

แผนธุรกิจ ร้านค้าอุปกรณ์เสริมที่ใช้ในการใช้จักรยานยนต์ NP PARTS SHOP ปฏิพล ทฤษฎี¹

บทสรุปผู้บริหาร

ปัจจุบันตลาดรถมอเตอร์ไซด์เติบโตขึ้นอย่างมาก เนื่องจากมอเตอร์ไซด์ล้นตลาดในหลายๆ ด้านทั้งราคาที่ถูกกว่ารถยนต์ รวมถึงการขับขี่ที่ง่ายสะดวกทั้งใน การขับขี่ในเมืองหลวงที่หนาแน่น ไปด้วยรถยนต์และการจราจรที่ติดขัด หรือ สามารถขับขี่เพื่อชมบรรยากาศตามต่างจังหวัด ได้อย่างเพลิดเพลิน ส่งผลให้ตลาดรถมอเตอร์ไซด์ในประเทศไทยครึ่งปีมียอดจำหน่าย 877,000 คัน แบ่งเป็นกลุ่มรถจักรยานยนต์ ครอบครัว 50% (438,500 คัน) รถจักรยานยนต์แบบ เอ.ที. 29% (254,330 คัน) และรถจักรยานยนต์สปอร์ต 11% (96,470คัน)

แน่นอนว่าการดำเนินชีวิตในแต่ละวันของประชากรในประเทศไทย ยังจำเป็นต้องอาศัยยานพาหนะ ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ ซึ่งในที่นี่ทางบริษัทได้เล็งเห็นถึงตลาดที่เติบโตและยังมีคู่แข่งไม่มาก รวมไปถึงความปลอดภัยในการใช้รถจักรยานยนต์จึงจำเป็นต้องมีอุปกรณ์เสริมต่างๆ เช่น หมวกกันน็อก ถุงมือ แวนตาองแกง เสื้อแจ็กเก็ต เพื่อให้เกิดความปลอดภัยอย่างสูงสุด

เพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่ผู้ใช้รถใช้ถนนทางบริษัทจึงได้จัดดำเนินการนำเอาอุปกรณ์เสริมในการใช้สวมใส่ในการขับขี่รถจักรยานยนต์ที่ได้มาตรฐานสากล เพื่อจัดจำหน่ายแก่ผู้ใช้รถจักรยานยนต์ รวมไปถึงอุปกรณ์ตกแต่งเพื่อความสวยงามอีกด้วย โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มเพศชายอายุตั้งแต่ 25-45 ปี ที่ชื่นชอบการขับขี่รถจักรยานยนต์ (Bigbike) เป็นประจำ และชื่นชอบในการแต่งการเพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการขับขี่ ผู้ที่ชอบความคุ้มค่าและสินค้าที่มีคุณภาพ เป็นกลุ่มที่ชอบและรักในการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีฐานะชอบออกทริปต่างจังหวัด ทั่วโลก กลุ่มเป้าหมายรอง : เป็นกลุ่มเพศหญิงที่มีความชอบส่วนตัวในอุปกรณ์การแต่งตัวเพื่อใช้ในการขับขี่รถจักรยานยนต์ ผู้ที่เบื่ออุปกรณ์แบบที่ไร้คุณภาพและไม่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

ดังนั้นทางบริษัทจึงกำหนดทิศทางการส่งเสริมการตลาดแบบเชิงรุกคือ ต้องสามารถเสริมสร้างการรับรู้ในตราสินค้าและตำแหน่งทางการตลาดให้กลุ่มเป้าหมายซึ่งงบประมาณในการทำการตลาดนั้นจะต้องถูกใช้อย่างคุ้มค่าโดยใช้เครื่องมือสำคัญได้แก่การโฆษณา การส่งเสริมการขาย โดยคำนึงถึงงบประมาณ ซึ่งต้องใช้การส่งเสริมการตลาดแบบราคาไม่สูงมากนัก

