

แผนธุรกิจ

Momo Underarm Cream

ภวัญชน์ คุณอุดม¹
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ²

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์และความเป็นไปได้ของการดำเนินธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวใต้วงแขน Momo Underarm Cream โดยได้ศึกษาวิจัยความเป็นไปได้ของธุรกิจด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าทุกเพศ อายุระหว่าง 18 – 45 ปี เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์ปัจจัยรอบด้าน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ จากผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้สนใจผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวใต้วงแขนเป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า ความปลอดภัยและโปรโมชั่น ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ

Momo Underarm Cream เป็นธุรกิจที่มีแหล่งเงินทุนจากเจ้าของธุรกิจ นางสาวภวัญชน์ คุณอุดม เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว มีจุดขาย คือ ผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวใต้วงแขนสารสกัดจากธรรมชาติ บำรุงผิวใต้วงแขนให้สีผิวกระจ่างใสและระงับกลิ่นกายได้ยาวนานถึง 10 ชั่วโมง เนื้อครีมแห้งไวไม่ทิ้งคราบเหนียวเหนอะหนะไม่แสบผิวให้ความรู้สึกแห้งสบาย ราคา 390 บาท เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของการลงทุนร้าน Momo Underarm Cream พบว่ามีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยใช้งบประมาณ 1,000,000 บาท มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) เท่ากับ 7,311,546.24 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 10.06%

¹นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยกัมบัตติย

Master student, Master of Business Administration Program in Management, Dhurakij Pundit University

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และหัวหน้าหลักสูตรปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ

Assistant Professor and Head of the Department of Bachelor degree, Master of Business Administration

Program in Management, Dhurakij Pundit University

MOMO UNDERARM CREAM BUSINESS

ABSTRACT

This business plan aims to study strategies and feasibility of operating a business for selling Momo Underarm Cream products by researching the business feasibility by giving out a questionnaire to customers of all genders, aged between 18 – 45 years. The information received was used to analyze factors of Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Weaknesses of the business. From the analysis, it was found that those interested in underarm cream products are females aged between 20 to 30 years old, mostly focusing on product quality security and promotion which will affect the purchasing decision.

Momo Underarm Cream is a business that is funded by only business owner Ms. Phawarun Khun-Udom as a sole proprietorship. The product's selling point is natural extracts underarm cream products that nourish the underarm skin to make the skin bright and also functions as a deodorant for up to 10 hours. Aside from the nourishing factors the cream dries quickly, does not leave a sticky residue, does not burn the skin, and feels dry and comfortable. With the price of only 390 baht in consideration of the possibility of investing in Momo Underarm Cream shop, it was found that it was worth the investment. Using a budget of 1,000,000 baht with a net present value of 7,311,546.24 baht, the internal rate of return (IRR) is 10.06%.

1. บทสรุปผู้บริหาร

ในการจัดทำแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงใต้วงแขนครั้งนี้ เกิดจากปัญหาใต้วงแขนหรือรักแร้ทำให้คนส่วนใหญ่เกิดความกังวลไม่น้อย จนกลายเป็นทำให้หมดความมั่นใจและส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่มีเหงื่อออกมาก ผิวใต้วงแขนระคายเคือง คัน ค่ำ การมีกลิ่นไม่พึงประสงค์ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ควรจะมียุติที่แก้ไข

จากการสำรวจโดยการจัดทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์พบว่าเหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงใต้วงแขนเพื่อดับกลิ่นกายหรือไม่พึงประสงค์ ผลิตภัณฑ์จากสารสกัดธรรมชาติ มีลักษณะเป็นเนื้อครีม มีกลิ่นน้ำหอม(ปรุงแต่ง) และพกพาได้สะดวก สามารถใช้งานได้ง่าย ที่สำคัญไม่มีสารก่อให้เกิดอันตราย

ผู้จัดทำแผนธุรกิจจึงคิดหาวิธีแก้ไขปัญหา ทำให้เกิดแนวคิดผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวใต้วงแขน Momo Underarm Cream โดยเน้นสารสกัดจากธรรมชาติ ไม่มีสารที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผิว ช่วยลดปัญหาที่กลิ่นไม่พึงประสงค์ได้ยาวนานและช่วยบำรุงให้ผิวใต้วงแขนขาวกระจ่างใสขึ้น ผลิตภัณฑ์เป็นเนื้อครีมสามารถใช้งานได้ง่าย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ปัญหาดังกล่าวและเป็นอีกทางเลือกในการแก้ไขปัญหา

