

MODEL OF THE DIAMOND TRADING BUSINESS OF RUI ANYAMANEE JEWELRY

รูปแบบการบริหารธุรกิจค้าเพชรของร้านรอยอัญมณี

DR. RUNGTHIP AKARATHITIROJ

ดร.รุ่งทิพย์ อัครธิติโรจน์

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Degree of Doctor of Philosophy in Business Administration
At Bodhisastra University, Florida State, USA.
Academic Year 2020

Abstract

This dissertation was created to present a model for managing Ruai Anyamane Phet Thong Shop from the direct experience of students by working and continuing continuously since the establishment Baan Anyamane Phet Thong Shop Until arriving at Ruai Anyamane Phet Thong Shop with a duration of about 8years. The case study of Ruai Anyamane Phet Thong Shop, the specific business management principles, which will be found as a case study that is different from the general work, must have a fast and fast cycle system Conducting business with integrity has always been the backbone of business operations. Success Models Management of Ruai Anyamane Phet Thong Shop. In the past, students had important forms of management Ruai Anyamane Phet Thong Shop below. 1) Advertisement 2) Create business friendliness Sustainable trade advantages 3) Make a difference from competitors 4) Create good promotions during the festival 5) Have a product delivery service within one day (Bangkok) 6) Create a diligent project. Reward (for employees) 7) Build belief to increase sales.

Key Word: : Ruai Anyamane Phet Thong Shop

บทคัดย่อ

ดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นมาเพื่อนำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการร้านรอยอัญมณีเพชรทองจากประสบการณ์จริงโดยตรงของผู้วิจัยจากการทำงานและลงมือปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มก่อตั้งร้านบ้านอัญมณีเพชรทองจนมาถึงร้านรอยอัญมณีเพชรทองด้วยระยะเวลาประมาณ 8 ปี กรณีศึกษาร้านรอยอัญมณีเพชรทองหลักการบริหารธุรกิจที่มีรูปแบบเฉพาะซึ่งจะพบว่าเป็นกรณีศึกษาที่มีรูปแบบแตกต่างจากการบริหารงานทั่วไปโดนจะต้องมีการจัดระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็วและประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์เป็นหลักสำคัญในการดำเนิน

ธุรกิจตลอดมารูปแบบความสำเร็จการบริหารงานร้านรวয়อัญมณีเพชรทองที่ผ่านมาผู้วิจักษณ์มีรูปแบบที่สำคัญในการบริหารจัดการร้านรวয়อัญมณีเพชรทองดังต่อไปนี้ 1) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ อย่างต่อเนื่อง 2) สร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ความได้เปรียบทางการค้าที่ยั่งยืน 3) สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง 4) จัดทำโปรโมชั่นดีๆ ในช่วงเทศกาล 5) มีบริการส่งสินค้าถึงที่ภายในวันเดียว (กรุงเทพ) 6) สร้างโครงการ คนขยันนายแม่มีรางวัลให้(ให้พนักงาน) 7) สร้างความเชื่อเพื่อเพิ่มยอดขาย

คำสำคัญ : ร้านรวয়อัญมณีเพชรทอง

1. ความเป็นมา ความสำคัญของ

1.1 ความเป็นมา

ทองคำ (อังกฤษ: gold) คือธาตุเคมีที่มีหมายเลขอะตอม 79 และสัญลักษณ์คือ Au (มาจากภาษาละตินว่า aurum) จัดอยู่ในกลุ่มธาตุโลหะมีสกุลชนิดหนึ่ง ทองคำเป็นธาตุโลหะทรานซิชันสีเหลืองทองมันวาวเนื้ออ่อนนุ่มสามารถยืดและตีเป็นแผ่นได้ ทองคำไม่ทำปฏิกิริยากับสารเคมีส่วนใหญ่ ทองคำใช้เป็นทุนสำรองทางการเงินของหลายประเทศใช้ประโยชน์เป็นเครื่องประดับ งานทันตกรรม และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

มีความแวววาวอยู่เสมอ ทองคำไม่ทำปฏิกิริยากับออกซิเจนดังนั้น เมื่อสัมผัสสฤอากาศสีของทองจะไม่หมองและไม่เกิดสนิม มีความอ่อนตัว ทองคำเป็นโลหะที่มีความอ่อนตัวมากที่สุด ด้วยทองเพียงประมาณ 2 บาท เราสามารถยืดออกเป็นเส้นลวดได้ยาวถึง 8 กิโลเมตร หรืออาจตีเป็นแผ่นบางได้ถึง 100 ตารางฟุต ทองคำเป็นโลหะชนิดหนึ่งที่สามารถนำไฟฟ้าได้ดี สะท้อนความร้อนได้ดี ทองคำสามารถสะท้อนความร้อนได้ดี ได้มีการนำทองคำไปฉาบไว้ที่หน้าากกหมวกของนักบินอวกาศ เพื่อป้องกันรังสีอินฟราเรด คุณสมบัติเหล่านี้ประกอบกับลักษณะภายนอกที่เป็นประกายจึงทำให้ทองคำเป็นที่หมายปองของมนุษย์มาเป็นเวลานานนับพันปีโดยนำมาตีมูลค่าสำหรับการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศและใช้เป็นวัตถุดิบที่สำคัญสำหรับวงการเครื่องประดับ

การใช้ประโยชน์ด้านอวกาศ ในทางอวกาศได้มีการนำทองคำมาใช้เป็นชุดนักบินอวกาศและแคปซูล เพื่อป้องกันไม่ให้นักบินอวกาศกระทบกับรังสีในอวกาศที่มีพลังงานสูง นอกจากนี้ยังมีการใช้ทองคำบริสุทธิ์เคลือบกับเครื่องยंत्रระบบอิเล็กทรอนิกส์ หมวกเหล็ก เกราะบังหน้า และอุปกรณ์อื่นๆ ที่ใช้ในอวกาศ เนื่องจากทองคำที่มีความหนา 0.000006 นิ้ว จะมีคุณสมบัติช่วยสะท้อนรังสีความร้อนจากดวงอาทิตย์ไม่ให้ทำลาย หรือลดประสิทธิภาพการทำงานของอุปกรณ์เหล่านี้

ด้านทันตกรรม มีการใช้ทองคำเพื่อการครอบฟัน เชื่อมฟัน หรือการเลี่ยมทอง และยังมีการใช้ในการผลิตฟันปลอมด้วย เนื่องจากทองคำมีความคงทนต่อการกัดกร่อน การหมองคล้ำ และยังมีความแข็งแรงอีกด้วย โดยจะใช้ทองคำผสมกับธาตุอื่น เช่น แพลทินัม

ด้านอิเล็กทรอนิกส์ มีการนำทองคำมาใช้เป็นวัสดุที่ทำหน้าที่สัมผัสในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น เครื่องคิดเลข โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์มือถือ เนื่องจากทองคำมีค่าการนำไฟฟ้าสูง และมีความคงทนต่อการกัดกร่อน จึงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และอายุการใช้งานของเครื่องไฟฟ้าเหล่านั้น

แรงบันดาลใจและความสนใจ

เหตุผลแรกคือผู้วิจัักษณ์ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับเพชรทองคำเป็นระยะเวลา 30 ปีด้วยตนเองเป็นผู้บริหารจัดการโรงงานทำทองรูปประดับผลิตทองรูปพรรณส่งให้ร้านค้าทองในจังหวัดปทุมธานีและจังหวัดอยุธยาโดยที่ยังไม่มีหน้าร้านเป็นของตนเองก็เลยคิดอยากจะมีหน้าร้านเป็นของตนเองคิดว่าชิ้นงานเราผลิตจากโรงงานของเราเองมีหน้าร้านขายเองเราจะมีรายได้ 2 ทาง ได้ทั้งขายส่งและขายปลีกและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เพิ่มขึ้น

ผู้วิจัักษณ์เองเป็นช่างทำทองตั้งแต่อายุ 13 ปี เคยเห็นตัวอย่างพี่ๆที่เป็นญาติกันเขาก็ไม่ได้เกิดในครอบครัวที่ร่ำรวยแต่เขาก็รวยได้ ผู้วิจัักษณ์อยากให้พ่อแม่น้องๆ มีความเป็นอยู่ที่สุขสบายจึงได้ฝึกเป็นช่างทำทองที่โรงงานของญาติแห่งหนึ่งในกรุงเทพและได้ทำงานเก็บเงินเป็นทุนมาโรงงานทำทองของตัวเองเป็น 2 โรงงานเล็กๆ มีช่างแค่ 3 คน ตอนผู้วิจัักษณ์อายุ 17 ปีผู้วิจัักษณ์ทำงานไม่ค่อยมีวันหยุดมุ่งมั่นทำงานหาเงินเพื่อสร้างฐานะให้ครอบครัวซึ่งแม่เจออุปสรรคเยอะแยะมากมายผู้วิจัักษณ์ก็สามารถก้าวผ่านไปได้เพราะมีกำลังใจเป็นคนในครอบครัวผู้วิจัักษณ์เป็นคนทะเยอทะยานคิดและทำต่อยอดไปได้เรื่อยๆมีโรงงานแล้ว ก็ต้องมีร้านเป็นของตนเองด้วย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 บริบทขององค์กร

ร้านรายอัญมณีเพชรทองคำก่อตั้งและดำเนินธุรกิจในด้านเครื่องประดับทองคำและเพชร พลอย เพราะเป็นอาชีพที่ผู้วิจัักษณ์ถนัด เริ่มต้นจากการเป็นช่างทำทองในวัยเด็กจนถึงปัจจุบันเป็นผู้บริหารด้วยประสบการณ์อันยาวนานนี้ผู้วิจัักษณ์จึงเชื่อมั่นว่าสามารถนำพาและพัฒนาร้านรายอัญมณีให้เติบโตก้าวหน้าขึ้นเรื่อยๆเมื่อมีช่องทางและโอกาสโดยผู้วิจัักษณ์ได้ยึดหลักรับฟังเหตุผลและความคิดผู้อื่นบ้างอันไหนมีประโยชน์กับเราก็นำมาปรับใช้

2.2 ข้อมูลที่ตั้ง

ร้านรายอัญมณีเพชรทองคำห้างโลตัส สาขารังสี-นครนายก(คลองสี) เลขที่ 90 หมู่ที่ 2 ตำบลบึงยี่โถอำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130



สถานที่ตั้ง : ร้านรอย อัญมณี เพชรทอง ห้างโลตัส สาขาคลองสี่ อ.ธัญบุรี ปทุมธานี

2.3 การเริ่มต้นสถานการณ์ปัจจุบันและประเภทธุรกิจ

ร้านรอยอัญมณี-เพชรทองจำหน่ายและรับเลี่ยมรับสั่งทำเครื่องประดับทองคำและเงิน เช่นเลสพระ แหวนพระ กำไลพระ กรอบพระ ตลับพระ แหวนเพชร แหวนพลอย สร้อยคอ สร้อยข้อมือและอื่นๆ วึ่งเรามีกลุ่มเป้าหมายเป็นชาย-หญิงอายุตั้งแต่18 ปีขึ้นไปลูกค้าเรามีตั้งแต่ระดับกลางๆ จนถึงระดับบน สินค้าเรามีราคาตั้งแต่หลักร้อย จนถึงหลักล้านเน้นคุณภาพ งานสวย และราคาสมเหตุสมผล เพชรสวย ทองดี งานปราณี

2.4 ขั้นตอน/กระบวนการดำเนินการ จัดแบ่งสินค้าเป็น 5 ประเภท ดังต่อไปนี้

- 1) งานเลี่ยมกรอบทองเลสหลวงฟอรวย
- 2) งานเลี่ยมกรอบแหวนหลวงฟอรวย และแหวนวัดอื่นๆ
- 3) งานเลี่ยมกำไลหลวงฟอเอียดและกำไลวัดอื่นๆ
- 4) งานเลี่ยมแหวนพลอย แหวนเพชร
- 5) แหวนเพชร-พลอย

ประเภทที่ 1

ขั้นตอนและแบบงานเลี่ยมทองกรอบเลสหลวงพ่อรวย (มี15 แบบ)

- 1) ชื้อทองคำแท่งจาก ร้านทอง จงเซ่งเอง เยาวราช
- 2) นำทองแท่งมาหลอมและเทเป็นแท่งและรีดเป็นแผ่นตามความต้องการใช้ของชิ้นงานที่ช่างจะขึ้น
- 3) ดีไซน์เนอร์ออกแบบ
- 4) ตรวจแบบ
- 5) ช่างขึ้นกรอบเลส
- 6) ช่างฝังเพชรรัสเซีย
- 7) ช่างขัดชุบกรอบเลส
- 8) คิวซีตรวจชิ้นงานก่อนวางจำหน่าย



แบบที่ 1 เลสหลวงพ่อรวยลงยาสีแดง

ชื่อรุ่นรวยทันใจปี 58 เลี่ยมกรอบทองประดับเพชรรัสเซีย

ประกอบด้วย : เลสเงินบูชาจากวัดตะโก อ.ภาชี จ.อยุธยา กรอบทองคำ 90%

น้ำหนักทอง10.0 กรัม เพชรรัสเซีย (เพชรสังเคราะห์)



แบบที่ 2 เลสหลวงพ่อรวยชื่อรุ่นฐิน61

ประกอบด้วย : เลสเงินจากวัดตะโก อ.ภาชี จ.อยุธยา กรอบทองคำ 90%
น้ำหนักทอง 8.0 กรัม เพชรรัสเซีย(เพชรสังเคราะห์)



แบบที่ 3 เลสหลวงพ่อรวยรุ่นรวยพญาไถ่

ประกอบด้วย : เลสเงินจากวัดตะโก อ.ภาชี จ.อยุธยา กรอบทองคำ 90%
น้ำหนักทอง 7.6 กรัม เพชรรัสเซีย(เพชรสังเคราะห์)

ตัวอย่างแบบงานเลี่ยมทอง แบบที่ 1





ประเภทที่ 2

ขั้นตอนงานเลี่ยมทองแหวนหลวงพ่อรวยและแหวนวัดอื่นๆ (มี 15 แบบ)

- 1) ซื้ทองค้ำแท่งจากร้านทองจงแข่งเอง ยาวราช
- 2) นำทองแท่งมาหลอมและเทเป็นแท่งและรีดเป็นแผ่นตามความต้องการใช้ของชิ้นงานที่ช่างจะขึ้น
- 3) ดี้ไซด์เนอร์ออกแบบ
- 4) ตรวจสอบแบบ
- 5) ช่างขึ้นกรอบแหวน
- 6) ช่างฝังเพชรรัสเซีย
- 7) ช่างขัดชุบกรอบแหวน
- 8) คิวซีตรวจสอบชิ้นงานก่อนวางจำหน่าย



แบบที่ 1. แหวนหลวงพ่อรวย รุ่นรวยทรัพย์สินเงินล้าน

ประกอบด้วย : แหวนเนื้อเงินลงยา จากวัดตะโก อ. ภาษี จ.อยุธยา ทองค้ำ 90%

น้ำหนักทอง 5.7 กรัม



แบบที่ 2. แหวนหลวงพ่อรวย รุ่นไตรมาสปี 53

ประกอบด้วย : แหวนเนื้อเงิน จากวัดตะโก อ. ภาชี จ.อยุธยา .กรอบทองคำ 90%
น้ำหนักทอง 9.5 กรัม เลี่ยมเกลี้ยงเงา



แบบที่ 3 แหวนหลวงพ่อรวย รุ่นรวยทันใจ

ประกอบด้วย : แหวนเนื้อเงิน จากวัดตะโก อ. ภาชี จ.อยุธยา กรอบทองคำ 90%
น้ำหนักทอง 9.5 กรัม เพชรแท้ 21 เม็ด

ตัวอย่างอื่น ๆ





ประเภทที่.3

ขั้นตอนและแบบงานเลี่ยมกรอบพระ (มี 9 แบบ)

- 1) ซื่อทองคำแท่งจากร้านทองจงแข่งเอง เยาวราช
- 2) นำทองแท่งมาหลอมและเทเป็นแท่งและรีดเป็นแผ่นตามความต้องการใช้ของชิ้นงานที่ช่างจะขึ้น
- 3) ดีไซด์เนอร์ออกแบบ
- 4) ตรวจสอบแบบ
- 5) ช่างขึ้นกรอบพระ
- 6) ช่างฝังเพชรรัสเซียหรือเพชรแท้
- 7) ช่างขัดชุบกรอบพระ
- 8) คิวซีตรวจชิ้นงานก่อนวางจำหน่าย



แบบที่ 1 พระพิฆเนศ เนื้อผง

ประกอบด้วย : พระพิฆเนศ เนื้อผง 1 องค์ กรอบทอง 90% ลงยา น้ำหนักทอง 5.8 กรัม
ฝังเพชรแท้ 7 ตัง ลงยา เขียว แดง น้ำเงิน



แบบที่ 2 กรอบทองเหลี่ยมหลวงพ่อรวย รุ่นอายุวัฒนะมงคล
 ประกอบด้วย : องค์กรเนื้อเงินลงยา จากวัดตะโก อ. ภาษี จ.อยุธยา กรอบทองคำ 90%
 น้ำหนักทอง 7.3 กรัม



แบบที่ 3 หลวงปู่ทวดทองคำ
 ประกอบด้วย : องค์กรเนื้อทองคำ วัดช้างให้ จ.ปัตตานี กรอบทองคำ 90%
 น้ำหนักทอง 5.7 กรัม ฝังเพชรแท้ 25 เม็ด

ตัวอย่างแบบอื่น ๆ



เหรียญหลวงพ่อดาวฤกษ์ปี62



พระพุทธรูปทองคำ
ล้อมทับทิมฝังเพชร



ไตรมาสโร(เจ้าเงิน)



เหรียญหลวงพ่อดาว
รุ่นสีอนา ปี59



พระพุทธรูปทองคำ



พระพุทธรูปทองคำล้อมเพชร

ประเภทที่ 4

ขั้นตอนและแบบงานเลี่ยมทองคำไหลวงฟอรวยและกำไลหลวงพ้อเอียด (มี4แบบ)

- 1) ชื้อทองคำแท่งจากร้านทองจงแข่งเอง เยาวราช
- 2) นำทองแท่งมาหลอมและเทเป็นแท่งและรีดเป็นแผ่นตามความต้องการใช้ของชิ้นงานที่ช่างจะขึ้น
- 3) ดีไซด์เนอร์ออกแบบ
- 4) ตรวจสอบแบบ
- 5) ช่างขึ้นกรอบกำไล
- 6) ช่างฝังเพชรรัสเซีย
- 7) ช่างขัดชุบกรอบกำไล
- 8) คิวซีตรวจชิ้นงานก่อนวางจำหน่าย



แบบที่ 1 กำไลหลวงพอรวย รุ่น สรงน้ำเสาร์5 ปี 57

ประกอบด้วย : กำไลเนื้อเงิน จากวัดตะโก อ. ภาชี จ.อยุธยา ทองคำ 90%

น้ำหนักทอง 8 กรัม เพชรแท้ 4 เม็ด



แบบที่ 2 กำไลหลวงพ่อเอียด

ประกอบด้วย : กำไลเนื้อเงิน จากไฟลัอม จ.อยุธยา ทองคำ 90% น้ำหนักทอง 18.6 กรัม
เพชรแท้ 25 เม็ด



แบบที่ 3 กำไลหลวงพ่อรวย รุ่นเลื่อนสมณศักดิ์

ประกอบด้วย : กำไลเนื้อเงิน วัดตะโก อ.ภาชี จ.อยุธยา ทองคำ 90% น้ำหนักทอง 10 กรัม

ตัวอย่างแบบอื่น ๆ



ประเภทที่ 5

ขั้นตอนและแบบงานเลี่ยมแหวนเพชร-พลอยมี 19 แบบ

- 1) ซื่อทองคำแท่งจากร้านทองจงแข่งเอง เยาวราช
- 2) นำทองแท่งมาหลอมและเทเป็นแท่งและรีดเป็นแผ่นตามความต้องการใช้ของชิ้นงานที่ช่างจะขึ้น
- 3) ดีไซด์เนอร์ออกแบบ
- 4) ตรวจสอบแบบ
- 5) ช่างขึ้นแหวน
- 6) ช่างฝังเพชรรัสเซีย/พลอย/เพชรแท้
- 7) ช่างขัดชุบแหวน
- 8) คิวซีตรวจชิ้นงานก่อนวางจำหน่าย



แบบที่ 1 แหวนไพรีนหรือบลูสโตน

ประกอบด้วย : น้ำหนักทอง 5.5 กรัม ทอง 90% ไพรีน 1 เม็ด เพชรรัสเซีย 14 เม็ด



2. ชื่อแหวนนพเก้า

ประกอบด้วย : ไพรีน มรกต บุศราคัม ทับทิม เขียวส่อง บลูโทพาส เพชรแท้ อมิตีส์ นิลกาล
ทองคำ 90% น้ำหนักทอง 8.0 กรัม



แบบที่ 3 ชื่อแหวนอมิทีส

ประกอบด้วย : พลอยอมิทีส ทองคำ 90% น้ำหนักทอง 8.5 กรัม

ตัวอย่างแบบอื่น ๆ







3. สรุปผลการศึกษา

รูปแบบของการจัดการร้านรายอัญมณีเพชรทอง

3.1 มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ อย่างต่อเนื่อง ผ่าน Facebook เฟสบุ๊กเป็นโซเชียลมีเดียที่เปิดให้ทุกคนได้ ลงโฆษณาได้ เราและลูกค้าเชื่อมต่อถึงกันได้ ซึ่งโฆษณา facebook คือลักษณะของภาพพร้อมข้อความ โฆษณา โฆษณาที่เชื่อมเข้ากับเว็บไซต์ของเรา และโฆษณาแบบวิดีโอ

Instagram ลงโฆษณา อินสตาแกรมที่เชื่อมต่อกันกับเฟสบุ๊กได้ แต่อินสตาแกรมนั้นก็ยังมีลักษณะเฉพาะตัว อินสตาแกรมให้ความสำคัญกับรูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว ในลักษณะการแชร์ประสบการณ์และเรื่องราว น่าสนใจต่างๆ คนส่วนใหญ่ที่เล่นโซเชียลมีเดียชนิดนี้เป็นกลุ่มวัยรุ่น-วัยกลางคน ที่ต่างต้องการเสพสิ่งที่ค่อนข้างสร้างสรรค์

Line@ การโฆษณาบน Line Timeline นั้นสามารถเพิ่มยอดขายได้โดยที่เป็นการปล่อยโฆษณาออกไปทาง Timeline และเมื่อมีคนเห็นโฆษณา ลูกค้าสามารถคลิกแล้ว Add Friend ได้เลย และทำการปิดการขายได้ทันทีในแชท

www.richgem2019.com(รายอัญมณีเพชรทอง) ทำการโปรโมทและเปิดร้านออนไลน์ขายสินค้าในตัว ลูกค้าสามารถสั่งซื้อที่หน้าร้านทางเว็บไซต์ได้เลย

3.2 สร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ความได้เปรียบทางการค้าที่ยั่งยืน สถานการณ์ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน ต้องยอมรับว่ามีสภาวะการแข่งขันที่สูง คู่แข่งทางธุรกิจมีเป็นจำนวนมากทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารทำให้การศึกษาการทำธุรกิจสามารถทำได้ง่ายมากขึ้น ส่งผลให้ความสามารถในการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (Barrier of entry) เพิ่มขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน

การเลือกพันธมิตรทางธุรกิจ ไม่ใช่เพียงแต่การเลือก ผู้ขายชิ้นส่วนสินค้าให้กับบริษัท (Supplier) หรือโรงงานผู้ผลิต วัตถุประสงค์ของการหาพันธมิตรมีความหมายกว้างกว่าที่กล่าวมามากเช่น พันธมิตรเชิงกลยุทธ์ (Strategic alliance) หรือการที่กิจการ 2 กิจการขึ้นไปทำสัญญาเพื่อที่จะร่วมลงทุนเพื่อแสวงหาผลกำไรร่วมกัน เรียกว่า กิจการร่วมค้า

(Joint venture) เป็นต้น ผู้ประกอบการจะต้องรู้ว่า

- หน้าที่และการทำงานร่วมกันของลูกค้าและกิจการเป็นอย่างไร
- ข้อตกลงเกี่ยวกับการแบ่งรายได้ หรือการตกลงราคาซื้อขาย
- เป้าหมายของการสร้างพันธมิตรคืออะไร เช่น เพื่อส่งเสริมกลยุทธ์ด้านการตลาด เพื่อสร้างฐานการผลิต

ที่ใหญ่ขึ้น เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การตอบโจทย์เป้าหมายของกิจการตนเองก็สำคัญ แต่การจับคู่พันธมิตรที่ถูกต้องเพื่อส่งเสริมเป้าหมายของพันธมิตรด้วย

3.3 สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ความพึงพอใจของลูกค้า คือ เป้าหมายหลักของเรา แม้ว่าจะมีสินค้าและบริการประเภทเดียวกันเกิดขึ้นมากมาย แต่ร้านรอยอัญมณีเพชรทอง เน้นและตระหนักทำสินค้าให้มีคุณภาพที่ดีเป็นลำดับแรก และสามารถพิสูจน์ได้ว่าสินค้าที่มีคุณภาพดีนั้น ต้องตรงกับความต้องการของลูกค้า ภายใต้คุณภาพที่แตกต่าง และรูปแบบที่หลากหลาย

ราคาที่แตกต่าง สินค้าบางชิ้น ของร้านรอยอัญมณี เพชรทอง อาจจะมีราคาใกล้เคียงกันกับคู่แข่ง บางชิ้นมีราคาขายเท่ากัน หรือมีการดัมพ์ราคาต่ำกว่าคู่แข่งเพื่อดึงดูดลูกค้า อย่างไรก็ตาม ก็ไม่ได้หมายความว่าขายดีกว่าคู่แข่งเสมอไป เนื่องจากยังมีลูกค้าที่ไม่ได้นำเอาเหตุผลด้านราคามาเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อ ทางร้านรอยอัญมณี เพชรทอง เน้นราคาที่แตกต่างแต่ควบคู่เต็มเปี่ยมไปด้วยด้านด้านคุณภาพ และให้ความสำคัญกับการบริการ หลังการขาย ลูกค้าจะมีความอุ่นใจและเชื่อมั่น ทำให้รู้สึกได้ว่าราคาสินค้าไม่แพงอย่างที่คิด

ใช้วิธีบริการที่แตกต่าง และหลากหลาย ร้านรอยอัญมณีเพชรทอง สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เนื่องจากมีบริการที่พึงพอใจกว่า เช่น บริการรวดเร็ว บุคลากรด้านบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีสถานที่บริการที่สะอาด หรือแม้แต่การได้รับการดูแลเอาใจใส่ด้านอื่นๆ ที่ดี ฯลฯ สิ่งเหล่านี้บ่งบอกได้เป็นอย่างดีดีกว่า บริการที่แตกต่างคือโอกาสที่ยอดเยี่ยม

3.4 จัดทำโปรโมชั่นดีๆ ในช่วงเทศกาล ร้านรอยอัญมณีเพชรทอง จัดทำโปรโมชั่นผ่อน 0% นาน3เดือน นอกจากจะเป็นการเพิ่มยอดขายในระยะสั้น โดยการกระตุ้นให้ลูกค้าทำการซื้อเร็วขึ้น และซื้อในปริมาณที่มากขึ้น แล้ว ยังสามารถใช้สร้างประโยชน์ระยะยาวได้ด้วย เช่น สร้างฐานลูกค้าเพิ่มจากการเรียกลูกค้าใหม่ ๆ ให้มาทดลองใช้สินค้า สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม เสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ในตลาด และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

3.5 มีบริการส่งสินค้าถึงที่ภายในวันเดียว (กรุงเทพ) ส่งในรูปแบบ Lalamove ร้านรอย อัญมณีเพชรทอง ใช้ระบบจัดส่งสินค้า แบบ Lalamove ลูกค้าจะได้รับสินค้า อย่างรวดเร็ว สะดวก และปลอดภัย เรียกใช้ได้ทุกเมื่อที่ต้องการสินค้าจากทางร้าน รอยอัญมณีเพชรทอง ปทุมธานี **ส่งแบบ Kerry** ร้านรอยอัญมณีเพชรทอง เลือกใช้บริการบริษัทขนส่งพัสดุเน้น บริการจัดส่งสินค้าออนไลน์ที่ตอบโจทย์เรื่องความเร็วและสะดวกสบายของคนขายของออนไลน์เป็นหลัก ไม่ว่าจะให้บริการรับ-ส่งสินค้าให้ถึงมือผู้รับ (Door To Door Service) บริการส่งพัสดุผ่านพาร์เซลช็อป (Parcel Shops) ที่มีสาขาอยู่ทั่วกรุงเทพฯ

3.6 สร้างโครงการ คนขยันนายแม่มีรางวัลให้พนักงาน ร้านรอยอัญมณีเพชรทองใช้ระบบนำ เบี้ยขยัน มาเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้ กับ พนักงานในทุกๆ ตำแหน่ง เพื่อเป็นการแก้ไขและป้องกัน ปัญหา ลดจำนวนการขาดสายลาป่วยของพนักงาน เพื่อให้ได้งานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างต่อเนื่อง โดยมี กฎกติกากฎ ถ้าพนักงาน ไม่ ขาดสายลาป่วย ภายในหนึ่งเดือน ทางร้านรอยอัญมณี จะมอบคะแนนสะสมแต้ม ให้จำนวน 300 คะแนนต่อหนึ่งเดือน หากไม่ขาดสายลาป่วยครบหนึ่งปี (กรณีลาพักร้อน ไม่ตัดแต้ม) สะสมจำนวน 1500 คะแนน ทางร้านจะมอบแหวนทองคำน้ำหนัก 2 สลึงให้พนักงาน 1 วง เพื่อเป็นการสร้างขวัญและเสริมกำลังใจกับพนักงานที่มีความขยัน มีความตั้งใจทำงานให้กับ ทางร้าน ตามระเบียบและกฎกติกากฎที่กำหนดไว้

3.7 สร้างความเชื่อเพื่อเพิ่มยอดขาย ร้านรอยอัญมณี เพชรทองบุชาวัดถุมงคลหลวงพ่อรวย จากวัดตะโก มาเช่น เลสหลวงพ่อรวย แหวนหลวงพ่อรวย กำไลหลวงพ่อรวยหลวงพ่อรวยเป็นเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียง มีผู้นิยมรับและศรัทธากันมากมาย ในด้านความศักดิ์สิทธิ์ ความร่ำรวย ความปลอดภัยแคล้วคลาดจากภัยอันตรายทั้งหลาย ทั้งปวงร้านรอยอัญมณีนำวัตถุมงคลเหล่านี้มาออกแบบเลี่ยมรังสรรค์เป็นเครื่องประดับบนคอ ข้อมือ นิ้วมือ ของลูกค้า ลูกค้าได้ทั้งความสวยงามที่มีมูลค่าใ้สอดกันในสังคม และยังได้พุทธคุณสุดยอดสุดพิเศษ ให้บูชาพร้อมเลี่ยมในราคาสมเหตุสมผล ทำให้ยอดขายของร้านรอยอัญมณีเพิ่มขึ้น

**MODEL OF MANAGEMENT HOTELS AND RESORTS IN SCENERY TOWN OF
THE EMERALD KRABI BEACH RESORT CO.,LTD**

**รูปแบบการบริหารธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในเมืองท่องเที่ยวของ
บริษัท ดี เอ็มเมอร์ลด์ กระบี่ บีช รีสอร์ท จำกัด**

DR. CHAITAT RATTANAKOM

ดร. ชัยธรรม รัตนาคม

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Degree of Doctor of Philosophy in Business Administration
At Bodhisastra University, Florida State, USA.
Academic Year 2020

Abstract

This dissertation Created to present the management model of the hotel and resort business management model in the tourist town of The Emerald Krabi Beach Resort Company Limited.From real experience Directly of the researcher. The result of work and success in the management The Emerald Krabi Beach Resort Company is 1.Creating a feeling that customers come to relax with a second home. 2.Create the feeling of customers as a family. 3.Geographic prominence Impressed like the emerald gem of the Andaman. 4. Service provision fully,In the form of one stop service. 5.Reasonable service rate 6.Easy booking,Convenient to use .In the 4G era. 7. Security system Warm, confident, as if someone is taking care all the time. 8. Seasonal additional services And rest, take care of health with traditional Thai medicine 9. Create customer relationship system 10. Teaching Thai culture on the beach

Word : Hotel, Resort, Beach, Krabi

บทคัดย่อ

ดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ จัดทำขึ้นมาเพื่อเสนอรูปแบบการบริหารจัดการ รูปแบบการ บริหารธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในเมืองท่องเที่ยวของ บริษัท ดี เอ็มเมอร์ลด์ กระบี่ บีช รีสอร์ท จำกัด จากประสบการณ์จริงโดยตรงของผู้ทำวิจัย ผลของการทำงานและความสำเร็จของบริษัท ดี เอ็มเมอร์ลด์ กระบี่ บีช รีสอร์ท จำกัด ประกอบด้วย 1. การสร้างให้ลูกค้าได้ความรู้สึกว่าได้มาพักผ่อนกับบ้านหลังที่สอง 2.สร้างความรู้สึกให้ลูกค้าประจักษ์เป็นครอบครัว

เดียวกัน 3.การมีจุดเด่นทางภูมิศาสตร์ให้ประทับใจตั้งอัญมณีมรดกแห่ง อันดามัน 4.การให้บริการครบครัน
ในรูปแบบone stop service5.อัตราค่าบริการที่สมเหตุสมผล 6.จองง่าย ใช้สะดวก ในยุค 4G 7.ระบบรักษาความ
ปลอดภัย อบอุ่นมั่นใจเสมือนมีคนดูแลอยู่ตลอดเวลา 8.บริการเสริมตามฤดูกาล และพักผ่อนดูแลสุขภาพกับแพทย์
แผนไทย 9.สร้างระบบลูกค้าสัมพันธ์ 10.การเรียนการสอนวัฒนธรรมไทยริมชายหาด

คำสำคัญ : โรงแรม, รีสอร์ท,ชายหาด,กระบี่

1. ความเป็นมา ความสำคัญของเรื่อง และวิธีการศึกษา

1.1 ความเป็นมา สถานการณ์ทั่วไป แนวคิดทั่วไป (Statement of the problems)

ที่มาและความน่าสนใจของธุรกิจ

เนื่องมาจากการมีที่ดินขนาด 20 ไร่ ตั้งอยู่ที่ หาดแหลมสน ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ และได้ประกอบธุรกิจ รีสอร์ท ซึ่งเป็นธุรกิจในครอบครัวเปิดให้บริการมาแล้วเป็นเวลากว่า 14 ปี จึงสนใจที่เข้ามาสานงานต่อจากครอบครัว เพื่อปรับปรุง พัฒนาบริหารต่อยอด รีสอร์ทดังกล่าวให้เป็นธุรกิจบริการที่มาตรฐาน ประกอบกับใจรักในการบริการ และสนใจที่จะบริหารงานธุรกิจในครอบครัวซึ่งเป็นแรงบันดาลใจมาตั้งแต่เด็กๆ ทำให้อยากลงมือบริหารงานสานต่อจากครอบครัว และได้ลงมือศึกษาหาข้อมูลพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของธุรกิจพบว่าเมืองไทยของเรายังได้รับความนิยมอย่างสูงจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศ ยุโรปและแถบสแกนดิเนเวีย ชาว นอร์เวย์โหวตให้ไทยเป็นประเทศที่นำมาเที่ยวมากที่สุดในโลก (Best tourist country) ติดต่อกันเป็นปีที่ 7 ในการประกวดรางวัลด้านการท่องเที่ยวของประเทศนอร์เวย์ โดยการลงคะแนนของบริษัทกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวของนอร์เวย์กว่า 400 บริษัท และประเทศในกลุ่มนี้อย่างสวีเดน และเดนมาร์กก็เคยโหวตให้ไทยเป็นประเทศที่น่าเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดหลายปีซ้อน

นักท่องเที่ยวและผู้คนจากทั่วทุกมุมโลกอยากมาเที่ยวเมืองไทย เพราะชื่นชมในความสวยงาม ของเมืองไทย Tripadvisor ซึ่งเป็นเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวระดับโลกได้จัดอันดับ 20 สุด ยอด สถานที่ท่องเที่ยวประจำปี 2018 ปรากฏว่ามีแหล่งท่องเที่ยวของไทยติดอันดับ ถึง 5 แห่ง ได้แก่ หาดถ้ำพระงาม กระบี่ ,หาดในหาน ภูเก็ต ,หาดกะรน ภูเก็ต,เกาะ พะงัน สุราษฎร์ธานี และหาดกะตะน้อย ภูเก็ต ซึ่งต่างก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นด้านธรรมชาติทางทะเล นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายด้านศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งอาหารไทยก็เป็นสิ่งที่เลื่องชื่อไปทั่วโลก จนทำให้เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางด้านอาหารและไวน์ของเอเชีย ทำให้ที่ตั้งของประเทศไทยก็เป็นปัจจัยที่สำคัญเพราะถือเป็นจุดศูนย์กลางของอาเซียน ทำให้สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งเดินทางมาจากประเทศต่างๆไม่ว่าจะจากภูมิภาคเดียวกันหรือจากต่างทวีปก็ตาม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในไทยจัดว่าไม่สูงมากโรงแรมที่พักในประเทศไทยก็มีหลายระดับราคา และหลากหลายประเภทให้เลือกและที่สำคัญ การให้บริการด้วยเมตริจิตที่ดีเยี่ยมของคนไทยยัง เป็น

เสมือนตราสินค้าไทยซึ่งยากที่ชาติใดจะลอกเลียนแบบเพราะคำกล่าวที่ว่าไทยเป็น "Land of Smile" ยังใช้เป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อยู่เสมอ นอกเหนือจากความได้เปรียบของภาคการท่องเที่ยวไทยจากปัจจัยพื้นฐานในประเทศและความชำนาญของผู้ประกอบการไทย ดังได้กล่าวข้างต้นแล้ว รัฐบาลยังมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวตลอดมา เพราะเล็งเห็นถึงความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไทยมากขึ้นเป็นลำดับวัดได้จากสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวต่อ GDP อยู่ที่ 8% อันมีส่วนช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย อีกทั้งรัฐบาลต้องการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืนเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่มภายใต้การสร้างการแข่งขันของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะมีธุรกิจให้บริการที่พักเป็นจำนวนมากอยู่แล้วแต่เมื่อทำการสำรวจจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งเดินทางเข้ามายังจังหวัดกระบี่ พบว่าเฉลี่ยปีละกว่า 1.9 ล้านกว่าคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) โดยสามารถแบ่งนักท่องเที่ยวตามระยะเวลาการท่องเที่ยวเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ กลุ่มแรกคือนักท่องเที่ยวซึ่งเข้าพักอาศัยระยะสั้นประมาณ 3-14 วัน ช่วง Summer หรือ Long Weekend ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวชาวเอเชียเช่นชาวจีน ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ รวมถึงชาวออสเตรเลีย กลุ่มที่สองคือนักท่องเที่ยวซึ่งเข้าพักอาศัยเป็นระยะเวลานาน ประมาณ 1-4 เดือนได้แก่นักท่องเที่ยวจากยุโรปเยอรมัน และสแกนดิเนเวีย ซึ่งถือว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย ฉะนั้นหากธุรกิจรีสอร์ทโรงแรมมีทำเลที่เหมาะสมราคาที่พักคุ้มค่า และมีความแตกต่าง ที่สร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการได้ก็จะสามารถแข่งขันได้ในธุรกิจนี้

1.2 สถานการณ์เฉพาะในประเทศ หรือในท้องถิ่น

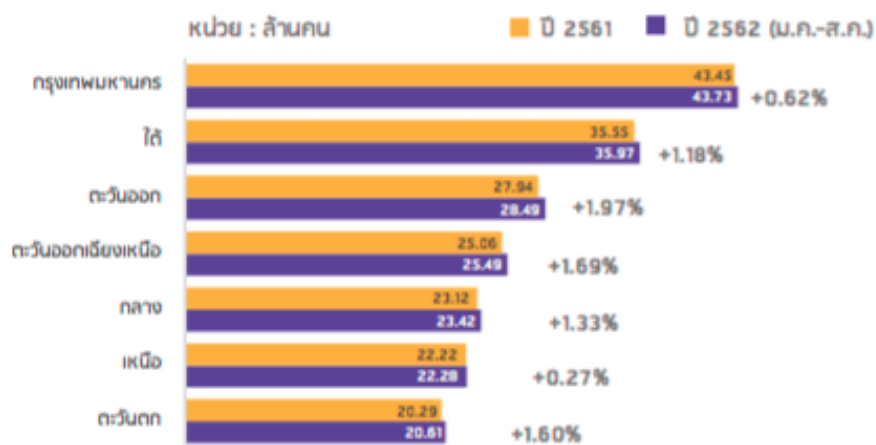
ธุรกิจโรงแรมภาพรวมในประเทศ

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นอย่างมาก ซึ่งทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในแต่ละปี เป็นจำนวนมาก ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี 2561 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีจำนวน 38 ล้านคน มีมูลค่าในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวถึง 1.87 ล้านล้านบาทในปี 2562 ม.ค.-ส.ค.รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติมีส่วนสูงที่สุดอยู่ในพื้นที่ภาคใต้คิดเป็น 76% ของจนวนรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งหมดในพื้นที่ ด้วยภูมิประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและศักยภาพของการให้บริการในด้านโรงแรม ที่พัก ที่มีความสะดวกสบายและความหลากหลายรองรับ ผู้ใช้บริการ ธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ยังสามารถขยายตัวและเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง การจัดตั้งธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ตลอดปี 2561 เพิ่มขึ้นถึง 44% อย่างไรก็ตามในปี 2562 (ม.ค.-ก.ย.) มีจำนวนการจัดตั้งธุรกิจลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา 21% แต่มีการเพิ่มทุนอย่างต่อเนื่องในปี 2562 เข้ามาแทนโดยมีการเพิ่มทุนเพิ่มขึ้น 7.17% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของธุรกิจโรงแรมในปี 2561 ทั้งนี้ต่างชาติที่ลงทุนในธุรกิจโรงแรม สูงสุดในภาคใต้ ได้แก่ ฮองกง สิงคโปร์ และไต้หวัน

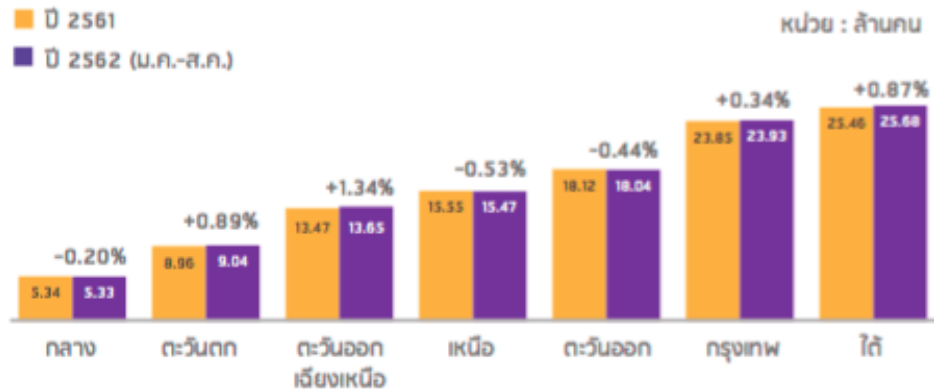
จากข้อมูลสรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศปี 2562 ตั้งแต่เดือนมกราคม - สิงหาคม เมื่อพิจารณาแบ่งพื้นที่ตามภาคมีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 43.7 ล้านคน ลำดับรองลงมาได้แก่ ภาคใต้จำนวน 35.9 ล้านคน และภาคตะวันออก จำนวน 25.4 ล้านคนซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนในช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา (ม.ค.-ส.ค.61) พบว่ามีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นในทุกพื้นที่โดยเฉพาะภาคตะวันออกมีอัตราการขยายตัวสูงสุดที่ 1.97% นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงสัญชาติของผู้เยี่ยมชมพบว่าภาคใต้มีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงสุดถึง 50% รองลงมาคือ กรุงเทพมหานคร 40% และภาคตะวันออก 30% ตามลำดับเมื่อพิจารณาจำนวนผู้เข้าพักแบ่งพื้นที่ตามภาคระหว่างเดือนมกราคม-สิงหาคม ปี 2562 พบว่าจำนวนผู้เข้าพักสูงสุดใน 3 ลำดับแรกยังคงเป็น ภาคใต้ จำนวน 25.6 ล้านคน รองลงมาคือกรุงเทพมหานคร จำนวน 23.9 ล้านคนและภาคตะวันออกจำนวน 18.04 ล้านคน

จะเห็นได้ว่าพื้นที่การท่องเที่ยวที่สำคัญที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ภาคใต้ และภาคตะวันออกโดยเฉพาะภาคใต้มีที่สัดส่วนรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงสุด คิดเป็น 76% ของจำนวนรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งหมดในพื้นที่ เนื่องจากภูมิประเทศที่ติดทะเลมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงส่งผลให้ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ทในภาคใต้เป็นธุรกิจที่เติบโตตามการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยว

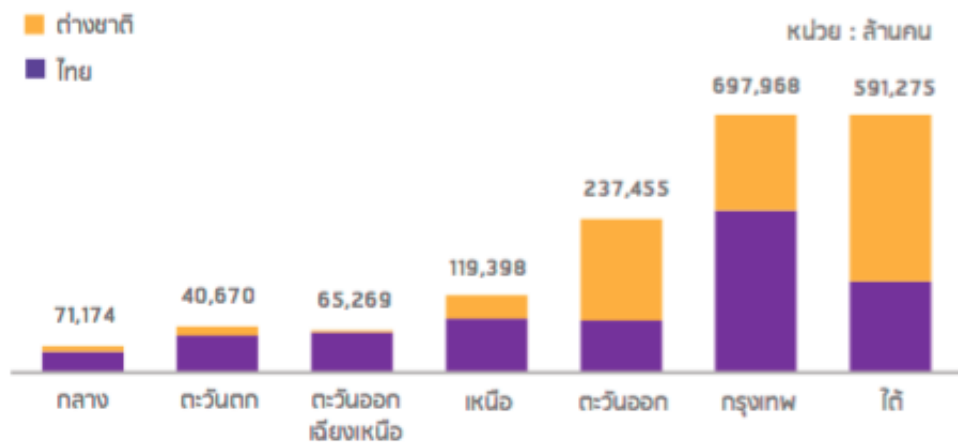
กราฟที่ 1 กราฟแสดงจำนวนผู้เยี่ยมชมตามพื้นที่ มกราคม – สิงหาคม
เปรียบเทียบระหว่าง ปี 2561 และ ปี 2562



กราฟที่ 2 กราฟแสดงจำนวนผู้เข้าพักตามพื้นที่ มกราคม – สิงหาคม
เปรียบเทียบระหว่าง ปี 2561 และ ปี 2562



กราฟที่ 3 กราฟแสดงรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนตามพื้นที่ มกราคม - สิงหาคม
ปี 2562



ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ธุรกิจโรงแรม ในภาคใต้

ธุรกิจโรงแรม ถือว่าเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตามแนวโน้มการท่องเที่ยวที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยมีการเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีต ที่มักจะกระจุกตัวอยู่เฉพาะในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและการคมนาคมของประเทศไปสู่การลงทุน ขยายธุรกิจในจังหวัดศูนย์กลางภูมิภาคและเมืองท่องเที่ยวต่างๆ ผนวกกับหลายจังหวัดในภาคใต้ ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีชื่อเสียงและเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญ (Tourist Destination) ยิ่งเป็นเหตุให้เกิดการเจริญเติบโตของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดต่างๆ เช่น ภูเก็ต กระบี่ พังงา และสุราษฎร์ธานี เป็นต้น

ธุรกิจโรงแรม ถือเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยเฉพาะภาคใต้ของประเทศไทย นับเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมแห่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวจากต่างชาติ จากการใช้แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่ดึงดูดความสนใจ และติดอันดับโลกกระจายอยู่ในหลายๆ จังหวัด โดยมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) หมวดโรงแรมและภัตตาคารปี 2561 ประมาณ 9.2 แสนล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 5.6% ของมูลค่าทั้งหมดนอกจากนี้ความได้เปรียบด้านราคาห้องพักและค่าครองชีพของไทยอยู่ในระดับที่ไม่สูง มีความคุ้มค่าเงิน และมีความสะดวกในการคมนาคมขนส่งหลายๆ ด้าน เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาค และอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพำนักในประเทศไทย ที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องยังเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ธุรกิจโรงแรม ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบธุรกิจในปัจจุบันทั้งที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมอยู่แล้วและผู้ประกอบธุรกิจประเภทอื่นๆ ที่เล็งเห็นโอกาสในการประกอบธุรกิจประเภทนี้ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ทั้งด้านจำนวนผู้ประกอบการจำนวนโรงแรม และจำนวนห้องพักตามการเติบโตของภาคการท่องเที่ยว ซึ่งในอดีตนักท่องเที่ยวและโรงแรมมักจะกระจุกตัวอยู่เฉพาะในกรุงเทพฯ และจังหวัดใหญ่ๆ เช่นภูเก็ตและพัทยา เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญ แต่อย่างไรก็ตามจากการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวของภาครัฐผ่านนโยบายและโครงการต่างๆ ในการให้สิทธิพิเศษและการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในหลายๆ จังหวัด ผสมกับการพัฒนาเส้นทางคมนาคมและการท่องเที่ยวเชิงกระตุ้นให้เกิดการลงทุนขยายธุรกิจโรงแรมเพิ่มขึ้นในจังหวัดท่องเที่ยวต่างๆ เช่น จังหวัดสุราษฎร์ธานี(เกาะสมุย) และกระบี่ เป็นต้น

ผลประกอบการของธุรกิจโรงแรม ส่วนใหญ่รายได้หลักมาจากการขายห้องพัก คิดเป็นสัดส่วน 65-70% ของรายได้รวม และรายได้จากค่าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นสัดส่วน 25% ของรายได้รวม (ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดและเกรดของโรงแรมซึ่งอาจมีสัดส่วนรายได้ จากค่าอาหารและเครื่องดื่มมากกว่า) โดยธุรกิจโรงแรมใน 14 จังหวัดภาคใต้ของไทยมีรายได้ปี 2561 อยู่ที่ 62,243 ล้านบาทสูงขึ้นจากปี 2559 ถึง 9.05% และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2559 เป็นต้นมาแต่ความสามารถในการทำกำไรของนิติบุคคลขนาดใหญ่ถือว่าสูงกว่านิติบุคคลขนาดกลางและขนาดเล็ก แนวโน้มการประกอบธุรกิจโรงแรมจะขับเคลื่อนกลไกสำคัญด้านการท่องเที่ยวเป็นหลักทั้งด้านจำนวนและรายได้ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เช่น จีน อินเดีย และนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศอาเซียนโดยรูปแบบการลงทุนในธุรกิจดังกล่าว มีแนวโน้มการขยายจำนวนโรงแรมทั้งโรงแรมในเครือขนาดใหญ่ของไทยและต่างชาติ (5ดาวขึ้นไป) โรงแรมระดับกลาง (3-4 ดาว) และโรงแรมราคาประหยัดของผู้ประกอบธุรกิจรายใหญ่ในพื้นที่ศูนย์กลางภูมิภาค แหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่เชื่อมโยง ทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ แบรินด์ Hop Inn, Fortune D, และ Cosi เป็นต้น

การวิเคราะห์ภาพรวมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

จังหวัดกระบี่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้ง น้ำตก ป่าเขา และทะเลที่ยัง คงความ บริสุทธิ์และมีวิถีชาวบ้านแบบดั้งเดิมที่น่าสนใจ จังหวัดกระบี่ได้รับการประกาศให้เป็นจังหวัดท่องเที่ยวมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2224 มีแหล่งท่องเที่ยวถึง 22 แห่ง เช่น เกาะพีพี เกาะไก่ อ่าวไร่เลย์ ถ้ำพระนาง อ่าวพระนาง เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่เชิญสัมผัส (Unseen Thailand) ได้แก่ ทะเลแหวก สระมรกต น้ำตกร้อน ท่าปอมคลอง 2 น้ำ และศูนย์ส่งเสริมและผลิต พันธุ์พืชสวนกระบี่ จังหวัดกระบี่เลือก “การท่องเที่ยวทางทะเล” เป็นประเด็นที่สำคัญทาง เศรษฐกิจของจังหวัด ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์คุณภาพการ ท่องเที่ยวทางทะเล เชิงอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสุขภาพ สู่ระดับ นานาชาติ ตามแผนพัฒนาจังหวัดกระบี่ พ.ศ. 2228-2260ทำให้จังหวัดกระบี่เป็นอีกแห่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างประเทศ และชาวไทยนิยมมาอย่างไม่ขาดสาย

การวิเคราะห์อุปสงค์

พบว่ามือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมากระบี่ ในปีล่าสุด เปรียบเทียบกับปีที่แล้ว เห็นได้จากตัวเลขนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทางมากระบี่ สองปีล่าสุด ข้อมูลจาก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

Internal tourism in Krabi			
2561	January-March		
	2018	2017	%Change
Visitor	1,907,129	1,816,533	+ 4.99
Thai	777,416	745,306	+ 4.31
Foreigners	1,129,713	1,071,227	+ 5.46
Tourist	1,203,381	1,155,053	+ 4.18
Thai	534,779	515,618	+ 3.72
Foreigners	668,602	639,435	+ 4.56
Excursionist	703,748	661,480	+ 6.39
Thai	242,637	229,688	+ 5.64
Foreigners	461,111	431,792	+ 6.79
Average Length of Stay (Days)	4.38	4.42	- 0.04
Thai	4.12	4.15	- 0.03
Foreigners	4.58	4.64	- 0.06

ตัวเลขนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมากระบี่ในปี 2019 แปรเดือน

รายงานเบื้องต้นเดือนมกราคม 2562

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมคนไทย (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติ (คน)		
	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change
ภูเก็ต	1,689,987	1,638,638	+3.13	353,912	340,123	+ 4.05	1,336,075	1,298,515	+ 2.89
กระบี่	552,999	554,029	-0.19	186,828	181,208	+ 3.10	366,171	372,821	- 1.78
สงขลา	773,838	740,002	+4.57	528,114	516,805	+ 2.19	245,724	223,197	+ 10.09
พังงา	488,433	511,155	-4.45	144,572	139,921	+ 3.32	343,861	371,234	- 7.37
สุราษฎร์ธานี	522,384	536,832	-2.69	165,688	174,447	- 5.02	356,696	362,385	- 1.57
สตูล	198,518	192,467	+3.14	179,458	174,028	+ 3.12	19,060	18,439	+ 3.37

หมายเหตุ: P หมายถึง ข้อมูลเบื้องต้น (จำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้ใช้โครงสร้าง ปี 2561)

แแรก

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รายงานเบื้องต้นเดือนกุมภาพันธ์ 2562

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมคนไทย (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติ (คน)		
	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change
ภูเก็ต	1,593,400	1,560,238	+2.13	502,121	489,678	+ 2.54	1,091,279	1,070,560	+ 1.94
กระบี่	722,896	712,341	+1.48	320,291	316,509	+ 1.19	402,605	395,832	+ 1.71
สงขลา	687,992	651,817	+5.55	446,937	431,694	+ 3.53	241,055	220,123	+ 9.51
พังงา	478,158	493,890	-3.19	110,686	107,170	+ 3.28	367,472	386,720	- 4.98
สุราษฎร์ธานี	563,739	541,138	+4.18	225,544	212,001	+ 6.39	338,195	329,137	+ 2.75
สตูล	180,939	170,803	+5.93	163,542	153,818	+ 6.32	17,397	16,985	+ 2.43

หมายเหตุ: P หมายถึง ข้อมูลเบื้องต้น (จำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้ใช้โครงสร้าง ปี 2561)

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รายงานเบื้องต้นเดือนมีนาคม 2562

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมคนไทย (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติ (คน)		
	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change
ภูเก็ต	1,559,744	1,553,891	+ 0.38	479,196	469,379	+ 2.09	1,080,548	1,084,512	-0.37
กระบี่	661,986	640,759	+ 3.31	288,150	279,699	+ 3.02	373,836	361,060	+3.54
สงขลา	704,923	650,915	+ 8.30	432,988	411,575	+ 5.20	271,935	239,340	+13.62
พังงา	497,162	500,052	- 0.58	125,310	118,573	+ 5.68	371,852	381,479	-2.52
สุราษฎร์ธานี	557,044	533,603	+ 4.39	170,149	162,936	+ 4.43	386,895	370,667	+4.38
สตูล	205,858	199,374	+ 3.25	186,104	181,585	+ 2.49	19,754	17,789	+11.05

หมายเหตุ: P หมายถึง ข้อมูลเบื้องต้น (จำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้ใช้โครงสร้าง ปี 2561)

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รายงานเบื้องต้นเดือนเมษายน 2562

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมคนไทย (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติ (คน)		
	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change
ภูเก็ต	1,299,658	1,304,970	- 0.41	347,434	359,203	- 3.28	952,224	945,767	+ 0.68
กระบี่	755,346	736,595	+ 2.55	248,195	242,310	+ 2.43	507,151	494,285	+ 2.60
สงขลา	703,358	648,912	+ 8.39	408,189	400,355	+ 1.96	295,169	248,557	+ 18.75
พังงา	468,193	448,593	+ 4.37	155,836	150,447	+ 3.58	312,357	298,146	+ 4.77
สุราษฎร์ธานี	532,630	520,779	+ 2.28	233,993	227,689	+ 2.77	298,637	293,090	+ 1.89
สตูล	126,843	122,727	+ 3.35	102,434	99,437	+ 3.01	24,409	23,290	+ 4.80

หมายเหตุ: P หมายถึง ข้อมูลเบื้องต้น (จำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้ใช้โครงสร้าง ปี 2561)

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รายงานเบื้องต้นเดือนพฤษภาคม 2562

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมคนไทย (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติ (คน)		
	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change
ภูเก็ต	920,275	936,897	- 1.77	92,448	91,217	+ 1.35	827,827	845,680	- 2.11
กระบี่	650,943	636,454	+ 2.28	265,580	250,388	+ 6.07	385,363	386,066	- 0.18
สงขลา	626,418	599,216	+ 4.54	398,417	383,892	+ 3.78	228,001	215,324	+ 5.89
พังงา	407,929	400,100	+ 1.96	129,409	125,074	+ 3.47	278,520	275,026	+ 1.27
สุราษฎร์ธานี	466,095	463,310	+ 0.60	191,502	182,789	+ 4.77	274,593	280,521	- 2.11
สตูล	116,424	113,172	+ 2.87	101,764	99,139	+ 2.65	14,660	14,033	+ 4.47

หมายเหตุ: P หมายถึง ข้อมูลเบื้องต้น (จำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้ใช้โครงสร้าง ปี 2561)

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รายงานเบื้องต้นเดือนมิถุนายน 2562

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมคนไทย (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติ (คน)		
	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change
ภูเก็ต	1,190,832	1,221,209	- 2.49	309,902	302,218	+ 2.54	880,930	918,991	- 4.14
กระบี่	596,042	585,935	+ 1.72	187,849	185,198	+ 1.43	408,193	400,737	+ 1.86
สงขลา	509,366	489,775	+ 4.00	270,484	266,230	+ 1.60	238,882	223,545	+ 6.86
พังงา	353,014	350,534	+ 0.71	80,476	79,368	+ 1.40	272,538	271,166	+ 0.51
สุราษฎร์ธานี	410,950	406,071	+ 1.20	179,343	177,674	+ 0.94	231,607	228,397	+ 1.41
สตูล	99,041	95,895	+ 3.28	83,369	80,641	+ 3.38	15,672	15,254	+ 2.74

หมายเหตุ: P หมายถึง ข้อมูลเบื้องต้น (จำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้ใช้โครงสร้าง ปี 2561)

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รายงานเบื้องต้นเดือนกรกฎาคม 2562

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมคนไทย (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติ (คน)		
	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change
ภูเก็ต	800,307	789,437	+ 1.38	214,651	224,160	- 4.24	585,656	565,277	+ 3.61
กระบี่	354,554	345,228	+ 2.70	153,336	154,693	- 0.88	201,218	190,535	+ 5.61
สงขลา	654,226	651,929	+ 0.35	412,032	411,581	+ 0.11	242,194	240,348	+ 0.77
พังงา	245,909	236,851	+ 3.82	54,412	54,592	- 0.33	191,497	182,259	+ 5.07
สุราษฎร์ธานี	555,517	555,737	- 0.04	202,843	205,384	- 1.24	352,674	350,353	+ 0.66
สตูล	97,334	95,288	+ 2.15	87,945	86,045	+ 2.21	9,389	9,243	+ 1.58

หมายเหตุ: P หมายถึง ข้อมูลเบื้องต้น (จำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้ใช้โครงสร้าง ปี 2561)

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รายงานเบื้องต้นเดือนสิงหาคม 2562

จังหวัด	จำนวนผู้เยี่ยมชมทั้งหมด (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมคนไทย (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติ (คน)		
	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change	2019(P)	2018	%Change
ภูเก็ต	794,043	809,216	- 1.88	302,019	326,341	- 7.45	492,024	482,875	+ 1.89
กระบี่	322,545	351,833	- 8.32	128,261	147,053	- 12.78	194,284	204,780	- 5.13
สงขลา	630,601	682,214	- 7.57	345,212	378,793	- 8.87	285,389	303,421	- 5.94
พังงา	211,661	223,840	- 5.44	56,061	60,352	- 7.11	155,600	163,488	- 4.82
สุราษฎร์ธานี	582,254	610,814	- 4.68	246,516	272,339	- 9.48	335,738	338,475	- 0.81
สตูล	78,458	78,196	+ 0.34	68,780	68,410	+ 0.54	9,678	9,786	- 1.10

หมายเหตุ: P หมายถึง ข้อมูลเบื้องต้น (จำนวนผู้เยี่ยมชมและรายได้ใช้โครงสร้าง ปี 2561)

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

นักท่องเที่ยวยุโรปและชาวสแกนดิเนเวียเลือกมาพักผ่อนและท่องเที่ยวในไทย ในช่วงอากาศหนาวของประเทศไทยของนักท่องเที่ยว (ตุลาคม-มีนาคม) ซึ่งเฉพาะจังหวัดกระบี่ ประมาณ 3 แสนคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) สร้างรายได้เข้าประเทศไทยปีละกว่า 1.5 หมื่นล้านบาท นักท่องเที่ยวชาวตะวันตก ยุโรป สแกนดิเนเวีย ออสเตรเลีย จัดเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง เพราะระบบการบริหารจัดการเงินบำนาญและภาษีที่รัฐบาลเก็บสูงประมาณ 50% ของรายได้แต่ละคนซึ่งนำมาจ่ายชดเชยเป็นค่าเลี้ยงดูหลังเกษียณอายุหรือจ่ายให้ครอบครัวหยุดพักผ่อนอย่างเต็มที่ ดังนั้นนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก ชาวยุโรป สแกนดิเนเวียที่เข้ามาส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมมาเป็นครอบครัว โดยวิธีการเข้าพัก ในโรงแรมหรือรีสอร์ทนั้น มีหลากหลายได้แก่การ Walk-in, การจองผ่าน Internet, ผ่านไกด์ท้องถิ่นและการจองผ่าน Travel Agent ที่จังหวัดภูเก็ตพังงาและกระบี่เป็นต้น ส่วนนักท่องเที่ยวประเทศอื่นๆจะเข้ามาท่องเที่ยวมากในเทศกาลวันหยุดยาวหรือ High Season (พฤศจิกายน-เมษายน)

การวิเคราะห์อุปทาน

ภาพรวมของที่พักรับรอง จังหวัดกระบี่ ตามข้อมูลจาก ททท.ปรับปรุงเมื่อเดือน เมษายน 2553 ระบุว่า มีที่พักจำนวน 123 แห่งหรือ 3,718 ห้องมีทั้งรีสอร์ทโรงแรมและบังกะโลมากมายซึ่งแต่ละแห่งจะมีความโดดเด่นแตกต่างกันออกไปและมีหลากหลายระดับราคาให้เลือก

ก. โรงแรม หมายถึง ที่พักที่สร้างขึ้นเฉพาะและแบ่งเป็นห้องพักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นแก่นักเดินทางและเก็บค่าเช่าค่าบริการเป็นรายห้อง

ข. รีสอร์ท หมายถึง ที่พักที่มีลักษณะห้องพักเป็นหลังๆมีบริเวณแวดล้อมด้วยธรรมชาติโดยเก็บค่าเช่าค่าบริการเป็นรายห้อง

ค. เกสต์เฮาส์หมายถึงบ้านที่ดัดแปลงหรือสร้างขึ้นและแบ่งห้องเป็นที่พักรวมโดยเก็บค่าเช่า

ง. บังกะโล หมายถึง ที่พักที่กลุ่มบุคคลหรือสถาบันจัดไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าพักเป็นหลังๆโดยเก็บค่าเช่า

จากการสำรวจค่าห้องพัก (Room Rate) ของรีสอร์ท บังกะโล ที่พัก ที่ตั้งบนหาดนพรัตน์ธารา ฝั่งคลองม่วง จ.กระบี่ พบว่าราคาขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยว และมีหลากหลายระดับราคาตามทำเล มาตรฐานของโรงแรม และสิ่งอำนวยความสะดวก เริ่มตั้งแต่ 500 บาทไปจนถึงหลักหมื่นบาทโดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวจะทำการจองห้องพักไว้ก่อนโดยเฉพาะในช่วงเทศกาลวันหยุดยาวต่างๆเพื่อความสะดวก และความแน่นอนในการได้ห้องพักและราคาที่ถูกลงกว่า อย่างไรก็ตามธุรกิจโรงแรมมีปัจจัยด้านเงินลงทุนในการก่อสร้างที่สูงมาก ส่งผลให้มีจำนวนตลาดให้บริการที่พักในภาพรวมยังมีเพิ่มขึ้นไม่มากนัก และเนื่องจากวิกฤติการเงินของสหรัฐฯ และยุโรปอีกทั้งสถานการณ์ความไม่มั่นคงทางการเมืองในไทย ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนและภาพลักษณ์ของประเทศในสายตาชาวต่างชาติและผู้ประกอบการรายใหม่ชะลอตัวในการลงทุน เพื่อรอดูสถานการณ์สอดคล้องกับข้อมูลการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการโรงแรมบนจังหวัดกระบี่

1.3 ความสนใจของผู้ศึกษา

เนื่องมาจากการมีที่ดินขนาด 20 ไร่ ตั้งอยู่ที่หาดนพรัตน์ธารา ฝั่งคลองม่วง ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ และได้ประกอบธุรกิจ รีสอร์ทซึ่งเป็นธุรกิจครอบครัวเปิดให้บริการมาแล้วเป็นเวลากว่า 14 ปี ผู้ทำวิจัยจึงสนใจที่จะปรับปรุง พัฒนาต่อยอดธุรกิจดังกล่าวให้เป็นธุรกิจบริการที่มาตรฐานประกอบกับความชอบ ในงานบริหารและมีใจรักในการบริการจึงนำมาพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของธุรกิจพบว่า เมืองไทยของเรายังได้รับความนิยมอย่างสูงจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก นักท่องเที่ยวและผู้คนจากทั่วทุกมุมโลกอยากมาเที่ยวเมืองไทยเพราะชื่นชมในความสวยงามของเมืองไทย นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งด้านศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งอาหารไทยก็เป็นที่เลื่องชื่อไปทั่วโลกจนทำให้เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางด้านอาหารและไวน์ของเอเชีย

ทำเลที่ตั้งของประเทศไทยก็เป็นปัจจัยที่สำคัญ เพราะถือเป็นจุดศูนย์กลางของอาเซียน ทำให้สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งเดินทางมาจากประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะมาจากภูมิภาคเดียวกัน หรือจากต่างทวีปก็ตาม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในไทยจัดว่าไม่สูงมาก โรงแรมที่พักในประเทศไทยก็มีหลายระดับราคาและหลากหลายประเภทให้เลือกและที่สำคัญ การให้บริการด้วยไมตรีจิตที่ดีเยี่ยมของคนไทย ยังเป็นเสมือนตราสินค้าไทยซึ่งยากที่ชาติใดจะลอกเลียนแบบเพราะคำกล่าวที่ว่า ไทยเป็น "Land of Smile" ยังใช้เป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อยู่เสมอ นอกเหนือจากความได้เปรียบของภาคการท่องเที่ยวไทย จากปัจจัยพื้นฐานในประเทศและความชำนาญของผู้ประกอบการไทยดังได้กล่าวข้างต้นแล้ว รัฐบาลยังมีนโยบายส่งเสริมสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวตลอดมาเพราะเล็งเห็นถึงความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไทยมากขึ้นเป็นลำดับ วัตถุประสงค์ส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวต่อ GDP อยู่ที่ 8% อันมีส่วนช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย อีกทั้งรัฐบาลต้องการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน เน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้างความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะมีธุรกิจให้บริการที่พักเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว แต่เมื่อทำการสำรวจจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งเดินทางเข้ามายังจังหวัดกระบี่พบว่าเฉลี่ยปีละกว่า 2 ล้านกว่าคนภายในครึ่งปีแรก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) โดยสามารถแบ่งนักท่องเที่ยวตามระยะเวลาการท่องเที่ยว เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ กลุ่มแรกคือนักท่องเที่ยวซึ่งเข้าพักอาศัยระยะสั้นประมาณ 3-14 วันในช่วง Summer หรือ Long Weekend ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวชาวเอเชียเช่น ชาวจีน ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ รวมถึงชาวออสเตรเลีย กลุ่มที่สองคือนักท่องเที่ยวซึ่งเข้าพักอาศัยเป็นระยะเวลานานประมาณ 1-4 เดือนได้แก่นักท่องเที่ยวจากยุโรป เยอรมัน และสแกนดิเนเวีย ซึ่งถือว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายขณะนั้นหากธุรกิจรีสอร์ทโรงแรมมีทำเลที่เหมาะสมราคาที่เหมาะสม และมีความแตกต่างที่สร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการได้ก็จะสามารถแข่งขันได้ในธุรกิจนี้

เนื่องจากรีสอร์ทเป็นธุรกิจครอบครัว ผู้ทำวิจัยมีพื้นฐานของทฤษฎีสายตรงดำเนินการบริหารธุรกิจ รีสอร์ทเพื่อสร้างรายได้ในการเลี้ยงดูสร้างคุณภาพชีวิตในครอบครัว พนักงาน และสังคม โดยผู้ทำวิจัยมีความ

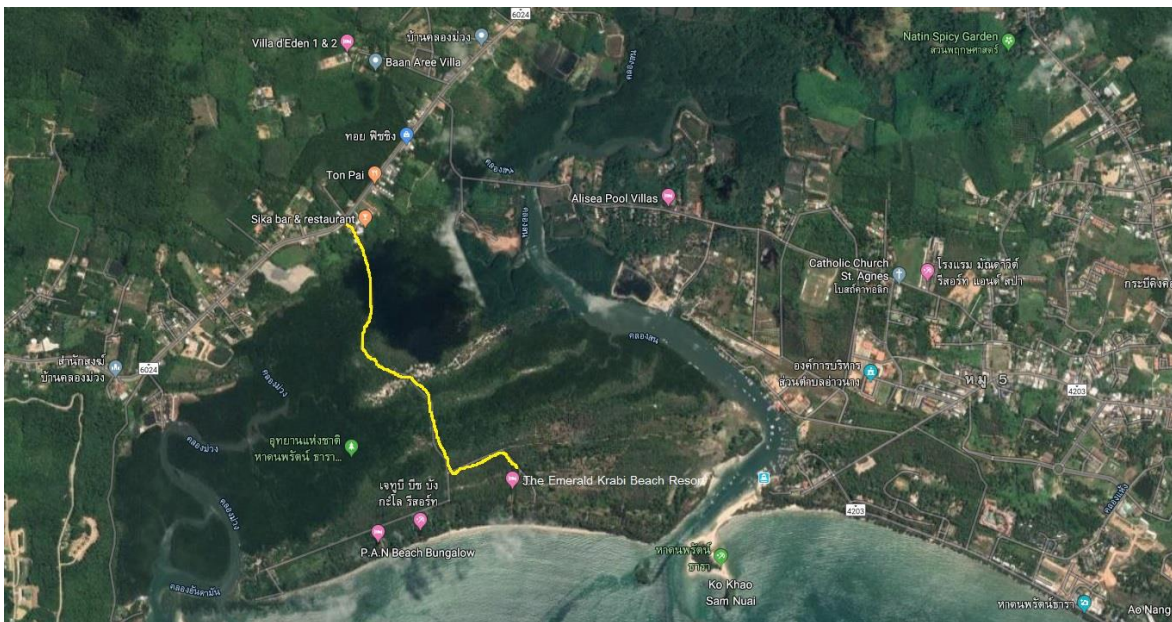
พร้อมและมีใจรักในการบริหารธุรกิจ มีความรักที่จะเห็นธุรกิจที่บิดา มารดา สร้างมา เจริญเติบโตขึ้นและมีความเชี่ยวชาญในงานที่ทำเป็นอย่างดี เนื่องจากได้รับการถ่ายทอดจากบิดาและได้รับความไว้วางใจจากครอบครัวในการสืบทอดธุรกิจ อีกทั้งแรงบันดาลใจในครั้งนี้นำมาจากการที่นักศึกษาคลุกคลีกับรีสอร์ตมาตั้งแต่เด็กๆ และได้รับทราบถึงปัญหาต่างๆ การแก้ไขปัญหาต่างๆ และสถานการณ์การแข่งขัน ในธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท มาโดยตลอด และในหลายโอกาส ก็ได้คิดวิธีบริหาร คิดกลยุทธ์ในการบริหารและช่วยแก้ปัญหาต่างๆ มาได้เป็นอย่างดี จึงทำให้เห็นโอกาสทางการบริหารโรงแรม รีสอร์ท ที่จะสามารถสร้างผลประกอบการที่ดีในอนาคต และสามารถแข่งขันในธุรกิจนี้ได้

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 บริบทขององค์กร

2.1.1 ข้อมูลที่ตั้ง

บริษัท ดี เอ็มเออร์ลด์ กระบี่ บีช รีสอร์ท จำกัด The emerald krabi beach resort Co.,Lt ตั้งอยู่เลขที่ 80 หมู่ 4 ต.อ่าวนาง อ.เมือง จ.กระบี่ 81180 โทร +66(0)615478383 +66(0)615478383

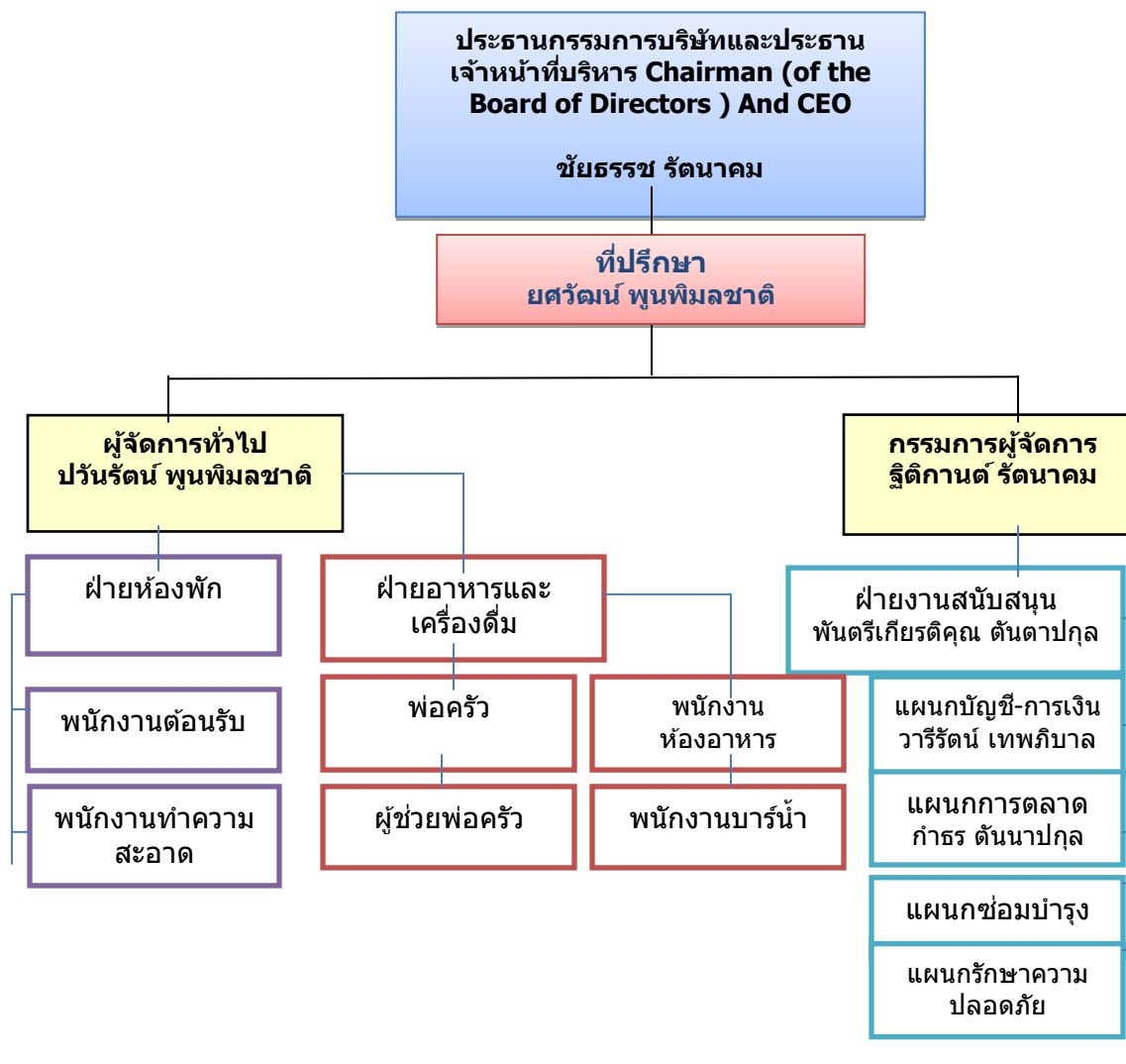


ภาพแสดงแผนผังที่ตั้งรีสอร์ท

2.1.2 โครงสร้างองค์กร

จัดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ (Functional Organization) ดังนี้

จัดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ (Functional Organization)



หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ทำวิจักษณ์ ในฐานะที่เป็นประธานคณะกรรมการบริษัท และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ของบริษัท ดี เอ็มเมอร์ลด์ กระป๋อง บีช รีสอร์ท จำกัด

1. ผู้ทำวิจักษณ์มีหน้าที่ บริหาร งานโรงแรม วางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์การดำเนินงาน จัดการและควบคุมดูแลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานทั่วไปของบริษัทเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์นโยบายระเบียบและข้อบังคับของบริษัท
2. ผู้ทำวิจักษณ์มีหน้าที่ พิจารณาแผนการลงทุนในธุรกิจต่างๆ นำเสนอต่อคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป

3. ผู้ทำวิจัยต้องมีหน้าที่พิจารณาหลักเกณฑ์และวิธีการในการสรรหาคัดเลือกบุคคลเข้าดำรงตำแหน่งผู้บริการระดับสูง ร่วมกับคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
4. ผู้ทำวิจัยมีอำนาจในการทำนิติกรรมผูกพันบริษัท ตามขอบเขตที่กำหนดไว้ในนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติของบริษัทเรื่องอำนาจอนุมัติดำเนินการ
5. ผู้ทำวิจัยมีหน้าที่ ศึกษา วิเคราะห์ พัฒนา การบริหารจัดการภายในบริษัท เช่น การพัฒนากระบวนการงาน การจัดทำคู่มือ เพื่อให้การบริหารมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน
6. ผู้ทำวิจัยมีหน้าที่ ตรวจสอบ ดูแล ปรับปรุง ซ่อมแซม บำรุงรักษาอุปกรณ์ อาคารสถานที่ห้องพักรีสแควดล้อมภายใน และบริเวณโดยรอบ เพื่อให้สถานที่และสิ่งแวดลอมในการทำงาน มีความปลอดภัย ถูกสุขลักษณะและมีบรรยากาศที่ดีในการทำงาน
7. ผู้ทำวิจัยมีหน้าที่ศึกษา พัฒนาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการบริหารให้ได้มาตรฐาน
8. ผู้ทำวิจัยปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของสมาชิกท่านอื่นที่เกี่ยวข้องหรือได้รับมอบหมาย เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

2.2 การเริ่มต้นและประเภทกิจกรรม /ธุรกิจ

2.2.1 รูปแบบธุรกิจ

ดิ เอ็มเมอรัลด์ กระบี่ บีช รีสอร์ท (The emerald krabi beach resort) บริหารงานโดยบริษัท ดิ เอ็มเมอรัลด์ กระบี่ บีช รีสอร์ท จำกัด เป็นธุรกิจที่ให้บริการห้องพัก อาหารและเครื่องดื่มตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการเน้นการเข้าพักระยะยาวและระยะสั้น สำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เริ่มบุกเบิกก่อตั้งมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่ากว่า 35 ปี โดยจัดตั้งเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญและได้ขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงแรมเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2549 และจะต่ออายุทุกๆ 5 ปีจนถึงใบอนุญาตล่าสุดจะหมดอายุในวันที่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นเวลากว่า 14 ปี ที่จดทะเบียนจัดตั้งโรงแรมจนเมื่อสิงหาคม 2561 ได้โอนทรัพย์สินจากห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด

ที่พักถูกออกแบบและตกแต่งอย่างเป็นเอกลักษณ์ Thai Contemporary Style และเพิ่ม Gimmick การตกแต่งรูปปั้นเครื่องประดับตกแต่งต่างๆ เช่นนางกินรี สัตว์ป่าหิมพานต์ ที่มีเส้นสายและลวดลายสะท้อนความเป็นไทยประดับตามส่วนต่างๆทุกมุมของโรงแรมในบรรยากาศแวดล้อมด้วยธรรมชาติ ที่ยังคงบริสุทธิ์และงดงามด้วยทำเลที่ใกล้กับที่ทำกรอุทยานและอยู่ติดกับชายหาดอันดามันภายใน The emerald krabi beach resort จัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้แก่ ร้านอาหาร ระบบอินเทอร์เน็ต WiFi ครอบคลุมทั่วบริเวณ และออกแบบห้องพัก ให้โปร่งโล่งสบาย ตกแต่งอย่างมีเอกลักษณ์ เพื่อให้ผู้เข้าพักรู้สึกผ่อนคลายเหมือนอยู่บ้าน พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกนอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมสันทนาการ เพื่อก่อให้เกิดมิตรภาพที่น่าจดจำซึ่งจะมีกิจกรรมในแต่ละสัปดาห์ให้ลูกค้าได้เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมไทย เช่น การสอนวาดผ้าบาติก อันเป็นเอกลักษณ์ของชาวใต้สอนการ

ทำอาหารและขนมไทย การทำสปาจากสมุนไพรไทย และสอนมวยไทยเป็นต้นอีกทั้งบริการพาลูกค้าไปสัมผัสกับวิถีชีวิตชาวเลซึ่งอยู่บริเวณหาดนพรัตน์ธาราฝั่งคลองม่วง นำพาโดยนางกนิรี (พนักงานฝ่ายกิจกรรม) ผู้เสมือนเพื่อนที่คอยเอาใจใส่ให้บริการและอำนวยความสะดวกตลอดการทำกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าสัมผัสประสบการณ์ที่แปลกใหม่และน่าประทับใจตลอดระยะเวลาที่เข้าพัก

2.2.2 วิสัยทัศน์และพันธกิจ (Vision)

“The emerald krabi beach resort is home away from home” เป็นบ้านหลังที่สองที่ลูกค้าคิดถึงเป็นแห่งแรกในยามต้องการพักผ่อน

พันธกิจ (Mission)

1. ให้บริการที่พักที่ตกแต่งอย่างสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ในบรรยากาศที่อบอุ่นและผ่อนคลายเหมาะแก่การพักผ่อนแวดล้อมด้วยธรรมชาติและภูมิสถาปัตยกรรมที่งดงามและปลอดภัย พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก
2. ให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีและดูแลเอาใจใส่โดยบุคลากรมืออาชีพผู้พร้อมจะอุทิศตนในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้ารายบุคคลเพื่อมอบประสบการณ์อันน่าประทับใจ
3. สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับลูกค้าเพื่อความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน
4. สร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเพื่อสามารถให้บริการได้อย่างครบครันภายในระยะเวลาที่รวดเร็ว
5. พัฒนาบุคลากรขององค์กร เป็นผู้ให้บริการที่มีคุณภาพและความสามารถในการแข่งขันและสร้างบรรยากาศการทำงานฉันทันพี่น้อง
6. เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

ค่านิยมองค์กร (Value)

Mastery	การทำงานอย่างมืออาชีพ
Attention	เอาใจใส่ลูกค้า อุทิศตนเพื่อมอบการบริการที่ดีเยี่ยม
Novelty	สร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
Teamwork	ทำงานเป็นทีม
Relationship	สร้างความสัมพันธ์อันดีที่ยั่งยืน
Accountability	ปฏิบัติงานอย่าง ซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใสและรับผิดชอบต่อ

2.2.3 ลักษณะของธุรกิจ

ชื่อ (Brand Name) “The emerald krabi beach resort” นำคำว่า “The emerald” เป็น

Functional Brand Name มาใช้สื่อถึงน้ำทะเลของจังหวัดกระบี่ที่เขียวใสตั้งมรกตและที่ท่องเที่ยวสระมรกต ที่ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดกระบี่และคำว่า “krabi beach resort” ความหมายตรงตัวคือปรีซอร์ทเป็นรีสอร์ทที่ติดหาดดิตริมทะเลตั้งอยู่ที่จังหวัดกระบี่ทำให้คุณได้ใกล้ชิดกับชายหาดและบรรยากาศริมทะเลที่เขียวใสตั้งมรกตและยังมีภัตตาคารร้านอาหารริมทะเลเพื่อมาให้คุณลิ้มลองและนั่งดื่มด่ำกับบรรยากาศที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ

ตราสินค้า (Logo)



ภาพตราสินค้าของ The emerald krabi beach resort

โลโก้ของ “The emerald krabi beach resort” สื่อความหมายถึงพระอาทิตย์ที่กำลังขึ้นเรืองแสงสว่างไสวเป็นประกายขึ้นจากขอบน้ำทะเลที่สีเขียวใสตั้งมรกต สีในโลโก้จะเป็นสีที่สื่อถึงสีของพระอาทิตย์กำลังขึ้นทอแสงเป็นประกายและสีเขียวที่สื่อถึงน้ำทะเลสีเขียวมรกต เมื่อผู้มองเห็นจะรู้สึกสดชื่นสบายตาผ่อนคลายและแสดงมาซึ่งความสุข มีความเจริญรุ่งเรืองตั้งดวงอาทิตย์ที่ทอแสง เพราะเราทีมผู้บริหารมุ่งหวังเป็นอย่างยิ่งที่จะให้ผู้เข้าพักจะรู้สึกผ่อนคลายได้ใกล้ชิดติดกับธรรมชาติ และได้พักผ่อนเป็นบ้านของตนเองอย่างแท้จริง สำหรับตัวอักษรตัวเขียน The ที่เลือกใช้เป็นตัวอักษรลายมือเขียนร่วมกับตัวอักษร ที่เหลือที่เป็นตัวพิมพ์มีระเบียบเรียบร้อยหมายถึงอยากให้ผู้เข้าพักรู้สึกเป็นกันเองไม่อึดอัด และในขณะเดียวกันเราก็ดูแลทุกสิ่งให้เรียบร้อยอยู่เสมอ

2.2.4 ลักษณะที่ตั้งและสภาพแวดล้อม

ที่ดินมีเนื้อที่ขนาด 20 ไร่ ด้านหน้าติดชายหาดยาวประมาณ 220 เมตร ซึ่งยาวกว่าคู่แข่งที่ตั้งบนหาดนี้ ด้านหลังใกล้กับที่ตั้งอุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี สามารถเดินทางโดยรถยนต์จากสนามบินนานาชาติกระบี่มายังรีสอร์ทได้สะดวกภายในเวลา 30 นาทีที่สามารถเดินทางโดยเรือจากท่าเรืออุทยานหาดนพรัตน์ธารามารีสอร์ทใช้เวลา 10 นาทีและสามารถเดินทางโดยสปีดโบทจากหน้ารีสอร์ทไปหมู่เกาะปอดะ/เกาะไก่/ทะเลแหวก (เกาะหม้อเกาะทับ) ใช้เวลา 20 นาทีจากหน้ารีสอร์ทไปเกาะพีพีใช้เวลา 30 นาทีและจากหน้า รีสอร์ทไปเกาะห้องใช้เวลา 45 นาทีข้อได้เปรียบทางทำเลคือรีสอร์ทตั้งอยู่ใกล้กับที่ทำการอุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพีตั้งอยู่ที่หาดนพรัตน์ธาราฝั่งคลองม่วง ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ ซึ่งติดกับชายหาดลูกค้าสามารถเดินไปยังชายหาดได้สะดวกเพียงแค่นี้ก็ก้าวก็ได้สัมผัสกับหาดทรายขาวและสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวทางทะเลตามหมู่เกาะต่างๆ ได้สะดวกอีกทั้งรีสอร์ทอยู่ใกล้กับที่ทำการอุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี ดังนั้นลูกค้าจะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติที่ยังบริสุทธิ์อุดมสมบูรณ์และสภาพแวดล้อมที่คงความเงียบสงบและงดงาม ฉะนั้นทางรีสอร์ทจึงมีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นรีสอร์ทโรงแรมให้บริการที่พักแก่นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบทะเลอันดามันชื่นชอบการท่องเที่ยวทางน้ำไปดำน้ำตามหมู่เกาะและรักความสงบเงียบความเป็นธรรมชาติของชายหาดแห่งนี้

2.2.5 รูปแบบการให้บริการ

ให้บริการห้องพักพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกภายในซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ตามขนาดห้อง ที่ตั้งของห้อง และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต่างกันคือ

1. ห้องพักประเภท Superior Room
2. ห้องพักประเภท Deluxe Room
3. ห้องพักประเภท Family Room

นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนกลางต่างๆ อันได้แก่

- โถงต้อนรับ(Lobby)
- ร้านขายของที่ระลึก
- ห้องอาหาร
- เตียงชายหาด



ภาพแสดงป้ายทางเข้า The emerald krabi beach resort



ภาพแสดงวงเวียนกลับรถหน้าอาคารต้อนรับ โถงต้อนรับ(Lobby)



ภาพแสดงอาคาร โถงต้อนรับ(Lobby)



ภาพแสดงอาคารห้องพัก



ภาพแสดงอาคารห้องพักแบบวิลล่าพร้อมสระว่ายน้ำส่วนตัว



ภาพแสดงลักษณะห้องพักในส่วนวิลล่า



ภาพแสดงลักษณะภายในวิลล่า



ภาพแสดงอาคารห้องอาหารบรรยากาศชายทะเล



ภาพแสดงบรรยากาศห้องอาหาร



ภาพแสดงที่นั่งพักผ่อนบริเวณชายหาด



ภาพแสดงต้อนรับแขกกรุ๊ปส่วนตัว



ภาพแสดงมุมถ่ายภาพบรรยากาศไทยภายในรีสอร์ท



ภาพแสดงการตกแต่งศิลปะแบบไทย

2.2.6 กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายหลักคือลูกค้ากลุ่ม Long Stay เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวียที่เข้าพักระยะยาวอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไปมีกำลังซื้อระดับกลางจนถึงระดับสูง พฤติกรรมคือ มาคนเดียว มาเป็นคู่สามีภรรยาหรือมาทั้งครอบครัว
- กลุ่มเป้าหมายรองคือลูกค้ากลุ่ม Short Stay เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย เอเชีย และ ยุโรป ที่เข้าพักในช่วงสั้นๆซึ่งจะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักในช่วง Low Season

2.3 ขั้นตอน/กระบวนการดำเนินการ
กระบวนการให้บริการและรูปแบบการให้บริการต่างๆดังนี้



3. สรุปผลการศึกษา

รูปแบบการบริหารธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในเมืองท่องเที่ยวของ บริษัท ดี เอ็มเมอร์ลด์ กระบี่ บีช รีสอร์ท จำกัด

1. **การสร้างให้ลูกค้าได้ความรู้สึกว่าได้มาพักผ่อนกับบ้านหลังที่สอง** สร้างบรรยากาศและเรื่องราวให้ลูกค้าได้สัมผัสถึงการพักผ่อน เปรียบเสมือนได้อยู่กับเพื่อนฝูงญาติมิตรของตนเอง ให้มีความรู้สึกอบอุ่น มีความสุข เหมือนอยู่บ้านตนเอง การสร้างการรับรู้ในตราสินค้า ชักจูงให้เกิดความต้องการทดลองใช้บริการของรีสอร์ท พร้อมทั้งความตั้งใจจริงในการให้บริการจากพนักงาน โดยให้ความรู้ที่เป็นกันเองซึ่งจะทำให้ที่พัก The emerald krabi beach resort เสมือนเป็นบ้านหลังที่สองและเติมความสุขให้กับวันหยุดพักผ่อนของลูกค้าได้อย่างลงตัว

2. **สร้างความรู้สึกให้ลูกค้าประจวบมาเป็นครอบครัวเดียวกัน** เปลี่ยนลูกค้ารายใหม่ๆ ให้เป็นลูกค้าประจำ ด้วยการสร้างบรรยากาศให้ลูกค้าจดจำทั้งบริการต่างๆอย่างเป็นกันเอง บริการดี ตั้งราคาที่เป็นธรรม ให้สาระและความบันเทิงผ่อนคลายแก่ลูกค้า สร้างความประทับใจพร้อมให้ลูกค้ากลุ่มเดิมกลับมาเพื่อให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์ที่ดีในการเข้าพักจนทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ และเกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้า และขยายฐานการตลาดโดยวิธีการบอกต่อ

3. **การมีจุดเด่นทางภูมิศาสตร์ให้ประทับใจตั้งอัญมณีมรกตแห่งอันดามัน** มรกตแห่งอันดามัน โดยการสร้างกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่จดจำ ว่าถ้านึกถึงเมืองไทย ให้นึกถึง The emerald krabi beach resort มรกตแห่งท้องทะเลอันดามัน และให้นึกถึงแหล่งท่องเที่ยวทางบกที่สำคัญของกระบี่ด้วยคือสระมรกต (Emerald Pool) พร้อมทั้งการตกแต่งรีสอร์ทด้วยสไตล์การตกแต่งแบบผสมผสานศิลปะของไทย (Thai Contemporary) ประดับด้วยปูนปั้นนางกนิรี และสัตว์ป่าหิมพาน เพอร์นิเจอร์ทุกชิ้นสวยงามมีเอกลักษณ์ สถานที่โดยรอบตกแต่ง ให้สัมผัสได้ทั้งรูป กลิ่น เสียง โดยสัมผัสความสวยงามจากทางตาด้วยการตกแต่ง สัมผัสจากกลิ่นด้วยการวางจุดน้ำมันหอมระเหย (Aromatherapy) ตามจุดต่างๆรีสอร์ทและสัมผัสจากเสียงด้วยการติดลำโพงตามจุดต่างๆรีสอร์ทเพื่อ เปิดเพลงบรรเลงเสียงธรรมชาติเพื่อให้ความผ่อนคลายมากขึ้นแสดงถึงความพิถีพิถันและ ความเอาใจใส่ในทุกๆรายละเอียดของเรา ส่วนโลโก้ของ “The emerald krabi beach resort ” สื่อความหมายถึงพระอาทิตย์ที่กำลังขึ้น เรื่องแสงสว่างไสวเป็นประกายขึ้นจากขอบน้ำทะเลที่สีเขียวใส ดั่งมรกต เพื่อสร้างความประทับใจและสร้างความจดจำ

4. **การให้บริการครบครันในรูปแบบ one stop service** มาที่เดียวเที่ยวได้ครบรีสอร์ทจะเพิ่มลูกเล่นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นบริการใดๆที่ลูกค้าต้องการ เราจะมีบริการจัดให้ครบ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร กิจกรรมต่างๆ ทัวร์ต่างๆ ดำน้ำ เดินป่า ทำอาหาร นวดผ่อนคลาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้ลูกค้าเห็นว่าเสียเงินมาครั้งเดียวไม่จำเป็นต้องออกไปเสียเงินกับบริการ อื่นๆข้างนอกที่แพงขึ้น เพราะกิจกรรมเหล่านี้ลูกค้าจะได้ในราคาที่พิเศษกว่าข้างนอกถ้ามาพักกับเรา มาที่เดียวเที่ยวได้ครบตามต้องการ

5. อัตราค่าบริการที่สมเหตุสมผล การตั้งราคาจะพิจารณาจากคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ในสินค้าหรือบริการซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิด การยอมรับได้ง่ายและรับรู้ถึงความคุ้มค่าที่ตนเองจะได้รับกลับคืนทั้งนี้ การตั้งราคาดังกล่าวได้พิจารณาถึงต้นทุนด้วยเพื่อให้ราคาดังกล่าวยังคงทำกำไรให้กับที่พักได้แต่ผู้บริโภคจะได้ราคาที่เป็นธรรมสมเหตุสมผล เพราะนอกเหนือจากราคาห้องพักของผู้บริโภคที่ต้องเสียไปแต่สิ่งที่ได้ คือได้สัมผัสเข้าถึงธรรมชาติอย่างเต็มที่ ที่ไม่สามารถสัมผัสได้ที่ใดๆในโลกนี้ สินค้าและบริการดีราคาเป็นธรรม ผู้บริโภคก็เกิดการบอกต่อกันเอง เราก็จะได้ลูกค้ารายใหม่ๆเพิ่มมากขึ้น

6. จองง่าย ใช้สะดวก ในยุค 4 G เพื่อปรับกลยุทธ์ในการจองห้องพักให้ทันกับโลกดิจิทัล ทางรีสอร์ทได้พัฒนาเว็บไซต์ของตัวเองด้วยระบบการจองห้องพักให้ง่ายและรวดเร็วสำหรับลูกค้า ไม่ซับซ้อนสามารถจองห้องได้ทุกที่ทุกเวลา เพียงมีมือถือก็สามารถดำเนินการได้ และได้เปิดระบบการจองอื่นๆเพื่อรองรับให้กับลูกค้า ทั้งทาง Facebook , Instagram Line official , Wechat, Twitter อีกทั้งยังฝากขายห้องพักกับเว็บไซต์เอเจนซี่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Booking.com , Agoda, airbnb, tripadvisor, expedia ซึ่งทำให้การจองห้องพักของลูกค้าสะดวก รวดเร็ว ทันใจ ปลอดภัย ตามทันกับยุคกับเทคโนโลยีใหม่ๆ

7. ระบบรักษาความปลอดภัย อบอุ่นมั่นใจเสมือนมีคนดูแลอยู่ตลอดเวลา ทางรีสอร์ทจะมีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำจุด 24 ชั่วโมง พร้อมติดตั้งกล้องวงจรปิดในจุดที่ลับสายตาโดยมีเจ้าหน้าที่คอยกำกับดูแลอยู่ตลอดเวลา เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดต่อบุคคลและทรัพย์สินภายในรีสอร์ท จึงจำเป็นต้องจัดให้มีมาตรการดูแลรักษาความปลอดภัย รวมถึงความสงบเรียบร้อยของสถานที่บริเวณรีสอร์ท เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและปลอดภัยสูงสุด

8. บริการเสริมตามฤดูกาล และพักผ่อนดูแลสุขภาพกับแพทย์แผนไทย ช่วง Low season และช่วง Shoulder season ยอดจะลดลง เพราะชาวต่างชาติจะน้อย แก้ไขโดยการทำตลาดทางตรง (Direct Marketing) เปิดบูตขายห้องพักพักร่างต่างๆที่น่าสนใจโดย ร่วมมือกับทีมงานแพทย์แผนไทยจัดคอร์สอบรมระยะสั้นเน้นการพักผ่อนและการดูแลสุขภาพ เช่น โครงการล้างพิษ ผังทรายล้างพิษ น้ำทะเลบำบัด (Thalasso Therapy) โครงการอบรมดูพืชปลูกสมุนไพรหน้าฝน ช่วงหน้าฝนคลื่นลมแรงออกทะเลไม่ได้ ด้วยกระป๋องมีแหล่งท่องเที่ยวทางบก ทั้งธรรมชาติ ป่าธรรมชาติท่าปอมคลองสองน้ำ น้ำตกร้อน น้ำพุร้อนเค็ม ถ้ำผีหัวโต ภาพเขียนสีมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์ ทำให้มีกิจกรรมทั่วต่างๆที่เรียกความน่าสนใจได้ในช่วงโลว์ซีซั่นร่วมกับทำสุขภาพบำบัดกับแพทย์แผนไทย

9. สร้างระบบลูกค้าสัมพันธ์ ลูกค้าอาจจะยังไม่มีความสัมพันธ์ที่ดี (Customer Relationship) กับรีสอร์ทในช่วงต้นการสร้างกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เป็นสิ่งจำเป็นโดยการให้ลูกค้า สมัครเป็นสมาชิก ลูกค้าสมาชิกจะได้รับข่าวสารพร้อมโปรโมชั่นต่างๆที่พิเศษก่อนใคร และที่สำคัญลูกค้าสมาชิกจะสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ได้ในราคาพิเศษ ซึ่งเป็นการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้วิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าและนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด อันจะเป็นการ

รักษาและพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและสร้างให้เกิด Brand loyalty ซึ่งจะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก

10. การเรียนการสอนวัฒนธรรมไทยริมชายหาด จัดให้มีกิจกรรมการสอนวัฒนธรรมต่างๆของไทยโดยแลกเปลี่ยนให้ลูกค้าจากต่างชาติสอน ฝึกภาษากับพนักงานระดับปฏิบัติการของทางรีสอร์ทของเรา โดยได้รับความร่วมมือจากลูกค้าชาวต่างชาติที่สนใจมาแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมกับคนไทย จะมีการแบ่งเวลาให้พนักงานเข้าเรียนเสริมการพูดภาษาอังกฤษจากเจ้าของภาษาเอง และลูกค้าที่เป็นครูสอนภาษาอังกฤษให้ก็จะได้รับการถ่ายทอดวัฒนธรรมไทยไป เช่น จัดกลุ่มการเรียนรู้ทำอาหารไทย การปลูกพืชเกษตรสมุนไพร การเรียนมวยไทย เป็นต้น สิ่งหนึ่งที่ได้นอกเหนือจากจุดประสงค์หลักแล้ว สิ่งที่ได้รับกลับมาคือความอบอุ่นที่ลูกค้าได้รับ ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะกลับมาพักกับรีสอร์ทอีกในทุกๆปี

**MODEL OF ADMINISTRATION OF THE CIVIL STATE WASTE BANK
OF KOH WAI SUBDISTRICT ADMINISTRATION ORGANIZATION**

รูปแบบการบริหารจัดการขยะชุมชน ธนาคารขยะประชารัฐ
ขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย

DR. PREEYARIN BOONMEEMANASSIRI

ดร.ปริยารินทร์ บุญมีมนัสศิริ

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Degree of Doctor of Philosophy in Social Development
At Bodhisastra University, Florida State, USA.
Academic Year 2020

Abstract

This dissertation to present The administration model of the Civil State Waste Bank of Koh Wai Subdistrict Administration Organization Quality. A case study of Koh Wai Subdistrict Administration Organization. Principles of business administration directly from students who focus on management and personnel management as the main Creating a convenient and fast working system, creating relationships with people in the organization, which has always been a cornerstone of business operations. Success factors for the successful construction business management of Koh Wai Subdistrict Administration Organization In the past, the study found that administrative factors are as follows. 1) Business alliances Check the waste purchase price from various waste purchase shops in the area and compare the prices. And set the standard price that the waste banks buy, sell the waste, classify according to the waste purchasing source. 2) Create incentives to join as a group member. Awards are given to group members for the correct waste separation. With welfare benefits for members of the group In order to create incentives for members to separate waste properly. 3) Behavior changes People have changed their minds, attitudes and behaviors about waste. By managing waste from your own training From the real deal Waste separation for sale and revenue generation. Processing waste into products Donating rubbish to make merit or give alms. 4) Savings account system (Civil State Waste Bank) Creating the purchase of recyclable waste And allow community members to receive cash Or will deposit the account as savings By having benefits for members and the society. 5) Create waste

products from training for recycling waste. Causing the people to be creative, be new products, create value and income for themselves.

