

บทคัดย่อ

| | |
|------------------|---|
| ชื่อเรื่อง | นวัตกรรมอาหารสุนัขผสมสารสกัดเปลือกมังคุด |
| ชื่อผู้เขียน | พรพุฒ ตังกรรัตน์ |
| ชื่อปริญญา | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต |
| หลักสูตร | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรม |
| ปีการศึกษา | 2559 |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | อาจารย์พี ม่วงนนท์ |

การเขียนแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขในครั้งนี้ เพื่อศึกษาโอกาสในการประกอบธุรกิจและประเมินความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนสำหรับเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุนัข โดยสืบค้นข้อมูลและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ การวิเคราะห์สถานการณ์ กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ กำหนดแผนการตลาด แผนการผลิต แผนการเงิน แผนการดำเนินงานและแผนฉุกเฉิน เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ของกิจการและคู่แข่ง ซึ่งจะใช้ประกอบการตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ของกิจการ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ และวิเคราะห์ถึงผลตอบแทนการลงทุนเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ลงทุน

ผลจากการศึกษาพบว่า เพื่อให้เกิดผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจในด้านการบริหารจัดการกิจการได้นำกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ดังนั้นในการจัดทำแผนธุรกิจครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจการผลิตและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขให้บรรลุเป้าหมายในเชิงธุรกิจได้

บทสรุปผู้บริหาร

สัตว์เลี้ยง เป็นหนึ่งอย่างที่กลายเป็นในการดำรงชีวิตตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพราะว่า ไม่ว่าในแต่ละยุคจะเห็นสัตว์เลี้ยงนั้น มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตมา โดยภาพรวมตลาดอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงไทยในปี 2558 ยังคงมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในอัตรา 10% หรือน่าจะมีมูลค่าประมาณ 1.8 หมื่นล้านบาท

ในสัตว์เลี้ยงประเภทสุนัข ปัญหาที่พบบ่อย คือปัญหาสุขภาพช่องปากและฟัน โดยมีรายงานในประเทศสหรัฐอเมริกาว่า สุนัขที่มีอายุมากกว่า 3 ปีมากถึงร้อยละ 85 เป็นโรคเหงือกอักเสบ และยังพบมากขึ้นเมื่ออายุของสุนัขทุกช่วงอายุของสุนัขเพิ่มขึ้น

จากข้อมูลข้างต้น บริษัท สมาร์ท ฟู้ด โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสุนัข จึงได้ริเริ่มดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุนัข นวัตกรรมอาหารสุนัขผสมสารสกัดเปลือกมังคุด **Premium Mangosteen Extract Dog Food** ภายในตราสินค้า “GOLDEN” เพื่อสุขภาพของสุนัขอย่างแท้จริง โดยนำเอาสารสกัดจากเปลือกมังคุด ผสมเข้าไปในตัวผลิตภัณฑ์อาหารสุนัข

ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ สามารถทำการศึกษาดังประโยชน์จากสารสำคัญที่มีอยู่ในเปลือกมังคุด คือ แทนนินและแซนโทน สารแซนโทนมีฤทธิ์เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ (antioxidants) และยังมีคุณสมบัติพิเศษในการยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรีย ฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ ลดการอักเสบ ลดความดันโลหิต ต้านมะเร็ง และแก้แพ้ ทั้งยังช่วยในการเรื่องของ การรักษาสุขภาพสุนัขแล้ว ยังช่วยทำให้ช่องปากสะอาดขึ้น ลดการอักเสบในช่องปากของสุนัข ทำให้สุนัขมีสุขภาพที่แข็งแรง

บริษัท สมาร์ท ฟู้ดโปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้วิเคราะห์แนวโน้มของตลาด และวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจในอนาคต โดยอาศัยการข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของ ปัจจัยภายนอกต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้อาจวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์การทำงานตลาดให้ มีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth strategy) และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiate Strategy) ถือเป็นหนึ่งกลยุทธ์สำคัญของธุรกิจ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยพิจารณาถึงโอกาสขยายตัวในอนาคตของบริษัท และประสิทธิภาพการบริการแก่ลูกค้า

