

## แผนธุรกิจ ผลิตและจำหน่ายน้ำดื่มระบบรีเวอร์สออสโมซิส“โบนัส”

พรชัย อมรวิทย์ธำรง<sup>1</sup>

### บทสรุปผู้บริหาร

อุตสาหกรรมน้ำดื่ม เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและมีบทบาทในประเทศไทย เพราะเป็นปัจจัยสำคัญในการบริโภคที่จำเป็นสำหรับมนุษย์โดยเฉพาะชีวิตสังคมเมืองใหญ่ ทำให้พฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนไปจากเมื่อก่อนเพราะหันมาสนใจสุขภาพอนามัย และสุขภาพกันมากขึ้น ในช่วงหน้าร้อนของทุกปีความต้องการบริโภคเครื่องดื่มที่ช่วยดับกระหาย คลายร้อน น่าจะเพิ่มสูงขึ้นกว่าช่วงปกติ แต่สำหรับหน้าร้อนในปี 2557 นี้ จากสภาพอากาศที่แปรปรวนและไม่ร้อนอย่างที่คาดไว้ อีกทั้งยังมีสภาพฝนตกและอากาศหนาวเย็น ส่งผลให้ความต้องการเครื่องดื่มประเภทต่างๆ ลดน้อยลง แต่สำหรับ น้ำดื่มบรรจุขวดนั้น มองว่า ผู้บริโภคจะยังคงมีความต้องการอยู่อย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก น้ำดื่มเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อร่างกาย

อีกทั้งเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ไม่มีสารปรุงแต่งอื่นๆ อาทิ น้ำตาล หรือคาเฟอีน และมีราคาจำหน่ายถูกกว่าเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ ซึ่งเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่รักสุขภาพ และต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายในภาวะที่ค่าครองชีพเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ ในช่วงต้นปี 2554 ที่ผ่านมา การเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ ส่งผลให้ประชาชนมีความต้องการน้ำดื่มที่สะอาดและมีคุณภาพเป็นจำนวนมาก ซึ่งปัจจัยดังกล่าวอาจส่งผลให้ตลาดน้ำดื่มบรรจุขวดมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจน้ำดื่มเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว น้ำดื่มที่หาซื้อได้ง่ายตามร้านสะดวกซื้อและซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น น้ำดื่มบรรจุขวด และน้ำดื่มบรรจุถัง ก็เป็นผลิตภัณฑ์ที่ประชาชนหรือสำนักงานใช้เพื่อบริโภคในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะใช้เพื่อบริโภคเอง หรือซื้อมาเพื่อขาย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้อุตสาหกรรมน้ำดื่มเข้าไปมีส่วนร่วมเกี่ยวกับทุกๆ กิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นที่พิศอกาศัย หรือหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

ปัจจุบันธุรกิจผลิตน้ำดื่มมีมูลค่าตลาดสูงถึงประมาณ 7,000 ล้านบาทต่อปีและมีผู้ประกอบการทั้งรายเล็ก และรายใหญ่รวมกันประมาณ 2,000 รายการผลิตน้ำดื่มมีแนวโน้มขยายตัวได้อีกมาก จากหลายปัจจัย เช่น จำนวนประชากรที่เพิ่มสูงขึ้น และไม่สามารถขาดน้ำได้ เป็นต้น ธุรกิจน้ำดื่ม เป็นธุรกิจที่ไม่มีวันตายตราบเท่าที่ชีวิตมนุษย์ยังขาดน้ำไม่ได้อยู่ สำหรับผู้ประกอบการที่สนใจเข้ามาในตลาดนี้ สูงถึงร้อยละ 20-30 ต่อปีนับวันความต้องการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดจะเพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากรและรายได้ของครัวเรือน ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ที่มองเห็นโอกาสทางการตลาดเข้าสู่ธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็ก แม้ในช่วงเวลาที่ผ่านมามีอุตสาหกรรมผลิตน้ำดื่มจะขยายตัวค่อนข้างสูง ทว่า ธุรกิจนี้ได้ประสบกับภาวะการแข่งขันมากด้วยเช่นกัน ดังนั้น ผู้ที่ต้องการลงทุนในธุรกิจนี้ ควรศึกษาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ

น้ำดื่มที่ขายกันทุกวันนี้จัดเป็น “อาหารควบคุมเฉพาะ” มีการควบคุมมาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขกำหนด โดยต้องขออนุญาตผลิต และขออนุญาตขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร และต้องแสดงเลข อย. บนฉลากของผลิตภัณฑ์ ส่วนการควบคุมมาตรฐานสถานที่ผลิตจะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (Good Manufacturing Practice GMP) ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 20) พ.ศ. 2544 เรื่องน้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 24 กรกฎาคม 2544 เป็นต้นมา ทั้งนี้เพื่อให้การผลิตเป็นไปตามมาตรฐานที่จำเป็น มีกระบวนการผลิตที่ถูกต้อง มีการควบคุมสุขอนามัย

การผลิตแบบโรงงานอุตสาหกรรม ใช้เครื่องจักรขนาดเกิน 5 แรงม้า หรือมีคนงาน 7 คนขึ้นไป และต้องผ่านการตรวจสอบเพื่อมีใบอนุญาต 2 ประเภท คือ 1) ใบอนุญาตผลิตอาหาร และ 2) ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร น้ำดื่มประเภทนี้จะต้องแสดงฉลาก อย. และมีตัวอักษรผด.แสดงอยู่ เช่น อย. ผด.../.... เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต คือระบบการกรองโดยวิธี Reverse Osmosis (R.O) ซึ่งผู้ขายส่วนใหญ่นำมาเพื่อใช้ในการผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์และสิ่งที่ต้องการของการผลิตน้ำดื่ม

**คำสำคัญ :** แผนธุรกิจ, ผลิตและจำหน่ายน้ำดื่มระบบรีเวอร์สออสโมซิส, โบนัส

## บทนำ

น้ำมีความสำคัญต่อร่างกายมนุษย์ ช่วยให้อวัยวะต่างๆ ของร่างกายทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและสมดุลเพราะในร่างกายเราประกอบด้วยน้ำถึง 2 ใน 3 ส่วน ฉะนั้นจึงมีความสำคัญอันดับต้นๆ ของชีวิตมนุษย์ เราอาจมีชีวิตอยู่ได้เป็นเดือนหากขาดอาหารแต่อยู่ได้เพียงไม่กี่วันเท่านั้นหากขาดน้ำ

ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมการดูแลสุขภาพมากขึ้น รวมทั้งรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบจากการทำงานทำให้น้ำดื่มบรรจุขวดให้ความสะดวกสบายต่อผู้บริโภคได้มากขึ้น ดังนั้นบริษัท ทรนพันธ์น้ำดื่ม จำกัด จึงออกผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดภายใต้ตรา “Bonus” โดยใช้กรรมวิธีการผลิตระบบ รีเวอร์ส ออสโมซิส ซึ่งสามารถกรองน้ำได้สะอาดบริสุทธิ์ปราศจากเชื้อโรค ถูกหลักอนามัยได้รับมาตรฐานการผลิตน้ำดื่มจากกระทรวงสาธารณสุขว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสะอาดปลอดภัย

โดยปัจจุบันตลาดของน้ำดื่มบรรจุขวด เป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงในระดับท้องถิ่น ซึ่งคู่แข่งในระดับท้องถิ่น เช่น น้ำดื่มทิพย์ธานี น้ำดื่มเขาหลวง น้ำดื่มบีบี ฯลฯ เป็นต้น แต่คู่แข่งจะใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นขวดพลาสติกซึ่งต้นทุนจะต่ำกว่าขวดใส บริษัทจึงได้ใช้กลยุทธ์บรรจุขวดใสเพื่อนำมาตีตลาดคู่แข่ง

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายจะนิยมบริโภคน้ำขวดใสมากกว่าขวดพลาสติกเนื่องจากมีความเชื่อว่าเห็นความสะอาดปลอดภัยของน้ำดื่มได้มากกว่า จึงคาดว่าจะมีแนวโน้มการบริโภคสูง

ด้านราคา ผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม โบนัส เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เข้ามาตีตลาด ซึ่งอยู่ในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ขั้นแนะนำ การกำหนดราคาจะถูกกำหนดไว้เท่ากับคู่แข่ง เพื่อตีตลาดให้ได้ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ของบริษัทที่ดีกว่าคู่แข่ง อีกทั้งเพื่อให้ครอบคลุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เสียไปจากการส่งเสริมการตลาด ระดับราคาแบ่งตามขนาดดังนี้ ขนาดบรรจุ 0.6 ลิตร ราคาไหลละ 42 บาท

