optometrist will have investment of 3,500,000 bath. The payback period is 1 year and 3 months. We a have the emergency plan if the sales do not meet our requirement and we also plan the future to expand the business.

Keywords: Optometrist, Optical shop, Vision examination and preliminary eye health examination.



กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร. วรวรรณ เลาะทะพลวัฒนา ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ซึ่งได้ให้ความรู้ คำแนะนำ ชี้แจงแนวทางการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ อีกทั้งคอยตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง รวมไปถึงการให้คำปรึกษาอันเป็นประโยชน์ต่อการนำมาประยุกต์ใช้กับแผนธุรกิจฉบับนี้ รวมถึงอาจารย์คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการท่านอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ให้ จนแผนธุรกิจฉบับนี้มีความสมบูรณ์และครบถ้วนยิ่งขึ้น ผู้จัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้จึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

จิรัชยา ธีระวัฒนศิริ



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	1
1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	1
1.4 รูปแบบของธุรกิจ	2
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	
2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด	3
2.2 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น	4
บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	
3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ	6
3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ	7
3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค	8
บทที่ 4 แผนการตลาด	
4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด	10
4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด	11
4.3 แผนงานสื่อสารการตลาด	12
บทที่ 5 แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร	13
5.2 การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน	14
5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร	15
5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	
6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง	16
6.2 ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อ	16
6.3 การจัดการคลังสินค้าและการควบคุมสินค้าคงเหลือ	16
6.4 ขั้นตอนการให้บริการ	17
บทที่ 7 แผนการเงิน	
7.1 ความต้องการเงินทุน แหล่งที่มา และโครงสร้างของเงินทุน	18
7.2 สมมติฐานทางการเงิน	19
7.3 การประมาณการงบการเงิน	20
7.4 การประเมินระยะเวลาคืนทุน	24
บทที่ 8 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ	
8.1 แผนฉุกเฉิน	26
8.2 แผนอนาคต	26
บรรณานุกรม	27
ประวัติผู้เขียน	28

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 7.1: ความต้องการเงินทุน แลลมที่มา และโครงสร้างของเงินทุน	18
ตารางที่ 7.2: ประมาณการรายได้ของร้านแว่นตาวิชั่นปรีน	19
ตารางที่ 7.3: ค่าใช้จ่ายของร้านแว่นตาวิชั่นปรีน	19
ตารางที่ 7.4: งบกำไรขาดทุนในปีที่ 1 เดือน ม.ค. - มิ.ย.	20
ตารางที่ 7.5: งบกำไรขาดทุนในปีที่ 1 เดือน ก.ค. - ธ.ค.	21
ตารางที่ 7.6: งบกำไรขาดทุน 3 ปีแรกของร้านแว่นตาวิชั่นปรีน	22
ตารางที่ 7.7: งบดุลปีที่ 1-3	23
ตารางที่ 7.8: งบกระแสเงินสดปีที่ 1-3	24



สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 4.1: การวางตำแหน่งบริการของร้านแว่นตาวิชั่นปรีน	11
ภาพที่ 5.1: โครงสร้างองค์กรร้านแว่นตาวิชั่นปรีน	12



บทที่ 1

บทนำ

1.1 แนะนำตัวธุรกิจ

ธุรกิจร้านแว่นตาวิชันปรีน โดยนักทัศนมาตร เป็นร้านแว่นตารูปแบบใหม่ทั้งในด้านการตรวจวัดสายตาและการตกแต่งภายในร้าน โดยการตรวจของทางร้านจะไม่ได้ตรวจแค่สายตาแต่จะมีการตรวจสุขภาพตาเพิ่มขึ้นมาเช่น การตรวจต่อลม ต้อเนื้อ ต้อกระจก การทำงานร่วมกันของกล้ามเนื้อตาทั้งสองข้าง เป็นต้น ทั้งนี้การตกแต่งภายในร้านจะมีการตกแต่งที่ทันสมัยมากขึ้น ทำให้ร้านแว่นตาวิชันปรีนไม่ดูจำเจเหมือนร้านแว่นทั่วไป เนื่องจากต้องการให้ผู้บริโภคได้รู้สึกถึงความเป็นกันเอง สนุกกับการเลือกกรอบแว่นตา และสบายใจที่จะปรึกษาปัญหาสายตาและสุขภาพตาของตนเองกับนักทัศนมาตร

โดยประเภทของธุรกิจเป็นธุรกิจร้านแว่นตา ซึ่งจัดอยู่ในประเภทของธุรกิจการให้บริการ โดยให้บริการในด้านการตรวจสุขภาพสายตาและสุขภาพตารวมถึงการประกอบแว่นตาให้กับผู้บริโภคตามค่าสายตาที่นักทัศนมาตรวินิจฉัยได้ โดยคำนึงถึงการมองเห็นที่ดีขึ้นของผู้บริโภค นอกจากนี้แว่นตาต้องสวมใส่สบาย ไม่ก่อให้เกิดอาการปวดหัวหรือปวดตาขณะสวมใส่ รวมไปถึงบุคลลากรภายในร้านแว่นตาวิชันปรีนจะแนะนำวิธีการใช้แว่นตาในกรณีเป็นแว่นตาชนิดพิเศษ และแนะนำเกี่ยวกับการดูแลรักษาแว่นตา และสุขภาพสายตาเบื้องต้นให้แก่ผู้บริโภค

1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจนี้เกิดขึ้นจากการเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจ เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของคนไทยในการที่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามามีบทบาทสำคัญในการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ประชาชนไทยมีสายตาสั้นตั้งแต่อายุน้อย และเนื่องจากประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจึงทำให้มีปัญหามองสายตายาวมากขึ้น และอีกทั้งยังเป็นธุรกิจของทางบ้านที่มีการสืบทอดกันมา

1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

เพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและการวางแผนในเรื่องของการเงิน การลงทุน ของร้านแว่นตาวิชันปรีน โดยนักทัศนมาตร จากการศึกษาในความเป็นไปได้ของธุรกิจควบคู่ไปกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและประเมินศักยภาพของธุรกิจร้านแว่นตาวิชันปรีน เพื่อดูผลกระทบของปัจจัยต่าง ๆ ต่อการดำเนินงานขององค์กร รวมไปถึงการสำรวจขนาดตลาดแว่นตา และพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อแว่นตาของผู้บริโภคในปัจจุบัน

1.4 รูปแบบของธุรกิจ

ธุรกิจร้านแว่นตาริชั่นปรีน โดยนักทัศนมาตร ถูกจัดตั้งขึ้นในรูปแบบของบริษัทจำกัด และมีรูปแบบในการดำเนินธุรกิจโดย

Value propositions คือ มีผู้ดูแลสุขภาพสายตาประจำให้แก่ผู้บริโภค และได้รับประสบการณ์ใหม่จากการตรวจวัดสายตาและสุขภาพตาอย่างเต็มรูปแบบ

Customer segment คือ กลุ่มผู้บริโภคที่มีปัญหาสายตา หรือผู้ที่มีความสนใจอยากดูแลสุขภาพตาของตนเอง

Customer relationship คือ ช่องทาง Social media ต่าง ๆ เช่น Facebook fan page, line@ และ Instagram เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถติดต่อสอบถาม และแจ้งโปรโมชั่น รวมถึงนำเสนอ Content ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพตา

Channel คือ ช่องทางหน้าร้านผู้บริโภคสามารถเข้ามาเพื่อตรวจวัดสายตาและสุขภาพตาอีกทั้ง สามารถขอคำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาสายตาที่พบเจอ นอกจากนี้ยังมีช่องทาง Social Media ต่าง ๆ อีกด้วย

Key activity คือ นอกจากการตรวจวัดสายตาแล้ว ทางร้านแว่นตาริชั่นปรีนยังมีการตรวจสุขภาพของตาด้วยเช่น การตรวจการทำงานของกล้ามเนื้อตา การตรวจต่อลม ต้อเนื้อ หรือต่อกระจก อีกด้วย

Key partner คือ บริษัทตัวแทนนำเข้ากรอบแว่นตา บริษัทเลนส์ บริษัทคอนแทคเลนส์ รวมถึงบริษัทเครื่องมือแพทย์

