

แผนธุรกิจเช่าชุดแต่งงาน : กรณีศึกษาแผนธุรกิจแพลด
Business Plan for Smile in Love Wedding : Marketing Plan



แผนธุรกิจเข้าชุดแต่งงาน : กรณีศึกษาแผนธุรกิจแมนตลาด
Business Plan for Smile in Love Wedding : marketing plan



Mrs. Li Jing Miao

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561



© 2561
Li Jing Miao
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการสร้างความเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

เรื่อง แผนธุรกิจเช่าชุดแต่งงาน : กรณีศึกษาแผนธุรกิจแผนการตลาด

ผู้วิจัย Li Jing Miao

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ณัฐชา พิบุลกุลพัฒน์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(อาทร พร้อมพัฒนภัก)

(ดร.กัญญา พัฒนวรพันธุ์)

รองคณบดีคณะการสร้างความเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

วันที่ 31 เดือน มกราคม พ.ศ. 2562

Li Jing Miao. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, พุทธศักราช 2561, คณะการสร้าง
เจ้าของธุรกิจและบริหารจัดการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
แผนธุรกิจร้านเช่าชุดแต่งงาน “smile in Love ” (54หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา : ธีรภูษา พิบูลกุลพัฒน์

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจนี้จัดทำขึ้นเพื่อกำหนดเป้าหมายกำหนดกรอบความคิดเพื่อช่วยเป็น
แนวทางในการ
(1) เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการใหม่ (2) เพื่อศึกษาโอกาสในการ
ดำเนินธุรกิจและความ
เป็นไปได้ในการดำเนินโครงการลงทุน (3) เพื่อคำนวณความคุ้มค่าในการลงทุน
และ (4) เพื่อให้
ผู้ประกอบการจัดลำดับความคิดก่อนการเตรียมความพร้อมเพื่อเริ่มประกอบธุรกิจ
ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ธุรกิจเช่าชุดแต่งงานมีการแข่งขันสูง มีคู่แข่งจำนวนมาก การ
เพิ่ม
ยอดขายและการทำการตลาดเป็นสิ่งสำคัญหากจะอยู่รอด ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเต
รียมความพร้อมในโครงการ ด้านการส่งเสริมการขายด้วยการสมัครสมาชิก การ
ประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ พัฒนาบุคลากรด้านความรู้ของสินค้า การหาแหล่ง
วัตถุดิบเพิ่มเติม ฯลฯ
ด้านผลประกอบการ เริ่มต้นลงทุนในโครงการ 6,820,340บาท โดยเป็นส่วนของ
เจ้าของ
ทั้งหมด คาดการณ์ว่าจะมีกำไรสุทธิในปีแรก 50,000,000บาท มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ
(NPV) 81,590,193,47
บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 33% และมีระยะเวลาคืนทุนของโครงการที่ 2
ปี

LI JING MIAO , M.M., November 2018, School of Entrepreneurship and Management Bangkok University
Business plan to rent wedding dresses "smile in Love" (54pages)
Advisors: Nattacha Piboolkulphat

ABSTRACT

This business plan is created to define the goal, set the framework to help guide the way

- (1) To prepare for new entrepreneurs (2) to study business opportunities and feasibility of implementing investment projects (3) to calculate investment value and (4) To allow entrepreneurs to prioritize their ideas before preparing to start a business.

The results of the research found that The wedding dress rental business is highly competitive. There are many competitors. Sales and marketing are important if they survive. Entrepreneurs need to prepare for the project. In terms of promotion by subscribing Online media publicity Personnel development in product knowledge Finding additional sources of raw materials, etc.

Performance Start investing in the project 6,820,340 baht as part of the owner. All are expected to have a net profit in the first year. 50,000,000 baht With a net present value (NPV) 81,590,193,47 Baht Internal rate of return (IRR) 33% and payback period of the project at 2 years

น

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจเข้าชุดแต่งงาน “Smile in Love” เสร็จสมบูรณ์ได้ เนื่องจากความอนุเคราะห์จาก

อ..ARTHON PROMPATANAPAK ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาผู้สละเวลา ให้คำแนะนำชี้แนะแนวทาง และ

แก้ไขข้อบกพร่องจนแผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จลุล่วง อีกทั้งข้าพเจ้ายังขอขอบคุณ อ.SARANYA TANTHASIRI ผู้คอยช่วยเหลือในหลายๆโอกาสตลอดปีการศึกษาของข้าพเจ้า นอกจากนี้ยังขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านสำหรับประสบการณ์และความรู้ตลอดการศึกษา และขอขอบคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบแบบสอบถาม ทำให้แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จ

ลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณบิดา มารดา และเพื่อนๆร่วมชั้นเรียน ที่เป็นผู้ให้กำลังใจและ
คำแนะนำในการทำแผนธุรกิจนี้จนเสร็จสมบูรณ์

Li Jing Miao

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	
ง	
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	
จ	
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	
ฉ	
สารบัญภาพ	ญ
บทสรุปผู้บริหาร	1
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	13
1.2 สถานที่ตั้ง	
14	
1.3 ประเภทของสินค้า	
14	
1.4 นวัตกรรม	
15	
1.5 วิสัยทัศน์	
16	

1.6 พันธกิจ

16

1.7 เป้าหมาย

16

1.8 วัตถุประสงค์

16

1.9 โครงสร้างในการบริหารธุรกิจ

17

1.10 ทุนจดทะเบียน

17

1.11 ที่มาของการจัดทำแผนธุรกิจ

17

1.12 ความสำคัญของการจัดทำแผนธุรกิจ

17

1.13 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

17

1.14 วิธีการศึกษา

17

2. ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม

21

บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

22

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

23

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 3 วิเคราะห์การแข่งขัน

หน้า

3.1 สภาพของการแข่งขัน	
28	
3.2 ที่มีของการแข่งขัน	
29	
3.3 คู่แข่งขันของธุรกิจ	
29	
3.4 คำอธิบายธุรกิจด้วย BCG	31
3.5 วิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า	
31	
3.6 วิเคราะห์การแข่งขัน	33
3.7 การวิเคราะห์ความได้เปรียบการแข่งขัน	
34	
บทที่ 4 การจัดทากลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	
4.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์ Business Model Canvas	
36	
4.2 แผนงานด้านการเงินและงบประมาณ	
48	
บรรณานุกรม	
53	
ประวัติผู้เขียน	
54	

สารบัญตาราง

ตารางที่ 2.1: ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	32
ตารางที่ 2.2: ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	34
ตารางที่ 3.1: คู่แข่งขันของธุรกิจ	36
ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า	39
ตารางที่ 4.1: แสดงการประมาณงบกำไรขาดทุน	49
ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงรายได้	50
ตารางที่ 4.3: ตารางแสดงรายจ่าย	51
ตารางที่ 4.4: แสดงรายรับรายจ่ายและคาดการณ์อีก5ปีข้างหน้า	52



สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1: โลโก้ธุรกิจของร้าน Smile in Love
13

ภาพที่ 1.2: ภาพตัวอย่างร้าน Smile in Love
13

ภาพที่ 1.3: ภาพสถานที่ตั้งร้าน Smile in Love
14

ภาพที่ 1.4: ภาพตัวอย่างชุดลูกไม้
15

ภาพที่ 1.5: เป็นผู้นำธุรกิจเข้าสู่ตลาดแต่งงานที่สวยงามและทันสมัย
16

ญ

หน้า



Li Jing Miao ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาการสร้างเจ้าของธุรกิจและการ
บริหารกิจการ
ย่อม, ธันวาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ บทนี้เป็นการนำเสนอ
เนื้อหาที่เกี่ยวกับ
การแนะนำธุรกิจ ความสำคัญและที่มาของการจัดทำแผน วัตถุประสงค์ของการจัดทำ
แผน และวิธี

การศึกษาที่นำมาใช้สำหรับการจัดทำแผน โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อ ดังต่อไปนี้

1.1 แนะนำธุรกิจ

ภาพที่ 1.1 : โลโก้ธุรกิจร้านเช่าชุดแต่งงาน Smile in Love

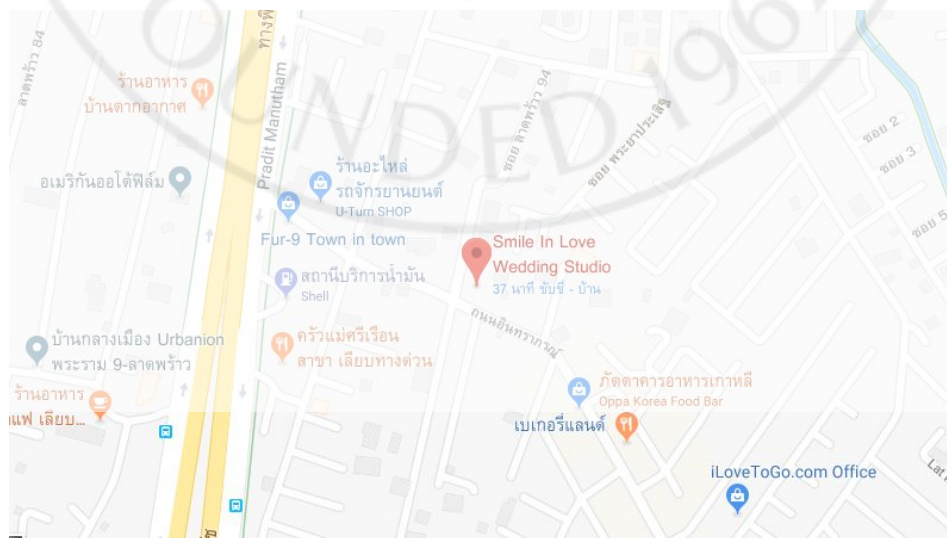


ร้านเช่าชุดแต่งงาน Smile in Love เป็นร้านเช่าชุดแต่งงานที่เน้นคุณภาพ การให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าสูงสุด เน้นคุณภาพของชิ้นงาน การออกแบบ ดีไซน์ งานเย็บปักถักร้อยที่มีความชำนาญและใส่ใจในรายละเอียด



1.2 สถานที่ตั้ง

ภาพที่ 1.3: ภาพสถานที่ตั้งร้าน Smile in Love



ท่ามา : (google map)

ร้าน Smile in Love จะตั้งอยู่ที่ 135/2 ซอย ลาดพร้าว 94 (ท้ายซอยหรือซอย บดินทรเดชา) รัชทองกลาง กรุงเทพมหานคร 10310 (IG: Smile in Love) โดยมี เหตุผลในการเลือกสถานที่ตั้งนี้ดังนี้

1. เพราะเป็นแหล่งรวมสินค้าและย่านธุรกิจ
2. สินค้าที่ขายในบริเวณนี้มีคุณภาพดี
3. มีผู้คนพลุกพล่านอยู่ใกล้ศูนย์การค้า

กรุงเทพมหานคร กาเดินทางสะดวก จึงเป็นที่นิยมของทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ต่างประเทศ

4. เป็นแหล่งรวมเสื้อผ้าที่มีการออกแบบอย่างประณีต

1.3 ประเภทของสินค้า

ธุรกิจ “Smile in Love” เริ่มดำเนินธุรกิจเมื่อต้นปี 2560 เป็นธุรกิจขายเสื้อผ้าที่ เน้น

การออกแบบสวยหรู ประณีต มีทั้งเช่าสูท ชุดเพื่อนเจ้าสาว สามารถใช้งานได้ ใน หลายๆโอกาส เช่น 1.งานเลี้ยงสังสรรค์ 2. งานแต่งงาน 3.งานประเพณีต่าง ๆ ซึ่งมี ชนิดของผ้าและแบบหลากหลายชนิด

จุดเด่น

- 1.มีดีไซด์ทันสมัย
- 2.เป็นงานประณีต และงานฝีมือ
3. มีหลากหลายรูปแบบเพื่อใช้ในโอกาสต่าง ๆ

1.4 นวัตกรรม

ด้วยรายละเอียดของลูกไม้แสนสวย ดีเทลของลูกไม้ นั้น ทั้งสง่างามและมีมนต์เสน่ห์ ของความคลาสสิกอย่างน่าพิศมัย ยิ่งผลงานการออกแบบชุดเจ้าสาวในคอลเลคชั่น 2016 - 2017 นี้ก็ยังมีนวัตกรรมที่รุดหน้าเข้าไปใหญ่ ทั้งลักษณะผืนผ้าที่หรูหรา การเดินเส้นสายลวดลายอย่างสวยงาม รวมไปถึงความซับซ้อนในรายละเอียดของ ลูกไม้ที่ละเอียดอ่อน ทำให้ทางร้านเราได้ที่ชนะเลิศชนะเลิศเหล่านี้มาให้บริการในร้านของ เราทำให้มอบความรู้สึกสมบูรณ์แบบสำหรับผู้เป็นเจ้าสาวอย่างแน่นอน

