

การศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจ  
EATS อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพจากSignature Dish  
ของร้านอาหารที่มีชื่อเสียง



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ.2558

## ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

### กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง EATS อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพจาก Signature Dish ของร้านอาหารที่มีชื่อเสียงสำเร็จลุล่วงบรรลุผลตามเป้าหมายได้ ด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนพล วีราสา อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และให้ความช่วยเหลือในการตรวจสอบแก้ไขเนื้อหาของสารนิพนธ์ฉบับนี้ รวมถึงขอขอบพระคุณอาจารย์กฤษกร สุขเวชรกิจ และอาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ อาจารย์ผู้สอนวิชาการศึกษาศาสตร์เป็นอย่างยิ่ง สำหรับคำชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและการดำเนินธุรกิจในสถานการณ์จริง ผู้ซึ่งเสียสละเวลาในการให้คำปรึกษาอย่างทุ่มเทต่อเนื่อง และช่วยกำกับดูแลกระบวนการจัดทำแผนธุรกิจจนกระทั่งสารนิพนธ์นี้เสร็จพร้อมสมบูรณ์

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณบุคลากรนักโภชนาการ ที่ปรึกษาเกี่ยวกับโภชนาการการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) ผู้ให้คำปรึกษาเรื่องโภชนาการอาหารสำหรับผู้บริโภคในปัจจุบัน และความเป็นไปได้ของสูตรอาหาร รวมถึงขอขอบพระคุณผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่สละเวลาในการให้สัมภาษณ์เชิงลึก และผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งด้านการทดสอบรสชาติอาหาร และผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลด้านผู้บริโภคทุกท่าน รวมถึงบริษัท สหพันธ์ เช่นจู้ จำกัด ในการให้ข้อมูลด้านต้นทุนและการผลิต และบริษัท อายิโนะโมะโต๊ะ ประเทศไทย จำกัด สำหรับข้อมูลด้านการตรวจสอบคุณภาพการผลิตอย่างเป็นขั้นตอน รวมถึงข้อมูลค่าใช้จ่ายในการวางขายสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ เพื่อใช้ในการประกอบการศึกษาและจัดทำแผนธุรกิจนี้

คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาและครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญของคณะผู้วิจัย ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่คณะผู้วิจัย และขอขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวถึงมา ณ ที่นี้ ท้ายที่สุด คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนธุรกิจฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อผิดพลาดประการใด คณะผู้วิจัยขอรับไว้ และ ขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

พรศิริ เป้นเพชร

## บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท ลิฟย้ง จำกัด (LIVEYOUNG CO.,LTD) เป็นบริษัทจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน(Ready to Eat : RTE)เพื่อสุขภาพภายใต้ตราสินค้า EATS โดยใช้สูตร Signature Dish จากร้านอาหารที่มีชื่อเสียงบรรจุในถุง Retort Pouch เพื่อตอบสนองการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ทั้งในด้านของความเร่งรีบ และความต้องการความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิต พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปดังกล่าวของผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมเสี่ยงอันจะนำไปสู่การก่อตัวของโรคในอนาคตเป็นเหตุมาจากการรับประทานอาหารที่ส่งผลเสียต่อร่างกายจนเป็นสาเหตุของอัตราการเสียชีวิตก่อนวัย 60 ปีที่เพิ่มสูงขึ้นในทุกปี ในปัจจุบันผู้บริโภคจึงให้ความสนใจในเรื่องการดูแลสุขภาพมากขึ้น ให้ความสำคัญในเรื่องการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ให้ประโยชน์แก่ร่างกาย จากความต้องการดังกล่าวส่งผลให้ตลาดอาหารพร้อมรับประทาน Ready to Eat มีอัตราการเติบโต 15-20% ต่อปีอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะมีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 11,500-12,000 ล้านบาทในปี 2558 โดยมีปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จรับประทานคือความอร่อยและความสะดวก แต่ในปัจจุบัน ร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการ และไม่สามารถตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปได้ครบถ้วน ทำให้บริษัทมองเห็นถึงโอกาสและช่องว่างทางธุรกิจในการผลิตอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน โดยคัดเลือกรายการอาหารในการผลิตด้วยการนำสูตรอาหารจานเด็ด(Signature Dish)จากร้านอาหารที่มีชื่อเสียง มาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในเรื่องรสชาติที่ดีของอาหาร

บริษัทจะนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานจากร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ได้รับการรับรองความเป็นเลิศด้านรสชาติจากสถาบันอาหารที่มีชื่อเสียง ซึ่งผลิตภัณฑ์มีการคัดสรรวัตถุดิบที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกายมาใช้ในกระบวนการผลิต โดยไม่ใส่วัตถุกันเสีย ใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาล และใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสที่มีโซเดียมต่ำเพื่อจำกัดปริมาณของสารให้ความเค็มให้อยู่ในเกณฑ์ที่ร่างกายควรได้รับต่อวัน เพื่อให้เกิดการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีให้เกิดขึ้นในการบริโภค นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ยังถูกจัดจำหน่ายอยู่ในรูปแบบอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานบรรจุในถุง Retort Pouch เพื่อตอบสนองความต้องการในด้านความสะดวกสบายสำหรับผู้บริโภคที่ไม่มีเวลาและต้องการลดภาระในการประกอบอาหาร โดยนำผลิตภัณฑ์แช่ในน้ำร้อน เทใส่ภาชนะและรับประทานได้ทันที ผลิตภัณฑ์

## บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

สามารถเก็บไว้ได้นาน 1 ปี ในอุณหภูมิห้องปกติ โดยไม่ต้องแช่เย็น สะดวกในการเก็บรักษา ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ยังมีขนาดเล็ก น้ำหนักเบาเพียง 150-250 กรัมต่อถุงทำให้สะดวกต่อการพกพา

กลุ่มเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์ EATS คือ ผู้ที่อยู่ในช่วงวัยทำงาน อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ชื่นชอบการรับประทานอาหารที่มีความโดดเด่นในเรื่องของรสชาติที่เป็นเลิศ ใส่ใจในเรื่องสุขภาพ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เน้นในเรื่องของความสะอาดสบาย ต้องการลดภาระการประกอบอาหารเพื่อรับประทานเอง

ผลิตภัณฑ์ EATS ถือเป็นผู้นำในตลาดและยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความได้เปรียบคู่แข่ง เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานที่มีความโดดเด่นในเรื่องของรสชาติ โดยนำสูตรอาหารจากร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและได้รับการรับรองจากสถาบันอาหารชั้นนำ มาบรรจุในถุง Retort Pouch พร้อมรับประทาน เป็นการสร้างความเชื่อมั่นในด้านรสชาติให้แก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญในด้านสุขภาพของผู้บริโภค โดยเลือกใช้วัตถุดิบที่ไม่ก่อให้เกิดการสะสมในร่างกายจนนำไปสู่การเกิดโรคในอนาคต ซึ่งยังไม่มีผู้ผลิตรายใดให้ความสำคัญในจุดนี้ ด้วยคุณสมบัติดังกล่าวส่งผลให้ EATS เป็นผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานที่มีความโดดเด่นในด้านรสชาติและดีต่อสุขภาพรายแรกในอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทาน

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
<b>บทที่ 1</b> <b>ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.2 โอกาสทางธุรกิจ	3
<b>บทที่ 2</b> <b>สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ</b>	<b>4</b>
2.1 สภาพแวดล้อมของธุรกิจ	4
2.2 การวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ	4
2.3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SWOT Analysis)	5
2.4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางธุรกิจ	7
<b>บทที่ 3</b> <b>การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน</b>	<b>9</b>
3.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม	9
3.2 การวิเคราะห์การแข่งขันในตลาด	11
3.3 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	13
<b>บทที่ 4</b> <b>แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ</b>	<b>15</b>
4.1 รายละเอียดของบริษัท	15
4.2 รายละเอียดผลิตภัณฑ์	16
4.3 คุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์	26
<b>บทที่ 5</b> <b>การศึกษากลุ่มเป้าหมาย</b>	<b>28</b>
5.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	28
5.2 สัดส่วนของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	28
<b>บทที่ 6</b> <b>บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ</b>	<b>30</b>
บรรณานุกรม	33

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>ภาคผนวก</b>	<b>34</b>
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถามที่ 1 ด้านผู้บริโภค (ทั่วไป)	35
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามที่ 1 ด้านผู้บริโภค (ทั่วไป)	38
ภาคผนวก ค ตัวอย่างคำถามสำหรับใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (สำหรับบุคคลทั่วไป)	45
ภาคผนวก ง บทสัมภาษณ์เชิงลึก (สำหรับบุคคลทั่วไป)	47
ภาคผนวก จ ตัวอย่างคำถามสำหรับใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (สำหรับร้านอาหาร)	63
ภาคผนวก ฉ บทสัมภาษณ์เชิงลึก (สำหรับร้านอาหาร)	65
ภาคผนวก ช ตัวอย่างแบบสอบถามที่ 2 ทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัส	75
ภาคผนวก ซ ผลวิเคราะห์แบบสอบถามที่ 2 ทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัส	78
ภาคผนวก ฌ บทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านโภชนาการ	84
ภาคผนวก ฎ ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณโซเดียมที่เหมาะสมแก่ร่างกาย	86
ภาคผนวก ฏ สถานการณ์ปัญหาสุขภาพวัยทำงาน	91
ภาคผนวก ฐ สถานการณ์ของตลาดอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานในประเทศไทย	94
ภาคผนวก จุ พฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยเกี่ยวกับอาหารสำเร็จรูป	97
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>99</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าพร้อมรับประทาน (เอื้ออังกร นันทศรีวิวัฒน์ : 2555)	8
2	แสดงคู่แข่งภายในประเทศ เฉพาะอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat)	12
3	แสดงการเปรียบเทียบบรรจุภัณฑ์ตามประเภทสินค้า	18
4	แสดงคำอธิบายตัวอย่างผลิตภัณฑ์ EATS	21
5	แสดงสัดส่วนของประชากรที่คาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	29
6	แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
7	แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
8	แสดงสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
9	แสดงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
10	แสดงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
11	แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
12	แสดงพฤติกรรมในการรับประทานอาหารในแต่ละมือ	41
13	แสดงอัตราเฉลี่ยในการรับประทานอาหารนอกบ้านหรือซื้ออาหารแบบปรุงสำเร็จ	42
14	แสดงปัจจัยที่เลือกซื้อ/รับประทานนอกบ้าน	42
15	แสดงเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารปรุงสำเร็จ/ทานอาหารนอกบ้าน	43
16	แสดงรายการอาหารที่ตัดสินใจซื้อ/รับประทานอาหารนอกบ้าน	43
17	แสดงความสนใจต่อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปบรรจุถุง Retort Pouch	44
18	แสดงสถานที่จัดจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเหมาะสม	44
19	แสดงการสรุปผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 5 ราย	59
20	แสดงการสรุปผลจากการสัมภาษณ์เจ้าของร้านอาหารจำนวน 5 ร้าน	73
21	แสดงข้อมูลการประมาณการยอดขาย/เดือน	74
22	แสดงการรู้จักอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) บรรจุใน ถุง Retort Pouch	78
23	แสดงการรับประทานอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) บรรจุใน ถุง Retort Pouch	79

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
24	แสดงความถี่ในการรับประทานอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) บรรจุในถุง Retort Pouch	79
25	แสดงปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ	80
26	แสดงความน่ารับประทานของผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง	80
27	แสดงความชอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง	81
28	แสดงการประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัส (Sensory Test) ในด้านต่างๆ	82
29	แสดงความสนใจต่อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) ที่เป็นสูตรจากร้านดังบรรจุในถุง Retort Pouch	83
30	แสดงช่องทางการจัดจำหน่าย	83
31	แสดงปริมาณโซเดียมที่ร่างกายต้องการใน 1 วัน	88
32	แสดงการเปรียบเทียบอาหารพร้อมรับประทานแบบ Frozen Food และแบบ Retort Pouch	96



## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงตราสินค้า EATS อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพจาก Signature Dish ของร้านอาหารที่มีชื่อเสียง	17
2	แสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์ EATS อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพจาก Signature Dish ของร้านอาหารที่มีชื่อเสียง	19
3	แสดงกระบวนการวิเคราะห์และปรับโครงสร้างคุณค่าทางอาหารให้เหมาะสมจากนักโภชนาการ	85
4	แสดงความถี่ในการซื้ออาหารสำเร็จรูปของคนไทย	97
5	แสดงแหล่งซื้ออาหารสำเร็จรูป	98



## บทที่ 1

### ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

#### 1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

ในปัจจุบันสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทั้งในเรื่องของความหนาแน่นของประชากรในเขตเมืองใหญ่ ส่งผลให้สังคมเมืองมีความเจริญทางด้านวัตถุและกลายเป็นศูนย์กลางของความเจริญด้านเศรษฐกิจ การศึกษา และความเจริญในด้านอื่นๆตามมา ทั้งนี้ความเจริญที่เกิดขึ้นในสังคมเมืองย่อมก่อให้เกิดการแข่งขันกันสูงเพื่อความอยู่รอดในสังคม ดังจะเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรจากครอบครัวใหญ่กลายเป็นครอบครัวขนาดเล็ก สมาชิกในครอบครัวรวมทั้งผู้หญิงต้องออกไปทำงานนอกบ้านเพื่อหารายได้ จนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันในเมืองให้กลายเป็นวิถีชีวิตแห่งการเร่งรีบและสับสนวุ่นวายตามมาด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคในเขตเมืองใหญ่เปลี่ยนแปลงไปทั้งสิ้น โดยเฉพาะผู้คนที่ทำงานที่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาทำให้ต้องเร่งรีบออกจากบ้านแต่เช้าเพื่อที่สามารถเดินทางไปทำงานได้ทันเวลา ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในหลายรูปแบบ ทั้งในเรื่องของวิถีชีวิตที่เร่งรีบในชีวิตประจำวันมากขึ้นและพยายามมองหาสิ่งที่จะช่วยในเรื่องของการอำนวยความสะดวกสบายในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยสิ่งที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในสังคมเมืองปัจจุบันได้ดีที่สุดคือ พฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟน (Smartphone) ซึ่งในปัจจุบันสมาร์ตโฟนสามารถตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนเมืองในปัจจุบันได้ครบเกือบทุกด้าน ทั้งในด้านของการติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วขึ้นแม้อยู่ห่างไกลคนละทวีป การทำธุรกรรมทางการเงินที่สะดวกและรวดเร็วผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การสั่งอาหารด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Application) เพื่อรับบริการส่งอาหารถึงที่โดยลดระยะเวลาในการเดินทาง สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวันและเป็นการช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่ผู้บริโภคในเขตเมือง จึงส่งผลให้เกิดธุรกิจหลายอย่างที่พยายามตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น

อาหารถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ เป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ซึ่งขาดไม่ได้ ธุรกิจอาหารจึงเป็นหนึ่งในหลายธุรกิจที่ได้รับความนิยมค่อนข้างสูงในท้องตลาด ประกอบกับปัจจุบัน

การดำเนินชีวิตของคนในสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาด้วยวิถีชีวิตอันเร่งรีบ การปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกและปรับคุณสมบัติให้เหมาะสมตอบรับกับความต้องการของผู้บริโภคในเขตเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปจึงเป็นสิ่งที่มีผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญดังนั้นสินค้าที่ออกมาสู่ตลาดส่วนใหญ่จึงมุ่งเน้นไปที่ความสะดวกสบายและความง่ายในการรับประทาน โดยลดขั้นตอนที่ยุ่งยากในการเตรียมอาหารเพื่อรับประทานลง เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้อย่างครบถ้วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตอบสนองในด้านความสะดวกสบายในการรับประทาน ความสะดวกในการพกพาและการเก็บรักษา และความสะดวกในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถหาซื้อได้ง่ายดังนั้นอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานจึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการและนักลงทุนมองเห็นว่าจะสามารถทำอะไรให้แก่ธุรกิจได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารพร้อมบริโภคหรืออาหารพร้อมทาน (Ready to Eat) ซึ่งได้ถูกคิดค้นและพัฒนาขึ้นเพื่อตอบรับวิถีแห่งการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปในด้านการอำนวยความสะดวกในการรับประทานอาหาร โดยไม่ต้องเข้าครัวประกอบอาหารเอง ดังนั้นจึงเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะสามารถตอบสนองความต้องการของคนในเขตเมืองรุ่นใหม่ที่ไม่มีทักษะในการประกอบอาหาร ต้องการลดระยะเวลาในการเข้าครัวและการเก็บล้างทำความสะอาด ด้วยเหตุนี้ ตลาดอาหารสำเร็จรูปในท้องตลาดจึงค่อนข้างใหญ่และนับเป็นตลาดที่มีศักยภาพการเติบโตค่อนข้างสูง ดังจะเห็นได้ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา มีผู้ผลิตรายใหม่จำนวนมากหลายรายเข้าสู่ตลาดอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต

นอกเหนือจากรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้คนในปัจจุบันแล้ว ผลที่ตามมาพร้อมกับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปคือ สุขภาพที่แย่ลงเนื่องจากพฤติกรรมเสี่ยงที่ก่อให้เกิดโรคร้ายตามมาในอนาคต เหตุเพราะในปัจจุบันพฤติกรรมที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ปฏิบัติอาจก่อให้เกิดโรคร้ายได้อย่างง่ายดาย และรวดเร็ว ทั้งในเรื่องของการพักผ่อนไม่เพียงพอและการรับประทานอาหารที่ไม่มีประโยชน์ต่อร่างกายรวมถึงอีกหลายๆพฤติกรรมที่ล้วนส่งผลเสียต่อสุขภาพได้ทั้งสิ้น โดยเฉพาะพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่ไม่สมดุล รวมไปถึงเรื่องการกินอีกด้วย จึงเป็นที่มาของอัตราการเสียชีวิตด้วยโรคร้ายก่อนวัย 60 ปี ได้แก่ โรคความดันโลหิตสูง โรคหลอดเลือดสมองและหัวใจ และโรคมะเร็ง เป็นต้น ทั้งยังพบว่าแนวโน้มของอัตราการเสียชีวิตด้วยโรคร้ายก่อนวัยอันควรยังมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ในทุกปี ดังนั้นจึงมีหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนร่วมมือกันรณรงค์ให้ผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น ทั้งในเรื่องของการออกกำลังกายควบคู่ไปกับการรับประทานอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสนใจจนเกิดเป็นกระแสรักสุขภาพในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ประเภท Organic Food และ Functional Food เพื่อสุขภาพได้รับความนิยมค่อนข้างสูงและมีแนวโน้มที่คนไทยจะรักสุขภาพเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากเด็กรุ่นใหม่ถูกปลูกฝังให้ดูแลสุขภาพตั้งแต่อายุยังน้อย

## 1.2 โอกาสทางธุรกิจ

เนื่องด้วยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคมปัจจุบัน ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย โดยเฉพาะผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองใหญ่ซึ่งได้รับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการดำเนินชีวิตมากที่สุด จากรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเดิมเปลี่ยนแปลงไป กลายเป็นสังคมแห่งการเร่งรีบ ส่งผลให้สิ่งที่สามารถอำนวยความสะดวกเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้บริโภคถูกให้ความสำคัญเหนือปัจจัยด้านอื่น รวมไปถึงกระแสของการใส่ใจเรื่องสุขภาพ โดยเลือกรับประทานอาหารที่เป็นประโยชน์และไม่มีสารที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย อันจะนำไปสู่การมีสุขภาพที่แข็งแรงห่างไกลจากโรคที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แต่ในปัจจุบันพบว่าอาหารที่มีจำหน่ายในท้องตลาดที่สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตเมืองใหญ่ที่เปลี่ยนแปลงไปนั้น ยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังไม่สามารถตอบสนองต่อปัจจัยหลักที่ผู้บริโภคในวัยทำงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ทั้งในเรื่องของความสะอาดสบาย ความอร่อย และความสะอาดถูกหลักอนามัย เป็นต้น ซึ่งไม่ตรงต่อความต้องการอย่างแท้จริงของผู้บริโภค

ดังนั้นจากโอกาสที่ได้จากรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปรวมถึงกระแสของการใส่ใจสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้นของผู้บริโภคในเขตเมืองใหญ่ในปัจจุบัน ทำให้พบช่องว่างในการเข้าสู่ตลาดด้วยการออกแบบธุรกิจที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในเรื่องของการอำนวยความสะดวกสบายให้เกิดขึ้นในชีวิต ความอร่อยของอาหารที่ผู้บริโภคใช้เป็นปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปในท้องตลาด ควบคู่ไปกับการส่งเสริมสุขภาพที่ดีให้เกิดขึ้นจนนำไปสู่การห่างไกลจากโรคในอนาคต ด้วยการใส่ใจวัตถุดิบในการประกอบอาหารที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกายในอนาคต เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่ผู้บริโภคได้ซึ่งเป็นช่องว่างทางธุรกิจที่ยังไม่มีผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปรายใดในตลาดสามารถผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ครบถ้วน ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง



## บทที่ 2

### สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ

#### 2.1 สภาพแวดล้อมของธุรกิจ

เนื่องด้วยในปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทานมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับโอกาสทางธุรกิจที่พบจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค อัตราการเกิดโรคในวัยทำงานและกระแสการรักสุขภาพในปัจจุบัน ทำให้มองเห็นช่องทางการทำธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและเทรนด์การบริโภคของคนในสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงไป

ดังนั้น ทางกลุ่มจึงได้สร้างธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์โอกาสทางธุรกิจในด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปได้ คือ ผลิตภัณฑ์อาหารที่สามารถตอบสนองในเรื่องของความสะดวกพร้อมรับประทานและส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่ผู้บริโภคในด้านสุขภาพ

#### 2.2 การวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ

##### วิถีชีวิตคนปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป

เนื่องจากในยุคปัจจุบันเป็นวิถีชีวิตแห่งความเร่งรีบ ดังนั้นพฤติกรรมการรับประทานอาหารของผู้บริโภคยุคใหม่จึงแตกต่างไปจากเดิม ทั้งด้านการรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มมากขึ้น การมีอาหารสำเร็จรูป อาหารสำเร็จรูป และอาหารแปรรูปต่างๆวางขายในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อมากขึ้น แต่ในปัจจุบันคนในสังคมต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรับประทานอาหารมากขึ้น (Convenient Lifestyle) มีเวลาในการทำอาหารน้อยลง ดังนั้นผู้บริโภคไทยจึงชอบรับประทานอาหารแปรรูปพร้อมรับประทานในรูปแบบต่างๆที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดี โดยมูลค่าตลาดรวมของตลาดอาหาร Ready to Eat ในปี 2557 อยู่ที่ 10,000 ล้านบาท มีอัตราการเติบโต 15-20% ต่อปีติดต่อกันมานาน 4 ปี และในปี 2558 ตลาดจะมีมูลค่า 11,500 - 12,000 ล้านบาท

### การให้ความสำคัญต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น

จากการที่ผู้บริโภคเริ่มประสบปัญหาด้านสุขภาพ เช่น ความดันโลหิตสูง เบาหวาน ไขมัน อุดตัน โรคหัวใจ เป็นต้น อันเป็นสาเหตุที่นำไปสู่การเพิ่มขึ้นของอัตราการเสียชีวิตก่อนอายุ 60 ปี ซึ่งส่วนใหญ่นั้นเกิดจากพฤติกรรมมารับประทานอาหาร การทำงาน ที่ไม่เหมาะสม การพักผ่อนที่ไม่เพียงพอ ส่งผลให้ผู้ประกอบการเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับ Functional Foods หรือผลิตภัณฑ์อาหารที่ให้คุณค่าเฉพาะ เช่นกลุ่มผู้ที่รักสุขภาพก็จะหันมารับประทานอาหารที่มีเกลือโซเดียม น้ำตาล และสารปรุงแต่งรสต่าง ๆ น้อยลง

### การให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร

เนื่องจากปัจจุบันพบสารปนเปื้อนมากในอาหาร ดังนั้นผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญต่อคุณภาพ ความปลอดภัย แหล่งที่มาของวัตถุดิบ รวมถึงส่วนผสมต่างๆ จึงทำให้ผู้ผลิตตื่นตัวในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยจะเน้นความเป็นธรรมชาติของอาหาร ปรุงแต่งน้อย ระบุแหล่งผลิตชัดเจน ปลอดภัย และผู้บริโภคยังต้องการเรื่องมาตรฐานการรับรองต่างๆ จากหลายหน่วยงาน เพื่อให้สร้างความมั่นใจในตัวสินค้าขึ้นๆ

จากโอกาสที่ค้นพบในการทำธุรกิจ การผลิตอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานสำหรับผู้บริโภคในปัจจุบันนั้น ต้องสามารถตอบสนองและแก้ไขปัญหาต่างๆเหล่านี้ได้ โดยใช้วัตถุดิบธรรมชาติที่มีคุณภาพ มีปริมาณโซเดียมต่ำ ไม่มีผงชูรสและวัตถุกันเสีย ใช้ไขมันคุณภาพดี มีปริมาณสารอาหารที่เหมาะสม โดยบรรจุภัณฑ์ต้องสะดวกในการอุ่นร้อน พร้อมรับประทาน รสชาติใกล้เคียงกับอาหารปรุงสด สามารถเก็บไว้อุณหภูมิห้องได้ ซึ่งจะตอบสนองความต้องการ และแก้ไขปัญหาของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ซึ่งความต้องการของตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความชัดเจน และเป็นความต้องการที่มีอยู่อย่างต่อเนื่องและยาวนาน ส่งผลให้ธุรกิจสามารถเติบโต ขยายตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

## 2.3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (SWOT Analysis)

### จุดแข็ง (Strengths)

- ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพ EATS มีหุ้นส่วนทางธุรกิจเป็นร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและมีเมนูที่ได้รับการรับรองในเรื่องรสชาติ ดังนั้นลูกค้าจึงมั่นใจได้ในเรื่องของคุณภาพและอร่อย



- มีการคิดค้น เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ไม่ใช่สารเคมี วัตถุดิบเสียในการถนอมอาหารและเครื่องปรุงที่เป็นอันตราย หรือสัมผัสเสี่ยงต่อโรคและข้อจำกัดของผู้สูงอายุ ได้รับการรับรองและพัฒนาสูตรจากนักโภชนาการผู้ทรงคุณวุฒิ

- ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ในด้านความสะดวก ใ้ใจ สุขภาพ และลดระยะเวลาการเข้าครัวเตรียมอาหาร

- ผลิตภัณฑ์บรรจุในซองอะลูมิเนียม ซึ่งสามารถเก็บรักษาสินค้าได้ที่อุณหภูมิห้องได้นาน 1 ปี มีวิธีการเก็บรักษาที่ไม่ยุ่งยาก สามารถซื้อมาเก็บไว้และอุ่นทานได้อย่างรวดเร็ว

- วิทยากรมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา ทำให้พฤติกรรมกรเข้าครัวประกอบอาหารเองลดน้อยลง ดังนั้นหากต้องการลดระยะเวลา เน้นความสะดวกรวดเร็ว ทั้งยังใช้วัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพ จึงตอบสนองความต้องการได้ครบถ้วน

#### จุดอ่อน (Weaknesses)

- ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จัก จึงต้องใช้งเงินลงทุนในการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าด้วยการออกแบบกลยุทธ์ในการทำการตลาดต่างๆ เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายค่อนข้างมากทั้งนี้ผู้บริโภคบางส่วนยังคงมีทัศนคติที่ไม่ดีกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน เนื่องจากไม่ใช้อาหารปรุงสดใหม่ ดังนั้นจึงต้องใช้ระยะเวลาในการที่จะสื่อสารและให้ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า

- การไม่มีโรงงานการผลิตเป็นของตัวเอง ทำให้อำนาจการต่อรองกับผู้รับจ้างผลิตค่อนข้างน้อย อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจในอนาคต หากผู้รับจ้างผลิตเลือกผลิตให้

#### โอกาส (Opportunities)

- โดยแนวโน้มการบริโภคของคนในสังคมปัจจุบันยอมรับและหันมารับประทานอาหารประเภท Ready to Eat มากขึ้นตั้งเห็นจากมูลค่าตลาด RTE อยู่ที่ 11,500-12,000 ล้านบาท และมีการเติบโตอยู่ที่ 15%-20% ต่อปี จึงทำให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปอย่างกว้างขวาง

- แนวโน้มของการเจ็บป่วยโรค NCDs ในวัยทำงานเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากการไม่ใส่ใจดูแลสุขภาพ และการรับประทานอาหารที่เค็ม มัน หวาน จนก่อให้เกิดโรคในอนาคต

- กระแสรักสุขภาพที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค โดยใส่ใจสุขภาพมากขึ้น



### อุปสรรค (Threats)

- แนวโน้มที่จะมีคู่แข่งรายใหญ่ เช่น CP, พรานทะเล S&P เข้ามาเล่นในตลาดมีค่อนข้างสูง และอาจจะทำให้การแข่งขันรุนแรงยิ่งขึ้น จึงต้องมีการเตรียมแผนการตลาดเพื่อปกป้องส่วนแบ่งทางการตลาด
- ราคาวัตถุดิบ และราคาสินค้าสำเร็จที่จ้าง โรงงานอื่นผลิต (Outsourcing) อาจมีการผันผวนซึ่งส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนและส่วนต่างด้านกำไร

