

บทความ

ชื่อเรื่อง แผนธุรกิจ ผงมะพร้าว น้ำหอมผสมคอลลาเจน (Co-Co Collagen)

ชื่อผู้เขียน นางสาวอมรรัตน์ จานิก

ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรม

ปีการศึกษา 2559

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภีรภัทร ภักดิ์ศรี

บทนำ

สภาวะอุตสาหกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ หรือผงชงดื่ม ในรูปแบบอาหารเสริม มีการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น ผู้ผลิตแต่ละรายต่างออกผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคที่มีความต้องการอาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะที่ให้ผลตอบสนองทางสุขภาพ บำรุงร่างกายและผิวพรรณ ต่างดึงดูดผู้ที่สนใจจะทำธุรกิจทางด้านนี้มีมากขึ้นตาม ผู้บริโภคจึงหันมาสนใจผลิตภัณฑ์ที่สามารถให้สารอาหารและบำรุงร่างกาย ผิวพรรณ ในรูปแบบของอาหารเสริม หรือ ผงชงดื่มกันมากขึ้น ช่องทางการจัดจำหน่าย หลากหลายมากขึ้น โดยนิยมช่องทางการจัดจำหน่ายทางตลาดออนไลน์มาก บริษัท โค โค คอลลาเจน จำกัด (Co-Co Collagen) จึงได้เห็นโอกาสในธุรกิจ ภายใต้แนวความคิดใหม่ของการบริโภคผลมะพร้าว น้ำหอม

วิสัยทัศน์ คือ การเป็นผู้นำอาหารเสริมจากผงมะพร้าว น้ำหอมผสมผงคอลลาเจนที่มีประสิทธิภาพสูงให้กับกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานเพศหญิง และผู้สูงอายุที่ใส่ใจในสุขภาพและผิวพรรณที่สดใส

พันธกิจ มุ่งสร้างนวัตกรรมใหม่จากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในประเทศ ด้วยการผลิตผงมะพร้าว น้ำหอมที่ผสมคอลลาเจน เป็นอาหารเสริมที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ที่มีคุณค่าทางอาหารสำหรับผู้สูงอายุ และวัยทำงานที่ต้องการมีสุขภาพดีและมีร่างกายที่แข็งแรง ผิวพรรณสดใสอ่อนกว่าวัย ช่วยเสริมสร้างกระดูกป้องกันภาวะการเกิดไขข้ออักเสบ และป้องกันการเกิดโรคอัลไซเมอร์ การผลิตที่มีเทคโนโลยีทันสมัยและมีมาตรฐาน สนับสนุนเกษตรกรไทย ด้วยการนำผลผลิตภายในประเทศ

เป้าหมาย (Goals)

1. เป้าหมายระยะสั้น (1 ปี)

- สร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดให้ได้ อย่างน้อย 0.01%
- กระจายสินค้าให้กับผู้บริโภคผ่านหลากหลายช่องทาง โดยเพิ่มช่องทางผ่านตัว แทน ข าย ที่ สามารถให้คำแนะนำผู้บริโภคได้ทันที
- ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ ที่มีประสิทธิภาพสูงและมีชื่อเสียง

2. เป้าหมายระยะยาว (10 ปี)

- เพิ่มอัตราการทำการกำไรให้มากขึ้น ด้วยยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างน้อยปีละ 8-10%
- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อกระจายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศจีน และญี่ปุ่น และประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค
- สร้างเครือข่ายของผู้แทนจำหน่ายสินค้า ให้เพิ่มขึ้นทุกปี อย่างน้อยปีละ 100 ราย

ข้อมูลบริษัท

บริษัท	บริษัท โค โค คอลลาเจน ประเทศไทย จำกัด
วันที่จัดตั้ง	มกราคม 2561
ทุนจดทะเบียน	5,000,000 ล้านบาท
แบ่งเป็น	10,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 500 บาท
ที่ตั้งกิจการ	บริษัท โค โค คอลลาเจน ประเทศไทย จำกัด ตั้งอยู่ที่ 26/479 ต.ลาดสวายอ. ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 12150
ลักษณะธุรกิจ	จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทเพื่อสุขภาพ

ผลิตภัณฑ์หลัก:

