

**ธุรกิจจำหน่ายทิชชูทางออนไลน์ ทิชชู ein.b ให้ดูแลคุณ  
(แผนธุรกิจ)**

**YUNNI LU**

**การศึกษารายบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต  
ปีการศึกษา 2564**

**A CASE STUDY OF EIN.B TISSUE DISTRIBUTION BUSINESS ONLINE  
(BUSINESS PLAN)**

**YUNNI LU**

**An Individual Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Business Administration Program  
College of Innovation Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University  
Academic Year 2021**




ใบรับรองการศึกษารายบุคคล

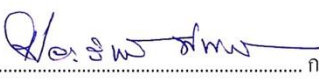
วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต  
ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

หัวข้อการศึกษารายบุคคล ธุรกิจจำหน่ายทิชชูทางออนไลน์ ทิชชู cin.b ให้ดูแลคุณ (แผนธุรกิจ)  
เสนอโดย Yunni Lu  
สาขาวิชา การจัดการ  
อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษารายบุคคล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์

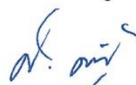
ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบการศึกษารายบุคคลแล้ว

  
..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

  
..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษารายบุคคล  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะวิทย์ ทิพรส)

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี รับรองแล้ว

  
..... คณบดีวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช คำสุพรหม)

วันที่ 24 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2564

หัวข้อการศึกษารายบุคคล	ธุรกิจจำหน่ายทิชชูทางออนไลน์ ทิชชู ein.b ให้ดูแลคุณ
ชื่อผู้เขียน	YUNNI LU
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2564

### บทคัดย่อ

แผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์และความเป็นไปได้ของการดำเนินธุรกิจจำหน่ายทิชชูทางออนไลน์ ทิชชู ein.b ให้ดูแลคุณ โดยได้ศึกษาวิจัยความเป็นไปได้ของธุรกิจด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อทิชชูทางออนไลน์ มีการวิเคราะห์ปัจจัยรอบด้าน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ จากผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ซื้อทิชชูส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องคุณภาพดี ราคากลางเป็นหลัก

ทิชชู ein.b ให้ดูแลคุณ เป็นธุรกิจที่มีแหล่งเงินทุนจากเจ้าของธุรกิจ นางสาวYUNNI LU เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว มีจุดขายคือเป็นทิชชูเปียกสำหรับกลุ่มลูกค้าคุณแม่และเด็กอ่อน สินค้ามีคุณภาพ มีความหลากหลาย ราคาประหยัด และคุ้มค่า ราคาเริ่มต้นที่ 12 บาทถึง 558 บาท เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของการลงทุนร้าน ทิชชู ein.b ให้ดูแลคุณ พบว่ามีความคุ้มค่าในการลงทุน

คำสำคัญ : ทิชชูเปียก, ทิชชูแอลกอฮอล์, ทิชชูเช็ดหน้า

An Individual Study Title	A CASE STUDY OF EIN.B TISSUE DISTRIBUTION BUSINESS ONLINE
Author	YUNNI LU
An Individual Study Advisor	Asst. Prof. Dr.Sivanun Sivapitak
Department	Business Administration
Academic Year	2021

### **ABSTRACT**

This business plan aims to study the strategy and feasibility of operating a tissue distribution business online of ein. b tissue takes care of you, by researching the feasibility of the business by handing out a questionnaire to a group of customers who choose to buy this tissue product online. There is a comprehensive analysis of factors, strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the business. From the analysis, it was found that most tissue buyers mainly focus on the quality and price of the product.

The brand ein. b tissue takes care of you, is a business that has a source of funds from the business owner. Ms. Yunni Lu is a sole proprietorship business. The selling point is that it is wet wipes for mothers and babies customers. The quality and the diversity of the products are economical and worthwhile with the prices starting from 12 baht to 558 baht. Considering the possibility of investing in a tissue brand ein. b takes care of you, according to financial projection, it is found that the brand is worth the investment.

Keywords: wet wipes, alcohol wipes, facial tissue

### กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้เนื่องมาจากความอนุเคราะห์ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข รวมถึงตรวจสอบแผนธุรกิจฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้จัดทำจึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ ทั้งนี้ ขอขอบคุณเพื่อนทุกท่านที่ให้การสนับสนุนการทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ให้สำเร็จลุล่วงโดยสมบูรณ์ และขอบคุณกำลังใจจากเพื่อนทุกท่านที่มอบให้ตลอดระยะเวลาในการศึกษาหลักสูตรนี้

YUNNI LU

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๘
กิตติกรรมประกาศ.....	๑
สารบัญตาราง.....	๓
สารบัญภาพ.....	๓
บทที่	
1. บทสรุปผู้บริหาร.....	1
2. ความเป็นมาของธุรกิจ.....	3
2.1 แนวคิดการจัดตั้งธุรกิจ.....	3
2.2 แนวคิดในการดำเนินการ.....	4
3. สินค้าและบริการ.....	5
3.1 Business Model Canvas.....	8
3.2 รูปภาพสินค้าและรายละเอียดสินค้า.....	9
4. การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด.....	12
4.1 สภาวะอุตสาหกรรม สภาวะตลาดและแนวโน้ม.....	12
4.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด.....	13
4.3 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย.....	13
4.4 วิเคราะห์สภาพการแข่งขัน คู่แข่งขัน และการเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	14
4.4.1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Industry rivalry).....	14
4.4.2 อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers).....	14
4.4.3 อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ (Bargaining Power of Customers).....	14

**สารบัญ (ต่อ)**

<b>บทที่</b>	<b>หน้า</b>
4.4.4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products or Services).....	14
4.4.5 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrance).....	14
4.5 วิเคราะห์คู่แข่งชั้น.....	15
4.5.1 คู่แข่งขันทางตรง (Direct Competitor).....	15
4.5.2 คู่แข่งขันทางอ้อม (Indirect Competitor).....	15
4.6 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน(SWOT Analysis).....	15
4.7 การจัดทำกลยุทธ์ (TOWS Matrix).....	16
5. แผนการบริหารจัดการ.....	16
5.1 ข้อมูลธุรกิจ.....	17
5.2 ราชานามคณะกรรมการบริษัท.....	17
5.3 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร.....	17
5.4 แผนผังองค์กร.....	18
5.5 วิสัยทัศน์.....	18
5.6 พันธกิจ.....	18
5.7 เป้าหมายทางธุรกิจ.....	18
5.8 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ.....	18
6. แผนการตลาด.....	19
6.1 เป้าหมายทางการตลาด.....	19
6.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย.....	19
6.3 กลยุทธ์ทางการตลาดและการแข่งขัน.....	22
6.3.1 ด้านสินค้าและบริการ.....	22
6.3.2 ด้านราคา.....	22
6.3.3 ด้านช่องทางการให้บริการ.....	22
6.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	22



สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
6.4 แผนการทำยอดขายให้บรรลุเป้าหมาย.....	23
7. แผนการบริการและดำเนินการ.....	24
7.1 สถานประกอบการในการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ.....	24
7.2 ตราสัญลักษณ์ของธุรกิจ.....	24
7.3 ขั้นตอนการให้บริการ.....	25
8. แผนการเงิน.....	26
8.1 เป้าหมายทางการเงิน.....	26
8.2 นโยบายและกลยุทธ์ทางการเงิน.....	26
8.3 แหล่งที่มาของเงินทุน.....	26
8.4 ประมาณการการให้บริการ 1-5 ปี.....	27
8.5 ประมาณการรายได้ของธุรกิจ 1-5 ปี.....	27
8.6 ประมาณการค่าใช้จ่ายของธุรกิจ 1-5 ปี.....	28
8.7 ประมาณการงบกำไรขาดทุน1-5 ปี.....	29
8.8 จุดคุ้มทุน (Break Even Point).....	29
8.9 ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	30
8.10 ประมาณการงบดุล.....	31
8.11 วิเคราะห์โครงสร้างการลงทุน.....	31
9. แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต.....	33
9.1 แผนฉุกเฉิน.....	33
9.1.1 กรณีที่ผู้สั่งซื้อต่ำกว่าเป้าหมาย.....	33
9.1.2 กรณีที่ผู้สั่งซื้อเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว.....	33
9.1.3 กรณีที่ขาดสภาพคล่องทางการเงิน.....	34
9.2 แผนในอนาคต.....	34
ภาคผนวก.....	35
แบบสอบถาม.....	36

**สารบัญ (ต่อ)**

<b>บทที่</b>	<b>หน้า</b>
ผลสรุปจากการจัดทำแบบสอบถาม.....	38
บรรณานุกรม.....	41
ประวัติผู้เขียน.....	43

### สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงรายการสินค้าที่ซื้อ ein.b.....	9
2. แสดงการประมาณการยอดการสั่งซื้อ (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	27
3. แสดงการประมาณการรายได้ของธุรกิจ (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	27
4. แสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายของธุรกิจ (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	28
5. แสดงการประมาณการงบกำไรขาดทุน (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	29
6. แสดงประมาณการงบดุล (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	30
7. แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	31
8. วิเคราะห์โครงสร้างการลงทุน (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี).....	31

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
3.1 แสดงโลโก้ของธุรกิจ.....	5
3.2 แสดงร้านค้าบน Lazada.....	6
3.3 แสดงถึงการออกแบบร้าน.....	6
5.1 แสดงโครงสร้างองค์กร.....	18
7.1 แสดงโลโก้ของธุรกิจ.....	24

## บทที่ 1

### บทสรุปผู้บริหาร

ทิชชู ein.b ให้ดูแลคุณเป็นธุรกิจขายของบน Lazada เป็นแบรนด์ของสหรัฐอเมริกา สินค้าที่เน้นขายเป็นหลักคือทิชชูเปียกสำหรับเด็ก ทิชชูแอลกอฮอล์ ทิชชูเช็ดหน้า ทิชชูชำระ ทิชชูไร้ฝุ่น เพื่อช่วยในเรื่องทำความสะอาด ฆ่าเชื้อโรค เหมาะในสถานการณ์โควิด พกพาติดตัวได้ตลอด ทิชชู ein.b ให้ดูแลคุณ เมื่อได้รับความนิยมนของผู้บริโภคและผู้ใช้มากขึ้น จะเปิดร้านขายของออนไลน์ใน APP อื่นๆ เช่น LazMall Shopee และ JD ในอนาคต 5 ปี จะนำแบรนด์ ein.b เข้าสู่หน้าร้าน โดยจะนำแบรนด์ไปขายที่ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต 7-11 เป็นต้น