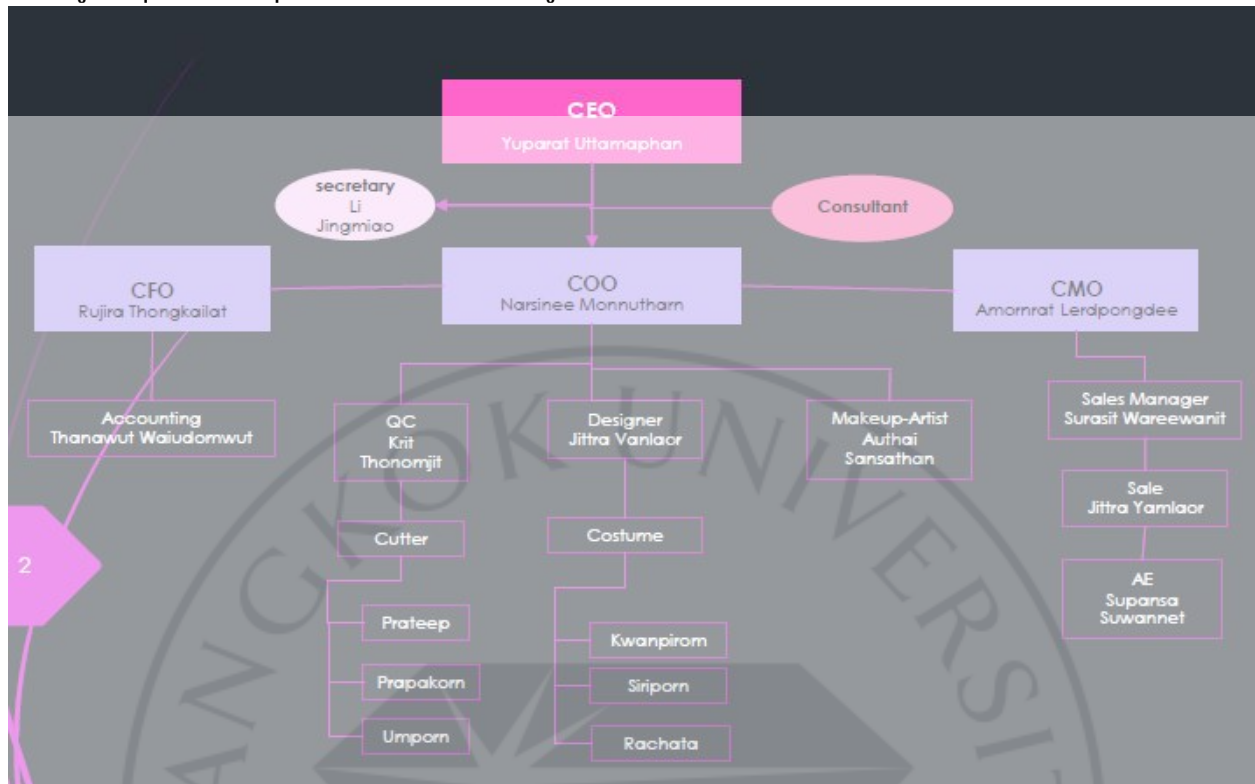
ภาพที่ 1.4 : ภาพตัวอย่างชุดลูกไม้



ท่ามา : (<https://www.taipeiroyalwed.tw/>)

1.5 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำธุรกิจเข้าสู่ชุดแต่งงานที่สวยงามและทันสมัย



1.6 พันธกิจ

มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพระดับสากล เพื่อสร้าง การยอมรับและความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ

1.7 เป้าหมาย

1. สร้างฐานลูกค้าให้แข็งแรง และเป็นที่ยอมรับทั้งคุณภาพและบริการ
2. เป็นที่รู้จักของคนในประเทศ 1 ใน 5 เมื่อพูดถึงธุรกิจเข้าสู่ชุดแต่งงาน
3. ขยายสาขาทั่วภูมิภาค

1.8 วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างแบรนด์ให้มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักในแวดวงของธุรกิจเข้าสู่ชุดแต่งงาน
2. สามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีผลกำไรสุทธิในทุกปีไม่ต่ำกว่า 2,000,000 บาท ซึ่งมี

อัตราการเติบโตของรายได้มากกว่า 10% ตั้งแต่ปีที่ 2-4 และในปีที่ 5 เป็นต้นไป มีกำไรสุทธิมากกว่า 15 % ของรายได้ในแต่ละปี

1.9 โครงสร้างในการบริหารธุรกิจ

ภาพที่1.6: ภาพแสดงโครงสร้างการบริหารงานของธุรกิจ

1.10 ทุนจดทะเบียน

จากแผนการดำเนินงานตามโครงการ กิจการมีความจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 6,820,340บาท โดยมาจากส่วนของเจ้าของกิจการทั้งสิ้น 6,820,340บาท โดยธุรกิจเริ่มต้นในช่วง กลางปี พ.ศ. 2560

1.11 ที่มาของการจัดทำแผนธุรกิจ

เนื่องจากร้านเช่าชุดแต่งงาน “Smile in Love” เป็นร้านขายเสื้อผ้าที่เจ้าของกิจการไม่เคยมีประสบการณ์

เกี่ยวกับธุรกิจประเภทนี้มาก่อน การจัดทำแผนธุรกิจนี้ขึ้นมาก็เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

แผนธุรกิจฉบับนี้จะเป็นแผนที่สำหรับผู้บริหารในการดำเนินงานอย่างมีรูปแบบวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

และภายนอก โอกาสความเป็นไปได้ในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร และวิเคราะห์ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น

ในอนาคต เพื่อให้สามารถรับมือได้อย่างทันที่และเหมาะสมกับสถานการณ์

1.12 ความสำคัญของการจัดทำแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจฉบับนี้มีความสำคัญอย่างมาก เพราะการทำแผนธุรกิจคือเครื่องมือในการเตรียมตัว

ในการลงทุน ยิ่งเจ้าของกิจการมีการเตรียมตัวดีมากเท่าไร การดำเนินงานก็จะยิ่งมีความราบรื่น

ถึงแม้ว่าจะเกิดปัญหาที่ไม่ได้คาดคิด การมีแผนธุรกิจที่ดีก็จะทำให้เจ้าของกิจการมีเครื่องมือในการ

จัดการปัญหา เปรียบดังเช่นนักเดินทางที่ต้องเตรียมแผนก่อนออกผจญภัยเสมอ

1.13 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

1. เพื่อให้มีแผนในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม
2. เพื่อให้มีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมาย

1.14 วิธีการศึกษา

1.1 การค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม

แผนธุรกิจฉบับนี้ใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 30 ชุด คำถามจะ

ครอบคลุมถึงด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการซื้อ และรสนิยมการเลือกชุดแต่งงาน โดยข้อมูลที่ได้

จะนำมาวิเคราะห์เพื่อวางแผนปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาทางธุรกิจต่อไปโดยผลจากแบบสอบถามมี

ข้อสังเกตที่น่าสนใจต่อไปนี้

2.1 คำถามด้านประชากรศาสตร์

กลุ่มเป้าหมายผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นเพศหญิงวัยที่มีความพร้อมด้านการแต่งงานช่วงอายุประมาณ 25-35 โดยประมาณร้อยละ 70 ของผู้ตอบ แบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน 25,000-35,000 บาท ประมาณร้อยละ 15 มีรายได้ 35,000-50,000 บาท ร้อยละ 10 มีรายได้ 15,000-25,000 บาท และประมาณร้อยละ 5 มีรายได้ 50,000-65,000 บาท

2.2 คำถามด้านพฤติกรรมการซื้อ

ในด้านพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มเป้าหมายมีทั้งหมด 9 ข้อ โดยผลจากแบบสอบถามมีดังนี้

2.2.1 ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกเช่าชุดแต่งงานร้าน Smile in Love

ร้อยละ 60 จะตัดสินใจเลือกใช้บริการจากร้าน จากการดูรีวิว จากผู้ที่เคยใช้บริการ และหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 20 จากการเดินเข้ามาหน้าร้านและได้เห็นคุณภาพและบริการ และร้อยละ 10 ตัดสินใจซื้อตามคำแนะนำและการบอกต่อของผู้ที่เคยใช้บริการ

2.2.2 ท่านสะดวกซื้อสินค้าร้าน Smile in Love ผ่านช่องทางใดมากที่สุด

ร้อยละ 90 ของกลุ่มเป้าหมายสะดวกใช้บริการจากการมาหน้าร้าน ร้อยละ 5 จากช่องทางอินเทอร์เน็ตต่างๆ

ทางโปรแกรมไลน์(Line) เฟสบุ๊ก (Facebook) ทางอินตาแกรม (Instagram)

2.2.3 ปัจจัยใดมีผลต่อการซื้อสินค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย ร้อยละ 50 จะให้ความสำคัญของดีไซน์สินค้ามากที่สุด ร้อยละ 15 จะให้ความสำคัญกับราคาและคุณภาพสินค้า ร้อยละ 10 ชื่อเสียงของแบรนด์ และความน่าเชื่อถือของร้านค้า ร้อยละ 25 ให้ความสำคัญกับการให้บริการ

2.2.4 ท่านคิดว่าจะมีความจำเป็นหรือไม่หากพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าอย่างลึกซึ้ง

จากแบบสอบถาม 100 ชุด เกินกว่า 60 คน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการให้บริการเป็นลำดับต้นๆ

2.2.5 โดยปกติแล้วท่านมักจะไม่พอใจกับพฤติกรรมใดของพนักงานมากที่สุด

ร้อยละ 50 จะไม่พอใจหากพนักงานไม่มีความสุข ร้อยละ 33 จะไม่พอใจหากพนักงานเดินตามลูกค้าและไม่เต็มใจให้บริการ และร้อยละ 17 จะไม่พอใจหากพนักงานมี

พฤติกรรมขี้ดื้อให้ข้อ

2.2.6 ท่านคิดว่ากิจกรรมส่งเสริมการตลาดใดที่อยากให้ร้าน Smile in Love ทำมากที่สุด

ร้อยละ 80 ของผู้ที่ตอบแบบสอบถามอยากให้ร้าน จัดโปรโมชั่นและแพคเกจพิเศษต่างๆ รวมถึงของแถมต่างๆในแพคเกจ ร้อยละ 20 อยากให้ออกงานอีเวนท์เพื่อโปรโมทร้านให้เป็นที่รู้จัก

2.2.7 ท่านเข้าสู่ชุดแต่งงานและชุดออกงานบ่อยแค่ไหน

ประมาณร้อยละ 70 เข้าสู่ชุดแต่งงานเฉลี่ยคนละ 1 ครั้ง ร้อยละ 30 เข้าสู่ชุดออกงานต่างๆ เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง

2.2.8 ช่วงเวลาใดที่ท่านสะดวกเข้าชุดแต่งงานหรือชุดออกงานต่างๆ

ร้อยละ 80 จากผู้ตอบแบบสอบถาม สะดวกซื้อเสื้อผ้าตามเวลาที่สะดวก ร้อยละ 15 สะดวกซื้อเสื้อผ้าในวันเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ และร้อยละ 5 สะดวกซื้อเสื้อผ้าในวันจันทร์-ศุกร์

2.2.9 ท่านนิยมเข้าชุดแต่งงานหรือชุดออกงานต่างๆจากแหล่งใดมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเข้าชุดแต่งงานและชุดออกงานต่างๆจากแหล่งที่ใกล้ที่อยู่หรือแหล่งที่มีร้านเข้าชุดในระแวกเดียวกัน

2.3 คำถามรสนิยมการเลือกเข้าชุด

คำถามในด้านรสนิยมการซื้อเสื้อผ้ามีคำถามทั้งหมด 3 ข้อ โดยผลจากแบบสอบถามมีดังนี้

2.3.1 เสื้อผ้าแบบใดที่ท่านมีมากที่สุด

มีความประณีตงานปักร้อย ร้อยละ 50, ลายลูกไม้ ร้อยละ 30, เรียบง่ายไม่มีลวดลาย ร้อยละ 20

2.3.2 โดยปกติท่านจะเข้าชุดราคาเท่าไร (ต่อ 1 ชิ้น)

จากแบบสอบถาม 30 มีกลุ่มเป้าหมาย ร้อยละ 60 เข้าชุดประมาณ 9,000-15,000 บาทต่อชุด(ชุดแต่งงาน)

ร้อยละ 25 เข้าชุดประมาณ 5,000-8,000 บาทต่อชุด(ชุดแต่งงาน) ร้อยละ 15 เข้าชุดประมาณ 16,000-25,000 บาทต่อชุด(ชุดแต่งงาน)

2.3.3 ท่านสนใจหรือไม่สามารถส่งสินค้าสั่งตัดตามแบบและขนาดที่ต้องการได้

ร้อยละ 95 ของกลุ่มเป้าหมาย สนใจซื้อเข้าชุดที่มีอยู่แล้วเพราะราคาต่ำกว่า และร้อยละ 5 สนใจอยากตัดชุดเอง

บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

บทนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน และการวิเคราะห์

ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจภายใต้แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการวิเคราะห์

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อนามารูปเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการดำเนินงานของธุรกิจ โดยแบ่งเป็นปัจจัย

เสี่ยงภายใน และปัจจัยเสี่ยงภายนอก ดังรายละเอียดเป็นรายชื่อต่อไปนี้

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

2.1.1 ปัจจัยด้านบุคลากร

สถานการณ์ การจัดหาผู้เข้าทำงานในร้านขายเสื้อผ้าอาจไม่ใช่เรื่องยากนัก แต่ใน

ธุรกิจเช่าชุดแต่งงาน ลักษณะนี้บุคลากรจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ขาย และตำแหน่งตัดเย็บและแก้ไขซ่อมแซมเสื้อผ้าต้องมีความชำนาญด้านงานฝีมือ รวมถึงเซลล์ที่ต้องกระตุ้นยอดขาย

ผลต่อธุรกิจ พนักงานอาจจะยังไม่มีความรู้ด้านเสื้อผ้าและรายละเอียดของชุดมากพอ อาจทำให้อธิบายลูกค้าได้ไม่ละเอียดพอ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

2.1.2 ปัจจัยด้านเงินทุน

สถานการณ์ ธุรกิจเช่าชุดแต่งงานใช้เงินลงทุนและทุนหมุนเวียนค่อนข้างมาก

เนื่องจากจะมีค่าตกแต่งร้าน ค่าเช่าค่าไฟฟ้า เงินเดือนพนักงานที่เป็น ค่าใช้จ่ายในทุกๆเดือน

โดยเฉพาะค่าการตลาดในการสร้างตราสินค้า (Brand) เพื่อเพิ่มยอดขาย หรือแม้แต่ความผันผวนทาง

เศรษฐกิจ ก็อาจส่งผลกระทบต่อ

ผลต่อธุรกิจ ธุรกิจอาจขาดสภาพคล่องในการบริหารงานถ้าไม่มีเงินสำรองที่เหมาะสม

2.1.3 ปัจจัยด้านการผลิตสินค้า

สถานการณ์ การหาช่างฝีมือดีมีคุณภาพ มีฝีมือและมีความรู้ด้านผ้าหรือเย็บปักถักร้อยนั้นหายาก ทำให้มีผลต่อคุณภาพสินค้า

