

การศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้นเพื่อพัฒนาแผนธุรกิจการขยายการให้บริการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนของ
บริษัท เจเจ อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต (ไทยแลนด์) จำกัด

A FEASIBILITY STUDY FOR DEVELOPING A BUSINESS EXPANSION PLAN OF J.J. IMPORT-
EXPORT (THAILAND) CO., LTD.

ฉัตรวัชร วรรณวราศรี 6150192

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา, Ph.D., รองศาสตราจารย์ฉัฐวุฒิ พิมพา,
Ph.D., วรพงษ์ จันยั้งยืน, D.B.A.

บทคัดย่อ

ปัจจุบันบริษัท เจเจ อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต (ไทยแลนด์) จำกัดเป็นบริษัทนำเข้าสินค้าจากประเทศจีน โดยเฉพาะจากเมืองกวางโจว (Guangzhou) ที่เป็นเมืองเอกของมณฑลกวางตุ้ง เป็นเมืองใหญ่สุดทางภาคใต้ของ สาธารณรัฐประชาชนจีน บริษัทได้ดำเนินธุรกิจการนำเข้าสินค้ามายังกรุงเทพ โดยลำเลียงสินค้าทางรถยนต์ ภายในระยะเวลา 3-5 วันและผ่านพิธีศุลกากร ซึ่งบริษัทได้ดำเนินธุรกิจนี้มาเป็นเวลา 14 ปี โดยกลุ่มลูกค้าเดิมของ บริษัทเป็นผู้ค้าส่ง อาทิ ร้านค้าขายเสื้อผ้าตามประตูน้ำ บริษัทประเภทซื้อมาขายไป และพวกค้าปลีก ร้านค้าที่ขาย สินค้าออนไลน์ จะเห็นได้ว่าจากเดิมลูกค้ากลุ่มที่มีอยู่เป็นประเภทธุรกิจ หรือ Business-to-Business (B2B) เท่านั้นซึ่งเน้นไปด้านทางสินค้าประเภทเสื้อผ้า รองเท้ากระเป๋า เครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย

หากพิจารณาจากธุรกิจเดิมที่มีอยู่เป็นธุรกิจนำเข้าสินค้าจากเมืองกวางโจว ประเทศจีนมายังประเทศไทยซึ่งใช้ระยะเวลาเพียง 3-5 วัน นับได้ว่าเป็นระยะเวลาที่รวดเร็ว ผู้จัดทำจึงมีแนวคิดขยายธุรกิจเดิมจาก B2B ที่ ดำเนินการอยู่ ไปยังกลุ่ม Business-to-Consumer (B2C) หรือลูกค้า/ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้ามาใช้เอง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มี ฐานจำนวนมากจากโอกาสที่กล่าวข้างต้น อีกทั้งตลาดลูกค้ากลุ่มนี้ยังมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ จากมูลค่าการ ซื้อขายสินค้าผ่านทางออนไลน์ นับเป็นข้อได้เปรียบทางธุรกิจจากธุรกิจเดิมที่มีความรวดเร็วในการนำเข้า/ขนส่ง สินค้า และยังสามารถขยายฐานลูกค้าได้อีกจำนวนมาก ดังนั้นผู้จัดทำจึงจำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนในการ สั่งซื้อสินค้าจากประเทศจีน รวมทั้งอุปสรรคและปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้ การเลือกประเภทสินค้า ตัวสินค้าให้ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งวางแผนการตลาดเพื่อทำให้เกิดกำไรตามเป้าหมายจากการทำธุรกิจ ดังกล่าว