## 2.4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางธุรกิจ

เนื่องด้วยสังคมในเขตเมืองใหญ่ของประเทศไทยในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคค่อนข้างมาก โดยเฉพาะผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงวัยทำงานที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างเห็นได้ชัด กลายเป็นสังคมที่เร่งรีบ ทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ดังจะเห็นได้จากในปัจจุบันมีการผลิตสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อลดระยะเวลาเป็นจำนวนมาก สิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนคือพฤติกรรมการประกอบอาหารเพื่อรับประทานภายในครัวเรือน จากวิถีชีวิตแต่เดิมที่ผู้ชายออกไปทำงานนอกบ้าน ผู้หญิงมีหน้าที่ดูแลบ้านและประกอบอาหาร ได้เปลี่ยนแปลงไป โดยผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกที่จะบริโภคอาหารสำเร็จรูปเพิ่มมากขึ้นและลดการประกอบอาหารเพื่อรับประทานเองลง ซึ่งปัจจัยหลักที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อคือ ความสะดวกรวดเร็ว คุณค่าทางโภชนาการ และความสะอาดถูกหลักอนามัยเป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่ไม่มีเวลาจะเป็นช่วงที่ผู้บริโภคเลือกที่จะรับประทานอาหารสำเร็จรูปมากที่สุด

จากการเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตเมืองใหญ่ ทำให้เกิดการสร้างค่านิยมในการบริโภคขึ้นนั่นคือการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตใหม่ ก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมที่ไม่มีครัว (Kitchenless Society : อดุลย์ จาตุรงค์กุล 2543) ดังนั้นจึงเป็นเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคของไทยติดอันดับประเทศที่มีการบริโภคอาหารสำเร็จรูปมากที่สุดในโลก โดยคิดเป็นร้อยละ 75 ของพฤติกรรมความถี่ในการซื้ออาหารปรุงสำเร็จ

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในเขตเมืองใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงวัยทำงาน ทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มเป้าหมายหลักคือ ผู้บริโภคที่อยู่ในวัยทำงาน เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เน้นในเรื่องของความความสะดวกสบายเป็นหลัก ซึ่งผลิตภัณฑ์ EATS จะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้และกลุ่มเป้าหมายมีโอกาสที่จะเลือกผลิตภัณฑ์ที่สะดวกและช่วยส่งเสริมสุขภาพที่ดีให้เกิดขึ้น

แก้ตนเองไปรับประทาน โดยสามารถอ้างอิงได้จากปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูป 5 อันดับแรก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ , ความสะดวกในการรับประทาน , คุณภาพของวัตถุดิบ , ความสะอาด และ สามารถเก็บไว้ได้นาน ตามลำดับ

ตารางที่ 1 แสดงปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าพร้อมรับประทาน (เอื้ออังกูร นันทศรีวิวัฒน์ : 2555)

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก	ระดับ ความสำคัญ	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
คุณค่าทาง โภชนาการ	132	250	100	18	0	400	4.365	มาก	1
ความสะดวกใน การรับประทาน	200	191	9	0	0	400	3.978	มาก	2
คุณภาพของ วัตถุดิบ	63	241	135	41	20	400	3.9675	มาก	3
ความสะอาด	70	215	194	21	0	400	3.96	มาก	4
สามารถเก็บรักษา ไว้ได้นาน	206	156	38	0	0	400	3.92	มาก	5





## บทที่ 3

### การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน

#### 3.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industrial Analysis)

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมของแผนธุรกิจ EATS จะใช้เครื่องมือ Five Forces ในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน ดังนี้

##### **Competitive Rivalry within an Industry (+)**

ภาพรวมของตลาดอาหารพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) ซึ่งรวมถึง Frozen Foods นั้น มีการเติบโตขึ้นและ อุตสาหกรรมมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปยังกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงานที่ต้องการความอร่อย สะดวกรวดเร็ว เช่น พรานทะเล, พรานไฟร, S&P Quick Meal, CP และยังมีผลิตภัณฑ์ที่เน้น Functional Benefit มากขึ้นเช่น Healthy Diet CP Balance, ที่เน้นการควบคุมปริมาณแคลอรีและจับกระแสอาหารเพื่อสุขภาพซึ่งผู้ผลิตเหล่านี้มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าเดียวกัน มีสินค้าคล้ายคลึงกัน อาจทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมสูงมาก โดยจุดประสงค์หลักคือเน้นในเรื่องของความ สะดวกสบายเป็นหลัก แต่เนื่องด้วยปัจจัยหลักในการเลือกซื้ออาหารนั้น ความอร่อยยังคงเป็นปัจจัยอันดับแรกสำหรับผู้บริโภคให้ความสำคัญ ดังนั้นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ EATS ที่เน้นในเรื่องความอร่อยจากร้านอาหารชื่อดังควบคู่กับสุขภาพที่ดีอันเกิดจากการเลือกใช้ส่วนผสมที่ไม่ก่อให้เกิดอันตราย ซึ่งยังไม่ ผู้ผลิตรายใดมีจุดยืนในเรื่องนี้ ดังนั้นยังคงพอเป็นช่องว่างและโอกาสในการเข้าสู่ธุรกิจอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานได้

##### **Threat of New Entrants (-)**

การเข้าสู่ตลาดอาหารสำเร็จรูปโดยเน้นไปที่ความอร่อยเป็นหลักนั้นอาจมีความเป็นไปได้ หากมีเงินลงทุน ติดต่อกับหุ้นส่วนทางธุรกิจได้เร็ว และสามารถจ้างผู้ผลิตอื่นผลิตสินค้าให้ รวมถึง ผู้ผลิตรายใหญ่เห็นโอกาสในตลาดก็สามารถลงมาเล่นในตลาดนี้ได้ทันทีเนื่องด้วยมีเครื่องจักรและ ระบบการวิจัยและพัฒนาที่สามารถรองรับการผลิตได้

### **Threat of Substitute Products (0)**

เนื่องจากอาหารถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มนุษย์ต้องใช้เพื่อการดำรงชีพ ดังนั้นตลาดอาหารจึงเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่ และมีสินค้าทดแทนค่อนข้างมาก โดยเฉพาะอาหารปรุงสดตามร้านขายอาหารทั่วไป แต่เนื่องด้วยโอกาสที่มองเห็นทางธุรกิจในเรื่องของวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป และกระแสรักสุขภาพที่หันมาดูแลตัวเองเพิ่มมากขึ้นเพื่อห่างไกลโรคในปัจจุบันนั้น เป็นโอกาสที่จะพัฒนาสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองได้ เช่น ในการสั่งอาหารปรุงสดจากร้านอาหารอาจจะมีข้อยุ่งยากในเรื่องของการแจ้งให้ทางร้านงดใส่วัตถุดิบบางประเภทได้ และเรื่องของข้อจำกัดในเรื่องเวลาที่สังคมในปัจจุบันเป็นสังคมแห่งการเร่งรีบ พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไป คนเริ่มประกอบอาหารรับประทานเองที่บ้านน้อยลง และมีแนวโน้มรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้นเพื่อลดระยะเวลาในการเข้าครัว ดังนั้นจึงทำให้ยังพอมองเห็นโอกาสที่จะสามารถทำธุรกิจในตลาดอาหารได้

### **Bargaining Power of Customer (+)**

กลุ่มเป้าหมายหลักของอาหารสำเร็จรูปแบบ Retort Pouch คือ คนในวัยทำงานที่เน้นในเรื่องของรสชาติอาหาร ความสะดวกสบาย และการใส่ใจสุขภาพ ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วในตลาดยังไม่มีผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานชนิดใดที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ครบถ้วน ซึ่งหากพิจารณาแล้วอำนาจในการต่อรองของลูกค้าในขณะนี้ยังมีไม่รุนแรงนัก เนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์มีแนวความคิดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองของลูกค้าได้ครบถ้วน ซึ่งแนวคิดผลิตภัณฑ์นี้ยังไม่มีความวางขายในตลาด

### **Bargaining Power of Supplier (-)**

อำนาจการต่อรองของ Supplier มีค่อนข้างสูงเนื่องจากจะต้องจ้างผู้ผลิตเพื่อผลิตสินค้าให้ โดยต้องพึ่งพาสายการผลิตร่วมกับสินค้าอื่นๆทำให้ทางฝั่งผู้ผลิตมีอำนาจการต่อรองสูง ทั้งเรื่องปริมาณการผลิต ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงาน รวมถึงราคาวัตถุดิบมีการแปรผันตามฤดูกาล ซึ่งจะทำให้การควบคุมด้านต้นทุนของสินค้า (Finished Product) อาจเป็นไปได้ลำบาก

### 3.2 การวิเคราะห์การแข่งขันในตลาด

ในอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทาน (Ready To eat) ปัจจุบันมีคู่แข่งจำนวนไม่มากนักที่ทำอาหารบรรจุถุง Retort Pouch ออกมาจำหน่ายในตลาด ส่วนใหญ่จะเน้นไปที่ขนาดพอดีต่อ 1 มื้ออาหาร และไม่เน้นด้านสุขภาพ ซึ่งสามารถวิเคราะห์คู่แข่งในประเด็นต่างๆได้ ดังนี้



ตารางที่ 2 แสดงคู่แข่งภายในประเทศ เฉพาะอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat)

ตราสินค้า	รูปผลิตภัณฑ์	รูปแบบสินค้า	คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับ	ขนาดและราคา	สถานที่จัดจำหน่าย	ข้อมูลเพิ่มเติม
โรซ่า พร้อม		Retort Pouch	ง่าย สะดวก รวดเร็ว อร่อย สามารถทานได้เลยไม่ต้องอุ่น มีหลากหลายรสชาติ	70-145 กรัม ราคา 29 บาท	ซูเปอร์มาร์เก็ต, ห้างสรรพสินค้า	เน้นการนำวัตถุดิบจากเนื้อปลามาเป็นส่วนประกอบ
พราวนทะเล ข้าวมือถือ		Retort Pouch	ง่าย สะดวก รวดเร็ว อร่อย สามารถทานได้เลยไม่ต้องอุ่น มี 3 รสชาติให้เลือก	100 กรัม ราคา 26 บาท	ซูเปอร์มาร์เก็ต, ห้างสรรพสินค้า	ข้าวคลุกกับกับข้าว พร้อมรับประทาน มีปริมาณโซเดียมสูง 400 มล.ต่อ 100 กรัม
Smart Eat		Retort Pouch	ง่าย สะดวก รวดเร็ว อร่อย สามารถทานได้เลยไม่ต้องอุ่น เมนูอาหารไม่หลากหลาย	115 กรัม ราคา 29 บาท	ซูเปอร์มาร์เก็ต, ห้างสรรพสินค้า	เน้นการนำวัตถุดิบจากไก่มาเป็นส่วนประกอบ ได้รับตราฮาลาล
Roz Siam		Retort Pouch in Box	ขั้นตอนก่อนข้างยุ่งยาก ต้องฉีกซองราดน้ำและแกะอะลูมิเนียมฟอยด์ ออกก่อนอุ่นไมโครเวฟ	180 กรัม ราคา 58 บาท	ซูเปอร์มาร์เก็ต, ห้างสรรพสินค้า	บรรจุในถาด แยกน้ำและเนื้อ/เส้น ต้องอุ่นร้อนด้วยไมโครเวฟ และแกะอะลูมิเนียมออก
Kitchen 88		Retort Pouch in Box	ขั้นตอนก่อนข้างยุ่งยาก ต้องฉีกซองราดน้ำและแกะอะลูมิเนียมฟอยด์ ออกก่อนอุ่นไมโครเวฟ	200 กรัม ราคา 39 บาท	ซูเปอร์มาร์เก็ต, ห้างสรรพสินค้า	บรรจุในถาด แยกน้ำและเนื้อ/เส้น ต้องอุ่นร้อนด้วยไมโครเวฟ และแกะอะลูมิเนียมออก

จากข้อมูลการวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรมมีผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานในตลาดจำนวน 5 ราย โดย 3 รายบรรจุในถุง Retort Pouch มีขั้นตอนในการรับประทานค่อนข้างง่ายและสะดวก แต่ไม่เน้นในเรื่องสุขภาพ เนื่องจากไม่มีการรับรองในเรื่องของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตว่าปลอดภัยไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย เช่น โซเดียมต่ำ ไขมัน ไม่เค็ม เป็นต้น ส่วนอีก 2 ราย เป็นอาหารพร้อมรับประทานในรูปแบบกล่อง มีการแยกส่วนประกอบระหว่างน้ำและเนื้อ/เส้น ก่อนรับประทานจะมีขั้นตอนที่ยุ่งยากกว่าเนื่องจากต้องแกะอะลูมิเนียมออกและฉีกซองรดน้ำ ก่อนนำไปอุ่นด้วยไมโครเวฟ ซึ่งจะสะดวกน้อยกว่าอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานในถุง Retort Pouch

เนื่องด้วยโอกาสทางธุรกิจที่พบจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค อัตราการเกิดโรคในวัยทำงานและกระแสการรักสุขภาพในปัจจุบัน ทำให้มองเห็นช่องทางการทำธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและเทรนด์การบริโภคของคนในสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์โอกาสทางธุรกิจในด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปได้ คือ ผลิตภัณฑ์อาหารที่สามารถตอบสนองในเรื่องของความสะดวกพร้อมรับประทานและส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่ผู้บริโภคในด้านสุขภาพ

### 3.3 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

แผนธุรกิจ EATS อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพจาก Signature Dishของร้านอาหารที่มีชื่อเสียงมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาด ดังนี้

#### ความโดดเด่นในเรื่องรสชาติของอาหาร

เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์ EATS ได้มีการทำข้อตกลงกับร้านอาหารที่มีชื่อเสียงในการขอซื้อสูตรรายการอาหารที่ได้รับความนิยมมาบรรจุในรูปแบบซอง Retort Pouch พร้อมรับประทาน โดยรายการอาหารในแต่ละรายการเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคและได้รับการรับรองความอร่อยของรายการอาหารจากสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญด้านรสชาติ ดังนั้นผู้บริโภคจึงสามารถมั่นใจในเรื่องรสชาติของอาหารได้ ซึ่งในด้านของการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องรสชาติให้เกิดขึ้นแก่ผู้บริโภคนั้นยังไม่มีผู้ผลิตรายใดนำจุดเด่นนี้มาสร้างให้เป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้า ดังนั้นจึงถือได้ว่า EATS เป็นผลิตภัณฑ์แรก ที่ให้ความสำคัญและนำจุดเด่นนี้มาสร้างเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าเพื่อให้ลูกค้าสามารถจดจำผลิตภัณฑ์ได้ จนนำไปสู่การรับรู้ในตราสินค้าว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นด้านรสชาติของอาหาร



### การเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ

ผลิตภัณฑ์ EATS ได้มีการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากแหล่งวัตถุดิบที่มีมาตรฐาน ได้รับการรับรองทั้งด้านคุณภาพและความปลอดภัยจากสถาบันที่มีชื่อเสียง ทำให้ผู้บริโภคสามารถมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความปลอดภัยจากสารที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย

### ผลิตภัณฑ์ที่ใช้มีความปลอดภัย

เนื่องด้วยในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความใส่ใจในการเลือกรับประทานที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น ดังนั้น EATS จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญในเรื่องของการรับประทานอาหารที่ส่งผลดีต่อสุขภาพ โดยผลิตภัณฑ์ EATS เป็นผลิตภัณฑ์ที่คัดเลือกวัตถุดิบและส่วนผสมในการประกอบเมนูอาหารที่ไม่ส่งผลเสียต่อสุขภาพในระยะยาว โดยจะเลือกใช้ส่วนผสมที่มีโซเดียมต่ำและใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาล เพื่อไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อร่างกายจนนำไปสู่การเกิดโรคในอนาคต ซึ่งยังไม่มีผู้ผลิตรายใดให้ความสำคัญในเรื่องของการคัดเลือกวัตถุดิบในการประกอบอาหารเพื่อไม่ส่งผลเสียต่อร่างกาย ดังนั้นจึงถือได้ว่า EATS เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคที่รักสุขภาพในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

เนื่องด้วยจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ด้าน จึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ EATS มีความโดดเด่นและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ดีกว่าผลิตภัณฑ์อื่นที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทานจึงเรียกได้ว่ามีความได้เปรียบผู้ผลิตรายอื่นที่มีในท้องตลาด ทั้งนี้ด้วยการเข้าสู่ตลาดก่อนผู้ผลิตรายอื่นส่งผลให้ EATS เป็นผู้นำในตลาดและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ก่อน จนนำไปสู่การสร้างการรับรู้ให้เกิดแก่ผู้บริโภคได้ก่อนและหากสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในด้านของการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ในระยะยาว จะทำให้เกิดการจงรักภักดีในตราสินค้าและยากที่จะเกิดการเปลี่ยนใจไปซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตรายอื่นที่อาจเข้าสู่ตลาดและกลายเป็นคู่แข่งในอนาคต



## บทที่ 4

### แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

#### 4.1 รายละเอียดของบริษัท

##### ชื่อบริษัท

บริษัท ลิฟยัง จำกัด / LIVEYOUNG CO.,LTD

##### วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำอันดับหนึ่งในตลาดผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานในประเทศไทยที่มีความโดดเด่นในเรื่องรสชาติ คุณค่าทางโภชนาการ ปลอดภัย ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีต่อผู้บริโภค

##### พันธกิจ

1. มีกระบวนการผลิตเป็นมาตรฐานระดับสากล
2. ดำเนินการผลิตด้วยวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภค
3. สร้างทีมงานวิจัยที่มีคุณภาพ พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความหลากหลาย
4. คิดค้นและผลิตอาหารเพื่อเสริมสร้างคุณค่าทางโภชนาการที่เหมาะสมสำหรับร่างกาย
5. ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้ได้มาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ

##### เป้าหมายทางธุรกิจ

1. เป้าหมายระยะสั้น สร้างการรับรู้ในตราสินค้า ด้วยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในแต่ละช่วงตามที่วางแผนไว้ รวมถึงนำเสนอจุดเด่นของสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักในตลาดและปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานให้มีทัศนคติที่ดีขึ้น ด้วยการให้ความรู้และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรูปแบบการถนอมอาหารในลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานบรรจุในถุง Retort Pouch

ว่าไม่ก่อให้เกิดอันตรายและลักษณะใกล้เคียงกับอาหารปรุงสดใหม่ในท้องตลาดผู้บริโภคสามารถมั่นใจได้ว่าไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ร่างกาย

2. เป้าหมายระยะยาว ขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นครอบคลุมทั่วทุกจังหวัดในประเทศไทย เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และขยายช่องทางการขายให้มีความหลากหลายมากขึ้น จนกลายเป็นผู้นำอันดับหนึ่งในตลาด

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อตอบสนองต่อความต้องการในด้านการส่งเสริมสุขภาพที่ดีแก่กลุ่มเป้าหมายและตอบสนองต่อความต้องการในการรับประทานอาหารในด้านรสชาติที่ดี
2. เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ให้แก่ผู้บริโภค โดยเน้นไปที่สังคมวัยทำงานที่ใช้ชีวิตเร่งรีบ โดยตอบสนองต่อวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบันในเรื่องของสุขภาพและความสะดวกสบาย

## 4.2 รายละเอียดผลิตภัณฑ์

### ตราสินค้า

“EATS”อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพจาก Signature Dish ของร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ตราสินค้านี้มีลักษณะดังนี้

- ชื่อผลิตภัณฑ์ : EATS แปลตามความหมายคือ อาหาร
- สี : โทนมสีจะแสดงในโทนมสีฟ้า เพื่อสื่อถึงความสดใส สะอาด และอาจให้ความหมายไปถึงแพทย์ (คุณ่าเชื่อถือ)
- สโลแกน : “EATS” Your Taste , Your Health ,Your Choice
- โลโก้ :
 

EATS	- สื่อตามความหมาย หมายถึง อาหาร
สีฟ้า	- สื่อถึงความสดใส สะอาด และความน่าเชื่อถือ



ภาพที่ 1 แสดงตราสินค้า EATSอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพจาก Signature Dish ของร้านอาหารที่มีชื่อเสียง

### บรรจุภัณฑ์

ในปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับบรรจุอาหารมีความแตกต่างกันออกไป ตามคุณลักษณะและคุณสมบัติของอาหาร ดังนั้นเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ EATS จะใช้เกณฑ์การเปรียบเทียบแยกตามลักษณะวิธีการถนอมอาหาร ดังตาราง



ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบบรรจุภัณฑ์ตามประเภทสินค้า

	อาหารพร้อมทาน แช่แข็ง (Frozen Ready Meals)	อาหารพร้อมทาน แช่เย็น (Chilled Ready Meals)	อาหารพร้อมทาน บรรจุแบบของ ชนิดอ่อนตัว (Retort Pouch)	อาหารพร้อมทาน บรรจุกระป๋อง (Canned Ready Meals)
บรรจุภัณฑ์	กล่อง/ถ้วย/ซอง พลาสติก	กล่อง/ถ้วย/ซอง พลาสติก	ซองอะลูมิเนียม Retort Pouch	กระป๋อง อะลูมิเนียม
วิธีการ รับประทานและ ระยะเวลาปรุง	อุ่นร้อนด้วย ไมโครเวฟ 4-7 นาที	อุ่นร้อนด้วย ไมโครเวฟ 1-2 นาที	แช่น้ำร้อน/ต้มน้ำ เดือด 2 นาที	เปิดฝา รับประทานได้ ทันที
การเก็บรักษา	แช่ตู้แช่แข็ง cabinet	แช่ตู้เย็น	อุณหภูมิห้อง	อุณหภูมิห้อง
อายุการเก็บรักษา	18 เดือน	1 สัปดาห์	1 ปี	6 เดือน ถึง 3 ปี
การขนส่งและจัด จำหน่าย	ขนส่งด้วยรถ ตู้เย็น รักษา อุณหภูมิ -18 ถึง -20 องศา เซลเซียส	ขนส่งด้วยรถ ตู้เย็นรักษา อุณหภูมิ 4-7 องศาเซลเซียส	ขนส่งด้วยรถ ธรรมดา ใช้พื้นที่ ในการจัดเรียง น้อย	ขนส่งด้วยรถ ธรรมดา ใช้พื้นที่ ในการจัดเรียงมาก
ค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงาน	สูง เพราะต้อง ลงทุนในเรื่องรถ ตู้เย็น และ ตู้แช่สำหรับ distributor	สูง เพราะต้อง ลงทุนในเรื่องรถ ตู้เย็น และ ตู้แช่สำหรับ distributor	ต่ำ ไม่ต้องเสียค่า รถตู้เย็นและ ค่าตู้แช่	ต่ำ ไม่ต้องเสียค่า รถตู้เย็นและ ค่าตู้แช่

รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาใช้สำหรับอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน EATS  
เกณฑ์ในการพิจารณาจะเน้นไปที่ความสะดวกในการรับประทาน การเก็บรักษา และความสะดวกเป็นหลัก  
โดยขั้นตอนจะต้องไม่ยุ่งยากซับซ้อน เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายคือคนในวัยทำงาน ที่มีวิถีชีวิตเร่งรีบและ  
เน้นความสะดวกสบายเป็นหลัก จากตารางที่ 1 การเปรียบเทียบบรรจุภัณฑ์ตามลักษณะการถนอม  
อาหารแต่ละชนิดสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบที่เหมาะสมกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้คือ อาหารพร้อมทานบรรจุ  
แบบของชนิดอ่อนตัว (Retort Pouch) มีคุณสมบัติเหมาะสมที่สุด กล่าวคือ บรรจุภัณฑ์ชนิดของ

สามารถอุ่นร้อนได้ด้วยการแช่ในน้ำร้อนเพียง 2 นาที ฉีกซองเทใส่ภาชนะพร้อมรับประทาน ซึ่งสะดวกในการรับประทานเป็นอย่างมาก สามารถเก็บรักษาในอุณหภูมิห้องเป็นระยะเวลานาน ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ครบถ้วน



แช่/ต้ม(ทิ้งซอง)ในน้ำร้อน  
เพียง 2 นาที เทใส่จาน  
พร้อมรับประทาน

บรรจุในถุงอะลูมิเนียม  
(ถุง Retort Pouch)

เก็บในอุณหภูมิห้อง  
ระยะเวลาาน 1 ปี

ภาพที่ 2 แสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์ EATS อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพจาก Signature Dish ของร้านอาหารที่มีชื่อเสียง

ด้านหน้าของผลิตภัณฑ์สกรีนภาพเมนูอาหารแต่ละชนิด พร้อมระบุ โลโก้ ชื่ออาหาร และคุณสมบัติต่างๆของผลิตภัณฑ์ ด้านหลังบ่งบอกคุณค่าทางโภชนาการที่จะได้รับการรับประทาน อาหารชนิดนั้นใน 1 มื้อ วิธีการรับประทาน และข้อมูลสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์

**ลักษณะผลิตภัณฑ์**

“EATS”อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) บรรจุอยู่ในถุงบรรจุภัณฑ์ประเภท Retort Pouch เป็นเมนู Signature Dish ที่ได้รับการคัดเลือกมาแล้วว่ามีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในด้านรสชาติความอร่อย เน้นในเรื่องของความอร่อย สะดวกในการรับประทานและการเก็บรักษา ทั้งนี้ยังผสมผสานกับกระแสรักสุขภาพโดยคัดเลือกวัตถุดิบในการปรุงอาหารที่มีคุณภาพปราศจากสารที่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ร่างกาย ได้รับการพัฒนาและรับรองโดยนักโภชนาการผู้ทรงคุณวุฒิ

ผลิตภัณฑ์ EATS อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพบรรจุในถุง Retort Pouch โดยใช้สูตร Signature Dish จากร้านอาหารที่มีชื่อเสียง (Healthy Signature Dish RTE) มีคุณสมบัติหลักในเรื่องของความปลอดภัยเนื่องด้วยในขั้นตอนของการปรุงอาหารจะใช้สารปรุงแต่งอาหารที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย เช่น ไม่ใส่ผงชูรส ,ไม่ใช้วัตถุกันเสีย และ Low Sodium เป็นต้น อีกทั้งยัง



สะดวกในการรับประทานและการเก็บรักษาโดยไม่ต้องแช่ในตู้เย็น สามารถตอบสนองวิถีชีวิต (Lifestyle) ของคนในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

### ราคาสินค้า

ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์ EATS แสดงอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพ บรรจุในถุง Retort Pouch โดยใช้สูตร Signature Dish จากร้านอาหารที่มีชื่อเสียง (Healthy Signature Dish RTE) นั้นจะกำหนดราคาตามตำแหน่งของสินค้าที่วางไว้อยู่ในระดับกลางขึ้นไป (เงินเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ 25,000 บาทขึ้นไป) ราคาของผลิตภัณฑ์อยู่ที่ 59-89 บาท ขึ้นอยู่กับเมนูอาหารแต่ละชนิด ซึ่งการตั้งราคาสินค้าจะอิงกับราคาขายของรายการอาหาร Signature Dish ที่วางขายในร้านอาหารแบบปกติในแต่ละเมนู เป็นลักษณะการตั้งราคาโดยอิงกับคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (Value Added Pricing)

### รายการอาหาร

ในการพิจารณาเลือกเมนูอาหารสำหรับวางขายในท้องตลาดช่วงระยะเริ่มต้นเข้าสู่ตลาด นั้น คัดเลือกจากคามยินยอมของร้านอาหารที่จะร่วมเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจ 4 ร้าน โดยคัดเลือกเมนูที่เป็น Signature ของแต่ละร้าน ดังนี้

1. ราดหน้ากุ้งสูตรต้นตำหรับ หลังห้อยเทียนเหลา
2. ก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่อง บางลำภู
3. เนื้อโคขุนผัดพริกแกงชาวสวน ร้าน SIAM ๑๓
4. โป๊ะแตกทะเล ร้านกุ้งเผาสามชัย จังหวัด สงขลา




โดยจะทำการผลิตสินค้าใน 3 อันดับแรกก่อน ได้แก่ ราดหน้ากุ้งสูตรต้นตำหรับหลังห้อยเทียนเหลา ก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่อง และเนื้อโคขุนผัดพริกแกงชาวสวน เนื่องจากทั้ง 3 ร้าน อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล น่าจะเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ มากกว่า โดยทั้ง 3 รายการ จะถูกผลิตเพื่อทดลองตลาดก่อนในช่วงระยะเริ่มต้น เพื่อสำรวจความเป็นไปได้และกระแสตอบรับจากผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป EATS หลังจากระยะเริ่มต้นที่ทำการทดลองตลาดผ่านพ้นไป หากผลออกมาได้รับกระแสตอบรับที่ดี ก็จะดำเนินการติดต่อกับร้านอาหารอื่นเพื่อหาหุ้นส่วนทางธุรกิจเพิ่มเติมและให้ได้มาซึ่งรายการอาหารใหม่ๆ เพิ่มขึ้นมาเพื่อสร้างความหลากหลายและสร้างรับรู้ให้เกิดขึ้นในตราสินค้า จนเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในตลาดอาหารสำเร็จรูป

### ตัวอย่างผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพ EATS ในช่วงเริ่มต้นจะผลิตรายการอาหาร 3 รายการ ดังนี้



ตารางที่ 4 แสดงคำอธิบายตัวอย่างผลิตภัณฑ์ EATS

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์	คำอธิบาย
	<p>“ก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่อง บางลำภู”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การันตีความอร่อยโดย แม่ซ้อยนางรำ , Top 5 Thailand , คอลัมภ์หนังสือพิมพ์ ปิ่นโตเถาเล็ก และ ครัวตัว M</li> <li>- ราคา 59 บาท</li> <li>- น้ำหนัก 200 g.</li> </ul>
	<p>“เนื้อโคขุนผัดพริกแกงชาวสวน Siam๗๗”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การันตีความอร่อยโดย ครัวคุณต๋อย</li> <li>- ราคา 89 บาท</li> <li>- น้ำหนัก 150 g.</li> </ul>
	<p>“ราดหน้ากุ้งสูตรต้นตำหรับ หลังห้อยเทียนเหลา”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การันตีความอร่อยโดย เชลล์ชวนชิม</li> <li>- ราคา 59 บาท</li> <li>- น้ำหนัก 250 g.</li> </ul>

## วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

ผลิตภัณฑ์ “EATS อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพ จาก Signature Dish ของร้านอาหารที่มีชื่อเสียง” ได้มีการคำนึงถึงคุณภาพวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตซึ่งวัตถุดิบทั้งหมดนั้นจะมีการคัดสรรจากบริษัทผู้ผลิตที่มีมาตรฐาน ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการว่าปราศจากสารเคมีตกค้างและไม่ก่อให้เกิดการสะสมจนทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกาย ในส่วนของวัตถุดิบที่เป็นเนื้อสัตว์จะต้องมาจากโรงเลี้ยงที่ไม่ใช่ยาปฏิชีวนะและสารเคมีอันตราย เพื่อให้สินค้ามีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคมากที่สุด โดยผู้ผลิตที่ทางบริษัทฯจะนำมาพิจารณา มีดังนี้

### 1. บริษัท ไทย เอส พี เอฟ โปรดักส์ จำกัด

#### ● ที่อยู่ในการติดต่อ

บริษัท ไทย เอส พี เอฟ โปรดักส์ จำกัด

อาคารเบทาโกร ทาวเวอร์ (นอร์ธปาร์ค) 323 ถนนวิภาวดีรังสิต หลัก

สี่ กรุงเทพฯ 10210 เบอร์โทรศัพท์ (+662) 833-8000

ขั้นตอนการคัดเลือกวัตถุดิบประเภทเนื้อหมู เนื้อไก่ และไข่ไก่อนามัยนั้น สืบจาก บริษัท ไทย เอส พี เอฟ โปรดักส์ จำกัดซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัทเบทาโกร จำกัด มหาชน ซึ่งมีตราสินค้าชื่อว่า S-Pure โดยบริษัทใช้ระบบการเลี้ยงแบบ SPF (Specific Pathogen Free) ซึ่งเป็นการเลี้ยงระบบฟาร์มปิด ทำที่ใช้เทคโนโลยีจากประเทศญี่ปุ่น ทำให้หมูปลอดโรคและลดความเสี่ยงเรื่องพยาธิ จึงไม่จำเป็นต้องใช้ยาปฏิชีวนะสำหรับการรักษา ไม่มีสารเร่งเนื้อแดงและสารเร่งการเจริญเติบโต ไม่มีสารเคมีในการยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรียและเชื้อรา ทำให้เนื้อสัตว์และไข่ปราศจากสารตกค้างที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค อีกทั้งยังได้รับรองมาตรฐานจากหน่วยงานราชการ เช่น GMP, Q Mark, HACCP, ISO14000 Food safety เป็นต้น

### 2. บริษัท สินธร มีท ซัพพลาย จำกัด

#### ● ที่อยู่ในการติดต่อ

บริษัท สินธร มีท ซัพพลาย จำกัด

21 ซอยไสอุดร ถนนศรีนครินทร์36 แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง

กรุงเทพมหานคร 10250 โทรศัพท์ (+662) 138-6191-3

ขั้นตอนการคัดเลือกวัตถุดิบประเภทเนื้อโคขุนนั้น สืบจากบริษัท สินธร มีท ซัพพลาย ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเนื้อวัวคุณภาพสูงมากกว่า 30 ปี ได้รับรองมาตรฐาน GMP, HACCP และองค์การอาหารและยา ซึ่งผู้ผลิตสามารถตัดแต่งเนื้อจัดส่งเนื้อโคขุนตามความต้องการของลูกค้าได้

### 3. บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

- **ที่อยู่ในการติดต่อ**

บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

979/12 ชั้นเอ็ม, อาคารเอสเอ็มทาวเวอร์ ถนนพหลโยธิน แขวงสาม

เสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400เบอร์โทรศัพท์ (+662) 298-0537-41

ขั้นตอนการคัดเลือกวัตถุดิบประเภทอาหารทะเลนั้น สืบจาก บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ผลิตปลาหมึกกระป๋องและอาหารทะเลแช่แข็ง มีทั้ง กุ้ง ปลาหมึก และปลาแซลมอน โดยบริษัทนั้นมีมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารระดับสากล ISO 9001:2008 ระบบการบริหารงานคุณภาพ, ISO 14001 ระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม, Best Aquaculture Practices มาตรฐานรับรองกระบวนการผลิตกุ้งตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ, HACCP, GMP, BRC, IFS, Kosher และ HALAL เป็นต้น

### 4. บริษัท พรานทะเล มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

- **ที่อยู่ในการติดต่อ**

บริษัท พรานทะเล มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน)

1100 ถ.วิเชียร ไขว้, ต.มหาชัย อ.เมืองสมุทรสาคร จ.สมุทรสาคร

74000 ประเทศไทยเบอร์โทรศัพท์ (034) 820-465-6

ขั้นตอนการคัดเลือกวัตถุดิบประเภทปลาเก๋า ปลากระพงกุ้ง หอยลาย เนื้อปู นั้น สืบจากบริษัท พรานทะเล มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ที่มีวัตถุดิบหลากหลาย และได้รับรองมาตรฐาน GMP หรือสัญลักษณ์ที่ดีในการผลิตอาหารตามมาตรฐาน CODIX, HACCP หรือระบบประกันคุณภาพเพื่อผลิตอาหารให้ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และ Q Mark หรือเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร ออกให้โดยกรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

### 5. บริษัท อัจฉิตต์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นเนล เฟัพเพอร์ แอนด์ สไปซ์ จำกัด

- **ที่อยู่ในการติดต่อ**

บริษัท อัจฉิตต์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นเนล เฟัพเพอร์ แอนด์ สไปซ์ จำกัด

83/4 หมู่ 5 ถนนสุขสวัสดิ์ ซอยสุขสวัสดิ์ 2 แขวงจอมทอง เขตจอม

ทอง กรุงเทพฯ 10150 เบอร์โทรศัพท์ (+662) 468-5611

ขั้นตอนการคัดเลือกวัตถุดิบประเภทเครื่องเทศ แบบแห้ง สืบจากบริษัท อัจฉิตต์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นเนล เฟัพเพอร์ แอนด์ สไปซ์ จำกัด (จ่วนสุน) ซึ่งเป็นผู้ผลิตเครื่องเทศรายใหญ่ในประเทศไทย โดยบริษัทฯนั้นได้ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการคัดเลือกวัตถุดิบจนถึงกระบวนการ

รักษารสชาติ กลิ่น คุณประโยชน์ ของเครื่องเทศให้เป็นธรรมชาติมากที่สุด ซึ่งได้รับการรับรอง ISO 9002 และมอก. มาตรฐานอุตสาหกรรม รวมถึงได้รับเครื่องหมายการรับรองมาตรฐานสินค้าสากล

#### 6. มูลนิธิโครงการหลวง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- **ที่อยู่ในการติดต่อ**

สำนักงานประสานงานโครงการหลวงในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
บางเขน กรุงเทพฯ 10900เบอร์โทรศัพท์ (+662) 942-8656 -9

ขั้นตอนการคัดเลือกวัตถุดิบประเภทผักสด ผลไม้ เห็ด สมุนไพร และพืช ไร่ต่าง ๆ นั้น สืบจากมูลนิธิโครงการหลวง ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งโครงการหลวงได้นำ มาตรฐานความปลอดภัย (food safety) ทั้งมาตรฐานของประเทศไทย และมาตรฐานสากล ได้แก่ GAP, GLOBAL.GAP และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ๆ มาใช้ในการปลูกพืชชนิดต่างๆ รวมถึงระบบการ จัดการหลังการเก็บเกี่ยวภายใต้ระบบห่วงโซ่ความเย็น (cool chain) ในการคัดและบรรจุผลผลิต เก็บ รักษา และขนส่งผลผลิตไปยังลูกค้า เพื่อให้ผลผลิตของโครงการหลวงเหล่านั้น มีความสด สะอาด และ การสนับสนุนซื้อผลผลิตจากโครงการหลวงยังเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรในพื้นที่ไทยอีกด้วย

#### 7. บริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด

- **ที่อยู่ในการติดต่อ**

บริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด  
สำนักงานใหญ่ ท่าเตียน อาคารเทพผดุงพร 392/56-57 ซอยปรีชา  
พานิชย์ ถนนมหาราช แขวงพระบรมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200เบอร์โทรศัพท์ (+662)  
622-3434

ขั้นตอนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรส เช่น เกลือ น้ำปลา ซอส หอยนางรม กะทิ ผลิตภัณฑ์ให้ความหวาน และ ผลิตภัณฑ์น้ำจิ้มต่างๆ นั้นทางบริษัทได้คำนึงถึงสุขภาพ ของผู้บริโภค โดยจะจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตที่มีสินค้า โซเดียมต่ำ เพื่อลดความเสี่ยงด้านโรคที่เกิดจาก การบริโภคโซเดียมเกินกำหนด โดยผู้ผลิตที่สามารถผลิตวัตถุดิบโซเดียมต่ำ คือบริษัท อำพลฟู้ดส์ โพร เซสซิ่ง จำกัด ตราสินค้า Good Life มีวัตถุดิบดังนี้

- น้ำปลาแท้ สูตรลดโซเดียม 40%
- ซีอิ๊ว สูตรลดโซเดียม %40
- น้ำจิ้มไก่ สูตรไม่เติมน้ำตาลและลดโซเดียม %50
- ซอสมะเขือเทศ สูตรไม่เติมน้ำตาลและลดโซเดียม %50
- ซอสพริก สูตรไม่เติมน้ำตาลและลดโซเดียม %50

- ซอสบัวเจี๋ย สูตรลดโซเดียม %70ลดน้ำตาล %85
- ซอสหอยนางรม สูตรลดโซเดียม %60
- เกลือบริโกลเสริมไอโอดีน ลดโซเดียม %60
- ผลิตภัณฑ์ให้ความหวานแทนน้ำตาล ผลิตจากซูคราโรส และ อะซี

ซัลเฟม-เค พัฒนาสูตรโดย สถาบันโภชนาการมหาวิทยาลัยมหิดล สามารถปรุงอาหารได้ทั้งคาวและหวาน ที่ใช้ความร้อนสูงได้

### สูตรอาหารของผลิตภัณฑ์

สูตรอาหารทั้งหมดของผลิตภัณฑ์ EATS มาจากการพัฒนาและวิเคราะห์ปริมาณสารอาหารที่ร่างกายสมควรได้รับในปริมาณที่พอเหมาะใน 1 วันร่วมกันกับนักโภชนาการผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งสูตรอาหารจะถูกปรับให้มีปริมาณสารอาหารที่พอเหมาะและใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งปริมาณโซเดียมและน้ำตาลที่ประกอบอยู่ในวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร ซึ่งหากได้รับในปริมาณที่มากเกินไปจะเกิดการสะสมในร่างกายและก่อให้เกิดโรคตามมาในอนาคต โดยผลิตภัณฑ์ EATS จะทำการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพด้วยการเลือกใช้วัตถุดิบประเภทเครื่องปรุงรสที่มีปริมาณโซเดียมต่ำ และใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาล ทั้งนี้ยังปราศจากวัตถุกันเสีย ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ EATS คือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกายและอาหารจะยังคงมีรสชาติเดิมเหมือนดังร้านอาหารเจ้าของสูตร แต่เพิ่มมาด้วยสุขภาพที่ดีขึ้นของผู้บริโภค

การที่ร่างกายได้รับปริมาณโซเดียมมากเกินไปจะก่อให้เกิดความต้องการใน 1 วัน ทางทางการแพทย์พบว่าการได้รับโซเดียมมากมีความสัมพันธ์กับโรคความดันโลหิตสูง ซึ่งในระยะแรกอาจไม่แสดงอาการ แต่จะทำลายอวัยวะต่างๆ ไปเรื่อยๆ และมีภาวะแทรกซ้อนต่อสมอง หัวใจ ตับ และไต ก่อให้เกิดโรคความดันโลหิตสูง ภาวะกระดูกพรุน โรคไต โรคหัวใจอาจทำให้เกิดอัมพฤกษ์ อัมพาตได้ ถ้ามีความดันโลหิตสูงเป็นระยะเวลาและไม่ได้ได้รับการรักษา

สำหรับปริมาณโซเดียมที่ร่างกายต้องการที่จะทำให้เกิดสมดุลปกติ คือ ในผู้ใหญ่มีความต้องการโซเดียมเพียง 525-1,600 มก./วัน ซึ่งคิดเป็นเกลือโซเดียมคลอไรด์เพียง 1.3 - 4 กรัม/วัน หรือไม่เกิน 1 ช้อนชาเท่านั้น และปริมาณสูงสุดของโซเดียมที่กินแล้วไม่เกิดอันตราย ซึ่งเป็นตัวเลขที่ใช้ในฉลากโภชนาการกำหนดไว้ที่ 2,400 มก./วัน หรือคิดเป็นเกลือโซเดียมคลอไรด์เพียงแค่ 6 กรัม/วัน แต่จากการสำรวจการกินของคนไทยพบว่าโดยเฉลี่ยมีการกินโซเดียมที่สูงกว่าค่าสูงสุดนี้หลายเท่า ซึ่งอาจจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้คนไทยเป็นโรคความดันโลหิตสูงและโรคไตวายเพิ่มมากขึ้น

การที่บริษัทเลือกผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสโซเดียมต่ำจากผลิตภัณฑ์ Good Life ซึ่งวัตถุดิบดังกล่าวได้รับการพัฒนาสูตรและรับรองโดย สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล จึงเป็นวัตถุดิบเพื่อสุขภาพสำหรับ EATS อย่างแท้จริง และช่วยส่งเสริมสุขภาพ ลดความเสี่ยงในการเกิด



โรคที่มาจากอาหารรับประทานได้เป็นอย่างดี ดังเช่นคำกล่าวภาษาอังกฤษ “*You are what you eat*” กล่าวคือรับประทานอย่างไร สุขภาพก็จะเป็นเช่นนั้น หากรับประทานอาหารที่ดี ปราศจากสารเคมี และสารปรุงแต่งมาก ก็จะช่วยให้ระบบในร่างกายทำงานไม่หนักมาก สามารถย่อยและกำจัดของเสียได้มีประสิทธิภาพ แต่ถ้าอาหารที่รับประทานในแต่ละวันมีสารพิษตกค้าง เต็มไปด้วยสารเคมี สารเร่งฮอร์โมน และยาฆ่าแมลง ก็จะทำให้สารพิษสะสมเข้าสู่ร่างกายและก่อให้เกิดโรคตามมาในที่สุด

### 4.3 คุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์

#### คุณค่าด้านสุขภาพของผลิตภัณฑ์

เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์ EATS อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพื่อสุขภาพจาก Signature Dish ของร้านอาหารที่มีชื่อเสียงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกออกแบบมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง โดยคำนึงถึงปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภค ทั้งนี้ยังคงควบคู่ไปกับการเป็นอาหารเพื่อสุขภาพเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในเมืองใหญ่ที่ให้ความสำคัญในการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น โดยคุณค่าทางด้านสุขภาพที่ผู้บริโภคจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ EATS มีดังนี้

#### 1. ลดความเสี่ยงต่อสารเคมีตกค้างในร่างกายจากวัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพ

ผู้บริโภคสามารถลดความเสี่ยงในการได้รับสารเคมีตกค้างจากวัตถุดิบต่างๆ เนื่องจาก EATS นั้นได้ควบคุมการผลิตตั้งแต่วัตถุดิบที่นำมาใช้ในกระบวนการผลิต จะต้องได้รับมาตรฐานได้รับการรับรองจากหน่วยงานรัฐ หรือ เอกชนที่เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ ซึ่งทุกวัตถุดิบที่จะมาประกอบอาหารนั้นต้องปราศจากสารเคมีตกค้างที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เช่น เนื้อสัตว์จะต้องมาจากโรงผลิตที่มีคุณภาพ ไม่ใช้ยาปฏิชีวนะ สารเร่งเนื้อแดง สารเร่งฮอร์โมนต่างๆ และผักหรือสมุนไพรจะต้องไม่มียาฆ่าแมลงตกค้าง จะต้องผ่านการตรวจหาสารเคมี เพื่อให้ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค ดังนั้น เมื่อได้วัตถุดิบที่ดีจากธรรมชาติมาปรุงอาหารแล้ว สินค้าที่ได้ก็จะมีคุณภาพ ซึ่งเป็นการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้บริโภคในปัจจุบันที่จะต้องเผชิญกับสารปรุงแต่ง สารเคมีมากมาย การรับประทาน EATS จึงเป็นทางเลือกที่ดีต่อสุขภาพของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

#### 2. ลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคในอนาคต

EATS ลดความเสี่ยงในการเกิดโรคกระดูกพรุน ความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ ด้วยการใส่เครื่องปรุงรสโซเดียมต่ำ EATS ได้คำนึงถึงปริมาณโซเดียม ที่ผู้บริโภคได้รับ เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคชาวไทยนั้นบริโภคโซเดียมมากโดยที่ไม่รู้ตัวโดยโซเดียมนั้นทำหน้าที่ให้อาหารมีรสเค็ม โซเดียมเป็นส่วนประกอบในอาหารหลากหลายชนิด เช่น เกลือ พริกน้ำปลา ซอสปรุงรส ผงชูรส เบ

เกอร์รี่ ขนมอบกรอบ อาหารแปรรูป อาหารหมักดอง ปาท่องโก๋ เป็นต้น และโซเดียมเป็นแร่ธาตุและอิเล็กโทรไลต์ที่มีความจำเป็นกับร่างกาย มีหน้าที่ควบคุมความดันออสโมติก เพื่อรักษาปริมาณของน้ำที่อยู่ในเซลล์และนอกเซลล์ให้สมดุล ช่วยให้ระบบไหลเวียนของของเหลวภายในร่างกายเป็นปกติ และทำให้ปริมาตรของเลือดและความดันเลือดเป็นปกติแม้ว่าโซเดียมจะมีประโยชน์และมีความสำคัญต่อระบบร่างกายแต่หากได้รับโซเดียมมากเกินไปจะส่งผลเสียต่อร่างกายเกิดภาวะบวม น้ำ เพราะทำให้เลือด และน้ำคั่งในร่างกาย และไตกำจัดโซเดียมไม่ทัน

### คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ

1. ผู้บริโภคได้รับประทานอาหารสุตรอร่อย จากร้านอาหารชื่อดังในประเทศไทย โดยที่สามารถหาซื้ออาหารพร้อมรับประทานได้เลยโดยไม่ต้องเดินทางไปยังร้านนั้นหรือเป็นการทดลองซื้อรับประทานก่อนที่จะไปร้านดังกล่าวเช่นกัน
2. ตอบสนองการดำเนินชีวิตในปัจจุบันของผู้บริโภคในด้านความสะดวกสบาย ด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ง่ายในการรับประทาน เก็บรักษาในอุณหภูมิห้องได้เป็นระยะเวลานาน
3. ความปลอดภัยจากอันตรายของสารปรุงแต่งที่อาจอยู่ในอาหาร เช่น โซเดียมสูง ผงชูรส หรือวัตถุกันเสีย เป็นต้น ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่ารายการอาหารได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยา (อย.)แล้วว่าปลอดภัยไร้สารที่ก่อให้เกิดอันตราย
4. ความสะอาดในกระบวนการผลิต กรรมวิธีต่างๆ ในการผลิตได้รับการรับรองมาตรฐานสากลแล้วว่าสะอาดและมีคุณภาพ

### คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ

1. ร้านอาหารชื่อดังขนาดเล็กและขนาดกลางได้เพิ่มช่องทางรายได้เข้าร้านโดยที่ได้รับความนิยมเป็นเงินก้อนค่าสูตรและส่วนแบ่งเปอร์เซ็นต์จากยอดขาย โดยที่ไม่ต้องยุ่งยากในการบริหารจัดการสิ่งใดเพิ่มเติม
2. ร้านอาหารได้เพิ่มช่องทางการขายมากขึ้น นอกจากการขายในร้านเพียงอย่างเดียว ซึ่งกรณีนี้จะนำอาหารพร้อมทานเมนูเด่น บรรจุในรูปแบบ Retort Pouch วางขายในซูเปอร์มาร์เก็ต
3. ร้านอาหารชื่อดังขนาดเล็กและปานกลางที่มีเมนูอาหารอร่อย เป็นที่รู้จักของนักชิมต่างๆ ได้มีโอกาสสร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้า (Brand) มากขึ้นและทำให้ผู้บริโภคทั่วไปได้รู้จักร้านมากขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสในการที่จะดึงลูกค้าเข้าร้านมากขึ้น

นอกเหนือจากประโยชน์ข้างต้นที่ร้านอาหารจะได้รับจากการร่วมมือทางการค้าแล้วนั้นทางร้านไม่ต้องลงทุนในการผลิตทั้งสิ้น ซึ่งจะลดความยุ่งยากในการติดต่อ ดำเนินการต่างๆ และไม่ต้องลงทุนเอง โดยที่ได้รับความนิยมได้อย่างสม่ำเสมอจากยอดขาย





## บทที่ 5

### การศึกษากลุ่มเป้าหมาย

ในการศึกษากลุ่มเป้าหมายของแผนธุรกิจ EATS จะทำการศึกษาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมุ่งเน้นในเรื่องของความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิต โดยใช้การสำรวจข้อมูลด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ข และ ง) จนได้มาซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ

#### 5.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

##### กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ที่อยู่ในช่วงวัยทำงาน อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ชื่นชอบการรับประทานอาหารที่มีความโดดเด่นในเรื่องของรสชาติที่เป็นเลิศ ใส่ใจในเรื่องสุขภาพ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เน้นในเรื่องของความความสะดวกสบาย ต้องการลดภาระการประกอบอาหารเพื่อรับประทานเอง

#### 5.2 สัดส่วนของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

สัดส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแผนธุรกิจ EATS คิดคำนวณจากจำนวนของประชากรที่คาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับอัตราส่วนความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ EATS สามารถคำนวณได้ ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงสัดส่วนของประชากรที่คาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย					จำนวน (ล้านคน)
วัยแรงงาน					38.40
วัยแรงงาน	กทม.				5.28
วัยแรงงาน	กทม.	มีงานทำ			5.23
วัยแรงงาน	กทม.	มีงานทำ	นอภาคเกษตร		5.19
วัยแรงงาน	กทม.	มีงานทำ	นอภาคเกษตร	ลูกจ้างบริษัทเอกชน	3.13

สัดส่วนประชากรที่คาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแผนธุรกิจ EATS คือ ประชากรไทยที่อยู่ในวัยแรงงาน อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีงานทำ อยู่นอภาคเกษตร และเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน จากผลการสำรวจพบว่ามีประชากรทั้งสิ้น 3.13 ล้านคน

ในการคำนวณหาสัดส่วนของประชากรที่คาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ EATS นั้นจะคิดคำนวณจากอัตราส่วนความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ EATS ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 155 ราย มีความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ในอัตรา 72.41% (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ข, ง และ ช) ดังนั้นสัดส่วนประชากรที่คาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแผนธุรกิจ EATS จะมีจำนวนทั้งสิ้น 2.26 ล้านคน



## บทที่ 6

### บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ

ในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคที่อาศัยในเขตเมืองใหญ่ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ความสะดวกสบายเริ่มเข้ามาแทนที่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆถูกพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ไม่เว้นแม้กระทั่งอาหารสำเร็จรูปที่เข้ามาแทนที่การประกอบอาหารในครัวเรือนที่กระทำกันมาตั้งแต่ในอดีต เพื่อลดระยะเวลาในการเข้าครัวประกอบอาหาร ส่งผลให้ตลาดอาหารสำเร็จรูปมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆในทุกปี

นอกจากความสะดวกสบายที่ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคในเมืองใหญ่เปลี่ยนแปลงไป จากสังคมเรียบง่ายกลายเป็นวิถีชีวิตแห่งความเร่งรีบ พฤติกรรมต่างๆที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้ผู้บริโภคในเขตเมืองส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่ค่อนข้างเสี่ยงต่อการเกิดโรคที่ตามมาในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับประทานอาหารที่มีสารที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกายผสมอยู่ในวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารที่วางขายในท้องตลาดทั่วไป ส่งผลให้อัตราการเสียชีวิตด้วยกลุ่มโรคที่เกิดจากพฤติกรรมการดำเนินชีวิต ที่ค่อยๆสะสมอาการและทวีความรุนแรงจนเกิดเป็น โรคเรื้อรังในอนาคตเพิ่มสูงขึ้นในทุกปีดังนั้นจากแนวโน้มอัตราการเสียชีวิตด้วยโรคที่มาจากพฤติกรรมการดำเนินชีวิตที่ถือเป็นพฤติกรรมเสี่ยง ส่งผลให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนจัดตั้งโครงการเพื่อให้ความรู้และณรงค์ให้ผู้บริโภคใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากกระแสรักสุขภาพที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญค่อนข้างมากในปัจจุบัน ซึ่งอาหารเพื่อสุขภาพถือเป็นทางเลือกของผู้บริโภคในอีกทางเลือกหนึ่ง

จากแนวโน้มการเติบโตของตลาดอาหารสำเร็จรูปที่เพิ่มสูงขึ้นในทุกปีอันเนื่องมาจากรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งกระแสการใส่ใจในการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ เพื่อให้ห่างไกลโรคที่เกิดจากพฤติกรรมการดำเนินชีวิตที่ก่อให้เกิดการสะสมของโรคในอนาคต ส่งผลให้มองเห็นถึงช่องทางและโอกาสทางธุรกิจในการวางแผนธุรกิจสำหรับผลิตภัณฑ์ EATS อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานบรรจุในถุง Retort Pouch ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในเรื่องของความสะดวกสบายในการรับประทานและช่วยลดระยะเวลาในการประกอบอาหาร นอกจากนี้ยังตอบสนองต่อกระแสรักสุขภาพของผู้บริโภคในปัจจุบันด้วยการเลือกใช้วัตถุดิบที่

มีคุณภาพและไม่เกิดการสะสมในร่างกายจนนำไปสู่การเกิดโรคเรื้อรังในอนาคต โดยการเลือกใช้ส่วนผสมในการประกอบอาหารที่มีโซเดียมต่ำและใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาล เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องสุขภาพ

นอกเหนือจากความสะอาดสบายและการคัดเลือกวัตถุดิบที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกายแล้ว ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ EATS ที่ถือเป็นความได้เปรียบเหนือคู่แข่งในตลาดนั้น คือเอกลักษณ์ของตราสินค้า ที่มุ่งเน้นในการสื่อสารแก่ผู้บริโภคให้ทราบถึงเอกลักษณ์ของ EATS ในเรื่องของการเลือกสรรเมนูที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคและได้รับการรับรองจากสถาบันอาหารและผู้เชี่ยวชาญด้านรสชาติอาหารจากร้านอาหารที่มีชื่อเสียงทั่วประเทศ ส่งถึงมือผู้บริโภคในรูปแบบอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานบรรจุในถุง Retort Pouch เพื่อความสะดวกในการรับประทาน เพื่อเป็นการรับประกันและสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องรสชาติของเมนูอาหารให้แก่ผู้บริโภค

เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์ EATS เป็นผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานที่มีคุณสมบัติแตกต่างจากอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานที่มีวางขายในท้องตลาดทั่วไป เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีความเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ใส่ใจในเรื่องของสุขภาพและให้ความสำคัญในการเลือกรับประทานอาหารที่ใช้วัตถุดิบที่ไม่ก่อให้เกิดการสะสมของสารที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกายจนนำไปสู่การเกิดโรคในอนาคต จึงได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ของบริษัทไว้ว่า “เป็นผู้นำอันดับหนึ่งในตลาดผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานที่ได้รวบรวมเมนูอาหารสูตรเฉพาะจากร้านดังในประเทศไทย ซึ่งมีรสชาติอร่อย โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ มีคุณค่าทางโภชนาการปลอดภัย ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีต่อผู้บริโภค” อีกทั้งยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่เข้าสู่ตลาดอาหารพร้อมรับประทานรายแรกที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครบถ้วน ทั้งในเรื่องของรสชาติ วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และไม่มีสารที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย ดังนั้นการที่จะเป็นผู้นำในตลาดได้นั้นตราสินค้า EATSจะต้องเป็นที่รู้จักภายในตลาดอาหารสำเร็จรูปอย่างรวดเร็ว โดยต้องหาคู่ค้าทางธุรกิจคือร้านอาหารชื่อดังต่างๆ รวมถึงมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือในเรื่องของการเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ได้รับการยอมรับจากผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร และผู้เชี่ยวชาญทางด้านรสชาติอาหาร นักชิมต่างๆ แม้ว่าภายในตลาดอาหารสำเร็จรูปจะมีผู้ผลิตอยู่ในตลาดแล้วค่อนข้างมาก แต่เนื่องจากภายในตลาดอาหารสำเร็จรูปยังไม่มีผู้ผลิตเจ้าใดผลิตอาหารสำเร็จรูปโดยรวบรวมสูตรอาหารจากร้านที่มีชื่อเสียงในประเทศไทย และเป็นทางเลือกเพื่อสุขภาพ (Functional Food) รสชาติอร่อย พร้อมรับประทาน โดยที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อแล้วอุ่นรับประทานในน้ำร้อนได้ทันที โดยไม่ต้องเดินทางไปยังร้าน ซึ่งเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภคและช่องร้านอาหารชื่อดังเพิ่มรายได้ ช่องทางการขาย และเพื่อสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง จึงเรียกได้ว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจที่จะต้องรีบเข้าไปสู่ตลาดก่อนที่จะมีผู้ผลิตรายอื่นเข้ามาในจุดนี้ ทั้งนี้ในการที่จะทำให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จักได้อย่างรวดเร็วนั้น จะต้องมีการสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าถึงคุณสมบัติของตัวสินค้าด้วย เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภท Retort Pouch เท่าที่ควร ดังนั้นจะต้องมีการสื่อสาร

