

แผนธุรกิจเช่าชุดราตรีพรรณพัดชา

Business Plan for PUNPATCHA Dress Rental Shop



แผนธุรกิจเช่าชุดราตรีพรณพัตชา

Business Plan for PUNPATCHA Dress Rental Shop



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2563



©2563

พรรณพ็ชนนท์ มานะกิจรุ่งเรือง  
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจเข้าสู่ตลาดรีพรรมพิชชา

ผู้วิจัย พรรณพ็ชนันท์ มานะกิจรุ่งเรือง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.จรรจรณ เลาะห์พลวัฒนา)

ผู้เชี่ยวชาญ

(อาจารย์อาทร พร้อมพัฒนภัค)

(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

19 กันยายน 2563

พรรณพชันันท์ มานะกิจรุ่งเรือง. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ,  
กันยายน 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจเช่าชุดราตรีพรรณพชชา (60 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.วรวรรณ เลาทะพลวัฒนา

## บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดร้าน PUNPATCHA (พรรณพชชา) ให้บริการเช่าชุดราตรีในเขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานครในด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปทางธุรกิจ (PESTE Analysis) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Five Force Model) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7'Ps) วิเคราะห์ด้านการจัดการ (Management Analysis) วิเคราะห์ด้านเทคนิค (Technical Analysis) และวิเคราะห์ด้านการลงทุน โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 371 คน พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เอื้อประโยชน์ต่อการลงทุน โดยมีผู้ให้ความสนใจจะ เข้าใช้บริการ 63.21% จึงมีความเป็นไปได้ทางการตลาด ด้านเทคนิค เป็นการวิเคราะห์ด้านสถานที่ และการออกแบบร้าน รวมถึงการควบคุมคุณภาพ ในการดำเนินการมีความเป็นไปได้ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ พบว่าการจัดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานมีคุณสมบัติตรงตาม ตำแหน่งที่กำหนดไว้ มีการวางแผนองค์กรอย่างมีระบบ การวางแผนงานให้เป็นไปตามกำหนด ดังนั้นจึง มีความเป็นไปได้ด้านการจัดการ ส่วนในด้านการเงินพบว่าการลงทุนทั้งสิ้น 2,000,000 บาท โดยเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด จากการประเมินโครงการพบว่ามีมูลค่าปัจจุบัน (NPV) เท่ากับ 7,858,901.67บาท มีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 107 และระยะเวลาในการคืนทุน 1 ปี 6 เดือน จึงสรุปได้ว่าร้านให้เช่าชุดราตรีมีความเป็นไปได้และมีความน่าสนใจในการลงทุน

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, เช่าชุดราตรี, พรรณพชชา

Punpatchanun Manakijrungruang M.M.E. (Entrepreneurship), September 2020,  
Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for PUNPATCHA Dress Rental Shop (60 P.)

Advisor: Worrawan Laohapolwatana, Ph.D.

### **Abstract**

This report looks at the possibility to open a business providing an evening gown rental service in Bang Bon district, Bangkok. The business has been analyzed for viability using the following: The PESTLE Analysis which is the concept is used as a tool by companies to consider external influences including Political, Economic, Sociological, Technological, Legal and Environmental areas that may have an impact on the business. Porters Five forces model to identify the level of competition in the market place looking at Buyers, Suppliers, New Entrants and potential substitutes to determine the level of industry rivalry. A SWOT Analysis of the business & industry to help identify strengths, weakness, opportunities, and threats which acts as a useful tool for strategic planning. Using the Marketing Mix (7P's) is combination of 7 elements of marketing that aim to work together to achieve maximum results consisting of Product, Place, Price, Promotion, Physical Evidence, People, and Processes. Management analysis is analysis, planning, implementation, and control of programme designed to bring about desired exchanges with target markets for the purpose of achieving organizational objectives. Technical analysis that attempts to understand the market sentiment by looking for patterns and trends. A market survey collecting data from 371 people found that 235 or 63% of those participating showed an interest in using the evening gown rental service at the proposed location and looked favorably on the designs and quality. In terms of management, it was found that the personnel have knowledge and ability to perform their work competently. The organization has good systemized working processes and planning. Financially the investment of 5,000,000 Baht shows a projected NPV of 7,858,901.67 using a WACC of 6% and an IRR of 107% making this a good investment.

*Keyword: Business Plan, Dress Rental Shop, PUNPATCHA*

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระ (Independent Study) แผนธุรกิจบริการเช่าชุดราตรีพรรณพัดชาฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้นั้น ทางผู้ศึกษาต้องขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.วรวรรณ เล่าหะพลวัฒนา ที่ได้ให้ คำปรึกษาและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพื่อเป็นการปรับปรุงเนื้อหาของการค้นคว้าอิสระ แผนธุรกิจบริการเช่าชุดราตรีพรรณพัดชา ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ เหมาะสม และถูกต้อง

ขอขอบคุณอาจารย์คุณอาทร พร้อมพัฒนภักดิ์ ผู้อำนวยการหลักสูตรปริญญาโท สาขาการเป็นเจ้าของธุรกิจ (MME) มหาวิทยาลัยกรุงเทพและคณะอาจารย์สาขาการเป็นเจ้าของ ธุรกิจ (MME) ทุกท่านที่ได้มอบความรู้ ตลอดจนเพื่อนในสาขาการเป็นเจ้าของธุรกิจ (MME) ที่คอย ให้กำลังใจและช่วยเหลือซึ่งกันและกันอย่างสม่ำเสมอ

ขอขอบคุณครอบครัวโดยเฉพาะคุณแม่และคุณน้าที่คอยเป็นกำลังใจให้ตลอด ขอขอบคุณคนที่ คอยเตือนทำงานและคอยเป็นกำลังใจให้ผู้ศึกษาอยู่เสมอ และขอขอบคุณ พี่แจน ปริณดา ที่คอย ช่วยเหลือให้คำแนะนำต่าง ๆ กับผู้ศึกษา และให้กำลังใจผู้ศึกษาด้วยดีตลอดจนทำการค้นคว้าอิสระ แผนธุรกิจนี้เสร็จ

และสุดท้ายขอขอบคุณแจ๊คสันหวัง อิมแจบอม และสมาชิกวงก็อตเซเว่น (GOT7) ทุกคนที่ คอยเป็นแรงผลักดันและกำลังใจที่สำคัญมาก ๆ ที่ทำให้ผู้ศึกษามีพลังในการค้นคว้าอิสระแผนธุรกิจ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

พรรณพัทธนันท์ มานะกิจรุ่งเรือง

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 ที่มาการดำเนินธุรกิจ	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	2
1.4 องค์ประกอบของการทำธุรกิจ	2
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	
2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด	7
2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง	10
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจภายใน	
3.1 การวิเคราะห์ SWOT	13
3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ	14
3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค	18
บทที่ 4 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด	
4.1 ส่วนแบ่งทางการตลาด STP	23
4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 7 P's	24
4.3 แผนการสื่อสารทางการตลาด	27
บทที่ 5 แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรมนุษย์	
5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร	29
5.2 การกำหนดตำแหน่งและ หน้าที่ความรับผิดชอบของงาน	30
5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร	34
5.4 นโยบายการพัฒนากบุคลากร	37



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	
6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง	41
6.2 ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อของผู้ผลิต	42
6.3 การบริหารทางด้านการค้าคงคลัง	42
6.4 กระบวนของขั้นตอนในให้บริการ	43
บทที่ 7 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน	
7.1 ความต้องการเงินทุน	45
7.2 สมมติฐานทางการเงิน	45
7.3 ประมาณการงบการเงิน	47
7.4 การประเมินระยะเวลาคืนทุน	50
บทที่ 8 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ	
8.1 แผนฉุกเฉิน	52
8.2 แนวทางในการพัฒนาธุรกิจ	53
บรรณานุกรม	55
ภาคผนวก	56
ประวัติผู้เขียน	60
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในสารนิพนธ์	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	13
ตารางที่ 4.1: รูปแบบกิจกรรมของร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)	28
ตารางที่ 5.1: แผนผังองค์กร ร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)	29
ตารางที่ 5.2: เวลาในการทำงานของ แต่ละตำแหน่งงาน ของร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)	31
ตารางที่ 5.3: โครงสร้างตำแหน่งและลักษณะงานของร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)	32
ตารางที่ 5.4: โครงสร้างเงินเดือนของพนักงานในร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)	34
ตารางที่ 7.1: ประมาณการรายได้	45
ตารางที่ 7.2: ประมาณการค่าใช้จ่าย	46
ตารางที่ 7.3: งบกำไรขาดทุน	47
ตารางที่ 7.4: งบแสดงฐานะทางการเงิน	48
ตารางที่ 7.5: งบกระแสเงินสด	49
ตารางที่ 7.6: วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	50
ตารางที่ 7.7: ระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนจากการลงทุน	50

สารบัญภาพ

ภาพที่ 4.2: ตราสินค้า

หน้า

25



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

จังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์กลางของภาคกลาง มีความเจริญทั้งในทางเศรษฐกิจ และสังคม เป็นศูนย์กลางทางการศึกษา คำนคว้าวิจัย และเทคโนโลยี ทำให้จังหวัดกรุงเทพมหานครมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายในจังหวัดมากมาย ทั้งกิจกรรมของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ กิจกรรมของหน่วยงานราชการ การแสดงสินค้า การอบรม ประชุม สัมมนา หรือการจัดเลี้ยงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานแต่งงาน งานเลี้ยงส่ง งานเลี้ยงฉลองรับตำแหน่งใหม่ งานแสดงความยินดีเปิดตัวสินค้างานส่งเสริมการขาย งานเลี้ยง งานสังสรรค์ต่าง ๆ ไปจนถึงงานเลี้ยงระดับจังหวัดหรือประเทศที่มีเหล่าคนดังของสังคมหรือดาราร่วมงาน เป็นต้น โดยงานส่วนใหญ่จะจัดที่โรงแรม ผู้ที่ไปร่วมงานจึงให้ความสนใจในการแต่งกายไปร่วมงานมากขึ้น ชุดราตรีที่สวมใส่มีความสวยงามและเป็นสากลมากขึ้น ซึ่งการเตรียมชุดราตรีสำหรับไปงานเลี้ยงเป็นสิ่งสำคัญมากโดยเฉพาะสำหรับผู้หญิง เนื่องจากชุดราตรีไม่เพียงแต่เป็นเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเท่านั้น แต่ยังสะท้อนตัวตน รสนิยม และสามารถเสริมสร้างบุคลิกและความมั่นใจให้ผู้สวมใส่ได้ การแต่งตัวได้เหมาะสมกับกาลเทศะและโอกาสของงาน จึงเป็นเสมือนการให้เกียรติงานและเจ้าภาพที่เชิญ และทำให้ได้รับการยอมรับทางสังคมได้

จากการสำรวจในเขตเอกชัยพบว่าในปัจจุบันธุรกิจให้เช่าชุดราตรียังมีไม่มาก ผู้ศึกษาจึงมองเห็นช่องทางการประกอบธุรกิจ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีจำนวนมาก และบางส่วนต้องไปร่วมงานเลี้ยงอยู่บ่อยครั้ง และส่วนใหญ่ไม่ต้องการใส่ชุดเดิมซ้ำ ๆ ไปทุกงาน อีกทั้งชุดราตรีมีราคาสูง ทำให้ไม่สามารถซื้อชุดใหม่ทุกครั้งทีไปงานทุกงานได้ ซึ่งจุดแข็งที่จะเปิดให้บริการเช่าชุดราตรีในราคาถูกลง เนื่องจากเห็นว่ายังไม่มีคู่แข่งในตลาดและโอกาสในการเติบโตที่สูง ประกอบกับมองเห็นความท้าทาย แต่การทำชุดเช่าไม่ได้ง่ายและประสบกับปัญหาการขาดทุน ด้วยความมุ่งมั่นและการพัฒนารูปแบบสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ซึ่งมีบริการครบวงจรทั้งชุดเช่าที่มีให้เลือกหลายหลายมากกว่า 10,000 แบบ รวมถึงเครื่องประดับต่าง ๆ ที่มีอย่างครบครัน ภายใต้คอนเซ็ปต์ที่ว่าหาที่ไหนไม่ได้ ให้มาที่นี่ แบบไหนไม่มี ทางร้านทำให้ได้ทันที ดังนั้นการใช้บริการเช่าชุดราตรีเพื่อสวมใส่ไปงานจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยให้ประหยัดเงินและมีชุดใส่ไปงานโดยไม่ซ้ำ และยังสามารถใช้เครื่องประดับและกระเป๋าได้โดยไม่ต้องจ่ายเงินเพิ่มและไม่ต้องเช่าเพิ่มจากการเช่าชุดราตรีที่ถูกต้อง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ธุรกิจให้เช่าชุดราตรีมีความน่าสนใจลงทุน เนื่องจากทางร้านเน้นชุดราตรีในราคาถูกลงมีแบบให้เลือกมากมาย ตรงความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร มีการดูแล

จัดการเกี่ยวกับการเลือกชู้ตราตรีและให้บริการ อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ เพราะในปัจจุบันผู้บริโภคมีความนิยมในการเช่าชู้ตราตรีในราคาที่ถูกแต่มีคุณภาพเท่าเทียมกับร้านอื่น ๆ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จึงต้องทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ให้บริการเช่าชู้ตราตรีเพื่อให้ทราบว่ามีความคุ้มค่าในการลงทุนหรือไม่

## 1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

ทางเรามีความชอบและความหลงใหลเป็นที่ตั้งอยู่แล้วด้วยยิ่งเวลาเห็นผู้คนได้ใส่ชู้ตราตรีสวยงามตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้าด้วยเวลาออกงานต่าง ๆ ยิ่งทำให้เราความสุข ซึ่งส่งผลทำให้นี้เป็นจุดเริ่มต้นของการเปิดกิจการในครั้งนี้ รวมถึงการจัดตั้งที่เขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพฯ เนื่องจากมีทำเลที่ตั้งอยู่แล้วและมีพื้นที่กว้างขวางพอ สำหรับการจะเริ่มดำเนินธุรกิจได้อย่างมีระบบและระเบียบได้ ซึ่งทำให้ทางเราสามารถลงชู้ตราตรีได้หลายแบบหลายประเภทได้มากอีกด้วย

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ให้บริการเช่าชู้ตราตรี ในเขตบางบอนจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน

## 1.4 องค์ประกอบของการทำธุรกิจ

การศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ให้บริการเช่าชู้ตราตรีในเขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยจะศึกษาถึงความเป็นไปได้ใน 4 ด้าน มีรายละเอียดดังนี้

### 1.4.1. การศึกษาด้านการตลาด

ประกอบด้วยการวิเคราะห์ลักษณะของความต้องการ (Demand) ภาวะการณ้ตอบสนอง (Supply) ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หรือราคา สถานที่ตั้ง การส่งเสริม การตลาด บุคคล กระบวนการบริการ การก่อสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับประชากรเพศหญิง อายุ 15 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการคำนวณจากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากร ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience

Sampling) ร่วมกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน (Competitive Environment) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) และการจัดการการเงิน การลงทุน การศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ

อีกโมเดลที่เราจะใช้ทำงานวิจัยนี้ คือ แบบจำลองธุรกิจว่าธุรกิจของเราใช้เครื่องมือที่จะคิดและสร้างโมเดลธุรกิจที่ดีและนิยมใช้กันอย่างมากชื่อ Business Model Canvas (BMC) ซึ่งจะทำให้เราเข้าใจธุรกิจของเราได้ดีมากขึ้น โดยอ้างอิงจาก Business Model Canvas (BMC) นี้เป็น แม่แบบ (Template) ที่ช่วยในการออกแบบโมเดลธุรกิจ ซึ่งถูกพัฒนาและนำเสนอโดย Alexander Osterwalder ในหนังสือชื่อ Business Model Generation การสร้างโมเดลธุรกิจ ทำให้เรามองเห็นภาพรวมครบทุกส่วน และยังทำให้สร้างกำไรให้กิจการได้อีกด้วย ช่วยให้ทราบถึงกิจกรรมทั้งหมดเรื่องต้นทุนและค่าใช้จ่าย สามารถตั้งราคาที่มีกำไรได้ และยังสามารถขายไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในช่องทางที่ถูกต้องได้ รวมทั้งการขยายตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายก็ประชาสัมพันธ์ได้ตรงกลุ่มในต้นทุนที่ต่ำอีกด้วย จากการสร้างโมเดลธุรกิจนี้ยังขยายผลไปยังการจัดทำแผนธุรกิจเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของกิจการที่เราจะเริ่มต้นได้ ซึ่งทำให้เรามีความมั่นใจมากขึ้นและลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจไปได้อีก องค์ประกอบเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจของ PUNPATCHA (พรรณพัตชา) 9 ส่วน ดังนี้

1.4.1.1 Customer Segments (กลุ่มลูกค้า) กลุ่มเป้าหมายหลักของทางร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา) คือ คุณผู้หญิงที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี - 60 ปี และกลุ่มเป้าหมายรองคือ บุคคลที่มีความต้องการที่จะไปงานเลี้ยงต่าง ๆ

1.4.1.2 Value Propositions (การเสนอคุณค่า) ร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา) มีเน้นการบริการที่มีเอาใจใส่อย่างสูงมีชุดให้เลือกหลากหลายสำหรับผู้บริโภคให้เลือกในการเช่าชุดราตรี รวมไปถึงมีการบริการที่ครบวงจรและให้การบริการผู้บริโภคอย่างจริงจัง ราคาเป็นกันเอง ซึ่งถือเป็นการบริการที่มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เป็นอย่างสูงเพื่อให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการของเราอีกในภายหลัง

1.4.1.3 Customer Relationships (ความสัมพันธ์กับลูกค้า) ทางร้านได้คอยให้การสนับสนุนและคำชี้แนะสำหรับการเช่าชุดราตรีเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค รวมถึงน้อมรับคำติชมต่าง ๆ ผ่านทางการให้ข้อมูลจากลูกค้า เพื่อที่จะนำมาพัฒนาองค์กรและปรับแก้ส่วนที่มีปัญหาให้ดียิ่งขึ้นไปและพร้อมตอบข้อซักถาม ข้อกังวลใจของผู้บริโภค อย่างชัดเจนตรงไปตรงมา อีกทั้งยังนำและให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ทำให้มีการบอกต่อและกลับมาใช้บริการ โดยการสร้างฐานข้อมูลให้ลูกค้าลงทะเบียนสินค้าผ่านทาง Online

1.4.1.4 Channels (ช่องทางการจัดจำหน่าย) ช่องทางการบริการของทางร้านเรา คือ การบริการแบบมีหน้าร้านเป็นช่องทางออฟไลน์ (Offline) ที่ลูกค้าสามารถเข้ามาเลือกเช่าชุดราตรีได้อย่างหลากหลายพร้อมทั้งมีการให้บริการด้านคำปรึกษา

