แผนธุรกิจการผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเพื่อใช้เองและเพื่อการค้า

Business Plan for Seed Production of Sex Reversal of Nile Tilapia for Own Use and Commercial Purpose

แผนธุรกิจการผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเพื่อใช้เองและเพื่อการค้า

Business Plan for Seed Production of Sex Reversal of Nile Tilapia for own use and Commercial Purpose

ชนิสรา แสนคำ

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2559

©2560
ชนิสรา แสนคำ
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจ การผลิตภัณฑ์ปลานิลแปลงเพศเพื่อใช้เองและการค้า

ผู้วิจัย ชนิสรา แสนคำ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา .....[redacted].....
(ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์)

ผู้เชี่ยวชาญ .....[redacted].....
(ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)

.....[redacted].....
(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
วันที่ 28 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560

ชนิสรา แสนคำ. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, พฤศจิกายน 2560, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
แผนธุรกิจการผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเพื่อใช้เองและเพื่อการค้า (84 หน้า).
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการขยายและต่อยอดธุรกิจของ ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม ในการผลิตพันธุ์ลูกปลานิลแปลงเพศ โดยจัดทำแผนธุรกิจ โดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจ จากการวิเคราะห์ความเสี่ยง ความได้เปรียบทางการแข่งขันและการศึกษาการวิจัยโดยใช้วิธีการแบบสอบถามความคิดเห็น เครื่องมือที่ใช้วิจัยคือแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงแบบมาตรฐาน และค่าสมการถดถอยแบบพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิเคราะห์พบว่า ตลาดพันธุ์ลูกปลานิลแปลงเพศที่มีอยู่ ยังไม่มีคุณภาพในสายพันธุ์ที่แข็งแรงพอ แต่กลับมีราคาแพงจนทำให้เกษตรกรเป็นหนี้เป็นสินในการกู้ยืมเงินเพื่อจะซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่มีคุณภาพไว้เพื่อเลี้ยงในระบบแบบปิด ทางเราจึงเล็งเห็นปัญหาที่เกิดขึ้น จึงได้ทำการพัฒนาการตัดต่อพันธุ์ลูกปลานิลได้อย่างสมบูรณ์ โดยการใช้ฮอร์โมนแอนโดรเจน (Androgen) ทางชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม สามารถจำหน่ายได้ในราคา 30 สตางค์ ซึ่งต่ำกว่าราคาตลาด จึงทำให้มีการครอบครองตลาดในบางส่วนของฟาร์มปลานิลทั่วประเทศโดยใช้กลยุทธ์ในการขยายความน่าเชื่อถือคือการปากต่อปากจากผู้ที่เคยรับลูกพันธุ์ปลาของทางชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มไปเลี้ยงและประสบความสำเร็จทำให้ทางชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม สามารถเพิ่มยอดขายและขยายตลาดได้อย่างน้อย 25% ต่อปี

ความเป็นไปได้ในการลงทุนของ ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม โดยใช้งบประมาณการลงทุน เป็นเงินลงทุน เริ่มต้นของชัยยุทธุ์พันธุ์ปลงฟาร์ม จำนวน 1,500,000 บาท เป็นการลงทุน แต่ในปัจจุบันทางชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มมีรายได้ใน 1 ปีอยู่ที่ 2,700,000 บาท มีอัตตราการเติบโต 55.55% ภายใน 1 ปี พบดังนั้นแผนธุรกิจการขยายและต่อยอดของ ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม มีความเป็นไปได้ในการลงทุนสูง

คำสำคัญ: ปลานิลแปลงเพศ, เกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิล, นวัตกรรมด้านพันธุศาสตร์

Saenkham, C. M.B.A. (Small and Medium – Sized Enterprises), November 2017, Graduate School, Bangkok University.
Business Plan Seed Production of Sex Reversal of Nile Tilapia for Own Use and Commercial Purpose (84 pp.).
Advisor: Sumetee Wongsak, Ph.D.

ABSTRACT

The objective of this business plan is to study feasibility of the development and expansion of Chaiyuth's Fish Farm which produces seed production of sex reversal of Nile tilapia by providing a business plan using analysis of business strengths, weaknesses, opportunities and threats conducted from risk analysis, and competitive advantage. The tool used in this research is questionnaires to find out factors that affect decision in choosing to buy breeding babies of sex reversal of Nile tilapia.

The analysis found that existing market of breeding babies of sex reversal of Nile tilapia has not yet acquire adequate quality of breeding babies; however, the price of those breeding babies is so expensive that it caused Nile tilapia farmers fall in to debt as they have to loan money to buy good quality of breeding babies of sex reversal of Nile tilapia to cultivate in a closed system. With this existing problem foreseen, we have developed completed breeding babies of sex reversal of Nile tilapia by using Androgen hormone. Chaiyuth's Fish Farm can sell with the price of 30 cents each. Chaiyuth's Fish Farm can increase sale revenue and market expansion with at least 25 % per year.

When considering the feasibility of an investment of Chaiyuth's Fish Farm with 1,500,000 baht for initial investment, but in current yearly its' income is 2,700,000 baht; growing rate at 55.55 % per year. The research found that business plan for the development and expansion of Chaiyuth's Fish Farm is highly feasible for investment.

Keywords : Sex reversal of Nile tilapia, Farmer, Innovation of Genetics

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.2 ประเภทของสินค้า / บริการ	3
1.3 รายละเอียดสินค้า / บริการ	5
1.4 วิสัยทัศน์	6
1.5 พันธกิจ	6
1.6 เป้าหมาย	6
1.7 วัตถุประสงค์ของโครงการ	7
1.8 โครงสร้างการบริหารของธุรกิจ	7
1.9 ที่มาของการทำแผน	9
1.10 ความสำคัญของการจัดทำแผน	9
1.11 วัตถุประสงค์การทำแผน	10
1.12 วิธีการศึกษา	10
1.13 การดำเนินการวิจัย	15
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ	
2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมและปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อม	32
2.2. ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอก	41
บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน	
3.1 สภาพของการแข่งขัน	46
3.2 ที่มาของการแข่งขัน	48
3.3 คู่แข่งขันทางธุรกิจ	48
3.4 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ	54

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) การวิเคราะห์การแข่งขัน	
3.5 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	57
บทที่ 4 การจัดทำกลยุทธ์ และ แผนปฏิบัติการ	
4.1 แนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	59
4.2 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้	59
4.3 การวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Tows Matrix Analysis)	60
4.4 ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	63
4.5 แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ	65
บรรณานุกรม	73
ภาคผนวก	74
ประวัติผู้เขียน	84
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1.1 : แสดงเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว 6
ตารางที่ 1.2 : หน้าที่รับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากร 8
ตารางที่ 1.3 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามเพศ 18
ตารางที่ 1.4 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามอายุ 18
ตารางที่ 1.5 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามระดับการศึกษา 19
ตารางที่ 1.6 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือนของเกษตรกร 19
ตารางที่ 1.7 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามหน้าที่ในฟาร์มเลี้ยงปลา 20
ตารางที่ 1.8 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามลักษณะการประกอบอาชีพของเกษตรกร 20
ตารางที่ 1.9 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามประสบการณ์ในการประกอบอาชีพในระยะเวลา 21
ตารางที่ 1.10 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามสถานที่ซื้อ 22
ตารางที่ 1.11 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามปัจจัยในการซื้อ 22
ตารางที่ 1.12 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามการเลี้ยงปลา 23
ตารางที่ 1.13 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามลักษณะการเลี้ยงปลา 23
ตารางที่ 1.14 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามในหนึ่งรอบการผลิต 24
ตารางที่ 1.15 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามราคาที่ต้องการ 24
ตารางที่ 1.16 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 25
ตารางที่ 1.17 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านราคา 26
ตารางที่ 1.18 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย 27
ตารางที่ 1.19 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ 28
ตารางที่ 1.20 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านเทคโนโลยี 28
ตารางที่ 1.21 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า 29

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 1.22	: ผลวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ และปัจจัยด้านเทคโนโลยีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ	30
ตารางที่ 2.1	: แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	41
ตารางที่ 2.2	: แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	44
ตารางที่ 3.1	: การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า	56
ตารางที่ 4.1	: ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Tows Matrix Analysis)	62
ตารางที่ 4.2	: ประเภทกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	63
ตารางที่ 4.3	: งบประมาณการลงทุน	65
ตารางที่ 4.4	: ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	66
ตารางที่ 4.5	: การประมาณการรายได้	67
ตารางที่ 4.6	: ประมาณการค่าใช้จ่าย	67
ตารางที่ 4.7	: งบกำไรขาดทุน	68
ตารางที่ 4.8	: งบกระแสเงินสด	69
ตารางที่ 4.9	: งบแสดงฐานะทางการเงิน	70
ตารางที่ 4.10	: ประมาณการจุดคุ้มทุน	71
ตารางที่ 4.11	: กระแสเงินสดรับตลอดโครงการ	71
ตารางที่ 4.12	: การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	72

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : ตราสินค้า ชัยยุทธ์พันธุ์ปลาฟาร์ม	1
ภาพที่ 1.2 : แผนที่สถานที่ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม	2
ภาพที่ 1.3 : สถานที่จำหน่ายลูกพันธุ์ปลานิล ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม	2
ภาพที่ 1.4 : ขนาดปลานิล 1.0 cm-1.2cm	3
ภาพที่ 1.5 : ขนาดปลานิล 0.75 cm-1.0cm	4
ภาพที่ 1.6 : ขนาดปลานิล 0.6cm-0.75 cm	4
ภาพที่ 1.7 : ถังขนส่งลูกปลานิล	5
ภาพที่ 1.8 : โครงสร้างการบริหารของธุรกิจ	7
ภาพที่ 2.1 : แสดง SWOT Analysis	33
ภาพที่ 3.1 : แผนที่กัญญาฟาร์ม	49
ภาพที่ 3.2 : แผนที่ตากล้องพันธุ์ปลา	50
ภาพที่ 3.3 : แผนที่บางเลนพันธุ์ปลา	51
ภาพที่ 3.4 : แผนที่ทรัพย์สิริพันธุ์ปลา	52
ภาพที่ 3.5 : คูณทวีพันธุ์ปลา	53
ภาพที่ 3.6 : การวิเคราะห์ BCG Model ของชัยยุทธุ์พันธุ์ปลา	54
ภาพที่ 4.1 : กรอบแนวคิดนำไปสู่กลยุทธ์	59
ภาพที่ 4.2 : Tows Matrix Analysis	61

