

แผนธุรกิจแป้งโดว์ปราศจากกลูเตน จากข้าวหอมมะลิ "Jas a Dough"



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจเรื่องแป้งโดว์ปราศจากกลูเตน จากข้าวหอมมะลิ ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความเรียบร้อย ได้รับความช่วยเหลือ และคำปรึกษาชี้แนะแนวทางอย่างถูกต้องจาก ดร.กิตติชัย ราชมหา อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ และ รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ พิมพา หัวหน้าสาขาภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล รวมถึง ดร.ชาคริต พิษณุางกูร ที่ให้เกียรติมาเป็นคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ผู้สอนรายวิชาต่างๆ ที่ได้เรียนใน วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ และความเข้าใจในบทเรียน จนสามารถทำให้ผู้จัดทำ ได้นำความรู้ที่ได้จากการเรียนนำมาประยุกต์ และปรับใช้ในการทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ข้อมูล และผู้ที่ให้การสนับสนุนทุกท่านในการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ไม่ว่าจะเป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลด้านธุรกิจ ที่นำเสนอข้อมูลต่างๆมาใช้ประกอบการทำแผนธุรกิจฉบับนี้ผู้จัดทำรู้สึกซาบซึ้ง และขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ รวมไปถึงเพื่อนๆในสาขาภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม EI20B ที่ช่วยให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะต่างๆ และมอบมิตรภาพที่ดีตลอดระยะเวลาของการศึกษาปริญญาโท

สุดท้ายนี้ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ครอบครัว และเพื่อนๆ อีกมากมาย ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจที่สำคัญมาโดยตลอด รวมถึงผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวมา ณ ที่นี้ด้วย ผู้จัดทำหวังว่าแผนธุรกิจฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจทำธุรกิจ และหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำขออภัยไว้ด้วยความเต็มใจและขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ภัทรนันต์ ศรีคำ

แผนธุรกิจแป้งโดว์ปราศจากกลูเตน จากข้าวหอมมะลิ "Jas a Dough"

BUSINESS PLAN GLUTEN FREE DOUGH FROM JASMINE RICE "JAS A DOUGH"

ภัทรานันต์ ศรีดำ 6050252

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: กิตติชัย ราชมหา, Ph.D., รองศาสตราจารย์ฉัฐวุฒิ พิมมพา, Ph.D., ชาคิรติ พิชญางกูร, Ph.D.

บทคัดย่อ

ปัจจุบันในประเทศไทยพบผู้ป่วยที่เป็นโรคแพ้กลูเตนเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งพบได้ตั้งแต่ในช่วงวัยเด็ก ส่งผลให้เด็กที่ป่วยเป็นโรคแพ้กลูเตนนั้นต้องทนทุกข์ทรมานกับโรคแพ้กลูเตน หากรับประทานเข้าไปจะมีปัญหาในระบบทางเดินอาหาร มีอาการท้องเสีย นอกจากนี้อาจมีอาการอื่นร่วมด้วย ได้แก่ ปวดท้อง ปวดเกร็งในช่องท้อง มีผื่นขึ้น ปวดข้อ ปวดตามตัว ปวดศีรษะ เด็กอาจโตช้า สมอมนิ่ง มีอาการขาดสารอาหาร เนื่องจากจะมีการดูดซึมอาหารผิดปกติ ซึ่งเกิดจากการที่ลำไส้เล็กมีปัญหา หากเกิดการสัมผัสจะมีผื่นขึ้นตามลำตัว ซึ่งไม่มีวิธีการรักษา มีเพียงแต่การหลีกเลี่ยงการอุปโภคบริโภคกลูเตนเท่านั้น

จึงเป็นที่มาของแนวคิดธุรกิจ แป้งโดว์ปราศจากกลูเตน จากข้าวหอมมะลิ มีจุดมุ่งหมายในการแก้ปัญหาให้กับเด็กที่เป็นโรคแพ้กลูเตน ทำให้เด็กได้สามารถเล่นแป้งโดว์ได้ โดยไม่เกิดอาการแพ้ และยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีวัตถุดิบหลักอยู่ในประเทศไทย คือ ข้าวหอมมะลิ

แผนธุรกิจฉบับนี้จึงประกอบไปด้วยแผนการวิเคราะห์ธุรกิจ แผนการวิจัย แผนการตลาด แผนกลยุทธ์การผลิต การดำเนินงานและทีม และแผนการเงิน ซึ่งบริษัทใช้เงินลงทุนที่เกิดจากการรวมหุ้น 2,000,000 บาท สามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 3,684,818.10 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 108.6% โดยมีระยะเวลาคืนทุน (PB) 1 ปี และมีระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (DPB) ประมาณ 1 ปี 2 เดือน ซึ่งหมายถึงธุรกิจมีความน่าสนใจ และคุ้มค่าต่อการลงทุน

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ/ แป้งโดว์ปราศจากกลูเตน จากข้าวหอมมะลิ

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1	
รูปแบบธุรกิจ และบทวิเคราะห์การศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ	1
1.1 บทนำการวิเคราะห์โอกาสจากแนวโน้มภาพใหญ่มาสู่ภาพย่อย	1
1.2 แผนการวิเคราะห์และข้อมูลสนับสนุนประเด็นปัญหาของลูกค้าที่พบ	6
1.3 แผนการนำเสนอทางเลือกใหม่เพื่อแก้ไขปัญหาลูกค้า	8
1.4 แผนการประเมินการศึกษาความเป็นไปได้ของทางเลือกใหม่ที่นำเสนอ	10
1.5 แผนการนำเสนอรูปแบบธุรกิจขั้นต้น และคำอธิบาย	14
บทที่ 2	
ข้อมูลการศึกษาวิจัย และวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	19
2.1 สมมติฐานการศึกษาวิจัย	19
2.2 ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ให้สัมภาษณ์	22
2.3 บทวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	30
2.4 บทวิเคราะห์ภาวะการแข่งขัน และคู่แข่ง	33
2.5 แผนกลยุทธ์ด้านการตลาด	36
บทที่ 3	
แผนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา	38
3.1 แผนการจัดการนวัตกรรม	38
3.2 แผนการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา	40
บทที่ 4	
แผนกลยุทธ์การผลิต การดำเนินงานและทีม	42
4.1 ผู้บริหารและทีมงาน	42
4.2 บทวิเคราะห์ใช้คุณค่าภายในองค์กร	44
4.3 แผนกลยุทธ์ดำเนินงานกิจกรรมหลัก	50
4.4 แผนกลยุทธ์ดำเนินงานกิจกรรมสนับสนุน	54

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
แผนกลยุทธ์การเงิน และความเสี่ยง	59
5.1 สมมติฐานทางการเงิน	59
5.2 แผนการเงินในกรอบระยะเวลา 5 ปี	66
5.3 การประเมินผลการเงินและสรุปผลการลงทุน	72
5.4 การจัดการความเสี่ยง	74
บรรณานุกรม	77
ภาคผนวก	78
ภาคผนวก ก แบบการสัมภาษณ์การค้นคว้าอิสระ	79
ภาคผนวก ข ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ให้สัมภาษณ์รายบุคคล	94
ภาคผนวก ค การคำนวณผลตอบแทนทางการเงิน	103
ภาคผนวก ง แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย	105
ประวัติผู้วิจัย	121

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	4
1.2	14
2.1	21
2.2	35
4.1	42
4.2	43
4.3	52
4.4	53
4.5	56
4.6	58
5.1	59
5.2	61
5.3	62
5.4	63
5.5	63
5.6	64
5.7	64
5.8	65
5.9	65
5.10	66
5.11	67
5.12	68
5.13	70
5.14	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
ก.1	แสดงศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์ ชุดที่ 1	81
ก.2	แสดงศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์ ชุดที่ 2	86
ก.3	แสดงศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์ ชุดที่ 3	91
ค.1	แสดงแสดงการคำนวณต้นทุนรวมจากส่วนของเจ้าของ	103
ค.2	แสดงการคำนวณต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	103
ค.3	แสดงกระแสเงินสดสุทธิรวมของ โครงการ	104
ค.4	แสดงการคำนวณระยะคืนทุนของ โครงการ	104
ง.1	แสดงแบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัย ชุดที่ 1	105
ง.2	แสดงแบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัย ชุดที่ 2	110
ง.3	แสดงแบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัย ชุดที่ 3	115

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	2
1.2	5
1.3	9
1.4	9
2.1	33
2.2	34
2.3	34
2.4	36
3.1	39
3.2	40
4.1	45
ก.1	82
ก.2	87
ก.3	92

บทที่ 1

รูปแบบธุรกิจและบทวิเคราะห์การศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ

1.1 บทนำการวิเคราะห์โอกาสจากแนวโน้มภาพใหญ่มาสู่ภาพย่อย

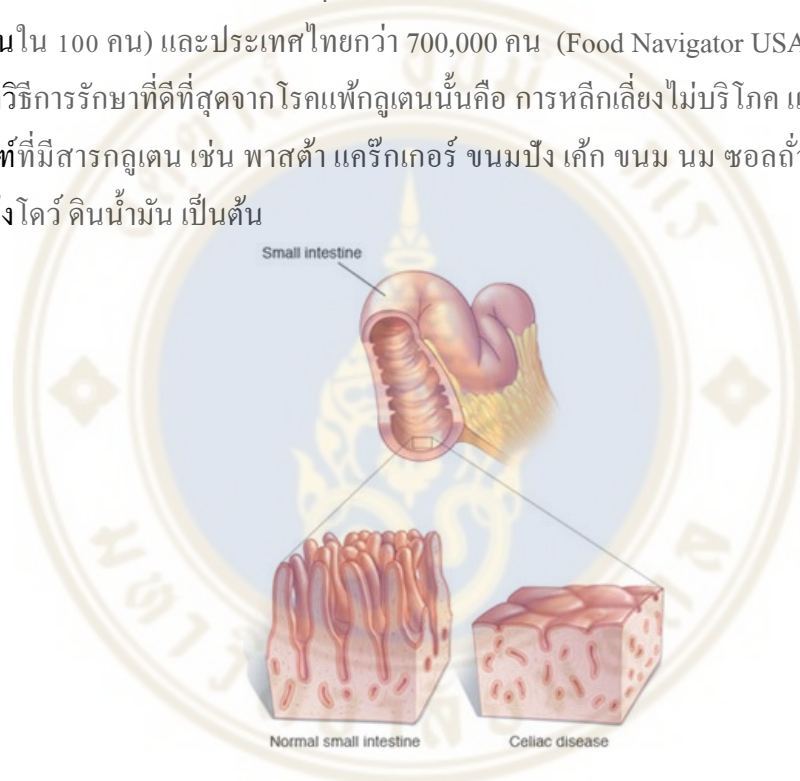
การวิเคราะห์โอกาสและความน่าสนใจที่มีต่อรูปแบบธุรกิจนวัตกรรม เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มของธุรกิจ ด้วยการวิเคราะห์แนวโน้มขนาดใหญ่ (Mega Trend) ซึ่งมีผลกระทบในระดับโลกไปหาแนวโน้มระดับประเทศ (Country Trend) และเจาะลึกไปสู่แนวโน้มระดับอุตสาหกรรม และระดับธุรกิจ (Industry and Business Trend) ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เห็นภาพรวมของแนวโน้มทั้งหมด ที่จะนำไปสู่การศึกษาความเป็นไปได้ในสร้างธุรกิจใหม่ แนวโน้มในแต่ละระดับสามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1.1.1 Mega-trend

ในปัจจุบันทั่วโลกมีความต้องการของผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากกลูเตน (Gluten Free) ซึ่งมีมูลค่าสูงถึง 17.59 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2018 และคาดว่าจะมีการขยายตัวที่ 9.1% CAGR จากปี 2019 – 2025 เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากกลูเตน ช่วยป้องกันคนที่เป็นโรคแพ้กลูเตน Coeliac Disease

กลูเตน (Gluten) เป็นโปรตีนที่อยู่ในแป้ง พบได้ในแป้งข้าวสาลี ข้าวบาเลย์ ข้าวไรย์ (Elii et al., 2003) มีผลต่อระบบภูมิคุ้มกัน และเป็นพิษต่อผู้ป่วยที่แพ้กลูเตน ซึ่งสาเหตุของโรคเกิดจากพันธุกรรม จากการกระตุ้นโดยสารที่อยู่ในสภาวะแวดล้อม รวมทั้งไวรัส และการติดเชื้อหรือจากการตั้งครรภ์ จากการวิจัยพบว่า เด็กทารกในช่วงแรกเกิดที่ได้รับอาหารที่มีกลูเตนในช่วง 3 เดือนแรกจะมีโอกาสเป็นโรคแพ้กลูเตนสูงถึง 5 เท่าของทารกที่ได้รับกลูเตนในช่วง 4-5 เดือนต่อมา (National Institutes of Health., 2008) โรคแพ้กลูเตน (Coeliac Disease) ระบบร่างกายมีสิ่งแปลกปลอมมากระตุ้น ซึ่งไม่สามารถทนต่อกลูเตนที่มาจากข้าวสาลี ข้าวบาเลย์ ข้าวไรย์ได้ จึงทำให้เกิดการดูดซึมของอาหารมีความผิดปกติ เมื่อผ่านกระบวนการย่อยอาหารนั้นจะผ่านเข้าสู่ผนังลำไส้เล็กโดยมีวิล (Villi) ซึ่งมีหน้าที่ช่วยดูดซึมอาหาร แต่สำหรับผู้ที่มีการแพ้ นั้น ระบบภูมิคุ้มกันจะผลิตแอนติบอดีออกมาตอบสนองต่อวิล (อ.พญ. สุกมาศ เชิญอักษร, 2560) อาการของคนแพ้กลูเตน คือ ท้องเสีย ซึ่งเป็นอาการที่เกิดในระบบทางเดินอาหาร นอกจากนี้อาจมีอาการอื่นร่วมด้วย ได้แก่ ปวดท้อง ปวดเกร็งในช่องท้อง มีผื่นขึ้น ปวดข้อ ปวดตามตัว ปวดศีรษะ หากเป็นใน

เด็กอาจโตช้า สมอมนิ่งง มีอาการขาดสารอาหาร เนื่องจากจะมีการดูดซึมอาหารผิดปกติ ซึ่งเกิดจากการที่ลำไส้เล็กมีปัญหา หากตรวจพบช้า จะมีอาการถ่ายเป็นมันลอย ดูดซึมอาหารไม่ได้ น้ำหนักลด ร่างกายขาดสารอาหาร และอาจเสียชีวิตได้ด้วย การเกิดโรคดังกล่าวสามารถเกิดขึ้นได้ในทุกช่วงวัย แต่ส่วนมากจะตรวจพบในเด็กมากกว่าผู้ใหญ่ ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจชี้ว่า โรคแพ้กลูเตน มีผลกระทบสูงถึงร้อยละ 1 ของประชากรโลก (Fasano and Catassi, 2001; Stoven et al., 2012) และมีแนวโน้มของจำนวนผู้ป่วยโรคดังกล่าวเพิ่มสูงขึ้นทุกปี พบได้ในทุกช่วงอายุแตกต่างกันไปตามเชื้อชาติ โดยมีความชุกมากในคนผิวขาว ใน สหรัฐอเมริกามีผู้ป่วยโรคประมาณ 3 ล้านคน นอกจากนี้ยังพบผู้ป่วยในส่วนต่างๆของโลก เช่น ยุโรป (พบ 1 คน ใน 120 คน) เยอรมัน (1 ใน 200 คน) อังกฤษ (พบ 1 คนใน 100 คน) และประเทศไทยกว่า 700,000 คน (Food Navigator USA, 2006) ซึ่งไม่มียารักษา แต่วิธีการรักษาที่ดีที่สุดจากโรคแพ้กลูเตนนั่นคือ การหลีกเลี่ยงไม่บริโภค และหลีกเลี่ยงการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีสารกลูเตน เช่น พาสต้า แคร็กเกอร์ ขนมปัง เค้ก ขนม นม ซอลถั่วเหลือง แยม พู สบู่ เหลว แป้งโดว์ ดินน้ำมัน เป็นต้น



ภาพที่ 1.1 แสดงลักษณะของวิลไลปกติ และวิลไลของผู้ป่วยแพ้กลูเตน

ที่มา : Loftus และ Murray, 2017

จากข้อมูลดังกล่าวนี้ ส่งผลให้ประชากรทั่วโลกให้ความสนใจกับสุขภาพร่างกาย อาหารการกิน รวมไปถึงการคำนึงถึงการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปัจจุบันกระแสผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพกำลังได้รับความนิยมมาก หากไปเดินตามซูเปอร์มาร์เก็ตมักจะพบกับฉลากบรรจุภัณฑ์ที่ระบุว่า ไม่มีน้ำตาล (Sugar Free) ไม่มีไขมัน (Fat free) ปราศจากกลูเตน (Gluten Free) ปราศจาก

น้ำหอม ปลอดสารเคมี รวมไปถึงออร์แกนิก ที่เป็นเทรนด์มาแรงในการเลือกบริโภคของคนรักสุขภาพ และผู้ที่มีข้อจำกัดในการบริโภค นอกจากนี้ผู้บริโภคต้องการความโปร่งใส ความจริงใจกับผู้บริโภคที่จะกลายมาเป็นสิ่งสำคัญในอนาคต ผู้บริโภคยังต้องการที่จะได้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในทุกแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นส่วนผสมและสารประกอบที่สำคัญอย่างตรงไปตรงมา แหล่งผลิต ราคาที่ชัดเจน การรับประกันสุขภาพ ไปจนถึงผลกระทบที่จะเกิดกับสิ่งแวดล้อมและโลก ที่สำคัญที่สุดคือกระบวนการที่ได้มาตรฐานและความสะอาด จนกลายเป็นปัจจัยที่ทุกประเทศทั่วโลกให้ความสำคัญ

1.1.2 Country Trend

ยูบีเอ็มเอเชีย (2018) พบว่า ผู้บริโภคยุคใหม่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ มีผลการสำรวจพบ 89% ของผู้บริโภคต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ, 84% ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่หาซื้อได้ในท้องถิ่น, 84% ต้องการอาหารที่ไม่มีสารเคมี, 82% ชื่นชอบฉลาก Clean label เพราะในปัจจุบันผู้บริโภคไม่กลัวที่จะต้องจ่ายเงินให้กับผลิตภัณฑ์คุณภาพดี ๆ อีกต่อไป โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ที่มีรายได้ระดับกลางนั้นจะพิจารณาซื้อสินค้าจากคุณภาพมากกว่าราคา และจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการผลิตอย่างยั่งยืน ทำให้ในอนาคตของผลิตภัณฑ์ที่จะออกมาใหม่นั้น จะมุ่งไปยังการนำส่วนผสมจากพืชพรรณธรรมชาติมาใช้

1.1.3 Industry and Business Trend

(กระทรวงสาธารณสุข, 2560) ข้าวเจ้า เป็นธัญพืชชนิดที่ไม่มีสารกลูเตน ซึ่งนับว่าเป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตอบสนองแต่ความต้องการของผู้ป่วยโรคแพ้กลูเตน ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของการแปรรูปจากข้าว เป็นสินค้าที่มีศักยภาพแต่มีสัดส่วนที่น้อย มีการเติบโตสูง (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2561) มูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวอยู่ที่ 350 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวร้อยละ 10.2 จากความต้องการของต่างประเทศในแถบเอเชียที่นิยมบริโภคข้าวเป็นหลัก

นอกจากนี้ยังมีในเรื่องของพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และมีความเฉพาะกลุ่มมากขึ้น (Niche Market) ตามวิถีการดำเนินชีวิต จากการขยายตัวของคนชนชั้นกลาง เทรนด์รักสุขภาพ โดยสามารถแบ่งตามพฤติกรรมได้ ดังนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป	ลักษณะตัวอย่างผลิตภัณฑ์
ความเร่งรีบของสังคมเมือง	การดำเนินชีวิตในสังคมเมืองที่ใช้ชีวิตแบบเร่งรีบ ทำให้ไม่มีเวลาในการเตรียมอาหาร และการขยายตัวของคนชนชั้นกลางทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันไปบริโภคอาหารพร้อมปรุง (Ready to cook) และอาหารพร้อมทาน (Ready to eat) เช่น ข้าวสวยพร้อมทานฟรีซ เป็นกล่อง และในรูปแบบกระป๋อง โจ๊ก และข้าวต้มสำเร็จรูป
มุ่งเน้นคุณภาพ และความปลอดภัยของอาหาร	คำนึงถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ความปลอดภัย คุณภาพ ส่วนผสม จะต้องมาจากธรรมชาติ และผ่านการปรุงแต่งน้อยที่สุด เช่น ข้าวหอมมะลิออร์แกนิก ข้าวกล้องหอมนิลออร์แกนิก
เทรนด์การรักสุขภาพ และการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ	ให้ความสำคัญกับการใส่ใจสุขภาพมากขึ้น Health Conscious การควบคุมอาหารลดปริมาณแป้ง และน้ำตาลให้น้อยลง กลุ่มผู้สูงอายุ เน้นให้คุณค่าที่ช่วยลดอัตราเสี่ยงการก่อโรคต่างๆ เช่น โรคมะเร็ง โรคเบาหวาน โรคหัวใจ ความดันโลหิตสูง เช่น น้ำมันรำข้าว ธัญพืชอัดแท่งจากข้าวกล้องอินทรีย์ เครื่องดื่มน้ำนมข้าว
ความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์ที่ให้คุณค่าเฉพาะ (Functional Product) เช่น เส้นพาสต้าจากแป้งข้าวเจ้าที่ปลอดกลูเตน (Gluten free) นมข้าวกล้อง ลดความเสี่ยงของโรคภูมิแพ้ ข้าวน้ำตาลต่ำ ผ่านกรรมวิธีลดค่าดัชนีน้ำตาลกว่า 25% เมื่อเทียบกับข้าวเจ้าทั่วไป แยมพุด คุกกี้อบน้ำปราศจากกลูเตน

ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกร, 2560

1.1.4 ความน่าสนใจที่มีต่อรูปแบบธุรกิจนวัตกรรม

อุตสาหกรรม และธุรกิจที่เกี่ยวกับปราศจากสารกลูเตน มีความน่าสนใจมาก ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีความเติบโตสูงที่เห็นได้จาก Mega Trend ที่ประชากรทั่วโลกให้ความสำคัญ จากบทสรุปในเรื่องของแนวโน้มภาพใหญ่มาสู่ภาพย่อย

1.1.4.1 ผลกระทบสภาพแวดล้อมด้านสังคม (Social Impact)

แนวโน้มและเทรนด์ของเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปราศจากกลูเตนในระดับโลก อยู่ในช่วงเติบโตและได้รับความน่าสนใจ จากกราฟ (รูปภาพที่ 1.2) จะเห็นได้ว่ามีความน่าสนใจในเรื่องของการปราศจากกลูเตน เป็นคำนิยามค้นหาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2014 ถึง 2018 มีความน่าสนใจเฉลี่ย 75% เป็นอย่างต่ำ แสดงถึงแนวโน้มเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสารกลูเตน เป็นกระแสที่คนในโลก และประเทศไทยให้ความสนใจเป็นอย่างมาก และเป็นช่วงเวลาที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม เพราะโอกาสทางการตลาดนั้นเปิดกว้าง



ภาพที่ 1.2 แสดงเทรนด์เรื่องที่เกี่ยวข้องกับกลูเตนในระดับโลก

ที่มา : Google Trend, 2019

1.1.4.2 ผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economic Impact)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ผลักดันการส่งออกของข้าวไทย เนื่องจากข้าวไม่มีกลูเตน สามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้สำหรับคนที่เป็นโรคแพ้กลูเตน โดยการส่งข้าวไปยังประเทศจีน สหรัฐอเมริกา และยุโรป

1.1.5 ความน่าสนใจที่มีต่อรูปแบบธุรกิจ

จากแนวโน้มต่างๆที่สรุปในขั้นต้นนั้น ทำให้ได้มีโอกาสทางธุรกิจ เพื่อที่จะสร้างเป็นสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าที่จะเกิดขึ้น คือ ปัญหาของการเกิดจากการแพ้สารกลูเตน ที่มาจากวัตถุดิบ และพืชทางธรรมชาติ ได้แก่ ข้าวสาลี ข้าวไรย์ และข้าวบาร์เลย์ ซึ่งพบในผลิตภัณฑ์ที่ทำจากแป้งข้าวสาลี เช่น เบเกอรี่ พาย เค้ก เนื่อปูเทียม นอกจากนี้ยังมักใช้เป็นส่วนประกอบในการทำเนื้อเทียมในอาหารมังสวิรัต และอาหารเจ รวมถึงยังพบได้ใน ปลากระป๋อง กะทิสำเร็จรูป น้ำมันหอย ซอสถั่วเหลือง เป็นต้น

ซึ่งจากการแพ้กลูเตนที่พบในแป้งสาลี หรืออาหารในชีวิตประจำวันนั้นก็ล้วนมีส่วนผสมของแป้งสาลี แต่ก็ยังพบของที่สามารถทดแทนแป้งสาลีได้ คือ แป้งจากข้าวเจ้า แป้งจากข้าวหอมมะลิ ซึ่งไม่มีสารกลูเตน ทำให้สามารถใช้ทดแทนได้กับแป้งสาลี ทำให้ได้แนวคิดจากการสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นโดยจะนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมมาช่วยในการดึงคุณค่าจากแป้งข้าวเจ้า

นอกจากนั้นยังเป็นการต่อยอดธุรกิจกับที่บ้าน เนื่องจากได้อายุในอุตสาหกรรมเกี่ยวกับข้าวอยู่แล้ว และที่บ้านได้มีข้าวหัก ปลายข้าวที่ได้มาจากการสีข้าว จึงได้นำมาทำเป็นแป้งข้าวเจ้า โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มอีกด้วย โดยจะนำนวัตกรรมมาใช้ในการคิดค้น วิจัย พัฒนาสินค้า ดึงคุณค่าจากพืชผลทางการเกษตร ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มอีกด้วย

1.2 แผนการวิเคราะห์และข้อมูลสนับสนุนประเด็นปัญหาของลูกค้าที่พบ (Paint-point & Customer Insight)

1.2.1 แผนการวิจัยขั้นต้นเพื่อค้นหาปัญหาและความต้องการของลูกค้า (Preliminary research)

กลุ่มประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย เป็นกลุ่มคนที่เลือกซื้ออาหาร หรือของออร์แกนิก ปราศจากกลูเตน เพราะต้องการจะทราบถึงปัญหา ความรู้ ข้อมูลของผู้ที่เลือกซื้อ เนื่องจากจะเป็นลูกค้าของเราในอนาคต และต้องการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย

1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เป็นการวิจัยแบบสัมภาษณ์ และสังเกตเพื่อให้ได้ความเข้าใจของลูกค้า customer Insight

1.2.3 พื้นที่วิจัย

ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประมาณ 5.6 ล้านคน

1.2.4 การประมวลผลข้อมูลวิจัย

การวิจัยแบบสัมภาษณ์ และสังเกต เพื่อศึกษาความเข้าใจของลูกค้า customer Insight จากกลุ่มคนที่เลือกซื้ออาหาร หรือ ของออร์แกนิก ปราศจากกลูเตน ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ใช้วิธี ซึ่งได้ข้อมูลแบบครบถ้วน และครอบคลุม โดยจำแนกตามระดับรายได้ เพศ ทักษะคิด อายุ อาชีพ และ สภาวะสุขภาพ แบ่งได้เป็น 7 กลุ่ม

1. น้อยกว่า 20 ปี เพศหญิง อาศัยในเขตลาดพร้าว อาชีพนักศึกษา ชอบทานเค้ก ขนมปัง เบเกอรี่ และทานผักปกติทั่วไป ไม่ได้สนใจในเรื่องของการดูแลสุขภาพ
2. อายุระหว่าง 21 -25 ปี เพศหญิง อาศัยเขตดินแดง ทำงานประจำในออฟฟิศ ใส่ใจดูแลร่างกายโดยการออกกำลังกาย ทานอาหารโดยควบคุมอาหาร นอกจากนั้นยังเลือกซื้อขนมปังแบบโฮลวีต นมที่มีไขมันต่ำ ผักออร์แกนิก และเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดสารพิษ ไร้สารเคมี
3. อายุระหว่าง 26 – 30 ปี เพศหญิง อาศัยเขตพญาไท รับจ้างอิสระ และเป็นผู้ประกอบการ มีบุตร ซึ่งให้การสัมภาษณ์ คำนึงถึงผลิตภัณฑ์ทุกอย่างที่จะให้ลูกใช้ หรือทาน ซึ่งดูในเรื่องของความสะอาด โภชนาการอาหาร และปลอดสารพิษ
4. อายุระหว่าง 31 – 35 ปี เพศชาย อาศัยเขตห้วยขวาง เป็นผู้ประกอบการ กังวลถึงสุขภาพ ดูแลสุขภาพร่างกาย อาหาร และการใช้ผลิตภัณฑ์ มีบุตรที่แพ้กลูเตนตั้งแต่เกิด ซึ่งเลือกซื้ออาหารที่ออร์แกนิก รวมไปถึงผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กที่ปลอดภัยไม่มีสารพิษทำร้ายลูก ยินดีจ่ายแพงเพื่อให้ได้ของที่ดีที่สุด
5. อายุระหว่าง 36 – 40 ปี เพศหญิง อาศัยเขตลาดพร้าว มีบุตรแพ้กลูเตน จำเป็นต้องใช้สินค้าที่ปราศจากกลูเตน เช่น สมูท้อบ น้ำ แป้งท้าวเล็ก และอาหารที่ไม่มีส่วนผสมของกลูเตน ส่วนมากเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ และมีราคาแพงกว่าสินค้าปกติ
6. อายุระหว่าง 36 – 40 ปี เพศหญิง อาศัยในเขตปทุมวัน บริโภคข้าวน้ำตาลต่ำ ลดความเสี่ยงจากการเกิดโรคหัวใจ เบาหวาน และการทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ไม่ทานอาหารที่มีไขมัน และไม่ทานของทอด
7. อายุระหว่าง 41 – 50 ปี เพศหญิง อาศัยเขตพญาไท ซื้อสินค้าตามร้านสุขภาพ ทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ และเลือกสินค้า Free from ที่ปราศจากกลูเตน น้ำตาลต่ำ ไม่ใช้น้ำมัน ไม่มีส่วนผสมของการแต่งกลิ่นและสีลงไป

1.2.5 เวลาที่ใช้ในการทำวิจัย

2 อาทิตย์

1.2.6 สรุปผลการวิจัยขั้นต้น

จากการสังเกตและ สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 กลุ่มนั้น ทำให้ทราบว่าปัญหาข้างต้นที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมานั้น ผู้ที่ให้สัมภาษณ์ได้มีวิธีแก้แล้ว แต่อีกหนึ่งปัญหาที่มีความน่าสนใจ และจะต้องแก้ไขปัญหาให้ดีกว่าคือ ในเรื่องของสารที่เด็กแพ็กกลูเตน ต้องใช้ชีวิตลำบาก และในประเทศไทยในนั้นมีวัตถุดิบที่ปราศจากกลูเตนอยู่แล้ว ถ้าหากมีสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการ โดยเฉพาะกลุ่มนั้น จะสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์ได้มีโอกาสเติบโตในตลาดมากขึ้น

1.3 แผนการนำเสนอทางเลือกใหม่เพื่อแก้ไขปัญหาของลูกค้า

1.3.1 นำเสนอบทสรุปทางเลือกหรือ Solution ที่ดีที่สุด พร้อมเหตุผลสนับสนุน

แป้งโดว์ของเล่นเสริมพัฒนาการ ปราศจากสารกลูเตน ไม่มีสารพิษ วัตถุดิบหลัก คือ ข้าวหอมมะลิ ส่วนสีที่ได้สกัดนั้นมาจากธรรมชาติ ปลอดภัย 100% ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย และผิวสัมผัส มีวิตามิน E เนื้อสัมผัสเนียนละเอียด นุ่ม ไม่เป็นคราบ ไม่แห้ง นอกจากนั้นยังทำให้มีพัฒนาการกล้ามเนื้อมัดเล็ก และใหญ่ พัฒนาการทางด้านอารมณ์ ความคิดสร้างสรรค์ การจินตนาการ ได้ดี

1.3.2 บทความวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

(จิระนาถ รุ่งช่วง และ นภัทรพี เหลืองสกุล, 2561) การพัฒนาผลิตภัณฑ์คุกกี้จากแป้งปราศจากกลูเตน ผลจากการศึกษาการใช้แป้งปราศจากกลูเตน แป้งที่ทำคุกกี้จากข้าวสาลีโดยมีคะแนนความชอบโดยรวมที่ 5.93 คะแนน มีคุณภาพ และผลการทดสอบทางประสาทสัมผัสนั้นได้ออกมาใกล้เคียงกับคุกกี้ที่ทำจากแป้งข้าวสาลีที่มีคะแนนอยู่ที่ 6.07 คะแนน

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบทางประสาทสัมผัสของผู้บริโภคที่ปราศจากกลูเตนชนิดต่าง ๆ

คุณภาพทางประสาทสัมผัส	ชนิดของแป้ง*							
	BTC	BSC	JTC	RBC	SBC	BNC	SRC	PSC
สี	3.68±0.44 ^a	2.18±0.28 ^{bc}	2.77±0.10 ^{abc}	3.01±0.12 ^{ab}	3.12±0.17 ^{ab}	1.91±0.90 ^a	3.67±0.38 ^a	3.05±0.14 ^{ab}
ขนาด**	4.13±0.65	3.42±0.31	3.78±0.47	3.60±0.36	2.92±0.17	3.00±0.21	2.87±0.17	3.12±0.17
ความกรอบ	4.05±0.68 ^a	2.80±0.07 ^b	2.58±0.01 ^b	3.18±0.30 ^{bc}	2.97±0.10 ^{bc}	3.68±0.44 ^{ab}	3.27±0.24 ^{abc}	3.78±0.47 ^{ab}
ความแข็ง	3.66±0.42 ^a	1.86±0.42 ^b	2.67±0.03 ^b	2.43±0.06 ^{bc}	3.23±0.22 ^{ab}	3.31±0.28 ^{ab}	2.97±0.10 ^{bc}	3.60±0.35 ^a
ความร่วน	2.81±0.12 ^a	4.66±0.90 ^a	3.67±0.38 ^{abc}	4.10±0.63 ^{ab}	3.08±0.16 ^{bc}	3.00±0.21 ^{bc}	3.31±0.28 ^{ab}	3.33±0.37 ^{ab}
ความเหนียวติดฟัน**	2.17±0.24	2.18±0.28	2.33±0.19	2.23±0.28	2.48±0.12	2.28±0.22	2.22±0.24	2.16±0.28
กลิ่น	3.72±0.45 ^a	2.33±0.19 ^b	2.93±0.05 ^b	2.97±0.10 ^b	2.82±0.03 ^{bc}	2.76±0.00 ^{bc}	3.60±0.35 ^a	2.75±0.00 ^{bc}
รสหวาน**	2.85±0.05	2.45±0.14	2.8±0.07	2.93±0.08	2.83±0.06	2.82±0.03	2.87±0.03	3.13±0.66
รสขม	2.22±0.31 ^a	3.27±0.24 ^a	2.3±0.21 ^b	2.67±0.03 ^b	2.33±0.19 ^b	2.67±0.03 ^b	2.30±0.28 ^b	3.38±0.30 ^a
ความชอบโดยรวม	6.07±0.24 ^a	4.00±0.24 ^b	4.43±0.61 ^a	4.73±0.47 ^a	4.51±0.55 ^a	6.02±0.24 ^a	6.93±0.08 ^a	4.71±0.68 ^a

หมายเหตุ: ^{a, b, c} หมายถึง ค่าเฉลี่ยในแนวนอนที่กำกับด้วยตัวอักษรต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (p < 0.05), ^{**} หมายถึง ค่าเฉลี่ยในแนวนอนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (p ≥ 0.05)

* BTC = แป้งสาลี (สูตรควบคุม), BSC = แป้งงาดำ, JTC = แป้งลูกเดี๋ยย, RBC = แป้งข้าวแดง, SBC = แป้งข้าวเหลือง, BNC = แป้งกล้วย, SRC = แป้งข้าวสาลี, PSC = แป้งมันต่อเผือก

ภาพที่ 1.3 แสดงการพัฒนาผลิตภัณฑ์คุกกี้จากแป้งปราศจากกลูเตน

ที่มา : จิระนาถ รุ่งช่วง และ นภสรพี เหลืองสกุล, 2561

(ศันนธร พิชัย และปาริชาติ ราชมณี, 2561) การพัฒนาผลิตภัณฑ์แครกเกอร์ปราศจากกลูเตน การศึกษาองค์รทางกายภาพ เคมี การประเมินคุณลักษณะทางประสาทสัมผัส และสารก่อภูมิแพ้กลูเตน ของผลิตภัณฑ์แครกเกอร์ที่ทำมาจากแป้งข้าวเจ้า มีคะแนนความชอบที่สูงอยู่ที่ 6.17 ทางด้านสี รสชาติ ความกรอบ และกลิ่น

Table 3 Sensory score of gluten-free crackers

Crackers	Sensory score of gluten-free crackers					
	Appearance	Color	Taste	Crispiness	Flavor	Overall liking
Quinoa Cracker	5.75±0.75 ^{ns}	5.50±1.00 ^{ab}	5.83±0.79 ^{ns}	5.25±0.87 ^b	6.96±1.50 ^{ns}	5.42±0.79 ^b
Buckwheat Cracker	5.83±1.11 ^{ns}	6.17±0.72 ^a	6.16±0.58 ^{ns}	6.33±0.65 ^a	6.58±1.91 ^{ns}	6.33±0.65 ^a
Rice Flour Cracker	5.83±0.94 ^{ns}	6.25±0.75 ^a	6.00±0.74 ^{ns}	6.00±0.85 ^a	6.65±1.19 ^{ns}	6.17±0.72 ^a
Riceberry Cracker	6.00±0.74 ^{ns}	5.33±1.07 ^b	6.08±0.79 ^{ns}	5.53±0.83 ^{ab}	6.64±1.10 ^{ns}	5.92±0.90 ^{ab}

Note: Values in a column for each sample with different superscripts are significantly different (p<0.05) and ns are not significantly different (p>0.05).

