

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเข้าสู่ตลาดและการเงินผลิตภัณฑ์จัดกราบบนเสื้อผ้า  
ภายใต้แบรนด์ WIP



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานสารนิพนธ์เรื่องผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเข้าสู่ตลาดและการเงินของธุรกิจทำความสะอาดและจัดกราบบนเสื้อผ้า เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต

ทางคณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงแก่ อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานกรรมการ และคณะกรรมการที่ปรึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนพล วีราสา อาจารย์กฤษกร สุขเวชชวรกิจ และ อาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่มีประโยชน์แก่คณะผู้วิจัยจนทำให้รายงานสารนิพนธ์ฉบับนี้เกิดขึ้นมา

นอกจากนี้ทางคณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณสมาชิกในครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และขอขอบคุณเพื่อนๆทุกท่านที่แสดงความคิดเห็น ให้คำแนะนำ และให้กำลังใจมาโดยตลอด ขอคุณบรรยาศการเรือน การสอนชั้นแนวหน้าที่เข้าหาหน้าที่ทุกท่านในวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลมอบให้ ทั้งนี้หากมีข้อผิดพลาดประการใด คณะผู้วิจัยขอรับไว้ และขออภัยมา ณ ที่นี้

กวิตา วุฒิจำนงค์

## บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท วิปฟ์ จำกัด เป็นธุรกิจที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า ภายใต้ชื่อ แบรินด์ วิปฟ์ (WIP) ซึ่งมีคุณสมบัติในการจัดกราบเป็นต้นต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคราบเครื่องสำอาง อาหาร เครื่องดื่ม รวมไปถึงคราบเปื้อนจากหมึกปากกาได้อย่างมีประสิทธิภาพ จัดกราบออกได้อย่างง่ายดาย อีกทั้งยังใช้งานสะดวก และที่สำคัญคือสามารถตอบโจทย์ความต้องการจัดกราบบนเสื้อผ้าโดยไม่ต้องซักของร้านขายเสื้อผ้าได้เป็นอย่างดี

แนวคิดธุรกิจผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP เกิดจากประสบการณ์ตรงของหนึ่งในผู้ก่อตั้ง ที่อยู่ในธุรกิจเครื่องแต่งกาย พบว่าร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิงส่วนใหญ่ประสบปัญหาที่หนักใจเกี่ยวกับคราบเปื้อนบนเสื้อผ้า เฉลี่ย 8-10 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งจำเป็นต้องถูกทำความสะอาดโดยเร็ว เพราะหากทิ้งไว้จะทำให้สินค้ากลายเป็นของมีตำหนิ ซึ่งลูกค้าไม่ต้องการของมีตำหนิ ทำให้เสียโอกาสการขาย ต้องขายลดราคาและหากขายไม่ได้อาจส่งผลให้ขาดทุนในที่สุด และยิ่งไปกว่านั้นร้านขายเสื้อผ้าไม่สามารถนำเสื้อผ้าที่เปื้อนคราบไปซักทำความสะอาดตามปกติได้ เนื่องจากเสื้อผ้าที่ขายหากซักแล้วจะกลายเป็นสินค้ามือสองทันที

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหา คราบเปื้อนบนเสื้อผ้า จึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถช่วยขจัดปัญหาหนักใจของเจ้าของร้านขายเสื้อผ้าคือคราบเปื้อนต่าง ๆ บนเสื้อผ้าให้หายไปได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ง่ายดาย ไม่ทำลายเนื้อผ้า ไม่ระคายเคืองผิวหนัง ไม่ต้องนำไปซักทำความสะอาด หากพบคราบเปื้อนบนเสื้อผ้า เพียงนำสเปรย์มาฉีดลงบนคราบแล้วใช้ผ้าสะอาดหรือแปรงมาทำความสะอาด คราบเปื้อนนั้นจะหายไปได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย

ในด้านการตลาด WIP ได้วางเป้าหมายเป็นผลิตภัณฑ์จัดกราบเปื้อนบนเสื้อผ้าอันดับ 1 ที่ร้านขายเสื้อผ้าเลือกใช้และไว้วางใจภายในระยะเวลา 1 ปี ซึ่งตั้งราคาจำหน่ายอยู่ที่ 159 บาท โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์ WIP ได้แก่ร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิงที่อยู่บริเวณแหล่งศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ สยามสแควร์ ยูเนี่ยนมอลล์ แพลตตินั่ม เทอมินอล 21 ตลาดนัดจตุจักร ที่มีจำนวนประมาณ 4,500 ร้าน ซึ่งช่องทางจัดจำหน่ายแรก คือ SOS sense of style ซึ่งเป็น Multi brand Store ที่มีแบรนด์เสื้อผ้าอยู่กว่าร้อยแบรนด์ โดยบริษัทฯ จะเริ่มต้นทำการโปรโมทผ่านช่องทาง Offline เพื่อทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักและกล้าทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ WIP ผ่าน

## บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

แคมเปญ “เก่าแลกใหม่” โดยออกบูธตามแหล่งศูนย์การค้าเสื้อผ้าขนาดใหญ่ให้ร้านขายเสื้อผ้า นำเสื้อผ้าที่เพื่อนมาทดลองขจัดกราบด้วยผลิตภัณฑ์ WIP และกดติดตามสื่อโซเชียลมีเดียของแบรนด์ เพื่อรับผลิตภัณฑ์ขนาดทดลองไปใช้ฟรี เมื่อทดลองใช้แล้วพอใจในประสิทธิภาพ อาจส่งผลให้เกิดการซื้อใช้และบอกต่อตามมาในอนาคต และบริษัทฯ ได้ฐานข้อมูลลูกค้าจากทางออนไลน์ เพื่อทำการสื่อสารการตลาดผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่อไป ในส่วนการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทาง Online เน้นการให้ข่าวสารข้อมูล แนะนำผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีที่น่าสนใจและจัดกิจกรรมผ่าน YouTube และโซเชียลมีเดียของแบรนด์ อีกทั้งยังสร้างความน่าเชื่อถือ โดยใช้อินฟลูเอนเซอร์เป็นเจ้าของร้านขายเสื้อผ้าที่เป็นที่รู้จักในวงการ

ในการดำเนินธุรกิจ ในปีแรกบริษัทฯ ต้องใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 428,000 บาท เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายของอุปกรณ์สำนักงาน ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน เช่น ค่าขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ และค่าพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ และเงินทุนหมุนเวียน สำหรับการสต็อกสินค้า ลูกหนี้การค้า มียอดขายในปีแรก 5,406,000 บาท โดยมีกำไรสุทธิจากการดำเนินงานในปีแรก 1,747,360 บาท และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี ภายใน 5 ปี บริษัทฯ จะมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (net present value) อยู่ที่ 12,946,658 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 461.60 และระยะเวลาคืนทุน 6 เดือน

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
<b>บทที่ 1</b> ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ	1
1.2 ภาพรวมของธุรกิจ	2
1.3 รูปแบบธุรกิจ	4
1.4 ลักษณะของผลิตภัณฑ์	4
1.4.1 รูปแบบผลิตภัณฑ์	4
1.4.2 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	5
1.4.3 หลักการทำงานของผลิตภัณฑ์	6
1.4.4 ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์	6
1.4.5 การใช้งานผลิตภัณฑ์	7
1.4.6 คุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์	8
<b>บทที่ 2</b> การกำหนดกลยุทธ์และแผนการตลาด	<b>9</b>
2.1 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goal)	9
2.2 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objecting)	9
2.3 ตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Positioning)	10
2.4 หัวใจสำคัญของแบรนด์ (Brand Essence)	11
2.5 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)	11
2.5.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies)	11
2.5.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)	12

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.5.3 กลยุทธ์ด้านการเข้าถึงลูกค้า (Channel Strategy)	12
2.5.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (IMC)	13
<b>บทที่ 3 การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ</b>	<b>17</b>
3.1 รายละเอียดคณะกรรมการผู้บริหาร	17
3.1.1 คณะกรรมการบริหาร (BOARD OF DIRECTOR)	17
3.2 โครงสร้างองค์กร	18
3.2.1 การบริหารและจัดการองค์กร	18
3.2.2 คุณสมบัติพนักงาน	19
3.3 นโยบายในการบริหารงาน	21
3.3.1 นโยบายในด้านการบริหารบุคคล	21
3.3.2 นโยบายการบริหารจัดการองค์กร	21
<b>บทที่ 4 แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ</b>	<b>22</b>
4.1 ทำเลที่ตั้ง	22
4.1.1 สำนักงานใหญ่	22
4.1.2 สถานที่เก็บสินค้าก่อนจัดจำหน่าย	22
4.1.3 สถานที่ผลิต	22
4.2 กิจกรรมก่อนดำเนินงาน	24
4.2.1 การศึกษาและวิเคราะห์อุตสาหกรรมเพื่อรวบรวม ในการประกอบธุรกิจ	24
4.2.2 การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์	24
4.2.3 การพัฒนาสูตรร่วมกับโรงงานผู้ผลิต	24
4.2.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	25
4.2.5 การทดสอบผลิตภัณฑ์ ตลาด และวางแผนการผลิต	26
4.2.6 การขอขึ้นทะเบียน อย.	26
4.3 กิจกรรมระหว่างดำเนินงาน	26

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3.1 ด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์	26
4.3.2 ด้านการวางแผนการผลิต	27
4.3.3 ด้านการตั้งชื่อวัตถุดิบ สินค้าสำเร็จรูปและการเก็บสต็อกสินค้า	37
4.3.4 ด้านการตลาดและการขาย	28
4.3.5 การประเมินผลหลังการจำหน่าย	28
4.3.6 ด้านการจัดทำบัญชีและการเงิน	28
4.4 แผนการดำเนินงาน	29
<b>บทที่ 5 สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน</b>	<b>30</b>
5.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน	30
5.2 ที่มาของรายได้	31
5.3 การประมาณการต้นทุนการผลิตและการบริหาร	33
5.3.1 ต้นทุนผันแปร	33
5.3.2 ต้นทุนคงที่	34
5.4 ประมาณการงบกำไรขาดทุนและงบดุล	35
5.5 ระยะเวลาในการคืนทุนและจุดคุ้มทุน	38
5.6 อัตราส่วนทางการเงินของบริษัท	39
<b>บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน</b>	<b>41</b>
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>43</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>44</b>
ภาคผนวก ก ตลาดผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด	45
ภาคผนวก ข แบบสำรวจความพึงพอใจผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดคราบบนเสื้อผ้า WIP	47
ภาคผนวก ค การทดสอบตลาด (Market Test)	50
ภาคผนวก ง ใบเสนอราคาสารตั้งต้นผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดคราบบนเสื้อผ้า WIP	54
ภาคผนวก จ ใบเสนอราคาสารตั้งต้นผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดคราบบนเสื้อผ้า WIP	55
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>56</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงรายชื่อผู้ร่วมหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้น	17
2	แสดงจำนวนพนักงาน และแรงงานในการขายและบริหาร	19
3	แสดงสัดส่วนแต่ละช่องทางจำหน่ายและจำนวนที่จำหน่ายในแต่ละช่องทาง ในปีที่ 1	27
4	แผนการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP	29
5	แสดงแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุนในปีที่ 1 (หน่วย: บาท)	31
6	ตารางแสดงรายการค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน (หน่วย: บาท)	31
7	แสดงถึงสัดส่วนแต่ละช่องทางจำหน่ายและจำนวนที่จำหน่ายในแต่ละช่องทางในปีที่ 1	32
8	ปริมาณการขายและผลิตตามประมาณการยอดขาย (หน่วย: ชิ้น)	32
9	ประมาณการยอดขายต่อปี (หน่วย: บาท)	33
10	ต้นทุนค่าวัตถุดิบในการผลิต WIP (ต้นทุนผันแปรได้ต่อหน่วย)	33
11	ประมาณการต้นทุนค่าวัตถุดิบผันแปรต่อปี (หน่วย: บาท)	34
12	ประมาณการต้นทุนค่าแรงเงาที่ใช้ในการขายและการบริหาร (ต่อปี)	34
13	ประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่ายทางการตลาดต่อปี (หน่วย: บาท)	34
14	ประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการขายและการบริหาร (หน่วย: บาท)	35
15	ประมาณการงบกำไรขาดทุนของบริษัทภายในระยะเวลา 5 ปี (หน่วย: บาท)	36
16	ประมาณการโครงสร้างต้นทุนภายในระยะเวลา 5 ปี	36
17	ประมาณการงบดุลของบริษัทภายในระยะเวลา 5 ปี	37
18	กระแสเงินสดสุทธิของบริษัทภายในระยะเวลา 5 ปี	38
19	อัตราส่วนทางการเงิน	39



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1	3
2	4
3	5
4	6
5	7
6	8
7	10
8	11
9	15
10	16
11	18
12	23
13	23
14	24
15	25
16	25

## บทที่ 1

### ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

#### 1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ

จากประสบการณ์ตรงของหนึ่งในผู้ก่อตั้ง ที่อยู่ในธุรกิจเครื่องแต่งกาย พบว่าร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิงส่วนใหญ่ประสบปัญหาที่กังวลใจตรงกันอยู่ปัญหาหนึ่ง นั่นคือ คราบเปื้อนบนเสื้อผ้า ซึ่งสาเหตุเกิดจาก เครื่องสำอางของลูกค้าที่เปื้อนใส่เสื้อผ้าขณะที่ลองสินค้า หรืออาหารเครื่องดื่มที่ลูกค้าทำหกใส่สินค้าขณะเลือกชม เป็นต้น บางคนอาจมองว่าเป็นเพียงคราบเล็ก ๆ ไม่น่าก่อให้เกิดปัญหาได้ แต่คราบเล็ก ๆ เหล่านี้ สามารถทำให้เจ้าของร้านขายเสื้อผ้าหนักใจและสูญเสียรายได้มากมายเลยทีเดียว

ทางผู้ก่อตั้งได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญของปัญหารอยคราบเปื้อนบนเสื้อผ้า จึงได้ทำการสำรวจเพื่อวิเคราะห์หาโอกาสทางธุรกิจ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและทำแบบสอบถาม จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างเจ้าของร้านขายเสื้อผ้าที่อยู่บริเวณแหล่งศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ สยามสแควร์ ยูเนี่ยนมอลล์ แพลตตินั่ม จำนวน 105 ร้าน พบว่าร้อยละ 82 ของกลุ่มตัวอย่าง มีความกังวลต่อปัญหาคราบเปื้อนบนเสื้อผ้าและต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถช่วยขจัดคราบออกได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกรวดเร็ว โดยร้อยละ 75 ของคราบเปื้อนบนเสื้อผ้าเป็นคราบที่เกิดจากรอยเปื้อนเครื่องสำอาง รองลงมาเป็นอาหารเครื่องดื่ม หมึกปากกา และอื่น ๆ ตามลำดับ โดยเฉลี่ยพบคราบเปื้อน 8-10 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งคราบดังกล่าวจำเป็นต้องถูกทำความสะอาดโดยเร็ว เพราะหากทิ้งไว้จะทำให้ สินค้ากลายเป็นของมีตำหนิซึ่งลูกค้ามักไม่ต้องการ ทำให้เสียโอกาสการขาย และหากขจัดคราบออกไม่ได้ ทางร้านอาจต้องยอมลดราคาสินค้าเพื่อให้ลูกค้ายอมซื้อสินค้านั้นๆ เพราะหากขายไม่ได้อาจส่งผลให้ขาดทุนในที่สุด ยิ่งไปกว่านั้นร้านขายเสื้อผ้าไม่สามารถนำเสื้อผ้าที่เปื้อนคราบไปซักทำความสะอาดตามปกติได้ เนื่องจากเสื้อผ้าที่ขายหากซักแล้วจะกลายเป็นสินค้ามือสองทันที

นอกจากนี้ จากการสำรวจผลิตภัณฑ์ขจัดคราบที่มีอยู่ในตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ฟิววช แบรินค์ต่าง ๆ ยังไม่สามารถขจัดคราบเปื้อนบนเสื้อผ้าได้ทันที แต่ต้องทาทิ้งไว้สักพัก หรือแช่น้ำ