ด้านช่องการจัดจำหน่าย สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อเครื่องดื่มมากที่สุด คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต และ ซูเปอร์สโตร์ นอกจากนี้จะมีการขายโดยจำหน่ายผ่านคนกลาง เพื่อกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคให้ทั่วถึง และเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและสนับสนุนพฤติกรรมในการบริโภคน้ำดื่มอย่างต่อเนื่องด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ทางบริษัทมีการจัดส่ง pretty สาวสวยไปแจกสินค้าตัวอย่างให้ผู้บริโภคได้ทดลองดื่มตามห้างสรรพสินค้า ย่านธุรกิจ ตลาด นอกจากนี้ทางบริษัทได้จัดทำกรส่งเสริมการตลาดแบบครบวงจรเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุดผ่านสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น แจกใบปลิว เป็นต้น

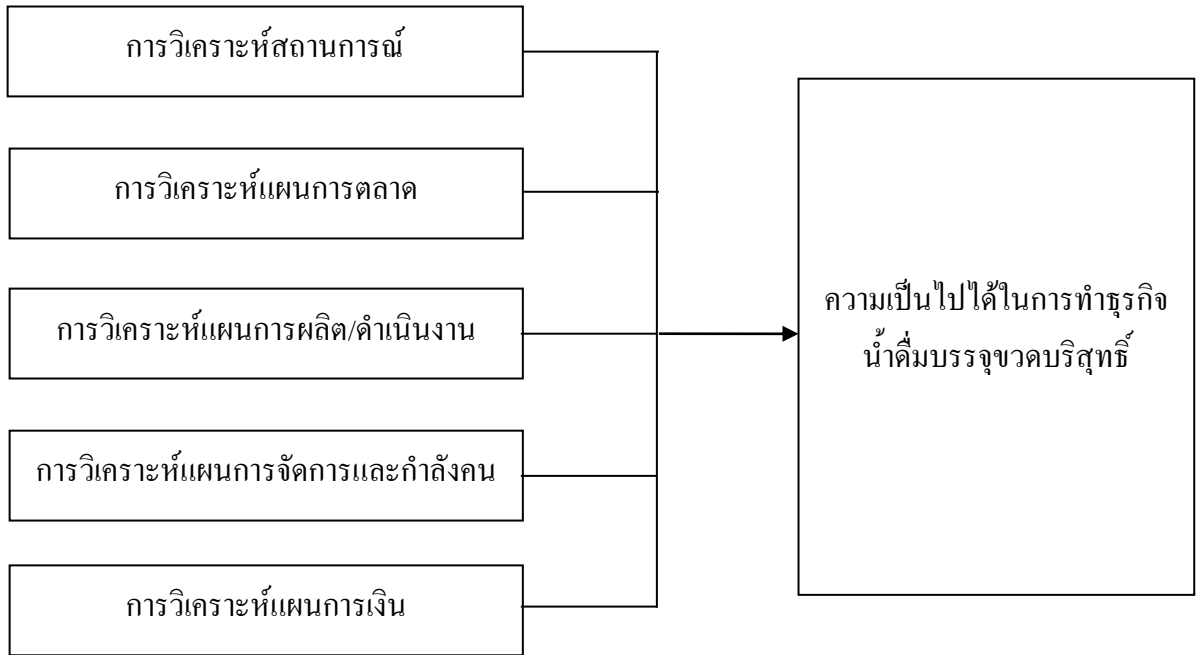
**วัตถุประสงค์ของการศึกษา**

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ น้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ น้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์

**กรอบแนวคิดในการศึกษา**



**ขอบเขตของการศึกษา**

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ น้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนเมษายน-เดือนตุลาคม 2558

**นิยามคำศัพท์**

1. แผนธุรกิจ หมายถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่
2. น้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ โบนัส หมายถึง น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติกใส่ที่ควบคุมการผลิตโดยบริษัท ชนพันธ์ น้ำดื่ม จำกัด โดยใช้ตราสินค้า ชื่อ “น้ำดื่มตราโบนัส” โดยมีขนาด 0.6 ลิตร

