

แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน
บริษัท ไทยดีมีล จำกัด
ภายใต้แบรนด์ Dee Meal Pudding



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก สามารถประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์ ความกรุณา และการสนับสนุนจาก อาจารย์ ดร.กิตติชัย ราชมหา อาจารย์ประจำภาควิชาสาขาการจัดการธุรกิจอาหารและภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นผู้ให้คำปรึกษา ข้อชี้แนะ และคอยช่วยเหลือในการออกแบบและวางแผนธุรกิจ และอาจารย์นายแพทย์ภัทร มยุระสาคร, MD., FRCFPT แผนกวิจัยและพัฒนาสุขภาพหน่วยอณูเวชศาสตร์ สถานส่งเสริมการวิจัย คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นผู้ให้ความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนแนวคิดของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก โดยอาจารย์ทั้งสองท่านให้ความเมตตาและเสียสละเวลาแก่ผู้จัดทำมาโดยตลอด จนทำให้แผนธุรกิจนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณทีมวิจัยการพัฒนาอาหารเหลวทางการแพทย์จากวัดดุสิตธรรมชาติเพื่อเป็นอาหารเสริมสำเร็จรูปที่ให้อาหารสมบูรณ์ สำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก แผนกวิจัยและพัฒนาสุขภาพหน่วยอณูเวชศาสตร์ สถานส่งเสริมการวิจัย คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ภาควิชาโสต นาสิก ลาริงซ์วิทยา โรงพยาบาลศิริราช และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนในเรื่องต่างๆ

สุดท้ายนี้ผู้จัดทำขอขอบพระคุณและระลึกอยู่เสมอว่าจะไม่มีความสำเร็จใดๆเกิดขึ้น หากปราศจากความรัก ความเข้าใจ และกำลังใจจากบุคคลผู้มีพระคุณ ที่คอยให้การสนับสนุน การศึกษาของผู้จัดทำมาโดยตลอด ขอขอบคุณบิดา มารดา และสถาบันการศึกษาอันทรงเกียรติที่มอบโอกาสในการศึกษาหาความรู้แก่ผู้จัดทำ

ผู้จัดทำหวังว่าการศึกษาแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารทางเลือกสุขภาพพร้อมรับประทานสำหรับผู้สูงอายุนี้ จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจในเรื่องการทำธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำต้องขออภัยและน้อมรับไว้ ณ ที่นี้

กัญญา กุศลสินชัย

ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก
BUSINESS PLAN OF PUDDING FOOD FOR PEOPLE WITH DYSPHAGIA

กัญญา กุศลสินชัย 6050095

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : กิตติชัย ราชมหา, Ph.D., พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D.,
ธัญญ์นลิน วิญญูประสิทธิ์, Ph.D.

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก เกิดจากแนวคิดของผู้วิจัยที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารหวานสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบากในประเทศไทยที่กำลังเพิ่มขึ้นในทุกๆปี เนื่องจากโรคที่มีผลต่อระบบประสาทที่ควบคุมการกลืน และวัยสูงอายุเป็นวัยที่มีความเปลี่ยนแปลงการทำงานต่างๆของร่างกาย รวมทั้งการกลืน (Presbyphagia) ด้วยการเปลี่ยนแปลงนี้จะเกิดขึ้นกับกลไกของระบบประสาทที่ควบคุมการกลืน ทำให้เกิดภาวะการกลืนลำบาก (Dysphagia) ได้ง่ายขึ้น ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง โดยศึกษาตามปัจจัยการเลือกซื้อ 3 ด้าน คือ ด้านรสชาติ ด้านวัตถุดิบ และด้านบรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัย โดยศึกษาพฤติกรรมประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากการเก็บแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์รวบรวมข้อมูล พบว่าสาเหตุหลักที่ผู้มีภาวะการกลืนลำบากไม่เคยเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งเพื่อผู้มีภาวะการกลืนลำบาก คือ รสชาติไม่อร่อยและไม่รู้ถึงคุณประโยชน์ที่แท้จริงของอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง และผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าคือแพทย์ผู้ทำการรักษา โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวกคือร้านค้าภายในโรงพยาบาล

จากการลงทุนในแผนธุรกิจนี้มีมูลค่าการลงทุนที่ 2,000,000 บาท สามารถสร้างมูลค่าปัจจุบัน(NPV) ได้ 2,463,469.85 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน(IRR)เท่ากับ 45% ระยะเวลาคืนทุนประมาณ 3 ปี 2 เดือน โดยคิดจากการลงทุนในโครงการตลอดระยะเวลา 5 ปี แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้คุ้มค่าแก่การลงทุน นอกจากนี้จะมีมูลค่าทางธุรกิจแล้วยังเป็นการช่วยผู้มีภาวะการกลืนลำบากในประเทศไทยด้วย

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่ 1 โอกาสและความน่าสนใจทางธุรกิจ	1
1.1 การวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรม	1
1.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม PEST	6
1.2.1 ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง	6
1.2.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	9
1.2.3 ปัจจัยทางสภาพสังคม	10
1.2.4 ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่	10
1.3 การวิเคราะห์โซ่คุณค่า	14
1.4 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการพัฒนาแผนธุรกิจ	15
1.4.1 ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง	15
1.5 สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องในฐานผู้ประกอบการธุรกิจ	17
1.6 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายของธุรกิจ	18
1.6.1 วิสัยทัศน์	18
1.6.2 พันธกิจ	18
1.6.3 เป้าหมายของธุรกิจ	18
1.7 ตัวแบบธุรกิจขั้นแนวคิด	19
1.7.1 กลุ่มลูกค้า	19
1.7.2 คุณค่าของสินค้าหรือบริการ	20
1.7.3 ตัวชี้วัดที่สำคัญ	20
1.7.4 สภาพปัญหา	20
1.7.5 คู่แข่งขัน	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
1.7.6 การแก้ไขปัญหา	21
1.7.7 ช่องทาง	21
1.7.8 โครงสร้างต้นทุน	21
1.7.9 รายได้หลัก	22
1.7.10 ลูกค้ำกลุ่มแรกสุดที่จะซื้อ	22
1.7.11 ข้อได้เปรียบที่ไม่เป็นธรรม	22
บทที่ 2 แผนกลยุทธ์การตลาด	23
2.1 บทสรุปผลสำรวจด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	23
2.1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	23
2.1.2 วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย	24
2.1.3 คำถามการวิจัย	24
2.1.4 ขอบเขตการวิจัย ประชากร และกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย	24
2.1.5 สมมติฐานการวิจัย	25
2.1.6 แนวคิดและทฤษฎี	25
2.1.7 ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการวิจัย	26
2.1.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	28
2.2 บทวิเคราะห์กลุ่มลูกค้ำเป้าหมาย	35
2.2.1 บทวิเคราะห์การจำแนกส่วนย่อยเป้าหมายการตลาด	35
2.2.2 บทวิเคราะห์การกำหนดเป้าหมายทางการตลาด	36
2.2.3 บทวิเคราะห์การวางตำแหน่งทางการตลาด	36
2.2.4 บทวิเคราะห์ตารางการแข่งขัน	40
2.2.5 บทวิเคราะห์การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์	41
2.3 แผนกลยุทธ์การตลาด	41
2.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์	41
2.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา	42
2.3.3. กลยุทธ์การจัดจำหน่าย	42

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	2.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	43
บทที่ 3	แผนกลยุทธ์การดำเนินงานและทีม	46
	3.1 ผู้บริหารและทีมงาน	46
	3.2 บทวิเคราะห์โซ่คุณค่าภายในองค์กร	51
	3.2.1 กิจกรรมหลัก (Primary Activity)	52
	3.2.2 กิจกรรมสนับสนุน (Support Activity)	54
	3.3 แผนกลยุทธ์การดำเนินงานกิจกรรมหลัก	55
	3.3.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรที่เกี่ยวข้องและจำเป็น เพื่อจัดการผลิตหรือบริการหลัก	55
	3.3.2 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์ด้านการผลิตหรือบริการ	56
	3.3.3 แผนดำเนินการกลยุทธ์การจัดการผลิตหรือบริการจำแนก ตามกรอบเวลาและทรัพยากร	59
	3.4 แผนกลยุทธ์การดำเนินงานกิจกรรมสนับสนุน	60
	3.4.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรที่เกี่ยวข้องและจำเป็น เพื่อจัดการกิจกรรมสนับสนุน	60
	3.4.2 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์ด้านกิจกรรมสนับสนุน	61
	3.4.3 แผนดำเนินการกลยุทธ์การจัดกิจกรรมสนับสนุน ตามกรอบเวลาและทรัพยากร	62
บทที่ 4	แผนกลยุทธ์ด้านระบบมาตรฐานคุณภาพความปลอดภัยและการปกป้อง ทรัพย์สินทางปัญญา	63
	4.1 แผนกลยุทธ์การจัดการด้านระบบมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย	63
	4.2 แผนกลยุทธ์การจัดการด้านการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา	64
	4.2.1 ประเภทของทรัพย์สินทางปัญญา	66
	4.2.2 การวางแผนด้านทรัพย์สินทางปัญญา	66
	4.2.3 เครื่องหมายการค้าและตราสินค้า	68
	4.2.4 ความลับทางการค้า	71

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 แผนดำเนินการด้านการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลา และทรัพยากร	72
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ด้านการเงินและความเสี่ยง	73
5.1 สมมติฐานการเงิน	73
5.1.1 สมมติฐานด้านเงินทุน	73
5.1.2 แหล่งที่มาของเงินทุน	74
5.1.3 สมมติฐานทางการเงิน	75
5.1.4 การประมาณการรายได้	77
5.1.5 การประมาณการต้นทุน	78
5.1.6 การประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	78
5.2 ประมาณการงบการเงิน	81
5.2.1 แผนการเงินประเภทงบกำไรขาดทุน	81
5.2.2 แผนการเงินประเภทงบกระแสเงินสด	82
5.2.3 แผนการเงินประเภทงบแสดงฐานะทางการเงิน	83
5.3 การประเมินผลการเงินและสรุปผลประเมิน โครงการลงทุน	84
5.3.1 การวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน โครงการระยะเวลา 5 ปี	84
5.4 ความเสี่ยงและแนวทางการจัดการความเสี่ยง	86
5.4.1 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน	88
5.4.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด	88
5.4.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน	88
5.4.4 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ	89
บรรณานุกรม	90
ภาคผนวก	95
ภาคผนวก ก เอกสารการเข้ารับการฝึกอบรมจริยธรรมงานวิจัย	96
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์	99
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม	105

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ง สัญญาการเก็บรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ	112
ภาคผนวก จ บทสัมภาษณ์	115
ภาคผนวก ฉ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม	134
ภาคผนวก ช การคำนวณ WACC	143
ภาคผนวก ซ ตารางการประเมินมูลค่าโครงการ	144
ประวัติผู้วิจัย	145



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1.1	ประมาณการณ์มูลค่าตลาดอาหารสำหรับผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบากไทยปี 2561	2
1.2	แสดงระดับอาหารที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบาก	5
1.3	สรุปการวิเคราะห์ปัจจัยบวกและลบจาก PEST	13
2.1	การแบ่งกลุ่มเป้าหมาย	36
2.2	แสดงตลาดรวมของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนทั้งหมด	38
2.3	แสดงตลาดที่จะสามารถครองได้สำหรับ ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน	38
2.4	แสดงส่วนของตลาดผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน สามารถครองได้	39
2.5	แสดงสภาพการแข่งขันและความน่าสนใจของตลาด Competitive Grid	40
2.6	แผนกิจกรรมและกรอบเวลา	44
2.7	แผนงบประมาณตามกิจกรรมและกรอบเวลา (หน่วย : บาท)	45
3.1	แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้นส่วนการถือครอง	47
3.2	ประวัติและขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบของกรรมการหรือผู้บริหาร	47
3.3	หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก	49
3.4	แสดงค่าใช้จ่ายของบุคลากรและพนักงานของบริษัท ไทยดีมีล จำกัด	51
3.5	แสดงการเปรียบเทียบข้อมูลโรงงานรับผลิตอาหาร	57
3.6	แสดงกิจกรรมหลัก และกิจกรรมย่อยในกรอบเวลาปีที่ 1	59
3.7	ตารางแสดงแผนต้นทุนสินค้าสำเร็จรูป	60
3.8	แผนการใช้ทรัพยากรฝ่ายสนับสนุน	62
4.1	แผนการดำเนินการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาจำแนกตามรายปี	72
4.2	แผนการดำเนินการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาจำแนกตามรายเดือน	72
4.3	แผนงบประมาณตามกิจกรรมและเวลา	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
5.1 แสดงเงินลงทุนในการสินทรัพย์ถาวร เงินทุนหมุนเวียน และเงินสดสำรอง	74
5.2 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน	74
5.3 แสดงรายละเอียดผู้ร่วมทุนของบริษัท ไทยคีมิล จำกัด	75
5.4 แสดงสมมุติฐานทางการเงิน	75
5.5 แสดงการประมาณการรายได้ปีที่ 1 ถึง ปีที่ 5	78
5.6 แสดงการประมาณการต้นทุนปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	78
5.7 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายสำนักงานปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	79
5.8 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหารปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	79
5.9 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการขาย ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	80
5.10 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	81
5.11 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	82
5.12 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5	83
5.13 แสดงผลตอบแทนการลงทุนสำหรับผลิตภัณฑ์ Dee Meal Pudding	84
5.14 แสดงความเสี่ยงและแนวทางแก้ไข	87

สารบัญรูปภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 การเปรียบเทียบอันดับมะเร็งที่พบบ่อยที่สุดในกลุ่มเพศชายและหญิง	3
1.2 ภาพแสดงช่องปากและหลอดลม	4
1.3 แสดงการกำหนดระดับของอาหาร 8 ระดับ โดยมาตรฐานการควบคุมอาหารสำหรับ ภาวะการกลืนลำบากระหว่างประเทศ	7
1.4 แสดงคำอธิบายลักษณะเฉพาะและการทดสอบของอาหารสำหรับภาวะการกลืนลำบาก ตามมาตรฐานการควบคุมอาหารสำหรับภาวะการกลืนลำบากระหว่างประเทศ	8
1.5 แสดงกระบวนการผลิตอาหารที่มีความซับซ้อน	11
1.6 แสดงห่วงโซ่คุณค่าของไมเคิล พอตเตอร์ (Porter's Generic Value Chain)	14
1.7 แสดงภาพบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าแบรนด์ Dee Meal Pudding	17
1.8 แสดงรูปแบบธุรกิจที่นำเสนอและคำอธิบาย (BMC Lean canvas)	19
2.1 แผนภาพแสดงการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (Perceptual Map)	41
3.1 แสดงแผนผังองค์กรบริษัท ไทยดีมีด จำกัด	48
3.2 แสดงห่วงโซ่คุณค่าของไมเคิล พอตเตอร์ (Porter's Generic Value Chain)	51
3.3 แสดงขั้นตอนการว่าจ้างโรงงานผลิตอาหาร	56
4.1 แสดงแผนผังการขออนุญาตใช้สิทธิ์ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการขออนุญาตและจัดสรร ผลประโยชน์ตามกระบวนการของสถาบันบริหารจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหิดล (Institute for Technology and Innovation Management)	64
4.2 ขั้นตอนการดำเนินงานถ่ายทอดเทคโนโลยี	65
4.3 ขั้นตอนการจัดสรรผลประโยชน์จากค่าตอบแทน	65
4.4 แสดงขั้นตอนการดำเนินการขอสิทธิบัตร	66
4.5 แสดงขั้นตอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและตราสินค้า	68
4.6 ตัวอย่างเครื่องหมายการค้าบนผลิตภัณฑ์	71

บทที่ 1

โอกาสและความน่าสนใจทางธุรกิจ

1.1 การวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรม Industry/ Business Trend

อาการกลืนลำบาก (Dysphagia) หมายถึง อาการที่ผู้ป่วยมีความรู้สึกผิดปกติในการกลืนอาหาร คือ ต้องใช้เวลาและความพยายามมากขึ้นในการเคลื่อนอาหารหรือของเหลวจากปากให้ผ่านหลอดอาหารไปสู่กระเพาะอาหาร อาการกลืนลำบากนี้สามารถเกิดขึ้นได้กับคนทุกวัย แต่จะพบได้บ่อยในคนสูงอายุ (สำโรงการแพทย์, 2554) ผลกระทบแก่ผู้ป่วยที่มีอาการกลืนลำบาก มี 2 ด้าน 1. ด้านร่างกาย: เพราะไม่อยากสำลัก จึงมักหลีกเลี่ยงการดื่มน้ำ หรือกินน้อยลง ทำให้ร่างกายขาดน้ำ ขาดสารอาหาร ซึ่งจะยิ่งซ้ำเติมโรคเดิมที่เป็นอยู่ น้ำหนักลด ร่างกายอ่อนแอ เสี่ยงต่อการติดเชื้อได้ง่าย โดยเฉพาะการติดเชื้อในปอดและทางเดินหายใจจากการสำลัก 2. ด้านทางสังคมและจิตใจ: มักมีความกังวลในการกินข้าวร่วมกับผู้อื่น ทำให้หลีกเลี่ยงจากสังคม กินอาหารคนเดียวนำไปสู่ความเศร้า หดหู่ ซึ่งจะทำให้คุณภาพชีวิตแย่ลง และมีความอยากอาหารลดลง ยิ่งจะทำให้สุขภาพโดยรวมทรุดโทรมลงไปอีก

จากสถิติโรคมะเร็งล่าสุดขององค์การอนามัยโลก ระบุว่า ประเทศไทยมีผู้ป่วยโรคมะเร็งศีรษะและลำคอกว่า 12,000 รายต่อปี เสียชีวิตกว่า 5,000 รายต่อปี หรืออาจกล่าวได้ว่าในประชากรไทย 100,000 คน โดยเฉลี่ยจะพบผู้ป่วยมะเร็งศีรษะและลำคอ 16 คน เสียชีวิตถึง 7 คน และกว่า 60% ของผู้ป่วยมะเร็งช่องปากมีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ มีผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมองที่มีอาการเป็นอัมพาตบริเวณใบหน้าและขากรรไกร ทำให้ไม่มีแรงเคี้ยวอาหาร ไม่น้อยกว่า 490,000 ราย ผู้ป่วยที่มีฟันหรือใส่ฟันปลอมแล้วไม่สามารถเคี้ยวอาหารแข็งได้ กว่า 300,000 ราย และผู้ป่วยในระหว่างการรักษาทันตกรรมที่มีปัญหาการบดเคี้ยวอีกกว่า 300,000 ราย รวมผู้ป่วยที่มีปัญหาการบดเคี้ยวอาหารและกลืนอาหารกว่า 1 ล้านราย อยู่ในภาวะทุพโภชนาการ ไม่สามารถรับประทานอาหารได้ต้องพึ่งพาการให้อาหารทางสายยาง (Tube feeding) นอกจากนี้ยังพบภาวะกลืนอาหารลำบากของผู้สูงอายุ หรือมีโรคประจำตัว เช่น โรคหลอดเลือดสมอง โรคความจำเสื่อม โรคพาร์กินสัน โรคจากอุบัติเหตุทางสมอง โรคของเส้นประสาท โรคมัยแอสซีเนีย กราวิต โรคกล้ามเนื้ออ่อนแรง การทำงานของระบบประสาทและกล้ามเนื้อที่ควบคุมการกลืนเริ่มผิดปกติ (ไทยรัฐ, 2558) หากประเมินมูลค่าตลาดของอาหารสำหรับผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบาก พบว่ามีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 190 ล้านบาทต่อปี

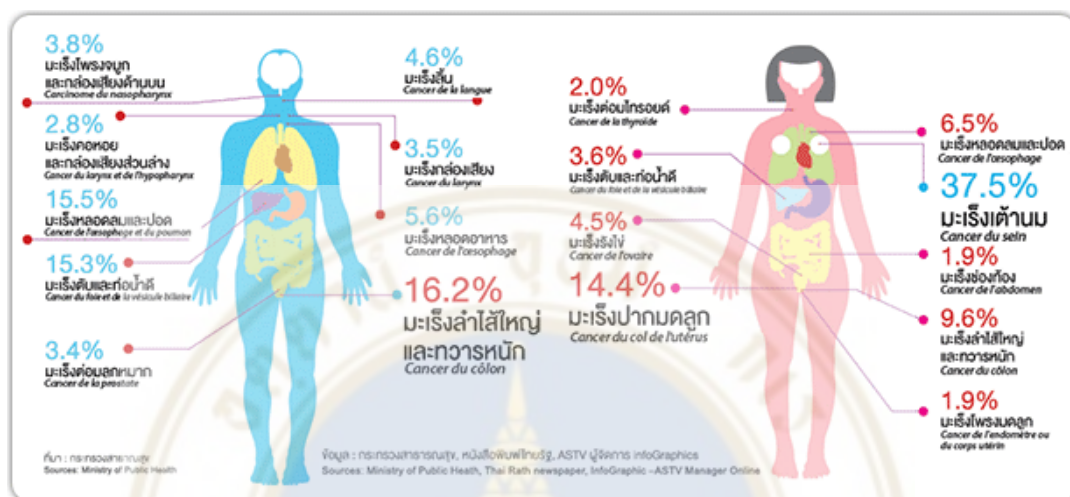
ตารางที่ 1.1 ประมาณการณ์มูลค่าตลาดอาหารสำหรับผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบาก ไทยปี 2561

	จำนวน (คน)	ค่าใช้จ่ายอาหาร ว่างเฉลี่ยต่อมือ	ความถี่ในการ อาหารว่างต่อ เดือน	รวม
ผู้ป่วยโรคมะเร็งศีรษะและ ลำคอ	12,000	40	4	1,920,000
ผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมอง ที่มีอาการเป็นอัมพาต บริเวณใบหน้าและ ขากรรไกร ทำให้ไม่มีแรง เคี้ยวอาหาร	490,000	40	4	78,400,000
ผู้ป่วยที่มีฟันหรือใส่ฟัน ปลอมแล้วไม่สามารถเคี้ยว อาหารแข็งได้	300,000	40	4	48,000,000
ผู้ป่วยในระหว่างการรักษา ทันตกรรมที่มีปัญหาการบด เคี้ยว	300,000	40	4	48,000,000
อื่นๆ	100,000	40	4	16,000,000
รวม	1,202,000			192,320,000

ที่มา: มูลนิธิทันตนวัตกรรม ในพระบรมราชูปถัมภ์, โครงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมอาหารสำหรับผู้ป่วยมะเร็งช่องปาก, 2559

ในด้านสาเหตุของมะเร็งในช่องปากและกลุ่มเสี่ยง การดื่มสุราและการสูบบุหรี่เป็นปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้เป็นมะเร็งในช่องปาก ศีรษะและลำคอ แต่ผลงานวิจัยล่าสุดพบว่า เชื้อไวรัสการติดเชื้อ HPV ในช่องปากเป็นปัจจัยเสี่ยงสำหรับการเป็นโรคมะเร็งถึงร้อยละ 50 (voicetv, 2012) วารสารของแพทยสมาคมของสหรัฐฯ ฉบับล่าสุดได้ตีพิมพ์ผลงานวิจัยของศูนย์ศึกษามะเร็งครบวงจร ของมหาวิทยาลัยแห่งมลรัฐโอไฮโอ ซึ่งระบุว่า ผู้ชายมีแนวโน้มที่จะติดเชื้อไวรัส Human Papillomavirus หรือ HPV ซึ่งเป็นเชื้อไวรัสที่ก่อให้เกิดมะเร็งในช่องปาก มากกว่าผู้หญิง นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังได้คาดการณ์ถึงแนวโน้มผู้ป่วยโรคมะเร็งในลำคอและศีรษะซึ่งเกิดจากเชื้อไวรัส HPV ภายในปี 2563 จะเพิ่มสูงขึ้นจนแซงหน้ายอดผู้ป่วยโรคมะเร็งปากมดลูก ซึ่งเป็นมะเร็งที่พบมากที่สุด

ในสหรัฐฯ แต่ถ้ามหากมีการพัฒนาวัคซีนต้านไวรัส HPV อย่างจริงจังก็อาจจะช่วยควบคุมจำนวนผู้ป่วยโรคมะเร็งจากไวรัส HPV ได้ ทั้งนี้ โดยปกติแล้ว เชื้อไวรัส HPV เป็นเชื้อที่ก่อให้เกิดมะเร็งปากมดลูก แต่ในระยะหลังแพทย์ตรวจพบโรคมะเร็งที่เกิดจากเชื้อไวรัส HPV มากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากความนิยมในการมีเพศสัมพันธ์แบบโอษฐูกรม หรือ oral sex

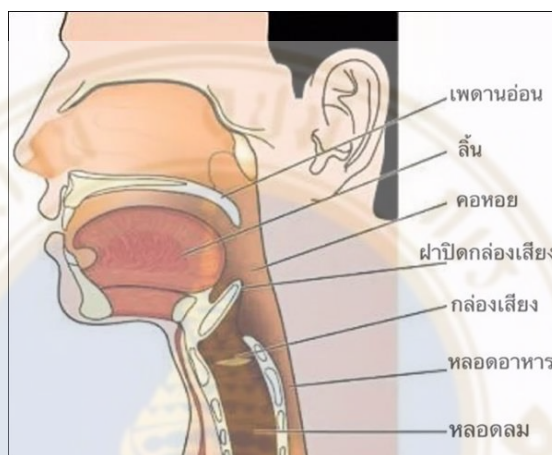


ภาพที่ 1.1 การเปรียบเทียบอันดับมะเร็งที่พบมากที่สุดในกลุ่มเพศชายและหญิง ที่มา: โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต, ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับมะเร็ง, 2561

มะเร็งริมฝีปากและช่องปาก จัดอยู่ใน 10 อันดับแรก ของโรคมะเร็ง (ไทยรัฐออนไลน์, 2558) สำหรับการรักษาหากผ่าตัดไม่ได้ จะต้องให้เคมีบำบัดพร้อมกับการฉายรังสี คนไข้ส่วนใหญ่ ก้อนเนื้อจะยุบลง แต่เกิดการแทรกซ้อนในระหว่างการรักษา คือ การอักเสบต่อเนื่องบริเวณเยื่อ หนูในช่องปาก เหงือก และผิวหนัง บางครั้งจะมีการติดเชื้อแบคทีเรียและเชื้อรา การให้เคมีบำบัดและ การฉายรังสีจะใช้ระยะเวลา 7 สัปดาห์ ในช่วงนี้ผู้ป่วย จะรับประทานอาหารได้น้อยลง ขาดพลังงาน แคลอรีไม่พอ ดื่มน้ำไม่ได้ และมีปัญหาเรื่องตัวแห้ง ในอดีตจะได้รับอาหารทางสายยางเข้าไปทาง จมูกเพื่อให้อาหารไหลลงไปถึงกระเพาะอาหาร แต่วิธีการนี้สร้างความทุกข์ทรมานให้แก่ผู้ป่วย

ในกระบวนการกลืนอาหาร โดยปกติ โคนลิ้นจะผลักอาหารให้เข้าไปอยู่ในคอกอหย จากนั้นฝาปิดกล่องเสียงจะเคลื่อนตัวลงมาปิดทางเข้าของกล่องเสียง รวมทั้งสายเสียงทั้ง 2ข้างจะ เคลื่อนตัวมาชิดกันเพื่อปิดทางเข้าของหลอดลม ทำให้อาหารที่กำลังจะเคลื่อนตัวผ่านลงไป ใน ทางเข้าของหลอดอาหารนั้นไม่สามารถหลุดเข้าไปในหลอดลมได้จึงไม่เกิดการสำลัก แต่หากมีเศษ อาหารหรือน้ำ หลังกลืนอาหาร หล่นเข้าไปอยู่ในหลอดลม จะทำให้เกิดอาการไอติดต่อกันหลายๆ ครั้ง เพื่อขับดันให้เศษอาหารนั้นหลุดออกไปจากหลอดลม จนกลายเป็นการสำลักอาหาร ซึ่งใน ผู้สูงอายุแล้วถือเป็นภาวะเสี่ยงอันตรายอย่างมากๆ เนื่องจากผู้สูงอายุมักมีอาการปากแห้ง เพราะ

ร่างกายสร้างน้ำลายได้น้อยลง ฟันและความแข็งแรงของฟันน้อยลง มีผลทำให้กำลังการบดเคี้ยวลดลง ทำให้ต้องใช้เวลาบดเคี้ยวอาหารนานขึ้น การทำงานของริมฝีปากและลิ้นลดลง ทำให้ต้องกลืนอาหารหลายครั้งกว่าปกติ นอกจากนี้ คอหอยของผู้สูงอายุยังปิดช้ากว่าวัยหนุ่มสาว ส่งผลให้อาหารอยู่ในคอหอยนานขึ้น ร่างกายอาจมีอาการหุดหายใจขณะกลืน โดยเริ่มหุดหายใจตั้งแต่หายใจเข้า ทำให้เมื่อกลืนอาหารแล้วต้องรีบหายใจทันที เสี่ยงต่อการสำลักได้ง่ายกว่าคนในวัยปกติอื่นๆ จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่าบุคคลที่มีความเสี่ยงด้านโรคช่องปากและหลอดลมมากที่สุดคือผู้สูงอายุเพศชาย



ภาพที่ 1.2 ภาพแสดงช่องปากและหลอดลม

ที่มา: ไทยรัฐ, ภาวะ"สำลักอาหาร" เสี่ยงเสียชีวิต...ในผู้สูงอายุ, 2558

หากไม่ดูแลภาวะกลืนลำบากย่อมจะส่งผลกระทบต่อทั้งทางกายและทางใจ กล่าวคือ ทางร่างกาย: เพราะไม่เอากำลักรึบ จึงมักหลีกเลี่ยงการดื่มน้ำ หรือกินน้อยลง ทำให้ร่างกายขาดน้ำ ขาดสารอาหาร ซึ่งจะยิ่งซ้ำเติมโรคเดิมที่เป็นอยู่ น้ำหนักลด ร่างกายอ่อนแอ เสี่ยงต่อการติดเชื้อได้ง่าย โดยเฉพาะการติดเชื้อในปอดและทางเดินหายใจจากการสำลัก

ทางสังคมและจิตใจ: มักมีความกังวลในการกินข้าวร่วมกับผู้อื่น ทำให้ออกห่างจากสังคม กินอาหารคนเดียวนำไปสู่ความเศร้า หดหู่ ซึ่งจะทำให้คุณภาพชีวิตแย่ลง และมีความอยากอาหารลดลง ยิ่งจะทำให้สุขภาพโดยรวมทรุดโทรมลงไปอีก (รศ.พญ.ปิยะภัทร, 2556)

การสังเกตอาการ

- การกลืนลำบาก มักจะเริ่มจากการกลืนน้ำไม่ได้ก่อน แล้วค่อยไล่เป็นอาหารเหลว อาหารนิ่ม และของแข็งตามลำดับ
- มีการสำลัก ไอ บ่อยๆเมื่อกิน อาจมีอาหารหรือน้ำบางส่วนสำลักย้อนออกทางปาก หรือจมูกหลังกลืน

- รู้สึกว่ามีอาหารหรือของเหลวติดในคอหรือในช่องอก
- เจ็บคอขณะกลืน
- เจ็บหรืออึดอัดในอกเมื่อกลืนหรือมีอาการแบบกรดไหลย้อน

วิธีการรักษาภาวะกลืนลำบาก

1. ปรับอาหาร เพื่อการฝึกกลืน โดยควรให้มีการประเมินระดับความสามารถการกลืน และเลือกชนิดอาหารที่เหมาะสม ตามเป้าหมายการรักษา

2. การออกกำลังกายกล้ามเนื้อที่ใช้ในการกลืน เช่นการออกกำลังกายกล้ามเนื้อ คอ

3. การกระตุ้นการรับรู้ความรู้สึก เพื่อให้เกิดกลไกการกลืน ทั้งทางกายภาพและการใช้ยา

4. ใช้เทคนิคและอุปกรณ์ช่วยกลืน เพื่อให้กลืนได้อย่างปลอดภัย

5. การดูแลสุขภาพช่องปาก เพื่อไม่ให้เกิดการติดเชื้อในช่องปากผู้ป่วย (Julie AY, 2013)

การประเมินภาวะการกลืน

เพื่อจัดหาอาหารที่เหมาะสมสำหรับผู้ป่วยที่มีภาวะการกลืนลำบาก มีการประเมินภาวะการกลืนอยู่ 4 ระดับตั้งแต่มากที่สุด ไปจนถึงน้อยสุด

ตารางที่ 1.2 แสดงระดับอาหารที่เหมาะสมสำหรับผู้ป่วยที่มีภาวะการกลืนลำบาก

ภาวะการกลืน	อาหารที่เหมาะสม
ระดับที่ 1	อาหารปั่นข้น ที่ต้องปั่นให้ละเอียดจนมีลักษณะข้นหนืด เช่น โจ๊กปั่นข้น ซุปปั่นข้น ไข่ตุ๋น พุดดิ้ง คัสตาร์ด เหมาะสำหรับผู้ป่วยเพิ่งเริ่มฝึกกลืน
ระดับที่ 2	เป็นอาหารปั่นเหลวกว่าระดับที่ 1 อาหารทุกอย่างสับละเอียด เช่น ซุปข้น ซึ่งต้องทำให้เหลวกว่าระดับที่ 1
ระดับที่ 3	เป็นอาหารอ่อน เคี้ยวง่าย ไม่มีกากแข็งสับหยาบๆ เช่น ข้าวต้มขาวปกติปลานึ่ง เต้าหู้หมูสับ
ระดับที่ 4	เหมาะกับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนเล็กน้อย เป็นอาหารอ่อนปกติ ไม่จำเป็นต้องบดหรือสับ

ที่มา: ไทยรัฐ, ภาวะ"สำคัญอาหาร" เสี่ยงเสียชีวิต...ในผู้สูงอายุ, 2558

ทั้งนี้การปรับอาหาร เพื่อการฝึกกลืน นั้นเริ่มจากการผลิตอาหารในลักษณะหนืด สารเพิ่มความหนืด (Thickener) ช่วยลดการขาดน้ำ ลดการขาดสารอาหารได้ การสำลักน้ำในภาวะกลืนลำบากเป็นปัญหามากที่สุด เพราะมักพบว่า ผู้ป่วยจะลดการดื่มน้ำลงเพราะ ไม่อยากสำลัก ร่างกายจึงเสี่ยงต่อการขาดน้ำ โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีความเสี่ยงต่อการขาดน้ำอยู่แล้ว ทำให้เสี่ยงต่อการมีภาวะไตวาย ท้องผูก ทางเดินปัสสาวะติดเชื้อ อ่อนแรง ดื่มน้ำได้ง่าย ส่งผลต่อสมองและความคิด

1.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม PEST

PEST Analysis คือเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาด และวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจในอนาคต โดยอาศัยการข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่เราไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ประกอบไปด้วย P – Politic: ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง E – Economic: ปัจจัยทางเศรษฐกิจ S – Social: ปัจจัยทางสภาพสังคม และสุดท้าย T – Technology: ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ

1.2.1 ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง Politic

กฎระเบียบปฏิบัติและข้อห้ามในการทำธุรกิจ

สิ่งหนึ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าก็คือเครื่องหมายการรับรอง ผู้บริโภคจะเกิดความเชื่อมั่นในการเลือกซื้อสินค้านั้นๆ และแบรนด์เองก็สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้จากเครื่องหมายรับรองมาตรฐานเหล่านี้

- ผลิตภัณฑ์รับรองมาตรฐานการผลิต GMP และ HACCP
- ได้รับการจดสิทธิบัตร หรือ อนุสิทธิบัตร สูตรอาหาร
- ได้รับการจดทะเบียนและจดเครื่องหมายการค้า (TRADED MARK)

รูปตราเครื่องหมายการรับรองผลิตภัณฑ์



มาตรฐานการควบคุมอาหารสำหรับภาวะการกลืนลำบากระหว่างประเทศ

International Dysphagia Diet Standardisation Initiative (IDDSI)

มาตรฐานการควบคุมอาหารสำหรับภาวะการกลืนลำบากระหว่างประเทศ ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2556 โดยมีกลุ่มสมาชิกจากหลายประเทศรวมตัวกัน ได้แก่ ประเทศแคนาดา ประเทศออสเตรเลีย ประเทศจีน ประเทศบราซิล ประเทศอังกฤษ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศแอฟริกาใต้ ประเทศเบลเยียม และประเทศเยอรมันนี โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาคำศัพท์และคำจำกัดของมาตรฐานและนวัตกรรมระดับสากลเพื่ออธิบายอาหารที่มีการดัดแปลงพัฒนาเนื้อสัมผัสของอาหารและความข้นหนืดในของเหลว ที่ใช้สำหรับผู้ที่มีการกลืนลำบากทุกวัยในทุกสภาพแวดล้อมและทุกวัฒนธรรม โดย IDDSI ได้กำหนดมาตรฐานของอาหารสำหรับผู้มีภาวะกลืนลำบากไว้ ประกอบด้วย 8 ระดับ (0- 7) แต่ละระดับจะถูกระบุด้วยตัวเลข ป้ายข้อความและรหัสสี



ภาพที่ 1.3 แสดงการกำหนดระดับของอาหาร 8 ระดับ โดย มาตรฐานการควบคุมอาหารสำหรับภาวะการกลืนลำบากระหว่างประเทศ

ที่มา : International Dysphagia Diet Standardization Initiative, IDDSI Framework, 2561

การกำหนดระดับอาหารสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบากของ ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก Dee Meal Pudding มีเนื้อสัมผัสตามมาตรฐานในระดับ 4 (Level 4 PUREED) ของมาตรฐานการควบคุมอาหารสำหรับภาวะการกลืนลำบากระหว่างประเทศ

โดยในอนาคต หากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประเทศไทยมีการพิจารณามาตรฐานของอาหารสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก โดยอ้างอิงจากมาตรฐานการควบคุมอาหารสำหรับภาวะการกลืนลำบากระหว่างประเทศ ทางบริษัท ไทยดีมีด จำกัด สามารถขอรับการรับรองผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก Dee Meal Pudding ได้ตรงตามมาตรฐาน

4 PUREED

Level 4 Pureed Food for Adults

What is this food texture level?
Level 4 – Pureed Foods:

- ✓ Are usually eaten with a spoon
- ✓ Do **not** require chewing
- ✓ Have a smooth texture with no lumps
- ✓ Hold shape on a spoon
- ✓ Fall off a spoon in a single spoonful when tilted
- ✓ Are **not** sticky
- ✓ Liquid (like sauces) must not separate from solids

Why is this food texture level used for adults?

Level 4 – Pureed Food may be used if you are not able to bite or chew food or if your tongue control is reduced. Pureed foods only need the tongue to be able to move forward and back to bring the food to the back of the mouth for swallowing.

It's important that puree foods are not too sticky because this can cause the food to stick to the cheeks, teeth, roof of the mouth or in the throat. Pureed foods are best eaten using a spoon.

How do I test my food to make sure it is Level 4 Pureed?
It is safest to test Pureed Food using the IDDSI Fork Drip Test *and* the IDDSI Spoon Tilt Test.

See videos of the IDDSI Fork Drip Test and IDDSI Spoon Tilt Test at www.IDDSI.org/framework/food-testing-methods/

Extremely thick liquids sit in a mound or pile above the fork

IDDSI Fork Drip Test
Liquid does **not** dollop, or drip continuously through the fork prongs

A small amount may flow through and form a tail below the fork

IDDSI Spoon Tilt Test
Sample holds its shape on the spoon and falls off fairly easily if the spoon is tilted or lightly flicked
Sample should **not** be firm or sticky

Pureed food must pass both tests!