ผลต่อธุรกิจ ธุรกิจอาจจะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้ล่าช้า เพราะช่างฝีมือดีหายาก ทำให้ผลิตสินค้าไม่รวดเร็วพอกับความต้องการของลูกค้า

2.1.4 ปัจจัยด้านกลยุทธ์

สถานการณ์ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย (Channel) คืออยู่ที่ลาดพร้าว ซึ่งเป็นพื้นที่เศรษฐกิจพื้นที่หนึ่งที่มีผู้คนพลุกพล่าน เป็นแหล่งทำงาน เป็นห้างเขตเศรษฐกิจ เป็นแหล่งรวมสินค้าและบริการต่างๆ ชาวไทยและต่างชาติที่มีกำลังซื้อเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก และสินค้าร้าน Smile in Love มีคุณภาพสูง และบริการดีเยี่ยม ทางร้านเราพยายามหาช่างฝีมือที่มีความสามารถเพื่อผลิตบริการมาให้ลูกค้าได้ประทับใจ ทำให้สินค้าอยู่ในระดับพรีเมียม

ผลต่อธุรกิจ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel) สถานที่ตั้งร้านมีความเหมาะสม ทำให้ร้านมีความใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะเลือกเช่าชุดหรือแพคเกจแต่งงาน รวมถึงเช่าชุดไปงานในโอกาสต่างๆ ร้าน Smile in Love มีโอกาสทำรายได้สูง และกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าของ Daradผลิตคุณภาพระดับสากล จะเป็นที่ชื่นชอบประทับใจของลูกค้า ซึ่งอาจทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำได้แต่ร้าน Smile in Love ยังการขาดกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด อาจทำให้ร้านพลาดโอกาสในการสื่อสารกับลูกค้า ซึ่งจะทำให้ไม่สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดี

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

2.2.1 ปัจจัยด้านลูกค้า

สถานการณ์ ลูกค้ามีทางเลือกมากมายในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ด้วยเหตุผลด้านการออกแบบ การใช้งาน ราคา คุณภาพสินค้า มีหลากหลายร้านค้าเป็นตัวเลือกในการซื้อ

ผลต่อธุรกิจ ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าจากปัจจัยต่างๆที่หลากหลาย ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างการจดจำสินค้า และทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นเพื่อโอกาสในการเพิ่ม

ยอดขายแต่ยังต้องลงทุนเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าถึงคุณสมบัติจุดเด่นของสินค้า

2.2.2 ปัจจัยด้านสังคม

สถานการณ์ ปัจจุบันสังคมให้ความสนใจเกี่ยวกับสินค้าที่มีคุณภาพและความประณีตมากขึ้น จึงต้องใส่ใจรายละเอียดทุกขั้นตอน

ผลกระทบต่อธุรกิจ เมื่อมีสังคมมีแนวโน้มที่จะสนใจสินค้าที่มาจากงานฝีมือมากขึ้น ก็จะเพิ่มโอกาสลูกค้าที่จะเข้ามาสนใจสินค้า และตัดสินใจซื้อ

2.2.3 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

สถานการณ์ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจปัจจุบันมีอยู่ในภาวะถดถอยเนื่องจากวิกฤต

เศรษฐกิจในแถบยุโรป และการชะลอตัวของเศรษฐกิจในประเทศอเมริกาและจีน ก่อให้เกิดผลกระทบ

ในวงกว้างไปทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ทั้งการส่งออก นานเข้า การท่องเที่ยวและการใช้จ่ายที่มีอัตรา

ลดลง ปัจจัยเหล่านี้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยลดลง และ

ประชาชนในประเทศไทยก็มีความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้นเช่นกัน

ผลกระทบต่อธุรกิจ จากปัญหาทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นดังกล่าว ทำให้ประชาชนและ

นักท่องเที่ยวมีอัตราการใช้จ่ายลดลง ปัจจัยนี้อาจทำให้ร้าน Smile in Love มียอดขายที่ลดลงตามไปด้วย ซึ่งจะทำให้ธุรกิจขาดสภาพคล่องได้

2.2.4 ปัจจัยด้านการเมือง

สถานการณ์ ปัจจัยด้านการเมืองมีผลต่อเสถียรภาพโดยรวม ทั้งเศรษฐกิจ ความ

ปลอดภัยและความเชื่อมั่นในการเข้ามาท่องเที่ยวและใช้จ่ายของชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งใน

ปัจจุบันสถานการณ์ทางการเมืองมีความสงบเรียบร้อยดีภายใต้ความดูแลและของคณะ
รักษาความสงบ
แห่งชาติ

ผลต่อธุรกิจ จากความสงบเรียบร้อยและบรรยากาศทางการเมืองที่ดีขึ้น
กว่าเมื่อก่อน
ทำให้เศรษฐกิจเริ่มดีขึ้น นักลงทุนกล้าเข้ามาลงทุน เมื่อเศรษฐกิจดีคนก็จะกล้าใช้จ่าย
มากขึ้น เป็นโอกาสที่ดีสำหรับร้าน Smile in Love จะมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

2.3 วิเคราะห์ตลาดและอุตสาหกรรม

จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจเช่าชุดแต่งงานนั้นมีการแข่งขันในตลาดสูง
เนื่องจากความหลาย
หลายในส่วนต่างๆของสินค้าประเภทนี้ เช่น ราคา คุณภาพ การออกแบบ การให้
บริการ ดีไซด์
ช่องทางที่มีอย่างมากมาย เป็นต้นแต่ในกลุ่มของเสื้อผ้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ
นั้น ยังไม่สินค้าจาก
แบรนด์ใดโดดเด่น หรือส่วนแบ่งทางการตลาดมากเป็นพิเศษ หากผู้ประกอบการ
สามารถผลิตสินค้า
กำหนดราคาขาย และทำการตลาดได้ถูกใจผู้บริโภค ก็จะมีโอกาสประสบความสำเร็จ
มาก
สำหรับที่ตั้งสถานประกอบธุรกิจ นอกจากช่องทางออนไลน์แล้ว ยังมีร้านค้าตั้งอยู่ที่
ห้างสยาม
เซ็นเตอร์ที่เป็นแหล่งเศรษฐกิจใจกลางเมืองกรุงเทพ เป็นที่ดึงดูดของนักท่องเที่ยวทั้ง
ชาวไทยและ
ต่างชาติที่มีกำลังการซื้อสูง มีสินค้าคุณภาพดีที่อยู่ในระดับเดียวกับร้าน Dara จึงถือ
ได้ว่าสถานที่ตั้งมี
ความเหมาะสมใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

วิธีการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis

S หมายถึง Strengths คือ จุดเด่นหรือจุดแข็งขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยภายใน เป็นจุดเด่นที่เกิดขึ้นภายในองค์กร เช่น มีจุดแข็งด้านการเงิน มีจุดแข็งด้านประสบการณ์ มีจุดแข็งด้านเทคโนโลยี หรือการผลิต จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล ซึ่งองค์กรจะต้องใช้จุดแข็งเป็นส่วนในการกำหนดกลยุทธ์

W หมายถึง Weakness คือ จุดอ่อนขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยภายใน เป็นปัญหาที่ทำให้เกิดข้อบกพร่อง ซึ่งองค์กรต้องหาวิธีแก้ไขปัญหานั้นๆ

O หมายถึง Opportunities คือ โอกาส เป็นปัจจัยภายนอก ผลมาสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรส่งเสริมหรืออุปสรรคสร้างโอกาสที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งองค์กรต้องใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มองเห็น

T หมายถึง Threats คือ อุปสรรค เป็นปัจจัยภายนอก เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวยให้กับองค์กร เช่น ภัยพิบัติ สภาพเศรษฐกิจถดถอย การเปลี่ยนแปลงทางการตลาด เป็นต้น ซึ่งองค์กรต้องเตรียมแผนเพื่อรับมือกับอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้น

วิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กรด้วย SWOT

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในจุดแข็ง (Strengths)

1. แบรินต์มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป
2. ให้บริการแบบครบวงจร แบบ one stop services
3. ทำเลที่ตั้งสะดวกสบาย
4. ราคาเหมาะสม
5. การบริการที่มีมาตรฐานและเป็นสากล
6. สินค้าหลากหลาย ทั้งไทย และสากลพร้อมการรับประกันคุณภาพสินค้า
7. บุคลากรมีความเชี่ยวชาญและชำนาญในธุรกิจ

8. ธุรกิจไม่มีหนี้สิน จุดอ่อน (Weakness)

1. เงินทุนหมุนเวียน ที่อาจไม่เพียงพอ
2. การทำการตลาดยังเข้าถึงหรือครอบคลุมลูกค้าเป้าหมายไม่ได้ตามที่ต้องการ
3. รูปแบบการนำเสนอ สินค้าและบริการยังขาดความน่าสนใจ
4. ขาดความชำนาญ/นำเสนอด้าน Digital marketing

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

โอกาส (Opportunities)

1. ตลาดทั้งในและนอกประเทศมีความต้องการการให้บริการแบบครบวงจร
2. ช่องทางการ partnership กับ โรงแรม ทัวร์ ร้านอาหารใหญ่ๆ organizer ช่างภาพ/ช่างแต่งหน้าทำผมที่มีชื่อเสียง
3. Social media ทำให้โอกาสในการเข้าถึงลูกค้ามีมากขึ้นจึงสามารถทำ PR/ โฆษณาเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น
4. โอกาสในการปรับรูปแบบการทำการตลาดให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้นโดยใช้ digital marketing
5. ขยายการให้บริการใน southeast Asia โดยร่วมมือกับ local brand ในประเทศนั้นๆ เพื่อเสริมความแข็งแกร่ง

อุปสรรค (Threats)

1. คู่แข่งมากขึ้น
2. ความผันผวนทางเศรษฐกิจและการเมืองทั้งในและนอกประเทศอาจส่งผลให้ธุรกิจชะลอตัวได้

ตารางที่ 2.1: ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			ระดับความเสี่ยง สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด /ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
1. ปัจจัยด้านกลยุทธ์ร้าน Smile in Love ขาดกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด ซึ่งทำให้พลาดโอกาสการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า อาจทำให้ลูกค้าไปซื้อสินค้าจากร้านอื่นได้	✓			1. ใช้กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย เพื่อสร้างการรับรู้ทัศนคติที่ดี และสร้างการจดจำในแบรนด์ วางตำแหน่งในใจของลูกค้าให้
2. ปัจจัยด้านบุคลากร การหาช่างฝีมือที่มีความสามารถระดับสากลนั้นหายาก ทำให้มีผลต่อคุณภาพสินค้า		✓		1. จัดให้มีการเรียนรู้เพื่อเพิ่มทักษะ ความสามารถและเพิ่มความชำนาญให้ช่างฝีมือ จะทำให้รักษาคุณภาพไว้ได้
3. ปัจจัยด้านเงินทุน เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่ เงินทุนหมุนเวียนที่มีในธุรกิจมีน้อย อาจทำให้ธนาคารไม่มีความเชื่อมั่นที่จะให้ทำการกู้เงิน	✓			1. ผู้บริหารต้องเตรียมเงินสำรองไว้ให้มากพอ โดยอาจมาจากการกู้ยืมจากธนาคาร หรือแบ่งส่วนจากกำไร หลังจากการขายออกมาเป็นเงินสำรองฉุกเฉิน เพื่อรับมือกับปัญหาต่างๆหรือความผันผวนที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต
4. ปัจจัยด้านการผลิต การผลิตอาจจะได้รับผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลงด้านราคาของสินค้าในเรื่องวัตถุดิบและค่าขนส่ง เนื่องจากสินค้าบางตัวต้องนำเข้า		✓		1. เพื่อป้องกันและรับมือกับปัญหาการผลิตสินค้า ผู้บริหารควรมีแหล่งผลิตสินค้ามากกว่า1ที่ เพื่อป้องกันความเสี่ยง

ตารางที่ 2.2: ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			ระดับความเสี่ยง สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
<p>1. ปัจจัยด้านลูกค้า</p> <p>ลูกค้ามีทางเลือกมากมายในการเลือกใช้บริการ ด้วยเหตุผลด้านการออกแบบ ดีไซน์ ราคา คุณภาพสินค้า มีหลากหลายร้านค้าเป็นตัวเลือกในการซื้อบริการ</p>	✓			<p>1. ออกแบบสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน เช่น การออกแบบเสื้อผ้าให้มีดีไซน์ที่สวยงาม หลากหลายรูปแบบ</p> <p>2. ใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาและการ PR ทางสื่อออนไลน์ เพื่อสร้างทัศนคติการรับรู้ที่ดีต่อแบรนด์ Smile in Love</p> <p>3. เพิ่มทักษะงานบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า โดยการส่งเข้าฝึกอบรมทักษะงานบริการที่เป็นเลิศก่อนปฏิบัติงาน เพื่อสร้างทัศนคติและจิตสำนึกที่ดีในงานบริการ</p>

<p>2.ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลก และประเทศไทย ส่งผลให้ ประชาชนในประเทศไทยก็มี ความระมัดระวังในการใช้จ่ายมาก ขึ้น ไม่ซื้อสินค้าที่มีราคาสูง</p>		✓	<p>1. เตรียมเงินทุกสารองไว้จากการ กักขังเพื่อรักษาสภาพคล่องในการ ดำเนินธุรกิจ 2. เพิ่มกลยุทธ์ส่งเสริมการขาย โดย การจัดโปรโมชั่น</p>
---	--	---	---



บทที่ 3 วิเคราะห์การแข่งขัน

เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์การแข่งขันภายใต้แนวคิดและทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วยสภาพการแข่งขัน ที่มาของการแข่งขัน คู่แข่งขันทางธุรกิจ การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า และการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ รายละเอียดดังนี้

