

การศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจผลิตภัณฑ์จัดกราบเปื้อนบนเสื้อผ้า
ภายใต้แบรนด์ WIP



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาเรื่องแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า “WIP” ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาข้อมูลและโอกาสความเป็นไปได้ในธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในธุรกิจทำความสะอาดกราบเบื้องต้นสามารถนำไปใช้ดำเนินธุรกิจได้อย่างดีทำให้ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต

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

สุดท้ายนี้ทางคณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณสมาชิกในครอบครัว ที่ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจสำคัญตลอดมา ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ ในห้องทุกท่านที่สละเวลาแบ่งปันข้อมูลอันมีคุณค่าตลอดจนคณะครูอาจารย์ทุกท่านสำหรับความรู้และคำปรึกษา ขอขอบคุณบรรยาการเรียนการสอน ชั้นแนวหน้าที่เจ้าหน้าที่ทุกท่านในวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลมอบให้

ภัสธร ศิริพุดเกียรติกุล

บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท วิปพ์ จำกัด เป็นธุรกิจที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดการบนเสื้อผ้า ภายใต้ชื่อ แบรินด์ วิปพ์ (WIP) โดย WIP เน้นในเรื่องของประสิทธิภาพในการจัดการได้อย่างรวดเร็วและความสะดวกในการใช้งาน ซึ่งมีคุณสมบัติในการจัดการเบื่อนต่าง ๆ เช่น คราบเครื่องสำอาง อาหาร เครื่องดื่ม หรือแม้แต่คราบเบื่อนจากหมึกปากกา สามารถจัดการออกได้อย่างง่ายดายสามารถใช้ได้ทุกที่ทุกเวลาโดยไม่ต้องนำไปซักที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของร้านขายเสื้อผ้าได้เป็นอย่างดีในการจัดการบนเสื้อผ้า เนื่องจาก WIP มีการใช้สารจัดการที่เป็นส่วนผสมพิเศษสูตรเฉพาะคือ RHODIASOLV[®] INFINITY ซึ่งเป็นสารทำความสะอาดที่ผลิตโดยบริษัทชั้นนำด้านการผลิตสารเคมี ทำให้มีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งานและเนื้อผ้า

แนวคิดธุรกิจผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดการบนเสื้อผ้า WIP เกิดจากประสบการณ์ตรงของหนึ่งในผู้ก่อตั้ง ที่อยู่ในธุรกิจเครื่องแต่งกาย มีร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิงในศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมาณที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับคราบเบื่อนบนเสื้อผ้าร้อยละ 90 พบว่าร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิงส่วนใหญ่ประสบปัญหาที่หนักใจเกี่ยวกับคราบเบื่อนบนเสื้อผ้า เฉลี่ย 8-10 ครั้งต่อสัปดาห์ จากการสำรวจโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เจ้าของร้านขายเสื้อผ้า พบว่าร้อยละ 75 มีปัญหาเสื้อผ้าเบื่อนคราบเครื่องสำอางขณะลูกค้าลองเสื้อผ้า ซึ่งจำเป็นต้องถูกทำความสะอาดโดยเร็ว เพราะหากทิ้งไว้จะทำให้สินค้ากลายเป็นของมีตำหนิ ซึ่งลูกค้าไม่ต้องการของมีตำหนิ ทำให้เสียโอกาสการขาย ต้องขายลดราคาและหากขายไม่ได้อาจส่งผลให้ขาดทุนในที่สุด และยิ่งไปกว่านั้นร้านขายเสื้อผ้าไม่สามารถนำเสื้อผ้าที่เบื่อนคราบไปซักทำความสะอาดตามปกติได้ เนื่องจากเสื้อผ้าที่นำมาจำหน่ายหากนำไปซักทำความสะอาดจะกลายเป็นเสื้อผ้ามือสองทันที

บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

จากปัญหาและโอกาสทางธุรกิจที่ได้ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ทางกิจการได้เริ่มต้นศึกษาวิธีการผลิตสูตรสารเคมี ส่วนผสมที่สำคัญในการขจัดคราบ และผลิตภัณฑ์คู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ หลังจากการทดลองผลิตภัณฑ์ที่มีจัดจำหน่ายในประเทศ พบว่ายังมีโอกาสทางธุรกิจที่จะตอบโจทย์เป้าหมายการขจัดคราบในด้านประสิทธิภาพและความสะดวกในการใช้งาน ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจผลิตภัณฑ์สเปรย์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า ภายใต้ชื่อ แบรินด์ วิปพี (WIP)

จากการสำรวจผลิตภัณฑ์ขจัดคราบที่มีอยู่ในตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ฟรีวอชแบรนด์ต่าง ๆ ยังไม่สามารถขจัดคราบเปื้อนบนเสื้อผ้าได้ทันที แต่ต้องทาทิ้งไว้สักพัก หรือแช่น้ำข้ามคืนแล้วนำไปซักทำความสะอาดอีกครั้ง และส่วนใหญ่มีส่วนประกอบสารเคมีรุนแรงอาจก่อให้เกิดการระคายเคืองผิวหนังได้ บริษัทฯจึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถช่วยขจัดปัญหาหนักใจของเจ้าของร้านขายเสื้อผ้าคือคราบเปื้อนต่าง ๆ บนเสื้อผ้าให้หายไปได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ง่ายดายไม่ทำลายเนื้อผ้า ไม่ระคายเคืองผิวหนัง ไม่ต้องนำไปซักทำความสะอาด หากพบคราบเปื้อนบนเสื้อผ้าเพียงนำสเปรย์มาฉีดลงบนคราบแล้วใช้ผ้าสะอาดหรือแปรงมาทำความสะอาด คราบเปื้อนนั้นจะหายไปได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย ทำให้ไม่เสียโอกาสการขาย

ทั้งนี้ ทางกิจการยังมีการวางแผนในการพัฒนาธุรกิจเพิ่มเติม เพื่อรองรับการเติบโตและการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยทางกิจการได้มีการวางแผนแบ่งการเป็น การขยายช่องทางจัดจำหน่าย โดยใน 1-2 ปีแรกผ่านทางตัวแทนจำหน่าย ขยายตรง และทางออนไลน์ และเมื่อเริ่มเข้าปีที่ 3-5 เพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายผ่าน ทางซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) เช่น Villa Market, Top Supermarket

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ	1
1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ	1
บทที่ 2 สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ	3
2.1 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ	3
2.1.1 ปัจจัยด้านนโยบายกฎหมายของภาครัฐ (Political Factor)	3
2.1.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)	4
2.1.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor)	4
2.1.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)	5
บทที่ 3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน	6
3.1. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis)	6
3.2. โอกาสในอุตสาหกรรม	6
3.2.1 การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (Threat of New Entry)	6
3.2.2 อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier)	7
3.2.3 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyer)	7
3.2.4 สินค้าทดแทน (Threats of Substitutes)	7
3.2.5 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)	8

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด (Market Opportunities Analysis)	8
3.3.1 จุดแข็ง (Strengths)	8
3.3.2 จุดอ่อน (Weaknesses)	9
3.3.3 โอกาส (Opportunities)	9
3.3.4 อุปสรรค (Threats)	10
3.4 ข้อสรุปจากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและโอกาสทางการตลาด	11
3.5 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)	11
3.6 ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)	13
3.6.1 ด้านประสิทธิภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์	13
3.6.2 ด้านผู้เชี่ยวชาญ	13
3.6.3 ด้านช่องทางการขาย	13
บทที่ 4 แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ	14
4.1 ภาพรวมของบริษัท	14
4.2 รูปแบบธุรกิจ	16
4.3 ลักษณะของผลิตภัณฑ์	17
4.3.1 รูปแบบผลิตภัณฑ์	17
4.3.2 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	18
4.3.3 หลักการทำงานของผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP	19
4.3.4 ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์	19
4.3.5 การใช้งานผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP	21
4.3.6 คุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 การศึกษากลุ่มเป้าหมาย	23
5.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer)	23
5.1.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)	27
5.1.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)	28
5.2 การคาดการณ์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target)	28
บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการทำธุรกิจ	30
 บรรณานุกรม	33
 ภาคผนวก	34
ภาคผนวก ก ตลาดผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด	35
ภาคผนวก ข แบบสำรวจความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบน เสื้อผ้า WIP	37
ภาคผนวก ค การทดสอบตลาด (Market Test)	40
ภาคผนวก ง ใบเสนอราคาสารตั้งต้นผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP	44
ภาคผนวก จ ใบเสนอราคาลากผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP	45
ภาคผนวก ช รายละเอียดสมมติฐานทางการเงินของ ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP	46
ประวัติผู้วิจัย	48

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP กับแบรนด์ต่าง ๆ	12



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ธุรกิจขายปลีกเสื้อผ้า ปี 2556-2560	10
2	ตราสินค้าผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP	15
3	รูปแบบธุรกิจของผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP	16
4	บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP	17
5	ภาพแสดงคราบเปื้อนที่ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP สามารถขจัดออกได้	18
6	เปรียบเทียบผลการทดสอบประสิทธิภาพในการขจัดคราบเครื่องสำอาง หมึก และเครื่องคั้ม	19
7	ภาพแสดงรางวัลที่สาร RHODIASOLV [®] INFINITY ได้รับ	20
8	ภาพแสดงวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP	21
9	คุณฟ้า ร้าน geraffee : Siam Square	24
10	คุณลิซ่า ร้าน Miladi Union Mall	24
11	คุณอิม ร้าน Being : Siam Square	25
12	คุณแซน freelance stylist	26
13	คุณมารีไอ้ ดารา นายแบบ	26
14	แหล่งศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล	27
15	ร้านขายเสื้อผ้าที่อยู่ในแหล่งศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล	28

บทที่ 1

ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ

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

ทางผู้ก่อตั้งได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหารอยคราบเปื้อนบนเสื้อผ้า 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 ทางร้านอาจต้องยอมลดราคาสินค้าเพื่อให้ลูกค้ายอมซื้อสินค้าดังกล่าว เพราะหากขายไม่ได้อาจส่งผลให้ขาดทุนในที่สุด ยิ่งไปกว่านั้นร้านขายเสื้อผ้าไม่สามารถนำเสื้อผ้าที่เปื้อนคราบไปซักทำความสะอาดตามปกติได้ เนื่องจากเสื้อผ้าที่ขายหากซักแล้วจะกลายเป็นสินค้ามือสองทันที

นอกจากนี้ จากการสำรวจผลิตภัณฑ์ขจัดคราบที่มีอยู่ในตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ฟรีวอช แบรินด์ต่าง ๆ ยังไม่สามารถขจัดคราบเปื้อนบนเสื้อผ้าได้ทันที แต่ต้องทาทิ้งไว้สักพัก หรือแช่น้ำ