Intended for general information only
Please consult with your health care professional for specific advice for your needs

ภาพที่ 1.4 แสดงคำอธิบายลักษณะเฉพาะและการทดสอบของอาหารสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบากตามมาตรฐานการควบคุมอาหารสำหรับภาวะการกลืนลำบากระหว่างประเทศ

ที่มา : International Dysphagia Diet Standardization Initiative, IDDSI Testing Method, 2561

อาหารสำหรับภาวะการกลืนลำบาก ระดับ 4 (LEVEL 4 PUREED) มีลักษณะเฉพาะดังนี้

- คงตัวอยู่บนช้อน และจะตกจากช้อนทันที ที่ช้อนเอียงหรือคว่ำ
- สามารถใช้ช้อนในการตักรับประทาน
- ทดสอบความคงตัว โดยสามารถคงตัวอยู่บนส้อมได้ โดยที่ไม่มีของเหลวไหลผ่านซี่

ของส้อม

- อาหารมีเนื้อสัมผัสที่ไม่ต้องเคี้ยว
- เนื้อสัมผัสไม่เหนียว
- เนื้อเนียนละเอียด ไม่มีก้อนหรือเม็ด
- ไม่มีส่วนของเหลว หรือ การแยกตัวออกจากกัน

อาหารสำหรับภาวะการกลืนลำบาก ระดับ 4 (LEVEL 4 PUREED) เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่สามารถเคี้ยวหรือกัอาหารได้ ผู้ที่ความสามารถของการขยับลิ้นลดลง เนื่องจากอาหารระดับนี้สามารถกลืนได้ง่ายโดยการใช้ลิ้นในการขยับอาหารเล็กน้อย เพื่อให้อาหารกลืนลงคอได้ ลักษณะเนื้อสัมผัสที่ไม่เหนียวเพื่อความปลอดภัยในการรับประทาน อาหารจะไม่ติดอยู่ภายในบริเวณปาก ฟัน ในบริเวณกระพุ้งแก้ม หรือภายในลำคอ

1.2.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ E – Economic

Economic Intelligence Center ธนาคารไทยพาณิชย์ (EIC SCB) หรือ อีไอซี ให้ข้อมูลว่า เศรษฐกิจไทยในช่วงครึ่งแรกของปี 2561 ถือว่าขยายตัวได้ดีและทั่วถึงมากขึ้น และเชื่อว่าจะเติบโตได้อย่างต่อเนื่องในช่วงครึ่งหลังของปี แม้ว่าจะเติบโตชะลอตัวลงจากในครึ่งปีแรก

โดยแรงส่งสำคัญของครึ่งปีแรกมาทั้งจากการส่งออกสินค้าและการท่องเที่ยวที่ยังคงขยายตัวได้ในระดับสูง ส่งผลทำให้อุปสงค์ของภาคเอกชนภายในประเทศเริ่มฟื้นตัว ตามมาทั้งการบริโภคและการลงทุน ขณะที่การใช้จ่ายภาครัฐก็กลับมาขยายตัวหลังจากหดตัวในช่วงปลายปีที่ผ่าน มา ในส่วนของกำลังซื้อของภาคครัวเรือนเริ่มปรับตัวดีขึ้นจากแนวโน้มรายได้ที่เริ่มฟื้นตัว แต่ยังมีอุปสรรคสำคัญจากปัจจัยภาระหนี้สินที่สูงขึ้นในช่วงก่อนหน้า โดยรายได้ของครัวเรือนไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวจากรายได้ภาคเกษตรที่กลับมาเติบโตในไตรมาสที่ 2 หลังจากหดตัวต่อเนื่องมา 9 เดือนติดต่อกัน นอกจากนี้ ค่าจ้างเฉลี่ยนอกภาคเกษตรก็มีการปรับเพิ่มขึ้นต่อเนื่องมาตั้งแต่ต้นปี โดยเฉพาะในสาขาธุรกิจที่มีการจ้างงานจำนวนมากอย่าง ภาคอุตสาหกรรม คำส่งค้าปลีก และโรงแรมและร้านอาหาร อีกทั้งอัตราการว่างงานในภาพรวมก็มีแนวโน้มลดลงจากช่วงต้นปี

อีไอซีมองว่าในครึ่งปีหลังรายได้ภาคครัวเรือนมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องจากอุปสงค์ทั้งในและต่างประเทศที่คาดว่าจะยังเติบโตได้ส่งผลให้ความต้องการแรงงานยังมีแนวโน้มที่ดี

1.2.3 ปัจจัยทางสภาพสังคม S – Social

ประเทศไทยมีประชากร กว่า 66 ล้านคน มีจำนวนผู้สูงอายุที่อายุมากกว่า 65 ปี ประมาณ 6.5 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ ซึ่งถือเป็นประเทศที่มีสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุมากเป็นอันดับสองของอาเซียนรองจากสิงคโปร์ ถือได้ว่าประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัย (Aging Society) แล้ว และในปี พ.ศ. 2563 คาดว่าประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุเพิ่มเป็นร้อยละ 14.4 ซึ่งจะก้าวเข้าสู่ สังคมสูงวัย โดยสมบูรณ์ ผู้สูงอายุจัดอยู่ในกลุ่มเสี่ยงของโรคภัยต่างๆ จึงมีผู้ประกอบการต่างๆผลิตสินค้าเพื่อผู้สูงอายุมากขึ้น และพบว่ายังมีช่องว่างทางการตลาดเรื่องอาหารของผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบาก

1.2.4 ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ T- Technology

ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก Dee Meal Pudding ที่ได้รับการวิจัยและพัฒนาจาก สถานส่งเสริมงานวิจัย คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล หัวหน้าโครงการ นายแพทย์ กรกฎ มยุระสาคร อาจารย์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เป็น นวัตกรรมอาหารที่ให้รสสัมผัสและเนื้อสัมผัส และคุณประโยชน์ สารอาหารเหมาะสมกับ ผู้มีภาวะการกลืนลำบาก และผู้สูงอายุที่มีปัญหาการบดเคี้ยว

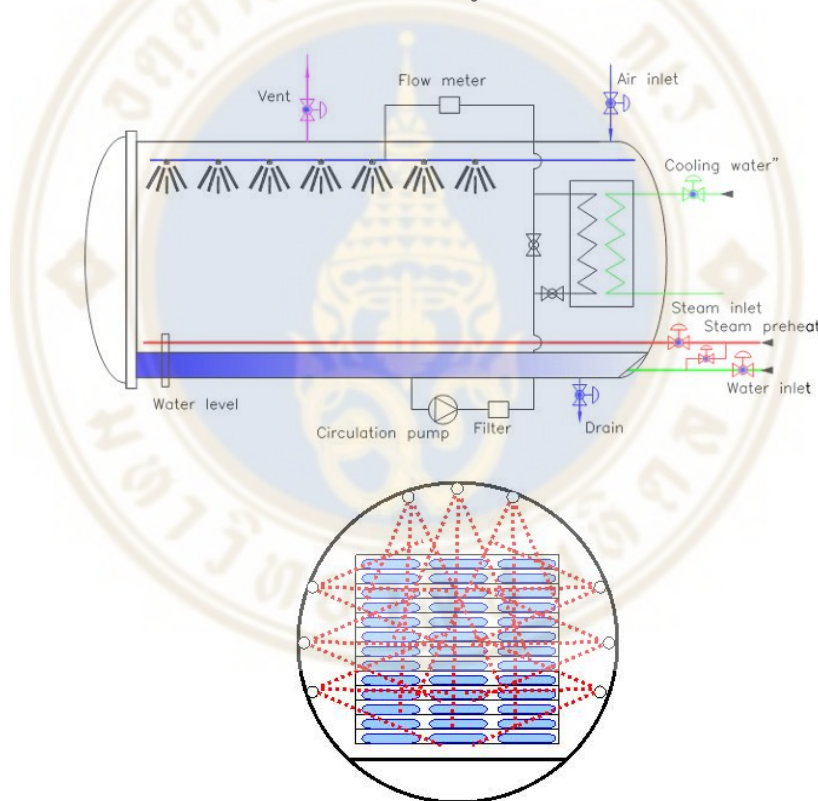
การทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยการนำข้อมูลสูตรอาหารและงานวิจัยครั้งนี้จะนำมาใช้ในการผลิตเชิงพาณิชย์ผ่านแผนธุรกิจของบริษัท ไทยดีมีด จำกัด โดยบริษัทฯ จัดทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ (Exclusive Licensing) การทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ หรือสัญญาให้ใช้สิทธิ เป็นสัญญาซึ่งมีคู่สัญญาสองฝ่าย ฝ่ายหนึ่งได้แก่ ผู้อนุญาต คือคู่สัญญาฝ่ายที่เป็นเจ้าของสิทธิดังกล่าว ในแผนธุรกิจนี้ คือ สถาบันบริหารจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหิดล โดยได้ให้สิทธิในการใช้สิทธิดังกล่าวแก่คู่สัญญาอีกฝ่ายหนึ่งได้แก่ ผู้ได้รับอนุญาต ในแผนธุรกิจนี้ คือ บริษัท ไทยดีมีด จำกัด โดยสิทธิที่ให้ใช้ดังกล่าวนี้ ได้แก่ สิทธิการใช้ข้อมูลทางการค้า สูตรและกระบวนการผลิต สิทธิบัตร ความลับทางการค้า โดยมีการตกลงเงื่อนไขและข้อกำหนดการใช้สิทธิต่างๆ ร่วมกัน เช่น ลักษณะการให้สิทธิ เขตพื้นที่การใช้สิทธิ ระยะเวลาการให้ใช้สิทธิ การควบคุมคุณภาพ (Quality Control) การถ่ายทอดองค์ความรู้ (Technology Transfer) ค่าตอบแทนการให้ใช้สิทธิ (Licensing Fee) และค่าสิทธิ (Royalty Fee) การสงวนสิทธิของผู้อนุญาต รวมถึง การเก็บรักษาความลับ และการค้าแข่งได้อีกด้วย มีรายละเอียดดังนี้

การอนุญาตให้ใช้สิทธิแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Licensing) กล่าวคือ ผู้ได้รับอนุญาตจะมีสิทธิใช้สิทธิดังกล่าวแต่เพียงผู้เดียวในอาณาเขตที่กำหนด โดยที่ผู้อนุญาตหรือเจ้าของสิทธิก็ไม่มีสิทธิใช้สิทธิดังกล่าว

ค่าตอบแทนการให้ใช้สิทธิ (Licensing Fee) ซึ่งเป็นค่าตอบแทนที่ให้เพียงครั้งเดียว ก่อนการให้ใช้สิทธิ ตามจำนวนเงินที่ผู้อนุญาตกำหนด

ค่าสิทธิ (Royalty Fee) ซึ่งเป็นค่าตอบแทนที่ให้ตามระยะเวลาที่กำหนด เช่น รายเดือน เป็นรายปี โดยอาจกำหนดเป็นจำนวนเงินที่แน่นอน หรืออัตราส่วนอ้างอิงตามรายได้/ยอดขายของผู้ได้รับอนุญาต หรือเงื่อนไขอื่นที่คู่สัญญาตกลงกันก็ได้

ทั้งนี้การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ส่วนใหญ่นำมาใช้ในขั้นตอนการผลิต และการสื่อสารต่างๆ การผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์ Dee Meal Pudding ใช้เทคโนโลยี processing jelly plant เริ่มจากการผสมและการทำอิมัลชันในจำนวนมาก มีเครื่องที่ใช้เพื่อทำการผสมจนเป็นเนื้อเดียวกันให้กับของเหลว ของแข็งผสมกับของเหลว สำหรับกระบวนการบดเปียกและการละลาย เครื่องมือของเรา สามารถใช้งานได้ด้วยความซับซ้อนสูง



ภาพที่ 1.5 แสดงกระบวนการผลิตอาหารที่มีความซับซ้อน

- เป็นการใช้ความร้อนเพื่อมาเชื่อมจุลินทรีย์ในอาหารที่บรรจุภาชนะปิดสนิท ผ่านการควบคุมอุณหภูมิและระยะเวลาที่เหมาะสม
- อาหารอยู่ในสภาวะปลอดเชื้อแบบเชิงการค้า

- นวัตกรรมทางเทคโนโลยีการผลิตที่ช่วยเก็บรักษาคุณค่าทางโภชนาการได้สูง และสมบัติประสาทสัมผัสที่ดี เหมาะกับผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ
- ออกแบบและผลิตตรงตามมาตรฐาน AMERICAN SOCIETY OF MECHANICAL ENGINEER
- ผลิตภัณฑ์ระดับประเทศ ที่ผลิตนวัตกรรมอาหารเหลว (อาหารหวาน) เพื่อผู้สูงอายุและผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน



ตารางที่ 1.3 สรุปการวิเคราะห์ปัจจัยบวกและลบจาก PEST

	ปัจจัยบวก	ปัจจัยลบ
การเมือง/กฎหมาย	สินค้ามีการรับรองมาตรฐานการผลิตและมีการจดทะเบียนสิทธิบัตร มาตรฐานการควบคุมอาหารสำหรับภาวะการกลืนลำบากระหว่างประเทศ	
เศรษฐกิจ	ค่าจ้างที่ปรับเพิ่มขึ้นส่งผลต่อเศรษฐกิจคนมีกำลังซื้อมากขึ้น	ค่าจ้างที่ปรับเพิ่มขึ้นส่งผลต่อต้นทุนการบริหารซึ่งบริษัทต้องจ่ายเงินเดือนพนักงานเพิ่มขึ้น
สังคม	ประเทศไทยกำลังก้าวสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุทำให้มีความต้องการปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพของกลุ่มคนเหล่านี้	
เทคโนโลยี	นวัตกรรมอาหารที่ได้รับการพัฒนาและวิจัยจาก สถานส่งเสริมงานวิจัย คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย และ โรงงานผลิตที่มีมาตรฐานการผลิตที่ดีสร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้บริโภค	

1.3 การวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)

Porter (E Michael., 1985) กำหนดห่วงโซ่คุณค่าที่ประกอบด้วย กิจกรรมหลัก (primary activities) และกิจกรรมสนับสนุน (support activities)

กิจกรรมหลัก เกี่ยวข้องกับ การขนส่งขาเข้า (inbound logistics การได้รับวัสดุที่ใช้ในการเพิ่มมูลค่า) การดำเนินงาน (operations กระบวนการทั้งหมดในการผลิต) การขนส่งขาออก (outbound การกระจายไปยังจุดของการขาย) การตลาดและการขาย (marketing and sales การขายตราสินค้า และการส่งเสริม) และการบริการ (service บริการหลังการขายผลิตภัณฑ์) จะเห็นว่ากิจกรรมหลัก ของ Dee Meal Pudding แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ กิจกรรมด้านการผลิต การพัฒนาสูตรการผลิต(R&D) และกิจกรรมด้านการตลาด โดยการผลิตเราไม่ได้ผลิตเองแต่จ้างโรงงานผลิต OEM ภายใต้แบรนด์ของเราเอง อย่างไรก็ตามในขั้นตอนการผลิตเราได้เข้าไปมีบทบาทในเรื่องสูตรการผลิต การคัดเลือกวัตถุดิบ แหล่งผลิตต่างๆ นอกจากนี้เรายังมีทีมการพัฒนาสูตรผลิต ด้วยการวิจัยและพัฒนาเพื่อให้ได้สินค้าที่สนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ส่วนกิจกรรมการตลาดได้วางแผนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายรูปแบบต่างๆ

กิจกรรมสนับสนุน ช่วยสนับสนุนทุกกิจกรรมหลักที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานของบริษัท โดยกิจกรรมรองของ Dee Meal Pudding คือ งานเอกสารและการประสานต่างๆ (โดยเฉพาะการประสานงานฝ่ายผลิตและจัดซื้อ การใช้เทคโนโลยีต่างๆที่ช่วยสนับสนุนให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น สินค้า ทรัพยากรบุคคล ฝ่ายกฎหมาย)



ภาพที่ 1.6 แสดงห่วงโซ่คุณค่าของไมเกิล พอดเตอร์ (Porter's Generic Value Chain)

ที่มา: E Michael, 1985

ทั้งนี้ โช้คุณค่ายังมีกลยุทธ์สร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า ด้วย

- การเพิ่มคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้นจากวัตถุดิบที่เป็นแบบออร์แกนิกส์
- การมุ่งเน้นการให้บริการแก่ลูกค้า และการบริการหลังการขาย
- การวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับสินค้าและบริการให้ตรงใจลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น
- การมีผลิตภัณฑ์ที่ดี และราคาเหมาะสมกับทุกชนชั้น
- การขยายช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลายเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่าย

สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาวแบบยั่งยืน

1.4 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการพัฒนาแผนธุรกิจ

1.4.1 ที่มาและความสำคัญของรูปแบบธุรกิจที่น่าเสนอ

ด้วยพระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ที่ทรงห่วงใยผู้ป่วยที่กลืนอาหารไม่ได้ โดยเฉพาะผู้ป่วยโรคมะเร็งช่องปาก รวมทั้งผู้สูงอายุที่มีปัญหาในการเคี้ยวและการกลืน โดยเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2554 พระองค์ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้คณะกรรมการมูลนิธิทันตนวัตกรรม ในพระบรมราชูปถัมภ์ พร้อมคณะผู้วิจัย "เจल्लीโภชนา" เข้าเฝ้ากราบบังคมทูลผลการดำเนินงาน และถวายรายงานโครงการนวัตกรรมอาหารสำหรับผู้ป่วยมะเร็งช่องปาก พร้อมทูลเกล้าฯ ถวายผลิตภัณฑ์ พระองค์ทรงซักถามและมีพระราชวินิจฉัยว่า "อาหารผู้ป่วยคืออย่างเดียวไม่ได้ ต้องอร่อยด้วย เพราะผู้ป่วยมีความทุกข์ทางร่างกายอยู่แล้ว" ซึ่งนอกจากรสมะม่วงและรสชานมแล้ว ควรจะมีเจลลี่รสตั้มยำ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เจลลี่มีรสชาติที่หลากหลาย ผู้ป่วยสามารถรับประทานได้อย่างต่อเนื่อง

ในปัจจุบัน ประเทศไทยมีจำนวนผู้มีภาวะการกลืนลำบากกว่า 1 ล้านราย และมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นโดยเฉลี่ยปีละ 16 % ทุกปี (มูลนิธิทันตนวัตกรรม ในพระบรมราชูปถัมภ์, โครงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมอาหารสำหรับผู้ป่วยมะเร็งช่องปาก, 2559) ทำให้ บริษัท ไทยดีมีล จำกัด เล็งเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนอง จำนวนผู้มีภาวะการกลืนลำบากและผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนที่เพิ่มมากขึ้นใน ทุกๆ ปี

“Dee Meal Pudding” คือ ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก เป็นผลิตภัณฑ์นวัตกรรมทางอาหารที่ช่วยสร้างความสะดวกสบายให้กับชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ช่วยแก้ปัญหาการกลืนและการสำลักอาหาร นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งสารอาหารที่เหมาะสม และเป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกของผู้สูงอายุ “Dee Meal Pudding” ต่อ

ยอดจาก"เจลลี่โภชนา" สูตรผลิตได้มาจาก อาจารย์นายแพทย์กรภัทร มยุระสาคร, MD., FRCFPT แพณกวิชัยและพัฒนาสุขภาพหน่วยอณูเวชศาสตร์ สถานส่งเสริมการวิจัย คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล และทีมวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วย อาจารย์ ดร.กิตติชัย ราชมหา ภาควิชา สาขาการจัดการธุรกิจอาหาร วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นที่ปรึกษาในการวางแผน ธุรกิจ นางสาวกัญญา กุศลสินชัย เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารประเภทอาหารหวานและพุดดิ้ง

ทั้งนี้ “Dee Meal Pudding” มีความโดดเด่นด้าน

- รสชาติดีขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคได้อย่างอร่อย
- มีสูตรหลากหลายรสเพื่อให้เหมาะสมกับโรคของผู้ป่วย
- รูปแบบเป็นอาหารที่มีความข้นหนืด ลักษณะพุดดิ้ง
- บรรจุภัณฑ์ที่สะดวกใช้งาน พกพาง่าย
- เทคโนโลยีการผลิตที่สามารถจัดเก็บสินค้าได้นานนับปี
- มีสารอาหารที่ครบถ้วนสมบูรณ์
- ผลิตมาจากวัตถุดิบหลักจากธรรมชาติเช่น ไข่สด นม กล้วย ถั่ว พักทอง เป็นต้น

ไม่เติมสารสังเคราะห์ ไม่ใส่สารกันบูด

- รสสัมผัสดีขึ้น โดยมีความปรับรูปแบบความข้นและความหนืดให้เหมาะสมมากขึ้น
- ราคาเข้าถึงได้ คุณภาพคุ้มค่างบราคา ให้โอกาสกับผู้ป่วยที่มีรายได้น้อย ยากจน ให้สามารถเข้าถึงอาหารเหลวเหล่านี้ได้
- วิธีการบริโภคในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกมากขึ้น Packaging แบบถุง Retort
- กรรมวิธีในการผลิตอาหารเหลวที่สะอาดและปลอดภัยจากโรงงานผลิตอาหารขึ้น

นำ

Dee Meal Pudding คืออาหารที่ได้รับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ที่จะให้ผู้มีภาวะการกลืนลำบาก สามารถรับประทานทางปากได้ง่าย ถูกหลักโภชนาการ กลืนได้ มีรสชาติที่ผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบาก ชอบ และให้ความชุ่มชื้นในช่องปากจึงเป็นประโยชน์อย่างยิ่งทั้งในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ไม่ต้องเตรียมอาหารเหลวที่มีข้นตอนยุ่งยาก และลดค่าใช้จ่ายในการพักฟื้นในโรงพยาบาล เพื่อให้ผู้มีภาวะการกลืนลำบาก และญาติมีสุขภาพจิตดีขึ้น

Dee Meal Pudding บรรจุในถุง Retort Pouch ที่มีความแข็งแรง สามารถทนต่อความร้อนและความดันสูง เก็บรักษาได้นานในอุณหภูมิห้อง และลักษณะพิเศษของบรรจุภัณฑ์ช่วยทำให้การเปิดถุงเพื่อนำอาหารออกมาทำได้ง่ายกว่าการเปิดกระป๋องโลหะ โดยเฉพาะถ้าถุงนั้นมีรอยตัดเพื่อ

ช่วยในการเปิด สามารถเปิดถุงได้ด้วยมือเปล่า โดยไม่ต้องใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ช่วย ซึ่งมีความปลอดภัยต่อผู้ป่วยเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์ พบว่าได้อย่างสะดวกสบาย ช่วยแก้ปัญหาอาหารเหลวประเภท Blenderized Diet ที่ผลิตเองแล้วอาจจะไม่ได้มาตรฐานอีกด้วย



ภาพที่ 1.7 แสดงภาพบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าแบรนด์ Dee Meal Pudding

แบรนด์ “Dee Meal Pudding” เป็นคำผสมระหว่างภาษาไทยและภาษาอังกฤษแปลว่า มืออาหารที่ดี โดยพื้น โลโก้เป็นสีเขียวและใช้สีฟ้าของเสื้อตัวการ์ตูนที่สร้างความสดใส

1.5 สมมุติฐานที่เกี่ยวข้องในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจ

การจัดตั้งธุรกิจในลักษณะบริษัทจำกัด ใช้ชื่อบริษัทว่า ไทยคิมิล จำกัด โดยใช้งบลงทุน 2,000,000 บาท มาจากส่วนของเจ้าของ 2 ล้านบาท โดยสินค้าคืออาหารสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก และผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านการกลืน ลักษณะสินค้าเป็นอาหารว่างของหวานในลักษณะพุดดิ้ง ภาชนะ บรรจุภัณฑ์แบบถุง retort ราคาจำหน่าย 40 บาท ในขนาดบรรจุ 150 กรัม โดยมีช่องทางการจำหน่ายหลักคือ โรงพยาบาลรัฐ โรงพยาบาลเอกชน ร้านขายของลงมาคือสถานดูแลผู้สูงอายุ บ้านพักคนชรา เป็นต้น

1.6 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายของธุรกิจ

1.6.1 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำด้านอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ภายใต้แบรนด์ Dee Meal Pudding ซึ่งเป็นแบรนด์แห่งความสุข ด้วยมาตรฐานการผลิตที่ทันสมัย ปลอดภัย ใช้วัตถุดิบที่ดีและมีประโยชน์

1.6.2 พันธกิจ

ด้านการบริหาร

- บริหารงานอย่างโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้
- มีความรับผิดชอบต่อสังคม คู่ค้า พนักงานและผู้ถือหุ้น
- ผลิตสินค้าที่มีความ ปลอดภัยและมีคุณภาพ

ด้านนวัตกรรม

- สร้างสรรค์นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ
- พัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านบุคลากร

- พัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่องให้มีความเป็นมืออาชีพ
- พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล
- พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศเพื่อบริหารงานเชิงกลยุทธ์

1.6.3 เป้าหมายของธุรกิจ

กำหนดเป้าหมายออกเป็นเป้าหมายระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวดังนี้

ระยะสั้น 1-2 ปี

- สร้างการรับรู้ในสินค้าและบริการ สินค้าเป็นที่รู้จักและจำหน่ายในโรงพยาบาลรัฐ และโรงพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพฯ จำนวน 8 แห่ง
- สินค้าจำหน่ายในร้านยาขนาดใหญ่ 3 แห่งในกรุงเทพฯ
- มีอัตราการซื้อซ้ำไม่ต่ำกว่า 80% ของสถานพยาบาลหรือแหล่งจำหน่ายสินค้า

ระยะกลาง 3 - 5 ปี

- สินค้าเป็นที่รู้จักในโรงพยาบาลในกรุงเทพฯ และใช้บริการไม่ต่ำกว่า 20 แห่ง
- สินค้าเริ่มเป็นที่รู้จักของโรงพยาบาล และมีการสั่งซื้อสินค้า เพิ่มขึ้น 5 แห่งต่อปี

ระยะยาว 5 ปีขึ้นไป

- สินค้าขยายไปสู่ตลาดต่างจังหวัด โดยมีโรงพยาบาลต่างจังหวัดใช้บริการไม่ต่ำกว่า 5 แห่งต่อปี
- มีตัวแทนหรือศูนย์กระจายสินค้าต่างจังหวัดไม่ต่ำกว่า 2 แห่งต่อปี
- ออกสินค้าใหม่ Product line เพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 2 แบบต่อปี
- มีการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ
- มีตัวแทนจำหน่ายส่งสินค้าไปต่างประเทศ

1.7 ตัวแบบธุรกิจขั้นแนวคิด Business Model Canvas

Problem: - อาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนลำบากมีผู้ผลิตน้อยราย - อาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนลำบากส่วนใหญ่เป็นอาหารที่ใช้วัตถุดิบทั่วไป ใช้เครื่องปรุงแต่ง ไม่เน้นส่วนผสมที่เป็นธรรมชาติ Existing Alternatives: - อาหารเสริมต่างๆ - เครื่องดื่มบรรจุถุง retort	Solution: - จัดทำรูปแบบผลิตภัณฑ์โภชนาเพื่อให้ผู้ป่วยได้รับประทานอาหารดี มีประโยชน์ - เน้นวัตถุดิบคุณภาพจากธรรมชาติ Key Metrics: - จำนวนการซื้อซ้ำของลูกค้าเดิม - จำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น - ยอดขายที่เพิ่มขึ้น	Unique Value Proposition: - อาหารสำหรับผู้ที่มีปัญหาการกลืน - บรรจุภัณฑ์ที่ให้ความสะดวก - อายุการเก็บสินค้านาน - โภชนาการที่ได้รับ - ความอร่อย - ปลอดภัย - ราคาไม่แพง	Unfair Advantage: - ยังไม่มีคนทำอาหารว่างสำหรับผู้ที่มีปัญหาการกลืนในเชิงพาณิชย์ มีแต่สินค้าแจกฟรีจากโรงพยาบาลศิริราช - ในแต่ละปีมีจำนวนผู้ที่มีปัญหาการกลืนโดยเฉพาะจากผู้ป่วยโรคมะเร็งจำนวนมาก Channels: - โรงพยาบาล - สถานดูแลผู้สูงอายุ - บ้านพักคนชรา - ร้านยา - ร้านจำหน่ายสินค้าสุขภาพ - ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ - ตัวแทนจำหน่าย - เว็บไซต์บริษัท - Events & Exhibitions	Customer Segments: - ผู้มีปัญหาระคาย - ผู้ป่วยอัมพฤกษ์ อัมพาต - ผู้ป่วยมะเร็งช่องปาก - ผู้สูงอายุ Early Adopters: - ผู้ป่วยโรงพยาบาลเอกชนที่มีกำลังซื้อสูง
Cost Structure: ต้นทุนมันแปร ได้แก่ วัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ ค่าขนส่ง ต้นทุนคงที่ ได้แก่ เงินเดือน ค่าเช่า วัสดุ ตลาด		Revenue Streams: รายได้จากการขายสินค้าทั้งปลีกและส่ง		

ภาพที่ 1.8 แสดงรูปแบบธุรกิจที่นำเสนอและคำอธิบาย (BMC Lean canvas)

ที่มา: ดัดแปลงจาก Business Model Canvas, Alexander Osterwalder (2008)

1.7.1 กลุ่มลูกค้า Customer Segments

ลูกค้าหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้ป่วยที่มีปัญหาเกี่ยวกับช่องปากและการกลืน โดยยังสามารถกลืนอาหารขั้นหนึ่งระดับ 1 ได้แก่ ผู้มีปัญหาระคาย, ผู้ป่วยอัมพฤกษ์ อัมพาต, ผู้ป่วยมะเร็งช่องปาก, ผู้สูงอายุ

1.7.2 คุณค่าของสินค้าหรือบริการ Unique Value Proposition

กระแสสุขภาพทำให้คนตระหนักถึงความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร จุดเด่นที่สำคัญของผลิตภัณฑ์

- 1) อาหารสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก หรือผู้สูงอายุที่มีภาวะการกลืนลำบาก สินค้าสำเร็จรูปซึ่งยังมีผู้ผลิตน้อยราย
- 2) ความสะดวก ทั้งนี้เพราะ อาหารเหลวทั่วไปจะมีการเตรียมที่ยุ่งยาก แต่ผลิตภัณฑ์ของเราช่วยตอบโจทก์ด้านความสะดวก
- 3) อายุการเก็บสินค้านานเป็นปี ความเสี่ยงด้านการเก็บสต็อกสินค้าน้อย
- 4) โภชนาการที่ลูกค้าได้รับครบถ้วนจากนักโภชนาการและแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารสุขภาพ
- 5) ผู้บริโภคจะได้รับความอร่อย และเพลิดเพลินในการรับประทาน
- 6) สินค้ามีความปลอดภัย ด้วยกรรมวิธีการผลิตของเราสะอาด ปลอดภัย ไม่ใช่สารปรุงแต่งที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพผู้บริโภค ไม่มีสารกันบูด
- 7) สินค้าได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องหมาย อย. GMP ฮาลาล์และอื่นๆ
- 8) ราคาไม่แพง เป็นราคาที่ผู้ป่วยและญาติสามารถซื้อได้

1.7.3 ตัวชี้วัดที่สำคัญ Key Metrics

- จำนวนการซื้อซ้ำของลูกค้าเดิม
- จำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น
- ยอดขายที่เพิ่มขึ้น

1.7.4 สภาพปัญหา Problem

- อาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนลำบากมีผู้ผลิตน้อยราย
- อาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนลำบากส่วนใหญ่เป็นอาหารที่ใช้วัตถุดิบทั่วไป ใช้เครื่องปรุงแต่ง ไม่เน้นส่วนผสมที่เป็นธรรมชาติ

1.7.5 คู่แข่งขันต่างๆที่มี Existing Alternatives

- อาหารเสริมต่างๆ
- เครื่องดื่มบรรจุขวด retort

1.7.6 การแก้ไขปัญหา Solution

- จัดทำอาหารรูปแบบพุดดิ้ง เพื่อให้ผู้ป่วยได้รับประทานอาหารที่ดี มีประโยชน์
- รสชาติที่อร่อย หลากหลาย
- เน้นวัตถุดิบคุณภาพจากธรรมชาติ

1.7.7 ช่องทาง Channels

ถึงแม้จะเป็นอาหารที่เหมาะสมกับผู้มีการกลืนลำบาก แต่กลุ่มผู้สูงอายุที่ยังแข็งแรง ซึ่งอาจมีปัญหาการบดเคี้ยวก็มีจำนวนมาก กลุ่มนี้นับเป็นกลุ่มเป้าหมายของเราเช่นกัน เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มดังกล่าว การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้

- 1) โรงพยาบาล
- 2) สถานดูแลผู้สูงอายุ
- 3) บ้านพักคนชรา
- 4) ร้านยา
- 5) ร้านจำหน่ายสินค้าสุขภาพ
- 6) โซนอาหารสุขภาพของซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ
- 7) ตัวแทนจำหน่าย
- 8) เว็บไซต์บริษัท
- 9) สื่อโซเชียลมีเดีย
- 10) การออกงาน Events & Exhibitions

1.7.8 โครงสร้างต้นทุน Cost Structure

โครงสร้างต้นทุน ประกอบด้วยต้นทุนสินค้า และต้นทุนคงที่ ดังนี้

- 1) ต้นทุนแปรผัน
 - วัตถุดิบ
 - บรรจุภัณฑ์
 - ค่าขนส่ง
- 2) ต้นทุนคงที่
 - เงินเดือน
 - ค่าเช่า
 - ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

1.7.9 รายได้หลัก Revenue Streams

รายได้ของ บริษัท ไทยดีมีด จำกัด มาจากการขายสินค้าแบบ B to B โดยเน้นขายส่งให้กับโรงพยาบาล สถานพยาบาล ศูนย์พักฟื้นผู้ป่วยและคนชรา และการขายปลีกให้กับลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ส่วน การกำหนดราคา ใช้กลยุทธ์ราคาตามต้นทุน Cost Plus Pricing โดยมีราคาขายอยู่ที่ 40 บาท ต่อ ปริมาณ 150 กรัม ราคาต้นทุนต่อหน่วยที่ 22 บาท

1.7.10 กลุ่มแรกสุดที่จะซื้อ Early Adopters

ผู้มีภาวะการกลืนลำบากที่เข้ารับการรักษาที่โรงพยาบาล และต้องการทดลองอาหารรูปแบบใหม่

1.7.11 ข้อได้เปรียบที่ไม่เป็นธรรม Unfair Advantage

- การอนุญาตให้ใช้สิทธิแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Licensing). (ขยายความหน้าที่ 11)
- รสชาติหลากหลาย อาทิเช่น รสจาว รสมันหวานสีม่วง รสธัญพืช และรสชาเขียว เป็นต้น (ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม 100 คน)
- ยังไม่มีการทำอาหารว่างสำหรับผู้ที่มีปัญหาการกลืนในเชิงพานิช มีแต่สินค้าแจกฟรีจากโรงพยาบาลศิริราช (อ้างอิงจาก สถาบันบริหารจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหิดล)

บทที่ 2

แผนกลยุทธ์การตลาด

2.1 บทสรุปผลสำรวจด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ถือเป็นนวัตกรรมทางอาหารสำหรับผู้ที่มีปัญหาการกลืนลำบาก เพิ่มความหลากหลายและรสชาติในการรับประทาน โดยเป็นอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน ที่ถูกออกแบบให้มีโภชนาการทางอาหารเหมาะสมกับผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบาก เพื่อช่วยเสริมสร้างและซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอให้กับร่างกายผู้มีภาวะการกลืนลำบาก เนื่องจากปัญหาการบดเคี้ยวและปัญหาการย่อยในระบบทางเดินอาหารซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญส่งผลถึงสุขภาพของผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญและใส่ใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบากที่มีปัญหาการกลืนนี้

อาหารสำเร็จรูปของผู้มีภาวะการกลืนลำบาก โดยส่วนใหญ่จะเน้นในเรื่องของคุณค่าทางสารอาหารมากกว่าเรื่องรสชาติ โดยในเรื่องของรสชาติและรสสัมผัสของอาหารเหลวส่วนใหญ่มีรสชาติที่ไม่อร่อย ทำให้อาหารเหลวเหมาะกับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ที่ให้ทางสายอาหารซึ่งไม่รับรู้รสชาติเท่านั้น แต่ในผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ที่รับประทานอาหารได้ทางปากปกติ และยังรับรู้รสชาติอาหารได้ จึงควรได้รับประทานอาหารที่มีรสชาติที่ดี รับประทานได้ง่ายขึ้นและตอบสนองความต้องการของผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ที่รับรสชาติได้ นอกจากนี้ในส่วนในเรื่องราคาของอาหารเหลวอาจทำให้ผู้ป่วยทั่วไปไม่สามารถเข้าถึงราคาคงกล่าวในปัจจุบันได้ เนื่องจากระยะเวลาที่ต้องบริโภคอย่างต่อเนื่องทำให้ปริมาณการใช้อาหารเหลวมักมีมากขึ้นเรื่อย ๆ และส่งผลต่อค่าใช้จ่ายต่อเนื่องที่ต้องเพิ่มมากขึ้น อาจเป็นอุปสรรคต่อการจัดหาบริการด้วยเหตุนี้จึงต้องทำการศึกษาถึงทัศนคติของผู้สูงอายุ ผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ผู้ป่วยที่มีภาวะการกลืนลำบาก ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง ทั้งในเรื่องของรสชาติเพื่อพัฒนารสชาติให้ดีขึ้น สามารถให้ผู้ป่วยที่ยังรับรู้รสชาติได้ได้รับประทานง่ายขึ้นและรสชาติตอบสนองความต้องการของผู้ป่วยมากยิ่งขึ้น

2.1.2 วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

- เพื่อพัฒนา และปรับปรุงรสชาติของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ให้เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารหรือทดแทนอาหารว่างได้ สำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก โดยเน้นการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ โดยคำนึงถึงคุณค่าทางอาหารให้เหมาะกับปัญหาสุขภาพของผู้ป่วย

- เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ง่ายต่อการนำไปใช้ และมีอายุการเก็บรักษาที่ยาวนาน และการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่จดจำ เพื่อจัดจำหน่ายในอนาคต

- เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ที่มีต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก

- เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก

2.1.3 คำถามการวิจัย

คำถามหลัก

- รสชาติของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ที่อร่อยสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ควรมีรสชาติใด และมีส่วนประกอบของวัตถุดิบใดบ้างที่สามารถให้สารอาหารเหมาะสมกับผู้ป่วย

คำถามรอง

- กระบวนการผลิตใดที่จะถูกนำมาใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และช่วยทำให้การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก มีอายุยาวนานมากขึ้น

2.1.4 ขอบเขตการวิจัย ประชากร และกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย

การวิจัยนี้ประกอบไปด้วยกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาลจำนวน 6 คน ในการสัมภาษณ์เชิงลึก และกลุ่มผู้เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มผู้สูงอายุทั่วไป โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ในการตอบแบบสอบถาม

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย นิยามศัพท์เฉพาะ

- อาหารเหลวทางการแพทย์ หมายถึง อาหารเหลวสำหรับผู้ป่วยที่ต้องให้ทางสายยาง ทำจากวัตถุดิบธรรมชาตินำไปต้มแล้วปั่นให้เป็นอาหารเหลว หรืออาจหมายถึงอาหารเสริมทางการแพทย์ที่มีจำหน่ายตามท้องตลาด

- นวัตกรรมอาหาร หมายถึง อาหารที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเพื่อก่อให้เกิดคุณค่า ทำให้โลกนี้มีสิ่งใหม่ๆ เกิดขึ้น ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นอีกด้วย
- ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิง หมายถึง อาหารปั่นข้น มีความข้น เนียน ลักษณะเป็นเนื้อเดียว เหมาะสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ผู้ที่ไม่สามารถเคี้ยวอาหารแข็งได้ และสามารถให้กับผู้ป่วยที่เริ่มฝึกกลืน
- สารอาหารที่เหมาะสม หมายถึง สารอาหารที่มีระดับโปรตีน คาร์โบไฮเดรต และ สารอาหารที่จำเป็นอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อผู้บริโภค คือ ผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ผู้ป่วย หรือ ผู้สูงอายุ
- นวัตกรรมอาหาร หมายถึง การใช้เทคโนโลยีใหม่ในการผลิตอาหาร

2.1.5 สมมติฐานการวิจัย

ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิง สำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ไม่เป็นที่รู้จัก ในวงกว้าง เมื่อเทียบกับอาหารชนิดสูตรสำเร็จ(Complete Commercial Formula) อาหารเหลวทางการแพทย์ เพราะเป็นนวัตกรรมอาหารที่เพิ่งคิดค้นขึ้นใหม่

2.1.6 แนวคิดและทฤษฎี

เนื่องจากการวิเคราะห์ปัจจัยในทางด้านสังคมศาสตร์ (พฤติกรรม, สภาพแวดล้อมทางสังคม, การสังเกต, การพิสูจน์ และ ปัจจัยทางด้านการตลาด) ผู้วิจัยเห็นสมควรว่าเหมาะสมที่จะนำทฤษฎีดังต่อไปนี้ประกอบการทำวิจัย

1. ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow, 1943) โดยนำแนวความคิดมาวิเคราะห์ ความต้องการพื้นฐานของผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ต้องการบริโภคอาหารว่างหรือขนมที่มีรสชาติ อร่อย มีสารอาหารเหมาะสมกับผู้ป่วย แต่บางครั้งอาจมีปัญหาการกลืน จึงต้องใช้อาหารที่มีเนื้อ สัมผัสเหมาะสม สามารถรับประทานได้ง่าย, ไม่ทำให้เกิดการสำลักหรือก่อให้เกิดโรค, สามารถ รับประทานได้โดยไม่เบื่อ, อยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ง่าย, เก็บรักษาได้นานและสะดวกในการ รับประทาน ซึ่งอาจส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมในการดำรงชีวิตของผู้ป่วยที่มีปัญหา การกลืน