ทั้งนี้ นอกจากการมุ่งเน้นด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงใต้วงแขนแล้ว ได้ยังมีการจัดทำแผนการดำเนินงานและตั้งเป้าหมายที่สำคัญขององค์กรไว้ เพื่อให้คงคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ แผนบริหารและจัดการองค์กร แผนการตลาด แผนการบริการ แผนการเงิน แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต

แผนบริหารและจัดการองค์กร

บริษัทเป็นองค์กรขนาดเล็ก จัดโครงสร้างตามหน้าที่โดยมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนด และขยายการให้บริการได้ครอบคลุม เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ เรายังได้กำหนดเป้าหมายทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว รวมถึงวิสัยทัศน์พันธกิจ ไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้บุคลากรในองค์กรเข้าใจและปฏิบัติงานในทิศทางเดียวกัน จนนำไปสู่ความสำเร็จ

แผนการตลาด

บริษัทได้จัดทำแผนการตลาดทุกไตรมาส เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ารับรู้และจดจำผลิตภัณฑ์ของเราได้ มีการศึกษานำข้อมูลด้านพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ไปวิเคราะห์ความต้องการในอนาคต และกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ที่เหมาะสม ให้สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

แผนการดำเนินงาน

มุ่งมั่นพัฒนาการขายให้มีมาตรฐาน ทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์ นำข้อเสนอแนะจากลูกค้ามาปรับปรุงพัฒนาคุณภาพของสินค้าและการให้บริการ มีแนวทางรับมือเมื่อเกิดวิกฤตขึ้นกับธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจก้าวเดินต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ ตัวแทนจัดจำหน่าย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่าย มีการกำหนดเป้าหมายระยะสั้น ระยะยาว รวมถึงวิสัยทัศน์ และพันธกิจ ไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้พนักงานทุกคนในองค์กรเข้าใจและปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน จนนำไปสู่ผลสำเร็จร่วมกันในอนาคต

แผนการเงิน

Momo Underarm Cream เป็นธุรกิจที่มีแหล่งเงินทุนจากเจ้าของกิจการทั้งสิ้น โดยมีเงินลงทุนเริ่มแรก 1,000,000 บาท ในส่วนของจุดคุ้มทุน กิจการจะต้องขายสินค้าเป็นจำนวน 587 ตัวต่อเดือน หรือ 20 ตัวต่อวัน จึงจะคุ้มทุน การคำนวณค่า NPV (Net Present Value) มีค่าเท่ากับ 7,311,546.24 จะเห็นได้ว่าค่า NPV มีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าการลงทุนในโครงการแผนธุรกิจ Momo Underarm Cream มีผลกำไร เหมาะสำหรับการลงทุน สำหรับค่า IRR (Internal Rate of Return) มีค่าเท่ากับ 10.06% จะเห็นได้ว่าค่า IRR มีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับในโครงการแผนธุรกิจ Momo Underarm Cream มีประสิทธิภาพสูง มีการจัดทำแผนการเงินเพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้าง และรักษาผลกำไรของธุรกิจ ประเมินการงบประมาณต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นให้เกิดความสมดุล รวมทั้งเพื่อเป็นการแสดงผลการดำเนินงานของธุรกิจ และฐานะทางการเงิน ว่ามีความเหมาะสม และคุ้มค่าหรือไม่ ให้สามารถจัดการกับทรัพยากรและเงินทุนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

แผนฉุกเฉิน

เพื่อเป็นการเตรียมตัวรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตและส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้ เราจึงได้มีการจัดทำแผนธุรกิจฉุกเฉินเพื่อที่จะประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและวางแนวทางป้องกันแก้ไข เพื่อให้สถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อธุรกิจน้อยที่สุด