ข้ามคืนแล้วนำไปซักทำความสะอาดด้วยน้ำเปล่าอีกครั้ง ไม่สามารถทำความสะอาดได้ทันที ไม่สะดวกรวดเร็วในการใช้งาน และส่วนใหญ่มีสารเคมีรุนแรงเป็นส่วนประกอบจึงอาจก่อให้เกิดการระคายเคืองผิวหนังหรือเนื้อผ้าได้ ทางผู้ก่อตั้งจึงได้คิดค้นผลิตภัณฑ์เพื่อมาแก้ปัญหานี้โดยตรงในรูปแบบสเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า ที่มีคุณสมบัติในการขจัดคราบเปื้อนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคราบเครื่องสำอาง อาหาร เครื่องดื่ม รวมไปถึงคราบเปื้อนจากหมึกปากกาได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถขจัดคราบต่าง ๆ ออกได้อย่างง่ายดาย สะดวก รวดเร็ว ไม่ทำลายเนื้อผ้า ไม่ระคายเคืองผิวหนัง ไม่ต้องนำผ้าที่มีคราบเปื้อนไปซักทำความสะอาด เพียงนำสเปรย์มาฉีดลงบนคราบแล้วใช้แปรงหรือผ้าสะอาดชุบน้ำมาทำความสะอาด คราบเปื้อนนั้นจะหายไปได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย ทำให้เจ้าของร้านขายเสื้อผ้าได้รับความสะดวกสบาย สามารถนำเสื้อผ้าไปขายต่อได้ทันที ไม่เสียโอกาสการขาย สามารถตอบโจทย์ความต้องการของร้านขายเสื้อผ้าได้เป็นอย่างดี

## 1.2 ภาพรวมของบริษัท

ชื่อบริษัท	: บริษัท วิปพี จำกัด
สถานที่ตั้ง	: 8/20 ถนนจันทน์ 43 แขวง 26-5 แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพฯ 10120
ชื่อผลิตภัณฑ์	: WIP ( วิปพี )
รูปแบบธุรกิจ	: เป็นธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า
สินค้าและบริการ	: ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า มีคุณสมบัติขจัด คราบเปื้อนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคราบเครื่องสำอาง อาหาร เครื่องดื่ม หมึก ฯลฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสามารถขจัดคราบออกได้อย่างง่ายดาย ใช้งานสะดวก ไม่ทำลายเนื้อผ้าและไม่ระคายเคืองผิวหนัง และที่สำคัญคือไม่ต้องนำผ้าที่เปื้อนไปซักทำความสะอาด เพียงนำสเปรย์มาฉีดลงบนคราบ แล้วใช้แปรงหรือผ้าสะอาดชุบน้ำมาทำความสะอาด คราบเปื้อนนั้นจะหายไปอย่างรวดเร็วและง่ายดาย โดยกลุ่มเป้าหมายหลักคือร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิงที่อยู่

	<p>บริเวณแหล่ง ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพและ ปริมณฑล ได้แก่สยามสแควร์ ยูเนี่ยนมอลล์ แพลตตินั่ม ตลาดนัดจตุจักร ที่มีจำนวนประมาณ 4,500 ร้าน</p>
<b>วิสัยทัศน์</b>	: เป็นผู้นำตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จัดกราบเบื่อนบนเสื้อผ้าที่ ร้านขายเสื้อผ้าในประเทศไทยไว้วางใจภายในระยะเวลา 5 ปี
<b>พันธกิจ</b>	: ผลิตผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า ที่มีประสิทธิภาพ จัดกราบออกได้อย่างง่ายดาย ใช้งานสะดวก ไม่ต้องซักทำ ความสะอาด รูปลักษณ์สวยงาม ปลอดภัยต่อเนื้อผ้าและ ผู้บริโภค
<b>เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ</b>	: พัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อครองความเป็นผู้นำในตลาด : สร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย ทางสื่อออนไลน์และออฟไลน์ : สร้างความพึงพอใจทำให้กลุ่มเป้าหมายรักและภักดีต่อแบรนด์ : ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP ต้องการเป็น ผลิตภัณฑ์ ที่ช่วยแก้ปัญหา ให้ลูกค้าที่ต้องการจัดกราบเบื่อน ต่างๆบนเนื้อผ้า อย่างมีประสิทธิภาพโดยที่ไม่ต้องนำไปซักทำ ความสะอาด อีกทั้งยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานสะดวกพกพา สะดวก และปลอดภัยต่อผู้ใช้และเนื้อผ้า ในราคาที่เหมาะสม
<b>ชื่อแบรนด์</b>	: วิปป์ (WIP) มาจากคำว่า ไวฟ์ (WIPE) ในภาษาอังกฤษที่แปลว่า เช็ดออก ขจัดออก เนื่องจาก ต้องการให้เป็นคำที่สั้น จำง่าย และสื่อถึงประสิทธิภาพในการจัดกราบได้อย่างสะดวก
<b>คอนเซปต์</b>	: Simple & Professional
<b>สไตล์แกน</b>	: WIP สะดวก ง่าย ไม่ต้องซัก
<b>ตราสินค้า</b>	:



ภาพที่ 1 ตราสินค้าผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP

ตราสินค้า ต้องการสื่อถึงประสิทธิภาพที่สามารถขจัดคราบ ได้อย่างสะอาด รวดเร็ว และง่ายดาย จึงปรับ ตัวอักษร I ให้มีรูปร่างคล้ายไม้คทา โดยชื่อแบรนด์ วิปป์ (WIP) มาจากคำว่า ไวพ (WIPE) ในภาษาอังกฤษที่แปลว่า ขจัดออกไป

### 1.3 รูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจของบริษัทฯ เป็นการจำหน่ายลักษณะ B2B หรือ Business-to-Business ซึ่งเป็นการจำหน่ายผ่านช่องทางที่มีลูกค้าเป็นกลุ่มธุรกิจเป็นหลัก โดยกลุ่มเป้าหมายหลักคือร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิงที่อยู่บริเวณศูนย์กลางการค้าขนาดใหญ่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่มีจำนวนประมาณ 4,500 ร้าน ทั้งนี้เพื่อให้ WIP สามารถส่งมอบคุณค่าไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยตรงและเข้าถึงได้ง่ายมากที่สุด ดังแสดงตามภาพที่ 2



ภาพที่ 2 รูปแบบธุรกิจของผลิตภัณฑ์สเปรย์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า WIP

### 1.4 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

#### 1.4.1 รูปแบบผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ มีลักษณะเป็นขวดสเปรย์ขนาดเล็กกะทัดรัดทำให้ง่ายต่อการใช้งาน เพียงนำสเปรย์มาฉีดลงบนคราบแล้วใช้แปรงหรือผ้าสะอาดชุบน้ำมาทำความสะอาด คราบเปื้อนจะจางหายไปได้อย่างง่ายดาย สามารถขจัดคราบได้อย่างตรงจุด และใช้งานสะดวก ซึ่งสามารถตอบโจทย์ของร้านขายเสื้อผ้าที่ต้องการผลิตภัณฑ์ขจัดคราบที่สามารถนำมาใช้งานได้ทันทีเมื่อพบรอยเปื้อนบน

เสื้อผ้าและเก็บรักษาได้สะดวก โดยขนาดของผลิตภัณฑ์คือ สูง 13 เซนติเมตร และเส้นผ่านศูนย์กลาง 3 เซนติเมตร สามารถบรรจุสารได้ 50 มิลลิลิตร และใช้งานได้ 50 -90 ครั้ง ต่อ 1 บรรจุภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ถูกออกแบบให้อยู่ภายใต้คอนเซปต์ Simple & Professional มีดีไซน์ที่เรียบง่าย แต่ดูดี และดูน่าเชื่อถือ กราฟฟิคใช้สีน้ำเงินเข้มแล้วค่อยๆจางลง ถือว่าคราบสกปรกค่อยๆหายไปจนสะอาดโดยใช้วัสดุเป็นพลาสติก โพลีเอทิลีน (PE) ซึ่งเป็นพลาสติกที่เหมาะสมกับการนำมาใช้เป็นภาชนะบรรจุสาร เนื่องจากสามารถทนต่อกรดและด่างได้ดี และมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

ลักษณะเนื้อสารเป็นของเหลว เนื่องจากของเหลวสามารถทำความสะอาดและขจัดคราบได้ดีกว่าเนื้อสารชนิดอื่นเช่น เจล หรือ ผง

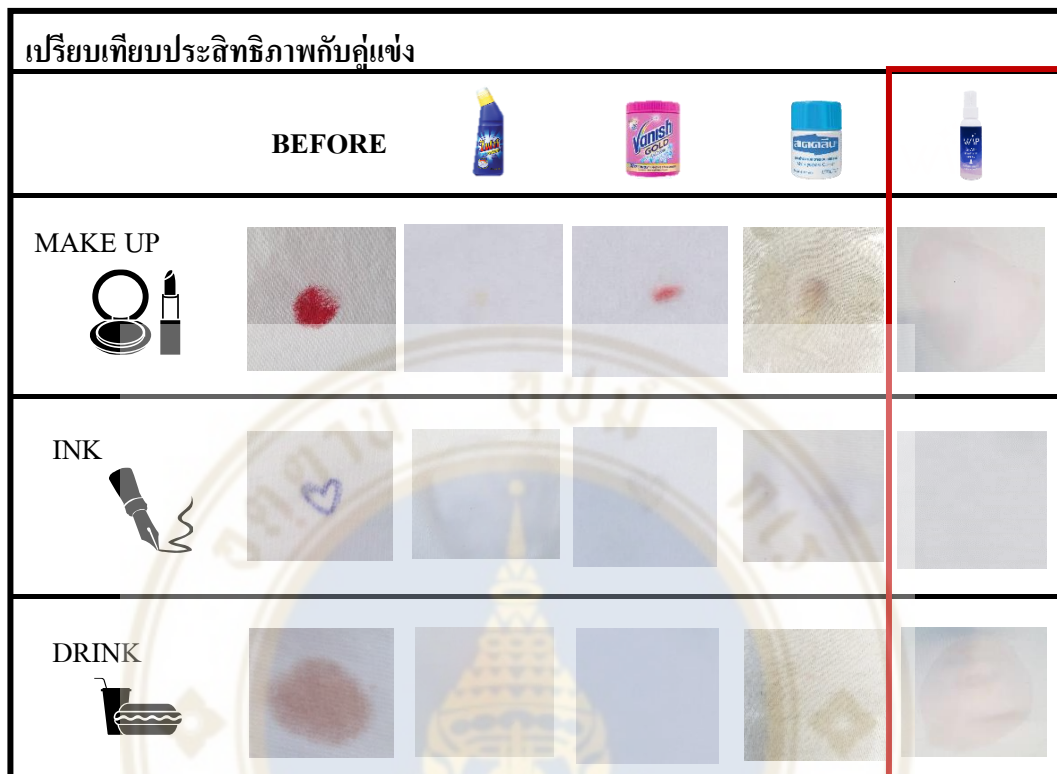


ภาพที่ 3 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์สเปรย์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า WIP

#### 1.4.2 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า WIP มีคุณสมบัติในการขจัดคราบต่าง ๆ ที่เป็นบนเสื้อผ้า ไม่ว่าจะเป็นคราบเครื่องสำอาง อาหาร เครื่องดื่ม รวมไปถึงคราบเปื้อนจากหมึกปากกาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยส่วนผสมพิเศษที่เป็นสูตรเฉพาะ คือ RHODIASOLV<sup>®</sup> INFINITY ซึ่งเป็นสารทำความสะอาดที่ผลิตโดยบริษัทชั้นนำด้านการผลิตสารเคมี คือ บริษัท โซลเวย์ (Solvay) เมื่อ RHODIASOLV<sup>®</sup> INFINITY รวมตัวกับสารขจัดคราบตัวอื่นในสัดส่วนที่เหมาะสม จะช่วยส่งผลให้การขจัดคราบมีประสิทธิภาพดีกว่าคู่แข่ง โดยที่ไม่ต้องนำไปซักทำความสะอาด อีกทั้งยังไม่มีการหมิ่น และปลอดภัยทั้งต่อเสื้อผ้าและผิวหนังของผู้ใช้งาน

จากผลการทดสอบตัวอย่างคราบเครื่องสำอาง หมึก และเครื่องดื่ม พบว่า WIP สามารถขจัดคราบได้ดีเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งคือ ไฟท์ แวนิช และสเตกลีน แสดงผลดังภาพเปรียบเทียบที่ 4



ภาพที่ 4 เปรียบเทียบผลการทดสอบประสิทธิภาพในการขจัดคราบ

#### 1.4.3 หลักการทำงานของผลิตภัณฑ์สเปรย์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า WIP

แบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลักคือ

- สารทำการสลายคราบสกปรกออกจากเส้นใยผ้า
- ขจัดคราบสีที่เกิดจากสิ่งสกปรกออกจากเส้นใยผ้า
- สารช่วยลดแรงตึงผิว ทำให้สามารถขจัดคราบไขมันออกจากเส้นใยผ้าได้ดียิ่งขึ้น

#### 1.4.4 ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

สารหลักที่ใช้ในผลิตภัณฑ์นี้จะประกอบไปด้วยสารละลายที่มีคุณสมบัติดังนี้

- สารฟอกขาว มีคุณสมบัติในการฟอกขาว และสามารถใช้ได้กับเส้นใยผ้าเกือบทุกชนิด พร้อมทั้งเกิดอันตรายต่อเส้นใยน้อยที่สุด
- สารตัวทำละลาย (Solvent) ตัวทำละลายที่มีคุณสมบัติในการละลายคราบสกปรก

ออกจากเนื้อผ้าซึ่งไม่เป็นอันตรายต่อผิวหนัง

- **สารลดแรงตึงผิว (Surfactant)** สารลดแรงตึงผิวมีคุณสมบัติช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขจัดคราบไขมันที่ฝังอยู่บนเนื้อผ้า โดยประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนหัว เป็นส่วนที่มีขั้วซึ่งเป็นส่วนที่ชอบน้ำ (hydrophilic head group) และส่วนหางเป็นส่วนของสายโซ่ซึ่งไม่มีขั้วและมีคุณสมบัติชอบไขมัน (hydrophobic tail) ทำให้สามารถดึงคราบไขมันออกมาทั้งเป็นสารประเภทไฮโดรคาร์บอนหรือสารไม่มีขั้วต่าง ๆ (non-polar)

- **สารช่วยเร่งการระเหย** สารนี้ช่วยทำให้อุณหภูมิของเหลวในเนื้อผ้าเปลี่ยนสภาพกลายเป็นไอเร็วยิ่งขึ้นทำให้หมดกังวลว่าเนื้อผ้าจะเปียกชื้น

- **RHODIASOLV<sup>®</sup> INFINITY** สารทำความสะอาดนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพสูงซึ่งนำมาใช้พัฒนาเป็นสูตรเฉพาะของ WIP สามารถขจัดคราบได้หลากหลายโดยเฉพาะ คราบเครื่องสำอาง หมึกและสีต่างๆ รวมไปถึงคราบอาหารและเครื่องดื่ม อีกทั้งยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมปราศจากสารประกอบอินทรีย์ระเหยง่าย (VOCs : Volatile Organic Compounds) และไม่เป็นสารไวไฟ อีกทั้งยังมีความปลอดภัยคือ ไม่มีสารที่เป็นพิษต่อร่างกายและไม่ระคายเคือง โดยมีรางวัลการันตีคือ Innovation Award Winner 2010 และ Prix Pierre Potier 2009 จากประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเมื่อ RHODIASOLV<sup>®</sup> INFINITY รวมกับสารตัวอื่นในสัดส่วนที่เหมาะสม จะส่งผลให้มีประสิทธิภาพในการขจัดคราบ โดยที่ไม่ต้องนำไปซักทำความสะอาด อีกทั้งไม่ทำอันตรายต่อเนื้อผ้าและผิวหนังของผู้ใช้งานอีกด้วย



ภาพที่ 5 ภาพแสดงรางวัลที่สาร RHODIASOLV<sup>®</sup> INFINITY ได้รับ

#### 1.4.5 การใช้งานผลิตภัณฑ์สเปรย์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า WIP

วิธีการใช้งาน 3 ขั้นตอนดังนี้

- ฉีดสเปรย์ลงบนจุดที่เกิดคราบเปื้อนบนเสื้อผ้า 3-5 ครั้ง ต่อ 1 รอยเปื้อน
- นำอุปกรณ์เช่น แปรงสีฟัน กระดาษทิชชู สำลีขจัดถูบริเวณรอยเปื้อน