Key resource คือ นักทัศนมาตร และพนักงานขาย

Cost structure คือ เงินเดือนพนักงาน ต้นทุนสินค้า ค่าเช่าพื้นที่ และค่าสาธารณูปโภค

Revenue structure คือ ช่องทางการจำหน่ายส่วนใหญ่จะเน้นที่หน้าร้านเป็นหลัก รองลงมาจะเป็นในช่องทาง Social media

บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด

2.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis)

P – Political: เนื่องจากความไร้เสถียรภาพทางการเมืองในปัจจุบันส่งผลให้ประชาชนเลือกที่จะเก็บออมเงินมากกว่าที่จะนำเงินออกไปใช้ จึงส่งผลกระทบต่อระทบต่อสินค้าอย่างแวนตาเนื่องจากเป็นสินค้าที่อายุการใช้งานนาน และสามารถชะลอการซื้อได้

E – Economic: เนื่องจากเศรษฐกิจในประเทศไทยตอนนี้ยังไม่ดี ทำให้ผู้บริโภคมีระดับรายได้ที่ต่ำกว่าปีที่ผ่านมา ทำให้ผู้บริโภคมีรายได้น้อยลง และยอดใช้จ่ายต่อบิลลดลง แต่ธุรกิจในด้านออนไลน์ดีขึ้น คาดว่าธุรกิจจะทรงตัวได้จากการเพิ่มการโปรโมทไปในช่องทางออนไลน์

S – Social: เนื่องจาก lifestyle ของประชาชนในปัจจุบันนั้นเริ่มนิยมตามกระแสศิลปินเกาหลีมากขึ้น ร้านแวนตาวิชั่นปรีน สามารถนำเข้ากรอบแวนตาที่ศิลปินเป็นพรีเซ็นเตอร์มาขายในประเทศไทยพร้อมทั้งโปรโมทในช่องทางออนไลน์ได้

T – Technology: เนื่องจากปัจจุบันผู้คนเข้าถึงข้อมูลสื่อออนไลน์ได้มากขึ้น ร้านแวนตาวิชั่นปรีน สามารถใช้ช่องทางออนไลน์ในการทำ content ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องของปัญหาสายตาและสุขภาพ รวมถึงความสำคัญของการแก้ไขปัญหาสายตาอย่างถูกวิธี เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นถึงความสำคัญของดวงตา

E – Environment: เนื่องจากปัจจุบันเกิดเหตุน้ำท่วมในทางภาคอีสานของประเทศไทย จึงทำให้ผู้คนนำเงินไปบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัยกันมากขึ้น อาจส่งผลให้การขายสินค้าที่ไม่ใช่สินค้ายังชีพยอดขายลดลง

L- Legal: ปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายหรือข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับร้านแวนตาโดยตรง แต่ในอนาคตจะมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกิจการวัดสายตาประกอบแว่น จะส่งผลให้ร้านแวนตาในปัจจุบันมีมาตรฐานในการตรวจผู้บริโภคนที่สูงขึ้น และเรื่องการขายตัดราคากันจะหมดไป

2.1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยกดดันต่อธุรกิจ (Poster's Five Forces Model)

1. Threat of new entrants เนื่องจากธุรกิจแว่นตาเป็นธุรกิจที่ผู้คนภายนอกมองว่ากำไรสูง จึงทำให้มีผู้สนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจร้านแว่นตาจำนวนมาก แต่เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถในการวัดสายตา และประกอบแว่นเพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคสวมใส่สบาย จึงทำให้ผู้ค้ารายใหม่ไม่ค่อยส่งผลกระทบต่อตลาดมากนัก อีกทั้งร้านแว่นตาชั้นนำสามารถสร้างความแตกต่างได้ทั้งในการของเครื่องมือการตรวจ และบุคลากรภายในร้าน

2. Bargaining power of customers เนื่องจากร้านแว่นตาชั้นนำเป็นร้านแว่นตาเพียงไม่กี่ร้านที่ลงทุนเครื่องมือทางการแพทย์ และมีนักทัศนมาตรประจำร้าน ทำให้แว่นตาที่ผู้บริโภคได้รับนั้นเป็นแว่นตาที่ทำการตรวจและสั่งทำเลนส์ตัวใหม่ขึ้นมา รวมถึงปรับแต่งทรงให้เข้ากับใบหน้าของผู้บริโภคเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ซึ่งร้านอื่นในบริเวณใกล้เคียงไม่สามารถทำได้

3. Threat of substitute products ภัยคุกคามของสินค้าทดแทนยังมีให้เห็นไม่ชัดเจน เนื่องจากมีวิธีที่แก้ปัญหายาตาได้ไม่มากนัก อย่างเช่นการเลสิก ก็ยังไม่ถือเป็นสิ่งที่นำมาทดแทนได้อย่างเต็มที่นัก เนื่องจากยังมีผลกระทบตามมาจากการทำเลสิก จึงทำให้ผู้บริโภคยังจำเป็นที่จะต้องใส่แว่นตาอยู่ดี

4. Bargaining power of suppliers เนื่องจากผู้นำเข้าเลนส์แว่นตาและกรอบแว่นตาในประเทศไทยมีหลายเจ้าทำให้ร้านค้ามีตัวเลือกในส่วนของ Supplier เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในเรื่องของเลนส์แว่นตา เนื่องจากแต่ละบริษัทก็อยากพยายามให้ร้านแว่นตานั้นขายเลนส์ของบริษัทตนเอง

5. Industry rivalry จากการสำรวจในพื้นที่ห้างเซ็นทรัลชลบุรีมีร้านแว่นที่เปิดอยู่ทั้งหมดประมาณ 5 ร้านค้า ทำให้ลูกค้าสามารถเดินสอบถามราคาจากทุกร้านค้าได้ก่อนที่จะเลือกใช้บริการ แนวทางการป้องกันของร้านแว่นตาชั้นนำคือ การสร้างความแตกต่างจากร้านแว่นอื่นภายในตัวห้าง ทั้งในการของการตรวจและการตกแต่งร้าน

2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง

คู่แข่งทางตรง: ร้านตรวจวัดสายตาประกอบแว่นทั้งในห้างและนอกห้าง

คู่แข่งทางอ้อม: ศูนย์ทำเลสิก

● เปรียบเทียบคู่แข่งกับธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์: ไม่ค่อยมีความแตกต่างกันทั้งในด้านของราคา และคุณภาพของสินค้าในกรณีที่เป็นสินค้าแบรนด์เนม เนื่องจาก Suppliers เป็นเจ้าเดียวกัน

การบริการ: ร้านแว่นตาวิชันปรีน นั้นมีนักทัศนมาตรที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุขคอยให้คำแนะนำและ เป็นผู้ตรวจวัดสายตาและสุขภาพตาให้กับผู้บริโภค นอกจากนี้ร้านแว่นตาวิชันปรีนยังมีเครื่องมือทางการแพทย์เพื่อรองรับการตรวจสุขภาพตา เพื่อที่จะรองรับการตรวจสุขภาพตาให้กับผู้บริโภค โดยร้านแว่นตาวิชันปรีน สามารถตรวจความสามารถในการทำงานของกล้ามเนื้อตา ไปจนถึงในเรื่องของต้อลม ต้อเนื้อ ต้อกระจก หรือต้อหิน ให้กับผู้บริโภคได้ มีความสามารถในการให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภคที่มีปัญหาสายตาได้ตลอดเวลา เหมือนผู้บริโภคมีผู้ดูแลสุขภาพสายตาประจำตัว โดยไม่ต้องเสียเวลาเข้ามาที่หน้าร้านทุกครั้ง สามารถติดต่อผ่านช่องทาง Line@ ของทางร้านเพื่อขอคำแนะนำ หรือนัดหมายเพื่อเข้าตรวจสุขภาพตา



บทที่ 3

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ (SWOT analysis)

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในด้วย Swot analysis นั้น ร้านแว่นตาวิชั่นปรีณมีศักยภาพดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