1.4.1.5 Revenue Streams (รายได้หลัก) รายได้หลักของทางร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา) คือ รายได้ 2 ทาง ได้แก่ การดำเนินการ (Transaction Revenues) รายได้จากลูกค้า ครั้งต่อครั้ง และรายได้ต่อเนื่อง (Recurring Revenues) เกิดจากซื้อต่อเนื่อง รายได้จากธุรกิจสามารถ มีได้หลายรูปแบบได้แก่ ค่าสมาชิก (Subscription Fee) การให้ยืมการเช่าและการเช่าซื้อ (Lending/ Renting/ Leasing) และการโฆษณา (Advertising) จาก Facebook รายได้ที่มาจากบริการเช่า ชุดราตรีพร้อมกับเครื่องประดับต่าง ๆ อย่างครบวงจร

1.4.1.6 Key Partners (พันธมิตร) พันธมิตรของทางร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา) จะมี Supplier ด้านผ้าและวัตถุดิบที่ใช้ทำชุดราตรี ทีมดีไซน์เนอร์และทีมช่างตัดชุดราตรี

1.4.1.7 Key Activities (กิจกรรมหลัก) มีการให้คำปรึกษา คำแนะนำและความจริงใจแก่ผู้บริโภค มีการพัฒนาและขยายแบบชุดให้ผู้บริโภคเลือกมากยิ่งขึ้นและบริการไปทุกช่องทางผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram, Website รวมถึงมีการพัฒนาองค์กรและมีการฝึกอบรมพนักงานให้ความรู้และบริการที่ได้มาตรฐาน เพื่อจัดตารางเวลา และสามารถส่งมอบชุดได้อย่างตรงต่อเวลา และเป็นแบบแผน

1.4.1.8 Key Resources (ทรัพยากรหลัก) ทรัพยากรหลักของทางร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ได้แก่ เงิน หน้าร้าน ฐานลูกค้าเดิม ลูกค้าใหม่ ชุดราตรี และเครื่องประดับต่าง ๆ

1.4.1.9 Cost Structure (โครงสร้างเงินทุน) ในส่วนของค่าใช้จ่ายนั้นจะมีการลงทุนในส่วนของสินทรัพย์ที่เป็นสินทรัพย์ถาวร โดยการใช้ทำเลที่ตั้งเดียวในการให้สินค้าและบริการต่อผู้บริโภค รวมไปถึง ค่าใช้จ่ายในส่วนของการตลาดเงินเดือน พนักงานและค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการสต็อกสินค้าเป็นหลัก ค่าการตลาดและโฆษณา ค่าอุปกรณ์ ค่าออกแบบและตัดเย็บ และค่าบำรุงชุดต่าง ๆ

1.4.2 การศึกษาด้านเทคนิค ประกอบด้วยการวิเคราะห์เทคนิคความเหมาะสมของการลงทุนในสิ่งปลูกสร้าง อุปกรณ์อำนวยความสะดวก เครื่องตกแต่งและติดตั้ง ในด้านราคา คุณภาพ และประสิทธิภาพในการดำเนินการ

1.4.3 การศึกษาด้านการจัดการ เป็นการวิเคราะห์ในเรื่องการจัดการองค์กร การจัดหาบุคลากร รูปแบบในการดำเนินงาน ตลอดจนการกำหนดนโยบายด้านต่าง ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารและดำเนินงาน โดยนำผลที่ได้ไปช่วยในการพิจารณาและประเมินผล การตัดสินใจการลงทุน

1.4.4 การศึกษาด้านการเงิน เป็นการศึกษาถึงการประมาณการเงินลงทุนเริ่มแรก ค่าใช้จ่ายในการดำเนิน งานและผลตอบแทนของโครงการ โดยใช้เกณฑ์การตัดสินใจแบบไม่ใช้ค่าเวลา ได้แก่ วิธีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PB) และเกณฑ์การตัดสินใจแบบใช้ค่าเวลา ได้แก่ วิธีมูลค่า

ปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) และวิธีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน





## บทที่ 2

### การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ธุรกิจเช่าชุดราตรีในไทยมีการพัฒนาอย่างมาก จากความต้องการของผู้บริโภคที่มีเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงค่านิยมและความต้องการของคนไทยมีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก คนไทยสนใจที่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารมากยิ่งขึ้นทำให้ตลาดธุรกิจเช่าชุดแต่งงานร้านที่จะใช้ช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสารและโปรโมชั่นต่าง ๆ รวมถึงค่านิยมคนไทยลำไยยุคใหม่ที่จะมีการประหยัดและเลือกที่จะใช้บริการเช่าชุดราตรีและพยายามลดและประหยัด มากกว่าที่จะตัดชุดเสียค่าใช้จ่ายมากกว่า โดยทำให้ตลาดตอนเช่าชุดราตรีในไทยมีการขยายตัวเป็นอย่างมาก และเป็นไปในทิศทางที่ดีรวมถึงในอนาคตอาจจะมีการแข่งขันที่สูงมากขึ้น เพราะส่วนใหญ่ธุรกิจเช่าชุดราตรีนั้น มีการให้บริการอย่างครบวงจรครอบคลุม นอกจากจะนี้มีชุดราตรียังมีอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมถึง Accessories ต่าง ๆ ที่ทำให้การออกงานมีความสะดวกสบายยิ่งขึ้นรวมถึงมีราคาที่เหมาะสม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจด้านนี้เป็นอย่างมาก คนสนใจที่จะใช้ตลาดออนไลน์ในการพัฒนา และเพิ่มลูกค้า รวมไปถึงเป็นธุรกิจบริการดังนั้นตลาดเน้นการบริการที่มีความหลากหลายและความสวยงามของชุดให้เลือก เพื่อให้ความเหมาะสมกับราคาที่ผู้ใช้บริการสามารถจ่ายได้ ตลาดออนไลน์ เริ่มมีการเจาะลึกและพัฒนาไปในแนวทางที่ดีขึ้น มีการแข่งขันที่เข้มข้น และมีกิจการด้านนี้เพิ่มเติม เพราะมีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการ อำนวยความสะดวกในการให้บริการในด้านต่าง ๆ เช่น การติดต่อผ่านสื่อ ออนไลน์ บริการรับ - ส่งชุดราตรี

ธุรกิจชุดราตรีจึงเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีความน่าสนใจในปัจจุบัน ในเรื่องของการสร้างรายได้จากกระแสการเช่าชุดราตรีที่ได้รับความนิยมมากขึ้นจากผู้คนสมัยใหม่ โดยมีหลากหลายผู้ประกอบการ เห็นโอกาสจึงเกิดเป็นธุรกิจทางด้านนี้มากมายในปัจจุบัน ธุรกิจพัฒนาไปมาก และมีช่องทางที่ทำให้ผู้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ช่วยผลักดันให้กระแสในการเช่าชุดแต่งงานขยายออกไปไวยิ่งขึ้น ซึ่งธุรกิจร้านเช่าชุดราตรี มีการเปิดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจและดึงดูด เนื่องจากธุรกิจแบบนี้สามารถที่จะช่วยลดต้นทุนและยังมีเพิ่มความสะดวกกับผู้ใช้บริการ

## 2.1. การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด

### 2.1.1 การวิเคราะห์โดยใช้ PESTEL ANALYSIS

PESTEL Analysis นี้ใช้เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกของธุรกิจ แต่เป็นปัจจัยต่าง ๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้ และค้นหาโอกาสที่ส่งผลกับธุรกิจให้ดี และสามารถตั้งรับกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ รวมถึงอุปสรรคที่จะทำให้ธุรกิจมีความเสี่ยง โดยการวิเคราะห์จะช่วยพัฒนาให้ธุรกิจไปในทางที่ดียิ่งขึ้น และสามารถลงมือไปสู่การสร้างกลยุทธ์ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อสถานการณ์ และทำให้พัฒนาไปได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงจะช่วยให้สามารถเข้าใจสภาพแวดล้อมภายนอก และสามารถปรับปรุงธุรกิจไปในทิศทางที่ดียิ่งขึ้น โดยส่วนประกอบไปในนี้มีทั้งหมด 6 ปัจจัยคือ

2.1.1.1 Political หรือปัจจัยด้านการเมือง ถ้ารัฐบาลประกาศกำหนดวันเลือกตั้ง ประกอบกับเศรษฐกิจในเชิงบวก การส่งออกของประเทศมีอัตราเพิ่มมากขึ้น รวมถึงโครงการ Mega Project ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลทำให้ห่วงโซ่โลจิสติกส์ทุกด้านดีขึ้นในประเทศ ในภาพรวมถือว่าดีหลายประการก็ส่งผลทำให้ผู้คนหรือบริษัทหลาย ๆ บริษัท มีการจัดงานเลี้ยงงานสังสรรค์เพิ่มมากขึ้น เพื่อไปเจรจาธุรกิจหรือพบปะสร้างเครือข่ายธุรกิจ การแต่งกายจะช่วยสร้างเสริมบุคลิกภาพมีความสำคัญต่อเขามาก ๆ ก็ส่งผลทำให้มีคนเช่าชุดราตรีในการออกงานมากขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งร้านเช่าชุดนั้นจะส่งผลตามแนวโน้มทางเศรษฐกิจและสถานการณ์ทางการเมือง ทางด้านการเมืองที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน หน่วยงานไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ และเอกชนมีการชะลอการขยายกิจการ เพื่อรอดูสถานการณ์บ้านเมือง การจ้างงานน้อยลง ทำให้รายได้ของประชาชนลดน้อยลง ค่าใช้จ่ายยังคงเท่าเดิม ในกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ปานกลางมีศักยภาพในการเช่าชุดราตรี การกระตุ้นจากฝ่ายการเมืองมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเช่าเพื่อเป็นที่ภาพลักษณ์ของตนเอง โดยเฉพาะวัยทำงาน พร้อมทั้งจะกล้าเสี่ยง พวกเขาได้ก็ยังสามารถเติบโตได้ในทิศทางที่ดี ถ้าการเมืองมีนโยบายชัดเจน รัฐบาลมีเสถียรภาพยิ่งต่อกำลังความมั่นใจของกำลังซื้อจากคนวัยทำงานมากขึ้นเท่านั้น

2.1.1.2 Economics หรือปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สภาพแนวโน้มเศรษฐกิจไทย คือ ถ้าเศรษฐกิจเกิดภาวะเงินเฟ้อ ภาวะเงินฝืดเกิดขึ้นเมื่อระดับราคาสินค้าและบริการลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยมีสาเหตุหลายประการ เช่น ความต้องการซื้อสินค้าและบริการของคนลดลง หรือปริมาณเงินที่หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ มีไม่เพียงพอกับความต้องการ ซึ่งอาจทำให้ผู้คนใช้จ่ายหรือภาระค่าครองชีพสูงขึ้น ทำให้คนมีอำนาจใช้จ่ายน้อยลง ทำให้ความสามารถจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการในการเช่าชุดราตรีที่ไม่จำเป็นออกส่งผลให้เศรษฐกิจซบเซาในที่สุด คนภายในประเทศเกิดความวิตกกังวลเกี่ยวกับเศรษฐกิจที่ผันผวนจึงไม่กล้าที่จะนำเงินที่มีออกมาใช้ ส่งผลกระทบโดยตรงกับธุรกิจเช่าชุดราตรี แต่ถ้าเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มดีขึ้น ผู้บริโภคมีความมั่นใจในเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ

มากขึ้น ทำให้มีแนวโน้มบริโภคสินค้าและบริการที่ฟุ่มเฟือย และจัดงานเลี้ยงสังสรรค์มากขึ้นส่งผล  
แก่ธุรกิจเช่าชุดราตรีทำให้คนกล้าใช้เงินในการเช่าชุดเพิ่มขึ้น

2.1.1.3 Social หรือปัจจัยด้านสังคม พฤติกรรมของผู้บริโภคปัจจุบันนิยมแชร์รูป  
ถ่าย แชร์ประสบการณ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่งผลให้อุปสงค์ของชุดราตรีเพิ่มขึ้น เนื่องจาก  
ผู้หญิงส่วนใหญ่ต้องการถูกพบเห็นในรูปลักษณ์ใหม่เสมอไม่แม้แต่ผู้ชายก็เช่นเดียวกัน นอกจากนี้การ  
ให้บริการของร้านให้เช่าชุดราตรีที่มีอยู่ในปัจจุบันยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่  
คาดหวังในประสบการณ์ที่แตกต่าง จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของร้านให้เช่าชุดราตรี PUNPATCHA  
(พรรณพัตชา)

2.1.1.4 Technology หรือปัจจัยด้านเทคโนโลยี ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีส่วนเกี่ยวข้อง  
ในชีวิตประจำวันของคนเรามากขึ้น เริ่มตั้งแต่การติดต่อสื่อสารเราสามารถติดต่อกันได้อย่างสะดวก  
รวดเร็วการส่งต่อข้อมูลข่าวสารหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า  
ที่ชอบความสะดวกและรวดเร็วทางร้านให้เช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) มีการใช้  
เครื่องจักรเข้ามาช่วยในการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตลดต้นทุน เช่น เครื่องตัด เครื่องเย็บ  
เข้ารูป การสกรีน การปัก การทำบุญซี การพัฒนาเครื่องจักรเพื่อลดแรงงานในการผลิตชุดราตรี

2.1.1.5 Environmental หรือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ขณะนี้ทั่วโลกกำลังตื่นตัว  
มากเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หรือที่รู้จักกันว่า “โลกร้อน” ผลกระทบที่เกิดขึ้นก็เริ่มมี  
ความชัดเจนมากขึ้น เราจะเห็นความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมสิ่งทอหรือร้านเช่าชุดราตรีได้ว่า  
การดำเนินการที่เกิดขึ้นในโลกในขณะนี้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสิ่งทอ เสื้อผ้า และแฟชั่นที่ตอบรับกับ  
กระแสด้านสิ่งแวดล้อมและโลกร้อนนั้น ทำให้เราเห็นถึงโอกาสในเรื่องธุรกิจ และการใช้สินค้าที่เป็น  
มิตรกับสิ่งแวดล้อมในอนาคตอันจะกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จทางการตลาด  
พบว่าสภาพแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม  
ด้านเทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมีผลกระทบต่อธุรกิจ จำหน่ายชุดราตรี  
สำเร็จรูปที่ผลิตจากผ้าไหม

2.1.1.6 Legal หรือปัจจัยด้านกฎหมาย จากนโยบายของรัฐบาลที่ขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็น  
300 บาท ส่งผลให้สินค้าแพงขึ้น ค่าครองชีพก็แพงสูงขึ้นตาม ส่งผลให้คนที่มียรายได้คงที่มีรายจ่ายมาก  
ยิ่งขึ้น การจับจ่ายใช้สอยก็ต้องระมัดระวัง ทำให้คนหันไปซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปใส่ออกงานกันมาก  
เช่นกัน เนื่องจากราคาค่อนข้างถูกกว่าเมื่อเทียบกับการตัดเย็บ การออกแบบเองที่เป็นเอกลักษณ์  
เฉพาะตัวกับทางร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ปัจจัยด้านนี้ถือว่ามีความเสี่ยง  
ระดับกลาง วิธีลดความเสี่ยงหรือป้องกันความเสี่ยงทำได้โดยประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์  
ของการเช่าชุดราตรี ดึงจุดเด่นของร้านมาทำให้ลูกค้ามั่นใจเพื่อเพิ่มยอดขาย

## 2.1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ของ PUNPATCHA (พรมพัตชา) (Porter's Five Forces Model)

2.1.2.1 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power) ลูกค้าของร้านชุดเช่าราตรี มีอำนาจในการต่อรองของลูกค้าสูง เพราะมีหลากหลายร้านค้าให้เลือกใช้บริการมากมาย ทำให้ลูกค้ามักจะเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ และมีดีไซน์ที่หลากหลาย ดังนั้นคุณภาพและดีไซน์ คือ ปัจจัยหลัก ๆ ที่จะทำให้ลูกค้าเลือกที่จะใช้สินค้าและบริการจากทางร้าน โดยทางร้านจะต้องเน้นชุดที่มีคุณภาพ ตรงต่อเวลา การให้บริการแบบประทับใจ เพื่อสร้างฐานลูกค้าแก่แบรนด์ของตัวเอง โดยมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการหาจุดขายของทางร้าน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของผู้มาใช้บริการ ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีศักยภาพ

2.1.2.2 อำนาจต่อรองจากคู่ค้า (Power of Suppliers) คู่ค้าคือทางร้านตัดเสื้อและผ้าชิ้น ที่ทางธุรกิจจะต้องใช้ในการนำเสนอชุดเช่า เช่น Accessories ต่าง ๆ ที่ใช้ในการออกงาน ชุดราตรีที่ต้องสั่งตัดมาเก็บไว้ที่ร้าน โดยต้นทุนหลัก ๆ คือจะต้องจ่ายต้นทุนในการผลิตราตรีมาเก็บไว้ โดยทางคู่ค้ามีอำนาจในการต่อรองอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากทางร้านสั่งตัดชุดเป็นจำนวนมาก

2.1.2.3 อุปสรรคจากผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of New Entrants) ธุรกิจเช่าชุดราตรีนั้นมีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามามากมาย เพราะเห็นว่าเป็นช่องทางที่สามารถสร้างกำไรและรายได้ ดังนั้นทางร้านจึงต้องพัฒนาตลอดเวลาและมีการหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อที่จะมานำเสนอลูกค้า และดึงดูดความสนใจของลูกค้า รวมถึงการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า โดยทางร้านจะมีการเน้นการเสนอชุดเช่าราตรีที่มีดีไซน์ที่หลากหลายรวมถึงมีการบริการที่มีคุณภาพและมีราคาคุ้มค่า เพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ เข้ามาที่ทางร้าน รวมถึงเพื่อให้มีโอกาสในการแย่งตลาดมากขึ้น

2.1.2.4 การแข่งขันของคู่แข่งในธุรกิจสายงานเดียวกัน (Industry Rivalry) ในสายธุรกิจเดียวกัน มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากมีการให้บริการสินค้าและบริการที่เหมือนกัน ทำให้มีการแข่งขันที่สูงมาก ทางร้านจึงต้องคิดวิธีที่จะคิดค้นการนำเสนอที่มีความดึงดูดลูกค้าและเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพเป็นหลัก เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และให้เกิดการบอกต่อปากต่อปาก โดยทางร้านได้มีการพัฒนาศักยภาพพนักงาน รวมถึงปรับปรุงทางร้านให้มีความสะดวกสบายและสามารถที่จะเข้าถึงได้ง่าย

2.1.2.5 การคุกคามจากสินค้าหรือการบริการทดแทน (Threat of Substitutes) การคุกคามของสินค้าทดแทนมีค่อนข้างต่ำ เนื่องจากชุดออกงานจำเป็นสำหรับที่จะใช้ในการออกงาน ดังนั้นผู้บริโภคไม่สามารถใช้สิ่งอื่นทดแทนได้ นอกจากจะสั่งตัดชุดอย่างเดียวซึ่งมีราคาสูงกว่ามาก แต่จากความนิยมในปัจจุบันคนรุ่นใหม่ หันมาสนใจที่จะเช่าชุดออกงานเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้น

และไม่ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการตัดชุดออกงานเหมือนในอดีต รวมถึงทางร้านเราชุดราตรีก็มีหลากหลายชุดให้เลือกและมีราคาที่ถูก