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



บทที่ 2

สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ

2.1 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ

โอกาสทางธุรกิจเป็นสิ่งที่สำคัญก่อนที่จะเริ่มธุรกิจ ซึ่งหากมีโอกาสทางธุรกิจจะเป็นสิ่งที่เกื้อหนุนให้ธุรกิจดำเนินกิจการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ประสิทธิภาพ โดยการวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจเพื่อกำหนดกลยุทธ์ และวางแผนในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลตอบแทนตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ด้วยเหตุผลนี้ทางบริษัทฯ จึงทำการวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจจากปัจจัยภายนอกด้วยเครื่องมือ PEST Analysis มีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 ปัจจัยด้านนโยบายกฎหมายของภาครัฐ (Political Factor)

จากนโยบายภาครัฐ ในการสนับสนุน SMEs โดยกระทรวงอุตสาหกรรมแสดงความพร้อมจัดงาน ‘SME Revolution: เส้นทางสายโอกาสเอสเอ็มอี 4.0’ เปิดวิสัยทัศน์และมาตรการพลิกโฉม SME ตามแนวพระราชรัฐสู่ Thailand 4.0 โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Development Bank) นอกจากนี้ยังเปิดตัวกองทุนพัฒนา SME ตามแนวพระราชรัฐ จำนวน 20,000 ล้านบาท โดยมีเป้าหมายในการช่วยเหลือสนับสนุน ธุรกิจและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกลุ่ม SME ในปี 2560 ไม่น้อยกว่า 2,000 ราย และการเปิดตัวกองทุนฟื้นฟู SME 2,000 ล้านบาท ของ สสว. รวมถึงโครงการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (SME Transformation Loan) วงเงิน 15,000 ล้านบาทของ SME Bank ที่จะนำมาช่วยเหลือสนับสนุนเพื่อเกิดการประสานงานอย่างบูรณาการไม่ว่าจะเป็นข้อมูลความรู้ในสายธุรกิจ การเงินและการลงทุน ทั้งฝั่งผู้ประกอบการและเหล่าองค์กรพันธมิตรต่างๆ ที่จะอำนวยความสะดวกในทุก ๆ ด้าน นับว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจที่มีภาครัฐเข้ามาสำคัญกับการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงผู้ประกอบการใหม่ (Startup) เพื่อความสามารถในการแข่งขันให้ SMEs ไทยสามารถ

เติบโตได้อย่างเข้มแข็งในทุกมิติและมีโอกาสก้าวไปสู่เวทีระดับภูมิภาค จนสร้างการพัฒนาที่มีศักยภาพและเสถียรภาพให้เศรษฐกิจไทยได้ต่อไปในอนาคต และเข้ามามีส่วนช่วยในการผลักดันธุรกิจให้สามารถพัฒนา เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนของธุรกิจ

ซึ่งจากนโยบายของภาครัฐและโครงการต่าง ๆ ข้างต้นถือเป็นปัจจัยเชิงบวกที่ช่วยผลักดันและส่งผลดีต่อผลิตภัณฑ์ WIP อย่างมาก

2.1.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)

จากข้อมูล Marketeer, 2015 ตลาดผลิตภัณฑ์จัดกราบนั้นมีมูลค่า 900 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีสินค้าทดแทนอื่นเช่น ผงซักฟอก มีมูลค่าโดยตลาดผลิตภัณฑ์ซักผ้าปี 2558 18,000 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 3 มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องให้สามารถแข่งขันได้ เพื่อสร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่ง และเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยด้านเศรษฐกิจเชิงบวกในการเติบโตของธุรกิจนี้

2.1.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor)

คราบเปื้อนบนเสื้อผ้าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้า โดยหากมีคราบเปื้อน ไม่ว่าจะเป็นคราบเครื่องสำอาง ปากกา หรือคราบอาหาร เจ้าของร้านส่วนใหญ่จำเป็นต้องขายในราคาที่ถูกลง ซึ่งนำมาซึ่งไม่ได้กำไร หรือเสียโอกาสการขาย นำมาซึ่งการขาดทุน

จากข้อมูลการสำรวจโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เจ้าของร้านขายเสื้อผ้า พบว่าร้อยละ 75 มีปัญหาเสื้อผ้าเปื้อนคราบเครื่องสำอางขณะลูกค้าลองเสื้อผ้า ซึ่งจำเป็นต้องถูกทำความสะอาดโดยเร็ว เพราะหากทิ้งไว้จะทำให้สินค้ากลายเป็นของมีตำหนิ ซึ่งหากลูกค้าไม่ต้องการของมีตำหนิ ทำให้เสียโอกาสการขาย ต้องขายลดราคาและหากขายไม่ได้อาจส่งผลให้ขาดทุนในที่สุด และยิ่งไปกว่านั้นร้านขายเสื้อผ้าไม่สามารถนำเสื้อผ้าที่เปื้อนคราบไปซักทำความสะอาดตามปกติได้ เนื่องจากเสื้อผ้าที่นำมาจำหน่ายหากนำไปซักทำความสะอาดจะกลายเป็นเสื้อผ้ามือสองทันที ซึ่งร้านขายเสื้อผ้าต้องเตรียมพร้อมเพื่อเข้ากับพฤติกรรมของลูกค้าซื้อเสื้อผ้าของลูกค้า ซึ่งนับว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญสนับสนุนผลิตภัณฑ์ WIP เป็นที่ต้องการของร้านขายเสื้อผ้า

2.1.4. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)

ในปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ช่วยในการทำความสะอาดและมีสารเคมีที่เป็นตัวเลือกในการจัดการกับเนื้องอกบนเสื้อผ้า เช่น การใช้ Enzyme ต่าง ๆ ในการจัดการโดยไม่ใช้สารเคมี หรือ วิศวกรรมการโดยใช้ “Ultrasonic Washer” หรือ อุปกรณ์ทำความสะอาดด้วยคลื่นความถี่สูง หรือจะเป็นอุปกรณ์ซักผ้าแบบพกพาที่จะเพิ่มความสะดวกในการซักเสื้อผ้ามากขึ้น

นอกจากนี้เทคโนโลยีทำให้สื่อออนไลน์เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาธุรกิจทั้งด้านการตลาดและการเข้าถึงลูกค้า เป็นปัจจัยที่จะช่วยผลักดันผลิตภัณฑ์ WIP ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับมากขึ้นในอุตสาหกรรม



บทที่ 3

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการแข่งขัน

3.1. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis)

WIP สเปร์ยซ์จัดกราบบนเสื้อผ้่า จัดเป็นสินค้าในหมวดผลิตภัณฑ์จัดกราบเปื้อนบนเสื้อผ้่า ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นร้านขายเสื้อผ้่าผู้หญิงในศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ในประเทศไทยนั้นผลิตภัณฑ์จัดกราบมีผู้แข่งขันหลักได้แก่ ไฟท์ ไฮเตอร์ และแวนิช ที่แข่งขันกันเรื่องการจัดกราบที่ไม่ทำลายสีและเนื้อผ้่า และยังมีคริมทำความสะอาดอเนกประสงค์ อย่างสเคคลิน ซึ่งมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์จัดกราบนั้นมีขนาด 900 ล้านบาท (Marketeer, 2015) นอกจากนั้นยังมีสินค้าทดแทนอื่นเช่น ผงซักฟอก เป็นต้น

3.2 โอกาสในอุตสาหกรรม

เครื่องมือวิเคราะห์สภาวะและแรงกดดันของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สเปร์ยซ์จัดกราบบนเสื้อผ้่า ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมประเภทเคมีภัณฑ์ โดยใช้ Five Forces Model (การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน) พบว่าโดยรวมธุรกิจนี้มีโอกาสให้เข้ามาลงทุน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.2.1 การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (Threat of New Entrants)

ภัยคุกคามของผู้แข่งขันรายใหม่ในอุตสาหกรรมนี้ถือว่าค่อนข้างสูงเนื่องจากธุรกิจนี้ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมประเภทเคมีภัณฑ์ที่ใช้ต้นทุนในการผลิตที่ต่ำ โดยสามารถเข้ามาได้ง่าย เพราะมีกระบวนการผลิตที่ง่ายและไม่ซับซ้อนมากนัก อีกทั้งในส่วนของวัตถุดิบสามารถหาได้ง่ายตามท้องตลาดแต่การเข้ามาได้ง่ายก็สามารถออกไปได้ง่ายเช่นกันหากไม่มีนวัตกรรมและการพัฒนาในทุก ๆ ด้านอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทฯตระหนักในเรื่องนี้ดีและได้พัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง โดย WIP มีสูตรลับที่เฉพาะซึ่งเมื่อรวมกับสารจัดกราบตัวอื่นในสัดส่วนที่เหมาะสมสามารถป้องกันการ

ลอกเลียนแบบอีกทั้งยังสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และหาพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจเพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันอยู่

3.2.2 อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier)

จากการวิเคราะห์อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ค่อนข้างสูง เนื่องจาก โรงงานทราบสูตรและส่วนผสมหลักของผลิตภัณฑ์ ซึ่งบริษัทฯตระหนักในประเด็นนี้และได้เตรียมมาตรการป้องกันในเรื่องนี้โดยทางบริษัทฯได้ทำสัญญาตกลงกับทางโรงงานว่าห้ามทางโรงงานเผยแพร่ หรือลอกเลียนแบบใด ๆ ทั้งสิ้น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซัพพลายเออร์จะมาเป็นคู่แข่งกับบริษัทฯในอนาคต และหากเกิดกรณีที่โรงงานทำผิดกฎ ทางบริษัทฯได้เตรียมแผนหาโรงงานสำรองเพื่อพัฒนาสูตรให้มีนวัตกรรมเพิ่มขึ้น โดยที่โรงงานใหม่จะไม่มีสูตรและส่วนผสมทั้งหมดของผลิตภัณฑ์ ทำให้ซัพพลายเออร์มีอำนาจในการต่อรองลดลง

3.2.3 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyer)

จากการวิเคราะห์อำนาจต่อรองของลูกค้าสามารถสรุปได้ว่า อำนาจต่อรองของลูกค้าอยู่ในระดับสูงเนื่องจาก WIP เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่มีราคาที่สูงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จัดคราบที่มีอยู่ในตลาด ดังนั้นจึงต้องใช้เวลาในการสร้างการรับรู้และสร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้ากล้าที่จะทดลองใช้ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าว่าคืออะไร ทำให้ลูกค้าเข้าใจว่าราคาที่จ่ายคือการซื้อคุณภาพ ความสะอาดสบาย ความมั่นใจ ความปลอดภัย และสามารถช่วยลดการเสียโอกาสการขายสินค้าของร้านขายเสื้อผ้าได้ จะสามารถช่วยลดอำนาจต่อรองของลูกค้าลงได้ เพราะถึงอย่างไรผลิตภัณฑ์จัดคราบบนเสื้อผ้าถือเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับร้านขายเสื้อผ้า