2. ทฤษฎีปัจจัยด้านการตลาด (Phillip Kotler) เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป ประเภทพุดดิง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ยังไม่ได้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ป่วย ดังนั้นปัจจัย ทางด้านการตลาดจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นี้ ซึ่งมีตัว

แปรสำคัญคือ ตัวผลิตภัณฑ์ (Product), ราคา (Price), ช่องทางการจำหน่าย (Place), การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) หรือ 4Ps

2.1.7 ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการวิจัย

2.1.7.1 ประเภทการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาทัศนคติของบุคลากรแพทย์, ผู้เชี่ยวชาญด้านผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน และผู้ป่วย ที่มีต่อการตัดสินใจ บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก

2.1.7.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปขององค์กร บริษัท ผู้ให้ข้อมูล อันได้แก่ ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่งงาน อายุงาน สาขางานที่เชี่ยวชาญ สถานที่ทำงาน และข้อมูลพื้นฐานขององค์กรหรือบริษัท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ที่มีปัญหาการกลืน อันได้แก่ ความคิดเห็น เกี่ยวกับอาหารทางการแพทย์ที่มีในปัจจุบัน การพบปัญหาในการใช้อาหารทางการแพทย์ ความพึงพอใจกับอาหารทางการแพทย์ในปัจจุบัน และผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ส่วนที่ 3 ทัศนคติและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อในระดับองค์กร (B to B) อันได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน แนวทางในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ให้กับผู้ป่วย การได้รับผลข้างเคียงจากการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน วิธีการป้องกันผลข้างเคียงจากผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน และนโยบายของโรงพยาบาลที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อันได้แก่ ความคิดเห็นของการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ ช่องทางการรับทราบข้อมูล ราคาที่เหมาะสม ช่องทางการจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงได้และสะดวกรวดเร็ว และความคาดหวังในการตัดสินใจซื้อ

2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) วิธีการ และเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

(Data Collection) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการสุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มผู้สูงอายุทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ด้วยวิธี Self-Selection และวิธีสะดวก (Convenience sampling) โดยศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกใช้อาหารเหลวของผู้บริโภค โดยทำการศึกษาในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยการวิจัยในครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะที่พักอาศัย

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภค และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความรู้จักและการเคยใช้ในผลิตภัณฑ์ ปัจจัยและคุณสมบัติที่ทำให้เลือกใช้ ความสนใจใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ราคา สถานที่ที่สะดวกในการซื้อผลิตภัณฑ์ และปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2.1.7.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล และวิธีการทางสถิติ

ส่วนที่หนึ่ง การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงลึก (In-depth Interview) และจะนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้การประมวลผล Content Analysis ที่ได้รับมาจากการสัมภาษณ์กลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ และผู้เชี่ยวชาญ ด้านปัญหาการกลืน เพื่อกรองและทำการจัดกลุ่มให้ได้ปัจจัยที่สำคัญทั้งหมดที่สามารถตอบจุดประสงค์ของงานวิจัยนี้ได้เหมาะสมที่สุด

ส่วนที่สอง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ข้อมูลที่ได้รวบรวมมาจากการทำแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ทางด้านส่วนประสมทางการตลาด และการแปลผลใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) (Best, 1981, p.182) โดยใช้เกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ	
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
2.50 – 3.49	น้อย
1.50 – 2.49	น้อยที่สุด

2.1.7.4 ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

สิงหาคม 2561 – กุมภาพันธ์ 2562

2.1.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1.8.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปขององค์กร บริษัท ผู้ให้ข้อมูล

จากผู้ถูกสัมภาษณ์ 6 คน แบ่งออกเป็นแพทย์ 4 คน นักกิจกรรมบำบัด 2 คน โดยทำงานอยู่ในโรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชน ได้แก่ โรงพยาบาลคามิลเลียน โรงพยาบาล พญาไท โรงพยาบาลศิริราช ปิยมหาราชการุณย์โรงพยาบาลบ้านแพ้ว และโรงพยาบาลรามาชิปดี ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้งหมด ทำงานอยู่ในแผนกที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน อันได้แก่ คลินิก อายุรกรรมประสาท แผนกโภชนาการ แผนกโสตศอนาสิก แผนกกิจกรรมบำบัด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

ผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้งหมดมีความคิดเห็นว่าปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ตามท้องตลาด มีจำนวนน้อยมาก ยังไม่เป็นที่รู้จัก จึงเป็นเรื่องที่ดี เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน เป็นตัวเลือกให้ผู้ป่วยๆ ในการรับประทานอาหาร และสามารถนำมาใช้เพื่อกิจกรรมการฝึกกลืนได้ หรือ สามารถนำมาแทนอาหารมือหลักบางมื้อ ทั้งยังเป็นการช่วยฟื้นฟูผู้ป่วยในขั้นแรก เพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ป่วยๆ สามารถใช้เพื่อฝึกกลืนเพิ่มความสามารถในการกลืนให้แก่ผู้ป่วย เป็นอาหารประเภท soft base (อาหารนิ่ม) ที่สามารถให้ผู้ป่วยระบบสมอง หรือ ระบบประสาท ที่ไม่สามารถเคี้ยวได้ และผู้ถูกสัมภาษณ์โดยส่วนใหญ่ไม่เคยใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน แต่ใช้ผลิตภัณฑ์แบบผงที่ผู้ถูกสัมภาษณ์มักพบเจอ ได้แก่ การผสมยาก มีเนื้อสัมผัสที่ไม่น่ารับประทาน ลักษณะของอาหารไม่น่ารับประทาน ทำให้ผู้ป่วยๆ รับประทานได้ไม่นาน จะเกิด

ความรู้สึกไม่อยากอาหาร และในส่วนของอาหารสำเร็จรูปสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ในท้องตลาดปัจจุบันนี้ มักมีรสชาติไม่อร่อย รสชาติไม่หลากหลาย และปัญหาที่พบได้บ่อย คือ ปัญหาการสำลักของผู้ป่วยฯ ซึ่งอาจส่งผลให้ติดเชื้อที่ปอดหรือทางเดินหายใจได้ และในส่วนของผู้ป่วยที่รับประทานอาหารปั่นเหลว ในช่วงเริ่มต้นมักมีอาหารท้องอืด ท้องเสีย เนื่องจากระบบย่อยยังไม่ปรับตัวกับอาหารปั่นเหลว และอาหารปั่นเหลวมีความข้นหนืดไม่เหมาะสม รวมถึงสารอาหารไม่เหมาะสมกับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนที่มีโรคอื่นประกอบด้วย เช่น โรคเบาหวาน โรคไต โรคความดันโลหิต

ส่วนที่ 3 ทศนคติและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อในระดับองค์กร

ผู้ถูกสัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน อันได้แก่ โรคประจำตัวของผู้ป่วยฯ เช่น โรคเบาหวาน โรคไต และในด้านสถานะทางการเงินของผู้ป่วย และสารอาหารที่ผู้ป่วยต้องการเป็นหลัก รวมถึงระดับความสามารถในการกลืน และปริมาณอาหารที่ผู้ป่วยสามารถบริโภคได้ต่อมื้อ/ต่อวัน ดังนั้นขนาดและชนิดของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผู้ป่วยฯ เพื่อให้ผู้ป่วยฯ สามารถใช้งานได้สะดวก และสามารถเก็บรักษาได้นานขึ้น สะดวกขึ้น

ในปัจจุบันผู้ถูกสัมภาษณ์บางท่าน มีประสบการณ์ในการใช้อาหารสำเร็จรูปสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน โดยแบรนด์อาหารสำเร็จรูปฯ ที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ใช้ได้แก่ นิวเทรน ออปติมัม : NUTREN OPTIMUM (อาหารสูตรครบถ้วน ที่มีเวย์โปรตีน สำหรับผู้สูงอายุ) และ RESOURCE THICKEN UP ริชอร์ส ทิคเค่น อัฟ จากเนสท์เล่ (ผงเพื่อผสมในอาหารหรือเครื่องดื่ม เพิ่มความข้นหนืด) การใช้โยเกิร์ต (Yogurt) และ อาหารปั่นเหลว (Blenderized Diet) ซึ่งผู้ถูกสัมภาษณ์มีความเห็นว่า อาหารสำเร็จรูปที่มีอยู่ในท้องตลาดขณะนี้ ยังไม่ตอบสนองความต้องการของผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน เช่น รสชาติที่ไม่หลากหลาย รสชาติที่สังเคราะห์ ความข้นหนืดและเนื้อสัมผัสที่ไม่น่ารับประทาน สารอาหารที่ไม่เหมาะสมกับผู้ป่วยฯ ที่มีภาวะโรคอื่น และผงเพิ่มความข้นหนืด แบรนด์ RESOURCE THICKEN UP ริชอร์ส ทิคเค่น อัฟ จากเนสท์เล่ เป็นผงเพิ่มความข้นหนืดที่ใช้ในการผสมอาหารและเครื่องดื่ม มีข้อดีคือสามารถนำไปผสมอาหารเหลวและเครื่องดื่มได้หลายชนิด ไม่มีรสชาติ ไม่มีกลิ่น แต่ผู้ป่วยฯ ไม่ชอบเนื้อสัมผัสที่ได้จากการผสมผงเพิ่มความข้นหนืดนี้ และข้อเสียคือความข้นหนืดทำให้เนื้อสัมผัสของอาหารบางชนิด ไม่น่ารับประทาน และผู้ป่วยฯ ไม่ยอมรับ

ดังนั้นในการเลือกใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ผู้ถูกสัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า ควรเลือกอาหารสำเร็จรูปสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนที่มีสารอาหารให้เหมาะสมกับโรคของผู้ป่วยฯ เช่น โรคเบาหวาน โรคไต โรคความดัน

โลหิต และระดับความสามารถในการกลืนของผู้ป่วย ราคาเหมาะสมเพื่อผู้ป่วยๆสามารถบริโภคได้ ต่อเนื่องในระยะยาว และมีรสชาติที่หลากหลายเพิ่มความอยากอาหารให้แก่ผู้ป่วยๆ ผู้ถูกสัมภาษณ์ ได้อธิบายถึงปัญหาปัญหาหลักที่พบในผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ได้แก่ การสำลัก ส่งผลให้เกิดการ ติดเชื้อในปอด การเริ่มรับประทานอาหารสำเร็จรูปๆ ในช่วงแรก อาจทำให้เกิดอาการท้องอืดท้องเสีย และ ปัญหาของผู้ป่วยๆ ที่มีโรคประจำตัวต้องระวังเรื่องสารอาหารที่บริโภค และอาหารสำเร็จรูปๆ มีรสชาติไม่อร่อย ทำให้ผู้ป่วยๆ ไม่อยากทาน เบื่ออาหาร

ผู้ถูกสัมภาษณ์มีความคิดเห็นในการป้องกันผลกระทบจากอาหาร สำเร็จรูปประเภทพุดดิง ได้แก่ การฝึกกลืนเพื่อป้องกันการสำลัก การปรับปริมาณของอาหารในช่วง เริ่มต้นเพื่อให้ระบบย่อยอาหารของผู้ป่วยๆ ปรับได้ และสามารถย่อยอาหารสำเร็จรูปๆ ได้ดีขึ้น การ ให้ความรู้ความเข้าใจในการบริโภคอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิงแก่ผู้ป่วยๆ และผู้ดูแลผู้ป่วย เช่น ญาติพี่น้อง ครอบครัวของผู้ป่วย รวมถึงการทดลองให้ ผู้ป่วยๆ รับประทาน ว่าอาหารชนิดใด รสชาติ แบบใด ที่ผู้ป่วยสามารถทานได้ ซึ่งนโยบายของโรงพยาบาล ในการการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนนั้น ผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ในเรื่องราคา เป็นสำคัญ รองลงมาคือเรื่องสารอาหารของอาหารสำเร็จรูปๆ จะต้องตอบสนองผู้ป่วยๆ ได้ แล้วเรื่อง รสชาติ รสสัมผัส บรรจุก็นท์มีความสำคัญตามลำดับลงมา

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

หากมีผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการ กลืน ที่ผลิตโดยวัตถุดิบธรรมชาติ ให้สารอาหารที่เหมาะสม โดยมีรสชาติ และรสสัมผัสที่ดี ซึ่งจะ เน้นรสชาติที่คนไทยชอบ และบรรจุใน packaging ที่บริโภคได้อย่างสะดวก และสามารถเก็บได้นาน ผู้ถูกสัมภาษณ์มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจมาก และควร กำนึงถึงเรื่องรสชาติ และตามด้วยเรื่องสารอาหารที่เหมาะสมกับผู้ป่วยๆ อีกทั้งผลิตภัณฑ์สามารถ เก็บรักษาได้นาน โดยไม่ต้องแช่เย็นทำให้ผู้ป่วยๆ หรือผู้ดูแลผู้ป่วยๆ มีความสะดวกมากขึ้น และ ผลิตภัณฑ์ต้องมีความปลอดภัยต่อผู้ป่วย โดยสามารถเพิ่มรสชาติของผลิตภัณฑ์ ให้มีรสชาติที่มีความ เบี้ยวเพื่อกระตุ้นความอยากอาหารของผู้ป่วยๆ ได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน สามารถต่อยอดเพื่อเป็นอาหารสำหรับการฝึกกลืนสำหรับผู้ป่วยๆ ได้อีกด้วย รวมทั้งเป็นอาหารสำหรับผู้พักฟื้นจากการผ่าตัดที่ยังไม่สามารถทานอาหารปกติได้ ทั้งนี้ ยังช่วยด้านจิตใจและอารมณ์ให้แก่ผู้ป่วยๆ ได้ทานอาหารที่หลากหลาย จากปกติที่ทานได้แต่อาหาร เหลว ให้ผู้ป่วยๆ มีทางเลือกมากขึ้น

ผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้งหมดมีความคิดเห็นว่าการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ในรูปแบบออนไลน์ และ

ออฟไลน์ มีความสำคัญมาก ที่จะสามารถทำให้แพทย์และผู้ป่วยฯ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยฯ ได้รับทราบและเข้าใจในข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดคิง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ได้มากขึ้น โดยในทางออฟไลน์ที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้เสนอแนะ ได้แก่ การใช้ผู้แทนมาเสนอสินค้า (Personal Selling) การจัดงานกิจกรรมในโรงพยาบาล เช่น การจัดงานสัมมนาด้านสารอาหารแก่ผู้ป่วย การแจกเอกสารให้ความรู้แก่โรงพยาบาลและผู้ป่วยฯ เป็นต้น ในส่วนการใช้สื่อออนไลน์ ได้แก่ การเผยแพร่ข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ของโรงพยาบาล เว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการติดต่อผ่านทางโซเชียลมีเดีย โดยผู้ถูกสัมภาษณ์มีความคิดเห็นต่อราคาของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดคิงเพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ว่าราคาที่เหมาะสมต่อการขายส่งเข้าโรงพยาบาลหรือร้านขายยา คือราคาเฉลี่ย 30-40 บาท เพื่อนำไปขายปลีกให้แก่ผู้บริโภคในราคา 50-60 บาท โดยโปรแกรมส่งเสริมการขายที่สำคัญและจำเป็น ได้แก่ การแจกสินค้าตัวอย่างพร้อมด้วยเอกสารอธิบายการจัดโปรโมชั่นในการซื้อ เช่น ซื้อ 10 กล่อง แถม 1 กล่อง การให้ความสนับสนุนความรู้ในแต่ละโรงพยาบาล เช่น นัดกลุ่มผู้ป่วยฯ เพื่อทำกิจกรรมกลุ่มและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ พร้อมเก็บข้อมูลของผู้ป่วยฯ โดยผู้ถูกสัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่าจะควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกที่สุด ได้แก่ ร้านค้าของโรงพยาบาลโดยมีพนักงานแนะนำสินค้า การออกบูธเพื่อเปิดตัวและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในโรงพยาบาล ร้านสหกรณ์ของโรงพยาบาลรัฐ ร้านขายยาขนาดใหญ่ การขายผ่านทางออนไลน์ มีร้านค้าออนไลน์เช่นกัน

ในส่วนข้อเสนอแนะนั้น ผู้ถูกสัมภาษณ์มีข้อเสนอแนะต่อ ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดคิง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค และสร้างแบรนด์ให้เป็นที่จดจำ โดยผลิตภัณฑ์ฯ ควรมีบรรจุภัณฑ์ดูดี ใช้งานง่าย เก็บรักษาง่าย ผลิตภัณฑ์มีรสชาติที่อร่อยและมีรสชาติที่หลากหลาย วัตถุดิบไม่มีสารเคมีเจือปนและปลอดภัยกับผู้ป่วยฯ และมีสารอาหารที่เหมาะสมกับผู้ป่วยฯ ที่มีโรคประจำตัวอื่น เช่น โรคเก๊าต์ โรคไต โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิต โดยจำหน่ายในราคาที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่าย รวมทั้งมีช่องทางการจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์

2.1.8.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การศึกษาวิจัยในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพุดคิง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และลักษณะของที่พักอาศัย มีผลการวิเคราะห์โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 100 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 58.00 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 42.00 และผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดมีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา มีอายุ 51-60 ปี และ 61-70 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.00 เท่ากัน และน้อยที่สุดมีอายุต่ำกว่า 40 ปี ในส่วนของระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่สุดมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมา มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ร้อยละ 32.00 และน้อยที่สุดมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท ร้อยละ 4.00 โดยอาชีพส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดมีอาชีพเกษียณ/แม่บ้าน ร้อยละ 36.00 รองลงมา มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 28.00 และน้อยที่สุดมีอาชีพข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 6.00 เท่ากัน ระดับในส่วนของรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดมีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 42.00 รองลงมา มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 26.00 และน้อยที่สุดมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 2.00 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะของที่พักอาศัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดมีลักษณะของที่พักอาศัยคือ บ้านเดี่ยว ร้อยละ 42.00 รองลงมา คือ ทาวน์เฮ้าส์ ร้อยละ 24.00 และน้อยที่สุดคือ อพาร์ทเมนต์/คอนโดมิเนียม ร้อยละ 16.00

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มีผลการวิเคราะห์โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 คน มีรายละเอียดดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักอาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนมาก่อน ร้อยละ 98.00 และไม่รู้จัก ร้อยละ 2.00 และมีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนมาก่อน ร้อยละ 34.00 และ ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนมาก่อน ร้อยละ 66.00 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้ ส่วนใหญ่ประเภทของอาหารสำหรับผู้ป่วยที่เคยซื้อ คือ เอนซัวร์ ร้อยละ 58.82 รองลงมา คือ นิโอมูน และทิกเคน อีพ ร้อยละ 35.29 เท่ากัน และน้อยที่สุด คือ บูสท์ ออปติแม่ม, เบรนเดอร่า และเจल्ली พระราชทาน คิดเป็นร้อยละ 11.76 เท่ากัน ซึ่งคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารเหล่านี้จะช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารเหล่านี้จะช่วยในการเลือกซื้อ คือ รสชาติอร่อยและหลากหลาย ร้อยละ 90.00 รองลงมา คือ คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับผู้ป่วยฯ ร้อยละ 80.00 และน้อยที่สุด คือ บรรลุภัณฑ์บริโภคได้อย่างสะดวกมากขึ้น และประหยัดเวลาในการปรุงอาหาร คิดเป็นร้อยละ 26.00 เท่ากัน และผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดหรือสนใจใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

โดยส่วนใหญ่สนใจใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ร้อยละ 98.00 และไม่สนใจ ร้อยละ 2.00 และในส่วนของรสชาติของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนที่ควรมี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่ารสชาติของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนที่ควรมี คือ รสจืด คิดเป็นร้อยละ 82.00 รองลงมา คือ รสมันม่วง คิดเป็นร้อยละ 68.00 และน้อยที่สุด คือ รสอื่นๆ (ซ้ญพีช, ชาเขียว) คิดเป็นร้อยละ 4.00 และกลิ่นของผลิตภัณฑ์อาหารเหลวสำหรับผู้ป่วยที่ควรมี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนเห็นว่ากลิ่นของผลิตภัณฑ์อาหารเหลวสำหรับผู้ป่วยที่ควรมี คือ กลิ่นหอมตามธรรมชาติ (กลิ่นหอมของวัตถุดิบ) คิดเป็นร้อยละ 100.00 ในด้านราคาผลิตภัณฑ์สูงสุดที่เห็นว่าเหมาะสมและตัดสินใจซื้อได้ ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน (ปริมาณ 150 กรัม) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าราคาผลิตภัณฑ์สูงสุดที่เห็นว่าเหมาะสมและตัดสินใจซื้อ ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน (ปริมาณ 150 กรัม) คือ 31-40 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมา คือ 41-50 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.00 และสถานที่ที่อยากให้ผลิตภัณฑ์นี้วางจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าสถานที่ที่อยากให้ผลิตภัณฑ์นี้วางจำหน่าย คือ โรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 92.00 รองลงมา คือ ร้านขายยา คิดเป็นร้อยละ 80.00 และน้อยที่สุด คือ ร้านสะดวกซื้อ 7-11 คิดเป็นร้อยละ 30.00 โดยเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อ ถ้ามีผลิตภัณฑ์ตามข้างต้นนี้วางจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อ ถ้ามีผลิตภัณฑ์ตามข้างต้นนี้วางจำหน่าย คือ รสชาติอร่อย และเพิ่มทางเลือกให้ผู้ป่วยมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 93.00 เท่ากัน รองลงมา คือ มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วนดีต่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 80.00 และมีโปรแกรมส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 57.00 และน้อยที่สุดคือ ราคาคุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 18.00 และในส่วนของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน คือ แพทย์ คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 26.00 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 8.00 และน้อยที่สุดคือ บุคคลอื่นๆ (โฆษณา/พนักงานขาย) คิดเป็นร้อยละ 5.00 โดยแหล่งที่รับข่าวสารหรือข้อมูลอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีแหล่งที่รับข่าวสารหรือข้อมูลอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน คือ แพทย์ คิดเป็นร้อยละ 72.00 รองลงมา คือ เพื่อนหรือญาติสนิท คิดเป็นร้อยละ 25.00 และน้อยที่สุดคือ แหล่งอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.00 แต่ข้อมูลปัญหาที่พบเป็นส่วนมากในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง

สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน คิดเป็นร้อยละ 91.00 และพบปัญหา (ไม่แน่ใจในสารอาหาร/ไม่อร่อย/หาซื้อยาก) คิดเป็นร้อยละ 9.00

ระดับความสำคัญของปัจจัยที่จะทำให้เลือกใช้อาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน โดยมีเกณฑ์คะแนนความสำคัญที่ 1-5 (1 คือ สำคัญน้อยที่สุด และ 5 คือ สำคัญมากที่สุด)

ความสำคัญของปัจจัยที่จะทำให้เลือกใช้อาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้อาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนมากที่สุด คือ คุณค่าทางโภชนาการ และความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.96 รองลงมา คือ วัตถุประสงค์จากธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.90 รสชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.80 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้อาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนน้อยที่สุด คือ โปรโมชัน มีค่าเฉลี่ย 3.88

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน โดยมีเกณฑ์คะแนนความสำคัญที่ 1-5 (1 คือ สำคัญน้อยที่สุด และ 5 คือ สำคัญมากที่สุด)

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน มีผลการวิเคราะห์โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.59 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนมากที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.71 รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.66 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.59 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.11 ตามลำดับ

ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.66 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.98 รองลงมา คือ รสชาติอร่อย มีค่าเฉลี่ย 4.83 ส่วนข้อที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนน้อยที่สุด คือ อายุการเก็บรักษาได้นาน มีค่าเฉลี่ย 4.30

ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.41 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณสมบัติที่ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.85 รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.83 ส่วนข้อที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนน้อยที่สุด คือ การปรับราคาตามความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.81

ความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.59 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนมากที่สุด คือ สามารถหาซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.81 รองลงมา คือ ร้านค้ามีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.79 ส่วนข้อที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนน้อยที่สุด คือ มีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.13

ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.71 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนมากที่สุด คือ มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.79 รองลงมา คือ ให้ความรู้ผู้บริโภค ณ จุดขายสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.77 ส่วนข้อที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนน้อยที่สุด คือ มีการโฆษณาที่ดึงดูดความสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.57

2.2 บทวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2.1 บทวิเคราะห์การจำแนกส่วนย่อยเป้าหมายการตลาด (Segmentation)

กลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก คือ กลุ่มผู้มีภาวะการกลืนลำบาก กลุ่มผู้ป่วยในโรงพยาบาลและสถานบริการดูแลผู้ป่วยและผู้สูงอายุ โดยเริ่มต้นจากร้านฉลาดคิด โรงพยาบาลศิริราช และขยายไป ร้านสุขภาพของโรงพยาบาลในเครือมหาวิทยาลัยมหิดล, ศูนย์ดูแลผู้ป่วยและคนชรา, สถานพักฟื้นผู้ป่วยฯ

โดยผู้วิจัยใช้การแบ่ง Segment ตามลักษณะภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ จิตวิทยาและพฤติกรรม โดยเลือก 4 กลุ่มนี้มาวิเคราะห์เพราะทำให้สามารถนำไปกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้เหมาะสมกับสินค้าและบริการ ดังนี้

ตารางที่ 2.1 การแบ่งกลุ่มเป้าหมาย

การแบ่งกลุ่มเป้าหมาย	เป้าหมายเพื่อเชื่อมโยงการวิเคราะห์ Segmentation
ภูมิศาสตร์	ปีที่ 1 ร้านตลาดคิด โรงพยาบาลศิริราช ปีที่ 2-5 ร้านสุขภาพของโรงพยาบาลในเครือมหาวิทยาลัยมหิดล, ศูนย์ดูแลผู้ป่วยและคนชรา, สถานพักฟื้นผู้ป่วยฯ
ประชากรศาสตร์	ผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ผู้ป่วยพักฟื้น ผู้สูงอายุที่มีปัญหาบดเคี้ยว
จิตวิทยา	ความสุขจากการรับประทานอาหารที่อร่อย
พฤติกรรม	ผู้ป่วยฯ อยากทานอาหารที่หลากหลาย

2.2.2 บทวิเคราะห์การกำหนดเป้าหมายทางการตลาด (Targeting)

- การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย Market Targeting
 - กลุ่มเป้าหมายหลัก Primary Target ได้แก่ กลุ่มผู้มีภาวะการกลืนลำบาก และ กลุ่มผู้ป่วยที่มีปัญหาบดเคี้ยว เช่น ผู้ป่วยโรคมะเร็งศีรษะและลำคอ ผู้ป่วยมะเร็งช่องปาก โรคกล้ามเนื้ออ่อนแรง การทำงานของระบบประสาทและกล้ามเนื้อที่ควบคุมการกลืนเริ่มผิดปกติ
 - กลุ่มเป้าหมายรอง Secondary Target กลุ่มผู้สูงอายุที่มีปัญหาการบดเคี้ยว เช่น ผู้สูงอายุที่มีฟันหรือใส่ฟันปลอมแล้วไม่สามารถเคี้ยวอาหารแข็งได้ การทำงานของระบบประสาทและกล้ามเนื้อที่ควบคุมการกลืนเริ่มผิดปกติ

2.2.3 บทวิเคราะห์การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

- ขนาดของตลาด (Market Size)

จากสถิติโรคมะเร็งล่าสุดขององค์การอนามัยโลก ระบุว่า ประเทศไทยมีผู้ป่วยโรคมะเร็งศีรษะและลำคอกว่า 12,000 รายต่อปี เสียชีวิตกว่า 5,000 รายต่อปี หรืออาจกล่าวได้ว่าในประเทศไทย 100,000 คน โดยเฉลี่ยจะพบผู้ป่วยมะเร็งศีรษะและลำคอ 16 คน เสียชีวิตถึง 7 คน และกว่า 60% ของผู้ป่วยมะเร็งช่องปากมีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ มีผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมองที่มีอาการเป็นอัมพาตบริเวณใบหน้าและขากรรไกร ทำให้ไม่มีแรงเคี้ยวอาหาร ไม่น้อยกว่า 490,000 ราย ผู้ป่วยที่มีฟันหรือใส่ฟันปลอมแล้วไม่สามารถเคี้ยวอาหารแข็งได้ กว่า 300,000 ราย และผู้ป่วย

ในระหว่างการรักษาทันตกรรมที่มีปัญหาการบดเคี้ยวอีกกว่า 300,000 ราย รวมผู้ป่วยที่มีปัญหาการบดเคี้ยวอาหารและกลืนอาหารกว่า 1 ล้านราย อยู่ในภาวะทุพโภชนาการ ไม่สามารถรับประทานอาหารได้ต้องพึ่งพาการให้อาหารทางสายยาง (Tube feeding) เมื่อคนอายุมากขึ้น หรือมีโรคประจำตัว เช่น โรคหลอดเลือดสมอง โรคความจำเสื่อม โรคพาร์กินสัน โรคจากอุบัติเหตุทางสมอง โรคของเส้นประสาท โรคมัยแอสทีเนีย กราวิส โรคกล้ามเนื้ออ่อนแรง การทำงานของระบบประสาทและกล้ามเนื้อที่ควบคุมการกลืนเริ่มผิดปกติ (ไทยรัฐ, 2558)

Dee Meal Pudding ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก คือ อาหารที่ได้รับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ที่จะให้ผู้มีภาวะการกลืนลำบากสามารถรับประทานอาหารทางปากได้ง่าย ถูกหลักโภชนาการ กลืนได้ มีรสชาติที่ผู้ป่วยชอบ ไม่จำเจ และให้ความชุ่มชื้นในช่องปากจึงเป็นประโยชน์อย่างยิ่งทั้งในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้ป่วย ไม่ต้องเตรียมอาหารเหลวที่มีขึ้นตอนยุ่งยาก และลดค่าใช้จ่ายในการพักผ่อนในโรงพยาบาล เพื่อให้ผู้ป่วยและญาติมีความสุขจิตใจดีขึ้น

จึงนำมาซึ่งกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง Differentiation สร้างความแตกต่างให้กับตัวผลิตภัณฑ์ โดยจะนำเสนอคุณค่าที่มีเหนือคู่แข่งดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก Dee Meal Pudding ที่ได้รับการวิจัยและพัฒนาจาก สถานส่งเสริมงานวิจัย คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล หัวหน้าโครงการ นายแพทย์ ภัทรกร มยุระสาคร อาจารย์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
2. ใช้วัตถุดิบหลักจากธรรมชาติ โดยให้คุณค่าทางโภชนาการและสารอาหารที่เหมาะสมกับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก
3. รสชาติอร่อย ทำให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคได้อย่างมีความสุข
4. รสสัมผัสของอาหาร เป็นอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับทานระหว่างมื้อและเป็นอาหารว่าง
5. ราคาเข้าถึงได้ คุณภาพคุ้มค่างับราคา ให้โอกาสกับผู้มีภาวะการกลืนลำบากสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์นี้ได้
6. วิธีการบริโภคในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานง่าย ทำให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคได้อย่างสะดวก พกพาง่าย และมีอายุการเก็บรักษาที่นานขึ้น

ตารางที่ 2.2 แสดงตลาดรวมของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนทั้งหมด Total Addressable Market (TAM)

มาจากลูกค้ากลุ่มใด	จำนวน	คิดเป็นมูลค่า (บาท)
ตลาดอาหารทางการแพทย์สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน	ผู้ป่วยที่มีปัญหาการบดเคี้ยวอาหารและกลืนอาหารกว่า ล้าน 1 คน	20 ล้านบาท
แหล่งข้อมูลอ้างอิง	1. จากสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ประชากรคาดประมาณ ณ กลางปี 2561 2. อาหารเพื่อสุขภาพ โอกาสและการเติบโต ศูนย์อำนวยการเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, เมษายน 2560	

ตารางที่ 2.3 แสดงตลาดที่จะสามารถครองได้สำหรับ ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน Serviceable Available Market (SAM)

มาจากลูกค้ากลุ่มใด	จำนวน	คิดเป็นมูลค่า (บาท)
ตลาดอาหารทางการแพทย์สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน	1. กลุ่มผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน 2. กลุ่มผู้ป่วยที่บริโภคอาหารเฉพาะ 3. ผู้สูงอายุที่มีปัญหาการบดเคี้ยว	10 ล้านบาท
แหล่งข้อมูลอ้างอิง	สถิติประชากร 2561, สารประชากร มหาวิทยาลัยมหิดล	

ตารางที่ 2.4 แสดงส่วนของตลาดผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน สามารถครองได้ Serviceable Obtainable Market (SOM)

มาจากลูกค้ากลุ่มใด	จำนวน	คิดเป็นมูลค่า (บาท)
ตลาดอาหารทางการแพทย์สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน	<p>1. ผู้บริโภครวมของผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน 1 ล้านคน โดยนำมาพิจารณาบนสมมติฐานเชื่อมโยงกับแผนการผลิตในช่วง 1 ปีแรก คิดสัดส่วนเป็นร้อยละ 40 ของผู้บริโภครวมทั้งหมด</p> <p>2. ผู้สูงอายุที่มีปัญหาการบดเคี้ยว โดยนำมาพิจารณาบนสมมติฐานเชื่อมโยงกับแผนการผลิตในช่วง 1 ปีแรก คิดสัดส่วนเป็นร้อยละ 60 ของผู้บริโภครวมทั้งหมด โดยสัดส่วนของลูกค้าเฉลี่ยต่อ 1 คน = 1 ขวด (x) ราคาที่ลูกค้าจ่ายเพื่อซื้อสินค้า 45 บาท) ขึ้น/p)</p>	4 ล้านบาท
แหล่งข้อมูลอ้างอิง	จากสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ประชากรคาดประมาณ ณ กลางปี 2561	

2.2.4 บทวิเคราะห์ตารางการแข่งขัน

ตารางที่ 2.5 แสดงสภาพการแข่งขันและความน่าสนใจของตลาด Competitive Grid

ผลิตภัณฑ์	ปริมาณโปรตีน ต่อ 150 กรัม	ลักษณะ ทางกายภาพ	วิธีการ รับประทาน	อายุ การเก็บรักษา	รสชาติ
 Dee Meal Pudding	 15 กรัม	พุดดิ้ง	 พร้อมรับประทาน	2 ปี	 รสจืด, รสมันม่วง, รสมะพร้าว
 เจลลี่พระราชทาน	10 กรัม	เจลลี่	พร้อมรับประทาน	1 ปี	รสมะม่วง, รสขานม
 นีโอนู	12 กรัม	ผง	ชงก่อนรับประทาน	2 ปี	รสเมล่อน
 เมลนเคอรา-เอ็มเอฟ	7.5 กรัม	ผง	ชงก่อนรับประทาน	2 ปี	กลิ่นวานิลลา
 บูสท้อปติ่ม	6.6 กรัม	ผง	ชงก่อนรับประทาน	2 ปี	กลิ่นวานิลลา
 Resource ThickenUp Clear	0	ผง	ชงกับอาหารและเครื่องดื่ม	2 ปี	ไม่มีรสชาติ

จากการวิเคราะห์คู่แข่งของผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดในปัจจุบัน มีคู่แข่งน้อยราย โดยมีเจลลี่พระราชทาน มีรสชาติมะม่วงและขานม ส่วนผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทรานีโอนู, เมลนเคอรา-เอ็มเอฟ, บูสท้อปติ่ม และ Resource ThickenUp Clear เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดผง สำหรับชงดื่ม มีกลิ่นวานิลลา และ กลิ่นเมล่อน เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับ ผลิตภัณฑ์ Dee Meal Pudding แล้ว จะเห็นได้ว่า ผลิตภัณฑ์ Dee Meal Pudding นั้น มีปริมาณ โปรตีน 15 กรัม ต่อการทาน 1 ครั้ง และมี 3 รสชาติ ส่วนวิธีการรับประทาน Dee Meal Pudding มีความสะดวกในการรับประทาน และมีอายุการเก็บรักษาที่นาน โดยไม่ต้องแช่เย็น

2.2.5 บทวิเคราะห์การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 2.1 แผนภาพแสดงการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (Perceptual Map)

จากภาพแสดงการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ Dee Meal Pudding ได้เปรียบคู่แข่งเพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่พร้อมรับประทาน เพียง 1 ขั้นตอน และ Dee Meal Pudding มีปริมาณโปรตีนสูง

ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด ปัจจุบันนี้ส่วนใหญ่ชนิดผง ซึ่งต้องชงก่อนรับประทาน ในแต่ละครั้งที่ผู้มีภาวะการกลืนลำบาก ต้องการทาน ทำให้ยุ่งยาก และรสชาติที่มีน้อยไม่หลากหลาย

2.3 แผนกลยุทธ์การตลาด

2.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

- กำหนดตราสินค้า (brand) โดยเป็นผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก Dee Meal Pudding ที่ได้รับการวิจัยและพัฒนาจาก สถานส่งเสริมงานวิจัย คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล หัวหน้าโครงการ นายแพทย์ กรกฎ มยุระสาคร อาจารย์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ซึ่งเป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ เพื่อสร้างความไว้วางใจ

ให้กับผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ โดยมีบรรจุภัณฑ์ (packaging) ที่ออกแบบสวยงาม ใช้งานง่าย สามารถพกพาได้อย่างสะดวก ช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับผู้บริโภคได้ และมีฉลาก (label) บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ เป็นการตอกย้ำถึงคุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการที่ผู้บริโภคได้รับ ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก Dee Meal Pudding ที่ได้รับการวิจัยและพัฒนาจาก สถานส่งเสริมงานวิจัย คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล หัวหน้าโครงการ นายแพทย์ ภัทรกร มยุระสาคร อาจารย์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล

2.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

- กำหนดราคาของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก จากการใช้กลยุทธ์ Cost Plus Pricing โดยมีราคาขายอยู่ที่ 40 บาท ต่อ ปริมาณ 150 กรัม เนื่องจากเป็นราคาบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ และขนาดของผลิตภัณฑ์นี้เหมาะสมสำหรับการรับประทานระหว่างมื้อและรับประทานเป็นของว่าง

2.3.3 กลยุทธ์การจัดจำหน่าย (Place)

- กำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ B2B ในช่วง 5 ปีแรก โดยเริ่มจากการจัดจำหน่ายในร้านค้าของโรงพยาบาล โดยในปีที่ 1 ได้แก่ โรงพยาบาลศิริราช (ร้านฉลาดคิด) เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก Dee Meal Pudding ที่ได้รับการวิจัยและพัฒนาจาก สถานส่งเสริมงานวิจัย คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล หัวหน้าโครงการ นายแพทย์ ภัทรกร มยุระสาคร อาจารย์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล จึงได้รับการสนับสนุนจากโรงพยาบาลศิริราชในการเข้าจำหน่ายที่ร้านฉลาดคิดให้นำมาจำหน่ายที่โรงพยาบาลศิริราช (ร้านฉลาดคิด) เพื่อเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์ให้ผู้มีภาวะการกลืนลำบากได้รู้จักและบริโภค สามารถหาซื้อได้ง่ายผ่านร้านค้าของโรงพยาบาลหรือซื้อผ่านทางออนไลน์ของร้านฉลาดคิดได้เช่นกัน โดยมีกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ผ่านโรงพยาบาลศิริราช เช่น การจัดกิจกรรมระหว่างทีมแพทย์ ทีมวิจัย ผู้มีภาวะการกลืนลำบากและผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ในปีที่ 2-5 จะเริ่มจำหน่ายที่ร้านขายของเพื่อสุขภาพภายในโรงพยาบาลในเครือมหาวิทยาลัยมหิดล และศูนย์ดูแลผู้ป่วยและคนชรา, สถานพักฟื้นผู้ป่วยฯ โดยในปีที่ 2 จะเริ่มการจัดจำหน่ายในร้านขายของเพื่อสุขภาพภายในโรงพยาบาลรามาศิษย์ และสถานดูแลผู้สูงอายุ สถานดูแลผู้ป่วย โกลเด้นไลฟ์ เนอร์สซิ่งโฮม (ปิ่นเกล้า) ในปีที่ 3 จะเริ่มการจำหน่ายที่ร้านขายของเพื่อสุขภาพภายในโรงพยาบาลเวชศาสตร์เขตร้อน และ ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ ธนบุรี เนอร์สซิ่งโฮม (ประชาอุทิศ 62 และ ประชาอุทิศ 90) ในปีที่ 4 จะเริ่มการจำหน่ายที่ศูนย์การแพทย์กาญจนาภิเษก และเบสท์แคร์ เนอร์สซิ่งโฮม (แจ้งวัฒนะ) และในปีที่ 5 จะเริ่มการจำหน่าย

