

แผนธุรกิจ Octave รองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ Octave รองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

17 มกราคม พ.ศ. 2562



นายกิตตินันท์ รูปแก้ว
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์ณัฐวุฒิ พิมพา,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อากาศศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

ตรียุทธ พรหมศิริ,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

ผู้จัดทำ ขอขอบคุณคณะกรรมการอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ คำแนะนำ เปิดมุมมองโลกธุรกิจใหม่ที่น่าสนใจ ขอขอบคุณคำแนะนำต่างๆที่มาจากประสบการณ์ของอาจารย์ ขอขอบคุณครอบครัวที่ให้กำลังใจเสมอมา และขอขอบคุณเพื่อนๆทุกคน ที่คอยช่วยเหลือ ให้กำลังใจ แบ่งปันข้อมูลความรู้และประสบการณ์การทำงานของแต่ละคน ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกๆท่าน ที่ทำให้สารนิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์

กิตตินันท์ ฐูปแก้ว



บทสรุปผู้บริหาร

จากรายงานของสหพันธ์เบาหวานนานาชาติ พบจำนวนผู้ป่วยโรคเบาหวานในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในทุกๆปี โดยพบว่าในปี 2560 มีผู้ป่วยโรคเบาหวานในช่วงอายุ 18-99 ปีจำนวน 4.4 ล้านคน และมีการประมาณการว่าในอีก 20 ปีข้างหน้าผู้ป่วยโรคเบาหวานจะสูงถึง 5.2 ล้านคน ซึ่งโรคเบาหวานจะนำไปสู่อาการแทรกซ้อนที่สำคัญคือ ปัญหาการเกิดแผลที่เท้าในผู้ป่วยโรคเบาหวานนี้ พบได้ประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ป่วยที่เป็นโรคเบาหวาน โดยแผลมักจะเกิดกับผู้ป่วยที่ไม่ใส่ใจดูแลสุขภาพเท้าของตนเอง เมื่อเกิดบาดแผลขึ้นแล้วจะหายได้ยากกว่าคนปกติทั่วไปและนำไปสู่การติดเชื้อลุกลาม บาดแผลมีขนาดใหญ่ขึ้น นำไปสู่การสูญเสียอวัยวะได้ในที่สุด สูญเสียคุณภาพชีวิตที่ดีไป นอกจากนี้ในผู้ป่วยโรคเบาหวานมักจะมียาเท้า 2 ข้างที่ไม่เท่ากันทำให้หารองเท้าที่เหมาะสมจากในท้องตลาดได้ยาก รองเท้าที่ไม่ได้ขนาดจะทำให้เกิดการเสียดสีเกิดเป็นบาดแผลได้ ดังนั้นการป้องกันบาดแผลไม่ให้เกิดขึ้นในผู้ป่วยโรคเบาหวานจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด ผู้ป่วยจำเป็นต้องมีรองเท้าที่มีขนาดเหมาะสม ด้วยการออกแบบมาเป็นพิเศษ เป็นรองเท้าที่ไม่มีรอยตะเข็บที่สามารถทำให้เกิดการเสียดสีที่เท้าจนเกิดบาดแผลได้

จากรายงานของสหพันธ์เบาหวานนานาชาติ พบจำนวนผู้ป่วยโรคเบาหวานในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในทุกๆปี โดยพบว่าในปี 2560 มีผู้ป่วยโรคเบาหวานในช่วงอายุ 18-99 ปีจำนวน 4.4 ล้านคน และมีการประมาณการว่าในอีก 20 ปีข้างหน้าผู้ป่วยโรคเบาหวานจะสูงถึง 5.2 ล้านคน ซึ่งโรคเบาหวานจะนำไปสู่อาการแทรกซ้อนที่สำคัญคือ ปัญหาการเกิดแผลที่เท้าในผู้ป่วยโรคเบาหวานนี้ พบได้ประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ป่วยที่เป็นโรคเบาหวาน โดยแผลมักจะเกิดกับผู้ป่วยที่ไม่ใส่ใจดูแลสุขภาพเท้าของตนเอง เมื่อเกิดบาดแผลขึ้นแล้วจะหายได้ยากกว่าคนปกติทั่วไปและนำไปสู่การติดเชื้อลุกลาม บาดแผลมีขนาดใหญ่ขึ้น นำไปสู่การสูญเสียอวัยวะได้ในที่สุด สูญเสียคุณภาพชีวิตที่ดีไป นอกจากนี้ในผู้ป่วยโรคเบาหวานมักจะมียาเท้า 2 ข้างที่ไม่เท่ากันทำให้หารองเท้าที่เหมาะสมจากในท้องตลาดได้ยาก รองเท้าที่ไม่ได้ขนาดจะทำให้เกิดการเสียดสีเกิดเป็นบาดแผลได้ ดังนั้นการป้องกันบาดแผลไม่ให้เกิดขึ้นในผู้ป่วยโรคเบาหวานจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด ผู้ป่วยจำเป็นต้องมีรองเท้าที่มีขนาดเหมาะสม ด้วยการออกแบบมาเป็นพิเศษ เป็นรองเท้าที่ไม่มีรอยตะเข็บที่สามารถทำให้เกิดการเสียดสีที่เท้าจนเกิดบาดแผลได้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของ OCTAVE ได้แก่ ผู้ป่วยโรคเบาหวานทุกคน บริษัทจะออกแบบรองเท้าให้ผู้ป่วยโรคเบาหวานได้สวมใส่ในชีวิตประจำวันทั่วไป เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้

บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

เกิดบาดแผลที่เท้า หรือป้องกัน ไม่ให้มีการติดเชื้อลุกลามต่อไป กลุ่มเป้าหมายรองได้แก่ คนที่มีความผิดปกติทางรูปเท้า ที่ไม่สามารถใส่รองเท้าที่มีขายในท้องตลาดได้

รายได้หลักของบริษัทมาจากการขายรองเท้า แบบสั่งตัดเฉพาะตัวโดยการออกบูธตามโรงพยาบาล การขายผ่านร้านขายยา การขายผ่านหน้าร้านของตัวเอง และการจำหน่ายแบบออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท

บริษัทจะสื่อสารตัวผลิตภัณฑ์ด้วยการออกบูธโปรโมทสินค้าตามโรงพยาบาลต่างๆ ตามงานประชุมสมาคมโรคเบาหวานแห่งประเทศไทย และจัดจำหน่ายผ่านร้านขายยา เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดยจะมีการติดต่อไปยังแพทย์ที่ดูแลผู้ป่วยโรคเบาหวาน เพื่อให้เป็นผู้แนะนำให้ผู้ป่วยโรคเบาหวานได้ใช้สินค้าของบริษัท

บริษัทฯวางแผนเติบโตโดยการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงให้ครอบคลุมทั่วพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตลอดจนขยายสู่ต่างจังหวัดตามหัวเมืองใหญ่ เช่น นครราชสีมา ขอนแก่น เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น

จากการประมาณการทางการเงิน บริษัท OCTAVE จะใช้เงินลงทุน 3.5 ล้านบาท ในปีแรกจะมียอดขาย 9.1 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 22.7 ล้านบาท ในเวลา 5 ปี มีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิอยู่ที่ (NPV) 10,556,862 บาท ให้อัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) 73.25% โดยมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
บทที่ 2 รายละเอียดของธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ และบริการ	3
2.1 รายละเอียดบริษัท	3
2.2 วิสัยทัศน์	3
2.3 พันธกิจ	4
2.4 วัตถุประสงค์	4
2.5 เป้าหมาย	4
2.6 รูปแบบธุรกิจ และรายละเอียดของบริการ	5
2.7 คุณค่าที่จะได้รับจากสินค้าและบริการ	10
บทที่ 3 การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และตลาด	12
3.1 ขนาดตลาดและแนวโน้ม	12
3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	13
3.3 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม	14
3.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	18
3.5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน	21
3.6 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม	22
บทที่ 4 แผนการตลาด	26
4.1 เป้าหมายทางการตลาด	26
4.2 วัตถุประสงค์ทางการตลาด	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	26
4.4 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	27
4.5 กลยุทธ์ทางการตลาด	28
บทที่ 5 แผนการดำเนินงาน	35
5.1 เป้าหมายของการดำเนินงาน	35
5.2 การวางแผนในการดำเนินงาน	35
5.3 การจัดตั้งบริษัท	36
5.4 ขั้นตอนการดำเนินงาน	37
5.5 แผนงานด้านผลิตภัณฑ์	38
5.6 แผนงานด้านบัญชีและการเงิน	39
5.7 บริการเสริมและบริการหลังการขาย	39
บทที่ 6 การบริหารและจัดการองค์กร	40
6.1 ข้อมูลบริษัท	40
6.2 รายชื่อคณะกรรมการบริษัท	40
6.3 รายชื่อผู้ถือหุ้น	41
6.4 โครงสร้างองค์กร	41
6.5 หน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่ง	42
บทที่ 7 แผนการเงิน	45
7.1 ประมาณการเงินลงทุนโครงการ	45
7.2 การประมาณการรายได้	46
7.3 การเปรียบเทียบจำนวนสินค้าขายกับกำลังการผลิตสูงสุด	47
7.4 การประมาณการต้นทุนและค่าใช้จ่าย	48
7.5 ประมาณการงบการเงิน	52
7.6 การวิเคราะห์การลงทุน	54
บทที่ 8 แผนงานในอนาคต	56
8.1 แผนงานในปีที่ 6-9	56

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
8.2 แผนงานตั้งแต่ปีที่ 10	56
บทที่ 9 แผนสำรองฉุกเฉิน	57
9.1 ด้านการตลาดและการแข่งขัน	57
9.2 ด้านการผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์	57
9.3 ด้านต้นทุนการผลิต	58
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก	61
ภาคผนวก ก: แบบสอบถาม	62
ประวัติผู้วิจัย	83



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
3.1	แสดงการเปรียบเทียบคุณสมบัติของรองเท้าของบริษัทกับคู่แข่ง	17
3.2	แสดงการวิเคราะห์ความของผู้เข้ามาใหม่	22
3.3	แสดงการวิเคราะห์อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์	23
3.4	แสดงการวิเคราะห์สินค้าทดแทน	23
3.5	แสดงการวิเคราะห์อำนาจต่อรองของลูกค้า	24
3.6	แสดงการวิเคราะห์การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม	24
3.7	แสดงสรุปการวิเคราะห์ธุรกิจด้วยเครื่องมือแรงกดดัน 5 ประการ	25
4.1	แสดงผลสรุปค่าใช้จ่ายทางการตลาด	33
4.2	แสดงกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจในปีแรก	34
6.1	แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัท อ็อกเทฟ จำกัด	41
7.1	แสดงเงินลงทุนในโครงการ	45
7.2	แสดงรุ่นและราคาของสินค้า	46
7.3	แสดงประมาณการยอดขายรองเท้า(คู่)ของปีที่ 1 ถึง 5	47
7.4	แสดงประมาณการยอดขายรองเท้า (บาท) ของปีที่ 1 ถึง 5	47
7.5	แสดงความสามารถในกำลังผลิตสูงสุด	47
7.6	แสดงความสามารถเปรียบเทียบยอดขายสินค้ากับความสามารถในกำลังผลิตสูงสุด	48
7.7	แสดงต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	48
7.8	แสดงต้นทุนคงที่ : แรงงานในการผลิต	49
7.9	แสดงต้นทุนคงที่ : แรงงานในการขายและบริหาร	49
7.10	แสดงต้นทุนคงที่ : แรงงานในการขายและบริหาร (บาท)	50
7.11	แสดงต้นทุนคงที่ : ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	50
7.12	แสดงประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน	51
7.13	แสดงงบประมาณกำไรขาดทุน	52
7.14	แสดงงบประมาณการงบดุล	53
7.15	แสดงการวิเคราะห์การลงทุน	55

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพ	หน้า
2.1 แสดงตราบริษัท	3
2.2 แสดง เครื่องสแกน Isense และภาพตัวอย่างการสแกนเท้า	6
2.3 แสดงตัวอย่างตู้ Kiosk ของทางบริษัท	7
2.4 แสดงการออกแบบรองเท้าผ่าน โปรแกรม 3DsMax	7
2.5 แสดงเส้นใย Purement ที่จะใช้ในการผลิตรองเท้า	8
2.6 แสดงเครื่องพิมพ์ 3 มิติ และตัวอย่างรองเท้าที่พิมพ์จากเครื่องพิมพ์ 3 มิติ	8
2.7 แสดงตัวอย่างรองเท้ารุ่น Signature	9
2.8 แสดงตัวอย่างรองเท้ารุ่น Step plus	9
2.9 แสดงตัวอย่างรองเท้ารุ่น Unique	10
3.1 แสดงมูลค่าและแนวโน้มการเติบโตของตลาดรองเท้า	12
3.2 แสดงจำนวนผู้ป่วยโรคเบาหวานในประเทศไทย	13
3.3 แสดงรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานยี่ห้อ HS Shop	15
3.4 แสดงรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานยี่ห้อ HMS	15
3.5 แสดงรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานยี่ห้อ Pumpfoot	16
3.6 แสดงรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานยี่ห้อ Talon	17
3.7 แสดงรองเท้าเพื่อสุขภาพยี่ห้อ Fitflop	18
3.8 แสดงรองเท้าเพื่อสุขภาพยี่ห้อ Skechers	18
3.9 แสดงความเกี่ยวข้องกับผู้ป่วยโรคเบาหวานในการตอบแบบสอบถาม	19
3.10 แสดงความจำเป็นที่จะต้องใช้รองเท้าเฉพาะสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานในการตอบแบบสอบถาม	19
3.11 แสดงฟังก์ชันของรองเท้าที่ลูกค้าต้องการ	20
3.12 แสดงความยินดีที่จะซื้อรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน	20
4.1 แสดงตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจ	27
4.2 แสดงขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจ	31
5.1 แสดงตำแหน่งที่ตั้งของหน้าร้านและออฟฟิศของบริษัท อีอกเทฟ	36

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

รูปภาพ

หน้า

6.1 แสดงผังองค์กรของบริษัท

41



บทที่ 1

บทนำ

1.1. ความเป็นมาของธุรกิจ

โรคเบาหวาน เป็นภาวะที่ร่างกายมีน้ำตาลในเลือดสูงกว่าปกติ เนื่องจากการขาดฮอร์โมนอินซูลิน หรือการดื้อต่อฮอร์โมนอินซูลิน ส่งผลให้กระบวนการดูดซึมน้ำตาลในเลือดให้เป็นพลังงานของเซลล์ในร่างกายมีความผิดปกติหรือทำงานได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ จนเกิดน้ำตาลสะสมในกระแสเลือดเป็นปริมาณมาก หากปล่อยให้ร่างกายอยู่ในสภาวะนี้เป็นเวลานานจะทำให้อวัยวะต่างๆเสื่อมโทรมลง ส่งผลให้เกิดโรคและอาการแทรกซ้อนต่างๆตามมาได้

โดยอาการแทรกซ้อนที่สำคัญของโรคเบาหวานคือ การเกิดบาดแผลตามอวัยวะส่วนปลาย ไม่ว่าจะเป็นปลายมือ หรือ ปลายเท้า ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ป่วยมีภาวะระบบเส้นประสาทส่วนปลายเสื่อม จากการที่หลอดเลือดแดงขนาดเล็กที่มาเลี้ยงระบบประสาทเกิดการแข็งและตีบตัน จากการที่มีปริมาณน้ำตาลในเลือดสูง เกิดอาการชาตามปลายมือปลายเท้า ไม่สามารถรับรู้ความรู้สึกได้เหมือนคนปกติทั่ว ส่งผลให้เมื่อเกิดบาดแผลที่บริเวณปลายมือปลายเท้า ผู้ป่วยจะรับรู้ถึงบาดแผลได้ช้ากว่าคนปกติทั่วไป ซึ่งในผู้ป่วยโรคเบาหวานบาดแผลเหล่านี้จะหายยาก และหายช้ากว่าคนปกติจากการที่ผู้ป่วยมีภาวะภูมิต้านทานต่ำ ประกอบกับเลือดไม่สามารถมาเลี้ยงบริเวณที่เกิดบาดแผลได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ส่งผลให้บาดแผลมีการติดเชื้อลุกลามไปยังส่วนอื่นๆ ซึ่งปัญหาเหล่านี้มักเกิดกับบริเวณปลายเท้ามากกว่าบริเวณปลายมือ เพราะการดูแลรักษาเท้าทำได้ง่ายกว่าการดูแลรักษาเท้ามาก ดังนั้นการดูแลรักษาสุขภาพเท้าในผู้ป่วยโรคเบาหวาน จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ผู้ป่วยโรคเบาหวานต้องสวมรองเท้าที่เหมาะสม เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เท้าได้รับการกระทบกระเทือนจนเกิดเป็นบาดแผลซึ่งอาจนำไปสู่การสูญเสียอวัยวะได้ในที่สุด