3.2.4 สินค้าทดแทน (Threats of Substitutes)

ผลิตภัณฑ์จัดคราบบนเสื้อผ้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสินค้าทดแทนค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ซักผ้าทั้งประเภทผงและน้ำ สบู่ น้ำยาล้างจาน ทิชชูเปียก หรือแม้แต่ผ้าเปียก แต่สินค้าทดแทนเหล่านี้ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นร้านขายเสื้อผ้าได้มากนัก ไม่ว่าจะเป็นในเรื่อง ความรวดเร็วในการจัดคราบ ความสะดวกในการใช้งาน และประสิทธิภาพในการจัดคราบ เนื่องจากสินค้าทดแทนเหล่านี้ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่ถูกพัฒนามาเพื่อจัดคราบบนเสื้อผ้าโดยเฉพาะ จึงสามารถจัดคราบได้เพียงเบื้องต้นเท่านั้นและประสิทธิภาพยังไม่มีดี

เท่าที่ควร แต่ทางร้านขายเสื้อผ้าต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถจัดกราบได้สะดวก ง่าย และมีประสิทธิภาพจริงๆ โดยไม่ต้องกราบใดๆ ไว้บนเสื้อผ้าเลย จึงสรุปได้ว่า มีสินค้าทดแทนที่ต่ำ

3.2.5 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)

การแข่งขันของผลิตภัณฑ์จัดกราบบนเสื้อผ้าแข่งขันไม่สูงมากนัก เนื่องจากขนาดของตลาดนั้นไม่ใหญ่มากและเป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะ แต่อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม พบว่า คู่แข่งทางตรงมีเพียงแค่ 3 เจ้าหลัก ได้แก่ ไฟท์ แวนิช ไฮเตอร์ ซึ่งเน้นตลาดมวลชน (Mass Market) ไม่ได้เน้นไปเฉพาะที่กลุ่มลูกค้า (Niche Market) ดังนั้นเราจึงมองเห็นโอกาสมีลักษณะวิธีการใช้งานและ กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน เนื่องจากผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP ออกแบบมาให้ใช้งานได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วที่มาพร้อมกับประสิทธิภาพที่สามารถจัดกราบ โดยที่ไม่ต้องนำไปซัก จึงมีความเป็นไปได้สูงที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจะเปลี่ยนมาใช้ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP ด้วยสูตรที่มีส่วนผสมของการจัดกราบสูตรเฉพาะที่เป็นนวัตกรรมในการทำความสะดวกสามารถจัดกราบได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงสามารถป้องกันไม่ให้ผู้เล่นใหม่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย จึงมีโอกาที่ผลิตภัณฑ์จะเป็น Top of mind ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ร้านขายเสื้อผ้า ในช่วงระยะเวลาที่บริษัทสามารถสร้างผลตอบแทนได้

3.3. การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด (Market Opportunities Analysis)

การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด โดยเครื่องมือที่ใช้ คือ SWOT Analysis (การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนทางธุรกิจ สามารถสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP เป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจในการลงทุน

3.3.1 จุดแข็ง (Strengths)

- เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ จัดกราบได้ครอบคลุมทั้งกราบอาหาร เครื่องดื่ม เช่น กาแฟ โกโก้ เครื่องสำอาง เช่น ลิปสติก รองพื้น หมึกปากกา
- ตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย คือ ร้านขายเสื้อผ้า ที่มีโอกาสพบกราบเป็นเครื่องสำอาง การลองเสื้อผ้า

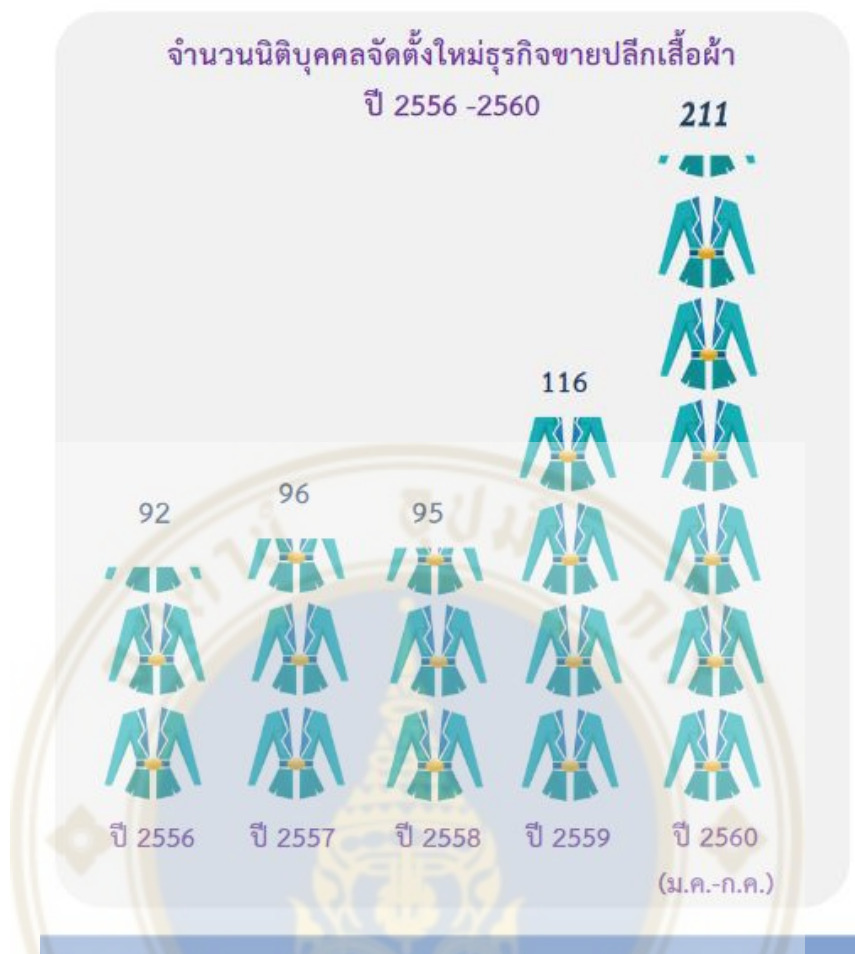
- ลักษณะเป็นขวดสเปรย์ ง่ายต่อการใช้งาน เพียงแค่ฉีดลงบนคราบเปื้อนแล้วใช้ทิชชูหรือแปรงขัดออก
- ไม่ต้องนำไปซักทำความสะอาด
- เป็นผลิตภัณฑ์ที่ราคาไม่สูงมาก เมื่อเทียบกับคุณภาพที่สูง มีความปลอดภัยต่อผิวหนังและเสื้อผ้า

3.3.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

- ไม่เหมาะกับคราบเปื้อนที่มีขนาดใหญ่
- เพื่อประสิทธิภาพที่ดีมากยิ่งขึ้น อาจใช้น้ำเช็ดออกเล็กน้อย หรือต้องมีอุปกรณ์ประกอบ เช่น แปรง หรือ กระดาษทิชชู แต่แก้ไขโดยทำเป็นคำแนะนำและ แผ่นพับ
- เนื่องจากบริษัทไม่มีโรงงานเป็นของตัวเองต้องจ้างผู้ผลิตที่ได้มาตรฐานและมีการควบคุมคุณภาพ
- เป็นบริษัทใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก
- สินค้าใหม่ ต้องใช้เวลาทำการตลาด ให้รับรู้

3.3.3. โอกาส (Opportunities)

- แนวโน้มการเติบโตในธุรกิจเสื้อผ้า มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยดูจากจำนวนนิคมอุตสาหกรรมใหม่ธุรกิจขายปลีกเสื้อผ้า ปี 2556-2560



ภาพที่ 1 จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ธุรกิจขายปลีกเสื้อผ้า ปี 2556-2560

(http://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2560/T26/T26_201707.pdf)

- โอกาสการพบคราบเปื้อนของร้านขายเสื้อผ้า มีมากเนื่องจากลูกค้าต้องการลอง ซึ่งไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ และจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง (เจ้าของร้านขายเสื้อผ้า) พบว่าร้อยละ 75 เสื้อผ้า เปื้อนคราบเครื่องสำอางขณะลูกค้าลองเสื้อผ้า

3.3.4. อุปสรรค (Threats)

- การชะลอตัวของสภาพเศรษฐกิจ อาจส่งผลให้กำลังซื้อของประชาชนลดลง และใช้สินค้าอื่นทดแทน
- มีการพัฒนาของเทคโนโลยีการซักเสื้อผ้าโดยไม่ต้องใช้น้ำ อุปกรณ์การกีฬาแบบยับยั้งแบคทีเรียหรือทำความสะอาดตัวเอง

3.4. ข้อสรุปจากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและโอกาสทางการตลาด

จากการวิเคราะห์ และการสัมภาษณ์ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ , Five Force Model และ SWOT Analysis พบว่ามีโอกาสทางธุรกิจเนื่องจากมีปัจจัยหลายประการที่สนับสนุนไม่ว่าจะเป็นเรื่องกลุ่มเป้าหมาย อุตสาหกรรม ตลาด และปัจจัยภายใน เรื่องของจุดแข็งทางทีมและเทคนิค เฉพาะตัวของสูตรที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ได้

3.5. การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)

ในการวิเคราะห์การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1) คู่แข่งทางตรง ได้แก่ผลิตภัณฑ์จัดกราบอเนกประสงค์ เช่น สเตคไลน์ ไฟท์ไฮเตอร์ แวนิช ซึ่งเน้น กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มแม่บ้าน โดยเรื่องประสิทธิภาพในการจัดกราบอาจใกล้เคียงกันแต่ รูปแบบการใช้งาน ความสะดวกสบายในการใช้งาน ความรวดเร็วในการจัดกราบและความหลากหลายของกราบที่สามารถจัดได้ ยังเป็นรองผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP อยู่ ซึ่งทดลองเทียบจากประสิทธิภาพดังภาพที่ 6 ที่เปรียบเทียบผลการทดสอบประสิทธิภาพในการจัดกราบเครื่องสำอาง หมึก และเครื่องคีม

2) คู่แข่งทางอ้อม คือผลิตภัณฑ์ซักผ้ายี่ห้อต่าง ๆ เช่น บริส โอโม แอทแทค เป็นต้น ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจุดประสงค์ในการใช้งานสำหรับซักผ้าที่ใช้ร่วมกับน้ำในการซักล้างเสื้อผ้าและผ้าชนิดต่าง ๆ ซึ่งสกปรกจากการใช้งาน เป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผ้าทั่วไปแต่ไม่ได้เน้นทำความสะอาดคราบเปื้อนเฉพาะจุด ไม่สามารถใช้งานได้สะดวก และไม่สามารถจัดกราบออกได้ทันที ต้องนำผ้าไปซัก ซึ่งเสื้อผ้าในร้านขายเสื้อผ้านั้นไม่ควรนำไปซักทำความสะอาดเพราะจะกลายเป็นสินค้ามือสองทันที

จากการวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรมจึงสรุปได้ว่าการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมโดยรวมอยู่ในระดับสูง แต่คู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อมกลุ่มเป้าหมายเน้นตลาดมวลชน (Mass Market) ไม่ได้เน้นไปเฉพาะที่กลุ่มลูกค้า (Niche Market) ดังนั้นจึงเป็นโอกาสให้ WIP เข้าสู่ตลาดห้องเสื้อแฟชั่น และร้านขายเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้าได้

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์สเปรย์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า WIP กับแบรนด์ต่าง ๆ

คู่แข่ง	ไฟท์	แวนิช	สเตกลีน	วิปฟ์
รูปภาพ				
ไม่ต้องซัก	x	x	x	x
ใช้งานง่าย/ สะดวก	x	x	✓	✓
ปลอดภัยต่อผ้า และผิวหนัง	x	✓	✓	✓
ไม่มีกลิ่นเหม็น	✓	✓	x	✓
ความเร็วใน การขจัดคราบ	10-15 นาที	10-15 นาที	10-15 นาที	10-15 นาที
รูปแบบ ผลิตภัณฑ์	น้ำ หัวสามารถขจัด คราบ	ผง ผสมน้ำ	เนื้อครีม	สเปรย์ ฉีดลงบน ผ้าแล้วเช็ดออก รวดเร็ว
บรรจุภัณฑ์	ขวดพร้อมหัวแปรง	กระปุก	กระปุก	สเปรย์
ปริมาณ	425 กรัม	450 กรัม	110 กรัม	50 มิลลิลิตร
ราคา	99 บาท	209 บาท	46 บาท	159 บาท
ข้อเสีย	ใช้น้ำซักหลังป้าย เนื้อครีมบนเนื้อผ้า	ผสมผงซักฟอก หรือผสมน้ำ	เก็บไว้นานอาจ แยกชั้น มีกลิ่น	ยังไม่เป็นที่รู้จัก

3.6. ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)

3.6.1. ด้านประสิทธิภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP ถูกพัฒนาให้มีประสิทธิภาพในการจัดคราบที่ดีกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีในตลาด จากการทดลองประสิทธิภาพ ในภาพที่ 2.4 โดยได้พัฒนาสูตรที่โดยมีส่วนผสมของ RHODIASOLV[®] INFINITY ซึ่งเป็นสารทำความสะอาดนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพสูง สามารถจัดคราบได้หลากหลายโดยเฉพาะ และยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมปราศจากสาร VOCs ซึ่งมีความปลอดภัยต่อเนื้อผ้าและผิวหนังของผู้ใช้งาน และเมื่อรวมกับสารตัวอื่นในสัดส่วนที่เหมาะสม จะส่งผลให้มีประสิทธิภาพในการจัดคราบที่เหนือกว่าคู่แข่ง และมีจุดเด่นในเรื่องที่ไม่ต้องนำไปซักทำความสะอาด

3.6.2. ด้านผู้เชี่ยวชาญ

เนื่องจากทีมงานมีความรู้ทางด้านสารเคมี เป็นประโยชน์ในการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับร้านขายเสื้อผ้าสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และยังมีประสบการณ์ทำการตลาดและการขาย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งจุดแข็งที่จะทำให้บริษัทสามารถสร้างยอดขายได้อย่างต่อเนื่องและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้

3.6.3. ด้านช่องทางการขาย

ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP มีจำหน่ายในประเทศไทยผ่านช่องทางต่างๆ เช่น ตัวแทนจำหน่าย (Distributor) Multi-Brand Store เช่น SOS Sense of Style, Direct Sales โดยมีพนักงานขายจากทางบริษัทที่ได้รับการอบรมมาเป็นอย่างดี ช่องทางออนไลน์ (Online Channel) ได้แก่ Facebook, Instagram สำหรับในปีที่ 1-2 และ ในปีที่ 3 จะทำการขยายไปยังซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) เช่น Villa Market, Top Supermarket ซึ่งสร้างการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น

บทที่ 4

แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

4.1 ภาพรวมของบริษัท

ชื่อบริษัท	: บริษัท วิปพ์ จำกัด
สถานที่ตั้ง	: 8/20 ถนนจันทน์ 43 แยก 26-5 แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพฯ 10120
ชื่อผลิตภัณฑ์	: WIP (วิปพ์)
รูปแบบธุรกิจ	: เป็นธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จัดกราบบนเสื้อผ้า
สินค้าและบริการ	: ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า มีคุณสมบัติจัด กราบ เปื้อนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคราบเครื่องสำอาง อาหาร เครื่องดื่ม หมึก ฯลฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสามารถจัดกราบออกได้ อย่างง่ายดาย ใช้งานสะดวก ไม่ทำลายเนื้อผ้าและไม่ระคายเคือง ผิวหนัง และที่สำคัญคือไม่ต้องนำผ้าที่เปื้อนไปซักทำความสะอาด เพียงนำสเปรย์มาฉีดลงบนคราบ แล้วใช้แปรงหรือผ้าสะอาดชุบ น้ำมาทำความสะอาด คราบเปื้อนนั้นจะหายไปได้อย่างรวดเร็ว และง่ายดาย โดยกลุ่มเป้าหมายหลักคือร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิงที่อยู่ บริเวณแหล่งศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ได้แก่ สยามสแควร์ ยูเนี่ยนมอลล์ แพลตตินั่ม เทอมินอล 21 ตลาดนัดจตุจักร ที่มีจำนวนประมาณ 4,500 ร้าน
วิสัยทัศน์	: เป็นผู้นำตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จัดกราบเปื้อนบนเสื้อผ้าที่ ร้านขายเสื้อผ้าในประเทศไทยไว้วางใจภายในระยะเวลา 5 ปี
พันธกิจ	: ผลิตผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า ที่มีประสิทธิภาพ จัดกราบออก ได้อย่างง่ายดาย ใช้งานสะดวก ไม่ต้องซักทำ ความสะอาด รูปลักษณ์สวยงาม ปลอดภัยต่อเนื้อผ้าและผู้บริโภค

: พัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อครองความเป็นผู้นำในตลาด
 : สร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย ทางสื่อออนไลน์และออฟไลน์
 : สร้างความพึงพอใจและทำให้กลุ่มเป้าหมายรักและภักดีต่อ
 แบรินด์

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ : ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP ต้องการเป็น
 ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยแก้ปัญหา ให้ลูกค้าที่ต้องการจัดกราบเป็นต้นต่าง
 ๆบนเนื้อผ้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ไม่ต้องนำไปซักทำความสะอาด
 สะอาด อีกทั้งยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานสะดวกพกพาสะดวก และ
 ปลอดภัยต่อผู้ใช้และเนื้อผ้า ในราคาที่เหมาะสม

ชื่อแบรนด์ : วิปป์ (WIP) มาจากคำว่า ไวฟ์ (WIPE) ในภาษาอังกฤษที่แปลว่า
 เช็ดออก ขจัดออก เนื่องจาก ต้องการให้เป็นคำที่สั้น เรียกง่าย จำ
 ง่าย และสื่อถึงประสิทธิภาพในการจัดกราบได้อย่างสะดวก

คอนเซปต์ : Simple & Professional

สโลแกน : WIP สะดวก ง่าย ไม่ต้องซัก

ตราสินค้า :



ภาพที่ 2 ตราสินค้าผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP

ตราสินค้า ต้องการสื่อถึงประสิทธิภาพที่สามารถจัดกราบได้อย่างสะอาด รวดเร็ว
 และง่ายดาย จึงปรับ ตัวอักษร I ให้มีรูปร่างคล้ายไม้คทา

โดยชื่อแบรนด์ วิปป์ (WIP) มาจากคำว่า ไวฟ์ (WIPE) ในภาษาอังกฤษที่แปลว่า เช็ด
 ออก ขจัดออก เนื่องจากต้องการให้เป็นคำที่สั้น จำง่าย และสื่อถึงประสิทธิภาพในการจัดกราบได้
 อย่างสะดวก และง่ายดาย

4.2 รูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจของบริษัทฯ จะเป็นลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP ให้แก่ร้านขายเสื้อผ้าโดยตรงหรือลักษณะของ B2B (Business to Business) ซึ่งเป็นการจำหน่ายผ่านช่องทางที่มีลูกค้าเป็นกลุ่มธุรกิจเป็นหลัก โดยกลุ่มเป้าหมายหลักคือร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิงที่อยู่บริเวณศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในกรุงเทพและปริมณฑลที่มีจำนวนประมาณ 4,500 ร้าน ทั้งนี้เพื่อให้ WIP สามารถส่งมอบคุณค่าไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยตรงและเข้าถึงได้ง่ายมาก โดยรูปแบบดำเนินการประกอบไปด้วยขั้นตอนคือ เริ่มต้นตั้งแต่พัฒนาสูตรกับทางโรงงานและทำการวางแผนการผลิต โดยวางแผนการผลิตน้ำยา ฉลากและบรรจุภัณฑ์ เมื่อได้เป็นผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP หลังจากนั้นนำมาจัดเก็บที่คลังสินค้าเพื่อรอจัดจำหน่ายผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่

- 1) ตัวแทนจำหน่าย (Distributor) โดย Multi-Brand Store เช่น SOS Sense of Style หรือ ร้านขายเสื้อผ้าในศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่บริษัทฯ จะทำการคัดเลือกให้ ตรงกับแบรนด์แล้ว ติดต่อให้เป็นตัวแทนจำหน่าย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40
- 2) Direct Sales พนักงานขายจากทางบริษัทที่ได้รับการอบรมมาเป็นอย่างดี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25
- 3) ช่องทางออนไลน์ (Online Channel) : Facebook, Instagram, Shopee และ Lazada คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35
- 4) ในปี 3 เริ่มขยายช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้นผ่านทางซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) : Villa Market, Top Supermarket

ดังแสดงตามภาพที่ 3



ภาพที่ 3 รูปแบบธุรกิจของผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า WIP