ภาพที่ 1.4 แสดงการพัฒนาผลิตภัณฑ์แครกเกอร์ปราศจากกลูเตน

ที่มา : ศันนธร พิชัย และปาริชาติ ราชมณี, 2561

1.4 แผนการประเมินการศึกษาความเป็นไปได้ของทางเลือกใหม่ที่น่าสนใจ

1.4.1 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ

1.4.1.1 ผลงานศึกษาความเป็นไปได้ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

- ความปรารถนาของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ

แป้งโดว์ของเล่นเสริมพัฒนาการ ปราศจากสารกลูเตน ซึ่งสามารถแก้ไข ปัญหาได้อย่างตรงจุด เนื่องจากเด็กที่เป็นโรคแพ้กลูเตนนั้นสามารถเล่นได้ เมื่อเด็กไปโรงเรียนที่ โรงเรียนจะมีแป้งโดว์และ ดินน้ำมันที่มีสารกลูเตน ทำให้เกิดอาการแพ้ได้ หากใช้ผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ ปลอดภัยปราศจากกลูเตนนั้น เด็กจะไม่มีอาการแพ้ พ่อแม่ไม่ต้องกังวลเรื่องนี้อีกต่อไป ซึ่งการเข้ามาใน ช่วงเวลานี้เป็นเวลาที่เหมาะสม เพราะปัจจุบัน ในประเทศไทยมีเด็กที่แพ้สารกลูเตนเป็นจำนวนมาก ขึ้น

- ความต้องการของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์

ลูกค้ามีความต้องการมาก เนื่องจากบุตรหลานที่แพ้นั้น เมื่อสัมผัส ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของกลูเตนจะเกิดอาการแพ้ทันที และเด็กไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้เนื่องจาก หากไปโรงเรียนก็จะได้เล่นแป้งโดว์ หรือดินน้ำมันที่มีสารกลูเตนอยู่

1.4.1.2 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านอุตสาหกรรมและการตลาด

- ความน่าสนใจของอุตสาหกรรม

อยู่ในอุตสาหกรรมของเล่น ประเภทของเล่นเสริมพัฒนาการเด็ก ทางด้าน พัฒนาการกล้ามเนื้อมัดเล็ก และใหญ่ การจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ และยังมีคู่แข่งไม่มากนัก เป็นสินค้าเฉพาะซึ่งมีลักษณะเด่น คือ ไม่มีสารเคมี ไม่เป็นอันตรายต่อเด็ก จากสภาพแวดล้อมนั้นทำให้แป้งโดว์ ปราศจากสารกลูเตน สามารถมีโอกาสนำมาทำธุรกิจสามารถพัฒนาต่อไปได้ (กรม ส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ,2558) มูลค่าตลาดของเล่นอยู่ที่ 10,000 ล้านบาท ของเล่นเสริมพัฒนาการเด็ก ตลาดสินค้าพรีเมียมมีมูลค่าอยู่ที่ 1,000 ล้านบาท โดยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยประมาณการ ต่อไปร้อยละ 10

- ความน่าสนใจของตลาดกลุ่มเป้าหมาย

จำนวนคู่แข่งของแป้งโดว์มีจำนวนมาก แต่ถ้าเป็นในรูปแบบปราศจาก กลูเตน ไม่มีสารเคมีนั้นมีคู่แข่งที่น้อยมาก เนื่องจากเป็นตลาดเฉพาะ และมีราคาที่สูงกว่าแป้งโดว์ ทั่วไป

- ความเหมาะสมของเวลาในการเข้าสู่ตลาดเป้าหมาย

ปัจจุบันมีการขยายตัวของชนชั้นกลางเพิ่มมากขึ้น ทำให้คนหันมาใส่ใจกับสุขภาพ การบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพ โดยไม่คำนึงถึงราคา และความต้องการของพ่อแม่ อยากให้ลูกใช้ของที่ดี ไม่เป็นอันตราย และแปลั๊กโค้วปราศจากกลูเตน ที่ทำมาจากข้าวนั้นยังเป็นกระแสอยู่ตลอด เพราะข้าวเป็นพืชที่มีการปลูกมากที่สุดในประเทศ และข้าวนั้นไม่มีสารกลูเตน เหมาะสำหรับเด็กที่แพ้กลูเตน ซึ่งคาดว่าจะเป็โอกาสที่ดีในการทำธุรกิจในอนาคต เนื่องจากมีจำนวนผู้ป่วยแพ้กลูเตนเพิ่มเป็นจำนวนมากขึ้นในทุกๆปี

1.4.2 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี

ผลิตภัณฑ์แปลั๊กโค้ว ปราศจากกลูเตน มีระดับความใหม่นั้นอยู่ในระดับประเทศ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบ และส่วนผสมจากธรรมชาติ ไม่ใส่สารเคมี ใช้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดลองและได้รับการรับรอง ตรวจสอบจากหน่วยงานมาตรฐานอุตสาหกรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และนักวิจัยที่มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับในประเทศไทย

1.4.3 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางมาตรฐาน

1.4.3.1 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการ
ความจำเป็นของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์แปลั๊กโค้ว ปราศจากกลูเตนจำเป็นที่จะต้องได้รับการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม ตามพระราชบัญญัติ 685-2540 ในเรื่องของการทดสอบสารที่อยู่ในตัวแปลั๊กโค้วว่ามีความปลอดภัยต่อเด็ก

1.4.3.2 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางกฎหมายอุตสาหกรรม หรือธุรกิจ

การศึกษาทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา เป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในลักษณะตลาดเฉพาะ ที่มีเทคโนโลยีใหม่กว่าผลิตภัณฑ์ปกติ และการทำสัญญาการค้าเป็นความลับกับผู้พัฒนาแปลั๊กโค้ว และผู้มีส่วนรับรู้เรื่องการผลิตแปลั๊กโค้วในบริษัท การทำเครื่องหมายทางการค้า การทำสัญญาว่าจ้างพนักงาน และนักวิจัยที่เป็นผู้พัฒนาสูตรของแปลั๊กโค้วปราศจากกลูเตน

1.4.4 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านองค์กร และทีมงาน

1.4.4.1 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านองค์กร

โครงสร้างองค์กรในธุรกิจเป็นแบบ Flat Organization เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เปิดใหม่ ยังไม่มีพนักงานเป็นจำนวนมาก เพื่อให้เคลื่อนตัวของการทำงานได้อย่างรวดเร็ว โดยการดำเนินกิจกรรมหลัก คือ การผลิตจะเลือกใช้พนักงานในบริษัทเป็นผู้คิดค้นสูตร และผลิตเอง แต่จะใช้หน่วยงานภายนอกเป็นผู้ตรวจสอบเพื่อให้ได้มาตรฐานการรับรองจากองค์กรที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ เช่น เพื่อให้ได้การรับรองจากมาตรฐานอุตสาหกรรม ตามพระราชบัญญัติ 685-2540

1.4.4.2 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านทีมงาน

ธุรกิจมีนโยบายการกำหนดคุณสมบัติของทีมงานแต่บุคคล ให้มีความเหมาะสมกันในแต่ละฝ่ายงานที่รับผิดชอบ โดยพิจารณาจากการมีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญซึ่งในแต่ละคนทำงานได้หลากหลายหน้าที่ แต่มีโครงสร้างหลักได้แก่ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงิน ฝ่ายการผลิต เพื่อให้สามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีผลตอบแทนจะอยู่ในรูปแบบของเงินเดือน สวัสดิการ และโบนัส เมื่อธุรกิจมีผลกำไรเกิน 1,000,000 บาท บริษัทจะปันผลคือให้กับผู้ถือหุ้น ด้านแผนการรองรับความเสี่ยงทีมงาน ในระยะเริ่มแรกจะใช้ทีมงานที่เป็นคนรู้จักเข้ามาทำงานร่วมกัน ซึ่งคนในทีมจะมาจากในครอบครัว เครือญาติ และเพื่อน เพื่อให้สามารถทำงานได้แบบเป็นกันเองและลื่นไหล โดยจะทำให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด ซึ่งในระยะยาวจะมีการรับพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้านแบบมืออาชีพ เข้ามาเช่นสัญญา เพื่อให้ทำงานได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.4.5 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

1.4.5.1 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินจัดหาเงิน

การจัดการเงินทุนมาจาก การลงทุน 4 คนเป็นจำนวนเงิน 2,000,000 บาท โดยไม่มีการกู้ยืมเงิน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต่อยอดมาจากธุรกิจเดิม

1.4.5.2 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินลงทุน

- อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

สำหรับการวิเคราะห์ผลตอบแทนของโครงการ (IRR) บริษัทเซฟไรซ์ จำกัด จะนำข้อมูล Free Cash Flow ที่ประมาณการได้มาคำนวณหาอัตราผลตอบแทนของโครงการ โดยใช้สมมติฐานเดียวกับการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) 3,684,818.10 ซึ่งผลลัพธ์ของ IRR เท่ากับ 108.6% แสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าของการลงทุน

- ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

สำหรับการพิจารณาระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) จากกระแสเงินสดสุทธิ เป็นสิ่งที่บ่งบอกว่าบริษัทฯ ใช้ระยะเวลาเท่าใดในการเปลี่ยนสินทรัพย์ที่ลงทุน เป็นผลตอบแทนที่เท่ากัน พบว่าบริษัทจะใช้เวลาคืนทุนประมาณ 1.00 ปี หรือ 1 ปี แสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ ใช้เวลาไม่นานสำหรับระยะเวลาคืนทุน จึงเป็นการลงทุนที่น่าสนใจ

- ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discounted Payback Period)

สำหรับการพิจารณาระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discounted Payback Period) เป็นการคิดระยะเวลาคืนทุนโดยคำนึงถึงมูลค่าของเงินตามระยะเวลา ซึ่งทำให้ระยะเวลาในการคืนทุนมีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น เมื่อคำนวณแล้วพบว่า การคำนวณระยะเวลาคืน 1.19 ปี หรือประมาณ 1 ปี 2 เดือน แสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ ใช้เวลาไม่นานสำหรับระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด จึงเป็นการลงทุนที่น่าสนใจ



1.5 แผนการนำเสนอรูปแบบธุรกิจขั้นต้น และคำอธิบาย

ตารางที่ 1.2 แสดงแผนภาพการนำเสนอรูปแบบธุรกิจขั้นต้น และคำอธิบาย

<p>Problem</p> <ul style="list-style-type: none"> - เด็กแพ้สารกลูเตนเป็นจำนวนมากขึ้น ซึ่งหลีกเลี่ยงแป้งโดว์และดินน้ำมันไม่ได้ - เด็กชอบนำดินน้ำมันแป้งโดว์เข้าปาก ซึ่งเป็นอันตราย - ผลิตภัณฑ์ไม่มีฉลากที่แสดงถึงวัตถุดิบ ส่วนผสมอย่างชัดเจน - มีข้าวหัก หรือ ปลายข้าวที่เหลือจากการสีข้าวเป็นจำนวนมาก 	<p>Solution</p> <ul style="list-style-type: none"> - แป้งโดว์ที่ทำจากแป้งข้าวหอมมะลิ ซึ่งไม่มีสารกลูเตน - แป้งโดว์ที่ปลอดสารพิษ ไม่ใส่สารเคมี - สีที่ได้มาจากวัตถุดิบที่ได้มาธรรมชาติ - ต่อ ยอด และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจเดิมที่มีอยู่ 	<p>Unique Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> - เด็กจะได้เล่นของเล่นที่ไม่มีสารพิษ ปลอดภัย 100% - ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย - พ่อแม่สบายใจโดยไม่ต้องคำนึงถึงการที่เล่นของเล่นที่เป็นอันตราย 	<p>Unfair Advantage</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทีมงานหลากหลายและเชี่ยวชาญเฉพาะในแต่ละด้าน - เครื่องหมายการค้า - สูตรการผลิตแป้งโดว์ ปราศจากกลูเตน ที่เป็นความลับทางการค้า - มีวัตถุดิบหลัก คือ ข้าวหอมมะลิที่ได้มาจากการต่อ ยอดธุรกิจ 	<p>Customer Segments</p> <p>Buyer - พ่อ แม่ ผู้ปกครอง</p> <p>Influencer - ผู้ปกครองครอบครัวอื่นที่เคยทดลองใช้</p> <p>- แพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านผิวหนัง และเด็ก</p> <p>User - เด็ก</p> <p>Primary Customer กลุ่มพ่อแม่ที่มีลูกแพ้สารกลูเตน ใส่ใจในเรื่องความปลอดภัย และสุขภาพของเด็ก รายได้ 20,000 บาทขึ้นไป</p> <p>กลุ่มพ่อแม่ที่ชอบผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ ใส่ใจในเรื่องความปลอดภัย และสุขภาพของเด็ก รายได้ 20,000 บาทขึ้นไป</p> <p>Secondary Customer กลุ่มโรงเรียนเอกชนที่มีเด็กนักเรียนเป็นโรคแพ้กลูเตน</p>
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนค่าการตลาด - ต้นทุนการบริหารการดำเนินงาน 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนสินค้าที่ขาย - รายได้จากการขายแป้งโดว์ - รายได้จากการขายแป้งข้าวหอมมะลิ 		

1.5 แผนการนำเสนอรูปแบบธุรกิจขั้นต้น และคำอธิบายจำแนกแต่ละส่วน

เพื่อให้เข้าใจรูปแบบธุรกิจแนวคิดของ Jas a Dough ในภาพรวมมากขึ้น จึงวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้ออย่างละเอียดได้ ดังนี้

1.5.1 กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)

เนื่องจากเป็นสินค้าของเล่นเสริมพัฒนาการเด็ก โดยผลิตภัณฑ์นั้นมีผู้มีส่วนที่เกี่ยวข้องมีดังต่อไปนี้

- ผู้ซื้อ (Buyer) เป็น พ่อ-แม่ ผู้ปกครอง เป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
- ผู้ใช้ (User) เป็นเด็กที่เล่นของเล่นเสริมพัฒนาการ
- ผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้า (Influencer) คือ ผู้ปกครองครอบครัวอื่นที่เคยทดลองเล่นของเล่น แนะนำกันว่าผลิตภัณฑ์เป็นของเล่นเด็กที่ดี และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านผิวหนังและเด็ก เป็นผู้ยืนยันแนะนำให้ผู้ปกครองซื้อให้เด็กเล่น

ผลิตภัณฑ์แบ่งโดว์ปราศจากกลูเตน มีลูกค้า 3 กลุ่ม ซึ่งแบ่งเป็นลูกค้าหลัก (Primary Customer) และลูกค้ารอง (Secondary Customer) ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่มนี้แบ่งตาม Segment ตามประชากรศาสตร์ (Demographic) ได้ดังนี้

1.5.1.1 ลูกค้าหลัก (Primary Customer)

- กลุ่มลูกค้าหลัก ประเภท B2C (Business-to-Customer) เป็นประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 25-45 ปี เพราะเป็นบุคคลที่มีบุตรหลานเป็น โรคแพ้กลูเตน ซึ่งจำเป็นต้องเล่นแบ่งโดว์เพื่อนำไปโรงเรียน ทดแทนการเล่นแบ่งโดว์ หรือดินน้ำมันที่โรงเรียนซึ่งมีส่วนผสมของกลูเตน ดังนั้นจึงเหมาะสมกับลูกค้าในกลุ่มนี้

- กลุ่มลูกค้าหลัก ประเภท B2C (Business-to-Customer) เป็นประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 25-45 ปี เพราะเป็นบุคคลที่มีบุตรหลานเล่นแบ่งโดว์อยู่แล้ว โดยคำนึงถึงความปลอดภัย และการที่แบ่งโดว์ทำมาจากวัตถุดิบธรรมชาติ จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีความสนใจที่จะซื้อแบ่งโดว์

1.5.1.2 ลูกค้ารอง (Secondary Customer)

- กลุ่มลูกค้ารอง ประเภท B2B (Business-to-Business) เป็นกลุ่มโรงเรียนที่มีงบประมาณในการจัดซื้ออุปกรณ์เสริมพัฒนาการของเด็ก และมีเด็กที่เป็น โรคแพ้กลูเตนอยู่ในโรงเรียนจึงจำเป็นต้องมีไว้เพื่อรองรับการเกิดเหตุฉุกเฉินหากเด็กเล่นแบ่งโดว์ หรือดินน้ำมันที่มีส่วนผสมของกลูเตน

1.5.2 ปัญหาที่พบ (Problem)

ธุรกิจเดิมของที่บ้าน มีข้าวหัก หรือ ปลายข้าวที่เหลือจากการสีข้าวเป็นจำนวนมาก ซึ่งเมื่อนำไปขายแล้วได้ในราคาที่น้อยมาก หากนำข้าวมาผลิตแป้งโดว์ Jas a Dough จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจอีกด้วย

ในปัจจุบันมีจำนวนของเด็กที่เป็นโรคแพ้อาหารเพิ่มขึ้น ซึ่งเมื่อไปโรงเรียน ปัญหาที่เจอคือ เด็กเล็กไม่สามารถหลีกเลี่ยงแป้งโดว์ คินน้ามันที่มีกลูเตนได้ นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันไม่มีฉลากที่แสดงถึงวัตถุดิบ ส่วนผสมอย่างชัดเจนทั้งหมด จึงทำให้ผู้ที่มิชอบจำกัดในการบริโภคนั้นอาจเกิดอาการแพ้ได้ ถ้าหากใช้แป้งโดว์ของ Jas a Dough จะทำให้ผู้ปกครองมีความสุขใจ เนื่องจากไม่มีสารเคมี และเด็กไม่มีอาการแพ้เกิดขึ้น

1.5.3 Unique Value Proposition

แป้งโดว์ของ Jas a Dough เด็กจะได้เล่นของเล่นที่ไม่มีสารพิษ วัตถุดิบหลัก คือ ข้าว ส่วนสีที่ได้สกัดนั้นมาจากธรรมชาติ ปลอดภัย 100% ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย และผิวสัมผัส นอกจากนั้นยังทำให้มีพัฒนาการทางด้านอารมณ์ มีสมาธิ ความคิดสร้างสรรค์ การจินตนาการได้ดีขึ้น พ่อแม่สบายใจได้โดยไม่ต้องกังวลว่าจะเล่นของเล่นที่เป็นอันตราย และเกิดความวิตกกังวลว่าเมื่อลูกไปโรงเรียนจะได้รับกับสิ่งของที่ทำให้เกิดอาการแพ้ และเด็กยังสามารถเล่นกับเพื่อนได้โดยไม่ต้องถูกปิดกั้นจาก คุณครู เพื่อนๆ ในช่วงของการเล่นแป้งโดว์ และคินน้ามัน

1.5.4 Solution

แป้งโดว์ของ Jas a Dough ทำจากแป้งข้าวหอมมะลิ ที่ได้มาจากธุรกิจเดิมของที่บ้าน จากการสีข้าว แล้วเหลือเป็นข้าวหักปลาย ซึ่งปราศจากกลูเตน ปลอดภัย ไม่มีสารเคมี สีที่ได้มาจากวัตถุดิบที่ได้มาธรรมชาติ มีวิตามิน E เนื้อสัมผัสนุ่ม ไม่เป็นคราบ ไม่แห้ง เป็นของเล่นเสริมพัฒนาการทางด้านฝึกกล้ามเนื้อมัดเล็ก และกล้ามเนื้อมัดใหญ่ พัฒนาการทางด้านอารมณ์ ความคิดสร้างสรรค์ การจินตนาการ การผลิตที่ได้มาตรฐานอุตสาหกรรม ตามพระราชบัญญัติ เลขที่ 685-2540

1.5.5 Channels

แป้งโดว์ปราศจากกลูเตน จากข้าวหอมมะลิ ได้ทำการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ Facebook, Instagram เนื่องจากสินค้ายังเป็นสินค้าที่เฉพาะ ยังไม่นิยมในประเทศ จึงทดลองการจัด

จำหน่ายทางออนไลน์เพื่อทดลองตลาดดูก่อน และนอกจากนี้ยังมีการออกบุชชีวส์สินค้างานแม่และเด็ก งานมหกรรมของเด็กอีกด้วย

1.5.6 Revenue Streams

บริษัทมีรายได้หลักจากการขายแป้งโดว์ของ Jas a Dough และมีรายได้รองจากการขายแป้งข้าวหอมมะลิเนื่องจาก ข้าวที่ได้จากข้าวหักปลายมาทำเป็นแป้งข้าวที่นำไปทำต่อเป็นแป้งโดว์อยู่แล้ว

1.5.7 Cost Structure

1.5.7.1 เงินลงทุนเริ่มแรกในสินทรัพย์ถาวร ทรัพยากรที่สำคัญที่จะต้องลงทุนในช่วงเริ่มต้น คือ เครื่องจักรการ โม่แป้งให้ได้แป้งข้าวเจ้า เครื่องกวนแป้งโดว์ อุปกรณ์ในการผลิต

1.5.7.2 ต้นทุนสินค้าที่ขาย แป้งโดว์เป็นธุรกิจผลิต ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในเรื่องของ ค่าวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต

1.5.7.3 ต้นทุนค่าการตลาด ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด การโฆษณาลงในสื่อ Facebook, Instagram

1.5.7.4 ต้นทุนค่าบริหารดำเนินงานอื่นๆ ได้แก่ เงินเดือนพนักงาน ค่าเช่าสำนักงาน และค่าเช่าพื้นที่ในการผลิตสินค้า

1.5.8 Key Metrics

ธุรกิจแป้งโดว์เสริมพัฒนาการของ Jas a Dough ปราศจากกลูเตนสามารถวัดได้จากจำนวนลูกค้าที่กลับมาซื้อซ้ำ จำนวนยอดขายของผลิตภัณฑ์ และอัตราการบอกต่อของผู้ปกครอง

1.5.9 Unfair Advantage

1.5.9.1 เครื่องหมายการค้า มีเครื่องหมายทางการค้าเป็นของตนเอง มีความได้เปรียบกว่าคนที่ไม่ได้ทำ บ่งบอกถึงตัวตนของผลิตภัณฑ์

1.5.9.2 สูตรการผลิต (Trade Secret) เป็นสูตรที่ยากในการคิดค้นและลอกเลียนแบบ เนื่องจากมีกระบวนการที่ยากและซับซ้อนในเรื่องของขั้นตอนการทำ และขั้นตอนของการได้มาของวัตถุดิบ และสินค้า

1.5.9.3 มีวัดอุทิศอยู่แล้ว ด้านการได้มาของวัดอุทิศ เนื่องจากมีข้าวที่เป็นวัดอุทิศ สามารถรู้กระบวนการของการได้มาของข้าว

1.5.9.4 ทีมงานหลากหลายและเชี่ยวชาญเฉพาะในแต่ละด้าน เช่น ด้านการตลาด ความเชี่ยวชาญทางด้านการแนะนำสินค้าโดยให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านพัฒนาการเด็ก และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านโรคผิวหนังเป็นผู้แนะนำในการบอกต่อ และใช้ผลิตภัณฑ์



บทที่ 2

ข้อมูลการศึกษาวิจัย และวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

จากสมมติฐานในบทที่ 1 ที่มีการกล่าวอ้างว่าแป้งโดว์ ปราศจากกลูเตน เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ มีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการพิสูจน์ถึงสมมติฐานนี้ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการพิสูจน์ที่ดีที่สุดเครื่องมือหนึ่ง คือ การทำวิจัย

ดังนั้นจึงมีการจัดทำวิจัยภายใต้หัวข้อ “การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิ ปราศจากกลูเตน” เพื่อให้เข้าใจถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ และปัญหาของกลุ่มลูกค้าเหล่านี้มีอะไรบ้าง รวมไปถึงการค้นหาคำถามความต้องการที่ยังไม่มีใครสามารถตอบสนองได้ (Unmet Need) การวิจัยสามารถสรุปใจความหลักๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นการเสนอแนวทางการออกแบบธุรกิจ ได้ดังนี้

2.1 สมมติฐานการศึกษาวิจัย

2.1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1.1.1 เพื่อทราบถึงทัศนคติ ความต้องการ พฤติกรรมของเลือกซื้อ และใช้ผลิตภัณฑ์แป้งโดว์

2.1.1.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิ ปราศจากสารกลูเตน

2.1.1.3 การศึกษาโอกาสทางธุรกิจ และความต้องการซื้อแป้งโดว์ จากแป้งข้าวหอมมะลิ ปราศจากสารกลูเตน

2.1.1.4 เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาใช้ในการวางแผนการดำเนินงาน เลือกช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

2.1.2 กลุ่มเป้าหมายและขนาดตัวอย่าง

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิ ปราศจากสารกลูเตน ในเขตพื้นที่ทุกภาคของประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

2.1.2.1 กลุ่มที่ 1 คือ พ่อแม่ ผู้ปกครอง ที่มีบุตรหลานเล่นแป้งโดว์ ในประเทศไทย ซึ่งจะสามารถทราบถึงข้อมูล มุมมองเรื่องการเล่นของเด็ก ปัญหา และวิธีการแก้ปัญหาของการเล่นแป้งโดว์ และความรู้สึกของเด็กปกติ ไม่แพ้กลูเตน ที่เล่นแป้งโดว์

2.1.2.2 กลุ่มที่ 2 คือ พ่อแม่ ผู้ปกครอง ที่มีบุตรหลานแพ้สารกลูเตน ในประเทศไทย โดยจะสามารถได้ทราบถึงวิธีการรับมือ แก้ปัญหาจากการที่มีบุตรหลานเป็นโรคแพ้กลูเตน ความคิดเห็นต่อแป้งโดว์ และความรู้สึกของเด็กแพ้กลูเตน ที่จะสามารถเล่นแป้งโดว์ได้แบบเด็กปกติที่ไม่แพ้กลูเตน

2.1.2.3 กลุ่มที่ 3 คือ ผู้บริหาร โรงเรียนเอกชน และ โรงเรียนรัฐบาลที่มีเด็กนักเรียนแพ้สารกลูเตน ในประเทศไทย โดยจะสามารถทราบถึงวิธีการแก้ปัญหา การรับมือกับเด็กที่เป็นโรคแพ้กลูเตน และเมื่อเด็กปกติเล่นแป้งโดว์ โรงเรียนจะมีวิธีการดูแลเด็กที่แพ้กลูเตนอย่างไร

2.1.3 ประเภทการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่าง ไม่ใช่หลักความน่าจะเป็นในการสุ่มตัวอย่าง (Nonprobability Sampling) ของการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2.1.4 วิธีการเก็บข้อมูล

ใช้วิธีการวิเคราะห์ผลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาวิธี Convention Content Analysis โดยใช้รหัสเปิด Open Coding โดยผู้วิจัยจะทำการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตามสถานที่ต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าเพื่อสุขภาพ ร้านของเล่นเด็ก ในสื่อออนไลน์ที่อยู่ในกลุ่มชมรมรักเด็กแพ้ โดยจะมีการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นก่อนการเริ่มสัมภาษณ์ เพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มเป้าหมายตรงตามคุณสมบัติที่ต้องการอย่างที่กล่าวไว้ข้างต้นหรือไม่

2.1.5 การสรุปขั้นตอนการทำวิจัย

ตารางที่ 2.1 แสดงการสรุปขั้นตอนการทำวิจัย

วัตถุประสงค์	การเก็บข้อมูลวิจัย			การวิเคราะห์ข้อมูล
	กลุ่มประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	วิธีการวิจัย	
<p>1. เพื่อทราบถึงทัศนคติ ความต้องการ พฤติกรรม ของเด็กชื้อ และใช้ผลิตภัณฑ์แป้งโดว์</p> <p>2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิ ปราศจากสารกลูเตน</p> <p>3. การศึกษาโอกาสทางธุรกิจ และความต้องการ ชื้อแป้งโดว์ จากแป้งข้าวหอมมะลิ ปราศจาก กลูเตน</p> <p>4. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาใช้ในการ วางแผนการดำเนินงาน เลือกช่องทางการจัด จำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาดให้ตรงกับ ความต้องการของผู้บริโภค</p>	<p>- กลุ่มพ่อแม่ ผู้ปกครอง ที่ มีบุตรหลานเล่นแป้งโดว์ ในประเทศไทย</p> <p>- กลุ่มพ่อแม่ ผู้ปกครอง ที่ มีบุตรหลานแพ้สารกลู เตน ในประเทศไทย</p> <p>- ผู้บริหาร โรงเรียนที่มีเด็ก นักเรียนแพ้สารกลูเตน ใน ประเทศไทย</p>	<p>จำนวน 12 ราย โดย ใช้วิธีการเลือก ตัวอย่าง ไม่ใช่หลัก ความน่าจะเป็นใน การสุ่มตัวอย่าง (Nonprobability Sampling) ของการ สุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)</p>	<p>1. สัมภาษณ์ผ่าน ช่องทางโทรศัพท์</p> <p>2. สัมภาษณ์แบบ ต่อหน้า</p>	<p>ใช้วิธีการวิเคราะห์ผล ด้วยการวิเคราะห์ เนื้อหาวิธี Convention Content Analysis โดยใช้รหัสเปิด Open Coding</p>