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่ดูแลผู้ป่วยโรคเบาหวาน ไม่ว่าจะเป็นแพทย์หรือพยาบาล ถึงแนวทางในการเลือกรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน พบว่า ผู้ป่วยโรคเบาหวานต้องการรองเท้าที่ผลิตออกมาสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานโดยเฉพาะ เพราะเท้าทั้งสองข้างของผู้ป่วยมักจะมีขนาดไม่เท่ากัน รองเท้าต้องมีขนาดที่พอเหมาะพอดีกับเท้าของผู้ป่วยแต่ละราย และไม่มีรอยตะเข็บแข็งภายในรองเท้า ซึ่งสามารถเสียดสีกับเท้าของผู้ป่วยเกิดเป็นบาดแผลได้ รองเท้าต้องสวมใส่สบาย

สามารถป้องกันเท้าของผู้ป่วยไม่ให้เกิดบาดแผลจากการกระทบกระแทกกับสิ่งของต่างๆ และรองเท้าต้องมีความสะอาด เพราะหากผู้ป่วยบางรายที่มีแผลที่เท้าอยู่แล้ว จะมีโอกาสในการติดเชื้อแบคทีเรียได้มากกว่าปกติ หากใส่รองเท้าที่ไม่สะอาดจะส่งผลให้เกิดการติดเชื้อเพิ่มเติมได้

จากการทำแบบสอบถามกับผู้ป่วยโรคเบาหวานจำนวน 20 คน ถึงการเลือกซื้อรองเท้าสำหรับผู้ป่วย พบว่า ผู้ป่วยไม่สามารถหาซื้อรองเท้าที่มีขนาดพอดีกับเท้าของตัวเองได้ เพราะในท้องตลาดมักจะเป็นรองเท้าที่ผลิตตามขนาดมาตรฐานทั่วไป และจากการที่ผู้ป่วยมีผิวที่แห้งกว่าคนปกติทั่วไป ทำให้เท้าเกิดการเสียดสีกับบริเวณรอยตะเข็บจากการตัดเย็บและเกิดเป็นบาดแผลที่เท้าของผู้ป่วย

จากความจำเป็นดังกล่าว จึงเป็นที่มาของการก่อตั้งบริษัท Octave จำกัด รองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน โดยพัฒนารองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน ที่ออกแบบมาสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานโดยเฉพาะ โดยได้มีการนำเทคโนโลยีการสแกนเท้าของผู้ป่วย และการพิมพ์ผ่านเครื่องพิมพ์ 3 มิติ เข้ามาใช้ในขั้นตอนการผลิตรองเท้า เพื่อให้ผู้ป่วยมั่นใจว่าจะได้รองเท้าที่สามารถดูแลเท้าของผู้ป่วยได้อย่างถูกต้อง ส่งผลถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

บทที่ 2

ภาพรวมของบริษัทและรูปแบบธุรกิจ

2.1 รายละเอียดของบริษัท

ชื่อ :	บริษัท อ็อกเทฟ จำกัด
รูปแบบธุรกิจ :	บริษัทผู้ผลิตรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน
สินค้าและบริการ :	บริษัทให้บริการการวัดขนาดเท้าของผู้ป่วยโรคเบาหวาน และผลิตรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานที่เฉพาะเจาะจงไปในแต่ละราย
โลโก้บริษัท	:



รูปภาพ 2.1 แสดงตราบริษัท

อ็อกเทฟ หรือ Octave มีแนวคิดจากการออกเสียงที่คล้ายคลึงกับคำว่า ออกสเต็ม กล่าวคือ อยากรู้ให้ผู้ป่วยโรคเบาหวานไม่จำเป็นต้องกังวลกับปัญหาการแทรกซ้อนทางด้านเท้า สามารถใช้รองเท้าของทางบริษัทแล้วก้าวออกมาสู่โลกกว้างได้อย่างมั่นใจและปลอดภัย

2.2 วิสัยทัศน์

ต้องการเป็นผู้นำในด้านการผลิตรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน โดยนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการผลิต เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยให้ดียิ่งขึ้น

2.3 พันธกิจ

(1) สร้างความตระหนักถึงการใส่ใจดูแลสุขภาพเท่า ใให้กับผู้ป่วยโรคเบาหวาน ใให้ ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันการถูกตัดเท้าจากภาวะแทรกซ้อนของโรคเบาหวานควบคู่ไปกับการใให้ ความรู้ถึงคุณประโยชน์ของการใร่องเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน แก่กลุ่มเป้าหมาย

(2) สร้างความเชื่อมั่นในด้าน คุณค่า คุณภาพของสินค้าใให้แก่ผู้บริโภค เพื่อสร้าง ยอดขายและเพิ่มผลกำไรใให้บริษัทมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

(3) พัฒนารูปแบบของสินค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

2.4 วัตถุประสงค์

- บริษัท Octave มุ่งเน้นใให้ผู้ป่วยโรคเบาหวานมีสุขภาพเท้าที่ดีขึ้น และยกระดับ คุณภาพชีวิตของผู้ป่วยใให้ดียิ่งขึ้น

- มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้า รวมไปถึงมีการขยายฐานลูกค้าใให้มากขึ้น พร้อมทั้งสร้างชื่อเสียง และการเป็นที่รู้จักเป็นวงกว้างจากความสำเร็จของการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพ

- รักษาความสามารถในการทำกำไร โดยมีการนำความคิดเห็นของลูกค้ามาปรับปรุง กระบวนการ และเพิ่มประสิทธิภาพการใให้บริการเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันอยู่อย่าง สม่าเสมอ

2.5 เป้าหมาย

บริษัท อ็อกเทฟ ใได้มีการตั้งเป้าหมายในการดำเนินการใไว้ 3 ระยะดังต่อไปนี้

2.5.1 เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)

2.5.1.1 สร้างการรับรู้ถึงคุณค่าและประโยชน์ของรองเท้า Octave โดย ผ่านการประชาสัมพันธ์ และแผนการตลาดต่างๆ ของบริษัท

2.5.1.2 บริหารตราสินค้าและตัวสินค้าของทางบริษัท ใให้เป็นที่รู้จักมาก ขึ้นผ่านแผนการตลาดของบริษัท

2.5.1.3 สร้างกระแสใให้ผู้ป่วยโรคเบาหวานหันมาใใส่ใจดูแลสุขภาพเท้า มากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้ป่วยตระหนักถึงความสำคัญของรองเท้าใที่เหมาะสมกับผู้ป่วย

2.5.1.4 ประมาณการยอดขายในปีแรก 1,680 คู่

2.5.2 เป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 2-3)

2.5.2.1 สร้างยอดขายให้เติบโตอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 10 ต่อปี

2.5.2.2 ขยายสาขา เพิ่มพื้นที่ในการจัดจำหน่ายสินค้า ให้มีความครอบคลุมพื้นที่ทั่วกรุงเทพฯ มากยิ่งขึ้น

2.5.2.3 พัฒนารูปแบบของรองเท้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น

2.5.3 เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 4-5)

2.5.3.1 สร้างยอดขายให้เติบโตอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 15 ต่อปี

2.5.3.2 จัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิม และสร้างฐานลูกค้าใหม่ให้รู้จัก และเข้ามาใช้บริการสินค้าของทางบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

2.5.3.3 พัฒนารูปแบบรองเท้าเพื่อให้ตอบรับกับลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ เพิ่มขึ้น เช่น ผู้ป่วยที่มีภาวะเท้าผิดปกติ ซึ่งผู้ป่วยกลุ่มนี้หาซื้อรองเท้าที่เหมาะสมได้ยาก รองเท้าทั่วไปอาจจะไปกดทับกับบริเวณที่ผิดปกติ ทำให้เกิดอาการบวมอักเสบ เพิ่มขึ้นได้

2.6 รูปแบบธุรกิจ และรายละเอียดของบริการ

บริษัท อีออกเทฟ ให้บริการวัดขนาดเท้าของผู้ป่วยแต่ละราย แล้วนำมาผลิตเป็นรองเท้า สำหรับผู้ป่วยที่มีความเฉพาะเจาะจงกับผู้ป่วย ในช่วงแรกจะให้บริการในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นหลัก โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

2.6.1 การวัดขนาดเท้า

รูปแบบของการวัดขนาดเท้าจะแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบตามช่องทางการเข้าถึงลูกค้าคือ

2.6.1.1 บริการวัดขนาดเท้าที่บ้านของลูกค้า หรือตามบูทต่างๆที่บริษัท ไปออก บริษัทจะใช้เครื่อง Isense ในการสแกนเท้าของผู้ป่วย โดยที่เครื่องสแกน Isense สามารถเชื่อมต่อกับไอแพด แล้วนำมาสแกนเท้าของผู้ป่วยได้ มีข้อดีคือ สามารถพกพาได้สะดวก รองรับบริการลูกค้าถึงที่บ้านของลูกค้าได้



รูปภาพ 2.2 แสดง เครื่องสแกน Isense และภาพตัวอย่างการสแกนเท้า

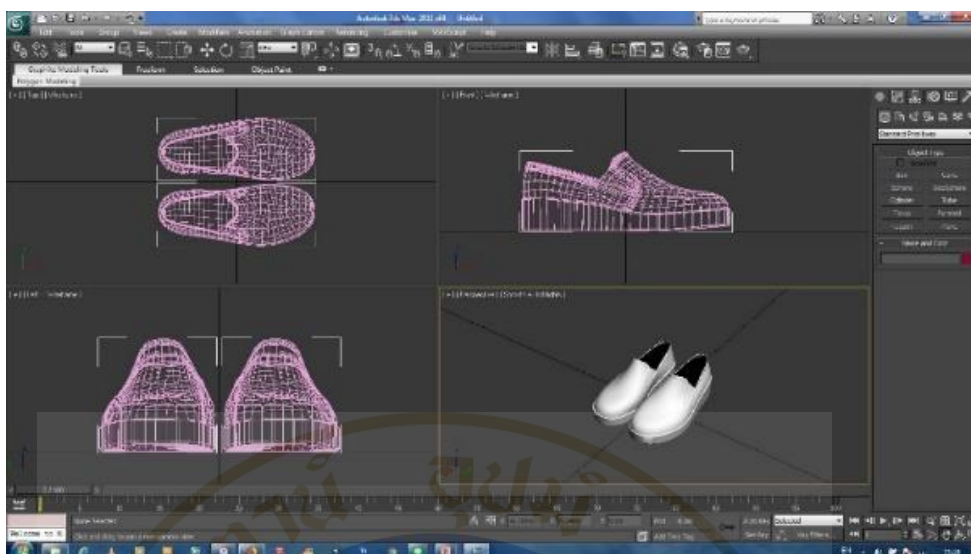
2.6.1.2 บริการวัดขนาดเท้าที่หน้าร้านของบริษัท หรือ ตามร้านขายยาที่บริษัทได้ทำการติดต่อไว้ บริษัทจะใช้เครื่อง Kiosk ในการสแกนเท้าของผู้ป่วย ให้ผู้ป่วยสามารถมาสแกนเท้ากับตู้นี้และทำการเลือกรูปแบบรองเท้า พร้อมกับสั่งซื้อได้ภายในทีเดียว โดยผู้เหล่านี้จะกระจายไปตามร้านขายยาที่เป็นคู่ค้า เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการ



รูปภาพ 2.3 แสดงตัวอย่างตู้ Kiosk ของทางบริษัท

2.6.2 การออกแบบรองเท้า

หลังจากที่บริษัทได้รับไฟล์การสแกนเท้าของลูกค้าแล้ว บริษัทจะทำการออกแบบรองเท้าที่มีขนาดที่เหมาะสมให้แก่ลูกค้าแต่ละราย ผ่านโปรแกรม 3DsMax โดยทางบริษัทจะเก็บรวบรวมข้อมูลเท้าของผู้ป่วยโรคเบาหวานเอาไว้ แล้วทำหน้าที่ในการวิเคราะห์หาว่าผู้ป่วยแต่ละรายต้องการรองเท้ารูปแบบไหน เพื่อพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้สอดคล้องกับการใช้งานของผู้ป่วย



รูปภาพ 2.4 แสดงการออกแบบรองเท้าผ่าน โปรแกรม 3DsMax

2.6.3 การผลิตรองเท้า

บริษัท อ็อกเทฟ เลือกใช้เทคโนโลยีเครื่องพิมพ์ 3 มิติในการผลิต โดยเลือกเทคนิค Fused deposition modeling (FDM) หรือการพิมพ์แบบใช้หัวฉีดในการผลิต เทคโนโลยีการพิมพ์แบบใช้หัวฉีดนี้ทำงานโดยใช้เส้นใยพลาสติกหรือลวดโลหะ และส่งผ่านวัสดุนี้ไปยังหัวฉีดที่สามารถเปิดปิดการไหลได้ หัวฉีดนี้จะมีความร้อนเพียงพอที่จะหลอมละลายวัสดุและเคลื่อนย้ายได้ ทั้งทิศทางแนวนอนและแนวตั้ง โดยกลไกการควบคุมตัวเลขที่ควบคุมโดยตรงจากโปรแกรม Computer-aided manufacturing (CAM) วัสดุจะถูกผลิตขึ้น โดยที่หัวฉีดจะพ่นวัสดุคิบที่ละลายออกมาเป็นชั้นๆ โดยวัสดุที่ถูกพ่นออกมาจากหัวฉีดนั้นจะแข็งตัวทันที โดยจะนำไฟล์ที่ได้จากการออกแบบผ่านโปรแกรม 3DsMax ส่งเข้าไปที่เครื่องพิมพ์ 3 มิติ เพื่อพิมพ์รองเท้าออกมา ซึ่งในกระบวนการผลิตบริษัทได้นำเอาเส้นใยชนิดพิเศษคือ Purement เข้ามาใช้ในการผลิตรองเท้า ซึ่งเป็นเส้นใยที่ออกแบบมาเป็นพิเศษสามารถป้องกันเชื้อแบคทีเรียได้ ทำให้มั่นใจได้ว่ารองเท้าสามารถป้องกันการติดเชื้อที่แผลของผู้ป่วยเพิ่มเติมได้ และเป็นรองเท้าที่สะอาดปลอดภัยแก่ลูกค้าของบริษัท



รูปภาพ 2.5 แสดงเส้นใย Purement ที่จะใช้ในการผลิตรองเท้า



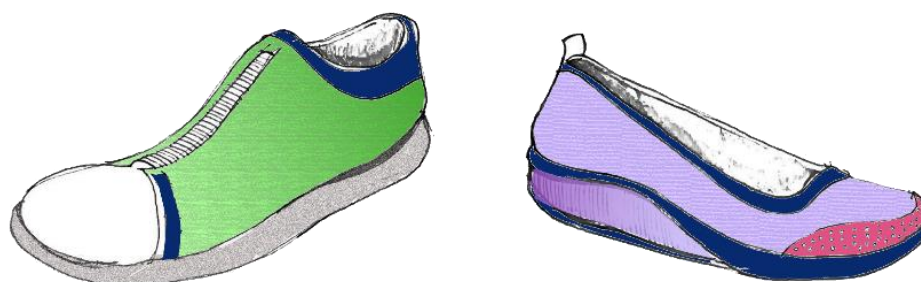
รูปภาพ 2.6 แสดงเครื่องพิมพ์ 3 มิติ และตัวอย่างรองเท้าที่พิมพ์จากเครื่องพิมพ์ 3 มิติ

2.6.4 การจัดส่งรองเท้า

หลังจากการะบวนการผลิตเสร็จสิ้นแล้ว ก็จะเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าและจัดส่งรองเท้าให้กับลูกค้า โดยที่บริษัทจะจัดส่งสินค้าผ่านบริการขนส่งของเอกชน Kerry Express ที่สามารถตรวจสอบติดตามสถานะในการส่งสินค้าได้

โดยสินค้าของทางบริษัทในระยะแรกจะแบ่งออกเป็น 3 รุ่นคือ

1. รุ่น Signature เป็นรุ่นที่เน้นการสวมใส่สบาย เป็นรองเท้าลำลอง ไม่เป็นทางการมากนัก ราคา 5,000 บาทต่อคู่



รูปภาพ 2.7 แสดงตัวอย่างรองเท้ารุ่น Signature

2. รุ่น Step plus เป็นรุ่นที่ออกแบบให้ดูเป็นทางการมากยิ่งขึ้น เหมาะกับการใส่ไปในทุกโอกาส ราคา 5,500 บาทต่อคู่



รูปภาพ 2.8 แสดงตัวอย่างรองเท้ารุ่น Step plus

3. รุ่น Unique เป็นรุ่นที่ให้ลูกค้าสามารถมีส่วนร่วมในการออกแบบได้ ไม่ว่าจะเป็นการเขียนข้อความลงบนรองเท้าหรือการเลือกสีส้นที่ลูกค้าต้องการเป็นพิเศษ ราคา 6,000 บาทต่อคู่