2. ความเป็นมาของธุรกิจ

ในปัจจุบันของสังคมไทย สื่อออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่าย เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อแบรนด์และภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจอย่างมาก เพราะผู้ใช้สื่อออนไลน์นิยมโพสต์แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และแบรนด์ ผ่านสื่อออนไลน์ จึงทำให้ธุรกิจมีความเติบโตอย่างรวดเร็ว

และเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพและความงามมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้ตัวเองในการเข้าสังคมมากขึ้น นอกจากนี้ประเทศไทยมีลักษณะอากาศที่ร้อน ทำให้เกิดเหงื่อได้ง่าย และเกิดการอับชื้นใต้วงแขนทำให้เกิดกลิ่นไม่พึงประสงค์ หรือบางคนอาจเกิดจากพันธุกรรม สร้างความไม่มั่นใจให้กับผู้หญิงและผู้ชายที่มีกลิ่นตัว อาจส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน จึงมีแนวคิดที่จะทำธุรกิจขายครีมทารักแร้ ที่มีคุณสมบัติช่วยในเรื่องระงับกลิ่นกาย ทำให้ผิวขาวใสขึ้น และที่สำคัญยังต้องผลิตจากสารสกัดที่ปลอดภัย

สำหรับสถานการณ์ตลาดในประเทศของผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย และแนวโน้มนปี 2550 นั้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย เห็นว่ามีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้ มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายภายในประเทศในปี 2550 น่าจะมีมูลค่าประมาณ 2,600-2,700 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10-15 ทั้งนี้ แม้ว่าปัจจุบันตลาดผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายจะมีมูลค่าตลาดไม่มากนักเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์นอมนิ่ว ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม และผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก แต่ก็พบว่า อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาเติบโตเฉลี่ยเป็นเลข 2 หลักมาโดยตลอด ดังนั้นทางผู้จัดทำ จึงมีแนวคิดที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวใต้วงแขนที่ผลิตจาก สารสกัดจากธรรมชาติและปราศจากสารเคมี ที่มีคุณสมบัติให้ความรู้สึถึงถึงความแห้งสบาย ไม่เหนียวเหนอะหนะ และมีประสิทธิภาพในการปกป้องกลิ่นกายกระชับรูขุมขน ทำให้ลูกค้าที่ได้ใช้สินค้ามีความมั่นใจในตัวเองเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นที่น่าสนใจโดยผลิตภัณฑ์นี้จะมีช่องทางการจัดจำหน่ายทาง Online ทั้งเพื่อให้ผู้ที่สนใจในผลิตภัณฑ์สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ตลอดเวลา

3. สินค้าและบริการ

ร้าน Momo Underarm Cream จำหน่ายผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงใต้วงแขน ที่สามารถใช้ได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Instagram) ครีมมีประสิทธิภาพในการปรับผิวใต้วงแขนให้ขาวกระจ่างใสและระงับกลิ่นกายได้ยาวนานสิบชั่วโมงระงับการเกิดแบคทีเรียที่เป็นต้นเหตุของกลิ่นกายไม่พึงประสงค์เมื่อใช้อย่างต่อเนื่องจะช่วยปรับสีผิวให้สม่ำเสมอด้วยเนื้อครีมที่อ่อนโยน ต่อผิวแม้ผิวที่บอบบางแพ้ง่ายช่วยลดเซลล์ผิวที่คล้ำ ทั้งจากการโกนหรือถอนพร้อมกระชับรูขุมขนทำให้ผิวนี้นาสัมผัสเนื้อครีมแห้งไวไม่ทิ้งคราบไม่เหนียวเหนอะหนะไม่แสบผิวให้ความรู้สึถึงถึงความสบายควรรใช้เป็นประจำอย่างต่อเนื่องเพื่อเห็นผลลัพธ์ได้อย่างชัดเจน

สารสกัด Active Ingredients ของผลิตภัณฑ์

1. วิตามินบี เพิ่มความใสให้ผิวใต้วงแขนอย่างอ่อนโยน ช่วยฟื้นฟูผิวใต้วงแขนพร้อมต่อต้านอนุมูลอิสระและกระชับรูขุมขนใต้วงแขนอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ว่านหางจระเข้สด ออร์แกนิกจากเกาะเจจูที่มีความ เป็นธรรมชาติสูงช่วยลดการ ระบายเคืองของผิวได้วางแขนและขจัดความแห้งกร้านจากการ โคนหรืออดนอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. สารสกัดลูกพลับญี่ปุ่น ช่วยระงับกลิ่นไม่พึงประสงค์อย่างทรงประสิทธิภาพและ สามารถต้านเชื้อแบคทีเรียจึงสามารถระงับกลิ่นได้ยาวนานถึง 10 ชั่วโมง