## 2.2. การวิเคราะห์คู่แข่ง

ในการพัฒนาแผนธุรกิจ จำเป็นจะต้องมีการวิเคราะห์การแข่งขัน เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อน ทางร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา) และจะต้องมีการพัฒนา สามารถที่จะแก้ไขอุปสรรคต่าง ๆ ได้

### 2.2.1 ระดับของการแข่งขัน

ธุรกิจร้านรับตัดชุดยูนิฟอร์มมีการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากทางร้านมีความรู้ความชำนาญ มีฝีมือในการตัดเย็บ มีประสบการณ์ในหลาย ๆ ด้าน มีความคิดสร้างสรรค์สามารถออกแบบ และสร้างแพทเทิร์นเพื่อให้ทันสมัย เข้ากับยุคสมัยและความต้องการของลูกค้าได้ เครื่องแต่งกายเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ซึ่งมีความสำคัญมากต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เพื่อปกป้องเอกลักษณ์ มีสไตล์เป็นของตัวเอง สร้างความโดดเด่นให้กับผู้ที่พบเห็น ส่งผลให้ธุรกิจร้านเช่าชุดราตรีมีการเติบโตอยู่ในเกณฑ์ดี แนวโน้มของการใช้บริการเช่าชุดราตรีเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าคนระดับไหนก็ต้องการเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ จุดเด่น น่าจดจำ ให้กับตัวเอง และด้วยรูปแบบที่หาซื้อตามท้องตลาด จะเป็นแบบเหมือน ๆ กัน ร้านเช่าชุดราตรีจึงมีความสำคัญมาก ในยุคปัจจุบัน เพราะร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ให้บริการแบบที่แตกต่างไม่ซ้ำใคร และเข้ากับภาพลักษณ์ของตัวบุคคล ซึ่งร้านเช่าชุดราตรีที่จะเข้ามาเปิดตลาดแข่งขันกันในเรื่องของการให้บริการเช่าชุดราตรีค่อนข้างเข้ามายาก เนื่องจากฝีมือ ประสบการณ์และอาจต้องเรียนมาเฉพาะทางเท่านั้น

### 2.2.2 จุดเด่นและความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน

ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) มีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ซึ่งตั้งอยู่ในละแวกที่คนหลายระดับจังหวัดกรุงเทพมหานคร สถานที่ใกล้เคียง โรงเรียน รวมทั้งโรงงานและบริษัทเอกชนหลายแห่ง ซึ่งทำให้เห็นโอกาสที่จะทำรายได้ให้กับทางร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ได้เป็นอย่างดี ซึ่งทางร้านได้รับความไว้วางใจจากบริษัทต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐและเอกชน และได้รับการแนะนำจากปากต่อปากจนเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ในปัจจุบันทางร้านจะเน้นชุดออกราตรีที่ราคาไม่แพงแต่คุณภาพเกินล้าน และในอนาคตจะขยายร้านให้มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจและตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น และขยายฐานลูกค้าให้เป็นที่รู้จักไปทั่วประเทศ ด้วยความเป็นมืออาชีพและความเป็นกันเอง

ของเจ้าของร้านเช่าชุด PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ทำให้เรามีลูกค้าที่ไวใจมากมายกับทางร้านเป็นอย่างดีมาโดยตลอด เข้ารูปเหมาะกับคู่สมรสใหม่ ทันสมัย จะทำให้เราดูดีและทำให้เรามีความมั่นใจ ไวใจทางเราให้ได้รับใช้ท่าน ทางเรายินดีให้บริการทุกท่าน ทางเราขอรับผิตชอบมอบความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าของเรา และนอกจากฝีมือแล้ว ความรวดเร็ว เป็นมาตรฐาน ทางร้านก็สร้างความเป็นจุดเด่นได้เป็นอย่างดี ลูกค้าเกิดความประทับใจ ได้ชุดทันใจ ใส่ทันเวลา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นข้อได้เปรียบของคู่แข่ง

### 2.2.3 คู่แข่งขันของธุรกิจ

2.2.3.1 คู่แข่งขันตรง คู่แข่งทางตรงคือคู่แข่งที่เข้ามาแข่งขันในตลาด และเล็งถึงเป้าหมายเดียวกันทั้งหมด ทั้งในเรื่องของการให้บริการชุดเช่าแต่งงาน โดยเป็นทางเลือกของลูกค้าในการเลือกใช้สินค้าและบริการต่าง ๆ โดยคู่แข่งทางตรงของทางร้านเป็นร้านเช่าชุดแต่งงาน และชุดราตรีครบวงจร ที่เสนอการให้บริการที่เหมือนกัน และมีราคาที่ไม่ไกลเคียงกันมาก โดยสิ่งนี้อาจจะส่งผลกระทบต่อทางร้านทำให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาด ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อทางร้านโดยตรงในเรื่องของราคาวัตถุดิบ การตั้งราคา การพัฒนาดีไซน์ต่าง ๆ เพราะต้องพยายามที่จะทำให้ร้านมีความโดดเด่นในการพัฒนาร้านให้ดียิ่งขึ้น

2.2.3.1.1 Rent Sheep เป็นร้านเช่าชุดราตรีชื่อดังที่ตอนนี้มีถึง 8 สาขาทั่วกรุงเทพฯ และที่อุบลฯ ชุดราตรียาว มีหลายสไตล์ให้เลือกหลายแบบมากมาย แนวเรียบหรู ดูเป็นผู้ดี เนื้อผ้ามีหลายแบบให้เลือก งานดีเทียบงานสั่งตัดชุดราคาแพง ๆ ราคาเริ่มต้น 800 บาทต่อ 7 วัน

2.2.3.1.2 Aw\_nicedress เป็นร้านเช่าชุดราตรียาว ชุดราตรีสั้น ชุดออกงาน มีเป็นหลายสไตล์ ทั้งลุคผู้ดีแบบคุณหนู ลุคเรียบแต่แบบสาวมั่น หรือจะเป็นแนวอสังการงานดีเทล มีให้เลือกมากมาย มีแบบชุดราตรีที่เป็นไซซ์พิเศษสำหรับคนอ้วน และยังมีบริการเสริม คือ การรับตัดชุดราตรีกับชุดเพื่อนเจ้าสาวเพิ่มถ้าลูกค้าสนใจ

2.2.3.2 คู่แข่งขันอ้อม คือ คู่แข่งที่มีเล็งตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และมีบริการเหมือนกัน จะแตกต่างแค่การให้บริการ อันนี้ขึ้นอยู่กับจุดแข็ง จุดอ่อนต่าง ๆ โดยในส่วนของคู่แข่งทางอ้อมโดยจะเห็นได้ว่า ร้านตัดชุดราตรีนั้นเป็นกลุ่มคู่แข่งทางอ้อมหลักของทางร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา) โดยมีการพัฒนาการให้บริการ อนาคตทางร้านเหล่านี้อาจจะมีโอกาสเดียวในการเช่าชุด และเสนอบริการที่มีความเหมือนกับทางร้านมากขึ้น ซึ่งอาจจะส่งผลเสียต่อทางร้าน โดยเราต้องมีการพัฒนาร้านให้มีการออกแบบ และเสนอการให้บริการที่มีความเหมาะสม และโดดเด่นจากร้านอื่น ๆ รวมถึงการเสนอโปรโมชั่น และการสร้างความจงรักภักดี ถือเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการสร้างความจงรักภักดีต่อทางร้าน รวมถึงเน้นให้มีการให้บริการที่มีความหลากหลาย และมีจุดขายที่ช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจมากขึ้น

2.2.3.2.1 Sis.official\_dress4rent เป็นร้านเช่าชุดราตรียาว - สั้น ชุดออกงาน มีหน้าร้านอยู่แถวย่านบางใหญ่ มีชุดดีไซน์สวย ๆ ให้เลือกเยอะ สไตส์ชุดร้านนี้จะค่อนข้างเรียบหรู ดูมีความเซ็กซี่ ชุดส่วนใหญ่จะเป็นสีเอิร์ธโทนและสีเข้ม ใส่ได้หลายโอกาส ทั้งงานแต่งงานเลี้ยง ปาร์ตี้ หรือใส่ไปดินเนอร์หรู



บทที่ 3  
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจภายใน

3.1 การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของ PUNPATCHA (พรรณพัตชา)

ตารางที่ 3.1: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของ PUNPATCHA (พรรณพัตชา)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"><li>1. ผู้ประกอบการมีความสนใจเรื่องเสื้อผ้าและแฟชั่นสตรีและชาย สามารถแนะนำสินค้าชุดราตรีให้เข้าให้แก่ลูกค้าได้โดยตรง</li><li>2. ทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชน อยู่ใกล้ศูนย์ต่าง ๆ</li><li>3. กิจการเป็นรูปแบบเจ้าของคนเดียว มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ สามารถตัดสินใจได้ทันท่วงทีเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว</li><li>4. มีเงินสดหมุนเวียนเพียงพอในการทำธุรกิจ ไม่มีภาระผูกพันด้านการกู้ยืมเงินทั้งในและนอกระบบ</li><li>5. มีดีไซน์ให้เลือกหลากหลายและการบริการมีมาตรฐานและมีบุคคลที่เชี่ยวชาญคอยให้คำปรึกษา</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ผู้ประกอบการยังไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการให้เช่าชุดราตรี</li><li>2. เนื่องจากเป็นร้านเปิดใหม่ต้องใช้เวลาในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรู้จัก และเข้ามาใช้บริการเช่าชุดราตรี</li><li>3. การบริหารจัดการแบบเจ้าของคนเดียว ทำให้การบริหารจัดการไม่เป็นระบบ</li></ol>

(มีตารางต่อ)



ตารางที่ 3.1 (ต่อ): การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของ PUNPATCHA  
(พรรณพัตชา)

โอกาส	อุปสรรค
<p>1. จังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดใหญ่ เป็นศูนย์กลางของหน่วยงานราชการในภาคกลางเป็นศูนย์กลางทางการศึกษามีสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่ง มีบริษัท ห้างร้าน และองค์กรต่าง ๆ จำนวนมาก ส่งผลให้มีการจัดงานเลี้ยง ประชุม สัมมนา ที่หลากหลาย จึงเป็นช่องทางในการประกอบธุรกิจให้เข้าชุดราตรี</p> <p>2. เทคโนโลยีทางการสื่อสารช่วยเพิ่มความสะดวกในด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ เป็นต้น</p>	<p>1. ธุรกิจให้เข้าชุดราตรีใช้เงินลงทุนไม่สูง ทำให้ผู้ประกอบการหน้าใหม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้ไม่ยาก</p> <p>2. ทำให้มีคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อมจำนวนมาก ส่งผลให้สภาพการแข่งขันมีค่อนข้างสูง</p> <p>3. ปัญหาภาวะเศรษฐกิจในประเทศไทยและความผันผวนของเงินตราในตลาด</p>

### 3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ

#### 3.2.1 วิสัยทัศน์ / พันธกิจ / เป้าหมาย / วัตถุประสงค์

3.2.1.1 Vision (วิสัยทัศน์) PUNPATCHA (พรรณพัตชา) จะเป็นร้านเช่าชุดออกงานที่มีผู้เชี่ยวชาญหนึ่งในสี่ของธุรกิจภายใน 5 ปีในประเทศไทยและมีลูกค้าประเภท online ภายในปี 2025

#### 3.2.1.2 Mission (พันธกิจ)

- สร้างสรรค์ผลงานอย่างมีคุณภาพ ด้วยตระหนักว่าเราไม่ได้สร้างแค่เพียงชุดราตรี แต่กำลังสร้างชุดราตรีที่สวยงามที่สุดสำหรับทุกคน
- การยึดถือหลักคุณธรรมและความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า คู่ค้า และพนักงานทุกคนมีความรับผิดชอบต่อสังคม และกตัญญูต่อประเทศชาติ
- เราจะมุ่งเน้นการบริการที่ประทับใจให้กับผู้บริโภค

### 3.2.1.3 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

- การดึงลูกค้าใหม่โดยการทำให้แบรนด์ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) เป็นที่รู้จักและยอมรับแก่ลูกค้า
- การส่งเสริมลูกค้าในปัจจุบันให้ใช้บริการให้บ่อยครั้งขึ้นโดยการทำให้ร้านขยายกิจการไปได้เพิ่มเติม
- การเพิ่มอัตราการใช้บริการโดยสามารถพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและทำให้ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
- การรักษาลูกค้าเก่าไว้โดยการพัฒนาชุด ดีไซน์ ให้เกิดการขยายตัวมากขึ้น

### 3.2.1.4 เป้าหมาย

- สร้างภาพลักษณ์หรือชื่อเสียงให้แก่แบรนด์ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) เพื่อเป็นที่หนึ่งให้ลูกค้านึกถึงร้านเราเป็นอันดับต้น ๆ ที่เลือกใช้บริการในการเช่าชุดราตรี
- ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ต้องการยอดขายทุกปีอยู่ที่ 2,000,000 บาท

3.2.2 แนวทางกลยุทธ์ขององค์กร เลสลีย์ และลอยด์ )Leslie W.Rue and Lloyd L. Byar,2000,p. 151) กล่าวว่า “กลยุทธ์เป็นแผนของแนวทางการจัดการพื้นฐานที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือการวางแผนที่จะจัดการให้บรรลุเจตจำนงของวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้” กลยุทธ์ในแต่ละระดับสามารถที่จะกำหนดทิศทางของแต่ละองค์กรในอนาคตได้ ดังนั้นการแข่งขันในธุรกิจการผลิตที่ควรใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ

(ที่มา: <https://sites.google.com/site/mralongkotmainoy/radab-laea-prapheth-khxng-klyuthth>)

3.2.2.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร องค์กรของเราเป็นองค์กรขนาดเล็กสามารถควบคุมได้ง่ายและไม่ยุ่งยาก ซึ่งทิศทางองค์กรของเราจะมุ่งเน้นการทำงานตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดขึ้น ที่กำหนดมาเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อให้คนในองค์กรรับรู้ถึงกลยุทธ์นี้ โดยธุรกิจของเราจะเป็นกลยุทธ์แบบ Growth Strategies เพื่อที่จะทำให้ธุรกิจมีการขยายตัวหรือมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากขึ้น ทางธุรกิจของเรามีการประชุมการวางแผนการตลาดอยู่เสมอเพื่อให้คนในองค์กรเข้าใจการทำงานต่าง ๆ ไปในทิศทางเดียวกัน

- กลยุทธ์เจริญเติบโตทางร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) เป็นการมุ่งเน้นการลงทุน และการขยายอุตสาหกรรมใหม่ ๆ

- โดยกลยุทธ์การเจาะตลาด การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของเช่าชุดราตรี เดิมในตลาดเดิม ด้วยวิธีการทางการตลาด เช่น การเพิ่มกิจกรรมด้านโฆษณามากขึ้น การที่เราโปรโมทสินค้าหรือบริการมาก ๆ ขึ้นทำให้ลูกค้ารู้จักแบรนด์เรามากขึ้น หรือส่งให้ดาราสวมใส่และโปรโมทร้านเรา ซึ่งวิธีนี้จะทำให้บริษัทได้ลูกค้าเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม

- กลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดเช่าราตรี การเพิ่มยอดบริการของผลิตภัณฑ์เดิม ด้วยวิธีการปรับปรุงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทดียิ่ง ๆ ขึ้นไป ได้แก่ การดัดแปลงชุดราตรีที่มีอยู่ให้เป็นชุดใหม่

- กลยุทธ์พัฒนาตลาดใหม่ คือ การรักษาฐานลูกค้ารายเดิมของร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) และเจาะกลุ่มตลาดปัจจุบันให้มากขึ้น เช่น การส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องเน้นการตลาดเชิงรุกเพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มลูกค้า เช่น การทำโปรโมชันให้แก่ลูกค้า หรือการสมัครสมาชิกกับทางร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) โดยการที่นำเอาจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) มาสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า รวมถึงการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้ารายเดิมโดยมีการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) โดยเฉพาะกลุ่มและบุคคลเพิ่มมากยิ่งขึ้น

3.2.2.2 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ ธุรกิจของเรามุ่งเน้นกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategies) เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ความแตกต่างของชุดราตรีเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขัน โดยธุรกิจของเราสามารถสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ในรูปแบบที่คู่แข่งไม่สามารถทำได้

- กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน: ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) เน้นด้านการผลิตที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและที่สำคัญคือมีต้นทุนที่ถูกกว่าตลาดมาก ๆ ส่งผลให้ได้กำไรมากหรือมีผลต่อการแข่งขันด้านราคาในตลาด คือ เป็นผู้นำในด้านราคาได้นั่นเอง

- กลยุทธ์ข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน: เป็นการสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่งทางร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) โดยมุ่งที่การผลิตสินค้าและบริการที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในอุตสาหกรรม

- กลยุทธ์การปรับตัวที่รวดเร็ว: เป็นกลยุทธ์ที่เน้นการปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

- กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมุ่งลูกค้าเฉพาะกลุ่ม: เป็นกลยุทธ์มุ่งที่การผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น ฐานลูกค้ามีกำลังในการจ่ายเน้นชุดราตรีแบรนด์เนม

3.2.2.3 กลยุทธ์ระดับหน้าที่ หน้าที่ต่าง ๆ ในธุรกิจของเรามีความสำคัญทุกตำแหน่งทางธุรกิจของเราได้มีการแบ่งหน้าที่ ที่ชัดเจนให้กับพนักงานในองค์กร พนักงานทุกคนในร้านต้องมีความเข้าใจและความชำนาญในหน้าที่ของตัวเอง เพื่อทำงานและบริการผู้บริโภคออกมาให้ที่ดีที่สุด

- Operation: ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ได้กำหนดแผนการดำเนินการในระยะสั้น เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการที่ให้ได้มาซึ่งประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้ทรัพยากร และใช้การจัดการคุณภาพโดยรวม (TQM) โดยวิธีการเทียบเคียงสมรรถนะ (Benchmarking) ในการวัดผลการดำเนินงาน เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศในการให้บริการ
- Outbound Logistics: เนื่องจากธุรกิจของบริษัท เป็นธุรกิจการให้บริการ บริษัทจึงไม่มีการขนส่งสินค้าออก
- Marketing & Sales: มุ่งให้ความสำคัญกับการบริการที่มีความแตกต่าง (Product Difference) กำหนดราคาต่ำกว่าราคาตลาด (Market Price) ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ได้กำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดเป็นกลยุทธ์แบบดึง (Pull Strategy) เพื่อเป็นการเน้นให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้ให้เกิดความรู้สึก ความต้องการที่จะรับบริการจากร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) และร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ยังให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication) อีกด้วย
- Customer Service: ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) นั้นให้ความสำคัญกับการให้บริการเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจเป็นบริการ ซึ่งร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) จะมีฝ่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อให้บริการข้อมูล และตอบข้อสงสัยแก่ลูกค้า ตลอดจนรับฟังข้อติชมการให้บริการจากลูกค้า เพื่อนำข้อเสนอและข้อติชมจากลูกค้ามาปรับปรุง และตอบสนองให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งดำเนินการโดยฝ่ายการตลาด
- Firm Infrastructure: ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ใช้โครงสร้างแบบแบนนอน (Flat Organization) โดยแบ่งการทำงานตามหน้าที่ (Functional) ซึ่งบางครั้งอาจจะมีการตั้งทีมงานขึ้นมา (Self-Management Team) เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการใช้โครงสร้างแบบแบนนอนนั้นจะช่วยให้องค์กรลดค่าใช้จ่ายในการบริหาร และทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาอีกด้วย
- Technology Development: ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) จะหาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อสนับสนุนการจัดการภายในองค์กร และใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพในการผลิต เพื่อเป็นการลดต้นทุนต่อหน่วย และให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสามารถที่จะแข่งขันกับคู่แข่งได้

