



STRATEGY AND MANAGEMENT

STRATEGY AND MANAGEMENT

TOPIC HIGHLIGHTS

- Writing a business plan
- Marketing plan
- Marketing strategy
- Financial plan

DEFINITION OF "STRATEGY"

Strategy is a set of long-term alternatives to operational and policy goals and objectives, including the program's action plan, that are determined by taking two important factors into account: the programme objectives and the environment that influences the program's implementation.

Samuel Paul

WRITING A BUSINESS PLAN

BUSINESS PLAN



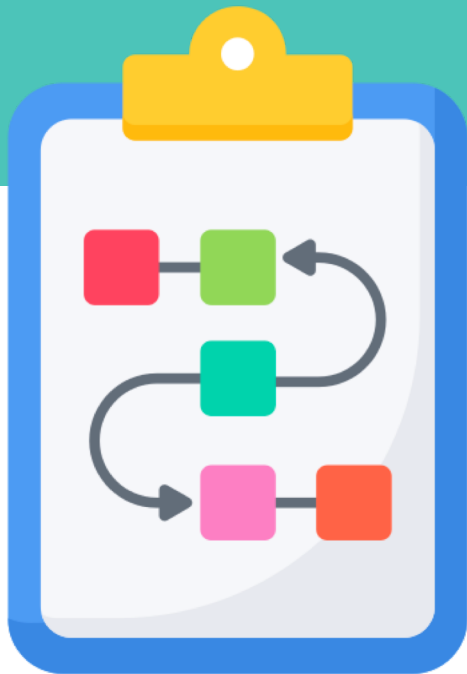
4 reasons to write a business plan

1. To be the starting point for doing business.

2. For business expansion

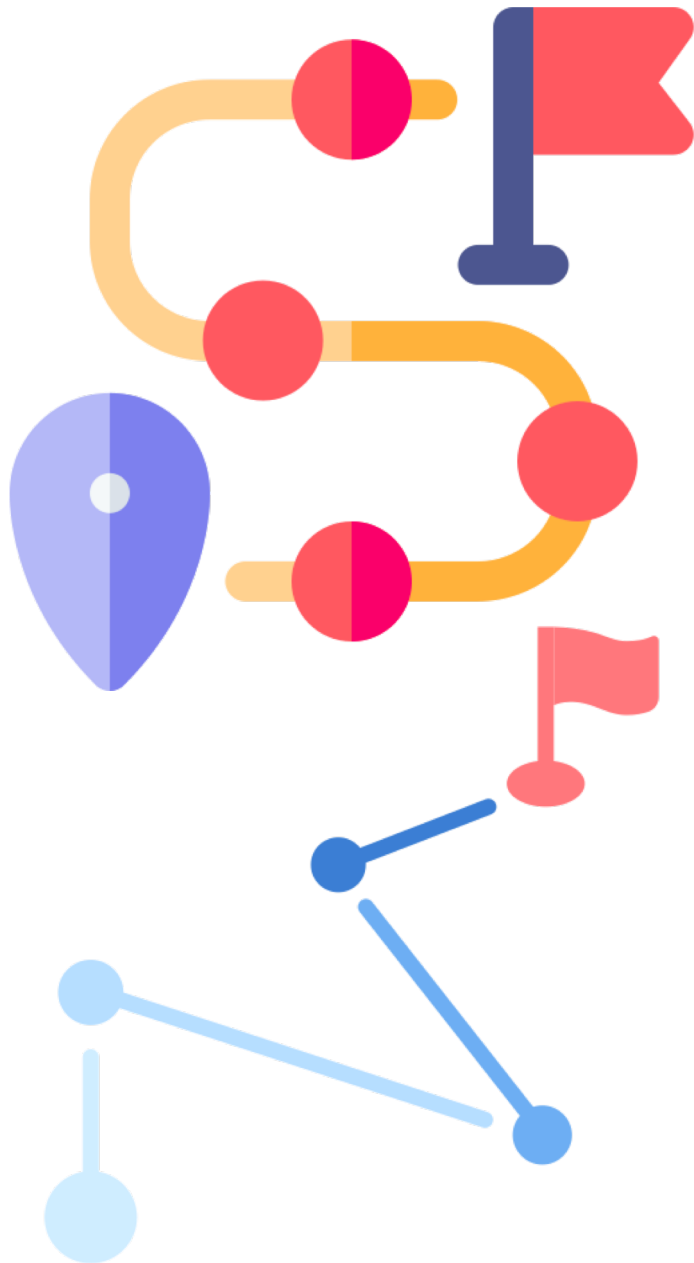
3. The objectives must be clearly defined.

4. want to know the future of business



What should a business plan consist of?

1. Goods or services to be sold.
2. Expected customer groups
3. Strengths and weaknesses of the business to be undertaken
4. Marketing Policy
5. Production method or process Including equipment that must be used
6. Financial numbers Since the expected income, expenses, profits, losses, the amount of investment required. and cash flows expected to be acquired or used



Making a **GOOD PLAN** must answer these questions.

1. How clear is the formation of the business? Is it complete?
2. Is this business worth investing?
3. What has been the business's tendency or opportunity for success since its inception?
4. How competitive is this business in the long term?
5. How efficient are the products to be produced?
6. How effectively can manufactured products be marketed?
7. Method of production and marketing of that product Are there other, more economical alternatives?
8. How well and appropriately are functions such as production, sales, financial management, and people management managed?
9. Is the number and quality of required employees sufficient?

Conclusion In the content of the business plan writing, it should be mentioned



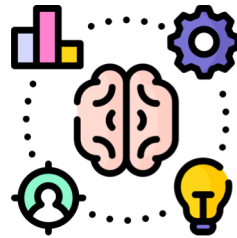
what business to do What is the idea of that business?



Business Competitive Advantage



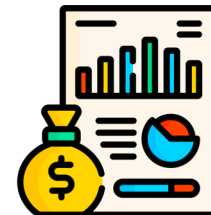
Opportunities and strategies



Knowledge, competence, experience and skills impact the future and success of a business.