2.1.6 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยทางการตลาด ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ปราศจากสารกลูเตน จากแป้งข้าวหอมมะลิ ซึ่งทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ กลุ่มพ่อแม่ ผู้ปกครอง ที่มีบุตรหลานเล่นแป้งโดว์ กลุ่มพ่อแม่ ผู้ปกครอง ที่มีบุตรหลานแพ้สารกลูเตน และกลุ่มผู้บริหารโรงเรียนที่มีเด็กนักเรียนแพ้สารกลูเตน ในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ผลด้วยเนื้อหาวิธี Convention Content Analysis โดยใช้รหัสเปิด Open Coding นำเสนอผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม และทัศนคติการเลือกซื้อแป้งโดว์

ส่วนที่ 3 ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์

2.2 ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ 12 ท่าน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

2.2.1 กลุ่มพ่อแม่ ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานเล่นแป้งโดว์ จำนวน 5 ท่าน

2.2.1.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

เพศ หญิง 5 ท่าน มีอายุระหว่าง 25-45 ปี การศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี 4 ท่าน ปริญญาโท 1 ท่าน มีรายได้ต่อเดือน 20,000 – 100,000 บาท/เดือน บุตรหลานไม่มีโรคประจำตัว

2.2.1.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม และทัศนคติการเลือกซื้อแป้งโดว์

- ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ปกครองมองว่า ของเล่นมีประโยชน์ต่อบุตรหลาน โดยเฉพาะพัฒนาการ ซึ่งมีทักษะบางอย่างอยู่ในของเล่น เช่น การเล่นแป้งโดว์ช่วยในด้านพัฒนาการกล้ามเนื้อเล็ก และใหญ่ การจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ในการปั้นเป็นรูปแบบต่างๆ ทำให้มีสมาธิ ส่วนใหญ่จะซื้อของเล่นไม่ ชุดเครื่องครัว ชุดทำอาหาร แป้งโดว์ ซึ่งปัญหาจากการที่เล่นแป้งโดว์ คือ เมื่อเล่นไปนานๆจะมีสีปนกัน ทำให้เป็นเนื้อเดียวกันจึงเป็นสีที่ไม่เหมือนเดิม เล่นแล้วแป้งโดว์แล้วแป้งติดพื้น เป็นคราบและน้ำมัน นอกจากนั้น ในขณะที่เล่นอยู่นั้นเด็กนำแป้งโดว์เข้าปาก เนื่องจากตัวแป้งโดว์มีกลิ่นหอม แป้งโดว์แข็งก่อน หลังจากที่เปิดเล่นในเวลาไม่นาน วิธีในการแก้ปัญหาของผู้ปกครอง คือ บอกบุตรหลานว่า ห้ามนำเข้าปาก หรือกิน จะทำให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย ก่อนการ

เล่นนำแผ่นพลาสติกมารองให้เล่นเพื่อกันไม่ให้พื้นเป็นคราบน้ำมัน หลังจากเล่นเสร็จแล้วล้างมือหลายรอบกว่าคราบแป้งโดว์จะออก และคิดว่าแป้งโดว์มีอันตรายต่อร่างกายของบุตรหลานในเรื่องของการใส่สารเคมี แต่บุตรหลานชอบเล่นแป้งโดว์ที่โรงเรียน และที่บ้าน โดยระยะเวลาของการซื้อส่วนมากจะซื้อบ่อย ซื้อเดือนละ 1-2 ครั้ง เนื่องจากแป้งโดว์แห้งเร็ว เมื่อเล่นแล้วสีผสมจะเกิดเป็นสีเน่า หากจะตัดสินใจซื้อจะดูที่คนขายสินค้าแนะนำว่าผลิตภัณฑ์แป้งโดว์นั้นไม่มีสารเคมี ปลอดภัย คุณสมบัติเพิ่มเติมจากแป้งโดว์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน คือ อยากรู้ปลอดภัย สีที่ได้มาจากธรรมชาติ แป้งที่ใช้ไม่มีสารเคมี เมื่อนำเข้าปากจะไม่เกิดอันตราย ในส่วนของการเลือกซื้อแป้งโดว์ให้บุตรหลานเล่นนั้น มองว่าการเสริมสร้างฝึกร่างกาย การคิดสร้างสรรค์ เมื่อปั้นแล้วจะใจจดใจอยู่กับแป้งโดว์ ทำให้มีสติ นิ่ง และพัฒนาการกล้ามเนื้อมัดเล็ก และใหญ่ได้บริหารมือ และนิ้วมือ

- ด้านราคา

ผู้ประกอบการมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่นทุกชนิด อยู่ในราคาประมาณไม่เกิน 2,000 บาท ในส่วนของการซื้อแป้งโดว์นั้นจะซื้อเป็นชุดแป้งโดว์ที่มีหลายๆสี และมีปริมาณเยอะ อยู่ที่ราคาประมาณ 300 – 1,000 บาท มีการตัดสินใจร่วมด้วย คือ ราคาที่มีความเหมาะสมกับปริมาณ คุณภาพ และการเปรียบเทียบราคาที่คุ้มกว่า เมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ประกอบการหาซื้อแป้งโดว์ที่สามารถหาซื้อได้ง่าย ตามที่งานแฟร์ที่จัดจำหน่ายสินค้าของแม่และเด็ก และซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ โดยต้องให้บุตรหลานได้มีส่วนในการตัดสินใจร่วมด้วย ซึ่งจะต้องเห็นรูปสินค้าก่อน จึงจะซื้อผลิตภัณฑ์

- ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการเลือกซื้อแป้งโดว์จากการที่สินค้ามีโปรโมชั่นร่วม โดยการตัดสินใจซื้อจะมีการลดราคา และมีของแถม การมีสินค้าแป้งโดว์ให้ทดลองเล่น การที่ซื้อแป้งโดว์ที่จำหน่ายแบบเป็นชุดที่มีหลายๆสีจะมีราคาที่ถูกลง

2.2.1.3 ส่วนที่ 3 ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ขึ้นชอกับแนวคิดการทำแป้งโดว์ที่มาจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นสี หรือข้าวที่ได้มา ซึ่งเป็นของที่เป็นวัตถุดิบที่รู้จักเป็นอย่างดี แต่ไม่ได้สนใจเรื่องการแพ้กลูเตน เนื่องจากบุตรหลานไม่ได้เป็นโรคแพ้กลูเตน การตัดสินใจซื้อนั้นขึ้นอยู่กับบรรจุภัณฑ์เป็นหลักด้วย หากบรรจุภัณฑ์มีสีสันสดใส เนื่องจากบุตรหลานเป็นผู้เลือกหยิบสินค้า หลังจากนั้นการตัดสินใจซื้อในครั้งต่อไปจะเป็นการตัดสินใจซื้อจากผู้ประกอบการ โดยสินค้าจะต้องมีคุณภาพ ปลอดภัย ไม่

เป็นอันตรายต่อบุตรหลาน แป้งโดว์มีลักษณะเนื้อสัมผัสเนียน นุ่ม ไม่เหนียว และไม่มีน้ำมันแข็งจนเกินไป ควรมียุทธศาสตร์การใช้งานที่เก็บได้นาน ไม่แห้งไว

- ปัจจัยด้านราคา

มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ไม่ได้สนใจกับการเปรียบเทียบราคาของกลุ่ม หรือที่มีขายตามท้องตลาด เนื่องจากมีการคำนึงแค่ความปลอดภัยของบุตรหลานเป็นหลัก

- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สินค้าสามารถหาซื้อได้ง่าย มองว่าการมีหน้าร้านนั้นจะสะดวกต่อการซื้อ เนื่องจากการเลือกซื้อสินค้า จะต้องเห็นผลิตภัณฑ์แบบของจริง และควรมีช่องทางการขายทางออนไลน์ เนื่องจากการซื้อในครั้งถัดไปจะเกิดจากการซื้อทางออนไลน์

- ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการเลือกซื้อแป้งโดว์จากการที่สินค้ามีโปรโมชันร่วม โดยการตัดสินใจซื้อจะมีการลดราคา และมีของแถม การมีสินค้าแป้งโดว์ให้ทดลองเล่น การที่ซื้อแป้งโดว์ที่จำหน่ายแบบเป็นชุดที่มีหลายๆสีจะมีราคาที่ถูกกว่า

2.2.1.4 ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ Jas a Dough และมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ แป้งโดว์ควรไม่มีกลิ่น หากมีกลิ่นจะทำให้บุตรหลานนั้นนำแป้งโดว์เข้าปาก โดยมีอายุของการเล่นไม่ต่ำกว่า 1 ปี มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ควรมีสินค้าให้ทดลองเล่น

2.2.2 กลุ่มพ่อแม่ ผู้ปกครอง ที่มีบุตรหลานแพ้อาการกลูเตน จำนวน 5 ท่าน

2.2.2.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

เพศ หญิง 5 ท่าน มีอายุระหว่าง 25-45 ปี การศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี 5 ท่าน รายได้ต่อเดือน 20,000 – 100,000 บาท/เดือน บุตรหลานเป็นโรคแพ้กลูเตน แพ้นมวัว

2.2.2.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม และทัศนคติการเลือกซื้อแป้งโดว์

- ด้านผลิตภัณฑ์

โดยผู้ประกอบการมองว่า ของเล่นทุกชนิดมีประโยชน์ต่อบุตรหลาน ซึ่งมีประโยชน์มากๆ โดยเฉพาะพัฒนาการ ซึ่งมีทักษะ เช่น การเล่นแป้งโดว์ช่วยในด้านพัฒนาการกล้ามเนื้อมัดเล็ก และใหญ่ การจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ในการปั้นเป็นรูปแบบต่างๆ ทำให้มีสมาธิ และมีปัญหาใหญ่ เนื่องจากมีโรคประจำตัวจากการแพ้ต่างๆ แพ้กลูเตน นมวัว จึงทำให้ใช้ชีวิตประจำวันลำบาก ผู้ปกครองจำเป็นจะต้องดูแลเป็นพิเศษ เช่น ระวังอาหารการกินไม่ว่าจะเป็นที่

บ้าน หรือที่โรงเรียน เพราะเด็กไม่สามารถรับรู้ได้มาก ไม่สามารถปฏิเสธการรับของ การทาน การ เล่นได้ เช่น การไปโรงเรียน ที่โรงเรียนมีแป้งโดว์ ดินน้ำมันให้เล่น เมื่อบุตรหลานสัมผัสจะทำให้ ได้รับอันตราย เกิดอาการแพ้ มีผื่นขึ้นตามตัว หน้า บริเวณที่สัมผัสแป้งโดว์ที่มีกลูเตน และการทาน อาหารไม่สามารถหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารที่มีกลูเตนได้ เนื่องจาก ส่วนผสมในอาหารส่วน แต่มีส่วนผสมของกลูเตนทั้งสิ้น ผู้ปกครองมีวิธีในการแก้ปัญหา คือ การเตรียมแป้งโดว์ที่ปราศจาก กลูเตนให้บุตรหลานไปโรงเรียน โดยแป้งโดว์นั้นทำเอง แต่ไม่สามารถทำออกมาเหมือนแป้งโดว์ ตามทั่วไป หรือมีคุณครูห้ามไม่ให้เล่นดินน้ำมัน แป้งโดว์ มีการเตรียมอาหาร ขนม นม ที่ปราศจาก กลูเตน และการสอนบุตรหลานว่า ห้ามเล่นแป้งโดว์ ดินน้ำมันของโรงเรียน ห้ามนำเข้าปาก หรือกิน จะทำให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย และจะเกิดอาการแพ้ตามมา การบอกคุณครูเป็นประวัติส่วนตัวว่าแพ้ กลูเตน และเตรียม Epinephrine หรือ Adrenaline และยาแก้แพ้ ไว้กับบุตรหลาน 1 ชุด และมองว่า แป้งโดว์มีอันตรายต่อร่างกายของบุตรหลานในเรื่องของการใส่สารเคมี มีส่วนผสมของกลูเตนที่ทำ ให้บุตรหลานแพ้แบบรุนแรง หากจะตัดสินใจซื้อแป้งโดว์จะดูที่คนขายสินค้าแนะนำว่าผลิตภัณฑ์ แป้งโดว์นั้น ไม่มีกลูเตน ไม่มีสารเคมี ปลอดภัยต่อเด็กที่แพ้กลูเตน คุณสมบัติเพิ่มเติมจากแป้งโดว์ที่มี อยู่ในปัจจุบัน คือ อยากให้ปลอดภัย สีที่ได้มาจากธรรมชาติ แป้งที่ใช้ไม่มีสารเคมี ปราศจาก กลูเตน เมื่อนำเข้าปากจะไม่เกิดอันตราย ในส่วนของการเลือกซื้อแป้งโดว์ให้บุตรหลานเล่นนั้น มอง ว่าการเสริมสร้างฝึกรักการเงินธนาคาร ความคิดสร้างสรรค์ เมื่อบั้นแล้วจะใจจดจ่ออยู่กับแป้งโดว์ ทำให้ มีสติ นิ่ง และพัฒนาการกล้ามเนื้อมัดเล็ก และใหญ่ได้บริหารมือ และนิ้วมือ

- ด้านราคา

ผู้ปกครองมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่นทุกชนิด อยู่ในราคาประมาณ ไม่เกิน 2,000 บาท ในส่วนของการซื้อแป้งโดว์นั้นจะซื้อเป็นชุดแป้งโดว์ที่มีหลายๆสี และมีปริมาณ เยอะ อยู่ที่ราคาประมาณ 300 – 1,000 บาท มีการตัดสินใจร่วมด้วย คือ ราคาที่มีความเหมาะสมกับ ปริมาณ คุณภาพ และการเปรียบเทียบราคาที่สูงกว่า เมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ปกครองหาซื้อแป้งโดว์ นิยมซื้อสินค้าผ่านออนไลน์เนื่องจากเป็นสินค้า ที่หายาก ต้องซื้อสินค้าจากต่างประเทศเข้ามา เพราะไม่มีแป้งโดว์ปราศจากกลูเตนขายที่ประเทศไทย

- ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ปกครองเลือกซื้อแป้งโดว์จากการที่สินค้ามีโปรโมชันร่วม โดยการ ตัดสินใจซื้อมักจะมี การมีสินค้าแป้งโดว์ให้ทดลองเล่น การที่ซื้อแป้งโดว์ที่จำหน่ายแบบเป็นชุดที่มี หลายๆสี

2.2.2.3 ส่วนที่ 3 ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากบุตรหลานเป็นโรคแพ้กลูเตน หากทำผลิตภัณฑ์ออกมาจริง ยินดีที่จะซื้อ เพราะมีความจำเป็นที่จะต้องให้บุตรหลานเล่นแป้งโดว์แพ้กลูเตน ซึ่งชอบในการทำจากวัตถุดิบจากธรรมชาติทั้งหมด เนื่องจากบุตรหลานแพ้ง่าย แป้งโดว์ควรมีลักษณะที่เนียน นุ่ม เนื้อละเอียด ไม่แห้งไว บุตรหลานใช้แล้วไม่ก่อให้เกิดอาการแพ้ บรรลุภัณฑ์ควรเป็นแบบที่เก็บได้มิดชิด ทำให้แป้งโดว์ไม่แห้งไว

- ปัจจัยด้านราคา

ไม่ได้สนใจกับราคา และการเปรียบเทียบราคาของกลุ่ม เพราะยินดีที่จะจ่าย ปกติแล้วสินค้าอุปโภค บริโภคที่บุตรหลานใช้นั้นจำเป็นจะต้องไม่มีส่วนผสมของกลูเตน ดังนั้นจะซื้อสินค้าทางออนไลน์มากกว่า เพราะซื้อของผ่านทางออนไลน์จากต่างประเทศ

- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การมีสินค้าขายหน้าร้านนั้นสะดวกสบายต่อการซื้อ และช่องทางออนไลน์ก็สะดวกเช่นกัน เนื่องจากโดยปกติการซื้อของชนิดเจาะจง ที่เป็นสินค้าเฉพาะแบบสำหรับคนที่แพ้โรคแพ้กลูเตนนั้น ในประเทศยังมีน้อย ส่วนมากจะซื้อทางเว็บไซต์จากต่างประเทศ

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการเลือกซื้อแป้งโดว์จากการที่สินค้ามีโปรโมชันร่วม โดยการตัดสินใจซื้อมักจะมี การมีสินค้าแป้งโดว์ให้ทดลองเล่น การที่ซื้อแป้งโดว์ที่จำหน่ายแบบเป็นชุดที่มีหลายๆสี

2.2.2.4 ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ Jas a Dough และมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ แป้งโดว์ควรมีกลิ่น หากมีกลิ่นจะทำให้บุตรหลานนั้นนำแป้งโดว์เข้าปาก และเมื่อเด็กเล่นแป้งโดว์จะไม่ก่อให้เกิดอาการแพ้แบบการที่เล่นแป้งโดว์ ดินน้ำมันตามท้องตลาด โดยมีอายุของการเล่นไม่ต่ำกว่า 1 ปี ควรมีสินค้าให้ทดลองเล่นก่อนการซื้อจริง

2.2.3 กลุ่มผู้บริหารโรงเรียนที่มีเด็กนักเรียนแพ้สารกลูเตน จำนวน 2 ท่าน

2.2.3.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผู้บริหารโรงเรียนรัฐบาล หญิง 1 ท่าน อายุ 43 ปี การศึกษาสูงสุด ปริญญาโท รายได้ต่อเดือน 35,000 บาท/เดือน และผู้บริหารโรงเรียนเอกชน ชาย 1 ท่าน อายุ 55 ปี รายได้ต่อเดือน 65,000บาท/เดือน มีเด็กนักเรียนมีโรคประจำตัว โรคแพ้กลูเตน แพ้นมวัว

2.2.3.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม และทัศนคติการเลือกซื้อแป้งโดว์

ผู้บริหารโรงเรียนรัฐบาล 1 ท่าน

- ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้บริหารโรงเรียนมองถึงว่า ของเล่นทุกชนิดมีประโยชน์ต่อนักเรียน โดยเฉพาะพัฒนาการ ซึ่งมีทักษะ เช่น การหยิบจับ การจินตนาการ การเข้าสังคมเล่นกับเพื่อนๆ อย่างเช่นการเล่นแป้งโดว์ช่วยในด้านพัฒนาการกล้ามเนื้อเล็ก และใหญ่ การจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ในการปั้นเป็นรูปแบบต่างๆ ทำให้มีสมาธิ ส่วนปัญหาในการเล่นแป้งโดว์นั้น หากเด็กมีโรคประจำตัวจากการแพ้ต่างๆ แพ้กลูเตน นมวัว จึงทำให้ใช้ชีวิตประจำวันลำบาก คุณครูและเจ้าหน้าที่ห้องพยาบาลจำเป็นต้องดูแลเป็นพิเศษ เช่น การระวัง และหลีกเลี่ยงการสัมผัสส่วนผสมของกลูเตน ซึ่งยากในการหลีกเลี่ยง เด็กไม่สามารถรับรู้ได้มาก ไม่สามารถปฏิเสธการรับของ การทาน การเล่น ได้ โรงเรียนมีวิธีในการแก้ปัญหา คือ การหลีกเลี่ยงไม่ให้เด็กที่แพ้กลูเตนเล่นดินน้ำมัน และแป้งโดว์ แจ้งให้ผู้ปกครองเตรียมอาหาร ขนม นม ที่ปราศจากกลูเตน และการสอนนักเรียนว่า ห้ามเล่นแป้งโดว์ ดินน้ำมันของโรงเรียน ห้ามนำเข้าปาก หรือกิน จะทำให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย และจะเกิดอาการแพ้ตามมา และเตรียม Epinephrine หรือ Adrenaline และยาแก้แพ้ ไว้ที่ห้องพยาบาล และมองว่าแป้งโดว์มีอันตรายต่อร่างกายของเด็กที่แพ้กลูเตน จะตัดสินใจซื้อแป้งโดว์จะดูที่ราคาไม่แพง มีอายุการใช้งานที่นาน คุณสมบัติเพิ่มเติมจากแป้งโดว์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน คือ แป้งที่ใช้ไม่มีสารเคมี เมื่อนำเข้าปากจะไม่เกิดอันตราย ในส่วนของการเลือกซื้อแป้งโดว์ให้นักเรียน มองว่าการเสริมสร้างฝึกรจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ เมื่อบั่นแล้วจะใจจดจ่ออยู่กับแป้งโดว์ ทำให้มีสตินิ่ง และพัฒนาการกล้ามเนื้อเล็ก และใหญ่ได้บริหารมือ และนิ้วมือ

ผู้บริหารโรงเรียนเอกชน 1 ท่าน

- ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้บริหารโรงเรียนมองถึงว่า ของเล่นทุกชนิดมีประโยชน์ต่อนักเรียน โดยเฉพาะพัฒนาการ ซึ่งมีทักษะ เช่น การหยิบจับ การจินตนาการ การเข้าสังคมเล่นกับเพื่อนๆ อย่างเช่นการเล่นแป้งโดว์ช่วยในด้านพัฒนาการกล้ามเนื้อเล็ก และใหญ่ การจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ในการปั้นเป็นรูปแบบต่างๆ ทำให้มีสมาธิ ส่วนปัญหาในการเล่นแป้งโดว์นั้น หากเด็กมี

โรคประจำตัวจากการแพ้ต่างๆ แพ้กลูเตน นมวัว จึงทำให้ใช้ชีวิตประจำวันลำบาก คุณครูและเจ้าหน้าที่ห้องพยาบาลจำเป็นต้องดูแลเป็นพิเศษ เช่น การระวัง และหลีกเลี่ยงการสัมผัสส่วนผสมกลูเตน ซึ่งยากในการหลีกเลี่ยง เด็กไม่สามารถรับรู้ได้มาก ไม่สามารถปฏิเสธการรับของ การทานการเล่นได้ โรงเรียนมีวิธีในการแก้ปัญหา คือ มีแป้งโดว์ปราศจากกลูเตนที่ทำเองให้เด็กเล่น และแจ้งให้ผู้ปกครองเตรียมอาหาร ขนม นม ที่ปราศจากกลูเตน และการสอนนักเรียนว่า ห้ามเล่นแป้งโดว์ดินน้ำมันของเพื่อน ห้ามนำเข้าปาก หรือกิน จะทำให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย และจะเกิดอาการแพ้ตามมา และเตรียม Epinephrine หรือ Adrenaline และยาแก้แพ้ ไว้ที่ห้องพยาบาล และมองว่าแป้งโดว์มีอันตรายต่อร่างกายของเด็กที่แพ้กลูเตน จะตัดสินใจซื้อแป้งโดว์จะคู่ที่สินค้าต้องปลอดภัยต่อเด็กที่แพ้สารกลูเตน คุณสมบัติเพิ่มเติมจากแป้งโดว์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน คือ แป้งที่ใช้ไม่มีสารเคมี เมื่อนำเข้าปากจะไม่เกิดอันตราย เด็กที่แพ้กลูเตนจะต้องเล่นได้โดยไม่เกิดอาการแพ้ ในส่วนของการเลือกซื้อแป้งโดว์ให้นักเรียน มองว่าการเสริมสร้างฝึกรจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ เมื่อปั้นแล้วจะใจจดจ่ออยู่กับแป้งโดว์ ทำให้มีสติ นิ่ง และพัฒนาการกล้ามเนื้อมัดเล็ก และใหญ่ได้บริหารมือและนิ้วมือ

ผู้บริหารโรงเรียนรัฐบาล 1 ท่าน

- ด้านราคา

มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่นทุกชนิด อยู่ในราคาประมาณที่สูงแต่มีงบที่จำกัดในประเภทของเล่นแต่ละชนิด และซื้อในปริมาณมาก ในส่วนของการซื้อแป้งโดว์นั้นจะซื้อเป็นชุดแป้งโดว์ที่มีหลายๆสี และมีปริมาณเยอะ เน้นราคาที่ถูกและ มีการตัดสินใจร่วมด้วย คือราคาที่มีความเหมาะสมกับปริมาณ คุณภาพ และการเปรียบเทียบราคาที่คุ้มกว่า เมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น

ผู้บริหารโรงเรียนเอกชน 1 ท่าน

- ด้านราคา

มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่นทุกชนิด อยู่ในราคาประมาณที่สูง และซื้อในปริมาณมาก ในส่วนของการซื้อแป้งโดว์นั้นจะซื้อเป็นชุดแป้งโดว์ที่มีหลายๆสี และมีปริมาณเยอะ มีความเหมาะสมกับปริมาณ คุณภาพ

ผู้บริหารโรงเรียนเอกชน 1 ท่าน

ผู้บริหารโรงเรียนรัฐบาล 1 ท่าน

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

หาซื้อแป้งโดว์ที่สามารถหาซื้อได้ง่าย ตามร้านขายส่งเครื่องเขียน หรือร้านเคมีภัณฑ์ที่เกี่ยวกับอุปกรณ์การเรียน เนื่องจากจะต้องเห็นของจริงก่อน จึงจะซื้อผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าหากเคยซื้อผลิตภัณฑ์แล้วจะมีการสั่งซื้อแป้งโดว์ผ่านช่องทางออนไลน์จาก Facebook Website

- ด้านการส่งเสริมการตลาด

ซื้อแป้งโดว์จากการที่สินค้ามีโปรโมชันร่วม โดยการตัดสินใจซื้อมักจะมีการลดราคา และมีของแถม การที่ซื้อแป้งโดว์ที่จำหน่ายแบบเป็นชุดที่มีหลายๆสีจะมีราคาที่ถูกลงกว่า

2.2.3.3 ส่วนที่ 3 ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์

ผู้บริหาร โรงเรียนเอกชน 1 ท่าน

ผู้บริหาร โรงเรียนรัฐบาล 1 ท่าน

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากที่โรงเรียนมีเด็กนักเรียนเป็นโรคแพ้กลูเตน ซึ่งถ้าหากทำผลิตภัณฑ์ออกมาจริง ยินดีที่จะซื้อ เพราะมีความจำเป็นที่จะต้องให้เด็กนักเรียนเป็นโรคแพ้กลูเตน เล่นแป้งโดว์ ชอบในการที่ทำจากวัตถุดิบจากธรรมชาติทั้งหมด เนื่องจากมีเด็กนักเรียนเป็นโรคแพ้กลูเตน และมีอาการไวต่อการสัมผัส และแพ้ง่าย ซึ่งแป้งโดว์ควรมีลักษณะที่เนียน นุ่ม เนื้อละเอียด ไม่แห้งไว ใช้แล้วไม่ก่อให้เกิดอาการแพ้ บรรจุภัณฑ์ควรเป็นแบบที่เก็บได้มิดชิด ทำให้แป้งโดว์ไม่แห้งไว

- ปัจจัยด้านราคา

มองในเรื่องของราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ดูการเปรียบเทียบราคาของกลุ่มแข่ง

- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การมีสินค้าขายหน้าร้านนั้นสะดวกสบายต่อการซื้อ ดังนั้นจะซื้อสินค้าทางหน้าร้านมากกว่า เนื่องจากจะต้องเห็นของจริงก่อน จึงจะซื้อผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าหากเคยซื้อผลิตภัณฑ์แล้วจะมีการสั่งซื้อแป้งโดว์ผ่านช่องทางออนไลน์จาก Facebook, Website

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

มีโปรโมชันในการซื้อ เช่น ลดราคา หรือ แคมเปญแป้งโดว์ มีผู้แนะนำสินค้า มีสินค้าให้ทดลองเล่นก่อนการซื้อจริง มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านโรคผิวหนังแนะนำสินค้าให้ซื้อ

2.2.3.4 ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์

ผู้บริหารโรงเรียนเอกชน 1 ท่าน

สนใจจะซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ Jas a Dough และมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ แป้งโดว์ควรไม่มีกลิ่น หากมีกลิ่นจะทำให้บุตรหลานนั้นนำแป้งโดว์เข้าปาก โดยมีอายุของการเล่นไม่ต่ำกว่า 1 ปี มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ผู้บริหารโรงเรียนรัฐบาล 1 ท่าน

สนใจจะซื้อ แต่ในปริมาณไม่มาก ตามจำนวนเด็กที่แพ้กลูเตน เพราะเด็กปกติที่ไม่แพ้สารเคมีสามารถเล่นสินค้าตามปกติได้ มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

2.3 บทวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.3.1 บทวิเคราะห์และระบุ STP (Segmentation, Target, Positioning)

แป้งโดว์ปราศจากกลูเตน จากข้าวหอมมะลิ เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดขึ้นจากการที่เด็กเป็นโรคแพ้กลูเตนนั้นสามารถที่จะเล่นแป้งโดว์ได้แบบปกติ เหมือนเด็กที่ไม่แพ้กลูเตน จึงมีการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าได้ ดังนี้

2.3.2 การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

การแบ่งส่วนตลาดของลูกค้าธุรกิจผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ปราศจากกลูเตน จะแบ่งกลุ่มตามลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มที่มีความต้องการซื้อแป้งโดว์ได้เป็น 4 กลุ่มเซกเมนต์ อธิบายได้ดังนี้

2.3.2.1 แบ่งตามภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) การแบ่งตามสถานที่ที่แตกต่างกัน เช่น เขตภูมิภาค จังหวัด เขต อำเภอ โดยคำนึงถึงลักษณะพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในแต่ละเขตภูมิศาสตร์นั้น โดยมีการแบ่งโดยคำนึงถึงพื้นที่ที่มีประชากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัด

2.3.2.2 แบ่งตามประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) การแบ่งออกเป็นกลุ่มๆ ได้โดยใช้ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา เป็นตัวกำหนดซึ่งการแบ่งลักษณะนี้ ความต้องการของผู้บริโภค หรืออัตราการใช้ผลิตภัณฑ์จะมีความเกี่ยวข้องกันอย่างสูงกับตัวแปรทางประชากรศาสตร์

2.3.2.3 แบ่งตามพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Segmentation) การแบ่งตามพฤติกรรมโดยใช้ความรู้ ทักษะ การใช้ผลิตภัณฑ์ การตอบสนองต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือโอกาสการใช้ผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้ที่มีความถี่ในการซื้อของเล่นแปรงฟัน และผู้ที่จำเป็นต้องซื้อแปรงฟัน ปราศจากกลูเตน ซึ่งมีตั้งแต่ซื้อน้อยไปจนถึงซื้อบ่อย โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ พ่อแม่ ผู้ปกครอง ที่มีบุตรหลานเล่นแปรงฟัน ในประเทศไทย ซึ่งจะเป็นกลุ่มที่รักสุขภาพ ใส่ใจดูแลเรื่องอาหารการกิน การใช้ของที่มีประโยชน์ และต้องการให้ลูกได้เล่นของเล่นที่ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย ไม่มีสารเคมี

กลุ่มที่ 2 คือ พ่อแม่ ผู้ปกครอง ที่มีบุตรหลานแพ้สารกลูเตน ในประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มที่พ่อแม่จำเป็นต้องซื้อแปรงฟันที่ปราศจากกลูเตน เนื่องจากบุตรหลานเป็นโรคแพ้กลูเตน โดยที่บุตรหลานจะสามารถเล่นแปรงฟันได้แบบเด็กปกติที่ไม่แพ้กลูเตน

กลุ่มที่ 3 คือ ผู้บริหาร โรงเรียนเอกชนที่มีเด็กนักเรียนแพ้สารกลูเตน ในประเทศไทย โดยจะซื้อแปรงฟันที่ปราศจากกลูเตนให้กับเด็กที่เป็นโรคแพ้กลูเตน

2.3.2.4 แบ่งตามด้านจิตวิทยา (Psychography Segmentation) แบ่งตามหลักจิตวิทยา ใช้ความแตกต่างในการดำรงชีวิต และบุคลิกลักษณะเป็นตัวแบ่งส่วนตลาด โดยมีการแบ่งออกเป็นกลุ่ม คือ กลุ่มผู้ปกครองที่มีบุตรหลานแปรงฟัน เป็นกลุ่มที่มีค่านิยม และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพ ให้บุตรหลานใช้ของที่ดี มีประโยชน์, กลุ่มผู้ปกครองที่มีบุตรหลานแพ้กลูเตน และกลุ่มโรงเรียนที่มีเด็กแพ้กลูเตน ที่มีพฤติกรรมเลือกสิ่งที่มีบุตรหลาน และนักเรียนจะใช้ของที่ไม่ก่อให้เกิดอาการแพ้กลูเตน และมีความเชื่อว่าเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์แล้วจะไม่เกิดอาการแพ้กลูเตน

2.3.3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target)

กำหนดกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มจากส่วนแบ่งตลาดในหัวข้อ 2.3.2 โดยวิเคราะห์ตามโอกาสที่ลูกค้าจะมีปัญหา หรือมีความต้องการที่จะใช้ผลิตภัณฑ์แปรงฟัน ปราศจากกลูเตน

2.3.3.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก (Primary Target) เป็นกลุ่มที่ผู้ปกครองมีบุตรหลาน เป็นโรคแพ้กลูเตน ซึ่งจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์แปรงฟันที่ปราศจากกลูเตน เป็นผู้ที่อายุ 25-45 ปี การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาท/เดือนขึ้นไป และกลุ่มที่ผู้ปกครองมีบุตรหลาน เล่นแปรงฟัน โดยดูจากพฤติกรรมความถี่ในการซื้อแปรงฟัน อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง มีอายุ 25-45 ปี การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาท/เดือนขึ้นไป