4. Hyaluronic acid ช่วยกระชับรูขุมขน ลดค่อมหนังไก่ได้วางแขน ผลัดกันท์สามารถใช้ได้ทั้งกลางวันและกลางคืน ราคา 390 บาท ลูกค้าสามารถสอบถามหรือสั่งซื้อสินค้าได้ผ่าน ช่องทาง Instagram และ LINE Official

จุดเด่นในด้านสินค้าและบริการ ดังนี้

1. จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลบำรุงใด้วางแขน เนื้อครีมเกลี่ยง่าย แห้งเร็ว
2. ช่วยปรับสีผิวใด้วางแขน และระงับกลิ่นกาย
3. No paraben
4. จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมง
5. มีบริการจัดส่งที่รวดเร็ว ทันใจ ลูกค้า ค่าบริการจัดส่งเพียง 50 บาท/ออเดอร์ หาก สั่งซื้อ 2 ชิ้นขึ้นไป บริการจัดส่งให้ฟรี
6. ให้คำปรึกษา และแนะนำสินค้า พร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมา ปรับปรุงแก้ไข พัฒนาสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้นทุกวัน

4. การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

4.1 สถานะอุตสาหกรรม สถานะตลาดและแนวโน้ม

สำหรับในภาพรวมของธุรกิจอุตสาหกรรมความงาม ธุรกิจความงามมีการเติบโตอย่างมาก มาตรฐานทางความงามเปลี่ยนไปตามไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไป เมื่อปีผ่านมามีวิถีชีวิตของ คนเปลี่ยนไปโดยสิ้นเชิงเพราะวิกฤติโควิด ทำให้เกิดเทรนด์ความงามที่แตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ ทั่วโลก ตลาดสกินแคร์เติบโตอย่างก้าวกระโดดในช่วงวิกฤติโควิด ที่คนส่วนใหญ่ทำงานจากที่บ้านจึงหันมาดูแลตัวเองมากขึ้นและเป็นวิถีทางการคลายเครียดรูปแบบหนึ่ง เป็นไปได้ว่าเทรนด์ บางอย่างที่เกิดขึ้นเนื่องจากโควิด-19 อาจกลายเป็นสิ่งที่คงอยู่ถาวร เพราะผู้คนเริ่มมีกิจวัตรความ งามในการดูแลร่างกาย เช่น ผิว และหนังศีรษะ จนกลายเป็นความเคยชิน หลายเทรนด์จึงน่าจะคง อยู่ต่อไป แต่ไม่ว่าอะไรจะเกิดขึ้น อุตสาหกรรมความงามจะยังคงมีการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ดังนั้นจึงยัง โอกาสสำหรับผู้ที่สนใจจะเข้าทำธุรกิจในด้านนี้อยู่เสมอ

4.2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายของลูกค้า ที่ต้องการผลิตภัณฑ์ดูแลผิวใต้วงแขนให้ขาวกระจ่างใสและกำจัดกลิ่น เนื้อครีมที่ปราศจากสารเคมี สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มเป้าหมายหลัก

เพศหญิง อายุ 18-45 ปี ระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมเป็นต้นไป และมีรายได้ตั้งแต่ 10,000-50,000 บาท

กลุ่มเป้าหมายรอง

เพศชาย อายุ 18-45 ปี

4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SWOT Analysis)