Key Word: Civil State Waste Bank

บทคัดย่อ

งานคุณฐิณีพนธ์นี้เพื่อนำเสนอ รูปแบบการบริหารการจัดการขยะชุมชน “ธนาคารขยะประชารัฐ” ขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวายอย่างมีคุณภาพ กรณีศึกษาของ องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย หลักการบริหารโดยตรงจากผู้วิจัักษณ์ ที่มุ่งเน้น การบริหารการจัดการและบุคลากรเป็นหลัก การสร้างระบบการทำงานให้สะดวก รวดเร็ว การสร้างสัมพันธ์กับคน ในองค์กร ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ตลอดมาความสำเร็จการบริหารที่ประสบความสำเร็จของ องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย ที่ผ่านมาผู้วิจัักษณ์พบว่าการบริหาร ดังนี้ 1) พันธมิตรทางการค้า ตรวจสอบราคารับซื้อขยะจากร้านรับซื้อขยะต่าง ๆ ในพื้นที่แล้วนำราคามาเปรียบเทียบกัน และกำหนดราคามาตรฐานที่ธนาคารขยะรับซื้อขยะนำไปขายแยกประเภทตามแหล่งรับซื้อขยะ 2) การสร้างแรงจูงใจให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม มีการให้รางวัลแก่สมาชิกกลุ่มที่มีการคัดแยกขยะที่ถูกต้อง มีสวัสดิการตอบแทนสมาชิกของกลุ่ม เพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่สมาชิกคัดแยกขยะอย่างถูกวิธี 3) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ประชาชนได้เปลี่ยนแปลงความคิด เจตคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับขยะ โดยการบริหารจัดการขยะเบื้องต้นด้วยตัวเองจากการฝึกอบรม จากการศึกษาจริง การคัดแยกขยะเพื่อขายสร้างรายได้ การแปรรูปขยะเป็นสินค้า การบริจาคขยะเพื่อทำบุญหรือให้ทาน 4) ระบบบัญชีเงินออม (ธนาคารขยะประชารัฐ) การสร้างการรับซื้อขยะรีไซเคิล แล้วให้คนในชุมชนสามารถรับเงินสด หรือจะฝากบัญชีเป็นเงินออม โดยมีสวัสดิการตอบแทนสมาชิกและตอบแทนสังคม 5) เกิดผลิตภัณฑ์สินค้าจากขยะจากการฝึกอบรมการแปรรูปขยะรีไซเคิล ทำให้ประชาชนเกิดความคิดสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สร้างคุณค่า และรายได้ให้แก่ตนเอง

คำสำคัญ : “ธนาคารขยะประชารัฐ”

1. ความเป็นมา ความสำคัญของเรื่อง และวิธีการศึกษา

1.1 ความเป็นมาสถานการณ์ทั่วไป แนวคิดทั่วไป (Statement of the problems)

การพัฒนาของประเทศไทยที่ผ่านมา ได้เน้นการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และโครงสร้างพื้นฐานเป็นสำคัญ แต่สภาพทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปัญหาทางสังคมต่างๆ มากมาย และในขณะเดียวกันก็เกิดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ตามมาโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจุบันปัญหาขยะมูลฝอย ได้เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการขาดระบบการจัดการที่ดี การขาดพื้นที่รองรับปริมาณขยะ รวมถึงการขาดจิตสำนึก ทำให้พฤติกรรมทิ้งขยะไม่มีการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง ไม่มี

การนำขยะมาใช้ประโยชน์ใหม่ และสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนในปัจจุบันพบว่า มีการเพิ่มขึ้นของปริมาณขยะมูลฝอยตกค้างในสถานที่กำจัดขยะมูลฝอย (ขยะมูลฝอยเก่า) และขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้น (ขยะมูลฝอยใหม่) จากรายงานปริมาณขยะมูลฝอยเก่าในช่วงต้นปี พ.ศ.2558 มีปริมาณทั้งสิ้น 30.4 ล้านตัน และปริมาณขยะมูลฝอยชุมชนที่เกิดขึ้น ในปี 2558 มีทั้งหมดประมาณ 26.85 ล้านตัน หรือประมาณ 73,560 ตันต่อวัน โดยเกิดขึ้นในจังหวัด 76 จังหวัดรวมกัน (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร) 22.66 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 84 ของขยะใหม่ทั้งหมด และการคัดแยกและใช้ประโยชน์จากขยะมูลฝอยชุมชนได้ปริมาณ 4.94 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 18.39 ของปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้น

จะเห็นได้ว่าปัญหาขยะมูลฝอยเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นและสั่งสมมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน และการแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่ผ่านมายังไม่สามารถที่จะตอบโจทย์การแก้ไขได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร อาจจะมาจกสาเหตุการไม่ให้ความสำคัญและความพร้อมต่อการแก้ไขปัญหาที่ยังไม่เพียงพอ โดยในปัจจุบันสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชน มีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยที่ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของปริมาณขยะมูลฝอย ได้แก่ การพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ประกอบกับจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นทั้งประชากรจริงในพื้นที่และประชากรแฝง สาเหตุเหล่านี้ล้วนส่งผลให้สถานการณ์ปัญหาขยะเพิ่มขึ้นทวีคูณและเป็นที่ทราบโดยทั่วกันว่า หากจะต้องมีการเก็บขนขยะมูลฝอยและนำไปเข้าสู่ระบบการกำจัดทั้งหมดนั้น ต้องใช้ทรัพยากรมหาศาลในการบริหารจัดการ ดังนั้น วิธีการเดียวในการแก้ไขปัญหาและเกิดความยั่งยืนมากที่สุด คือ ส่งเสริมการจัดการขยะมูลฝอยตั้งแต่ต้นทางโดยมุ่งเน้นการใช้หลักการ 3Rs นั่นคือ จะต้องดำเนินการดังนี้ ประการแรก คือ การลดปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้น (Reduce) ประการต่อมา คือ การนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) และประการสุดท้ายการแปรรูปกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ทั้งนี้ กระบวนการ 3Rs ไม่อาจประสบความสำเร็จหากไม่มีการคัดแยกขยะมูลฝอยอย่างถูกต้อง และถูกวิธีภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกันของทั้งชุมชน

รัฐบาลได้กำหนดให้ปัญหาขยะมูลฝอยเป็นวาระแห่งชาติ และมีกำหนดแผนในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ได้แก่ Road Map การจัดการขยะมูลฝอยและขยะอันตราย แผนแม่บทการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของประเทศ พ.ศ.2559 - 2564 และแผนปฏิบัติการ “ประเทศไทย ไร้ขยะ” ตามแนวทาง “ประชารัฐ” ระยะ 1 ปี (พ.ศ.2559 - 2560) ซึ่งเป็นแนวทางเพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเป็นสังคมปลอดขยะ (Zero Waste Society) โดยวางอยู่บนแนวคิด 3Rs - ประชารัฐ คือ การมุ่งเน้นการจัดการขยะที่ต้นทาง เพื่อการจัดการที่ยั่งยืน เริ่มจากส่งเสริมการคัดแยกขยะจากต้นทาง ลดปริมาณขยะจากครัวเรือน ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าหรือแปรรูปขยะมูลฝอย ส่งผลให้ปริมาณขยะมูลฝอยในภาพรวมทั้งประเทศลดลง ทำให้ปริมาณขยะมูลฝอยที่เข้าสู่ระบบการกำจัดลดลง และมีการกำจัดที่ถูกวิธีเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย โดยดำเนินการภายใต้หลัก “ประชารัฐ” คือ การคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนของทุกภาคส่วนในการจัดการปัญหา ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน/ประชาสังคม ภาคการศึกษา และภาคศาสนา

1.2 สถานการณ์เฉพาะในประเทศ หรือในท้องถิ่น

องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 โดยจัดตั้งเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2540 มีเนื้อที่ 25 ตารางกิโลเมตร จำนวน 693 ครัวเรือน ประชากรทั้งสิ้น 2,113 คน (ข้อมูล ณ เดือนสิงหาคม พ.ศ.2562) มี 6 หมู่บ้าน ตามพระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2560 กระทรวงมหาดไทยได้ให้องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น มีอำนาจและหน้าที่ในการจัดการมูลฝอยตั้งแต่กระบวนการต้นทาง กลางทาง และปลายทาง และบูรณาการความร่วมมือในการจัดการมูลฝอยทั้งจากภาคประชาชนและภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย จึงได้ดำเนินการบริหารจัดการขยะมูลฝอยโดยไม่มีการจัดเก็บโดยรถบรรทุกขยะ เนื่องจากจังหวัดนครนายก ประสบปัญหาเรื่องที่ตั้งขยะและองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวายมีรายได้น้อย ถ้าดำเนินการโดยการจัดเก็บขยะให้ประชาชนจะมีปัญหาเรื่องการจ้างพนักงาน ที่ตั้งขยะ และปัญหาอื่น ๆ ตามมาอีกมากมาย จึงใช้วิธีการบริหารจัดการขยะโดย “ประชาชนในชุมชน” ให้เป็นจุดเปลี่ยนเป็นพลังในการผลักดันนโยบาย การบริหารจัดการขยะมูลฝอยในชุมชน โดยนายกองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย ได้มอบหมายภารกิจเรื่องนี้ให้ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวายดำเนินการ โดยในระยะเริ่มแรกได้รวบรวมผู้นำชุมชนและประชาชนที่สนใจอบรมให้ความรู้ และพาไปศึกษาดูงานตามสถานที่บริหารจัดการขยะต่างๆ จนมีกลุ่มผู้นำชุมชนและประชาชนสนใจอยู่กลุ่มหนึ่ง คือกลุ่มธนาคารขยะประชารัฐ หมู่ที่ 1 เป็นลักษณะส่งเสริมให้ประชาชนคิดคัดแยกขยะสะสมเป็นเงินออมแปรรูปขยะเป็นสินค้าสร้างรายได้แก่ชุมชน ปัจจุบันธนาคารขยะประชารัฐ ได้เป็น “ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนด้านเศรษฐกิจบนฐานสิ่งแวดล้อม” เป็นแหล่งฐานการเรียนรู้ที่มีองค์กรต่างๆ ของเข้ามาศึกษาดูงานตลอดเวลา

1.3 ความสนใจ

ผู้วิจัยสนใจที่ทำเรื่องนี้ เพราะว่า “จุดเปลี่ยน” หลักการจัดการเรื่องนี้นั้นอยู่ที่ “ประชาชนในชุมชน” ที่จะต้องมีคุณสมบัติในการเป็น “พลเมืองสะอาด (Clean Citizen)” ได้แก่ ความคิดสะอาด (Clean Thinking) และหัวใจสีเขียว (Clean Heart) กล่าวคือ มีความคิด ความรู้ มีจิตสำนึกที่เห็นถึงความสำคัญของการลดและการคัดแยก การสร้างมูลค่า ของขยะมูลฝอยทั้งต่อตนเอง ชุมชน จึงเป็นจุดเริ่มต้นดำเนินการจัดการขยะของตนเอง ส่งผลให้เกิด “ชุมชนสะอาด (Clean Community)” ซึ่งสมาชิกของชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการของตนเองนั้นเป็นวิธีคิดแบบยั่งยืน

ผู้วิจัยมีแรงบันดาลใจที่อยากทำเรื่องนี้ เนื่องจากว่าผู้วิจัยได้เป็นหนึ่งในส่วนร่วมการดำเนินการผลักดันให้เกิด “กลุ่มที่เข้มแข็ง” และกว่าจะดำเนินการมาได้จนประสบความสำเร็จต้องฝ่าฟัน

อุปสรรค ประสานหาองค์ความรู้ในการดำเนินการมากมาย และการสร้างกลไกประสานงานที่เข้มแข็งจากชุมชน โดยหลักการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและการสร้างรายได้ หรือผลตอบแทนทางตรงให้กับชุมชน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 บริบทขององค์กร

สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย

ตำบลเกาะหวาย เป็นศูนย์กลางของตำบลทั้ง 7 แห่ง ของอำเภอปากพลี เนื่องจากอยู่ในด้านชุมชนที่ตั้งที่ว่าการอำเภอปากพลี และเป็น เขตเทศบาลตำบล “เกาะหวาย” เดิมนี้ ตำบลเกาะหวายรวมอยู่ในตำบลปากพลี ในสมัยที่อำเภอยังมีชื่อเดิมว่าอำเภอเขาใหญ่ซึ่งต่อมากำหนดให้เขตนี้เป็นเขตท้องที่อำเภอปากพลี โดยยุบชื่ออำเภอเขาใหญ่เสียและชื่อตำบลก็ชื่อว่า ตำบลปากพลีเรื่อยมาแต่เนื่องจากตำบลปากพลีท้องที่กว้างขวางยากแก่การปกครองทั่วถึง ทางราชการจึงได้แยกตำบลปากพลีออกเป็นอีกตำบลหนึ่ง คือ ตำบลเกาะหวาย เมื่อ พ.ศ. ๒๔๙๘ แต่ที่ทำการอำเภอยังอยู่ในเขตตำบลเกาะหวายตลอดมา ประชากรตำบลเกาะหวายเป็นคนไทยพวนเกือบ ๑๐๐ เปอร์เซ็นต์ ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวายมีเนื้อที่ทั้งหมด ๑๕,๖๒๕ไร่หรือ ๒๕ตร.กม. องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย ได้ยกฐานะจากสภาตำบลขึ้นเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล โดยประกาศกระทรวงมหาดไทยเมื่อวันที่ ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๐

อาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	ต.หนองแสง	อ.ปากพลี	ต.ศรีนาวา	อ.เมือง
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	ต.โคกกรวด	อ.ปากพลี	ต.ปากพลี	อ.ปากพลี
ทิศใต้	ติดต่อกับ	ต.ปากพลี	อ.ปากพลี		
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	ต.เกาะโพธิ์	อ.ปากพลี		

ภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นที่ราบลุ่ม มีลักษณะลาดเอียงจากทิศเหนือลงสู่ทิศใต้ โดยมีคลองธรรมชาติ คลองขุด และคลองชลประทาน หลายแห่งในพื้นที่มีลักษณะการไหลผ่านของน้ำตามความลาดเอียงของพื้นที่และมีทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 33 ถนนสุวรรณศรตัดผ่านพื้นที่

ด้านการเมืองการปกครองเขตการปกครอง ตำบลเกาะหวาย มีหมู่บ้านทั้งหมด 6 หมู่บ้านพื้นที่บางส่วนอยู่ในเขตเทศบาลตำบลเกาะหวาย จำนวน 3 หมู่บ้าน คือหมู่ที่ 1 บ้านเกาะหวาย หมู่ที่ 4 บ้านใหม่ หมู่ที่ 3 บ้านท่าแดง พื้นที่ทั้งหมดอยู่ในเขตตำบลเกาะหวาย 3 หมู่บ้าน คือ หมู่ที่ 2 บ้านคลองตะเคียน หมู่ที่ 5 บ้านดงแขวน หมู่ที่ 6 บ้านยอยไฮ

ลักษณะของแหล่งน้ำ

แหล่งน้ำธรรมชาติตำบลเกาะหวาย มีคลอง 7 แห่ง ได้แก่ คลองกรวด คลองดงแขวน คลองปอ คลองท่าแดง คลองถ่อน คลองคึกฤทธิ์ คลองแสง

แหล่งน้ำที่สร้างขึ้น

1. บ่อน้ำตื้น จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ หมู่ที่ 2 คลองตะเคียน หมู่ที่ 1 บ้านเกาะหวาย
2. ฝาย จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ หมู่ที่ 6 ฝาย คสล. คลองปอ 2 ฝาย หมู่ที่ 3 คลองท่าแดง 1

ฝาย

จำนวนประชากร

จากสถิติของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ณ 31 ธันวาคม 2562 ประชากรในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวายมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 2,111 คน แยกเป็นรายละเอียด ดังนี้

ชุมชนที่	ชื่อชุมชน	จำนวนครัวเรือน	ชาย	หญิง
1.	เกาะหวาย	178 ครัวเรือน	147คน	185 คน
2.	คลองตะเคียน	98 ครัวเรือน	193คน	195คน
3.	ท่าแดง	118 ครัวเรือน	177คน	168 คน
4.	บ้านใหม่	13 ครัวเรือน	19 คน	13 คน
5.	ดงแขวน	165 ครัวเรือน	241 คน	264 คน
6.	ยอยไฮ	191 ครัวเรือน	240 คน	269 คน
รวม		763 ครัวเรือน	1,017 คน	1,094 คน

7

ที่ตั้งองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย

ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 6 ตำบลเกาะหวาย อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก 26130

โทร 0-3739-9210 , 0-3739-8918

ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย ประกอบด้วย

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง
๑.	นางมะลิวรรณ ยงกระสัน	นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย
๒.	นางปริยารินทร์ บุญมีมนัสศิริ	ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย
๓.	นางจันทิมา มีเจริญ	รองปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย

กลุ่ม “ ธนาคารขยะประชารัฐ บ้านเกาะหวาย ” ได้จัดตั้งขึ้น ตามพระราชบัญญัติรักษาความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 กระทรวงมหาดไทย ประกอบกับมติ คณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2559 เห็นชอบแผนปฏิบัติการ “ประเทศไทยไร้ขยะ” ตามแนวทางพระราช รัฏโดยองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวายได้ทำเป็น ประกาศองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย เรื่อง การ จัดตั้งธนาคารขยะประชารัฐ บ้านเกาะหวาย เมื่อวันที่ 9 เดือน เมษายน พ.ศ.2560 จุดเริ่มต้นของการก่อตั้ง ธนาคารขยะประชารัฐนั้น องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวายได้รับจัดการอบรมโครงการ “อบต.เกาะหวายไร้ ขยะ” ตามข้อบัญญัติตำบล เรื่อง งบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ.2559 จำนวน 30,000 โดยมีหัวข้อการ อบรมมุ่งเน้นเกี่ยวกับการให้ความหมายและความรู้เกี่ยวกับขยะมูลฝอย ประเภทขยะมูลฝอย การคัดแยกขยะ มูลฝอยที่ถูกวิธี และการใช้หลัก 3 Rs คือแนวคิดและแนวทางปฏิบัติเพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่า โดย นำ แนวทางการลด ใช้ซ้ำ และแปรรูปใช้ใหม่ (Reduce Reuse Recycle) มาปรับประยุกต์ใช้ให้ เหมาะสมกับความต้องการของชุมชนและบริบทในพื้นที่ และจากการฝึกอบรมครั้งนี้ ได้มีกลุ่มผู้นำชุมชน หมู่ที่ 1 บ้านเกาะหวายได้มีแนวความคิดที่จะบริหารจัดการขยะมูลฝอยในชุมชน จึงได้มาปรึกษากับนายกองค์การ บริหารส่วนตำบลเกาะหวาย นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวายเห็นว่าเป็นโครงการที่ดีและตรงกับ นโยบายของรัฐบาล จึงได้มอบหมายให้ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวายก็คือตัวผู้วิจัยเองเป็นผู้ช่วย ให้โครงการขับเคลื่อนไปได้ ผู้วิจัยจึงเริ่มค้นคว้า หาข่าวสาร จุดเริ่มต้นว่าจะทำการก่อตั้งธนาคารขยะได้ อย่างไร

ลำดับแรก ผู้วิจัยได้ปฏิบัติการโดยร่วมการจัดการประชุมประชาคมหมู่บ้าน หมู่ที่ 1 บ้านเกาะ หวาย ก่อน เพราะเป็นกลุ่มที่มีความสนใจ ตั้งใจ และมีเป้าหมายที่จะดำเนินงานโครงการจัดตั้งธนาคารขยะได้ โดยใช้งบประมาณขององค์การบริหารส่วนตำบลในการจัดประชุมประชาคม โดยได้ร่วมกันวางรูปแบบ กลไก การจัดการขยะในชุมชนโดยมาประยุกต์ใช้กำหนดทิศทางการสร้างรูปแบบและกลไกร่วมกันตามคุณลักษณะ ของชุมชน ที่สะท้อนการปฏิบัติการของกลุ่มเอง ร่วมกันทดลองการปฏิบัติ จนกระทั่งได้ผลลัพธ์คือแนวทางที่ เหมาะสมที่ได้จากการรวบรวมวิธีปฏิบัติเป็น “แนวทางปฏิบัติร่วมกัน” ที่ประกอบด้วยความหมาย กิจกรรม และเครือข่ายในการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ

ระยะที่ 1 ระยะก่อนดำเนินการ โดยการดำเนินการจัดประชุมประชาคมหมู่บ้าน คัดเลือกตัวแทนที่มี ความพร้อมที่จะร่วมดำเนินการจัดตั้งธนาคารขยะประชารัฐ และจัดอบรมให้ความรู้ให้แก่ตัวแทนที่ได้รับ คัดเลือก เป็นที่ธนาคารขยะประชารัฐ

ระยะที่ 2 ระยะปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม แบ่งเป็นสองช่วง คือ

(1) ในปี พ.ศ.2560 ผู้วิจัยได้เปิดเวทีให้ชุมชนแสดงความคิดเห็นโดยการสร้างพื้นที่สาธารณะของ กลุ่ม(Create Public Sphere) ณ ที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย เพื่อเป็นพื้นที่สำหรับการ ปฏิบัติการสื่อสาร ให้เกิดความคิดเห็นที่สอดคล้อง ความเข้าใจที่ตรงกัน ร่วมกันคิดหาวิธีเกี่ยวกับการบริหาร

จัดการขยะแนวทางการจัดการขยะ ตามที่ชุมชนต้องการ ผู้วิจัยฯ ได้เชิญวิทยากรจากสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดนครนายก และ ดร.อนงค์ หาญสกุล จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร องค์กรฯ จังหวัดนครนายก มาเป็นวิทยากรร่วมด้วยมาให้ความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการขยะอย่างครบวงจรให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม โดยวิทยากรและตัวผู้วิจัยฯ ได้ให้องค์ความรู้เกี่ยวกับวิธีการจัดการขยะไปพร้อมกันในช่วงนี้ด้วย เพื่อให้ทีมที่เป็นตัวแทนชุมชนและผู้เข้าร่วมประชุมได้เกิดแนวคิด มีมติเอกฉันท์ ร่วมกันค้นหาแนวทาง การป้องกัน การหลีกเลี่ยง หรือดำเนินการร่วมกันที่จะนำไปสู่การบริหารจัดการขยะ การลงมือปฏิบัติ และการสร้างเครือข่ายการร่วมมือให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

(2) ช่วงปฏิบัติเริ่มจากการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ (Change Learning) ผู้วิจัยฯ ได้เดินทางไปพบ ดร.อนงค์ หาญสกุล เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อีกครั้งหนึ่งในการดำเนินกิจกรรม จำนวน 20,000.- บาท โดยมีกิจกรรมการเรียนรู้ 2 ลักษณะด้วยกัน คือ 1) กิจกรรมการเรียนรู้ โดยลงมือทำ ฝึกปฏิบัติจริง โดยให้ ทีมที่เป็นตัวแทนที่ชุมชนคัดเลือกค้นหาวิธีการจัดการขยะด้วยตนเอง เช่น การออกไปสำรวจราคาขยะที่แหล่งรับซื้อขยะ การบริหารจัดการขยะเปียก การทำปุ๋ยหมักชีวภาพ การทำขยะบุญ การแปรรูปขยะนำกลับมาใช้ใหม่ การใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก เป็นต้น ส่วนกิจกรรมที่ 2) กิจกรรมการเรียนรู้ผ่านการถ่ายทอดทางสังคม (Learning by Socialization) ใช้งบประมาณขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย จำนวน 200,000.- บาท คือการนำพาทีมตัวแทนชุมชนธนาคารขยะพระราชรัฐและผู้นำชุมชนไปศึกษาดูงานการบริหารจัดการขยะตามแหล่งเรียนรู้ต่าง อาทิเช่น เทศบาลนครอุดรธานี และ เทศบาลวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว กับมาวิเคราะห์ดำเนินการรวบรวมแนวทางวิธีปฏิบัติให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ วางแผนรูปแบบการจัดการขยะเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ

ระยะที่ 3 เป็นระยะปฏิบัติการ โดยเมื่อได้แนวทาง รูปแบบ รายการในการบริหารจัดการกลุ่มแล้ว ประกอบกับรัฐบาลได้สนับสนุนงบประมาณกองทุนหมู่บ้าน ตามแนวทางพระราชรัฐ หมู่บ้านละ 500,000.- บาท ทางองค์การบริหารส่วนตำบลได้ร่วมกับกองทุนหมู่บ้านเกาะหวายจัดประชุมประชาคมหมู่บ้าน เมื่อวันที่ 9 เดือน เมษายน พ.ศ.2560 โดยผู้วิจัยฯ ได้ ร่างโครงการ “ธนาคารขยะพระราชรัฐ” เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ จำนวน 150,000.- บาท ในการดำเนินงาน โดยการก่อสร้างโรงเรือน และจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการขยะของธนาคารขยะ และแบ่งไว้เป็นทุนในการรับซื้อขยะ ในการประชุมครั้งนี้ที่ประชุมประชาคมหมู่บ้าน ได้มีมติเลือกคณะกรรมการธนาคารขยะพระราชรัฐ จำนวนทั้งสิ้น 12 คน โดยทำหน้าที่แตกต่างกันไปตามตำแหน่ง ที่ได้รับคัดเลือก โดยให้ผู้วิจัยฯ ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวายเป็นที่ปรึกษาในทุกๆ ด้านในเรื่องที่เกินศักยภาพของคณะกรรมการธนาคารขยะพระราชรัฐ ทั้งนี้ องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย ได้ทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการธนาคารขยะพระราชรัฐ ให้ตรงตามวันที่ที่ได้ประชุมเช่นกัน หลังจากการสร้างโรงเรือนเสร็จและจัดหาวัสดุอุปกรณ์เสร็จ จัดเตรียมเอกสารการบริหารจัดการเสร็จเรียบร้อย ธนาคารขยะพระราชรัฐ ได้ดำเนินกิจกรรม ร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวายได้ทำหน้าที่เรียนเชิญ

ชวนประชาสัมพันธ์ประชาชนในหมู่บ้าน เข้าร่วมเป็นสมาชิกธนาคารขยะ ในวันที่ 9 เดือน เมษายน พ.ศ. 2560 การรับสมัครสมาชิกครั้งแรกดำเนินกิจกรรมให้ประชาชนที่สนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิก คือต้องเสียค่าธรรมเนียมการเป็นสมาชิก 20 บาท ถ้อยขยะรีไซเคิลมาหนึ่งถุง ขนาดไหน ก็ได้มาแลกไข่ไก่ 5 ฟอง หรือน้ำตาลทราย 1 กิโลกรัม (น้ำตาลทรายและไข่ไก่ ผู้วิจัษณ์ขอรับบริจาคมาจากนายกองค์การบริหารส่วนตำบล สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล ผู้นำชุมชนและผู้วิจัษณ์เอง) ครั้งแรกได้สมาชิกธนาคารขยะ จำนวน 68 คน และรับสมัครสมาชิกเรื่อยมา จนกระทั่งปัจจุบันมีสมาชิกทั้งสิ้น 138 คน

ธนาคารขยะประชารัฐได้ดำเนินกิจกรรมเรื่อยมา และองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย ให้การสนับสนุนงบประมาณ เป็นประจำทุกปี ทั้งนี้ผู้วิจัษณ์ให้การสนับสนุนการขับเคลื่อนทางด้านเอกสาร วิชาการ การประชาสัมพันธ์ การดำเนินกิจกรรมจัดฝึกตามแนวทาง 3Rs การฝึกอบรมขยะรีไซเคิล จนประชาชนได้แนวความคิดรูปแบบผลิตภัณฑ์จากขยะหลายอย่าง อาทิ เช่น การทำเหรียญโปรยทาน เสื้อ ดอกไม้ กล่องทิชชู พัด กระเป๋าที่ทำจากชองกาแฟ ที่ทำจากถุงขนมหรือชองน้ำยาปรับผ้านุ่มที่เป็นพลาสติก แต่ที่ทำรายได้ให้แก่ครัวเรือนและชุมชน มีอยู่สองประเภท คือ การทำกระเป๋าจากชองกาแฟ และพระในขวดแก้ว

กราฟแสดงข้อมูลจำนวนสมาชิกธนาคารขยะประชารัฐบ้านเกาะหวาย



การดำเนินขับเคลื่อนของธนาคารขยะประชารัฐไม่มีที่สิ้นสุด ได้มีการประชาสัมพันธ์การรับซื้อขยะไปเรื่อยๆ รับสมัครสมาชิกตลอดเวลา ใครไม่สะดวกจะมาขายขยะที่ทำการธนาคารขยะ ทางธนาคารขยะก็จะเดินทางไปรับซื้อถึงบ้านโดยวิธีทางโทรศัพท์

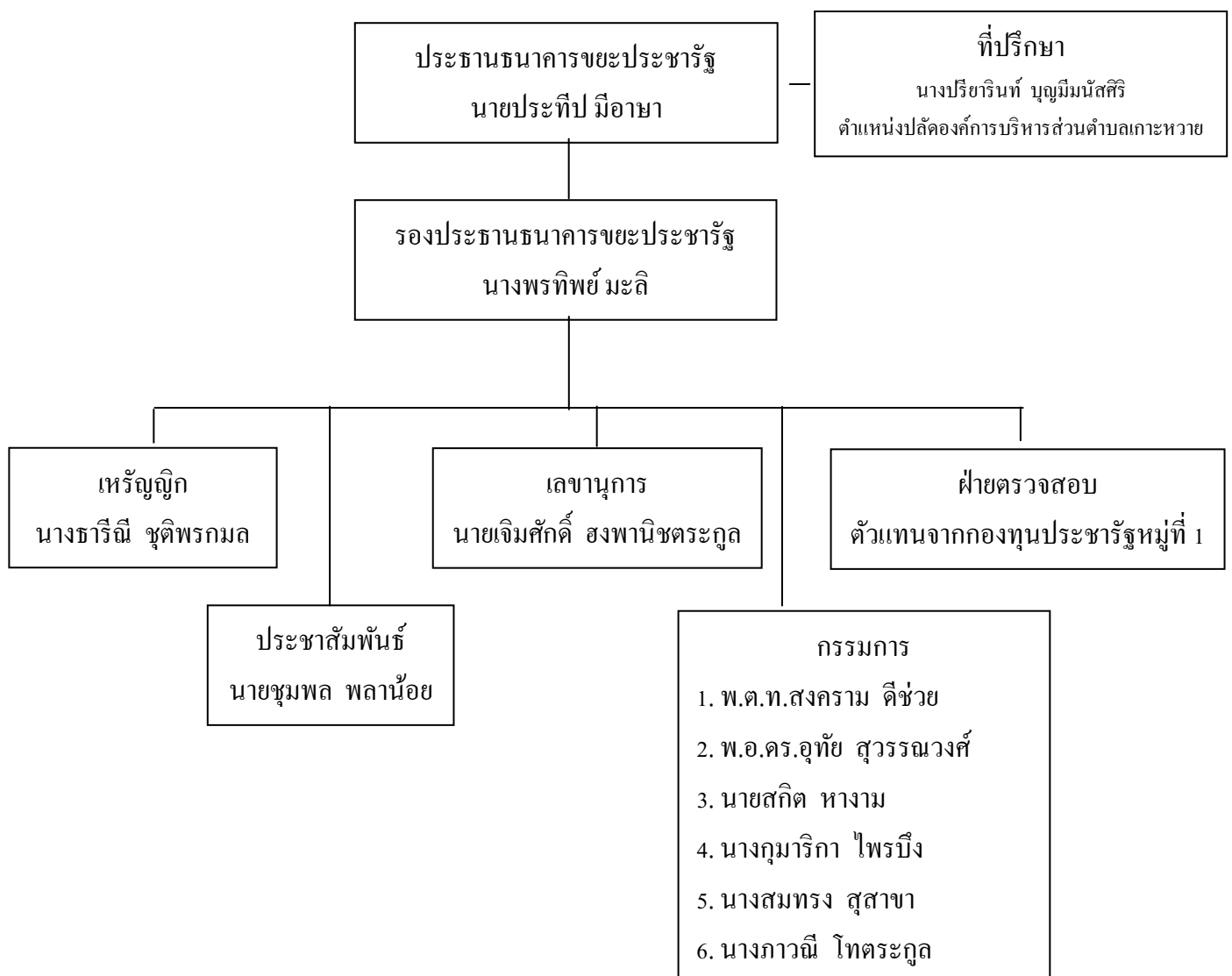
ต่อมาในปี พ.ศ.2561 ผู้วิจัยฯ ได้นำผลงานของธนาคารขยะรีไซเคิล เข้าร่วมประกวดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด คัดแยกขยะที่ต้นทาง และนำกลับไปใช้ประโยชน์ กลุ่มชุมชนขนาดเล็ก ได้รับรางวัล คะแนนดีเยี่ยม และส่งเข้าประกวดระดับภาค ชุมชนปลอดขยะ (Zero Waste) ได้รับรางวัลระดับดี ประจำปี พ.ศ. 2561 ตั้งแต่ได้รับรางวัลทั้งสองประเภทเป็นต้นมา ทำให้ “ธนาคารขยะพระราชรัฐ บ้านเกาะหวาย” มีชื่อเสียงอยู่ในระดับหนึ่ง มีโรงเรียน ส่วนราชการ นักศึกษามหาวิทยาลัยต่างๆ ติดต่อขอเข้ารับการศึกษาดูงานรูปแบบบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ต่อมาในปี พ.ศ.2561 ผู้วิจัยฯ พร้อมด้วยกรรมการธนาคารขยะพระราชรัฐ ได้เข้าร่วมโครงการสร้างชุมชนเข้มแข็งเพื่อเป็นชุมชนต้นแบบ ด้านการจัดการขยะมูลฝอยชุมชน สร้างการเรียนรู้วิธีการสร้างประโยชน์จากการคัดแยกขยะ ในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและเป็นเครือข่ายในการสร้างความตระหนักและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน ธนาคารขยะเป็นแหล่งเรียนรู้ภายใต้ชื่อว่า “ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนด้านเศรษฐกิจบนฐานสิ่งแวดล้อม” โดยมีฐานการเรียนรู้ทั้งหมด 4 ฐาน คือ 1. ฐานมูลค่าเพิ่มคือการคัดแยกขยะแต่ละประเภทให้ถูกต้อง เช่น ขวดแก้ว พลาสติก กระดาษขาว กระดาษสีเพื่อนำส่งขายสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือน และเป็นการปรับทัศนคติเปลี่ยนแปลงทางความคิดเห็นว่าขยะเป็นสิ่งมีประโยชน์ 2. ฐานเปลี่ยนขยะเป็นเงิน คือฐานการสาธิตสิ่งประดิษฐ์หรือการสร้างผลิตภัณฑ์จากขยะที่ไม่สามารถขายได้กลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ เช่น กระเป๋ากจากซองกาแฟหรือซองน้ำยาปรับผ้านุ่มเพื่อชะลอการเกิดขยะ สร้างรายได้ให้กับครัวเรือนและใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ 3. ฐานขยะอินทรีย์ เป็นฐานการสาธิตการบริหารจัดการขยะเปียกทำเป็นปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพ เศษใบไม้ต่างๆนำมาใส่ปุ๋ยต้นไม้ให้ย่อยสลายเองตามธรรมชาติโดยวิธีล้อยอดตะแกรงต้นไม้จากเศษลวดหรือไม้ไผ่ 4. ฐานช่องแยกขยะ คือฐานการสาธิตการทำถังขยะอย่างง่ายด้วยวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุธรรมชาติ

ข้อมูลที่ตั้ง

ชื่อกลุ่ม “ธนาคารขยะพระราชรัฐ หมู่ที่ 1” ตั้งอยู่ที่เลขที่ 280 หมู่ที่ 1 บ้านเกาะหวาย อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก รหัสไปรษณีย์ 26130 หมายเลขโทรศัพท์ 09-2607-2997 , 09-2656-9229



สัญลักษณ์ขององค์กร



หน้าที่และความรับผิดชอบ ที่ปรึกษาของผู้วิจัยกลุ่ม “ ธนาคารชยะประชารัฐ หมู่ที่ 1 ”

- ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการกลุ่มในทุกๆเรื่อง
- หาแหล่งที่มาของงบประมาณที่จะดำเนินการต่อยอดธนาคารชยะ
- ประสานกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อขอรับวิทยากรมาให้องค์ความรู้เกี่ยวกับชยะเพิ่มเติม
- เป็นวิทยากรถ่ายทอดองค์ความรู้การบริหารจัดการชยะชุมชน ให้กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ ตามที่ได้รับเชิญ
- ดำเนินการต่าง ๆ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับธนาคารชยะที่คณะกรรมการไม่สามารถดำเนินการได้

2.2 การเริ่มต้น และประเภทกิจกรรม

กลุ่ม “ ธนาคารชยะประชารัฐ บ้านเกาะหวาย หมู่ที่ 1 ” โดยการรวมตัวกันของผู้นำชุมชนและประชาชนที่มีใจรักสิ่งแวดล้อม ตำบลเกาะหวาย อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายกโดยมีผู้วิจัยเป็นแกนนำหลักและเป็นที่ปรึกษาของกลุ่มฯได้ดำเนินการดังนี้

- 1) เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการชยะมูลฝอยในพื้นที่
- 2) รมรงค์กระตุ้นจิตสำนึกของคนในชุมชนด้านการบริหารจัดการชยะและขยายผลสู่การสร้าง

กระบวนการแบบฐานการมีส่วนร่วมของประชาชน

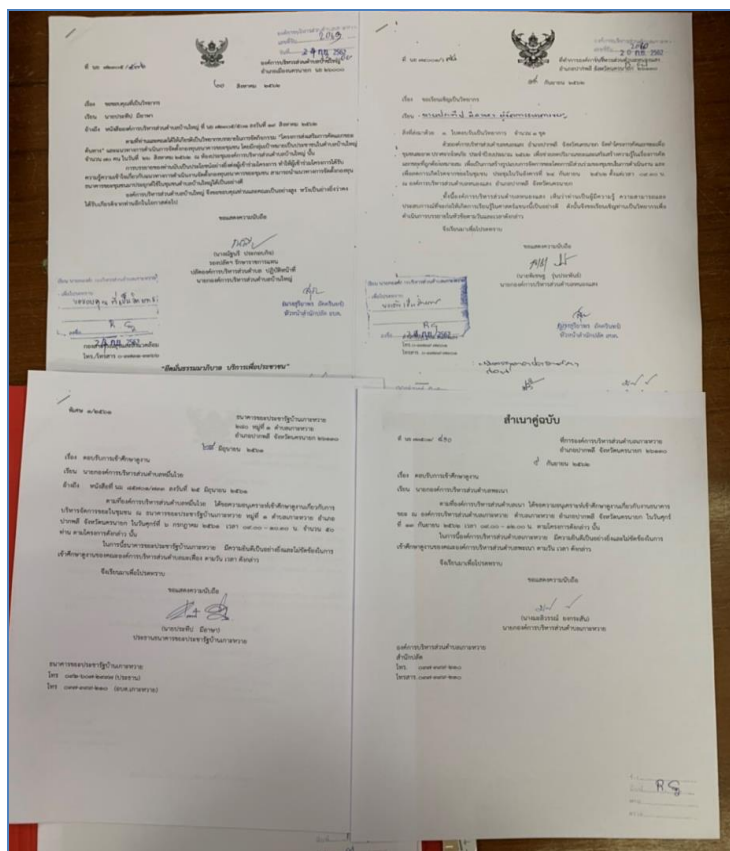
- 3) ให้ประชาชนเห็นคุณค่าของชยะและเพิ่มรายได้ให้แก่คนในชุมชนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
- 4) แก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นผลมาจากชยะ
- 5) ลดการแพร่กระจายของเชื้อโรค

กลุ่ม “ ธนาคารชยะประชารัฐ หมู่ที่ 1 ” ได้ประกอบกิจกรรมร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบล ดังนี้

- 1) รับซื้อ คัดแยก เพิ่มรายได้จากชยะรีไซเคิลในตำบล และพื้นที่ข้างเคียง
- 2) รวบรวมชยะภายในชุมชนส่งขายตามแหล่งรับซื้อที่ให้ราคาสูงบางส่วนเป็นชยะที่สมาชิกบริจาคมาเป็น “ชยะบุญ” นำส่งขายเพื่อทำบุญทำทาน
- 3) การอบรมให้ความรู้การคัดแยกชยะประเภทต่างๆ อาทิ เช่น ชยะอันตรายมีพิษ ชยะเปียก ชยะรีไซเคิล เป็นต้น
- 4) การอบรมให้ความรู้สร้างมูลค่าเพิ่มของชยะ “ชยะเป็นเงิน”
- 5) ถ่ายทอดองค์ความรู้ของกลุ่ม ธนาคารชยะประชารัฐ ให้แก่ โรงเรียน มหาวิทยาลัยหน่วยงานราชการต่างๆ องค์กรเอกชน ที่สนใจเข้ารับการศึกษาดูงาน



การประชุมคณะกรรมการธนาคารขยะประชารัฐในเรื่องการดำเนินงานของกลุ่ม



หนังสือแจ้งการประสานงานขอเข้ารับการศึกษาคุณงานธนาคารขยะประชารัฐจากส่วนราชการ โรงเรียน มหาวิทยาลัย



ผู้วิจัยฯ ได้รับเชิญเป็นวิทยากรถ่ายทอดองค์ความรู้ที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร
ให้แก่นักศึกษาคณะต่างๆ และ เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงาน



ผู้วิจัยฯ ชี้แจงการจัดตั้งธนาคารขยะประชารัฐ และให้ความรู้แก่สมาชิกธนาคารขยะ และร่วมรับสมัครสมาชิก
ธนาคารขยะประชารัฐ



ผู้ตรวจราชการกระทรวงมหาดไทย ได้มาตรวจราชการดำเนินงานบริหารจัดการขยะประชารัฐ ณ ที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย ทั้งนี้ องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวายได้แสดงผลงานการแปรรูปขยะ รีไซเคิล อาทิ เช่น กระจ่าปะสอพายจากชองกาแพ ผลิตภัณฑ์ในขวดแก้ว ที่เกิดจากความคิดของประชาชนในชุมชนเอง และก่อให้เกิดรายได้

การแปรรูปขยะรีไซเคิล
กระจ่าปะจากน้ำยาปรับผ้านุ่มและชองกาแพ





การแปรรูปขยะรีไซเคิล
ผลิตภัณฑ์จากขวดแก้ว



2.3 กระบวนการการทำงานของธนาคารขยะประชารัฐ

2.3.1 ขั้นตอนการเตรียมการ สถานที่และบุคลากร

1) แต่งตั้งคณะทำงาน ประชุมคณะทำงาน จัดหาบุคลากรสำหรับทำหน้าที่และรับผิดชอบงานในส่วนต่างๆของกลุ่ม แบ่งแยกหน้าที่ ดังนี้ สสำรวจร้านรับซื้อของเก่า ประสานงานร้านรับซื้อของเก่า และธุรการทั่วไป

2) จัดเตรียมสถานที่ จัดหาสถานที่ที่มีมิดชิด ป้องกันฝนได้ และจัดแบ่งคัดแยกขยะดังนี้ กระดาษ โลหะ อโลหะ และพลาสติก เป็นต้น แสดงราคาของขยะรีไซเคิลแต่ละประเภท

3) ประชาสัมพันธ์โครงการ ประกาศเสียงตามสายบอกกล่าวถึงกิจกรรมและวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่ม แนวทางการดำเนินงาน ให้ประชาชนในชุมชนทราบ และจัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับการคัดแยกขยะ ประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดตั้งกลุ่ม

4)

2.3.2 ขั้นตอนการรับสมัครสมาชิกและการฝากถอนเงินจากธนาคารขยะประชารัฐ

1) เจ้าหน้าที่ธนาคารให้เลขที่สมาชิก พร้อมสมุดคู่ฝาก โดยธนาคารจะเป็นผู้เก็บรวบรวมสมุดคู่ฝากไว้ สมาชิกสามารถขอดูได้ในวันที่ธนาคารเปิดทำการ

2) เจ้าหน้าที่ธนาคารลงรายละเอียด สมาชิกในทะเบียนลูกค้า

3) เมื่อสมาชิกนำขยะรีไซเคิลมาฝากที่ธนาคาร เจ้าหน้าที่จะทำการคัดแยกประเภทและชั่งน้ำหนัก

4) คิดจำนวนเงิน โดยเทียบกับใบราคาที่ได้มาจากร้านรับซื้อของเก่า ลงบันทึกในใบนำฝาก

5) เจ้าหน้าที่บันทึกรายละเอียด เลขที่สมาชิก ประเภทขยะรีไซเคิล จำนวนเงินลงในเอกสารใบสรุปการนำฝาก

6) บันทึกลงในสมุดคู่ฝาก เพื่อเก็บเป็นหลักฐานการฝากถอนของสมาชิก

7) ถ้าสมาชิกต้องการถอนเงิน ให้เขียนรายละเอียด ใบถอนเงินแล้วให้กับเจ้าหน้าที่

8) ภายหลังเปิดธนาคารเสร็จสิ้น เจ้าหน้าที่ต้องทำการรวบรวมรายรับ รายจ่าย และทะเบียนคุมเจ้าหน้าที่ของธนาคารในแต่ละวัน เพื่อความสะดวกในการตรวจสอบการลงค่าใช้จ่าย การซื้อ ขายขยะรีไซเคิลลงในสมุดเงินสด เพื่อสามารถตรวจสอบการขาดทุน กำไร

2.3.3 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

รอรับการติดต่อจากสมาชิกในกลุ่มว่าจะมาขายขยะรีไซเคิล เจ้าหน้าที่กลุ่มฯ จะประสานงานร้านรับซื้อของเก่าที่อยู่ในรายการที่ติดต่อไว้ เพื่อตรวจสอบราคาปัจจุบัน ก่อนจะกำหนดราคาซื้อขยะจากสมาชิกในกลุ่ม (โดยกำหนดหลักเกณฑ์ราคารับซื้อไว้ต่ำกว่าร้านรับซื้อของเก่า ประมาณ 20 %) หลังจากนั้นก็ชำระเงินแก่สมาชิก หรือจะฝากธนาคารขยะประชารัฐเพื่อเป็นเงินออม เมื่อทางกลุ่มฯรับซื้อขยะจากสมาชิก และคัดแยก

ขยะตามประเภทแล้ว ได้ปริมาณเยอะแล้ว รวบรวมไปส่งขายยังร้านรับซื้อของเก่าต่อไป กำไรส่วนต่างหลังจากหักค่าบริการจัดการแล้ว ก็จะนำมาสรุปผลการดำเนินงานต่อไป เพื่อนำไปวิเคราะห์แผนการดำเนินงานในอนาคต



สมาชิกธนาคารขยะโทรศัพท์มาให้ไปรับซื้อขยะที่บ้านของตน



คณะกรรมการธนาคารขยะออกมารับซื้อขยะบริการถึงบ้านพร้อม ชั่งน้ำหนักขยะแต่ละประเภทให้สมาชิก

ตรวจสอบ

ลำดับ	วัน เดือน ปี	จำนวนเงิน	บัญชี
1	15 เม.ย. 57	200	ช.ค.
2	15 มิ.ย. 58	200	ช.ค.
3	15 ส.ค. 59	150	ช.ค.
4	15 ต.ค. 60	150	ช.ค.
5	15 ธ.ค. 61	150	ช.ค.
6	15 ก.พ. 62	150	ช.ค.
7	15 เม.ย. 63	150	ช.ค.
8	15 มิ.ย. 64	150	ช.ค.
9	15 ส.ค. 65	150	ช.ค.
10	15 ต.ค. 66	150	ช.ค.
11	15 ธ.ค. 67	150	ช.ค.
12	15 ก.พ. 68	150	ช.ค.
13	15 เม.ย. 69	150	ช.ค.
14	15 มิ.ย. 70	150	ช.ค.
15	15 ส.ค. 71	150	ช.ค.
16	15 ต.ค. 72	150	ช.ค.
17	15 ธ.ค. 73	150	ช.ค.
18	15 ก.พ. 74	150	ช.ค.
19	15 เม.ย. 75	150	ช.ค.
20	15 มิ.ย. 76	150	ช.ค.
21	15 ส.ค. 77	150	ช.ค.
22	15 ต.ค. 78	150	ช.ค.
23	15 ธ.ค. 79	150	ช.ค.
24	15 ก.พ. 80	150	ช.ค.

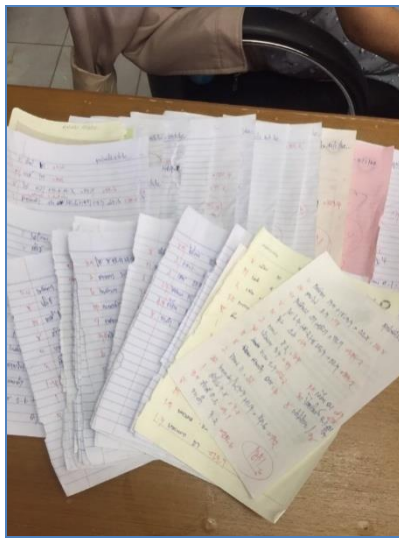
เมื่อซ้่งน้ำหน้กเส้ร้จนำรายได้ของสมาชิกบ้านทีกลงสมุดออมทรัพย์ธนาคารขยะประชาชนรัฐ



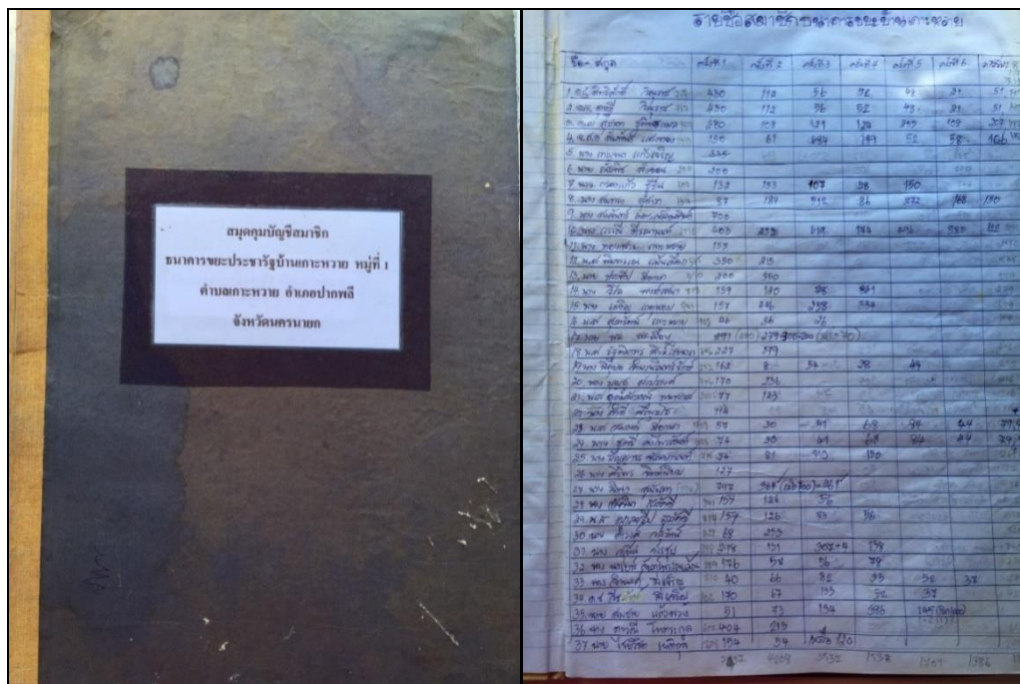
ธนาคารขยะมีการมอบรางวัลสำหรับสมาชิกที่คัดแยกอย่างถูกวิธี เพื่อสร้างแรงจูงใจ



นำขยะแต่ละประเภทมาคัดแยกและนำส่งขาย



เหรียญกษาปณ์การขยะประชารัฐนำรายการที่ส่งขายขยะจากแหล่งรับซื้อขยะ นำมารวบรวม บันทึกบัญชีลง
รายรับรายจ่ายที่รับซื้อขยะ กำไร



นำรายได้ของสมาชิกธนาคารขยะประจำรัฐ บ้านที่กลงสมุดบัญชีสมาชิก

2.4 ผลสำเร็จจากการจัดตั้งธนาคารขยะประจำรัฐ

จากการที่ผู้วิจัยได้ร่วมการดำเนินงานกับธนาคารขยะประจำรัฐและประชาชนในพื้นที่ พบว่า

- 1) ปริมาณขยะที่ธนาคารขยะส่งมอบเข้าสู่ระบบรีไซเคิล ภายในระยะเวลา 3 ปี ปี พ.ศ.2560 - 2562 ลดปริมาณขยะได้ 52,839 กิโลกรัม

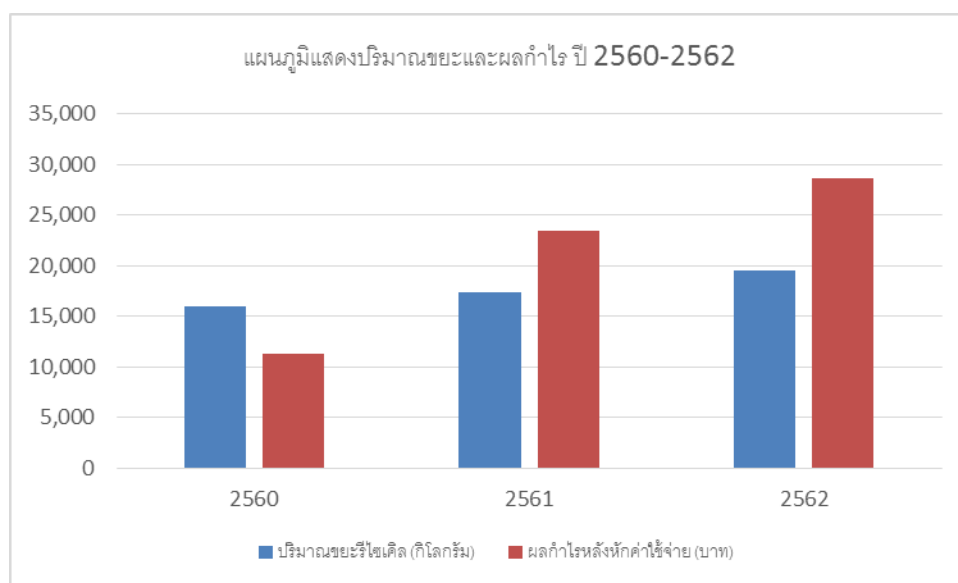


2) ผลกำไรจากการหักค่าใช้จ่ายที่มีการจัดสรรรายจ่ายตอบแทนเป็นค่าสวัสดิการกลุ่มสมาชิก และกิจกรรมสาธารณประโยชน์

ผลกำไรที่ได้จากการรับซื้อขยะ แยกเป็นรายจ่าย ดังนี้

- ค่าซ่อมแซมทรัพย์สิน/อุปกรณ์	25%
- ค่าตอบแทนกรรมการ	25%
- ค่าสวัสดิการกลุ่มสมาชิก	25%
- กิจกรรมสาธารณประโยชน์	25%

ลำดับ	ปี พ.ศ.	ปริมาณขยะรีไซเคิล(กิโลกรัม)	ผลกำไรหลังหักค่าใช้จ่าย (บาท)
1	2560	15,958	11,235
2	2561	17,381	23,459
3	2562	19,500	28,650
รวม		52,839	63,344



3) ประชาชนในพื้นที่ที่มีการคัดแยกขยะรีไซเคิล ตั้งแต่ต้นทางคือครัวเรือน ย่อมทำให้ปริมาณขยะที่ส่งไปกำจัดลดลง ลดภาระค่าใช้จ่ายขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวาย

4) มีฐานการเรียนรู้ในการบริหารจัดการขยะด้านต่างๆ แบบยั่งยืนและเป็นชุมชนต้นแบบในการถ่ายทอดองค์ความรู้

5) ประชาชนมีรายได้เสริมเพราะเมื่อมีการประสานขอเข้ารับการศึกษาดูงานจากกลุ่มต่าง ๆ ที่สนใจ ประชาชนในพื้นที่หรือสมาชิกกลุ่มได้นำสินค้าในชุมชนมาขายหรือรับจ้างจัดอาหารว่างและอาหารกลางวัน

6) ประชาชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางความคิดเกี่ยวกับขยะสามารถรีไซเคิลขยะกลับมาใช้ใหม่ มีจิตสำนึกรักชุมชน รักสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น การใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก การรีไซเคิลแปรรูปขยะให้เป็นผลิตภัณฑ์และสร้างรายได้เสริมให้แก่ครัวเรือน และทำให้ชะลอการเกิดขยะ

7) ประชาชนรู้จักประโยชน์ของขยะ และมีเงินออมมากขึ้น

3. สรุปผลการศึกษา

รูปแบบการบริหารจัดการขยะชุมชน “ธนาคารขยะประชารัฐ” ขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะหวายที่ผ่านมาผู้วิจัยมีการบริหารดังนี้

1. **สร้างพันธมิตรทางการค้า** แหล่งรับซื้อขยะซึ่งเป็นแหล่งรับซื้อของทางกลุ่ม ทางผู้จัดการธนาคารขยะได้ไป ตรวจสอบราคาซื้อขยะจากกวนซ์วานิชย์และร้านวัสดุรับซื้อของเก่าต่าง ๆ ในพื้นที่แล้วนำราคามาเปรียบเทียบกัน และกำหนดราคามาตรฐานที่ธนาคารขยะรับซื้อขยะนำไปขายแยกประเภทตามแหล่งรับซื้อขยะ

2. **การสร้างแรงจูงใจให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม** มีการให้รางวัลแก่สมาชิกกลุ่มที่มีการคัดแยกขยะที่ถูกต้อง มีสวัสดิการตอบแทนสมาชิกของกลุ่ม เพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่สมาชิกคัดแยกขยะอย่างถูกวิธี

3. **การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม** ประชาชนได้เปลี่ยนแปลงความคิด เจตคติ และพฤติกรรมเกี่ยวกับขยะ โดยการบริหารจัดการขยะเบื้องต้นด้วยตัวเองจากการฝึกอบรม จากการศึกษาจริง การคัดแยกขยะเพื่อขายสร้างรายได้ การแปรรูปขยะเป็นสินค้า การบริจาคขยะเพื่อทำบุญหรือให้ทาน เช่น เสื้อผ้า หนังสือเก่า เป็นต้นให้ประชาชนเห็นคุณค่าและประโยชน์จากขยะมากยิ่งขึ้น เป็นการสร้างความเปลี่ยนแปลงความเข้าใจเดิมๆที่เป็นของต่ำไม่มีคุณค่ามาสู่ทรัพยากรที่มีค่า สามารถรวมตัวจัดตั้งกลุ่มการบริหารจัดการขยะแบบมีส่วนร่วม ทำให้การขับเคลื่อนเป็นไปอย่างยั่งยืน

4. **ระบบบัญชีเงินออม (ธนาคารขยะประชารัฐ)** การสร้างการรับซื้อขยะรีไซเคิล แล้วให้คนในชุมชนสามารถรับเงินสด หรือจะฝากบัญชีเป็นเงินออม โดยมีสวัสดิการตอบแทนสมาชิกและตอบแทนสังคม ทำให้ประชาชนเกิดความภาคภูมิใจ

5. **เกิดผลิตภัณฑ์สินค้าจากขยะ** จากการฝึกอบรมการแปรรูปขยะรีไซเคิล ทำให้ประชาชนเกิดความคิดสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สร้างคุณค่า และรายได้ให้แก่ตนเอง

**MODEL OF DIETARY IMMUNE FOOD SUPPLEMENT PRODUCT
MANAGEMENT OF 4 LIFE (THAILAND) COMPANY LIMITED**

รูปแบบของการบริหารผลิตภัณฑ์อาหารเสริมภูมิคุ้มกัน
บริษัท 4 ไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด

DR. PAWONRAT POONPIMOLCHAT

ดร.ปวันรัตน์ พูนพิมลชาติ

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Degree of Doctor of Philosophy in Folk Medicine & Holistic Medicine
At Bodhisastra University, Florida State, USA.
Academic Year 2020

Abstract

This dissertation to present immune food supplement management Model in Thailand Case Study of 4Life (Thailand) Company Limited, a company that imports immune supplements from America Sold through distributors who are businessmen of the company Students use business management principles to do business. Management and human resource development with the company, with the following management styles 1. Membership system to maintain ongoing orders of customers 2. Special pricing for members At a price that is cheaper than the price 25% 3. There is a promotion set every month for the members Selling below the membership price is reduced by another 20% from the membership price and free of charge. 4. Organize the Loyalty Program to maintain its membership status for a long time. 5. Allow customers to become distributors. There is a website to help sell for free. 6. There is a free delivery service with lost products guarantee. 7. Accept payment by credit card, no fee. Members can buy through the website by themselves. 8. It is a licensed product with FDA. Focusing on providing knowledge about health care both inside and outside the place, meeting members and training different flu teams. 9. Create products to meet the needs of customers with new products released every year 10. Minimum sales prices are set to prevent sales price cuts Meaning do not sell at a price lower than the membership price 11. Giving priority to the development and creation of personnel. Organize product training every month There is a group to share results and product experience every week. 12. Marketing plan is easy to do, not complicated. Can do as you like

Key Word : Food Supplement , Immune System , Transfer Factor , Immune Molecules

บทคัดย่อ

งานคุณวุฒิพนธ์นี้เพื่อนำเสนอ รูปแบบการบริหารผลิตภัณฑ์อาหารเสริมภูมิคุ้มกัน บริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่นำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารเสริมภูมิคุ้มกันจากอเมริกา จำหน่ายผ่านผู้จำหน่ายที่เป็นนักธุรกิจของบริษัท ผู้วิจัยใช้หลักการบริหารธุรกิจการทำธุรกิจ การจัดการและการพัฒนาบุคลากรร่วมกับบริษัทโดยมีรูปแบบการบริหารดังนี้ 1. ระบบการรับสมาชิกเพื่อรักษาการสั่งซื้อที่ต่อเนื่องของลูกค้า 2. มีการกำหนดราคาพิเศษสำหรับสมาชิก ในราคาที่ถูกกว่าราคาจำหน่ายถึง 25 % 3. มีการจัดชุดเซตโปรโมชันทุกเดือนทั้งปีให้สมาชิก ขายต่ำกว่าราคาสมาชิก ลดลงไปอีก 20 % จากราคาสมาชิก และฟรีค่า 4. จัดโครงการ Loyalty Program รักษาสถานะสมาชิกให้อยู่ยาวนาน 5. เปิดโอกาสให้ลูกค้ามาเป็นตัวแทนจำหน่ายได้ มีเว็บไซต์ช่วยจำหน่ายให้ฟรี 6. มีบริการจัดส่งสินค้าให้ฟรีพร้อมรับประกันสินค้าหาย 7. รับชำระด้วยบัตรเครดิตไม่คิดค่าธรรมเนียม สมาชิกซื้อผ่านเว็บไซต์ได้เอง 8. เป็นผลิตภัณฑ์ที่จดลิขสิทธิ์ มีอย. เน้นการให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพทั้งในและนอกสถานที่ พบปะสมาชิก และอบรมทีมงานต่างหวัด 9. สร้างผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามีผลิตภัณฑ์ออกใหม่ทุกปี 10. มีกำหนดราคาขายขั้นต่ำป้องกันการขายตัดราคา คือห้ามขายในราคาต่ำกว่าราคาสมาชิก 11. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและสรรค์สร้างบุคลากรจัดอบรมผลิตภัณฑ์ทุกเดือน มีจัดกลุ่มแชร์ผลลัพธ์และประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ทุกสัปดาห์ และ 12. แผนการตลาดทำงานไม่ซับซ้อน เลือกทำได้ตามที่ถนัด

คำสำคัญ : อาหารเสริม , ระบบภูมิคุ้มกัน, ทรานสเฟอร์แฟกเตอร์ , โมเลกุลภูมิคุ้มกัน

1..ความเป็นมา ความสำคัญของเรื่อง และวิธีการศึกษา

1.1 ความเป็นมา สถานการณ์ทั่วไป แนวคิดทั่วไป (Statement of the problems)

ธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารเสริม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ผสมวิตามินและสมุนไพร ผลิตภัณฑ์สารสกัดจากธรรมชาติกลุ่มอาหารเสริมพร้อมดื่ม อาหารเสริมควบคุมน้ำหนัก ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากความต้องการตามเทรนด์รักสุขภาพของผู้บริโภคประกอบช่องทางการซื้อขายในปัจจุบันสามารถทำได้ง่ายผ่านช่องทางออนไลน์ TMB Analytics ชี้ตลาดธุรกิจอาหารเสริมยังเติบโตได้ แต่ต้องรักษามาตรฐานคุณภาพต่อเนื่อง แนะนำให้วิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้นเพื่อตอบโจทย์ด้านสุขภาพของผู้บริโภค

เทรนด์อาหารเสริมปี 2018 เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่เหล่าบรรดานักธุรกิจหน้าใหม่ควรรู้ เพราะถึงแม้ว่าวันนี้ธุรกิจอาหารเสริมก็ยังมีอิทธิพลในตลาดมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นอาหาร และเครื่องดื่มที่ช่วยส่งเสริมการทำงานของ

สมองและร่างกาย การเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน เพิ่มความสดชื่น บำรุงสุขภาพและระบบภายใน หรือการเสริมความงาม

อนึ่ง จากการศึกษาของสถาบันวิจัยอาหาร Leatherhead พบว่าตลาดอาหารเสริมของโลกในปี 2014 มีมูลค่า 54 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 25% จากปีก่อนหน้า และถึงแม้ว่าส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะคิดเป็นเพียง 5% ของมูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด แต่ผู้เล่นในตลาดกลับให้ความสนใจสินค้าประเภทนี้สูงขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนัก ผลิตภัณฑ์เพื่อผิวพรรณ ผลิตภัณฑ์บำรุงหัวใจ และผลิตภัณฑ์เสริมการทำงานของระบบย่อยอาหาร ตลาดสินค้าประเภทนี้ที่ใหญ่ที่สุดคือ ญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา เนื่องจากผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้และมีกำลังซื้อมากกว่าผู้บริโภคในประเทศกำลังพัฒนา

สถิติภาพรวมอุตสาหกรรมอาหารเสริม

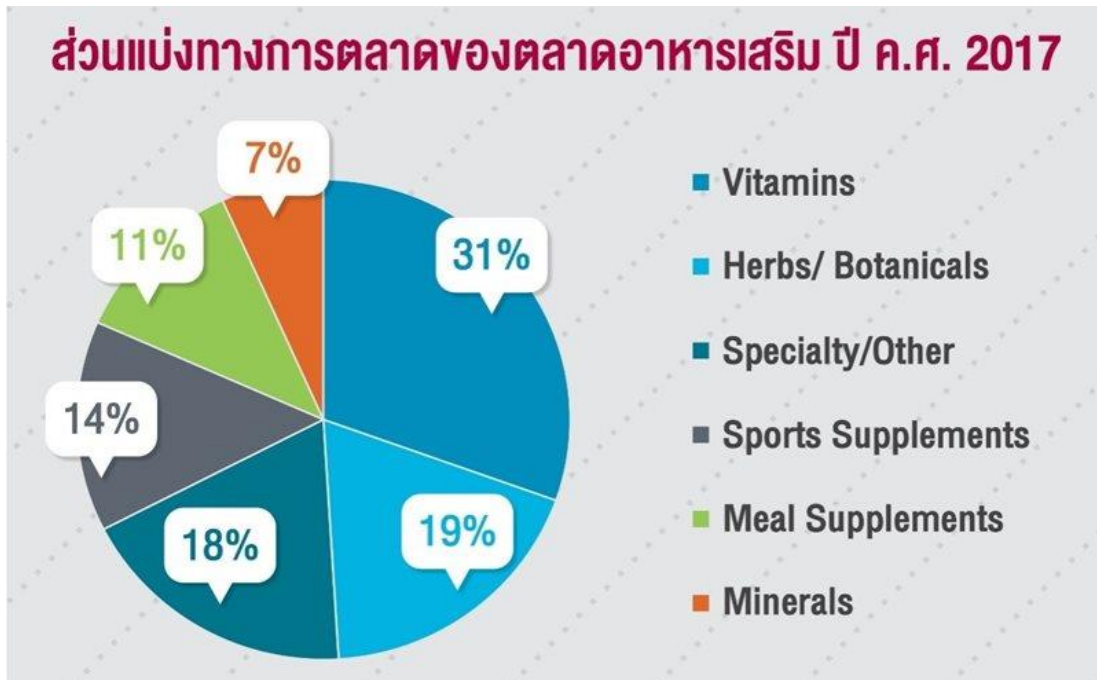
ภาพรวมรายได้และอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารเสริมทั่วโลก



ภาพรวมรายได้ตลาดอาหารเสริมทั่วโลกในปี ค.ศ. 2016 มีมูลค่าอยู่ที่ 121.2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีอยู่ที่ 5.7 เปอร์เซ็นต์ (ปี ค.ศ. 2006 - 2020) แม้ว่าในปี ค.ศ. 2009 และ ปี ค.ศ. 2015 ความผันผวนของเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบต่ออัตราการเจริญเติบโตของตลาดดังกล่าวลดลง แต่ในปีถัดมาตลาดอาหารเสริมก็กลับมาเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยการคาดการณ์จากวารสาร Nutrition Business Journal (NBJ) ระบุว่า รายได้ตลาดอาหารเสริมทั่วโลกจะมีมูลค่าสูงถึง 155 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี ค.ศ.

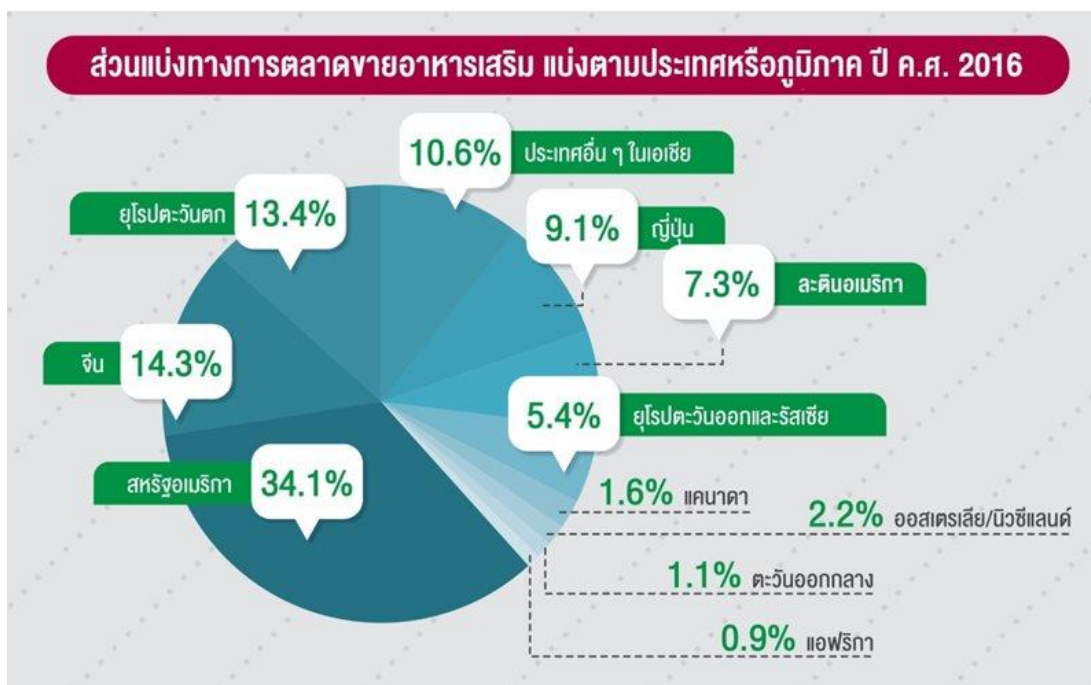
2020 ซึ่งรายได้ดังกล่าวจะมาจากการเติบโตในภูมิภาคเอเชีย (ไม่รวมประเทศจีน ญี่ปุ่นและอินเดีย)และภูมิภาคยุโรปตะวันออก โดยคาดการณ์ว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีสูงถึง 9 %

ส่วนแบ่งทางการตลาด แบ่งตามผลิตภัณฑ์



วารสาร Nutrition Business Journal (NBJ) ได้คาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2017 ตลาดอาหารเสริมประเภทวิตามิน และอาหารเสริมสมุนไพรและบอตันนิคอล (Botanical) คือผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากพืช จะครองส่วนแบ่งทางการตลาดสูงถึง 50 เปอร์เซ็นต์ของตลาดทั้งหมด รองลงมาได้แก่อาหารเสริมบำรุงเฉพาะด้าน เช่น อาหารเสริมบำรุงรักษาข้อต่อ (Joint Health) อาหารเสริมบำรุงระบบภูมิคุ้มกันซึ่งจะมีสัดส่วนอยู่ที่ 18 เปอร์เซ็นต์ อาหารเสริมสำหรับการออกกำลังกาย จะมีสัดส่วนอยู่ที่ 14 เปอร์เซ็นต์ อาหารเสริมทดแทนอาหาร จะมีสัดส่วนอยู่ที่ 11 เปอร์เซ็นต์และแร่ธาตุต่างๆ จะมีสัดส่วนอยู่ที่ 7 เปอร์เซ็นต์

ส่วนแบ่งทางการตลาด แบ่งตามประเทศหรือภูมิภาค



ในปี ค.ศ. 2016 สหรัฐอเมริกาถือเป็นประเทศอุตสาหกรรมอาหารเสริมที่ใหญ่ที่สุดในโลกตามด้วยภูมิภาคเอเชียและยุโรป โดยที่จีนเป็นประเทศที่ครองสัดส่วนทางการตลาดสูงที่สุดในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งอยู่ที่ 14.3 เปอร์เซ็นต์โดยนับว่ามีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัวเมื่อเทียบกับปี ค.ศ. 2006 ที่มีสัดส่วนการตลาดอยู่ที่ 9.6 เปอร์เซ็นต์ และจากการใช้จ่ายสินค้าสุขภาพของผู้บริโภคจีนที่เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซส่งผลให้ผู้ผลิตอาหารเสริมรายใหญ่ต่างให้ความสนใจตลาดในประเทศนี้

ขณะเดียวกันจะสังเกตเห็นได้ว่าประเทศในกลุ่มอาเซียนเป็นกลุ่มประเทศที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในตลาดอาหารเสริมสมุนไพรและบอตันนิคอล (Botanical) ซึ่งมีการคาดการณ์ว่ารายได้ต่อปีของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอยู่ที่ 15 พันล้านเหรียญสหรัฐซึ่งมากกว่าตลาดของสหรัฐอเมริกาถึง 2 เท่า



ในปี ค.ศ. 2016 ตลาดอาหารเสริมสำหรับการออกกำลังกาย อาหารเสริมทดแทนอาหาร และอาหารเสริมบำรุงเฉพาะด้านมีรายได้อยู่ที่ 45.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 7.6 เปอร์เซ็นต์ และมีสัดส่วนการจำหน่ายอยู่ที่ 37.4 เปอร์เซ็นต์ของอาหารเสริมทั่วโลก ในขณะที่ตลาดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีการเติบโตอยู่ที่ 10 เปอร์เซ็นต์ (ปี ค.ศ. 2017-2022) หรือ คาดว่าจะมีรายได้อยู่ที่ 1.3 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี ค.ศ 2022

ส่วนภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกา มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 11 เปอร์เซ็นต์ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตดังกล่าวได้แก่การเพิ่มขึ้นของโรคอ้วนและน้ำหนักเกิน ดังนั้นอาหารเสริมที่มีสูตรสำหรับการจัดการน้ำหนักจึงได้รับความนิยมอย่างสูง โดยเฉพาะอาหารเสริมทดแทนอาหารและอาหารเสริมประเภทโปรตีน

แหล่งอ้างอิง 1. Bluebonnet. (2018). Specialty Supplements.

2. Newhope Network. (2018). Blue Apron still losing customers | Lawsuit: Nestlé mislabeled GMO products.

3. Newhope Network. (2018). New Hope Natural Media.

4 .Ordenez, Carolina. (2018). Asia Pacific Is Sports Nutrition’s Next Hot Spot. Nutrition

1.2 สถานการณ์เฉพาะในประเทศ หรือในท้องถิ่น

ศูนย์วิจัยธนาคารไทยพาณิชย์ วิเคราะห์ว่าอาหารเสริมหนึ่งในภาคธุรกิจที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นโอกาสที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการ แต่ในวันนี้ตลาดนี้กำลังปรับตัว อาหารเสริมประเภทความงามเติบโตลดลง ในขณะที่อาหารเสริมสุขภาพ และรักษาโรคมะเร็งเติบโตอย่างต่อเนื่อง นั่นเป็นโอกาสที่ดีที่คนทำธุรกิจควรปรับตัว อาหารเสริมสุขภาพ (Supplementary) เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการ ที่ผ่านมามีผู้ประกอบการธุรกิจนี้มากขึ้น มีการสร้างแบรนด์ของตัวเอง จำหน่ายสินค้าจนประสบความสำเร็จเป็นจำนวนมาก

จากข้อมูลของ EuroMonitor พบว่าธุรกิจอาหารเสริมของไทยมีมูลค่ามากกว่า 6.67 แสนล้านบาท โดยธุรกิจอาหารเสริมนี้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. อาหารเสริมสุขภาพและรักษาโรค อาหารเสริมสุขภาพ และรักษาโรคเป็นตลาดที่มีมูลค่ามากที่สุด ด้วยมูลค่ากว่า 518,000 ล้านบาท ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึง 78 %
2. อาหารเสริมความงาม รองลงมาเป็นอาหารเสริมความงาม มีมูลค่าตลาดประมาณ 142,000 ล้านบาท ส่วนแบ่งการตลาด 21 %
3. อาหารเสริมเพิ่มสมรรถภาพทางร่างกาย อันดับสุดท้ายตลาดอาหารเสริมเพิ่มสมรรถภาพทางร่างกายมีมูลค่าตลาด 66,700 ล้านบาท ส่วนแบ่งการตลาด 1 %

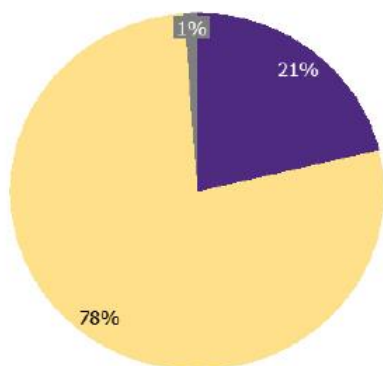
โดยคาดว่าปี 2017 ตลาดอาหารเสริมจะเติบโตเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 11% เป็น 738,000 ล้านบาท

ศูนย์วิจัยธนาคารไทยพาณิชย์ ให้ข้อมูลว่า ความเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ Aging Society ของสังคมไทย ทำให้ตลาดอาหารเสริมความงามที่เติบโตมากระยะหนึ่งนั้นมีการเติบโตที่ลดลง ขณะที่อาหารเสริมสุขภาพ และรักษาโรคที่เป็นกระแสหลักของกลุ่มอาหารเสริมยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

รูปที่ 1: มูลค่าตลาดอาหารเสริมทั้งหมดเติบโตได้ดี

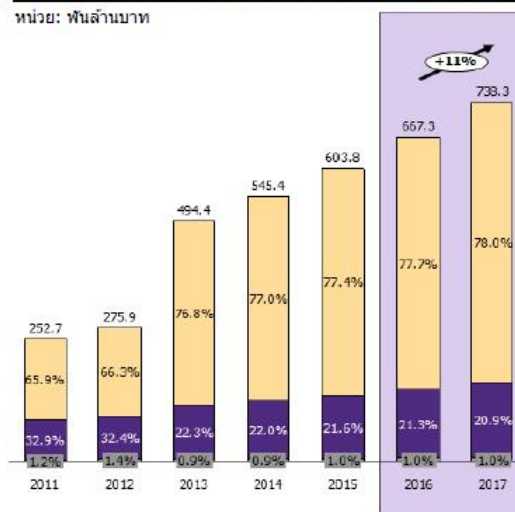
มูลค่าตลาดอาหารเสริมแต่ละประเภท ปี 2016

หน่วย: %



การเติบโตของมูลค่าตลาดอาหารเสริมรวมในไทย ปี 2017

หน่วย: พันล้านบาท



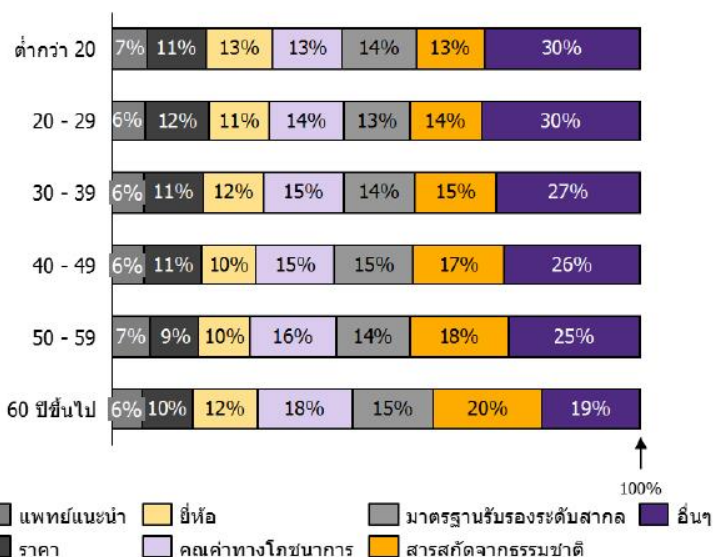
■ อาหารเสริมความงาม ■ อาหารเสริมสุขภาพ และรักษาโรค ■ อาหารเสริมเพิ่มสมรรถภาพทางร่างกาย

รูปที่ 2: ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก

โดยสังเกตได้จากปัจจัยที่เลือกซื้อสินค้า ได้แก่ สารสกัดจากธรรมชาติ คุณค่าทางโภชนาการ และมาตรฐานรับรองระดับสากล

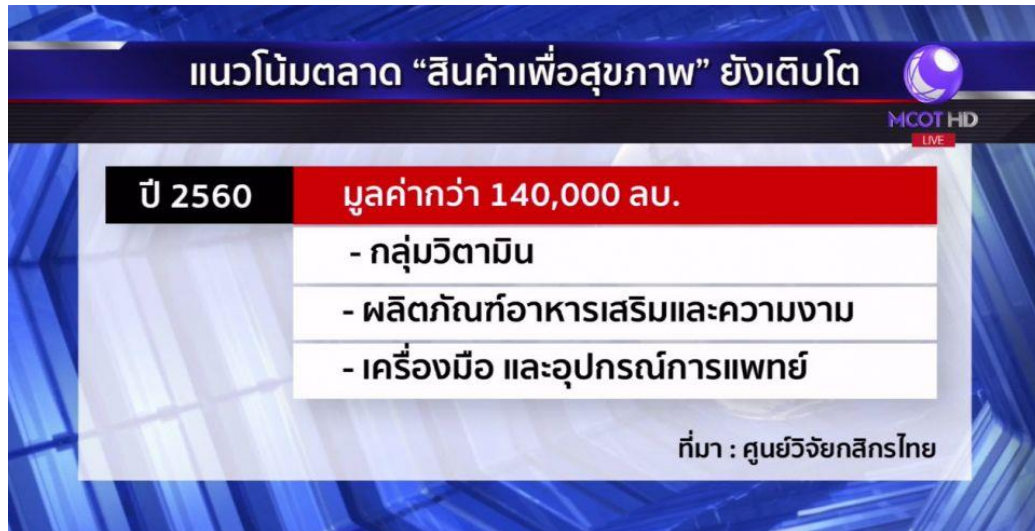
พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเสริมแต่ละช่วงอายุแบ่งตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารเสริม

หน่วย: % (จากผู้สำรวจทั้งหมด 10,757 คน)



ที่มา: การวิเคราะห์โดย EIC จากข้อมูลของผลสำรวจวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและพืชสมุนไพรในยุคปัจจุบัน (สิงหาคม 2016)

ตัวเลขจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย รายงานแนวโน้มตลาด "สินค้าเพื่อสุขภาพ" ในภาพรวมยังคงเติบโต โดยในปี 2560 พบว่ามีมูลค่าสูงถึง 140,000 ล้านบาท แบ่งเป็น 3 ประเภทผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย กลุ่มวิตามิน ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและความงาม และเครื่องมือ-อุปกรณ์ทางการแพทย์



เจาะลึกลงไปเฉพาะกลุ่ม "สินค้าเพื่อสุขภาพ" พบว่าเติบโตต่อเนื่องจากหลายปีก่อน โดยในปี 2560 มูลค่าตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์วิตามินและอาหารเสริมสูงกว่า 60,000 ล้านบาท ขยายตัวจากปี 2559 ถึงร้อยละ 11.5

โดยในปี 2562 นี้ ถือว่าเป็นปีที่ดีของอุตสาหกรรมเพราะปีที่ผ่านมารัฐบาลได้เข้มงวดในธุรกิจอาหารเสริมมีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ทำผิดกฎหมาย ไม่ถูกต้อง ไม่ได้มาตรฐาน และโฆษณาเกินจริง อย่างเข้มงวด ทำให้ในปีนี้ผู้บริโภคมีความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่วางจำหน่ายในท้องตลาดมีความปลอดภัย อีกทั้งปัจจุบันกระแสการใส่ใจสุขภาพได้รับความนิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ จนกลายเป็นเทรนด์ ซึ่งผลวิจัยจาก TCDC เมื่อปี 2561 ระบุว่า ธุรกิจที่ส่งเสริมให้คนมีสุขภาพดีเติบโตขึ้นทั่วโลกถึง 10.6% หรือคิดเป็น 122 ล้านล้านบาทต่อปี ทั้งนี้ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพเติบโตอย่างรวดเร็วในทุกปีและยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

1.3 ความสนใจ

สืบเนื่องมาจาก การคิดค้นและพัฒนาอาหารเสริมปัจจุบันใช้วัตถุดิบจากสมุนไพรหรือสารสกัดจากธรรมชาติทดแทนอาหารเสริมสังเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสคืนสู่ธรรมชาติ (Back to the Nature) ของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ซึ่งพบว่าในช่วงปี 2011 - 2015 ตลาดอาหารเสริมที่มาจากธรรมชาติมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมสูงถึง 13% ต่อปี ขณะที่อาหารเสริมสังเคราะห์ทั่วไปเติบโตสะสมเฉลี่ยเพียง 7 - 8% ต่อปีเท่านั้น สะท้อนได้อย่างชัดเจนถึงความเชื่อมั่นของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่มาจากธรรมชาติ ทั้งในแง่ความปลอดภัย รวมถึงผลข้างเคียงต่อสุขภาพที่ต่ำกว่าอาหารเสริมสังเคราะห์

อย่างไรก็ตามพบว่าปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่มาจากธรรมชาติยังมีขายในท้องตลาดเพียงไม่กี่ชนิดเท่านั้น เช่น ชุปไก่สกัด ผลไม้สกัด หรือสมุนไพรบางชนิด ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการวิจัยและพัฒนาเพื่อต่อ

ยอดผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรและสารสกัดจากธรรมชาติยังมีอยู่น้อย จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางสำหรับผู้เล่นในตลาดอาหารเสริมในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสมุนไพรหรือสารสกัดจากธรรมชาติได้อีกมาก

ผู้วิจัยจึงมองเห็นโอกาสของการทำธุรกิจอาหารเสริมที่เป็นสารสกัดจากธรรมชาติ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานวิจัยจากวิทยาศาสตร์การแพทย์ และประกอบกับตัวเองมีปัญหาลักษณะสุขภาพจากภาวะภูมิแพ้จากการทำงานอาชีพเดิมที่มีแต่ภาวะความเครียด และลักษณะของงานเดิมที่ต้องวิ่งหาลูกค้า ทำงานนอกออฟฟิศตลอด รับประทานอาหารไม่ตรงเวลา เพราะเวลานัดหมายที่ลูกค้าสะดวกมักจะเป็นช่วงเวลาสายๆ หรือก่อนบ่าย ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าว เราต้องขับรถเพื่อไปให้ทันเวลานัดหมาย เจออากาศร้อนสลับหนาว ด้วยงานเป็นงานที่ต้องใส่ใจลูกค้า งานของการบริการ จึงให้เวลาไปกับการดูแลและให้คำแนะนำ บริการลูกค้า พักผ่อนก็น้อย แทบไม่ได้ออกกำลังกายเลย จึงส่งผลให้สุขภาพตัวเองมีปัญหาและมีอาการที่แย่งทุกปี ซึ่งวิถีชีวิตแบบนี้ เป็นวิถีชีวิตของคนทำงานในยุคปัจจุบันแทบทุกอาชีพ ที่มีแต่ความเครียด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาลักษณะเรื้อรังได้ และเกิดความเสื่อมของร่างกายเร็วขึ้น

ผู้วิจัย จึงได้เห็นความสำเร็จของการดูแลสุขภาพตัวเอง การหาเงินมาแล้วต้องมารักษาตัวเองมันไม่คุ้มเลย และเห็นโอกาสทางธุรกิจของผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จึงได้เริ่มศึกษาอย่างจริงจังและตัดสินใจทำเป็นธุรกิจ เมื่อปี 2556 โดยเลือกร่วมงานกับบริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นสาขาของบริษัท 4Life Research จากอเมริกา ซึ่งบริษัทวิจัยด้านสุขภาพที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องการผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพภูมิคุ้มกัน ที่มีทั้งทีมแพทย์ ทีมวิจัย ทีมนักโภชนาการ และทีมนักวิทยาศาสตร์ เพื่อให้ผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้รับการรับรองและมีการพิสูจน์แล้วว่ามีประสิทธิภาพสูงต่อการเข้าไปดูแลสุขภาพในระดับเซลล์ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่จดสิทธิบัตรการสกัด ทรานสเฟอริน แพกเตอร์ จากน้ำนมเหลืองของแม่วัว และจากไข่แดงของไข่ไก่เจ้าเดียวของโลก มีความโดดเด่นที่ไม่เหมือนกัน เราไม่ใช่ยา ไม่ใช่ฮอร์โมน ไม่ใช่วิตามินเกลือแร่ แต่เป็นโมเลกุลภูมิคุ้มกัน ที่เหนือไปกว่าการให้อาหารเซลล์ แต่ลึกลงไปถึงระดับโมเลกุลที่จะช่วยส่งเสริมระบบการเรียนรู้ การสื่อสารระหว่างภูมิคุ้มกัน เพื่อการตอบสนองของภูมิคุ้มกันที่ดีที่สุด ที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของภูมิคุ้มกัน NK Cell ได้สูงถึง 437 % (Natural Killer Cell หรือ NK cell เซลล์เพชฌฆาต คือ เซลล์เม็ดเลือดขาวชนิดหนึ่งซึ่งเป็นเซลล์สำคัญในระบบภูมิคุ้มกัน) เมื่อภูมิคุ้มกันเราแข็งแรง สุขภาพเราก็จะดีขึ้น เพราะหมอที่สำคัญที่สุดของมนุษย์ คือภูมิคุ้มกัน

1.4 แร่งบันดาลใจ

คนที่ป่วยบ่อย เป็นสัญญาณเตือนว่า ตัวเรากำลังมีปัญหาลักษณะสุขภาพมีร่างกายที่อ่อนแอ ถ้าลองสังเกตตัวเองดู ก็จะรู้ว่ามาจากการทำงานที่ตัวเองละเลยการดูแลสุขภาพ เพราะถ้าทานอาหารไม่ดี ไม่ออกกำลังกาย เครียดจัด พักผ่อนน้อย โรคภัยก็ถามหาได้ง่าย ๆ หรืออีกสาเหตุหนึ่งที่น่าจะเป็นไปได้ก็คือ เพราะภูมิคุ้มกันในร่างกายอ่อนแอ ซึ่งก็เป็นผลมาจากการที่เราไม่ดูแลสุขภาพด้วย เพราะภูมิคุ้มกันในร่างกายก็เปรียบเสมือนปราการด่านแรกสำหรับต้านโรคภัย