รูปภาพ 2.9 แสดงตัวอย่างรองเท้ารุ่น Unique

นอกจากการบริการวัดขนาดเท้าและผลิตรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานแล้ว บริษัท อ็อกเทฟ มีบริการดูแลรักษาซ่อมแซมรองเท้า บริการเปลี่ยนแผ่นรองเท้าให้เหมาะสมกับรูปเท้าของผู้ป่วยแต่ละราย โดยจะคิดค่าบริการครั้งละ 500 บาทในการเปลี่ยนแผ่นรองเท้า 1 คู่และบริการหลังการขายเพื่อให้ข้อมูลหรือตอบคำถามแก่ลูกค้าที่ใช้บริการ โดยบริษัท จะนำข้อมูลต่างๆ เหล่านี้มาพัฒนาคุณภาพการผลิตและการบริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

2.7 คุณค่าที่จะได้รับจากสินค้าและบริการ

1. รองเท้าขนาดเหมาะสมพอดี จากขั้นตอนการผลิตของบริษัท ที่มีการสแกนเท้าของผู้ป่วยทุกรายก่อนการผลิต ทำให้มั่นใจได้ว่า รองเท้าแต่ละคู่ที่ผลิตออกมาจะเหมาะสมพอดีกับผู้ป่วยแต่ละราย ไม่ว่าเท้าทั้ง 2 ข้างของผู้ป่วยจะไม่เท่ากันหรือมีรูปเท้าที่ต่างกัน

2. รองเท้าไร้รอยตะเข็บ จากการนำเทคโนโลยีการพิมพ์ 3 มิติเข้ามาใช้ ทำให้กระบวนการผลิตแตกต่างออกไปจากการผลิตรองเท้ารูปแบบเดิมทั่วไป กล่าวคือ การผลิตรองเท้ารูปแบบเดิม มักใช้กระบวนการตัดเย็บชิ้นส่วนต่างๆเข้าด้วยกัน ประกอบเป็นรองเท้า 1 คู่ทำให้มักมีรอยตะเข็บที่แข็งไปเสียดสีกับเท้าของผู้ป่วย ซึ่งจะแตกต่างกับการผลิตโดยการพิมพ์ 3 มิติ ที่ใช้การขึ้นรูปรองเท้าขึ้นมาเป็นชิ้นๆ จนได้รองเท้าที่สมบูรณ์ออกมา 1 คู่ ซึ่งจะไม่มีการมีรอยตะเข็บจากการผลิต ทำให้ผู้ป่วยมั่นใจได้ว่าจะไม่เกิดการเสียดสีของเท้ากับรอยตะเข็บภายในรองเท้าอีกต่อไป

3. ป้องกันแบคทีเรีย ทางบริษัทฯ ได้นำเอาเส้นใยชนิดพิเศษคือ Purement เข้ามาใช้ในการผลิตรองเท้า ซึ่งเป็นเส้นใยที่ออกแบบมาเป็นพิเศษสามารถป้องกันเชื้อแบคทีเรียได้ ทำให้มั่นใจ

ได้ว่ารองเท้าสามารถป้องกันการติดเชื้อที่แผลของผู้ป่วยเพิ่มเติมได้ และเป็นรองเท้าที่สะอาดปลอดภัยแก่ลูกค้าของบริษัท

4. แผ่นรองเท้าชนิดพิเศษ ที่ออกแบบมาตามสรีระเท้าของผู้ป่วย ไม่ว่าจะผู้ป่วยจะมีภาวะฝ่าเท้าแบนร่วมด้วย ก็มั่นใจได้ว่า แผ่นรองเท้านี้จะรองรับน้ำหนักได้ดี ช่วยลดแรงกระแทกเวลาเดินของผู้ป่วย ลดอาการปวดเท้า ปวดเข่าแก่ผู้ป่วยได้

5. การมีส่วนร่วม ผู้ป่วยสามารถมีส่วนร่วมในการออกแบบรองเท้าได้ ไม่ว่าจะเป็นการเขียนข้อความลงบนรองเท้า หรือเขียนชื่อของผู้ป่วยลงบนรองเท้าได้ สามารถเลือกสีส้นชนิดพิเศษที่ลูกค้าต้องการได้

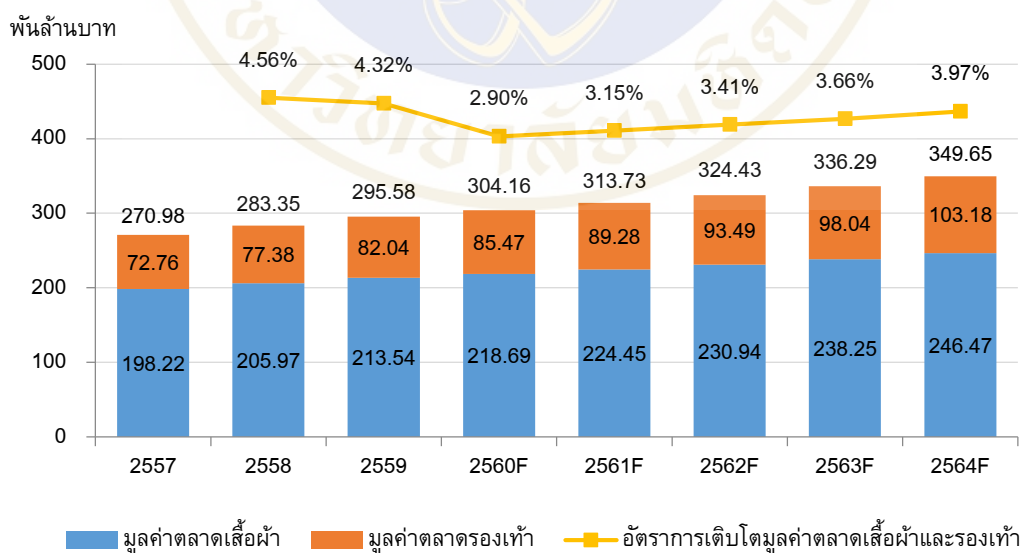


บทที่ 3

การวิเคราะห์โอกาส อุตสาหกรรม และตลาด

3.1 ขนาดตลาดและแนวโน้ม

ธุรกิจการผลิตรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน เป็นธุรกิจที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรม การผลิตรองเท้า ซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตที่เพิ่มขึ้นในทุกๆปี โดยเฉพาะกลุ่มของรองเท้าเพื่อสุขภาพ รองเท้ากีฬา และรองเท้าผ้าใบ โดยจากรายงานธุรกิจเสื้อผ้าและรองเท้าในประเทศไทยที่จัดทำโดย Euromonitor International ระบุว่าในปี 2559 อุตสาหกรรมเสื้อผ้าและรองเท้าในประเทศไทยมีมูลค่า ตลาดรวม 295,576.70 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ซึ่งมีมูลค่าตลาด 283,345.80 ล้านบาท คิดเป็น อัตราเติบโตร้อยละ 4.32 โดยปัจจัยที่ช่วยผลักดันอุตสาหกรรมเสื้อผ้าและรองเท้าในปี 2559 คือ กระแสของผู้บริโภคที่ตื่นตัวกับการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น



รูปภาพ 3.1 แสดงมูลค่าและแนวโน้มการเติบโตของตลาดรองเท้า

และเมื่อมองถึงกลุ่มเป้าหมายของทางบริษัทซึ่งก็คือผู้ป่วยโรคเบาหวาน พบว่า จากข้อมูลของสหพันธ์เบาหวานนานาชาติ (International Diabetes Federation, IDF) ในปี 2017 ประชากรของประเทศไทยในช่วงอายุ 18-99 ปี จะมีผู้ป่วยโรคเบาหวานอยู่ประมาณ 4.4 ล้านคน เท่ากับ 8.2% ของประชากรในช่วงอายุนี้ และคาดการณ์ว่า อัตราการเป็นโรคเบาหวานในประเทศไทยจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยมีการคาดการณ์จำนวนผู้ป่วยโรคเบาหวานในอีก 20 ปีข้างหน้า จะเพิ่มสูงถึง 5.2 ล้านคน

Country/territory	Adult population (18-99 years)	Diabetes cases (18-99 years)	Diabetes (18-99) national prevalence (%)	Diabetes age-adjusted (18-99) comparative prevalence (%)	Diabetes related death (18-99 years)	Cost per person with diabetes (USD)	Undiagnosed diabetes cases (18-99 years)	One in X adults has diabetes
Singapore	4703,638	642,043	13.6	10.7	6,384	3,404.71	346,562	7
Solomon Islands	331,928	43,790	13.2	17.8	361	171.81	23,382	8
Taiwan	19,261,138	2,183,905	11.3	8.9	-	-	934,711	9
Thailand	54,027,358	4,426,959	8.2	6.9	51,052	316.29	1,945,342	12
Timor L'Este*	628,396	34,154	5.4	6.7	455	116.39	18,237	18
Tokelau	0,848	212	25.0	25.3	-	-	113	4
Tonga	62,058	7,787	12.5	15.3	79	358.06	5,363	8

รูปภาพ 3.2 แสดงจำนวนผู้ป่วยโรคเบาหวานในประเทศไทย

3.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

3.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายกฎหมายของภาครัฐ (Political Factor)

รัฐบาลส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ในการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพผ่านทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) โดยการเร่งผลักดันส่งเสริมผลงานนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ขึ้นทะเบียนบัญชีนวัตกรรมกับสำนักงบประมาณ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างผลงานใหม่ๆ ที่เป็นสินค้านวัตกรรม ผ่านการจัดทำโครงการและกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ความรู้และคำปรึกษาแก่ผู้ผลิต รวมทั้งการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อผลักดันให้เกิดสินค้าที่มีคุณภาพ

3.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)

เศรษฐกิจของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยหนึ่งในธุรกิจที่ทำให้เกิดการเติบโตนั้นคือ ธุรกิจ Healthcare ของประเทศไทย ซึ่งมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการที่ภาครัฐและเอกชน ส่งเสริมผลักดันให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งใน Medical Hub of Asia ส่งผลให้กลุ่มคนไข้ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการดูแลรักษาสุขภาพในโรงพยาบาลกันมากขึ้น

3.2.3 ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม (Social Factor)

ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งผู้สูงอายุส่วนใหญ่มักจะเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรังโรคใดโรคหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็น โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคหลอดเลือดสมองและหัวใจ โรคไขมันในเลือดสูง เป็นต้น

ด้วย Life Style ของสังคมที่เปลี่ยนไป การบริโภคของหวานเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับร้านขนมหวานที่เกิดขึ้นมากมาย ทำให้ความเสี่ยงในการเกิดโรคเบาหวานให้กลุ่มบุคคลอายุยังน้อยเพิ่มมากยิ่งขึ้น

3.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological Factor)

ปัจจุบัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่รุดหน้าอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดเทคโนโลยีใหม่ๆ ขึ้นมามากมาย และเทคโนโลยีที่กำลังเป็นที่นิยมและกล่าวถึงในขณะนี้ก็คือ 3D Printing หรือการพิมพ์แบบ 3 มิติ ซึ่งเป็นการสร้างโมเดลเสมือนจริงหรือการขึ้นรูปชิ้นงานขึ้นมา โดยชิ้นงานที่ได้ จะมีความถูกต้องและแม่นยำสูง ไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงการประหยัดต่อขนาดการผลิตอีกต่อไป ทำให้สามารถสร้างสินค้าที่มีขนาดหรือมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ให้แก่ลูกค้าแต่ละคนได้

3.3 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)

สำหรับตลาดของบริษัท อ็อกเทฟ รองเท้าสำหรับผู้ป่วยเบาหวาน ถือเป็น Niche Market ดังนั้นการสร้างความสัมพันธ์และความประทับใจต่อตัวผลิตภัณฑ์จึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีผู้เล่นในตลาดนี้อยู่แล้ว แต่รองเท้าที่ขายโดยทั่วไปนั้น ยังพบว่าไม่ตอบโจทย์ผู้ป่วยโรคเบาหวาน เช่น ขนาดที่ตายตัวของรองเท้า รองเท้าทั่วไปถูกผลิตขึ้นรูปตามขนาดมาตรฐานต่างๆ ซึ่งในผู้ป่วยโรคเบาหวาน เท้าทั้ง 2 ข้าง อาจจะไม่เท่ากันจากอาการของโรค ทำให้หารองเท้าที่

เหมาะสมได้ยาก และรองเท้าทั่วไปใช้การตัดเย็บ ซึ่งจะมีรอยตะเข็บภายในค่อนข้างเยอะ อาจทำให้เกิดบาดแผลจากการเสียดสีของรองเท้ากับเท้าของผู้ป่วยได้

3.3.1 คู่แข่งทางตรง

คู่แข่งทางตรงของ อีอ็อกเทฟ รองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานคือ รองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานทั่วไปที่ขายในท้องตลาด มีดังต่อไปนี้

3.3.1.1 HS Shop จำหน่ายรองเท้างสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน โดยเฉพาะ โดยทำการขายผ่านหน้า Fanpage facebook เท่านั้น มีจุดเด่นที่ราคาเฉลี่ยต่อก่อนข้างต่ำ อยู่ที่คู่ละประมาณ 1,000 บาท ผลิตโดยการตัดเย็บ ขนาดของรองเท้าเป็นขนาดมาตรฐานทั่วไป และรองเท้ามีลักษณะปลายเปิด ทำให้อาจเกิดอุบัติเหตุทำให้บริเวณปลายเปิดนั้นเสี่ยงต่อการเกิดบาดแผลได้



รูปภาพ 3.3 แสดงรองเท้างสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานยี่ห้อ HS Shop

3.3.1.2 HMS จำหน่ายและผลิตรองเท้างสุขภาพ แผ่นรองเท้างสำเร็จรูป และ รองเท้างสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน ราคาเฉลี่ยต่อกู่ประมาณ 2,000-3,000 บาท ผลิตโดยการตัดเย็บ ขนาดของรองเท้าเป็นขนาดมาตรฐานทั่วไป ข้อดีคือมีแผ่นรองเท้างที่ออกแบบเป็นพิเศษ ทำให้อรองรับน้ำหนักได้ดี



รูปภาพ 3.4 แสดงรองเท้างสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานยี่ห้อ HMS

3.3.1.3 Pumpfoot จำหน่ายรองเท้าเพื่อสุขภาพ สำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน และรองเท้าสำหรับสตรีที่กำลังตั้งครรภ์ โดยทำการขายผ่านหน้าเว็บไซต์ ของร้านค้า มีจุดเด่นคือ มีขั้นตอนการวัดขนาดเท้าของผู้ป่วยก่อน แล้วทำการตัดรองเท้าออกมาเฉพาะบุคคล ราคาต่อคู่ ประมาณ 3,000-4,000 บาท ผลิตโดยการตัดเย็บ และรองเท้ามีลักษณะปลายเปิด ทำให้อาจเกิดอุบัติเหตุทำให้บริเวณปลายเปิดนั้นเสี่ยงต่อการเกิดบาดแผล



รูปภาพ 3.5 แสดงรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานยี่ห้อ Pumpfoot

3.3.1.4 Talon จำหน่ายรองเท้าเพื่อสุขภาพ เน้นความนุ่มสบายของรองเท้า เป็นหลักราคาต่อคู่ประมาณ 5,000-6,000 บาท ผลิตโดยการตัดเย็บ ขนาดของรองเท้าเป็นขนาดมาตรฐานทั่วไป รองเท้ามีลักษณะปลายเปิด ทำให้อาจเกิดอุบัติเหตุทำให้บริเวณปลายเปิดนั้นเสี่ยงต่อการเกิดบาดแผลได้



รูปภาพ 3.6 แสดงรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานยี่ห้อ Talon

โดยเมื่อเปรียบเทียบคุณสมบัติของรองเท้า อีกรเทพ กับ รองเท้าของกลุ่มทางตรง เป็นดังต่อไปนี้

ตาราง 3.1 แสดงการเปรียบเทียบคุณสมบัติของรองเท้าของบริษัทกับคู่แข่ง

ยี่ห้อ	Octave	HS Shop	HMS	Pumpfoot	Talon
ราคา (บาท)	5,000-6,000	1,000-2,000	2,000-3,000	3,000-4,000	5,000-6,000
ผลิตโดย	การพิมพ์ 3 มิติ	การตัดเย็บ	การตัดเย็บ	การตัดเย็บ	การตัดเย็บ
ขนาด	เฉพาะบุคคล	มาตรฐาน	มาตรฐาน	เฉพาะบุคคล	มาตรฐาน
คุณสมบัติ					
สวมใส่สบาย	✓	✓	✓	✓	✓
รองรับน้ำหนัก	✓	✓	✓	✓	✓
ขนาดพอดี	✓	-	-	✓	-
ไร้รอยตะเข็บ	✓	-	-	-	-
ป้องกันแบคทีเรีย	✓	-	-	-	-