<p>จุดแข็ง (Strength)</p> <ol style="list-style-type: none">1. ผลิตภัณฑ์มีส่วนผสมจากธรรมชาติใช้กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานจากโรงงานผ่านการตรวจสอบคุณภาพและมีการรับรองคุณภาพ2. ผลิตภัณฑ์มีสูตรและนวัตกรรมการผลิตเฉพาะ จึงสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจแก่ลูกค้า3. เป็นนวัตกรรมทางเลือกที่ใช้แล้วเห็นผลสามารถเข้าถึงง่าย	<p>จุดอ่อน (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none">1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ายังไม่รู้จักจึงจำเป็นต้องทำการโฆษณาเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงมากยิ่งขึ้น2. ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย (ไม่มีหน้าร้าน ให้ลูกค้าได้ชมสินค้า)3. เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่ และมีขนาดเล็ก จึงมีทุนในการผลิตสินค้าน้อย
<p>โอกาส (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none">1. ปัจจุบันอำนาจของสื่อออนไลน์ ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้มากขึ้น2. จากสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์เป็นตัวเลือกลำดับกลุ่มลูกค้า ที่มีงบประมาณจำกัด ในการแก้ไขปัญหาได้วงแขน3. มีความเป็นไปได้ในการขยายตลาดไปในระดับส่งออก ซึ่งมีความต้องการผลิตภัณฑ์เช่นกัน	<p>อุปสรรค (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none">1. การแข่งขันในตลาดเดียวกันค่อนข้างสูง2. มีผู้ผลิตรายใหญ่จำนวนมาก จึงไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะเข้าไปแข่งขันในตลาด3. เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในท้องตลาด อาจทำให้ลูกค้ายังไม่เชื่อถือ

4.4 การจัดทำกลยุทธ์ TOWS Matrix

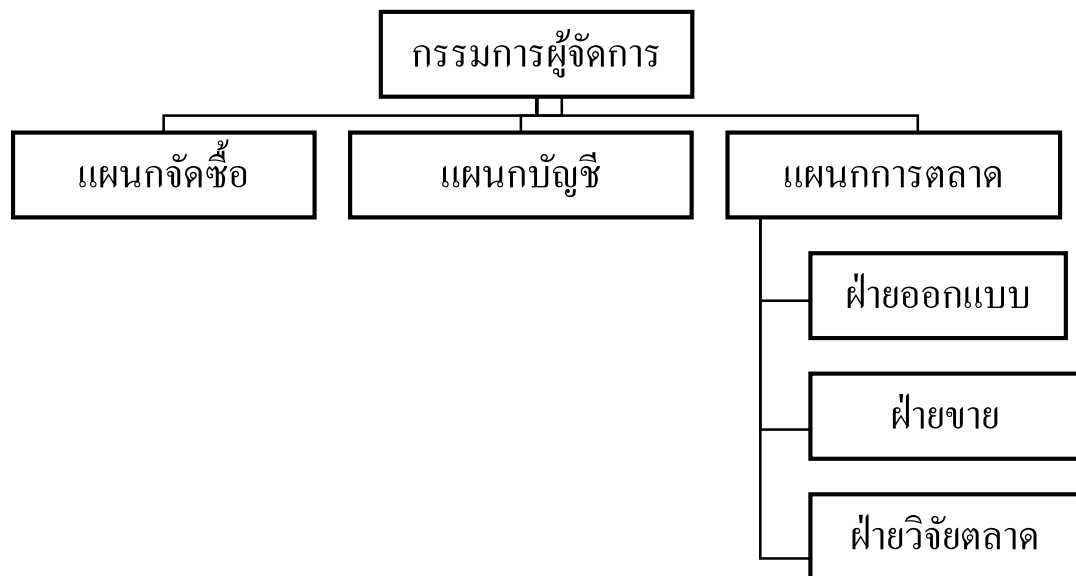
<p style="text-align: center;">ภายใน</p> <p style="text-align: center;">ภายนอก</p>	<p>จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตภัณฑ์มีส่วนผสมจากธรรมชาติใช้กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานจากโรงงานผ่านการตรวจสอบคุณภาพและมีการรับรองคุณภาพ 2. ผลิตภัณฑ์มีสูตรและนวัตกรรมการผลิตเฉพาะ จึงสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจแก่ลูกค้า 3. เป็นนวัตกรรมทางเลือกที่ใช้แล้วเห็นผล สามารถเข้าถึงง่าย 	<p>จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ายังไม่รู้จักจึงจำเป็นต้องพึ่งการโฆษณาเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงมากยิ่งขึ้น 2. ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย (ไม่มีหน้าร้าน ให้ลูกค้าได้ชมสินค้า) 3. เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่ และมีขนาดเล็ก จึงมีทุนในการผลิตสินค้าน้อย
<p>โอกาส (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ปัจจุบันอำนาจของสื่อออนไลน์ ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้มากขึ้น 2. จากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์เป็นตัวเลือกสำหรับกลุ่มลูกค้า ที่มีงบประมาณจำกัด ในการแก้ไขปัญหาได้วางแผน 3. มีความเป็นไปได้ในการขยายตลาดไปในระดับส่งออกซึ่งมีความต้องการผลิตภัณฑ์เช่นกัน 	<p>กลยุทธ์เชิงรุก SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. S1,O1 = จัดทำโฆษณาถึงผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตจากส่วนผสมจากธรรมชาติ กระบวนการผลิตได้มาตรฐานเพื่อรองรับ ลูกค้าเป้าหมาย และขายในราคาที่ยืดหยุ่นได้ 2. S3,O2 = จัดโปรโมชั่นส่งฟรี เพื่อทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า 	<p>กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. W1,O1 = ทำการตลาดตามกราฟแอสายม และโฆษณาให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น 2. W3,O3 = หาแหล่งระดมทุนให้กิจการ เพื่อให้กิจการสามารถขยายตัวได้มากขึ้น
<p>อุปสรรค (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การแข่งขันในตลาดเดียวกันค่อนข้างสูง 2. มีผู้ผลิตรายใหญ่อีกจำนวนมาก จึงไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะเข้าไปแข่งขันในตลาด 3. เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในท้องตลาด อาจทำให้ลูกค้ายังไม่เชื่อถือ 	<p>กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. S2,O1 = สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า บริการและส่งเสริมสินค้าให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และบอกต่อสินค้า 	<p>กลยุทธ์เชิงรับ WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. W2,O3 = ส่งสินค้าให้ Influencer รีวิวเพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักและเข้าถึงสินค้าได้มากขึ้น