- นำผ้าหรือกระดาษชุบน้ำเช็ดออกอีกครั้งเพื่อให้สะอาดอย่างหมดจด
- ดังนั้น ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP 1 บรรจุภัณฑ์ ขนาด 50 มิลลิลิตร สามารถใช้งานได้ประมาณ 50 - 90 รอยคราบเปื้อน



1.ฉีดสเปรย์ลงบน  
คราบเปื้อน

2.ใช้แปรง/สำลี/ทิชชู  
ขัดถูจนคราบจางหาย

3.ใช้น้ำเปล่าเช็ด  
หรือล้างจนสะอาด

ภาพที่ 6 ภาพแสดงวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP

#### 1.4.6 คุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์

คุณค่าอันดับแรกที่คุณบริโภคที่เป็นเจ้าของร้านขายเสื้อผ้าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP คือประสิทธิภาพในการจัดคราบเปื้อนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอางของลูกค้ายาที่เปื้อนใส่เสื้อผ้าขณะที่ลองสินค้า หรืออาหารเครื่องดื่มที่ลูกค้ายาทำหกใส่สินค้าขณะเลือกชม รวมไปถึงรอยเปื้อนจากหมึกปากกาต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นคุณค่าที่เจ้าของร้านขายเสื้อผ้าให้ความสำคัญมากที่สุด WIP ประกอบด้วยส่วนผสมพิเศษที่เป็นสูตรเฉพาะโดยนำ RHODIASOLV<sup>®</sup> INFINITY มารวมกับสารจัดคราบตัวอื่นในสัดส่วนที่เหมาะสม จะช่วยส่งผลให้การจัดคราบมีประสิทธิภาพ โดยที่ไม่ต้องนำไปซักทำความสะอาด อีกทั้งยังปลอดภัยทั้งต่อเสื้อผ้าและผิวหนังของผู้ใช้งานด้วย เมื่อพบคราบเปื้อนบนเสื้อผ้า สามารถทำความสะอาดแล้วขยต่อให้ลูกค้ายาได้ทันที ทำให้ไม่เสียโอกาสการขาย และไม่ต้องนำสินค้าไปขายเป็นสินค้าลดราคา นอกจากนี้ WIP ยังมีคุณค่าในส่วนการใช้งานด้วยคือ บรรจุภัณฑ์ได้ถูกออกแบบให้มีขนาดเล็กกะทัดรัด เพื่อให้สะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา สามารถนำมาใช้งานได้สะดวก เพียงแค่ฉีดสเปรย์บนจุดที่เกิดคราบเปื้อน 3-5 ครั้ง แล้วนำแปรงมาขัดถูบริเวณรอยเปื้อน ตามด้วยนำผ้าหรือกระดาษชุบน้ำเช็ดทำความสะอาดอีกครั้ง คราบเปื้อนต่าง ๆ จะหายไปได้อย่างง่ายดายโดยไม่ต้องนำไปซักทำความสะอาด สามารถแก้ปัญหาคราบเปื้อนบนเสื้อผ้าของร้านขายเสื้อผ้าได้สะดวกและรวดเร็ว

## บทที่ 2

### การกำหนดกลยุทธ์และแผนการตลาด

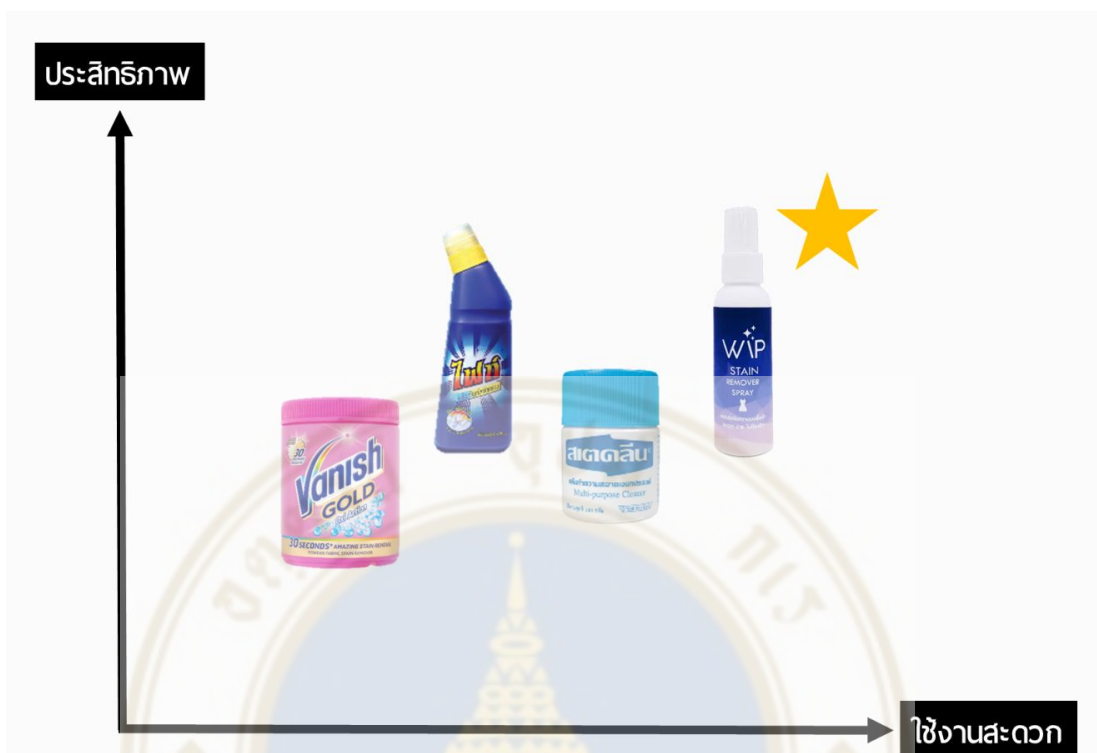
#### 2.1 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goal)

- มุ่งสู่การเป็นผู้นำตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จัดกรบบนเสื้อผ้าที่มีประสิทธิภาพ สามารถแก้ไขปัญหาและสร้างความพึงพอใจสูงสุด ทำให้กลุ่มเป้าหมายรักและเชื่อมั่นในแบรนด์
- มีมูลค่ายอดขาย 49.5 ล้านบาทภายใน 5 ปี

#### 2.2 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)

- สร้างการรับรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มเป้าหมาย
- ทำให้ผลิตภัณฑ์สเปร์ย์จัดกรบบนเสื้อผ้า WIP เป็น “Top-of-Mind Awareness” กล่าวคือ เมื่อกลุ่มเป้าหมายมีกรบบนเสื้อผ้า จะต้องนึกถึง WIP เป็นอันดับแรก
- ทำให้ลูกค้าพอใจในประสิทธิภาพ จนเกิดการแนะนำผลิตภัณฑ์ให้ผู้อื่นใช้ต่อไป
- สร้างฐานลูกค้าให้มั่นคงและขยายฐานลูกค้าให้เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ โดยตั้งเป้าหมายยอดขายให้เติบโตขึ้นร้อยละ 20 ต่อปี

## 2.3 ตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Positioning)



ภาพที่ 7 ตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP

บริษัทฯ ได้กำหนดตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Specialist) ด้านการจัดคราบเปื้อนบนเสื้อผ้า เน้นเรื่องประสิทธิภาพในการจัดคราบและความสะดวกในการใช้งานเป็นหลัก โดยบริษัทฯ ได้มุ่งพัฒนาสูตรของผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่งด้วยสูตรเฉพาะที่ประกอบด้วยสารนวัตกรรม RHODIASOLV<sup>®</sup> INFINITY ซึ่งเป็นสารทำความสะอาดที่นำเข้ามาจากยุโรปและมีรางวัลการันตีคุณภาพคือ Innovation Award Winner 2010 และ Prix Pierre Potier 2009 จากประเทศฝรั่งเศส ทำให้มั่นใจได้ในเรื่องประสิทธิภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง ตามตารางภาพที่ 2.3 ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP สามารถจัดคราบออกได้อย่างสะอาดและรวดเร็วภายใน 2-5 นาที โดยไม่ต้องนำผ้าไปซักทำความสะอาด และไม่ทำลายเนื้อผ้า อีกทั้งบรรจุภัณฑ์คำนึงถึงความสะดวกสบายของผู้ใช้งานเป็นหลัก จึงออกแบบให้อยู่ในรูปแบบขวดสเปรย์ที่ใช้งานง่าย ขนาดเล็กกะทัดรัด สะดวกต่อการนำมาใช้งานและเก็บรักษา บริษัทเชื่อมั่นว่าหากลูกค้าคิดถึงผลิตภัณฑ์จัดคราบบนเสื้อผ้า ต้องนึกถึง WIP เป็น “Top-of-Mind Awareness”

## 2.4 หัวใจสำคัญของแบรนด์ (Brand Essence)



ภาพที่ 8 ภาพแสดงการสร้าง Brand Essence ของผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกรรบบนเสื้อผ้า WIP

การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกรรบบนเสื้อผ้า WIP จะสอดคล้องไปกับ Brand Essence ซึ่งมาจากคุณค่าหลักๆที่ WIP จะมอบให้ลูกค้า ดังนั้นในการทำแบรนด์ บริษัทฯจึงได้วางจุดยืนว่า WIP จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจัดกรรบบนเสื้อผ้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวกสบายและปลอดภัย โดยไม่ต้องซัก สร้างภาพลักษณ์ให้ผู้ที่ใช้ดูเป็นคนสะอาดและทันสมัย และลูกค้ารู้สึกมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์

## 2.5 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)

### 2.5.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies)

ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกรรบบนเสื้อผ้า WIP เน้นกลยุทธ์สร้างความแตกต่างของสินค้า (Product-Differentiation) โดยใช้จุดแข็งของผลิตภัณฑ์เป็นตัวสร้างความโดดเด่น มีรายละเอียดดังนี้

ด้านคุณสมบัติ บริษัทฯจะสื่อสารให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP เป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพสูง สามารถจัดกราบได้อย่างสะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพโดยไม่ต้องนำไปซักทำความสะอาด เนื่องจากมีสูตรเฉพาะที่ประกอบด้วยสาร RHODIASOLV<sup>®</sup> INFINITY และนำรางวัลที่สารตัวนี้ได้รับคือ Innovation Award Winner 2010 และ Prix Pierre Potier 2009 มาสื่อสารให้ลูกค้าทราบเพื่อให้มั่นใจได้ว่า WIP เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมและคุณภาพเชื่อถือเนื่องจากมีรางวัลการันตี

ด้านบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากบริษัทฯคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งานของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นร้านขายเสื้อผ้า จึงออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ในรูปแบบขวดสเปรย์ที่มีขนาดเล็กกะทัดรัด เพื่อให้สะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษาและมีรูปลักษณ์สวยงามน่าใช้ แตกต่างจากผลิตภัณฑ์จัดกราบทั่วไปที่เน้นปริมาณและราคาที่คุ้มค่าแต่ใช้งานไม่สะดวกและรวดเร็ว

### 2.5.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP 1 บรรจุภัณฑ์ ราคาขายอยู่ที่ 159 บาท ขนาด 50 มิลลิลิตร สามารถใช้ได้ 50-90 ครั้ง โดยในการตั้งราคาบริษัทฯ ได้ใช้กลยุทธ์ในการกำหนดราคาดังนี้

- Customer-Based Pricing Strategy : ระดับราคาที่กลุ่มเป้าหมายยินดีจ่าย

ใช้ระดับราคาที่กลุ่มเป้าหมายยินดีที่จะจ่ายโดยใช้ผลการสำรวจของบริษัทฯ สรุปได้ว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่พอใจราคาจำหน่ายที่อยู่ระหว่าง 101-200 บาท

- Value-Based Pricing : คำนึงถึงคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ

ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP ตั้งราคาขาย 159 บาท ซึ่งถือเป็นราคาที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์จัดกราบทั่วไป เช่น แวนิช ไฟท์ เมื่อเทียบกับปริมาณ เนื่องจากบริษัทฯ ต้องการให้ลูกค้ารับรู้ว่าการที่จ่ายคือการซื้อคุณภาพ ความสะดวกสบาย ความมั่นใจ ความปลอดภัย และสามารถช่วยลดการเสียโอกาสการขายสินค้าของร้านขายเสื้อผ้าได้

### 2.5.3 กลยุทธ์ด้านการเข้าถึงลูกค้า (Channel Strategy)

ธุรกิจผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP วางกลยุทธ์ด้านการเข้าถึงลูกค้าในช่วง 1-2ปีแรกเป็นธุรกิจแบบ B2B (Business to Business) เน้นการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าเป็นหลัก แล้วในปีที่ 3 เมื่อผลิตภัณฑ์เริ่มเป็นที่รู้จักแพร่หลายบริษัทฯ จึงขยายช่องทางการขายไปสู่ธุรกิจแบบ B2C(Business to Consumer) เพื่อขยายส่วนแบ่งทางการตลาด โดยช่องทางการจัดจำหน่ายมีดังนี้

- ตัวแทนจำหน่าย (Distributor)

: Multi-Brand Store เช่น SOS Sense of Style, Multy

: ตัวแทนจำหน่ายที่เป็นร้านขายเสื้อผ้าในศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่บริษัทฯ จะทำการคัดเลือกให้ตรงกับแบรนด์แล้วติดต่อให้เป็นตัวแทนจำหน่าย โดยเริ่มจาก สยามสแควร์ ยูเนี่ยนมอลล์ แพลตตินั่ม, เทอมินอล 21

- พนักงานขายตรง (Direct Sales)

- ออนไลน์ (Online Channel) : Facebook, Instagram, Shopee และ Lazada

- ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) : Villa Market, Top Supermarket

ซึ่งปัจจัยในการเลือกสถานที่จำหน่ายคือ เพื่อให้เข้าถึงได้ง่ายและทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบายมากที่สุด ในการรับรู้และซื้อผลิตภัณฑ์ของเรา โดยมีเกณฑ์การพิจารณาเลือกทำเลที่เหมาะสมกับหน้าร้าน ดังนี้

**Character:** ลักษณะของสถานที่แสดงให้เห็นชัดว่าเป็นสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายคือเจ้าของร้านขายเสื้อผ้าแบรนด์ต่าง ๆ มีโอกาสเข้าไปใช้บริการสูง เช่น Multi-Brand Store อย่าง SOS Sense Of Style ที่ขายเครื่องแต่งกายของผู้หญิง ตั้งแต่เสื้อผ้า รองเท้าและกระเป๋า เป็นสถานที่ที่รวมแบรนด์กว่าร้อยแบรนด์ดังนั้น เจ้าของแบรนด์ต่าง ๆ ต้องมาตรวจตราสินค้าของตนเองอยู่ตลอด จึงมีโอกาซื้อผลิตภัณฑ์ WIP สูงมาก

**Accessibility:** ความสะดวกและเข้าถึงได้ง่ายของกลุ่มลูกค้า เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นร้านขายเสื้อผ้า ดังนั้นจึงเลือกสถานที่ ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เดินทางสะดวก คืออยู่ในแหล่งศูนย์การค้าเสื้อผ้าขนาดใหญ่ เช่น สยามสแควร์ ยูเนี่ยนมอลล์ เป็นต้น

#### 2.5.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy: IMC)

เนื่องจากบริษัทฯ กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นร้านขายเสื้อผ้า ซึ่งเป็นกลุ่มที่เฉพาะเจาะจง ดังนั้นผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP จึงเน้นสื่อสารการตลาดทั้งด้าน Functional Benefit คือ นำเสนอให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์จะสามารถแก้ไขปัญหา Pain Point ได้อย่างไรในเรื่องของประสิทธิภาพในการขจัดคราบ ความสะดวกสบายในการใช้งาน และสามารถทำความสะอาดคราบเปื้อนได้ง่ายโดยไม่ต้องนำผ้าที่เปื้อนไปซักทำความสะอาด และ Emotional Benefit สร้างแบรนด์เพื่อให้นักกลุ่มเป้าหมายรักและผูกพันต่อแบรนด์ ส่งผลให้ไม่เปลี่ยนใจไปใช้ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งในอนาคต