3.3.2 คู่แข่งทางอ้อม

คู่แข่งทางอ้อมของบริษัทคือ ร้านขายรองเท้าเพื่อสุขภาพทั่วไปในตลาด ซึ่งลูกค้าสามารถนำมาทดแทนกับสินค้าของทางบริษัทฯ ได้ แต่จะมีข้อเสียคือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้รับการออกแบบให้เหมาะสมกับผู้ป่วยโรคเบาหวานโดยเฉพาะ ทำให้ไม่เหมาะสมเมื่อผู้ป่วยโรคเบาหวานนำมาใช้งาน โดยคู่แข่งทางอ้อม

3.3.2.1 Fitflop จำหน่ายรองเท้าสุขภาพทั่วไป มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์สูง ทั้งรูปแบบการดีไซน์ ขนาด สี ของรองเท้า ราคาต่อคู่ประมาณ 4,000-5,000 บาท จำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป และทางช่องทาง Online ต่างๆ ผลิตโดยการตัดเย็บ ขนาดของรองเท้าเป็นขนาดมาตรฐานทั่วไป และรองเท้ามีลักษณะปลายเปิด ทำให้อาจเกิดอุบัติเหตุทำให้บริเวณปลายเปิดนั้นเสี่ยงต่อการเกิดบาดแผลได้



รูปภาพ 3.7 แสดงรองเท้าเพื่อสุขภาพยี่ห้อ Fitflop

3.3.2.2 Skechers จำหน่ายรองเท้าสุขภาพทั่วไป มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์สูง ทั้งรูปแบบการดีไซน์ ขนาด สี ของรองเท้า โดยเน้นไปที่รองเท้าผ้าใบเป็นหลัก ราคาต่อคู่ประมาณ 3,000-4,000 บาท จำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป และทางช่องทาง Online ต่างๆ ผลิตโดยการตัดเย็บ ขนาดของรองเท้าเป็นขนาดมาตรฐานทั่วไป

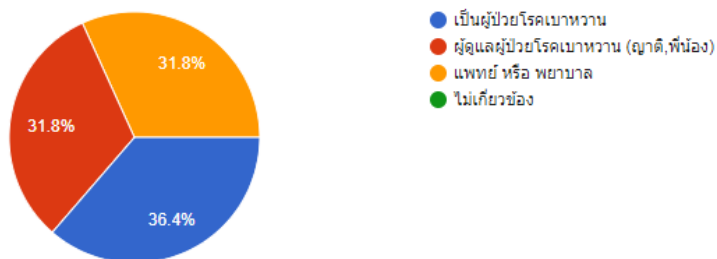


รูปภาพ 3.8 แสดงรองเท้าเพื่อสุขภาพยี่ห้อ Skechers

3.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

จากการสำรวจพฤติกรรมของผู้ป่วยโรคเบาหวานเกี่ยวกับการดูแลรักษาเท้า โดยได้ทำการสำรวจในรูปแบบของแบบสอบถามและการพูดคุยกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยโรคเบาหวาน ไม่ว่าจะเป็น ตัวผู้ป่วยโรคเบาหวานเอง ผู้ดูแลผู้ป่วยโรคเบาหวาน (ญาติพี่น้อง), แพทย์หรือพยาบาลที่เกี่ยวข้อง ได้ข้อมูลดังต่อไปนี้

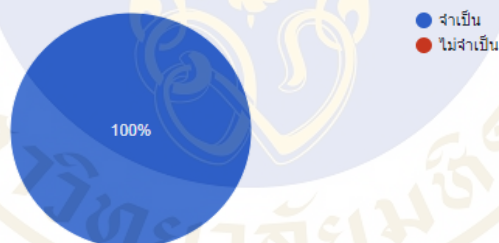
ท่านมีความเกี่ยวข้องกับผู้ป่วยโรคเบาหวานหรือไม่



รูปภาพ 3.9 แสดงความเกี่ยวข้องกับผู้ป่วยโรคเบาหวานในการตอบแบบสอบถาม

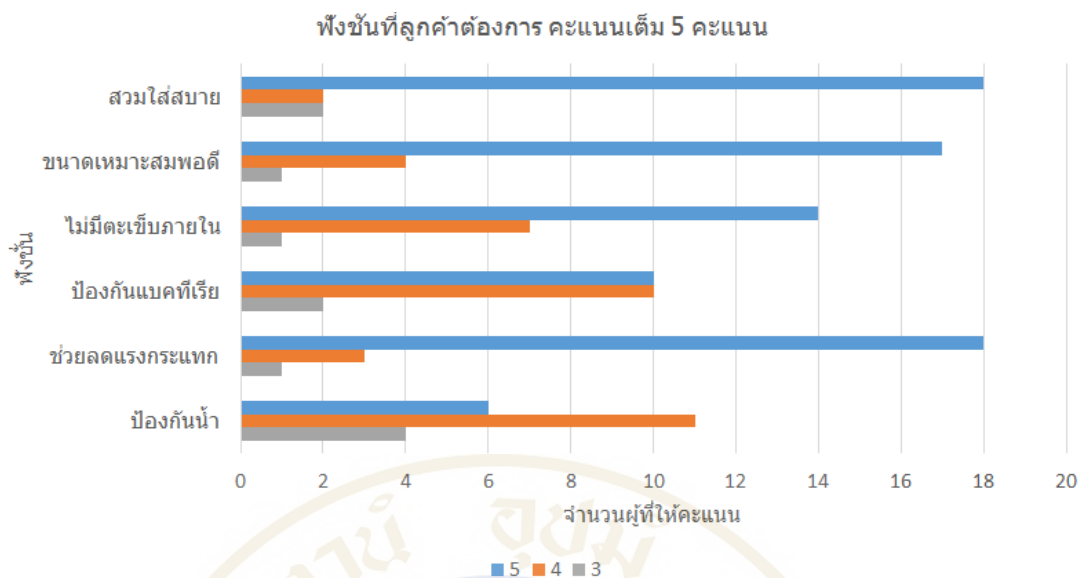
ในภาพรวมผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยโรคเบาหวานทุกคน รับรู้ถึงอันตรายของโรคแทรกซ้อนที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเท้าในผู้ป่วยโรคเบาหวาน และคิดว่าผู้ป่วยโรคเบาหวานควรมีรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโดยเฉพาะ

ท่านคิดว่า ผู้ป่วยโรคเบาหวาน ต้องการรองเท้าที่ผลิตขึ้นมาสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานโดยเฉพาะหรือไม่



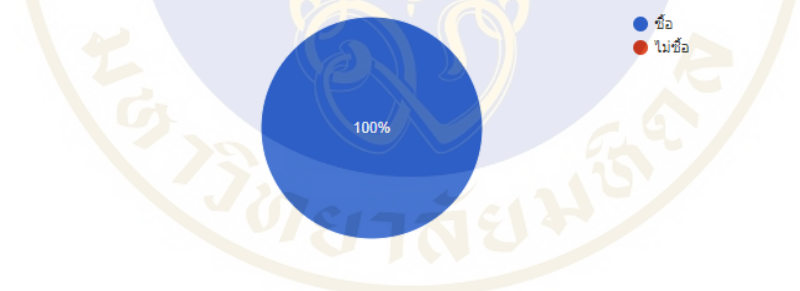
รูปภาพ 3.10 แสดงความจำเป็นที่จะต้องใช้รองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานในการตอบแบบสอบถาม

โดยฟังก์ชันที่ลูกค้าต้องการมากที่สุดคือ เป็นรองเท้าที่สวมใส่สบาย ขนาดพอดี กับเท้าของผู้ป่วย สามารถลดแรงกระแทก และไม่มีรอยตะเข็บภายในลดการเสียดสีกับเท้าของผู้ป่วย



รูปภาพ 3.11 แสดงฟังก์ชันของรองเท้าที่ลูกค้าต้องการ

เมื่อสอบถามถึงความต้องการของผู้ป่วย ถ้ามีรองเท้าสำหรับโรคเบาหวานผลิตออกมาจริงๆ ราคา 5,000-6,000 บาท และมีคุณสมบัติตามที่ บริษัท Octave กล่าวไว้ กลุ่มผู้ป่วยเหล่านี้จะซื้อมาใช้บริการหรือไม่ ได้ผลว่าผู้ป่วยทุกรายยินดีที่จะซื้อมาใช้บริการ



รูปภาพ 3.12 แสดงความยินดีที่จะซื้อรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน

ซึ่งจากข้อมูลการวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ค่าใช้จ่ายหลักของกลุ่มผู้สูงอายุจากการสำรวจเมื่อปี 2557 ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พบว่า ค่าใช้จ่ายของผู้สูงอายุแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นอาหาร เครื่องดื่ม สุขภาพ เครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ สินค้าดูแลร่างกายและผิวพรรณ เป็นต้น และค่าใช้จ่ายอีกกลุ่มหนึ่งคือ ค่าใช้จ่ายด้านสันทนาการ เพื่อความผ่อนคลายต่างๆ เช่น การซื้อทัวร์ท่องเที่ยว เป็นต้น โดยพบว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีกำลังในการใช้จ่ายสินค้าสูง รายได้เฉลี่ย 3 แสนบาทต่อปี มีอัตราส่วนคิดเป็นร้อยละ 4.0 ของจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมดหรือประมาณ 5 แสนคนในประเทศ

ไทย โดยจะเลือกสินค้าจากคุณภาพ และ ประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ตามในกลุ่มของผู้ที่มีรายได้นั้น การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุส่วนหนึ่งจะมาจากผู้ดูแลเป็นหลัก เช่น บุตรหลาน ซึ่งบุตรหลานถือเป็นแหล่งรายได้หลักของผู้สูงอายุ ดังนั้นการที่บริษัทจะนำเสนอสินค้าและบริการให้กับกลุ่มบุคคลเหล่านี้ ต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของบุตรหลานซึ่งเป็นคนตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าให้กับกลุ่มผู้สูงอายุเหล่านี้

3.5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด บริษัทใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่ามีโอกาสทางการตลาดที่น่าสนใจในการลงทุน โดยมีปัจจัยสนับสนุน ดังนี้

3.3.1 จุดแข็ง (Strengths)

รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากท้องตลาด รองเท้า Octave เป็นรองเท้าที่ ต้องสแกนเท้าของผู้ป่วยก่อน แล้วจึงผลิต ทำให้ได้รองเท้าที่มีขนาดเหมาะสมพอดีกับเท้าผู้ป่วย ไม่ว่าจะเท้าทั้ง 2 ข้างของผู้ป่วยจะเท่ากันหรือไม่เท่ากันก็ตาม รองเท้าที่ได้ จะไม่มีตะเข็บภายใน ลดโอกาสในการเกิดบาดแผลบนเท้าของผู้ป่วยได้

เทคโนโลยี รองเท้า Octave ใช้เทคโนโลยี เครื่องพิมพ์ 3 มิติ ในการผลิต ซึ่งยังไม่มีคู่แข่งรายใดในตลาดที่ใช้เทคโนโลยีนี้ในการผลิต รองเท้าที่ได้จะขึ้นรูปออกมาเป็นชิ้นงานเดียวซึ่งไม่มีรอยตะเข็บภายใน ช่วยลดการเสียดสีระหว่างเท้าของผู้ป่วยกับรอยตะเข็บได้

รองเท้า Octave ใช้วัสดุชนิดพิเศษในการผลิตคือ เส้นใย Purement ซึ่งเป็นเส้นใยที่มีคุณสมบัติในการป้องกันเชื้อแบคทีเรียได้ สามารถป้องกันการติดเชื้อแบคทีเรียได้ในระดับหนึ่งช่วยลดโอกาสในการติดเชื้อของผู้ป่วย ในกรณีที่เท้าของผู้ป่วยมีแผลอยู่ก่อนหน้าการสวมใส่รองเท้า

3.3.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

เป็นตราสินค้าใหม่ในท้องตลาด เนื่องจากเป็นตราสินค้าใหม่ที่เพิ่งเข้าสู่ตลาด ทำให้อาจจะยังไม่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปได้ อาจจะเสียเปรียบในการทำการตลาดเมื่อต้องแข่งขันกับตราสินค้าอื่นๆ ต้องใช้งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก และงบทางด้านการตลาดที่สูง

ระยะเวลาในการผลิต เนื่องจากขั้นตอนการผลิตสินค้าของบริษัท Octave ก่อนข้าง ซับซ้อน ตัวรองเท้าไม่สามารถหาซื้อได้ในทันที ต้องทำการสแกนเท้าของลูกค้าก่อน หลังจากนั้น ต้องทำการออกแบบ พิมพ์ 3 มิติ และจัดส่ง จึงอาจจะใช้เวลานานกว่าสินค้าจะถึงมือลูกค้า

3.5.3 โอกาส (Opportunities)

แนวโน้มจำนวนผู้ป่วยโรคเบาหวาน พบว่าจำนวนผู้ป่วยโรคเบาหวาน มีอัตราเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในทุกๆปี และยังมีความเสี่ยงในการเกิดโรคเบาหวานที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเกิดจากการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปของสังคมเมือง การบริโภคอาหารที่มีความหวานเพิ่มมากขึ้น

รัฐบาลส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ในการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพผ่านทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) โดยการเร่งผลักดันส่งเสริมผลงานนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ขึ้นทะเบียนบัญชีนวัตกรรมกับสำนักงานงบประมาณ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างผลงานใหม่ๆ ที่เป็นสินค้านวัตกรรม ผ่านการจัดทำโครงการและกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ความรู้และคำปรึกษาแก่ผู้ผลิต รวมทั้งการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อผลักดันให้เกิดสินค้าที่มีคุณภาพ

3.5.4 อุปสรรค (Threats)

สินค้าทดแทน รองเท้าที่วางขายทั่วไป มีให้เลือกมากมาย หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะ เป็น รองเท้าหนัง รองเท้าผ้าใบ รองเท้ากีฬา รองเท้าแตะ ซึ่งในท้องตลาดมีหลายยี่ห้อ หลายระดับราคา ซึ่งลูกค้าสามารถซื้อสินค้าเหล่านี้มาทดแทน ได้ทั้งสิ้น

3.6 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Analysis)

3.6.1 การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (Threat of New Entrants)

ตาราง 3.2 แสดงการวิเคราะห์กลุ่มคามของผู้เข้ามาใหม่

ปัจจัย	เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง	ผลการวิเคราะห์
ปริมาณเงินลงทุน	อุตสาหกรรมรองเท้า เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องจักรเป็นจำนวนมาก ทำให้การลงทุนเข้ามาทำธุรกิจนั้น ไม่ใช่เรื่องยาก ใช้จำนวนเงินลงทุนที่ไม่มากนักก็สามารถเข้าสู่อุตสาหกรรมนี้ได้	ด้านลบ

3.6.2 อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier)

ตาราง 3.3 แสดงการวิเคราะห์อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์

ปัจจัย	เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง	ผลการวิเคราะห์
ความหลากหลายของ Suppliers	เนื่องจากในตลาดมี Supplier ให้เลือกหลายเจ้า ทำให้ผู้ผลิตสามารถเปลี่ยนไปซื้อกับเจ้าอื่นที่มีข้อเสนอที่ดีกว่าได้	ด้านบวก
ปริมาณการสั่งซื้อในแต่ละครั้ง	จากการที่มี Supplier หลายเจ้าในการผลิตวัตถุดิบ และการสั่งซื้อปัจจัยการผลิตในแต่ละครั้ง จะสั่งซื้อทีละมากๆ ทำให้ผู้ผลิตสามารถต่อรองเรื่องราคากับผู้ขายปัจจัยการผลิตได้	ด้านบวก

3.6.3 สินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)

ตาราง 3.4 แสดงการวิเคราะห์สินค้าทดแทน

ปัจจัย	เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง	ผลการวิเคราะห์
ความหลากหลายของสินค้า	รองเท้าที่วางขายทั่วไป มีให้เลือกมากมาย หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น รองเท้านั่ง รองเท้าผ้าใบ รองเท้ากีฬา รองเท้าแตะ ซึ่งในท้องตลาดมีหลายยี่ห้อ หลายระดับราคา ซึ่งลูกค้าสามารถซื้อสินค้าเหล่านี้มาทดแทนได้ทั้งสิ้น	ด้านลบ

3.6.4 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyer)

ตาราง 3.5 แสดงการวิเคราะห์อำนาจต่อรองของลูกค้า

ปัจจัย	เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง	ผลการวิเคราะห์
ความหลากหลายของร้านค้า	เนื่องจากในตลาดมีร้านขายรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานให้เลือกค่อนข้างมาก ทำให้ลูกค้าสามารถสลับสับเปลี่ยนไปใช้รองเท้ายี่ห้ออื่นได้โดยง่าย	ด้านลบ

3.6.5. การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)