ในการจัดทำแผนธุรกิจ ทิชชู ein.b ให้ดูแลคุณในครั้งนี้ เป็นการจัดทำขึ้นเพื่อเอาแบรนด์ ein.b มาเข้าสู่ตลาดไทย ถือเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ราคาไม่แพง และเหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการใช้ ทิชชูแอลกอฮอล์ ทิชชูเช็ดหน้า ทิชชูชำระ ทิชชูไร้ฝุ่น เป็นต้น ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย สั่งได้ทุกเวลา สามารถเข้าถึงได้ทั่วประเทศ

ทั้งนี้ นอกจากการมุ่งเน้นขายสินค้าที่มีคุณภาพ มีแบรนด์ใน Lazada แล้วทางร้านได้มีการจัดทำแผนการดำเนินงานและตั้งเป้าหมายที่สำคัญขององค์กรไว้ เพื่อให้งานวิ่งซึ่งคุณภาพของการบริการ ได้แก่ แผนบริหารและจัดการองค์กร แผนการตลาด แผนการบริการ แผนการเงิน แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต

#### แผนบริหารและจัดการองค์กร

มุ่งเน้นสินค้าที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานตามที่กำหนด และค่อยๆเปิดร้านเพิ่ม จึงเน้นสินค้ารับรองประกัน บริการก่อนการขายและบริการหลังการขายให้ดี ทำให้ผู้บริโภคมีความประทับใจ นอกจากนี้ ทางร้านได้มีการกำหนดเป้าหมาย ระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว รวมถึงวิสัยทัศน์ และพันธกิจ ได้อย่างชัดเจน เพื่อให้ไปสู่ผลสำเร็จในอนาคต

#### แผนการตลาด

ทางร้านได้มีการจัดทำแผนการตลาดเป็นประจำทุกไตรมาส เพื่อที่จะกระตุ้นให้ลูกค้ารับรู้สินค้าของเราได้ รวมทั้งมีการศึกษาและนำข้อมูลด้านพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไป

วิเคราะห์ความต้องการ และกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ที่เหมาะสม กลยุทธ์ด้านราคามีการกำหนดราคาแบบปานกลาง ทำให้กลุ่มลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์คือจะแคมเปญให้มากที่สุดแล้วทำ promotion เช่น มีส่วนลด มีคู่มือ มีจัดส่งสินค้าฟรี เป็นต้น กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่ายเน้นความสะดวก กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เน้นการบริการก่อนการขาย บริการหลังการขายแบบดี

#### แผนการบริการ

มุ่งเน้นการให้บริการที่ได้มาตรฐานระดับสากล มีการตอบchatลูกค้า จัดการปัญหาที่เกิดขึ้น ดูแลและใส่ใจลูกค้า และตระหนักถึงความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด เนื่องจากทางร้านมีการรีวิว ข้อเสนอแนะและคำติชมของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการในอนาคตต่อไป

#### แผนการเงิน

ทางร้านมีเงินลงทุน จำนวน 3 แสนบาท ซึ่งเป็นเจ้าของทั้งหมด มีการจัดทำแผนการเงินเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างและรักษาผลกำไรของธุรกิจ และประมาณการงบประมาณต่างๆ รวมทั้งเพื่อเป็นการแสดงผลการดำเนินงานของกิจการ และฐานะทางการเงิน ในแผนธุรกิจนี้ จุดคุ้มทุนคือขายสินค้าเป็นจำนวน 165 ชิ้นต่อเดือน การคำนวณค่า Net Present Value เท่ากับ 17,403,703 NPV มีค่าเป็นบวก ซึ่งการลงทุนมีประสิทธิภาพสูงสุด

#### แผนฉุกเฉิน

เพื่อเป็นการเตรียมตัวที่จะรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตและจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้ เราจึงได้มีการจัดทำแผนฉุกเฉินเพื่อที่จะประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและวางแนวทางการป้องกันและแก้ไข เพื่อให้สถานการณ์นั้นๆ ส่งผลต่อธุรกิจน้อยที่สุด มีการจัดทำแผนการผ่อนสินค้า โดยคิดดอกเบี้ยต่ำ เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น

## บทที่ 2

### ความเป็นมาของธุรกิจ

#### 2.1 แนวคิดการจัดตั้งธุรกิจ

ในรอบหลายปีที่ผ่านมาหลาย ๆ คน หันมาใส่ใจและดูแลสุขภาพของตัวเองและคนรอบข้างกันมากขึ้น อันเนื่องมาจากสาเหตุสำคัญหลายประการ ทั้งการเกิด pm 2.5 ซึ่งก่อให้เกิดฝุ่นละอองและมลพิษทางอากาศ รวมไปถึงการแพร่ระบาดของโรค “โควิด-19” ทำให้หน้าทากอนามัย รวมถึง “ทิชชู” ไม่ว่าจะเป็นชนิดเปียก หรือแอลกอฮอล์ กลายเป็นสินค้า ที่ทุกคนหันมาจับจ่ายเลือกซื้อเข้าบ้านกันมากขึ้น อีกทั้งจำนวนผู้ป่วยรายใหม่ ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและยังไม่มีท่าทีจะลดลง จนเหลือหลักร้อย ส่งผลให้ทาง “รัฐบาลไทย” ต้องประกาศบังคับใช้มาตรการ “ล็อกดาวน์” เพื่อลดความเสี่ยงการแพร่ระบาดของเชื้อ ทำให้ร้านสะดวกซื้อ ไม่สามารถเปิดให้บริการได้ตามปกติ คนส่วนใหญ่ จึงหันมาเลือกซื้อสินค้า ผ่านทางช่องทางออนไลน์กันมากขึ้น ภายหลังรูปแบบการซื้อสินค้านี้กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก จนทำให้หน้าที่นี้ เทรนด์ธุรกิจที่กำลังมาแรงมากที่สุด คงหนีไม่พ้นการขายสินค้า ผ่านช่องทางออนไลน์อย่างแน่นอน โดยเฉพาะหลังจากผ่านช่วงวิกฤต “โควิด-19” ภายในระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา ต้องยอมรับว่าการเติบโตของธุรกิจ “E-Commerce” ในประเทศไทย กำลังเติบโตขึ้นเรื่อยๆ โดยในปีนี้ ตัวเลขมูลค่าทางการตลาด อยู่ที่ 3.15 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็น โตขึ้น 14% จากปี 2560 และมีการคาดการณ์ว่า จากนี้ไปจนถึงปี 2565 จะมีการเติบโตเฉลี่ยถึง 22% โดย “ลาซาด้า” (Lazada) ถือเป็นเบอร์หนึ่งของตลาดในเวลานี้ ทั้งในด้านของจำนวนผู้ใช้ต่อเดือน ยอดการค้นหาผ่านทาง “กูเกิ้ล” หรือ “Google search” หรือยอดการเข้าชมเว็บไซต์ ที่ลาซาด้าคว้าไปครองมากถึง 46% นอกจากนี้แล้ว ลาซาด้า ยังครองตำแหน่ง No.1 Brand Thailand หรือแบรนด์ยอดนิยมอันดับ 1 ของประเทศไทย อย่างต่อเนื่อง เป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน จึงมีแนวคิดว่าจะขายสินค้าชนิดผลิตภัณฑ์ทิชชูเปียก ผ่านช่องทางออนไลน์ ของลาซาด้า เพื่อให้ผู้คนสามารถนำไปใช้ได้ ในชีวิตประจำวัน

แบรนด์ ein.b เป็นผลิตภัณฑ์ของประเทศอเมริกัน ก่อตั้งเมื่อปี 2005 สนับสนุนแนวคิดของแบรนด์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปลอดภัย และเป็นมืออาชีพ ยึดมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพสูง มอบประสบการณ์การบริโภคของคุณแม่และเด็กแบบครบวงจรสำหรับคุณแม่ตั้งครรภ์ และเด็กทารกแรกเกิดทั่วโลก ปี 2012 ได้เข้าตลาดเอเชีย โดยมุ่งเป้าไปที่ลักษณะผิวของคนเอเชีย

ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กที่เหมาะสมกับทารกชาวเอเชียมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ของ ein.b ได้รับความไว้วางใจและแนะนำจากคุณแม่ตั้งครรภ์จำนวนมาก กลายเป็นแบรนด์ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กคุณแม่และเด็ก จึงเน้นขายผลิตภัณฑ์ที่ขลุ่ยเปียก ที่ขลุ่ยแอลกอฮอล์ ที่ขลุ่ยเด็ก ที่ขลุ่ยชำระเป็นหลัก และยังเป็นแบรนด์ที่ดัง และเป็นที่นิยมใช้มากในปี 2016 ein.b ได้เข้าสู่แพลตฟอร์มการช้อปปิ้งออนไลน์ เช่น Tmall, Taobao, JD.com, Vipshop ในปี 2017 ยอดขายของ ein.b ได้เพิ่มขึ้นในปี 2018 ยอดขาย ein.b ถึง 100 ล้านหยวน ในปี 2019 ยอดขาย ein.b ถึง 300 ล้านหยวน(อ้างอิงมาจากข้อมูล <https://www.einb.com.cn/index.php>) จึงได้นำเข้าที่ขลุ่ยเปียกแบรนด์ ein.b มาขายที่ไทย เหมาะสำหรับทุกวัย โดยเน้นทำความสะอาด หน้าเชื้อโรค ใช้ในบ้าน ราคาไม่แพง และคุณภาพดี

วิสัยทัศน์ : ส่งมอบที่ขลุ่ยเปียกที่มีคุณภาพ และคุ้มค่า เพื่อสร้างคุณค่าแก่ลูกค้าอย่างยั่งยืน  
พันธกิจ : สร้างมูลค่าให้กับผู้ใช้และสร้างความมั่งคั่งให้สังคม

## 2.2 แนวคิดในการดำเนินการ

ปัจจุบันภาพรวมธุรกิจของ Lazada มีอัตราเติบโตมากกว่า 100% ทุกปี ส่งผลให้มีผู้ใช้งานแอคทีฟกว่า 50 ล้านราย ในปี 2019-2020 lazada ได้เติบโตขึ้น 10-12% และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 20% ภายในปี 2022 โดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาช่วยสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งแบบ Personalize ให้กับผู้ใช้มากขึ้น และช่วยให้ผู้ขาย ทำธุรกิจบนแพลตฟอร์มได้ง่ายขึ้น ควบคู่ไปกับการสร้างความแข็งแกร่งใน 3 ด้านอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ ระบบโลจิสติกส์ ระบบชำระเงิน และระบบเทคโนโลยี ด้วยการเติบโตที่รวดเร็วของ Lazada ดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้มากขึ้น จึงทำให้จะเริ่มทำธุรกิจขายของออนไลน์