กลยุทธ์การเจาะตลาด (Market Penetration Strategy) โดยมุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองกลุ่มตลาดเป้าหมายให้มีความชัดเจน สร้างตราสินค้าและพยายามทำให้ลูกค้าเป้าหมายเกิดการจดจำในตราสินค้า มีการขยายตลาดและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น การเพิ่มยอดขายโดยใช้ กลยุทธ์ผลัก (Push Strategy) เช่น การทำ โปรโมชัน ลด แลก แจก แถม ผลักสินค้าออกไป และ กลยุทธ์ดึง (Pull Strategy) เช่น การทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สื่อสารการตลาด ดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาซื้อเอง

กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development Strategy) การเพิ่มยอดขายจากการขายผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดเดิม โดยการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่งในตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

ด้านการเงิน บริษัทเป็นลักษณะธุรกิจร่วมทุน โดยประกอบด้วยเงินลงทุนของโครงการมาจากส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด 5,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 500 บาท มีจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมด 6 คน โดยไม่มีการกู้ยืมเงินใดๆ บริษัท ได้ทำการประมาณการยอดขายในปีแรกไว้ที่ 16,560,000 บาท จะทำให้โครงการมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 9 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ NPV เท่ากับ 10,945,710 บาท มี IRR เท่ากับ 51.32%

ความเป็นมาของโครงการ

ปัจจุบันพฤติกรรมกรรมการเลี้ยงสุนัขของคนไทยเปลี่ยนไป โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีรายได้สูง กำลังซื้อสูง ที่มองสุนัขเปรียบเสมือนสมาชิกคนหนึ่งในครอบครัว โดยจะดูแลเอาใจใส่ และมอบความรักให้กับสุนัขมากขึ้น และจะให้ความสำคัญตั้งแต่เรื่องอาหาร การดูแลรักษาพยาบาล แม้กระทั่งวิถีชีวิตของสุนัขที่ต้องมีอุปกรณ์การเลี้ยงอย่างดี เพื่อให้สุนัขมีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งแตกต่างจากในอดีตค่อนข้างมาก จึงทำให้ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุนัขเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สุนัขยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ในสัตว์เลี้ยงประเภทสุนัข ปัญหาที่พบบ่อย คือ **ปัญหาสุขภาพช่องปากและฟัน** ซึ่งเป็นโรคซึ่งพบได้บ่อยเวลาที่เจ้าของพาสุนัขมาตรวจที่คลินิกหรือโรงพยาบาลสัตว์ และปัญหาต่าง ๆ ในช่องปาก ไม่ว่าจะเป็นปัญหาหินปูน มีหินปูน หรือฟันผุ อาการที่พบได้บ่อยและเป็นปัญหาสำหรับเจ้าของสุนัขหรือตัวสุนัข กลิ่นปากอาจเป็นตัวบ่งชี้ถึงปัญหาทางสุขภาพของตัวสุนัข ซึ่งเป็นอาการแสดงของความผิดปกติหรือสภาวะของโรคบางอย่างที่ทำให้เกิดกลิ่นเหม็นออกมาทางปากของสุนัข และยังแสดงถึงสุขอนามัยที่ไม่ดีของช่องปากสุนัข ซึ่งอาจจะเกิดจากแบคทีเรียต่างๆ ที่สะสมในช่องปาก และอาจแพร่กระจายไปตามกระแสโลหิต และก่ออันตรายกับระบบอวัยวะภายในร่างกาย เช่น ลิ้นหัวใจ ตับ ไต ของสุนัขได้ เนื่องจากโรคช่องปากและฟัน หรือ โรคปริทันต์ (Periodontitis disease) เป็นโรคติดต่อซึ่งพบได้มากในสัตว์เลี้ยงทั่วโลก มีรายงานในประเทศสหรัฐอเมริกาว่า **สุนัขที่มีอายุมากกว่า 3 ปีมากถึงร้อยละ 85 เป็นโรคเหงือกอักเสบ** และยังพบมากขึ้นเมื่ออายุของสุนัขทุกช่วงอายุของสุนัขเพิ่มขึ้น

จากข้อมูลข้างต้น บริษัท **สมาร์ท ฟู้ดโปรดักต์ (ประเทศไทย) จำกัด** ได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสุนัข จึงได้คิดค้นผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อสุขภาพสุนัขที่มีคุณภาพสูง ปลอดภัยตามมาตรฐานสากล โดยในการเริ่มดำเนินธุรกิจได้คิดค้นผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของสุนัข โดยนำเอาสารสกัดจากเปลือกมังคุดที่มีการวิจัยว่า สารสกัดจากเปลือกมังคุดมีคุณสมบัติ

พิเศษในการยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรีย ฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ ลดการอักเสบ ลดความดันโลหิต ด้านมะเร็ง และแก้แพ้ เพิ่มเข้าไปในตัวผลิตภัณฑ์ ทั้งยังช่วยในการเรื่องการรักษาสุขภาพสุนัขแล้ว ยังช่วยลดปัญหาช่องปากและฟันในสุนัข ด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดการอักเสบในช่องปากของสุนัข ทำให้สุนัขมีสุขภาพที่แข็งแรง

สรรพคุณของเปลือกมังคุด (Pericarp):

ด้วยเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าในปัจจุบัน กระบวนการทางวิทยาศาสตร์สามารถทำการศึกษาถึงประโยชน์จากสารสำคัญที่มีอยู่ในเปลือกมังคุด คือ แทนนินและแซนโทน สารแซนโทนมีฤทธิ์เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ (antioxidants) จึงมีการศึกษามากมายที่ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของสารแซนโทนที่มีในเปลือกมังคุด แซนโทนเป็นสารต้านอนุมูลอิสระที่แรง (potent antioxidants) พบได้มากในเปลือกมังคุด และมีผลของการศึกษาฤทธิ์ในการจับอนุมูลอิสระ โดยวิธี ORAC (Oxygen Radical Absorbance Capacity) Brunswick Laboratories ทำการเปรียบเทียบระหว่างน้ำผลไม้ต่างๆและมังคุด พบว่า **มังคุดมีฤทธิ์ในการจับอนุมูลอิสระมากกว่า แครอท ราสเบอร์รี่ บลูเบอร์รี่ ทับทิม อนุมูลอิสระ (free radicals) เป็นโมเลกุลที่เกิดขึ้นจากกระบวนการลูกโซ่ (chain reaction) ของปฏิกิริยาออกซิเดชัน (oxidation) ที่เกิดขึ้นภายในร่างกาย ดังนั้นร่างกายจึงต้องหาทางป้องกันการโดนทำลายจากอนุมูลอิสระ โดยสิ่งที่ร่างกายสร้างขึ้นเพื่อป้องกันตนเอง คือระบบแอนติออกซิแดนท์ (antioxidants)**

อีกทั้งยังลดการทำลายเซลล์ อันเป็นผลจากปฏิกิริยาลูกโซ่ จึงช่วยลดความเสี่ยงและชะลอการแก่ (aging) ด้วย ผลต่อการยับยั้งการเจริญเติบโตของเซลล์มะเร็งต่างๆรวมถึงการตายของเซลล์มะเร็งในการศึกษาระดับห้องปฏิบัติการ เช่น เซลล์มะเร็งเต้านม, เซลล์มะเร็งเม็ดเลือดขาว, เซลล์มะเร็งตับ, ภาวะอาหารและเซลล์มะเร็งปอด ผลดีต่อระบบภูมิคุ้มกัน และยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อราและแบคทีเรียบางชนิด ฤทธิ์ในการช่วยขยายตัวของหลอดเลือด (Vasorelaxing activities) ดังนั้นจึงมีประโยชน์ในการลดความดันโลหิต

(Antihypertensive) ทั้งยังช่วยยับยั้งการหลั่งสารฮิสตามีน (Histamine) ฤทธิ์ต้านซีโรโทนิน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการป้องกันโรคภูมิแพ้ (Allergies)

วิสัยทัศน์

“สมาร์ท ฟู้ดโปรดักส์ จะเป็นผู้นำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงที่มีความเป็นเลิศ”

พันธกิจ

1. บริษัทฯ เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารสุนัข คุณภาพสูง ปลอดภัย ตามมาตรฐานสากล
2. บริษัทฯ มุ่งเน้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขที่แปลกใหม่ ด้วยนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด
3. บริษัทฯ จะมุ่งสร้างแบรนด์ เพื่อครองใจผู้บริโภคตลอดไป
4. บริษัทฯ จะปฏิบัติต่อพนักงาน คู่ค้า และผู้บริโภคเสมือนหนึ่งคนในครอบครัว
5. บริษัทฯ จะผลิตสินค้าที่มีประโยชน์ต่อผู้บริโภคและสังคม

เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายการดำเนินงานในระยะสั้น 1-3 ปี