โค โค คอลลาเจน(Co-Co Collagen) ผงมะพร้าว น้ำหอมผสมคอลลาเจน 5,000 มิลลิกรัม สารสกัดจากเมล็ดองุ่น 65 มิลลิกรัม

ส่วนประกอบหลัก

1. มะพร้าว น้ำหอม

มะพร้าวน้ำหอม ถือเป็นผลไม้ที่มีสารอาหารหลากหลายชนิด ในน้ำมะพร้าวมีกรดไขมันที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย น้ำมะพร้าวช่วยให้ผิวพรรณสดใส เปล่งปลั่ง ขาวนวลขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติ เพราะมีฮอร์โมนเอสโตรเจนอยู่ และมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการสร้างคอลลาเจนและอีลาสติน ซึ่งทำให้ผิวมีความยืดหยุ่น และช่วยชะลอการเกิดริ้วรอยแห่งวัยได้เป็นอย่างดี ทำให้ร่างกายรู้สึกสดชื่นและไม่มีอันตรายใด ๆ ต่อร่างกาย

2. คอลลาเจนเปปไทด์

HEALTHY DAILY(15 Feb 2017) อธิบายว่า คอลลาเจนคืออะไร คอลลาเจน เป็นโปรตีนชนิดหนึ่ง ที่มีมากที่สุดในร่างกาย และสามารถพบมากในผิวหนัง กระดูก เส้นเอ็น กระดูกอ่อน ฟัน กล้ามเนื้อ เป็นต้น กว่า 75% ของผิวชั้นหนังแท้ ประกอบด้วยคอลลาเจน ซึ่งทำหน้าที่ช่วยในการสนับสนุนการทำงานของอวัยวะต่างๆของร่างกาย อาทิเช่น หัวใจ ตับ และไต เป็นต้น คอลลาเจนเปปไทด์ สามารถดูดซึมได้ง่ายกว่าคอลลาเจนทั่วไป เนื่องจากเป็นคอลลาเจนจากปลาทะเล ที่มีโมเลกุลเล็กส่งผลให้การดูดซึมได้ง่ายขึ้น ทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารได้ดี โดยเฉพาะคอลลาเจนเปปไทด์ที่อยู่ในรูปแบบชนิดผงขงคิม

3. สารสกัดจากเมล็ดองุ่น (Grap Seed)

(Bloomberg, 26/01/17) อธิบายว่า สารสกัดจากเมล็ดองุ่นให้ประโยชน์อย่างไร ได้มีงานวิจัยเกี่ยวกับเมล็ดองุ่นพบว่า เมล็ดและเปลือกขององุ่น มีสารฟลาโวนอยด์ ที่เรียกว่า โพรแอนโทไซยานิน สารนี้เมื่อรวมตัวกันจะอยู่ในรูปของ โอลิโกเมอริก โพรแอนโทไซยานิน (Oligomeric proanthocyanidin) หรือเรียกย่อๆว่า OPC มีฤทธิ์ต่อต้านอนุมูลอิสระแล้วยังเสริมสร้างคอลลาเจนได้ ผิวหนังให้ผิวแข็งแรง จึงช่วยให้ผิวพรรณมีสุขภาพดี ไร้ริ้วรอย ทำให้ผิวแลดูมีเลือดฝาด อ่อนกว่าวัย และสร้างภูมิคุ้มกันโรคให้กับร่างกาย การรับประทานสารสกัดจากเมล็ดองุ่นเป็นประจำจะทำให้ร่างกายมีฤทธิ์ต่อต้านอนุมูลอิสระ

การคิดค้นและพัฒนา

บริษัท โคโก้-คอลลาเจน จำกัด (Co-Co Collagen) ได้เล็งเห็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจ โดยนำผลการวิจัยและพัฒนการผลิตผงมะพร้าวน้ำหอม จากคณะผู้วิจัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งเป็นงานวิจัยร่วมกันระหว่าง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และ บริษัท ซี เอส จี โปรดักส์ (ไทยแลนด์)