ที่ขลุ่ย ein.b ให้ดูแลคุณ เป็นธุรกิจขายของบน Lazada สินค้าที่เน้นขายเป็นหลักคือที่ขลุ่ยเปียกสำหรับเด็ก ที่ขลุ่ยแอลกอฮอล์ ที่ขลุ่ยเช็ดหน้า ที่ขลุ่ยชำระ ที่ขลุ่ยไร้ฝุ่น เพื่อช่วยในเรื่องทำความสะอาด หน้าเชื้อโรค เหมาะในสถานการณ์โควิด พกพาติดตัวได้ตลอด ที่ขลุ่ย ein.b ให้ดูแลคุณ เมื่อได้รับความนิยมนของผู้บริโภค แล้วผู้ใช้มากขึ้น จะเปิดร้านขายของออนไลน์ใน APP อื่นๆ เช่น LazMall Shopee และ JD ในอนาคต 5 ปี จะนำแบรนด์ ein.b เข้าสู่หน้าร้าน โดยจะนำแบรนด์ไปขายที่ห้างสรรพสินค้าซูเปอร์มาร์เก็ต 7-11 เป็นต้น



### บทที่ 3 สินค้าและบริการ

ทิชชู ein.b ให้คุณแลคุณเป็นร้านที่เน้นขายทิชชูเป็นหลักโดยรวมแล้วจะมีทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ ทิชชูแอลกอฮอล์ ทิชชูเปียก และทิชชูแห้ง ทิชชูแอลกอฮอล์ มีส่วนผสมแอลกอฮอล์ทางการแพทย์ 75% ประกอบด้วยน้ำบริสุทธิ์ วัตถุดิบจากพืช เนื้อผ้าเป็นชนิด Spunlace non-woven fabric ละเอียดอ่อน ไม่เป็นขุย ไม่ยุ่ยง่าย สามารถฆ่าเชื้อได้ 99.9% กำจัดแบคทีเรีย และปกป้องสุขภาพ เหมาะกับทุกวัย

เว็บไซต์หน้าร้าน:

<https://www.lazada.co.th/shop/babyeinb>



ภาพที่ 3.1 แสดงโลโก้ของธุรกิจ



ภาพที่ 3.2 แสดงร้านค้าบน Lazada



ภาพที่ 3.3 แสดงถึงการออกแบบร้าน

ทิชชูเปียกจะมีแยกอีก 3 ประเภท คือ

1. ทิชชูเปียกทำความสะอาด ประกอบด้วยสารสกัดจากดอกชาอูระ น้ำบริสุทธิ์ EDI ไม่มีสารเติมแต่ง เนื้อผ้าหนากว่าปกติ 30% เป็นชนิดผ้าไม่ทอ อ่อนโยน นุ่ม สามารถเช็ดมือ เช็ดหน้า เช็ดปาก ทำความสะอาดได้ อ่อนโยนไม่ระคายเคืองผิว ใช้ได้ทุกวัย แต่เน้นเป้าหมายคุณแม่และเด็กเป็นพิเศษ
2. กระดาษชำระเปียก ประกอบด้วยน้ำบริสุทธิ์พิเศษ เยื่อไม้ธรรมชาติ ไม่มีสารเติมแต่ง ไม่มีแอลกอฮอล์ ไม่มีสารกันบูด ไม่มีสี ไม่มีสารเรืองแสงไม่มีกลิ่นแอลกอฮอล์ อัตราการฆ่าเชื้อ

99.9% เน้นการใช้งานสำหรับเข้าห้องน้ำ สามารถทิ้งใส่ในชักโครกได้ กระจายพิษจะละลายเอง ไม่ทำให้ชักโครกตัน เป็นมิตรกับธรรมชาติ กระจายพิษชำระรุ่นนี้ใช้ได้ทุกวัย

3. ทิชชูแห้ง ประกอบด้วยเยื่อไม้บริสุทธิ์ธรรมชาติ ไม่มีสารเติมแต่งใช้ได้ทั้งเปียกและแห้ง การดูดซึมน้ำได้ดี เวลาซึมซับน้ำไม่ขาดง่าย เหมาะสำหรับใช้เช็ดมือ เช็ดหน้า เช็ดปาก ใช้เช็ดทั่วไปได้ ไม่ระคายเคืองผิว ใช้ได้ทุกวัย เพื่อสร้างความสะดวกให้กับคุณลูกค้า สินค้าทั้งหมดในร้านพร้อมส่งทุกชิ้น ในการดำเนินการขนส่งจะอยู่ที่ระหว่าง 2 ถึง 5 วัน จัดส่งรวดเร็ว

จุดเด่นในด้านการบริการ ดังนี้

1. การบริการที่ได้มาตรฐาน ใส่ใจการให้บริการอย่างเป็นธรรมชาติ
2. การบริการแนะนำสินค้า ใส่ใจคุณลูกค้าเป็นอย่างดี
3. ราคาไม่แพง โปร่งใส ชัดเจน คุณภาพดี
4. ใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง สั่งซื้อได้ตลอดเวลา
5. มีการบริการตอบ chat ให้คุณลูกค้า
6. มี promotion ทุกเดือน
7. มีคู่มือ ส่วนลด มีของแถมตามแต่ละช่วง
8. มีการบริการจัดส่งรวดเร็ว
9. รับรองประกันคุณภาพของสินค้า และได้รับสินค้าเสียหายมีการชดเชยให้
10. ติดตามสถานะพัสดุได้ตลอดเวลา

**3.1 Business Model Canvas**

<b>Key Partners</b> แพลตฟอร์ม Lazada ขนส่ง Agent	<b>Key Activities</b> ตกแต่งรูปเลือก Keyword เพื่อ update สินค้า สร้าง promotion ตกแต่งร้าน ทำการตลาดเพื่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	<b>Value Propositions</b> เน้นราคาไม่แพง คุณภาพสูง ตอบโจทย์ความ ต้องการลูกค้า เน้นการจัดส่งแบบ รวดเร็ว การบริการหลังการ ขายรับรองประกัน คุณภาพ	<b>Customer Relationship</b> มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ีรีวิวตามความจริง มีการจัดโปรโมชั่นคุ้มครองส่วนลดตลอด มีของแถมฟรี แจกฟรี	<b>Customer Segment</b> สินค้าใช้ได้ทุกเพศทุก วย เน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็น คุณแม่และลูกเป็นหลัก กลุ่มลูกค้าที่ต้องใช้ ทิชชูแอลกอฮอล์
	<b>Key Resource</b> การพัฒนา lazada การพัฒนาขนส่ง การพัฒนาระบบการชำระเงิน		<b>Channels</b> ช่องทางออนไลน์	
<b>Cost Structure</b> ต้นทุนของผลิตภัณฑ์ ต้นทุนขนส่ง (จากจีนถึงไทย) ต้นทุนแพ็คเกจของ ค่าคอมจาก Lazada			<b>Revenue Streams</b> รายได้จากการซื้อสินค้าของลูกค้า รายได้จากการซื้อสินค้าของ Agent	

### 3.2 รูปภาพสินค้าและรายละเอียดสินค้า

ตารางที่ 1 แสดงรายการสินค้าที่ขงู ein.b

ลำดับ	ชื่อสินค้า	รูปภาพ	ส่วนผสมหลัก	ประโยชน์
1	ทิชชูแห้ง einb		ใยไม้ธรรมชาติ	ทำความสะอาด ทั่วไป
2	ทิชชูเช็ดหน้า einb		เส้นใยพืช ธรรมชาติ spun nonwoven fabric	เช็ดหน้าแต่งหน้า ใช้ได้ทั้งแห้งและ เปียกแทน ผ้าเช็ดหน้าได้
3	ทิชชูเปียกดอก ซากุระ		สารสกัดจากดอก ซากุระเส้นใยพืช ธรรมชาติ EDI น้ำบริสุทธิ์	ทำความสะอาด เช็ดปาก มือได้ เน้นเป้าหมายกับ คุณแม่และลูก
4	ทิชชูเปียกไชลิทอล		EDI น้ำบริสุทธิ์ ไชลิทอลไตร ลอน	ทำความสะอาด เช็ดปาก มือได้ เน้นเป้าหมายกับ คุณแม่และลูก
5	ทิชชูเปียกนมแพะ		มีสารสกัดจากนม แพะ EDI น้ำ บริสุทธิ์ เส้นใย วิสคอส (Viscose fibre)	ทำความสะอาด เช็ดปาก มือได้ เน้นเป้าหมายกับ คุณแม่และลูก

ลำดับ	ชื่อสินค้า	รูปภาพ	ส่วนผสมหลัก	ประโยชน์
6	ทิชชูเปียก mini		EDI น้ำบริสุทธิ์ ไทรลอน	ทำความสะอาด พกพาติดตัวง่าย
7	ทิชชูเปียกอะโวคาโด		สารสกัดจากอะ โวคาโด เส้นใย พีชธรรมชาติ EDI น้ำบริสุทธิ์	ทำความสะอาด พกพาติดตัวง่าย
7	ทิชชู แอลกอฮอล์ mini		ปั่นผ่านอนุพ เวน(Spunlace nonwoven) แอลกอฮอล์ 75% EDI น้ำบริสุทธิ์ สารสกัดจากว่าน หางจระเข้	ทำความสะอาด ฆ่าเชื้อ ดูแล สุขภาพและ พกพาง่าย
8	ทิชชู แอลกอฮอล์ 40p		แอลกอฮอล์ 75% ผ้า Non-woven fabric RO น้ำ บริสุทธิ์	ทำความสะอาด ฆ่าเชื้อเช็ดของ เช็ดมือ อื่นๆ
9	ทิชชูเปียกชำระ		เส้นใยพีช ธรรมชาติสาร สกัดจากว่านหาง จระเข้ EDI น้ำ บริสุทธิ์	ใช้ในห้องน้ำ เฉพาะ เช็ดกัน เน้นเป้าหมายกับ คุณแม่และลูก

ลำดับ	ชื่อสินค้า	รูปภาพ	ส่วนผสมหลัก	ประโยชน์
10	ทิชชูเปียกกันยู่ง		ปั่นผ่านอนุฟู เวน(Spunlace nonwoven) RO น้ำบริสุทธิ์ กลิ่น หอมระเหยลาเวน เดอร์	ใช้กันยู่ง ทำความ สะอาด