1. เพื่อผลิตและจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. มีศูนย์กระจายสินค้าครอบคลุมทั่วจังหวัดกรุงเทพมหานคร
3. สร้างยอดขาย รวม 18,000,000 บาทต่อปี

เป้าหมายการดำเนินงานระยะกลาง ภายใน 4-5 ปี

1. เพื่อผลิตและจำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
2. มีศูนย์กระจายสินค้าครอบคลุมทั่วจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. สร้างยอดขาย รวม 36,000,000 บาทต่อปี

ภายในตราสินค้า “โกลเด้น” “นวัตกรรมอาหารสุนัขผสมสารสกัดเปลือกมังคุด” “GOLDEN” Premium Mangosteen Extract Dog Food จะเป็นนวัตกรรมอาหารสุนัขที่จะช่วยในการดูแลสุขภาพสุนัขที่ท่านรัก เป็นผู้ผลิตที่นำสมุนไพรจากสารสกัดจากเปลือกมังคุด ที่มีคุณสมบัติในการดูแลสุขภาพสุนัขอย่างแท้จริง ยังเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ที่เป็นสมุนไพรไทย เช่นเปลือกมังคุดผ่านกระบวนการวิจัยนำมาผสมอาหารสุนัขเพื่อขยายไปสู่ตลาดต่างประเทศ ถือได้ว่า เป็นการนำเทคโนโลยีการจัดการนวัตกรรมมาประยุกต์ได้อย่างดี ทั้งยังมีราคาถูก เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น

รายละเอียดสินค้า

ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ของ บริษัท สมาร์ท ฟู้ด โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด จะมีการใช้นวัตกรรมจากสารสกัดเปลือกมังคุดที่มีประโยชน์ ช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตและฆ่าเชื้อแบคทีเรียที่คือต่อยาปฏิชีวนะ ทำให้เป็นผลิตภัณฑ์นี้ เมื่อผสมกับอาหารสุนัขแล้ว น่าจะได้รับการตอบสนองของกลุ่มลูกค้าที่รักสุนัข เพื่อลดปัญหาการเจ็บป่วยของสุนัขได้ ทำให้สุนัขแข็งแรงขึ้น ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์จะมีลักษณะเป็นรูปดาว เพื่อช่วยในการเข้าไปซัดฟันสุนัขด้วย

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ “โกลเด้น”



กลยุทธ์ระดับองค์กร

จัดทำขึ้นเพื่อให้รู้ถึงแนวทางในการดำเนินงานขององค์กร ช่วยเพิ่มยอดขาย กำไร และสินทรัพย์เพิ่มขึ้น สร้างความเติบโตอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ที่สำคัญของบริษัทคือ **กลยุทธ์การเจริญเติบโตหรือกลยุทธ์การขยายตัว (Growth strategy)** พิจารณาถึง โอกาสขยายตัวในอนาคตของบริษัท (Company growth opportunities) กลยุทธ์การขยายตัวให้มากขึ้น จะพิจารณาโอกาส การขยายตัวของบริษัทจากผลิตภัณฑ์ปัจจุบันของบริษัท และตลาดปัจจุบันที่บริษัทเกี่ยวข้องอยู่ ซึ่งอาจยังไม่ได้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ โดยบริษัทจะพยายามหาโอกาสให้ใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และตลาดเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งได้อีก 3 กลยุทธ์ย่อย ดังนี้

กลยุทธ์การเจาะตลาด (Market penetration strategy) เป็นความพยายามเพิ่ม ยอดขาย จากผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน (Current product) ในตลาดปัจจุบัน (Current market) โดย ใช้ความพยายามทางการตลาดซึ่งสามารถทำได้ 3 ทาง คือ

1. บริษัทพยายามกระตุ้นลูกค้าใน ปัจจุบันให้เพิ่มปริมาณการซื้อหรือการใช้
2. บริษัทสามารถเพิ่มความพยายามในการที่จะแย่งลูกค้าจากบริษัทอื่น
3. บริษัทเพิ่มความพยายามในการหาลูกค้าใหม่ในตลาดปัจจุบัน