ความจริงแล้วเราอยู่กับเชื้อโรครอบตัวมากมาตลอดเวลา และในแต่ละวันก็อาจสัมผัสกับเชื้อโรค เยอะแยะ แต่ทำไมเราถึงไม่เจ็บป่วย หรือนาน ๆ จะเจ็บป่วยสักที ก็เพราะร่างกายมีระบบภูมิคุ้มกันเซลล์เม็ดเลือดขาวที่เปรียบเสมือนทหารคอยจัดการปราบเชื้อโรค ซึ่งถ้าทหารแข็งแรง เชื้อโรคก็ยากที่จะเข้ามา แต่หากช่วงใดร่างกายอ่อนแอก็จะส่งผลไปที่ระบบภูมิคุ้มกันด้วย ทำให้เราเจ็บป่วย ดังนั้นการดูแลภูมิคุ้มกันจึงเป็นเรื่องสำคัญที่เราต้องใส่ใจ

ผู้วิจัยก็ประสบปัญหาสุขภาพจากการละเลยการดูแลสุขภาพ จึงกลายเป็นคนมีภาวะภูมิแพ้ที่ไวต่ออากาศ จะมีภาวะคันตา คันจมูก และมีน้ำมูกใสๆ บ่อยๆ เป็นหวัดง่าย และจะมีอาการรุนแรงขึ้นในช่วงอากาศเปลี่ยนโดยเฉพาะช่วงรอยต่อของฤดู จะมีภาวะไอเรื้อรังติดต่อกัน นานถึง 3 เดือน จึงทำให้ได้ตระหนักถึงการต้องใส่ใจและดูแลสุขภาพตัวเอง โดยเฉพาะการดูแลภูมิคุ้มกันให้แข็งแรง เพราะคนที่มีปัญหาสุขภาพที่เกี่ยวกับภูมิคุ้มกัน ไม่ว่าจะเป็น ภาวะภูมิแพ้ ภูมิไวเกิน ภูมิคุ้มกันทำลายตัวเอง ภูมิต่ำ หรือมีภาวะเจ็บป่วยเรื้อรัง ล้วนมาจากภูมิคุ้มกันเรามีปัญหา เราต้องไปแก้ที่สาเหตุเลย คือแก้และรักษาที่ภูมิคุ้มกันให้กลับไปทำงานเป็นปกติ การใช้ยารักษาเป็นเพียงแค่การรักษาที่ปลายเหตุแล้ว ซ้ำยังมีผลข้างเคียงจากการใช้ยาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะมีผลเคียงข้างต่อบีบ ไต ได้ ดังนั้นการหันมาดูแลสุขภาพก่อนป่วยย่อมดีกว่า ป่วยแล้วจึงได้รับมาดูแลตัวเอง

หลังจากที่ผู้วิจัยก็ได้ศึกษาผลิตภัณฑ์เสริมภูมิคุ้มกันของ 4ไลฟ์ และได้ทานเอง สุขภาพก็ดีขึ้น ไม่ต้องไปหาหมอเหมือนที่ผ่านมา ร่างกายสดชื่น แข็งแรงขึ้น อาการภูมิแพ้ที่เป็นก็หายไป จึงได้เกิดแรงบันดาลใจที่จะทำธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและเริ่มดูแลสุขภาพตัวเองแบบจริงจัง เพราะเราได้รู้ด้วยตัวเองแล้วว่าเราสามารถป้องกันร่างกายให้ห่างไกลโรคได้ด้วยวิธีการดูแลตัวเอง ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิต และไม่ว่าการเจ็บป่วยนั้น จากกรรมพันธุ์หรือเพราะพฤติกรรม เราก็สามารถมีภูมิคุ้มกันที่ดีขึ้น โดยปฏิบัติดังนี้ ทานอาหารต้านโรค นอกเหนือจากการทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ ควรเสริมด้วยอาหารที่ช่วยสร้างเสริมระบบภูมิคุ้มกัน ออกกำลังกาย พักผ่อนให้เพียงพอ ทำจิตใจให้โปร่งใส ทั้งหมดนี้ควรปฏิบัติควบคู่กันเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ทางสุขภาพที่ดีขึ้น

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 บริบทขององค์กร/ สถานการณ์ในปัจจุบัน

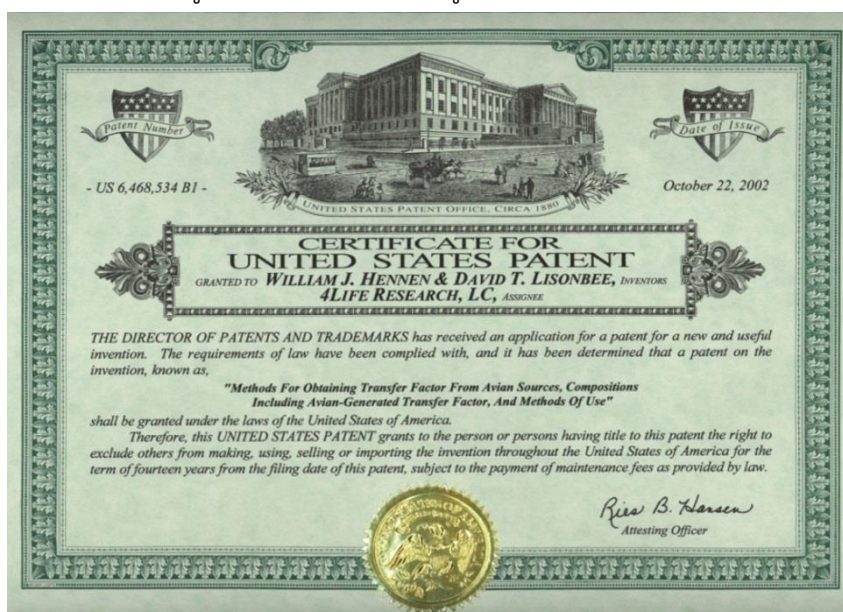
บริษัท 4 life research จำกัด เป็นบริษัทวิจัยด้านสุขภาพ ตั้งอยู่ที่รัฐยูทาห์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ไปไกลกว่าการเป็นเพียงบริษัทผลิตอาหารเสริมธรรมดาๆ เพราะเป็นผู้นำศาสตร์การสื่อสารของระบบภูมิคุ้มกันที่ได้สร้างผลิตภัณฑ์ “4ไลฟ์ ทรานสเฟอร์แฟกเตอร์ (4life Transfer Factor) ผลิตภัณฑ์ 4ไลฟ์ ทำให้สุขภาพของมนุษย์ดีขึ้น โดยผ่านทางวิสัยทัศน์ของผู้ก่อตั้งบริษัท ในเรื่องของวิทยาศาสตร์ (Science) ความสำเร็จ (Success) และการบริการ (Service) ผลิตภัณฑ์เสริมภูมิคุ้มกัน 4ไลฟ์ ได้เริ่มต้นขึ้นมาจากบุคคล 2 ท่าน คือ

คุณเดวิด ลิซันบี และคุณเบียงก้า ลิซันบี ในการศึกษาค้นคว้าระบบภูมิคุ้มกันที่แข็งแรงกว่า ทั้ง 2 ท่าน ได้ใช้เวลาถึง 20 ปี ในการจัดหาวิธีการแก้ปัญหาสำหรับระบบภูมิคุ้มกันให้ฟื้นไข้ได้เร็วกว่า

สิ่งที่คุณเดวิดได้ค้นพบนี้ มันไม่ใช่วิตามิน ไม่ใช่แร่ธาตุ ไม่ใช่สมุนไพร หรือชิ้นส่วนของผลไม้ แต่มันคือโมเลกุลเฉพาะ ซึ่งพบได้ในระบบภูมิคุ้มกันของร่างกาย ซึ่งโมเลกุลนั้นถูกเรียกว่า “ทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์” คือ โปรตีนโมเลกุล ซึ่งทำหน้าที่ส่งผ่านความสามารถในการตอบสนองของระบบภูมิคุ้มกันแบบเซลล์ เป็นโมเลกุลเล็กๆ ที่ทำงานด้านการสื่อสารต่างๆ ในระบบภูมิคุ้มกัน ซึ่งถ่ายทอดความจำจากภูมิคุ้มกันตัวหลักที่แข็งแรง ไปสู่ภูมิคุ้มกันตัวอื่น ๆ ในการจำแนก การตอบสนอง และการจดจำได้ถึงภัยคุกคามต่างๆ รวมถึงผลกระทบความเครียด คุณเดวิด ได้ค้นพบงานวิจัยทรานสเฟอร์แฟกเตอร์ เมื่อปี 1990 และนี่คือ จุดเริ่มต้นของการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ดูแลภูมิคุ้มกันที่ไม่เหมือนใครในโลก

คุณเดวิดได้เริ่มก่อตั้ง บริษัท 4 life research ในปี ค.ศ.1998 ร่วมกับภรรยาของเขา ได้จดสิทธิบัตรอย่างถูกต้องของสิทธิบัตรในเรื่องของขั้นตอนการแยก ทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์ และได้ออกผลิตภัณฑ์ดูแลภูมิคุ้มกันในปีนั้นเลย

บริษัท 4 life research จำกัด เป็นบริษัทแรกที่ได้รับสิทธิบัตรการสกัดทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์จากน้ำเหลืองของแม่วัว และยังจดสิทธิบัตรต่างๆ อีก 11 ฉบับ และมีอีกมากกว่า 10 ฉบับที่รอการรับรองอยู่ ซึ่งสิทธิในปัจจุบันนี้ครอบคลุมถึง สิทธิบัตรทางเทคนิคสำหรับกระบวนการสกัดทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์จากไข่แดงของไข่ไก่ (US Patent # 6,468,534) สิทธิบัตรกรรมวิธีการรวมส่วนประกอบสำคัญของทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์ จากไข่แดงของไข่ไก่ และนมเหลืองจากวัว (US Patent # 6,866,868) ซึ่งผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้รับการพิสูจน์แล้วว่า มีประสิทธิภาพสูง และใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต





สำนักงานใหญ่ : รัฐยูทาห์ ประเทศสหรัฐอเมริกา

บริษัท 4 life research จำกัด ได้ตระหนักถึง การมีภูมิคุ้มกันที่แข็งแรงและการมีภาวะร่างกายที่สมบูรณ์ เพราะนั่นหมายถึง ความเร็ว และการตอบสนองที่มีประสิทธิภาพต่อภัยคุกคามต่าง ๆ ต่อสุขภาพหรือปัจจัยกระตุ้นต่างๆ ที่มาจากความเครียด ยิ่งการตอบสนองต่อภัยที่คุกคามสุขภาพของเราทำได้เร็วเท่าไร นั่นหมายถึงการมีพลังงานเหลือที่มากขึ้นที่สามารถนำไปใช้ในระบอบอื่นๆ ของร่างกายได้มากขึ้น

บริษัท 4 life research จำกัด เป็นบริษัทที่มั่นคงระดับ World Class ที่มีทีมแพทย์ ทีมนักวิทยาศาสตร์ ทีมนักวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ พร้อมจดสิทธิบัตรเป็นของ 4ไลฟ์ เอง มีโรงงานที่ได้มาตรฐานและควบคุมทุกขั้นตอนของการผลิต ทั้งในส่วนของการทอหุ้ม บรรจุลงแคปซูลและบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นส่งออกมาจากประเทศอเมริกาถึงผู้จำหน่ายและลูกค้าจึงมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของ 4ไลฟ์ มีคุณภาพและเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก

ผลิตภัณฑ์ 4Life ได้รับการตีพิมพ์ในหนังสืออ้างอิงทางการแพทย์ PDR (Physician 'Desk Reference) ในปี 2003 และยังคงได้รับการรับรองต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยที่สามารถนำไปดูแลสุขภาพได้

PDR หนังสืออ้างอิงทางการแพทย์ที่เป็นที่ยอมรับของแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์มากกว่า 60 ปี ที่ใช้เป็นแหล่งกลางที่ปราศจากอคติ เป็นแหล่งอ้างอิงที่สำคัญที่สุดของยา และข้อมูลการรักษา รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่ช่วยดูแลสุขภาพได้จริง



รางวัลและเกียรติยศ

4ไลฟ์ถูกระบุอยู่ในหนังสือพีดีอาร์

หนังสือพีดีอาร์เป็นคู่มือหนึ่งที่แพทย์ใช้เมื่อแพทย์ต้องการข้อมูลล่าสุดของสมุนไพรและอาหารเสริม และผลิตภัณฑ์ 4ไลฟ์ ทรานสเฟอรัล แพกเตอร์ได้ถูกระบุไว้ในหนังสือพีดีอาร์นี้ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545

บริษัท 4life research เปิดมานานแล้วกว่า 21 ปี มีสำนักงานสาขากว่า 24 ประเทศและดำเนินธุรกิจกว่า 72 ประเทศ ประเทศไทยก็เป็นหนึ่งประเทศที่เป็นสำนักงานสาขาในประเทศไทย บริษัท 4ไลฟ์ เปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2549 ใช้ชื่อว่า “บริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด “ มีหน้าที่ดูแลและบริหารสต็อก โดยมีนักธุรกิจที่เข้าร่วมทำธุรกิจเป็นผู้มีหน้าที่จำหน่ายและให้คำแนะนำเรื่องผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัักษณ์ได้มองเห็นโอกาสในการธุรกิจจึงได้เข้าร่วมงานเปิดเป็นศูนย์จำหน่าย เป็นศูนย์จำหน่ายผ่านเว็บไซต์ ชื่อเว็บไซต์ www.4life4good.com เมื่อปี 2556 บริหารจัดการและดูแลด้วยตัวเอง ปัจจุบันเป็นนักธุรกิจระดับ Presidential Diamond ออกรหัสเมื่อวันที่ 5 กันยายน 2556 มีนักธุรกิจระดับผู้นำและสมาชิกที่สามารถสร้างธุรกิจได้ ภายใต้อองค์กรกว่า 100 รหัส ที่ต้องดูแล โดยมีผู้นำในระดับ Diamond 8 สายงาน ระดับ Builder 12 สายงาน และระดับ Associate 4 สายงาน รวม 24 สายงาน เป็นผู้จำหน่ายในสายงานที่กระจายอยู่หลายพื้นที่ ทั้งในกรุงเทพและปริมณฑล และต่างจังหวัด

สถานที่ตั้ง / ผังบริหารงาน/บุคคลกร/เครื่องจักร

บริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด ตั้งอยู่ที่ อาคารอัมรินทร์พลาซ่า ชั้น 4 ยูนิต 1-3 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร เป็นสำนักงานใหญ่ เปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2549 และมีสาขาอยู่ที่เชียงใหม่ เปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2557

โลโก้ของบริษัท



แผนผังการบริหารงานของ บริษัท 4life research



การผลิตทุกขั้นตอนจะผลิตที่อเมริกาและถูกส่งออกมายังสาขาทั่วโลก

การบริหารจัดการในด้านงานวิจัย การควบคุมการผลิต การผลิต การบรรจุ การติดฉลากและการหีบห่อ จะผ่านการดูแลคุณภาพทุกขั้นตอนจากโรงงาน ที่ บริษัท 4life research ที่ประเทศอเมริกา ผลิตภัณฑ์ทุกอย่างจะส่งออกไปตามประเทศต่างๆทั่วโลก เพื่อให้มีมาตรฐานเดียวกันและได้คุณภาพสูงสุด ก่อนจะถูกส่งต่อให้สาขาที่เป็นศูนย์จำหน่าย

บริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด จะเป็นคลังสินค้าในประเทศไทยและเป็นศูนย์เรียนรู้และพัฒนาสมาชิกร่วมกับผู้นำที่เป็นหุ้นส่วนธุรกิจ ซึ่งก็คือผู้จัดจำหน่ายที่ขึ้นตรงและทำงานร่วมกับบริษัท ซึ่งตัวผู้วิจัักษณ์ก็เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างและขยายทีมงาน และบริหารธุรกิจเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของตลาดและถูกส่งไปยังสมาชิกและลูกค้าทั่วประเทศ

แผนผังองค์กรสายงานของผู้วิจัักษณ์ที่ บริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด



ตามผังของบริษัท ผู้วิจัักษณ์เป็นนักธุรกิจของบริษัทที่อยู่ในสายบริหารด้านการขายและการขยายทีมงานฝ่ายขาย ปัจจุบันอยู่ในตำแหน่งผู้นำระดับ Presidential Diamond มีหน้าที่บริหารยอดขายและขยายทีมงาน พัฒนาและสร้างบุคลากรให้เป็นนักธุรกิจในสายงาน

ปัจจุบันมีทีมงานและสมาชิกที่ทำธุรกิจภายใต้องค์กรกว่า 100 รหัส ที่ต้องดูแล โดยมีผู้นำในระดับ Diamond ได้สายงาน 8 รหัส ระดับ Builder 12 รหัส และระดับ Associate 4 รหัส รวม 24 รหัสสายงาน และนักธุรกิจรายย่อย (Preferred customer) กว่า 100 รหัส



ผู้วิจัยฯ ได้เข้าร่วมธุรกิจเป็นนักธุรกิจของบริษัท เมื่อวันที่ 5 กันยายน 2556 ทำงานได้เพียง 1 เดือน ก็มียอดขายและขยายทีมได้ถึงเป้า ก็สามารถเป็นผู้นำระดับไดมอนด์ (Diamond) เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2556 และใช้เวลาเพียง 4 เดือน ก็สามารถขึ้นมาเป็นผู้นำระดับเพรสซิเดนเชียลไดมอนด์ (Presidential Diamond) เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2557

2.2 การเริ่มต้นสถานการณ์ในปัจจุบัน และประเภทกิจกรรม /ธุรกิจ

จากข้อมูลของ United Nations World Population Ageing พบว่า ประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วงการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ สังคมผู้สูงอายุ โดยสมบูรณ์ (Aged Society) ซึ่งสหประชาชาติระบุว่า ประเทศไทยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ในสัดส่วนเกินร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ ถือว่าประเทศนั้นก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ คาดการณ์ว่าในปี 2564 ไทยจะเข้าสู่สังคมประชากรสูงวัยแบบสมบูรณ์

จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากร ซึ่งแม้การเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นอย่าง ค่อยเป็นค่อยไปในระยะยาว สิ่งที่นักการตลาดต้องให้ความสนใจจับตามองและเตรียมการล่วงหน้าไว้ ซึ่งถือเป็นแนวโน้มที่ดีของตลาดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในประเทศไทย และค่านิยมของคนไทยเองก็จะเชื่อว่าอาหารที่บริโภคทุกวันนั้นไม่มีสารอาหารครบถ้วนตามที่ร่างกายต้องการ จึงรับประทานอาหารเสริมเพื่อไปเสริมให้ร่างกายได้สารอาหารครบถ้วนสมบูรณ์

ปัจจุบันกระแสความนิยมผลิตภัณฑ์ที่สกัดมาจากธรรมชาติจึงเป็นที่นิยมของตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพที่มีงานวิจัยทางการแพทย์มารองรับ ซึ่งผลิตภัณฑ์ 4ไลฟ์ก็เป็นผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาด และช่วยดูแลแก้ไขปัญหสุขภาพที่สาเหตุหลักที่จะทำให้คนเจ็บป่วยได้ง่าย คือการดูแลที่ภูมิคุ้มกัน จะทำให้ประหยัดค่ารักษาพยาบาล เพราะการป้องกันไม่ให้เจ็บป่วย ย่อมดีกว่าการป่วยแล้วต้องมารักษาตัว ดังนั้นทิศทางการธุรกิจ 4ไลฟ์ จึงเป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการดูแลสุขภาพได้ดีที่สุดของยุคนี้

ประเภทธุรกิจและผลิตภัณฑ์ของบริษัท

บริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) เป็นบริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมภูมิคุ้มกันและผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาเกือบทุกอย่าง จะมีส่วนผสมของ ” ทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์ ” ซึ่งเป็นโมเลกุลเสริมภูมิคุ้มกันที่เป็นลิขสิทธิ์เฉพาะของบริษัท 4ไลฟ์ มีประสิทธิภาพเสริมภูมิคุ้มกันโดยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของเซลล์เพชรฆาตได้สูงสุดถึง 437 %

ผลการศึกษาฤทธิ์เสริมภูมิคุ้มกันของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติทั้งหมด 198 ชนิด ซึ่งทำการศึกษาโดย Russian Academy of Medical Science และ Institute of Longevity Medicine, California, USA พบว่า 4ไลฟ์ ทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์ สูตรพลัส สามารถเสริมภูมิคุ้มกันได้สูงที่สุด โดยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของเซลล์เพชรฆาตหรือ NK Cell ได้สูงสุดถึง 437 % ซึ่งสูงที่สุดในบรรดาผลิตภัณฑ์เสริมภูมิคุ้มกันที่มีในท้องตลาดขณะนี้

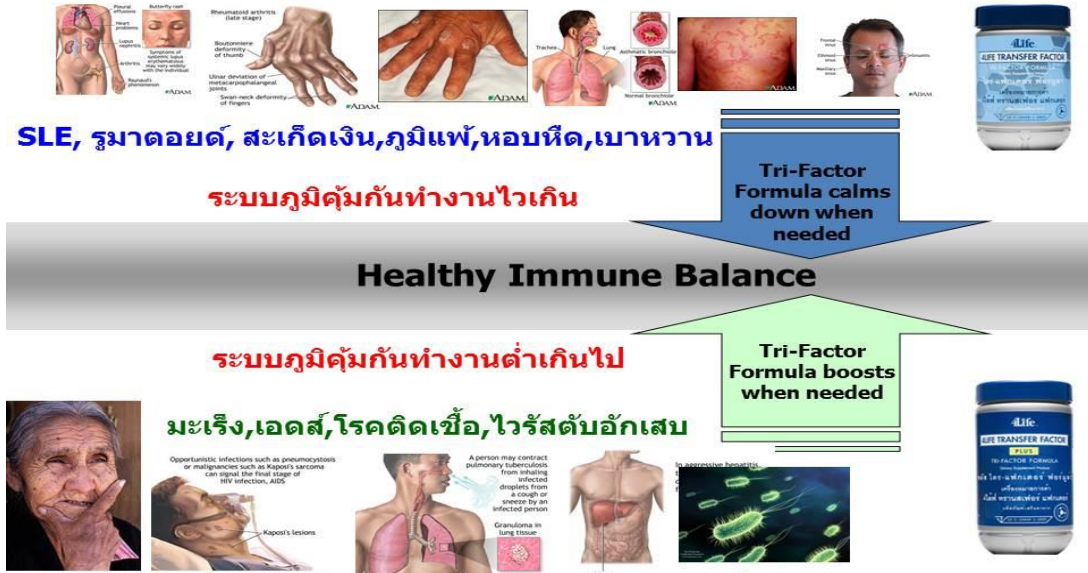
ผลิตภัณฑ์ 4ไลฟ์ เป็น Immune System Products ” ทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์ ” ไม่ใช่วิตามินเกลือแร่ สมุนไพร สารต้านอนุมูลอิสระ ฮอโมนหรือยา แต่เป็นโมเลกุลภูมิคุ้มกันทางธรรมชาติขนาดเล็กที่ทำหน้าที่ส่งสัญญาณระหว่างเซลล์ในระบบภูมิคุ้มกันช่วยให้ระบบภูมิคุ้มกันทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

กลไกการทำงานของทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์

4 ไลฟ์ ทรานสเฟอร์แฟกเตอร์ ปรับสมดุลการทำงานของระบบภูมิคุ้มกัน ถ้าเสียสมดุลก็จะก่อปัญหาสุขภาพ เช่น กรณีที่ภูมิคุ้มกันตอบสนองไวเกินก่อให้เกิดโรคภูมิแพ้ ลมพิษ หอบหืด และโรคแพ้ภูมิตัวเอง (Autoimmune) เช่น โรครูมาตอยด์ สะเก็ดเงิน เอสแอลอี (SLE) และเบาหวานชนิดที่ 1 หรือกรณีที่ภูมิคุ้มกัน

ทำงานต่ำเกินไป ก็ก่อให้เกิดโรคมะเร็ง เอ็ดส์ และโรคติดเชื้อต่างๆ เช่น ไวรัสตับอักเสบบี เอชไอวี และ วัณโรค เป็นต้น

**Transfer Factor ช่วยปรับสมดุลการทำงานของระบบภูมิคุ้มกัน
ช่วยให้อาการของโรคต่างๆทุเลาลง**



4 ไลพ์ ทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นครุภูมิคุ้มกัน มีหน้าที่ 3 อย่าง ดังนี้

1. ทำความรู้จักสิ่งแปลกปลอม คือ การทำความรู้จักกับสิ่งมีชีวิตที่ก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพ
2. โต้ตอบสิ่งแปลกปลอม คือ การจัดการและเตรียมพร้อมที่จะโจมตีสิ่งแปลกปลอมให้สิ้นซาก
3. จดจำสิ่งแปลกปลอมนั้นๆ คือ การจดจำรูปแบบของสารแอนติเจนของเชื้อนั้นๆ เพื่อความพร้อม

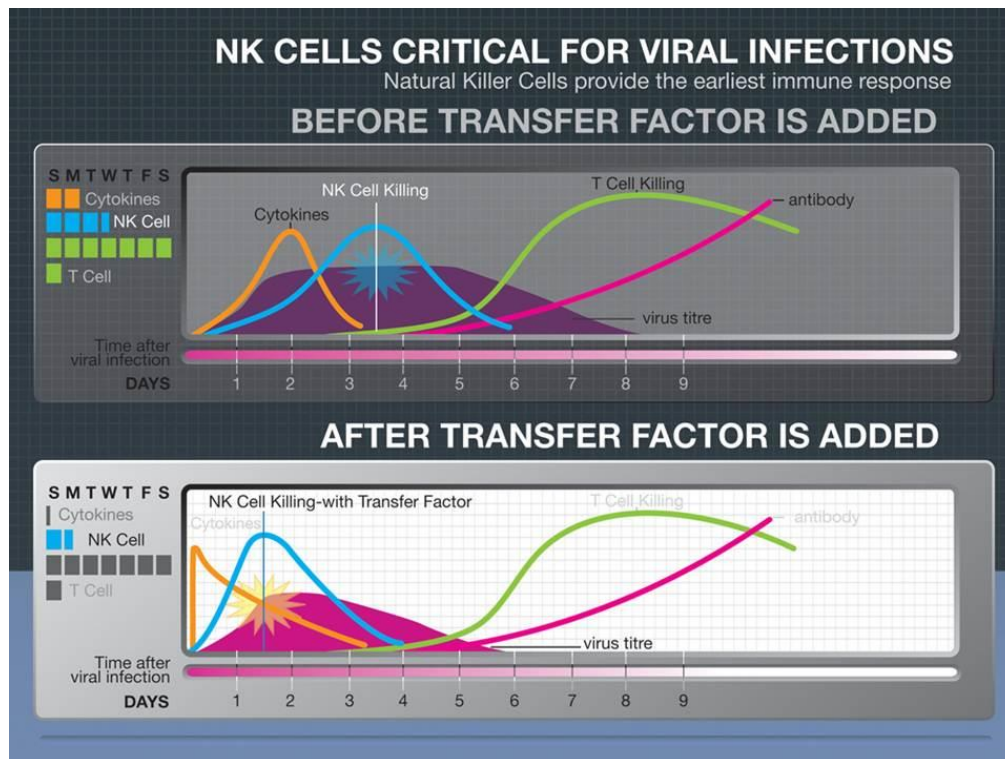
ในการตอบโต้ในคราวต่อไปหากมีสิ่งแปลกปลอมตัวเดิมบุกเข้ามาในร่างกายอีก



หน้าที่หลักของ ทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์ ในการทำงานกับระบบภูมิคุ้มกัน คือ ช่วยให้ความรู้กับระบบภูมิคุ้มกันในการจดจำผู้บุกรุก เช่น เชื้อโรคต่างๆ สิ่งปลอมแปลง รวมถึงเซลล์ภายในร่างกาย และเพิ่มประสิทธิภาพและการรักษาสมาดุลของการตอบสนองของภูมิคุ้มกัน เพื่อจดจำการโจมตีต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพต่อผู้บุกรุกในร่างกาย

4 ไล์ฟ ทรานสเฟอร์แฟกเตอร์ กับการกำจัดเชื้อโรค

ทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์ ช่วยให้ร่างกายกำจัดเชื้อไวรัสได้เร็วขึ้น ช่วยป้องกันการเจ็บป่วย และลดระยะเวลาเจ็บป่วย



ตามกราฟบน ในภาวะปกติ เมื่อมีการติดเชื้อไวรัส ก็จะเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ (ตามพื้นที่สีม่วง) NK Cell จะเริ่มกำจัดเชื้อไวรัสได้หลังจากที่ร่างกายมีการติดเชื้อไปแล้ว 3.5 วัน แต่ถ้าเราได้รับประทานทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์ (กราฟรูปปล่าง) NK Cell จะเริ่มกำจัดเชื้อได้หลังจากมีการติดเชื้อเพียง 1.5 วัน ทำให้เชื้อไวรัสเพิ่มจำนวนได้น้อยกว่ากรณีแรกซึ่งไม่ได้รับทรานสเฟอร์แฟกเตอร์ ทำให้เราฟื้นตัวจากการเจ็บป่วยได้เร็ว และอาการรุนแรงน้อยกว่า

4 ไล์ฟ ทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์ สกัดมาจากน้ำนมเหลืองของวัว (Cow Colostrum) และไข่แดงของไข่ไก่ (Chicken Egg Yolk) ด้วยกรรมวิธีการกรองด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งผ่านกาจดสิทธิบัตรไว้แล้วเป็นลิขสิทธิ์หนึ่งเดียวในโลก ผลิตภัณฑ์ที่ได้จะปราศจากยาปฏิชีวนะ ยาฆ่าแมลง และฮอร์โมน ซึ่งทรานสเฟอร์

แพ็คเกจจิ้ง จากสัตว์ต่างสายพันธุ์มีสูตรโครงสร้างทางเคมีที่เหมือนกัน จึงสามารถให้ข้ามสายพันธุ์ได้ ไม่ถือเป็น
สิ่งแปลกปลอมของร่างกายและไม่เป็นสารก่อภูมิแพ้เนื่องจากมีโมเลกุลเล็กมาก

Product 4Life Thailand



ผลิตภัณฑ์ของ 4life ในประเทศไทยแบ่งเป็นกลุ่มหลักๆ ได้ดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ 4life Transfer Factor ดูแลระบบภูมิคุ้มกัน
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ฟุงเป่า (ดูแลเฉพาะด้าน)
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพทั่วไป
4. กลุ่มผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนักดูแลรูปร่าง
5. กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว

กลุ่มผลิตภัณฑ์ Transfer Factor เพื่อดูแลระบบภูมิคุ้มกัน



1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ 4Life Transfer Factor ดูแลระบบภูมิคุ้มกัน มีดังต่อไปนี้

1.1 4Life Transfer Factor Tri-Factor Formula ช่วยปรับสมดุลและเสริมการทำงานที่มีประสิทธิภาพให้กับระบบภูมิคุ้มกัน ได้สูงถึง 283 % สำหรับคนที่มีปัญหาภูมิแพ้

1.2 . 4Life Transfer Factor Chewable Tri-Factor formula เสริมภูมิคุ้มกัน ได้สูงถึง 283 % และบำรุงสุขภาพ ลดการเจ็บป่วยในเด็ก

1.3 . 4Life Transfer Factor Plus Tri-Factor Formula เพิ่มประสิทธิภาพภูมิคุ้มกันให้สูงขึ้น ได้สูงถึง 437 % สำหรับคนที่มีปัญหาภูมิคุ้มกันต่ำ

1.4 . 4Life Transfer Factor Riovida น้ำผลไม้เข้มข้นช่วยปรับสมดุลและเสริมการทำงานที่มีประสิทธิภาพให้กับระบบภูมิคุ้มกัน ได้สูงถึง 283 %

1.5 . 4Life Transfer Factor Riovida Stix ผงสกัดผลไม้เข้มข้นช่วยปรับสมดุลและเสริมการทำงานที่มีประสิทธิภาพให้กับระบบภูมิคุ้มกัน



2. กลุ่มผลิตภัณฑ์ฟุงเป้า มีดังต่อไปนี้

2.1 4Life Recall เป็นทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์ แบบฟุงเป้า สำหรับบำรุงสมองและระบบประสาท

2.2 4Life BCV เป็นทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์ แบบฟุงเป้า สำหรับดูแลสุขภาพหัวใจและหลอดเลือด

2.3 4Life Glutamine เป็นทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์ แบบฟุงเป้า ช่วยในการล้างพิษในร่างกาย สมานแผลในลำไส้ ทำความสะอาดเซลล์ ทำให้ผิวกระจ่างใสและนอนหลับได้ดี

3. กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงสุขภาพทั่วไป ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้จะไม่มีการผสมของทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์ มีดังต่อไปนี้

3.1. BioEFA น้ำมันปลาโอ โออีเอฟเอ สูตรเฉพาะของ 4Life ให้กรดไขมันจำเป็นทั้งในกลุ่มโอเมก้า-3 ชนิด EPA และ DHA สูงกว่าน้ำมันปลาทั่วไป และ โอเมก้า-6 ที่จำเป็นสำหรับร่างกาย ช่วยลดการจับตัวของเกล็ดเลือด ยับยั้งการแข็งตัวของเลือด ทำให้เลือดไหลเวียนดี ลดความเสี่ยงต่อโรคหัวใจและหลอดเลือด และความเสี่ยงต่อโรคสมองเสื่อม

3.2 CM แคลเซียม สูตรเฉพาะของ 4Life ประกอบไปด้วยแร่ธาตุและวิตามินที่จำเป็นสำหรับการเสริมสร้างกระดูกและฟันให้แข็งแรง ประกอบไปด้วยแคลเซียมและแมกนีเซียมในสัดส่วน 2 : 1 ซึ่งเหมาะสำหรับการดูดซึมแคลเซียมและการทำงานของกล้ามเนื้อ รวมทั้งให้วิตามินดีและวิตามินเค ช่วยในการดูดซึมแคลเซียมไปใช้ได้ดียิ่งมีประสิทธิภาพ ไม่เกิดการตกค้าง

3.3 PBGS+ High anti-oxidant ป้องกันและต้านอนุมูลอิสระสูง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสารต้านอนุมูลอิสระที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ช่วยลดความเสียหายของร่างกายจากการทำลายของอนุมูลอิสระ รวมถึงชะลอความชรา

4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนักดูแลรูปร่าง



4. กลุ่มผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนักและดูแลรูปร่าง ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มีสารผสมของทรานสเฟอร์แฟกเตอร์ มีดังต่อไปนี้

4.1. NutraStart เครื่องดื่มทดแทนมื้ออาหาร รสช็อกโกแลต เครื่องดื่มโปรตีนสกัดจากถั่วเหลือง โปรตีนเวย์ โยอาหาร วิตามิน 12 ชนิด แร่ธาตุ 8 ชนิด เป็นเครื่องดื่มรสชาติดี ส่วนผสมจากธรรมชาติไม่ผ่านการตัดต่อพันธุกรรม Non GMO ต้มทดแทนมื้ออาหาร ลดความหิว ให้พลังงานสูงและคุณค่าทางสารอาหารแก่ร่างกาย ที่มีแคลอรีต่ำ ทำให้รูปร่างกระชับ ลดภาวะสะสมเนื้อเยื่อไขมัน

4.2 Pro TF เวย์โปรตีน ไฮโดรไลซ์ Hydrolyzed Whey Protein เกรด A มีส่วนผสมของโปรตีนเวย์และโปรตีนจากไข่ขาว เป็นโปรตีนที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากที่สุดในตลาด ช่วยในการเปลี่ยนรูปร่างเผาผลาญไขมัน สร้างกล้ามเนื้อ และเพิ่มประสิทธิภาพระบบภูมิคุ้มกัน Pro TF ผ่านการทดสอบจากมหาวิทยาลัย ช่วยกระตุ้นการเผาผลาญไขมันได้สูงถึง 564% และเพิ่มการเติบโตของมวลกล้ามเนื้อ 74 %

4.3 Renuvo เป็น Adaptogen ซึ่งเป็นตัวช่วยรักษาสมดุลให้ร่างกายปรับตัวสู่กับความเครียดและอนุมูลอิสระได้ดียิ่งขึ้น ผลิตภัณฑ์นี้ให้สารต้านอนุมูลอิสระประสิทธิภาพสูงช่วยชะลอการเสื่อมของเซลล์ และฟื้นฟูสภาวะทางจิต ฟื้นฟูพลังงาน ฟื้นฟูสภาวะทางอารมณ์ ฟื้นฟูระบบเผาผลาญ

5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว



4Life Renewall
บำรุงและฟื้นฟูผิวกาย

Enummi Tooth Paste
ยาสีฟันที่ช่วยฆ่าเชื้อ
ในช่องปาก

5. กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มีสารผสมของ
ทรานสเฟอร์ แฟกเตอร์ มีดังต่อไปนี้

5.1. 4Life Renewall (รีนูออล) เจลที่มีส่วนผสมของ ทรานสเฟอร์แฟกเตอร์ และสมุนไพรสกัด
เช่น ว่านหางจระเข้ โรสแมรี่ คาโมมายด์ และลาเวนดอร์ เพื่อให้สุขภาพผิวดีขึ้น ใช้ได้กับทุกส่วนของร่างกาย
แก้ผื่นแพ้ น้ำเหลืองเสีย แผลงัดต้อย แผลไหม้จากแสงแดด ฆ่าเชื้อบนผิวหนังอ่อนๆ ผิวถูกทำลายจากความ
ร้อน ลิวต่อต้านเชื้อแบคทีเรีย ลดอาการอักเสบของแผลติดเชื้อ

5.2. ยาสีฟัน อีนูมมิ Enummi Tooth Pasre เพิ่มประสิทธิภาพภูมิคุ้มกันในช่องปากด้วย ทรานส
เฟอร์แฟกเตอร์ ช่วยยับยั้งแบคทีเรียและเชื้อโรคในช่องปาก ส่งเสริมสุขภาพในช่องปาก บำรุงเหงือกและฟัน

3. สรุปผลการศึกษา

รูปแบบของการบริหารธุรกิจอาหารเสริมของ บริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) จำกัด สายงานที่ผู้วิจัยค้นดูแล
อยู่ มีรูปแบบในการบริหาร ดังนี้

1. มีระบบการรับสมาชิกเพื่อรักษาการสั่งซื้อที่ต่อเนื่องของลูกค้า สมาชิกบริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย)
จะได้รับสิทธิ์พิเศษ มีทั้งลด แลก แจก แถม
2. การกำหนดราคาพิเศษสำหรับสมาชิก Save 25 % for member การเป็นสมาชิกของบริษัท 4ไลฟ์
(ประเทศไทย) จะได้ซื้อผลิตภัณฑ์ 4ไลฟ์ ในราคาที่ถูกลงกว่าราคาจำหน่ายถึง 25 %
3. มีการจัดชุดเซตโปรโมชั่นขึ้นทุกเดือนทั้งปีให้สมาชิก บริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) จัดชุดเซตโปรโมชั่น
จำหน่าย 3-4 กระปุก ขายต่ำกว่าราคาสมาชิก ลดลงไปอีก 20 % จากราคาสมาชิก และฟรีค่าจัดส่ง จึงทำให้มี
การซื้อผลิตภัณฑ์ 4ไลฟ์ในจำนวนที่มากขึ้น

4. จัดโครงการ Loyalty Program รักษาสถานะสมาชิกให้อยู่ยาวนาน บริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) จัดโปรแกรมการสั่งซื้อสินค้าแบบต่อเนื่อง Loyalty Program มีการสะสมแต้มไว้แลกซื้อ ผลิตภัณฑ์ 4ไลฟ์ ในราคาเพียง 155 บาท และแถมสินค้าให้ฟรี เมื่อสั่งซื้อสินค้าแบบต่อเนื่องยอด 6,750 บาท ขึ้นไป

5. เปิดโอกาสให้ลูกค้ามาเป็นตัวแทนจำหน่ายได้ บริษัท 4 ไลฟ์ (ประเทศไทย) เปิดโอกาสให้ลูกค้าที่สนใจอยากมีรายได้เพิ่มสมัครเป็นตัวแทนจำหน่าย มีเว็บไซต์ช่วยจำหน่ายให้ใช้ฟรี

6. มีบริการจัดส่งสินค้าให้ฟรีพร้อมรับประกันสินค้าหาย บริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) จะไม่คิดค่าจัดส่งสินค้าเมื่อลูกค้าสั่งซื้อตั้งแต่ 3 กระปุกขึ้นไป ระยะเวลาส่งถึงบ้านไม่เกิน 2 วัน

7. รับชำระด้วยบัตรเครดิตไม่คิดค่าธรรมเนียม สมาชิกซื้อผ่านเว็บไซต์ได้เอง บริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) รับการชำระด้วยบัตรเครดิตโดยไม่มีค่าธรรมเนียม ทำรายการสั่งซื้อตัดบัตรเครดิตผ่านเว็บไซต์ www.4life.com ได้เลย

8. เป็นผลิตภัณฑ์ที่จดลิขสิทธิ์ มี อย. เน้นการให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพ บริษัท 4 ไลฟ์ (ประเทศไทย) จดลิขสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ทุกรายการ มี อย. จัดบรรยายสุขภาพโดยการเชิญแพทย์ เกษษกร และนักโภชนาการ มาบรรยายให้ความรู้แก่สมาชิกและลูกค้าทั่วไป มีการลงพื้นที่ ออกเยี่ยมลูกค้า พบปะสมาชิกและอบรมทีมงานตามต่างหวัด ยิ่งจะทำให้เกิดความมั่นใจในการใช้

9. สร้างผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามีผลิตภัณฑ์ออกใหม่ทุกปี บริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) เพิ่มสินค้าใหม่เข้ามาทุกปี ปัจจุบันมีสินค้าดูแลสุขภาพทั่วไป สินค้าด้านการควบคุมน้ำหนักและความงาม สินค้าดูแลผิวพรรณมาจำหน่ายเพิ่ม ตัวที่นำเข้ามาล่าสุดคือ คอลลาเจน สูตรเสริมภูมิคุ้มกัน เปิดจำหน่ายวันที่ 11 มกราคม 2563

10. มีกำหนดราคาขายขั้นต่ำกันป้องกันการขายตัดราคา บริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) ได้กำหนดราคาขายขั้นต่ำคือห้ามขายในราคาที่ต่ำกว่าราคาสมาชิก

11. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและสร้างสรรค์สร้างบุคลากร บริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) จัดอบรมผลิตภัณฑ์ทุกเดือน มีจัดกลุ่มแชร์ผลลัพธ์และประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ทุกสัปดาห์ อบรมการทำการตลาดออนไลน์ จัดค่าย อบรมผู้นำ Leader Camp 2 วัน 1 คืน เพื่อฝึกอบรมให้ความรู้เชิงปฏิบัติพร้อมฝึกภาวะผู้นำ

12. แผนการตลาดทำงานง่ายไม่ซับซ้อน เลือกทำได้ตามที่ถนัด บริษัท 4ไลฟ์ (ประเทศไทย) แผนการตลาดของบริษัทจะมีการให้รายได้ถึง 6 ช่องทาง ดังนี้

(1) รายได้จากการขายปลีก ที่ได้จากส่วนต่างของราคาจำหน่ายกับราคาสมาชิกและส่วนต่างจากราคาสมาชิกกับราคาชุดเซตโปรโมชั่น

(2) รายได้จากส่วนลดหน้าบิลเมื่อสมาชิกหรือผู้จำหน่ายมีการสั่งซื้อสินค้าเกิน 100 คะแนน ก็จะได้รับส่วนลด 25 % ทันทีของยอดที่เกิน 100 คะแนน

- (3) รายได้จากการแนะนำสมาชิกจะได้รับ 25 % ของคะแนนสินค้าที่สมาชิกใหม่ซื้อ
- (4) รายได้จากการขยายทีมผู้จำหน่าย ให้รายได้เป็นเปอร์เซ็นต์ตามระดับชั้น เริ่มจากชั้นที่ 1 ได้ 2 % ชั้นที่ 2 ได้ 25 % ชั้นที่ 3 ได้ 5% ตั้งแต่ชั้นที่ 4 ได้ 6 % หรือ 12 % แบบอินฟิไนต์ ตามตำแหน่งงาน
- (5) โบนัสการสร้างคนแบบรับรายเดือน (Builder Bonus) เริ่มจาก 3 คน และสอนงานให้ทีมงานของเรามีการสร้างคนต่ออีกคนละ 3 คน เพียงแค่ให้ครบ 3 ระดับชั้น ก็จะได้รับโบนัสเพิ่มซึ่งเป็นรายเดือนเพิ่ม
- (6) โบนัสการรับส่วนแบ่งจากยอดขายทั่วโลก 2% ของยอดขายทั่วโลก

MODEL OF MANAGEMENT KLONGJAN ANIMAL HOSPITAL IN URBAN AREAS

รูปแบบของการจัดการโรงพยาบาลสัตว์คลองจั่นในเขตเมือง

DR.YOTSAWAT POONPIMOLCHAT

ดร.ยศววัฒน์ พูนพิมลชาติ

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Degree of Doctor of Philosophy in Business Administration
At Bodhisastra University, Florida State, USA.
Academic Year 2020

Abstract

This dissertation prepared to present a model of management of Khlong Chan Animal Hospital. Based on past management .The result of work and success in the management of Khlong Chan Animal Hospital is 1) Strategies for the treatment of animal diseases according to the 4.0 era 2) One Stop Services 3) After-service tracking program, Take care Home 4) Taxi Transfer for de animal transportation services 5) Parking available for pet owners' convenience. 6) Pet travel activities 7) Promoting service trials with the project for free, no payment 8) Human resources management

Keywords: hospital, animals, pets

บทคัดย่อ

งานดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ จัดทำขึ้นมาเพื่อนำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการ โรงพยาบาลสัตว์คลองจั่น จากการบริหารจัดการในประสบการณ์จริงโดยตรงของผู้ทำวิจัย ผลของการทำงานและความสำเร็จของ โรงพยาบาลสัตว์คลองจั่น ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ในส่วนของ การรักษาโรคสัตว์ (Treatment) ให้ตามยุค 4.0 2) การบริการ แบบ One Stop Services 3) โปรแกรมติดตามหลังรับบริการ Take care Home 4) Taxi สำหรับบริการรถรับส่งสัตว์นอกสถานที่ 5) บริการที่จอดรถพร้อมช่วยเหลือเจ้าของสัตว์เลี้ยง 6) กิจกรรม พา สัตว์เลี้ยงและเจ้าของท่องเที่ยวท่องเที่ยว 7) ส่งเสริมให้เกิดการตลาดใช้บริการ กับโครงการมาฟรีไม่มีจ่าย 8) การบริหารพนักงานในองค์กร

คำสำคัญ : โรงพยาบาล ,สัตว์,สัตว์เลี้ยง

1. ความเป็นมา ความสำคัญของเรื่อง

1.1 ความเป็นมา สถานการณ์ทั่วไป

สัตว์เลี้ยงเป็นสิ่งที่ยู่คู่สังคมไทยมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานและยังได้รับความนิยมอยู่เสมอโดยเฉพาะอย่างยิ่งลักษณะของสังคมปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลของสังคมโลกาภิวัตน์ ภาวะเศรษฐกิจขยายตัว มาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้นและอัตราการเกิดของประชากรลดลง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ขนาดของครอบครัวในปัจจุบันเล็กลง ทำให้ความสัมพันธ์ของผู้เป็นเจ้าของกับสัตว์เลี้ยงอยู่ในระดับที่สูงขึ้นเรื่อยๆ และจุดประสงค์ในการเลี้ยงสัตว์เปลี่ยนไปจากอดีต จากที่เลี้ยงไว้เพื่อใช้งาน เช่น เฝ้าบ้าน และดูแลทรัพย์สิน กลายมาเป็นการเลี้ยงไว้เพื่อเป็นเพื่อน เพื่อความผ่อนคลาย คลายเหงา จนในที่สุดสัตว์เลี้ยงได้กลายเป็นสมาชิกที่สำคัญในครอบครัวในที่สุด ซึ่งในปัจจุบันพฤติกรรมกรรมการเลี้ยงสัตว์ได้เปลี่ยนแปลงไป โดยผู้เป็นเจ้าของยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อสัตว์เลี้ยงของตนมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งการให้อาหาร การดูแลรักษาสุขภาพ รักษาโรค ฉีดวัคซีน รวมทั้งการดูแลความเป็นอยู่ของสัตว์เลี้ยงของตน แม้กระทั่งการให้บริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงต่างๆ ส่งผลให้ธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ยังพบว่าอัตราการเติบโตของอาหารสัตว์เลี้ยง สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง มีอัตราการเติบโตที่อยู่ในเกณฑ์สูง เนื่องจากการขยายตัวของจำนวนสัตว์เลี้ยงและการดูแลเอาใจใส่ที่เพิ่มขึ้นของผู้เป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยง ทำให้ค่าใช้จ่ายเพื่อสุขภาพและการดูแลสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะมีแนวโน้มการเติบโตที่สูงขึ้นทั้งตลาดในและนอกประเทศ โดยประเทศไทยนั้นเป็น 1 ใน 3 ประเทศที่มีอัตราการขยายตัวของตลาดเร็วที่สุดในภูมิภาคเอเชีย (ข้อมูลจาก บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด) ยิ่งไปกว่านั้นแนวโน้มของตลาดโรงพยาบาลสัตว์ยังคงมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องตลอดช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยมีการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 10 ต่อปี โดยปัจจุบันมีโรงพยาบาลสัตว์ที่เปิดให้บริการประมาณ 1,500 แห่งทั่วประเทศ มีมูลค่าตลาดรวมประมาณ สาม หมื่นล้านบาท ซึ่งเป็นตลาดที่รวมทั้งการให้บริการของโรงพยาบาลสัตว์ อาหารสัตว์ และอุปกรณ์ด้านต่างๆ อาทิ สินค้าแฟชั่น เสื้อผ้า แชมพู ซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะหากเทียบกับอัตรา GDP ในประเทศแล้ว ตลาดโรงพยาบาลสัตว์ในประเทศไทยถือว่ายังเปิดให้บริการน้อยกว่าตลาดโรงพยาบาลในประเทศญี่ปุ่น หรือ ไต้หวัน (ข้อมูลจากสยามธุรกิจ)

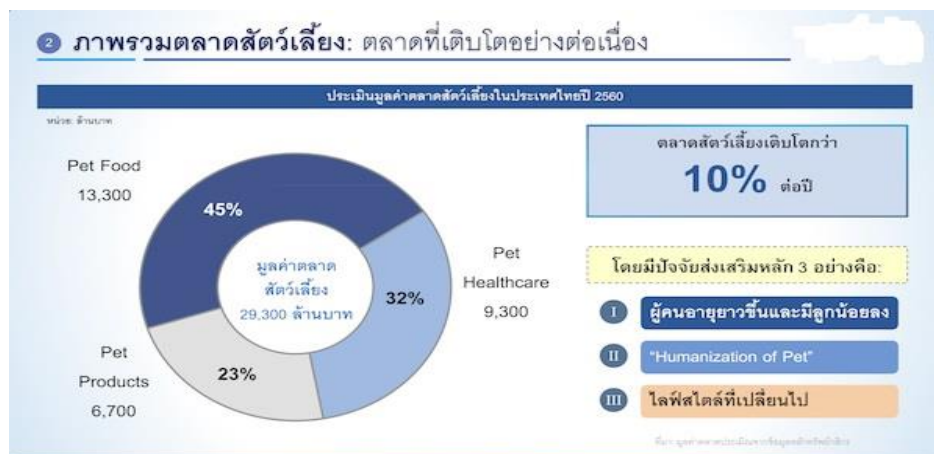
ยิ่งไปกว่านั้น จากการศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในอุตสาหกรรม (Industry Environment Analysis) รวมทั้งการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน และ อุปสรรค (SWOT Analysis) ของธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์ พบว่าอุตสาหกรรมเกี่ยวข้องกับการรักษาสัตว์ เป็นตลาดที่มีความน่าสนใจในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากการแข่งขันและการตอบโต้ในอุตสาหกรรมที่ไม่รุนแรง ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย มีการแข่งขันกันทางตลาดค่อนข้างน้อย อีกทั้งลักษณะของธุรกิจซึ่งเป็นการให้บริการรักษาโรคจึงไม่ประสบปัญหาด้านสินค้าทดแทนและการต่อรองของลูกค้ามากนัก และที่สำคัญโรงพยาบาลสัตว์คล่องจั้น ได้ทำการวิจัยตลาดโดยการใช่แบบสอบถามและสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการสัตว์ในเชิงลึก เพื่อศึกษาถึงความต้องการและความคิดเห็นใน

การใช้บริการ รวมทั้งบริการเสริมที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติมจากการใช้บริการคลินิกในปัจจุบัน ซึ่งพบว่าลูกค้ายังต้องการบริการเสริมอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น บริการฉีดวัคซีนนอกสถานที่ การติดตามผลหลังการรักษา บริการรับส่งสัตว์เลี้ยง บริการรับฝากสัตว์ เป็นต้น ซึ่งคลินิก และโรงพยาบาลสัตว์ในปัจจุบัน ยังไม่สามารถตอบสนองได้มากนัก โดยบริการเสริมต่างๆ นี้มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการให้บริการรักษาโรค ที่เป็นบริการหลักของโรงพยาบาลสัตว์ ดังนั้นหากสถานพยาบาลสามารถให้บริการโดยตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างครบถ้วนแล้ว ก็จะสามารถสร้างความแตกต่างและจุดเด่นของตน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อีกทั้งสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ทั้งองค์กรและลูกค้า และนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนในที่สุด

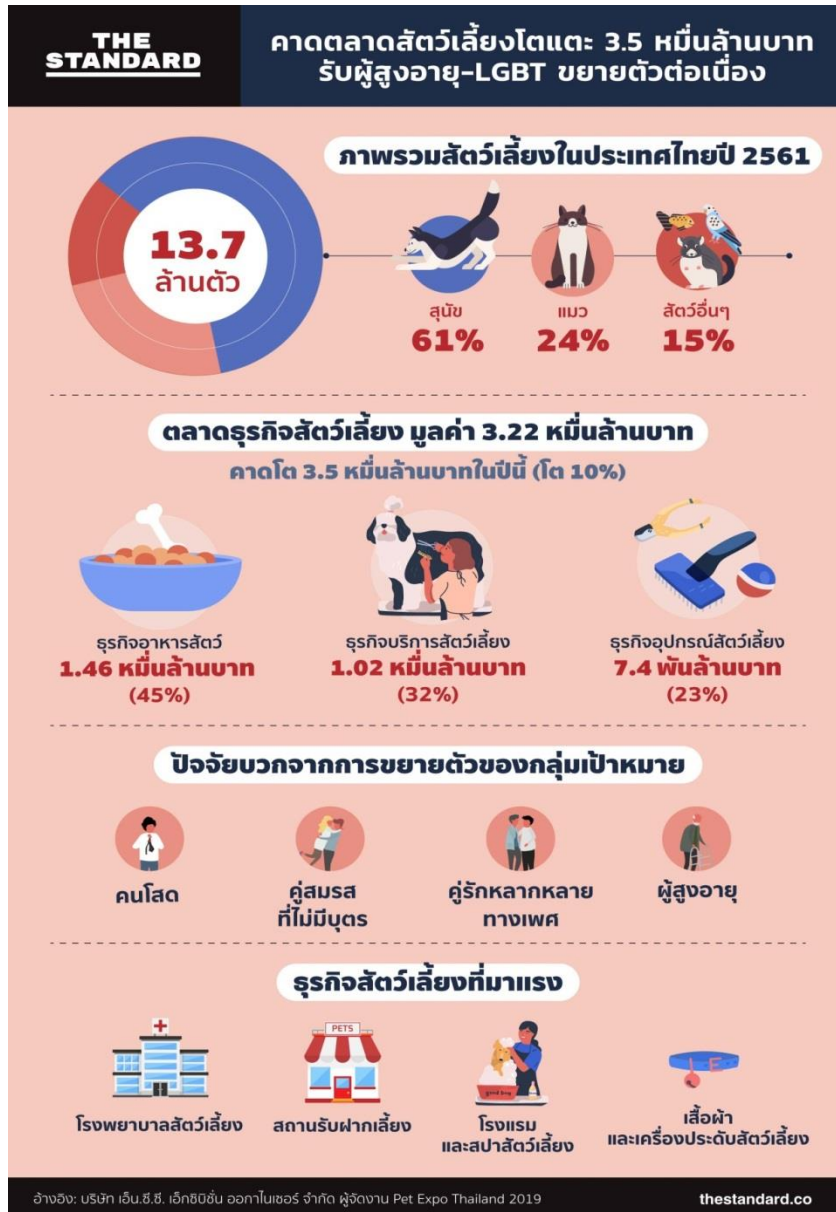
1.2 สถานการณ์เฉพาะในประเทศ

ภาพรวมตลาดธุรกิจสัตว์เลี้ยง

จากพฤติกรรมและทัศนคติในการเลี้ยงสัตว์ของผู้เป็นเจ้าของที่เปลี่ยนแปลงไป โดยให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงของตนมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคยังคงมีแนวโน้มที่จะเพิ่มค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงของตน เห็นได้จากมูลค่าตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องสวนทางกับความผันผวนและภาวะทางเศรษฐกิจที่อยู่ในช่วงชะลอตัว โดยมูลค่าตลาดธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงในปี 2560 มีมูลค่าประมาณ 29,300 ล้านบาท และตลาดสัตว์เลี้ยงเติบโตกว่า 10 % ต่อปี โดยมีปัจจัยส่งเสริมหลัก 3 อย่างคือ ผู้คนอายุยืนยาวขึ้นและมีลูกน้อยลง Humanization of pet (ความเมตตาต่อสัตว์) และไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไป



ภาพแสดงแผนภูมิภาพรวมตลาดสัตว์เลี้ยง



ภาพแสดงตลาดสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยปี 2561

คาดว่าตลาดสัตว์เลี้ยงสามารถโตแตะ 3.5 หมื่นล้านบาท ซึ่งในปัจจุบันยอดการเลี้ยงสัตว์เฉลี่ยอยู่ที่ 13.7 ล้านตัว โดยแบ่งเป็นสุนัข 61% แมว 24% และสัตว์เลี้ยงอื่นๆอีก 15%



1.3 ความสนใจในธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์

นาย ยศวิวัฒน์ พูนพิมลชาติ ผู้ทำวิจัยกษณ์ปริญญาเอก มหาวิทยาลัยโพธิศาสตร์ (Bodhisastra University) รัฐฟลอริดา สหรัฐอเมริกา สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ (Doctor of Business Administration) D.B.A. เพื่อขอเสนอรับปริญญาบัตรดุษฎีบัณฑิต

ความสนใจในการทำเรื่องนี้ เหตุผลแรก คือ ผู้ทำวิจัยกษณ์ดำเนินการธุรกิจด้วยตนเอง ในนาม กรรมการผู้จัดการและผู้บริหารของโรงพยาบาลคลองจั่น ดำเนินธุรกิจ ในด้านการให้บริการรักษาสัตว์เลี้ยง ครบวงจร ตั้งแต่ คลอด จนกระทั่งเสียชีวิต และบริการอื่นๆ เช่นรับฝากเลี้ยง ปรีกษาปัญหาสุขภาพ เสริมความงาม บริการสินค้าอาหาร ทั้งในและนอกสถานที่ ตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีทีมงานสัตวแพทย์ประจำที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่างๆ โดยเริ่มเปิดดำเนินการมาตั้งแต่ ปี 2553 จนถึงปัจจุบัน และอีกประการหนึ่งการเลี้ยงสัตว์เป็นหนึ่งในทางเลือกที่น่าสนใจ ที่สามารถช่วยผ่อนคลายความเหงาและลดความเครียดที่เกิดขึ้นให้ลดน้อยลงได้ และด้วยความน่ารักน่าเอ็นดูของสัตว์เลี้ยงก็ได้ผูกใจคนเลี้ยงจนต้องให้ความสำคัญ และดูแลเอาใจใส่เป็นเสมือนหนึ่งสมาชิกในครอบครัว จึงทำให้คนในยุคปัจจุบันหันมาเลี้ยงสัตว์เพิ่มมากขึ้น และจากการค้นคว้าหาข้อมูลทางการตลาด พบเห็นได้ว่าตลาดธุรกิจสัตว์เลี้ยงมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับครอบครัวเป็นคนที่รักสัตว์เลี้ยง โดยมีสัตว์เลี้ยง ทั้งสุนัข แมว นก ไก่ เม่น หู ปลา เมื่อสัตว์ป่วยจะพาสัตว์ไปรักษาที่คลินิก หรือโรงพยาบาลสัตว์ อย่างต่อเนื่อง และได้เห็นผู้คนที่ไปจ่ายค่าบริการต่างๆ เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง โดยยอมจ่ายเงินโดยไม่คิดต่อราคาเท่ากับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ซึ่งพบว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่นำสัตว์ไปรักษาที่คลินิก หรือโรงพยาบาล จะเป็นกลุ่มคนที่ค่อนข้างมีฐานะ และเต็มใจจ่ายเงินไปกับค่ารักษาและบริการ ไม่ว่าจะทางคลินิกหรือโรงพยาบาลจะเรียกค่าใช้จ่ายมาเท่าไรกลุ่มผู้ไปใช้บริการก็ต้องจ่ายเงินไปตามจำนวนนั้น ซึ่งในบางครั้งตัวผู้ทำวิจัยเองยังคิดว่า ทำไมค่าใช้จ่ายถึงมาก กว่าค่ารักษาของคนเสียอีก ทั้งๆที่ต้นทุนก็ไม่มีอะไรมาก

จึงเป็นแนวทางที่ทำให้ผู้ทำวิจัยสนใจในธุรกิจนี้

ด้วยความรักในสัตว์เลี้ยง เป็นทุนเดิม ประกอบกับเป็นครอบครัวมีความเมตตาต่อสัตว์เลี้ยง จึงทำให้น้องสาวคิดอยากจะเรียนทางด้าน สัตวแพทย์ และสอบเข้าคณะสัตวแพทย์ได้ จนกระทั่งปี 2552 น้องสาวได้จบการศึกษาเป็นสัตวแพทย์ จึงได้คิดหาเส้นทางเพื่อทำธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์ ตัวผู้ทำวิจัยเองเลยมีแรงบันดาลใจขึ้นมาเพื่อทำธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์ เพราะเป็นธุรกิจที่เราชอบ และสนใจมาก่อนหน้านี้ จึงได้ลงทุนเป็นผู้ดำเนินการจัดตั้งสถานพยาบาลสัตว์ ประเภทโรงพยาบาลขึ้น บริเวณถนน นวมินทร์ ย่านชุมชนคลองจั่น เพราะเล็งเห็นว่าเป็นทำเลที่เหมาะสม เพราะตั้งอยู่ริมถนน และที่สำคัญ สามารถบริการที่จอดรถให้กับลูกค้าได้อย่างสะดวก ผู้ทำวิจัยเล็งเห็นแล้วว่าทำเลเหมาะสมอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจ จึงได้ก่อตั้งสถานพยาบาลชื่อโรงพยาบาลสัตว์คลองจั่น ขึ้นเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2553 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 บริบทขององค์กร/ สถานที่ตั้ง / ผังบริหารงาน

โรงพยาบาลสัตว์คลองจั่น ดำเนินธุรกิจด้านการรักษาและดูแลสัตว์เลี้ยง เนื่องจากสัตว์เลี้ยง เป็นสัตว์ที่เลี้ยงไว้เพื่อเป็นเพื่อนหรือเพื่อคุ้มครองบุคคลเป็นหลัก ปัจจุบันธุรกิจรักษาสัตว์เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก รวมทั้งความนิยมเกี่ยวกับการเลี้ยงดูสัตว์เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับทำเลที่ตั้งที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ จึงเกิดแนวคิดในการก่อตั้งธุรกิจสัตว์ขึ้นผู้วิจัย จึงมองเห็นช่องทางและโอกาสในการสร้างมูลค่าจากธุรกิจ โดยเล็งเห็นโอกาสในการทำธุรกิจให้บริการสัตว์เลี้ยงให้มีความแตกต่าง โดยจะทำในรูปแบบการให้บริการแบบครบวงจรเพื่อรองรับความต้องการทางการตลาดในด้านพฤติกรรมของประชาชนในปัจจุบัน รวมทั้งเป็นโอกาสในการสร้างธุรกิจในพื้นที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายเดินทางมาเป็นจำนวนมาก

2.1.1 แนะนำธุรกิจ

ชื่อธุรกิจ โรงพยาบาลสัตว์คลองจั่น ตั้งอยู่เลขที่ 475 ถนน นวมินทร์ ซอย37 แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240



(ภาพตราสินค้าโรงพยาบาลสัตว์คลองจั่น)

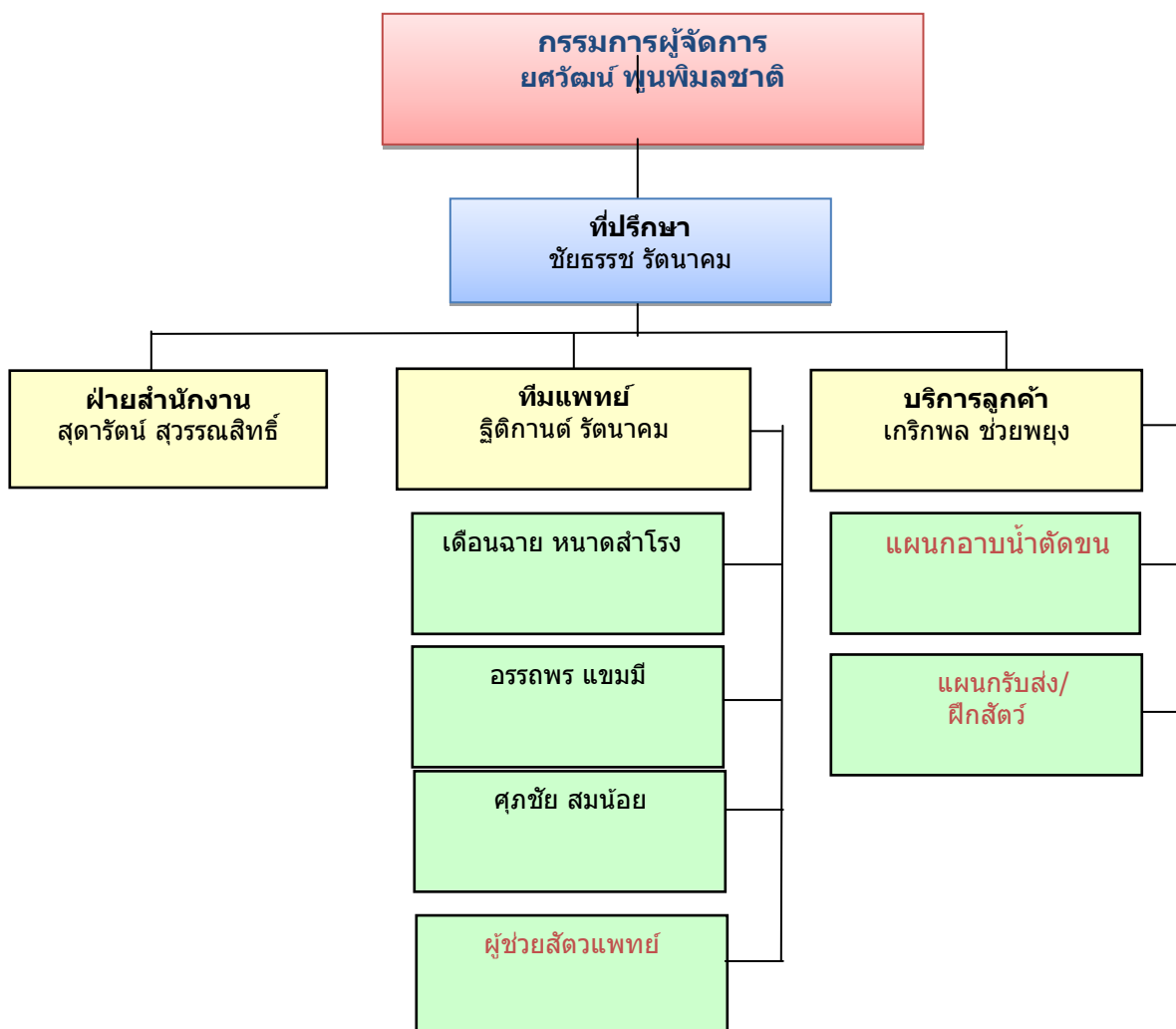


ภาพที่จัดทำเลติดถนน ปากซอยนวมินทร์ 37

2.1.2 โครงสร้างองค์กร

ปัจจุบัน โรงพยาบาลสัตว์คลองจั่น เปิดดำเนินการมาตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ 2553 ตั้งอยู่เลขที่ 475 ถนน นวมินทร์ ซอย37 แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ทำวิจักษณ์ นายยศวัฒน์ พูนพิมลชาติ ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ และเป็นผู้บริหารโดยมีบุคคลกร 9 ตำแหน่ง คือทีมแพทย์ประจำโรงพยาบาล 2 ตำแหน่ง ทีมแพทย์หน่วยเคลื่อนที่ 2 ตำแหน่ง ฝ่ายสำนักงาน 1 ตำแหน่ง ผู้ช่วยแพทย์ 2 ตำแหน่ง ฝ่ายบริการลูกค้า 2 ตำแหน่ง โดยมีโครงสร้างขององค์กร ตามรายละเอียดดังนี้

จัดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ (Functional Organization)



2.2 การเริ่มต้นสถานการณ์ในปัจจุบัน และประเภทธุรกิจ

โรงพยาบาลสัตว์คลองจั่น เป็นโรงพยาบาลสัตว์เลี้ยงครบวงจรผลิตภัณฑ์ของร้านจะเน้นการให้บริการแบบครบวงจร ซึ่งได้แก่ การรักษา ให้คำปรึกษาเบื้องต้นจากสัตวแพทย์ การอาบน้ำ ตัดขน เสริมสวยบริการรับฝาก บริการรับส่ง ที่พักรักษา ฟีกสอน และบริการฌาปนกิจโดยจำแนกตามประเภทของกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงดังนี้

บริการแรก เป็นการให้บริการในกลุ่มเจ้าของสัตว์เลี้ยง ที่เลี้ยงสัตว์โดยไม่ได้ดูแลเอาใจใส่มากนัก เปรียบเสมือนสุนัขเฝ้าบ้านหรือสัตว์ที่เลี้ยงไว้ในบ้านเท่านั้น โดยไม่ได้มีการพามาหาสัตวแพทย์เป็นประจำ จะมีแค่ฉีดวัคซีนเท่านั้น โดยกลุ่มนี้จะไม่มีความใส่ใจกับสัตว์เลี้ยงเลย

บริการกลุ่มที่สองเป็นกลุ่มเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่เลี้ยงสัตว์เป็นอย่างดี เปรียบเสมือนเพื่อนหรือสมาชิกในบ้าน จะมีการเลี้ยงที่ดีมีการเอาใจใส่ มีการป้องกันโรคให้ โดยสถานพยาบาลสัตว์ ที่เลือกก็มักมีราคาอยู่ในระดับถูกถึงปานกลาง เช่น โรงพยาบาลสัตว์ของรัฐบาล หรือโรงพยาบาลสัตว์-คลินิก ที่มีราคาไม่แพง และการบริการในกลุ่มสามหรือกลุ่มเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่สัตว์เลี้ยงที่รักเหมือนลูก พร้อมทั้งจะจ่ายเงินเพื่อให้สัตว์มีความสุข มีการเลี้ยงดูที่ถูกต้องและมากกว่าความต้องการพื้นฐาน

ลักษณะของสินค้าและบริการ

ผลิตภัณฑ์และบริการ จะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

(1) ผลิตภัณฑ์หลัก คือ การให้บริการสัตว์เลี้ยงประกอบด้วย การตรวจสุขภาพ รักษาโรค ให้คำปรึกษาทั่วไป และส่งรักษาสัตว์ต่อไปโรงพยาบาลขนาดใหญ่

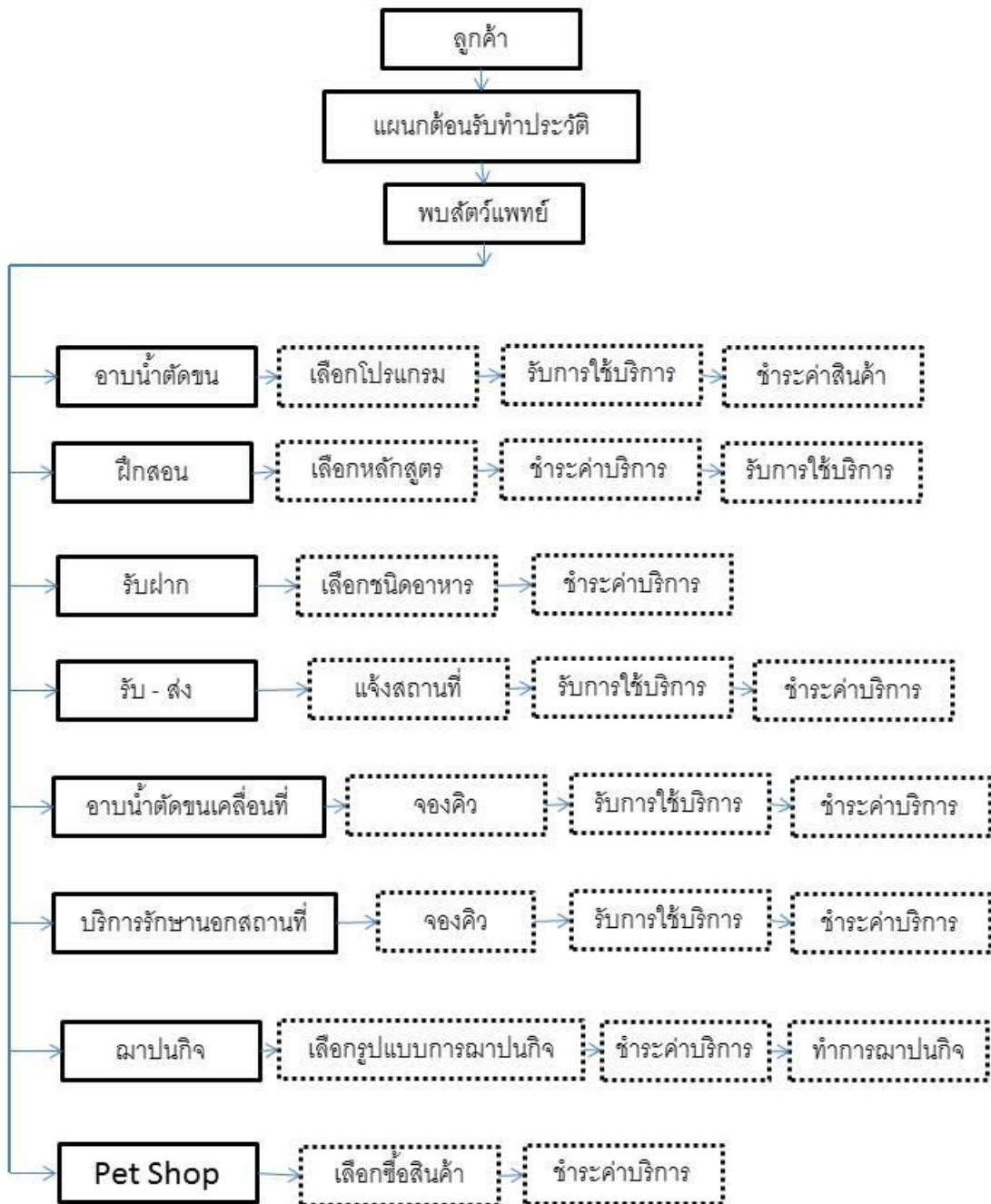
(2) ผลิตภัณฑ์เสริม คือ การจำหน่ายอาหาร อุปกรณ์ อาหารเสริมต่างๆ ฝึกสัตว์ บริการรักษานอกสถานที่ บริการให้คำแนะนำผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค บริการเสริมความงามสัตว์

2.3 ขั้นตอน/กระบวนการดำเนินการ/แผนการดำเนินงาน

ตารางเป้าหมายระยะสั้นและเป้าหมายระยะยาว

เป้าหมายระยะสั้น (1- 5 ปี)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทำแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก จดจำ และแข็งแกร่งโดยการสร้างการรับรู้ในแบรนด์สินค้า (Brand Perceive) และความตระหนักต่อแบรนด์สินค้า (Brand Awareness) ให้เกิดกับลูกค้าอย่างน้อยร้อยละ 70 ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายภายในปีที่ 2 2. รักษาคุณภาพการบริการให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนด 3. พัฒนาด้านระบบการทำงานและด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การบริการรวดเร็วและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด
เป้าหมายระยะยาว (5-10 ปี)	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มการรักษาพยาบาลและเพิ่มเทคโนโลยีในปีที่ 6 2. ทำการตลาดเชิงรุกเพื่อครอบคลุมพื้นที่ในกรุงเทพฯ 3. แผนการขยายสาขาในปีที่ 10 เป้าหมายปี 2563

ขั้นตอนในการให้บริการหลัก



ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product Strategies) ในการดำเนินธุรกิจจะแบ่งผลิตภัณฑ์ และบริการที่จัดเตรียมไว้สำหรับลูกค้า 3 ส่วน ดังนี้

(1) ส่วนของการรักษาโรคสัตว์ (Treatment)

การรักษาในเบื้องต้นได้แก่การบริการตรวจรักษาโรค ฉีดวัคซีน ทำหมัน ตรวจเลือด ถ่ายพยาธิ ด้วยสัตวแพทย์ที่มีความชำนาญ ซึ่งในส่วนนี้เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อสร้างการรับรู้ผ่านความสามารถและความเชี่ยวชาญของบุคลากร



ภาพแสดงลูกค้านำสัตว์เลี้ยงมารับบริการ



ภาพการตรวจรับสัตว์ก่อนการรักษา



ภาพการแสดงส่วนห้องเตรียมยา



ภาพการแสดงการรอการผ่าตัดรักษาของสัตว์



ภาพการแสดงส่วนของเครื่องมือที่ทันสมัยในการรักษา



ภาพการแสดงการตรวจสุขภาพสัตว์

(2) **การบริการ (Services)** เป็นการจัดบริการสำหรับลูกค้า โดยมีทั้งการบริการพื้นฐานได้แก่ การบริการตรวจรักษา การบริการวินิจฉัย การบริการรับฝาก และการบริการพิเศษ ซึ่งในส่วนนี้จะเป็นความแตกต่างในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน ได้แก่

- โปรแกรมบริการรักษาตลอด 24 ชั่วโมง เป็นบริการพิเศษสำหรับกรณีฉุกเฉินเนื่องจากปัจจุบันปัญหาด้านสถานพยาบาลสัตว์ที่ไม่ค่อยมีบริการในช่วงหลังเวลาราชการ ส่งผลให้สัตว์เลี้ยงในความดูแลที่ประสบอุบัติเหตุ หรือมีเกิดกรณีฉุกเฉินในยามวิกาล ก็สามารถเลือกใช้บริการ นี้ได้

- โปรแกรมติดตามหลังรับบริการ เป็นบริการพิเศษสำหรับการดูแลหลังการรักษาสัตว์ เป็นอีกโปรแกรมหนึ่งที่ส่วนใหญ่แล้วผู้รับบริการมีความต้องการมาก เนื่องจากภายหลังจากได้รับการรักษาจากคลินิกไปแล้ว อาจจะไม่ทราบวิธีการปฏิบัติสำหรับสัตว์ที่ต้องการดูแลหลังการได้รับการรักษา ซึ่งในบางกรณีอาจจะไม่เข้าใจในวิธีการปฏิบัติต่อสัตว์เลี้ยงได้อย่างถูกต้อง โปรแกรมนี้จะสร้างความประทับใจและการนำกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

- บริการเดือนเข้ารับบริการสำหรับ Member เป็นบริการสำหรับการแจ้งเดือนผู้รับบริการที่เป็นสมาชิกของโรงพยาบาล เช่นการแจ้งเดือนการตรวจสุขภาพ การแจ้งเดือนการเข้ารับ ฉีดวัคซีน กำหนดการล้างแผล เป็นต้น

- โปรแกรมบริการรักษาเบื้องต้นนอกสถานที่ เป็นบริการที่มีไว้สำหรับในกรณีที่ผู้รับบริการไม่สามารถเดินทางมาที่คลินิก หรือในกรณีที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายสัตว์เลี้ยงมาได้ด้วยตนเอง

- โปรแกรมดูแลอาบน้ำ ตัดขน เป็นบริการเสริมสำหรับผู้รับบริการที่ต้องการความครบวงจรทั้งการบริการในด้านการรักษา และบริการดูแลด้านความสะอาดและความสวยงามของสัตว์เลี้ยง บริการนี้จะสามารถ

ตอบสนองผู้รับบริการที่มีเวลาไม่มาก ไม่ต้องการเสียเวลาในการเดินทางไปในแหล่งบริการหลายที่หรือที่เรียกว่า “ครบจบในที่เดียว”

- โปรแกรมรับดูแลสัตว์เลี้ยง เป็นโปรแกรมสำหรับผู้รับบริการที่ต้องการฝากสัตว์เลี้ยงไว้ในขณะที่ติดธุระ หรือกรณีที่ไม่สะดวกในบางช่วงเวลา บริการนี้จะสามารถตอบสนองต่อผู้รับบริการที่ไม่สามารถนำสัตว์เลี้ยงเดินทางไปด้วยในบางแห่ง บริการนี้จะสามารถทำให้ผู้รับบริการติดตามและมีการใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป

- โปรแกรมฝึกสัตว์เลี้ยงตามหลักสูตรต่างๆ เช่น หลักสูตรเชื่อฟังคำสั่งพื้นฐาน เป็นการฝึกสัตว์ที่ต้องการควบคุมให้มีระเบียบวินัย โปรแกรมหลักสูตรความสามารถพิเศษซึ่งเป็น หลักสูตรต่อเนื่องหากเจ้าของสัตว์เลี้ยงต้องการพัฒนาความสามารถของสัตว์เลี้ยงของตนเอง

- บริการรับจัดงานศพให้เลี้ยงตั้งแต่บริการจัดหาสถานที่ ไม่ว่าจะจัดการฝังหรือฌาปนกิจอื่นๆ ตามที่เลี้ยงค่าต้องการโดยบริการทั้งสมาชิกและสัตว์เลี้ยงภายนอกที่เข้ามาใช้บริการ

อัตราค่าบริการอาบน้ำ ตัดขน และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ประเภท	1-5	5>10	10>15	15>20	20>30	30>40	40 Up
	Kg.	Kg.	Kg.	Kg.	Kg.	Kg.	Kg.
	SS	S	M	L	XL	XXL	Special
1 อาบน้ำ + ตัดขนทรง แฟชั่น + ตัดเล็บ + เช็ดหู	600	700	800	1,000	1,200	1,400	1,600
2 อาบน้ำ + ตัดขน (บัดดาเลียน) + ตัดเล็บ + เช็ดหู	350	400	500	600	800	900	1,100
3 อาบน้ำ + ตัดขน (กรรไกร) + ตัดเล็บ + เช็ดหู	450	550	650	800	1,000	1,200	1,400
4 ตัดขน (บัดดาเลียน) + ตัดเล็บ + เช็ดหู	250	280	350	450	650	750	900

อัตราค่าฝึกสอน

หลักสูตร	ราคา (บาท)	หมายเหตุ
1. หลักสูตรเชื่อฟังคำสั่ง พื้นฐาน + ขำเครื่องกีดขวาง	25,000	เรียนวันเสาร์และวันอาทิตย์ 08.30 - 17.00 น. ระยะเวลา 6 สัปดาห์
2. หลักสูตรความสามารถพิเศษ	12,000	1. เรียนวันเสาร์และวันอาทิตย์ 08.30 - 17.00 น. ระยะเวลา 6 สัปดาห์ 2. ต้องผ่านการอบรมจากหลักสูตรแรกมาก่อน

อัตราค่าบริการอาบน้ำ ตัดขน และบริการอื่นๆ เคลื่อนที่

ประเภท	1-5 Kg.	5>10 Kg.	10>15 Kg.	15>20 Kg.	20>30 Kg.	30>40 Kg.	40 Up Kg.
	SS	S	M	L	XL	XXL	Special
1 อาบน้ำ + ตัดขนทรง แฟชั่น + ตัดเล็บ + เช็ดหู	600	700	800	1,000	1,200	1,400	1,600
2 อาบน้ำ + ตัดขน (เปิดตาเลีย่น) + ตัดเล็บ + เช็ดหู	350	400	500	600	800	900	1,100
3 อาบน้ำ + ตัดขน (กรรไกร) + ตัดเล็บ + เช็ดหู	450	550	650	800	1,000	1,200	1,400
4 ตัดขน (เปิดตาเลีย่น) + ตัดเล็บ + เช็ดหู	250	280	350	450	650	750	900
5 ตัดขน (กรรไกร) + ตัดเล็บ + เช็ดหู	300	350	450	600	800	1,000	1,200
6 อาบน้ำขนสั้น + ตัดเล็บ + เช็ดหู + แปรงขน	200	250	350	450	550	650	750

อัตราค่าบริการโรงแรม

น้ำหนัก	ห้องแอร์	ห้องพัดลม
	ราคา (บาท)/วัน	ราคา (บาท)/วัน
น้ำหนักน้อยกว่า 10 Kg.	300	200
น้ำหนัก 10 - 20 Kg.	350	250
น้ำหนัก 20 - 30 Kg.	400	300
น้ำหนัก 30 - 40 Kg.	450	350
มากกว่า 40 Kg.	500	400



ภาพการแสดงผลการรับฝากสัตว์ป่วยค้างคืน



ภาพแสดงผลการบริการรักษาสัตว์นอกสถานที่



ภาพการแสดงผลการรับฝากสัตว์เลี้ยง



ภาพแสดงบริการอาบน้ำตัดแต่งขนสัตว์เลี้ยง

(3) การจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เป็นการจำหน่ายสินค้าต่างๆ เช่น อาหารสำหรับสัตว์ป่วยเฉพาะ อาหารสัตว์ ขนมห และอุปกรณ์ต่างๆ เช่น กรง สายจูง เป็นต้น

ด้านราคา (Price Strategies) การเลือกใช้กลยุทธ์จะเน้นการตั้งราคาที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์และคุณค่าที่ได้รับจากบริการ เนื่องจากราคาเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรานั้นเอง โดยผู้ศึกษาเลือกใช้กลยุทธ์ที่มีวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา ด้านการมุ่งสร้างภาพลักษณ์ โดยการใช้อธิบายการตั้งราคาที่ไม่สูงเกินไป แต่จะเน้นคุณภาพที่ดี เป็นที่ภาคภูมิใจของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงความคุ้มค่าที่ได้รับจากการเลือกใช้บริการ ทั้งนี้ค่าบริการของโปรแกรมต่างๆ จะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับกระบวนการรักษาและบริการ

ด้านการจัดจำหน่ายและการให้บริการ (Place Strategies) ในส่วนนี้จะเน้นเกี่ยวกับที่ตั้งของโรงพยาบาล ซึ่งจากผลการสำรวจพบว่า สถานที่ที่กว้างพอ มีที่จอดรถ สะอาดเรียบร้อย มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่ดีต่อโรงพยาบาลสัตว์ โดยสถานบริการตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีลักษณะโดดเด่นในเรื่องของชื่อเสียงในการค้นหาแหล่งการให้บริการในด้านการรักษาและดูแลสัตว์ อีกทั้งยังตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชน ดังนั้นข้อได้เปรียบในส่วนนี้คือจะสามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มารับบริการ อีกทั้งโรงพยาบาลยังเข้าออกสะดวกพร้อมที่จอดรถเป็นเอกเทศมีบรรยากาศที่ดี สะอาด สร้างความรู้สึกดีต่อผู้มารับบริการโดยไม่เน้นการบริการที่ดูอึดอัดสำหรับลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เพื่อให้ลูกค้าใหม่ทราบถึงคุณภาพการบริการที่ครอบคลุมจึงต้องอาศัยกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะสามารถเข้ามาช่วยในการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการบริการที่มีคุณภาพ โดยผู้ศึกษาได้กำหนดวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อให้ผู้รับบริการและประชาชนทั่วไปรับรู้ จดจำ และกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างน้อย 30% ใน 3 เดือนแรก
2. มีการบอกต่อไปยังลูกค้ารายอื่นไปปีแรก ด้วยการจัดโปรโมชั่นการทดลองใช้บริการและส่วนลดในการบอกต่อ
3. การรักษาฐานลูกค้าเดิมด้วยการจัดทำประวัติและส่วนลดสำหรับสมาชิกและการสร้างสิทธิพิเศษในการบริการเสริม
4. การเพิ่มฐานลูกค้าใหม่อย่างน้อย 5% ในปี 2
5. สร้างและกระตุ้นการเข้ามาใช้บริการให้เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 30%

3. สรุปผลการศึกษา

รูปแบบของการจัดการโรงพยาบาลสัตว์คลองจันในเขตเมือง

1. กลยุทธ์ในส่วนของ การรักษาโรคสัตว์ (Treatment) ให้ตามยุค 4.0

การรักษาในเบื้องต้นได้แก่การบริการตรวจรักษาโรค ฉีดวัคซีน ทำหมัน ตรวจเลือด ถ่ายพยาธิ ด้วยสัตว์แพทย์ที่มีความชำนาญ หากสัตว์แพทย์เพิ่มให้พอกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งในส่วนนี้เป็น ปัจจัยสำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อ สร้างการรับรู้ผ่านความสามารถและความเชี่ยวชาญของบุคลากร แล้วจะทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นมั่นใจในการรักษา โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้เกิดความสะดวก เช่นการคุยสอบถามอาการสัตว์เลี้ยงผ่านระบบ Video call เพื่อให้หมอได้เห็นภาพและประเมินอาการเบื้องต้นของสัตว์เลี้ยง

2. การบริการ แบบ One Stop Services โดยมีทั้งการบริการพื้นฐานได้แก่ การบริการตรวจรักษา การบริการวินิจฉัย การบริการรับฝาก และการบริการพิเศษ ซึ่งในส่วนนี้จะมีความแตกต่างใน กลุ่มธุรกิจเดียวกัน ได้แก่ (1) โปรแกรมบริการรักษาตลอด 24 ชั่วโมง เป็นบริการพิเศษสำหรับกรณีฉุกเฉิน เนื่องจากปัจจุบันปัญหาด้านสถานพยาบาลสัตว์ที่ไม่ค่อยมี (2) บริการในช่วงหลังเวลาราชการ ส่งผลให้สัตว์เลี้ยงในความดูแลที่ประสบอุบัติเหตุ หรือมีกรณีฉุกเฉินในยามวิกาลก็สามารถเลือกใช้บริการแห่งนี้ได้ ที่สำคัญทางโรงพยาบาลมีบริการที่ครบวงจร สามารถมาที่เดียวแต่ได้รับบริการที่ครบถ้วน ตั้งแต่สัตว์แรกเกิด จนถึงสิ้นชีวิต มีบริการจัดการฌาปนกิจให้ครบวงจร

3. โปรแกรมติดตามหลังรับบริการ Take care Home เป็นบริการพิเศษสำหรับการดูแลหลังการรักษาสัตว์ เป็นอีกโปรแกรมหนึ่งที่ส่วนใหญ่แล้วผู้รับบริการมีความต้องการมาก เนื่องจากภายหลังจากได้รับการรักษาจากคลินิกไปแล้ว อาจจะไม่ทราบวิธีการปฏิบัติสำหรับสัตว์ที่ต้องการดูแลหลังการได้รับการ รักษา ซึ่งในบางกรณีอาจจะไม่เข้าใจในวิธีการปฏิบัติต่อสัตว์เลี้ยงได้อย่างถูกต้อง โปรแกรมนี้จะสร้าง ความประทับใจและการนำกลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยจะมีทีมแพทย์ไปตามตารางนัดหมายที่ได้ทำไว้กับลูกค้า และมีบริการรับ

รักษาถึงบ้านลูกค้า ซึ่งปัจจุบันลูกค้าจะสนใจในบริการนี้มากแม้ว่าจะต้องจ่ายค่าบริการที่สูงขึ้นแต่ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายและไม่เสียเวลานำสัตว์เลี้ยงไปพบแพทย์

4. Taxi สำหรับบริการรถรับส่งสัตว์นอกสถานที่ เป็นบริการสำหรับการรับส่งสัตว์เลี้ยงไปยังบ้านของลูกค้าโดยทางโรงพยาบาลได้ร่วมพันธมิตรกับรถร่วมต่างๆ เช่น Grab Taxi ทั้งบริการรับและส่งสัตว์เลี้ยงมายังโรงพยาบาลหรือส่งกลับบ้านของลูกค้า

5. บริการที่จอดรถพร้อมช่วยเหลือเจ้าของสัตว์เลี้ยง ในส่วนนี้จะเน้นเกี่ยวกับที่ตั้งของโรงพยาบาล ซึ่งจากผลการสำรวจพบว่า สถานที่ที่กว้างขวาง สะอาดเรียบร้อย มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่ดีต่อโรงพยาบาลสัตว์ โดยสถานบริการ ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีลักษณะโดดเด่นในเรื่องของชื่อเสียงในการค้นหาแหล่งการให้บริการในด้านการรักษา และดูแลสัตว์ อีกทั้งยังตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชน มีชื่อเสียงเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง ดังนั้นข้อได้เปรียบในส่วนนี้คือ จะสามารถสร้าง ความเชื่อมั่นต่อผู้มารับบริการ อีกทั้งโรงพยาบาลยังมีพื้นที่ที่กว้างขวาง มีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่ดี สะอาด สร้างความรู้สึกดีต่อผู้มารับบริการ ดังนั้นจึงมีความเหมาะสมในด้านความสะดวกสบายของพื้นที่บริการ และพื้นที่จอดรถที่สะดวก และมีบริการนำรถลูกค้าไปยังจุดจอดเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเวลานำสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการ โดยไม่ต้องเสียเวลาขับรถไปเข้าที่จอดรถ กรณีลูกค้านำสัตว์เลี้ยงมาที่รถสาธารณะ ก็จะมีพนักงานไปรับถึงรถของลูกค้าโดยการช่วยจูงหรืออุ้มสัตว์เลี้ยงเข้ามายังโรงพยาบาล เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า

6. กิจกรรม พาสัตว์เลี้ยงและเจ้าของท่องเที่ยว เป็นบริการพิเศษสำหรับสมาชิกและสมนาคุณให้กับลูกค้าที่มียอดซื้อถึงระดับเกณฑ์ที่ตั้งไว้และมีรายการร่วมส่งเสริมการขายกับ บริษัท ดีเอ็มเมอร์ลด์ กระเป๋า รีสอร์ท จำกัด โดยการมอบที่พักหรือส่วนลดให้กับลูกค้าพร้อมกับสามารถนำสัตว์เลี้ยงเข้าไปพักด้วยได้ เป็นรูปแบบการกระตุ้นยอดขายและสามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทในเครือได้อีกทางโรงพยาบาลต้องดูแลและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิมให้มากยิ่งขึ้น โดยการรักษาคุณภาพ มาตรฐานของสินค้าและบริการให้ต่อเนื่อง และมีสิทธิพิเศษให้กับลูกค้ากลุ่มนี้ มากกว่านั้นเมื่อถึงโอกาสพิเศษก็ควรมีของสมนาคุณเพื่อแสดงการขอบคุณให้กับลูกค้า และที่สำคัญควรให้ความรู้สึกเป็นกันเองกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจเมื่อใช้บริการ สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะเป็นสิ่งที่สามารถทำให้แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งจะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีและยังสามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ให้เข้ามาใช้บริการได้อีกด้วย

7. ส่งเสริมให้เกิดการตลาดใช้ กับโครงการมาฟรีไม่มีจ่าย โดยมีเป้าหมายในการใช้บริการ 5,000 รายในปีแรก กิจกรรมโปรแกรมทดลองใช้และดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยงฟรีโดยสร้างระบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อจัดเก็บข้อมูลของสัตว์ที่มารับบริการ เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลการจัดโปรแกรมการดูแล สุขภาพของสัตว์เลี้ยงได้อย่างถูกต้อง พร้อมทั้งเป็นการดึงดูดในการใช้บริการเนื่องจากเป็นบริการที่ ติดตามและดูแล สุขภาพแต่ละตัวอย่างชัดเจนด้วยข้อมูลที่นำเชื่อถือ ทำให้เกิดการมาใช้บริการซ้ำและบอกต่อ ใช้ระยะ

ตลอดเวลาในการดำเนินงาน มีงบประมาณทั้งหมดเป็นมูลค่า 1,000,000 บาท (ส่วนลด เมื่อซื้อโปรแกรมทดลองใช้และดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยง)

8. การบริหารพนักงานในองค์กร บุคลากรของหน่วยงานเป็นกำลังสำคัญของธุรกิจ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความสามัคคีและรักใคร่ในหมู่คณะและจงรักต่อองค์กรทางโรงพยาบาลจะทำงานร่วมกันดุจญาติพี่น้อง จะจัดให้มีการสังสรรค์กันอย่างต่อเนื่องเมื่องานสำเร็จและมีการพาพนักงานไปพักผ่อนที่รีสอร์ทอย่างเป็นประจำ

**MODEL OF CONSTRUCTION MANAGEMENT OF PERMPIAN
CONSTRUCTION AND TRADING COMPANY LIMITED**

**รูปแบบการบริหารธุรกิจก่อสร้าง
ของบริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์เทรดดิ้ง จำกัด**

DR.SOMCHAI PERMPIAN

ดร.สมชาย เพิ่มเพียร

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Degree of Doctor of Philosophy in Business Administration
At Bodhisastra University, Florida State, USA.
Academic Year 2020

Abstract

This dissertation present . The construction management model of Permpian Construction and Trading Company Limited with quality. A case study of Permpian Construction and Trading Company Limited Principles of business administration directly from students that focus on management and management as the main the creation of a convenient and rapid working system; creating relationships with people in the organization which has always been a cornerstone of business operations model for successful construction business management of Permpian Construction and Trading Company Limited In the past, the study found that administrative factors are as follows 1) Selection of products to be worthwhile for business 2) Personnel management 3) Contract legal system when changing jobs 4) Solving immediate problems from external factors 5) Searching for working partners 6) Setting standards for inspection with Employer 7) Communication at all levels 8) Knowledge development 9) Construction technology

