

แผนธุรกิจการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

**แผนธุรกิจการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน**

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563



.....  
นายกฤตเมธ หอมจันทานากุล  
ผู้วิจัย

.....  
รองศาสตราจารย์ฉัฐวุฒิ พิมพา,  
Ph.D.  
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรเกษม กั้นตามระ,  
Ed.D.  
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร อาภาศิลป์,  
Ph.D.  
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ  
มหาวิทยาลัยมหิดล

.....  
รองศาสตราจารย์ภคพล อนุฤทธิ์,  
Ph.D.  
กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือและคำปรึกษาจาก ดร.ณัฐวุฒิ พิมพา อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ซึ่งเป็นหัวหน้าสาขาผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ให้คำปรึกษา ชักถาม ในประเด็นสำคัญที่ผู้วิจัยมองไม่เห็น รวมถึงการให้แง่คิดใหม่ๆ ในการทำการตลาดเพื่อสุขภาพ อีกทั้งแผนการในอนาคตหลังจากออกผลิตภัณฑ์แล้ว ให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเกิดการต่อยอดไปสู่ธุรกิจที่หลากหลายขึ้น และบุคคลอีกท่านหนึ่งที่ผู้วิจัยจำเป็นต้องกล่าวถึงคือ ดร.กิตติชัย ราชมหา ที่เปรียบเสมือนเป็นแรงบันดาลใจคอยกระตุ้นผู้วิจัยในวันที่ผลิตภัณฑ์พบแต่อุปสรรคที่จะไกลเกินเอื้อม แต่เมื่อได้รับการชี้แนะจาก ดร.กิตติชัย ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นแสงสว่างทางปัญญาได้อีกครั้ง ดร.กิตติชัยได้แนะนำโรงงานรับจ้างผลิต ชี้นำแนวทางที่ผู้วิจัยเห็นภาพอย่างถ่องแท้ นำมาซึ่งชิ้นงานที่พร้อมออกมาจำหน่าย และดร.ชาคริต พิษญาญกุล ที่ให้เกียรติผู้วิจัยได้นัดหมายเพื่อปรึกษากลยุทธ์ทางการตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องมากขึ้น ที่ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ผู้สอนรายวิชาต่างๆ ในวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่าน ที่ล้วนเป็นแรงผลักดันและภูมิคุ้มกันทางความรู้ให้ผู้วิจัยนำมาต่อยอดได้

สุดท้ายนี้ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ ที่คอยให้การสนับสนุนในทุกเรื่อง ทั้งเรื่องความรู้ที่คุณพ่อสามารถถ่ายทอดการวางแผนทางการเงินได้เพราะคุณพ่อ มีประสบการณ์ในด้าน การธนาคารมากกว่า 30 ปีรวมถึงการให้กำลังใจผู้วิจัยไม่ให้ยอมแพ้ต่ออุปสรรคในการทำผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้ ดังนั้นหากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำขอน้อมรับไว้ด้วยความเต็มใจ และขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

กฤตเมธ หอมจันทร์นากุล

แผนธุรกิจการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน

NEW PRODUCT DEVELOPMENT TO RELIEVE SNORING PROBLEM SYMPTOM

กฤตเมธ หอมจินทนากุล 6150085

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ฉวีวุฒิ พิมพา, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรเกษม  
กันตามระ, Ed.D., รองศาสตราจารย์ภคพล อนุฤทธิ, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

บริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด (Toni Supply Co., Ltd.) เป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการคิดค้นผลิตภัณฑ์ จัดจำหน่าย นำเข้าส่งออกผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง การเป็นผู้เชี่ยวชาญในการนำสรรพคุณของสารสกัดสมุนไพรมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภค สำหรับผลิตภัณฑ์ชิ้นแรก บริษัทได้มองเห็นถึงปัญหาและภัยคุกคามของอาการนอนกรน ที่ก่อให้เกิดปัญหาทั้งในตัวเองและคนรอบข้าง ที่อาจนำไปสู่ปัญหาสุขภาพที่ร้ายแรงหรือปัญหาครอบครัวที่รุนแรงได้ อีกทั้งค่าใช้จ่ายในการรักษาที่มีราคาแพง หากแก่การเข้าถึงของผู้บริโภค บริษัทจึงมองเห็นถึงโอกาสความเป็นไปได้ในการคิดค้นผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรนในราคาที่ผู้บริโภคเอื้อมถึง ซึ่งทำมาจากสารสกัดสมุนไพรในรูปแบบของสเปรย์พ่นคอเพื่อสร้างความชุ่มชื้นแก่ลำคอเวลานอน อ้างอิงจากงานวิจัยประเทศสหรัฐอเมริกา ชื่อ Anti-Snorning Composition ผ่านกระบวนการผลิตที่ทันสมัยจากบริษัทรับจ้างผลิตที่ได้มาตรฐานสากล อย่างบริษัท ควอลิตี้ พลัส อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ที่คอยเป็นที่ปรึกษาและแนะนำกระบวนการผลิตต่างๆ ให้กับทางบริษัท

บริษัทฯ ใช้เงินลงทุนที่เกิดจากการรวมหุ้นและกู้จากธนาคารรวมเป็นจำนวนเงิน 1,000,000 บาท สามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 45,888,787 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 260.38% มีระยะเวลาคืนทุน (PB) ประมาณ 1 ปี แสดงว่าธุรกิจมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ/ สารสกัดสมุนไพร/ ผลิตภัณฑ์สเปรย์บรรเทาอาการนอนกรน

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
<b>บทที่ 1</b> <b>บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.2 การวิเคราะห์แนวโน้มอุตสาหกรรม	3
1.3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)	4
1.4 Business Canvas	5
1.5 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายตามเวลา	6
1.6 ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	6
<b>บทที่ 2</b> <b>ข้อมูลการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง</b>	<b>7</b>
2.1 วิธีการศึกษาวิจัย	7
2.1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย	7
2.1.2 กลุ่มเป้าหมายและขนาดตัวอย่าง	7
2.1.3 ประเภทงานวิจัย	8
2.1.4 วิธีการเก็บข้อมูลวิจัย	9
2.1.5 วิธีการประมวลผลการวิจัย	9
2.1.6 ระยะเวลาดำเนินงานวิจัย	10
2.2 สรุปผลดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU-IRB)	10
<b>บทที่ 3</b> <b>การวิเคราะห์และวางแผนทางการตลาด</b>	<b>11</b>
3.1 บทวิเคราะห์และระบุ STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	11
3.1.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด (Segmentation)	11
3.1.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target)	12
3.1.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)	12

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 บทวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันและคู่แข่ง (Competitor and Competition Analysis)	14
3.2.2 สายรัดคางแก่นอนกรน	15
3.2.3 คลิปหนีบจมูกแก่นอนกรน	16
3.3 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)	19
3.3.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า (Product)	19
3.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)	21
3.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place)	21
3.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)	23
3.4 แผนดำเนินการกลยุทธ์การตลาดจำแนกตามกรอบและทรัพยากร	24
<b>บทที่ 4</b> แผนกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา	<b>27</b>
4.1 บทวิเคราะห์การพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับกระบวนการ	27
4.1.1 ประเภทของเทคโนโลยี	27
4.1.2 คุณลักษณะสำคัญของเทคโนโลยี	27
4.1.3 ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีในการนำมาปรับใช้จริง	28
4.2 แผนกลยุทธ์ด้านการจัดการปกป้องและการหาประโยชน์ด้านทรัพย์สินทางปัญญา	30
4.2.1 ความลับทางการค้า (Trade Secret)	30
4.2.2 เครื่องหมายการค้า (Trademark)	31
4.2.3 อนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์ (Petty Patent)	31
4.3 แผนดำเนินการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาและทรัพยากร	32
<b>บทที่ 5</b> แผนการบริหารจัดการทีมและองค์กร	<b>34</b>
5.1 ข้อมูลธุรกิจ	34
5.2 โครงสร้างองค์กร	34
5.3 แผนด้านบุคลากร	35

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.4 แผนการดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กรตามกรอบเวลา และความต้องการใช้	37
5.5 ประเมินค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	39
<b>บทที่ 6</b> แผนบริหารจัดการการผลิต	<b>42</b>
6.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน	42
6.1.1 ระยะเวลาที่ 1 ดำเนินการจัดตั้งบริษัท	42
6.1.2 ระยะเวลาที่ 2 ดำเนินการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ออย.	45
6.1.3 ระยะเวลาที่ 3 การจัดระบบและดำเนินงานด้านการผลิต	46
6.1.4 ดำเนินการด้านตลาด	47
6.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	47
6.2.1 ค่าเช่าพื้นที่	47
6.2.2 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน	48
6.3 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน	49
6.4 ขั้นตอนการจัดซื้อและรับเข้าของบรรจุภัณฑ์	49
6.4.1 รายละเอียดขั้นตอนการจัดซื้อและรับเข้าวัตถุดิบ	50
6.5 ขั้นตอนการผลิต	51
6.6 ขั้นตอนการส่งมอบผลิตภัณฑ์	51
6.7 ภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท เอวาโกลด์ จำกัด	54
<b>บทที่ 7</b> แผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการลงทุน	<b>56</b>
7.1 สมมติฐานเพื่อการจัดทำแผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่า การลงทุนโครงการ	56
7.1.1 เงินลงทุน	56
7.1.2 แหล่งที่มาของเงินทุน	57
7.1.3 สมมติฐานทางการเงิน	58
7.1.4 การประมาณการรายได้	59
7.1.5 ประมาณการต้นทุน	60

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
7.1.6 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	61
7.2 แผนการเงินกรอบเวลา 5 ปี (จำแนกรายปี)	62
7.2.1 แผนการเงิน ประเภทงบกำไรขาดทุน	62
7.2.2 แผนการเงิน ประเภทงบแสดงฐานะทางการเงิน	63
7.2.3 แผนการเงิน ประเภทงบกระแสเงินสด	64
7.3 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน	64
7.3.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value : NPV)	65
7.3.2 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)	66
7.3.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	66
7.3.4 สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินความคุ้มค่าการลงทุน	67
<b>บทที่ 8</b> <b>แผนการบริหารจัดการความเสี่ยง</b>	<b>68</b>
8.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภทความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง	68
8.1.1 ความเสี่ยงทางการดำเนินงาน (Operation Risk)	68
8.1.2 ความเสี่ยงทางการตลาด (Marketing Risk)	70
8.1.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)	72
8.1.4 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)	73
8.2 การวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง	73
8.2.1 ระยะสั้น 1 ปี	73
8.2.2 ระยะกลาง มากกว่า 1 ปี และไม่เกิน 3 ปี	74
8.2.3 ระยะยาว มากกว่า 3 ปี	75
8.3 ข้อจำกัดของแผนธุรกิจ	76
8.4 แผนธุรกิจหน้าเดียว (One Page Business Plan)	78
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>79</b>



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>ภาคผนวก</b>	<b>80</b>
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เชิงลึก	81
ภาคผนวก ข เอกสารการขออนุญาตจริยธรรมงานวิจัย IRB	83
ภาคผนวก ค ภาระหนี้ การชำระเงินทุนและดอกเบี้ย	86
ภาคผนวก ง WACC และ Project Evaluation	89
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>91</b>



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 รายชื่อผู้ถูกสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับการเก็บข้อมูลผู้บริโภค	8
3.1 การเปรียบเทียบความคุ้มค่าของกลุ่มคู่แข่งทางตรง	14
3.2 แผนการดำเนินการกลยุทธ์การตลาดจำแนกรายเดือน ในปีี่ 1	25
3.3 แผนการดำเนินการกลยุทธ์การตลาดจำแนกรายปี ในปีี่ 2-5	26
4.1 รายการทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด	31
4.2 แผนดำเนินการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตามกรอบเวลาและทรัพยากร	32
4.3 ระยะเวลาการคุ้มครองและค่าใช้จ่ายทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา ปีี่ 1-20	33
5.1 แสดงตำแหน่ง จำนวน หน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากร	35
5.2 แสดงการดำเนินการด้านบุคลากรของธุรกิจในปีี่ 1 แบบจำแนกรายเดือน	37
5.3 แสดงการดำเนินการด้านบุคลากรของธุรกิจในปีี่ 2 แบบจำแนกรายเดือน	37
5.4 แสดงการดำเนินการด้านบุคลากรของธุรกิจในปีี่ 3-5 แบบจำแนกรายเดือน	38
5.5 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของธุรกิจในปีี่ 1 แบบจำแนกรายเดือน	39
5.6 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของธุรกิจในปีี่ 2 แบบจำแนกรายเดือน	39
5.7 การประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของธุรกิจในปีี่ 3-5 แบบจำแนกรายเดือน	40
5.8 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของธุรกิจในปีี่ 1-ปีี่ 5	41
6.1 สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่สำหรับตั้งเป็นสำนักงาน	47
6.2 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงานของบริษัท เอวาโกลด์ จำกัด	48
6.3 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงานของบริษัท เอวาโกลด์ จำกัด	49
6.4 แผนภาพรวมการดำเนินงานของบริษัท เอวาโกลด์ จำกัด ในปีี่ 1	54
6.5 ภาพรวมการดำเนินงานของบริษัท เอวาโกลด์ จำกัด ในปีี่ 2	55
7.1 แสดงรายละเอียดของเงินทุนในโครงการ	56
7.2 แหล่งที่มาของเงินทุน	57
7.3 แสดงผู้ร่วมทุน จำนวนหุ้น สัดส่วนและเงินทุน	57
7.4 สมมติฐานทางการเงิน	58
7.5 แสดงรายได้จากการขายแต่ละช่องทางตั้งแตปีี่ 1 – 5	60

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
7.6	การประมาณการต้นทุนของสเปย์บรเรทาอาการนอนกรน ในปีที่ 1-5	60
7.7	ประมาณการต้นทุนจากปริมาณยอดสั่งซื้อสเปย์บรเรทาอาการนอนกรน ตรา Snorman จากลูกค้าทุกช่องทางการจัดจำหน่าย ปีที่ 1-ปีที่ 5	61
7.8	ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ปีที่ 1-ปีที่ 5	61
7.9	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารปีที่ 1-ปีที่ 5	61
7.10	ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการขาย ปีที่ 1-ปีที่ 5	61
7.11	ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย ปีที่ 1-ปีที่ 5	62
7.12	ประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1-ปีที่ 5	62
7.13	ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน ปีที่ 1- ปีที่ 5	63
7.14	ประมาณการงบกระแสเงินสด ปีที่ 1- ปีที่ 5	64
7.15	ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของบริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด	65
8.1	แผนบริการจัดการความเสี่ยง	75

## สารบัญญภาพ

ภาพ	หน้า	
1.1	แผนการจัดการ Value Chain ของบริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด	4
1.2	แผนภาพ โมเดล Business Canvas ของสินค้าผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน	5
3.1	การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทั้งของบริษัทและคู่แข่งเพื่อเปรียบเทียบในเบื้องต้น	12
3.2	การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทั้งของบริษัทและคู่แข่งทางตรงโดยละเอียด	13
3.3	อุปกรณ์ฟีนยางสำหรับบรรเทาอาการนอนกรน	15
3.4	สายรัดคางสำหรับบรรเทาอาการนอนกรน	15
3.5	คลิปหนีบจมูกเพื่อบรรเทาอาการนอนกรน	16
3.6	คู่แข่งทางตรงตรา NOZOVENT	17
3.7	คู่แข่งทางตรงตรา IBIKIST	18
3.8	คู่แข่งทางตรงตรา NIGHT COMFORT	18
3.9	โลโก้ของผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน Snorman	20
3.10	ตราสถาบันคั้นคว่ำและพัฒนาผลิตผลทางการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร	21
3.11	ภาพโปรโมทการจัดแสดง SME D Bank	22
3.12	ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ร้านขายยา Modern Trade	22
3.13	บริษัทรับผลิตสินค้าของบริษัท และธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย	23
3.14	การจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	24
4.1	กระบวนการไลโปโซม (Liposome)	28
5.1	แผนผังแสดงโครงสร้างองค์กร บริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด	35
6.1	ขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท เอวา โกลด์ จำกัด	42
6.2	ขั้นตอนการยื่นจองชื่อบริษัทเพื่อจดทะเบียนธุรกิจ	43
6.3	ขั้นตอนการจดทะเบียนบริษัทเพื่อจดทะเบียนธุรกิจ	44
6.4	การออกแบบพื้นที่สำนักงาน	44
6.5	ขั้นตอนการดำเนินการด้านแรงงานในการเป็นนายจ้าง	45
6.6	เลขที่จดแจ้ง สำหรับเครื่องสำอาง	46
6.7	พื้นที่สำนักงาน บริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด	47

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
6.8	49
6.9	51
6.10	52
6.11	52
6.12	53
7.1	58
8.1	69
8.2	73
8.3	78

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

การนอนกรน (Snoring) คือ ภาวะของเสียงที่ผิดปกติอันเกิดขึ้นระหว่างหายใจในขณะที่นอนหลับ เนื่องจากการถูกปิดกั้นของทางเดินหายใจบางส่วน และจะกรนดังมากขึ้นเมื่ออยู่ในท่านอนหงาย การนอนกรนที่มีอาการไม่รุนแรงสามารถบรรเทาลงได้ด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เช่น นอนตะแคง หลีกเลี่ยงการดื่มแอลกอฮอล์ก่อนเข้านอน โดยการนอนกรนส่งผลต่อทั้งสุขภาพของผู้ที่นอนกรนเองและรบกวนบุคคลที่นอนข้าง ๆ นอนกรนพบได้มากในเพศชาย และจะมีอาการหนักขึ้นเมื่ออายุมากขึ้น

อาการนอนกรน มี 2 ประเภท คือ

1. อาการนอนกรนธรรมดา (ไม่อันตรายเพราะไม่มีภาวะหยุดหายใจขณะหลับร่วมด้วย) ไม่มีผลกระทบต่อตัวผู้ป่วยเอง แต่จะมีผลกระทบต่อคนรอบข้าง โดยเฉพาะกับคู่นอน ทำให้นอนหลับยาก

2. อาการนอนกรนอันตราย (มีภาวะหยุดหายใจขณะหลับร่วมด้วย) นอกจากจะมีผลกระทบต่อคนรอบข้างแล้ว หากไม่รักษาอาจมีอาการง่วงมากผิดปกติในเวลากลางวัน ทำให้เรียนหรือทำงานได้ไม่เต็มที่ ถ้าต้องขับรถอาจเกิดอุบัติเหตุในท้องถนนได้ นอกจากนี้จะมีอัตราเสี่ยงสูงที่จะเป็นโรคอื่นได้ เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคกล้ามเนื้อหัวใจวายเฉียบพลันจากการขาดเลือดภาวะหัวใจเต้นผิดจังหวะ โรคความดันโลหิตในปอดสูง โรคหลอดเลือดในสมอง ฯลฯ

โรคนอนกรนและหยุดหายใจขณะหลับ มีสถิติพบว่าคนไทยประมาณ 25% นอนกรนเกิดจากทางเดินหายใจช่วงบนมีการอุดกั้นเป็นระยะตลอดการนอนหลับ และผู้ที่มีอาการกรนมากจนมีการหายใจติดขัดจนเกิดการสะดุดหยุดหายใจเป็นช่วงๆ ร่างกายขาดอากาศเป็นระยะ ส่งผลเสียต่อหัวใจ สมอง หลอดเลือด และอวัยวะต่างๆ เรียกโรคนี้อีกว่า โรคหยุดหายใจขณะหลับจากการอุดกั้น พบในคนไทยประมาณ 5% หรือประมาณ 3 ล้านคน (ศ.นพ.ชัยรัตน์ นิรันดร์รัตน์ ประธานคณะอนุกรรมการฝึกอบรมและสอบหลักสูตร โสต ศอ นาสิกวิทยาการนอนหลับ ราชวิทยาลัย โสต ศอ นาสิกแพทย์ แห่งประเทศไทย, 2562)

อย่างไรก็ตามสภาวะการนอนกรนของคนส่วนใหญ่ไม่สามารถรักษาให้หายขาดได้จากการดูแลรักษาสุขภาพด้วยตัวเอง เนื่องจากบางสาเหตุเกิดจากรูปร่างที่ผิดปกติ พฤติกรรมการนอนหงาย ซึ่งหลายคนมักรู้สึกเงินอายที่จะแจ้งผู้อื่นให้ทราบถึงอาการนอนกรนของตน นำมาซึ่งเทคนิคการรักษา ทั้งที่หลากหลายเพื่อตอบ โจทย์ผู้มีอาการนอนกรนที่ต่างสาเหตุกัน

วิธีในการรักษาอาการนอนกรนมีอยู่มากมายในปัจจุบัน และเกือบทุกคนที่รักษาจะต้อง เริ่มต้นด้วยการทดสอบการนอน (Sleep Test) ก่อนเพื่อตรวจวัดสาเหตุของการนอนกรนอย่างละเอียด และความถี่ในการหยุดหายใจ หากคนนอนกรนมีอาการไม่หนักมากส่วนมากแพทย์จะแนะนำให้ใส่ ฟันยาง ออกกำลังกายลดน้ำหนัก หรือพยายามปรับเปลี่ยนท่านอน แต่โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ที่มีการนอนกรนหนักมากถึงขั้นรบกวนการใช้ชีวิตประจำวัน (ง่วงซึม) มักมีความถี่ในการหยุดหายใจต่อนาทีที่สูง แพทย์จะแนะนำให้ใช้อุปกรณ์เครื่องช่วยหายใจแรงดันบวก (CPAP) ที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศมาครอบที่ช่องปากและจมูกเวลานอน ไม่ว่าจะเปลี่ยนที่นอนไปไหนก็จำเป็นต้องพกเครื่องนี้ไปด้วยกัน ทั้งนี้จะสังเกตได้ว่า ไม่ว่าจะเปลี่ยนวิธีใส่ฟันยาง ออกกำลังกายลดน้ำหนัก หรือจากเครื่องช่วยหายใจแรงดันบวก (CPAP) ก็ไม่สามารถรักษาอาการนอนกรนให้หายขาดได้ เพราะเมื่อคนนอนกรนกลับมามีน้ำหนักเท่าเดิม มีการหยุดใช้เครื่องช่วยหายใจ อาการนอนกรนรวมไปถึงอัตราการหยุดหายใจที่สูงจะกลับมาด้วย

กรรมวิธีในการรักษาปัจจุบันเพื่อให้หายขาดจากอาการนอนกรน คือการผ่าตัดปรับเปลี่ยน สรีระของร่างกายเพื่อให้อากาศสามารถผ่านตลอดลมได้มากขึ้น ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายที่สูงมาก เนื่องจากการผ่าตัดใหญ่ ทำให้กลุ่มคนที่นอนกรนบางส่วนเท่านั้นที่จะมีกำลังจ่ายสำหรับการผ่าตัดได้ เพราะหากคนนอนกรนคนใดขาดทุนการรักษาหรือมีไม่มากพอ ก็มีโอกาสเข้าถึงการรักษาอาการนอนกรนที่หายขาดได้

ดังนั้น โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อบรรเทาการนอนกรนนี้ จึงจัดขึ้นเพื่อคิดค้นสินค้าใหม่ที่มาตอบ โจทย์ผู้ที่มีปัญหานอนกรนหรือคนรอบข้างที่มีคู่นอนเป็นคนนอนกรน โดยมีขั้นตอนในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ง่ายและไม่ซับซ้อน ใช้วัสดุหลักจากสารสกัดสมุนไพรธรรมชาติ ขจัดปัญหาหาค่ารักษาที่แพงและไม่สะดวกในการใช้งาน เพิ่มความมั่นใจเวลาเดินทางเพื่อตัวผู้นอนกรนเองและบุคคลรอบข้าง

## 1.2 การวิเคราะห์แนวโน้มอุตสาหกรรม

องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ให้คำนิยามของผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Herbal Product) ว่าหมายถึง วัสดุหรือสารสกัดสมุนไพรที่ให้กับผู้ป่วยและยาสมุนไพร หมายถึง ยาที่ได้จากพฤกษชาติ สัตว์ หรือแร่ธาตุ ซึ่งไม่ได้รับการผสมปรุง หรือแปรสภาพ อาจจะได้มาจากเมล็ด ราก ใบไม้ เกสร น้ำมัน เป็นต้น การใช้ยาสมุนไพรนั้นมีมาแต่โบราณกาลโดยใช้เพื่อการบำบัดรักษาโรค

อุตสาหกรรมยาสมุนไพรทั่วโลกมีมูลค่า 71.19 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี ค.ศ. 2016 และคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีอยู่ที่ 7.2 เปอร์เซ็นต์ (ปี ค.ศ. 2017-2023) หรือคาดว่าจะมีมูลค่าราว 111 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี ค.ศ. 2023 โดยปัจจัยที่ส่งเสริมให้มีการเติบโตได้แก่ ความพึงพอใจต่อการรักษาด้วยยาสมุนไพรของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น เช่น การแพทย์อายุรเวท (Ayurvedic Medicine) ของอินเดีย การแพทย์แผนจีน (Chinese Medicine) ของจีน และการแพทย์ยูนาเนียนิ (Unani Medicine) ของกลุ่มมุสลิม เป็นต้น ซึ่งผู้บริโภคทราบว่าแม้จะรับประทานยาสมุนไพรเกินขนาด แต่ก็ยังไม่ก่อให้เกิดอันตรายอย่างรุนแรง อีกทั้งยังมีผลข้างเคียงน้อย นอกจากนี้รัฐบาลแต่ละประเทศยังได้เพิ่มการลงทุนด้านวิจัยและการระดมทุนให้กับผู้ประกอบการจึงส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้เติบโตมากยิ่งขึ้น (ศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์, 2562)