- Human Resource Management: ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตตา) จะสรรหาคนที่มี Competency ตรงกับลักษณะที่ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตตา) ต้องการ และร้านจะมีนโยบายในการสร้างคนและสร้างระบบ เพื่อที่จะพัฒนาศักยภาพบุคลากร ใ้บุคลากรมีความพร้อมในการปฏิบัติงานในหน้าที่ของตนเอง สร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เข้มแข็งและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตตา) และพัฒนาระบบการบริหารองค์กรและทรัพยากรของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุด

- Finance: จัดหาบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเฉพาะด้าน เพื่อจัดทำงบการเงินต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ชัดเจนและถูกต้อง วางระบบสำคัญต่าง ๆ ได้แก่ ระบบการบริหารการเงิน ระบบการควบคุมลูกหนี้และเจ้าหนี้ ระบบการจัดซื้อ และระบบการขาย เป็นต้น และปรับปรุงระบบบัญชีและการเงินให้มีมาตรฐาน

- Procurement: ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตตา) นั้นจะมีการจัดซื้อ และจัดหาวัตถุดิบที่จะใช้ในการให้บริการจากแหล่งวัตถุดิบชั้นดี ซึ่งในการจัดซื้อวัตถุดิบนั้น บริษัทจะมีขั้นตอนการจัดซื้อและตรวจสอบอย่างเป็นระบบ เพื่อความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน

### 3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค

วิธีการวิจัยสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณที่ประกอบด้วย ประชากรและตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการทำแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง การแปรผลข้อมูล และวิธีการทางสถิติสำหรับใช้ในการวิเคราะห์และการทดสอบสมมติฐาน เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กำหนดขึ้น

#### 3.3.1 ประชากร

จำนวนผู้เช่าชุดราตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

#### 3.3.2 ตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากประชากร ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้เช่าชุดราตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ได้แก่ ผู้เช่าชุดราตรี โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane) เป็นตารางที่ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่น 95%

สมการคำนวณการกำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ :

$$n = \frac{N}{(1 + N(e^2))}$$

โดยที่

n: คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง หรือ ขนาดของกลุ่มประชากรตัวอย่าง

N: คือ ขนาดของประชากร

e: คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (ร้อยละ หรือเปอร์เซ็นต์)

จากทฤษฎีข้างต้นของ ทาโร ยามาเน ได้ประกอบไปด้วย 3 ตัวแปรหลัก ซึ่งในการประยุกต์ใช้งานนั้น สามารถทำได้ง่าย โดยการแทนค่าตัวแปรเข้าไปยังสมการ ทั้งหมดสามขั้นตอน ดังนี้

- 1) แทนค่า N ด้วยขนาดของจำนวนประชากรทั้งหมดที่สนใจ
- 2) แทนค่า e ด้วยจำนวนร้อยละความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (ตัวอย่าง: ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ร้อยละ 5 หรือ 5% จะมีค่า e เท่ากับ 0.05 หรือ 5 / 100)
- 3) คำนวณผลลัพธ์ของสมการออกมาเพื่อหาค่า n ซึ่งค่า n จะบ่งบอกถึงขนาดกลุ่มจำนวนประชากรที่ต้องใช้ในการทำวิจัย

### การประยุกต์ใช้ทฤษฎี

ในการทำงานวิจัยเชิงปริมาณผ่านแบบสอบถามสองตัวเลือก เพื่อวัดผู้ใช้บริการเช่าชุดราตรี โดยในปัจจุบันมีผู้ใช้งานทั้งหมด 5,000 คน จากตัวเลขข้างต้น การทำงานวิจัยเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เที่ยงตรงมากที่สุด ควรกำหนดขนาดประชากรเข้าร่วมการวิจัย ด้วยจำนวนประชากรทั้งหมด คือ 5,000 คน แต่ในสถานการณ์ทางธุรกิจจริงนั้นย่อมเป็นไปได้ยาก ดังนั้นหากนำทฤษฎีคำนวณขนาดของกลุ่มประชากรของทาโร ยามาเน มาประยุกต์ใช้จะสามารถคำนวณขนาดของกลุ่มประชากรได้ ดังนี้

แทนค่า N ด้วย 5,000 เนื่องจากมีกลุ่มจำนวนประชากรทั้งหมด 5,000 คนที่ใช้บริการเช่าชุดราตรี:  $n = 5,000 / (1 + 5,000 (e^2))$

กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ให้มีค่าเท่ากับ ร้อยละ 5 หรือ 5% (หมายถึงสามารถยอมรับผลลัพธ์ที่คลาดเคลื่อนได้ 5%) ดังนั้นค่า e ในสมการจะถูกแทนด้วย 0.05 ซึ่งจะได้สมการออกมาดังนี้ :  $n = 5,000 / (1 + 5,000 (0.05^2))$

คำนวณหาค่า n ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่บ่งบอกถึงขนาดของกลุ่มประชากรตัวอย่าง โดยได้ผลลัพธ์เท่ากับ 370.37

อ้างอิงจากผลลัพธ์ที่ได้รับ 370.37 สามารถบ่งบอกได้ว่า จะต้องใช้ขนาดกลุ่มจำนวนประชากรขั้นต่ำประมาณ 371 คน เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ประมาณ 5%

ด้วยเหตุนี้การทำงานวิจัยในกรณีตัวอย่างที่ยกขึ้นข้างต้น จึงสมควรได้รับผลตอบรับจากแบบสอบถามขั้นต่ำทั้งหมด 371 คนส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 21 – 40 ปี แต่อย่างไรก็ตามถึงแม้จะได้ผลลัพธ์จากแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยก็ยังคงควรวิเคราะห์และศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมตามความเหมาะสมต่อไป เพื่อตรวจสอบความคลาดเคลื่อนที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากปัจจัยอื่น ๆ

### 3.3.3 ประเภทของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในกระบวนการศึกษา ได้แก่ การจัดทำข้อมูลการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความและการสรุปผล ประกอบด้วย

3.3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองโดยอาศัยเครื่องมือที่มีความเหมาะสมสำหรับการเก็บรวบรวมซึ่งในที่นี้ คือ แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิเน้นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมมาจากแหล่งที่สามารถอ้างอิงได้ และมีความน่าเชื่อถือได้แก่ (1) ตำรา หนังสือ (2) เอกสารเกี่ยวกับงานวิจัยที่ผ่านมาแต่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้และ (3) วารสารและสิ่งพิมพ์ทางวิชาการทั้งที่ใช้ระบบเอกสาร และระบบออนไลน์

3.3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างโดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามเป็นขั้นตอน ดังนี้

3.3.4.1 ทบทวนวัตถุประสงค์ของการศึกษา และตัวแปรที่ศึกษา

3.3.4.2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.3.4.3 สร้างแบบสอบถามเพื่อถามความคิดเห็นในประเด็นต่อไปนี้ การบริการลูกค้า การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ราคา ลักษณะองค์กรของผู้ใช้บริการ และการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ

3.3.5 วิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย พฤติกรรมการใช้ชุดราตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าประเภทของชุดราตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะสวมใส่ไปงานเลี้ยง ได้แก่ ชุดกึ่งทางการ (Semi-Formal Dress) ร้อยละ 39.75 โดยสวมชุดไปร่วมงานเลี้ยงสถาบันที่กำลังศึกษาหรือเคยศึกษา ร้อยละ 80.25 ไปร่วมงานเลี้ยงช่วงเวลากลางคืน ร้อยละ 76.75 ชุดราตรีที่สวมใส่ไซซ์เอ็ม ร้อยละ 43.25 เครื่องประดับที่ใช้คู่กับชุดราตรีมากที่สุด คือ รองเท้า ร้อยละ 89.75 เคยเช่าชุดราตรี ร้อยละ 79.50 เนื่องจากค่าเช่าไม่แพง ร้อยละ 27.99 ตัดสินใจเลือกเช่าชุดราตรีด้วยตนเอง ร้อยละ 38.36 สื่อโฆษณาที่ผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าชุดราตรี คือ อินเทอร์เน็ต/เฟสบุ๊ก ร้อยละ 60.69 สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับงานเลี้ยงในขณะเลือกเช่าชุดราตรี คือ รูปแบบ (ริม) ของงานเลี้ยง ร้อยละ 38.99 ความถี่ในการเช่าชุดราตรีในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา คือ 1 ครั้ง ร้อยละ 59.43 หากมีร้านให้เช่าชุดราตรีมาเปิดใหม่ สนใจใช้บริการแน่นอน ร้อยละ 63.21 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าชุดราตรี พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าชุดราตรีในระดับมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชุดราตรีสวยงาม ทันสมัย

(ค่าเฉลี่ย 4.36) ด้านราคา ได้แก่ ค่าเช่าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.27) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ร้านมีสถานที่ตั้งสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ลูกค้านำสามารถทดลองลองสวมชุดได้ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับชุดราตรีได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.37) ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.24) และด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ การจัดร้านสะอาดตา และดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

### 3.3.6 สรุปงานวิจัย

- ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าชุด Semi-Formal Dress และ Formal Dress ชุด SIZE M เป็นที่ต้องการของผู้เช่า และชุดราตรีสวยงาม ทันสมัย/แบบตรงตามความต้องการ/ขนาด (size) ตรงตามความต้องการ มีผลต่อการตัดสินใจเช่าชุดราตรี ผู้ศึกษาจึงนำมาเป็นแนวทางในการจัดหาชุดราตรี
- ด้านราคา พบว่าชุดที่เช่าส่วนใหญ่ค่าเช่าอยู่ระหว่าง 501-1,000 บาท หากค่าเช่าเหมาะสมและสามารถต่อรองราคาได้มีผลต่อการตัดสินใจเช่าชุดราตรี ผู้ศึกษาจึงได้นำผลการศึกษามาพิจารณาเพื่อตั้งราคา ค่าเช่าที่เหมาะสม ซึ่งค่าเช่าสูงสุดส่วนใหญ่ค่าเช่าอยู่ที่ 500 บาทขึ้นไป
- ด้านทำเลที่ตั้ง มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ การคมนาคมสะดวก ที่จอดรถสามารถจอดรถบริเวณหน้าร้านได้
- ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าหากสามารถทดลองลองสวมชุดได้/มีการปรับแก้ให้ตรงตาม ขนาดไซซ์ที่ลูกค้าต้องการ / สามารถเลือกของแถมได้ เช่น ฟรีค่าเช่ารองเท้า หรือฟรีค่าเช่าเครื่องประดับ และมีส่วนลดพิเศษหากเช่าชุดพร้อมเครื่องประดับ รองเท้าและกระเป๋า ผู้ศึกษาจึงได้นำผลการศึกษามาพิจารณากำหนดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของโครงการ ดังนี้ ลูกค้าที่มาเช่าชุดสามารถทดลองสวมชุดได้ จนกว่าจะได้ชุดที่พอใจ ในวันเปิดร้าน จะจัดทำบัตรสมัครฟรีแก่ลูกค้าที่มาในวันเปิดร้าน โดยสมาชิกจะได้รับส่วนลดร้อยละ 10 จากมูลค่าในการเช่าชุด ทางร้านมีบริการปรับแก้ชุดตามขนาดไซซ์ของผู้เช่า หากเช่าชุดกับทางร้านที่มีค่าเช่าชุดละ 1,000 บาท ขึ้นไป สามารถเลือกของแถมได้ เช่น ฟรีค่าเช่ารองเท้า หรือฟรีค่าเช่าเครื่องประดับ มีส่วนลดพิเศษ ร้อยละ 10 หากเช่าชุดพร้อมเครื่องประดับ รองเท้าและกระเป๋า มูลค่า 1,000 บาท ขึ้นไป
- ด้านบุคลากร ทางร้านมีการจัดหาพนักงานประจำร้านที่สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับชุดราตรีได้เป็นอย่างดี มีความรู้ ความชำนาญ สามารถให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามได้อย่างถูกต้อง มีมนุษยสัมพันธ์ดีเต็มใจในการให้บริการ ไว้คอยให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ



- ด้านกระบวนการ เมื่อลูกค้าเข้ามาในร้าน พนักงานต้องกล่าวทักทายและต้อนรับลูกค้า รวมถึงความรวดเร็วความถูกต้องในการนำชุดที่ต้องการมาให้ลูกค้าดูและทดลองสวมใส่ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า
- ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ร้านให้เช่าชุดราตรีมีการจัดผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายการออกแบบตกแต่งร้านทันสมัยสะอาดตา บรรยากาศภายในร้านดี สะอาด สามารถดึงดูดความสนใจของค้ให้เข้ามาใช้บริการได้



## บทที่ 4

### แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

#### 4.1 ส่วนแบ่งทางการตลาด STP

##### Segmentation

“ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา)” เป็นธุรกิจด้านบริการ ในการเช่าชุดราตรี วิเคราะห์กลุ่มทางการตลาดตามเกณฑ์ ต่อไปนี้

- Geographic: ลูกค้าที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร อยู่ระหว่างในเมืองและชานเมือง
- Demographic: บริการประเภทนี้มีข้อได้เปรียบตรงที่รองรับบริการได้ทางทุกเพศ - ทุกวัย ประเภทคนได้หลากหลาย ทุกอาชีพ ทุกฐานะ
- Psychographic: พฤติกรรมที่ชอบการแต่งตัวหรูหรา และโดดเด่นโดยดูจากเนื้อผ้า ที่นำมาตัดชุดแต่ละชุดต้องไม่ดูแยเกินไป รสนิยมในการแต่งตัว

##### Targeting

กลยุทธ์การเลือกตลาดเป้าหมายของ “ร้านเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา)” ถือเป็น การเลือกใช้ “กลยุทธ์ตลาดหลายส่วน” [ Differentiate Marketing Strategy / Multi Segment Marketing ] มีการแบ่งส่วนตลาดเลือกตอบสนองลูกค้าแต่ละส่วนโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน อย่างการมีชุดราตรีที่เป็นชุดราตรี Low - Cost ตี segment ในตลาดฐานะลง “ชุดราตรี hi-brand ในไทย” ที่ราคาสูงขึ้นมาหน่อยเนื้อผ้าดีก็เน้นฐานลูกค้าที่มีฐานะปานกลางและ อนาคตท้ายเน้นชุดราตรี hi-brand จากต่างประเทศก็จะเน้นฐานลูกค้าที่กำลังในการตัดสินใจเช่าเพื่อ รอมรับ

ความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไป ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการคือช่วงอายุ 25-40 ปี เนื่องจากอายุช่วงนี้มีรายได้เพียงพอต่อการใช้จ่ายในการเช่าชุดราตรีสำหรับไปออกงานหรืองาน สังสรรค์

- ข้อดีของการใช้กลยุทธ์ คือ เป็นการกระจายความเสี่ยง มีโอกาสที่จะเป็นผู้นำทางการตลาด [ Market Leader ] อาจมี Market Share เพิ่มมากขึ้น
- ข้อเสียของการใช้กลยุทธ์ คือ มีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากต้องมีชุดราตรีหลายแบบหลายแบรนด์มากขึ้น

### Positioning

- ความชัดเจนในเรื่องของตลาดและสินค้า [ Clarity ]: ทางเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรณพัตชา) ได้เลือกแบบที่โดดเด่นแตกต่าง คงคอนเซ็ปต์ที่ว่า “น้อยแต่มาก” สวย เรียบหรู ไม่ดูเยอะ มีสไตล์แบบผู้ดี นอกจากนี้เรายังมีบริการชุดอื่น ๆ อีกมาย
- ความต่อเนื่องที่เหนือกว่าคู่แข่ง [ Consistency ]: บริการให้เช่าชุดราตรี ชุดออกงานในราคาที่ทุกคนปรารถนา
- การเสนอในสิ่งที่คู่แข่งไม่ได้ให้กับผู้บริโภค [ Competitiveness ]: ทุกชุดได้รับการดูแลซักรีดอย่างดีก่อนส่งต่อความสวยให้คุณ

## 4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 7 P's

### แผนกลยุทธ์ทางการตลาดของ PUNPATCHA (พรณพัตชา)

#### 4.2.1 สินค้าและบริการ Products / Services

ภาพที่ 4.1: สินค้าและบริการ Products / Services



PUNPATCHA (พรณพัตชา) เป็นธุรกิจที่นำให้บริการให้เช่าชุดราตรีที่มีแบบ หลากหลาย และสีสันทัน รวมถึงให้คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการบริการที่มีการพัฒนาอย่างดี การบริการต่าง ๆ ของทางร้านและชุดราตรี มีทั้งการเช่าแบบทั่วไป และPackage ต่าง ๆ มีบริการ ออกแบบ ตัวอย่างแพทเทิร์นตัวอย่างผ้า ที่ลูกค้ามองเห็นและจับต้องได้ ทางร้านมีช่างตัดชุดที่มี ประสบการณ์กว่า 20 ปี คอยให้คำแนะนำพูดคุยกับลูกค้าลงมือให้เห็น อีกทั้งวันจริงเรามีทีมงานไป

ดูแลความเรียบร้อยให้ลูกค้าอีกด้วย ชุดทางร้านเราจะต้องสวย ดูดี ดูแพง ตามคอนเซ็ปต์น้อยแต่่มาก โดยทางร้านของเราได้คัดสรรชุดราตรีมากมายหลากหลายรูปแบบให้เลือก ซึ่งจะแตกต่างออกไปจากร้านเช่าชุดราตรีทั่วไป มุ่งเน้นและค้นหาชุดที่ใช้ ดีไซน์การออกแบบการตัดเย็บต้องโดน ทั้งแบรนด์เล็ก แบรนด์ใหญ่ ขนมาทั้งหมด เพื่อนำมาให้ลูกค้าได้เลือกเช่าและใช้บริการกัน และแน่นอนว่าถึงแม้ชุดที่ทางร้านเราจัดมา จะมีราคาเริ่มต้นที่ครึ่งแสนแทบทุกชุด แต่ทางร้านเราก็คิดค่าบริการในราคาเบา ๆ และมีทุก Size ไม่ว่าจะอ้วนหรือผอม ซึ่งชุดราตรีสั้นจะมีเรตอยู่ที่ 800 – 1,200 บาทต่อวัน ชุดราตรียาวจะอยู่ที่เรตราคา 1,500 – 3,000 บาท ส่วนเครื่องประดับและรองเท้าถ้ามีการเช่าชุดถึงราคา 2,000 บาทจะได้เครื่องประดับและรองเท้าเช่าฟรีไปพร้อมกับชุดราตรี