2.3.3.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง (Secondary Target) เป็นกลุ่ม โรงเรียน เอกชน ที่มีเด็กนักเรียนแพ็กดูเตน ที่จำเป็นจะต้องมีแป้งโดว์ให้เด็กนักเรียนเล่นที่โรงเรียน โดยต้องการให้เด็กสามารถเล่นแป้งโดว์กับเพื่อนๆได้ แบบไม่ต้องหลีกเลี่ยงการไม่ให้เล่นแป้งโดว์

2.3.4 การวางตำแหน่งการตลาด (Positioning)

Jas a Dough เป็นแป้งโดว์ ปราศจากกลูเตน ที่นำเสนอทางเลือกใหม่ให้กับผู้ปกครอง หรือลูกค้าที่มีบุตรหลานเป็น โรคแพ็กดูเตน ซึ่งได้ประเมินคู่แข่ง ที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน คือ Nara โดยเป็นแป้งโดว์ ปราศจากกลูเตน ที่ไม่มีสารเคมี ปัจจุบันวางจำหน่ายสินค้า โดยตลาดหลัก คือ ต่างประเทศ และมีวางจำหน่ายที่ร้านหนังสือซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ ซึ่งในปัจจุบัน ลูกค้าไม่ได้รู้จักเท่าที่ควร เนื่องจากบรรจุภัณฑ์รูปแบบของแป้งโดว์ไม่ได้ดึงดูดให้ลูกค้าซื้อ ซึ่งแตกต่างจาก Jas a Dough ที่จะมีแตกต่างจาก Nara คือ ออกแบบสินค้าให้มีรูปลักษณ์น่าสนใจ ดึงดูด การซื้อ และมีบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บแป้งโดว์ได้เป็นอย่างดี โดยแป้งจะไม่เหนียว และแห้ง และมีความแตกต่างคือ ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากข้าวหอมมะลิ ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ สีที่ได้มา คือ มาจากธรรมชาติ ดังนั้นจะทำให้ผู้ปกครองสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

ส่วนคู่แข่งทางอ้อมที่สำคัญ คือ Play Doh ซึ่งเป็นแป้งโดว์เจ้าตลาดใหญ่ระดับโลก มุ่งเน้นไปที่ให้เด็กเล่นเกิดความสุข มีสีสันให้เลือกมากมาย และมา Collection ของการ์ตูนมาร่วม ด้วย จึงทำให้สินค้าเป็นที่น่าดึงดูดใจให้ลูกค้าซื้อ

เมื่อนำคู่แข่งทั้งสองรายมาเปรียบเทียบใน Perceptual Map จากการวิเคราะห์ข้างต้น สามารถระบุตำแหน่งของคู่แข่งได้ตามภาพที่ 2.1 ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แสดง Perceptual Map ของธุรกิจ Jas a Dough และคู่แข่ง

2.4 บทวิเคราะห์ภาวะการแข่งขัน และคู่แข่ง (Competition Analysis)

จากที่กล่าวในหัวข้อ 2.3.4 แนวคิดการทำผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ ปราศจากกลูเตนมีขึ้นมา ก่อน Jas a Dough มาบ้างแล้ว มีบางรายที่ใช้หลักการเดียวกัน และบางส่วนทำเป็นแป้งโดว์สำหรับเด็กที่ไม่แพ้กลูเตน จึงจะยกตัวอย่างที่เป็นคู่แข่งแบบละเอียด ได้แก่

2.4.1 NARA

เป็นแป้งโดว์ ปราศจากกลูเตน เช่นเดียวกัน โดยมีการจัดจำหน่ายสินค้าเป็นระยะเวลา มายาวนาน แต่จะตลาดไปที่ต่างประเทศ โดยสินค้าที่จำหน่ายในประเทศมีน้อยมาก ในส่วนของตัว ผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นสีเข้ม ไม่ได้ทำมาจากวัตถุดิบธรรมชาติ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้เป็นกล่องกระดาษ และมีถาดรองในกล่องเป็นพลาสติก ซึ่งเมื่อเล่นเสร็จแล้วนำแป้งโดว์มาเก็บไว้ที่เดิมเป็นเรื่องที่ยากมาก ซึ่งกล่องมีขนาดเล็ก ซึ่งแตกต่างจาก Jas a Dough ที่มีบรรจุภัณฑ์ในการเก็บแป้งโดว์ในแต่ละสี



ภาพที่ 2.2 แสดงผลิตภัณฑ์ของแป้งโดว์ NARA

ที่มา : บริษัทนารา โกลบอล จำกัด, 2562

2.4.2 Play Doh

เป็นแป้งโดว์ ที่เด็กปกติเล่น ซึ่งเด็กที่แพ็กกลูเตนไม่สามารถเล่นแป้งโดว์นี้ได้ โดยมีรูปลักษณะ และสีที่หลากหลย เน้นเล่นสนุก เป็นแบรนด์เจ้าตลาดแป้งโดว์ในระดับโลก ซึ่งมีช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าตามร้านของเล่นในห้างสรรพสินค้าชั้นนำในประเทศไทยด้วย และมีทางช่องทางการจัดจำหน่ายแบบทางช่องทางออนไลน์โดยผ่านร้านค้า มีบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะใส่กล่องเป็นกระปุก เมื่อเล่นเสร็จสามารถนำกลับไปเก็บไว้ในกระปุกได้เลย แป้งมีอายุการเก็บรักษาได้ในระยะเวลาที่นาน



ภาพที่ 2.3 แสดงผลิตภัณฑ์ของแป้งโดว์ Play Doh

ที่มา : Hasbro, 2562

ตารางที่ 2.2 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ Jas a Dough

ชื่อแบรนด์	Jas a Dough	NARA	Play Doh
ผลิตภัณฑ์			
จุดเด่น	ปราศจากกลูเตน วิตามิน E สีมาจากธรรมชาติ วัตถุติดจากธรรมชาติ ปลอดสารพิษ ทำมาจากข้าวหอมมะลิ	ปราศจากกลูเตน วิตามิน E ปลอดสารพิษ	มีสีสดใส เป็นเจ้าตลาดแป้งโดว์
ช่องทางการจัดจำหน่าย	Facebook Instagram ออกนุชแสดงสินค้า	ร้านหนังสือ Se-ed Book Website	Robinson Paragon The Mall
ราคา	490 บาท/250 กรัม	115 บาท/135 กรัม	295 บาท/450 กรัม

จากตารางเปรียบเทียบคู่แข่งจะเห็นว่า Jas a Dough ได้เปรียบเทียบกับ NARA จะเป็นเรื่องของจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ คือ ข้าวหอมมะลิ ซึ่งมีฉลากที่แสดงถึงวัตถุดิบในการทำได้อย่างชัดเจน และมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เยอะกว่า ทำให้ลูกค้าหาซื้อได้ง่าย

ในส่วนของ Play Doh ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการสำหรับผู้ปกครองที่ต้องการความปลอดภัยในการเล่นแป้งโดว์ได้ ซึ่งแต่ในอนาคตคู่แข่งสามารถมาเป็นคู่แข่งทางตรงได้ ในการผลิตสำหรับเพิ่มจุดเด่น โดยการทำให้สำหรับคนที่แพ้กลูเตนเล่นได้

2.5 แผนกลยุทธ์ด้านการตลาด

2.5.1 สินค้า (Product)



ภาพที่ 2.4 แสดงผลิตภัณฑ์ของแป้งโดว์ Jas a Dough

แป้งโดว์ของเล่นเสริมพัฒนาการ ปราศจากสารกลูเตน ไม่มีสารพิษ วัตถุดิบหลัก คือ ข้าวหอมมะลิ ส่วนสีที่ได้สกัดนั้นมาจากธรรมชาติ ปลอดภัย 100% ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย และ ผิวสัมผัส มีวิตามิน E เนื้อสัมผัสนุ่ม ไม่เป็นคราบ ไม่แห้ง นอกจากนั้นยังทำให้มีพัฒนาการกล้ามเนื้อ มัดเล็ก และใหญ่ พัฒนาการทางด้านอารมณ์ ความคิด การจินตนาการ ได้ดี เหมาะสำหรับเด็กที่มีอายุ 3 ขวบขึ้นไป ตาม มอก.685-2540

2.5.2 ราคา (Price)

ใช้กลยุทธ์ Cost - Plus Pricing ในการตั้งราคาที่สูงจากต้นทุน แล้วเพิ่มคุณค่าของ ผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ Value – added Pricing เนื่องจากผลิตภัณฑ์ Jas a Dough เป็นสินค้าที่มีวัตถุดิบ ทำมาจากธรรมชาติ ไม่มีสารเคมี สีที่ได้นั้นยังเป็นสีที่ได้มาจากธรรมชาติ โดยไม่มีส่วนผสมของสาร ตะกั่ว สารหนู โลหะหนัก เป็นต้น ซึ่งเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่ม โดยสามารถขายได้ในราคาที่สูงกว่าเมื่อ เทียบกับสินค้าของกลุ่มแข่ง โดยจะจัดจำหน่ายในราคา 490 บาท/250 กรัม

2.5.3 สถานที่ (Place)

การจัดจำหน่ายสินค้าที่ การออกบูธแม่และเด็ก งานมหกรรมของเล่นเด็ก เพื่อจำหน่าย สินค้า และช่องทางการขายทางออนไลน์โดยผ่านช่องทาง Facebook, Instagram หรือการแอด Line

ในการสั่งซื้อสินค้า เนื่องจากยังเป็นสินค้าที่อยู่ในตลาดเฉพาะ ซึ่งโดยปกติกลุ่มผลิตภัณฑ์ปราศจากกลูเตนนั้นหาซื้อได้ยากตามร้านค้าชั้นนำ และร้านค้าทั่วไป ทางเราจึงทดลองจำหน่ายสินค้าในช่องทางออนไลน์เป็นหลักก่อน

2.5.4 การสื่อสารการตลาด (integrated Marketing Communication)

2.5.4.1 ผ่านช่องทางออนไลน์ การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะสามารถเข้าสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เราจึงใช้ Facebook, Instagram ที่เป็นช่องทางหลักในการขายของมีการโฆษณา และการสื่อสารการตลาดในเรื่องของแป้งโดว์ ปราศจากกลูเตน โดยการซื้อโฆษณาทุกวัน โดยมีงบอยู่ที่พื้นที่หน้าเฟซบุค จำนวน 50,000 บาท และ อินสตาแกรม 30,000 บาท

2.5.4.2 ผ่านออฟไลน์ จะทำการตลาดออฟไลน์ให้มีประสิทธิภาพ โดยการสร้างความรับรู้ที่ลูกค้าสามารถเห็นได้ ยกตัวอย่างเช่น แผนการทำโปรโมชันออฟไลน์ของ Jas a Dough จากการออกบูธ เช่น

เด็ก

- การติดป้ายโฆษณาที่บริเวณบูธ การจัดจำหน่ายสินค้างานแฟร์ แม่และเด็ก
- การแจกแป้งโดว์ขนาดทดลอง
- การแถมแป้งโดว์เมื่อเกิดการซื้อของลูกค้า

บทที่ 3

แผนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา

3.1 แผนการจัดการนวัตกรรม

ผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ ปราศจากสารกลูเตน ไม่มีสารพิษ วัตถุประสงค์หลัก คือ ข้าว ส่วนสีที่ได้ สกัดนั้นมาจากธรรมชาติ ปลอดภัย 100% ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย และผิวสัมผัส มีวิตามิน E เนื้อสัมผัสนุ่ม ไม่เป็นคราบ ไม่แข็ง ซึ่งเป็นของเล่นเสริมพัฒนาการเด็ก นอกจากนั้นยังทำให้มีพัฒนาการกล้ามเนื้อมัดเล็ก และใหญ่ พัฒนาการทางด้านอารมณ์ ความคิด การจินตนาการได้ดี

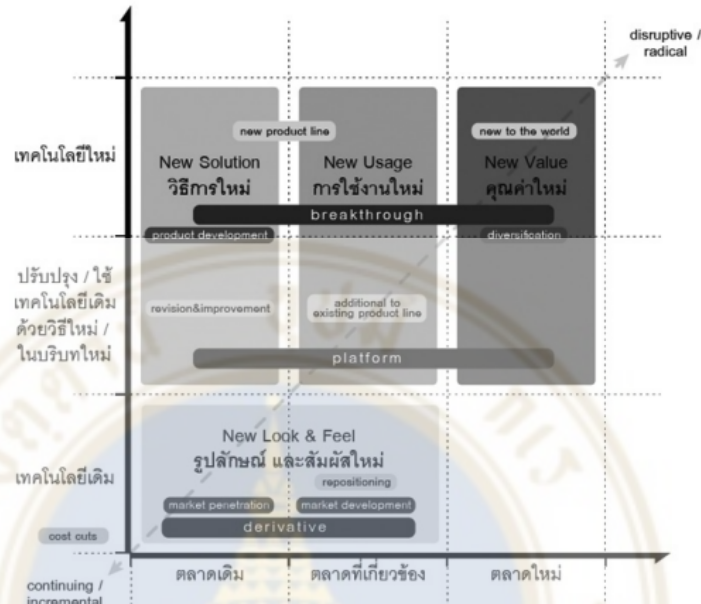
3.1.1 ประเภทของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

ประเภทสิ่งประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เข้ามาช่วยในการแก้ไขปัญหาให้กับเด็กที่แพ้กลูเตน และเด็กที่มีพ่อแม่คำนึงถึงความปลอดภัยของเด็ก ซึ่งเมื่อไปโรงเรียนนั้นไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเล่นแป้งโดว์ และดินน้ำมันที่มีสารกลูเตนได้เลย นอกจากนั้นเป็นการพัฒนาให้เด็กได้มีการเรียนรู้ ทักษะ พัฒนาการทางด้านกล้ามเนื้อมัดเล็ก และใหญ่ ในการบีบ ปั้นแป้ง มีพัฒนาการทางด้านอารมณ์ ความคิด มีสมาธิ ตั้งใจที่จดจ่ออยู่กับการปั้นแป้ง และการจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ได้ดีมากยิ่งขึ้น

3.1.2 ประเภทความใหม่ของนวัตกรรม

การวัดความใหม่ของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์นั้นสามารถพิจารณาได้ในหลากหลายแง่มุม จากบทความ “กลยุทธ์การวางแผนผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมแห่งคุณค่า” โดย ดร.ไปรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา ซึ่งจากการวิเคราะห์ได้จากรูปภาพที่ 3.1 การพัฒนาวิธีแก้ปัญหาใหม่จากเดิมที่มีแป้งโดว์สำหรับเด็ก ซึ่งเปลี่ยนมาเป็นผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ ปราศจากกลูเตน สำหรับผู้ป่วยแพ้กลูเตน นั้นมีการปรับปรุงเทคโนโลยีกระบวนการผลิตขึ้นมาใหม่ ตั้งแต่วิธีการของการเปลี่ยนวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การปรับสูตรและส่วนผสมใหม่ทั้งหมด โดยการไม่ใส่สารเคมี ซึ่งจากเดิมวิธีแก้ไขปัญหา คือ การนำเด็กออกมาจากสถานที่ หรือห้ามไม่ให้เด็กเล่นแป้งโดว์ แต่ผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ มีการตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับกับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด

นอกจากนี้ยังกล่าวได้ว่าบริษัทได้สร้างนวัตกรรมใหม่ขึ้นมา ในระดับการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ไขปัญหาได้แบบตรงจุด โดยเป็นการไม่หลีกเลี่ยงของการใช้แป็งโคว์ แต่ยังเป็นการสนับสนุนให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 3.1 แสดงแบบประเมินประเภทนวัตกรรมแห่งคุณค่า
ที่มา : ดร.ไปรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา

3.1.3 แผนการนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือ สังคม

ผลิตภัณฑ์แป็งโคว์ ปราศจากสารกลูเตน จะสามารถขายได้ เนื่องจากเป็นของเล่นเสริมพัฒนาการ จะทำให้เกิดประโยชน์ได้ในฝ่ายของ User โดยปกติเด็กเล่นอยู่ที่บ้าน และโรงเรียนเป็นประจำอยู่แล้ว ถ้าใช้ผลิตภัณฑ์แป็งโคว์ ปราศจากสารกลูเตน ก็จะไม่เป็นอันตรายต่อผิวหนัง

ในส่วนของ Buyer พ่อแม่ ผู้ปกครองคำนึงถึงความปลอดภัยในการบริโภค และหมดความกังวลว่า บุตรหลานจะใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย นอกจากนี้ยังสามารถนำผลิตภัณฑ์ส่งออกไปขายในทวีปยุโรป อเมริกา ได้อีกซึ่งมีตลาดรองรับในเรื่องของปราศจากกลูเตน และมีจำนวนผู้ป่วยโรคแพ้กลูเตนอยู่เป็นจำนวนมาก ในด้านสังคม ธุรกิจของเรามีเป้าหมายในการสร้างกลุ่มสังคม (Community) ของพ่อแม่ ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานเล่นแป็งโคว์ ซึ่งสามารถแชร์ความรู้ ประสบการณ์ หรือรูปการเล่นแป็งโคว์ตามจินตนาการของเด็ก และเกิดมีการมีสังคม โดยเด็กเล่นแป็งโคว์กับเพื่อนๆ

3.2 แผนการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา

การจัดการทรัพย์สินทางปัญญานั้น เนื่องจากบริษัทดำเนินการในอุตสาหกรรมการผลิต โดยผลิตภัณฑ์หลัก คือ แป้งโดว์ ปราศจากกลูเตน ดังนั้นบริษัทวางกลยุทธ์ทางการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ดังนี้

3.2.1 เครื่องหมายทางการค้าและชื่อทางการค้า

สิ่งที่บ่งบอกความเป็นแบรนด์ของบริษัท คือ เครื่องหมายทางการค้า และชื่อทางการค้า โดยเครื่องหมายทางการค้าของบริษัทมีลักษณะที่มีสีสันสดใส เนื่องจากเป็นสินค้าสำหรับเด็ก ดังภาพที่ 3.2 ซึ่งที่จะใช้สัญลักษณ์เดียวกันบนบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นสัญลักษณ์ควรได้รับสิทธิความคุ้มครอง ซึ่งกระทำได้โดยการจดทะเบียนเครื่องหมายทางการค้า เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้อื่นสามารถใช้ชื่อของ Jas a Dough ที่อ้างถึงประโยชน์ หรือโยงความสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับธุรกิจ Jas a Dough ต้นฉบับได้



ภาพที่ 3.2 แสดงเครื่องหมายทางการค้าของบริษัท

3.2.2 ความลับทางการค้า (Trade Secret)

การเก็บข้อมูลความลับทางการค้าในเรื่องของกระบวนการผลิตให้ได้มาซึ่ง ขั้นตอนกระบวนการส่วนผสมของแป้งโดว์ สูตรของแป้งโดว์ โดยการทำสัญญากับผู้มีส่วนรับรู้ของขั้นตอนและความลับทางธุรกิจ โดยการจัดทำสัญญากับ นักวิจัยพัฒนาแป้งโดว์ พนักงานในบริษัท หากมีการละเมิดหรือไม่ทำตามกฎ ตามสัญญาที่มีการเซ็นเป็นลายลักษณ์อักษรจะมีการปรับและมีค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ยังมีการดำเนินการทางคดีความในกฎหมายอีกด้วย

3.2.3 แผนการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ให้ก่อประโยชน์ต่อธุรกิจหรือสังคม

บริษัทเป็นเจ้าของของสูตรการผลิตแป้งโดว์ ปราศจากกลูเตน จะทำให้มีความได้เปรียบจึงทำให้บริษัทเราสามารถรับจ้างการผลิตแป้งโดว์เพื่อนำไปทำเป็นแบรนด์ได้ และนอกจากนั้นยังมีการสร้างให้คนในชุมชนได้มีอาชีพ มีรายได้จากการขายข้าว ที่เป็นวัตถุดิบหลักของผลิตภัณฑ์ และเกิดเป็นธุรกิจที่ช่วยเหลือสังคมที่เกิดจากการจ้างงานจากคนในชุมชน



บทที่ 4

แผนกลยุทธ์การผลิต การดำเนินงานและทีม

4.1 ผู้บริหารและทีมงาน

บริษัทเซฟโรซ์จำกัด ประกอบไปด้วยผู้ก่อตั้ง 4 ราย และผู้ก่อตั้งทั้งหมดต้องดำรงตำแหน่งในระดับกรรมการบริหาร แสดงในตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงทีมผู้ก่อตั้ง

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ประวัติการทำงานและประสบการณ์ที่ผ่านมา
1.นางสาวภัทรานันต์ ศรีคำ	กรรมการผู้จัดการ (Chief Executive Officer)	- มีประสบการณ์การทำงานฝ่ายขาย - ธุรกิจจำหน่ายพันธุ์ข้าวสาร และข้าวสารแบรนด์ นารา
2. นายชานูวัฒน์ ศรีคำ	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด (Chief Marketing Officer)	- มีประสบการณ์ด้าน Product Specialist จากบริษัท Becton Dickinson - Claim Assessor จากบริษัท Tokio Marine
3. นางวรรณมา ศรีคำ	ผู้จัดการฝ่ายการผลิต (Chief Operating Officer)	- ประสบการณ์การด้านการเกษตร ควบคุมการผลิต และคุณภาพ ตั้งแต่พันธุ์ข้าว การปลูกข้าว
4. นางสาวรัชณาบดี แพรสีนวล	ผู้จัดการฝ่ายการเงิน (Chief Financial Officer)	- มีประสบการณ์ด้านการเงินและการบัญชี - เจ้าหน้าที่ฝ่ายธนกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์

ตารางที่ 4.2 แสดงหน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	หน้าที่และความรับผิดชอบ
1. กรรมการผู้จัดการ	1	<ul style="list-style-type: none"> - บริหารจัดการและดูแลบุคลากรภายในองค์กร - วางแผนและกำหนดกลยุทธ์องค์กรทั้งระยะสั้นและระยะยาว - กำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนของบุคลากรตามความเหมาะสม - ประสานงานการทำงานร่วมกันกับงานของพนักงานในองค์กร และภายนอกองค์กร
2. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	1	<ul style="list-style-type: none"> - วางกลยุทธ์การตลาด การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย - วางแนวทางปฏิบัติให้แก่พนักงานขาย โดยมุ่งเน้น CRM เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการขาย - รับผิดชอบงานและดูแลงานที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจัดจำหน่าย
3. ผู้จัดการฝ่ายการผลิต	1	<ul style="list-style-type: none"> - ควบคุมดูแลกระบวนการผลิตวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ - บริหารสินค้าคงคลัง - วางแผนการผลิตและดำเนินการผลิตวัตถุดิบให้ตรงตามทีวางแผนไว้
4. ผู้จัดการฝ่ายการเงิน	1	<ul style="list-style-type: none"> - ตรวจสอบเอกสารทางการเงินรายรับ รายจ่าย เอกสารต่างๆ ด้านการเงิน - วางแผนการลงทุนเพื่อเพิ่มกำไรแก่บริษัท - ดูแลระบบบัญชีเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านการบริหารการเงิน

บริษัทเซฟไรซ์จำกัด เป็นรูปแบบธุรกิจจัดตั้งใหม่ เนื่องจากต้องการแยกออกมาจากธุรกิจเดิมของครอบครัว ซึ่งอยู่ในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด ในธุรกิจของครอบครัวนั้นมีหลายธุรกิจ อาจจะทำให้สับสนและเกิดระบบการดูแล ได้มีการจัดการไม่ทั่วถึง และไม่เหมาะสม เพื่อเป็นการจัดการได้ดีในทุกส่วน และขอบเขตของการทำงานที่ดีขึ้น จึงจำเป็นต้องเป็นทีมที่มีความเชี่ยวชาญแตกต่างกัน ซึ่งจะสามารถเป็นแรงขับเคลื่อนให้ธุรกิจดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถดำเนินไปได้อย่างประสบความสำเร็จ โดยทีมผู้ก่อตั้งและบริหารมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่ครอบคลุมการบริหารองค์กร ได้แก่ กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ผู้จัดการฝ่ายการผลิต ผู้จัดการฝ่ายการเงิน โดยมีการเลือกจัดตั้งใหม่ คือ จัดตั้งบริษัทจำกัด โดยมีผู้เริ่มก่อการตั้งจำนวน 4 คน ลงทุนโดยแบ่งเงินลงทุนเป็นหุ้น เนื่องจากการจัดตั้งบริษัทแบบบริษัทจำกัดนั้นทำการระดมทุนได้ง่าย จำกัดความรับผิดชอบหนี้สิน นอกจากนี้ยังทำการ โอน ขาย หรือขยายกิจการได้ง่ายเวลาขอสนับสนุนเงินทุน หรือความช่วยเหลือจากองค์กรอื่นๆ หรือจากรัฐบาลนั้น จะทำให้ผู้มีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือค่อนข้างสูง และมีข้อจำกัดในการขอทุนหรือเข้าโครงการต่างๆ เนื่องจากในปัจจุบัน บางโครงการกำหนดว่า ธุรกิจจะต้องอยู่ในรูปแบบของบริษัทเท่านั้น

4.2 บทวิเคราะห์โซ่คุณค่าภายในองค์กร (Value Chain Analysis)

การวิเคราะห์โซ่คุณค่าขององค์กรตามแนวคิดของ Michael E. Porter Competitive Advantage (1985) ที่ได้แสดงถึงความสัมพันธ์ของกิจกรรมต่างๆ ในองค์กร เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์แปงโค้ว ปราศจากกลูเตน โดยสามารถแบ่งออกเป็นกิจกรรมหลัก (Primary Activities) ได้แก่ Inbound Logistic, Operation, Outbound Logistic, Marketing & Sales, Customer Service และ กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ได้แก่ firm infrastructure, human resource management, technology development และ procurement



ภาพที่ 4.1 แสดงโซ่คุณค่าภายในองค์กรของผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ ปราศจากกลูเตน

ที่มา : Michael E. Porter Competitive Advantage (1985)

4.2.1 กิจกรรมหลัก (Primary Activities)

เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value-Added) ให้กับผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ ปราศจากกลูเตน ซึ่งมีรูปแบบกลยุทธ์การดำเนินงาน ทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร เพื่อให้ได้สินค้าและกระบวนการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีประเภทของแผนกหรือฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

4.2.1.1 โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ขาเข้าของธุรกิจผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ ปราศจากกลูเตน ได้แก่

- วัตถุดิบต่างๆ (Raw Materials) ให้ฝ่ายการผลิต ซึ่งมีความชำนาญในด้านการจัดหาวัตถุดิบ คือ ปัจจุบันครอบครัวได้มีการทำธุรกิจเกี่ยวกับข้าว ตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ ได้แก่ การมีข้าวหอมมะลิที่หลีกเลี่ยงการสีข้าวซึ่งเป็นข้าวหักปลายอยู่แล้ว นำมาที่โรงงานการผลิตเพื่อผลิตจากการนำข้าวมาเข้าสู่กระบวนการของการโม่แป้ง ให้ได้แป้งข้าวหอมมะลิ และจัดซื้อส่วนผสมต่างๆที่ใช้ในการผลิตแป้งโดว์ ได้แก่ สีจากธรรมชาติ เกลือ กระปุกที่ใช้ในการใส่ผลิตภัณฑ์ลงในบรรจุภัณฑ์

- การจัดเก็บวัตถุดิบ เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการเองภายในองค์กรซึ่งสามารถแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 ส่วน คือ วัตถุดิบขั้นแรก เป็นข้าวหักปลายที่จะนำมาแปรรูปเป็นแป้งข้าวหอมมะลิ วัตถุดิบขั้นที่สอง คือ วัตถุดิบในการผลิตต่างๆ เช่น เกลือ สีจากธรรมชาติ ที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิต และรอการผลิต โดยในการจัดเก็บของวัตถุดิบทั้ง 2 ส่วนนี้ จะแยกการ

จัดเก็บกันอย่างชัดเจน นอกจากนี้ลักษณะการจัดเก็บจะต้องบรรจุอยู่ในหีบห่อมิดชิด เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสามารถนำไปเข้าสู่กระบวนการผลิตต่อไป

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ขาเข้าของธุรกิจทั้งหมด จะต้องใช้บุคลากรฝ่ายการผลิต และการตลาดเป็นผู้บริหารจัดการคลังวัตถุดิบ และคลังสินค้า เพื่อให้วัตถุดิบสอดคล้องกับกระบวนการผลิต โดยจะบริหารการจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าคงเหลือให้อยู่ในคลังจัดเก็บน้อยที่สุด เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีอายุการใช้งาน

4.2.1.2 การปฏิบัติการ (Operations)

ฝ่ายการผลิตดูแลรับผิดชอบนำวัตถุดิบมาผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ ปราศจากกอลลูเตน ดูแลกระบวนการในการผลิตแป้งโดว์ และดำเนินการตรวจสอบสินค้าแป้งโดว์ให้ได้มาตรฐานก่อนที่จะจัดส่งนำไปขาย โดยมีขั้นตอนการผลิต ดังนี้

- ขั้นตอนการผลิตแป้งข้าวหอมมะลิ ในส่วนของขั้นตอนการผลิตจะดำเนินการโดยของค์กรภายใน คือ เป็นธุรกิจต่อเนื่องมาจากธุรกิจเดิมของที่บ้าน ซึ่งนำข้าวหักปลายที่ได้มาจากการสีข้าวนั้น มาแปรรูปออกมาให้ได้เป็นแป้งข้าวหอมมะลิ ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตแป้งโดว์ ปราศจากกอลลูเตน

- ขั้นตอนการผลิตเป็นแป้งโดว์ โดยผู้ผลิตจะทำการผลิตเอง ใส่วัตถุดิบลงไปทั้งหมด แล้วกวนส่วนผสม โดยผลิตในห้องควบคุมการผลิตที่ได้มาตรฐานทางการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

- ขั้นตอนการบรรจุสินค้าลงบรรจุภัณฑ์ จะดำเนินการเองภายในองค์กร เพื่อตรวจสอบเช็คสินค้าก่อนนำลงบรรจุภัณฑ์ จำเป็นต้องใช้บุคลากรด้านการผลิต ซึ่งจะต้องได้รับการฝึกฝนให้มีความละเอียด รอบคอบ โดยจะสามารถบรรจุสินค้าได้อย่างมีคุณภาพ

4.2.1.3 โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics)

ฝ่ายการตลาด จะเป็นผู้ดูแล และจัดเก็บผลิตภัณฑ์ นับสินค้าทั้งหมดเพื่อนำไปวางแผนการตลาด และดูแลเรื่องจัดจำหน่ายสินค้า การขายผ่านช่องทางออนไลน์ และออกบูธแสดงสินค้า ไปยังลูกค้าของธุรกิจแป้งโดว์ ปราศจากกอลลูเตน จะมีทั้งการดำเนินการเองภายในองค์กร และดำเนินการโดยใช้ทรัพยากรภายนอก เพื่อการบริหารจัดการที่คุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เริ่มต้นใหม่ จึงยังไม่มีทรัพยากรทางการเงินมากพอ ดังนั้นกิจกรรมโลจิสติกส์ขาออกจึงต้องเลือกการดำเนินงานที่คุ้มค่าที่สุด โดยบางกิจกรรมการใช้ทรัพยากรภายนอกจะใช้ค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการดำเนินงานเองภายในองค์กร การดำเนินงานกิจกรรมโลจิสติกส์ขาออกของธุรกิจแป้งโดว์ ปราศจากกอลลูเตน สามารถแบ่งออกเป็นกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

- การจัดเก็บสินค้าคงเหลือ (inventory) โดยการจัดเก็บภายในคลังสินค้า จะใช้ทรัพยากรร่วมกับธุรกิจเดิม เนื่องจากธุรกิจจำเป็นต้องมีคลังสินค้า เพื่อจัดเก็บวัตถุดิบรอการผลิตในขั้นตอนต่างๆ และสินค้าพร้อมสำหรับจำหน่าย เพื่อสะดวกต่อการบริหารจัดการคลังสินค้า และสามารถดูแลรักษาวัตถุดิบและสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- การจัดส่งสินค้าไปยังจุดจำหน่าย จะใช้ทรัพยากรร่วมกับธุรกิจเดิม เนื่องจากการจัดส่งสินค้าของธุรกิจเป็นรูปแบบการจัดส่งเป็นครั้งคราว ซึ่งธุรกิจใช้รูปแบบการจำหน่ายโดยการออกบูชางานแสดงสินค้า จึงใช้การขนส่งเป็นครั้งคราว หากใช้ทรัพยากรภายใน ในการจัดส่งจึงไม่คุ้มค่ากับธุรกิจ

4.2.1.4 การตลาดและการขาย (Marketing and Sales)

กิจกรรมที่เกี่ยวกับการตลาด และการขายสินค้าแบ่งได้ 2 ประเภทจากกลุ่มลูกค้า จะใช้บุคลากรภายในองค์กร โดยให้ฝ่ายการตลาดดูแลรับผิดชอบ ซึ่งจะมีรูปแบบการส่งเสริมทางการตลาดที่แตกต่างกันตามกลุ่มลูกค้า เพื่อทำการตลาดได้ตรงกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มลูกค้าของธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- กลุ่มลูกค้า (B2C) เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีบุตรหลานเป็นโรคแพ้กลูเตน และกลุ่มลูกค้าที่มีบุตรหลานเล่นแป้งโดว์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่คำนึงถึงการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากกลูเตน ไม่มีสารเคมี เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งรูปแบบการทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายนี้ จะเริ่มจากการสร้างการรับรู้ของแบรนด์ และตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างให้เกิดการบอกต่อ โดยการทำการส่งเสริมการขายในรูปแบบของส่วนลดจากการแนะนำสินค้า การใช้รูปแบบการรีวิวจากผู้ใช้งานจริง เพื่อให้รับรู้ถึงคุณภาพของสินค้า ซึ่งช่องทางการขายจะครอบคลุมทั้งรูปแบบออฟไลน์ ผ่านการจัดบูชางานแสดงสินค้า ได้แก่ งานแสดงสินค้าแม่และเด็ก งานแสดงสินค้าของเด็ก โดยมีการใช้จ่ายในการขายน้อยกว่าการขายบนชั้นวางห้างสรรพสินค้า (Modern trade) และรูปแบบออนไลน์ ผ่าน Facebook, Instagram, Line เพื่อตอบโต้พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้าในปัจจุบัน เพราะเป็นสินค้าเฉพาะ ลูกค้าจะมีพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์เป็นหลัก