Target customers



Financial/investment plans

MARKETING PLAN

MARKETING PLAN ELEMENTS



ข้อมูลภาพรวม
ของบริษัท



การวิเคราะห์
ลูกค้า



การวิเคราะห์
คู่แข่ง



การวิเคราะห์
SWOT



กลยุทธ์
การตลาด



งบประมาณ

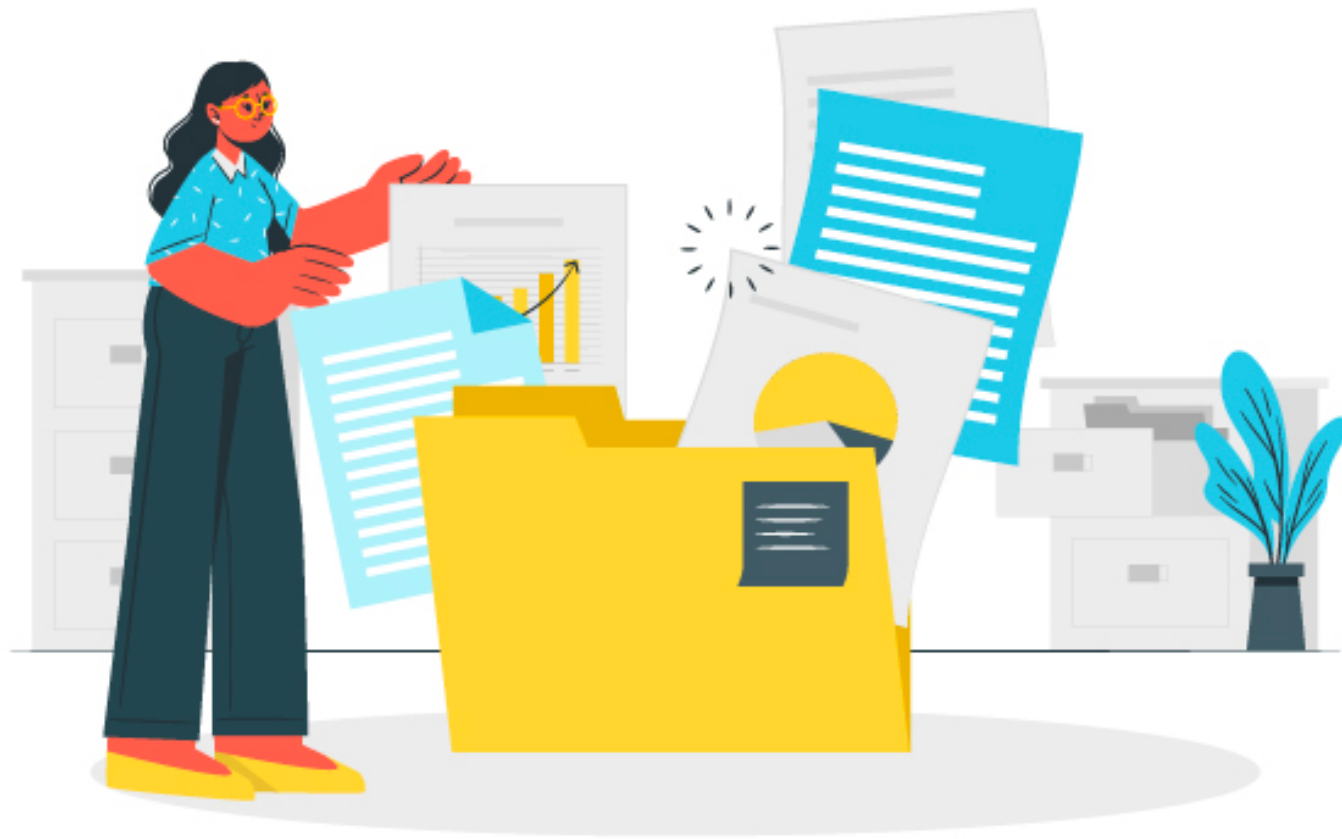


ช่องทาง
การตลาด



การประมาณการ
ทางการเงิน

ข้อมูลภาพรวม ของบริษัท



1. ชื่อบริษัท/ธุรกิจ
2. ข้อมูลเบื้องต้น, ประวัติความเป็นมา, แนวคิด
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์/ขายอะไร