กับผู้บริหารให้ทราบเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่จะช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่กลุ่มผู้บริหารวัยทำงานที่ใส่ใจสุขภาพ ต้องการความสะดวก ง่ายดายในชีวิตประจำวันที่รีบเร่ง และสิ่งที่สำคัญคือจะต้องรักษามาตรฐานคุณภาพของสินค้าให้เป็นไปตามสูตรดั้งเดิม ความสะอาดปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วนตามที่ได้ระบุไว้จริง ควบคู่ไปกับการดำเนินแผนการตลาดด้วย จึงจะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจได้ในอนาคต



## บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2552). อาหารพร้อมทานอาหารพร้อมปรุง. *อุตสาหกรรมสาร*, 52, 5-7”
- ดร. วันทนี เกียรติสินยศ. (2555). “หุคหวน-มัน-เค็ม หุคยั้งโรคเรื้อรัง”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้  
จาก: <http://www.doctor.or.th/article/detail/14800>. สืบค้น 18 ตุลาคม 2558.
- วีระ เจริญพาณิชย์. (2558). “ธุรกิจร้านอาหารขนาดกลางและขนาดเล็กปี 2558 Restaurant Strategy”.  
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). “ปี’58 ร้านอาหารแข่งขันรุนแรง...คาดเซนร้านอาหารเติบโตโดดเด่น 6.9 -  
8.9%”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
<https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=33507>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2555). “กลุ่มโรค NCDs โรคที่คุณสร้างเอง”.  
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
<http://www.thaihealth.or.th/microsite/categories/5/ncds/2/173/176+กลุ่มโรค+NCDs.html>. สืบค้น 18 ตุลาคม 2558.
- อรวรรณ บัณฑิตกุล. (2557). “FEATURE : สงครามจากใหม่ READY TO EAT : ไม่ใช่ไฟ ไม่ใช่ตู้เย็น  
ใช้ใจอย่างเดียว”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
<http://marketeer.co.th/2014/07/feature-สงครามจากใหม่-ready-to-eat-ไม่ใช่-4.html>.  
สืบค้น 24 สิงหาคม 2558.  
<http://oweera.blogspot.com/2015/03/2558-sme-restaurant-strategy.html>





## ภาคผนวก ก

### ตัวอย่างแบบสอบถามที่ 1 ด้านผู้บริโภค (ทั่วไป)

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปสูตร Signature dish ของร้านอาหารที่มีชื่อเสียง และได้รับการรับรองด้านรสชาติ บรรจุในถุง Retort Pouch พร้อมรับประทานในรูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพ

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคและพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานแบบถุง Retort Pouch โดยนักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ทางคณะผู้จัดทำใคร่ขอความกรุณาท่านกรอกแบบสอบถามนี้ตามความคิดเห็นและตามความเป็นจริง ความคิดเห็นต่างๆของท่าน ทางคณะผู้จัดทำจะเก็บเป็นความลับและนำไปใช้สำหรับการศึกษาเท่านั้น

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย  ใน  หรือเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

##### 1. เพศ

ชาย  หญิง

##### 2. อายุ

18-25 ปี  26-35 ปี  36-45 ปี  
 46-59 ปี  60 ปีขึ้นไป

##### 3. สถานภาพ

โสด  สมรส  หย่าร้าง/แยกกันอยู่

##### 4. การศึกษา

ต่ำกว่ามัธยมศึกษา  มัธยมศึกษา  ปริญญาตรี  
 ปริญญาโท  สูงกว่าปริญญาโท

## 5. อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา       ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย       พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง  
 ข้าราชการ/พนักงานรัฐ       แม่บ้าน/เกษียณอายุ

## 6. รายได้ต่อเดือน

- <15,000 บาท       15,001-25,000 บาท       25,001-35,000 บาท  
 35,001-50,000 บาท       >50,000 บาท

**ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้บริโภค**

## 7. โดยส่วนใหญ่ท่านมีพฤติกรรมในการรับประทานอาหารในแต่ละมื้อเป็นอย่างไร

- ประกอบอาหารรับประทานเอง       รับประทานอาหารนอกบ้าน  
 ซื้ออาหารปรุงสำเร็จ       ซื้ออาหารสำเร็จรูปรับประทานที่บ้าน  
 อื่นๆ.....

## 8. โดยเฉลี่ยท่านมีอัตราการรับประทานอาหารนอกบ้านหรือซื้ออาหารแบบปรุงสำเร็จ จำนวนกี่วันต่อสัปดาห์ (นอกเหนือจากการประกอบอาหารรับประทานเองที่บ้าน)

- นานๆครั้ง       1-2 วัน/สัปดาห์       3-4 วัน/สัปดาห์  
 มากกว่า 5 วัน/สัปดาห์

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภค**

## 9. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ/รับประทานนอกบ้านของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- อร่อย       สะอาด       มีคุณค่าทางโภชนาการ  
 เน้นด้านสุขภาพ       สะดวก       ปลอดภัยต่อร่างกาย  
 อื่นๆ.....

## 10. เหตุผลที่ท่านตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารปรุงสำเร็จ/ทานอาหารนอกบ้านเพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ลดระยะเวลาในการเข้าครัว       ลดภาระของการเก็บล้าง  
 ไม่มีทักษะในการประกอบอาหาร       ราคาถูกกว่าเข้าครัวเอง  
 สะอาด ถูกหลักอนามัย       อื่นๆ.....

## 11. รายการอาหารที่ท่านตัดสินใจเลือกในกรณีซื้อ/รับประทานนอกบ้านอยู่ในลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เมนูแนะนำของร้าน       เมนูที่เป็นเอกลักษณ์ของร้าน  
 เมนูที่พนักงานแนะนำ       เมนูที่ชื่นชอบ  
 อื่นๆ.....



**คำอธิบาย :** EATS ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานที่นำรายการอาหารยอดนิยมและเป็นเอกลักษณ์ (Signature dish) ของร้านอาหารที่มีชื่อเสียงพัฒนาส่วนผสมด้วยนักพัฒนาสูตรที่มีประสิทธิภาพให้เหมาะสมในลักษณะอาหารเพื่อสุขภาพ โดยรสชาติของอาหารยังคงเดิม ตอบสนองความต้องการในด้านความสะดวกสบายด้วยลักษณะบรรจุภัณฑ์แบบถุง Retort Pouch สามารถเก็บไว้ได้นาน 1 ปี โดยไม่ต้องแช่เย็น และสามารถรับประทานได้ทันทีด้วยการแช่ซองในน้ำร้อนเพียง 2 นาที หรือนำซองลงไปต้มในน้ำเดือด 2 นาที ลึกซองเทใส่ภาชนะ สามารถรับประทานได้ทันที

12. หากมีอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานที่เป็นเมนูขายดีของร้านอาหาร (Signature dish) ที่มีชื่อเสียงและได้รับการรับรองด้านรสชาติแต่ละร้าน บรรจุในถุง Retort Pouch พร้อมรับประทานในรูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพพร้อมด้วย (ปรับส่วนผสมบางอย่างไม่ให้เกิดผลเสียต่อร่างกาย โดยรสชาติคงเดิม) วางขายในราคาใกล้เคียงกับเมนูเดิม ในร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพ ท่านมีความสนใจมากน้อยเพียงใด

สนใจมาก       สนใจ       เฉยๆ       ไม่สนใจ

13. นอกเหนือจากการวางขายที่ร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพ ท่านคิดว่าอาหารสำเร็จรูปแบบ Retort Pouch ในลักษณะดังกล่าวควรวางขายในสถานที่ใดบ้าง(เลือก 3 อันดับ)

ร้านสะดวกซื้อ       Supermarket       โรงพยาบาล  
 ร้านอาหารเจ้าของเมนู       จัดส่งตามบ้าน  อื่นๆ(ระบุ) .....

**ข้อเสนอแนะอื่นๆ**

.....

.....

.....

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

## ภาคผนวก ข

## ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามที่ 1 ด้านผู้บริโภค (ทั่วไป)

จากการทำแบบสำรวจสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมรับประทานอาหารนอกบ้าน และมีวิถีชีวิตอยู่ในสังคมเมือง(กรุงเทพฯ)ทั้งหมด จำนวน 106ชุด ได้ผลสำรวจดังต่อไปนี้

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 6 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	39	36.79
หญิง	67	63.21
<b>รวม</b>	<b>106</b>	<b>100.00</b>

จากการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 106 คน แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 36.79 และเพศหญิงจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 63.21

ตารางที่ 7 แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
18-25 ปี	30	28.3
26-35 ปี	73	68.87
36-45 ปี	2	1.89
46-59 ปี	1	0.94
60 ปีขึ้นไป	0	-
<b>รวม</b>	<b>106</b>	<b>100.00</b>

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 106 คน แบ่งเป็น กลุ่มอายุ 18-25 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 กลุ่มอายุ 26-35 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 68.87 กลุ่มอายุ 36-45 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.89 และกลุ่มอายุ 46-59 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.94

ตารางที่ 8 แสดงสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	99	93.4
สมรส	7	6.6
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	0	-
<b>รวม</b>	<b>106</b>	<b>100.00</b>

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 106คน แบ่งเป็น สถานะโสด จำนวน 99คน คิดเป็นร้อยละ 93.4และสมรส จำนวน 7คน คิดเป็นร้อยละ 6.6

ตารางที่ 9 แสดงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	2	1.89
ปริญญาตรี	65	61.32
ปริญญาโท	38	35.85
สูงกว่าปริญญาโท	1	0.94
<b>รวม</b>	<b>106</b>	<b>100.00</b>

จากการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 106คน จบการศึกษา ระดับมัธยมศึกษาจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.89 ระดับปริญญาตรี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 61.32ระดับปริญญาโท จำนวน 38คน คิดเป็นร้อยละ 35.85 และสูงกว่าระดับปริญญาโท จำนวน 1คน คิดเป็นร้อยละ 0.94

ตารางที่ 10 แสดงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	22	20.75
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	23	21.7
พนักงานบริษัท / ลูกจ้าง	44	41.51
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	17	16.04
แม่บ้าน / เกษียณอายุ	0	-
<b>รวม</b>	<b>106</b>	<b>100.00</b>

จากการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 106คน โดยแบ่งเป็น อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 22คน คิดเป็นร้อยละ 20.75ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 23คน คิดเป็น ร้อยละ 21.7 พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง จำนวน44คน คิดเป็นร้อยละ 41.51และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 16.04



ตารางที่ 11 แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	23	21.7
15,001-25,000 บาท	29	27.36
25,001-35,000 บาท	23	21.7
35,000 บาทขึ้นไป	31	29.25
<b>รวม</b>	<b>106</b>	<b>100.00</b>

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 106คนมีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 23คน คิดเป็นร้อยละ 21.7รายได้ 15,001-25,000 บาท จำนวน 29คน คิดเป็นร้อยละ 27.36รายได้ 25,001-35,000 บาท จำนวน 23คน คิดเป็นร้อยละ 21.7และรายได้ 35,000 บาทขึ้นไป จำนวน 31คน คิดเป็นร้อยละ 29.25

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้บริโภค

ตารางที่ 12 แสดงพฤติกรรมในการรับประทานอาหารในแต่ละมื้อ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ประกอบอาหารรับประทานเอง	40	37.74
รับประทานอาหารนอกบ้าน	79	74.53
ซื้ออาหารปรุงสำเร็จ	56	52.83
ซื้ออาหารสำเร็จรูป(RTE)	19	17.92
อื่นๆ	3	2.83
<b>รวม</b>	<b>106</b>	<b>100.00</b>

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีพฤติกรรมการรับประทานอาหาร โดยประกอบอาหารรับประทานเองจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.74 รับประทานอาหารนอกบ้าน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 74.53 ซื้ออาหารปรุงสำเร็จ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 52.83 ซื้ออาหารสำเร็จรูป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 17.92 และอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.83

ตารางที่ 13 แสดงอัตราเฉลี่ยในการรับประทานอาหารนอกบ้านหรือซื้ออาหารแบบปรุงสำเร็จ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
นานๆครั้ง	6	5.66
1-2 วัน/สัปดาห์	18	16.98
3-4 วัน/สัปดาห์	20	18.87
มากกว่า 5 วัน/สัปดาห์	62	58.49
<b>รวม</b>	<b>106</b>	<b>100.00</b>

จากการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีอัตราเฉลี่ยในการรับประทานอาหารนอกบ้านและซื้ออาหารแบบปรุงสำเร็จ โดยนานๆครั้งจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.66 เฉลี่ย 1-2 วัน/สัปดาห์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 16.98 เฉลี่ย 3-4 วัน/สัปดาห์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.87 และมากกว่า 5 วัน/สัปดาห์ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 58.49

ตารางที่ 14 แสดงปัจจัยที่เลือกซื้อ/รับประทานนอกบ้าน

รายการ	จำนวน
อร่อย	99
สะอาด	82
เน้นด้านสุขภาพ	27
ปลอดภัยจากสารที่ก่อให้เกิดอันตราย	36
มีคุณค่าทางโภชนาการ	35
ความสะดวก	69
อื่นๆ	4

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 106คน ลักษณะอาหารที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความอร่อย ความสะดวก และความสะอาด ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารปรุงสำเร็จ/ทานอาหารนอกบ้าน

รายการ	จำนวน
ลดระยะเวลาในการเข้าครัว	74
ลดภาระของการเก็บล้าง	65
ไม่มีทักษะในการประกอบอาหาร	38
ราคาถูกกว่าเข้าครัวเอง	17
สะอาด ถูกหลักอนามัย	8
อื่นๆ	14

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 106คน เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารสำเร็จ 3 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อลดระยะเวลาในการเข้าครัว ลดภาระของการเก็บล้าง และไม่มีทักษะในการประกอบอาหาร ตามลำดับ นอกเหนือจากเหตุผลดังกล่าว สามารถสรุปเหตุผลอื่นๆ ได้ ดังนี้

1. ความสะดวกเนื่องจากต้องการความรวดเร็วและไม่ต้องใช้เวลาในการประกอบอาหาร
2. ข้อจำกัด เนื่องจากแหล่งที่อยู่อาศัยไม่สามารถประกอบอาหารได้และไม่มีห้องครัวสำหรับประกอบอาหาร
3. โอกาสพิเศษ ได้แก่ วันสำคัญ วันหยุด และต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ

ตารางที่ 16 แสดงรายการอาหารที่ตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารนอกบ้าน

รายการ	จำนวน
เมนูแนะนำของร้าน	38
เมนูที่เป็นเอกลักษณ์ของร้าน (Signature dish)	49
เมนูที่พนักงานแนะนำ	12
เมนูที่ชอบ	91
อื่นๆ	1

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 106คน รายการอาหารที่ตัดสินใจซื้อและเลือกรับประทานนอกบ้าน ได้แก่ เมนูที่ชื่นชอบ เมนูแนะนำของร้าน และเมนูเอกลักษณ์ของร้าน ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงความสนใจต่อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปบรรจุ Retort Pouch

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจมาก	14	13.21
สนใจ	52	49.06
เฉยๆ	37	34.91
ไม่สนใจ	3	2.83
<b>รวม</b>	<b>106</b>	<b>100.00</b>

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 106 คน มีความสนใจซื้อจำนวนมาก จำนวน 14คน คิดเป็นร้อยละ 13.21สนใจซื้อ จำนวน 50คน คิดเป็นร้อยละ 49.06 เฉยๆ จำนวน 37คน คิดเป็นร้อยละ 34.91และไม่สนใจซื้อ จำนวน 3คน คิดเป็นร้อยละ 2.83

ตารางที่ 18 แสดงสถานที่จัดจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเหมาะสม

รายการ	จำนวน
ร้านสะดวกซื้อ	87
ซูเปอร์มาร์เก็ต	85
ร้านอาหารเจ้าของเมนู	38
โรงพยาบาล	10
จัดส่งตามบ้าน	42
อื่นๆ	1

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 106 คน พบว่าสถานที่จัดจำหน่ายอาหารสำเร็จรูปเมนู Signature บรรจุ Retort Pouch ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเหมาะสม 3 อันดับแรก ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต และจัดส่งตามบ้าน ตามลำดับ

## ภาคผนวก ค

### ตัวอย่างคำถามสำหรับใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) สำหรับบุคคลทั่วไป

#### จุดประสงค์

1. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยในการใช้พิจารณาเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ
3. เพื่อทราบความต้องการของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวความคิดผลิตภัณฑ์
4. เพื่อทราบทัศนคติของลูกค้าที่มีต่ออาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน
5. เพื่อหาความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองของลูกค้า (unmet need)
6. เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจประเภทอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน

### คำถาม

1. สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมารับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ (ระยะเวลาในการเริ่มรับประทาน / เหตุผล)
2. เมนูที่รับประทานส่วนใหญ่เป็นเมนูประเภทใด
3. พฤติกรรมการประกอบอาหารเพื่อรับประทานของท่านมีลักษณะอย่างไร (ประกอบอาหารรับประทานเอง / ซื้อสำเร็จ / รับประทานนอกบ้าน / อื่นๆ)
4. สิ่งที่ท่านคิดว่าเป็นปัญหาเกี่ยวกับการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพของท่าน ในกรณีที่อยู่นอกร้านและไม่สามารถประกอบอาหารรับประทานเองได้ (ช่องทางการจัดจำหน่าย / ความยุ่งยาก / ฯลฯ)
5. ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพรับประทานนอกบ้าน (อร่อย / สะอาด / สะดวก / ร้านประจำ)
6. ท่านคิดว่าในปัจจุบันร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีจำหน่ายในตลาดมีเพียงพอแล้วหรือไม่
7. หากเป็นไปได้อยากให้ร้านอาหารเพื่อสุขภาพวางขายเพิ่มหรือไม่ (ถ้ามีควรวางขายในช่องทางใด)
8. ทักษะใดของท่านที่มีต่ออาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน
9. ถ้ามีอาหารที่มีรสชาติอร่อย และเป็นเมนูดังของร้านที่มีชื่อเสียง วางจำหน่ายในรูปแบบของอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน โดยมีการเลือกใช้วัตถุดิบ/ส่วนผสมที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย เช่น Low sodium สารให้ความหวานแทนน้ำตาล ไม่ใส่ผงชูรส ท่านมีความสนใจต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่ อย่างไร (นำตัวอย่างสินค้าให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณา)
10. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

## ภาคผนวก ง

### บทสัมภาษณ์เชิงลึก (สำหรับบุคคลทั่วไป)

เกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1. พฤติกรรมการรับประทานอาหารที่เน้นเรื่องสุขภาพเป็นหลัก
2. แหล่งที่อยู่อาศัย (ในเมือง/ชานเมือง)
3. ปัจจัยด้านอาชีพ
4. ปัจจัยด้านเวลา
5. ปัจจัยด้านข้อจำกัด (หอพัก / ไม่มีครัว / ราคา / ฯลฯ)





จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ที่รักสุขภาพ ทั้งหมด 5 ท่าน มีดังต่อไปนี้

<p><b>ท่านที่ 1 คุณว่าน</b>  อาชีพ : นักศึกษาปริญญาเอก มศว ประสานมิตร  เพศ-อายุ: หญิง อายุ 27 ปี  คำอธิบาย : อาศัยอยู่หอพักใจกลางเมือง</p>
<p><b>ท่านที่ 2 คุณแมท</b>  อาชีพ : เจ้าของธุรกิจ  เพศ-อายุ: หญิง อายุ 34 ปี  คำอธิบาย : ที่ทำงานอยู่ใจกลางเมือง งานค่อนข้างยุ่ง</p>
<p><b>ท่านที่ 3 คุณแพท</b>  อาชีพ : พยาบาลโรงพยาบาลรัฐ  เพศ-อายุ: หญิง อายุ 41 ปี  คำอธิบาย : โรงพยาบาลอยู่ใจกลางเมือง อาศัยอยู่หอพักพยาบาลรวม ควงเวรบ่อย</p>
<p><b>ท่านที่ 4 คุณแล้ง</b>  อาชีพ : นิสิตฝึกสอน ครุศาสตร์ จุฬาฯ  เพศ-อายุ: ชาย อายุ 22 ปี  คำอธิบาย : ย้ายมาอยู่หอใกล้โรงเรียนช่วงฝึกสอนหอพักอยู่กลางเมือง</p>
<p><b>ท่านที่ 5 คุณไร่</b>  อาชีพ :ข้าราชการบำนาญ  เพศ-อายุ: ชาย อายุ 64 ปี  คำอธิบาย : บ้านอยู่ในซอยลึกแถบชานเมือง เกษียณอายุ อยู่บ้านคนเดียวในช่วงเวลากลางวัน</p>

## ท่านที่ 1

คุณวาน (นักศึกษาปริญญาเอก มศว ประสานมิตร) เพศหญิง อายุ 27 ปี อาศัยอยู่หอพักใจกลางเมือง

**Q : สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมารับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ (ระยะเวลาในการเริ่มรับประทาน / เหตุผล)**

A : พยายามทานมาเรื่อยๆ ประมาณ 1 ปีแล้ว ก็ถ้าสามารถหาทาน ได้ ก็เลือกที่จะทาน แต่ถ้าหา ไม่ได้ก็ไม่เป็นไร ด้วยวิถีชีวิตที่อยู่ในเมืองและอยู่หอพักที่ไม่สะดวกที่จะประกอบอาหารกินเอง ถ้าเลือกไม่ได้ก็ทำอะไรไม่ได้ เค้าไม่ให้ทำอาหาร คือเราอยู่ในจุดที่โตแล้วต้องใส่ใจเรื่องสุขภาพแล้ว เพราะเริ่มป่วย คนรอบข้างก็เริ่มเป็นโรคกันบ้างแล้วทุกอย่างที่อายุยังน้อย ก็เลยกลัว และก็อยากให้ออกกำลังกายด้วย

**Q : เมนูที่รับประทานส่วนใหญ่เป็นเมนูประเภทใด**

A : ต้องลดหวานลง และไม่ทานอาหารรสเค็ม ผงชูรสนี่ต้องไม่ใส่เลย เพราะมันไม่ค่อยดีต่อสุขภาพเท่าไร เลี่ยงได้ก็เลี่ยงเลย อย่างกาแฟต้องดื่มทุกวัน ก็พยายามลดหวาน

**Q : พฤติกรรมการประกอบอาหารเพื่อรับประทานของท่านมีลักษณะอย่างไร (ประกอบอาหารรับประทานเอง / ซื้อสำเร็จ / รับประทานนอกบ้าน / อื่นๆ)**

A : ไม่ทำเอง ส่วนใหญ่ก็กินนอกบ้านด้วย ซื้อกลับบ้านกินที่หอด้วย ส่วนใหญ่ก็เป็นอาหารสำเร็จรูปนี้แหละ ข้าวกล่องก็มี ก็ต้องซื้อ มันใส่ผงชูรสก็ต้องกิน เลือกไม่ได้เลย เช่น 7-11

**Q : สิ่งที่ท่านคิดว่าเป็นปัญหาเกี่ยวกับการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพของท่าน ในกรณีที่อยู่นอกบ้าน และไม่สามารถประกอบอาหารรับประทานเองได้ (ช่องทางการจัดจำหน่าย / ความยุ่งยาก / ฯลฯ)**

A : พยายามบอกที่ร้านก่อนว่าไม่ใส่ผงชูรสได้หรือไม่ ไม่เอาเค็ม ไม่เอาหวาน แต่ต้องเลือกให้ดี บางทีเขาก็ไม่ทำตามที่เราบอก ต้องเลือกร้านที่มั่นใจก่อน พยายามบอกเขา คือถ้าเลือกไม่ได้ก็ต้องกิน หรือไม่ก็เลือกกินอย่างอื่นแทนข้าว เช่น น้ำเต้าหู้ สลัด

**Q : ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพรับประทานนอกบ้าน (อร่อย / สะอาด / สะดวก / รับประทาน)**

A : อร่อยอย่างเดียวเลย ถ้าไม่อร่อยก็ไม่กิน อาหารมีให้เลือกเยอะแยะเต็มไปหมด ทั้งปรุงสด และสำเร็จรูป

**Q : ท่านคิดว่าในปัจจุบันร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีจำหน่ายในตลาดมีเพียงพอแล้วหรือไม่**

A : ไม่เพียงพอเลย หาทานยากมาก และราคาแพงเกินจริง แล้วเราก็เลือกไม่ได้ด้วย เพราะเราอยากให้อร่างกายได้รับสิ่งที่ดี และอร่อยด้วย ยิ่งหาอยากใหญ่ จืดๆก็ไม่อยากกินนะ ต้องพอดี ส่วนร้านที่อาหารรสชาติอร่อย และดีต่อสุขภาพ ก็มีคนที่คิดเหมือนเราเยอะ ร้านค้าก็ไม่เพียงพอต่อความต้องการ อย่างแถวหอพัก มีร้านแบบนี้หน่อย คนเยอะมาก ต้องต่อคิวยาว บางครั้งหิวมากก็ไม่รอ บางทีก็หมด อดกินอีกซื้อสำเร็จรูปกินแทน

**Q :**หากเป็นไปได้อยากให้มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพวางขายเพิ่มหรือไม่ (ถ้ามีควรวางขายในช่องทางใด)

**A :**อยากมาก อยากให้มีในร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ซูเปอร์มาร์เก็ต BTS ที่หาซื้อได้ง่าย หน่อย จะดีมาก

**Q :**ทัศนคติของท่านที่มีต่ออาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน

**A :**ไม่ค่อยสนใจตรงจุดนี้ละ เพราะว่าด้วยวิถีชีวิตที่อยู่ในใจกลางเมือง (ถนนเพชรบุรี โชนกิงเพชร) เร่งรีบ และอยู่หอด้วย ทำงานและเรียนอยู่ในย่านเศรษฐกิจ ร้านอาหารไม่ค่อยมี ถึงมีก็แพง ถ้าราคาถูกก็คุณภาพแย่มาก ไม่อร่อยด้วย อีกอย่างคนก็เยอะต้องแย่งกันนั่งในร้านอาหารตามสั่งช่วงเวลาเลิกงานมือเขียนรอนานมากก็ตัดใจเข้าสะดวกซื้อ ไปซื้ออาหารที่สำเร็จรูป

**Q :**ถ้ามีอาหารที่มีรสชาติอร่อย และเป็นเมนูดังของร้านที่มีชื่อเสียง วางจำหน่ายในรูปแบบของอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน โดยมีการเลือกใช้วัตถุดิบ/ส่วนผสมที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย เช่น Low sodium สารให้ความหวานแทนน้ำตาล ไม่ใส่ผงชูรส ท่านมีความสนใจต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่ อย่างไร (นำตัวอย่างสินค้าให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณา)

**A :**สนใจมาก เป็นตัวเลือกที่น่าสนใจ และคิดว่าจะซื้อแน่นอน เพราะเหมาะสมกับวิถีชีวิตของเรา มาก ไม่ใช่แค่เราละ คนที่อยู่หอในละแวกเดียวกันเป็นแบบนี้ทั้งนั้น พอถึงเวลาแย่งกันกินก็ต้องไปร้านสะดวกซื้อเหมือนกันหมด เฉพาะซอยหอพักเราก็มี ร้านสะดวกซื้อ 6 แห่งแล้ว เป็นวิถีชีวิตคนเมืองแบบชนชั้นกลางทั้งคนทำงาน นักศึกษา เต็มไปหมด ถ้ามีสินค้าแบบนี้ขายมันตอบ โจทย์ความต้องการได้ครบเลย ซื้อมาเก็บไว้ที่หอได้เลย

## ท่านที่ 2

คุณแมท (เจ้าของธุรกิจ) เพศหญิง อายุ 34 ปี สถานที่ทำงานอยู่ใจกลางเมืองและงานค่อนข้างเยอะ

**Q :สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมารับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ (ระยะเวลาในการเริ่มรับประทาน / เหตุผล)**

A :ทานมาตลอด เพราะที่บ้านเน้นทานอาหารที่มีประโยชน์ อีกอย่างคุณพ่อสุขภาพไม่ค่อยดี เลยต้องเลือกทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และไม่มีพวกสารเจือปน

**Q :เมนูที่รับประทานส่วนใหญ่เป็นเมนูประเภทใด**

A :ส่วนใหญ่ก็จะเป็นอาหารรสไม่จัด ที่บ้านไม่มีใครทานรสจัดเลย จะเน้นไปที่เมนูผักและปลา มากกว่าเนื้อสัตว์อื่น

**Q :พฤติกรรมประกอบอาหารเพื่อรับประทานของท่านมีลักษณะอย่างไร (ประกอบอาหารรับประทานเอง / ซื้อสำเร็จ / รับประทานนอกบ้าน / อื่นๆ)**