4.3. ลักษณะของผลิตภัณฑ์

4.3.1 รูปแบบผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ มีลักษณะเป็นขวดสเปรย์ขนาดเล็กกะทัดรัดทำให้ง่ายต่อการใช้งาน เพียงนำสเปรย์มาฉีดลงบนคราบแล้วใช้แปรงหรือผ้าสะอาดชุบน้ำมาทำความสะอาด คราบเปื้อนจะจางหายไปได้อย่างง่ายดาย สามารถขจัดคราบได้อย่างตรงจุด และใช้งานสะดวก ซึ่งสามารถตอบโจทย์ของร้านขายเสื้อผ้าที่ต้องการผลิตภัณฑ์ขจัดคราบที่สามารถนำมาใช้งานได้ทันทีเมื่อพบรอยเปื้อนบนเสื้อผ้าและเก็บรักษาได้สะดวก โดยขนาดของผลิตภัณฑ์คือ สูง 13 เซนติเมตร และเส้นผ่านศูนย์กลาง 3 เซนติเมตร สามารถบรรจุสารได้ 50 มิลลิลิตร และใช้งานได้ 50 -120 ครั้ง ต่อ 1 บรรจุภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ถูกออกแบบให้อยู่ภายใต้คอนเซปต์ Simple & Professional มีดีไซน์ที่เรียบง่าย แต่ดูดี และดูน่าเชื่อถือ กราฟฟิคใช้สีน้ำเงินเข้มแล้วค่อยๆจางลง สื่อว่าคราบสกปรกค่อยๆหายไปจนสะอาด

วัสดุที่ใช้เป็นพลาสติก โพลีเอทิลีน (PE) ซึ่งเป็นพลาสติกที่เหมาะสมกับการนำมาใช้เป็นภาชนะบรรจุสาร เนื่องจากสามารถทนต่อกรดและด่างได้ดี และมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

ลักษณะเนื้อสารเป็นของเหลว เนื่องจากของเหลวสามารถทำความสะอาดและขจัดคราบได้ดีกว่าเนื้อสารชนิดอื่นเช่นเจล หรือ ผง



ภาพที่ 4 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์สเปรย์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า WIP

4.3.2. คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ซักคราบบนเสื้อผ้า WIP มีคุณสมบัติในการซักคราบต่าง ๆ ที่เปื้อนบนเสื้อผ้า ไม่ว่าจะเป็นคราบเครื่องสำอาง อาหาร เครื่องดื่ม รวมไปถึงคราบเปื้อนจากหมึกปากกาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยส่วนผสมพิเศษที่เป็นสูตรเฉพาะ คือ RHODIASOLV[®] INFINITY ซึ่งเป็นสารทำความสะอาดที่ผลิตโดยบริษัทชั้นนำด้านการผลิตสารเคมี คือ บริษัทโซลเวย์ (Solvay) เมื่อ RHODIASOLV[®] INFINITY รวมตัวกับสารซักคราบตัวอื่นในสัดส่วนที่เหมาะสม จะช่วยส่งผลให้การซักคราบมีประสิทธิภาพดีกว่าคู่แข่ง โดยที่ไม่ต้องนำไปซักทำความสะอาด อีกทั้งยังไม่มีการเหม็น และปลอดภัยทั้งต่อเสื้อผ้าและผิวหนังของผู้ใช้งาน



ภาพที่ 5 ภาพแสดงคราบเปื้อนที่ผลิตภัณฑ์สเปรย์ซักคราบบนเสื้อผ้า WIP สามารถขจัดออกได้

จากผลการทดสอบตัวอย่างคราบเครื่องสำอาง หมึก และเครื่องดื่ม พบว่า WIP สามารถซักคราบได้ดีเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งคือไฟท์ แวนิช และสเตคไลน์ แสดงผลดังภาพเปรียบเทียบที่ 6



ภาพที่ 6 เปรียบเทียบผลการทดสอบประสิทธิภาพในการจัดการคราบเครื่องสำอาง หมึก และเครื่องดื่ม

4.3.3 หลักการทำงานของผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดการคราบเนื้อผ้า WIP

แบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลักคือ

- 1.สารทำการสลายคราบสกปรกออกจากเส้นใยผ้า
- 2.จัดการคราบสีที่เกิดจากสิ่งสกปรกออกจากเส้นใยผ้า
- 3.สารช่วยลดแรงตึงผิว ทำให้สามารถจัดการคราบไขมันออกจากเส้นใยผ้าได้ดียิ่งขึ้น

4.3.4 ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์

สารหลักที่ใช้ในผลิตภัณฑ์นี้จะประกอบไปด้วยสารละลายที่มีคุณสมบัติดังนี้

- 1.สารฟอกขาว มีคุณสมบัติในการฟอกขาว และสามารถใช้ได้กับเส้นใยผ้าเกือบทุกชนิดพร้อมทั้งเกิดอันตรายต่อเส้นใยฝ้าน้อยที่สุด
- 2.สารตัวทำละลาย (Solvent) ตัวทำละลายที่มีคุณสมบัติในการละลายคราบสกปรกออกจากเนื้อผ้าซึ่งไม่เป็นอันตรายต่อผิวหนัง

3. สารลดแรงตึงผิว (Surfactant) สารลดแรงตึงผิวมีคุณสมบัติช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขจัดคราบไขมันที่ฝังอยู่บนเนื้อผ้า โดยประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนหัว เป็นส่วนที่มีขั้วซึ่งเป็นส่วนที่ชอบน้ำ (hydrophilic head group) และส่วนหางเป็นส่วนของสายโซ่ซึ่งไม่มีขั้วและมีคุณสมบัติชอบไขมัน (hydrophobic tail) ทำให้สามารถดึงคราบไขมันออกมาทั้งเป็นสารประเภทไฮโดรคาร์บอนหรือสารไม่มีขั้วต่างๆ(non-polar)

4. สารช่วยเร่งการระเหย สารนี้จะช่วยทำให้อุณหภูมิของเหลวในเส้นใยผ้าเปลี่ยนสภาพกลายเป็นไอเร็วยิ่งขึ้นทำให้หมดกังวลว่าเนื้อผ้าจะเปียกชื้น

5. RHODIASOLV[®] INFINITY สารทำความสะอาดนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพสูง ซึ่งนำมาใช้พัฒนาเป็นสูตรเฉพาะของ WIP สามารถขจัดคราบได้หลากหลาย โดยเฉพาะ คราบเครื่องสำอาง หมึกและสีต่างๆ รวมไปถึงคราบอาหารและเครื่องคั่ว อีกทั้งยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปราศจากสารประกอบอินทรีย์ระเหยง่าย (VOCs : Volatile Organic Compounds) และไม่เป็นสารไวไฟ อีกทั้งยังมีความปลอดภัยคือ ไม่มีสารที่เป็นพิษต่อร่างกายและไม่ระคายเคือง โดยมีรางวัลการันตีคือ Innovation Award Winner 2010 และ Prix Pierre Potier 2009 จากประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเมื่อ RHODIASOLV[®] INFINITY รวมกับสารตัวอื่นในสัดส่วนที่เหมาะสม จะส่งผลให้มีประสิทธิภาพในการขจัดคราบ โดยที่ไม่ต้องนำไปซักทำความสะอาด อีกทั้งไม่ทำอันตรายต่อเนื้อผ้าและผิวหนังของผู้ใช้งานอีกด้วย



ภาพที่ 7 ภาพแสดงรางวัลที่สาร RHODIASOLV[®] INFINITY ได้รับ

4.3.5 การใช้งานผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดการบนเสื้อผ้า WIP

1. ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดการบนเสื้อผ้า WIP 1 บรรจุก้อน มีขนาด 50 มิลลิลิตร
2. ปริมาณการฉีดสเปรย์ ต่อครั้ง 0.1-0.2 มิลลิลิตร / 1 รอยคราบเปื้อน ต้องฉีดสเปรย์ 3-5 ครั้ง ต่อ 1 รอยคราบเปื้อน
3. ดังนั้น ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดการบนเสื้อผ้า WIP 1 บรรจุก้อน สามารถใช้งานได้ ประมาณ 50 - 90 รอยคราบเปื้อน

วิธีการใช้งาน ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดการบนเสื้อผ้า WIP มี 3 ขั้นตอนดังนี้

1. ฉีดสเปรย์ลงบนจุดที่เกิดคราบเปื้อนบนเสื้อผ้า 3-5 ครั้ง ต่อ 1 รอยเปื้อน
2. นำอุปกรณ์ที่ไม่ทำลายเนื้อผ้าเช่น แปรงสีฟัน กระดาษทิชชู ผ้า หรือฟองน้ำ มาขูดบริเวณรอยเปื้อนจนคราบค่อยๆจางหายไป
3. นำผ้าหรือกระดาษชุบน้ำเช็ดออกอีกครั้งเพื่อให้สะอาดอย่างหมดจด



ภาพที่ 8 ภาพแสดงวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดการบนเสื้อผ้า WIP

4.3.6 คุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์

คุณค่าอันดับแรกที่คุณบริโภคที่เป็นเจ้าของร้านขายเสื้อผ้าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดการบนเสื้อผ้า WIP คือประสิทธิภาพในการจัดการคราบเปื้อนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอางของลูกค้าที่เปื้อนใส่เสื้อผ้าขณะที่ลองสินค้า หรืออาหารเครื่องดื่มที่ลูกค้าทำหกใส่สินค้าขณะเลือกชม รวมไปถึงรอยเปื้อนจากหมึกปากกาต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นคุณค่าที่เจ้าของร้านขายเสื้อผ้าให้ความสำคัญมากที่สุด WIP ประกอบด้วยส่วนผสมพิเศษที่เป็นสูตรเฉพาะโดยนำ RHODIASOLV[®] INFINITY มารวมกับสารจัดการตัวอื่นในส่วนที่เหมาะสม จะช่วยส่งผลให้การจัดการมี

ประสิทธิภาพ โดยที่ไม่ต้องนำไปซักทำความสะอาด อีกทั้งยังปลอดภัยทั้งต่อเสื้อผ้าและผิวหนังของผู้ใช้งานด้วย เมื่อพบคราบเปื้อนบนเสื้อผ้า สามารถทำความสะอาดแล้วขยတ်ให้ลูกค้าได้ทันที ทำให้ไม่เสียโอกาสการขาย และไม่ต้องนำสินค้าไปขายเป็นสินค้าลดราคา นอกจากนี้ WIP ยังมีคุณค่าในส่วนการใช้งานด้วยคือ บรรจุภัณฑ์ได้ถูกออกแบบให้มีขนาดเล็กกะทัดรัด เพื่อให้สะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา สามารถนำมาใช้งานได้สะดวก เพียงแค่ฉีดสเปรย์บนจุดที่เกิดคราบเปื้อน 3-5 ครั้ง แล้วนำแปรงมาขัดถูบริเวณรอยเปื้อน ตามด้วยน้ำผ้าหรือกระดาษชุบน้ำเช็ดทำความสะอาดอีกครั้ง คราบเปื้อนต่าง ๆ จะหายไปได้อย่างง่ายดาย โดยที่ไม่ต้องนำไปซักทำความสะอาด สามารถแก้ปัญหาคราบเปื้อนบนเสื้อผ้าของร้านขายเสื้อผ้าได้สะดวกและรวดเร็ว