บริษัทฯ ได้กำหนดรูปแบบการสื่อสารการตลาดผ่านทางช่องทางหลัก 2 ช่องทางคือ ออนไลน์และออฟไลน์ เริ่มต้นจากสื่อสารการตลาดทางออฟไลน์ผ่านแคมเปญ “เก่าแลกใหม่” โดย

การออกบูชตามแหล่งศูนย์การค้าเสื้อผ้าขนาดใหญ่ ให้ร้านขายเสื้อผ้านำเสื้อผ้าที่เป็นมาทดลองจัด คราบด้วยผลิตภัณฑ์ WIP และกดติดตามสื่อโซเชียลมีเดียของแบรนด์ เพื่อรับผลิตภัณฑ์ขนาด ทดลองไปใช้ฟรี เพื่อทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักและกล้าทดลองใช้ผลิตภัณฑ์เมื่อทดลองใช้แล้วพอใจ ในประสิทธิภาพ อาจเกิดการซื้อใช้และบอกต่อตามมาในอนาคต และบริษัทฯ ได้มีฐานข้อมูลลูกค้า จากทางออฟไลน์ เพื่อทำการสื่อสารการตลาดผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่อไป

#### 2.5.4.1 การขายตรง (Direct Sale)

ให้พนักงานไปพบลูกค้าตามร้านขายเสื้อผ้าที่อยู่ในแหล่งศูนย์การค้า ใหญ่ๆ จุดประสงค์เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างยอดขาย สร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับร้านขายเสื้อผ้า และเพิ่ม ฐานลูกค้าของแบรนด์ได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

- สร้างการรับรู้ผ่านพนักงานขาย ซึ่งพนักงานขายจะเป็นเสมือน Brand Ambassador ที่ทำหน้าที่สื่อสารตัวแบรนด์และผลิตภัณฑ์ WIP ออกไปให้ลูกค้ารับรู้ พนักงานขายทุก คนจะต้องผ่านการฝึกอบรมเป็นอย่างดีให้มีความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์

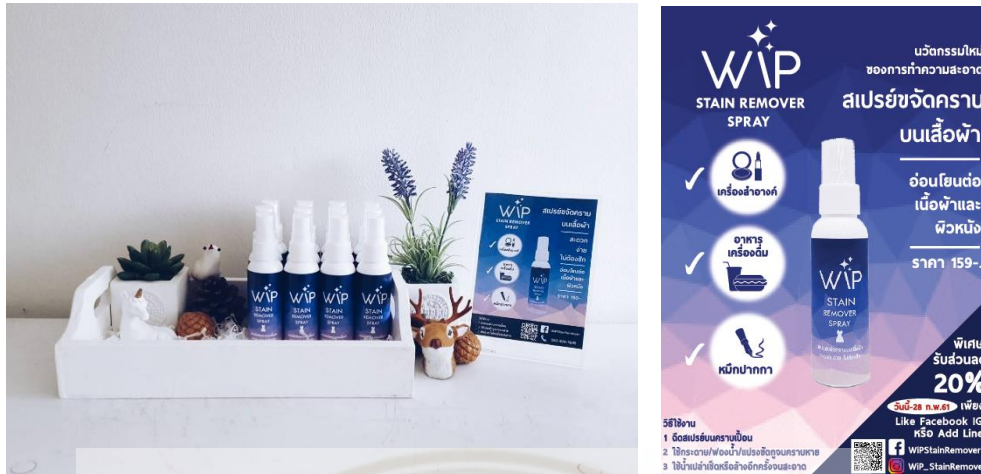
- ขายด้วยการไม่ขาย พนักงานขายจะวางตัวเป็นเหมือนเพื่อน เหมือน ญาติสนิทพยายามสร้างสัมพันธ์ที่ดี เน้นความจริงใจ บอกข้อมูลความจริง ไม่ยัดเยียด ไม่กดดัน ให้ต้องซื้อ พนักงานจะสอบถามถึงปัญหาและความต้องการของลูกค้า สาธิตและแนะนำ ผลิตภัณฑ์ ตอบคำถามข้อข้องใจต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าจนกระทั่งลูกค้าเปิดใจรับและกล้าที่จะ ทดลอง จนเกิดการสั่งซื้อในที่สุด

- ให้ร้านขายเสื้อผ้ากดไลค์หรือแชร์เพจเฟซบุ๊ค “WiP สเปิร์ชจัดคราบ บนเสื้อผ้า” เพื่อรับผลิตภัณฑ์ขนาดทดลองฟรี ติดต่อสอบถาม รับข่าวสารเพิ่มเติม และสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ในภายหลังได้

- มีการให้ค่าตอบแทนพิเศษ (incentive)

#### 2.5.4.2 การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

- POP โฆษณา ณ จุดขาย : ทำการตั้ง POP ไว้ ณ จุดขาย พร้อมวิดีโอ สาธิตการใช้งาน เพื่อกระตุ้นความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย และมีการวางผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มเป้าหมาย สามารถทดลองใช้ได้ เพื่อช่วยให้มีประสบการณ์จริงและสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น เมื่อ ประทับใจในประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์



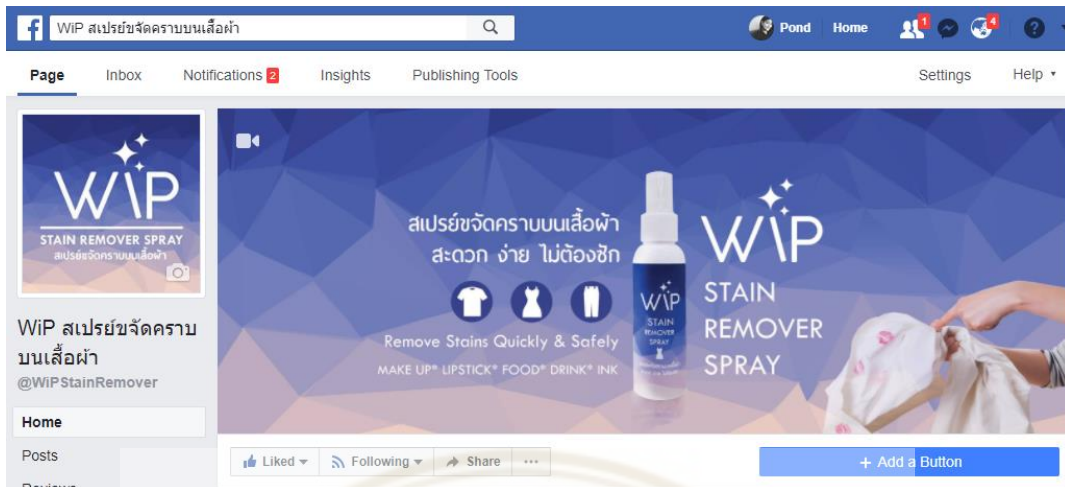
ภาพที่ 9 ภาพจำลอง POP โฆษณา ณ จุดขายและเอกสารใบปลิวของผลิตภัณฑ์สเปรย์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า WIP

- จัดทำเอกสารใบปลิวและคู่มือการใช้เพื่อแจก และวางไว้จุดขายสินค้า เพื่อให้ผู้ที่สนใจหยิบไปได้ โดยใช้ภาพประกอบสีสันสวยงามเพื่อดึงดูดความสนใจและเข้าใจง่าย
- จัดทำบทความ (content) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้แบรนด์ดูมีความน่าเชื่อถือ เป็นผู้เชี่ยวชาญช่วยขจัดปัญหาคราบเปื้อนต่าง ๆ บนเสื้อผ้า ผ่านทางโซเชียลมีเดีย
- สื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ โดยแนะนำผลิตภัณฑ์และสาธิตวิธีการใช้งานที่น่าสนใจผ่านยูทูป เฟสบุคและสร้างความน่าเชื่อถือโดยใช้อินฟลูเอนเซอร์เป็นเจ้าของร้านขายเสื้อผ้าที่เป็นที่รู้จักในวงการ

#### 2.5.4.3 การโฆษณา (Advertising)

- โฆษณาผ่านทางโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุคและอินสตาแกรม โดยการถ่ายภาพ ทำอินโฟกราฟฟิค และ คลิปวิดีโอให้ดูน่าสนใจ และเข้าใจง่าย แล้วเลือกซื้อโฆษณาให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นการซื้อ
- ทำ คลิปวิดีโอ เผยแพร่ใน ยูทูป และ โซเชียลมีเดียของแบรนด์
- โปรโมทผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของอินฟลูเอนเซอร์ที่มีอิทธิพลกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น IG แบนด์ขายเสื้อผ้าที่เป็นที่รู้จัก เช่น CAMP และ SOS เนื่องจาก จากการสำรวจพบว่า ร้านขายเสื้อผ้า ร้อยละ 75 เข้าไปติดตามข้อมูลความเคลื่อนไหวจากช่องทางโซเชียลมีเดียของแบรนด์คู่แข่งเป็นประจำ เพื่อให้รู้เขารู้เรา
- รัววิจากผู้ที่ใช่จริง เพื่อเพิ่มการรับรู้และน่าเชื่อถือ
- ทำ SEO และ Google Adwords โดยใช้ Key word เช่น ขจัดคราบ





ภาพที่ 10 เพจเฟซบุ๊กของผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดการบนเสื้อผ้า WiP

#### 2.5.4.4 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

จัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายดังนี้

- โปรโมชั่นช่วงเปิดตัวสินค้าเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ เช่น

- กดไลค์และแชร์เพจ รับส่วนลด 30 บาท

- ซื้อ 1 แกรม 2 (แกรมแปรอง+ถุงผ้า)

- โปรโมชั่นแนะนำเพื่อน ยิ่งแนะนำมากยิ่งได้ส่วนลดมาก เพื่อดึงดูดใจ

ให้ลูกค้าอยากแนะนำหรือชวนเพื่อนมาซื้อ

- โปรโมชั่นตามเทศกาล เช่น ปีใหม่ วาเลนไทน์ เป็นต้น

- Co-Promotion กับ ร้านขายเสื้อผ้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย

#### 2.5.4.5 กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM Activities)

- ให้ทำบัตรสมาชิกฟรี เพียงซื้อผลิตภัณฑ์ WiP จุดประสงค์เพื่อ เก็บ

ข้อมูลลูกค้ามาวิเคราะห์และมอบสิทธิพิเศษต่างๆแก่ลูกค้า

#### 2.5.4.6 กิจกรรมการตลาดเพื่อสังคม (CSR Activities)

- เนื่องจาก WiP เป็นผลิตภัณฑ์จัดการบนเสื้อผ้า บริษัทฯ จึงทำ CSR

ที่มีความเชื่อมโยงและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ โดยให้ร้านขายเสื้อผ้านำเสื้อผ้าที่ชำรุดหรือมีตำหนิมาบริจาคและรับส่วนลดในการซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดการบนเสื้อผ้า WiP 10% ได้ที่ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย แล้วทางบริษัทฯ จะเป็นสื่อกลางนำเสื้อผ้างดงกล่าวไปทำความสะอาดและบริจาคให้แก่มูลนิธิหรือองค์กรต่างๆเช่น มูลนิธิศุภนิมิต หรือมูลนิธิกระจกเงา เป็นต้น

### บทที่ 3

#### การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ

#### 3.1 รายละเอียดคณะผู้บริหาร

คณะผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP ดำเนินจัดตั้งเป็นบริษัท วิปพ์ จำกัด โดยมีเงินจากผู้ถือหุ้นทั้ง 3 คนมีเงินทุนจัดตั้งเป็นจำนวน 428,000 บาท โดยจะมีการจัดสรรหุ้นเป็นจำนวน 42,800 หุ้น ในราคาหุ้นละ 10 บาท สัดส่วนดังตารางที่ 1 ในช่วง 5 ปีแรกนี้ไม่มี นโยบายจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้น เพื่อนำกำไรสะสมที่ได้ไปใช้ในการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตและขยายกิจการในอนาคต และหลังจากปีที่ 5 ขึ้นไป บริษัทมีนโยบายจ่ายเงินปันผล 40% จากกำไรสุทธิ

ตารางที่ 1 แสดงรายชื่อผู้ร่วมหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้น

ลำดับที่	ชื่อผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน(บาท)
1	นางสาวภัศร ศิริพุลเกียรติกุล	17,120	40%	171,200
2	นางสาวกวิตา วุฒิจำนงค์	17,120	40%	171,200
3	นายทรงพล ตันทวี	8,560	20%	85,600
	รวม	42,800	100%	428,000

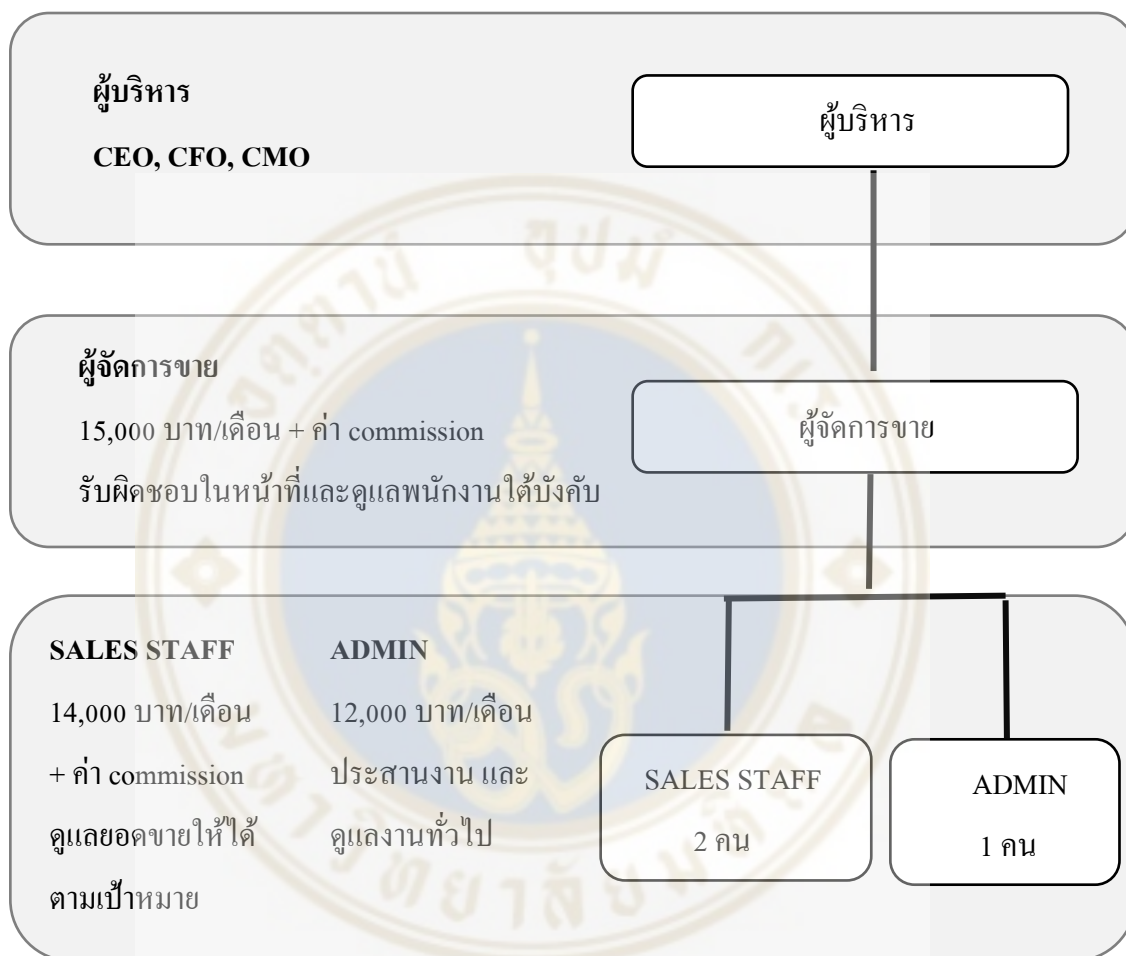
#### 3.1.1 คณะกรรมการบริหาร (BOARD OF DIRECTOR)