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

#### 4.1 สภาวะอุตสาหกรรม สภาวะตลาดและแนวโน้ม

เนื่องจากปี 2019 มีโควิดเกิดขึ้น สภาพของทั่วโลกได้เปลี่ยนแปลงไป สภาพสังคมไทย และลักษณะการใช้ชีวิตก็ได้เปลี่ยนแปลงไป โดยไม่สามารถใช้ชีวิตได้ตามปกติ ประชากรต้องใส่ หน้ากาก พกพาแอลกอฮอล์ตลอดเวลา นิดแอลกอฮอล์ทุกครั้ง ล้างมือทุกครั้งก่อนกินข้าว สถานการณ์โควิดทำให้แต่ละคนได้ดูแลตัวเองและระมัดระวังมากขึ้น แม้กระทั่งว่าประชากรที่ได้ นิดวัคซีนแล้ว ก็ยังต้องดูแลตัวเอง เนื่องจากสายพันธุ์โควิดได้เปลี่ยนแปลงไป กระจายได้มากขึ้น อยู่ได้นานมากขึ้น ในสถานการณ์นี้ จึงทำให้การใช้ชีวิตทำความสะดวก ทิชชู แอลกอฮอล์เยอะขึ้น เพื่อดูแลสุขภาพตัวเอง

ปัจจุบันนี้มีสถานการณ์วิกฤตโรคระบาดของการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่กำลังลุกลามไปทั่วโลก ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ลดความเสี่ยงการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 มีความต้องการทางการตลาดสูง เป็นโอกาสของผู้ประกอบการในการปรับตัวเพื่อสร้างรายได้ ข้อมูลจาก ส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) ระบุว่า ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ที่ลดความเสี่ยงการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 มีความต้องการทางการตลาดสูง โดยมีด้วยกัน 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หน้ากากอนามัย เจลล้างมือ ทิชชู เปียกแอลกอฮอล์ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดพื้น-สเปรย์ยังยั้งเชื้อไวรัส สมุนไพรไทย COVID-19 ทำให้การตลาดได้รับผลกระทบจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ลดลงและความระมัดระวังในการใช้จ่ายของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น แต่สินค้ากลุ่มอุปโภค เช่น ทิชชู เครื่องใช้ส่วนตัว มียอดขายที่เติบโตขึ้นจาก ความต้องการสินค้าดังกล่าวที่เพิ่มขึ้นทั้งผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาด กระดาษทิชชู กระดาษ เปียก แอลกอฮอล์ และเจลล้างมือแอลกอฮอล์ เป็นต้น

สำหรับในภาพรวมของอุตสาหกรรมเกี่ยวกับทิชชู ตลาดกระดาษทิชชูการวิเคราะห์ ตลาดรายได้ของตลาดแนวโน้มภูมิภาคการแข่งขันและโอกาสในการเติบโตจะไปจนถึงปี 2570 โอกาสในการเติบโตในตลาดกระดาษทิชชูมีแนวโน้มที่สดใสในอีก 6 ปีข้างหน้า ผลวัดของตลาด กระดาษทิชชู (รวมถึงตลาดส่วนแบ่งแนวโน้มการคาดการณ์การเติบโต การคาดการณ์และการ วิเคราะห์อุตสาหกรรม)ตลาดกระดาษทิชชูคาดว่าจะมีการเติบโตอย่างแข็งแกร่งในตลาดในช่วงเวลา



คาดการณ์เนื่องจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั่วโลก และการเพิ่มความตระหนักที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและสุขอนามัยในหมู่ประชากร

#### 4.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

ปัจจัยการพิจารณา	วิเคราะห์ธุรกิจ
ลูกค้าคือใคร(WHO?)	บุคคลทั่วไป ทุกเพศทุกวัย กลุ่มเป้าหมายแม่และลูก ร้านที่ต้องการขายทิชชูเปียก ทิชชู แอลกอฮอล์
ลูกค้าอยู่ที่ไหน(WHERE?)	ทั่วประเทศไทย
สิ่งที่ลูกค้าต้องการคืออะไร(WHAT?)	ทำความสะอาด ดูแลสุขภาพและฆ่าเชื้อ
ทำไมลูกค้าจึงต้องการใช้บริการของเรา (WHY?)	คุณภาพดี ราคาถูก ยุติธรรม โปร่งใส ใช้งานได้ง่าย สั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง จัดส่งทุกวัน ส่งไว รับรองประกันคุณภาพ มีบริการดีเยี่ยม
ลูกค้าต้องการใช้บริการเราเมื่อใด(WHEN?)	ใช้ในบ้าน เวลาออกไปข้างนอก
ทำอะไรเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าพึงพอใจ(HOW?)	คุณภาพดี บริการก่อนการขายและหลังการขาย มี promotion ทุกเดือน คุปอง ส่วนลด และ ของแถมฟรี

#### 4.3 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของร้านทิชชู ein.b ให้ดูแลคุณ สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มได้  
ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าทั่วไป ได้แก่ ลูกค้าที่ใช้ทิชชูแห้ง ลูกค้าที่ต้องการใช้ทิชชูเปียก ลูกค้าที่  
ต้องการใช้ทิชชูเปียกแอลกอฮอล์ ลูกค้าที่ผิวแพ้ง่าย ลูกค้าที่เป็นคุณแม่ลูก

2. กลุ่มลูกค้าองค์กร (ห้างฯ ร้าน คลินิก) ได้แก่ ร้านนั่งกินข้าว ร้านขายของต่างๆ คลินิก ที่ต้องการใช้ทิชชู่ ทิชชู่เปียกแอลกอฮอล์

#### 4.4 วิเคราะห์สภาพการแข่งขัน คู่แข่งขัน และการเปรียบเทียบคู่แข่ง

##### 4.4.1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Industry rivalry)

จากการเปรียบเทียบการแข่งขันธุรกิจ ในอุตสาหกรรมนี้ยังไม่มากนัก เนื่องจาก ข้อได้เปรียบหลายประการของทิชชู่ อาทิ ด้านราคา ด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะเหมาะสำหรับคุณแม่และเด็ก ทำให้แบรนด์นี้ยังเป็นทีไว้วางใจของผู้บริโภค และยังเป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นผลิตภัณฑ์แบบใหม่ที่ยังเข้าตลาดไม่ทั่วถึง

##### 4.4.2 อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)

ในธุรกิจนี้ ซัพพลายเออร์คือแบรนด์ einb สินค้าเป็นแบรนด์ของอเมริกา ผลิตที่โรงงานจีน และนำเข้ามาจากจีน ซึ่งในส่วนราคาทางโรงงานได้กำหนดแล้วว่าสั่งซื้อสินค้าจำนวนเยอะ จะมีราคาขายส่งให้กับทางร้านโดยราคาถูกกว่าปกติ แต่ในช่วง covid-19 มีความต้องการใช้ทิชชู่เปียกมากขึ้น และอีกอย่างคือ ในช่วง covid-19 ขนส่งจะล่าช้ากว่าปกติ ซึ่งจะมีผลต่อการส่งสินค้าล่าช้า ซัพพลายเออร์ผลิตสินค้าไม่ทัน โดยสินค้านำเข้าจากจีน ขนส่งจากจีนมีโอกาสล่าช้ามากกว่าเดิม ซึ่งทำให้อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ มีค่อนข้างต่ำ

##### 4.4.3 อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ (Bargaining Power of Customers)

เนื่องจากทางร้านได้เปิดร้านในแอปพลิเคชันของ lazada และแอปพลิเคชันของ lazada ได้ทำการโฆษณาทำให้ผู้บริโภคได้รู้จากการทั่วถึง เช่น มีคูปองส่วนลด และมีบริการจัดส่งฟรี lazada จัดแคมเปญใหญ่ในทุกปี และมีแคมเปญย่อยของทุกทุกเดือน ดังนั้นอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการจึงมีค่อนข้างสูง

##### 4.4.4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products or Services)

ในปัจจุบันนี้ทิชชู่เปียก ทิชชู่แอลกอฮอล์ได้นิยมใช้มากขึ้น เนื่องจากมีโรคระบาดและ ประชากรคุณแม่และเด็กได้เพิ่มขึ้น และร้านที่ขายทิชชู่เปียก ทิชชู่แอลกอฮอล์ก็เพิ่มมาเรื่อยๆ เนื่องจากนี้ทางร้านต้องการวางกลยุทธ์หรือจัดแคมเปญให้ดี เพื่อจะได้ดึงดูดและเข้าถึงผู้บริโภค ดังนั้นภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน จะอยู่ระดับปานกลาง จากการขายทิชชู่ทางตลาด

##### 4.4.5 ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrance)

คู่แข่งรายใหม่ ร้านที่ขายของออนไลน์ที่ lazada ค่อนข้างเยอะสามารถเข้ามาทำตลาดนี้ได้ แต่ในปัจจุบัน ร้านที่ขายทิชชู่แบรนด์ einb ไม่ค่อยเยอะ ถือว่าเป็นส่วนน้อย ส่วนมากจะเป็นร้านที่ขายผลิตภัณฑ์รวมหลายประเภท เช่นทิชชู่ เสื้อผ้า ของใช้ในบ้าน เป็นต้น จะไม่นับขายผลิตภัณฑ์

ประเภทเดียวกัน หรือจะเป็นร้านที่เน้นขายผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน แต่ไม่ใช่เป็นแบรนด์ einb และแบรนด์ einb เป็นแบรนด์อเมริกา มีคนนิยมใช้มาก เจาะกลุ่มลูกค้าคุณแม่ลูกเป็นหลัก แต่ทุกวัยก็สามารถใช้ได้ คุณภาพดี ได้มาตรฐาน ราคาไม่แรง ทางร้านจะมีสินค้าหลายประเภท เช่น ทิชชูแห้ง ทิชชูเปียก ทิชชูแอลกอฮอล์ ทิชชูเปียกชำระ ทิชชูกันยุง ซึ่งทั้งหมดจะเป็นแบรนด์ ein.b ซึ่งในปัจจุบันคู่แข่งรายใหม่ยังถือว่าไม่ค่อยมากนักเท่าไร

#### 4.5 วิเคราะห์คู่แข่ง

##### 4.5.1 คู่แข่งขันทางตรง (Direct Competitor)

คู่แข่งทางตรงคือ ร้านที่เน้นขายทิชชู ร้านที่ขายแบรนด์ einb ในแอปพลิเคชัน lazada คู่แข่งที่มีผลิตภัณฑ์เหมือนบริษัท แทบจะไม่มี

##### 4.5.2 คู่แข่งขันทางอ้อม (Indirect Competitor)

คู่แข่งทางอ้อมคือร้านที่เน้นขายทิชชู ร้านที่ขายแบรนด์ einb ในแอปพลิเคชันอื่นๆ เช่น shopee, JD เป็นต้น