ภาพที่ 4.2: ตราสินค้า



#### 4.2.2 การกำหนดราคา Price

สำหรับราคาการเช่าซื้อ มีการกำหนดราคาค่าบริการ โดยเริ่มต้น ตั้งแต่ 800 - 3,000 บาท โดยมี Package ต่าง ๆ ด้วย ราคาขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้บริโภคเลือก มีราคาเป็นมาตรฐานและถูกกว่าที่อื่นเมื่อเทียบจากคุณภาพสมเหตุสมผลและคุ้มค่าราคา การกำหนดราคาเราตั้งตามความเป็นจริงและดูตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก โดยเน้นให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด และเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น

#### 4.2.3 ช่องทางการจำหน่าย Place

โดยการบริการของ PUNPATCHA (พรรณพัตชา) คือ มีหน้าร้านให้บริการตั้งอยู่ที่ 48/1509-12 หมู่บ้านดี.เค. ซอย 17 ถนนกาญจนาภิเษก บางบอน กรุงเทพมหานคร 10150 โดยลูกค้าสามารถเดินทางเข้ามาดูและเลือกชุดได้ตามต้องการ รวมถึงยังมีสื่อออนไลน์ที่สามารถใช้ติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และพูดคุยถึงสินค้าและบริการผ่านทาง Facebook, Instagram, Website ต่าง ๆ

#### 4.2.4 การส่งเสริมการตลาด Promotion

ทางร้านโปรโมชั่นต่าง ๆ มากมายตลอดปี เพื่อที่จะเสนอให้ลูกค้ามารับและซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้มีเกิดการดึงดูดผู้มาใช้บริการมากขึ้น เพื่อให้ผู้มาใช้บริการให้เกิดความสนใจในการใช้บริการต่าง ๆ ทั้งฐานลูกค้าเก่าหรือฐานลูกค้าใหม่ ลูกค้าสามารถทดลองสวมชุดได้ มีการปรับแก้ให้ตรงตามขนาดไซส์ที่ลูกค้าต้องการ สามารถเลือกของแถมได้ เช่น ฟรีค่าเช่ารองเท้า หรือฟรีค่าเช่าเครื่องประดับ และมีส่วนลดพิเศษหากเช่าชุดพร้อมเครื่องประดับ รองเท้าและกระเป๋า

#### 4.2.5 ด้านบุคลากร People

ทางร้านมีการจัดหาพนักงานประจำร้านที่สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับชุดราตรีได้เป็นอย่างดีมีความรู้ความชำนาญและเชี่ยวชาญในการดูสรีระของหุ่นแต่ละคนด้วยว่าเหมาะแก่การใส่ชุดแบบไหน สามารถให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามได้อย่างถูกต้อง มีมนุษยสัมพันธ์ดีเต็มใจในการให้บริการ ไว้คอยให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

#### 4.2.6 ด้านกระบวนการ Process

เมื่อลูกค้าเข้ามาในร้าน พนักงานต้องกล่าวทักทายและต้อนรับลูกค้า รวมถึงความรวดเร็วความถูกต้องในการนำชุดที่ต้องการมาให้ลูกค้าดูและทดลองสวมใส่ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

#### 4.2.7 ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ Physical Evidence

ทางร้านเช่าชุดราตรีของเราจึงคัดสรรแค่สิ่งดี ๆ เพื่อมาบริการให้ลูกค้าทุกท่าน ได้มีชิ้นที่โดดเด่น จนเป็นที่น่าจดจำในพิธีหรืองานต่าง ๆ ได้ถ้ารูปได้ร่วมยินดีอย่างเจิดจรัสอย่างแน่นอน และทางร้านบริการเช่าชุดราตรี ชุดเพื่อนเจ้าสาว ชุดออกงานเช้า และชุดปาร์ตี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการเช่าชุดราตรีที่ร้านของเรา จะพึงพอใจและชื่นชอบชุดที่ทางร้านของเราจัดมาให้บริการ และทางร้านจะทยอยอัปเดต ชุดราตรี ของเราให้ตามทันยุคสมัย ไม่จำเจอย่างแน่นอน

### 4.3 แผนการสื่อสารทางการตลาด

กลยุทธ์การตลาดของ PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ทางกิจการได้มีการพัฒนาธุรกิจให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านทางสื่อออนไลน์ รวมถึงมีการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการเช่าซื้อ กับทางบริษัท ทาง PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ได้ปรับแผนการตลาดใหม่และกลยุทธ์จากอดีตมากมาย เพื่อให้ที่น่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภคมาใช้บริการมากขึ้น มีการโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ต่าง ๆ มากมาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถจำภาพของแบรนด์ได้โดยการทำให้คนรู้จักแบรนด์เราในโลกดิจิทัล คือ ต้องเริ่มต้นปั้นแบรนด์ (Digital Branding) ให้ชัดเจน มีความโดดเด่น แตกต่าง และที่สำคัญร้านที่บริการให้ชุดราตรีเช่าชุดออกงาน เช่าชุดเพื่อนเจ้าสาว ชุดออกงานกลางวัน เช่าชุดกันหนาว เสื้อขนเป็ด ทางเราเช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ได้รวมชุดมากมายเหล่านี้ไว้ในที่เดียว โดยชุดของทางเราเป็นชุดที่คัดสรรคุณภาพ ทั้งดีไซน์ การตัดเย็บ ล้วนมาจากแบรนด์ดังที่ใครหลายคนอาจจะรู้จักอย่างแน่นอน การให้บริการของเรามีเป้าหมายให้ลูกค้าทุกท่านได้สวมใส่ชุดที่สวยงามและไม่ซ้ำใคร รู้จักลูกค้าให้ดี ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเพราะชื่นชอบและหลงรักในแบรนด์ หรือเปลี่ยนใจให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณเองเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับแบรนด์ได้ยิ่งดี เช่น PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ปารีส รวมไปถึงมีการพัฒนาธุรกิจและความต้องการที่จะขยายกิจการในอนาคต

เน้นกลยุทธ์การตลาดแบบปากต่อปาก (word of mouth) เป็นกลยุทธ์ที่มีมานานแล้วแต่ในปัจจุบัน รูปแบบปากต่อปากเริ่มเปลี่ยนไปยิ่ง Social network มากขึ้นในฐานะที่เราเป็นเจ้าของกิจการก็ต้องปรับตัวให้ทันกับยุคที่ผู้บริโภคสมัยนี้ จะตัดสินใจใช้จ่ายแต่ละครั้งมักจะศึกษาและอ่านรีวิวก่อน และเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าก่อนจะมาใช้บริการกับร้านเรา ดังนั้นจึงอยากพัฒนาร้านทั้งทางด้านตัวสินค้า และที่สำคัญด้านบริการให้ดีที่สุด สร้างความประทับใจให้ลูกค้า ประหนึ่งคนในครอบครัวเราอย่างที่เราทำมาสม่ำเสมอและจะดีขึ้นไปอีก

#### ค่าใช้จ่ายในการตลาด

Marketing Activity Plan แผนการตลาดใน 3 ช่วงเวลา ช่วงระยะเวลาละ 4 เดือน ดังนี้

1) ช่วงที่ 1 เดือนมกราคม - เดือนเมษายน โดยจะเน้นการโปรโมทผ่านทางสื่อออนไลน์ และการเสนอโปรโมชั่น ช่วงวันสำคัญต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงเน้นให้มีการยิงโฆษณาผ่านทางช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook Instagram หรืออื่น ๆ

2) ช่วงที่ 2 เดือนพฤษภาคม - เดือนสิงหาคมเป็นช่วงที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการน้อย ทางร้านจึงจะมีการจัดโปรโมชั่นการจูงล่อหน้า เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และเป็น การเสริมสร้างยอดขายของทางร้านให้เป็นไปในทิศทางที่ดียิ่งขึ้น

3) ช่วงที่ 3 เดือนกันยายน - เดือนธันวาคม เป็นช่วงที่มีคนแต่งงานเยอะเป็นพิเศษ ทางร้านจะมีการโปรโมททางด้านออนไลน์อย่างต่อเนื่อง และมีการเน้นให้มีส่วนลด ในการจองผ่านทาง application ต่าง ๆ ทางออนไลน์ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 4.1: รูปแบบกิจกรรมของร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)

กิจกรรมการตลาด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ยิงโฆษณาทาง Facebook	10,000	10,000	10,000
ยิงโฆษณาทาง Instagram	10,000	10,000	10,000
จ้าง Bloggers/ reviews	40,000	25,000	25,000
รวม	60,000	45,000	45,000

#### ค่าใช้จ่ายในการตลาดโดยประมาณ

- ค่าใช้จ่ายในโปรโมท ผ่าน Application ต่าง ๆ
- ค่าใช้จ่ายในการยิงแอดโฆษณาทาง Facebook และ Instagram 20,000 บาท

จากข้อมูลของ ร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา) จะสามารถเห็นได้ว่าทางร้านมีการพัฒนาบริษัทอย่างต่อเนื่อง รวมถึงในปีที่สองและสามมีการเติบโตเรื่อย ๆ รวมถึงทางร้านได้มีการคิดและการพัฒนาระบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีและมีการเปลี่ยนแปลงที่มีรูปธรรมมากขึ้น รวมถึงมุ่งเน้นให้บุคลากร มีส่วนร่วมในการพัฒนาบริษัทในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด มีการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยมีการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านทาง ช่องทาง Social media ต่าง ๆ ดังนั้น ธุรกิจ PUNPATCHA (พรรณพัตชา) จึงเป็นธุรกิจที่เหมาะสมกับการลงทุนในหลาย ๆ ปัจจัยข้างต้น

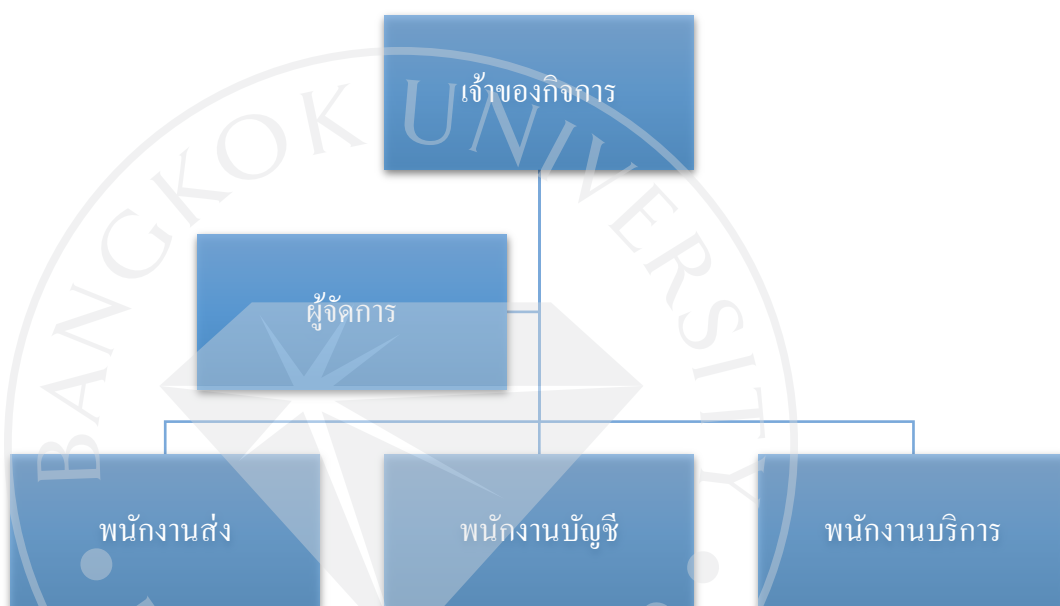
โดยภาพรวมจะเห็นได้ว่าการลงทุนการตลาดมีความสำคัญเป็นอย่างมากและทางร้านได้ให้ความสำคัญและเล็งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาให้เกิดทิศทางที่ดีขึ้น โดยทั้งนี้หลากหลายธุรกิจเน้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระยะยาว และมีการพัฒนาการตลาดให้สามารถสู้การแข่งขันกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี เพื่อดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการการเช่าชุดราตรี

## บทที่ 5

### แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรมนุษย์

#### 5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน

ตารางที่ 5.1 :แผนผังองค์กร ร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)



ทางร้านเราจะมีเจ้าของกิจการเป็นเจ้าของหลัก ซึ่งทำหน้าที่สั่งงานและควบคุมงานต่าง ๆ ทุกอย่างภายในร้าน คำสั่งทั้งหมดจะขึ้นโดยตรงกับทางเจ้าของกิจการ และจะแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการสั่งงานและควบคุมพนักงาน และมอบหน้าที่ให้กับผู้จัดการร้านแบ่งงานให้เหมาะสมกับพนักงานบริการ พนักงานบัญชีและพนักงานขนส่งทำงานตามหน้าที่ของตัวเองที่ได้รับมอบหมาย

คุณภาพของการบริการ หมายถึง การให้บริการที่ดีเลิศ ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ จนทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด และเกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์จะต้องเป็นการบริการที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค และตอบสนองต่อความต้องการสินค้าและบริการ ให้เกิดความประทับใจสูงสุด และคุ้มค่าแก่การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ สำหรับแนวคิดคุณภาพการบริการ มี 5 ประการ ต่อไปนี้



### 5.1.1 ความน่าเชื่อถือ

ความสามารถในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และตรงต่อความต้องการของลูกค้า การให้บริการเป็นไปตามที่พูดคุยตกลงไว้กับลูกค้า และบริการทุกรูปแบบมีความสม่ำเสมอ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ สามารถให้ความไว้วางใจได้ที่จะเข้ามาใช้บริการ

### 5.1.2 ความมั่นใจ

สำหรับผู้ให้บริการทุกคนมีความรู้และทักษะมากมาย รวมถึงมีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า ให้บริการอย่างจริงใจและซื่อสัตย์ เพื่อให้เกิดความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ รวมถึงการบริการต้องเน้นความรู้หรือมารยาทของพนักงานเพื่อให้เกิดความมั่นใจต่อธุรกิจ

### 5.1.3 สิ่งที่สามารถจับต้องได้

สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน และวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่าง ๆ หรือเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วยสภาพแวดล้อม ต้องมีความปลอดภัยและเหมาะสมต่อการให้บริการ เพื่อช่วยทำให้ลูกค้าทราบรูปแบบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการได้ล่วงหน้าและสามารถอัปเดตข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้

### 5.1.4 ความใส่ใจ

สามารถเข้าถึงตัวธุรกิจได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่ายตลอดเวลา ความสามารถในการติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ และเข้าใจลูกค้า เพื่อให้ดูแลเอาใจใส่ และให้คำปรึกษาต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้า

### 5.1.5 การสนองตอบลูกค้า

ความเต็มใจในการให้บริการและให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ด้วยการมีความสามารถที่จะจัดการบริการ เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และให้คำปรึกษาอย่างดี โดยส่วนนี้จำเป็นอย่างมาก เพื่อที่จะตอบสนองต่อลูกค้าและให้คำปรึกษาเรื่องของชุดราตรีให้มากที่สุด

## 5.2 การกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน

### 5.2.1 การจัดโครงสร้างองค์กรและการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ

โดยรวมลักษณะโครงสร้างองค์กรของร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา) เป็นการสร้างองค์กรโดยเน้นการทำตามหน้าที่ของตนเองเป็นหลัก เพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพและทำให้แต่ละคนแต่ละสายงานเข้าใจหน้าที่ของตนเองอย่างดีรวมถึงความรับผิดชอบต่าง ๆ ธุรกิจเช่าชุดราตรีไม่จำเป็นต้องมีพนักงานมากนัก จึงทำให้โครงสร้างองค์กรนั้นทำงานเป็นครอบครัวถึงแม้ว่าจะมีหน้าที่บังคับบัญชาตามระดับของตำแหน่งต่าง ๆ โดยโครงสร้างนี้มีความเหมาะสมกับบริษัท ช่วยให้สามารถ

แก้ปัญหาได้ทันเวลาที่และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นแต่หากมีการขยายสาขาในอนาคต อาจจะมีการปรับระบบโครงสร้างเพื่อพัฒนาการทำงานให้มีความชัดเจนและสามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงจุดตามสายงานที่ได้แบ่งไว้

#### 5.2.2 เวลาในการทำงานของแต่ละตำแหน่งงาน

ตารางที่ 5.2: เวลาในการทำงานของ แต่ละตำแหน่งงาน ของร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)

ตำแหน่งงาน	เวลาการทำงาน
เจ้าของกิจการ	-
ผู้จัดการ	10:00 - 20:00
พนักงานบัญชี	10:00 - 20:00
พนักงานขนส่ง	10:00 - 18:00
พนักงานบริการ	10:00 - 20:00

ทางร้านมีการแบ่งงานและระบุหน้าที่ของแต่ละฝ่ายชัดเจนตามงานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งนี้เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากที่สุดโดยแต่ละหน้าที่ก็จะมีหน้าที่แตกต่างกันไป

### 5.2.3 โครงสร้างตำแหน่งและลักษณะงานของร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)

ตารางที่ 5.3: โครงสร้างตำแหน่งและลักษณะงานของร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)

ตำแหน่งงาน	ลักษณะงาน
เจ้าของกิจการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กำหนดตำแหน่งงานของพนักงานให้ชัดเจน</li> <li>- กำหนดเป้าหมายต่าง ๆ ของทางร้าน</li> <li>- ควบคุมการดำเนินงาน</li> <li>- ประชุมและวางแผนพัฒนา</li> <li>- ตรวจสอบงานในภาพรวม และวางแผนพัฒนาร้านต่อไปในอนาคต</li> </ul>
ผู้จัดการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทำตามเป้าหมายของบริษัท</li> <li>- ให้คำปรึกษาและชี้แนะแก่พนักงาน</li> <li>- ตรวจสอบการดำเนินงานในแต่ละวัน</li> <li>- ทำรายงานให้เจ้าของกิจการทุกเดือน</li> <li>- ควบคุมการดำเนินงาน</li> <li>- ประชุมและวางแผนพัฒนา</li> <li>- สอนงานและทำการอธิบายงานให้แก่พนักงาน</li> </ul>
พนักงานบัญชี	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เช็ครายรับ รายจ่าย</li> <li>- เสนอแผนการพัฒนาบริษัท</li> <li>- คำนวณส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละไตรมาส</li> <li>- เช็คงบต่าง ๆ เช่น รายได้พนักงาน หรืออื่น ๆ</li> </ul>

(มีตารางต่อ)

ตารางที่ 5.3 (ต่อ): โครงสร้างตำแหน่งและลักษณะงานของร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)

พนักงานขนส่ง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย</li> <li>- ส่งชุดเช่าให้แก่ลูกค้า</li> <li>- การทำรายงานการส่งของ</li> </ul>
พนักงานบริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แนะนำชุดเช่าทางร้านแก่ลูกค้า</li> <li>- ตอบและให้คำปรึกษาทางด้านสื่อออนไลน์</li> <li>- ให้คำปรึกษาและชี้แนะแก่ลูกค้าผ่านโทรศัพท์</li> <li>- การตรวจสอบและวัดไซส์ชุดเช่าลูกค้า</li> <li>- การจดลงทะเบียนการเช่าชุดของลูกค้า</li> <li>- รายงานผู้จัดการในด้านการดำเนินงานในแต่ละวัน</li> <li>- ประชุมและวางแผนพัฒนา</li> </ul>