ตาราง 3.6 แสดงการวิเคราะห์การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ปัจจัย	เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง	ผลการวิเคราะห์
สภาพตลาดและการแข่งขัน	อุตสาหกรรมรองเท้า เป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง มีจำนวนคู่แข่งเป็นจำนวนมาก โดยกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดคือ กลุ่มรองเท้าผ้าใบแบรนด์เนม เช่น Nike และ Adidas ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดไปกว่า 40% ของมูลค่าตลาดรวม และยังมีกลุ่มรองเท้าแฟชั่นต่างๆอีกมากมาย	ด้านลบ

สรุปการวิเคราะห์ธุรกิจด้วยเครื่องมือแรงกดดัน 5 ประการ (Five Forces Analysis)

ตาราง 3.7 แสดงสรุปการวิเคราะห์ธุรกิจด้วยเครื่องมือแรงกดดัน 5 ประการ

ปัจจัย	ผลกระทบต่อธุรกิจรองเท้า Octave
การเข้าสู่ตลาดใหม่ของผู้แข่ง ปริมาณเงินลงทุนไม่สูงในการเข้าสู่อุตสาหกรรม	ด้านลบ
อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ มี Suppliers ที่ขายวัตถุดิบจำนวนมาก การสั่งซื้อวัตถุดิบแต่ละครั้ง ซื้อทีละมากๆ	ด้านบวก ด้านบวก
อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ความหลากหลายของร้านค้า	ด้านลบ
สินค้าทดแทน ความหลากหลายของสินค้า	ด้านลบ
สถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรม สภาพตลาดและการแข่งขันสูง	ด้านลบ

จากการวิเคราะห์ Five force พบว่า การแข่งขันในอุตสาหกรรมรองเท้ามีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ดังนั้น การที่จะทำให้ธุรกิจของ Octave อยู่ได้และประสบความสำเร็จ จึงจำเป็นที่จะต้องใช้กลยุทธ์คือ

Differentiation สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าของบริษัทฯ โดย Octave ได้นำเทคโนโลยีการสแกนรูปเท้าและขนาดฝ่าเท้า มาใช้ก่อนทำการผลิตรองเท้าแต่ละคู่ ดังนั้นจะได้ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างไปจากเดิมในตลาด และมีขนาดที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละรายเป็นอย่างดี

Niche market Octave เลือกที่จะทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าผู้ป่วยโรคเบาหวาน ซึ่งต้องการรองเท้าที่ออกแบบเป็นพิเศษ เพื่อขนาดที่เหมาะสมของผู้ป่วยแต่ละราย

บทที่ 4

แผนการตลาด

4.1 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goal)

บริษัท อ็อกเทฟ จะเป็นผู้ให้บริการวัดขนาดเท้าของผู้ป่วยโรคเบาหวาน และผลิต รองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน โดยวางแผนใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการสร้างความตระหนัก รับรู้ให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อให้เห็นความสำคัญของรองเท้าสำหรับโรคเบาหวาน และตัดสินใจ ใช้บริการกับบริษัท

4.2 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)

1. เพื่อให้บริษัทเป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้ป่วยโรคเบาหวานและบุคคลทั่วไป และ เมื่อต้องการรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน ต้องนึกถึงบริษัท อ็อกเทฟ เป็นแห่งแรก
2. เพื่อให้ผู้ป่วยโรคเบาหวานและผู้ที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญของรองเท้า สำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน
3. เพื่อเพิ่มยอดขายและกำไรให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

4.3 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customers)

การกำหนดลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ ใช้กลยุทธ์ในการเลือกกลุ่มเป้าหมาย (STP) โดยแบ่ง Segmentation ดังนี้

ด้านประชากรศาสตร์ : เพศชายและหญิง อายุระหว่าง 20-70 ปี ทุกเชื้อชาติ ศาสนา ทุก อาชีพ

ด้านภูมิภาค : กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล

ด้านจิตวิทยา : กลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจดูแลสุขภาพเท้าของตนเอง

ด้านพฤติกรรม : กลุ่มที่เลือกซื้อสินค้าโดยดูจาก คุณภาพและประโยชน์ที่จะได้รับเป็นหลัก โดยไม่สนใจว่าราคาถูกหรือแพง

ด้านอาการของโรค : กลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวาน และกลุ่มผู้ป่วยเท้าผิดปกติ
โดยบริษัท อีออกเทฟ จะดำเนินธุรกิจรูปแบบขายตรง

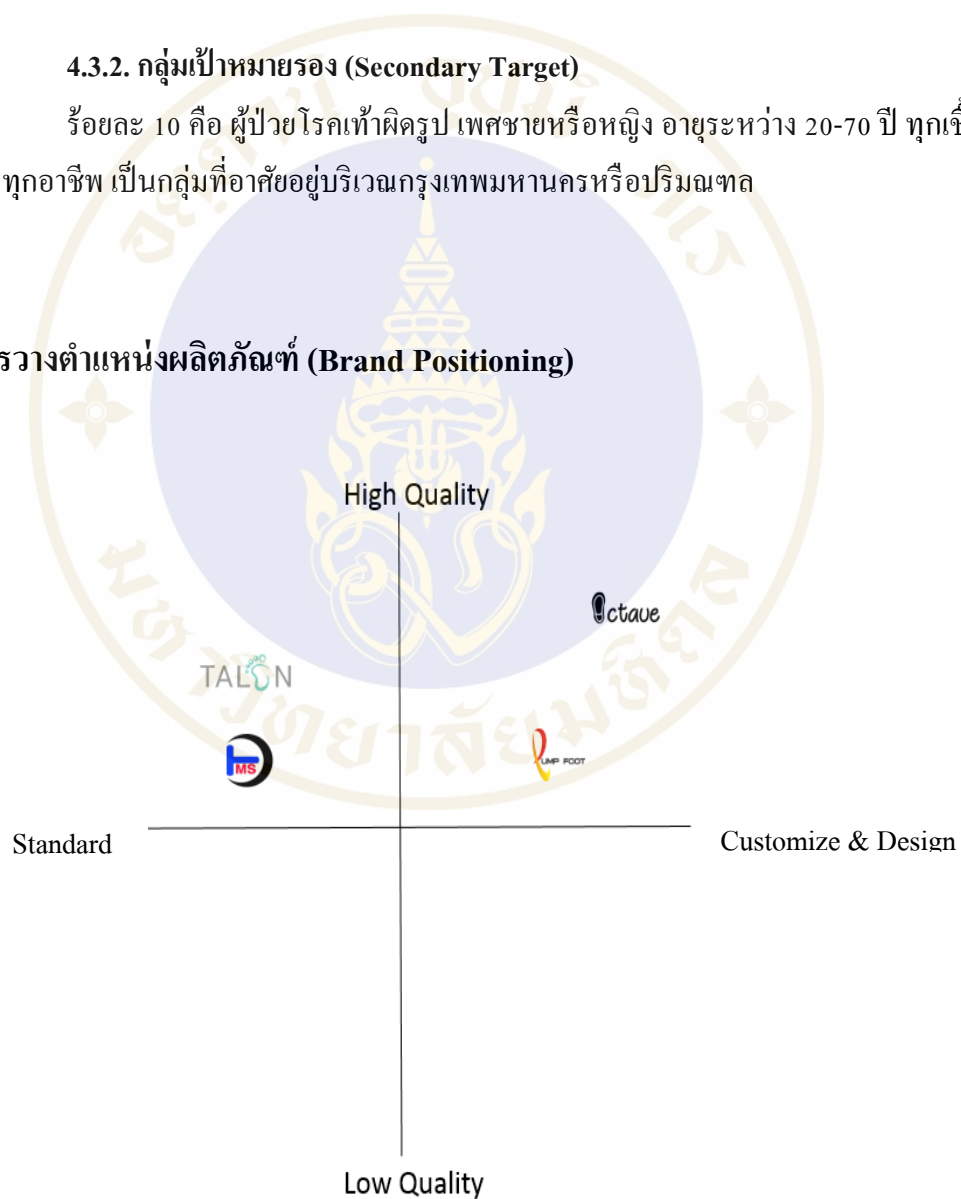
4.3.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)

ร้อยละ 90 คือ ผู้ป่วยโรคเบาหวาน เพศชายหรือหญิง อายุระหว่าง 20-70 ปี ทุกเชื้อชาติ ศาสนา ทุกอาชีพ เป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่บริเวณกรุงเทพมหานครหรือปริมณฑล มีความใส่ใจดูแล สุขภาพเท้าของตนเอง และเลือกซื้อสินค้าจากคุณภาพและประโยชน์ที่จะได้รับเป็นหลัก

4.3.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)

ร้อยละ 10 คือ ผู้ป่วยโรคเท้าผิดปกติ เพศชายหรือหญิง อายุระหว่าง 20-70 ปี ทุกเชื้อชาติ ศาสนา ทุกอาชีพ เป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่บริเวณกรุงเทพมหานครหรือปริมณฑล

4.4 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning)



รูปภาพ 4.1 แสดงตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจ

สำหรับ Positioning ของ Octave คือ รองเท้าที่มีคุณภาพสูง และขนาดที่พอดี เหมาะสมกับผู้ป่วยโรคเบาหวาน

4.5 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)

บริษัท อ็อกเทฟ ได้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดอันประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (IMC) ดังต่อไปนี้

4.5.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

Octave เป็นรองเท้าที่ออกแบบมาเป็นพิเศษสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน ใช้เทคโนโลยีการสแกนเท้าก่อนการผลิต และผลิตจากเทคโนโลยีการพิมพ์ 3 มิติ ซึ่งใช้วัสดุชนิดพิเศษในการพิมพ์ที่สามารถป้องกันเชื้อแบคทีเรียได้ ทำให้ออกมา ขนาดจะเหมาะสมพอดีกับผู้ป่วยแต่ละราย ช่วยลดปัญหาการเกิดแผลที่เท้าในผู้ป่วยโรคเบาหวานได้ โดยนอกจากการประสิทธิภาพในการใช้งานของรองเท้าแล้ว บริษัทยังคำนึงถึงรูปแบบของรองเท้าให้มีความทันสมัยอยู่อย่างสม่ำเสมอ บริษัทจะเน้นการออกแบบรองเท้าให้เข้ากับเทรนด์แฟชั่นในปัจจุบัน และออกแบบลวดลายของรองเท้ารูปแบบใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา โดยบริษัทตั้งเป้าไว้ว่า ในทุกๆเดือน ต้องมีรองเท้ารูปแบบใหม่มาให้ลูกค้าได้ทำการเลือกซื้อสินค้า เพื่อเป็นการเพิ่มตัวเลือกในการตัดสินใจให้ลูกค้า และจะเน้นไปที่รองเท้ารุ่น Unique ที่ลูกค้าได้มีส่วนร่วมเป็นพิเศษ เพราะเป็นรองเท้าที่มีความโดดเด่นเฉพาะเจาะจงไปในลูกค้าแต่ละราย

4.5.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

ในระยะแรก Octave จะออกแบบตัวสินค้าออกมาทั้งหมด 3 รุ่นดังต่อไปนี้

รุ่น Signature ราคา 5,000 บาท เป็นรองเท้าลำลอง ใส่ในวันสบายๆ ไม่เป็นทางการมาก

รุ่น Step plus ราคา 5,500 บาท เป็นรองเท้ารุ่นที่ดูเป็นทางการมากขึ้น เหมาะสำหรับการใส่ไปออกงานต่างๆ หรือใส่ในชีวิตประจำวันทั่วไป

รุ่น Unique ราคา 6,000 บาท เป็นรองเท้ารุ่นพิเศษที่ให้ลูกค้าสามารถมีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์กับทางบริษัทได้ ลูกค้าสามารถเลือกเขียนข้อความ หรือนำเอาลวดลายที่ลูกค้าต้องการใส่บนรองเท้า มาให้บริษัทพัฒนาเป็นรองเท้าสำหรับลูกค้าได้

ซึ่งรองเท้าทั้ง 3 รุ่นของ Octave มีคุณสมบัติที่โดดเด่นเหมือนกันทุกคู่ ดังนั้นลูกค้าจะมั่นใจได้ว่าสินค้าของบริษัทฯมีคุณภาพมาตรฐานทุกรูปแบบ

โดยที่รายได้หลักของทางบริษัท จะมาจากการขายรองเท้าเป็นหลัก ส่วนรายได้เสริมของทางบริษัทจะมาจากการบริการหลังการขาย บริการดูแลรักษารองเท้า ลูกค้าสามารถนำรองเท้าที่เสียหายหรือชำรุดมารับการบริการกับทางบริษัทได้ ไม่ว่าจะเป็นรองเท้ากีฬา รองเท้าแฟชั่น รองเท้าชำรุด ทางบริษัทยินดีที่จะให้บริการซ่อมแซมแก่ลูกค้า

4.5.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channel Strategy)

กลุ่มเป้าหมายของทางบริษัทคือผู้ป่วยโรคเบาหวานอายุ 20-70 ปี ดังนั้นบริษัทจึงเลือกช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เพื่อเป็นตัวเลือกให้กลุ่มเป้าหมายได้รับบริการอย่างสะดวกสบาย โดยช่องทางการเข้าถึงมีดังต่อไปนี้

4.5.3.1 หน้าร้านของทางบริษัท บริษัทมีการตั้งหน้าร้านอยู่ที่ บริเวณถนนพระราม 9 ซอย RCA แขวง บางกะปิ เขต ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการผ่านทางช่องทางนี้ได้ โดยจะมีตัวอย่างสินค้าให้ลูกค้าเลือกชม และทดลองใช้งาน พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่ลูกค้า

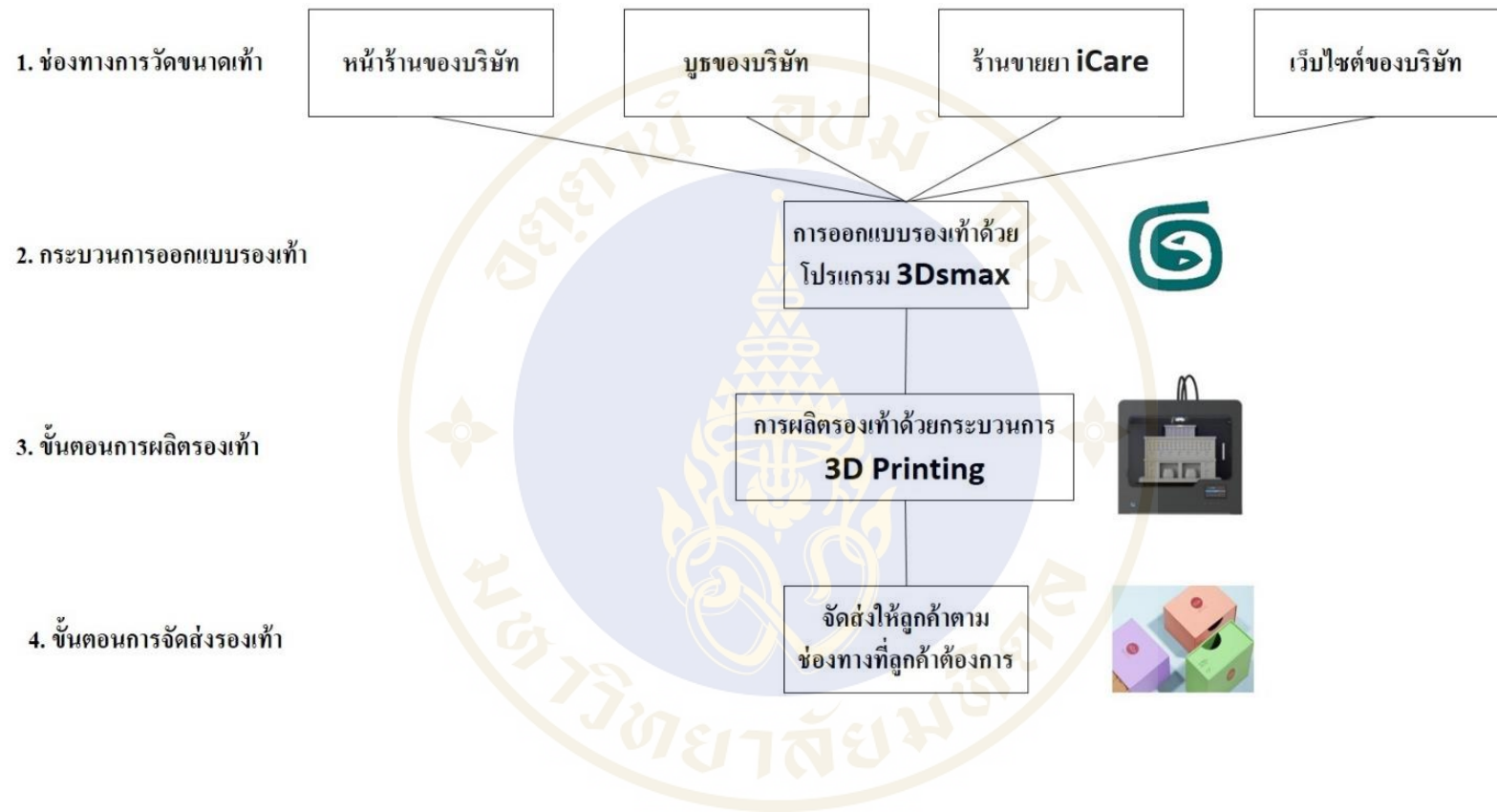
4.5.3.2 บุคลากรของทางบริษัท ภายในโรงพยาบาลต่างๆ ทางบริษัทจะมีกิจกรรมการออกบูธภายในโรงพยาบาลอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการสร้างความตระหนักรู้ถึงผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท และเป็นการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้เข้ามาใช้บริการกับบริษัทได้โดยง่าย โดยจะเน้นไปที่โรงพยาบาลเอกชนก่อน เช่น โรงพยาบาลสมิติเวช เป็นต้น