ทางบริษัทจึงเลือกใช้ทางขายผ่านทางหน้าร้านและทางเว็บไซต์เป็นหลัก ซึ่งเป็นการตลาดที่ลูกค้าสามารถเลือกชมสินค้าได้อย่างรวดเร็วและได้มีโอกาสได้ทดลองสินค้าที่หน้าร้าน ซึ่งทั้ง 2 วิธีนี้ จะช่วยสร้างการรับรู้และทัศนคติอันดีต่อผลิตภัณฑ์

สำหรับผลการดำเนินการธุรกิจของร้าน NP parts shop มีการลงทุนด้วยเงิน 15,000,000 บาท และมีระยะเวลาการคืนทุน (Payback Period) เพียง 1 ปีเท่านั้น และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการ (IRR) 91%

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, ร้านค้าอุปกรณ์เสริมที่ใช้ในการใส่ขั้วซีรจกรยานยนต์

บทนำ

เนื่องด้วยปัจจุบันความเร่งรีบในการใช้ชีวิตประจำวันทำให้ตลาดรถมอเตอร์ไซด์เติบโตขึ้นอย่างมาก เพราะมอเตอร์ไซด์ได้ตอบโจทย์ความสะดวกในการเดินทาง และมีราคาที่ถูกลงกว่ารถยนต์ ตอบโจทย์ทางด้านการขับขี่ที่ง่าย สะดวกในระยะทางใกล้และไกล และเหมาะสมอย่างยิ่งในการขับขี่ในเมืองหลวงที่หนาแน่นไปด้วยรถยนต์ การจราจรที่ติดขัด หรือบางท่านที่ชอบในการขับขี่รถมอเตอร์ไซด์ที่มีสมรรถนะสูงๆ เช่น (Bigbike) สามารถขับขี่เพื่อชมบรรยากาศตาม ต่างจังหวัดได้อย่างเพลิดเพลินส่งผลให้ตลาดรถมอเตอร์ไซด์ในประเทศไทยครึ่งปีมียอดจำหน่าย 877,000 คัน แบ่งเป็นกลุ่มรถจักรยานยนต์ครบครัน 50% (438,500 คัน) รถจักรยานยนต์ แบบเอ.ที.29% (254,330 คัน) และ รถจักรยานยนต์สปอร์ต 11% (96,470 คัน) โดยแนวโน้มรถจักรยานยนต์ แบบสปอร์ตจะเติบโตขึ้นกินส่วนแบ่งตลาดรถ A.T. โดยรถจักรยานยนต์รุ่นที่ขายดีที่สุด รุ่น WAVE110i, SCOOPYi, CLICK125i, WAVE125i และ FINO (Disc) จากการเป็นรถ สำหรับ ครอบครวัที่ตอบโจทย์คนทุกเพศทุกวัยได้เป็นอย่างดี

แม้ว่ายอดจำหน่ายมอเตอร์ไซด์รวมในปี 2557 ครึ่งปีแรกลดลง 20% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยเดือนมกราคม 2557 เป็นเดือนที่ยอดจำหน่ายลดลงมากถึง 42% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน ของปีที่ผ่านมา จากปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจที่สะสมมาอย่างต่อเนื่อง แต่ก็มีอัตราที่เติบโต ขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง

และจากการที่เศรษฐกิจเริ่มกลับมาดีขึ้นตลาดรถจักรยานยนต์สามารถสร้างยอดขายรายทั้งปีได้ 1,182,027 คัน จากปีที่ผ่านมา 2 ล้านคัน

ในส่วนของกลุ่มบิ๊กไบค์เป็นกลุ่มที่มีการเติบโตโดดเด่นในครึ่งปีแรก แม้ในช่วงที่เศรษฐกิจถดถอยด้วยยอดขายรวม 7,300 คัน เติบโต 8% และคาดว่ายอดขายรายบิ๊กไบค์ทั้งปีจะอยู่ที่ 15,000 คันจากปีที่ผ่านมา 13,000 คัน เนื่องจากอัตราภาษีนำเข้าบิ๊กไบค์จากประเทศญี่ปุ่นลดลง ตามข้อตกลง JTEPA โดยปัจจุบันอยู่ที่ 11% จากปีที่ผ่านมา 16% และจะเหลือเป็น 0% ภายในปี 2560