- กลุ่มลูกค้าธุรกิจ (B2B) เป็นกลุ่มลูกค้าโรงเรียนเอกชน ที่มีเด็กนักเรียนเป็นโรคแพ้กลูเตน ที่ต้องการให้เด็กนักเรียนเล่นแป้งโดว์ ปราศจากกลูเตน ได้แบบเด็กปกติที่ไม่มีอาการแพ้กลูเตน ซึ่งจะใช้ฝ่ายการตลาด เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ โดยการนำเสนอการขายโดยตรงผ่านทางผู้บริหารโรงเรียนเอกชน หรือฝ่ายจัดซื้อของโรงเรียนที่มีอำนาจในการตัดสินใจ และซื้อแป้งโดว์ ปราศจากกลูเตน ซึ่งทำการตลาดจากการมีโปรโมชั่นในการสั่งซื้อ เช่น การมีส่วนลด การแถม

ผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ และแจกขนาดทดลองเพื่อให้เด็กที่แพ้งลูเตน ได้ทดลองเล่นก่อนการตัดสินใจซื้อจริง

4.2.1.5 การบริการ (Service)

กิจกรรมที่เป็นการให้บริการ โดยให้ฝ่ายการตลาดเป็นผู้รับผิดชอบเป็นกิจกรรมการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธุรกิจผลิตภัณฑ์ Jas a Dough แป้งโดว์ปราศจากกลูเตน โดยการให้ความรู้เรื่องการแพ้งลูเตน คำแนะนำในการเล่นแป้งโดว์ วิธีการเก็บรักษา และติดตามผลหลังการเล่นแป้งโดว์ ปราศจากกลูเตนโดยผ่านทางช่องทางออนไลน์เป็นหลัก รวมถึงการบริการหลังการขาย โดยมีการรับประกันสินค้า ถ้าหากสินค้าที่ได้รับเกิดการชำรุดหรือเสียหาย สามารถเปลี่ยนสินค้าใหม่ได้ภายใน 30 วัน เนื่องจากกลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าเป็นหลัก การรับประกันสินค้าจึงเป็นกลยุทธ์ที่สร้างความเชื่อมั่นในสินค้ากับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในท้องตลาด ความรู้และความเข้าใจในสินค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้า

จากกิจกรรมหลักจะเน้นไปทางด้านกระบวนการผลิตไปจนถึงสินค้าไปถึงมือลูกค้า นั่นทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่า มีความเชี่ยวชาญในด้านการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี แต่สิ่งที่สำคัญที่จะทำให้อำนาจดำเนินธุรกิจไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น คือ จะต้องใช้กิจกรรมสนับสนุนเพื่อใช้ในการจัดการในบริษัท เช่น การจัดการทีม การพัฒนาเทคโนโลยี ซึ่งประกอบไปด้วยดังนี้

4.2.2 กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities)

4.2.2.1 โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure)

กรรมการผู้จัดการ ดำเนินการจัดตั้งบริษัทใหม่ โดยใช้ชื่อว่า SAFERICE จำกัด และการจัดหาทีมงานโดยมีทีมงานในบริษัท เพื่อให้มีโครงสร้างพื้นฐานที่มั่นคง มีฝ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย ฝ่ายการเงิน การผลิต การตลาด เป็นต้น

- การบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ขององค์กร กำหนดกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อให้ทุกฝ่ายมีการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะกำหนดกลยุทธ์โดยคณะกรรมการผู้จัดการบริหาร กำหนดกลยุทธ์โดยทีมคณะกรรมการบริหาร ทำให้ได้กลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ครอบคลุมในแต่ละฝ่าย และเป็นกลยุทธ์ในระยะยาวขององค์กร

- การบริหารงานฝ่ายการผลิต คณะกรรมการผู้จัดการบริหารมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบกำหนดการผลิต เพื่อให้ฝ่ายการผลิต ได้ผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการที่ได้กำหนด

ไว้ โดยทุกฝ่ายในองค์กรจะต้องรับทราบทุกคน เพื่อให้ดำเนินงานไปในทางเดียวกัน และผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน มีประสิทธิภาพ

- ฝ่ายการตลาด และการขายสินค้า ธุรกิจแปงโค้ว ปราศจากกลิ่นเต็นเป็นธุรกิจที่จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรบุคคลในการขายสินค้า เนื่องจากมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มพ่อแม่ที่มีบุตรหลานเล่นแปงโค้ว และกลุ่มพ่อแม่ที่มีบุตรหลานเป็นโรคแพ้กลิ่นเต็น ซึ่งในกลุ่มนี้เราจะต้องมีพนักงานฝ่ายการตลาด และฝ่ายการขายให้บริการตอบคำถาม ให้ความรู้เรื่องกลิ่นเต็น และผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ เนื่องจากเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์เป็นหลัก และกลุ่มโรงเรียนเอกชน ที่มีเด็กนักเรียนแพ้กลิ่นเต็น ซึ่งจะต้องใช้พนักงานฝ่ายการตลาด และการขายเข้าไปติดต่อการขายโดยตรงที่โรงเรียน ซึ่งจะต้องแนะนำสินค้าโดยตรง และเกิดการทดลองใช้สินค้า

- การบริหารฝ่ายการเงิน และบัญชี มีหน้าที่บริหารจัดการด้านการเงินที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่กำหนดโดยคณะกรรมการ โดยจำเป็นจะต้องใช้ทรัพยากรทางด้านบุคคลเข้ามาดำเนินงานเองภายในองค์กร เนื่องจากเป็นฝ่ายที่มีหน้าที่บริหารจัดการที่เกี่ยวกับการใช้จ่ายและรายได้ของบริษัท จึงต้องใช้ทรัพยากรภายในเพื่อให้สามารถบริหารและควบคุมได้อย่างใกล้ชิด ที่สำคัญกรรมการผู้จัดการและทุกฝ่ายๆ ควรให้ความสำคัญกับการจัดการด้านการเงิน การพิจารณากิจกรรมทางการเงิน โดยจัดให้มีการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการเงินที่เหมาะสม เพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินได้อย่างต่อไป

4.2.2.2 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) เนื่องจากเป็นบริษัทจัดตั้งใหม่ (Startup) ในช่วงเริ่มต้นบริษัทอาจยังมีพนักงานไม่มากนัก จะดำเนินงานโดยการจัดตั้งทีมโดยการพิจารณาจากความเชี่ยวชาญในด้านแต่ละด้านหน้าที่การทำงานรับผิดชอบ ซึ่งโดยมีการบริหารทรัพยากรบุคคลด้วยความเรียบง่าย เป็นการพูดคุยการทำงานอย่างเป็นกันเอง สร้างความสัมพันธ์ที่เหมือนเป็นคนในครอบครัว ดูแลใส่ใจ ซึ่งค่อนข้างต่างจากบริษัทมหาชน หรือองค์กรใหญ่ๆ

4.2.2.3 การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Management)

บริษัทเป็นบริษัทผลิตแปงโค้วเองดังนั้น ต้องมีการศึกษาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อสามารถนำมาพัฒนา ปรับปรุง และพัฒนาสูตรแปงโค้วอยู่ตลอด ซึ่งจะใช้หน่วยงานภายนอกเป็นผู้พัฒนาเทคโนโลยี คิดค้นสูตร และการใช้แหล่งความรู้ภายนอกมาช่วยสนับสนุนในบริษัทเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ และประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี

4.2.2.4 การจัดหา/จัดซื้อ (Procurement)

กระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบนั้นให้ฝ่ายการผลิต และฝ่ายการตลาดเป็นผู้รับผิดชอบ เช่น การจัดซื้อ และหาส่วนประกอบในการทำแป้งโดว์ และมีการจัดจ้างบุคลากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ การเชี่ยวชาญทางด้านการผลิตของแป้งโดว์ เพื่อให้ได้สินค้าที่ดีที่สุด

4.3 แผนกลยุทธ์ดำเนินงานกิจกรรมหลัก

4.3.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรฝ่ายผลิตหลักของบริษัท

4.3.1.1 ประเภททรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในฝ่ายผลิตหลักของบริษัท

- ฝ่ายระบบขนส่งภายใน และภายนอกของของบริษัท
- เนื่องจากการขนส่งของธุรกิจจะดำเนินการเป็นรอบๆ รายครั้ง ดังนั้นการใช้บริการเหมารถขนส่งจากการใช้ทรัพยากรร่วมจากธุรกิจเดิมจะมีความเหมาะสมกว่า และมีค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่า เนื่องจากหากบริษัทเลือกดำเนินการเองภายใน จำเป็นต้องมีค่าจ้างพนักงานและซื้อรถขนส่งเอง - โรงงานผลิตแป้งโดว์ บริษัทฯ มีแผนการใช้โรงงานผลิตจากการใช้ทรัพยากรร่วมจากธุรกิจเดิมของที่บ้าน เนื่องจากมีทรัพยากรการผลิต เช่น พนักงาน เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์ ที่เอื้ออำนวยต่อการผลิตมากกว่าการดำเนินการผลิตเอง
- พนักงานฝ่ายผลิต มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลการผลิตแป้งโดว์ ในเรื่องของการเตรียมวัตถุดิบเพื่อนำไปเข้าเครื่องจักรผลิต แล้วแพคลงกล่องบรรจุภัณฑ์ นอกจากนั้นยังดูแลเก็บและเช็คของสินค้าคงคลัง
 - เครื่องจักรในการผลิต สำหรับเครื่องจักรในการได้มาของแป้งนั้น จะใช้ทรัพยากรร่วมกับธุรกิจเดิม และมีเครื่องจักรของการกวนวัตถุดิบที่ได้จากการลงทุนซื้อ การแพควัตถุดิบนั้นใช้ในโรงงานซึ่งได้มาจากการลงทุนซื้อเครื่องจักร
 - วัตถุดิบ วัตถุดิบหลักของการทำแป้งโดว์คือ ข้าวหอมมะลิที่ได้มาจากธุรกิจเดิม โดยนำข้าวห้กปลายมาแปรรูปเป็นแป้งข้าวหอมมะลิก่อน จากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการผลิตแป้งโดว์
 - บรรจุภัณฑ์ บรรจุลงในแพคเกจที่แน่นหนา เพื่อการเก็บรักษา และยืดอายุของการใช้งาน ซึ่งบริษัทจะเป็นผู้ดำเนินการเองโดยใช้ห้องปลอดเชื้อ ควบคุมอุณหภูมิในการแพคแป้งโดว์

4.3.2 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์ด้านการผลิตที่เกี่ยวข้อง

ความจำเป็นที่จะต้องใช้ทรัพยากรต่างๆ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่จะต้องมีการผลิตสินค้าและการพัฒนาแป้งโดว์ต้องใช้ และจัดหาทรัพยากร ดังนี้

- การจ้างเหมาบริการภายนอก (Outsource) เช่น การจ้างออกแบบบรรจุภัณฑ์ โลโก้ บริษัทออกแบบออกแบบชื่อแบรนด์ ฉลาก โลโก้ สีที่ใช้ โดยใช้กระปุกบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อให้สามารถเก็บแป้งโดว์ได้อย่างปลอดภัย มีการตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ถือเป็นสิ่งสำคัญและต้องได้รับการตรวจสอบอย่างเข้มงวด

- การใช้ทรัพยากรร่วม (Shared Service) เช่น การใช้โรงงาน พื้นที่ในการทำงานร่วมกับธุรกิจเดิมของที่บ้านที่มีอยู่ โดยให้จัดแบ่งส่วนเขตพื้นที่ในการผลิต การบริหารจัดการเก็บสินค้าคงคลังได้อย่างดี ซึ่งจะไม่ทำให้เกิดการสับสนในระหว่างการทำงานจากการใช้ทรัพยากรร่วม

- การใช้ทรัพยากร โดยการได้รับการสนับสนุนในระดับ Lab Scale ของทางกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีการวิจัยและพัฒนาแป้งโดว์และรวมไปถึงทดสอบสารแป้งโดว์เพื่อยืนยันจุดเป็นสินค้าที่ได้รับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมตาม 685-2540 เพื่อให้ได้แป้งโดว์ปราศจากกลูเตนที่ได้มาตรฐาน ปลอดภัย

- ฝ่ายการผลิตแป้งโดว์ มีการจัดหาทรัพยากรภายในองค์กร (Insource) เช่น การหาวัตถุดิบ ส่วนผสมในการผลิตสินค้าเอง การมีฝ่ายบุคคลเพื่อจัดหาบุคลากรที่เป็นฝ่ายผลิตสินค้าและบริษัทจะทำการจัดซื้อวัตถุดิบหลัก คือ ข้าว ที่ได้จากธุรกิจเดิมของที่บ้าน โดยพันธุ์ข้าวเองนั้นก็มาจากการปลูกที่ไม่ใช้สารเคมี ใช้เพียงแค่ปุ๋ยหมักจากเกษตรอินทรีย์เท่านั้น ซึ่งจะได้ข้าวในลักษณะที่ปลอดสารพิษ ไม่ใช้สารเคมี มาจากธรรมชาติ ออร์แกนิก ได้ข้าวที่ดีที่สุด มีคุณภาพที่ดีตามที่ต้องการ

4.3.3 แผนดำเนินการกลยุทธ์การจัดการผลิตหรือบริการจำแนกตามกรอบเวลาและ

ทรัพยากร

บริษัทฯ มีแผนการใช้ทรัพยากรการผลิต ในระยะเวลา 5 ปี โดยสามารถจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากรได้ ดังตารางที่ 4.3 และแผนการดำเนินงานการผลิตของบริษัทในปีที่ 1 ดังตารางที่ 4.4 ดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงแผนการใช้ทรัพยากรการผลิตจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากร

รายการทรัพยากรกิจกรรม หลัก	ปีที่				
	1	2	3	4	5
1. ฝ่ายการผลิต					
1.1 พนักงานผลิต (คน)	2	2	2	2	2
1.2 งบประมาณค่าจ้าง (บาทต่อปี)	288,000	302,400	317,520	333,408	350,064
1.3 วัสดุคิบบในการผลิตแป้งโดว์ (กล่อง)	7282	8,010	8,811	9,692	10,662
1.4 งบประมาณ (บาทต่อปี)	567,565	624,321.5	686,753.7	755,429.015	830,971.92
2. กิจกรรมจ้างเหมาบริการสนับสนุนจากภายนอก(Outsource)					
2.1 รถขนส่งจากโรงงานไปยังไปรษณีย์	1	1	1	1	1
2.2 งบประมาณค่าจ้าง (บาทต่อปี)	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
2.3 เช่าโรงงานผลิต และจัดเก็บสินค้าแบบเหมา	1	1	1	1	1
2.4 งบประมาณค่าจ้าง (บาทต่อปี)	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
รวมค่าใช้จ่ายทรัพยากรการผลิต	1,071,565	1,142,721.5	1,220,273.7	1,304,837.02	1,397,035.92

ตารางที่ 4.4 แสดงแผนดำเนินการกลยุทธ์การจัดการผลิตจำแนกตามกรอบเวลา และทรัพยากร

กิจกรรมหลัก	กิจกรรมย่อย	ช่วงเวลาในการดำเนินภายใน 1 ปี											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
การเตรียมพื้นที่และ การจัดเตรียม ทรัพยากร	1. วางแผนและดำเนินงานจัดสรรพื้นที่	↔											
	2. ดำเนินการปรับปรุงและตกแต่งในออฟฟิศ		↔										
	3. เช่าพื้นที่ผลิต โกดังเก็บของ	↔											
	4. สรรหาบุคลากร	↔											
การขอดำเนินธุรกิจ	1. ยื่นเรื่องการขอจดทะเบียนบริษัท	↔											
	2. ยื่นคำขอมมาตรฐานอุตสาหกรรมของแป้งโดว์				↔								
การดำเนินการผลิต แป้งโดว์	1. การวิจัย ทดลองผลิตแป้งโดว์ ปราศจากกลูเตน			↔									
	2. เซ็นสัญญาข้อตกลงการวิจัยการผลิตแป้งโดว์			↔									
	3. สรรหาวัตถุดิบ		↔										
การดำเนินการผลิต บรรจุภัณฑ์	1. คัดเลือกบริษัทออกแบบฉลาก บรรจุภัณฑ์ โลโก้			↔									
	2. ตกลงราคา แบบและจำนวน และดำเนินการผลิต			↔									
การดำเนินการด้าน การตลาด	1. การวางแผนการตลาด		↔										
	2. โฆษณาผ่านสื่อออนไลน์					↔							↔
	3. เปิดขายผลิตภัณฑ์					↔							↔
	4. ออกบูทงานแม่และเด็ก และมหกรรมของเล่นเด็ก					↔				↔			

4.4 แผนกลยุทธ์ดำเนินงานกิจกรรมสนับสนุน (บุคคล ชุมชน อื่นๆ)

4.4.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรที่เกี่ยวข้องและจำเป็นเพื่อจัดการกิจกรรมสนับสนุน

4.4.1.1 ฝ่ายการบริหารจัดการ

ทรัพยากรบุคคล : กรรมการผู้จัดการ 1 อัตรา ทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลและรับผิดชอบทั้งหมด ในช่วงเริ่มต้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น และเพิ่ม โอกาสการอยู่รอดของธุรกิจ

ทรัพยากรสำนักงาน : 1. เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ภายในสำนักงาน (โต๊ะ, เก้าอี้, คอมพิวเตอร์, เครื่องพิมพ์และถ่ายเอกสาร, อุปกรณ์เครื่องเขียนเบ็ดเตล็ด)
2. โทรศัพท์มือถือ 1 เครื่อง

4.4.1.2 ฝ่ายการผลิต

ทรัพยากรบุคคล : 1. ผู้จัดการฝ่ายการผลิต 1 อัตรา
2. ช่างพนักงานประจำผลิตสินค้า 2 อัตรา

ทรัพยากรสำนักงาน : 1. เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ภายในสำนักงาน (โต๊ะ, เก้าอี้, คอมพิวเตอร์, เครื่องพิมพ์และถ่ายเอกสาร, อุปกรณ์เครื่องเขียนเบ็ดเตล็ด)
2. โทรศัพท์มือถือ 3 เครื่อง

4.4.1.3 ฝ่ายขายและการตลาด

ทรัพยากรบุคคล : 1. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด 1 อัตรา
2. ช่างพนักงานขายสินค้า 1 อัตรา

ทรัพยากรสำนักงาน : 1. เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ภายในสำนักงาน (โต๊ะ, เก้าอี้, คอมพิวเตอร์, เครื่องพิมพ์และถ่ายเอกสาร, อุปกรณ์เครื่องเขียนเบ็ดเตล็ด)
2. โทรศัพท์มือถือ 2 เครื่อง

4.4.1.4 ฝ่ายบัญชีและการเงิน

ทรัพยากรบุคคล : 1. ผู้จัดการฝ่ายการเงิน 1 อัตรา

ทรัพยากรสำนักงาน : 1. เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ภายในสำนักงาน

- (โต๊ะ, เก้าอี้, คอมพิวเตอร์, เครื่องพิมพ์และ
ถ่ายเอกสาร, อุปกรณ์เครื่องเขียนเบ็ดเตล็ด)
2. โทรศัพท์มือถือ 1 เครื่อง

4.4.2 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์ด้านกิจกรรมสนับสนุน

4.4.2.1 ฝ่ายการบริหารจัดการ

- กรรมการผู้จัดการ เป็นผู้บริหาร มีหน้าที่รับผิดชอบ การจัดการองค์กร ในแต่ละฝ่ายให้สอดคล้องกัน โดยแบ่งออกเป็น 4 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายบริหารภาพรวมขององค์กร ฝ่ายบริหารการเงิน ฝ่ายบริหารผลิต และฝ่ายบริหารการขายและการตลาด ผู้บริหารแต่ละฝ่ายมีหน้าที่ กำหนดกลยุทธ์ในแต่ละแผนกให้สอดคล้องกัน และมอบหมายหน้าที่ให้พนักงานฝ่ายปฏิบัติการ เพื่อดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ต่อไป

4.4.2.2 ฝ่ายการขายและการตลาด

- พนักงานขาย เป็นพนักงานขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีหน้าที่ขายสินค้าและผลักดันให้เกิดการซื้อขายของลูกค้า ตามกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางไว้ โดยรับผิดชอบการขายให้เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้ในแต่ละปี บริษัทมีแผนการรับพนักงานขายจากภาคักชนคน

4.4.2.3 ฝ่ายบัญชีและการเงิน

- พนักงานบัญชี เป็นพนักงานที่มีทักษะทางด้านบัญชี มีหน้าที่จัดทำเอกสารทางบัญชี ตรวจสอบเอกสารและบันทึกรายรับและรายจ่ายและการทำธุรกรรมอื่นๆ ของบริษัท ปิดงบการเงินประจำเดือน จัดทำรายงานภาษีเงินได้ของบริษัทเพื่อนำเสนอกรมสรรพากรทุกสิ้นปี และจัดงบประมาณเงินทุกอย่าง หากเป็นงบที่เปลี่ยนแปลงให้จัดสรรการเงินให้เหมาะสม เพื่อระมัดระวังของการใช้จ่ายเงินในบริษัท เพื่อให้บริษัทอยู่รอด

ทางบริษัทเซโรซ์จำกัดได้มีการจัดเตรียมเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ภายในสำนักงาน ได้แก่ โต๊ะ เก้าอี้ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ เครื่องพิมพ์และถ่ายเอกสาร และอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดในสำนักงาน ซึ่งเฟอร์นิเจอร์อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงาน พื้นฐาน ที่ทุกฝ่ายจำเป็นต้องมี เพื่อสนับสนุนการทำงานให้ได้สะดวกยิ่งขึ้น และช่วยให้แต่ละฝ่ายสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยในส่วนของอินเทอร์เน็ต เครื่องพิมพ์และถ่ายเอกสาร และอุปกรณ์เบ็ดเตล็ดในสำนักงาน จะใช้ร่วมกันทุกฝ่าย ภายในสำนักงาน

4.4.3 แผนดำเนินการกลยุทธ์การจัดการกิจกรรมสนับสนุนจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากร

บริษัทฯ มีแผนการใช้ทรัพยากรฝ่ายสนับสนุน โดยสามารถจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากรได้ ดังตารางที่ 4.5 และแผนการดำเนินงานสนับสนุนของบริษัทในปีที่ 1 ดังตารางที่ 4.6 ดังนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงแผนการใช้ทรัพยากรฝ่ายสนับสนุนจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากร

รายการทรัพยากรกิจกรรมสนับสนุน	ปีที่				
	1	2	3	4	5
1. ฝ่ายบริการจัดการทั่วไป					
1.1 กรรมการบริหาร (คน)	1	1	1	1	1
1.2 งบประมาณค่าจ้าง (บาทต่อปี)	240,000	252,000	264,600	277,836	291,720
1.3 เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ (ชุด)	1	-	-	-	-
1.4 งบประมาณ (บาทต่อปี)	31,157.14	-	-	-	-
2. ฝ่ายบัญชีและการเงิน					
2.1 ผู้จัดการฝ่ายบัญชี (คน)	1	1	1	1	1
2.2 งบประมาณค่าจ้าง (บาทต่อปี)	216,000	226,800	238,140	250,044	262,548
2.3 เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ (ชุด)	1	-	-	-	-
2.4 งบประมาณ (บาทต่อปี)	31,157.14	-	-	-	-
3. ฝ่ายขายและการตลาด					
3.1 ผู้จัดการฝ่ายการตลาด (คน)	1	1	1	1	1
3.2 พนักงานขาย (คน)	1	1	1	1	1
3.3 งบประมาณค่าจ้าง (บาทต่อปี)	420,000	441,000	463,056	486,204	510,516
3.4 เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ (ชุด)	2	-	-	-	-
3.5 งบประมาณ (บาทต่อปี)	62,314.28	-	-	-	-

ตารางที่ 4.5 แสดงแผนการใช้ทรัพยากรฝ่ายสนับสนุนจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากร (ต่อ)

รายการทรัพยากรกิจกรรมสนับสนุน	ปีที่				
	1	2	3	4	5
4. ฝ่ายการผลิต					
4.1 ผู้จัดการฝ่ายการผลิต (คน)	1	1	1	1	1
4.2 พนักงานผลิตสินค้า (คน)	2	2	2	2	2
4.3 งบประมาณค่าจ้าง (บาทต่อปี)	504,000	529,200	555,660	583,452	612,612
4.4 เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ (ชุด)	3	-	-	-	-
4.5 งบประมาณ (บาทต่อปี)	93,471.42				
5. ทรัพยากรที่ใช้ร่วมกันทุกฝ่าย					
5.1 อินเทอร์เน็ต+โทรศัพท์ (ครั้งต่อปี)	12	12	12	12	12
5.2 งบประมาณ (บาทต่อปี)	25,491	25,491	25,491	25,491	25,491
5.3 เครื่องพิมพ์และถ่ายเอกสาร	1	-	-	-	-
5.4 งบประมาณ (บาทต่อปี)	3,800	-	-	-	-
5.5 อุปกรณ์เครื่องเขียนเบ็ดเตล็ด	1	1	1	1	1
5.6 งบประมาณ (บาทต่อปี)	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
5.7 ค่าเช่าสำนักงาน และ โรงงานผลิต	1	1	1	1	1
5.8 งบประมาณ (บาทต่อปี)	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
5.9 ค่าน้ำ ค่าไฟ (แห่ง)	1	1	1	1	1
5.10 งบประมาณ (บาทต่อปี)	25,800	25,800	25,800	25,800	25,800
6. กิจกรรมจ้างเหมาบริการ สนับสนุนจากภายนอก (Outsource)					
6.1 พนักงานตรวจสอบบัญชี (คน)	1	1	1	1	1
6.2 งบประมาณค่าจ้าง (บาทต่อปี)	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
รวมค่าใช้จ่ายทรัพยากรสนับสนุน	1,932,190.98	1,779,291	1,851,747	1,927,827	2,007,687

แผนการดำเนินงานสนับสนุนของบริษัทในปีที่ 1

ตารางที่ 4.6 แสดงภาพรวมแผนการดำเนินงานสนับสนุนของบริษัท

กิจกรรมหลัก	กิจกรรมย่อย	ช่วงเวลาในการดำเนินงานภายใน 1 ปี											
		เดือนที่											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ดำเนินการ บริหาร	1. วางแผนกลยุทธ์และองค์กร	↔											
	2. วางแผนบริหารแต่ละฝ่าย	↔	→										
	3. กำหนดขอบเขตหน้าที่แต่ละฝ่าย	↔	→										
ดำเนินบุคลากร แต่ละฝ่าย	1. เตรียมแผนการจ้างงานแต่ละฝ่าย	↔	→										
	2. จัดหาคัดเลือกบุคลากร		↔	→									
	3. เซ็นสัญญาว่าจ้าง				↔								
	4. ฝึกอบรมฝ่ายต่างๆ				↔								
	5. เริ่มการจ้างงาน				↔								

บทที่ 5

แผนกลยุทธ์การเงิน และความเสี่ยง

5.1 สมมติฐานทางการเงิน

ตารางที่ 5.1 แสดงสมมติฐานทางการเงิน

ลำดับ	แสดงสมมติฐานทางการเงิน	
1	ค่าเสื่อมราคา เฟอร์นิเจอร์ สำนักงาน	5 ปี แบบเส้นตรง
2	ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์สำนักงาน	5 ปี แบบเส้นตรง
3	ค่าซาก	ไม่มีนโยบายค่าซาก
4	อัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเดือน	เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี โดยเพิ่มขึ้นปีที่ 1 ของการ ทำงาน
5	อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล (กรมสรรพากร, 2561)	ร้อยละ 20 ต่อปี
6	นโยบายการจ่ายเงินปันผล	บริษัทจะจ่ายเงินปันผลก็ต่อเมื่อกำไรสุทธิต้องไม่ต่ำ กว่า 1 ล้านบาท โดยมีปันผล 20%
7	ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)	ไม่มีการคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่ม
8	เงินทุนหมุนเวียน	ไม่มีเปลี่ยนแปลงระหว่างการลงทุนใน 5 ปี
9	โบนัสพนักงาน	มีนโยบายการจ่ายโบนัสให้กับพนักงานในปีที่ 1 ของ การทำงาน โดยจะจ่ายโบนัส 1 เดือนต่อปี
10	ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก WACC (Weight Average Cost of Capital)	ร้อยละ 12.6

ตารางที่ 5.1 แสดงสมมติฐานทางการเงิน (ต่อ)

ลำดับ	แสดงสมมติฐานทางการเงิน	
11	อัตราการเติบโตของรายได้จากการขาย	(กรมส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ,2558) มูลค่าตลาดของเล่นเสริมพัฒนาการเด็ก ตลาดสินค้าพรีเมียมมีมูลค่าอยู่ที่ 1,000 ล้านบาท โดยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยประมาณการต่อร้อยละ 10
12	ค่าเช่าพื้นที่	ค่าเช่าพื้นที่ในส่วนออฟฟิศ ที่เก็บสินค้า โรงงานผลิตใช้ทรัพยากรร่วม เดือนละ 20,000 บาท
13	ค่าตรวจสอบบัญชี	15,000 ต่อปี
14	ค่าสมทบเงินประกันสังคม	750 บาทต่อคน กรณีที่พนักงานมีเงินเดือนมากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป
15	อัตราการเติบโตของรายได้จากการขาย	รายได้จากการขายเงินสด (Cash) ขึ้นปีละ 10%
16	การคิดกำไรจากราคาต้นทุนกับราคาขาย	กำไรประมาณ 409 บาท/ชิ้น
17	แหล่งที่มาของเงินทุน	การทำธุรกรรมที่เกิน 10,000 บาททุกครั้งจะต้องได้รับการอนุมัติด้วยการลงนามอย่างน้อย 2 8๐ จากคณะกรรมการ
18	การประมาณการของรายได้	<ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนเด็กที่แพ้กลูเตน 464,897 คน โดยคาดการณ์ว่าจะขายได้ประมาณ 1% คือ 4648 คน 2. จำนวนเด็กอายุ 3-9 ขวบในประเทศไทย 5,267,178 คน โดยคาดการณ์ว่าจะขายได้ในจำนวนเด็กที่ไม่แพ้กลูเตน 0.05% ซึ่งมี 2633 คน 3. จำนวนโรงเรียนเอกชน โดยคาดการณ์ว่าจะขายได้ 100 ชิ้น

5.1.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนบริษัท เซฟโรซ์จำกัด เกิดจากการลงทุนของผู้ก่อตั้ง ซึ่งบริษัทนั้นได้มาจากการต่อยอดจากธุรกิจเดิมของที่บ้าน โดยมีการใช้เงินสดเพียงอย่างเดียวในการลงทุน สัดส่วนการลงทุนของผู้ก่อตั้งแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน

ลำดับ	ผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน
1	คุณภัทรนันต์ ศรีดำ	100,000	50.00%	1,000,000
2	คุณชานูวัฒน์ ศรีดำ	40,000	20.00%	400,000
3	คุณวรรณา ศรีดำ	40,000	20.00%	400,000
4	คุณธิษณาบดี แพร่สินवल	20,000	10.00%	200,000
รวม		200,000	100%	2,000,000

5.1.2 การจัดการการใช้เงินลงทุน

บริษัทนั้นได้มาจากการต่อยอดจากธุรกิจเดิมของที่บ้าน โดยมีการจัดตั้งธุรกิจใหม่ การจัดการในส่วนของสินทรัพย์ถาวรจะน้อย เนื่องจากใช้ทรัพยากรร่วมกับธุรกิจเดิม เพื่อให้บริษัทสามารถอยู่รอดในช่วงแรก แสดงในตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 แสดงการจัดสรรการใช้เงินทุนสำหรับธุรกิจ

รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	ราคารวม
1. เครื่องจักร			
1.1 เครื่องจักรกวานผสมแป้งโดว์	5	120,000	600,000
1.2 เครื่องโม่แป้ง	1	300,000	300,000
1.3 เครื่องจักรอัดรีดขึ้นรูปบรรจุใส่กระปุก	1	111,000	111,000
2. อุปกรณ์ในสำนักงาน			
2.1 คอมพิวเตอร์	5	21,000	105,000
2.2 ค่าติดตั้งอินเทอร์เน็ต	1	2,000	2,000
2.3 โทรศัพท์มือถือ	7	7,000	49,000
2.4 เครื่องปริ้นท์	1	3,800	3,800
2.5 เครื่องใช้สำนักงานเบ็ดเตล็ด	1	20,000	20,000
2.6 โต๊ะทำงาน	4	3,000	12,000
2.7 เก้าอี้	8	1,500	12,000
2.8 ชั้นวางเอกสาร	2	3,000	6,000
2.9 ชั้นวางสินค้า	3	10,000	30,000
2.10 ถังดับเพลิง	3	700	2,100
รวม			1,252,900
เงินทุนหมุนเวียน			747,100
รวมมูลค่าการลงทุน			2,000,000