4.5.3.3 ร้านขายยา บริษัทจะทำการตั้ง ตู้ Kiosk ขนาดเล็กขึ้นภายในร้านขายยา เพื่อเป็นอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริษัทได้มากยิ่งขึ้น โดยในระยะแรกบริษัทจะทำการติดต่อไปที่ร้านขายยา iCare เพื่อทำสัญญาเป็น พาร์ทเนอร์ ในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน โดยบริษัทจะทำการไปตั้งตู้ Kiosk ที่ร้านขายยา iCare โดยบริษัทจะทำการฝากขายสินค้าเอาไว้โดยให้พนักงานของร้านขายยาเป็นผู้ขายสินค้าให้ โดยจะให้ค่าตอบแทนเป็นค่าคอมมิชชั่นแก่พนักงานเมื่อขายสินค้าได้ ในระยะแรกบริษัทจะทำการขายสินค้าภายในร้านขายยา iCare ทั้งหมด 3 สาขา ก่อนในปีแรก คือ สาขา เอกมัย, สุขุมวิท 51, และสาขาหลักของร้านขายยา iCare ที่พทุมณฑลสาย 2 และจะค่อยๆ ติดตั้งให้ครบทั้ง 8 สาขาของร้าน iCare ในปีถัดๆ ไป เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงบริษัทให้มากที่สุด โดยมีขั้นตอนในการขายสินค้าภายในร้านขายยา iCare ดังนี้ เมื่อลูกค้าเข้ามาในร้านขายยา พนักงานของร้านขายยาจะทำการแนะนำสินค้าของทางบริษัทให้ลูกค้า และถ้าลูกค้าสนใจสินค้าของบริษัท พนักงานของร้านขายยาจะให้คำแนะนำในการเลือกซื้อสินค้าให้กับลูกค้า และจะทำการวัดขนาดเท้าของลูกค้าโดยใช้เครื่องสแกนเท้าเพื่อให้ได้ขนาดที่แน่นอน จากนั้นพนักงานของร้านขายยา จะทำการส่งไฟล์ภาพการสแกนเท้าของลูกค้ามาให้กับทางบริษัทผ่าน

ช่องทางออนไลน์ให้กับบริษัท จากนั้นบริษัทจะทำการออกแบบรองเท้าให้กับลูกค้าตามรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ เพื่อทำการผลิตและทำการจัดส่งรองเท้าให้กับลูกค้า ตามช่องทางที่ลูกค้าเลือกรับสินค้าไว้ โดยสามารถรับสินค้าได้ที่ร้านขายยา หรือเลือกรับสินค้าที่บ้านของลูกค้าได้ ตามที่ลูกค้าต้องการ

4.5.3.4 เว็บไซต์ของทางบริษัท บริษัทจะจัดทำ เว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาการแทรกซ้อนที่สำคัญของโรคเบาหวาน และแนะนำการดูแลรักษาทำในผู้ป่วยโรคเบาหวาน รวมถึงมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทด้วย ถ้าลูกค้าสนใจ สามารถทำการสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ของทางบริษัทได้ทันที บริษัทฯ จะทำการจัดส่งทีมงานออกไปวัดขนาดเท้าของลูกค้าให้ถึงที่บ้าน





รูปภาพที่ 4.2 แสดงขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจ

4.5.4 กลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางตลาดแบบบูรณาการ (IMC Strategy)

Octave มีการกลยุทธ์ที่หลากหลายในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายของทางบริษัท ซึ่งมีช่องทางดังต่อไปนี้

4.5.4.1 การออกบูทตามงานต่างๆ

งบประมาณ 600,000 บาทต่อปี

รายละเอียด : บริษัทจะทำการออกบูทตามสถานที่ต่างๆดังต่อไปนี้

1. ภายในโรงพยาบาล เพื่อเป็นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของทางบริษัท ให้ได้รับรู้ถึงตราสินค้า และผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท
2. ภายในงานประชุมสมาคมโรคเบาหวานแห่งประเทศไทย เพื่อเป็นการให้แพทย์ที่ทำการดูแลรักษาผู้ป่วยอยู่ ได้รับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท และทำการบอกต่อให้กับผู้ป่วยที่อยู่ในความดูแลของตนเองได้ ทดลองใช้บริการ
3. ภายในร้านขายยา เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่ต้องมาซื้อยาที่ร้านขายยาอยู่แล้ว ได้รับบริการที่สะดวกสบายใกล้บ้านของลูกค้า

4.5.4.2 การจัดงานประชุมให้ความรู้

งบประมาณ 50,000 บาทต่อปี

รายละเอียด : เป็นการจัดงานประชุม เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ป่วยโรคเบาหวาน ให้เห็นถึงปัญหาอาการแทรกซ้อนที่สำคัญของผู้ป่วยโรคเบาหวาน ให้เห็นถึงผลดีของการดูแลรักษาเท้าอย่างถูกวิธี และผลเสียก็การละเลยไม่ใส่ใจดูแลเท้าในผู้ป่วยโรคเบาหวาน

4.5.4.3 Google Ad

งบประมาณ 20,000 บาทต่อปี

รายละเอียด : ทางร้านจะนำ Website ของทางบริษัท : www.octaveshoes.com ไปโฆษณาผ่าน google เพื่อให้เมื่อมีการหาข้อมูลรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน เว็บไซต์ของทางบริษัทจะได้ขึ้นมาเป็นหน้าแรก

4.5.4.4 Facebook, Line@

งบประมาณ 100,00 บาทต่อปี

รายละเอียด : ทางบริษัทจะทำการเปิด Account Facebook และ Line@ เพื่อเป็นการให้ข้อมูลความรู้แก่ลูกค้า และเป็นการสร้างการรับรู้ถึงตราสินค้าของทางบริษัท โดยบริษัทจะจ่ายค่าโฆษณาให้กับ Facebook เพื่อให้ Fanpage ของทางบริษัทไปถึงกลุ่มเป้าหมาย

4.5.4.5 Product presentation

งบประมาณ 50,000 บาทต่อปี

รายละเอียด : บริษัทจะนำสินค้าและบริการต่างๆ ไปให้ข้อมูล คุณสมบัติของสินค้าให้กับแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยโรคเบาหวาน เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ถึงตัวสินค้าให้กับบุคลากรทางการแพทย์ และเป็นการ โน้มน้ำวให้แพทย์คอยแนะนำสินค้าเหล่านี้ให้กับผู้ป่วยโรคเบาหวาน

4.5.4.6 แผ่นพับให้ความรู้

งบประมาณ 30,000 บาทต่อปี

รายละเอียด : บริษัทจะจัดทำแผ่นพับให้ความรู้ในการดูแลรักษาเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน เพื่อแจกจ่ายไปตามโรงพยาบาลต่างๆ รวมถึงร้านขายยา เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายของทางบริษัทได้เห็นถึงความสำคัญในการดูแลรักษาเท้า

4.5.4.7 Commission

งบประมาณ 100,000 บาทต่อปี

รายละเอียด : บริษัทจะมีการส่งเสริมการขายโดยให้ค่า Commission แก่พนักงานที่ขายสินค้าได้ โดยจะเน้นไปที่ช่องทางที่ทางร้านนำสินค้าไปฝากขายเช่น ช่องทางการขายผ่านร้านขายยา

โดยสามารถสรุปค่าใช้จ่ายในทางการตลาดได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงผลสรุปค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	หน่วย : บาท				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ออกบุตรตามงานต่างๆ	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
จัดงานประชุม ให้ความรู้	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
Google Ad	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
Facebook Line@	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
Product presentation	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
Offline แผ่นพับให้ความรู้	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
Commission	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ค่าเช่าบุตรตามร้านขายยา	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
รวม	860,000	860,000	860,000	860,000	860,000

ตารางที่ 4.2 แสดงกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจในปีแรก

กิจกรรม	ปีที่ 1											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Product design & Development	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เปิดร้านสาขาแรกและสร้างเว็บไซต์ของบริษัท		✓										
กระจายช่องทางการจัดจำหน่ายไปร้านขายยา iCare Pharmacy 3 สาขา		✓										
สร้างการรับรู้ของแบรนด์ให้แก่ลูกค้า ผ่านช่องทาง Online และ Offline		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ให้ความรู้และสร้างการรับรู้ในคุณค่าของผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มเป้าหมาย		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
จัด Event และออกบูธตามสถานที่ต่างๆ		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ติดต่อแพทย์ที่ดูแลผู้ป่วยโรคเบาหวานให้เป็น Influencer		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายของร้าน โดนครขยายสาขา												✓

บทที่ 5

แผนการดำเนินงาน

5.1 เป้าหมายของการดำเนินงาน

1. เพื่อวัดขนาดเท้าของผู้ป่วยโรคเบาหวาน ให้ได้ขนาดที่ถูกต้องและเหมาะสม
2. ผลิตรองเท้าที่มีคุณภาพสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน
3. เพื่อสร้างรายได้และกำไร ให้บริษัทเติบโตได้อย่างยั่งยืน
4. เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ใช้บริการ ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

5.2 การวางแผนในการดำเนินงาน

บริการของทางบริษัทจะเป็นบริการที่ต้องทำการออกบูธตามโรงพยาบาลต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของทางบริษัทเป็นหลัก แต่บริษัทก็จำเป็นที่จะต้องมีหน้าร้านเป็นของตัวเอง เพื่อทำการแสดงตัวอย่างสินค้า และให้ลูกค้าได้เข้ามาทดลองใช้บริการสินค้าของทางบริษัทรวมถึงการให้บริการปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับการดูแลรักษาเท้าและการให้คำแนะนำการเลือกใช้รองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน โดยพื้นที่จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนแยกตามชั้นคือ ชั้นที่ 1 เป็นโชว์รูมแสดงสินค้า และให้คำปรึกษาแนะนำ ชั้นที่ 2-3 เป็นออฟฟิศของทางบริษัท รับผิดชอบส่วนงานหลังบ้านต่างๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของทางบริษัท และชั้นที่ 4-5 จะเป็นส่วนของการออกแบบและการผลิต

บริษัทเลือกที่ตั้งสำนักงานที่บริเวณพระราม 9 ซอย RCA แขวง บางกะปิ เขต ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310 เป็นอาคารพาณิชย์ 5 ชั้น 2 คูหา ค่าเช่า 30,000 บาทต่อเดือน แต่บริษัทจะเช่าพื้นที่ร่วมกับบริษัท ชัวร์เทลส์ จำกัด เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย และรูปแบบการผลิตก็คล้ายคลึงกัน คือการใช้ เครื่องพิมพ์ 3 มิติในการผลิตเหมือนกัน โดยบริษัทเลือกทำเลแห่งนี้ สาเหตุจากใกล้กับโรงพยาบาล 2 แห่งคือ โรงพยาบาลพระราม 9 และ โรงพยาบาลปิยะเวท มีที่จอดรถ สะดวกสบาย ใกล้กับ MRT สถานีพระราม 9 และแอร์พอร์ตลิงค์



รูปภาพ 5.1 แสดงตำแหน่งที่ตั้งของหน้าร้านและออฟฟิศของบริษัท อ็อกเทฟ

5.3 การจัดตั้งบริษัท

การจัดตั้งบริษัทมีขั้นตอนดังนี้

จองชื่อบริษัทที่เว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า โดยใช้ชื่อ “บริษัท อ็อกเทฟ จำกัด”

จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทผ่านทางช่องทาง Online โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ลงทะเบียนผู้ใช้งานเพื่อจดทะเบียนบริษัท
2. ไปยืนยันตัวตนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเพื่อเปิดบัญชีผู้ใช้งานในการจดทะเบียนบริษัท
3. ทำการจดทะเบียนบริษัทใน Website
4. ผู้ถือหุ้นทุกคนลงลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ในการจดทะเบียนบริษัท
5. ชำระค่าธรรมเนียมในการจัดทะเบียนบริษัท
6. รับเอกสารในการจดทะเบียนบริษัทตามช่องทางที่ระบุ

ในส่วนของทุนจดทะเบียน จะจดด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท โดยแบ่งเป็นหุ้นละ 100 บาททั้งหมด 10,000 หุ้น

5.4 ขั้นตอนการทำงาน

5.4.1 กิจกรรมแรกเข้า

การวัดขนาดเท้า แบ่งออกเป็น 3 กรณีตามช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัท

5.4.1.1 กรณีลูกค้าเข้ามาหาที่หน้าร้านของทางบริษัท หรือตามบูธต่างๆที่บริษัทได้ทำการออกไปอำนวยความสะดวก ทางบริษัทจะทำการวัดขนาดเท้าของผู้ป่วย โดยเครื่องสแกนเท้าเพื่อให้ได้ขนาดที่แน่นอนของผู้ป่วย และให้คำแนะนำในการเลือกใช้รองเท้าที่เหมาะสม ประกอบกับเทคนิคในการดูแลรักษาเท้าให้ถูกต้องอย่างเหมาะสม

5.4.1.2 กรณีลูกค้าใช้บริการผ่านร้านขายยา ที่บริษัททำการไปฝากขายพนักงานประจำร้านขายยา จะทำการวัดขนาดเท้าของผู้ป่วยให้ผ่านตู้ Kiosk ที่ทางบริษัทเข้าไปติดตั้งในร้านขายยา จากนั้น ทางร้านขายยาจะทำการส่งไฟล์รูปเท้าของผู้มาใช้บริการกลับมาที่บริษัท เพื่อดำเนินการขั้นตอนต่อไป

5.4.1.3 กรณีลูกค้าสั่งซื้อรองเท้าผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท ทางบริษัทจะทำการส่งพนักงานออกไปบริการวัดขนาดเท้าให้กับลูกค้าถึงที่บ้านพร้อมทั้งให้บริการปรึกษาแนะนำข้อมูลต่างๆให้กับลูกค้า โดยบริการนี้จำกัดเฉพาะพื้นที่ กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล เท่านั้น

หลังจากการวัดขนาดเท้าเสร็จสิ้น พนักงานแสดงตัวอย่างสินค้า เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกความต้องการสินค้านั้นอะไร สีไหนอย่างไร และลูกค้าสามารถเลือกวิธีชำระเงิน โดยทางร้านรับเป็นเงินสดหรือบัตรเครดิต และเลือกวิธีรับสินค้าว่าจะมารับสินค้าเองตามช่องทางต่างๆของร้าน หรือจะให้ทางร้านบริการจัดส่งสินค้าถึงที่บ้าน

5.4.2 กิจกรรมระหว่างใช้บริการ

5.4.2.1 หลังจากพนักงานของทางบริษัทได้ไฟล์ขนาดเท้าของลูกค้ามาแล้ว ก็จะทำการออกแบบ ปรับแต่งรองเท้าให้มีขนาดที่เหมาะสมพอดีกับลูกค้าแต่ละรายผ่านโปรแกรม 3DsMax

5.4.2.2 จากนั้นจะทำการส่งไฟล์ออกแบบที่เสร็จสมบูรณ์ส่งไปที่เครื่องพิมพ์ 3 มิติ เพื่อดำเนินการผลิตต่อไป

5.4.2.3 ทำการตรวจคุณภาพของสินค้าที่ผลิตเสร็จ เก็บรายละเอียดต่างๆให้เรียบร้อย

5.4.2.4 ทำการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า ตามช่องทางที่ลูกค้าได้เลือกไว้
ข้างต้น

5.4.3 กิจกรรมหลังให้บริการ

5.4.3.1 ให้คำปรึกษาและแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานสินค้าของทาง
บริษัท

5.4.3.2 ให้บริการซ่อมแซมสินค้าของทางบริษัทที่เกิดจากปัญหาในการ
ใช้งาน

5.4.3.3 มีระบบตรวจสอบและติดตามความพึงพอใจของลูกค้าในตัวของ
สินค้าและบริการ ของทางบริษัท เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาปรับปรุงพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นต่อไป และยังมี
ระบบสมาชิกเพื่อให้ลูกค้าสามารถสะสมคะแนน ใช้เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าครั้งต่อไป