สมุนไพรของไทยนับได้ว่าค่อนข้างมีศักยภาพทั้งในด้านของการเป็นแหล่งผลิตที่สำคัญ ความหลากหลายของชนิดสมุนไพรและการนำไปใช้ประโยชน์ โดยเฉพาะการใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น ยารักษาโรค เครื่องสำอาง อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ ตามกระแสความต้องการใช้สมุนไพรเพื่อทดแทนการใช้สารสังเคราะห์ทางเคมีที่มากขึ้น รวมไปถึงแรงหนุนจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร เช่น การใช้เป็นยารักษาโรคและอาหารเสริมสำหรับแพทย์ทางเลือก หรือน้ำมันหอมระเหยและลูกประคบในธุรกิจสปา เป็นต้น ส่งผลให้ความต้องการพืชสมุนไพรภายในประเทศยังขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากเดิมที่เคยมีมูลค่าตลาดเพียง 16,292 ล้านบาท ในปี 2552 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 32,701 ล้านบาท ในสิ้นปี 2558 หรือคิดเป็นการเติบโตเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละ 12.3% ตลาดในประเทศ ภาพรวมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรในประเทศปี 2558 ยังคงเติบโตได้ดี โดยคาดว่าผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม เครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสมุนไพรจะมีมูลค่าตลาด 2.69 หมื่น ล้านบาท เติบโต 8.3% ส่วนยารักษาโรคจากสมุนไพร มีมูลค่าตลาด 5.8 พันล้านบาท เติบโต 7.0% โดยปัจจัยบวกที่ทำให้กลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าว ยังขยายตัวได้ยังคงมาจากกระแสการรักสุขภาพ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2560)

จากที่กล่าวมานั้น จึงเป็นโอกาสที่ดีในการเริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน โดยใช้วัสดุหลักจากธรรมชาติอย่างสารสกัดสมุนไพรไทยมีคุณสมบัติในการบรรเทาอาการ



หลากหลาย ชนิดด้วยกัน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานที่ประสบปัญหาการนอนกรนและมีความต้องการในการรักษาอย่างถูกวิธีโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเกิดความจำเป็น

### 1.3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)



ภาพที่ 1.1 แผนการจัดการ Value Chain ของบริษัท โทนิ ชัพพลาย จำกัด

กิจกรรมที่สำคัญขั้นพื้นฐาน (Primary activities) แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

1. กระบวนการคิดค้นนวัตกรรม ที่จำเป็นต้องเกิดการบูรณาการระหว่างผู้ประกอบการที่มีเงินทุน (บริษัท โทนิ ชัพพลาย จำกัด) ผู้เชี่ยวชาญด้านสมุนไพรที่อาจเป็นเภสัชกร, อาจารย์ในสาขาที่เกี่ยวข้อง, แหล่งอ้างอิงระดับทุติยภูมิ รวมถึงหน่วยวิจัยทางการตลาดที่อาจเป็นตัวแทนผู้ประกอบการเอง ที่ลงสำรวจความเป็นไปได้และรูปแบบที่ผู้บริโภคต้องการ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ที่คาดหวัง
2. การส่งต่อให้กับโรงงานรับจ้างผลิต กล่าวคือ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้บริการจากโรงงานรับจ้างผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านงบประมาณในการลงทุนซื้อเครื่องจักร ดังนั้นจึงเลือก Partner ที่เหมาะที่พร้อมเป็นฝ่ายผลิตสินค้าให้กับทางผู้ประกอบการ
3. กระบวนการได้มาซึ่งสูตรและเคล็ดลับในการผลิต เมื่อได้วิธีการในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและใจท์แก่ลูกค้าแล้ว จะมีการขึ้นทะเบียนตามกฎหมาย อีกทั้งมีการจดสิทธิบัตรเพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบจากบุคคลอื่น
4. การได้มาซึ่งสินค้าสำเร็จรูป ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องตรวจสอบคุณภาพจากโรงงานรับจ้างผลิต และเริ่มทำสื่อโฆษณาทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อสร้างการรับรู้ของแบรนด์สินค้าให้ทั่วถึง

5. ช่องทางในการจัดจำหน่ายหน้าของสินค้า คือ ช่องทางร้านขายยาที่มีการยกระดับให้มีความทันสมัยตอบโจทย์ผู้บริโภคใหม่ให้ดูน่าสนใจมากขึ้น เพื่อการมีภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่ดูดี น่าใช้ แต่ราคาไม่แพง

6. การมีหน่วยงานรับซื้อคิดเห็นจากลูกค้า ซึ่งถือเป็นหน่วยงานที่สำคัญมากเพราะผู้ประกอบการอาจไม่ได้ลงไปสัมผัสกับผู้ใช้สินค้าโดยตรง แต่พนักงานที่อยู่ในร้านช่องทางการจัดจำหน่ายอาจพบปะกับลูกค้ามากกว่า ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีเจ้าหน้าที่คอยรับซื้อคิดเห็นที่ส่งผ่านมาจากเจ้าหน้าที่ประจำสถานที่จัดจำหน่าย โดยส่งต่อมาที่นักวิจัยการตลาดและผู้ประกอบการ

#### 1.4 Business Canvas

<b>Problem</b> - ระบาดทั่วกลับนอน เกิดความรำคาญกับคนรอบข้าง - สุขภาพกายและใจ ย่ำแย่ - วิธีการรักษาในปัจจุบันตอบโจทย์ ความสะดวก สะอาด และราคาถูก ค่อนข้างน้อย	<b>Solution</b> - ช่วยลดเสียงรบกวนให้เบาลง ลดปัญหาความรำคาญต่อคนรอบข้าง - ทำให้ผู้นอน รู้สึกแจ่มใสเวลาตื่นนอน - การนำสารสกัดจากสมุนไพรซึ่งเป็นวัสดุธรรมชาติมาใช้ประโยชน์	<b>Unique Value Proposition</b> - ลูกคามีสุขภาพที่ดีทั้งตนเองและคนรอบข้าง เนื่องจากได้พักผ่อนเพียงพอ	<b>Unfair Advantage</b> - เป็นสินค้าที่ตอบ โจทย์ลูกค้าโดยการสร้างความมั่นใจ ใช้ ง่าย และราคาถูก - ควบคุมกันไปสินค้า ขึ้นเดียว	<b>Customer Segments</b> - กลุ่มคนที่มีผลข้างเคียงทางสุขภาพจากปัญหาการนอน - กลุ่มคนรอบข้างที่อยู่ใกล้คนนอนกรน
	<b>Key Metrics</b> - ขายได้อย่างน้อย 2,000 ชิ้นต่อเดือน - ลูกค้ามีการซื้อซ้ำ 1-2 ครั้งต่อเดือน			
<b>Cost Structure</b> - ค่าวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ 50,000 บาท ค่าผลิตสินค้า 200,000 บาท - ค่าธรรมเนียมการนำสินค้าเข้าร้านขายยา Modern Trade 100,000 บาท - ค่าเช่ารายเดือน 50,000 บาท ค่าการตลาด 300,000 บาท			<b>Revenue Streams</b> - รายได้ต่อเนื่อง (Recurring Revenues) ได้แก่ รายได้ที่เกิดจากซื้อต่อเนื่อง เพราะอาการนอนกรนไม่มีวิธีการรักษาให้หายขาด จึงต้องใช้ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง	
<b>PRODUCT</b>			<b>MARKET</b>	

ภาพที่ 1.2 แผนภาพโมเดล Business Canvas ของสินค้าผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน

## 1.5 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายตามเวลา

วิสัยทัศน์: การคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่สะดวก สะอาด และราคาเหมาะสม จากสารสกัดสมุนไพรไทยเพื่อช่วยบรรเทาอาการนอนกรน โดยผ่านการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญทางเภสัชกรรม

พันธกิจ: มุ่งสู่การเป็น Solution ในการรักษาอาการนอนกรนให้หายขาด เพื่อเสริมสร้างพัฒนาการและสุขภาพร่างกายให้ดีขึ้น ผ่านการพักผ่อนอย่างเพียงพอและมีคุณภาพภายใน 5 ปี

เป้าหมายของธุรกิจ:

- เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1): สร้างการรับรู้ในแบรนด์สินค้ารวมถึงสรรพคุณของสมุนไพร
- เป้าหมายระยะระยะกลาง (ปีที่ 3): การใช้ชุมชนที่เป็นผู้ผลิตพืชผลทางการเกษตรต้นน้ำของผลิตภัณฑ์มาผลิตสินค้า และยกเลิกการผลิตในโรงงานรับจ้างผลิต (OEM)
- เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 5): การขอมาตรฐานรับรองจากต่างประเทศเพื่อขยายตลาดส่งออก

## 1.6 ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

การเป็นกรรมวิธีทางเลือกในการบรรเทาอาการนอนกรนสำหรับผู้ที่มีความคาดหวังในผลิตภัณฑ์ที่มีความสะดวก สะอาด ปลอดภัย และราคาสมเหตุสมผล กล่าวคือ ความสะดวกที่สามารถพกพาไปได้ทุกที่ ไม่เกะกะพื้นที่ในการเก็บ กล้าใช้อย่างมั่นใจและไม่เงินอายุ, ความสะอาดและปลอดภัย ที่มีส่วนผสมหลักจากสารสกัดสมุนไพรไทยที่เป็นธรรมชาติปราศจากสารเคมีที่เจือปน, ราคาที่เหมาะสมมาจากต้นทุนในการจัดหาวัตถุดิบที่ถูกเพราะเป็นวัสดุจากธรรมชาติที่หาได้ง่ายในประเทศไทย โดยมีการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อการนอนที่มีคุณภาพส่งผลให้มีเสียงกรนที่เบาลงหรือแทบไม่มีเลย นำมาซึ่งสุขภาพกายและใจที่ดีของผู้นอนกรนและคนรอบข้างผู้นอนกรน

## บทที่ 2

### ข้อมูลการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

#### 2.1 วิธีการศึกษาวิจัย

การศึกษาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรนด้วยสารสกัดจากสมุนไพรไทยที่สามารถหาได้ง่าย ช่วยแก้ปัญหาเสียงดังจากการหายใจช่วงตอนกลางคืนซึ่งจะมีผลต่อสุขภาพของผู้นอนกรนเองและคนรอบข้างที่อาจเกิดความรำคาญจนนำมาซึ่งปัญหามากมายในระยะยาว โดยตัวผลิตภัณฑ์จะถูกออกแบบมาให้ช่วยบรรเทาอาการให้น้อยลงในขณะที่หลับ โดยไม่มีความอันตรายและผลข้างเคียงจากการใช้งาน อีกทั้งรูปแบบจะถูกออกแบบให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้นอนกรนกล้าที่จะใช้งานด้วยความมั่นใจอีกด้วย

##### 2.1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

- เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้นอนกรนที่มาจากหลายสาเหตุทุกเพศทุกวัย
- เพื่อพัฒนากรรมวิธีและนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน

โดยใช้สารสกัดจากสมุนไพรไทย

##### 2.1.2 กลุ่มเป้าหมายและขนาดตัวอย่าง

แหล่งข้อมูลสำหรับการพัฒนาแผนธุรกิจฉบับนี้ คือ ผู้ประสบปัญหาหรือคนใกล้ตัวผู้นอนกรนที่เกิดความรำคาญและสนใจการรักษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 15-20 คน อายุ 20-60 ปี โดยแบ่งเป็นกลุ่มคนอายุ 20-30 ปี 20% กลุ่มอายุ 30-50 ปี 60% และกลุ่มคนอายุ 50-60 ปี จำนวน 20% ทั้งนี้เพื่อทราบความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มบุคคลหลายกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มที่มีอายุ 30-50 ปี ซึ่งผู้วิจัยให้น้ำหนักถึง 60% เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เริ่มมีครอบครัว อาการป่วยหรือผลข้างเคียงอาจส่งผลกระทบต่อคนในช่วงวัยดังกล่าวเพราะวัยดังกล่าวมีพฤติกรรมการทำงานที่หนัก ส่วนกลุ่มที่มีอายุ 20-30 ปี เป็นกลุ่มที่ผลข้างเคียงอาการนอนกรนยังไม่เห็นผลมากนัก บางส่วนยังไม่มีครอบครัว (คู่นอน) ทำให้คนกลุ่มนี้อาจเห็นความสำคัญของการรักษาอนกรนน้อยกว่ากลุ่มคนอายุ 30-50 ปี และกลุ่มสุดท้ายคือ กลุ่มคนอายุ 50-60 ปี ที่ผู้วิจัยให้น้ำหนัก 20% เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สามารถใช้ชีวิตอยู่กับสุขภาพตนเองและคู่นอนได้อย่างปกติ ยกเว้นผู้ที่เริ่มมีโรคแทรกซ้อนจึงมีโอกาสเข้ารับการรักษาอาการ

นอนกรนเพียงบางส่วนเท่านั้น ดังนั้นไม่เพียงแต่ผู้นอนกรนเท่านั้นที่ต้องการการรักษาแต่ยังมีคนรอบข้างที่อาจมีความต้องการที่จะรักษาผู้นอนกรน

ตารางที่ 2.1 รายชื่อผู้ถูกสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับการเก็บข้อมูลผู้บริโภคร

ลำดับที่	รายชื่อ	ผู้นอนกรน	คนรอบตัวนอนกรน	ข้อมูลส่วนตัว			
				จังหวัด	อายุ	น้ำหนัก	สถานะ
1	กิตติชัย หอมจันทนากุล	✓		ชลบุรี	45	81	ไม่โสด
2	เจษฎา ชัยโถม	✓		สมุทรปราการ	47	79	โสด
3	ธนพงษ์ชัย วงษ์จตุรพิชพร	✓		นนทบุรี	54	71	ไม่โสด
4	ภัศราวรรณ วงษ์จตุรพิชพร		✓	นนทบุรี	29	45	ไม่โสด
5	ณัฐภูมิ พิมพา	✓		กรุงเทพฯ	46	72	ไม่โสด
6	กนกพร ธัญมณีศิลป์	✓		ขอนแก่น	51	60	ไม่โสด
7	ธนภัทร หอมจันทนากุล	✓	✓	กรุงเทพฯ	54	60	ไม่โสด
8	ณัฐนิ ศิริรักษาวงศ์		✓	อ่างทอง	27	51	ไม่โสด
9	ฟ้าใส ซอประเสริฐ		✓	อยุธยา	30	44	ไม่โสด
10	พิสิษฐ์ พุฒิสกุลวงศ์		✓	กรุงเทพฯ	27	68	โสด
11	นิธิต สาริตภิญโญ		✓	กรุงเทพฯ	27	69	ไม่โสด
12	อมฤต พรหมเพ็ญ	✓		กระบี่	27	74	ไม่โสด
13	วิเศษฐ์ มานะวิชิตวงศ์		✓	นครนายก	27	65	ไม่โสด
14	มาลัยรัตน์ ชัยโถม	✓	✓	ราชบุรี	65	59	ไม่โสด
15	จิรายุ สวงวนแก้ว			ราชบุรี	42	65	ไม่โสด

### 2.1.3 ประเภทงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการวิจัยการศึกษาค้นคว้าที่เกิด จากเหตุการณ์และสภาพแวดล้อม โดยอธิบายตามความเป็นจริง เป็นข้อมูลเชิงคุณลักษณะใช้ การแสดงความคิดเห็น วิพากษ์ และวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจำเป็นต้อง ทราบความต้องการที่แท้จริงที่มีไม่เหมือนกันของผู้มีอาการนอนกรนแต่ละคน บางคนที่นอนกรนจนมี ผลต่อสุขภาพอาจมีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มากกว่าคนอื่น

### 2.1.4 วิธีการเก็บข้อมูลวิจัย

งานวิจัยนี้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

2.1.4.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ การค้นหาชนิดของสมุนไพรพื้นบ้านในเบื้องต้นเพื่อเจาะจงสมุนไพรที่มีผลในการบรรเทาอาการนอนกรน รวมถึงวัฏกรรมและงานวิจัยต่างๆ จากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ อาทิเช่น จากสำนักข้อมูลสมุนไพร คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตผลทางการเกษตร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาองค์ความรู้ ผลิตผลิตภัณฑ์ รวมถึงวิเคราะห์โอกาสความเป็นไปได้ในการนำสมุนไพรมาเพื่อตอบโจทย์ความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีผลต่อความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรรักษาโรค

2.1.4.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องบันทึกเสียงและการจดบันทึก จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านสมุนไพรในเชิงเภสัชศาสตร์และผู้บริโภคที่มีอาการนอนกรน ซึ่งจะมีการส่งจดหมายขออนุญาตเข้าพบอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องเพื่อสอบถามความเป็นไปได้ในการนำสารสกัดสมุนไพรมาประยุกต์ใช้ในการบรรเทาอาการนอนกรน รวมถึงการเลือกกลุ่มเป้าหมายที่น้ำหนักเกินปกติ, มีพฤติกรรมดื่มสุราเป็นประจำ, สูบบุหรี่เป็นประจำ เป็นผลให้เสี่ยงต่ออาการนอนกรน เพื่อสอบถามพฤติกรรมและความต้องการในการรักษาหรือลดอาการนอนกรน โดยเริ่มจากการสอบถามถึงความต้องการในการเข้ารับการรักษาเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงสอบถามถึงความเชื่อมั่นที่มีต่อสรรพคุณของสมุนไพรหากจะนำมาประยุกต์ใช้เป็นผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน

### 2.1.5 วิธีการประมวลผลการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ได้ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) คือการตีความหลักฐานในชั้นทุติยภูมิและจากการให้สัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญในชั้นปฐมภูมิ โดยต้องมีหลักการทางวิชาการ แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่ผ่านมา เพื่อพิจารณาและตีความหมายข้อมูลที่ผู้วิจัยได้รวบรวมมาจากผู้เชี่ยวชาญด้านสมุนไพรรวมถึงผู้บริโภคที่มีความต้องการรักษาอาการนอนกรน ซึ่งเมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการนำสรรพคุณของสารสกัดสมุนไพรมาใช้ทำเป็นผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรนและความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคในการมีนวัตกรรมช่วยบรรเทาอาการนอนกรนอย่างปลอดภัยและเกิดความมั่นใจในการใช้งาน

### 2.1.6 ระยะเวลาดำเนินงานวิจัย

ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยและประมวลผลการวิจัยรวมทั้งสิ้น 9 เดือน โดยเริ่มในเดือน มิถุนายน พุทธศักราช 2562 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พุทธศักราช 2563

## 2.2 สรุปผลดำเนินการขออนุญาตด้านจริยธรรมการวิจัย (MU-IRB)

ก่อนดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้ผ่านการอบรมเกี่ยวกับจริยธรรมการวิจัยเมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 เมื่อผ่านการอบรม ผู้วิจัยได้ทำการเขียน โครงร่างงานวิจัย และได้ดำเนินการขออนุญาตด้าน จริยธรรมการวิจัยเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2562 และได้รับการตอบรับอนุญาตให้ดำเนินการวิจัย เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2562 หนังสืออนุญาต COA. No. 2019/07-235



## บทที่ 3

### การวิเคราะห์และวางแผนทางการตลาด

การศึกษาแผนการดำเนินการด้านการตลาด แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ บทวิเคราะห์ และระบุ STP (Segmentation, Target, Positioning), บทวิเคราะห์ ภาวะการแข่งขันและคู่แข่ง บทวิเคราะห์ และระบุแผนกลยุทธ์จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด(Marketing Mix) และแผนการดำเนินการ กลยุทธ์การตลาดจำแนกตามกรอบเวลาและทรัพยากร

### 3.1 บทวิเคราะห์และระบุ STP (Segmentation, Targeting, Positioning)

#### 3.1.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด (Segmentation)

ในการแบ่งส่วนทางการตลาด ผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรนมีสภาพการตลาดในด้านการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดดังนี้

3.1.1.1 ด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) ผู้ประสบปัญหา หรือคนใกล้ตัวผู้นอนกรน อายุ 20-60 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า เนื่องจาก ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง โดยเน้นกลุ่มอาชีพพนักงานออฟฟิศ และกลุ่มนักธุรกิจ ซึ่งจะอยู่ตัวคนเดียว มีคู่ หรือมีครอบครัวแล้วก็ได้ และมีรายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน

3.1.1.2 ด้านพฤติกรรม (Behavioral Segmentation) กลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญหรือเริ่มต้นให้ความสำคัญกับปัญหาทางสุขภาพ มีพฤติกรรมเลือกผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย โดยดูจากคุณภาพประโยชน์ที่ได้รับ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานรับรองเป็นหลัก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค พร้อมทั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ โดยมีพฤติกรรมอ้างอิงข้อมูลสินค้าจากแหล่งรีวิวที่น่าเชื่อถือ

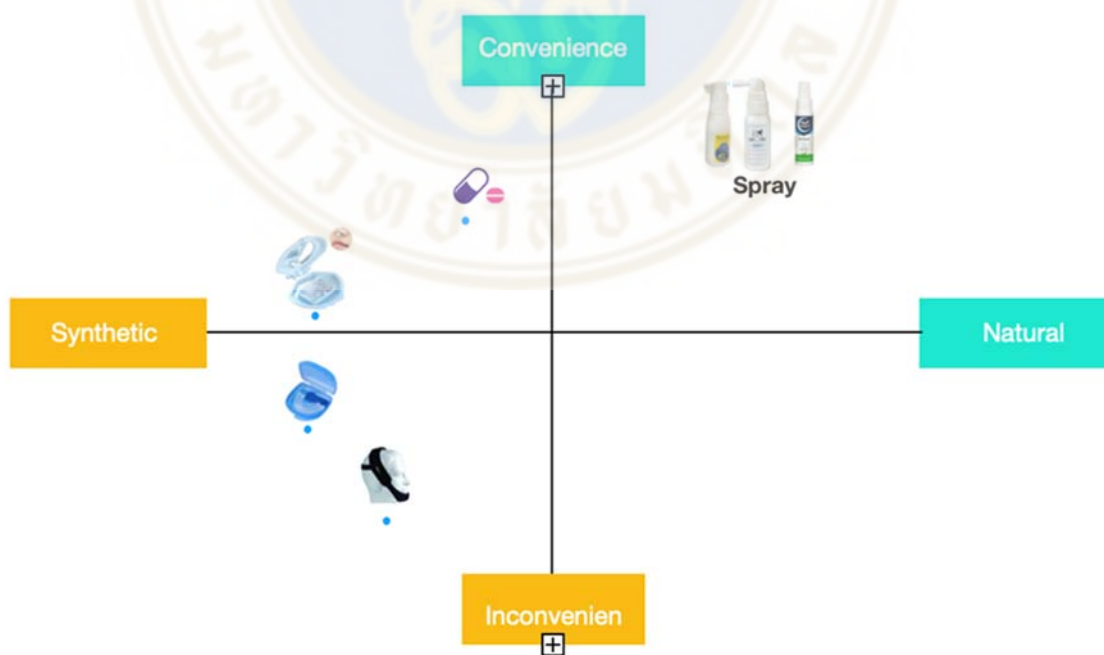


### 3.1.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target)

กลุ่มคนรักสุขภาพ เห็นความสำคัญของปัญหาอาการนอนกรนของตนเองและครอบครัว ข้างที่ประสบปัญหาการนอนกรน โดยมีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จนถึงวัยกลางคนช่วง 45-50 ปี มีความสามารถในการใช้จ่ายในระดับปานกลางถึงสูง และเชื่อมั่นในคุณภาพของสารสกัดจากสมุนไพรไทยที่ได้รับการรับประกันคุณภาพจากองค์การอาหารและยา

### 3.1.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)

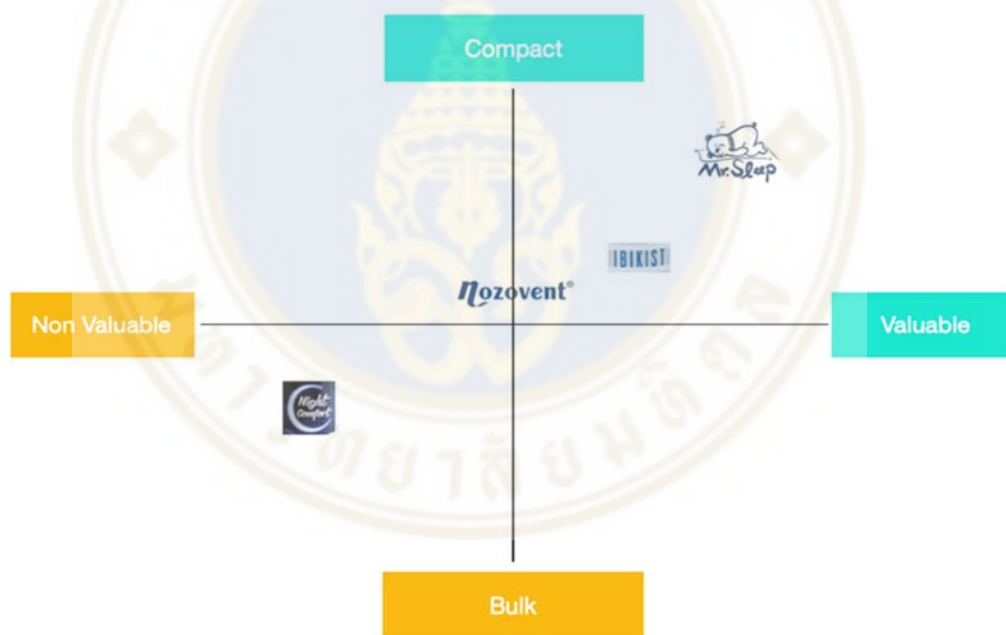
การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Position Market) การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในเบื้องต้น (วิเคราะห์จากคู่แข่งทางอ้อม) วางจากการเชื่อมโยงที่เข้าถึงอารมณ์ และความรู้สึกที่กลุ่มลูกค้ามีต่อสินค้า (Emotional Marketing) ที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมองว่าสำคัญและเป็นคุณประโยชน์ที่เรามีมากกว่าคู่แข่ง ซึ่งจากการสอบถามกลุ่มเป้าหมายถึงปัจจัยในการบริโภค กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะคำนึงถึงวัตถุดิบที่ใช้ทำ และการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้งานแล้วมีความสะดวก ปลอดภัยจากการรับรองผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้จึงมีการแบ่งการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ภายในใจลูกค้า โดยคำนึงถึง 2 ปัจจัย ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน และ ชนิดของวัตถุดิบที่นำมาใช้ทั้งเคมีภัณฑ์ ไปจนถึงวัตถุดิบจากธรรมชาติ