การวิเคราะห์ ลูกค้า



TARGET GROUP – อายุ เพศ รายได้

BUYER PERSONA

การวิเคราะห์

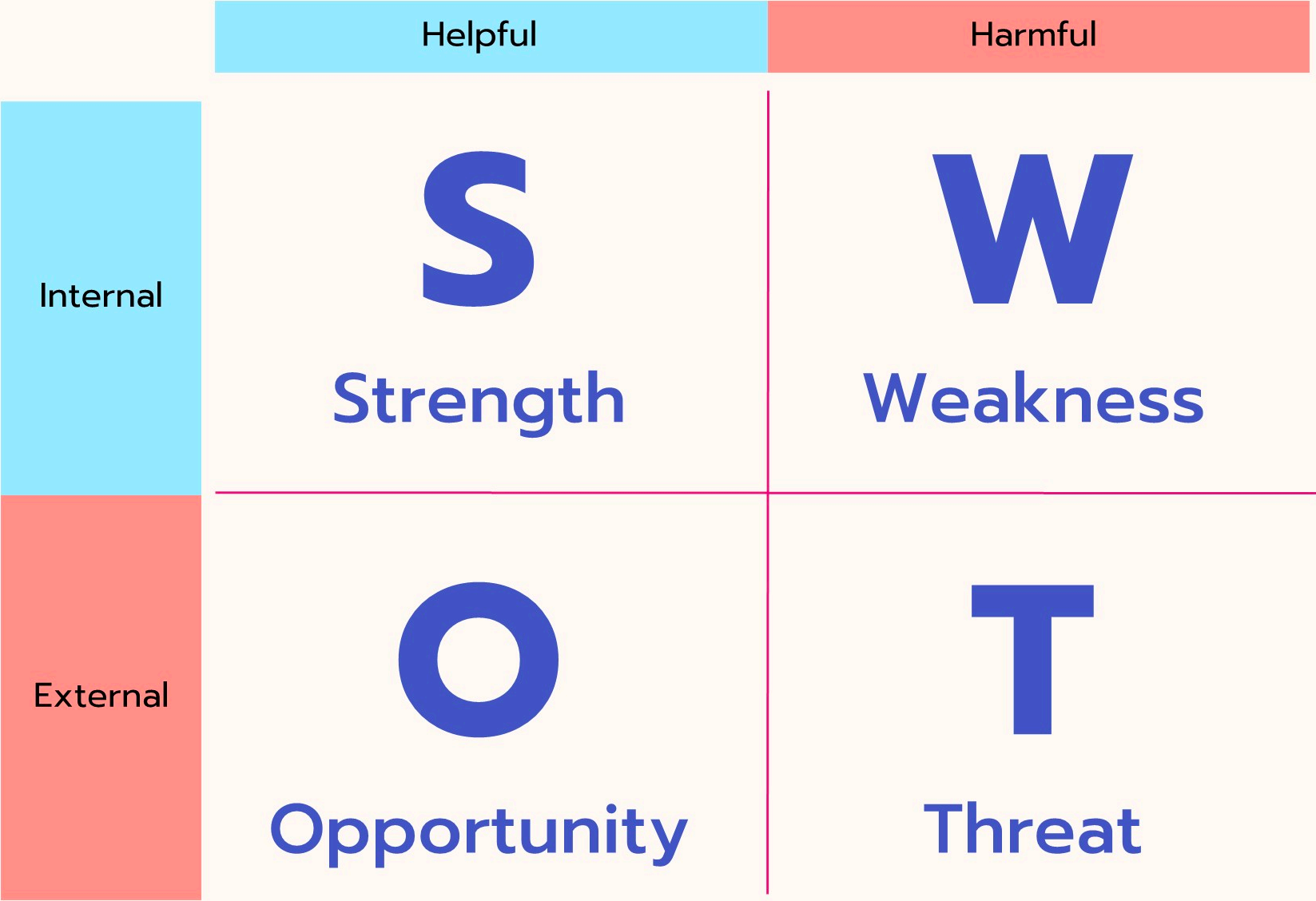
คู่แข่ง



SWOT Analysis

BUSINESS MODEL CANVAS

SWOT Analysis



Theory Developed by Albert Humphrey, Stanford Research Institute (SRI) in 1970s



The BUSINESS MODEL CANVAS

What is **BUSINESS** **MODEL CANVAS ?**

รูปแบบการเขียนสรุป 9 หัวข้อสำคัญที่อธิบายการดำเนินธุรกิจ ที่ทำให้ผู้บริหารและทีมงานทุกคนสามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจ และมีความเข้าใจในทิศทางเดียวกันและสามารถใช้ในการวิเคราะห์เพื่อปรับกลยุทธ์ต่อยอดให้กับกิจการได้

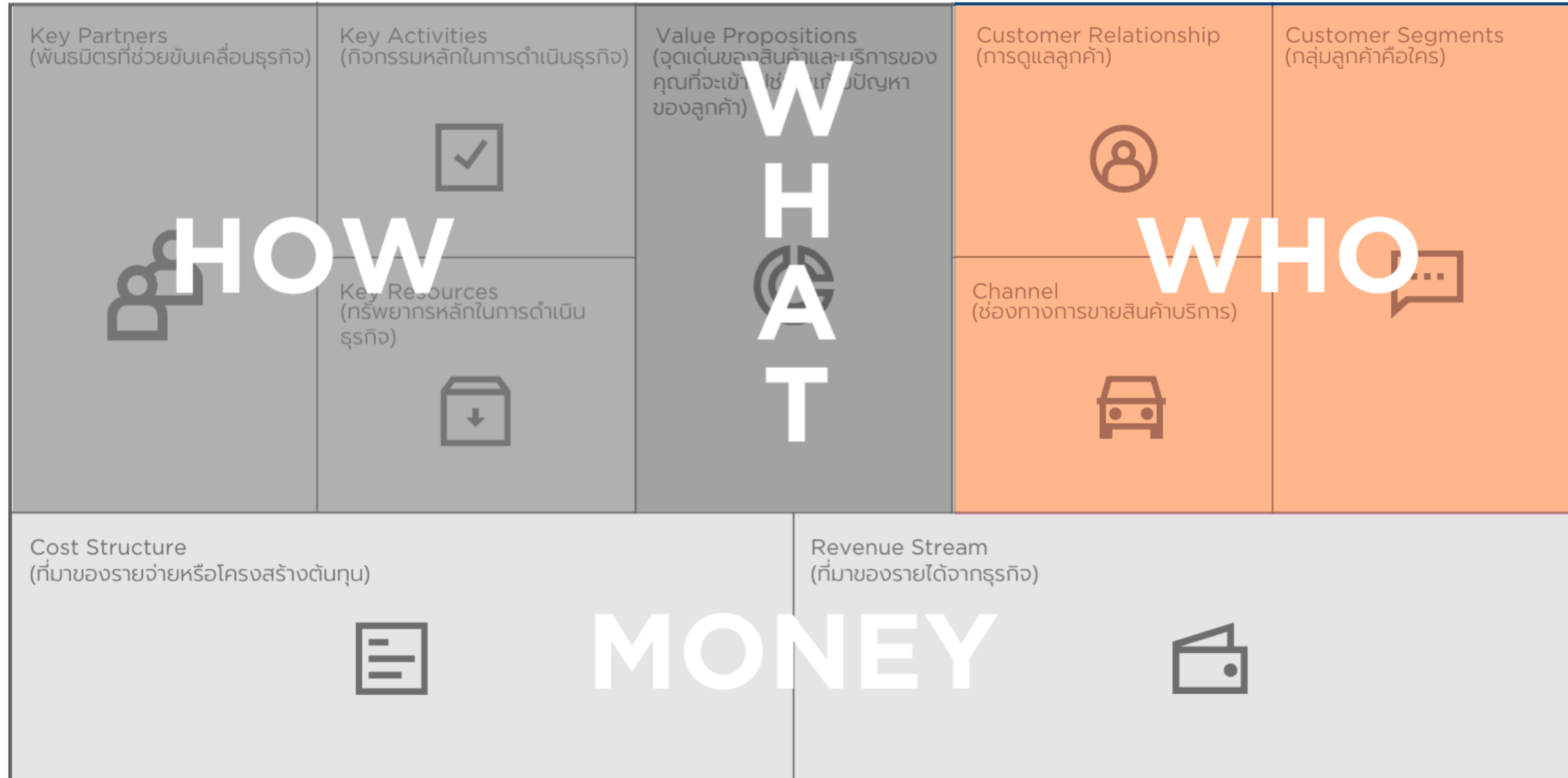
Business Model Canvas

Designed For:

Designed by:

Date:

Version:



YouTube Business Model Canvas: กลุ่มลูกค้าคือใคร? (WHO)

Customer Relationship

(การดูแลลูกค้า)



- ฟีเจอร์การใช้งานที่ครบครันสำหรับผู้ใช้งาน เช่น แสดงความคิดเห็น / การจัด Playlist / กดชอบไม่ชอบ
- ผู้สร้างคอนเทนต์สามารถสร้างรายได้ ทำให้มีคอนเทนต์ออริจินัลแปลกใหม่อยู่เสมอ

Customer Segments

(กลุ่มลูกค้าคือใคร)



- ผู้ชม: กลุ่มคนที่ดูวิดีโอบน YouTube
- ผู้สร้างเนื้อหา: กลุ่มคนที่สร้างและอัปโหลดวิดีโอลง YouTube
- ผู้ลงโฆษณา: กลุ่มที่ทำธุรกิจบน YouTube

Channel

(ช่องทางการขายสินค้าบริการ)



- เว็บไซต์ Youtube.com
- แอปพลิเคชัน YouTube
- แอปพลิเคชัน บน Smart TV

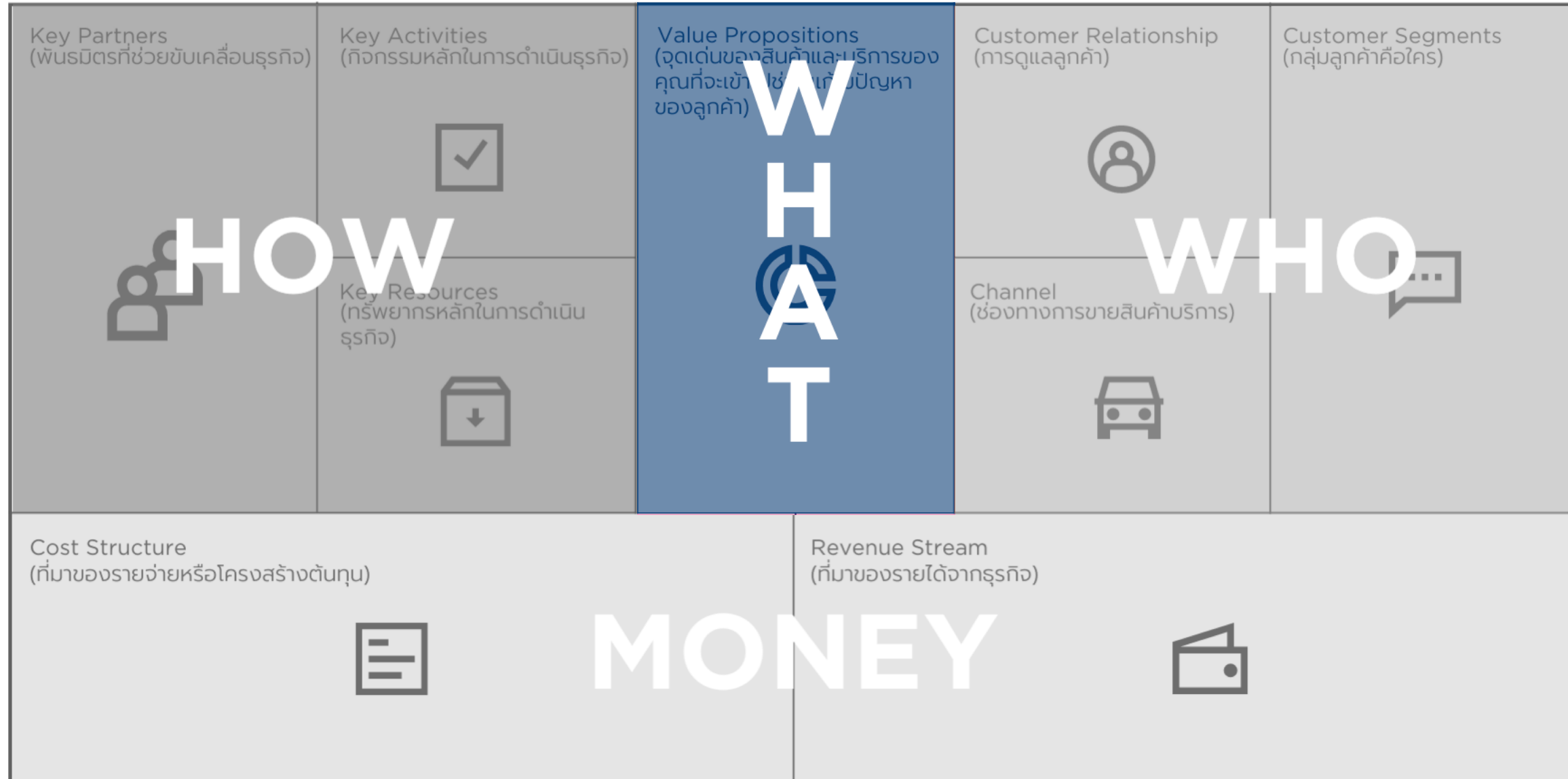
Business Model Canvas

Designed For:

Designed by:

Date:

Version:



YouTube Business Model Canvas: ทำอะไร? (WHAT)

Value Propositions



(จุดเด่นของสินค้าและบริการของคุณที่จะเข้าไปช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้า)

- **ผู้ชม:** ไม่ว่าใครก็สามารถเข้าถึงคอนเทนต์ฟรีได้
- **ผู้สร้างเนื้อหา:** พื้นที่สำหรับผู้สร้างอริจินัลคอนเทนต์ เพื่อแสดงผลงาน และสร้างรายได้
- **ผู้โฆษณา:** สร้างรายได้จากการโปรโมทสินค้าหรือบริการ ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