แน่นอนว่าการดำเนินชีวิตในแต่ละวันของประชากรในประเทศไทย ยังจำเป็นต้องอาศัยยานพาหนะไม่ว่าจะเป็นรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ ซึ่งในขณะนี้ทางบริษัทได้สังเกตเห็นถึงตลาดที่เติบโตและยังมีคู่แข่งไม่มาก รวมไปถึงความปลอดภัยในการใช้รถจักรยานยนต์จึงจำเป็นต้องมีอุปกรณ์เสริมต่างๆ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยอย่างสูงสุด เช่น หมวกกันน็อก ถุงมือ แวนตา กางเกง เสื้อแจ็คเก็ต เพราะอุบัติเหตุมันเกิดขึ้นได้เสมอ การขับขี่มอเตอร์ไซค์ก็เหมือนเนื้อหุ้มเหล็ก ที่สามารถเกิดอุบัติเหตุได้ตลอดเวลา ดังนั้นแล้วเราจะมีวิธีป้องกันอย่างไร ที่จะให้เกิดความสูญเสียน้อยที่สุดหรือลดอัตราการบาดเจ็บให้น้อยที่สุด

ดังนั้น **อุปกรณ์เซฟตี้** จึงนับว่าเป็นตัวช่วยที่สำคัญสำหรับชาว Biker นอกจากจะมีความสวยงามแล้วยังช่วยป้องกันได้จริงๆ อีกด้วย แต่ก็มีปัญหาอยู่หนึ่งคือ วิธีเลือกในการใช้งาน เพราะอุปกรณ์แต่ละค่ายที่ทำออกมามีความแตกต่างกันมาก ทั้งสรีระและขนาดทางบริษัทเราจึงได้เลือกรูปแบบ อุปกรณ์ให้เหมาะแก่สรีระของผู้สวมใส่ชาวเอเชีย หรือชาวไทยได้เป็นอย่างดี ในราคาคู่แข่ง และมีคุณภาพ

เพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่ผู้ใช้รถใช้ถนนทางบริษัทจึงได้จัดดำเนินการนำเข้าอุปกรณ์เสริมในการใช้สวมใส่ในการขับขี่รถจักรยานยนต์ที่ได้มาตรฐานสากล เพื่อจัดจำหน่ายแก่ผู้ใช้รถจักรยานยนต์ รวมไปถึงอุปกรณ์ตกแต่งเพื่อความสวยงามอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ร้านค้าอุปกรณ์เสริมที่ใช้ในการใส่ขับขี่รถจักรยานยนต์

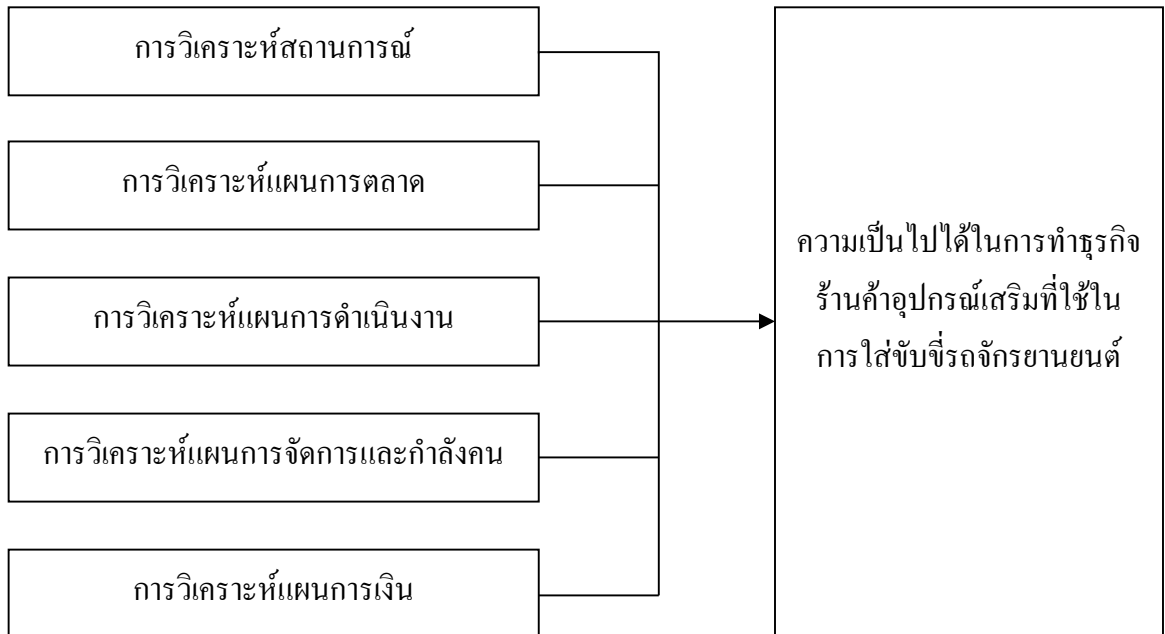
ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านค้าอุปกรณ์เสริมที่ใช้ในการใส่ขับขี่รถจักรยานยนต์