จำกัด ขยายผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีกรรมวิธีการผลิตผงมะพร้าว น้ำหอม ให้แก่ บริษัท ไฮ อินโน
เงิน จำกัด เพื่อการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ โดยแผนธุรกิจโคโคคอลลาเจน (Co-Co Collagen) จะ
ดำเนินกิจการเป็นผู้จำหน่ายผงมะพร้าว น้ำหอมผสมคอลลาเจน ภายใต้ตราสินค้า “Co-Co collagen”
โดยมีการจ้างผลิตสินค้าสำเร็จรูปด้วยนวัตกรรมการผลิต ใช้วิธีการผลิตโดยการแปรรูปมะพร้าวด้วย
กระบวนการผลิตในรูปแบบการคัดเลือกผลมะพร้าว น้ำหอม แยกน้ำ และเนื้อ เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบตั้ง
ต้น โดยผ่านการระเหิดแห้งภายใต้ความเย็น (Freeze dry การทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง เป็นการทำ
แห้งขณะที่อาหารมีอุณหภูมิต่ำจึงลดการสูญเสียของอาหารเนื่องจากความร้อน ลดการทำลายเนื้อเยื่อ
และโครงสร้างอาหาร ทำให้ได้อาหารแห้งที่ได้มีคุณภาพสูงมีการคืนตัว (rehydration) ที่ดี รักษา
คุณภาพอาหารได้สูงกว่าวิธีอื่นๆ

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Forces Model)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมอุตสาหกรรม โดยใช้ Porter's Five

Forces Model

1 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customer) : Low

ตลาดอุตสาหกรรมอาหารเสริม มีขนาดใหญ่ มีสินค้าจำนวนมากในตลาดผู้บริโภคสามารถ
หาซื้อได้ง่าย แต่สินค้าที่ดีมีคุณภาพที่โดดเด่นมีวัตถุดิบที่แตกต่างและหาได้ยากในตลาดทำให้
ผู้บริโภคมีอำนาจการต่อรองน้อยกว่า

2 อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier) : Low

วัตถุดิบหาได้ง่ายภายในประเทศ ปัจจุบันมะพร้าว น้ำหอมมีราคาถูก เพราะมีอยู่เป็นจำนวน
มาก หาได้จากผู้ค้าวัตถุดิบหลายราย ทำให้มีอำนาจในการต่อรองน้อย เป็น โอกาสของธุรกิจ และ
การผลิตแบบ OEM ที่มีความสะดวกมากขึ้น

3 ภัยคุกคามของคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrance) : High

คู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ง่าย เนื่องจากสามารถลงทุนได้ง่ายด้วยการจ้างผลิต ทำการตลาดได้
ง่ายในปัจจุบันที่มีหลากหลายช่องทาง ซึ่งเป็น อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจผงมะพร้าว น้ำหอมผสม
คอลลาเจนในอนาคต

4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products or Services) : High

สินค้าทดแทนมีมากในตลาดเช่น มะพร้าว น้ำหอม เป็นลูก ฟัก ผลไม้ นมถั่วเหลือง หรือคอลลาเจนชนิดขงคิมมีมาก อาหารเสริมชนิดต่างๆ และน้ำผลไม้แปรรูป เป็นต้น

5 การแข่งขันกันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry Among Current Competitors)

: Low

แม้ตลาดอาหารเสริมจะมีขนาดใหญ่ แต่ด้วยการทำสินค้าให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดในประเทศคู่แข่งในตลาดส่วนใหญ่ ที่ระดับราคาเดียวกันแต่มีความต่างกันด้วยนวัตกรรมการผลิตน้ำมะพร้าวผง และ อาหารเสริมชนิดต่างๆ เช่น คอลลาเจน ถึงแม้มีหลายรายที่ผลิต แต่ความใหม่ในการผสมทั้งสองชนิดเข้าด้วยกันนั้นยังไม่มีในตลาด

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในแลสภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้ SWOT Analysis

1 จุดแข็งขององค์กร (Strengths)

1. ผลิตภัณฑ์ใช้แบรนด์ชื่อ โค โค คอลลาเจน (Co-Co Collagen) ง่ายต่อการจดจำตราสินค้า
2. กระบวนการการผลิตด้วยนวัตกรรมใหม่ ซึ่งใช้เทคโนโลยีการระเหิดแห้งภายใต้ความเย็น (Freeze dry) ทำให้ได้ทั้งส่วนเนื้อและส่วนน้ำของผลมะพร้าวที่ยังคงคุณภาพเทียบเท่ากับการบริโภคผลมะพร้าวสดเมื่อคืนรูปด้วยการขงคิม
3. ทีมผู้บริหารมีทักษะ และประสบการณ์ในหลายสาขา ที่สามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. มีผลงานการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ รองรับคุณภาพ และมาตรฐานการผลิตสินค้า