#### 4.6 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SWOT Analysis)

<p><b>จุดแข็ง (Strength)</b>                      สินค้าคุณภาพดี ราคามาตรฐาน                      ทิชชูมีหลายประเภท ทิชชูแห้ง ทิชชูเปียก ทิชชูกันยุง ทิชชูแอลกอฮอล์                      มีส่วนลด แคมเปญ ของแถมตามแต่ละเดือน</p>	<p><b>จุดอ่อน (Weakness)</b>                      ลูกค้าที่ติดตามร้านยังไม่ค่อยเยอะ                      เงินลงทุนไม่บ่อยเยอะ</p>
<p><b>โอกาส (Opportunities)</b>                      ผู้บริโภคได้เข้าถึงง่าย สั่งซื้อได้ตลอดเวลา                      โครระบาด ทำให้คนที่ใช้ทิชชูเปียก ทิชชูแอลกอฮอล์ได้มากขึ้น                      ประชากรคุณแม่ลูกได้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ                      แอปพลิเคชันของ lazada ได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว                      โลจิสติกส์ได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว จัดส่งสินค้าได้เร็วขึ้น ได้เข้าถึงทุกที่ของประเทศไทย</p>	<p><b>อุปสรรค (Threats)</b>                      คู่แข่งในตลาดค่อนข้างเยอะ                      เนื่องจากมีโรค covid-19 ภาวะเศรษฐกิจไทยตกต่ำ จึงมีผลกระทบต่อคำสั่งซื้อสินค้าลดลง</p>

**4.7 การจัดทำกลยุทธ์ (TOWS Matrix)**

<p style="text-align: center;"><b>ภายใน</b></p> <p style="text-align: center;"><b>ภายนอก</b></p>	<p><b>จุดแข็ง (Strength)</b></p> <p>สินค้าคุณภาพดี ราคาโปร่งใส</p> <p>ทีมมีหลายประเภท ทีมผู้แข่ง ทีมผู้เป็ยก ทีมผู้กันยุง ทีมผู้แอลกอฮอล์</p> <p>มีส่วนลด แคมเปญ ฟรีค่าจัดส่ง ตามแต่ละเดือน</p>	<p><b>จุดอ่อน (Weakness)</b></p> <p>คนที่ติดตามร้านยังไม่ค่อยเยอะ</p> <p>เงินลงทุนไม่ค่อยเยอะ</p>
<p><b>โอกาส(Opportunities)</b></p> <p>ผู้บริโภคได้เข้าถึงง่าย สั่งซื้อได้ทุกที่ทุกเวลาได้</p> <p>โรคระบาด ทำให้คนที่ใช้ทีมผู้เป็ยก ทีมผู้แอลกอฮอล์ได้มากขึ้น</p> <p>ประชากรคนแม่ลูกได้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ</p> <p>แอปพลิเคชันของlazada ได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว</p> <p>โลจิสติกส์ได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว จัดส่งสินค้าได้เร็วขึ้น "ได้เข้าถึงทุกที่ของประเทศไทย"</p>	<p><b>กลยุทธ์เชิงรุก SO</b></p> <p>S<sub>1</sub>O<sub>1</sub>: โปรโมทให้ร้านได้มีผู้บริโภคซื้อเพิ่มขึ้น</p> <p>S<sub>2</sub>O<sub>2</sub>: จัดทำโปรโมทขั้นให้ผู้บริโภค เช่น ซื้อทีมผู้เป็ยกส่ง1 จะแถมให้ทีมผู้พกพา2ห่อ</p> <p>S<sub>3</sub>O<sub>3</sub>: จัดแคมเปญCoins Day สินค้าแจกฟรี เพื่อจะให้ผู้บริโภครู้จักร้านได้มากขึ้น</p> <p>S<sub>4</sub>O<sub>4</sub>: โฟกัสตรึม</p>	<p><b>กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO</b></p> <p>W<sub>1</sub>O<sub>1</sub>: โปรโมทให้ร้านมีผู้บริโภคติดตามมากขึ้น</p> <p>W<sub>2</sub>O<sub>3</sub>: หาแหล่งทุน</p>
<p><b>อุปสรรค (Threats)</b></p> <p>คู่แข่งในตลาดค่อนข้างเยอะ</p> <p>เนื่องจากมีโรคCovid-19ออกมา ภาวะเศรษฐกิจไทยตกต่ำ จึงมีผลกระทบต่อ การสั่งซื้อสินค้าลดลง</p>	<p><b>กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST</b></p> <p>S<sub>1</sub>T<sub>1</sub>: มุ่งเน้นคุณภาพของสินค้า เน้นบริการดีต่อผู้บริโภค</p> <p>S<sub>2</sub>T<sub>2</sub>: รับรองประกันคุณภาพและชดเชย</p> <p>S<sub>3</sub>T<sub>2</sub>: เน้นการบริการให้ดี แนะนำสินค้าให้ แถมให้โดยผู้บริโภคสั่งซื้อจำนวนเยอะ</p>	<p><b>กลยุทธ์เชิงรับ WT</b></p> <p>W<sub>1</sub>T<sub>1</sub>: ทำกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด เช่น สร้างเพจ facebook โปรโมทร้านและสินค้ามากขึ้น</p> <p>W<sub>1</sub>T<sub>2</sub>: สร้างพาร์ทเนอร์ เช่นagent</p>

## บทที่ 5

### แผนการบริหารจัดการ

#### 5.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	ทิชชู ein.b ให้ดูแลคุณ (ein.b tissue to take care of you)
ที่อยู่ที่ตั้งกิจการ	99/191 ซ.ลาดพร้าว 41 จันทระเกษม จตุจักร กทม. 10900
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	กิจการเจ้าของคนเดียว
เงินลงทุนเริ่มแรก	300,000 บาท

#### 5.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

นางสาว YUNNI LU กรรมการผู้จัดการ

#### 5.3 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

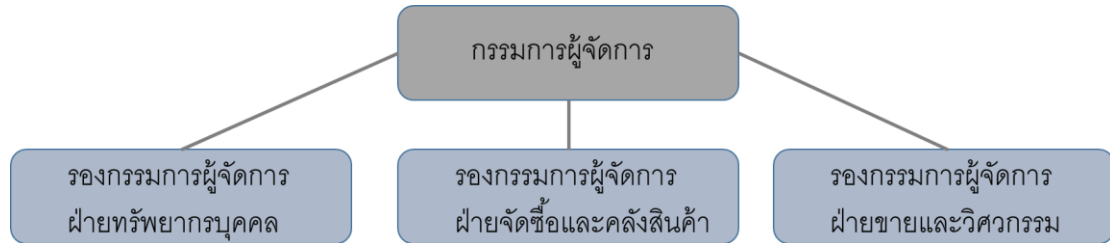
##### 5.3.1 การศึกษา

ระดับปริญญาโท จาก มหาวิทยาลัย Dhurakij Pundit University กำลังศึกษาอยู่  
ระดับปริญญาตรี จาก มหาวิทยาลัย HONGHE ปี พ.ศ. 2561

##### 5.3.2 ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2561 – 2563 บริษัท AIHAIWAI จำกัด (มหาชน) ตำแหน่ง sell

#### 5.4 แผนผังองค์กร



ภาพที่ 5.1 แสดงโครงสร้างองค์กร

#### 5.5 วิสัยทัศน์

ส่งมอบพิษซูเปกที่มีคุณภาพ และคุ้มค่า เพื่อสร้างคุณค่าแก่ลูกค้าอย่างยั่งยืน

#### 5.6 พันธกิจ

สร้างมูลค่าให้กับผู้ใช้และสร้างความมั่นคงให้สังคม

#### 5.7 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น	เป็นที่รู้จัก และมีผู้ใช้บริการตามเป้าหมายขั้นต่ำที่กำหนด
เป้าหมายระยะกลาง	ปีที่ 1-3 สามารถสร้างกำไรได้วันละไม่น้อยกว่า 5,000 บาท
เป้าหมายระยะยาว	ทำให้แบรนด์เป็นที่นิยมนำใช้ในประเทศชาติ

#### 5.8 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

- 5.8.1. มุ่งมั่นพัฒนาการขายและบริการให้มีมาตรฐาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ
- 5.8.2. การนำองค์กรไปในทิศทางเดียวกัน มีเป้าหมายและแผนงานที่ชัดเจน นำไปสู่การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ

## บทที่ 6

### แผนการตลาด

#### 6.1 เป้าหมายทางการตลาด

เป้าหมายระยะสั้น (ภายใน 1 ปี)

1. ทำการตลาดให้แบรนด์เป็นที่รู้จัก โดยมุ่งเน้นไปที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก
2. จัดทำแคมเปญส่งเสริมการขาย เพื่อให้ลูกค้าได้ลองใช้สินค้า มีความประทับใจ
3. ยอดขายแต่ละวันมากกว่า 5,000 บาท มีผู้ติดตามมากกว่า 1,000 คน

เป้าหมายระยะกลาง (1-3 ปี) ปีที่ 1-3

1. ยอดขาย 5,000 บาท-10,000 บาทต่อวัน
2. เปิดร้านขายใน shopee สร้างสร้างแพลตฟอร์มขายใน Facebook
3. รักษาฐานลูกค้าเก่า และดึงดูดลูกค้าใหม่ด้วยสินค้ามีคุณภาพ บริการดี

เป้าหมายระยะยาว (3-5 ปี)

1. ยอดขาย 10,000 บาท-15,000 บาทต่อวัน

#### 6.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

##### 6.2.1 วิธีการทำแบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด

โดยการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน โดยใช้แบบสอบถามเรื่องความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อกระดาษทิชชู ซึ่งแบบสอบถามมีข้อมูลทั้งหมด 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถอธิบายและสรุปได้ดังนี้

ตัวแปร	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	29	29
หญิง	71	71
อายุ		
ต่ำกว่า 18 ปี	0	0
18-25 ปี	21	21
25-30 ปี	63	63
30 ปีขึ้นไป	16	16
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 12,000 บาท	2	2
12,000 – 17,000 บาท	5	5
17,001 – 22,000 บาท	36	36
22,001 – 32,000 บาท	39	39
32,000 บาทขึ้นไป	18	18

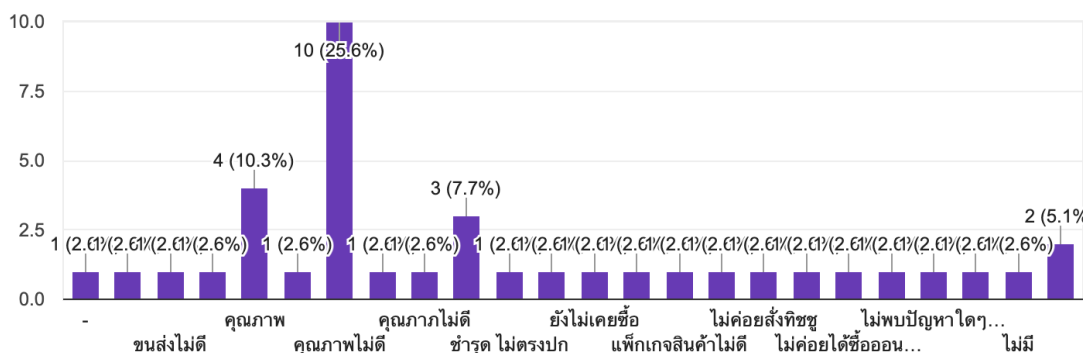
ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นในการเลือกซื้อกระดาษทิชชู สามารถอธิบายและสรุปได้ดังนี้