ที่โรสการ์เด้น เนอร์สซิงโฮม (หมู่บ้านลภาวัน 15) และ สถานดูแลสุขภาพผู้สูงอายุและผู้ป่วยระยะ
ฟื้นฟู ยู.เอ็น.เอช เนอร์สซิงโฮม (บางบ่อ สมุทรปราการ)

2.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)

- การโฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆภายในโรงพยาบาล และร้านค้าของ
โรงพยาบาล เช่น โปสเตอร์ รายการความรู้สุขภาพของโรงพยาบาล ใบปลิว สินค้าตัวอย่าง เป็นต้น
- การจัดกิจกรรมกลุ่มระหว่างคุณหมอ, ผู้มีภาวะการกลืนลำบาก และ ผู้สูงอายุ โดย
จัดกิจกรรมแนะนำผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้มีภาวะการกลืนลำบาก โดย
นายแพทย์ ภัทรกร มยุระสาคร อาจารย์คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ทีมวิจัย ที่มีความเชี่ยวชาญ
ด้านสารอาหาร และภาวะการกลืนลำบาก มาให้ความรู้และความเข้าใจ รวมถึงการทดลองใช้
ผลิตภัณฑ์และแจกสินค้าตัวอย่าง
- การส่งเสริมการตลาดผ่าน Online โดยให้ความรู้ของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป
ประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ผ่านทาง Website ของร้านฉลาดคิดโรงพยาบาลศิริ
ราช, ให้ความรู้ด้านสุขภาพและสภาพจิตใจของผู้มีภาวะการกลืนลำบาก
- การแจกสินค้าตัวอย่าง (เพื่อให้แพทย์ได้ทดลองใช้กับคนไข้และเพื่อให้ผู้มี
ภาวะการกลืนลำบากทดลองใช้)
- การพัฒนาการบริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง มีการจัดการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
(Customer Relation Management) เพื่อให้จดจำผลิตภัณฑ์ของเราได้ และถือเป็นการสร้างความ
จงรักภักดีในการใช้สินค้า

กิจกรรมดำเนินงานทางการตลาด

ตารางที่ 2.6 แผนกิจกรรม และกรอบเวลา

กลยุทธ์ทางการตลาด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Product					
Dee Meal Pudding					
Price					
Cost Plus Pricing					
Place					
ร้านตลาดคิด โรงพยาบาลศิริราช					
ร้านสุขภาพในโรงพยาบาล เครือ มมหิดล					
สถานพักฟื้นผู้ป่วยและคนชรา					
Promotion					
1. Advertising & Public Relation					
ค่าใช้จ่ายการประชาสัมพันธ์ผ่านโรงพยาบาล					
งานเปิดตัวสินค้า					
ค่าใช้จ่ายในการทำแผ่นพับและโปสเตอร์					
ค่าใช้จ่ายในการออกบูธแนะนำผลิตภัณฑ์					
2. Sales Promotion					
สินค้าตัวอย่าง					
ของแถม					
3. Personal Selling					
4. IMC					
Facebook					
Line Official					

แผนกิจกรรมและงบประมาณตามกรอบเวลา

ตารางที่ 2.7 แผนงบประมาณตามกิจกรรม และกรอบเวลา (หน่วย : บาท)

กลยุทธ์ทางการตลาด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Product					
Dee Meal Pudding	1,320,000	2,112,000	3,379,200	5,406,720	8,650,752
Price					
Cost Plus Pricing					
Place					
ร้านฉลาดคิด โรงพยาบาลศิริราช	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ร้านสุขภาพในโรงพยาบาล เครือ ม.มหิดล		20,000	20,000	20,000	20,000
สถานพักฟื้นผู้ป่วยและคนชรา		20,000	20,000	20,000	20,000
Promotion					
1. Advertising & Public Relation					
ค่าใช้จ่ายการประชาสัมพันธ์ผ่าน โรงพยาบาล	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
งานเปิดตัวสินค้า	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าใช้จ่ายในการทำแผ่นพับและ โปสเตอร์	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าใช้จ่ายในการออกบูชแนะนำผลิตภัณฑ์	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
2. Sales Promotion					
สินค้าตัวอย่าง	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ของแถม	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
3. Personal Selling	108,000	162,000	243,000	364,500	546,750
4. IMC					
Facebook	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
Line Official	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
Total	1,488,000	2,334,000	3,682,200	5,831,220	9,257,502

บทที่ 3

แผนกลยุทธ์การดำเนินงานและทีม

3.1 ผู้บริหารและทีมงาน

บริษัท ไทยดีมีล จำกัด ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทจำกัด (Company Limited) เนื่องจากการจดทะเบียนในรูปแบบนี้ทำให้ส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ซึ่งดูมีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในระดับสากลสำหรับการทำธุรกิจ รวมไปถึงการได้สิทธิประโยชน์ทางภาษีมากกว่ารูปแบบอื่นๆ และยังช่วยให้การระดมทุนเป็นเรื่องที่ง่ายมากยิ่งขึ้น ซึ่งบริษัท ไทยดีมีล จำกัด ประกอบกิจการเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ภายใต้แบรนด์สินค้า “ดีมีลพุดดิ้ง Dee Meal Pudding” โดยบริษัทดำเนินการบริหารงานในรูปแบบคณะกรรมการบริษัทและแบ่งเงินลงทุนออกเป็นทั้งหมด 3 หุ้น โดยผู้ถือหุ้นต่างมีภาระผูกพันรับผิดชอบไม่เกินจำนวนเงินที่ตนเองได้ลงทุนไป

รายนามคณะกรรมการบริษัท ไทยดีมีล จำกัด

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1. นางสาวกัญญา กุศลสินชัย | ตำแหน่งประธานกรรมการ
(ประธานกรรมการบริหาร) |
| 2. นายวงศ์สิทธิ์ กุศลสินชัย | ตำแหน่งรองประธานกรรมการบริหาร |
| 3. นางสาวรณันท์ ปักษา | ตำแหน่งกรรมการบริหาร |
| 4. นางสาวอัจฉรา อนุไชยวงศ์ | ตำแหน่งกรรมการบริหาร |

อำนาจการลงนามผูกพันบริหารของกรรมการ

บริษัท ไทยดีมีล จำกัด สามารถจัดทำธุรกรรมต่างๆ ได้โดยมี นางสาวกัญญา กุศลสินชัย เป็นกรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท (Authorized Director) ลงลายมือชื่อ และประทับตราสำคัญของบริษัทแต่เพียงผู้เดียวตามมติของที่ประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการบริหารกิจการ ซึ่งจะสามารถช่วยให้บริษัทสามารถตัดสินใจดำเนินกิจการต่างๆ ได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

รายชื่อของผู้ถือหุ้น บริษัท ไทยดีมีด จำกัด มีดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ผู้ร่วมทุน	ราคาหุ้นละ (บาท)	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน
1	นางสาวกัญญา กุศลสินชัย	50	20,000	50%	1,000,000
2	นายวงศ์สิทธิ์ กุศลสินชัย	50	10,000	25%	500,000
3	นางสาววิไล กุศลสินชัย	50	10,000	25%	500,000
รวม			40,000	100%	2,000,000

ตารางที่ 3.2 ประวัติและขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบของกรรมการหรือผู้บริหาร

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ประวัติการทำงาน/ ประสบการณ์	หน้าที่ความรับผิดชอบ ตามตำแหน่งงาน
1	นางสาวกัญญา กุศลสินชัย	CEO	สำเร็จการศึกษา ด้านการจัดการ ธุรกิจอาหาร วิทยาลัยการจัดการ มหิดล	บริหารจัดการและนำพาบริษัท ไปสู่จุดหมายที่ตั้งไว้ ดูแลด้านการเงินของบริษัท บริหารจัดการด้านการตลาด และติดต่อประสานงานกับ พันธมิตรทางธุรกิจ
2	นายวงศ์สิทธิ์ กุศลสินชัย	ผู้จัดการ วางแผนการ จัดซื้อและ การผลิต	สำเร็จการศึกษา ด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต	บริหารจัดการการทำงาน ภายในบริษัทให้มี ประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึง ดูแลภาพรวมการจัดการด้าน การจัดซื้อ การผลิต โลจิสติกส์

ตารางที่ 3.2 ประวัติและขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบของกรรมการหรือผู้บริหาร (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ประวัติการทำงาน/ ประสบการณ์	หน้าที่ความรับผิดชอบ ตามตำแหน่งงาน
3	นางสาวอัจฉรา อนุไชยวงศ์	ผู้จัดการฝ่าย การขายและ การตลาด	สำเร็จการศึกษา ด้านการจัดการ ธุรกิจอาหาร วิทยาลัยการจัดการ มหิดล	บริหารจัดการการทำงาน ภายในบริษัทให้มี ประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึง ดูแลภาพรวมการจำหน่าย การตลาด
4	นางสาววรรณัท ปักษา	ที่ปรึกษา ด้าน ผลิตภัณฑ์ และด้าน กฎหมาย	สำเร็จการศึกษา ด้านการจัดการ ธุรกิจอาหาร วิทยาลัยการจัดการ มหิดล	เป็นที่ปรึกษาด้านกฎหมาย และ ด้านผลิตภัณฑ์และการ พัฒนาทดลองวิจัยผลิตภัณฑ์

แผนผังองค์กร

กิจกรรมหลักของบริษัทเน้นการบริหารและดำเนินงานด้านการตลาด จึงมีโครงสร้างองค์กรแบบง่าย (Simple Structure) เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมต่างๆ และสามารถสื่อสารข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปยังทุกฝ่ายได้อย่างรวดเร็ว สะดวกในการบริหารงาน



ภาพที่ 3.1 แสดงแผนผังองค์กรบริษัท ไทยดีมิท จำกัด

โดยโครงสร้างองค์กรประกอบด้วย นางสาวกัญญา กุศลสินชัย เป็นประธานกรรมการบริหาร มีอำนาจในการบริหารงานส่วนต่างๆ ประกอบด้วยผู้จัดการวางแผนการซื้อและการผลิต ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและการขาย ผู้ติดต่อประสานงานภายในและภายนอกองค์กร และที่ปรึกษาด้านผลิตภัณฑ์และด้านกฎหมาย ที่ร่วมกันทำงานเป็นกลไกในการขับเคลื่อนธุรกิจ โดยมีทีมที่ปรึกษาในการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Research and Development) คือ สถานส่งเสริมงานวิจัย คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล หัวหน้าโครงการ นายแพทย์ ภัทรกร มยุระสาคร อาจารย์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล โดยบริษัทมีแผนนโยบายกำหนดคุณสมบัติของทีมงานจากความรู้ความสามารถ มุมมองทัศนคติที่ดี การมีน้ำใจช่วยเหลือและรู้จักแบ่งปันผู้อื่น เพื่อสร้างองค์กรให้มีความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 3.3 หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

ตำแหน่ง	จำนวน(คน)	หน้าที่และความรับผิดชอบ
ประธานกรรมการ	1	<ol style="list-style-type: none"> วางแผนการดำเนินงานขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว กำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายในการดำเนินงานและนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ได้วางไว้ สร้างวัฒนธรรมองค์กรและเป็นต้นแบบที่ดีให้กับคนในองค์กร บริหารจัดการดูแลองค์กรในภาพรวมทั้งหมด รับผิดชอบในการจัดการการเงินของทางบริษัทให้มีประสิทธิภาพสูงสุด วางแผนการเงินและทางออกที่ดีที่สุดให้กับบริษัทในกรณีที่ต้องมีการระดมทุนเพิ่มเพื่อให้มีต้นทุนทางการเงินต่ำที่สุด
ผู้จัดการวางแผนการจัดซื้อและการผลิต	1	<ol style="list-style-type: none"> วางแผนการดำเนินการผลิตเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตสูงสุดและมีต้นทุนต่ำที่สุด ทำการสำรวจราคาวัตถุดิบในตลาดและนำข้อมูลกลับมาเพื่อทำการคาดการณ์ต้นทุนและวางแผนในการจัดซื้อ

ตารางที่ 3.3 หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก (ต่อ)

ตำแหน่ง	จำนวน(คน)	หน้าที่และความรับผิดชอบ
		<p>3.สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรทางธุรกิจที่คอยส่งวัตถุดิบให้กับบริษัท</p> <p>4.ดูแลกิจกรรมใดๆก็ตามที่อยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายผลิต</p>
ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและการขาย	1	<p>1. รับผิดชอบในการจัดหาพันธมิตรทางการค้าที่จะมาสนับสนุนด้านการทำการตลาด</p> <p>2. ทำการ approve งานด้านการตลาดต่างๆที่ทางบริษัท outsource</p> <p>3. ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและนำข้อมูลกลับมาวิเคราะห์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า</p> <p>4. รับผิดชอบในการวางแผนการทำการตลาดแบบบูรณาการ</p> <p>5. ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์</p> <p>6. ดำเนินกิจกรรมใดๆที่เป็นการส่งเสริมงานขายและการตลาดของบริษัท</p>
ที่ปรึกษาด้านผลิตภัณฑ์และด้านกฎหมาย	1	<p>1. รับผิดชอบในการจัดสิทธิบัตรของผลิตภัณฑ์ จดทะเบียนการค้า</p> <p>2. ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอกในด้านมาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง</p> <p>3. รับผิดชอบในการพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์</p> <p>3. ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องให้ข้อมูลต่างๆ</p>
ผู้ติดต่อประสานงานภายในและภายนอกบริษัท	1	<p>1. ติดต่อประสานงานภายในองค์กร ให้แต่ละแผนกทำงานได้ด้วยดี</p> <p>2. ติดต่อประสานงานภายนอกองค์กรเพื่อสื่อสารข้อมูลที่เป็นจำเป็นและให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ</p>

แผนด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ตารางที่ 3.4 แสดงค่าใช้จ่ายของบุคลากรและพนักงานของบริษัท ไทยดีมีล จำกัด

ตำแหน่ง	ปีที่ 1		ปีที่ 2		ปีที่ 3		ปีที่ 4		ปีที่ 5	
	จำนวน (คน)	เงินเดือน(บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน(บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน(บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน(บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน(บาท)
ประธานกรรมการ	1	15,000.00	1	15,000.00	1	15,750.00	1	16,537.50	1	17,364.38
ผู้จัดการวางแผนการจัดซื้อและการผลิต	1	15,000.00	1	15,000.00	1	15,750.00	1	16,537.50	1	17,364.38
ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและการขาย	1	15,000.00	1	15,000.00	1	15,750.00	1	16,537.50	1	17,364.38
ที่ปรึกษาด้านผลิตภัณฑ์และด้านกฎหมาย	1	12,000.00	1	12,000.00	1	12,600.00	1	13,230.00	1	13,891.50
ผู้ติดต่อประสานงานภายในและภายนอกบริษัท	1	12,000.00	1	12,000.00	1	12,600.00	1	13,230.00	1	13,891.50
โบนัส		-		-		-		63,472.50		67,276.13
รวม(ต่อเดือน)	5	69,000.00	5	69,000.00	5	72,450.00	5	139,545.00	5	147,152.25
เงินสมทบประกันสังคม(ต่อปี)	5	45,000.00	5	45,000.00	5	45,000.00	5	45,000.00	5	45,000.00
รวม(ต่อปี)	5	873,000.00	5	873,000.00	5	914,400.00	5	1,719,540.00	5	1,810,827.00

หมายเหตุ : อัตราเงินเดือนเพิ่มขึ้นปีละ 5% คงที่ตลอดระยะเวลาปี 5
ที่มา : กระทรวงแรงงาน, 2561

3.2 บทวิเคราะห์โซ่คุณค่าภายในองค์กร (Value chain analysis)



ภาพที่ 3.2 แสดงห่วงโซ่คุณค่าของไมเกิล พอตเตอร์ (Porter's Generic Value Chain)

ที่มา: E Michael, 1985

3.2.1 กิจกรรมหลัก (Primary Activity)

กิจกรรมหลักในโซ่คุณค่าหรือ Value Chain นั้นถือเป็นกิจกรรมที่สำคัญในการดำเนินกิจการของบริษัทอย่างมาก โดยมีรายละเอียดแต่ละขั้นตอน ดังนี้

ในส่วนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการพัฒนาอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับแรงบันดาลใจจาก สถานส่งเสริมการวิจัยคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล

ด้านการผลิต โดยจัดจ้างภายนอกองค์กรกับโรงงานที่มีมาตรฐานรับรอง และมีความเชี่ยวชาญในการผลิตอาหารเฉพาะ (อาหารวัตถุประสงค์พิเศษ) ร่วมมือกับทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

การทำตลาดและการขาย เพื่อสื่อสารให้กลุ่มผู้บริโภคเข้าใจในลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์และความแตกต่างจากสินค้าอื่น การบริการลูกค้าด้วยการให้ความรู้และข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความมั่นใจในการเลือกบริโภคให้กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งบริหารงานโดย บริษัท ไทยดีมีด จำกัด เป็นบริษัทที่ชำนาญในการบริหารธุรกิจอาหาร และการจัดส่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับความร่วมมือกับบริษัทขนส่งชั้นนำเป็นพันธมิตรในการจัดส่งสินค้าเพื่อกระจายไปยังโรงพยาบาลที่เป็นลูกค้า

การทำบัญชี การติดต่อประสานงาน และการขายและการตลาด เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนให้ธุรกิจเจริญเติบโต บริหารและจัดการโดยบริษัท ไทยดีมีด จำกัด ทั้งนี้ยังต้องมีการวิจัยและพัฒนาปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง จาก สถานส่งเสริมงานวิจัย คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล หัวหน้าโครงการ นายแพทย์ กรกฎ มยุระสาคร อาจารย์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าอันดับหนึ่งที่มีคุณภาพสูงและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

ประกอบด้วยการจัดส่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับความร่วมมือกับบริษัทขนส่งชั้นนำเป็นพันธมิตรในการจัดส่งสินค้าเพื่อกระจายไปยังลูกค้า การทำตลาดและการขาย เพื่อสื่อสารให้กลุ่มผู้บริโภคเข้าใจในลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์และความแตกต่างจากสินค้าอื่น การบริการลูกค้าด้วยการให้ความรู้และข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความมั่นใจในการเลือกบริโภคให้กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งบริหารงานโดย บริษัท ไทยดีมีด จำกัด สำนักงานใหญ่ เป็นบริษัทที่ชำนาญในการทำตลาดผลิตภัณฑ์อาหารและบริหารธุรกิจอาหาร

โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics)

เป็นการจ้างโรงงานรับผลิต (Original Equipment Manufacturer) โดยบริษัท ไทยดีมีด จำกัด เลือกบริษัทลูกค้าจากการพิจารณาข้อมูลเปรียบเทียบตามมีเกณฑ์คุณภาพ พิจารณาจากเครื่องจักรในการผลิตที่มีความเหมาะสม มีความทันสมัย เป็นโรงงานที่มีมาตรฐาน ได้รับการรับรอง

มาตรฐาน GMP และ HACCP โดยมีทรัพยากรที่เกี่ยวข้องคือ พนักงานธุรการ เป็นผู้ประสานงานผลิตกับบริษัท OEM และผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเลือกใช้แผนกลยุทธ์ Differentiate และ Cost Leadership ในการบริหารจัดการ โดยทำข้อตกลงกับบริษัทที่รับ OEM ในการผลิตสูตรเฉพาะสำหรับบริษัท ไทยดีมีด จำกัด เท่านั้น และสามารถผลิตได้ในปริมาณที่มากพอที่จะทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ในราคาประหยัดต่อขนาด

การดำเนินงาน (Operations)

กระบวนการที่สำคัญในขั้นตอนนี้คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Research and Development) การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ (Quality Control) และการประสานงานขายเพื่อให้ผลิตภัณฑ์กระจายไปยังโรงพยาบาลและสถานพยาบาลต่างๆ ที่เป็นคู่ค้าได้อย่างถูกต้องและตรงตามเวลาที่กำหนด โดยมีทรัพยากรที่เกี่ยวข้องคือ ทีมพัฒนาผลิตภัณฑ์ผู้เชี่ยวชาญจากทีมวิจัยจากโรงพยาบาลศิริราช ผู้จัดการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ เป็นผู้ประสานงานขายและติดต่อกับร้านค้าปลีกต่างๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและเก็บข้อมูลต่างๆ จากลูกค้ากลับมาพัฒนา

โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics)

เป็นกระบวนการจัดส่งสินค้าไปยังโรงพยาบาลต่างๆ ที่เป็นคู่ค้าให้ตรงตามเวลาที่กำหนด โดยสินค้าจะต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมก่อนการจัดส่งจากขั้นตอนการดำเนินงาน โดยมีทรัพยากรที่เกี่ยวข้องคือ พนักงานธุรการ เป็นผู้ประสานงานบริษัทส่งสินค้า (Outsource) เพื่อจัดรอบส่งสินค้าไปยังไปยังโรงพยาบาลและสถานพยาบาลต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง โดยสามารถตรวจสอบสินค้าได้จากระบบตรวจสอบ Tracking ในการจัดส่งกับบริษัทส่งสินค้า (Outsource)

การตลาดและการขาย (Marketing and Sales)

เป็นกระบวนการในกิจกรรมหลักที่มีความสำคัญมากที่สุด เพราะเป็นการทำตลาดและสื่อสารออกไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โรงพยาบาลและสถานพยาบาลที่เป็นคู่ค้า และ ผู้บริโภค ผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน เพื่อสร้างความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีทรัพยากรที่เกี่ยวข้องคือ ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและการขาย เป็นผู้ที่ทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลต่างๆ จัดทำโบรชัวร์ นำเสนอโปรโมชัน สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ออกบูธกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ และ เป็นผู้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดตลอดทั้งปี เพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและเกิดยอดขายสูงสุด

การบริการ (Service)

กิจกรรมด้านบริการ โดยกระบวนการนี้ครอบคลุมทั้งก่อนและหลังจำหน่ายสินค้า โดยมีการจัดทำข้อมูลฐานของ โรงพยาบาล สถานพยาบาล และกลุ่มลูกค้า รับฟังความคิดเห็น คำแนะนำ

คำติชม และข้อร้องเรียนต่างๆ มาใช้เป็นฐานข้อมูลในการพิจารณาปรับปรุงทั้งในส่วนของสินค้าและบริการต่างๆของบริษัท เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและคู่ค้าต่างๆ โดยมีทรัพยากรที่เกี่ยวข้องคือ พนักงานทุกคนของบริษัทที่มีหน้าที่ให้บริการด้วยความเต็มใจในทุกๆ ขั้นตอน โดยบริษัทจะให้บริการข้อมูลแก่ลูกค้าผ่านการติดต่อผ่าน Line Official และติดต่อที่บริษัทในเวลาทำการ

3.2.2 กิจกรรมสนับสนุน (Support Activity)

เป็นกิจกรรมที่ช่วยการดำเนินกิจกรรมหลักของกิจการ โดยทำหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงานในกระบวนการต่างๆของบริษัทเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งประกอบด้วย

โครงสร้างพื้นฐานของบริษัท (Firm Infrastructure)

บริษัทเริ่มต้นจากการจัดหาที่ทำการบริษัท โดยเลือกที่ตั้งที่ใจกลางเมืองในการจัดทำสำนักงานเพื่อให้สะดวกในการกระจายสินค้าและการติดต่อกับคู่ค้าต่างๆ นอกจากนี้บริษัทยังเลือกใช้บริการบริษัทจัดทำบัญชีและตรวจสอบธุรกรรมทางการเงินต่างๆของบริษัท และบริษัทมีผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชี เพื่อมาช่วยวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์ทางการเงินของบริษัท โดยเรื่องบัญชีและการเงินนั้นถือเป็นเรื่องสำคัญของบริษัทที่จะต้องวางแผนเป็นอย่างดี เนื่องจากบริษัทจะต้องใช้เงินในการว่าจ้างผลิตและทำการชำระเงินเป็นงวด เพื่อมิให้เกิดการผิดนัดชำระเงินต่างๆ และทำให้เกิดสภาพคล่องทางการเงินสูงสุด เพื่อให้บริษัทมีฐานะทางการเงินที่ดี

การจัดการทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management)

การจัดการทรัพยากรมนุษย์สำหรับองค์กรนั้น บริษัท ไทยดีมีด จำกัด เลือกใช้บริษัทจัดหางานมี่ออาชีพ(Outsource) ในการช่วยสรรหา คัดเลือก และพัฒนาบุคลากรของบริษัท เพื่อให้บริษัทได้พนักงานที่มีคุณสมบัติตรงตามตำแหน่งงานที่ต้องการ โดยบุคคลที่จะเข้ามาทำงานนั้นจะต้องมีทักษะ ความรู้ความสามารถที่มีประสิทธิภาพ เข้าใจวัฒนธรรมองค์กร นอกเหนือจากการใช้บริษัทจัดหางานแล้ว ยังเลือกใช้บริการเว็บไซต์จัดหางานในการคัดเลือกพนักงานมาทำงานในองค์กรอีกด้วย

การจัดการด้านเทคโนโลยี (Technology)

บริษัท ไทยดีมีด จำกัด เลือกใช้เทคโนโลยีการผลิตและฆ่าเชื้อแบบ Water Spray Retort ในการยืดอายุสินค้าและทำให้สามารถเก็บได้ในอุณหภูมิห้อง โดยคุณสมบัติของเทคโนโลยีนี้จะช่วยทำให้ลักษณะทางเนื้อสัมผัสของอาหารยังอยู่ในสภาพดีและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค จึงเหมาะสำหรับนำมาใช้ในการผลิตอาหารที่มีลักษณะหนืด (พุดคิง) โดยในขั้นตอนของกระบวนการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีนี้ บริษัท ไทยดีมีด จำกัด ทำข้อตกลงว่าจ้างบริษัทรับผลิตอาหาร(OEM) ในการผลิต

อาหารสูตรเฉพาะสำหรับบริษัทแต่เพียงผู้เดียว เพื่อเป็นการลดต้นทุนเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตที่ต้องลงทุนสูงและมีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาอีกด้วย

การจัดการและจัดซื้อ (Procurement)

ด้านกระบวนการจัดซื้อและผลิตสินค้าให้ได้ตรงตามมาตรฐาน โรงงานรับจ้างผลิต (OEM) ที่คอยผลิตสินค้าของบริษัทและจัดส่งให้ตรงตามเวลาที่กำหนด โดยพนักงานผู้ติดต่อประสานงานของบริษัท ไทยดีมีด จำกัด จะเป็นผู้ประสานงานกับโรงงานรับผลิต เพื่อให้มีสินค้าคงคลังเพียงพอในการจัดส่งให้กับลูกค้า

3.3 แผนกลยุทธ์ดำเนินงานกิจกรรมหลัก

3.3.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรที่เกี่ยวข้องและจำเป็นเพื่อจัดการผลิตหรือบริการหลัก

เนื่องจากการจ้างผลิต กิจกรรมหลักจึงเน้นการทำตลาดผลิตภัณฑ์และประสานงานต่างๆ ทำให้ทรัพยากรในการดำเนินงานกิจกรรมหลัก คือ

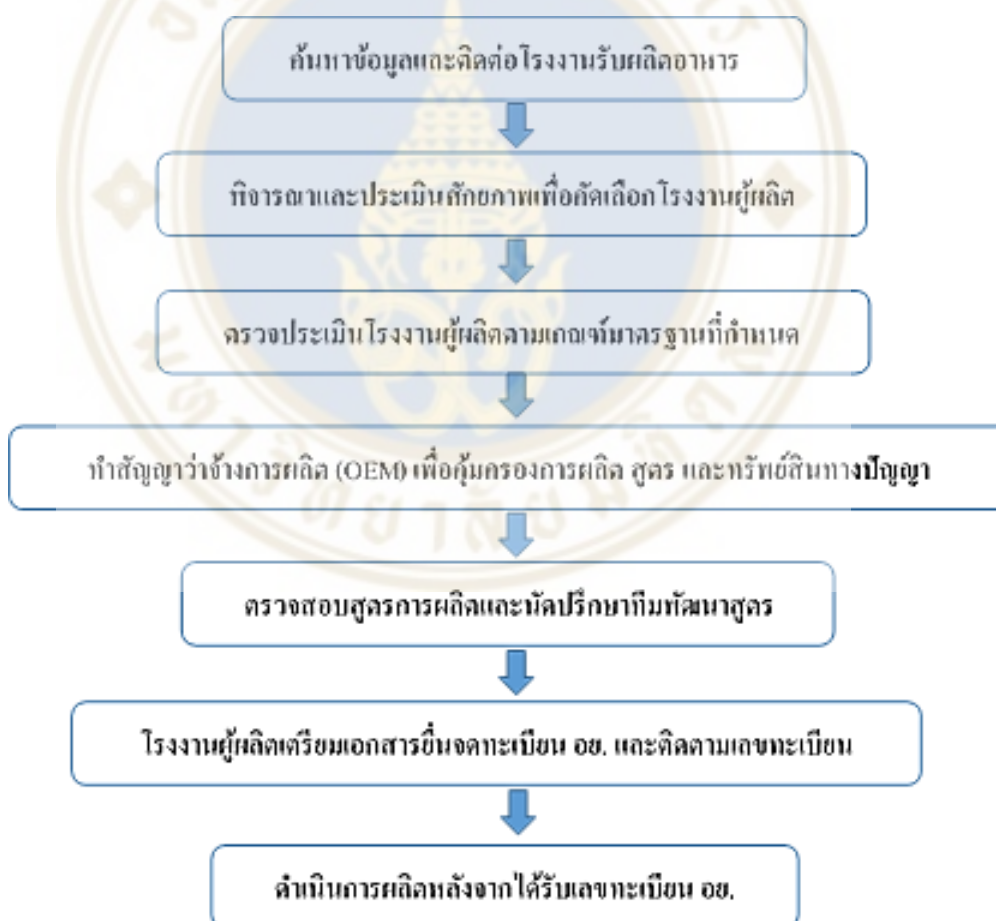
- ฝ่ายโครงสร้างองค์กร
- ที่ตั้ง อาคารสำนักงาน
- โถงทำงาน เก้าอี้ทำงาน
- เครื่องพิมพ์เอกสาร
- คอมพิวเตอร์
- อุปกรณ์สำนักงานอื่นๆ
- ระบบอินเทอร์เน็ต
- พนักงานแผนกต่างๆ
- ฝ่ายระบบขนส่งภายในและภายนอก

การขนส่งจากโรงงานรับจ้างผลิตอาหาร(OEM) ใช้รถขนส่งภายในของบริษัท บริษัท สหพันธ์ เช่นจู้ จำกัด ที่มีมาตรฐานในการขนส่งอาหารที่บรรจุในถุงบรรจุภัณฑ์ประเภทรีทอร์ต

การขนส่งกระจายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้า โรงพยาบาล ใช้บริการบริษัทขนส่งที่มีความชำนาญและน่าเชื่อถือ และค่าบริการเหมาะสมตามระยะทาง ได้แก่ Kerry, LaLaMove เป็นต้น

3.3.2 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์ด้านการผลิตหรือบริการ

บริษัท ไทยดีมีด จำกัด มีกลยุทธ์ในการผลิตคือการใช้บริการบริษัท Outsource จากหน่วยงานภายนอกในการผลิตภัณฑอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน เพื่อเป็นการลดต้นทุนในส่วนของสินทรัพย์ถาวรประเภทอาคาร โรงงานและเครื่องจักรที่ใช้การผลิต ที่ต้องใช้งบลงทุนจำนวนมาก มีต้นทุนในการบำรุงรักษา และมีความเสี่ยงทางการเงินสูงในการลงทุน โดยการจ้างบริษัทภายนอกในการผลิตนั้นทางบริษัท ไทยดีมีด จำกัด ได้ทำการคัดเลือกโรงงานผลิต ที่มีคุณภาพและได้รับการรับรองตรวจสอบมาตรฐานจากหน่วยงานรัฐและเอกชน เช่น คณะกรรมการอาหารและยา, สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นต้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่าจะได้รับผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณภาพสูงสุด และมีต้นทุนที่คุ้มค่าที่สุดสำหรับบริษัท โดยมีขั้นตอนการว่าจ้างโรงงานรับผลิต (Original Equipment Manufacturer) ดังนี้



ภาพที่ 3.3 แสดงขั้นตอนการว่าจ้างโรงงานผลิตอาหาร

รายละเอียดขั้นตอนการว่าจ้างโรงงานผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง

ค้นหาข้อมูลและติดต่อ โรงงานผู้ผลิต ดำเนินการค้นหาข้อมูลและติดต่อกับทางโรงงาน ที่มีกำลังการผลิตเพียงพอกับความต้องการของกำลังซื้อที่ฝ่ายการตลาดคาดการณ์ โดยต้องสามารถผลิตได้มากถึง 300 - 400 ถัง/วัน (150 มิลลิลิตร/ถัง) และมีเครื่องจักรในการผลิตที่เหมาะสม มีความทันสมัย เป็นโรงงานที่มีมาตรฐาน ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP และ HACCP

แผนการจ้างเหมาผลิต

วางแผนพิจารณาและตรวจประเมินศักยภาพเพื่อคัดเลือกโรงงานผู้ผลิต โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกจากประวัติบริษัท มาตรฐานการผลิตและมาตรฐานด้านความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือของบริษัท ค่าใช้จ่ายในการผลิต ปริมาณกำลังการผลิตต่อวัน ระยะเวลาในการส่งมอบ โดยทำการเปรียบเทียบคุณสมบัติของโรงงานรับผลิตอาหาร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 3.5 แสดงการเปรียบเทียบข้อมูลโรงงานรับผลิตอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา	บริษัท สหพันธ์ เซ็นจูรี่ จำกัด	บริษัท วี.ไทยฟู้ดโปรดักท์ จำกัด	บริษัท นูทริ-แมกซ์ อินโนเวชั่น จำกัด
1. ประวัติบริษัท	ให้บริการรับจ้างผลิตอาหารสำเร็จรูปหรือมารับประทานในอุณหภูมิความร้อนหรือ รีทอร์ต แพคเกจ (Retort Pouch) อย่างครบวงจร	ดำเนินธุรกิจผลิตอาหารสำเร็จรูปเพื่อส่งออกจำหน่ายในต่างประเทศ ด้วยมาตรฐานสากลระดับโลก	เป็นบริษัทที่ร่วมทุน ระหว่าง กินแลนด์ - ไทย คูแอนด์ด้านการวิจัยพัฒนา คัดค้นสูตรและทดลองศึกษา งานวิจัย ตั้งแต่ปี 2012
2. มาตรฐานการผลิต	GMP, Halal	GMP, HACCP, Halal	GMP, Allergen Free
3. การรับรองจากหน่วยงาน	Intertek	BRC, ISO9001, ThaiSelect	Bio-Zelle เยอรมนี บาร็อค
4. ความน่าเชื่อถือของบริษัท	ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ประสบการณ์การผลิตกว่า 40 ปี	Thailand Trusted Quality	มีประสบการณ์ด้านการวิจัยมาเป็นเวลาหลายปี มีผลงานทั้ง OEM ในประเทศ และส่งออกต่างประเทศ รวมกว่า 1,000 แบรินด์
5. ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์	100 g./ 150 g./ 250 g.	100 g./ 150 g.	ไม่สามารถผลิตได้
6. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการผลิตต่อบรรจุภัณฑ์	11/12/13 บาท ไม่รวมค่าวัสดุคูป	12 บาท ไม่รวมค่าวัสดุคูป	-
7. กำลังการผลิตต่อวัน	500 kg	400 kg	-
8. ระยะเวลาในการผลิตและการส่งมอบ	3 - 5 วัน	7 วัน	3 - 5 วัน
9. บริการคลังสินค้า	มี	ไม่มี	มี
10. สถานที่ตั้ง	231-6 หมู่ 4 ซอยเทพไทเราะนิมิตร ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กทม. 10210	221 หมู่ 1 ถนนสุขสวัสดิ์ ปากคลองบางปลากด พระสมุทรเจดีย์ สมุทรปราการ 10290	12/31 หมู่ 9 กิ่งแก้ว ตำบลราชวาเทวะ อำเภอบางเหธิ จังหวัดสมุทรปราการ 10540

จากการเปรียบเทียบข้อมูล โรงงานรับผลิตอาหารที่ทางผู้วิจัยศึกษาหาข้อมูลของทั้ง 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท สหพันธ์ เซ็นจูรี่ จำกัด, บริษัท วี.ไทยฟู้ดโปรดักท์ จำกัด และ บริษัท นูทริ-แมกซ์ อินโนเวชั่น จำกัด ผู้วิจัยตัดสินใจเลือก บริษัท สหพันธ์ เซ็นจูรี่ จำกัด เป็นโรงงานรับจ้างผลิต เนื่องจากบริษัทนี้เป็นเพียงบริษัทเดียวที่เป็นผู้นำทางนวัตกรรมการผลิตอาหารในบรรจุภัณฑ์ประเภทรีทอร์ตอย่างครบวงจร ซึ่งมีประสบการณ์ในการผลิตกว่า 40 ปี และมีทีมวิจัยผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์ของโรงงาน

เองด้วย นอกจากนี้ยังมีความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เลือก 3 ขนาด ในขณะที่บริษัทอื่นๆ มีขนาดให้เลือกน้อยกว่า และอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ผู้วิจัยเลือกบริษัท สหพันธ์ เซ็นจูรี จำกัด เพราะระยะเวลาในการผลิตและสถานที่ตั้งโรงงานนั้นสะดวกต่อการขนส่งผลิตภัณฑ์ มีระยะเวลาในการขนส่งน้อยกว่าซึ่งทำให้เกิดการประหยัดในระยะยาว ในส่วนของกำลังการผลิตก็สามารถผลิตได้ในปริมาณที่สูงที่สุดจากการเปรียบเทียบของทั้ง 3 บริษัท ทำให้มีโอกาสในการขยายกำลังการผลิตได้ในอนาคตอีกด้วย



3.3.3 แผนดำเนินการกลยุทธ์การจัดการผลิตหรือบริการจำแนกตามกรอบเวลาและ

ทรัพยากร

ตารางที่ 3.6 แสดงกิจกรรมหลัก และกิจกรรมย่อยในกรอบเวลาปีที่ 1

กิจกรรมหลัก	กิจกรรมย่อย	ช่วงเวลาในการดำเนินงานภายในปีที่ 1											
		เดือนที่											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
การเตรียมพื้นที่และการจัดเตรียมทรัพยากร	1. วางแผนและจัดสรรพื้นที่	■											
	2. ปรับปรุงและตกแต่งสำนักงาน	■	■										
	3. จัดซื้อและติดตั้งเครื่องจักร อุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในสำนักงานและโรงงานกระบวนการผลิต	■	■										
	4. สรรหาบุคลากร												
การขอรับรองมาตรฐานด้านการผลิตอาหาร	1. ยื่นขอจดทะเบียนบริษัท		■										
	2. ยื่นขอจดทะเบียนอาหาร			■	■	■							
การดำเนินการด้านการผลิต	1. คัดเลือกผู้ผลิต วัตถุดิบบรรจุภัณฑ์					■							
	2. วางแผนการผลิต					■	■						
	3. ผลิตสินค้า						■	■	■	■	■	■	■
การดำเนินการด้านการตลาด	1. แผนการตลาด						■	■	■	■	■	■	■
	2. จำหน่ายผลิตภัณฑ์และประชาสัมพันธ์							■	■	■	■	■	■

แผนต้นทุนสินค้าสำเร็จรูป

จากการคำนวณต้นทุนสินค้าสำเร็จรูปจากค่าวัตถุดิบ ค่าบรรจุภัณฑ์ และค่าใช้จ่ายในการแปรรูปหรือกระบวนการผลิตนั้นทำให้ทราบต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน โดยมีราคาต่อหน่วยที่ 22 บาท ซึ่งทางผู้วิจัยตั้งราคาขายโดยวิธี Cost Plus Pricing สำหรับการขายแบบ B to B ไว้ที่ราคา 40 บาท ดังนั้นจะมีกำไรจากการขายต่อชิ้นที่ $40 - 22 = 18$ บาท

ตารางที่ 3.7 ตารางแสดงแผนต้นทุนสินค้าสำเร็จรูป

รายการ	ราคาต่อหน่วย 1 ถุง	ประมาณการต้นทุนต่อถุง (1 ถุง บรรจุ 150 กรัม)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าวัตถุดิบ	12	345,600	1,036,800	1,658,880	2,654,208	4,246,733
ค่าบรรจุภัณฑ์	2	57,600	172,800	276,480	442,368	707,789
ค่าใช้จ่ายแปรรูป	8	230,400	691,200	1,105,920	1,769,472	2,831,155
รวมเป็นเงิน	22	633,600	1,900,800	3,041,280	4,866,048	7,785,677