2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนเดือนมกราคม – เดือน

มีนาคม 2558

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านค้าอุปกรณ์เสริมที่ใช้ในการใส่ขั้วชี้รถจักรยานยนต์

นิยามศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

2. หมวกกันน็อก หมายถึง หมวกสำหรับสวมป้องกันหรือลดอันตรายเมื่อศีรษะได้รับความกระทบกระเทือน

3. เสื้อแจ็คเก็ต หมายถึง เสื้อที่ใช้สวมใส่ร่างกายเพื่อใช้ป้องกันร่างกายจากสิ่งต่างๆ

4. ถุงมือ หมายถึง เครื่องสวมมือทำจากวัสดุต่างๆ เช่น ไหม ผ้า หนังสัตว์ เป็นต้น สำหรับสวมมือโดยมีช่องเล็กให้นิ้วแต่ละนิ้วสอดลงไปได้ใช้เพื่อป้องกันความเย็นหรือเพื่อประโยชน์อื่นๆ

5. แวนตา หมายถึง แวนตาเป็นกระจกแวนที่ใส่ไว้ในกรอบสำหรับสวมบนใบหน้า โดยมีแผ่นรองรับบนสันจมูกและก้านแวนที่เกี่ยวที่ใบหู ใช้เพื่อเป็นแว่นสายตาหรือกันแดด กันลม เป็นต้น

6. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กรโดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

7. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

8. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์กร

9. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

10. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. อุปกรณ์เสริมที่ทางร้านนำเข้ามีการรับรองความเป็นมาตรฐานสากล
2. เป็นสินค้าที่นำเข้า 100% จากแหล่งสินค้าที่มีชื่อเสียง จึงมั่นใจในคุณภาพได้เป็นอย่างดี
3. กิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียวเป็นผลให้มีความยืดหยุ่นในการบริการงานอย่างมาก
4. มีหน้าร้าน ที่อยู่ชัดเจน เชื่อถือได้
5. มีเว็บไซต์ที่สามารถสั่งซื้อออนไลน์ได้ตลอด 24 ชม.

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. ต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าแพงเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่นๆ ในท้องตลาดเพราะเรานำเข้ามาจากต่างประเทศ
2. ราคาจำหน่ายค่อนข้างสูง เป็นข้อจำกัดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้น้อยมาก
3. เป็นร้านเปิดใหม่จึงไม่ค่อยเป็นที่รู้จักกันในหมู่นักช้อปปิ้งจักรยานยนต์มากนัก

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีกำลังซื้อสม่ำเสมอ ไม่ผันผวนตามสภาวะเศรษฐกิจ
2. การวางผลิตภัณฑ์จริงเพื่อวางแสดงในร้าน ทำให้ลูกค้าเป้าหมายได้มีโอกาสทดลองใช้ผลิตภัณฑ์อย่างใกล้ชิด จึงเกิดการยอมรับในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ไม่ยาก
3. ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดทั้งในและต่างประเทศ ก่อนข้างโดดเด่น และมีคู่แข่งกันน้อยในคุณภาพและในระดับราคา