A :ส่วนใหญ่ถ้ามีเวลาก็จะทำอาหารทานเอง โดยเลือกใช้ส่วนผสมที่ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย ถ้าเป็นน้ำปลา ซอส ก็ต้องเลือก Low Sodium ผงชูรสนี้ไม่กินอยู่แล้วตั้งแต่เด็ก

**Q :สิ่งที่ท่านคิดว่าเป็นปัญหาเกี่ยวกับการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพของท่าน ในกรณีที่อยู่นอกร้าน และไม่สามารถประกอบอาหารรับประทานเองได้ (ช่องทางการจัดจำหน่าย / ความยุ่งยาก / ฯลฯ)**

A :ก็ทานอาหารปกติที่วางขายทั่วไปตามร้านอาหาร แต่ถ้าเป็นร้านที่เราสามารถที่จะบอกพนักงานได้ว่าไม่ได้ใส่ผงชูรส กับลดเค็มกับเรื่องน้ำมันลงไปได้ ก็จะบอกเขาก่อนตลอด

**Q :ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพรับประทานนอกบ้าน (อร่อย / สะอาด / สะดวก / ร้านประจำ)**

A :อย่างแรกก็ต้องสะอาด ร้านมีคุณภาพมากแค่ไหน แต่ปกติถ้าไม่ทำทานเองก็ทานอาหารปกติที่ขายทั่วไปตามร้าน เดี่ยวนี้ช่วงเย็นจะทานอาหารนอกร้านตลอดเพราะงานยุ่งมาก ไม่ได้ทำเองเลย

**Q :ท่านคิดว่าในปัจจุบันร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีจำหน่ายในตลาดมีเพียงพอแล้วหรือไม่**

A :มีไม่เยอะนะ ที่รู้จักแถวๆนี้ก็มีอยู่ไม่กี่ร้าน ตรงดึก interchange ที่เคยซื้อทานอยู่ก็มีไม่กี่ร้าน ถ้ามีเพิ่มได้ก็จะดีมาก เป็นทางเลือกให้เราได้เลือกเยอะขึ้น

**Q :หากเป็นไปได้อยากให้มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพวางขายเพิ่มหรือไม่ (ถ้ามีควรวางขายในช่องทางใด)**

A :อยากให้มี อาจจะวางได้ตึกสำนักงาน หรือ โทรสั่งมาได้ก็ดีเลย บางครั้งไม่มีเวลาก็จะได้โทรสั่งมาส่งที่ออฟฟิศ

**Q :ทัศนคติของท่านที่มีต่ออาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน**

A :ปกติไม่ค่อยได้ทานเลย ค่อนข้างชอบอาหารที่ปรุงสดมากกว่า ถ้าเป็นไปได้ก็เลือกทานที่ร้านอาหารที่เร็วหน่อยดีกว่า แบบตามสั่งก็ยังดี

Q :ถ้ามีอาหารที่มีรสชาติอร่อย และเป็นเมนูดังของร้านที่มีชื่อเสียง วางจำหน่ายในรูปแบบของอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน โดยมีการเลือกใช้วัตถุดิบ/ส่วนผสมที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย เช่น Low sodium สารให้ความหวานแทนน้ำตาล ไม่ใส่ผงชูรส ท่านมีความสนใจต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่ อย่างไร (นำตัวอย่างสินค้าให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณา)

A :ก็อาจจะลองซื้อ เก็บไว้ที่ออฟฟิศเวลางานยุ่งมากจนออกไปซื้อของกินไม่ได้ ก็เอาออกมาทาน



### ท่านที่ 3

คุณแพท(พยาบาลโรงพยาบาลรัฐ) เพศหญิง อายุ 41 ปี โรงพยาบาลอยู่ใจกลางเมือง อาศัยอยู่หอพัก  
พยาบาลรวม คววงเวรบ่อย

**Q :สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมารับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ (ระยะเวลาในการเริ่ม  
รับประทาน / เหตุผล)**

A :ช่วง 2-3 ปีหลังจากที่พี่ไปตรวจสุขภาพมา รู้สึกว่าต้องดูแลตัวเองมากขึ้น ค่าน้ำตาลและความดันก็มี  
สูงบ้าง เริ่มกลัวแล้ว ว่าอนาคตจะเป็นโรคอะไรเพิ่มเติม พี่ก็เลยเลือกที่จะดูแลตัวเองด้วยการพยายาม  
ทานอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อที่อนาคตจะได้ไม่เป็น โรคอะไร และอีกอย่างงานที่พี่ทำมันเหนื่อย เรื่องการ  
พักผ่อนเป็นปัญหาอยู่แล้ว เพราะฉะนั้นวิธีแก้ก็คือต้องดูแลตัวเองด้วยการกินอาหารที่มีประโยชน์

**Q :เมนูที่รับประทานส่วนใหญ่เป็นเมนูประเภทใด**

A :ไม่หวาน ไม่เค็ม และก็ต้องไม่มัน เป็นหลัก ไม่ใส่ชูรสด้วย อันนี้สำคัญ เราอายุเยอะแล้ว ก็ไม่อยาก  
กินอะไรที่ทำร้ายตัวเอง

**Q :พฤติกรรมประกอบอาหารเพื่อรับประทานของท่านมีลักษณะอย่างไร (ประกอบอาหาร  
รับประทานเอง / ซื้อสำเร็จ / รับประทานนอกบ้าน / อื่นๆ)**

A :ซื้อค่ะ เพราะว่าอยู่หอพักพยาบาล พี่ไม่ค่อยได้ทำอาหารทานเอง เราอยู่ด้วยกันหลายคนในห้อง  
เกรงใจเพื่อนก็แทบจะไม่ได้ประกอบอาหาร

**Q :สิ่งที่ท่านคิดว่าเป็นปัญหาเกี่ยวกับการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพของท่าน ในกรณีที่อยู่นอกบ้าน  
และไม่สามารถประกอบอาหารรับประทานเองได้ (ช่องทางการจัดจำหน่าย / ความยุ่งยาก / ฯลฯ)**

A :ก็จะพยายามหาหะคะ แต่บางครั้งก็หาไม่ได้ จำเป็นที่จะต้องเลือกซื้อตามที่มีขายอยู่แล้ว จริงๆร้านใน  
โรงพยาบาลก็จะมีร้านอาหารเพื่อสุขภาพอยู่แล้ว แต่ขายเป็นเวลาซึ่งไม่ตรงกับเวลางานของพี่ บางครั้งพี่  
เลิกเวรมา ร้านก็ปิด บางครั้งก็หมดก่อน เพราะคนในโรงพยาบาลเขาก็เลือกซื้ออาหารเน้นสุขภาพกัน  
หมด

**Q :ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพรับประทานนอกบ้าน (อร่อย / สะอาด / สะดวก /  
ร้านประจำ)**

A :ถ้ามันเลือกได้ก็จะเน้นเพื่อสุขภาพเป็นหลักเลยคะ และจะต้องหาซื้อง่ายหน่อย มีขายตลอดเพราะ  
เวลางานพี่ไม่แน่นอนและไม่เหมือนคนอื่น

**Q :ท่านคิดว่าในปัจจุบันร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีจำหน่ายในตลาดมีเพียงพอแล้วหรือไม่**

A :ไม่เพียงพอเท่าไร ที่โรงพยาบาลมีขายแต่ตอนเช้ากับช่วงเย็น และมีไม่กี่ร้าน ที่สำคัญคือช่วงเวลานั้น  
บางที่พี่ต้องทำงาน ทำให้ลงมาซื้อไม่ได้ เลยคิดว่ามันหาทานยากไปหน่อย

**Q :** หากเป็นไปได้ อยากให้มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพวางขายเพิ่มหรือไม่ (ถ้ามีควรวางขายในช่องทางใด)

**A :** อยากรมากเลยค่ะ เพราะว่าเราเรียนมาทางนี้ เรารู้ว่าดีและจำเป็นต่อร่างกายอย่างไร อยากรให้มีขายเยอะๆ และถ้ามีทั้งวันก็ดีนะ เช่นวางในร้านสะดวกซื้อ ที่เราสามารถซื้อได้ตลอดเวลา เวลาอยู่เวรดึกที่ก็ สามารถลงมาซื้อได้ เพราะปกติก็ฝากท้องอยู่กับร้านพวกนี้ตลอด เวลาเราหิว งานยุ่งและไม่มีเวลาเราเลือกไม่ได้หรอก ก็ต้องกินอาหารจากร้านสะดวกซื้อที่เปิดตลอดเวลา

**Q :** ทัศนคติของท่านที่มีต่ออาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน

**A :** อันดับแรกก็ทราบว่าถ้าหีบห่อไม่ดีก็เป็นอันตรายค่ะ แต่เราก็เลือกซื้อที่มันรับประกันคุณภาพเรื่องพวกนี้ ก็ไม่น่าจะเป็นปัญหาอะไร อาหารปรุงสดย่อมดีกว่า แต่บางครั้งเราเลือกไม่ได้ ดังนั้นก็เลือกที่จะกินอาหารสำเร็จรูป แต่ก็ต้องเลือกผลิตภัณฑ์ที่ดีหน่อย

**Q :** ถ้ามีอาหารที่มีรสชาติอร่อย และเป็นเมนูดังของร้านที่มีชื่อเสียง วางจำหน่ายในรูปแบบของอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน โดยมีการเลือกใช้วัตถุดิบ/ส่วนผสมที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย เช่น Low sodium สารให้ความหวานแทนน้ำตาล ไม่ใส่ผงชูรส ท่านมีความสนใจต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่ อย่างไร (นำตัวอย่างสินค้าให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณา)

**A :** สนใจสิคะ ปกติทานอาหารพวกนี้บ่อยอยู่แล้ว เพราะมันเลือกไม่ได้ ถึงแม้ว่ามันไม่ค่อยดีต่อสุขภาพเท่าไร ทานเพราะความจำเป็น แต่ในความจำเป็นนั้นถ้ามันมีให้เลือก ก็ต้องเลือกที่ดีต่อสุขภาพเราแน่นอนค่ะ ก็ซื้อแน่นอน



#### ท่านที่ 4

คุณเล้ง (นิสิตฝึกสอน ครุศาสตร์ จุฬาฯ) เพศชาย อายุ 22 ปี เพิ่งย้ายมาอยู่หอใกล้โรงเรียนช่วงฝึกสอน หอพักอยู่กลางเมือง

**Q : สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมารับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ (ระยะเวลาในการเริ่มรับประทาน / เหตุผล)**

A : ผมทานมาสักพักแล้วครับ ผมอ้วน กลัวเป็นโรคครับ แต่ช่วงฝึกสอนนี้ผมต้องย้ายไปอยู่หอที่อยู่ใกล้โรงเรียน (โรงเรียนวัดปทุม) ก็เลยหาของกินยากนิดหน่อย

**Q : เมนูที่รับประทานส่วนใหญ่เป็นเมนูประเภทใด**

A : รสไม่จัด ไม่มัน ไม่เค็ม ผมไม่ค่อยกินของทอดครับ

**Q : พฤติกรรมการประกอบอาหารเพื่อรับประทานของท่านมีลักษณะอย่างไร (ประกอบอาหารรับประทานเอง / ซื้อสำเร็จ / รับประทานนอกบ้าน / อื่นๆ)**

A : ตอนนี้ซื้อสำเร็จ หรือไม่อาหารจานเดียวไปเลยครับ ผมทำกับข้าวไม่เป็น มาอยู่หอด้วย

**Q : สิ่งที่ท่านคิดว่าเป็นปัญหาเกี่ยวกับการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพของท่าน ในกรณีที่อยู่นอกร้าน และไม่สามารถประกอบอาหารรับประทานเองได้ (ช่องทางการจัดจำหน่าย / ความยุ่งยาก / ฯลฯ)**

A : ประหยัดครับ เลือกรับไม่ได้ผมก็จำเป็นต้องกินเท่าที่มีขายครับ

**Q : ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพรับประทานนอกบ้าน (อร่อย / สะอาด / สะดวก / ร้านประจำ)**

A : ราคาต้องไม่แพงเกินไปครับ และขอที่รสชาติอร่อยหน่อย

**Q : ท่านคิดว่าในปัจจุบันร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีจำหน่ายในตลาดมีเพียงพอแล้วหรือไม่**

A : ไม่พอครับ ผมว่าละแวกที่ผมอยู่ไม่มีเลย ผมต้องเตรียมการสอนเยอะมาก ผมก็นั่งฝากท้องที่ร้านใกล้โรงเรียน หรือไม่ก็ร้านสะดวกซื้อไปเลยครับ ก็น่าจะร้านสะดวกซื้อเป็นหลักครับ

**Q : หากเป็นไปได้อยากให้มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพวางขายเพิ่มหรือไม่ (ถ้ามีควรวางขายในช่องทางใด)**

A : ก็ถ้าเป็นไปได้ก็อยากครับ โดยเฉพาะที่หาซื้อได้ง่ายๆ อย่างร้านสะดวกซื้อก็ดีนะครับ

**Q : ทัศนคติของท่านที่มีต่ออาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน**

A : ก็กินได้เหมือนอาหารปกติครับ ผมคิดว่าเทคโนโลยีสมัยนี้น่าจะพัฒนาไปเยอะแล้วนะครับ จนกระทั่งแบบนี้ไม่น่าจะเป็นอันตรายแล้วนะครับ

Q :ถ้ามีอาหารที่มีรสชาติอร่อย และเป็นเมนูดังของร้านที่มีชื่อเสียง วางจำหน่ายในรูปแบบของอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน โดยมีการเลือกใช้วัตถุดิบ/ส่วนผสมที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย เช่น Low sodium สารให้ความหวานแทนน้ำตาล ไม่ใส่ผงชูรส ท่านมีความสนใจต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่ อย่างไร (นำตัวอย่างสินค้าให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณา)

A :ซื้อครับ



## ท่านที่ 5

คุณไร่ (ข้าราชการบำนาญ) เพศชาย อายุ 64 ปี บ้านอยู่ในซอยลึกแถบชานเมือง เกษียณอายุ อยู่บ้านคนเดียวในช่วงเวลากลางวัน

**Q : สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมมารับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ (ระยะเวลาในการเริ่มรับประทาน / เหตุผล)**

A : ลุงเป็นความดันมา 10 กว่าปีแล้ว ไม่กินเค็ม ภรรยาลุงก็ไม่ทานผงชูรส และลุงก็ชอบกินพวกผักน้ำพริก ปลา อะไรแบบนี้

**Q : เมนูที่รับประทานส่วนใหญ่เป็นเมนูประเภทใด**

A : ไม่เค็ม ไม่มัน ลุงเป็นความดันกินไม่ได้เลย เคอเลสเตอรอลก็สูงด้วย

**Q : พฤติกรรมการประกอบอาหารเพื่อรับประทานของท่านมีลักษณะอย่างไร (ประกอบอาหารรับประทานเอง / ซื้อสำเร็จ / รับประทานนอกบ้าน / อื่นๆ)**

A : ถ้าเป็นเสาร์ อาทิตย์ อยู่กันพร้อมหน้าพร้อมตาก็คือทำทานเองที่บ้าน แต่วันธรรมดาเนี่ยลุงอยู่บ้านคนเดียว ภรรยาและลูกไปทำงานและเรียนในเมือง ก็จะไปกินพวกกับข้าวที่ทำหม้อใหญ่แล้วแช่ช่องแข็งเก็บเอาไว้ มาอุ่นเอา หรืออาหารสำเร็จรูปที่ซื้อมาเก็บไว้ที่บ้าน (โจ๊ก/ปลากระป๋อง) เพราะจะขับรถออกไปแต่ละทีมันก็ไกล ตาก็ไม่ค่อยดีแล้ว บ้านลุงอยู่ลึก ไม่คุ้มกันหรอก

**Q : สิ่งที่ท่านคิดว่าเป็นปัญหาเกี่ยวกับการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพของท่าน ในกรณีที่อยู่นอกบ้าน และไม่สามารถประกอบอาหารรับประทานเองได้ (ช่องทางการจัดจำหน่าย / ความยุ่งยาก / ฯลฯ)**

A : ลุงตอบไม่ได้นะ เพราะลุงอยู่แต่ที่บ้าน ไม่ค่อยได้ออกไปหาซื้ออะไรเลย บ้านลึก ไปที่ที่ซื้อตุนเก็บไว้ ลุงซื้อเข้ามาบ้าง บางทีก็ทำแช่ตู้เอาไว้ ทำง่ายๆกินเอง ไม่ค่อยได้ทำหรอก ทำแล้วไม่คุ้ม กินคนเดียว

**Q : ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพรับประทานนอกบ้าน (อร่อย / สะอาด / สะดวก / ร้านประจำ)**

A : ที่ลุงไปซื้อมาตุนไว้หรอก ก็จริงๆอยากซื้อที่มันเก็บได้นานๆ ไม่ค่อยได้ออกไปไหน

**Q : ท่านคิดว่าในปัจจุบันร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีจำหน่ายในตลาดมีเพียงพอแล้วหรือไม่**

A : น้อยนะ ของเดี๋ยวนี้อะไรก็ได้ผงชูรสทั้งนั้นแหละ บางทีก็เค็ม หวานเกินไป กินไม่ค่อยได้เลย

**Q : หากเป็นไปได้อยากให้มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพวางขายเพิ่มหรือไม่ (ถ้ามีควรวางขายในช่องทางใด)**

A : ถ้ามีก็ดีนะ อย่างซูเปอร์มาร์เก็ตที่ลุงไปประจำ มันไม่ค่อยมีเลย พักนี้ลุงเบื่อก็ก็นั่งซื้ออาหารสำเร็จมาเลยง่ายดี

**Q : ทักษะคติของท่านที่มีต่ออาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน**

A :เมื่อก่อนก็คิดว่ามันไม่ดีหรอก แต่ตอนนี้ก็รู้สึกว่ามันทำอะไรไม่ได้แล้ว วิธีชีวิตมันเปลี่ยนไปหลังเกษียณ มันก็พอกินได้นะ กินคนเดียว ง่ายๆ

Q :ถ้ามีอาหารที่มีรสชาติอร่อย และเป็นเมนูตั้งของร้านที่มีชื่อเสียง วางจำหน่ายในรูปแบบของอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน โดยมีการเลือกใช้วัตถุดิบ/ส่วนผสมที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย เช่น Low sodium สารให้ความหวานแทนน้ำตาล ไม่ใส่ผงชูรส ท่านมีความสนใจต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่ อย่างไร (นำตัวอย่างสินค้าให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณา)

A : ซื่อ และก็จะซื้อคุณไว้ด้วย ถ้าเป็นอาหารที่นี้มันๆหนอยมันก็คินะ ฟินไม่ค้อยดีแล้ว



เกณฑ์	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5
พฤติกรรมกร รับประทาน อาหาร	ทานอาหาร เพื่อสุขภาพ เพราะเริ่ม กังวลเกี่ยวกับ โรค คนรอบ ข้างเริ่มป่วย ตั้งแต่อายุยัง น้อยและ ตัวเองก็เป็น โรครมา 2-3 ปี	ทานอาหาร เพื่อสุขภาพ เพราะคนใน ครอบครัว สุขภาพไม่ แข็งแรง อาหารต้อง สะอาด ไม่มี สารก่อ อันตราย	ทานอาหาร เพื่อสุขภาพ เพราะต้องการ ลดค่าน้ำตาล และความดัน	ทานอาหาร เพื่อสุขภาพ เพราะกลัวเป็น โรคในอนาคต (อ้วน)	ทานอาหาร เพื่อสุขภาพ เนื่องจาก สุขภาพไม่ แข็งแรง เป็น โรคความดัน ครอบครัวไม่ ทานอาหารที่ ใส่ผงชูรส
แหล่งที่อยู่ อาศัย	อาศัยอยู่ หอพักใจกลาง เมืองที่มี ร้านอาหาร และร้าน สะดวกซื้ออยู่ พอสมควร แต่ ร้านที่เพื่อ สุขภาพน้อย ที่ มีก็คนเยอะ ไม่มีเวลามาก	อาศัยอยู่นอก เมือง แต่ สถานที่ทำงาน อยู่ในเมือง แหล่ง เศรษฐกิจ	อาศัยอยู่ หอพัก พยาบาลของ โรงพยาบาล เป็นหอพัก รวมที่พักกับ เพื่อนพยาบาล ด้วยกัน	หอพักในย่าน ใจกลางเมือง ใกล้กับ โรงเรียนที่ ฝึกสอน (โรงเรียนวัด ปทุม)ใกล้ โรงเรียนมีร้าน สะดวกซื้อ และ ร้านอาหาร ตามสั่ง	หมู่บ้านแถบ ชานเมือง ค่อนข้างลึก ร้านอาหาร แถวบ้านไม่ ค่อยมี

ตารางที่ 19 แสดงการสรุปผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 5 ราย (ต่อ)

เกณฑ์	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5
ด้านอาชีพ	นักศึกษาปริญญาเอกมหาวิทยาลัยในเมือง วิถีชีวิตอยู่ในเมือง ค่าใช้จ่ายสูง	เจ้าของธุรกิจไม่ค่อยมีเวลาว่าง เพราะงานค่อนข้างเยอะ	พยาบาลโรงพยาบาลรัฐอยู่กลางเมือง	นิติทนายความตรี คณะครุศาสตร์ จุฬาฯ (นิติทนายสอนชั้นปีที่ 5)	ข้าราชการบำนาญ (เกษียณอายุราชการ) ไม่ชอบขับรถ ออกนอกบ้าน เพราะเสียค่าเดินทางเยอะ และสายตาไม่ค่อยดี
ด้านเวลา	วิถีชีวิตที่เป็นอยู่ค่อนข้างเร่งรีบ เรียนและทำงานพิเศษควบคู่กัน	ทำงานเยอะ เวลาว่างไม่ค่อยมีเพราะงานยุ่ง ช่วงเย็นทานนอกบ้านตลอด	ส่วนใหญ่จะต้องควงเวรซึ่งบ่อยมาก ทำให้ไม่มีเวลาลงมาซื้ออาหารในเวลาปกติ	เร่งรีบทุกวัน เพราะช่วงฝึกสอนงานค่อนข้างหนัก ต้องเตรียมการสอนและเข้าโรงเรียนให้ทันเวลา	ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา แต่คิดว่าถ้าลดเวลาในการเดินทางเพื่อจ่ายของเข้าบ้านได้ก็จะช่วยประหยัดได้

ตารางที่ 19 แสดงการสรุปผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 5 ราย (ต่อ)

เกณฑ์	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5
<b>ข้อจำกัด</b>	หอพักไม่ อนุญาตให้ ประกอบ อาหาร ร้านอาหาร ใกล้หอพักคน เยอะมาก	ไม่ค่อยมีเวลา และชอบ รับประทาน อาหารที่ปรุง สดใหม่	ไม่ค่อย ประกอบ อาหารใน หอพัก เพราะ เป็นห้องพัก รวม และเวลา คงจะไม่มี เวลาออกมา ซื้อของกินที่ ร้าน	ด้านราคา เนื่องจากต้อง ประหยัด ค่าใช้จ่าย	อยู่บ้านคน เดียวในช่วง วันธรรมดา เนื่องจากคน ในครอบครัว ทำงานหมด บ้านค่อนข้าง ลึก ไม่อยาก เดินทาง ออกไปไกลๆ บ่อยๆ
<b>ความสนใจต่อ แนวคิด ผลิตภัณฑ์</b>	สนใจมาก เพราะ เหมาะ กับวิถีชีวิตที่ เป็นอยู่ รวมทั้งคนที่ อาศัยอยู่ใน ละแวก เดียวกันด้วย	เฉยๆ อาจจะ ลองซื้อมาเก็บ ไว้ที่ออฟฟิศ ในกรณีที่ไม่มี เวลาออกไม่ หาอะไรทาน นอกบ้าน	สนใจมาก เพราะได้ทาน ของอร่อยและ มีประโยชน์ ที่ สำคัญคือ สะดวก	สนใจ ถ้ามี ราคาที่ไม่แพง มาก	สนใจ เพราะ อยากซื้อมา เก็บไว้ที่บ้าน ไม่ต้อง เดินทาง ออกไปซื้อ บ่อยๆ



จากปัจจัยทั้ง 5 ด้านที่ใช้ประกอบการเลือกกลุ่มตัวอย่างและจุดประสงค์ในการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ท่านสามารถสรุปได้ว่า

1. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ

โดยส่วนใหญ่หากเลือกได้จะพยายามเลือกรับประทานอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย โดยเน้นทานอาหารเพื่อสุขภาพที่ดี ไม่ใส่ผงชูรส ไม่รสจัดและไม่มีส่วนผสมของสารที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย โดยระบุความต้องการแก่ร้านขายอาหาร หากเลือกไม่ได้ก็จะรับประทานจากร้านอาหารที่พอหาได้ หรือร้านสะดวกซื้อในกรณีที่อยู่ในช่วงเร่งรีบ

2. เพื่อทราบถึงปัจจัยในการใช้พิจารณาเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ

ปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ จะเน้นที่รสชาติ อาหารที่เลือกรับประทานจะต้องเลือกที่อร่อยและความสะดวกเหมาะสมต่อสถานการณ์เป็นหลัก ปัจจัยอื่นๆที่ใช้ประกอบการพิจารณาเป็นเรื่องของราคาและความสะอาด

3. เพื่อทราบความต้องการของกลุ่มตัวอย่างต่อแนวความคิดผลิตภัณฑ์

ความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง 80% สนใจแนวความคิดผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานบรรจุถุง Retort Pouch และ 20% รู้สึกเฉยๆ และอาจจะลองซื้อหากมีวางขาย

4. เพื่อทราบทัศนคติของลูกค้าที่มีต่ออาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน

ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์ 80% มีความเห็นว่าอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการและวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน ได้ค่อนข้างมาก เพราะในสังคมปัจจุบัน เวลา เป็นสิ่งที่ทุกคนต้องการ เร็วเร่งในการใช้ชีวิต ดังนั้นหากมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ ก็จะได้รับความสะดวก โดยมองข้ามเหตุผลอื่นในเรื่องของทัศนคติด้านลบไปได้

5. เพื่อหาความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองของลูกค้า (unmet need)

ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองของกลุ่มตัวอย่างคือ เรื่องจำนวนของร้านขายอาหารเพื่อสุขภาพมีค่อนข้างน้อย ร้านขายอาหารทั่วไปก็ไม่สามารถที่จะทำอาหารที่ตรงกับความต้องการได้ หากมีวางขายเพิ่มในช่องทางที่สามารถหาซื้อได้สะดวก ก็จะเป็นการตอบสนองความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองได้

6. เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจประเภทอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน

โดยสรุปผลการสำรวจ 80% ของกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจที่จะซื้อ หากมีผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปสูตร Signature dish ของร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและได้รับการรับรองด้านรสชาติ บรรจุในถุง Retort Pouch พร้อมรับประทานในรูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพ วางจำหน่าย ดังนั้นอาจมีความเป็นไปได้ว่ามีความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจประเภทอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานในตลาดอาหารสำเร็จรูป

## ภาคผนวก จ

### ตัวอย่างคำถามสำหรับใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (สำหรับร้านอาหาร)

#### จุดประสงค์

1. เพื่อทราบความสนใจของร้านอาหารที่จะร่วมเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจ
2. เพื่อสอบถามราคาสูตรที่ต้องการจะขายให้สำหรับรายการอาหารยอดนิยม (Signature Dish)
3. เพื่อทราบอัตราส่วนแบ่งกำไรที่ร้านอาหารต้องการจากยอดขาย



## คำถาม

1. ภาพรวมของธุรกิจอาหารที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบัน
2. เมนูที่เป็นที่นิยมของทางร้านมีอะไรบ้างราคาเท่าไร และ น้ำหนักประมาณกี่กรัม
3. จุดเด่นของอาหารจานนี้โดดเด่น แตกต่างจากร้านอื่นอย่างไรบ้าง
4. ยอดขายของอาหารเมื่อนั้นๆ ขายได้ประมาณกี่จานต่อวัน / เดือน
5. กลุ่มลูกค้าเป็นใครบ้าง
6. จำนวนการสั่งกลับบ้าน ถ้ามี มีประมาณกี่ชุดต่อวัน
7. อัตราต้นทุน ถ้าไรอยู่ที่ประมาณเท่าไร
8. มีแผนเพิ่มยอดขายให้แก่เมื่อนั้นๆ อย่างไรบ้าง
9. หากมีแนวคิดธุรกิจซึ่งจะเป็นเป็นตัวกลาง ในการนำเมนูขายดีของทางร้าน (Signature dish) ของร้าน มาทำเป็น Ready to Eat เพื่อสุขภาพ โดยจะติดต่อโรงงานเพื่อผลิตสินค้า เป็น retort pouch โดยสามารถเก็บได้ในอุณหภูมิห้องและอายุสินค้าประมาณ 1 ปี โดยมีชื่อแบรนด์ของร้าน ภาพอาหาร โฉวรับแพคเกจ และสูตรจะเป็นความลับทางการค้า โดยมีการทำสัญญากันทั้ง 3 ฝ่ายและจะทำสูตร ให้ใกล้เคียงกับต้นตำหรับมากที่สุด และให้เจ้าของร้านมีส่วนร่วมในการดูแลปรับปรุงสูตร โดยทำงานร่วมกับนักโภชนาการและนำไปจัดจำหน่ายในร้านสุขภาพ โรงพยาบาล ต่างๆ ทางร้านมีความ สนใจมากน้อยเพียงใด
10. การตั้งราคาทางร้านเห็นว่าควรตั้งราคาขายเมื่อนั้นๆ ที่เท่าไรในรูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป บรรจุในถุง Retort Pouch น้ำหนักประมาณ 200กรัม – 400 กรัมและกำไรส่วนแบ่งที่ต้องการจำนวน กี่เปอร์เซ็นต์