เห็นได้ว่าทางร้านมีการกำหนดตำแหน่งหน้าที่ระบุงานไว้อย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อให้การทำงานเป็นไปได้อย่างราบรื่น รวมถึงมีโครงสร้างแผนผังองค์กรที่มีความชัดเจนและแต่ละตำแหน่งจะขึ้นตรงกับหัวหน้างานของตัวเอง ซึ่งทำให้การทำงานเป็นไปได้อย่างราบรื่นและไม่มีปัญหา จะมีการประชุมและพัฒนาประสิทธิภาพของการทำงานอยู่ตลอดเวลาและหากมีอุปสรรคใด ๆ จะสามารถแก้ไขภาษาได้ทันท่วงที เพราะมีตำแหน่งงานระบุชัดเจน ซึ่งทำให้การทำงานเป็นไปได้อย่างราบรื่นมากขึ้น หากดูจากแผนผังแล้วจะเห็นได้ว่าแต่ละตำแหน่งงานมีการระบุลักษณะงานชัดเจนรวมถึงเวลาการทำงานสามารถทำให้ทุกคนเข้าใจถึงหน้าที่ของตนเอง และรู้จักการพัฒนาสายงานของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

#### 5.2.4 โครงสร้างเงินเดือนของพนักงานในร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)

ทางร้านมีการกำหนดเงินเดือนที่ชัดเจนและแบ่งตามตามตำแหน่งหน้าที่การทำงานต่าง ๆ โดยเป็นการให้แบบรายเดือน สำหรับพนักงาน เพราะทุกคนทำงานประจำกับทางร้าน จึงให้เป็นในรูปแบบของเงินเดือน สำหรับอัตราค่าตอบแทน เงินเดือนในปีที่ 1 ปีที่ 2 ปีที่ 3 ต่อ 1 คน ดังนี้

ตารางที่ 5.4: โครงสร้างเงินเดือนของพนักงานในร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)

ตำแหน่งหน้าที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ผู้จัดการ	20,000	20,000	20,000
พนักงานบัญชี	10,000	10,000	10,000
พนักงานขาย	7,500	7,500	7,500
พนักงานขนส่ง	7,500	7,500	7,500

ทางร้านได้มีการให้สวัสดิการต่าง ๆ แก่พนักงาน ดังต่อไปนี้

- 1) เบี้ยขยัน
- 2) ค่า Incentive
- 3) ยูนิฟอร์ม

ทางร้านได้มีการคาดคะเนค่าใช้จ่ายในเรื่องของโครงสร้างเงินเดือนพนักงาน โดยมีการแบ่งเป็น 3 ไตรมาสด้วยกันโดยในทุกๆไตรมาสจะมีค่าใช้จ่ายที่เท่ากัน รวมถึงทางร้านได้มีการกำหนดสวัสดิการต่าง ๆ แก่พนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถทราบถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่พนักงานจะได้รับจากทางร้าน รวมถึงทางร้านทุกคนก็จะทำงานเป็นพนักงานจ่ายเงินในรูปแบบของเงินเดือน

### 5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร

#### การบริหารเงินเดือนและสวัสดิการ

จะมีการเน้นการให้ผลตอบแทนที่มีคุณภาพและหางานให้เหมาะสมกับศักยภาพของพนักงานแต่ละคน รวมถึงมีการพัฒนาและเน้นในเรื่องของเงินเดือนและการพัฒนาสวัสดิการต่าง ๆ ให้พนักงานมีศักยภาพดียิ่งขึ้น โดยมีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในหลากหลายวิธี โดยการทำ workshop ประชุมทุกเดือน การรายงานผลจากพนักงานในแต่ละภาคส่วน โดยจึงจำเป็นต้องเน้นการพัฒนาในเรื่องของเงินเดือน การบริหารพนักงาน ให้สวัสดิการที่มีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กรในระยะยาวโดยพนักงานจะได้รับเงินเดือนในแต่ละเดือน เพื่อตอบแทนการทำงานของแต่ละตำแหน่ง ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละตำแหน่ง รวมถึงมีการพัฒนาการทำงานให้มีความเหมาะสมมากขึ้นและทำให้เกิดความพึงพอใจต่อพนักงาน ทางบริษัทได้มีแนวคิดที่จะเสนอค่าตอบแทนเพิ่มเติม สำหรับการสร้างยอดขายได้เพิ่มเติม และการพัฒนาบริษัทในระยะยาว รวมถึงนี่จะเป็นแนวทางที่ร้าน สามารถที่จะช่วยละโอกาสที่ทำให้เกิดความเสียหายในอัตราเปลี่ยนงาน

(Turn Over) สูง โดยพนักงานจะได้จ้จรงรักภักดีต่อบริษัท และทำให้เกิดการพัฒนาในระยะยาวไปในทิศทางที่ดีขึ้น รวมถึง การให้ค่าคอมมิชชั่น สำหรับพนักงานขายที่สามารถทำการขายให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการพัฒนาบริษัทในระยะยาว รวมถึงมีการเพิ่มเงินเดือน สำหรับบุคคลที่ทำงานกับบริษัทในระยะยาว และสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงให้บริษัทได้ไปในทางที่ดี รวมถึงทางร้านจะมีการวางแผนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และการพัฒนาของผลงานระยะยาว เพื่อสร้างความได้เปรียบ และทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าไปในทางที่ดีขึ้น

### แนวทางปฏิบัติงานของร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)

ทางร้านมีการเน้นมาตรฐานของกระบวนการให้บริการให้มีความเหมาะสมเช่นการดูแลลูกค้าที่มาร้านเช่าชุดราตรี การพัฒนาสถานที่ให้มีความสะดวกต่อลูกค้ารวมถึงการรักษาสภาพแวดล้อมและทำให้เกิดความสะอาดสบายในชีวิตรวมถึงจัดที่นั่งและที่นั่งรอให้มีความเหมาะสมต่อจำนวนผู้บริการ ทั้งนี้ต้องมีการพัฒนาธุรกิจอย่างเหมาะสม

### ด้านกระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการถือเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมีความรู้และความชำนาญ โดยทางร้านเล็งเห็นที่จะให้บริการและการอำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้รับบริการ ดังนั้นกระบวนการในการให้บริการจะเน้นความถูกต้องแม่นยำ รวมถึงเป็นบริการที่เข้าถึงได้ และมีทุกคนจะต้องมีใจในการให้บริการและช่วยให้เกิดการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น

- 1) ทางร้านเน้นถึงความรวดเร็วในการให้บริการ และการพัฒนาให้ความสะดวกแก่ผู้รับบริการต้องการเมื่อมารับบริการ โดยเน้นในเรื่องของความตรงต่อเวลาและการได้รับบริการที่รวดเร็ว เพราะหากมีความตรงต่อเวลาจะทำให้เราสามารถคำนวณเรื่องของเวลาที่จำเป็นต้องใช้ได้
- 2) ความถูกต้องแม่นยำ การอำนวยความสะดวกและแก้ปัญหาให้แก่ผู้รับบริการ ให้กับทางลูกค้าที่ร้าน และออนไลน์ จะต้องให้การทำงานมีความชัดเจน และอธิบายแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้
- 3) โดยการทำงานเน้นการปฏิบัติงานที่มีขั้นตอนเป็นข้อกำหนดที่ชัดเจน มีคู่มือที่สามารถช่วยเหลือในการทำงาน และทำให้เข้าใจมากขึ้นว่า การดำเนินงานมีขั้นตอนเป็นลำดับอะไรบ้าง มีการตรวจสอบ เพื่อให้เกิดความถูกต้อง
- 4) ความชัดเจนของในการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการ โดยเน้นการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลที่ชัดเจนจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้ ผู้รับบริการได้รับความสะดวกมากขึ้น รวมถึงมีแนวทางปฏิบัติงานที่ชัดเจน และมีแนวทางปฏิบัติตามช่องทางต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายดาย

5) การให้บริการตลอดเวลาควรจัดให้มีการบริการตลอดเวลาระหว่างการเปิดให้บริการ โดยมี การแบ่งกะ การทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้ไม่เกิดช่องว่างของการให้บริการ

6) จัดให้มีช่องทางการติดต่อที่สะดวกสำหรับผู้รับบริการ โดยจัดให้มีช่องทางการติดต่อ หลากหลายช่องทาง โดยใช้ Website Instagram และFacebook เป็นตัวหลักในการกำหนด

7) การติดตามผลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการสอบถามลูกค้าถึงชุดราตรีที่เข้าไป หรือการ พัฒนาให้ดีขึ้นในระยะยาว โดยจะเน้นในเรื่องของการแสดงถึงความเอาใจใส่ และให้ผู้รับบริการเกิด ความประทับใจ

### พัฒนาคุณภาพของบริการ

- ทางร้านมีการทำแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบงานและความพึงพอใจของลูกค้า
- มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้รับบริการตอบแบบสอบถามในร้านหรือทางอินเทอร์เน็ต
- มีการประมวลผลงาน และสรุปอภิปรายผลงานทุกเดือน
- ประชุมและเสนอวิธีการปรับปรุงจุดในจุดด้อยเพื่อพัฒนาการให้บริการ
- มีการสนับสนุนพนักงาน และการจัดอันดับเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการดี
- จัดทำมาตรฐานการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ

### วิธีการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน

1) การใช้ผลการปฏิบัติงานในการพัฒนาองค์กร โดยมีการประมวลผลที่มีความเหมาะสม และพัฒนาในระยะยาว

2) การเปรียบเทียบและการดูผลการปฏิบัติงานของบุคคลอื่น เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาที่ ยั่งยืน

3) การสร้างมาตรฐานที่ตึงาม และเน้นให้มีการติดตาม และเฝ้าสังเกตการปฏิบัติงานของ ผู้ใต้บังคับบัญชา

4) ทางร้านจะมีการศึกษาร้านคู่แข่ง และมีการประเมินผลในการพัฒนางานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อที่จะให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ทุกคนในทุกด้าน

### การประเมินผลปฏิบัติงาน

โดยทางร้านเน้นการปฏิบัติงานที่มีมาตรฐาน โดยทางร้านมีมาตรฐานที่ชัดเจนและเน้นในการแสดงงาน ควบคุมงานและการประเมินผลการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ โดยการประเมินผลการปฏิบัติงานของทางร้าน PUNPATCHA (พรรณพัดชา) จะมีการพัฒนาไปในทิศทางที่ดี และเกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีต่อบริษัท

1) ทางร้านมีการมุ่งเน้น ด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยมีการตั้งมาตรฐานการปฏิบัติงานชัดเจน และมีการพูดคุยอย่างใกล้ชิดเพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพที่ดี รวมถึงการพัฒนาให้มีการเปลี่ยนแปลงของพนักงาน และศักยภาพต่าง ๆ ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และมีการเช็คตลอดเวลา

2) ทางร้านมีการประเมินผลทางด้านการขาย โดยดูจากพนักงานว่า สามารถช่วยเหลือลูกค้า และสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้า สามารถมาเข้าซื้อได้หรือไม่ มีส่วนร่วมกับลูกค้ามากแค่ไหน เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้สินค้าได้ตามปกติ

3) ประเมินผลการภาพรวม และเน้นการปรับปรุงงาน มาตรฐานการปฏิบัติงานจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานทราบว่าผลงานที่มีคุณภาพจะต้องปฏิบัติอย่างไร ช่วยให้ไม่ต้องกำหนดรายละเอียดของงานทุกครั้งทำให้มองเห็น แนวทางในการปรับปรุงงานและพัฒนาความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน และช่วยให้สามารถพิจารณาถึงความคุ้มค่าและเป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มผลผลิต

4) ประเมินผลการการควบคุมงาน เน้นมาตรฐานการปฏิบัติ โดยมีการแบ่งให้ผู้จัดการร้านเป็นคนดูแลและควบคุมการปฏิบัติงาน นโยบายจะเน้นการทำงานที่รัดกุมเพื่อให้ลุล่วงไปด้วยดี โดยจะดูประเมินผลจากรายงานเป็นหลัก

5) ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน เน้นมาตรฐานการปฏิบัติงานภาพรวม ช่วยให้การประเมินผลงานและพัฒนาหลักเกณฑ์ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการประเมินผลการปฏิบัติงานด้วยความรู้สึก โดยการประเมินงานนั้นจะมีมาตรฐานและเกณฑ์กำหนดชัดเจนทุกอย่าง

6) มีการแจกแจงรายละเอียดและการชี้แจง เพื่อทำความเข้าใจกับผู้ปฏิบัติงานทุกคน โดยเน้นถึงมาตรฐานการปฏิบัติงานที่กำหนดไว้ รวมไปถึงการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีส่วนร่วม และเกิดการเปลี่ยนแปลงในการทำงานที่ดี

### 5.4 นโยบายการพัฒนาบุคลากร (การฝึกอบรม การจูงใจ และ รักษาบุคลากร)

#### ด้านการฝึกอบรมบุคลากร

บุคลากรต้องมีส่วนสำคัญในการให้บริการ โดยมีความพัฒนาและสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้บริโภค การบริหารบุคลากร ทำให้มีลักษณะที่เหมาะสมในการให้บริการเข้าสู่ตราตรึงนี้



- 1) ต้องมีทัศนคติที่ดีเพื่อให้ผู้มารับบริการเกิดความประทับใจให้มากที่สุด
- 2) มีใจรักในการบริการ อยู่บนพื้นฐานของความจริงใจและใส่ใจรายละเอียดเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผู้มารับบริการ
- 3) มีความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งและแม่นยำในการให้บริการ เพราะการแนะนำให้คำปรึกษาต่าง ๆ เป็นสิ่งสำคัญในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจอย่างสูงสุด และควรที่จะพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง
- 4) ความสุภาพเป็นสิ่งสำคัญในการให้บริการ โดยการให้เกียรติแก่ผู้มารับบริการ รวมถึงพัฒนาบุคลิกภาพ ให้เหมาะสม และมีมารยาทที่ดี เพื่อให้ลูกค้าประทับใจ
- 5) การช่วยเหลืออย่างเต็มที่ โดยมีการเน้นการช่วยเหลือผู้รับบริการให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจอย่างสูงสุด
- 6) ความเท่าเทียมของการบริการ ผู้ให้บริการต้องเน้นความเท่าเทียมกับผู้มารับบริการทุกคน

#### การบริหารเงินเดือน และสวัสดิการ

มีการเน้นการให้ผลตอบแทนที่มีคุณภาพและหางานให้เหมาะสมกับศักยภาพของพนักงานแต่ละคน รวมถึงมีการพัฒนาและเน้นในเรื่องของ เงินเดือน และการพัฒนาสวัสดิการต่าง ๆ ให้พนักงานมีศักยภาพดียิ่งขึ้น โดยมีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในหลากหลายวิธี โดยการทำ workshop ประชุมทุกเดือน การรายงานผลจากพนักงานในแต่ละภาคส่วน โดยจึงจำเป็นต้องเน้นการพัฒนาในเรื่องของเงินเดือน การบริหารพนักงาน และให้สวัสดิการที่มีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กรในระยะยาว

พนักงานจะได้รับเงินเดือนในแต่ละเดือน เพื่อตอบแทนการทำงานของแต่ละตำแหน่ง ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละตำแหน่ง รวมถึงมีการพัฒนาการทำงานให้มีความเหมาะสมมากขึ้น และทำให้เกิดความพึงพอใจต่อพนักงาน

ทางบริษัทได้มีแนวคิดที่จะเสนอค่าตอบแทนเพิ่มเติม สำหรับการสร้างยอดขายได้เพิ่มเติม และการพัฒนาบริษัทในระยะยาว รวมถึงนี่จะเป็นแนวทางที่ร้านสามารถที่จะช่วยโอกาสที่ทำให้เกิดความเสถียรในอัตราเปลี่ยงาน (Turn Over) สูง โดยพนักงานจะได้จงรักภักดีต่อบริษัท และทำให้เกิดการพัฒนาในระยะยาวไปในทิศทางที่ดีขึ้น รวมถึงการให้ค่าคอมมิชชั่น สำหรับพนักงานขายที่สามารถทำการขายให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการพัฒนาบริษัทในระยะยาว รวมถึงมีการเพิ่มเงินเดือน สำหรับบุคคลที่ทำงานกับบริษัทในระยะยาว และสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงให้บริษัทได้ไปในทางที่ดี รวมถึงทางร้านจะมีการวางแผนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และการพัฒนาของผลงานระยะยาว เพื่อสร้างความได้เปรียบ และทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าไปในทางที่ดีขึ้น

### การรักษาพนักงาน

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่า ปัญหาอัตราการลาออกจากงาน (Turn Over Rate) ของบริษัทต่าง ๆ มีเพิ่มสูงขึ้นมาก ดังนั้นอาจจะส่งผลเสียต่อหลาย ๆ ฝ่ายรวมถึงการทำงานในภาคส่วนต่าง ๆ การบริหารจัดการ ต้องพยายามหาวิธีรักษาพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานที่มีฝีมือและมีศักยภาพที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท พนักงานทุกคนจะได้ประโยชน์ที่คุ้มค่าโดยจากตำแหน่ง การปฏิบัติงานของตนเอง รวมถึงได้รับข้อเสนออัตราจ้างหรือสวัสดิการที่ดีและคุ้มค่ารวมถึงพนักงานที่มีศักยภาพจะได้ มีอัตราเงินเดือนขยับขึ้นเรื่อย ๆ พนักงานที่ขอความท้าทายและต้องการพัฒนา ศักยภาพตัวเอง โดยพนักงานจะต้องรู้สึกสบายใจในการทำงานที่ร้าน และมีความกระตือรือร้นกับงาน รวมถึงร้านมักจะมียุทธศาสตร์ใหม่ ๆ ที่ช่วยให้พนักงานได้รับการพัฒนาในการพูดคุย หรือทักษะ ด้านอื่น ๆ รวมถึงทางร้าน มีการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพใด ๆ ให้พนักงาน พนักงานที่ต้องการ ความก้าวหน้า โดยทางร้านจะมีขอบข่ายงานที่ชัดเจน และมีแนวโน้มที่จะขยายสาขาในอนาคต โดย ทำให้พนักงานสามารถก้าวหน้าได้ ทั้งเรื่องการเลื่อนตำแหน่ง, ขอบข่ายความรับผิดชอบ, อำนาจ หน้าที่การงาน, รวมถึงการขึ้นเงินเดือน