Key Word : Construction Management

บทคัดย่อ

งานดุษฎีนิพนธ์นี้เพื่อนำเสนอ รูปแบบการบริหารธุรกิจก่อสร้างของบริษัทเพิ่มเพียรคอนสตรัคชั่น แอนด์เทรดดิ้ง จำกัด อย่างมีคุณภาพ กรณีศึกษาของบริษัทเพิ่มเพียรคอนสตรัคชั่น แอนด์เทรดดิ้ง จำกัด หลักการบริหารธุรกิจโดยตรงจาก ผู้วิจัยที่มุ่งเน้นการบริหารการจัดการเป็นหลัก การสร้างระบบการทำงาน

ให้สะดวก รวดเร็ว การสร้างสัมพันธ์กับคน ในองค์กร ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการดำเนินธุรกิจตลอดมา ปัจจัยความสำเร็จการบริหารธุรกิจก่อสร้างที่ประสบความสำเร็จ ของ บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรดิง จำกัด ที่ผ่านมาผู้ศึกษาพบว่า มีรูปแบบ ในการบริหาร ดังนี้ 1) การเลือกสรรสินค้าให้คุ้มค่าทางธุรกิจ 2) การบริหารงานบุคคล 3) ระบบนิติกรรมสัญญาเมื่อเปลี่ยนแปลงงาน 4) การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าจากปัจจัยภายนอก 5) การค้นหาพันธมิตรร่วมทำงาน 6) การกำหนดมาตรฐานการตรวจรับงานกับผู้ว่าจ้าง 7) การสื่อสารทุกระดับ 8) การพัฒนาความรู้ 9) นวัตกรรมดำเนินงานก่อสร้าง

คำสำคัญ : รูปแบบการบริหารธุรกิจก่อสร้าง

1. ความเป็นมา ความสำคัญของเรื่อง และวิธีการศึกษา

1.1 ความเป็นมา สถานการณ์ทั่วไป แนวคิดทั่วไป (Statement of the problems)

ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างเป็นธุรกิจสำคัญของอุตสาหกรรมก่อสร้างอันเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเภทงานก่อสร้าง เป็นศูนย์รวมของบุคคลหลากหลายอาชีพ ได้แก่ วิศวกร นักออกแบบ ช่างเทคนิค เป็นต้น โดยกระบวนการทำงานใช้วิธีผสมผสานระหว่างเทคนิคต่าง ๆ ในงานก่อสร้างมาประกอบเข้ากับหลักการบริหารงานก่อสร้าง ซึ่งผลผลิตที่ได้คือวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ผู้บริหารวางไว้ เช่น สิ่งปลูกสร้างสำเร็จ ลูกค้าพอใจผลงาน กำไร เป็นต้น

ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างเป็นธุรกิจที่แตกต่างจากธุรกิจอื่น ๆ และต้องใช้ความรับผิดชอบสูงมาก คือเป็นงานที่ทำในทุกสภาพอากาศ ทุกสภาพพื้นที่ทั้งกลางวันและกลางคืน ภายใต้เงื่อนไขที่วางไว้มีการเปลี่ยนแปลงแผนของการปฏิบัติงานได้ตลอดเวลาตามตัวแปรที่ไปแน่นอน เช่น ขาดบุคลากร สภาพดินฟ้าอากาศ วัสดุอุปกรณ์ สภาพพื้นที่ เป็นต้น ผู้บริหารงานก่อสร้างจึงต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการอะไรหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน ทั้งบริหารคนบริหารเวลา เลือกวัสดุก่อสร้าง ควบคุมหน้างาน ประสานงานกับผู้ว่าจ้าง บริหารต้นทุนก่อสร้าง เพราะถ้ามีสิ่งผิดพลาดเกิดขึ้นจะส่งผลกระทบต่อเป็นระบบลูกโซ่ตามๆ กัน จนถึงขั้นล้มละลายได้

1.2 สถานการณ์เฉพาะในประเทศ หรือในท้องถิ่น

บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรดิง จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2537 มีสำนักงานอยู่ที่จังหวัดนครนายก ดำเนินการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างมาจนถึงปัจจุบัน รวมระยะเวลา 25 ปี โดยให้บริการผู้ว่าจ้างระดับเล็ก ๆ คือ บุคคลทั่วไปจนถึงบริษัทใหญ่ ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล โรบินสัน บิ๊กซี ปัจจุบันมีรายได้หลักจากห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์

Concept หลักของการบริหารในบริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรดิง จำกัด ให้เจริญก้าวหน้าและยั่งยืน คือ ให้ความสำคัญกับผู้ว่าจ้าง ผลงานมีคุณภาพตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ผู้

ว่าจ้างต้องการ มีการบริการหลังการดำเนินงานที่ดี ซึ่งมีผลต่อการเจริญเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง คือที่มีคำกล่าวไว้ว่า “ลูกค้ายคือพระเจ้า”

1.3 ความสนใจ

ผู้วิจัยทำงานอยู่ที่ปูนซีเมนต์ไทย ได้รู้ได้เห็นอะไรหลาย ๆ อย่าง จากการบริหารงานของบริษัทปูนซีเมนต์ไทยซึ่งมีบริษัทอยู่ในเครื่องถึง 52 บริษัท และบริษัทปูนซีเมนต์ไทยยังผลิตสินค้าที่เกี่ยวกับงานก่อสร้างเป็นหลัก ผู้วิจัยได้เรียนรู้ถึงหลักการบริหารจัดการของบริษัทปูนซีเมนต์ไทยมาอย่างต่อเนื่อง และมีความสนใจที่อยากจะเป็นผู้บริหารกิจการใดกิจการหนึ่งก็ได้ที่ไม่เป็นลูกจ้างใครอีกต่อไป เป็นนายของตัวเอง เลยมีความคิดที่ว่าธุรกิจก่อสร้างน่าจะเป็นทางเลือกที่ดีในการทำกิจการ เพราะงานก่อสร้างการตลาดจะเปิดกว้างมากกว่ากิจการอื่นๆ เพราะกลุ่มลูกค้ามีมาก ทุกที่ต้องมีการก่อสร้าง ไม่ว่าจะเป็นอาคารบ้านเรือน ที่พักอาศัย ที่เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ เป็นเงาตามตัว มีแต่จะมากขึ้นเรื่อย ๆ และธุรกิจก่อสร้างเป็นธุรกิจที่ทำเงินทองได้เป็นกอบเป็นกำ สร้างความร่ำรวยได้เร็วกว่าอาชีพอื่น จึงได้จัดตั้ง บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์เทรดดิ้ง จำกัด

ในวัยเด็กฐานะทางบ้านผู้วิจัยมีฐานะยากจน เมื่อจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่หก ผู้วิจัยได้เดินทางเข้ากรุงเทพมหานครมาเป็นพนักงานจ้างของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2532-2537 ได้รับประสบการณ์การบริหารงานด้านต่างๆ ตั้งแต่ฝ่ายบริหาร ฝ่ายบุคคล พนักงานจ้าง เป็นต้น จึงมีแนวความคิดว่าอยากมีกิจการของตนเองเป็นกิจการอะไรก็ได้ที่ไม่ต้องเป็นลูกจ้างเขาอีก เป็นนายของตัวเอง ในช่วงวันหยุดงานจึงไปเรียนรู้งานการติดตั้งกระจกอะลูมิเนียมจากเพื่อน จึงเกิดแรงบันดาลใจขึ้นมา เพราะได้รับรู้ถึงขั้นตอนการทำงานจริงจากเพื่อน และได้รับรู้การลงทุนที่ใช้เงินน้อยแต่ได้กำไรมาก ต่อมาได้ตัดสินใจลาออกจากบริษัทปูนซีเมนต์ไทย มาจัดตั้งบริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์เทรดดิ้ง จำกัด ด้วยเงินทุนเพียง 200,000 บาท เท่านั้น ใช้ซีอีโอรถยนต์ 1 คัน ราคา 150,000 บาท เหลือไว้ใช้จ่ายค่าวัสดุค่าจ้าง 50,000 บาท มีลูกน้องสามคนงานรับเหมาเริ่มต้นธุรกิจก่อสร้างครั้งแรก 2,500 บาท การดำเนินงานตลอดระยะเวลา 25 ปีที่ผ่านมา บริษัทเพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์เทรดดิ้ง จำกัดมีผลประกอบการที่ดี เจริญก้าวหน้า มีฐานะมั่นคง มีเงินลงทุนมีชื่อเสียงในธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในวงการห้างสรรพสินค้า

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 บริบทขององค์กร

บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์เทรดดิ้ง จำกัด (สำนักงานใหญ่) เป็นบริษัทที่ประกอบกิจการรับเหมาก่อสร้างอาคาร ปรับปรุงอาคารสำนักงาน และมีประสบการณ์ มากกว่า 20 ปี

ข้อมูลที่ตั้ง

บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์เทรดดิ้ง จำกัด ตั้งอยู่ที่เลขที่ สำนักงานใหญ่ 274 หมู่1 ตำบลเกาะหวาย อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก รหัสไปรษณีย์ 26130 หมายเลขโทรศัพท์ 08-1929-4265

หน้าที่และความรับผิดชอบ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เพิ่มเพียร์ คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง

จำกัด

- ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในโครงการใหม่ ๆ และมีอำนาจในการพิจารณาอนุมัติให้บริษัทลงทุน

- พิจารณา เสร็จจ่าต่อรอง และอนุมัติการเข้าทำนิติกรรมสัญญา และ/หรือ การดำเนินการใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน และ/หรือ การบริหารงานตามปกติของบริษัทในจำนวนเงินแต่ละรายการไม่เกินงบประมาณที่กำหนด

- ควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของพนักงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย

- มีอำนาจอนุมัติและลงนามเอกสารการใช้จ่ายเงิน และวงเงินตามที่กำหนด

- รับผิดชอบให้บริษัทมีบัญชีที่ถูกต้องและมีรายงานทางการเงินที่ถูกต้องครบถ้วน

- รับผิดชอบการจัดซื้อวัสดุก่อสร้าง การควบคุมราคา

- รับผิดชอบติดตาม การวางบิล ให้เหมาะสมตามกำหนดเวลา

- รับผิดชอบดูแลเรื่องการค้าดำเนินงานและ/หรือการบริหารงานตามปกติประจำวัน (day to day operation) ของบริษัท รวมถึงการกำกับดูแลการค้าดำเนินงานโดยรวม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และข้อบังคับของบริษัท ตลอดจนวิสัยทัศน์ ภารกิจ นโยบาย กลยุทธ์ทางธุรกิจ เป้าหมายและแผนการค้าดำเนินงาน เป้าหมายทางการเงิน และงบประมาณของบริษัท

- เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหารและพนักงานต่าง ๆ

- ส่งเสริมกระบวนการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือที่ดีระหว่างบริษัทกับผู้มีส่วนได้เสีย

- ยึดมั่นแนวคิดในการดำเนินธุรกิจของบริษัท เพิ่มเพียร์ คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด ด้วยความโปร่งใสและคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ

- แก้ปัญหาพนักงานอย่างทันท่วงที

- พิจารณาจ้าง แต่งตั้ง เลิกจ้าง กำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่และผลประโยชน์ตอบแทนที่เหมาะสมของพนักงานบริษัท

เหมาะสมของพนักงานบริษัท

- จัดทำให้มีระบบป้องกันการคอร์รัปชันและควบคุมไม่ให้มีการคอร์รัปชันในบริษัท

- รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงินและมาตรฐานการก่อสร้าง

- สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารสร้างสัมพันธ์อันดีกับผู้ว่าจ้าง และ/หรือ บริษัทร่วม

พันธมิตร์

2.2 การเริ่มต้น และประเภทกิจกรรม /ธุรกิจ

บริษัท เพิ่มเพียร์ คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด จดทะเบียนเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2542 ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อ

1) ประกอบกิจการรับเหมาก่อสร้างอาคาร อาคารพาณิชย์ อาคารที่พักอาศัย สถานที่ทำการ ถนน สะพาน เขื่อน อุโมงค์และงานก่อสร้างอย่างอื่นทุกชนิด รวมทั้งรับงานงานโยธาทุกประเภท

2) ประกอบกิจการการค้า และติดตั้ง กระจก อลูมิเนียม มุ้งลวด เหล็กตัด และอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ในการติดตั้งกระจกและอลูมิเนียมทุกชนิด

บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรดิง จำกัด มีสำนักงานอยู่ที่ 274 หมู่ที่ 1 ตำบลเกาะหวาย อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก โดยมี นายสมชาย เพิ่มเพียร เป็นกรรมการผู้จัดการ

บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรดิง จำกัด ได้รับเหมาก่อสร้างอาคารสำนักงานต่างๆและอื่นมากมาย ได้แก่

- | | |
|---------------------------|------------------------------------|
| - ก่อสร้างอาคาร | - งานระบบไฟฟ้า |
| - ทำถนน | - งานระบบประปา |
| - ติดตั้งกระจก-อลูมิเนียม | - งานกันซึม |
| - งานสี | - ผ้าใบแรงดันสูง (ผ้าใบปีกค้างคาว) |
| - งานเฟอร์นิเจอร์ | - งานปรับปรุงต่อเติมทุกชนิด |



บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรดิง จำกัด ประกอบกิจการรับเหมาก่อสร้างอาคาร



บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรดดิ้ง จำกัด ประกอบกิจการรับเหมาก่อสร้างถนน



บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรดดิ้ง จำกัด
ประกอบกิจการรับเหมาก่อสร้างสะพาน



บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรดดิ้ง จำกัด ประกอบกิจการการค้า
และติดตั้ง กระจก อลูมิเนียม มุ้งลวด เหล็กตัด และอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้

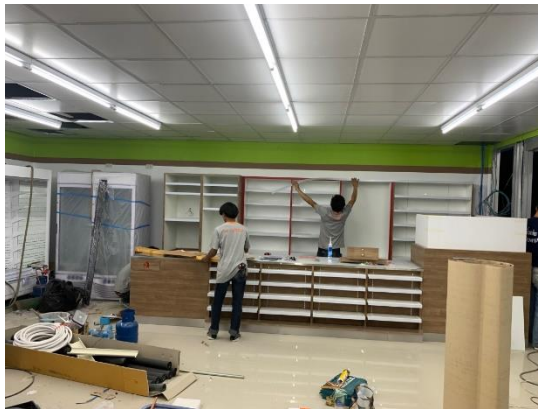
ในการติดตั้งกระจก และอลูมิเนียมทุกชนิด



บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด ประกอบกิจการติดตั้งฝ้า



บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด ประกอบกิจการรับเหมาทาสี



บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด ประกอบกิจการติดตั้งเฟอร์นิเจอร์



บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด ประกอบกิจการติดตั้งระบบไฟฟ้า



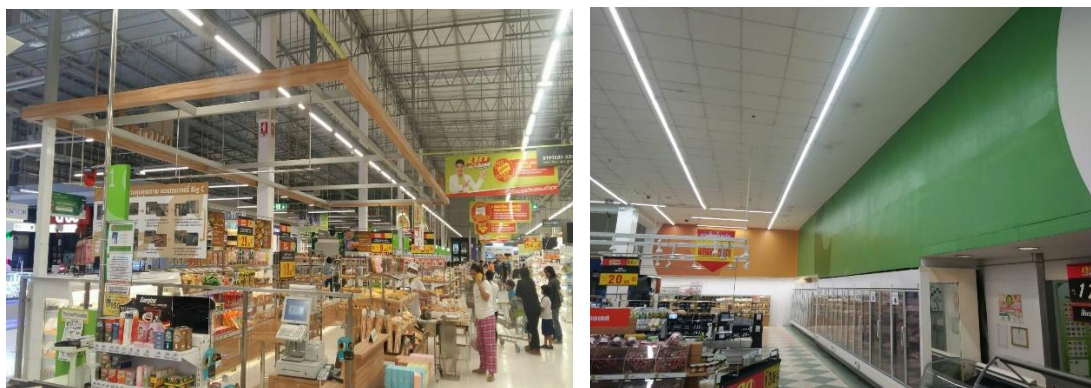
บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด ประกอบกิจการติดตั้งระบบประปา



บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด ประกอบกิจการงานกันซึม



บริษัท เฟิมเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด ประกอบกิจการติดตั้งงานผ้าใบแรงดึงสูง



บริษัท เฟิมเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด
ประกอบกิจการรับเหมางานปรับปรุงต่อเติม

2.3 ขั้นตอน/กระบวนการดำเนินการ

2.3.1 กระบวนการขั้นตอนรับแบบ เสนอราคา ประมูลงาน

- ผู้ว่าจ้างส่ง Email เพื่อเชิญเข้าร่วมประมูลงาน และนัดชี้แจงขอบเขตการทำงาน โดยการตอบกลับ Email เพื่อร่วมประมูลงานนั้นๆ
- ตอบกลับ Email เพื่อเข้าร่วมประมูลงาน และเข้ารับฟังชี้แจงขอบเขตการทำงาน พร้อมรับแบบ, TOR และ BOQ
- คัดราคางานทั้งหมดตาม BOQ ที่ได้รับมา ทำการใส่ซองปิดผนึกให้เรียบร้อย แล้วนำส่งผู้ว่าจ้าง ตามวันและเวลาที่ผู้ว่าจ้างกำหนดมา
- ผู้ว่าจ้างจะทำการเปิดซอง และกำหนดวันประมูลงาน โดยวิธี e-Auction โดยแจ้งทาง Email เพื่อทำการตอบกลับแบบฟอร์มการประมูล

- เมื่อได้งาน ทางผู้ว่าจ้างจะเรียกประชุม Kick Off เพื่อสรุปแผนงาน ในการทำงานตามขั้นตอน ที่ผู้ว่าจ้างต้องการให้แล้วเสร็จ ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด
- ผู้ว่าจ้างจะเรียกไปทำสัญญาจ้าง ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนดไว้ให้
- ทำหนังสือค้ำประกัน การปฏิบัติตามสัญญา

2.3.2 กระบวนการขั้นตอนก่อสร้างและส่งมอบงาน

เริ่มแผนงานก่อสร้าง

- | | |
|---|--|
| - งานถนน | - งานปรับปรุงห้องน้ำคนขับรถ |
| - งานที่จอดรถ | - งานปรับปรุงบริเวณทางเข้า ออก พนักงาน |
| - งานเปลี่ยนที่จอดรถยนต์เป็นที่จอดรถจักรยานยนต์ | - งานปรับปรุง บริเวณ Locker |
| - งานปรับปรุงฟุตบอล | - งานปรับปรุงบริเวณ Stock |
| - งานปรับปรุงเสาป้าย | - เบิกของ |
| - งานปรับปรุงที่จอดรถจักรยานยนต์เดิม | - งานปรับปรุงบริเวณ interview and maid |
| - งานปรับปรุงบริเวณศาลพระพรหมและเจ้าที่เดิม | - งานปรับปรุงบริเวณ First aids |
| - งานปรับปรุงบริเวณเสา entryway,high way sign | - งานปรับปรุง Meeting Room |
| - งานปรับปรุง Barzaar | - งานปรับปรุง บริเวณ ART |
| - Retail Barzaar | - งานปรับปรุง บริเวณ Canteen |
| - งานปรับปรุงห้องน้ำลูกค้าชายบริเวณ Barzaar | - งานปรับปรุง บริเวณ CCTV |
| - งานปรับปรุงห้องน้ำลูกค้าหญิงบริเวณ Barzaar | - งานปรับปรุง บริเวณ Office+SGM+สัมภาษณ์ |
| - งานปรับปรุงห้องชยะ | - งานปรับปรุง บริเวณ EDP |
| - งานปรับปรุงบริเวณโถงทางเข้า ห้องน้ำชั้น 1 | - งานปรับปรุงห้องน้ำพนักงานชาย |
| - งานปรับปรุงห้องน้ำลูกค้าชายชั้น 1 | - งานปรับปรุงห้องน้ำพนักงานหญิง |
| - งานปรับปรุงห้องน้ำลูกค้าหญิงชั้น 1 | - งานปรับปรุง Office GR |
| - งานปรับปรุงห้องน้ำคนพิการ | - งานปรับปรุง ห้อง M7 |

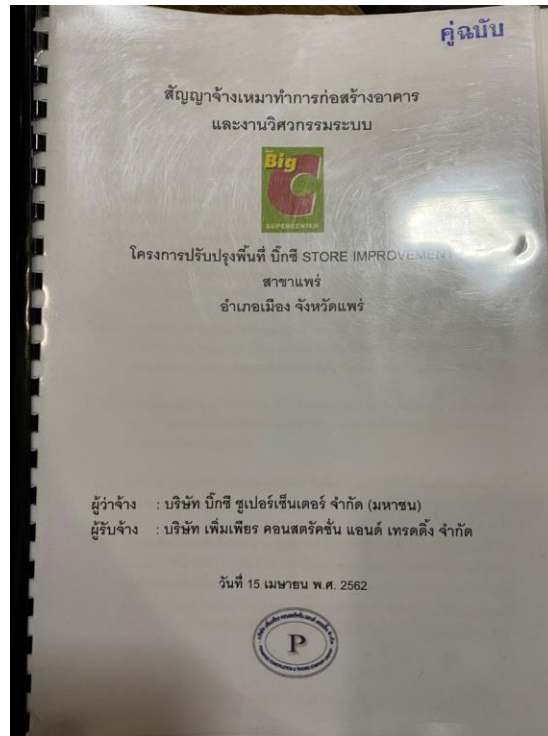
- ตรวจรับงาน

- ส่งมอบงาน

ตัวอย่าง เงื่อนไขประกวดราคางานปรับปรุง TOR , BOQ

เงื่อนไขการประกวดราคางานปรับปรุง STORE IMPROVEMENT โครงการ บิ๊กซี สาขาจอมใหญ่ แพร่ และะเจียงเพา วันที่ 17 ตุลาคม 2561		
ลำดับ	รายละเอียด	ข้อกำหนด
1.	กำหนดรูปแบบ, รายละเอียดประกอบแบบ และเงื่อนไขการประกวดราคา	วันที่ 19 ตุลาคม 2561 เวลา 9.30-12.30 น. ที่บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) อาคารบิ๊กซี สาขาธารคำวี่ ถนนรารคำวี่ อำเภอทุ่งหิน เขตปทุมวัน กทม. 10330 ติดต่อ แบบ CAP ลับ 7 คุณจุติพร กมลดี Mobile 096 656 3569 Tel 02 625-0666 EXT 4145 E mail kathithat@bigc.co.th เอกสารประกอบแบบประกวดราคา 1. เงื่อนไขการประกวดราคา 1 ชุด (ฉบับย่อ) 2. รายละเอียดและแบบประกอบแบบประกวดราคา 1 ชุด/สาขา 3. BOQ จำนวน 1 ชุด/สาขา 4. ตัวอย่างสัญญาจ้าง จำนวน 1 ชุด
2.	เงื่อนไขการรับแบบ และเอกสารประกวดราคา	◆ ไม่มี
3.	กำหนดเงื่อนไขแบบและคุณสมบัติก่อสร้าง	◆ จะกำหนดและแจ้งให้ทราบระหว่างกำหนดราคา ◆ หากมีข้อร้องเรียน หรือข้อสงสัยในแบบ - ขอให้ดำเนินการตามหลักวิศวกรรมและ แบบแบบ ประกอบการคิดราคาได้ตามข้อไปเสนอราคา - หากมีข้อสงสัยในแบบให้เขียนแจ้ง หรือ ส่งจดหมาย ไปที่บริษัท (ถ้ามี) ภายในวันที่ 25 ตุลาคม 2561 ◆ บริษัทฯ จะพิจารณาในวันที่ 25 ตุลาคม 2561
4.	รายละเอียดเอกสารเสนอราคา (ต้นฉบับ 1 ชุด, สำเนา 1 ชุด)	1. company profile จำนวน 1 ชุด 2. ของเอกสารเสนอราคา พร้อม CD 2 แผ่น หมายเหตุ ราคาที่เสนอเป็นการเสนอราคาแบบ lump sum ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการให้ครบถ้วนและจัดทำเอกสารเสนอราคาประกวดราคา ยกเว้นมีการเปลี่ยนแปลงไปจากแบบและรายละเอียดระวางการประกวดราคา จะต้องมีกรตรวจสอบปริมาณข้อกำหนดเทียบกับปริมาณที่ได้ดำเนินการจริง
5.	กำหนดวันของเสนอราคา พร้อม CD ROM	◆ วันที่ 10 กันยายน 2561 ภายในเวลา 12.00 น. โดยใส่ชื่อบริษัทใน จ่าหน้าซองถึง " ประธานคณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง " โครงการปรับปรุง STORE IMPROVEMENT บิ๊กซี สาขาจอมใหญ่ แพร่ และะเจียงเพา สถานที่ตั้งซอง ณ บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)
6.	หลักประกันการเสนอราคา (Bid Bond)	◆ หลักประกันมูลค่า 2,000,000.00 บาท (สองล้านบาทถ้วน)
7.	กำหนดระยะเวลาการก่อสร้าง	◆ ขึ้นดำเนินการก่อสร้าง 1 พฤศจิกายน 2561 ◆ ก่อสร้างแล้วเสร็จ 25 ธันวาคม 2561 ราคาทั้งหมดดำเนินการในช่วงหลังดำเนินการ ยกเว้นงานที่ไม่มีเสียงกั้น และไม่กระทบกับการให้บริการของลูกค้า
8.	หลักประกันการปฏิบัติตามสัญญา (Performance Bond)	◆ หลักประกันมูลค่าออกโดยธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย มูลค่าร้อยละ 5 (ห้า) ของราคาค่าก่อสร้างตามสัญญา มีอายุค่าประกันตลอดระยะเวลาสัญญา
9.	กำหนดการประเมินผลการก่อสร้าง และจ่ายเงิน หรือรับเงินค่าก่อสร้าง	ทุกรอบ 20 วันหรือตามที่กำหนดไว้ในสัญญา ผู้ว่าจ้างจะจ่ายเงินให้กับผู้รับจ้างภายใน 30 วันหลังจากผู้รับมอบหมาย รับรองผลงานจากผู้รับจ้างและผู้เกี่ยวข้องและตรวจรับงาน

ตัวอย่าง เอกสารสัญญาจ้างเหมางาน



ตัวอย่างผลงานก่อสร้างปรับปรุงพื้นที่ บิ๊กซี

โครงการบิ๊กซี STORE IMPROVEMENT PHRAE

ประมวลภาพถ่ายพื้นที่การทำงานก่อสร้าง ก่อน - หลัง		
ลำดับ	ภาพถ่ายก่อนปรับปรุง	ภาพถ่ายหลังปรับปรุง
1		
เปลี่ยนที่จอดรถยนต์เป็นที่จอดรถจักรยานยนต์		
2		
งานปรับปรุงลานจอดรถยนต์		
3		
งานปรับปรุงบริเวณ BARRZAR		

โครงการบิกซี STORE IMPROVEMENT PHRAE

ประมวลภาพถ่ายพื้นที่การทำงานก่อสร้าง ก่อน - หลัง		
ลำดับ	ภาพถ่ายก่อนปรับปรุง	ภาพถ่ายหลังปรับปรุง
13		
งานปรับปรุงห้อง Canteen		
14		
งานปรับปรุงห้องน้ำบริเวณ BARRZAR		
15		
งานปรับปรุงห้องทิ้งขยะ		

โครงการบิกซี STORE IMPROVEMENT PHRAE

ประมวลภาพถ่ายพื้นที่การทำงานก่อสร้าง ก่อน - หลัง		
ลำดับ	ภาพถ่ายก่อนปรับปรุง	ภาพถ่ายหลังปรับปรุง
7		
งานปรับปรุงห้องน้ำลูกค้าชาย		
8		
งานปรับปรุงห้องน้ำลูกค้าหญิง		
9		
งานปรับปรุงโถงทางเดินเข้าห้องน้ำลูกค้า		

3. สรุปผลการศึกษา

รูปแบบการบริหารธุรกิจก่อสร้างของ บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด ที่ผ่านมาผู้ศึกษาพบว่ามิดังนี้

1. การเลือกสรรสินค้าให้คุ้มค่าทางธุรกิจ เนื่องจากในการปฏิบัติงานจริง นอกจากความสำคัญ ของแรงงานที่มีฝีมือแล้ววัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างต้องมีความพร้อมไม่ล่าช้าด้วยเช่นกัน ในแผนงานก่อสร้าง ผู้คุมงานจะทราบถึงแผนงานก่อสร้างแต่ละส่วนงาน ผู้คุมงานจะทำการจัดหา สั่งวัสดุก่อสร้างให้เพียงพอ และไม่สั่งเกินจำนวน เพราะจะทำให้เกิดค่าใช้จ่ายที่สิ้นเปลือง ดังนั้น ผู้คุมงานต้องมีความรับผิดชอบสูง ติดตามแผนงานและ รายการสั่งวัสดุก่อสร้างตลอดเวลา ว่าต้องสั่งจากแหล่งไหน ขนส่งมาเมื่อไร จำนวนเท่าไร

การสั่งซื้อวัสดุก่อสร้าง ทางบริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด ดำเนินการสั่งซื้อจากโรงงานผลิตโดยตรงหรือจากผู้ขายที่เป็นตัวแทนจำหน่ายจากโรงงานผลิต โดยขั้นตอนการสั่งซื้อมีดังนี้

1.1 ใช้วิธีการสอบถามราคาหรือให้ผู้ขายเสนอราคาเพื่อเปรียบเทียบคุณสมบัติตรงความต้องการที่จะใช้หรือไม่ ราคาของแหล่งไหนถูกกว่ากัน

1.2 บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด เลือกสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างจากผู้ขายที่เสนอราคาตรงความต้องการที่จะใช้ในงานก่อสร้าง และราคาเหมาะสม นัดวันเวลาส่งมอบและดำเนินการตรวจรับวัสดุก่อสร้าง

1.3 บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด ดำเนินการชำระเงินให้แก่ผู้ขายตามรูปแบบที่ผู้ขายกำหนด โดย บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด จะเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างเป็นเงินสดมากกว่าแบบเครดิต เพราะผู้ขายจะคิดต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการเครดิต

2. การบริหารงานบุคคล สำหรับลักษณะการรับงานนั้น บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด จะมีแรงงาน 2 ประเภท ดังนี้

2.1 แรงงานประจำ บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด จะรับสมัครตามความสามารถเฉพาะด้าน โดยขั้นตอนแรกให้ทดลองทำงานให้บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด ก่อน เป็นระยะเวลา 6 เดือน ถ้าทดลองปฏิบัติงานไม่ผ่าน บริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด ไม่ดำเนินการจ้างต่อ ถ้าทดลองงานผ่านจะบรรจุเป็นพนักงานประจำของบริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด

2.2 ผู้รับเหมาช่วง ในงานบางประเภทบริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด จะจ้างผู้รับเหมาช่วงเข้ามาดำเนินการก่อสร้างเป็นบางส่วน โดยพิจารณาความน่าเชื่อถือและผลงานในอดีตเป็นเกณฑ์ในการสรรหาผู้รับเหมาช่วง และ/หรือใช้วิธีสอบถามกับบริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัดอื่น เพื่อจัดหาผู้รับเหมาช่วงให้เป็นผู้เสนอราคามารับงานเหมาช่วง โดยมีวิศวกรของบริษัท เพิ่มเพียร คอนสตรัคชั่น แอนด์ เทรตติ้ง จำกัด เข้าไปควบคุมงานก่อสร้างอีกชั้นหนึ่ง

3. ระบบนิติกรรมสัญญาเมื่อเปลี่ยนแปลง การจัดการค่าใช้จ่ายที่เกินงานจะต้องดำเนินการแจ้งผู้ว่าจ้างทางวาจาและเอกสารหลักฐานให้ผู้ว่าจ้างตัดสินใจ ถ้าหากผู้ว่าจ้างให้เปลี่ยนแปลงเป้าหมายของ

มาตรฐานงาน จึงดำเนินการตามที่ผู้ว่าจ้างสั่งแก้ไข แต่ต้องมีเอกสารจากผู้ว่าจ้างเป็นหลักฐาน หากผู้ว่าจ้างยินยอมจ่ายเงินเพิ่ม ต้องมีการเสนอราคาและทำสัญญาต่อทำยงานจ้างเพิ่มเติม ถ้าผู้ว่าจ้างดำเนินการตามเดิมตามสัญญาใช้วิธีถ่วงเฉลี่ยกับวัสดุรายการอื่น

4. การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าจากปัจจัยภายนอก การรับมือต่ออุปสรรคที่ทำให้งานล่าช้า มีปัจจัยที่ทำให้งานล่าช้า แบ่งออกเป็น 3 ปัจจัย ดังนี้

4.1 ปัจจัยจากธรรมชาติ เช่น ฝนตก

- เลือกทำงานในร่มที่สามารถทำได้ก่อน
- เพิ่มโอทีให้กับพนักงาน
- เพิ่มแรงงาน

4.2 ปัจจัยจากผู้ว่าจ้าง

- เสร็จจัดการปัญหาใกล้เคียงหาข้อยุติเพื่อให้เข้าใจถูกต้องตรงกันและดำเนินการก่อสร้างต่อโดยการจัดทำเอกสารไว้เป็นหลักฐานถึงสาเหตุการล่าช้า

4.3 ปัจจัยจากพนักงานของตนเอง

- ใช้มาตรการสอบถามหาสาเหตุของปัญหา และแก้ไขปัญหาย่างทันท่วงที
- ตักเตือนถ้าหากไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของบริษัท และใช้มาตรการเด็ดขาด

5. การค้นหาพันธมิตรร่วมทำงาน การหาพันธมิตรร่วมทำงานในการทำงานก่อสร้างที่ต้องวางแผนและทำตามแผนที่วางไว้นั้น การปฏิบัติงานจริงจะต้องเจอปัญหาปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ การหาพันธมิตรธุรกิจต้องมีไวยามฉุกเฉิน เพื่อการทำงานได้ตามแผนที่วางไว้ การประสานความร่วมมือทางใช้ด้านการเจรจา พุดคุย เป็นมิตรต่อกัน

6. การกำหนดมาตรฐานการตรวจรับงานร่วมกับผู้ว่าจ้าง การสร้างมาตรฐานการตรวจรับงานจะต้องดำเนินการตรวจงานร่วมกับผู้ว่าจ้างให้ตรงตามแบบและรายละเอียดที่ผู้ว่าจ้างกำหนด หากมีปัญหาขัดข้องบริษัทดำเนินการแก้ไขตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด และหรือผู้ว่าจ้างมีความเห็นการตรวจรับงานไม่ตรงกันต้องเจรจาหรือทำเอกสารเป็นหลักฐานชี้แจงเป็นรายกรณี

7. การสื่อสารทุกระดับ การสื่อสารระหว่างผู้สั่งงานและผู้ปฏิบัติงานในการทำธุรกิจรับเหมาต้องใช้คนงานที่อยู่ได้บังคับบัญชาจำนวนมาก บางคนก็รับฟัง บางคนก็ต่อต้าน เพราะฉะนั้นการประชุมวางแผนชี้แจงวัตถุประสงค์เป้าหมายของงานรับเหมาให้เป็นในทิศทางเดียวกัน ลดความขัดแย้งการปฏิบัติงาน หน้างาน ลดความล่าช้าการทำงาน และดำเนินการก่อสร้างทุกอย่างตามรูปแบบและรายละเอียดของงานที่ผู้ว่าจ้างกำหนด ได้สมบูรณ์ที่สุด

8. การพัฒนาความรู้ การฝึกอบรมฝีมือแรงงานให้ตามทันโลกสมัยใหม่ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความสำคัญมากในทุกๆธุรกิจ แม้แต่การก่อสร้าง เทคโนโลยีใหม่ ไม่ว่าจะเป็น เครื่องมือ เครื่องจักรใหม่ๆ ก็ล้วนส่งผลดีต่องานก่อสร้าง บริษัทได้ส่งพนักงานเข้ารับการอบรม ฝึกฝน พัฒนา เทคนิคใหม่ๆ ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น

9. **นวัตกรรมด้านงานก่อสร้าง** การพัฒนาความรู้ใหม่ๆ เป็นประโยชน์ต่องานก่อสร้างจะต้องศึกษาความรู้ใหม่นอกตำราเรียน เพื่อทันต่อการแข่งขันในโลกปัจจุบัน ต้องติดตามข่าวสารเทคนิคใหม่ๆ ทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ ต่างประเทศ เป็นต้น

**THE MANAGEMENT MODEL OF CORDYCEPS MUSHROOM BUSINESS OF
SD TECHNOVATION CO., LTD**

รูปแบบของการบริหารธุรกิจเห็ดถั่งเช่าของบริษัทเอสดีเทคโนโลยีขั้นจำกัด

DR.DARAWAN THONGBUT

ดร.ดาราวัลย์ ทองบุตร

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Degree of Doctor of Philosophy in Msdicine & Holistic Medicine
At Bodhisastra University, Florida State, USA.
Academic Year 2020

Abstract

This dissertation to present “The management model of Cordyceps mushroom business”, case study of SD Technovation Company Limited. Principles for business management directly from the study. with the goal of excellence in the production of Cordyceps mushrooms. With a focus on research management and product development credibility and has a professional approach that is faithful to customers in the role of cultivators and sawn timber processors that use scientific and technological processes in production. The success of the organization is due to the management model as follows; 1) Use the National Innovation System (NIS) platform there are three divisions working together : government research units, universities and private companies. 2) Research and development of new types of products from Cordyceps make the product unique and new in order to create the ability to compete for customers. 3) Build the own food supplement factory for one stop service 4) Use Customer Relationship Management (CRM) for show sincerity and help customers. Resulting in loyalty to the company's products repeat purchases and can sell new products to existing customers. 5) Build an affiliate network for the cultured tenants and open a learning institution to make the company more known in the market and society. 6) Be professional, honest and sincere to customers. By not using the advantage of the production cost of the tank to compete with the company's customers in the market. 7) Market research to design products that are specific to the consumer target group 8) Search for sources of other raw materials that are best and most suitable for customers 9) Apply Dhamma of the Buddha in the operations of all departments of the organization.

Key words: Cordyceps mushroom, National innovation system, Dhamma of Buddha

บทคัดย่อ

งานดุษฎีนิพนธ์นี้เพื่อนำเสนอ รูปแบบการบริหารธุรกิจเห็ดถั่งเช่าแปรรูป กรณีศึกษา บริษัท เอสดี เทคโนโลยี จำกัด หลักในการบริหารธุรกิจโดยตรงจากผู้ศึกษา ที่มีเป้าหมายมุ่งสู่ความเป็นเลิศในการผลิตเห็ดถั่งเช่า โดยมุ่งเน้นการบริหารงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นหลัก การสร้างความน่าเชื่อถือ และมีความเป็นมืออาชีพที่ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ในบทบาทของผู้เพาะเลี้ยงและแปรรูปถั่งเช่าที่นำกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต

ความสำเร็จที่เกิดขึ้นขององค์กรเกิดจากรูปแบบการบริหารงาน ดังนี้ 1) ใช้แพลตฟอร์มระบบนวัตกรรมแห่งชาติ โดยมีการทำงานร่วมกันสามฝ่าย คือ หน่วยวิจัยของรัฐ มหาวิทยาลัย และบริษัทเอกชน 2) วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ๆจากถั่งเช่า ทำให้สินค้ามีความใหม่ โดดเด่น เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับลูกค้า 3) สร้างโรงงานผลิตอาหารเสริมของตนเองเพื่อบริการลูกค้าแบบเบ็ดเสร็จ 4) บริหารลูกค้าสัมพันธ์ แสดงความจริงใจและช่วยเหลือลูกค้า ทำให้เกิดความภักดีต่อสินค้าของบริษัท มีการกลับมาซื้อซ้ำและสามารถขายผลิตภัณฑ์ใหม่แก่ลูกค้ารายเดิมได้ 5) สร้างพันธมิตรเครือข่ายผู้เพาะเลี้ยงถั่งเช่า และเปิดสถาบันการเรียนรู้เพื่อให้บริษัทเป็นที่รู้จักมากขึ้นในตลาดและสังคม 6) มีความเป็นมืออาชีพที่ซื่อสัตย์และจริงใจต่อลูกค้า โดยการไม่ใช้ความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตถั่งเช่าลงไปแข่งขันกับลูกค้าในตลาด 7) วิจัยตลาดเพื่อออกแบบสินค้าให้มีความเจาะจงกับกลุ่มผู้บริโภค 8) เเสาะหาแหล่งวัตถุดิบอื่นๆที่ดีและเหมาะสมที่สุดให้กับลูกค้า 9) นำธรรมะมาใช้ในการปฏิบัติงานของทุกฝ่ายขององค์กร

คำสำคัญ : รูปแบบการบริหารธุรกิจเห็ดถั่งเช่าแปรรูป

1. ความเป็นมา สถานการณ์ทั่วไป แนวคิดทั่วไป

ถั่งเช่า เป็นเห็ดที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ จากหนอนผีเสื้อในพื้นที่ที่สูงกว่าระดับน้ำทะเลกว่า 4,000 เมตรขึ้นไป เมื่อหนอนจากผีเสื้อเหล่านี้หลบอากาศหนาวในช่วงฤดูหนาว ที่มันขุดรูลงไปอยู่ใต้ดิน หนอนบางตัวอ่อนแอ มันจะง่ายต่อการถูกทำลายของเชื้อเห็ด เมื่อเชื้อเห็ดเจริญเข้าไปในตัวหนอน พอหนอนตาย และอากาศอบอุ่นขึ้น เส้นใยเห็ดที่อยู่ในตัวหนอนก็จะสร้างดอกออกมากล้ายกระบอง ก็จะถูกนกกล้าเห็ดเหล่านี้เอาไปขาย เพราะกำลังเป็นที่นิยมกันมาในตลาดโลก เห็ดที่เกิดขึ้นจากหนอนธรรมชาติ ในที่สูงที่มีหิมะปกคลุมในฤดูหนาวเช่นนี้เรียกว่า เห็ดถั่งเช่า ภาษาวิทยาศาสตร์เรียกว่า *Cordyceps sinensis* และเนื่องจากเห็ดสายพันธุ์นี้หายาก มีราคาแพง และหากนำมาเพาะให้เกิดดอกเห็ดค่อนข้างยุ่งยากและต้องการอากาศเย็นมาก ประกอบกับเห็ดในตระกูล *Cordyceps* นั้นมีหลายสายพันธุ์ โดยมีมากกว่า 400 ชนิด และมีหลายชนิดที่สามารถเพาะได้ด้วยกรรมวิธีเพาะง่ายๆ ไม่ต่างไปจากเห็ดทั่วไป หนึ่งในนั้นได้แก่ เห็ดถั่งเช่าสีทอง ซึ่งเป็นเห็ดตระกูลเดียวกับเห็ดถั่งเช่า แต่คนละเหล่าพันธุ์ (สปีชีส์) เป็นเห็ดที่พบอยู่ทั่วไป ในระดับที่มีอุณหภูมิระหว่าง 10 – 28 องศาเซลเซียส

สำหรับการเพาะเห็ดถั่งเช่าสีทองนั้นได้มีการเพาะกันเป็นการค้ามานานหลายสิบปีแล้วที่ประเทศจีน เช่น บริษัทเจียวสุเจียงหนาน และที่อเมริกา เช่น บริษัทไบโอเคน เป็นต้น โดยแต่ละบริษัทผลิตกันออกมา

เดือนละหลายๆตัน เช่นเดียวกับที่ศูนย์ไทยไบโอเทคที่ปีซีของประเทศไทยก็ได้ทำการเพาะเลี้ยงทั้งดอกและเส้นใยเห็ดชนิดนี้เพื่อการส่งออกมานานแล้ว โดยเฉพาะเส้นใยเห็ดถึงเช่าแท้ ผลิตเพื่อการส่งออกเดือนละไม่ต่ำกว่า 10,000 ขวด หรือมากกว่า 1 ตัน ที่ส่งออกไปจำหน่ายยังยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลยา สุทธิขำ และคณะ (2015) ได้รวบรวมรายงานการวิจัยจำนวนมากที่แสดงให้เห็นว่า ถั่งเช่า หรือเชื้อรา *Cordyceps militaris* มีสารออกฤทธิ์ที่เรียกว่า Cordycepin ซึ่งเป็นอนุพันธ์ของนิวคลีโอไซด์ adenosine ซึ่งมีฤทธิ์ทางเภสัชวิทยาในแง่ต่างๆ อาทิเช่น

ถั่งเช่ากับมะเร็ง

มีรายงานการวิจัยที่แสดงให้เห็นความสามารถในการต้านมะเร็งเต้านมระยะสุดท้ายของสาร cordycepin ที่สกัดได้จากถั่งเช่านอกจากนี้ยังมีสารออกฤทธิ์อื่นๆ ที่พบในถั่งเช่าที่มีฤทธิ์ทางเภสัชวิทยาอีกที่มีฤทธิ์ยับยั้งการเกิดเนื้องอกและเซลล์มะเร็ง อีกทั้งยังมีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ และมีสารยับยั้งการสร้าง xanthine ซึ่งเป็นสารตั้งต้นของ กรดยูริก สารยับยั้งการเหนี่ยวนำให้เม็ดเลือดแดงแตก และการย่อยสลายไขมัน ซึ่งผลปรากฏว่าถั่งเช่าธรรมชาติและถั่งเช่าที่ได้จากการเพาะเลี้ยง ให้ผลดีในการทำงานทั้ง 3 กรณีใกล้เคียงกันมาก และยังพบอีกว่าสารโพลีแซคคาไรด์ที่แยกได้จากถั่งเช่าที่เพาะเลี้ยง มีประสิทธิภาพเป็น anti-oxidant เพิ่มขึ้น 10-30 เท่า นอกจากนี้ยังพบอีกว่า สมุนไพรจีนที่มีส่วนผสมของถั่งเช่าที่ใช้ในการรักษาผู้ป่วยโรคตับ จำนวน 101 คน (ชาย 67 และหญิง 34 คน) อายุเฉลี่ย 67.2 ± 8.8 ปี เป็นระยะเวลา 0.8-100.8 เดือน (เฉลี่ย 13.4 เดือน) ซึ่งในผู้ป่วยเหล่านี้พบว่าเป็นโรคตับแข็ง 84%, hepatitis C 63%, hepatitis B 18%, โรคมะเร็งตับ 9% ซึ่งบางคนก็เป็น 2-3 โรคพร้อมกัน ผลปรากฏว่าผู้ป่วยที่ได้รับสมุนไพรที่มีส่วนผสมของถั่งเช่า มีอายุยืนยาวกว่า ไม่มีผลข้างเคียง และมีศักยภาพในการทนต่อการรักษาด้วยวิธีการแพทย์แผนปัจจุบันได้ดีกว่า

นอกจากนี้ Chen และคณะ (2010) ได้ศึกษาศักยภาพของสาร cordycepin จากถั่งเช่าในการเหนี่ยวนำทำให้เซลล์มะเร็งต่อมไทรอยด์ตาย (CGTH W-2) ซึ่งผลปรากฏว่าเซลล์มะเร็งต่อมไทรอยด์ลดความสามารถในการมีชีวิตต่อไปและตายในที่สุด ไม่กลายเป็นเนื้อร้าย

Yoshikawa และคณะ (2007) ได้ศึกษาศักยภาพของสาร cordycepin จากถั่งเช่าในการยับยั้งเซลล์ตั้งต้นของมะเร็งเม็ดเลือดขาวของมนุษย์ (promyelocytic leukaemia) (HL 60) ไม่ให้สามารถเจริญเติบโตได้

ฤทธิ์ต่อภูมิคุ้มกัน

Li และคณะ (2009) ได้ทำการศึกษาผลของถั่งเช่าที่มีต่อการกระตุ้นการทำงานของเซลล์ปลายประสาท และกระตุ้นการทำงานของระบบภูมิคุ้มกัน ผลปรากฏว่าถั่งเช่ามีผลต่อความสมดุลของฮิน-หยาง ซึ่งเหมาะที่จะเป็นยาและอาหารเสริมสุขภาพ

Vetvicka และคณะ (2007) ได้ทดสอบประสิทธิภาพด้านเสริมภูมิคุ้มกันจากสาร 1,3-beta-D-Glucan ในการกระตุ้นเซลล์เม็ดเลือดขาว ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นในการกำจัดสิ่งแปลกปลอม และยังได้

พบว่า ในผู้ป่วยมะเร็ง มีการฟื้นตัวได้เร็วขึ้นหลังจากการรับเคมีบำบัดหรือฉายรังสี เพราะกระตุ้นเม็ดเลือดขาวให้มีปริมาณเพิ่มขึ้นสู่สภาวะปกติได้เร็วขึ้น

Kirmaz และคณะ (2005) ได้ทำการศึกษาผู้ป่วยที่มีอาการจุกอึดเสบจากภูมิแพ้จำนวน 24 คน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกจำนวน 12 คน ให้รับประทาน เบต้า-กลูแคน ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งจำนวน 12 คน ให้รับประทานสารอื่นที่ไม่มีผลต่อการกระตุ้นภูมิคุ้มกัน (Placebo) โดยให้รับประทานติดต่อกัน 12 สัปดาห์ ผลปรากฏว่าดัชนีที่บ่งบอกถึงอาการภูมิแพ้จากการตรวจวัดสารในน้ำมูกลดลงในกลุ่มที่ได้รับสาร เบต้า-กลูแคน ซึ่งแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับกลุ่มที่ไม่ได้รับเบต้า-กลูแคน

ถึงเข้าต่อการทำงานของไต

Jiang และ Geo (1995) ได้ทำการทดสอบในคนไข้ 37 คน ที่มีปัญหาโรคไตวายเรื้อรัง โดยให้รับประทานถึงเข้าในปริมาณ 5 กรัม ต่อวันติดต่อกัน 1 เดือน ผลปรากฏว่าค่าต่างๆ หลังจากการรับประทานแล้วดีขึ้นมาก ได้แก่ blood urea nitrogen, creatinine, urinary proteins, arterial blood pressure, superoxide dismutase, และ serum lipoperoxides

Li และคณะ (2009) ได้ทำการทดสอบในผู้ป่วยที่ได้ทำการปลูกถ่ายไต จำนวน 202 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรก (93 คน) ให้กินถึงเข้า 3 กรัมต่อวันควบคู่ไปกับยาแผนปัจจุบัน เปรียบเทียบกับกลุ่มที่สอง (109 คน) ให้กินเฉพาะยาแผนปัจจุบัน ผลการตรวจวัด serum creatinine (SCr) และ blood urea nitrogen (BUN) ไม่แตกต่างกันระหว่างสองกลุ่ม แต่กรดยูริก และโปรตีนในปัสสาวะนั้น ในกลุ่มที่ได้รับถึงเข้ามีค่าต่ำกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หลังจากปลูกถ่ายไตแล้ว 2-6 เดือน ปริมาณความเข้มข้นของ cyclosporine (CsA) ในเลือดของผู้ที่รับประทานถึงเข้า ต่ำกว่าในกลุ่มที่ไม่ได้รับรับประทาน ซึ่งเป็นดัชนีชี้ว่า ถึงเข้าช่วยในการยอมรับการปลูกถ่ายไตของร่างกายได้ดีขึ้นมาก

ถึงเข้ากับความเป็นชาย

Guo (1986) ได้ทำการทดสอบถึงเข้ากับคนไข้ชาย 22 คน โดยให้รับประทานวันละ 3 กรัม เป็นเวลาติดต่อกัน 8 สัปดาห์ ผลปรากฏว่าในจำนวน 33% ของคนไข้มีปริมาณเชื้ออสุจิเพิ่มมากขึ้น และสามารถป้องกันการลดปริมาณของเชื้ออสุจิในคนไข้จำนวน 29 %

Wan และคณะ (1998) ได้ทำการทดสอบ ถึงเข้า กับคนไข้ชาย 189 ราย โดยให้รับประทานวันละ 3 กรัม เป็นเวลาติดต่อกัน 40 วัน ผลปรากฏว่าสามารถฟื้นฟูผู้ที่เสื่อมสมรรถภาพทางเพศได้ถึง 66.1%

Huang และคณะ (2004) พบว่าถึงเข้า สามารถเพิ่มฮอร์โมนเพศชายได้ทั้งในหนูทดลองและในมนุษย์

ถึงเข้ากับผู้สูงอายุ

Chen (1995) ได้ทำการศึกษาในผู้ป่วยโรคหัวใจล้มเหลวเรื้อรัง 30 คน โดยให้รับประทานถึงเข้า 3-4 กรัมต่อวัน ติดต่อกันนาน 26±3 เดือน ร่วมกับยาแผนปัจจุบัน แล้วทำการเปรียบเทียบกับกลุ่มที่ได้รับ

เพียงยาแผนปัจจุบันจำนวน 34 คน ผลปรากฏว่าผู้ป่วยที่ได้รับถึงเข้าร่วมกับยาแผนปัจจุบันมีดัชนีบ่งชี้อาการต่างๆ ดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ อาการหายใจถี่ลดลง ซึ่งทำให้ไม่เหนื่อยง่าย สภาพความสมบูรณ์ของร่างกายดีขึ้น อารมณ์/อาการทางจิตดีขึ้น และความต้องการทางเพศสูงขึ้น

Zhang และคณะ (1995) ได้ทำการศึกษาในผู้สูงอายุ ที่มีอาการอ่อนล้าง่ายโดยแบ่งกลุ่มผู้ทดลองออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกให้รับประทานถึงเช้า ในอัตรา 3 กรัมต่อวันติดต่อกันนาน 3 เดือน จำนวน 26 คน และอีกกลุ่มหนึ่งให้กินสารที่ไม่มีฤทธิ์ใดๆ (Placebo) จำนวน 27 คน ผลปรากฏว่า กลุ่มที่ได้รับถึงเช้า มีจำนวนผู้ที่หายจากอาการอ่อนล้าง่ายได้ถึง 92% ในขณะที่กลุ่มที่รับสารทดแทนมีผู้ที่หายจากอาการอ่อนล้าง่ายเพียง 14%

Chen และคณะ (2010) ได้ทำการทดสอบสมรรถภาพการออกกำลังกายในผู้สูงอายุ (50-75 ปี) จำนวน 20 คน โดยการให้รับประทานถึงเช้าอัตรา 1 กรัมต่อวัน เปรียบเทียบกับกลุ่มที่ให้กินสารที่ไม่มีฤทธิ์ใดๆ (Placebo) เป็นเวลานาน 12 สัปดาห์ แล้วทำการตรวจสอบวัดค่าเมทาโบไลต์ต่างๆ ผลปรากฏว่ากลุ่มที่ได้รับถึงเช้า มีค่าเมทาโบไลต์ทุกตัวดีขึ้นจากการออกกำลังกายเปรียบเทียบกับกลุ่มที่ไม่ได้รับประทานถึงเช้า

ถึงเข้ากับผิวพรรณ

นอกจากนี้ยังได้มีการศึกษาประสิทธิภาพของ cordycepin ในการยับยั้งผลกระทบจากแสงแดดที่มีต่อผิว ทำให้ผิวเสีย (anti-skinphotoaging effects) ในระดับห้องปฏิบัติการ โดยทำการทดสอบการยับยั้งเอ็นไซม์ 2 ชนิดที่มีอยู่ในเซลล์ผิวหนังของมนุษย์ ได้แก่ metalloproteinase-1 (MMP-1) และ -3 ผลการทดลองพบว่า cordycepin สามารถป้องกัน (block) รังสี UVB ไม่ให้เหนี่ยวนำการสร้าง MMP จึงสามารถป้องกันการเสื่อมของผิวหนังจากรังสีอัลตราไวโอเล็ตที่มีในแสงแดดได้

นอกจากนี้ Wong และคณะ (2011) ได้ทำการทดสอบสารสกัดโพลีแซคคาไรด์ ที่ได้จากถึงเช้า ในการป้องกันเซลล์ผิวหนังของมนุษย์ จากการทำลายของรังสีอัลตราไวโอเล็ต (UVB 290-320 nm) โดยการเพาะเลี้ยงเซลล์ผิวหนัง (fibroblast) แล้วแบ่งเป็น 2 ชุด ชุดแรกชุบด้วยสารสกัดจากถึงเช้า ส่วนชุดที่สองชุบด้วยน้ำอุ่นเพื่อเป็นกลุ่มเปรียบเทียบ แล้วนำมาฉายรังสี UVB (302 nm) จากนั้นทำการตรวจสอบ DNA ที่เสียหายหรือเปลี่ยนแปลงไป ผลปรากฏว่าสารสกัดจากถึงเช้า สามารถป้องกันผิวหนังจากรังสี UVB ไม่ให้เกิดมะเร็งผิวหนังได้อย่างมีนัยสำคัญ

Matsuki และคณะ (2008) ได้ศึกษาการยับยั้งการสร้างเมลานิน ด้วยกลูต้าไธโอน ผลปรากฏว่ากลูต้าไธโอน มีผลในการยับยั้งการทำงานร่วมกันระหว่างเอ็นไซม์ tyrosinase กับ L-DOPA ทำให้ยับยั้งการสร้างเม็ดสีเมลานินและหยุดขยายตัวต่อกัน

Yang และคณะ (2011) ได้ศึกษาฤทธิ์ของสารสกัดจากเส้นใยถึงเช้า ในการยับยั้งการปลดปล่อย superoxide anion และเอ็นไซม์ elastase ในกรณีที่เกิดแผลแล้วจะมีผลให้อักเสบ ผลปรากฏว่าสารสกัดได้มีส่วนประกอบสำคัญคือ 1-(5-Hydroxymethyl-2-furyl)-b-carboline มีฤทธิ์ในการยับยั้งการปลดปล่อย superoxide anion และเอ็นไซม์ elastase ได้ดีทำให้แผลหายเร็วขึ้นมาก

สำหรับการเพาะเลี้ยงถั่งเช่าในประเทศไทยที่มีในปัจจุบันนั้น ได้มีการเพาะเลี้ยงบนอาหารเทียมสูตรต่างๆ เพื่อให้ได้เส้นใยของเชื้อราและสารออกฤทธิ์ทางเภสัชวิทยา อาทิ adenosine, cordycepin, cordycepic acid, ergosterol และ polysaccharide เป็นต้น

1.2 สถานการณ์ในต่างประเทศ

ตัวอย่างของกลุ่มวิจัยที่มีการเพาะเลี้ยงถั่งเช่าเพื่อการค้าได้แก่ ศ.ดร.มณฑันท์ เมฆธน จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ร่วมกับ บริษัท คอร์ดีไบโอเทค จำกัด ทำการเพาะเลี้ยงถั่งเช่าและออกจำหน่ายภายใต้ตรา “ถั่งเช่าคอร์ดีไทย” หรือกลุ่มของ ผศ.ดร.ธัญญา ทะพิงค์แก จากคณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ได้ออกผลิตภัณฑ์ถั่งเช่าบรรจุแคปซูลภายใต้ตรา “ดร.ธัญญา” เป็นต้น

อาจารย์ธวัช ทะพิงค์แก ผู้ที่คร่ำหวอดอยู่ในแวดวงเห็ดมานานได้ให้ความเห็นว่า ในอดีตเห็ดถั่งเช่าเป็นเห็ดจากป่าที่หายาก มักจะเกิดบนที่สูงอากาศเย็น เช่น ประเทศจีน ทิเบต ภูฐาน เนปาล เป็นต้น เห็ดชนิดนี้เกิดจากการที่ตัวหนอนหรือแมลงเข้าไปอาศัยอยู่ภายใน ในตำราแพทย์แผนจีนบอกว่าเห็ดถั่งเช่าเป็นยาอายุวัฒนะ กินแล้วมีกำลังวังชาร่างกายแข็งแรง แต่ด้วยความหายากและมีราคาสูงมาก ดังนั้นชาวจีนที่มีอันจะกินเท่านั้นถึงจะมีโอกาสซื้อหามารับประทานได้ เมื่อไม่ถึง 10 ปีมาเองที่เริ่มมีการพัฒนาจากเพาะเลี้ยงเห็ดถั่งเช่าเป็นการค้ามากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศจีน เกาหลีและญี่ปุ่น เนื่องจากปริมาณความต้องการบริโภคเห็ดถั่งเช่ามีมากขึ้น ทั้งในรูปของการนำมาผลิตอาหารเสริมเป็นยาและใช้ประกอบอาหาร เห็ดถั่งเช่าที่เพาะเลี้ยงในปัจจุบันมีหลายสายพันธุ์ด้วยกัน ประโยชน์สรรพคุณทางยาก็มีมากน้อยต่างกันไป สำหรับสายพันธุ์ที่นิยมเพาะเลี้ยงในปัจจุบัน ได้แก่ เห็ดถั่งเช่าสีทอง (เส้นใยสีเหลืองทอง) เห็ดถั่งเช่าทิเบต (เส้นใยสีดำ) มีราคาสูงที่สุด เห็ดถั่งเช่าหิมะ (เส้นใยสีขาว) และเห็ดถั่งเช่าจ๊กจั่น(เป็นคราบตัวอ่อนจ๊กจั่น) เป็นต้น

ในประเทศเกาหลี มีเพาะเลี้ยงเห็ดถั่งเช่าเมื่อประมาณ 7 ปีที่ผ่านมา แต่กำลังการผลิตยังไม่สูงจนกระทั่งมีนักวิจัยเกาหลีได้ศึกษาพบว่าเห็ดถั่งเช่ามีสารช่วยยับยั้งเซลล์มะเร็ง ลดไขมันในเส้นเลือดและใช้ในคนที่เป็โรคเบาหวานได้ด้วย เนื่องจากเกาหลีเป็นประเทศอุตสาหกรรมประชากรในประเทศมีความเสี่ยงจากการเป็นโรคมะเร็งสูง จึงได้มีการพัฒนาการเพาะเลี้ยงเห็ดถั่งเช่ามากขึ้น โดยสายพันธุ์ที่เลี้ยงเป็นเห็ดถั่งเช่าหิมะที่เพาะเลี้ยงในฟาร์มเลี้ยงไหมและใช้หนอนไหม การบริโภคเห็ดถั่งเช่าของชาวเกาหลีนิยมนำมาอบแห้งทำเป็นผงใช้ปรุงในอาหารต่างๆ ราคาคิดเป็นเงินไทยกิโลกรัมละประมาณ 3-7 หมื่นบาท

ในประเทศจีน ซึ่งมีการรับประทานเห็ดถั่งเช่ามานานแล้ว โดยมาจากแหล่งประเทศทิเบต เนปาล และภูฐาน เมื่อมีการขยายตัวของอุตสาหกรรมเมืองมากขึ้นก็ทำให้เกิดปัญหาด้านมลพิษในอากาศ เป็นปัญหากับสุขภาพของคนในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่เกิดการระบาดของโรคซาร์ในจีน เห็ดถั่งเช่าได้กลายเป็นยาที่มีปริมาณความต้องการมากขึ้น ทำให้ราคาพุ่งสูงขึ้น 20-30 เท่า โดยเฉพาะเห็ดถั่งเช่าทิเบตมีราคากิโลกรัมละ 4-5 แสนบาทไปจนถึงกิโลกรัมละกว่าหนึ่งล้านบาท นับเป็นมูลค่าที่สูงมากๆ แต่ต้องเป็นเห็ดถั่งเช่าที่เก็บมาจากป่าจริงๆ ซึ่งทุกวันนี้ก็มีการแอบอ้างนำเห็ดถั่งเช่าที่เพาะเลี้ยงมาย้อมแมวขายเป็นเห็ดจากป่าแต่ในด้านสรรพคุณไม่ได้แตกต่างกันเลย

1.3 สถานการณ์ในประเทศหรือในท้องถิ่น

สำหรับประเทศไทย ทราบว่ามีการเพาะเลี้ยงเห็ดถั่งเช่ามานานับ 10 ปีแล้ว แต่ยังไม่เป็นที่เปิดเผยมากนัก แต่หลังจากที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่โดย ผศ.ธัญญา ทะพิงค์แก (บุตรสาวอาจารย์ธวัช) ได้เปิดหลักสูตรอบรมการเพาะเลี้ยงเห็ดถั่งเช่าเชิงการค้ามาแล้ว 22 รุ่น มีจำนวนผู้เข้ารับการอบรมแล้วประมาณ 400 คน แต่มีผู้ที่ลงมือทำเป็นอาชีพอย่างจริงจังไม่ถึง 10 คน ในขณะที่มีบริษัทที่ทำงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพในไทยเริ่มให้ความสนใจมากขึ้น เพราะที่ผ่านมาต้องนำเข้าจากต่างประเทศเกือบทั้งหมด ปัจจุบันการซื้อขายเห็ดถั่งเช่าในบ้านเราหากอบแห้งอยู่ที่ราคากิโลกรัมละประมาณ 1.5 แสนบาทขึ้นไป ถ้าขายอยู่ในรูปของการเพาะเลี้ยงในขวด (น้ำหนักเห็ดสดประมาณ 200 กรัม) ราคาขวดละ 700-800 บาท

การเพาะเลี้ยงเห็ดถั่งเช่าเป็นการค้าในเมืองไทยนับว่ามีโอกาสความเป็นไปได้สูงมาก เนื่องจากการลงทุนไม่สูง อีกทั้งความต้องการของตลาดมีสูงมากทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ขณะนี้มีบริษัทขายตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพมีความต้องการถั่งเช่า แต่ยังไม่สามารถหาวัตถุดิบดังกล่าวได้หรือได้แต่ยังมีปริมาณไม่มากพอ สำหรับตลาดต่างประเทศเฉพาะในประเทศจีนมีความต้องการเห็ดถั่งเช่าปีละประมาณ 1,000 ตัน (เห็ดสด) มีผู้ผลิตในประเทศประมาณ 50 ราย ส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ปริมาณการผลิตในประเทศประมาณ 250 ตัน ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการจึงต้องสั่งนำเข้าปีละจำนวนมาก ประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซียและสิงคโปร์ก็ดำเนินการผลิตส่งไปขายที่จีนเช่นกัน

1.4 ความสนใจของผู้ศึกษา

เนื่องด้วย ผู้ศึกษา ซึ่งดำรงตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ ของ บริษัท เอสดี เทคโนโลยี จำกัด จบการศึกษาจากคณะวิทยาศาสตร์ สาขาจุลชีววิทยา และศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีชีวภาพ มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีการผลิตเชื้อจุลินทรีย์มายาวนานกว่า 15 ปี ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และมีองค์ความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนาสูตรอาหารและสภาวะเพาะเลี้ยงเชื้อจุลินทรีย์ต่างๆมาแล้ว อีกทั้งยังมีความพร้อมด้านการลงทุนด้านสถานที่การผลิตให้ได้มาตรฐาน และมีความสามารถในการจัดหาหัวเชื้อสายพันธุ์ Cordyceps ด้วยเหตุนี้ ทางบริษัทฯ จึงเล็งเห็นโอกาสในการใช้ทรัพยากรทั้งหมดที่มี ในการพัฒนาความเป็นเลิศทางนวัตกรรมการเพาะเลี้ยงเห็ดถั่งเช่าเพื่อการพาณิชย์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดเป็นธุรกิจที่ต่อยอดไปจากธุรกิจเดิม

ผู้ศึกษาได้ลาออกจากการทำงานที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ในตำแหน่งสุดท้ายคือ นักบริหารเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยก่อนหน้าที่จะทำตำแหน่งนี้ได้ทำงานในตำแหน่งผู้จัดการห้องปฏิบัติการจุลชีววิทยา และทำงานวิจัยในด้านที่เกี่ยวข้องกับเชื้อจุลินทรีย์ และสารสกัดจากสมุนไพรต่างๆที่สามารถนำไปถ่ายทอดเทคโนโลยีให้แก่บริษัทเอกชนที่สนใจ มารับการถ่ายทอดองค์ความรู้ดังกล่าวไปใช้ต่อยอดในเชิงพาณิชย์ในตลาดเพื่อสุขภาพและความงามได้ แต่เนื่องจากต้องดูแลผู้ป่วยในครอบครัว จึงลาออกมาทำธุรกิจส่วนตัว โดยใช้ประสบการณ์จากการเรียนสาขาบริหารเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในการเขียนโครงการเพื่อหาแหล่งทุน (Angel Venture Capitalist) เริ่มต้นจากธุรกิจผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ป้องกันไวรัสใน

คอมพิวเตอร์ (Anti Virus) ยี่ห้อ BullGuard ของประเทศอังกฤษ ซึ่งในขณะนั้นทางบริษัทได้ติดต่อผู้จัดการทั่วไปของบริษัทคู่แข่งซึ่งเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียงติดอันดับ 1 ใน 3 ของประเทศ มาเป็นผู้บริหารงานให้ หลังจากดำเนินงานไป 3 ปี เมื่อมีเหตุให้ผู้บริหารบริษัทคนดังกล่าวต้องลาออก ผู้ศึกษาต้องลงมาดูแลการบริหารงาน ซึ่งต้องติดต่อประสานงาน และดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าซึ่งเป็นบริษัทชั้นนำของประเทศในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology, IT) เช่น บริษัทขายคอมพิวเตอร์ และมีถือ ยี่ห้อต่างๆ รวมถึงลงไปพบปะกับเจ้าของห้างร้านที่ซื้อสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายของบริษัท (Distributors) ทำให้ผู้ศึกษาได้ตระหนักว่า ตนเองถึงแม้จะจบการศึกษาด้านการบริหารเทคโนโลยีและนวัตกรรมก็จริง แต่การที่มารับผิดชอบ และลงมือในงานที่ตนเองไม่ได้มีความถนัด และขาดความเชี่ยวชาญอย่างแท้จริง จึงทำให้ไม่มีความสุขในการทำงานมากนัก จึงได้นำปัญหานี้ปรึกษากับผู้ลงทุน ซึ่งบอร์ดได้ให้ข้อสรุปว่า ให้ขายธุรกิจนี้ให้กับผู้ที่สนใจ และเป็นลูกค้ารายใหญ่ของเรา นั่นคือ บริษัทไอทีในประเทศกัมพูชา จึงทำให้บริษัทสามารถระบายสต็อก และเริ่มมองหาธุรกิจใหม่ที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของตนเองอย่างแท้จริง

เนื่องจากเพื่อนของผู้ศึกษา ได้มาเล่าให้ฟังเกี่ยวกับถังเช่าของยี่ห้อหนึ่งที่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีมาจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่เขาสนใจจะซื้อมาทาน ทำให้ผู้ศึกษาได้เริ่มต้นศึกษาเกี่ยวกับความเป็นมา และคุณสมบัติต่างๆของถังเช่า และทดลองเพาะเลี้ยงจำนวนน้อยๆในระดับห้องปฏิบัติการ และสามารถเพาะให้ขึ้นมาเป็นดอก และนำไปถวายพระอาจารย์ซึ่งเป็นพระที่สอนให้ปฏิบัติธรรมซึ่งท่านอาพาธด้วยโรคมะเร็ง และท่านได้ให้คำปรึกษา ให้แนวทาง ในการทำงานนี้ให้ดี และบริสุทธิ์ ซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้บริโภค รวมถึงชี้แนะแหล่งข้อมูลที่มีประโยชน์ให้เราไปศึกษาต่อ ทำให้ผู้ศึกษามีแรงบันดาลใจ และตั้งใจอย่างแน่วแน่ว่าจะทำงานนี้ให้เป็นประโยชน์ทั้งต่อตนเองและช่วยเหลือผู้อื่นให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทั้งหมดนี้จึงเป็นที่มาของการริเริ่มธุรกิจเพาะเลี้ยงถังเช่าของบริษัท เอสดี เทคโนโลยีเวชภัณฑ์ จำกัด

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 บริบทขององค์กร สถานที่ตั้ง ผังบริหารงาน

ชื่อ บริษัท เอสดี เทคโนโลยีเวชภัณฑ์ จำกัด (สำนักงานใหญ่) ตั้งอยู่เลขที่ 1022/111 ถ.เจริญนคร แขวง บางลำพูล่าง เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10600 หมายเลขโทรศัพท์ 02-4388118, 02-4389339 เป็นที่รู้จักกันในนามฟาร์มถังเช่า ดร.ไบโอฟาร์ม (Dr.Biofarm)

บริษัท เอสดี เทคโนโลยีเวชภัณฑ์ จำกัด จดทะเบียนตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เป็นนิติบุคคล เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2555 โดยมีนักศึกษา คือ นางสาวดาราวลัย ทองบุตร เป็นกรรมการของบริษัท เป็นผู้ลงชื่อผูกพันบริษัทได้เพียงคนเดียว มีทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) และนักศึกษา มีหุ้นอยู่ในบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น จำนวน 260 หุ้น จากทั้งหมด 1,000 หุ้น บริษัทถูกจัดตั้งขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์ ผลิต รับจ้างผลิต และจัดจำหน่ายถังเช่า วัตถุดิบสมุนไพร และเครื่องดื่มสมุนไพร ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเครื่องสำอาง เครื่องประพินผิว ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และผลิตภัณฑ์ทุกชนิดที่เกิดจากการประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตรและอาหาร

โดยในปัจจุบัน ธุรกิจหลักของบริษัทคือการเพาะเลี้ยงกุ้งแช่ และนำผลผลิตที่ได้ไปทำการวิจัยและพัฒนา เพื่อผลิตสินค้าทั้งในยี่ห้อของบริษัทเอง และรับจ้างผลิตในยี่ห้อของลูกค้า โดยมีสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 1022/111 ถนนเจริญนคร แขวงบางลำพูล่าง เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ซึ่งบริษัทฯ มีชื่อที่เป็นที่รู้จักของคนในธุรกิจกุ้งแช่ คือ ดร.ไบโอฟาร์ม (Dr.Biofarm)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของบริษัทมีหลายประการแต่ที่สำคัญที่สุดอยู่ที่วิสัยทัศน์ที่กว้างไกลของผู้ลงทุน และเป็นผู้บริหารสูงสุดของบริษัท นั่นคือ คุณสมเกียรติ วงศ์รัตนกุลธน ดำรงตำแหน่ง CEO ซึ่งจะต้องสนับสนุนงบประมาณในการก่อสร้างฟาร์ม และโรงงานผลิตอาหารเสริม ตลอดจนการลงทุนในงานด้านวิจัยและพัฒนาหัวข้อต่างๆ อันจะทำให้กุ้งแช่ของบริษัทมีความน่าเชื่อถือของคุณภาพ และมีปริมาณที่เพียงพอในการผลิตสินค้าออกสู่ตลาด โดยอาศัยความเห็นของนักศึกษา และจากผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถในวิทยาการด้านต่างๆ มาเป็นที่ปรึกษาให้กับบริษัทด้วย คือ ดร.ภาณุชาญ รังสีวรรณะ ดำรงตำแหน่งที่ปรึกษาทั่วไป จบการศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปัจจุบันเป็นนายกเทศมนตรี ตำบลปากท่อ จังหวัดราชบุรี, ผศ.ดร. นันทินา ดำรงวัฒนกุล ดำรงตำแหน่งที่ปรึกษาฝ่ายวิจัย จบการศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาเทคโนโลยีอาหาร จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งคณบดี คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง จังหวัดลำปาง และ คุณเนตรระตรี สัมพันธ์วงศ์ ดำรงตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขาย

2.1.1 หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ศึกษาในแผนผังองค์กร

ผู้ศึกษามีตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอสดี เทคโนโลยี จำกัด และเพื่อให้บริษัทฯ สามารถเสริมสร้างความแข็งแกร่งในด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างประโยชน์สูงสุดให้แก่บริษัทฯ คณะกรรมการของการของบริษัทฯ นำโดยกรรมการผู้จัดการ ซึ่งก็คือนักศึกษา จึงมีความรับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่ที่สำคัญในเชิงรุก ทั้งบทบาทด้านการตัดสินใจ และบทบาทด้านการกำหนดทิศทางและกำกับดูแล ดังนี้

1. ปฏิบัติหน้าที่ ตลอดจนกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับ และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นอย่างเคร่งครัด
2. หุ้มเทเวลา และให้ความสำคัญในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ทิศทางและกลยุทธ์ของบริษัทฯ โดยร่วมกันแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ มีการแสวงหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดทิศทางของบริษัทฯ
3. ทบทวนและให้ความเห็นชอบกับกลยุทธ์และนโยบายที่สำคัญ รวมถึงวัตถุประสงค์เป้าหมายทางการเงิน และแผนงานของบริษัทฯ พร้อมทั้งกำกับดูแลและติดตามให้ฝ่ายจัดการมีการปฏิบัติตามแผนงานที่กำหนดไว้ตามทิศทางและกลยุทธ์องค์กรเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจได้ว่าฝ่ายจัดการจะสามารถนำวิสัยทัศน์ ทิศทาง และกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นไปปฏิบัติให้เกิดผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการและจรรยาบรรณธุรกิจ ที่ประกอบด้วยหลักการและแนวปฏิบัติที่ดีสำหรับกรรมการ ฝ่ายจัดการ พนักงานรวมทั้งลูกจ้างทุกคนไว้อย่างเหมาะสม โดยมุ่งสร้าง

สำนึกความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ สร้างความเข้าใจและให้ยึดถือปฏิบัติตามโดยเคร่งครัด ควบคุมไปกับ ข้อบังคับและระเบียบของบริษัท

5. จัดให้มีระบบบัญชี การรายงานทางการเงิน และการสอบบัญชีที่มีความน่าเชื่อถือ รวมทั้งดูแล ให้มีกระบวนการในการประเมินความเหมาะสมของการควบคุมภายใน และการตรวจสอบภายในให้มี ประสิทธิภาพและประสิทธิผล

6. พิจารณาถึงปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่อาจเกิดขึ้น และกำหนดแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยง อย่างครบถ้วนและครอบคลุม ดูแลให้ผู้บริหารมีระบบหรือกระบวนการที่มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ความเสี่ยงรวมถึงการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นจากความเสี่ยงดังกล่าว ตลอดจนจัดให้มีการ ควบคุมภายในที่เพียงพอและมีประสิทธิผล

7. สอดส่องดูแลและจัดการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้น รวมถึง รายการที่ เกี่ยวโยงกัน ให้ความสำคัญในการพิจารณาธุรกรรมหลักที่มีความสำคัญตามอำนาจการอนุมัติ

8. ประเมินผลงานและทบทวนการปฏิบัติหน้าที่ของตนเอง และของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร อย่างสม่ำเสมอ

9. จัดให้มีระบบหรือกลไกการกำหนดค่าตอบแทนของพนักงานในบริษัทฯ ที่เหมาะสม สอดคล้องกับผลการดำเนินงาน เพื่อก่อให้เกิดแรงจูงใจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

10. จัดให้มีระบบการคัดสรรบุคลากรที่จะเข้ามารับผิดชอบในตำแหน่งที่สำคัญทุกระดับอย่าง เหมาะสม

2.1.2 นำเสนอสินค้า ของ บริษัท เอสดี เทคโนโลยี จำกัด



สินค้าแบรนด์ “MYCO CORDYCEPS” (ตรา ไมโค คอร์โดเซป) เป็นถั่งเช่าที่ บริษัท เอสดี เทคโนโลยี จำกัด ผลิตขึ้นเพื่อเป็นตัวอย่างการนำถั่งเช่าไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบของอาหารเสริม และเพื่อเป็นการกระจายสินค้าแบบปลีกย่อย ให้ผู้บริโภค หรือ ลูกค้าที่ต้องการผลิตสินค้าในยี่ห้อของตนเอง ได้ทดลอง รับประทาน และเข้าถึงสินค้าถั่งเช่าจากฟาร์มของบริษัทฯ ได้โดยง่าย

แนะนำผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ไมโค คอร์โดเซป (สารสกัดถั่งเช่า)

โดย บริษัท เอสดี เทคโนโลยี จำกัด

นักศึกษาได้เคยให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับงานวิจัยและประโยชน์ของถั่งเช่า รวมถึงนำเสนอผลิตภัณฑ์ถั่งเช่าของบริษัทฯ แบรนด์ ไมโค คอร์โดเซป ในรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นการถ่ายทอดสดจากประเทศ

สหรัฐอเมริกา ในระหว่างที่เดินทางไปเยือนนครลอสแอนเจลิส รัฐแคลิฟอร์เนีย เพื่อร่วมงานแสดงสินค้า Natural Product West Expo 2019 และพบกับพันธมิตรชาวอเมริกัน ในการมีความร่วมมือในการวิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงงั่งเข้าร่วมกัน ระหว่างวันที่ 6-17 มีนาคม 2019



สรรพคุณของงั่งเช่า

1. ช่วยต่อต้านเซลล์มะเร็ง และลดการแพร่กระจายของเซลล์มะเร็งได้
2. ช่วยบำรุง ปีนฟู และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของไต และต่อมหมวกไต -> ช่วยรักษาคนไข้ที่ธาตุ หยางพร่องไนไต (หรืออาการปวดหลัง กลัวหนาว หัวเข่าเย็น หรือปัสสาวะบ่อย)
3. ช่วยบำรุง ปีนฟู และเพิ่มประสิทธิภาพของตับให้ดีขึ้น
4. ช่วยบำรุงหัวใจ
5. ช่วยบำรุงระบบไหลเวียนเลือด ช่วยกระตุ้นระบบไหลเวียนของเลือดให้คล่องตัว ช่วยขยายหลอดเลือด และเพิ่มปริมาณของเลือดที่เข้าไปหล่อเลี้ยงปอดและหัวใจ เพิ่มระดับออกซิเจนและช่วยในเรื่องระบบไหลเวียนโลหิต บรรเทาอาการขาดออกซิเจน
6. ช่วยบำรุงปอด
7. ช่วยในเรื่องระบบทางเดินหายใจ
8. ช่วยลดความดันโลหิต อาการใจสั่น หัวใจเต้นเร็ว
9. ช่วยกระตุ้นระบบภูมิคุ้มกัน บรรเทาอาการภูมิแพ้ชนิดต่างๆ
10. ช่วยลดการอักเสบ
11. ช่วยยับยั้งแบคทีเรียก่อโรคได้
12. ช่วยลดระดับคอเลสเตอรอลในเลือด และรักษาสมดุลของคอเลสเตอรอลในหลอดเลือด
13. ช่วยป้องกันไขมันเลว (LDL) ไม่ให้เกาะในหลอดเลือด
14. ช่วยต่อต้านไม่ให้เกิดไขมันแข็งตัวจากการถูกออกซิไดซ์โดยอนุมูลอิสระ
15. ช่วยลดระดับน้ำตาลในเลือด

16. ช่วยละลายเสมหะ
17. ช่วยทำให้อนหลับลึก หลับสนิท ตื่นมาไม่เพลีย ร่างกายสดชื่นกระปรี้กระเปร่า
18. ช่วยชะลอความแก่ บำรุงร่างกาย ลดความเสื่อมของเซลล์ในร่างกาย
19. มีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ
20. ช่วยบรรเทา และรักษาอาการของโรคหอบหืด
21. สำหรับนักกีฬา และผู้ที่ออกกำลังกาย ถั่งเช่าช่วยเพิ่มพลังกำลัง ทำให้ออกกำลังกายได้นานยิ่งขึ้น (Boost energy) ทนต่อความเหนื่อย
22. สำหรับสุขภาพสตรี ใช้ถั่งเช่าเป็นยาบำรุงช่วยทำให้มีบุตรง่ายขึ้น ช่วยปรับประจำเดือน ทำให้เลือดลมเดินดี
23. สำหรับสุขภาพบุรุษ ใช้ถั่งเช่าช่วยเสริมสมรรถภาพทางเพศ มีฤทธิ์บำรุงกำลังทางเพศ ช่วยให้อสุจิแข็งแรง เนื่องจากการกินถั่งเช่าจะส่งผลให้มีเลือดไปเลี้ยงอวัยวะเพศมากขึ้น

ตัวอย่างรายงานวิจัยในผู้ป่วยเกี่ยวกับประโยชน์ของถั่งเช่า

1. จากงานวิจัยพบว่าถั่งเช่าช่วยให้ผู้ป่วยที่เป็นโรคไตวายเรื้อรัง มีอาการดีขึ้นมากถึง 51% หลังจากรักษาด้วยถั่งเช่าเพียง 1 เดือน
2. จากงานวิจัยพบว่าช่วยให้เซลล์ดูดซับออกซิเจนได้มากกว่าปกติถึง 40% ทำให้เซลล์นำออกซิเจนไปสร้างพลังงานได้มากกว่าปกติ ทำให้สารอาหาร และเลือดไปเลี้ยงส่วนต่างๆของร่างกายได้ดียิ่งขึ้น
3. แก้อาการไอเรื้อรัง รักษาถุงลมโป่งพอง ช่วยบำบัดโรคหลอดลมอักเสบเรื้อรัง
4. ในปี 2546 มีการแข่งขันกรีฑาที่กรุงปักกิ่ง โค้ชชื่อ Ma Zunren เปิดเผยว่านักวิ่งทั้งหมดได้รับการบำรุงสม่ำเสมอจากการให้รับประทานถั่งเช่าเป็นประจำ ปรากฏว่า นักวิ่งหญิงระยะไกล ตั้งแต่ 10,000 ม. 15,000 ม. และ 30,000 ม. จำนวนมากถึง 9 คนสามารถวิ่งทำลายสถิติโลกได้ ผลจากการได้รับถั่งเช่าบำรุงร่างกายให้แก่ นักกีฬาทำให้นักกีฬามีพลังเพิ่มขึ้น
5. จากงานวิจัยในต่างประเทศพบว่าการกินถั่งเช่าวันละ 1 กรัม เป็นเวลา 46 วันจะช่วยให้สมรรถภาพทางเพศเพิ่มมากขึ้นถึง 64%

ฤทธิ์ทางชีวภาพของเห็ดถั่งเช่าสีทอง	
ฤทธิ์ทางชีวภาพ	
PRO-SEXUAL	เสริมสมรรถภาพทางเพศ
ANTI - INFLAMMATORY	ต้านการอักเสบ
ANTI - OXIDANT / ANTI - AGING	ยับยั้งอนุมูลอิสระ / ชะลอความชรา
ANTI - TUMOUR / ANTI - ACNCER	ต้านมะเร็งและเซลล์เนื้องอก
ANTI - LEUKEMIC	ต้านมะเร็งเม็ดเลือดขาว
ANTI - PROLIFERATIVE	ยับยั้งการเพิ่มจำนวนของเซลล์
ANTI - METASTATIC	ยับยั้งการแพร่กระจายของมะเร็ง
IMMUNOMODULATORY	ระบบภูมิคุ้มกัน
ANTI - MICROBIAL	มีฤทธิ์ทำลายหรือยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลชีพ ได้แก่ ไวรัส แบคทีเรีย ริกเกตเซีย เชื้อรา เชื้อปรสิต และโปรโตซัว
INSECTICIDAL	มีฤทธิ์ฆ่าแมลง
LARVICIDAL	มีฤทธิ์ฆ่าหนอน
ANTI - FIBROTIC	ต้านการเกิดเส้นใยพังผืด (Anti - fibrotic)
STEROIDOGENIC	การสังเคราะห์ฮอร์โมนสเตียรอยด์
HYPOGLACAEMIC	น้ำตาลในเลือดสูง
HYPOLIPIDAEMIC	ลดไขมันในเส้นเลือด
ANTI - ANGIOGENIC	ขัดขวางการสร้างหลอดเลือดฝอย
ANTI - DIABETIC	ป้องกัน หรือบรรเทาอาการโรคเบาหวาน
ANTI - HIV	ต้านเชื้อเอชไอวี
ANTI - MALARIAL	ต้านโรคมาลาเรีย หรือโรคไข้จับสั่น
ANTI - FATIGUE	ลดอาการเหนื่อยล้า
NEUROPROTECTIVE	ป้องกันเซลล์ประสาท
LIVER - PROTECTIVE	ป้องกันการเสื่อมของตับ
RENO - PROTECTIVE	ป้องกันการเสื่อมสภาพของไต
PNEUMO - PROTECTIVE	ป้องกันการเสื่อมสภาพของปอด

ที่มา : Das et al. (2010)

2.1.3 งานวิจัยและพัฒนาถั่งเช่า ของ บริษัท เอสดี เทคโนโลยี จำกัด

เพื่อเป็นการพิสูจน์ และทดสอบประสิทธิภาพของสารออกฤทธิ์ในเห็ดถั่งเช่าสีทองของบริษัทฯ จึงได้มีการลงทุนในการวิจัยโดยร่วมกับนักวิจัยในมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศ โดยขอทุนสนับสนุนงบประมาณส่วนหนึ่งจากหน่วยวิจัยของรัฐ เช่น สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

(สวทช.) และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) โดยในกระบวนการสุดท้ายของการวิจัย นอกจากบริษัทจะได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ผ่านการทดสอบฤทธิ์ทางชีวภาพแล้ว บริษัทยังได้ดำเนินการจดอนุสิทธิบัตรในบางผลงาน เพื่อจะนำไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์อีกด้วย ภายใต้สัญญาการรักษาความลับกับทุกฝ่ายที่ร่วมมือในการวิจัย ตัวอย่างงานวิจัยที่บริษัทลงทุนไปแล้ว มีดังนี้

ปีงบประมาณ	ชื่อโครงการวิจัย	มหาวิทยาลัย
พ.ศ.2560	บันทึกข้อตกลงความร่วมมือในงานพัฒนานวัตกรรม	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
พ.ศ.2560	การผลิตเครื่องดื่มเชิงหน้าที่จากส่วนที่เหลือจากกระบวนการเพาะเห็ดถั่งเช่า (Production of Functional Beverage Using By-Product from <i>Cordycep sinensis</i> Cultivation)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และ สวทช.
พ.ศ.2560	การให้คำปรึกษาออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องหมายการค้า และจัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ภายใต้โครงการการสร้างตลาดสารสกัดให้กลุ่มอุตสาหกรรมสมุนไพรและการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ	สวทช.
พ.ศ.2561	พัฒนาผลิตภัณฑ์เจลถั่งเช่าพร้อมบริโภาค	มหาวิทยาลัยศิลปากร และ สวทช.
พ.ศ.2561	การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจากเห็ดนางฟ้าและเห็ดถั่งเช่า	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง และ สกว.
พ.ศ.2561	การพัฒนากระบวนการสกัดและกระบวนการผลิตวัตถุดิบจากถั่งเช่าเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และ สกว.
พ.ศ.2562	การประเมินศักยภาพของวัสดุเพาะเห็ดถั่งเช่าสีทอง เพื่อพัฒนาเป็นสารเสริมสำหรับสัตว์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และ สกว.