3.1 สภาพของการแข่งขัน

3.1.1 ระดับของการแข่งขัน

ธุรกิจการเข้าสู่ตลาดแรงงาน เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงมาก มีผู้ค้าขายขายรายใหม่เข้ามาเป็นจำนวนมากที่ต้องการมีร้านเป็นของตัวเอง จากการพัฒนาตลาดทางสื่อออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปมีพลังการสื่อสารไปยังคนเป็นจำนวนมากด้วยทุนที่ต่ำ ทำให้ผู้คนสามารถเข้ามาต่อสู้ในตลาดการเข้าสู่ตลาดแรงงานได้ง่ายและมีจำนวนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การธุรกิจเข้าสู่ตลาดแรงงานต้องแข่งขันในด้านอื่นๆที่ครบวงจรด้วย เช่น มีแพคเกจแต่งหน้าทำผม ถ่ายรูปฟรีเวดดิ้ง เพื่อให้จับครบสูตรในที่เดียว เพิ่มความสะดวกสบายให้ลูกค้า แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการแข่งขันในธุรกิจเข้าสู่ตลาดแรงงานและผู้ขายรายใหม่สามารถเข้ามาหาโอกาสทำกำไรได้ง่าย ถ้าหากผู้ประกอบการขาดการวางแผน วิเคราะห์แผนธุรกิจอย่างรอบคอบก็อาจจะทำให้ธุรกิจต้องขาดทุนและอาจต้องปิดตัวลงในที่สุด

3.1.2 ความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน

ความได้เปรียบของการแข่งขันนั้นมาจากดีไซน์ที่สวยงามของชุด และความหลากหลายของชุดแต่งงานภายในร้าน รวมทั้งชุดออกงานต่างๆ ลูกค้าสามารถเลือกได้ตามความพึงพอใจ อีกทั้งยังมีแพคเกจต่างๆ ให้ลูกค้าได้เลือก

ใช้ครบภายในร้านของเรา และวัสดุที่ทางร้านเลือกใช้ มีคุณภาพสูง ทนทาน สวมใส่สบาย และการออกแบบที่เรียบง่ายแต่สวยงาม

3.1.3 ผู้ครองส่วนแบ่งตลาด

มีคู่แข่งมากมายในธุรกิจเช่าชุดแต่งงาน เพราะในกรุงเทพฯมีหลากหลายร้านที่ ให้บริการเรื่องการเช่าชุดแต่งงาน และบางร้านก็อยู่ในทำเลที่ดีและสะดวกกว่า บางร้านก็เปิดมานานกว่า เป็นที่รู้จักมานานกว่า ก็เป็นอีกคู่แข่งสำคัญเพราะมีช่องทางการขายเดียวกันและกลุ่มเป้าหมายก็ใกล้เคียงกัน

3.2 ที่มาของการแข่งขัน

3.2.1 กระแสความนิยม

การเติบโตของสังคมเมือง การเพิ่มจำนวนของประชากร การเปิดกว้างด้านการเข้าถึงสื่อ ความต้องการพัฒนาภาพลักษณ์ของตนเองโลกโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คทำให้ผู้ชายมีอำนาจการสื่อสารอยู่ในมือ มีดีไซน์เนื้อหาใหม่ที่ออกแบบชุดแต่งงานหรือชุดออกงานต่างๆได้อย่างสวยงาม ผู้บริโภคก็สามารถเลือกสินค้า ได้หลากหลายขึ้น เทคโนโลยีใหม่ๆช่วยให้การผลิต โดยการลดการใช้แรงงานฝีมือน้อยลง ปัจจัยหลายๆสิ่งนี้ที่ทำให้ชุดแต่งงานเป็นตลาดการค้าที่มีการแข่งขันสูง พบว่าในประเทศไทยมีร้านเช่าชุดแต่งงานเป็นจำนวนมากตั้งแต่ร้านเล็กๆ ไปจนถึงร้านใหญ่ๆ

3.3 คู่แข่งขันของธุรกิจ

ตารางที่ 3.1: คู่แข่งขันของธุรกิจ

คู่แข่งหลัก	คู่แข่งรอง
1. ร้านเช่าชุดแต่งงานแบรนด์ใหญ่ 2. ร้านเช่าชุดที่อยู่ในทำเลที่ดี 3.ร้านเช่าชุดแต่งงานที่ตัดราคา	1. ร้านเช่าชุดแต่งงานราคากลางๆ 2. ร้านขายเสื้อผ้าจากดีไซเนอร์เนื้อหาใหม่

การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ

ภาพที่ 3.2: การวิเคราะห์สถานะภาพธุรกิจด้วย BCG Matrix

<p>STAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้านเช่าชุดแต่งงานแบรนด์ใหญ่ - ร้านเช่าชุดแต่งงานแบรนด์หรู 	<p>QUESTION MARK</p> <ul style="list-style-type: none"> -ร้านเช่าชุดแต่งงานที่มีดีไซน์เนอร์ฝีมือดี
<p>CASH COW</p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้านเช่าชุดแต่งงาน Smile in Love - ร้านเช่าชุดแต่งงานราคาถูก 	<p>DOG</p>

3.4 คำอธิบายสภาพของธุรกิจด้วย BCG Matrix

ผลิตภัณฑ์ที่เป็นโดดเด่น (Star) เป็นกลุ่มสินค้าที่มีอัตราการเติบโตและยอดขายสูง มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูง ควรใช้กลยุทธ์ที่ส่งเสริมการตลาดอย่างมากเพื่อรักษาการเติบโตนั้นไว้และเพื่อป้องกันคู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามาแข่งขัน

ผลิตภัณฑ์ที่ทำเงิน (Cash Cow) เป็นกลุ่มสินค้าที่มีการเติบโตต่ำ ส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างสูง สาเหตุที่ทำให้สินค้ามีการเติบโตน้อยเนื่องจากตลาดถึงจุดอิ่มตัว แต่ยังสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง เป้าหมายคือการรักษาส่วนแบ่งตลาดให้ได้ยาวนานที่สุด

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มน่าสงสัย (Question mark) เป็นกลุ่มสินค้าที่มียอดขายสูง แต่กลับมีส่วนแบ่งการตลาดต่ำ โดยส่วนมากมักจะเกิดกับสินค้าใหม่ที่เพิ่งเข้ามาในตลาด ควรที่จะวางแผนการลงทุนให้ดีเพราะผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถไปในทิศทางใดก็ได้ทั้ง Star หรือ Dog

ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสุนัข (Dog) สินค้าในกลุ่มนี้มียอดขายต่ำ และส่วนแบ่งการตลาดต่ำ ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่สามารถทำกำไรได้อีก ควรพิจารณายกเลิกการลงทุนกับสินค้าที่อยู่ในกลุ่มนี้

ร้านเช่าชุดแต่งงาน Smile in Love อยู่ในผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนางสาว (Question mark) เนื่องจากสินค้ายังสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง แต่อยู่ในตลาดที่มีสภาวะการแข่งขันสูงมาก ส่วนแบ่งการตลาดยังน้อยโดยมีอุปสรรคจากคู่แข่งรายใหญ่ และคู่แข่งหน้าใหม่ นอกจากนี้ผลจากการเปิดเขตการค้าเสรี (FTA) และการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะทำให้มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นอีกจาก ผู้ประกอบการต่างชาติที่อาจจะมีต้นทุนด้านต่างๆต่ำกว่าของไทย แต่อย่างไรก็ตามข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ระบุว่า ในธุรกิจเช่าชุดแต่งงานยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีความต้องการ (Demand) ที่เพิ่มมากขึ้นอยู่เสมอ และมูลค่าทางการตลาดในอุตสาหกรรมชนิดนี้ก็ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกแง่มุมหนึ่ง ร้าน Smile in Love ยังมีโอกาสในการทำกำไรได้จากการเปิดเขตการค้าเสรีและการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ถือเป็นโอกาสการขยายตลาด กระจายสินค้าไปยังต่างประเทศได้ง่ายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งมีแรงสนับสนุนจากภาครัฐที่มียุทธศาสตร์ผลักดันการส่งออกให้โตขึ้นอีก 5% ในปี 2559

ปัจจัยอื่นๆเช่น ค่าเงินบาทอ่อนลงทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มมากขึ้น และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐอาจจะช่วยผลักดันให้ธุรกิจมีการเติบโตได้ดียิ่งขึ้น

3.5 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ตารางที่ 3.2 : การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่ง
------------------------	--------	---------

<p>ผลิตภัณฑ์</p>	<p>เสื้อผ้าที่มีดีไซน์ที่ทันสมัย สวยหรูและดูดี มีสินค้าให้ลูกค้าสามารถเลือกได้หลากหลาย เพื่อเป็นทางเลือกให้ลูกค้า</p>	<p>สินค้ามีหลากหลาย การใช้งาน คุณภาพ การออกแบบ โดยเฉพาะร้านแบรนด์ใหญ่ๆ มีความมั่นคงทางการเงินสูง มีประสบการณ์ความเป็นมืออาชีพสูง</p>
<p>ราคา</p>	<p>การตั้งราคาขายควรมีความเหมาะสมกับคุณภาพ และคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ</p>	<p>การตั้งราคาค่อนข้างหลากหลาย ขึ้นอยู่กับคุณภาพสินค้า ความนิยมในขณะนั้น</p>
<p>การส่งเสริมการขาย</p>	<p>ควรมีกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อกระตุ้นความสนใจและการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยเฉพาะในช่วงที่มีเทศกาล</p>	<p>มีการสมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ มักจะมีการลดราคาอยู่เสมอหากสินค้ากำลังหมดความนิยม ถึงเทศกาลสำคัญ หรือกำลังจะมีสินค้าใหม่เข้ามา</p>

ช่องทางกำหนำย	มีช่องทางกำหนำย คือน้ำ ร้าน ที่ตั้งอยู่ที่ลาดพร้าว และการออกงานอีเวนท์ ต่างๆ	ร่วมมือกับผู้ประกอบการเช่า ชุดแต่งงานที่อยู่ต่างจังหวัด เพื่อให้การบริการครอบคลุม ทั่วประเทศ joint partner กับโรงแรม ทัวร์ ช่างภาพ สตูดิโอถ่ายภาพ organizer ∞smile in love for society
กระบวนการให้บริการ	พนักงานต้องบริการ ลูกค้าด้วย ความเต็มใจ รักษา มนุษย์ สัมพันธ์ที่ดี	รักษารูปแบบมาตรฐานการ บริการอยู่เสมอ

3.6 วิเคราะห์การแข่งขัน

3.6.1 การวิเคราะห์ด้วย Five-Forces Model

Five forces model ผลงานของ Michael Porter (1985) เป็นโมเดลทฤษฎีที่เขียนขึ้นเพื่อ

การวิเคราะห์ตลาดให้ทราบถึงปัจจัยรอบข้างที่มีผลกระทบต่อธุรกิจของเรา

ปัจจัยที่ 1 การเข้าร่วมในอุตสาหกรรมของคุณแข่งรายใหม่ (New Entrance)

ธุรกิจการเช่าชุดแต่งงานในปัจจุบัน สามารถเข้ามาต่อสู้กับเราเพื่อส่วนแบ่งทาง

การตลาด(Market Share) ได้ง่าย โดยการเปิดร้านเช่าชุดแต่งงานในราคาที่ถูกลง และทำการตลาดหลากหลายช่องทาง ทำให้คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้าถึงช่องทางในการขายได้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและSupplier เทคโนโลยีช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงิน ปัจจัยต่างๆเหล่านี้สามารถเอื้ออำนวยให้เกิดคู่แข่งหน้าใหม่ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น การเพิ่มขึ้นของคู่แข่งรายใหม่อาจส่งผลกระทบต่อได้ แต่ไม่มากนัก ถึงแม้ว่าในอนาคตอุตสาหกรรมชนิดนี้จะมีคู่แข่งหน้าใหม่เข้ามาง่าย ผู้บริโภคมีโอกาสเปลี่ยนใจไปทดลองสินค้าจากร้านใหม่ๆ แต่ด้วยความต้องการเช่าชุดแต่งงาน และชุดออกงานนั้นมีอยู่เรื่อยๆ ทำให้สามารถขายได้

ปัจจัยที่ 2 การแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Industry Rivalry)

ผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันมีความแข็งแกร่งมาก นอกจากมีจำนวนมากแล้วยังมีคู่แข่งที่เป็นแบรนด์ใหญ่ ที่มีชื่อเสียงและเปิดมานาน มีความสามารถและประสิทธิภาพในการทำการตลาดสูงเนื่องจากมีงบประมาณมาก อีกทั้งช่องทางการขายที่ใกล้เคียงกันอีกด้วย ผลกระทบจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันนั้นมีมาก เนื่องจากคู่แข่งเหล่านี้มีประสิทธิภาพในการทำการตลาด กำลังการผลิต และทรัพยากรด้านต่างๆ จำนวนร้านค้าที่มีมากกว่า มีการออกแบบสินค้าใหม่อย่างสม่ำเสมอ ด้วยปัจจัยเหล่านี้ ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสจับจ่ายในร้านค้าที่เป็นแบรนด์ใหญ่มากกว่า ที่สำคัญคือร้านค้านี้กับร้าน Smile in Love มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน

ปัจจัยที่ 3 สินค้าทดแทน (Substitutes)

ร้านเช่าชุดที่มีต้นทุนต่ำกว่า สามารถทนแทนกันได้แต่คุณภาพอาจจะต่างกัน ซึ่งลูกค้าบางคนสนใจราคามากกว่าคุณภาพ เพราะใส่แค่ครั้งเดียว ปัจจุบันนี้ทำให้ลูกค้าหันไปหาสินค้าทดแทนหากลูกค้าไม่มีกำลังซื้อ หรือ เห็นว่าสินค้าของทางร้านไม่คุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายไป แต่อย่างไรก็ตามสินค้าทดแทนไม่ใช่ปัญหาที่ร้าน ควรให้ความกังวลมากนัก เพราะร้าน

เน้นขายสินค้าที่มีคุณภาพสูง วัตถุดิบมีคุณภาพ สินค้าทดแทนที่มีราคาถูกกว่าคุณภาพต่ำกว่า