2 จุดอ่อนขององค์กร (Weaknesses)

1. บริษัทเปิดดำเนินการเป็นครั้งแรกยังขาดผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการบริหาร
2. การทำการตลาด โปรโมชันยังทำได้ยาก และอัตราผลกำไรในปีแรกยังน้อย
3. กระบวนการวิจัยและพัฒนา (R&D) ยังไม่แข็งแกร่ง

3 โอกาสทางธุรกิจ (Opportunities)

1. เทคโนโลยีการผลิตการระเหิดแห้งภายใต้ความเย็น (Freeze dry) ที่ทำให้สินค้ามีการขนส่งง่าย ขึ้นสะดวกต่อผู้บริโภคที่นิยมความง่ายในการดื่ม
2. ผลงานการวิจัยการผลิต ของ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่ได้ถ่ายทอดเทคโนโลยี การผลิตผงมะพร้าว น้ำหอมให้กับบริษัท ไฮ อิน โน เจ็น จำกัด ในการเป็นผู้ผลิต สินค้า
3. กระแสการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพร่างกาย ส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาสนใจในตัว ผลิตภัณฑ์
4. วิถีชีวิตมีการเปลี่ยนไป ทำให้ผู้บริโภคสนใจสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว สะดวก และไม่ยุ่งยาก

4 อุปสรรคทางธุรกิจ (Threats)

1. สินค้าทดแทนในตลาดประเภทผลมะพร้าว น้ำหอมชนิดต่างๆ หรืออาหารเสริม อื่นๆ มีจำหน่ายหลายชนิดและจำนวนมาก
2. ผู้บริโภคยังไม่รู้จักสินค้า หรือประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์
3. กลุ่มผู้ผลิตรายใหม่เข้าสู่ตลาดได้ง่าย มีวิธีการคล้ายกัน
4. สิ่งแวดล้อมสภาพอากาศส่งผลต่อการออกผลผลิตของวัตถุดิบหลัก

การแบ่งส่วนตลาด เป้าหมายและจุดยืนผลิตภัณฑ์

1 การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

การแบ่งส่วนตามประชากรศาสตร์ เพศ ชาย หญิง อายุ 20-80 ปี ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มสองกลุ่มคือ กลุ่มคนวัยทำงาน เพศหญิง และ เพศชาย จนถึง วัยผู้สูงอายุ มีกำลังซื้อที่ได้อยู่ในระดับกลาง

2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target) เพศหญิงวัยทำงาน และวัยผู้สูงอายุ อายุระหว่าง 20-80 ปี ที่ชอบผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มอาหารเสริมสำหรับสุขภาพร่างกายและผิวพรรณ

3 ตำแหน่งของสินค้า (Position) บริษัทวางตำแหน่งของสินค้าไว้ในระดับราคาใกล้เคียงกับ ยี่ห้อ วิทต้า คอลลาเจน ซึ่งเป็นตำแหน่งที่มีคุณภาพสูงและราคาไม่แพงมากเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่นๆ ในตลาดคอลลาเจน

กลยุทธ์ทางการตลาด (4 P)

1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

- ผลิตด้วยกรรมวิธีการระเหิดแห้งภายใต้ความเย็น (Freeze dry) ที่คงคุณภาพ (standard) ของน้ำและเนื้อใได้อย่างครบถ้วนเมื่อคืนสภาพเดิม
- ผงมะพร้าว น้ำหอมผสมผงคอลลาเจนที่ช่วยเสริมสร้างกระดูกและช่วยเรื่องข้อต่อ
- ชื่อผลิตภัณฑ์ที่มีความหมายสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี ด้วยชื่อ โคลไค้คอลลาเจน (Co-Co Collagen)
- การสร้างภาพลักษณ์สินค้าให้สื่อถึงเรื่องสุขภาพที่ดีและผิวพรรณสดใส
- การใช้บรรจุภัณฑ์สีขาวและสีเขียวเพื่อสื่อถึงผงมะพร้าว น้ำหอม เพื่อให้ง่ายในการจดจำ
- ขนาดบรรจุ 15 ซอง บรรจุซองละ 10 กรัม มีคอลลาเจน 5,000 มิลลิกรัม สารสกัดจากเมล็ดองุ่น (Grep Seed) 65 มิลลิกรัม สามารถชงด้วยน้ำอุณหภูมิห้องหรือน้ำเย็นได้ 100-120 มล. เพื่อการบริโภคต่อวัน
- ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ง่ายต่อการใช้งาน ด้วยถุงชนิดซิปล็อกง่ายต่อการพกพา