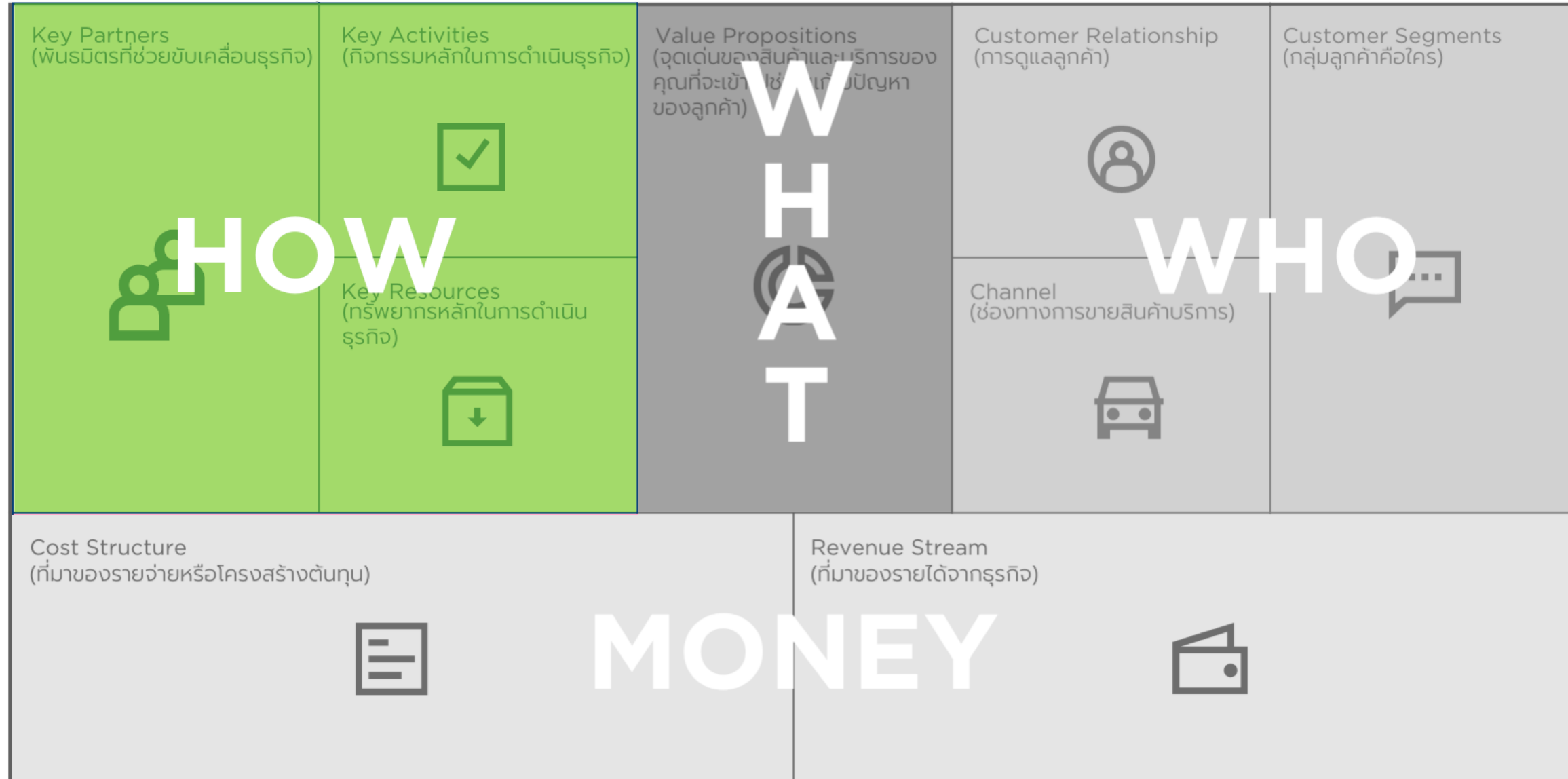
Business Model Canvas

Designed For:

Designed by:

Date:

Version:



YouTube Business Model Canvas: **ทำอะไร? (HOW)**

Key Partners

(พันธมิตรที่ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจ)

- Google Adsense
- ผู้สร้างเนื้อหา
- ผู้ผลิต TV



Key Activities

(กิจกรรมหลักในการดำเนินธุรกิจ)



- คอนเทนต์
- Partnerships
- โฆษณา
- Community

Key Resources

(ทรัพยากรหลักในการดำเนินธุรกิจ)



- แพลตฟอร์ม
- ออร์จินัลคอนเทนต์
- ผู้เข้าใช้งาน
- Algorithm ระบบการวิเคราะห์พฤติกรรมคนดู เพื่อการแสดงผลวิดีโอตามความสนใจที่แตกต่างกันไปของผู้ชมแต่ละคน