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ และผลสำเร็จของงานวิจัยและพัฒนา การเพาะเลี้ยงถั่งเช่า ของ บริษัท เอสดี เทคโนโลยี

1. โครงการวิจัย การผลิตเครื่องดื่มเชิงหน้าที่จากส่วนที่เหลือจากกระบวนการเพาะเห็ดถั่งเช่า (Production of Functional Beverage Using By-Product from *Cordycep militaris* Cultivation) ร่วมกับ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

จากรายงานผลการดำเนินงาน การผลิตเครื่องดื่มเชิงหน้าที่จากส่วนที่เหลือจากกระบวนการเพาะเห็ดถั่งเช่า (Production of Functional Beverage Using By-Product from *Cordycep militaris* Cultivation) ของ บริษัท เอสดี เทคโนโลยี จำกัด ร่วมกับ สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีสุรนารี โดยได้รับทุนสนับสนุนบางส่วนจาก สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการ คือ 1) เพื่อศึกษากระบวนการผลิตเครื่องดื่มเชิงหน้าที่ จากส่วนที่เหลือจากการผลิตและเก็บเกี่ยวเห็ดถั่งเช่า 2) เพื่อวิเคราะห์สารออกฤทธิ์ทางชีวภาพ และทดสอบการออกฤทธิ์ต่อเซลล์ในระดับห้องปฏิบัติการ ซึ่งมีเป้าหมาย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบเครื่องดื่มเชิงหน้าที่ (Functional Drink) ที่มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐาน และผู้บริโภคยอมรับ

ในโครงการวิจัยนี้ ได้มีการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยการตรวจวิเคราะห์ปริมาณ Cordycepin และ Adenosine รวมถึง การตรวจสอบ การออกฤทธิ์ทางชีวภาพ (Biological activity) ได้แก่ Neuroprotection, Anti-Cancer และ Anti-Oxidant โดยหลังจากได้ผลิตภัณฑ์ออกมาแล้ว จะถูกนำไปวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ (Nutrition fact), จัดทำฉลากโภชนาการ (Nutrition Labelling) รวมทั้ง วิเคราะห์สาร Steroids

โครงการวิจัยแล้วเสร็จ และมีการสรุปผลการดำเนินงาน ในวันที่ 22 มิถุนายน 2560 พบว่า ถั่งเช่าที่เพาะเลี้ยงได้จากฟาร์ม ของ บริษัท เอสดี เทคโนโลยี จำกัด พบว่า เส้นใยและเศษจากอาหารเลี้ยงถั่งเช่า ซึ่งเป็นส่วนที่เหลือจากกระบวนการเพาะเลี้ยงถั่งเช่า มีองค์ประกอบส่วนใหญ่เป็น Carbohydrate นอกจากนี้ยังประกอบด้วยสารออกฤทธิ์ ทางชีวภาพที่สำคัญ 2 ชนิด ได้แก่ Cordycepin และ Adenosine ในปริมาณ 0.38 และ 0.06 mg/g ตามลำดับ สามารถนำมาเพิ่มมูลค่าเป็นเครื่องดื่มเชิงหน้าที่ชนิดพร้อมดื่มโดยผ่านกระบวนการย่อย Carbohydrate ด้วย Amylase enzyme ก่อนนำมาปรุงรสชาติให้กลมกล่อม และผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อด้วยความร้อน

ส่วน vinegar drink ได้จากการนำน้ำที่สกัดได้มาหมักให้เกิด Alcohol และกรด ด้วย yeast และ bacteria ตามลำดับ นอกจากนี้ยังสามารถเตรียมเป็นเครื่องดื่มชาชนิดซอง โดยบรรจุใน filter bag ขนาดบรรจุ 3 กรัม จากการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างที่ผลิตในห้องปฏิบัติการ พบว่าผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ได้มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐาน ปลอดภัยต่อการบริโภค ผู้ทดสอบชิมให้การยอมรับผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับปานกลางถึงดี

จากการทดสอบสารออกฤทธิ์ทางชีวภาพในระดับห้องปฏิบัติการ สรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเชิงหน้าที่ในการเป็น Neuroprotection, ต่อด้านเซลล์มะเร็ง, มีคุณสมบัติในการต้านอนุมูลอิสระ, ไม่มีความเป็นพิษต่อเซลล์ตับและเซลล์ไต



มหาวิทยาลัยนำเสนอและสรุปผลการดำเนินงาน

โดยมีตัวแทนจาก สวทช. เป็นกรรมการเข้ารับฟังและประเมินผลสำเร็จของโครงการ



NAKKARA™ Double Drink
เครื่องดื่มถึงเช่าสกัดผสมโทโบ

ถึงเช่าสกัดองแก๊ ผ่านการสกัดและหมักบ่ม ด้วยกรรมวิธีเฉพาะ ซึ่งเป็นอนุสิทธิบัตร ร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

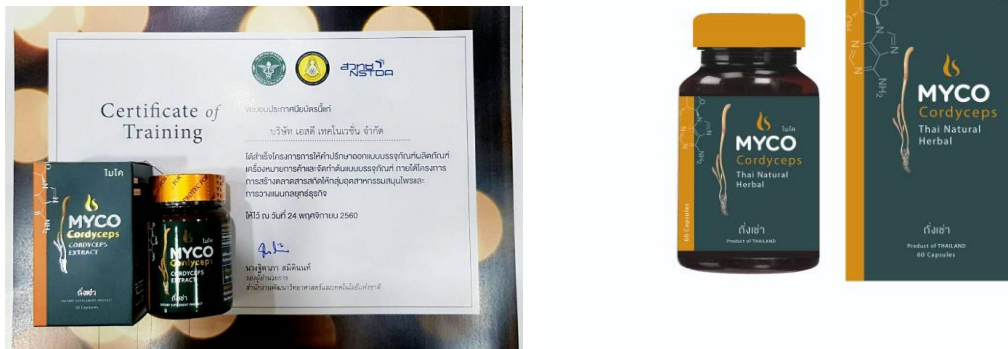
เพียง 1 ชวด ให้สารออกฤทธิ์เทียบเท่ากับการรับประทานถึงเช่าถึง 500 มิลลิกรัม

ผลการทดสอบจากห้องปฏิบัติการ พบว่า ช่วยบำรุงเซลล์ไต ปอด และสมอง รวมถึงช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระ

ผลานสรรพคุณจากรากโทโบ อันอุดมไปด้วยวิตามิน และแร่ธาตุ มีสารออกฤทธิ์ช่วยควบคุมระดับน้ำตาล และคอเลสเตอรอลในเลือด ส่งเสริมการควบคุม น้ำหนัก และเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน

ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเชิงหน้าที่ที่ได้จากโครงการ อยู่ระหว่างจดอนุสิทธิบัตร

2. การให้คำปรึกษาออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายการค้า และจัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์



Certificate of Training

ขอเรียนประกาศนียบัตรนี้
บริษัท เภสัช ในเครือ เจริญ จำกัด

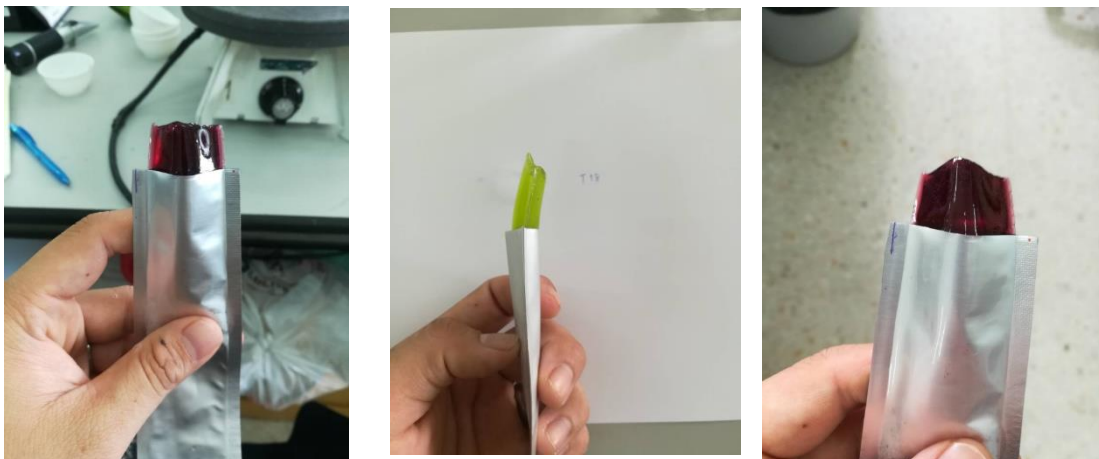
ได้สำเร็จถึงกล่าวหาผู้ได้ดำเนินการออกแบบและจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายการค้า และจัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ภายใต้โครงการ การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพธรรมชาติ เพื่อประโยชน์ของประชาชนและผู้บริโภค

วันที่ 24 กันยายน 2560

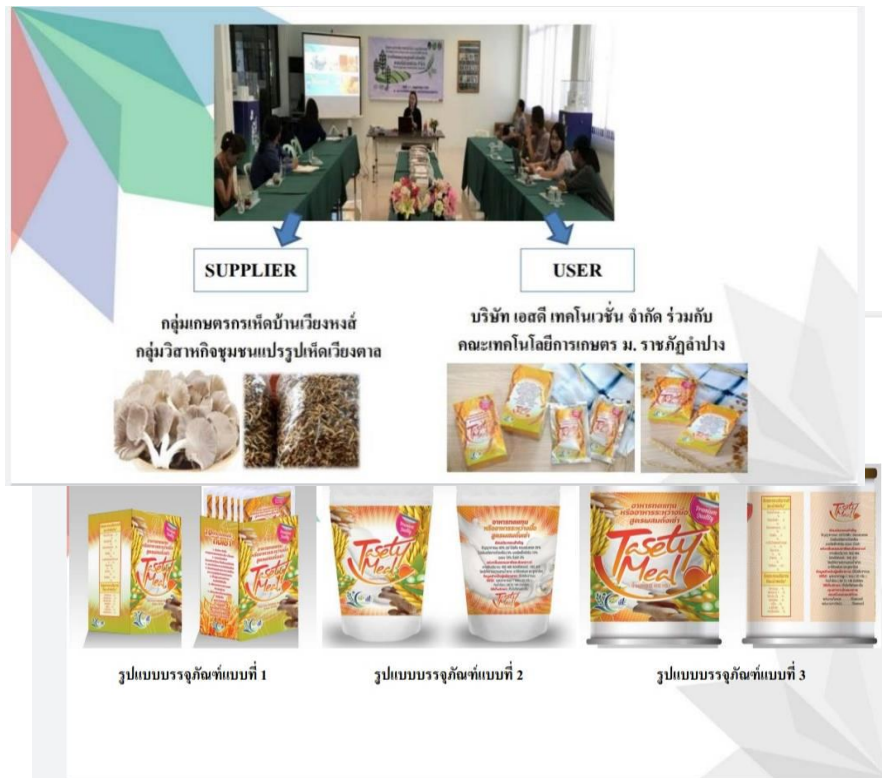
นางสาว อรุณรัตน์
ผู้จัดการฝ่าย
งานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ

ถึงเช่า
MYCO Cordyceps
Thai Natural Herbal
60 Capsules
Product of THAILAND

3. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เจลถึงเช่าพร้อมบริโกล



4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจากเห็ดนางฟ้าและเห็ดถั่งเช่า



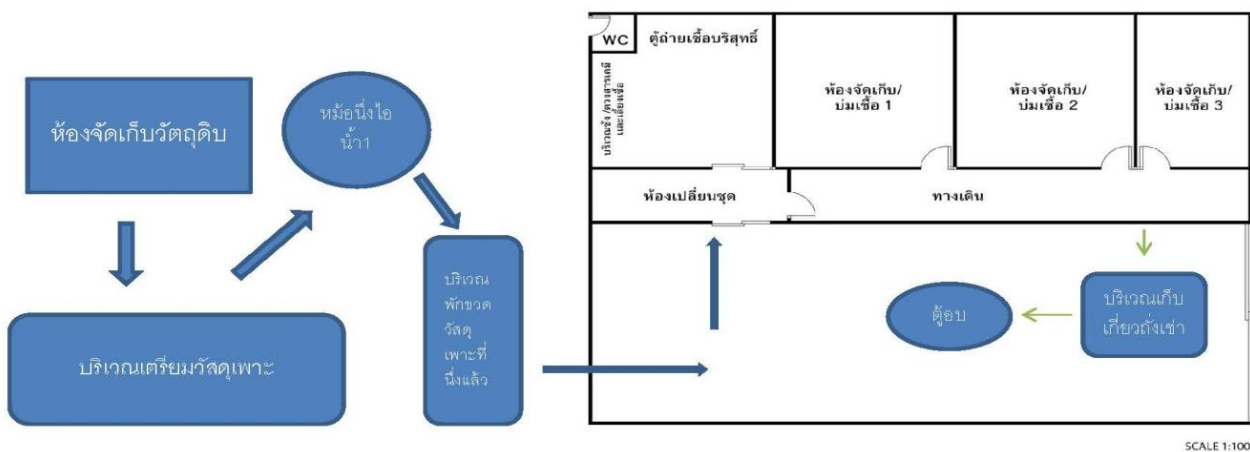
5. การพัฒนากระบวนการสกัดและกระบวนการผลิตวัตถุดิบจากถั่งเช่าเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง



2.1 ขั้นตอน/ กระบวนการเพาะเลี้ยงและผลิตถั่งเช่า

บริษัท เอสดี เทคโนโลยี จำกัด มีอาคารเพาะเลี้ยงถั่งเช่า ที่ประกอบไปด้วยส่วนงานต่างๆตามขั้นตอนกระบวนการผลิต ได้แก่ ห้องจัดเก็บวัตถุดิบ, บริเวณเตรียมวัตถุดิบ, หม้อนึ่งไอน้ำที่จะทำการฆ่าเชื้ออาหารเพาะเลี้ยงถั่งเช่า, บริเวณพักขวดอาหารเพาะเลี้ยงถั่งเช่าที่ทำการนึ่งฆ่าเชื้อแล้ว, นำอาหารเพาะเข้าไปในอาคารผลิต โดยจะทำการลงเชื้อที่ห้องถ่ายเชื้อบริสุทธิ์, จากนั้นนำขวดเพาะที่มีถั่งเช่าแล้วไปบ่มที่ห้องบ่มเชื้อหมายเลข 1 ซึ่งเป็นห้องมืด, หลังจากเชื้อเดินคลุมหน้าอาหารในขวดหมดแล้ว นำสู่ห้องบ่มเชื้อหมายเลข 2 และ 3 ซึ่งเป็นห้องที่ควบคุมอุณหภูมิ มีการให้แสง และการระบายอากาศ รวมถึงให้ความชื้น ตามขั้นตอนวิธีการที่ได้รับจากผลวิจัยพัฒนาการเพาะเลี้ยงถั่งเช่า และเป็นองค์ความรู้ของบริษัท ที่จะทำให้อถั่งเช่าคุณภาพสูง กระบวนการต่างๆที่กล่าวมา แสดงให้เห็นในแผนผังอาคาร

แผนผังอาคาร



1. คัดเลือกดอกเห็ดถั่งเช่ามาต่อเชื้อ เพื่อทำให้ได้เชื้อบริสุทธิ์บนอาหารวุ้น
 คัดเลือกดอกเห็ดถั่งเช่ามาต่อเชื้อ เพื่อทำให้ได้เชื้อบริษัทบนอาหารวุ้น



คุณลักษณะดอกเห็ดถั่งเช่าเช่า (*Cordyceps militaris*) ที่จะนำมาคัดแยกเป็นเชื้อบริสุทธิ์

- 1) ดอกเห็ดสมบูรณ์ตรงตามชนิดของเห็ดถั่งเช่าสีทอง
- 2) รูปทรงและสีตรงตามชนิดเป็นต้นกลมยาวมีสีเหลือง
- 3) เป็นดอกที่เจริญเต็มที่แต่ยังไม่ทิ้งสปอร์
- 4) ไม่มีการปนเปื้อนจากศัตรูเห็ดและสัตว์พาหะ
- 5) โคนดอกเล็กและก้านกลมยาว
- 6) เนื้อดอกเห็ดเหลืองเหนียว



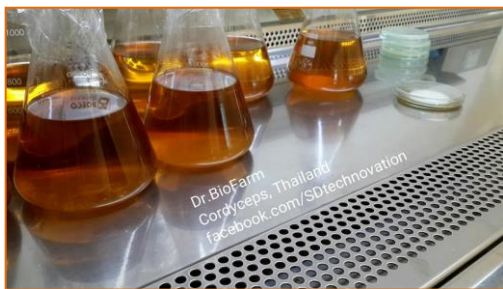
2. คัดเลือกเส้นใยถั่งเช่าที่ได้จากการต่อเชื้อบนวุ้นไปทำเชื้อเหลว



คุณลักษณะเส้นใยเชื้อเห็ดถั่งเช่าบริสุทธิ์ที่จะนำไปทำเชื้อเหลว

- 1) เส้นใยเดินเป็นรัศมีวงกลมสีขาวเข้ม
- 2) เส้นใยเดินหนาแน่นสม่ำเสมอเป็นวงกลม
- 3) เส้นใยแก่ขึ้นวันมีสีเหลืองเส้นใยเหลืองเข้ม
- 4) เส้นใยเดินเต็มขวด 20-25 วัน
- 5) อัตราการเดินเฉลี่ย 0.37 - 0.30 ซม.ต่อวัน
- 6) เส้นใยเจริญที่อุณหภูมิ 18 - 22 องศาเซลเซียส

3. นำเชื้อบริสุทธิ์ที่ตัดแยกได้ มาใส่ในอาหารเหลว และทำการเขย่าให้อากาศ เพื่อทำให้ปริมาณเซลล์มากขึ้นก่อนที่จะนำไปใส่ในอาหารแข็งเพื่อเพาะเลี้ยงเชื้อ



เชื้อบริสุทธิ์ได้จากการตัดเนื้อเยื่อเห็ดถั่งเช่า



เครื่องเขย่า (Shaker)



เขย่าเชื้อเหลวเห็ดถั่งเช่า

4. นำเชื้อเหลวมาหยอดลงในอาหารเพาะแบบแข็งที่นิ่งฆ่าเชื้อแล้วในตู้เขี่ยเชื้อ



ตู้เขี่ยเชื้อ

5. นำไปบ่มในห้องมืดเป็นเวลา 10-14 วัน เมื่อเส้นใยเดินคลุมหน้าอาหารในขวดหมดแล้ว ย้ายไปวางในห้องเปิดแสง ที่ควบคุมอากาศ และอุณหภูมิ เป็นเวลา 62 วัน จากนั้นทำการเก็บเกี่ยวผลผลิต แล้วนำไปทำให้แห้ง



ห้องเพาะเลี้ยงเห็ดถั่งเช่า



ห้องเพาะเลี้ยงถั่วงาและนักวิทยาศาสตร์ของฟาร์ม



ถั่วงาที่พร้อมทำการเก็บเกี่ยว

6. ทำการเก็บเกี่ยวถั่วงา



7. ผึ่งไล่ความชื้นและอบแห้งถั่วงา





ลักษณะถั่วงอกที่อบแห้งแล้ว สำหรับนำไปทำผลิตภัณฑ์ชาดอกถั่วงอก



ถั่วงอกที่อบแห้งแล้ว สำหรับนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารต่างๆ

3. สรุปผลการศึกษา

รูปแบบการบริหารธุรกิจเห็ดถั่วงอกแปรรูป ของ บริษัท เอสดี เทคโนโลยี จำกัด

(1) ใช้แพลตฟอร์มระบบนวัตกรรมแห่งชาติ (National Innovation System) บริษัท เอสดี เทคโนโลยี จำกัด มุ่งสร้างความเป็นเลิศในการเพาะเลี้ยงเห็ดถั่วงอกสีทองให้มีสารออกฤทธิ์ทางยาที่สูง และมีผลผลิตในปริมาณมากโดยในช่วงเริ่มแรกทางบริษัทฯ ยังใช้วิธีการเพาะเลี้ยงเห็ดถั่วงอกสีทองตามรูปแบบที่ฟาร์มทั่วไปในประเทศทำกัน แต่ประสบปัญหา คือ มีคู่แข่งที่เข้ามาทำฟาร์มเพาะเลี้ยงถั่วงอกมากขึ้น โดยแต่

ละฟาร์มมีเจ้าของเป็นผู้ผลิตและดำเนินการเองทำให้มีต้นทุนที่ถูกกว่า และไม่มีมาตรฐานของราคาในตลาด ทำให้เกิดการเทตลาด และการแข่งขันของราคา ซึ่งผู้บริโภคเองก็แยกความแตกต่างของถั่งเช่าจากแต่ละฟาร์ม ไม่ออกว่าทำไมจึงมีราคาแตกต่างกัน

(2) **วิจัยผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาต่อยอดสินค้าจากถั่งเช่า ให้มีรูปแบบการบริโภคแบบใหม่ๆ (Products Research and Development)** จากเดิมที่บริษัทฯมีเป้าหมายแค่การเพาะเลี้ยงถั่งเช่า เพื่อขายเป็นวัตถุดิบให้กับโรงงานผลิตอาหารเสริม หรือบุคคลทั่วไป แต่มีอุปสรรคคือการมีการขายตัดราคา วัตถุดิบกันเองในตลาด รวมถึงมีการนำถั่งเช่าสดเข้ามาจากจีนผ่านทางบริษัทห้องเย็นในตลาดไท ผู้ศึกษาจึงทำการวิเคราะห์ว่า ผู้ที่ซื้อถั่งเช่าสดหรือแห้งเหล่านั้น นำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อะไรต่อ เพื่อจำหน่ายในตลาด ก็พบว่าส่วนใหญ่นำไปผลิตอาหารเสริมชนิดแคปซูล หรือเครื่องดื่มง่ายๆ ผู้ศึกษาจึงนำประสบการณ์จากการศึกษาดูงานจากทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเสาะหารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มาร่วมมือกับนักวิจัยในมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศ ในการทดลองผลิต และตรวจคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านคุณค่าทางโภชนาการ, ประสิทธิภาพในการบรรเทา หรือรักษาอาการบางชนิด ซึ่งมีแพทย์แผนปัจจุบันเป็นที่ปรึกษาในด้านจรรยาบรรณ และวิธีการวิจัย โดยบริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในกลุ่มของอาหารและเครื่องดื่มเชิงหน้าที่ (Functional Food/Drink) ซึ่งอาหารกลุ่มนี้ มีความจำเป็นต้องมีผลการทดสอบในระดับห้องปฏิบัติการ จึงจะสามารถขอขึ้นทะเบียนกับ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้ รูปแบบการบริหารงานนี้ จึงทำให้บริษัทฯสามารถสร้างความต้องการใหม่ให้ลูกค้าเดิม รวมถึงนำเสนอสินค้ารูปแบบใหม่ที่มีเอกลักษณ์ มีความแตกต่าง และสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์จากถั่งเช่ารูปแบบเดิมๆได้

(3) **สร้างโรงงานผลิตอาหารเสริมของตนเอง เพื่อให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)** จากเดิมที่ผู้ศึกษามีเป้าหมายจะผลิตถั่งเช่าเพื่อขายให้กับโรงงานผลิตอาหารเสริม หรือโรงงานผลิตอาหารทั่วไป แต่มีอุปสรรค คือ การแข่งขันของราคา โรงงานเหล่านั้นต้องการซื้อวัตถุดิบในราคาที่ถูก เพื่อนำไปผลิตสินค้าให้กับลูกค้าซึ่งจะนำไปขายในราคาที่แพง ซึ่งเป็นการยากที่โรงงานเหล่านั้นจะซื้อหรือใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงได้ ผู้ศึกษาจึงได้เสนอแนวคิดก่อสร้างโรงงานผลิตอาหารเสริมของบริษัทเอง เพื่อผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง ใช้วัตถุดิบของฟาร์มที่เพาะเลี้ยงในระบบปิด มีมาตรฐานในระดับสากล มาใช้เป็นวัตถุดิบให้ลูกค้าในราคาที่เป็นธรรม ไม่แตกต่างจากการที่ไปว่าจ้างโรงงานอื่นผลิตให้ โดยบริษัทจะรับผิดชอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์เองทั้งหมด ตั้งแต่ต้นน้ำ คือ ถั่งเช่า, ยีนขอ อย. ในนามแบรนด์ของลูกค้า, ส่งห้องปฏิบัติการบุคคลที่3 (Tird Party) เพื่อออกไปรับรองคุณภาพให้ รวมถึงติดต่อขอรับการรับรองต่างๆ หากลูกค้าต้องการส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ

(4) **การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management, CRM)** จากรูปแบบการขายทั่วไปแบบเดิมๆ ที่วงจรจะจบลงหลังจากสินค้าถึงมือผู้บริโภค หรือลูกค้าคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ละราย บริษัทฯทำการวิเคราะห์ และพบว่าลูกค้าเดิมหายไป ไม่กลับมาซื้อซ้ำ จึงได้ทำการติดต่อกลับไปเพื่อสอบถาม เนื่องจากในสัญญาจ้างผลิตระบุว่าหากขาดการสั่งผลิตในเวลาที่กำหนด บริษัทฯจะทำการยกเลิกเลข อย. จึงได้รับฟังปัญหาต่างๆจากลูกค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นปัญหาของการสื่อสารกับผู้บริโภค

เกี่ยวกับสรรพคุณและวิธีการรับประทานที่ได้ผล เนื่องจากลูกค้าคนกลางมักจะมีทุนที่จะลงทุนผลิตและจำหน่ายสินค้า แต่ขาดประสบการณ์และความรู้ความเชี่ยวชาญในตัวสินค้า

(5) **สร้างพันธมิตรเครือข่ายผู้เพาะเลี้ยงงั่งเช่า และทำให้บริษัทเป็นที่รู้จักมากขึ้นในสังคม** หลังจากที่บริษัท เอสดี เทคโนโลยี จำกัด ได้ปรับปรุงกลยุทธ์ของบริษัทโดยมีรูปแบบการบริหารงานวิธีต่างๆ ดังที่กล่าวมาแล้วนั้น ส่งผลให้นอกจากบริษัทฯ จะสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้แล้ว ยังทำให้มียอดขายที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้ก็ต้องพบกับปัญหาใหม่ นั่นคือ กำลังการผลิตไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า และบริษัทฯ ไม่สามารถซื้อวัตถุดิบจากฟาร์มอื่นๆ ซึ่งนำมาเสนอขายให้ในราคาถูกได้ เนื่องจาก ที่ผ่านมามีบริษัทมีมาตรการในการควบคุมคุณภาพการเพาะเลี้ยงงั่งเช่า และสูตรอาหาร, สภาวะเพาะเลี้ยง, สายพันธุ์งั่งเช่าที่นำมาเพาะเลี้ยง ฯ ล้วนผ่านการวิจัยและพัฒนาแล้วทั้งสิ้น บริษัทฯ จึงตัดสินใจที่จะถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตงั่งเช่านี้ออกไปสู่พันธมิตรโดยสร้างเครือข่ายผู้เพาะเลี้ยงงั่งเช่า ที่บริษัทฯ คัดเลือกคุณสมบัติแล้วว่าจะสามารถดำเนินงานร่วมกันภายใต้อุดมการณ์เดียวกันได้ จะมีการรับซื้อผลผลิตคืน รวมถึงรับจ้างผลิตสินค้าในแบรนด์ของพันธมิตรให้ด้วย

(6) **มีความเป็นมืออาชีพที่ซื่อสัตย์และจริงใจต่อลูกค้า** บริษัทที่เป็นโรงงานผลิตอาหารเสริมหลายแห่งในประเทศไทย นอกจากจะรับงานรับจ้างผลิตสินค้างั่งเช่าในแบรนด์ของลูกค้า (OEM) ซึ่งจากทั้งที่ลูกค้าจัดหาให้ หรือโรงงานมีฟาร์มเพาะเลี้ยงงั่งเช่าเอง หรือมีแหล่งรับซื้องั่งเช่าในราคาถูก โรงงานเหล่านั้นมักจะมีสินค้างั่งเช่าของโรงงานเอง ที่ทำการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายในช่องทางต่างๆ ที่ทับซ้อนกับที่แบรนด์ลูกค้าของโรงงานทำอยู่ ผู้ศึกษาเล็งเห็นว่าการแข่งขันดังกล่าว จะทำให้ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นว่าโรงงานจะผลิตสินค้าที่ดีที่สุดทั้งในเรื่องของคุณภาพและราคาให้กับเขา เพราะโรงงานเป็นผู้รู้สูตรส่วนผสม และมีต้นทุนที่ต่ำกว่าลูกค้า บริษัท เอสดี เทคโนโลยี จำกัด จึงมีนโยบายที่จะไม่แข่งขันกับลูกค้า เพื่อให้เกิดความเชื่อใจ และวางใจว่าโรงงานเป็นผู้มีความเป็นมืออาชีพที่มุ่งมั่นจะสนับสนุนลูกค้าให้สามารถนำสินค้าที่ผลิตจากโรงงานออกไปแข่งขันในตลาดได้

(7) **วิจัยตลาดเพื่อออกแบบสินค้าให้มีความเจาะจงกับกลุ่มผู้บริโภค** ถึงแม้ว่าการดำเนินงานด้วยความเป็นมืออาชีพและจริงใจต่อลูกค้า จะมีผลดี คือทำให้บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการรักษาฐานลูกค้าเก่า แต่ก็ยังมีผลเสีย คือ ทำให้มีลูกค้าน้อยราย และเสียโอกาสในการเพิ่มปริมาณฐานลูกค้า ผู้ศึกษาจึงต้องทำการวิจัยตลาด เพื่อนำเสนอสินค้าในสูตรใหม่ เพื่อจะไม่ให้ซ้อนทับกับสินค้าของลูกค้าเดิม โดยได้นำเสนอข้อมูลสินค้างั่งเช่าที่มีในตลาด และให้โอกาสลูกค้าตัดสินใจอีกครั้งว่ามีความมั่นใจที่จะลงไปแข่งขันหรือไม่ เพราะต้องใช้เงินลงทุนสูงในการสร้างแบรนด์ เพราะถึงแม้บริษัทฯ จะมุ่งหวังรายได้ แต่ก็จะไม่รู้สึกตนเองประสบความสำเร็จหากเห็นลูกค้าขาดทุนและประสบความล้มเหลวในการทำธุรกิจกับเรา

(8) **เสาะหาแหล่งวัตถุดิบที่ดีและเหมาะสมที่สุดให้กับลูกค้า** ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากงั่งเช่า มีข้อจำกัดในการโฆษณาว่าห้ามอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง แต่ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ลูกค้ามีการเจริญเติบโตของยอดขายอย่างยั่งยืนได้นั้น ต้องอาศัยคุณภาพและความสามารถในการออกฤทธิ์ของสารสำคัญในงั่งเช่า และส่วนผสมต่างๆ ในสูตรผลิตนั้น โดยลูกค้ามีความเชื่อถือและเชื่อมั่นในกระบวนการ ขั้นตอนการผลิตที่ได้พิสูจน์ความปลอดภัย และคุณสมบัติของสารออกฤทธิ์ต่างๆ ในงั่งเช่าของเราจากงานวิจัยที่บริษัทฯ ได้ลงทุน

ไปแล้ว แต่ส่วนผสมอื่นๆ ที่เราไม่สามารถผลิตเองได้ จำเป็นต้องสั่งซื้อจากผู้นำเข้าหรือตัวแทนจำหน่ายที่เชื่อถือได้เช่นกัน ผู้ศึกษาจึงต้องเสาะหา และเดินทางไปดูงานทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงติดตามข่าวสารงานวิจัยเพื่อเสาะหาวัตถุดิบที่น่าสนใจชนิดใหม่ๆ เพื่อนำมาผสมในสูตรผลิตอาหารเสริมให้กับลูกค้าอยู่เสมอ

รายงานการประชุมทางวิชาการระดับนานาชาติ

Nagadatta, A., Julamanee, B., Chaisawadi, S., Paksachadkul, A., Archsiwanon, M., Pewleang, P., Chaisawadi, S., and Thongbut, D., 2007, "*Preliminary Study of Antimicrobial Activities on Bitter Vegetable of Thai Food's Ingredients*", The International Workshop on Medicinal and Aromatic Plants, January 15-18, Lotus Pang Suan Keaw Hote, Chiang Mai, Thailand, p. 110. [Poster]

Chaisawadi, S., Thongbutr, D., and Kulamai, S., 2007, "*Clean Production of Freeze Dried Kaffir Lime Powder Processing for Medicinal Herbs and Cosmetic Used*", The International Workshop on Medicinal and Aromatic Plants, January 15-18, Lotus Pang Suan Keaw Hote, Chiang Mai, Thailand, p. 78. [Poster]

Chaisawadi, S., Thongbutr, D., and Jantawong, P., 2005, "*Clean Production of Freeze Dried Kaffir Lime Powder Processing for Spa and Aromatherapy*", The 1st International Conference Natural Products for Health and Beauty (NPHB2005), October 17-21, Taksila Hotel, Mahasarakham, Thailand.

Chaisawadi, S., Thongbutr, D., and Kulamai, S., 2007, "*Clean Production of Freeze Dried Kaffir Lime Powder Processing for Medicinal Herbs and Cosmetic Used*", The International Workshop on Medicinal and Aromatic Plants, January 15-18, Lotus Pang Suan Keaw Hotel, Chiang Mai, Thailand, p. 78. [Poster]

Chaisawadi, S., Thongbute, D., Methawiriyasilp, W., Chaisawadi, A., Pitakworarat, N., Jaturonrasamee, K., Khemkhaw, J., and Tanuthumchareon, W., 2003, "*Preliminary Study of Antimicrobial Activities on Medicinal Herbs of Thai Food's Ingredients*", The 3rd World Congress on Medicinal and Aromatic Plants for Human Welfare, February 3-7, Chiang Mai, Thailand.

Chaisawadi, S., Chayawattana, T., Methawiriyasilp, W., and Thongbute, D., 2003, "*Clean Production of Commercial Freeze-Dried Lime Powder for Medicinal Herb and Nutritional Health Benefits*", The 3rd World Congress on Medicinal and Aromatic Plants for Human Welfare, February 3-7, Chiang Mai, Thailand.

Chaisawadi, S., Thongbute, D., Methawiriyasilp, W., Chaisawadi, A., Pitakworarat, N., Jaturonrasamee, K., Khemkhaw, J., and Tanuthumchareon, W., 2003, "*Preliminary Study of Antimicrobial Activities on Medicinal Herbs of Thai Food's Ingredients*", The 3rd World

Congress on Medicinal and Aromatic Plants for Human Welfare, February 3-7, Chiang Mai,

Chaisawadi, S., Thongbutr, D., and Kulamai, S., 2007, "*Clean Production of Freeze Dried Kaffir Lime Powder Processing for Medicinal Herbs and Cosmetic Used*", The International Workshop on Medicinal and Aromatic Plants, January 15-18, Lotus Pang Suan Keaw Hote, Chiang Mai, Thailand, p. 78. [Poster]

Chaisawadi, S., Thongbute, D., Methawiriyasilp, W., Chaisawadi, A., Pitakworarat, N., Jaturonrasamee, K., Khemkhaw, J., and Tanuthumchareon, W., 2003, "*Preliminary Study of Antimicrobial Activities on Medicinal Herbs of Thai Food's Ingredients*", The 3rd World Congress on Medicinal and Aromatic Plants for Human Welfare, February 3-7, Chiang Mai, Thailand.

Chaisawadi, S., Chayawattana, T., Methawiriyasilp, W., and Thongbute, D., 2003, "*Clean Production of Commercial Freeze-Dried Lime Powder for Medicinal Herb and Nutritional Health Benefits*", The 3rd World Congress on Medicinal and Aromatic Plants for Human Welfare, February 3-7, Chiang Mai, Thailand.

**MODEL OF WASTE DIAPERS MANAGEMENT DEVELOP TO
NO WATERING SOIL (SOIL MOISTED) OF W.D. RESEARCH**

**รูปแบบการจัดการขยะผ้าอ้อมเด็กสำเร็จรูป สู่นวัตกรรมดินปลูกต้นไม้
ไม่ต้องรดน้ำ (Soil Moistened) ของ W.D. Research**

DR. THANAPOHN KANJANAPAN

ดร.ธนภรณ์ กาญจนพันธ์

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Degree of Doctor of Philosophy in Social Enterprise
At Bodhisastra University, Florida State, USA.
Academic Year 2020

ABSTRACT

Soil Moistened is the product of W.D. Research Co., Ltd. It is the soil no need to water but still moist, which is a product that solves the problem of cropping, lack of care or in conditions with water and nutrient deficiency. It can help adjust the moisture and acidity of the soil. It also contains important nutrients such as potassium and phosphorus. Soil Moistened is the soil with Sodium polyacrylate and Cellulose Pulp. Soil Moistened is suitable for soil development in arid areas and dehydration suitable for growing crops.

Model of waste diapers management develop to no watering soil or Soil Moistened. There are 9 models as followed: Many Type Styles of Soil Moistened, After Service Soil Moistened. follow and take care of your trees, Challenging activities Everyone can plant, Soil Moistened Online & Soil Moistened on Tour, SSM: Serve Soil Moistened directly to your home, Science camp planting trees to against global warming with Soil Moistened, Dropship with Soil Moistened, Soil Moistened Partners that any soil company can sell Soil Moistened, Planting contest via Facebook Fan Page by using our products.

Keywords: Soil Moistened, No watering Soil, Cellulose Pulp, sodium polyacrylate, non-recyclable plastics

บทคัดย่อ

Soil Moistened ดินปลูกต้นไม้ ไม่ต้องรดน้ำ ของ W.D. Research Co., Ltd. คือ ดินปลูกต้นไม้ ที่มีส่วนผสมของ Cellulose pulp และสารโซเดียมโพลีอะคริเลต (sodium polyacrylate) เป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้น เพื่อศึกษาการจัดการกำจัดขยะผ้าอ้อมเด็กสำเร็จรูป ขยะพลาสติกที่ไม่สามารถนำไปรีไซเคิลได้อีก หรือเรียกว่า non-recyclable plastics waste โดยไม่ทำลายสภาวะแวดล้อม และหาทางนำกลับไปใช้ประโยชน์ได้ใหม่ Soil Moistened จึงเหมาะสำหรับการพัฒนาดินในเขตแห้งแล้งและขาดน้ำให้สามารถปลูกพืชได้

รูปแบบการจัดการขยะผ้าอ้อมเด็กสำเร็จรูป ส่วนวัฏกรรมดินปลูกต้นไม้ ไม่ต้องรดน้ำ มีทั้งหมด 9 รูปแบบ คือ ดินหลากหลาย Style Soil Moisted ปลูกต้นไม้ ไม่ต้องรดน้ำ, After Service Soil Moisted ติดตามดูแลต้นไม้ไปกับคุณ, กิจกรรมทำทாயปลูกต้นไม้ได้ แม่มือร้อน, Soil Moisted Online & Soil Moisted on Tour, SSM: Serve Soil Moisted ถึงหน้าบ้าน ให้พี่พร้อมเด็บโต, กิจกรรมค่ายวิทยาศาสตร์ ปลูกต้นไม้ต้านภัยโลกร้อนกับ Soil Moisted, Dropship กับ Soil Moisted, Soil Moisted Partner บริษัท ดินไหน ๆ ก็ขาย Soil Moisted ได้, ประกวอดปลูกต้นไม้จากผลิตภัณฑ์ของเราทุกรูปแบบผ่าน Facebook Fan Page

คำสำคัญ Soil Moisted, ดินปลูกต้นไม้ ไม่ต้องรดน้ำ, Cellulose Pulp, สารโซเดียมโพลีอะคริเลต, ขยะพลาสติกที่ไม่สามารถนำไปรีไซเคิลได้

1. ความเป็นมา ความสำคัญของเรื่อง และวิธีการศึกษา

1.1 ความเป็นมา สถานการณ์ทั่วไป แนวคิดทั่วไป

W.D.Research Co., Ltd. ตั้งอยู่เลขที่ 137 หมู่ที่ 8 ตำบลตาเป็ก อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ 31110 เริ่มเปิดดำเนินการช่วงกลางปี 2561 โดยบริษัทดำเนินธุรกิจ ผลิต และจัดจำหน่ายดินปลูกต้นไม้ ไม่ต้องรดน้ำ หรือเรียกว่า Soil Moisted (เดิมใช้ชื่อว่า With-Din Moist เนื่องจากผลิตขึ้นเพื่อทดแทนดินวิทยาศาสตร์) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยแก้ปัญหาการปลูกพืช ที่ขาดการดูแล หรือในสถานะที่มีน้ำและธาตุอาหารไม่เพียงพอ

ทั้งนี้ยังมีกลุ่มคนที่ชอบปลูกต้นไม้ แต่ไม่เวลาดูแล หรือคนที่มีปัญหาเกี่ยวกับการปลูกต้นไม้อีกเป็นจำนวนมาก โดยพบผลลัพธ์จากการค้นข้อมูลดังกล่าวมากกว่า 64 ล้านผลลัพธ์ผ่านเว็บไซต์ Google เนื่องจากปัจจัยของการปลูกพืชคือ ดิน น้ำและความชุ่มชื้น ซึ่งประเทศไทยและหลายประเทศทั่วโลกประสบปัญหาเรื่องดินในพื้นที่แห้งแล้ง หรือปัญหาการปลูกพืชในช่วงฤดูแล้ง ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ดินที่ขาดน้ำทำให้ไม่สามารถเพาะปลูกได้ หญ้าหรือพืชไร่แห้งตาย ดังนั้นดินที่ดีและมีคุณสมบัติในการดูดซับน้ำและธาตุอาหารได้จึงมีความสำคัญกับสถานการณ์เช่นนี้เป็นอย่างมาก

Soil Moisted เป็นดินปลูกต้นไม้ที่มีส่วนผสมสารดูดซับความชื้นจากสารโซเดียมโพลีอะคริเลต และ Cellulose pulp ในอัตราส่วนที่เหมาะสม สามารถช่วยปรับความชื้นและความเป็นกรดเบสแก่ดิน อีกทั้งยังสามารถเก็บธาตุอาหารที่สำคัญได้แก่ โปแทสเซียม และฟอสฟอรัส ได้ดีกว่าดินทั่วไป และเคยมีการศึกษางานวิจัยทางวิทยาศาสตร์สนับสนุน ทำให้เกษตรกรสามารถประหยัดพลังงาน ลดต้นทุนการผลิต ทั้งจากแรงงานคนและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับน้ำและปุ๋ย ส่วนผู้ที่อยากปลูกต้นไม้ จะมีความสะดวกสบายมากขึ้น สามารถดูแลต้นไม้ได้ แม้อีเวลาไม่มีเวลามากนัก เมื่อการปลูกต้นไม้ เป็นเรื่องที่ทำได้ง่ายขึ้น ทำให้คนสนใจอยากปลูกต้นไม้มากขึ้น ออกซิเจนก็จะเพิ่มขึ้นให้กับโลกใบนี้ได้อย่างอัตโนมัติ

Soil Moisted ของ W.D.Research Co., Ltd. คือ นวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากความคิดที่จะศึกษาการกำจัด non-recyclable plastics โดยไม่ทำลายสภาวะแวดล้อม และหาทางนำกลับไปใช้ประโยชน์กลับคืน

โดยการนำสารดูดซับจากขยะผ้าอ้อมเด็กสำเร็จรูปหรือ non-recyclable plastics ซึ่งเป็นสารพอลิเมอร์สังเคราะห์ ที่เรียกกันว่า พอลิเมอร์ดูดซับยิ่งยวด (superabsorbent polymer; SAP) เป็นส่วน Absorbent Core ซึ่ง Cellulose Pulp และสาร sodium polyacrylate จากขยะผ้าอ้อมเด็กสำเร็จรูป (Diaper) มาใช้ประโยชน์กับดินและพืช ผ่านการทดลองศึกษาภายใต้การโครงการ Young Scientist Competition ครั้งที่ 9 โดยมี NECTEC เป็นผู้สนับสนุนทุนวิจัย พบว่าผลการศึกษาเป็นที่น่าพอใจ ดินปลูกต้นไม้ที่มีส่วนผสมของ Cellulose Pulp และสารโซเดียมโพลีอะคริเลตในขยะผ้าอ้อมเด็กสำเร็จรูป ทำให้ได้ดินปลูกต้นไม้ที่มีคุณสมบัติในการดูดซับน้ำและธาตุอาหารของพืชไว้ได้ในปริมาณที่มากกว่าดินปกติ โดยดินผสมสารโซเดียมโพลีอะคริเลตและ Cellulose เป็นดินที่ไม่เป็นพิษกับสิ่งแวดล้อมจากการทดสอบโดยการเลี้ยงไส้เดือนดิน ซึ่งสามารถเจริญเติบโตได้ดีในดินผสมสารโซเดียมโพลีอะคริเลต โดยไส้เดือนดินเป็นดัชนีชี้วัดที่มีชีวิต (Bio – Index) ในการบ่งบอกถึงการปนเปื้อนของสารพิษต่างๆ ในดิน รวมทั้งความอุดมสมบูรณ์ของดิน ดังนั้น ดินผสมสารโซเดียมโพลีอะคริเลต หรือ Soil Moistened จึงปลอดภัยเหมาะสำหรับการพัฒนาดินในเขตแห้งแล้งและขาดน้ำให้เหมาะสมต่อการปลูกพืช

ความสำเร็จของ Soil Moistened ในการปลูกต้นไม้ โดยใช้น้ำน้อย และสามารถทำให้พืชทดลองอยู่รอดและมีการเจริญเติบโตได้นานสูงสุด 50 วัน ในห้องปฏิบัติการ โดยไม่มีการรดน้ำและให้ปุ๋ยตลอดการทดลอง เมื่อดินได้รับการพัฒนาสู่ผลิตภัณฑ์และผลิตเพื่อจำหน่าย จะประกอบไปด้วยกลุ่มลูกค้า 3 กลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้ค้าปลีกดินปลูกต้นไม้ระดับคุณภาพสูง (Premium) และกลุ่มธุรกิจจัดสวน โดยกลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นกลุ่มผู้ค้าปลีกดินปลูกต้นไม้ระดับคุณภาพสูง (Premium) ส่วนกลุ่มธุรกิจจัดสวนและเกษตรกรจะจัดอยู่ในกลุ่มเป้าหมายรอง โดยบริษัทได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ 2 ด้าน คือ วัตถุประสงค์ทางการตลาด เพื่อสร้างและขยายแนวคิดเกี่ยวกับการประหยัดพลังงาน และการปลูกต้นไม้ที่ง่ายสะดวกสบายยิ่งขึ้น กระแสตลาดโลกร้อนและการอนุรักษ์ธรรมชาติ รวมทั้งรับรู้ถึงความแตกต่างของดินปลูกต้นไม้ทั่วไปกับดินปลูกต้นไม้ที่มีส่วนผสมของสารดูดซับความชื้น เพื่อสร้าง Brand Awareness และ Brand Image ให้เกิดขึ้นในใจผู้บริโภค และเพื่อกระตุ้นให้เกิดยอดขายเป็นไปตามเป้าหมายทางการตลาด และวัตถุประสงค์ทางการขาย โดยบริษัทวางแผนว่าจะมีการทำตลาดเพื่อที่จะสร้าง Awareness ให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทางบริษัทคาดหวังที่จะสามารถเป็นที่หนึ่งของดินปลูกต้นไม้ ไม่ต้องรดน้ำ เพราะเราเป็นเจ้าของแรกที่ผลิตขึ้น ซึ่งจะเป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าและเลือกที่จะซื้อมากที่สุดภายในระยะเวลา 3 ปี โดยทางบริษัทกำหนดกลยุทธ์ราคาให้สามารถแข่งขันได้ เมื่อเทียบกับคู่แข่งโดยรวมทั้งตลาด โดยที่คุณภาพของสินค้าสูงกว่าคู่แข่ง และมีความแปลกใหม่

1.2 สถานการณ์เฉพาะในประเทศ หรือในท้องถิ่น

ดินปลูกต้นไม้ผสม Cellulose Pulp และสารโซเดียมโพลีอะคริเลตที่ผ่านงานวิจัยจากโครงการ Young Scientist Competition ครั้งที่ 9 โดยมีศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) เป็นผู้สนับสนุนเงินลงทุนในการวิจัย เป็นดินที่มีคุณสมบัติในการดูดซับน้ำและธาตุอาหารของพืชไว้ได้ในปริมาณที่มากกว่าดินปกติ โดยดินผสมสารดูดซับความชื้นทำให้น้ำไหลผ่านช้ากว่าดินปกติสูงสุดคือ 2.05

เท่าและดูดซับน้ำ ธาตุฟอสฟอรัส (P) ธาตุโพแทสเซียม (K) ได้มากกว่าดินปกติ 1.16, 1.94, 2.28 เท่าตามลำดับ และไม่เป็นพิษกับสิ่งแวดล้อม เหมาะสำหรับการพัฒนาดินในเขตแห้งแล้งและขาดน้ำให้เหมาะสมต่อการปลูกพืช

ปัญหาสภาวะแวดล้อมของโลก กำลังเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อโลกทั้งระบบโดยเฉพาะปัญหาการเกิดภาวะเรือนกระจก ซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาภาวะโลกร้อน (Global Warming) ช่วงศตวรรษที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน มนุษย์กระทำกิจกรรมที่ทำให้เกิดการปล่อยแก๊สเรือนกระจกออกสู่ชั้นบรรยากาศจำนวนมาก หากการปล่อยแก๊สเรือนกระจกยังคงดำเนินต่อไปในอัตราเช่นที่เป็นอยู่นี้ ภายในช่วงเวลาไม่นานข้างหน้าจะเป็นเหตุทำให้เกิดผลกระทบที่รุนแรงต่อมนุษย์โลกตามมามากมาย ความสะดวกสบายทำให้การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากพลาสติกมีสูงขึ้น ขณะเดียวกันพลาสติกเหล่านี้ต้องกลายเป็นขยะจำนวนมากไม่น้อยเช่นกัน แม้ว่าส่วนหนึ่งจะสามารถนำมาผ่านกระบวนการรีไซเคิลได้ก็ตาม ฝ้ายอ้อมเด็กสำเร็จรูป เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติก ซึ่งมีส่วนประกอบหลักชั้นนอกที่ทำจาก พอลิเอทิลีน (polyethylene หรือ PE) ซึ่งเป็นวัสดุเดียวกับที่ใช้ผลิตพลาสติกแบริ่ง ส่วนผิวชั้นในซึ่งสัมผัสกับผิวทารกและเด็กเล็กทำจาก โพลีโพรไพลีน (polypropylene หรือ PP) ซึ่งเป็นวัสดุเดียวกับที่ใช้ผลิตชุดชั้นในกันหนาว ฝ้ายอ้อมสำเร็จรูปเมื่อผ่านการใช้งานแล้ว จะยากต่อการนำกลับมารีไซเคิลได้เหมือนผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่น ๆ และถูกทิ้งลงสู่สภาวะแวดล้อมเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน นอกจากนี้กระบวนการผลิตฝ้ายอ้อมใช้แล้วทิ้งในแต่ละปี ต้องใช้พลาสติกประมาณ 82,000 ตัน เพราะเด็กแต่ละคนใช้ฝ้ายอ้อมสำเร็จรูป โดยเฉลี่ย 2-3 ชิ้นต่อวัน นอกจากนี้ยังมีขยะฝ้ายอ้อมสำเร็จรูปที่ไม่ผ่านคุณภาพ (QC) และกลายเป็นขยะที่ต้องกำจัดอีกเป็นจำนวนมาก หรือเรียกขยะเหล่านี้ว่า ขยะโรงงาน ขยะเหล่านี้ถ้าถูกทำลายโดยการฝังจะเป็นการสิ้นเปลืองพื้นที่ ถ้าถูกทิ้งลงแม่น้ำจะทำให้แหล่งน้ำอุดตัน ต้นเขิน ถ้าใช้วิธีการเผาจะเป็นการเพิ่มแก๊สเรือนกระจกให้กับชั้นบรรยากาศของโลก ดังนั้นขยะฝ้ายอ้อมสำเร็จรูปจึงเป็นภัยเงียบของสภาวะแวดล้อมโดยไม่มีใครคำนึงถึงและนับวันจะทวีคูณจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ถ้าประชากรโลกทุกคนไม่สร้างความตระหนักและช่วยกันแก้ปัญหา โลกจะพบกับภัยพิบัติอย่างรุนแรงในอีกไม่นานข้างหน้า

ผู้วิจัยได้รับรู้ในสภาพปัญหาสภาวะแวดล้อมมาโดยตลอด และการสังเกตเห็นขยะฝ้ายอ้อมสำเร็จรูปที่เกิดขึ้นใกล้ตัวรวมถึงในครอบครัวของผู้วิจัยเอง จึงได้สังเกตสมบัติในการดูดซับปัสสาวะของทารกได้ดีมาก รวมทั้งได้เห็นขยะที่เกิดจากฝ้ายอ้อมเด็กสำเร็จรูปที่เกิดขึ้นจำนวนมากถูกทิ้งลงสู่สภาวะแวดล้อมโดยไม่ได้รับการจัดการโดยไม่มีใครคำนึงถึงโทษภัยที่จะตามมาภายหลัง ทำให้ผู้วิจัยเกิดความคิดที่จะศึกษาการกำจัดขยะตัวนี้โดยไม่ทำลายสภาวะแวดล้อม และหาทางนำกลับไปใช้ประโยชน์กลับคืนเนื่องจากปัจจัยของการปลูกพืชคือดิน น้ำและความชุ่มชื้น รวมทั้งผู้วิจัยได้รับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เรื่องปัญหาดินในพื้นที่แห้งแล้ง หรือปัญหาการปลูกพืชในช่วงฤดูแล้ง ดินขาดน้ำทำให้ไม่สามารถเพาะปลูกได้หญ้าหรือพืชไร่แห้งตาย คิดว่าปัญหาดังกล่าวเข้ากันได้กับสมบัติความสามารถในการดูดซับน้ำของสารดูดซับความชื้นจากขยะฝ้ายอ้อมสำเร็จรูป ซึ่งเป็นสารพอลิเมอร์สังเคราะห์ ที่เรียกกันว่า พอลิเมอร์ดูดซับยิ่งยวด (superabsorbent polymer; SAP) เป็นส่วน Absorbent Core ซึ่งเป็นสารโซเดียมโพลีอะคริเลต มาใช้ประโยชน์กับดินและพืช จึงเป็นที่มาทำให้โครงการวิจัยเรื่อง ขยะฝ้ายอ้อมสำเร็จรูปเพื่อสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้น และ

ดำเนินการทดลองศึกษาจนประสบความสำเร็จในการหาอัตราส่วนที่เหมาะสมแก่การนำมาปลูกพืช และพบ
ยังให้ผลได้ดีกว่าการปลูกพืชด้วยดินที่ผสมโพลีเมอร์ที่เป็นดินวิทยาศาสตร์

ผู้วิจัยนำเสนอความแตกต่างระหว่างสิ่งที่มีอยู่แล้วในปัจจุบันกับแนวคิดหรือเทคโนโลยีใหม่ของ
โครงการโดยใช้ แผนภาพเพื่อเปรียบเทียบเทคโนโลยีใหม่ที่ใช้ในโครงการ เปรียบเทียบกับแผนภาพของสิ่งที่มี
อยู่แล้วในปัจจุบัน และแผนภาพของแนวคิดหรือเทคโนโลยีใหม่ที่ใช้ในโครงการ ดังตารางต่อไปนี้

1.3 ความสนใจ ประเด็นเฉพาะที่ต้องการศึกษา

ผู้วิจัยในฐานะผู้วิจัยผลงาน ขยะผ้าอ้อมสำเร็จรูปเพื่อสิ่งแวดล้อม อยากเห็นงานวิจัยทางด้าน
วิทยาศาสตร์ออกมาจากเล่มรายงาน เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์และสร้างเป็นธุรกิจที่สามารถให้ประโยชน์
สูงสุดทั้งแก่ผู้ผลิต เจ้าของผลงาน และผู้ซื้อสินค้า ซึ่งเป็นความสำเร็จของงานวิจัยอย่างแท้จริง ที่เกิด
ประโยชน์กับผู้คนอีกมากมายและเกิดประโยชน์กับโลกใบนี้ ผู้วิจัยอยากเห็นสิ่งแวดล้อมที่ดี อากาศที่สดชื่น
พื้นดินที่ชุ่มฉ่ำ ไม่มีดินแห้งแตกกระแหง และผืนป่าที่เขียวขจี อยากเห็นสิ่งดี ๆ อยากเห็นความจริงใจ และ
ความเอาใจจริงเอาใจ ที่จะส่งคืนให้กับโลกใบนี้ ผู้วิจัยเป็นคนหนึ่งที่มักปฏิเสธถุงพลาสติกที่ใช้แล้วทิ้ง (Single
Used Plastics) เป็นคนที่เฝ้าระวังข้าวจากบ้านไปซื้อข้าวแทนการรับกล่องโฟม เอาแก้วน้ำจากบ้านไปซื้อน้ำ
แทนการรับแก้วพลาสติกบาง ๆ ใช้ได้ครั้งเดียว และเป็นคนที่แยกขยะอย่างจริงจัง รู้สึกสนุกกับการทำเช่นนี้
และเห็นว่าขยะที่ต้องฝากรถเทศบาลมาเก็บมันมันน้อยเดี๋ยวเอง และเป็นขยะที่ไม่ได้ส่งกลิ่นเหม็นรบกวน ไม่มี
ความรู้สึกว่ามันจะโตเท่า ๆ กันกับภูเขาได้เลย แต่ก็ต้องพบความจริงที่น่าเศร้า ที่เราส่วนใหญ่ไม่ได้ทำ
อย่างที่ฉันทำ เราเป็นไทยเทกันจริง ๆ เราฟุ้งเฟ้อกันเหลือเกิน และการกระทำเช่นนั้น จึงสร้างขยะกองโตที่
ใหญ่โตกว่าภูเขาได้อย่างง่ายดาย เป็นภูเขาที่มีกลิ่นที่เราไม่ได้ปรารถนา ทั้งยังส่งผลต่อสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ และ
สภาพภูมิอากาศของโลกทั้งระบบ อย่างไรก็ตามมนุษย์ได้สร้างมันขึ้นมา ซึ่งดูช่างผิดกับภูเขาที่ธรรมชาติสร้าง
ให้เรา เมื่อเกิดปัญหาต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงพยายามคิดและหาวิธีการเพื่อจะทำใช้สิ่งแวดล้อมและโลกใบนี้น่าอยู่
ขึ้น พร้อมกันการสร้างรายได้ได้อย่างไม่จำกัดจากขยะพลาสติก การคิดค้นนวัตกรรม Soil Moistened ดินปลูก
ต้นไม้ ไม่ต้องรดน้ำ เป็นหนึ่งในความพยายามในการแก้ปัญหาที่ประสบความสำเร็จแต่ไม่ได้แก้ปัญหาใหญ่
ของขยะพลาสติกได้ทั้งระบบ แต่นับว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีที่มีส่วนในการช่วยแก้ปัญหาสภาวะโลกร้อนที่เกิด
ขึ้นอยู่ในปัจจุบันนี้ จากความคิดในการแก้ปัญหาขยะพลาสติกที่ไม่สามารถรีไซเคิลต่อได้ชิ้นหนึ่งและพยายาม
นำพาชิ้นงานวิจัยเข้าสู่ภาคธุรกิจ พบเจอทั้งความสำเร็จและล้มเหลว แต่ประสบการณ์ทั้งหมดนี้นำพาให้ผู้
วิจัยได้พบกับ ดร.ณัฐชาพันธ์ ศรีศิรินันท์ หนึ่งในผู้ดูแลโครงการแปลงขยะพลาสติกเป็นน้ำมันเชื้อเพลิงใน
ระดับอุตสาหกรรม เป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่จะนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงโลก โดย ดร.ณัฐชาพันธ์ ศรีศิรินันท์ ได้
หยิบยื่นโอกาสให้กับผู้วิจัยได้พัฒนาผลงาน และให้ความสนใจในการเป็นนักลงทุน เพื่อสานต่อโครงการ
ร่วมกับโครงการปัจจุบันคือ การแปลงขยะพลาสติกเป็นน้ำมันเชื้อเพลิง เกิดเป็นธุรกิจเพื่อสังคมอย่างเต็ม
รูปแบบ ซึ่งสามารถทำหน้าที่เป็นผู้สร้างจิตสำนึกที่ดีและมีความรับผิดชอบต่อโลก ดังนั้นสิ่งที่สำคัญยิ่งกว่า
ปัญหาอื่นใด คือ การได้รับการศึกษาที่ดีของคนในชาติ ที่ต้องเข้าใจการเรียนรู้ การใช้ชีวิต และการบริหาร
จัดการทรัพยากรต่าง ๆ ให้มีความยั่งยืน ไม่ใช่การเรียนเพื่อสอบ อย่างเช่นการศึกษาไทยในปัจจุบัน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 บริบทขององค์กรและสถานการณ์ในปัจจุบัน

สถานที่ดำเนินโครงการ (แนบแผนที่/รูปภาพ)

ที่อยู่: 137 หมู่ที่ 8 ตำบลตาเป็ก อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 31110

โทรศัพท์ 0616430791 พิกัดตำแหน่ง (GPS): 14.55938, 102.90757

2.1.1 ข้อมูลนิติบุคคล

ชื่อนิติบุคคล: W.D. Research Co., Ltd.

ทะเบียนเลขที่: 0315561000826

ก่อตั้งเมื่อ: 23 พฤษภาคม 2561 ทุนจดทะเบียน: 2 ล้านบาท

2.1.2 ลักษณะของกิจการ

W.D. Research Co., Ltd. เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับดินชนิดพิเศษที่ได้รับการวิจัยและพัฒนาผลงานด้านสิ่งแวดล้อม ในการเพาะปลูกพืช รวมทั้งกระถางปลูกต้นไม้ที่ผลิตจากวัสดุเหลือใช้ ในรูปแบบของการจำหน่ายปลีกและส่ง สินค้าและบริการ ทั้งในและต่างประเทศ

2.2 การเริ่มต้นสถานการณ์ในปัจจุบัน

ประวัติความเป็นมาของกิจการ

2560
 2561
 2561
 2561

เข้านำเสนองานวิจัยต่อโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation: NEC) โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ร่วมกับมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
 ก่อตั้ง Facebook Fan page : Soil Moisted ปลูกต้นไม้ ไม่ต้องรดน้ำ และเริ่มทดลองออกผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype)

ประวัติความเป็นมาของกิจการ (ต่อ)

2561
 2561
 2561 – ปัจจุบัน

ก่อกำเนิด Facebook Fan Page : Waste Diapers for the Environment – ขยะผ้าอ้อมสำเร็จรูปเพื่อสิ่งแวดล้อม
 ก่อตั้งโรงงานผลิต Soil Moisted ปลูกต้นไม้ ไม่ต้องรดน้ำ
 จดทะเบียนบริษัท ออกทดลองจำหน่ายสินค้า และเจรจาเพื่อเข้าร่วมเป็น Partner กับธุรกิจเพื่อสังคมในการจัดการขยะพลาสติกเป็นน้ำมันเชื้อเพลิง โดยการดำเนินงานภายใต้การดูแลของ **ดร.ณัฐชาพันธ์ ศรีศิริพันธ์**

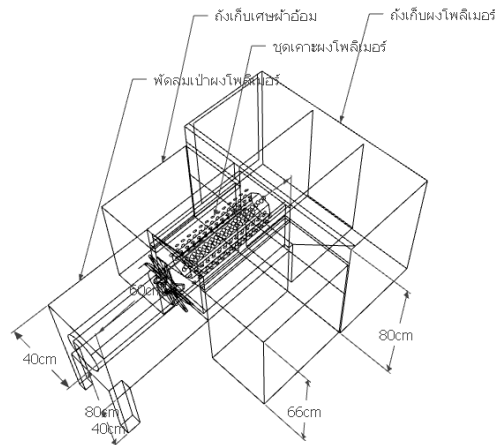
2.3 ขั้นตอน/กระบวนการดำเนินการ

แนะนำ โครงการวิจัย Waste Diaper for the Environment - ขยะผ้าอ้อมสำเร็จรูปเพื่อสิ่งแวดล้อม

Waste Diaper for the Environment - ขยะผ้าอ้อมสำเร็จรูปเพื่อสิ่งแวดล้อม ในอดีตเป็นของโครงการวิจัยในโครงการ Young Scientist Competition โดยมี NECTEC เป็นผู้สนับสนุนเงินทุนในการวิจัย มีนางสาวธนภรณ์ กาญจนพันธ์ เป็นหัวหน้าโครงการ นางสาวอรณัส มุสิกวงศ์ และนายเกรียงไกร ลักษณะอัฐ เป็นผู้ร่วมโครงการ และมีอาจารย์พชรมน ไตรเมศ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ภายหลังความสำเร็จของโครงการวิจัย เราได้รับทุนสนับสนุนและผ่านเข้ารอบชิงชนะเลิศ สาขา วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม เราได้นำเสนอโครงการวิจัยในงาน Thailand ICT Contest Festival เพื่อคัดเลือกเป็นตัวแทนประเทศไทยเข้าแข่งขันในเวทีระดับนานาชาติในงาน Intel ISEF ณ เมืองอัลบูเคอคี มลรัฐนิวเม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา แม้ว่าครั้งนั้นเราจะไม่ได้รับคัดเลือกเป็นตัวแทน แต่การได้เป็นผู้เข้าชิงในรอบชิงชนะเลิศ และมีผู้คนจำนวนมากให้ความสนใจงานของเรา เราก็ถือว่ามันประสบความสำเร็จไปก้าวหนึ่งหลังจากเราได้รับรางวัลในงาน ICT ต่างคนก็ต่างแยกย้ายกันไปเรียนต่อคนละที่ แต่ผู้วิจัยในฐานะหัวหน้าโครงการ และรักงานชิ้นนี้มาก ผู้วิจัยรู้สึกว่ามันไม่ควรจบแค่การรับรางวัล เป้าหมายของผู้วิจัยคือการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม งานชิ้นนี้จึงต้องเดินต่อ ผู้วิจัยทำวิจัยต่อยด้วยตนเอง และส่งเข้าประกวดในโครงการ Bayer Young Environmental Envoy จนทำให้ผู้วิจัยได้เรากัดเลือกเป็นทูตไบเออร์เพื่อสิ่งแวดล้อม 1 ใน 40 คนจากทั่วประเทศ เข้าชิงเพื่อศึกษาดูงานที่ บริษัทไบเออร์ ประเทศเยอรมัน ผู้วิจัยยังดูแลงานชิ้นนี้ต่อและศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมมาโดยตลอด และส่งเข้าประกวดอีกครั้งในโครงการ Energy Fantasia season 4 ได้รับคัดเลือกเป็นทูตพลังงาน 1 ใน 200 คน ทั่วประเทศ หลังจากนั้นก็ไม่เคยหยุดเช่นกัน ผู้วิจัยส่งข้อมูลและนำเสนอผลวิจัยบางส่วนในโครงการอบรมผู้นำเยาวชน ณ ประเทศญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้ได้รับคัดเลือกอีกครั้งเช่นกัน แต่ตัดสินใจละทิ้งสิทธิ์เนื่องจากไม่สามารถลาพักการเรียนเพื่ออบรมที่ประเทศญี่ปุ่น เป็นเวลาหลายสัปดาห์ได้เวลาผ่านไป ทั้งที่เราว่าเราจัดการได้อย่างไร แต่ไม่เคยได้ลงมือทำสักที ตอนที่ผู้วิจัยรีบจบปริญญาโท เลยคุยกับรุ่นพี่ว่า ผู้วิจัยไม่อยากให้งานชิ้นนี้อยู่ในกระดาษอีกต่อไปแล้ว จึง Repeat งานวิจัย ทำให้มันเกิดขึ้นจริง เพราะอยากเห็นสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น อยากเห็นงานวิจัยออกมาจากเล่มรายงาน อยากเห็นความสำเร็จของงานวิจัย เกิดประโยชน์กับผู้คนอีกมากมายและเกิดประโยชน์กับโลกใบนี้ ทำให้เราตัดสินใจและเปิดบริษัท W.D. Research โดยมี ผู้วิจัย คือ นางสาวธนภรณ์ กาญจนพันธ์ และนายสุรศักดิ์ เพวท์ เป็นนักวิจัยผู้ร่วมโครงการ ดังนั้นในทีมวิจัยในปัจจุบัน จึงมีนักวิจัยด้วยกัน 2 คน ผู้ช่วยวิจัยอีกหนึ่งคน นักพัฒนาผลิตภัณฑ์อีกหนึ่งคน เราพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการวิจัย ออกสู่ Product ที่ใช้งานได้จริง ในการรับบริจาคขยะผ้าอ้อมเด็กสำเร็จรูป มีคำถามว่าทำไมต้องการจำนวนมาก เราไม่อยากได้จำนวนมาก เราอยากณรงค์ให้มีการลดใช้เพื่อไม่ให้เกิดขยะเหล่านี้ แต่นั่นไม่ใช่สิ่งที่ทำได้ง่าย เราอยากให้ขยะผ้าอ้อมสำเร็จรูปทุกชิ้น มาล้นอยู่ที่เรา แทนที่จะถูกทิ้งลงสู่ส้วภาวะแวดล้อมโดยไม่มีการจัดการอะไรเลยตามวัตถุประสงค์ที่เราได้ตั้งไว้ คือเพื่อศึกษาโครงสร้างและหาความเป็นไปได้ในการกำจัดโดยไม่ให้เป็นพิษกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ต่อไป

ในช่วงต้นปี พ.ศ.2561 เราได้พบกับโครงการ Angel Fund for Startup และได้รับเงินทุนสนับสนุน ได้รับความรู้และความท้าทายในการทำธุรกิจจากห้องเรียนของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และลงมือทำจริง เราเริ่มต้นจากการเปิดเพจ Facebook Fan Page เพื่อรับขยะผ้าอ้อมสำเร็จรูปเฉพาะที่เปื้อนปัสสาวะของเด็ก

อายุ 0-4 ปี จากแม่ ๆ ทั่วประเทศ และได้รับความร่วมมืออย่างดี ทำให้เราเห็นถึงความต้องการของคนที่ยากดูแลสิ่งแวดล้อมที่มีจำนวนมากเช่นกัน ภายในไม่กี่สัปดาห์ มียอดเข้าถึงการโพสต์ มากกว่าหนึ่งล้านผู้ใช้งานการเข้าถึง (People Reached) และมีผู้บริจาคขยะมายังเราจำนวนมาก จากวันเริ่มต้นจนถึงปัจจุบันที่ยังคงมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ มากพอที่เราจะสามารถใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตดินได้หลายตันและเรามีโครงการพัฒนาเครื่องแยกโพลีเมอร์ เพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้นให้กับโลกใบนี้ ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพในอนาคต ดังรูปต้นแบบข้างล่างนี้




ภาพที่ 2.1 แบบร่างเครื่องคัดกรองโพลีเมอร์และพลาสติกจากผ้าอ้อมเด็กสำเร็จรูป

Waste Diaper for the Environment - ขยะผ้าอ้อมสำเร็จรูปเพื่อสิ่งแวดล้อม
Published by Sherry BuffaloAngel (?) · April 30 ·

มีแดด Dry ไร้แบคทีเรียครบ แห้งแล้วส่งมาได้เลย แดดไม่คอยมีสิ่งๆ เอาไว้ครบ เป็นตัวอย่าง ขนาดการส่งหนึ่งครั้งให้ได้อย่างน้อยประมาณหนึ่งครึ่งหรือมากกว่าจะดีมาก แต่สำคัญเลยคือต้องแห้ง ใช้เวลาประมาณหนึ่งสัปดาห์

#เฉพาะที่เขียนมีสวามะโนงเท่านั้นนะครั้นและไม่ได้ไปในช่วงที่น้องป๊อบอยู่นะครั้น โดยให้ท่านลองพลาสติก 2 ชิ้นก่อนใส่กล่องไปรษณีย์ #รบกวนสร้างโลกสดใสสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้นไปพร้อมๆกันเรา #ตอนนี... See More



Performance for Your Post

1,149,168 People Reached

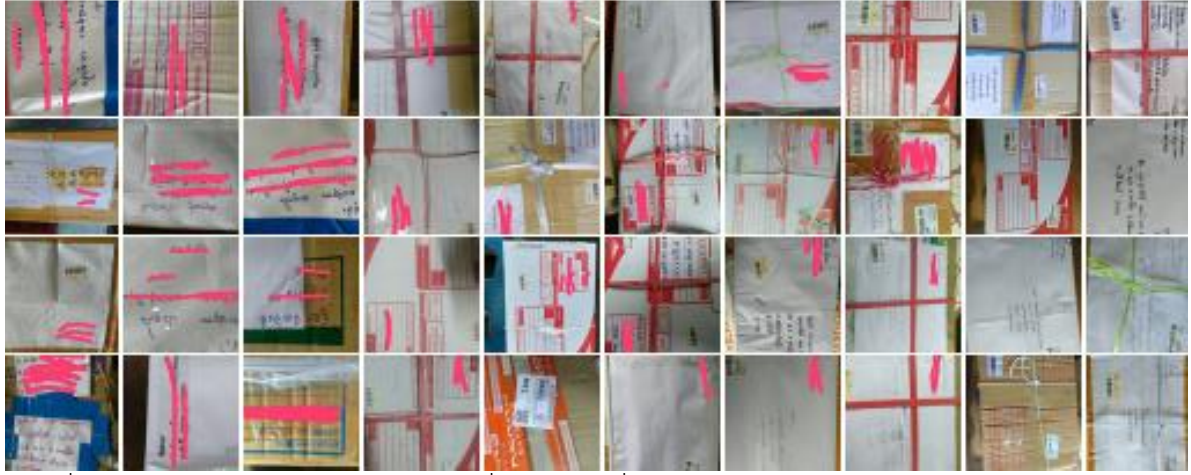
27,537 Reactions, Comments & Shares

17,032 Like	3,937 On Post	13,095 On Shares
196 Love	70 On Post	126 On Shares
83 Haha	0 On Post	83 On Shares
405 Wow	155 On Post	250 On Shares
9 Sad	6 On Post	3 On Shares
3 Angry	1 On Post	2 On Shares
3,268 Comments	2,029 On Post	1,239 On Shares
6,549 Shares	6,549 On Post	0 On Shares

249,808 Post Clicks

ภาพที่ 2.2 ภาพจาก Facebook Fan page: Waste Diaper for the Environment

ขยะผ้าอ้อมสำเร็จรูปเพื่อสิ่งแวดล้อม ระบุจำนวนผู้เข้าถึงและผู้ในความสำเร็จโครงการ ที่มีมากกว่า 1 ล้านบัญชีผู้เข้าถึงการใช้งาน



ภาพที่ 2.3 พัดตุกว่า 300 กล่อง จากแม่ ๆ ทั่วประเทศ ที่ส่งขยะผ้าอ้อมสำเร็จรูปมายังโครงการ



ภาพที่ 2.4 ขยะผ้าอ้อมสำเร็จรูปที่ได้รับจากการบริจาค ถูกนำมาฆ่าเชื้ออีกครั้ง ก่อนนำแยกสารโพลีเมอร์



ภาพที่ 2.5 สารโพลีเมอร์และ cellulose pulp ที่ถูกแยกออกจากพลาสติกห่อหุ้มชั้นนอก

การเริ่มก่อตั้งโรงงานแปลงขยะผ้าอ้อมเด็กสำเร็จรูปสู่นวัตกรรมดินปลูกต้นไม้ไม่ต้องรดน้ำ (Soil Moistened)



ภาพที่ 2.6 การปรับพื้นที่และลงวัตถุดิบดินภูเขาไฟบุรีรัมย์ เข้ามายังโรงงานผลิตของบริษัท



ภาพที่ 2.7 สภาพพื้นที่โรงงาน บรรจุภัณฑ์ และสภาพเนื้อดินของ Soil Moisted



ภาพที่ 2.8 วัตถุดิบและกำลังการผลิตของ Soil Moistened ดินปลูกต้นไม้ไม่ต้องรดน้ำ นวัตกรรมจากการแยกองค์ประกอบของ Cellulose Pulp และสารโซเดียมโพลีอะคริเลตจากขยะผ้าอ้อมเด็กสำเร็จรูป

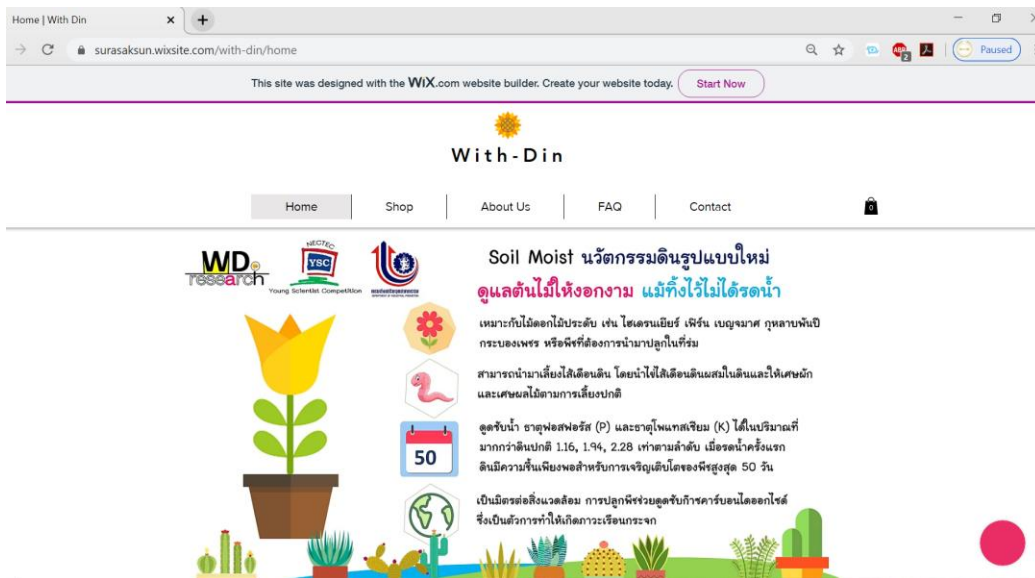
<p>Soil Moistured Conditioning for 5 kg</p> <p>ติดต่อสอบถาม 088-7590522 WD research</p> <p>ดินผสมเซลลูโลสเข้มข้น สูดคัม ผสมเพิ่มได้ 5 กิโลกรัม ให้ดินธรรมชาติของคุณมีประสิทธิภาพเทียบเท่า Soil Moistured ดินปลูกต้นไม้ ใช้น้ำน้อย</p> <p>เมื่อผสมเสร็จนำไปใช้งานได้ทันที โดยดินจะมีความชื้นเพียงพอสำหรับการเจริญเติบโตของพืช และอยู่ได้เป็นเวลานานโดยไม่ต้องรดน้ำ ดินสามารถดูดซับธาตุอาหารของพืชได้มากกว่าดินปกติ ทำให้พืชเจริญเติบโตได้ดี</p> <p>25</p> <p>คำแนะนำ: รดน้ำครั้งแรกจนดินชุ่ม พืชดอกแต่ละชนิดชอบช่วงความชื้นของแสงต่างกัน ควรให้แสงกับพืช อย่างเหมาะสม สามารถรดน้ำและได้ปุ๋ยได้ ตามปกติหรือลดจำนวนครั้งลงตามสมควร และเมื่อเริ่มแห้ง</p>	<p>Soil Moistured Conditioning for 10 kg</p> <p>ติดต่อสอบถาม 088-7590522 WD research</p> <p>ดินผสมเซลลูโลสเข้มข้น สูดคัม ผสมเพิ่มได้ 10 กิโลกรัม ให้ดินธรรมชาติของคุณมีประสิทธิภาพเทียบเท่า Soil Moistured ดินปลูกต้นไม้ ใช้น้ำน้อย</p> <p>เมื่อผสมเสร็จนำไปใช้งานได้ทันที โดยดินจะมีความชื้นเพียงพอสำหรับการเจริญเติบโตของพืช และอยู่ได้เป็นเวลานานโดยไม่ต้องรดน้ำ ดินสามารถดูดซับธาตุอาหารของพืชได้มากกว่าดินปกติ ทำให้พืชเจริญเติบโตได้ดี</p> <p>25</p> <p>คำแนะนำ: รดน้ำครั้งแรกจนดินชุ่ม พืชดอกแต่ละชนิดชอบช่วงความชื้นของแสงต่างกัน ควรให้แสงกับพืช อย่างเหมาะสม สามารถรดน้ำและได้ปุ๋ยได้ ตามปกติหรือลดจำนวนครั้งลงตามสมควร และเมื่อเริ่มแห้ง</p>	<p>Soil Moistured Conditioning for 20 kg</p> <p>ติดต่อสอบถาม 088-7590522 WD research</p> <p>ดินผสมเซลลูโลสเข้มข้น สูดคัม ผสมเพิ่มได้ 20 กิโลกรัม ให้ดินธรรมชาติของคุณมีประสิทธิภาพเทียบเท่า Soil Moistured ดินปลูกต้นไม้ ใช้น้ำน้อย</p> <p>เมื่อผสมเสร็จนำไปใช้งานได้ทันที โดยดินจะมีความชื้นเพียงพอสำหรับการเจริญเติบโตของพืช และอยู่ได้เป็นเวลานานโดยไม่ต้องรดน้ำ ดินสามารถดูดซับธาตุอาหารของพืชได้มากกว่าดินปกติ ทำให้พืชเจริญเติบโตได้ดี</p> <p>25</p> <p>คำแนะนำ: รดน้ำครั้งแรกจนดินชุ่ม พืชดอกแต่ละชนิดชอบช่วงความชื้นของแสงต่างกัน ควรให้แสงกับพืช อย่างเหมาะสม สามารถรดน้ำและได้ปุ๋ยได้ ตามปกติหรือลดจำนวนครั้งลงตามสมควร และเมื่อเริ่มแห้ง</p>
<p>Cacto-Soil サボテン用の土</p> <p>ติดต่อสอบถาม 088-7590522 WD research</p> <p>ดินพร้อมปลูกสำหรับพืชอวบน้ำ (succulent plant) อุดมด้วยฟอสฟอรัส (P) และโพแทสเซียม (K) ทำให้ออกดอกเร็ว ต้นเขียว และเร่งการแตกหน่อพร้อมปุ๋ยละลายช้า</p> <p>เมื่อรดน้ำครั้งแรกดินมีความชื้นเพียงพอสำหรับการเจริญเติบโตของพืชสูงสุด 50 วัน โดยมีธาตุอาหารละลายช้าเพื่อช่วยให้เจริญเติบโตได้ดี แม้ไม่มีเวลาดูแล และเมื่อดินโปร่งจึงไม่เป็นสาเหตุของรากเน่า</p> <p>50</p>	<p>สินค้ายอดนิยม</p> <p>Soil Moistured 湿润土</p> <p>ติดต่อสอบถาม 088-7590522 WD research</p> <p>ดินมีธาตุอาหารและ pH อยู่ในช่วงที่พืชผักกลุ่ม Microgreen ต้องการอย่างเหมาะสม</p> <p>ความชื้นเพื่อช่วยให้เจริญเติบโตได้ดี ดินมีความโปร่ง ร่มชอุ่ม สามารถให้อัตราการเกิดสูงสุด ร้อยละ 94</p> <p>15</p> <p>เมื่อรดน้ำครั้งแรกจนชุ่ม ถ้าไม่มีเวลาน้ำ สามารถทิ้งดินไม่ไ้สูงสุด 15 วัน</p>	<p>Flavo-Soil 花用の土</p> <p>ติดต่อสอบถาม 088-7590522 WD research</p> <p>ดินธาตุอาหารและ pH อยู่ในช่วงที่เหมาะสมสำหรับการปลูกไม้ดอกและไม้ประดับ ทำให้ไม้ดอกไม่ประดับใบเขียวและให้ดอก</p> <p>เมื่อรดน้ำครั้งแรกดินมีความชื้นเพียงพอสำหรับการเจริญเติบโตของพืชสูงสุด 50 วัน แม้ไม่มีเวลาดูแล และเมื่อดินโปร่งจึงไม่เป็นสาเหตุของรากเน่า</p> <p>50</p> <p>คำแนะนำ: รดน้ำครั้งแรกจนดินชุ่ม พืชดอกแต่ละชนิดชอบช่วงความชื้นของแสงต่างกัน ควรให้แสงกับพืช อย่างเหมาะสม</p>

ภาพที่ 2.9 โปสเตอร์สินค้า แบ่งตามสูตรต่าง ๆ ที่เหมาะกับชนิดพืช และดีไซน์ที่ทันสมัย

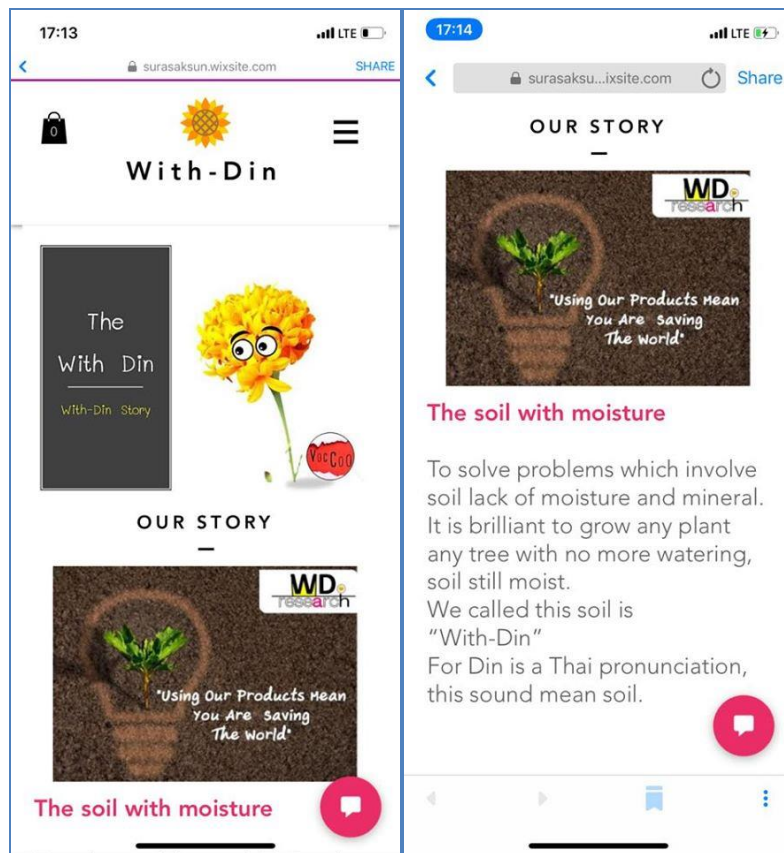
บริษัทได้พัฒนาสูตรดินต่าง ๆ ให้เหมาะกับชนิดพืช โดยมี Soil Moistured สูตรพื้นฐานที่ใช้ได้กับการปลูกพืชทั่วไป และ Soil Conditioning สำหรับสูตรเข้มข้นและสามารถนำไปผสมกับดินตามสูตรของลูกค้านำเองได้ อีกสูตรที่ได้รับความนิยมเช่นกัน คือ Cacto-Soil ดินปลูกตะบองเพชรและพืชอวบน้ำและ Flavo-Soil ดินปลูกไม้ดอกไม้ประดับ นอกจากนี้บริษัทมีแผนงานในอนาคตเพื่อจะเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงคิดค้นสูตรดินเพิ่มเติม ได้แก่

- 1) Soil Moistured Premium ขนาด 5 กิโลกรัม
- 2) Soil Moistured Mini ขนาด 1 กิโลกรัม
- 3) Soil Moistured Grass ดินสำหรับปลูกหญ้าสนาม
- 4) Soil MoisturedFarm สำหรับปลูกพืชทั่วไปของเกษตรกร
- 5) Soil Moistured Conditoning ดิน Moist สูตรเข้มข้น ซึ่งนำไปใช้ผสมกับดินปกติทั่วไป
- 6) Kasava Soil ดินปลูกมันสำปะหลัง

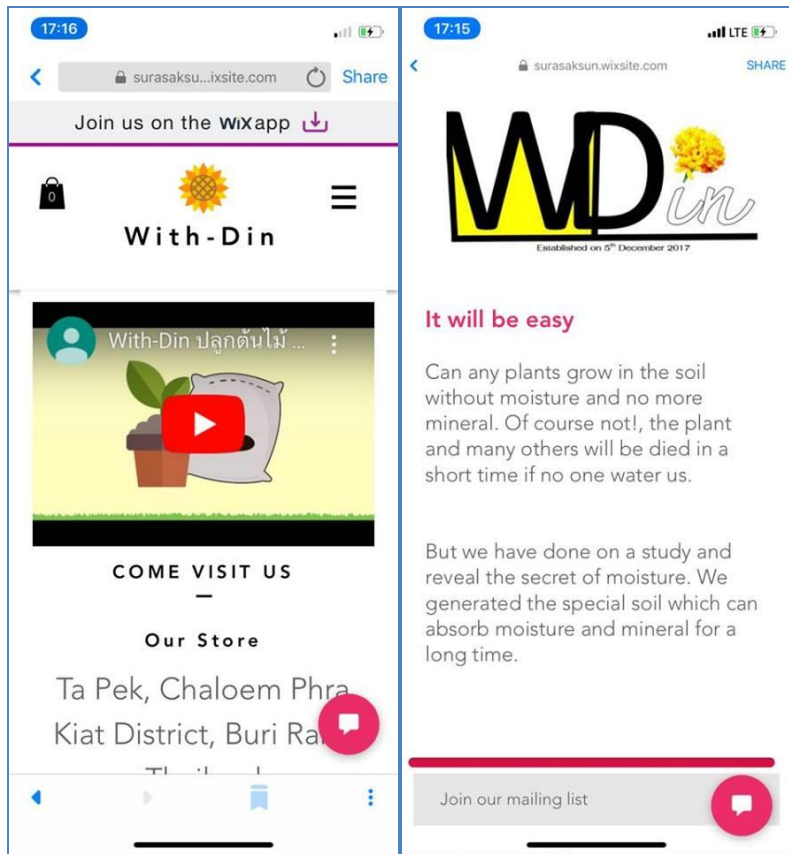
การทำการตลาดออนไลน์



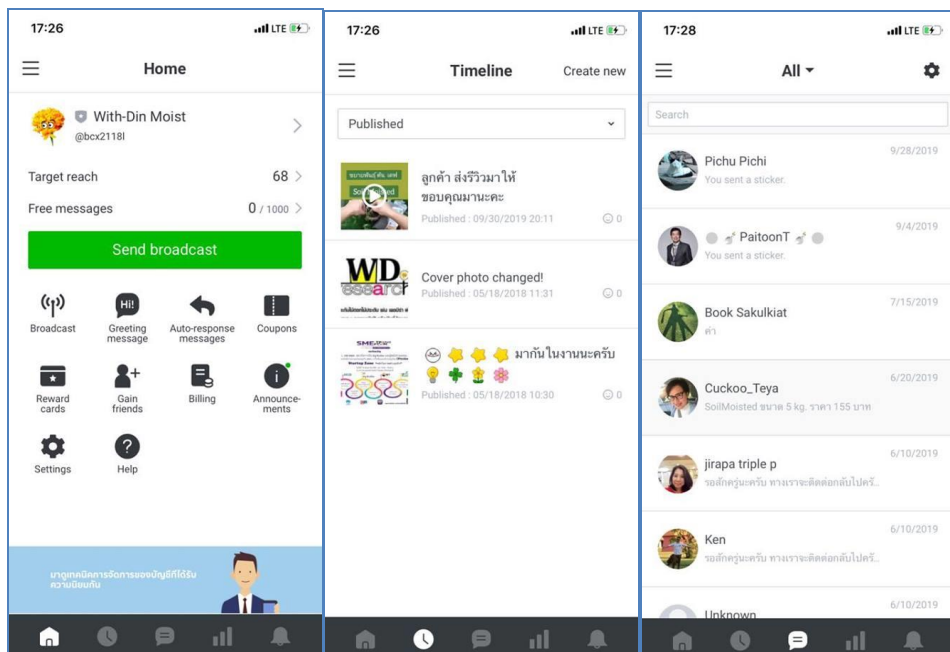
ภาพที่ 2.11 การทำการตลาดออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ With-Din
 ทาง url: <https://surasakun.wixsite.com/with-din/home>



ภาพที่ 2.12 การทำการตลาดออนไลน์ฟังก์ชันการใช้งานบนโทรศัพท์มือถือ



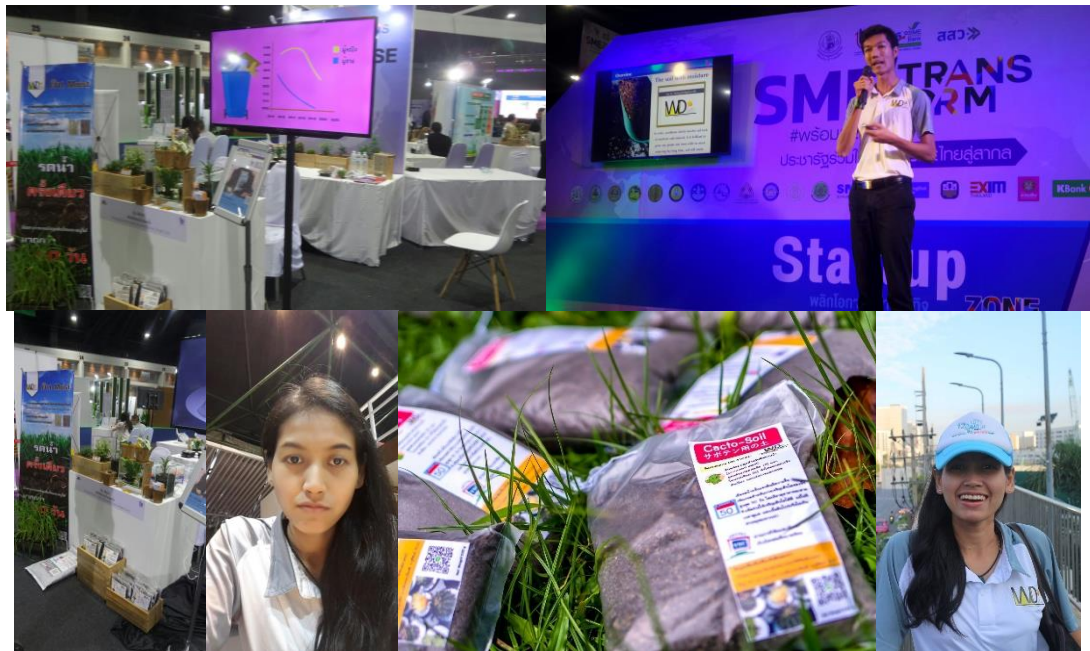
ภาพที่ 2.13 การทำการตลาดออนไลน์ใช้งานบนโทรศัพท์มือถือและระบบถามตอบให้ข้อมูลลูกค้า



ภาพที่ 2.14 การทำการตลาดออนไลน์ผ่าน Application Line Official Account



ภาพที่ 2.15 การตอบรับจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ดินปลูกต้นไม้ระดับคุณภาพสูง (Premium)



ภาพที่ 2.16 ได้รับเชิญจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 1 ใน 7 นักธุรกิจ Startup ที่ได้จัดนิทรรศการและนำเสนอนวัตกรรมในงาน SME Transform พร้อมแล้วเปลี่ยน

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายทั้งแบบ B 2 B และ B 2 C ด้วยสินค้าที่วางแผนไว้ทั้งหมด 6 แบบ ได้แก่ SoilMoisted Premium, SoilMoisted Mini, SoilMoisted Grass, SoilMoisted Farm, SoilMoisted Conditoning และ Cacto-Soil ดินปลูกตะบองเพชรและพืชอวบน้ำ

B 2 C เป็นสินค้าที่ส่งถึงลูกค้าโดยตรง กับกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบการปลูกไม้ดอก ไม้ประดับ ถ้ามองแค่ ไฮเดรนเยียกับกระบองเพชรเฉพาะในไทย ก็มีลูกค้ากว่า 500,000 คน

สำหรับ B 2 B เราพบว่าประเทศไทยมีร้านจำหน่ายดินปลูกต้นไม้เกือบสี่แสนร้านที่จะสามารถวางผลิตภัณฑ์ของเราได้ ให้สำหรับ End users เหล่านี้ - บุคคลทั่วไปที่รักการปลูกต้นไม้ (พนักงานออฟฟิศ ผู้พักอาศัยแบบคอนโดมีเนียม) บริษัท, สำนักงาน, โรงแรม, ร้านอาหาร, ธุรกิจร้านขายต้นไม้/กระถาง, ธุรกิจจัดสวน และในอนาคตมีการวางแผนไปยังกลุ่มเป้าหมายแบบ B 2 G หรือ Business to Government คือ กำหนดกลุ่มเป้าหมายไปยังรัฐบาลด้วย เนื่องจากกระแสโลกที่เปลี่ยนไปในทำการเกษตรในระดับอุตสาหกรรมจากความต้องการอาหารที่เพิ่มขึ้น ผนวกกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเนื่องมาจากสภาวะโลกร้อน จึงทำให้เกินภาวะแห้งแล้ง ส่งผลกระทบต่อภาคเกษตรกรรม



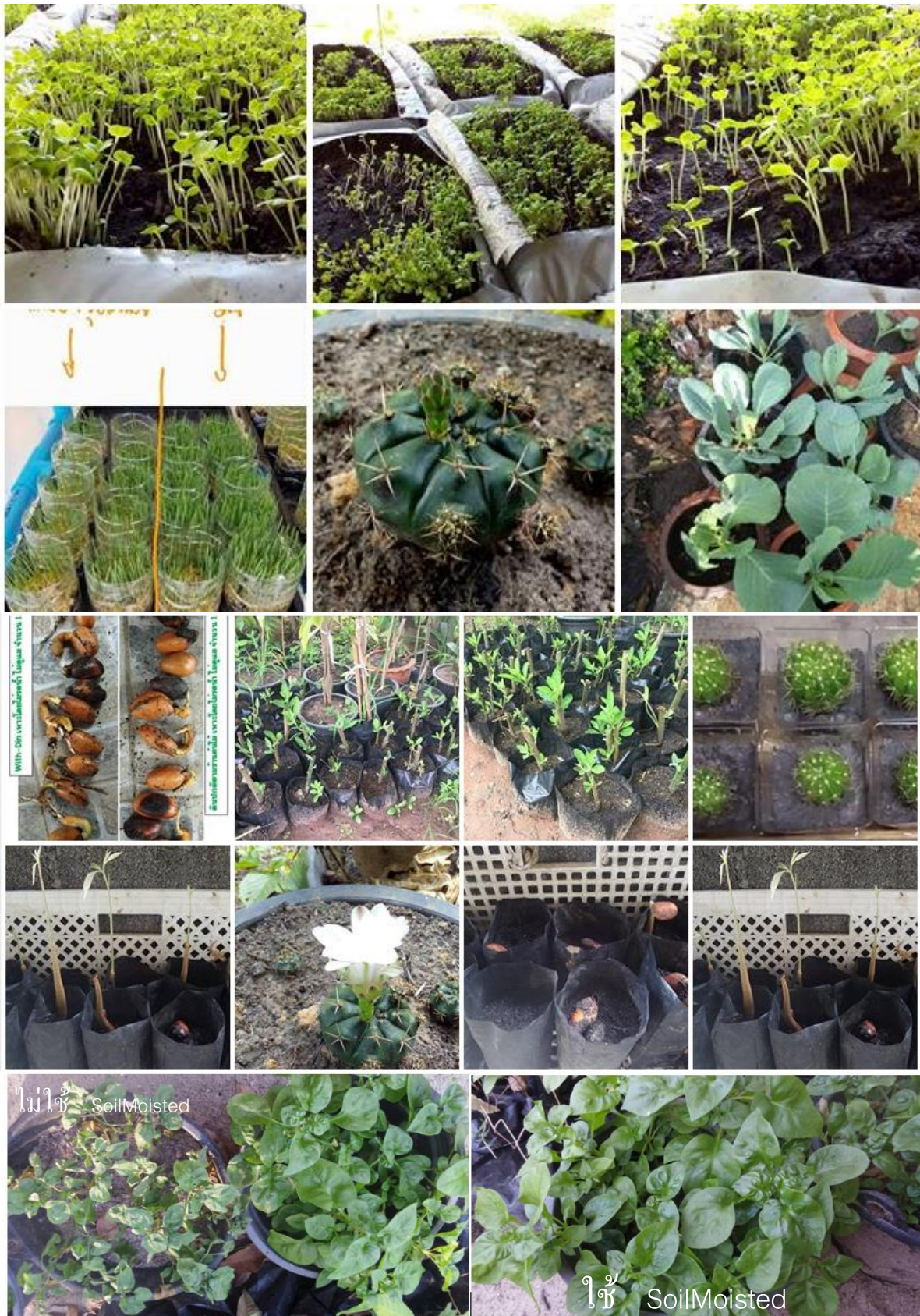
ภาพที่ 2.17 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของการใช้สินค้า



ภาพที่ 2.18 การจำหน่ายสินค้าทั้งแบบปลีกและส่ง



ภาพที่ 2.19 การทดสอบตลาดและความไว้วางใจของลูกค้า



ภาพที่ 2.20 Feedback ของการใช้สินค้าต้นแบบที่ลูกค้าซื้อไปทดลองใช้เปรียบเทียบแบบไม่ใช้



Wellness Farm ฟาร์ม "ผัก" ของคนรักสุขภาพ
27 JANUARY 2562

Like Comment Share



Wellness Farm ฟาร์ม "ผัก" ของคนรักสุขภาพ
16 DECEMBER 2561

Like Comment Share



Wellness Farm ฟาร์ม "ผัก" ของคนรักสุขภาพ
23 FEBRUARY 2562

Wellness Farm ฟาร์ม "ผัก" ของคนรักสุขภาพ
28 November 2561

สนใจสอบถามได้จ้า
ชุดปลูกสำเร็จรูปพร้อมส่งค่ะ 063-4848800

Explore Products & Shop

Wow Comment Share

ภาพที่ 2.21 Soil Moistened ได้รับความไว้วางใจให้เป็นดินปลูกผักสำหรับคนรักสุขภาพประจำ Wellness Farm อยุธยา ของ นพ.บุญชัย อิศราทิสิษฐ์ และบริษัทออกผลิตภัณฑ์ร่วมกับฟาร์ม ในรูปแบบชุดของขวัญ อนุบาลต้นผัก เป็นสินค้าประจำฟาร์ม และวางขายใน Facebook Fan page Wellness Farm ฟาร์ม "ผัก" ของคนรักสุขภาพ

3. สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้ เพื่อพยายามกำจัดขยะผ้าอ้อมเด็กสำเร็จรูป พัฒนาสู่นวัตกรรมดินปลูกต้นไม้ ไม่ต้องรดน้ำ และขยายผลนวัตกรรมสู่ธุรกิจ สำหรับรายละเอียดของรูปแบบความสำเร็จแต่ละหัวข้อมีดังนี้

รูปแบบการจัดการขยะผ้าอ้อมเด็กสำเร็จรูป สู่นวัตกรรมดินปลูกต้นไม้ ไม่ต้องรดน้ำ

(1) **ดินหลากหลาย Style Soil Moisted ปลูกต้นไม้ ไม่ต้องรดน้ำ** พบกับความหลากหลายของสินค้าและความทันสมัยของสินค้า โดยมีการตรวจสอบความต้องการของลูกค้าผ่านการทำแบบสอบถาม โดยใช้ Google Form ส่งให้กับลูกค้าทาง Line OA และเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อพิจารณาถึงขนาดการบรรจุและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทำให้บริษัทสามารถพัฒนาสินค้าและออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ตามโจทย์ที่ลูกค้าเป็นผู้ร่วมกำหนด เช่น

- บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดและรูปแบบที่เหมาะสมตามความต้องการและทันสมัยอยู่เสมอ
- สินค้ามีความหลากหลาย เพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ทั่วถึง
- สินค้าที่ไม่ได้รับความนิยมควรปรับปรุงใหม่เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

(2) **After Service Soil Moisted ติดตามดูแลต้นไม้ไปกับคุณ** บริษัทส่งพนักงานการติดตามดูแลบริการหลังการขาย เยี่ยมเยือนลูกค้าเพื่อวัดความพึงพอใจของลูกค้าด้านคุณภาพของสินค้าหลังจากที่ลูกค้าได้รับสินค้าแล้ว ไม่ว่าจะจะเป็นความสะดวกในการได้รับสินค้า รวมถึงการให้คำแนะนำให้ใช้งาน Soil Moisted ดินปลูกต้นไม้ ไม่ต้องรดน้ำ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด คุ่มค่า คุ่มราคา ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการได้รับการบริการและเกิดการซื้อสินค้าซ้ำ หรือลองใช้สินค้าแบบใหม่ของบริษัท

(3) **กิจกรรมทำทนายปลูกต้นไม้ได้ แม้มือร้อน** การออกรายการส่งเสริมการขายในแต่ละครั้ง ด้วย Soil Moisted ปลูกต้นไม้ไม่ต้องรดน้ำ คำว่า ปลูกไม่ออก มือร้อน ปลูกได้สักพักตาย ไม่มีเวลาดูแล ดินขาดน้ำ และธาตุอาหาร ต้นไม้เหี่ยวเฉา และตายในที่สุด ไม่ใช่ปัญหาสำหรับ Soil Moisted รวมทั้งวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย โดยประเมินผลหลังจากดำเนินการว่าคุ้มกับค่าใช้จ่ายที่ลงไปหรือไม่ และประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้มากน้อยเพียงใด

(4) **Soil Moisted Online & Soil Moisted on Tour** การลงโฆษณาจำหน่ายสินค้าในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ และการออกบูธจัดแสดงนิทรรศการร่วมกับหน่วยงานสำคัญด้านนวัตกรรมของประเทศ เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ซึ่งบริษัทได้รับโอกาสลงโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ ร่วมกับการจัดแสดงนิทรรศการของหน่วยงานดังกล่าวมา สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก รวมถึงลูกค้าเป้าหมายสามารถรับรู้และเข้าใจในสิ่งที่ทางบริษัทสื่อออกไป โดยคำนึงถึงความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

(5) **SSM: Serve Soil Moisted ถึงหน้าบ้าน ให้พีชพร้อมเดบิต** Soil Moisted จับมือ Nim Express และ Flash Express บริการด้านการขนส่ง ดินปลูกต้นไม้ ไม่ต้องรดน้ำ นอกเหนือจากการจำหน่ายหน้าร้าน และการส่งสินค้าแบบเหมา การรับสินค้าด้วยตนเองและส่งทางรถไฟ บริษัทยังมีบริการจัดส่งให้กับลูกค้ารายย่อยและลูกค้าออนไลน์ด้วยระบบขนส่งเอกชน และจัดส่วนลดค่าขนส่งเมื่อมีการสั่งซื้อมากกว่า 10 ถุงขึ้นไป

(6) กิจกรรมค่ายวิทยาศาสตร์ปลูกต้นไม้ต้านภัยโลกร้อนกับ Soil Moisted บริษัทเปิดโรงงาน Soil Moisted เป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับผู้สนใจและชื่นชอบการทำกิจกรรมเข้าร่วมปลูกต้นไม้ด้วยดิน Soil Moisted ในแปลงทดลองของบริษัทในวันเสาร์อาทิตย์ ให้ความรู้เรื่องดิน และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ณ ปัจจุบัน ที่ยังคงมีกระแสของสภาวะโลกร้อน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน รวมถึงจำหน่ายสินค้าชุดปลูกต้นไม้ ของที่ระลึก มอบเอกสารความรู้ความเข้าใจในการปลูกต้นไม้ต้านภัยโลกร้อน และนำไปสู่การขยายผลกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอื่น ๆ ต่อไป

(7) Dropship กับ Soil Moisted นอกเหนือจากการจ้างพนักงานขาย บริษัทเปิดรับตัวแทนจำหน่ายระบบ Dropship ขายออนไลน์ไม่ต้องสต็อกสินค้า เปิดโอกาสให้กับตัวแทนจำหน่ายที่ไม่มีทุนในการสต็อกสินค้าเข้าทำการตลาดออนไลน์ ในระบบ Dropship คือการเสนอขายต่อลูกค้าผ่าน Platform online ของบริษัทได้ทั้งทาง website และ Line OA เพียงแค่ลูกค้าเปิดบิลกับตัวแทนและทำการโอนเงินเข้าบริษัท บริษัทจะทำหน้าที่จัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรงไม่ต้องผ่านตัวแทนจำหน่าย เมื่อตัวแทนสามารถเปิดบิลลูกค้าได้ บริษัทจะจ่ายเงินเป็นค่าคอมมิชชั่นให้กับตัวแทนจำหน่าย

(8) Soil Moisted Partner บริษัทดินไหน ๆ ก็ขาย Soil Moisted ได้ Soil Moisted เป็นดินปลูกต้นไม้ ไม่ต้องรดน้ำเจ้าแรกของประเทศไทย แต่ตัวพื้นฐานของสินค้าไม่ใช่สินค้าใหม่ นั่นคือ ดินปลูกต้นไม้หรือวัสดุเพาะปลูก จึงสามารถกระจายสินค้าให้กับคู่แข่งทางการตลาด ซึ่งสามารถเปลี่ยนคู่แข่งให้เป็นพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจ และมีส่วนแบ่งตลาด (Market Share) โดยเปรียบเทียบยอดขายของบริษัทกับคู่แข่ง เพื่อจะได้ทราบถึงศักยภาพของบริษัทและคู่แข่ง ความเป็นผู้นำ และการครอบครองตลาด เปิดโอกาสให้บริษัทดินอื่น ๆ เข้าซื้อเฟรนด์ไชน์ได้

(9) ประกวดปลูกต้นไม้จากผลิตภัณฑ์ของเราทุกรูปแบบ ขั้นตอนง่าย ๆ กำหนดกติการดังนี้

1. เพียงเอาใบเสร็จที่ซื้อแล้วส่งมาใน inbox
2. เอาดินเราปลูกต้นไม้ ต้นอะไรก็ได้ รดน้ำครั้งแรกให้ชุ่มทิ้งไว้ 10 วัน
3. ถ่ายรูปวันที่ 1 (before) และวันที่ 10 (after) โพสต์ลง Timeline แล้วแท็ก #soilmoisted

#จะกี่วันขอยมอยท์ก็เอาอยู่ #หมดปัญหาไม่มีเวลาก็ดูแลต้นไม้

#ไม่กลัวคนมือร้อนแต่กลัวคนหัวร้อน

ปล.1 บริษัทขอสงวนสิทธิ์ให้แก่ลูกค้าที่ใช้จริงเท่านั้น

ปล.2 บริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูลรายละเอียดบางอย่าง

ปล.3 ใบเสร็จ 1 ชิ้น 1 สิทธิ์ ...ใบเสร็จ 10 ชิ้น 10 สิทธิ์

บรรณานุกรม

- Joan Coló'n, Luz Ruggieri, Antoni Sa'nchez, Aina Gonza'lez, & Ignasi Puig. (2010). Possibilities of composting disposable diapers with municipal solid wastes. *Waste Management & Research*, 29(3), 249-259.
- Espinosa-Valdemar, R., Vázquez-Morillas, A., Ojeda-Benítez, S., Arango-Escorcía, G., Cabrera-Elizalde, S., Quecholac-Piña, X., . . . Sotelo-Navarro, P. X. (2015). Assessment of Gardening Wastes as a Co-Substrate for Diapers. *sustainability*, 6033-6045. doi:10.3390/su7056033
- Rahat, S., Sarkar, A., Rafie, S. A., & Hossain, S. (26 -28 December 2014). PROSPECTS OF DIAPER DISPOSAL AND ITS ENVIRONMENTAL IMPACTS ON POPULATED URBAN AREA LIKE DHAKA CITY. *second International Conference on Advances in Civil Engineering 2014*, (pp. 1-6). Chittagong.
- Sánchez-Orozco, R., Imoto-Cruz, B., Torres-Blancas, T., & Ureña-Núñez, F. (2017, April). VALORIZATION OF SUPERABSORBENT POLYMERS FROM USED DISPOSABLE DIAPERS AS SOIL MOISTURE RETAINER. *International Journal of Research - GRANTHAALAYAH*, 5(4), 105-117.
- Waranya Jintakaew, Manoon Sirinupung, & Sucharit Suanphairoch. (2014). Reuse of diaper material as growing media for potted marigold. *KHON KAEN AGR*, 42(3), 557-561.