ตัวแปร	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
<b>หากท่านเลือกซื้อกระดาษทิชชูบน Online</b> <b>ท่านมักจะเลือกซื้อจากช่องทางใดมากที่สุด</b>		
Shopee	75	75
-Lazada	73	73
-Instagram	7	7
-Facebook	6	6
-Tiktok	0	0
-อื่น ๆ	7	7
<b>ท่านมีหลักเกณฑ์ใดในการเลือกกระดาษทิชชู</b> <b>บน Online</b>		
ชื่อเสียง	5	5



ตัวแปร	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
จำนวนผู้ติดตาม	6	6
ภาพสินค้ามีความน่าสนใจ	5	5
มีรีวิวสินค้าของลูกค้าที่เคยสั่งซื้อ	84	84
มีรับประกันสินค้า	0	0
อื่นๆ	0	0
<b>ความถี่ในการซื้อกระดาดยี่ห้อชูบ Online</b>		
สัปดาห์ละครั้ง	8	8
สัปดาห์ละสองครั้ง	4	4
เดือนละครั้ง	88	88
<b>ในเวลากการซื้อกระดาดยี่ห้อชูบ ท่านเลือกอะไรเป็นหลัก</b>		
ราคาถูก	12	12
คุณภาพ	86	86
การ design ของแพ็คเกจ	1	1
แบรนด์	1	1
<b>กิจกรรมส่งเสริมการตลาดทาง Online ในข้อใดที่ท่านให้ความสนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>		
จัดส่งฟรี	93	93
มีของแถม	17	17
มีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าครบที่กำหนด	15	15
อื่นๆ	0	0
<b>ท่านคิดว่าการซื้อชูบแต่ละครั้ง ราคาเท่าไรเหมาะสมสำหรับคุณ</b>		
ไม่เกิน 200 บาท	49	49
ไม่เกิน 500 บาท	43	43
501 - 1,000 บาท	8	8
1,001 - 2,000บาท	0	0

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาการเลือกซื้อกระดาษทิชชูบน Online



โดยรวมแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักจะพบปัญหาคือ คุณภาพสินค้าไม่ค่อยดี

6.3 กลยุทธ์ทางการตลาดและการแข่งขัน

กลยุทธ์ด้านส่วนผสมทางการตลาด

6.3.1 ด้านสินค้าและบริการ

1. เป็นสินค้าของใช้ในชีวิตประจำวัน ใช้ในด้านทำความสะอาด เช่น เช็ดหน้า เช็ดจาน เช็ดก้น เป็นต้น ส่วนทิชชูแอลกอฮอล์ สามารถฆ่าเชื้อแบคทีเรียได้มากกว่า 99.99%
2. เป็นสินค้าที่มีแบรนด์ เป็นแบรนด์คือสหรัฐอเมริกา มีคุณภาพ ราคาไม่แพง
3. ขายของในแอปพลิเคชัน Lazada ใช้งานได้ง่าย สะดวก สามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลา

6.3.2 ด้านราคา

การตั้งราคาของสินค้า ราคเป็นธรรม โปร่งใส ขายเป็นชิ้น และยกหลัง ราคาเริ่มต้น 12 บาทถึง 558 บาท ในช่วงที่มี flash sell หรือแคมเปญ ราคาจะต่ำกว่าปกติ มีคุณภาพ

6.3.3 ด้านช่องทางการให้บริการ

ช่องทางการให้บริการ ลูกค้าสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน Lazada แล้วสามารถติดตามร้านได้

6.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. มุ่งเน้นสินค้ามีคุณภาพ ให้ลูกค้าที่สั่งซื้อครั้งแรกมีความประทับใจ จะได้มีการรีวิวได้เยอะ คุณติดตามได้เยอะ เช่น แพ็คสินค้าให้ดี เวลาแพ็คของต้องตรวจสอบสินค้าก่อน ตอบ chat ลูกค้าได้เร็ว แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น
2. จัดทำโปรโมชั่นอย่างสม่ำเสมอ เช่น ส่งสินค้าฟรี ลดราคาตาม season เพื่อดึงลูกค้ามาสั่งซื้อ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าใหม่ หรือลูกค้าประจำ สามารถจดจำสินค้าของเราได้

#### 6.4 แผนการทำยอดขายให้บรรลุเป้าหมาย

6.4.1 ยอดขายปีที่1 ยอดขายต้องมากกว่า 5,000 บาทต่อวัน

เปิดร้านLazadaใหม่ เพิ่มช่วงทางการขาย

รับ Agent ขายแบบราคาปลี เพื่อเพิ่มกำไร

เข้าแคมเปญให้ได้มากที่สุด

6.4.2 ยอดขายปีที่ 1-3 ยอดขายต้องมากกว่า5,000-10,000 บาทต่อวัน

เปิดร้าน Shopee เข้าแคมเปญ

ขายเป็นราคาปลี เพื่อมีส่วนลดดึงดูดลูกค้า

บริการตอบchat ให้เร็ว บริการหลังการขายดี รับประกันสินค้า

6.4.3 ยอดขายปีที่ 3-5 ยอดขาย 10,000-15,000บาทต่อวัน

หาร้านใหญ่โดยเน้นขายทีชชู่ แนะนำสินค้า โดยฝากขายหน้าร้าน

เชิญคนดังทางอินเทอร์เน็ตช่วย live ทำให้แบรนด์มีคนที่ใช้มากขึ้น

เปิด LazMall โดยเน้นขายแบรนด์ทีชชู่ einb

## บทที่ 7

### แผนการบริการและดำเนินการ

แผนการบริการและดำเนินการเป็น แนวทางหรือกรอบในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้เดินไปตามกรอบเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ โดยมุ่งเน้นการบริการที่โดดเด่น มีคุณภาพ โดยรวมแล้ว มีการขายออนไลน์ เช่นขายใน Lazada Shopee และยังมีออฟไลน์ เช่น agent ที่รับขายต่อ ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่าย ในระบบยังมีการรีวิว ความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการบริการให้ดีขึ้น

#### 7.1 สถานประกอบการในการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ

ชื่อกิจการ	ทีชชู่ ein.b ให้ดูแลคุณ
ชื่อบริการ	ธุรกิจการขายสินค้าออนไลน์
สโลแกน	ทุกครั้งที่ใช้ คือความหวังใจ
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ	99/191 ซ.ลาดพร้าว 41 จันทระเกษม จตุจักร กทม. 10900

#### 7.2 ตราสัญลักษณ์ของธุรกิจ

สัญลักษณ์ของธุรกิจ ein.b ให้ดูแลคุณ จะเป็นธุรกิจเน้นขายทีชชู่เปียกในแอปพลิเคชัน Lazada โดยนำแบนเนอร์ ein.b ป็นหลัก logo จะเป็นแบบนี้



ภาพที่ 7.1 แสดงโลโก้ของธุรกิจ

### 7.3 ขั้นตอนการใช้บริการ

7.3.1 เข้าหน้าร้าน เลือกสินค้าที่ชอบ เพิ่มลงรถเข็น และกดรับคูปองส่วนลด สั่ง order ได้เลย

7.3.2 ทางร้านแพ็คสินค้า ขนส่งมารับสินค้า จัดส่งถึงบ้าน

7.3.3 ทางร้านมีการตอบchat มีการตอบรีวิว

7.3.4 บริการหลังการขาย มีการรับประกัน

## บทที่ 8

### แผนการเงิน

#### 8.1 เป้าหมายทางการเงิน

ทางร้านได้ดำเนินการจัดทำแผนการเงินให้สอดคล้องกับธุรกิจ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินธุรกิจ ได้อย่างราบรื่นและเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ สถานะการเงินและงบประมาณต่างๆ มีผลต่อแผนการดำเนินงาน รวมถึงเป้าหมายที่ตั้งกับการลงทุนและกำไรที่ได้รับเหมาะสมหรือไม่ จึงต้องบริหารจัดการธุรกิจเกิดสภาพคล่อง และมีเงินทุนหมุนเวียน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายได้

#### 8.2 นโยบายและกลยุทธ์ทางการเงิน

มีการจัดทำแผนการเงินเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างและรักษาผลกำไรของธุรกิจ และ งบประมาณการงบประมาณต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น ให้เกิดความสมดุลกัน รวมทั้งเพื่อเป็นการแสดงผลการดำเนินงานของกิจการ และฐานะทางการเงิน ว่ามีความเหมาะสมและคุ้มค่าหรือไม่ ให้สามารถจัดการกับทรัพยากรและเงินทุนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ในแผนการธุรกิจครั้งนี้ มีการลงทุน 300,000 บาท เพื่อเป็นการนำสินค้ามาจากจีน รวมถึงค่าสินค้า ค่าขนส่ง ค่าเช่าเป็นต้น สามารถดำเนินได้

#### 8.3 แหล่งที่มาของเงินทุน

จัดหาแหล่งเงินทุนด้วยส่วนเงินเก็บจากที่ทำงานเก่าและยืมจะครบคร้ว 100,000 บาท ไม่ได้ทำการกู้ยืมเงินจากแหล่งเงินทุนอื่นๆ ซึ่งแหล่งที่มาของเงินทุน แสดงได้ดังนี้

รายการของแหล่งเงินทุน	จำนวนเงิน
เงินเก็บ (ภายใน)	200,000 บาท
เงินยืมจากครอบครัว (ภายนอก)	100,000 บาท

#### 8.4 ประมาณการการให้บริการ 1-5 ปี

การประมาณการการขายที่ซู่ ทางร้านได้ตั้งสมมติฐาน ในปีแรกโดยมียอดขาย 5000 บาทต่อวันในช่วง 1-3 ปี มียอดขาย 5000 -10,000 บาทต่อวัน ในช่วง 3-5 ปี มียอดขาย 10,000 บาท-15,000บาทต่อวัน คาดว่าสามารถขายสินค้าได้ตามที่ขอดคิดไว้ ประมาณการการให้บริการ 1-5 ปี ตามตารางต่อไป

ตารางที่ 2 แสดงการประมาณการขอดการสั่งซื้อ (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี)

รายการ	ปี1	ปี2	ปี3	ปี4	ปี5
ขอดขายต่อวัน	5,000	8,000	10,000	12,000	15,000
ขอดขายต่อเดือน	150,000	240,000	300,000	360,000	450,000
ขอดขายต่อปี	1,800,000	2,880,000	3,600,000	4,320,000	5,400,000