จึงไม่มีกลุ่มเป้าหมายคนละกลุ่มกับร้าน

ปัจจัยที่ 4 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)

อำนาจการต่อรองของลูกค้าอยู่ในระดับที่สูง เป็นผลมาจากจำนวนคู่แข่งในอุตสาหกรรม

เดียวกันที่มีจำนวนมาก ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสูง การเข้าถึงข้อมูลต่างๆได้ง่ายขึ้นทำให้

ลูกค้าสามารถหาข้อมูลในเชิงลึกเพื่อตัดสินใจก่อนซื้อได้ อีกทั้งความห่วงไหวต่อราคาของลูกค้า

โดยเฉพาะลูกค้าพิเศษหญิง ที่มีความอ่อนไหวต่อราคาสูง การทำโปรโมชั่น สิทธิพิเศษ และการลดราคา

สิ่งเหล่านี้จะทำให้ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนใจได้ง่าย

อำนาจการต่อรองของลูกค้าคือผลกระทบที่ร้าน Smile in Love ต้องคำนึงถึงมากที่สุด เพราะด้วย

ปัจจัยด้านคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันที่มีมากมาย ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น

ตามไปด้วย จะทำอย่างไรให้ลูกค้าหันมาสนใจซื้อสินค้าของร้าน Smile in Love นี่คือนสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องศึกษา และเอาชนะคู่แข่งให้ได้

ปัจจัยที่ 5 อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์(Bargaining Power of Supplier)

Smile in Love เป็นธุรกิจเช่าชุดที่มีจุดเด่นด้านการดีไซน์ และใช้ผ้าวัสดุที่ดีมาตัดเย็บ ดังนั้นเราจึงหาเสื้อผ้าที่มาจากดีไซเนอร์ฝีมือดีมาให้บริการกับลูกค้า ทำให้สินค้าของร้านมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา

3.7 การวิเคราะห์ความได้เปรียบด้านการแข่งขัน

3.7.1 ข้อได้เปรียบในความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์

สินค้าของ Smile in Love จะเป็นสินค้าที่มีความพิถีพิถันในการผลิตทุกขั้นตอน รวมถึงการเย็บปักถักร้อย การใส่ใจในรายละเอียด ถึงจะมีราคาสูงกว่าคู่แข่ง แต่คุณภาพคุ้มค่างับราคา นอกจากนี้การดีไซน์ชุดต่างๆยังเป็นจุดเด่น เนื่องเสื้อผ้าน Smile in Love นั้นมีการออกแบบที่สวยงาม ดูดี เรียบง่ายแต่ดูดีทำให้เหมาะกับการสวมในวันแต่งงานหรือไปงานสังสรรค์ได้ ด้วยเหตุนี้การออกแบบจึงเป็นอีกจุดเด่นของผลิตภัณฑ์อีกจุดหนึ่ง

3.7.2 ความได้เปรียบในช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องจากร้านตั้งอยู่ในลาดพร้าว ซึ่งเป็นแหล่งสำคัญแหล่งหนึ่งในกรุงเทพ มีคนหลากหลายระดับที่มีกำลังซื้อ วัยทำงานต่างๆ มีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ทำให้ร้านนั้นใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังสามารถเลือกชมสินค้าผ่านทาง Instragram และ เว็บไซต์ได้อีกเช่นกัน โดยประโยชน์อีกทางหนึ่งของการมีช่องทางในสื่อสังคมออนไลน์ คือผู้ประกอบการสามารถสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ง่ายมากขึ้น

3.7.3 ความได้เปรียบด้านทุน

การบริหารงานของร้าน Smile in Love นั้นมีข้อได้เปรียบด้านต้นทุนเช่นกัน เนื่องจากในแต่ละเดือนนั้นธุรกิจร้าน Smile in Love ใช้เงินในการบริหารงานไม่มากเมื่อเทียบกับธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้การบริหารงานมีความยืดหยุ่นและคล่องตัว (Flexible) โดยผู้ประกอบการจะมุ่งเน้นการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพเช่น การควบคุมคุณภาพการผลิตให้มีคุณภาพสูง ไม่รีบเร่งในกระบวนการผลิต ไม่มีสินค้าเสียหาย แต่มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค การบริหารงานที่มีประสิทธิภาพนั้นรวมถึงการทำการตลาดที่ตรงจุด ช่องทางการขายทางสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่ใช้ทุนต่ำ ทำให้ผู้ประกอบการไม่ต้องลงทุนมากในการทำการตลาด แต่สามารถสื่อสารกับกลุ่ม

เป้าหมายได้ตรงจุดรวดเร็วและต่อเนื่อง ข้อได้เปรียบนี้ทำให้ผู้ประกอบการสามารถประหยัดต้นทุนในการทำการตลาดได้มาก

3.7.4 ความได้เปรียบด้านสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย

สินค้าของร้าน Smile in Love นั้นมีความแตกต่างจากเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่อยู่ในท้องตลาดอย่างมาก

เพราะด้วยการออกแบบที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง ออกแบบไม่ซ้ำกับคู่แข่ง รวมถึงชุดเช่าที่ใช้ในงานต่างๆก็มีรูปแบบที่สวยงาม เรียบง่ายแต่ดูดีใช้ได้ทั้งงานกลางวันและกลางคืน มีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นวัยทำงานและคู่รักที่กำลังจะแต่งงานมีลักษณะที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงอยู่ในวัยทำงาน อายุ 25 ปีเป็นต้นไป

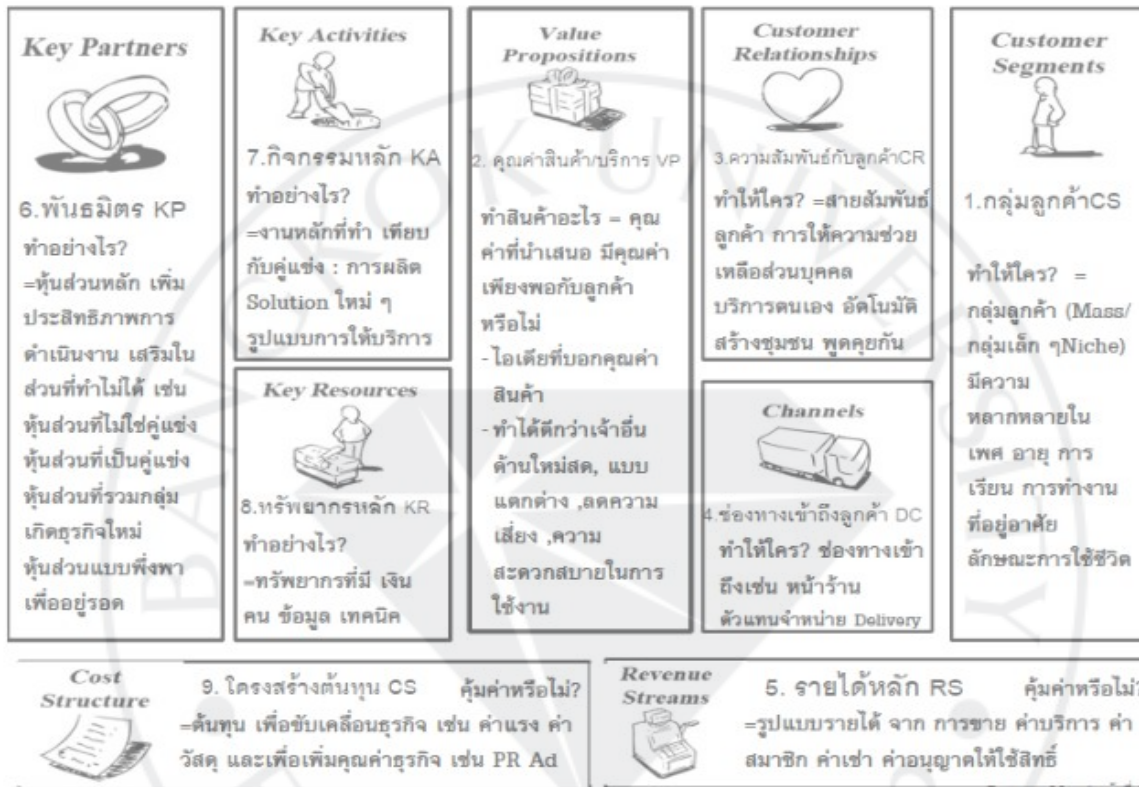
บทที่ 4

การจัดทำกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการจัดทำกลยุทธ์ และแผนงานภายใต้แนวคิด และทฤษฎี โดย

เนื้อหาจะแสดงกรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์ที่จะต้องใช้ ประเภทของกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการและการกำหนดตัวชี้วัดเพื่อการประเมินผล แผนงานทางการเงิน และงบประมาณ

4.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์ Business Model Canvas



ที่มา : (<https://en.wikipedia.org>)

แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้

Partner Network

ในการประกอบธุรกิจทุกวันนี้ ผู้ประกอบการอาจต้องเจอกับปัญหาที่หลากหลาย และรอบ

ด้านทั้งสภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ความมั่งคั่งทางการเมือง ภัยพิบัติทางธรรมชาติ สิ่งเหล่านี้อาจ

เป็นสิ่งที่จุดรั้งความเจริญเติบโตของธุรกิจได้ เมื่อมาถึงจุดนี้การมีพันธมิตรหรือคู่ค้าที่ดีก็สามารถ

สนับสนุนให้ธุรกิจเราขยับเดินหน้าไปในทิศทางที่ดีขึ้น โดยคู่ค้านั้นสามารถเป็นแหล่งความรู้ แหล่ง

เงินทุน ด้านเทคโนโลยี ด้านวัตถุดิบ หรือแม้แต่การพัฒนาบุคลากร

การพัฒนาความสัมพันธ์ของคุณค้าตั้งแต่ผู้จัดหาวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต จนไปถึง
ตัวแทนผู้จัด

จำหน่ายสินค้าให้องค์กรถึงจะเป็นการร่วมมือโดยสมบูรณ์ เปรียบเสมือนเป็นองค์กร
เดียวกัน โดยจะมี

การแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆที่จำเป็นต่อการพัฒนายอดขายและความเติบโตขององค์กร
แต่ละฝ่าย เช่น

ความต้องการของลูกค้า สถานการณ์ของตลาด เทคโนโลยีใหม่ๆ กลุ่มลูกค้าใหม่ แต่
อย่างไรก็ตาม ใน

ฐานะพันธมิตร คู่ค้า ผู้ให้คาปรึกษา จะต้องเคารพซึ่งกันและกัน ไม่มีพฤติกรรมขโมย
ข้อมูลของบริษัท

เอาเปรียบ ต้องสามารถสื่อสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อกำหนดเป้าหมาย
ตัดสินใจ และ

ผลักดันธุรกิจไปข้างหน้าร่วมกัน (Business Model Canvas,
<https://en.wikipedia.org>)

สำหรับร้าน Smile in Love นั้น Partner Network จะมีบทบาทสำคัญใน
การดำเนินธุรกิจ

โดยเฉพาะทางด้านการจัดหาวัตถุดิบและการผลิต ซึ่งในปัจจุบันวัตถุดิบที่ใช้ในการ
ผลิตเสื้อผ้าจะมาจาก

วัตถุดิบที่มีในประเทศ แต่จะมีบางตัวที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศบ้าง

Key Activity

ในแต่ละองค์กรจะมีลักษณะของสินค้าที่ต่างกันออกไป เช่น บางองค์กรมุ่งเน้นการ
ให้บริการ

บางองค์กรเน้นการขายสินค้า ซึ่งในการขายสินค้าหรือบริการก็จะต้องมีกิจกรรมหลัก
ของแต่ละองค์กร

แตกต่างกันออกไป เช่น ถ้าเป็นธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการ กิจกรรมหลักที่ผู้บริหาร
และพนักงานต้อง

คำนึงถึงคือ ขั้นตอนการให้บริการแก่ลูกค้าให้ได้รับความสะดวกสบายสูงสุด การ
สร้างประสบการณ์ที่

มีคุณค่าประทับใจแก่ลูกค้า หรือธุรกิจเกี่ยวกับการเช่าชุดแต่งงาน กิจกรรมหลักก็จะ
อยู่ที่การออกแบบดีไซน์

เสื้อผ้า การค้นหานวัตกรรมสำหรับเสื้อผ้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน การผลิตที่มีคุณภาพ เป็นต้น

(Business Model Canvas, <https://en.wikipedia.org>)

นอกจากนี้กิจกรรมหลักอีกอย่างหนึ่งของทุกๆบริษัทคือ การทำการตลาด แน่นอนว่าในปัจจุบันองค์กรต่างๆไม่สามารถหลีกเลี่ยงการทำการตลาดออนไลน์ได้ เพราะนอกจากต้นทุนจะถูกกว่า การทำการตลาดแบบอื่นๆแล้ว ยังสามารถสื่อสารกับลูกค้าเดิมที่ติดตาม หรือสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ การทำการตลาดออนไลน์ยังสามารถเลือกเนื้อหา (Content) ที่จะใช้

สื่อสารไปยังลูกค้าได้หลากหลายตามความเหมาะสมของช่วงเวลาและโอกาสอีกด้วย ซึ่งนอกเหนือจากการทำการตลาดทางสื่อออนไลน์แล้ว ยังมีช่องทางอื่นๆอีกมาก ซึ่งแต่ละบริษัทจะต้องเลือกสรรวิธีการให้เหมาะสมกับธรรมชาติของลักษณะสินค้า เช่นการออกบูทในงานอีเวนต์ต่างๆ การแจกตัวอย่างสินค้า การจัดกิจกรรมพิเศษสำหรับลูกค้า จัดทำโปรโมชั่นในช่วงเวลาหรือเทศกาลพิเศษ เป็นต้น (Business Model Canvas, <https://en.wikipedia.org>)