MODEL OF SUPPLEMENTARY BUSINESS ADMINISTRATION FOR FIGHTING COCKS P-ONE

รูปแบบของการบริหารธุรกิจอาหารเสริมในไก่ชน P-ONE

DR. RUNGNAPA SAENGSI

ดร.รุ่งนภา แสงศิริ

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Degree of Doctor of Philosophy in Business Administration
At Bodhisastra University, Florida State, USA.
Academic Year 2020

Abstract

The purpose of creating this dissertation is to presenting the business management form of P-One, a supplementary for fighting cock, based on true experience by continuously action of the researcher herself. The principles that the researcher uses in the fighting cock supplementary business management are as follows; 1) Sincerely and honestly taking care to both new and former P-One customers. 2) Launching P-One special campaigns every half year. 3) Establishing P-One special project to support or sponsor the fighting cock breeder and owner. 4) Setting a ladder price conditions for wholesale buyer. 5) Pairing up P-One product special set for each special season. 6) Expanding online advertising by using starburst strategy. 7) Pop up P-One business partner project. 8) Always participating any organization involving fighting cock's business. 9) Creating P-One facebook fanpage community.

Keyword: Supplementary for fighting Cock, P-one

บทคัดย่อ

งานดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอ รูปแบบของการบริหารธุรกิจอาหารเสริมในไก่ชน Brand P-ONE จากประสบการณ์จริงของนักศึกษาโดยตรง จากการลงมือทำและปฏิบัติจริงอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน นักศึกษามุ่งเน้นใช้หลักบริหารธุรกิจในการจัดการอาหารเสริมในไก่ชน Brand P-ONE โดยมีรูปแบบการบริหารดังนี้ 1) ดูแลลูกค้าด้วยใจจริงจากสินค้า P-ONE รับประกันคุณภาพสินค้าสามารถเปลี่ยนหรือคืนได้ 2) คืนกำไรให้พี่น้องชาวไก่ชนจากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE ลูกค้าจะได้รับคืนเป็นเงินสด หรือ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน 3) จัดโครงการ “P-ONE อาหารเสริมในไก่ชน ใช้ดีจากพี่สู่น้อง” เข้าไปเป็นสปอนเซอร์ให้กับผู้เลี้ยงไก่ชน 4)

กำหนดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าวัยบัว “ซื้อมาก กำไรมาก” 5) จัดสินค้า P-ONE พิเศษในช่วงเทศกาลต่าง ๆ จัดชุดคู่อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE Salmon และ P-ONE Winner ลดราคาจากเดิมไปอีก 15% 6) เพิ่มโฆษณาทางสื่อออนไลน์เฟสบุ๊ค แบบดาวกระจาย เป็นการแนะนำให้ลูกค้ารายใหม่ ๆ ได้รู้จัก ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE เพิ่มมากขึ้น และกระตุ้นให้ลูกค้าเก่ากลับมาซื้อสินค้า 7) P-ONE Partner หาพันธมิตรทางธุรกิจในโครงการ “หนึ่งแสนเป็นเจ้าของธุรกิจ” ลูกค้าสามารถเป็นเจ้าของธุรกิจได้โดยไม่ต้องมีประสบการณ์มาก่อน 8) เข้าไปมีส่วนร่วมกับชมรม หน่วยงาน องค์กร ที่เกี่ยวข้องกับไก่ชน “P-ONE สานสัมพันธ์” 9) จัดทำรายการผ่านเฟสบุ๊คแฟนเพจในชื่อ “บ้าน P-ONE” เป็นการทำให้ความสัมพันธ์กับลูกค้าแข็งแกร่งขึ้น

คำสำคัญ : อาหารเสริมในไก่ชน, P-ONE

1. ความสนใจของผู้ศึกษา และ ความสำคัญของเรื่อง

1.1 ความสำคัญของเรื่อง

ผู้วิจัยได้เห็นคนในครอบครัวเลี้ยงไก่ชน แล้วประสบปัญหาคือการที่ไก่ชนไม่แข็งแรง ไม่สบายบ่อย ๆ ยิ่งช่วงฤดูฝนและฤดูหนาว ไก่ชนจะไม่สบาย มีอาการเชื่องซึม และยังมีอาการแพร่ของโรคไข้หวัดไปสู่ไก่ชนตัวอื่น ๆ ในฟาร์มเดียวกัน รวมทั้ง ณ.ปัจจุบันยังมีโรคไข้หวัดนกแพร่กระจายในทุกปี ผู้วิจัยเห็นปัญหาในข้อนี้ จึงได้ลงมือทำอาหารเสริมในไก่ชนขึ้นมา 2 ชนิดด้วยกัน คือ อาหารเสริมไก่ชน P-ONE Salmon Protein เป็นโปรตีนเนื้อปลาแซลมอน เป็นโปรตีนที่สร้างกล้ามเนื้อให้กับไก่ชน และอาหารเสริมไก่ชน P-ONE Winner เป็นสมุนไพรที่มีแร่ธาตุที่ใช้ในการสร้างภูมิคุ้มกันไข้หวัดให้กับไก่ชน และมีแร่ธาตุตัวอื่น ๆ ที่บำรุงให้ไก่ชนแข็งแรง

มีอาหารเสริมในไก่ชนหลากหลายสูตรที่เข้าไปเสริมการเลี้ยงไก่ชนในปัจจุบัน อาหารเสริมในไก่ชนต้องมีความพิเศษตามความต้องการ ทั้งคุณลักษณะของไก่ที่แข็งแรง ปราดเปรียว บึกบึน สวยงาม และสุขภาพดีในระยะเวลานานๆ ทั้งนี้ไก่ที่ดีจะถูกนำไปใช้เป็นพ่อพันธุ์ราคาแพงต่อไปได้อีก คนเลี้ยงไก่แต่ละภูมิภาคมีการใช้อาหารที่แตกต่างกันไม่มาก ส่วนใหญ่ยังนิยมใช้ข้าวเปลือก รำละเอียด ข้าวปลาย ร่วมกับการปล่อยทุ่ง และบ้างเสริมด้วยอาหารไก่ และส่วนใหญ่จะหนีไม่พ้นการใช้อาหารเสริมกลุ่มเพิ่มพลัง เพิ่มกล้ามเนื้อ ทำให้คึกคักและบินตีแรง จึงมีผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชนออกมามากมายหลายชนิด การที่ไก่ชนได้รับเฉพาะอาหารพวกเมล็ด เช่น เมล็ดข้าวเปลือก ข้าวโพด ถั่ว โดยไม่ได้รับอาหารเสริมอื่น ๆ เช่น ที่มีวิตามินและแร่ธาตุบางจำพวก จะทำให้ไก่ชนเกิดภาวะการขาดสารอาหารมาก และขาดแหล่งของโปรตีนซึ่งมีความสำคัญในการซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอในร่างกาย และเป็นองค์ประกอบของฮอร์โมนมากมายในร่างกาย ทำให้ไก่ชนเกิดโรคอย่างเช่น ภูมิคุ้มกันอ่อนแอ ไขมันสูง อักเสบ หน้าบวม หัวดกและการติดเชื้อในระบบทางเดินหายใจได้ง่าย

1.3 ความสนใจของผู้ศึกษา

ระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ครอบครัวของผู้วิจัยได้ทำอาหารเสริมในไก่ชนขึ้นมาเพิ่มเติมจากการที่เปิดฟาร์มไก่ชน ณ ขณะนั้นผู้วิจัยยังทำงานประจำอยู่ แต่ได้ใช้เวลาช่วงวันหยุดในการช่วยทำผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน จนเมื่อปี 2561 ผู้วิจัยได้ออกจากงานประจำและเข้ามาทำอาหารเสริมในไก่ชนอย่างเต็มตัว เพราะต้องการที่จะมีเวลาดูธุรกิจอาหารเสริมในไก่ชนได้มากขึ้น และคิดค้นหาสูตรที่เป็นประโยชน์ต่อไก่ชนมากที่สุด มีความปลอดภัย สะอาด มีสารอาหารที่ครบถ้วนเพียงพอ เมื่อนำมาให้ไก่ชนกินไก่ชนจะต้องได้รับสารอาหารครบถ้วน ไก่ชนถึงจะเก่งและแกร่ง ออกชนในสนามนำชัยชนะสร้างชื่อเสียงมาสู่เจ้าของไก่ชน อาหารเสริมในไก่ชนอย่างหนึ่งคือสมุนไพรที่ผู้วิจัยอยากทำ เพราะได้เห็นในท้องตลาดมีการขายจึงลองซื้อมาใช้ในไก่ชนที่ฟาร์ม แต่การใช้สมุนไพรที่ซื้อมาเหล่านี้ยังไม่ตอบโจทย์ที่ต้องการของข้าพเจ้า รวมทั้งยังมีความเป็นห่วงในเรื่องของความสะอาดในการผลิตว่ามาตรฐานการผลิตสะอาดเพียงพอหรือไม่ แต่ด้วยที่ผู้วิจัยยังไม่มี ความชำนาญในเรื่องของสมุนไพรอย่างพอเพียง คิดที่จะต้องศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำมาใช้อย่างถูกต้อง จึงได้ตัดสินใจลงเรียนแพทย์แผนไทยที่โรงเรียนภัทรเวชสยามในปี 2562 ณ.ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 สาขาเภสัชกรรมไทย

ผู้วิจัยมองตลาดของไก่ชนเปิดกว้างขึ้น และมีคนนิยมเลี้ยงไก่ชนมากขึ้น เมื่อเทียบกับตลาดไก่ชนเมื่อก่อน คนเลี้ยงมีทั้งทุนมาก ทุนน้อย และอาหารเสริมในไก่ชนก็มีมากขึ้นเช่นกัน แต่ผู้ค้ารายใดจะได้อยู่ในตลาดได้นานนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยในหลาย ๆ ด้าน เช่น ราคา คุณภาพ ความต้องการ และที่สำคัญคือความซื่อสัตย์ที่ผู้ค้าจะต้องผลิตอาหารเสริมออกมาให้มีความปลอดภัย ไม่มีสารอันตราย สารปนเปื้อน ที่เป็นอันตรายต่อไก่ชนเมื่อกินเข้าไป และข้าพเจ้าได้เห็นไก่ชนเมื่อออกสนามและได้ชนเสร็จแล้ว จะมีการบาดเจ็บหรือมีแผลติดตามตัวติดตามตลอดหลังชน จึงคิดถึงอาหารเสริมที่นำมาใช้ดูแลรักษา ฟันฟู เพื่อให้บาดเจ็บแผล อาการอักเสบทั้งภายในและภายนอกของไก่ชนได้หายเร็วขึ้น รวมทั้งแต่ก่อนที่จะมีการทำผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชนขึ้นนั้น ทางฟาร์มไก่ชนของครอบครัวข้าพเจ้าได้ซื้ออาหารเสริมในไก่ชนนั้นจากตลาดภายนอก เมื่อนำมาใช้มีทั้งให้ผลที่ดีตรงตามที่ต้องการรวมทั้งมีผลิตภัณฑ์ที่ไก่ชนกินเข้าไปก็ไม่ได้มีผลต่อสิ่งที่ผู้ขายนั้นได้โฆษณาไว้ สิ่งนี้จึงเป็นแรงบันดาลใจให้ข้าพเจ้าอยาก ทำอาหารเสริมในไก่ชนเอง สารอาหารชนิดใดที่จำเป็นที่ทำให้ไก่ชนมีสุขภาพแข็งแรง บินสูง ตีแรง หน้าไม่ซีดสามารถฟื้นตัวได้เร็วหลังจากที่กลับมาจากชน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 บริบทขององค์กร /สถานที่ตั้ง /ฝั่งบริหารงาน

ธุรกิจอาหารเสริมสำหรับไก่ชน P-ONE ได้ดำเนินการมามากกว่า 5 ปี ทำให้ต้องคิดค้นปรับปรุงผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสำหรับไก่ชนเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และด้วยทางครอบครัวของผู้วิจัยมีฟาร์มเลี้ยงไก่ชนด้วย ทำให้ต้องคิดค้นผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสำหรับไก่ชนไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชนที่มีคุณภาพ จะได้นำมาใช้ในฟาร์มไก่ชนเองด้วย และยังสามารถขายให้กับฟาร์มลูกค้ารายอื่น ๆ คติประจำใจของนักศึกษา เราอยากให้ไก่ชนของเรามีสุขภาพที่ดีอย่างไร เจ้าของไก่ชนรายอื่น ๆ ย่อมต้องคิดแบบเราฉนั้น เรารัก

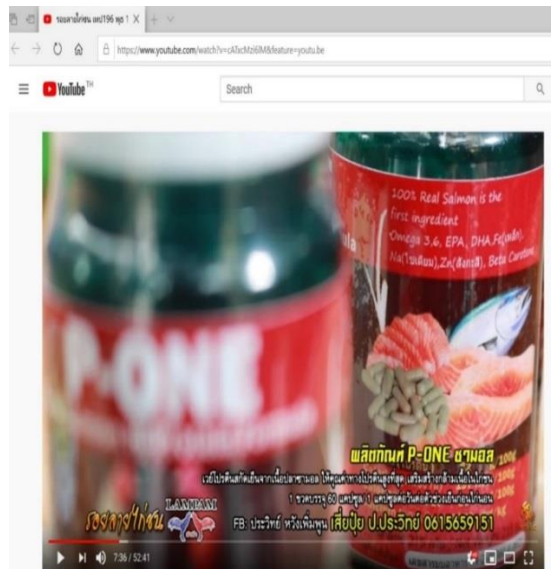
ไก่ชนของเราอย่างไร เจ้าของไก่ชนคนอื่นเค้าก็ยอมรับไก่ชนของเค้าเช่นกัน การทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม P-ONE มีคุณภาพดีมากกว่าใคร ไก่ชนใช้แล้วไก่มีสุขภาพดี ไก่ชนของคนอื่นเค้าก็อยากใช้เหมือนกัน เพราะคุณภาพและความซื่อสัตย์ที่ทาง P-ONE มีต่อลูกค้า

สถานที่ตั้ง

P-ONE เลขที่ 64/107 หมู่บ้านศุภาลัยไพรด์ บางนา-วงแหวน ซอยกิ่งแก้ว 25/1
ตำบลราชาเทวะ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540

2.2 การเริ่มต้นสถานการณ์ในปัจจุบัน และประเภทกิจกรรม /ธุรกิจ

แนะนำผลิตภัณฑ์ อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE Salmon Protein



ความพิเศษของโปรตีนสกัดจากปลาแซลมอน

P-ONE (Pure Salmon Protein)

BEST SELLER

P-ONE
Pure Salmon HI-Protein Formula

การันตีด้วยข้อมูล
ของเมืองไทยให้จริง
กับพ่อนักสู้หลักล้าน

กรดไขมันดีกว่า 22 ชนิด

DHA. EPA.

ผลงานวิจัยจากต่างประเทศยืนยัน
แล้วว่า โปรตีนจากเนื้อปลาแซลมอน
มีประโยชน์ต่อร่างกายสูงมากด้วยโมเลกุล
มากกว่าร่างกายจึงดูดซึมไปใช้ได้อย่าง
ให้พลังงานสูง และเสริมสร้างกล้ามเนื้อ

ที่เล็ก
รวดเร็ว
เนื้อได้ดีมาก

ช่วยเพิ่มพลังงานและความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ
ช่วยเพิ่มการดูดซึมของสารอาหารเข้าสู่เซลล์
ช่วยเสริมสร้างการทำงานของตับ ไต หัวใจ ของไต
ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการมองเห็น
ช่วยปรับปรุงสภาพผิวหนัง
ช่วยเสริมสร้างสุขภาพของสมองโดยกรดไขมันโอเมก้า 3 จากกรด DHA
ช่วยรักษาโรคความดันโลหิตสูงและควบคุมความดันโลหิต
ช่วยลดความเสี่ยงของภาวะหัวใจขาดเลือดในวัยผู้ใหญ่
ช่วยลดระดับคอเลสเตอรอล
ช่วยลดความเสี่ยงภาวะ
ช่วยลดการอักเสบ
ช่วยลดความเครียด
ช่วยลดความเหนื่อยล้า
เพิ่มความสามารถ
ช่วยบำรุงสายตา
ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้น
ของผิว

และโลกก็รอให้ไปเป็นนาย
เกิดเส้นเลือดอุดตันและโรคหัวใจและหลอดเลือดซึ่งตัว
ในกรณีนี้คือกรดไขมันโอเมก้า 3
แห่งของของปลา, เมล็ด, เมล็ด และเมล็ด ของไข่
สองในสามของโปรตีนในปลาที่
ของไข่

มีพ่น และของไข่ให้ของนม หรือของ
ใช้กับผิวที่แห้งกร้าน, ปลอดภัยและสุขภาพดีกับ
ผิวหนัง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดูดซึม
ของโปรตีน

วิเคราะห์ผลโดย : คณะสัตวแพทยศาสตร์ ม.มหิดล
: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประโยชน์ของ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE Salmon Protein มีดังนี้

P-ONE Salmon ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน มีกรดไขมันดี DHA และ EPA ผลงานวิเคราะห์ผลโดย คณะสัตวแพทยศาสตร์ ม.มหิดล และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ยืนยันแล้วว่า โปรตีนจากเนื้อปลาแซลมอนมีประโยชน์ต่อร่างกายสูงมากด้วยโมเลกุลที่เล็กมาก ๆ ร่างกายจึงดูดซึมไปใช้ได้อย่างรวดเร็ว ให้พลังงานสูงและเสริมสร้างกล้ามเนื้อได้ดีมาก

สรรพคุณของ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE Salmon Protein มีดังนี้

1. ช่วยเพิ่มกล้ามเนื้อและเสริมสร้างความแข็งแรงของไก่ชน
2. ช่วยสร้างและกระตุ้นระบบภูมิคุ้มกันให้ทำงานที่เหมาะสมที่สุดสำหรับร่างกายของไก่ชน
3. ช่วยเสริมสร้างการทำงานของสมอง ตับ ไต หัวใจ ของไก่ชน
4. ช่วยเพิ่มพัฒนาการในด้านสายตา การมองเห็นของไก่
5. ช่วยบำรุงประสาทและสมอง
6. ช่วยเสริมสร้างการพัฒนาของสมองโดยเฉพาะลูกไก่ซึ่งได้จากกรด DHA
7. ช่วยรักษาโรคความดันโลหิตสูงและควบคุมความดันโลหิต

8. ช่วยลดความเสี่ยงของการเกิดโรคหัวใจวายเฉียบพลัน
9. ช่วยลดความเสี่ยงเกิดเส้นเลือดอุดตันและป้องกันโรคหลอดเลือดแดงแข็งตัว
10. ช่วยลดการอักเสบในกระแสเลือดและบริเวณข้อต่อ
11. ช่วยเสริมความแข็งแรงของจงอยปาก, เตื่อย, เกล็ด, และเล็บ ของไก่ชน
12. ช่วยควบคุมระดับฮอร์โมนให้อยู่ในระดับปกติ
13. ลดภาวะความเครียดของไก่ชน
14. ช่วยบำรุงสุขภาพผิวหนังและขนของไก่ชนให้เงางาม แข็งแรง
15. ช่วยคืนความชุ่มชื้นให้กับผิวที่แห้งกร้าน ตลอดจนบรรเทาอาการอักเสบของผิวหนังแดงที่ผิวหนัง ขนร่วง ทำให้ผลหายเร็วขึ้น

แนะนำผลิตภัณฑ์ อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE Winner



ประโยชน์ของ P-ONE Winner ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน

P-ONE Winner ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน ประกอบด้วยสมุนไพรทั้งหมด 8 ชนิด ช่วยในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้กับไก่ชน

สรรพคุณของ P-ONE Winner ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน

1. บำรุงเลือดและบำรุงร่างกายไก่ชน
2. เสริมสร้างกล้ามเนื้อแดงและช่วยลดอาการอักเสบของกล้ามเนื้อ

3. ช่วยระบบการย่อยและการดูดซึมของสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย
4. เสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรคต่าง ๆ ได้อย่างดี
5. ทำให้ระบบหายใจดี ไม่เหนื่อยและหอบง่าย
6. บำรุงประสาททำให้ไ้คึกและอยากบีนอยากดี

2.3 ขั้นตอน /กระบวนการดำเนินการ



กระบวนการดำเนินการ P-ONE ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน

2.3.1. สั่งซื้อ P-ONE Salmon, P-ONE Winner ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน

ทาง P-ONE สั่งซื้อผลิตภัณฑ์จาก ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร่วมสุขเพลตตั้ง ที่เป็น ผู้ขายสินค้าให้กับทางอาหารเสริมในไก่ชน P-ONE

- จัดทำใบสั่งซื้อส่งไปให้ Supplier ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร่วมสุข เพลตตั้ง
- รับใบเสนอราคาจาก Supplier เสนอมา และตกลงในราคา เมื่อตกลงกัน เรียบร้อยแล้ว

ทาง P-ONE มีคำสั่งผลิตให้กับทาง Supplier ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร่วมสุขเพลตตั้ง ผลิตสินค้าตามใบสั่งซื้อและราคาที่ตกลงกันได้

- อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE Salmon ทาง ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร่วมสุข เพลตตั้ง จะเป็น ผู้ที่นำเข้าเนื้อปลาแซลมอนเข้ามาจากประเทศนอร์เวย์ แล้วนำมาผ่านกรรมวิธี ตาม ขั้นตอน ผลิตออกมาเป็นเนื้อปลาแซลมอนผงแล้วนำมาอัดเป็นแคปซูล ทาง P-ONE ได้ให้ หจก.ร่วมสุขเพลตตั้ง ทำสินค้าชนิดนี้ให้ ตั้งแต่ นำแคปซูลมาบรรจุลงในกระปุก และติดฉลากสินค้า ติดซิงค์ฟิล์มให้เสร็จเรียบร้อยแล้วจึงได้นำส่งมาที่ร้าน P-ONE

- อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE Winner เป็นอาหารเสริมที่มีสมุนไพรทั้ง 8 ชนิดทางผู้วิจัักษณ์จะเป็นคนคิดสูตรอาหารเสริมในไก่ชนชนิดนี้ขึ้นมาเอง และได้ทำการสั่งสมุนไพรทั้ง 8 ชนิดนี้กับร้านสมุนไพร ทางร้านสมุนไพรจะจัดส่งสินค้าเข้าไปที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร่วมสุข เพลตตั้ง เพื่อทำการผลิตออกมาเป็นแคปซูล และทำ

บรรจุกฎภัณฑ์ติดฉลากให้กับทาง P-ONE แล้วนำสินค้ามาส่งให้ที่ร้าน P-ONE ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร่วมสุขเพลตตั้ง ผลิตเสร็จจะนำมาส่งให้ที่ร้าน P-ONE

2.3.2 รับสินค้าจาก Supplier

เมื่อทาง ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร่วมสุข เพลตตั้ง (Supplier) ผลิตสินค้าอาหารเสริมในไก่ชน P-ONE เสร็จเป็นที่เรียบร้อย จะนำสินค้ามาส่งให้กับทางร้าน P-ONE ตามสถานที่ ๆ ร้านตั้งอยู่

2.3.3 จัดเก็บสินค้าเข้าโกดัง

P-ONE เมื่อได้รับสินค้าจากทางห้างหุ้นส่วนจำกัด ร่วมสุข เพลตตั้งเป็นที่เรียบร้อย ทางพนักงานดูแลคลังสินค้าจะนำสินค้าเก็บเข้าโกดัง และจัดทำ Stock ของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสำหรับไก่ชน ทั้ง 2 ประเภท ซึ่งการจัดทำ Stock ของ P-ONE จะเป็นแบบ first in first out (สินค้าเข้าก่อนออกก่อน) การที่ P-ONE ใช้ระบบนี้เพื่อกันสินค้าที่มีใน Stock เสื่อมคุณภาพ เพราะอาหารเสริมในไก่ชนมีวันหมดอายุ การนำสินค้าที่เข้ามาก่อนออกก่อน จะทำให้สินค้ามีคุณภาพมากกว่าสินค้าที่เก็บไว้นาน ซึ่งการนี้เป็นการบริหาร Stock ของทาง P-ONE ให้การบริหาร Stock และคุณภาพของสินค้าอาหารเสริมในไก่ชนมีคุณภาพสูงสุด



ขั้นตอนลูกค้าสั่งซื้อสินค้า - การจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้า

2.3.4 ลูกค้าสั่งซื้อสินค้า

P-ONE จะใช้การขายอาหารเสริมในไก่ชน โดยมีช่องทางการขาย ผ่านทางไลน์ ID Line: @P-ONE และทางเฟสบุ๊ค P-ONE ประวิทย์ หวังเพิ่มพูน และ กีฬาไก่ชนออนไลน์

- ลูกค้าที่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสำหรับไก่ชน มีทั้งลูกค้าที่ซื้อเป็นประจำแบบรายบุคคลที่ซื้อปลีก และในลูกค้าที่ซื้อจำนวนมาก
- ลูกค้าร้านค้าขายส่ง (ยี่ปัว) ที่มียอดซื้อตั้งแต่ 5-10 โทล ขึ้นไป

ร้าน ส.บุรพา ระยอง, ร้าน อ.อาหารสัตว์ ราชบุรี, ร้านเสาวรส อุปรกรณ์ไก่ชน ราชบุรี,
ร้าน ส. สุมาลี อัมพวา สมุทรสงคราม, ร้านสุนันท์ เพชรบุรี

- ลูกค้าร้านค้าขายส่ง (ยี่ปั่ว) ที่มียอดซื้อตั้งแต่ 10-20 โหล ขึ้นไป ร้านแสงดาว จตุจักร, ร้านสามเี้ยว ฟาร์มไก่ชน ประจวบคีรีขันธ์, ฟาร์มไก่ชน ส.รวมชัย จอมบึง ราชบุรี, ร้านโอ กุสุมา ดอนเมือง

วิธีสั่งซื้อสินค้า P-ONE ผ่านโทรศัพท์ ทาง E'mail ทาง Line

1. เลือกชมสินค้าอาหารเสริมในไก่ชน P-ONE ทางไลน์ และ ทางเฟสบุ๊ค
2. โทรสั่งสินค้าที่เบอร์ของร้าน 061-5659151 โดยแจ้งข้อมูลดังนี้
 - 2.1 ชื่อสินค้า และจำนวน
 - 2.2 วิธีการจัดส่ง
 - 2.3 ชื่อผู้สั่งซื้อ
 - 2.4 ที่อยู่ที่ต้องการจัดส่งอย่างละเอียด
 - 2.5 เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ
3. ทาง P-ONE ติดต่อกลับ แจ้งยอดสินค้า และค่าจัดส่ง
4. ชำระเงิน ด้วยวิธีโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร
5. ลูกค้าแจ้งการชำระเงิน ทาง E-mail, Line, โทรศัพท์มือถือ
6. ลูกค้ารอรับสินค้าตามที่แจ้งไว้

2.3.5 เก็บเงินลูกค้า , จัดส่งสินค้า

เมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้า P-ONE อาหารเสริมในไก่ชนแล้ว จะให้ทางลูกค้าโอนเงินเข้ามาชำระค่าสินค้าก่อน ไม่ว่าจะเป็ลูกค้าทั่วไปหรือลูกค้าที่มีการซื้อในจำนวนที่มาก เมื่อลูกค้าโอนเงินเรียบร้อยแล้วจึงจะทำการส่งสินค้าให้กับลูกค้า ซึ่งมีทั้งส่งแบบลูกค้ามา รับเอง ส่งทางไปรษณีย์ เคอรี่ และทางร้าน P-ONE นำไปส่งให้กับลูกค้า

3. รูปแบบของการบริหารธุรกิจอาหารเสริมในไก่ชน P-ONE

1. “ดูแลลูกค้าด้วยใจจริงจาก สินค้า P-ONE” รับประกันคุณภาพสินค้าที่มีการส่งออกไปให้ลูกค้า ถ้ามีการชำรุดเสียหายระหว่างการจัดส่ง จะสามารถเปลี่ยนหรือคืนได้ ดูแลลูกค้าด้วยความจริงใจ ลูกค้าประจำก็มั่นใจที่ซื้อสินค้าจาก P-ONE ที่มีความน่าเชื่อถือ มากกว่าร้านค้าที่ไม่รู้จัก ร้านค้าหน้าใหม่ที่ความน่าเชื่อถือน้อยกว่า แม้จะราคาถูกกว่าก็ตาม เพราะเขาไม่มั่นใจว่า จะได้รับสินค้าหรือบริการที่ดีเหมือนกับได้รับจากทาง P-ONE หรือไม่

2. คืนกำไรให้พี่น้องชาวไก่ชนจากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE จัดโปรโมชั่นเพื่อช่วยกระตุ้นยอดขายในชื่อ “คืนกำไรให้พี่น้องชาวไก่ชน” ในทุก 6 เดือน โดยจะจัดทุกช่วงปลายเดือนจนถึงต้นเดือน เพราะช่วงนี้เงินเดือนออก ลูกค้ามีกำลังการซื้อที่ดี โดยการนำผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE มาติดฉลากใต้

ปลา ตั้งแต่เลข 1-99 เมื่อเลขสลากกินแบ่งรัฐบาลออก ลูกค้าท่านใดได้เลขที่ตรงกับเลขท้าย 2 ตัว ในครั้งที่จัดโปรโมชันนั้น จะได้รับรางวัลเป็นเงินสด หรือผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชนให้กับลูกค้า

3. จัดโครงการ “P-ONE อาหารเสริมในไก่ชน ใช้ดีจากฟาร์มน้อง” เข้าไปเป็นสปอนเซอร์ให้กับผู้เลี้ยงไก่ชนตามสนามไก่ชนต่าง ๆ เมื่อไก่ชนผู้เลี้ยงคนใดชนะจะได้รับอาหารเสริมสำหรับไก่ชน P-ONE Salmon กับ P-ONE Winner อย่างละ 6-10 ชุด แล้วแต่ว่า ณ. ตอนนั้นมีการชนไก่รุ่นเล็กหรือรุ่นใหญ่

4. กำหนดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าวัยป่ว “ซื้อมาก กำไรมาก” โดยปกติลูกค้าวัยป่ว ที่ซื้อสินค้าอาหารเสริมในไก่ชน P-ONE ไปนั้น ย่อมได้ราคาพิเศษอยู่แล้วเพราะซื้อในจำนวนที่มากจึงได้ในราคาพิเศษ แต่การกระตุ้นยอดซื้อโดยให้ทางวัยป่วเป็นผู้กระตุ้นยอดขายให้ จะยิ่งทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE ได้ยอดขายมากขึ้น จึงจัดให้มี “ซื้อมากกำไรมาก” กับทางลูกค้าวัยป่ว โดยการซื้อผลิตภัณฑ์ ยิ่งซื้อมากจะได้ราคาที่ถูกลงเป็นแบบขั้นบันได เป็นการกระตุ้นให้วัยป่วมีการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE เพิ่มมากขึ้น

5. จัดสินค้า P-ONE พิเศษในช่วงเทศกาลต่าง ๆ จัดชุดคู่อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE Salmon และ P-ONE Winner ในช่วงเทศกาลปีใหม่ ตรุษจีน วาเลนไทน์ คริสต์มาส และต้อนรับสงกรานต์ โดยลดราคาจากปัจจุบันลงไปอีก 15% ทำให้มีรายได้จากการขายมากขึ้นกว่าช่วงที่ไม่ได้มีการจัดสินค้าพิเศษ

6. เพิ่มโฆษณาทางสื่อออนไลน์ (Face Book) แบบดาวกระจาย เป็นการกระจายข้อมูลผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE ทางสื่อออนไลน์ เฟสบุ๊ก โดยวิธีการให้ลูกค้าที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ P-ONE เข้ามาทางเฟสบุ๊ก P-ONE แล้วเขียนผลจากการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE แล้วแชร์ข้อมูลหลักในขณะนั้นลงไปบนหน้าเฟสบุ๊ก โดยผ่านทางหน้าเฟสบุ๊กของลูกค้าท่านนั้นไปยังกลุ่มเพื่อนทั้งหมดซึ่งเป็นการแนะนำให้ลูกค้ารายใหม่ ๆ ได้รู้จักผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE เพิ่มมากขึ้น สำหรับลูกค้าที่เคยใช้และแชร์ข้อมูลไปตามเงื่อนไขจะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาพิเศษ สำหรับการซื้อผลิตภัณฑ์ P-ONE ครั้งต่อไปเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเก่ากลับมาซื้อสินค้าอีก

7. P-ONE Partner หาพันธมิตรทางธุรกิจในการ “หนึ่งแสนเป็นเจ้าของธุรกิจ” ร่วมมือกันจัดทำโครงการ “หนึ่งแสนเป็นเจ้าของธุรกิจ” โดยลูกค้ารายใดอยาก เปิดร้านขายอาหารเสริม อุปกรณ์ และยาในไก่ชน แต่ไม่รู้ว่าจะเริ่มต้นทำธุรกิจนี้ได้อย่างไร ทางโครงการ “หนึ่งแสนเป็นเจ้าของธุรกิจ” จะเข้าไปช่วยจัดการให้หมดทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการตั้งร้าน การจัดวางสินค้า และการดูแลในเรื่องสินค้าที่ไปลงให้กับลูกค้า แค่นี้ลูกค้ามีเงินทุนและมีสถานที่ในการตั้งร้านเท่านั้น ก็สามารถมีธุรกิจเป็นของตัวเองได้ง่าย ๆ ไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์มาก่อน เพราะทางโครงการเข้าไปดูแลให้ทั้งหมด ทุกอาทิตย์ ทางโครงการจะมีพนักงานเข้าไปดูเช็คสต็อกให้เพื่อที่จะเติมสินค้าและนำ สินค้าที่ขายไม่ได้ออกจากชั้นวางสินค้า และนำสินค้าที่ขายหมดเข้ามาเติมให้ในร้านโครงการ “หนึ่งแสน เป็นเจ้าของธุรกิจ” เป็นการเพิ่มยอดการขายสินค้าให้กับอาหารเสริมในไก่ชน P-ONE ได้อีกทางหนึ่ง

8. **เข้าไปมีส่วนร่วมในชมรมที่เกี่ยวข้องกับไก่ชน “P-ONE สานสัมพันธ์”** P-ONE เข้าไปมีส่วนร่วมกับชมรมที่เกี่ยวข้องกับไก่ชน เพื่อเป็นการสร้างความ สัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานที่จัดและเพื่อน ๆ ในธุรกิจเดียวกัน เช่น ชมรมคนรักไก่ชน ชมรมอนุรักษ์ไก่ชนพื้นเมือง และชมรมที่กรมปศุสัตว์จัดขึ้นมาชมรมไก่พื้นเมืองแห่งชาติ การเข้าไปมีส่วนร่วมทำให้สามารถนำผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE นำเอาสินค้าที่มีไปเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก ให้ความร่วมมือในทุก ๆ ด้านที่สามารถทำได้ เช่น ร่วมตั้งบูธขายสินค้า P-ONE ให้การสนับสนุนเงินหรือสินค้าที่ทาง P-ONE มี จำหน่ายงานที่หลาย ๆ หน่วยงานจัดเกี่ยวกับไก่ชนจะเปรียบเสมือนกลไกในการขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์ของทุกภาคส่วนสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ การมารวมกันของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับไก่ชน ไม่ว่าจะเป็นยา อาหารเสริม อุปกรณ์ไก่ชน จะถูกผลักดันให้เป็นที่แพร่หลาย ในตลาดมากขึ้น P-ONE จะได้อานิสงฆ์ประโยชน์จากจุดนี้ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชน P-ONE จะเป็นที่แพร่หลายในหมู่นักเลี้ยงไก่ชนมากขึ้นเช่นกัน

9. **จัดทำรายการผ่านเฟสบุ๊กแฟนเพจในชื่อ “บ้าน P-ONE”** การทำรายการผ่านเฟสบุ๊กแฟนเพจ เป็นอีกทางเลือกในการทำให้กลุ่มลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น โดยทาง P-ONE จะนำผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไก่ชนของตนเองมาใช้กับไก่ชนในฟาร์ม เป็นการทดลองใช้สินค้ากับไก่ชนจริง ๆ ให้ลูกค้าได้เห็นกันจริง ๆ เช่นกัน ไก่ชนที่นำมาใช้ในงานนี้ จะเป็นไก่ชนที่มีสุขภาพไม่แข็งแรง นำมาให้กินอาหารเสริมของ P-ONE ไปในระยะเวลาที่กำหนดไว้ ในระหว่างเวลาที่รอถึงวันที่ครบกำหนดทาง P-ONE จะมีถ่ายทอดให้ดูเป็นระยะ ๆ เปิดรายการพูดคุยกับลูกค้า ถาม ตอบ แสดงความคิดเห็น ความพึงพอใจกัน ณ ตอนที่มีการถ่ายทอดได้เลย วิธีนี้เป็นการทำให้ความสัมพันธ์กับลูกค้าแข็งแกร่งขึ้น เพราะเป็นการโต้ตอบกันโดยที่ลูกค้าไม่รู้สึกรู้สีกว่าถูกบีบบังคับให้ซื้อสินค้า ทำให้ทัศนคติของลูกค้าต่อสินค้าอาหารเสริมไก่ชน P-ONE นั้น ๆ ดียิ่งขึ้น นำมาซึ่งความต้องการซื้อต่อไปในอนาคต รวมทั้ง P-ONE ยังสามารถหาจุดดี จุดด้อยของอาหารเสริมชนิดนั้น ๆ มาพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารเสริมไก่ชน P-ONE ให้มีคุณภาพมากขึ้น

**MODEL OF THE MANAGEMENT OF INSURANCE AGENT BUSINESS
AT KRUNGTHAI-AXA LIFE INSURANCE PCL.**

รูปแบบการบริหารธุรกิจตัวแทนประกันชีวิตที่บมจ.กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต

DR. SKA VEJMONGKHONKORN

ดร.สกา เวชมงคลกร

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Degree of Doctor of Philosophy in Business Administration
At Bodhisastra University, Florida State, USA.
Academic Year 2020

Abstract

This dissertation was created to present the effective management of the life insurance agent business of the company. Krungthai-AXA Life Insurance Public Company Limited, based on direct past experience. The results of the successful work of the administration of effective life insurance agents include 1) The consultative base method by helping clients make their financial plans 2) Learning, self-development, and regularly attending seminars and meetings 3) Creating value and benefits to clients in order to realize stability in client's life and family 4) Training of transfer skills for self-development to be speakers that can teach and inspire others 5) Training for agents to have a big vision and a positive attitude, Having a big vision and being a positive person to turn problems into opportunities. 6) Impressive customer service at all levels. Agents must have a service-mindedness and have the ability to look after and reach the needs of each person 7) Understanding the systems, patterns, tools and information that requires a client presentation to finish the professional process.

Keyword: Insurance Agent's Management, Advisor, Finance

บทคัดย่อ

ดุษฎีนิพนธ์นี้จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอรูปแบบการบริหารธุรกิจตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสิทธิภาพของบริษัท กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) จากประสบการณ์จริงโดยตรงของผู้ทำวิจัย ผลของการทำงานความสำเร็จของการบริหารธุรกิจตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วย 1) การใช้วิธีการทำงาน

แบบเชิงที่ปรึกษา และมีการช่วยลูกค้าทำแผนการเงิน 2) การเรียนรู้ พัฒนาตัวเอง และเข้าสัมมนาและประชุมอย่างสม่ำเสมอ 3) การสร้างคุณค่าและประโยชน์ให้ลูกค้าตระหนักถึงการสร้างความมั่นคงในชีวิตและครอบครัว 4) การฝึกฝนทักษะการถ่ายทอดเพื่อพัฒนาตนเองให้เป็นวิทยากรที่สามารถสอนงานและให้แรงบันดาลใจให้การทำงานกับตัวแทนท่านอื่นๆ ได้ 5) การฝึกให้ตัวแทนมีวิสัยทัศน์ใหญ่และมีทัศนคติบวกมีการตั้งวิสัยทัศน์ที่ใหญ่และเป็นคนคิดบวก สามารถแปรเปลี่ยนปัญหาให้เป็นโอกาส 6) การให้บริการลูกค้าแบบทุกระดับประทับใจ ตัวแทนจะต้องมีใจรัก การให้บริการ และมีความสามารถในการดูแลและเข้าถึงความต้องการของแต่ละคน 7) การเข้าใจถึงระบบ แบบแผน เครื่องมือ และข้อมูลต่างๆ ที่ต้องใช้ในการนำเสนอลูกค้าจนจบกระบวนการ 8) การหาความรู้เพิ่มเติมในด้าน การเงิน การลงทุน และข่าวสารด้านต่างๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อปรับสถานะข้อมูลให้ทันสมัยและสามารถเป็นที่ปรึกษาทางการเงินให้ลูกค้าได้แบบเป็นมืออาชีพ

คำสำคัญ : การบริหารธุรกิจตัวแทนประกันชีวิต, ที่ปรึกษา, การเงิน

1. ความเป็นมา ความสำคัญของเรื่อง และวิธีการศึกษา

1.1 ความเป็นมา สถานการณ์ทั่วไป แนวคิดทั่วไป

เนื่องด้วยในปัจจุบัน อาชีพที่ปรึกษาการเงินมีแนวโน้มที่มีความสำคัญต่อสังคมไทย และผู้คนให้ความสนใจในเรื่องการเงิน การวางแผนการเงินมากขึ้น และแนวโน้มสังคมผู้สูงอายุที่เกิดขึ้น ทำให้โครงสร้างประชากรเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน คนไทยตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องการวางแผนการเกษียณอายุมากขึ้น จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการสร้างหลักประกันความมั่นคงและความมั่งคั่งให้ครอบครัวไทย ผ่านการวางแผนการเงินด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนภาษี การวางแผนการลงทุน การวางแผนประกันชีวิตและประกันภัย การวางแผนการเกษียณอายุ การวางแผนการศึกษาบุตร และการวางแผนการส่งต่อมรดก ซึ่งได้มีการจัดทำแผนการเงินผ่านการทำงบการเงินส่วนบุคคล ได้แก่ งบดุลและงบกระแสเงินสด รวมไปถึงการวางแผนด้านต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้ลูกค้ามีเป้าหมายทางการเงินที่ชัดเจนและสามารถป้องกันเหตุไม่คาดคิดที่อาจจะมากระทบกับแผนการเงินของลูกค้าในด้านต่างๆได้ โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ในส่วนของประกันชีวิตและการลงทุนต่างๆเป็นเครื่องมือทางการเงินในการบริหารให้ลูกค้า

1.2 สถานการณ์เฉพาะในประเทศ หรือในท้องถิ่น

เนื่องด้วยในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการเงินซึ่งทำให้เกิดการคุกคามจาก AI หรือปัญญาประดิษฐ์หลากหลาย ทำให้อุตสาหกรรมการเงินต้องปรับตัวอย่างมาก เพื่อให้สามารถคงอยู่และมีความแตกต่าง ดิฉันจึงสร้างแนวทางใหม่ ซึ่งเป็นที่ปรึกษาการเงิน โดยช่วยลูกค้าวางแผนการเงินในภาพรวม พร้อมทั้งมีการวางแผนการเงินตามเป้าหมายเฉพาะด้าน เช่น การวางแผนการลงทุน การวางแผนการศึกษาบุตร การวางแผนประกัน การวางแผนการเกษียณอายุ การวางแผนภาษีและการวางแผนมรดก ทั้งนี้

เพื่อให้คนไทยสามารถบรรลุเป้าหมายทางการเงินได้ตามที่ต้องการ เมื่อมีแผนการเงิน รู้สถานะทางการเงินของตนเองและครอบครัวและสามารถส่งต่อได้จากรุ่นสู่รุ่น

1.3 ความสนใจ

ความสนใจในด้านรูปแบบการบริหารธุรกิจตัวแทนประกันชีวิตที่บมจ.กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต โดยอธิบายให้เห็นถึงกระบวนการทั้งหมดในการเป็นตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสิทธิภาพ เริ่มตั้งแต่ต้นจนจบโดยมีกระบวนการพร้อมด้วยระบบการเรียน การสอน และการขยายหน่วยงานให้เกิดประสิทธิภาพเป็นวงกว้าง การเป็นตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสิทธิภาพยังสามารถช่วยให้ลูกค้ามีการวางแผนการเงินตั้งแต่ยังหนุ่มสาว และสร้างความมั่งคั่งและมั่นคงในอนาคตของครอบครัวไทย เพื่อเตรียมรับมือกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแบบเต็มตัวในปี พ.ศ. 2563 นี้ ที่จะมียุทธศาสตร์ที่มีอายุเกิน 60 ปีขึ้นไป มากกว่า 20% ของประชากรทั้งหมดในประเทศได้อีกด้วย

ปัจจุบันเป็นยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงของทุกธุรกิจอย่างรวดเร็ว อุตสาหกรรมการเงินและที่ปรึกษาการเงินก็เช่นกัน เราทุกคนต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถเป็นมืออาชีพและสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าได้ จึงมีวิสัยทัศน์โดยจะเห็นตัวแทนประกันชีวิตในประเทศไทยมีการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นจนสามารถพัฒนาตัวเองให้ไปสู่จุดที่เป็นที่ปรึกษาการเงินที่สามารถช่วยแนะนำเข็มทิศทางการเงินให้แก่คนไทย โดยยึดที่เป้าหมายของลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และมองเป้าหมายลูกค้าเป็นอันดับแรก พร้อมกับการสร้างความมั่นคงและมั่งคั่งให้ชีวิตผู้คนตามพันธกิจของเรา (Guide your life to your goal) นอกจากนี้ยังอยากสนับสนุนให้คนไทยมีการวางแผนและมีอัตราการถือกรมธรรม์ประกันชีวิตมากกว่า 50% ขึ้นไป จึงอยากทำวิจัยจนถึงวิธีการที่จะเป็นตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสิทธิภาพพร้อมเครื่องมือและแนวทางต่างๆ

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 บริบทขององค์กร

บริษัท กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทประกันชีวิตชั้นนำของไทย ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2540 ที่เกิดจากการร่วมทุนระหว่าง บมจ.ธนาคารกรุงไทย ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ชั้นนำที่มีรัฐบาลไทยเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ และกลุ่มแอกซ่า กลุ่มธุรกิจประกันชีวิต สุขภาพ และบริหารสินทรัพย์ขนาดใหญ่ ส่งผลให้ กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต เป็นบริษัทประกันชีวิตที่มีสถานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง และมีความเชี่ยวชาญในด้านการรับประกันชีวิต

ข้อมูลที่ตั้ง

บริษัท กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ตั้งอยู่เลขที่ 9 อาคาร จี ทาวเวอร์ แกรนด์ รามา 9 ชั้น 1, 20-27 ถนน พระราม 9 แขวง ห้วยขวาง เขต ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

หน้าที่และความรับผิดชอบ ของผู้อำนวยการฝ่ายขาย มีหน้าที่บริหารงานขายประกันชีวิตและดูแลทีมงานตัวแทนประกันชีวิตทั้งหมดในสังกัด โดยมีหน้าที่หลักดังต่อไปนี้

1. นำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ประกันสุขภาพ ประกันโรคร้ายแรง และประกันลดหย่อนภาษี ให้เหมาะสมตามแต่ละความต้องการของลูกค้า
2. คัดเลือกและสรรหาตัวแทนใหม่ๆ เข้าสู่ทีม
3. สร้างระบบการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะการขายของตัวแทนใหม่และเพิ่มความรู้ให้แก่ตัวแทนเก่า สร้างระบบพี่เลี้ยงในการสอนงานน้องเพื่อให้เกิดวัฒนธรรมที่ดีในองค์กร
4. ระบบการบริหารงาน ผ่านการประชุมทีมทุกๆ สัปดาห์ และมีห้องการเรียนการสอนให้น้องๆตัวแทนใหม่ โดยสอนผ่านผู้บริหารในทีมงาน ตามแต่ละหัวข้อที่ต่างกันออกไปในแต่ละอาทิตย์
5. สร้างการกำกับ ติดตาม และดูแลตัวแทนในสายงานทั้งหมด โดยมีผังตารางการทำงานประจำสัปดาห์ และประจำเดือน พร้อมทั้งติดตามเป้าหมายในแต่ละเดือนตามที่กำหนดไว้ แล้วดูว่าโอกาสเป็นไปได้ในแต่ละสัปดาห์ หากเกิดความผิดพลาดก็ต้องมีการประชุมหารือเพื่อหากกลยุทธ์ใหม่ๆ ให้ไปถึงเป้าหมายตามที่แต่ละตัวแทนได้วางแผนไว้

รูปแบบการพัฒนาบุคลากรในสังกัด

นอกจากนี้แล้ว เรายังได้มีการพัฒนาตัวแทนในสังกัด เพื่อให้สามารถสอบ IC License เพื่อเป็นที่ปรึกษาการเงินแบบองค์รวม และมีการสอนงานที่ให้ตัวแทนสามารถนำไปใช้งานได้จริงกับลูกค้า ผ่านการทำแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลและเป้าหมายทางการเงินของลูกค้า นำไปสู่การจัดสินค้าและแผนการเงินที่เหมาะสมต่อไป ตามวิสัยทัศน์ของเรา คือ

“Guide your life to your goal นำทางสู่เป้าหมายที่คุณต้องการ”

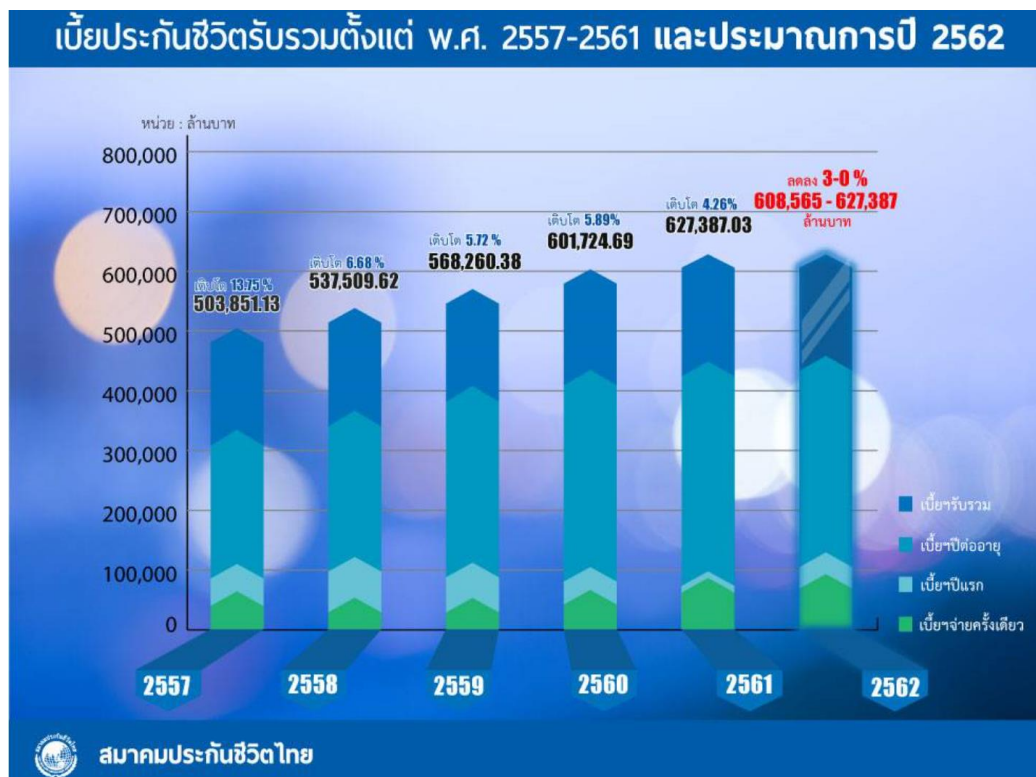
2.2 การเริ่มต้น และประเภทกิจกรรม

บมจ.กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต เริ่มก่อตั้งเมื่อปีพ.ศ. 2540 ประกอบกิจการเป็นบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย

พันธกิจคือ การสร้างความมั่นคงมั่งคั่งให้กับชีวิตของลูกค้าด้วยคำแนะนำจากทีมงานผู้ให้คำปรึกษาทางการเงินระดับมืออาชีพพร้อมทั้งอยู่เคียงข้างลูกค้าของเราให้ไปสู่เป้าหมายทางการเงินในชีวิตในแต่ละด้าน มีผลิตภัณฑ์เช่น ประกันชีวิต ประกันสุขภาพ ประกันโรคร้ายแรง ประกันควบการลงทุน ประกันภัย

สถานการณ์ธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทยในปัจจุบัน

สถานการณ์ธุรกิจประกันชีวิตในปีพ.ศ. 2562 มีเบี้ยประกันชีวิตรวบรวมปีแรกอยู่ที่ 608,565 ล้านบาท ซึ่งถือว่าลดลงจากเดิมประมาณ 3% ทั้งนี้เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ประกอบกับมีการปิดสินค้าในหลายๆ แบบ เช่นแบบสะสมทรัพย์ในหลายๆ บริษัท



อย่างไรก็ดี ประกันชีวิต ประกันสุขภาพยังคงมีส่วนสำคัญและจำเป็นสำหรับทุกครอบครัว เป็นเสมือนเครื่องมือที่ช่วยซ่อมสร้างชีวิตหากเกิดเหตุฉุกเฉินหรือความไม่แน่นอน จึงยังเล็งเห็นว่าธุรกิจประกันชีวิตยังคงสามารถเติบโตได้ และสัดส่วนการถือครองกรมธรรม์ประกันชีวิตมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต

2.3 ประเภทผลิตภัณฑ์/กิจกรรม/รูปแบบงาน

ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน จะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลักๆ ได้แก่ กลุ่มรองชีวิต กลุ่มครองค่ารักษาพยาบาล ยามเจ็บป่วยและกลุ่มครองโรคร้ายแรง

2.3.1 แบบประกันคุ้มครองชีวิต

แบบประกัน IProtect5 ทุน 10,000,000 บาท



ตารางแสดงผลประโยชน์แบบประกัน iProtect05

ลูกค้าชนิดอื่น ชุดของคืน เพศ หญิง อายุ 34 ปี ระยะเวลาคุ้มครองถึงอายุ 85 ปี จำนวนเงินประกัน 5 ปี
 จำนวนเงินเอาประกันภัย 10,000,000 บาท เงินประกันรวมรวมรวม (รวมภาษี)** 580,900.00 บาท อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 20%

ตัวอย่าง ตารางแสดงผลประโยชน์ที่ได้รับจากแบบประกัน iProtect
 จำนวนเงินเอาประกันภัย 10,000,000 บาท สำหรับผู้เอาประกันภัย เพศหญิง อายุ 34 ปี

อายุ	สิ่งปดี่	เงินประกันภัย สัญญาหลักกรม	มูลค่า เวนคืนเงินสด	ความคุ้มครอง การเสียชีวิต	อายุ	สิ่งปดี่	เงินประกันภัย สัญญาหลักกรม	มูลค่า เวนคืนเงินสด	ความคุ้มครอง การเสียชีวิต
35	1	580,900	30,000	10,000,000	78	44	-	8,240,000	10,000,000
36	2	1,161,800	380,000	10,000,000	79	45	-	8,430,000	10,000,000
37	3	1,742,700	1,150,000	10,000,000	80	46	-	8,640,000	10,000,000
38	4	2,323,600	1,940,000	10,000,000	81	47	-	8,860,000	10,000,000
39	5	2,904,500	2,890,000	10,000,000	82	48	-	9,100,000	10,000,000
40	6	-	2,980,000	10,000,000	83	49	-	9,370,000	10,000,000
41	7	-	3,080,000	10,000,000	84	50	-	9,660,000	10,000,000
42	8	-	3,170,000	10,000,000	85	51	-	10,000,000	10,000,000
43	9	-	3,270,000	10,000,000	52	-	-	-	-
44	10	-	3,380,000	10,000,000	53	-	-	-	-
45	11	-	3,480,000	10,000,000	54	-	-	-	-
46	12	-	3,590,000	10,000,000	55	-	-	-	-
47	13	-	3,710,000	10,000,000	56	-	-	-	-
48	14	-	3,820,000	10,000,000	57	-	-	-	-
49	15	-	3,940,000	10,000,000	58	-	-	-	-
50	16	-	4,060,000	10,000,000	59	-	-	-	-
51	17	-	4,190,000	10,000,000	60	-	-	-	-
52	18	-	4,320,000	10,000,000	61	-	-	-	-
53	19	-	4,450,000	10,000,000	62	-	-	-	-
54	20	-	4,580,000	10,000,000	63	-	-	-	-
55	21	-	4,710,000	10,000,000	64	-	-	-	-
56	22	-	4,850,000	10,000,000	65	-	-	-	-
57	23	-	4,990,000	10,000,000	66	-	-	-	-
58	24	-	5,130,000	10,000,000	67	-	-	-	-
59	25	-	5,280,000	10,000,000	68	-	-	-	-
60	26	-	5,420,000	10,000,000	69	-	-	-	-
61	27	-	5,570,000	10,000,000	70	-	-	-	-
62	28	-	5,710,000	10,000,000	71	-	-	-	-
63	29	-	5,860,000	10,000,000	72	-	-	-	-
64	30	-	6,010,000	10,000,000	73	-	-	-	-
65	31	-	6,170,000	10,000,000	74	-	-	-	-
66	32	-	6,320,000	10,000,000	75	-	-	-	-
67	33	-	6,470,000	10,000,000	76	-	-	-	-
68	34	-	6,620,000	10,000,000	77	-	-	-	-
69	35	-	6,770,000	10,000,000	78	-	-	-	-
70	36	-	6,930,000	10,000,000	79	-	-	-	-
71	37	-	7,080,000	10,000,000	80	-	-	-	-
72	38	-	7,230,000	10,000,000	81	-	-	-	-
73	39	-	7,390,000	10,000,000	82	-	-	-	-
74	40	-	7,550,000	10,000,000	83	-	-	-	-
75	41	-	7,710,000	10,000,000	84	-	-	-	-
76	42	-	7,880,000	10,000,000	85	-	-	-	-
77	43	-	8,050,000	10,000,000					

หมายเหตุ: ** เงินประกันข้างต้นอาจมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องมาจาก

- สุขภาพหรือชนชาติ
 - สัญญาเพิ่มเติมมีลักษณะเป็นสัญญาแบบต่ออายุปีต่อปี โดยเงื่อนไข และประโยชน์และอัตราเงินประกันอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต
- โปรแกรม ใบข้อเสนอนี้ใช้สำหรับแบบประกันที่เสนอขายตั้งแต่ 1 มกราคม 2561 ถึง 31 มกราคม 2562 หรือตามประกาศยกเลิกการใช้จากบริษัทฯ (แล้วแต่ระยะเวลาใดสั้นกว่า)

iProtect เวอร์ชัน A2016-1

อายุ 34 ปี จ่ายเบี้ยประกันปีละ 580,000 บาท จำนวน 5 ปี รวม 2,900,000 บาท และได้ความคุ้มครอง 10,000,000 บาท ยาวไปจนอายุ 85 ปี ถือเป็นกรวางแผนมรดกและสร้างทุนประกันที่เป็นค่าความสามารถให้เกิดขึ้นได้

2.3.2 แบบประกันคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล

แบบประกัน ihealthy ปกติเวลานำเสนอการขาย จะมีการเปรียบเทียบให้ลูกค้าเห็นถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เทียบกับคู่แข่ง ดังนี้

เปรียบเทียบความคุ้มครองประกันสุขภาพ iHealthy VS Elite health						NO.	549			
บริษัท	กรุงไทย แอช่า iHealthy					เมืองไทย Elite Health				
ผลประโยชน์	Smart	Silver	Gold	Diamond	Platinum	แผน 1	แผน 2	แผน 3	แผน 4	
ค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยใน										
ค่าห้องโรงพยาบาล ต่อคืน (กรณี ICU เหน่าจ่ายตามค่าใช้จ่ายจริง)	5,200	5,200	9,000	15,000	21,000	10,000	12,000	15,000	25,000	
ค่ารักษาพยาบาลอื่น ๆ	เหมาจ่าย					เหมาจ่าย				
ค่าอุปกรณ์เทียม (รวมเงินสำหรับคลอดชีวิต)	-	-	-	-	-	-	100,000	150,000	200,000	
ค่ายากลับบ้าน	เหมาจ่าย					100,000				
ค่าแพทย์เยี่ยมไข้	เหมาจ่าย					เหมาจ่าย				
ค่านาฬิกา	เหมาจ่าย					เหมาจ่าย				
การรักษาทางจิตเวชในผู้ป่วยใน	-	-	-	-	-	-	-	75,000 /โรค ไม่เกิน 300,000 คลอดชีวิต	100,000 /โรค ไม่เกิน 400,000 คลอดชีวิต	
ค่าใช้จ่ายสำหรับการปลูกถ่ายอวัยวะ	เหมาจ่าย					เหมาจ่าย (ได้แก่ 1 ครั้งคลอดชีวิต)				
ค่าพยาบาลส่วนตัวตามคำแนะนำแพทย์	เหมาจ่าย					-	3,000 / วัน	4,000 / วัน	5,000 / วัน	
ค่ารักษาผู้ป่วยนอก										
ล้างไต คีโม ฉายแสง	เหมาจ่าย					เหมาจ่าย				
การรักษาเฉพาะเริ่มแบบ Targeted Therapy	ขึ้นอยู่กับฝ่ายสืบทอดความเห็นว่ามีความจำเป็นทางการแพทย์หรือไม่					เหมาจ่าย				
ค่ารักษาอุบัติเหตุฉุกเฉิน 24 ชม.	-					เหมาจ่าย				
ค่ากายภาพบำบัด	-	-	-	-	-	-	-	เหมาจ่าย		
ค่าภาพวินิจฉัยขั้นสูง เช่น MRI	12,000 ต่อปี	35,000 ต่อปี	50,000 ต่อปี	100,000 ต่อปี	เหมาจ่าย	เหมาจ่าย				
กรณีเจ็บป่วยอื่น ๆ (โรคมะเร็ง, ปลูกถ่ายอวัยวะ, อุบัติเหตุเล็ก ๆ น้อย ฯลฯ)	-	-	-	-	-	-	2,500/ครั้ง (15 ครั้ง/ปี)	5,000/ครั้ง (20 ครั้ง/ปี)	เหมาจ่าย (360 ครั้ง/ปี)	
ผลประโยชน์เกี่ยวกับการคลอดบุตร										
ระยะเวลาคลอด	360 วัน					280 วัน				
ค่าใช้จ่ายในการคลอดบุตร (ธรรมชาติ)	-	-	-	-	400,000/ปี	-	-	90,000/ครั้ง	150,000/ครั้ง	
ค่าใช้จ่ายในการคลอดบุตร (แบบผ่าคลอด)	-	-	-	-	-	-	-	150,000/ครั้ง	200,000/ครั้ง	
ภาวะแทรกซ้อนก่อนและหลังการตั้งครรภ์	เหมาจ่าย					เหมาจ่าย				
ค่าใช้จ่ายในการดูแลทารกแรกเกิด	-	-	-	-	-	-	-	เหมาจ่าย		
ผลประโยชน์อื่น ๆ										
ค่ารักษาทันตกรรมจากอุบัติเหตุ	เหมาจ่าย					เหมาจ่าย				
ค่ารักษาทางทันตกรรม	-	-	4,000 / ปี	7,500 / ปี	36,000 / ปี	-	-	10,000 / ปี	15,000 / ปี	
ค่ารักษาด้านจิตเวช (กินนอน และ โมนอน)	-	-	-	5,000 / ปี	200,000 / ปี	-	-	-	-	
ค่าตรวจสุขภาพประจำปี	-	-	-	-	30,000 / ปี	-	-	5,000 / ปี	10,000 / ปี	
ค่าฉีดวัคซีน	-	-	-	-	30,000 / ปี	-	-	4,000 / ปี	6,000 / ปี	
ค่ารักษาแพ้ยาลูกเลือก	-	-	-	5,000 / ปี	35,000 / ปี	-	-	10,000 / ปี	40,000 / ปี	
ค่ารักษาทางสายตา (ไม่รวมเลนส์)	-	-	-	-	25,000 / ปี	-	-	5,000 / ปี	7,500 / ปี	
ค่ารักษาปรับระดับกระดูกสันหลัง	-	-	-	-	1,000,000	-	-	-	-	
ความคุ้มครองชีวิต										
กรณีเสียชีวิต (ทุกกรณี)	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	150,000	150,000	150,000	150,000	
วณเงินสูงสุดต่อปี	3,000,000	6,000,000	10,000,000	70,000,000	100,000,000	20,000,000	40,000,000	75,000,000	100,000,000	
เบี้ยประกันต่อปี (ผู้หญิง อายุ 32 ปี)	22,097	25,419	29,463	45,561	82,603	26,240	35,029	62,592	110,940	



- จุดเด่นคือ มี OPD ผู้ป่วยนอกแบบไม่จำกัดครั้ง
- มีแผน smart ที่ราคาไม่แพงมีก หนักซื้อแบบสุ่ว
อายุหลั 50 ปี แล้วจ่ายเบี้ยประกันไม่ไหว ยังก
ลมาซื้อแผน smart ได้

- จุดเด่นคือ ความอลังการ เริ่มต้นที่
ค่าห้อง 10,000 เหน่าจ่าย 20 ล้าน !!!
- MRI ผู้ป่วยนอก รวมในวณเงินเหมาจ่าย

เอกสารนี้เป็นที่ก้าขึ้นเพื่อสรุปลความเข้าใจเท่านั้น ไม่ใช่โฆษณาขายประกัน กงรณาศึกษารายละเอียดจากตัวแทนแต่ละบริษัทที่ก้าสนใจขอรับระดม

จะเห็นได้ว่าผลประโยชน์และเบี้ยประกันที่จ่ายไปในแผน iHealthy นี้แล้วกับตลาด ถือได้ว่าคุ้มค่าและถูก
ที่สุดในตลาดธุรกิจประกันชีวิตในปัจจุบันนี้

2.3.3 แบบประกันคุ้มครองโรคร้ายแรง

แบบประกัน iCare

สรุปผลประโยชน์สำหรับแบบประกัน iCare	
คุณหญิงไทยเอกซ่า เพศ หญิง อายุ 34 ปี	จำนวนเงินเอาประกันภัยสัญญาหลัก 100,000 บาท
ระยะเวลาคุ้มครองจนถึงอายุ 85 ปี	จำนวนเงินเอาประกันภัยโรคร้ายแรง 5,000,000 บาท
ระยะชำระเบี้ยประกันภัยจนถึงอายุ 85 ปี	เบี้ยประกันภัยรวมงวดแรก (รายปี)*(บาท) 12,195.00
ผลประโยชน์	แผน 5,000,000
1. ผลประโยชน์จากความคุ้มครองกรณีเสียชีวิต	
เสียชีวิตทุกกรณี	100,000 บาท หรือเบี้ยประกันภัยหลักที่ชำระมาแล้วแต่อย่างใดอย่างหนึ่งจะมากกว่า
2. ผลประโยชน์กรณีรับเงินคืนครบกำหนดสัญญา (ณ ครบกำหนดสัญญาอายุ 85 ปี)	
กรณีอยู่ครบกำหนดสัญญา	100,000 บาท
3. ความคุ้มครองของโรคร้ายแรง 5 กลุ่มโรค ได้แก่ มะเร็ง อวัยวะสำคัญ ระบบประสาท หัวใจ และ โรคร้ายแรงอื่นๆ ตามที่กรมธรรม์กำหนด ซึ่งไม่ได้อยู่ใน 4 กลุ่มแรก	
โดยการวินิจฉัยว่าเป็นโรคร้ายแรงตามที่กำหนด จะต้องเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้เอาประกันภัยมีชีวิตอยู่ และกรมธรรม์มีผลบังคับ	
ความคุ้มครองในแต่ละระยะความรุนแรงของแต่ละกลุ่มโรค	
3.1 ระยะเริ่มต้น (สูงสุด ต่อโรค)	1,250,000 บาท
3.2 ระยะปานกลาง (สูงสุด ต่อโรค)	2,500,000 บาท
3.3 ระยะรุนแรง (สูงสุด ต่อโรค)	5,000,000 บาท
รวมผลประโยชน์สูงสุดในแต่ละกลุ่มโรค ไม่เกิน	5,000,000 บาท
รวมผลประโยชน์สูงสุดในการเคลมจาก 5 กลุ่มโรค ไม่เกิน	25,000,000 บาท
ผลประโยชน์เพิ่มเติม 10 โรคสำหรับผู้เอาประกันภัย อายุ 1 เดือน - 18 ปี (ความคุ้มครองจะสิ้นสุดลง ณ อายุ 18 ปี)	-
รวมผลประโยชน์สูงสุดของสัญญาเพิ่มเติม	25,000,000 บาท
ผลประโยชน์พิเศษ	บริษัทฯ จะจ่ายเบี้ยประกันให้แบบประกัน i-Care เพื่อให้กรมธรรม์ยังคงมีผลบังคับต่อไป กรณีตรวจพบโรคร้ายแรงระยะรุนแรงในกลุ่มโรค 10 กลุ่มโรคใดกลุ่มโรคหนึ่ง

ข้อควรรู้

กรมธรรม์ i-Care จะคุ้มครองเมื่อ ...

ผ่าน 60 วันแรก

โดยนับจากวันที่กรมธรรม์ i-Care มีผลบังคับ สำหรับโรคร้ายแรงระยะรุนแรง และจะต้องไม่มีอาการหรือการรักษามากที่เกี่ยวข้องกันในช่วงระยะเวลาที่ไม่คุ้มครองดังกล่าวนี้

ผ่าน 90 วันแรก

โดยนับจากวันที่กรมธรรม์ i-Care มีผลบังคับ สำหรับโรคร้ายแรงระยะเริ่มต้น และโรคร้ายแรงระยะปานกลาง และจะต้องไม่มีอาการหรือการรักษาที่เกี่ยวข้องกันในช่วงระยะเวลาที่ไม่คุ้มครองดังกล่าวนี้

สำหรับการเคลมระหว่างโรคร้ายแรงระยะรุนแรงต่างกลุ่มโรค แบบประกัน i-Care จะคุ้มครองเมื่อ ณระยะเวลา



โดยนับจาก

- การวินิจฉัยโรคร้ายแรงระยะรุนแรง ครั้งล่าสุดในกลุ่มโรคที่ 2,3,4,5 หรือ
- หลังจากวันที่รักษาหายขาดของ

หมายเหตุ โปรดศึกษารายละเอียดกลุ่มโรคในหัวข้อ "การจ่ายผลประโยชน์"

ลงนาม ()

เบอร์โทรศัพท์ ()

วันที่ ()

นำเสนอโดย ()

เบอร์โทรศัพท์ 084 456 6546

วันที่จัดทำข้อเสนอ 2/5/2020 18:35

*เบี้ยประกันภัยข้างต้นอาจมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องมาจาก 1. สุขภาพหรือชั้นอาชีพ 2. เบี้ยประกันภัยปีต่ออายุ อาจจะมีการปรับเพิ่มขึ้นเนื่องจากเบี้ยประกันภัยของสัญญาเพิ่มเติมโปรแกรมในข้อเสนอนี้ใช้สำหรับแบบประกัน iCare ที่เสนอขายตั้งแต่ 1 มกราคม 2561 ถึง 31 มกราคม 2562 หรือตามประกาศยกเลิกการใช้จากบริษัทฯ (แล้วแต่ระยะเวลาใดสั้นกว่า)

กรมธรรม์ประกันชีวิต iCare เวอร์ชัน A2018-1

ประกันโรคร้ายแรง คุ้มครอง 5 กลุ่มโรค ได้ทั้งหมด 100 กลุ่มโรค โรคละ 5,000,000 บาท รวม 25,000,000 บาท กรณีตรวจพบว่าเป็นโรคร้ายแรงเช่น เป็นมะเร็งระยะที่ 3 ลูกค้ำจะได้รับเงินก้อนไปรักษาตัวเอง 5,000,000 บาท และยังคงได้รับความคุ้มครองจากกลุ่มโรคที่เหลืออีก 4 กลุ่มโรค โดยไม่ต้องชำระเบี้ยประกันอีกต่อไป คุ้มครองยาวไปจนถึงอายุ 85 ปี

2.3.5 แบบประกัน iShield

ตารางแสดงผลประโยชน์แบบประกัน iShield 20



ลูกค้าพิเศษ เพศ หญิง อายุ 34 ปี
 เบี้ยประกันภัยสัญญาหลัก iShield (รวมปี)
 เบี้ยประกันภัยสัญญาเพิ่มเติมรวม (รวมปี) รวมเลข**
 เบี้ยประกันภัยรวม (รวมปี) รวมเลข
 จำนวนเงินเอาประกันภัยสัญญาหลัก iShield 1,000,000 บาท

ระยะเวลาคุ้มครองถึงอายุ 85 ปี ชำระเบี้ยประกันภัย 20 ปี
 33,110.00 บาท
 0.00 บาท
 33,110.00 บาท
 อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 20%

ตัวอย่าง ตารางแสดงผลประโยชน์ที่ได้รับจากแบบประกัน iShield 20
 จำนวนเงินเอาประกันภัย 1,000,000 บาท สำหรับผู้เอาประกันภัย เพศหญิง อายุ 34 ปี

อายุ	สิ้นปีที่	เบี้ยประกันภัย สัญญาหลักรวม	มูลค่า เวนคืนเงินสด	ความคุ้มครอง การเสียชีวิต*	อายุ	สิ้นปีที่	เบี้ยประกันภัย สัญญาหลักรวม	มูลค่า เวนคืนเงินสด	ความคุ้มครอง การเสียชีวิต*
35	1	33,110.00	-	1,000,000	78	44	-	852,000	1,000,000
36	2	66,220.00	11,000	1,000,000	79	45	-	868,000	1,000,000
37	3	99,330.00	34,000	1,000,000	80	46	-	885,000	1,000,000
38	4	132,440.00	58,000	1,000,000	81	47	-	904,000	1,000,000
39	5	165,550.00	83,000	1,000,000	82	48	-	924,000	1,000,000
40	6	198,660.00	111,000	1,000,000	83	49	-	946,000	1,000,000
41	7	231,770.00	142,000	1,000,000	84	50	-	971,000	1,000,000
42	8	264,880.00	168,000	1,000,000	85	51	-	1,000,000	1,000,000
43	9	297,990.00	195,000	1,000,000		52	-	-	-
44	10	331,100.00	222,000	1,000,000		53	-	-	-
45	11	364,210.00	250,000	1,000,000		54	-	-	-
46	12	397,320.00	279,000	1,000,000		55	-	-	-
47	13	430,430.00	308,000	1,000,000		56	-	-	-
48	14	463,540.00	339,000	1,000,000		57	-	-	-
49	15	496,650.00	370,000	1,000,000		58	-	-	-
50	16	529,760.00	402,000	1,000,000		59	-	-	-
51	17	562,870.00	435,000	1,000,000		60	-	-	-
52	18	595,980.00	469,000	1,000,000		61	-	-	-
53	19	629,090.00	504,000	1,000,000		62	-	-	-
54	20	662,200.00	540,000	1,000,000		63	-	-	-
55	21	-	553,000	1,000,000		64	-	-	-
56	22	-	565,000	1,000,000		65	-	-	-
57	23	-	578,000	1,000,000		66	-	-	-
58	24	-	591,000	1,000,000		67	-	-	-
59	25	-	604,000	1,000,000		68	-	-	-
60	26	-	617,000	1,000,000		69	-	-	-
61	27	-	630,000	1,000,000		70	-	-	-
62	28	-	643,000	1,000,000		71	-	-	-
63	29	-	656,000	1,000,000		72	-	-	-
64	30	-	669,000	1,000,000		73	-	-	-
65	31	-	682,000	1,000,000		74	-	-	-
66	32	-	695,000	1,000,000		75	-	-	-
67	33	-	708,000	1,000,000		76	-	-	-
68	34	-	721,000	1,000,000		77	-	-	-
69	35	-	733,000	1,000,000		78	-	-	-
70	36	-	746,000	1,000,000		79	-	-	-
71	37	-	758,000	1,000,000		80	-	-	-
72	38	-	771,000	1,000,000		81	-	-	-
73	39	-	783,000	1,000,000		82	-	-	-
74	40	-	796,000	1,000,000		83	-	-	-
75	41	-	809,000	1,000,000		84	-	-	-
76	42	-	823,000	1,000,000		85	-	-	-
77	43	-	837,000	1,000,000					

หมายเหตุ : * 100% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย หรือเบี้ยประกันภัยของกรมธรรม์หลักที่ชำระมาแล้วทั้งหมด แล้วแต่จำนวนไม่ว่ากว่า นัก ผลประโยชน์ความคุ้มครอง
 โภคทรัพย์จะระงับทันทีที่จ่ายไปแล้ว (ถ้ามี)

** เบี้ยประกันภัยซึ่งสันดานมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจาก

1. ความพ่ายชีวิตของชีวิต

2. สัญญาเพิ่มเติมที่มีลักษณะเป็นสัญญาแบบต่ออายุปีต่อปี โด่งเงินไป ผลประโยชน์และเบี้ยประกันภัยอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ในข้ออายุ

โปรแกรมในข้อเสนอนี้ใช้สำหรับแบบประกัน iShield 20 ที่เสนอขายตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2561 ถึง 31 มกราคม 2562 หรือตามประกาศยกเลิกการใช้งานบริษัทฯ (แล้วแต่ระยะเวลาใดสั้นกว่า)

รายชื่อโรคร้ายแรง ภายใต้ความคุ้มครองของแบบประกัน iShield 20			
มูลค่าคงที่:	0	เพศ: หญิง	อายุ: 34 ปี
เบี้ยประกันภัยสุขภาพหลัก (รายปี)	33,110.00 บาท		
เบี้ยประกันภัยสุขภาพเพิ่มเติมรวม (รายปี) งดลด**	0.00 บาท		
เบี้ยประกันภัยรวม (รายปี) งดลด	33,110.00 บาท		
จำนวนเงินเอาประกันภัยสุขภาพหลัก iShield	1,000,000 บาท		
โรคร้ายแรงภายใต้ความคุ้มครองของแบบประกันไอชิลด์ แบ่งออกเป็น 2 ระยะ ตามระดับความรุนแรง ได้แก่ โรคร้ายแรงระยะเริ่มต้น จำนวน 20 โรค และโรคร้ายแรงระยะรุนแรง จำนวน 50 โรค ดังต่อไปนี้			
โรคร้ายแรงระยะเริ่มต้น (Early Stage Critical Illness) จำนวน 20 โรค ได้แก่			
1. การได้เครื่องกระตุ้นหัวใจ	2. การผ่าตัดเอาเนื้องอกก้อน ได้ผลงอก	3. การผ่าตัดตับ	4. การผ่าตัดขยายหลอดเลือดหัวใจ โคโรนารี โดยการทำคัตไอส์
5. โรคมะเร็งระยะไม่ลุกลาม	6. โรคอูปลิส หรือ โรคมะเร็งอวัยวะระบบประสาทกลาง	7. แผลไม่ฉีกการฉีกตัวระบบประสาทกลาง	8. การปลูกถ่ายอวัยวะ หรือการปลูกถ่ายกระดูกตา
9. โรคมะเร็งเม็ดเลือดแดงที่ได้รับการรักษาโดยวิธีใส่สายสวนเส้นเลือดบริเวณคอเพื่อถ่ายขยายหลอดเลือด	10. โรคมะเร็งประสาทสันหลังเซลล์ประสาท	11. การผ่าตัดหัวใจผ่านทางผิวหนัง	12. การสวนหัวใจเพื่อรักษาโรคมะเร็งหลอดเลือดหัวใจ
		13. โรคไปลีโยตีร่าระบบประสาทกลาง	14. โรคน้ำไขสันหลังอักเสบ
		15. โรคมะเร็งต่อมลูกหมาก	16. การผ่าตัดเชิงรังสีเพื่อลดขนาดของเนื้องอก
		17. การได้เครื่องกระตุ้นหัวใจ	18. เส้นประสาทตาเสื่อมและความสามารถในการมองเห็นต่ำ
		19. โรคมะเร็งเนื้อเยื่อปอดอักเสบรุนแรง	20. การผ่าตัดเอาต่อมทอนซิล
โรคร้ายแรงระยะรุนแรง (Major Stage Critical Illness) จำนวน 50 โรค ได้แก่			
1. โรคมะเร็งเยื่อหุ้มสมองไขสันหลัง	2. โรคโลหิตจางจากไขกระดูกไม่สร้างเม็ดเลือด	3. โรคมะเร็งต่อมไทรอยด์หลังผ่าตัด	4. เนื้องอกในสมอง ชนิดที่ไม่ใช่เนื้องอก
5. ตับอด	6. โรคมะเร็งระยะลุกลาม	7. โรคกล้ามเนื้อหัวใจ	8. ตับวาย
9. โรคมะเร็งต่อมลูกหมากชนิดรุนแรง / โรคมะเร็งระยะลุกลาม	10. ภาวะไตวาย	11. การผ่าตัดเส้นเลือดเกี่ยวกับกล้ามเนื้อหัวใจ	12. กล้ามเนื้อหัวใจตายเฉียบพลันจากการขาดเลือด
13. การผ่าตัดหัวใจโดยวิธีเปิดหัวใจ	14. ไตวายเฉียบพลัน	15. การสูญเสียการได้ยิน	16. กลุ่มอาการไลเซนแมนเบอร์
17. การผ่าตัดหัวใจด้วยวิธี	18. การสูญเสียความสามารถในการพูด	19. แผลไม่ฉีกการฉีก	20. การบาดเจ็บที่ศีรษะอย่างรุนแรง
21. การผ่าตัดเปลี่ยนอวัยวะหรือปลูกถ่ายไขกระดูก	22. โรคมะเร็งต่อมไทรอยด์หลังผ่าตัด	23. โรคมะเร็งประสาทสันหลังเซลล์ประสาท	24. โรคมะเร็งเนื้อเยื่อ
25. โรคมะเร็งต่อมลูกหมากชนิดรุนแรง	26. โรคมะเร็งต่อมไทรอยด์	27. อัมพาตของกล้ามเนื้อแขนหรือขา	28. โรคมะเร็งตับ
		29. โรคมะเร็งในหลอดเลือดแดงและหลอดเลือดดำ	30. ภาวะข้ออักเสบรูมาตอยด์ชนิดรุนแรง
		31. โรคมะเร็งต่อมไทรอยด์หลังผ่าตัด	32. การผ่าตัดเส้นเลือดแดงใหญ่เออร์ต้า
		33. ไตอักเสบเฉียบพลัน จากโรคไตชนิดเฉียบพลัน	34. มะเร็งต่อมลูกหมากชนิดรุนแรง
		35. โรคมะเร็งต่อมไทรอยด์หลังผ่าตัด	36. โรคมะเร็งต่อมไทรอยด์หลังผ่าตัด
		37. การฉีกขาดของกระดูกสันหลัง	38. โรคไปลีโย
		39. การผ่าตัดกระดูกสันหลังที่คอหรือเอว	40. ภาวะข้ออักเสบที่ข้อนิ้วหัวแม่มือและนิ้วชี้
		41. โรคมะเร็ง	42. โรคมะเร็ง
		43. โรคมะเร็งต่อมไทรอยด์หลังผ่าตัด	44. โรคมะเร็งต่อมลูกหมาก
		45. โรคมะเร็งต่อมลูกหมาก	46. เยื่อหุ้มสมองอักเสบจากโรค
		47. โรคมะเร็งต่อมไทรอยด์	48. การติดเชื้อไวรัสเอดส์กับสมองที่เกิดจากการเปลี่ยนถ่ายเลือด
		49. โรคมะเร็งต่อมไทรอยด์	50. อัมพาต
หมายเหตุ** ภัยสุขภาพเพิ่มเติมลักษณะเป็นสัญญาแบบต่ออายุปีต่อปี โดยเงื่อนไข ผลประโยชน์และอัตราเบี้ยประกันภัยอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ในอดีตอายุ			
โปรแกรมใบข้อเสนอนี้ใช้สำหรับแบบประกัน iShield 20 ที่เสนอขายตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2561 ถึง 31 มกราคม 2562 หรือตามประกาศของกรมการประกันภัย (แล้วแต่ระยะเวลาใดสั้นกว่า)			
iShield 20 Version A2018-2			

กระบวนการทำ Fact Finding

ทั้งนี้ก่อนการเสนอขายสินค้า เราจะมีกระบวนการทำ Fact Finding เพื่อค้นหาปัญหาที่ลูกค้ากังวล ในปัจจุบันมากที่สุดคือเรื่องอะไร และจัดลำดับความสำคัญและเลือกทำจากสิ่งที่ลูกค้าห่วงและกังวลมากที่สุด

เครื่องมือในการ Fact Finding

- แบบสอบถาม (ตามข้อมูลในภาคผนวก)
- ทำข้อมูลในงบการเงิน ได้แก่ งบดุลส่วนบุคคล และ งบกระแสเงินสดส่วนบุคคล
- Financial Analysis Form

2.3.6 เครื่องมือในการวางแผนการเกษียณอายุ และวางแผนภาษี

1. Tax Planning Template

ขั้นที่ 0		การวางแผนภาษี Tax Planning		
รายการ	ก่อนปรับแผน	หลังปรับแผน	ทำจริง	เงื่อนไข
รายได้พึงประเมิน	2,000,000	2,000,000		
ค่าใช้จ่ายเงินได้ตนเอง (หัก)	60,000	60,000		
ค่าลดหย่อนตนเอง	30,000	30,000		
ลดหย่อนคู่สมรส (จดทะเบียน+ไม่มีรายได้)				ไม่เกิน 100,000 บาท
ลดหย่อนบุตร				สูงสุดไม่เกิน 15,000 บาท / 3 คน
กรณียังศึกษา				เพิ่มคนละ 2,000 บาท
เลี้ยงดูบุตรตนเอง				คนละ 30,000 บาท
เบี้ยประกันสุขภาพพาการ(ไม่มีรายได้)				ไม่เกิน 15,000 บาท
เบี้ยประกันคู่สมรส(จดทะเบียน+ไม่มีรายได้)				ไม่เกิน 10,000 บาท
เบี้ยประกันชีวิต	100,000	100,000		ไม่เกิน 100,000 บาท
ประกันสังคม	7,200	7,200		ตามจริง ไม่เกิน 9,000 บาท
เงินสะสมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	72,000	72,000		
ท่องเที่ยว				
เงินลงทุน RMF				แต่ละข้อ ไม่เกิน 15% ของเงินได้
เบี้ยประกันกรมธรรม์บำนาญ	60,000	200,000		กรมธรรม์บำนาญไม่เกิน 200,000 บาท
เงินลงทุน LTF	400,000	400,000		รวมกันทุกข้อไม่เกิน 500,000 บาท
ดอกเบี้ยเพื่อที่อยู่อาศัย	100,000	100,000		ไม่เกิน 15%ของเงินได้ แต่ไม่เกิน 500,000 บาท
ทานบุญ				ไม่เกิน 100,000 บาท
รายได้สุทธิ	1,170,800	1,030,800	0	ไม่เกิน 10%ของรายได้สุทธิ
0 - 150,000 (0%)	0	0	0	
150,001 - 300,000 (5%)	7,500	7,500	0	
300,001 - 500,000 (10%)	20,000	20,000	0	
500,001 - 750,000 (15%)	37,500	37,500	0	
750,001 - 1,000,000 (20%)	50,000	50,000	0	
1,000,001 - 2,000,000 (25%)	42,700	7,700	0	
2,000,001 - 4,000,000 (30%)	0	0	0	
4,000,000 ขึ้นไป (35%)	0	0	0	
รวมภาษีที่ต้องจ่าย	157,700	122,700	0	-ประมาณการภาษีเงินได้อื่นเพิ่ม 35,000 บาท

2. Retirement Template and Platform

การวางแผนการเกษียณ เป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบัน สำหรับคนไทย เนื่องด้วยประเทศไทยกำลังเข้าสู่ภาวะสังคมผู้สูงอายุแบบเต็มตัว ดังนั้นจึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ลูกค้ำเห็นถึงเป้าหมายการเกษียณอายุของตัวเองว่าจะเกษียณที่อายุเท่าไร เกษียณแล้วจะใช้เงินเดือนละเท่าไร และจะอยู่ไปจนอายุกี่ปี ทั้งนี้เพื่อเป็นการเตรียมเงินก้อนที่จำเป็นต้องใช้หลังเกษียณ และจะช่วยทำให้ลูกค้ำตระหนักถึงความจำเป็นในการวางแผนเพื่อเกษียณอย่างเกษม และไม่เป็นการระต่อลูกหลานและสังคม

แผนการเกษียณ สำหรับคุณ

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดเป้าหมายในการเกษียณอายุ			
เป้าหมายค่าใช้จ่ายประจำ			
1	ปัจจุบันคุณอายุ		56 ปี
2	คาดว่าจะเกษียณอายุตอนอายุประมาณ		60 ปี
3	คาดว่าจะใช้ชีวิตหลังเกษียณจนถึงอายุ		85 ปี
4	รายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน (ไม่รวมเงินออม)		บาท/เดือน
5	รายจ่ายต่อเดือนหลังเกษียณ (มูลค่าปัจจุบัน)	70%	100,000 บาท/เดือน
6	ปรับฐานเป็นรายปี (ข้อ 5 x 12 เดือน)		1,200,000 บาท/ปี
เป้าหมายค่าใช้จ่ายทางด้านสุขภาพ			
7	เบี้ยประกันสุขภาพ (ถ้ามี)		20,000 บาท/ปี
8	รายจ่ายที่คาดว่าจะต้องจ่ายหลังเกษียณอายุ (ข้อ 6 + ข้อ 7)		1,220,000 บาท/ปี
ขั้นตอนที่ 2 ปรับค่าด้วยอัตราเงินเฟ้อ			
9	ปรับประมาณการรายจ่ายด้วยอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยจนถึงเกษียณอายุ	3.0%	1,373,121 บาท
10	เงินที่คุณจะใช้จ่ายหลังจากเกษียณไปจนอายุ (ข้อ 3 x ข้อ 9)	85	30,542,857 บาท

สำหรับคนที่อยากจะให้ช่วยจัดพอร์ตการลงทุน พร้อมวางแผนการเงินเฉพาะด้านตามเป้าหมายที่ลูกค้าได้วางไว้ ดิฉันจะมีการทำแผนการเงิน จัดทำบัญชีบุคคล และงบกระแสเงินสดซึ่งเป็นเหมือนการทำให้ลูกค้าเห็นสถานะทางการเงินของตัวเองและสามารถทำบัญชีรายรับ รายจ่ายผ่านงบกระแสเงินสดของตัวเองและครอบครัวได้นอกจากนี้ ยังสามารถช่วยลูกค้าทำในเรื่องของการวางแผนภาษี เพื่อแปลงค่าใช้จ่ายให้เป็นรายได้ ประกอบกับเป็นการวางแผนเพื่อเป้าหมายอื่นๆในขณะเดียวกันได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การวางแผนเพื่อการเกษียณอายุ ผ่านคำแนะนำทั้งในส่วนของประกันชีวิต ประกันบำนาญ LTF และ RMF ที่ถือเป็นประโยชน์ได้หลายๆ มิติให้กับลูกค้า

เมื่อวางแผนในส่วนนี้เสร็จ เราจะมีการทำแผนการลงทุนพร้อมกับแผนประกันชีวิตเพื่อจัดการความเสี่ยง พร้อมนำเอาสินค้าที่มีเสนอให้ลูกค้าเป็น Solution ที่จะช่วยตอบโจทย์ให้ลูกค้าสามารถดำเนินตามแผนการเงินที่วางไว้เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ต้องการได้

อนึ่ง เมื่อทำแผนการเงินเสร็จแล้ว จะมีการขอทบทวนแผนให้ลูกค้าทุกๆ ปี เพื่อปรับแผนให้เหมาะสมตามสถานการณ์ของลูกค้าและครอบครัวที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ ลูกค้าจะเห็นถึงสถานะทางการเงินของตนเอง ผ่านการทำงานบุคคล และงบกระแสเงินสด ที่แสดงให้เห็นถึงความมั่งคั่งสุทธิ และรายรับรายจ่ายว่าลูกค้าใช้จ่ายไปกับเรื่องใดเป็นหลัก ทั้งนี้ที่ปรึกษาการเงินยังคงช่วยปรับแผนในด้านการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง หรือการหารายได้เพิ่ม เพื่อกระจายความเสี่ยงออกไป