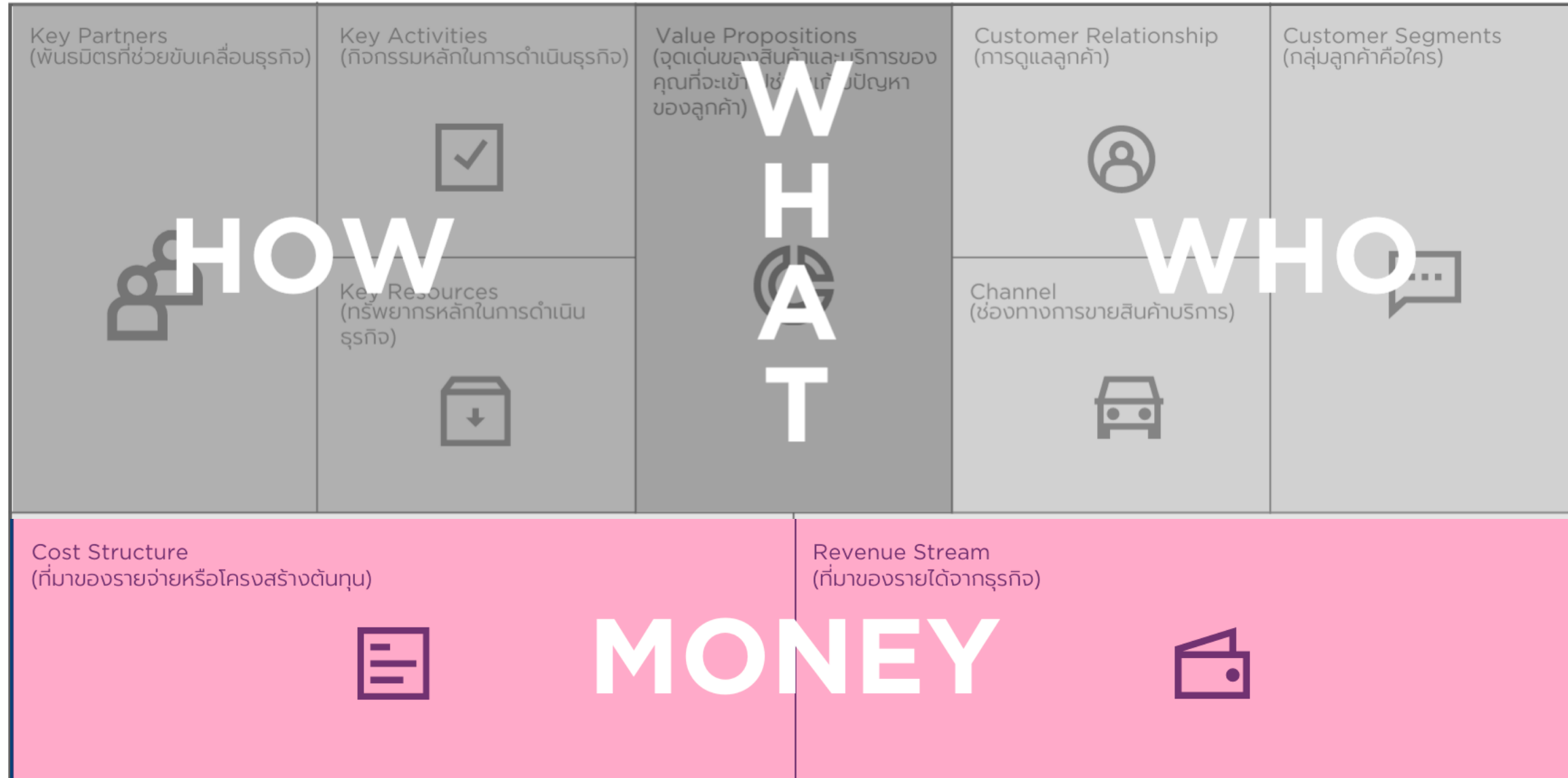
Business Model Canvas

Designed For:

Designed by:

Date:

Version:



YouTube Business Model Canvas: **คุ้มหรือไม่? (WHAT)**

Cost Structure

(ที่มาของรายจ่ายหรือโครงสร้างต้นทุน)

- ค่าใช้จ่ายสำหรับผู้สร้างคอนเทนต์
- ค่าแรงของทีมงานผู้สร้างคอนเทนต์
- ค่าบริหารจัดการด้าน IT
- ค่าทำการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมยอดผู้เข้าชม



Revenue Stream

(ที่มาของรายได้จากธุรกิจ)

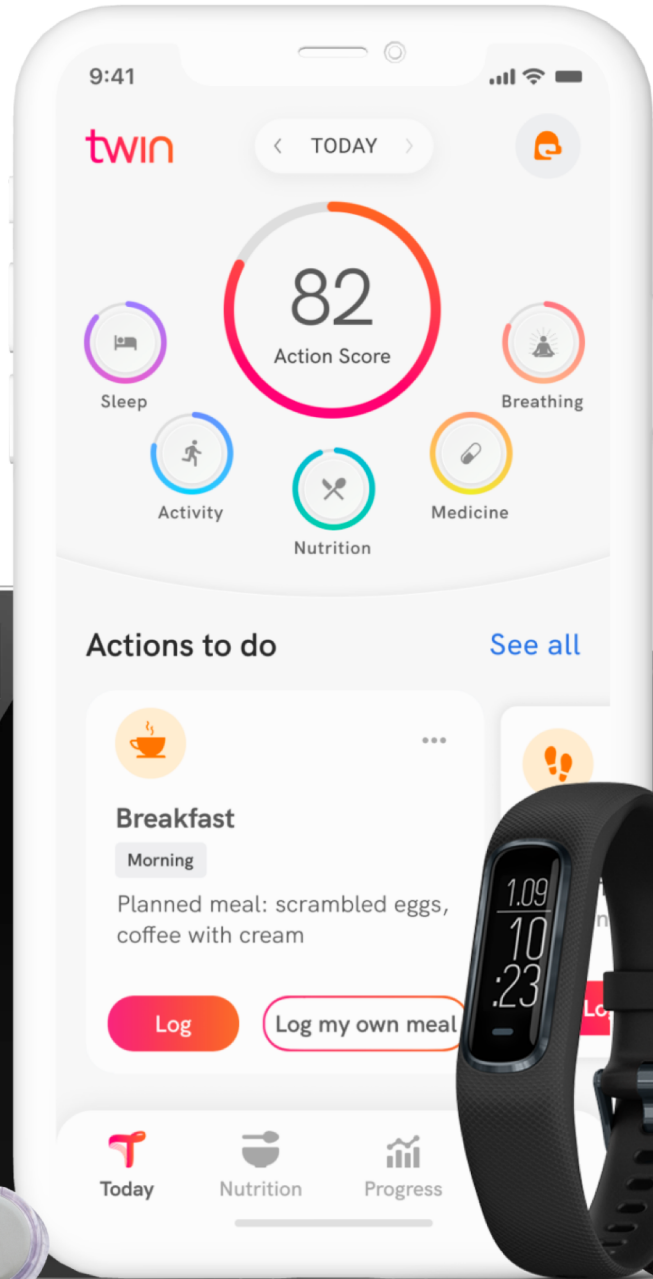


- Advertising การลงโฆษณา
- Channel Memberships เอ็กชคลูชีพวิดีโอ สำหรับ Memberships เท่านั้น
- YouTube Premium การดู YouTube แบบไม่มีโฆษณา
- Super Chat ผู้ชมสามารถซื้อข้อความแชทสดที่มีความโดดเด่น รวมถึงปักหมุดบนฟีดแชทสดได้