2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

- การกำหนดราคาให้เป็นไปตามกลยุทธ์การตั้งราคาแบบตลาด โดยคำนวณต้นทุนการผลิตและตั้งราคาดังนี้

ขนาด 1 ห่อ ขนาด 150 กรัม บรรจุ 15 ซอง ซองละ 10 กรัม ในราคา 410 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่มและค่าขนส่ง ตัวแทนจำหน่ายขายราคา 485 บาท

3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

- ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนขาย ที่มีเครือข่ายตัวแทนขายทั่วประเทศ โดยวิธีการให้กลุ่มตัวแทนจำหน่าย สดีอกสินค้าขั้นต่ำ 50 ห่อ ต่อหนึ่งเดือน ตัวแทนขายที่มีประสิทธิภาพ สามารถให้คำแนะนำโดยตรงให้กับลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าผู้สูงวัยที่ต้องการคำตอบหรือข้อสงสัยในผลิตภัณฑ์
- ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ของบริษัท มีช่องทางดังนี้

ช่องทางผ่านหน้าเว็บไซต์บริษัท ช่องทางผ่านไลน์ แอปพลิเคชัน (Line) ช่องทางผ่านอินสตาแกรม (Instagram) ช่องทางผ่านเฟสบุ๊ก (Facebook)

4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดในขั้นแนะนำสินค้า ใช้วิธีการส่งเสริมเชิงบูรณาการ (IMC) เพื่อสร้างการรับรู้ผ่านการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ และสร้างความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ ทั้งในเรื่องของประโยชน์ที่ได้รับ คุณภาพและมาตรฐานของสินค้า

- เดือนที่ 1 ใช้วิธีการสื่อสารผ่านระบบโซเชียลเน็ตเวิร์ค ก่อนที่จะเริ่มวางจำหน่ายด้วยวิธีการโฆษณา ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นประโยชน์และความคุ้มค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับ
- เดือนที่ 2 จัดบูทงานแสดงสินค้าตามห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงที่มีกลุ่มวัยทำงานและผู้สูงวัย เช่น สวนลมพินี และ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิต และเล่นเกมสตอบคำถามสินค้าในร้านค้าออนไลน์ (Facebook) เพื่อรับตัวอย่างผลิตภัณฑ์ฟรี
- เดือนที่ 6-12 ทำการตลาดผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค ด้วยการเริ่มใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง ที่มีภาพลักษณ์ในเรื่องสุขภาพดีและผิวพรรณสดใส เพื่อสื่อสารให้กับผู้บริโภคได้เห็นภาพลักษณ์ของสินค้าและประโยชน์ที่จะได้รับ โดยรีวิวสินค้าถ่ายภาพคู่กับผลิตภัณฑ์ และช่วงท้ายปีแรก จะเพิ่มการรีวิวสินค้าโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง เน็ตไอดอล ต่างๆ เข้ามาถ่ายภาพคู่กับผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย

กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

บริษัท โค โค คอลลาเจน (Co-Co Collagen) เป็นบริษัท ที่เริ่มกิจการเป็นครั้งแรก ด้วยมีทีมงานการบริหารที่มีคุณภาพและมีความสามารถมีประสบการณ์ กลยุทธ์ที่เลือกใช้คือกลยุทธ์การขยายตัว (Growth) ที่มุ่งเน้นการขยายกิจการให้เติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต

กลยุทธ์การเจาะตลาด (Market Penetration)

ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มที่มีความต้องการในเรื่องของความสะอาดสบาย ต้องการความรู้สึกล้นสมัย และต้องการภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งกลุ่มเป้าหมายมีความชัดเจน โดยวิธีการนำเสนอรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่สื่อสารได้ชัดเจน ทำให้เกิดความเข้าใจในสินค้าได้ง่าย

กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)

การคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปแบบใหม่ในการรับประทานผลมะพร้าวที่เป็นการรับประทานชนิดผงที่ยังคงคุณค่าของวัตถุดิบได้อย่างครบถ้วน สร้างการรับรู้ใหม่ที่เพิ่มส่วนผสมของคอลลา

เงิน ช่วยในเรื่องผิวพรรณและข้อต่อกระดูก การผลิตสินค้าที่มีภาพลักษณ์เรื่องสุขภาพและความงาม
ที่มีคุณภาพสูง

กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy)

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy)

โคโล้คอลลาดเงิน ใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ในการแข่งขันกับ
ผู้ประกอบการรายอื่น การสร้างแบรนด์ให้มีความน่าเชื่อถือ มีภาพพจน์สินค้าให้เหนือคู่แข่ง
เพื่อให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาให้อยู่ในระดับสูงเพื่อผลกำไรในระยะยาว

กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional Strategy)

กลยุทธ์ด้านการขายและการตลาด (Sales & Marketing Strategy)

การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้บริษัทมีผลกำไรและตรงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ใช้กล
ยุทธ์ การตลาดแบบ การผลักดันสินค้า (Push Strategy)

กลยุทธ์ด้านการผลิต (Production & Operation Strategy)

การให้บริษัทผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานในการผลิต (GMP) และผลิตภัณฑ์ได้รับอนุญาตจาก
องค์การอาหารและยา ทำให้สินค้ามีคุณภาพและมาตรฐานตามที่กำหนด ทำให้สินค้ามีความ
น่าเชื่อถือ ให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อบริโภค

กลยุทธ์ด้านการบริหารงาน (Management Strategy)

1. พัฒนาทีมงานให้มีคุณภาพ วัดระดับด้วยการประเมินผลการทำงาน (KPI) กำหนดหน้าที่งานแต่ละ
ตำแหน่งให้มีความชัดเจน
2. การเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกคนได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างมีเสรี ภายใต้กฎระเบียบขององค์กร
มีการฝึกอบรม ทำกิจกรรมต่างๆ

กลยุทธ์ด้านการเงินและการบัญชี (Finance & Accounting Strategy)

1. การวางแผนด้านเงินทุนสำรอง สำหรับกิจกรรมทางการตลาดและทางด้านการ บริหาร เพื่อ
ขับเคลื่อนธุรกิจหากเกิดปัญหาทางด้านเงินทุนสำรองในอนาคต
2. ด้านการบัญชีจัดทำระบบการเก็บเอกสาร ด้วยโปรแกรมจัดเก็บข้อมูลทางบัญชี (Express)
3. จัดทำการประมาณการทางการเงิน เพื่อกำหนดทิศทางในการบริหารความเสี่ยงต่างๆ ได้อย่าง
ถูกต้องและวางแผนการผลิต การตลาด และการบริหารสินค้าคงคลัง

กำลังการผลิตและแผนการผลิต

มะพร้าว น้ำหอม 5 ลูก สามารถแปรรูปเป็นผงมะพร้าว น้ำหอม ได้ประมาณ 150 กรัม ผลิตภัณฑ์ ผงมะพร้าว น้ำหอม 1 ลูก น้ำหนัก 10 กรัม ซงด้วยน้ำ 100-120 ซีซี จะกินสภาพได้เหมือนบริโภค มะพร้าวผลสดทุกอย่าง ได้สัมผัสของเนื้อและน้ำมะพร้าวที่หอมหวานสดชื่น อายุการเก็บรักษาได้นานกว่า 8 เดือน น้ำหนักเบา สะดวกในการขนส่ง โดยเฉพาะการส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ การผลิตผงมะพร้าว น้ำหอมผสมคอลลาเจน

- ต่ำสุด 1,000 ห่อ/เดือน
- สูงสุด 5,000 ห่อ/เดือน

สมมติฐานทางการเงิน

แหล่งที่มาของเงินทุน เงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น 5,000,000 บาท