คณะกรรมการบริหารมีจำนวน 3 คน ประกอบด้วย

- |                                 |             |                         |
|---------------------------------|-------------|-------------------------|
| 1. นางสาวภัศร ศิริพุลเกียรติกุล | ดำรงตำแหน่ง | Chief Executive Officer |
| 2. นางสาวกวิตา วุฒิจำนงค์       | ดำรงตำแหน่ง | Chief Marketing Officer |
| 3. นายทรงพล ตันทวี              | ดำรงตำแหน่ง | Chief Financial Officer |

### 3.2 โครงสร้างองค์กร

การบริหารและการจัดการองค์กรสามารถอธิบายได้จากภาพที่ 11 ในภาพแสดงให้เห็นถึงโครงสร้างองค์กรทั้งในแนวดิ่ง และ แนวราบ ตำแหน่งบุคลากรในแต่ละตำแหน่ง พร้อมบทบาทหน้าที่และรายได้ในแต่ละเดือน



ภาพที่ 11 แสดงภาพโครงสร้างองค์กรบริษัทฯ พร้อมรายละเอียด

#### 3.2.1 การบริหารและการจัดการองค์กร

แรงงานในการขายและการบริหาร ประกอบด้วย

- CEO ทำหน้าที่บริหารจัดการงานทั่วไปของบริษัทฯ
- CMO ทำหน้าที่บริหารการตลาด
- CFO ทำหน้าที่บริหารการเงิน
- Sales Manager ทำหน้าที่บริหารขาย

- Sales Staffs ทำหน้าที่ดูแลยอดขายและประสานงานกับลูกค้า
- Admin ทำหน้าที่ประสานงานทั่วไป รับใบสั่งซื้อ ออกออเดอร์ และดูแลสต็อก

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนพนักงาน และแรงงานในการขายและบริหาร

แรงงานในการขายและบริหาร						
เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
20,000	CEO	1	1	1	1	1
20,000	CMO	1	1	1	1	1
20,000	CFO	1	1	1	1	1
15,000	Sales Manager	1	1	1	1	1
14,000	พนักงานขาย	2	2	3	3	3
12,000	เจ้าหน้าที่ประสานงาน	1	1	1	1	1
	ค่าแรงการขาย/บริหาร	1,344,000	1,344,000	1,512,000	1,512,000	1,512,000

### 3.2.2 คุณสมบัติพนักงาน

#### 3.2.2.1 ผู้จัดการการขาย

- การศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป มีประสบการณ์ขายอย่างน้อย 5 ปี
- มีความรับผิดชอบต่องานที่ทำงานและรอบคอบ
- สามารถทำงานภายใต้ความกดดัน
- มีทัศนคติที่ดี มีทักษะในการเจรจาสามารถดูแลพนักงานได้บังคับบัญชาได้
- มีมนุษยสัมพันธ์ดี และมีทัศนคติที่ดี มองการณ์ไกล
- สามารถใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้นได้

#### หน้าที่ความรับผิดชอบ

- วางกลยุทธ์ในการขายเพื่อให้ยอดขายเป็นตามเป้าหมายในแต่ละปี
- ติดต่อประสานงานนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายในช่องทางจัดจำหน่ายต่างๆ
- ประเมินความเสี่ยงหรือยอดขาย เพื่อนำเสนอผู้บริหาร

#### สวัสดิการ

- รายได้พิเศษเมื่อทำยอดขายได้ตามเป้าหมาย (Incentive)
- ประกันสังคม

- ค่าเดินทาง ค่าอาหาร
- วันหยุดพักผ่อนประจำปี
- วันหยุดตามประเพณี

#### 3.2.2.2 พนักงานขาย

- การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีประสบการณ์ขายอย่างน้อย 2 ปี
- มีความสามารถในการติดต่อกับลูกค้าและสามารถปิดการขายได้
- มีมนุษยสัมพันธ์และทัศนคติที่ดี
- สามารถทำงานภายใต้ความกดดัน

#### หน้าที่ความรับผิดชอบ

- แนะนำสินค้าให้กับลูกค้าเกี่ยวกับลักษณะของสินค้าและเสนอการขาย
- ทำการรับออเดอร์จากลูกค้าและส่งต่อให้ ADMIN เพื่อดำเนินการออกออเดอร์และจัดส่งสินค้า

#### สวัสดิการ

- รายได้พิเศษเมื่อทำยอดขายได้ตามเป้าหมาย (Incentive)
- ประกันสังคม
- ค่าเดินทาง ค่าอาหาร
- วันหยุดพักผ่อนประจำปี
- วันหยุดตามประเพณี

#### 3.2.2.3 เจ้าหน้าที่ประสานงาน

- การศึกษาตั้งแต่ระดับปวส.ขึ้นไป
- สามารถใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้นได้
- ทำงานรอบคอบและมีทัศนคติที่ดี

#### หน้าที่ความรับผิดชอบ

- ทำการบันทึกออเดอร์จากพนักงานขายออกออเดอร์และจัดส่งสินค้าโดยผ่าน Outsource และดูแลสต็อกสินค้าเพื่อรายงานผู้จัดการ
- รับเช็ค วางบิล คูใบสั่งซื้อ
- ชื่อของทั่วไปและดูแลงานทั่วไปสวัสดิการ

#### สวัสดิการ

- ประกันสังคม
- วันหยุดพักผ่อนประจำปี

- วันหยุดตามประเพณี
- โบนัสตามผลประกอบการ

### 3.3 นโยบายในการบริหารงาน

#### 3.3.1 นโยบายในด้านการบริหารบุคคล

- มีการอบรมพนักงานในเรื่องของความรู้ ฝึกฝนทักษะความคิด และปรับทัศนคติ เพื่อให้สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี
- สร้างวัฒนธรรมองค์กรเน้น Creative Thinking เพื่อทำให้เกิดการสร้างสรรค์ทางธุรกิจ
- ผู้บริหารมีการสื่อสารและรับฟังความคิดเห็นจากพนักงานทุกคนเพื่อให้สามารถเข้าใจและแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง
- ประเมินผลประกอบการทุกไตรมาสเพื่อให้สามารถปรับกลยุทธ์ได้อย่างรวดเร็ว

#### 3.3.2 นโยบายการบริหารจัดการองค์กร

- วางแผนผังองค์กรและหน้าที่อย่างชัดเจน และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกับพันธกิจขององค์กร
- ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำงาน ประเมินผลและปรับปรุงเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากและนำพาองค์กรไปสู่การเติบโตแบบยั่งยืน

## บทที่ 4

### การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ

#### 4.1 ทำเลที่ตั้ง

##### 4.1.1 สำนักงานใหญ่

บริษัท วิปพ์ จำกัด ตั้งอยู่ที่ 8/20 ถนนจันทน์ 43 แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพฯ 10120 เป็นสถานที่ใช้ในการบริหารจัดการและจัดเก็บสต็อกสินค้า โดยการคัดเลือกทำเลที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ พิจารณาจากหลายปัจจัยเช่น ค่าเช่า สภาพแวดล้อม ความสะดวกในการคมนาคมขนส่ง และระยะทางจากที่ตั้งของเขตการขาย

##### 4.1.2 สถานที่เก็บสินค้าก่อนจัดจำหน่าย

สถานที่เก็บสินค้าก่อนจัดจำหน่าย เป็นสถานที่เดียวกับสำนักงานของบริษัท วิปพ์ ตั้งอยู่ที่ 8/20 ถนนจันทน์ 43 แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพฯ 10120 เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีขนาดไม่ใหญ่มาก อีกทั้งยังมีพื้นที่มากพอสำหรับการเก็บสต็อกผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป 15 วัน โดยทำการเก็บผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปแล้วค่อยขนส่งเพื่อจัดจำหน่ายผ่านทางช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้ระบบการจัดส่งเป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ทางบริษัท ใช้บริการ Outsource คือ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส เนื่องจากเป็นผู้นำด้านการจัดส่งทั่วประเทศ และจัดส่งไปยังตัวแทนจำหน่ายเพื่อให้สามารถขายสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง

##### 4.1.3 สถานที่ผลิต

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เลิศพานิช เทรคคิง เป็นโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และมีสูตรเฉพาะที่ทางบริษัท วิปพ์ จำกัดร่วมพัฒนากับทางโรงงาน ซึ่งทำการผลิตและบรรจุเป็นสินค้าสำเร็จรูปพร้อมจำหน่าย โดยมีกำลังการผลิตสูงสุดอยู่ที่ 8,000 ชิ้นต่อเดือน ใช้ระยะเวลาดำเนินการผลิตประมาณ 5-7 วันทำการสามารถรองรับการเติบโตได้ในอนาคต





## 4.2 กิจกรรมก่อนดำเนินงาน

### 4.2.1 การศึกษาและวิเคราะห์อุตสาหกรรมเพื่อรวบรวมในการประกอบธุรกิจ

การศึกษาอุตสาหกรรมและตลาดด้วยวิธีการต่อไปนี้

4.1.2.1 ศึกษาเกี่ยวกับขนาดของอุตสาหกรรม การเติบโตของอุตสาหกรรม ขนาดตลาด คู่แข่งในตลาด กฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนี้

4.1.2.2 การทำแบบสำรวจและสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อหาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งยังวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อที่จะสามารถใช้งินทุนอย่างคุ้มค่าที่สุดในเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

### 4.2.2 การพัฒนาและวิจัยและผลิตภัณฑ์

นำข้อมูลที่ได้ หลังจากทราบถึงความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง มาทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP โดยเริ่มจากการศึกษาอบรมเกี่ยวกับกรรมวิธีการผลิตและข้อมูลพื้นฐานของผลิตภัณฑ์จัดคราบ ตั้งสมมุติฐาน ค้นหาวัตถุดิบและนวัตกรรมการผลิต ทำการทดลอง และสรุปผลเพื่อให้ได้ผลลัพธ์คือผลิตภัณฑ์จัดคราบบนเสื้อผ้าที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

### 4.2.3 การพัฒนาสูตรร่วมกับโรงงานผู้ผลิต

เมื่อได้สูตรที่มีประสิทธิภาพในการจัดคราบ จึงดำเนินการติดต่อหาโรงงานผู้ผลิตและร่วมมือในการพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ โดยเลือกโรงงานที่มีความน่าเชื่อถือ มีนวัตกรรม ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และพร้อมที่จะเป็น Partner ในการพัฒนาสูตรกับบริษัทฯ

โดยเป้าหมายในการร่วมพัฒนาสูตรและทดสอบประสิทธิภาพร่วมกับทางโรงงาน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพมากที่สุด



ภาพที่ 14 ภาพแสดงสูตรผลิตภัณฑ์แต่ละสูตรที่ร่วมพัฒนากับโรงงาน

#### 4.2.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ไม่เพียงแต่เห็นความสำคัญเฉพาะเรื่องประสิทธิภาพ แต่ยังให้ความสำคัญกับเรื่องความสะดวกในการใช้งานและความสวยงามด้วย จึงได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายคือร้านขายเสื้อผ้า แล้วนำผลที่ได้จากการสำรวจมาประเมิน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป ทั้งนี้เป้าหมายคือเพื่อให้บรรจุภัณฑ์สามารถตอบโจทย์การใช้งานและรูปแบบฉลากมีความสวยงามตรงคอนเซ็ปของแบรนด์



ภาพที่ 15 ภาพแสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย



ภาพที่ 16 ภาพแสดงรูปแบบฉลากสำหรับการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย

#### 4.2.5 การทดสอบผลิตภัณฑ์และทำการตลาด

หลังจากได้สูตรผลิตภัณฑ์ออกมาเรียบร้อยแล้ว จึงได้ทำการทดสอบผลิตภัณฑ์อีกครั้ง โดยกลับไปให้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มเดิมได้ทดลองใช้และสอบถามความพึงพอใจ ทั้งในแง่ของประสิทธิภาพ รูปแบบ การใช้งาน ความสวยงามและความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์ โดยทางฝ่ายขายและฝ่ายการตลาดได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสำรวจตลาดและการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย นำมาวิเคราะห์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด อีกทั้งยังวิเคราะห์โอกาสอุตสาหกรรม รูปแบบธุรกิจ และคู่แข่ง พัฒนาแนวคิดธุรกิจและวางกลยุทธ์ด้านการขายและการตลาด

#### 4.2.6 การขอขึ้นทะเบียนอย.

หลังจากได้สูตรผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพเป็นที่พอใจแล้วจึงได้มอบหมายให้ทางโรงงานขอขึ้นทะเบียน อย. เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ผ่านการรับรองในเรื่องมาตรฐานและความปลอดภัย โดยการขอขึ้นทะเบียน อย. ใช้เวลาประมาณ 30 วันทำการ ซึ่งเลขที่รับแจ้ง อย.ของผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP คือ นฐ 8/2561

### 4.3 กิจกรรมระหว่างการค้าดำเนินงาน

#### 4.3.1 ด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ถึงแม้ว่าบริษัทจะมีกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง ในเรื่องรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เป็นขวดสเปรย์ขนาดกะทัดรัด ใช้งานง่ายและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่นำสาร RHODIASOLV<sup>®</sup> INFINITY ซึ่งเป็นสารทำความสะอาดนวัตกรรม เข้ามาจากยุโรปและได้รับรางวัลนวัตกรรมจากประเทศฝรั่งเศสเป็นเครื่องการันตี สามารถแก้ไขปัญหาและสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจัดคราบบนเสื้อผ้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและใช้งานสะดวก แต่เนื่องจากตลาดอุตสาหกรรมจัดคราบเป็นตลาดที่แข่งขันค่อนข้างสูง ดังนั้นบริษัทจึงทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อหานวัตกรรมที่จะมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพและสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากยิ่งขึ้น

#### 4.3.2 ด้านการวางแผนการผลิต

บริษัทวางแผนด้านกำลังการผลิต โดยคำนวณจากจำนวนร้านขายเสื้อผ้าทั้งหมด โดยประมาณที่อยู่ในเขตกรุงเทพซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย มีจำนวนประมาณ 4,500 ร้าน และ โดยจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างเจ้าของร้านขายเสื้อผ้าที่อยู่บริเวณแหล่งศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ได้แก่ สยามสแควร์ ยูเนี่ยนมอลล์ แพลตตินั่ม จำนวน 105 ร้าน พบว่าร้อยละ 82 ของกลุ่มตัวอย่างมีความกังวลต่อปัญหาการขาดแคลนสินค้าและต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถช่วยจัดการขาดออกได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกรวดเร็วจึงทำให้จำนวนกลุ่มเป้าหมายออกมาได้ 3,690 ร้าน โดยในปีแรกจะทำการขายผ่านช่องทางตัวแทนจำหน่าย ร้อยละ 65 ช่องทางการขายตรง ร้อยละ 25 และช่องทางออนไลน์ร้อยละ 35 ดังนั้น ในปีแรกจึงวางแผนการขายเป็นจำนวน 34,000 ชิ้น โดยคิดเป็นสัดส่วนแต่ละช่องทางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 แสดงถึงสัดส่วนแต่ละช่องทางจำหน่าย และจำนวนที่จำหน่ายในแต่ละช่องทาง ในปีที่ 1

	สัดส่วนแต่ละช่องทาง	จำนวนชิ้น	จำนวนชิ้นต่อคนต่อปี	จำนวนชิ้นต่อคนต่อเดือน
<b>Distributor (ตัวแทนจำหน่าย)</b>	40%	13,600	907	76
<b>Online</b>	35%	11,900	11,900	992
<b>Direct sales</b>	25%	8,500	2,833	236

ซึ่งทำการประมาณการจำนวนผลิต 3,000 ชิ้น/เดือน โดยใช้เวลาในการผลิตอยู่ที่ 5-7 วันทำการ

#### 4.3.3 ด้านการสั่งซื้อวัตถุดิบ สินค้าสำเร็จรูปและการเก็บสต็อกสินค้า

โดยทางบริษัท มีขั้นตอนการสั่งซื้อดังนี้

4.3.3.1 ขวดบรรจุภัณฑ์ โดยบริษัททำการสั่งซื้อโดยจะแจ้งให้ทางร้านทราบ 1-2 วันก่อน และใช้เวลาจัดส่งขวดบรรจุภัณฑ์ไปทางโรงงานผลิต 3-5 วัน เพื่อให้ทางโรงงานผลิตทำการบรรจุน้ำยาและทำการซีลขวดให้เรียบร้อยเป็นสินค้าสำเร็จรูป โดยจะมีการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์มากกว่าจำนวนผลิตจริง 5 % เพื่อป้องกันการทำบรรจุภัณฑ์ชำรุดหรือมีตำหนิ