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. สินค้าเป็นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ 100 % จึงต้องมีการเสียภาษีนำเข้าเป็นจำนวนมาก และ อัตราค่าสินค้าแปรผันโดยตรงกับ ค่าเงินบาท
 2. บริษัทเราเป็นบริษัทขนาดเล็ก ทำให้เกิดความไม่น่าเชื่อถือในสายตาผู้บริโภค
- การวิเคราะห์แผนการตลาด

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T : Target Market)

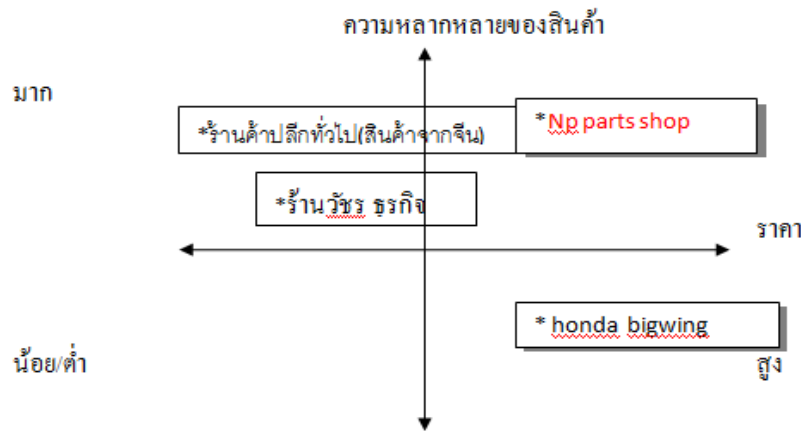
จากเกณฑ์ต่างๆ ในการแบ่งส่วนตลาดกลุ่มผู้บริโภคที่ร้านต้องการแล้วทำให้สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภคได้ดังนี้

กลุ่มเป้าหมายหลัก : เป็นกลุ่มเพศชายอายุตั้งแต่ 25-45 ปี ที่ชื่นชอบการขับขี่รถจักรยานยนต์ (Bigbike) เป็นประจำ และชื่นชอบในการแต่งการเพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการขับขี่ ผู้ที่ชอบความคุ้มค่าและสินค้าที่มีคุณภาพ เป็นกลุ่มที่ชอบและรักในการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีฐานะชอบออกทริปต่างจังหวัดไกลๆ

กลุ่มเป้าหมายรอง : เป็นกลุ่มเพศหญิงที่มีความชอบส่วนตัวในอุปกรณ์การแต่งตัวเพื่อใช้ในการขับขี่รถจักรยานยนต์ ผู้ที่เบื่ออุปกรณ์แบบที่ไร้คุณภาพและไม่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P : Positioning)

การกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ กำหนดโดยอาศัยปัจจัยหลัก 2 ประการ คือ ความหลากหลายของสินค้า และราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับคุณภาพแล้วอยู่ในตำแหน่งที่คุ้มค่ากับราคา โดยคู่แข่งที่เป็นแบรนด์สินค้าจากจีนนั้น ราคาไม่แพงมากนักก็จริงแต่คุณภาพก็แย่ตามราคานั้นไปด้วย รวมทั้งยังมีศูนย์ให้บริการ honda bigwing ที่มีอุปกรณ์ของผู้ใช้ในการขับขี่แต่ก็มีราคาแพงและขายเพียง แบรนด์เดียวคือแบรนด์ honda ส่วนร้าน วัชรธุรกิจ นั้นเป็นร้านที่เน้นขายรถและอะไหล่รถเป็นหลัก และก็ยังมีความสามารถส่งอุปกรณ์ต่างๆ จากศูนย์ต่างๆ ได้



แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) ที่พิจารณาระหว่างราคาและความหลากหลายของสินค้า