## ภาคผนวก จ

### บทสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับร้านอาหาร

#### ร้านที่ 1

คุณมรรณี อินทร์รักษ์ เจ้าของธุรกิจ “ราดหน้าเชลล์ชวนชิม หลังห้อยเทียนเหลา” ในศูนย์อาหารในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ

เบอร์โทรศัพท์ 086-905-3356

ที่อยู่ 3/17 หมู่ 9 ถ.แจ้งวัฒนะ ต.บางพลู อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120

#### Q : ภาพรวมของธุรกิจอาหารที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบัน

A : “ราดหน้าเชลล์ชวนชิมหลังห้อยเทียนเหลา ดำเนินกิจการมา 18 ปี เป็นร้านราดหน้าที่มีสาขาทั้งหมด 250 สาขาในศูนย์อาหารของห้างสรรพสินค้า, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ไฮเปอร์มาร์เก็ต ต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้าในเครือ Central Department Store, Tesco Lotus, The Mall, Siam Paragon, สยามบิณสุวรรณ์, คอนมือง เป็นต้น ซึ่งจะมีศูนย์รับและกระจายสินค้า เช่น วัตถุดิบหลักคือหมูและเครื่องปรุงรส โดยใช้หมูประมาณ 4 ตันต่อวัน จะส่งจากโรงงานให้เข้ามาส่งที่คลังสินค้าหลัก ในเขตอำเภอปากเกร็ด และมีโรงงานขนาดเล็กทำการผสมเครื่องปรุง จากนั้นจะนำไปส่งตามศูนย์กระจายสินค้าในแต่ละภาค ซึ่งปัจจุบันศูนย์กระจายสินค้านั้นมีทั้งหมด 5 แห่ง คือเขต ปากเกร็ด จ.นนทบุรี, เขตรามอินทรา, จ.อุทัยธานี, จ.ตรัง และจ.อุบลราชธานี ซึ่งทางศูนย์ใหญ่จะมีรถกระบะทั้งหมด 10 คันส่งไปตามเส้นทางต่างๆทั้งกรุงเทพฯและต่างจังหวัด พนักงานในโรงผสมเครื่องปรุงมี 20 คน คนขับรถ 10 คน และพนักงานที่ศูนย์ย่อยทั้งหมด 100 คน พนักงานหน้าร้าน ทั้งหมด 750 คน รวมทั้งสิ้น 880 คน และมีแผนขยายสาขาปีละ 13 สาขา”

#### Q : เมนูที่เป็นที่นิยมของทางร้านมีอะไรบ้างราคาเท่าไร และ น้ำหนักประมาณกี่กรัม

A : “ในร้านจะมี ราดหน้า ผัดซีอิ้ว สุกี้ แต่ที่นิยมมากที่สุดจะเป็นราดหน้า ราคาขายขึ้นอยู่กับพื้นที่ ถ้าในพื้นที่ เช่น Tesco Lotus อยู่ที่ 35 บาท, Central ประมาณ 40-45 บาท น้ำหนักประมาณ 500 กรัมรวมทุกอย่าง”

**Q : จุดเด่นของอาหารจานนี้โดดเด่น แตกต่างจากร้านอื่นอย่างไรบ้าง**

A : เป็นราดหน้าหมูหมัก หมูนุ่ม แล้วก็น้ำราดรสชาติกลมกล่อม มีสูตรเฉพาะ

**Q : ยอดขายของอาหารเมนูนี้ขายได้ประมาณกี่จานต่อวัน / เดือน**

A : ยอดขายจะแตกต่างกันไปตามแต่ละสาขา แต่โดยเฉลี่ยแล้วอยู่ที่ 300 จานต่อวัน

**Q : กลุ่มลูกค้าเป็นใครบ้าง**

A : ส่วนใหญ่เป็นพนักงานออฟฟิศที่มาทานข้าวตอนกลางวัน ตอนเย็น แล้วก็ก็มีครอบครัวบ้าง อย่างคนมีอายุน้อยก็จะชอบกินราดหน้า

**Q : จำนวนการสั่งกลับบ้าน ถ้ามี มีประมาณกี่ชุดต่อวัน**

A : มีบ้าง แต่ว่าไม่มากเท่าไรประมาณแค่ 5-10%

**Q : อัตราต้นทุน กำไรอยู่ที่ประมาณเท่าไร**

A : กำไรหลังหักค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 10 %

**Q : มีแผนเพิ่มยอดขายให้แก่เมนูนี้ๆ อย่างไรบ้าง**

A : เป็นการขยายสาขาเพิ่มขึ้นตามห้างหรือ community mall ที่เปิดใหม่ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจ ถ้าเศรษฐกิจไม่ดีก็ขยายได้น้อย

**Q : หากมีแนวคิดธุรกิจซึ่งจะเป็นเป็นตัวกลาง ในการนำเมนูขายดีของทางร้าน (Signature dish) ของร้านมาทำเป็น Ready to Eat เพื่อสุขภาพ โดยจะติดต่อโรงงานเพื่อผลิตสินค้า เป็น retort pouch โดยสามารถเก็บได้ในอุณหภูมิห้องและอายุสินค้าประมาณ 1 ปี โดยมีชื่อแบรนด์ของร้าน ภาพอาหารโชว์บนแพคเกจ และสูตรจะเป็นความลับทางการค้า โดยมีการทำสัญญากันทั้ง 3 ฝ่ายและจะทำสูตรให้ใกล้เคียงกับต้นตำหรับมากที่สุด และให้เจ้าของร้านมีส่วนร่วมในการดูแลปรับปรุงสูตร โดยทำงานร่วมกับนักโภชนาการและนำไปจัดจำหน่ายในร้านสุขภาพ โรงพยาบาล ต่างๆทางร้านมีความสนใจมากน้อยเพียงใด**

A : น่าสนใจมาก เพราะว่าจะได้เพิ่มช่องทางการขาย เพิ่มรายได้ให้ทางร้านด้วย แต่ว่าสูตรและรสชาติต้องใกล้เคียงกับที่ร้าน รวมถึงคุณภาพการเก็บรักษาต้องมีมาตรฐาน

**Q : การตั้งราคาทางร้านเห็นว่าควรตั้งราคาขายเมนูนี้ๆ ที่เท่าไรในรูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปบรรจุในถุง Retort Pouch น้ำหนักประมาณ 200 กรัม – 400 กรัมและกำไรส่วนแบ่งที่ต้องการกี่เปอร์เซ็นต์**

A : คิดว่าอยู่ที่ 40-45 บาท กำไรตอนนี้ได้ประมาณ 10 % แต่ถ้านำเอาสินค้าไปทำในโรงงานและกระจายสินค้าแล้ว ขอประมาณ 2% พอ

## ร้านที่ 2

**คุณแก้วเกล้า และคุณขวัญข้าว บรรจง ทายาท เจ้าของธุรกิจ “ร้านอาหารสยาม ๗๗”**

เบอร์โทรศัพท์ 02-527-7535

ที่อยู่ 31 หมู่ 6 ต.สวนใหญ่ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000

**Q: ภาพรวมของธุรกิจอาหารที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบัน**

A : ร้านอาหาร สยาม ๗๗ เป็นกิจการของครอบครัว ดำเนินกิจการมาได้ 6 ปีแล้ว ร้านเปิดเวลา 16.00-24.00 น. เปิดทุกวัน มีโต๊ะทั้งหมด 65 โต๊ะ สามารถรองรับลูกค้าได้ประมาณ 300 ท่าน และสามารถวนรอบกันได้ประมาณ 2-3 รอบเฉลี่ยแล้วลูกค้าเข้าร้านต่อวันประมาณ 800-1,000 คน

**Q: เมนูที่เป็นที่นิยมของทางร้านมีอะไรบ้างราคาเท่าไร และ น้ำหนักประมาณกี่กรัม**

A : เมนูที่เป็นที่นิยมของทางร้านจะเป็นกึ่งแม่น้ำแพ่ๆเผา ตัวละประมาณ 7-8 จีด ราคาต่อ 1 กิโลประมาณ 1,800 บาท และอีกเมนูคือเนื้อโคขุนผัดพริกแกงขาวสวนที่ทุกโต๊ะต้องสั่ง ราคา 250 บาท หนักประมาณ 250-300 กรัม

**Q: จุดเด่นของอาหารจานนี้โดดเด่น แตกต่างจากร้านอื่นอย่างไรบ้าง**

A : ถ้าเป็นกึ่งแม่น้ำคือ ทางร้านใช้กึ่งธรรมชาติจากชาวบ้านละแวกนี้ตกมาให้ เนื้อกึ่งจะสด เค็ม มันเยอะ และมีวิธีการเผาแบบโบราณ ส่วนเนื้อโคขุนผัดพริกแกงขาวสวน เราใช้เนื้อเกรดดีมาทำอาหาร เครื่องแกงโขลกเอง โดยใส่สมุนไพรเยอะมาก กลิ่นหอม คีตอสุขภาพ และสีของน้ำพริกแกงจะเป็นสีเขียวขลุกลึก แตกต่างจากร้านอื่นที่พริกแกงจะสีแดงๆส้มๆ

**Q: ยอดขายของอาหารเมนูนี้ขายได้ประมาณกี่จานต่อวัน / เดือน**

A : 50% ของลูกค้าจะต้องสั่งเมนูนี้ เพราะว่าเป็นอาหารแนะนำ และออกรายการโทรทัศน์ครัวคุณต๋อย ด้วย เฉลี่ยเมนูออกวันละ ประมาณ 30 จาน ขึ้นไป ก็ประมาณ 1,000 จานต่อเดือน

**Q: กลุ่มลูกค้าเป็นใครบ้าง**

A : มีหลากหลายทั้งกลุ่มที่มาจัดเลี้ยง ครอบครัว และก็เพื่อนๆมาสังสรรค์กับ สักส่วนไม่ต่างกันมาก โดยร้านเรานั้นขายอาหารไทยรสดั้งเดิม ดังนั้นคนที่มารับประทานอาหารที่ร้านก็จะเป็นคนที่ชอบสไตล์ไทยโบราณ แต่ทางร้านก็มีเมนูใหม่ๆเพิ่มเข้ามา แต่หลักๆจะเป็นอาหารไทยประมาณ 70-80%

**Q: จำนวนการสั่งกลับบ้าน ถ้ามี มีประมาณกี่ชุดต่อวัน**

A : สั่งกลับบ้านก็มีบ้างแต่ว่าไม่มากเท่าไรเพราะลูกค้าก็ทานจากร้านอิมกันแล้ว สั่งกลับบ้านประมาณ 2-3 ชุดต่อวัน

**Q: อัตราต้นทุน กำไรอยู่ที่ประมาณเท่าไร**

A : กำไรหลังหักค่าใช้จ่ายเฉลี่ยแล้วประมาณ 20%



**Q : มีแผนเพิ่มยอดขายให้แก่เมนูอื่นๆ อย่างไรบ้าง**

Q : ก็มีออกรายการทีวีบ้าง เช่น ครัวรักตะลอนทัวร์ ตลาดสดสนามเป้า ครัวคุณต๋อย รายการแซ่บ สด เค็ดยอด รายการ Laolife รายการหูฟังยามเช้า เยอะมาก และก็มีพวกคอลัมภ์อาหารในหนังสือพิมพ์มาติดต่อ สัมภาษณ์เช่นกัน เราก็จะเอาเมนูแนะนำขึ้น โຕ้ะ ส่วนเรื่องขยายสาขานั้นยังไม่อยากทำเพราะว่าเป็น กิจการครอบครัวถ้าจะขยายต้องใช้เวลา แล้วยังมี Facebook ของทางร้าน

<https://www.facebook.com/Siam77VintageHomeRestaurant?fref=ts> แนะนำเมนูอาหารเรื่อยๆ

**Q : หากมีแนวคิดธุรกิจซึ่งจะเป็นเป็นตัวกลาง ในการนำเมนูขายดีของทางร้าน (Signature dish) ของร้านมาทำเป็น Ready to Eat เพื่อสุขภาพ โดยจะติดต่อโรงงานเพื่อผลิตสินค้า เป็น retort pouch โดยสามารถเก็บได้ในอุณหภูมิห้องและอายุสินค้าประมาณ 1 ปี โดยมีชื่อแบรนด์ของร้าน ภาพอาหารโชว์บนแพคเกจ และสูตรจะเป็นความลับทางการค้า โดยมีการทำสัญญากันทั้ง 3 ฝ่ายและจะทำสูตรให้ใกล้เคียงกับต้นตำหรับมากที่สุด และให้เจ้าของร้านมีส่วนร่วมในการดูแลปรับปรุงสูตร โดยทำงานร่วมกับนักโภชนาการและนำไปจัดจำหน่ายในร้านสุขภาพ โรงพยาบาล ต่างๆทางร้านมีความสนใจมากน้อยเพียงใด**

A : สนใจนะ มันก็เป็นการสร้าง Awareness ให้ทางร้าน เหมือนว่าเค้าลองชิมงานแนะนำของเราและก็สามารถสร้าง Trial ให้เค้ามาลองกินที่ร้านได้ มันน่าสนใจมาก เพราะว่าเราก็ได้โปรโมตชื่อร้านด้วย ได้รายได้เพิ่มเข้ามาด้วย แต่เรื่องสูตรทางร้านเห็นว่าอยากให้ทางบริษัทซื้อสูตรไปเลยเป็นเงินก้อน แล้วยังก็ส่วนแบ่งตามยอดขายก็เป็นเปอร์เซ็นต์น้อยๆก็ได้ เพราะว่าถ้าพึ่งเปอร์เซ็นต์จากยอดขายอย่างเดียว จะมีความเสี่ยงว่าถ้าโรงงานเอาสูตรไปแล้วผลิต แล้วบอกว่าไม่สามารถขายได้ เราก็ไม่สามารถเช็คได้

**Q : การตั้งราคาทางร้านเห็นว่าควรตั้งราคาขายเมนูอื่นๆ ที่เท่าไรในรูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปบรรจุในถุง Retort Pouch น้ำหนักประมาณ 200 กรัม – 400 กรัมและกำไรส่วนแบ่งที่ต้องการกี่เปอร์เซ็นต์**

A : คิดว่าน่าจะอยู่ที่ 300 กรัมก็พอ นะ เพราะว่า เป็นกับข้าวอย่างเดียว ราคาขายในแพคเกจก็ประมาณ 100 บาท กำไรที่ทางร้านได้ปัจจุบันอยู่ที่ 20% แต่ว่าถ้ามาทำเป็นแพคเกจและได้ค่าสูตรประมาณ 150,000 บาท และขอส่วนแบ่งจากกำไรสุทธิประมาณ 10%



### ท่านที่ 3

คุณไทรวุฒิ วุฒิวงศา (คุณอาร์ต) ของธุรกิจ“ร้านอาหารกึ่งผา สามชัย จ.สงขลา”

เบอร์โทรศัพท์ 088-783-9056

ที่อยู่ ถ.สามชัย ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110

**Q :ภาพรวมของธุรกิจอาหารที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบัน**

A : เป็นร้านขายอาหารที่เน้นเมนูซีฟู้ด ในหาดใหญ่ มีบริการส่งถึงบ้านในระยะ 10 กิโลเมตร ถ้าสั่งขั้นต่ำคือ 500 บาทส่งฟรี ถ้าต่ำกว่า 500 บาท คิด 40 บาทแบบเหมา เดิมเป็นธุรกิจขายอาหารทะเลอยู่แล้วเลยมาเปิดเป็นร้านอาหารเพิ่ม ก็จะมีโต๊ะทั้งหมด 20 โต๊ะ มีพนักงานทั้งหมด 15 คน เป็นแม่ครัว 3 คน เราเพิ่งเปิดมาได้ประมาณ 2-3 ปี รองรับลูกค้ารอบหนึ่งประมาณ 120 คน แต่เดี๋ยวก็มีแพลนขยายต่อ

**Q :เมนูที่เป็นที่นิยมของทางร้านมีอะไรบ้างราคาเท่าไร และ น้ำหนักประมาณกี่กรัม**

A :เมนูหลักเป็นกึ่งผา น้ำจิ้มซีฟู้ดรสจัด และที่ลูกค้าสั่งเยอะๆก็จะมีโป๊ะแตกทะเล

**Q :จุดเด่นของอาหารจานนี้โดดเด่น แตกต่างจากร้านอื่นอย่างไรบ้าง**

A : ถ้าเป็นกึ่งของเราก็จะมี 3 ขนาดให้เลือก S ประมาณ 10-14 ตัว/กิโลกรัมราคา กิโลกรัมละ 800 บาท M ก็ 6-8 ตัว/กิโลกรัมราคา กิโลกรัมละ 1000 บาท L ประมาณ 3-4 ตัว/กิโลกรัมราคา กิโลกรัมละ 1,400 บาทถ้าเป็นโป๊ะแตกคือเราเห็นว่าร้านอื่นไม่มี เราก็มีสูตรน้ำซุ้ที่เฉพาะ หอมสมุนไพร อาหารสด

**Q :ยอดขายของอาหารเมนูอื่นๆ ขายได้ประมาณกี่จานต่อวัน / เดือน**

A :ถ้ากึ่งออกวันหนึ่งประมาณ 10-15 กิโลกรัม ส่วนโป๊ะแตกก็อยู่ที่ 15-20 ที่ต่อวัน

**Q : กลุ่มลูกค้าเป็นใครบ้าง**

A :เป็นกลุ่มครอบครัว วัยทำงานบ้าง ผสมกันไป

**Q :จำนวนการสั่งกลับบ้าน ถ้ามี มีประมาณกี่ชุดต่อวัน**

A :มีสั่งกลับบ้านบ้างประมาณ 2 ชุดต่อวัน

**Q :อัตราต้นทุน กำไรอยู่ที่ประมาณเท่าไร**

A :กำไรประมาณ 30% หลังหักค่าใช้จ่ายพวกลูกน้อง วัตถุดิบแล้ว

**Q :มีแผนเพิ่มยอดขายให้แก่เมนูอื่นๆ อย่างไรบ้าง**

A :ตอนนี้ก็ยังไม่ได้มีแพลนเลย เพราะว่าในร้านบริหารคนเดียว แต่มีแพลนขยายร้าน

**Q :** หากมีแนวคิดธุรกิจซึ่งจะเป็นเป็นตัวกลาง ในการนำเมนูขายดีของทางร้าน (Signature dish) ของร้านมาทำเป็น Ready to Eat เพื่อสุขภาพ โดยจะติดต่อโรงงานเพื่อผลิตสินค้า เป็น retort pouch โดยสามารถเก็บได้ในอุณหภูมิห้องและอายุสินค้าประมาณ 1 ปี โดยมีชื่อแบรนด์ของร้าน ภาพอาหารโชว์บนแพคเกจ และสูตรจะเป็นความลับทางการค้า โดยมีการทำสัญญากันทั้ง 3 ฝ่ายและจะทำสูตรให้ใกล้เคียงกับต้นตำหรับมากที่สุด และให้เจ้าของร้านมีส่วนร่วมในการดูแลปรับปรุงสูตร โดยทำงานร่วมกับนักโภชนาการและนำไปจัดจำหน่ายในร้านสุขภาพ โรงพยาบาล ต่างๆทางร้านมีความสนใจมากน้อยเพียงใด

**A :** ดีเลย น่าสนใจอยู่เหมือนกันแต่ว่าไม่มีเวลาไปติดต่อโรงงาน แล้วก็พวกร้านที่จะมารับของเรา ถ้ามีตัวกลางมาช่วยก็ดี เป็นการเพิ่มยอดขายเราอีกทางด้วย ไม่เหนื่อยแค่ให้สูตรแล้วต้องควบคุมรสชาติกับมาตรฐานการผลิตให้ดี

**Q :** การตั้งราคาทางร้านเห็นว่าควรตั้งราคาขายเมนูนั้นๆ ที่เท่าไรในรูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปบรรจุในถุง Retort Pouch น้ำหนักประมาณ 200 กรัม – 400 กรัมและกำไรส่วนแบ่งที่ต้องการกี่เปอร์เซ็นต์

**A :** ปัจจุบันที่ร้านขายถ้วยละ 80 บาท ถ้าหม้อไฟก็อยู่ที่ 120 บาท ถ้างลงในรูปแบบนั้นเป็นกับข้าว ก็น่าจะประมาณ 60-70 บาท ส่วนกำไรส่วนแบ่งก็อยากได้ประมาณ 10 %

#### ท่านที่ 4

คุณ สุกัญญา พิษฐานนท์เจ้าของร้านก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่อง บางลำภู

เบอร์โทรศัพท์ 089-113-2331

ที่อยู่ 176/18 ถ.จักรพงษ์ แขวงตลาดยอด เขตพระนคร กทม. 10200

**Q :ภาพรวมของธุรกิจอาหารที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบัน**

A : เราเป็นร้านก๋วยเตี๋ยวหลอดเล็กๆ ทำมาตั้งแต่ปี 2529 ตอนนี่ก็ร่วม 30 ปีแล้ว ขายอยู่ตรงนี้ตลอด เวลาเปิด-ปิด 10.00 น. ถึง 17.30 น. แต่บางวันบ่าๆก็หมดแล้ว ส่วนใหญ่คนที่มานั่งกินจะเป็นลูกค้าขาประจำ และก็มีลูกค้าจรส่วนใหญ่ซื้อกลับบ้านกัน ช่วยกันขายกับสามี ร้านเราก็ออกรายการโทรทัศน์บ้าง หนังสือพิมพ์บ้างสมัยก่อนลงคอลัมภ์ของคุณปิ่นโต เถาะเล็ก แล้วก็มีการ Top5 Thailand มาถ่ายรายการแล้วก็มอบประกาศนียบัตร มีรายการ “ครัวตัว M” จากช่อง M channel มาถ่ายรายการด้วย

**Q :เมนูที่เป็นที่นิยมของทางร้านมีอะไรบ้างราคาเท่าไร และ น้ำหนักประมาณกี่กรัม**

A : ป้าขายก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่องอย่างเดียว ราคา 40 บาท ก็จะใส่ถั่วงอก เต้าหู้ ไข่โป้วหั่นฝอย ไข่เส้น กุนเชียง และกุ้งแห้งอย่างดี รสชาติเค็มหวาน น่าจะประมาณ 3 ช้อนนะ

**Q :จุดเด่นของอาหารจานนี้โดดเด่น แตกต่างจากร้านอื่นอย่างไรบ้าง**

A : วัตถุดิบที่ร้านใช้อย่างดี เช่นเส้นก๋วยเตี๋ยวต้องทำจากข้าวเก่าจะเหนียวนุ่มหนึบ ไม่และ น้ำราดสูตรเฉพาะเค็มหวานกำลังดี และกุ้งแห้งที่เราใช้เป็นกุ้งแห้งเนื้ออย่างดี ไม่ใช่กุ้งแห้งใส่สีแฉงๆอย่างที่ขายทั่วไป

**Q :ยอดขายของอาหารเมื่อนั้นๆ ขายได้ประมาณกี่จานต่อวัน / เดือน**

A : โดยเฉลี่ยวันหนึ่งก็ 200 ชุด เดือนหนึ่ง 5,000-6,000 ชุด

**Q : กลุ่มลูกค้าเป็นใครบ้าง**

A : ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าขาจรที่เค้าชอบมาซื้อกลับบ้าน ไม่ได้นั่งกินที่ร้านเพราะว่าเรามีแค่ 5 โต๊ะเล็กๆ ถ้านั่งกินจะต้องรอนาน ลูกค้าวัยทำงานก็มีแล้วก็คนวัยเดียวกับเราก็คือเยอะ ชอบมากินกันเพราะว่าเปิดมาเกือบ 30 ปีแล้ว

**Q :จำนวนการสั่งกลับบ้าน ถ้ามี มีประมาณกี่ชุดต่อวัน**

A : สั่งกลับบ้านเป็นหลักเลย ก็ประมาณ 100 กว่าชุดต่อวัน

**Q :อัตราต้นทุน กำไรอยู่ที่ประมาณเท่าไร**

A : กำไรประมาณ 50% หักค่าของทุกอย่างแล้ว ส่วนค่าลูกน้องเราไม่มีเพราะว่าค้าขายช่วยกันกับสามี

**Q :มีแผนเพิ่มยอดขายให้แก่เมื่อนั้นๆ อย่างไรบ้าง**

A : ตอนนี่ยังไม่มีเลย

Q : หากมีแนวคิดธุรกิจซึ่งจะเป็นเป็นตัวกลาง ในการนำเมนูขายดีของทางร้าน (Signature dish) ของร้านมาทำเป็น Ready to Eat เพื่อสุขภาพ โดยจะติดต่อโรงงานเพื่อผลิตสินค้า เป็น retort pouch โดยสามารถเก็บได้ในอุณหภูมิห้องและอายุสินค้าประมาณ 1 ปี โดยมีชื่อแบรนด์ของร้าน ภาพอาหารโชว์บนแพคเกจ และสูตรจะเป็นความลับทางการค้า โดยมีการทำสัญญากันทั้ง 3 ฝ่ายและจะทำสูตรให้ใกล้เคียงกับต้นตำหรับมากที่สุด และให้เจ้าของร้านมีส่วนร่วมในการดูแลปรับปรุงสูตร โดยทำงานร่วมกับนักโภชนาการและนำไปจัดจำหน่ายในร้านสุขภาพ โรงพยาบาล ต่างๆทางร้านมีความสนใจมากน้อยเพียงใด

A : น่าสนใจนะ เพราะว่าก็ได้รายได้เพิ่ม ไม่ต้องเหนื่อย ปากก็ไม่ต้องลงทุนอะไร เห็นด้วยนะคะสำหรับธุรกิจนี้

Q : การตั้งราคาทางร้านเห็นว่าควรตั้งราคาขายเมนูนั้นๆ ที่เท่าไรในรูปแบบ RTE น้ำหนักประมาณ 200 กรัม – 400 กรัมและกำไรส่วนแบ่งที่ต้องการก็เปอร์เซ็นต์

A : คิดว่าประมาณ 300-350 กรัมน่าจะพอกับขนาดที่ขายหน้าร้านนะ กำไรที่ต้องการก็ประมาณ 10-15% จากกำไรสุทธิ



## สรุปผลจากการสัมภาษณ์ร้านอาหารจำนวน 5 ร้าน

สรุปข้อมูลจากการที่ไปสัมภาษณ์ร้านอาหารชื่อดังที่มีรายการอาหารยอดนิยม (Signature Dish) จำนวน 5 ร้าน ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

1. คริวเขาใหญ่
2. Siam 77
3. ราคหน้าเชลล์ชวนชิมหลังห้อยเทียนเหลา
4. กุ้งเผาสามชัย
5. ก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่องบางลำภู

ตารางที่ 20 แสดงการสรุปผลจากการสัมภาษณ์เจ้าของร้านอาหารจำนวน 5 ร้าน

ร้านอาหาร	พื้นที่	เมนู Signature	ยอดขายต่อเดือน(จวน)	ราคาต่อที่ (บาท)	กำไรสุทธิ %	ความสนใจ	ราคาสูตร	ส่วนแบ่งที่ทางร้านต้องการจากยอดขาย
คริวเขาใหญ่	จ.นครราชสีมา	แฮมซี่โครงรมควัน	2,200	400	30%	-	-	-
ราคหน้าหลังห้อยเทียนเหลา	ทั่วประเทศ	ราคหน้าหมูหมัก	1,500,000	40	10%	มาก	-	2%
กุ้งเผาสามชัย	หาดใหญ่	โป๊ะแตก	600	120	30%	มาก	-	15%
Siam 77	พระราม 5 นนทบุรี	โคขุนผัดพริกแกงชาวสวน	1,000	250	20%	มาก	150,000	5%
ก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่องบางลำภู	บางลำภูททม.	ก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่อง	6000	40	40%	มาก	-	15%

• ร้านอาหารที่มีโอกาสในการทำธุรกิจคือร้านที่ประกอบกิจการคนเดียว กิจการภายในครอบครัวหรือ มีหุ้นส่วนจำนวนน้อย และขนาดของธุรกิจยังไม่ใหญ่มาก แต่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับโดยปัจจัยจากร้านดังกล่าวที่เป็น โอกาสสำหรับทางกลุ่มคือ

- ทางร้านยังไม่มีเวลาในการขยายการผลิต เนื่องด้วยแรงงานมีจำกัด
- การบริหารในร้านมีหลายกระบวนการ โดยจะเน้นไปที่การประกอบอาหาร การจัดการวัตถุดิบ การบริหารพนักงาน และการขายภายในร้านเท่านั้น ซึ่งการขยายธุรกิจในรูปแบบที่ทางร้านคิดจะมีเพียง ขยายร้าน เพิ่มเมนูอาหาร เพิ่มจำนวนโต๊ะ เป็นต้น
- ยังไม่สามารถเข้าถึงช่องทางการผลิตในรูปแบบโรงงาน และการจัดจำหน่ายอาหารตามห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตได้ เนื่องจากไม่มีข้อมูลว่าจะต้องดำเนินการอย่างไร และกำลังแรงงานมีจำกัด

• ทางกลุ่มสามารถใช้เมนูยอดนิยม (signature dish) ของทางร้านดำเนินการติดต่อโรงงานผู้ผลิตได้ ซึ่งจำนวนการผลิตขั้นต่ำของ 1 ตัวสินค้าขึ้นอยู่กับที่ 500 ซอง ซึ่งจำนวนขั้นต่ำในการ