สำหรับร้าน Smile in Love นั้น กิจกรรมหลักจะเน้นการสื่อสารกับลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายผ่านทาง การออกบูทและออกอีเวนต์ ต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักให้มากขึ้น Social Media และ เว็บไซต์ของร้าน เพื่อแจ้งข่าวสาร อัปเดตเสื้อผ้าที่ออกใหม่ กิจกรรมและโปรโมชั่นต่างๆ ซึ่งก่อนหน้านี้ ร้าน Smile in Love ได้ให้ความสำคัญกับกิจกรรมนี้เท่าที่ควร แต่จากแบบสอบถามใน ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า กลุ่มเป้าหมายและลูกค้าส่วนใหญ่นั้นสะดวกใช้บริการผ่านทางหน้าร้าน เนื่องจากได้มาลองชุดเอง ในขนาดที่พอดีกับตัวเอง แต่ยังมีกลุ่มเป้าหมายอื่นๆที่จะได้รับข้อมูล โปรโมชั่น กิจกรรมต่างๆที่ผ่านทางสังคมออนไลน์ได้อีกวิธีหนึ่งในการเพิ่มความใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อข้อมูลที่สำคัญใน

การพัฒนาองค์กรและเพิ่มยอดขายได้ หรือมอบสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าที่ซื้อสินค้าตามจำนวนที่กำหนด

นอกจากนี้กิจกรรมอื่นๆที่ร้านควรดำเนินการเพิ่มเติม เช่น การควบคุมคุณภาพ การผลิตให้อยู่ในมาตรฐานดีตลอดเวลา ใส่ใจในการออกแบบสินค้าเป็นที่ถูกใจแก่กลุ่มเป้าหมาย และตั้งราคาขายให้เหมาะสม เพราะข้อมูลจากแบบสอบถามสำหรับกลุ่มเป้าหมายระบุว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับดีไซน์ที่สวยงาม

Key Resources

ทรัพยากรเป็นปัจจัยหลักอย่างหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งเครื่องจักร อุปกรณ์ วัตถุดิบ ที่ดิน เทคโนโลยีต่างๆ (Productive Resources) นอกจากนี้ทรัพยากรบุคคล ทักษะ ความสามารถในระดับต่างๆ ความชำนาญเฉพาะด้านของบุคลากรแต่ละฝ่ายก็ถือเป็น Key Resources เช่นกัน ความแตกต่างด้านคุณภาพของสินค้าหรือบริการระหว่างสองบริษัท ส่วนหนึ่งเกิดจากความแตกต่างของคุณภาพด้านทรัพยากร แน่แน่นอนว่าองค์กรที่มีทรัพยากรที่สมบูรณ์เพียงพอพร้อมมากกว่า วัตถุดิบมีคุณภาพ อุปกรณ์ทันสมัย พนักงานหรือผู้ปฏิบัติงานมีทักษะความสามารถมากกว่า ย่อมผลิตสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง (Business Model Canvas, <https://en.wikipedia.org>)

การจัดการทรัพยากรของร้าน Smile in Love นั้นจะต้องลงมือปฏิบัติในหลายๆ ส่วนควบคู่กันไป ทั้งในเรื่องเงินทุน สินค้า และทรัพยากรบุคคล โดยในด้านเงินทุนนั้น ผู้ประกอบการมีข้อได้เปรียบจากการที่ไม่ต้องกู้จากแหล่งเงินทุน ทำให้ไม่มีค่าใช้จ่ายในส่วนที่เป็นดอกเบี้ย ในอนาคตเมื่อ

ธุรกิจเจริญเติบโตจากผลกำไรก็จะนำไปพัฒนาในส่วนอื่นๆที่จำเป็น เช่น การผลิตสินค้าชนิดใหม่เพื่อ

ตอบสนองความต้องการของในกลุ่มเป้าหมายใหม่ และการพัฒนาด้านการตลาด เป็นต้น

ในด้านการผลิตผู้ประกอบการเลือกใช้วิธีนำชุดจากแหล่งผลิตแล้ว เหลือเพียงการเก็บรายละเอียดเท่านั้น ทำให้ลดต้นทุนการว่าจ้างพนักงานในการตัดชุด แต่อย่างไรก็ตามด้วยความเปิดกว้างในการแข่งขันของธุรกิจ ทำให้มีคู่แข่งหน้าใหม่เข้ามาร่วมแข่งขันได้ง่าย อาจทำให้มีคู่แข่งชั้นรายอื่นว่าจ้างให้โรงงานตัดเย็บผลิตสินค้าในแบบเดียวกัน ในอนาคตผู้ประกอบการจำเป็นต้องทำสัญญาที่มีผลตามกฎหมายกับผู้ผลิตวัตถุดิบและโรงงานตัดเย็บเพื่อควบคุมมิให้ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าในแบบเดียวกันได้ในส่วนของการพัฒนาทรัพยากรบุคคลนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใส่ใจในเรื่องนี้เป็นพิเศษนอกจากสินค้าที่มีคุณภาพแล้ว การบริการที่ดีจะสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าผู้ประกอบการจึงต้องมีการอบรมการบริการให้กับบุคลากรเป็นพิเศษ

Cost Structure

แน่นอนว่าธุรกิจจำเป็นต้องเริ่มต้นและดำเนินไปด้วยทุน Cost Structure คือ โครงสร้างของ

ต้นทุนทั้งหมดที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ องค์กรที่มีความแข็งแกร่งด้านทุนมากเท่าไร จะยังมีผลกำไร

ในการพัฒนาธุรกิจให้ก้าวเดินต่อไปข้างหน้าได้มากเท่านั้น

โดยทั้ง 3 หัวข้อที่กล่าวมาข้างต้น (Key Partner, Key Resources, Key Activity) จะต้องใช้

ทุนในการขับเคลื่อนทั้งสิ้น เช่นในการทำการตลาด การพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ การออกแบบ

ผลิตภัณฑ์ ใน Key Activity ก็จะต้องใช้ทุนในการดำเนินการทั้งสิ้น ทุนจึงเป็นพื้นฐานหลักในการ

ดำเนินกิจกรรมและขับเคลื่อนองค์กรอย่างแท้จริง(Business Model Canvas, <https://smewinspiration.com>)

เนื่องจากว่าธุรกิจเช่าชุดแต่งงานของร้าน Smile in Love นั้นเพิ่งก่อตั้งมาได้ไม่นานมาก โดยที่ต้องต่อสู้กับ

ร้านเช่าชุดอื่นๆอีกเป็นจำนวนมาก เพื่อแย่งชิงเอาชนะใจผู้บริโภคให้ได้ อีกทั้งอาจต้องพบกับความไม่

แน่นอนของปัจจัยภายนอกต่างๆเช่น สภาพเศรษฐกิจ ภัยจากธรรมชาติ นโยบายจากรัฐบาลที่อาจ

ส่งผลกระทบ และกระแสแฟชั่นและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ด้วยปัญหาทั้งหมดนี้ร้าน Smile in Love จำเป็นต้องมีการเตรียมตัวเพื่อปรับปรุงองค์กรอยู่เสมอ การควบคุมต้นทุนในด้านต่างๆจึงเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารงาน ผู้ประกอบการจำเป็นต้อง

มีมาตรการต่างๆในการควบคุมต้นทุนทั้งในด้านการผลิต การบริหารงาน และการทำการตลาด ในการควบคุมต้นทุนการผลิตนั้น ผู้ประกอบการจะหาข้อตกลงกับผู้ผลิตวัตถุดิบเพื่อควบคุมวัตถุดิบให้มีคุณภาพเสมอ และมีมาตรการควบคุมคุณภาพการให้บริการให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอ

ในด้านการตลาด ที่ผู้ประกอบการจะมีการลงทุนในการทำการตลาดออนไลน์ โดยจะมีการ

ว่าจ้างผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์มาเป็นที่ปรึกษาในการลงโฆษณาทางสื่อออนไลน์ ถึงแม้ว่าวิธีนี้จะ

มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน แต่ก็จะมีประสิทธิภาพและมีโอกาสเพิ่มยอดขายได้มากยิ่งขึ้น

Customer Relationship

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ดี ย่อมให้ผลตอบแทนระยะยาวแก่องค์กรได้ สิ่งที่สำคัญคือ

การสร้างการบอกต่อ นำไปสู่การได้ลูกค้าใหม่ นำไปสู่การซื้อซ้ำ และสุดท้ายสามารถนำไปสู่การจงรัก

ภักดีในแบรนด์นั้นๆ (Brand Loyalty) เพราะการรักษาลูกค้าเก่าไว้ มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการหาลูกค้า

ใหม่เสมอ โดยทั้งหมดนี้จะเกิดขึ้นได้เมื่อองค์กรสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยผ่านวิธีการที่

หลากหลายและผสมผสานกัน เช่นการมอบสิทธิพิเศษแก่สมาชิก การสอบถามความพึงพอใจ ของแถม

การดูแลหลังการขาย การสร้างเครือข่ายในสื่อออนไลน์และสามารถให้ข้อมูล ตอบข้อสงสัยจากลูกค้า

ได้ในทันที เป็นต้น

เป้าหมายของ Customer Relationship ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การบริการผู้
บริโภคให้ได้รับ

ความพึงพอใจเท่าที่คาดหวัง แต่หมายถึงการมอบในสิ่งที่มีมากกว่าความคาดหวังของผู้
บริโภค เช่น

ความใส่ใจในรายละเอียดต่างๆขององค์กรที่มีต่อลูกค้า การเก็บข้อมูลของผู้บริโภค
พฤติกรรมการซื้อขาย

และความสนใจของลูกค้า รายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ และนำมาวิเคราะห์เพื่อนำเสนอ
สิ่งที่ลูกค้าสนใจ

เป็นพิเศษ จนรู้สึกว่าการให้ความสำคัญกับลูกค้าแบบรายบุคคล ยิ่งองค์กร
สามารถหยั่งถึงสิ่งที่

ลูกค้าต้องการในจิตใจมากเท่าใด ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในแบรนด์นั้นๆ
มากขึ้นเท่านั้น

(Business Model Canvas, <https://en.wikipedia.org>)

การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับแบรนด์ให้มีความใกล้ชิด คือสิ่งที่ร้าน Smile
in Love จำเป็นต้อง

ให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคตเพื่อสร้างฐานลูกค้าใหม่ให้มากยิ่งขึ้น และรักษา
ลูกค้าเดิมไว้

สำหรับการสร้างลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเดิมไว้นั้น จะต้องมีการสื่อสารเพื่อสร้าง
ทัศนคติที่ดี

ที่มีต่อแบรนด์ผ่านช่องทางต่างๆ การมอบสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้า เช่น การลดราคา
ของแถม สะสม

แต้ม การมอบบัตรกำนัลสำหรับสำหรับซื้อสินค้าครั้งต่อไป การรับสมัครสมาชิกเพื่อ
ได้รับสิทธิพิเศษ

ต่างๆ โดยการรับสมัครสมาชิกนั้น เราจะสามารถบันทึกช่องทางการติดต่อไปยังลูกค้า
เก็บข้อมูลของ

สินค้าที่ลูกค้าเคยซื้อ และทำเป็นสถิติเพื่อนำเสนอสินค้าที่ออกใหม่และสิทธิพิเศษ
ต่างๆ ที่อาจจะเป็นที่

สนใจของลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆที่เหมาะสม ทั้งสื่อสังคมออนไลน์ E-mail และ
ข้อความทางโทรศัพท์

เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้จะเป็นการเสริมสร้างให้ฐานลูกค้าเดิมมีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

Distribution Channel

การสร้างความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าสามารถนำไปสู่การตัดสินใจซื้อได้ ยังมีช่องทาง การซื้อที่สะดวกและตรงกับวิถีชีวิตของลูกค้ามากเท่าไรก็จะยิ่งได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้

Distribution Channel ยังรวมถึงการช่องทางการสื่อสารระหว่างองค์กรและลูกค้า องค์กรต้อง

ตระหนักรู้ว่าลูกค้าใช้สื่อชนิดใดมาก และสินค้าของเราเหมาะสมกับสื่อชนิดใด เราจึงสามารถแจ้ง

โปรโมชั่นและข้อมูลต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Business Model Canvas, <https://smewinspiration.com>)

โดยช่องทางการขายและการสื่อสารนั้นจะแบ่งเป็น 5 ระยะคือ

- Awareness จะสื่อสารอย่างไรให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงสินค้าของเรา
- Evaluation ลูกค้าจะสามารถประเมินคุณค่าและประโยชน์ของสินค้าเราได้ จากทางใดบ้าง
- Purchase มีช่องทางใดที่ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าของเราได้
- Delivery มีช่องทางใดหรือวิธีการใดบ้างที่เราจะสามารถส่งมอบสินค้าไปยังลูกค้าได้

- After-Sales องค์กรจะสามารถดูแลลูกค้าหลักจากการขายอย่างไรได้บ้าง Distribution Channel หลักของร้าน Smile in Love ในปัจจุบันคือการส่งไปรษณีย์และการขายทาง

หน้าร้าน ซึ่งการส่งไปรษณีย์นั้น ลูกค้าที่ไม่สามารถเดินทางมารับเองได้หลังจากได้ลองชุดไปแล้ว ซึ่งเราจะเลือกส่งไปรษณีย์ของบริษัทเอกชน เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการจัดส่ง หากเป็นในเขตกรุงเทพ เราจะมีพนักงานของทางร้านจัดส่งสินค้าเองถึงที่บ้าน ซึ่งหากลูกค้าต้องการส่งสินค้ากลับมาแก้ไข หรือเปลี่ยนแบบ นอกจากช่องทางการส่ง เรายังสามารถส่งพนักงานไปรับของจากลูกค้า และนำมาแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งถือเป็นบริการหลังการขาย (After Sales) ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการอย่างมาก

นอกจากช่องทางการจำหน่ายสินค้าแล้ว ช่องทางการสื่อสาร ร้าน Smile in Love จะเน้นไปที่การ

สื่อสารผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) เพราะเป็นช่องทางที่สะดวก มี

32 กลุ่มเป้าหมายและลูกค้าติดตามอยู่มาก สามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาได้หลากหลายเหมาะสมตามแต่ละ