กลยุทธ์ทางการตลาด 4P

กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product) ทางบริษัท Np parts shop ได้เลือกสรรแหล่งผู้ผลิตที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานที่เป็นสากล มีแหล่งผลิตจากต่างประเทศ 100 % ซึ่งเป็นที่ยอมรับและนิยมใช้กันในหมู่นักขับรถจักรยานยนต์ทั่วโลก

รายการสินค้า มีทั้งหมด 5 ประเภทคือ

1. หมวกกันน็อก คือ หมวกสำหรับสวมป้องกันหรือลดอันตรายเมื่อศีรษะได้รับความกระทบกระเทือนใช้สวมใส่เวลาขับขี่รถจักรยานยนต์
2. เสื้อแจ็คเก็ต คือ เสื้อที่ทำจากหนังหรือวัสดุชั้นดีกันลมและช่วยลดแรงกระแทกในเวลาที่เกิดอุบัติเหตุ
3. กางเกง คือ เป็นกางเกงยีนส์หรือกางเกงที่ทำจากผ้าชนิดพิเศษช่วยลดแรงกระแทกในเวลาที่เกิดอุบัติเหตุ
4. ถุงมือคือ อุปกรณ์ที่ใส่สวมใส่มีมือในขณะที่ขับขี่รถมอเตอร์ไซด์ ช่วยให้มีความมั่นใจหารับและ ไม่ทำให้ลื่นเวลาบิดคันเร่ง
5. แวนตา คือ ช่วยป้องกันสายตาเวลาที่เรขับขี่รถมอเตอร์ไซด์

กลยุทธ์ทางด้านราคา (Price Strategy)

กลยุทธ์ราคา (Price) ราคาจำหน่ายสินค้าแต่ละชนิดนั้นไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับรุ่นและค่าเงิน ณ ช่วงเวลานั้นๆ แต่ซึ่งทางร้านจะบวกกำไร 30-40 % เป็นขั้นต่ำ

กลยุทธ์ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ทางบริษัท NP parts shop มีหน้าร้านอยู่ในอำเภอปากช่อง ซึ่งเปิดร้านตั้งแต่ช่วง 8.00-19.00 น. ของทุกวันไม่มีวันหยุด ลูกค้าจึงสามารถสั่งสินค้าได้อย่างสะดวกสบาย และทางร้านมีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางเว็บไซต์ และสร้าง Account ของร้านใน Social Network /Facebook โดยการส่งต่อให้เพื่อนช่วยกระจายข่าวของร้านผ่านการเยี่ยมชมและกด Like สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้เยี่ยมชม เป็นการรองรับแนวโน้มการซื้อของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ซึ่งปัจจุบันการชื้อออนไลน์เป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก เพราะนอกจากจะเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วประเทศแล้ว ยังลดค่าใช้จ่ายในการเปิดหน้าร้านอีกหลายสาขา

กลยุทธ์ทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

การส่งเสริมการตลาดเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการแข่งขันและความอยู่รอดของบริษัท เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์ของบริษัท จัดเป็นสินค้าแบรนด์ใหม่ และยังไม่ได้รับความนิยมนัก ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักของเราคือกลุ่มเพศชายผู้ที่ชื่นชอบการขับขี่รถจักรยานยนต์ (Bigbike) เป็นประจำและชื่นชอบในการแต่งการเพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการขับขี่ ผู้ที่ชอบความคุ้มค่าและสินค้าที่มีคุณภาพ มีกำลังซื้อคงที่ไม่ผกผันกับสภาวะทางเศรษฐกิจ และต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพรวมทั้งภาพลักษณ์ที่ดี