ผลิตนี้เป็นข้อได้เปรียบในเชิงผลิต เนื่องจากสามารถตั้งผลิตได้เหมาะสม ไม่ต้องมีการเพิ่มสินค้าคงคลังจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 21 แสดงข้อมูลการประมาณการยอดขาย/เดือน

Signature เมนู	ช่องทางการขาย	จำนวนสาขา	ประมาณการณ์ ยอดขายขั้นต่ำ (ซอง/สาขา/วัน)	ประมาณการณ์ ยอดขายขั้นต่ำต่อ เดือน (ซอง)
กล้วยเดี่ยวหลอดทรงเครื่อง	Villa Market	28	1	840
	Foodland	16	1	480
	Lemonfarm	10	1	300
	Bai-Miang	4	1	120
	Good Health 53	1	1	30
	บ้านสุข	1	1	30
	Sante	1	1	30
	May I health you	1	1	30
รวมทั้งสิ้น		62	8	1860

โดยจากตารางแสดงข้อมูลการประมาณการยอดขายข้างต้น พบว่า จำนวนการผลิตสำหรับ 1 สูตรสำหรับกล้วยเดี่ยวหลอดทรงเครื่อง ที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน 62 สาขา จะมีความต้องการการผลิต 1,860 ซอง ซึ่งมากกว่า จำนวนการผลิตขั้นต่ำที่ทางโรงงานกำหนด โดยทางกลุ่มสามารถจัดสรรการผลิตได้โดยสั่ง 2,000 ซอง เพื่อคู้ผลยอดขายออกของสินค้า และนำไปจัดการการผลิตในลำดับต่อไป

- ทางกลุ่มจะซื้อสูตรจากทางลูกค้า โดยสูตรละ 150,000 บาท และให้ส่วนแบ่งกับทางเจ้าของร้าน 5% จากยอดขาย ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างจุดแข็งให้แก่ธุรกิจทั้งสองฝ่ายคือ บริษัทได้สูตรจากร้านอาหารดัง และร้านอาหารก็มีเงินก้อนการันตีก่อน และ ส่วนแบ่ง 5% จากยอดขายนั้นเสมือนเป็นการให้ Royalty fee ในการนำชื่อแบรนด์และสูตรมาใช้ โดยทั้งสองฝ่ายได้รับประโยชน์ร่วมกัน

- แม้ว่าธุรกิจปัจจุบันของทางร้านนั้นมีกำไรอยู่ระหว่าง 10-40% แต่จะต้องมีการบริหารจัดการก่อนข้างมาก ดังนั้นธุรกิจนี้จะเข้ามาช่วยทางร้านขยายตลาด โดยเป็นการเพิ่มช่องทางการขายและรายได้โดยที่ลดกระบวนการติดต่อประสานงานและการลงทุนออกไป และทางบริษัทก็ได้ส่วนต่างทางกำไร โดยใช้สินทรัพย์(ตราสินค้า) และชื่อเสียงของร้านนั้นๆ

## ภาคผนวก ข

### ตัวอย่างแบบสอบถามที่ 2 ทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัส (Sensory Test)

“กล้วยเดี่ยวหลอดทรงเครื่อง บางลำภู”

แบบทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัส (Sensory Test) ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัสจากการบริโภคอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานแบบถุง Retort Pouch โดยนักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ทางคณะผู้จัดทำใคร่ขอความกรุณาท่านกรอกแบบสอบถามนี้ตามความคิดเห็นและตามความเป็นจริง ความคิดเห็นต่างๆของท่าน ทางคณะผู้จัดทำจะเก็บเป็นความลับและนำไปใช้สำหรับการศึกษาเท่านั้น

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย  ใน  หรือเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ท่านรู้จักอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) บรรจุในถุง Retort Pouch หรือไม่  
 รู้จัก  ไม่รู้จัก
2. ท่านเคยรับประทานอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) บรรจุในถุง Retort Pouch หรือไม่  
 เคย  ไม่เคย (ข้ามไปทำส่วนที่ 2)
3. ท่านรับประทานอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) บรรจุในถุง Retort Pouch บ่อยแค่ไหน  
 น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์  1-2 ครั้ง/สัปดาห์  
 3-4 ครั้ง/สัปดาห์  5-6 ครั้ง/สัปดาห์  
 ทุกวัน



4. สำหรับอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) บรรจุในถุง Retort Pouch ท่านให้ความสำคัญในเรื่องใดมากที่สุด (เรียงลำดับ จาก 1-5 มากไปน้อย)

- รสชาติแบบดั้งเดิม ลักษณะใกล้เคียงอาหารสด       เครื่องเยอะ
- วัตถุดิบมีคุณภาพ ไม่ใส่ MSG, วัตถุกันเสีย สารปรุงแต่ง       ความสะดวก หาซื้อง่าย
- สามารถเก็บได้นานโดยไม่ต้องแช่เย็น       อื่นๆ.....

### ส่วนที่ 2 รสชาติผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง

คำชี้แจง : กรุณาสังเกตลักษณะโดยรวม ของ ก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่อง บางคำกึ่ง ที่เสิร์ฟให้แล้วตอบคำถามต่อไปนี้ (อย่าเพิ่งชิมอาหาร)

5. ความน่ารับประทาน โดยรวมของอาหาร

น้อย				มาก
1	2	3	4	5

ระดับความชอบ

ไม่ชอบเลย				ชอบมาก
1	2	3	4	5

คำชี้แจง : กรุณาชิมตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่เตรียมไว้ให้ แล้วตอบแบบสอบถามด้านล่างดังต่อไปนี้

6. ความชอบโดยรวม

ไม่ชอบเลย									ชอบมาก
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

7. ระดับความเหนียวนุ่มของเส้น

ไม่เหนียวนุ่มเลย				เหนียวนุ่มมาก
1	2	3	4	5

ระดับความชอบ

ไม่ชอบเลย				ชอบมาก
1	2	3	4	5

8. ระดับความเข้มข้นของกลิ่นเครื่องเทศ

ไม่มีกลิ่นเลย				กลิ่นแรงมาก
1	2	3	4	5

ระดับความชอบ

ไม่ชอบเลย				ชอบมาก
1	2	3	4	5

9. ระดับความเข้มข้นของรสชาติโดยรวม

ไม่เข้มข้นเลย				เข้มข้นมาก
1	2	3	4	5

ระดับความชอบ

ไม่ชอบเลย				ชอบมาก
1	2	3	4	5

10. ระดับความเค็ม

ไม่เค็มเลย				เค็มมาก
1	2	3	4	5

ระดับความชอบ

ไม่ชอบเลย				ชอบมาก
1	2	3	4	5

11. ระดับความหวาน

ไม่หวานเลย		หวานมาก		
1	2	3	4	5

ระดับความชอบ

ไม่ชอบเลย		ชอบมาก		
1	2	3	4	5

12. สัดส่วนของเครื่องต่อเส้นก๋วยเตี๋ยว

น้อยไป		มากไป		
1	2	3	4	5

ระดับความชอบ

ไม่ชอบเลย		ชอบมาก		
1	2	3	4	5

13. หากมีอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) ที่เป็นสูตรจากร้านดังบรรจุในถัง Retort Pouch น้ำหนักสุทธิ 200 กรัม รสชาติเหมือนกับที่ได้ชิม (สูตรดั้งเดิม) โดยใช้วัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพ และสามารถเก็บได้ 1 ปี ไม่มีวัตถุดิบเสีย ในราคา 59 บาท ท่านมีความสนใจซื้ออย่างน้อยแค่ไหน

สนใจมาก  สนใจ  เฉยๆ  ไม่แน่ใจ  ไม่สนใจ

14. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) ที่เป็นสูตรจากร้านดังบรรจุในถัง Retort Pouch ควรวางขายที่ใดบ้าง

ซูเปอร์มาร์เก็ต  จัดส่งถึงบ้าน  ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ข้อเสนอแนะ/ข้อควรปรับปรุง

.....

.....

.....

จบแบบสอบถาม

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือและสละเวลาในการทำแบบสอบถาม

## ภาคผนวก ข

ผลวิเคราะห์แบบทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัส (Sensory Test)  
 “ก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่อง บางลำภู”

จากการทำแบบทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัส (Sensory Test) รายการอาหาร ก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่อง บางลำภู กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ท่าน ผลการทำแบบทดสอบมีดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 22 แสดงการรู้จักอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) บรรจุในถุง Retort Pouch

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
รู้จัก	45	100
ไม่รู้จัก	-	-
รวม	45	100.00

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 45 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง รู้จักอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) บรรจุในถุง Retort Pouch จำนวน 45 คน คิดเป็น ร้อยละ 100

ตารางที่ 23 แสดงการรับประทานอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) บรรจุในถุง Retort Pouch

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เคยรับประทาน	41	91.11
ไม่เคยรับประทาน	4	8.89
<b>รวม</b>	<b>45</b>	<b>100.00</b>

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 45 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยรับประทานอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) บรรจุในถุง Retort Pouch จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 91.11 และไม่เคยรับประทาน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8.89

ตารางที่ 24 แสดงความถี่ในการรับประทานอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) บรรจุในถุง Retort Pouch

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	25	60.98
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	15	36.58
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	1	2.44
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	-	-
ทุกวัน	-	-
<b>รวม</b>	<b>41</b>	<b>100.00</b>

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 41 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับประทานอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) บรรจุในถุง Retort Pouch น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 60.98 รับประทาน 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 36.58 และรับประทาน 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.44

ตารางที่ 25 แสดงปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ

รายการ	จำนวน	อันดับความสำคัญ	ร้อยละ
รสชาติแบบดั้งเดิม ลักษณะใกล้เคียงอาหารสด	33	1	73.33
วัตถุดิบมีคุณภาพ ไม้ใส่ MSG, วัตถุกันเสีย, สารปรุงแต่ง	19	4	42.22
สามารถเก็บไว้ได้นานโดยไม่ต้องแช่เย็น	21	3	46.67
เครื่องเยอะ	21	5	46.67
ความสะดวก หาซื้อง่าย	23	2	51.11

จากการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 41 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เลือกรับประทานอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) บรรจุในถุง Retort Pouch ให้ความสำคัญในปัจจัยต่างๆ ได้แก่ รสชาติแบบดั้งเดิม ลักษณะใกล้เคียงอาหารสด, ความสะดวก หาซื้อง่าย, สามารถเก็บไว้ได้นานโดยไม่ต้องแช่เย็น, วัตถุดิบมีคุณภาพ ไม้ใส่ MSG, วัตถุกันเสีย, สารปรุงแต่ง และเครื่องเยอะ ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 รสชาติผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง

ตารางที่ 26 แสดงความน่ารับประทานของผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง

ความน่ารับประทาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยที่สุด (1)	1	2.22
น้อย (2)	1	2.22
ปานกลาง (3)	20	44.44
มาก (4)	18	40
มากที่สุด (5)	5	11.11
รวม	45	100.00

ตารางที่ 26 แสดงความน่ารับประทานของผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง (ต่อ)

ระดับความชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ชอบน้อยที่สุด (1)	0	-
ชอบน้อย (2)	1	2.22
ชอบปานกลาง (3)	17	37.78
ชอบมาก (4)	24	53.33
ชอบมากที่สุด (5)	3	6.67
<b>รวม</b>	<b>45</b>	<b>100.00</b>

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบทดสอบรสชาติของผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 45 คน พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อระดับความน่ารับประทานของผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง อยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด โดยมีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 และระดับความชอบที่มีต่อความน่ารับประทานของผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง อยู่ในระดับ ชอบมาก โดยมีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33

ตารางที่ 27 แสดงความชอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง

ระดับความชอบ โดยรวม	จำนวน	ร้อยละ	ระดับความชอบ โดยรวม	จำนวน	ร้อยละ
<b>1</b>	-	-	<b>6</b>	10	22.22
<b>2</b>	-	-	<b>7</b>	17	37.78
<b>3</b>	-	-	<b>8</b>	11	24.44
<b>4</b>	-	-	<b>9</b>	2	4.44
<b>5</b>	5	11.11	<b>10</b>	-	-

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบทดสอบรสชาติของผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 45 คน พบว่า ความชอบโดยรวมที่มีต่อผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง 3 ระดับแรก ได้แก่ ระดับความชอบโดยรวม 7 จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 37.78 ระดับความชอบโดยรวม 8 จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 24.44 และระดับความชอบโดยรวม 6 จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงการประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัส (Sensory Test) ในด้านต่างๆ

การประเมินคุณภาพด้าน	ระดับ	จำนวน	ร้อยละ	ความชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับความเหนียวนุ่มของเส้น	ปานกลาง	24	53.33	ปานกลาง	24	53.33
ระดับความเข้มข้นของกลิ่น เครื่องเทศ	ปานกลาง	24	53.33	มาก	21	46.67
ระดับความเข้มข้นของรสชาติ	ปานกลาง	22	48.89	มาก	21	46.67
ระดับความเค็ม	ปานกลาง	22	48.89	ปานกลาง	26	57.78
ระดับความหวาน	น้อย	21	46.67	มาก	25	55.56
ความเหมาะสมของสัดส่วนเครื่อง	มาก	21	46.67	มาก	18	40

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบทดสอบรสชาติของผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 45คน ในด้านต่างๆ ผลดังนี้

การประเมินคุณภาพในด้านความเหนียวนุ่มของเส้น กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ามี  
ความเหนียวนุ่มอยู่ในระดับ ปานกลาง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 มีระดับความชอบอยู่ใน  
ระดับ ปานกลาง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33

การประเมินคุณภาพในด้านความเข้มข้นของกลิ่นเครื่องเทศ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น  
ว่ามีความเข้มข้นของกลิ่นเครื่องเทศอยู่ในระดับ ปานกลาง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 มีระดับ  
ความชอบอยู่ในระดับ มาก จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67

การประเมินคุณภาพในด้านความเข้มข้นของรสชาติโดยรวม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น  
ว่ามีความเข้มข้นของรสชาติอยู่ในระดับ ปานกลาง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 48.89 มีระดับ  
ความชอบอยู่ในระดับ มาก จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67

การประเมินคุณภาพในด้านความเค็ม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ามีระดับความเค็มอยู่ใน  
ระดับ ปานกลาง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 48.89 มีระดับความชอบอยู่ในระดับ ปานกลาง จำนวน  
26 คน คิดเป็นร้อยละ 57.78

การประเมินคุณภาพในด้านความหวาน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ามีระดับความหวานอยู่ใน  
ระดับ น้อย จำนวน 21คน คิดเป็นร้อยละ 46.67มีระดับความชอบอยู่ในระดับ มาก จำนวน 25คน คิด  
เป็นร้อยละ 55.56

การประเมินคุณภาพในด้านความเหมาะสมของสัดส่วนเครื่อง กลุ่มตัวอย่างมีความ  
คิดเห็นว่ามีระดับความเหมาะสมของสัดส่วนเครื่องอยู่ในระดับมาก จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67  
มีระดับความชอบอยู่ในระดับ มาก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 40



ตารางที่ 29 แสดงความสนใจต่อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) ที่เป็น  
สูตรจากร้านดังบรรจุในถุง Retort Pouch

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจมาก	2	4.44
สนใจ	33	73.33
เฉยๆ	8	17.78
ไม่แน่ใจ	1	2.22
ไม่สนใจ	1	2.22
<b>รวม</b>	<b>45</b>	<b>100.00</b>

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบทดสอบรสชาติของผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่าง  
ทั้งหมด 45คน พบว่า มีระดับความสนใจต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ สนใจมาก จำนวน 2 คน คิด  
เป็นร้อยละ 4.44 สนใจ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 73.33 เฉยๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 17.78  
ไม่แน่ใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.22 และ ไม่สนใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.22

ตารางที่ 30 แสดงช่องทางการจัดจำหน่าย

รายการ	จำนวน
ซูเปอร์มาร์เก็ต	37
จัดส่งถึงบ้าน	8
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	23
<b>รวม</b>	<b>45</b>

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 45คน พบว่า ช่องทางการ  
จัดจำหน่ายที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) ที่  
เป็นสูตรจากร้านดังบรรจุในถุง Retort Pouch วางจำหน่ายเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่  
ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และ จัดส่งถึงบ้าน ตามลำดับ

## ภาคผนวก ฉ

### บทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านโภชนาการ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ คุณอนนต์ อติโรจนานนท์ (คุณเดียร์)  
นักโภชนาการ ที่ปรึกษาเกี่ยวกับโภชนาการการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.)

ข้อมูลในการขอเข้าสัมภาษณ์กับที่ปรึกษาเกี่ยวกับกระบวนการยื่นขอเข้ารับการพัฒนา  
และวิเคราะห์สารอาหาร รายละเอียดต่างๆ มีดังต่อไปนี้

#### ขั้นตอนที่ 1 การส่งผลิตภัณฑ์

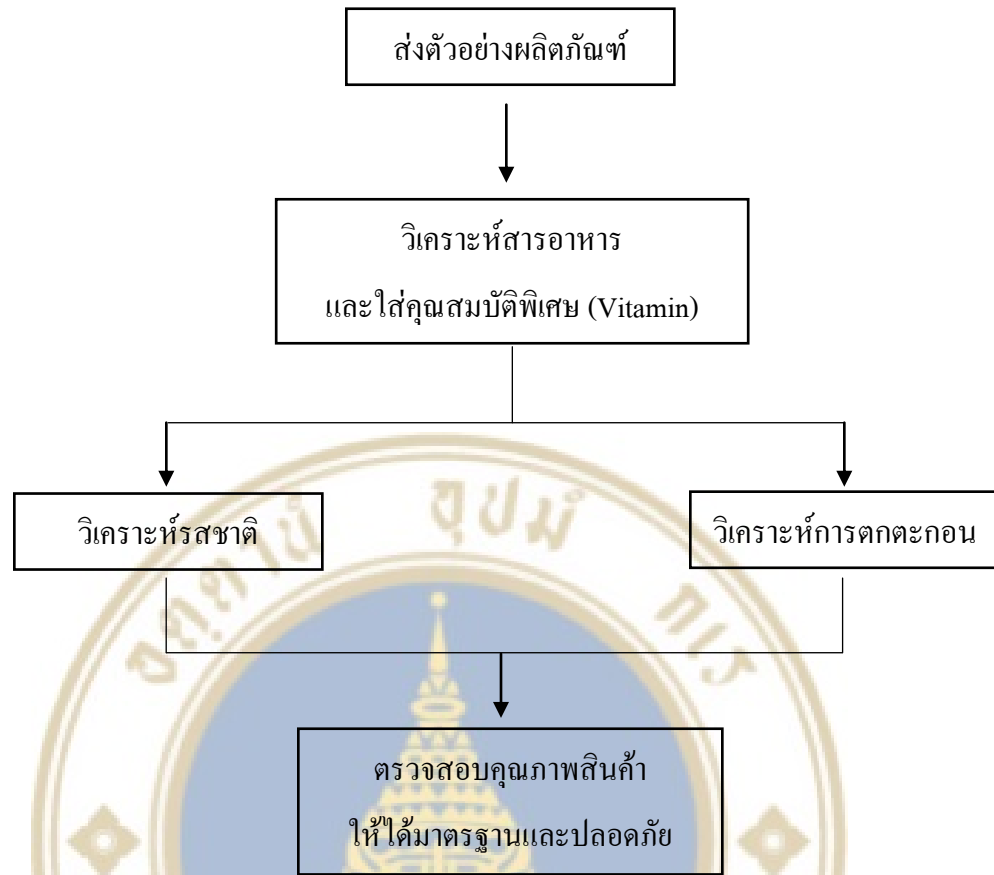
ในขั้นตอนนี้จะต้องมีการส่งผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำสำเร็จแล้ว โดยแยกส่งเป็นถุงเล็ก 5-6  
ถุง เพื่อทำการแยกส่วนวิเคราะห์สารอาหารแต่ละชนิด รวมไปถึง การเพิ่มหรือเติม Vitamin ต่างๆ ลงไป  
ในอาหาร เพื่อให้ครบคุณค่าทางโภชนาการ โดยพิจารณาพร้อมกับปัญหาของผู้สูงอายุ

#### ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์รสชาติและการตกตะกอน

ในขั้นตอนนี้จะเป็นการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ในเรื่องของรสชาติและการตกตะกอนของ  
อาหาร โดยจะวิเคราะห์ Vitamin ที่ใส่เพิ่ม เพื่อให้รสชาติอาหารคงที่ และเพี้ยนจากเดิมให้น้อยที่สุด  
รวมถึงอายุของตัวผลิตภัณฑ์ด้วย

#### ขั้นตอนที่ 3 ฝ่าย Food Sci ดำเนินงานต่อในเรื่องของกระบวนการผลิต

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการวิเคราะห์และพัฒนาแล้วจะถูกส่งต่อไปยังฝ่าย Food Sci เพื่อ  
ดำเนินงานเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพสินค้าและในเรื่องของความสะอาดปลอดภัยต่างๆ เพื่อให้สินค้า  
มีมาตรฐาน เป็นอันเสร็จสิ้นกระบวนการ



ภาพที่ 3 แสดงกระบวนการวิเคราะห์และปรับโครงสร้างคุณค่าทางอาหารให้เหมาะสมจากนักโภชนาการ

## ภาคผนวก ญ

### ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณโซเดียมที่เหมาะสมแก่ร่างกาย

#### โซเดียม(SODIUM)

โซเดียมเป็นแร่ธาตุที่จำเป็นทำงานร่วมกับโปตัสเซียม และคลอไรด์ ที่ของเหลวภายนอกเซลล์ เพื่อควบคุมดุลยภาพของแรงออสโมติก และปริมาตรของของเหลว ไตทำหน้าที่ควบคุมสมดุลของโซเดียมในเลือด โดยมีอัลโดสเตอโรน ซึ่งเป็นฮอร์โมนจากต่อมแอดรีนัลเป็นตัวควบคุมอีกตัวหนึ่ง โซเดียมที่มากเกินไปจะถูกขับออกมาทางปัสสาวะ การขาดโซเดียมไม่ค่อยพบ เนื่องจากอาหารส่วนมากจะมีโซเดียม และเกลือแคงที่ใส่ลงไปในการปรุงอาหารอีกด้วย การมีเหงื่อออกมากเกินไป ท้องร่วง หรือการใช้ยาขับปัสสาวะเป็นเวลานานๆ อาจทำให้โซเดียมในร่างกายลดน้อยลง ทำให้เกิดอาการขาดโซเดียมได้ อาจแสดงอาการดังนี้ คือคลื่นไส้ กล้ามเนื้อไม่มีแรง เหน็บ หรือ ตะคิว ปวดหัว โรคทางจิต อาจเกิดภาวะ ความดันเลือดต่ำ ปริมาณเลือดน้อย ระบบทางเดินหายใจทำงานล้มเหลว

การมีโซเดียมมากเกินไปจะเป็นอันตรายต่อร่างกาย ซึ่งพบในคนที่สูญเสียน้ำมาก หรือได้รับน้ำในปริมาณที่จำกัด และในคนที่ป่วยโรคเกี่ยวกับไตทำงานไม่ปกติ (nephrotic syndrome) จึงทำให้มีการกั่งของโซเดียมความผิดปกติที่พบแสดงอาการดังนี้คือ ร่างกายอยู่ในสภาวะบวม น้ำ อาจแสดงลักษณะรู้สึกเหนื่อยตลอดเวลา ระดับเกลือแร่ในเลือดสูงเกินไปจะทำให้เลือดแข็งตัวได้ ซึ่งนำไปสู่ภาวะต่างๆ ที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย เช่น เส้นเลือดในสมองตีบตัน ไตวาย หัวใจวาย และยัง สนับสนุนให้ ความดันเลือดสูง โซเดียมพบมากในอาหารแทบทุกชนิด โดยเฉพาะโซเดียมคลอไรด์หรือเกลือและพบมากที่สุดในการทะเล ปลา และเนื้อ สาหร่ายทะเลก็เป็นแหล่งของโซเดียมที่ดี

#### ข้อมูลทั่วไป

โซเดียมเป็นเกลือแร่ที่มีคุณสมบัติเป็นด่าง มีความจำเป็นเกี่ยวกับของเหลวภายในร่างกาย นอกเหนือไปจากคลอไรด์ แคลเซียม แมกนีเซียม ฟอสฟอรัส และโปตัสเซียม

ในจำนวนเกลือแร่ที่มีทั้งหมดในร่างกาย ประกอบด้วย โซเดียม 2% โปตัสเซียม 5% และคลอไรด์ 3% โดยโซเดียมและคลอไรด์ จะอยู่ในรูปของเหลวซึ่งหุ้มรอบนอกผนังเซลล์ ส่วนในผนังเซลล์จะประกอบด้วย โซเดียมและโปตัสเซียมเป็นส่วนใหญ่ ของเหลวรอบนอกผนังเซลล์จะทำหน้าที่ควบคุมสมดุลยภาพและปริมาตรของของเหลว ด้วยแรงซึมผ่านผนังเซลล์ ( OSMOTIC PRESSURE)

ส่วนใดทำหน้าที่ควบคุมความสมดุลของโซเดียมในเลือด โดยการควบคุมของฮอร์โมนจากต่อมอะดรีนัล ซึ่งเรียกว่า อัลโดสเตอโรน( ADOSTERONE ) อีกทีหนึ่ง

โซเดียมที่เกินความต้องการ ไตจะขับออกทางปัสสาวะและจะออกทางเหงื่อเป็นที่น่าสังเกตอย่างยิ่งว่าโซเดียม ที่ขับออกทางปัสสาวะจะเป็นตัวชี้ระดับของโซเดียมในร่างกาย ถ้ามีโซเดียมในปัสสาวะสูง หมายถึงมีโซเดียมมากในร่างกายมาก และถ้ามีโซเดียมในปัสสาวะน้อยแสดงว่ามีโซเดียมในร่างกายน้อยเช่นกัน

### ประโยชน์ต่อร่างกาย

- เกี่ยวข้องกับการรักษาสมดุลกรดด่าง โดยโซเดียมไบคาร์บอเนต และ โซเดียมฟอสเฟต ทำหน้าที่เป็นบัฟเฟอร์ที่สำคัญของเลือด ช่วยรักษาความเป็นกรด ด่างของเลือดให้คงที่
- ควบคุมสมดุลระหว่างแคลเซียม และ โปตัสเซียม เพื่อควบคุมหัวใจให้ทำหน้าที่ปกติและสม่ำเสมอ
- เกี่ยวข้องกับการหดตัวของกล้ามเนื้อ โดยโซเดียมช่วยการส่งผ่านสัญญาณประสาท ( nerve impulse ) ไปยังกล้ามเนื้อเพื่อให้หดตัว
- ช่วยรักษาให้แร่ธาตุอื่นที่มีอยู่ในเลือดละลาย เพื่อจะได้ไม่เกิดการจับเกาะตัวภายในเลือด
- ทำงานร่วมกับคลอรีน ช่วยชำระล้างคาร์บอนไดออกไซด์ออกจากระบบ ส่งเสริมสุขภาพของเลือด น้ำเหลือง ให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์
- ทำหน้าที่ร่วมกับโปตัสเซียมในการควบคุมสมดุลน้ำและ ของสมดุลของเหลวภายในร่างกาย โดยโซเดียมในรูปแบบไอออนจะรักษาความดันออสโมติกภายนอกเซลล์และโปตัสเซียมใน รูปแบบไอออนรักษาความดันออสโมติกภายในเซลล์
- เกี่ยวข้องกับการซึมผ่านของสาร และการดูดซึมสารอาหารเข้าเซลล์
- ช่วยฟอกคาร์บอนไดออกไซด์จากร่างกายและช่วยในการย่อย
- จำเป็นสำหรับการผลิตกรดไฮโดรคลอริกในกระเพาะอาหารและช่วยระบบการย่อยอาหาร
- ช่วยในการขนส่งกลูโคสผ่านเยื่อเซลล์
- กระตุ้นประสาทให้ทำงาน และเป็นตัวเก็บเกลือแร่อื่นๆให้อยู่ในร่างกาย

## แหล่งที่พบ

โซเดียมพบมากในอาหารแทบทุกชนิด โดยเฉพาะ โซเดียมคลอไรด์หรือเกลือและพบมากที่สุด ในอาหารทะเล ปลา และเนื้อ สหรัยทะเลก็เป็นแหล่งของ โซเดียมที่ดี นอกจากนี้จะพบในไข่ นม สด เนย เนยแข็ง น้ำมันพืช เมล็ดงา เมล็ดทานตะวัน ข้าวเจ้า รำข้าวสาลี ผักต่างๆ เช่น ผักคะน้า กะหล่ำปลี มะเขือเทศ แครอท หัวบีท ถั่วลิ้นเตา มะม่วง หิมพานต์ และผลไม้สด เช่น มะม่วง สับปะรด เป็นต้น

## ปริมาณที่แนะนำ

ความต้องการของร่างกายต่อวัน

ตารางที่ 31 แสดงปริมาณ โซเดียมที่ร่างกายต้องการใน 1 วัน

ทารก	3 - 5 เดือน	115-350 มิลลิกรัม
เด็ก	6 - 11 เดือน	250-750 มิลลิกรัม
	1 - 3 ปี	325-975 มิลลิกรัม
	4 - 6 ปี	450-1300 มิลลิกรัม
	7 - 9 ปี	600-1800 มิลลิกรัม
	10 - 19 ปี	900-1700 มิลลิกรัม
ผู้ใหญ่		1100-3300 มิลลิกรัม