4.3.3.2 ทางด้านผลลาก โดยบริษัทมีซัพพลายเออร์สองราย รายแรกเป็นซัพ-พลายเออร์ที่เป็นท่าผลลากให้โรงงานเป็นประจำ และอีกรายเป็นโรงพิมพ์ที่เป็นพาร์ทเนอร์กับทางบริษัท เพื่อป้องกันงานที่ล่าช้า โดยมีระยะเวลาการพิมพ์ผลลากอยู่ที่ 5-10 วันทำการ

4.3.3.2 น้ำยา เป็นส่วนประกอบหลักของผลิตภัณฑ์ โดยทางบริษัทมีพาร์ท-เนอร์ร่วมกันพัฒนาสูตรและผลิต และเมื่อผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป ทางโรงงานจะทำการส่งผลิตภัณฑ์มาที่คลังเก็บสินค้า โดยสินค้าสำเร็จรูปมีอายุประมาณ 2 ปี ซึ่งทางบริษัทจะเป็นผู้จัดจำหน่ายหลักแต่เพียงผู้เดียว โดยทางบริษัทมีการเซ็นสัญญากับทางโรงงานผลิตว่าทางโรงงานจะไม่มีการเผยแพร่สูตรให้กับผู้ผลิตรายอื่น เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบในอนาคต

#### 4.3.4 ด้านการตลาดและการขาย

บริษัทมีแบ่งพนักงานขายออกเป็น 3 ช่องทาง คือ 1.ตัวแทนจำหน่าย 2. ออนไลน์ 3. การขายตรง โดยพนักงานขายแต่ละคนจะมีการรับผิดชอบยอดขายในแต่ละช่องทางที่ได้รับหมาย โดย ตัวแทนจำหน่ายและพนักงานขายตรง จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อร้านขายเสื้อผ้า ให้ข้อมูลเรื่องผลิตภัณฑ์ ส่งสินค้า ดูแลสต็อกสินค้า และติดตามยอดขายในแต่ละเดือนให้ตามเป้าหมายที่บริษัทกำหนดไว้ ส่วนทางออนไลน์ ทำหน้าที่ในการ โปรโมทและจัดจำหน่ายผ่านช่องทาง เฟสบุค อินสตาแกรม และไลน์ โดยจะมีการจัดส่งทางไปรษณีย์ไทยวันละ 1 รอบ จัดส่งช่วง 10.00-11.00 นาฬิกา เนื่องจากการตัดรอบไปรษณีย์ไทยจะอยู่ที่เวลา 11.00 นาฬิกา โดยทำการตัดยอดการสั่งซื้อและตรวจสอบยอดเงินเข้าบัญชีตอน 9.00 นาฬิกา โดยคำสั่งซื้อและการโอนเงินที่เกิดหลังจากเวลา 9.00 นาฬิกา จะถูกจัดส่ง ในวันทำการถัดไป

#### 4.3.5 การประเมินผลหลังการจำหน่าย

การประเมินผลหลังการจำหน่าย ประเมินจากผลตอบรับในเรื่องของผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน นำข้อมูลนี้มาทำการวิเคราะห์และปรับปรุงแผนงานเพื่อให้การดำเนินงานและบริหารงานต่าง ๆ ของบริษัท บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ในพันธกิจ โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผล คือ Key Performance Indicator (KPI) ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เรื่องยอดขาย ด้านการตลาด ด้านการเงิน ซึ่งจะอ้างอิงตามแผนงาน

#### 4.3.6 ด้านการจัดทำบัญชีและการเงิน

ในช่วงเริ่มต้นของกิจการ ทางฝ่ายบัญชีจะทำการบันทึกยอดเงินรายรับรายจ่ายทุกวัน เพื่อให้ทราบถึงยอดขายและรายจ่ายในแต่ละวัน ส่วนฝ่ายการเงินจะต้องวางแผนทางการเงินใน



## บทที่ 5

### สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

#### 5.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน

บริษัท วิปพ์ จำกัด เป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้าภายใต้ชื่อแบรนด์ WIP บริษัทฯมีนโยบายทางการเงินโดยใช้หลักการของกาประเมินยอดขายจากกลุ่มเป้าหมาย และมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งด้านบริหารการลงทุนและการดำเนินกิจการของบริษัทฯ

สำหรับแผนการเงินนั้นทางบริษัท วิปพ์ จำกัด ได้จัดทำประมาณการแผนการเงินล่วงหน้าไว้เป็นระยะเวลา 5 ปี การลงทุนในโครงการจะเป็นการวางโครงสร้างรายได้เพื่อรองรับกับค่าใช้จ่ายในการผลิตและเงินทุนหมุนเวียนรวมทั้งสิ้นเป็นเงินประมาณ 428,000 บาท โดยเงินลงทุนทั้งหมดเป็นส่วนของผู้ถือหุ้น 428,000 บาท ซึ่งในช่วงระยะเวลา 5 ปีนี้ แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน จะใช้เพื่อทำการเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมาย ร้านขายเสื้อผ้า และขยายกลุ่มเป้าหมายออกไปให้กว้างขึ้น รวมถึงต้นทุนของผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการขยายตลาดในอนาคต โดยแหล่งที่มาของเงินทุนในช่วงปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 นี้มาจากเงินลงทุนของหุ้นส่วนและส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทฯจึงยังไม่มี ความจำเป็นต้องกู้ยืมเพิ่มเติม

ตารางที่ 5 แสดงแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุนในปีที่ 1(หน่วย : บาท)

เงินลงทุนในโครงการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-
สิ่งปลูกสร้าง	-	-	-
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	-	-	-
ยานพาหนะ	-	-	-
อุปกรณ์สำนักงาน	39,000	39,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	41,000	41,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	348,000	348,000	-
<b>รวม</b>	<b>428,000</b>	<b>428,000</b>	<b>0</b>

ตารางที่ 6 ตารางแสดงรายการค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน (หน่วย : บาท)

รายการ	เงื่อนไข	จำนวนเงิน
ต้นทุนสินค้า	ล็อตแรก ผลิต 1,000 ขวด (เดือนแรก)	30,000
พัฒนาสูตร	ครั้งแรก	9,000
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการ	เงินทุนหมุนเวียน	348,000
จดทะเบียน อย	ครั้งแรก	2,000
<b>รวม</b>		<b>428,000</b>

## 5.2 ที่มาของรายได้

โดยมีสมมุติฐานในการประมาณการรายได้ คือ

1. บริษัท วิปพ์ จำกัด มีรายได้จากการขายสินค้า คือ WIP 159 บาท/ขวด
2. ความสามารถในการผลิตสินค้าสูงสุดของบริษัทอยู่ที่ 8,000 ชิ้น/เดือน โดยบริษัท



มีเป้าหมายในการกระจายสินค้าเข้าไปยังช่องทางการจำหน่าย 4 ช่องทาง คือ

- ตัวแทนจำหน่าย (Distributor)
- พนักงานขายตรง (Direct Sales)
- ออนไลน์ (Online Channel) : Facebook, Instagram, Shopee และ Lazada
- ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) : Villa Market, Top Supermarket (เริ่มขยายในปีที่ 3)

โดยที่ช่องทางการจำหน่ายแต่ละช่องทางต้องมียอดขายสินค้าดังต่อไปนี้

3. ประมาณการยอดขายปีแรกอยู่ที่ 35% ของกำลังการผลิตสูงสุด โดยเป็นรายได้จากการจำหน่าย WIP 100 % โดยจำหน่ายในราคา 159 บาทต่อชิ้น

ตารางที่ 7 แสดงถึงสัดส่วนแต่ละช่องทางจำหน่าย และจำนวนที่จำหน่ายในแต่ละช่องทาง ในปี ที่ 1

	สัดส่วนแต่ละ ช่องทาง	จำนวนชิ้น	จำนวนชิ้น ต่อคนต่อปี	จำนวนชิ้น ต่อคนต่อ เดือน
<b>Distributor</b> (ตัวแทนจำหน่าย)/SOS	40%	13,600	907	76
<b>Online</b>	35%	11,900	11,900	992
<b>Direct sales</b>	25%	8,500	2,833	236

ตารางที่ 8 ปริมาณการขายและผลิตตามประมาณการยอดขาย (หน่วย : ชิ้น)

คิดเป็นร้อยละของ ปริมาณการผลิตสูงสุด	35%	46%	69%	83%	91%
ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
WIP	34,000	44,200	66,300	79,560	87,516
<b>รวม</b>	34,000	44,200	66,300	79,560	87,516

โดยมีความสามารถในการผลิต 96,000 ชิ้น/ปี และ 8,000 ชิ้น/เดือน

ตารางที่ 9 ประมาณการยอดขายต่อปี (หน่วย : บาท)

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
WIP	5,406,000	7,027,800	10,541,700	12,650,040	13,915,044
รวม	5,406,000	7,027,800	10,541,700	12,650,040	13,915,044
ยอดขายต่อเดือน	450,500	585,650	878,475	1,054,170	1,159,587

### 5.3 การประมาณการต้นทุนการผลิตและการบริหาร

#### 5.3.1 ต้นทุนผันแปร

1. ต้นทุนค่าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต โดยวัตถุดิบหลักคือส่วนผสม Butyl Glycol และส่วนผสมจาก RHODIASOLV<sup>®</sup> INFINITY ซึ่งอาจมีการผันแปรของราคาได้ เนื่องจากสารเคมีมีราคาขึ้นกับราคาตลาด
2. ต้นทุนค่าบรรจุภัณฑ์ ซึ่งอาจผันแปรตามปริมาณการใช้งาน โดยหากทางบริษัทฯ ตั้งผลิตจำนวนมากจะมีอำนาจต่อรองราคาทำให้ได้บรรจุภัณฑ์ในราคาถูกลง

ตาราง 10 ต้นทุนค่าวัตถุดิบในการผลิต WIP (ต้นทุนผันแปรได้ต่อหน่วย)

WIP		ราคา (บาท/ชิ้น)
วัตถุดิบ 1	สารเคมี	10
วัตถุดิบ 2	Package	20
รวม		30

ดังนั้นบริษัทฯ มีต้นทุนผันแปรเฉลี่ย 30 บาท ต่อ 1 บรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 11 ประมาณการต้นทุนค่าวัสดุคิบบันแปรต่อปี (หน่วย : บาท)

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
WIP	1,020,000	1,326,000	1,989,000	2,386,800	2,625,480
<b>รวม</b>	<b>1,020,000</b>	<b>1,326,000</b>	<b>1,989,000</b>	<b>2,386,800</b>	<b>2,625,480</b>

### 5.3.2 ต้นทุนคงที่ จากตารางที่ 12-15

- ตารางที่ 12 ต้นทุนค่าแรงงานที่ใช้ในการขายและการบริหาร
- ตารางที่ 13 ต้นทุนค่าใช้จ่ายทางการตลาด
- ตารางที่ 14 ต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการขายและการบริหาร

ตารางที่ 12 ประมาณการต้นทุนค่าแรงงานที่ใช้ในการขายและการบริหารต่อปี

ตำแหน่ง	เงินเดือน (บาท)	จำนวนพนักงาน (คน)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
CEO	20,000	1	1	1	1	1
CMO	20,000	1	1	1	1	1
CFO	20,000	1	1	1	1	1
Sales Manager	15,000	1	1	1	1	1
พนักงานขาย	14,000	2	2	3	3	3
เจ้าหน้าที่ประสานงาน	12,000	0	1	2	2	2

ตารางที่ 13 ประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่ายทางการตลาดต่อปี (หน่วย : บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Online media	270,300	351,390	790,627	632,502	695,752
VDO production	54,060	70,278	158,125	126,500	139,150

ตารางที่ 13 ประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่ายทางการตลาดต่อปี (หน่วย : บาท) (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Sales Promotion	108,120	140,556	316,251	253,000	278,300
Samples	81,090	105,417	237,188	189,750	208,725
PR	27,030	35,139	79,062	63,250	69,575
รวม	<b>540,600</b>	<b>702,780</b>	<b>1,581,255</b>	<b>1,265,004</b>	<b>1,391,504</b>

ตารางที่ 14 ประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการขายและการบริหาร (หน่วย : บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าน้ำ-ค่าไฟ	24,000	26,400	29,040	31,944	35,138
ค่า incentive	216,000	216,000	288,000	288,000	288,000
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	1,200	1,320	1,452	1,597	1,756
ค่าขนส่ง	60,000	90,000	90,000	90,000	90,000
รวม	<b>301,200</b>	<b>333,720</b>	<b>408,492</b>	<b>411,541</b>	<b>414,895</b>

ดังนั้นบริษัทฯ มีต้นทุนคงที่เฉลี่ย 2,914,998 บาท/ปี (คิดเฉลี่ย 5 ปี)

#### 5.4 ประมาณการงบกำไรขาดทุนและงบดุล

ตารางที่ 15 ประมาณการงบกำไรขาดทุนของบริษัทฯ ภายในระยะเวลา 5 ปี (หน่วย : บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	<b>5,406,000</b>	<b>7,027,800</b>	<b>10,541,700</b>	<b>12,650,040</b>	<b>13,915,044</b>
ต้นทุนขาย					
- วัสดุคิบ	1,020,000	1,326,000	1,989,000	2,386,800	2,625,480
- แรงงานในการผลิต	-	-	-	-	-
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	-	-	-	-	-

ตารางที่ 15 ประมาณการงบกำไรขาดทุนของบริษัทฯภายในระยะเวลา 5 ปี (หน่วย : บาท) (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- ค่าโสหุ้ยในการผลิต	-	-	-	-	-
รวมต้นทุนขาย	1,020,000	1,326,000	1,989,000	2,386,800	2,625,480
กำไรขั้นต้น	4,386,000	5,701,800	8,552,700	10,263,240	11,289,564
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	1,344,000	1,344,000	1,512,000	1,512,000	1,512,000
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	540,600	702,780	1,581,255	1,265,004	1,391,504

- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	301,200	333,720	408,492	411,541	414,895
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	2,201,800	2,396,500	3,517,747	3,204,545	3,334,400
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	2,184,200	3,305,300	5,034,953	7,058,695	7,955,164
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	2,184,200	3,305,300	5,034,953	7,058,695	7,955,164
ภาษีเงินได้	436,840	661,060	1,006,991	1,411,739	1,591,033
กำไรสุทธิ	1,747,360	2,644,240	4,027,962	5,646,956	6,364,131

ตารางที่ 16 ประมาณการโครงสร้างต้นทุนภายในระยะเวลา 5 ปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
ต้นทุนขาย	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
- วัสดุุดิบ	18.87%	18.87%	18.87%	18.87%	18.87%
- แรงงานในการผลิต	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
- ค่าโสหุ้ยในการผลิต	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
รวมต้นทุนขาย	18.87%	18.87%	18.87%	18.87%	18.87%
กำไรขั้นต้น	81.13%	81.13%	81.13%	81.13%	81.13%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

ตารางที่ 16 ประมาณการ โครงสร้างต้นทุนภายในระยะเวลา 5 ปี (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- แรงงานในการขายและบริหาร	24.86%	19.12%	14.34%	11.95%	10.87%
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	0.30%	0.23%	0.15%	0.13%	0.11%
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	10.00%	10.00%	15.00%	10.00%	10.00%
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	5.57%	4.75%	3.88%	3.25%	2.98%
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	40.73%	34.10%	33.37%	25.33%	23.96%

กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	40.40%	47.03%	47.76%	55.80%	57.17%
ดอกเบี้ยจ่าย	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	40.40%	47.03%	47.76%	55.80%	57.17%
ภาษีเงินได้	8.08%	9.41%	9.55%	11.16%	11.43%
กำไรสุทธิ	32.32%	37.63%	38.21%	44.64%	45.74%

