

# ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจรองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD

กรุงเทพมหานคร

## Demand and business operation of the ODD brand of genuine leather women's shoes business (Bangkok).

ขวัญวันดี ม่วงน้อย

### บทคัดย่อ

ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจรองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD วัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา 1) ความต้องการของตลาด 2) ยอดขาย 3) การดำเนินการของธุรกิจ และ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ (ระบุจำนวนตัวอย่าง) และผู้ประกอบการหรือศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าออนไลน์และออฟไลน์

ผลการวิจัย 1) ตลาดมีกลุ่มที่สนใจซื้อรองเท้าหนังแท้ในระดับปานกลางถึงระดับสูง โดยมีจำนวนซื้อรองเท้าหนังแท้ประมาณ 2-3 คู่ต่อปีเป็นจำนวนมากที่สุด ใช้เพื่อทำงานและออกกำลังกาย โดยชอบรองเท้าที่มีความสูงน้อยกว่า 2 นิ้ว 2) ยอดขายโดยในปีที่ 1 และปีที่ 2 ยังติดลบในปีที่ 3 เริ่มมาเป็นบวก ซึ่งในระยะเวลา 5 ปี จะทำกำไรได้ 42.49 % ซึ่งกำไรสุทธิหารด้วยเงินลงทุน คูณเปอร์เซ็นต์ 3) การดำเนินงานของธุรกิจในด้านการลงทุนลงทุนทั้งหมด 1,524,168 บาท ซึ่งจากการคาดการณ์อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) อยู่ที่ 20.90% โดยใช้เวลาคือทุน 3 ปี 6 เดือน 4) การวางแผนการตลาด ได้แก่ การทำการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกผ่าน SWOT Analysis การกำหนดกลยุทธ์กับกลุ่มเป้าหมายหลัก โดยทำการตลาดเน้นการสร้างแบรนด์ท่อนไลน์การเขียนคอนเทนต์โดยมีดาราหรือกลุ่มคนดังรีวิวสินค้า และทำให้หาซื้อรองเท้าได้ง่ายจัดส่งรวดเร็ว เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และพันธกิจของการดำเนินกิจการ

คำสำคัญ : ความต้องการดำเนินงาน, รองเท้าผู้หญิงหนังแท้, การสร้างแบรนด์

## Abstract

Demand and business operation of the ODD brand of genuine leather women's shoes business. The objectives of the research were 1) market demand, 2) sales volume, 3) business operation, and 4) strategic management. Collecting information from the target group of the business (specify the number of samples) and entrepreneurs or study information related to selling products online and offline

Research Results 1) The market has moderate to high level of interest in purchasing genuine leather shoes. with the highest number of purchases of genuine leather shoes about 2-3 pairs per year for their work and event. They prefer shoes that are less than 2 inches tall. 2) Revenue by year 1 and year 2 are still negative. Anyway it will turn positive in year 3. In 5 years, it will make a profit of 42.49%, which will be the investment divided by the net profit. Multiply the percentage 3) Business operations in the field of investment, total investment of 1,524,168 baht, which from the projected rate of return (IRR) of the project is 20.90%, using 3 years, 6 months of capital; 4) Marketing planning, including: Analysis of internal and external factors through SWOT Analysis, strategy formulation with the main target group By marketing, focusing on building an online brand, writing content with celebrities or groups of celebrities reviewing products. and make it easy to buy fast delivery in order to meet the objectives and missions of the business

Keywords: operational needs, genuine leather women's shoes, branding.

## บทนำ

### ประวัติความเป็นมา

**กลุ่มที่ 1** กลุ่มรองเท้าแฟชั่นผู้หญิงหนังแท้ สักตัดได้ เป็นธุรกิจที่สร้างขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์ให้กับกลุ่มผู้หญิงที่ต้องการสวมใส่รองเท้าหนังแท้และมีบริการที่สามารถปรับแต่งได้ ทั้งขนาดไซค์ แบบ สีรองเท้า และชนิดหนังตามที่ต้องการ ทำให้ผู้สวมใส่รองเท้ามีความรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในการออกแบบรองเท้าและเป็นรองเท้าของลูกค้าจริงๆ สร้างความภาคภูมิใจกับลูกค้า ถึงแม้ว่าธุรกิจจะดำเนินไปในรูปแบบการตลาดแบบเจาะจง (Niche Marketing) ที่กลุ่มลูกค้ามีความเฉพาะกลุ่ม เป็นผู้บริโภครกลุ่มไม่ใหญ่มากในตลาด อย่างไรก็ตามในอนาคตนั้นมีโอกาสที่ตลาดรองเท้าสักตัดจะขยายตัวและเติบโตไปได้ด้วยดี เนื่องจากมีความหายากใน