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บทที่ 1
บทนำ

การผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเพื่อใช้เองและเพื่อการค้า เริ่มทดลองทำเมื่อปลายปี พ.ศ. 2559 โดยทดลองผลิตเพื่อเอาไว้ใช้เองในฟาร์มของครอบครัว เพื่อเลี้ยงเป็นปลาเนื้อ เนื่องจากฟาร์มเลี้ยงปลาของครอบครัวประสบปัญหาในเรื่องของคุณภาพลูกพันธุ์ปลาที่ซื้อมาจากฟาร์มผลิตลูกพันธุ์ต่างๆ ไม่มีคุณภาพ มีการเจริญเติบโตที่ไม่ดี อัตราการรอดต่ำ ตายง่าย และมีราคาสูง จึงได้ทดลองอนุบาลลูกพันธุ์เพื่อเอาไว้ใช้เอง เพื่อการควบคุมคุณภาพของลูกพันธุ์ ซึ่งได้ผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจ ทำให้เกิดความต้องการจะใช้ลูกพันธุ์จากฟาร์มข้างเคียง จึงได้จำหน่ายลูกพันธุ์ปลาที่เหลือจากการผลิตเพื่อใช้เองออกไปในราคากลาง ซึ่งก็ได้ผล ผลตอบแทนดีพอสมควร และยังเป็นที่ต้องการของฟาร์มเลี้ยงปลาในพื้นที่มากขึ้นเรื่อยๆ จึงเกิดแนวคิดพัฒนาระบบการเลี้ยงเพื่อผลิตลูกพันธุ์ปลาออกมาจำหน่ายมากขึ้น รวมทั้งยังมีแผนขยายการผลิตชนิดลูกพันธุ์ปลาเพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของเกษตรกร ได้แก่ ปลายี่สก ปลานิล
ปลาตะเพียน และปลานิลไม่แปลงเพศ พร้อมทั้งพัฒนามาตรฐานฟาร์มให้ได้มาตรฐานของกรมประมง เช่น GAP เป็นต้น เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นและช่องทางการจำหน่ายไปทั่วประเทศ

1.1 แนะนำธุรกิจ

ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม ผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเพื่อใช้เองและเพื่อการค้า

ภาพที่ 1.1 : ตราสินค้า ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม

1.1.1 สถานที่ตั้ง : 52/1 ม.1 ต.ลำลูกบัว อ.ดอนตูม จ.นครปฐม 73150

ภาพที่ 1.2 : แผนที่สถานที่ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม

1.1.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย

1.) จำหน่ายผ่านทางฟาร์มลูกพันธุ์โดยตรง

ภาพที่ 1.3 : สถานที่จำหน่ายลูกพันธุ์ปลานิล ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม

2.) จำหน่ายผ่านทาง Website ของฟาร์ม

3.) จำหน่ายโดยการจัดตั้งกลุ่มสมาชิกเพื่อสะสมยอด หรือการแนะนำจากฟาร์มที่ใช้ลูกพันธุ์ปลาจากฟาร์ม

1.2 ประเภทของสินค้า / บริการ

ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2558 โดยการผลิตลูกปลานิลแปลงเพศเพื่อเอาไว้ใช้เป็นลูกพันธุ์ของฟาร์มในครอบครัวแทนการซื้อจากฟาร์มต่างๆ ซึ่งไม่สามารถควบคุมคุณภาพของลูกพันธุ์ได้ ต่อมาได้ผลิตเพิ่มออกมาเพื่อจำหน่ายด้วยซึ่งจะมีราคาแตกต่างกันออกไป ดังนี้

1). ปลาใหญ่ (1.0 cm-1.2cm)

ภาพที่ 1.4 : ขนาดปลานิล 1.0 cm-1.2cm

2.) ปลากลาง (0.75 cm-1.0cm)

ภาพที่ 1.5 : ขนาดปลานิล 0.75 cm-1.0cm

ที่มา : Animals-Farm. (2558). *ลูกปลานิลขนาดกลาง.* สืบค้นจาก http://www.animals-farm.com/.

3.) ปลาเล็ก (0.6cm-0.75 cm)

ภาพที่ 1.6 : ขนาดปลานิล 0.6cm-0.75 cm

1.3 รายละเอียดสินค้า/บริการ

1.3.1 จุดเด่น

1.) ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม ผลิตปลานิลแปลงเพศโดยมีการปรับปรุงพันธุ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของเกษตรกร โดยมีการเจริญเติบโตที่ดี มีอัตราการรอดสูง และมีความทนทานต่อโรคในระดับที่น่าพอใจ มีคุณภาพใกล้เคียงกับฟาร์มผลิตลูกพันธุ์ขนาดใหญ่ที่เป็นที่ยอมรับ เช่น มานิตย์ และน้ำใสฟาร์ม เป็นต้น ในขณะที่ราคาเป็นราคากลางไม่แพงจนเกินไป

2.) ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มใช้อาหารอย่างดีในการอนุบาลลูกพันธุ์ เพื่อคุณภาพของลูกพันธุ์ไว้ให้สม่ำเสมอ

3.) มีการจริงใจต่อลูกค้า เช่น ในกรณีที่ลูกพันธุ์เกิดความเสียหายอาจจะติดโรคหรือโตช้ากว่าปกติ ไม่ได้ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ เราจะไม่ขายลูกพันธุ์

4.) อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เช่น มีการให้คำแนะนำในการเลี้ยงที่เหมาะสม ตรวจวัดคุณภาพให้ก่อนปล่อย เป็นต้น

1.3.2 นวัตกรรม

1.) ด้านการขนส่ง มีการปรับระบบการขนส่งให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า โดยเพิ่มตัวเลือกด้วยการขนส่งแบบถังเข้าไป ซึ่งนอกจะทำให้ลูกปลาแข็งแรงกว่าการขนส่งแบบถุงแล้ว ยังช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมด้วยเนื่องจากถังสามารถนำมาทำความสะอาด ฆ่าเชื้อโรค แล้วนำกลับมาใช้บรรจุขนส่งใหม่ได้

ภาพที่ 1.7 : ถังขนส่งลูกปลานิล

ที่มา : Ninekaow. (2557). *ถังขนส่งปลา.* สืบค้นจาก http://www.ninekaow.com/.

2.) ด้านการปรับปรุงพันธุ์ มีการคัดเลือกพ่อแม่พันธุ์ปลาอยู่เสมอๆ โดยมีการทดลองเลี้ยงในฟาร์มของตนเองก่อน ถ้ามีผลการเลี้ยงเป็นที่น่าพอใจ ปลามีการเจริญเติบโตที่ดี มีลักษณะทางกายภาพตรงตามความต้องการของตลาด เช่น สันหนา ทรงสวยได้สัดส่วน เป็นต้น จึงจะผลิตลูกพันธุ์ออกจำหน่าย

3. ด้านบริการมีการใช้เทคโนโลยี Application(line) บนโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน และเว็บไซต์ของชัยยุทธ์พันธุ์ปลาใช้ในการซื้อขายสินค้า โดยลูกค้าสามารถเข้ามาดู ดูข้อมูลสินค้าและสั่งสินค้าได้ทาง Application(line) หรือเว็บไซต์

1.4 วิสัยทัศน์

เป็นฟาร์มปลานิลน้ำจืดที่ผลิตลูกพันธุ์ปลาที่มีคุณภาพให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงปลา มุ่งสู่ฟาร์มผลิตที่ได้มาตรฐานกรมประมงมุ่งเพื่อความเป็นสากลและรองรับการค้าเสรีอาเซียน

1.5 พันธกิจ

1.) คัดสรรลูกพันธุ์คุณภาพ ราคาเหมาะสม

2.) พัฒนาสู่ฟาร์มผลิตมาตรฐานกรมประมง

3.) ดูแลทุกขั้นตอนการผลิตด้วยความใส่ใจ ดั่งอนุบาลใช้ในฟาร์มเอง

4.) ส่งตรงถึงผู้บริโภคตรงเวลา ลูกปลาปลอดภัย แข็งแรง

1.6 เป้าหมาย

ตารางที่ 1.1 : แสดงเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

เป้าหมายระยะสั้น (1-5 ปี)	สร้างแบรนด์ ชัยยุทธ์พันธุ์ปลาฟาร์มให้เป็นที่รู้จัก และเพิ่มเทคโนโลยีในการผลิตให้ได้มาตรฐาน รวมถึงการสร้างฐานลูกค้ารุ่นใหม่ให้กว้างขวางมากขึ้น โดยการโปรโมทสินค้าผ่านช่องทางการผลิตแบบใหม่ๆ
เป้าหมายระยะยาว(5-10 ปี)	เพิ่มชนิดของลูกพันธุ์ปลาให้เหมาะสมต่อความต้องการของตลาด จัดตั้งกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ เพื่อความมั่นคงในอนาคต ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ คือ ลูกพันธุ์ ปลาเนื้อ และแปรรูป รวมถึงการเปิดเป็นแหล่งเรียนรู้แก่ชุมชนด้วย

1.7 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.) สร้างตราสินค้าและแผนธุรกิจสำหรับชัยยุทธ์พันธุ์ปลาฟาร์ม

2.) เพื่อสร้างแผนการรับรู้ ผ่านทางช่องทางการจัดจำหน่าย

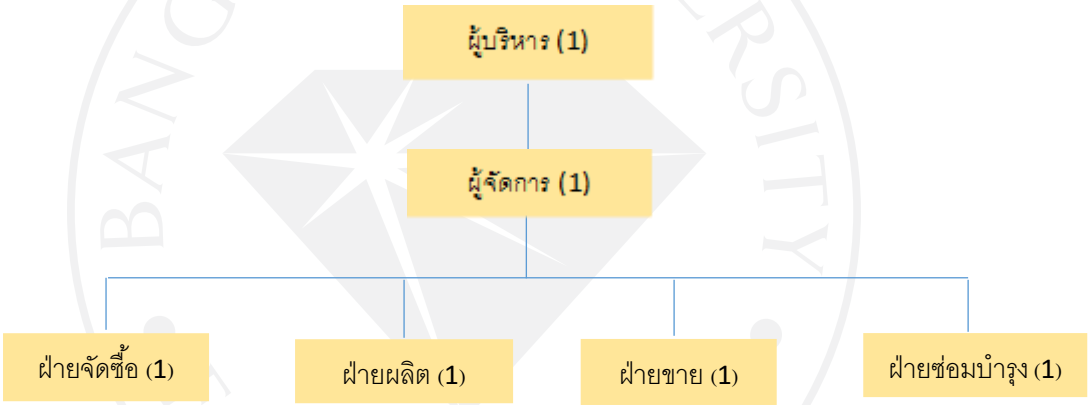
3.) เพื่อเพิ่มยอดขาย และกำไรให้มากขึ้น 50%