บทที่ 5

การศึกษากลุ่มเป้าหมาย

5.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Customer)

บริษัทได้ทำการสำรวจโอกาสทางธุรกิจ โดยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกี่ยวกับความต้องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จัดกราบบนเสื้อผ้ากับกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

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

แล้วดำเนินการติดต่อขอเข้าสัมภาษณ์ ถึง กลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม โดยได้ผลการสัมภาษณ์ ดังนี้

1. กลุ่มเจ้าของร้านขายเสื้อผ้า หรือผู้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเข้าร้าน (Shop Owner)

คุณฟ้า ร้าน geraffee : Siam Square

กราบเปื้อนบนเสื้อผ้าทุกวันเลยคะ วันละหลายตัว ส่วนใหญ่เป็นกราบเครื่องสำอางลูกค้าลองชุด จะให้เค้าซื้อ ก็ไม่กล้า กลัวเค้ารู้สึกไม่ดี แล้วไม่เข้าร้านอีก วันนี้ได้ทดลองใช้ WIPผลิตภัณฑ์ที่ช่วยจัดกราบบนเสื้อผ้า รู้สึก wow มากคะ ใช้ง่าย สะดวกสบาย ถ้ามีขายซื้อแน่นอนคะ ถ้าวันนี้มีมาขายด้วยก็จะซื้อเลยคะ



ภาพที่ 9 คุณฟ้า ร้าน gerafee : Siam Square

คุณลิซ่า ร้าน Miladi Union Mall

คราบเปื้อนบนเสื้อผ้า เจอเรื่อย ๆ เลยนะคะ อย่างน้อย2-3ครั้งต่ออาทิตย์ ถ้าคราบเปื้อนเล็ก ๆ ก็จะนำไปซักเฉพาะจุด แต่หากไม่ออก ก็ตัดเป็นของเชลล์หรือของชำรุดไป หากมีผลิตภัณฑ์ที่ช่วยขจัดคราบบนเสื้อผ้าได้ทันที สะดวก และรวดเร็ว ก็สนใจมากค่ะ เพราะหากเจอคราบเปื้อนจะได้รับการจัดแล้วขายต่อได้เลย



ภาพที่ 10 คุณลิซ่า ร้าน Miladi Union Mall

2.กลุ่มพนักงานเฝ้าร้าน (Shop Assistant)

คุณอิม ร้าน Being : Siam Square

เจอบ้างค่ะคราบเปื้อนบนเสื้อผ้า ส่วนใหญ่ที่เจ้าของร้านจะเป็นคนเอากลับไปซัก แล้วเอามาคืนให้ บางทีถ้าลูกค้าอยากได้เลย แต่เสื้อเปื้อน เราก็จะลดราคาให้ค่ะ พอได้ทดลองใช้ WIP รู้สึกว่า เออสะดวกดีจริงเลย นั่งอยู่ร้านช่วงว่างๆก็จัดการคราบได้เลย กลิ่นก็หอมดีค่ะ ถ้ามีขายก็อยากซื้อมาติดร้านไว้ค่ะ และอาจพกติดตัวไว้ใช้เองด้วยค่ะ



ภาพที่ 11 คุณอิม ร้าน Being : Siam Square

3 กลุ่มผู้พบปัญหาคราบเปื้อน เช่น อินฟลูเอนเซอร์, ลูกค้า

คุณแชน freelance stylist

คราบเปื้อนบนเสื้อผ้าเจอทุกงานครับ เพราะงานแฟชั่นเป็นงานที่ต้องรีบต้องทำงานแข่งเวลา ส่วนใหญ่เป็นคราบเครื่องสำอางแบบนายแบบ เล้าริบๆเปลี่ยนเสื้อผ้า เราก็ต้องส่งซักแห้งตัวนึงก็ 2-3 ร้อยบาทขึ้นไป ถ้ามี ผลิตภัณฑ์จัดการคราบดีเลยครับ เปื้อนปุ๊บจะได้เช็ดปั๊บ น่าจะสะดวกขึ้นเยอะ



ภาพที่ 12 คุณแซน freelance stylist

คุณมาริโอ้ ดารา นายแบบ

ผมเป็นคนชุ่มซำมครับ ชอบทำเสื้อเป็อนตลอด ถ้ามีผลิตภัณฑ์จัดกราบ
ก็ดีนะครับ ผมจะซื้อไปให้พี่ๆในกองใช้เวลาผมทำเป็อน เค้าจะได้ไม่ต้องหาวิธีกำจัดกราบยุ่งยาก
ครับ



ภาพที่ 13 คุณมาริโอ้ ดารา นายแบบ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ได้ว่า ไม่ว่าจะ เป็นกลุ่มเจ้าของร้านขายเสื้อผ้า กลุ่มพนักงานที่เฝ้าร้านเสื้อผ้าที่พบปัญหาคราบเปื้อนที่บ่อย หรือ กลุ่มที่พบปัญหาคราบเปื้อน เช่น อินฟลูเอนเซอร์ , ลูกค้า และสามารถสรุปได้ว่า มีปัญหาในเรื่องของ คราบเปื้อนและมีความต้องการ ยิ่งไปกว่านั้น หากมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถจัดการคราบได้ง่าย มี ประสิทธิภาพ ต้องการที่จะซื้อไว้ที่ร้านเพื่อพบปัญหาคราบเปื้อนจะได้แก้ปัญหาได้ทันที

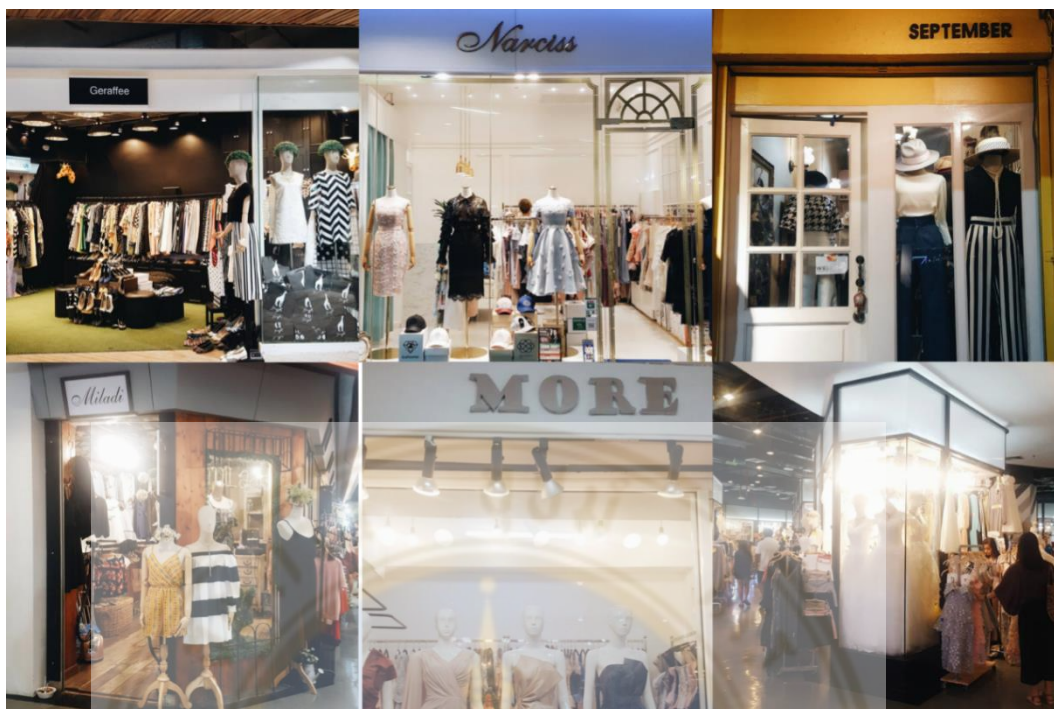
ซึ่งสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเป้าหมายหลัก และ กลุ่มเป้าหมายรอง ดังนี้

5.1.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)

กลุ่มเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดการคราบบนเนื้อผ้า WIP คือร้านขายเสื้อผ้า ผู้หญิงที่อยู่บริเวณศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในกรุงเทพและปริมณฑล ได้แก่ สยามสแควร์ ยูเนี่ยนมอลล์ แพลตตินั่ม เทอมินอล 21 ตลาดนัดจตุจักร ที่มีจำนวนประมาณ 4,500 ร้าน



ภาพที่ 14 แหล่งศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล



ภาพที่ 15 ร้านขายเสื้อผ้าที่อยู่ในแหล่งศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

5.1.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)

กลุ่มเป้าหมายรองของผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเนื้อผ้า WIP คือ ผู้หญิงอายุ 23-35 ปี รายได้ขั้นต่ำ 15,000 บาท อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯและปริมณฑล ที่ให้ความสำคัญเรื่องภาพลักษณ์ของตนเอง รักความสะอาด และประสบปัญหากราบเปื้อนบนเสื้อผ้าเป็นประจำอย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 ครั้ง

5.2 การคาดการณ์กลุ่มเป้าหมาย (Target)

กลุ่มเป้าหมายหลักที่ทางบริษัทฯได้กำหนดไว้คือร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิงในศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ที่มีความกังวลกับปัญหากราบเปื้อนบนเสื้อผ้าที่จำหน่ายในร้าน และต้องการผลิตภัณฑ์จัดกราบที่มีประสิทธิภาพและใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย โดยบริษัทฯได้มีขั้นตอนการหาจำนวนลูกค้าเป้าหมายดังนี้

- ร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิงในศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลได้แก่
 - สยามสแควร์ ประมาณ 300 ร้าน (รวมแบรนด์ที่อยู่ในสยามสแควร์วันและมัลติแบรนด์สตรี)
 - ยูเนี่ยนมอลล์ ประมาณ 600 ร้าน
 - แพลตตินั่ม ประมาณ 1,480 ร้าน
 - เทอมินอล 21 ประมาณ 120 ร้าน
 - จตุจักร ประมาณ 1,400 ร้าน
 - อื่นๆ ประมาณ 600 ร้าน (เช่นตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์ เมเจอร์รัชโยธิน เป็นต้น)
- มีร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิงในศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับคราบเปื้อนบนเสื้อ ร้อยละ 90 (ข้อมูลจากการทำ Market Survey ปี 2560 ของทีมงาน WIP)
- มีร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิงในศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลที่มีปัญหาคราบเปื้อนบนเสื้อและต้องการผลิตภัณฑ์ซักคราบที่มีประสิทธิภาพและใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย ร้อยละ 82 (ข้อมูลจากการทำ Market Survey ปี 2560 ของทีมงาน WIP)
- ดังนั้นบริษัทฯ สามารถสรุปได้ว่าจากร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิงในศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลทั้งหมดประมาณ 4,500 ร้าน มีจำนวน 3,690 ร้าน หรือคิดเป็น ร้อยละ 82 ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ

แนวคิดและที่มาของผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP เนื่องจากกราบเปื้อนบนเสื้อผ้าเป็นปัญหาที่ร้านขายเสื้อผ้าต้องพบเจอ และยังไม่มียุทธศาสตร์จัดการที่ตอบโจทย์ได้ ทางบริษัทฯ ได้มองเห็นโอกาส จึงพัฒนาขึ้นมาเป็นผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP ซึ่งมีคุณสมบัติในการจัดการคราบอื่นต่าง ๆ เช่น คราบเครื่องสำอาง อาหาร เครื่องดื่ม รวมไปถึงคราบเปื้อนจากหมึกปากกาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้งานสะดวก ไม่ทำลายเนื้อผ้า ไม่ระคายเคืองผิวหนัง และไม่ต้องนำไปซักทำความสะอาด

สิ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP คือ คุณค่าที่มอบให้แก่ลูกค้า โดยประกอบไปด้วย ประสิทธิภาพในการจัดการคราบอื่นต่าง ๆ ซึ่งเป็นคุณค่าที่เจ้าของร้านขายเสื้อผ้าให้ความสำคัญมากที่สุด และส่วนผสมที่มีปลอดภัยทั้งต่อเสื้อผ้าและผิวหนังของผู้ใช้งาน เมื่อพบคราบเปื้อนบนเสื้อผ้า สามารถจัดการและทำความสะอาด ทำให้สามารถจำหน่ายต่อลูกค้าได้ทันที โดยไม่เสียโอกาสการขาย และไม่ต้องนำสินค้าไปขายเป็นสินค้าลดราคา นอกจากนี้ WIP ยังมีคุณค่าในส่วนการใช้งานด้วยคือ บรรจุภัณฑ์ได้ถูกออกแบบให้มีขนาดเล็กกะทัดรัด เพื่อให้สะดวกต่อการใช้งานและเก็บรักษา สามารถนำมาใช้งานได้สะดวก สามารถแก้ปัญหาคราบเปื้อนบนเสื้อผ้าของร้านขายเสื้อผ้าได้สะดวกและรวดเร็ว

สำหรับรูปแบบธุรกิจของ บริษัทฯ จะเป็นลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP ให้แก่ร้านขายเสื้อผ้าโดยตรงหรือลักษณะของ B2B (Business to Business) ซึ่งเป็นการจำหน่ายผ่านช่องทางที่มีลูกค้าเป็นกลุ่มธุรกิจเป็นหลัก โดยกลุ่มเป้าหมายหลักคือร้านขายเสื้อผ้าผู้หญิง ซึ่งเป็นตลาดแบบเฉพาะกลุ่ม หรือ Niche Market ทั้งนี้เพื่อให้ WIP สามารถส่งมอบคุณค่าไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยตรงและเข้าถึงได้ง่ายมากโดยจำหน่ายผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ ตัวแทนจัดจำหน่าย ขายเป็น และทางออนไลน์ ปีที่ 1 และ 2 และจะเริ่มขยายช่องทางจำหน่ายเข้าสู่เปอร์มาร์เก็ตในปีที่ 3 เป็นต้นไป

ถึงแม้ทางบริษัทฯ จะได้ทำการศึกษาสภาวะตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างราบรื่น รวมถึงการประเมินโอกาสและความเป็นไปได้ในการลงทุนของธุรกิจภายใต้แบรนด์สินค้า WIP ตามที่ได้มีการนำเสนอไปในบทก่อนหน้า ซึ่งได้ผลลัพธ์โดยภาพรวมเป็นที่น่าพอใจ ธุรกิจมีความเป็นไปได้ที่จะสามารถนำไปดำเนินการได้จริง และทางบริษัทฯ ได้นำปัจจัยต่างๆ มาพิจารณาเพิ่มเติม เพื่อพัฒนาธุรกิจ รองรับการเติบโตและการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้ธุรกิจมีการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยการวางแผนเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การขยายตลาดออกสู่กลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เช่น กลุ่มนักศึกษาที่พบปัญหาคราบเครื่องสำอางหรือคราบหมึก โดยเน้นให้การสร้าง brand awareness ให้ตอบ โจทย์ลูกค้า ให้เป็นเหมือนอุปกรณ์ที่จำเป็นที่ต้องพกพาเพื่อสร้างมั่นใจ กลุ่มแม่บ้านที่พบปัญหาจากการขจัดคราบหมึกปากกาของลูกหรือ คราบโคล ที่ เป็นปัญหาในการขจัดคราบ หรือมีความยุ่งยาก เป็นสาเหตุให้ต้องทะเลาะกับลูก หรือเวลาอยู่กับลูกน้อยลง เป็นต้น รวมไปถึงการขยายออกสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มอาเซียน เพื่อเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างมากขึ้นและสร้างแบรนด์สินค้า WIP ให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ

ส่วนที่ 2 การทำการตลาดผ่านทางช่องทางออนไลน์และออนไลน์มากขึ้น ไม่เพียงแต่ในร้านขายเสื้อผ้าในกรุงเทพฯ แต่ทำแคมเปญ “เก่าแลกใหม่” โดยการออกบูธตามแหล่งศูนย์การค้า เสื้อผ้าขนาดใหญ่ของแต่ละจังหวัด เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น ภูเก็ต อุดรฯ ชลบุรี ให้ร้านขายเสื้อผ้านำเสื้อผ้าที่เปื้อนมาทดลองขจัดคราบด้วยผลิตภัณฑ์ WIP และกวดคิดตามสื่อโซเชียลมีเดียของแบรนด์ เพื่อรับผลิตภัณฑ์ขนาดทดลองไปใช้ฟรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้กลุ่มเป้าหมายได้มีประสบการณ์ร่วมกับแบรนด์ ได้รู้จักและกล้าทดลองใช้ผลิตภัณฑ์เมื่อทดลองใช้แล้วพอใจในประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดการซื้อใช้และบอกต่อตามมาในอนาคต และบริษัทฯ ได้มีฐานข้อมูลลูกค้าจากทางออนไลน์ เพื่อทำการสื่อสารการตลาดผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่อไปไม่ว่าจะเป็นในประเทศหรือต่างประเทศมากยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 3 การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งในรูปแบบสินค้าที่เป็นขนาดพกพามากขึ้น อย่างเช่น ผ้าเช็ดทำความสะอาดขจัดคราบแบบพกพา หรือ ประเภทพื้นผิวของการทำความสะอาด เช่น เครื่องหนัง ผ้าที่ต้องการดูแลเป็นพิเศษ เช่น ผ้าไหม โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์และแก้ปัญหาความต้องการของลูกค้า สร้างความแตกต่างและประสิทธิภาพการใช้งานเหนือคู่แข่ง โดยมอบคุณค่าที่จะได้ให้แก่ลูกค้า

สุดท้ายนี้ การที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP และการดำเนินการ
ของบริษัทฯ ให้ประสบความสำเร็จนั้น ต้องอาศัยความรู้ ประสบการณ์ การวางแผนไม่ว่าจะเป็นการ
ดำเนินงานที่ราบรื่น กลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารที่มีประสิทธิภาพ และการเตรียมพร้อมในด้าน
อื่นๆ ตามแผนธุรกิจฉบับนี้ เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนได้อีก



บรรณานุกรม

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559). ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ: จำนวนประชากรหญิงในประเทศไทย ปี 2559. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014>
- Marketeer (2558). ผลิตภัณฑ์ซักผ้ายี่ห้อซัก ย่าง โด หอมฟุ้งทั่วตลาด ปี 2558. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://marketeer.co.th/archives/54726>
- DBD (2560). ธุรกิจร้านขายปลีกเสื้อผ้า ปี 2560. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก http://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2560/T26/T26_201707.pdf
- Issue (2557). ซักผ้าโดยไม่ใช้น้ำ ปี 2557. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://issue247.com/products/air-wash/> [13 สิงหาคม 2557]
- Property (2560). จำนวนร้านเสื้อผ้าในสยามสแควร์. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.property.chula.ac.th/siamlist.php>
- Platinum (2560). จำนวนร้านเสื้อผ้าในแพลตตินั่มเพชั่นมอลล์. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.platinumfashionmall.com/directory/43/>
- Terminal21 (2560). จำนวนร้านเสื้อผ้าในเทอร์มินอล 21. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.terminal21.co.th/asok/shop/th/1f>
- BrandBuffet (2560). [ผ้ากลยุทธ์ Union Mall ปรับโฉมครั้งใหญ่รอบ 10 ปี มีสะเทือนห้าแยกลาดพร้าว](#). [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2017/06/union-mall- strategy-renovation/> [13 กรกฎาคม 2560]



ภาคผนวก ก
ตลาดผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด





ความน่าสนใจในตลาดผลิตภัณฑ์ซักผ้า

1. ตลาดผลิตภัณฑ์ซักผ้าปี 2558 เติบโต 3% จากการนำเสนอสูตรใหม่ๆ เพื่อสร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่ง และโดยส่วนใหญ่การนำเสนอสูตรใหม่ๆ จะมาพร้อมกับราคาที่เพิ่มขึ้น
2. ตลาดผลิตภัณฑ์ซักผ้ามูลค่า 18,000 ล้านบาท เติบโตประมาณ 3% จากปีที่ผ่านมา ตลาดนี้มีการแข่งขันกันสูงในเรื่องของการขจัดคราบที่เปอะเป็นเสื้อผ้าโดยไม่ต้องออกแรงขยี้ เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ที่เน้นการซักผ้าด้วยเครื่องซักผ้าเป็นหลัก โดยตลาดนี้มี แอป เป็นผู้เล่นรายใหม่ของตลาด
3. น้ำยาปรับผ้านุ่มเติบโตเฉลี่ยปีละ 6% โดยน้ำยาปรับผ้านุ่มสูตรเข้มข้นมีการเติบโตสูงจนกลายเป็นตลาดที่แข่งหน้าน้ำยาปรับผ้านุ่มแบบธรรมดาไปเมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมา จากการโปรโมทอย่างต่อเนื่องของแบรนด์ผู้ผลิตถึงคุณสมบัติเด่นของน้ำยาปรับผ้านุ่มสูตรเข้มข้นที่ใช้น้ำน้อยกว่าและประหยัดกว่าน้ำยาซักผ้าสูตรธรรมดา
4. ผลิตภัณฑ์กำจัดคราบมีคู่แข่งหลักคือไฮเตอร์และแวนิช ที่แข่งขันกันเรื่องการขจัดคราบที่ไม่ทำลายสี และเนื้อผ้า

ภาคผนวก ข

แบบสำรวจความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้า WIP

แบบสำรวจ ความต้องการผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบบนเสื้อผ้าทันทีแบบไม่ต้องซัก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลร้าน

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

ส่วนที่ 2 ความต้องการผลิตภัณฑ์

- 1.เคยประสบปัญหากราบเปื้อนบนเสื้อผ้าหรือไม่.....
- 2.กราบเปื้อนที่พบมาจากสาเหตุใดบ้าง

<input type="checkbox"/> ลูกค้าลองเสื้อผ้า	<input type="checkbox"/> ลูกค้าทำอาหารและเครื่องดื่มหกใส่
<input type="checkbox"/> นำเสื้อผ้าไปถ่ายแบบ/แฟชั่นโชว์	<input type="checkbox"/> ให้Stylist ยืมเสื้อผ้าไปถ่ายละคร/โฆษณา/รายการ
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ.....	
- 3.กราบที่พบส่วนใหญ่เป็นกราบอะไร

-เครื่องสำอาง

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

.....