- มีความเชี่ยวชาญในด้านการตรวจวัดสายตาและสุขภาพตา เนื่องจากมีนักทัศนมาตร ที่ผ่านการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีความชำนาญเกี่ยวกับการแก้ปัญหาสายตาโดยตรง มาให้บริการตรวจวัดสายตาและสุขภาพตาเบื้องต้น
- มีเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยรองรับการตรวจวัดสายตาและสุขภาพตา
- ตั้งอยู่ในพื้นที่ห้างเซ็นทรัลพลาซ่า ชลบุรี เพื่อให้สะดวกแก่การเดินทางของผู้บริโภค และง่ายต่อการเข้าถึง

จุดอ่อน (Weakness)

- Fixed cost สูง เนื่องจากพื้นที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ

โอกาส (Opportunity)

- ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้มีประชากรที่ความสามารถในการมองเห็นในระยะใกล้ลดลง ทำให้เกิดความจำเป็นต้องสวมแว่นตาในขณะที่ใช้สายตาระยะใกล้
- ปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากเมื่อก่อน จากการที่เทคโนโลยี หรือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามามีผลในชีวิตประจำวันของเรามากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเริ่มมีปัญหาสายตาดังแต่อายุน้อย

อุปสรรค (Threat)

- การตัดราคาค่อนข้างมาก เนื่องจากปัจจุบันมีร้านแว่นเปิดขึ้นมาเป็นจำนวนมากจึงทำให้เกิดการแข่งขันในเรื่องของราคาสูง

- เศรษฐกิจชะลอตัว ทำให้ผู้บริโภคไม่ค่อยใช้จ่าย และแว่นตาเป็นสินค้าที่ชะลอการซื้อได้ จึงทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับรู้ถึงความจำเป็นในการที่ต้องเปลี่ยนแว่นตา
- ผู้บริโภคยังไม่เห็นถึงความสำคัญของการแก้ไขปัญหาสายตาอย่างถูกวิธี
- ผู้บริโภคยังไม่เห็นถึงความสำคัญของการตรวจสายตาและสุขภาพตากับนักทัศนมาตร

3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ

วิสัยทัศน์

ร้านแว่นตาวิชันปรีน โดยนักทัศนมาตร เป็นร้านแว่นตาที่ตั้งขึ้นมาโดยนักทัศนมาตร ที่อยากนำความรู้ที่ศึกษามาเผยแพร่ และดูแลแก้ไขปัญหาสายตาและสุขภาพตาของผู้บริโภค อีกทั้งร้านแว่นตาวิชันปรีน ยังมีเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย ช่วยรองรับการตรวจสุขภาพตาอย่างละเอียด เพื่อสุขภาพสายตาที่ดีของผู้บริโภค

พันธกิจ

1. นักทัศนมาตรของร้านแว่นตาวิชันปรีน ต้องผ่านการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข
2. เครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัย เพื่อรองรับการตรวจสายตาและสุขภาพตาที่แม่นยำ
3. ส่งมอบแว่นตาให้กับผู้บริโภค พร้อมแนะนำการใช้งาน รวมถึงมีการบริการหลังการขายต่างๆ ไม่ว่าจะช่วยเหลือในการใช้งาน การรับประกันสินค้า
4. สินค้าทุกชิ้นมีคุณภาพสูง

เป้าหมาย

ระยะเวลา 1 ปี

- สร้างแบรนด์ให้ผู้บริโภคในพื้นที่รู้จัก และให้ความรู้แก่ผู้บริโภคถึงเหตุผลในการตรวจตากับนักทัศนมาตร และความสำคัญของการแก้ไขปัญหาสายตาอย่างถูกวิธี

ระยะเวลา 3 ปี

- สร้างทีมวิชาการขึ้นมา เพื่อจะอบรมนักทัศนมาตร และพนักงานให้มีความรู้ตลอดเวลา ทั้งในเรื่องของสุขภาพตา และในเรื่องของสินค้า
- ขยายสาขาไปในพื้นที่ใกล้เคียง

ระยะเวลา 5 ปี

- ขยายสาขาออกไปในจังหวัดใกล้เคียงพร้อมกับบุคลากรที่มีคุณภาพ

วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

- ทำให้ผู้บริโภคเห็นถึงความสำคัญของดวงตา
- มียอดขาย 50 ล้านบาท ภายในระยะเวลา 5 ปี

3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค

จากการศึกษาบทความเกี่ยวกับตลาดแว่นตาของMarketeer ทำให้ทราบว่าปัจจุบันตลาดแว่นตานั้นมีมูลค่ากว่า 10,000ล้านบาท และมีแนวโน้มที่จะเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี ปีละ 10% โดยเหตุผลที่ตลาดแว่นตานั้นมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นทุกปี เนื่องมาจากสังคมไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และอีกเหตุผลหนึ่งคือปัจจุบันนี้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของประชาชนมากขึ้นกว่าเมื่อก่อนมาก

จากข้อมูลการวิจัยของ กฤติณภัทร ศิรินรกุล (2560) เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกร้านแว่นตาของผู้บริโภคนั้น มาจากการที่ผู้บริโภคพบเห็นข่าวสารของร้านแว่นตาร้านนั้นล่าสุด ก่อนที่จะตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ โดยช่องทางส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคพบเห็นข้อมูลเกี่ยวกับร้านแว่นตามากที่สุด จะมาจากช่องทางออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค อีกทั้งยัง กฤติณภัทร ศิรินรกุล (2560) ยังมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปริมาณเฉลี่ยที่ผู้บริโภคใช้ในการเปลี่ยนแว่นตาอันใหม่ โดยเฉลี่ยแล้วผู้บริโภคที่มีปัญหาสายตาจะเปลี่ยนแว่นตาทุก 1ปี เป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังมีเรื่องของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อแว่นตาของผู้บริโภคนั้นมีอยู่ทั้งสิ้น 2 ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อผู้บริโภค

ปัจจัยด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากปัจจุบันมีร้านแว่นตาอยู่เป็นจำนวนมาก เพราะฉะนั้นร้านแว่นตาร้านใดที่สามารถบริการให้ผู้บริโภคประทับใจ รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคนั้น จะยิ่งง่ายต่อการทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อแว่นตาของร้านนั้นๆ ซึ่งทางร้านแว่นตาริชั่นปรีนนั้น มีนักทัศนมาตรที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุขคอยให้บริการและให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภคอย่างเต็มที่ อีกทั้งทำเลที่ตั้งของร้านแว่นตาริชั่นปรีนนั้นง่ายต่อการเดินทางเพื่อมาใช้บริการที่ร้านอีกด้วย

ปัจจัยถัดมาที่สำคัญไม่แพ้กันคือในเรื่องของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผู้บริโภคนั้นใช้เวลาในการเปลี่ยนแว่นตาเฉลี่ยปีละ 1 ครั้งทำให้ แว่นตาที่ผู้บริโภคต้องการ ควรจะเป็นแว่นตาที่ทนทาน และมีคุณภาพเพื่อรองรับแก่การใช้งาน หรือกิจกรรมต่าง ๆของผู้บริโภค และร้านแว่นตาริชั่นปรีน มีกรอบ

แว่นตาแบรนด์เนม คุณภาพมากมาย รวมถึงเลนส์แว่นตาชั้นนำของประเทศให้ผู้บริโภคได้เลือกแว่นตา และเลนส์แว่นตาที่เข้ากับกิจกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของตนเอง



บทที่ 4

แผนการตลาด

4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งบริการ

ภูมิศาสตร์

พื้นที่จำหน่าย

ระยะเวลา 1 ปี : จำหน่ายที่ห้างเซ็นทรัลชลบุรี

ระยะเวลา 3 ปี : ขยายสาขาไปบริเวณอื่นในจังหวัดชลบุรี

ระยะเวลา 5 ปี : ขยายสาขาออกไปในจังหวัดใกล้เคียง

ประชากรศาสตร์

ช่วงอายุ : 25 – 60 ปีขึ้นไป

เพศ : ชาย-หญิง

รายได้ : 25000 บาท ขึ้นไป

จิตวิทยา

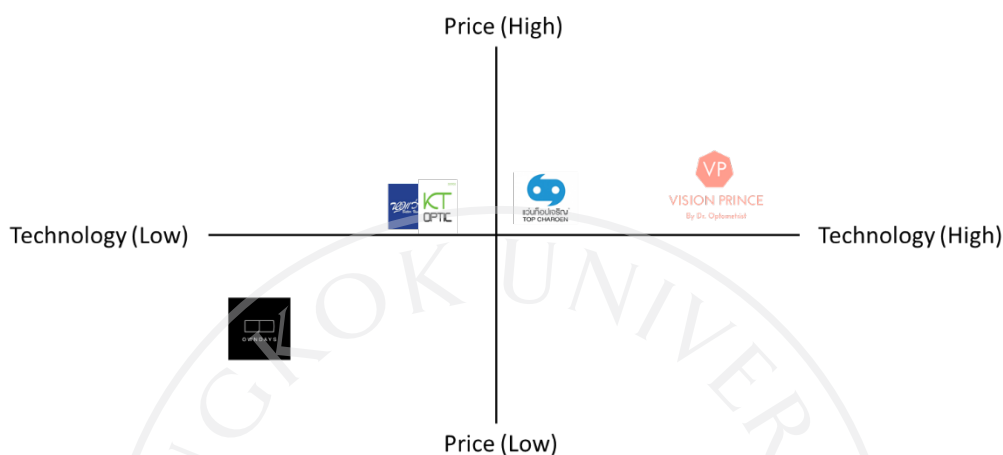
- มีปัญหาสายตา และสุขภาพตา
- ใส่ใจสุขภาพตา
- ชอบความทันสมัย
- เลือกลงมือไม่ไขว่ของถูก

ลูกค้ำเป้าหมาย

ผู้บริโภคที่มีปัญหาสายตาและสุขภาพตาที่ต้องการรับการดูแลอย่างมีประสิทธิภาพ เหมือนมีนักทัศนมาตรส่วนตัวคอยให้บริการ ใส่ใจสุขภาพสายตาของตนเองและคนในครอบครัว อีกทั้งยังต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาที่ต้องจ่าย มีบริการหลังการขายที่ดี สามารถติดต่อปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และปัญหาสุขภาพสายตาและสุขภาพตาได้ตลอดเวลา

การวางตำแหน่งบริการ

ภาพที่ 4.1: การวางตำแหน่งบริการของร้านแว่นตาวิชั่นพรีนซ์



จากภาพข้างต้นแสดงการวางตำแหน่งของร้านแว่นตาวิชั่นพรีนซ์ โดยการวิเคราะห์จาก 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยเรื่องเครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่นำมาใช้ประกอบการวัดสายตา และสุขภาพตา โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาดทั้ง 4 แบรินด์ดังนี้ หอแว่น ร้านแว่นตาที่ออปเจริญ K.T. Optic และ Owndays

4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

Product

การบริการของร้านแว่นตาวิชั่นพรีนซ์ นั้นมีการใส่ใจในทุกขั้นตอนการบริการ ดูแลผู้บริโภค ตั้งแต่เริ่มต้นก้าวเท้าเข้ามาภายในร้าน นอกจากนี้ร้านแว่นตาวิชั่นพรีนซ์ ยังมีการตรวจวัดสายตาและสุขภาพตา โดยนักทัศนมาตรที่ผ่านการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุขมาเป็นผู้ทำการดูแลผู้บริโภคอีกด้วย รวมถึงสินค้าของเราทุกชิ้นเป็นสินค้าคุณภาพ สั่งซื้อจากตัวแทนจำหน่ายของแบรนด์สินค้าโดยตรง ทั้งกรอบแว่นตา และเลนส์สายตาทุกคู่ไม่มีการเก็บสต็อกไว้ภายในร้าน เลนส์แว่นตาทุกคู่ของผู้บริโภคทางร้านแว่นตาวิชั่นพรีนซ์จะมีการดำเนินการสั่งทำขึ้นใหม่เพื่อผู้บริโภคคนนั้นๆ

Price

ในเรื่องของการตั้งราคาสินค้าและบริการภายในร้านแว่นตาวิชั่นปรี้นั้นได้ตั้งราคาตามที่บริษัทตัวแทนจำหน่ายกำหนดมา เพราะฉะนั้นสินค้าและบริการภายในร้านจะมีราคาที่ไม่แตกต่างจากร้านแว่นตาร้านอื่น

Place

ทำเลที่ตั้งของร้านแว่นตาวิชั่นปรี้น ทำเลที่ตั้งจะอยู่ที่ห้างเซ็นทรัลชลบุรี ซึ่งเป็นห้างชั้นนำของจังหวัดชลบุรี สะดวกและง่ายต่อการเดินทาง ผู้บริโภคสามารถเข้ามาใช้บริการได้ง่าย อีกทั้งยังมีช่องทางจำหน่ายทางออนไลน์อีกด้วย โดยช่องทางออนไลน์จะมีทาง Facebook fan page และ Instagram โดยทั้ง 2 ช่องทางนี้เราจะจำหน่ายเป็นสินค้าเช่น แว่นกันแดด และทำการส่งไปรษณีย์ให้แก่ผู้บริโภค ในส่วนของแว่นสายตา ทางร้านแว่นตาวิชั่นปรี้นจะแนะนำให้ผู้บริโภคนัดเข้ามาเพื่อรับการตรวจวัดสายตาและสุขภาพตาที่หน้าร้าน เนื่องจากมีเครื่องมือที่ทันสมัย รองรับบริการตรวจต่างๆ

Promotion

ร้านวิชั่นปรี้น จะทำการประชาสัมพันธ์ร้านค้าผ่านช่องทางออนไลน์ โดยผ่าน Content ที่เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของร้านวิชั่นปรี้น รวมถึงให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพตา การแก้ปัญหาสายตาอย่างถูกวิธี ความอันตรายต่างๆที่อาจเกิดแก่ดวงตาของผู้บริโภค รวมถึงเหตุผลที่ผู้บริโภควควรตรวจสุขภาพตาและสุขภาพสายตากับนักทัศนมาตร

4.3 แผนงานการสื่อสารการตลาด

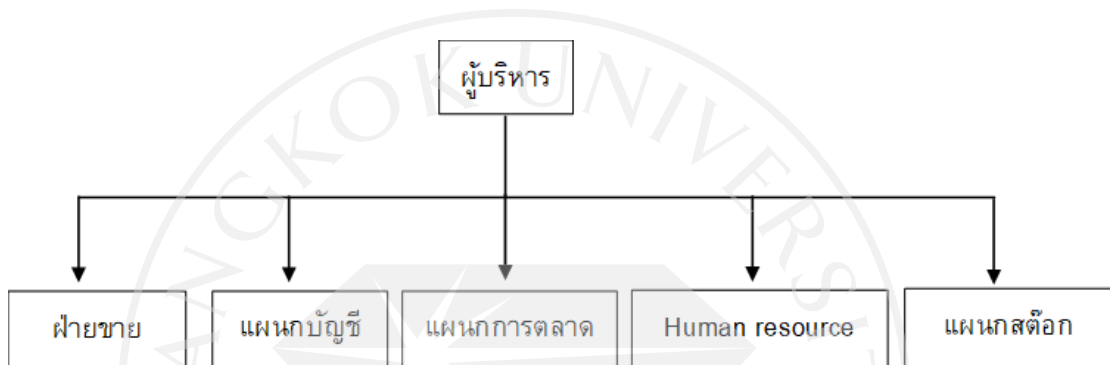
เริ่มแรกร้านแว่นตาวิชั่นปรี้นจะทำการประชาสัมพันธ์ร้านค้าผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างเช่น Facebook fan page, Instagram และช่องทางออนไลน์อื่นๆ เพื่อให้ผู้บริโภคภายในจังหวัดชลบุรีได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับร้านแว่นตาวิชั่นปรี้น นอกจากนี้ทางร้านแว่นตาวิชั่นปรี้นจะมีการทำใบปลิว แจกในบริเวณใกล้เคียงเพื่อให้ผู้บริโภคที่มีปัญหาสายตาได้เข้ามาใช้บริการที่ร้านแว่นตาวิชั่นปรี้น โดยจะมีโปรชันเพิ่มเติมอย่างเช่น ถ้านำใบปลิวมาที่ร้าน หรือแคปข้อความทางช่อง Facebook fan page จะได้รับส่วนลดพิเศษ หรือได้รับของสมนาคุณในการเข้าใช้บริการที่ร้านแว่นตาวิชั่นปรี้น