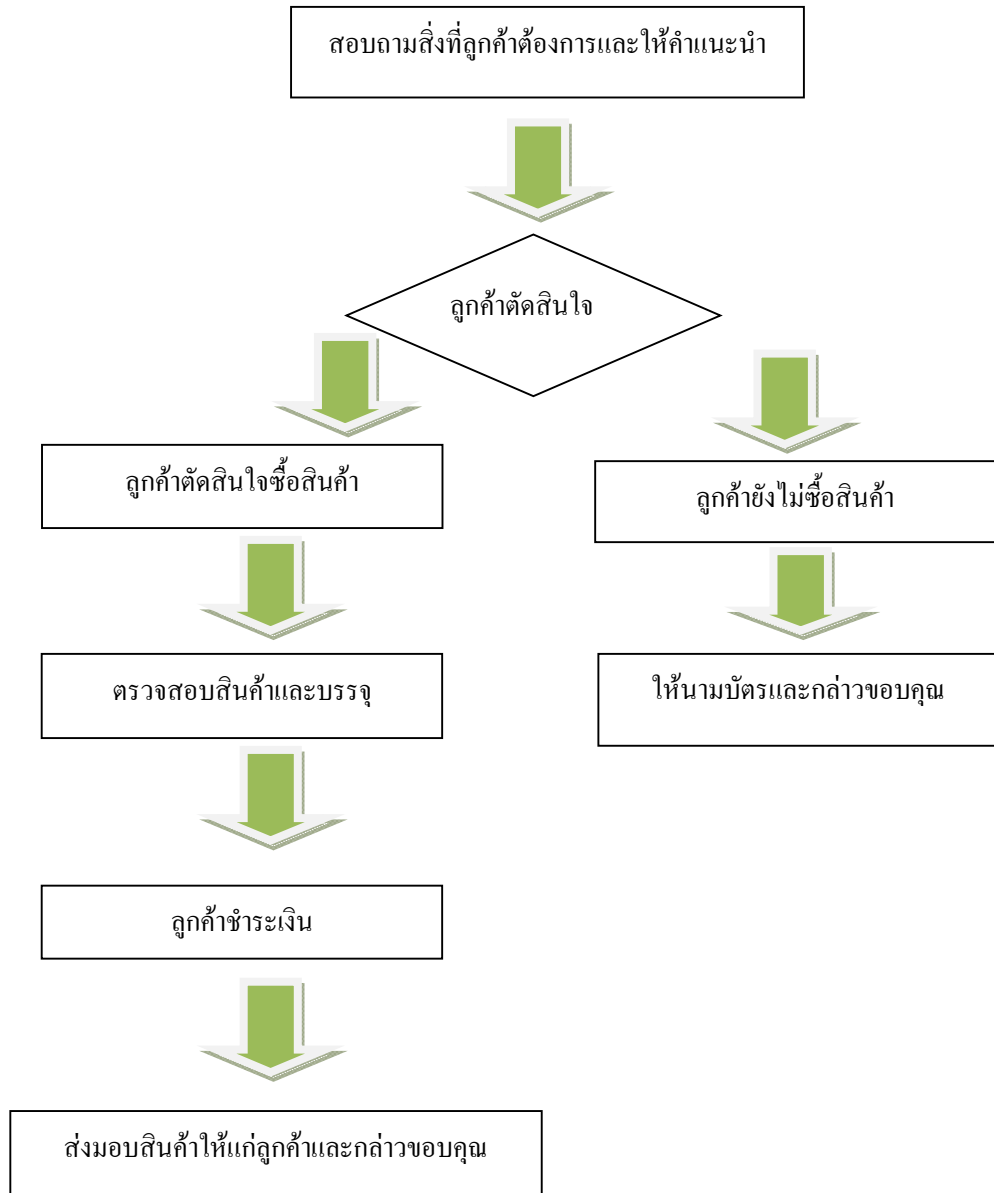
ดังนั้นทางบริษัทจึงกำหนดทิศทางในการส่งเสริมการตลาดแบบเชิงรุกคือ ต้องสามารถเสริมสร้างการรับรู้ในตราสินค้าและตำแหน่งทางการตลาดให้กลุ่มเป้าหมายซึ่งงบประมาณในการทำการตลาดนั้นจะต้องถูกใช้อย่างคุ้มค่าโดยใช้เครื่องมือสำคัญได้แก่การโฆษณา การส่งเสริมการขาย โดยคำนึงถึงงบประมาณ ซึ่งต้องใช้การส่งเสริมการตลาดแบบราคาไม่สูงมากนัก