3.4 แผนกลยุทธ์การดำเนินงานกิจกรรมสนับสนุน

3.4.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรที่เกี่ยวข้องและจำเป็นเพื่อการจัดการกิจกรรมสนับสนุน

บริษัท ไทยดีมีล จำกัด มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ซึ่งมีทรัพยากรที่ใช้ดังนี้

- ผู้จัดการวางแผนการจัดซื้อและการผลิต
- ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและการขาย
- ที่ปรึกษาด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกฎหมาย
- ผู้ติดต่อประสานงานภายในและภายนอกบริษัท
- คอมพิวเตอร์พร้อมระบบอินเทอร์เน็ต
- โทรศัพท์สำนักงาน
- โต๊ะและเก้าอี้
- อุปกรณ์สำนักงานอื่นๆ
- สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น โบรชัวร์ ไปสเตอร์ อุปกรณ์จัดบูธกิจกรรม เป็นต้น

3.4.2 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์ด้านกิจกรรมสนับสนุน

ฝ่ายขายและตลาด

- ผู้จัดการฝ่ายขายและตลาด เป็นผู้บริหารจัดการด้านการตลาด การขาย วางแผนกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อทำการประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดรายได้สูงสุดแก่องค์กรจากการกระจายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้า
- ผู้ติดต่อประสานงานฝ่ายขายและการตลาด เป็นผู้ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอก มีหน้าที่ Implement และทำงานตามแผนการตลาดที่วางไว้ จัดทำ Marketing Tools ให้เป็นไปตามแนวทางที่บริษัทกำหนด รวมถึงการออกบูธแนะนำสินค้า ติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย และนำข้อมูลกลับมาวิเคราะห์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า อีกทั้งยังต้องดูแลความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วย
- คอมพิวเตอร์พร้อมระบบอินเทอร์เน็ต ใช้ในการบันทึกข้อมูล ติดต่อกับลูกค้าและหน่วยงานภายนอก จัดทำสื่อทั้งออฟไลน์และออนไลน์ต่างๆ สืบค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม รวมไปถึงจัดทำเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับแผนก
- โทรศัพท์สำนักงาน ใช้ในการติดต่อกับลูกค้าและหน่วยงานภายนอก
- อุปกรณ์สำนักงานอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงานในแผนก เช่น โต๊ะเก้าอี้ กระดาษ แฟ้มรวมเอกสาร เป็นต้น

ฝ่ายการบัญชี

- ผู้ติดต่อประสานงานด้านบัญชี เป็นผู้ที่มีหน้าที่ในการรวบรวมเอกสารจ่าย ออกใบเสร็จ ใบวางบิล และเอกสารพื้นฐานทางบัญชี และช่วยสนับสนุนการทำงานของบริษัทจัดทำบัญชีที่ได้ว่าจ้าง
- คอมพิวเตอร์พร้อมระบบอินเทอร์เน็ต ใช้ในการบันทึกข้อมูลทางการเงินและบัญชีของบริษัททั้งหมด ใช้สืบค้นหาข้อมูลที่จำเป็นในการพัฒนาทักษะและความสามารถขององค์กร
- เครื่องพิมพ์เอกสาร/ เครื่องถ่ายเอกสาร ใช้ในการจัดพิมพ์เอกสารทางการเงินและบัญชี เอกสารของทุกแผนกในบริษัทที่จำเป็นในการดำเนินกิจการ
- อุปกรณ์สำนักงานอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงานในแผนก เช่น โต๊ะเก้าอี้ กระดาษ แฟ้มรวมเอกสาร เป็นต้น

นอกจากนี้ยังใช้บริการจากภายนอก(Outsource) ในการดำเนินงาน เช่น แม่บ้านประจำบริษัท, การสรรหาทรัพยากรบุคคล, การจ้างเหมาในการขนส่งสินค้า เป็นต้น เพื่อเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายและขั้นตอนในการดำเนินงาน

3.4.3 แผนดำเนินการกลยุทธ์การจัดกิจกรรมสนับสนุนตามกรอบเวลาและทรัพยากร

ตารางที่ 3.8 แผนการใช้ทรัพยากรฝ่ายสนับสนุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายการประชาสัมพันธ์ผ่านโรงพยาบาล	10,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวสินค้า, จัดกิจกรรม	20,000	40,000	40,000	40,000	40,000
ค่าใช้จ่ายในการทำแผ่นพับและโปสเตอร์	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ค่าใช้จ่ายในการออกบูธแนะนำผลิตภัณฑ์	10,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ค่าใช้จ่ายโปรแกรมส่งเสริมการขาย (สินค้าตัวอย่าง, ของแถม)	30,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (เฟสบุ๊ค, ไลน์ออฟฟิเชียล ฯลฯ)	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
ค่าใช้จ่ายตัวแทนการขาย (Personal Selling)	36,000	54,000	81,000	121,500	182,250
รวม	176,000	264,000	291,000	331,500	392,250



บทที่ 4

แผนกลยุทธ์ด้านระบบมาตรฐานคุณภาพความปลอดภัยและ การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา

4.1 แผนกลยุทธ์การจัดการด้านระบบมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย

บริษัท ไทยคีมิล จำกัด เป็นเพียงบริษัทที่ทำการตลาดด้านผลิตภัณฑ์อาหารและดำเนินกิจการด้านธุรกิจอาหาร ไม่มีการดำเนินกิจกรรมการผลิตหรือเป็นสถานประกอบการผลิตอาหาร ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้องขออนุญาตจัดตั้งโรงงานผลิตอาหาร(อ.1) หรือสถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน(สบ.1) เพียงแต่ต้องมีการขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร(สบ.3) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีฉลากที่ถูกต้องตามกฎหมายกำหนดและมีการตรวจสอบการใช้ข้อความบนฉลาก เพื่อมิให้ละเมิดกฎระเบียบข้อบังคับตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข กฎกระทรวงสาธารณสุข ภายใต้ พ.ร.บ.อาหาร พ.ศ. 2522 ได้แก่ ประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 367 (พ.ศ.2557) และ 383 (พ.ศ.2560) ว่าด้วยเรื่องการแสดงฉลากอาหาร และพ.ร.บ. อาหาร พ.ศ. 2522 มาตรา 6(10) ในเรื่องของการกำหนดประเภทและชนิดอาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือ ที่จำหน่าย ซึ่งจะต้องมีฉลาก ข้อความในฉลาก เงื่อนไข และวิธีการแสดงฉลาก ตลอดจนหลักเกณฑ์และ วิธีการโฆษณาบนฉลากอาหาร และการกล่าวอ้างผลิตภัณฑ์อาหารตามมาตรา 40 ห้ามมิให้ผู้ใด โฆษณาคุณสมบัติ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหาร อันเป็นเท็จหรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควรแต่หากจะทำการโฆษณา เป็นต้น

ดังนั้น บริษัทฯจึงมีแผนกลยุทธ์ด้านระบบมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยจากการประเมินความเสี่ยง(Risk Assessment)ที่อาจเกิดขึ้นทั้งในกระบวนการผลิตและกระบวนการจัดส่งสินค้า โดยทางด้านกระบวนการผลิตนั้น บริษัทฯได้ทำการว่าจ้างบริษัท สหพันธ์เซ็นจูรี่ จำกัด ในการรับผลิตอาหารทางเลือกสุขภาพ(ประเภททีทอร์ค) ซึ่งคัดเลือกจากการที่โรงงานผู้ผลิตได้รับการรับรองมาตรฐานสากล เช่น GMP, Halal จากหน่วยงานรับรองที่เชื่อถือได้ Intertek เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับบริษัทฯว่าจะได้ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานคุณภาพความปลอดภัยเพื่อส่งต่อไปยังผู้บริโภค และมีการตรวจสอบซัพพลายเออร์ผู้จัดหาวัตถุดิบตั้งแต่ต้นทาง โดยซัพพลายเออร์จะต้องมีประกาศนียบัตรรับรองสินค้าว่ามีคุณภาพปลอดภัยและสามารถตรวจสอบไปยังแหล่งที่มาได้ทางด้านกระบวนการจัดส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะอยู่ในรูปถุงรีทอร์ค ทาง

บริษัทฯจึงมีบรรพบุรุษที่ก่อตั้งชนิดกันกระแทกเพื่อป้องกันการฉีกขาดหรือรั่วของถุงรีทอร์ตระหว่างการขนส่งและใช้บริษัทขนส่งสินค้าที่มีมาตรฐานเพื่อสร้างความมั่นใจว่าสินค้าจะไปถึงมือผู้บริโภคอย่างมีคุณภาพและปลอดภัย

4.2 แผนกลยุทธ์การจัดการด้านการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา

เนื่องจากบริษัท ไทยดีมีด จำกัด ได้รับการอนุญาตให้ใช้สิทธิแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Licensing) จากสถาบันบริหารจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหิดลในการนำข้อมูลสูตรอาหารและงานวิจัยมาใช้ในการผลิตเชิงพาณิชย์ผ่านแผนธุรกิจของบริษัทฯ โดยมีการจัดทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ (Exclusive Licensing) กับสถาบันบริหารจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหิดล ภายใต้การตกลงเงื่อนไขและข้อจำกัดการใช้สิทธิต่างๆ เช่น อาณาเขตการใช้สิทธิ ระยะเวลาการใช้สิทธิ เป็นต้น และมีการชำระค่าตอบแทนแก่ผู้อนุญาต ได้แก่ ค่าสิทธิ (Royalty Fee) และค่าตอบแทนการใช้สิทธิ (Licensing Fee) โดยมีรายละเอียดดังรูปภาพที่ 4.1-4.3



ภาพที่ 4.1 แสดงแผนผังการขออนุญาตใช้สิทธิ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการขออนุญาตและจัดสรรผลประโยชน์ตามกระบวนการของสถาบันบริหารจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหิดล (Institute for Technology and Innovation Management)



ภาพที่ 4.2 ขั้นตอนการดำเนินงานถ่ายทอดเทคโนโลยี

ที่มา : สถาบันบริหารจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหิดล (2561)



ภาพที่ 4.3 ขั้นตอนการจัดสรรผลประโยชน์จากค่าตอบแทน

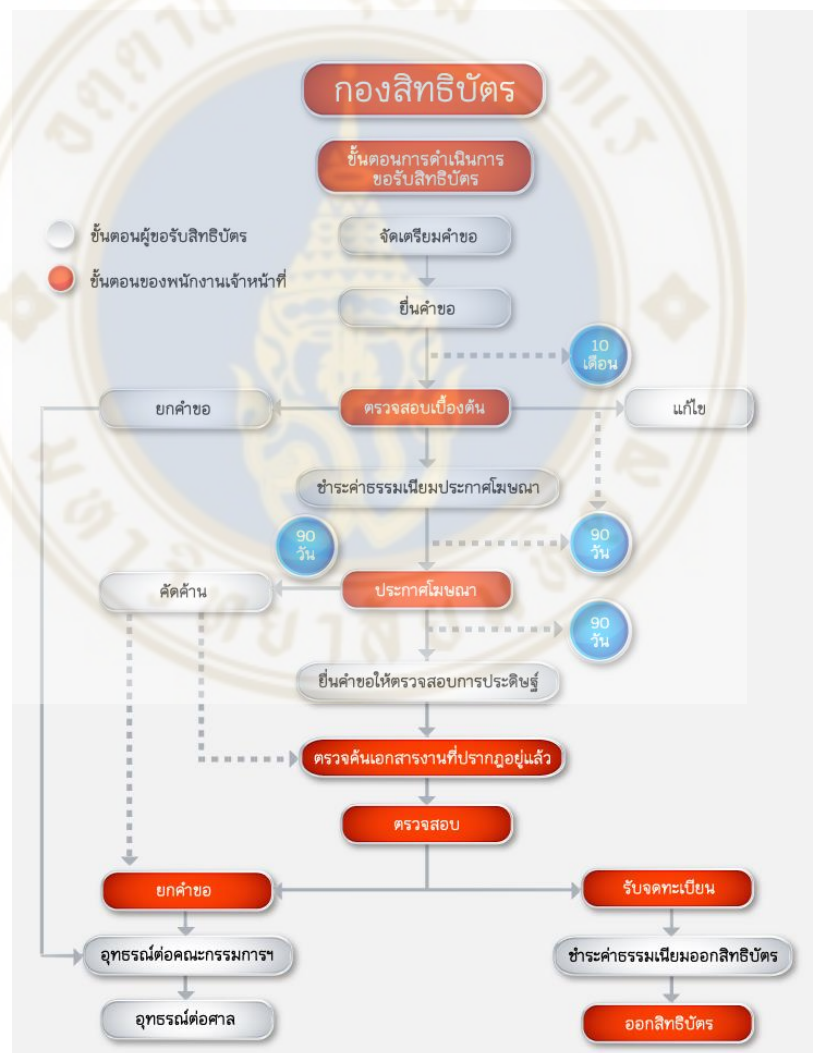
ที่มา : สถาบันบริหารจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหิดล (2561)

4.2.1 ประเภทของทรัพย์สินทางปัญญา

ทางบริษัท ไทยดีมีด จำกัด มีแผนในการจดทะเบียนสิทธิบัตร (Patent Application) และเครื่องหมายการค้า โดยใช้ตราสินค้าชื่อ Dee Meal Pudding เพื่อเป็นการคุ้มครองการประดิษฐ์ หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยมีสิทธิห้ามมิให้ผู้อื่นผลิต จำหน่าย ใช้ ผลิตภัณฑ์ที่ละเมิดสิทธิบัตร โดยมีอายุ 20 ปี นับตั้งแต่วันยื่นขอรับสิทธิบัตร (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2559)

4.2.2 การวางแผนด้านทรัพย์สินทางปัญญา

ในส่วนของสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้า ตราสินค้า มีขั้นตอนหรือแนวทางการขอ ความคุ้มครองหรือปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.4 แสดงขั้นตอนการดำเนินการขอสิทธิบัตร

ที่มา : กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2559

4.2.2.1 การยื่นคำขอรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์ จะต้องยื่นคำขอพร้อมทั้งชำระค่าธรรมเนียมเป็นเงิน 500 บาท ซึ่งคำขอจะต้องประกอบด้วย แบบพิมพ์คำขอรับสิทธิบัตร สป/สผ/อสป/001-ก รายละเอียดการประดิษฐ์ ที่มีหัวข้อครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนดข้อถือสิทธิ บทสรุปการประดิษฐ์ รูปเขียน และเอกสารอื่นๆ เช่น หนังสือโอนสิทธิ สัญญาการว่าจ้าง

4.2.2.2 เมื่อยื่นคำขอตามข้างต้นแล้ว ถ้ามีสิ่งบกพร่องที่พอจะแก้ไขได้ เจ้าหน้าที่จะแจ้งให้ผู้ขอหรือตัวแทนของผู้ขอทราบ เพื่อให้ทำการแก้ไขให้ถูกต้อง ทั้งนี้จะมีเงื่อนไขเวลาว่า จะต้องดำเนินการภายใน 90 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้ง หากดำเนินการไม่ทันก็สามารถขอผ่อนผันได้ หากพ้นระยะเวลาจะถือว่าผู้ขอละทิ้งคำขอ

4.2.2.3 ในการแก้ไขเพิ่มเติม ผู้ขอจะต้องใช้แบบ สป/สผ/อสป/003-ก ในการยื่นขอแก้ไขเพิ่มเติมพร้อมทั้งต้องชำระค่าธรรมเนียม

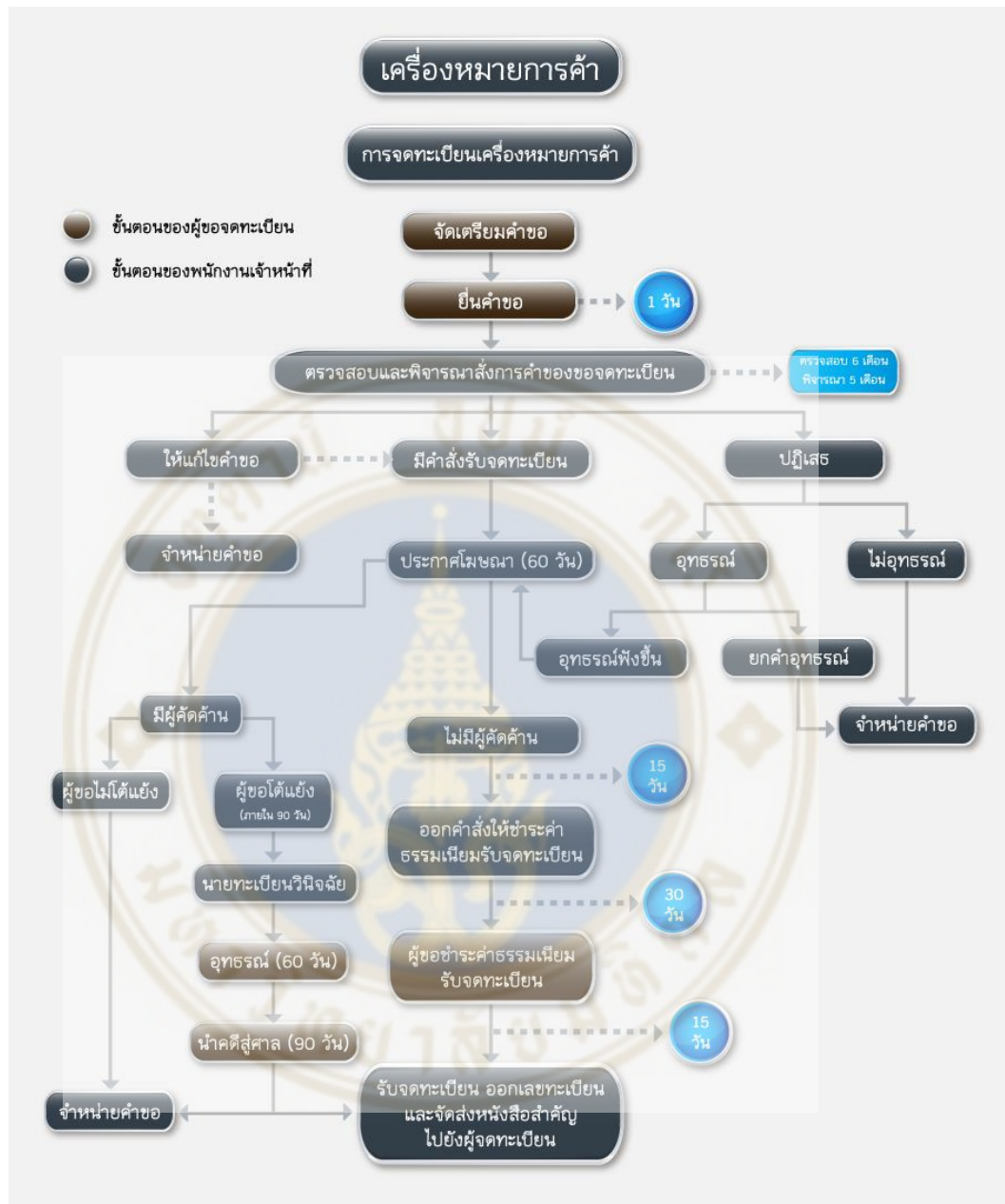
4.2.2.4 ในกรณีคำขอตามข้อแรกถูกต้องหรือได้แก้ไขถูกต้องตามข้อ 4.2.2.1.3 แล้ว เจ้าหน้าที่จะแจ้งให้ผู้ขอมาดำเนินการชำระค่าธรรมเนียมการประกาศโฆษณาเป็นเงิน 250 บาท โดยเจ้าหน้าที่จะแจ้งสองครั้ง ครั้งละ 60 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้ง หากพ้นระยะเวลาจะถือว่าผู้ขอละทิ้งคำขอ และให้จัดส่งคำขอรับสิทธิบัตรชุดล่าสุดอีกหนึ่งชุด พร้อมทั้งส่ง

คำแปลข้อถือสิทธิ บทสรุปการประดิษฐ์เป็นภาษาอังกฤษ ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้มีการคัดค้านกรณีที่มีผู้อื่นเห็นว่าสิ่งที่ยื่นขอสิทธิบัตรนั้นไม่เป็นไปตามเงื่อนไขของกฎหมาย หรือผู้ขอไม่ได้เป็นผู้ประดิษฐ์แอบเอาของผู้คัดค้านซึ่งเป็นผู้ประดิษฐ์มาจดทะเบียน

4.2.2.5 เมื่อประกาศโฆษณาแล้ว ผู้ขอต้องยื่นขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์ พร้อมทั้งชำระค่าธรรมเนียมเป็นเงิน 250 บาท โดยใช้แบบ สป/สผ/อสป/005-ก ภายใน 5 ปี นับตั้งแต่วันประกาศโฆษณา หากพ้นระยะเวลาจะถือว่าผู้ขอละทิ้งคำขอ

4.2.2.6 ภายหลังจากมีการขอให้ตรวจสอบแล้ว เจ้าหน้าที่จะทำการสืบค้นเอกสารว่า เคยมีสิ่งประดิษฐ์เดียวกันหรือคล้ายกันหรือไม่ (รวมทั้งตรวจค้นเอกสารจากต่างประเทศด้วย) ถ้าคำขอถูกต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดในกฎหมาย จะแจ้งให้ผู้ขอมาชำระค่าธรรมเนียมการรับจดทะเบียนเป็นเงิน 500 บาท และออกสิทธิบัตรให้ผู้ขอต่อไป หากไม่ถูกต้องจะยกคำขอต่อไป

4.2.3 เครื่องหมายการค้าและตราสินค้า



ภาพที่ 4.5 แสดงขั้นตอนการขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและตราสินค้า

ที่มา : กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2559

4.2.3.1 ขั้นตอนการตรวจค้น โดยก่อนยื่นคำขอจดทะเบียนผู้จดทะเบียนควรตรวจค้นเครื่องหมายของตนที่ประสงค์จะยื่นขอจดทะเบียนว่าเหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายของบุคคลอื่นที่จดทะเบียนไว้แล้วหรืออยู่ระหว่างขอจดทะเบียนหรือไม่ โดยตรวจค้นด้วยตนเองได้ที่กลุ่มบริการตรวจรับคำขอ ชั้น 3 กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ หรือ

ผ่านทางเว็บไซต์ www.ipthailand.go.th ทั้งนี้ต้องชำระค่าธรรมเนียม 100 บาท ต่อชั่วโมง อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ตาม เมื่อผู้จดทะเบียนยื่นคำขอจดทะเบียนแล้ว เจ้าหน้าที่ของสำนักเครื่องหมายการค้าจะดำเนินการตรวจสอบเครื่องหมายและพิจารณาคำขอจดทะเบียนโดยละเอียดอีกครั้งหนึ่ง

4.2.3.2 ขั้นตอนการยื่นคำขอจดทะเบียน โดยผู้จดทะเบียนยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง และเครื่องหมายร่วม โดยใช้แบบ ก.01 และแนบหลักฐานประกอบคำขอจดทะเบียนพร้อมทั้งชำระค่าธรรมเนียมสินค้า หรือบริการ อย่างละ 500 บาท ณ กลุ่มบริการตรวจรับคำขอ ชั้น 3 กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ หรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัด หรือโดยทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตอบรับ หรือทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ www.ipthailand.go.th

4.2.3.3 ขั้นตอนการตรวจสอบเบื้องต้น เจ้าหน้าที่ตรวจรับคำขอจะดำเนินการตรวจสอบคำขอจดทะเบียน หลักฐานประกอบคำขอจดทะเบียน และค่าธรรมเนียมว่าถูกต้องครบถ้วน หรือไม่ เพื่อให้เลขคำขอจดทะเบียนต่อไป

4.2.3.4 ขั้นตอนการตรวจสอบเครื่องหมายการค้า เจ้าหน้าที่ตรวจสอบและนายทะเบียนจะดำเนินการตรวจสอบโดยละเอียดว่าเครื่องหมายการค้าที่ยื่นขอจดทะเบียนนั้นเป็นเครื่องหมายการค้าอันพึงรับจดทะเบียนได้ตามที่กฎหมายกำหนดไว้หรือไม่ เมื่อได้ตรวจสอบแล้ว นายทะเบียนจะแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้จดทะเบียนทราบ สำหรับผลการพิจารณาของนายทะเบียนนั้น อาจแบ่งออกได้เป็น 4 กรณี ดังนี้ คือ รับจดทะเบียน ปฏิเสธไม่รับจดทะเบียนให้แก้ไขเปลี่ยนแปลง และให้ตกลงกัน

4.2.3.5 ขั้นตอนการประกาศโฆษณา หากนายทะเบียนพิจารณาแล้วเห็นว่าเครื่องหมายการค้าที่ขอจดทะเบียนนั้น สามารถที่จะรับจดทะเบียนได้ นายทะเบียนจะสั่งประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในหนังสือประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนทั้งนี้ การประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลที่ไม่เห็นด้วยหรืออาจเป็นผู้ได้รับผลกระทบจากคำสั่งรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของนายทะเบียนได้ยื่นคำคัดค้านต่อนายทะเบียน ทั้งนี้ ต้องคัดค้านภายใน 90 วัน นับตั้งแต่วันประกาศโฆษณาดังกล่าว ผลมีได้ 2 แบบคือ ไม่มีบุคคลยื่นคำคัดค้าน และมีบุคคลยื่นคำคัดค้าน

4.2.3.6 ขั้นตอนการคัดค้านสำหรับเหตุแห่งการคัดค้านนั้นกฎหมายได้กำหนดไว้ 3 กรณี ดังนี้ 1 ผู้คัดค้านเห็นว่าตนมีสิทธิในเครื่องหมายการค้าอันติดว่าผู้จดทะเบียน 2 ผู้คัดค้านเห็นว่าเครื่องหมายการค้ารายนั้น ไม่มีลักษณะอันพึงรับจดทะเบียน ได้ 3 ผู้คัดค้านเห็นว่า การขอจดทะเบียนรายนั้นไม่ถูกต้องตามกฎหมาย เช่น การรับจดทะเบียนโดยไม่ถูกต้องตาม

4.2.3.7 ขั้นตอนของกฎหมาย เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้คัดค้านจะต้องยื่นคำคัดค้าน ภายใน 90 วันนับแต่วันประกาศโฆษณาโดยใช้แบบ ก. 02 และแนบหลักฐานประกอบคำคัดค้าน พร้อมทั้งชำระค่าธรรมเนียม 1,000 บาท และเมื่อมีการคัดค้านเกิดขึ้น นายทะเบียนจะมีหนังสือแจ้งให้ผู้ขอจดทะเบียนทราบเพื่อยื่นคำโต้แย้งคำคัดค้าน (แบบ ก. 02) โดยต้องดำเนินการภายใน 90 วัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้ง มิฉะนั้น จะถือว่าผู้ขอจดทะเบียนละทิ้งคำขอจดทะเบียน ซึ่งมีผลทำให้ คำขอจดทะเบียนดังกล่าวถูกจำหน่ายออกจากสารบบจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ส่วนผลการ พิจารณาและวินิจฉัยคำคัดค้านของนายทะเบียน แบ่งออก ได้เป็น 2 กรณี ดังนี้ ยกคำคัดค้านและ ดำเนินการรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าต่อไป หรือ ระงับคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า นั้น อย่างไรก็ตาม ผู้ขอจดทะเบียนและผู้คัดค้านสามารถอุทธรณ์คำวินิจฉัยของนายทะเบียนต่อ คณะกรรมการเครื่องหมายการค้าได้ภายใน 90 วัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้ง โดยใช้แบบ ก. 03 นอกจากนี้เมื่อคณะกรรมการเครื่องหมายการค้าได้มีคำวินิจฉัยแล้วผู้ขอจดทะเบียนและผู้คัดค้าน สามารถอุทธรณ์คำวินิจฉัยของคณะกรรมการเครื่องหมายการค้าต่อศาลได้ภายใน 90 วันนับแต่วันที่ ได้รับหนังสือแจ้ง

4.2.3.8 ขั้นตอนการรับจดทะเบียน เมื่อคำขอจดทะเบียนเครื่องหมาย การค้ารายใดได้ผ่านขั้นตอนการตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่และการพิจารณาสั่งการของนายทะเบียน แล้วว่า เป็นเครื่องหมายการค้าอันพึงรับจดทะเบียนได้ จะเข้าสู่ขั้นตอนการประกาศโฆษณาคำขอจด ทะเบียน หากไม่มีบุคคลใดยื่นคำคัดค้าน หรือมีการยื่นคำคัดค้าน แต่ได้มีคำวินิจฉัย (ของนาย ทะเบียนหรือของคณะกรรมการเครื่องหมายการค้า) หรือคำพิพากษาหรือคำสั่งของศาลถึงที่สุดให้ เป็นเครื่องหมายการค้าอันพึงรับจดทะเบียนได้แล้ว นายทะเบียนจะมีหนังสือแจ้งให้ผู้ขอจดทะเบียน ชำระค่าธรรมเนียมรับจดทะเบียนภายใน 30 วันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้ง โดยให้ชำระ ค่าธรรมเนียมสินค้าหรือบริการ อย่างละ 300 บาท ณ กลุ่มบริการตรวจรับคำขอ ชั้น 3 สำนัก เครื่องหมายการค้ากรมทรัพย์สินทางปัญญา หรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัด หรือโดยทางไปรษณีย์ ลงทะเบียนตอบรับ หรือทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ www.ipthailand.go.th มิฉะนั้น จะถือว่าผู้ขอ จดทะเบียนละทิ้งคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (ที่มา : กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2559)



ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างเครื่องหมายการค้าบนผลิตภัณฑ์

4.2.4 ความลับทางการค้า

เนื่องจากการจ้างผลิตโดยบริษัท ไทยดีมีด จำกัด เป็นผู้ว่าจ้าง บริษัท สหพันธ์เซ็นจูรี จำกัด ในการผลิตอาหารทางเลือกสุขภาพ ประเภทธัญรีทอร์ต จึงมีการทำข้อตกลงในการทำสัญญา รักษาความลับทางการค้า เพื่อเป็นการคุ้มครองและปกป้องสูตรอาหารที่ใช้ในการผลิตให้เป็นความลับของบริษัท ไทยดีมีด จำกัด แต่เพียงผู้เดียว โดยมีบริษัท สหพันธ์เซ็นจูรี จำกัด ถือเป็นผู้ควบคุมความลับทางการค้า มีหน้าที่ดูแลรักษาความลับทางการค้าด้วย

4.3 แผนดำเนินการด้านการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาและทรัพยากร

ตารางที่ 4.1 แผนการดำเนินการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาจำแนกตามรายปี

กลยุทธ์ทรัพย์สินทางปัญญา	ปีที่				
	1	2	3	4	5
สิทธิบัตรการประดิษฐ์					
เครื่องหมายการค้า ตราสินค้า					
ความลับทางการค้า					

ตารางที่ 4.2 แผนการดำเนินการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาจำแนกตามรายเดือน

กลยุทธ์ทรัพย์สินทางปัญญา	เดือน											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
สิทธิบัตรการประดิษฐ์												
เครื่องหมายการค้า ตราสินค้า												
ความลับทางการค้า												

ตารางที่ 4.3 แผนงบประมาณตามกิจกรรมและเวลา

กลยุทธ์ทรัพย์สินทางปัญญา	ปีที่				
	1	2	3	4	5
สิทธิบัตรการประดิษฐ์	2,800 บาท (ค่าธรรมเนียมตั้งแต่ปีที่ 5-20 140,000 บาท)				
เครื่องหมายการค้า ตราสินค้า	3,600 บาท				
ความลับทางการค้า	-				

บทที่ 5

แผนกลยุทธ์ด้านการเงินและความเสี่ยง

แผนกลยุทธ์ด้านการเงินและความเสี่ยงเป็นการวางแผนการบริหารในส่วนของการเงินทั้งหมดของการจัดหาเงินทุน ตลอดจนการบริหารจัดการรายรับและรายจ่ายของบริษัท เพื่อให้สามารถดำเนินกิจการและประกอบธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดผลประกอบการที่ดีและทำให้ธุรกิจมีสภาพคล่องสูง สามารถจัดหาเงินทุนเพื่อใช้ดำเนินกิจการได้อย่างไร้ความกังวลและลดความเสี่ยงทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินกิจการ โดยแผนกลยุทธ์นี้จะอธิบายถึงสมมุติฐานทางการเงิน ประมาณการงบกระแสเงินสดจำแนกตามรายปี(5 ปี) การประเมินผลการเงินและสรุปผลประเมินโครงการลงทุน ความเสี่ยงและแนวทางการจัดการความเสี่ยง

5.1 สมมุติฐานทางการเงิน

5.1.1 สมมุติฐานด้านเงินทุน

บริษัท ไทยดีมีด จำกัด มีรูปแบบการดำเนินกิจการจากการทำตลาดผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบาก มีนโยบายจัดหาเงินลงทุนจากผู้ถือหุ้น โดยใช้เงินลงทุนเบื้องต้นประมาณ 2,000,000 บาท ประกอบด้วยเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เงินทุนหมุนเวียน และเงินสดสำรองเพื่อค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งบริษัทก่อนดำเนินการ โดยมีรายละเอียดเงินลงทุนดังตาราง 5.1.1

ตารางที่ 5.1 แสดงเงินลงทุนในการสินทรัพย์ถาวร เงินทุนหมุนเวียน และเงินสดสำรอง

	รายการ	มูลค่า
1	เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
1.1	ปรับปรุงอาคารสำนักงานและ โกดังสินค้า	400,000
1.2	อุปกรณ์สำนักงาน	123,190
1.3	ค่าจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	3,600
1.4	ค่าจดสิทธิบัตรการประดิษฐ์ Exclusive License	150,000
1.5	ค่าจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	10,000
	รวม	686,790
2	เงินลงทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	
2.1	การจดทะเบียนบริษัท	15,000
	รวม	15,000
	3.เงินทุนหมุนเวียน	1,298,210
	รวมมูลค่าการลงทุน	2,000,000

5.1.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

บริษัท ไทยคีมิล จำกัด ดำเนินการจัดหาเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นของกิจการประมาณ 100 เปอร์เซ็นต์ โดยมีรายละเอียดของแหล่งที่มาของเงินทุนดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มา	สัดส่วน	จำนวนเงิน
หุ้นสามัญ	100%	2,000,000
กู้ธนาคาร	0%	0
รวม	100%	2,000,000

บริษัทฯ มีนโยบายออกหุ้นสามัญจำนวน 40,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 50 บาท เพื่อใช้ในการระดมทุนของกิจการ โดยมีผู้ร่วมลงทุนทั้งสิ้น 3 คน คิดเป็นมูลค่า 2,000,000 บาท โดยมีรายละเอียดการถือหุ้นดังตาราง 5.3

ตารางที่ 5.3 แสดงรายละเอียดผู้ร่วมทุนของบริษัท ไทยดีมีด จำกัด

ลำดับ	ผู้ร่วมทุน	ราคาหุ้นละ (บาท)	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน
1	นางสาวกัญญา กุศลสินชัย	50	20,000	50%	1,000,000
2	นายวงศ์สิทธิ์ กุศลสินชัย	50	10,000	25%	500,000
3	นางสาววิไล กุศลสินชัย	50	10,000	25%	500,000
รวม			40,000	100%	2,000,000

5.1.3 สมมติฐานทางการเงิน

บริษัท ไทยดีมีด จำกัด มีการตั้งสมมติฐานทางการเงิน โดยมีรายละเอียดดังแสดงใน

ตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 แสดงสมมติฐานทางการเงิน

	รายการ	สมมติฐานทางการเงิน
1	หักค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	ไม่มีนโยบายขายเครื่องใช้สำนักงาน
2	หักค่าเสื่อมราคาอาคารสำนักงาน	ไม่มีนโยบายขายอาคารสำนักงาน
3	ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	ไม่มีนโยบายขายสินทรัพย์ไม่มีตัวตน
4	ค่าซาก	ไม่มีนโยบายค่าซาก
5	ให้เครดิตการชำระเงินให้แก่ลูกหนี้การค้า	30 วัน และไม่มีนโยบายค้างชำระ
6	ได้รับเครดิตการชำระเงินจากเจ้าหนี้การค้า	30 วัน และค้างชำระไม่เกินร้อยละ 20 ของยอดทั้งหมด
7	สินค้าคงคลังสำเร็จรูป	ร้อยละ 10 ต่อเดือน
8	อัตราเงินเฟ้อ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)	เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 ต่อปี
9	อัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเดือน	เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี โดยเพิ่มขึ้นในปีที่ 2 ของการทำงาน
10	อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล (กรมสรรพากร, 2561)	ร้อยละ 20 ต่อปี

ตารางที่ 5.4 แสดงสมมุติฐานทางการเงิน (ต่อ)

11	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวสำหรับลูกค้ารายย่อยชั้นดี (MRR) (ธนาคารออมสิน, 2561)	ร้อยละ 7 ต่อปี
12	นโยบายการจ่ายเงินปันผล	บริษัทมีนโยบายจ่ายเงินปันผลที่ร้อยละ 10 ส่วนอีกร้อยละ 90 บริษัทจะนำไปลงทุนในสินค้าและด้านการตลาดมากขึ้น โดยบริษัทจะจ่ายเงินปันผลเมื่อมีกำไรสุทธิมากกว่า 1 ล้านบาท
13	ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT)	ไม่มีการคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่ม
14	เงินทุนหมุนเวียน	ไม่มีเปลี่ยนแปลงระหว่างการลงทุนใน 5 ปี
15	ค่าความผันผวนของตลาด (β)	1.2 โดยคิดจากสูตรของ Hamada
16	โบนัสพนักงาน	มีนโยบายเริ่มจ่ายโบนัสให้กับพนักงานในปีที่ 4 โดยกำหนดว่าต้องทำงานมาไม่ต่ำกว่า 8 เดือน
17	อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity)	ร้อยละ 11.5
18	ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก WACC	ร้อยละ 10 เนื่องจากไม่ได้มีการกู้เงินจากธนาคาร
19	ค่ารับจ้างเหมาการผลิต	หน่วยละ 22 บาท โดยครอบคลุมค่าวัตถุดิบ ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายแปรสภาพ และค่าขนส่ง
20	อัตราการเติบโตทางการตลาด	มีการคาดการณ์การเติบโตของตลาดอาหาร-พร้อมรับประทานปี 2561-2565 อยู่ที่ประมาณ 160%
21	ราคาขายต่อหน่วย	คิดราคาเพิ่มจากต้นทุนประมาณร้อยละ 80 เท่ากับ 40 บาท
22	ค่า Exclusive Licensing Fee	150,000 บาท

ตารางที่ 5.4 แสดงสมมุติฐานทางการเงิน (ต่อ)

23	ค่า Royalty Fee (ต่อปี)	5 % ของยอดขาย
24	ค่าสมทบเงินประกันสังคม	750 บาทต่อคน กรณีที่พนักงานมีเงินเดือนมากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป
25	ค่ารับจ้างเหมาตรวจสอบบัญชี	1,500 บาทต่อเดือน

5.1.4 การประมาณการรายได้

บริษัท ไทยดีมีล จำกัด มีช่องทางในการทำตลาดในช่วงเริ่มต้นจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบ B2B โดยจะเริ่มจำหน่ายตั้งแต่ปีที่ 1 โดยมีราคาขายของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบาก อยู่ที่ 40 บาทต่อ 1 ถug โดยในช่วง ของปีที่ 1 จะเริ่มจำหน่ายได้เดือนละ 2,400 ถug โดยประมาณการณ์จากจำนวนผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบากที่มารักษาที่โรงพยาบาลศิริราช เฉลี่ย 100 คน ต่อวัน โดยคาดการณ์ว่าผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบากร้อยละ 80 ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบากบริโภคเฉลี่ยเดือนละ 30 ถugต่อคน ทำให้สามารถจำหน่ายได้เดือนละ 2,400 ถug และยอดขายเติบโตขึ้นในปีที่ 2 มียอดขายเฉลี่ยเดือนละ 7,200 ถug และปีที่ 3 มียอดขายเฉลี่ยเดือนละ 11,520 ถug ปีที่ 4 มียอดขายเฉลี่ยเดือนละ 18,432 ถug และในปีที่ 5 มียอดขายเฉลี่ยเดือนละ 29,491 ถug โดยประมาณการณ์จากจำนวนผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบากต่อโรงพยาบาล ในปีที่ 1 เริ่มต้นขายที่ร้านฉลาดคิด โรงพยาบาลศิริราช และปีที่ 2-5 เริ่มจำหน่าย ในร้านขายของเพื่อสุขภาพภายในโรงพยาบาลในเครือมหาวิทยาลัยมหิดล, ศูนย์ดูแลผู้ป่วยและคนชรา, สถานพักฟื้นผู้ป่วยฯ โดยมีอัตราการเติบโตแบบคงที่ ปีละ 2 แห่ง เนื่องจากการนำผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบาก เข้าไปจำหน่าย ในร้านขายของเพื่อสุขภาพภายในโรงพยาบาลในเครือมหาวิทยาลัยมหิดล, ศูนย์ดูแลผู้ป่วยและคนชรา, สถานพักฟื้นผู้ป่วยฯ มีความจำเป็นต้องผ่านการทดสอบและรับรองจากองค์กรนั้นๆ เพื่อความปลอดภัยของผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบากที่จะเป็นผู้บริโภค และมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจโดยทีมสถานส่งเสริมงานวิจัย คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล นำโดยหัวหน้าโครงการ นายแพทย์ ภัทร มยุระสาคร อาจารย์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลเป็นผู้ให้ความรู้ความเข้าใจด้านผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ที่มีภาวะการกลืนลำบากโดยมีรายละเอียดการประมาณการรายได้ดังตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.5 แสดงการประมาณการรายได้ปีที่ 1 ถึง ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ราคาขาย (บาท)	40	40	40	40	40
จำนวนขาย (ถุง)	28,800	86,400	138,240	221,184	353,894
รายได้จากการขาย(บาท)	1,152,000	3,456,000	5,529,600	8,847,360	14,155,776
หักค่า Royalty Fee (5%)	57,600	172,800	276,480	442,368	707,789
รวมรายได้จากการขาย (บาท)	1,094,400	3,283,200	5,253,120	8,404,992	13,447,987