ภาพที่ 3.1 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทั้งของบริษัทและคู่แข่งเพื่อเปรียบเทียบในเบื้องต้น

เมื่อวิเคราะห์ Perceptual Map แล้ว ผลិតภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรนชนิดสเปรย์ สามารถแข่งขันในตลาดอุปกรณ์บรรเทาอาการนอนกรนได้ โดยมีจุดเด่นเรื่องความสะดวกในการใช้งาน ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน คำนึงถึงอันตรายจากสารเคมีและสารสังเคราะห์ นอกจากนี้ยังมีจุดเด่นเรื่องการนำสารสกัดที่ได้จากธรรมชาติมาช่วยให้ชุ่มคอ หลับสบายขึ้น อีกทั้งราคาที่ผู้บริโภคสามารถจับต้องได้เมื่อเทียบกับวิธีการแก้ปัญหาอื่นๆ ซึ่งมีอุปกรณ์อีกมากที่มีผลการรักษาเชิงอ้อมที่จะช่วยบรรเทาอาการนอนกรนให้ดีขึ้นได้ ทำให้ผู้วิจัยมองว่าการพิจารณาคู่แข่งอาจทำการพิจารณาแบบเจาะลึกที่ผลิตภัณฑ์ที่ให้ผลการรักษาทางอ้อมทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นสายรัดคาง, ฟันยาง, ที่รัดจมูก, สเปรย์หือ Ibikist, สเปรย์ Night Comfort เป็นต้น ทั้งนี้สามารถแบ่งหมวดหมู่เป็นคู่แข่งทางตรงและทางอ้อมของผลิตภัณฑ์สเปรย์ตรา Snorman ได้ในหัวข้อที่ 3.2

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยละเอียด (วิเคราะห์จากคู่แข่งทางตรง) สามารถอธิบายได้ดังนี้



ภาพที่ 3.2 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทั้งของบริษัทและคู่แข่งทางตรงโดยละเอียด

จากการวิเคราะห์ Perceptual Map แบบเจาะจงเฉพาะคู่แข่งทางตรง บริษัทได้มีการเปรียบเทียบในเชิงของความสัมพันธ์ของจำนวนเงินที่ผู้บริโภคต้องจ่ายใน 1 วัน พบว่าสินค้า Snorman มีความสัมพันธ์ที่สุดคือ ใน 1 วัน ผู้บริโภคเสียค่าใช้จ่ายเพียงแค่ 10 บาทเท่านั้น เนื่องจากสารสกัดของ Snorman มีความเข้มข้นกว่า จึงมีสเปรย์ออกมาแค่ 3 ปีมนเท่านั้น ไม่เหมือนแบรนด์อื่นที่ต้องป้มนถึง 7 ปีมนตามด้วยสินค้าแบรนด์ IBIKIST, NOZOVENT, Night Comfort ตามลำดับ ทำให้ผู้บริโภคสามารถมั่นใจได้ว่า

สินค้าของ Snorman เป็นราคาที่เป็นมิตรจับต้องได้ง่าย อีกทั้งการมีขนาดที่กะทัดรัด,พกพาง่าย สร้างความรู้สึกให้น่าใช้กว่าแบรนด์อื่น ทำให้ผลิตภัณฑ์ Snorman เป็นที่น่าจับตามองในแง่ของ Emotional การตัดสินใจซื้อของลูกค้า

ตารางที่ 3.1 การเปรียบเทียบความคุ้มค่าของกลุ่มคู่แข่งทางตรง

	ปริมาณ (ml)	ราคา (บาท)	จำนวนป้อน ที่กดได้/ ขวด	Baht/ ml	จำนวน ml/ป้อน	จำนวน ป้อนที่ต้อง กด/ครั้ง	ปริมาณ ml/วัน	จำนวน วัน	บาท/ วัน
IBIKIST	25	600	150	24	0.1667	5	0.83	30	20
NOZOVENT	30	550	180	18	0.1667	7	1.17	26	21
NIGHT COMFORT	30	990	180	33	0.1667	7	1.17	26	39
SNORMAN	15	290	90	19	0.1667	3	0.50	30	10

### 3.2 บทวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันและคู่แข่ง (Competitor and Competition Analysis)

คู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitor) มีทั้งหมด 3 ผลิตภัณฑ์

1. ฟันยาง (Night Guard) ผลิตภัณฑ์ฟันยาง เป็นเครื่องมือที่ทำให้ขากรรไกรล่างและโคนลิ้นยื่นไปด้านหน้าทำให้ช่องทางเดินหายใจในคอโล่งขึ้น การหายใจสะดวกไม่ติดขัด ไม่กระสับกระส่ายหรือสะดุ้งตื่น และเสียงกรนลดลงเล็กน้อยแต่มีข้อห้ามมากมายดังนี้

- ไม่สามารถใช้ผลิตภัณฑ์ หากมีสภาวะหยุดหายใจขณะหลับแบบ Central sleep Apnea โดยมีสาเหตุจากการที่สมองไม่ส่งสัญญาณมาสั่งการให้กล้ามเนื้อสำหรับการหายใจทำงานโดยปกติ
- ไม่สามารถใช้ผลิตภัณฑ์ หากมีปัญหาเกี่ยวกับระบบหายใจ
- ไม่สามารถใช้ผลิตภัณฑ์ หากไม่มีฟัน หรือระบบภายในช่องปากไม่ปกติ, ผู้ที่กำลังจัดฟัน, ผู้ที่ใส่ฟันปลอม และผู้ที่เป็นโรคเหงือกขั้นรุนแรง
- ไม่สามารถใช้ผลิตภัณฑ์ หากมีความผิดปกติของข้อต่อขากรรไกร Temporomandibular Joint Disorders (TMD), มีประวัติขากรรไกรหรือกรามค้าง หรือมีอาการเจ็บปวดบริเวณขากรรไกรและข้อต่อ



**ภาพที่ 3.3** อุปกรณ์ฟันยางสำหรับบรรเทาอาการนอนกรน  
ที่มา: บริษัท ไม่กรน จำกัด (Maikron)

### 3.2.2 สายรัดคางแก่นอนกรน



**ภาพที่ 3.4** สายรัดคางสำหรับบรรเทาอาการนอนกรน  
ที่มา: Obstructive Sleep Apnea Thailand

สำหรับผู้ที่มีการนอนอ้าปาก หรือกรนแบบอ้าปากตอนนอนหลับลึกโดยช่วยให้สามารถหลับอย่างสบาย มีประสิทธิภาพ และเป็นวิธีที่แก้การนอนกรนที่ง่ายที่สุดอีกทั้งยังช่วยให้ผู้นอนและคนข้างๆนอนดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด หลับสนิททั้งคืน ต้นมาด้วยความสดชื่น ปราศจากความเหนื่อยล้า ด้วยนวัตกรรมอุปกรณ์หนุนขากรรไกรส่วนล่างอย่างนุ่มนวล ปลอดภัย และสวมใส่สบาย ทำด้วยวัสดุที่มีความยืดหยุ่น ทนทาน คุณภาพสูง

อย่างไรก็ตามสายรัดคางแก้กรน Chin Strap ไม่สามารถช่วยรักษาได้อย่างจริงจัง เพราะยังไม่มีการวิจัยรองรับหากมีการรัดไว้นาน ๆ จะเป็นอันตรายต่อข้อต่อขากรรไกรอีกด้วย ทางที่ดีควรไปหาหมอ เพื่อตรวจดูว่าเรามีภาวะหยุดหายใจชั่วคราวขณะหลับร่วมด้วยไหม รุนแรงแค่ไหน เพราะถ้าปล่อยทิ้งไว้ นอกจากจะ Sex เสื่อม รู้สึกง่วงทั้งวัน หงุดหงิดง่าย สมาธิสั้นแล้ว ความดันโลหิตที่สูง ก็อาจทำให้เส้นเลือดในสมองแตกตีบตัน (Stroke) ได้

### 3.2.3 คลิปหนีบจมูกแก้นอนกรน

คลิปขยาย โพรงจมูก ลดการหายใจเสียงดัง ผ่อนคลายของทางเดินหายใจส่วนบนในช่วงระยะเวลาของการนอนหลับลึก ลดปัญหาเสียงดังรบกวนคู่นอนข้างกาย อุปกรณ์ทำโดยซิลิโคน 100% เหมาะสำหรับทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ทุกเพศทุกวัย พกพาและใช้งานง่ายในทุกสถานที่ ที่ง่ายต่อการดูแลทำความสะอาด หลังจากใช้งานทุกวันด้วยน้ำสบู่อ่อนและปล่อยให้แห้งในอากาศ

แต่ล่าสุดอุปกรณ์ที่แก้อาการนอนกรนขนาดจิ๋ว ที่ไว้เสียบรูจมูก ป้องกันการสั่นของลิ้นไก่ และเพดานอ่อน ขณะหายใจนั้น เป็นการโฆษณาชวนเชื่อ กล่าวโดย นายแพทย์สุรโชค ต่างวิวัฒน์ รองเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา ได้ออกมาเปิดเผยว่า ไม่เคยอนุญาตให้นำเข้ามาจำหน่ายในไทย และปัจจุบันนี้ มีหลายแบรนด์ ที่นำมาโฆษณาเกินจริง ให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด และอาจจะเกิดอันตรายมากกว่าแก้ปัญหาอนกรน



ภาพที่ 3.5 คลิปหนีบจมูกเพื่อบรรเทาอาการนอนกรน

ที่มา: องค์การอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

คู่แข่งขั้นทางตรง (Direct Competitor) มีทั้งหมด 3 ผลิตภัณฑ์

1. NOZOVENT เป็นแบรนด์จากประเทศสวีเดนที่ถูกนำเข้ามาโดยบริษัท ฟาร์มาแลนด์ (1982) จำกัด สามารถหาซื้อได้จากช่องทางออนไลน์คือ Lazada, Shopee และออฟไลน์คือ ร้านขายยาท้องถิ่นบางร้านอีกทั้งยังขึ้นทะเบียนในประเทศไทยเป็นเครื่องสำอาง แต่ไม่มีระบุหน้ากล่องว่าบรรเทาอาการนอนกรน แต่หากขายในประเทศสวีเดน มีการระบุว่าบรรเทาอาการนอนกรน



ภาพที่ 3.6 คู่แข่งทางตรงตรา NOZOVENT

2. IBIKIST - เป็นแบรนด์เดียวกับ NOZOVENT แต่เมื่อนำมาขายในประเทศไทยจึงใช้ชื่อแบรนด์ว่า IBIKIST (แปลว่าผู้นอนกรน) โดยจะไม่มีขายหน้าร้านในไทยเพราะไม่ได้ขึ้นทะเบียนกับ อย. แต่ใช้วิธีขายออนไลน์ช่องทาง Lazada, Shopee ผ่านผู้ที่หิ้วสินค้าเข้ามาจากญี่ปุ่น อย่างไรก็ตามสาเหตุที่ทำให้คนไทยรู้จักเยอะเป็นเพราะการใช้ Influencer ของญี่ปุ่นมาคอยรีวิวสินค้า อีกทั้งความน่าเชื่อถือของคนไทยที่มีต่อสินค้าญี่ปุ่นมีสูงมาก



ภาพที่ 3.7 คู่แข่งทางตรงตรา IBIKIST

3. NIGHT COMFORT - เป็นแบรนด์จากประเทศรัสเซีย มีขายเฉพาะหน้าเว็บไซต์เท่านั้น โดยใช้วิธีการกรอกชื่อและเบอร์โทรศัพท์ จากนั้นจะมีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับมา แล้วเสนอขายคอร์สต่าง ๆ ที่น่าสนใจ แต่เนื่องจากราคาหน้าเว็บที่ระบุว่า 990 บาท แต่แท้จริงเมื่อรวมค่าขนส่งอีก 690 บาท จะกลายเป็นราคา 1,680 บาท (นำเข้าจากต่างประเทศ)



ภาพที่ 3.8 คู่แข่งทางตรงตรา NIGHT COMFORT

### 3.3 บทวิเคราะห์และระบุแผนกลยุทธ์จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

การกำหนดกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน ยี่ห้อ Snorman หลังจากที่ได้แบ่งส่วนตลาด เลือกตลาดเป้าหมาย และวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์แล้ว ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) จึงเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการดำเนินงานทางกลยุทธ์ตลาด เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมาย อันประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 อย่าง คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งจะนำเสนอเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด ให้สอดคล้องกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่วางไว้ ดังต่อไปนี้

#### 3.3.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า (Product)

ผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรนจากสารสกัดสมุนไพร ที่ผู้วิจัยได้มีการเก็บข้อมูลจากผู้นอนกรนและผู้ที่ไม่นอนร่วมกับคนนอนกรนถึงความต้องการใช้สินค้าและวิธีในการบรรเทาอาการนอนกรน ผลปรากฏว่าทั้งผู้มีอาการนอนกรนและผู้ร่วมนอนมีความต้องการในการใช้สินค้าในรูปแบบของสเปรย์ที่มีส่วนผสมหลักจากสารสกัดสมุนไพร เพราะเชื่อว่าเป็นการบรรเทาอาการที่ปลอดภัยและบรรเทาอาการได้ตรงจุดที่สุดหากเทียบกับวิธีรักษาอื่นนอกโรงพยาบาล อีกทั้งความสะดวกในการใช้และพกพาไม่กระทบกับการใช้ชีวิตประจำวันอีกด้วย แต่ก็ต้องมีการให้คำยืนยันให้การรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องถึงคุณสมบัติและความปลอดภัยของสินค้า

จากงานวิจัยเชิงวิทยาศาสตร์ชื่อว่า Anti-snoring composition by Inventors: Paul S. Mitchell, Boca Raton, FL(US); Gary Robinson, Amherst, NY(US); Ray B. Kravitz, Coral Springs, FL Feb. 13, 2001 กล่าวว่า องค์ประกอบต่อต้านการกรนในปัจจุบัน โดยทั่วไปจะอยู่ในรูปแบบของละอองที่พ่นบนหลังคอดิ้นและลิ้นไก่เพื่อเคลือบเนื้อเยื่ออ่อนเหล่านี้ด้วยองค์ประกอบหล่อลื่นซึ่งช่วยให้นอนหลับสบายได้นานถึงสิบชั่วโมง

องค์ประกอบประกอบด้วยอย่างน้อยหนึ่งในกลุ่มของน้ำมันอัลมอนต์, น้ำมันมะกอก, น้ำมันสะระแหน่, น้ำมันงาและน้ำมันดอกทานตะวัน น้ำมันอื่น ๆ ที่มีประโยชน์กับการประดิษฐ์ในปัจจุบัน ได้แก่ น้ำมันองุ่น, น้ำมันโหระพา, น้ำมัน Anisi น้ำมันยูคาลิปตัส, น้ำมันคาโมมายล์, น้ำมันเมนธา, และน้ำมันเทรบินซินีเนีย น้ำมันเหล่านี้ทำหน้าที่หล่อลื่นเนื้อเยื่ออ่อนในปากและลำคอ รวมถึงลิ้นไก่และเพดานอ่อนระหว่างการนอนหลับ แมกนีเซียมเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยรักษาน้ำมันต่าง ๆ ไว้ในเนื้อเยื่ออ่อนนานถึงสิบชั่วโมง ในแมกนีเซียมประดิษฐ์ปัจจุบันมีให้เฉพาะในรูปแบบของการาจีแนน



อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่ตามมาคือการคงสภาพของสารสกัดให้อยู่ที่ลำคอได้นานจนกระทั่งตื่นได้อย่างไร จึงนำมาซึ่งงานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งที่ชื่อว่า Anti-Snoring Treatment Comprising Positively Charged Multilamellar Microparticles by Inventors: ALEX DUGGAN, Epsom(GB); JEAN-LOIC BARATOUX, Courbevoie(FR) 2011 ที่ระบุว่า องค์ประกอบดังกล่าวถูก จำกัดประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเวลาผ่านไป เมื่ออยู่ในธรรมชาติปัญหาที่พวกเขาเผชิญคือ ความขี้ย่นในช่วงเวลาที่และโดยเฉพาะอย่างยิ่งค้างคืนที่ยาวนาน อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติผลของการฉีดพ่นสารหล่อลื่นไปยังเยื่อเมือกของจมูกหรือลำคอมีแนวโน้มที่จะมีอายุสั้นกว่าเนื่องจากสารออกฤทธิ์จะหายไปอย่างรวดเร็วจากบริเวณที่ต้องการผ่านการระเหยเช่นการระเหยของน้ำมูกและน้ำลาย เป็นต้น

เพื่อจำกัด ปัญหานี้จึงจำเป็นต้องใช้วิธีการเสถียรภาพของสารออกฤทธิ์ในแหล่งกำเนิดบนเยื่อเมือกและสิ่งนี้นำไปสู่องค์ประกอบการฉีดพ่นในปัจจุบันเพื่อการใช้เทคโนโลยี Liposome ผ่านการ Encapsulation วัตถุประสงค์ ซึ่งทำให้การผูกส่วนผสมมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นำมาซึ่งผลิตภัณฑ์สเปรย์บรรเทาอาการนอนกรนตรา Snorman โดยมีรูปแบบของโลโก้สื่อถึงการนอนหลับที่สบาย โดยเลี่ยงการกล่าวถึงสรรพคุณเรื่องนอนกรนโดยตรง ดังนี้



ภาพที่ 3.9 โลโก้ของผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน Snorman

ภายหลังการเริ่มจำหน่ายสินค้าออกสู่ท้องตลาดภายใต้แบรนด์ Snorman ซึ่งทำให้สินค้าเริ่มติดตลาดมากขึ้นด้วยชนิดสินค้าที่จัดอยู่ในหมวดเครื่องสำอางและอ่าอิงสรรพคุณได้ในส่วนที่กฎหมายกำหนดเท่านั้น ผู้วิจัยมีแผนในการส่งผลิตภัณฑ์เข้าสู่การทดลองในห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์โดยความร่วมมือกับ สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตผลทางการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในการนำสารสกัดจากดอกปีบและสารสกัดชนิดอื่น ๆ ในผลิตภัณฑ์

มาดำเนินการวิจัยในเชิงวิทยาศาสตร์ เพื่อวางแผนพัฒนาเป็นยารักษาโรคที่ปลอดภัยตามหลักของกฎหมาย องค์การอาหารและยา



ภาพที่ 3.10 ตราสถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตผลทางการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร

### 3.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา ( Price )

ทางผู้วิจัยมีการจัดตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพและขนาดของสินค้า โดยเน้นคำนึงถึง ปัจจัยต้นทุนการผลิต (Cost Plus Pricing) ราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่าย (Consumer Based Pricing) การเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง (Competition-Based Pricing) ที่ตั้งราคาอยู่ที่ 489-999 บาท ขึ้นกับ แหล่งประเทศที่มาของแต่ละตราของสินค้า กล่าวคือ ราคาที่กำหนดนั้นเป็นราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่าย เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์และไม่ต่ำกว่าต้นทุนการผลิตรวม ทั้งมีการศึกษาคู่แข่งรายอื่นในท้องตลาดด้วย เพื่อให้ราคาที่ตั้งนั้นมีความเหมาะสมในด้านของการสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ในส่วนการสร้าง กำไรได้กำหนดราคาขายโดยแบ่งเป็น 2 รูปแบบ

- ราคาสำหรับลูกค้าทั่วไปเพื่อการขายปลีก (290 บาท)
- ราคาสำหรับตัวแทนจำหน่ายเพื่อการขายส่ง (190 บาท)

โดยตั้งราคาเพียงราคาเดียวสำหรับลูกค้าทั่วไป คือ ราคา 290 บาท ที่ขนาด 15 มิลลิลิตร โดยที่ต้นทุนของผลิตภัณฑ์สเปรย์บรรเทาอาการนอนกรน ประกอบไปด้วย (ผลิตครั้งแรก) 3,000 ชิ้น เพื่อเป็นการ Stock สินค้าเพื่อขายกับตัวแทนจำหน่าย และต้นทุนต่อชิ้นที่ลดลงเมื่อจ้าง OEM ผลิต

### 3.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย ( Place )

การเลือกช่องทางในการจัดจำหน่ายเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการกระจายสินค้าให้สามารถ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ โดยได้กำหนดรูปแบบการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน Snorman ไว้ดังนี้

- ระยะสั้น (6 เดือนแรก) จำหน่ายแบบ B2C ในรูปแบบออนไลน์ และมีการใช้สื่อโฆษณา ทาง Facebook ประชาสัมพันธ์สินค้าและสร้างฐานกลุ่มลูกค้าในวงกว้าง, การใช้ Line@ เพื่อสื่อสาร

ข้อมูลข่าวสาร โปรโมชันต่าง ๆ สร้างช่องทางแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ รวมถึงมีการออกนุชประชาสัมพันธ์ในงานแสดงสินค้า เช่น Thaifex, Design, TCDC, Fashion, Cosmetic ฯลฯ



ภาพที่ 3.11 ภาพโปรโมทการจัดแสดง SME D Bank

- ระยะกลาง (เดือนที่ 7 – 3 ปีแรก) สร้างการรับรู้ของผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มเป้าหมายให้รู้จักกับบริษัทและตราสินค้า โดยเริ่มเข้าสู่การจัดจำหน่ายในรูปแบบ ร้านขายยาแบบ Modern Trade เช่น Fascino, Lab Pharmacy, Pure Pharmacy, P&F Superdrug ที่มีสาขาอยู่เป็นจำนวนมากภายในห้างสรรพสินค้าต่างๆ โดยค่อยๆ เริ่มเข้าที่ละร้านก่อนเพื่อเป็นการจำกัดความเสี่ยงและทดลองตลาด กล่าวคือ ร้านขายยาประเภทนี้มีการวางตำแหน่งของร้านตนให้มีความหรูหรา สินค้ามีระดับ สามารถวางบนห้างสรรพสินค้าชั้นนำได้ ซึ่งจะสามารถทำให้สินค้าผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรนได้รับความมีระดับนี้โดยทันทีที่ไปวางบนชั้นขายสินค้า



ภาพที่ 3.12 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ร้านขายยา Modern Trade

- ระยะยาว (ปีที่ 3-5) จัดจำหน่ายผ่านช่องทาง Website Official และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการผ่านตัวแทนจำหน่ายและส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยเริ่มต้นที่ประเทศเพื่อนบ้านก่อน อาทิเช่น เมียนมา ลาว กัมพูชา มาเลเซีย (ของจดทะเบียนตราสินค้า ฮาลาล) เป็นต้น จากนั้นจึงเริ่มส่งไปในประเทศจีน อินเดีย ผ่านการอบรมให้คำปรึกษาจากบริษัทที่รับผลิตสินค้า Quality Plus และ Exim Bank



ภาพที่ 3.13 บริษัทรับผลิตสินค้าของบริษัท และธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

### 3.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

วัตถุประสงค์ของกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ เข้าใจและจดจำในตราสินค้าให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น รวมถึงทำให้ลูกค้าเห็นถึงความคุ้มค่าในการบริโภคผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรนตรา Snorman ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อให้เกิดการบอกต่อจนเป็น Top of mind และเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดแรงจูงใจในการทดลองใช้ นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยขยายฐานกลุ่มลูกค้าเพิ่มมากขึ้น จึงมีการจัดทำช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ของผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้รู้จักสินค้า ดังต่อไปนี้

- ทางแบรนด์ Snorman มีการจัดทำช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ทั้ง Website และสื่อ Social Media ได้แก่ Facebook Advertising Page, Instagram และ Line@ เพื่อให้ลูกค้าได้ทำความรู้จักกับสินค้านี้รวมถึงเป็นการให้ความรู้และคุณประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์ เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่เป็นจำนวนมากและสามารถกระจายข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และการจ้าง Influencer ทาง Youtuber ที่รับรีวิวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้ลองใช้สินค้าขณะโดยสารเครื่องบินไปเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ

- ดำเนินการออกบูธแสดงสินค้า เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ตามงานแสดงสินค้าทั่วไปตามห้างสรรพสินค้า ออกงานแสดงประจำปี เช่น งานจัดแสดง Startup Thailand, งาน Health Expo Thailand and ASEAN Beauty เป็นต้น

- ร่วมมือกับเกษตรกรและชาวบ้านในพื้นที่ อ.เมือง จ.พิษณุโลก ในการรับซื้อดอกปีบ ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำจังหวัดที่ได้รับพระราชทานจากสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