เนื่องมาจากปัจจุบันการซื้อขายสินค้าออนไลน์ นั้นกำลังได้รับความนิยม และมีแนวโน้มการเติบโตขึ้นทุกปี เนื่องจากมีการลงทุนต่ำ ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน หรือใช้กำลังคน อีกทั้งสามารถนำสินค้า บริการเข้าถึงคนจำนวนมากได้ทุกที่ทุกเวลา จึงเกิดแพลตฟอร์มขึ้นเพื่อรองรับการใช้งานนักช้อปออนไลน์เป็นจำนวน รวมถึงการพัฒนาของเทคโนโลยีและเครื่องมือสื่อสารในราคาที่ถูกลง ทำให้คนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น ส่งผลให้ตลาด e-Commerce ของประเทศไทยเติบโตไปด้วยมาก สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัยทั้งขายในเว็บไซด์ตัวเอง ขายในมาร์เก็ตเพลส และขายผ่านโซเชียลมีเดีย จึงทำให้จำนวนผู้ซื้อ ผู้ขายทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น สอดรับกับจำนวนแพลตฟอร์มโดยผู้ประกอบการในไทยและต่างประเทศเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากเช่นกัน

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่คาดว่าจะเป็นลูกค้ารายแรกคือ ผู้ช้อปปิ้งออนไลน์จากจีนกลุ่ม Business-to-Consumer (B2C) ที่ลูกค้าเป็นผู้บริโภค เป็นผู้ที่ซื้อสินค้ามาใช้เอง โดยเป็นกลุ่มผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ที่ประสงค์จะสั่งสินค้าจากจีน สินค้าประเภทกลุ่มสินค้าแฟชั่น(เสื้อผ้าแฟชั่น รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ) กลุ่มอุปกรณ์ของใช้ในบ้าน และกลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ มองว่าลูกค้ากลุ่มนี้เป็นผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าและใช้บริการของเรา ในรูปแบบที่กดสั่งซื้อได้ง่าย ได้รับสินค้าไว โดยสินค้าที่ได้รับที่ต้องถูกต้องครบถ้วนตามที่สั่งซื้อ เป็นสินค้าที่ไม่มีตำหนิชำรุดหรือเสียหายและต้องได้รับสินค้าตามวันที่กำหนดไว้ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด เพื่อลูกค้าจะได้เกิดการบอกต่อและใช้ซ้ำใน

ช่องทางในการจัดจำหน่ายจะเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านการทำการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางของ Google Ads, IG และ Facebook เพื่อให้เป็นที่รู้จักแล้ว ยังจะทำการประชาสัมพันธ์ผ่าน Influencer ที่มีชื่อเสียงในช่วงแรกเพื่อให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง นอกจากการให้บริการของเราที่มีการให้คำแนะนำ คำปรึกษา ผ่านทางออนไลน์อย่าง Facebook, Line, Official Account รวมทั้งสื่อสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือ โดยจะมีการให้ข้อมูลรายละเอียดในการประชาสัมพันธ์ในตัวบริการการนำเข้า สร้างการรับรู้ในตราสินค้า ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเฉพาะออนไลน์เท่านั้น แต่จะมีกลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาดที่จะมีการออกบูธ ประชาสัมพันธ์ตามงานแฟร์นำเข้าหรือส่งออกสินค้าต่างๆ ซึ่งช่องทางในการจัดจำหน่ายจะเป็นทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีสัดส่วนการวางจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ร้อยละ 80 และทางออฟไลน์เพียงร้อยละ 20

ในการทำการพัฒนาแผนธุรกิจการขยายการให้บริการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนของบริษัท เจเจ อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต (ไทยแลนด์) จำกัด ที่จะทำการขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่นั้นจะมีการใช้ลงทุนประมาณ 3,298,000 บาทและมีการคาดการณ์ของรายได้ในปีแรกไว้ที่ประมาณ 30,027,000 บาท จากนั้นยอดขายจะเพิ่มขึ้นตามลำดับถึง 50,000,000 บาทในปีที่ 5 โดยจากที่ประมาณการเบื้องต้นคาดว่าจะมีระยะเวลาคืนทุนภายในระยะเวลา 1.15 ปี ภายใต้ผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) ที่ร้อยละ 111.24 และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ที่ประมาณ 13,269,271 บาท แสดงว่าธุรกิจมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ/ บริษัท เจเจ อิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต (ไทยแลนด์) จำกัด / ขนส่งและนำเข้าสินค้าจากจีน

88 หน้า