ตารางที่ 17 ประมาณการงบดุลของบริษัทฯภายในระยะเวลา 5 ปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์</b>					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	1,843,610	4,423,525	8,293,450	13,851,983	20,169,461
- ลูกหนี้การค้า	225,250	292,825	439,238	527,085	579,794
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	42,500	55,250	82,875	99,450	109,395
- สต็อกวัตถุดิบ	42,500	55,250	82,875	99,450	109,395
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,153,860	4,826,850	8,898,437	14,577,968	20,968,045
สินทรัพย์ถาวร					
- อุปกรณ์สำนักงาน	39,000	39,000	39,000	39,000	39,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	41,000	41,000	41,000	41,000	41,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	16,000	32,000	48,000	64,000	80,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	64,000	48,000	32,000	16,000	-

ตารางที่ 17 ประมาณการงบดุลของบริษัทฯภายในระยะเวลา 5 ปี (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมสินทรัพย์	2,217,860	4,874,850	8,930,437	14,593,968	20,968,045
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	42,500	55,250	82,875	99,450	109,395
รวมหนี้สินหมุนเวียน	42,500	55,250	82,875	99,450	109,395
หนี้สินระยะยาว	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	42,500	55,250	82,875	99,450	109,395
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
- เงินลงทุน	428,000	428,000	428,000	428,000	428,000
- กำไรสะสม	1,747,360	4,391,600	8,419,562	14,066,518	20,430,650
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,175,360	4,819,600	8,847,562	14,494,518	20,858,650
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,217,860	4,874,850	8,930,437	14,593,968	20,968,045

ตารางที่ 18 กระแสเงินสดสุทธิของบริษัทฯภายในระยะเวลา 5 ปี (หน่วย : บาท)

กระแสเงินสดสุทธิ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	1,747,360	2,644,240	4,027,962	5,646,956	6,364,131
ค่าเสื่อมราคา	16,000	16,000	16,000	16,000	16,000
กระแสเงินสดสุทธิ	1,763,360	2,660,240	4,043,962	5,662,956	6,380,131

### 5.5 ระยะเวลาในการคืนทุนและจุดคุ้มทุน

จากตารางที่ 5 แสดงแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุนในปีที่ 1 จากเงินลงทุนเริ่มต้นโครงการทั้งหมด 428,000 บาท บริษัทฯจะใช้ระยะเวลาในการคืนทุนทั้งหมด 6 เดือน ซึ่งตัวเลขนี้เป็นเพียงการประมาณการตามปริมาณการจำหน่ายสินค้าได้ตามเป้าหมายที่บริษัทฯ ได้คาดการณ์ไว้

จุดคุ้มทุนของบริษัทฯ คือ ต้องจำหน่ายสินค้าจำนวน 641,247 บาท/เดือน หรือ 4,033 ชิ้น/เดือน หรือคิดเป็น 50.41 % ของกำลังการผลิตสูงสุด

## 5.6. อัตราส่วนทางการเงินของบริษัทฯ

ตารางที่ 19 อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>1. วัตถุประสงค์ของทางการเงิน</b>					
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	50.68	87.36	107.37	146.59	191.67
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (เท่า)	48.68	85.36	105.37	144.59	189.67
<b>2. วัดความสามารถในการทำกำไร</b>					
- อัตรากำไรขั้นต้น	81.1%	81.1%	81.1%	81.1%	81.1%
- อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	40.4%	47.0%	47.7%	55.8%	57.1%
- อัตรากำไรสุทธิ	32.3%	37.6%	38.2%	44.6%	45.7%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อสินทรัพย์รวม	78.7%	54.2%	45.1%	38.6%	30.3%
- อัตราผลตอบแทนสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	80.3%	54.8%	45.5%	38.9%	30.5%
<b>3. วัดประสิทธิภาพการจัดการเงินทุนหมุนเวียน</b>					
- อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม	2.44	1.44	1.18	0.87	0.66
- ระยะเวลาในการจัดเก็บหนี้ (วัน)	15.21	15.21	15.21	15.21	15.21
- ระยะเวลาชำระหนี้เจ้าหนี้การค้า (วัน)	15.21	15.21	15.21	15.21	15.21
<b>4. วัดความสามารถชำระหนี้และความเสี่ยง</b>					
- อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01
- อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (เท่า)	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01
- อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ยง่าย	0	0	0	0	0



- ❖ มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 12,946,658 บาท
- ❖ อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) อยู่ที่ 461.60%
- ❖ ระยะเวลาคืนทุน 6 เดือน
- ❖ จุดคุ้มทุน 4,033 ชิ้น/เดือน



## บทที่ 6

### บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน

คราบเปื้อนบนเสื้อผ้า เป็นปัญหาที่น่าหนักใจของผู้ที่อยู่ในธุรกิจเครื่องแต่งกาย เช่น ร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิง ซึ่งสาเหตุเกิดจาก เครื่องสำอางของลูกค้าที่เปื้อนใส่เสื้อผ้าขณะที่ลองสินค้า หรืออาหารเครื่องดื่มที่ลูกค้าทำหกใส่สินค้าขณะเลือกชม เป็นต้น ซึ่งคราบเปื้อนเหล่านี้จำเป็นต้องถูกทำความสะอาดโดยเร็ว เพราะหากทิ้งไว้จะทำให้ สินค้ากลายเป็นของมีตำหนิซึ่งลูกค้ามักไม่ต้องการ ทำให้เสียโอกาสการขาย และหากขจัดคราบออกไม่ได้ ทางร้านอาจต้องยอมลดราคาสินค้าเพื่อให้ ลูกค้ายอมซื้อสินค้าดังกล่าว เพราะหากขายไม่ได้อาจส่งผลให้ขาดทุนในที่สุด ยิ่งไปกว่านั้นร้านขาย เสื้อผ้าไม่สามารถนำเสื้อผ้าที่เปื้อนคราบไปซักทำความสะอาดตามปกติได้ เนื่องจากเสื้อผ้าที่ขายหาก ซักแล้วจะกลายเป็นสินค้ามือสองทันที นอกจากนี้ จากการสำรวจผลิตภัณฑ์ขจัดคราบที่มีอยู่ใน ตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ฟรีวอชแบรนด์ต่าง ๆ พบว่ายังไม่สามารถขจัดคราบเปื้อนบนเสื้อผ้าได้ทันที และย้งต้องนำผ้าไปซักทำความสะอาด ซึ่งไม่สามารถตอบโจทย์การใช้งานของร้านขายเสื้อผ้าได้ดี เท่าที่ควร ดังนั้นจึงทำให้เกิดแนวคิดของผลิตภัณฑ์สเปรย์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า WIP ขึ้นมาในรูปแบบ สเปรย์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า ที่มีคุณสมบัติในการขจัดคราบเปื้อนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคราบ เครื่องสำอาง อาหาร เครื่องดื่ม รวมไปถึงคราบเปื้อนจากหมึกปากกาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้งาน สะดวก ไม่ทำลายเนื้อผ้า และไม่ต้องนำผ้าที่มีคราบเปื้อน ไปซักทำความสะอาด

การลงทุนในโครงการนี้ ปีแรกใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 428,000บาท โดยเป็นการลงทุนใน ส่วนของค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน อุปกรณ์สำนักงาน และเงินทุนหมุนเวียน กล่าวคือมีเงินทุน หมุนเวียนไว้ใช้สำหรับการผลิต การสื่อสารการตลาดและค่าแรงงานพนักงานต่างๆ ประมาณ ร้อยละ 90 ของเงินทุนทั้งหมด ซึ่งทางบริษัทฯ ได้มีแผนเตรียมเงินทุนสำรองส่วนหนึ่งเอาไว้สำหรับเป็น เงินทุนหมุนเวียนเพื่อรองรับค่าใช้จ่ายในช่วงแรกที่อาจยังขายผลิตภัณฑ์ได้ไม่ถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้

สำหรับรูปแบบธุรกิจของบริษัทฯ จะมีการผลิตสินค้าและจัดจำหน่ายให้แก่ กลุ่มเป้าหมาย โดยบริษัทฯ ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่ม Niche Market คือร้านขายเสื้อผ้า ผู้หญิงที่อยู่บริเวณศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในกรุงเทพและปริมณฑลที่มีจำนวนประมาณ 4,500 ร้าน โดยวางแผนการจัดจำหน่าย ผ่านทางช่องทางกาจำหน่าย กล่าวคือในปี ที่ 1 และ 2 จะมุ่งเน้น

ช่องทางตัวแทนจำหน่าย ขายตรง และช่องทางออนไลน์ และในปี ที่ 3 เป็นต้นไปจะเริ่มขยายช่องทางจำหน่ายเข้าสู่ซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งทำให้ในแต่ละปีต้องมีการเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรองรับการขยายช่องทางจำหน่ายที่มากขึ้น บริษัทฯวางแผนนำเงินส่วนของกำไรสะสมและเงินสดในแต่ละปีมาใช้ในการลงทุนเพื่อขยายกำลังการผลิต โดยยังไม่มีแผนการกู้เงินเพิ่มเติม

อย่างไรก็ตามเนื่องจากผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP เป็นผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างใหม่และยังไม่มีที่รู้จัก ดังนั้นบริษัทฯ จึงมุ่งเน้นทำการตลาด โดยการใช้สื่อการตลาดผ่านทางช่องทางหลัก 2 ช่องทางคือ ออนไลน์และออฟไลน์ เริ่มต้นจากสื่อการตลาดทางออฟไลน์ผ่านแคมเปญ “เก่าแลกใหม่” โดยการออกบูธตามแหล่งศูนย์การค้าเสื้อผ้าขนาดใหญ่ ให้ร้านขายเสื้อผ้านำเสื้อผ้าที่เปื้อนมาทดลองจัดกราบด้วยผลิตภัณฑ์ WIP และกดติดตามสื่อโซเชียลมีเดียของแบรนด์ เพื่อรับผลิตภัณฑ์ขนาดทดลองไปใช้ฟรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้มีประสบการณ์ร่วมกับแบรนด์ ได้รู้จักและกล้าทดลองใช้ผลิตภัณฑ์เมื่อทดลองใช้แล้วพอใจในประสิทธิภาพ อาจเกิดการซื้อใช้และบอกต่อตามมาในอนาคต และบริษัทฯ ได้มีฐานข้อมูลลูกค้าจากทางออฟไลน์ เพื่อทำการสื่อสารการตลาดผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่อไป

จากการศึกษาสรุปได้ว่าแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP นี้ควรค่าแก่การลงทุน เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจัดกราบเปื้อนบนเสื้อผ้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และใช้งานได้สะดวก โดยไม่ต้องนำเสื้อผ้าไปซักทำความสะอาด สามารถช่วยประหยัดเงินประหยัดเวลา และสามารถช่วยแก้ปัญหา Pain Point ของกลุ่มเป้าหมายคือร้านขายเสื้อผ้าได้เป็นอย่างดี และนอกจากนี้ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP ยังมีต้นทุนการผลิตที่ไม่สูงมากนักแต่สามารถขายได้ในราคา 159 บาทต่อชิ้น จึงทำให้มีผลกำไรค่อนข้างมาก มีอัตราผลตอบแทนที่คุ้มค่า และมีระยะเวลาคืนทุนที่สั้นเพียง 6 เดือนเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตามผู้ลงทุนควรจัดสรรเงินทุนและวางแผนด้านการดำเนินการอย่างเหมาะสม รวมทั้งวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

## บรรณานุกรม

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559). จำนวนประชากรหญิงในประเทศไทย ปี 2559 [ออนไลน์] Retrieved from: <http://www.nso.go.th/sites/2014>
- Marketeer (2558). ผลิตภัณฑ์ซักผ้ายิ่งซัก ยิ่งโต หอมฟุ้งทั่วตลาด [ออนไลน์] Retrieved from: <http://marketeer.co.th/archives/54726>
- DBD (2560). ธุรกิจร้านขายปลีกเสื้อผ้า [ออนไลน์] Retrieved from: [http://www.dbd.go.th/download/document\\_file/Statistic/2560/T26/T26\\_201707.pdf](http://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2560/T26/T26_201707.pdf)
- Property.Chula (2560). จำนวนร้านเสื้อผ้าในสยามสแควร์ [ออนไลน์] Retrieved from: <http://www.property.chula.ac.th/siamlist.php>
- Platinumfashionmall (2560). จำนวนร้านเสื้อผ้าในแพลตตินั่มแฟชั่นมอลล์ [ออนไลน์] Retrieved from: <http://www.platinumfashionmall.com/directory/43/>
- Terminal21 (2560). จำนวนร้านเสื้อผ้าในเทอร์มินอล 21 [ออนไลน์] Retrieved from: <http://www.terminal21.co.th/asok/shop/th/1f>
- Brandbuffet (2560) จำนวนร้านเสื้อผ้าใน ยูเนียนมอลล์ [ออนไลน์] Retrieved from: <https://www.brandbuffet.in.th/2017/06/union-mall-strategy-renovation/>



ภาคผนวก ก  
ตลาดผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด





### ความน่าสนใจในตลาดผลิตภัณฑ์ซักผ้า

- ตลาดผลิตภัณฑ์ซักผ้าปี 2558 เติบโตร้อยละ 3 จากการนำเสนอสูตรใหม่ๆ เพื่อสร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่ง และโดยส่วนใหญ่การนำเสนอสูตรใหม่ๆ จะมาพร้อมกับราคาที่เพิ่มสูงขึ้น
- ตลาดผลิตภัณฑ์ซักผ้ามูลค่า 18,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 3 จากปีที่ผ่านมา ตลาดนี้มีการแข่งขันกันสูงในเรื่องของการขจัดคราบที่เป็นเนื้อผ้าโดยไม่ต้องออกแรงขยี้ เพื่อตอบ โจทย์ผู้บริโภคใหม่ที่เน้นการซักผ้าด้วยเครื่องซักผ้าเป็นหลัก
- น้ำยาปรับผ้านุ่มเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6 ต่อปี โดยน้ำยาปรับผ้านุ่มสูตรเข้มข้นมีการเติบโตสูงจนกลายเป็นตลาดที่แข่งขัน้ำยาปรับผ้านุ่มแบบธรรมดาไปเมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมา จากการโปรโมทอย่างต่อเนื่องของแบรนด์ผู้ผลิตถึงคุณสมบัติเด่นของน้ำยาปรับผ้านุ่มสูตรเข้มข้นที่ใช้น้ำน้อยกว่าและประหยัดกว่าน้ำยาซักผ้าสูตรธรรมดา
- ผลิตภัณฑ์ขจัดคราบมีคู่แข่งหลักคือไฮเตอร์และแวนิช ที่แข่งขันกันเรื่องการขจัดคราบที่ไม่ทำลายสี และเนื้อผ้า

## ภาคผนวก ข

## แบบสำรวจความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สเปรย์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า WIP

**แบบสำรวจ ความต้องการผลิตภัณฑ์สเปรย์ขจัดคราบบนเสื้อผ้าทันทีแบบไม่ต้องซัก**

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลร้าน**

- 1.ชื่อร้าน.....
- 2.สถานที่ตั้ง.....
- 3.ประเภทของร้าน  ร้านขายเสื้อผ้า  ร้านเช่าชุด
- 4.จำนวนสาขา.....
- 5.ประเภทของเสื้อผ้าที่ให้บริการ.....

**ส่วนที่ 2 ความต้องการผลิตภัณฑ์**

- 1.เคยประสบปัญหาคราบเปื้อนบนเสื้อผ้าหรือไม่.....
- 2.คราบเปื้อนที่พบมาจากสาเหตุใดบ้าง
 

<input type="checkbox"/> ลูกค้าลองเสื้อผ้า	<input type="checkbox"/> ลูกค้าทำอาหารและเครื่องดื่มหกได้
<input type="checkbox"/> นำเสื้อผ้าไปถ่ายแบบ/แฟชั่นโชว์	<input type="checkbox"/> ให้Stylist ยืมเสื้อผ้าไปถ่ายละคร/โฆษณา/รายการ
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ.....	

**3.คราบที่พบส่วนใหญ่เป็นคราบอะไร**

-เครื่องสำอาง

- |                                  |                                       |                                |
|----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ลิปสติก | <input type="checkbox"/> แป้ง/รองพื้น | <input type="checkbox"/> อื่นๆ |
|----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|
- .....

-อาหาร

- |                                  |                                      |                                  |
|----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> กาแฟ/ชา | <input type="checkbox"/> ซอส/น้ำจิ้ม | <input type="checkbox"/> ไอศกรีม |
|----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|



อื่น ๆ.....

-คราบอื่น ๆ โปรดระบุ.....