ตลาดและคิดในแบรนด์สินค้ารวมถึงกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังจ่าย ทำการสื่อสารการตลาดแบบการสร้างแบรนด์ สินค้าสร้างคอนเทนต์ให้เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ที่ชื่นชอบการแต่งกาย มีการส่งสินค้าให้ดาราทือคนดังในโลกออนไลน์รีวิวสินค้า ดังนั้นธุรกิจจำหน่ายรองเท้าผู้หญิงหนังแท้ ที่สามารถปรับแบบได้จึงเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจและมีแนวโน้มที่จะเติบโตไปได้ด้วยดีในอนาคต จากการทำวิจัยด้านการตลาดกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่สวมรองเท้าผู้หญิงหนังแท้ทั่วไป พบว่าปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อรองเท้าผู้หญิงหนังแท่นั้น ได้แก่ ความสวยงาม ใส่สบาย ชอบที่จะเลือกสีที่มีความหลากหลาย ปรับระดับความสูงตามชอบได้ สามารถเข้ากับเสื้อผ้าได้หลายชุด มีราคาโปรโมชัน ชอบให้มีการใส่ใจดูแลในการบริการจากผู้เชี่ยวชาญ ด้วยเหตุนี้ธุรกิจจึงต้องการที่จะนำเสนอรองเท้าผู้หญิงหนังแท้สามารถสั่งตัดได้ ที่เป็น Niche Market เพราะยังมีความต้องการในตลาด **กลุ่มที่ 2** กลุ่มรองเท้าสต็อกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของแบรนด์ ODD ทางแบรนด์จะเน้นความสวยงาม ใส่สบาย กลุ่มนี้จะมีคู่แข่งค่อนข้างมากในตลาด และจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกพบว่าเทคโนโลยีที่ทันสมัยในปัจจุบันได้อำนวยความสะดวกให้การสั่งซื้อของผ่านช่องทางออนไลน์ง่ายและรวดเร็วเช่น Platform online ต่างๆ จึงได้กำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจในการจำหน่ายรองเท้าผู้หญิงหนังแท้ ที่ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของธุรกิจคือ ผู้หญิงทั่วไป พนักงานบริษัท กลุ่มผู้หญิงที่จะต้องใส่ออกงานทางสังคมต่างๆ และรักในการแต่งกาย กลุ่มที่ลูกค้าหารองเท้าใส่ยาก เพิ่มภาพลักษณ์สวยงาม สง่า เพิ่มคุณค่าของตัวสินค้า ทุกครั้งที่มีการสวมใส่รองเท้าแบรนด์ ODD ลูกค้าจะมีความมั่นใจ และแต่งกายเข้ากับสมัยนิยม ทำการวิเคราะห์ทางการเงินพบว่าธุรกิจสามารถทำตามนโยบายการเงินที่ตั้งเอาไว้ได้ โดยธุรกิจสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลาที่ตั้งเป้าหมายไว้ ทั้งนี้ภายใต้การคาดการณ์ด้านยอดขายในสถานการณ์ปกติ การดำเนินงานของธุรกิจ จะมีกำไรสุทธิเป็นบวกตั้งแต่ 3 ปี 6 เดือน เป็นต้นไป มูลค่าปัจจุบันสุทธิของธุรกิจและอัตราผลตอบแทนของโครงการอยู่ในเกณฑ์ดี จากการวิเคราะห์ข้อมูล การวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจและกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ต่างๆ ทำให้มั่นใจได้ว่าแผนธุรกิจรองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD นี้จะสามารถประสบความสำเร็จได้อย่างแน่นอน **คำสำคัญ** ; รองเท้าผู้หญิงหนังแท้ รองเท้าสั่งตัดตามแบบตามไซส์

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาดธุรกิจรองเท้าผู้หญิงหนังแท้
2. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี
3. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและพฤติกรรมองค์กร การเงินธุรกิจ การจัดการตลาด และ การดำเนินงาน
4. เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ เป็นระยะเวลา 5 ปี

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. คาดว่าจะได้รองเท้าผู้หญิงที่ตอบ โจทย์การใช้งานจริงกับกลุ่มลูกค้าตัวอย่างจากงานวิจัยครั้งนี้
2. คาดว่าจะได้ช่วยทำให้ได้แบบรองเท้าที่เหมาะสม ที่มีความเฉพาะของรองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD คาดว่าจะสามารถดำเนินกิจการภายใต้การแข่งขันที่สูงของแบรนด์รองเท้าผู้หญิงหนังแท้ผู้หญิงได้ดี

## การทบทวนวรรณกรรม

จะเน้นตลาด 2 กลุ่มหลักคือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มรองเท้าสั่งตัด ทำเป็นรุ่น Limited edition ได้ กลุ่มนี้จะศึกษาตัวอย่างจากธุรกิจแบรนด์เก่าแก่อย่าง Hermès และกลุ่มที่ 2 จะเป็นรองเท้าผลิตสต่อขายทั่วไป ซึ่งมีการแข่งขันในตลาดสูง ศึกษาตัวอย่างจากธุรกิจแบรนด์ในไทยคือแบรนด์ O&B หาข้อมูลได้จากอินเทอร์เน็ตทั่วไปซึ่งได้ความสำคัญในเรื่อง