และนำมาสกัดเป็นสารสกัดสมุนไพร เพื่อการรับรองเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าที่ทำมาจากวัตถุดิบธรรมชาติ

- การเป็นสมาชิกกับ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) ที่จะช่วยผลักดันในการจับคู่ธุรกิจในด้านสมุนไพรให้สามารถขยายตลาดไปสู่ภาคส่วนอื่นๆทั้งในและต่างประเทศได้ โดยประกอบไปด้วยผู้นำเข้า ผู้ซื้อ โมเดิร์นเทรด และแพลตฟอร์มออนไลน์จากต่างประเทศ 53 บริษัท เข้าร่วมกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจกับผู้ประกอบการไทยในงาน “มหกรรมสมุนไพรไทยแห่งชาติ”



ภาพที่ 3.14 การจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

### 3.4 แผนดำเนินการกลยุทธ์การตลาดจำแนกตามกรอบและทรัพยากร

ทางผู้ประกอบการ มีการดำเนินการทางการตลาดและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาดในปีที่ 1-5 โดยกลยุทธ์ทางการตลาดในปีที่ 1 จัดทำต่อเนื่องทุกปี ดังตาราง 3.2 และในปีที่ 2-5 จะมีกลยุทธ์ทางการตลาดดังนี้ ดังตารางที่ 3.3

- ในปีที่ 2-5 ผลิตภัณฑ์สารสกัดสมุนไพรให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ด้านอื่นให้หลากหลายขึ้น
- ในปีที่ 2-5 จัดจำหน่ายผ่านทาง Website Official
- ในปีที่ 2-5 มีการออกงานแสดงสินค้าเพิ่มเติม หรือออกบูธตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งประมาณการค่าใช้จ่ายเบื้องต้น ปีละ 80,000 บาท

- ในปีที 2-5 จัดทำการตลาดโดยการใช้สื่อโฆษณาทางออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram ซึ่งประมาณการค่าใช้จ่ายเบื้องต้น ปีละ 100,000 บาท
- ในปีที 2-5 เพิ่มการจัดจำหน่ายสินค้า โดยผ่านตัวแทนต่างประเทศให้มากขึ้น

ตารางที่ 3.2 แผนการดำเนินการกลยุทธ์การตลาดจำแนกรายเดือน ในปีที 1

กิจกรรม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Cost (บาท)	
<b>กลยุทธ์ทางสินค้า (Product)</b>														
ผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน														
ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์														
<b>กลยุทธ์ด้านราคา (Price)</b>														
จำหน่ายราคา 290 บาท														
<b>กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>														
การวางแผนและติดต่อช่องทางจัดจำหน่าย														
จำหน่ายผ่านช่องทาง Social Media ได้แก่ Facebook Page, Instagram และ Line@														
ออกบูธงานแสดงสินค้า														
<b>กลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาด (IMC)</b>														
ประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media ได้แก่ Facebook Page, Instagram และ Line@														100,000
โฆษณาผ่านทาง Facebook Advertising														
จัดทำโบรชัวร์														5,000
ออกบูธงานแสดงสินค้าประจำปี														200,000
<b>รวม</b>														<b>305,000</b>

หมายเหตุ: ค่าการตลาดทั้งหมดคิดเป็น 15% ของต้นทุนทั้งหมด

ตารางที่ 3.3 แผนการดำเนินการกลยุทธ์การตลาดจำแนกรายปี ในปี 2-5

กิจกรรม	ปีที่ 2-3	ปีที่ 3-5
<b>กลยุทธ์ด้านสินค้า (Product)</b>		
ผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน		
ผลิตภัณฑ์บรรจุก้อน		
<b>กลยุทธ์ด้านราคา (Price)</b>		
จำหน่ายราคา 290 บาท		
<b>กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>		
การวางแผนและติดต่อช่องทางจัดจำหน่าย		
จำหน่ายผ่านช่องทาง Social Media ได้แก่ Facebook Page, Instagram และ Line@		
ออกบูธงานแสดงสินค้า		
<b>กลยุทธ์ด้านการสื่อสารทางการตลาด (IMC)</b>		
ประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media ได้แก่ Facebook Page, Instagram และ Line@		
โฆษณาผ่านทาง Facebook Advertising		
โฆษณาผ่านทาง Instagram Advertising		
ออกบูธงานแสดงสินค้าประจำปี		

## บทที่ 4

### แผนกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และการจัดการทรัพยากรปัญญา

#### 4.1 บทวิเคราะห์การพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับกระบวนการ

สำหรับบทนี้เป็นเรื่องของแผนในการจำแนกถึงเทคโนโลยีที่จะมีการนำมาใช้สำหรับการผลิตและดำเนินงานในบริษัทกับแผนธุรกิจ พร้อมทั้งความใหม่ในนวัตกรรมที่มีการนำมาแทรกภายในแผนธุรกิจเพื่อให้เกิดคุณค่าในผลิตภัณฑ์ ต่อผู้นอนกรนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้นอนกรน ตลอดจนวิธีการป้องกันการลอกเลียนแบบในอนาคตและวิธีที่จะเตรียมป้องกันเหตุดังกล่าวในอนาคตที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ตลอดจนถึงเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนภายในองค์กร

##### 4.1.1 ประเภทของเทคโนโลยี

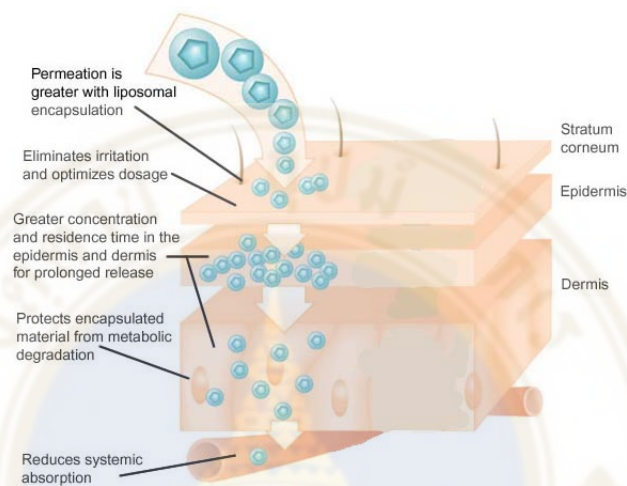
จากการศึกษาธุรกิจผลิตภัณฑ์สเปรย์บรรเทาอาการนอนกรนของกลุ่มแข่งทั้งในและต่างประเทศ พบว่าส่วนใหญ่ในปัจจุบันยังมีราคาที่สูง ประสิทธิภาพในการใช้งานค่อนข้างน้อยเพราะความคงทนของวัสดุติดต่อพื้นผิวภายในคอค่อนข้างต่ำ จึงจำเป็นต้องกดพ่นหลายรอบต่อการใช้งาน 1 ครั้ง อีกทั้งวัสดุหลักยังขาดความแปลกใหม่ จึงมีการเลือกใช้สเมอโนไพรฟีนบ้านที่มีสรรพคุณข้างเคียงในการขยายหลอดลม ได้แก่ ดอกปีบ(กาสะลอง) พร้อมกับเทคโนโลยีการห่อหุ้มวัสดุติดสาร (Encapsulation) ในรูปแบบโมเลกุลขนาดนาโน จากนั้นจึงส่งผ่านด้วยเทคโนโลยีไลโปโซม (Liposome) ที่จะช่วยให้สารสเมอโนไพรฟีนอยู่คงทนได้นานตลอดทั้งคืน ส่งผลให้สเปรย์ที่พ่นออกมามีประสิทธิภาพมากขึ้นผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัยและปลอดภัยต่อผู้บริโภค

##### 4.1.2 คุณลักษณะสำคัญของเทคโนโลยี

การนำพาสารเข้าสู่ผิวหนังภายในคออย่างมีประสิทธิภาพด้วยเทคโนโลยีไลโปโซม (Liposomes) กล่าวคือ ไลโปโซม ถือเป็นอนุภาคที่มีประสิทธิภาพสูงในการนำส่งสารออกฤทธิ์ต่างๆ ให้แก่ผิวหนัง โดยจะช่วยเพิ่มความคงตัวของสารสำคัญต่างๆ ที่ถูกกักเก็บด้วยเทคโนโลยีกระบวนการห่อหุ้ม (Encapsulation) และเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการนำส่งสารให้เข้าสู่ชั้นผิวหนังภายในคอ (Transdermal Delivery) ทำให้สารสำคัญออกฤทธิ์ได้ดีกว่าเทคโนโลยีทั่วไป และทำให้เกิดผลลัพธ์ต่อพื้นผิวภายในลำคออย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังเป็นการช่วยลดการสัมผัสสารโดยตรงกับลำคอจึงลดการระคายเคืองอันเกิดจากการสัมผัสโดยตรงได้



นอกจากนี้ กระบวนการไลโปโซม เป็นเทคโนโลยีที่ปลอดภัยสูง เนื่องจากเป็นไขมัน ซึ่งไม่เป็นพิษและเป็นส่วนประกอบของ Cell Membrane ในสิ่งมีชีวิตซึ่งสามารถถูกทำลายได้ในร่างกาย ดังนั้นจึงไม่เป็นอันตรายและไม่ทำให้เกิดอาการแพ้เมื่อเข้าสู่ร่างกาย มากไปกว่านั้น กระบวนการไลโปโซม ยังสามารถช่วยเพิ่มความคงตัวของสารที่ถูกกักเก็บ ป้องกันการสลายตัวของสารเคมีจากการถูกทำลายโดยสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น แสง UV, เอนไซม์ (โดยเฉพาะน้ำลาย)



ภาพที่ 4.1 กระบวนการไลโปโซม (Liposome)

ที่มา: <http://issayskincare.blogspot.com/2014/09/liposomes.html>

#### 4.1.3 ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีในการนำมาปรับใช้จริง

ความเป็นไปได้ในการนำมาใช้จริง ทั้งจากข้อมูลทางกรวิจัยในงานวิจัยอื่นที่ใกล้เคียงกันจากต่างประเทศ รวมทั้งงานวิจัยสรรพคุณของดอกปีบในประเทศไทย สามารถนำมาเรียบเรียงได้ดังนี้

จากงานวิจัยชื่อ “Anti Snoring Composition” โดย Paul S.Mitchell, Gary Robinson, Paul B.Kravitz ระบุว่า สิ่งประดิษฐ์ในปัจจุบัน มักทำมาจากเป็นสารประกอบต่าง ๆ เพื่อป้องกันการนอนกรน โดยพื้นฐานแล้วสารประกอบนี้ประกอบด้วยน้ำมันธรรมชาติหลายชนิด เช่น น้ำมันอัลมอนด์, น้ำมันมะกอก, น้ำมันดอกทานตะวัน และน้ำมันสะระแหน่ ซึ่งทำหน้าที่หล่อลื่นเนื้อเยื่อที่อ่อนนุ่มรวมถึงลิ้นไก่และสื่อน ๆ ระหว่างการนอนหลับ ในลักษณะนี้ น้ำมันจะลดการเสียดสีของเนื้อเยื่ออ่อนและลดเสียงที่เกี่ยวข้องกับการนอนกรน สารประกอบต่อต้านการกรนในปัจจุบันยังรวมถึงแมกนีเซียมซึ่งช่วยให้ไขมันติดกับเนื้อเยื่ออ่อนด้วย

จากงานวิจัยชื่อ “Anti-Snoring Treatment Comprising Positively Charged Multilamellar Microparticles” โดย Alex Duggan, Jean-Loic Baratoux ระบุว่า ระบบการจัดส่งต่าง ๆ เป็นที่รู้จักกัน

โดยที่สารออกฤทธิ์ต่างๆที่สามารถส่งไปยังเยื่อเมือกของลำคอได้ เหล่านี้รวมถึงส่วนผสมที่ใช้งานในการแก้ปัญหาของเหลวสำหรับการนำสารเข้าช่องปากที่เกิดการกลืนน้ำยาหรือล้างออกจนสรรพคุณสารออกฤทธิ์หายไป ดังนั้นสเปรย์พ่นลำคอเป็นวิธีการจัดส่งองค์ประกอบที่มีวัตถุประสงค์เพื่อลดผลกระทบของการกรน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อจัดการกับผลกระทบทางสังคมของการกรน ผ่านส่วนประกอบที่ใช้สารหล่อลื่นอย่างน้อยหนึ่งรายการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เนื้อเยื่ออ่อนและเยื่อเมือกของจมูกและคอหอยชื้นและหล่อลื่นและลดเสียงรบกวนที่เกี่ยวข้องกับการนอนกรนและโดยเฉพาะเสียงที่เกี่ยวข้องกับการกรนที่เกิดจากเนื้อเยื่ออ่อน ของลำคอ อย่างไรก็ตามข้อจำกัดของประสิทธิภาพสเปรย์คือ สรรพคุณควรมีการออกฤทธิ์ตลอดเวลาที่มีการนอน แต่ในทางปฏิบัติผลของการฉีดพ่นสารหล่อลื่นไปยังเยื่อเมือกของลำคามีแนวโน้มที่จะมีอายุสั้นกว่าเนื่องจากสารออกฤทธิ์จะหายไปอย่างรวดเร็วจากบริเวณที่ต้องการผ่านการระเหยเช่นการระเหยของน้ำมูกและน้ำลาย เป็นต้น ดังนั้นเพื่อจำกัดปัญหานี้จึงจำเป็นต้องใช้วิธีการรักษาเสถียรภาพของสารออกฤทธิ์ในแหล่งกำเนิดบนเยื่อเมือกและสิ่งนี้นำไปสู่องค์ประกอบการฉีดพ่นในปัจจุบันเพื่อการใช้เทคโนโลยี “Liposome” ในการผูกส่วนผสมที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากบทความของ ภญ.กฤติยา ไชยนอก สำนักงานข้อมูลสมุนไพร คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ระบุว่างานวิจัยทางคลินิกที่พบว่าคำรับยาดอกปีปมีประสิทธิภาพในการบรรเทาอาการของโรคหอบหืดได้ โดยการพ่นสารสกัดน้ำจากคำรับยาดอกปีปด้วยเครื่องพ่นออกซิเจน แก้อาสาสมัครชายหญิงที่เป็นโรคหอบหืดจำนวน 30 คน อายุเฉลี่ย 46 ปี วันละ 3 ครั้ง ครั้งละ 3 มล. ซึ่งแต่ละครั้งจะห่างกัน 15 นาที พบว่าอาสาสมัครมีค่า Peak Expiratory Flow rate (PEFR) ดีขึ้นเกือบ 30% ซึ่งค่าดังกล่าวเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพการทำงานของปอด แสดงให้เห็นว่าคำรับยาพ่นดอกปีปมีประสิทธิภาพในการบรรเทาอาการของโรคหอบหืดได้ และการศึกษาฤทธิ์ทางเภสัชวิทยาอื่น ๆ พบว่า ปีปมีฤทธิ์ขับปัสสาวะ ด้านแบคทีเรีย กระตุ้นภูมิคุ้มกัน ด้านการอักเสบ ด้านอนุมูลอิสระ ปกป้องตับจากสารพิษ ขับพยาธิ ฆ่าลูกน้ำ และด้านการชัก แต่ยังเป็นเพียงการศึกษาในระดับหลอดทดลองและสัตว์ทดลองเท่านั้น

ดังนั้นจากงานวิจัยทั้งหมด จึงมีความเป็นไปได้ที่จะนำสารสกัดจากสมุนไพรชนิดต่าง ๆ อาทิเช่น น้ำมันอัลมอนด์, น้ำมันมะกอก, น้ำมันดอกทานตะวัน และน้ำมันสะระแหน่ ที่เป็นส่วนผสมพื้นฐานที่คู่แข่งอื่นมี มาใส่ในส่วนผสมหลักผลิตภัณฑ์ของบริษัท แต่มีการเพิ่มเติมด้วยกรรมวิธีในการทำ ไลโปโซม ที่จะทำให้สารคงตัวอยู่ได้นานตลอดทั้งคืน ผ่านกระบวนการห่อหุ้มสารชนิดต่างๆ (Encapsulation) มากไปกว่านั้น ผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถเพิ่มอรรถประโยชน์จากสรรพคุณของดอกปีปที่จะช่วยในการขยายหลอดลมได้ จึงมีความได้เปรียบเป็นเอกลักษณ์มากกว่าของคู่แข่ง ผ่านเครื่องมือของห้องทดลองทางวิทยาศาสตร์ของ บริษัท ควอลิตี้ พลัส เอสเทติค อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด

ซึ่งเป็นบริษัทที่รับทำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ได้มาตรฐานสากล มีเทคโนโลยีรองรับแผนงานของบริษัทได้ โดยมีค่าใช้จ่ายในการทดลอง 10,000 บาท

## 4.2 แผนกลยุทธ์ด้านการจัดการปกป้องและการหาประโยชน์ด้านทรัพย์สินทางปัญญา

ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) หมายถึง ผลงานอันเกิดจากการประดิษฐ์คิดค้นหรือสร้างสรรค์ของมนุษย์ ซึ่งเน้นผลผลิตของสติปัญญาและความชำนาญโดยไม่จำกัดชนิดของการสร้างสรรค์หรือวิธีในการแสดงออก ทรัพย์สินทางปัญญาอาจแสดงออกในรูปแบบของสิ่งที่จับต้องได้ เช่น สินค้าต่าง ๆ หรือในรูปแบบที่จับต้องไม่ได้ เช่น บริการ แนวคิดในการทำธุรกิจ กรรมวิธีการผลิตทางอุตสาหกรรม เป็นต้น (กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, 2561)

โดยแผนกลยุทธ์ด้านการจัดการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาในตัวผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วย 3 กลุ่ม ดังนี้

### 4.2.1 ความลับทางการค้า (Trade Secret)

จะประกอบไปด้วยความลับทางด้าน อุปกรณ์ที่ใช้ และขั้นตอนขบวนการในการผลิต ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลการบริหารธุรกิจ

การคุ้มครองความลับทางการค้าจึงไม่ต้องนำมาขึ้นทะเบียนแต่อย่างใด เพราะกฎหมายให้การคุ้มครองสิทธิแก่เจ้าของความลับทางการค้าโดยไม่ต้องจดทะเบียน โดยข้อมูลความลับทางการค้าจะได้รับความคุ้มครองอยู่ตลอดไปตราบเท่าที่ยังเป็นความลับอยู่ จึงเห็นได้ว่าสิทธิของเจ้าของความลับทางการค้าจะมีอยู่ตลอดไปหากความลับทางการค้ายังไม่มีเปิดเผยการละเมิดสิทธิในความลับทางการค้า คือ การกระทำที่เป็นการเปิดเผย เอาไปใช้ซึ่งความลับทางการค้าไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของความลับทางการค้านั้น อันมีลักษณะที่ขัดต่อแนวปฏิบัติการค้าโดยสุจริต เช่น ลูกจ้างผิดสัญญาว่าจะไม่เปิดเผยสูตรซึ่งเป็นความลับทางการค้าของนายจ้าง เป็นต้น (กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, 2561)

จากความหมายและประโยชน์ข้างต้นทางบริษัท โทนิ ชัพพลาย จำกัด จึงจะมีการปกป้องข้อมูลอุปกรณ์ที่ใช้และขั้นตอนขบวนการในการผลิตเป็นความลับทางการค้า และมีการทำสัญญา Non - disclosure Agreement (NDA) กับ โรงงานที่รับผลิตเครื่องสำอาง Quality Plus เพื่อเป็นการรักษาความลับทางการค้า

#### 4.2.2 เครื่องหมายการค้า (Trademark)

เครื่องหมายการค้า หมายถึง เครื่องหมายที่ใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้าเพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นแตกต่างจากสินค้าที่ใช้ของบุคคลอื่น (กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, 2561)

เจ้าของเครื่องหมายการค้าเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะใช้สินค้าของตนกับสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้ และในกรณีที่มีบุคคลอื่นละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วมีสิทธิฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายหรือเพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของตนได้ นอกจากนี้เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วยังสามารถโอนสิทธิหรือรับมรดกหรืออนุญาตให้บุคคลอื่นใช้เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วได้เช่นกัน

เครื่องหมายการค้าเป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่งที่ได้รับควบคุมคุ้มครองตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543 และแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2559

จากความหมายและประโยชน์ข้างต้นทางบริษัท โทนิ ซัพพลาย จึงเห็นควรดำเนินการจดทะเบียนก่อนผลิตและจัดจำหน่ายที่ประเทศไทย ซึ่งจะได้รับควบคุมคุ้มครอง 10 ปี นับแต่วันที่ขอจดทะเบียน และสามารถขอต่ออายุการคุ้มครองได้ทุก ๆ 10 ปี

#### 4.2.3 อนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์ (Petty Patent)

อนุสิทธิบัตร (Petty Patent) คือ หนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์จะมีลักษณะคล้ายกันกับการประดิษฐ์ แต่เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่มีระดับการพัฒนาเทคโนโลยีไม่สูงมาก หรือเป็นการประดิษฐ์คิดค้นเพียงเล็กน้อย และมีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น

จากความหมายและประโยชน์ข้างต้นทางบริษัท โทนิ ซัพพลาย จึงจดสิทธิบัตรการประดิษฐ์ของสูตรส่วนผสมสเปรย์บรรเทาอาการนอนกรน Snorman

#### ตารางที่ 4.1 รายการทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด

รายการ	สถานที่	การดำเนินการ	ระยะเวลา	ค่าใช้จ่าย
1. ความลับทางการค้า -กระบวนการในการผลิต	ประเทศไทย	ก่อนการผลิต และจำหน่าย	ไม่มีกำหนด	-
2. เครื่องหมายการค้า - ชื่อแบรนด์ และตราสินค้า	ประเทศไทย	ก่อนการผลิต และจำหน่าย	10 ปี และต่ออายุ คราวละ 10 ปี	1,600 บาท + 2,000 บาท
3. อนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์ - สูตรส่วนผสมของสเปรย์	ประเทศไทย	ก่อนการผลิต และจำหน่าย	6 ปี และต่ออายุ คราวละ 2 + 2 ปี	17,000 บาท



**ตารางที่ 4.3** ระยะเวลาการคุ้มครองและค่าใช้จ่ายทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา ปีที่ 1-20

ทรัพย์สินทางปัญญา	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา (ปี)																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
เครื่องหมายการค้า	1,600 บาท										ต่ออายุ 2,000 บาท									
อนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์	2,000 บาท					6,000 บาท			9,000 บาท		-									
<b>รวมค่าใช้จ่าย</b>	<b>20,600 บาท</b>																			



## บทที่ 5

### แผนการบริหารจัดการทีมและองค์กร

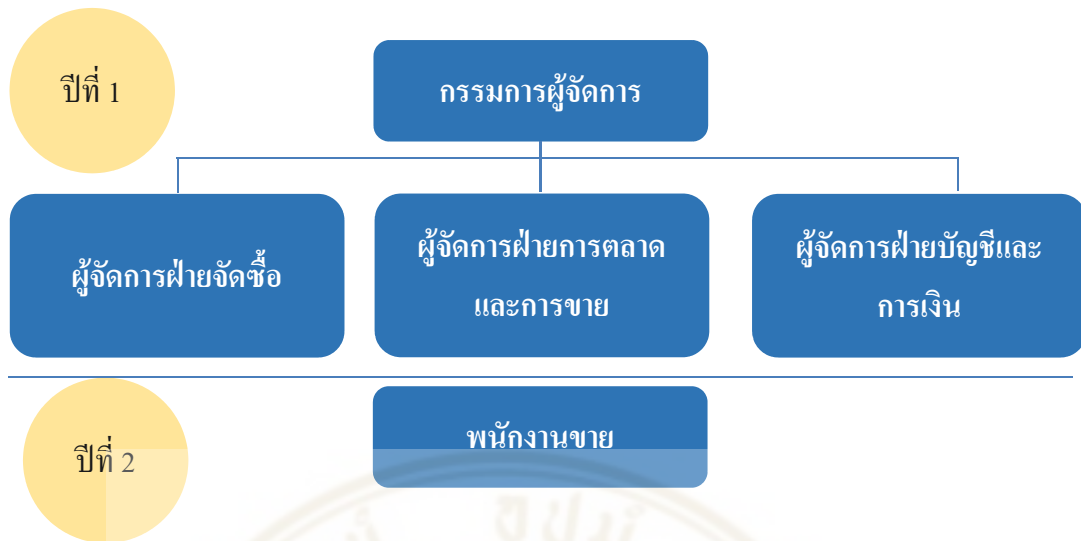
การศึกษาบริหารการจัดการทีมและองค์กร แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทางธุรกิจ, โครงสร้างองค์กร, แผนด้านบุคลากร, แผนดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กรตามกรอบเวลาและความต้องการใช้และการประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

#### 5.1 ข้อมูลธุรกิจ

บริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร โดยมีทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท

#### 5.2 โครงสร้างองค์กร

เนื่องจาก บริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด เป็นบริษัทที่เพิ่งเริ่มก่อตั้งและเป็นบริษัทขนาดเล็ก ดังนั้น เพื่อให้สามารถดูแลบุคลากรในบริษัทได้อย่างทั่วถึง บริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด จึงมีโครงสร้างองค์กรแบบ Flat Organization โดยผู้บริหารเป็นผู้กำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ตลอดจนกลยุทธ์ในการบริหารต่างๆ โดยพนักงานของบริษัทมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเพื่อให้การดำเนินการในบริษัทเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 5.1 แผนผังแสดงโครงสร้างองค์กร บริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด

### 5.3 แผนด้านบุคลากร

ตารางที่ 5.1 แสดงตำแหน่ง จำนวน หน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากร

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	หน้าที่และความรับผิดชอบ
1. กรรมการผู้จัดการ	1	<ol style="list-style-type: none"> <li>กำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานขององค์กรทั้งในระยะสั้น ระยะยาว</li> <li>บริหารองค์กรให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้</li> <li>บริหารจัดการดูแลองค์กรและพนักงานทุกคนในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ</li> <li>กำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนของบุคลากรในองค์กรทั้งหมด</li> <li>คัดเลือกพนักงานเข้ามาทำงานในองค์กรอย่างเหมาะสม</li> </ol>
2. ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	1	<ol style="list-style-type: none"> <li>รับผิดชอบและดูแลในส่วนของการติดต่อกับ Supplier</li> <li>ติดต่อและติดตาม วัตถุดิบและสินค้าที่มีการสั่งซื้อกับ Supplier</li> <li>รับผิดชอบและดูแล ให้สินค้าและวัตถุดิบให้เข้าตรงตามเวลาที่กำหนด</li> <li>ออกไปสั่งซื้อให้กับบริษัท Supplier ในกรณีมีการยืนยันการสั่งซื้อ</li> </ol>



ตารางที่ 5.1 แสดงตำแหน่ง จำนวน หน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากร (ต่อ)

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	หน้าที่และความรับผิดชอบ
3. ผู้จัดการฝ่าย การตลาดและ การขาย	1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. รับผิดชอบและดูแลในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การขาย รวมถึงการจัดการกิจกรรมทางการตลาด เพื่อความพึงพอใจลูกค้า กำไร และความยั่งยืนของบริษัท</li> <li>2. รับผิดชอบและดูแลงานที่เกี่ยวข้องกับช่องทางในการจัดการจำหน่ายและลูกค้า</li> <li>3. ประเมินการยอดขาย สำนวณความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า</li> <li>4. หาลูกค้าและช่องทางในการจัดจำหน่าย</li> <li>5. คิดและทำโปรโมชันเพื่อกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่อง</li> <li>6. รับผิดชอบเรื่องติดตามลูกค้า               <ul style="list-style-type: none"> <li>- การติดตามเรื่องการชำระเงิน</li> <li>- ยืนยันการสั่งซื้อ</li> <li>- ยืนยันสถานที่จัดส่ง</li> </ul> </li> </ol>
4. ผู้จัดการฝ่ายบัญชี และการเงิน	1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. รับผิดชอบและดูแลในส่วนของการบริหารจัดการภาพรวมทางบัญชีบริษัททั้งหมด</li> <li>2. รับผิดชอบและดูแลในส่วนของการบริหารจัดการภาพรวมการเงินของบริษัท</li> <li>3. รับผิดชอบในส่วนของคำตอบแทนบุคลากร</li> </ol>
5. เจ้าหน้าที่ ประสานงานผ่าน ช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์	0	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ดูแล และบริการลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์               <ul style="list-style-type: none"> <li>- รับออเดอร์</li> <li>- ติดตามเรื่องการชำระเงิน</li> <li>- ตรวจสอบรายละเอียดการสั่งของของลูกค้าอย่างละเอียด</li> </ul> </li> <li>2. ตรวจสอบยอดขายประจำวัน จากทุกช่องทาง</li> </ol>

## 5.4 แผนการดำเนินการกลยุทธ์ด้านการจัดการทีมและองค์กรตามกรอบเวลาและความต้องการใช้

โดยเงินเดือนมีอัตราเพิ่มขึ้น 5-10% ต่อปีตาม KPI และจ่ายโบนัสตามผลประกอบการแต่ละปี โดยในปีที่ 1-2 ทางบริษัทยังไม่มียุทธศาสตร์การจ่ายเงินโบนัสให้แก่พนักงาน

ตารางที่ 5.2 แสดงการดำเนินการด้านบุคลากรของธุรกิจในปีที่ 1 แบบจำแนกรายเดือน

รายการ	จำนวน (คน)	เดือนที่												จำนวน เงินเดือน ปีที่	เงินเดือน (บาท)	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
1. กรรมการผู้จัดการ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	30,000
2. ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
3. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด และการขาย	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
4. ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและ การเงิน	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
5. เจ้าหน้าที่ประสานงาน ผ่านช่องทางออนไลน์/ และออฟไลน์	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0

ตารางที่ 5.3 แสดงการดำเนินการด้านบุคลากรของธุรกิจในปีที่ 2 แบบจำแนกรายเดือน

รายการ	จำนวน (คน)	เดือนที่												จำนวน เงินเดือน ปีที่	เงินเดือน (บาท)	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
1. กรรมการผู้จัดการ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	30,000
2. ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
3. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด และการขาย	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
4. ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและ การเงิน	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0
5. เจ้าหน้าที่ประสานงาน ผ่านช่องทางออนไลน์/ และออฟไลน์	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	15,000

ตารางที่ 5.4 แสดงการดำเนินการด้านบุคลากรของธุรกิจในปีที่ 3-5 แบบจำแนกรายเดือน

รายการ	จำนวน (คน)	เดือนที่												จำนวน เงินเดือน ปีที่	เงินเดือน (บาท)	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
1. กรรมการผู้จัดการ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	30,000
2. ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	18,000
3. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด และการขาย	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	18,000
4. ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและ การเงิน	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	18,000
5. เจ้าหน้าที่ประสานงาน ผ่านช่องทางออนไลน์/ และออฟไลน์	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	15,000

## 5.5 ประเมินค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ตารางที่ 5.5 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของธุรกิจในปีที่ 1 แบบจำลองรายเดือน

รายการ	เดือนที่												รวม (ปีที่ 1)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
เงินเดือนบุคลากร	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	360,000
เงินสมทบประกันสังคม	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	9,000
โบนัสพนักงาน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
ค่าตรวจสอบบัญชี	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
รวม (ต่อเดือน)	30,750	30,750	30,750	30,750	30,750	30,750	30,750	30,750	30,750	30,750	30,750	30,750	30,750	369,000

ตารางที่ 5.6 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของธุรกิจในปีที่ 2 แบบจำลองรายเดือน

รายการ	เดือนที่												รวม (ปีที่ 1)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
เงินเดือนบุคลากร	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	45,000	540,000
เงินสมทบประกันสังคม	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	18,000
โบนัสพนักงาน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
ค่าตรวจสอบบัญชี	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
รวม (ต่อเดือน)	46,500	46,500	46,500	46,500	46,500	46,500	46,500	46,500	46,500	46,500	46,500	46,500	46,500	558,000

ตารางที่ 5.7 การประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของธุรกิจในปีที่ 3-5 แบบจำลองการทยอยเติบโต

รายการ	เดือนที่												รวม (ปีที่ 1)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
เงินต้นมูลค่าคง	99,000	99,000	99,000	99,000	99,000	99,000	99,000	99,000	99,000	99,000	99,000	99,000	99,000	1,188,000
เงินสมทบประกันสังคม	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	3,750	45,000
โบนัสพนักงาน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
ค่าตรวจสอบบัญชี	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	60,000
รวม (ต่อเดือน)	107,750	107,750	107,750	107,750	107,750	107,750	107,750	107,750	107,750	107,750	107,750	107,750	107,750	1,293,000

ตารางที่ 5.8 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของธุรกิจในปีที่ 1-ปีที่ 5

ตำแหน่ง	ปีที่ 1			ปีที่ 2		ปีที่ 3		ปีที่ 4		ปีที่ 5	
	จำนวน (คน)	จำนวนเต็มทำงาน	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)
1. กรรมการผู้จัดการ	1	12	30,000	1	30,000	1	30,000	1	30,000	1	30,000
2. ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	0	0	0	0	0	1	18,000	1	18,000	1	18,000
3. ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและการขาย	0	0	0	0	0	1	18,000	1	18,000	1	18,000
4. ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน	0	0	0	0	0	1	18,000	1	18,000	1	18,000
5. ฝ่ายประสานงานขาย	0	0	0	1	15,000	1	15,000	1	15,000	1	15,000
<b>รวมเงินเดือน (ต่อเดือน)</b>			30,000		45,000		99,000		99,000		99,000
<b>รวมเงินเดือน (ต่อปี)</b>	1		360,000	2	540,000	5	1,188,000	5	1,188,000	5	1,188,000
<b>ประกันสังคม (ต่อปี)</b>	1		9,000	2	18,000	5	45,000	5	45,000	5	45,000
<b>โบนัส (1 เดือนต่อปี)</b>	1		-	2	-	5	-	5	-	5	-
<b>รวมค่าใช้จ่าย (ต่อปี)</b>			369,000		558,000		1,233,000		1,233,000		1,233,000

## บทที่ 6 แผนบริหารจัดการการผลิต

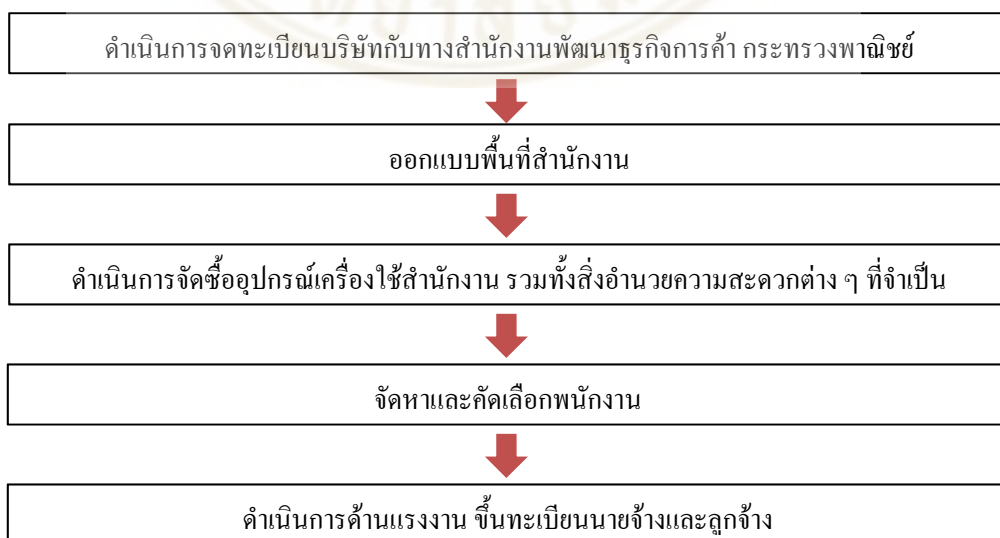
การศึกษาแผนบริหารจัดการการผลิต แบ่งออกเป็น 7 ส่วน ได้แก่ ขั้นตอนการดำเนินงาน, ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน, ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน, ขั้นตอนการจัดซื้อ และรับเข้า วัสดุดิบ, ขั้นตอนการผลิต, ขั้นตอนการผลิต, ขั้นตอนการส่งมอบผลิตภัณฑ์และภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท เอวาโกลด์ จำกัด

### 6.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

บริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สเปรย์บรรเทาอาการนอนกรนแบรนด์ Snorman ออกจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์แรก โดยจะเช่าพื้นที่สำหรับสำนักงานและโกดังเก็บสินค้า

#### 6.1.1 ระยะที่ 1 ดำเนินการจัดตั้งบริษัท

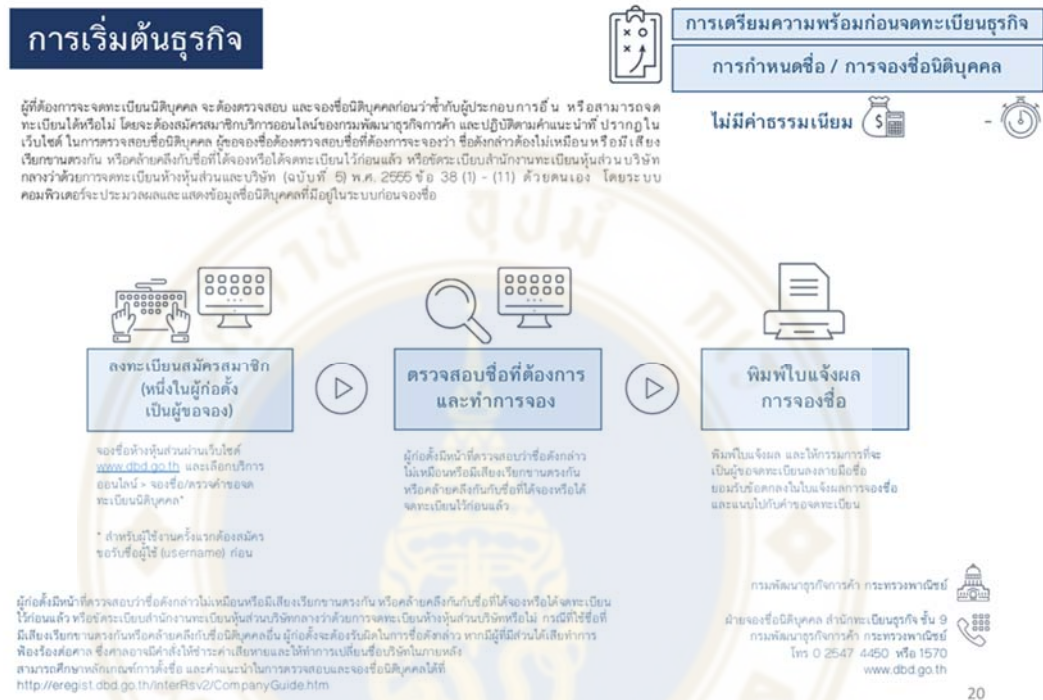
การดำเนินการ จัดตั้งบริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด ในระยะเริ่มแรก มีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้



ภาพที่ 6.1 ขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท เอวาโกลด์ จำกัด

## รายละเอียดขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท

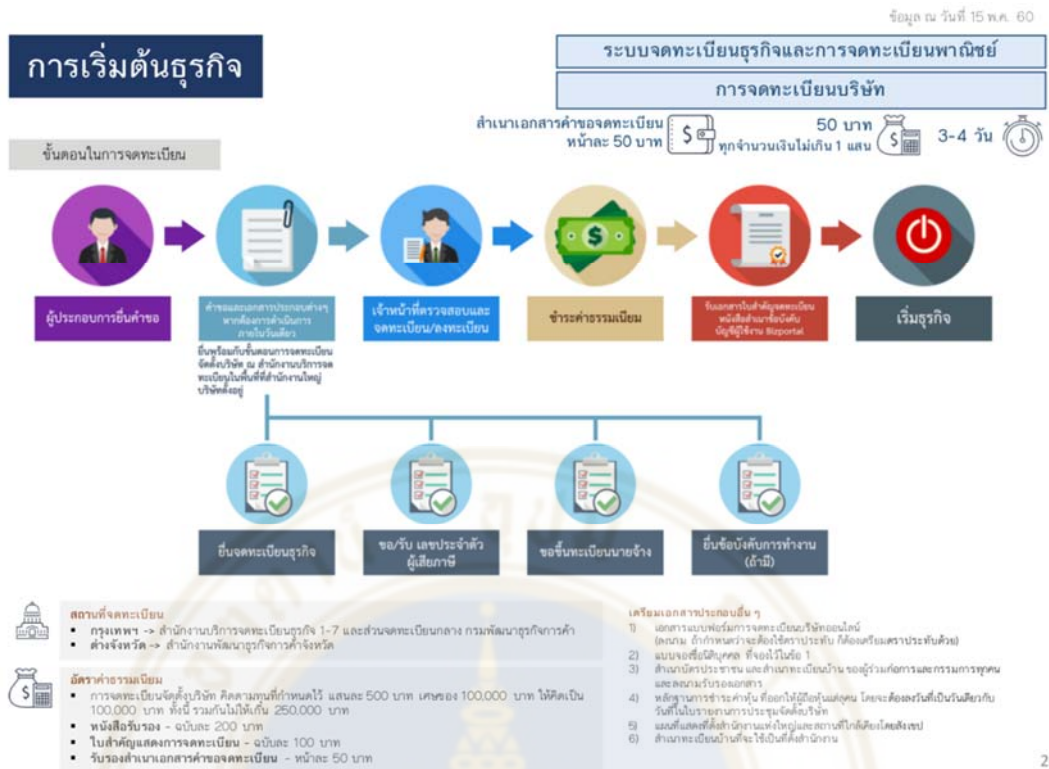
- ดำเนินการจดทะเบียนบริษัท เพื่อจดทะเบียนบริษัทกับทางสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ส่วนภูมิภาคที่สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร (กรมการพัฒนารธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2562)



## ภาพที่ 6.2 ขั้นตอนการยื่นจองชื่อบริษัทเพื่อจดทะเบียนธุรกิจ

- ดำเนินการจดทะเบียนบริษัทกับทางสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ส่วนภูมิภาคที่สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร (กรมการพัฒนารธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2562)





ภาพที่ 6.3 ขั้นตอนการจดทะเบียนบริษัทเพื่อจดทะเบียนธุรกิจ  
 ที่มา: สำนักนายกรัฐมนตรีน (2561)

- ออกแบบพื้นที่สำนักงาน โดยออกแบบและวางแผนผังองค์กรให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม สะดวกต่อการทำงาน



ภาพที่ 6.4 การออกแบบพื้นที่สำนักงาน

- ดำเนินการจัดซื้อและติดตั้งอุปกรณ์สำนักงาน รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น โดยจะพิจารณาเลือกซื้ออุปกรณ์ให้เหมาะสม มีมาตรฐาน รวมถึงพิจารณาถึงความจำเป็นต่อการทำงาน
- จัดหาและคัดเลือกพนักงานเข้าทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ ตามคุณสมบัติที่ทางบริษัท กำหนดไว้ เพื่อที่จะเข้าร่วมงานกับบริษัท ตามแผนผังขององค์กรที่บริษัทวางไว้
- ดำเนินด้านแรงงานในการเป็นนายจ้าง โดยนายจ้างที่มีลูกจ้างตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป ต้องขึ้นทะเบียนนายจ้าง (สปส.1-01) พร้อมกับขึ้นทะเบียนลูกจ้างเป็น ผู้ประกันสังคม (สปส. 1-03) ภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ลูกจ้างเข้าทำงาน



ภาพที่ 6.5 ขั้นตอนการดำเนินการด้านแรงงานในการเป็นนายจ้าง  
ที่มา: สำนักนายกรัฐมนตรี (2562)

### 6.1.2 ระยะที่ 2 ดำเนินการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ออย.

ภายหลังจากดำเนินการจัดตั้ง บริษัท เอวา โกลด์ จำกัด แล้วนั้น ในระยะต่อมาทางบริษัท ได้มีนโยบายในการดำเนินการขอรับรองมาตรฐานกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ ของบริษัท โทนิเทรค จำกัด มีความสะอาดและปลอดภัย ได้รับมาตรฐานเป็นไปตามกฎหมายกำหนด โดยจะดำเนินการขออนุญาตซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

6.1.2.1 พิมพ์ หรือกรอกรายละเอียดในแบบแจ้งด้วยตัวอักษรที่ชัดเจน

6.1.2.2 กรอกข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้สมบูรณ์ครบถ้วนถูกต้องทุกข้อ และ  
ลงลายมือชื่อผู้จัดแจ้ง

6.1.2.3 จัดเตรียมเอกสารให้ครบถ้วน จำนวน 2 ชุด เพื่อใช้เป็นคู่ฉบับกัน  
(มอบให้ผู้จัดแจ้งเป็นหลักฐาน 1 ชุด และเก็บไว้ที่ สำนักงานฯ 1 ชุด) โดยแต่ละชุดประกอบด้วย

- แบบแจ้งรายละเอียดการผลิตเพื่อขายหรือนำเข้าเพื่อที่กรอกรายละเอียด  
ครบถ้วนถูกต้อง (รวมถึงสูตรส่วนผสม)

- สำเนาหนังสือมอบอำนาจ
- เอกสารแนบเพื่อสนับสนุนรายละเอียดที่แจ้ง ซึ่งมีการลงลายมือของผู้จัดแจ้งเพื่อรับรองเอกสารทุกฉบับ

6.1.2.4 ตรวจสอบรายละเอียดทั้งหมดที่แจ้ง และเอกสารแนบให้มีความสอดคล้องกัน เช่น

- ชื่อการค้าและชื่อเครื่องสำอางที่ระบุในแบบแจ้ง เอกสารสูตรและที่ผลิตภัณฑ์ต้องตรง
- รายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบ ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพของภาชนะบรรจุ หรือหากชื่อมีข้อความที่บ่งบอกถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์รายละเอียดจะต้องสอดคล้องกัน

6.1.2.5 การแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสูตรผสม



ภาพที่ 6.6 เลขที่จดแจ้ง สำหรับเครื่องสำอาง  
ที่มา: สำนักคณะกรรมการอาหารและยา (2561)

### 6.1.3 ระยะที่ 3 การจัดระบบและดำเนินงานด้านการผลิต

ดำเนินการจัดระบบ กระบวนการสั่งสินค้า ซึ่งดำเนินการโดยบริษัทรับผลิตสินค้า เครื่องสำอางตั้งแต่การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ, ผู้ผลิต, การคำนวณปริมาณในการผลิต, ไปจนถึง การดำเนินการด้านการผลิต จากนั้นบริษัท โทนิเทรค จำกัด จะจัดการจัดเก็บสินค้าคงคลัง, การรับยอด การสั่งซื้อ, การจัดส่งสินค้า ตลอดจนการรับซื้อร่องเรียนจากลูกค้าด้วยตนเอง

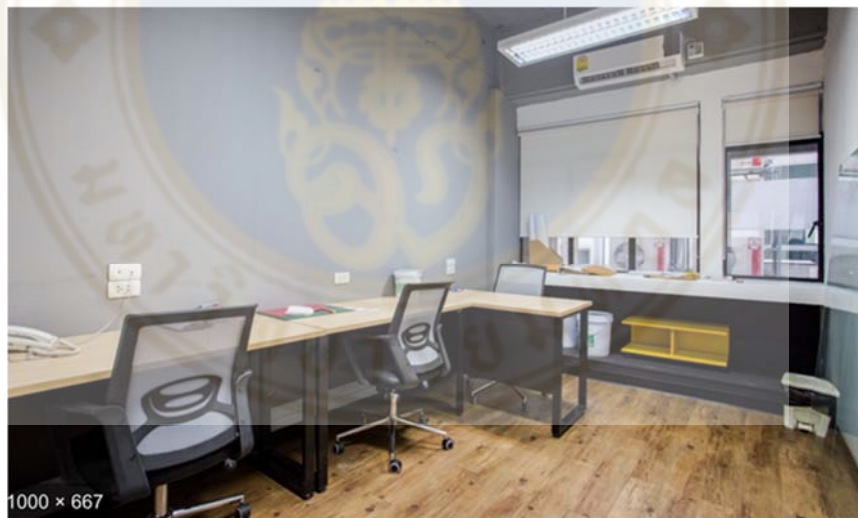
### 6.1.4 ดำเนินการด้านตลาด

การดำเนินการส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อให้สินค้าของบริษัท โทนิ ชัพพลาย จำกัด เป็นที่รู้จักโดยในระยะแรก มีการทำโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, มีการใช้ Influencer เพื่อสร้างการรับรู้, ออกบูธตามสถานที่ต่างๆ รวมถึงจัดโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อเพิ่มยอดขาย

## 6.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

### 6.2.1 ค่าเช่าพื้นที่

ค่าเช่าพื้นที่สำหรับจัดตั้งสำนักงาน ทางบริษัท โทนิ ชัพพลาย จำกัด ได้ทำการเช่าอาคารประเภทตึกแถวขนาดพื้นที่ 60 ตร.ม. มีจำนวนชั้น 3 ชั้นตั้งอยู่ที่ 1/59 ซอยทวิวัฒนา 20 เขตทวีวัฒนา แขวงสาทรธรรมสพน์ กรุงเทพฯ โดยทำสัญญาเช่าระยะยาวเป็นเวลา 5 ปี มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 5,000 บาท ต่อเดือน หรือปีละ 60,000 บาท



ภาพที่ 6.7 พื้นที่สำนักงาน บริษัท โทนิ ชัพพลาย จำกัด

### ตารางที่ 6.1 สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่สำหรับตั้งเป็นสำนักงาน

รายการ	ราคา (เดือน)	ราคา (ปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าพื้นที่	5,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000

## 6.2.2 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน

แสดงค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน ดังตาราง 6.2 ดังนี้

ตารางที่ 6.2 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงานของบริษัท เอวาโกลด์ จำกัด

	รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย	รวมเป็นเงิน
				(บาท)	(บาท)
1	จดทะเบียนบริษัท	1	ครั้ง	10,000	10,000
2	เฟอร์นิเจอร์				
	- โต๊ะพร้อมเก้าอี้	5	ชุด	4,000	20,000
	- ตู้เอกสาร	2	ตู้	2,000	4,000
3	อุปกรณ์สำนักงาน				
	- เครื่องคอมพิวเตอร์ Laptop	5	เครื่อง	18,900	94,500
	- เครื่องพิมพ์มัลติฟังก์ชัน	1	เครื่อง	4,500	2,500
	- แฟ้กซ์	1	เครื่อง	3,000	2,000
	- เครื่องใช้สำนักงานเบ็ดเตล็ด	1	-	6,000	5,000
4	สิ่งอำนวยความสะดวก				
	- ตู้น้ำดื่ม	1	ถัง	5,000	2,000
	- ถังดับเพลิง	1	เครื่อง	1,000	1,000
	- Internet wifi	1	เครื่อง	10,001	1,000
	รวม				142,000