3.ปกติเจอคราบเป็นบ่อยมากแค่ไหน.....

4.แล้วมีวิธีแก้ไขจัดการคราบเป็นอย่างไร.....

ส่งซักแห้ง                       ตัดเป็นสินค้าลดราคา/สินค้าชำรุด                       ไม่ให้  
ถูกค้ำลองเสื้อผ้า

ให้ผู้ยืมรับผิดชอบ                       วิธีแก้ปัญหาอื่นๆ.....

5.ถ้าหากว่ามีผลิตภัณฑ์ที่สามารถจัดการคราบเป็นบนเสื้อผ้าสนใจไหม

สนใจ                       ไม่สนใจ ข้ามไปข้อ 7

6.เหตุผลที่สนใจ

จัดรอยเป็นได้ทันที                       ประหยัดค่าใช้จ่าย                       สะดวกมากขึ้น

อื่น ๆ.....

7.เหตุผลที่ไม่สนใจ

กลัวเสื้อผ้าเสียหาย                       ไม่จำเป็น                       อื่นๆ.....

8.หากมีผลิตภัณฑ์มาให้ทดลอง คาดหวังว่าผลิตภัณฑ์จะสามารถแก้ไขปัญหาได้ดีเพียงใด ให้คะแนน 1-10 (ดีมาก 10 - ไม่ดี 1) พร้อมเหตุผล.....

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพและผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
1.ประสิทธิภาพในการจัดการคราบเป็น					
2.กลิ่นน้ำยา					
3.ใช้ง่ายได้ง่าย/สะดวก					
4.ความน่าดึงดูดของผลิตภัณฑ์/รูปลักษณ์ตัวผลิตภัณฑ์					
5.ประสิทธิภาพโดยรวมเป็นอย่างไร (บรรจุภัณฑ์+น้ำยา)					
6.คิดว่ารูปแบบแพ็คเกจจิ้ง ควรเป็นแบบไหน					

#### ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อตัวผลิตภัณฑ์

1.ถ้ามีผลิตภัณฑ์นี้ออกมาจำหน่าย จะซื้อหรือไม่  ซื้อ  ไม่ซื้อ เพราะ

.....

2.ราคาที่น่าสนใจอยู่ประมาณเท่าไร.....

3.คิดว่าจะหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จ้ดทราบได้จากที่ไหน

Google  Pantip  Facebook,IG  เพื่อนหรือคนรู้จัก

อื่นๆ ระบุ.....

4.คิดว่าผลิตภัณฑ์นี้ควรหาซื้อที่ไหน

ตัวแทนจำหน่าย  Online  Supermarket

Multi-Brand Store  Direct Sale  อื่น ๆ.....

4.หากใช้ดี จะใช้ต่อหรือไม่  ใช่  ไม่ใช่ เพราะ.....

5.หากใช้ดี จะแนะนำต่อหรือไม่  แนะนำ  ไม่แนะนำ เพราะ

.....

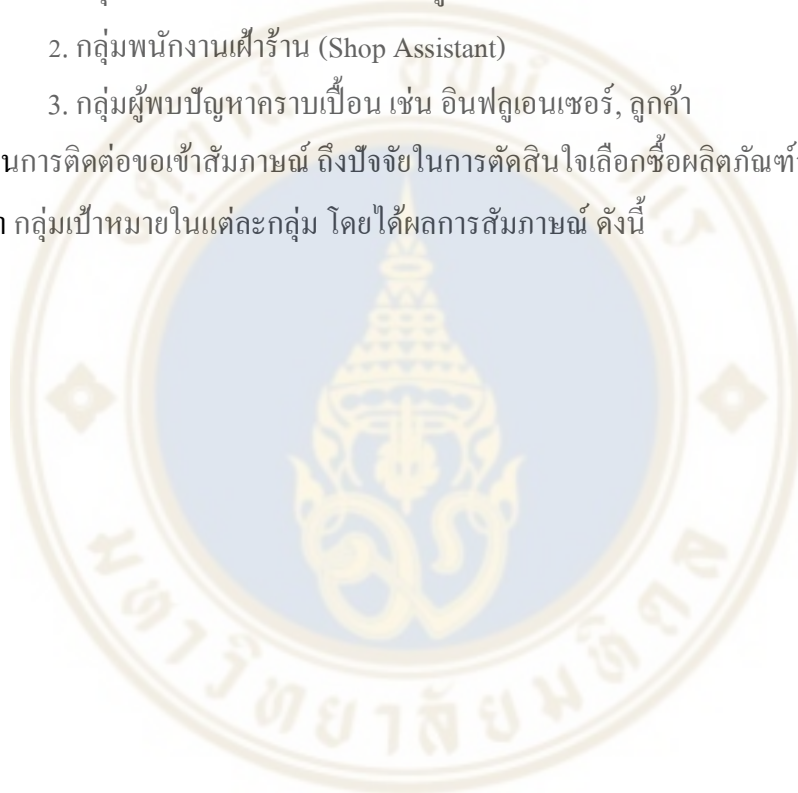
6.คิดว่าผลิตภัณฑ์ 1 บรรจุภัณฑ์ ควรใช้ได้ประมาณกี่ครั้ง .....

**ภาคผนวก ก**  
**การทดสอบตลาด (Market Test)**

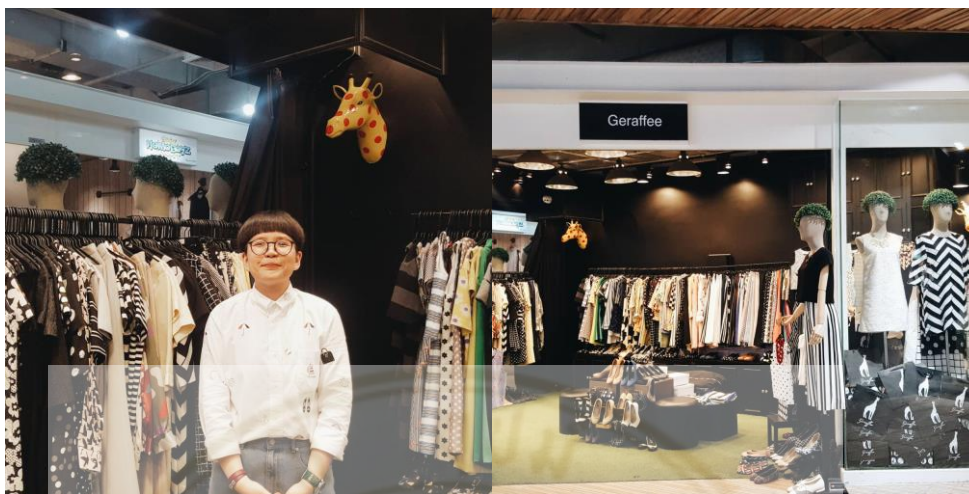
**ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า ที่ทางคณะผู้ก่อตั้งกำหนด**

1. กลุ่มเจ้าของร้านขายเสื้อผ้า หรือผู้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเข้าร้าน (Shop Owner)
2. กลุ่มพนักงานเฝ้าร้าน (Shop Assistant)
3. กลุ่มผู้พบปัญหากราบเปื้อน เช่น อินฟลูเอนเซอร์, ลูกค้า

แล้วดำเนินการติดต่อขอเข้าสัมภาษณ์ ถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า กลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม โดยได้ผลการสัมภาษณ์ ดังนี้



## 1.กลุ่มเจ้าของร้านขายเสื้อผ้า หรือผู้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเข้าร้าน (Shop Owner)



คุณฟ้า ร้าน geraffee : Siam Square

คราบเปื้อนบนเสื้อผ้าทุกวันเลยคะ วันละหลายตัว ส่วนใหญ่เป็นคราบเครื่องสำอางลูกค้าลองชุด จะให้เค้าซื้อ ก็ไม่กล้า กลัวเค้ารู้สึกไม่ดี แล้วไม่เข้าร้านอีก วันนี้ได้ทดลองใช้ WIP รู้สึก wow มากคะ ใช้ง่าย สะดวกสบาย ถ้ามีขายซื้อแน่นอนคะ ถ้าวันนี้มีมาขายด้วยก็จะซื้อเลยคะ



คุณลิซ่า ร้าน Miladi Union Mall

คราบเปื้อนบนเสื้อผ้า เจอเรื่อย ๆ คะ อย่างน้อย2-3ครั้งต่ออาทิตย์ ถ้าคราบเปื้อนเล็ก ๆ ก็จะนำไปซักเฉพาะจุด แต่หากไม่ออก ก็ตัดเป็นของเชลล์หรือของชำรุดไป หากมีผลิตภัณฑ์ที่ช่วยขจัดคราบบนเสื้อผ้าได้ทันที สะดวก และรวดเร็ว ก็สนใจมากคะ เพราะหากเจอคราบเปื้อนจะได้รับขจัดแล้วขายต่อได้เลย

## 2. กลุ่มพนักงานเฝ้าร้าน (Shop Assistant)



คุณอิม ร้าน Being : Siam Square

เจอบ้างค่ะคราบเปื้อนบนเสื้อผ้า ส่วนใหญ่ที่เจ้าของร้านจะเป็นคนเอากลับไปซัก แล้วเอามาคืนให้ บางทีถ้าลูกค้าอยากได้เลย แต่เสื้อเปื้อน เราก็จะลดราคาให้ค่ะ พอได้ทดลองใช้ WIP รู้สึกว่าสะดวกดีจ้ะเลย นั่งอยู่ร้านช่วงว่างๆก็จัดคราบได้เลย กลิ่นก็หอมดีค่ะ ถ้ามีขายก็อยากซื้อมาติดร้านไว้ค่ะ และอาจพกติดตัวไว้ใช้เองด้วยค่ะ

คุณมารีไอ้ ดารา นายแบบ

ผมเป็นคนซุ่มซ่ามครับ ชอบทำเสื้อเปื้อนตลอด ถ้ามีผลิตภัณฑ์จัดคราบ ก็ดีนะครับ ผมจะซื้อไปให้พี่ๆในกองใช้เวลาผมทำเปื้อน เค้าจะได้ไม่ต้องหาวิธีกำจัดคราบเปื้อนปุ๊บจะได้เช็ดปั๊บ น่าจะสะดวกขึ้นเยอะ

### 3. กลุ่มผู้พบปัญหาคราบเปื้อน เช่น อินฟลูเอนเซอร์, ลูกค้า



คุณแชน freelance stylist

คราบเปื้อนบนเสื้อผ้าเจอทุกงานครับ เพราะงานแฟชั่นเป็นงานที่ต้องรีบ ต้องทำงานแข่งเวลา ส่วนใหญ่เป็นคราบเครื่องสำอางแบบนายแบบ เค้กรับๆเปลี่ยนเสื้อผ้า เราก็ต้องส่งซักแห้งตัวนึงก็ 2-3 ร้อยบาทขึ้นไป ถ้ามีผลิตภัณฑ์ซักคราบดีเลยครับ



คุณมารี ไอ้ ดารา นายแบบ

ผมเป็นคนชุ่มช่ำครับ ชอบทำเสื้อเปื้อนตลอด ถ้ามีผลิตภัณฑ์ซักคราบ ก็ดีนะครับ ผมจะซื้อไปให้พี่ๆในกองใช้เวลาผมทำเปื้อน เค้จะได้ไม่ต้องหาวิธีกำจัดคราบเปื้อนบูบจะได้เซ็ดปั๊บน่าจะสะดวกขึ้นเยอะเลยครับ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ได้ว่า ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเจ้าของร้านขายเสื้อผ้า กลุ่มพนักงานที่เฝ้าร้านเสื้อผ้าที่พบปัญหาคราบเปื้อนที่บ่อย หรือ กลุ่มที่พบปัญหาคราบเปื้อน เช่น อินฟลูเอนเซอร์ , ลูกค้า และสามารถสรุปได้ว่า มีปัญหาในเรื่องของคราบเปื้อนและมีความต้องการ ยิ่งไปกว่านั้น หากมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถซักคราบได้ง่าย มีประสิทธิภาพ ต้องการที่จะซื้อไว้ที่ร้านเพื่อพบปัญหาคราบเปื้อนจะได้แก้ปัญหาได้ทันที

## ภาคผนวก ง

## ใบเสนอราคาสารตั้งต้นผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP



ห้างหุ้นส่วนจำกัด เลิศพานิช เทรดดิ้ง

LERT PANICH TRADING LTD.,PART.

77/49 หมู่ 7 ตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170 โทร : 034-964452-4 แฟกซ์: 034-964455

77/49 Moo 7 Klonyong Phutthamonthon Nakhonpathom 73170 Tel : 034-964452-4 Fax : 034-964455

DATE : 27 พฤศจิกายน 2560  
 ATTN : คุณดาล  
 TEL : 085 - 1551082  
 FROM : พิชญ์พร สาจิต (กวาง)  
 TEL : 088 - 2821241

## สรุปราคา

รายการ	จำนวน	ราคา / ลิตร	ราคารวม (บาท)
ผลิตภัณฑ์จัดกราบบนเสื้อผ้า สูตร 3	53 ลิตร	175.00	9,275.00
ผลิตภัณฑ์จัดกราบบนเสื้อผ้า สูตร 2	1 ลิตร	110.00	110.00
ค่าบรรจุและติดฉลาก (ต่อชิ้น)	1,000 ชิ้น	3.00	3,000.00
ค่าบริการในการขอเลขที่รับแจ้งจาก อย.	1 รายการ	1,000.00	1,000.00
ราคารวม			13,385.00
VAT 7%			936.95
ราคารวมสุทธิ			14,321.95

## หมายเหตุ

- ราคาที่เสนอยังไม่รวมค่าแพ็คเกจจิ้งและค่าขนส่ง
- ชำระค่ามัดจำสินค้า 50% เมื่อมีการสั่งสินค้าและชำระส่วนที่เหลือก่อนส่งสินค้า 1 วัน
- ระยะเวลาในการผลิตสินค้า 7 - 10 วัน

ทางบริษัทฯหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับการพิจารณาจากท่านในโอกาสอันใกล้นี้ พร้อมทั้งขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความ  
 สนใจสินค้าของทางบริษัทฯและสนับสนุนสินค้าของเรามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

**Pitchamaphon**  
 (พิชญ์พร สาจิต)

## ภาคผนวก จ

## ใบเสนอราคาสารตั้งต้นผลิตภัณฑ์สเปรย์ฉีดปราบบนเสื้อผ้า WIP


**ห้างหุ้นส่วนจำกัด ที.พี.ดีไซน์**  
**T.P. DESIGN LTD., PART.**

45/1463 หมู่บ้านดีเค ซอยดีเค 10 ถ.กาญจนาภิเษก แขวงบางบอน เขตบางบอน กทม. 10150

45/1463 Moo DK. Soi DK.10 Kamganapisake Rd., Bangbon, Bangbon, Bangkok 10150

TEL: (02) 417-7910,-12 FAX: (02) 417-7909

**ใบเสนอราคา**  
**QUOTATION**

อ้างถึง วันที่ 6 ธันวาคม 2560  
 Your ref: Date  
 ถึง กำหนดส่งสินค้า 7-10 วัน  
 To Messrs. Delivery  
 เรียน คุณปอนด์ กำหนดชำระเงิน 30 วัน  
 Attention Term of payment

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ที.พี.ดีไซน์ มีความยินดีขอเสนอราคา ดังรายการต่อไปนี้

We have pleasure to quote you the following items under the terms and conditions as stated:

รายการ Description	จำนวน Quantity	ราคาต่อหน่วย Unit Price	จำนวนเงิน Amount
1) สติ๊กเกอร์ WIP สเปรย์ฉีดปราบ			
ขนาด 11 x 7.8 ซม. พิมพ์ 4 สี			
- บนสติ๊กเกอร์กระดาษขาวเงา หลังเขียว	5,000 ดวง	2.-	10,000.-
	10,000 ดวง	1.60	16,000.-
- บนสติ๊กเกอร์กระดาษขาวเงา PW-8	5,000 ดวง	2.15	10,750.-
	10,000 ดวง	1.75	17,500.-
เคลือบPVCใส ใต้คัทตามขนาด			

รวมเป็นเงิน

Total Value:

หมายเหตุ

Remark:

ราคาที่เสนอนี้ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%

Yours faithfully

( นพดล แซ่โจ้ว )