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 ระยะเวลาเงินทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นที่ต้องการของตลาด
2. มีกรรมวิธีการผลิตระบบ R.O.
3. บุคลากรมีความรู้และความเชี่ยวชาญในการผลิต
4. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย ด้วยการออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ
5. ในการแนะนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดในช่วงแรกจะมีการแจกผลิตภัณฑ์ให้ทดลองดื่มซึ่งเป็นการสร้างการรับรู้และการเรียนรู้จนเกิดทัศนคติในการบริโภค
6. ด้านราคาผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการบริโภค
7. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีปริมาณมากเพียงพอต่อความต้องการดังนั้นจึงสามารถผลิตได้ตลอดทั้งปี
8. คุณภาพของน้ำดื่มสามารถเก็บรักษาได้ในอุณหภูมิร้อนและเย็น

### จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. มีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่ค่อนข้างจำกัดคู่แข่งมีสถานที่ในการจัดจำหน่ายเข้าถึงกลุ่มลูกค้าอย่างหลากหลาย ไปตั้งจำหน่ายให้แก่ลูกค้าโดยตรง
2. ผลตอบแทนน้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ Bonus เป็นผลตอบแทนใหม่ต้องใช้ระยะเวลาในการทำให้ตลาดรู้จักและยอมรับ
3. ผลตอบแทนน้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ Bonus
4. เป็นผลตอบแทนใหม่ที่ยังไม่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในช่วงแรกจะต้องทำการส่งเสริมทางการตลาดให้ผู้บริโภครู้จักและเกิดการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ จึงทำให้มีต้นทุนทางการส่งเสริมการตลาดช่วงแรกสูง

### โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. สังคมปัจจุบันเริ่มมีการตื่นตัว ในเรื่องของการดูแลสุขภาพ ซึ่งจะทำให้น้ำดื่ม Bonus เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค เป็นกระแสมความนิยมค่อนข้างสูง
2. ผู้บริโภคนิยมทดลองบริโภคผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยคำนึงถึงคุณภาพ ราคาค่าความอร่อย และคุณประโยชน์มากขึ้น และสำหรับการเลือกดื่มน้ำดื่ม ผู้บริโภคยึดติดกับตราที่ยี่ห้อน้อยลง ผู้ประกอบการทุกรายจึงมีโอกาสในการก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำตลาดได้ ถ้ามีการพัฒนาระบบการผลิต และการตลาดอย่างจริงจัง
3. ภาวะเศรษฐกิจ ทำให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้า โดยเปรียบเทียบคุณค่าสินค้ากับเงินที่จ่ายในเชิงเปรียบเทียบมากขึ้น
4. มีการนำน้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ตรา Bonus ไปบริจาค เพื่อการกุศลในการร่วมกิจกรรมต่างๆ และช่วยเหลือผู้ป่วยต่างๆ
5. ปัจจุบันผู้บริโภคใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้นจึงเป็นโอกาสของน้ำดื่ม Bonus ในการเข้าสู่ตลาด และอยู่ใน วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ในขั้นเจริญเติบโตเป็นระยะเวลานาน เนื่องมาจากกระแสมความนิยมในการใส่ใจ สุขภาพของผู้บริโภค
6. ปัจจุบันมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการผลิตเช่น เครื่องจักรและระบบคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย ทำให้มีผลผลิตที่มีคุณภาพและผลิตได้ในปริมาณที่มากเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

### อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. กลุ่มผู้ผลิตรายใหม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่าย ด้วยวิธีคล้ายคลึงกัน ทำให้มีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก
2. เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ยังสามารถเติบโต อาจทำให้มีคู่แข่งชั้นใหม่เข้ามาในธุรกิจ และทำให้เกิดทางเลือกใหม่แก่ผู้บริโภค