การจัดทำงบดุลส่วนบุคคล

งบดุลส่วนบุคคล ณ ปี พ.ศ. 2561 (หน่วย : บาท)							
สินทรัพย์	รายการ	จำนวนเงิน	%	หนี้สินและความมั่งคั่ง	รายการ2	จำนวนเงิน2	%2
สินทรัพย์สภาพคล่อง				หนี้สินระยะสั้น			
	เงินสด	1,000.00	0.00		คาสถาณูปโภคค้างจ่าย		0.00
	บัญชีเงินฝากออมทรัพย์	3,000,000.00	13.45		ยอดคงค้างหนี้บัตรเครดิต		0.00
	Money Market Fund		0.00		หนี้สินเงินกู้ระยะสั้นอื่น ๆ		0.00
	ใบรับเงินฝากเงินที่เปลี่ยนมือได้		0.00		อื่น ๆ		0.00
	อื่น		0.00		รวมหนี้สินระยะสั้น	0.00	0.00
	รวมสินทรัพย์สภาพคล่อง	3,001,000.00	13.46		หนี้สินระยะยาว		
สินทรัพย์เพื่อการลงทุน					ยอดคงค้างจากการกู้ยืมซื้อรถยนต์	0.00	0.00
	พันธบัตร/หุ้นกู้	2,000,000.00	8.97		ยอดคงค้างจากการกู้ยืมซื้อบ้าน	0.00	0.00
	Tisco income	500,000.00	2.24		หนี้สินเงินกู้ระยะยาวอื่น ๆ		0.00
	หุ้นสามัญ	300,000.00	1.35		รวมหนี้สินระยะยาว	0.00	0.00
	กองทุนรวม Singapore	3,000,000.00	13.45		รวมหนี้สิน	0.00	0.00
	กองทุนรวมหุ้นระยะยาว		0.00		ความมั่งคั่งสุทธิ	22,301,000.00	100.0
	กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ		0.00				
	กองทุนรวมสำรองเลี้ยงชีพ		0.00				
	เงินออมเพื่อวัยเกษียณอื่น ๆ		0.00				
	มูลค่าเงินสดกรมธรรม์ประกันชีวิต	8,500,000.00	38.11				
	อสังหาริมทรัพย์		0.00				
	ที่ดิน	5,000,000.00	22.42				
	รวมสินทรัพย์เพื่อการลงทุน	19,300,000.00	86.54				
สินทรัพย์ใช้ส่วนตัวหรือสินทรัพย์ที่มีค่า				0.00			
	เครื่องประดับ		0.00				
	รถยนต์	2,000,000.00	8.97				
	บ้าน	5,000,000.00	22.42				
	ทองคำ 20 บาท	660,000.00	2.96				
	รวมสินทรัพย์ใช้ส่วนตัวหรือสินทรัพย์ที่มีค่า		0.00				
สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน				0.00			
	ลิขสิทธิ์	0.00	0.00				
	สิทธิบัตร	0.00	0.00				
	รวมสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน	0.00	0.00				
สินทรัพย์รวม		22,301,000.00	100.00	หนี้สินรวมและความมั่งคั่งสุทธิ		22,301,000.00	100.0

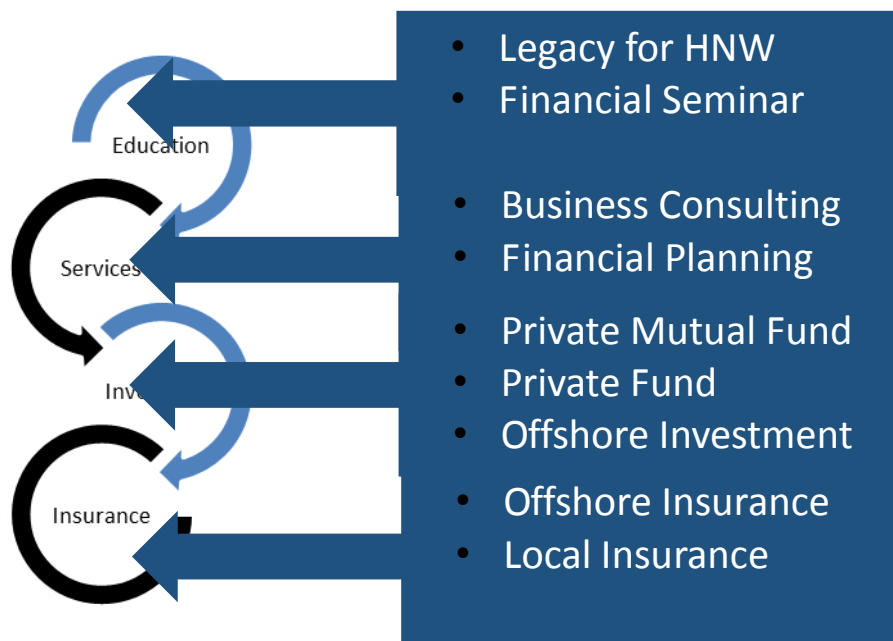
การจัดทำงบกระแสเงินสดส่วนบุคคล

งบกระแสเงินสด			
งบกระแสเงินสดสำหรับรอบปี สิ้นสุด พ.ศ. 2561 (หน่วย : บาท)			
กระแสเงินสดรับ	จำนวนเงิน/เดือน	จำนวนเงินปี	%
เงินเดือน	100,000.00	1,200,000.00	92.45
ดอกเบี้ยรับ		72,000.00	5.55
เงินปันผลรับ		6,000.00	0.46
รายได้จากค่าเช่าที่นา		20,000.00	1.54
รายได้จากการขายสินทรัพย์			0.00
รายได้อื่น ๆ			0.00
กระแสเงินสดรับรวม	100,000.00	1,298,000.00	100.00
กระแสเงินสดจ่ายคงที่และผันแปร			
ค่าอาหาร	9,000.00	108,000.00	18.33
ค่าโทรศัพท์	1,200.00	14,400.00	2.44
ค่าสาธารณูปโภค (ค่าไฟฟ้า, ค่าประปา, อื่น ๆ)			0.00
ค่าใช้จ่ายนันทนาการ	3,000.00	36,000.00	6.11
ค่าใช้จ่ายลูก	5,000.00	60,000.00	10.18
ภาษี	7,400.00	88,800.00	15.07
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	4,500.00	54,000.00	9.16
เงินจ่ายให้กับบิดาและ/หรือมารดา			0.00
ค่าเสื้อผ้า	2,000.00	24,000.00	4.07
เงินงวดผ่อนชำระค่าน้ำบ้าน			0.00
ค่าที่เลี้ยง	15,000.00	180,000.00	30.55
เบี้ยประกันรถ / บ้าน			0.00
ค่าส่วนกลางคอนโด			0.00
ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาตนเองและอื่น ๆ	2,000.00	24,000.00	4.07
กระแสเงินสดจ่ายคงที่และผันแปรรวม		589,200.00	100.00%
กระแสเงินสดจ่ายเพื่อการออม / การลงทุนระยะสั้น			
อยู่ในบัญชีออมทรัพย์			
ฝากเข้าบัญชีออมทรัพย์			0.00
ฝากเข้าบัญชีประจำ			0.00
สินทรัพย์สภาพคล่องอื่นๆ			0.00
กระแสเงินสดจ่ายเพื่อการออม / การลงทุนระยะสั้นรวม	0.00	0.00	0.00%
กระแสเงินสดจ่ายเพื่อการออม / การลงทุนระยะกลาง			
พันธบัตร	-		0.00
หุ้นกู้	-		0.00
กองทุนรวมหุ้นระยะยาว LTF			0.00
ประกันชีวิตแบบออมทรัพย์			0.00
กองทุนรวม			0.00
หุ้นสามัญ	-		0.00
กระแสเงินสดจ่ายเพื่อการออม / การลงทุนระยะกลางรวม	0.00	0.00	0.00%
กระแสเงินสดจ่ายเพื่อการออม / การลงทุนระยะยาว			
กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (Provident Fund)	-		0.00
กบข. (กรณีข้าราชการ)			0.00
เบี้ยประกันชีวิต (ลงทุน)			0.00
เบี้ยประกันชีวิต (ออมทรัพย์)	-		0.00
เบี้ยประกันชีวิต (บำนาญ)			0.00
กองทุนเพื่อการเกษียณ RMF			0.00
อื่นๆ (สหกรณ์ออมทรัพย์)			0.00
กระแสเงินสดจ่ายเพื่อการออม / การลงทุนระยะยาวรวม	0.00	0.00	0.00%
กระแสเงินสดจ่ายรวม	0.00	589,200.00	100%
กระแสเงินสดสุทธิ (Surplus)	100,000.00	708,800.00	54.61%
กระแสเงินสดจ่าย("ไม่รวมออม")/ กระแสเงินสดรับ			45.39%

สรุปผลการทำแผนการเงินช่วยสร้างความเป็นมืออาชีพ และทำให้ตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงิน มีประสิทธิภาพในการขายมากขึ้น

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การเป็นตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสิทธิภาพ จะต้องมีการทำแผนการเงินให้ลูกค้าด้วย โดยเริ่มต้นจากการทำงบดุลส่วนบุคคล งบกระแสเงินสดส่วนบุคคล และทำการวางแผนภาษี การวางแผนการเกษียณอายุ ควบคู่ไป เพื่อให้ลูกค้าได้ประโยชน์สูงสุด ผ่านการแนะนำจากที่ปรึกษาการเงินที่เป็นมืออาชีพ ถือเป็นการทำงานแบบกระบวนการเป็นที่ปรึกษา สู้สุดท้ายแล้วจะได้ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ลูกค้าไวใจและสร้างความน่าเชื่อถือในตัวเราให้เกิดขึ้นได้ และสร้างตลาดศูนย์อิทธิพล และตลาดแนะนำต่อได้อีกทางหนึ่ง โดยเน้นการให้บริการในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การวางแผนการศึกษาบุตร การวางแผนการลงทุน การวางแผนการประกันชีวิต และการประกันภัยเพื่อประโยชน์ของลูกค้าและครอบครัวของลูกค้าต่อไป

- Education
- Services
- Investment
- Insurance



2.4 วิธีการและขั้นตอนสู่การเป็นตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสิทธิภาพ

วิธีการนำเสนอรูปแบบของการกระบวนการขายจนกระทั่งปิดการขายและการบริการลูกค้า เริ่มต้นด้วย

1. การลิสต์รายชื่อผู้มุ่งหวัง

ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนแรกที่คุณต้องทำ เพราะการลิสต์รายชื่อผู้มุ่งหวัง เปรียบเสมือนเป็นการทำคลังรายชื่อข้อมูลลูกค้า เพื่อวิเคราะห์ถึงกลุ่มลูกค้า กลุ่มตลาด โดยใช้หลัก MANHA ได้แก่

M: Money, พิจารณาว่าลูกค้ามีเงินเพียงพอหรือไม่

A: Authority, พิจารณาว่าลูกค้ามีอำนาจในการตัดสินใจด้วยตัวเองหรือไม่

N: Need, พิจารณาว่าลูกค้ามีความจำเป็นหรือไม่ ในเรื่องใดบ้าง

H: Health, พิจารณาว่าลูกค้ามีสุขภาพที่ดีหรือไม่ และอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานหรือไม่

A: Age, พิจารณาว่าลูกค้าอยู่ในช่วงอายุที่สามารถรับประกันได้หรือไม่

หากลูกค้าผู้มุ่งหวังที่เราลิสต์รายชื่อ มีคำตอบว่าใช่ทั้ง 5 ข้อ เราจะจัดเข้าเป็นกลุ่มลูกค้าเกรด A หากมีคำตอบว่าใช่ 4 ข้อจากทั้งหมด 5 ข้อ จัดเป็นกลุ่มลูกค้าเกรด B และหากมีคำตอบว่าใช่ 3 ข้อจากทั้งหมด 5 ข้อ จัดเป็นกลุ่มลูกค้าเกรด C

เมื่อจัดกลุ่มลูกค้าเป็น A B C แล้ว เราจะทำการโทรศัพท์นัดหมายกลุ่มลูกค้า A เริ่มต้นจนครบทั้งหมด และค่อยเป็นกลุ่มลูกค้า B และ กลุ่มลูกค้า C ตามลำดับ

2. การโทรศัพท์เพื่อทำการนัดหมาย

ขั้นตอนต่อมา คือ การโทรศัพท์เพื่อนัดหมายลูกค้าผู้มุ่งหวังตามรายชื่อและกลุ่มที่เราได้จัดลำดับไว้ บทโทรศัพท์จะต้องเป็นการทำให้ลูกค้าผู้มุ่งหวังรู้สึกสบายใจที่อยากจะรับนัดของเรา ตัวอย่างเช่น

“สวัสดีจ้ะ พอดีเราเพิ่งไปอบรมเรื่องการวางแผนการเงินมาเมื่อวันก่อนนี้ และเราเห็นว่าน่าจะเป็นประโยชน์กับเธอ ไม่มากก็น้อย อยากจะไปขอคุยให้ฟังเพื่อให้เธอช่วยคอมเมนต์เราหน่อยว่าเราเป็นอย่างไรบ้าง”

3. การเปิดใจลูกค้าและสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

ขั้นตอนการเปิดใจเป็นการเริ่มปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ต้องพยายามสร้างความประทับใจแรกพบในครั้งแรก สำหรับลูกค้าที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน ทำให้ลูกค้าเห็นถึงความเป็นมืออาชีพของเรา ใช้จิตวิทยากับความรู้ความสามารถของเราในการเข้าไปช่วยสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

4. การค้นให้เจอปัญหาของลูกค้า

การใช้คำถามและแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลทางการเงิน พร้อมกับช่วยลูกค้าคิดถึงเป้าหมายทางการเงินในแต่ละด้าน เพื่อจัดลำดับความสำคัญและเพื่อนำเสนอแผนการเงินและสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ต่อไป

5. นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นทางแก้ไขปัญหาของลูกค้า

การนำเสนอผลิตภัณฑ์ หากเราสามารถเปรียบเทียบข้อมูลในแต่ละหัวข้อ ในแต่ละผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้ จะช่วยเพิ่มโอกาสในการปิดการขาย เพราะเป็นทักษะที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถของเราในการเป็นที่ปรึกษาด้านการประกันชีวิต ประกันสุขภาพ ประกันโรคร้ายแรง รวมถึงสามารถจัดผลิตภัณฑ์แบบ Tailor-Made ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะด้านของลูกค้าได้หลากหลาย

6. การปิดการขาย

การปิดการขายจะเกิดขึ้นได้ไม่ยาก หากเราสามารถสร้างปัญหาให้ลูกค้าเห็นถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น หากไม่ได้ทำตามแผนที่วางไว้ ทักษะการปิดการขายที่ดี คือ เมื่อมีสัญญาณให้ปิดการขาย ต้องรีบปิดการขาย เพราะบางครั้งการตัดสินใจซื้อเป็นเรื่องของอารมณ์ผสมกับความต้องการและเหตุผล

7. การบริการหลังการขายและทักษะการสานสัมพันธ์เพื่อลูกค้า Referral ในการต่อตลาด

การบริการหลังการขายเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากงานธุรกิจประกันชีวิตเป็นงานที่เน้นด้านการบริการ และหากเราบริการลูกค้าดี จะเกิดตลาดที่ลูกค้าจะเป็นกระบอกเสียงและแนะนำต่อไปให้คนรู้จักของเขา และสร้างกลุ่มตลาดใหม่ๆ ได้ในอนาคต

วิธีการและขั้นตอนสู่การเป็นตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสิทธิภาพ

กระบวนการทำงานของเรา (ขั้นตอนตั้งแต่เริ่มสร้างผลิตภัณฑ์จนถึงงานขายให้กับลูกค้าและบริการหลังการขาย

มีกระบวนการ เก็บข้อมูล-> วิเคราะห์ทำแผนการเงิน ->เสนอแผนและสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการ-> ลงมือทำและปิดการขาย -> ติดตามผลและให้บริการ ซึ่งถือเป็นกระบวนการของการทำ Financial Planning ซึ่งจะเริ่มด้วยการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการเงินเฉพาะบุคคลในรูปแบบต่างๆ กำหนดเป้าหมายที่คุณอยากจะได้ และ สร้างแผนการเงินที่สามารถบรรลุเป้าหมายทางการเงินที่คุณต้องการได้ พร้อมกับตรวจสอบแผนนั้นอยู่เสมอ

ในตำแหน่งของข้าพเจ้า สภา เวชมงคลกร ดำเนินงานเป็นที่ปรึกษาด้านการวางแผนการเงินและในส่วนของที่ปรึกษาด้านการประกันชีวิตซึ่งจะช่วยให้ลูกค้ามีเป้าหมาย และแผนการดำเนินการในเรื่องของเงินที่ชัดเจน และช่วยให้บรรลุตามเป้าหมายทางการเงินในแต่ละช่วงชีวิตที่ลูกค้าได้วางแผนไว้ ทั้งนี้ มีการเตรียมความพร้อมในหลายๆ ด้าน ในเรื่องของการจัดการความเสี่ยงกรณีเกิดเหตุการณ์บางอย่างที่อาจจะทำให้ไม่บรรลุตามเป้าหมาย

การทำแผนการเงินจะช่วยให้คนไทยมีเป้าหมายและมีเข็มทิศในการเดินทางไปสู่เป้าหมายของตัวเองและครอบครัวได้แบบมีระบบและแบบแผน อีกทั้งยังมีการป้องกันความเสี่ยงไว้ในหลายๆ ทางผ่านการวางแผนประกัน ถือเป็น การนำเอาหลัก “เศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งเป็นแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่พระราชทานมานานกว่า ๓๐ ปี เป็นแนวคิดที่ตั้งอยู่บนรากฐานของวัฒนธรรมไทย เป็นแนวทางการพัฒนาที่ตั้งบนพื้นฐานของทางสายกลาง และความไม่ประมาท คำนึงถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันใน

ตัวเอง ตลอดจนใช้ความรู้และคุณธรรม เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ที่สำคัญจะต้องมี “สติ ปัญญา และความเพียร” ซึ่งจะนำไปสู่ “ความสุข” ในการดำเนินชีวิตอย่างแท้จริง

การสนับสนุนช่วยให้คนไทยได้มีการวางแผนทางการเงินจะช่วยสร้างเศรษฐกิจพอเพียงทางการเงินให้เกิดขึ้นแก่ทุกคนรอบครัวชาวไทยได้ต่อไป

3. สรุปผลการศึกษา

รูปแบบของการบริหารตัวแทนประกันชีวิตที่มีประสิทธิภาพของ บมจ.กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต ที่ ผู้วิจัยค้นคว้าวิจัย ได้รับผลชอบบริหารงานอยู่ มีรูปแบบการบริหาร 8 ข้อดังนี้

1. การใช้วิธีการทำงานแบบเชิงที่ปรึกษา และมีการช่วยลูกค้าทำแผนการเงิน

ตัวแทนต้องรู้จักจริงในสิ่งที่ทำ มีการทำตามกระบวนการขายที่ถูกต้อง พร้อมด้วยการทำงานแผนการเงินตอบโจทย์ เฉพาะด้านตามที่ลูกค้าต้องการได้ เริ่มต้นจากการ Fact Finding ผ่านแบบสอบถามเพื่อขอข้อมูลทางการเงินของลูกค้าและครอบครัว ค้นหาเป้าหมายทางการเงินเฉพาะด้านในแต่ละจุด พร้อมด้วยระยะเวลาที่ต้องการ และจัดลำดับความสำคัญของเป้าหมายนั้นๆ จากนั้นจากข้อมูลด้านการเงินที่ได้รับ จัดทำงบการเงินส่วนบุคคล ทั้งในส่วน ของงบดุลและงบกระแสเงินสด เพื่อวิเคราะห์ให้เห็นถึงสถานะทางการเงินทั้งในส่วนของความมั่งคั่งสุทธิ และรายรับ รายจ่าย กระแสเงินสดที่ใช้ในการออมเงิน การลงทุน เพื่อปรับให้ลูกค้ามีการวางแผนในด้านต่างๆ มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น เรื่อง การวางแผนภาษี การวางแผนการลงทุน การวางแผนการเกษียณอายุ การวางแผนการศึกษาบุตร การวางแผนประกันชีวิตและประกันภัย และการวางแผนการส่งต่อมรดก

2. การเรียนรู้ พัฒนาตัวเอง และเข้าสัมมนาและประชุมอย่างสม่ำเสมอ

ตัวแทนต้องหมั่นพัฒนา เรียนรู้ ตนเองอยู่เสมอ และเข้าสัมมนาเพื่อเติมเต็มความรู้ การพัฒนาตัวเองเป็น เรื่องสำคัญในการจะเป็นตัวแทนประกันชีวิตและที่ปรึกษาการเงินที่มีประสิทธิภาพ ศึกษาผ่านคนที่สำเร็จในอาชีพ และพาตัวเองไปเรียนรู้ในงานสัมมนาและงานประชุมต่างๆ ที่บริษัทจัด และอาจจะแบ่งเงินส่วนหนึ่งมาจ่ายเพื่อพัฒนาตัวเองและฝึกฝนต่อไป นอกจากนี้ตัวแทนควรอ่านหนังสือเกี่ยวกับการพัฒนาตนเอง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องทักษะ การสื่อสาร และการตั้งเป้าหมายให้ใหญ่ขึ้น เพื่อเป็นการเรียนรู้และสามารถนำไปใช้จริงกับลูกค้าได้

3. การสร้างคุณค่าและประโยชน์ให้ลูกค้าตระหนักถึงการสร้างความมั่นคงในชีวิตและครอบครัว

ตัวแทนต้องสามารถสร้างคุณค่า และเป็นประโยชน์ในเรื่องการวางแผนความมั่นคงให้แก่ชีวิตและครอบครัว ไทย การสร้างคุณค่าคือการทำให้ลูกค้าและครอบครัวตระหนักถึงความจำเป็นในด้านการวางแผนการเงิน และความจำเป็นของการวางแผนในด้านการเกษียณอายุ เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่ประเทศไทยกำลังเผชิญหน้าสู่ยุค Aging Population ที่มีคนไทยที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มากกว่า 20% ของจำนวนประชากรทั้งหมด หากตัวแทน ออกไปทำหน้าที่ทุกวัน จะสามารถช่วยให้คนไทยมีเงินเก็บหลังเกษียณอายุและไม่เป็นภาระต่อลูกหลานและสังคม

4. การฝึกฝนทักษะการถ่ายทอดเพื่อพัฒนาตนเองให้เป็นวิทยากรที่สามารถสอนงานและให้แรงบันดาลใจให้การทำงานกับตัวแทนท่านอื่นๆ ได้

ตัวแทนจะต้องฝึกฝนทักษะต่างๆ และสามารถสอนงานและถ่ายทอดได้ จนในวันข้างหน้าสามารถนำเอาความรู้ความสามารถที่เรามีไปถ่ายทอดให้ผู้อื่นได้ ผ่านบทบาทของการเป็นวิทยากรซึ่งจะสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกให้ตัวแทนท่านอื่นๆ และสามารถทำให้คนตระหนักถึงเรื่องความจำเป็นในการวางแผนการเงิน พร้อมกับฝึกฝนในด้านการใช้ทักษะการสื่อสารถ่ายทอดให้ลูกค้าและทีมงานต่อไปได้ในอนาคต

5. การฝึกให้ตัวแทนมีวิสัยทัศน์ใหญ่และมีทัศนคติบวก

ตัวแทนจะต้องมีวิสัยทัศน์และทัศนคติเชิงบวก มีการตั้งวิสัยทัศน์ที่ใหญ่และเป็นคนคิดบวก สามารถแปรเปลี่ยนปัญหาให้เป็นโอกาส เปลี่ยนอุปสรรคต่างๆ ให้กลายเป็นอุปสรรคเพื่อให้สามารถเอาชนะใจตัวเองได้และออกไปพบลูกค้าให้มากพอ และทำเรื่องที่ถูกต้องกับลูกค้าและทำให้ลูกค้ารู้สึกดีทุกครั้งที่ได้พบเจอกับตัวแทน เปรียบเสมือนเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีและถือเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้กับลูกค้า นอกจากนี้ตัวแทนจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถเข้ากับคนอื่น ๆ ได้ และมีทักษะการขายแบบไม่ขาย การขายแบบเชิงที่ปรึกษา และสามารถสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้เป็นอย่างดี

6. การให้บริการลูกค้าแบบทุกระดับ ประทับใจ

ตัวแทนจะต้องมีใจรักการให้บริการ และมีความสามารถในการดูแลและเข้าถึงความต้องการของแต่ละคน งานธุรกิจประกันชีวิตต้องอาศัยการบริการที่ดี สม่ำเสมอและมีความต่อเนื่อง มีการให้บริการที่ดีทั้งก่อนและหลังการขาย หมั่นแวะเยี่ยมเยียนลูกค้า ชื้อขนมไปฝากและหมั่นเข้าพบลูกค้าเพื่อพูดคุยและพบปะสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดี ด้วยการบริการที่ดีอย่างมีอาชีพและเป็นที่ยอมรับให้ลูกค้าได้

7. การเข้าใจถึงระบบ แบบแผน เครื่องมือ และข้อมูลต่างๆ ที่ต้องใช้การนำเสนอลูกค้าจนจบกระบวนการ

ตัวแทนจะต้องเข้าใจถึงระบบ แบบแผนและเครื่องมือต่างๆ ที่จะช่วยทำให้เปิดใจลูกค้าได้ และนำไปสู่การทำแผนการเงินเฉพาะด้านของลูกค้าต่อไป ตัวแทนจะต้องศึกษาข้อมูลในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งเครื่องมือในการทำงาน ไฟล์ในการนำเสนอข้อมูลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ข้อมูลแบบประกันเชิงเปรียบเทียบ ข้อมูลถึงแบบประกันและนิยามความหมายต่างๆ ข้อมูลการอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงประกันชีวิตและอนุสัญญาต่างๆ กฎเกณฑ์และเงื่อนไขต่างๆ ที่จำเป็นที่ลูกค้าต้องรับทราบในแต่ละแบบประกัน ต้องอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ

8. การหาความรู้เพิ่มเติมในด้านการเงิน การลงทุน และข่าวสารด้านต่างๆ อยู่ตลอดเวลา เพื่อปรับสถานะข้อมูลให้ทันสมัย และสามารถเป็นที่ปรึกษาทางการเงินให้ลูกค้าได้แบบเป็นมืออาชีพ

ตัวแทนจะต้องมีความรู้เรื่องด้านการเงิน การลงทุน การจัดพอร์ตกองทุน การจัดพอร์ตการประกันโดยที่ตัวแทนควรมีความรู้ในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทที่มีอยู่ในตลาดประกันชีวิตและคู่แข่งเป็นอย่างดีเพื่อสามารถให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาให้ลูกค้าได้ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการจัดพอร์ตเงินออม เงินลงทุนของลูกค้าให้เติบโตขึ้นผ่าน

การลงทุนในกองทุนรวม ไปพร้อมกับการสร้างความมั่นคงในเรื่องของหลักประกันชีวิตให้แก่ครอบครัวผ่านการวางแผนความเสี่ยงผ่านประกันชีวิต ประกันสุขภาพ หรือประกันโรคร้ายแรง เปรียบเสมือนเป็นการสร้างความมั่งคั่งและมั่นคงไปพร้อมๆกัน

**MODEL OF ADMINISTRATION IMPORT PISTON CIVIL SWEVANT WELFARE
PROJECT OF NAKHONBAN GUNS SERVICE CENTER**

รูปแบบการบริหารงาน นำเข้าอาวุธปืนในโครงการสวัสดิการข้าราชการ
ของ นครบาลกันส์ เซอร์วิส เซ็นเตอร์

DR.WAREERAT KEAWNGOEN

ดร.วาริรัตน์ แก้วเงิน

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Degree of Doctor of Philosophy in Business Administration
At Bodhisastra University, Florida State , USA
Academic Year 2020

Abstract

This dissertation is created to present the administration. Import firearms in the form of civil servant welfare programs quality.

The case study of Nakhonbanguns Service Center LP, with specific business management principles, which will be found as a case study with different forms of general management For management in this context is primarily firearms, which must be organized in a way that is convenient, fast, steps must be taken correctly and concisely. With an important element of building relationships with people Conduct business with honesty Which has always been a cornerstone of business operations.

Model for Administration Import Piston In ModelCivil Servant Welfare Project In the past, civil servant welfare program, the study found that there are important forms of administration as follows: 1) Finding funding sources 2) Payment for imported firearms 3) Market analysis 4) Public relations 5) Product pricing 6) Dealing with uncontrollable environmental factors Which has a very low business operation. 7) Planning for importing firearms Through customs clearance. 8) Mass storage of firearms. 9) Familiarization and training for firearm safety for staff.

Key Word : Civil Servant Welfare Project

บทคัดย่อ

งานดุขฉนินพฉนนี้จัดทำขึ้นเพื่อเสนอการบริหารงาน นำเข้าอาวุธปืนในรูปแบบโครงการสวัสดิการข้าราชการ อย่างมีคุณภาพ กรณีศึกษา หจก.นครบาลกันส์ เซอร์วิส เซ็นเตอร์ หลักการบริหารธุรกิจที่มีรูปแบบเฉพาะซึ่งจะพบว่าเป็นกรณีศึกษาที่มีรูปแบบแตกต่างจากการบริหารงานทั่วไป ด้วยว่าการบริหารงานในบริบทนี้คืออาวุธปืน เป็นหลัก โดยจะต้องมีการจัดระบบการทำงานให้สะดวก รวดเร็ว ขั้นตอนต่างๆต้องดำเนินไปอย่างถูกต้อง และรัดกุม โดยมีองค์ประกอบสำคัญ คือ การสร้างสัมพันธ์กับบุคคล ประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการดำเนินธุรกิจตลอดมา รูปแบบความสำเร็จการบริหารงานนำเข้าอาวุธปืนโครงการสวัสดิการข้าราชการ ที่ผ่านมา ผู้ศึกษาพบว่าปัจจัยอันเป็นรูปแบบที่สำคัญในการบริหาร ดังนี้ 1) การหาแหล่งเงินทุน 2) การชำระเงินส่งนำเข้าอาวุธปืน 3) วิเคราะห์ตลาด 4) การประชาสัมพันธ์ 5) การกำหนดราคาสินค้า 6) การรับมือปัจจัยแวดล้อมต่างๆที่ไม่อาจควบคุมได้ ซึ่งมีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยิ่ง 7) การวางแผนนำเข้าอาวุธปืน ผ่านด่านพิธีการศุลกากร8) การจัดเก็บอาวุธปืนจำนวนมาก 9) การสร้างความคุ้นเคยและฝึกอบรมความปลอดภัยอาวุธปืนให้กับพนักงาน

คำสำคัญ : โครงการสวัสดิการข้าราชการ

1. ความเป็นมา ความสำคัญของเรื่อง และวิธีการศึกษา

1.1 ความเป็นมา สถานการณ์ทั่วไป แนวคิดทั่วไป

เริ่มแรก กรมการปกครองได้ตั้งโครงการจัดหาอาวุธปืนสั้น เพื่อเป็นสวัสดิการแก่ข้าราชการและได้รับใบสั่งจองอาวุธปืนสั้นจากข้าราชการกรมการปกครองและเจ้าหน้าที่ของรัฐอื่นๆ จึงได้จัดทำบัญชีสรุปรายชื่อข้าราชการผู้สั่งจองอาวุธปืนสั้นนำเรียนรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย ขออนุมัติผ่อนผันการปฏิบัติตามคำสั่งกระทรวงมหาดไทย ที่ ๑๐๘/๒๕๓๕ ลงวันที่ ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๓๕ ให้กรมการปกครองสั่งนำเข้าอาวุธปืนสั้นจากต่างประเทศให้กับข้าราชการกรมและเจ้าหน้าที่ของรัฐอื่นๆ จำนวน 285,000 ราย เป็นอาวุธปืนสั้น 285,000 กระบอก และเนื่องจากอาจมีผู้สละสิทธิสั่งจอง อาจมีผู้สละสิทธิสั่งจองอาวุธปืนและเพื่อความรวดเร็วในการบริหารจัดการโครงการ จึงขออนุมัติให้อธิบดีกรมการปกครองมีอำนาจในการเปลี่ยนแปลงบัญชีรายชื่อ ชนิด ขนาด ยี่ห้อ และรุ่นของอาวุธปืนและมีอำนาจอนุมัติให้ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานราชการ ลูกจ้างของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และบุคคลอื่นที่ช่วยเหลือทางราชการเข้าร่วมโครงการจัดหาอาวุธปืนสั้นเพื่อเป็นสวัสดิการแก่ข้าราชการกรมการปกครองได้ และให้กรมการปกครองดำเนินการสั่งนำเข้าอาวุธปืนตามชนิด ขนาด ยี่ห้อ และรุ่นของอาวุธปืน และบัญชีรายชื่อที่ขออนุญาตเป็นกรณีพิเศษ เฉพาะเรื่องเฉพาะราย รายละเอียด 1 กระบอกให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลา 36 เดือน นับแต่วันที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยอนุมัติ หากดำเนินการไม่แล้วเสร็จให้จำนวนที่เหลือเป็นอัน

สิ้นผล โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยอนุมัติให้กรมการปกครองสั่งนำเข้าอาวูรป็นสิ้นจากต่างประเทศ ตามโครงการจัดหาอาวูรป็นสิ้นเพื่อเป็นสวัสดิการแก่ข้าราชการกรมการปกครองและเจ้าหน้าที่ของรัฐอื่นๆ

ผู้วิจัยเห็นโอกาสที่จะเข้าร่วมโครงการจัดหาอาวูรป็นเพื่อสวัสดิการข้าราชการ เนื่องจากมีใบอนุญาตสั่งนำเข้าอาวูรป็น (ใบ ป.5) พร้อมคุณสมบัติที่สามารถเข้าร่วมโครงการได้ ผู้วิจัยจึงได้หาข้อมูล รวมทั้งเข้าปรึกษากับเจ้าหน้าที่กรมการปกครอง และผู้ที่เกี่ยวข้อง จนได้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของโครงการฯ ว่าราคาอาวูรป็นที่แพงและจำนวนอาวูรป็นที่สั่งนำเข้าไม่เพียงพอต่อเจ้าหน้าที่รัฐ ที่ใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ รวมทั้งป้องกันชีวิตและทรัพย์สิน เพื่อเป็นประโยชน์ผู้วิจัยได้เข้าร่วมโครงการฯ เพื่อต่อยอดสั่งนำเข้าอาวูรป็นให้เพียงพอต่อความต้องการของเจ้าหน้าที่รัฐ ต่อไป

1.2 สถานการณ์เฉพาะในประเทศ

ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายตั้งโรงงานผลิตอาวูรป็นได้ จึงมีขีดจำกัดในการจัดหาอาวูรป็นให้แก่เจ้าหน้าที่รัฐใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ รวมทั้งป้องกันชีวิตและทรัพย์สิน จึงต้องสั่งนำเข้าจากต่างประเทศ หนึ่งร้อยเปอร์เซ็นต์ โดยสั่งนำเข้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศออสเตรเลีย ประเทศสาธารณรัฐเชค เป็นต้น และด้วยปริมาณการสั่งนำเข้าที่จำกัดตามกฎหมายคือ ป็นสิ้น 30 กระบอกต่อร้านค้าต่อปี ป็นยาว 50 กระบอก ต่อร้านค้าต่อปี และจำนวนร้านค้าอาวูรป็นในประเทศไทยมีประมาณ 502 กว่าร้านค้าเท่านั้น (การตั้งร้านค้าอาวูรป็นต้องได้รับการอนุมัติจากกรมการปกครองเนื่องจากเป็นสินค้าควบคุม) จากข้อมูลจึงทำให้ปริมาณการนำเข้าอาวูรป็นสิ้นภายในประเทศไทยมีจำนวนประมาณ 15,060 กระบอกต่อปี และมีราคาสูงตามหลักทางเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์และอุปทาน รวมถึงอัตราภาษีอากรนำเข้าอาวูรป็นที่สูง

ทั้งนี้กรมการปกครองได้รวบรวมใบสั่งจองอาวูรป็นสิ้นตามโครงการ โดยเสนอให้ร้านค้าที่มีใบอนุญาตให้นำเข้าอาวูรป็น (ใบ ป.5) ได้ตรวจสอบในรายละเอียดแล้ว ถูกต้องและมีตัวตนอยู่จริง ซึ่งจะต้องขออนุมัติผ่อนผันการปฏิบัติตามคำสั่งกระทรวงมหาดไทย ที่ ๑๐๘/๒๕๓๕ ลงวันที่ ๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๓๕ เรื่องจำกัดการออกใบอนุญาตให้บุคคลสั่งหรือนำเข้าซึ่งอาวูรป็นสิ้นต่อไป

1.3 ความสนใจ

ธุรกิจสั่งนำเข้าอาวูรป็น จัดอยู่ในธุรกิจซื้อมาขายไป คือสั่งนำเข้าสินค้าแล้วมาขายเพื่อกินส่วนต่าง หรือกำไร แต่ด้วยข้อจำกัดของตัวสินค้าเองที่เป็นสินค้าควบคุมจึงทำให้ปริมาณการสั่งนำเข้าจำกัดคือ ป็นสิ้น 30 กระบอกต่อปี และป็นยาว 50 กระบอกต่อปี ปัจจุบันอาวูรป็นยังมีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการ และยังมีราคาสูง ผู้ที่มีความต้องการใช้ มีทั้ง เจ้าหน้าที่รัฐ เช่น ตำรวจ ทหารบก ทหารเรือ ทหารอากาศ กรมสอบสวนคดีพิเศษ หน่วยงาน เป็นต้น รวมถึงใช้ในการกีฬา ทั้งนี้ราคาป็นในปัจจุบันที่ไม่ใช่ป็นสวัสดิการเพื่อข้าราชการ หรือที่เรียกว่า ป็นบุคคลทั่วไป ราคาจะอยู่ที่ประมาณ 80,000 – 200,000 บาทต่อกระบอก ซึ่งเป็นราคาที่สูงสำหรับเจ้าหน้าที่รัฐ ข้าราชการ ทหาร ตำรวจ และมีจำนวนอาวูรป็นน้อย ส่วนราคาอาวูรป็นโครงการสวัสดิการเพื่อข้าราชการ ราคาจะ

อยู่ที่ประมาณ 40,000 – 100,000 บาทต่อกระบอก ซึ่งต่ำกว่าราคาป็นสำหรับบุคคลทั่วไป ราวๆ 40 % สามารถสร้างประโยชน์ให้แก่เจ้าหน้าที่รัฐ ทหาร ตำรวจ หรือข้าราชการที่มีความจำเป็นต้องใช้อาวุธปืน และอยู่ในพื้นที่เสี่ยงภัย ได้มีโอกาสเข้าถึงอาวุธปืนในราคาที่จับต้องได้ ทั้งนี้ได้นำเสนอช่องทางการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์ให้เจ้าหน้าที่ผู้มีสิทธิ์ได้ทราบถึงโครงการจัดหาอาวุธปืนฯ ได้เสนอแนวคิดที่ทุ่มเท มุ่งมั่น และประสบการณ์ที่ได้นั้นไม่มีคำว่าสูญเปล่า หากเราเข้าใจและนำสิ่งนั้นมาเป็นแนวทางการขายได้ อยู่อย่างพอเพียง

ครอบครัวของผู้วิจัักษณ์เป็นข้าราชการตำรวจ และได้รับรู้ถึงความยุ่งยากที่จะได้มีอาวุธประจำกาย ซึ่งมาราคาสูงมาก ส่วนอาวุธที่หน่วยงานมีให้ก็เก่าละล้าหลัง ทางโรงเรียนนายร้อยจึงมาปรึกษาจะอย่างไรให้นักเรียนจบใหม่ได้มีอาวุธพกพาเป็นของตัวเองในราคาถูก ผู้วิจัักษณ์จึงได้ศึกษากฎหมายการนำเข้าอาวุธในราชอาณาจักรไทย และในขณะนั้นมีช่วงเปิดชื่อยกเว้นให้รัฐมนตรีกระทรวงมหาดไทยเช่นอนุมัติโครงการจัดหาอาวุธปืน จึงทำเรื่อง ให้ ผบ.ตร.และ อปค ทำเรื่องไปขออนุมัติจากรัฐมนตรี จนเป็นที่มาของการสั่งนำเข้าอาวุธปืนโครงการสวัสดิการข้าราชการ

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 บริบทขององค์กร

ห้างหุ้นส่วนจำกัด นครบาลกันส์ เซอร์วิส เซ็นเตอร์ (Nakhonbangun Service Center) เป็น หจก.ฯ ที่ได้รับอนุญาตร้านค้า ให้มีอาวุธปืน หรือเครื่องกระสุนสำหรับการค้า (แบบ ป.3) และให้จำหน่ายอาวุธปืน หรือเครื่องกระสุนสำหรับการค้า (แบบ ป.5) ให้แก่บุคคลทั่วไป ได้แก่ ปืนสั้น 30 กระบอกต่อปี ปืนยาว 50 กระบอกต่อปี เครื่องกระสุนปืน

(1) กระสุนปืนลูกโดดทุกชนิด ทุกขนาด ไม่เกินใบอนุญาตละ 2,000 นัด

(2) กระสุนปืนลูกซองทุกชนิด ทุกขนาด ไม่เกินใบอนุญาตละ 7,500 นัด

(3) กระสุนปืนลูกกรดทุก ชนิดทุกขนาดไม่เกินใบอนุญาตละ 10,000 นัดต่อปี

สำหรับการค้าหมุนเวียนทดแทนได้ ตามชนิด ขนาด จำนวน และยังได้รับมอบหมายให้สั่งนำเข้าอาวุธปืนในโครงการจัดหาอาวุธปืนสั้นเพื่อเป็นสวัสดิการแก่ข้าราชการฯ ระหว่าง กรมการปกครอง กับร้านค้าอาวุธปืน

2.1.1 ข้อมูลที่ตั้ง สำนักงานอยู่ที่ 668 ถ.กรุงเกษม แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

2.1.3 หน้าที่และความรับผิดชอบ กรรมการผู้จัดการ หจก. นครบาล กันส์ เซอร์วิส เซ็นเตอร์

ศึกษา วิเคราะห์ตลาด ความต้องการของลูกค้า

1. ศึกษา วิเคราะห์ การบริหารความเสี่ยง เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างบรรลุตามเป้าหมาย
2. ให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ชี้แนะแนวทางการปฏิบัติงานต่อผู้ได้บังคับบัญชา
3. ศึกษา นวัตกรรมใหม่ๆของสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

4. ปฏิบัติงานร่วมกับ หรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของสมาชิกท่านอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

2.2 การเริ่มต้น และประเภทกิจกรรม /ธุรกิจ

หจก.ฯ ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อ วันที่ 29 กันยายน 2552 ด้วยทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาทโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- (1) ประกอบกิจการ ขายส่ง ขายปลีก อาวุธปืน เครื่องกระสุนและอุปกรณ์
- (2) ประกอบกิจการ ขายส่ง ขายปลีก อาวุธยุทธภัณฑ์ต่างๆ ทำการประมูลเพื่อขายสินค้าตามวัตถุประสงค์ให้แก่บุคคล คณะบุคคล นิติบุคคล ส่วนราชการและองค์การของรัฐทั้งในประเทศและนอกประเทศ
- (3) ประกอบกิจการ เข้าทำการประมูล นำเข้าและจัดจำหน่ายอาวุธปืน ยุทธภัณฑ์ ทางทหารทุกชนิด ให้แก่กระทรวงกลาโหม กองทัพบก กองทัพเรือ และกองทัพอากาศ
- (4.) ประกอบกิจการให้บริการซ่อมแซม บำรุงรักษา อาวุธปืนและอาวุธยุทธภัณฑ์ต่างๆ

หจก.ฯ มีสำนักงานอยู่ที่ 668 ถ.กรุงเกษม แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร มีทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท และได้เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 20 ล้านบาท ณ วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2554 โดยมี นางวาริรัตน์ แก้วเงิน เป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ

หจก.ฯ เป็นทั้งผู้นำเข้าและจำหน่ายอาวุธปืน อาทิเช่น บาเรตต้า เอสทีไอ ซีแซด โคลท์ เป็นต้น ซึ่งอาวุธปืนได้ผ่านการทดสอบและรับรองจากผู้ผลิต ก่อนนำเข้ามายังในประเทศไทย ทั้งนี้ขั้นตอนการนำเข้าอาวุธปืน จำเป็นต้องได้รับการอนุญาตจากกรมการปกครองก่อนที่จะมีการสั่งนำเข้ามายังในประเทศไทย

เราเป็นผู้นำเข้าอาวุธปืน เครื่องกระสุน อุปกรณ์ยุทธภัณฑ์ ให้แก่หน่วยงานราชการ อาทิเช่น ทหารบก, ทหารเรือ, ทหารอากาศ ตำรวจ ข้าราชการสังกัด กระทรวงมหาดไทย กรมสอบสวนคดีพิเศษ หน่วยงาน

2.2.1 แนะนำผลิตภัณฑ์สินค้าของ หจก. นครบาล กันส์ เซอร์วิส เซ็นเตอร์

ตัวอย่าง รายการยี่ห้อ รุ่น อาวุธปืนที่นำเข้า บางส่วน



อาวุธปืน ยี่ห้อบาเร็ตต้า รุ่น M9A1 compact จากประเทศสหรัฐอเมริกา ระบบกึ่งอัตโนมัติ แมกกาซีน บรรจุกระสุน 13 นัด ขนาด 9 มม. สีขาว ความยาวลำกล้อง 4 นิ้ว



อาวุธปืน ยี่ห้อ เอส ที ไอ รุ่น Gp6 จากประเทศสหรัฐอเมริกา ระบบกึ่งอัตโนมัติ แมกกาซีน บรรจุกระสุน 15 นัด ขนาด 9 มม. สีขาว ความยาวลำกล้อง 4 นิ้ว



อาวุธปืน ยี่ห้อ สมิท แอนด์ เวสสัน รุ่น M60 จากประเทศสหรัฐอเมริกา ระบบรีวอลโว่ บรรจุกระสุน 5 นัดขนาด .38 สีขาว ความยาวลำกล้อง 3 นิ้ว



อาวุธปืน ยี่ห้อ คิมเบอร์ จากประเทศสหรัฐอเมริกา ระบบกึ่งอัตโนมัติ แมกกาซีน บรรจุกระสุน 7 นัดขนาด 11 มม. สีขาว ความยาวลำกล้อง 3 นิ้ว



อาวุธปืน ยี่ห้อ รุกเกอร์ รุ่น LCP จากประเทศสหรัฐอเมริกา ระบบกึ่งอัตโนมัติ แมกกาซีน บรรจุกระสุน 6 นัด ขนาด .380 สีขาว ความยาวลำกล้อง 3 นิ้ว



อาวุธปืน ยี่ห้อ กล็อก จากประเทศสหรัฐอเมริกา ระบบกึ่งอัตโนมัติ แมกกาซีน บรรจุกระสุน 15 นัด ขนาด 9 มม. สีขาว ความยาวลำกล้อง 4 นิ้ว



อาวุธปืน ยี่ห้อ โคลท์ รุ่น Gold cup จากประเทศสหรัฐอเมริกา ระบบกึ่งอัตโนมัติ แมกกาซีน บรรจุกระสุน 7 นัด ขนาด 11 มม. สีขาว ความยาวลำกล้อง 5 นิ้ว

2.3 กระบวนการและขั้นตอนการสั่ง นำเข้าอาวุธปืน จนถึงขั้นตอนการจำหน่าย

2.3.1 ขั้นตอนการขออนุมัติโครงการ

- ประชาสัมพันธ์หารายชื่อผู้ต้องการอาวุธปืนสวัสดิการ ทำการลงชื่อส่งจองอาวุธปืน
- เสนอรายชื่อส่งจองอาวุธปืน ต่อกรมการปกครองเพื่อขออนุมัติโครงการฯ
- กรมการปกครองมีคำสั่งอนุมัติโครงการให้ หจก.ฯ เป็นตัวแทนสั่งนำเข้าอาวุธปืนโครงการ
- เขียนคำร้อง แบบ ป.1 ขอออกใบอนุญาต ป.2 (ใบอนุญาตสั่งนำเข้าอาวุธปืน) ต่อนายทะเบียนอาวุธปืนประจำท้องที่ เขียนตามรายการที่ต้องการสั่งอาวุธปืน
 - ทำหนังสือ MOU(บันทึกข้อตกลง) ระหว่าง กรมการปกครอง และผู้เข้าร่วมโครงการ โดยใช้แหล่งเงินเข้า-ออก ผ่านธนาคารในสัญญานั้นๆเพื่อความโปร่งใส
 - รอใบอนุญาต ป.2 (ใบอนุญาตสั่งนำเข้าอาวุธปืน) ออก
 - นำเอกสาร ใบอนุญาต ป.2 ไปสลักหลังขนขึ้นบกที่ศุลกากร

2.3.2 ขั้นตอนการสั่งอาวุธปืน

- เมื่อได้รับใบ ป.2 ที่ขอสลักหลังขนขึ้นบกกลับมา นำไปส่งแปลภาษาตามประเทศที่สั่งนำเข้า
- แปลเสร็จแล้วนำเอกสารแปลไปรับรองที่สถานกงสุลของประเทศที่สั่งนำเข้า
- สั่งอาวุธปืนกับตัวแทนจำหน่าย ให้เอกสารรับรองกงสุล แก่ตัวแทนสั่งอาวุธปืนนั้นๆ
- ตัวแทนส่งใบเสนอราคา ผู้จัดการและเจ้าหน้าที่รัฐผู้มีอำนาจ เช่นอนุมัติ
- ทำใบชั่วคราวการปืนที่สั่งนำเข้ามา พร้อมประชาสัมพันธ์สินค้า

2.3.3 ขั้นตอนการชำระเงินค่าสินค้า

- เมื่อสินค้าพร้อมส่ง ทางผู้ขายแจ้งให้ชำระค่าสินค้า
- ติดต่อธนาคารเปิดจดหมาย LC (Letter Of Credit) และรอส่งสินค้า

2.3.4 ขั้นตอนการนำเข้าประเทศ

- ทางผู้ขายแจ้งส่งของ แจ้งเลข AWB (Air Way Bill)
- แจ้งเลข AWB แก่ Shipping ตรวจสอบเวลาสินค้าเข้า
- นำใบอนุญาต ป.2 ให้แก่ Shipping นำไปผ่านพิธีการศุลกากร
- ชำระภาษีอากร นำสินค้าออกจากคลังสินค้าสายการบิน
- นำส่งไปยังกรมการปกครอง

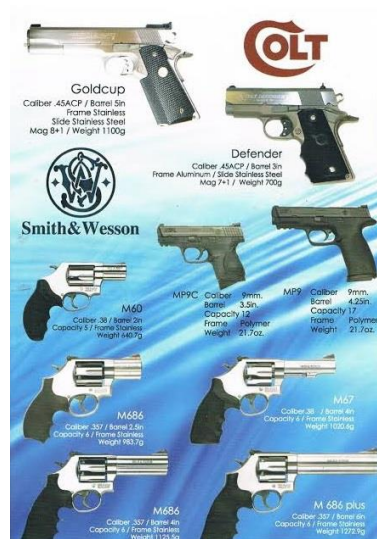
2.3.5 ขั้นตอนการทำเครื่องหมายอาวุธปืน

- เมื่ออาวุธปืนมาถึงกรมการปกครอง ทำการขอเลขเครื่องหมายอาวุธปืนตามซีรีย์ปืนที่มาจากต่างประเทศ

- จ้างพนักงานเพิ่ม ทำเครื่องหมายอาวุธปืน และเก็บปืนเข้าคลัง

2.3.6 ขั้นตอนการจำหน่ายอาวุธปืน

- ลูกค่านำใบ อนุญาต ป.3 (ใบอนุญาตขอซื้ออาวุธปืน)
- ตรวจสอบความถูกต้องของ ใบ ป.3
- สลักหลัง เขียนข้อมูลอาวุธปืนที่จะซื้อ ลอกเลขทะเบียนปืนติดหลังป.3
- ส่งตรวจอาวุธปืนกับเจ้าหน้าที่กรมการปกครอง ตรงตามทะเบียนที่ซื้อ
- ชำระเงิน
- ส่งตัดโอน ออกใบ ป.4 (ใบอนุญาตครอบครองอาวุธปืน)



โบว์โชว์ปืนที่จำหน่าย



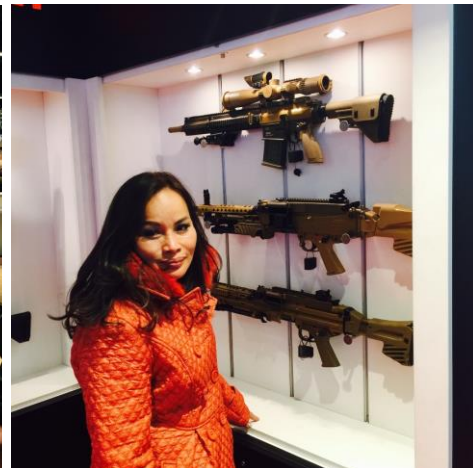
ชมอาวุธปืนรุ่นพิเศษ รุ่น 100ปี ของ บ. เอสทีไอ ภายในงาน IWA OUTDOOR CLASSICS



เยี่ยมชม ไม้สำหรับทำด้ามปืนยาว แบบ Custom



บรรยากาศในงานโชว์สินค้าอาวุธปืน IWA 2015



บรรยากาศในงานโชว์สินค้าอาวุธปืน IWA 2015

3. สรุปผลการศึกษา

การบริหารงานธุรกิจนำเข้าอาวูรป็นโครงการสวัสดิการเพื่อข้าราชการที่ผ่านมาผู้ศึกษาพบว่ามึรูปแบบในการบริหาร ดังนี้

1. การหาแหล่งเงินทุน สินค้าอาวูรป็นมีต้นทุนสูง ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก การหาแหล่งเงินทุนโดยการกู้ยืมธนาคารโดยตรงยาก ดังนั้น เราได้ทำสัญญา MOU ระหว่าง หจก.ฯ และกรมการปกครอง เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับธนาคารในการขอกู้ยืมเงินลงทุน

2. การชำระเงินสั่งนำเข้าอาวูรป็น สินค้ามีต้นทุนสูงและต้องชำระสินค้ามัดจำก่อนบางส่วน การส่งของจำนวนมากมีความเสี่ยงทั้งผู้ส่งและผู้รับ ผู้ขายก็ไม่มั่นใจว่าผู้รับจะชำระเงิน ผู้รับก็ไม่มั่นใจว่าผู้ส่งจะส่งสินค้า ดังนั้น จึงใช้ธนาคารเป็นตัวกลางโดยการชำระเงินแบบ LC (Letter Of Credit) ธนาคารจะชำระเงินให้ผู้ขายก็ต่อเมื่อสินค้ามาส่งครบตามจำนวนแล้ว

3. วิเคราะห์ตลาด หาข้อมูลอาวูรป็น สินค้าตัวไหนมีประสิทธิภาพและมีความต้องการในประเทศ เพื่อลดความหลากหลายในการสั่งนำเข้าอาวูรป็นให้น้อยลง เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการทั้งการสั่งนำเข้าและควบคุมราคาอาวูรป็น

4. สร้างประชาสัมพันธ์ การสร้างประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเฉพาะที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเจาะตลาดเชิงรุก ใ้รับรู้ถึงข้อมูลป็นโครงการก่อนที่ป็นโครงการจะเข้ามา เพื่อลดระยะเวลาการขายให้สั้นลง และเข้าให้ถึงผู้ที่มีสิทธิ์ซื้อให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการทำจดหมายเวียน ปากต่อปาก การเจาะกลุ่มสหกรณ์ หรือทางออนไลน์

5. การกำหนดราคาสินค้า เนื่องจากอาวูรป็นเป็นสินค้าที่มีราคาสูง แต่เมื่อสั่งนำเข้ามาในรูปแบบป็นโครงการฯแล้วทำให้ปริมาณการนำเข้าสูงขึ้นด้วย การกำหนดราคาจะต้องต่ำกว่าราคาท้องตลาดทั่วไปมากๆ เพื่อดึงดูดความน่าสนใจของผู้ซื้อ แต่ต้องไม่กระทบ ผลกำไร ของ หจก.ฯ

6. การรับมือปัจจัยแวดล้อมต่างๆที่ไม่อาจควบคุมได้ ซึ่งมีผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยิ่ง ปัจจัยที่หลีกเลี่ยงและควบคุมไม่ได้ คือปัจจัยทางการเมือง การเกิดเหตุรุนแรงภายในประเทศ เกิดการปฏิวัติภายในประเทศ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อการสั่งนำเข้าอาวูรป็นของบางประเทศ เช่น ออสเตรเลีย เยอรมัน หรือประเทศแถบยุโรป เมื่อเกิดเหตุแล้วจะไม่สามารถสั่งนำเข้าอาวูรป็น หรือขายอาวูรป็นได้เลย รัฐบาลจะขอความร่วมมือห้ามจำหน่ายอาวูรป็น และเครื่องกระสุน แนวทางเพื่อไม่ให้กระทบต่อธุรกิจ หลีกเลี่ยงการทำสัญญาสั่งสินค้ากับประเทศเหล่านั้นชั่วคราว เพื่อลดผลกระทบต่อธุรกิจ ไม่ต้องชำระเงินมัดจำค่าสินค้า

7. การวางแผนนำเข้าอาวูรป็น ผ่านด่านพิธีการศุลกากร การนำเข้าอาวูรป็นไม่เหมือนสินค้าทั่วไป อาวูรป็นเป็นสินค้าที่ต้องควบคุมต้องมีการควบคุมตามใบอนุญาตสั่งนำเข้า(ใบ ป. 2) และต้องทำประกันภัยจากประเทศต้นทาง เพราะต้องมีการขนส่งทางเครื่องบิน และก็ต้องประเมินค่าใช้จ่ายการออกสินค้าผ่านพิธีการศุลกากรให้รวดเร็วที่สุด เนื่องจากตัวสินค้ามีจำนวนมาก จะทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายค่าคลังของสายการบิน ค่าจัดเก็บสินค้าราคาสูง

8. การจัดการอาวุธปืนจำนวนมาก เนื่องจากกรมการปกครองได้ทำสัญญาในการจัดเก็บอาวุธปืน ต้องเก็บที่กรมการปกครอง หจก.๓ หรือร้านค้าไม่สามารถนำไปจัดเก็บดูแลเองได้ แต่ด้วยจำนวนปืนที่มาก ทางกรมการปกครองก็ไม่มีพื้นที่เพียงพอในการจัดเก็บ ทางหจก.๓ จึงเสนอแนะให้จัดเก็บในหน่วยงานรัฐด้วยกันเพื่อความปลอดภัย โดยเสนอให้จัดเก็บกับหน่วยงานสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

9. การสร้างความคุ้นเคยและฝึกอบรมความปลอดภัยอาวุธปืนให้กับพนักงาน เจ้าหน้าที่ร้านส่วนมากไม่คุ้นเคยกับอาวุธปืน หรือไม่เคยสัมผัสปืนมาก่อน ทาง หจก.๓ ได้ให้เจ้าหน้าที่ร้านไปทดสอบยิงอาวุธปืน ที่เข้ามาใหม่ทุกชนิด เพื่อสร้างความคุ้นเคย และสามารถอธิบายถึงประสิทธิภาพได้อย่างดี เจ้าหน้าที่ร้านต้องฝึกอบรมเรื่องความปลอดภัยในการใช้อาวุธปืนเพราะถ้าพลาดมาจะมีอันตรายถึงชีวิตได้

**MODEL OF THE BUSINESS ADMINISTRATION ELECTRICAL INSTALLATION
IN INDUSTRY OF SAHAPHONNARAI (THAILAND) COMPANY LIMITED**

รูปแบบของการบริหารธุรกิจติดตั้งระบบไฟฟ้าในอุตสาหกรรมของ
บริษัท สหพรนารายณ์ (ประเทศไทย) จำกัด

DR. SIRIPHONG JENVITTAYAKAMKUN

ดร.ศิริพงษ์ เจนวิทยาการกุล

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Degree of Doctor of Philosophy in Business Administration
At Bodhisastra University, Florida State , USA
Academic Year 2020

Abstract

A Dissertating works to present the management of electric power system installation business in the industry.of Sahaphonnarai (Thailand) Company Limited. In all forms that affect the satisfaction of industrial users in the service area of the company, it is found that the factors of price and personnel, process and physical characteristics have an effect. Per customer satisfaction level All forms of success mentioned above have an overall effect on industrial users of electricity. The company therefore develops plans and strategies with regard to factors in pricing of equipment and services. To be suitable Including training personnel to be proficient Enthusiastic And have a love of service in order to increase user satisfaction and create good image for the organization The success of business administration and electrical system installation in the industry Of Sahaphon Narai (Thailand) Company Limited Succeeded due to 1.) Suggest the type of electrical system use 2.) Use standard equipment 3.) Check electrical systems 4.) Supplementary equipment to save energy 5.) Prevent loss in the system 6.) Prevent natural disasters 7.) Create vocational prevention 8.) Strengthen work, add technology helpers

Key words: Check for quality industrial electrical protection

บทคัดย่อ

งานดัชนีนิพนธ์วิจัยเล่มนี้เพื่อนำเสนอการบริหารงานธุรกิจติดตั้งระบบไฟฟ้าในอุตสาหกรรมของบริษัทสหพรนารายณ์(ประเทศไทย)จำกัดอย่างมีคุณภาพ ทุกรูปแบบที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทอุตสาหกรรมในพื้นที่การให้บริการของบริษัทพบว่าปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านบุคลากรกระบวนการและลักษณะทางกายภาพมีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้า ทุกรูปแบบของความสำเร็จข้างต้นมีผลโดยรวมของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทอุตสาหกรรมบริษัทจึงมีการพัฒนาแผนและกลยุทธ์โดยคำนึงถึงปัจจัยทางด้านการตั้งราคาอุปกรณ์และการให้บริการให้มีความเหมาะสม รวมไปถึงอบรมบุคลากรให้มีความชำนาญ มีความกระตือรือร้น และมีใจรักในการให้บริการเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ความสำเร็จของการบริหารธุรกิจติดตั้งระบบไฟฟ้าในอุตสาหกรรม ของบริษัทสหพรนารายณ์(ประเทศไทย)จำกัด ประสบความสำเร็จได้เนื่องจาก 1.)แนะนำประเภทการใช้ระบบไฟฟ้า 2.)ใช้อุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน 3.)ตรวจสอบระบบไฟฟ้า 4.) เสริมอุปกรณ์ช่วยประหยัดพลังงาน 5.) ป้องกันการสูญเสียในระบบ 6.) ป้องกันภัยธรรมชาติ 7.)สร้างอาชีพะเชิงป้องกัน 8.) เสริมสร้างงานเพิ่มตัวช่วยเทคโนโลยี

คำสำคัญ : ตรวจสอบ ป้องกัน ไฟฟ้าอุตสาหกรรมอย่างมีคุณภาพ

1. ความเป็นมา ความสำคัญของเรื่อง และวิธีการศึกษา

1.1 ความเป็นมา สถานการณ์ทั่วไป

บริษัท สหพรนารายณ์(ประเทศไทย)จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการครั้งแรกเมื่อวันที่ 4 มีนาคม พ.ศ.2559 โดยการแยกตัวออกจาก บริษัท เอ็น จี อาร์ เอ็นจีเนียร์นิง จำกัดบริษัทแม่ เพื่อขยายธุรกิจประโยชน์ด้านการตลาดแบ่งกลุ่มตลาด แรงงานและการทำบัญชีออกชัดเจนตามหลักการกระจายความเสี่ยงและการวัดประสิทธิผล

บริษัทสหพรนารายณ์(ประเทศไทย)จำกัด เป็นบริษัทติดตั้งระบบไฟฟ้ากำลังในอุตสาหกรรม ธุรกิจหลักขององค์กรคือ

1. ดำเนินธุรกิจระบบไฟฟ้าอุตสาหกรรม
2. ให้บริการความปลอดภัยระบบสายดิน สายล่อฟ้า
3. พัฒนาตรวจสอบและบำรุงระบบไฟฟ้าด้านอุตสาหกรรม

1.2 สถานการณ์ในประเทศ

การเติบโตของอุตสาหกรรมในเมืองได้ขยายตัวออกสู่เขตชานเมืองมากขึ้น ทำให้ธุรกิจติดตั้งระบบไฟฟ้ากำลังในอุตสาหกรรมเติบโตได้มากขึ้น สิ่งที่บริษัทสหพรนารายณ์(ประเทศไทย)จำกัด มองเห็นธุรกิจนี้มีทิศทางที่นับ

จะโตขึ้นไม่สนกับกระแสเทคโนโลยี เป็นเรื่องดีที่เทคโนโลยีพัฒนาขึ้นเท่าไรธุรกิจติดตั้งระบบไฟฟ้ากำลังสามารถทำงานได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น ในอนาคตคาดว่า การเติบโตของธุรกิจนี้จะสูงมากยิ่งขึ้น

ปริมาณความต้องการการใช้ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นนี้ส่งผลโดยตรงกับแนวทางการดำเนินงานของบริษัทสหพร นารายณ์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อตอบสนองความต้องการใช้ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนการเพิ่มความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคเพื่อให้สอดคล้องตามภารกิจหลักขององค์กร ดังนั้น

บริษัทจึงวางแผนพัฒนาระบบการบริการและมีการจัดทำโครงการต่างๆ เช่น ในด้านการให้บริการ มีการเพิ่มทีมงานให้บริการงานเร่งด่วนมากขึ้น

1.3 ความสนใจที่ทำธุรกิจติดตั้งระบบไฟฟ้ากำลังในอุตสาหกรรม

โดยส่วนตัวของผู้ทำวิจัยก็มีความสนใจด้านงานไฟฟ้ากำลังเป็นทุนเดิม ได้ศึกษาจนจบวิชาการประกอบอาชีพขั้นสูงด้านไฟฟ้ากำลังและด้านเทคโนโลยีอุตสาหกรรมโดยตรง ปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางไฟฟ้ามีมาก ถือได้ว่าเป็นการพัฒนาทางเทคโนโลยีเกี่ยวกับงานไฟฟ้า มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ ที่อำนวยความสะดวกให้กับ มนุษย์ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า โทรทัศน์ ตู้เย็น พัดลม และแสงไฟที่ให้ความสว่าง ระบบเครื่องจักรกลในโรงงานอุตสาหกรรม และระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้า ไฟฟ้าซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างพื้นฐานที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทุกประเภท สร้างผลผลิต ช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมอย่างต่อเนื่อง ปริมาณความต้องการการใช้ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นนี้ส่งผลโดยตรงกับแนวทางการดำเนินงานของบริษัทเพื่อตอบสนองความต้องการใช้ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นนักศึกษาจึงมีความสนใจงานทางด้านนี้มาก ช่องทางนี้เป็นอาชีพที่มีความก้าวหน้าและมั่นคง สามารถที่ใช้ประกอบอาชีพเลี้ยงครอบครัวและผู้ร่วมงานได้อย่างมั่นคง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 บริบทขององค์กร

ข้อมูลทางบริษัท สหพรนารายณ์(ประเทศไทย)จำกัด ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2559 ทะเบียนนิติบุคคลเลขที่ 0105559039003 บริษัทประกอบธุรกิจด้านรับเหมาติดตั้งระบบไฟฟ้ากำลังในโรงงานอุตสาหกรรม งานหลักบริการติดตั้งระบบไฟฟ้าอุตสาหกรรมครบวงจร รวมถึงบริการด้านติดตั้งระบบสายดิน สายล่อฟ้า ตรวจสอบและบำรุงระบบไฟฟ้า โดยยึดหลักความปลอดภัยจาก (วสท.) เพื่อให้งานมีคุณภาพมาตรฐานรับรองและมีทีมงาน วิศวกรและหัวหน้าช่างคอยดูแลงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งมอบผลงานที่ดีและมีประสิทธิภาพต่อลูกค้าของบริษัท เราเติบโตไปพร้อมกับการขยายธุรกิจของลูกค้า เราได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าโดยเสมอมา อันแสดงถึงความเชื่อมั่นในความรับผิดชอบต่องานระบบไฟฟ้าที่ได้รับมอบหมายบริษัทพึงตระหนักถึงความไว้วางใจบริษัท สหพรนารายณ์ (ประเทศไทย) จำกัดได้ตั้งนโยบายการประกอบธุรกิจเป็นแนวทางมีดังนี้

1. รับผิดชอบงานที่ติดตั้งต่อลูกค้า
2. ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่มีต่อลูกค้าอย่างเคร่งครัด
3. ให้บริการเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ
4. ให้คำแนะนำแก่ลูกค้าในการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด

สถานที่ตั้ง : บริษัท สหพรรณารายณ์(ประเทศไทย)จำกัด 109/352 ซ.บางกระดี่ 25 แขวง แสมดำ เขต บางขุนเทียน กทม. 10150



เครื่องหมายการค้าของบริษัท

2.2 การเริ่มต้นและประเภทธุรกิจ

พลังงานไฟฟ้าถือเป็นโครงการที่มาแรงที่สุดในขณะนี้ ไม่เพียงแต่ในประเทศไทยเท่านั้น แต่เป็นกระแสของโลกซึ่งเกิดจากหลากหลายปัจจัย โดยปัจจุบันนี้มีผู้ที่มีความรู้ทางด้านไฟฟ้าจำนวนไม่น้อย ที่นำทักษะที่ตนเองมี มาประกอบอาชีพ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างไร้ขีดจำกัด บริษัทเล็งเห็นช่องทางงานไฟฟ้าเป็นงานเฉพาะทาง จำเป็นต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนทักษะและประสบการณ์ เพื่อนำมาปฏิบัติงาน บริษัทมีบุคลากรความพร้อมที่จะรับงานติดตั้งระบบไฟฟ้าในอุตสาหกรรม ซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้า นอกจากนี้ก็ยังมีความรู้พื้นฐาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับวงจรและระบบไฟฟ้าเป็นอย่างดีด้วย ความน่าสนใจอีกอย่างหนึ่งของบริษัท งานไฟฟ้ายังสามารถเลือกปฏิบัติงานเพียงคนเดียวได้ ทำให้เป็นอาชีพที่มีความสะดวก คล่องตัวเป็นอย่างยิ่ง โดยส่วนใหญ่แล้วบริษัทรับติดตั้งไฟฟ้าจะเปิดธุรกิจเป็นของตัวเอง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในการบริการ

ปัจจุบันนี้ โรงงานอุตสาหกรรมรวมถึงมนุษย์ทุกคนต่างใช้พลังงานไฟฟ้ากันแทบทุกครัวเรือน ต้องการไฟฟ้าในการทำงาน ประกอบธุรกิจ , ต้องการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์ ดังนั้นอาชีพงานติดตั้งไฟฟ้าจึงเป็นอีกหนึ่ง

อาชีพที่มีความสำคัญ เป็นอย่างยิ่ง ตลอดจนมีความสนใจหลากหลายแง่มุมที่ทำให้หลายๆคนต่างมุ่งมั่นในการเรียน เพื่อมาประกอบอาชีพนี้โรงงานอุตสาหกรรมแต่ละประเภทจะมีการออกแบบระบบไฟฟ้าแตกต่างกันไป แม้แต่โรงงานประเภทเดียวกันก็ไม่จำเป็นที่จะต้องมีการระบบไฟฟ้าเหมือนกัน ด้วยเหตุนี้จึงเป็นช่องทางหนึ่งที่บริษัท สหพรนารายณ์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้เข้ามาดำเนินธุรกิจการติดตั้งระบบไฟฟ้ากำลังในอุตสาหกรรม

2.3 ขั้นตอน / กระบวนการดำเนินงาน

ขอข่ายการบริการงานของบริษัท สหพรนารายณ์(ประเทศไทย)จำกัด

1. บริการติดตั้งระบบไฟฟ้าในอุตสาหกรรม
2. ติดตั้งระบบสายดิน สายล่อฟ้า
3. ตรวจสอบและบำรุงระบบไฟฟ้า

2.3.1 ขั้นตอนการติดตั้งระบบไฟฟ้าในอุตสาหกรรม

บริษัทมีบุคลากรที่ชำนาญเกี่ยวกับการติดตั้ง ระบบไฟฟ้ากำลังในโรงงานอุตสาหกรรม

ขั้นตอนที่ 1. แนะนำการขอใช้ไฟฟ้าโดยทั่วไปโรงงานอุตสาหกรรมใช้ ระบบไฟ 3 เฟส 4 สาย 380/220 V เป็นระบบที่จ่ายแรงดัน 220 V ให้กับโหลดแสงสว่าง และ อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ใช้ตามอาคารบ้านพักอาศัย และจ่ายแรงดัน 380 V ให้กับมอเตอร์ 3 เฟส หรืออุปกรณ์ไฟฟ้าที่ต้องการแรงดัน 380 V ระบบนี้มีแรงดันระหว่างสายไฟ L1, L2 , L3 380 V. และมีแรงดันระหว่างสายไฟกับสายนิวทรัล 220V.ระบบแรงดันไฟฟ้าแบบ 3 เฟส 4 สาย คือ การจ่ายแรงดันไฟฟ้าขนาดพิกัด 380 - 400 โวลท์ ระบบนี้เหมาะสำหรับบ้านพักอาศัยขนาดใหญ่ หรือพวกโรงงานอุตสาหกรรม

ขั้นตอนที่ 2. ออกแบบ-เขียนแบบ คำนวณการใช้กำลังไฟฟ้าแสงสว่างและเครื่องจักรอุตสาหกรรมใช้กำลังไฟฟ้าเท่าไรเพื่อหาขนาดสายไฟ

ขั้นตอนที่ 3. การติดตั้งสายเมนมี 2 วิธี ติดตั้งโดยการร้อยท่อ เดินในรางไฟ เพื่อติดตั้งวางระบบสายไฟฟ้า

ขั้นตอนที่ 4.การติดตั้งตู้เมนใช้ขนาดที่เหมาะสมกับขนาดของหม้อแปลง

บางอุตสาหกรรมการใช้ไฟฟ้ามีลักษณะกระชากเป็นช่วง ๆ เช่น อุตสาหกรรมเหล็ก โรงโม่หิน โรงงานเชื่อมเหล็ก การออกแบบระบบไฟฟ้าต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อระบบไฟฟ้าต้นทาง และผู้ใช้ไฟใกล้ ๆแนะนำให้ผู้ประกอบการติดตั้งระบบคาปาซิเตอร์

ประโยชน์การติดตั้ง คาปาซิเตอร์

1. ลดค่า Power factor ที่การไฟฟ้าจะเรียกเก็บรายเดือน (ในกรณีที่ค่า Power factor ของโรงงาน ต่ำกว่า 0.85 ซึ่งการไฟฟ้ากำหนด)
2. ช่วยลดค่าไฟฟ้าโดยรวมในการผลิต
3. ช่วยลดค่าการสูญเสียที่หม้อแปลง

4. ช่วยลดกระแสในระบบไฟฟ้าของโรงงาน
5. ช่วยลดแรงดันตกในสายทำให้ระบบมีกำลังสำรองเพิ่มขึ้น
6. ช่วยลดขนาดแอมป์ของอุปกรณ์ที่จะมาใช้ในระบบไฟฟ้าให้เล็กลง

ระบบไฟฟ้าของโรงงานจะต้องออกแบบให้เป็นต้นกำลังที่เหมาะสมและปลอดภัยเพียงพอกับอุปกรณ์ไฟฟ้าที่จะต้องใช้ในโรงงาน ซึ่งการวางระบบที่เหมาะสมจะสามารถเลือกใช้อุปกรณ์ไฟฟ้า ได้หลากหลายสนองความต้องการในกระบวนการผลิตของโรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3.2 ติดตั้งระบบสายดิน

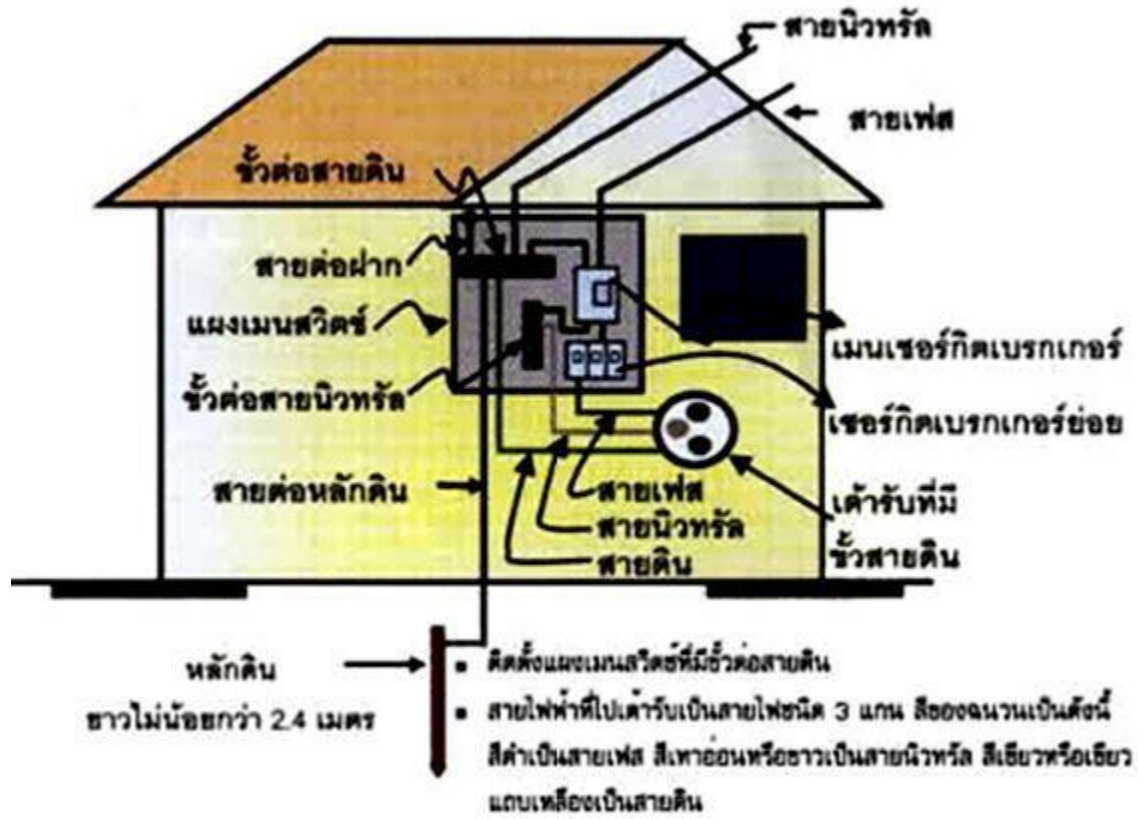
สายดินคือ สายไฟเส้นที่มีไว้เพื่อความปลอดภัยต่อการใช้ไฟฟ้าโดยจะต่อเข้ากับวัตถุหรือส่วนโครงภายนอกของเครื่องไฟฟ้าเพื่อให้มีศักย์ไฟฟ้าเป็นศูนย์หรือเท่ากับพื้นดิน กระแสไฟฟ้ารั่วจากเครื่องใช้ไฟฟ้าจะไหลลงดินทางสายดินโดยไม่ผ่านร่างกายผู้สัมผัสเครื่องใช้ไฟฟ้านั้น อุปกรณ์ป้องกันไฟฟ้าช็อตและไฟฟ้ารั่วจะตัดกระแสไฟฟ้าออกทันที สายสีเขียวหรือสีเขียวสลับเหลืองการต่อสายดินที่ถูกต้อง จะต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่การไฟฟ้านครหลวงกำหนดโดยมีการต่อลงดินเพียงตำแหน่งเดียวที่ตู้เมนสวิตช์ เช่น ใช้สายทองแดงขนาดไม่ต่ำกว่า 10 ตารางมิลลิเมตร ต่อจากขั้ว สายดินที่ตู้เมนสวิตช์แล้วต่อเชื่อมด้วยวิธีหลอมละลายกับแท่งทองแดงขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 16 มิลลิเมตร ยาว 2.40 เมตรที่ฝังลึกจมลงไปใต้ดิน วัตต์ค่าไม่เกิน 5 โอเม

ขั้นตอนการติดตั้งระบบสายดินมีดังนี้

1. จุดต่อลงดินของระบบต้องอยู่ด้านไฟเข้าของเครื่องตัดวงจรตัวแรกของตู้เมนสวิตช์
2. ภายในอาคารหลังเดียวกันไม่ควรจะมีจุดต่อลงดินมากกว่า 1 จุด
3. สายดินและสายศูนย์สามารถต่อรวมกันได้เพียงแห่งเดียว ที่จุดต่อลงดินภายในตู้เมนสวิตช์ ห้ามต่อรวมกันในที่อื่น ๆ อีก เช่น ในแผงสวิตช์ย่อยจะต้องมีขั้วสายดินแยกจากขั้วต่อสายศูนย์และห้ามต่อถึงกัน โดยมีฉนวนคั่นระหว่างขั้วต่อสายศูนย์กับขั้วต่อ ซึ่งต่อกับขั้วต่อสายดิน
4. ตู้เมนสวิตช์สำหรับห้องชุดของอาคารชุดและตู้แผงสวิตช์ประจำชั้นของอาคารสูงให้ถือว่าเป็นแผงสวิตช์ย่อย จึงห้ามต่อสายศูนย์และสายดินร่วมกัน
5. ไม่ควรต่อโครงโลหะของเครื่องใช้ไฟฟ้าลงดินโดยตรง แต่ถ้าได้ดำเนินการไปแล้วให้แก้ไขโดยมีการต่อลงดินที่เมนสวิตช์อย่างถูกต้อง แล้วเดินสายดินจากเมนสวิตช์มาต่อร่วมกับสายดินที่ใช้อยู่เดิม

ประกาศบังคับให้ผู้ใช้ไฟ ติดตั้งระบบสายดิน ตั้งแต่ 1 ต.ค.2546 ดังนี้ :

1. สำหรับผู้ใช้ไฟรายใหญ่ใหม่ทุกราย ทุกประเภท ต้องมีระบบสายดินและมีการต่อลงดินตามมาตรฐาน ยกเว้นผู้ใช้ไฟประเภทที่อยู่อาศัยที่อยู่นอกเขตเทศบาล หรือ ผู้ใช้ไฟในเขตชนบท ซึ่งติดตั้งมิเตอร์ขนาดไม่เกิน 5(15) แอมป์ จะมีระบบสายดินหรือไม่ก็ได้
2. สำหรับผู้ใช้ไฟรายเดิมที่มีการขอเพิ่มขนาดมิเตอร์ ให้ทำการต่อลงดินที่แผงเมนสวิตช์ (อุปกรณ์ประธาน) เท่านั้น ไม่ต้องทำระบบสายดินใหม่ก็ได้



แบบการติดตั้งระบบสายดิน

การติดตั้งสายล่อฟ้า



สายฟ้าผ่า

ฟ้าผ่าเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติอย่างหนึ่ง ซึ่งจะผ่าที่ไหนเมื่อไหร่ไม่มีใครสามารถล่วงหน้าได้เลย เมื่อเกิดฟ้าผ่ามักจะเกิดความเสียหายแก่สิ่งที่ถูกผ่า ป้องกันอันตรายจากฟ้าผ่านั้นสามารถทำได้ หากมีระบบสายล่อฟ้าที่ดีเพื่อล่อให้ฟ้าผ่าลงบนสายล่อฟ้าที่จัดทำไว้ หากมีฟ้าผ่าเกิดขึ้นในบริเวณนั้นกระแสจํานวนมากจากฟ้าผ่าที่เกิดจากการคายประจุจากก้อนเมฆจึงวิ่งลงสู่พื้นโลกได้สะดวก และรวดเร็วไม่เกิดความเสียหาย บริษัทใช้อุปกรณ์ล่อฟ้ายี่ห้อ LPI ติดตั้งกับลูกค้าของบริษัท

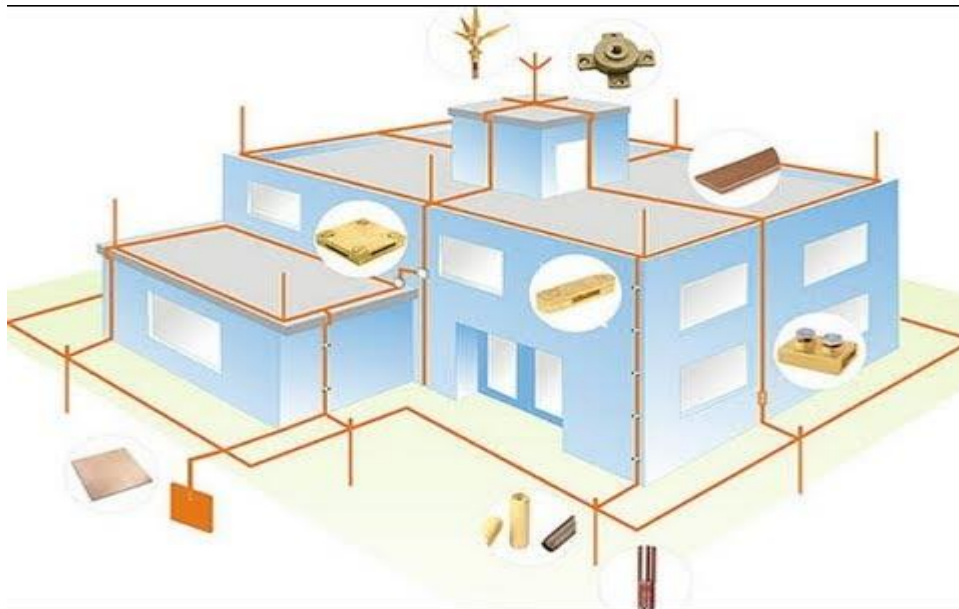


ระบบป้องกันฟ้าผ่า (สายล่อฟ้า) LPI สามารถป้องกันอันตรายที่เกิดจากฟ้าผ่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงหลักสำคัญ ทั้ง 4 คือ

1. สามารถตรวจจับประจุฟ้าผ่าให้ลงมายังจุดที่กำหนด
2. สามารถนำประจุฟ้าผ่าลงดินได้อย่างปลอดภัย
3. ระบบกราวด์ต้องกระจายประจุฟ้าผ่าได้อย่างรวดเร็ว
4. สามารถป้องกันการเหนี่ยวนำของกระแสฟ้าผ่าที่จะทำให้เกิดอันตรายต่อบุคคล, วัตถุ และอุปกรณ์

ไฟฟ้าที่อยู่ข้างเคียงได้ ระบบป้องกันฟ้าผ่า (สายล่อฟ้า) LPI เป็นไปตามมาตรฐานต่างๆ เช่น NFC17-102, IEC 62305 ได้รับการทดสอบ ตามมาตรฐานต่างๆ ภายหลังจากติดตั้ง "สายล่อฟ้า" สามารถตรวจเช็คการทำงานของอุปกรณ์ได้จาก LPI เช่นเดียวกัน

วิธีติดตั้งสายล่อฟ้า



หลักล่อฟ้า อาจจะเป็นเสาโลหะหรือสายตัวนำซึ่งยึดไว้บนยอดสูงสุดของสิ่งก่อสร้าง หรือบริเวณที่ต้องการป้องกัน หลักล่อฟ้านี้นิยมใช้แบบปลายแหลม เพื่อให้ความเข้มของสนามไฟฟ้า ที่จุดนั้นมีค่าสูงกว่าบริเวณที่อยู่ใกล้เคียง หลักล่อฟ้านี้มีหน้าที่ล่อให้ฟ้าผ่าลง หลักล่อฟ้ามีรูปร่างต่าง ๆ ดังรูป หลักล่อฟ้า



จะติดตั้งหลักล่อฟ้าจำนวนกี่หลักในแต่ละอาคาร ตามมาตรฐานจะกำหนดว่าหลักล่อฟ้าหนึ่งต้นจะมีรัศมีป้องกันเป็นทรงกรวยเท่ากับ 45 องศา ทำมุมกับแกนของหลักล่อฟ้า



หลักล่อฟ้าเพียงจุดเดียว ถ้าหลักล่อฟ้านั้นมีความสูงมากพอที่จะมีรัศมีคุ้มครองอาคารนั้นได้ทั้งหมด สำหรับระยะห่างของหลักล่อฟ้านั้นขึ้นอยู่กับความสูงของหลักล่อฟ้า เนื่องจากการออกแบบทางสถาปนิกไม่นิยมให้เห็นหลักล่อฟ้าจึงมักใช้หลักล่อฟ้าที่มีความสูงเพียง 30-60 เซนติเมตร จึงต้องใช้หลักล่อฟ้าจำนวนมาก ดังนั้นระยะห่างของหลักล่อฟ้า นั้นไม่ควรห่างกันเกิน 8 เมตร เพราะช่วงเสาของตึกจะอยู่ประมาณ 4 เมตร ใช้ระยะห่างของช่วงเสาสองช่อง 8 เมตร ก็จะทำให้คุ้มครอบได้หมดและสวยงาม

การติดตั้งล่อฟ้าตามแนวราบ ในบางครั้งสถาปนิกไม่ต้องการให้มีหลักล่อฟ้าปรากฏให้เห็นบนตัวอาคารเลย เพราะจะทำให้ตึกหมดความสวยงาม ดังนั้นหลักล่อฟ้าอาจเปลี่ยนเป็น แบบสายตัวนำ วางตามแนวราบได้ โดยระยะห่างของสายล่อฟ้าตามแนวราบไม่ควรเกิน 10 เมตร



ขนาดของหลักล่อฟ้าหรือสายล่อฟ้า

- ทองแดง, อะลูมิเนียม, ทองเหลือง, เหล็กกล้าไนซ์ 50 ตารางมิลลิเมตร
- ทองแดงเส้นแบน, เหล็กอาบสังกะสี 20x2.5 ตารางมิลลิเมตร
- อะลูมิเนียมแบน 20x4.0 ตารางมิลลิเมตร

สายตัวนำลงดิน ปกติแล้วสายตัวนำลงดินที่ใช้จะใช้ลวดทองแดงตีเกลียวที่มีขนาดใหญ่พอที่จะนำประจุไฟฟ้าลงดินได้อย่างรวดเร็ว สายตัวนำลงดินนี้จะต่อกับหลักล่อฟ้าหรือสายล่อฟ้าและมีจำนวนสายตัวนำลงดินมากพอ สำหรับจำนวนสายตัวนำลงดิน ส่วนขนาดของสายตัวนำลงดินมักจะใช้สายไฟที่เป็นสายทองแดงเปลือยตีเกลียวขนาดพื้นที่หน้าตัดโตกว่า 50 ตารางมิลลิเมตร การติดตั้งสายตัวนำลงดินสามารถติดตั้งได้ 3 แบบคือ

- ร้อยท่อเดินภายในเสาโครงสร้าง
- ร้อยท่อเดินตามด้านนอกของตัวอาคาร
- ใช้โครงสร้างเป็นตัวนำลงดิน



สายนำลงดิน

การติดตั้งสายตัวนำลงดินโดยร้อยท่อเดินภายในเสาโครงสร้างวิธีนี้มีข้อดีคือ สวยงามแต่มีข้อเสียในการตรวจสอบและขณะก่อสร้างจะต้องมีการควบคุมกันอย่างใกล้ชิด การติดตั้งสายตัวนำลงดินโดยเดินร้อยท่อตามด้านนอกของอาคาร วิธีการนี้มีข้อดีคือติดตั้งและทำการซ่อมได้สะดวก แต่มีข้อเสียคือทำให้อาคารไม่ค่อยสวยงาม การติดตั้งสายตัวนำลงดินนี้ก่อนร้อยท่อจะต้องหาจาระบีบนสายทองแดงเปลือยก่อนเพื่อป้องกันการเกิดออกไซด์ ถ้าไม่ร้อยท่อติดตั้งเปลือยก็ทำได้แต่สายไฟเปลือยเมื่อใช้ไปนานจะเกิดออกไซด์ ซึ่งจะทำให้เกิดความยุ่งยากต่อการซ่อมบำรุงภายหลัง



หลักสายดิน

หลักสายดิน (Earth electrode) หลักสายดินเราอาจใช้แท่งโลหะหรือแผ่นโลหะที่ไม่ผุกร่อนง่าย เช่น ทองแดง เหล็กกล้าวาล์นซ์ ฝังลึกลงไปจนถึงชั้นของดินที่มีความชื้นเพื่อให้มีการจ่ายประจุลงดินได้อย่างรวดเร็ว จำนวนหลักของสายดินจะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับค่าความต้านทานทางไฟฟ้าของระบบ กรณีที่ต้องการมากกว่า 1 ต้น ระยะห่างระหว่างต้นไม่ควรเกินกว่า 1.80 เมตร เพื่อป้องกันการเกิดสเตปโวลต์เตจ (Step voltage) ซึ่งเป็นอันตรายต่อบุคคลที่เดินอยู่ใกล้หลักสายดิน หลักสายดินนี้จะต้องตั้งให้ห่างจากระบบกราวด์จริงของตัวตึก ไม่เช่นนั้นเมื่อเกิดฟ้าผ่าจะทำให้เกิดมีแรงดันเพิ่มขึ้นแก่ระบบไฟฟ้าตามปกติ

การตรวจสอบระบบไฟฟ้า

การตรวจสอบความปลอดภัยระบบไฟฟ้าของ บริษัท สหพรนารายณ์(ประเทศไทย)จำกัด เป็นบริการที่มีขึ้นมาเพื่อให้ ลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรม สามารถใช้งานระบบไฟฟ้าในโรงงานได้อย่างมั่นใจและมีความปลอดภัยสูง โดยการตรวจวัดค่าต่างๆทางไฟฟ้าได้ใช้เครื่องมือวัดเฉพาะด้านที่มีความเชื่อถือในทางอุตสาหกรรม เช่น เครื่องมือวัดความต้านทานดิน เครื่องมือวัดความเป็นฉนวนอุปกรณ์ตรวจวัดหาค่าความร้อน และนำผลของการตรวจวัดมาเสนอลูกค้าเป็นรายงาน โดยมีข้อปรับปรุงเสนอแนะตามกรณีต่างๆ โดยแผนกวิศวกรรมที่มีประสบการณ์ของบริษัท วัตถุประสงค์

- เพื่อความปลอดภัยต่อชีวิต และ ทรัพย์สิน
- เพื่อสร้างความมั่นใจในระบบไฟฟ้า ที่มีความปลอดภัยพร้อมใช้งานอยู่เสมอ
- เพื่อแจ้งข้อบกพร่องเป็นรูปเล่ม ให้ทางลูกค้าทราบ เพื่อเป็นแนวทางการแก้ไขต่อไป
- มีหนังสือรับรองความปลอดภัยระบบไฟฟ้าจากวิศวกรออกให้เพื่อยืนยันให้หน่วยงานต่างๆ



ตรวจสอบอุปกรณ์

สาเหตุหลักการเกิดปัญหาของ ระบบไฟฟ้าในโรงงาน

- เกิดจากตัวผู้ใช้ที่ขาดความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับระบบไฟฟ้า และขาดความเอาใจใส่ในการดูแลระบบไฟฟ้า
- เกิดจากการประสานงานที่ผิดพลาด
- การติดตั้งที่ไม่ได้มาตรฐาน การไม่ทำแปลนระบบไฟฟ้าหลังการติดตั้ง หรือหลังการติดตั้งเพิ่มเติม
- การใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน

การป้องกันเพื่อลดการเกิดปัญหาเกี่ยวกับระบบไฟฟ้า

- ผู้ใช้งานหรือผู้ดูแลระบบไฟฟ้า ควรศึกษา ทำความเข้าใจ หาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับระบบไฟฟ้า
- จัดอบรมเพื่อให้ ผู้ใช้ ผู้ดูแล เข้าใจถึงระบบไฟฟ้า
- ตรวจสอบมาตรฐาน วัสดุ อุปกรณ์ ก่อนนำมาติดตั้ง
- อัปเดตแปลนทุกครั้งหลังมีการ เปลี่ยนแปลงติดตั้งเพิ่มเติมระบบไฟฟ้า

ความสำคัญของการตรวจวัดคุณภาพกำลังไฟฟ้า เป็นเครื่องมือหรือเป็นกุญแจสำคัญในการเฝ้าระวังดูแลคุณภาพและประสิทธิภาพภายในระบบไฟฟ้า ซึ่งเป็นการสำรวจ ตรวจวัด คัดกรอง วิเคราะห์และประเมินสถานะต่าง ๆ ในระบบไฟฟ้า เพื่อค้นหา แบ่งแยกกลุ่มของปัญหาออกเป็น กลุ่มที่เป็นปกติ กลุ่มที่มีความเสี่ยงจะเกิดปัญหาต่อระบบ หรือกลุ่มที่สร้างปัญหาต่อระบบไฟฟ้า จนเกิดผลกระทบต่อกระบวนการทำงานภายใน อีกทั้งยังสามารถสร้าง

แนวทางจากผลการตรวจวัดคุณภาพกำลังไฟฟ้าเพื่อหาสาเหตุและวิธีการแก้ไขปรับปรุงคุณภาพ ประสิทธิภาพในระบบไฟฟ้า อันเกี่ยวข้องกับเสถียรภาพ ศักยภาพการทำงานภายในระบบ

เหตุผลที่ควรมีการตรวจวัดคุณภาพกำลังไฟฟ้า

หากจะกล่าวถึงเรื่องการตรวจวัดคุณภาพกำลังไฟฟ้าแล้ว หลายคนอาจมองว่าเป็นเรื่องที่ไกลตัว เนื่องจากบางครั้งอาจมองว่าระบบไฟฟ้าหรือการใช้งานเครื่องจักรและอุปกรณ์ไฟฟ้าภายในระบบยังเป็นปกติดีอยู่แล้ว แต่จริงการตรวจวัดคุณภาพกำลังไฟฟ้าจะเป็นตัวบ่งชี้ปัญหา บ่งบอกสถานะและสภาวะต่าง ๆ ภายในระบบได้ดังนี้



ประโยชน์จากการตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้า

- เพื่อรับรู้ศักยภาพในระบบไฟฟ้า หาแนวทางการปรับปรุงคุณภาพและหาวิธีการแก้ไขปัญหาในระบบไฟฟ้า
- เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาความเสี่ยงต่อการเกิด Downtime ในระบบซึ่งส่งผลกระทบต่อกระบวนการทำงาน
- เพื่อนำข้อมูลไปประกอบเป็นแนวทางในการจัดทำนโยบายอนุรักษ์พลังงานขององค์กร

- เพื่อสำรวจหาความเสี่ยงก่อนเกิดความเสียหายต่ออุปกรณ์ไฟฟ้าและระบบไฟฟ้า
- เพื่อหาแนวทางการปรับปรุงการใช้พลังงานไฟฟ้าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- สามารถนำข้อมูลไปประกอบรายงานของผู้ตรวจสอบพลังงานตามกฎหมายกระทรวงฯของโรงงานควบคุม

และอาคารควบคุม



ตรวจสอบอุปกรณ์

การตรวจวัดคุณภาพกำลังไฟฟ้าดีจริงหรือ ?

สำหรับวิศวกรผู้ดูแลระบบไฟฟ้าหรือแม้กระทั่งผู้รับผิดชอบหลาย ๆ ท่าน คงทราบดีว่าการเกิดปัญหาขึ้นภายในระบบไฟฟ้านั้นเป็นสิ่งที่ไม่มีใครอยากให้เกิดขึ้นกับองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบอยู่ แต่เมื่อเกิดปัญหาขึ้นก็คงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องแก้ปัญหา และหาสาเหตุของการเกิดปัญหา ซึ่งโดยทั่วไปมักเกิดคำถามจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องถึงสาเหตุและวิธีการป้องกัน แต่ท้ายที่สุดปัญหานั้นๆก็ส่งผลกระทบต่อกระบวนการทำงานของท่านไปเรียบร้อยแล้ว การตรวจวัดคุณภาพไฟฟ้าจึงมีความจำเป็นต่อการป้องกันและหาวิธีการแก้ไขปัญหาดังที่ได้กล่าวมา

การบำรุงรักษาระบบไฟฟ้า



ตรวจเช็คแอมป์เซอร์กิตเบเกอร์ 1250 A.

การตรวจระบบไฟฟ้าเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการความปลอดภัยในโรงงาน ซึ่งการตรวจระบบไฟฟ้านั้นเป็นหน้าที่ของวิศวกรไฟฟ้า ช่างเทคนิคไฟฟ้า หรือ เจ้าหน้าที่ของฝ่ายวิศวกรรม ซึ่งจะเป็นไปตามกฎหมายของกระทรวงอุตสาหกรรมตามกฎหมายกระทรวง กำหนดมาตรการความปลอดภัยเกี่ยวกับระบบไฟฟ้าในโรงงาน พ.ศ. 2550 และตามกฎหมายของกระทรวงแรงงานตามกฎหมายกระทรวงกำหนดมาตรฐานในการบริหาร จัดการและดำเนินการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเกี่ยวกับไฟฟ้า พ.ศ. 2558 โดยทั่วไปแล้วงานตรวจสอบและซ่อมบำรุงระบบไฟฟ้าเป็นหัวใจสำคัญของระบบการผลิต เพื่อให้ระบบไฟฟ้าสามารถใช้งานได้ยาวนานและมีความเชื่อถือได้ งานบำรุงรักษาระบบไฟฟ้าที่ดีคือการบำรุงรักษาเชิงป้องกัน สิ่งสำคัญของการบำรุงรักษาเชิงป้องกันคือการตรวจสอบสภาพเพื่อให้ทราบว่าระบบหรืออุปกรณ์มีร่องรอยการเสื่อมสภาพหรือไม่ มีสภาพที่ต้องการการบำรุงรักษาหรือไม่ ในการตรวจสอบสามารถทำได้ 2 แบบ คือการตรวจสอบด้วยสายตา (Visual Inspection) และการตรวจสอบด้วยเครื่องมือวัด ซึ่งต้องการความรู้ในการใช้เครื่องมือวัดและการวิเคราะห์ด้วย ในการตรวจสอบทั้งด้วยสายตาและด้วยการใช้เครื่องมือวัด สามารถแบ่งการตรวจสอบออกเป็น 2 ส่วนคือ การตรวจสอบทั่วไป และการตรวจสอบตัวอุปกรณ์แต่ละรายการ ทางบริษัทเราให้ความสำคัญในจุดนี้

1. การตรวจสอบทั่วไป

2. การตรวจสอบในขั้นตอนนี้ ทางบริษัทเรามีการให้บริการตรวจสอบสภาพทั่วไปของระบบไฟฟ้า เป็นการตรวจอย่างง่าย อย่างไรก็ตามทางเรามีผู้ตรวจสอบผู้ที่มีความรู้ความชำนาญกับการเกิดอันตรายจากไฟฟ้าและมีวิธีการป้องกัน เป็นอย่างดี เพื่อความปลอดภัยการ

3. สัมผัสส่วนใด ๆ ต้องมั่นใจว่าไม่มีไฟฟ้า หรือมีการป้องกันอย่างเหมาะสมแล้ว การตรวจทั่วไปมีดังนี้

- 1) สายไฟฟ้า
- 2) เซอร์กิตเบรกเกอร์
- 3) ขั้วต่อหรือจุดต่อสาย
- 4) การระบายอากาศในห้องไฟฟ้า
- 5) การระบายอากาศและท่อไอเสียสำหรับห้องเครื่องกำเนิดไฟฟ้า
- 6) แบตเตอรี่



ตรวจสอบคุณภาพสายและวงจร

การตรวจสอบอุปกรณ์ไฟฟ้า

เป็นการตรวจสอบที่ตัวอุปกรณ์ไฟฟ้าเพื่อหาจุดบกพร่อง การเสื่อมสภาพ ความผิดปกติ และอื่น ๆ การตรวจสอบอุปกรณ์ไฟฟ้าให้ทำการบันทึกค่า ผลการตรวจ และทำการวิเคราะห์ผลที่ได้เพื่อหาทางแก้ไข ข้อสำคัญคือ บางรายการต้องตรวจขณะที่จ่ายไฟฟ้า บางรายการต้องดับไฟก่อนจึงจะตรวจได้เนื่องจากมีอันตราย ผู้ที่จะทำการตรวจสอบต้องมีความรู้ในเรื่องนี้ด้วย



ตรวจความร้อนของอุปกรณ์

อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ควรได้รับการตรวจสอบมีหลายรายการดังนี้



2.1 หม้อแปลงไฟฟ้า

การตรวจสอบหม้อแปลงไฟฟ้า ประกอบด้วย การตรวจสอบรายการดังต่อไปนี้

- 2.1.1 ตัวถังหม้อแปลง
- 2.1.2 การต่อลงดินของส่วนที่เป็นโลหะเปิดโล่ง
- 2.1.3 สารดูดความชื้น
- 2.1.4 ป้ายเตือนอันตราย
- 2.1.5 พื้นลานหม้อแปลง
- 2.1.6 เสामหม้อแปลง
- 2.1.7 การปรับปรุง แก๊ส เพิ่มเติม หรือซ่อมบำรุง
- 2.1.8 ตรวจสอบสภาพหม้อแปลงและการติดตั้งอื่น

2.2 ตู้เมนสวิตช์



การตรวจสอบตู้เมนสวิตช์หรือตู้สวิตช์ประธาน ประกอบด้วยการตรวจสอบรายการดังต่อไปนี้

- 2.2.1 สภาพของระบบสายดินและการต่อหลักดิน
- 2.2.2 บริเวณโดยรอบตู้และตัวตู้ ตู้เมนสวิตช์ต้องมีพื้นที่ว่างให้สามารถปฏิบัติงานได้สะดวก การตรวจพื้นที่โดยรอบและสภาพทั่วไป ควรตรวจสอบสิ่งต่อไปนี้
 - 1) พื้นที่ว่าง
 - 2) เส้นทางที่จะเข้าไปยังพื้นที่ว่างเพื่อปฏิบัติงาน
 - 3) ตรวจสอบว่ามี การวางวัสดุที่ติดไฟได้ติดกับตู้เมนสวิตช์
 - 4) ฝุ่น หยากใย โดยรอบตู้และภายในตู้

การทำความสะอาด ฝุ่น หยากใย โดยรอบตู้และภายในตู้
- 2.2.3 ความผิดปกติทางกายภาพ
- 2.2.4 การปรับปรุง แก้ไข เพิ่มเติม หรือซ่อมบำรุง
- 2.2.5 การตรวจอื่น ๆ อาจมีการตรวจสอบอย่างอื่นเพิ่มเติมอีก เช่น ตรวจสอบการทำงานของ เครื่องวัดที่ หน้าแผง หลอดไฟต่าง ๆ เป็นต้น

2.3 แผงย่อย



การตรวจสอบสภาพแผงย่อยเป็นการตรวจสอบทั้งบริเวณการติดตั้งในพื้นที่ทั่วไป และพื้นที่ที่มีสาร ไวไฟ สำหรับพื้นที่ที่มีสารไวไฟให้ระบุประเภทและแบบของบริเวณนั้นด้วย แผงย่อย

- 2.3.1 ระบบต่อลงดิน
- 2.3.2 บริเวณโดยรอบ
- 2.3.3 การปรับปรุง แก้ไข เพิ่มเติม หรือซ่อมบำรุง
- 2.3.4 การตรวจอื่น ๆ ตรวจสอบเช่นเดียวกับตู้เมนสวิตช์

2.4 โคมไฟ หลอดไฟ และระบบไฟฟ้าแสงสว่าง



การตรวจสอบโคมไฟ หลอดไฟ และระบบไฟฟ้าแสงสว่าง เป็นการตรวจสอบรายการต่อไปนี้
แสงสว่างโคมไฟที่ไม่สม่ำเสมอ

- 2.4.1 การติดตั้งและโครงสร้างของโคมไฟ
- 2.4.2 หลอดไฟและขั้วหลอด
- 2.4.3 สายป้อน สายวงจรย่อย และสวิตช์ตัดตอนของระบบไฟฟ้าแสงสว่าง
- 2.4.4 การปรับปรุง แก้ไข เพิ่มเติม หรือซ่อม
- 2.4.5 การตรวจอื่น ๆ

2.5 สภาพอุปกรณ์ไฟฟ้าอื่นๆ

การตรวจสอบสภาพอุปกรณ์ไฟฟ้าอื่น ๆ อาจตรวจสอบเฉพาะในพื้นที่อันตราย หรือพื้นที่จัดเก็บวัสดุที่ติดไฟได้ง่ายเท่านั้น ในการตรวจสอบให้ระบุชนิดของอุปกรณ์ด้วยว่า เป็นอุปกรณ์ชนิดใด เหมาะสมกับที่ใช้ในบริเวณ (พื้นที่) อันตรายหรือไม่

การตรวจสอบสภาพอุปกรณ์ไฟฟ้าอื่นๆ

- 2.5.1 พื้นที่ติดตั้ง
- 2.5.2 สภาพของอุปกรณ์และการต่อสายไฟฟ้า
- 2.5.3 บริเวณโดยรอบอุปกรณ์
- 2.5.4 การปรับปรุง แก้ไข เพิ่มเติม หรือซ่อมบำรุง
- 2.5.5 การตรวจอื่น ๆ เป็นการตรวจสอบสภาพทั่วไปอื่น ๆ ที่สามารถพบได้จากการตรวจสอบด้วยสายตา เช่น การป้องกันการสัมผัสส่วนที่มีไฟฟ้า และการต่อลงดิน เป็นต้น

3. ความถี่ในการตรวจสอบและบำรุงรักษา

ความถี่ในการตรวจสอบ ขึ้นกับสภาพแวดล้อมและการใช้งาน โดยปกติจะดำเนินการปีละ 1 ครั้ง การที่จะทำการตรวจสอบถี่ขึ้นหรือไม่นั้น ให้พิจารณาปัจจัยต่อไปนี้ประกอบด้วย

- 3.1 การกีดกร่อนของบรรยากาศ
- 3.2 สิ่งสกปรกและฝุ่นละออง
- 3.3 อุณหภูมิโดยรอบและความชื้น
- 3.4 ความถี่ในการทำงาน
- 3.5 ความถี่ในการตัดกระแสลัดวงจร (กรณีเซอร์กิตเบรกเกอร์)

2.4 ผลสำเร็จของการดำเนินงาน

การบริหารการจัดการที่มีคุณภาพจึงสามารถทำให้ธุรกิจนี้อยู่รอดปลอดภัยมีกำไรหลายล้านบาทต่อปี บริษัทต้องนำกลยุทธ์ 10 วิธีการมาใช้

1. บริหารงานให้ทีมงานมีกำไรและประสบความสำเร็จ เลือกเจ้าของงานที่เงินชัวร์ จ่ายตรง สิ่งสำคัญอันดับแรกก็คือการเลือกลูกค้าปลูกเรือนตามใจผู้อยู่ งานหลัก ของบริษัทคือ!การติดตั้งระบบไฟฟ้า “งานหลักการเลือกลูกค้า ควร ศึกษาที่มาที่ไปลูกค้า ดูประวัติความน่าเชื่อถือ รวมถึงดูสไตล์การทำงานของผู้จ้างงานด้วย อย่าไปรับงานจากเจ้าของงานที่สร้างภาระให้เราต้องเสียเวลาทวงหนี้ หมุนเงินให้ปวดหัว ในเมื่อความเสี่ยงจากเจ้าของงานคือจุดซึ่งเป็นชีวิตตายของ ธุรกิจรับเหมาจึงต้องมีการทำสัญญาว่าจ้างให้รัดกุม

2. รู้จักการเสนอราคาแบบมีกำไร ในวงการรับเหมาถือว่ากำไรสุทธิหลังหักค่าดำเนินการทุกอย่างแล้ว ต้องไม่น้อยกว่า 10% ทักษะในการนำเสนองานกับลูกค้าเป็นหน้าที่ของบริษัทธุรกิจที่ต้องพูดให้ลูกค้าเข้าใจและมองเห็นภาพการทำงาน ยิ่งถ้าเราเคยมีผลงานมานำเสนออีกจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ลูกค้าบางคนไม่เข้าใจในเรื่องการคิดต้นทุน ต้นทุนผันแปรในระหว่างการทำงาน นั้นหมายถึงในการทำงานบริษัทก็มีต้นทุนของตัวเองหลายอย่างไม่ว่าจะค่าแรง ค่าอุปกรณ์ ค่าความเสี่ยงต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้การรับงานจึงไม่ แข่งกันที่ราคาแต่ควรให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีคุณภาพ การขายงานแบบถูกๆ ก็อาจทำให้เราได้งานแต่ในท้ายที่สุดจะเป็นงานที่ได้ไม่คุ้มเสียและไม่ส่งผลดีต่อการทำธุรกิจระยะยาว

3. ระดมสมองบุคลากรที่เกี่ยวข้องก่อนเริ่มทำงาน ยิ่งเป็นงานใหญ่เรื่องนี้ยิ่งสำคัญมาก การเอาบุคลากร ที่เกี่ยวข้องในทุกฝ่ายตั้งแต่คนออกแบบ หัวหน้าช่าง ฝ่ายบัญชี ฝ่ายสั่งซื้อ ฝ่ายประเมินราคา มานั่งประชุมร่วมกันจะได้ภาพของงานที่ชัดเจนในหัวของทุกคนทำให้ทุกคนทำงานไปในทิศทางเดียวกัน รู้สิ่งที่ลูกค้าต้องการให้ทำ รู้ว่าควรทำอะไรให้งานออกมามีคุณภาพเสร็จตามกำหนดเวลาที่สำคัญคือรู้ว่าจะต้องทำอะไรให้สามารถประหยัดต้นทุนของบริษัทได้มากที่สุด ทุกอย่างต้องกำหนดให้เป็นกิจลักษณะเพื่อทำให้ธุรกิจนั้นสามารถเริ่มต้นและเดินหน้าได้ดีที่สุด

4. ตั้งงบประมาณในการติดตั้งที่ถูกต้อง ธุรกิจควรควบคุมต้นทุนให้อยู่ในกรอบที่วางไว้และก็ควรมีแผนสำรองให้ตัดสินใจได้ทันทีเมื่อใช้ต้นทุนเกินงบประมาณ ยิ่งถ้าเป็นบริษัทเล็กๆเรื่องพวกนี้ยิ่งต้องแม่นยำ ในยุคที่เทคโนโลยีมีความสำคัญมากนี้ ควรหาแพลตฟอร์มที่มีประโยชน์มาช่วยร่วมในการทำงานจะช่วยให้การคิดวิเคราะห์

สามารถมองเห็นภาพการทำงานที่ชัดเจนรู้ถึงปัญหาที่อาจจะเกิดเพื่อเตรียมรับมือแก้ไขไม่ให้ต้นทุนบานปลายไปเกินกว่าความจำเป็น

5. ต้องมีเงินทุนหมุนเวียน ธุรกิจรับเหมาที่ดีต้องมีเงินทุนหมุนเวียนไม่น้อยกว่า 30% ของมูลค่าโครงการที่รับ เนื่องจากการรับเหมาส่วนใหญ่ผู้ว่าจ้างมักจะจ่ายเงินเป็นงวด ซึ่งบางทีก็มีความล่าช้าในการเบิกจ่ายบ้าง หากเราปราศจากเงินทุนหมุนเวียนก็จะทำให้งานติดขัดอันจะทำให้ต้นทุนของผู้รับเหมาสูงขึ้นนั้นก็หมายถึงกำไรที่ลดน้อยลง แต่ในทางกลับกันการมีเงินทุนหมุนเวียนจะทำให้เกิดสภาพคล่องที่ไม่กระทบกับผลกำไรที่เราได้วางเอาไว้

6. รักษาความสัมพันธ์ซัพพลายเออร์ เราควรมองซัพพลายเออร์ในฐานะหุ้นส่วนที่ช่วย สร้างธุรกิจรับเหมาของเราให้เติบโต ได้เพราะธุรกิจรับเหมาต้องมีการใช้อุปกรณ์ในการสร้างจำนวนมากเราต้องรู้จักเลือกแหล่งสินค้าที่ให้ราคาถูกและมีคุณภาพดีรวมถึงเครดิตต่างๆ หากเจอกับซัพพลายเออร์ที่ดีเราต้องรู้จักรักษาความสัมพันธ์นั้นไว้ อย่าพยายามเอาเปรียบเพื่อให้เกิดความรู้สึกในการทำงานที่ตีร่วมกันอันจะเป็นประโยชน์ของเราในการทำธุรกิจด้วย

7. ดูแลคนงาน และผู้รับเหมา ธุรกิจรับเหมาสิ่งสำคัญที่จะทำให้งานมีคุณภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับบุคลากรในการทำงานหรือก็คือบรรดาช่างฝีมือต่างๆการเก็บรักษาช่างฝีมือไว้ให้ทำงานกับเราเป็นเรื่องสำคัญมาก เราจึงควรใช้แรงจูงใจหลายอย่างที่ทำให้ช่างเหล่านี้ไม่จากเราไปไม่ว่าจะเป็นค่าตอบแทนที่สมเหตุสมผล การดูแลสวัสดิการ การให้ความช่วยเหลือที่จำเป็น รวมถึงความรวดเร็วในการจ่ายเงิน ซึ่งทั้งหมดนี้จะทำให้ช่างฝีมืออยู่กับบริษัทของเราและจะกลายเป็นจุดแข็งที่ดีในอนาคตด้วย

8. ค่อยๆขยับขยายและลงทุนกับอุปกรณ์ที่จำเป็นลงทุนกับสินทรัพย์ ในการก่อสร้างสัมพันธ์กับการใช้เครื่องมือเครื่องจักรหลากหลายประเภท ในฐานะของบริษัทรับเหมาไม่จำเป็นต้องลงทุนซื้ออุปกรณ์เหล่านั้นทั้งหมดสามารถใช้วิธีการเช่าแทนได้ แต่อย่างไรก็ดีเราควรพิจารณาเป็นกรณีไปกับเครื่องมือที่สำคัญและจำเป็นต้องมีในระยะยาวเราควรรู้ว่าเครื่องมือไหนที่เราควรมีเป็นของตัวเองดีกว่าการเช่า จึงต้องมีการเปรียบเทียบต้นทุนให้เห็นภาพว่าระหว่างซื้อกับเช่าอะไรที่จะทำให้เกิดต้นทุนมากกว่ากัน

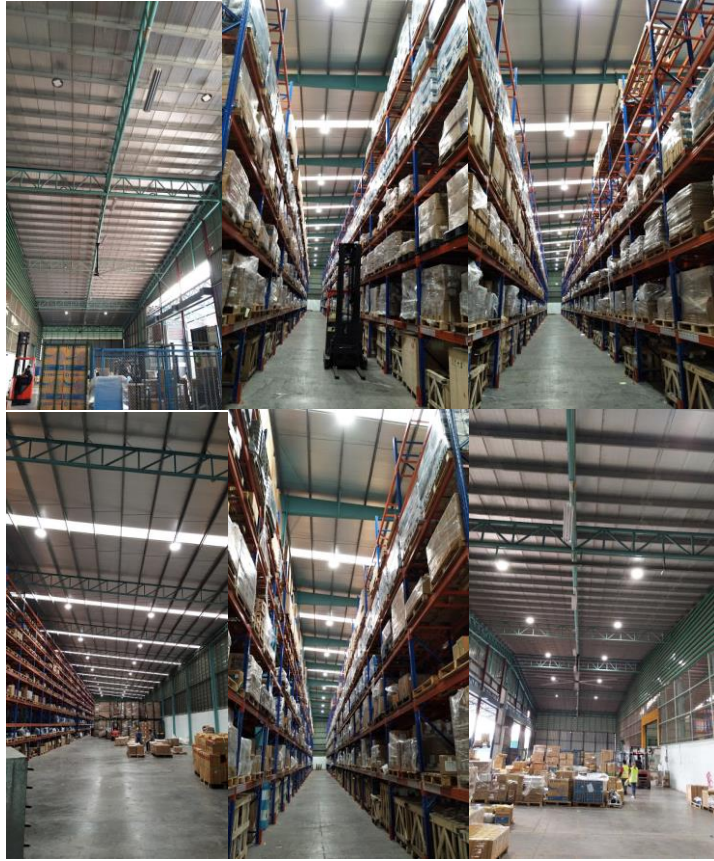
9. สามารถคุมเวลางานให้ได้ตามแผน เร็วกว่าแผนยิ่งดี แผนและระยะเวลาในการทำงานจะถูกกำหนดออกมาเป็นรูปร่างตั้งแต่ช่วงระดมความคิดแต่สิ่งที่สำคัญกว่าคือเมื่อปฏิบัติงานจริงอาจเกิดปัญหาระหว่างการทำงานที่มีผลให้งานล่าช้าก็เป็นการแก้ปัญหาของเจ้าของกิจการว่าควรทำอย่างไรที่จะทำงานให้ได้ตามเป้าหมายหรือทางที่ดีหากเร่งงานให้เสร็จเร็วกว่ากำหนดได้โดยที่งานมีคุณภาพก็จะเป็นการซื้อใจลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

10. รู้จักการบริการลูกค้า งานรับเหมา 1 งานอาจจะทำให้เราต้องใช้เวลาอยู่กับผู้ว่าจ้าง รู้จักผู้ว่าจ้างนานนับเดือน ในระหว่างที่อยู่ในสัญญาจ้าง เราก็อาจใช้การบริการที่ดีทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นบริษัทที่ดีจ้างงานแล้วทำให้เขาสบายใจเราอาจจะคอยอัปเดตงานให้ลูกค้าทราบ นำเสนอสิ่งใหม่ๆที่น่าสนใจและดีกว่า รวมถึงอาจบริการเลี้ยงอาหารลูกค้าในบางโอกาสก็จะเป็นผลดีในการทำประชาสัมพันธ์ให้กับธุรกิจของเราในลักษณะปากต่อ

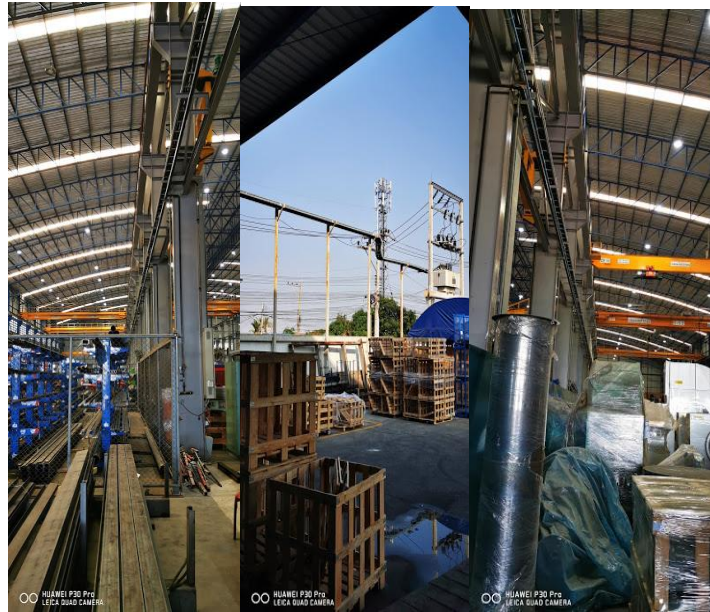
ปากได้ดีมากขึ้น ทั้งนี้ธุรกิจรับเหมาไฟฟ้าเป็นงานที่ต้องใช้เงินทุน ใช้ประสบการณ์มาก ที่สำคัญผู้รับเหมาต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าแม้เราอยากได้ต้นทุนที่ต่ำ เวลาการทำงานที่เร็วแต่เราก็ไม่ควรลดสเปคของงาน ควรใช้วัสดุที่ดีที่สุดที่ทำให้เราพอมีกาไรได้ งานที่ดีของผู้รับเหมาจะเป็นประโยชน์ของตัวเองที่ทำให้ลูกค้าคนอื่นเชื่อมั่นในอนาคต



งานติดตั้งระบบไฟฟ้าเครื่องจักรบริษัท เวนซ์ อินดัสเตรียล จำกัด
วันที่ 23 -12 -2559



ระบบไฟฟ้าในคลังสายใยรัก บริษัท ยูโรเวนท์ จำกัด
วันที่ 7 - 5 - 2561



งานติดตั้งระบบไฟฟ้า บริษัท ที เอ็น แอสเซท คอร์ปอเรชั่น จำกัด

วันที่ 31 - 07 - 2561



งานติดตั้งระบบไฟฟ้าเครื่องกลบริษัท ที เอ็น เวิลด์ ซัพพลาย จำกัด

วันที่ 16 - 10 - 2561



งานติดตั้งระบบไฟฟ้าเครื่องจักรโรงงานเก่า บริษัท ที่ เอ็น เมทัลเวิร์ค จำกัด
วันที่ 25- 10- 2561

3. สรุปผลการศึกษา

รูปแบบของความสำเร็จของการบริหารธุรกิจติดตั้งระบบไฟฟ้ากำลังในอุตสาหกรรม ของบริษัท สหพรนารายณ์ (ประเทศไทย) จำกัด

1. แนะนำประเภทของการใช้ระบบไฟฟ้าบริษัท สหพรนารายณ์ (ประเทศไทย) จำกัด เลือกใช้ติดตั้งระบบไฟฟ้าในอุตสาหกรรมระบบไฟฟ้า 3 เฟส 4 สาย 380-400V.เนื่องจากอุปกรณ์และเครื่องจักรอุตสาหกรรมจะนำเข้ามาใช้ระบบนี้เป็นส่วนใหญ่จะประหยัดไฟกว่าระบบนี้ใช้ได้ทั้งเครื่องจักรและแสงสว่างเพื่อให้เหมาะกับกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมลดการสิ้นเปลืองในการผลิตของโรงงาน

2. ใช้อุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน บริษัท สหพรนารายณ์ (ประเทศไทย) จำกัด ใช้อุปกรณ์ที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเช่นสายไฟฟ้าท่อร้อยสายไฟ สวิตช์ ปลั๊กไฟ ตู้ไฟ ใช้ของยี่ห้อและพานาโซนิค เพื่อยืดอายุการใช้งานของอุปกรณ์ ลดค่าใช้จ่าย ในการซ่อมบำรุงลดต้นทุนให้กับลูกค้า

3. ตรวจสอบระบบไฟฟ้า ตรวจสอบเพื่อหาจุดบกพร่องการเสื่อมสภาพการผิดปกติของสายไฟเพื่อหาทางแก้ไขได้ทันถ่วงทีลดความเสียหายในระบบสายงานผลิตในอุตสาหกรรมของผู้ใช้ไฟฟ้า

4. เสริมอุปกรณ์ช่วยประหยัดพลังงาน ติดตั้งระบบคาปาซิเตอร์ ช่วยลดค่าสูญเสียที่หม้อแปลง ลดกระแสในระบบไฟฟ้า ลดแรงดันตกในสาย และช่วยลดค่าไฟฟ้าโดยรวมของการผลิตในโรงงานลูกค้า
5. ป้องกันการสูญเสียในระบบ ปกป้องความสูญเสียไฟรั่ว ไฟช็อต ตัดกระแสไฟออกจากระบบทันที ไม่เกิดความสูญเสียกระแสไฟและสูญเสียชีวิตโดยติดตั้งสายดินอย่างถูกวิธีให้กับผู้ใช้ไฟ
6. ป้องกันภัยธรรมชาติ สายฟ้าผ่าเพิ่มกระแสในระบบไฟ สร้างความสูญเสียในวงกว้าง อุปกรณ์ไฟ แผงอิเล็กทรอนิกส์ ตัดปัญหาให้หมดเพิ่มชุดกันฟ้าผ่าครบระบบสมบูรณ์
- 7 สร้างอาชีพเชิงป้องกันรักษาเชิงประกันตรวจสอบระบบไฟฟ้า ที่ใช้งานอยู่ในระบบมานาน ให้ปลอดภัยใช้งานได้ยาวนานขึ้นคุ้มค่าในการลงทุนในโรงอุตสาหกรรม
- 8 เสริมสร้างงานเพิ่มตัวช่วยเทคโนโลยี งานระบบไฟฟ้าเป็นเรื่องละเอียดอุปกรณ์ช่วยเสริมในการติดตั้งตรวจสอบงานในระบบเครื่องจักรเครื่องใช้ไฟฟ้า ต้องมีเครื่องมือวัดเครื่องตรวจสอบและทดสอบในทางไฟฟ้า คุณภาพสูงไว้ใช้ในบริษัท สหพรนารายณ์ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อสร้างผลงานสร้างความพึงพอใจสร้างผลงานที่ดีไว้บริการลูกค้า

MODEL OF LEARNING STYLE BUSINESS ORGANIZATION MANAGEMENT USING DOMINO BUSINESS GAME®

รูปแบบการเรียนรู้ การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ

โดยใช้ Domino Business Game®

DR. NIPAT CHAIWORRAMUKKUN

ดร. นิพัฒน์ ชัยวรมุขกุล

A Dissearch Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Degree of Doctor of Philosophy in Business Administration
At Bodhisastra University, Florida State, USA.
Academic Year 2019

Abstract

This dissertation to present Learning style of Management of business organizations using Domino Business Game ®. Researchers use quality research tools called Appreciative Inquiry or AI to use in qualitative research. To develop learning styles as the researcher has provided knowledge on business organization management and sees weaknesses in the learning pattern Lecture-Based and saw the opportunity of Game-Based Learning. The study found that Able to develop learning styles Management of business organizations in up to 5 areas as follows: 1) Learners have learned both theoretical and practical aspects. 2) Students are able to learn and connect various subjects during their studies. 3) Students are satisfied. That comes with the fun of learning with other students. 4) can reduce the learning time to only 2-3 days. 5) Learners invest less than classroom learning (format normal)

Keyword : Domino Business Game®, Game-Based, Business organization management

บทคัดย่อ

งานดุษฎีนิพนธ์นี้เพื่อนำเสนอ รูปแบบการเรียนรู้ การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ โดยใช้ Domino Business Game® ผู้วิจัย ได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ ชื่อว่า Appreciative Inquiry หรือ AI มาใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ จากการที่ผู้วิจัย ประกอบอาชีพ ให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ และ เห็นจุดอ่อนของการเรียนรู้รูปแบบ Lecture-Based เห็นโอกาสของการเรียนรู้แบบ Game-

Based โดยผลการศึกษาพบว่า สามารถพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ ได้ถึง 5 ด้าน ดังนี้

- 1) ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้านวิชาการทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ
- 2) ผู้เรียนสามารถเรียนและเชื่อมโยงหลากหลายวิชา ระหว่างการเรียนรู้ได้
- 3) ผู้เรียนมีความพึงพอใจ ที่มากกับความสนุกในการเรียนรู้ไปพร้อมกับผู้เรียนท่านอื่น ๆ
- 4) สามารถลดระยะเวลาในการเรียนรู้ลงเหลือเพียง 2-3 วัน
- 5) ผู้เรียนลงทุนน้อยกว่าการเรียนรู้ในชั้นเรียน (รูปแบบปกติ)

คำสำคัญ : Domino Business Game®, Game-Based, การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ

1. บทนำ ความสำคัญ ปัญหา ความท้าทาย และ วิธีการศึกษา

1.1 บทนำและความสำคัญ

ทุกวันนี้ การประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะ SMEs ซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบการในประเทศไทย ประมาณ 2,000,000 ราย มีความเกี่ยวข้องกับคนซึ่งรองรับการจ้างงานประมาณ 70% ของประชากรทั้งประเทศ และ การผลิตของ SMEs ส่วนใหญ่ขายในประเทศ 70% ส่งออก 30% ตลาดของ SMEs ส่วนใหญ่อยู่ภายในประเทศ (http://www.tcg.or.th/news_inside.php?news_id=37) ซึ่งมีทั้ง ธุรกิจที่ก่อตั้ง ดำเนินกิจการ และ เลิกกิจการ การประกอบธุรกิจนั้น ต้องอาศัยทั้งความรู้และทักษะต่าง ๆ มากมาย อาทิเช่น

- ความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพ – Career Skills
- ความรู้และทักษะในการบริหารจัดการในงาน – Job Management Skills
- ความรู้และทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจ – Business Management Skills
- เป็นต้น

ในส่วนของความรู้และทักษะต่าง ๆ ในการบริหารจัดการธุรกิจนั้น ผู้ประกอบการสามารถศึกษาเรียนรู้ได้ หลากหลายวิธีการ แต่ละวิธีการมีต้นทุนทั้ง ต้นทุนทางเวลา และ ต้นทุนทางการเงิน ดังตารางด้านล่างนี้

เรียนรู้ การบริหารจัดการธุรกิจ	ต้นทุนด้านเวลา	ต้นทุนด้านเงินลงทุน
สร้างธุรกิจขึ้นมาเอง	5-10 ปี	หลักล้าน / >1,000,000
เรียน ป.ตรี บริหารธุรกิจ	4 ปี	หลักแสน / >100,000
เรียน ป.โท MBA	2 ปี	หลักแสน / >100,000
เรียน Mini MBA	3-4 เดือน	หลักหมื่น / >10,000

ตารางที่ 1-1 ตารางเปรียบเทียบ ต้นทุนด้านเวลา และ เงินลงทุน ในการเรียนรู้การบริหารธุรกิจ

หากผู้ประกอบการธุรกิจรายหนึ่ง ต้องการศึกษารเรียนรู้ความรู้อะทักษะต่าง ๆ ในการประกอบธุรกิจ เราสามารถศึกษาเรียนรู้ได้จาก

1. การลงมือสร้างธุรกิจด้วยตนเอง ใช้เวลาในการเรียนรู้ด้วยตนเอง ไม่ต่ำกว่า 5-10 ปี ใช้เงินลงทุนไม่ต่ำกว่าหลักแสน หลักล้าน
2. การลงเรียน ปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ เรียนรู้ตามวิทยาลัย ไม่ต่ำกว่า 4 ปี ใช้เงินลงทุนไม่ต่ำกว่าหลักแสน
3. การลงเรียน ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ เรียนรู้ตามวิทยาลัย ไม่ต่ำกว่า 2 ปี ใช้เงินลงทุนไม่ต่ำกว่าหลักแสน หรือ
4. การลงเรียน mini MBA สาขาบริหารธุรกิจ เรียนรู้ตามวิทยาลัย ไม่ต่ำกว่า 3-4 เดือน ใช้เงินลงทุนไม่ต่ำกว่าหลักหมื่น

ผู้วิจัยเปิดบริษัทที่ปรึกษา ด้านการวางระบบพัฒนากลยุทธ์องค์กร มาเป็นระยะเวลา 7-8 ปี ประกอบการบริการ ดังนี้

- ที่ปรึกษาองค์กร
- นักวางระบบการพัฒนาระบบองค์กร
- นักเขียน มีผลงานหนังสือมา 3 เล่ม
- วิทยากร บรรยายในหัวข้อต่าง ๆ และ เป็น
- กระบวนกร จัดอบรม สัมมนา และ กิจกรรมเพื่อการเรียนรู้

งานหลักของผู้วิจัย คือ การจัดการระบบการเรียนรู้ ด้านการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ

1.2 ปัญหา และ ความท้าทาย แรงบันดาลใจในการเลือกทำเรื่องนี้ หรือ เหตุผล ความสำคัญของเรื่อง

จากบทนำและความสำคัญในการเรียนรู้การบริหารธุรกิจที่กล่าวมาแล้ว ทางผู้วิจัย ตั้งคำถามในเรื่องเหล่านี้ว่า ผู้วิจัยจะสามารถสร้างการเรียนรู้ การบริหารจัดการองค์กร ธุรกิจ ใด ที่ เรียนรู้ความรู้อะทักษะต่าง ๆ ในการประกอบธุรกิจที่มี

- ต้นทุนด้านเวลา น้อยลง (รวดเร็วมากขึ้น) คือ น้อยกว่า 3 - 4 เดือน
- ต้นทุนด้านเงินลงทุน น้อยลง (ลงทุนต่ำลง) คือ ถูกกว่าหลักหมื่นบาทต่อคน

และทั้งยังทำให้เกิด “บรรยากาศ” ในการเรียนรู้ที่ ทำให้ผู้เรียน

เพิ่ม ความรู้สึกที่ดีใน การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ Attitude

เพิ่ม ความรู้ให้มากขึ้นใน การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ Knowledge

เพิ่ม ทักษะให้มากขึ้นใน การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ Skills

เพิ่ม ผลงานให้มากขึ้นใน การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ Performance

ปกติแล้ว ทางผู้วิจัย ได้ศึกษาการนำ กิจกรรม และ เกม มาใช้ในการเรียนรู้ให้กับ บุคลากรของบริษัทลูกค้า ของผู้วิจัยอยู่แล้ว แต่แล้ว วันหนึ่งก็เกิด “ความท้าทาย” เข้ามาบริษัทของเรา

ความท้าทายจากองค์กรธุรกิจหนึ่ง

มีลูกค้าองค์กรธุรกิจใหญ่แห่งหนึ่ง ติดต่อเข้ามาหา บริษัทของผู้วิจัย ให้หา กระบวนการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาทักษะการบริหารธุรกิจให้ ผู้บริหารระดับกลางขึ้นไป จนถึง ระดับสูง โดยให้ทางบริษัท คิดค้น เกมขึ้นมา ใหม่ ที่ยังไม่เคยมีใคร จัดกระบวนการเรียนรู้มาก่อน ในระดับประเทศ หรือ ในระดับโลก

เป็นที่มาของ งานวิจัยชิ้นนี้ ที่เรา เรียนรู้ ศึกษา พัฒนา ลงมือสร้าง และ วัดผลงานของ **DOMINO BUSINESS GAME**® เกมเพื่อการเรียนรู้การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ

1.3 วิธีการศึกษา (Research Methodology)

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ ชื่อว่า Appreciative Inquiry หรือ AI

Appreciative Inquiry (AI) ใช้ชื่อภาษาไทยว่า สุนทรียสาธก แปลเป็นไทยว่าดังนี้

Appreciative แปลว่า ความรู้สึกยินดี เห็นคุณค่า รู้สึกขอบคุณ รู้สึกดี รู้สึกมีความสุขรู้สึกประทับใจ **Inquiry**

แปลว่า การค้นหา การสอบถาม การสืบค้น การวิจัย เพื่อหาความจริง ทหารายละเอียด

Appreciative Inquiry (AI) จึงหมายความว่า

การค้นหารายละเอียดในเรื่องที่ดี ๆ (ดีที่สุด) เรื่องที่มีความสุขโดยอยู่บนความเชื่อที่ว่า “มีสิ่งดีๆ ซ่อนอยู่ รอบๆ ตัวของเราเสมอ ไม่ว่าจะเป็น คน สัตว์ พืช สิ่งของ อารมณ์ ความรู้สึก รวมไปถึงประสบการณ์ในอดีต ของสิ่ง เหล่านั้น ก็มีสิ่งดีๆ อยู่เพียงแค่ว่ารู้จักวิธีการค้นหาสิ่งดีๆ เหล่านั้น นำมาใช้งาน พัฒนา หรือ สร้างขึ้นใหม่ เท่านั้นเอง”

กล่าวคือ AI ใช้ค้นหา “ประสบการณ์เชิงบวกที่ดีที่สุด” ในทุกๆ สิ่งรอบๆ ตัวเรา ในเรื่องที่เราสนใจใคร่รู้ หรือเรียกง่ายๆ ว่า “การค้นหา what work” หรือ เป็นการค้นหาเชิงบวก หรือ การจับถูก นั่นเองประสบการณ์ ณ ที่นี้ หมายถึง สิ่งที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วในอดีต ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของ

- ความรู้ – สิ่งที่เรารู้ ทั้งในหัว และ นอกหัว
- ความคิด – สิ่งที่เราคิด และคนอื่นคิด
- ทักษะ/ความสามารถ – สิ่งที่เราทำ
- ผลงานที่เคยทำมาแล้ว – สิ่งให้เห็นผลแล้ว

รวมถึง

- คน – ไม่ว่าจะใครก็ตาม

- สัตว์ – ไม่ว่าจะตัวอะไรก็ตาม
- สิ่งของ – ไม่ว่าจะสิ่งไหนก็ตาม
- เหตุการณ์
- เรื่องเล่า
- นิทานปรัมปรา ต่างๆ
- เอกสาร ตำรา บทความ ข่าวสาร และ สื่อต่าง ๆ อีกด้วย

ใครคิดค้น Appreciative Inquiry - AI ?

Appreciative Inquiry (AI) ถูกคิดค้น (ค้นพบ) โดย ท่านอาจารย์ Dr.DavidCooperrider ศาสตราจารย์ด้านพฤติกรรมองค์กร (Organization Behavior) ของคณะ Weatherhead School of Management ที่มหาวิทยาลัย Case Western Reserve และ เป็น Faculty Director ที่ The Center for Business as an Agent of World Benefit (ที่มา http://en.wikipedia.org/wiki/David_Cooperrider)

ปรัชญา พื้นฐาน 5 ประการ ของ AI

Appreciative Inquiry ยืนอยู่บนหลักการ 5 ประการ (Cooperrider D. L. and Whitney D., 1999) ดังนี้

1. The Constructionist Principle
2. The Poetic Principle
3. The Simultaneity Principle
4. The Anticipatory Principle
5. The Positive Principle

Credit: www.aithailand.org

The Constructionist Principle

เป็นหลักการพื้นฐานที่อยู่เบื้องหลังแนวคิด Appreciative Inquiry ทั้งหมด หลักการคือ เรากำหนดชะตากรรมเราเองได้ เราสร้าง และร่วมสร้างหนทางใหม่ให้ตนเองได้ นั่นคือ เราสามารถสร้างหนทางข้างหน้าของเราเอง ด้วยตัวเราเอง เราสามารถเลือก เส้นทางของเราเองได้

The Poetic Principle

อดีต ปัจจุบัน อนาคตของเราเปิดกว้างต่อการตีความ และความเป็นไปได้ที่ไม่มีขีดจำกัดอะไรทั้งสิ้น เราสามารถพบสิ่งดีๆในตัวบุคคล สัตว์ สิ่งของ ในตัวองค์กรใดๆก็ตาม ในใครก็ตาม สิ่งที่เราเลือกที่จะสนใจจะสร้างสิ่งที่เป็นจริงขึ้นมา ถ้าเราให้ความสนใจอะไรเป็นพิเศษมันจะเติบโต

เป็นประสบการณ์จริงๆของเรามากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ

The Simultaneity Principle

การเปลี่ยนแปลงใดๆ เริ่มต้นเมื่อเราถาม เมื่อมีคำถาม ก็ย่อมต้องหาคำตอบจากมัน ไปพร้อมๆ กับ การค้นหา วิธีการเพื่อจะได้มาซึ่งคำตอบ คำถามไม่ว่าจะ เป็นคำถามที่ กว้าง ลึก กวน หรือ แม้แต่คำถามโง่ ๆ ย่อมนำมาซึ่ง การเปลี่ยนแปลงทั้งสิ้น ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ทั้งผู้ถาม และ ผู้ถูกถาม (ถึงแม้ว่าจะเป็นคนเดียวกันก็ตาม : ถามในใจ)

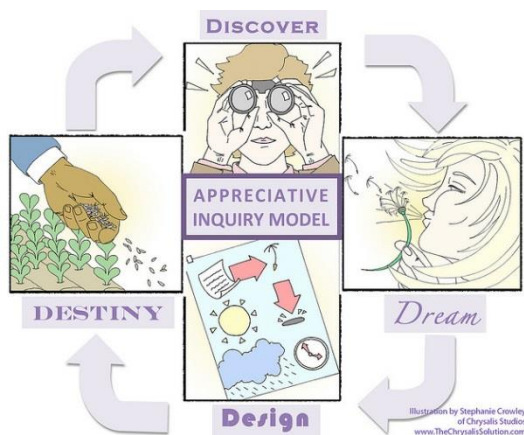
The Anticipatory Principle

ภาพในอนาคตที่เราสร้างขึ้นในใจ จะเป็นสิ่งนำทางเราในการแก้ปัญหาของเราในปัจจุบัน และสร้างสรรค์อนาคตแก่เรา ภาพมีความหมายมากกว่าคำพูด ยิ่งภาพท้าทาย และชัดเจนใตเราก็มึแนวมโนมจะเติบโตไปเส้นทางนั้นมากยิ่งขึ้น

The Positive Principle

การที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้อย่างยั่งยืนนั้น มีเงื่อนไขว่าต้องอยู่บนพื้นฐานของการคิดบวก อารมณ์ดี มีความสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้สึกว่าจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเร่งด่วน ขณะเดียวกันก็มีความสุขสนุกสนานอยู่ในการมีอารมณ์ที่ดีมีส่วนสำคัญต่อการทำงานและการเติบโต กล่าวคือหากเรามีความสุข เราจะสามารถแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์

กระบวนการ Appreciative Inquiry - AI เราเรียกว่า 4D Model



รูปที่ 1-1 แสดง Appreciative Inquiry - AI - 4D Model

จากรูป คือ กระบวนการ Appreciative Inquiry

มี 4 ขั้นตอน เราเรียกได้ว่า 4D Model ได้แก่

1. Discovery การค้นพบ การสืบค้นด้วยคำถามเชิงบวก เพื่อเสาะหา แก่นความต้องการ
2. Dream การฝันพบ การวาดภาพ การขยายผลจาก แก่นที่ค้นพบ ให้เต็มที่ ๆ สุด

- | | | |
|------------|------------|---|
| 3. Design | การปั่นบวก | การออกแบบวางแผน การขยายผล เพื่อให้ตามทีวาทภาพไว้ |
| 4. Destiny | การทำบวก | การลงมือทำตามแผนนั้น วัตถุประสงค์ และ ไปสู่การสืบค้น อีกรอบ |

วิธีง่ายๆ ที่ง่ายที่สุด ที่ใช้ทำกระบวนการ AI คือ

- การสังเกตเชิงบวก
- การตั้งคำถามเชิงบวก
- การสัมภาษณ์เชิงบวก

บริบทของกลุ่มเป้าหมาย หรือ พื้นที่เป้าหมาย

ผู้วิจัย ได้รับความท้าทายจาก บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ให้หา กระบวนการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาทักษะการบริหารธุรกิจให้ ผู้บริหารระดับกลางขึ้นไป จนถึง ระดับสูง โดยให้ทางบริษัท คิดค้น เกมขึ้นมาใหม่ ที่ยังไม่เคยมีใคร จัดกระบวนการเรียนรู้มาก่อน ในระดับประเทศ หรือ ในระดับโลก

ผู้วิจัยจึงเลือก กลุ่มเป้าหมาย ในการศึกษา คือ

ผู้บริหารองค์กรธุรกิจ SME หรือ เจ้าของกิจการ / ทายาท จำนวน 5 รุ่น รุ่นละ 60-80 คน ที่กำลังศึกษาปริญญาโท MBA เพื่อเปรียบเทียบ การเรียนรู้รูปแบบใหม่ (นวัตกรรม) กับการเรียนรู้ในรูปแบบเดิมได้

วิธีประยุกต์ เครื่องมือทางการวิจัย มาใช้กับงานวิจัยนี้

- | | |
|------------------|---|
| Discovery | สังเกต และ สัมภาษณ์เชิงลึกแบบเชิงคุณภาพ กับ กลุ่มเป้าหมาย โดยการตั้งคำถามเพื่อค้นหา “กระบวนการเรียนรู้การบริหารธุรกิจที่ประทับใจและเกิดประสิทธิผลที่สุด”
ค้นหา “วิชาทางการบริหารจัดการองค์กร อย่างน้อย 3-5 วิชา ที่จะต้องเรียนรู้”
ค้นหา “กิจกรรมและเกม ที่ใช้ในการเรียนรู้การบริหารธุรกิจ” |
| Dream | ใช้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเชิงคุณภาพ มาค้นหาพัฒนากิจกรรมหรือเกม ที่มีอยู่คือ DOMINO Building เพิ่มเติมทำให้ ผู้เรียนเรียนรู้ได้เต็มที่ ๆ สุด |
| Design | ออกแบบระบบการเรียนรู้ผ่านเกม ให้เหมาะสม กับ กลุ่มเป้าหมายที่เลือกไว้
พัฒนาระบบเว็บไซต์ www.dominobg.com มารองรับการเรียนรู้หลายกลุ่มพร้อมกัน
นำ วิชาการบริหารธุรกิจ มาเชื่อมโยงกับ DBG |
| Destiny | วัตถุประสงค์ การประยุกต์ใช้ การมองเห็น ภาพรวม ของวิชาหลัก การบริหารธุรกิจได้ |

2. แนวความคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยในเรื่องที่ศึกษา

2.1 เกมธุรกิจ (หรือที่เรียกว่า เกมจำลองธุรกิจ) (Business games)

หมายถึง เกมจำลอง ที่ใช้เป็นเครื่องมือ ทางการศึกษา สำหรับการสอนธุรกิจ เกมธุรกิจอาจมีการฝึกอบรมทางธุรกิจต่าง ๆ เช่น การจัดการทั่วไป การเงิน พหุติกรมองค์กร ทรัพยากรบุคคล บ่อยครั้งคำว่า " การจำลองทางธุรกิจ " ใ้กับความหมายเช่นเดียวกัน

เกมธุรกิจ ได้รับการกำหนดให้เป็น "เกมที่มีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่สามารถนำไปสู่หนึ่งหรือทั้งสองอย่างต่อไปนี้ ผลการฝึกอบรมผู้เล่นทักษะทางธุรกิจ (Soft Skills / Hard Skills) หรือ การประเมินผลการแสดงของผู้เล่น (เชิงปริมาณและ / หรือคุณภาพ) "

เกมธุรกิจ ใช้เป็น วิธีการสอน ใน มหาวิทยาลัย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งใน โรงเรียนธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษาในระดับผู้บริหาร

ประวัติของ เกมธุรกิจ (History)

การจำลองทางธุรกิจที่เล่นผ่านคอมพิวเตอร์ มาจากเกมสงครามทหารและเกิดขึ้นในช่วงปลายทศวรรษที่ 1950 (Wells 1990) เกมจำลองสถานการณ์ทางธุรกิจ รวมถึง เกมกระดานที่ ไม่ใช่คอมพิวเตอร์และกิจกรรมจากประสบการณ์ได้ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนการสอนเพื่อการจัดการเรียนการสอน (Jackson 1959) (Andlinger 1958) เป็นประจำในการใช้งานที่มหาวิทยาลัยและโดยเฉพาะอย่างยิ่งในโรงเรียนธุรกิจที่สำคัญ ตัวอย่างเช่น มหาวิทยาลัย Washington ได้ใช้เกมจำลองธุรกิจในชั้นเรียนตั้งแต่ปี ค.ศ. 1957 (Saunders 1996 , หน้า 49)

เครื่องมือ INTOP ได้รับการพัฒนาขึ้นที่ มหาวิทยาลัยชิคาโก ใน ปี ค.ศ. 1963 และได้รับการว่าจ้างให้สอนใน 160 สถาบันทั่วโลกในช่วงปี 2506-2538 ผู้สืบทอด INTOPIA ได้รับการเผยแพร่เป็นครั้งแรกใน ปี ค.ศ. 1995 และได้รับการใช้โดยมหาวิทยาลัยในกว่า 55 ประเทศทั่วโลกรวมถึง 18 แห่งในสหรัฐอเมริกา

เกมธุรกิจยังใช้ใน บริษัทเอกชน สำหรับการฝึกอบรมการจัดการและการพัฒนาอีกด้วย (Faria 1990)

(https://en.wikipedia.org/wiki/Business_game)

2.2 เกมการศึกษา (Educational games)

เป็น เกมที่ ออกแบบมาอย่างชัดเจนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ การศึกษา หรือมีมูลค่าทางการศึกษาเล็กน้อย เกมทุกประเภทอาจใช้ในสภาพแวดล้อมทางการศึกษา เกมการศึกษาเป็น เกม ที่ออกแบบมาเพื่อช่วยให้ผู้คนได้เรียนรู้เกี่ยวกับบางวิชาขยายแนวคิดเสริมสร้างพัฒนาการเข้าใจเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมหรือช่วยให้พวกเขาเรียนรู้ทักษะในขณะที่เล่น

ประเภทเกมประกอบด้วย บอร์ด การ์ด และ วิดีโอเกม เกมการศึกษาเป็นเกมที่ออกแบบมาเพื่อสอนมนุษย์เกี่ยวกับเรื่องเฉพาะและสอนทักษะ ในฐานะนักการศึกษาวิทยาลัยและผู้ปกครองตระหนักถึงความต้องการทางจิตวิทยาและประโยชน์ของเกมมีต่อการเรียนรู้เครื่องมือการศึกษานี้ได้กลายเป็นกระแสหลัก

เกมเป็นเกมแบบโต้ตอบที่สอนเราถึง เป้าหมาย หลักเกณฑ์ การปรับตัว การแก้ปัญหา การโต้ตอบทั้งหมดที่แสดงเป็นเรื่องราว พวกเขาตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของเราที่จะเรียนรู้โดยการให้ความเพลิดเพลินการมีส่วนร่วมหลงใหลโครงสร้างแรงจูงใจความพึงพอใจ อัตตา อะดรีนาลีน ความคิดสร้างสรรค์ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและอารมณ์ในเกมตัวเองในขณะที่การเรียนรู้เกิดขึ้น

(https://en.wikipedia.org/wiki/Educational_game)

2.3 Business simulation ปั้น ‘คน’ แบบ short cut

<http://www.thansettakij.com/content/51613>

การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือเออีซี สิ่งหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่ออย่างเห็นได้ชัด คือเรื่องของทรัพยากรบุคคล ซึ่งนอกจากจะต้องมีทักษะด้านการคิด วิเคราะห์ ภาษา และความสามารถเฉพาะทางแล้ว ประสบการณ์ก็เป็นสิ่งสำคัญไม่น้อย เมื่อเกิดการลงทุน ความต้องการบุคลากรที่เพิ่มสูงขึ้น สิ่งที่มาตาม คือภาวะขาดแคลน การเร่งพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมเพื่อรองรับการแข่งขันได้จึงได้มีอาชีพมาช่วย

เทรนนิ่งโมเดลใหม่ โดยพบว่าการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรในรูปแบบเดิมๆ เป็นการเน้นสร้างความเข้าใจขั้นพื้นฐานแนวคิด และการทำงานตามหลักทฤษฎีซะส่วนใหญ่ จึงยังมีข้อจำกัดอยู่หลายประการ โดยเฉพาะเมื่อเกิดสถานการณ์จริง ทำให้การตัดสินใจต้องมีการพิจารณารอบด้าน จึงไม่สามารถกระทำได้อย่างเต็มที่ และอาจสร้างผลเสียให้เกิดขึ้นกับองค์กร การนำเครื่องมือต่างๆ มาใช้ประกอบในการพัฒนาบุคลากร และการช่วยในการคิด วิเคราะห์ จึงมีความจำเป็น

นายสืบสาย ดาราธรรม กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็นพีโอ คอนซัลติ้ง จำกัด ตัวแทนอย่างเป็นทางการของบริษัท CELEMI ประเทศสวีเดน ผู้คิดค้นนวัตกรรมการเรียนรู้ด้วยบอร์ดเกมจำลองสถานการณ์ธุรกิจรายแรกของโลก ได้นำ Business simulation ในลักษณะของ Board Game มาใช้ในการอบรมความรู้และความเฉียบคมทางธุรกิจ (Business acumen) ขึ้นในเมืองไทย โดยเฉพาะการให้บริการกับองค์กรขนาดใหญ่

"บริษัทเร��เริ่มต้นธุรกิจนี้และใช้ Business simulation เมื่อ 15 ปีก่อน แต่อาจจะยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก เพราะเป็นการใช้เฉพาะในองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นนิช มาร์เก็ตมากๆ โดยมีลูกค้าที่เข้ารับการอบรมผ่านเครื่องมือนี้ มีทั้งเครือเอสซีจี, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารกรุงไทย เป็นต้น"

บอร์ด เกมสัมผัสได้ เรียนรู้จริง

เครื่องมือหลักที่ใช้ในการเรียนรู้คือ Complex business simulation กลยุทธ์ธุรกิจซึ่งมีโมเดลธุรกิจแตกต่างกัน 3 รูปแบบ ได้แก่ ธุรกิจการผลิต, ธุรกิจบริการ และธุรกิจที่มีการแข่งขันรุนแรง เช่น ธุรกิจธนาคาร

ธุรกิจโทรคมนาคม เป็นต้น นอกจากนี้จะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเรียนรู้เรื่องการเงิน กลยุทธ์การตลาดพื้นฐาน การบริหารโครงการ และการบริหารบุคลากร เป็นต้น ซึ่งระยะเวลาการฝึกอบรมนั้น ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ขององค์กรและรูปแบบเครื่องมือที่เลือกใช้ เช่นรูปแบบพื้นฐานเกี่ยวกับการทำธุรกิจสามารถเรียนรู้ได้ใน 1 วัน ส่วนรูปแบบที่มีความเข้มข้นมีการแข่งขันและมีความท้าทายจะใช้เวลา 2-3 วัน ส่วนรูปแบบการอบรม จะมีทั้งการจัดอบรมพัฒนาผู้บริหารระดับกลางที่มีประสบการณ์ทำงาน 7-8 ปี, พนักงานที่มีประสบการณ์ทำงาน 2-3 ปี เพื่อพัฒนาในแง่ความเข้าใจในธุรกิจช่วยเปิดมุมมองให้เห็นภาพรวมของธุรกิจนอกเหนือจากส่วนของงานในหน้าที่รับผิดชอบ

การจำลองสถานการณ์ทางธุรกิจ หรือ Business Simulation ไม่ใช่เรื่องใหม่ในเมืองไทย ที่ผ่านมามีการใช้ในหลักสูตรบริหารธุรกิจระดับปริญญาโท (MBA) และมีบางบริษัทก็นำไปใช้ ในการอบรมผู้บริหาร แต่ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของโปรแกรมในคอมพิวเตอร์ ใช้วิธีป้อนข้อมูลเข้าไป จากนั้นคอมพิวเตอร์จะคำนวณผลลัพธ์ที่ได้ออกมา ซึ่งต่างกับการจำลองสถานการณ์ทางธุรกิจ ในรูปแบบเกมกระดาน (Board game) ซึ่งจะทำให้ผู้เล่นได้สัมผัสจริง มีการพูดคุยแลกเปลี่ยน และทำงานร่วมกัน เหมือนกับการนั่งทำงานจริงในองค์กร

"หากเป็นการเทรนนิ่งหรืออบรมพนักงานในรูปแบบเดิมๆ จะเน้นการให้ความรู้ด้านทฤษฎี ขั้นตอนกระบวนการต่างๆ แต่สำหรับการใช้บิซิเนส ซิมูเลเตอร์ จะช่วยให้ได้ทั้งความรู้ ประสบการณ์ตรงที่ได้จากการลงมือทำเอง เล่นเอง และตัดสินใจเอง ซึ่งหากตัดสินใจผิดก็จะได้รู้ถึงปัญหา และสิ่งที่จะเกิดขึ้นตามมา ดังนั้นหากในอนาคตเมื่อเกิดเหตุการณ์จริง ก็จะสามารถคาดการณ์ความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้ ทำให้สามารถวางแผนรองรับ หรือเตรียมแผนแก้ปัญหาไว้ล่วงหน้าแล้ว"

เตรียมพร้อมคนรับมืองานหนัก

นายสายสืบ กล่าวอีกว่า การอบรมในลักษณะนี้ ทำให้ผู้เข้าอบรมมีประสบการณ์ร่วม ทำให้เห็นและเข้าใจง่ายขึ้น ถือเป็น การเรียนลัด แทนที่จะต้องรอให้เกิดเหตุการณ์จริง ที่อาจจะเกิดขึ้นในปีหน้า หรืออีก 5 ปีข้างหน้าได้ ซึ่งเมื่อถึงเวลานั้นองค์กรอาจจะต้องประสบปัญหาหรือเกิดความเสียหายในระดับสูงตามมา อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันที่ธุรกิจมีการแข่งขันสูงขึ้น ทำให้องค์กรไม่ว่าจะเป็นขนาดใหญ่ กลาง และเล็ก ต่างมีโอกาสในการขยายการลงทุนหรือมีการขยายงานมากขึ้น สิ่งที่สำคัญคือต้องเร่งพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะ และพร้อมรองรับการขยายงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

สำหรับแผนการการดำเนินธุรกิจของบริษัทในปีนี้ บริษัทปรับโครงสร้างธุรกิจใหม่ จากเดิมที่มี 3 กลุ่มธุรกิจ คือธุรกิจให้บริการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร, ธุรกิจที่ปรึกษาด้านการบริหารจัดการธุรกิจ และธุรกิจจัดหาเครื่องมือประเมินบุคลากร โดยจะแยกธุรกิจจัดหาเครื่องมือประเมินบุคลากรออกไปจัดเป็นบริษัทใหม่ ภายใต้ชื่อ บริษัท โทมัส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด ทำหน้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือประเมินบุคลากรและให้บริการคำปรึกษาแก่องค์กร ซึ่งเป็นโนฮาวมาจากประเทศอังกฤษ ในเดือนมิถุนายนนี้ โดยในปีบริษัทตั้งเป้าหมายที่จะมีผลประกอบการเติบโตขึ้นและมีรายได้ราว 100 ล้านบาท

จากหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 36 ฉบับที่ 3,156 วันที่ 12 - 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2559

<http://www.thansettakij.com/content/51613>

3. กรณีศึกษาระดับสากล กรณีศึกษาในเรื่องที่เราศึกษา

3.1 Foundation Business Game

FOUNDATION

การจำลองกลยุทธ์ทางธุรกิจขั้นพื้นฐาน

เรียนรู้การพัฒนาความเข้าใจแบบองค์รวม เกี่ยวกับวิธีการที่ธุรกิจทำงานเป็นระบบแบบผสมผสาน ในขณะที่ให้พื้นฐานสำหรับการคิดเชิงกลยุทธ์

Foundation ช่วยให้นักเรียนมีโอกาสในการพัฒนาองค์ความรู้แบบองค์รวมเกี่ยวกับหลักการพื้นฐานทางธุรกิจตั้งแต่เริ่มต้นในประสบการณ์การเรียนรู้ที่น่าสนใจ แต่ละวินัยทางธุรกิจมีความรู้ความเข้าใจในวงกว้างและสามารถเข้าใจได้ในทางทฤษฎี แต่การประสบปัญหาทางธุรกิจในทางปฏิบัติอาจเป็นรากฐานที่เหมาะสมสำหรับการเรียนรู้อย่างลึกซึ้งและต่อเนื่อง

รวมทฤษฎีและการปฏิบัติ เพื่อให้เข้าใจว่าแต่ละส่วนของธุรกิจส่งผลกระทบต่อทั้งองค์กรไม่มีอะไรที่เด่นต่อประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจในตลาดที่มีการแข่งขัน มูลนิธิให้ประสบการณ์ที่ไม่มีความเสี่ยงในโลกแห่งความเป็นตัวตนพร้อมกับโอกาสในการสร้างกลุ่มผลิตภัณฑ์จัดการค่าใช้จ่ายวิเคราะห์ตลาดและพัฒนาการคาดการณ์โดยคำนึงถึงกระแสเงินสดและการจัดการงบดุล

ชักชวนให้นักเรียนของคุณ เข้ามาใช้งานง่ายที่ใช้งานง่ายช่วยลดความยุ่งยากในการใช้งานออนไลน์ของนักเรียนและให้ข้อเสนอแนะพร้อมคำตอบทันทีเมื่อต้องการพวกเขาบนหน้าจอ จมอยู่กับความซับซ้อนที่สมจริงของบริษัท มูลค่ากว่า 40 ล้านเหรียญแต่ละทีมผู้บริหารหรือซีโอโอแต่ละคนจะเข้ารับตำแหน่ง บริษัทที่กำลังดิ้นรน แต่ละบริษัท จะต้องสมดุลกับความต้องการและความต้องการในการแข่งขันเพื่อให้ธุรกิจของพวกเขาที่มีทิศทางที่ชัดเจน

<http://www.capsim.com/simulations/foundation/>



รูปที่ 3-1 อ่างอิงภาพจาก <http://www.capsim.com/blog/capsim-partners-with-st-francis-high-school-to-prepare-students-for-future-success/>

3.2 The Business Strategy Game (BSG) - การแข่งขันในตลาดโลก

เกมกลยุทธ์ทางธุรกิจทำงานอย่างไร

ใน เกมกลยุทธ์ทางธุรกิจ สมาชิกกลุ่ม 1-5 คนได้รับมอบหมายให้ประกอบธุรกิจ คือ บริษัท รองเท้ากีฬา ซึ่งผลิตและจำหน่ายรองเท้าแบรนด์และป้ายชื่อส่วนตัวและแข่งขันกับบริษัท รองเท้าที่ดำเนินการโดยสมาชิกคนอื่น ๆ ในชั้นเรียน มีจำนวน 12 บริษัท สามารถแข่งขันในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียว (ชั้นเรียนที่มีขนาดสูงกว่า 50 แห่งโดยทั่วไปจะแบ่งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสองกลุ่มขึ้นไป) บริษัท เหล่านี้แข่งขันในเวทีการตลาดระดับโลกโดยขายได้ใน 4 ภูมิภาคทางภูมิศาสตร์คือ ยุโรป, แอฟริกา, อเมริกาเหนือ, เอเชียแปซิฟิกและละตินอเมริกา

ผู้บริหารของแต่ละบริษัท มีหน้าที่รับผิดชอบในการประเมินสภาวะตลาดการกำหนดวิธีการตอบสนองต่อการกระทำของคู่แข่งการกำหนดทิศทางการระยะยาวและกลยุทธ์สำหรับ บริษัท ของพวกเขาการคาดการณ์ยอดขายที่จะเกิดขึ้นและการตัดสินใจเกี่ยวกับ:

- การดำเนินการผลิต (ไม่เกิน 10 การตัดสินใจแต่ละโรงงานโดยมีโรงงานได้สูงสุด 4 โรงงาน)
- การปรับปรุงโรงงานและการขยาย / ลดกำลังการผลิตของโรงงาน (6 การตัดสินใจต่อโรงงาน)
- การชดเชยแรงงานและการฝึกอบรม (การตัดสินใจ 3 ครั้งต่อโรงงาน)
- การจัดส่งและการจัดการสินค้าคงคลัง (ถึง 8 การตัดสินใจแต่ละโรงงาน / ภูมิภาค)

- การกำหนดราคาและการตลาด (สามารถตัดสินใจได้สูงสุด 10 ครั้งใน 4 ภูมิภาค)
- การเสนอราคาเพื่อลงนามบุคคลที่มีชื่อเสียงเพื่อรับรองตราสินค้ารองเท้า (2 รายการต่อราคาเสนอ)
- ความรับผิดชอบต่อสังคมและการเป็นพลเมือง (ไม่เกิน 6 รายการการตัดสินใจ)
- การดำเนินงานทางการเงินของ บริษัท (ไม่เกิน 8 รายการสำหรับการตัดสินใจ)

ในแต่ละครั้งที่ผู้จัดการร่วมตัดสินใจเข้าร่วมการตัดสินใจการคำนวณผลการดำเนินงานในรูปแบบต่างๆบนหน้าจอก็จะแสดงให้เห็นถึงผลที่คาดว่าจะได้รับจากการขายหน่วยรายได้ส่วนแบ่งการตลาดกำไรสุทธิรายได้ ROE ต้นทุนต่อหน่วยและผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ผู้จัดการร่วมในการประเมินคุณค่าที่เกี่ยวข้องของรายการตัดสินใจหนึ่ง ๆ กับคนอื่น ผู้จัดการ บริษัท สามารถทดสอบกับชุดค่าผสมการตัดสินใจที่แตกต่างกันจำนวนมากในการมาถึงการผสมผสานการตัดสินใจและการดำเนินการที่ดูเหมือนจะส่งผลให้ประสิทธิภาพของ บริษัท ดี นอกจากนี้ยังมี บทแนะนำวิดีโอ 2-4 นาทีสำหรับแต่ละหน้าจอการตัดสินใจ และ ส่วนช่วยเหลือ ที่อธิบายถึงความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะอธิบายว่าตัวเลขในรายงานของ บริษัท และอุตสาหกรรมมีการคำนวณอย่างไร ผู้จัดการทำงานอย่างไร

แต่ละ บริษัท มักพยายามที่จะเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการกำหนดราคาที่น่าสนใจยิ่งขึ้นการเลือกรูปแบบและแบบจำลองรองเท้าที่ใหญ่ขึ้นการจัดแต่งทรงผมและคุณภาพรองเท้าที่น่าสนใจยิ่งขึ้นการโฆษณาที่มากขึ้นการรับส่วนลด mail-out ที่ใหญ่ขึ้นการทำสัญญากับดาราเพื่อรับรองแบรนด์ , ให้การสนับสนุนการขายสินค้าและการส่งเสริมการขายแก่ผู้ค้าปลีกการจัดส่งและการจัดส่งที่รวดเร็วขึ้นและการส่งเสริมการขายสินค้าออนไลน์ที่ก้าวร้าวมากขึ้นในเว็บไซต์ของ บริษัท

ทุกประเภทของกลยุทธ์การแข่งขัน - ความเป็นผู้นำที่มีต้นทุนต่ำความแตกต่างผู้ให้บริการที่มีต้นทุนต่ำเน้นต้นทุนต่ำและเน้นความแตกต่าง เป็นตัวเลือกที่ทำงานได้ บริษัท สามารถพยายามที่จะได้รับความเหนือกว่าคู่แข่งด้วยการโฆษณามากขึ้นหรือเลือกรูปแบบที่กว้างขึ้นหรือการจัดแต่งทรงผม / คุณภาพที่น่าสนใจหรือส่วนลดที่มากขึ้นหรือการรับรองการรับรองผู้มีชื่อเสียงที่น่าสนใจมากขึ้นเป็นต้น สามารถมุ่งเน้นที่พื้นที่ทางภูมิศาสตร์หนึ่งหรือสองแห่งหรือมุ่งเน้นเพื่อความสมดุลทางภูมิศาสตร์ สามารถทำกลยุทธ์เดียวกันทั่วโลกหรือสร้างกลยุทธ์ที่ต่างกันเล็กน้อยหรือแตกต่างกันมากสำหรับแต่ละพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ทั้งสี่แห่ง สามารถเปลี่ยนความสำคัญในการขายรองเท้าแบรนด์ผ่านร้านค้าปลีกรองเท้าหรือที่เว็บไซต์ของ บริษัท สามารถให้ความสำคัญมากหรือน้อยในการชนะการเสนอราคาเพื่อผลิตรองเท้าป้ายชื่อส่วนตัวสำหรับผู้ค้าปลีกรายย่อย

ประสิทธิภาพของ บริษัท แต่ละแห่งขึ้นอยู่กับดัชนีชี้วัดที่สมดุลซึ่งรวมถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์รายได้ต่อหุ้นผลตอบแทนจากการลงทุนในตราสารทุนการแข็งค่าของหุ้นและการจัดอันดับเครดิต

คุณมีทางเลือกในการจัดตารางฝึกซ้อม 1 หรือ 2 รอบ (ขอแนะนำ 2) และตั้งแต่ 4 ถึง 10 รอบตัดสินใจตามปกติ (6 ถึง 10 รอบดีกว่า 3-5 รอบ) รอบการตัดสินใจแต่ละรอบหมายถึงปีของการดำเนินงานของ บริษัท และ

ใช้เวลาประมาณสองชั่วโมงเพื่อให้ผู้จัดการร่วมของ บริษัท ดำเนินการเสร็จสิ้น รอบการตัดสินใจสามารถกำหนดเป็นรายสัปดาห์, รายปักษ์หรือที่อาจารย์ผู้สอนต้องการช่วงเวลาใดก็ได้ มีตารางเรียนตัวอย่างสำหรับหลักสูตรที่มีความยาวแตกต่างกันไปและมีการจัดประชุมเป็นจำนวนมาก

เมื่อกำหนดเวลาที่กำหนดไว้สำหรับผู้สอนสำหรับรอบการตัดสินใจเซิร์ฟเวอร์ BSG จะเข้าถึงรายการการตัดสินใจที่บันทึกไว้ของแต่ละ บริษัท โดยอัตโนมัติกำหนดความสามารถในการแข่งขันและความสนใจของผู้ซื้อในการเสนอผลิตภัณฑ์ของแต่ละ บริษัท เทียบกับ บริษัท คู่ต่อสู้และจัดสรรยอดขายและส่วนแบ่งตลาดให้กับ บริษัท คู่แข่ง, ภูมิภาคตามพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ตาม

วิธีการเปรียบเทียบราคาของแต่ละ บริษัท กับราคาของแบรนด์คู่แข่ง,

วิธีจัดตั้งทรงผมของแต่ละ บริษัท / คุณภาพเทียบกับคุณภาพของแบรนด์คู่แข่ง,

ความกว้างและความกว้างของสายผลิตภัณฑ์ของ บริษัท แต่ละ บริษัท เปรียบเทียบกับความต้องการของ บริษัท คู่แข่ง,

ความพยายามในการโฆษณาของ บริษัท แต่ละแห่งเปรียบเทียบกับกาโฆษณาของคู่แข่งและอื่น ๆ ทั้งหมด 11 ปัจจัยในการแข่งขันซึ่งกำหนดยอดขายหน่วยและส่วนแบ่งการตลาด

ไม่มีอคติในตัวใดที่สนับสนุนกลยุทธ์ใด ๆ และไม่มี "ชุดกลยุทธ์การเคลื่อนไหวที่เป็นความลับ" ซึ่งจะส่งผลให้ บริษัท กลายเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม BSG คือการจัดทำแบบจำลองการแข่งขันทางด้าน "การแข่งขัน" ซึ่งผลลัพธ์จะไม่ซ้ำกันเฉพาะกับการแข่งขันกันระหว่างการตัดสินใจและกลยุทธ์เฉพาะของแต่ละกลุ่ม บริษัท ที่แข่งขันกัน กลยุทธ์ใดที่ให้ผลการปฏิบัติงานที่ดีที่สุดในกลุ่มใดก็ได้จาก 4 ถึง 12 บริษัท ที่มีการแข่งขันแบบหัวหัวเสมอขึ้นอยู่กับการมีส่วนร่วมในการแข่งขันระหว่างการตัดสินใจและกลยุทธ์ที่เฉพาะเจาะจงของ บริษัท คู่แข่ง นั่นก็คือกลยุทธ์ "bullet magic" หรือชุดการดำเนินการที่กำหนดซึ่งจะรับประกันประสิทธิภาพของ บริษัท ที่ดี

ผู้บริหารร่วมของ บริษัท สามารถเข้าถึงผลลัพธ์ของการตัดสินใจรอบ 15-20 นาทีหลังจากกำหนดเวลาในการตัดสินใจ การจัดอันดับประสิทธิภาพของ บริษัท พร้อมด้วยสถิติอุตสาหกรรมและสถิติของ บริษัท มีให้กับผู้จัดการร่วมของ บริษัท หลังจากแต่ละรอบการตัดสินใจใช้ในการปรับกลยุทธ์และการตัดสินใจในรอบการแข่งขันรอบถัดไป

<https://www.bsg-online.com/>



รูปที่ 3-2 อ่างอิงภาพจาก <https://www.bsg-online.com/index.html>

บทที่ 4 กรณีศึกษาในประเทศไทย กรณีศึกษาในเรื่องที่เราศึกษา

4.1 Business Simulation Games - บริษัท โกลบอล โปร บิสซิเนสส์ โซลูชันส์

รับสมัคร 30 ท่าน มาเล่นเกมส์กัน 21 เมษายน นี้ เกมส์ที่จะทำให้ท่านมองเห็นภาพรวมของการบริหารกิจการ ที่ต้องอาศัยการวางกลยุทธ์บนข้อมูลธุรกิจที่ถูกต้อง ฉับไว

กิจกรรมนี้เหมาะสม สำหรับ ผู้ประกอบการ / เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหารองค์กร และผู้จัดการฝ่ายที่มีศักยภาพในการเป็นผู้บริหารในอนาคต รับสมัครผู้เล่นเพียง 30 ท่าน แบ่งกลุ่มเป็น 5 บริษัทจำลอง

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ร่วมกับ บริษัท โกลบอล โปร บิสซิเนสส์ โซลูชันส์ จัดกิจกรรม

“เกมจำลองทางธุรกิจ” (Business Simulation Game) เพื่อเสริมศักยภาพด้านการบริหารให้กับผู้ประกอบการไทย โดยท่านจะได้ เห็นมุมมองทางธุรกิจแบบองค์รวม

เข้าใจการทำงานร่วมกันระหว่างสายงานเสริมศักยภาพความเป็นผู้นำ ด้วยการวางแผนและการคิดเชิงกลยุทธ์ พัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ เพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ ยกกระตือการเป็นผู้ประกอบการ ด้วยความคิดเชิงรุก และกล้าเสี่ยงอย่างมีเหตุผล

<https://www.facebook.com/NIAThailand/photos/a.988719001165426.1073741855.1978938469146>

BUSINESS SIMULATION GAMES

มาเล่นเกมส์กัน
 เกมส์ที่จะทำให้ท่านมองเห็นภาพรวม
 ของการบริหารกิจการที่ต้องอาศัยการวาง
 กลยุทธ์บนข้อมูลธุรกิจที่ถูกต้อง ฉับไว

รับสมัครผู้เล่นเพียง 30 ท่าน
 แบ่งกลุ่มเป็น 5 บริษัทจำลอง

กิจกรรมนี้เหมาะสำหรับ
 ผู้ประกอบการ, เจ้าของธุรกิจ, ผู้บริหาร, ผู้ร่วมสาย

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ร่วมกับ
 บริษัท โกลบอล โปร ดีไซน์ แอสท์ โซลูชั่นส์ จำกัด จัดกิจกรรม
 “เกมจำลองทางธุรกิจ” (Business Simulation Game)
 เพื่อเสริมศักยภาพด้านการบริหารให้กับผู้ประกอบการไทย
 โดยท่านจะได้

- เห็นมุมมองทางธุรกิจแบบองค์รวม
- เข้าใจการทำงานร่วมกันระหว่างสายงาน
- เสริมศักยภาพความเป็นผู้นำ ด้วยตารางแผนและการตัดสินใจกลยุทธ์
- พัฒนาศักยภาพการวิเคราะห์ เพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ
- ประสบการณ์เป็นผู้ประกอบการ ด้วยความชัดเจนสูง และผลลัพธ์เชิงปฏิบัติ

NIAT (National Innovation Agency of Thailand) and **GPBS** (Global Partnership for Business Simulation)

16/988719031165423/?type=3&theater

รูปที่ 4-1 อ่างอิงภาพจาก

<https://www.facebook.com/NIAThailand/photos/a.988719001165426.1073741855.1978938469146>

16/988719031165423/?type=3&theater

4.2 Business Simulation - Compass Institute (Thailand)

ของเรา วันนี้ได้เดินทางไปถึง พัทยา กันเลยนะคะ ในกิจกรรมนี้มีผู้เข้าอบรม 50 ท่านโดยประมาณ โดยการเรียนการสอนของวันนี้ นำโดย คุณเทพฤทธิ์ สีน้าเงิน ดำรงตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ และเป็นอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ และเชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่างๆทางด้านธุรกิจและการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ การเล่น Board Game หรือที่เราเรียกว่า Business Simulation ,Business Gamification นั้นเป็นเครื่องมือที่สามารถ Reflect กระบวนการความคิด การดำเนินงาน บุคลิก ลักษณะของผู้เข้าอบรมได้อย่างดีระดับหนึ่ง ซึ่งผู้ดำเนินกิจกรรมเกมส์ของเรา หรือที่เรียกว่า Banker, Facilitator ก็ได้รับการฝึกซ้อม การเรียน การเล่นเกมส์ อย่างมืออาชีพและสม่ำเสมอ รวมถึงทีมงานด้านการจัดฝึกอบรมก็เป็นผู้มีประสบการณ์และผ่านการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี

สามารถเรียกได้ว่า Compass Institute เป็นเจ้าแรกในประเทศไทยที่ได้นำวิธีการนี้มาใช้กับหลักสูตรน ซึ่งเรามีบริษัทในเครือ ร่วมกัน 3 บริษัทคือ

1. LEAD Business Institute "LEAD People LEAD Business" The execution education programs which design by professional instructors from Cornell University- ILR School

2. Compass Institute "The Leader in Human Capital"

3. Madison House Thailand "Empowering Business Communication"

หากท่านใดสนใจและอยากทราบรายละเอียดเพิ่มเติม ว่ากิจกรรมนี้จะช่วยเรื่องการพัฒนาบุคลากรในองค์กรของท่าน ได้อย่างไร ติดต่อสอบถามที่เราได้ค่ะ เรามีทีมพัฒนาธุรกิจพร้อมบุคลากรมืออาชีพ มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญทางด้าน Human Resources Development (HRD) ในการให้ความร่วมมือกับองค์กรของท่าน พัฒนาหลักสูตร ตามแบบที่ต้องการ สามารถนำพาและพัฒนาบุคลากรของท่านสู่เป้าหมายขององค์กรได้อย่างตรงจุดผ่านการอบรม การเรียนการสอน และกิจกรรมต่างๆมากมาย ในระดับสากล

<https://www.facebook.com/CompassInstituteThailand/photos/a.1177468532297298.1073741850.272869966090497/1177469262297225/?type=3>

5. โมเดลหรือรูปแบบใหม่ หรือนวัตกรรมที่เสนอ รายละเอียด สรุป ประโยชน์ของวิจัย

5.1 รูปแบบใหม่ หรือนวัตกรรมที่เสนอ รายละเอียด Domino Business Game[®] โดย ทีมที่ปรึกษา บริษัท ABC CLUB จำกัด

ที่ปรึกษาวางระบบการพัฒนาองค์กรด้วยทุนทางปัญญา โดยจิตวิทยาเชิงบวก

"Play DBG 2 Days,

Profit 2 times in 2 year"

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ผู้เรียน ได้เรียนรู้ ทบทวน และ ใช้ความรู้ เหล่านี้ กับการทำงาน ได้จริง
 - การบริหารเชิงกลยุทธ์ Strategic Management
 - การบริหารการปฏิบัติงาน Operation Management
 - การบริหารผลงาน Performance Management
 - การบริหารการตลาด Marketing Management
 - การบริหารนวัตกรรม Innovation Management
 - การบริหารการเงิน Financial Management
 - การบริหารทีม Team Management
- เพื่อให้ผู้เรียน ได้เรียนรู้ การทำงาน การบริหารงาน บริหารคน และ การพัฒนางาน พัฒนาคณะ
- เพื่อให้ผู้เรียน ได้สร้าง แผนปฏิบัติการขึ้นจริง ๆ Action Plan หลังจากได้เรียนรู้จากกิจกรรม เพื่อนำ แผนปฏิบัติการไปลงมือทำ อย่างจริงจัง

Domino Business Game – ABC CLUB

DOMINO

Business Game

เกมจำลองธุรกิจ (Business Game) ที่จำลอง รูปแบบการทำงาน การบริหาร และ การพัฒนาธุรกิจ ผ่านเกมการสร้างตึก ด้วยตัวต่อ Domino ให้ได้ “กำไร” สูงที่สุด ตามเกณฑ์ที่กำหนด

เกณฑ์ของตึก Domino ที่กำหนด

1. **ตึก Domino** ประกอบไปด้วย ห้องหลาย ๆ ห้องรวมกัน สามารถสร้างตึกจำนวนเท่าใดก็ได้ ในแต่ละรอบ (จำนวนที่ตึกก็ได้)
2. **การวัดผล** วัดจาก “กำไร” และ “กำไรสะสม” ของแต่ละกลุ่ม กำไร ของแต่ละกลุ่ม มาจาก ยอดขายรวม หักต้นทุนรวม
3. **ยอดขายของตึก** มาจาก ยอดขาย ห้องแต่ละห้องที่ “ลูกค้าเลือกซื้อ” รวมกัน
4. **การกำหนดราคาของห้อง** ห้องชั้นเดียวกัน มีมูลค่าของห้อง เท่ากัน แต่ละกลุ่ม จะต้อง “กำหนดราคา” ของห้องแต่ละชั้น ด้วยตนเอง
5. **คุณสมบัติห้อง** ต้องประกอบขึ้นจากตัว Domino ที่เป็น พื้น, ผนัง 2 ด้านขึ้นไป และ เพดาน ผนังไม่จำเป็นต้องปิดทุกด้าน และ ห้องชั้นที่สูงกว่า สามารถใช้เพดานของชั้นที่ต่ำกว่า เป็นพื้นได้ ขนาดของห้อง ไม่ต่ำกว่าการใช้ “ดินสอไม้ธรรมดา” ลอดผ่านได้จากด้านหน้าไปด้านหลัง
6. **ต้นทุน** ของแต่ละกลุ่มมาจาก

Man	แรงงาน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มทุกคน คนละ 1 ล้านบาท
Material	วัตถุดิบ	จำนวน Domino ที่ใช้ กล่องละ 11 ล้านบาท
Machine	เครื่องจักร	จำนวนมือที่ใช้จับตัว Domino ข้างละ 1 ล้านบาท
Method	วิธีการ	คิดค้นวิธีการในการสร้าง ไม่มีค่าใช้จ่าย
Marketing	งบการตลาด	งบประมาณในการทำการตลาด 5 รูปแบบ
Land	ที่ดิน	ราคาที่ดิน 10 แห่ง
Tax	ภาษี	ภาษีเงินได้นิติบุคคล 10 %

7. **เวลาในการวางแผน 30 นาที**
แต่ละกลุ่มจะต้องส่งข้อมูลให้ส่วนกลาง ภายในเวลาที่กำหนด ได้แก่

จำนวนสมาชิกในกลุ่ม (Man), จำนวน Domino ทรายกล่อง (Material),
 จำนวนเครื่องจักร (มือคน) ที่ใช้ (Machine), งบประมาณการตลาดใน 5 รูปแบบ คือ
 ทีมขาย, สื่อโฆษณา, โฆษณาออนไลน์, โฆษณาทีวี, Celeb
 ราคาที่ดินที่เลือกจาก 10 แหล่ง (Land), ราคาห้องในแต่ละชั้น (Price)

กลุ่มที่ไม่ส่งตามเวลา หมดสิทธิในรอบนั้น ๆ

8. **เวลาในการลงมือทำสร้างจริง 10 นาที**
9. **เวลาในการส่งข้อมูลตึก 5 นาที** หลังจากแต่ละกลุ่มสร้างตึกเสร็จในเวลาที่กำหนด แต่ละกลุ่ม ส่งข้อมูลให้
 ส่วนกลาง คือ จำนวนห้องในแต่ละชั้นของตึก
10. **การประมวลผล** ส่วนกลางจะประมวลผล แจกแจงลูกค้าจากฐานข้อมูล เข้าซื้อห้องตามความต้องการของ
 ลูกค้า ผ่านปัจจัย กำลังซื้อ, แปรนตร์, ทำเลที่ต้องการ
11. **ประกาศผล** ส่วนกลาง ประกาศ ยอดขาย, ต้นทุน และ กำไรของแต่ละกลุ่ม ในแต่ละรอบพร้อมทั้ง จัด
 อันดับ เกรดความน่าเชื่อถือ ตามผลงานของกลุ่ม



รูปที่ 5-1 ถึง 5-8 แสดงผลการจัดกระบวนการเรียนรู้ ตามรูปแบบการเรียนรู้การบริหารองค์กรธุรกิจด้วย DOMINO Business Game

5.2 ผลการศึกษา

ผู้วิจัย ได้ทำการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้บริหารองค์กรธุรกิจ SME เจ้าของกิจการ หรือ ทายาทที่กำลังศึกษาปริญญาโท MBA ที่เข้ามาเรียนรู้กระบวนการบริหารจัดการธุรกิจด้วย DOMINO Business Game จำนวน 60-80 คน เพื่อ เปรียบเทียบ การเรียนรู้รูปแบบใหม่ (นวัตกรรม) กับการเรียนรู้ในรูปแบบเดิม ได้รับคำตอบว่า

“การเรียนรู้ด้วย DBG ได้เรียนรู้การวางแผน กลยุทธ์ที่สำคัญในขั้นแรกของธุรกิจ ทั้งยังได้ลงมือทำ คือ การต่อตึกด้วยตัว Domino จริง ๆ มีความสนุกกับทีมที่ร่วมมือกัน และ เห็นภาพโดยรวมของ วิชาต่าง ๆ ที่เรียนมาใน MBA (ระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจ) ได้เอง โดยใช้เวลาแค่ 2 วันเท่านั้น”

“การเรียนรู้ด้วยเกม ทำให้เกิดความเข้าใจในตัวทฤษฎีต่าง ๆ เห็นความเชื่อมโยงของ วิชาต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น รวมไปถึง เป็นสถานการณ์จำลองที่ อ้างอิงความเป็นจริง ทำให้ต้องคิด วิเคราะห์ วางแผน จริง ๆ ไม่ใช่แค่ เรียนจาก ทฤษฎี หรือ กรณีศึกษาต่าง ๆ เห็นภาพมากขึ้นครับ”

“การเรียนรู้ตลอด 2 วันนี้ ทั้งสนุกกับการทำงานกับทีม และ เพื่อน ๆ รวมถึง การแข่งขันทำธุรกิจ เสมือนจริง กับกลุ่มอื่น ๆ อีก 5-6 กลุ่ม ได้ เกิดความสามัคคีกับเพื่อนที่เรียนด้วยกัน ถึงแข่งกัน แต่นอกเกม เราเป็นเพื่อนกัน และ คงจดจำบรรยากาศในเกม และ เนื้อหาที่สอดแทรกเข้ามาในเกม แบบที่ไม่ต้องสอนก็เข้าใจ

“ไม่น่าเชื่อว่า เกมนี้ สามารถสอนวิชาทางการบริหารธุรกิจได้ มากมาย ทั้งวิชากลยุทธ์ การตลาด การผลิต การบริหารบุคคล นวัตกรรม และ การเงิน การบัญชี ที่ปกติแล้วเรียนมาตลอด 2 ปี แต่พวกเราสามารถเรียนรู้ได้ จาก เกม เกมนี้ เกมเดียว ในเวลาแค่ 2 วัน เท่านั้นเอง”

“ขอวิธีการเรียนรู้แบบนี้ครับอาจารย์ ไม่น่าเบื่อ ไม่มีทฤษฎีอะไรเยอะ ได้แต่เรียนรู้จาก สถานการณ์จำลองจริง ๆ ทั้งทีมอาจารย์ยังกระตุ้นโดยการเพิ่มโจทย์ และ วิธีการแก้ปัญหา ที่แบบเนียน ไม่เครียดจนเกินไป สามารถนำ ความรู้ทั้งหมดนี้ ไปประยุกต์ใช้กับการ ประกอบธุรกิจได้จริง ๆ แน่แน่นอน ครับ”

5.3 สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นตามตาราง ดังนี้

เรียนรู้ การบริหารธุรกิจ	การเรียนรู้ตามหลักสูตร MBA	*** DOMINO Business Game
ด้านวิชาการ (ทฤษฎี/ปฏิบัติ)	ได้รับแต่ทฤษฎีแต่ไม่ได้ปฏิบัติ	ได้รับทั้งทฤษฎีและปฏิบัติ
ด้านความเชื่อมโยงวิชาต่าง ๆ	เรียนเป็นรายวิชา ไม่เชื่อมโยง	เรียนถึงความเชื่อมโยงทุกวิชา
ด้านความพึงพอใจ	แล้วแต่กระบวนการสอน	สนุกไปพร้อมผู้เรียนคนอื่น ๆ
ด้านระยะเวลา	ไม่ต่ำกว่า 3 – 4 เดือน	ไม่เกิน 2 – 3 วัน
ด้านเงินลงทุน	มากกว่า หลักหมื่นบาท	ไม่เกิน หลักหมื่นบาท

จากผลการศึกษาข้างต้น ทำให้ทราบว่า Domino Business Game เหมาะสำหรับ บุคคลตามคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

1. เจ้าของกิจการ ผู้ประกอบการ ทายาทธุรกิจ ระดับ SME ขึ้นไป
2. ผู้บริหารองค์กรธุรกิจ ตั้งแต่ระดับ ผู้จัดการขึ้นไป จนถึง ผู้บริหารระดับสูง
3. อายุ ตั้งแต่ 25 - 45 ปี

4. เพศ การศึกษา ไม่ใช่ประเด็นที่สำคัญในการเรียนรู้ด้วยวิธีการนี้

5.4 ประโยชน์ของวิจัยเรื่องนี้

รูปแบบการเรียนรู้ การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ โดยใช้ Domino Business Game ทำให้กระบวนการเรียนรู้เข้าถึง ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการบริหาร ทั้งยังสามารถเห็นถึง “ภาพรวมของแต่ละวิชา” ได้ชัดเจน มากกว่าการเรียนรู้ในรูปแบบปกติ

เรียนรู้ การบริหารธุรกิจ	ต้นทุนด้านเวลา	ต้นทุนด้านเงินลงทุน
สร้างธุรกิจตนเอง	5-10 ปี	หลักล้าน >1,000,000
ป.ตรี บริหารธุรกิจ	4 ปี	หลักแสน >100,000
ป.โท MBA	2 ปี	หลักแสน >100,000
Mini MBA	3-4 เดือน	หลักหมื่น >10,000
*** DOMINO Business Game	2 วัน	หลักพัน ไม่เกินหมื่น

ตารางที่ 5-1 ตารางเปรียบเทียบ ต้นทุนด้านเวลา และ เงินลงทุน ในการเรียนรู้การบริหารธุรกิจ

5.5 แผนงานในอนาคต และข้อเสนอแนะ

ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ด้วยเกม

ผู้วิจัยกำลังพัฒนา กระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการธุรกิจในรูปแบบต่าง ๆ ด้วย Game อาทิเช่น

- Domino Business Game – Card เรียนรู้เรื่อง “การตัดสินใจ”
 - Domino Business Game – Factory เรียนรู้เรื่อง “กระบวนการผลิตในโรงงาน”
 - Domino Business Game – Service เรียนรู้เรื่อง “การบริการที่เป็นเลิศ”
 - Domino Business Game – Board Game เรียนรู้เรื่อง “การบริหารด้านการเงินและการลงทุน”
- เป็นต้น

ด้านการเผยแพร่ กระบวนการเรียนรู้ด้วย DOMINO Business Game (การตลาด)

ผู้วิจัยกำลังขยาย กระบวนการเรียนรู้ด้วยวิธีการนี้ ไปยัง กลุ่มลูกค้า ต่าง ๆ อาทิเช่น

- คณะที่เกี่ยวข้องกับ การบริหารจัดการธุรกิจ สถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ทั่วประเทศไทย
- กลุ่มชมรม สมาคม สมาพันธ์ ที่รวมตัวกันของ กิจการ ธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกัน
- บริษัทเอกชน ขนาดกลาง ไปจนถึง บริษัทมหาชน
- ธนาคาร ที่มีกลุ่มลูกค้าเป็น กิจการขนาดตั้งแต่ SME ขึ้นไป

State of Florida

Department of State

I certify from the records of this office that BODHISASTRA UNIVERSITY INC. is a corporation organized under the laws of the State of Florida, filed on July 7, 2017, effective July 20, 2017.

The document number of this corporation is N17000007038.

I further certify that said corporation has paid all fees due this office through December 31, 2020, that its most recent annual report/uniform business report was filed on January 24, 2020, and that its status is active.

I further certify that said corporation has not filed Articles of Dissolution.

*Given under my hand and the
Great Seal of the State of Florida
at Tallahassee, the Capital, this
the Fifth day of March, 2020*



Ronald R. DeSantis
Secretary of State

Tracking Number: 4304878263CU

To authenticate this certificate, visit the following site, enter this number, and then follow the instructions displayed.

<https://services.sunbiz.org/Filings/CertificateOfStatus/CertificateAuthentication>



FLORIDA DEPARTMENT OF
EDUCATION
fldoe.org

State Board of Education

Marva Johnson, *Chair*
Andy Tuck, *Vice Chair*
Members
Gary Chartrand
Ben Gibson
Tom Grady
Michael Olenick
Joe York

Pam Stewart
Commissioner of Education

June 29, 2018

Bodhisastra University
100 SE 2nd Street, Suite 2000 - #035
Miami, FL 33131

Thank you for your affidavit requesting institutional operation without governmental oversight as a religious college. The affidavit is being placed on the July 30, 2018 agenda in Howey-In-The-Hills, Florida, to be heard by the Commission for Independent Education. Upon approval by the Commission, your institution will receive a letter stating that the institution has met the requirements of state law and is not subject to governmental oversight pursuant to Section 1005.06(1)(f), Florida Statutes.

Please feel free to contact me at (850) 245-3200 for additional assistance regarding application to operate as a religious college.

Sincerely,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Andrew Joop", written over a horizontal line.

Andrew Joop

Samuel L. Ferguson
Executive Director

Commission for Independent Education

325 W. Gaines Street, Suite 1414 | Tallahassee, FL 32399-0400 | 850-245-3200 | www.fldoe.org/cie