#### 8.5 ประมาณการรายได้ของธุรกิจ 1-5 ปี

การประมาณการรายได้ของธุรกิจ จะมีการหักค่าธรรมเนียมการชำระเงินของระบบ Lazada โดยคิดแล้วเป็น 2.5% ของขอดขายทุกๆ รอบ

ตารางที่ 3 แสดงการประมาณการรายได้ของธุรกิจ (ช่วงเวลา 1 – 5 ปี)

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
รายได้ต่อปี	1,800,000	2,880,000	3,600,000	4,320,000	5,400,000
ค่าธรรมเนียม2.5%	45,000	72,000	90,000	108,000	135,000
ประมาณการรายได้ต่อปี	1,755,000	2,808,000	3,510,000	4,212,000	5,265,000
รายได้เพิ่มขึ้นต่อปี	-	1,053,000	702,000	702,000	1,053,000
อัตรากำไรที่เพิ่มขึ้นต่อปี	-	60%	30%	20%	25%

### 8.6 ประมาณการค่าใช้จ่ายของธุรกิจ 1-5 ปี

การประมาณค่าใช้จ่ายของธุรกิจ ตั้งแต่ปีที่1-5 ทางร้านมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ดังนี้

#### ต้นทุนแปรผัน

- |                               |             |                 |
|-------------------------------|-------------|-----------------|
| 1. ค่านำเข้าสินค้า            | คิดเป็น 40% | ของรายได้ปีนั้น |
| 2. ค่าขนส่งสินค้าจากจีนถึงไทย | คิดเป็น 2%  | ของรายได้ปีนั้น |
| 3. ค่าแพ็คเกจของ, ค่ากล่อง    | คิดเป็น 1%  | ของรายได้ปีนั้น |

#### ต้นทุนคงที่

- |                                |                    |
|--------------------------------|--------------------|
| 1. ค่าเช่าที่ทำงาน             | 20,000 บาทต่อเดือน |
| 2. ค่าโต๊ะทำงาน เครื่องปริ้นท์ | 20,000 บาท         |

ตารางที่ 4 ประมาณการค่าใช้จ่ายของธุรกิจ 1-5 ปี

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่านำเข้าสินค้า	702,000	1,123,200	1,404,000	1,728,000	2,106,000
ค่าขนส่งสินค้า	35,100	56,160	70,200	84,240	105,300
ค่าแพ็คเกจของ	1,750	28,080	35,100	42,120	52,650
ค่าเช่า	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าโต๊ะทำงาน เครื่องปริ้นท์	20,000	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายต่อปี	998,850	1,447,440	1,749,300	2,094,360	2,287,950



### 8.7 ประมาณการงบกำไรขาดทุน 1-5 ปี

การประมาณการงบกำไรขาดทุนในช่วง 1-5 ปี ทางร้านคำนวณจากรายได้ในตาราง 8.5.1 และค่าใช้จ่ายในตารางที่ 8.7 ที่จะเกิดขึ้นภายในปีนั้นๆ โดยหักภาษีนิติบุคคล 20%

#### ตารางที่ 5 ประมาณการงบกำไรขาดทุน 1-5 ปี

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
รายได้	1,755,000	2,808,000	3,510,000	4,212,000	5,265,000
ค่าใช้จ่าย	998,850	1,447,440	1,749,300	2,094,360	2,287,950
กำไรสุทธิก่อนภาษี	756,150	1,360,560	1,760,700	2,117,640	2,977,050
หักภาษี	11,3422.5	204,084	264,105	317,646	446,557.5
กำไรสุทธิ	642,727.5	1,156,476	1,496,595	1,799,994	2,530,492.5
กำไรสะสม	642,727.5	1,799,203.5	3,295,798.5	5,095,792.5	7,626,285

หมายเหตุ : กรมสรรพากร กำหนดให้นิติบุคคลที่มีรายได้ ต้องมีการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลตามกฎหมาย โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

กำไรสุทธิก่อนหักภาษี 1 – 300,000 บาท : ยกเว้นภาษี

กำไรสุทธิก่อนหักภาษี 300,001 – 3,000,000 บาท : อัตราภาษี 15%

กำไรสุทธิก่อนหักภาษี 3,000,001 บาทขึ้นไป : อัตราภาษี 20%

### 8.8 จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

ในส่วนของ การหาจุดคุ้มทุน จะเป็นระดับที่กิจการสามารถทำรายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวมในช่วงเวลาหนึ่ง

$$\begin{aligned}
 \text{จุดคุ้มทุน} &= \frac{\text{ต้นทุนคงที่ต่อเดือน}}{(\text{ราคาขาย} - \text{ต้นทุนผันแปร})} \\
 &= \frac{24,738}{(250 - 100)} \\
 &= 165
 \end{aligned}$$

ดังนั้น กิจการจะต้องขายสินค้าเป็นจำนวน 165 ชิ้นต่อเดือน หรือ 6 ชิ้นต่อวัน จึงจะคุ้มทุน

## 8.9 ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 6 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

กระแสเงินสดจาก กิจกรรมดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	642,727.5	1,156,476	1,496,595	1,799,994	2,530,492.5
บวกค่าเสื่อมราคา	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000
บวกภาษีเงินได้ค้าง จ่ายที่เพิ่มขึ้น	11,3422.5	90,661.5	60,021	53,541	128,911.5
หักสินค้าคงเหลือที่ เพิ่มขึ้น	300	200	200	190	180
เงินสดจากกิจกรรม ดำเนินงาน	845,850	1,336,937.5	1,646,416	1,943,345	2,749,224
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการลงทุน					
สินทรัพย์ถาวรรวม	300,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการ ลงทุน	300,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการจัดหา					
ทุนหุ้นสามัญ	300,000	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	845,850	1,336,937.5	1,646,416	1,943,345	2,749,224
บวกเงินสดต้นงวด	-	845,850	2,182,787.5	3,829,203.5	5,772,548.5
เงินสดปลายงวด	845,850	2,182,787.5	3,829,203.5	5,772,548.5	8,521,772.5

### 8.10 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 7 แสดงประมาณการงบดุล

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>					
เงินสด	845,850	2,182,787.5	3,829,203.5	5,772,548.5	8,521,772.5
สินค้าคงเหลือ	2000	2100	2204	2315	2431
สินทรัพย์ถาวรรวม	300,000	300,000	300,000	300,000	-
รวมสินทรัพย์	1,147,850	2,484,887.5	4,131,407.5	6,074,863.5	8,524,203.5
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	115277	124234	133191	141951	151548
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
กำไรสะสม	642,727.5	1,799,203.5	3,295,798.5	5,095,792.5	7,626,285
รวมหนี้สินและส่วน ของผู้ถือหุ้น	1,147,850	2,484,887.5	4,131,407.5	6,074,863.5	8,524,203.5

### 8.11 วิเคราะห์โครงสร้างการลงทุน

ตารางที่ 8 วิเคราะห์โครงสร้างการลงทุน

ปีที่	กระแสเงินสด
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	(300,000)
1 กระแสเงินสดรับ	845,850
2 กระแสเงินสดรับ	1,336,937.5
3 กระแสเงินสดรับ	1,646,416
4 กระแสเงินสดรับ	1,943,345
5 กระแสเงินสดรับ	2,749,224

### มูลค่าปัจจุบันสุทธิ NPV (Net Present Value)

แผนธุรกิจ “ทิชชู ein.b ให้ดูแลคุณ (ein.b tissue to take care of you)” ได้ประเมินแล้วว่า ต้องใช้เงินลงทุนจำนวน 300,000 บาท โดยจะมีกระแสเงินสดเป็นระยะเวลา 5 ปี นับตั้งแต่ปีแรกที่เริ่มลงทุน กำหนด Discount rate ไว้ที่ 15% (r) จำนวนดังต่อไปนี้

$$NPV = CF_0 + \frac{CF_1}{(1+r)} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \frac{CF_3}{(1+r)^3} + \frac{CF_4}{(1+r)^4} + \frac{CF_5}{(1+r)^5}$$

$$NPV = -300,000 + \frac{845850}{(1+.15)} + \frac{1336937.5}{(1+.15)^2} + \frac{1646426}{(1+.15)^3} + \frac{1943345}{(1+.15)^4} + \frac{2749224}{(1+.15)^5}$$

$$NPV = 17,403,703$$

จากตารางคำนวณค่า Net Present Value เท่ากับ 17,403,703 ซึ่งตามทฤษฎีแล้วเราควรลงทุนในธุรกิจเพราะ NPV มีค่าเป็นบวก

### อัตราผลตอบแทนที่แท้จริงจากการลงทุน ( Internal Rate of Return : IRR )

การคำนวณอัตราผลตอบแทนที่แท้จริงจากการลงทุน ( Internal Rate of Return : IRR ) สำหรับ “Low Cal” จำนวนดังต่อไปนี้

$$IRR = CF_0 + \frac{CF_1}{(1+IRR)} + \frac{CF_2}{(1+IRR)^2} + \frac{CF_3}{(1+IRR)^3} + \frac{CF_4}{(1+IRR)^4} + \frac{CF_5}{(1+IRR)^5}$$

$$IRR = -300,000 + \frac{845850}{(1+IRR)} + \frac{1336937.5}{(1+IRR)^2} + \frac{1646426}{(1+IRR)^3} + \frac{1943345}{(1+IRR)^4} + \frac{2749224}{(1+IRR)^5}$$

$$IRR = 326\%$$

จากการคำนวณด้านบนค่า Internal Rate of Return : IRR เท่ากับ 326% นั้นหมายถึงอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับของโครงการที่ดีมาก

## บทที่ 9

### แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคต

#### 9.1 แผนฉุกเฉิน

ในการดำเนินกิจการธุรกิจต่างๆ นั้นไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า การรับมือกับความเสี่ยงในกรณีที่สถานการณ์หรือการดำเนินงานต่างๆ ไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง นโยบายรัฐบาล แม้กระทั่งภัยธรรมชาติ ซึ่งล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจไม่มากนักน้อย เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจมากนัก ทางร้านจึงได้จัดทำแผนฉุกเฉินเพื่อประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้สามารถรับมือและปรับแผนกลยุทธ์ต่างๆ ได้ทันที โดยทำให้สถานการณ์ฉุกเฉินนั้นๆ เพื่อส่งผลกระทบต่อร้านให้น้อยที่สุด