โอกาส โดยช่องทางนี้ยังสามารถพูดคุยกับลูกค้า ตอบกลับข้อสงสัย หรือขอ Feedback จากลูกค้าได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

Customer Segment

เพื่อสร้างความได้เปรียบให้อยู่เหนือคู่แข่ง เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และสร้างประสิทธิภาพ

สูงสุดในการทำกำไร องค์กรต้องสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าของตัวเองได้ โดยจะต้องมองเห็นความ

แตกต่างที่หลากหลายของผู้บริโภคที่มีอยู่ในตลาด เพื่อที่จะสามารถวางแผนการตลาด ผลิตภัณฑ์

ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการกลุ่มลูกค้าที่เราวางไว้

การแบ่งกลุ่มลูกค้าได้อย่างชัดเจน จะสามารถทำให้องค์กรเข้าถึงความต้องการ (Need) ของ

ลูกค้าในแต่ละกลุ่มได้ดีมากยิ่งขึ้น นำไปสู่การออกแบบสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการ

ของลูกค้าที่มีอยู่อย่างหลากหลายได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้การแบ่งกลุ่มลูกค้า (Customer

Segmentation) จะทำให้องค์กรสามารถประเมินโอกาสในการทำกำไรจากลูกค้าแต่ละกลุ่มได้จน

นำไปสู่การจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสม วางแผนแผนการตลาด ออกแบบเนื้อหาการโฆษณาที่

ลูกค้าถูกใจและสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด (Business Model Canvas,

<https://smewinspiration.com>)

สำหรับร้าน Smile in Love นั้นลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้หญิง จะมีอายุในช่วง 25-50 ปี เป็น

พนักงานบริษัท ข้าราชการ และเจ้าของกิจการ แต่สืบเนื่องจากแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมายพบว่า มี

จำนวนไม่น้อย สนใจอยากให้ร้าน Smile in Love มีเสื้อผ้าที่หลากหลายกว่านี้ และมีแบบใหม่ๆทุกๆ 1 เดือน รวมถึงเสื้อผ้าของผู้ชายด้วย เพื่อเป็นทางเลือกที่หลากหลาย และครบทุกอย่างในร้านเดียว

ในการทำกาไรและตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่อย่างหลากหลาย ร้าน Smile in Love จึงวางแผนที่ออกแบบ หรือนำเข้าเสื้อผ้าที่ออกแบบใหม่ๆมาใหม่อยู่เสมอ และมีแบบสำหรับใช้ในโอกาสต่างๆให้มากขึ้น และจากกลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถาม เกินกว่าร้อยละ 60 เป็นผู้หญิงที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท หรือประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้าน Smile in Love จึงเล็งเห็นความสำคัญของกลุ่มลูกค้าในกลุ่มนี้ โดยจะเพิ่มการออกแบบเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับการทำงานสำหรับผู้หญิงกลุ่มนี้

Revenue Stream

คือรายได้ขององค์กร โดยองค์กรจะได้รับรายได้จากช่องทางใดบ้างขึ้นอยู่กับวิธีและประเภทของ

การทำธุรกิจ โดยจะต้องกำหนดที่มาของรายได้ให้ชัดเจน เช่น

- การขายสินค้า
- การให้เช่า / ยืม / เช่าซื้อ
- ค่าสมาชิก
- ค่าโฆษณา

(Business Model Canvas, เครื่องมือใหม่ผู้ประกอบการ, <http://thaimarketing.in.th>)

รายได้ของร้าน Smile in Love นั้นมาจากการเช่าสินค้า โดยสินค้าของร้าน Smile in Love นั้นจะให้เช่าชุดแต่งงานอยู่ในช่วงราคา 4,000-35,000 บาท ขึ้นอยู่กับขนาด แบบ และความละเอียดของชุด และราคาชุดออกงานอยู่ที่ 900-3500 บาท

Value Proposition

สินค้าหรือบริการของเรานำเสนอ “คุณค่า” อะไรให้กับลูกค้า ในการทำธุรกิจเราต้องพบกับ

คู่แข่งจำนวนมาก โดยคู่แข่งอาจเป็นได้ทั้งคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อม ซึ่งสินค้าของเราจะประสบ

ความสำเร็จได้นั้น เราต้องสามารถมอบคุณค่าจากสินค้าหรือบริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง หรือการสร้างจุด

แข็งที่แตกต่างจากสินค้าชนิดเดียวกัน หากทำธุรกิจเข้าสู่ตลาดแข่งขัน เราต้องสามารถระบุจุดแข็งหรือคุณ

ค่าที่เป็นลักษณะของสินค้าเรา เช่น ดีไซน์ที่สวยงาม คุณภาพดีกว่า สวมใส่แล้วดูดี ทันสมัย สวมใส่แล้วดู

รูปร่างดี เหมาะกับใช้งาน เป็นต้น

การต่อสู้แย่งชิงพื้นที่ทางการตลาดอย่างดุเดือดในอุตสาหกรรมการเข้าสู่ตลาดนั้นมีมากมาย ตั้งแต่ร้านค้าที่มีตั้งแต่ราคาถูกจนถึงราคาระดับกลาง การมอบคุณค่าการตอบโต้ภัยการใช้งานให้แก่ลูกค้าได้อย่างแท้จริงหรือประโยชน์สูงสุด ที่เหนือกว่าคู่แข่งคือสิ่งที่ผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าต้องคำนึงถึงเป็นพิเศษ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ รสนิยมของผู้บริโภค ความต้องการ และดีไซน์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค (Business Model Canvas, <https://en.wikipedia.org>)

4.1.2

(1) .ท่านสามารถติดต่อ บริษัท ของเราได้โดยตรงบอกพนักงานเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบของรูปถ่ายสถานที่เวลาสไตล์ของชุดแต่งงาน ฯลฯ และผู้เชี่ยวชาญของ บริษัท จะเสนอราคาและจัดเส้นทาง

(2) .ในความร่วมมือกับหน่วยงานการเดินทางคู่สมรสใหม่ที่เดินทางมาประเทศไทยจะต้องเดินทางไปกับเราอย่างแน่นอนตั้งนั้นด้วยความร่วมมือกับตัวแทนท่องเที่ยวในระหว่างการจัดทัวร์โปรดจัดวันหรือสองวันเพื่อให้เหมาะกับแพคเกจถ่ายภาพงานแต่งงานของ บริษัท ของเราเพื่อให้แขกไม่สามารถ เพียงตอบสนองการเล่นความต้องการยังสนุกกับการถ่ายภาพไทยในเวลาเดียวกัน

(3) .ร่วมมือกับ บริษัท ตามยอดหรือญาติของประเทศต่างๆเช่น Zhenai.com, baihe.com, Century Jiayuan.com เป็นต้นสามารถให้บริการผลิตภัณฑ์ของเราแก่พวกเขา หากคู่ที่ประสบความสำเร็จสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมนี้ได้เราจะ

ให้คู่ต่อสู้กับคู่ค้า หรือยืนยันราคาตามสัญญาล่วงหน้า สิ่งนี้จะดึงดูดผู้ชายและผู้หญิงเพียงรายเดียวที่ลงชื่อสมัครใช้ นี่ไม่เพียง แต่ช่วยเพิ่มอัตราความสำเร็จของพวกเขา แต่ยังเพิ่มการไหลเวียนผู้โดยสารของเราจึงบรรลุสถานการณ์ win-win

(1) Zhenai.com เป็นเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงในการแต่งงานและความรักของประเทศ บรรพบุรุษของ Zhenai.com คือ China Friendship Center ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2541 และได้เปลี่ยนชื่อ บริษัท เป็น Zhenai.com เมื่อปีพ. ศ. 2540 เป็นเวลานานกว่าสิบปี เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 Zhenai.com มีสมาชิกได้จดทะเบียน 140 ล้าน ซึ่งเป็นเว็บไซต์หาคู่ที่ล้ำสมัยในจีน Zhenai.com ได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท ร่วมทุนหลายครั้ง รูปแบบการดำเนินงานที่ได้รับการรับรองโดย "เครือข่ายการเลือกตั้ง + โทรศัพท์แม่สีแดง" คุณลักษณะที่ยิ่งใหญ่ที่สุดที่แตกต่างจากเว็บไซต์อื่น ๆ คือ "บริการจัดหาคู่ที่สร้างขึ้นเอง" ซึ่งใช้โดยโทรศัพท์เพื่อให้ตรงกับสมาชิกที่ลงทะเบียน มีใบรับรองการรับรองความถูกต้องครบถ้วนหลายฉบับ Zhenai.com เป็นเว็บไซต์หาคู่อย่างจริงจังและเป็นทางการ สมาชิกจำนวนมากได้ค้นพบอีกครั้งหนึ่งของชีวิตผ่าน zhenai.com



 2017年C-BPI® 行业TOP3品牌榜 <small>(注：C-BPI满分为1000分)</small>				
品类	2017 C-BPI第一名 (得分)	连续 年数	2017 C-BPI第二名 (得分)	2017 C-BPI第三名 (得分)
网络服务				
综合性购物网站	淘宝(659)	7年	京东商城(474)	天猫(463)
互联网门户网站	腾讯网(582.3)	1年	新浪(582.3)	搜狐(425.9)
婚恋网站	珍爱网(548.7)	2年	世纪佳缘(462.7)	百合网(446.2)
视频服务网站/APP	优酷网(519.7)	3年	土豆网(498.1)	腾讯视频(464.6)
大型网络游戏运营商	腾讯游戏(673.3)	5年	盛大游戏(422.7)	网易(405)
团购网站	美团(577.6)	3年	拉手网(411.2)	58团购(388.8)
搜索引擎	百度(752.3)	5年	谷歌(410.6)	搜狗(403.2)
在线旅游服务	携程网(635.3)	5年	同程网(445.8)	去哪儿(430.8)
特卖网站	唯品会(677.2)	2年	聚美优品(449.6)	凡客特卖会(321.9)

ที่มา : (<https://www.zhenai.com/>)

(2) Century Jiayuan เป็นเว็บไซต์หาคู่ที่ให้บริการหาคู่อย่างจริงจังสำหรับคนโสดในจีนแผ่นดินใหญ่ฮ่องกงมาเก๊าไต้หวันและประเทศอื่น ๆ และภูมิภาคต่างๆทั่วโลกผ่านทางแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตและการประชุมสมาชิกแบบออฟไลน์ ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2554 Century Jiayuan ได้เข้าสู่ NASDAQ Global Select Market ในสหรัฐอเมริกาและประสบความสำเร็จในการจดทะเบียนในสหรัฐอเมริกา



世纪佳缘
jiayuan.com

Stock
market
situation

ที่มา : (<http://login.jiayuan.com/?refrer=http://www.jiayuan.com&host=0>)

(3) baihe.com เป็นผู้ให้บริการรายแรกในประเทศจีนที่จะทำให้เพื่อน ๆ และคนรักผ่านสื่อจริงออนไลน์ด้วยภารกิจ "ช่วยให้ชาวจีนนับร้อยนับล้านมีความสุขในการแต่งงานและครอบครัว"

ในเดือนพฤษภาคมปี 2005 baihe.com ได้รับการเผยแพร่อย่างเป็นทางการและเป็นครั้งแรกในประเทศจีนได้เปิดตัวรูปแบบการแต่งงานแบบไม่ซ้ำกันของ "การจับคู่จิตวิญญาณเพื่อบรรลุความสุขในการแต่งงาน" ได้เปิดตัวแล้ว

ตั้งแต่ปีพ. ศ. 2549 เป็นต้นมาเราได้เริ่มทดสอบการให้บริการของ Red Mourning โดยผสมผสานเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ากับบริการประสานงานแบบดั้งเดิมเพื่อสร้างบริการคู่สัญญาที่ทันสมัย เป็นผู้บุกเบิกรูปแบบบริการออนไลน์และออฟไลน์ของเว็บไซต์การแต่งงานของชาวจีน

ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2550 baihe.com ได้กลายเป็นเว็บไซต์แต่งงานและรักแห่งแรกที่ใช้ระบบบัตรประจำตัวของกระทรวงความมั่นคงสาธารณะ ลิลี่เน็ตเป็นผู้นำในการใช้ระบบสื่อจริง ปัจจุบันมีผู้ใช้ที่ลงทะเบียนมากกว่า 90 ล้านรายกำลังหาพันธมิตรชีวิตของพวกเขาในลิลี่

ร้านค้าแบบออฟไลน์ของ baihe.com เป็นผู้นำอุตสาหกรรมและได้เปิดร้านค้า 100 แห่งในเมืองทั่วประเทศ เป้าหมายของ baihe.com คือการรวบรวมข้อดีในท้องถิ่นและรวม 100 วัฒนธรรมเพื่อสร้างแพลตฟอร์มแบบเปิดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศให้การแต่งงานที่เป็นมืออาชีพและให้คำปรึกษาด้านความรักการแต่งงานและการให้คำแนะนำเรื่องความรักและการแต่งงานและการรักษารับคู่กับชายโสดทั้งจีนและหญิง เป้าหมายของลิลี่เน็ตคือการสร้างรากฐานของการแต่งงานสมัยใหม่และความรักของจีนผ่านการสำรวจและค้นคว้าอย่างต่อเนื่องและกลายเป็นองค์กรชั้นนำในอุตสาหกรรม



ที่มา (<http://www.baihe.com>)

การใช้งานและการรับรู้แบรนด์ของเว็บไซต์แบรนด์ 3 แบนด์



4.2 แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ

4.2.1 แหล่งเงินทุนและงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 4.1 : แสดงการประมาณงบกำไรขาดทุน
ไรขาดทุน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