5.1.3 การประมาณการรายได้

จากสมมติฐานการเงินในตารางที่ 5.1 การประมาณการรายได้ของบริษัทเซฟโรซ์ จำกัด ตามในกรอบระยะเวลา 5 ปี ซึ่งแสดงดังตารางที่ 5.4 ดังนี้

ตารางที่ 5.4 แสดงการประมาณรายได้ของธุรกิจในรอบเวลา 5 ปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย					
จำนวนสินค้าที่ขาย	7,383	8,121	8,933	9,826	10,809
ราคาต่อหน่วย	490	490	490	490	490
รวมรายได้จากการขาย	3,617,452	3,979,197	4,377,117	4,814,828	5,296,311

5.1.4 การประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้า

ต้นทุนการผลิตสินค้าทางบริษัทได้มีค่าใช้จ่ายในการผลิตสินค้าตามกรอบระยะเวลา 5 ปี ซึ่งแสดงดังตารางที่ 5.5 ดังนี้

ตารางที่ 5.5 แสดงการประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
วัตถุดิบที่ใช้ผลิต	76,935	84,628.5	93,091.35	102,400.49	112,640.53
กล่องบรรจุภัณฑ์	147,651.09	162,416.20	178,657.82	196,523.61	216,175.96
กระปุกใส่แต่ละสี	369,127.73	406,040.51	446,644.56	491,309.02	540,439.92
รวม	593,713.84	653,085.22	718,393.74	790,233.11	869,256.43

5.1.5 การประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายการบริหารเกิดจากเป็นค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงาน ค่าเงินโบนัส เงินประกันสังคม ค่าใช้จ่ายสำนักงาน ในระยะเวลา 5 ปี ดังนี้

ตารางที่ 5.6 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหาร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือน	804,000	844,200	886,410	930,731	977,267
เงินประกันสังคม	63,000	54,000	54,000	54,000	54,000
เงินโบนัส	67,000	70,350	73,868	77,561	81,439
ค่าตรวจสอบบัญชี	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	387,291	387,291	387,291	387,291	387,291
รวม	1,336,291	1,370,841	1,416,569	1,454,582	1,514,997

5.1.6 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ค่าใช้จ่ายทางการตลาดนั้น ได้อ้างจากกิจกรรมการตลาดในบทที่ 3 แสดงในตารางที่ 5.7 ดังนี้

ตารางที่ 5.7 แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าโฆษณา Facebook	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
ค่าโฆษณา Instagram	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าเบี้ยเลี้ยงพนักงานออกบูธ 4 คน	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ค่ารถขนสินค้า อุปกรณ์การออกบูธ	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
ค่าออกบูธงานแม่และเด็ก 6 งาน	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
รวม	252,000	252,000	252,000	252,000	252,000

5.1.7 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายการดำเนินการให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ โดยจะมีค่าใช้จ่ายในเรื่องของการพัฒนาคิดค้นสูตร ค่าออกแบบโลโก้ บรรจุภัณฑ์ รวมถึงค่าจดทะเบียนบริษัท ตามตารางที่ 5.8 ดังนี้

ตารางที่ 5.8 แสดงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

รายการ	ราคารวม
ค่าจดทะเบียนบริษัท	10,000
ค่าพัฒนาสูตร รวมค่าทดสอบสารและขึ้นจด มอก.	400,000
ค่าออกแบบโลโก้	2,000
ค่าออกแบบบรรจุภัณฑ์	3,000
รวม	415000

5.1.8 ค่าเสื่อมราคา

ค่าเสื่อมราคาอ้างอิงจากสมมติฐานทางการเงินในตารางที่ 5.1 ดังนั้นรายการที่จำเป็นต้องแสดงในค่าเสื่อมราคาสามารถแสดงในตารางที่ 5.9 ได้ดังนี้

ตารางที่ 5.9 แสดงค่าเสื่อมราคา

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เครื่องจักรกวนผสมแป้งโดว์	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
เครื่องมือแป้ง	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
เครื่องจักรอัดรีดขึ้นรูปบรรจุใส่ กระปุก	22,000	22,000	22,000	22,000	22,000
คอมพิวเตอร์	21,000	21,000	21,000	21,000	21,000
ค่าเสื่อมราคารวม	127,000	127,000	127,000	127,000	127,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	127,000	254,000	381,000	508,000	635,000

5.1.9 ค่าใช้จ่ายสำนักงาน

ค่าใช้จ่ายสำนักงานเกิดจากรายการที่ใช้จ่ายสำหรับสินทรัพย์หมุนเวียน ดังแสดงในตารางที่ 5.10 ดังนี้

ตารางที่ 5.10 แสดงค่าใช้จ่ายสำนักงานสำหรับธุรกิจในรอบเวลา 5 ปี

รายการ	ราคา (เดือน)	ราคา (ปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าออฟฟิศ โกดัง สินค้า โรงงานผลิต	20,000	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าไฟ	2,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าน้ำ	150	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
ค่าโทรศัพท์	2,124.25	25,491	25,491	25,491	25,491	25,491
ค่าเหมาส่งของ	6,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000
ค่าวัสดุสำนักงานที่ ใช้	2,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
รวม	32,274.25	387,291	387,291	387,291	387,291	387,291

5.2 แผนการเงินในรอบระยะเวลา 5 ปี

แผนการเงินประกอบไปด้วย แผนการเงินประเภทงบกระแสเงินสด แผนการเงินประเภทงบกำไรขาดทุน แผนการเงินประเภทงบแสดงฐานะการเงิน

5.2.1 แผนการเงินประเภทงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 5.11 แสดงงบกำไรขาดทุนในกรอบเวลา 5 ปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย	3,617,451.85	3,979,197.03	4,377,116.73	4,814,828.41	5,296,311.25
หัก - รวมต้นทุนสินค้าขาย	(593,713.84)	(653,085.22)	(718,393.74)	(790,233.11)	(869,256.43)
กำไรขั้นต้น	3,023,738.01	3,326,111.81	3,658,722.99	4,024,595.29	4,427,054.82
หัก - ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ	(415,000.00)	-	-	-	-
หัก - ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(1,336,291.00)	(1,370,841.00)	(1,416,568.50)	(1,464,582.38)	(1,514,996.94)
หัก - ค่าใช้จ่ายการตลาด	(252,000.00)	(252,000.00)	(252,000.00)	(252,000.00)	(252,000.00)
หัก - ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร	(127,000.00)	(127,000.00)	(127,000.00)	(127,000.00)	(127,000.00)
รวมต้นทุนการดำเนินงาน	(2,130,291.00)	(1,749,841.00)	(1,795,568.50)	(1,843,582.38)	(1,893,996.94)
กำไรจากการดำเนินงาน	893,447.01	1,576,270.81	1,863,154.49	2,181,012.92	2,533,057.88
กำไรก่อนหักภาษี EBIT	893,447.01	1,576,270.81	1,863,154.49	2,181,012.92	2,533,057.88
หัก - ภาษี 20%	(178,689.40)	(315,254.16)	(372,630.90)	(436,202.58)	(506,611.58)
กำไรสุทธิ Net income	714,757.61	1,261,016.65	1,490,523.60	1,744,810.33	2,026,446.30
หัก - เงินปันผลจ่าย	0.00	(252,203.33)	(298,104.72)	(348,962.07)	(405,289.26)
กำไรหลังจ่ายปันผล	714,757.61	1,513,219.98	1,788,628.31	2,093,772.40	2,431,735.56
กำไรสะสม	714,757.61	2,227,977.59	4,016,605.90	6,110,378.31	8,542,113.87

5.2.2 แผนการเงินประเภทงบแสดงฐานะทางการเงิน

ตารางที่ 5.12 แสดงฐานะการเงินของธุรกิจในระยะเวลา 5 ปี

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและเงินสดในธนาคาร	332,100.00	1,588,857.61	3,229,077.59	5,144,705.90	7,365,478.31	9,924,213.87
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง						
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	332,100.00	1,588,857.61	3,229,077.59	5,144,705.90	7,365,478.31	9,924,213.87
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
สินทรัพย์ถาวร	1,252,900.00	1,252,900.00	1,252,900.00	1,252,900.00	1,252,900.00	1,252,900.00
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	415,000.00	0	0	0	0	0
ค่าเสื่อมราคาสะสม		(127,000.00)	(254,000.00)	(381,000.00)	(508,000.00)	(635,000.00)
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	1,667,900.00	1,125,900.00	998,900.00	871,900.00	744,900.00	617,900.00
รวมสินทรัพย์	2,000,000.00	2,714,757.61	4,227,977.59	6,016,605.90	8,110,378.31	10,542,113.87
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	0	0	0	0	0	0
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 5.12 แสดงฐานะการเงินของธุรกิจในระยะเวลา 5 ปี (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนสามัญ	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
กำไรสะสม		714,757.61	2,227,977.59	4,016,605.90	6,110,378.31	8,542,113.87
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,000,000.00	2,714,757.61	4,227,977.59	6,016,605.90	8,110,378.31	10,542,113.87
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,000,000.00	2,714,757.61	4,227,977.59	6,016,605.90	8,110,378.31	10,542,113.87

5.2.2 แผนการเงินประเภทงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 5.13 แสดงงบกระแสเงินสดของธุรกิจในรอบเวลา 5 ปี

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินการ						
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี (EBIT)		893,447.01	1,576,270.81	1,863,154.49	2,181,012.92	2,533,057.88
บวกกลับค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์และตัดจำหน่าย		127,000.00	127,000.00	127,000.00	127,000.00	127,000.00
บวกกลับค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน		415,000.00	-	-	-	-
เจ้าหน้าที่การค้าเพิ่มขึ้น		-	-	-	-	-
ลูกหนี้การค้าเพิ่มขึ้น		-	-	-	-	-
ภาษีนิติบุคคล		(178,689.40)	(315,254.16)	(372,630.90)	(436,202.58)	(506,611.58)
กระแสเงินสดจากการดำเนินการรวม	-	1,256,757.61	1,388,016.65	1,617,523.60	1,871,810.33	2,153,446.30
กระแสเงินสดจากการลงทุน						
เงินทุนในสินทรัพย์ถาวร	(1,252,900.00)	-	-	-	-	-
เงินทุนก่อนการดำเนินงาน	(415,000.00)	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม	(1,667,900.00)	-	-	-	-	-

ตารางที่ 5.13 แสดงงบกระแสเงินสดของธุรกิจในรอบเวลา 5 ปี (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน						
เงินสดจากการออกหุ้นสามัญ	2,000,000.00	-	-	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	252,203.33	298,104.72	348,962.07	405,289.26
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม	2,000,000.00	-	252,203.33	298,104.72	348,962.07	405,289.26
กระแสเงินสดสุทธิ	332,100.00	1,256,757.61	1,640,219.98	1,915,628.31	2,220,772.40	2,558,735.56
กระแสเงินสดต้นงวด	-	332,100.00	1,588,857.61	3,229,077.59	5,144,705.90	7,365,478.31
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	332,100.00	1,588,857.61	3,229,077.59	5,144,705.90	7,365,478.31	9,924,213.87

5.3 การประเมินผลการเงินและสรุปผลการลงทุน

ผลการตอบแทนการลงทุนสำหรับบริษัทเซฟโรซ์จะเปรียบเทียบกับเงินลงทุนกับผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุน ซึ่งรายการผลตอบแทนแสดงในตารางที่ 5.14 ดังนี้

ตารางที่ 5.14 แสดงความคุ้มค่าในการลงทุน

รายการ	ความหมาย	มูลค่าที่คำนวณได้
ต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital : WACC)	ค่าเฉลี่ยของต้นทุนหลักหักภาษีของแหล่งเงินทุนต่าง ๆ ของบริษัท	12.56%
มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value : NPV)	ผลรวมมูลค่าปัจจุบันจากกระแสเงินสดสุทธิตลอดอายุโครงการ	3,684,818.10
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)	อัตราผลตอบแทนของโครงการ	108.6%
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	ระยะเวลาของการลงทุนที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายสุทธิพอดี	1.00 ปี
ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discounted Payback Period)	ระยะเวลาของการลงทุนที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายสุทธิพอดี โดยคิดให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน	1.19 ปี

5.3.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value : NPV)

สำหรับการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินนั้น บริษัทจะพิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดสำหรับกิจการ ซึ่งมีมูลค่าเป็นบวก โดยมีมูลค่าเท่ากับ 3,684,818.10 บาท โดยการคิดมูลค่าปัจจุบันใช้วิธีอัตราคิดลด (Discount Rate) จากต้นทุนการเงินถ่วงน้ำหนักของกิจการ WACC (Weighted Average Cost of Capital) โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{WACC} &= w_d k_d (1 - T) + w_e k_e \\ &= 0 (9.12) (1 - 20\%) + 12.6\% \\ &= 12.6\% \end{aligned}$$

โดย

$$\begin{aligned} w_d &= \text{สัดส่วนของหนี้สิน} \\ k_d &= \text{อัตราผลตอบแทนที่เจ้าหนี้ต้องการหรืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้} \\ T &= \text{อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล 20\%} \\ w_e &= \text{สัดส่วนของส่วนของผู้ถือหุ้น} \\ k_e &= \text{อัตราส่วนตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น} \end{aligned}$$

ดังนั้น ต้นทุนการเงินถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักมีค่าเท่ากับร้อยละ 12.56% ทั้งนี้ได้มีการคำนวณอัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น ด้วยวิธี CAPM (Capital Asset Pricing Model) แสดงในภาคผนวก ก โดย Risk free rate อ้างอิงจากอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของพันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปี ส่วน Market rate of return อ้างอิงจาก Market cap ในตลาดหุ้น ย้อนหลัง 3 ปี และกำหนดให้ค่าเบต้า (Beta) เท่ากับ 1 จากสมการของฮามาเดะ (Hamada's Equation) ซึ่งคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} B(L) &= B(U)[1 + (1 - T)(D/E)] \\ &= 1[1 + 0] \\ &= 1 \end{aligned}$$

และ

$$\begin{aligned} k_e &= R_f + (R_m - R_f)B \\ &= 2.19\% + (12.6\% - 2.19\%)(1) \\ &= 12.6\% \end{aligned}$$

5.3.2 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

สำหรับการวิเคราะห์ผลตอบแทนของโครงการ (IRR) บริษัทเซฟโรซ์จำกัด จะนำข้อมูล Free Cash Flow ที่ประมาณการได้มาคำนวณหาอัตราผลตอบแทนของโครงการ โดยใช้สมมติฐานเดียวกับการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) 3,684,818.10 ซึ่งผลลัพธ์ของ IRR เท่ากับ 108.6% แสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าของการลงทุน

5.3.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

สำหรับการพิจารณาระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) จากกระแสเงินสดสุทธิ เป็นสิ่ง ที่บ่งบอกว่าบริษัทฯ ใช้ระยะเวลาเท่าใดในการเปลี่ยนสินทรัพย์ที่ลงทุน เป็นผลตอบแทนที่เท่ากัน พบว่าบริษัทจะใช้เวลาคืนทุนประมาณ 1.00 ปี หรือ 1 ปี แสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ ใช้เวลาไม่นาน สำหรับระยะเวลาคืนทุน จึงเป็นการลงทุนที่น่าสนใจ

5.3.4 ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discounted Payback Period)

สำหรับการพิจารณาระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discounted Payback Period) เป็น การคิดระยะเวลาคืนทุนโดยคำนึงถึงมูลค่าของเงินตามระยะเวลา ซึ่งทำให้ระยะเวลาในการคืนทุนมี ความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น เมื่อคำนวณแล้วพบว่า การคำนวณระยะเวลาคืน 1.19 ปี หรือประมาณ 1 ปี 2 เดือน แสดงให้ เห็นว่าบริษัทฯ ใช้เวลาไม่นานสำหรับระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด จึงเป็นการลงทุน ที่น่าสนใจ

5.4 การจัดการความเสี่ยง

ในการดำเนินธุรกิจใดนั้น สามารถมีการเกิดเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา อาจเนื่องมาจาก เหตุการณ์ทั้งภายนอกและภายในบริษัทเอง ซึ่งอาจจะทำให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไป ตามเป้าหมาย ที่ได้วางไว้เกิดผลกระทบต่อองค์กรได้ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่าง ราบรื่นบริษัทควร ที่จะมีแผนการจัดการความเสี่ยงและแนวทางการรองรับความเสี่ยงไว้เพื่อปรับตัวให้ทันต่อ สถานการณ์ต่างๆที่จะเกิดขึ้น โดยบริษัทได้มีการประเมินความเสี่ยงและได้สรุปประเด็น ความเสี่ยง ของบริษัท โดยสามารถจำแนกความเสี่ยงออกเป็นหัวข้อ ดังนี้

5.4.1 ความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์

ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย บริษัทจะทำการวิเคราะห์ลูกค้าและคู่แข่ง รวมทั้ง กิจกรรมทางการตลาด ปัจจุบันที่ใช้เพื่อหาสาเหตุของปัญหาและเหตุของการไม่ได้ผลลัพธ์ตาม เป้าหมาย หากเกิดข้อบกพร่อง ที่เกิดจากการดำเนินงานของกิจการเองจะรีบการแก้ไข ซึ่งจะทำการ วางแผนสำหรับกระบวนการแก้ไข ปัญหานั้นอย่างเร่งด่วน เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบที่จะรุนแรง ขึ้นและไม่ต้องการให้เกิดซ้ำขึ้นอีก โดยจะมีวิธีการปฏิบัติงานดังนี้ ทำการโฆษณาให้ผู้บริโภคเห็นถึง ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ด้วย คุณภาพที่ดีกว่า และการนำแพทย์เชี่ยวชาญทางด้านโรคผิวหนัง และพัฒนาการเด็กมาช่วยในการ โพร โมทสินค้า นอกจากนั้นยังจะจัดทำ การให้ลูกค้าราโปร โมท

สินค้า จะทำให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงการวิจัยและพัฒนาสินค้าอยู่ตลอด เพื่อให้สินค้านั้นมีคุณภาพที่ดีขึ้น

5.4.2 ความเสี่ยงด้านวัตถุดิบ

หากมีข้อผิดพลาดจากการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และเกิดการขาดแคลนวัตถุดิบ ทางบริษัทได้มีแผนการแก้ไขปัญหาคือ การวางแผนการจัดการ การคำนวณแผนการผลิต โดยคำนวณปริมาณของวัตถุดิบที่จะใช้ในแต่ละการผลิตให้มีวัตถุดิบเพียงพอต่อการผลิต และการหาแผนสำรองหากวัตถุดิบมีราคาสูง โดยมีการแก้ไขปัญหาเป็นอย่างดี จากการที่บริษัทเป็นธุรกิจที่ได้มาจากการต่อ ยอดจากธุรกิจเดิมของที่บ้าน จึงได้มีการตกลงกันไว้แล้วว่าจะมีการคิดราคาของวัตถุดิบที่มีราคาไม่สูง

5.4.3 ความเสี่ยงทางคู่แข่ง

หากมีคู่แข่งรายใหม่เข้ามา นั้น เราจะเน้นไปที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น พยายามทำให้เติบโตแบบรวดเร็ว และเป็นเจ้าตลาด เพื่อปกป้องไม่ให้คู่แข่งเข้ามาสร้างฐานลูกค้าได้ง่าย ซึ่งในช่วงแรกจำเป็นต้องทำการตลาด เน้นการสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ และสินค้า

5.4.4 ความเสี่ยงทางด้านบุคลากร

เกิดการขาดแคลนบุคลากร เกิดปัญหาพนักงานลาออกบ่อย ปัญหาพนักงานลาออกอาจเกิดได้จากหลายสาเหตุ ดังนั้นบริษัทจะ ทำการวางแผนกระบวนการในการประเมินพนักงาน ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อหาสาเหตุของการ ลาออกที่แน่ชัด เช่น ภาระงานมากเกินไปไม่คุ้มกับค่าตอบแทน หรือสังคมการทำงานไม่น่าอยู่ เป็นต้น โดยหากเจอสาเหตุหลักบริษัทจะทำการวางแผน และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเร่งด่วนสามารถจัดทำได้ ดังนี้

1. ทำการรับสมัครพนักงานชั่วคราวเพิ่มจากหลายแหล่งมากขึ้น และ ทำการจัดสรรหน้าทำงานให้เหมาะสมมากขึ้นเพื่อที่จะสามารถทำงานได้มากขึ้น
2. ให้งบประมาณในการทำงานนอกเวลา OT มากขึ้นแก่พนักงาน
3. ปรับกฎระเบียบในการลาออกให้มีความเข้มงวดมากขึ้น เช่น หาก จะลาออกพนักงานต้องทำการแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 60 วันเป็นต้น
4. เมื่อเกิดปัญหา หรือความไม่สบายใจ จะจัดให้มีการพูดคุยเพื่อปรึกษา หรือหาหรือแก้ไขปัญหาหาทางแก้ไขที่ดีที่สุด

5.4.5 ความเสี่ยงทางด้านกฎระเบียบ และข้อบังคับ

หากมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของกฎข้อบังคับจากการผลิตสินค้าของเล่น ตามมาตรฐานอุตสาหกรรม หรือการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการจ้างแรงงาน และกฎระเบียบข้อบังคับอื่นๆที่จะต้องปฏิบัติตามนั้น บริษัทจะดำเนินการให้ แก่ไข และปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ นอกจากนั้นยังต้องติดตาม ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมายอีกด้วย

5.4.6 ความเสี่ยงทางการเงิน

เนื่องจากบริษัทเซฟไรซ์เป็นบริษัทพึ่งตั้งใหม่ เป็นธุรกิจที่เริ่มจะเงินทุนที่น้อย ดังนั้น อาจเกิดความเสียด้านสภาพคล่องทางการเงิน ซึ่งอาจจะเกิดความผิดพลาดจากการคาดการณ์ยอดขาย ส่งผลถึงรายได้ ซึ่งอาจจะเกิดจากความถดถอยทางเศรษฐกิจและทำให้คนมีรายได้น้อย ส่งผลถึงการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ลดลงตามไปด้วย ดังนั้นการจึงจำเป็นต้องมีการเตรียมการรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น

แนวทางการจัดการความเสี่ยงในด้านการเงินคือ การจัดการทำคาดการณ์บัญชีกระแสเงินสดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดได้ต่อเนื่อง ลดความผิดพลาดทางสภาพคล่องทางการเงินของบริษัท และบริษัทจะจ่ายเงินจากการปันผล 20% นั้น จะจ่ายต่อเมื่อมีกำไรมากกว่า 1 ล้านบาท และเก็บเงินที่เหลือไว้เป็นเงินทุนสำรองเพื่อใช้จ่ายในธุรกิจ และกันเงินไว้ 10% เพื่อมีเหตุฉุกเฉิน

บรรณานุกรม

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2540). แก้ไขมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของเล่น, 1 กุมภาพันธ์ 2562.
<https://www.tisi.go.th/data/standard/fulltext/TIS-685-1-2530m.pdf>
- จิระนาถ รุ่งช่วง และ นภัทรพี เหลืองสกุล. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์คูกี้จากแป้งปราศจาก
 กลูเตนบางชนิด. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 13(2),
 34-45.
- พรรัตน์ สิ้นชัยพานิช กุลกรภัส บุตรพงษ์ ศศพิณท์ คิชฌินิต และเรณู ทวีชาติวิทยากุล. (2560). ผลของ
 แป้งข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่ใช้ทดแทนแป้งสาลีในบราวนี่, 10 กุมภาพันธ์ 2562.
<http://www.thaiscience.info/Journals/Article/SDUJ/10986822.pdf>
- วิภา สุโรจนะเมธากุล. (2556). โรคแพ้กลูเตน (Coeliac disease) และความสำคัญของอาหารปราศจาก
 กลูเตน. วารสารอาหาร, 43(3), 16-21.
- ศันนธร พิชัย และปาริชาติ ราชมณี. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์แคแรกเกอร์ปราศจากกลูเตน.
 วารสารเกษตรพระวรุณ, 15(2) 289-296.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). จับข้าวไทยใส่นวัตกรรม เพิ่มมูลค่ายกระดับ SME, 15 มกราคม
 2562. https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Thai-Rice_Innovation_FullPage.pdf
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). ตลาดออร์แกนิก ธุรกิจสร้างเงิน SME ไทย, 2 กุมภาพันธ์ 2562.
https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Thai-SME_Organic-Product.pdf
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). นวัตกรรม เพิ่มมูลค่าอาหารไทยสู่ตลาดโลก, 2 กุมภาพันธ์
 2562. <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Thai-Food-Innovation.pdf>
- อ.พญ. สุภมาศ เขิญอักษร. (2560). โรคเซลิแอคกับอาการแพ้กลูเตนในเบเกอรี่, 14 มกราคม
 2562. <https://med.mahidol.ac.th/ramachannel/home/article/โรคเซลิแอค-กับอาการแพ้/>



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบการสัมภาษณ์การค้นคว้าอิสระ

ชุดที่ 1

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิ ของผู้ประกอบการที่มีบุตรหลาน เล่นแป้งโดว์และ แพ้สารกลูเตน

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัย ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิ ของผู้ประกอบการที่มีบุตรหลาน เล่นแป้งโดว์และ แพ้สารกลูเตน เพื่อนำแนวทางการออกแบบธุรกิจและออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการเขียนแผนธุรกิจ

โดยศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาโท สาขาผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการให้ข้อมูล และประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ และแนวทางการพัฒนาแบบจำลองธุรกิจดังกล่าว ทั้งนี้ผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลดังกล่าวเป็นความลับ และใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น โดยแบบสัมภาษณ์มี 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม และทัศนคติการเลือกซื้อแป้งโดว์

ส่วนที่ 3 ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ
2. อายุ
3. อาชีพ
4. การศึกษาสูงสุด
5. รายได้ต่อเดือน

6. บุตร - หลาน ของท่านมีโรคประจำตัวหรือไม่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม และทัศนคติการเลือกซื้อแป้งโดว์

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ ของเล่นมีประโยชน์ และมีพัฒนาการต่อเด็ก ประเภทของเล่นที่ท่านเลือกซื้อ
2. ปัญหาที่บุตรหลานของท่านมักพบจากการเล่นแป้งโดว์
3. เมื่อพบปัญหา ท่านและบุตรหลานมีวิธีการรับมือและแก้ไขปัญหาอย่างไร
4. ท่านคิดว่าแป้งโดว์ที่บุตรหลานท่านเล่นอยู่ มีอันตรายต่อร่างกายหรือไม่
5. บุตรหลานและตัวท่านเอง มีความคิดเห็นอย่างไรต่อแป้งโดว์
6. ความถี่ในการซื้อแป้งโดว์
7. หากท่านตัดสินใจซื้อแป้งโดว์ ปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์
8. ในความคิดท่าน ท่านอยากให้แป้งโดว์มีคุณสมบัติเพิ่มเติมจากปัจจุบันเช่นอะไรบ้าง
9. เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อแป้งโดว์ให้บุตรหลาน

ด้านราคา

1. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่น ต่อ 1 ครั้ง
2. ค่าใช้จ่ายในการซื้อแป้งโดว์ ต่อ 1 ครั้ง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ท่านซื้อแป้งโดว์ และหาข้อมูลจากที่ใด
2. เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อแป้งโดว์จากสถานที่ ที่ท่านระบุไว้
3. ท่านเลือกซื้อแป้งโดว์โดยวิธีใด

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. โปรโมชั่นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่
2. ท่านเลือกซื้อแป้งโดว์จากการส่งเสริมการขายใดบ้าง

ส่วนที่ 3 ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์

คำชี้แจง โปรดเลือก (5 สำคัญที่สุด, 4 สำคัญมาก, 3 สำคัญปานกลาง, 2 สำคัญน้อย, 1 สำคัญน้อยที่สุด)

ตารางที่ ก.1 แสดงศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์

	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
วัตถุดิบที่ทำมาจากธรรมชาติ					
สีของแป้งโดว์					
ปลอดภัยจากเตตน ซึ่งคนที่แพ้อาหาร สาธิตสามารถเล่นได้					
บรรจุภัณฑ์					
กลิ่นของแป้งโดว์					
เนื้อสัมผัสที่ไม่เหนียว ไม่ติดมือ นุ่ม					
อายุการใช้งาน และการเก็บรักษา					
ความปลอดภัยในการเล่น					
ปัจจัยด้านราคา					
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์					
ราคาคู่แข่งเมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น					
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
สามารถหาซื้อได้ง่าย					
มีช่องทางการจำหน่ายหน้าร้าน					
มีช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ เช่น Facebook, Website					

ตารางที่ ก.1 แสดงศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์ (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ส่วนลด และ แคม					
มีสินค้าให้ทดลองเล่น					
มีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์					
การบอกต่อ และรีวิวจากผู้ใช้งานจริง					
มีผู้แนะนำ รับรองการเล่นแป้งโดว์ เช่น แพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านพัฒนาการเด็ก					

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ปลอดสารกลูเตน ไร้สารพิษ ซึ่งเป็นของเล่นเสริมพัฒนาการ เหมาะสำหรับเด็กที่มีอายุ 3 ขวบขึ้นไป โดยแป้งโดว์นั้นมีวัตถุดิบมาจากธรรมชาติได้แก่ ข้าว ซึ่งข้าวนั้นไม่มีสารกลูเตน นอกจากนั้นสีจากแป้งโดว์ยังได้มาจากธรรมชาติ เมื่อเด็กเอาเข้าปากนั้นไม่เป็นอันตราย มีวิตามิน E บำรุงผิว ซึ่งทำให้เด็กที่แพ้สารกลูเตนนั้น สามารถเล่นแป้งโดว์ได้ 250 กรัม ราคา 490 บาท



ภาพที่ ก.1 แสดงผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ปราศจากกลูเตน จากข้าวหอมมะลิ Jas a Dough

1. ท่านคิดว่าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์นี้มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร
2. กลิ่นของแป้งโดว์ที่ท่านคิดว่าควรมี
3. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ควรมีลักษณะอย่างไร
4. อายุการใช้งานควรมีอายุอย่างน้อยเท่าใด
5. ราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจซื้อ
6. ท่านคิดว่าสถานที่วางจำหน่ายแป้งโดว์ควรจำหน่ายที่ใด
7. ท่านอยากให้มีการจัดทำโปรโมชั่นอย่างไร
8. หากมีผลิตภัณฑ์ตามข้างต้นนี้วางจำหน่าย ท่านสนใจจะซื้อหรือไม่
9. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร



แบบการสัมภาษณ์การค้นคว้าอิสระ

ชุดที่ 2

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิ ของพ่อแม่ ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานเล่นแป้งโดว์

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัย ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิ ของผู้ปกครองที่มีบุตรหลาน เล่นแป้งโดว์และ แพ้สารกลูเตน เพื่อนำแนวทางการออกแบบธุรกิจและออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการเขียนแผนธุรกิจ

โดยศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาโท สาขาผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการให้ข้อมูล และประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ และแนวทางการพัฒนาแบบจำลองธุรกิจดังกล่าว ทั้งนี้ผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลดังกล่าวเป็นความลับ และใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น โดยแบบสัมภาษณ์มี 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม และทัศนคติการเลือกซื้อแป้งโดว์

ส่วนที่ 3 ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ
2. อายุ
3. อาชีพ
4. การศึกษาสูงสุด
5. รายได้ต่อเดือน
6. บุตร - หลาน ของท่านมีโรคประจำตัวหรือไม่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม และทัศนคติการเลือกซื้อแป้งโค้ว

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ ของเล่นมีประโยชน์ และมีพัฒนาการต่อเด็กประเภทของเล่นที่ท่านเลือกซื้อ
2. ปัญหาที่บุตรหลานของท่านมักพบจากการเล่นแป้งโค้ว
3. เมื่อพบปัญหา ท่านและบุตรหลานมีวิธีการรับมือและแก้ไขปัญหาอย่างไร
4. ท่านคิดว่าแป้งโค้วที่บุตรหลานท่านเล่นอยู่ มีอันตรายต่อร่างกายหรือไม่
5. บุตรหลานและตัวท่านเอง มีความคิดเห็นอย่างไรต่อแป้งโค้ว
6. ความถี่ในการซื้อแป้งโค้ว
7. หากท่านตัดสินใจซื้อแป้งโค้ว ปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโค้ว
8. ในความคิดท่าน ท่านอยากให้แป้งโค้วมีคุณสมบัติเพิ่มเติมจากปัจจุบันเช่นอะไรบ้าง
9. เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อแป้งโค้วให้บุตรหลาน

ด้านราคา

1. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่น ต่อ 1 ครั้ง
2. ค่าใช้จ่ายในการซื้อแป้งโค้ว ต่อ 1 ครั้ง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ท่านซื้อแป้งโค้ว และหาข้อมูลจากที่ใด
2. เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อแป้งโค้วจากสถานที่ ที่ท่านระบุไว้
3. ท่านเลือกซื้อแป้งโค้วโดยวิธีใด

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. โปรโมชันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่
2. ท่านเลือกซื้อแป้งโค้วจากการส่งเสริมการขายใดบ้าง

ส่วนที่ 3 ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์

คำชี้แจง โปรดเลือก (5 สำคัญที่สุด, 4 สำคัญมาก, 3 สำคัญปานกลาง, 2 สำคัญน้อย, 1 สำคัญน้อยที่สุด)