รายได้

ส่วนแบ่งตลาดของบริษัทในปีที่ 1 ประมาณการรายได้ ปีแรกขาย 14,950 กล่องราคา 410 บาท 6,129,270 บาท อัตราการเติบโตโดยยอดขายปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 เท่ากับ 8% ,9% , 10% , 10% ตามลำดับ ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบตัวแทนจำหน่าย (Distributor) และ ผ่านเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ของบริษัท มีสัดส่วน 70:30 กำหนดลูกหนี้การค้า 30 วัน 50% ของยอดขาย นโยบายสินค้าคงคลัง 30 วัน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนในการดำเนินงานของบริษัท พบว่า ปีที่ 1 และ ปีที่ 2 บริษัทมียอดขายรวมทั้งจุดคุ้มทุนที่ประมาณ 6.7 ล้านบาท และ 6.8 ล้านบาท ตามประมาณการยอดขาย 6.1 ล้านบาทและ 6.8 ล้านบาท ตามลำดับ ทำให้มีผลกำไรเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จุดคุ้มทุน 109% และ 100% ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการตลาดและกำไรในแต่ละปีได้ การวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (Payback) ระยะเวลามีกระแสเงินสดสุทธิกลับมาคุ้มเงินลงทุนเริ่มต้นของโครงการเท่ากับ 3.12 ปี การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) จากการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิในระยะเวลา 10 ปี พบว่า มีอัตราเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แสดงให้เห็นว่าโครงการมีความเป็นไปได้ที่จะลงทุน มูลค่าสุทธิในปีที่ 10 ประมาณ 3 ล้านบาท การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนของโครงการ ใน 10 ปี เท่ากับ 30.86%

บรรณานุกรม

พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์ และนิธิยา รัตนานนท์. 2550. การทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง.

(ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 24/12/2560 จาก:

[HTTP://WWW.FOODNETWORKSOLUTION.COM/WIKI/WORD/3133/FREEZE-drying](http://www.foodnetworksolution.com/wiki/word/3133/freeze-drying). (27 มิถุนายน 2559).

ฮัมดัน มะเซ็ง. 2556. หลักการทำงาน Freeze Dry. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 26/12/2560

จาก :<http://portal.psu.ac.th/blog/scifile-service/27766>. (27 มิถุนายน 2559).

HEALTHY DAILY(15 Feb 2017), มาตรฐานเกี่ยวกับประโยชน์จริงๆของคอลลาเจนผง กั้นเถอะ,

สืบค้นเมื่อ 25/12/2560 จาก <https://www.ovolva.com/มาตรฐานเกี่ยวกับประโยชน์จริงๆของคอลลาเจนผง-กั้นเถอะ/a120.html>

(ไม่ปรากฏชื่อผู้เขียน),การกำหนดคลลยทุทธ์ 29 เมษายน 2550 สืบค้นเมื่อ 30/12/2560 จาก

[HTTP://OKNATION.NATIONTV.TV/BLOG/TOR/2007/04/29/entry-1](http://oknation.nationtv.tv/blog/tor/2007/04/29/entry-1)

BloogMe , 26/01/17, ประโยชน์จากเมล็ดองุ่น (GRAPE SEED), สืบค้นเมื่อ 30/01/2561จาก

[HTTP://WWW.BLOCMEOFFICIAL.COM/](http://www.blocmeofficial.com/)

ภัทรินรัชต์ ธนภัทรชาดา (2555), อาหารเสริมสุขภาพเพื่อความงาม บิวตี้คอลล่า

(BeautiColla), บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยรามคำแหง

มะพร้าว สรรพคุณและประโยชน์ของมะพร้าว น้ำมะพร้าว 81 ข้อ !(5 สิงหาคม 2017),

สืบค้นเมื่อ21/12/0560 จาก[https://MEDTHAI.COM/มะพร้าว/Marketeer Content 2— 29/01/2016,](https://medthai.com/มะพร้าว/Marketeer_Content_2)

สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,ผงมะพร้าวน้ำหอม Coco for life โดย

รศ.ดร.จินดาวรรณ สิริันทวินติ และทีมผู้วิจัย(14 มิถุนายน 2560),สืบค้นเมื่อ 3/10/2560 จาก

[http://WWW3.RDI.KU.AC.TH/?P=37030](http://www3.rdi.ku.ac.th/?p=37030)

มะพร้าว สรรพคุณและประโยชน์ของมะพร้าว น้ำมะพร้าว 81 ข้อ !(5 สิงหาคม 2017),

สืบค้นเมื่อ21/12/0560 จาก[https://MEDTHAI.COM/มะพร้าว/Marketeer Content 2— 29/01/2016,](https://medthai.com/มะพร้าว/Marketeer_Content_2)