3. ธุรกิจน้ำดื่มมีผู้นำตลาดที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค มีช่องทางการจำหน่ายหลายช่องทาง และมีการลงทุนในกิจกรรมทางการตลาดอย่างมาก
4. ตลาดน้ำดื่มเป็นตลาดที่มีอัตราการขยายตัวได้มากจึงทำให้มีการเพิ่มกลยุทธ์เพื่อรักษาและเพื่อส่วนแบ่งทางการตลาด ทำให้การรุกเข้าตลาดน้ำดื่มต้องเผชิญกับการแข่งขันค่อนข้างสูง
5. เนื่องจากสภาวะน้ำมันในตลาดโลกมีราคาเพิ่มสูงขึ้นทำให้มีต้นทุนทางการผลิตและการขนส่งเพิ่มสูงขึ้น
6. มีคู่แข่งที่ทำจำหน่ายอยู่ก่อนแล้ว
7. การกระจายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคจำเป็นต้องอาศัยคู่ค้าค่อนข้างมาก จึง
8. ทำให้ต้นทุนในการกระจายสินค้าสูง

- **การวิเคราะห์ด้านการตลาด**

#### **การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)**

กลุ่มคนที่เริ่มรักและดูแลสุขภาพ ประกอบกับตามวัย และตามกระแสเริ่มต้องการดูแลตัวเองมากขึ้น มีกำลังซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ตรา โบนัส เมื่อเทียบกับความต้องการและความจำเป็นที่ต้องหันมาใส่ใจกับสุขภาพของตัวเองมากขึ้นนอกจากนี้คนกลุ่มนี้ ก็เป็นกลุ่มที่เริ่มหันมาออกกำลังกาย บริโภคอาหารเสริม ดูแลสุขภาพมากขึ้น หรือกลุ่มคนที่กำลังป่วย และเริ่มต้องการดูแลสุขภาพมากขึ้น จากกระแสสังคม หรือการเข้ากับเพื่อนร่วมงานโดยการรวมกลุ่มออกกำลังกายหลังเลิกงาน เป็นต้น ผู้บริโภคกลุ่มนี้ยังมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มักจะอยู่ร่วมกัน แนะนำสิ่งดีๆ ให้กัน น้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ตรา โบนัส

#### **การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)**

1. การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับคู่แข่ง น้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ตรา โบนัสเป็นผลิตภัณฑ์ในประเภทอุปโภค บริโภค ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตเพื่อสร้างน้ำดื่มบริสุทธิ์กว่าทั่วไป มีคุณค่าทางโภชนาการต่อร่างกาย และแทรกซึมสู่ร่างกายได้ดีกว่าน้ำดื่มอื่นๆ แต่เนื่องจากธุรกิจน้ำดื่ม เป็นธุรกิจที่มีการทำกันทั่วไปทั้งในระดับครัวเรือน ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ จึงระบุส่วนแบ่งตลาดได้ยาก เนื่องจากผู้บริโภคมักจะซื้อจากสถานที่จำหน่ายซึ่งอยู่ใกล้ เดินทางสะดวก หรือที่มีวางจำหน่ายมาเป็นระยะเวลานานแล้ว ซึ่งปัจจุบันน้ำดื่มที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ได้แก่ น้ำดื่มสิงคโปร์ คริสตัลเนสส์ น้ำทิพย์ หรือ ใพนวอเตอร์ เป็นต้น

2. การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมายและศึกษาความต้องการของตลาดเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์น้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ตรา โบนัส มีการใช้กลยุทธ์การตลาดที่มุ่งการสะดวกซื้อ

เพราะตำแหน่งของผลิตภัณฑ์วางอยู่ที่ระดับกลาง จึงทำให้การเลือกกลุ่มเป้าหมายหลัก และเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคหลักอย่างชัดเจน มีความชอบสินค้ามีคุณภาพ รักสุขภาพ และนิยมซื้อสินค้าเพื่อดูแลตัวเองเป็นสำคัญ ซึ่งพฤติกรรมความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ จะมีความต้องการในตัวของผู้ผลิตที่ชัดเจนนอกเหนือจาก Core Benefit หลักๆ ของผลิตภัณฑ์แล้วยังต้องการผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังอีกด้วย

3. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ต้องการเจาะกลุ่มผู้บริโภคในระดับพรีเมียม ที่สนใจใส่ใจในเรื่องของสุขภาพมีความต้องการน้ำดื่มที่มีความสะอาดปลอดภัยเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย จึงใช้คุณสมบัติเด่นของน้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ตราโบนัส นี่เป็นตัวชูคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ทั้งรูปแบบบรรจุภัณฑ์และความเป็นน้ำดื่มบริสุทธิ์บรรจุขวด





### กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ คือ โดยใช้กรรมวิธีการผลิตระบบ REVERS OSMOSIS (R.O.)

เป็นน้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ Bonus น้ำดื่มบริสุทธิ์

เป็นการผลิตน้ำดื่มในแบรนด์ของตัวเอง และมีการแยกบรรจุภัณฑ์ คือ จำหน่ายบรรจุเป็นขวดพลาสติก ขวดลิตร และขวดแกลลอน เหมาะกับใช้ในครัวเรือน

น้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ Bonus มีทั้งขายปลีก และขายส่ง โดยการวางสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์สโตร์ ร้านค้าปลีก ร้านอาหาร

### กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

น้ำดื่ม ดำเนินกลยุทธ์การตลาดโดยใช้เกณฑ์ High value Strategy คือการตั้งราคาให้เหมาะสมกับ Product Positioning ที่มีคุณภาพสูง และมีความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ถึงความคุ้มค่าและคุณภาพของ Product ทั้งนี้การตั้งราคาจะตั้งราคาเพื่อการแข่งขัน โดยจะตั้งราคาเทียบเท่าคู่แข่งในตลาด แต่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้โดนใจกลุ่มผู้บริโภคมากกว่า

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักจะมุ่งเน้นที่กลุ่มวัยทำงานเจาะกลุ่มที่รักสุขภาพ (อายุตั้งแต่ 30 ปีเป็นต้นไป) ในเขตพื้นที่ตัวเมือง ประกอบกับตามวัย และตามกระแส เริ่มต้องการดูแลตัวเองมากขึ้น มีระดับรายได้ตั้งแต่ 5,001 บาทขึ้นไป/เดือน ย่อมมีกำลังซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ Bonus เมื่อเทียบกับความต้องการและความจำเป็นที่ต้องหันมาใส่ใจกับสุขภาพของตัวเองมากขึ้น โดยราคาน้ำดื่มโบนัส จะตั้งในระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สิ่งที่ทำน้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ Bonus พยายามให้ผู้บริโภคเห็นถึงความแตกต่างและคุณค่าในจำนวนเงินที่ได้จ่ายออกไปคือคุณค่าในทุกๆ หยดของน้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ Bonus มีประโยชน์ที่ดีต่อสุขภาพ

### กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

น้ำดื่ม Bonus จะวางสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์สโตร์ ร้านค้าปลีกและร้านอาหาร รวมทั้งขยายการวางสินค้าไปยังฟิตเนส เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก สำหรับในอนาคตข้างหน้าน้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ Bonus จะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งทางหน้าเว็บไซต์ และทางขนส่ง บขส. อีกด้วย

## กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

### การโฆษณา (Advertising)

1. Indoor advertising การโฆษณาโดยผ่านสื่อโฆษณาทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ การแจกใบปลิว และตัวอย่างทดลองสินค้าตามจุดต่างๆ ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย นำเสนอจุดเด่นของน้ำดื่มที่แตกต่างและช่วยให้คุณมีทางเลือกในการดื่มน้ำที่จะไม่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ เพื่อการสร้างความจดจำในตราสินค้า

2. Outdoor Advertising การโฆษณา โดยมีการติดตั้ง Billboard หน้าปากทางโรงงาน หรือในที่ที่ใกล้กับฟิตเนส หรือร้านอาหารที่ร่วมรายการกับทางบริษัท

3. Brochure เป็นลักษณะของใบปลิวที่ให้ความรู้และประโยชน์ของการดื่มน้ำว่ามีประโยชน์ต่อร่างกายอย่างไร เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ และเชื่อมั่นมากขึ้น