ตารางที่ ก.2 แสดงศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์

	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
วัตถุดิบที่ทำมาจากธรรมชาติ					
สีของแป้งโดว์					
ปลอดภัยจากเตตน ซึ่งคนที่แพ้แป้ง สาธิตสามารถเล่นได้					
บรรจุภัณฑ์					
กลิ่นของแป้งโดว์					
เนื้อสัมผัสที่ไม่เหนียว ไม่ติดมือ นุ่ม					
อายุการใช้งาน และการเก็บรักษา					
ความปลอดภัยในการเล่น					
ปัจจัยด้านราคา					
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์					
ราคาคู่แข่งเมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น					
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
สามารถหาซื้อได้ง่าย					
มีช่องทางการจำหน่ายหน้าร้าน					
มีช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ เช่น Facebook, Website					

ตารางที่ ก.2 แสดงศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์ (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ส่วนลด และ แคม					
มีสินค้าให้ทดลองเล่น					
มีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์					
การบอกต่อ และรีวิวจากผู้ใช้งานจริง					
มีผู้แนะนำ รับรองการเล่นแป้งโดว์ เช่น แพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านพัฒนาการเด็ก					

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ปลอดสารกลูเตน ไร้สารพิษ ซึ่งเป็นของเล่นเสริมพัฒนาการ เหมาะสำหรับเด็กที่มีอายุ 3 ขวบขึ้นไป โดยแป้งโดว์นั้นมีวัตถุดิบมาจากธรรมชาติได้แก่ ข้าว ซึ่งข้าวนั้นไม่มีสารกลูเตน นอกจากนั้นสีจากแป้งโดว์ยังได้มาจากธรรมชาติ เมื่อเด็กเอาเข้าปากนั้นไม่เป็นอันตราย มีวิตามิน E บำรุงผิว ซึ่งทำให้เด็กที่แพ้สารกลูเตนนั้น สามารถเล่นแป้งโดว์ได้ 250 กรัม ราคา 490 บาท



ภาพที่ ก.2 แสดงผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ปราศจากกลูเตน จากข้าวหอมมะลิ Jas a Dough

1. ท่านคิดว่าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์นี้มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร
2. กลิ่นของแป้งโดว์ที่ท่านคิดว่าควรมี
3. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ควรมีลักษณะอย่างไร
4. อายุการใช้งานควรมีอายุอย่างน้อยเท่าใด
5. ราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจซื้อ
6. ท่านคิดว่าสถานที่วางจำหน่ายแป้งโดว์ควรจำหน่ายที่ใด
7. ท่านอยากให้มีการจัดทำโปรโมชั่นอย่างไร
8. หากมีผลิตภัณฑ์ตามข้างต้นนี้วางจำหน่าย ท่านสนใจจะซื้อหรือไม่
9. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร



แบบการสัมภาษณ์การค้นคว้าอิสระ

ชุดที่ 3

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิ ผู้บริหารโรงเรียนที่มีเด็กนักเรียนแพัสสารกฐน
แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัย ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิ ของผู้ประกอบการที่มีบุตรหลาน เล่นแป้งโดว์และ แพัสสารกฐน เพื่อนำแนวทางการออกแบบธุรกิจและออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการเขียนแผนธุรกิจ

โดยศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาโท สาขาผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการให้ข้อมูล และประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ และแนวทางการพัฒนาแบบจำลองธุรกิจดังกล่าว ทั้งนี้ผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลดังกล่าวเป็นความลับ และใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น โดยแบบสัมภาษณ์มี 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม และทัศนคติการเลือกซื้อแป้งโดว์

ส่วนที่ 3 ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ
2. อายุ
3. อาชีพ
4. การศึกษาสูงสุด
5. รายได้ต่อเดือน
6. บุตร - หลาน ของท่านมีโรคประจำตัวหรือไม่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม และทัศนคติการเลือกซื้อแป้งโค้ว

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ ของเล่นมีประโยชน์ และมีพัฒนาการต่อเด็กประเภทของเล่นที่ท่านเลือกซื้อ
2. ปัญหาที่บุตรหลานของท่านมักพบจากการเล่นแป้งโค้ว
3. เมื่อพบปัญหา ท่านและบุตรหลานมีวิธีการรับมือและแก้ไขปัญหาอย่างไร
4. ท่านคิดว่าแป้งโค้วที่บุตรหลานท่านเล่นอยู่ มีอันตรายต่อร่างกายหรือไม่
5. บุตรหลานและตัวท่านเอง มีความคิดเห็นอย่างไรต่อแป้งโค้ว
6. ความถี่ในการซื้อแป้งโค้ว
7. หากท่านตัดสินใจซื้อแป้งโค้ว ปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโค้ว
8. ในความคิดท่าน ท่านอยากให้แป้งโค้วมีคุณสมบัติเพิ่มเติมจากปัจจุบันเช่นอะไรบ้าง
9. เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อแป้งโค้วให้บุตรหลาน

ด้านราคา

1. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่น ต่อ 1 ครั้ง
2. ค่าใช้จ่ายในการซื้อแป้งโค้ว ต่อ 1 ครั้ง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ท่านซื้อแป้งโค้ว และหาข้อมูลจากที่ใด
2. เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อแป้งโค้วจากสถานที่ที่ท่านระบุไว้
3. ท่านเลือกซื้อแป้งโค้วโดยวิธีใด

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. โปรโมชั่นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่
2. ท่านเลือกซื้อแป้งโค้วจากการส่งเสริมการขายใดบ้าง

ส่วนที่ 3 ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแปงโดว์

คำชี้แจง โปรดเลือก (5 สำคัญที่สุด, 4 สำคัญมาก, 3 สำคัญปานกลาง, 2 สำคัญน้อย, 1 สำคัญน้อยที่สุด)

ตารางที่ ก.3 แสดงศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแปงโดว์

	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
วัตถุดิบที่ทำมาจากธรรมชาติ					
สีของแปงโดว์					
ปลอดภัยจากเตน ซึ่งคนที่แพ้แป้ง สาธิตสามารถเล่นได้					
บรรจุภัณฑ์					
กลิ่นของแปงโดว์					
เนื้อสัมผัสที่ไม่เหนียว ไม่ติดมือ นุ่ม					
อายุการใช้งาน และการเก็บรักษา					
ความปลอดภัยในการเล่น					
ปัจจัยด้านราคา					
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์					
ราคาคู่มือกว่าเมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น					
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
สามารถหาซื้อได้ง่าย					
มีช่องทางการจำหน่ายหน้าร้าน					
มีช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ เช่น Facebook, Website					

ตารางที่ ก.3 แสดงศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์ (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ส่วนลด และ แคม					
มีสินค้าให้ทดลองเล่น					
มีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์					
การบอกต่อ และรีวิวจากผู้ใช้งานจริง					
มีผู้แนะนำ รับรองการเล่นแป้งโดว์ เช่น แพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านพัฒนาการเด็ก					

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ปลอดสารกลูเตน ไร้สารพิษ ซึ่งเป็นของเล่นเสริมพัฒนาการ เหมาะสำหรับเด็กที่มีอายุ 3 ขวบขึ้นไป โดยแป้งโดว์นั้นมีวัตถุดิบมาจากธรรมชาติได้แก่ ข้าว ซึ่งข้าวนั้นไม่มีสารกลูเตน นอกจากนั้นสีจากแป้งโดว์ยังได้มาจากธรรมชาติ เมื่อเด็กเอาเข้าปากนั้นไม่เป็นอันตราย มีวิตามิน E บำรุงผิว ซึ่งทำให้เด็กที่แพ้สารกลูเตนนั้น สามารถเล่นแป้งโดว์ได้ 250 กรัม ราคา 490 บาท



ภาพที่ ก.3 แสดงผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ปราศจากกลูเตน จากข้าวหอมมะลิ Jas a Dough

1. ท่านคิดว่าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์นี้มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร
2. กลิ่นของแป้งโดว์ที่ท่านคิดว่าควรมี
3. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ควรมีลักษณะอย่างไร
4. อายุการใช้งานควรมีอายุอย่างน้อยเท่าใด
5. ราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจซื้อ
6. ท่านคิดว่าสถานที่วางจำหน่ายแป้งโดว์ควรจำหน่ายที่ใด
7. ท่านอยากให้มีการจัดทำโปรโมชั่นอย่างไร
8. หากมีผลิตภัณฑ์ตามข้างต้นนี้วางจำหน่าย ท่านสนใจจะซื้อหรือไม่
9. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร



ภาคผนวก ข

ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ให้สัมภาษณ์รายบุคคล

ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ 12 ท่าน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 พ่อแม่ ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานเล่นแป้งโดว์ จำนวน 5 ท่าน

ท่านที่ 1

เป็นเพศหญิง อายุ 27 ปี จบการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาท บุตรหลานไม่มีโรคประจำตัว มองว่าการซื้อของเล่นให้เด็กนั้นเป็นการให้เด็กได้มีพัฒนาการเสริมจากการที่ได้หยิบ จับ แยกแยะเรื่องสีได้ จะชอบซื้อของเล่นที่มีประเภทนิ่ม สามารถบีบดองได้ เช่น สกูชชี เป็นรูปสัตว์ และผลไม้ ไม่นิยมซื้อประเภทพลาสติก เนื่องจากมีความแข็ง อาจทำให้เกิดอันตรายจากของเล่นได้ ส่วนการเล่นแป้งโดว์นั้นมีปัญหาตรงที่มีน้ำมันมากจนติดพื้น วิธีแก้ปัญหาคือเอากระดาษมารองที่พื้น ลูกชอบเล่นดินน้ำมัน แป้งโดว์ เพราะมีความนุ่มของตัวแป้ง ซื้อแป้งโดว์เดือนละ 1 ครั้ง เห็นเพื่อนเล่นของเล่น แล้วมาขอแม่ซื้อ คุณสมบัติเพิ่มเติมที่อยากให้มี คือ แป้งโดว์ไม่ควรมีความมัน และมีน้ำมันติดพื้น ราคาที่ซื้อของเล่น 1,000 บาทต่อครั้ง แป้งโดว์ 400 บาท โดยราคาจะต้องมีความคุ้มค่ากับคุณภาพ ซื้อแป้งโดว์จากห้างสรรพสินค้า และตามช่องทางออนไลน์ เพราะหาซื้อได้ง่าย ชื่นชอบโปรโมชันที่มีการลดราคา หรือแจกของเล่นในแป้งโดว์ หากมีสินค้าแป้งโดว์ที่ปราศจากกลูเตน ยินดีที่จะจ่ายเงินซื้อ เนื่องจากทำมาจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ เพิ่มเติม คือ บรรจุภัณฑ์ควรจะมีลักษณะที่ไม่ทำให้เกิดมีลม สามารถหยิบจับได้ง่าย และเก็บรักษาทำให้แป้งโดว์ไม่เหนียว และแห้งง่าย

ท่านที่ 2

เป็นเพศหญิง อายุ 30 ปี จบการศึกษาปริญญาโท มีรายได้ต่อเดือน 35,000 บาท บุตรหลานไม่มีโรคประจำตัว มองว่าการซื้อของเล่นให้เด็กนั้น เป็นการให้เด็กได้มีพัฒนาการเสริมจากการที่ได้พัฒนากล้ามเนื้อ และที่โรงเรียนให้เล่นแป้งโดว์อยู่แล้ว ส่วนการเล่นแป้งโดว์นั้นมีปัญหาตรงที่มีน้ำมันมากจนติดพื้น แห้งไว เมื่อเล่นไปนานๆจะเกิดเป็นสีที่ปนกัน ทำให้สีสันทึบไม่สวยงาม วิธีแก้ปัญหาคือเอากระดาษมารองที่พื้น ล้างมือหลังจากการเล่นหลายครั้ง ลูกชอบเล่นดินน้ำมัน แป้ง

โดว์ เพราะมีความนุ่มของตัวแป้ง ซ้อแป้งโดว์เดือนละ 2 ครั้ง ที่โรงเรียนมีให้เล่นอยู่แล้ว แล้วมาขอแม่ซื้อ คุณสมบัติเพิ่มเติมที่อยากให้มี คือ แป้งโดว์ไม่ควรมีความมัน และมีน้ำมันติดพื้น ราคาที่ซื้อของเล่น 2,000 บาทต่อครั้ง แป้งโดว์ราคาไม่ควรเกิน 900 บาท โดยราคาจะต้องมีความคุ้มค่ากับคุณภาพ ซ้อแป้งโดว์จากห้างสรรพสินค้า และตามช่องทางออนไลน์ เพราะหาซื้อได้ง่าย ชื่นชอบโปรโมชันที่มีการลดราคา หรือแจกของเล่นในแป้งโดว์ หากมีสินค้าแป้งโดว์ที่ปราศจากกลูเตน ยินดีที่จะจ่ายเงินซื้อ เนื่องจากทำมาจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ เพิ่มเติม คือ บรรจุภัณฑ์ควรจะมีลักษณะที่เก็บรักษาทำให้แป้งโดว์ไม่เหนียว และแห้งง่าย

ท่านที่ 3

เป็นเพศหญิง อายุ 25 ปี จบการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 28,000 บาท บุตรหลานไม่มีโรคประจำตัว มองว่าการซื้อของเล่นให้เด็กนั้นเป็นการให้เด็ก ได้มีพัฒนาการเสริมจากการที่ได้พัฒนากล้ามเนื้อ ความคิดสร้างสรรค์ อารมณ์นิ่ง สงบ ส่วนการเล่นแป้งโดว์นั้นมีปัญหาตรงที่มีน้ำมันมากจนติดพื้น มือมีน้ำมันล้างออกยาก แป้งโดว์แห้งไว เมื่อเล่นไปนานๆจะเกิดเป็นสีที่ปนกัน ทำให้มีสีสันทที่ไม่สวยงาม วิธีแก้ปัญหาคือเอาแผ่นฟิวเจอร์บอร์ดมารองที่พื้น ล้างมือหลังจากการเล่นหลายครั้ง ลูกชอบเล่นดินน้ำมัน แป้งโดว์ เพราะมีความนุ่มของตัวแป้ง มีสีสันทที่สวยงาม ซ้อแป้งโดว์เดือนละ 1 ครั้ง ที่โรงเรียนมีให้เล่นอยู่แล้ว แต่ซื้อไว้เล่นที่บ้านด้วย คุณสมบัติเพิ่มเติมที่อยากให้มีคือ แป้งโดว์ไม่ควรมีความมันมากเกินไป และมีน้ำมันติดพื้น ไม่แห้งไว ราคาที่ซื้อของเล่น 1,000 บาทต่อครั้ง แป้งโดว์ราคาไม่ควรเกิน 500 บาท โดยราคาจะต้องมีความคุ้มค่ากับคุณภาพ ซ้อแป้งโดว์จากห้างสรรพสินค้า และตามช่องทางออนไลน์ เพราะหาซื้อได้ง่าย ชื่นชอบโปรโมชันที่มีการลดราคา หรือแจกของเล่นในแป้งโดว์ หากมีสินค้าแป้งโดว์ที่ปราศจากกลูเตน ยินดีที่จะจ่ายเงินซื้อ เนื่องจากทำมาจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ เพิ่มเติม คือ บรรจุภัณฑ์ควรจะมีลักษณะที่เก็บรักษาทำให้แป้งโดว์ไม่เหนียว ไม่มีความมัน มีสีสันทสดใส และไม่แห้งง่าย ต้องไม่มีความแข็ง

ท่านที่ 4

เป็นเพศหญิง อายุ 32 ปี จบการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 50,000 บาท บุตรหลานไม่มีโรคประจำตัว มองว่าการซื้อของเล่นให้เด็กนั้นเป็นการให้เด็ก ได้มีพัฒนาการเสริมจากการที่ได้หยิบ จับ ของเล่นได้ มีการนับเลขจากของเล่น จะชอบซื้อของเล่นเครื่องครัว ชุดขายของ ส่วนการเล่นแป้งโดว์นั้นมีปัญหาตรงที่มีน้ำมันมากจนติดพื้น เล่นไปนานๆสีสันทไม่สดใส ลูกชอบนำแป้งโดว์ไปกิน เพราะมีกลิ่นหอม วิธีแก้ปัญหาคือเอากระดาษมารองที่พื้น บอกและสอนว่าไม่ควรนำเข้าปากเพราะเป็นอันตราย ลูกชอบเล่นดินน้ำมัน แป้งโดว์ เพราะมีความหอม นุ่มของตัวแป้ง ซ้อ

แป้งโดว์เดือนละ 1 ครั้ง เห็นเพื่อนเล่นของเล่น แล้วมาขอแม่ซื้อ คุณสมบัติเพิ่มเติมที่อยากให้มี คือ แป้งโดว์ไม่ควรมีความมัน และมีน้ำมันติดพื้น ราคาที่ซื้อของเล่น 1,000 บาทต่อครั้ง แป้งโดว์ 300 บาท โดยราคาจะต้องมีความคุ้มค่ากับคุณภาพ ซื้อแป้งโดว์จากห้างสรรพสินค้า และตามช่องทางออนไลน์ เพราะหาซื้อได้ง่าย ชื่นชอบโปรโมชันที่มีการลดราคา หรือแจกของเล่นในแป้งโดว์ หากมีสินค้าแป้งโดว์ที่ปราศจากกลูเตน ยินดีที่จะจ่ายเงินซื้อ เนื่องจากทำมาจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ ไม่มีสารเคมี เพิ่มเติม คือ บรรจุภัณฑ์ควรจะมีลักษณะที่สวยงาม สีสดใส และเก็บรักษาทำให้แป้งโดว์ไม่เหนียว และแห้งง่าย ไม่มีความมันเหนียว เมื่อนำเข้าปากไม่เป็นอันตราย ควรมีพนักงานแนะนำการซื้อ ราคา 490 บาทคุณสมบัติและผล เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีราคาและคุณภาพที่เหมาะสม

ท่านที่ 5

เป็นเพศหญิง อายุ 45 ปี จบการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 100,000 บาท บุตรหลานไม่มีโรคประจำตัว มองว่าการซื้อของเล่นให้เด็กนั้นเป็นการให้เด็กได้มีพัฒนาการเสริมจากการที่ได้หยิบ จับ ของเล่นได้ มีความคิดสร้างสรรค์ทางด้านการจินตนาการ การปั้นเป็นรูปทรง มีอารมณ์ สมรทที่นิ่งขึ้นเมื่อใจจดจ่ออยู่กับของเล่น จะชอบซื้อของเล่นเครื่องครัว ชุดขายของ ส่วนการเล่นแป้งโดว์นั้นมีปัญหาตรงที่มีน้ำมันมากจนติดพื้น เป็นคราบน้ำมัน ล้างมือออกยากมีสีและแป้งโดว์ติดมือ เล่นไปนานๆสีส้มไม่สดใส มีสีที่เพี้ยนไปจากเดิม ลูกชอบนำแป้งโดว์เข้าปาก เพราะมีกลิ่นหอม วิธีแก้ปัญหาคือเอากระดาษรองที่พื้น บอกและสอนว่าไม่ควรนำเข้าปากเพราะเป็นอันตราย ลูกชอบเล่นดินน้ำมัน แป้งโดว์ เพราะมีความหอม นุ่มของตัวแป้ง ซื้อแป้งโดว์เดือนละ 2 ครั้ง คุณสมบัติเพิ่มเติมที่อยากให้มี คือ แป้งโดว์ไม่ควรมีความมัน และไม่ควรมีน้ำมันติดพื้น ไม่ควรมีกลิ่นที่หอมจนน่ากิน ที่จะสามารถทำให้เอาเข้าปาก ราคาที่ซื้อของเล่น 1,500 บาทต่อครั้ง แป้งโดว์ 1,000 บาท โดยราคาจะต้องมีความคุ้มค่ากับคุณภาพ ซื้อแป้งโดว์จากห้างสรรพสินค้าก่อนเพราะต้องเห็นสินค้าจริง และการซื้อตามช่องทางออนไลน์จะซื้อหลังจากเคยเห็นผลิตภัณฑ์แล้ว โปรโมชันควรมีการลดราคา หรือแจกของเล่นในแป้งโดว์ มีของให้ทดลองเล่นก่อนจึงจะตัดสินใจซื้อ หากมีสินค้าแป้งโดว์ที่ปราศจากกลูเตน ยินดีที่จะจ่ายเงินซื้อ เนื่องจากทำมาจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ ไม่มีสารเคมี เพิ่มเติม คือ บรรจุภัณฑ์ควรจะมีลักษณะที่สวยงาม สีสดใส และเก็บรักษาทำให้แป้งโดว์ไม่เหนียว และแห้งง่าย ไม่มีความมันเหนียว ไม่ควรมีกลิ่น เมื่อนำเข้าปากไม่เป็นอันตราย ควรมีพนักงานแนะนำการซื้อ ราคา 490 บาทคุณสมบัติและผล เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีราคาและคุณภาพที่เหมาะสม

กลุ่มที่ 2 พ่อแม่ ผู้ปกครอง ที่มีบุตรหลานแพ้สารกลูเตน จำนวน 5 ท่าน

ท่านที่ 1

เพศหญิง อายุ 25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 20,000 บาท มีลูกเป็นโรคแพ้กลูเตน มองว่าของเล่นทุกชนิดนั้น มีประโยชน์ต่อเด็กมากๆ ในเรื่องของพัฒนาการกล้ามเนื้อ เนื่องจากต้องใช้มือในการหยิบจับ ชอบซื้อของเล่นประเภทโมเดลสัตว์ มองว่าแป้งโดว์มีประโยชน์ ทำให้ช่วยให้มีความคิดสร้างสรรค์ ต่อการปั้น มีความคิด จินตนาการ และการมาสมาธิ อารมณ์ที่นิ่งขึ้น จากการเป็นโรคแพ้กลูเตน ตั้งแต่เกิดทำให้การใช้ชีวิตประจำวันลำบาก เนื่องจากแพ้กลูเตน ต้องคอยระวังเรื่องอาหาร ต้องเตรียมอาหารที่ปราศจากกลูเตนทุกมื้อ พร้อมกับเตรียมขนม ไปให้ที่โรงเรียน เพื่อลดการเกิดอาการแพ้กลูเตน ปักข้อความที่บริเวณกระเป๋า เสื้อผ้า และเขียนจดหมายถึงคุณครูที่โรงเรียนว่าแพ้กลูเตน ท่านของที่มีส่วนผสมของกลูเตนไม่ได้ ห้ามหยิบจับของที่มีส่วนผสมของกลูเตน เพราะหากสัมผัสจะทำให้เกิดอาการแพ้มีผื่นขึ้นบริเวณผิวที่สัมผัส เตรียม Epinephrine หรือ Adrenaline และยาแก้แพ้ ไว้ 1 ชุด หากเกิดการแพ้ให้ใช้ยาที่เตรียมไป ไม่เคยให้เล่นแป้งโดว์ เนื่องจากเกิดอาการแพ้ และแป้งโดว์ ดินน้ำมันตามท้องตลาดมีส่วนผสมของกลูเตนอยู่ โดยส่งให้โรงเรียนแยกลูกออกมาจากการเล่นกับเพื่อนๆ ให้หากิจกรรมอย่างอื่นทำแทนการเล่นดินน้ำมัน และแป้งโดว์กับเพื่อนๆ ราคาที่ซื้อของเล่น 1,000 ต่อครั้ง หากซื้อแป้งโดว์ราคาไม่เกิน 1,000 บาทตัดสินใจซื้อหากมีคนแนะนำ และเล่นแล้วไม่แพ้ ซื้อสินค้าโดยผ่านช่องทางออนไลน์ เพราะในประเทศไทยยังสินค้าประเภทปราศจากกลูเตนน้อยมาก โปรโมชันที่ควรทำคือ ลดแจกของเล่นให้เล่นก่อนการซื้อ หรือแถมให้มีปริมาณมากกว่าเดิม หากมีผลิตภัณฑ์นี้จริงๆ ยินดีที่จะจ่าย โดยไม่คำนึงถึงราคา เนื่องจากเป็นสิ่งที่ควรซื้อให้ลูกคิดไปโรงเรียน

ท่านที่ 2

เพศหญิง อายุ 29 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 40,000 บาท มีลูกเป็นโรคแพ้กลูเตน มองว่าของเล่นทุกชนิดนั้น มีประโยชน์ต่อเด็ก ในเรื่องของพัฒนาการกล้ามเนื้อ เนื่องจากต้องใช้มือในการหยิบจับ การนับเลข การเรียกชื่อของเล่น การพูดภาษาอังกฤษกับของเล่น ชอบซื้อของเล่นประเภทโมเดลสัตว์ รถ เครื่องมือหม้อ เครื่องมือการซ่อม มองว่าแป้งโดว์มีประโยชน์ ทำให้ช่วยให้มีความคิดสร้างสรรค์ ต่อการปั้น มีความคิด จินตนาการ และการมาสมาธิ อารมณ์ที่นิ่งขึ้น การแยกแยะของสีแต่ละสี การใช้ชีวิตประจำวันลำบาก ต้องทรมานกับการแพ้ เนื่องจากแพ้กลูเตน และนมวัว ต้องคอยระวังเรื่องอาหาร ต้องเตรียมอาหารที่ปราศจากกลูเตน และไม่ทานนมวัวทุกมื้อ พร้อมกับเตรียมขนม นม ข้าวไปให้ที่โรงเรียน เพื่อลดการเกิดอาการแพ้กลูเตน

และนมวัว จะปักข้อความที่บริเวณกระเป๋า เสื้อผ้า และเขียนจดหมายว่าแพ็กกลูเตน นมวัว ทานของที่มีส่วนผสมของกลูเตน และนมวัวไม่ได้ ห้ามหยิบจับของที่มีส่วนผสมของกลูเตน เพราะหากสัมผัสจะทำให้เกิดอาการแพ้มีผื่นขึ้นบริเวณผิวที่สัมผัส เตรียม Epinephrine หรือ Adrenaline และยาแก้แพ้ 1 ชุด หากเกิดการแพ้ให้ใช้ยาที่เตรียมไป ไม่เคยให้เล่นแป้งโดว์เนื่องจากเกิดอาการแพ้ และแป้งโดว์ คินน้ามันตามท้องตลาดมีส่วนผสมของกลูเตนอยู่ โดยสั่งให้โรงเรียนแยกเด็กออกมาจากการเล่น ให้ทำกิจกรรมอย่างอื่นแทนการเล่นคินน้ามัน และแป้งโดว์กับเพื่อนๆ แต่ตัวลูกเองอยากเล่นแป้งโดว์มาก จึงแอบเล่นบ้างทำให้เกิดอาการแพ้ มีผื่นขึ้นตามลำตัว ราคาที่ซื้อของเล่น 2,000 ต่อครั้ง หากซื้อแป้งโดว์ราคาไม่เกิน 800 บาท ตัดสินใจซื้อหากมีคนแนะนำ และเล่นแล้วไม่แพ้ ซื้อสินค้าโดยผ่านช่องทางออนไลน์ เพราะในประเทศไทยยังสินค้าประเภทปราศจากกลูเตนน้อยมาก โปรโมชันที่ควรทำ คือ ลด แจกของเล่นให้เล่นก่อนการซื้อ หรือแถมให้มีปริมาณมากกว่าเดิม หากมีผลิตภัณฑ์นี้จริงๆ ยินดีที่จะจ่าย โดยไม่คำนึงถึงราคา เนื่องจากเป็นสิ่งที่ควรซื้อให้ลูกคิดไปโรงเรียน บรรลุจุดประสงค์ควรมีลักษณะเก็บแป้งโดว์ได้นาน ไม่แห้งไว

ท่านที่ 3

เพศหญิง อายุ 37 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 70,000 บาท มีลูกเป็นโรคแพ็กกลูเตน มองว่าของเล่นทุกชนิดนั้น มีประโยชน์ต่อเด็ก ในเรื่องของพัฒนาการกล้ามเนื้อ เนื่องจากต้องใช้มือในการหยิบจับ การนับเลข การพูดภาษาอังกฤษกับของเล่น ชอบซื้อของเล่นประเภทสกุซซี่ ตุ๊กตา มองว่าแป้งโดว์มีประโยชน์ ทำให้ช่วยให้มีความคิดสร้างสรรค์ ต่อการปั้น มีความคิด จินตนาการ และการมาสมาธิ อารมณ์ที่นิ่งขึ้น การแยกแยะของสีแต่ละสี มีการใช้ชีวิตประจำวันลำบาก ต้องทราบกับการแพ้ เนื่องจากแพ็กกลูเตน ต้องคอยระวังเรื่องอาหาร ต้องเตรียมอาหารที่ปราศจากกลูเตน พร้อมกับเตรียมขนม นม ข้าวไปที่โรงเรียน เพื่อลดการเกิดอาการแพ็กกลูเตน ปักที่บริเวณกระเป๋า เสื้อผ้า และเขียนจดหมายว่าแพ็กกลูเตน ทานของที่มีส่วนผสมของกลูเตนไม่ได้ ห้ามหยิบจับของที่มีส่วนผสมของกลูเตน เพราะหากสัมผัสจะทำให้เกิดอาการแพ้มีผื่นขึ้นบริเวณผิวที่สัมผัส เตรียม Epinephrine หรือ Adrenaline และยาแก้แพ้ 1 ชุด หากเกิดการแพ้ให้ใช้ยาที่เตรียมไป ไม่เคยให้เล่นแป้งโดว์เนื่องจากเกิดอาการแพ้ และแป้งโดว์ คินน้ามันตามท้องตลาดมีส่วนผสมของกลูเตนอยู่ โดยสั่งให้โรงเรียนแยกเด็กออกมาจากการเล่น ให้ทำกิจกรรมอย่างอื่นแทนการเล่นคินน้ามัน และแป้งโดว์กับเพื่อนๆ ราคาที่ซื้อของเล่น 2,000 ต่อครั้ง หากซื้อแป้งโดว์ราคาไม่เกิน 1,000 บาท ตัดสินใจซื้อหากมีคนแนะนำ และเล่นแล้วไม่แพ้ ซื้อสินค้าโดยผ่านช่องทางออนไลน์ เพราะในประเทศไทยยังสินค้าประเภทปราศจากกลูเตนน้อยมาก โปรโมชันที่ควรทำ คือ ลด แจกของเล่นให้เล่นก่อนการซื้อ หรือแถมให้มีปริมาณมากกว่าเดิม หากมีผลิตภัณฑ์นี้จริงๆ ยินดีที่

จะจ่าย โดยไม่คำนึงถึงราคา เนื่องจากเป็นสิ่งที่ควรซื้อให้ลูกคิดไปโรงเรียน บรรจุกัณฑ์ควรมี ลักษณะเก็บแบ้งค์ไว้ได้นาน ไม่แห้งไว

ท่านที่ 4

เพศหญิง อายุ 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 100,000 บาท มีลูกเป็นโรค แพ้กลูเตน มองว่าของเล่นทุกชนิดนั้น มีประโยชน์ต่อเด็กมากๆ ในเรื่องของพัฒนาการกล้ามเนื้อ เนื่องจากต้องใช้มือในการหยิบจับ ชอบซื้อของเล่นประเภทตุ๊กตา การแต่งตัวตุ๊กตา ชุดทำอาหาร มองว่าแบ้งค์ควรมีประโยชน์ ทำให้ช่วยให้มีความคิดสร้างสรรค์ ต่อการปั้น มีความคิด จินตนาการ และการมาสมาธิ อารมณ์ที่นิ่งขึ้น การใช้ชีวิตประจำวันลำบากมาก ทุกอย่างจะต้องคอยระวัง เนื่องจากแพ้กลูเตน ต้องคอยระวังเรื่องอาหาร ต้องเตรียมอาหารที่ปราศจากกลูเตนทุกมื้อ พร้อมกับเตรียมขนมไปให้ที่โรงเรียน เพื่อลดการเกิดอาการแพ้กลูเตน บั๊กที่บริเวณกระเป๋า เสื้อผ้า และเขียนจดหมายว่าแพ้กลูเตน ทานของที่มีส่วนผสมของกลูเตนไม่ได้ ห้ามหยิบจับของที่มีส่วนผสมของกลูเตน เพราะหากสัมผัสจะทำให้เกิดอาการแพ้มีผื่นขึ้นบริเวณผิวที่สัมผัส เตรียม Epinephrine หรือ Adrenaline และยาแก้แพ้ไว้ 1 ชุด หากเกิดการแพ้ให้ใช้ยาที่เตรียมไป ไม่เคยให้เล่นแบ้งค์เนื่องจากเกิดอาการแพ้ และแบ้งค์ควรมีน้ำหนักตามท้องตลาดมีส่วนผสมของกลูเตนอยู่ โดยสั่งให้โรงเรียนแยกเด็กออกมาจากการเล่น ให้หากิจกรรมอย่างอื่นทำแทนการเล่นดินน้ำมัน และแบ้งค์กับเพื่อนๆ ราคาที่ซื้อของเล่น 1,000 ต่อครั้ง หากซื้อแบ้งค์ราคาไม่เกิน 500 บาท ตัดสินใจซื้อหากมีคำแนะนำ และเล่นแล้วไม่แพ้ ซื้อสินค้าโดยผ่านช่องทางออนไลน์ เพราะในประเทศไทยยังสินค้าประเภทปราศจากกลูเตนน้อยมาก โพรโมชันที่ควรทำ คือ ลด แจกของเล่นให้เล่นก่อนการซื้อ หรือแถมให้มีปริมาณมากกว่าเดิม หากมีผลิตภัณฑ์นี้จริงๆ ยินดีที่จะจ่าย โดยไม่คำนึงถึงราคา เนื่องจากเป็นสิ่งที่ควรซื้อให้ลูกคิดไปโรงเรียน มองว่าผลิตภัณฑ์มีโอเดย์ที่ดี ทำมาจากวัตถุดิบธรรมชาติจากข้าว ที่ไม่มีกลูเตน สีที่ได้มาจากธรรมชาติ ไม่มีสารเคมี สิ่งเพิ่มเติมแบ้งค์ควรมีลักษณะที่เนียน นุ่ม เนื้อละเอียด ไม่แห้งไว ใช้แล้วไม่ก่อให้เกิดอาการแพ้ บรรจุกัณฑ์ควรเป็นแบบที่เก็บได้มิดชิด ทำให้แบ้งค์ไม่แห้งไว