1.8 โครงสร้างการบริหารของธุรกิจ

ชัยยุทธ์พันธุ์ปลาฟาร์ม

จำนวนพนักงาน : 6 คน

ภาพที่ 1.8 : โครงสร้างการบริหารของธุรกิจ



รายชื่อคณะกรรมการ ผู้บริหารและบุคลากร

ประวัติผู้บริหาร

1.) นายชัยพร แสนคำ อายุ 36 ปี

ตำแหน่ง ผู้บริหาร

การศึกษา ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ประวัติการทำงาน ปี 2549 – 2559 เป็นผู้จัดการฟาร์มเลี้ยงกุ้งที่จังหวัดตรัง

ปี 2547 – 2549 อยู่แผนกวิจัยกุ้ง มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

2.) นางสาวกิ่งกาญ แสนคำ อายุ 30 ปี
ตำแหน่ง ผู้จัดการ
การศึกษา ปริญญาตรี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
ประวัติการทำงาน ปี 2559 ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลา
3.) นายธวัชชัย กุมรินทร์ อายุ 45 ปี
ตำแหน่ง ฝ่ายผลิต
ประวัติการทำงาน ปี 2559 ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลา

ตารางที่ 1.2 : หน้าที่รับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากร

ชื่องาน/หน้าที่	ลักษณะงาน	จำนวน	คุณสมบัติ
ผู้จัดการ	เป็นผู้ดูแลและควบคุมงานทุกแผนกให้ดำเนินงานอย่างมีคุณภาพเป็นระบบและตรวจสอบคุณภาพสินค้า	1	- จบการศึกษาอย่างน้อยระดับปริญญาตรี - มีประสบการณ์ในการเพาะพันธุ์สัตว์น้ำ - มีความรู้ในการเลี้ยงสัตว์น้ำ - ควบคุมการผลิตและควบคุมคุณภาพ - มีความเป็นผู้นำสามารถวางแผนงานได้เป็นอย่างดีและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้
ฝ่ายจัดซื้อ	ดำเนินการจัดหาอาหาร,ยาและวัสดุอุปกรณ์	1	- จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย - มีประสบการณ์จัดซื้ออาหารและยาสัตว์น้ำ - มีความรู้ในเรื่องอาหารและยาสัตว์น้ำ
ฝ่ายผลิต	ดำเนินการจัดเตรียมบ่อเพาะปลา บ่อเลี้ยงปลาแต่ล่ะรุ่น ให้ถูกสุขลักษณะ	1	- จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น - มีประสบการณ์ในการเลี้ยงสัตว์น้ำ - ปฏิบัติตามข้อกำหนดในกระบวนการผลิตได้ครบถ้วน
ฝ่ายขาย	เป็นผู้ดำเนินการหาตลาดในการรับซื้อ	1	- จบการศึกษาอย่างน้อยระดับปริญญาตรี - มีประสบการณ์ในการขาย - มนุษย์สัมพันธ์ดี

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.2 (ต่อ): หน้าที่รับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากร

ชื่องาน/หน้าที่	ลักษณะงาน	จำนวน	คุณสมบัติ
ฝ่ายซ่อมบำรุง	สามารถใช้และซ่อมรวมทั้งดูแลอุปกรณ์ไฟฟ้าและเครื่องยนต์ได้เป็นอย่างดี วางแผนและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	1	- จบการศึกษาอย่างน้อยระดับ ปวช. - มีความคิดสร้างสรรค์ - วางแผนและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

1.9 ที่มาของการทำแผน

เพื่อขยายธุรกิจจากปัญหาที่ได้กล่าวไปแล้ว ที่มาของการผลิตลูกปลานิลแปลงเพศนั้น เพราะว่าเราเคยไปซื้อของคนอื่นมาลองใช้แล้วมันไม่ได้มาตราฐาน และไม่ค่อยแข็งแรงเป็นโรคเยอะ พอเราเอามาเลี้ยงแล้วมันขาดทุนสูง เราเลยคิดที่จะทำธุรกิจนี้ขึ้นมาเอง เพราะว่าเราไม่ค่อยมั่นใจประสิทธิภาพในการเลี่ยงปลาของคนอื่นว่าเป็นลักษณะอย่างไร ปลาถูกเลี้ยงแบบไหน ได้กินอาหารที่มีคุณภาพไหม มีการตรวจสอบว่าติดโรคหรือไม่ ขนาดของปลาได้มาตรฐานตามที่ตลาดต้องการ เราจึงคิดที่จะทำการผลิตลูกปลานิลแปลงเพศขึ้นมาเอง โดยที่ลูกปลานิลแปลงเพศของเราจะต้องเป็นลูกปลานิลแปลงเพศที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อโรค และขนาดของปลาเมื่อเจริญเติบโตเต็มที่ต้องไปมาตรฐานเท่าเทียมกับฟาร์มอื่นที่ได้รับการยอมรับจากกรมประมง

1.10 ความสำคัญของการจัดทำแผน

เนื่องจากปลานิลเป็นปลาเศรษฐกิจ มีการเจริญเติบโตเร็ว และสามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรได้ดี ดังนั้นเราต้องการที่จะผลิตปลานิลแปลงเพศ โดยมีการปรับปรุงพันธ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของเกษตรกร โดยมีการเจริญเติบโตที่ดี มีความรอดสูง และมีความทนทานต่อโรคในระดับที่น่าพอใจ มีคุณภาพใกล้เคียงกับฟาร์มที่ผลิตลูกพันธุ์ขนาดใหญ่และเป็นที่ยอมรับ ในขณะที่ราคาเป็นราคาที่เหมาะสมไม่แพงจนเกินไป เราจะได้รู้ความต้องการของปลาที่จะใช้ในฟาร์มเราเอง และความต้องการของลูกค้าที่จะใช้ปลานิล

เมื่อเราสำรวจราคาตลาดลูกปลานิลแล้ว พบว่ามีราคาตัวละ 40 สตางค์ ในขณะที่ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มจำหน่ายที่ราคาตัวละ 30 สตางค์ โดยแบ่งช่องทางจัดจำหน่าย 3 ช่อง ดังนี้

1.) จำหน่ายผ่านทางฟาร์มลูกพันธุ์โดยตรง

2.) จำหน่ายผ่านทาง Website ของฟาร์ม

3.) จำหน่ายโดยการจัดตั้งกลุ่มสมาชิกเพื่อสะสมยอด หรือการแนะนำจากฟาร์มที่ใช้ลูกพันธุ์ปลา จากฟาร์ม

1.11 วัตถุประสงค์การทำแผน

1.) เพื่อเสนอสถาบันการเงิน เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายเรื่องดอกเบี้ยที่จะลดลงจากเดิมที่กู้จากธนาคารในอัตรา 9% ต่อปี ถ้าธุรกิจได้เป็น SME ธนาคารก็จะลดดอกเบี้ยให้เหลือ 4% ต่อปี

2.) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการต่อยอดธุรกิจ

3.) เพื่อใช้ในการพิจารณาเงินทุนในการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้

1.12 วิธีการศึกษา

1.12.1 แนวคิดและทฤษฎีในการจัดทำแผนธุรกิจนี้

ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มผลิตปลานิลแปลงเพศโดยมุ่งเน้นการปรับปรุงพันธุ์ และคุณภาพของลูกพันธุ์ปลาให้เหมาะสมกับความต้องการของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาและความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการพัฒนาระบบฟาร์มและสุขลักษณะภายในฟาร์มให้ได้มาตรฐานตามที่กรมประมงได้กำหนดไว้ เพื่อให้ได้มาตรฐานการผลิตในทุกขั้นตอน มีคุณภาพเทียบเท่าหรือใกล้เคียงกับฟาร์มผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศขนาดใหญ่ที่เป็นที่ยอมรับของเกษตรกร แต่ลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศจากฟาร์มมาตรฐานเหล่านี้ จะมีราคาสูง ทำให้เกษตรกรรายย่อยไม่มีกำลังซื้อ เกษตรกรขนาดกลางและรายย่อยจึงต้องหาลูกพันธุ์จากฟาร์มขนาดกลางและขนาดเล็กที่ตอบสนองความต้องการในเรื่องมาตรฐานและคุณภาพของลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศได้ ในขณะที่ราคาไม่สูงเกินไป ซึ่งตรงจุดนี้จะเป็นโอกาสที่ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มจะผลิตปลานิลแปลงเพศออกสู่ตลาด โดยมีนโยบายในการผลิตว่า “ใส่ใจเหมือนใช้เอง” คือใส่ใจทุกขั้นตอนการผลิตลูกพันธุ์แปลงเพศเหมือนเราผลิตเอาไว้ใช้เลี้ยงในฟาร์มปลาเนื้อของเราเอง

1.) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550: 49) กล่าวว่า แม้ผู้บริโภคจะมีความแตกต่างกัน มีความต้องการแตกต่างกัน แต่ผู้บริโภคจะมีรูปแบบการตัดสินใจซื้อที่เหมือนกัน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนคือ การตระหนักถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และทัศนคติหลังการซื้อ-การใช้

1. การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) จุดเริ่มต้นของปัญหาเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นอุดมคติ (Ideal) คือ สภาพที่เขารู้สึกว่าดีต่อตนเอง และเป็นสภาพที่ปรารถนากับสภาพที่เป็นอยู่จริง (Reality) ของสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นกับตนเอง จึงก่อให้เกิดความต้องการที่จะเติมเต็มส่วนต่างระหว่างสภาพอุดมคติกับสภาพที่เป็นจริง โดยปัญหาของแต่ละบุคคลจะมีสาเหตุที่แตกต่างกันไป ซึ่งเราสามารถสรุปได้ว่าการเกิดปัญหาของผู้บริโภคมักจะเกิดจากมีการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบต่างๆ ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากสาเหตุต่อไปนี้