## ผลของการขาดโซเดียม

การขาดมักจะ ไม่ปรากฏ เพราะอาหารทุกอย่างมีโซเดียม โดยเฉพาะ ในเนื้อสัตว์จะมีปริมาณมาก นอกจากนี้ไตสามารถดูดซึมกลับเมื่อโซเดียมในของเหลวภายในร่างกายต่ำลง ยกเว้นในกรณี ท้องเดินอาเจียนอย่างรุนแรงเหงื่อออกมาก ถ้าอัตราการสูญเสียโซเดียมสูงกว่าการเสียน้ำ จะทำให้ปริมาณโซเดียมในน้ำนอกเซลล์ลดลงมากกว่าปกติมีผลให้ความดันออสโมติ คของของเหลวนอกเซลล์ลดลง น้ำในของเหลวนอกเซลล์จะเคลื่อนเข้าสู่ของเหลวภายในเซลล์เพื่อที่ความมดันออสโมติคของของเหลวนอกเซลล์จะได้สูงขึ้น เมื่อปริมาตรของของเหลวนอกเซลล์และพลาสมาลดลงความเข้มข้นของเม็ดเลือดแดงจะ เพิ่มขึ้นซึ่งเป็นสาเหตุทำให้อ่อนเพลีย คลื่นไส้ ระบบประสาทผิดปกติ ความ

ดันโลหิตลดลง และชีพจรจะเต้นเร็วขึ้น การทำงานของกล้ามเนื้อผิดปกติ ทำให้เป็นตะคริว ถ้าสูญเสียโซเดียมออกจากร่างกายมากๆ ทำให้ระบบไหลเวียนของเลือดและหัวใจล้มเหลวได้

### ผลของการได้รับโซเดียมมากเกินไป

การมีโซเดียมมากเกินไปจะเป็นอันตรายต่อร่างกาย ซึ่งพบในคนที่สูญเสียน้ำมาก หรือได้รับน้ำในปริมาณที่จำกัด และในคนที่เป็โรคเกี่ยวกับไตทำงานไม่ปกติ (nephrotic syndrome) จึงทำให้มีการคั่งของโซเดียมความผิดปกติที่พบ คือ

- ร่างกายอยู่ในสภาวะบวมน้ำ
- เป็นสาเหตุให้สูญเสียโปตัสเซียมออกไปทางปัสสาวะเพิ่มขึ้น ทำให้รู้สึกเหนื่อยตลอดเวลา
- การเก็บน้ำภายในร่างกายผิดปกติ เพราะการได้รับเกลือมากจะทำให้ปัสสาวะบ่อยขึ้น น้ำส่วนต่างๆของร่างกายถูกขับออกทางปัสสาวะเกิดภาวะคล้ายคนเป็นลมแดด
- ระดับเกลือแร่ในเลือดสูงเกินไปจะทำให้เลือดแข็ง ตัวได้ ซึ่งนำไปสู่ภาวะต่างๆ ที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย เช่น เส้นเลือดในสมองตีบตัน ไตวาย หัวใจวาย
- สนับสนุนให้ความดันเลือดสูง

### ข้อมูลอื่นๆ

#### การดูดซึม

-ร่างกายได้รับโซเดียมส่วนใหญ่จากอาหารในรูปของเกลือ คอโรไลด์ ประมาณร้อยละ 95 ของโซเดียมที่กินเข้าไปจะถูกดูดซึมที่ลำไส้เล็กตอนต้น การดูดซึมโซเดียมต้องการพลังงาน หลังจากดูดซึมโซเดียมจะถูกส่งไปที่ไตโดยเลือด ซึ่งไตทำหน้าที่ควบคุมระดับโซเดียมในร่างกาย โดยไตจะกรองและส่งกลับไปที่เลือดในปริมาณที่ต้องการเพื่อที่จะรักษาระดับที่ ร่างกายต้องการ ตามปกติร้อยละ 90-95 ของโซเดียมที่บริโภคเข้าไปจะถูกขับออกทางปัสสาวะ มีจำนวนเล็กน้อยที่ขับออกทางผิวหนังและอุจจาระ อัลโดสเตอโรน (aldosterone) ซึ่งเป็นฮอร์โมนขับจากต่อมหมวกไต เป็นฮอร์โมนที่ควบคุมความเข้มข้นของโซเดียมในของเหลวนอกเซลล์ ถ้าความเข้มข้นของโซเดียมในของเหลวต่ำลงจะมีการกระตุ้นให้มีการผลิตฮอร์โมน อัลโดสเตอโรนเพิ่มขึ้น ฮอร์โมนจะผ่านกระแสโลหิตเข้าไปในไต ซึ่งจะมีผลให้การดูดซึมกลับของโซเดียมเพิ่มขึ้น การได้รับเกลือจากอาหารมากจะไปรบกวนการดูดซึมและการใช้อาหาร โดยเฉพาะอาหาร โปรตีน การอาเจียน ท้องเดิน หรือเหงื่อออกมากมีผลทำให้โซเดียมถูกกำจัดระดับของโซเดียมในปัสสาวะจะสะท้อน ถึงอาหารที่บริโภค ถ้าบริโภคอาหารที่มีโซเดียมสูง อัตราการขับถ่ายโซเดียมออกทางปัสสาวะจะสูงด้วย และถ้าบริโภคโซเดียมต่ำอัตราการขับโซเดียมก็จะต่ำด้วย



-การขับโซเดียมออกทางผิวหนัง จุดประสงค์เพื่อระบายความร้อน และรักษาอุณหภูมิของร่างกายให้คงที่ ปริมาณของโซเดียมที่ถูกขับออกไปกับ เหงื่อขึ้นอยู่กับอุณหภูมิ สิ่งแวดล้อม อากาศร้อน เป็นไข้ หรือออกกำลังกายมาก ร่างกายจะเสียโซเดียมมาก

#### อาหารหรือสารเสริมฤทธิ์

-คลอไรด์ แคลเซียม แมกนีเซียม ฟอสฟอรัส และโปตัสเซียม

-วิตามินดี

#### อาหารหรือสารที่ต้านฤทธิ์

-นิโอไมซิน ยาต้านเชื้อแบคทีเรีย หรือยาปฏิชีวนะ

-ยาโคลชิซิน ยารักษาโรคเกาต์

-ยาดังกล่าวนี้จะเพิ่มการขับถ่ายของจาระมากขึ้น ดังนั้นยาพวกนี้ไม่ควรรับประทานร่วมกับโซเดียม

#### การประเมิน

-การประเมินภาวะโซเดียมในร่างกายโดยวิธีการวิเคราะห์ ปริมาณโซเดียมในปัสสาวะที่เก็บในรอบ 24 ชั่วโมง สามารถประเมินปริมาณโซเดียมในอาหารที่บริโภคได้สูงถึง 95-98% แต่ปริมาณโซเดียมในปัสสาวะของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันมากในแต่ละวัน คือจะมีค่าความแตกต่างสูงถึงประมาณ 30 % การเก็บปัสสาวะในรอบ 24 ชั่วโมง ของแต่ละบุคคลในบางครั้งเชื่อถือไม่ได้ จะต้องมีการติดตามควบคุมอย่างใกล้ชิด ฉะนั้นการประเมินภาวะโซเดียมในปัสสาวะ จะต้องทำการประเมินหลายๆวัน เพื่อที่จะให้ได้ค่าที่ถูกต้องที่สุด

-ในการทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปริมาณโซเดียมและ ความดันโลหิต คณะผู้ได้ทดลองใช้สารเคมี para aminobenzoic acid ( PABA ) เป็น marker โดยให้ผู้ที่มีการทดสอบรับประทาน PABA ในปริมาณที่ทราบน้ำหนักที่แน่นอน ก่อนเริ่มเก็บปัสสาวะ เมื่อเก็บปัสสาวะเสร็จแล้ว ตรวจสอบว่าเก็บปัสสาวะครบ 24 ชั่วโมงจริงหรือไม่ โดยการวิเคราะห์หาปริมาณ PABA ที่ถูกขับถ่ายออกมาในปัสสาวะด้วย จากการทดสอบโดยใช้ PABA เป็น marker ทำให้ลดจำนวนของผู้ที่มีการทดสอบลงได้ โดยที่ไม่ต้องเผื่อจำนวนผู้ที่มีการทดสอบเอาไว้เพื่อทิ้งไปในรายที่ไม่แน่ใจว่าจะเก็บปัสสาวะได้ครบถ้วนหรือไม่ ตั้งแต่เริ่มโครงการ และได้ผลของการประเมินที่ค่อนข้างถูกต้อง ทั้งนี้ จะต้องทำความเข้าใจและขอความร่วมมือจากผู้ที่มีการทดสอบให้เป็นที่พอใจ กันเสียก่อนเริ่มการเก็บตัวอย่าง

## ภาคผนวก ฎ

### สถานการณ์ปัญหาสุขภาพวัยทำงาน

ปัจจุบันนี้การใช้ชีวิตของผู้คนอาจจะไม่เหมือนกัน บางคนนอนแต่หัวค่ำตื่นแต่เช้า บางคนนอนดึกตื่นสาย บางคนอาจไม่หลับไม่นอน หรือหลับๆ ตื่นๆ ก็มี บางครั้งพฤติกรรมบางอย่างก็ก่อให้เกิดโรคร้ายได้อย่างง่ายดาย และรวดเร็ว เพราะการดำเนินชีวิตประจำวันที่ผิดแปลกไปจากปกติ นั่นเอง การพักผ่อนไม่เพียงพอ การกินอาหาร หรือการอดหลับอดนอน และอีกหลายๆ สิ่งล้วนส่งผลเสียต่อสุขภาพได้ทั้งสิ้น โดยเฉพาะพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่ไม่สมดุล รวมไปถึงเรื่องการกินอีกด้วย

#### โรคกลุ่ม NCDs คืออะไร

โรคกลุ่ม NCDs ย่อมาจาก Non-communicable diseases คือโรคกลุ่มที่ไม่ติดต่อ เป็นโรคที่ไม่ได้เกิดจากเชื้อโรค ไม่ติดต่อแม้มีการสัมผัส คลุกคลี หรือมีการสัมผัสกับสารคัดหลั่งต่างๆ ฟังแล้วเหมือนไม่มีทางที่โรคนี้จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับเราได้ง่ายๆ แต่ความจริง

“โรค NCDs จัดเป็นฆาตกรอันดับหนึ่ง ที่คร่าชีวิตประชากรโลกมากกว่าสาเหตุการตายอื่นๆ ทุกสาเหตุรวมกัน มากถึง 36.2 ล้านคนต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 66% ของการเสียชีวิตของประชากรโลกทั้งหมดในปี 2554 ขณะที่ในประเทศไทย กลุ่มโรค NCDs เป็นสาเหตุการเสียชีวิตถึงประมาณ 3.1 แสนคน หรือ ร้อยละ 73 ของการเสียชีวิตของประชากรไทยทั้งหมดในปี 2552”

#### โรคกลุ่ม NCDs มีโรคอะไรบ้าง

อย่างที่ได้อธิบายไปแล้วข้างต้นว่าโรคในกลุ่ม NCDs เป็นโรคที่เกิดจากนิสัยหรือพฤติกรรมดำเนินชีวิต การกิน การนอน การพักผ่อน การออกกำลังกาย และการทำงานต่างๆ ดังนั้นโรคในกลุ่มนี้จึงได้แก่ โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคหลอดเลือดสมอง โรคไตเรื้อรัง โรคไขมันในเลือดสูง โรคมะเร็ง โรคทางพันธุกรรม โรคตับแข็ง และโรคสมองเสื่อม (อัลไซเมอร์) เป็นต้น

โรคกลุ่ม NCDs บางครั้งเรียกว่า โรคที่เราสร้างขึ้นเอง เนื่องจากโรคในกลุ่มนี้เกิดจากการใช้ชีวิตที่ไม่ถูกต้อง เช่น การไม่ออกกำลังกาย การรับประทานอาหารรสจัดเกินไป เช่น เค็มจัด

หวานจัด มันจัด เป็นต้น รับประทานอาหารไขมันสูง การสะสมความเครียด การรับสารพิษอย่างสม่ำเสมอ เช่นการดื่มสุราและการสูบบุหรี่ กินอาหารปิ้งย่างบ่อยเกินไป เป็นต้น

### ตัวอย่างของพฤติกรรมและการเกิดโรค NCDs

1. โรคไต : เกิดจากการกินอาหารรสเค็มจัดต่อเนื่องเป็นเวลานานหรือการกินยาพาราเซตามอลโดยไม่จำเป็น หรือการกินอาหารที่โซเดียมสูงเป็นเวลานานๆ
2. โรคเบาหวาน : โรคเบาหวานประเภท 2 เกิดจากการกินหวานจัด หรือกินน้ำตาลมากเกินไปจนร่างกายเผาผลาญไม่หมด
3. โรคไขมันอุดตันเส้นเลือด : เกิดจากการกินอาหารมันมากเกินไป เกินความต้องการของร่างกายและเกิดการสะสมของไขมันในเส้นเลือด
4. โรคมะเร็งปอด/ถุงลมโป่งพอง : เกิดจากการสูบบุหรี่เป็นระยะเวลานานๆ
5. โรคความดันโลหิตสูง : เกิดได้ทั้งจากความเครียด การไม่ออกกำลังกาย การรับประทานอาหารไขมันสูง เป็นต้น
6. โรคตับแข็ง : เกิดจากการดื่มสุราอย่างต่อเนื่องและยาวนาน จนเซลล์ของตับไม่สามารถทำงานล้างพิษต่อไปได้อีก
7. โรคหลอดเลือดสมองตีบ : เกิดจากไขมันอุดตันด้านในของผนังหลอดเลือดหรือมีลิ้มเลือดไปอุดตันทางเดินของเลือด
8. โรคสมองเสื่อม : สาเหตุหนึ่งของการเกิดโรคสมองเสื่อมคือการอุดตันของเส้นเลือดสมองและการดื่มสุรา
9. โรคหลอดเลือดหัวใจ : สาเหตุส่วนหนึ่งของการเกิดโรคคือการอุดตันของไขมันในเส้นเลือด

### กลุ่มคนที่เสี่ยงต่อการเป็นโรค NCDs

โรคกลุ่ม NCDs นั้นเกิดจากพฤติกรรมกรรมการกินการอยู่หรือการดำเนินชีวิต ดังนั้นกลุ่มคนที่วิถีการดำเนินชีวิตที่ผิดๆ ย่อมมีความเสี่ยงต่อการเกิดโรคนี้มากกว่าคนอื่นๆ เช่น การนอนดึก ไม่ออกกำลังกาย มีความเครียดสูง การกินยาพาราเซตามอลหรือกินยาโดยไม่ปรึกษาแพทย์ รับประทานอาหารไม่ถูกสุขลักษณะและไม่ครบ 5 หมู่ กลุ่มคนที่สูบบุหรี่หรือดื่มสุราเป็นประจำ เป็นต้น

### ช่วงอายุที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดโรคกลุ่ม NCDs

เนื่องจากโรค NCDs เกิดจากการสะสมของโรคต่างๆอันเนื่องมาจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่ไม่ถูกต้อง ดังนั้นโรคนี้จึงมักไม่เกิดในเด็ก แต่จะเกิดกับคนที่มียุ 35 ปีขึ้นไป แต่แนวโน้มของการเกิดโรคกับคนที่มียุน้อยเริ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ

### การป้องกันตัวเองจากโรคกลุ่ม NCDs

โรคกลุ่ม NCDs สามารถป้องกันได้โดยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดำเนินชีวิตเสียใหม่ เช่น การออกกำลังกายอย่างน้อย 30 นาที/ครั้ง 5 ครั้ง/สัปดาห์ งดดื่มเหล้า ไม่สูบบุหรี่ หลีกเลี่ยงอาหารรสหวาน มัน และเค็มจัด หลีกเลี่ยงอาหารปิ้งย่าง ไม่รับประทานอาหารหรือเนื้อสัตว์แบบสุกๆดิบๆ รับประทานผักและผลไม้หลายๆ พักผ่อนให้เพียงพอ ไม่นอนดึกเกินไป ไม่เครียด ไม่ซู้ยากินเองโดยไม่ปรึกษาแพทย์หรือเภสัชกร เป็นต้น

### การรักษาโรค NCDs

การรักษาโรคกลุ่ม NCDs จำเป็นต้องรักษาตามอาการของโรคที่เกิดขึ้นและควรได้รับการรักษาโดยแพทย์เฉพาะทาง เช่น โรคเบาหวาน ต้องได้รับการรักษาจากแพทย์ที่เชี่ยวชาญโรคเบาหวาน หรือ โรคหลอดเลือดหัวใจ ก็ควรได้รับการตรวจรักษาจากแพทย์ที่เชี่ยวชาญโรคเกี่ยวกับหลอดเลือดหัวใจโดยเฉพาะ แต่วิธีที่ดีที่สุดคือการป้องกันไม่ให้เกิดโรคเหล่านี้ ซึ่งง่ายกว่าการรักษามาก ซึ่งทำได้โดยการลด ละ เลิก พฤติกรรมเสี่ยงต่างๆที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น



## ภาคผนวก ก

### สถานการณ์ของตลาดอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานในประเทศไทย (Ready to eat)

ตลาดของอาหารพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) ทั้ง Frozen Food (แช่แข็ง) และ Chilled Food (แช่เย็น) กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องตามวิถีแห่งการดำเนินชีวิตของผู้คนที่มีความเร่งรีบในชีวิตประจำวันมากขึ้น และวันนี้การถนอมอาหารแบบร้อน Retort Pouch (รีทอร์ตแพช) ได้เริ่มเข้ามามีส่วนแบ่งในตลาดนี้มากขึ้น ด้วยจุดแข็งที่ว่า ไม่ต้องใช้ไฟ ไม่ต้องใส่ตู้เย็น ฉีกซองรับประทานได้เลย

อาจเป็นเรื่องยากที่จะทำให้ใจเมื่อเห็นเมนูเด็ดแบบไทยๆ เช่น แกงเขียวหวาน แกงกะหรี่ไก่ ไก่ผัดกะเทียม ข้าวพะเนางหมู หรือของหวานอย่างลอดช่องน้ำกะทิ ข้าวเหนียวทุเรียน ตะโก้ วางขายอยู่นอกตู้แช่ โดยคนขายอธิบายว่าสามารถอยู่ได้นานเป็นปี

ใส่สารกันบูดหรือเปล่า รสชาติจะเป็นอย่างไร อร่อยหรือ เป็นคำถามที่ตามมา ดังนั้นสิ่งที่ผู้ประกอบการรายแรกๆ ที่เข้ามาทำตลาดนี้ต้องทำคือ ต้องกำจัดจุดอ่อนและอธิบายจุดแข็งเพื่อซื้อใจผู้บริโภค

ย้อนกลับไปเมื่อประมาณ 10 ปีก่อนตลาดของ Frozen และ Chilled ในเมืองไทยยังเป็นที่รู้จักน้อยมาก ในขณะที่ในญี่ปุ่น เกาหลี และอเมริกาบูมมากๆ โจทย์ใหญ่ที่ผู้บุกเบิกทำอาหารแช่แข็งในเมืองไทยยุคนั้นต้องเจอแทบไม่ต่างกับที่ตลาด รีทอร์ต แพช กำลังเจอ

#### ปลดล็อกความไม่ไว้วางใจ

ดังนั้นขั้นตอนแรกก็ต้องปลดล็อกความไม่ไว้วางใจด้วยการให้ความรู้กับผู้บริโภคในเรื่องที่หลายคนมีคำถามคือ

1. ไม่ต้องเก็บไว้ในตู้เย็น เพราะ รีทอร์ตแพช เป็นบรรจุภัณฑ์อาหารชนิดอ่อนตัวหรือยืดหยุ่น (Flexible Packaging) ทำจากแผ่นฟิล์มหลายชนิดเชื่อมประสานกัน ขึ้นรูปเป็นถุง (Pouch) สามารถปิดผนึกได้สนิท มีความแข็งแรง ทนความร้อนและความดันสูงได้ ใช้บรรจุอาหารที่ต้องการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนในระดับสเตอริไรซ์ได้เหมือนกับอาหารกระป๋อง

2. ไม่ใส่สารกันบูด เพราะอาหารประเภทนี้ กฎหมายจะระบุไว้ชัดเจนว่าห้ามใส่สารกันบูด

3.รสชาติและหน้าตา อาจจะเปลี่ยนไปบ้าง เพราะความร้อนทำให้วัตถุดิบเช่นผัก เนื้ออาจมีสีที่คล้ำลง

4.สารอาหารบางตัวอาจถูกทำลายลงเพราะการใช้ความร้อนในการผลิตสูงถึง 100 องศา ตันๆ ในเวลา 25 – 30 นาที ซึ่งผู้บริโภคมักสามารถศึกษาได้ว่าวิตามินที่ได้ มีอะไรบ้าง โดยแต่ละแบรนด์จะคิดไว้ให้เห็นข้างซองได้ชัดเจน รวมทั้งเป็นหน้าที่ของทีม R&D ของแต่ละบริษัทเหมือนกันว่าต้องคัดเลือกวัตถุดิบในการปรุงอาหารและหาทางแก้ไข

### สร้างความน่าสนใจด้วยราคา

ปัจจุบันอาหารพร้อมทานที่เป็น Retort Pouch ส่วนใหญ่จะเป็นอาหารนำเข้าที่ราคาแพงที่จับกลุ่มผู้มีรายได้สูงผ่านการใช้ชีวิตในต่างประเทศที่มีความคุ้นเคยกับอาหารประเภทนี้อยู่แล้ว แต่สำหรับรายใหญ่ 2 รายของบ้านเราคือพรานทะเลและ โรซ่าที่เพิ่งเปิดตัวเพื่อทำตลาดอย่างจริงจัง และตั้งราคาที่แข่งกับราคาข้าวแกงในซอยคือประมาณ 20-30 บาท เพื่อให้การตัดสินใจของผู้บริโภคง่ายขึ้น

### Marketing ต้องแรง

พรานทะเลกับโรซ่าเริ่มทำตลาดชัดเจนในหลายๆ รูปแบบ ทั้งทางทีวี วิทยู และการให้ความรู้ ผ่านสื่อต่างๆ ในรูปแบบของ Advertorial โดยทั้ง 2 แบรนด์เตรียมเม็ดเงินในการทำประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจในปีแรกไม่ต่ำกว่ารายละประมาณ 80-100 ล้านบาท

ในขณะที่รายอื่นๆ อาจจะรีรอและขอความเป็นไปได้ของตลาด อย่างเช่นยักษ์ใหญ่ซีพีเอฟ ที่มีนวัตกรรมนี้อยู่แล้วและเคยผลิตเพื่อนำไปแจกจ่ายแก่ผู้ประสบภัยพิบัติน้ำท่วมในหลายจังหวัดในปี 2554 และยังทำการผลิตเพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น แคนาดา ฮองกงมา นาน แต่ยังไม่ทำตลาดในเมืองไทย คาดกันว่าเมื่อตลาดของรีทอร์ต เพาซ์ ทำให้ผู้บริโภครู้จักและคุ้นเคยมากกว่านี้ การกระโดดเข้ามาเล่นด้วยเป็นเรื่องที่มีความเป็นไปได้แน่นอน

ตารางที่ 32 แสดงการเปรียบเทียบอาหารพร้อมรับประทานแบบ Frozen Food และแบบ Retort Pouch

จุดแข็งที่แตกต่างระหว่างอาหารพร้อมรับประทาน แบบแช่แข็ง และแบบไม่แช่แข็ง	
อาหารพร้อมรับประทานแบบแช่แข็ง	อาหารพร้อมรับประทานแบบไม่ต้องแช่แข็ง (บรรจุ รีทอร์ต เพาซ์ (Retort Pouch))
ปราศจากสารกันเสีย	ปราศจากสารกันเสีย
เก็บไว้ได้นาน 18 เดือน (แต่ต้องรักษาอุณหภูมิให้คงที่)	เก็บไว้ได้นาน 12- 18 เดือน โดยไม่ต้องแช่เย็นหรือแช่แข็ง
ประหยัดเวลาในการปรุงอาหาร เพียงนำไปอุ่นด้วยไมโครเวฟ 4-7 นาที ก็พร้อมรับประทาน	ประหยัดเวลาในการปรุงอาหาร สามารถรับประทานได้ทันที หรือต้องการอุ่นร้อนก็เข้าไมโครเวฟเพียง 1-2 นาที ก็พร้อมรับประทาน
คุณภาพและรสชาติใกล้เคียงกับอาหารปรุงสุกใหม่ๆ	คุณภาพและรสชาติใกล้เคียงกับอาหารปรุงสุกใหม่ๆ
	ใช้กระบวนการฆ่าเชื้อแบบสเตอริไลเซชัน (กระบวนการทำให้ปราศจากเชื้อ) ซึ่งสามารถทำลายเชื้อจุลินทรีย์ได้ทุกชนิด
	สะดวก เนื่องจากมีน้ำหนักเบา สามารถพกพาไปได้ทุกที่ และขนส่งได้ง่าย
	บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรง สามารถทนความร้อนและทนแรงดันได้สูง รวมทั้งยังป้องกันความชื้น แสง และแก๊สได้เป็นอย่างดี จึงป้องกันการเสื่อมเสียของอาหารที่อยู่ภายในได้เป็นอย่างดี
	ไม่มีไมโครเวฟก็สามารถอุ่นร้อนได้ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถทนความร้อนได้ดี จึงสามารถนำไปอุ่นร้อนโดยแช่ชงลงในน้ำที่ร้อนจัด 3-5 นาที
	บรรจุภัณฑ์ปิดสนิท มีความแข็งแรง ไม่แตกหักง่าย จึงปกป้องอาหารไม่ให้เกิดความเสียหายหรือหกเลอะเทอะแม้ยามตกหล่น



## ภาคผนวก ฐ

### พฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยเกี่ยวกับอาหารสำเร็จรูป

ผู้บริโภคชาวไทยมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปมากเป็นอันดับแรกของโลกโดยนิยมซื้ออาหารปรุงสำเร็จมากกว่าการปรุงอาหารเอง เนื่องจากวิถีชีวิตที่เร่งรีบ แข่งกับเวลา โดยผู้บริโภค 75% นั้นให้เหตุผลว่าไม่มีเวลาประกอบอาหารเอง ซึ่งผลสำรวจดังกล่าวมาจากบริษัท เอซีนิลเส็น ซึ่งได้ทำผลสำรวจออนไลน์ จากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 22,780 คน ใน 41 ประเทศ และข้อมูลในประเทศไทยนั้นมาจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 500 คน โดยมีอายุ 15 ปีขึ้นไป

จากผลสำรวจที่พบว่าผู้บริโภคนั้นมีพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไป ไม่มีเวลาในการซื้อและจัดเตรียมวัตถุดิบสำหรับปรุงอาหารจึงทำให้หันมารับประทานอาหารสำเร็จรูปเพิ่มมากขึ้น และผู้บริโภคยังสนใจอาหารเพื่อสุขภาพ ที่ช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตและความสะดวกสบายไปพร้อมกัน ดังจะเห็นว่าตามซูเปอร์มาร์เก็ตนั้นได้มีการจัดเตรียมตั้งแต่วัตถุดิบพร้อมปรุง เช่น ผักสด ซีนเนื้อ ตัดแต่ง วัตถุดิบจัดเป็นชุดสำหรับปรุงอาหารหนึ่งชนิดรวมไปถึงอาหารปรุงสำเร็จ ซึ่งผู้บริโภคชาวไทยมีความถี่ในการซื้ออาหารปรุงสำเร็จดังนี้



ภาพที่ 4 แสดงความถี่ในการซื้ออาหารสำเร็จรูปของคนไทย

จากแผนภาพแสดงความถี่ในการซื้ออาหารสำเร็จรูปของคนไทย ผลสำรวจพบว่า ซื้อเป็นประจำ 44% ซื้อเป็นครั้งคราว 41% โดยมีเพียง 1% เท่านั้นไม่เคยซื้ออาหารปรุงสำเร็จมารับประทาน โดยตัวเลขความถี่ของพฤติกรรมนี้ของคนไทยเหนือชนชาติอื่นๆ อย่างจีน ใต้หวัน หรือแม้กระทั่งอังกฤษ และฮ่องกงซึ่งเหตุผลหลักของการซื้ออาหารปรุงสำเร็จคือมีประโยชน์ และความสะดวกสบายในกรณีที่ไม่มีความพร้อมในการปรุงอาหาร โดยผู้บริโภคชาวไทยส่วนใหญ่รับประทานอาหารปรุงสำเร็จในมื้อเที่ยงมากที่สุดถึง 53% มื้อค่ำ 48% และอาหารว่าง 40% โดยเหตุผลดังกล่าวได้สอดคล้องกับผู้บริโภคทั่วโลกจำนวนมากคือไม่มีเวลาและผู้บริโภคอีก 40% ยังสนับสนุนว่าการซื้ออาหารสำเร็จรูปเพราะว่าราคาถูกกว่าทำรับประทานเอง



ภาพที่ 5 แสดงแหล่งซื้ออาหารสำเร็จรูป

โดยผู้บริโภคจะซื้ออาหารสำเร็จรูปจากร้านอาหารทั่วไปสูงสุด 59% ซื้อจากร้านสะดวกซื้อ 50% และซูเปอร์มาร์เก็ต 47% ซึ่งจะเห็นได้ว่าช่องทางการซื้อสินค้านั้น เน้นความสะดวกเป็นหลัก ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการอาหารจะเข้าสู่ตลาดโดยการจับกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันต้องคำนึงถึงด้านความสะดวกสบายคุณค่าทางอาหารและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้เหมาะสมและตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดจึงจะมีโอกาสประสบความสำเร็จได้