

โดย นายเทพศักดิ์ จันทรสชา

### บทคัดย่อ

บริษัท Thai Herb Drink International จำกัด เป็นบริษัทผลิตน้ำสมุนไพรและน้ำดื่มสมุนไพร ภายใต้สินค้า " Golden Drink " โดยมีสโลแกนคือ **ซึ้นกายมันใจยิ่งเพิ่ม เมื่อดื่ม " Golden Drink "** ผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรเป็นหลัก โดยจะนำผลิตภัณฑ์ 4 ชนิดหลัก เป็นตัวนำตลาดของบริษัทคือ น้ำกระไกร้, น้ำจิง, น้ำมะตูม, และน้ำใบบัวบก กลุ่มเป้าหมายหลักช่วงอายุ 30-50 ปี เป็นผู้อยู่ในช่วงวัยทำงาน ที่มีเวลาดูแลสุขภาพน้อย แต่ต้องการสิ่งที่มาทดแทนในส่วนที่ขาดเรื่องสุขภาพ เน้นการดูแลสุขภาพพร้อมกับความสดชื่น ดังจะเห็นได้ว่าตลาดโดยรวมเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพอยู่ที่ 2,700 ล้านบาท และทางบริษัทจะสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดเริ่มต้นที่ 0.5% ของตลาดโดยรวม และมีขอดจำหน่ายเพิ่มปีละ 20-30% โดยบริษัทลงทุนเริ่มแรกทั้งสิ้น 10 ล้านบาท กู้จากสถาบันการเงิน 50% และจากผู้ถือหุ้นส่วน 50% โดยภาพรวมและการวิเคราะห์จะได้  $IRR = 42.5\%$   $NPV = 10$  ล้านบาท ดังนั้น " Golden Drink " เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพพร้อมที่จะสู่ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเป็นอย่างยิ่ง

Thesis Title : **Business Plan**

Mr. Thepsakda Juntarasakha

#### **ABSTRACT**

In this study, we study the essential of writing business plan and generate. Thai Herb Drink International is business plans. The company produces herb water and herb drinking water under "Golden Drink" brand. We have slogan that more refreshment , more security when drink "Golden Drink". Our products have many herbs be the main ingredient. We brings four products such as citronella water , ginger ale , bel water and hydrocotyle water , to lead to the market. The main target group are workpeople who have ages between 30 – 50 year-old who have less time to look after there health and refreshment simultaneously. Nowadays , the price market of health drinking are ฿ 2.7 million. The firm want first market share at 0.5 % of total market share , and want to increase the selling 20 – 30 % per year. The firm investment of this firm are ฿ 10 million – shareholder 50 % and loan from finance institution 50 %. From analysis , we have  $IRR = 42.5 \%$  ,  $NPV = ฿ 10$  million so "Golden Drink" has an good potential production to ready to go into the health drinking market.

Keyword : **Business Plan , SMEs**

**บทนำ**

ผลิตภัณฑ์น้ำสมุนไพร " Golden Drink " ภายใต้การบริหารของบริษัท Thai Herb Drink International จำกัด การดำเนินงานจะต้องมีทิศทางและแผนจะเดินไปในเชิงการสร้างกลยุทธ์ เพื่อการแข่งขันแต่ปัญหาหลักของบริษัทก็มีมุมมองหลายประเด็น ประเด็นแรกคือ ด้านตลาดและคู่แข่ง ขัน สิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญของธุรกิจน้ำดื่มเพื่อสุขภาพ ชาวสารยังไม่เป็นที่กว้างในด้านสื่อต่างๆ และยังไม่มืผู้ผลิตที่โดดเด่น ด้านข้อมูลจะเป็นข้อมูลภายในและข้อมูลภายนอกไม่ตรงกัน ทำให้ทางบริษัทมีความลำบากในการประเมินคู่แข่งกัน รวมไปถึงการปรับกลยุทธ์ของบริษัท ประเด็นที่สองด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ " Golden Drink " ถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่ตลาด ทำให้คาดการณ์พฤติกรรมผู้บริโภคลำบาก เช่นสิ่งสร้างแรงบันดาลใจของผู้บริโภค การสร้างจุดดึงดูดในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เป็นต้น ประเด็นที่สาม ด้านกลุ่มเป้าหมาย น้ำสมุนไพร " Golden Drink " เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถดื่มได้ทุกเพศทุกวัย ดังนั้นการพิจารณาคาดการณ์ลูกค้าค่อนข้างลำบาก ทำให้มีต้นทุนด้านการวิจัยตลาดสูง ประเด็นสุดท้าย ปัญหาการสื่อสารกับผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคมักเข้าใจว่า น้ำสมุนไพรเหมาะสำหรับคนมีปัญหาทางด้านสุขภาพ รสชาติไม่สร้างอรรถรสในการดื่ม ดังนั้นทางบริษัทจะต้องสื่อสารกับผู้บริโภคให้มีความเข้าใจที่ถูกต้องพร้อมเปลี่ยนทัศนคติ จนทำให้ " Golden Drink " เป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี

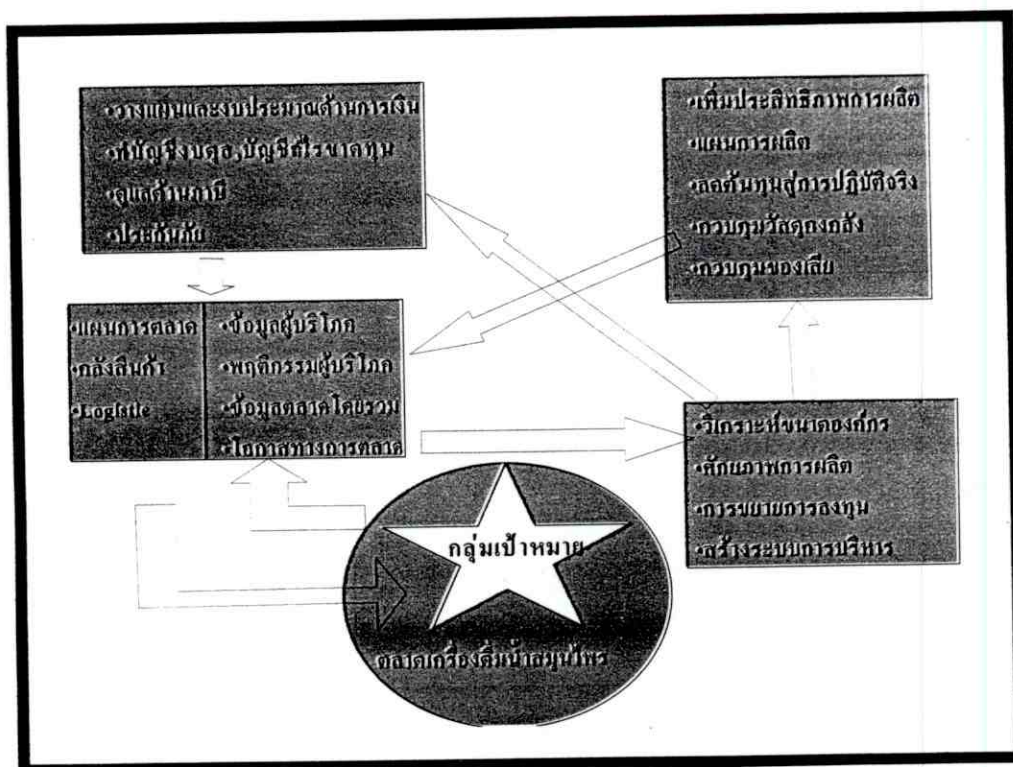


**รูปแสดงปัญหาที่เกิดขึ้น**

## องค์ความรู้

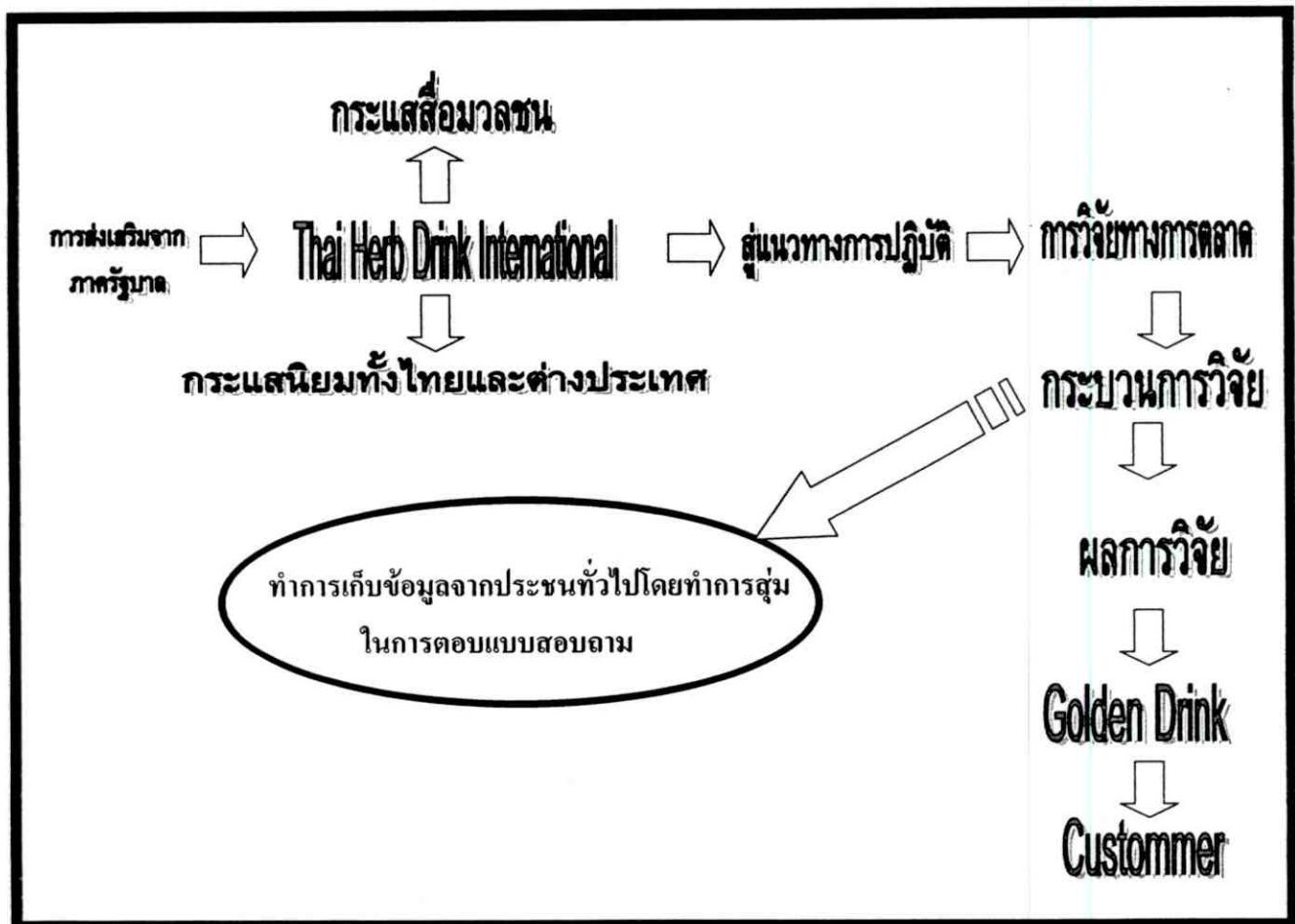
บริษัท Thai Herb Drink International จำกัด ให้ความสำคัญในองค์ความรู้ต่างๆเนื่องจากเป็นเครื่องมือหลักในการพัฒนาของบริษัทไม่ว่าจะร่วมไปถึงการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ องค์กร และหลายส่วนของบริษัท บริษัทนำองค์ความรู้ทางการบริหารผนวกเข้ากับหลักทางด้านวิศวกรรมให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท และสร้างศักยภาพ น้ำดื่มสมุนไพร " Golden Drink " เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อเป็นที่ยอมรับในขั้นสูงต่อไป

ในส่วนหลักที่เป็นนโยบายของบริษัทจะประกอบไปด้วย 4 แผนหลัก และแต่ละแผนจะประกอบไปด้วยองค์ความรู้ต่างๆแผนแรกเป็นแผนการดำเนินงาน ทำการดูแลควบคุมหลักการบริหาร ของ บริษัท และ ทำ การ ประสาน อีก 3 แผน หลัก ที่ ไช้ ( M A N , MONEY, MATERIAL, MANAGEMENT) แผนที่สองเป็นแผนการผลิต เป็นการควบคุมการจัดซื้อ, วัสดุคงคลัง, ด้านบำรุงรักษา, และ QC เป็นต้น แผนด้านการเงิน เป็นการวางแผนและงบประมาณทางการเงิน, ด้านบัญชี และแผนสุดท้ายด้านการตลาด เป็นการทําวิจัยด้านการตลาด, แผนการตลาด, Logistic เป็นต้น



### วิธีการทำงาน

การวิจัยมีความสำคัญเนื่องจาก การวิจัยทางการตลาด (Marketing Research) เป็นตัวแปรสำคัญที่จะเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค รวมไปถึงการตัดสินใจซื้อน้ำสมุนไพร " Golden Drink " และนำข้อมูลมาสู่กระบวนการปรับและวางกลยุทธ์ทางการตลาด



### วิจารณ์

ผลการวิจัยวิจัยบริษัทให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยทางบริษัทอาจจะถือได้ว่าการวิจัยจะต้องมีการปฏิบัติที่มีรูปแบบ มีมาตรฐาน มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล และผลที่แสดงออกมามีความสอดคล้องต่อบริษัท