บทที่ 5

แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล

5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน

ภาพที่ 5.1: โครงสร้างองค์กรร้านแว่นตาวิชั่นปรีน



การจัดโครงสร้างองค์กรเริ่มต้นจากผู้บริหาร ซึ่งมีหน้าที่ตรวจเช็คและดูแลความเรียบร้อยของแผนงานต่างๆ ที่แต่ละแผนกเสนอ และแนะแนวทางขององค์กรว่าจะเป็นไปรูปแบบใดบ้าง ฝ่ายถัดมาคือฝ่ายบุคคล (Human resource) เพื่อดูแลในส่วนของบุคลากรการทำงานและจัดหาบุคลากรที่เหมาะสมตามหน้าที่ในแต่ละแผนก ถัดมาเป็นแผนกสต็อกซึ่งมีความสำคัญต่อองค์กรโดยที่สามารถส่งยอดสินค้าคงเหลือให้แก่ผู้บริหารได้ เพื่อให้ผู้บริหารได้ทำการสั่งซื้อสินค้าเข้ามาเพิ่มเติมเมื่อสินค้าขาด ฝ่ายการตลาดเป็นฝ่ายที่ต้องคอยเสนอแนวทางการตลาดต่างๆ ให้ผู้บริหารตัดสินใจในการจัดโปรโมชั่นหรือกิจกรรมในทางตลาดอื่นๆ ฝ่ายบัญชีจะมีหน้าที่ส่งข้อมูลทางบัญชีให้แก่ผู้บริหารใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกแนวทางในการพัฒนาองค์กรต่อไป ฝ่ายขายเป็นผู้ที่จะได้คุยกับผู้บริหารโดยตรง และเป็นผู้ที่จะนำนโยบายในด้านการบริการขององค์กรไปใช้กับผู้บริหาร

5.2 การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน รวมถึงคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องสรรหา

ฝ่ายขาย

มีหน้าที่ในการรับผิดชอบในการทำยอดขายทำเป้าที่ทางบริษัทได้กำหนดไว้ โดยที่สามารถให้บริการแก่ผู้บริโภคจนเกิดความประทับใจ และมีการซื้อซ้ำ คุณสมบัติของฝ่ายขาย ควรเป็นคนที่มีความใจเย็น ไม่อารมณ์ร้อน พุดจาไพเราะและชัดเจน เข้าใจง่าย ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีความกล้าแสดงออก สามารถเก็บอาการทางสีหน้าได้ดี ไม่ว่าเจอผู้บริโภคแบบไหนก็ตาม มีความรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ภายในร้านแว่นตาวีชั่นปรีน

แผนกบัญชี

มีหน้าที่ในการบันทึกรายรับ รายจ่าย รวมถึงจัดเตรียมเช็คส่งจ่าย จัดเก็บเอกสารทางบัญชี และจัดทำรายการทางการเงินและบัญชี ให้แก่บริษัท คุณสมบัติของฝ่ายบัญชีหลักๆ ควรมีความรอบคอบ ช่างสังเกต สามารถที่จะรักษาผลประโยชน์ขององค์กรได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

แผนกการตลาด

มีหน้าที่ในการคิดแผนการดำเนินการโปรโมทร้านแว่นตาวีชั่นปรีน และคิดโปรโมชันเพื่อดึงดูดลูกค้าเข้ามาภายในร้านแว่นตาวีชั่นปรีนให้ได้มากที่สุด บุคลากรที่จะมาทำหน้าที่ในแผนกตลาด ควรมีความคิดสร้างสรรค์ ตามทันเทรนด์ต่างๆที่เปลี่ยนไปในแต่ละวัน สามารถคิดคำโฆษณาให้เหมาะสมกับกระแสสังคมในแต่ละช่วงได้อย่างกลมกลืน

แผนกจัดการทรัพยากรมนุษย์

มีหน้าที่ในการสรรหา และคัดสรรบุคลากรที่จะเข้ามามีบทบาทหน้าที่ภายในองค์กร ให้เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่การงานต่างๆ และต้องคอยบริหารไม่ให้เกิดการขาดบุคลากรในแผนกต่างๆอีกด้วย โดยคนที่จะมาทำหน้าที่ตรงนี้ได้ ควรเป็นคนที่มีความสามารถในการวินิจฉัยคนเบื้องต้น มีมนุษยสัมพันธ์ดี ดูน่าเกรงขาม และสิ่งสำคัญสามารถจัดการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวในเรื่องของความสัมพันธ์ได้ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

แผนกสต็อก

มีหน้าที่ในการคอยเช็คผลิตภัณฑ์ว่ามีพอหรือไม่ รวมถึงเช็คสภาพของผลิตภัณฑ์หลังจากได้รับการส่งมอบจากบริษัท เพื่อตรวจสอบว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมามีคุณภาพมากพอที่จะวางจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคหรือไม่ ควรเป็นบุคคลที่มีความรอบคอบ และละเอียดแม่นยำ และสามารถวินิจฉัยได้ว่าผลิตภัณฑ์ชนิดไหน ควรสั่งมาที่ละเท่าไร เพื่อที่จะรองรับแก่ความต้องการของผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ ร้านแว่นตาวิชั่นปรีน

5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร

ร้านแว่นตาวิชั่นปรีนนั้นมีการจ้างงาน โดยเน้นการให้โอกาสกับผู้มีความสามารถตรงกับความต้องการของร้านแว่นตาวิชั่นปรีนเป็นหลัก รองลงมาจะคัดเลือกผู้ที่มีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ หรือมีความสนใจในการทำงานในสายงานต่างๆ การรับพนักงานของร้านแว่นตาวิชั่นปรีนจะมีการตกลงทำสัญญากันก่อน ซึ่งเงื่อนไขต่างๆต้องเป็นไปตามความสมัครใจของทั้งสองฝ่าย

5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร

ร้านแว่นตาวิชั่นปรีน ในกรณีของพนักงานที่เพิ่งเข้ามาใหม่นั้นจะมีพนักงานรุ่นพี่ คอยสอน ขั้นตอนและวิธีการทำงานในส่วนต่างๆ ตามสายงาน โดยพนักงานที่เข้ามาใหม่เบื้องต้นควรมีความใฝ่รู้ เพื่อพัฒนาตนเอง นอกจากนี้ทางร้านแว่นตาวิชั่นปรีน จะมีการเชิญวิทยากรของบริษัทเลนส์ชั้นนำต่างๆในประเทศ มาคอยให้ความรู้อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อพัฒนาความรู้ให้แก่พนักงาน เพื่อนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภค และยังมีการเชิญนักทัศนมาตร มาให้ความรู้เกี่ยวกับระบบการมองเห็น และปัญหาสายตาเบื้องต้นที่สามารถพบได้บ่อยอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

บทที่ 6

แผนการดำเนินงาน

6.1 การตัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง

ร้านแว่นตาวิชันปรีนมีการจัดตั้งขึ้นในรูปแบบของบริษัทจำกัด โดยเริ่มจากการจองซื้อบริษัทผ่านเว็บไซต์ของกรมการพัฒนาค่า จากนั้นจึงจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิ และนำไปยื่นต่อ นายทะเบียน โดยในหนังสือบริคณห์สนธิต้องระบุถึงวัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง ที่อยู่ของบริษัท รวมถึงข้อมูลของผู้ถือหุ้นทั้งหมด จากนั้นจึงจัดการประชุมขึ้น จากนั้นจึงนำเอกสารไปจดทะเบียนขอจัดตั้งบริษัท จากนั้นรับหนังสือรับรองการจัดตั้งบริษัทจากนายทะเบียน ทำให้ร้านแว่นตาวิชันปรีน นั้นมีการจัดตั้งในรูปแบบของบริษัทอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