1.1 สิ่งของที่ใช้อยู่เดิมหมดไป การแก้ปัญหาเดิมได้ผลดี สามารถลดความต้องการและไม่รู้สึกว่ามีปัญหาอีกต่อไป แต่ของที่ใช้ในการแก้ปัญหาเริ่มหมดลง จึงเกิดความต้องการใหม่จากการขาดหายของสิ่งของเดิมทีมีอยู่ ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องการหาสิ่งใหม่มาทดแทน

1.2 ผลของการแก้ปัญหาในอดีตนำไปสู่ปัญหาใหม่ หลายครั้งการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งในอดีตอาจก่อให้เกิดปัญหาตามมา

1.3 การเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล การเจริญเติบโตของบุคคลทั้งด้านวุฒิภาวะและคุณวุฒิ หรือแม้กระทั่งการเปลี่ยนแปลงในทางลบ เช่น การเจ็บป่วย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ
การเจริญเติบโต อ้วนขึ้น ผอมลง หรือแม้กระทั่งสภาพทางจิตใจที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงและความต้องการใหม่ๆ ต่างก็ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค

1.4 การเปลี่ยนแปลงของสภาพครอบครัว บางครอบครัวอาจมีการเปลี่ยนแปลงสภาพของครอบครัว เช่น การมีสมาชิกใหม่เข้ามาในครอบครัว การแต่งงาน การมีบุตร การรวมครอบครัวเป็นครอบครัวใหญ่ หรือการแยกครอบครัวเป็นครอบครัวเล็กลง จึงมีความต้องการสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงนั้นได้เหมาะสมยิ่งขึ้น

1.5 การเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงสถานะทางการเงินของบุคคลหรือครอบครัว ทั้งในรูปแบบของสินทรัพย์และเงินสด

1.6 ผลจากการเปลี่ยนกลุ่มอ้างอิง บุคคลจะมีกลุ่มอ้างอิงในแต่ละวัย แต่ละช่วงชีวิตและแต่ละกลุ่มสังคมที่แตกต่างกัน เช่น วัยเด็กจะมีกลุ่มอ้างอิงเป็นครอบครัว วัยรุ่นจะมีกลุ่มอ้างอิงเป็นเพื่อน วัยทำงานจะมีกลุ่มอ้างอิงเป็นเจ้านายหรือเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น เมื่อมีการเจริญเติบโต มีการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ก็จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงกลุ่มอ้างอิง และทำให้พฤติกรรมและความต้องการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

1.7 ประสิทธิภาพของการส่งเสริมทางการตลาด เมื่อการส่งเสริมตลาดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การลด แลก แจก แถม การขายโดยใช้พนักงาน หรือการตลาด

ทางตรงที่มีประสิทธิภาพ ก็จะสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาและเกิดความต้องการขึ้นได้

2. การแสวงหาข้อมูล (Search for Information) เมื่อเกิดปัญหา ผู้บริโภคต้องแสวงหาหนทางแก้ไข โดยหาข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ โดยจะหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่อไปนี้

2.1 ข้อมูลภายใน ผู้บริโภคจะเริ่มหาข้อมูลจากแหล่งภายใน คือเริ่มจากความทรงจำของตนทีสามารถระลึกได้ในอันดับต้นๆ ก่อน ซึ่งนักการตลาดจะต้องพยายามทำให้สินค้าของตนประทับอยู่ในความทรงจำและความระลึกถึงของผู้บริโภคเป็นยี่ห้อต้นๆ ก่อนที่ผู้บริโภคจะระลึกถึงยี่ห้ออื่นๆ

2.2 ข้อมูลภายนอก เป็นข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่สามารถใช้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ เช่น การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ จุดขายสินค้า บริษัทหรือร้านค้าที่เป็นผู้ผลิตหรือจำหน่าย พนักงานขายรวมถึงกลุ่มอ้างอิงต่างๆ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ครอบครัว หรือผู้ที่เคยใช้สินค้าแล้ว เป็นต้น

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation) นักการตลาดจะเริ่มเข้ามามีบทบาทในขั้นนี้ โดยการจัดเตรียมข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการตัดสินใจของผู้บริโภคผ่านสื่อต่างๆ ที่จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือตรงกลุ่มและสะดวกในการหาข้อมูล นักการตลาดต้องพยายามให้คุณสมบัติ (Qualification) และรูปลักษณ์ (Feature) ของสินค้าและบริการตรงกับเกณฑ์ในการวัด (Criteria) หรือคุณสมบัติเฉพาะ (Specification) ของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคกำหนดขึ้นสำหรับใช้ในการเลือกซื้อของผู้บริโภค ซึ่งการประเมินสามารถทำได้ 2 วิธีดังนี้

3.1 การแสดงรายการคุณสมบัติของสินค้า เป็นการประเมินโดยใช้รายการคุณสมบัติของสินค้า แล้วนำมาเปรียบเทียบตามความต้องการ ความรู้สึก และสถานภาพของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะพิจารณาคุณสมบัติที่เห็นว่าสำคัญที่สุดเป็นอันดับต้นๆ

3.2 การให้คะแนนตามคุณสมบัติของสินค้า เป็นการประเมินโดยให้คะแนนคุณสมบัติของสินค้าแต่ละยี่ห้อที่ต้องการจะตัดสินใจเลือกซื้อ ซึ่งจะกำหนดเป็นคะแนนจากต่ำไปสูง

4. การตัดสินใจซื้อ (Decision Marking) ปกติผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน คือผลิตภัณฑ์บางอย่างต้องการข้อมูลมากต้องใช้ระยะเวลาในการพิจารณาเปรียบเทียบนาน

4.1 พฤติกรรมการแก้ปัญหาอย่างเต็มรูปแบบ (Extended Problem Solving : EPS) ซึ่งมักจะเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในการตัดสินใจจากแก้ปัญหาในการซื้อครั้งแรก และส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพง นานๆ ถึงจะซื้อสักครั้งหนึ่ง และมักจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคยังไม่ค่อยคุ้นเคย จึงต้องการรายละเอียดข้อมูลมาก และใช้เวลาในการตัดสินใจนานกว่าผลิตภัณฑ์ที่คุ้นเคย

4.2 พฤติกรรมการแก้ปัญหาแบบจำกัด (Limited Problem Solving : LPS)

เป็นลักษณะของการตัดสินใจที่อาจมีทางเลือกที่ไม่ค่อยแตกต่างกันมากนัก มีเวลาในการตัดสินใจไม่มาก หรืออาจไม่คิดว่ามีความสำคัญมากนัก จึงไม่ใส่ความพยายามในหาข้อมูลและตัดสินใจอย่างจริงจังมากนัก

4.3 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อตามความเคยชิน ซึ่งเป็นลักษณะของการซื้อซ้ำที่อาจมาจากความเชื่อมั่นในการตัดสินใจจากการแก้ไขได้ จึงทำการแก้ปัญหาเหมือนครั้งก่อนๆ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจได้ จึงทำการซื้อผลิตภัณฑ์เดิมๆ จนกลายเป็นความเคยชิน ซึ่งเป็นพฤติกรรมของความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ (Brand Loyalty)

4.4 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแบบทันที เหตุการณ์กะทันหันที่อาจเกิดจากความจำเป็นหรือจากการกระตุ้นจากการตลาดที่ทำให้ถูกครอบงำให้ตัดสินใจทันที อีกทั้งถ้าผลลัพธ์ที่จะตามมาไม่มีความเสี่ยงหรือใช้อยู่แล้ว หรือมีความจำเป็นทำให้ต้องตัดสินใจซื้อทันที

4.5 พฤติกรรมที่ไม่ยึดติดและแสวงหาความหลากหลาย ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากความต้องการสิ่งที่ดีที่สุดอยู่เสมอ จึงทดลองหาสิ่งใหม่ๆอยู่เรื่อยๆ ถึงแม้จะรู้สึกไม่พึงพอใจกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่

5. ทัศนคติหลังการซื้อ-การใช้ (Post-attitudes) ทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคหลังการซื้อ-การใช้สินค้าหรือบริการจะเป็นขุมทรัพย์ที่สำคัญของธุรกิจ

2.) แนวคิดและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

Kotler (2012, p. 47) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่มดังนี้ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่นำเสนอให้แก่ผู้บริโภคป้าหมายในรูปแบบของสินค้าหรือบริการ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ซึ่งสินค้าลูกปลานิลแปลงเพศเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นปลาเมื่อโตเต็มวัยจะมีขนาดใหญ่กว่าปลานิลธรรมดา

ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อให้ได้ลูกปลานิลแปลงเพศตรงกับความต้องการ

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สถานที่ในการจัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งได้แก่ สถานที่ตั้งฟาร์มที่มีลูกปลานิลแปลงเพศจำหน่ายให้แก่ลูกค้า

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการเลี้ยงลูกปลานิลแปลงเพศให้แก่ลูกค้า และมีการบริการให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า เมื่อลูกค้าเกิดปัญหาในการเลี้ยงและหาวิธีการป้องกันและรักษาในกรณีที่มีการเกิดโรคระบาด

1.12.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปวเรศวร์ อินทุเศรษฐ (2560) ศึกษาวิจัยเรื่องการสกัดคอลลาเจนที่ละลายในกรดจากหนังปลานิลของกรมประมง ปัจจุบันเศษเหลือทิ้งจากการแปรรูปสัตว์น้ำส่วนใหญ่ถูกใช้ในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์และการทำปุ๋ย ซึ่งนับว่ามีมูลค่าค่อนข้างต่ำ จึงมีแนวคิดที่จะนำเศษเหลือทิ้งจากปลานิลมาศึกษาวิจัยเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้น ด้วยการสกัดเป็นคอลลาเจนเพื่อใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น เครื่องหนัง ยารักษาโรค วัสดุทางการแพทย์ เครื่องสำอาง อาหาร และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นต้น ที่ผ่านมามีการศึกษาการสกัดคอลลาเจนจากหนังและก้างปลาซึ่งส่วนใหญ่เป็นปลาทะเล มีการศึกษาสกัดคอลลาเจนจากหนังปลาน้ำจืดน้อยมาก จึงนับเป็นความท้าทายของงานวิจัยชิ้นนี้ ซึ่งอาจใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการใช้ประโยชน์เศษเหลือทิ้งจากสัตว์น้ำจืดชนิดอื่น ๆ ได้ต่อไปในอนาคต