### การติดตามประเมินผลการปรับปรุงมาตรฐานการให้บริการ

ทางร้านจะมีการพัฒนาระบบ และมีการติดตามผลการปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิด เพื่อนำมา ประเมินศักยภาพในการทำงานของพนักงานทุกคนตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ จะมีการเน้นการ ดำเนินการต่าง ๆ ให้มีการพัฒนาและมีแนวทางควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างเหมาะสม ทางร้านจะมีการกำหนดและรายงานผลงาน และการดำเนินงานตามมาตรฐานของแต่ละภาคส่วน ให้มีการจัดส่งและปฏิบัติงานให้ได้มาตรฐาน เช่น ภายใน 3 เดือน หรือ 6 เดือน หรือแล้วแต่ความ เหมาะสม และความเป็นไปได้ มีการตรวจสอบและมีการพัฒนาประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้ พัฒนาที่ดีกว่านี้ รวมถึงทำให้เกิดความชัดเจนและมีตัวชี้วัดที่เหมาะสมที่สุด จะต้องมีการวางแผน การทำงานและพัฒนาของกระบวนการทั้งในปัจจุบัน และอนาคตให้มีความชัดเจน การปรับปรุงจะมี การดำเนินงานให้ดีขึ้น โดยมีการเป้าหมาย ให้มีการเติบโตขึ้น ภายใน 3-4 ปี เพราะโดยอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการทำงานเพื่อให้สามารถเกิดการพัฒนาให้ขึ้นไปในทางที่ดีขึ้น โดยทาง ร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา) ได้พยายามปรับเปลี่ยนรูปแบบและมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นไปอีก เพื่อให้ผู้บริโภค เกิดการพัฒนาไปในทางที่ดีหรือได้รับการบริการไปในทางที่ดี ทางบริษัทจะมีการเน้น พัฒนาระบบออนไลน์ให้มีการพัฒนาอย่างชัดเจนและการปรับปรุงให้มีความสำเร็จไปในทางที่ดี จะมีการปรับปรุงให้มีการพัฒนาในเรื่องของ ระบบสารสนเทศ คอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองต่อ ความต้องการของผู้บริโภคและสร้างความเปลี่ยนแปลงให้ขึ้นไปในทางที่ดียิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนา

คุณภาพการให้บริการของพนักงานทั้งหมดและการปรับปรุงขั้นตอนในการทำงานหลากหลายแบบ มีการเสนอคุณภาพ และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นไปอีก

### ข้อเสนอแนะ

การปฏิบัติงานและการกำหนดงานจะต้องมีความเหมาะสมและทุกฝ่ายสามารถที่จะออกความเห็นเพื่อให้เกิดมาตรฐานที่เป็นธรรมต่อทุก ๆ ฝ่าย สำหรับผู้ที่ปฏิบัติงานรวมถึงลักษณะงานได้มีการกำหนดไว้อย่างชัดเจนเป็นมาตรฐาน แล้วก็ควรมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อให้ทุกคนเข้าใจตรงกันถึงการทำงานและมาตรฐานในการทำงานแต่หากมีเหตุสมควรที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงก็ควรมีการแจ้งเตือนล่วงหน้าและมีการปรับเปลี่ยนให้มีความเหมาะสมต่อทุกหน่วยงานและมีการนำองค์กรอยู่ตลอดเวลา รวมถึงสนับสนุนให้พนักงานมีการนำไปในทิศทางที่ดี นอกจากนี้ยังควรที่จะเน้นการปรับปรุงและการปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานโดยมีการเลือกใช้วิธีใหม่ ๆ เพื่อที่จะเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและทำให้บริษัทมีการพัฒนาสามารถที่จะสู้กับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพทัดเทียมเสมอ

## บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน

### 6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง

เปิดธุรกิจเป็นแบบบุคคลธรรมดา ซึ่งลักษณะของกิจการประเภทนี้เป็น “ธุรกิจเจ้าของคนเดียว” การตัดสินใจต่าง ๆ เป็นสิทธิของผู้เป็นเจ้าของเพียงคนเดียว รวมไปถึงการคิด และทำคนเดียว ซึ่งผลดีก็คือสามารถตัดสินใจสิ่งต่าง ๆ ได้ง่ายและรวดเร็ว ถ้าได้ผลตอบแทนก็ได้เต็มจำนวนคนเดียว แต่หากคิดในมุมกลับกัน หากธุรกิจขาดทุนขึ้นมา เจ้าของเพียงคนเดียวนี้แหละที่จะเจ็บหนักคนเดียว ได้เหมือนกัน ธุรกิจประเภทนี้เหมาะกับคนที่มีเงินทุนหมุนเวียนที่มากพอ เพราะจะไม่สามารถระดมทุนจากใครได้นอกจากตัวเอง และเครดิตของผู้ประกอบการเอง การเสียภาษีของผู้ประกอบธุรกิจในนามบุคคลธรรมดา จะเป็นไปตาม “อัตราก้าวหน้า” ซึ่งหมายความว่า ถ้ามีรายได้มากก็จะเสียภาษีมากโดยอัตราก้าวหน้า สูงสุดอยู่ที่ 35% ของกำไรหลังหักค่าใช้จ่าย ซึ่งสามารถหักค่าใช้จ่ายได้ 2 วิธี คือ

- 1) แบบเหมาจ่าย อัตราตั้งแต่ 40% ถึง 85% แล้วแต่ประเภทธุรกิจ
- 2) ตามความจำเป็นและสมควร ซึ่งต้องมีหลักฐานประกอบการหักค่าใช้จ่ายพร้อมให้

ตรวจสอบ เมื่อหักค่าใช้จ่ายแล้วต่อมาก็สามารถหักค่าลดหย่อนส่วนตัวต่าง ๆ ได้ เช่น 40% ของเงินได้ แต่ไม่เกิน 60,000 บาท เป็นต้น

ทางร้านจะเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว เป็นผู้ประกอบการในการดำเนินกิจการ และบริหารงานด้านต่าง ๆ ของร้าน PUNPATCHA (พรรณพัดชา) โดยจะมีการตัดสินใจหลักจากตัวเจ้าของกิจการในการดำเนินการด้านต่าง ๆ เพราะทางร้านได้นำสินทรัพย์ส่วนตัว รวมทั้งสิ้น 5 ล้านบาทเพื่อมาลงทุน โดยทำให้ร้านสามารถบริหารไปได้อย่างราบรื่น เพราะไม่ได้มีความซับซ้อนมากนัก และจะเน้นการให้บริการ และความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นปัจจัยหลัก ขั้นตอนการจัดตั้ง ทางร้านโดยทางร้านจะได้มีการจัดตั้งธุรกิจโดยเป็นเงินทุนส่วนตัวในการจะทำธุรกิจครั้งนี้ โดยเงินที่เป็นเงินทุนนั้นจะนำมาใช้จ่ายในปีแรกเพื่อเป็นการสร้างธุรกิจโดยจะนำไปใช้ในการเป็นต้นทุนในการตัดชุดเช่า รวมถึงการเช่าสถานที่ การให้เงินเดือนพนักงาน และการพัฒนาทั้งล้างจานตลาดเป็นหลัก

## 6.2 ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อของผู้ผลิต

ทางร้านได้มีการสั่งตัดชุดราตรีจากร้านประจำที่เป็น Suppliers หลักของทางร้าน ทำให้ร้านสามารถต่อรองราคา และสามารถเลือกแบบผ้าที่จะต้องการสั่งตัดได้ มีการระบุถึงแบบดีไซน์ สี และไซส์ไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้ Suppliers สามารถออกแบบและตัดออกมาตามความต้องการของทางร้าน โดยทางร้านจะมีการตรวจสอบความเรียบร้อยของชุดราตรีก่อนที่จะอนุมัติรับสินค้าจากทาง Suppliers รวมไปถึงการซ่อมแซมชุดและพัฒนาแบบจากชุดเดิมทางร้านได้มีการวางแผนงาน และทำข้อตกลงกับ Suppliers เพื่อให้สามารถแก้ไข และส่งชุดกลับมาให้กับทางร้านได้อย่างรวดเร็ว และสามารถทำงานอย่างเป็นระบบเพิ่มมากขึ้น

## 6.3 การบริหารทางการค้าคงคลัง

จากการศึกษารายได้หลักต่าง ๆ ของธุรกิจ PUNPATCHA (พรรณพัตชา) เพื่อให้บริการเช่าชุดราตรี จึงพยายามให้จัดซื้อและสามารถต้นทุนการผลิตชุดได้อย่างดี โดยมีแผนกฝ่ายจัดแจงเรื่องการตัดชุด และการศึกษาความต้องการของตลาดผู้บริโภค เพื่อที่จะนำเสนอชุดให้มีความหลากหลาย และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เทรนด์ชุดราตรีมีความสำคัญ และต้องปรับแต่งให้มีความเหมาะสมมากที่สุด

### วัตถุประสงค์อุปกรณ์ต่าง ๆ

การบริหารสินค้าคงคลังของ PUNPATCHA (พรรณพัตชา) จะมีการแบ่งประเภทของการบริการดังนี้

1) ชุดราตรี เนื่องจากชุดราตรีและเครื่องประดับต่าง ๆ มีต้นทุนค่อนข้างสูง และเทรนด์มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้ต้องมีการพัฒนา และหมุนเวียนชุดอยู่เสมอ เพื่อเพิ่มชุดราตรีให้ตรงต่อความต้องการของตลาด รวมถึงมีการจัดเก็บข้อมูลชุดแต่ละประเภท เพื่อให้ทราบถึงการใช้ชุดราตรีแต่ละครั้ง อาจจะต้องมีการเช็คเพื่อซ่อมแซมอยู่เสมอ เพื่อให้ชุดคงสภาพดีและพร้อมใช้งานตลอดเวลา รายได้หลัก ๆ คือการบริการเช่าชุด

2) Accessories ต่าง ๆ ของชุดออกงานราตรี เพื่อให้ชุดออกงานที่ดูดีมากขึ้น และองค์ประกอบรวมครบ เช่น สร้อยคอ กำไล กิ๊บติดผม หรือรองเท้าส้นสูง โดยจะเป็นการทำให้การทำงานเริ่มมีความครบวงจรมากขึ้นและจะทำให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลง และทำให้เกิดความสนใจในการพัฒนาการให้บริการ

ซึ่งทางร้านให้เช่าชุดราตรี PUNPATCHA (พรรณพัตชา) จะบริหารสินค้าคงคลังกับวัตถุดิบ โดยใช้หลักการระบบการจำแนกสินค้าคงคลังเป็นหมวดเอบีซี (ABC) โดยระบบนี้เป็นวิธีการจำแนกสินค้าคงคลังออกเป็นประเภทโดยพิจารณาปริมาณและมูลค่าของสินค้าคงคลังแต่ละรายการเป็นเกณฑ์ เพื่อลดภาระในการดูแล ตรวจสอบ และควบคุมสินค้าคงคลังที่มีอยู่มากมาย ซึ่งถ้าควบคุมทุกรายการอย่างเข้มงวดเท่าเทียมกัน จะเสียเวลาและค่าใช้จ่ายมากเกินไปตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้

#### ประเภทการควบคุม

A : รายการที่มีมูลค่าสูง คือสินค้าคงคลัง ร้อยละ 15 - 20 มีมูลค่ารวมถึง ร้อยละ 75 - 80 ของมูลค่าทั้งหมด

A > ควบคุมอย่างเข้มงวด ด้วยการลงบัญชีอยู่บ่อย ๆ (เช่น ทุกสัปดาห์) การควบคุมจึงควรใช้ระบบสินค้าคงคลังอย่างต่อเนื่องและต้องเก็บของไว้ในที่ปลอดภัย ในด้านการจัดซื้อก็ควรหาผู้ขายไว้หลายรายเพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนสินค้าและสามารถเจรจาต่อรองราคาได้

B : รายการที่มีมูลค่าปานกลาง คือ สินค้าคงคลัง ร้อยละ 30 - 40 มีมูลค่ารวม ประมาณร้อยละ 15 ของมูลค่าทั้งหมด

B > ควบคุมอย่างเข้มงวดปานกลาง ด้วยการมีบัญชีคุมยอดบันทึกเสมอเช่นเดียวกับ A ควรมีการเบิกจ่ายอย่างเป็นระบบเพื่อป้องกันการสูญหาย การตรวจนับจำนวนจริงก็ทำเช่นเดียวกับ A แต่ความถี่น้อยกว่า (เช่น ทุกสิ้นเดือน) และการควบคุม B จึงควรใช้ระบบสินค้าคงคลังอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับ A

C : รายการที่มีมูลค่าต่ำ คือสินค้าคงคลัง ร้อยละ 40 - 50 มีมูลค่ารวม ประมาณร้อยละ 10 - 15 ของมูลค่าทั้งหมด

C > ไม่มีการจดบันทึกหรือมีก็เพียงเล็กน้อย สินค้าคงคลังประเภทนี้จะวางให้หยิบใช้ได้ตามสะดวก เนื่องจากเป็นของราคาถูกและมีปริมาณมาก ถ้าทำการควบคุมอย่างเข้มงวด จะทำให้มีค่าใช้จ่ายมากซึ่งไม่คุ้มค่ากับประโยชน์ที่ได้ป้องกันไม่ให้ของสูญหาย

## 6.4 กระบวนการของขั้นตอนในให้บริการ

### ขั้นตอนในการให้บริการของร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)

1) การต้อนรับลูกค้าโดยจะเป็นสิ่งแรกที่พนักงานให้ความสำคัญในการต้องรับลูกค้า และทำให้เกิดความประทับใจมากขึ้นต่อลูกค้า โดยทางร้านเน้นให้มีการบริการที่ประทับใจ และพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น

2) พนักงานทุกคนจะต้องพยายามให้ความสำคัญ ในการสร้างความประทับใจให้ลูกค้าใน การตัดสินใจในการเช่าชุดราตรีกับทางร้าน และพัฒนาทางร้านไปในทางที่ดีขึ้น

3) มีการแนะนำสี่ชุดราตรีตามแบบที่ลูกค้าต้องการรวมถึงมีการแนะนำและวัดไซส์ให้กับ ลูกค้า เพื่อที่จะสามารถทำงานได้บรรลุเป้าหมายรวมถึงมีการให้คำปรึกษาในการเลือกชุดราตรีที่มี ความเหมาะสม ต่อลูกค้าแต่ละคนเพื่อให้ได้ชุดราตรีตามแบบที่ต้องการ

4) หลังจากที่ลูกค้าได้ลองชุดราตรีแล้วจะมีการถ่ายรูป และทำการตรวจเช็คสภาพโดยรวมว่า ชุดราตรีมีการชำรุดหรือไม่ ก่อนที่จะให้คำปรึกษาลูกค้าในการแก้ไขชุดราตรีเพื่อให้พอดีกับตัวของผู้มา ใช้บริการ

5) จะมีการมัดจำค่าเช่าชุดราตรีและอธิบายถึงรายละเอียดการเช่าชุดราตรีและการคืน ชุดราตรีให้กับทางร้าน

6) ออกใบเสร็จและแนะนำลูกค้าถึงเครื่องประดับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกงาน ที่ลูกค้า สามารถเช่ากับทางร้านได้เพิ่มเติมหรือซื้อจากทางร้านได้เลย

7) เมื่อผู้มาใช้บริการได้รับชุดราตรีกับทางร้านแล้วจะมีการให้ลงความเห็นเพื่อเป็นการพัฒนา บริการในครั้งต่อไป

8) พนักงานจะต้องทำการลงทะเบียนลูกค้าและรายละเอียดของชุดราตรีที่ลูกค้าเช่าไปให้ ถูกต้อง

**บทที่ 7**  
**แผนกลยุทธ์ทางการเงินและการลงทุน**

**7.1 ความต้องการเงินทุน**

โดยการลงทุนจะเป็นการลงทุนส่วนตัวโดยมีเงินทุนทั้งสิ้น 2 ล้านบาทในการพัฒนาธุรกิจ และทำให้เกิดการพัฒนาไปได้อย่างราบรื่น

**7.2 สมมติฐานทางการเงิน**

7.2.1 ประมาณการรายได้

ตารางที่ 7.1 :ประมาณการรายได้

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนผู้มาใช้บริการต่อวัน	10	20	25
รายได้เฉลี่ยต่อคน	800	800	800
รายได้บริการต่อวัน / ต่อคน	8,000.00	16,000.00	20,000.00
รายได้ค่าบริการต่อปี	2,920,000.00	5,840,000.00	7,300,000.00



## 7.2.2 ประมาณการค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 7.2 :ประมาณการค่าใช้จ่าย

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าน้ำ	6,000	6,000	6,000
ค่าไฟฟ้า	14,400	14,400	14,400
ค่าเสื่อมราคา	60,000	60,000	60,000
เงินเดือน	540,000	540,000	540,000
โฆษณา	60,000	45,000	45,000
รวมค่าใช้จ่าย	680,400	665,400	665,400



## 7.3.2 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน

ตารางที่ 7.4: งบแสดงฐานะทางการเงิน

	ปีที่ 1	ปีที่2	ปีที่3
<b>สินทรัพย์</b>			
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>			
เงินสด	3,083,660.00	6,618,340.00	11,161,020.00
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	<u>270,000.00</u>	<u>270,000.00</u>	<u>270,000.00</u>
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<u>3,353,660.00</u>	<u>6,888,340.00</u>	<u>11,431,020.00</u>
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<u>3,353,660.00</u>	<u>6,888,340.00</u>	<u>11,431,020.00</u>
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>			
ทุน	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
กำไรสะสม	<u>1,353,660.00</u>	<u>4,888,340.00</u>	<u>9,431,020.00</u>
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<u>3,353,660.00</u>	<u>6,888,340.00</u>	<u>11,431,020.00</u>

## 7.3.3 ประมาณการงบกระแสเงินสด (บาท)

ตารางที่ 7.5: งบกระแสเงินสด

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>			
เงินสดรับจากการขาย	2,920,000.00	5,840,000.00	7,300,000.00
เงินสดจ่ายเงินเดือน	540,000.00	540,000.00	540,000.00
เงินสดจ่ายสาธารณูปโภค	20,400.00	20,400.00	20,400.00
เงินสดจ่ายดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้	185,940.00	639,920.00	891,920.00
เงินสดจ่ายดำเนินงานอื่น ๆ	<u>820,000.00</u>	<u>1,105,000.00</u>	<u>1,305,000.00</u>
<b>เงินสดสุทธิจากกิจกรรมการดำเนินงาน</b>	<u>1,353,660.00</u>	<u>3,534,680.00</u>	<u>4,542,680.00</u>
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน</b>			
เงินสดจ่ายจากการซื้ออุปกรณ์	<u>(270,000.00)</u>	=	=
<b>เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน</b>	<u>(270,000.00)</u>	=	=
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน</b>			
เงินลงทุนจากเจ้าของ	2,000,000.00	-	-
<b>เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน</b>	<u>2,000,000.00</u>	=	=
เงินสดสุทธิเพิ่ม	3,083,660.00	3,534,680.00	4,542,680.00
บวกเงินสดต้นปี	=	<u>3,083,660.00</u>	<u>6,618,340.00</u>
เงินสดปลายงวด	<u>3,083,660.00</u>	<u>6,618,340.00</u>	<u>11,161,020.00</u>

### 7.3.4 วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 7.6: วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3
<b>อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร (Profitability)</b>			
อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	76.03%	82.88%	83.56%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operating Profit Margin)	144.19%	115.94%	112.24%
อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)	164.00%	136.93%	134.28%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA)	40.36%	51.31%	39.74%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	67.68%	176.73%	227.13%