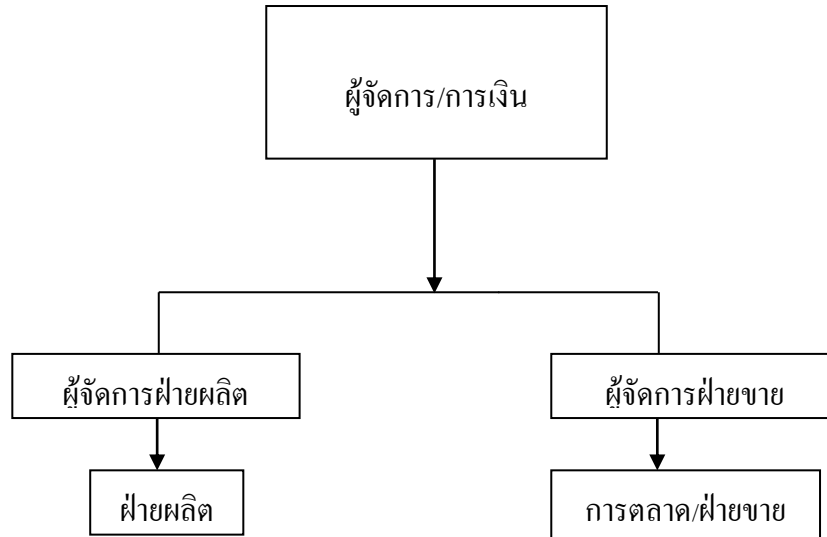
4. ออกอากาศทางสถานีวิทยุ ด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น ทางคลื่น EFM ที่คนทำงานมักจะฟังกันในระหว่างเดินทางไปกลับบ้านกับที่ทำงาน โดยกล่าวถึงประโยชน์จากการดื่มน้ำและคุณภาพของน้ำดื่มบรรจุขวดบริสุทธิ์ตรา Bonus ที่ดีต่อสุขภาพ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้กับผู้บริโภค

#### ● การวิเคราะห์แผนการผลิต

ขั้นตอนการทำลายเชื้อจุลินทรีย์ ประกอบด้วย การใช้แสงอัลตราไวโอเล็ต (หลอด UV) และ/หรือใช้ระบบโอโซน (Ozone) จะมีวิธี ที่ไม่ซับซ้อน โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การกรองน้ำประปาหรือน้ำบาดาลด้วยเครื่องกรองทราย (Sand filter)
2. การกำจัดความกระด้างและเหล็กโดยเครื่องกรอง Base exchange unit ซึ่งบรรจุผงกรองเรซิน
3. การกำจัดกลิ่น สี และตะกอน โดยเครื่องกรองที่มี Activated carbon
4. การกำจัดแบคทีเรียโดยเครื่องกรองที่มีซึ่งมีไส้กรองเป็น Ceramic (Ceramic filter)
5. การฆ่าเชื้อโรคด้วยรังสี Ultra violet โดยการผ่านน้ำเข้าสู่ถังที่ติดตั้งเครื่องกำเนิดแสง UV ตามระยะเวลาที่กำหนดเพื่อฆ่าเชื้อโรค
6. พักน้ำลงในเครื่องกรอง ผลิตน้ำ
7. เมื่อสิ้นสุดกระบวนการจึงผ่านน้ำเข้าสู่เครื่องบรรจุ เพื่อบรรจุใส่ภาชนะต่อไป

- การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน  
โครงสร้างองค์กร



- การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 3 ล้านบาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 4,800,000 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 5,760,000 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 6,700,000 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 7,680,000 บาท ปีที่ 5 เท่ากับ 8,640,000 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 780,000 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 1,142,400 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 1,383,720 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 1,623,906 บาท ปีที่ 5 เท่ากับ 1,982,903 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 3 ปี 4 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value ; NPV) เท่ากับ 42,805,161 บาท มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ( Internal Rate of return ; IRR ) เท่ากับ 235%

#### สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน การวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวด ตราโบนัส ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

#### บรรณานุกรม

ขนิษฐา ตัณฑ์จิตานนท์. (2548). พฤติกรรมผู้บริโภคเรื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มกรณีศึกษาในกรุงเทพมหานคร. ปรินญาณิพนธ์มหบัณชิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ

- ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และณรงค์ เทียนส่ง. (2521). ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา.  
กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- คารา ทีปะปาล. (2541). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- นิพนธ์ เทพวัลย์. (2523). ประชากรศาสตร์. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ. (2544). สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ปี 2544. กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ศุภสดี วัฒนเมธา. (2546). ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มชา  
เขียวของผู้บริโภค กรณีศึกษาในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ,  
มหาลัยศรีปทุม, คณะบริหารธุรกิจ.
- พทุชชาติ บาลมงคล. (2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม  
100% ของผู้บริโภค, กรณีศึกษาในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะบริหารธุรกิจ
- สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. (2531). การสื่อสารการตลาด. เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการ  
โฆษณา. (หน่วยที่1-5). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.