6.2 ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อ

โดยผลิตภัณฑ์ที่ร้านแว่นตาวิชันปรีนต้องทำการจัดซื้อนั้นจะเป็นในส่วนของ กรอบแว่น สายตา กรอบแว่นตากันแดด คอนแทคเลนส์ รวมถึงเลนส์สายตา โดยที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ จะมีบริษัทที่จำหน่ายอยู่จำนวนไม่มาก เนื่องจากกรอบแว่นตาที่ร้านแว่นตาวิชันปรีน นำมาใช้ภายในร้านจะเป็น กรอบแว่นตาแบรนด์เนม ซึ่งสั่งซื้อกับตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยโดยตรงเท่านั้น ในส่วนของเลนส์แว่นตานั้นในประเทศไทยจะมีเจ้าใหญ่ๆ อยู่ประมาณ 4 แบรินต์ด้วยกัน ซึ่งทางร้านแว่นตาวิชันปรีน ก็ทำการจัดซื้อเลนส์สายตากับทั้ง 4 บริษัท เพื่อให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกหลากหลาย มีเลนส์หลายชนิด เพื่อตอบสนองต่อการแก้ปัญหาสายตาแก่ผู้บริโภค

6.3 การจัดการคลังสินค้าและการควบคุมสินค้าคงเหลือ

ร้านแว่นตาวิชันปรีนจะคอยเช็คจำนวนสินค้าคงเหลือทุกวันจันทร์ในแต่ละอาทิตย์ ซึ่งอย่างน้อยกรอบแว่นตาที่อยู่ภายในร้านแว่นตาวิชันปรีนนั้นควรมีขั้นต่ำ 500ตัว เป็นอย่างน้อย และมีการเช็คสินค้าคงเหลือทุกวันจันทร์ ในส่วนของการจัดการคลังสินค้า ทางร้านแว่นตาวิชันปรีนจะคอยดูถึงระยะเวลาในการขายออกไปในส่วนของกรอบแว่นตาในแต่ละตัว ถ้าตัวไหนขายออกไปช้า ทางร้านแว่นตาวิชันปรีนจะสั่งเพิ่มในจำนวนที่น้อยลง หรือไม่สั่งเพิ่มเข้ามาเลย แต่ในส่วนของกรอบแว่นตาที่ระยะเวลาการขายออกสั้น ร้านจะคอยสั่งเข้ามาเพิ่มเรื่อยๆ เมื่อเห็นว่าจำนวนสินค้าลดลง

6.4 กระบวนการหรือขั้นตอนการส่งสินค้าหรือให้บริการ

ขั้นตอนการให้บริการของร้านแว่นตาวิชันปรีน นั้นเริ่มบริการตั้งแต่ผู้บริโภครู้ว่ามาเข้ามาภายในร้าน โดยเริ่มต้นจะสอบถามพูดคุยถึงปัญหาสายตาของผู้บริโภคก่อน หรือความต้องการของผู้บริโภคในการเข้าใช้บริการร้านแว่นตาวิชันปรีน เพื่อที่ทางร้านแว่นตาวิชันปรีนจะได้บริการได้ถูกในส่วนที่ผู้บริโภคต้องการ จากนั้นในกรณีของผู้ที่มีปัญหาสายตาพนักงานจะเชิญเข้ารับการตรวจสุขภาพตา และสุขภาพสายตากับนักทัศนมาตรที่ผ่านการรับรองโดยกระทรวงสาธารณสุข หลังจากที่ผู้บริโภคได้รับการตรวจเสร็จนักทัศนมาตร จะทำการแนะนำเลนส์สายตาที่เหมาะสมกับผู้บริโภค จากนั้นจึงนำผู้บริโภคมาส่งมอบให้พนักงานขายรับช่วงต่อในการช่วยผู้บริโภคลือกรอบแว่นตาที่ต้องการ และเข้ากับเลนส์ที่ได้รับการแนะนำ ระหว่างนี้จะมีการนำเครื่องตีมาเสิร์ฟให้แก่ผู้บริโภค หลังจากที่ผู้บริโภคเลือกสินค้าเสร็จทางร้านจะขอทำประวัติไว้ และนัดรับสินค้าในอีก 7-10 วัน ช่างหน้า หลังจากผู้บริโภคมารับแว่นสายตาไปแล้ว ทางร้านจะมีบริการหลังการขาย โดยให้พนักงานขายหรือนักทัศนมาตร โทรไปหาผู้บริโภคหลังจากรับสินค้าไปประมาณ 7 วัน เพื่อสอบถามถึงการใช้งาน ถ้าในกรณีที่ผู้บริโภคสวมใส่ไม่สบาย สามารถนำสินค้ากลับมาทำการแก้ไขกับทางร้านได้ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม และผู้บริโภคที่มีประวัติกับทางร้านแว่นตาวิชันปรีน เมื่อครบระยะเวลา 1 ปี ทางร้านแว่นตาวิชันปรีนจะมีการโทรไปหาผู้บริโภค เพื่อแนะนำให้กลับมาทำการตรวจวัดสายตาและสุขภาพตาประจำปี

บทที่ 7

แผนการเงิน

7.1 ความต้องการเงินทุน แหล่งที่มาของเงินทุน และโครงสร้างของเงินทุน

ตารางที่ 7.1: ความต้องการเงินทุน แหล่งที่มาของเงินทุน และโครงสร้างของเงินทุน

เงินทุนทั้งหมดที่ต้องการ	3,500,000 บาท	
แหล่งที่มา และโครงสร้างเงินทุน		
แหล่งที่มา	จำนวนเงิน	สัดส่วน
เงินตัวเอง	1,000,000 บาท	28.57%
เงินพ่อแม่	1,500,000 บาท	42.86%
กู้ธนาคาร	1,000,000 บาท	28.57%
รวม	3,500,000 บาท	
ส่วนของผู้ถือหุ้น		
ส่วนของผู้ถือหุ้น	71.43%	
หนี้สิน	28.57%	

จากตารางข้างต้นจะแสดงให้เห็นว่าร้านแว่นตาวิชั่นปรินต้องการเงินลงทุนทั้งหมด 3,500,000 บาท ซึ่งเป็นการลงทุนครั้งแรกในการเปิดร้าน โดยจะประกอบด้วยค่าตกแต่งร้าน ค่าลงเครื่องมือที่ใช้ในการตรวจวัดสายตาและประกอบแว่นภายในร้าน อุปกรณ์สำนักงานต่างๆ โดยแหล่งที่มาของเงินทุนจะมาจาก 3 ช่องทางด้วยกัน โดย 2 ช่องทางแรกจะมาจากช่องทางส่วนตัวของผู้ถือหุ้น และอีกส่วนหนึ่งจะมาจากการกู้ธนาคาร รวมทั้งสิ้นเป็นเงินจำนวน 3,500,000 บาท โดยแบ่งเป็นส่วนของผู้ถือหุ้น 2,500,000 บาท และส่วนของการกู้ธนาคาร 1,000,000 บาท โดยจะคิดเป็นสัดส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 71.43% และส่วนที่กู้ธนาคารจะถือว่าเป็นส่วนของหนี้สินอยู่ที่ 28.57%

7.2 สมมติฐานทางการเงิน

ประมาณการรายได้และค่าใช้จ่ายในธุรกิจแวนตาวิชชั่นปรีนมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.2: ประมาณการรายได้ของร้านแวนตาวิชชั่นปรีน

ประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รวมยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	786,533	825,860	867,153
รวมยอดขายต่อปี	9,438,396	9,910,320	10,405,836

ตารางที่ 7.3: ค่าใช้จ่ายของร้านแวนตาวิชชั่นปรีน

ค่าใช้จ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายและการตลาด	3,038,523	3,057,400	3,077,220
ต้นทุนสินค้าขาย	3,410,633	3,581,165	3,760,223

จากตารางข้างต้นทั้งตารางที่ 7.2 และตารางที่ 7.3 จะแสดงให้เห็นถึงรายได้และค่าใช้จ่ายในธุรกิจร้านแวนตาวิชชั่นปรีน โดยที่ประมาณการรายได้ไว้ว่าทุกเดือนจะขายกรอบแวนตาและเลนส์แวนตาให้กับลูกค้าจำนวน 751 คน หรือตกวันละ 2-3 คน ในส่วนของรายจ่ายในธุรกิจแวนตาวิชชั่นปรีน ค่าใช้จ่ายจะเป็นในเรื่องของค่าเช่าพื้นที่ภายในห้าง ค่าเสื่อมราคาของเครื่องมือที่ใช้ในการตรวจวัดสายตาประกอบแว่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าโทรศัพท์ รวมไปถึงเงินเดือน และ Incentive ที่ให้แก่พนักงานและผู้จัดการร้าน โดยค่าใช้จ่ายทางการตลาดของร้านแวนตาวิชชั่นปรีนจะเน้นการทำตลาดในรูปแบบของออนไลน์ คือการสร้าง content เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตาผ่านช่องทางสื่อ Social media เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักและเข้าใช้บริการที่ร้านแวนตาวิชชั่นปรีน และในส่วนของต้นทุนสินค้าขาย จะประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายจากการสั่งกรอบแว่นตา และเลนส์แว่นตาจากบริษัทตัวแทนจำหน่ายกรอบแว่นตา และเลนส์แว่นตาแบรนด์ต่างๆเข้ามาจำหน่ายในร้านแวนตาวิชชั่นปรีน

7.3 ประมาณการงบการเงิน

งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน 3 ปีแรก โดยร้านแว่นตาวิชั่นปรีน โคนปีแรกได้จัดทำแบบรายเดือนและมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7.4: งบกำไรขาดทุนในปีที่ 1 เดือน ม.ค. - มิ.ย.