5. แผนการบริหารจัดการ

5.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	Momo Underarm Cream
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ	493/1 ซอยรัชดาภิเษก 36 แยก 9-11 ถ.รัชดาภิเษก แขวง จันทระเกษม เขตจตุจักร กทม. 10900
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	ธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงใต้วงแขน
เงินลงทุนเริ่มแรก	1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน)

5.2 โครงสร้างในการบริหารธุรกิจ



ภาพที่ 1 แสดงโครงสร้างองค์กร

6. แผนการตลาด

6.1 เป้าหมายทางการตลาด

เป้าหมายระยะสั้น

- ทำการตลาดให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก โดยเน้นที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพศหญิง
- ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีการสั่งซื้อไม่น้อยกว่าวันละ 30 ออเดอร์ต่อวัน ภายใน 6 เดือน

- มีช่องทางจำหน่ายสินค้า เช่น Facebook, Shopee และ Lazada

เป้าหมายระยะกลาง (ภายใน 3-5 ปี)

- ขยายพื้นที่ให้บริการทั้งออนไลน์ โดยสร้างตัวแทนขายเพื่อเพิ่มช่องทางกระจายสินค้า ภายในปี พ.ศ. 2566 และต้องมีกำไรไม่น้อยกว่า 1,200,000 บาท

เป้าหมายระยะยาว (ภายใน 6-10 ปี)

- ผลិតภัณฑ์สามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่าปีละ 1,200,000 บาท ภายในปี พ.ศ. 2568 และมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า
- มีผลิตใหม่ๆรองรับความต้องการของลูกค้าอย่างน้อย 3 ผลิตภัณฑ์
- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์ เพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มากขึ้น

7. แผนการดำเนินงาน

7.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

- ขั้นตอนที่ 1. ลูกค้าดูสินค้าได้จาก Instagram มีข้อมูลสินค้า คุณสมบัติ ราคา และโปรโมชั่น
- ขั้นตอนที่ 2. สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม สั่งซื้อผ่านทาง Line Official
- ขั้นตอนที่ 3. ส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว
- ขั้นตอนที่ 4. เก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้า ขอความคิดเห็นจากผู้ใช้ผลิตภัณฑ์
- ขั้นตอนที่ 5. นำข้อมูลมาพัฒนาผลิตภัณฑ์