5.5 แผนงานด้านผลิตภัณฑ์

จากรูปแบบธุรกิจของทางบริษัท อีคอมเมิร์ซ ที่ผลิตรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน
แผนงานด้านผลิตภัณฑ์จึงแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ดังนี้

5.5.1 การออกแบบดีไซน์รองเท้ารูปแบบใหม่

เนื่องจากสินค้าของทางบริษัทเป็นสินค้าที่สวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน ดังนั้นรูปแบบ
ดีไซน์และการออกแบบสินค้านั้นๆ จึงเป็นส่วนสำคัญอย่างมาก ที่จะดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาใช้
บริการกับบริษัทอีก บริษัทจะทำการส่งนักออกแบบของทางบริษัทออกไปหาไอเดียในการออกแบบ
รองเท้ารูปแบบใหม่ๆ ผ่านการดูงานตามสถานที่ต่างๆ เทรนนิ่งตามคอสต่างๆ และทำ Workshop
เป็นต้น โดยบริษัทมีแผนที่จะออกสินค้าคอลเลกชันใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยในปีแรก จะทำการออก
สินค้านั้นๆ ทุกๆ 3 เดือน เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการกับบริษัท

5.5.2 ระบบหลังบ้าน

จัดเก็บระบบสมาชิกของลูกค้า ระบบจะทำการจัดเก็บข้อมูลรูปแบบขนาดเท้าของ
ผู้ป่วยทุกคน นำข้อมูลเหล่านี้มีวิเคราะห์ถึงความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท เพื่อนำข้อมูล
เหล่านี้มาพัฒนาตัวสินค้าให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

มีการติดตามความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้งานสินค้าของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ นำข้อมูลการ Feedback ของลูกค้ามาทำการวิเคราะห์ ปรับปรุงรูปแบบการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น และคอยตอบข้อสงสัยหรือปัญหาในการใช้งานของสินค้าให้กับลูกค้า

5.6 แผนงานด้านบัญชีและการเงิน

บริษัทจะทำการจ้างนักบัญชีที่มีความเชี่ยวชาญด้านการเงินเข้ามาดูแลระบบบัญชีของทางบริษัทและนำโปรแกรมการจัดการทางบัญชี Flow Account เข้ามาช่วยในการทำงาน เพื่อให้การบริหารจัดการทางบัญชีเป็นระบบ และง่ายยิ่งขึ้น

5.7 บริการเสริมและบริการหลังการขาย

บริษัทมีบริการเปลี่ยนคืนสินค้าให้ หากสินค้ามีปัญหาภายใน 30 วันหลังจากการใช้งาน หรือผิดจากรุ่นที่ลูกค้าสั่งไป โดยบริษัทจะทำการไปรับคืนสินค้าให้ถึงที่บ้านของลูกค้าและรีบจัดส่งสินค้าตัวใหม่ให้ลูกค้า และยังมีบริการให้คำปรึกษาการเลือกใช้รองเท้า การดูแลรักษาเท้าให้เหมาะสมอีกด้วย รวมถึงบริการ Call center ให้ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลของผลิตภัณฑ์และรับข้อเสนอแนะการใช้งานสินค้าของลูกค้า และยังมีบริการซ่อมแซมดูแลรักษารองเท้าที่เกิดปัญหาจากการใช้งาน บริษัทยินดีที่จะซ่อมแซมหรือเปลี่ยนรองเท้าให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด

บทที่ 6

การบริหารและจัดการองค์กร

6.1 ข้อมูลบริษัท

ชื่อบริษัท :	บริษัท อ็อกเทฟ จำกัด (ภาษาไทย) Octave Company Limited (ภาษาอังกฤษ)
เบอร์โทรศัพท์ :	084-6726358
เว็บไซต์ :	http://www.octaveshoes.com/
กลุ่มอุตสาหกรรม :	รองเท้า
ประเภทธุรกิจ :	ธุรกิจให้บริการผลิตรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน

6.2 รายชื่อคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการ บริษัท อ็อกเทฟ จำกัด มีทั้งหมด 3 คน ได้แก่

1. นาย กิตตินันท์ รูปแก้ว
2. นาง อนงค์นารถ รูปแก้ว
3. นางสาว ปิยะนุช ทิพวัฒน์

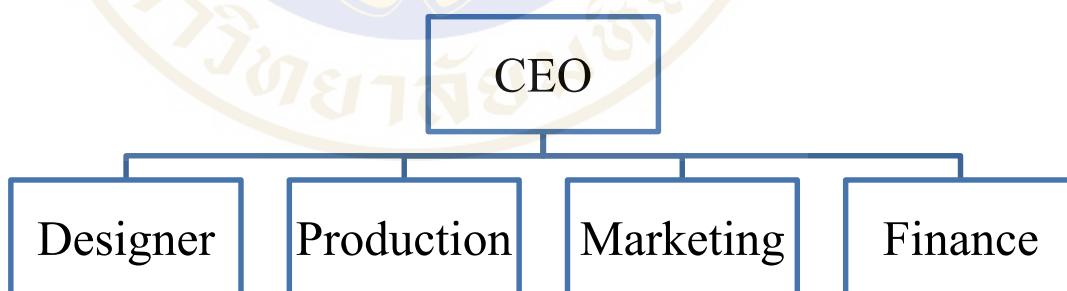
6.3 รายชื่อผู้ถือหุ้น

ตารางที่ 6.1 แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัท อีออกเทพ จำกัด

รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น	เงินลงทุน (บาท)
นาย กิตตินันท์ รูปแก้ว	50,000	ร้อยละ 50	500,000
นาง อนงค์นาค รูปแก้ว	25,000	ร้อยละ 25	250,000
นางสาว ปิยะนุช ทิพวัฒน์	25,000	ร้อยละ 25	250,000

6.4 โครงสร้างองค์กร

องค์กรของบริษัท อีออกเทพ จะแบ่งสายงานหลักๆ ออกเป็น 4 ฝ่ายได้แก่ สายงานออกแบบ, สายการผลิต, สายการตลาด และสายงานด้านบัญชี



รูปภาพ 6.1 แสดงผังองค์กรของบริษัท

6.5 หน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่ง

6.5.1 ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Chief Executive Officer – CEO)

ผู้ดำรงตำแหน่ง : นาย กิตตินันท์ รูปแก้ว

อัตราเงินเดือน : 25,000 บาท

- หน้าที่ :
1. รับผิดชอบภาพรวมของบริษัท กำหนดทิศทางของบริษัท
 2. บริหารจัดการระบบต่างๆภายในองค์กรให้เป็นไปอย่างเหมาะสม
 3. ตัดสินใจในการบริหารจัดการต่างๆ
 4. บริหารจัดการทรัพยากรบุคคลในบริษัท
 5. วางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ กลยุทธ์ของทางบริษัท

คุณสมบัติและประสบการณ์ :

- จบการศึกษาปริญญาตรีเกสัชศาสตร์ จากคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล
- มีประสบการณ์ และอยู่ในแวดวงการดูแลสุขภาพมากกว่า 7 ปี
- มีประสบการณ์การทำงานกับผู้ป่วยโรคเบาหวานมา 3 ปี

6.5.2 ผู้จัดการฝ่ายการตลาด

ผู้ดำรงตำแหน่ง : นางสาว ปิยะนุช ทิพวัฒน์

อัตราเงินเดือน : 25,000 บาท

- หน้าที่ :
1. กำหนดทิศทางและกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับบริษัท
 2. ดูแลควบคุมการดำเนินงานทางการตลาดให้บรรลุเป้าหมาย
 3. รวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำแผนการตลาด
 4. การติดต่อประสานงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร

คุณสมบัติและประสบการณ์ :

- จบการศึกษาปริญญาตรีเกสัชศาสตร์ จากคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล
- มีประสบการณ์ และอยู่ในแวดวงการดูแลสุขภาพมากกว่า 7 ปี
- มีประสบการณ์การทำงานในการเข้าไปติดต่อประสานงานกับแพทย์มากกว่า 7 ปี
- มีประสบการณ์ในการทำการตลาด 2 ปี

6.5.3 ผู้จัดการฝ่ายการออกแบบ

ผู้ดำรงตำแหน่ง : นาย แสงโชค ศรีบุญเรือง

อัตราเงินเดือน : 25,000 บาท

หน้าที่ : 1. วางแผนกลยุทธ์ในการออกแบบสินค้ารูปแบบใหม่ๆให้กับบริษัท
2. ดูแลควบคุมการออกแบบสินค้ารูปแบบใหม่ให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้

3. ออกแบบสินค้ารูปแบบใหม่ๆให้กับบริษัท

คุณสมบัติและประสบการณ์ :

- จบการศึกษาปริญญาตรีจากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
- มีประสบการณ์ในการออกแบบ รองเท้าของบ.ชั้นนำ
- มีประสบการณ์ในการออกแบบ 3 D visualizer ให้โครงการใหญ่
- มีประสบการณ์เรียนต่อ fine art 3 D printing

6.5.4 ผู้จัดการแผนกการผลิต

ผู้ดำรงตำแหน่ง : นาย เทพฤทธิ์ ทองสุขมาก

อัตราเงินเดือน : 25,000 บาท

หน้าที่ : 1. วางแผนในการผลิต
2. ดูแลควบคุมการผลิตให้มีคุณภาพเรียบร้อย
3. ตรวจสอบคุณภาพของสินค้า

คุณสมบัติและประสบการณ์ :

- จบการศึกษาจากคณะวิศวกรรมจากมหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์
- มีประสบการณ์การทำงานด้านการผลิตผ่านเครื่องพิมพ์ 3 มิติมา 5 ปี

6.5.5 ผู้จัดการฝ่ายการเงินและธุรการ

ผู้ดำรงตำแหน่ง : นาง อนงค์นาด ฐูปแก้ว

อัตราเงินเดือน : 25,000 บาท

หน้าที่ : 1. ดูแลจัดการระบบบัญชีของทางบริษัท
2. ดูแลกระบวนการจัดซื้อวัสดุการผลิต
3. ดูแลสวัสดิภาพของพนักงาน

คุณสมบัติและประสบการณ์ :

- จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- มีประสบการณ์การทำงานด้านธุรการและบัญชี 30 ปี
- มีประสบการณ์การทำงานด้านการจัดซื้อ 10 ปี



บทที่ 7
แผนการเงิน

7.1 ประมาณการเงินลงทุนโครงการ

ตารางที่ 7.1 แสดงเงินลงทุนในโครงการ

หน่วย : บาท

เงินลงทุนในโครงการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ที่ดินและการปรับปรุง	60,000	60,000	-
สิ่งปลูกสร้าง	200,000	200,000	-
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	1,560,000	1,560,000	-
ยานพาหนะ	150,000	150,000	-
อุปกรณ์สำนักงาน	50,000	50,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	20,000	20,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	1,456,000	1,456,000	-
รวม	3,496,000	3,496,000	-

โครงการนี้ใช้เงินลงทุนทั้งหมด 3,496,000 บาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ที่ดินและการปรับปรุง 60,000 บาท เป็นค่าใช้จ่ายในการมัดจำเช่าสถานที่
2. สิ่งปลูกสร้าง 200,000 บาท เป็นค่าใช้จ่ายในการตกแต่งสถานที่หน้าร้านของทางบริษัท
3. เครื่องมือและอุปกรณ์ 1,560,000 บาท แบ่งเป็น
 - เครื่องพิมพ์ 3 มิติ จำนวน 5 เครื่อง เครื่องละ 150,000 บาท เป็นจำนวนเงิน 750,000 บาท
 - เครื่องสแกนเท้า จำนวน 4 เครื่อง เครื่องละ 15,000 บาท เป็นจำนวนเงิน 60,000 บาท

- IPAD จำนวน 4 เครื่อง เครื่องละ 15,000 บาท เป็นจำนวนเงิน 60,000 บาท

- โปรแกรม 3DsMax รายปี ปีละ 50,000 บาท

- ตู้ kiosk สแกนเท้าจำนวน 3 ตู้ เป็นจำนวนเงิน 600,000 บาท

- คอมพิวเตอร์จำนวน 2 เครื่อง เป็นจำนวนเงิน 40,000 บาท

4. ยานพาหนะ 150,000 บาท

5. อุปกรณ์สำนักงานต่างๆเช่น โต๊ะ เก้าอี้ ราคา 50,000 บาท

6. ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการ เช่นค่าจดทะเบียนบริษัท 20,000 บาท

7. เงินทุนหมุนเวียน เพื่อใช้เพิ่มสภาพคล่องจำนวน 1,456,000 บาท

7.2 การประมาณการรายได้

ในระยะแรก สินค้าของทางบริษัทจะมีทั้งหมด 3 รุ่นดังนี้

ตารางที่ 7.2 แสดงรุ่นและราคาของสินค้า

ราคาขายต่อหน่วย			
	ชื่อสินค้า	บาท	หน่วย
สินค้า 1	รองเท้ารุ่น Signature	5,000	คู่
สินค้า 2	รองเท้ารุ่น Step plus	5,500	คู่
สินค้า 3	รองเท้ารุ่น Unique	6,000	คู่

โดยการประมาณการยอดขายในปีที่ 1 นั้น ประมาณการจากการที่ลงพื้นที่ไปสังเกตจำนวนผู้ป่วยโรคเบาหวานที่มาใช้บริการที่ โรงพยาบาลสมิติเวช ภายใน 1 วัน ซึ่งพบว่า เฉลี่ยภายใน 1 วันมีผู้ป่วยโรคเบาหวานมาใช้บริการที่โรงพยาบาลสมิติเวชจำนวน 20 คน บริษัทตั้งเป้าไว้ว่า ผู้ป่วยจำนวน 20 คนที่มาใช้บริการภายใน 1 วันนั้น จะมาใช้บริการซื้อสินค้าของบริษัทประมาณร้อยละ 25 นั่นก็คือ วันละประมาณ 5 คู่ หรือปีละประมาณ 1,680 คู่ เท่ากับยอดขายต่อปีคือ 9,096,000 บาท โดยบริษัทคาดการณ์ว่าอัตราเติบโตของยอดขายในปีที่ 2 จะประมาณ 10% ปีที่ 3 ประมาณ 20% ปีที่ 4 และ 5 ประมาณ 15% ตามลำดับ

ตารางที่ 7.3 แสดงประมาณการยอดขายรองเท้า (คู่) ของปีที่ 1 ถึง 5

	ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้า 1	รองเท้ารุ่น Signature	384	480	672	816	960
สินค้า 2	รองเท้ารุ่น Step Plus	1,200	1,500	2,100	2,550	3,000
สินค้า 3	รองเท้ารุ่น Unique	96	120	168	204	240
	รวม	1,680	2,100	2,940	3,570	4,200

ตารางที่ 7.4 แสดงประมาณการยอดขายรองเท้า (บาท) ของปีที่ 1 ถึง 5

ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รองเท้ารุ่น Signature	1,920,000	2,400,000	3,360,000	4,080,000	4,800,000
รองเท้ารุ่น Step Plus	6,600,000	8,250,000	11,550,000	14,025,000	16,500,000
รองเท้ารุ่น Unique	576,000	720,000	1,008,000	1,224,000	1,440,000
รวม	9,096,000	11,370,000	15,918,000	19,329,000	22,740,000

7.3 การเปรียบเทียบจำนวนสินค้าขายกับกำลังการผลิตสูงสุด

ความสามารถในการผลิต จากเครื่องพิมพ์ 3 มิติ 5 เครื่องในกำลังผลิตสูงสุดเป็นดังนี้

ตารางที่ 7.5 แสดงความสามารถในกำลังผลิตสูงสุด

ความสามารถในการผลิตสูงสุดต่อเดือน			
	ชื่อสินค้า	จำนวน/เดือน	หน่วย
สินค้า 1	รองเท้ารุ่น Signature	80	คู่
สินค้า 2	รองเท้ารุ่น Step plus	250	คู่
สินค้า 3	รองเท้ารุ่น Unique	20	คู่
	รวม	350	

และเมื่อเปรียบเทียบกำลังผลิตสูงสุดกับยอดขายที่คาดการณ์ไว้พบว่า กำลังผลิตในปีที่ 1 จะใช้ทั้งหมด 40% และค่อยๆเพิ่มขึ้นเป็น 50%, 70%, 85%, 100% ตามลำดับในปีถัดๆไป

ตารางที่ 7.6 แสดงการเปรียบเทียบยอดขายสินค้ากับสามารถในกำลังผลิตสูงสุด

หน่วย : คู่

คิดเป็นร้อยละของปริมาณการผลิตสูงสุด		40%	50%	70%	85%	100%
	ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้า 1	รองเท้ายี่ห้อ Signature	384	480	672	816	960
สินค้า 2	รองเท้ายี่ห้อ Step plus	1,200	1,500	2,100	2,550	3,000
สินค้า 3	รองเท้ายี่ห้อ Unique	96	120	168	204	240
	รวม	1,680	2,100	2,940	3,570	4,200