จากข้อมูลรายได้ของปีแรกการลงทุนผลประกอบการไม่มีการติดลบแต่ทว่ามีการลงทุนหลากหลายเรื่องในช่วงแรก เช่น ค่าชุดตราตรี ค่าเงินเดือนพนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟ และอื่น ๆ รวมถึงระบบยังมีการเน้นการปรับปรุง และเป้าหมายที่จะขยายสาขาในอนาคต โดยต้นทุนในปีแรกอยู่ที่ประมาณ 2 ล้านบาท ซึ่งเป็นค่าการก่อสร้าง และอุปกรณ์ต่าง ๆ โดยในปีแรกค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 680,400 โดยในปีที่สองการลงทุนมีการได้กำไรมากขึ้นและมีการพัฒนาที่สำคัญอีกหลากหลายด้าน โดยได้มีกำไรเพิ่มเติมจากปีแรกมากขึ้น ส่วนในปีที่สามเริ่มมีกำไรเพิ่มขึ้นมากกว่าปีที่ 2 เพราะเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น และมีความนิยมมากขึ้น โดยมีต้นทุนค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น เพราะมีผู้บริโภคเพิ่มขึ้น จากปีก่อน ๆ ปีที่สาม ได้กำไรสุทธิ 4,542,680 บาท

### 7.4 การประเมินระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนจากการลงทุน

ตารางที่ 7.7: ระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนจากการลงทุน

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	1 ปี 6 เดือน
มูลค่าปัจจุบัน (NPV)	7,858,901.67
ผลตอบแทนการลงทุน (IRR)	107%

จากเงินลงทุน 2,000,000 บาท ที่ได้ใช้ลงทุนในกิจการคาดว่าจะสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน และจุดคุ้มทุนโดยมีผลตอบแทนจากการลงทุน 107% และมีมูลค่าปัจจุบันอยู่ที่ 7,858,901.67 บาท จะเห็นได้ว่าในไตรมาสแรกนั้นถือว่าการลงทุนที่ได้กำไรค่อนข้างสูงและในปีที่สอง ปีที่สามจะเห็นว่ามีการขยายได้เพิ่มเติมมากขึ้นอีก โดยถือว่าการลงทุนค่อนข้างมีความคุ้มค่า เนื่องจากดูผลจากการอ้างอิงอัตราเงินกู้ดอกเบี้ยธนาคารสงเคราะห์ คือ 6.15% ต่อปี (อ้างอิง: [https://www.ghbank.co.th/assets/interest-rate/document/loan/2563\\_117.pdf](https://www.ghbank.co.th/assets/interest-rate/document/loan/2563_117.pdf)) ซึ่งมีค่าที่ใกล้เคียงกับดอกเบี้ยธนาคาร จึงมีความน่าลงทุนในการทำธุรกิจเช่าชุดราตรี



## บทที่ 8

### แผนฉุกเฉินและแผนในโอกาสของธุรกิจ

#### 8.1 แผนฉุกเฉิน

หากทางร้านมีคู่แข่งมากขึ้น ทางร้านได้มีการวางแผนงานที่จะอาจกำหนดราคาเพื่อชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามา รวมถึงมีการวิเคราะห์เรื่องของค่าใช้จ่ายตลอดเวลาเพื่อกำหนดเป้าหมายในการขายหากเป้าหมายต่ำกว่ายอดในการเข้าสู่ชุกก็จะมีกรลดค่าใช้จ่ายในการทำงานในบางส่วน เพื่อที่จะสามารถทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างราบรื่น รวมถึงจะมีการคาดคะเนในแต่ละช่วงเดือนเพื่อที่จะมีการปรับเปลี่ยนโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้ามากขึ้นสูงสุด

##### 8.1.1 การวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงโครงการ

การเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า กรณีที่สถานการณ์หรือการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดหวังหรือมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อทางลบแก่กิจการ ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินกิจการเป็นไปอย่างราบรื่น และเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นทางเจ้าของได้กำหนดแผนสำรองขึ้นเพื่อให้สามารถรองรับสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างทันท่วงทีและให้การดำเนินกิจการยังคงสามารถบรรลุผลตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ รวมทั้งลดผลเสียหายที่อาจเกิดขึ้นให้เหลือน้อยที่สุด โดยร้านเข้าสู่ชุกตราตรี ได้แบ่งแผนสำรองไว้ 4 ส่วนด้วยกัน ได้แก่ แผนสำรองทางการจัดการทรัพยากรบุคคล แผนสำรองทางการตลาด แผนสำรองทางการดำเนินงานและการผลิตและแผนสำรองทางการเงิน ดังต่อไปนี้

##### แผนสำรองด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

ในกรณีที่พนักงานลาหยุดกะทันหัน สามารถปรับตำแหน่งงานอื่นมาทำงานแทนได้และเจ้าของร้านจะต้องไปปฏิบัติหน้าที่ในส่วนที่ขาดกำลังคนที่จุดนั้นได้

##### แผนสำรองด้านการตลาด

กรณียอดขายต่ำกว่าที่ร้านคาดการณ์ไว้ เจ้าของกิจการประเมินยอดขายที่เกิดขึ้นจริงเปรียบเทียบกับที่ประมาณการไว้ทุกเดือน และหากยอดขายที่เกิดขึ้นจริงต่ำกว่ายอดขายที่ได้ประมาณการไว้อย่างมีนัยสำคัญ เจ้าของร้านจะต้องวิเคราะห์และพิจารณาหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อสามารถที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างตรงจุด ดังนี้

1) ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ อันเนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายขาดการรับรู้ในตราสินค้าหรือไม่รู้จักร้าน ดังนั้นจะปรับแผนการสื่อสารทางการตลาด โดยการประชาสัมพันธ์ การจัดทำแผ่นพับแจกให้ผู้ที่ได้ผ่านหน้าร้าน โดยในแผ่นพับจะแสดงรายละเอียดการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดใจด้านราคากับผู้ใช้บริการ

2) ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ อันเนื่องมาจากสินค้าอาจจะยังไม่ตรงตามความต้องการของตลาด ทางร้านจะต้องหาสินค้าใหม่มาวาง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ถูกต้อง ต้องเร่งแผนการออกสินค้าแบบใหม่ให้เร็วขึ้น

#### **แผนสำรองด้านการเงิน**

กรณีต้องการเงินลงทุนเพิ่ม สามารถระดมทุนนำแผนธุรกิจที่จัดทำไว้ขออยู่กับสถาบันการเงินที่สนับสนุนธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อย หรือธนาคาร SME

#### **แผนสำรองด้านการดำเนินการและการผลิต**

กรณีที่สินค้าที่จำหน่ายมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของสินค้า เพิ่มกำลังการผลิตจากการเตรียมเครื่องจักรให้มากขึ้นหรือจ้างพนักงานเพิ่มขึ้นในการเย็บชุดเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

#### **แผนสำรองด้านจัดจำหน่าย**

กรณียอดขายสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้อันเนื่องมาจากสินค้าตรงตามความต้องการของตลาด ทางร้านจะต้องขยายสาขาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ถูกต้อง ต้องเร่งแผนการออกสินค้าให้เร็วขึ้น

## **8.2 แนวทางในการพัฒนาธุรกิจบริการเช่าราตรี**

### **แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง**

การบริการเพื่อให้เป็นมาตรฐานคุณภาพ โดยสิ่งนี้ถือเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมาก เพื่อให้เกิดความประทับใจมากที่สุดต่อผู้บริโภค การบริการ หมายถึง การใช้ ความสามารถ ทักษะ ความรู้และความชำนาญ เพื่อที่จะเสนอบริการให้แก่ลูกค้า รวมถึงการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภคและพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ



### การพัฒนาคุณภาพการให้บริการ

การพัฒนาคุณภาพของการบริการ เน้นไปในการพัฒนาคุณภาพการในการบริการ โดยรวม หลักแนวความคิดการบริหารคุณภาพ (TQM)

- 1) ผู้บริโภคมีความจริงใจที่สุด โดยมีเป้าหมายในการตอบสนองต่อผู้บริโภคให้มีการบริการให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด
- 2) มีวิสัยทัศน์ร่วมกันเป็นการช่วยเหลือ เพื่อให้ทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ให้มีการพัฒนาให้อยู่ในเป้าหมาย
- 3) ทีมงานต่าง ๆ โดยต้องมีทีมผู้งานปฏิบัติงาน มีการฝึกอบรม เพื่อให้เกิดศักยภาพ
- 4) กระบวนการพัฒนาและปรับปรุงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี
- 5) มีกระบวนการแก้ปัญหาและมีการปฏิบัติเป็นมาตรฐานให้อยู่ในมาตรฐาน เพื่อให้เกิดกระบวนการวิเคราะห์และปรับปรุง
- 6) ผู้นำให้การสนับสนุน มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อบริษัท
- 7) การพัฒนาอย่างต่อเนื่องมีโอกาสพัฒนาทั้งด้านบริการและแบบชุดให้มีความหลากหลาย

### กระบวนการปรับปรุงของทางร้าน PUNPATCHA (พรรณพัตชา)

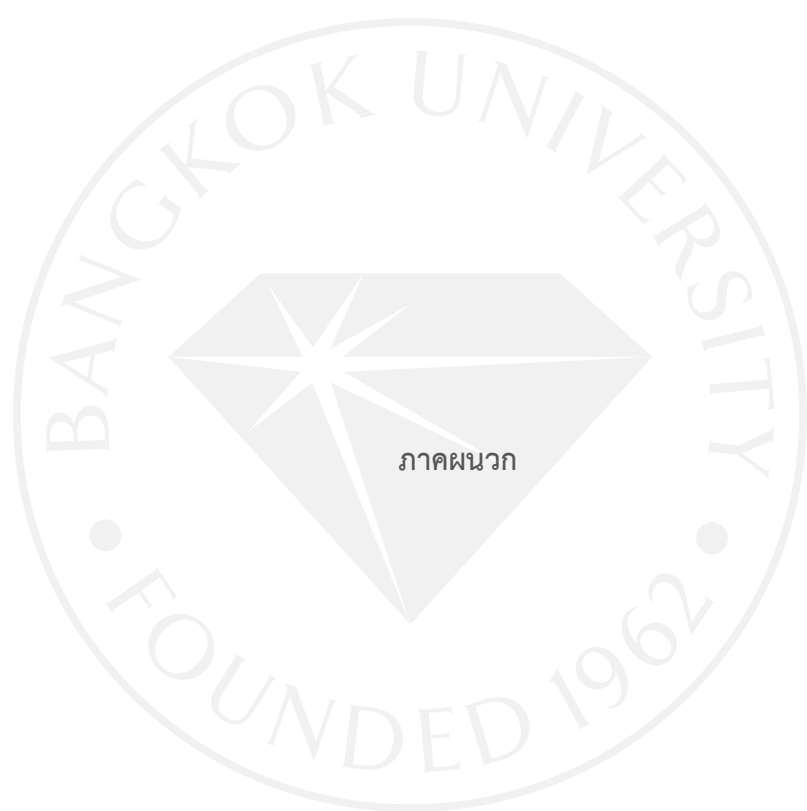
- 1) การคำนึงถึงการพัฒนากการให้บริการกับลูกค้า
- 2) การคิดค้นและวางแผนวิธีการในการจัดส่งให้มีความสะดวกสบายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- 3) รับฟังความคิดเห็น และนำมาปรับปรุงองค์กรอย่างต่อเนื่ง
- 4) พัฒนางานทางด้านการออกแบบชุด ให้มีความน่าสนใจและสวยงาม ทันต่ยุคและสมัย
- 5) การวิเคราะห์เพื่อพัฒนากการให้บริการให้ดีขึ้น

### การวิเคราะห์สภาพการปฏิบัติงานในอดีตและปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อพัฒนาในอนาคต

โดยส่วนมากเกิดจากปัญหาหลากหลาย เช่น การส่งชุดคืนที่ล่าช้า หรือการลงทะเบียนรายละเอียดลูกค้าที่มีปัญหา รวมไปถึงการดำเนินการในเรื่องอื่น ๆ อาจจะส่งผลกระทบต่อทางร้านในระยะยาวรวมถึงบางกรณีที่มีการตรวจเช็คไม่ละเอียด ทำให้ไม่ได้มีการเช็คสภาพชุดก่อนส่งให้ลูกค้า โดยปัญหาเหล่านี้ต้องมีการพัฒนาในอนาคตให้ปัญหาน้อยลง รวมถึงเน้นการสอนและฝึกงาน เพื่อลดความผิดพลาด และคงคุณภาพของการให้บริการ การรักษามาตรฐานในการบริการ เป็นสิ่งที่สำคัญในการพัฒนาธุรกิจในระยะยาว เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาที่ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างมาตรฐานที่ดีขึ้นไปเรื่อย ๆ เพื่อให้ผู้มารับบริการประทับใจและเกิดความคงรักภักดีต่อทางร้าน ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด และพัฒนากการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

### บรรณานุกรม

- กติกกา เมฆสุด. (2561). *ทฤษฎีบริหารจัดการของ Henry Fayol: บิดาทฤษฎีการบริหารจัดการสมัยใหม่*. สืบค้นจาก <http://katika-mek.blogspot.com/2018/01/henry-fayol.html>
- Waranyu Suradech . (2020). *SWOT คืออะไร*. สืบค้นจาก <https://www.ceochannels.com/what-is-swot-analysis/>
- นางสาวศิริินภา ฟุ้งสวัสดิ์. (2560) *การจัดตั้งธุรกิจ*. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/penphuprakbkar/raywicha-thi-sxn/raywicha-khnitsastr>
- ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2563). *วิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้วย PESTEL Analysis*. สืบค้นจาก <https://www.stou.ac.th/study/sumrit/8-60/page5-8-60.html>
- การวิเคราะห์ 5 forces*. (2561). สืบค้นจาก <https://bsc.dip.go.th/th/category/sale-marketing/sm-5forcesanalysis>
- กลยุทธ์การตลาด 7P คืออะไร*. (2020). สืบค้นจาก <https://www.thinkaboutwealth.com/กลยุทธ์การตลาด-7p-คืออะไร/>
- การวิเคราะห์ 5 forces*. (2561). สืบค้นจาก <https://bsc.dip.go.th/th/category/sale-marketing/sm-5forcesanalysis>
- รศ.จิตติมา อัครธิตีพงศ์. (2561). *การประเมินผลการปฏิบัติงาน*. สืบค้นจาก [http://www.thaischool1.in.th/\\_files\\_school/86101950/document/86101950\\_0\\_20131025-205746.pdf](http://www.thaischool1.in.th/_files_school/86101950/document/86101950_0_20131025-205746.pdf)



## แบบสอบถาม

แบบสอบถาม “ความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจบริการเช่าชุดราตรีในเขตบางบอน กรุงเทพมหานคร”

“ธุรกิจเช่าชุดราตรี” ของนักศึกษาปริญญาโท (MBA MME) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ลักษณะธุรกิจ: บริการเช่าชุดราตรีเพื่อใส่ไปงาน (จังหวัดกรุงเทพมหานคร)

คำชี้แจง: แบบประเมินนี้ใช้เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดธุรกิจใหม่ มีทั้งหมด 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจเช่าชุดราตรี

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกเช่าชุดราตรี

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย “✓” ลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย  หญิง

2. สถานภาพ

โสด  สมรส  หย่าร้าง / หม้าย

3. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี  20-30 ปี  31-40 ปี

41-50 ปี  50 ปีขึ้นไป

4. รายได้ต่อเดือน

น้อยกว่า 10,000 บาท  10,001 – 20,000 บาท  20,001 – 30,000 บาท

30,001 – 40,000 บาท  40,001 – 50,000 บาท  50,000 บาทขึ้นไป

## ส่วนที่ 2: ความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจบริการเช่าชุดราตรี

### 5. เหตุผลที่ใช้บริการเช่าชุดราตรี

- ชุดใส่ไปงานกึ่งทางการ  ชุดใส่ไปร่วมงานเลี้ยงตามสถาบัน  
 ชุดใส่ไปงานเลี้ยงกลางคืน

### 6. ไชซ์ชุดราตรีที่ต้องการ

- ไชซ์ S  ไชซ์ M  ไชซ์ L  ไชซ์ XL  ไชซ์พิเศษ

### 7. เครื่องประดับและรองเท้าที่ใส่คู่กับชุดราตรี

- คู่มโทนกับชุด  ไม่คู่มโทนสีชุดราตรี  เลือกเอง

### 8. เคยเช่าชุดราตรีไหม

- เคย  ไม่เคย

### 9. เพราะเหตุใดที่ใช้บริการเช่าชุดราตรี

- ราคาไม่แพง  ชอบดีไซน์ชุด  อื่นๆ

### 10. การตัดสินใจในการเช่าชุดราตรี

- ตัวเอง  Facebook  เว็บไซต์ต่าง ๆ  โทรทัศน์  
 หนังสือพิมพ์  ป้ายโฆษณา  วิทยู  
 เพื่อน/ครอบครัว/ญาติ  อื่น ๆ .....โปรตระบุ

### 11. สิ่งทีค้ำนึ่งถึงการตัดสินใจเช่าชุดราตรี

- รูปแบบชุด  สีชุด  รายละเอียดชุด

12. ความถี่ในการเข้าซูตราตรี ในช่วง 3 เดือน

- 1 ครั้ง                       มากกว่า 1 ครั้ง

13. หากมีร้านเข้าซูตราตรีเปิดใหม่

- สนใจ                       ไม่สนใจ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกเข้าซูตราตรี

14. ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าซูตราตรี เรียงลำดับ 1-7 (1 มีค่าความสำคัญมากที่สุดและไล่รองลงมา)

- ด้านผลิตภัณฑ์                       ด้านราคา                       ด้านช่องทางการจำหน่าย
- ด้านส่งเสริมทางการขาย                       ด้านบุคลากร                       ด้านกระบวนการ
- ด้านลักษณะทางกายภาพ

15. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

### ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล

พรรณพจน์ันท์ มานะกิจรุ่งเรือง

E-mail

punpatchanun.mana@bumail.net

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

คณะบริหาร สาขาการตลาดธุรกิจบันเทิง



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์

วันที่ 18 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) พรพรรณ พันธ์นันทน์ มานะกิจรุ่งเรือง..... อยู่บ้านเลขที่ 48/1509  
ซอย DK 17..... ถนน กาญจนนาภิเษก..... ตำบล/แขวง บางบอน.....  
อำเภอ/เขต บางบอน..... จังหวัด กรุงเทพมหานคร..... รหัสไปรษณีย์ 10150.....  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7621200117.....

ระดับปริญญาตรี  โท เอก

หลักสูตร.....การจัดการมหาบัณฑิต.....สาขาวิชา สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ..... คณะ.....การสร้ง  
เจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ  
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัด  
ปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์  
หัวข้อ แผนธุรกิจเช่าชุดราตรีพรพรรณพัชชา.....

Business Plan for PUNPATCHA Dress Rental Shop.....

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร.....การจัดการมหาบัณฑิต.....ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อ  
สาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้  
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดใน  
ลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้  
อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิใน สารนิพนธ์ ของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
ตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำการจัดเก็บ  
รวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้



ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ ..... ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(พรรณพชรพันธ์ มานะกิจรุ่งเรือง)

ลงชื่อ ..... ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(ดร.อภิญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ ..... พยาน  
(อาทร พร้อมพัฒนภาค)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ ..... พยาน  
(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย