

แผนธุรกิจ บริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด
ชลกานต์ หิรัญชัย¹

บทสรุปผู้บริหาร

จากการเติบโตของเทคโนโลยีในปัจจุบัน รวมไปถึงพฤติกรรมในใช้สื่อของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป มีการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้นในการพูดคุย หรือส่งข่าวสาร สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งในปัจจุบันมีเครื่องมือสื่อสารเป็นจำนวนมาก อาทิ Facebook, Twitter, Instagram, Youtube ฯลฯ จึงเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก ซึ่งมีรูปแบบการสื่อสารสองทาง (Interactive) ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถร่วมแบ่งปันข้อมูล ความรู้ ข่าวสารต่างๆ ให้แก่กันได้โดยอิสระ และสามารถโต้ตอบกันได้อย่างรวดเร็ว จึงทำให้ทุกวันนี้ Social Media เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจแทบทุกรูปแบบ ประกอบกับต้นทุนการผลิตสื่อ Social Media ค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับสื่อด้านอื่นๆ อีกทั้งยังเข้าถึงกลุ่มคนได้ง่ายและตลอดเวลาอีกด้วย

การทำตลาดแบบ Social Media Marketing (SMM) หรือ การทำการตลาดบนสังคมออนไลน์ เป็นหนึ่งในตัวช่วยการประชาสัมพันธ์ธุรกิจให้รู้จักในวงกว้าง หรือแม้กระทั่งสามารถทำให้บุคคลมีตัวตนเป็นที่รู้จักขึ้นมาในสังคม ซึ่งข้อดีของการทำการตลาดบนสังคมออนไลน์ อีกอย่างหนึ่งก็คือ สามารถเข้าถึงลูกค้าตรงตามกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วทันใจและใกล้ชิดตลอด 24 ชั่วโมง สามารถโต้ตอบกับลูกค้าได้อย่างทันทีเกิดการบอกต่อในหมู่่มาก และที่สำคัญสามารถต่อยอดในการดำเนินธุรกิจได้หลากหลายรูปแบบ อาทิ การทำโปรโมชั่น การบริการหลังการขาย การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การแสดงความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคม เป็นต้น ดังนั้นองค์กรหรือบริษัทต่างๆ จึงเริ่มหันมาให้ความสนใจในการทำการตลาดบนสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการทำตลาดผ่าน Facebook

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

เมื่อแนวโน้มการเติบโตของจำนวนผู้ใช้ Social Media โดยเฉพาะ Facebook ที่มากขึ้น และหลายองค์กรหันมาให้ความสนใจกับการทำการตลาดผ่าน Social Media ประกอบกับเป็นสื่อที่ต้นทุนการผลิตต่ำ แต่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมายและรวดเร็ว ดังนั้นการดำเนินแผนธุรกิจครั้งนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวางแผนการประกอบธุรกิจของบริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด (Brand Blend Co.,Ltd.) ซึ่งดำเนินงานเกี่ยวกับเป็นตัวแทนการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยมุ่งเน้นการสื่อสารแบรนด์ในเชิงสร้างสรรค์ (Creative Agency) ผ่านสื่อ Social Media และเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่ทันสมัย ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคมากที่สุด

บริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด (Brand Blend Co.,Ltd.) ดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทธุรกิจกับธุรกิจ (Business-to-Business หรือ B2B) ตั้งอยู่บริเวณชั้น 1 เลขที่ 19 หมู่ 8 ซอยสุขสวัสดิ์ 26 แยก 10 แขวงบางปะกอก เขตราชบุรีบูรณะ กทม.10140 อยู่บนถนนสุขสวัสดิ์ หากข้ามสะพานพระราม 9 มาแล้ว ให้กลับรถที่แยกวัดสน (แยกแรกหลังจากลงจากสะพานพระราม 9) จากนั้นวิ่งตรงมาเรื่อยๆ จะพบซอยสุขสวัสดิ์ 26 อยู่ทางซ้ายมือ เมื่อพบแล้วสามารถเดินทางจากหน้าซอยสุขสวัสดิ์ 26 ได้ทันที โดยตรงเข้ามาประมาณ 1.5 กม. และเลี้ยวขวาเข้าซอยแยก 10 ซึ่งจะอยู่ทางขวามือ จากนั้นตรงเข้ามาอีกประมาณ 50 เมตร สังเกตด้านซ้ายมือ จะพบกับบริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด

บริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด ดำเนินกิจการด้านการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ให้กับผู้ที่สนใจทั้งการสื่อสารแบรนด์องค์กร (Corporate Brand) แบรินด์บุคคล (Personal Brand) แบรินด์สินค้า (Product Brand) หรือแบรนด์ที่เกิดขึ้นจากกระแสและวัฒนธรรม (Trendy and Cultural Brand) โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจ SME ทั้งแบบเพิ่งเริ่มกิจการ ไปจนถึงธุรกิจขนาดใหญ่ ตั้งอยู่บริเวณกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีรายได้ (ต่อปี) น้อยกว่า 10 ล้านบาท ถึงสูงกว่าหรือเท่ากับ 200 ล้านบาท ขึ้นไป

สำหรับผู้บริหารของ บริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด คือเจ้าของกิจการนั่นเอง และมีพนักงานจ้างในบริษัทจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารออนไลน์ นักออกแบบกราฟฟิก และนักออกแบบเว็บไซต์ ตำแหน่งละ 1 ท่าน

บริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด ใช้งบประมาณการลงทุนจำนวน 400,000 บาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 2,515,200 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 3,018,240 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 3,521,280 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 4,024,320 บาท ปีที่ 5 เท่ากับ 4,527,360 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 759,692

บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 1,118,820 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 1,463,598 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 1,832,876 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 2,185,004 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 7 เดือน

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, สื่อสังคมออนไลน์, บริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด

บทนำ

อินเทอร์เน็ต นับว่าเป็นเทคโนโลยีที่มีเครือข่ายครอบคลุมไปทั่วโลก และมีการเติบโตเร็วที่สุดเลยก็ว่าได้ ซึ่งอินเทอร์เน็ตสามารถนำเสนอข้อมูลได้หลากหลายรูปแบบ รวมไปถึงสามารถรับ-ส่งข้อมูลไปมาระหว่างกัน ได้อย่างรวดเร็ว ปัจจุบันการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องง่ายโดยเฉพาะในกลุ่มคนเมือง ดังนั้นองค์กรหรือบริษัทต่างๆ จึงมองเห็นข้อดีของการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าของตน

จากการเติบโตของเทคโนโลยีในปัจจุบัน รวมไปถึงพฤติกรรมในใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป มีการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้นในการพูดคุย หรือส่งข่าวสาร สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งในปัจจุบันมีเครื่องมือสื่อสารเป็นจำนวนมาก อาทิ Facebook, Twitter, Instagram, Youtube ฯลฯ จึงเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก ซึ่งมีรูปแบบการสื่อสารสองทาง (Interactive) ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถร่วมแบ่งปันข้อมูล ความรู้ ข่าวสารต่างๆ ให้แก่กันได้อย่างอิสระ และสามารถโต้ตอบกันได้อย่างรวดเร็ว จึงทำให้ทุกวันนี้ Social Media เข้ามาที่บทบาทต่อการดำเนินธุรกิจแทบทุกรูปแบบ ประกอบกับต้นทุนการผลิตสื่อ Social Media ค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับสื่อด้านอื่น ๆ อีกทั้งยังเข้าถึงกลุ่มคนได้ง่ายและตลอดเวลาอีกด้วย

การทำการตลาดแบบ Social Media Marketing (SMM) หรือ การทำการตลาดบนสังคมออนไลน์ เป็นหนึ่งในตัวช่วยการประชาสัมพันธ์ธุรกิจให้รู้จักในวงกว้าง หรือแม้กระทั่งสามารถทำให้บุคคลมีตัวตนเป็นที่รู้จักขึ้นมาในสังคม ซึ่งข้อดีของการทำการตลาดบนสังคมออนไลน์ หรือ Social Media Marketing (SMM) อีกอย่างหนึ่งก็คือสามารถเข้าถึงลูกค้าตรงตามกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วทันใจและใกล้ชิดตลอด 24 ชั่วโมง สามารถโต้ตอบกับลูกค้าได้อย่างทันที เกิดการบอกต่อในหมู่คน และที่สำคัญสามารถต่อยอดในการดำเนินธุรกิจได้หลากหลายรูปแบบ อาทิ การทำโปรโมชั่น การบริการหลังการขาย การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) เป็นต้น ดังนั้นองค์กรหรือบริษัทต่างๆ จึงเริ่มหันมาให้ความสนใจในการทำการตลาดบนสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการทำการตลาดผ่าน Facebook

ล่าสุด หลังจากที่ Facebook เปิดตัวสำนักงานในประเทศไทยอย่างเป็นทางการไปเมื่อวันที่ 17 กันยายน 2558 ที่ผ่านมา เป็นการตอกย้ำความชัดเจนว่าประเทศไทยมีศักยภาพที่แข็งแกร่ง ด้วยการเติบโตของจำนวนผู้ใช้งาน Facebook เป็นความนิยมที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นโซเชียล มีเดียส่วนตัว แต่ยังขยายไปถึงแบรนด์ต่างๆ ที่ขยายช่องทางเข้ามาทำตลาดบนแพลตฟอร์มนี้ ด้วยตัวเลขของผู้ใช้งานที่เป็นแรงดึงดูดสำคัญ โดยมี 70% ของผู้ใช้งานชาวไทยเชื่อมต่อกับเพจธุรกิจ SME บน Facebook อย่างน้อยหนึ่งเพจ ในขณะที่มีจำนวนธุรกิจมากกว่า 1.16 ล้านกิจการในไทย เป็นเจ้าของเพจที่แอคทีฟบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย

เมื่อแนวโน้มการเติบโตของจำนวนผู้ใช้ Social Media โดยเฉพาะ Facebook ที่มากยิ่งขึ้น และหลายองค์กรหันมาให้ความสนใจกับการทำการตลาดผ่าน Social Media ประกอบกับเป็นสื่อที่ต้นทุนการผลิตต่ำ แต่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมายและรวดเร็ว ดังนั้นการดำเนินแผนธุรกิจครั้งนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวางแผนการประกอบธุรกิจของบริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด (Brand Blend Co.,Ltd.) ซึ่งดำเนินงานเกี่ยวกับเป็นตัวแทนการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยมุ่งเน้นการสื่อสารแบรนด์ในเชิงสร้างสรรค์ (Creative Agency) ผ่านสื่อ Social Media และเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่ทันสมัย ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคมากที่สุด

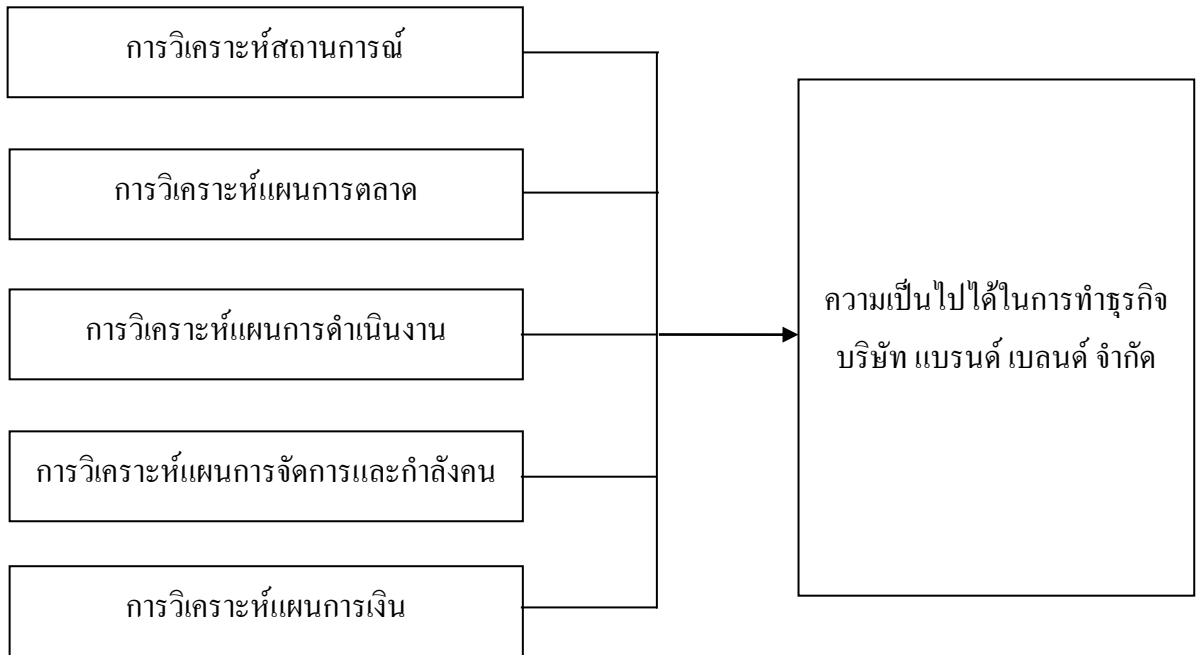
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ บริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ บริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ บริษัท แบรนด์ เบลนด์ จำกัด
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนเมษายน-เดือนตุลาคม 2558

นิยามคำศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่
2. บริษัท แบรนด์ เบลนด์ จำกัด หมายถึง บริษัทที่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ประเภทธุรกิจกับธุรกิจ ด้านการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยโดยมุ่งเน้นการสื่อสารแบรนด์ในเชิงสร้างสรรค์ (Creative Agency) ผ่านสื่อ Social Media และเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่ทันสมัย ให้ตรงกับความพึงพอใจของลูกค้าและผู้บริโภคมากที่สุด
3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์กร

6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้
จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. เจ้าของธุรกิจเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ทางการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้กับทั้งบริษัทไทยและต่างประเทศมานานกว่า 5 ปี

2. บริษัทฯ มุ่งเน้นการสื่อสารแบรนด์ในเชิงสร้างสรรค์ (Creative Agency) พร้อมเน้นในเรื่องของการลงสื่อ ความถี่ของสื่อ ช่องทางของสื่อ (Media Agency) อีกด้วย ซึ่งในการดำเนินงานแต่ละครั้ง จะใส่ใจในเรื่องความคิดสร้างสรรค์ การตีโจทย์จากผลิตภัณฑ์ของลูกค้าออก สามารถวิเคราะห์บุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์ได้ วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของลูกค้า รวมถึงคู่แข่งของลูกค้า บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในด้านศิลปะการสื่อสาร มีการกา
รันตีผลด้วยตัวเลขที่วัดได้ (ROI) เช่น จำนวนผู้กดถูกใจ (Like) จำนวนผู้ติดตาม (Follower) ฯลฯ

3. มีการให้บริการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ผ่านเครื่องมือการสื่อสารที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันหลากหลายรูปแบบให้ลูกค้าเลือก ทั้งการใช้ Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ฯลฯ หรือแม้กระทั่งการทำประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ เว็บบอร์ด รวมไปถึงการใช้กลยุทธ์หน้าม้า (Seeding Marketing) เป็นต้น

4. บริษัทฯ สามารถดูแลดูแลงานของลูกค้าไปตลอดจนจบงาน ซึ่งลูกค้าสามารถไว้วางใจในการให้บริการได้

5. ราคาในการให้บริการอยู่ในระดับที่เหมาะสม เนื่องจากมีราคาหลายระดับให้ลูกค้าเลือก ซึ่งเจาะกลุ่มลูกค้าตั้งแต่ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ธุรกิจ SME ธุรกิจขนาดเล็กไปจนถึงธุรกิจขนาดใหญ่

6. บริษัทฯ ยินดีที่จะไปพบลูกค้ายังสถานที่ต่างๆ ตามนัดหมาย ซึ่งลูกค้าจะไม่เสียเวลาในการเดินทางขอเข้าพบ

7. บริษัทฯ มีสายสัมพันธ์ทางธุรกิจ (Connection) ที่ดีทั้งระดับองค์กรและระดับบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง Blogger Influencer บริษัทออร์แกนไนเซอร์ บุคคลผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการตลาด ด้านการใช้สื่อ ด้านการสื่อสารออนไลน์ ฯลฯ

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. เนื่องจากเป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้นใหม่ ซึ่งอาจเสียเปรียบในด้านชื่อเสียง จึงต้องอาศัยระยะเวลาในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า

2. เนื่องจากเป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้นใหม่ ดังนั้นจึงต้องคอยควบคุมดูแลเรื่องงบประมาณการใช้จ่ายเป็นอย่างมาก

3. ในกรณีบางช่วงที่อาจจะมีลูกค้าจ้างงานเข้ามามาก ซึ่งบริษัทฯ ยังมีพนักงานประจำน้อยอยู่ จึงอาจจำเป็นต้องจ้างพนักงานชั่วคราวเข้ามาทำงาน

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. เป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตได้ เนื่องจากยุคสมัยเริ่มเปลี่ยนไป ผู้คนต้องการที่จะมีธุรกิจของตนเอง จึงอาจต้องอาศัยบริษัทฯ ที่เชี่ยวชาญในด้านการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาช่วยดูแล

2. ธุรกิจของบริษัทมีหลากหลายบริการให้เลือก ดังนั้นจึงมีโอกาในการถูกจ้างงานสูง

3. เทคโนโลยี และสื่อสังคมออนไลน์มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง ซึ่งปัจจุบันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและสามารถกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคเลยทีเดียว ดังนั้นธุรกิจของบริษัทฯ มีการตอบโต้ภัยในเรื่องของภาวะวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคให้กับลูกค้าด้วย ดังนั้นจึงมีโอกาในการถูกจ้างงานมากยิ่งขึ้น

4. ด้วยการพัฒนาของเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในทุกๆวัน จึงทำให้เกิดประโยชน์ในการใช้งานด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่สูงขึ้น

5. ในปี 2558 จะมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้มีโอกาได้ลูกค้ามากขึ้น และ เศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตจากการค้า เนื่องจากมีผู้ค้ามากขึ้นและจะมีการลดภาษีในสินค้าบาง ประเภท ระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. ในการนำเสนอไอเดียงานแต่ละครั้ง มีความเสี่ยงในการที่จะไม่ถูกจ้างงานได้ หากมีบริษัทคู่แข่งเสนอราคากับลูกค้าของเราได้ถูกกว่า และลูกค้าอาจนำไอเดียของเราไปจ้างบริษัทที่มีราคาถูกกว่าได้

2. มีความเสี่ยงในการแข่งขัน ในกรณีที่น่าเสนองานให้กับลูกค้าองค์กรใหญ่ ในลักษณะที่ต้องแข่งขันกับบริษัทอื่นที่มีชื่อเสียง
3. ในกรณีที่มีความผิดพลาดเรื่องการสื่อสารหรือประสานงานกับลูกค้า อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด และส่งผลต่อการดำเนินงานที่ล่าช้าได้
4. ไม่สามารถคาดการณ์ปริมาณงานหรือรายได้จากการทำงานแบบคงที่ได้
5. แม้ว่าการเติบโตของเทคโนโลยีจะมีขึ้นเรื่อยๆ บางครั้งหากเกิดเครือข่ายหรือระบบล่ม อาจเกิดผลกระทบต่อการทำงานได้
6. บริการบางอย่างของบริษัท ลูกค้าสามารถดูแลจัดการเองได้ เช่น การซื้อโฆษณาเฟสบุ๊ก
7. ในปี 2558 จะมีการเปิดเขตการค้าเสรี AEC อาจส่งผลให้เกิดคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น โดยคู่แข่งจากบริษัทต่างประเทศ หรือคู่แข่งทางธุรกิจในประเทศเองอาจเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้
8. เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันเกิดการชะลอตัวหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการขึ้นค่าครองชีพ อาจส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธุรกิจบางประเภทได้

- **การวิเคราะห์ด้านการตลาด**

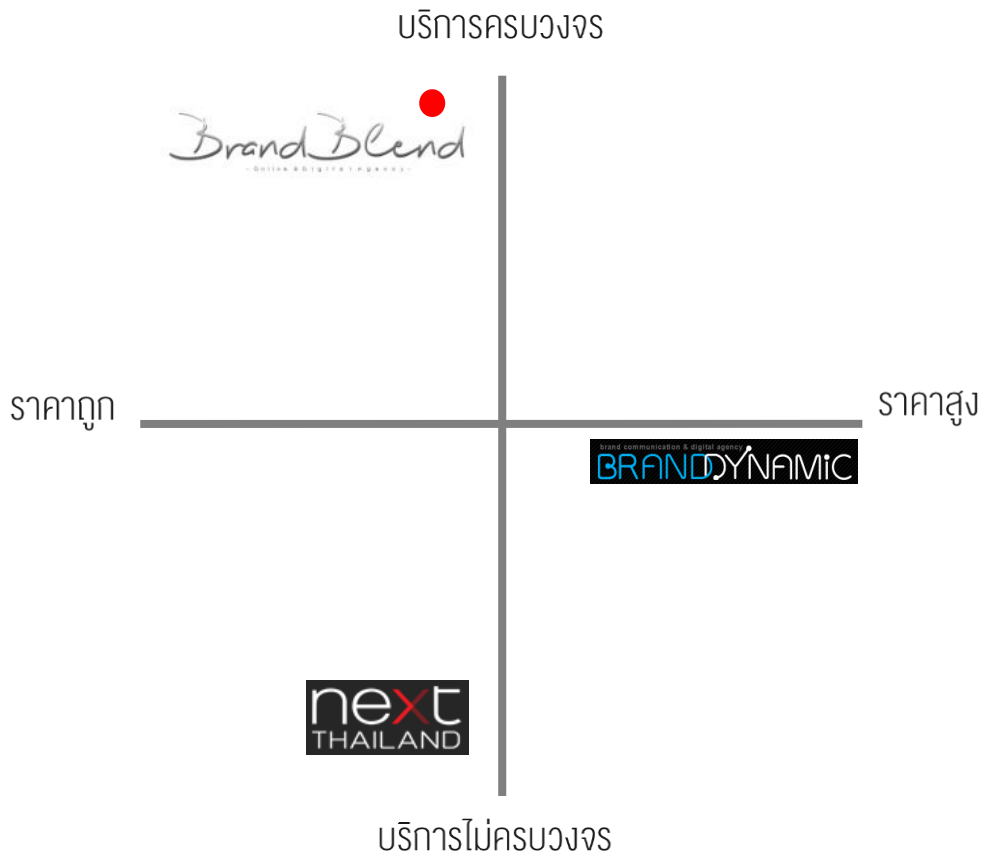
การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

บริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด กำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก คือทุกกลุ่มธุรกิจ ทั้งธุรกิจทั้งขนาดเล็กไปจนถึงธุรกิจขนาดใหญ่ ตั้งอยู่บริเวณกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีรายได้ (ต่อปี) น้อยกว่า 10 ล้านบาท ถึงสูงกว่าหรือเท่ากับ 200 ล้านบาท ขึ้นไป

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)

จากการสำรวจคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน ในการบริการของบริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด นั้นดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทธุรกิจกับธุรกิจ (Business-to-Business หรือ B2B) ซึ่งดำเนินงานเป็นตัวแทนการทำตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยมุ่งเน้นการสื่อสารแบรนด์ในเชิงสร้างสรรค์ (Creative Agency) และการลงสื่อ ความถี่ของสื่อ ช่องทางของสื่อ (Media Agency) ผ่านสื่อ Social Media และเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่หันต่อยุคสมัย มีความใส่ใจในเรื่องความคิดสร้างสรรค์ การตีโจทย์จากผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ออก สามารถวิเคราะห์บุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์ได้ วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของลูกค้า รวมถึงคู่แข่งของลูกค้า มีเชี่ยวชาญในด้านศิลปะการสื่อสาร มีการรันตีผลด้วยตัวเลขที่วัดได้ (ROD) เช่น จำนวนผู้กดถูกใจ (Like)

จำนวนผู้ติดตาม (Follower) ฯลฯ ซึ่งเป็นบริการที่ครบวงจร เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคมากที่สุด และมีราคาข่อมเยา



ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's Service Marketing Mix)

7P's Service Marketing Mix คือ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งจะมี P เพิ่มเติม ขึ้นมาอีก 3 ตัว เนื่องจากในปัจจุบัน 4P's นั้นไม่เพียงพอต่อการอธิบายมุมมองหลักของการบริการ ซึ่งมีดังนี้

1. บริการ (Service) ด้านการดำเนินงานมีการบริการมี 10 ประเภท ดังนี้

1.1 บริการวางแผนกลยุทธ์การตลาด (Strategic Planning) : บริการวางแผนกลยุทธ์การตลาด (Strategic Planning) เริ่มจากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อความเข้าใจพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคใน โลกออนไลน์ที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้า พร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลจุดอ่อน-จุดแข็งของคู่แข่ง และติดตามกิจกรรมการตลาดของลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงผลลัพธ์ของกิจกรรมทางการตลาดที่ผ่านมา แล้วจึงนำรายละเอียดทั้งหมดมาวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ ตั้งแต่การตั้งเป้าหมายของแคมเปญ วิธีการสื่อสาร ผ่านเครื่องมือที่ทันสมัย ตรงตามเทรนด์ผู้บริโภค ไปจนถึงการตั้ง KPI ที่สอดคล้องกับ

วัตถุประสงค์ของแคมเปญออนไลน์ โดยมุ่งเน้นผลลัพธ์ทางการตลาดทั้งในระยะยาวและระยะสั้น เพื่อให้การสื่อสารการตลาดที่ส่งไปถึงผู้บริโภคเป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยรายละเอียดและขอบเขตงาน จะขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจและความต้องการของลูกค้า เช่น วางกลยุทธ์ให้กับของบริษัท สินค้า บุคคล วางกลยุทธ์เฉพาะแคมเปญหรือกิจกรรมใด กิจกรรมหนึ่งเป็นช่วงเวลาสั้นๆ หรือต้องการ Re-Brand ตามที่ลูกค้าต้องการ

1.2 บริการดูแลสื่อ Social Media : เกาะติดความเคลื่อนไหวใน Social Media ทั้ง Facebook Youtube และ Instagram อย่างใกล้ชิด เพื่อความเข้าใจในธรรมชาติของ Social Media และนำเอากระแสรอบตัว มาดัดแปลงให้เป็น Content Marketing ที่ชวนติดตาม วางแผนกลยุทธ์บริหารคอนเทนท์ให้ตรงตามคาแร็กเตอร์ของแบรนด์ เพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคให้ใกล้ชิดยิ่งขึ้น และดูแล Social Media ให้ลูกค้าตลอดระยะเวลาบริการ ตอบรับฟีดแบ็กกับผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และครบถ้วนเพื่อตอบ โจทย์ธุรกิจ พร้อมสร้างสรรค์แคมเปญที่นำไปสู่การบรรลุผลตาม KPI บนสื่อ Social Media

1.3 บริการทำโฆษณาบน Social Media และสื่อ Online อื่นๆ : บริหารการซื้อโฆษณาบนสื่อ Social Media และสื่อออนไลน์อื่นๆ ตามงบประมาณที่ลูกค้าต้องการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ติดตามความเปลี่ยนแปลงของกฎเกณฑ์ต่างๆ และปรับตัวตามกฎเหล่านั้น เพื่อให้การสื่อสารการตลาดบรรลุผลตามแนวทางที่ถูกต้อง

1.4 บริการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร : CI (Corporate Identity) รับผิดชอบสร้างอัตลักษณ์ต่างๆ ที่สามารถบ่งบอกถึงความหมายที่สื่อออกมาจากตัวแบรนด์ ประกอบไปด้วยบริการ

1.5 บริการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

1.6 บริการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ : ให้บริการทางด้านออกแบบงานกราฟฟิก งานสิ่งพิมพ์ทุกชนิด

1.7 บริการออกแบบนามบัตร ทั้งขององค์กรและบุคคล : นามบัตรนับว่ามีความสำคัญในการติดต่อธุรกิจ โดยสามารถสร้างการจดจำ ความน่าเชื่อถือ ได้อีกด้วย ซึ่งการออกแบบนามบัตรทำออกมาได้อย่างน่าสนใจ ก็จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือก สินค้า หรือ บริการนั้นๆ ของคุณได้อย่างง่ายดาย โดยทางบริษัทฯ รับผิดชอบออกแบบนามบัตร ทำนามบัตร คุณภาพสูงระดับพรีเมียมด้วยกราฟฟิก และการออกแบบนามบัตรที่ไม่เหมือนใครสะดุดตาทุกสายตารูปร่างที่ส่งมอบ คมชัดทุกรายละเอียด โดดเด่นด้วยคุณภาพกระดาษ และงานพิมพ์คุณภาพสูงในราคาที่ย่อมเยา

1.8 บริการออกแบบเว็บไซต์ : ให้บริการจัดทำเว็บไซต์หลากหลายรูปแบบตามความต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ส่วนบุคคล ห้างร้าน บริษัท องค์กร หน่วยงานราชการ โดยเว็บไซต์จะรองรับการทำงานบนทุกอุปกรณ์ ไม่ว่าจะเป็น คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต มือถือ เป็นต้น ทำให้ไม่พลาดการเข้าชมเว็บไซต์เมื่อเปิดบนอุปกรณ์ชนิดใดก็ตาม

1.9 บริการเขียนบทความลง Website & Blog : ให้บริการเขียนบทความภาษาไทย ภาษาอังกฤษ แปลบทความ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ รวมถึงเขียนบทความโฆษณาเพื่อทำการตลาด ประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ต่างๆ

1.10 บริการจัดหา Blogger, Influencer และบุคคลมีชื่อเสียงสำหรับเขียนรีวิวและโฆษณาสินค้า : บริการติดต่อ Online Influencer ทั้ง Blogger, Net Idol และ Celebrity ที่เหมาะสมกับกิจกรรมการตลาด ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์และสินค้าให้การสื่อสารเข้าไปอยู่ในบทสนทนาของผู้บริโภคอย่างเป็นธรรมชาติ

2. ราคา (Price)

2.1 บริการการวางแผนกลยุทธ์การตลาด (Strategic Planning) : รายละเอียดและขอบเขตงาน จะขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจและความต้องการของลูกค้า เช่น วางกลยุทธ์ให้กับของบริษัท สินค้า บุคคล วางกลยุทธ์เฉพาะแคมเปญหรือกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งเป็นช่วงเวลาสั้นๆ หรือต้องการ Re-Brand ดังนั้นรูปแบบ ปริมาณงาน ราคา ก็จะแตกต่างกันไป ซึ่งค่าบริการประเภทการวางแผนกลยุทธ์การตลาด (Strategic Planning) ของบริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด จะเริ่มต้นที่ 30,000 บาทขึ้นไป

2.2 บริการดูแลสื่อ Social Media : ประกอบไปด้วยบริการต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ดูแลสื่อ Facebook ประเภทแบรนด์องค์กร (Corporate Brand) 15,000 - 50,000 บาท
- ดูแลสื่อ Facebook ประเภทแบรนด์สินค้า (Product Brand) 15,000 - 50,000 บาท
- ดูแลสื่อ Facebook ประเภทแบรนด์บุคคล (Personal Brand) 15,000 - 50,000 บาท
- ดูแลสื่อ Facebook ประเภทเฉพาะช่วงมีแคมเปญพิเศษ 30,000 บาท ขึ้นไป
- ดูแลสื่อ Instagram 15,000 บาท ขึ้นไป
- ดูแลสื่อ Twitter 15,000 บาท ขึ้นไป
- ดูแลสื่อ Youtube 15,000 บาท ขึ้นไป

2.3 บริการทำโฆษณาบน Social Media และสื่อ Online อื่นๆ : ประกอบไปด้วย
บริการต่างๆดังต่อไปนี้

- บริการ Facebook Ads	100 บาท ขึ้นไป
- บริการ Ads on instagram	100 บาท ขึ้นไป
- บริการ Google Adwords	5,000 บาท ขึ้นไป
- บริการ E-Mail Marketing	5,000 บาท ขึ้นไป
- บริการ Seeding	10,000 บาท ขึ้นไป

2.4 บริการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร : CI (Corporate Identity) ประกอบไปด้วย

- ตราสัญลักษณ์องค์กร (Logo)	2,000 บาท ขึ้นไป
- สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ขององค์กร	1,000 บาท ขึ้นไป
- กราฟฟิคทุกรูปแบบสำหรับใช้ในองค์กร	2,000 บาท ขึ้นไป

2.5 บริการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) : ประกอบไปด้วย

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยทุกรูปแบบ เช่น กล่องกระดาษ กล่องพลาสติก ถุงหรือซองขนม เป็นต้น	1,000 บาท ขึ้นไป
--	------------------

2.6 บริการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ 1,000 บาท ขึ้นไป

2.7 บริการออกแบบนามบัตร ทั้งขององค์กรและบุคคล 1,000 บาท ขึ้นไป

2.8 บริการออกแบบเว็บไซต์ ประกอบไปด้วย

- สร้างเว็บไซต์ใหม่	30,000 - 100,000 บาท
- ปรับปรุงเว็บไซต์	20,000 - 100,000 บาท
- ออกแบบแบนเนอร์ ภาพประกอบบนเว็บไซต์	1,000 บาท ขึ้นไป
- อัปเดตข้อมูลบนเว็บไซต์	10,000 บาท ขึ้นไป

2.9 บริการเขียนบทความลง Website & Blog 500 - 5,000 บาท

2.10 บริการจัดหา Blogger, Influencer และบุคคลมีชื่อเสียง

สำหรับเขียนรีวิวและโฆษณาสินค้า 3,000 บาท

**3. สถานที่ ครอบคลุมไปถึงการจัดส่งสินค้า (Place/Distribution) และ กลยุทธ์
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)**

ทำเลที่ตั้งของ บริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด ตั้งอยู่ที่ บริเวณชั้น 1 เลขที่ 19 หมู่ 8
ซอยสุขสวัสดิ์ 26 แยก 10 แขวงบางปะกอก เขตราชบุรีบูรณะ กทม.10140 ซึ่งเป็นโฮมออฟ
ฟิศ สามารถเดินทางได้ทั้งรถไฟฟ้า BTS ลงสถานีวงเวียนใหญ่ ดากสิน หรือกรุงธนบุรี
หรือเดินทางด้วยรถประจำทางสาธารณะ หรือรถส่วนตัว อีกทั้งยังใกล้กับทางด่วน

ดาวคะนองอีกด้วย

ธุรกิจการเป็นตัวแทนการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) จะกำหนดช่องทางตรงระดับ 0 จากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ

ด้านการให้บริการจะมี 2 ลักษณะ คือ

ลักษณะที่ 1 คือ การรอให้ทางลูกค้าเป็นผู้ติดต่อเข้ามาโดยตรง

ลักษณะที่ 2 คือ นำเสนอผลงานไปยังบริษัทต่างๆ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ในการส่งเสริมการตลาด เป็นอีกวิธีที่จะทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น และก่อให้เกิดการรู้จักธุรกิจและสร้างรายได้ให้กับกิจการ โดยบริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด มีกลยุทธ์ที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด ดังต่อไปนี้

- การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า (CRM : Consumer Relationship Management) โดยมีการจัดทำ Facebook Fanpage ของบริษัทฯ เพื่อเป็นการสร้างความใกล้ชิดและความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า โดยมีการอัปเดตข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการทำการตลาดออนไลน์ และชื่อโฆษณา เพื่อให้ลูกค้าที่เป็นกลุ่มธุรกิจได้เห็นและเข้ามามีปฏิสัมพันธ์ในแฟนเพจ ซึ่งถือว่าการสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือให้กับบริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด ได้ดีอีกด้วย อีกทั้งยังก่อให้เกิดรายได้ที่มาจากการรู้จักบริษัทฯ ผ่าน Facebook Fanpage และอีกช่องทางหนึ่งคือการนำเสนอผลงานไปยังบริษัทต่างๆ ในระยะแรกๆ เพื่อเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าใหม่และเก็บเป็นผลงานของบริษัทเพื่อต่อยอดในอนาคต

- การออกบูธในงาน SME ต่างๆ อาทิ SME Biz Asia 2016 หรืองาน Smart SME Expo 2016 เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้และเพิ่มฐานลูกค้า โดยภายในงานจะมีการคำปรึกษาด้านการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์สำหรับผู้สนใจแบบตัวต่อตัว โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย พร้อมจัดโปรโมชั่นภายในงานหากมีลูกค้าสนใจร่วมงานกับเราในอนาคต

- จัดสัมมนาเทรดดิ้งการตลาดออนไลน์ปี 2017 เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือให้กับบริษัทฯ พร้อมเปิดโอกาสให้ลูกค้าและผู้สนใจได้เข้าร่วมฟังสัมมนา

- จัดทำเว็บไซต์บริษัทฯ เพื่อแจ้งประเภทบริการและแสดงผลงานของบริษัท ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ในการตัดสินใจของลูกค้าได้ง่ายขึ้นหากต้องการร่วมงานกับเรา

- จัดทำนามบัตรบริษัท เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนติดต่อกับลูกค้าและเป็นการประชาสัมพันธ์บริษัท

- ในกรณีที่ลูกค้าเลือกใช้บริการการดูแลสื่อ Social Media แบบเหมารวม ทั้งดูแลสื่อ Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ทางบริษัทจะเสนอราคาพิเศษ โดยมีส่วนลดให้ 5% จากราคารวมของบริการทั้งหมด

5. บุคลากร (People)

บุคลากร เป็นส่วนสำคัญที่สุดในการก่อให้เกิดรายได้ของบริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด ไม่ว่าจะจำเป็นตำแหน่งนักวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด นักออกแบบเว็บไซต์และสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนสื่อออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งควรเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานหรือเข้าใจในลักษณะของงานออนไลน์เป็นอย่างดี มีจิตสำนึกในการให้บริการ รวมไปถึงมีรสนิยม มุมมองด้านศิลปะไปในแนวทางเดียวกับองค์กร และมีการเปิดใจที่จะรับรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับผลประโยชน์ที่ดีที่สุดเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย

6. กระบวนการ (Process)

บริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด คำนึงถึงความสะดวกและความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด โดยมีกระบวนการในการให้ดำเนินงานดังต่อไปนี้

6.1 ติดต่อลูกค้าเพื่อพูดคุยและรับบริิฟงานให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

6.2 ประชุมกับทางทีมงาน เพื่อวิเคราะห์คำสั่งงานตามความต้องการของลูกค้า มีการวางแผนงานและกลยุทธ์ที่จะใช้ในงานแต่ละส่วน เพื่อเป็นการกำหนดทิศทางของรูปแบบงานตามคำสั่งที่ได้รับ ซึ่งขั้นตอนนี้จะทำให้สรุปได้ว่ารูปแบบ และภาพของงานจะออกมาในลักษณะใด และจะมีขั้นตอนการทำงานอย่างไร