-อาหาร

- กาแฟ/ชา ซอส/น้ำจิ้ม ไอศกรีม
- อื่น ๆ.....

-คราบอื่น ๆ โปรดระบุ.....

3.ปกติเจอคราบเป็นบ่อยมากแค่ไหน.....

4.แล้วมีวิธีแก้ไขจัดการคราบเป็นอย่างไร.....

- สั่งซักแห้ง ตัดเป็นสินค้าลดราคา/สินค้าชำรุด ไม่ให้
ถูกค้ำลองเสื้อผ้า

- ให้ผู้ยืมรับผิดชอบ วิธีแก้ปัญหาอื่นๆ.....

5.ถ้าหากว่ามีผลิตภัณฑ์ที่สามารถจัดการคราบเป็นบนเสื้อผ้าสนใจไหม

- สนใจ ไม่สนใจ ข้ามไปข้อ 7

6.เหตุผลที่สนใจ

- จัดรอยเป็นได้ทันที ประหยัดค่าใช้จ่าย สะดวกมากขึ้น
- อื่น ๆ.....

7.เหตุผลที่ไม่สนใจ

- กลัวเสื้อผ้าเสียหาย ไม่จำเป็น อื่น
ๆ.....

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

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพและผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
1.ประสิทธิภาพในการจัดคราบเปื้อน					
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.คิดว่าจะหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จัดคราบได้จากที่ไหน

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 ค

การทดสอบตลาด (Market Test)

1. ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า ที่ทางคณะผู้ก่อตั้งกำหนด

- 1.1 กลุ่มเจ้าของร้านขายเสื้อผ้า หรือผู้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเข้าร้าน (Shop Owner)
- 1.2 กลุ่มพนักงานเฝ้าร้าน (Shop Assistant)
- 1.3 กลุ่มผู้พบปัญหาคราบเปื้อน เช่น อินฟลูเอนเซอร์, ลูกค้า

แล้วดำเนินการติดต่อขอเข้าสัมภาษณ์ ถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดคราบบนเสื้อผ้า กลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม โดยได้ผลการสัมภาษณ์ ดังนี้

1.1 กลุ่มเจ้าของร้านขายเสื้อผ้า หรือผู้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเข้าร้าน (Shop Owner)

คุณฟ้า ร้าน geraffee : Siam Square

คราบเปื้อนบนเสื้อผ้าทุกวันเลยคะ วันละหลายตัว ส่วนใหญ่เป็นคราบเครื่องสำอาง ลูกค้าลองชุด จะให้เค้าซื้อ ก็ไม่กล้า กลัวเค้ารู้สึกไม่ดี แล้วไม่เข้าร้านอีก วันนี้ได้ทดลองใช้ WIP ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยขจัดคราบบนเสื้อผ้า รู้สึก wow มากคะ ใช้ง่าย สะดวกสบาย ถ้ามีขายซื้อแน่นอนคะ ถ้าวันนี้มีมาขายด้วยก็จะซื้อเลยคะ



คุณลิซ่า ร้าน Miladi Union Mall

กราบเพื่อนบนเสื้อผ้า เจอเรื่อย ๆ เลยนะคะ อย่างน้อย2-3ครั้งต่ออาทิตย์ ถ้ากราบเพื่อนเล็ก ๆ ก็จะนำไปซักเฉพาะจุด แต่หากไม่ออก ก็ตัดเป็นของเซตส์หรือของชำรุดไป หากมีผลิตภัณฑ์ที่ช่วยขจัดคราบบนเสื้อผ้าได้ทันที สะดวก และรวดเร็ว ก็สนใจมากค่ะ เพราะหากเจอกราบเพื่อนจะได้รีบขจัดแล้วขายต่อได้เลย



1.2.กลุ่มพนักงานเฝ้าร้าน (Shop Assistant)



คุณอิม ร้าน Being : Siam Square

เจอบ้างค่ะกราบเพื่อนบนเสื้อผ้า ส่วนใหญ่พี่เจ้าของร้านจะเป็นคนเอากลับไปซัก แล้วเอามาคืนให้ บางทีถ้าลูกค้าอยากได้เลย แต่เสื้อเปื้อน เราก็จะลดราคาให้ค่ะ พอได้ทดลองใช้ WIP

รู้สึกว่าการเอะอะจุกจิกเลย นั่งอยู่ร้านช่วงว่างๆก็จัดการไปได้เลย กลิ่นก็หอมดีค่ะ ถ้ามีขายก็อยากซื้อ มาติดร้านไว้ค่ะ และอาจพกติดตัวไว้ใช้เองด้วยค่ะ

1.3 กลุ่มผู้พบปัญหาการเป็น เช่น อินฟลูเอนเซอร์, ลูกค้า

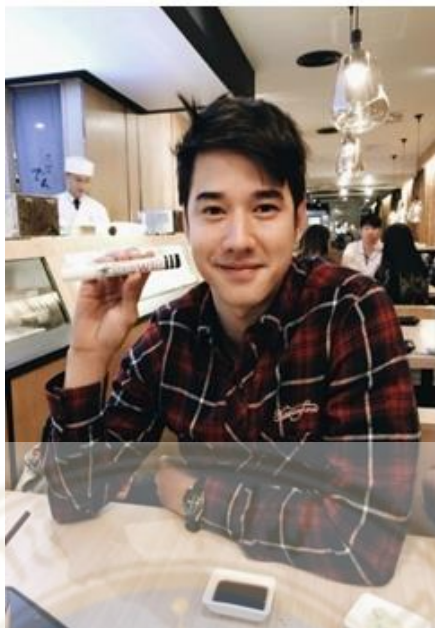
คุณแชน freelance stylist

การเป็นบนเสื้อผ้าเจอทุกงานครับ เพราะงานแฟชั่นเป็นงานที่ต้องรีบ ต้องทำงานแข่งเวลา ส่วนใหญ่เป็นคราบเครื่องสำอางแบบนายแบบ เค้กริบๆเปลี่ยนเสื้อผ้า เราก็ต้องส่งซักแห้งตัวนึงก็ 2-3 ร้อยบาทขึ้นไป ถ้ามีผลิตภัณฑ์จัดการได้ดีเลยครับ เป็นนั้บจะได้เซ็ดปั๊บน่าจะสะดวกขึ้นเยอะ



คุณมาริโอ้ ดารา นายแบบ

ผมเป็นคนชุ่มซำมครับ ชอบทำเสื้อเป็อนตลอด ถ้ามีผลิตภัณฑ์จัดการ ก็ดีนะครับ ผมจะซื้อไปให้พี่ๆในกองใช้เวลาผมทำเป็อน เค้จะได้ไม่ต้องหาวิธีกำจัดคราบยุ่งยากครับ



จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ได้ว่า ไม่ว่าจะ
เป็นกลุ่มเจ้าของร้านขายเสื้อผ้า กลุ่มพนักงานที่เฝ้าร้านเสื้อผ้าที่พบปัญหาคราบเปื้อนที่บ่อย หรือ
กลุ่มที่พบปัญหาคราบเปื้อน เช่น อินฟลูเอนเซอร์, ลูกค้า และสามารถสรุปได้ว่า มีปัญหาในเรื่องของ
คราบเปื้อนและมีความต้องการ ยิ่งไปกว่านั้น หากมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถขจัดคราบได้ง่าย มี
ประสิทธิภาพ ต้องการที่จะซื้อไว้ที่ร้านเพื่อพบปัญหาคราบเปื้อนจะได้แก้ปัญหาได้ทันที

ภาคผนวก ง

ใบเสนอราคาสารตั้งต้นผลิตภัณฑ์สเปรย์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า 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 Klongyong Phutthamonthon Nakhonpathom 73170 Tel : 034-964452-4 Fax : 034-964455

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

สรุปราคา

รายการ	จำนวน	ราคา / ลิตร	ราคารวม (บาท)
ผลิตภัณฑ์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า สูตร 3	53 ลิตร	175.00	9,275.00
ผลิตภัณฑ์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า 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
สนใจสินค้าของบริษัทฯและสนับสนุนสินค้าของเรา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ
Pitchamaiphon
(พิรมัยพร สาจิต)

ภาคผนวก จ

ใบเสนอราคาลากผลิตภัณฑ์สปรีย์ขจัดคราบบนเสื้อผ้า WIP


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

45/1483 หมู่บ้านดีเค ซอยดีเค 10 อ.กาญจนภิเษก แขวงบางบอน เขตบางบอน กทม. 10150
 45/1483 Moo DK. Soi DK.10 Karnjanapisake 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) สติกเกอร์ WIP สเปย์ขจัดคราบ ขนาด 11 x 7.8 ซม. พิมพ์ 4 สี			
- บนสติกเกอร์กระดาษขาว หลังเขียว	5,000 ดวง	2.-	10,000.-
	10,000 ดวง	1.60	16,000.-
- บนสติกเกอร์กระดาษขาว PW-8	5,000 ดวง	2.15	10,750.-
	10,000 ดวง	1.75	17,500.-
เคลือบPVCใส ใต้คัทตามขนาด			
รวมเป็นเงิน			
Total Value:			

หมายเหตุ ราคาที่เสนอนี้ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%

Remark:

Yours faithfully

(..... นพดล แซ่โจ้ว)

ภาคผนวก ฉ

รายละเอียดสมมติฐานทางการเงินของผลิตภัณฑ์สเปรย์จัดกราบขนเส้นผม WIP

ตาราง ประมาณการต้นทุนค่าแรงงานที่ใช้ในการขายและการบริหาร (ต่อปี)

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

ตาราง ประมาณการต้นทุนค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อปี)

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
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	540,600	702,780	1,581,255	1,265,004	1,391,504

ตาราง 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
ค่าอุปกรณ์ สำนักงาน	1,200	1,320	1,452	1,597	1,756
ค่าขนส่ง	60,000	90,000	90,000	90,000	90,000
รวม	301,200	333,720	408,492	411,541	414,895