	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.
รายได้จากการขายและบริการ						
รวมรายได้	734,900	734,900	734,900	734,900	734,900	734,900
ต้นทุนการขาย	266,467	266,467	266,467	266,467	266,467	266,467
กำไรขั้นต้น	468,433	468,433	468,433	468,433	468,433	468,433
ค่าใช้จ่ายและการตลาด						
เงินเดือนพนักงาน	70,000	70,000	70,000	70,000	70,000	70,000
Incentive พนักงาน	29,396	29,396	29,396	29,396	29,396	29,396
ค่าเช่าพื้นที่	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ค่าสาธารณูปโภค	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
ค่าโทรศัพท์	399	399	399	399	399	399
ค่าใช้จ่ายการตลาด	28,699	6,500	5,500	25,500	4,500	4,500
ค่าเสื่อมราคา	31,750	31,750	31,750	31,750	31,750	31,750
รวมค่าใช้จ่าย	268,244	246,045	245,045	265,045	244,045	244,045
กำไรจากการขาย	200,189	222,388	223,388	203,388	224,388	224,388
ดอกเบี้ยจ่าย	6,667	6,667	6,667	6,667	6,667	6,667
กำไรสุทธิ	193,523	215,722	216,722	196,722	217,722	217,722

ตารางที่ 7.5: งบกำไรขาดทุนในปีที่ 1 เดือน ก.ค. - ธ.ค.

	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
รายได้จากการขายและบริการ						
รวมรายได้	734,900	734,900	734,900	837,000	905,800	1,081,500
ต้นทุนการขาย	266,467	266,467	266,467	301,800	326,033	384,600
กำไรขั้นต้น	468,433	468,433	468,433	535,200	579,767	696,900
ค่าใช้จ่ายและการตลาด						
เงินเดือนพนักงาน	70,000	70,000	70,000	70,000	70,000	70,000
Incentive พนักงาน	29,396	29,396	29,396	33,480	36,232	43,260
ค่าเช่าพื้นที่	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ค่าสาธารณูปโภค	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
ค่าโทรศัพท์	399	399	399	399	399	399
ค่าใช้จ่ายการตลาด	4,500	27,500	7,500	7,500	8,500	8,500
ค่าเสื่อมราคา	31,750	31,750	31,750	31,750	31,750	31,750
รวมค่าใช้จ่าย	244,045	267,045	247,045	251,129	254,881	261,909
กำไรจากการขาย	224,388	201,388	221,388	284,071	324,886	434,991
ดอกเบี้ยจ่าย	6,667	6,667	6,667	6,667	6,667	6,667
กำไรสุทธิ	217,722	194,722	214,722	277,404	318,219	428,324

จากตารางข้างต้นแสดงถึงงบกำไรขาดทุนในปีที่ 1 ของธุรกิจแวนดาวีชั่นปรีน แบบรายเดือน จะแสดงให้เห็นว่าใน 1 ปีจะมีช่วงประมาณ 3 เดือนหลังที่ร้านแวนดาวีชั่นปรีนขายดีขึ้น ซึ่งช่วง 3 เดือนหลังของปี เป็นช่วง High season ทำให้ยอดขายในช่วง 3 เดือนหลังมีการเติบโตเพิ่มขึ้น และแสดงให้เห็นว่าในปีแรกร้านแวนดาวีชั่นปรีนมีกำไรสุทธิเฉลี่ยเดือนละ 243,904บาท และนอกจาก รายได้จากการดำเนินการที่สูงขึ้น ส่งผลให้ค่า Incentive ที่ให้กับพนักงาน พนักงานได้รับสูงขึ้นตามไป กับยอดขายเช่นกัน

ตารางที่ 7.6: งบกำไรขาดทุน 3 ปีแรกของร้านแว่นตาวิชั่นปรีน

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้จากการขายและบริการ			
รวมรายได้	9,438,400	9,910,320	10,405,836
ต้นทุนการขาย	3,410,633	3,581,165	3,760,223
กำไรขั้นต้น	6,027,767	6,329,155	6,645,613
ค่าใช้จ่ายและการตลาด			
เงินเดือนพนักงาน	840,000	840,000	840,000
Incentive พนักงาน	377,536	396,413	416,233
ค่าเช่าพื้นที่	1,200,000	1,200,000	1,200,000
ค่าสาธารณูปโภค	96,000	96,000	96,000
ค่าโทรศัพท์	4,788	4,788	4,788
ค่าใช้จ่ายการตลาด	139,199	139,199	139,199
ค่าเสื่อมราคา	381,000	381,000	381,000
รวมค่าใช้จ่าย	3,038,523	3,057,399	3,077,221
กำไรจากการขาย	2,989,244	3,271,756	3,568,392
ดอกเบี้ยจ่าย	80,000	80,000	80,000
กำไรสุทธิ	2,909,244	3,191,756	3,488,392

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นถึงงบกำไรขาดทุนในช่วง 3 ปีแรกของธุรกิจร้านแว่นตาวิชั่นปรีน แสดงให้เห็นว่าในปีแรกนั้นมีรายได้จากการขายและบริการอยู่ที่ 9,43,400บาท โดยได้จากการขายกรอบแว่นตาและเลนส์แว่นตา โดยคาดว่าจะเติบโตทุกปีเนื่องจากสังคมไทยในปัจจุบันกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และการที่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามามีบทบาทในชีวิตมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีปัญหาสายตากันมากขึ้น โดยปีที่ 2 คาดว่าจะเติบโต 5% และมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอีก 5% ในปีที่ 3

โดยคิดเป็นอัตราส่วนทางการเงินดังนี้ โดยอัตราส่วนจะคิดเป็นอัตราส่วนจากรายได้จากการขายและบริการ ต้นทุนสินค้าเป็น 36% ของยอดขาย กำไรขั้นต้นเป็น 64% ของยอดขาย ค่าใช้จ่ายและการตลาดทั้งหมดเป็น 32% ของยอดขาย และมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 31% ของยอดขาย

ตารางที่ 7.7: งบดุลปีที่ 1-3

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสด	4,010,244	3,702,000	4,281,148
ลูกหนี้การค้า	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-
สินทรัพย์ถาวร			
คอมพิวเตอร์	15,000	15,000	15,000
อุปกรณ์สำนักงาน	15,000	15,000	15,000
เครื่องวัดสายตา	150,000	150,000	150,000
เครื่องตรวจสุขภาพตา	800,000	800,000	800,000
เครื่องมือประกอบแว่น	800,000	800,000	800,000
ค่าเช่าร้าน	1,000,000	1,000,000	1,000,000
ค่าเสื่อม	381,000	381,000	381,000
รวมสินทรัพย์	6,409,244	6,101,000	6,680,148
หนี้สินและทุน			
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
เงินกู้ธนาคาร	1,000,000	920,000	840,000
เงินกู้เจ้าหนี้	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น			
ส่วนของผู้ถือหุ้น	2,500,000	1,989,244	2,351,756
กำไร-ขาดทุน	2,909,244	3,191,756	3,488,392
รวม	6,409,244	6,101,000	6,680,148