เสน่ห์ บัวสนิท (2554) ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าปลานิลของอำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี จากผลการวิจัยการศึกษาและพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์จากปลานิล พัฒนาสูตรเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์แปรรูปชนิดใหม่จากปลานิลรวมถึงตรวจสอบคุณภาพทางด้านกายภาพ เคมี จุลทรีย์ และทางประสาทสัมผัสและอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์แล้ว พบว่าสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์จากปลานิลเป็นเส้นอุด้งจากปลานิล ในสูตรที่เหมาะสมได้

เรณู วองสงสาร และ นพนันท อยูรอง (2549) ศูนยวิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดอุดรธานี เนื่องจากปลานิลเพศเมียเขสู่วัยเจริญพันธุ์เร็วและวางไข่ได้ตลอดปี จึงโตช้ากว่าปลานิลเพศผู้ เพราะในช่วงที่ฟักไข่และอนุบาลลูกปลาในปากซึ่งกินเวลาประมาณ 1 เดือน แม่ปลาจะไม่กินอาหาร จึงเป็นปัญหาในระบบการเลี้ยงเชิงพาณิชย์ ซึ่งต้องการปลาขนาดใหญ่และสม่ำเสมอ ดังนั้นจึงมีการพัฒนาเทคนิคหลายประการเพื่อผลิตพันธุ์ปลานิลเพศผู้ และเทคนิคการแปลงเพศ ก็เป็นเทคนิคหนึ่งที่นำมาใช้อย่างได้ผล เนื่องจากลูกปลาที่ฟักเป็นตัวใหม่ๆ ยังไม่มีการพัฒนาเป็นเพศใดเพศหนึ่งอย่างชัดเจน การเพิ่มฮอร์โมนเพศจากภายนอกในช่วงเวลาดังกล่าว จึงสามารถควบคุมให้แสดงออกเป็นเพศใดเพศหนึ่งได้ ขึ้นกับชนิดของฮอร์โมน โดยฮอร์โมนแอนโดรเจน (Androgen) ทำให้เป็นปลาเพศผู้ และเอสโตรเจน (Estrogen) ทำให้เป็นปลาเพศเมียฮอร์โมน 17a-methyltestosterone (MT) เป็นฮอร์โมนแอนโดรเจนที่นิยมใช้มากในการแปลงเพศปลาให้เป็นเพศผู้ โดยใช้ผสมในอาหารให้กินทันทีที่ถุงไข่แดงของลูกปลายุบ ซึ่งหากกระบวนการต่างๆในการแปลงเพศเป็นไปอย่างสมบูรณ์ ประสิทธิภาพในการแปลงเพศย่อมสมบูรณ์โดยอาจได้ลูกปลาเพศผู้ถึง 100 เปอร์เซ็นต์

1.13 การดำเนินการวิจัย

1.13.1 วิธีการดำเนินงาน

การจัดทำแผนธุรกิจนี้ได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณโดยการสำรวจ (Survey) โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชากร หรือกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ

1.) กลุ่มเจ้าของฟาร์ม 110 ชุด

2.) พนักงานขายปลา 15 ชุด

3.) คนเพาะพันธุ์ปลา 10 ชุด

4.) คนเลี้ยงปลา 10 ชุด

5.) คนให้อาหารปลา 5 ชุด

ในเขตจังหวัดนครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี ทั้งหมดจำนวน 150 ชุด

1.13.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้

<u>ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม</u>

การสร้างเครื่องมือในการวิจัยนี้มีลำดับขั้นตอนดังนี้

1.) ศึกษาข้อมูลเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเพื่อให้สอดคล้องการวิจัย

2.) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาและตรวจสอบความถูกต้องและแนะนำเพิ่มเติม ปรับปรุง โดยสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า

3.) นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบ ถึงเนื้อหาสอดคล้องของเนื้อหาในแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ภาษา และความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity)

4.) นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง เพื่อพิจารณาอีกครั้ง เพื่อความสมบูรณ์ให้อ่านแล้วเกิดความเข้าใจชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5.) ทำการปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาอนุมัติก่อนแจกแบบสอบถามจริงจำนวน 150 ชุด

<u>ส่วนประกอบของแบบสอบถาม</u>

การสำรวจนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของเกษตรผู้ที่เลี้ยงปลา แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 13 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายรับเฉลี่ยต่อเดือนของเกษตรกร หน้าที่ของท่านในฟาร์มเลี้ยงปลา ลักษณะการประกอบอาชีพของเกษตรกร เกษตรกรมีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพในระยะเวลา ท่านเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ จากแหล่งใดบ้าง ปัจจัยในการเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ปกติการเลี้ยงปลาของเกษตรกรเป็นแบบใด ลักษณะการเลี้ยงปลานิลของท่าน เป็นแบบใด ในหนึ่งรอบมีการผลิตท่านมีการใช้ลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศจำนวนเท่าใด ราคาลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่ท่านคิดว่าเหมาะสมกับความต้องการของท่าน (ปลาขนาด 2.0 – 2.5 cm) เป็นคำถามชนิดปลายปิดลักษณะคำถามให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Question) และคำถามหลายคำตอบให้เลือก (Multiple – Choice Question)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ในประเด็นด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า มี 7 ข้อ เป็นลักษณะคำถามความคิดเห็น โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ

<u>การวิเคราะห์ข้อมูล</u>

การวิจัยนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายคุณลักษณะกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลในส่วนอื่นๆ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มานั้น ทำการเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Coding) แล้วบันทึกลงในโปรแกรม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งสามารถวิเคราะห์แบบสอบถามดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequencies) และค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายรับเฉลี่ยต่อเดือนของเกษตรกร หน้าที่ของท่านในฟาร์มเลี้ยงปลา ลักษณะการประกอบอาชีพของเกษตรกร เกษตรกรมีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพในระยะเวลา ท่านเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ จากแหล่งใดบ้าง ปัจจัยในการเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ปกติการเลี้ยงปลาของเกษตรกรเป็นแบบใด ลักษณะการเลี้ยงปลานิลของท่าน เป็นแบบใด ใน

หนึ่งรอบมีการผลิตท่านมีการใช้ลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศจำนวนเท่าใด ราคาลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่ท่านคิดว่าเหมาะสมกับความต้องการของท่าน (ปลาขนาด 2.0 – 2.5 cm)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนนี้จัดเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยกำหนดรหัส (Coding) ของชุดข้อมูลตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (5 – Pointed Likert Scales) ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) พร้อมทั้งจัดทำชุดข้อมูลค่าเฉลี่ยรวมในแต่ละด้านของส่วนผสมทางการตลาด เพื่อนำไปใช้เป็นชุดข้อมูลตัวแปรอิสระในการคำนวณสมการถดถอย (Regression Analysis) โดยสามารถระบุค่าเฉลี่ยเป็นคำอธิบายการแปลผลดังนี้

ช่วงนั้นของคะแนน	คำอธิบายการแปลผล
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนนี้จัดเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยกำหนดรหัส (Coding) ของชุดข้อมูลตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (5 – Pointed Likert Scales) ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) พร้อมทั้งจัดทำชุดข้อมูลค่าเฉลี่ยรวมในแต่ละด้านของส่วนผสมทางการตลาด เพื่อนำไปใช้เป็นชุดข้อมูล ตัวแปรอิสระในการคำนวณสมการถดถอย (Regression Analysis) โดยสามารถระบุค่าเฉลี่ยเป็นคำอธิบายการแปลผล ดังนี้

ช่วงนั้นของคะแนน	คำอธิบายการแปลผล
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

1.13.3 ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าความถี่และค่าร้อยละ

ตารางที่ 1.3 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	128	85.3
หญิง	22	14.7
รวม	150	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 85.3 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.4 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21 – 30 ปี	26	17.3
31 – 40 ปี	61	40.7
41 – 50 ปี	38	25.3
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	25	16.7
รวม	150	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 ตามด้วยมีอายุอยู่ระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 มีอายุอยู่ระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และมีอายุอยู่ระหว่าง มากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.5 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	42	28.0
ปริญญาตรี	54	36.0
สูงกว่าปริญญาตรี	54	36.0
รวม	150	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีกับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวนเท่ากัน คือ 54 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และ ต่ำกว่าปริญญาตรี 42 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.6 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือนของเกษตรกร

รายรับเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	5	3.3
10,000 - 20,000 บาท	39	26.0
20,001 - 30,000 บาท	45	30.0
30,001 – 40,000 บาท	28	18.7
40,001 – 50,000 บาท	17	11.3
มากกว่า 50,000 บาท	16	10.7
รวม	150	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ตามด้วย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง มากกว่า 50,000 บาท จำนวน

16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.7 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามหน้าที่ในฟาร์มเลี้ยงปลา

หน้าที่ในฟาร์มเลี้ยงปลา	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของ	110	73.3
พนักงานขายปลา	15	10.0
คนเพาะพันธุ์ปลา	10	6.7
คนให้อาหารปลา	10	6.7
คนเลี้ยงปลา	5	3.3
รวม	150	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีหน้าที่ในฟาร์มเลี้ยงปลาเป็นเจ้าของ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 ตามด้วย มีหน้าที่ในฟาร์มเลี้ยงปลาเป็นพนักงานขาย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 มีหน้าที่ในฟาร์มเลี้ยงปลาเป็นคนเพาะพันธุ์ปลากับคนให้อาหารปลา จำนวนเท่ากัน คือ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 และ มีหน้าที่ในฟาร์มเลี้ยงปลาเป็นคนเลี้ยงปลา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.8 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามลักษณะการประกอบอาชีพของเกษตรกร

ลักษณะการประกอบอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
เลี้ยงปลาเป็นอาชีพหลักอย่างเดียว	27	18.0
เลี้ยงปลาเป็นอาชีพเสริม	50	33.3
ประกอบธุรกิจหลายประเภท โดยมีการเลี้ยงปลาเป็นอาชีพหลักด้วย	53	35.3
เลี้ยงปลาแบบพอเพียงเอาไว้ทำอาหารในครัวเรือน	7	4.7
อื่นๆ	13	8.7
รวม	150	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีลักษณะการประกอบอาชีพประกอบธุรกิจหลายประเภท โดยมีการเลี้ยงปลาเป็นอาชีพหลักด้วย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 ตามด้วย มีลักษณะการประกอบอาชีพเลี้ยงปลาเป็นอาชีพเสริม จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีลักษณะการประกอบอาชีพเลี้ยงปลาเป็นอาชีพหลักอย่างเดียว จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 มีลักษณะการประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 และ มีลักษณะการประกอบอาชีพเลี้ยงปลาแบบพอเพียงเอาไว้ทำอาหารในครัวเรือน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.9 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามประสบการณ์ในการประกอบอาชีพในระยะเวลา

ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพในระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
1 ปี	7	4.7
1 – 3 ปี	27	18.0
3 – 5 ปี	50	33.3
5 – 8 ปี	21	14.0
8 – 10 ปี	19	12.7
มากกว่า 10 ปี	26	17.3
รวม	150	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพในระยะเวลา 3 – 5 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ตามด้วยในระยะเวลา 1 – 3 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ในระยะเวลา มากกว่า 10 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ในระยะเวลา 5 – 8 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ในระยะเวลา 8 – 10 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 และในระยะเวลา 1 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.10 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามสถานที่ซื้อ

สถานที่ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ	จำนวน	ร้อยละ
ฟาร์มมาตรฐานขนาดใหญ่ เช่น CP	26	11.6
ฟาร์มทั่วไป	73	32.6
ฟาร์มที่อยู่ใกล้บ้าน ขนส่งสะดวก	67	29.9
เพาะพันธุ์เอง	24	10.7
กรมประมงหรือศูนย์ราชการ	28	12.5
อื่นๆ	6	2.7
รวม	224	100.0

หมายเหตุ เลือกมากกว่า 1 คำตอบ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานที่ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมากที่สุดจากแหล่งฟาร์มทั่วไป จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6 ตามด้วยฟาร์มที่อยู่ใกล้บ้าน ขนส่งสะดวก จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 กรมประมงหรือศูนย์ราชการ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ฟาร์มมาตรฐานขนาดใหญ่ เช่น CP จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 เพาะพันธุ์เอง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 และ อื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.11 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามปัจจัยในการซื้อ

ปัจจัยในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	57	38.0
คุณภาพ	43	28.7
ความน่าเชื่อถือ	43	28.7
ระยะทางในการขนส่ง	6	4.0
เจ้าของฟาร์ม	1	.7
รวม	150	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีปัจจัยในการซื้อจากราคา จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 มีปัจจัยในการซื้อจากคุณภาพกับความน่าเชื่อถือ จำนวนเท่ากัน คือ 43 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7

มีปัจจัยในการซื้อจากระยะทางในการขนส่ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และ เจ้าของฟาร์ม 1 คน คิดเป็นร้อยละ .7 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.12 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามการเลี้ยงปลา

การเลี้ยงปลา	จำนวน	ร้อยละ
แบบธรรมชาติ	22	14.7
แบบกึ่งธรรมชาติ	87	58.0
เลี้ยงแบบหนาแน่นเป็นอุตสาหกรรม	41	27.3
รวม	150	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการเลี้ยงปลาแบบกึ่งธรรมชาติ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 ตามด้วย เลี้ยงแบบหนาแน่นเป็นอุตสาหกรรม จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และแบบกึ่งธรรมชาติ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.13 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามลักษณะการเลี้ยงปลา

ลักษณะการเลี้ยงปลา	จำนวน	ร้อยละ
เลี้ยงปลาชนิดเดี่ยว	51	34.0
เลี้ยงปลาหลายชนิดแยกกันคนละบ่อ	30	20.0
เลี้ยงปลาหลายชนิดปนๆกันไป	54	36.0
เลี้ยงปลากับกุ้งขาวหรือกุ้งกร้ามกราม	15	10.0
รวม	150	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีลักษณะการเลี้ยงปลาเลี้ยงปลาหลายชนิดปนๆกันไป จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ตามด้วย เลี้ยงปลาชนิดเดี่ยว จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 เลี้ยงปลาหลายชนิดแยกกันคนละบ่อ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ เลี้ยงปลากับกุ้งขาวหรือกุ้งก้าม
กราม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.14 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามในหนึ่งรอบการผลิต

ในหนึ่งรอบการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
100,000 ตัว	76	50.7
100,000 – 200,000 ตัว	23	15.3
200,000 – 400,000 ตัว	23	15.3
400,000 – 700,000 ตัว	27	18.0
มากกว่า 1,000,000 ตัว	1	.7
รวม	150	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ในหนึ่งรอบการผลิต 100,000 ตัว จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 ตามด้วย 400,000 – 700,000 ตัว จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 100,000 – 200,000 ตัวกับ 200,000 – 400,000 ตัว จำนวนเท่ากัน คือ 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และมากกว่า 1,000,000 ตัว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.15 : จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลทั่วไปจำแนกตามราคาที่ต้องการ

ราคาที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
0.20 – 0.30 บาท	52	34.7
0.30 – 0.40 บาท	66	44.0
0.40 – 0.50 บาท	29	19.3
0.50 – 0.60 บาท	3	2.0
รวม	150	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีราคาที่ต้องการ 0.30 – 0.40 บาท จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 ตามด้วย มีราคาที่ต้องการ 0.20 – 0.30 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 มีราคาที่ต้องการ 0.40 – 0.50 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และ มีราคาที่ต้องการ 0.50 – 0.60 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ

ตารางที่ 1.16 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
มีสายพันธุ์ที่ดีและชัดเจน สามารถบอกที่มาได้	4.4933	.55256	มากที่สุด
มีการเจริญเติบโตที่ดี สันหนา รูปร่างได้สัดส่วนตามความต้องการของตลาด	4.6933	.46265	มากที่สุด
มีอัตราการรอดดี ไม่ต่ำกว่า 80% ขึ้นไป	4.4600	.67187	มากที่สุด
มีความทนทานต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงและทนทานต่อโรคสูง	4.5400	.66181	มากที่สุด
ฟาร์มผลิตทีละขั้นตอนการบรรจุและขนส่งลูกพันธุ์ที่ได้มาตรฐาน	3.9867	.81089	มาก
รวม	**4.4346**	**.63195**	**มากที่สุด**

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.4346 ; S.D.=.63195)

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องมีการเจริญเติบโตที่ดี สันหนา รูปร่างได้สัดส่วนตามความต้องการของตลาดมากที่สุด($\bar{X}$=4.6933 ; S.D.=.46265) รองลงมาคือ มีความทนทาน
ต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงและทนทานต่อโรคสูง($\bar{X}$=4.5400 ; S.D.=.66181) ถัดมาคือ มีสายพันธุ์ที่ดีและชัดเจน สามารถบอกที่มาได้($\bar{X}$=4.4933 ; S.D.=.55256) มีอัตราการรอดดี ไม่ต่ำกว่า 80% ขึ้นไป($\bar{X}$=4.4600 ; S.D.= .67187) และ ฟาร์มผลิตทีละขั้นตอนการบรรจุและขนส่งลูกพันธุ์ที่ได้มาตรฐาน($\bar{X}$=3.9867 ; S.D.= .81089) ตามลำดับ

ตารางที่ 1.17 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ราคาลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเหมาะสมกับคุณภาพ	4.4133	.64700	มากที่สุด
ราคาลูกพันธุ์ถูกกว่าเมื่อเทียบกับฟาร์มมาตรฐานขนาดใหญ่	4.0733	.88307	มาก
มีการบริการด้านการจัดส่งสินค้าโดยไม่คิดค่าขนส่งเมื่อมีการสั่งลูกพันธุ์ได้จำนวนตามเงื่อนไขที่ทางฟาร์มกำหนด	4.0400	.77615	มาก
ระดับราคาที่หลากหลายตามมาตรฐานของปลา	4.2467	.72294	มากที่สุด
มีการแสดงราคาที่ชัดเจน	4.2333	.74561	มากที่สุด
รวม	**4.2013**	**.75495**	**มาก**

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.2013 ; S.D.= .75495)

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องราคาลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด($\bar{X}$=4.4133 ; S.D.= .64700) รองลงมาคือ ระดับราคาที่หลากหลายตามมาตรฐานของปลา($\bar{X}$=4.2467 ; S.D.= .72294) ถัดมาคือ มีการแสดงราคาที่ชัดเจน ($\bar{X}$=4.2333 ; S.D.=.74561) ราคาลูกพันธุ์ถูกกว่าเมื่อเทียบกับฟาร์มมาตรฐานขนาดใหญ่($\bar{X}$=4.0733 ; S.D.= .88307) และ มีการบริการด้านการจัดส่งสินค้าโดยไม่คิดค่าขนส่งเมื่อมีการสั่งลูกพันธุ์ได้จำนวนตามเงื่อนไขที่ทางฟาร์มกำหนด($\bar{X}$=4.0400 ; S.D.= .77615) ตามลำดับ

ตารางที่ 1.18 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
สถานที่ตั้งฟาร์มอยู่ในทำเลที่สะดวก ใกล้เส้นทางคมนาคม	4.0600	.78774	มาก
ฟาร์มมีมาตรฐานตามที่กรมประมงกำหนด และมีความน่าเชื่อถือ	4.2800	.72464	มากที่สุด
ฟาร์มมีการตกแต่งที่สวยงามเหมาะสม	3.4867	.63178	มาก
ฟาร์มมีสถานที่พัก สำหรับลูกค้าที่มารอซื้อลูกพันธุ์ หรือเข้ามาเยี่ยมชม	3.6867	.66692	มาก
ฟาร์มมีช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์	3.5133	.62107	มาก
ฟาร์มมีการแจกของแถมที่น่าสนใจ เช่น อาหารปลาสำเร็จรูป เป็นต้น	3.3800	.53933	ปานกลาง
ฟาร์มมีบุคลากรที่ชำนาญไว้คอยบริการ	4.1400	.54379	มาก
ฟาร์มมีการจัดกิจกรรมให้กับลูกค้าตามเทศกาล	3.3933	.60086	ปานกลาง
รวม	**3.7425**	**.63951**	**มาก**

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.7425 ; S.D.= .63951)