5.1.5 การประมาณการณ์ต้นทุน

บริษัท ไทยดีมีล จำกัด มีต้นทุนการผลิตจากการโรงงานรับผลิตอาหารภายนอก คือ บริษัท สหพันธ์ เซ็นจูรี จำกัด โดยทางบริษัทผู้รับจ้างเหมาการผลิตได้จัดทำตั้งแต่กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และกระบวนการขนส่งสินค้ามายังคลังสินค้าเพื่อรอจำหน่าย โดยมีรายละเอียดต้นทุนการผลิตดังตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5.6 แสดงการประมาณการต้นทุนปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

รายการ	ประมาณการต้นทุน				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ปริมาณขอการสั่งซื้อสินค้า (ถุง)	28,800	86,400	138,240	221,184	353,894
ราคาค่าต้นทุนการผลิต (บาท)	22	22	22	22	22
รวม	633,600	1,900,800	3,041,280	4,866,048	7,785,677

5.1.6 การประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

บริษัท ไทยดีมีล จำกัด มีการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจากค่าใช้จ่ายภายในสำนักงาน ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และค่าใช้จ่ายทางการตลาด ตลอดระยะเวลา 5 ปีของการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดแสดงการประมาณค่าใช้จ่ายดังตารางที่ 5.7 ถึงตารางที่ 5.9

ตารางที่ 5.7 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายสำนักงานปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

รายการ	ราคา (เดือน)	ราคา(ปี)				
		ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน	-	50,000	-	-	-	-
ค่าไฟ	2,000	24,000	24,720	25,462	26,225	27,012
ค่าน้ำ	450	5,400	5,562	5,729	5,901	6,078
ค่าอินเทอร์เน็ต	600	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200
ค่าโทรศัพท์	2,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
ค่าแม่บ้านสำนักงาน	10,000	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
		0	0	0	0	0
ค่าอุปกรณ์สำนักงานเบ็ดเตล็ด	1,500	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
รวม	16,550	248,60	199,48	200,39	201,32	202,29
		0	2	0	6	0

จากตารางที่ 5.7 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงานสูงในปีที่ 1 เนื่องจากการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรของกิจการ (การปรับปรุงสำนักงาน) และมีค่าใช้จ่ายสำนักงาน ได้แก่ ค่าแม่บ้านสำนักงาน ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ และค่าอุปกรณ์สำนักงานเบ็ดเตล็ด ประมาณการค่าใช้จ่ายคงที่ตลอด 5 ปี ค่าน้ำและค่าไฟสูงขึ้นปีละ 3 %

ตารางที่ 5.8 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายในการบริหารปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนบุคลากร	828,000	828,000	869,400	1,674,54	1,765,82
				0	7
เงินค่าประกันสังคม	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000
เงินโบนัส	-	-	-	63,473	67,276
ค่าตรวจสอบบัญชี (outsorce)	18,000	25,200	35,280	49,392	69,149
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	248,600	199,482	200,390	201,326	202,290
รวม	1,139,600	1,097,68	1,150,07	2,033,73	2,149,54
		2	0	1	2

จากตารางที่ 5.8 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารโดยคิดจากเงินเดือนบุคลากร เงินสมทบประกันสังคม เงินโบนัส ค่าใช้จ่ายสำนักงาน โดยเงินเดือนบุคลากรปรับขึ้นปีที่ 3 เป็นต้นไป ปีละ 5% และค่าตรวจสอบบัญชี มีอัตราเพิ่มขึ้นปีละ 40 % โดยคำนวณอัตราค่าตรวจสอบบัญชีจากรายได้ของบริษัทฯ

ตารางที่ 5.9 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการขาย ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายการประชาสัมพันธ์ผ่านโรงพยาบาล	10,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวสินค้า, จัดกิจกรรม	20,000	40,000	40,000	40,000	40,000
ค่าใช้จ่ายในการทำแผ่นพับและโปสเตอร์	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ค่าใช้จ่ายในการออกบูธแนะนำผลิตภัณฑ์	10,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ค่าใช้จ่ายโปรแกรมส่งเสริมการขาย (สินค้าตัวอย่าง, ของแถม)	30,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (เฟสบุ๊ก, ไลน์ออฟฟิเชียล ฯลฯ)	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
ค่าใช้จ่ายตัวแทนการขาย (Personal Selling)	36,000	54,000	81,000	121,500	182,250
รวม	176,000	264,000	291,000	331,500	392,250

จากตารางที่ 5.9 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการขายโดยเริ่มจากการประชาสัมพันธ์ผ่านโรงพยาบาลโดยใช้แผ่นพับและโปสเตอร์ การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ในปีที่ 1-5 โดยการจัดกิจกรรม และการออกบูธแนะนำผลิตภัณฑ์ตามโรงพยาบาลและสถานพักฟื้นผู้ป่วยและคนชรา การแจกสินค้าตัวอย่าง และการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ คือเฟสบุ๊ก และไลน์ออฟฟิเชียล ตลอดระยะเวลา 5 ปี เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้าง เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เป็นสินค้าใหม่สำหรับผู้บริโภค

5.2 ประมาณการงบการเงิน

5.2.1 แผนการเงินประเภทงบกำไรขาดทุน (Income Statement)

ตารางที่ 5.10 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า	1,094,400	3,283,200	5,253,120	8,404,992	13,447,987
หัก-ต้นทุนสินค้า	(633,600)	(1,900,800)	(3,041,280)	(4,866,048)	(7,785,677)
หัก-ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร	-	-	-	-	-
กำไรขั้นต้น	460,800	1,382,400	2,211,840	3,538,944	5,662,310
หัก-ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(1,139,600)	(1,097,682)	(1,150,070)	(2,033,731)	(2,149,542)
หัก-ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการขาย	(176,000)	(264,000)	(291,000)	(331,500)	(392,250)
หัก-ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย	-	-	-	-	-
กำไรจากการดำเนินการ	(854,800)	20,718	770,770	1,173,713	3,120,519
หัก-ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	(854,800)	20,718	770,770	1,173,713	3,120,519
หัก-ภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	(4,144)	(154,154)	(234,743)	(624,104)
กำไรสุทธิ	(854,800)	16,574	616,616	938,971	2,496,415
หัก-เงินปันผลจ่าย	-	-	-	(93,897)	(249,641)
กำไรหลังจ่ายเงินปันผล	(854,800)	16,574	616,616	845,074	2,246,773
กำไรสะสม	(854,800)	(838,226)	(221,610)	623,464	2,870,237

จากตารางที่ 5.10 บริษัทฯ เริ่มมีกำไรสะสมเมื่อสิ้นสุดปีที่ 3 และเมื่อสิ้นสุดปีที่ 4 กำไรสุทธิจะถึงเกณฑ์สมมุติฐานการเงินที่บริษัทจะจ่ายเงินปันผล 10% เมื่อมีกำไรสุทธิมากกว่า 1 ล้านบาท แก่ผู้ถือหุ้นในปีถัดไป และเมื่อสิ้นสุดปีที่ 5 บริษัทจะมีกำไรสะสม 2,870,237 บาท

5.2.2 แผนการเงินประเภทงบกระแสเงินสด (Statement of Cash Flow)

ตารางที่ 5.11 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไรสุทธิ	-	(854,800)	16,574	616,616	938,971	2,496,415
เข้าหนี้การค้า	-	126,720	380,160	608,256	973,210	1,557,135
ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	-	(63,360)	(190,080)	(304,128)	(486,605)	(778,568)
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-	-
ภาษีนิติบุคคล	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานรวม	-	(791,440)	206,654	920,744	1,425,575	3,274,982
กระแสเงินสดจากการลงทุน						
เงินทุนในสินทรัพย์ถาวร	(686,790)	-	-	-	-	-
เงินลงทุนก่อนการดำเนินงาน	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม	(686,790)	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน						
เงินสดจากการกู้ยืมธนาคาร	-	-	-	-	-	-
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	2,000,000	-	-	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-	-	(93,897)	(249,641)
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม	2,000,000	-	-	-	(93,897)	(249,641)
กระแสเงินสดสุทธิ	1,313,210	(791,440)	206,654	920,744	1,331,678	3,025,341
กระแสเงินสดต้นงวด	-	1,313,210	521,770	728,424	1,649,168	2,980,846
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	1,313,210	521,770	728,424	1,649,168	2,980,846	6,006,187

จากตารางที่ 5.11 เข้าหนี้การค้าประมาณการจากสมมุติฐานทางการเงินที่บริษัทฯ มีนโยบายได้รับเครดิตชำระหนี้จากเจ้าหนี้การค้า 30 วัน และสามารถมียอดค้างชำระได้ไม่เกินร้อยละ 20 ของยอดทั้งหมด และมีสินค้าคงคลังร้อยละ 10 ต่อเดือน

5.2.3 แผนการเงินประเภทงบแสดงฐานะทางการเงิน (Financial Statement)

ตารางที่ 5.12 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและเงินสดในธนาคาร	1,313,210	521,770	728,424	1,649,168	2,980,846	6,006,187
ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	-	63,360	253,440	557,568	1,044,173	1,822,740
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,313,210	585,130	981,864	2,206,736	4,025,019	7,828,928
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
สินทรัพย์ถาวร	686,790	686,790	686,790	686,790	686,790	686,790
ค่าเสื่อมราคาสะสมเครื่องจักร	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	-	-	-	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	686,790	686,790	686,790	686,790	686,790	686,790
รวมสินทรัพย์	2,000,000	1,271,920	1,668,654	2,893,526	4,711,809	8,515,718
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เงินกู้ระยะสั้น	-	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	126,720	506,880	1,115,136	2,088,346	3,645,481
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	126,720	506,880	1,115,136	2,088,346	3,645,481
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	126,720	506,880	1,115,136	2,088,346	3,645,481

ตารางที่ 5.12 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5 (ต่อ)

ทุนหุ้นสามัญ	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
กำไรสะสม	-	(854,800)	(838,226)	(221,610)	623,464	2,870,237
รวมส่วนของผู้อถือหุ้น	2,000,000	1,145,200	1,161,774	1,778,390	2,623,464	4,870,237
รวมหนี้สินและส่วนของผู้อถือหุ้น	2,000,000	1,271,920	1,668,654	2,893,526	4,711,809	8,515,718

5.3 การประเมินผลการเงินและสรุปผลประเมินโครงการลงทุน

5.3.1 การวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนโครงการระยะเวลา 5 ปี

ตารางที่ 5.13 แสดงผลตอบแทนการลงทุนสำหรับผลิตภัณฑ์ Dee Meal Pudding

รายการ	ความหมาย	มูลค่าที่คำนวณได้
ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Average Cost of Capital : WACC)	ค่าเฉลี่ยของต้นทุนหลังหักภาษีของแหล่งเงินทุนต่างๆของบริษัท	10.00%
มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value : NPV)	ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ (จ่าย) สุทธิตลอดอายุโครงการ	2,463,469.85 บาท
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)	ผลตอบแทนระหว่างกระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุโครงการและจำนวนเงินเชื่อ	45.00%
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน โดยการฝากประจำ 5 ปี	อัตราผลตอบแทนดอกเบี้ย 1.88% จากเงินฝากประจำ 5 ปี : ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์(2562)	195,202.94 บาท
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด	3 ปี 2 เดือน
ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมดโดยคิดเป็นมูลค่าปัจจุบัน	3 ปี 9 เดือน

จากตารางที่ 5.13 สามารถวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนในโครงการได้จากมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ ซึ่งมีมูลค่าเป็นบวก คือ 2,463,469.85 บาท โดยใช้ อัตราการคิดลด (Discount Rate) จากต้นทุนทางการเงินถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของกิจการ (WACC : Weighted Average Cost of Capital) เนื่องจากทางบริษัทยังไม่มีนโยบายการกู้เงินเพิ่มจากแหล่งอื่นในช่วง 5 ปีแรก โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{WACC} &= w_d k_d (1-T) + w_e k_e \\ &= (0)(7\%)(1-20\%) + (1)(10\%) \\ &= 0\% + 10\% \\ &= 10\% \end{aligned}$$

โดย

$$\begin{aligned} w_d &= \text{สัดส่วนของหนี้สิน} \\ k_d &= \text{อัตราผลตอบแทนที่เจ้าหนี้ต้องการหรืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้} \\ T &= \text{อัตรารายได้เงินได้นิติบุคคล 20 \%} \\ w_e &= \text{สัดส่วนของผู้ถือหุ้น} \\ k_e &= \text{อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity)} \end{aligned}$$

การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity) ด้วยวิธี CAPM (William F. Shape, 1964) โดยใช้ค่า Risk Free Rate หาได้จากการนำอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปี มาเฉลี่ย Market Return หาจาก Market Cap ในตลาดหุ้นย้อนหลัง 3 ปี โดยกำหนดค่าเบต้า มีค่าเท่ากับ 1 จากสูตรของ Hamada โดยสามารถคำนวณดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \beta(L) &= \beta(U) [1+(1-T) (D/E)] \\ &= 1 [1+(1-0.2)(0)] \\ &= 1 \end{aligned}$$

โดย

$$\begin{aligned} T &= \text{อัตรารายได้เงินได้นิติบุคคล} \\ D &= \text{สัดส่วนของหนี้} \\ E &= \text{สัดส่วนของทุน} \end{aligned}$$

การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น

$$\begin{aligned} k_e &= R_f + (R_m - R_f) bL \\ &= 2.28\% + (10\% - 2.28\%) (1) \end{aligned}$$

= 10%

ดังนั้น จะได้ค่าเบต้าเท่ากับ 1 และอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 10% อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) คำนวณจาก Free Cash Flow ที่ประมาณการโดยสมมุติฐานเดียวกันกับการวิเคราะห์มูลค่าโครงการปัจจุบัน (NPV) ซึ่งพบว่ามีความ IRR เท่ากับ 45% เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับการลงทุนโดยการฝากประจำ 5 ปี กับธนาคารพาณิชย์ ที่อัตราดอกเบี้ยฝากประจำ 5 ปี เท่ากับ 1.88% จากเงินลง 2,000,000 บาท จะได้ผลตอบแทน เท่ากับ 195,202.94 บาท

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) จากข้อมูลประมาณการแผนการเงิน พบว่าบริษัทฯ สามารถดำเนินกิจการและคืนทุนได้ในระยะเวลา 3 ปี 2 เดือน ในขณะที่ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period) ที่พิจารณาเพื่อลดจุดอ่อนของการวิเคราะห์ที่ไม่ได้คำนึงถึงค่าของเงินตามกาลเวลาโดยใช้อัตราคิดลดตาม WACC พบว่าบริษัทฯ สามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 3 ปี 9 เดือน แสดงว่าผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

5.4 ความเสี่ยงและแนวทางการจัดการความเสี่ยง

ในการดำเนินธุรกิจใดนั้น สามารถมีการเกิดเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา อาจเนื่องมาจากเหตุการณ์ทั้งภายนอกและภายในบริษัทเอง ซึ่งอาจจะทำให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้เกิดผลกระทบต่อดังกล่าวได้ ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น บริษัทฯ ควรที่จะมีแผนการจัดการความเสี่ยงและแนวทางการรองรับความเสี่ยงไว้เพื่อปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น โดยบริษัทได้มีการประเมินความเสี่ยงและได้สรุปประเด็นความเสี่ยงของบริษัทฯ โดยสามารถจำแนกความเสี่ยงออกเป็นหัวข้อหลักๆ ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)
2. ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)
3. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)
4. ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)

ตารางที่ 5.14 แสดงความเสี่ยงและแนวทางแก้ไข

ความเสี่ยง	ผลกระทบ		ความเร่งด่วน			แนวทางการแก้ไข
	สูง	ต่ำ	มาก	ปานกลาง	น้อย	
ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operation Risk)						
คุณภาพของสินค้า	✓		✓			ตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานของโรงงาน รับจ้างเหมาผลิต ต้องได้รับการรับรอง ISO GMP และ HACCP
การขนส่งผลิตภัณฑ์	✓		✓			ตรวจสอบคุณภาพรถส่งสินค้าของบริษัท ผู้รับเหมาส่งสินค้า และคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์หลังจากการขนส่งทุกครั้ง
ทรัพย์สินทางปัญญา	✓		✓			ตรวจสอบการละเมิดหรือลักลอบการผลิต สินค้าเลียนแบบ พร้อมใช้กฎหมายรองรับ
ผลกระทบจากการใช้ผลิตภัณฑ์	✓			✓		รับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ และมีแนวทางในการชี้แจงและแก้ไข
ความเสี่ยงด้านการตลาด (Marketing Risk)						
การเข้าถึงกลุ่มลูกค้า	✓			✓		เลือกสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อย่าง เหมาะสม ทั้งสถานที่และโอกาส
ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย	✓		✓			จัดทำโปรโมชันส่งเสริมการขายและจัด กิจกรรมทางการตลาด(Event Marketing)
ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)						
สภาพคล่องทางการเงิน	✓		✓			นำเสนอและขอเงินทุนสนับสนุนจาก หน่วยงานภาครัฐ เช่น NIA, TED FUND
ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulations Risk)						
การยื่นจดทะเบียนผลิตภัณฑ์	✓		✓			ขอคำแนะนำและความรู้ในการยื่นจด ทะเบียนผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญ

จากตารางที่ 5.14 บริษัทฯ ได้วิเคราะห์ความเสี่ยงของการดำเนินกิจการ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน ความเสี่ยงด้านการตลาด ความเสี่ยงด้านการเงิน และความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ โดยได้วิเคราะห์ถึงปัจจัยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ระดับผลกระทบ ความเร่งด่วนในการแก้ปัญหา และแนวทางในการแก้ไขปัญหา

5.4.1 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน

1. คุณภาพของสินค้า เนื่องจากเป็นการจ้างผลิต ดังนั้นเพื่อให้เกิดความมั่นใจในมาตรฐานของสินค้า ทางบริษัทฯ จึงเลือกโรงงานรับจ้างผลิตที่ได้รับรองมาตรฐานสากลและเป็นบริษัทที่มีความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีการผลิต
2. การขนส่งสินค้า ทางบริษัทฯ เลือกใช้บริษัทขนส่งที่มีคุณภาพและรับประกันสินค้าตลอดกระบวนการขนส่ง เพื่อสร้างความปลอดภัยให้กับสินค้าในกรณีชำรุดและสูญหาย
3. ด้านทรัพย์สินทางปัญญา บริษัทฯ ได้จดสิทธิบัตรและมีการตรวจสอบการละเมิดหรือลักลอบผลิตสินค้าเลียนแบบที่ด้อยมาตรฐาน เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการบริโภค
4. ด้านผลกระทบจากการใช้ผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ ได้มีแนวทางการแก้ไขปัญหาโดยการจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้เรื่องโภชนาการอาหารสำหรับผู้สูงอายุและทำการอบรมพนักงานเพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า

5.4.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด

1. การเข้าถึงลูกค้า บริษัทฯ ได้เลือกประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายโดยเลือกการจัดกิจกรรมทางการตลาดกับโรงพยาบาล ให้ความรู้ผลิตภัณฑ์และประชาสัมพันธ์ข้อมูล แจกแผ่นพับโปสเตอร์ แจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักผลิตภัณฑ์
2. ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมาย บริษัทฯ เลือกใช้โปรแกรมส่งเสริมการขายและสื่อมวลชนสัมพันธ์ในการช่วยกระตุ้นยอดขาย เพื่อให้ยอดขายเป็นไปตามเป้าหมายหรือมากกว่า นอกจากนี้ยังมีการออกบูธตามโรงพยาบาล เพื่อสร้างการจดจำให้เกิดการซื้อซ้ำ
3. ทำการประเมินและ พิจารณาช่องทางการจัดจำหน่ายว่า สามารถกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคได้ในอัตราเท่าใด เกิดการซื้อสินค้าซ้ำ หรือไม่
4. มีการพัฒนาการบริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง มีการจัดการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) เพื่อให้จดจำผลิตภัณฑ์ของเราได้ และถือเป็นการสร้างความจงรักภักดีในการใช้สินค้า

5.4.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

บริษัท ไทยดีมีล จำกัด มีเงินลงทุนในเฉพาะส่วนจากผู้ถือหุ้น และไม่มีภาระหนี้สินจากธนาคาร ดังนั้นจึงไม่มีภาระหนี้สินและดอกเบี้ยในส่วนที่จะต้องจ่ายให้แก่ธนาคารในภายหลัง ทำให้ความเสี่ยงทางการเงินจึงมีจำกัด บริษัทฯ มีแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาสภาพคล่องทาง

การเงิน โดยนำเสนอข้อมูลโครงการและขอทุนสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ เช่น NIA TED FUND เป็นต้น เพื่อเป็นทุนสำรองในการดำเนินการ

5.4.4 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจอยู่ภายใต้กฎหมายและนโยบายของรัฐอย่างเคร่งครัดและดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและถูกต้องตามกฎหมายทุกประการ ดังนั้นมีแผนยื่นขอจดทะเบียนผลิตภัณฑ์โดยปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้สามารถจดทะเบียนได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายและเป็นไปตามกรอบเวลาที่วางไว้



บรรณานุกรม

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2559). สิทธิและสวัสดิการผู้สูงอายุ. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://www.dop.go.th/th/benefits/3/765>
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2559). สิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://www.ipthailand.go.th/th/patent-001.html>
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2559). เครื่องหมายการค้า. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://www.ipthailand.go.th/th/trademark-001.html>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2561). คาดปี 61 อุตสาหกรรมอาหารขยายตัว 7%. สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2561, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/784847>
- คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. (2560). การประเมินภาวะการกลืน สืบค้นเมื่อ 21 สิงหาคม 2561 จาก http://www.ns.mahidol.ac.th/english/th/ns_academic/56/08/devour.html
- โชติกา ชุ่มมี, (2560). ส่งเทรนด์บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มโลก...ออกแบบอย่างไรให้โดนใจผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2561, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/4146>
- โชติกา ชุ่มมี, (2561). “Lab-grown foods ... ได้เวลาทำความรู้จักกับอาหารแห่งอนาคตกันแล้ว”. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2561, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/4725>
- โชติกา ชุ่มมี, (2561). อุตสาหกรรมอาหารแห่งอนาคต...จุดเปลี่ยนและโอกาสของไทยไม่ไกลเกินเอื้อม. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2561, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/5057>
- ไทยรัฐ. (21 พ.ย. 2558). ภาวะ"สำคัญอาหาร" เสี่ยงเสียชีวิต...ในผู้สูงอายุ. สืบค้นเมื่อ 19 สิงหาคม 2561 จาก <https://www.thairath.co.th/content/540734>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2555). มะเร็งช่องปาก'คิด 1 ใน 10 ที่พบในคนไทยป่วย เป็นที่ลึ้นมากที่สุด. สืบค้นเมื่อ 19 สิงหาคม 2561 จาก <https://www.thairath.co.th/content/3147030>
- ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์. (2562). อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2562, จาก <https://www.lhbank.co.th/Rate/Deposit/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ประกาศกระทรวงสาธารณสุข. (2559). อาหารที่ต้องแสดงฉลากโภชนาการ และค่าพลังงาน น้ำตาล ไขมันและโซเดียมแบบจีดีเอ. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2561. จาก <http://food.fda.moph.go.th/law/data/act/LawP0105.pdf>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2561). อุตสาหกรรมอาหารอาเซียน โต หนุนผู้ประกอบการบุกประเทศเพื่อนบ้าน. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.prachachat.net/marketing/news-231995>
- ปิยะภัทร เดชพระธรรม, (2556). ปัญหาการกลืนในผู้สูงอายุ. เวชศาสตร์พื้นฟูสาร 23(3): 73-80.
- พริมา อัครยุทธ. (2558). 5 เทรนด์อาหารและเครื่องดื่มที่กำลังมาแรงและน่าจับตามองในอนาคต. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2561, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/1277>
- ภาวิน เกษกุล. (2561). วันนี้คุณกลืนได้ปกติหรือยัง?. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2561, จาก http://www.si.mahidol.ac.th/sidoctor/e-pl/admin/article_files/837_1.pdf
- มูลนิธิทันตนวัตกรรม ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2559) โครงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมอาหารสำหรับผู้ป่วยมะเร็งช่องปาก. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2561 จาก <http://www.dent-in-found.org/newdesign/research/detail?p=7>
- โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต (2561). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับมะเร็ง. สืบค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2561, จาก <https://www.phukethospital.com/th/ศูนย์มะเร็ง/cancer/>
- โรงพยาบาลพญาไท ศรีราชา. (2559). กลืนลำบาก ทืดคอ. สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2561, จาก <http://www.phyathai-sriracha.com/pytsweb/index.php?page=modules/knowledgepage&knowid=221>
- ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร. (2559). ตลาดอาหารพร้อมรับประทานในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2561, จาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=124>
- ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร. (2560). ตลาดอาหารสำเร็จรูปเพื่อสุขภาพ. สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2561, จาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=163>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร. (2561). อุตสาหกรรมสารสนเทศธรรมชาติ. สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2561, จาก http://fic.nfi.or.th/foodindustry_ceo_view.php?smid=1731
- ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร. (2561). ตลาดอาหารและเครื่องคั้นเพื่อสุขภาพในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2561, จาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=196>
- สถาบันบริหารจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยมหิดล (2562). งานถ่ายทอดเทคโนโลยีเชิงพาณิชย์ สืบค้น เมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://int.mahidol.ac.th/ip-utilization/>
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2561). จำนวนประชากรไทย. สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2561, จาก <http://www.thailandometers.mahidol.ac.th/>
- สุทธภา อมรวิวัฒน์, (2555). เจาะเทรนด์การบริโภคของ ASEAN. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2561, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/672>
- สุทธิรัตน์ รักษิตร์, (2559). โอกาสของอาหารและเครื่องคั้นเพื่อสุขภาพ. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2561, จาก <https://www.posttoday.com/finance/invest/427460>
- สำนักงานประกันสังคม. (2561). ข้อมูลเงินสมทบประกันสังคม. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2561, จาก https://www.sso.go.th/wpr/assets/upload/files_storage/sso_th/fc8ed1a74f5f8df51a76e3693a9b0fc8.pdf
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2561). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมยา สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2561, จาก http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/IndustBasicKnowledge/Master_1.pdf
- สำนักมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2561). องค์กร/กฎระเบียบความปลอดภัยอาหารของไทย และต่างประเทศ สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2561, จาก http://www.acfs.go.th/foodsafety/foodsafety_org_regulations.php

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Buhr, G., & Bales, C. W. (2009). Nutritional Supplements for Older Adults: Review and Recommendations—Part I. *Journal of Nutrition For the Elderly*, 28(1), 5-29.
- Holloszy, J. O., & Roberts, S. B. (1995). Effects of Aging on Energy Requirements and the Control of Food Intake in Men. *The Journals of Gerontology: Series A*, 50A(Special_Issue), 101-106.
- International Dysphagia Diet Standardisation initiative. (2016) IDDSI Framework. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2562 จาก <https://iddsi.org/framework/>
- International Dysphagia Diet Standardisation initiative. (2016) IDDSI Testing Method. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2562 จาก <https://iddsi.org/Documents/IDDSIFramework-TestingMethods.pdf>
- Kotler, Philip and Keller, Kevin. (2006). *Marketing Management*. Twelfth Edition, Pearson Education.
- Morley, J. E. (2001). Decreased Food Intake With Aging. *The Journals of Gerontology: Series A*, 56(suppl_2), 81-88.
- Nestle Health Science. (2561). ภาวะกลืนลำบาก(Dysphagia). สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2561, จาก <https://www.nestlehealthscience-th.com/health-management/aging/dysphagia>
- Nestle Health Science. (2561). ภาวะกลืนลำบาก ดูแลอย่างไร. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2561, จาก https://www.nestlehealthscience-th.com/health-management/aging/dysphagia_info
- Porter, Michael E. (1979). *Decision Support Tools: Porter's Value Chain*. Cambridge University: Institute for Manufacturing (IfM).
- Schiffman, L.G., and Kanuk, L.L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). New Jersey: Prentice – Hall.
- Stephens, R. V., & Randall, H. T. (1969). Use of concentrated, balanced, liquid elemental diet for nutritional management of catabolic states. *Annals of surgery*, 170(4), 642-68.
- Sullivan, M.M., Sorreda-Esguerra, P., Platon, M.B., Castro, C.G., Chou, N.R., Shott, S.B., Comer, G.M., & Alarcon, P. (2004). Nutritional analysis of blenderized enteral diets in the Philippines. *Asia Pacific journal of clinical nutrition*, 13 4, 385-91.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Vaysse, J., Balayssac, S., Gilard, V., Desoubdzanne, D., Malet-Martino, M., & Martino, R. (2010). Analysis of adulterated herbal medicines and dietary supplements marketed for weight loss by DOSY 1H-NMR. *Food Additives & Contaminants: Part A*, 27(7), 903-916.
- VoiceTV. 2012. ผู้ชายเสียงเป็นมะเร็งช่องปากมากกว่าผู้หญิง. แหล่งที่มาเข้าถึงได้ <https://www.voicetv.co.th/read/29306> (สืบค้นเมื่อ 19 สิงหาคม 2561)
- Yamane, T. (1973) *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd Edition, Harper and Row, New York.
- Zupec-Kania, B., Aldaz, V., E. Montgomery, M., & C. Kostas, K. (2011). *Enteral and Parenteral Applications of Ketogenic Diet Therapy: Experiences From Four Centers (Vol. 3)*.





ภาคผนวก ก
เอกสารการเข้ารับการฝึกอบรมจริยธรรมงานวิจัย



ประกาศนียบัตรผ่านการอบรมจริยธรรมงานวิจัยพื้นฐาน โดยสมบูรณ์

COLLABORATIVE INSTITUTIONAL TRAINING INITIATIVE (CITI PROGRAM)

COMPLETION REPORT - PART 1 OF 2 COURSEWORK REQUIREMENTS*

* NOTE: Scores on this Requirements Report reflect quiz completions at the time all requirements for the course were met. See list below for details. See separate Transcript Report for more recent quiz scores, including those on optional (supplemental) course elements.

- **Name:** Kanya Kusolsincha (ID: 6735188)
- **Institution Affiliation:** Mahidol University (ID: 3292)
- **Institution Email:** gogift@gmail.com
- **Institution Unit:** College of Management Mahidol University
- **Phone:** +66629396241

- **Curriculum Group:** Human Subjects Research
- **Course Learner Group:** Student Social, Behavioral & Humanity Research
- **Stage:** Stage 1 - Basic Stage

- **Record ID:** 25043403
- **Completion Date:** 22-Oct-2017
- **Expiration Date:** 21-Oct-2021
- **Minimum Passing:** 80
- **Reported Score*:** 80

REQUIRED AND ELECTIVE MODULES ONLY	DATE COMPLETED	SCORE
History and Ethical Principles - SBE (ID: 490)	22-Oct-2017	5/5 (100%)
Informed Consent - SBE (ID: 504)	22-Oct-2017	5/5 (100%)
Privacy and Confidentiality - SBE (ID: 505)	22-Oct-2017	4/5 (80%)
Unanticipated Problems and Reporting Requirements In Social and Behavioral Research (ID: 14928)	22-Oct-2017	5/5 (100%)
Assessing Risk - SBE (ID: 503)	22-Oct-2017	1/5 (20%)

For this Report to be valid, the learner identified above must have had a valid affiliation with the CITI Program subscribing institution identified above or have been a paid Independent Learner.

Verify at: www.citiprogram.org/verify/?k2323765f-f29-4930-9c8f-7cc00e0eaf7-25043403

Collaborative Institutional Training Initiative (CITI Program)
 Email: support@citiprogram.org
 Phone: 888-529-6929
 Web: <https://www.citiprogram.org>

ผลการอบรมจริยธรรมงานวิจัยส่วนที่ 1

COLLABORATIVE INSTITUTIONAL TRAINING INITIATIVE (CITI PROGRAM)

COMPLETION REPORT - PART 2 OF 2 COURSEWORK TRANSCRIPT**

** NOTE: Scores on this Transcript Report reflect the most current quiz completions, including quizzes on optional (supplemental) elements of the course. See list below for details. See separate Requirements Report for the reported scores at the time all requirements for the course were met.

- **Name:** Kanya Kusolsinchai (ID: 6735188)
- **Institution Affiliation:** Mahidol University (ID: 3292)
- **Institution Email:** gogrf@gmail.com
- **Institution Unit:** College of Management Mahidol University
- **Phone:** +66629396241

- **Curriculum Group:** Human Subjects Research
- **Course Learner Group:** Student Social, Behavioral & Humanity Research
- **Stage:** Stage 1 - Basic Stage

- **Record ID:** 25043403
- **Report Date:** 22-Oct-2017
- **Current Score**:** 96

REQUIRED, ELECTIVE, AND SUPPLEMENTAL MODULES	MOST RECENT	SCORE
History and Ethical Principles - SBE (ID: 490)	22-Oct-2017	5/5 (100%)
Assessing Risk - SBE (ID: 503)	22-Oct-2017	5/5 (100%)
Informed Consent - SBE (ID: 504)	22-Oct-2017	5/5 (100%)
Privacy and Confidentiality - SBE (ID: 505)	22-Oct-2017	4/5 (80%)
Unanticipated Problems and Reporting Requirements In Social and Behavioral Research (ID: 14928)	22-Oct-2017	5/5 (100%)

For this Report to be valid, the learner identified above must have had a valid affiliation with the CITI Program subscribing institution identified above or have been a paid Independent Learner.

Verify at: www.citi-program.org/verify/7123228651729-4930-9c8f-7c008e0ea77-25043403

Collaborative Institutional Training Initiative (CITI Program)

Email: support@citi-program.org

Phone: 888-529-5929

Web: <https://www.citi-program.org>

Collaborative Institutional
Training Initiative

ผลการอบรมจริยธรรมงานวิจัยส่วนที่ 2

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน สำหรับผู้ป่วยของโรงพยาบาล และสถานประกอบการพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัย เรื่อง โอกาสทางธุรกิจและส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ของโรงพยาบาล ร้านขายยา และสถานประกอบการพยาบาลในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลัก คือ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน และศึกษาทัศนคติของบุคลากรทางการแพทย์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาโท สาขาการจัดการธุรกิจอาหาร วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการให้ข้อมูลประกอบการศึกษาวิจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ของโรงพยาบาล ร้านขายยา และสถานประกอบการพยาบาลในกรุงเทพมหานคร เช่น ความเป็นไปได้ทางธุรกิจและแนวทางการพัฒนาแบบจำลองธุรกิจดังกล่าว ทั้งนี้ ผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลดังกล่าวเป็นความลับและใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น โดยแบบสอบถาม มี 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของ องค์กร / บริษัท / ผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 3 ทัศนคติและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ในระดับองค์กร (B to B)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่าน และขอขอบพระคุณอย่างสูง
มา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของ องค์กร / บริษัท / ผู้ให้ข้อมูล

ชื่อ – นามสกุล ผู้ให้ข้อมูล.....

ตำแหน่งงาน และ อายุงาน และ สาขางานที่เชี่ยวชาญ

.....

.....

สถานที่ทำงาน

ข้อมูลพื้นฐานของ องค์กร / บริษัท / (เช่น ขนาดขององค์กร การให้บริการ การใช้งานของลูกค้า)

.....

.....

.....

.....



ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร กับ อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

.....

.....

.....

2. ท่านเคยทดลองบริโภคหรือให้ผู้ป่วยบริโภคอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน หรือไม่

.....

.....

.....

3. ท่านมีความพึงพอใจกับอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ท่านเคยทดลองบริโภค หรือให้ผู้ป่วยบริโภค มากน้อยแค่ไหน เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

4. ท่านเคยพบปัญหาจากการใช้ อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 ทักษะคิดและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ในระดับองค์กร (B to B)

1. ปัจจัยอะไรบ้าง ที่ท่านคำนึงถึงเมื่อพิจารณาเลือกอาหารสำเร็จรูปให้แก่ผู้ป่วย

.....

.....

.....

2. ปัจจุบัน ท่านใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทใด และ อาหารสำเร็จรูปแบรนด์ใดบ้าง กับ ผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

.....

.....

.....

3. อาหารสำเร็จรูป แต่ละประเภท (คาว, หวาน) / แต่ละแบรนด์ ที่ท่านใช้ มีข้อดีข้อเสียอย่างไร

.....

.....

.....

4. ท่านมีแนวโน้มในการเลือกอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน อย่างไร

.....

.....

.....

5. ท่านเคยพบปัญหา หรือ ผู้ป่วยเคยได้รับผลกระทบข้างเคียงจาก อาหารสำเร็จรูปเพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

6. ท่านมีวิธีการป้องกันผลกระทบข้างเคียงจาก อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน อย่างไร

.....

.....

.....

7. นโยบายของโรงพยาบาลที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....



ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

1. หากมีผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ผลิตโดยวัตถุดิบธรรมชาติ ให้สารอาหารที่เหมาะสม โดยมีรสชาติ และรสสัมผัสที่ดี ซึ่งจะเน้นรสชาติที่คนไทยชอบ และบรรจุใน packaging ที่บริโภคได้อย่างสะดวก และสามารถเก็บได้นาน ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไร

.....

.....

2. ท่านคิดว่า การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ในรูปแบบใด ที่จะสามารถทำให้ท่านได้รับทราบ และเข้าใจในข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ได้มากขึ้น

.....

.....

3. ท่านคาดว่าราคาที่เหมาะสมควรเป็นเท่าไร ต่อปริมาณ 150 กรัม

.....

.....

4. ท่านคิดว่าควรมีโปรแกรมส่งเสริมการขายอย่างไร

.....

.....

5. ท่านคิดว่าควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางใดบ้าง ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกที่สุด หรือการบริการรูปแบบใดบ้าง ที่ท่านจะพอใจในสินค้าและบริการ

.....

.....

6. โดยรวมแล้ว ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือมีความคาดหวังอะไรบ้าง เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

.....

.....

ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

แบบสอบถามในการศึกษาความเป็นไปได้และโอกาสทางธุรกิจถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัย เรื่อง โอกาสทางธุรกิจและส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนในกรุงเทพมหานครซึ่งมีวัตถุประสงค์หลัก คือ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน และศึกษาทัศนคติของผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนต่อการตัดสินใจเลือกใช้อาหารเหลวอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาโท สาขาการจัดการธุรกิจอาหาร วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการให้ข้อมูลประกอบการศึกษาวิจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ของโรงพยาบาล ร้านขายยา และสถานประกอบการพยาบาลในกรุงเทพมหานคร เช่น ความเป็นไปได้ทางธุรกิจและแนวทางการพัฒนาแบบจำลองธุรกิจดังกล่าว ทั้งนี้ ผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลดังกล่าวเป็นความลับและใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น โดยแบบสัมภาษณ์ มี 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน [] ที่ตรงกับสถานภาพของท่าน

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 40 ปี 41-50 ปี 51-60 ปี

61-70 ปี 71 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

มัธยมปลาย ปริญญาตรี ปริญญาโท

สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ

พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ธุรกิจส่วนตัว เกษียณ/แม่บ้าน

อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

5. รายได้ของท่าน

ต่ำกว่า 10,000 บาท

10,001 – 20,000 บาท

20,001 – 30,000 บาท

30,001 – 40,000 บาท

40,001 – 40,000 บาท

มากกว่า 50,000 บาท

6. ลักษณะของที่พักอาศัย

บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ อาคารพาณิชย์/ตึกแถว

อพาร์ทเมนท์/คอนโดมิเนียม อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

1. ท่านรู้จักอาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนมาก่อนหรือไม่
 รู้จัก ไม่รู้จัก
2. ท่านเคยใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนมาก่อนหรือไม่
 เคย ไม่เคย
3. (หากเคยใช้มาก่อน) คุณเคยซื้ออาหารสำหรับผู้ป่วยประเภทไหนบ้าง

4. ปัจจัยอะไรที่จะทำให้ท่านเลือกใช้อาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
วัตถุดิบจากธรรมชาติ					
รสชาติ					
รูปลักษณะ					
อายุการเก็บ					
คุณค่าทางโภชนาการ					
ความปลอดภัยในการบริโภค					
ไม่มีวัตถุกันเสีย					
มี อย./มีฮาลาล					
ราคา					
สถานที่จำหน่ายสินค้า					
แบรนด์สินค้า					
โปรโมชั่น					

5. คุณสมบัติอะไรของผลิตภัณฑ์อาหารเหล่านี้จะช่วยในการเลือกซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 รสชาติอร่อยและหลากหลาย บรรจุภัณฑ์บริโภคได้อย่างสะดวกมากขึ้น
 ประหยัดเวลาในการปรุงอาหาร คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับผู้ป่วยฯ
 สะอาดปลอดภัย เป็นทางเลือกใหม่ให้ผู้ป่วยฯในการบริโภคอาหาร

6. ท่านมีความคิดหรือสนใจใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนหรือไม่
- สนใจ ไม่สนใจ
7. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ควรมีรสชาติอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- รสชา รสถั่วแดง รสถั่วเขียว
- รสมะพร้าว รสมันม่วง อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
8. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์อาหารเหลวสำหรับผู้ป่วย ควรมีกลิ่นอย่างไร
- ไม่มีกลิ่น กลิ่นหอมตามธรรมชาติ (กลิ่นหอมของวัตถุดิบ)
9. ราคาผลิตภัณฑ์สูงสุดที่ท่านคิดเห็นว่าเหมาะสมและตัดสินใจซื้อ ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน (ปริมาณ 150 กรัม)
- 31-40 41-50 บาท 51-60 บาท
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
10. สถานที่ที่ท่านอยากให้ผลิตภัณฑ์นี้วางจำหน่าย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- โรงพยาบาล supermarket ร้านสะดวกซื้อ 7-11
- ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Golden Place ร้านขายยา
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
11. ถ้ามีผลิตภัณฑ์ตามข้างต้นนี้วางจำหน่าย ท่านตัดสินใจซื้อเพราะ.... (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- สะดวกหาซื้อได้ง่าย รสชาติอร่อย
- เพิ่มทางเลือกให้ผู้ป่วยมากขึ้น มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วนดีต่อสุขภาพ
- ราคาคุ้มค่า มีโปรแกรมส่งเสริมการขาย
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
12. บุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ของท่าน
- ตัวท่านเอง ครอบครัว
- แพทย์ อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

13. ท่านรับข่าวสารหรือข้อมูลอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน
จากที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- แพทย์ เพื่อนหรือญาติสนิท
 อินเทอร์เน็ต ไม่เคยได้รับข่าวสาร
 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

14. ปัญหาใดที่ท่านพบเป็นส่วนมากในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง
สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

- ไม่พบปัญหา พบปัญหา (โปรดระบุ) _____



**ส่วนที่ 3: ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภท
พุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน**

ให้ท่านเลือกประเมิน ปัจจัยต่าง ๆ ต่อไปนี้ที่ท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อย
เพียงใด ทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. ยี่ห้อมีความน่าเชื่อถือ					
2. รสชาติอร่อย					
3. มีรสชาติให้เลือกหลากหลาย					
4. ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ					
5. อายุการเก็บรักษาได้นาน					

2. ปัจจัยด้านราคา

	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
2. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับยี่ห้อ อื่น					
3. การปรับราคาตามความ เหมาะสม					
4. ราคาเหมาะสมกับคุณสมบัติที่ ได้					

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1.สามารถหาซื้อได้สะดวก					
2.มีการจัดวางที่เด่นชัด มองเห็น ง่าย					
3.ร้านค้ามีความน่าเชื่อถือ					
4. มีที่จอดรถสะดวก					

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1.มีการโฆษณาที่ดึงดูดความ สนใจ					
2.มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ ดึงดูดลูกค้า					
3.มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้า					
4.ให้ความรู้ผู้บริโภค ณ จุดขาย สม่ำเสมอ					

ภาคผนวก ง

สัญญาการเก็บรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้น ณ บริษัท สหพันธ์ เซ็นจูรี จำกัด เมื่อวันที่ 1 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ระหว่าง บริษัท ไทยดีมีล จำกัด ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ผู้ให้ข้อมูล” ฝ่ายหนึ่ง กับ บริษัท สหพันธ์ เซ็นจูรี จำกัด ตั้งอยู่ที่ 231/6 หมู่ 4 ซอยเทพไพบระนิมิตร ถนนแจ้งวัฒนะ แขวง ตลาดบางเขน เขตหลักสี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10210 ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ผู้รับข้อมูล” ฝ่ายหนึ่ง กับ

โดยที่ผู้ให้ข้อมูลเป็นเจ้าของข้อมูลเกี่ยวกับสูตรอาหารความลับทางการค้า ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ข้อมูล” มีความประสงค์ที่จะเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวให้แก่ผู้รับข้อมูล และผู้รับข้อมูลมีความต้องการที่จะใช้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลเพื่อที่จะรับจ้างผลิตอาหารตามสูตร ซึ่งผู้ให้ข้อมูลประสงค์ที่คุ้มครองเรื่องดังกล่าวไว้เป็นข้อมูลที่เป็นความลับ

ทั้งสองฝ่ายจึงตกลงทำสัญญานี้ขึ้น โดยมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้

1. ในสัญญานี้

“ข้อมูลที่เป็นความลับ” หมายความว่า ข้อมูลใดๆ รวมทั้งข้อมูลของบุคคลภายนอกที่ฝ่ายผู้ให้ข้อมูลได้เปิดเผยแก่ฝ่ายผู้รับข้อมูล และฝ่ายผู้ให้ข้อมูลประสงค์ให้ฝ่ายผู้รับข้อมูลเก็บรักษาข้อมูลดังกล่าวไว้เป็นความลับและ/หรือความลับทางการค้าของฝ่ายผู้ให้ข้อมูล โดยข้อมูลดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับผลงานวิจัยเดิม ผลงานวิจัยของโครงการ และ/หรือการดำเนินงานโครงการ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเฉพาะกระบวนการ ขั้นตอนวิธี โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (รหัสต้นฉบับ รหัสจุดหมาย โปรแกรมปฏิบัติการ และฐานข้อมูลที่ใช้เชื่อมต่อ โปรแกรมคอมพิวเตอร์) แบบ ด้นแบบ ภาพวาด สูตร เทคนิค การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ข้อมูลการทดลอง และข้อมูลอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับผลงานวิจัยเดิม ผลงานวิจัยของโครงการ และ/หรือการดำเนินงานโครงการ

2. การรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ

2.1 ฝ่ายผู้รับข้อมูลตกลงว่าจะเก็บรักษาข้อมูลที่เป็นความลับที่ฝ่ายผู้ให้ข้อมูลได้เปิดเผยให้แก่ฝ่ายผู้รับข้อมูลภายใต้สัญญานี้ โดยฝ่ายผู้รับข้อมูลตกลงที่จะดำเนินการเก็บรักษาข้อมูลที่เป็นความลับที่ได้รับจากฝ่ายผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับอย่างเคร่งครัด และไม่เปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วนให้แก่บุคคลใดหรือองค์กรใดทราบ เว้นแต่จะเป็นการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับให้แก่บุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับข้อมูลที่เป็นความลับนั้น และ

ฝ่ายผู้รับข้อมูลจะต้องจัดให้บุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับข้อมูลดังกล่าวได้ผูกพันและปฏิบัติตามเงื่อนไขในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับอย่างเคร่งครัดด้วย

2.2 หน้าที่ในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับตามสัญญาข้อ 2.1 จะไม่ใช่บังคับกับฝ่ายผู้รับข้อมูล ถ้าฝ่ายผู้รับข้อมูลสามารถแสดงพยานหลักฐานได้ว่า

(1) ข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลที่ยังไม่เปิดเผยก่อนที่ฝ่ายผู้ให้ข้อมูลจะเปิดเผยข้อมูลนั้น

(2) ฝ่ายผู้รับข้อมูลได้รับข้อมูลที่เป็นความลับจากบุคคลที่สามที่ไม่อยู่ภายใต้ข้อกำหนดในเรื่องการรักษาความลับ หรือข้อจำกัดในเรื่องสิทธิ

(3) ข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลที่รู้จักกันโดยทั่วไปก่อนหรือขณะเวลาที่ฝ่ายผู้ให้ข้อมูลเปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับแก่ฝ่ายผู้รับข้อมูล หรือเป็นข้อมูลที่เป็นความลับที่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะหลังจากที่ฝ่ายผู้ให้ข้อมูลได้เปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับให้แก่ฝ่ายผู้รับข้อมูล

(4) ข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลที่เกิดจากการพัฒนาโดยอิสระของฝ่ายผู้รับข้อมูลเอง

(5) ฝ่ายผู้รับข้อมูลได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากฝ่ายผู้ให้ข้อมูลก่อนเปิดเผย

ข้อมูลนั้น

2.3 การรักษาความลับตามสัญญานี้ ให้รักษาความลับตลอดระยะเวลาที่สัญญานี้มีผลบังคับใช้และมีผลต่อไปอีก 5 (ห้า) ปีนับแต่วันที่สิ้นสุดสัญญา โดยฝ่ายผู้รับข้อมูลจะเปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับได้ต่อเมื่อได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากฝ่ายผู้ให้ข้อมูลดังกล่าวก่อน หรือจนกว่าข้อมูลที่เป็นความลับนั้นกลายเป็นข้อมูลที่ไม่ใช่ความลับโดยชอบด้วยกฎหมาย

3. ผู้รับข้อมูลตกลงใช้ข้อมูลที่เป็นความลับเพียงเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในสัญญานี้เท่านั้น

4. ผู้รับข้อมูลต้องไม่ทำซ้ำข้อมูลที่เป็นความลับแม้เพียงส่วนหนึ่งส่วนใดหรือทั้งหมด เว้นแต่การทำซ้ำเพื่อการใช้ข้อมูลที่เป็นความลับให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในสัญญานี้ และไม่ทำวิศวกรรมย้อนกลับ หรือถอดรหัสข้อมูลที่เป็นความลับ ต้นแบบ หรือสิ่งอื่นใดที่บรรจุข้อมูลที่เป็นความลับ รวมทั้งไม่เคลื่อนย้าย พิมพ์ทับ หรือทำให้เสียรูปซึ่งสัญลักษณ์ที่แสดงเครื่องหมาย สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า ตราสัญลักษณ์ และเครื่องหมายอื่นใดที่แสดงกรรมสิทธิ์ของ ต้นแบบหรือสำเนาของข้อมูลที่เป็นความลับที่ได้รับมาจากผู้ให้ข้อมูล

5. การชดใช้ค่าเสียหาย

กรณีที่ผู้รับข้อมูลฝ่าฝืนข้อกำหนดตามสัญญานี้ และก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ให้ข้อมูล ผู้รับข้อมูลจะต้องชดใช้ค่าเสียหายให้แก่ผู้ให้ข้อมูลและ/หรือบุคคลที่ได้รับความเสียหายสำหรับความเสียหายเช่นนั้น

6. สัญญานี้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ทั้งสองฝ่ายลงนามเป็นต้นไป และมีกำหนดระยะเวลา 5 ปี นับแต่วันที่ลงนามในสัญญานี้ เมื่อสัญญานี้ได้สิ้นสุดลงไม่ว่ากรณีใดๆ ให้ข้อผูกพันในการเก็บความลับตามสัญญานี้ยังคงมีผลใช้บังคับอยู่ต่อไปอีกเป็นเวลา 5 ปี

7. สัญญานี้ให้ใช้ได้บังคับของกฎหมายประเทศไทย ให้ศาลของประเทศไทยอำนาจในกรณีที่มีข้อพิพาทใดๆ อันเกิดขึ้นจากสัญญานี้

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับมีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้ละเอียดโดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อและประทับตราไว้ (หากมี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยานและคู่สัญญาต่างเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้ให้ข้อมูล ลงชื่อ.....ผู้รับข้อมูล
(.....)

ลงชื่อ.....พยาน ลงชื่อ.....พยาน
(.....)

ภาคผนวก จ

บทสัมภาษณ์

บทสัมภาษณ์ (1)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของ องค์กร / บริษัท / ผู้ให้ข้อมูล

ชื่อ – นามสกุล ผู้ให้ข้อมูล.....นางสาวนันทพร สวเนตรทอง.....

ตำแหน่งงาน และ อายุงาน และ สาขางานที่เชี่ยวชาญนักกิจกรรมบำบัด อายุงาน 6 ปี ดูแลและ
ฟื้นฟู ผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ดูแลการฝึกกลืนให้แก่ผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน.....

สถานที่ทำงานโรงพยาบาลศิริราช ปิยมหาราชการุณย์.....

ข้อมูลพื้นฐานของ องค์กร / บริษัท / (เช่น ขนาดขององค์กร การให้บริการ การใช้งานของลูกค้า)

โรงพยาบาลศิริราช ปิยมหาราชการุณย์ เป็นศูนย์กลางการแพทย์ ที่ให้บริการดูแล
รักษาและให้คำปรึกษาอย่างครบวงจร ด้วยมาตรฐานระดับสากล JCI (Joint Commission
International) และเป็นต้นแบบสำหรับโรงพยาบาลรัฐในการบริหารจัดการที่เป็นเลิศ ด้วยรูปแบบ
วิธีการบริหารพิเศษเพื่อให้มีรายได้ที่เลี้ยงตัวเองอย่างยั่งยืน โดยเป้าหมายทางการสร้างรายได้นั้นมี
ขึ้นเพื่อเพิ่มผลประโยชน์ของสังคม นั่นคือการมอบรายได้คืนกลับคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล
เพื่อนำไปใช้ในการยกระดับคุณภาพชีวิต เพิ่มการเข้าถึงบริการทางการแพทย์และสาธารณสุข แก่
ประชาชนทั่วไปของ โรงพยาบาลศิริราช

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร กับ อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

มีความคิดเห็นว่าดีที่จะมีอาหารแบบนี้เพื่อให้ผู้ป่วยฯ จะได้ไม่ต้องเตรียมอาหารเอง เพิ่ม
ความสะดวก และได้สารอาหารที่เหมาะสม และยังสามารถใช้เพื่อการฝึกกลืนได้ด้วย

2. ท่านเคยทดลองบริโภคหรือให้ผู้ป่วยบริโภคอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหา
การกลืน หรือไม่

ไม่เคยใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง ในปัจจุบันนี้ อาหารที่ใช้ฝึกกลืนสำหรับผู้ป่วย
ฯ จะมีเนื้อสัมผัสคล้ายๆพุดดิ้ง แต่มีความข้นหนืดต่างกันตามระดับและลักษณะการกลืนของผู้ป่วยฯ

3. ท่านมีความพึงพอใจกับอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ท่านเคย
ทดลองบริโภค หรือให้ผู้ป่วยบริโภค มากน้อยแค่ไหน เพราะเหตุใด

ปัจจุบันนี้ใช้ อาหารปั่นผสมกับ ผง Thicken up เพื่อเพิ่มความข้นหนืดให้แก่อาหาร สำหรับผู้ป่วยฯ ยังไม่มีการใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิง

4. ท่านเคยพบปัญหาจากการใช้ อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน หรือไม่ อย่างไร

การใช้ผง Thicken up ในปัจจุบันยังไม่สามารถตอบสนอง ระดับความข้นหนืดของ ลักษณะการกลืนของผู้ป่วยฯ ได้ดี และเนื้อสัมผัสที่ได้จากการผสมของแผนกโภชนาการ ทำอาหารที่มีความข้นหนืดของอาหารไม่เหมาะสม ในบางครั้งสารอาหารไม่เหมาะสมกับผู้ป่วยฯ และปัจจัย เรื่องโรคประจำตัวของผู้ป่วยฯ มีผลต่อการเตรียมอาหารด้วยเช่นกัน

ส่วนที่ 3 ทักษะและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ในระดับองค์กร (B to B)

1. ปัจจัยอะไรบ้าง ที่ท่านคำนึงถึงเมื่อพิจารณาเลือกอาหารสำเร็จรูปให้แก่ผู้ป่วย

อันดับแรกต้องคำนึงถึงเรื่องสารอาหารก่อนต้องเหมาะสมกับผู้ป่วยฯ ต่อมาเรื่องเนื้อสัมผัส ความข้นหนืด ที่ผู้ป่วยฯ สามารถทานได้อย่างปลอดภัย และอีกปัจจัยคือ โรคประจำตัวของผู้ป่วยฯ

2. ปัจจุบัน ท่านใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทใด และ อาหารสำเร็จรูปแบรนด์ใดบ้าง กับ ผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ในปัจจุบันนี้ การเลือกใช้อาหารสำเร็จรูปสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ไม่เจาะจง และขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้ป่วยฯ ผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้ เช่น นิวเทรน ออปติมัม : NUTREN OPTIMUM (อาหารสูตรครบถ้วน ที่มีเวย์โปรตีน สำหรับผู้สูงอายุ) ผง Thicken up , Yogurt Bulgaria

3. อาหารสำเร็จรูปแต่ละประเภท (คาว, หวาน) / แต่ละแบรนด์ ที่ท่านใช้ มีข้อดีข้อเสียอย่างไร

ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแต่ละแบรนด์ จะมีลักษณะแตกต่างกัน จึงต้องเลือกให้มีเนื้อสัมผัส ที่เหมาะสมกับผู้ป่วยฯ (ความข้นหนืด) เช่น ผง Thicken up ให้ความข้นหนืด แต่ไม่มีรสชาติ เหมาะนำไปผสมกับเครื่องหรือน้ำผลไม้ และผลิตภัณฑ์นิวเทรน ออปติมัม เป็นอาหารสำเร็จรูปที่มีเวย์โปรตีนผสม ซึ่งอาจไม่เหมาะกับผู้ป่วยฯ บางคนก็แพ้ผลิตภัณฑ์จากนม

4. ท่านมีแนวโน้มในการเลือกอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน อย่างไร

ต้องเลือกที่มีสารอาหารที่สำคัญต่อผู้ป่วยฯ ความข้นหนืดที่เหมาะสมต่อผู้ป่วยฯ

5. ท่านเคยพบปัญหา หรือ ผู้ป่วยเคยได้รับผลกระทบข้างเคียงจาก อาหารสำเร็จรูปเพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน หรือไม่ อย่างไร

ปัญหาที่ผู้ป่วยต้องระวัง คือ เรื่องสารอาหาร เช่น น้ำตาล ในผู้ป่วยฯ ที่มีโรคเบาหวาน , โรคของผู้ป่วยฯ ที่ต้องระวัง อาหารที่มีโพแทสเซียมสูง,

6. ท่านมีวิธีการป้องกันผลกระทบข้างเคียงจาก อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน อย่างไร

การให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ ผู้ป่วยฯ และ ญาติที่ดูแลผู้ป่วยฯ

7. นโยบายของโรงพยาบาลที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป มีอะไรบ้าง

การเลือกอาหารสำเร็จรูปสำหรับผู้ป่วยฯ ทางโรงพยาบาลและแพทย์ จะคำนึงถึงเรื่องสารอาหาร และราคา เป็นสำคัญ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

1. หากมีผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ผลิตโดยวัตถุดิบธรรมชาติ ให้สารอาหารที่เหมาะสม โดยมีรสชาติ และรสสัมผัสที่ดี ซึ่งจะเน้นรสชาติที่คนไทยชอบ และบรรจุใน packaging ที่บริโภคได้อย่างสะดวก และสามารถเก็บ ได้นาน ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไร

เป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจและเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ป่วยฯ เนื่องจากมีการเก็บรักษาที่สะดวก ปลอดภัย ต่อผู้ป่วยฯ รวมถึงทำจากวัตถุดิบธรรมชาติ

2. ท่านคิดว่า การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ในรูปแบบใด ที่จะสามารถทำให้ท่านได้รับทราบ และเข้าใจในข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ได้มากขึ้น

การรับข้อมูลทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ เช่น การเข้ามาติดต่อแนะนำเสนอโดยตรงกับทางโรงพยาบาลและทีมแพทย์ และการให้ข้อมูลทางออนไลน์ โดยมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ด้วย

3. ท่านคาดว่าราคาที่เหมาะสมควรเป็นเท่าไร ต่อปริมาณ 150 กรัม

ราคาที่เหมาะสม ขายส่ง เข้า โรงพยาบาลอยู่ที่ถูกลง 30-40 บาท เพื่อสามารถขายให้ผู้ป่วย (ขายปลีก) ถูกลง 50-60 บาท

4. ท่านคิดว่าควรมีโปรแกรมส่งเสริมการขายอย่างไร

ซื้อปริมาณมากขึ้น ราคาถูกลง

5. ท่านคิดว่าควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางใดบ้าง ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกที่สุด หรือการบริการรูปแบบใดบ้าง ที่ท่านจะพอใจในสินค้าและบริการ

ร้านค้าของโรงพยาบาล และ ร้านขายยาขนาดใหญ่

6. โดยรวมแล้ว ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือมีความคาดหวังอะไรบ้าง เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ควรคำนึงถึงผู้ป่วยๆ มีความอ่อนไหวกับเนื้อสัมผัสของอาหารมากๆ โดยต้องคำนึงถึงความเหมาะสมต่อการกลืนของผู้ป่วยๆ ในด้านรสสัมผัส จะต้องมึรสสัมผัสที่ดี เพิ่มความอยากอาหารให้แก่ผู้ป่วยๆ และเป็นการทำงานอาหารที่เพิ่มความสุขเล็กๆแก่ผู้ป่วย

บทสัมภาษณ์ (2)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของ องค์กร / บริษัท / ผู้ให้ข้อมูล

ชื่อ – นามสกุล ผู้ให้ข้อมูล.....นางสาวพรพรรณ จิตพิันธ์รัฐสกุล

ตำแหน่งงาน และ อายุงาน และ สาขางานที่เชี่ยวชาญ ...นักกิจกรรมบำบัด อายุงาน 5 ปี ดูแลและฟื้นฟู ผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ดูแลการฝึกกลืน.....

สถานที่ทำงานโรงพยาบาลบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร.....

ข้อมูลพื้นฐานของ องค์กร / บริษัท / (เช่น ขนาดขององค์กร การให้บริการ การใช้งานของลูกค้า)

โรงพยาบาลบ้านแพ้วมีความเปลี่ยนแปลงพัฒนาอย่างต่อเนื่องทุกยุคทุกสมัย ทุกผู้อำนวยการ เนื่องจากชุมชนชาวบ้านแพ้วมีทุนทางสังคมที่ดี ในด้านการมีส่วนร่วมและการพัฒนา ปัจจุบันมีนายแพทย์พรเทพ พงศ์ทวีกร เป็นผู้อำนวยการโรงพยาบาลบ้านแพ้ว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร กับ อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีมากค่ะ ในการเป็นตัวเลือกให้ผู้ป่วยๆ ในการรับประทานอาหาร และสามารถนำมาใช้เพื่อกิจกรรมการฝึกกลืนได้ หรือ สามารถนำมาแทนอาหารมือหลักบางมื้อ เป็นการช่วยฟื้นฟูผู้ป่วยในขั้นแรก

2. ท่านเคยทดลองบริโภคหรือให้ผู้ป่วยบริโภคอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน หรือไม่

ไม่เคยใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง ปัจจุบัน ใช้ ผง Thicken up ผสมในน้ำ หรืออาหารเพิ่มเพิ่มความข้นหนืดให้แก่อาหารสำหรับผู้ป่วยๆ

3. ท่านมีความพึงพอใจกับอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ท่านเคยทดลองบริโภค หรือให้ผู้ป่วยบริโภค มากน้อยแค่ไหน เพราะเหตุใด

การใช้งาน ผง Thicken up กับน้ำ หรือ เครื่องดื่ม ถือว่า การผสมเป็นเครื่องดื่มที่ข้นหนืดขึ้น สำหรับผู้ป่วยๆมีคุณสมบัติที่ดี สามารถทานได้ง่ายขึ้น แต่ เมื่อนำ ผง Thicken up มาผสมอาหาร จะทำให้การผสมยากขึ้น เนื้อสัมผัสไม่น่ารับประทาน ทำให้ผู้ป่วยๆไม่ค่อยอยากรับประทาน

4. ท่านเคยพบปัญหาจากการใช้ อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนหรือไม่ อย่างไร

ผู้ป่วยฯ ไม่ชอบในเนื้อสัมผัสของอาหารที่ผสมกับ ผง Thicken up ผู้ป่วยฯเห็นว่าไม่น่ารับประทาน

ส่วนที่ 3 ทักษะและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ในระดับองค์กร (B to B)

1. ปัจจัยอะไรบ้าง ที่ท่านคำนึงถึงเมื่อพิจารณาเลือกอาหารสำเร็จรูปให้แก่ผู้ป่วย

ปัจจัยแรก คือเรื่อง รสชาติ ต้องอร่อย เพื่อให้ผู้ป่วยฯมีความอยากอาหาร สามารถทานได้ ปัจจัยรองลงมาคือเรื่องของ ปริมาณ ต่อมือ, ครั้ง / ต่อวัน ต้องเหมาะสมเพราะผู้ป่วยฯบางคนไม่สามารถทานปริมาณมากได้ในหนึ่งครั้ง/มือ และอีกปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง คือ เรื่องบรรจุภัณฑ์ ที่ต้องใช้ง่ายเหมาะสมกับผู้ป่วยฯ มีขนาดพอดี ไม่ใหญ่หรือมีปริมาณมากเกินไป เพราะเมื่อเปิดทานไปเล็กน้อย อาจทำให้ส่วนที่เหลือเสียสภาพหรือเสียคุณค่าทางสารอาหารได้

2. ปัจจุบัน ท่านใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทใด และ อาหารสำเร็จรูปแบรนด์ใดบ้าง กับ ผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

นิวเทรน ออปติมัม : NUTREN OPTIMUM (อาหารสูตรครบถ้วน ที่มีเวย์โปรตีนสำหรับผู้สูงอายุ) และ โยเกิร์ตธรรมชาติ ผสมกับผลไม้สุกบด

3. อาหารสำเร็จรูป แต่ละประเภท (ขาว, หวาน) / แต่ละแบรนด์ ที่ท่านใช้ มีข้อดีข้อเสียอย่างไร

ปัจจุบันนี้ อาหารสำเร็จรูปสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน มีรูปแบบและรสชาติที่ไม่หลากหลาย ทำให้ผู้ป่วยฯไม่เจริญอาหาร

4. ท่านมีแนวโน้มในการเลือกอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน อย่างไร

การเลือกอาหารสำหรับผู้ป่วยฯ จะต้องถามความชอบของผู้ป่วยฯ และญาติผู้ป่วยฯ ที่ต้องดูแลผู้ป่วยฯ เพื่อการปรับลักษณะอาหารจากอาหารที่ผู้ป่วยฯ ชอบทาน และ ผสม ผง Thicken up เพิ่มความข้นหนืด หรือ อาหารเสริม โปรตีน ที่เหมาะสมและคำนึงถึงความสามารถของผู้ป่วยฯ และญาติ ในการหาซื้อด้วย

5. ท่านเคยพบปัญหา หรือ ผู้ป่วยเคยได้รับผลกระทบข้างเคียงจาก อาหารสำเร็จรูปเพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน หรือไม่ อย่างไร

ความรู้สึกของผู้ป่วยฯ เมื่ออาหารที่ทานปกติ มีรูปลักษณะที่เปลี่ยนไป ทำให้ไม่อยากทาน เช่นจากอาหารปกติ ต้องนำมาบด หรือทำให้เหลว ขึ้น ผู้ป่วยฯจะรู้สึกว่ ไม่ใช่อาหารที่เค้าชอบ

6. ท่านมีวิธีการป้องกันผลกระทบข้างเคียงจาก อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน อย่างไร

การเตรียมอาหารจากโรงอาหาร (แผนกโภชนาการของโรงพยาบาลฯ) ทำให้ผู้ป่วย เห็นถึงวัตถุประสงค์จริงๆที่ผู้ป่วยชอบ ให้เห็นขั้นตอนการบดอาหาร เพื่อให้ผู้ป่วยได้ทานอาหารง่ายขึ้น

7. นโยบายของโรงพยาบาลที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป มีอะไรบ้าง

ตอนนี้ คุณหมอ และ แผนกที่ดูแลผู้ป่วยฯ เริ่มให้ความสนใจ ผงสำหรับผสมอาหาร และ อาหารสำเร็จรูป สำหรับผู้ป่วยฯ มากขึ้น โรงพยาบาลมีนโยบาย หาทางเลือก เพิ่มเติมให้แก่ผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

1. หากมีผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ผลิตโดยวัตถุดิบธรรมชาติ ให้สารอาหารที่เหมาะสม โดยมีรสชาติ และรสสัมผัสที่ดี ซึ่งจะเน้นรสชาติที่คนไทยชอบ และบรรจุใน packaging ที่บริโภคได้อย่างสะดวก และสามารถเก็บได้นาน ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไร

ถ้าผลิตภัณฑ์ออกมาจำหน่ายจริง จะเป็นสิ่งที่ดีมาก ดีกับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน และ นักกิจกรรมบำบัด เป็นทางเลือกให้กับผู้ป่วยฯ ในเรื่องรสชาติ อยากเสนอรสชาติของผลไม้ ที่มีความเปรี้ยว นำ เพื่อผู้ป่วยฯเกิดความอยากอาหาร และการมีรสชาติที่หลากหลาย เช่น ใบเตย ทำคล้ายๆ กับขนมเปียกปูนอ่อน (เพราะใช้ในการฝึกกลืนกับผู้ป่วยในบางครั้ง ซึ่งผู้ป่วยฯ ชอบรสชาติ รู้สึกเหมือนได้ทานขนมไทย)

2. ท่านคิดว่าการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ในรูปแบบใด ที่จะสามารถทำให้ท่านได้รับทราบ และเข้าใจในข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ได้มากขึ้น

การเข้ามาให้ความรู้ ความเข้าใจ และนำเสนอ ที่แผนกฟื้นฟูของโรงพยาบาล

3. ท่านคาดว่าราคาที่เหมาะสมควรเป็นเท่าไร ต่อปริมาณ 150 กรัม

ราคาสำหรับ ขายส่ง เข้า โรงพยาบาลที่ ถูกละ 25-30 บาท เพื่อ ขายให้ผู้ป่วย (ขายปลีก) ถูกละ 30-40 บาท

4. ท่านคิดว่าควรมีโปรแกรมส่งเสริมการขายอย่างไร

โปรแกรมส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา, ซื้อคู่ ถูกกว่า, ซื้อปริมาณมากขึ้น ราคาถูกลง

5. ท่านคิดว่าควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางใดบ้าง ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกที่สุด หรือการบริการรูปแบบใดบ้าง ที่ท่านจะพอใจในสินค้าและบริการ

ร้านค้าสหกรณ์ของโรงพยาบาล

6. โดยรวมแล้ว ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือมีความคาดหวังอะไรบ้าง เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ถ้ามีผลิตภัณฑ์นี้ จะน่าสนใจมาก จะแนะนำผู้ป่วยฯ แน่แน่นอน

บทสัมภาษณ์ (3)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของ องค์กร / บริษัท / ผู้ให้ข้อมูล

ชื่อ – นามสกุล ผู้ให้ข้อมูล : .นางสาวณัฐกานต์ กิจเจริญ

ตำแหน่งงาน และ อายุงาน และ สาขางานที่เกี่ยวข้อง แพทย์ทั่วไป แผนกอายุรกรรม. อายุงาน 2 ปี
สถานที่ทำงาน โรงพยาบาลบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

ข้อมูลพื้นฐานของ องค์กร / บริษัท / (เช่น ขนาดขององค์กร การให้บริการ การใช้งานของลูกค้า)

โรงพยาบาลบ้านแพ้วมีความเปลี่ยนแปลงพัฒนาอย่างต่อเนื่องทุกยุคทุกสมัย ทุก
ผู้อำนวยการ เนื่องจากชุมชนชาวบ้านแพ้วมีทุนทางสังคมที่ดี ในด้านการมีส่วนร่วมและการพัฒนา
ปัจจุบันมีนายแพทย์พรเทพ พงศ์ทวีกร เป็นผู้อำนวยการ โรงพยาบาลบ้านแพ้ว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร กับ อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ่ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน
ผลิตภัณฑ์นี้จะช่วยเพิ่มความสุข ความอยากอาหารให้แก่ผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน และ
น่าจะช่วยเพิ่มความสามารถในการกลืนให้แก่ผู้ป่วย รวมทั้งมีประโยชน์ในการใช้ผลิตภัณฑ์นี้เพื่อฝึก
การกลืนให้แก่ผู้ป่วยด้วย
2. ท่านเคยทดลองบริโภคหรือให้ผู้ป่วยบริโภคอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ่ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหา
การกลืน หรือไม่
ไม่เคย
3. ท่านมีความพึงพอใจกับอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ่ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ท่านเคย
ทดลองบริโภค หรือให้ผู้ป่วยบริโภค มากน้อยแค่ไหน เพราะเหตุใด
N/A
4. ท่านเคยพบปัญหาจากการใช้ อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ่ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน
หรือไม่ อย่างไร

ส่วนใหญ่ ทางโรงพยาบาลจะใช้อาหารปั่นเป็นมืออาหาร ซึ่งทำให้ผู้ป่วยๆ ที่เพิ่งเริ่ม
ทาน หรือไม่เคยทานอาหารปั่นมาก่อน มักจะเกิดอาการท้องเสีย ท้องอืด และในส่วนการเตรียม
อาหารปั่นสำหรับผู้ป่วยๆนั้น ผู้ที่จะเตรียมอาหารหรือดูแลเรื่องอาหาร จะต้องมีความรู้ความสามารถ
ในการเตรียมอาหารเพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน หรือ ต้องซื้ออาหารปั่นจากโรงพยาบาลไปบริโภค
ที่บ้าน

ส่วนที่ 3 ทศนคติและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ในระดับองค์กร (B to B)

1. ปัจจัยอะไรบ้าง ที่ท่านคำนึงถึงเมื่อพิจารณาเลือกอาหารสำเร็จรูปให้แก่ผู้ป่วย

ผู้ป่วยฯ ทานอาหารปกติไม่ได้ ต้องสั่งอาหารปั่น สารอาหารที่เหมาะสมต่อผู้ป่วย และอาหารที่ต้องระวังในผู้ป่วยที่มีโรคอื่นๆด้วย เช่น เบาหวาน เป็นต้น บางกรณีจะต้องสั่งนมทางการแพทย์ เสริมสารอาหารแก่ผู้ป่วยด้วย ผู้ป่วยจะเชื่อถือหมอ ถ้าแนะนำแบรนด์อาหาร แล้วจะติดแบรนด์นั้นๆ

2. ปัจจุบัน ท่านใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทใด และ อาหารสำเร็จรูปแบรนด์ใดบ้าง กับ ผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

นิเวทรน ออปติมัม : NUTREN OPTIMUM (อาหารสูตรครบถ้วน ที่มีเวย์โปรตีนสำหรับผู้สูงอายุ) ชงกับน้ำดื่ม สำหรับเสริมสารอาหารให้แก่ผู้ป่วย

3. อาหารสำเร็จรูป แต่ละประเภท (คาว, หวาน) / แต่ละแบรนด์ ที่ท่านใช้ มีข้อดีข้อเสียอย่างไร ตอนที่ใช้อยู่ มีแบรนด์เดียว พบปัญหาคือ ผู้ป่วยเบื่อ เมื่อต้องทานบ่อยๆ ผู้ป่วยฯ รู้สึกไม่เจริญอาหาร

4. ท่านมีแนวโน้มในการเลือกอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ใดๆ การเลือกอาหารให้แก่ผู้ป่วยฯ จะต้องคำนึงถึงลักษณะอาการของผู้ป่วยฯ ความสามารถในการกลืน สารอาหารที่จำเป็น และเหมาะสมกับผู้ป่วยฯแต่ละคน และปริมาณที่ผู้ป่วยฯควรทานต่อ 1 มื้อ และความข้นหนืดที่เหมาะสมกับผู้ป่วย

5. ท่านเคยพบปัญหา หรือ ผู้ป่วยเคยได้รับผลกระทบข้างเคียงจาก อาหารสำเร็จรูปเพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน หรือไม่ อย่างไร

การให้ ผู้ป่วยฯ รับประทาน อาหารปั่นเหลวหรืออาหารเหลวในปริมาณที่เยอะเกินไป ทำให้เกิดการสำลัก (ติดเชื้อในปอดได้) เกิดอาหารท้องอืดท้องเสีย ระบบย่อยมีปัญหาได้ สำหรับผู้ป่วยฯ ที่ เริ่มทานอาหารปั่น จะต้องระวังในเรื่องระบบย่อยอาหารเป็นสำคัญ

6. ท่านมีวิธีการป้องกันผลกระทบข้างเคียงจาก อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ใดๆ

ปัญหาด้านระบบย่อยอาหาร อาการท้องอืดท้องเสีย มีวิธีแก้ไขคือ การค่อยๆ ปรับปริมาณ โดยค่อยๆเพิ่มปริมาณอาหาร ในแต่ละมื้อ ในแต่ละวัน แบบค่อยเป็นค่อยไป และในส่วนอาการสำลักอาหาร จะต้องระวังการทานอาหารเร็วเกินไป และคนดูแลผู้ป่วยฯ ต้องมีความรู้ความสามารถเพียงพอในการช่วยเหลือผู้ป่วยฯ ขณะรับประทาน

7. นโยบายของโรงพยาบาลที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป มีอะไรบ้าง

มีการส่งเสริมให้ ญาติของผู้ป่วยฯ เรียนรู้ การทำอาหารปั่นให้ผู้ป่วยฯ สามารถกลับไปทำเองที่บ้านได้ การดูแลเรื่องอาหาร ถ้าญาติของผู้ป่วยฯ ไม่สะดวกในการ ปั่นอาหารเอง สามารถซื้อ

ได้ที่ โรงพยาบาล โดยโรงพยาบาลบ้านแพ้ว มีแผนกโภชนาการที่ทำอาหารปั่นเหลวสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

1. หากมีผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ผลิตโดยวัตถุดิบธรรมชาติ ให้สารอาหารที่เหมาะสม โดยมีรสชาติ และรสสัมผัสที่ดี ซึ่งจะเน้นรสชาติที่คนไทยชอบ และบรรจุใน packaging ที่บริโภคได้อย่างสะดวก และสามารถเก็บได้นาน ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไร

ผลิตภัณฑ์นี้ มีความน่าสนใจมาก เพราะ เป็นผลดีต่อผู้ป่วย เพิ่มความอยากอาหาร ช่วยด้านจิตใจให้แก่ผู้ป่วยๆ ได้ทานอาหารที่หลากหลาย จากปกติที่ท่านได้แต่อาหารเหลว

2. ท่านคิดว่าการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ในรูปแบบใด ที่จะสามารถทำให้ท่านได้รับทราบ และเข้าใจในข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ได้มากขึ้น

ควรเข้ามาติดต่อที่ โรงพยาบาลและหัวหน้าแผนกจัดซื้อ นำเสนอข้อมูลวิจัยประกอบเหมือน ตัวแทนขายยา

3. ท่านคิดว่าราคาที่เหมาะสมควรเป็นเท่าไร ต่อปริมาณ 150 กรัม

ผลิตภัณฑ์ต้องถูกและดี เพราะ โรงพยาบาลรัฐฯ ผู้ป่วยมีกำลังซื้อไม่สูง ผู้ป่วยบางคนใช้บัตรทองฯ บัตรประกันสังคมฯ ดังนั้นจะต้องคำนึงถึงเรื่องราคา ดังนั้นราคาที่ควรขายส่ง เข้าโรงพยาบาลที่ ถูกละ 20-25 บาท เพื่อขายให้ผู้ป่วย (ขายปลีก) ถูกละ 30-35 บาท

4. ท่านคิดว่าควรมีโปรแกรมส่งเสริมการขายอย่างไร

โปรโมชัน ควรมีของแถม เช่น ซื้อ 10 ลัง แถม 1 ลัง

5. ท่านคิดว่าควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางใดบ้าง ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกที่สุด หรือการบริการรูปแบบใดบ้าง ที่ท่านจะพอใจในสินค้าและบริการ

ร้านค้าของโรงพยาบาล

6. โดยรวมแล้ว ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือมีความคาดหวังอะไรบ้าง เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ผลิตภัณฑ์จะต้องไม่มีสารพิษเจือปน และไม่มีปฏิกริยากับยาที่ผู้ป่วยๆ ได้รับอยู่

บทสัมภาษณ์ (4)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของ องค์กร / บริษัท / ผู้ให้ข้อมูล

ชื่อ – นามสกุล ผู้ให้ข้อมูล : นายแพทย์ชาคริต สุทธิเสวีวงศ์

ตำแหน่งงาน และ อายุงาน และ สาขางานที่เชี่ยวชาญ คลินิกอายุรกรรมประสาท ด้าน Specialist Swallowing อายุงาน 12 ปี

สถานที่ทำงาน โรงพยาบาลพญาไท 1

ข้อมูลพื้นฐานของ องค์กร / บริษัท / (เช่น ขนาดขององค์กร การให้บริการ การใช้งานของลูกค้า)

โรงพยาบาลพญาไท 1 ก่อตั้งเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2519 สถานที่ตั้งเลขที่ 364/1 ถนนศรีอยุธยา แขวงถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 บนเนื้อที่ 6,868 ตารางเมตร โรงพยาบาลประกอบด้วย 3 อาคารที่สามารถรองรับผู้ป่วย 220 เตียงทั้งผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอกความจุของ 1,500 รายต่อวัน พร้อมเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัย เฉลี่ยเป็นผู้ป่วย 40,000 รายต่อเดือน ด้วยความเชี่ยวชาญทางการแพทย์ที่มีชื่อเสียง และการบริการที่เป็นเลิศ ภายใต้ปรัชญาการบริหาร ด้วยการเน้นหนักความเชี่ยวชาญทางการแพทย์ คือ Minimal Invasive ศัลยกรรมระบบประสาท, เลเซอร์ผ่าตัดกระดูกสันหลัง, ส่องกล้องรักษา Stroke เนียบปลิ้น และ โรคที่เกี่ยวข้องกับมะเร็ง

ปรัชญาการทำงานที่เด่นชัด และมุ่งมั่นพัฒนาเพื่อเสริมสร้างบริการที่เป็นเลิศภายใต้มาตรฐาน ISO 9001, 14001, 18001 และมาตรฐาน HACCP และการรับรองโดยกระทรวงสาธารณสุขตั้งแต่ปี 2540 จากโครงการ Hospital Accreditation (HA) ทำให้เป็นที่ไว้วางใจ และขยายขอบข่ายของโรงพยาบาลให้เป็นที่รู้จักสู่ภูมิภาคภายนอกประเทศ โดยการพัฒนาไม่หยุดนิ่ง เพื่อสร้างคุณภาพชีวิต และสุขภาพของประชากรให้มีความเป็นอยู่ที่ดี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร กับ อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน เป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ป่วยๆ เพราะในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนยังมีอยู่น้อยมาก มีข้อจำกัดมาก
2. ท่านเคยทดลองบริโภคหรือให้ผู้ป่วยบริโภคอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน หรือไม่
ไม่เคย
3. ท่านมีความพึงพอใจกับอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ท่านเคยทดลองบริโภค หรือให้ผู้ป่วยบริโภค มากน้อยแค่ไหน เพราะเหตุใด

N/A

4. ท่านเคยพบปัญหาจากการใช้ อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนหรือไม่ อย่างไร

ปัญหาในการใช้งาน ผง Thicken up มีขั้นตอน ยุ่งยาก เสียเวลาในการชงก่อนบริโภค ส่วนที่ 3 ทักษะและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ในระดับองค์กร (B to B)

1. ปัจจัยอะไรบ้าง ที่ท่านคำนึงถึงเมื่อพิจารณาเลือกอาหารสำเร็จรูปให้แก่ผู้ป่วย

ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ เรื่องราคา รองลงมาคือรสชาติ และเรื่องคุณภาพ มาตรฐานของผลิตภัณฑ์

2. ปัจจุบัน ท่านใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทใด และ อาหารสำเร็จรูปแบรนด์ใดบ้าง กับ ผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

RESOURCE THICKEN UP ริชอร์ส ทิคเคน อัฟ จากเนสท์เล่ เป็นผงไว้ผสมในอาหารหรือเครื่องดื่ม เพื่อความข้นหนืด ไม่ได้มีสารอาหาร เช่น ใส่น้ำซุ๊ป น้ำผลไม้ นม เพื่อให้เกิดความข้นหนืดขึ้น

3. อาหารสำเร็จรูป แต่ละประเภท (คาว, หวาน) / แต่ละแบรนด์ ที่ท่านใช้ มีข้อดีข้อเสียอย่างไร

ปัจจุบันนี้ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับผู้ป่วยส่วนใหญ่ นำอาหารเหลว หรือน้ำมาผสมผง Thicken up เพื่อ เพิ่มความข้นหนืด ซึ่งคุณค่าสารอาหารยังไม่เพียงพอต่อผู้ป่วย

4. ท่านมีแนวโน้มในการเลือกอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน อย่างไร

พิจารณาเป็นกรณีรายบุคคล ผู้ป่วยแต่ละคนมีความสามารถในการกลืนมากน้อยแค่ไหน สามารถทานอะไรได้บ้าง

5. ท่านเคยพบปัญหา หรือ ผู้ป่วยเคยได้รับผลกระทบข้างเคียงจาก อาหารสำเร็จรูปเพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนหรือไม่ อย่างไร

การดื่มน้ำไม่เพียงพอ ขาดน้ำ และ เรื่องการสำลัก

6. ท่านมีวิธีการป้องกันผลกระทบข้างเคียงจาก อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน อย่างไร

มีการดูแลและจดบันทึกการดื่มน้ำ และปริมาณอาหารที่ท่านเข้าไปว่ามีน้ำหรือของเหลวมากน้อยแค่ไหน และการระวังการสำลัก โดยผู้ป่วยจะได้รับการฝึกการกลืน

7. นโยบายของโรงพยาบาลที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป มีอะไรบ้าง

ปัจจุบันยังไม่มียุทธศาสตร์ชัดเจน ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของหมอ ว่าเลือกอาหารสำเร็จรูปแบบไหนให้ผู้ป่วยๆ โดยมีนักกิจกรรมบำบัดที่ดูแลเรื่องการกลืนคอยให้คำปรึกษาคด้วย

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

1. หากมีผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ผลิตโดยวัตถุดิบธรรมชาติ ให้สารอาหารที่เหมาะสม โดยมีรสชาติ และรสสัมผัสที่ดี ซึ่งจะเน้นรสชาติที่คนไทยชอบ และบรรจุใน packaging ที่บริโภคได้อย่างสะดวก และสามารถเก็บได้นาน ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไร

น่าสนใจมาก เพราะสะดวกใช้งาน ไม่ต้องแช่เย็น มีอายุการเก็บรักษาที่นาน

2. ท่านคิดว่า การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ในรูปแบบใด ที่จะสามารถทำให้ท่านได้รับทราบ และเข้าใจในข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ได้มากขึ้น

ต้องมีพนักงานขาย (คล้ายๆตัวแทนยา) ที่เข้ามาแนะนำ ให้เอกสาร และให้ความรู้ความเข้าใจ แก่ แพทย์ บุคลากร ของโรงพยาบาล

3. ท่านคิดว่าราคาที่เหมาะสมควรเป็นเท่าไร ต่อปริมาณ 150 กรัม

แนะนำราคาขายส่ง เข้าโรงพยาบาลที่ ถูกละ 50 บาท เพื่อขายให้ผู้ป่วย (ขายปลีก) ถูกละ 70-80 บาท

4. ท่านคิดว่าควรมีโปรแกรมส่งเสริมการขายอย่างไร

แจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง สินค้าตัวอย่างเพื่อทดลองใช้

5. ท่านคิดว่าควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางใดบ้าง ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกที่สุด หรือการบริการรูปแบบใดบ้าง ที่ท่านจะพอใจในสินค้าและบริการ

ตั้งบูธภายในโรงพยาบาล และ ร้านค้าของโรงพยาบาล โดยมีพนักงาน แนะนำสินค้า

6. โดยรวมแล้ว ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือมีความคาดหวังอะไรบ้าง เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ควรมีราคา และรสชาติ ที่ตอบสนองผู้ป่วยฯ รวมถึงคุณค่าสารอาหาร คุณภาพมาตรฐาน ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้ป่วยฯมีความเชื่อมั่น และต้องมีความเหมาะสมกับผู้ป่วยฯที่มีโรคอื่นประกอบด้วย เช่น โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิต โรคไต เป็นต้น

บทสัมภาษณ์ (5)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของ องค์กร / บริษัท / ผู้ให้ข้อมูล

ชื่อ – นามสกุล ผู้ให้ข้อมูล : นายแพทย์ภาวิต พูนภักดี

ตำแหน่งงาน และ อายุงาน และ สาขางานที่เชี่ยวชาญ : แพทย์เวชกรรมทั่วไป 5 ปี แพทย์เฉพาะทาง
เชี่ยวชาญ โสต ศอ นาสิกวิทยา 6 ปี

สถานที่ทำงาน โรงพยาบาลคามิลเลียน , โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์
ข้อมูลพื้นฐานของ องค์กร / บริษัท / (เช่น ขนาดขององค์กร การให้บริการ การใช้งานของลูกค้า)

โรงพยาบาลคามิลเลียน ก่อตั้งโดยคณะนักบวชคามิลเลียน เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม
พ.ศ. 2502 (ค.ศ.1959) และเปิดให้บริการรักษาพยาบาลอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม พ.ศ.
2503 (ค.ศ. 1960) โดยเริ่มจากอาคาร 2 ชั้น จำนวน 2 หลัง ปัจจุบันได้ปรับปรุงและขยายอาคารเพิ่ม
เป็น 3 อาคาร โรงพยาบาลคามิลเลียน เป็นโรงพยาบาลเอกชนที่มีได้มุ่งแสวงกำไร (Non Profit
Private Hospital) ประเภท โรงพยาบาลทั่วไปขนาดใหญ่ (ทูตียูมิ ระดับ 2) มีขนาดจำนวนเตียง
120 เตียง ตั้งอยู่เลขที่ 423 ถนนสุขุมวิท 55 (ซอยทองหล่อ) แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา
กรุงเทพมหานคร ผู้ดำเนินกิจการของโรงพยาบาล คือ มูลนิธิคณะนักบวชคามิลโลแห่งประเทศไทย
เปิดให้บริการรักษา พยาบาลผู้ป่วยอุบัติเหตุและทั่วไปตลอด 24 ชั่วโมง

โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์ เป็นโรงพยาบาลเอกชน
ทั่วไปที่ให้บริการแบบบูรณาการด้านการป้องกันโรค การรักษาพยาบาล การฟื้นฟูสภาพ และการ
สร้างเสริมสุขภาพ ให้กับประชาชนในจังหวัดนนทบุรี กรุงเทพฯ และรอยต่อจังหวัดใกล้เคียง เปิด
ให้บริการตั้งแต่ปี 2535 มีแพทย์เฉพาะทางหลากหลายสาขา และเทียบพร้อมด้วยเครื่องมือแพทย์ที่
ทันสมัย มีจำนวนเตียงรวม 1693 เตียง อยู่ในกลุ่มโรงพยาบาลของบริษัท บางกอก เซน ฮอทิพิทอล
จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร กับ อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน
เป็นผลิตภัณฑ์ที่ดี น่าจะมีประโยชน์ ช่วยให้ผู้ป่วยฯ กลืนได้ง่าย ถือเป็น อาหาร
ประเภท soft base (เนื้อนุ่ม) ที่สามารถให้ผู้ป่วยระบบสมอง หรือ ระบบประสาท ที่ไม่สามารถเคี้ยวได้
2. ท่านเคยทดลองบริโภคหรือให้ผู้ป่วยบริโภคอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหา
การกลืน หรือไม่

ไม่มีประสบการณ์โดยตรง เนื่องจาก นักโภชนาการจะเป็นคนดูแล และเตรียมอาหาร
สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน (ทางโรงพยาบาลคามิลเลียนมีโรงอาหารสำหรับผู้ป่วยฯ)

3. ท่านมีความพึงพอใจกับอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ท่านเคยทดลองบริโภค หรือให้ผู้ป่วยบริโภค มากน้อยแค่ไหน เพราะเหตุใด

N/A

4. ท่านเคยพบปัญหาจากการใช้ อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนหรือไม่ อย่างไร

เรื่องการสำลักอาหาร เกิดจากลักษณะความหนืดของอาหารทำให้กลืนลำบาก ไม่เหมาะกับผู้ป่วยๆ ทำให้อาหารติดหลอดลมและมีผลทำให้ปอดติดเชื้อได้

ส่วนที่ 3 ทักษะและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ในระดับองค์กร (B to B)

1. ปัจจัยอะไรบ้าง ที่ท่านคำนึงถึงเมื่อพิจารณาเลือกอาหารสำเร็จรูปให้แก่ผู้ป่วย

ปัจจัยแรกที่ต้องคำนึงถึง คือ อาหารเหมาะสมกับความสามารถในการกลืนและการเคี้ยวของผู้ป่วยๆ เช่น ผู้ป่วยหลังผ่าตัด ผู้ป่วยอ่อนเพลียไม่สามารถทานอาหารปกติได้ ผู้ป่วยที่มีปัญหากล้ามเนื้อ ระบบประสาทหรือสมอง และผู้ป่วยๆแต่ละคน มีโรคที่ต่างกัน ต้องคำนึงถึงประโยชน์ สารอาหาร ที่เหมาะสมกับโรคของผู้ป่วยๆ เช่น โรคเบาหวาน โรคความดัน โรคไต เป็นต้น

2. ปัจจุบัน ท่านใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทใด และ อาหารสำเร็จรูปแบรนด์ใดบ้าง กับ ผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ปัจจุบัน ทางโรงพยาบาลคามิลเลียน ใช้ Blenderized Diet หรือการเตรียมอาหารจากโรงอาหารของโรงพยาบาล

3. อาหารสำเร็จรูป แต่ละประเภท (คาว, หวาน) / แต่ละแบรนด์ ที่ท่านใช้ มีข้อดีข้อเสียอย่างไร

N/A

4. ท่านมีแนวโน้มในการเลือกอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน อย่างไร

เลือกจากลักษณะและความสามารถในการกลืนของผู้ป่วยๆ และ ความสามารถญาติ หรือผู้ดูแลของผู้ป่วย และต้องคำนึงถึงประโยชน์ และสารอาหารที่ผู้ป่วยๆ ต้องได้รับ

5. ท่านเคยพบปัญหา หรือ ผู้ป่วยเคยได้รับผลกระทบข้างเคียงจาก อาหารสำเร็จรูปเพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน หรือไม่ อย่างไร

ปัญหาที่เกิดจาก รสชาติที่ไม่ถูกปาก รสชาติไม่ดี ทำให้ผู้ป่วยไม่ยอมอาหาร บางอาหารมีรสชาติดิบ ทำให้ผู้ป่วยคลื่นไส้ และความข้นหนืดของอาหารไม่เหมาะสมกับผู้ป่วยๆ

6. ท่านมีวิธีการป้องกันผลกระทบข้างเคียงจาก อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน อย่างไร

มีขั้นตอนให้ผู้ป่วยฯ ได้ลองทานอาหาร ว่าอาหารชนิดใด รสชาติแบบใด ที่ผู้ป่วยสามารถทานได้ และกลืนได้ ซึ่งอาหารบางชนิด อาจมีการแต่งกลิ่น เพื่อให้ผู้ป่วยทานได้

7. นโยบายของโรงพยาบาลที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป มีอะไรบ้าง

การเลือกอาหารสำเร็จรูปนั้น ขึ้นอยู่กับหมอแต่ละท่าน เพราะหมอแต่ละท่านจะมีประสบการณ์ต่ออาหารแต่ละแบรนด์ต่างกัน และคำนึงถึงส่วนผสมในอาหารนั้นๆ ว่าเหมาะสมกับผู้ป่วยหรือไม่

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

1. หากมีผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ผลิตโดยวัตถุดิบธรรมชาติ ให้สารอาหารที่เหมาะสม โดยมีรสชาติ และรสสัมผัสที่ดี ซึ่งจะเน้นรสชาติที่คนไทยชอบ และบรรจุใน packaging ที่บริโภคได้อย่างสะดวก และสามารถเก็บได้นาน ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไร

ผลิตภัณฑ์จะต้องมีรสชาติที่เหมาะสมกับคนไทยจะเป็นการดี ทำให้คนไปอยากทาน หรือยอมทานอาหารมากขึ้นถือเป็น อาหารประเภท Liquid Diet (อาหารเหลว) และ Soft Base (อาหารนุ่ม) ที่สามารถให้ผู้ป่วยฯ ทานได้ กลืนได้ดีขึ้น

2. ท่านคิดว่า การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ในรูปแบบใด ที่จะสามารถทำให้ท่านได้รับทราบ และเข้าใจในข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ได้มากขึ้น

ควรต้องมีตัวแทนจำหน่าย หรือตัวแทน ที่เข้ามาแนะนำเสนอ เนื่องจากเป็นอาหารที่มีรายละเอียดและข้อมูลเฉพาะทาง การมีตัวแทนเข้ามาจึงสำคัญมาก มีการจัดประชุม เชิญ Speaker ด้านโภชนาการอาหาร หรือ ผู้เชี่ยวชาญ เข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ กับหมอในด้านต่าง (หมออายุรกรรม , หมอด้านหู คอ จมูก, นักกิจกรรมบำบัดฝึกการกลืน) ว่าสามารถนำไปให้กับผู้ป่วยฯ ได้หลายมิติ เช่น ผู้ป่วยหลังผ่าตัด ผู้ป่วยอ่อนเพลียไม่สามารถทานอาหารปกติ ผู้ป่วยสูงอายุ ผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

3. ท่านคาดว่าราคาที่เหมาะสมควรเป็นเท่าไร ต่อปริมาณ 150 กรัม

ราคาในการขายส่ง เข้า โรงพยาบาลที่ ถูกละ 20-30 บาท เพื่อขายให้ผู้ป่วย (ขายปลีก) ถูกละ 40-50 บาท

4. ท่านคิดว่าควรมีโปรแกรมส่งเสริมการขายอย่างไร

สิ่งที่ต้องมีคือต้องมีสินค้าตัวอย่างเพื่อ แจกให้ผู้ป่วยเพื่อทดลองใช้ และ โปร โมชั่นใน การจำหน่าย เป็นการแถม เช่น ซื้อ 10 กล่อง แถม 1 กล่อง

5. ท่านคิดว่าควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางใดบ้าง ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกที่สุด หรือการบริการรูปแบบใดบ้าง ที่ท่านจะพอใจในสินค้าและบริการ

ช่องทางออนไลน์ เช่น การตั้งบูธในโรงพยาบาล มีผู้แนะนำสินค้า แจกโบรชัวร์ เพื่อให้ผู้ป่วยเข้าถึงได้ง่าย และช่องทางออนไลน์ ควรมีร้าน online เพื่อให้ผู้ป่วยๆ ที่กลับไปพักที่บ้าน สามารถหาซื้อได้ง่าย มีบริการจัดส่งสินค้า

6. โดยรวมแล้ว ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือมีความคาดหวังอะไรบ้าง เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ผลิตภัณฑ์จะต้องมีสารอาหารที่เหมาะสมกับผู้ป่วยๆ ที่มีโรคประจำตัวอื่น เช่น โรคเก๊าต์ โรคไต โรคเบาหวาน โรคความดัน เพื่อให้ปลอดภัยต่อผู้ป่วยๆ มีรสชาติที่อร่อยทานง่าย ถูกปากคนไทย ช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องเข้าถึงง่าย มีบริการจัดส่ง

บทสัมภาษณ์ (6)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของ องค์กร / บริษัท / ผู้ให้ข้อมูล

ชื่อ – นามสกุล ผู้ให้ข้อมูล : นายแพทย์วิบูลย์ ธานีปกรณ์

ตำแหน่งงาน และ อายุงาน และ สาขางานที่เชี่ยวชาญ แพทย์ด้านโภชนาการ อายุงาน 6 ปี

สถานที่ทำงาน โรงพยาบาลรามาริบัติ

ข้อมูลพื้นฐานของ องค์กร / บริษัท / (เช่น ขนาดขององค์กร การให้บริการ การใช้งานของลูกค้า)

โรงพยาบาลรามาริบัติ เป็นหน่วยงานหนึ่งในระดับภาควิชาของคณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาริบัติ มหาวิทยาลัยมหิดล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ และเป็นสถานพยาบาลแห่งหนึ่งของรัฐ

หน้าที่หลักของโรงพยาบาล คือ การปฏิบัติงานสนับสนุนการรักษาพยาบาล การเรียนการสอน การวิจัย และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม โดยมีหน่วยงานรับผิดชอบดำเนินการ มีบุคลากรทั้งสิ้นประมาณ 1,367 คน คณะผู้บริหารประกอบด้วย ผู้อำนวยการ โรงพยาบาลและรองผู้อำนวยการ แต่งตั้งโดยสภามหาวิทยาลัยมหิดลและคณบดีมหาวิทยาลัยมหิดล ตามการเสนอแนะของคณบดีคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาริบัติผู้บังคับบัญชา ซึ่งกำหนดนโยบายและควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบายของคณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาริบัติ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร กับ อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ผลิตภัณฑ์นี้มีประโยชน์ เนื่องจากในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนน้อยมากในตลาด ทางเลือกน้อย คนไม่ค่อยรู้จัก รสชาติไม่หลากหลาย ส่วนใหญ่ในตลาดปัจจุบันจะเป็นมีลักษณะผง นำมาชงก่อนบริโภค

2. ท่านเคยทดลองบริโภคหรือให้ผู้ป่วยบริโภคอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน หรือไม่

เคย ใช้ในผู้ป่วยๆ เพื่อการฝึกกลืน

3. ท่านมีความพึงพอใจกับอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ท่านเคยทดลองบริโภค หรือให้ผู้ป่วยบริโภค มากน้อยแค่ไหน เพราะเหตุใด

สำหรับผลิตภัณฑ์ในตลาดอาหารสำเร็จรูปสำหรับผู้ป่วยๆ ตอนนี้ ให้ความพึงพอใจ 8/10

4. ท่านเคยพบปัญหาจากการใช้ อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนหรือไม่ อย่างไร

ปัญหาเรื่องรสชาติ ไม่อร่อย ไม่ถูกปาก และการแนะนำให้แก่ผู้ป่วยๆ การสั่งซื้อ ต้องเป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจ ในอาหารสำเร็จรูปเพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนด้วย

ส่วนที่ 3 ทักษะและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ ในระดับองค์กร (B to B)

1. ปัจจัยอะไรบ้าง ที่ท่านคำนึงถึงเมื่อพิจารณาเลือกอาหารสำเร็จรูปให้แก่ผู้ป่วย

ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ เรื่องรสชาติ รองลงมาคือ ราคา และ ปัจจัยเรื่องการได้รับประโยชน์จากสารอาหารที่เหมาะสม สักส่วนของพลังงานที่จะได้รับจากสารอาหาร

2. ปัจจุบัน ท่านใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทใด และ อาหารสำเร็จรูปแบรนด์ใดบ้าง กับ ผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

RESOURCE THICKEN UP ริชอร์ส ทิคเคน อัฟ จากเนสท์เล่ เป็นผงไว้ผสมในอาหารหรือเครื่องดื่ม เพื่อความข้นหนืด ไม่ได้มีสารอาหาร เช่น ใส่น้ำซุ๊ป น้ำผลไม้ นม เพื่อให้เกิดความข้นหนืดขึ้น

3. อาหารสำเร็จรูป แต่ละประเภท (คาว, หวาน) / แต่ละแบรนด์ ที่ท่านใช้ มีข้อดีข้อเสียอย่างไร

ปัจจุบันนี้ ผลิตภัณฑ์เพื่อผู้ป่วยๆ มิให้เลือกน้อย และเข้าถึงผู้ป่วยๆ ไม่ได้มาก

4. ท่านมีแนวโน้มในการเลือกอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน อย่างไร จะต้องมึรรสชาติที่หลากหลาย (ควรมึรรสชาติเปรี้ยว) และด้านราคาที่เหมาะสม สามารถซื้อเพื่อบริโภคในระยะยาวได้ และต้องมีประโยชน์และสารอาหารที่ผู้ป่วยๆ ต้องได้รับ

5. ท่านเคยพบปัญหา หรือ ผู้ป่วยเคยได้รับผลกระทบข้างเคียงจาก อาหารสำเร็จรูปเพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน หรือไม่ อย่างไร

เรื่องการสำลัก

6. ท่านมีวิธีการป้องกันผลกระทบข้างเคียงจาก อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน อย่างไร

เริ่มต้น ผู้ป่วยจะได้รับการฝึกแบบค่อยเป็นค่อยไป ฝึกการกลืน นวดลิ้นนวดปาก

7. นโยบายของโรงพยาบาลที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป มีอะไรบ้าง

นโยบายหลัก เน้นเรื่องราคาเป็นปัจจัยแรก ถ้าราคาสามารถผ่านเกณฑ์ได้ ทางโรงพยาบาลจะดูในส่วนต่างๆต่อไป แต่โดยภาพรวม รสชาติ คุณประโยชน์ พลังงาน รสสัมผัส เนื้อสัมผัส ที่เหมาะสมกับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ในแต่ละระดับ และแต่ละภาวะ ต้องเหมาะสม

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

1. หากมีผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ที่ผลิตโดยวัตถุดิบธรรมชาติ ให้สารอาหารที่เหมาะสม โดยมีรสชาติ และรสสัมผัสที่ดี ซึ่งจะเน้นรสชาติที่คนไทยชอบ และบรรจุใน packaging ที่บริโภคได้อย่างสะดวก และสามารถเก็บได้นาน ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไร

เรื่องรสชาติ คือเรื่องแรกที่ต้องคำนึงถึงที่สุด และตามด้วย เนื้อสัมผัส และ การเก็บรักษา ซึ่งปริมาณ 150 กรัม สามารถทานเล่นได้ หรือ ใช้ในกิจกรรมฝึกกลืนได้ ทั้งยังมีประโยชน์และมีสารอาหารที่เหมาะสม

2. ท่านคิดว่าการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ในรูปแบบใด ที่จะสามารถทำให้ท่านได้รับทราบ และเข้าใจในข้อมูลของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ได้มากขึ้น

ควรมีพนักงานขาย (คล้ายๆตัวแทนยา) ที่เข้ามาแนะนำ และให้ความรู้ความเข้าใจ แก่แพทย์ บุคลากร ของโรงพยาบาล รวมถึงการทำด้านออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูล และมีแผ่นพับไว้สำหรับแจกคนไข้

3. ท่านคิดว่าราคาที่เหมาะสมควรเป็นเท่าไร ต่อปริมาณ 150 กรัม

ถ้าเป็นราคาขายปลีกราคาไม่สูงเกิน 100 บาท จึงแนะนำราคาขายส่ง เข้าโรงพยาบาลที่ถูกลง 35-40 บาท เพื่อขายให้ผู้ป่วย (ขายปลีก) ถูกลง 50-60 บาท

4. ท่านคิดว่าควรมีโปรแกรมส่งเสริมการขายอย่างไร

จัดกิจกรรม เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย เช่น นัดวันมาเก็บข้อมูล เปิดตัวสินค้า แจกผลิตภัณฑ์ กิจกรรมกลุ่ม ทีมแพทย์และผู้ป่วยๆ และ โปรโมชันด้านการจำหน่าย เช่น ซื้อเยอะ มีของแถม เช่น ซื้อ 3 แถม 1

5. ท่านคิดว่าควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางใดบ้าง ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกที่สุด หรือการบริการรูปแบบใดบ้าง ที่ท่านจะพอใจในสินค้าและบริการ

ร้านค้าของโรงพยาบาล โดยมีพนักงาน แนะนำสินค้า

6. โดยรวมแล้ว ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือมีความคาดหวังอะไรบ้าง เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง เพื่อผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

เป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ควรทำให้ซื้อ และ รูปลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ สะอาด น่าหยิบทานสะดวก ราคาสมเหตุสมผล เข้าถึงของได้ง่าย หาซื้อได้แพร่หลายใน ทั้ง โรงพยาบาล หรือร้านขายยา มีบริการสั่งซื้อของแบบออนไลน์ และออฟไลน์ครบทุกช่องทาง



ภาคผนวก จ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

สัญลักษณ์และตัวอักษรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

การวิเคราะห์และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลผลและความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลตรงกัน ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์และคำย่อดังต่อไปนี้

n	คือ	จำนวนตัวอย่าง
X	คือ	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	คือ	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และลักษณะของที่พักอาศัย มีผลการวิเคราะห์โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 100)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	58	58.00
หญิง	42	42.00

ตารางที่ 2

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 100)	ร้อยละ
2. อายุ		
ต่ำกว่า 40 ปี	10	10.00
41-50ปี	32	32.00
51-60 ปี	22	22.00
61-70 ปี	22	22.00
71 ปีขึ้นไป	14	14.00
3. ระดับการศึกษา		
มัธยมปลาย	32	32.00
ปริญญาตรี	42	42.00
ปริญญาโท	22	22.00
สูงกว่าปริญญาโท	4	4.00
4. อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	28	28.00
ข้าราชการ	6	6.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6	6.00
ธุรกิจส่วนตัว	24	24.00
เกษียณ/แม่บ้าน	36	36.00
อื่นๆ	0	0.00
5. รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	0	0.00
10,001 – 20,000 บาท	2	2.00
20,001 – 30,000 บาท	14	14.00
30,001 – 40,000 บาท	26	26.00
40,001 – 40,000 บาท	16	16.00
มากกว่า 50,000 บาท	42	42.00

ตารางที่ 3

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 100)	ร้อยละ
6. ลักษณะของที่พักอาศัย		
บ้านเดี่ยว	42	42.00
ทาวน์เฮ้าส์	24	24.00
อาคารพาณิชย์/ตึกแถว	18	18.00
อพาร์ทเมนท์/คอนโดมิเนียม	16	16.00
อื่นๆ	0	0.00

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มีผลการวิเคราะห์โดยมีรายละเอียด ดังนี้
ตารางที่ 4 จำแนกตามพฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

พฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	จำนวน (n = 100)	ร้อยละ
1. การรู้จักอาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนมาก่อน		
รู้จัก	98	98.00
ไม่รู้จัก	2	2.00
2. การใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนมาก่อน		
เคย	34	34.00
ไม่เคย	66	66.00
3. ประเภทของอาหารสำหรับผู้ป่วยที่เคยซื้อ (n = 17)		
นีโอมนู	12	35.29
เอนซัวร์	20	58.82
ทิกเค่น อีฟ	12	35.29
บูสท์ ออปติมัม	4	11.76
เบรนาครา	4	11.76

ตารางที่ 4 จำแนกตามพฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

พฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	จำนวน (n = 100)	ร้อยละ
เจल्ली พระราชทาน	4	11.76
4. คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารเหลวที่จะช่วยในการเลือกซื้อ		
รสชาติอร่อยและหลากหลาย	90	90.00
บรรจุภัณฑ์บริโภคได้อย่างสะดวกมากขึ้น	26	26.00
ประหยัดเวลาในการปรุงอาหาร	26	26.00
คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับผู้ป่วยฯ	80	80.00
สะอาดปลอดภัย	70	70.00
เป็นทางเลือกใหม่ให้ผู้ป่วยฯในการบริโภคอาหาร	50	50.00
5. ความคิดหรือสนใจใช้อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน		
สนใจ	98	98.00
ไม่สนใจ	2	2.00
6. รสชาติของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืนที่ควรมี		
รสชา	82	82.00
รสอ้วแดง	22	22.00
รสอ้วเขียว	22	22.00
รสมะพร้าว	76	76.00
รสมันม่วง	68	68.00
อื่นๆ (ธัญพืช, ชาเขียว)	4	4.00
7. กลิ่นของผลิตภัณฑ์อาหารเหลวสำหรับผู้ป่วยที่ควรมี		
ไม่มีกลิ่น	0	0.00
กลิ่นหอมตามธรรมชาติ (กลิ่นหอมของวัตถุดิบ)	100	100.00

ตารางที่ 4 จำนวนตามพฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

พฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	จำนวน (n = 100)	ร้อยละ
8. ราคาผลิตภัณฑ์สูงสุดที่เห็นว่าเหมาะสมและตัดสินใจซื้อ ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้ง สำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน (ปริมาณ 150 กรัม)		
31-40 บาท	62	62.00
41-50 บาท	38	38.00
51-60 บาท	0	0.00
9. สถานที่ที่อยากให้ผลิตภัณฑ์นี้วางจำหน่าย		
โรงพยาบาล	92	92.00
supermarket	45	45.00
ร้านสะดวกซื้อ 7-11	30	30.00
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ Golden Place	58	58.00
ร้านขายยา	80	80.00
อื่นๆ (เช่น Online)	6	6.00
10. เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อ ถ้ามีผลิตภัณฑ์ตามข้างต้นนี้วางจำหน่าย		
สะดวกหาซื้อได้ง่าย	38	38.00
รสชาติอร่อย	93	93.00
เพิ่มทางเลือกให้ผู้ป่วยมากขึ้น	93	93.00
มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วนดีต่อสุขภาพ	80	80.00
ราคาคู่แข่ง	18	18.00
มีโปรแกรมส่งเสริมการขาย	57	57.00
อื่นๆ	0	0.00
11. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน		
ตัวเอง	26	26.00
ครอบครัว	8	8.00
แพทย์	75	75.00

ตารางที่ 4 จำแนกตามพฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

พฤติกรรมผู้บริโภคและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	จำนวน (n = 100)	ร้อยละ
อื่นๆ (โฆษณา/พนักงานขาย)	5	5.00
12. แหล่งที่รับข่าวสาวหรือข้อมูลอาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน		
แพทย์	72	72.00
เพื่อนหรือญาติสนิท	25	25.00
อินเทอร์เน็ต	6	6.00
ไม่เคยได้รับข่าวสาร	18	18.00
อื่นๆ	2	2.00
13. ปัญหาที่พบเป็นส่วนมากในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน		
ไม่พบปัญหา	91	91.00
พบปัญหา (ไม่แน่ใจในสารอาหาร/ไม่อร่อย/หาซื้อยาก)	9	9.00

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยที่จะทำให้เลือกใช้อาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ปัจจัย	\bar{X} .	SD	ระดับ ความสำคัญ	ลำดับ
1. วัตถุประสงค์จากธรรมชาติ	4.90	0.30	มากที่สุด	3
2. รสชาติ	4.80	0.61	มากที่สุด	4
3. รูปลักษณ์	4.50	0.79	มากที่สุด	7
4. อายุการเก็บ	4.32	0.89	มากที่สุด	8
5. คุณค่าทางโภชนาการ	4.96	0.20	มากที่สุด	1
6. ความปลอดภัยในการบริโภค	4.96	0.20	มากที่สุด	1
7. ไม่มีวัตถุกันเสีย	4.78	0.51	มากที่สุด	5
8. มีอ.ย./มีฮาลาล	4.54	0.65	มากที่สุด	6
9. ราคา	4.22	0.82	มากที่สุด	9

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยที่จะทำให้เลือกใช้อาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน (ต่อ)

10. สถานที่จำหน่ายสินค้า	4.10	0.71	มาก	11
11. แบรินด์สินค้า	4.16	0.65	มาก	10
12. โปรโมชั่น	3.88	0.80	มาก	12
รวม	4.51	0.42	มากที่สุด	

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน มีผลการวิเคราะห์โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X} .	SD	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.66	0.39	มากที่สุด	2
ด้านราคา	4.41	0.44	มากที่สุด	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.59	0.46	มากที่สุด	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.71	0.50	มากที่สุด	1
รวม	4.59	0.40	มากที่สุด	

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X} .	SD	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
1. ยี่ห้อที่น่าเชื่อถือ	4.77	0.41	มากที่สุด	3
2. รสชาติอร่อย	4.83	0.47	มากที่สุด	2
3. มีรสชาติให้เลือกหลากหลาย	4.40	0.72	มากที่สุด	4
4. ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	4.98	0.14	มากที่สุด	1
5. อายุการเก็บรักษาได้นาน	4.30	0.75	มากที่สุด	5
รวม	4.66	0.39	มากที่สุด	

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ด้านราคา	\bar{X} .	SD	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.83	0.37	มากที่สุด	2
2. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น	4.15	0.83	มาก	3
3. การปรับราคาตามความเหมาะสม	3.81	0.72	มาก	4
4. ราคาเหมาะสมกับคุณสมบัติที่ได้	4.85	0.45	มากที่สุด	1
รวม	4.41	0.44	มากที่สุด	

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาการกลืน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X} .	SD	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
1. สามารถหาซื้อได้สะดวก	4.81	0.44	มากที่สุด	1
2. มีการจัดวางที่เด่นชัด มองเห็นง่าย	4.62	0.62	มากที่สุด	3
3. ร้านค้าที่น่าเชื่อถือ	4.79	0.49	มากที่สุด	2
4. มีที่จอดรถสะดวก	4.13	0.85	มาก	4
รวม	4.59	0.46	มากที่สุด	

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
ที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปประเภทพุดดิ้งสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหา
การกลืน

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X} .	SD	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
1. มีการโฆษณาที่ดึงดูดความสนใจ	4.57	0.75	มากที่สุด	4
2. มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ดึงดูดลูกค้า	4.72	0.60	มากที่สุด	3
3. มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	4.79	0.53	มากที่สุด	1
4. ให้ความรู้ผู้บริโภค ณ จุดขายสม่ำเสมอ	4.77	0.50	มากที่สุด	2
รวม	4.71	0.50	มากที่สุด	

ภาคผนวก ช
การคำนวณ WACC

การคำนวณ WACC		
เงินจากการขายหุ้น	2,000,000	บาท
เงินจากการกู้	0	บาท
เงินทุนรวม	2,000,000	บาท
สัดส่วนเงินจากส่วนทุนต่อทุนรวม (w_e)	100%	
สัดส่วนจากการกู้ต่อทุนรวม (w_d)	0%	
ภาษี (T)	20%	
1-T	80%	
ดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายย่อยชั้นดี (MRR)	7%	
บวกภาษีเพิ่ม	9%	
ต้นทุนเงินทุนจากการกู้ยืม $r_{dAT} = r_{dBT} (1-T)$	7%	
อัตราผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์ไทย (r_M)	10%	
อัตราผลตอบแทนที่ไม่มีความเสี่ยง (r_{RF})	2.28%	
ค่าเบต้า	1	
ต้นทุนเงินทุนจากการจัดหาเงินทุน $r_e = r_{RF} + (r_M - r_{RF})b$	10.0%	
WACC = $w_d r_{dAT} (1-T) + w_e r_e$	10.0%	

ภาคผนวก ข

ตารางการประเมินมูลค่าโครงการ (Project Evaluation)

Estimated Cash Flow and Evaluation							
Timeline:	0	1	2	3	4	5	
เงินสดลงทุนเริ่มต้นโครงการ	(686,790)						
กระแสเงินสดจากกำไรดำเนินงานสุทธิ (จากงบกระแสเงินสด)		(791,440)	206,654	920,744	1,425,575	3,274,982	
กระแสเงินสดสุทธิรวมของโครงการ	(686,790)	(791,440)	206,654	920,744	1,425,575	3,274,982	
ต้นทุนเงินทุนเฉลี่ย หรือ WACC	10.0%						
NPV (Normal)	NPV =	PV(NCF	-	Investment			
	2,463,469.85	3,150,259.85	-	(686,790)			
IRR	45%						
Timeline:	Payback (year)	0	1	2	3	4	5
Total Net Cash Flow		(686,790)	(791,440)	206,654	920,744	1,425,575	3,274,982
Accumulated Net Cash Flow		(686,790)	(1,478,230)	(1,271,576)	(350,832)	1,074,743	5,036,516
Payback Period	3.25						
Timeline:	Payback (year)	0	1	2	3	4	5
Total Net Cash Flow		(686,790)	(791,440)	206,654	920,744	1,425,575	3,274,982
Present Value of NCF		(686,790)	(719,491)	170,789	691,768	973,687	2,033,506
Accumulated Net Cash Flow		(686,790)	(1,406,281)	(1,235,492)	(894,556)	429,963	3,150,260
Discounted Payback Period	3.92						