ทางบริษัทจึงเลือกใช้ทางขายผ่านทางหน้าร้านและทางเว็บไซต์เป็นหลัก ซึ่งเป็นการตลาดที่ลูกค้าสามารถเลือกชมสินค้าได้อย่างรวดเร็วและได้มีโอกาสได้ทดลองสินค้าที่หน้าร้าน ซึ่งทั้ง 2 วิธีนี้ จะช่วยสร้างการรับรู้และทัศนคติอันดีต่อผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้บริษัทได้วางแผนใช้เครื่องมือส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายดังต่อไปนี้

1. จัดทำโบว์ชัวร์แนะนำผลิตภัณฑ์สำหรับแจกให้ลูกค้าหน้าร้าน
2. ลงโฆษณาผลิตภัณฑ์ในนิตยสารรถจักรยานยนต์รายเดือน
3. ประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Network เช่น Facebook
4. จัดทำนามบัตร

วารสารแผนธุรกิจ ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (มกราคม – มีนาคม 2558)

5. ติดตั้งป้ายโฆษณาธงญี่ปุ่นขนาด 1.20×50 เมตร (1 ป้าย)
ขั้นตอนการปฏิบัติงานในภาพรวมการขายและบริการของพนักงาน



- การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

เนื่องด้วยทางบริษัทฯ เป็นบริษัทที่นำเอาอุปกรณ์เสริมในการขับจักรยานยนต์ที่มีขนาดเล็กและมีเจ้าของเพียงคนเดียว ดังนั้นจึงสามารถทำหน้าที่ทดแทนได้หลายส่วนเป็นผู้บริหารงานและดำเนินการด้วยความตนเองแทบทุกระบวนการ จึงทำให้บริษัทมีค่าบริหารจัดการที่ต่ำมาก

Organization Chart



โดยแบ่งเป็น

เจ้าของกิจการ	1 คน
พนักงานขายหน้าร้าน	2 คน

- การวิเคราะห์แผนการเงิน

เนื่องจากการดำเนินกิจการมีความต้องการเงินทุนทั้งสิ้น 15,000,000 บาท เพื่อใช้ในการลงทุนธุรกิจ และใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน จึงกำหนดโครงสร้างแหล่งเงินทุนของการประกอบกิจการโดยแสดงแหล่งที่มาของเงินทุนดังนี้

เงินลงทุนสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	76,800.00
เงินสดในมือ (Cash on hand)	14,000,000.00
เงินลงทุนเริ่มแรกสุทธิ	14,076,800.00
ความต้องการเงินลงทุนจริง	15,000,000.00
เงินลงทุนในการก่อตั้งกิจการ	15,000,000.00

ในด้านผลตอบแทนของการลงทุนจากการวิเคราะห์แผนการเงินแสดงให้เห็นว่า

- อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เท่ากับ 91%
- มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (NPV) เท่ากับ 49,046,316.19 บาท

ดังนั้นจากตัวเลขทางการเงินที่แสดงข้างต้นแสดงว่า มีความคุ้มค่าในการลงทุน อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เท่ากับ 91% โดยมีระยะเวลาการคืนทุน (Payback Period) เพียง 1 ปีเท่านั้น

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาหาแผนธุรกิจในครั้งนี้ มีผลสรุปว่า ธุรกิจร้านค้าอุปกรณ์เสริมที่ใช้ในการใส่ขั้วขีรถจักรยานยนต์ เป็นธุรกิจที่มีความน่าลงทุน

บรรณานุกรม

พูดคุยเรื่องอุปกรณ์ขับขี่รถจักรยานยนต์ คั่นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2557 จาก

<http://www.mocyc.com/modify.html>

นิตยสารมอเตอร์ไซค์ ฉบับออนไลน์ คั่นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2557 จาก

<http://www.grandprix.co.th/motorcyclemag/tag/>

หนังสือรถยนต์และมอเตอร์ไซค์ ฉบับออนไลน์ คั่นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2557 จาก

<http://www.ebooks.in.th/scat/>