MARKETING STRATEGY

4P Marketing Mix

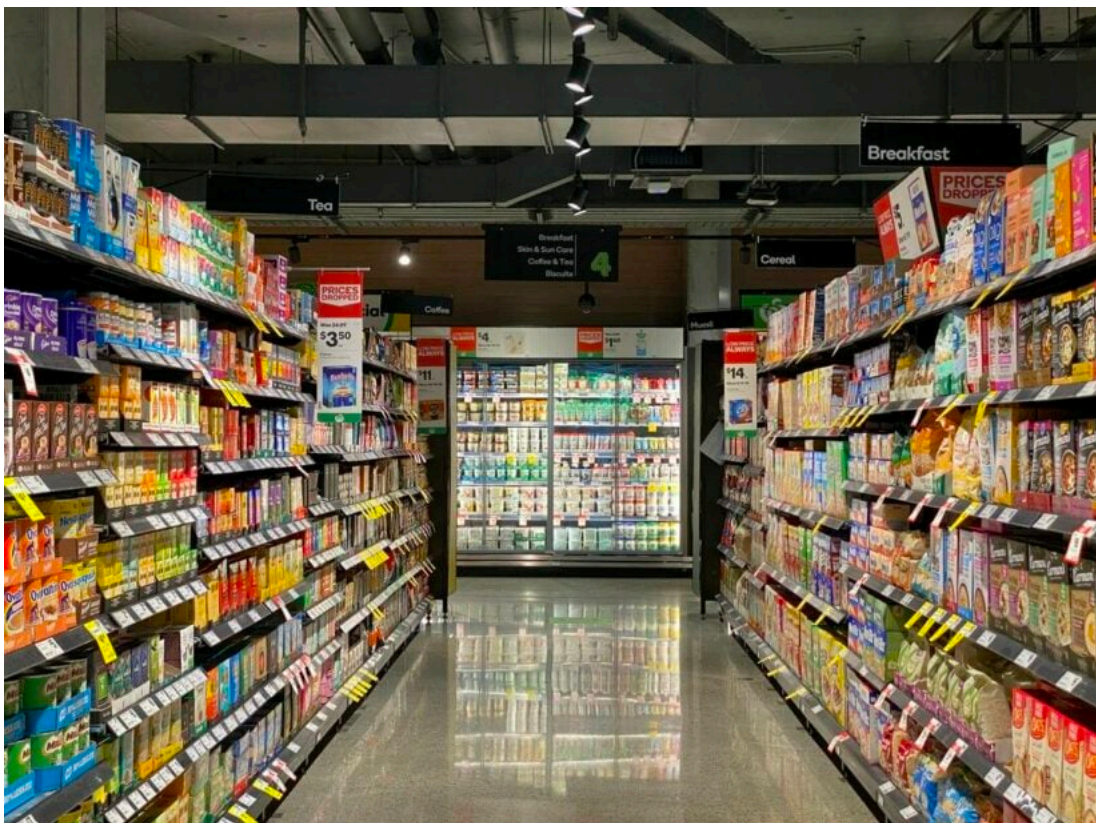




PRODUCT

PLACE

Distribution location or how to sell where is the product displayed?
How will it be delivered to customers?



1. Product sales place format or service

ร้านขายสินค้าเฉพาะทั่วไป

Supermarket

ร้านสะดวกซื้อ

ร้านค้า Online

PLACE



2. Shop location

ตลาดนัด

ร้านค้าในห้างสรรพสินค้า

ร้านค้าในย่านชุมชน

การตั้งราคาสำคัญอย่างไร ?

PRICE



จงใจลูกค้า



ช่วยในการตัดสินใจซื้อ



เพิ่มยอดขาย



เพิ่มสัดส่วนกำไร

ตั้งราคาต้องคิดให้ดี **แต่ละวิธีมีข้อดีข้อเสีย**

PRICE



เป็นวิธีดั้งเดิม
ตรงไป ตรงมา



รวมค่าใช้จ่าย
ทั้งหมด + กำไร
ที่ต้องการ



จ้จจจจจจจ
+ กำไรแล้ว
ใช้ราคาขาย
ไม่แพงเกินตลาด

1. Cost-based pricing

ค่าวัตถุดิบ + ค่าแรง + ค่าตลาด + อื่นๆ = 100
ต้องการกำไร 20 ตั้งราคา 120 บาท

PRICE



สินค้า
ใกล้เคียงกัน
ตลาดเดียวกัน



อ้างอิงราคา
จากตลาด



จากราคาอ้างอิง
เพิ่มหรือลด
ตามกลยุทธ์
ของเรา

2. Market Price Setting

เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพ
สามารถอิงราคากลาง แล้วปรับกลยุทธ์ราคาเราได้

PRICE



ค้นหา
ความต้องการ
ของลูกค้า



วัดคุณค่า
/ มูลค่า
จากมุมมอง
ลูกค้า



ตั้งราคา
ตามคุณค่า
และเป็นราคา
ที่ลูกค้ายินดีจ่าย

3. Pricing From Customers

เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพที่สุด
ถึงจะตั้งยาก แต่สามารถเพิ่มมูลค่า เพิ่มกำไรได้ดี

PROMOTION

10.10

ERAZU
ร้านหนังสือออนไลน์

SPECIAL DISCOUNT

เพียงใส่โค้ด
10TB2
รับส่วนลดเลยทันที

20% OFF

9 - 12 ตุลาคม 2564 นี้เท่านั้น

ADVERTISING

PERSONAL SELLING

DIRECT MARKETING

PUBLICITY AND
PUBLIC RELATION

SALE PROMOTION

FINANCIAL PLAN

1.

สมมุติฐานทางการเงิน

ยอดขาย

ต้นทุนขาย

ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหารมาจาก
แผนบุคลากร และกิจกรรมพัฒนาและ
ส่งเสริมการขายต่าง ๆ

ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย ประเมินจากอัตราดอกเบี้ย และวงเงินกู้

สินทรัพย์และค่าเสื่อม

สินค้าคงคลัง

ลูกหนี้การค้า

เจ้าหนี้การค้า

2.

ประมาณการทางการเงิน

งบกำไรขาดทุน

- 1) ยอดขายหรือรายได้
- 2) ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ หรือต้นทุน
- 3) ผลต่างของตัวเลขดังกล่าว
ซึ่งก็คือ กำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ

งบดุล

สินทรัพย์
หนี้สิน
ทุน หรือส่วนของเจ้าของ

งบกระแสเงินสด (Cash Flow)

เงินสดที่ได้จากการดำเนินงาน
จากการจัดหาเงินทุน
จากการลงทุน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

1. สภาพคล่อง

1.

$$\text{อัตราส่วนเงินทุน (Current Ratio)} = \frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน}}{\text{หนี้สินหมุนเวียน}}$$

2.

$$\text{อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick Ratio)} = \frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน} - \text{สินค้า}}{\text{หนี้สินหมุนเวียน}}$$

2. ประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์

1.

อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้
(Receivable Turnover)

$$= \frac{\text{ขายเชื่อสุทธิ}}{\text{ลูกหนี้เฉลี่ย}}$$

2.