จากตารางที่ 6.2 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงานแบ่งออกเป็น 5 รายการย่อย ได้แก่ จดทะเบียนบริษัท, เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน, อุปกรณ์สำนักงานและสิ่งอำนวยความสะดวก

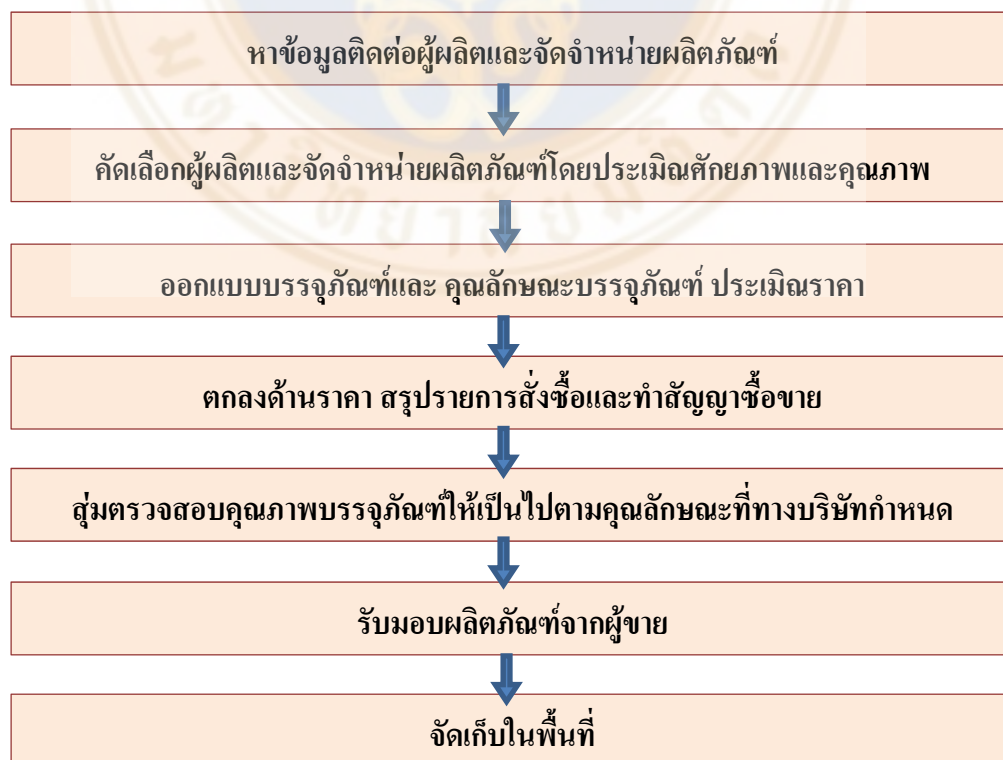
### 6.3 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน

บริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด มีค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน ดังตาราง 6.3 ดังนี้

ตารางที่ 6.3 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงานของบริษัท เอวาโกลด์ จำกัด

รายการ	ราคา (เดือน)	ราคา (ปี)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	-	30,650	-	-	-	-
ค่าเช่าพื้นที่	5,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าน้ำ	400	3,600	4,800	4,800	4,800	4,800
ค่าไฟ	10,000	90,000	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่าโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต	699	6,291	8,388	8,388	8,388	8,388
ค่าอุปกรณ์สำนักงานเบ็ดเตล็ด	800	7,200	9,600	9,600	9,600	9,600
รวม	16,899	197,741	202,788	202,788	202,788	202,788

### 6.4 ขั้นตอนการจัดซื้อและรับเข้าของบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 6.8 ขั้นตอนการจัดซื้อและรับเข้าของบรรจุภัณฑ์

#### 6.4.1 รายละเอียดขั้นตอนการจัดซื้อและรับเข้าวัตถุดิบ

6.4.1.1 ดำเนินการหาข้อมูลติดต่อผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ตรงความต้องการของบริษัทฯ

6.4.1.2 คัดเลือกและประเมินเปรียบเทียบผู้ผลิต โดยมีเกณฑ์การพิจารณาดังต่อไปนี้

- ประวัติบริษัท
- คุณภาพสินค้า
- มาตรฐานการผลิตและมาตรฐานด้านความปลอดภัย
- ความน่าเชื่อถือของบริษัท
- ราคา
- ปริมาณการผลิต
- ระยะเวลาในการส่งมอบ

โดยทางบริษัท โทนิเทรค จำกัด ได้ทำการติดต่อผู้ผลิตเครื่องสำอางที่รับผลิตสเปรย์บรรเทาอาการนอนกรน ที่มีศักยภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ บริษัท ควอลิตี้ พลัส เอสเทติก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด 179/18-20 ถ.นางวประชาพัฒนา แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กรุงเทพฯ ประเทศไทย 10210

6.4.1.3 เลือกสูตรผลิตภัณฑ์ เปรียบเทียบราคาและกำหนดมาตรฐานสินค้าให้เป็นไปตามที่กำหนดและจัดทำสัญญาซื้อขายโดยระบุรายละเอียดข้อตกลงด้านราคาและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้รัดกุม

6.4.1.4 สุ่มตรวจสอบคุณภาพของสเปรย์ว่าตรงตามคุณลักษณะที่ทางบริษัทกำหนดก่อนการรับเข้าสินค้าเพื่อให้มั่นใจว่า วัตถุดิบที่ส่งมอบมานั้นมีคุณภาพถูกต้องและปลอดภัยตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้

6.4.1.5 รับมอบผลิตภัณฑ์สเปรย์บรรเทาอาการนอนกรน

6.4.1.6 จัดเก็บวัตถุดิบในสำนักงาน

## 6.5 ขั้นตอนการผลิต

ขั้นตอนในการผลิตสเปรย์บรรเทาอาการนอนกรนตรา Snorman ได้สั่งให้โรงงานเป็นผู้ผลิต โดยมีกระบวนการดังนี้



ภาพที่ 6.9 ขั้นตอนการผลิต

## 6.6 ขั้นตอนการส่งมอบผลิตภัณฑ์

บริษัท โทนิเทรด จำกัด มีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ คือ ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต Social Media เว็บไซต์, ออกบูชงานแสดงสินค้าต่างๆ และขายผ่านร้านขายยา Modern Trade

1. จำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต และ Social Media ได้แก่ Website Official, Facebook, Instagram และ Line@ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้





ภาพที่ 6.10 ขั้นตอนการส่งมอบผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต และ Social Media

2. ออกบูชางานแสดงสินค้าต่าง ๆ ได้แก่ งานสินค้า สมุนไพรและเครื่องสำอาง เป็นต้น โดยมีขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 6.11 ขั้นตอนการส่งมอบผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางการออกบูชางานแสดงสินค้า

3. ขายส่งและตัวแทนจำหน่าย ได้แก่ ร้านขายยา Modern Trade ต่าง ๆ โดยมีขั้นตอน ดังนี้



ภาพที่ 6.12 ขั้นตอนการส่งมอบผลิตภัณฑ์ผ่านตัวแทนจำหน่าย

## 6.7 ภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท เอวาโกลด์ จำกัด

ตารางที่ 6.4 แผนภาพรวมการดำเนินงานของบริษัท เอวาโกลด์ จำกัด ในปี 1

กิจกรรมหลัก	กิจกรรมย่อย	ช่วงเวลาในการดำเนินงานภายในปี 1 (12 เดือน)												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
ดำเนินการจัดตั้งบริษัท	1. ยื่นคำขอจดทะเบียนบริษัท													
	2. ออกแบบพื้นที่สำนักงานและโรงงานผลิต													
	3. ขออนุญาตประกอบกิจการ โรงงานต่อกรม โรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม													
	4. ขออนุญาตก่อสร้างและขอเปิดใช้อาคารสถานที่ประกอบการ													
	5. จัดซื้อและติดตั้งอุปกรณ์สำนักงาน รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ													
	6. จัดหาและคัดเลือกบุคลากร													
	7. ยื่นทะเบียนนายช่างและลูกจ้าง													
การขอรับรองมาตรฐาน	1. ขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)													
	การดำเนินการด้านการผลิต	1. คัดเลือกบริษัทรับผลิตสินค้าและดำเนินการด้านวัตถุดิบ												
		2. วางแผนการผลิต												
3. ผลิตสินค้า														
การดำเนินการด้านการตลาด	1. วางแผนการตลาด													
	2. จัดทำช่องทางส่งเสริมการตลาดออนไลน์													
	3. จัดจำหน่ายสินค้า													
	4. ออกบูธงานแสดงสินค้าประจำปี													

ตารางที่ 6.5 ภาพรวมการดำเนินงานของบริษัท เควสโกลด์ จำกัด ในปี 2

กิจกรรมหลัก	กิจกรรมย่อย	ช่วงเวลาในการดำเนินงานภายในปีที่ 2												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
ดำเนินการจัดตั้งบริษัท	1. ยื่นคำขอจดทะเบียนบริษัท													
	2. ออกแบบพื้นที่สำนักงานและโรงงานผลิต													
	3. ขออนุญาตประกอบกิจการ โรงงานต่อกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม													
	4. ขออนุญาตก่อสร้างและขอเปิดใช้อาคารสถานที่ประกอบการ													
	5. จัดซื้อและติดตั้งอุปกรณ์สำนักงาน รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ													
	6. จัดหาและคัดเลือกบุคลากร													
	7. ชื่นชมเยยขนานข้างและลูกจ้าง													
การขอรับรองมาตรฐาน	1. ขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)													
	การดำเนินการด้านการผลิต	1. คัดเลือกบริษัทรับผลิตสินค้าและดำเนินการด้านวัตถุดิบ												
		2. วางแผนการผลิต												
3. ผลิตสินค้า														
การดำเนินการด้านการตลาด	1. วางแผนการตลาด													
	2. จัดทำช่องทางส่งเสริมการตลาดออนไลน์													
	3. จัดจำหน่ายสินค้า													
	4. ออกบูชางานแสดงสินค้าประจำปี													

## บทที่ 7

### แผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการลงทุน

การศึกษาแผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าโครงการลงทุน แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ สมมติฐานเพื่อการจัดทำแผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนโครงการ, แผนการเงินกรอบเวลา 5 ปี (จำแนกรายปี), ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน และผลวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการลงทุน

#### 7.1 สมมติฐานเพื่อการจัดทำแผนการเงินและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนโครงการ

##### 7.1.1 เงินลงทุน

เงินลงทุนสำหรับบริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินการเป็นผู้จัดจำหน่ายสเปรย์บรรเทาอาการนอน ประกอบด้วย เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน และเงินทุนหมุนเวียน โดยมีรายละเอียดดังแสดง ในตารางที่ 7.1 ดังนี้

ตารางที่ 7.1 แสดงรายละเอียดของเงินทุนในโครงการ

รายการ	มูลค่า
<b>1. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร</b>	
1.1 งานตกแต่งสำนักงาน	50,000
1.2 ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	128,000
1.3 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสำนักงาน	4,000
1.4 ค่าออกแบบและปรับปรุงผลิตภัณฑ์	500,000

ตารางที่ 7.1 แสดงรายละเอียดของเงินทุนในโครงการ (ต่อ)

รายการ	มูลค่า
<b>2. เงินลงทุนเพื่อค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน</b>	
2.1 ค่าจดทะเบียนบริษัท	10,000
2.2 ค่าอนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์	3,050
2.3 ค่าเครื่องหมายการค้า	1,000
2.4 ค่าจดทะเบียน อย.	1,600
2.5 ค่าเช่าล่วงหน้า 3 เดือนของสำนักงานและโกดัง	15,000
<b>3. เงินลงทุนหมุนเวียน</b>	287,350
<b>รวมมูลค่าการลงทุน</b>	<b>1,000,000</b>

#### 7.1.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจของบริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด จะใช้เงินลงทุนในส่วนของเจ้าของ 50% โดยมีการกู้ยืมจากสถาบันการเงินอีก 50% ตามตารางที่ 7.2

ตารางที่ 7.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มา	สัดส่วน	จำนวนเงิน
หุ้นสามัญ	50%	500,000
กู้ธนาคาร	50%	500,000
<b>รวม</b>	<b>100%</b>	<b>1,000,000</b>

ซึ่งบริษัทมีผู้ร่วมลงทุนทั้งสิ้น 3 คน และมีจำนวนเงินลงทุนทั้งสิ้น 1,000,000 บาท โดยมีรายละเอียดสัดส่วนการถือหุ้น จำนวนหุ้น และมูลค่าการลงทุนดังแสดงในตารางที่ 7.3

ตารางที่ 7.3 แสดงผู้ร่วมทุน จำนวนหุ้น สัดส่วนและเงินทุน

ลำดับ	ผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน
1	นาย กฤตเมธ หอมจันทนากุล	1,000	20%	100,000
2	นาย ธนภัทร หอมจันทนากุล	2,000	40%	200,000
3	นาง เปรมจิต หอมจันทนากุล	2,000	40%	200,000
	<b>รวม</b>	<b>5,000</b>	<b>%</b>	<b>500,000</b>

บริษัทฯ จะขอสินเชื่อระยะยาว จากธนาคารพาณิชย์ จำนวน 500,000 บาท โดยมีต้นทุนในการกู้ยืมเท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับลูกค้ารายย่อยชั้นดี MRR = 6.87 % ของธนาคารกสิกรไทย (โดยอ้างอิงข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ เดือน ธันวาคม พ.ศ.2562 ดังแสดงในภาพที่ 7.1) บวก 2 % เท่ากับ 8.87% เนื่องจากเป็นธุรกิจตั้งใหม่จึงมีความเสี่ยงสูงกว่า ทั้งนี้บริษัทฯ จะชำระคืนเงินกู้พร้อมดอกเบี้ยทุกเดือน เดือนละประมาณ 10,347.66 บาท เป็นเวลา 5 ปี (การคำนวณภาระหนี้การชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยดังแสดงในภาคผนวก ง.)

อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ ของธนาคารพาณิชย์ ประจำวันที่ 27 ธันวาคม 2562

ธนาคาร	MOR	MLR	MRR	สูงสุด*	ขั้นต่ำ*	บัตรเครดิต
ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ						
กรุงเทพ	6.8750	6.0000	6.8750	18.0000	21.8750	18.0000
กรุงไทย	6.8700	6.0250	6.8700	17.1200	19.8750	-
กสิกรไทย	6.8700	6.0000	6.8700	23.1000	25.1000	18.0000
ไทยพาณิชย์	6.7450	6.0250	6.8700	28.0000	28.0000	18.0000
กรุงศรีอยุธยา	6.9500	6.3500	6.9500	21.0000	28.0000	-
ทหารไทย	7.1750	6.6500	7.1500	28.0000	28.0000	18.0000

ภาพที่ 7.1 แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์  
ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2562)

### 7.1.3 สมมติฐานทางการเงิน

สำหรับบริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด มีสมมติฐานทางการเงิน โดยมีรายละเอียดแสดงดังนี้

#### ตารางที่ 7.4 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	สมมติฐานทางการเงิน
ค่าเสื่อมราคา (ต่อปี)	แบบเส้นตรง
หักค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	10 ปี
ค่าซาก	ไม่มีนโยบายค่าซาก
ให้เครดิตการชำระเงินให้แก่ลูกค้า	30 วัน
ได้รับเครดิตการชำระเงินจากเจ้าหนี้การค้า	30 วัน
สินค้าคงคลังสำเร็จรูป	ร้อยละ 20

ตารางที่ 7.4 สมมติฐานทางการเงิน (ต่อ)

รายการ	สมมติฐานทางการเงิน
สินค้าคงคลังสำเร็จรูป	ร้อยละ 20
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป (ธนาคารแห่งประเทศไทย 2563)	ร้อยละ 0.8
อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล (กรมสรรพากร, 2562)	ร้อยละ 20 ต่อปี
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวสำหรับลูกค้ารายย่อย (MRR) (ธนาคารแห่งประเทศไทย 2562)	ร้อยละ 8.87 ต่อปี
นโยบายการจ่ายเงินปันผล	บริษัทจ่ายเงินปันผลที่ 10% เนื่องจากบริษัทจะนำ 90% ที่เหลือไปลงทุนผลิตสินค้าและการตลาดมากขึ้น และจะจ่ายปันผลก็ต่อเมื่อมีกำไรสุทธิ 2 ล้านบาท
เงินทุนหมุนเวียน	ไม่มีเปลี่ยนแปลงระหว่างการลงทุนใน 5 ปี
อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น	ร้อยละ 12.78
WACC	ร้อยละ 9.94
ค่าเช่าพื้นที่ต่อเดือน	5,000 บาทต่อเดือน เป็นค่าเช่าสำนักงาน
ค่าสมทบเงินประกันสังคม	750 บาทต่อคน กรณีพนักงานมีเงินเดือนมากกว่า 10,000 บาทต่อคน
สินค้าคงคลังสำเร็จรูป	ร้อยละ 20

#### 7.1.4 การประมาณการรายได้

บริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด มีรายได้จากการจำหน่าย สเปรย์บรรเทาอาการนอนกรนตรา Snorman จาก 3 ช่องทาง ได้แก่ กลุ่มผู้นอนกรนและมีคนใกล้ชิดตัวนอนกรน, กลุ่มร้านขายยา Modern Trade และ กลุ่มร้านตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 7.5



ตารางที่ 7.5 แสดงรายได้จากการขายแต่ละช่องทางตั้งแต่ปีที่ 1 – 5

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>กลุ่มผู้นอนกรนและมีคนใกล้ตัวนอนกรน (B-C)</b>					
ผ่านช่องทาง Online	12,000	14,400	17,280	20,736	24,883
ราคาจำหน่าย	290	290	290	290	290
<b>รวมรายได้จากการขาย</b>	<b>3,480,000</b>	<b>4,176,000</b>	<b>5,011,200</b>	<b>6,013,440</b>	<b>7,216,128</b>
<b>กลุ่มร้านขายยา Modern Trade (B-B) ทางตรง</b>					
Fascino,P&F,Lab Pharmacy		20,000	24,000	28,800	34,560
ราคาจำหน่าย		290	290	290	290
<b>รวมรายได้จากการขาย</b>		<b>5,800,000</b>	<b>6,960,000</b>	<b>8,352,000</b>	<b>10,022,400</b>
<b>กลุ่มร้านตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ (B-B) ทางอ้อม</b>					
ประเทศในกลุ่มอาเซียน			50,000	60,000	72,000
ประเทศจีน				50,000	60,000
ราคาจำหน่าย			290	290	290
<b>รวมรายได้จากการขาย</b>			<b>14,500,000</b>	<b>31,900,000</b>	<b>38,280,000</b>
<b>รวมปริมาณการขาย</b>	<b>12,000</b>	<b>34,400</b>	<b>91,280</b>	<b>109,536</b>	<b>131,443</b>
<b>รวมรายได้จากการขายสุทธิ</b>	<b>3,480,000</b>	<b>9,976,000</b>	<b>26,471,200</b>	<b>46,265,440</b>	<b>55,518,528</b>

### 7.1.5 ประเมินการต้นทุน

การแสดงต้นทุนต่อหน่วยของสเปรย์บรรเทาอาการนอนกรน มีการประเมินต้นทุนในส่วนของการผลิต และค่าบรรจุภัณฑ์ ดังตารางที่ 7.6

ตารางที่ 7.6 การประเมินการต้นทุนของสเปรย์บรรเทาอาการนอนกรน ในปี 1-5

รายการ	ราคา : หน่วยบาท	ประเมินการต้นทุน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนวัตถุดิบ	30	20	18	17	17	17
ต้นทุนบรรจุภัณฑ์	20	20	20	15	15	15
ต้นทุนค่าขนส่ง Inbound และ Outbound เล็ก	10	5	5	10	10	10
<b>รวม</b>	<b>60</b>	<b>45</b>	<b>43</b>	<b>42</b>	<b>42</b>	<b>42</b>

ตารางที่ 7.7 ประมาณการต้นทุนจากปริมาณขอดีส่งออกสเปร์ยบรรเทาอาการนอนกรนตรา Snorman จากลูกค้าทุกช่องทางการจัดจำหน่าย ปีที่ 1-ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ปริมาณขอดีการส่งออกสินค้า	12,000	34,400	91,280	109,536	131,443
ราคาต้นทุน (ต่อหน่วย)	45	43	42	42	42
รวมราคาต้นทุนการผลิต	540,000	1,479,200	3,833,760	4,600,512	5,520,614
ค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน, โกดัง	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
<b>รวมราคาต้นทุนสุทธิ</b>	<b>660,000</b>	<b>1,599,200</b>	<b>3,953,760</b>	<b>4,720,512</b>	<b>5,640,614</b>

### 7.1.6 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ

ตารางที่ 7.8 ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ปีที่ 1-ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าขนส่ง	60,000	172,000	912,800	1,095,360	1,314,432
<b>รวมราคาต้นทุน (บาท)</b>	<b>60,000</b>	<b>172,000</b>	<b>912,800</b>	<b>1,095,360</b>	<b>1,314,432</b>

ตารางที่ 7.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารปีที่ 1-ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือน	360,000	540,000	1,188,000	1,188,000	1,188,000
เงินสมทบประกันสังคม	9,000	18,000	45,000	45,000	45,000
เงินโบนัส	-	-	-	-	-
ค่าตรวจสอบบัญชี	12,000	12,000	60,000	60,000	60,000
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	292,191	262,788	262,788	262,788	262,788
ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง	60,000	172,000	912,800	1,095,360	1,314,432
<b>รวม</b>	<b>733,191</b>	<b>1,004,788</b>	<b>2,468,588</b>	<b>2,651,148</b>	<b>2,870,220</b>

ตารางที่ 7.10 ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการขาย ปีที่ 1-ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายออกบูธแสดงสินค้า	200,000	200,000	300,000	300,000	300,000
ค่าจัดทำโบรชัวร์	5,000	10,000	15,000	15,000	15,000
ค่าโฆษณาผ่าน Social Media	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000
ค่าจัดทำ Website Official	-	-	15,000	15,000	15,000
ค่านำสินค้าเข้า Modern Trade	-	2,786,400	3,086,400	3,566,400	4,142,400
<b>รวม</b>	<b>805,000</b>	<b>3,596,400</b>	<b>4,016,400</b>	<b>4,496,400</b>	<b>5,072,400</b>

ตารางที่ 7.11 ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย ปีที่ 1-ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเสื่อมราคาอาคารสำนักงาน	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้	13,200	13,200	13,200	13,200	13,200
<b>รวม</b>	<b>18,200</b>	<b>18,200</b>	<b>18,200</b>	<b>18,200</b>	<b>18,200</b>

## 7.2 แผนการเงินกรอบเวลา 5 ปี (จำแนกรายปี)

### 7.2.1 แผนการเงิน ประเภทงบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุนสำหรับผลิตภัณฑ์สเปรย์บรรเทาอาการนอนกรน ตรา Snorman ของบริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด แสดงในตารางที่ 7.12 ดังนี้

ตารางที่ 7.12 ประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1-ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>รายได้</b>					
รายได้จากการขายสินค้า	3,480,000	9,976,000	26,471,200	46,265,440	55,518,528
หัก - ต้นทุนขายสินค้า	(660,000)	(1,599,200)	(3,953,760)	(4,720,512)	(5,640,614)
<b>กำไรขั้นต้น</b>	<b>2,820,000</b>	<b>8,376,800</b>	<b>22,517,440</b>	<b>41,544,928</b>	<b>49,877,914</b>
หัก - ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(733,191)	(1,004,788)	(2,468,588)	(2,651,148)	(2,870,220)
หัก - ค่าใช้จ่ายในการขาย	(805,000)	(3,596,400)	(4,016,400)	(4,496,400)	(5,072,400)
หัก - ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย	(18,200)	(18,200)	(18,200)	(18,200)	(18,200)
<b>กำไรจากการดำเนินงาน</b>	<b>1,263,609</b>	<b>3,757,412</b>	<b>16,014,252</b>	<b>34,379,180</b>	<b>41,917,094</b>
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย	(41,024)	(33,341)	(24,949)	(15,781)	(5,766)
<b>กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล</b>	<b>1,222,585</b>	<b>3,724,071</b>	<b>15,989,303</b>	<b>34,363,399</b>	<b>41,911,328</b>
หัก - ภาษีเงินได้นิติบุคคล	(244,517)	(744,814)	(3,197,861)	(6,872,680)	(8,382,266)
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>978,068</b>	<b>2,979,257</b>	<b>12,791,443</b>	<b>27,490,719</b>	<b>33,529,062</b>
หัก - เงินปันผลจ่าย	0	0	(1,279,144)	(2,749,072)	(3,352,906)
<b>กำไรหลังจ่ายเงินปันผล</b>	<b>978,068</b>	<b>2,979,257</b>	<b>11,512,298</b>	<b>24,741,648</b>	<b>30,176,156</b>
<b>กำไรสะสม</b>	<b>978,068</b>	<b>3,957,325</b>	<b>15,469,624</b>	<b>40,211,271</b>	<b>70,387,427</b>

