

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ	1
ที่มาและจุดเริ่มต้นของธุรกิจ	1
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคภูมิแพ้	2
ภาพรวมของธุรกิจ	12
ลักษณะของผลิตภัณฑ์	12
รูปแบบผลิตภัณฑ์	18
บทที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environment Analysis)	20
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค (Macro Environment Analysis)	20
การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry analysis)	25
การวิเคราะห์ Five Forces Model	35
การวิเคราะห์คู่แข่ง ทางตรง /ทางอ้อม (Direct / Indirect Competitor)	43
การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)	57
บทที่ 3 การวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อป้องกันอาการภูมิแพ้	60
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	60
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	60
รูปแบบการเก็บข้อมูล	60
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	61
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	62
การประมวลผลจากแบบสอบถาม	64
การศึกษาทัศนคติของแพทย์แผนปัจจุบัน	69
การศึกษาวิธีการรักษาด้วยแพทย์ทางเลือกและทัศนคติของแพทย์	70
การศึกษาทัศนคติของแพทย์แผนไทยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเคอร์ซีติน	73
บทที่ 4 กลยุทธ์ทางการผลิตและการปฏิบัติการ	74
วัตถุประสงค์ด้านการผลิตและปฏิบัติการ	74
การปฏิบัติการผลิต	74
กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของบริษัท	77
ต้นทุนการผลิต	81
การจัดการสินค้าคงคลัง	82

	หน้า
รายละเอียดอื่นที่เกี่ยวข้อง	84
บทที่ 5 กลยุทธ์ทางการตลาด	86
การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)	86
การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market targeting)	88
การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)	88
การพิจารณาจำนวนกลุ่มเป้าหมาย	89
วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle)	90
ส่วนผสมทางการตลาด	93
การวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย	93
การออกแบบตราสินค้า (Brand design)	96
กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategy)	97
กลยุทธ์ด้านราคา (Price strategy)	101
กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place strategy)	103
กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion strategy)	107
เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร	107
บทที่ 6 กลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรบุคคล	122
วัตถุประสงค์ด้านการจัดการทรัพยากรบุคคล	122
โครงสร้างองค์กร (Organization chart)	122
การจัดการทรัพยากรบุคคล	123
การวางแผนกำลังคน	138
การสรรหาและคัดเลือกพนักงาน (Recruitment Process)	141
การฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development)	141
การบริหารค่าจ้างและสวัสดิการ	141
บทที่ 7 กลยุทธ์ทางการเงิน	145
วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการเงิน	145
แหล่งที่มาของเงินทุน โครงสร้างเงินทุนและต้นทุนเงินทุน	145
สมมติฐานและประมาณการทางการเงิน	148
นโยบายบัญชี	156
การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน	157
การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน	160

	หน้า
Sensitivity Analysis	161
Scenario Analysis	163
การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	165
การควบคุมทางการเงิน	170
บทที่ 8 แผนในอนาคต	172
บทที่ 9 แผนฉุกเฉิน	173
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก งานวิจัยที่สนับสนุนคุณสมบัติของ Quercetin	175
ภาคผนวก ข ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	186
ภาคผนวก ค แบบสอบถามและ Product Concept Test	192
ภาคผนวก ง แนวทางการสัมภาษณ์กลุ่มแพทย์	197
ภาคผนวก จ แนวทางการสัมภาษณ์กลุ่มเภสัชกร	198
ภาคผนวก ฉ ผลจากแบบสอบถามและ Product Concept Test	199
ภาคผนวก ช. Company Profile ของบริษัทโรงงานเภสัชอุตสาหกรรม เจเอสพี จำกัด	211
ภาคผนวก ซ. ระเบียบการขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหารและการขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร	222
ภาคผนวก ฌ การศึกษาถึงช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ	227
ภาคผนวก ญ แบบประเมินผล	233
ภาคผนวก ฎ การพยากรณ์ยอดขาย	238
ภาคผนวก ฐ ประมาณการงบการเงินกรณี Base Case	240
บรรณานุกรม	247