ตารางแสดงรายรับรายจ่ายและการคาดการณ์ใน 5 ปีข้างหน้า							
ปี		2017	2018	2019	2020	2021	2022
รายได้		11,602,780.00					
	ค่าเช่าชุดแต่งงาน	8,528,043.30	13,198,651.96	36,523,446.77	46,901,963.78	58,609,258.35	73,430,247.10
	ค่าเช่าชุดแบบใหม่ pack	116,027.80	133,431.97	153,446.77	176,463.78	202,933.35	233,373.35
	ค่าเช่าชุดแบบ packages	232,055.60	278,466.72				-
	ค่าเช่าชุดแบบ packages	8,121,946.00	9,746,335.20				-
	ค่าเช่าชุดแบบ packages	58,013.90	75,418.07				-
	ค่าเช่าชุดแบบ packages Plat1		500,000.00	2,000,000.00	2,400,000.00	2,640,000.00	2,904,000.00
	ค่าเช่าชุดแบบ packages Plat2		510,000.00	4,420,000.00	5,083,000.00	5,845,450.00	6,722,267.50
	ค่าเช่าชุดแบบ packages Plat3		850,000.00	4,250,000.00	5,312,500.00	6,640,625.00	8,300,781.25
	ค่าเช่าชุดแบบ packages Gold		325,000.00	10,400,000.00	14,040,000.00	18,252,000.00	23,727,600.00
	ค่าเช่าชุดแบบ packages Silver1		280,000.00	8,325,000.00	11,602,500.00	15,083,250.00	19,608,225.00
	ค่าเช่าชุดแบบ packages Silver2		500,000.00	6,375,000.00	8,287,500.00	9,945,000.00	11,934,000.00
	ค่าเดินทางไป-กลับ	290,069.50	348,083.40	417,700.08	584,780.11	818,692.16	982,430.59
	ค่าจัดงาน Organizer	1,279,206.50	1,662,968.44	2,494,452.67	3,741,679.00	5,612,518.50	8,418,777.75
	ค่าเช่าชุดราตรีและชุดอื่นๆ	255,841.30	307,009.56	1,228,038.24	1,842,057.35	2,763,086.03	4,144,629.04
	ค่าถ่ายภาพ	174,041.70	226,254.21	294,130.47	382,369.61	497,080.50	646,204.65
	รายได้อื่นๆ	1,075,577.71	1,183,135.48	1,419,762.57	1,703,715.09	2,044,458.10	2,453,349.72
	investor		5,000,000.00				
	รายได้รวม	11,602,780.00	21,926,103.05	42,377,530.79	55,156,564.94	70,345,093.63	90,075,638.85
รายจ่าย							
	ค่าเช่าตึก	1,200,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00	1,860,000.00	1,860,000.00	1,860,000.00
	เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	2,460,000.00	2,462,460.00	2,464,922.46	3,187,387.38	3,190,574.77	3,193,765.34
	ค่าน้ำ	12,000.00	13,000.00	14,000.00	51,000.00	51,000.00	51,000.00
	ค่าไฟ	240,000.00	264,000.00	290,400.00	463,440.00	509,784.00	560,762.40
	ค่าวัสดุสิ้น	1,200,000.00	1,320,000.00	1,452,000.00	1,597,200.00	1,756,920.00	1,932,612.00
	คอมพิวเตอร์และโปรแกรม	600,000.00	601,800.00	603,605.40	1,105,416.22	1,108,732.46	1,112,058.66
	รายจ่ายอื่นๆเช่น Subcontract/ผู้คราตรี	1,688,340.00	1,696,781.70	1,705,265.61	1,722,318.26	1,730,929.86	1,739,584.51
	ค่าการตลาด/ค่าโฆษณา	500,000.00	600,000.00	660,000.00	858,000.00	943,800.00	1,038,180.00
	ขยบาย	-	-	5,000,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00
	รายจ่ายรวม	7,900,340.00	8,158,041.70	13,390,193.47	11,044,761.86	11,351,741.09	11,687,962.91
	กำไร/ขาดทุน	3,702,440.00	13,768,061.35	28,987,337.32	44,111,803.08	58,993,352.54	78,387,675.94
	จ่ายคืน Investor 10% ต่อปี			500,000.00			
	จ่ายคืนเงินต้น			5,000,000.00			
	กำไร/ขาดทุน		13,768,061.35	23,487,337.32	44,111,803.08	58,993,352.54	78,387,675.94

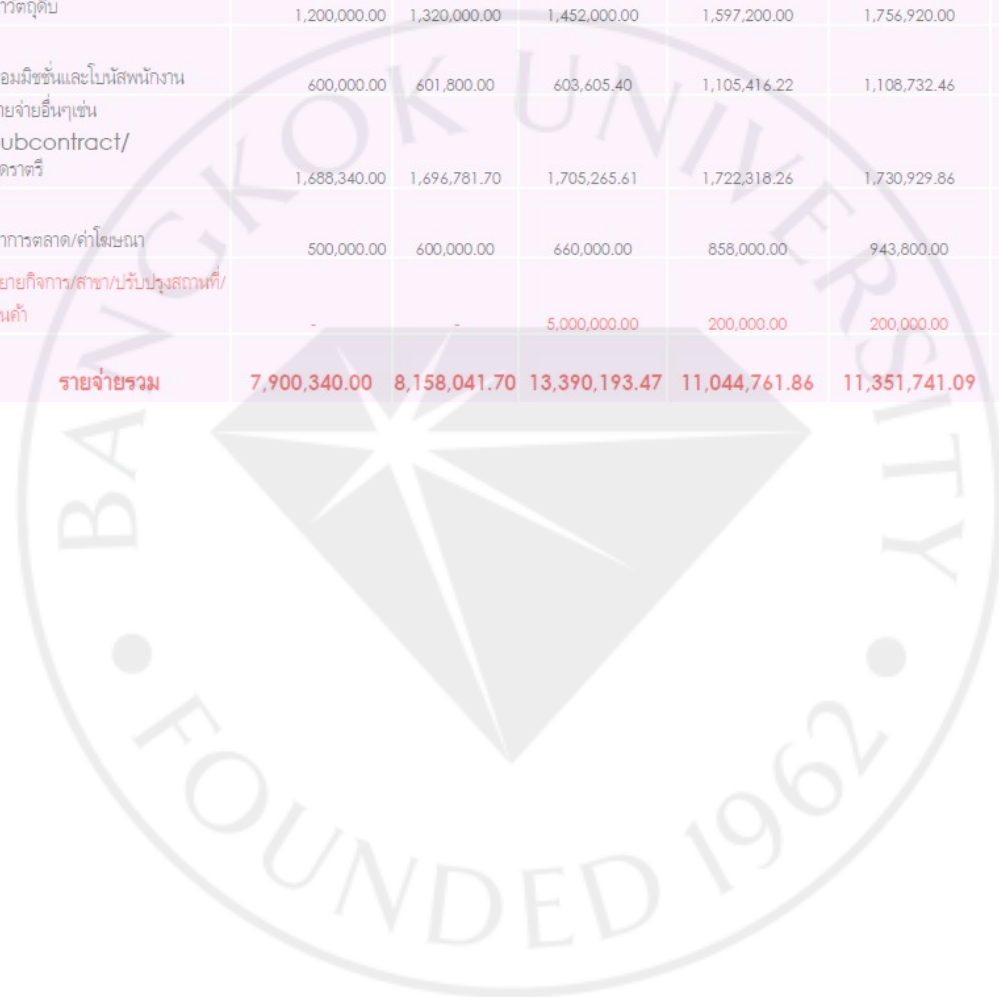
ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงรายได้



ตารางแสดงรายรับรายจ่ายและการคาดการณ์ใน 5 ปีข้างหน้า							
ปี		2017	2018	2019	2020	2021	2022
รายได้		11,602,780.00					
ค่าเช่าชุดแต่งงาน		8,528,043.30	13,198,651.96	36,523,446.77	46,901,963.78	58,609,258.35	73,430,247.10
	ค่าเช่าชุดและไม่มี packages	116,027.80	133,431.97	153,446.77	176,463.78	202,933.35	233,373.35
	ค่าเช่าชุดและ packages A	232,055.60	278,466.72				-
	ค่าเช่าชุดและ packages B	8,121,946.00	9,746,335.20				-
	ค่าเช่าชุดและ packages C	58,013.90	75,418.07				-
	ค่าเช่าชุดและ packages Plat1		500,000.00	2,000,000.00	2,400,000.00	2,640,000.00	2,904,000.00
	ค่าเช่าชุดและ packages Plat2		510,000.00	4,420,000.00	5,083,000.00	5,845,450.00	6,722,267.50
	ค่าเช่าชุดและ packages Plat3		850,000.00	4,250,000.00	5,312,500.00	6,640,625.00	8,300,781.25
	ค่าเช่าชุดและ packages Gold		325,000.00	10,400,000.00	14,040,000.00	18,252,000.00	23,727,600.00
	ค่าเช่าชุดและ packages Silver1		280,000.00	8,925,000.00	11,602,500.00	15,083,250.00	19,608,225.00
	ค่าเช่าชุดและ packages Silver2		500,000.00	6,375,000.00	8,287,500.00	9,945,000.00	11,934,000.00
ค่าขนส่งที่-ท่ารถ		290,069.50	348,083.40	417,700.08	584,780.11	818,692.16	982,430.59
ค่าจัดงาน Organizer		1,279,206.50	1,662,968.44	2,494,452.67	3,741,679.00	5,612,518.50	8,418,777.75
ค่าเช่าชุดวราตรีและชุดอื่นๆ		255,841.30	307,009.56	1,228,038.24	1,842,057.35	2,763,086.03	4,144,629.04
ค่าถ่ายภาพ		174,041.70	226,254.21	294,130.47	382,369.61	497,080.50	646,204.65
รายได้อื่นๆ		1,075,577.71	1,183,135.48	1,419,762.57	1,703,715.09	2,044,458.10	2,453,349.72
Investor			5,000,000.00				

ตารางที่ 4.3 ตารางแสดงรายจ่าย

รายจ่าย							
ค่าเช่าตึก	1,200,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00	1,860,000.00	1,860,000.00	1,860,000.00	
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	2,460,000.00	2,462,460.00	2,464,922.46	3,187,387.38	3,190,574.77	3,193,765.34	
ค่าน้ำ	12,000.00	13,000.00	14,000.00	51,000.00	51,000.00	51,000.00	
ค่าไฟ	240,000.00	264,000.00	290,400.00	463,440.00	509,784.00	560,762.40	
ค่าวัสดุคิป์	1,200,000.00	1,320,000.00	1,452,000.00	1,597,200.00	1,756,920.00	1,932,612.00	
คอมมิชชั่นและโบนัสพนักงาน	600,000.00	601,800.00	603,605.40	1,105,416.22	1,108,732.46	1,112,058.66	
รายจ่ายอื่นๆเช่น Subcontract/ ซุ้ตราตรี	1,688,340.00	1,696,781.70	1,705,265.61	1,722,318.26	1,730,929.86	1,739,584.51	
ค่าการตลาด/ค่าโฆษณา	500,000.00	600,000.00	660,000.00	858,000.00	943,800.00	1,038,180.00	
ขยยกิจการ/สาขา/รับปรุงสถานที่/ สินค้า	-	-	5,000,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00	
รายจ่ายรวม	7,900,340.00	8,158,041.70	13,390,193.47	11,044,761.86	11,351,741.09	11,687,962.91	



ตารางที่4.4 ตารางแสดงรายรับรายจ่ายและการคาดการณ์อีก5 ปีข้างหน้า

ตารางแสดงรายรับรายจ่ายและการคาดการณ์ใน 5 ปีข้างหน้า							
ปี		2017	2018	2019	2020	2021	2022
	กำไร/ขาดทุน	3,702,440.00	13,768,061.35	28,987,337.32	44,111,803.08	58,993,352.54	78,387,675.94
	จ่ายเงิน Investor 10% ต่อปี			500,000.00			
	จ่ายเงินเริ่มต้น			5,000,000.00			
	กำไร/ขาดทุนสุทธิ	3,702,440.00	13,768,061.35	23,487,337.32	44,111,803.08	58,993,352.54	78,387,675.94

บรรณานุกรม

Copyright Investaura Management Consultants, (2017) ,

INVESTAURA  The Art of Business Planning

<http://www.business-planning-for-managers.com/main-courses/competition/competition-analysis/?lang=th>

Data Communication and Computer Network (นางสาวพัทธนันท์ ต่ายจันทร์ชื่อเล่น ส้มโอ)

<https://sites.google.com/site/hlakkartlad02/neuxha/6-phvtikrrm-phu-briphokh>

Parin Phongsunthornsuk. "Besilk" ลุยตลาดชดวิวาห์ไทยประยุกต์.

<https://www.posttoday.com/market/sme/415383>

Business Model Canvas

© Newsmag WordPress Theme by TagDiv , NEWSMAG WEP

<http://thaimarketing.in.th/archives/5259>



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล

Li Jing Miao

ที่อยู่

845 Ramkhamhaeng Rd, Khwaeng Hua Mak, Khet
Bang Kapi, Krung Thep 10240

หมายเลขโทรศัพท์ 081-9698820

E-Mail 187328213@qq.com

ประวัติการศึกษา จบการศึกษาระดับ Haikou School

ปริญญาตรี Maejo University คณะ พัฒนาการท่องเที่ยว

ประวัติการทำงาน บริษัท สแตนดาร์ด ทัวร์ จ. เชียงใหม่

บริษัท โคโค่ ทราเวล จ.ภูเก็ต

บริษัท อ้ายเจียโฮยว จ.ภูเก็ต

บริษัท แอล วาย ลงเงิน กทม



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์

การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

วันที่ 27 เดือน 4 พ.ศ. 2019

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) LI JUNG MAO อยู่บ้านเลขที่

ซอย 85 ถนน Ramkhamhaeng ตำบล/แขวง HuaMak

อำเภอ/เขต Bangkok จังหวัด Bangkok รหัสไปรษณีย์

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7601200194

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

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 คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..... [Redacted]ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
([Signature])

ลงชื่อ..... [Redacted]ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(จร, อัญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ..... [Redacted]พยาน
(ดร.กัญญา พัฒนารพันธ์)
รองคณบดีคณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

ลงชื่อ..... [Redacted]พยาน
(อาจารย์อาทร พร้อมพัฒนภัก)
ผู้อำนวยการหลักสูตร