## 7.2.2 แผนการเงิน ประเภทงบแสดงฐานะทางการเงิน

ตารางที่ 7.13 ประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน ปีที่ 1- ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์</b>					
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	965,108	3,110,097	14,218,675	38,288,352	68,985,858
- ลูกหนี้การค้า	290,000	831,333	2,205,933	3,855,453	4,626,539
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	70,449	198,499	511,082	753,816	878,428
- สต็อกวัตถุดิบ	-	-	-	-	-
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>1,325,557</b>	<b>4,139,929</b>	<b>16,935,691</b>	<b>42,897,621</b>	<b>74,490,825</b>
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>					
- ที่ดินและการปรับปรุง	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
- สิ่งปลูกสร้าง	-	-	-	-	-
- เครื่องจักรอุปกรณ์	-	-	-	-	-
- ดำเนินการสังผลิต	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
- อุปกรณ์สำนักงาน	132,000	132,000	132,000	132,000	132,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	30,650	30,650	30,650	30,650	30,650
<b>รวมสินทรัพย์ถาวร</b>	<b>712,650</b>	<b>712,650</b>	<b>712,650</b>	<b>712,650</b>	<b>712,650</b>
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	13,200	26,400	39,600	52,800	66,000
<b>รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ</b>	<b>699,450</b>	<b>686,250</b>	<b>673,050</b>	<b>659,850</b>	<b>646,650</b>
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>2,025,007</b>	<b>4,826,179</b>	<b>17,608,741</b>	<b>43,557,471</b>	<b>75,137,475</b>
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>					
- เจ้าหนี้การค้า	40,000	114,667	304,267	531,787	638,143
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>	<b>40,000</b>	<b>114,667</b>	<b>304,267</b>	<b>531,787</b>	<b>638,143</b>
หนี้สินระยะยาว	400,000	300,000	200,000	100,000	-
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>440,000</b>	<b>414,667</b>	<b>504,267</b>	<b>631,787</b>	<b>638,143</b>
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
- เงินลงทุน	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
- กำไรสะสม	1,085,007	3,911,513	16,604,474	42,425,684	73,999,332
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>1,585,007</b>	<b>4,411,513</b>	<b>17,104,474</b>	<b>42,925,684</b>	<b>74,499,332</b>
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>2,025,007</b>	<b>4,826,179</b>	<b>17,608,741</b>	<b>43,557,471</b>	<b>75,137,475</b>

### 7.2.3 แผนการเงิน ประเภทงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 7.14 ประมาณการงบกระแสเงินสด ปีที่ 1- ปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน</b>						
กำไรจากการดำเนินงาน	-	1,263,609	3,757,412	16,014,252	34,379,180	41,917,094
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย	-	18,200	18,200	18,200	18,200	18,200
เจ้าหน้าที่การค้า	-	40,000	114,667	304,267	531,787	638,143
ลูกหนี้การค้า	-	(290,000)	(831,333)	(2,205,933)	(3,855,453)	(4,626,539)
สินค้าสำเร็จรูปคงคลัง	-	(70,449)	(198,499)	(511,082)	(753,816)	(878,428)
วัตถุดิบคงคลัง	-	-	-	-	-	-
ดอกเบี้ยจ่าย	-	(41,024)	(33,341)	(24,949)	(15,781)	(5,766)
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	(744,814)	(3,197,861)	(6,872,680)	(8,382,266)
<b>กระแสเงินสดจากการดำเนินงานรวม</b>	<b>-</b>	<b>920,336</b>	<b>2,082,291</b>	<b>10,396,894</b>	<b>23,431,437</b>	<b>28,680,438</b>
<b>กระแสเงินสดจากการลงทุน</b>						
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	(682,000)	-	-	-	-	-
เงินลงทุนการก่อนดำเนินงาน	(30,650)	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม</b>	<b>(712,650)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน</b>						
เงินสดกู้ยืมจากธนาคาร	500,000	-	-	-	-	-
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน	500,000	-	-	-	-	-
เงินสดจ่ายปันผล	-	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม</b>	<b>1,000,000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>กระแสเงินสดสุทธิ</b>	<b>287,350</b>	<b>920,336</b>	<b>2,082,291</b>	<b>10,396,894</b>	<b>23,431,437</b>	<b>28,680,438</b>
บวก + กระแสเงินสดต้นงวด	-	287,350	1,207,686	3,289,977	13,686,871	37,118,308
<b>กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด</b>	<b>287,350</b>	<b>1,207,686</b>	<b>3,289,977</b>	<b>13,686,871</b>	<b>37,118,308</b>	<b>65,798,746</b>

### 7.3 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน

ผลการตอบแทนผลการลงทุนสำหรับสเปย์บรรเทาอาการนอนกรน ของบริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด จะพิจารณาโดยการเปรียบเทียบเงินลงทุนทั้งหมดที่ต้องเสียไปกับผลตอบแทน ที่จะได้รับจาก การลงทุนในด้านต่างๆ ดังตารางที่ 7.15

ตารางที่ 7.15 ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนของบริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด

รายการ	ความหมาย	มูลค่าที่คำนวณได้
ต้นทุนทางการเงินถ่วงน้ำหนักของกิจการ (Weighted Average Cost of Capital: WACC)	ค่าเฉลี่ยของต้นทุนหลังหักภาษีของแหล่งเงินทุนต่างๆของบริษัท	9.94%
มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value: NPV)	ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ(จ่าย) สุทธิตลอดอายุโครงการ	45,888,787 บาท
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)	ผลตอบแทนระหว่างกระแสเงินสดรับแต่ละปีตลอดอายุโครงการและจำนวนเงินเชื่อ	260.38%
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับเงินลงทุนคืนทั้งหมด	4 เดือน

### 7.3.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value : NPV)

สำหรับการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินนั้น บริษัทฯจะพิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดสำหรับกิจการ (NPV of Free Cash Flow of The Firm) โดยใช้อัตราคิดลด (Discount Rate) จากต้นทุนทางการเงินถ่วงน้ำหนักของกิจการ WACC (Weighted Average Cost of Capital) โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{WACC} &= w_d k_d + w_e k_e \\
 &= (0.5)(8.87\%) + (0.5)(10\%) \\
 &= 9.94\%
 \end{aligned}$$

- โดยที่  $w_d$  = สัดส่วนของหนี้สิน  
 $k_d$  = อัตราผลตอบแทนที่เจ้าหนี้ต้องการ หรืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้  
 $w_e$  = สัดส่วนของผู้ถือหุ้น  
 $k_e$  = อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity)

ดังนั้นต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยของกิจการ WACC จึงมีค่าเท่ากับ 9.94% ทั้งนี้ได้มีการคำนวณอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity) ด้วยวิธี CAPM โดย risk free rate หาได้จากการนำอัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปี มาเฉลี่ย Market Return หาได้จาก Market Cap ในตลาดหุ้นย้อนหลัง 3 ปีกำหนดให้ค่า beta มีค่าเท่ากับ 1

โดยใช้สูตรการคำนวณ CAPM ดังนี้

$$\begin{aligned}k_e &= R_f + (R_m - R_f) \beta_L \\ &= 1.95\% + (10.03\% - 1.95\%)(1.34) \\ &= 1.95\% + (10.82\%) \\ k_e &= 12.78\%\end{aligned}$$

โดยที่

$R_f$  = อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์ปราศจากความเสี่ยง

$R_m$  = อัตราผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์

$\beta_L$  = อัตราความเสี่ยงของผลตอบแทนของบริษัทฯ (Beta)

ดังนั้นอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity) จึงมีค่าเท่ากับ 12.78%

จะเห็นได้ว่าการลงทุนเริ่มแรกของบริษัทที่ 1,000,000 บาท พบว่า บริษัทสามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) ได้เท่ากับ 45,888,787 บาท

### 7.3.2 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

ในการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) บริษัทฯ จะนำข้อมูล Free Cash Flow ที่ประมาณการได้มาคำนวณหาอัตราผลตอบแทนของโครงการ โดยใช้สมมติฐานเดียวกันกับการวิเคราะห์โดยใช้วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) ซึ่งพบว่าบริษัทมี IRR เท่ากับ 260.38 เปอร์เซ็นต์

### 7.3.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

สำหรับการพิจารณาระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) จากกระแสเงินสดสุทธิสะสมสำหรับกิจการ เปรียบเทียบกับการลงทุนนั้น จะแสดงให้เห็นผู้ลงทุนทราบถึงระยะเวลาที่ใช้ในการเปลี่ยนสินทรัพย์ที่ลงทุนไป กลับมาเป็นเงินสดอีกครั้ง พบว่า บริษัทฯ สามารถดำเนินกิจการและคืนทุนได้ในระยะเวลา 1 ปี

#### 7.3.4 สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินความคุ้มค่าการลงทุน

จากการพิจารณาพบว่าผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรนตรา Snorman ของบริษัท โทนิ ซ์พพลาย จำกัด มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก โดยมีมูลค่าเท่ากับ 45,888,787 บาท นอกจากนี้ ยังมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 260.38 เปอร์เซ็นต์ สูงกว่าอัตราผลตอบแทน เหนี่ยถ่วง น้ำหนักของบริษัท (WACC เท่ากับ 9.94 เปอร์เซ็นต์) รวมไปถึงมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) อยู่ที่ประมาณ 1 ปี

เมื่อพิจารณาผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนในด้านมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) แสดงว่าธุรกิจผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรนตรา Snorman ของบริษัท โทนิ ซ์พพลาย จำกัด มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน





## บทที่ 8

### แผนการบริการจัดการความเสี่ยง

การศึกษาแผนการบริการจัดการความเสี่ยงแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ บทวิเคราะห์และระบุประเภทความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง, บทวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง, ข้อจำกัดของแผนธุรกิจ และแผนธุรกิจหน้าเดียว

#### 8.1 บทวิเคราะห์และระบุประเภทความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

การประกอบธุรกิจใด ๆ นั้น สามารถเกิดความเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา อาจเนื่องมาจากปัจจัยทั้งภายในบริษัทและภายนอกบริษัท ซึ่งอาจส่งผลทำให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ จนส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัท ดังนั้นเพื่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างราบรื่นปราศจากปัญหา ทางบริษัทจึงต้องแผนการรับมือ หรือแผนการจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นภายในอนาคต เพื่อสามารถปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ โดยบริษัทได้มีการประเมินความเสี่ยงและสรุปประเด็นความเสี่ยงของบริษัทโดยสามารถจำแนกความเสี่ยงออกเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

- ความเสี่ยงทางการดำเนินงาน (Operational Risk)
- ความเสี่ยงทางการตลาด (Market Risk)
- ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk)
- ความเสี่ยงทางด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ

##### 8.1.1 ความเสี่ยงทางการดำเนินงาน (Operation Risk)

###### 8.1.1.1 ความเสี่ยงในการผลิต

ความเสี่ยงในการผลิตได้แก่ความเสี่ยงที่จะเกิดสินค้าบกพร่องในกระบวนการผลิต แม้บริษัทจะจ้างบริษัทอื่นที่รับจ้างผลิตให้ก็ตาม แต่บริษัทฯ จะต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายที่จะเกิดขึ้นจากสินค้าบกพร่อง ไม่ว่าจะเป็นเกิดขึ้นจากความผิดพลาดของคนส่งของ เครื่องจักรของโรงงานที่รับจ้างผลิต หรือวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายก็ตาม

### 8.1.1.2 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน



ภาพที่ 8.1 แผนภาพแสดงห่วงโซ่อุปทานของบริษัท โทนี ซัพพลาย จำกัด

การบริหารจัดการด้านห่วงโซ่อุปทานเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การคาดการณ์ยอดขาย การวางแผนการจัดซื้อ การจัดการคลังสินค้า และการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้า กิจกรรมเหล่านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัทสามารถบริหารจัดการคุณภาพของสินค้า และต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น หากบริษัทขาดการพัฒนาและบูรณาการกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้า และก่อให้เกิดต้นทุนที่สูงขึ้นโดยไม่จำเป็น และทำให้ไม่สามารถสร้างความเป็นต่อในด้านการแข่งขันทางธุรกิจอันจะนำมาซึ่งการสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

แนวทางการจัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ (Risk Response) ด้านการดำเนินงานที่เกิดจากการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

- พัฒนาระบบการบริหารจัดการและทำงานในเชิงบูรณาการร่วมกับโรงงานรับจ้างผลิต
- นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์วางแผนและตัดสินใจ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงาน
- วางแผนการจัดส่งสินค้าของลูกค้าแต่ละรายเพื่อควบคุมต้นทุนการขนส่งให้ต่ำที่สุด รวมถึงการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าได้ตามระยะเวลาที่ได้ทำการตกลงกันไว้

### 8.1.1.3 คุณภาพของสินค้า

การควบคุมคุณภาพของสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากการรักษาความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อบริษัทและผลิตภัณฑ์บริษัทจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องจัดให้มีกระบวนการดำเนินงานและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานและปลอดภัย

แนวทางการจัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ (Risk Response) ด้านการดำเนินงาน ในการควบคุมคุณภาพของสินค้าทุกขั้นตอนก่อนส่งถึงมือผู้บริโภค

- ควบคุมและคัดเลือกโรงงานรับจ้างผลิตตั้งแต่ขั้นตอนการจัดหาวัตถุดิบ การออกแบบ การผลิต การบรรจุ การจัดเก็บ จนถึงการขนส่งสินค้าให้ปลอดภัย ก่อนส่งถึงมือผู้บริโภค
- ในส่วนของสินค้าทางบริษัทจะทำการเยี่ยมชมโรงงานรับจ้างผลิตและมีการสุ่ม ตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบที่ผลิตได้ในทุก ๆ ล็อตของการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด
- ให้ความสำคัญกับปัญหาข้อร้องเรียนจากลูกค้าและนำไปปรับปรุงข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น โดยการพัฒนาระบบการบริหารจัดการข้อร้องเรียน การเรียกคืนสินค้าในกรณีที่เป็น ให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นสำคัญ

### 8.1.1.4 กำลังการผลิตไม่เพียงพอ

ในกรณีที่ปริมาณการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์มากกว่าที่คาดการณ์ไว้ อาจทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถจัดสรรกำลังการผลิตได้อย่างเพียงพอและทันต่อเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ เนื่องจากผลิตภัณฑ์สเปรย์สมุนไพรบรรเทาอาการนอนกรนตรา Snorman ต้องมีการสั่งจาก โรงงานรับจ้างผลิตอีกทอดหนึ่ง หากมีปริมาณการสั่งซื้อที่เข้ามาในปริมาณมากแบบกระชั้นชิด อาจทำให้เกิดความเสี่ยงที่ทำให้ผลิตสินค้าไม่ทันได้

แนวทางการจัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ (Risk Response) ด้านการดำเนินงานวางแผนและการผลิตขยายกำลังการผลิตโดยการติดต่อ โรงงาน OEM เพิ่มมากขึ้น 2-3 โรงงาน

## 8.1.2 ความเสี่ยงทางการตลาด (Marketing Risk)

### 8.1.2.1 เมื่อยอดขายต่ำกว่าเป้าที่วางไว้

เนื่องจากในท้องตลาดที่ผู้บริโภคอาจขาดความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสารสกัดสมุนไพร อีกทั้งยังเชื่อว่าอาการนอนกรนไม่สามารถทำให้หายขาดได้ ดังนั้นอาจส่งผลต่อยอดขาย ทำให้ยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้

แนวทางการจัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ (Risk Response) ด้านการตลาด เมื่อยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้

- จัดกิจกรรมให้ความรู้ผ่านสื่อออนไลน์ รวมถึง Influencer ที่น่าเชื่อถือ
- พิจารณาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ว่าทั่วถึงต้องการเข้าถึงของผู้บริโภคได้หรือไม่ มีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด เพิ่มเติมหรือสำรวจช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ เพื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น

• มีการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคเป็นระยะ ๆ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุง เมื่อยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้

- จัดกิจกรรมส่งเสริมความต้องการของผู้บริโภคเป็นระยะ ๆ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกลิ่นให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

- จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายหลากหลายช่องทางให้เกิดความน่าสนใจผลิตภัณฑ์มากขึ้นเพื่อสร้างการรู้จักและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคได้

#### 8.1.2.2 มีผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันจำหน่ายวางขายอยู่ในตลาด

มีสเปรย์บรรเทาอาการนอนกรนวางขายอยู่ในตลาดประมาณ 3 แบรินด์ ซึ่งแต่ละแบรนด์มีข้อเสียในการทำการตลาดที่เหมือนและต่างกัน โดยเฉพาะเรื่องของการจัดแจ้ง การใช้คำโฆษณาที่ต้องไม่ผิดกฎหมาย แต่การทำการตลาดที่ถูกกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงความยากง่ายในการหาซื้อสินค้าด้วย

แนวทางการจัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ (Risk Response) ด้านการตลาด เมื่อมีผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันวางขายอยู่ในตลาด

- ทำการวิเคราะห์จุดเด่นและจุดด้อยของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่งเทียบกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีจุดแข็งเหนือกว่าผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

- มีการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคเป็นระยะๆ เพื่อให้เกิดความตระหนักในแบรนด์สินค้ารักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

#### 8.1.2.3 การเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของบริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด มีขั้นตอนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน และใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนักแต่สามารถหาโรงงานรับจ้างผลิตได้ค่อนข้างยาก สามารถตั้งขึ้นต่ำในการผลิตไม่ต้องจำนวนมาก จึงทำให้มีโอกาสเกิดคู่แข่งรายใหม่ขึ้นมาได้น้อย ดังนั้นผลิตภัณฑ์ลักษณะเดียวกันที่สามารถออกมาจำหน่ายและส่งผลกระทบต่อยอดขายและของบริษัทได้นั้น ต้องมีกำลังการผลิตเทคโนโลยีที่ทันสมัยเท่ากับหรือมากกว่าโรงงานที่บริษัทจ้างผลิต

แนวทางการจัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ (Risk Response) ด้านการตลาด เมื่อมีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาด

- ทำการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (Trademark) และสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Industrial Design) เพื่อที่ป้องกันไม่ให้คู่แข่งสามารถผลิตสินค้าในรูปแบบเดียวกันได้
- มีการทำสัญญาข้อตกลงเรื่องการเก็บรักษาความลับทางการค้า (Trade Secret) และการทำสัญญาระหว่างกันกับ โรงงานรับจ้างผลิต โดยห้ามไม่ให้มีการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับให้แก่บุคคลอื่นไม่ว่ากรณีใดทั้งสิ้น

### 8.1.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

บริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด เป็นบริษัทที่เพิ่งเริ่มดำเนินการเปิดกิจการ ซึ่งเริ่มต้นด้วยกิจการขนาดเล็กที่มีการซื้อขายทั้งแบบเงินสดและการซื้อสินค้าแบบเงินสดอาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องทางการเงินได้ และอาจเกิดการไม่มีเงินสดเพียงพอในการรองรับกับเหตุการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นได้

แนวทางในการจัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ (Risk Response) สภาพคล่องทางการเงิน

- มีการตรวจสอบบัญชีเพื่อวิเคราะห์รายได้และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นอยู่เสมอและมีการวางแผนการจัดทำงบประมาณกระแสเงินสดล่วงหน้าเพื่อประมาณการรายได้ตามช่วงเวลา รวมถึงการประเมินผลทางบัญชีอย่างต่อเนื่อง
- บริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด มีการจัดหาแหล่งทุนเพื่อเสริมสภาพคล่อง โดยทำการพิจารณาการระดมทุนจากต่างประเทศ ผ่าน Platform ของ Indiegogo ซึ่งเป็นหนึ่งในเว็บไซต์ที่ให้บริการ platform การระดมทุนแบบ Crowdfunding หรือการระดมทุนสาธารณะโดยผู้ที่มีไอเดียและแผนการที่ชัดเจน สามารถที่เปิดการระดมทุนสาธารณะของตนเองได้ โดยไม่ต้องมีเงินทุนใด ๆ และชนิดของโครงการนั้นก็ไม่ถูกจำกัด เพราะมีตั้งแต่ โครงการขนาดเล็ก เช่นงานศิลปะส่วนบุคคล จนถึงนวัตกรรม ระดับโลกนักลงทุนสามารถที่จะเข้าไปดูโปรเจกต์ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เพื่อเลือกลงทุนในสินค้าหรือ โครงการที่ตนชื่นชอบได้ ทั้งนี้บริษัทเลือกที่จะระดมทุนผ่าน Indiegogo เนื่องจากเงื่อนไขในการระดมทุนค่อนข้างยืดหยุ่นกว่าอีกช่องทางคือ Kickstarter ที่มีข้อจำกัดมากกว่า ยกตัวอย่างเช่น หากมีการลงทุนจะผู้สนใจไม่ถึงจำนวนที่บริษัทวางไว้ เงินจำนวนนั้นจะถูกโอนกลับไปยังผู้ลงทุนทันที แต่ Indiegogo จะไม่โอนกลับคืน โดยจะนำยอดสุทธิที่ได้รับการระดมทุนโอนให้แก่บริษัททันที โคนมีค่าธรรมเนียมอยู่ที่ 5% เท่านั้น



## ภาพที่ 8.2 ช่องทางระดมทุนสำหรับผู้ประกอบการมือใหม่

### 8.1.4 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)

บริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด ดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมายและนโยบายของรัฐ ซึ่งมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท อาทิเช่น กฎหมายภาษีอากร กฎหมายแรงงาน กฎหมายการขึ้นทะเบียนเครื่องสำอาง เป็นต้น ดังนั้นบริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด จึงจำเป็นต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงของข้อกำหนด และกฎหมายภายในประเทศอย่างใกล้ชิดเพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการทำงานของบริษัทให้สอดคล้องกับกฎหมายที่ประกาศใช้ให้เป็นปัจจุบันที่สุด

แนวทางการจัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ (Risk Response) ด้านกฎระเบียบและข้อบังคับติดตามแนวโน้มการออกกฎหมายใหม่ การประกาศใช้ การเปลี่ยนแปลงและการยกเลิกกฎหมายต่าง ๆ ภายในประเทศ เพื่อให้ทางบริษัทมีข้อมูลที่ต้องจัดเจนนำไปกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม รวมถึงการกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด

## 8.2 การวิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง

บริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด ได้วิเคราะห์และระบุทางเลือกเพื่อปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องโดยวิเคราะห์ผลกระทบ ความเร่งด่วน และแนวทางแก้ไขดังนี้

- ความเร่งด่วนมาก : ระยะสั้น 1 ปี
- ความเร่งด่วนปานกลาง : ระยะกลาง มากกว่า 1 ปี และไม่เกิน 3 ปี
- ความเร่งด่วนน้อย : ระยะยาว มากกว่า 3 ปี

### 8.2.1 ระยะสั้น 1 ปี

- สินค้ามีอายุการใช้งานสั้น สารสกัดสมุนไพรรูปแบบสเปรย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการใช้งานสั้นเพียง 1 ปี หลังจากเปิดใช้แล้ว เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งมีผลกระทบต่อการใช้งานสูง มีความเร่งด่วนมากในการจัดการแก้ไข ปัญหานี้ โดยแนวทางการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยง คือ บริษัทต้องมีพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีกับ โรงงานรับจ้างผลิต ในการผลิตสินค้า และพัฒนาระบบบริหารคลังสินค้าที่มีคุณภาพ

- คุณภาพของสินค้า เป็นสิ่งที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค ทั้งต่อตัวผลิตภัณฑ์เอง และต่อภาพลักษณ์บริษัทด้วย ซึ่งหากมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น จึงจำเป็นต้องทำการแก้ไขอย่างเร่งด่วนมาก มีผลกระทบสูงในการจัดการแก้ไขปัญหานี้ โดยแนวทางการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยง คือ เปลี่ยนสินค้าชิ้นใหม่ให้กับลูกค้า โดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นสำคัญ ให้ความสำคัญกับปัญหาข้อร้องเรียน จากลูกค้าและนำไปปรับปรุงข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น โดยการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการข้อร้องเรียน
- เมื่อยอดขายต่ำกว่าเป้าที่วางไว้ มีผลกระทบสูง มีความเร่งด่วนมากในการจัดการแก้ไขปัญหานี้ โดยแนวทางการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยง คือ ดำเนินการวางแผนและจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขายให้เกิดความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
- ขาดสภาพคล่องทางการเงิน การดำเนินธุรกิจในช่วงต้นอาจมีค่าใช้จ่ายสูง และมีความไม่แน่นอนของปัจจัยต่างๆ ดังนั้นจึงต้องมีการจัดเก็บเงินสดไว้ในบัญชีแยกเพื่อใช้ในกรณีฉุกเฉิน หากขาดสภาพคล่องทางการเงินจะผลกระทบสูง และมีความเร่งด่วนมากในการจัดการแก้ไขปัญหานี้ มีแนวทางการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยง คือ บริหารจัดการแหล่งเงินทุนเพื่อเสริมสภาพคล่อง โดยทำการพิจารณาขอกู้เงินในระยะสั้นจากบุคคลในครอบครัว หรือสถาบันการเงิน

### 8.2.2 ระยะกลาง มากกว่า ปี และไม่เกิน 3 ปี

- การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การบริหารจัดการที่ไม่ดีอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของ สินค้า และก่อให้เกิดต้นทุนที่สูงขึ้นโดยไม่จำเป็นจึงผลกระทบสูง แต่มีความเร่งด่วนปานกลาง โดย แนวทางการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยง คือ ต้องมีการวางแผนสำรองสำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน และนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ วางแผน และตัดสินใจ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ สูงสุดในการทำงาน
- การเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่ ผลิตภัณฑ์สปรย์บรรเทาอาการนอนกรนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ต่างออกไป มีการขึ้นตอนการผลิตที่ซับซ้อนเหมือนกันเพราะได้รับเทคโนโลยีที่สูง สามารถหาโรงงานผลิตได้ง่ายหรือบริษัทรายใหญ่หันมาผลิตเอง จึงทำให้มีโอกาสเกิดผลิตภัณฑ์ ลักษณะเดียวกัน ออกมาจำหน่าย มีผลกระทบต่ำ และมีความเร่งด่วนปานกลางในการจัดการแก้ไขปัญหานี้ โดยแนวทางการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยง คือ ทำการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ และทำสัญญาข้อตกลงเรื่องการเก็บรักษาความลับ ทางการค้าและสัญญากับ โรงงานผลิต และบุคลากรภายในบริษัทฯ อีกทั้งบริษัทต้องดำเนินการสร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้า ตลอดเวลาไม่ให้ลูกค้าหันไปใช้สินค้าแบรนด์คู่แข่ง
- ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ มีผลกระทบสูง และมีความเร่งด่วนปานกลางในการจัดการแก้ไขปัญหานี้ เนื่องจากกฎระเบียบและข้อบังคับจำเป็นต้องใช้เวลาในการดำเนินการ

โดยแนวทางการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยง คือ ดำเนินการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดต่างๆ ทั้งนี้ที่มีการประกาศใช้เปลี่ยนแปลงและยกเลิก

### 8.2.3 ระยะเวลา มากกว่า 3 ปี

กำลังการผลิตไม่เพียงพอ หากมีปริมาณการสั่งซื้อเข้ามามากแบบกระชั้นชิด บริษัทฯ ไม่สามารถจัดสรรกำลังการผลิตได้อย่างเพียงพอและทันต่อเวลาจึงมีผลกระทบสูง แต่มีความเร่งด่วนต่ำ เพราะการผลิตจำเป็นต้องใช้เวลาในการหาโรงงานการผลิตที่มีมาตรฐาน โดยแนวทางการปรับปรุงแก้ไขกรณีเผชิญความเสี่ยง คือ คาดการณ์การขายล่วงหน้าหนึ่ง ถึงสามเดือนและสั่งผลิตสินค้าล่วงหน้า เพื่อให้ได้สินค้าทันขาย

ตารางที่ 8.1 แผนบริการจัดการความเสี่ยง

Risk	ผลกระทบ		ความเร่งด่วน			แนวทางการแก้ไข
	สูง	ต่ำ	น้อย	ปานกลาง	มาก	
<b>ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)</b>						
- ความเสี่ยงในการผลิต		✓			✓	สร้างระบบบริหารคลังสินค้าที่มีคุณภาพ และตรวจสอบคุณภาพสินค้าเป็นประจำ
- การจัดการห่วงโซ่อุปทาน		✓		✓		วางแผนสำรองสำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน และนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วย
- คุณภาพของสินค้า	✓				✓	เปลี่ยนสินค้าชิ้นใหม่ให้แก่ลูกค้า
- กำลังการผลิตไม่เพียงพอ	✓		✓			หาโรงงานผลิตทดแทน และคาดการณ์การขายล่วงหน้าสามเดือน
<b>ความเสี่ยงทางด้านการตลาด (Market Risk)</b>						
- เมื่อยอดขายต่ำกว่าที่วางไว้	✓				✓	ดำเนินการวางแผนและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจของผู้บริโภค
- มีผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันวางขายอยู่ในตลาด		✓		✓		รักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
- การเข้ามาของผู้แข่งรายใหม่		✓				จดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์



ตารางที่ 8.1 แผนบริการจัดการความเสี่ยง (ต่อ)

Risk	ผลกระทบ		ความเร่งด่วน			แนวทางการแก้ไข
	สูง	ต่ำ	น้อย	ปานกลาง	มาก	
<b>ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk)</b>						
- ขาดสภาพคล่องทางการเงิน	✓				✓	กู้เงินในระยะสั้นจากบุคคลในครอบครัว หรือ ธนาคาร
<b>ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)</b>						
- กฎระเบียบและข้อบังคับ	✓			✓		ดำเนินการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ ทันทีที่มีการประกาศใช้เปลี่ยนแปลงและยกเลิก

### 8.3 ข้อจำกัดของแผนธุรกิจ

จากการทำการสัมภาษณ์เชิงลึกและการทำแผนธุรกิจของผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรนตรา Snorman พบข้อจำกัดต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. แผนธุรกิจที่จัดทำขึ้น ในครั้งนี้เป็นการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 15 คน เพื่อศึกษาข้อมูลความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มผู้บริโภค ดังนั้นข้อมูลที่ได้ อาจมีความคลื่อนในการประกอบการจัดทำแผนธุรกิจ

2. กลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์เชิงลึก ได้ให้ข้อมูลในด้านผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างหลากหลาย เนื่องจากส่วนใหญ่ไม่มีความคิดหรือไม่ตระหนักถึงภัยของการนอนกรน จึงอาจส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้สินค้าของบริษัทได้

3. ต้นทุนที่ใช้ในการวิเคราะห์การผลิตอาจไม่ใช่ต้นทุนที่แท้จริงอาจมีการเปลี่ยนแปลงในการตั้งราคาเนื่องจากการนำสินค้าไปวางขายในร้านที่มีชื่อเสียงมีค่าวางที่สูงมาก ทำให้บริษัทอาจจำเป็นต้องพิจารณาเรื่องการตั้งราคาใหม่ในภายหลัง

4. ในสถานการณ์จริงการดำเนินงานอาจไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ อาจมีปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกเข้ามากระทบ ดังนั้นแผนธุรกิจที่เขียนขึ้นในครั้งนี้อาจต้องมีการวางแผนที่มีความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

5. เครื่องหมายการค้าตรา “Snorman” สร้างขึ้นเพื่อการศึกษาแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์สเปรย์บรรเทาอาการนอนกรน อาจมีเงื่อนไขที่ไม่ตรงตามข้อกำหนดการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่ถูกต้องตาม หลักการของกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เมื่อพิจารณาข้อจำกัดต่าง ๆ แล้วพบว่าแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์สเปรย์บรรเทาอาการนอนกรน ของบริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด ถือ

เป็นแผนธุรกิจที่มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน เนื่องจากมีระยะเวลา คืนทุน (Payback Period) อยู่ที่ประมาณ 2 ปี และถึงแม้ว่าจะเป็นธุรกิจที่มีคู่แข่งในตลาดแต่ก็ยังเป็นธุรกิจ ที่มีความน่าสนใจและสามารถหาช่องทางในการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดได้ ประกอบกับ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบดีไซน์ที่น่าใช้ น่าเชื่อถือ ตามความต้องการของ ผู้บริโภคที่มีความหลากหลายอย่างต่อเนื่อง และจากการสำรวจข้อจำกัด และข้อควรระวังของโครงการ ต่างๆ เป็นสิ่งที่สามารถระวังไม่ให้เกิดขึ้นและสามารถแก้ไขได้ จึงสรุปว่าโครงการนี้น่าลงทุน



#### 8.4 แผนธุรกิจหน้าเดียว (One Page Business Plan)

**Snorman**

พ่นเพื่อคุณ  
และ  
คนที่คุณรัก

"เพิ่มบรรยากาศการนอนที่เงียบ ให้รู้สึกสดชื่นหลังตื่นนอน  
พร้อมต่อสู้งกับวันใหม่ที่สดใส"

มีสเตอร์สลิป เมาทัสเปร์ย์  
คือ สเปร์ย์เพิ่มความผ่อนคลาย

โดยมีส่วนผสมจากวัสดุ  
ทางธรรมชาติได้แก่

- สารสกัดน้ำมันมะกอก
- สารสกัดเปปเปอร์มิน
- สารสกัดเมล็ดทานตะวัน

อีกทั้งยังมี "สารสกัดจากดอกกาสะลอง"  
ที่จะทำให้คุณและคนที่คุณรักนอนหลับอย่างสบาย  
เจ็บค่าน้ำในช่องปาก 3-4 สเปร์ย์ ติดต่อกัน 3 วัน  
จะทำให้เห็นถึงความต่างของคุณกับการนอน

**To ni**

ภาพที่ 8.3 แผนธุรกิจหน้าเดียวของบริษัท โทนิ ซัพพลาย จำกัด

## บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนารัฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2561). *การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทจำกัด*. เข้าถึงได้จาก [http://www.dbd.go.th/download/downloads/03\\_boj/intro\\_step\\_bj\\_establish\\_1.pdf](http://www.dbd.go.th/download/downloads/03_boj/intro_step_bj_establish_1.pdf).
- กรมการพัฒนารัฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2561). *การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทจำกัด*. เข้าถึงได้จาก [http://www.dbd.go.th/download/downloads/03\\_boj/intro\\_step\\_bj\\_establish\\_1.pdf](http://www.dbd.go.th/download/downloads/03_boj/intro_step_bj_establish_1.pdf).
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2561). *ข้อมูลทั่วไป*. เข้าถึงจาก <https://www.ipthailand.go.th/th/>.
- กรมสรรพากร. (2561). *อัตราภาษีและการคำนวณภาษี*. เข้าถึงได้จาก <http://www.rd.go.th/publish/841.0.html>
- กฤติยา ไชยนอก. (2559). *ที่มาและคุณสมบัติของดอกปีบ*. เข้าถึงได้จาก <https://www.pharmacy.mahidol.ac.th/th/knowledge/article/368/หอมดอกปีบ/>
- กิตติชัย ราชมหา. (2562). *โครงการศึกษาข้อมูลความเป็นไปได้ในการลงทุนสารสกัดธรรมชาติจากสมุนไพร*. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล, สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ.
- บริษัท ฟาร์มาแลนด์ (1982) จำกัด. (2561). *สมุนไพรที่ช่วยลดอาการนอนกรน*. เข้าถึงได้จาก <http://www.pharmaland-care.com>.
- เรณู คำหอม. (2559). *การทดสอบสารพฤกษเคมีและฤทธิ์ทางชีวภาพของปีบ*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิต สาขาวิชาเคมีศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- The Use of Essential Oils to Treat Snoring. Andrew J. N. Prichard, Royal Shrewsbury Hospital, Shrewsbury. (2004). *Phytotherapy Research*. เข้าถึงได้จาก <http://dcscience.net/prichard-snoring.pdf>
- United States Patent. Paul S. Mitchell. (2001). *Anti-Snoring Composition*. เข้าถึงได้จาก <https://patents.google.com/patent/US6187318B1/en>



ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

### แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

คำถามวิจัยเชิงคุณภาพสำหรับบุคลากรเชิงสร้างสรรค์เพื่อศึกษา “การพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน” โดย นาย กฤตเมธ หอมจันทร์ทนากุล, หลักสูตร ผู้ประกอบการและนวัตกรรม, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

**คำชี้แจง:** สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้นอนกรนที่มาจากหลายสาเหตุทุกเพศทุกวัย
2. เพื่อพัฒนากรรมวิธีและนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน

#### ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้รับการสัมภาษณ์

ชื่อ: .....

เพศ: .....

อายุ: .....

#### ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับทัศนคติในด้านการรักษาหรือบรรเทาอาการนอนกรน

- 2.1 ในมุมมองของคุณ คิดว่าอาการนอนกรนเป็นอันตรายต่อร่างกายคุณหรือคนรอบข้างไม่
- 2.2 คุณมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการเข้ารับการรักษาหรือบริ โภคผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน

#### ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจภายใน และปัจจัยภายนอก ในการตัดสินใจเข้ารับการรักษาหรือบริโภครผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน

- 3.1 อะไรเป็นแรงจูงใจภายในที่ทำให้คุณตัดสินใจเข้ารับการรักษาหรือซื้อสินค้าเพื่อบรรเทาอาการนอนกรน
- 3.2 อะไรเป็นแรงจูงใจภายนอกที่ทำให้คุณตัดสินใจเข้ารับการรักษาหรือซื้อสินค้าเพื่อบรรเทาอาการนอนกรน
- 3.3 คุณคิดว่าการเข้ารับการรักษากับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ กับการซื้อผลิตภัณฑ์มาบรรเทาเองมีความแตกต่างอย่างไร

3.4 คุณมีทัศนคติอย่างไรเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคในประเทศไทยในการนำสรรพคุณมาใช้ประโยชน์ต่อร่างกาย

**ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน**

4.1 คุณมีความคิดเห็นอย่างไรในการนำสารสกัดจากสมุนไพรรักษาโรคมาประยุกต์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน

4.2 คุณมีข้อเสนอแนะอื่นหรือไม่ในการเพิ่มแรงจูงใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน

4.3 คุณมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์รูปแบบสเปรย์มากน้อยเพียงใด หากได้รับการรับรองที่น่าเชื่อถือจากผู้เชี่ยวชาญ

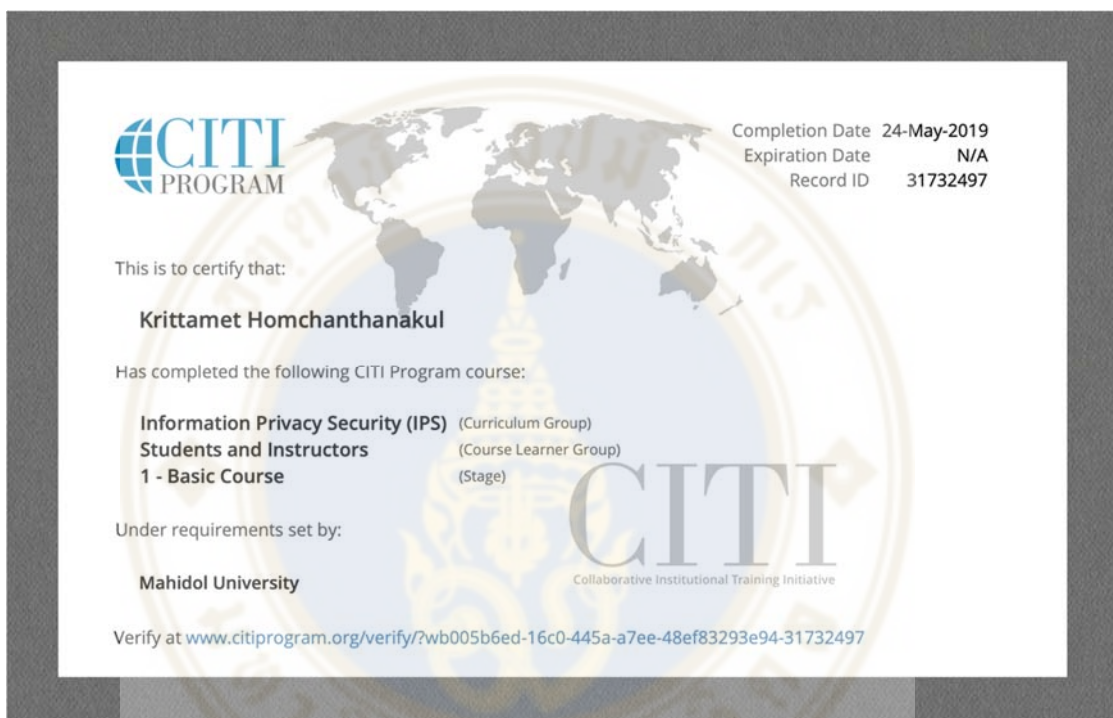
**ส่วนที่ 5 ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมแก่ผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรน**

5.1 ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรในการหาสถานที่วางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการนอนกรนทั้งออนไลน์และออฟไลน์

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์วิทยาลัยการจัดการ  
มหาวิทยาลัยมหิดล

## ภาคผนวก ข

## เอกสารการขออนุญาตจริยธรรมงานวิจัย IRB



แสดงผลการผ่านการอบรมจริยธรรมงานวิจัย



## 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:** Krittamet Homchanthanakul (ID: 8137361)  
 • **Institution Affiliation:** Mahidol University (ID: 3292)  
 • **Institution Email:** Krittamet.hom@mahidol.ac.th  
 • **Institution Unit:** Entrepreneur  
 • **Phone:** 0891625553

• **Curriculum Group:** Information Privacy Security (IPS)  
 • **Course Learner Group:** Students and Instructors  
 • **Stage:** Stage 1 - Basic Course

• **Record ID:** 31732497  
 • **Completion Date:** 24-May-2019  
 • **Expiration Date:** N/A  
 • **Minimum Passing:** 80  
 • **Reported Score\*:** 100

REQUIRED AND ELECTIVE MODULES ONLY	DATE COMPLETED	SCORE
Basics of Health Privacy (ID: 1417)	24-May-2019	5/5 (100%)
Health Privacy Issues for Students and Instructors (ID: 1420)	24-May-2019	5/5 (100%)
Basics of Information Security, Part 1 (ID: 1423)	24-May-2019	5/5 (100%)
Basics of Information Security, Part 2 (ID: 1424)	24-May-2019	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.citiprogram.org/verify?k949432e0-9da7-4d7b-9e9c-2152e91e275a-31732497](http://www.citiprogram.org/verify?k949432e0-9da7-4d7b-9e9c-2152e91e275a-31732497)

Collaborative Institutional Training Initiative (CITI Program)

Email: [support@citiprogram.org](mailto:support@citiprogram.org)

Phone: 888-529-5929

Web: <https://www.citiprogram.org>

ผลการอบรมจริยธรรมงานวิจัยใน ส่วนที่ 1



IPSR-Institutional Review Board (IPSR-IRB)

*Established 1985*

COA. No. 2019/07-235

### Certificate of Ethical Approval

Title of Project: *New Product Development to Relieve Snoring Problem Symptom*

Duration of Project: *7 months (June - December 2019)*

Principal Investigator (PI): *Mr. Krittamet Homchanthanakul*

PI's Institutional Affiliation: *College of Management, Mahidol University*

Approval includes:

- 1) *Submission form*
- 2) *Research proposal*
- 3) *Interview guideline*
- 4) *Participant information sheet*
- 5) *Informed consent document*

IPSR-Institutional Review Board (IPSR-IRB) met on 25<sup>th</sup> July 2019 and decided to issue the COA to the above project.



Signature

(Professor Emeritus Pramote Prasartkul)  
Chairman, IPSR-IRB

Valid from August 13, 2019 to August 12, 2020

Remarks

- 1) Upon the completion of this project, the PI should inform the IPSR-IRB of such progress.
- 2) The PI is obliged to notify any modification of the research project to the IPSR-IRB.
- 3) For verifying this document, please use QR code above.

IORG Number: IORG0002101; FWA Number: FWA00002882; IRB Number: IRB0001007

Office of the IPSR-IRB, Institute for Population and Social Research, Mahidol University, Phuttamonthon 4 Rd., Salaya, Phuttamonthon district, Nakhon Pathom 73170. Tel (662) 441-0201-4 ext. 223

ใบรับรองจริยธรรมงานวิจัย

## ภาคผนวก ก

## ภาระหนี้ การชำระเงินต้นและดอกเบี้ย

การชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยเป็นรายเดือน แบบลดต้นลดดอก

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
หนี้ทั้งหมด	500,000					
อัตราดอกเบี้ยต่อปี	8.87%					
อัตราดอกเบี้ยต่อเดือน	0.74%					
จำนวนงวดผ่อนชำระต่อปี	12					
จำนวนปี	5					
จำนวนงวดทั้งหมด	60					
จำนวนเงินผ่อนชำระต่องวด	(10,347.66)					
จำนวนเงินผ่อนชำระต่อปี						
ภาระหนี้คงค้างต้นงวด						
ภาระหนี้คงค้างต้นงวด	500,000	500,000	416,852	326,021	226,797	118,406
ดอกเบี้ยจ่าย	-	41,024	33,341	24,949	15,781	5,766
ชำระคืนเงินต้น	-	83,148	90,831	99,223	108,391	118,406
รวมเงินต้นและดอกเบี้ย	-	124,172	124,172	124,172	124,172	124,172
ภาระหนี้คงค้างปลายงวด	500,000	416,852	326,021	226,797	118,406	-

วงเงินกู้		500,000	ต่อปี ลดต้นลดดอก	
อัตราดอกเบี้ยต่อปี		8.87%		
ระยะเวลา/เดือน		60	ยอดการชำระ/เดือน	(10,348)
ระยะเวลา/เดือน	ยอดการชำระต่อเดือน(PMT)	เงินต้น	อัตราดอกเบี้ย	ยอดเงินคงเหลือ
1	10,347.66	6,651.83	3,695.83	493,348.17
2	10,347.66	6,700.99	3,646.67	486,647.18
3	10,347.66	6,750.53	3,597.13	479,896.65
4	10,347.66	6,800.42	3,547.24	473,096.23
5	10,347.66	6,850.69	3,496.97	466,245.54
6	10,347.66	6,901.33	3,446.33	459,344.21
7	10,347.66	6,952.34	3,395.32	452,391.87
8	10,347.66	7,003.73	3,343.93	445,388.14
9	10,347.66	7,055.50	3,292.16	438,332.64
10	10,347.66	7,107.65	3,240.01	431,224.99
11	10,347.66	7,160.19	3,187.47	424,064.81
12	10,347.66	7,213.11	3,134.55	416,851.69
13	10,347.66	7,266.43	3,081.23	409,585.26
14	10,347.66	7,320.14	3,027.52	402,265.12
15	10,347.66	7,374.25	2,973.41	394,890.87
16	10,347.66	7,428.76	2,918.90	387,462.11
17	10,347.66	7,483.67	2,863.99	379,978.44
18	10,347.66	7,538.99	2,808.67	372,439.46
19	10,347.66	7,594.71	2,752.95	364,844.75
20	10,347.66	7,650.85	2,696.81	357,193.90
21	10,347.66	7,707.40	2,640.26	349,486.50
22	10,347.66	7,764.37	2,583.29	341,722.12
23	10,347.66	7,821.76	2,525.90	333,900.36
24	10,347.66	7,879.58	2,468.08	326,020.78
25	10,347.66	7,937.82	2,409.84	318,082.96
26	10,347.66	7,996.50	2,351.16	310,086.46
27	10,347.66	8,055.60	2,292.06	302,030.86
28	10,347.66	8,115.15	2,232.51	293,915.71
29	10,347.66	8,175.13	2,172.53	285,740.58
30	10,347.66	8,235.56	2,112.10	277,505.02

วงเงินกู้		500,000	ต่อปี ลดต้นลดดอก	
อัตราดอกเบี้ยต่อปี		8.87%		
ระยะเวลา/เดือน		60	ยอดการชำระ/เดือน	(10,348)
ระยะเวลา/เดือน	ยอดการชำระต่อเดือน(PMT)	เงินต้น	อัตราดอกเบี้ย	ยอดเงินคงเหลือ
31	10,347.66	8,296.43	2,051.22	269,208.58
32	10,347.66	8,357.76	1,989.90	260,850.82
33	10,347.66	8,419.54	1,928.12	252,431.29
34	10,347.66	8,481.77	1,865.89	243,949.51
35	10,347.66	8,544.47	1,803.19	235,405.05
36	10,347.66	8,607.62	1,740.04	226,797.42
37	10,347.66	8,671.25	1,676.41	218,126.18
38	10,347.66	8,735.34	1,612.32	209,390.83
39	10,347.66	8,799.91	1,547.75	200,590.92
40	10,347.66	8,864.96	1,482.70	191,725.96
41	10,347.66	8,930.49	1,417.17	182,795.48
42	10,347.66	8,996.50	1,351.16	173,798.98
43	10,347.66	9,063.00	1,284.66	164,735.99
44	10,347.66	9,129.99	1,217.67	155,606.00
45	10,347.66	9,197.47	1,150.19	146,408.53
46	10,347.66	9,265.46	1,082.20	137,143.07
47	10,347.66	9,333.94	1,013.72	127,809.13
48	10,347.66	9,402.94	944.72	118,406.19
49	10,347.66	9,472.44	875.22	108,933.75
50	10,347.66	9,542.46	805.20	99,391.29
51	10,347.66	9,612.99	734.67	89,778.30
52	10,347.66	9,684.05	663.61	80,094.25
53	10,347.66	9,755.63	592.03	70,338.62
54	10,347.66	9,827.74	519.92	60,510.88
55	10,347.66	9,900.38	447.28	50,610.50
56	10,347.66	9,973.56	374.10	40,636.94
57	10,347.66	10,047.28	300.37	30,589.65
58	10,347.66	10,121.55	226.11	20,468.10
59	10,347.66	10,196.37	151.29	10,271.73
60	10,347.66	10,271.73	75.93	0.00

## ภาคผนวก ง

## WACC และ Project Evaluation

ตาราง Weighted Average Cost of Capital

Item	Tax Rate	Cost of Debt	Cost of Equity	WACC	
Cost of Debt		8.87%			
Tax	20%	80%			
Net Cost of Debt					
Net Cost of Equity			12.78%		
Multiplied by Weighted Rate of Capital Structure		0.5	0.5		
Weight Average Cost of Capital (WACC)					9.94%

ตาราง Cost of Equity

	Assumption	
Market Rate of Return	10.03%	
Risk-Free Rate	1.95%	
Beta	1.34	
Net Cost of Equity	12.78%	

ตาราง Project Evaluation

Timeline:	0	1	2	3	4	5
เงินลงทุนเริ่มแรกในสินทรัพย์ถาวร	(682,000)					
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานสุทธิ (จากงบกระแสเงินสด)		920,336	2,082,291	10,396,894	23,431,437	28,680,438
กระแสเงินสดสุทธิรวมของโครงการ	(682,000)	920,336	2,082,291	10,396,894	23,431,437	28,680,438
ต้นทุนเงินกู้ (WACC)	9.94%					
	NPV =	PVNCF	-	Investment		
NPV (Normal)	45,888,787	46,570,787	-	(682,000)		
IRR	260.38%					
Timeline:	0	1	2	3	4	5
Total Net Cash Flow	(682,000)	920,336	2,082,291	10,396,894	23,431,437	28,680,438
Accumulated Net Cash Flow	(682,000)	238,336	2,320,627	12,717,521	36,148,958	64,829,396
Payback Period	0.35					