1. การจัดการองค์การ ซึ่งเกี่ยวข้องกับบุคคล การเติบโตขององค์กร การจัดระเบียบต่างๆในองค์กรให้เหมาะสมแต่ละช่วง O&B จะใช้วิธีเน้นให้พนักงานขายสินค้า ทั้งในแบบออนไลน์และการขยายสาขามีหน้าร้านตามรถไฟฟ้าและตามห้างสรรพสินค้า ส่วนหลักการจัดการองค์กรของ Hermès ใช้การมีช่างฝีมือที่ดีมีเทคนิคการเย็บเฉพาะตัวอย่างมืออาชีพ Hermès คัดสรรช่างฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญด้านการตัดเย็บเป็นอย่างดี รวมถึงขั้นตอนการเย็บมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนที่เน้นความแน่นคงทนด้วยการเย็บแบบ 2 เข็มช่างฝีมือจะต้องมีการฝึกฝนไม่น้อยกว่า 3 ปี
2. การจัดการการเงิน ศึกษาตัวอย่างการเติบโตทางด้านการเงินของทั้ง 2 บริษัท ว่ามีการวางแผนทางด้านการเงินเพื่อให้เติบโตได้อย่างไร โดยรายได้ของ O&B เติบโตอย่างมากภายในระยะเวลา 7 ปี มียอดขายถึง 122,781,367 บาท (ยอดขายประมาณ 90 % เป็นยอดขายรองเท้าผู้หญิงหนังแท้) และ Hermès มียอดในปีล่าสุดที่ ไตรมาสแรกที่ 201,113 ล้านบาท (ยอดขายประมาณ 5%เป็นรองเท้าผู้หญิง)
3. การจัดการการตลาดแบรนด์ O&B เน้นการทำการตลาดให้เข้าถึงผู้คนจำนวนมาก ช่องทางการขายรองเท้า O&B คือช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ธุรกิจรองเท้า เกิดขึ้นจากออนไลน์และตั้งใจให้เป็นร้านออนไลน์ที่สมบูรณ์แบบ แพลตฟอร์มโตจากรูทิจออนไลน์มีแผนที่จะขยายเป็น Omni Channel ส่วน Hermès แบรนด์เกิดเพราะการบอกต่อ แบรนด์เก่าแก่ยังเติบโตอยู่เพราะคุณภาพดี ไม่ใช้การโฆษณา แต่สามารถสร้างยอดขายได้ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของ Hermès เป็นผู้มีชื่อเสียงในวงสังคม ดารา นักร้อง เป็นต้น เปรียบเสมือนเป็นแม่เหล็กดึงดูดให้คนทั่วไปสนใจอยากเป็นเจ้าของ Hermès เป็นสินค้าที่มีราคาสูง Hermès จึงวางกลุ่มลูกค้าที่ระดับบนไม่ได้มีวางขายทุกตลาด
4. การจัดการดำเนินงาน การดำเนินงานของ O&B เป็นแบรนด์สินค้าที่สั่งผลิตตามแบบ

เฉพาะของ O&B เอง มีสต็อกตามแบบและสีที่หลากหลาย O&B ได้เน้นทำการการตลาดเพื่อให้มีการจัดจำหน่ายที่หลากหลายและเหมาะสม ส่วนการดำเนินงานของ Hermès เป็นแบรนด์สินค้าที่สร้างภาพลักษณ์แบรนด์สินค้าคุณภาพ ผลิตจากหนังแท้คุณภาพสูง ตัดเย็บด้วยวิธี Handmade มีการผลิตจากช่างฝีมืออย่างมืออาชีพและฝึกหัดมาอย่างดี โดยการผลิตเน้นที่คุณภาพไม่เน้นปริมาณ ทำให้เป็น Hermès เป็นที่ต้องการของลูกค้า 5.กลยุทธ์ทางธุรกิจ กลยุทธ์การขายรองเท้าของ O&B แปรนนี้่เกิดขึ้นจากออนไลน์และตั้งใจให้เป็นร้านออนไลน์ที่สมบูรณ์แบบ และการนำเอาบล็อกเกอร์ชื่อดังระดับโลกมาเป็นตัวแทนสินค้าของแบรนด์ ที่อาจยังไม่เคยมีร้านออนไลน์ในไทยรายไหนทำมาก่อนเลย แต่ O&B ก็เลือกที่จะทำงานกระทั่งซื้อแบรนด์กลายเป็นที่รู้จักในวงการแฟชั่นระดับอินเตอร์ อีกกลยุทธ์ที่สำคัญของ O&B และปัจจุบันมีการเชื่อมระหว่างออนไลน์ และออฟไลน์ ให้ช่วยเสริมกัน O&B จะเติบโตมาจากช่องทางออนไลน์ แต่ O&B ก็ไม่ได้ละเลยความสำคัญของช่องทางออฟไลน์ Hermès กลยุทธ์ปรับตัวตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป Hermès มีความสามารถในการปรับตัว และประยุกต์ใช้ได้เป็นอย่างดี จากที่ Hermès เคยเป็นผู้ผลิตอันมีมาก่อนแต่เพราะวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่มองการณ์ไกล เห็นว่ายุคสมัยเปลี่ยนไปและมีนวัตกรรมใหม่ๆเกิดขึ้น เช่น มีรถยนต์เข้ามาแทนที่รถม้า Hermès จึงได้ปรับมาผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องหนังแทน ได้แก่ กระเป๋า รองเท้า สินค้าด้านแฟชั่น แต่ยังคงยึดหลักการทำงานตามแบบบรรพบุรุษ ยุทธศาสตร์ตลาดของ Hermès ไม่ได้เจาะแค่ลูกค้าระดับสูงเท่านั้น

## วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้รองเท้าผู้หญิงหนังแท้จริงในกรุงเทพมหานคร 2 กลุ่ม กลุ่มเพื่อนคนรู้จัก 50 คน และ กลุ่มลูกค้าจากร้านรองเท้าผู้ชายที่จำนวน 2400 Account ( อ้างอิงจาก Line official :Maverick Shoes) ได้กลุ่มตัวอย่างมาจำนวน 200 คน เป็นการแจกแบบสอบถามในกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์

## ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของธุรกิจและนำมาปรับใช้ในธุรกิจรองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลลักษณะประชากรและพฤติกรรมทางเลือกใช้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง 196 คน สาวสอง (LGBTQ) 4 คน เหตุผลในการเลือกซื้อรองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้มากกว่า 1 คู่ คนส่วนใหญ่จะตอบว่า ชื่นชอบเพราะความคงทน ใช้งานได้นานในหลากหลายโอกาส มากที่สุดคิดเป็น 54 % , เหตุผลหลักในการเลือกซื้อรองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้มเพราะอะไร (ตอบได้ 1 ข้อ) ตอบ ซื้อไว้ใช้ทำงาน มากที่สุดคิดเป็น 46.5 % , ท่านซื้อรองเท้าช่วงไหน Feel good ที่สุด ตอบได้ 1 ข้อ ตอบ ต้องลดราคา 25 % ขึ้นไป มากที่สุดคิดเป็น 46.50 % , ท่านซื้อรองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้มที่ไหนบ่อยที่สุด ตอบได้ 1 ข้อ ตอบ หน้าร้าน มากที่สุดคิดเป็น 73% วัตถุประสงค์ในการซื้อรองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้มตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ตอบเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจ/เสริมบุคลิกภาพ มากที่สุด คิดเป็น 33.50% ใครมีอิทธิพลหรือเป็นคนแนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน ตอบ ตัวเอง มากที่สุด คิดเป็น 60 % , ท่านซื้อรองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้มปีละประมาณกี่คู่ ตอบได้ 1 ข้อ ตอบ ปีละ 1 คู่ คิดเป็น 64.5 %

**ส่วนที่ 2** ระดับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้มของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้ม รองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้มสันดึ้นกว่า 2 นิ้ว อยู่ในระดับที่สูงกว่าสันสูงเกิน 2 นิ้ว ส่วนหนึ่งแท้มที่นำมาใช้อยู่ในระดับกลางทั้ง 2 คือหนึ่งนิ้ว และหนึ่งแฉะ , ปัจจัยด้านราคาที่ทำให้ท่านเลือกซื้อรองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้ม ราคาสูงกว่าหรือน้อยกว่า 2,200 บาท อยู่ในระดับกลางจึงแสดงว่าราคา 2,200 บาท เป็นเกณฑ์ปานกลางที่ลูกค้าสามารถเลือกซื้อรองเท้าได้ , ปัจจัยด้านสถานที่ที่ชอบซื้อรองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้มเป็นประจำ ผลวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างพบว่าชอบ หน้าร้าน อยู่ในระดับสูง ซึ่งออนไลน์จะอยู่ในระดับปานกลาง , ปัจจัยด้านโปรโมชั่นที่มีผลต่อการเลือกซื้อรองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้ม ผลวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ด้านโปรโมชั่น ลดราคาคู่ที่ 2 ลด 15% หรือ มีของแถมอุปกรณ์ในการทำความสะดวกสบายหรือถุงเก็บรองเท้า อยู่ในระดับปานกลาง , ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อความประทับใจในการเลือกซื้อรองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้มและกลับมาซื้อซ้ำ มีผู้เชี่ยวชาญแนะนำรองเท้าและรูปเท้าที่เหมาะสมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้า พบว่าอยู่ในระดับสูง , ปัจจัยด้านกระบวนการหรือวิธีการแนะนำลูกค้าในการเลือกซื้อรองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้ม ทั้งการแนะนำการดูแลรองเท้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้ม , การบริการหลังการขาย เช่น การบริการซ่อมพื้นรองเท้า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้ม(มีค่าใช้จ่าย) และ 3 มีการันตีรองเท้า 6 เดือนส่วนของ โครงสร้างมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าผู้หญิงหนึ่งแท้มพบว่าอยู่ในระดับสูง , ปัจจัยด้านกายภาพต่างๆ โดยรวม ด้านกายภาพ คือทั้งความสวยงามของหน้าร้าน หน้าเพจออนไลน์ หาซื้อได้ง่าย, ความสวยงามของรองเท้าตรงปก การมีผู้รีวิวรองเท้าสร้างความเชื่อมั่นพบว่าอยู่ในระดับสูงเช่นกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของธุรกิจและนำมาใช้ในธุรกิจรองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD

ตารางพยากรณ์ยอดขาย 5 ปี

รายการ พยากรณ์ ยอดขายเฉลี่ย/ปี	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวน (คู่)	382	764	1,528	2,292	3,438
รองเท้าแตะส้นเตี้ยกว่า 2 นิ้ว	104,913.07	209,826.14	419,652.29	629,478.43	944,217.65
รองเท้าแตะส้นสูงกว่า 2 นิ้ว	125,245.42	250,490.84	500,981.68	751,472.52	1,127,208.79
รองเท้าสวมส้นเตี้ยกว่า 2 นิ้ว	157,153.74	314,307.48	628,614.95	942,922.43	1,414,383.64
รองเท้าสวมส้นสูง 2 นิ้ว	166,417.31	332,834.62	665,669.23	998,503.85	1,497,755.77
รองเท้าสังัด	241,942.65	483,885.30	967,770.59	1,451,655.89	2,177,483.83
<b>รวมยอดขายเฉลี่ยต่อปี</b>	<b>795,672</b>	<b>1,591,344</b>	<b>3,182,688</b>	<b>4,774,033</b>	<b>7,161,049</b>

ตารางรายละเอียดการลงทุน

รายการ	ค่าใช้จ่ายการลงทุน
ค่าอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ดำเนินการต่อไป	129,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	1,228,656
ค่าวัสดุดิบ	100,000
ค่าใช้จ่ายอุปกรณ์สำนักงาน	42,000
เงินสด Pretty Cash	20,000
ค่าใช้จ่ายในการขายและการทำการตลาด	120,612
<b>รวม</b>	<b>1,524,168</b>

การลงทุนครั้งนี้จะเป็นการลงทุนโดยใช้เงินลงทุนของเจ้าของกิจการเองที่ 1,524,168 บาท เจ้าของกิจการทำบัญชีเองโดยใช้ระบบโปรแกรม

ตารางงบกำไรขาดทุนรองสำหรับผู้หญิงหนึ่งแท็บเล็ต ODD

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ขาย	795,672	1,591,344	3,182,688	4,774,033	7,161,049
ต้นทุนแปรผัน	(180,937)	(285,410)	(570,949)	(741,824)	(1,112,736)
กำไรส่วนเกิน	614,735	1,305,934	2,611,739	4,032,209	6,048,313
ต้นทุนคงที่	(1,486,140)	(1,631,520)	(1,696,026)	(1,747,145)	(1,818,263)
กำไร/ขาดทุนก่อนการดำเนินงาน	(871,405)	(325,586)	915,713	2,285,064	4,230,050
เงินปันผล 15%	-	-	(137,356)	(342,759)	(634,507)
กำไรก่อนหักภาษี	-	-	778,357	1,942,304	3,595,542
ภาษีเงินได้ 10%	-	-	(77,835)	(194,234)	(359,554)
กำไร/ขาดทุนสุทธิ	(871,405)	(325,586)	700,522	1,748,070	3,235,987

ตารางข้อมูลการเงินและการลงทุน

ข้อมูลการเงินและการลงทุน	
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	3,453,533.62 บาท
อัตราผลตอบแทน (IRR)	20.90%
ระยะเวลาคืนทุน (ปี) ( Break event )	3 ปี 6 เดือน



ตารางจุดคุ้มทุน ที่รองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD ควรทำให้เกิด

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ขาย	795,672	1,591,344	3,182,688	4,774,033	7,161,049
ต้นทุนแปรผัน	(180,937)	(285,410)	(570,949)	(741,824)	(1,112,736)
กำไรส่วนเกิน	614,735	1,305,934	2,611,739	4,032,209	6,048,313
อัตรากำไรส่วนเกิน	77.25%	82.06%	82.06%	84.46%	84.46%
ต้นทุนคงที่	1,486,140	1,631,520	1,696,026	1,747,145	1,818,263
จุดคุ้มทุน (บาท)	1,925,051	1,988,086	2,066,792	2,068,575	2,152,777

**การจัดการการตลาด**

**SWOT Analysis**

**จุดแข็ง (Strength)** – รองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD มีการสร้างแบรนด์รองเท้าผู้หญิงหนังแท้ที่เป็น Affordable Luxury shoes และลูกค้าสามารถออกสินค้าเองได้ รวมถึงรองเท้าที่ใส่จะมีผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำในการสวมใส่ การดูแลรักษา มีวารันตีสินค้าและบริการซ่อมหลังการขาย ถ้าลูกค้าที่มาซื้อรองเท้าพร้อมได้การบริการที่ดีที่ต่างออกไปก็จะกลับมาซื้อซ้ำ

**จุดอ่อน (Weakness)** – ระยะเวลาในการสั่งตัดรองเท้าต้องใช้เวลาในการรอ 2-3 สัปดาห์ แนะนำให้ลูกค้าเดินทางมาที่หน้าร้านอาจจะมีการเสียโอกาสจากขายกลุ่มที่ไม่สะดวกในการเดินทาง

**โอกาส (Opportunity)** – รองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD ได้โอกาสจากกลุ่มรองเท้าผู้ชายที่ขายมาก่อนหน้านี้ ก่อนข้างมี Loyalty ในแบรนด์สินค้าแบบ Affordable Luxury shoes กลุ่มลูกค้ารองเท้าผู้หญิงที่ได้จะสื่อสารทางการตลาดในกลุ่มนี้ไม่ยากนัก เนื่องจากเข้าใจ Positioning ของแบรนด์แล้ว

**อุปสรรค (Threat)** – ช่างฝีมือในไทยมีจำกัดและค่อนข้างเป็นตัวของตัวเองสูงมากอาจจะทำให้อาณาเขตขาดแคลนแรงงาน รองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบบสต็อกสินค้าของเราแบบมีไม่มาก

**การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย** ตลาดของธุรกิจรองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD นั้นจะเป็นรองเท้าผู้หญิงแชนเมด Affordable Luxury shoes มีรองเท้าแบบสต็อกสินค้าและแบบสั่งตัดตามแบบ ตามไซส์ที่ต้องการได้ เข้าถึงกลุ่มคนที่กำลังจ่ายในการซื้อรองเท้าเพื่อเติมเต็มความสุขของตัวเองให้มีตัวเลือกมากยิ่งขึ้น จึงได้กำหนดเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดโดยแบ่งตามประเภทของลูกค้าที่ซื้อรองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD ไว้ คือ กลุ่มเจ้าของกิจการ กลุ่มพนักงานบริษัททั่วไปทั้งคนไทยและต่างชาติ และกลุ่ม

นักท่องเที่ยวนั้นเป็นตลาดใหญ่ เนื่องจากกลุ่มคนที่ชื่นชอบในความ Affordable Luxury shoes ความแตกต่างของเครื่องแต่งกายที่ไม่ Mass จนเกินไปมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ

#### ส่วนผสมทางการตลาด (4Ps)

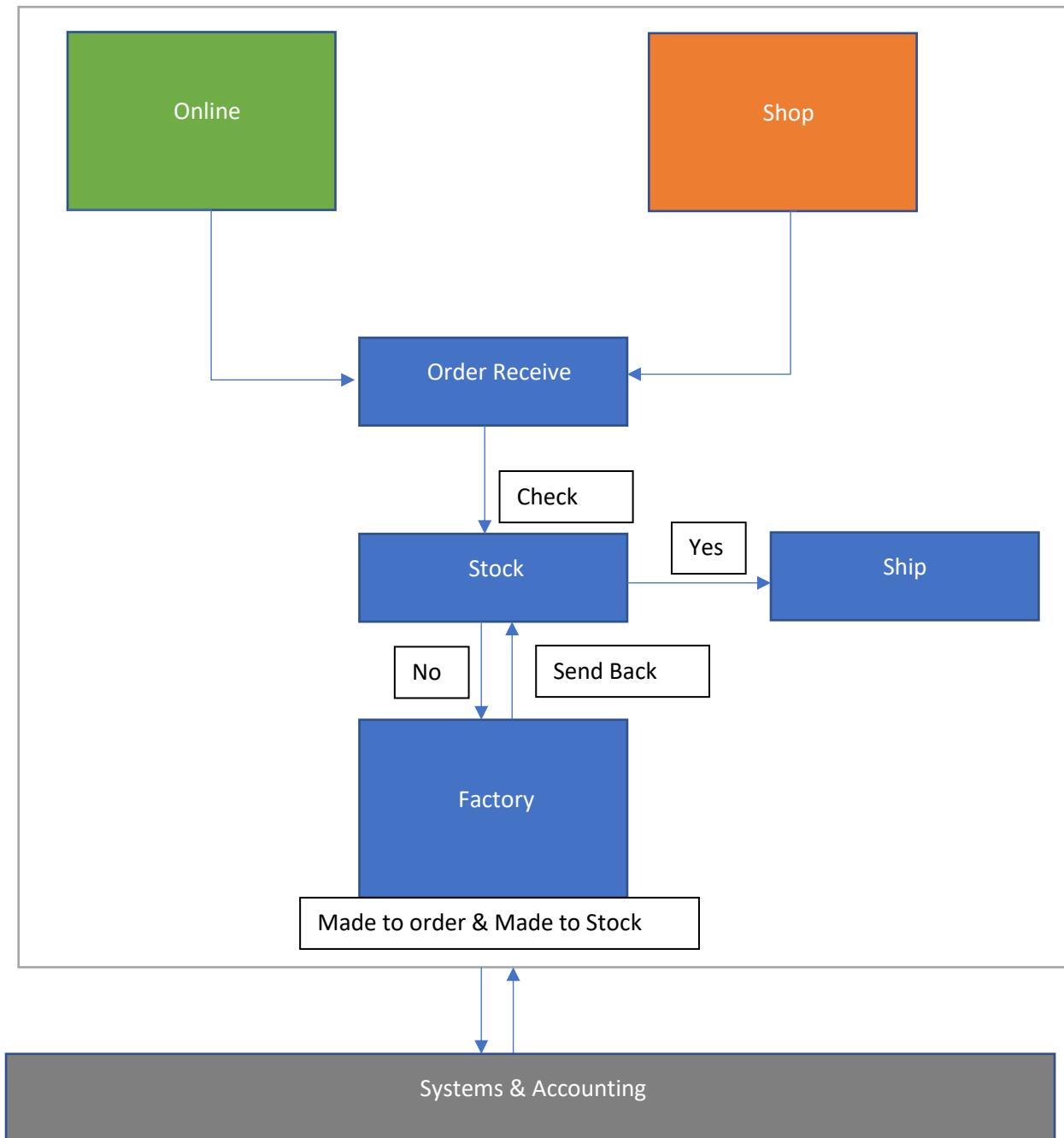
ผลิตภัณฑ์ (Product) – รองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD คือรองเท้าผู้หญิงที่ทำจากหนังวัว หนังแกะ หรือหนังแท้อื่นๆ ผ่าน Platform Online และมีหน้าร้าน สำหรับลูกค้าที่สนใจรองเท้าในแบบออนไลน์สามารถซื้อได้หลายช่องทาง