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นถึงงบดุลร้านแว่นตาวิชัยชั้นปรีณในปีที่ 1-3 ซึ่งมีสินทรัพย์รวมกับ ส่วนของเจ้าของ โดยปีที่ 1 เท่ากับ 6,409,244 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 6,101,000 บาท และปีที่ 3 เท่ากับ 6,184,631 บาท

ตารางที่ 7.8: งบกระแสเงินสด ปีที่ 1-3

กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	ปี 1	ปี 2	ปี 3
เงินสดรับจากการขายสินค้า	9,438,400	9,910,320	10,405,836
เงินสดจ่ายค่าสินค้า	(3,410,633)	(3,581,165)	(3,760,223)
เงินสดจ่ายค่าเช่า	(1,200,000)	(1,200,000)	(1,200,000)
เงินสดจ่ายเงินเดือน	(1,217,536)	(1,236,412)	(1,256,234)
เงินสดจ่ายค่าน้ำไฟ	(96,000)	(96,000)	(96,000)
เงินสดจ่ายค่าโทรศัพท์	(4,788)	(4,788)	(4,788)
เงินสดจ่ายค่าการตลาด	(139,199)	(139,199)	(139,199)
เงินสดจ่ายดอกเบี้ยจ่าย	(80,000)	(80,000)	(80,000)
รวม	3,290,244	3,572,756	3,869,392
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน			
เงินสดจ่ายจากการซื้ออุปกรณ์	(2,780,000)	(2,780,000)	(2,780,000)
รวม	510,244	792,756	1,089,392
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน			
เงินสดรับจากการกู้ธนาคาร	1,000,000	920,000	840,000
เงินสดรับจากการลงทุนแรกเริ่ม	2,500,000	1,989,244	2,351,756
รวม	4,010,244	3,702,000	4,281,148

7.4 การประเมินระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนจากการลงทุน

จากการประมาณการรายได้แล้ว กำไรสุทธิของร้านแว่นตาวิชั่นปรีนตลอด 3 ปีมีรายละเอียด ดังนี้ ปีที่1 2,909,244 บาท ปีที่2 3,191,756 บาท และ ปีที่3 3,488,392 บาท ระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 1 ปี 3 เดือน

จุดคุ้มทุนถ้าคิดในกรณีที่ขายกรอบและเลนส์ที่ถูกสุดในร้านจะอยู่ที่อันละ 5,700 บาท ต้นทุนผันแปรอยู่ที่ 2,385บาท และต้นทุนคงที่ต่อเดือนอยู่ที่ 210,149 บาท ทำให้ต้องขายแว่นตาพร้อมเลนส์แว่นตาอยู่ที่ 63ชิ้นต่อเดือน

ผลตอบแทนจากการลงทุน ธุรกิจร้านแว่นตาวิชั่นปรีนจะเป็นการแบ่งกำไรจากการดำเนินงานรายปีให้แก่ผู้ถือหุ้นในบริษัททุกคน



บทที่ 8

แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ

8.1 แผนฉุกเฉิน

กรณีที่ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้

ทางร้านแว่นตาวิชัยชั้นปรีนจะมีการจัดการความเสี่ยงด้านนี้ด้วยการหยุดสั่งสินค้าเพิ่มชั่วคราว และทำการวิเคราะห์การตลาดอีกครั้งเพื่อให้ทราบว่าปัญหาเกิดจากจุดไหนถึงทำให้ยอดขายไม่ถึงเป้าหมาย และจะมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายต่อไป

กรณีการเข้ามาของคู่แข่งใหม่

ทางร้านแว่นตาวิชัยชั้นปรีนจะทำการพัฒนาด้านบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และศึกษาเกี่ยวกับเครื่องมือในการตรวจวัดสายตาและสุขภาพตาเพื่อเพิ่มความแตกต่างจากคู่แข่ง

กรณีขาดบุคลากรสำคัญ

ทางร้านแว่นตาวิชัยชั้นปรีนได้เตรียมแผนงานในการพัฒนาในด้านบุคลากรของร้านแว่นตาวิชัยชั้นปรีนให้มีศักยภาพที่เท่าเทียมกันทุกคน เพื่อให้ทุกคนจะสามารถทำงานทดแทนกันได้

8.2 แผนอนาคต

ในอนาคตร้านแว่นตาวิชัยชั้นปรีนจะมีแนวทางในการจัดการธุรกิจโดยการสร้างทีมส่งเสริมการขาย ของทางร้านเองเพื่อที่จะสามารถรับบุคลากรได้จากทุกสายงาน และทางร้านแว่นตาวิชัยชั้นปรีนจะสามารถสร้างบุคลากรขึ้นมาได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องเน้นจ้างบุคลากรที่มีประสบการณ์แล้วเท่านั้น และเมื่อยอดขายถึงเป้าหมายตามที่ตั้งแล้ว ทางร้านแว่นตาวิชัยชั้นปรีนดำเนินการขยายสาขาไปบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงจังหวัดชลบุรี จนกระทั่งสามารถครอบคลุมภาคตะวันออกได้ทั้งหมด

บรรณานุกรม

นายกฤติณภัทร ศิรินรกุล. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตา. สืบค้นจาก

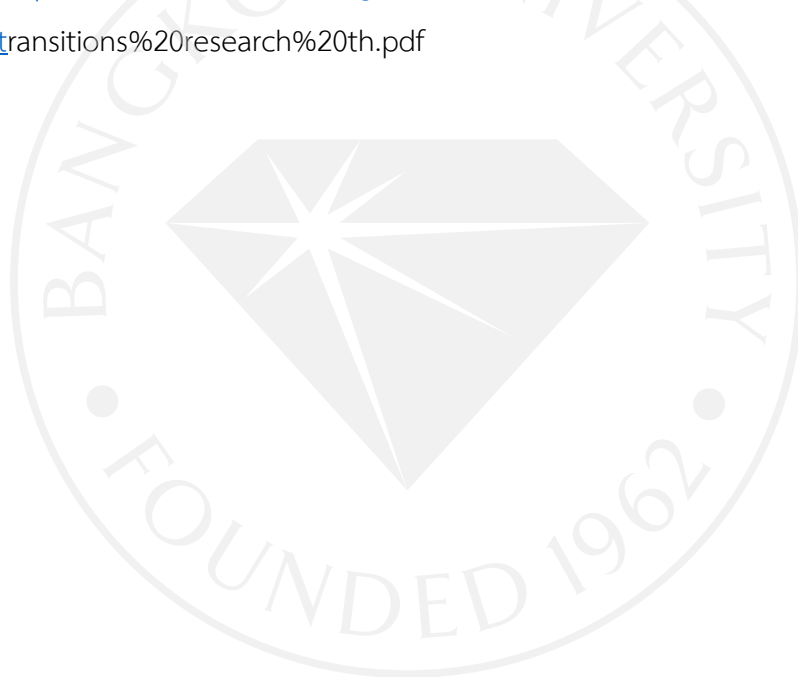
http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902031862_7358_6095.pdf

Marketeer. (2562). ตลาดแว่นตาไทย. สืบค้นจาก

<https://marketeeronline.co/archives/111318>

Transitions. (2560). พฤติกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพดวงตาในประเทศไทย. สืบค้นจาก

<http://www.transitions.com/global/life%20in%20the%20best%20light/reports/transitions%20research%20th.pdf>





ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล

จิรัศยา ธีระวัฒน์ศิริ

อีเมล

jiratsaya.dm@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้สิทธิในวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์

การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

วันที่ 9 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) จิรัชญา ธีระวัฒนศิริ อยู่บ้านเลขที่ 17/190

ชอย อนุรัตน์ ถนน วิจิตรปราการ ตำบล/แขวง บางพลาร้อย

อำเภอ/เขต บึงอ้อย จังหวัด ชลบุรี รหัสไปรษณีย์ 20000

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7611200077

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

คณะ การสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียว ในงานสารนิพนธ์ /

วิทยานิพนธ์หัวข้อ แผนธุรกิจร้านแว่นตา Vision prince by Dr. Optometrist

แผนกลยุทธ์การตลาด, การดำเนินงาน, การเงินและ การลงทุน

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนด

ระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่

ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดย

จะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดใน

ลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ

บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ

ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้

ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ

อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(จีระสมา ธีระวัฒนศิริ)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(อาจารย์อาทร พร้อมพัฒนภาค)
ผู้อำนวยการหลักสูตร