7.4 การประมาณการต้นทุนและค่าใช้จ่าย

7.4.1 ต้นทุนผันแปร

ต้นทุนผันแปรส่วนใหญ่ของบริษัท จะเป็นต้นทุนวัสดุที่ใช้ในการผลิตรองเท้า ดังนี้

ตารางที่ 7.7 แสดงต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

ต้นทุนวัตถุดิบ (ต้นทุนแปรได้ต่อหน่วย)

สินค้า	รองเท้า		
วัตถุดิบ 1	3D Filament	2,000	บาท / คู่
วัตถุดิบ 2	แผ่นรองเท้า	200	บาท / คู่
วัตถุดิบ 3	อื่นๆ กล่อง ขนส่ง	100	บาท / คู่
	รวม	2,300	บาท / คู่

7.4.2 ต้นทุนคงที่
ต้นทุนคงที่ของทางบริษัทมีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7.8 แสดงต้นทุนคงที่ : แรงงานในการผลิต

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
15,000	พนักงานคุมการผลิต	1	1	1	1	1
20,000	พนักงานออกแบบ	1	1	1	1	1
	ค่าแรงในการผลิต	420,000	420,000	420,000	420,000	420,000

หน่วย : บาท

ตารางที่ 7.9 แสดงต้นทุนคงที่ : แรงงานในการขายและบริหาร

แรงงานในการขายและบริหาร						
เงินเดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
25,000	CEO	1	1	1	1	1
25,000	ฝ่ายการตลาดและ แอดมิน	1	1	1	1	1
15,000	พนักงานขาย	4	4	4	4	4
25,000	ผู้จัดการแผนก บัญชี	1	1	1	1	1
25,000	ผู้จัดการแผนก ออกแบบ	1	1	1	1	1
25,000	ผู้จัดการแผนกผลิต	1	1	1	1	1
	ค่าแรงในการขาย และบริหาร (บาท)	1,620,000	1,620,000	1,620,000	1,620,000	1,620,000

ตารางที่ 7.10 แสดงต้นทุนคงที่ : แรงงานในการขายและบริหาร (บาท)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ออกบูธตามงานต่างๆ	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
จัดงานประชุม ให้ความรู้	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
Google Ad	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
Facebook Line@	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
Product presentation	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
Offline แฝ่นพับให้ความรู้	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
Commission	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ค่าเช่าบูธตามร้านขายยา	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
รวม	860,000	860,000	860,000	860,000	860,000

ตารางที่ 7.11 แสดงต้นทุนคงที่ : ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ต่อปี)				หน่วย :	บาท
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Trainingพนักงาน	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
สวัสดิการพนักงาน	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
R&D	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
รวม	130,000	130,000	130,000	130,000	130,000

และเมื่อประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน จะได้ดังนี้

ตารางที่ 7.12 แสดงประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	3,346,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	-	-	-	-	-
- ยอดขาย	9,096,000	11,370,000	15,918,000	19,329,000	22,740,000
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	322,000	80,500	161,000	120,750	120,750
รวมแหล่งที่มา (ก.)	12,914,000	11,450,500	16,079,000	19,449,750	22,860,750
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	2,040,000	-	-	-	-
- ต้นทุนขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	4,944,000	5,922,000	7,867,200	9,330,720	10,795,692
- ค่าใช้จ่ายในการขาย - ไม่รวมค่าเสื่อม	2,610,000	2,610,000	2,610,000	2,610,000	2,610,000
- ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
- ภาษีเงินได้	264,400	523,600	1,044,160	1,433,656	1,822,262
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	758,000	189,500	379,000	284,250	284,250
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	426,667	81,500	162,100	121,960	122,081
- สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	322,000	80,500	161,000	120,750	120,750
- ชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	11,365,067	9,407,100	12,223,460	13,901,336	15,755,635
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	1,548,933	3,592,333	7,447,873	12,996,287

ตารางที่ 7.12 แสดงประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดคงเหลือสุทธิ ระหว่างงวด (ก.-ข.)	1,548,933	2,043,400	3,855,540	5,548,414	7,105,115
เงินสดคงเหลือ - ปลาย งวด	1,548,933	3,592,333	7,447,873	12,996,287	20,101,403

7.5 ประมาณการงบการเงิน

7.5.1 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 7.13 แสดงงบประมาณกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	9,096,000	11,370,000	15,918,000	19,329,000	22,740,000
ต้นทุนขาย					
- วัตถุดิบ	3,864,000	4,830,000	6,762,000	8,211,000	9,660,000
- แรงงานในการผลิต	420,000	420,000	420,000	420,000	420,000
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	176,000	176,000	176,000	176,000	176,000
- ค่าเสียหายในการผลิต	660,000	672,000	685,200	699,720	715,692
รวมต้นทุนขาย	5,120,000	6,098,000	8,043,200	9,506,720	10,971,692
กำไรขั้นต้น	3,976,000	5,272,000	7,874,800	9,822,280	11,768,308
ค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร					
- แรงงานในการขายและ บริหาร	1,620,000	1,620,000	1,620,000	1,620,000	1,620,000
- ค่าเสื่อมราคาในการขาย และบริหาร	44,000	44,000	44,000	44,000	44,000
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	860,000	860,000	860,000	860,000	860,000

ตารางที่ 7.13 แสดงงบประมาณกำไรขาดทุน (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	130,000	130,000	130,000	130,000	130,000
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	2,654,000	2,654,000	2,654,000	2,654,000	2,654,000
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	1,322,000	2,618,000	5,220,800	7,168,280	9,114,308
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	1,322,000	2,618,000	5,220,800	7,168,280	9,114,308
ภาษีเงินได้	264,400	523,600	1,044,160	1,433,656	1,822,862
กำไรสุทธิ	1,057,600	2,094,400	4,176,640	5,734,624	7,291,446

7.5.2 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 7.14 แสดงงบประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	1,548,933	3,592,333	7,447,873	12,996,287	20,101,403
- ลูกหนี้การค้า	758,000	947,500	1,326,500	1,610,750	1,895,000
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	426,667	508,167	670,267	792,227	914,308
- สต็อกวัตถุดิบ	322,000	402,500	563,500	684,250	805,000
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,055,600	5,450,500	10,008,140	16,083,514	23,715,710
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการปรับปรุง	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
- สิ่งปลูกสร้าง	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
- เครื่องจักรอุปกรณ์	1,560,000	1,560,000	1,560,000	1,560,000	1,560,000
- ยานพาหนะ	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
- อุปกรณ์สำนักงาน	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000

ตารางที่ 7.14 แสดงงบประมาณการงบดุล (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	2,040,000	2,040,000	2,040,000	2,040,000	2,040,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	220,000	440,000	660,000	880,000	1,100,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	1,820,000	1,600,000	1,380,000	1,160,000	940,000
รวมสินทรัพย์	4,875,600	7,050,500	11,388,140	17,243,514	24,655,710
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	322,000	402,500	563,500	684,250	805,000
รวมหนี้สินหมุนเวียน	322,000	402,500	563,500	684,250	805,000
หนี้สินระยะยาว	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	322,000	402,500	563,500	684,250	805,000
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- เงินลงทุน	3,496,000	3,496,000	3,496,000	3,496,000	3,496,000
- กำไรสะสม	1,057,600	3,152,000	7,328,640	13,063,264	20,354,710
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	4,553,600	6,648,000	10,824,640	16,559,264	23,850,710
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
เจ้าของ	4,875,600	7,050,500	11,388,140	17,243,514	24,655,710

7.6 การวิเคราะห์การลงทุน

สมมติฐานให้ค่า $K = 10\%$ จากการประมาณการของโครงการ ในระยะเวลา 5 ปี โครงการนี้มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 10,556,862 บาท มีอัตราผลตอบแทน (IRR) อยู่ที่ 73.25% และใช้เวลา 2 ปี ถึงจะถึงจุดคุ้มทุน (Break-Even)

ตารางที่ 7.15 แสดงการวิเคราะห์การลงทุน

มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV)	10,556,862	บาท
BC Ratio	4.02	เท่า
อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR)	73.25%	
ระยะเวลาคืนทุน	2	ปี



บทที่ 8

แผนงานในอนาคต

8.1 แผนงานในปีที่ 6-9

บริษัทมีเป้าหมายในการขยายบริการให้มีความครอบคลุมทั่วประเทศเพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มยอดขายของทางบริษัทและเพิ่มผลกำไรของบริษัทให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยหลังจากที่บริษัทได้ทำการขยายสาขาไปทั่วกรุงเทพแล้ว แผนการขั้นถัดไปก็จะมีการขยายสู่หัวเมืองใหญ่ต่างๆ เช่น นครราชสีมา เชียงใหม่ ขอนแก่น ภูเก็ต เป็นต้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทเป็นที่รู้จักในระดับประเทศ

เปิดบริการดูแลสุขภาพเท้าเพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์เสริมต่างๆ ที่ช่วยเหลือผู้ป่วยโรคเบาหวาน เปิดบริการดูแลสุขภาพเท้าอย่างครบวงจร รวมถึงขยายฐานลูกค้าไปยังลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ที่มีความต้องการรองเท้าที่เฉพาะเจาะจงกับแต่ละบุคคล

8.2 แผนงานตั้งแต่ปีที่ 10

บริษัทวางแผนในการเติบโตในตลาดต่างประเทศ โดยเมื่อแบรนด์ของบริษัทเป็นที่รู้จักระดับประเทศแล้ว ก็จะทำการมองหาพันธมิตรในต่างประเทศ เพื่อที่จะเป็นพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจกัน เนื่องจากบริษัทมองว่า บริษัทที่อยู่ในต่างประเทศย่อมมีความรู้ความเข้าใจในการทำการตลาดในประเทศนั้นๆมากกว่า

บทที่ 9

แผนสำรองฉุกเฉิน

9.1 ด้านการตลาดและการแข่งขัน

ในกรณีที่มีคู่แข่งเข้ามาแข่งกับทางบริษัท และใช้กลยุทธ์การขายสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าบริษัทจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ตัวสินค้าของบริษัทมีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการกับทางบริษัท รวมถึงหาพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อช่วยกระจายสินค้าหรือโปรโมชั่นสินค้าให้ลูกค้าระลึกว่า เมื่อนึกถึงรองเท้าสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน ต้องนึกถึงรองเท้าของบริษัทเป็นแห่งแรก และหากคู่แข่งที่เข้ามาส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทลดน้อยลงไปกว่าเดิม บริษัทจำเป็นต้องทบทวนหาสาเหตุของปัญหา โดยหากปัญหาที่เกิดขึ้นเกิดที่รูปแบบธุรกิจของบริษัทเอง บริษัทก็จำเป็นต้องปรับรูปแบบธุรกิจใหม่เพื่อช่วยประคับประคองให้ธุรกิจเดิมดำเนินต่อไปผ่านจุดที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ได้ โดยบริษัทจะรับจ้างผลิตชิ้นงาน 3 มิติ ผ่านเครื่องพิมพ์ 3 มิติ เป็นรายได้เสริมให้กับบริษัท และเร่งทำการตลาดโปรโมชั่นสินค้า ให้ยอดขายกลับมาเป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ให้เร็วที่สุด

9.2 ด้านการผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์

เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีการพิมพ์ 3 มิติ มาผลิตรองเท้าของทางบริษัทนั้น เป็นเทคโนโลยีที่ค่อนข้างใหม่ในประเทศไทย ดังนั้นบริษัทจำเป็นต้องมีการจดลิขสิทธิ์ในขั้นตอนการทำงานต่างๆ ของบริษัทไว้ เพื่อเป็นการป้องกันการลอกเลียนแบบของคู่แข่ง ในส่วนของการออกแบบผลิตภัณฑ์ บริษัทจำเป็นต้องส่งพนักงานไปอบรมหาความรู้ เพื่อสร้างไอเดียใหม่ๆ ในการออกแบบอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ได้รูปแบบรองเท้าที่ทันสมัยน่าใช้งาน

9.3 ด้านต้นทุนการผลิต

บริษัทจำเป็นต้องตั้งหน่วยงานการวิจัยและพัฒนาตัวเส้นใยที่เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตขึ้นมา เพื่อพัฒนาให้สามารถผลิตเส้นใยที่เป็นวัตถุดิบได้เอง หรือจำเป็นต้องหาพันธมิตรทางการค้า ที่มีการวิจัยและพัฒนาตัวเส้นใยที่ใช้ในการผลิตนี้อยู่แล้ว เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ที่พัฒนาตัวเส้นใยนาโนที่ใช้กับเครื่องพิมพ์ 3 มิติอยู่เป็นต้น



บรรณานุกรม

- จิระนันท์ ระพิพงษ์. (2561). รองเท้าสำหรับผู้ป่วยเบาหวาน. สืบค้นจาก https://www.rihes.cmu.ac.th/news/wp-content/uploads/2015/03/shoe-for-diabetic-foot_version01-Compatibility-Model.pdf, 10 พฤศจิกายน 2561.
- โรงพยาบาลศิริราช ปิยมหาราชการุณย์. (2561). แผลเบาหวานที่เท้า ดูแลอย่างไรให้หายเร็ว และไม่ติดเชื้อ? (Diabetic Foot). สืบค้นจาก <http://www.siphhospital.com/th/newss/article/share/408>, 10 พฤศจิกายน 2561.
- สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2558). แนวทางการตรวจคัดกรองและดูแลรักษาภาวะแทรกซ้อนที่เท้าในผู้ป่วยเบาหวาน. สืบค้นจาก <https://rihes.cmu.ac.th/news/wp-content/uploads/2017/07/07.3-Unlocking-The-Shoe-Issue-for-Diabetic-Patients-in-Chiang-Mai-1เท้า.pdf>, 10 พฤศจิกายน 2561.
- สยามรัฐออนไลน์. (2560). อย.ส่งเสริมนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหาร-สุขภาพสนองนโยบายรัฐ. สืบค้นจาก <https://siamrath.co.th/n/9173>, 11 พฤศจิกายน 2561.
- อัจฉรา สุวรรณาคินทร์. (2557). คู่มือการดูแลเท้าในผู้ป่วยเบาหวาน. สืบค้นจาก http://www.si.mahidol.ac.th/th/division/hph/admin/news_files/270_49_1.pdf, 10 พฤศจิกายน 2561.
- 3D Printing from scratch. (2558). Purement – the first of its kind anti-microbial 3D printing filament. สืบค้นจาก <http://3dprintingfromscratch.com/2015/04/purement-the-first-of-its-kind-anti-microbial-3d-printing-pla-filament/>, 11 พฤศจิกายน 2561.
- DMTHAI. (2560). สถานการณ์โรคเบาหวาน. สืบค้นจาก <https://www.dmtai.org/index.php/knowledge/the-chart/the-chart-1/549-2018-02-08-14-52-46>, 10 พฤศจิกายน 2561.
- K SME Analysis (2560) . เกาะกระแสสินค้าสุขภาพ สร้างโอกาสธุรกิจ. สืบค้นจาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/HealthyProduct.pdf>, 27 มกราคม 2562.
- MCOT. (2561). In On At : เทคโนโลยีพิมพ์ 3 มิติ เส้นใยนาโน. สืบค้นจาก https://www.mcot.net/view/5b9a0edce3f8e40adcf53978?utm_source=TNA&utm_medium=TOPNEWS&utm_campaign=fixtna, 11 พฤศจิกายน 2561.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Umaporn Matturos. (2559). เทคโนโลยีการพิมพ์แบบสามมิติ 3D Printing. สืบค้นจาก <http://www.gurgeek.com/education/เทคโนโลยีการพิมพ์แบบสามมิติ/>, 10 พฤศจิกายน 2561.
- Veerasak Sarinnapakorn. (2558). Prevalence of Diabetic Foot Ulcers and Risk Classifications in Type 2Diabetes Mellitus Patients at Rajavithi Hospital. สืบค้นจาก <http://www.thaiscience.info/journals/Article/JMAT/10986038.pdf>, 10 พฤศจิกายน 2561.
- WP. (2561). Healthcare ไทยบูม! เซน โรงพยาบาลใหญ่ แข่งซื้อกิจการถือหุ้น โรงพยาบาลกลาง-เล็ก. สืบค้นจาก, <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/thailand-healthcare-market-growth/>, 11 พฤศจิกายน 2561.





ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

1. แบบสอบถามและผลของปัญหาของผู้ป่วยโรคเบาหวาน



https://drive.google.com/drive/folders/1nvq271OaslampeQ_FbNj5B2s8bSsRVK?usp=sharing

2. แบบสอบถามและผลของพฤติกรรมของผู้ป่วยโรคเบาหวาน



<https://drive.google.com/drive/folders/1rJjAaBPxZfvf814qAIS0zQYR3uY176cH?usp=sharing>

3. แบบสอบถามและผลของความพึงพอใจต่อแนวคิดของผลิตภัณฑ์



<https://drive.google.com/drive/folders/1YWD281bsc-yYnDDiJym5wBzx-1OeL9j3?usp=sharing>