##### 9.1.1 กรณีที่ผู้สั่งซื้อต่ำกว่าเป้าหมาย

###### ด้านการบริการ

วิเคราะห์ข้อมูลการรีวิว หรือ โทรถามกลุ่มลูกค้าที่ให้ดาวไม่ดี หาสาเหตุที่ทำให้ยอดขายไม่ดี และต้องตอบ chat ลูกค้าให้รวดเร็ว เกิดปัญหาใดต้องรีบแก้ไขให้ลูกค้า เพื่อส่งสินค้าทุกวันจัดส่งสินค้าให้เร็ว จะทำให้ลูกค้าประทับใจมากขึ้น

###### ด้านราคา

ในส่วนนี้ทางร้านจะลงปรับราคาลง แต่ไม่มาก ทำให้ไม่ขาดทุน แล้วดึงลูกค้ามาสั่งซื้อสินค้าของร้าน เพื่อจะมียอดขายจำนวนมากขึ้น จึงสามารถเข้าแคมเปญพิเศษ มี sell ของ Lazada มาดูแลร้าน สามารถช่วยลงแคมเปญดีเด่น

###### ด้านช่วงการจัดจำหน่าย

เปิดร้านในแอปพลิเคชัน shopee หานายหน้าขายที่ซู้

###### ด้านการส่งเสริมการขาย

จัด promotion จัดส่งสินค้าฟรี ของแถมเล็กน้อย มีคู่มือส่วนลด

##### 9.1.2 กรณีที่ผู้สั่งซื้อเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

เมื่อมีคนสั่งซื้อสินค้าได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทางร้านจะทำการจัดซื้อสินค้าเข้ามาเพิ่มในทันที เป็นจำนวนมากกว่าเดิม และจำนวนครั้งการนำเข้ามาสินค้าจะมากกว่าเดิมไม่ทำให้สินค้าขาดเพื่อไม่ให้เกิดการเสียโอกาสในการทำธุรกิจ

### 9.1.3 กรณีที่ขาดสภาพคล่องทางการเงิน

ทางร้านอาจมีการจัดหาแหล่งยืมเงินจากเพื่อน ชวนลงทุนด้วยกัน เพื่อนำมาหมุนเวียนภายในให้เกิดความเสียหายน้อยที่สุด

## 9.2 แผนในอนาคต

หากสถานการณ์ของธุรกิจดำเนินการเป็นไปตามที่คาดไว้ ทางร้านได้มีการจัดทำแผนในอนาคตไว้เพื่อขยายและต่อยอดกิจการให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น โดยมีแผนดังนี้

1.เปิดร้านที่แอฟฟิเคชันต่างๆ เพิ่มเติม เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงสินค้า และเกิดความประทับใจสินค้ามากขึ้น

2.เพิ่มบริการเสริมต่างๆ เช่นช่วยเหลือคนไทยที่อยากนำสินค้าเงินมาขายที่ไทย ช่วยเหลือคนจีนที่สนใจขายของออนไลน์ ช่วยเหลือเปิดร้าน ตกแต่งร้าน ดูแลร้าน หรือเป็นโกดังที่รับของแพ็คส่ง เพื่อให้ความสะดวกกับกลุ่มลูกค้าที่อยู่ประเทศจีน อยากขายของ ทั้งนี้จะเป็นการบริการเสริมรูปแบบต่างๆ เป็นแนวทางที่เพิ่มยอดขายได้มากขึ้น

## บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

Brand Buffet. (2562). *Lazada เพลย์สถิติที่สุดแห่งปี2019*. วันที่ 1 ตุลาคม 2564, ได้จาก

<https://www.brandbuffet.in.th/2019/12/lazada-thai-shoppers-statistics-2019/>

Kim karun. (2564). *ขั้นตอน ขายของออนไลน์ ให้โคตรปัง* วันที่ 1 ตุลาคม 2564, ได้จาก

<https://www.makewebeasy.com/th/blog/%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B9%84%E0%B8%A5%E0%B8%99%E0%B9%8C/>



## ภาคผนวก

## แบบสอบถาม ความคิดเห็นในเรื่องพฤติกรรมการซื้อขาย

### คำชี้แจงแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อกระดาษทิชชู

2. แบบสอบถามมีทั้งหมด 2 ส่วน

a. ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

b. ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นในการเลือกซื้อกระดาษทิชชู

c. ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาการเลือกซื้อกระดาษทิชชูบน Online

3. เลือกคำตอบและกรอกข้อความให้สมบูรณ์

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 18 ปี

18-25 ปี

25-30 ปี

30 ปีขึ้นไป

3. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 12,000 บาท

12,000 – 17,000 บาท

17,001 – 22,000 บาท

22,001 – 32,000 บาท

32,000 บาทขึ้นไป

### ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นในการเลือกซื้อกระดาษทิชชู

4. หากท่านเลือกซื้อกระดาษทิชชูบน Online ท่านมักจะเลือกซื้อจากช่องทางใดมากที่สุด

Shopee

Lazada

Instagram

Facebook

- Tiktok
  - อื่นๆ
5. ท่านมีหลักเกณฑ์ใดในการเลือกกระดาศยทืชชู้บ่น Online
- ชื่อเสียง
  - จำนวนผู้ติดตาม
  - ภาพสินค้ามีความน่าสนใจ
  - มีรีวิวสินค้าของลูกค้าที่เคยสั่งซื้อ
  - มีรับประกันสินค้า
  - อื่นๆ
6. ความถี่ในการซื้อกระดาศยทืชชู้บ่น Online
- สัปดาห์ละครั้ง
  - สัปดาห์ละสองครั้ง
  - เดือนละครั้ง
7. ในเวลาการซื้อกระดาศยทืชชู้ ท่านเลือกอะไรเป็นหลัก
- ราคาถูก
  - คุณภาพ
  - การ design ของแพ็คเกจ
  - แบนรด์
8. กิจกรรมส่งเสริมการตลาดทาง Online ในข้อใดที่ท่านให้ความสนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- จัดส่งฟรี
  - มีของแถม
  - มีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าครบที่กำหนด
  - อื่นๆ โปรดระบุ
9. ท่านคิดว่าการซื้อทืชชู้แต่ละครั้ง ราคาเท่าไรเหมาะสมสำหรับคุณ
- ไม่เกิน 200 บาท
  - ไม่เกิน 500 บาท
  - 501 - 1,000 บาท
  - 1,001 - 2,000บาท

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาการเลือกซื้อกระดาษทิชชูบน Online

10. หากท่านเลือกซื้อกระดาษทิชชูทาง Online ท่านมักจะพบปัญหาใด โปรดระบุ

ผลสรุปจากการจัดทำแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถอธิบายและสรุปได้ดังนี้

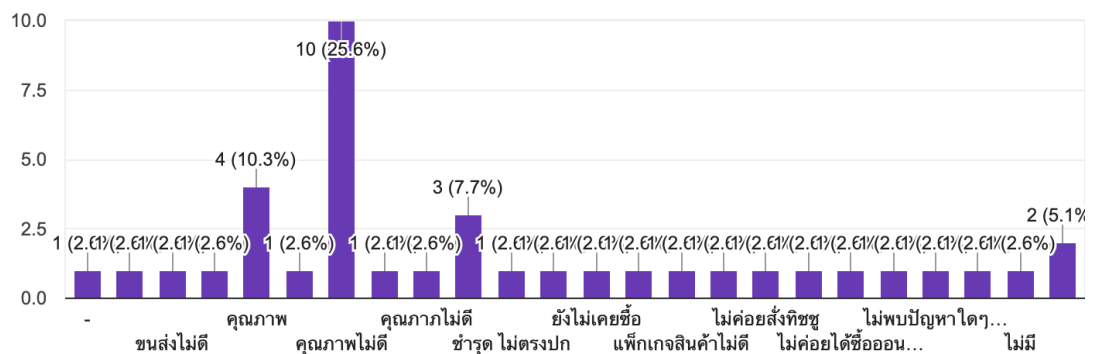
ตัวแปร	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1. ชาย	29	29
2. หญิง	71	71
2. อายุ		
1. ต่ำกว่า 18 ปี	0	0
2. 18-25 ปี	21	21
3. 25-30 ปี	63	63
4. 30 ปีขึ้นไป	16	16
3. รายได้ต่อเดือน		
1. ต่ำกว่า 12,000 บาท	2	2
2. 12,000 – 17,000 บาท	5	5
3. 17,001 – 22,000 บาท	36	36
4. 22,001 – 32,000 บาท	39	39
5. 32,000 บาทขึ้นไป	18	18

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นในการเลือกซื้อกระดาษทิชชู สามารถอธิบายและสรุปได้ดังนี้

ตัวแปร	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม(คน)	ร้อยละ
4. หากท่านเลือกซื้อกระดาษทิชชูบน Online ท่านมักจะเลือกซื้อจากช่องทางใดมากที่สุด		
1. Shopee	75	75
2. Lazada	73	73
3. Instagram	7	7
4. Facebook	6	6
5. Tiktok	0	0
6. อื่นๆ	7	7
5. ท่านมีหลักเกณฑ์ใดในการเลือกกระดาษทิชชูบน Online		
1. ชื่อเสียง	5	5
2. จำนวนผู้ติดตาม	6	6
3. ภาพสินค้ามีความน่าสนใจ	5	5
4. มีรีวิวสินค้าของลูกค้าที่เคยสั่งซื้อ	84	84
5. มีรับประกันสินค้า	0	0
6. อื่นๆ	0	0
6. ความถี่ในการซื้อกระดาษทิชชูบน Online		
1. สัปดาห์ละครั้ง	8	8
2. สัปดาห์ละสองครั้ง	4	4
3. เดือนละครั้ง	88	88
7. ในเวลาการซื้อกระดาษทิชชู ท่านเลือกอะไรเป็นหลัก		
1. ราคาถูก	12	12
2. คุณภาพ	86	86
3. การ design ของแพ็คเกจ	1	1
4. แปรนด์	1	1
8. กิจกรรมส่งเสริมการตลาดทาง Online ในข้อใดที่ท่านให้ความสนใจ (ตอบได้มากกว่า		

ตัวแปร	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม(คน)	ร้อยละ
1 ข้อ)		
1. จัดส่งฟรี	93	93
2. มีของแถม	17	17
3. มีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าครบที่กำหนด	15	15
4. อื่นๆ	0	0
9. ท่านคิดว่าการซื้อทีชชู่แต่ละครั้งราคาเท่าไรเหมาะสมสำหรับคุณ		
1. ไม่เกิน 200 บาท	49	49
2. ไม่เกิน 500 บาท	43	43
3. 501 - 1,000 บาท	8	8
4. 1,001 - 2,000บาท	0	0

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาการเลือกซื้อกระดาษทิชชู่ บนOnline



### ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวYUNNI LU

ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2562 คณะมนุษยศาสตร์

สาขาเอกภาษาไทย มหาวิทยาลัยHONGHE

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

-