6.3 นำเสนองานไอเดียให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารับทราบถึงกลยุทธ์ที่ใช้ แนวคิด และแนวทางในการดำเนินงานที่จะเกิดขึ้นจริง

6.4 เมื่อได้ข้อตกลงด้านราคาและผลงานที่จะออกมา ที่พอใจของทั้งสองฝ่ายแล้ว จึงดำเนินการเซ็นสัญญาการทำงานและลงมือทำงานจริง

6.5 ลงมือทำงานจริง มีการปรับเปลี่ยนแก้ไขงาน ตามความต้องการของลูกค้า (บางกรณีอาจมีเงื่อนไขจำกัดจำนวนครั้งในการแก้ไขงาน)

6.6 เมื่อเสร็จสิ้นการดำเนินงานแต่ละครั้ง จะมีการส่งรายงานการทำงานให้กับลูกค้า

7. ลักษณะทางกายภาพภายนอก (Physical Evidence)

- สามารถเดินทางมายังบริษัทได้หลายวิธี ทั้งรถไฟฟ้า BTS รถประจำทาง สาธารณะ นอกจากนั้นยังมีพื้นที่ให้ลูกค้าไว้สำหรับจอดรถอย่างสะดวก

- มีพื้นที่สำหรับประชุมกับลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าต้องการเข้ามายังบริษัท
- ภายในบริษัทมีการตกแต่งอย่างสวยงาม มีภาพลักษณ์ที่ดีเหมาะสมกับธุรกิจ

- **การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน**

1. ติดต่อกับลูกค้าเพื่อพูดคุยและรับบริฟงานให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
2. ประชุมกับทางทีมงาน เพื่อวิเคราะห์คำสั่งงานตามความต้องการของลูกค้า มีการวางแผนงานและกลยุทธ์ที่จะใช้ในงานแต่ละส่วน เพื่อเป็นการกำหนดทิศทางของรูปแบบงานตามคำสั่งที่ได้รับ ซึ่งขั้นตอนนี้จะทำให้สรุปได้ว่ารูปแบบ และภาพของงานจะออกมาในลักษณะใด และจะมีขั้นตอนการทำงานอย่างไร
3. นำเสนองานไอเดียให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารับทราบถึงกลยุทธ์ที่ใช้ แนวคิด และแนวทางในการดำเนินงานที่จะเกิดขึ้นจริง
4. เมื่อได้ข้อตกลงด้านราคาและผลงานที่จะออกมา ที่พอใจของทั้งสองฝ่ายแล้ว จึงดำเนินการเซ็นสัญญาการทำงานและลงมือทำงานจริง
5. ลงมือทำงานจริง มีการปรับเปลี่ยนแก้ไขงาน ตามความต้องการของลูกค้า (บางกรณีอาจมีเงื่อนไขจำกัดจำนวนครั้งในการแก้ไขงาน)
6. เมื่อเสร็จสิ้นการดำเนินงานแต่ละครั้ง จะมีการส่งรายงานการทำงานให้กับลูกค้า

- **การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน**

- **โครงสร้างองค์กร**

บริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด (Brand Blend Co.,Ltd.) ดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทธุรกิจกับธุรกิจ (Business-to-Business หรือ B2B) ดำเนินกิจการด้านการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ให้กับผู้ที่สนใจทั้งการสื่อสารแบรนด์องค์กร (Corporate Brand) แบรินด์บุคคล (Personal Brand) แบรินด์สินค้า (Product Brand) หรือแบรนด์ที่เกิดขึ้นจากกระแสและวัฒนธรรม (Trendy and Cultural Brand) โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจ SME ทั้งแบบเพิ่งเริ่มกิจการไปจนถึงธุรกิจขนาดใหญ่ โดยมีโครงสร้างขององค์กรดังนี้



- **การวิเคราะห์แผนการเงิน**

บริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด ใช้งบประมาณการลงทุนจำนวน 400,000 บาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 2,515,200 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 3,018,240 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 3,521,280 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 4,024,320 บาท ปีที่ 5 เท่ากับ 4,527,360 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 759,692 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 1,118,820 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 1,463,598 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 1,832,876 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 2,185,004 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ เท่ากับ 7 เดือน

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจ บริษัท แบรินด์ เบลนด์ จำกัด ภายใต้งบประมาณที่บริษัทกำหนดขึ้นเป็นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บรรณานุกรม

“AEC : ถึงวัฒนธรรมจะต่าง แต่การใช้โซเชียลไม่ต่าง” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<http://marketeer.co.th/2015/10/sea-digital>

“infographic การเติบโตแบบก้าวกระโดดของ Facebook ในไทย” [ออนไลน์] เข้าถึงได้

จาก : <http://www.marketingoops.com/media-ads/social-media/facebook-social-media-digital/facebook-move-fast-with-the-time>

“แนวโน้ม Digital marketing trend ปี 2016: Conversion Marketing และ Mobile is Everything” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<http://www.marketingoops.com/news/seminar-and-forum/conversion-marketing-and-my-mobile-my-everything>

“งบประมาณรายจ่ายประจำปี 2559 กบ்தิตทางเศรษฐกิจไทย” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

cebf.utcc.ac.th/upload/.../file_th_170d30y2015.pdf

“นโยบาย Single Internet Gateway เพื่อรัฐ เพื่อประชาชนหรือเพื่อใคร?” [ออนไลน์]

เข้าถึงได้จาก : <http://www.prachatai.com/journal/2015/10/61774>

“นโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy)” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<http://www.mict.go.th/view/1/Digital%20Economy>

“นิต้าโพล สํารวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<http://www.siamedunews.com/articles/42241876//นิต้าโพล-สํารวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต.html>

“บริษัท เน็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://nextthailand.com>

“บริษัท แบรินต์ไดนามิกส์ จำกัด” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<http://www.thebranddynamic.com>