สร้างความแตกต่างที่การเล่าเรื่องของสินค้า รวมไปถึงกรรมวิธีการผลิต (Story and History) ใช้ส่วนผสมจากสารสกัดจากเปลือกมังคุด มาจากธรรมชาติไม่เป็นอันตรายต่อสุนัข ซึ่งโดยปกติเปลือกมังคุดจะถูกทิ้งไปไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์ แต่จากการวิจัยพบว่าเปลือกมังคุดมีประโยชน์มากมาย โดยเฉพาะช่วยรักษาแผลในปาก ลดกลิ่นปาก รักษาเหงือกอักเสบ จึงนำสารสกัดนี้มาใส่ในอาหารสุนัขเพื่อช่วยรักษาช่องปากของสุนัข

สร้างความแตกต่าง ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ (Product and Package Design) มีบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ ใช้งานสะดวก เก็บรักษาง่ายกว่าผู้ผลิตรายอื่น มีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน

สร้างความแตกต่างด้านบริการ (Services Differentiation) โดยจะมีวิธีการสั่งซื้อสินค้าแบบออนไลน์ โดยผ่าน Facebook Line และ Website เป็นต้น เพื่อบริการให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถจำหน่ายสินค้าได้ครอบคลุมทั่วประเทศและทั่วโลก รวมทั้งมีตัวแทนจัดจำหน่ายขายของทางออนไลน์เพื่อที่จะได้ช่วยเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ และเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์อีกด้วย

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค ของธุรกิจ

จุดแข็งของกิจการ

- ผลิตภัณฑ์มีส่วนผสมของสารสกัดเปลือกมังคุด
- ผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่ เป็นที่สนใจของผู้บริโภค
- ผู้บริหารมีประสบการณ์สูงในการบริหารงานองค์กร และมีความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นอย่างดี
- องค์กรมีขนาดเล็ก บริหารจัดการได้ง่าย คล่องตัวในการดำเนินงาน
- ธุรกิจเป็นการจ้างผลิต สามารถบริหารจัดการต้นทุนได้ง่าย

จุดอ่อนของกิจการ

- ตราสินค้าไม่มีชื่อเสียง อาจยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค
- ขาดประสบการณ์ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง
- ช่องทางจัดจำหน่ายยังมีน้อย
- ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ยังมีน้อย

โอกาสของธุรกิจ

- อุตสาหกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงมีมูลค่าตลาดสูง และเติบโตต่อเนื่อง
- ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงจำนวนมากมีแนวโน้มที่จะเอาใจใส่สัตว์เลี้ยงของตนในด้านต่างๆเพิ่มขึ้น ทั้งด้านอาหารและด้านสุขอนามัยของสัตว์
- สามารถต่อยอดธุรกิจในการขายผลิตภัณฑ์อื่นๆ สำหรับสัตว์เลี้ยงได้
- เทคโนโลยีทางการสื่อสารมีมากขึ้นและรวดเร็วเพิ่มมากขึ้น

อุปสรรค

- ผู้บริโภคยังยึดติดกับตราสินค้าเดิม (brand loyalty สูง)
- ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงลงทุนน้อย ง่ายต่อคู่แข่งรายใหม่เข้ามา.
- สามารถทดแทนด้วยผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นได้
- มีคู่แข่งปัจจุบันในธุรกิจจำนวนมาก และมีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้นต่อเนื่อง

นโยบายแหล่งเงินทุนและแผนการเงิน

ทางบริษัท สมาร์ท ฟู้ด โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้นำเงินมาลงทุนในธุรกิจนวัตกรรมอาหารสุนัขผสมสารสกัดเปลือกมังคุด เป็นจำนวนเงิน 5,000,000 บาท คิดเป็นจำนวน 10,000 หุ่น หุ่นละ 500 บาท มีจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งหมด 6 คน เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินกิจการธุรกิจนวัตกรรมอาหารสุนัขผสมสารสกัดเปลือกมังคุด ซึ่งเงินที่นำมาใช้ลงทุนเป็นเงินที่มาจากส่วนของผู้ถือหุ้น 100 % ซึ่งจากการประมาณการความต้องการทางการเงินในธุรกิจแล้ว ทุนจดทะเบียนจำนวนนี้เพียงพอในการหมุนเวียนธุรกิจ โดยไม่จำเป็นต้องมีการกู้ยืมจากแหล่งเงินกู้ต่างๆ

บริษัทได้ทำการประมาณการยอดขายในปีแรกไว้ที่ 16,560,000 บาท จะทำให้โครงการมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 9 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ NPV เท่ากับ 10,945,710 บาท มี IRR เท่ากับ 51.32%