อัตราหมุนเวียนของสินค้า
(Inventory Turnover)

$$= \frac{\text{ต้นทุนสินค้าขาย}}{\text{สินค้าคงเหลือเฉลี่ย}}$$

2. ประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์

3.

ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้
(Receivable Turnover Period)

$$= \frac{365 \times \text{ลูกหนี้} \text{ ยอดขาย}}$$

4.

ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ
(Inventory Turnover Period)

$$= \frac{365 \times \text{สินค้าคงเหลือ} \text{ ต้นทุนขาย}}$$



3. ความสามารถในการบริหารงาน

1.

$$\text{อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด} = \frac{\text{กำไรสุทธิ} \times 100}{\text{สินทรัพย์ทั้งหมด}}$$

(Return On Assets : ROA)

2.

$$\text{อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น} = \frac{\text{กำไรสุทธิ} \times 100}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด}}$$

(Return On Equity : ROE)

3. ความสามารถในการบริหารงาน

3.

อัตรากำไรจากการดำเนินงาน
(Operating Income Margin)

$$= \frac{\text{กำไรจากการดำเนินงาน} \times 100}{\text{ยอดขาย}}$$

4.

อัตรากำไรขั้นต้น
(Gross Profit Margin)

$$= \frac{\text{กำไรขั้นต้น} \times 100}{\text{ยอดขาย}}$$

4. ความสามารถในการชำระหนี้

1.

อัตราส่วนหนี้
(Debt Ratio)

$$= \frac{\text{หนี้สินรวม}}{\text{สินทรัพย์รวม}}$$

2.

อัตราส่วนแหล่งเงินทุน
(Debt to Equity Ratio)

$$= \frac{\text{หนี้สินทั้งหมด}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}}$$

3.

อัตราส่วนความสามารถจ่ายดอกเบี้ย
(Interest Coverage Ratio)

$$= \frac{\text{กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี}}{\text{ดอกเบี้ยจ่าย}}$$

วิเคราะห์ BUSINESS MODEL CANVAS (กลุ่ม)

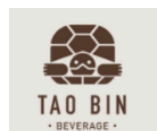
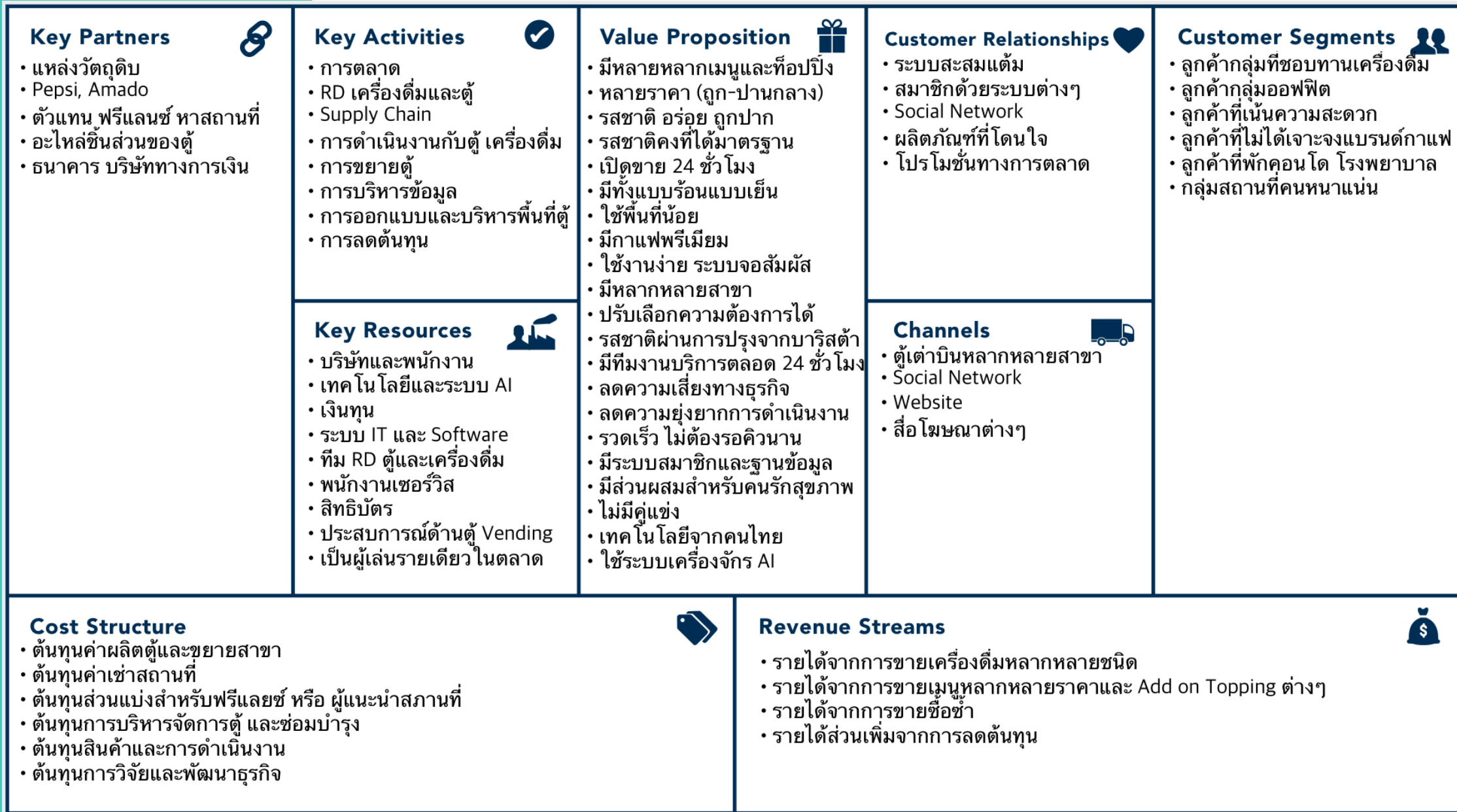
- จับกลุ่มมี 4 กลุ่ม

วิเคราะห์ BUSINESS MODEL CANVAS ของธุรกิจอะไรก็ได้

- กลุ่มละ 6 คน 3 กลุ่ม
- กลุ่มละ 5 คน 1 กลุ่ม



The BUSINESS MODEL CANVAS



The BUSINESS MODEL CANVAS