ราคา (Price) – ราคาของรองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD ได้กำไรที่คำนวณจะได้กำไรอย่างน้อยในแต่ละแบบแตกต่างกันไป ซึ่งน้อยที่สุดที่ 15 % และสูงสุดที่ 50 % ทั้งในกลุ่มรองเท้าสตั๊ดและรองเท้าลำตัด

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) – รองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD เป็นรองเท้าผู้หญิงหนังแท้ที่มีความยูนิค และ Intersect ระหว่างแบบรองเท้าผู้หญิงทั่วไปกับแบรนด์เนม จำหน่ายอยู่ในช่องทางออนไลน์บน Platform ต่างๆ การทำการตลาดเน้นการสื่อสารกำหนด Positioning รองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบบ Affordable Luxury shoes และต้องเปิดตัวให้น่าสนใจ

การส่งเสริมการขาย (Promotion) – ความตั้งใจแบรนด์รองเท้าผู้หญิง ODD มุ่งเน้น Loyalty ของลูกค้าที่กลับมาซื้อซ้ำ แบรนด์จะ Voucher ส่วนลด ให้กับลูกค้าที่ซื้อซ้ำบอกต่อคนในครอบครัว โดยลูกค้าที่ 2 ลด 15% บอกต่อเพื่อนลด 10% เน้นให้ผู้เชี่ยวชาญในการแนะนำรองเท้าให้เกิดความประทับใจในการเลือกซื้อรองเท้า

# การจัดการการดำเนินงานธุรกิจรองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD



## การจัดการเชิงกลยุทธ์

วิสัยทัศน์ : มุ่งสร้างแบรนด์รองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD: Affordable Luxury shoes ลูกค้าย คือ Fashion และ

Fashion เท่ากับ Passion สวมใส่ของแท้ ODD พร้อมมีความสุขใน passion ของคุณในทุกก้าวของทุกวัน

พันธกิจ : รองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD มุ่งเน้นรองเท้าหนังแท้ที่มีคุณภาพ ปรับจนกว่าลูกค้าจะใส่

สบาย: แบบ Affordable Luxury shoes

: รองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD ตั้งใจใส่ใจในลูกค้า ODD มีบริการจากผู้เชี่ยวชาญในการให้ความรู้ต่างๆ ทั้งก่อนขาย ระหว่างการขาย และหลังการขาย เพื่อให้เกิด Loyalty

: รองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD มุ่งมั่นส่งเสริมให้บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ เหมือนทุกคนคือคือเจ้าของกิจการ ทำงานมากได้ค่าตอบแทนมากกลับไป มีความคิดสร้างสรรค์ในการดำเนินงาน และพร้อมเติบโตกับองค์กร

: รองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD มุ่งมั่นให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และรักโลก

## เป้าหมายขององค์กร

1. ขายรองเท้าผู้หญิงหนังแท้ 5,000 คู่ ภายในระยะเวลา 3 ปีของการดำเนินงาน
2. เพจต่างๆมีคนติดตามมากกว่า 20,000 Account
3. เป็นแบรนด์รองเท้าผู้หญิงหนังแท้ที่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้หญิงที่ชื่นชอบรองเท้า Affordable Luxury shoes แบบ Handmade ทั้งเจ้าของบริษัท พนักงานบริษัท และนักท่องเที่ยว
4. มียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างน้อยปีละ 50 %

กลยุทธ์ ในตลาดรองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบบสต็อกมีสินค้าพร้อมขายเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง เพราะมีให้เลือกหลากหลายแบรนด์ทั้งในไทยและต่างประเทศ สภาพตลาดจึงกลายเป็น Red Ocean รองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD เป็นแบรนด์ใหม่ต้องการทั้งการเติบโตและต้องการส่วนแบ่งทางการตลาดเช่นกัน แต่รองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD นั้นจะเน้นกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ที่มีการรอสินค้าได้ในรองเท้าแบบสั่งตัด และ มีคอนข้างมีความชื่นชอบในแฟชั่นการแต่งกายที่ดูดีไม่ซ้ำใคร จึงมีกลุ่มตลาดที่เป็น Blue Ocean อยู่แบรนด์ ODD เป็นรองเท้าแบบ Affordable Luxury shoes จึงทำให้แบรนด์รองเท้า ODD ไม่ต้องสต็อกสินค้ามากนัก ลูกค้าจะได้ของใหม่เสมอ ถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ สร้างความแตกต่าง หรือ Differentiation ที่ทำช่องโหว่ของการดำเนินงานของแบรนด์รองเท้าหนังแท้ที่เป็น MASS product กับรองเท้าแบรนด์เนมชั้นนำของโลก ที่นำส่วนที่ Intersect มาอยู่ในแบรนด์รองเท้า ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น อีกทั้งในส่วนของการขาย

กลางๆ ของสองกลุ่ม จึงทำให้เหมาะสมกับลูกค้าที่ชื่นชอบรองเท้าหนังแท้หันมาเปิดใจและทดลองสวมใส่รองเท้าผู้หญิงหนังแท้ได้