8. แผนการเงิน

8.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

กิจการใช้แหล่งเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นในการลงทุน เป็นจำนวนเงิน 1,000,000 บาท

8.2 จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

จากการคำนวณจุดคุ้มทุน (Break Even Point) กิจการจะต้องขายสินค้าเป็นจำนวน 587 ตัวต่อเดือน หรือ 20 ตัวต่อวัน จึงจะคุ้มทุน

8.3 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ NPV (Net Present Value)

จากการคำนวณค่า NPV (Net Present Value) มีค่าเท่ากับ 7,311,546.24 จะเห็นได้ว่า

ค่า NPV มีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าการลงทุนในโครงการแผนธุรกิจ Momo Underarm Cream มีผลกำไร เหมาะสำหรับการลงทุน

8.4 อัตราผลตอบแทนที่แท้จริงจากการลงทุน IRR (Internal Rate of Return)

จากการคำนวณค่า IRR (Internal Rate of Return) มีค่าเท่ากับ 10.06% จะเห็นได้ว่าค่า IRR มีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับในโครงการแผนธุรกิจ Momo Underarm Cream ดีมาก

9. แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต

9.1 แผนฉุกเฉินกรณีที่มียอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย

9.1.1 แผนฉุกเฉิน

9.1.1.1 กรณีที่ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย

จัดทำส่งเสริมการขายมากขึ้น เพื่อเพิ่มจำนวนยอดขาย ดังนี้

1. รับส่วนลด 5% สำหรับลูกค้า ที่สั่งซื้อสินค้า ในช่วงวันและเวลาพิเศษของแต่ละเดือน เช่น ได้รับส่วนลด 5% ถ้าสั่งซื้อสินค้าวันที่ 1 เดือน 1 ช่วงเวลาตั้งแต่ 12.00 น. – 15.00 น. เป็นต้น
2. ส่งสินค้าฟรี เมื่อสั่งซื้อสินค้า 2 กระปุกขึ้นไป
3. จัดโปรโมชั่นซื้อ 2 แถม 1
4. แจกผลิตภัณฑ์ขนาดทดลองใช้

9.1.1.2 กรณีที่ยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

เมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าเข้ามาจำนวนมากทำให้สต็อกสินค้าที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าจะเปิดการพรีออเดอร์สินค้าเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

9.1.1.3 กรณีเผชิญปัญหาด้านบุคลากร

ประชุมผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อหาสาเหตุของปัญหาที่ทำให้เกิดปัญหาและนำข้อมูลมาหาทางป้องกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

9.1.1.4 กรณีขาดสภาพคล่องทางการเงิน

หาแหล่งกู้ยืมเงินระยะสั้นจากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ เพื่อนำมาหมุนเวียนภายในธุรกิจ เพื่อให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจน้อยที่สุด

9.2 แผนในอนาคต

ธุรกิจ Momo Underarm Cream ได้วางแผนอนาคตโดยหลักจากยอดขายประสบความสำเร็จ จากนั้นจะขยายธุรกิจโดยมีหน้าร้านและตัวแทนจำหน่าย เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายและขยายตลาดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ปทุมชญา พัชรนรากุล. (2560). แผนธุรกิจครีมกันแดดสูตรเย็น. การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

นางสาวรพร อวะจินดา. (2561). แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสารสกัดจากข้าวไรซ์เบอร์รี่ (Riceberry). การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เหมือนพระอาทิตย์. (2564). "โลกแห่งความงาม" เปลี่ยนไป? เจาะตลาด มองเทรนด์ ภายใต้วิกฤติโควิด. สืบค้น 4 ตุลาคม 2564 จาก <https://www.thairath.co.th/scoop/theissue/2114796>

กรุงเทพธุรกิจ. (2564). สนค. เผยผลสำรวจคนไทยซื้อออนไลน์กระจายยอดพุ่ง 75,000 ล้านต่อเดือน. สืบค้น 10 ตุลาคม 2564 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/946490>

ศศ.พญ.จรัสศรี พียาพรรณ. (2560). กลิ่นตัว. สืบค้น 13 ตุลาคม 2564 จาก <https://www.si.mahidol.ac.th/th/healthdetail.asp?aid=1097>