ท่านที่ 5

เพศหญิง อายุ 45 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 45,000 บาท มีลูกเป็นโรค แพ้กลูเตน มองว่าของเล่นทุกชนิดนั้น มีประโยชน์ต่อเด็กไม่น้อยเลย ในเรื่องของพัฒนาการกล้ามเนื้อ เนื่องจากต้องใช้มือในการหยิบจับ การจินตนาการ คิดสร้างสรรค์ ชอบซื้อของเล่นประเภท รถ หนังสือสมุดภาพพระบายสี โมเดลตุ๊กตา หุ่นยนต์ มองว่าแบ้งค์ควรมีประโยชน์ ทำให้ช่วย

ให้มีความคิดสร้างสรรค์ ต่อการปั่น มีความคิด จินตนาการ และการมาสมาธิ อารมณ์ที่นิ่งขึ้น การแยกแยะของสีแต่ละสี การใช้ชีวิตประจำวันลำบาก ต้องทรมานกับการแพ้ เนื่องจากแพ้กลูเตน และนมวัว ต้องคอยระวังเรื่องอาหาร ต้องเตรียมอาหารที่ปราศจากกลูเตน และไม่ทานนมวัวทุกมื้อ พร้อมกับเตรียมขนม นม ข้าวไปให้ที่โรงเรียน เพื่อลดการเกิดอาการแพ้กลูเตน และนมวัว ปักที่บริเวณกระเป๋าสีเสื้อ และเขียนจดหมายว่าแพ้กลูเตน นมวัว ทานของที่มีส่วนผสมของกลูเตน และนมวัวไม่ได้ ห้ามหยิบจับของที่มีส่วนผสมของกลูเตน เพราะหากสัมผัสจะทำให้เกิดอาการแพ้มีผื่นขึ้นบริเวณผิวหนังที่สัมผัส เตรียม Epinephrine หรือ Adrenaline และยาแก้แพ้ไว้ 1 ชุด หากเกิดการแพ้ให้ใช้ยาที่เตรียมไป กำชับกับครู ห้องพยาบาลว่าแพ้กลูเตน ไม่เคยให้เล่นแป้งโดว์เนื่องจากเกิดอาการแพ้และแป้งโดว์ ดินน้ำมันตามท้องตลาดมีส่วนผสมของกลูเตนอยู่ โดยสั่งให้โรงเรียนแยกเด็กออกมาจากการเล่น ให้ทำกิจกรรมอย่างอื่นทำแทนการเล่นดินน้ำมัน และแป้งโดว์กับเพื่อนๆ ราคาที่ซื้อของเล่น 1,000 ต่อครั้ง หากซื้อแป้งโดว์ราคาไม่เกิน 990 บาท ตัดสินใจซื้อหากมีคนแนะนำ และเล่นแล้วไม่แพ้ ซื้อสินค้าโดยผ่านช่องทางออนไลน์ เพราะในประเทศไทยยังสินค้าประเภทปราศจากกลูเตนน้อยมาก หากมีผลิตภัณฑ์นี้จริงๆยินดีที่จะจ่าย โดยไม่คำนึงถึงราคาเนื่องจากเป็นสิ่งที่ควรซื้อให้ลูกคิดไปโรงเรียน บรรลุเกณฑ์ควรมีลักษณะเก็บแป้งโดว์ได้นาน ไม่แห้งไว มีความนุ่ม เนื้อเนียนละเอียด ชื่นชอบในผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากข้าว วัตถุดิบจากธรรมชาติ ไม่มีสารเคมี ฝีมืออายุของการเล่นไม่ต่ำกว่า 1 ปี โปรโมชันที่ควรทำ คือ ควรมีสินค้าให้ทดลองเล่นก่อนการซื้อจริง

กลุ่มที่ 3 ผู้บริหารโรงเรียนที่มีเด็กนักเรียนแพ้สารกลูเตน จำนวน 2 ท่าน

ผู้บริหารโรงเรียนรัฐบาล 1 ท่าน

เพศหญิง อายุ 45 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาโท รายได้ต่อเดือน 35,000 บาท มีเด็กนักเรียนที่โรงเรียนมีโรคประจำตัว โดยเป็นโรคแพ้กลูเตน แพ้นมวัว ของเล่นทุกชนิดมีประโยชน์ต่อนักเรียน โดยเฉพาะพัฒนาการ ซึ่งมีทักษะ เช่น การหยิบจับ การจินตนาการ การเข้าสังคมเล่นกับเพื่อนๆ อย่างเช่นการเล่นแป้งโดว์ช่วยในด้านพัฒนาการกล้ามเนื้อมัดเล็ก และใหญ่ การจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ในการปั่นเป็นรูปแบบต่างๆ ทำให้มีสมาธิ ส่วนปัญหาในการเล่นแป้งโดว์นั้น หากเด็กมีโรคประจำตัวจากการแพ้ต่างๆ แพ้กลูเตน นมวัว จึงทำให้ใช้ชีวิตประจำวันลำบาก คุณครูและเจ้าหน้าที่ห้องพยาบาลจำเป็นต้องดูแลเป็นพิเศษ เช่น การระวังและหลีกเลี่ยงการสัมผัสส่วนผสมกลูเตน ซึ่งยากในการหลีกเลี่ยง เด็กไม่สามารถรับรู้ได้มาก ไม่สามารถปฏิเสธการรับของทาน การเล่นได้ โรงเรียนมีวิธีในการแก้ปัญหา คือ การหลีกเลี่ยงไม่ให้เด็กที่แพ้กลูเตนเล่นดิน

น้ำมัน และแป้งโดว์ แจ้งให้ผู้ปกครองเตรียมอาหาร ขนม นม ที่ปราศจากกลูเตน และการสอนนักเรียนว่า ห้ามเล่นแป้งโดว์ ดินน้ำมันของโรงเรียน ห้ามนำเข้าปาก หรือกิน จะทำให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย และจะเกิดอาการแพ้ตามมา และเตรียม Epinephrine หรือ Adrenaline และยาแก้แพ้ ไว้ที่ห้องพยาบาล และมองว่าแป้งโดว์มีอันตรายต่อร่างกายของเด็กที่แพ้กลูเตน จะตัดสินใจซื้อแป้งโดว์จะดูที่ราคาไม่แพง มีอายุการใช้งานที่นาน คุณสมบัติเพิ่มเติมจากแป้งโดว์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน คือ แป้งที่ใช้ไม่มีสารเคมี เมื่อนำเข้าปากจะไม่เกิดอันตราย ในส่วนของการเลือกซื้อแป้งโดว์ให้นักเรียน มองว่าการเสริมสร้างฝึกรจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ เมื่อปั้นแล้วจะใจจดจ่ออยู่กับแป้งโดว์ ทำให้มีสติ นิ่ง และพัฒนาการกล้ามเนื้อมัดเล็ก และใหญ่ได้บริหารมือ และนิ้วมือ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่นทุกชนิด อยู่ในราคาประมาณที่สูงแต่มีงบที่จำกัดในประเภทของเล่นแต่ละชนิด และซื้อในปริมาณมาก ในส่วนของการซื้อแป้งโดว์นั้นจะซื้อเป็นชุดแป้งโดว์ที่มีหลายๆสี และมีปริมาณเยอะ เน้นราคาที่ถูกและ มีการตัดสินใจร่วมด้วย คือ ราคาที่มีความเหมาะสมกับปริมาณ คุณภาพ และการเปรียบเทียบราคาที่คุ้มกว่า เมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น หาซื้อแป้งโดว์ที่สามารถหาซื้อได้ง่าย ตามร้านขายส่งเครื่องเขียน หรือร้านเคมีภัณฑ์ที่เกี่ยวกับอุปกรณ์การเรียน เนื่องจากจะต้องเห็นของจริงก่อน จึงจะซื้อผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าหากเคยซื้อผลิตภัณฑ์แล้วจะมีการสั่งซื้อแป้งโดว์ผ่านช่องทางออนไลน์จาก Facebook Website ซื้อแป้งโดว์จากการที่สินค้ามีโปร โมชั่นร่วม โดยการตัดสินใจซื้อมักจะมีการลดราคา และมีของแถม การที่ซื้อแป้งโดว์ที่จำหน่ายแบบเป็นชุดที่มีหลายๆสีจะมีราคาที่ถูกลงว่า

สนใจจะซื้อ แต่ในปริมาณไม่มาก ตามจำนวนเด็กที่แพ้กลูเตน เพราะเด็กปกติที่ไม่แพ้สารเคมีสามารถเล่นสินค้าตามปกติได้ มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ผู้บริหารโรงเรียนเอกชน 1 ท่าน

ผู้บริหาร โรงเรียน เพศชาย อายุ 55 ปี รายได้ต่อเดือน 65,000 บาท มีเด็กนักเรียนที่โรงเรียนมีโรคประจำตัว โดยเป็นโรคแพ้กลูเตน แพ้นมวัว มองถึงว่าของเล่นทุกชนิดมีประโยชน์ต่อนักเรียน โดยเฉพาะพัฒนาการ ซึ่งมีทักษะ เช่น การหยิบจับ การจินตนาการ การเข้าสังคมเล่นกับเพื่อนๆ อย่างเช่นการเล่นแป้งโดว์ช่วยในด้านพัฒนาการกล้ามเนื้อมัดเล็ก และใหญ่ การจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ในการปั้นเป็นรูปแบบต่างๆ ทำให้มีสมาธิ ส่วนปัญหาในการเล่นแป้งโดว์นั้น หากเด็กมีโรคประจำตัวจากการแพ้ต่างๆ แพ้กลูเตน นมวัว จึงทำให้ใช้ชีวิตประจำวันลำบาก คุณครูและเจ้าหน้าที่ห้องพยาบาลจำเป็นจะต้องดูแลเป็นพิเศษ เช่น การระวังและหลีกเลี่ยงการสัมผัสส่วนผสมกลูเตน ซึ่งยากในการหลีกเลี่ยง เด็กไม่สามารถรับรู้ได้มาก ไม่สามารถปฏิเสธการรับของทาน การเล่นได้ โรงเรียนมีวิธีในการแก้ปัญหา คือ มีแป้งโดว์ปราศจากกลูเตนที่ทำเองให้เด็กเล่น และแจ้งให้ผู้ปกครองเตรียมอาหาร ขนม นม ที่ปราศจากกลูเตน และการสอนนักเรียนว่า ห้ามเล่น

แป้งโดว์ ดินน้ำมันของของเพื่อน ห้ามนำเข้าปาก หรือกิน จะทำให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย และจะเกิดอาการแพ้ตามมา และเตรียม Epinephrine หรือ Adrenaline และยาแก้แพ้ ไว้ที่ห้องพยาบาล และมองว่าแป้งโดว์มีอันตรายต่อร่างกายของเด็กที่แพ้กลูเตน จะตัดสินใจซื้อแป้งโดว์จะดูที่สินค้าต้องปลอดภัยต่อเด็กที่แพ้สารกลูเตน คุณสมบัติเพิ่มเติมจากแป้งโดว์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน คือ แป้งที่ใช้ไม่มีสารเคมี เมื่อนำเข้าปากจะไม่เกิดอันตราย เด็กที่แพ้กลูเตนจะต้องเล่นได้โดยไม่เกิดอาการแพ้ ในส่วนของการเลือกซื้อแป้งโดว์ให้นักเรียน มองว่าการเสริมสร้างฝึกรจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ เมื่อบั่นแล้วจะใจจดจ่ออยู่กับแป้งโดว์ ทำให้มีสติ นิ่ง และพัฒนาการกล้ามเนื้อมัดเล็ก และใหญ่ได้ บริหารมือ และนิ้วมือ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่นทุกชนิด อยู่ในราคาประมาณที่สูง และซื้อในปริมาณมาก ในส่วนของการซื้อแป้งโดว์นั้นจะซื้อเป็นชุดแป้งโดว์ที่มีหลายๆสี และมีปริมาณเยอะ มีความเหมาะสมกับปริมาณ คุณภาพ หาซื้อแป้งโดว์ที่สามารถหาซื้อได้ง่าย ตามร้านขายส่งเครื่องเขียน หรือร้านเคมีภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์การเรียน เนื่องจากจะต้องเห็นของจริงก่อน จึงจะซื้อผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าหากเคยซื้อผลิตภัณฑ์แล้วจะมีการสั่งซื้อแป้งโดว์ผ่านช่องทางออนไลน์จาก Facebook Website ซื้อแป้งโดว์จากการที่สินค้ามีโปรโมชันร่วม โดยการตัดสินใจซื้อจะมีการลดราคา และมีของแถม การที่ซื้อแป้งโดว์ที่จำหน่ายแบบเป็นชุดที่มีหลายๆสีจะมีราคาที่ถูกลงว่า

สนใจจะซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์ Jas a Dough และมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ แป้งโดว์ควรไม่มีกลิ่น หากมีกลิ่นจะทำให้บุตรหลานนั้นนำแป้งโดว์เข้าปาก โดยมีอายุของการเล่นไม่ต่ำกว่า 1 ปี มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ภาคผนวก ก
การคำนวณผลตอบแทนทางการเงิน

ตารางที่ ก.1 แสดงการคำนวณต้นทุนรวมจากส่วนของเจ้าของ

หัวข้อ	สมมติฐาน
ผลตอบแทนของตลาด (Market rate of return)	10%
ผลตอบแทนจากการลงทุนที่ปราศจากความเสี่ยง (risk-free-rate)	2.48%
เบต้า (Beta)	1.34
ต้นทุนรวมจากส่วนของเจ้าของ (Net cost of equity)	12.6%

ตารางที่ ก.2 แสดงการคำนวณต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

หัวข้อ	อัตราภาษี	ต้นทุนจากหนี้สิน	ต้นทุนจากส่วนของเจ้าของ	ต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC)
ต้นทุนจากหนี้สิน		0.0%		
อัตราภาษี	20%	0.8		
ต้นทุนรวมจากหนี้สิน		0.0%		
ต้นทุนรวมจากส่วนของเจ้าของ			12.6%	
อัตราส่วนของต้นทุน		0.00	1.00	
ต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC)				12.56%

ตารางที่ ค.3 แสดงกระแสเงินสดสุทธิรวมของโครงการ

รายการ	ปีที่					
	0	1	2	3	4	5
เงินลงทุนเริ่มแรกในสินทรัพย์ถาวร	(1,252,900)					
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิ (จากงบกระแสเงินสด)	(1,252,900)	1,256,758	1,388,017	1,617,524	1,871,810	2,153,446
กระแสเงินสดสุทธิรวมของโครงการ	(1,252,900)	1,256,758	1,388,017	1,617,524	1,871,810	2,153,446

ตารางที่ ค.4 แสดงการคำนวณระยะคืนทุนของโครงการ

รายการ	ปีที่					
	0	1	2	3	4	5
กระแสเงินสดสุทธิรวมของโครงการ	(1,252,900)	1,256,758	1,388,017	1,617,524	1,871,810	2,153,446
กระแสเงินสดสุทธิรวมสะสมของโครงการ	(1,252,900)	3,858	1,391,874	3,009,398	4,881,208	8,287,554
ระยะคืนทุน (Payback Period)	1.00					

ตารางที่ ค.5 แสดงการคำนวณระยะคืนทุนของโครงการ

รายการ	ปีที่					
	0	1	2	3	4	5
กระแสเงินสดสุทธิรวมของโครงการ	(1,252,900)	1,256,758	1,388,017	1,617,524	1,871,810	2,153,446
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิรวมของโครงการ	(1,252,900)	1,063,922	994,743	981,353	961,379	936,321
กระแสเงินสดสุทธิรวมสะสมของโครงการ	(1,252,900)	(188,978)	805,765	4,796,516	2,748,497	4,937,718
ระยะคืนทุน (Payback Period)	1.19					

ภาคผนวก ง
แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ชุดที่ 1

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิ ของผู้ประกอบการที่มีบุตรหลานเล่นแป้งโดว์

คำชี้แจง : แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิเพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความ มีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะทำการประเมินความเที่ยงตรงใน ส่วนที่ 1 – 4 โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง มีคะแนนดังนี้

- +1 = แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม
- 0 = ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่
- 1 = แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความสอดคล้อง หรือ ถูกต้องเพียงใด

ตารางที่ ง. 1 แสดงแบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัย

ข้อที่	ข้อความในแบบสอบถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป					
1.1	เพศ				
1.2	อายุ				
1.3	อาชีพ				
1.4	การศึกษาสูงสุด				
1.5	รายได้ต่อเดือน				
1.6	บุตร - หลาน ของท่านมีโรคประจำตัวหรือไม่				

ข้อที่	ข้อความในแบบสอบถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม และทัศนคติการเลือกซื้อแป้งโคว์					
ด้านผลิตภัณฑ์					
2.1	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับของเล่นมีประโยชน์ และมีพัฒนาการต่อเด็ก				
2.2	ประเภทของเล่นที่ท่านเลือกซื้อ				
2.3	ปัญหาที่บุตรหลานของท่านมักพบจากการเล่นแป้งโคว์				
2.4	เมื่อพบปัญหา ท่านและบุตรหลานมีวิธีการรับมือและแก้ไขปัญหาอย่างไร				
2.5	ท่านคิดว่าแป้งโคว์ที่บุตรหลานท่านเล่นอยู่ มีอันตรายต่อร่างกายหรือไม่				
2.6	บุตรหลานและตัวท่านเอง มีความคิดเห็นอย่างไรต่อแป้งโคว์				
2.7	ความถี่ในการซื้อแป้งโคว์				
2.8	หากท่านตัดสินใจซื้อแป้งโคว์ ปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโคว์				
2.9	ในความคิดท่าน ท่านอยากให้แป้งโคว์มีคุณสมบัติเพิ่มเติมจากปัจจุบัน เช่นอะไรบ้าง				
2.10	เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อแป้งโคว์ให้บุตรหลาน				

ข้อที่	ข้อความในแบบสอบถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอ แนะ เพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
ด้านราคา					
2.11	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่น ต่อ 1 ครั้ง				
2.12	ค่าใช้จ่ายในการซื้อแป้งโดว์ ต่อ 1 ครั้ง				
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
2.13	ท่านซื้อแป้งโดว์ และหาข้อมูลจากที่ใด				
2.14	เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อแป้งโดว์จากสถานที่ที่ท่านระบุไว้				
2.15	ท่านเลือกซื้อแป้งโดว์โดยวิธีใด				
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
2.16	โปรโมชั่นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่				
2.17	ท่านเลือกซื้อแป้งโดว์จากการส่งเสริมการขายใดบ้าง				
ส่วนที่ 3 ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์					
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
3.1	วัตถุดิบที่ทำมาจากธรรมชาติ				
3.2	สีของแป้งโดว์				
3.3	ปลอดภัยจากกลูเตน ซึ่งคนที่แพ้แป้งสาลีสามารถเล่นได้				
3.4	บรรจุภัณฑ์				
3.5	กลิ่นของแป้งโดว์				

ข้อที่	ข้อความในแบบสอบถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอ แนะ เพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	
3.6	เนื้อสัมผัสที่ไม่เหนียว ไม่ติดมือ นุ่ม				
3.7	อายุการใช้งาน และการเก็บรักษา				
3.8	ความปลอดภัยในการเล่น				
ปัจจัยด้านราคา					
3.9	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์				
3.10	ราคาคู่แข่งเมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น				
3.11	ราคาเหมาะสมกับปริมาณ				
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.12	สามารถหาซื้อได้ง่าย				
3.13	มีช่องทางการจำหน่ายหน้าร้าน				
3.14	มีช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ เช่น Facebook, Website				
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
3.15	มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ส่วนลด และ แคม				
3.16	มีสินค้าให้ทดลองเล่น				
3.17	มีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์				
3.18	การบอกต่อ และรีวิวจากผู้ใช้งานจริง				
3.19	มีผู้แนะนำ รับรองการเล่นแป็งโคว์ เช่น แพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านพัฒนาการเด็ก				

ข้อที่	ข้อความในแบบสอบถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	
ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์					
4.1	ท่านคิดว่าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์นี้มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร				
4.2	กลิ่นของแป้งโดว์ที่ท่านคิดว่าควรมี				
4.3	รูปแบบบรรจุภัณฑ์ควรมีลักษณะอย่างไร				
4.4	อายุการใช้งานควรมีอายุอย่างน้อยเท่าใด				
4.5	ราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจซื้อ				
4.6	ท่านคิดว่าสถานที่วางจำหน่ายแป้งโดว์ควรจำหน่ายที่ใด				
4.7	ท่านอยากให้มีการจัดทำโปรโมชั่นอย่างไร				
4.8	หากมีผลิตภัณฑ์ตามข้างต้นนี้วางจำหน่าย ท่านสนใจจะซื้อหรือไม่				
4.9	ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารูปร่างดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร				

ข้อเสนอแนะ

.....

(ลงชื่อ) ผู้ประเมิน
 (.....)

แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ชุดที่ 2

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิ ของผู้ประกอบการที่มีบุตรหลาน เล่นแป้งโดว์และ แป้งสารกฤษเตน

คำชี้แจง : แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิเพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อคำถาม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะทำการประเมินความเที่ยงตรงใน ส่วนที่ 1 – 4 โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง มีคะแนนดังนี้

+1	=	แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม
0	=	ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่
-1	=	แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความสอดคล้อง หรือ ถูกต้องเพียงใด

ตารางที่ ง. 2 แสดงแบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัย

ข้อที่	ข้อความถามในแบบสอบถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป					
1.1	เพศ				
1.2	อายุ				
1.3	อาชีพ				
1.4	การศึกษาสูงสุด				
1.5	รายได้ต่อเดือน				
1.6	บุตร - หลาน ของท่านมีโรคประจำตัวหรือไม่				

ข้อที่	ข้อความในแบบสอบถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม และทัศนคติการเลือกซื้อแป้งโคว์					
ด้านผลิตภัณฑ์					
2.1	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับของเล่นมีประโยชน์ และมีพัฒนาการต่อเด็ก				
2.2	ประเภทของเล่นที่ท่านเลือกซื้อ				
2.3	ปัญหาที่บุตรหลานของท่านมักพบจากการเล่นแป้งโคว์				
2.4	เมื่อพบปัญหา ท่านและบุตรหลานมีวิธีการรับมือและแก้ไขปัญหาอย่างไร				
2.5	ท่านคิดว่าแป้งโคว์ที่บุตรหลานท่านเล่นอยู่ มีอันตรายต่อร่างกายหรือไม่				
2.6	บุตรหลานและตัวท่านเอง มีความคิดเห็นอย่างไรต่อแป้งโคว์				
2.7	ความถี่ในการซื้อแป้งโคว์				
2.8	หากท่านตัดสินใจซื้อแป้งโคว์ ปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโคว์				
2.9	ในความคิดท่าน ท่านอยากให้แป้งโคว์มีคุณสมบัติเพิ่มเติมจากปัจจุบัน เช่นอะไรบ้าง				
2.10	เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อแป้งโคว์ให้บุตรหลาน				

ข้อที่	ข้อความในแบบสอบถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอ แนะ เพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
ด้านราคา					
2.11	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่น ต่อ 1 ครั้ง				
2.12	ค่าใช้จ่ายในการซื้อแป้งโดว์ ต่อ 1 ครั้ง				
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
2.13	ท่านซื้อแป้งโดว์ และหาข้อมูลจากที่ใด				
2.14	เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อแป้งโดว์จากสถานที่ที่ท่านระบุไว้				
2.15	ท่านเลือกซื้อแป้งโดว์โดยวิธีใด				
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
2.16	โปรโมชั่นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่				
2.17	ท่านเลือกซื้อแป้งโดว์จากการส่งเสริมการขายใดบ้าง				
ส่วนที่ 3 ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์					
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
3.1	วัตถุดิบที่ทำมาจากธรรมชาติ				
3.2	สีของแป้งโดว์				
3.3	ปลอดภัยจากกลูเตน ซึ่งคนที่แพ้แป้งสาลีสามารถเล่นได้				
3.4	บรรจุภัณฑ์				
3.5	กลิ่นของแป้งโดว์				

ข้อที่	ข้อความในแบบสอบถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอ แนะ เพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	
3.6	เนื้อสัมผัสที่ไม่เหนียว ไม่ติดมือ นุ่ม				
3.7	อายุการใช้งาน และการเก็บรักษา				
3.8	ความปลอดภัยในการเล่น				
ปัจจัยด้านราคา					
3.9	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์				
3.10	ราคาคู่แข่งเมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น				
3.11	ราคาเหมาะสมกับปริมาณ				
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.12	สามารถหาซื้อได้ง่าย				
3.13	มีช่องทางการจำหน่ายหน้าร้าน				
3.14	มีช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ เช่น Facebook, Website				
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
3.15	มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ส่วนลด และ แคม				
3.16	มีสินค้าให้ทดลองเล่น				
3.17	มีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์				
3.18	การบอกต่อ และรีวิวจากผู้ใช้งานจริง				
3.19	มีผู้แนะนำ รับรองการเล่นแบ็งค์โดว์ เช่น แพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านพัฒนาการเด็ก				

ข้อที่	ข้อความในแบบสอบถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอ แนะ เพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	
ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์					
4.1	ท่านคิดว่าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์นี้ มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร				
4.2	กลิ่นของแป้งโดว์ที่ท่านคิดว่าควรจะมี				
4.3	รูปแบบบรรจุภัณฑ์ควรมีลักษณะอย่างไร				
4.4	อายุการใช้งานควรมีอายุอย่างน้อยเท่าใด				
4.5	ราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจซื้อ				
4.6	ท่านคิดว่าสถานที่วางจำหน่ายแป้งโดว์ควรจำหน่ายที่ใด				
4.7	ท่านอยากให้มีการจัดทำโปรโมชั่นอย่างไร				
4.8	หากมีผลิตภัณฑ์ตามข้างต้นนี้วางจำหน่าย ท่านสนใจจะซื้อหรือไม่				
4.9	ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร				

ข้อเสนอแนะ

.....

(ลงชื่อ) ผู้ประเมิน
 (.....)

แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ชุดที่ 3

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิ ของผู้บริหารสถาบันการศึกษาที่มีเด็กนักเรียนเล่นแป้งโดว์และ แป้งสารกฤษเตน

คำชี้แจง : แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แป้งโดว์จากแป้งข้าวหอมมะลิเพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อคำถาม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะทำการประเมินความเที่ยงตรงใน ส่วนที่ 1 – 4 โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง มีคะแนนดังนี้

+1	=	แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม
0	=	ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่
-1	=	แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความสอดคล้อง หรือ ถูกต้องเพียงใด

ตารางที่ ง. 3 แสดงแบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัย

ข้อที่	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป					
1.1	เพศ				
1.2	อายุ				
1.3	อาชีพ				
1.4	การศึกษาสูงสุด				
1.5	รายได้ต่อเดือน				
1.6	บุตร - หลาน ของท่านมีโรคประจำตัวหรือไม่				

ข้อที่	ข้อความในแบบสอบถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม และทัศนคติการเลือกซื้อแปรงไหม					
ด้านผลิตภัณฑ์					
2.1	ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับของเล่นมีประโยชน์ และมีพัฒนาการต่อเด็ก				
2.2	ประเภทของเล่นที่ท่านเลือกซื้อ				
2.3	ปัญหาที่บุตรหลานของท่านมักพบจากการเล่นแปรงไหม				
2.4	เมื่อพบปัญหา ท่านและบุตรหลานมีวิธีการรับมือและแก้ไขปัญหาอย่างไร				
2.5	ท่านคิดว่าแปรงไหมที่บุตรหลานท่านเล่นอยู่ มีอันตรายต่อร่างกายหรือไม่				
2.6	บุตรหลานและตัวท่านเอง มีความคิดเห็นอย่างไรต่อแปรงไหม				
2.7	ความถี่ในการซื้อแปรงไหม				
2.8	หากท่านตัดสินใจซื้อแปรงไหม ปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแปรงไหม				
2.9	ในความคิดท่าน ท่านอยากให้แปรงไหมมีคุณสมบัติเพิ่มเติมจากปัจจุบัน เช่นอะไรบ้าง				
2.10	เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อแปรงไหมให้บุตรหลาน				

ข้อที่	ข้อความในแบบสอบถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอ แนะ เพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
ด้านราคา					
2.11	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อของเล่น ต่อ 1 ครั้ง				
2.12	ค่าใช้จ่ายในการซื้อแป้งโดว์ ต่อ 1 ครั้ง				
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
2.13	ท่านซื้อแป้งโดว์ และหาข้อมูลจากที่ใด				
2.14	เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อแป้งโดว์จากสถานที่ที่ท่านระบุไว้				
2.15	ท่านเลือกซื้อแป้งโดว์โดยวิธีใด				
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
2.16	โปรโมชั่นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่				
2.17	ท่านเลือกซื้อแป้งโดว์จากการส่งเสริมการขายใดบ้าง				
ส่วนที่ 3 ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแป้งโดว์					
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
3.1	วัตถุดิบที่ทำมาจากธรรมชาติ				
3.2	สีของแป้งโดว์				
3.3	ปลอดภัยจากกลูเตน ซึ่งคนที่แพ้แป้งสาลีสามารถเล่นได้				
3.4	บรรจุภัณฑ์				
3.5	กลิ่นของแป้งโดว์				

ข้อที่	ข้อความในแบบสอบถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอ แนะ เพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	
3.6	เนื้อสัมผัสที่ไม่เหนียว ไม่ติดมือ นุ่ม				
3.7	อายุการใช้งาน และการเก็บรักษา				
3.8	ความปลอดภัยในการเล่น				
ปัจจัยด้านราคา					
3.9	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์				
3.10	ราคาคู่แข่งเมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น				
3.11	ราคาเหมาะสมกับปริมาณ				
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.12	สามารถหาซื้อได้ง่าย				
3.13	มีช่องทางการจำหน่ายหน้าร้าน				
3.14	มีช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ เช่น Facebook, Website				
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
3.15	มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ส่วนลด และ แคม				
3.16	มีสินค้าให้ทดลองเล่น				
3.17	มีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อ ประชาสัมพันธ์				
3.18	การบอกต่อ และรีวิวจากผู้ใช้งานจริง				
3.19	มีผู้แนะนำ รับรองการเล่นแบ็งค์โดว์ เช่น แพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน พัฒนาการเด็ก				

ข้อที่	ข้อความในแบบสอบถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอ แนะ เพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	
ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์					
4.1	ท่านคิดว่าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์นี้มีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร				
4.2	กลิ่นของแป้งโดว์ที่ท่านคิดว่าควรมี				
4.3	รูปแบบบรรจุภัณฑ์ควรมีลักษณะอย่างไร				
4.4	อายุการใช้งานควรมีอายุอย่างน้อยเท่าใด				
4.5	ราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจซื้อ				
4.6	ท่านคิดว่าสถานที่วางจำหน่ายแป้งโดว์ควรจำหน่ายที่ใด				
4.7	ท่านอยากให้มีการจัดทำโปรโมชั่นอย่างไร				
4.8	หากมีผลิตภัณฑ์ตามข้างต้นนี้วางจำหน่าย ท่านสนใจจะซื้อหรือไม่				
4.9	ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนารูปร่างดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร				

ข้อเสนอแนะ

.....

(ลงชื่อ) ผู้ประเมิน
 (.....)

สรุปประเมิน IOC

วัตถุประสงค์ของการจัดทำ IOC เครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อวัดความเที่ยงตรง (Valid) ของคำถามภายใต้เครื่องมือเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลว่ามีความถูกต้อง

เครื่องมือที่มีความเที่ยงตรง หมายถึง เครื่องมือที่สามารถวัดได้ในสิ่งที่ต้องการวัดต้อง เป็นความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยอาศัยค่าสถิติที่สำคัญ คือ ค่าความสอดคล้อง ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา IOC (Index of Item Objective Congruence) หรือ ดัชนีความเหมาะสม เกณฑ์ช่วงค่ามาตรฐาน การยอมรับความเที่ยงตรง อ้างอิงค่าความสอดคล้อง ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา IOC (Index of Item Objective Congruence) หรือ ดัชนีความเหมาะสม จากการประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวนหลายท่าน นำมาคำนวณหา ค่าเฉลี่ยจากเกณฑ์การให้คะแนน 3 ระดับ

+1	=	แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม
0	=	ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่
-1	=	แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

สำหรับคะแนนเฉลี่ยของผู้เชี่ยวชาญทุกท่านจำแนกแต่ละข้อคำถามจะนำมาสรุปผลการ วัดความเที่ยงตรงตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยต่อข้อคำถาม ดังนี้

- ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.5 – 1.0 คะแนน ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีค่าความเที่ยงตรง สูง
- ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ต่ำกว่า 0.5 คะแนน ถือว่าต้องปรับปรุง

สรุปผลประเมินค่าคะแนนเฉลี่ยต่อข้อคำถาม และสรุปผลประเมิน IOC ภาพรวม

ค่าคะแนนเฉลี่ยผลประเมิน IOC ภาพรวมจากผู้เชี่ยวชาญรวม 3 ท่าน เท่ากับ 1 คะแนน ดังนั้น จึงถือว่าข้อคำถามอยู่ในเกณฑ์ที่มีค่าความเที่ยงตรงอยู่ในระดับสูง