## บทสรุป

ปัจจัยพฤติกรรมของตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มทำงาน อายุระหว่าง 29 -46 ปี ล้วนบาท ดำเนินกิจการมีรายได้แตกต่างกันออกไป ตั้งแต่ 15,000 บาท จนถึง 100,000 บาทขึ้นไป

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการเลือกซื้อรองเท้าผู้หญิงหนังแท้ ขอนำส่วนที่มีระดับสูงมาสรุป รองเท้าผู้หญิงหนังแท้เส้นเดี่ยวกว่า 2 นิ้ว อยู่ในระดับสูง, มีผู้เชี่ยวชาญแนะนำรองเท้าและรูปเท้าที่เหมาะสมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้า อยู่ระดับสูง, การแนะนำการดูแลรองเท้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าผู้หญิงหนังแท้ อยู่ระดับสูง, การบริการหลังการขาย เช่น การบริการซ่อมพื้นรองเท้า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าผู้หญิงหนังแท้(มีค่าใช้จ่าย) อยู่ระดับสูง, มีการันตีรองเท้า 6 เดือนส่วนของโครงสร้างมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าผู้หญิงหนังแท้ อยู่ระดับสูง, ความสวยงามของหน้าร้าน หน้าเพจออนไลน์ หาซื้อได้ง่าย อยู่ระดับสูง, ความสวยงามของรองเท้าตรงปก อยู่ระดับสูง, การมีผู้วิจรรองเท้าสร้างความเชื่อมั่น อยู่ระดับสูง

การเงินและการลงทุน มีเงินลงทุนในส่วนของเจ้าของอยู่ 1,524,168 บาท ระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 3 ปี 6 เดือน อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) อยู่ที่ 20.90% แนวนอัมยอดขายปีที่ 1 ยังติดลบที่ 871,405 แนวนอัมยอดขายปีที่ 2 ยังติดลบอยู่ 325,586 บาท ยอดขายปีที่ 3 มีกำไร 700,522 บาท ยอดขายปีที่ 4 มีกำไร 1,748,070.48 บาท และยอดขายปีที่ 5 กำไร 3,235,987 บาทการประมาณการกำไรอยู่ที่ 219,745 หรือ 10.45% และในปีที่ 2 ยอดขายประมาณการณ 3,504,000 บาท ในระยะเวลา 5 ปี ได้กำไรอย่างน้อย 42.49 %

## การอภิปรายจากการศึกษาและจัดทำแผนธุรกิจ

เพื่อศึกษาความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจรองเท้าผู้หญิงหนังแท้แบรนด์ ODD สามารถอภิปรายได้ดังนี้ในการเลือกซื้อรองเท้าผู้หญิงหนังแท้ที่มีทั้งแบบสต็อกและแบบสั่งตัด เพื่อให้ตอบโจทย์การใช้งานของลูกค้าและเกิด Loyalty ในผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะตอบโจทย์ลูกค้าที่ชื่นชอบการใส่รองเท้าที่มีคุณภาพ Affordable Luxury shoes ราคาไม่แพงมากนัก อนาคตเมื่อแบรนด์ติดตลาดจะขยายสาขาเพิ่มได้มากขึ้น เข้าถึงกลุ่มคนได้มากขึ้นตามไปด้วย

## ข้อเสนอแนะ

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นควรกระจายแบบสอบถามให้มากขึ้น และไปยังกลุ่มตัวอย่างในหลาย ๆ กลุ่ม เช่น กลุ่มพนักงานออฟฟิศ กลุ่มชาวต่างชาติ เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่หลากหลาย
2. ในการศึกษาครั้งถัดไปควรเพิ่มแบบสอบถามให้มีแบบรונเท้าที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

นางสาวนุสรรา จาตุรงค์สมบูรณ์. (2557). แผนธุรกิจร้านรองเท้าแฟชั่นผู้หญิงขนาดพิเศษการค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นาเดีย โป่งจินดา (2562). รองเท้ารักสิ่งแวดล้อม การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความรู้เป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เซปิง ไชยสาสน. กลยุทธ์ทางการสื่อสารการตลาดและการบริหารจัดการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าไทย : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ Hermes คุญฉีนิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจคุญฉีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

HERMES PARIS <https://www.hermes.com>

The standard. ยอดขาย Hermès ใน ไตรมาส 3 ของปีนี้เพิ่มขึ้นสูงถึง 24.3% ทำรายได้ไป 1.19 แสนล้านบาท <https://thestandard.co/hermes-sales-q3/>

The standard O&B' เมื่อเจ้าของคือแบรนด์ และแบรนด์คือเจ้าของ ที่เข้าใจผู้หญิงอย่างถึงที่สุด <https://thestandard.co/podcast/thesecondsauce16/>

Marketingoops 2551 เจาะกลยุทธ์ O&B แบรนด์ดัง ที่เซเลบระดับโลกยังต้องเลือก ทะลุทุกข้อจำกัดในการสร้างแบรนด์ออนไลน์ แต่ละ 100 ล้านตั้งแต่ 3 ปีแรก 42,065 <https://www.marketingoops.com/news/ecommerce/oandb-brand-insight/>