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องฟาร์มมีมาตรฐานตามที่กรมประมงกำหนด และมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด($\bar{X}$=4.2800 ; S.D.= .72464) รองลงมาคือ ฟาร์มมีบุคลากรที่ชำนาญไว้คอยบริการ($\bar{X}$=4.1400 ; S.D.= .54379) ถัดมาคือ สถานที่ตั้งฟาร์มอยู่ในทำเลที่สะดวก ใกล้เส้นทางคมนาคม($\bar{X}$=4.0600 ; S.D.= .78774) ฟาร์มมีสถานที่พัก สำหรับลูกค้าที่มารอซื้อลูกพันธุ์ หรือเข้ามาเยี่ยมชม($\bar{X}$=3.6867; S.D.= .66692) ฟาร์มมีช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์($\bar{X}$=3.5133 ; S.D.= .62107) ฟาร์มมีการตกแต่งที่สวยงามเหมาะสม($\bar{X}$=3.4867 ; S.D.= .63178) ฟาร์มมีการจัดกิจกรรมให้กับลูกค้าตามเทศกาล($\bar{X}$=3.3933 ; S.D.= .60086) และ ฟาร์มมีการแจกของแถมที่น่าสนใจ เช่น อาหารปลาสำเร็จรูป เป็นต้น ($\bar{X}$=3.3800 ; S.D.= .53933) ตามลำดับ

ตารางที่ 1.19 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
บุคลากรมีมารยาทและความกระตือรือร้นในการให้บริการและคำแนะนำ	4.2267	.53277	มากที่สุด
การต้อนรับของพนักงานมีความรวดเร็ว	4.2600	.57264	มากที่สุด
มีการบริการหลังการขาย เช่น บริการตรวจวัดคุณภาพน้ำ เป็นต้น	4.3133	.64648	มากที่สุด
รวม	4.2666	.58396	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{\mathbf{X}}$=4.2666 ; S.D.= .58396)

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องมีการบริการหลังการขาย เช่น บริการตรวจวัดคุณภาพน้ำ เป็นต้นมากที่สุด($\overline{\mathbf{X}}$=4.3133 ; S.D.= .64648) รองลงมาคือ การต้อนรับของพนักงานมีความรวดเร็ว($\overline{\mathbf{X}}$=4.2600 ; S.D.= .57264) และ บุคลากรมีมารยาทและความกระตือรือร้นในการให้บริการและคำแนะนำ($\overline{\mathbf{X}}$=4.2267 ; S.D.= .53277) ตามลำดับ

ตารางที่ 1.20 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	$\overline{x}$	S.D.	แปลผล
มีการนำเทคโนโลยีด้านการปรับปรุงพันธุ์มาใช้ในการผลิต	4.2133	.68136	มากที่สุด
มีระบบกรองน้ำที่ได้มาตรฐานเพื่อน้ำที่สะอาด ลูกพันธุ์แข็งแรง	4.2267	.62548	มากที่สุด
มีการใช้อาหารเสริมและวิตามินเพิ่มในอาหารเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันโรค	4.5133	.58776	มากที่สุด
มีระบบให้อากาศแบบอัตโนมัติที่ประหยัดและปลอดภัย	3.9533	.50946	มาก
ใช้วัสดุเกรดพรีเมี่ยมในการผลิต	4.1467	.73628	มาก
รวม	**4.2106**	**.62806**	**มากที่สุด**

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านเทคโนโลยี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อปัจจัยด้านเทคโนโลยีอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.2106 ; S.D.=.62806)

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องมีการใช้อาหารเสริมและวิตามินเพิ่มในอาหารเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันโรคมากที่สุด($\overline{X}$=4.5133 ; S.D.= .58776) รองลงมาคือ มีระบบกรองน้ำที่ได้มาตรฐานเพื่อน้ำที่สะอาด ลูกพันธุ์แข็งแรง($\overline{X}$=4.2267 ; S.D.= .62548) ถัดมาคือ มีการนำเทคโนโลยีด้านการปรับปรุงพันธุ์มาใช้ในการผลิต($\overline{X}$=4.2133 ; S.D.= .68136) ใช้วัสดุเกรดพรีเมี่ยมในการผลิต($\overline{X}$=4.1467 ; S.D.= .73628) และ มีระบบให้อากาศแบบอัตโนมัติที่ประหยัดและปลอดภัย($\overline{X}$=3.9533 ; S.D.= .50946) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า

ตารางที่ 1.21 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า

ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า	$\overline{x}$	S.D.	แปลผล
หากท่านมีความพึงพอใจต่อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่ซื้อมา ท่านจะมีการบอกต่อ แนะนำให้กับบุคคลใกล้ชิด	4.6200	.51384	มากที่สุด
ท่านมีการค้นคว้าหาข้อมูลลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศก่อนการตัดสินใจซื้อ	3.9800	.72787	มาก
ท่านตั้งใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเนื่องจากมีระยะทางอยู่ไม่ไกลจากฟาร์มของท่าน	3.9133	.64440	มาก
คุณภาพที่ดีของลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อ	4.5133	.66289	มากที่สุด
ราคาที่เหมาะสมของลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเป็นสิ่งที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อ	4.3867	.66339	มากที่สุด
หากฟาร์มมีโปรโมชั่นส่วนลดให้กับลูกค้าเดิม จะทำให้ท่านกลับมาซื้อที่ร้านอีกครั้ง	4.1133	.49881	มาก
ท่านจะกลับมาซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศกับทางฟาร์มที่เคยซื้อมา	4.4333	.54854	มากที่สุด
รวม	**4.2799**	**.60853**	**มากที่สุด**

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.2799 ; S.D.= .60853)

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่องหากท่านมีความพึงพอใจต่อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่ซื้อมา ท่านจะมีการบอกต่อ แนะนำให้กับบุคคลใกล้ชิดมากที่สุด ($\overline{X}$=4.6200 ; S.D.= .51384) รองลงมาคือ คุณภาพที่ดีของลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อ($\overline{X}$=4.5133 ; S.D.= .66289) ถัดมาคือ ท่านจะกลับมาซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศกับทางฟาร์มที่เคยซื้อมา($\overline{X}$=4.4333 ; S.D.= .54854) ราคาที่เหมาะสมของลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเป็นสิ่งที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อ($\overline{X}$=4.3867 ; S.D.= .66339) ท่านมีการค้นคว้าหาข้อมูลลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศก่อนการตัดสินใจซื้อ($\overline{X}$=3.9800 ; S.D.= .72787) และ ท่านตั้งใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเนื่องจากมีระยะทางอยู่ไม่ไกลจากฟาร์มของท่าน($\overline{X}$=3.9133 ; S.D.= .64440) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุ (Multiple Regression Analysis)

<u>สมมติฐาน</u>

สมมติฐาน : ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย คุณภาพการบริการ และ เทคโนโลยี ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ อย่างน้อย 1 ปัจจัย

ตารางที่ 1.22 : ผลวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุ(Multiple Regression Analysis)

Model	B	SE	Beta	t	Sig
Product	-.230	.056	-.345	-4.107	.000
Price	.185	.046	.285	3.994	.000
Place	.202	.072	.227	2.800	.006
Service	-.102	.049	-.168	-2.066	.041
Technology	.304	.058	.424	5.234	.000
R = .554 ; R square = .307 ; Adjusted R Square = .283 ; F = 12.753 ; Sig. = .000					

จากตาราง พบว่า R แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ หมายถึง ระดับความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่าง ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย คุณภาพการบริการ และ เทคโนโลยี ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศอยู่ในระดับปานกลาง(R= .554)

R Square แทนค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด หมายถึง การตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีสาเหตุมาจาก ผลิตภัณฑ์ (Product=ลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ) ราคา การจัดจำหน่าย คุณภาพการบริการ และเทคโนโลยี ร้อยละ 30.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีรายละเอียดของแต่ละตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรที่ 1 ผลิตภัณฑ์(Product) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ(t = -4.107 ; P-Value < 0.05) หมายความว่า ถ้าผลิตภัณฑ์มีมากขึ้นจะส่งผลให้ความต้องการซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศลดลง

ตัวแปรที่ 2 ราคา(Price)มีความสัมพันธ์เชิงเส้นไปในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ(t = 3.994 ; P-Value < 0.05) หมายความว่า ราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ

ตัวแปรที่ 3 ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place)มีความสัมพันธ์เชิงเส้นไปในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ อย่างนัยสำคัญทางสถิติ(t = 2.800 ; P-Value(0.006) < 0.05) หมายความว่า หากช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ความต้องการซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเพิ่มขึ้นเช่นกัน

ตัวแปรที่ 4 การบริการ(Service)มีความสัมพันธ์เชิงเส้นไปในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ(t= -2.066 ; P-Value < 0.05) หมายความว่า การบริการไม่เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศของผู้บริโภค

ตัวแปรที่ 5 เทคโนโลยี(Technology)มีความสัมพันธ์เชิงเส้นไปในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ(t = 5.234 ; P-Value < 0.05) หมายความว่า ถ้ามีการใช้เทคโนโลยีมีเพิ่มขึ้นการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศจะเพิ่มขึ้น

บทที่ 2
การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

บทนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วนปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจภายใต้แนวคิดและทฤษฎีเรื่อง SWOT Analysis ของ Albert Humphrey เพื่อนำมาสรุปเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการดำเนินงานของธุรกิจ รวมถึงการใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์(Vision) การกำหนดกลยุทธ์(Strategy) เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาไปในทิศทางที่เหมาะสม ดังรายละเอียดเป็นรายข้อต่อไปนี้

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมและปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อม

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กรหรือหน่วยงานในปัจจุบัน โดยแบ่งการวิเคราะห์ ออกเป็น 2 ส่วน คือ ปัจจัยแวดล้อมภายในองค์กร และปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อองค์กรนั้นๆ
เพื่อค้นหา จุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือโอกาส เป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และอุปสรรค์ต่างๆในการดำเนินงานสู่สภาพขององค์กรที่ต้องการในอนาคต โดย SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมายดังนี้

1. Strength = จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ
2. Weakness = จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ
3. Opportunity = โอกาสที่จะดำเนินงานขององค์กรได้
4. Threat = อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัย

หลักการสำคัญของการวิเคราะห์ SWOT ก็คือ การวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสถานการณ์ 2 ด้าน คือ สถานการณ์ภายใน และสถานการณ์ภายนอก

ภาพที่ 2.1 : แสดง SWOT Analysis

สถานการณ์ภายใน	Strength (S) จุดแข็ง จุดเด่น ข้อได้เปรียบ	Weakness (W) จุดอ่อน ข้อเสียเปรียบ
สถานการณ์ภายนอก	Opportunities (O) โอกาสในการดำเนินธุรกิจ	Threat (T) อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

ที่มา : Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Singapore: Pearson.

ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กรในช่วงเวลานั้นๆ (Situation Analysis) โดยเป็นการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้สถานการณ์ของตนเอง และเข้าใจสถานการณ์แวดล้อมรายรอบให้ชัดเจน พร้อมทั้งวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจในองค์กร การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร จะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงผลกระทบที่จะตามจากการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น ต่อการดำเนินงานทางธุรกิจขององค์กร และการใช้จุดแข็งและความสามารถต่างๆที่องค์กรมีอยู่ พร้อมทั้งแก้ไขหรือกำจัดจุดอ่อนขององค์กรเพื่อรับมือหรือปรับให้สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้เป็นประโยชน์อย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรนั้น ปัจจัยเหล่านี้แต่ละปัจจัยจะช่วยให้เข้าใจได้ว่าการดำเนินการองค์กรอย่างไร แต่ละปัจจัยมีอิทธิพลต่อองค์กรอย่างไรบ้าง จุดแข็งขององค์กรจะเป็นความสามารถจากสถานการณ์ภายในที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนขององค์กรเป็นสถานการณ์ภายในที่อาจจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อการดำเนินงานขององค์กรได้ โอกาสทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ให้โอกาสเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร ในทางตรงกันข้ามอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ผลจากการ

วิเคราะห์ SWOT นั้น จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาไปในทิศทางที่เหมาะสม

2.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายในก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินกิจการขององค์กร ซึ่งจะสร้างทั้งโอกาสและอุปสรรค รวมถึงปัจจัยแวดล้อมใหม่ๆขึ้นมา จึงจำเป็นต้องมีการประเมินทรัพยากรและความสามารถขององค์กร โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment Analysis) ซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่ขึ้นอยู่กับทรัพยากรและความสามารถขององค์กรเอง และเป็นปัจจัยที่ผู้บริหารองค์กรสามารถควบคุมได้ โดยใช้วิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนภายในองค์กรตามหน้าที่การปฏิบัติ

1.) ปัจจัยด้านการบริหาร จะเป็นการวิเคราะห์โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1.1 ทักษะ และความสามารถของผู้บริหาร

1.2 โครงสร้างองค์กร

1.3 ระบบการวางแผน

1.4 มาตรฐานกระบวนการปฏิบัติงาน

1.5 ระบบการควบคุม

1.6 วัฒนธรรมองค์กร

1.7 จรรยาบรรณของผู้บริหาร

<u>สถานการณ์</u>

ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม ผลิตลูกปลานิลแปลงเพศโดยมีผู้จัดการฟาร์มที่ศึกษาจบ ป.ตรีทางด้านประมงมาโดยตรงและศึกษาจน ป.โท ด้านการบริหารธุรกิจ จึงมีทักษะทางด้านการผลิตและการจัดการเป็นอย่างดี เนื่องจากการผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเพื่อจำหน่ายเป็นการต่อยอดจากการผลิตเดิมที่เพียงผลิตเพื่อใช้เองเท่านั้น โครงสร้างของฟาร์มจึงมียังมีขนาดเล็ก ง่ายต่อการวางแผนการผลิต และควบคุมมาตรฐานในกระบวนการปฏิบัติงาน ซึ่งทำให้ได้ลูกพันธุ์ที่มีคุณภาพสูง โดยมีการผลิตตามจำนวนที่ลูกค้าสั่งจองมาเท่านั้น โดยใช้แรงงานจากในชุมชนเพื่อส่งเสริมอาชีพ

<u>ผลกระทบ</u>

การผลิตในขั้นต้นยังมีจำนวนจำกัดทำให้ไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ประกอบกับการจ้างแรงงานในชุมชนเพื่อส่งเสริมอาชีพเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้ฟาร์มในระยะยาว แต่ในการดำเนินการขั้นต้นนั้นเป็นการยากในการจัดการด้านต่างๆ เนื่องจากแรงงานขาดทักษะและความชำนาญ จึงต้องมีการเสริมทักษะและความรู้อย่างต่อเนื่องแต่แรงงานในฟาร์มทำให้งานบางส่วนล่าช้าออกไป

2.) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี จะเป็นการวิเคราะห์โดยพิจารณาปัจจัย ดังต่อไปนี้

2.1 ต้นทุน (cost of technology)

2.2 การประหยัดจากขนาดการผลิต (Economic of scale)

2.3 การเพิ่มผลผลิต (Productivity)

2.4 การได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)

2.5 ระบบข้อมูลสารสนเทศ (Information technology)

<u>สถานการณ์</u>

ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มเน้นการผลิตปลานิลแปลงเพศที่มีคุณภาพสูง จึงมีราคาต้นทุนที่ค่อนข้างสูงกว่าฟาร์มอื่นๆในกระบวนการผลิต แต่ก็มาชดเชยในส่วนของต้นทุนที่สูงกว่า จากการใช้เทคนิคและเทคโนโลยีในการผลิตทำให้มีอัตรารอดในการอนุบาลลูกปลาที่ดีกว่า ซึ่งการที่สามารถผลิตลูกปลาที่ดีมีคุณภาพสูงทำให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดกับฟาร์มในระดับเดียวกัน รวมถึงการใช้ระบบข้อมูลสารสนเทศ ในการทำเว็บไซต์แนะนำฟาร์มและการบริการให้ความรู้ในเรื่องการจัดการคุณภาพน้ำและการเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืดชนิดต่างๆ ทำให้ฟาร์มเป็นที่รู้จักมากขึ้น

<u>ผลกระทบ</u>

เนื่องจากมีต้นทุนในการผลิตที่สูง อันเป็นผลมาจากการควบคุมการผลิตให้ได้ลูกปลาที่มีคุณภาพ ทำให้ต้องการแผนการตลาดและขยายกำลังการผลิตเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้

3.) ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จะเป็นการวิเคราะห์โดยพิจารณาจากปัจจัยต่อไปนี้

3.1 ทัศนคติของพนักงาน

3.2 ทักษะความสามารถในการทำงาน

3.3 ประสบการณ์

3.4 จำนวนพนักงาน

3.5 การจ่ายค่าตอบแทน เงินเดือน และสวัสดิการ

3.6 ขวัญและกำลังใจ

<u>สถานการณ์</u>

เนื่องจากชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มพึ่งเริ่มดำเนินกิจการมาได้เพียง 1 ปี โดยมีการฝึกทักษะให้กับเครือญาติและจ้างแรงงานในชุมชนเพื่อส่งเสริมอาชีพ ซึ่งมีพนักงานเพียง 6 อัตรา โดยแบ่งเป็นคนงานประจำ 2 คน และคนงานรายวัน 4 คน ด้วยการที่มีโครงสร้างขนาดเล็กจึงเป็นง่ายในการบริหารจัดการทั่วไป แต่เป็นการยากในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล เนื่องจากพนักงานมีทัศนคติในการเลี้ยงปลาแบบคงเดิม ขาดทักษะความสามารถและประสบการณ์ทำงาน จึงต้องมีการบริหารจัดการใหม่ โดยการเสริมทักษะและความสามารถในการทำงานให้แก่พนักงานสร้างความรู้ความเข้าใจแก่

พนักงานโดยการปรับเปลี่ยนทัศนคติให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน มีการสร้างแรงจูงใจโดยการให้เงินเดือนที่เหมาะสม และให้โบนัสแก่พนักงานที่สามารถหาลูกค้าได้ รวมถึงการจำหน่ายลูกพันธุ์ปลาราคาทุนแก่พนักงานที่ต้องการเลี้ยงปลาเป็นอาชีพเสริม

ผลกระทบ

การสร้างทักษะความสามารถและประสบการณ์ในการทำงานต้องใช้เวลา ซึ่งทำให้เกิดความเสียหายและความล่าช้าต่อการดำเนินงานของทางฟาร์มได้

4.) ปัจจัยด้านการผลิต การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการผลิต จะเป็นการวิเคราะห์โดยพิจารณาด้านต่างๆ ดังนี้

4.1 เครื่องจักร

4.2 วัตถุดิบ

4.3 กระบวนการ

4.4 การบริหารสินค้าคงเหลือ

สถานการณ์

เนื่องจากปัญหาในเรื่องการผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศใช้เพียงมอเตอร์ขนาดเล็กในการให้อากาศ และปั๊มน้ำขนาด 2 มิล ในการเปลี่ยนถ่ายน้ำ จึงไม่เป็นการติดตั้งและบำรุงรักษา แต่จะพบปัญหามากในกระบวนการผลิต เนื่องจากใช้วัตถุดิบในการผลิตที่มีคุณภาพสูง เช่น ปลาป่นเกรดพรีเมี่ยม รำจากข้าวสาลี เป็นต้น ทำให้ประสบการณ์ปัญหาต้นทุนสูง รวมถึงในกระบวนการผลิตต้องใช้พื้นที่ในการผลิตพ่อแม่พันธุ์และการอนุบาลลูกพันธุ์ การสร้างโรงเรือนและอ่างปูนเพื่อพักลูกปลาก่อนส่งขายแก่ลูกค้า ซึ่งทุกกระบวนการต้องเกื้อหนุนกันให้สะดวกต่อการทำงานและง่ายต่อการจัดการ ในส่วนของปลานิลลูกพันธุ์ที่เหลือจากการจำหน่าย จะผลิตเป็นปลาขนาด 1-3 นิ้ว เพื่อขายให้กับเกษตรกรที่เลี้ยงปลาในกระชังต่อไป ซึ่งเป็นที่ต้องการมากไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด

ผลกระทบ

ต้องใช้เวลาอีกประมาณ 1-2 ปี ในการวางแผนระบบและสายการผลิตให้ชัดเจน ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนสูงในการขยายพื้นที่ การปลุกสร้างโรงเรือนและบ่อเพาะ บ่อพักไข่ เป็นต้น ในขณะที่ช่วง 1-2 ปีแรกนี้กลับมีกำลังการผลิตที่จำกัด ทำให้ต้องมีการวางแผนการผลิต และการวางผังฟาร์มที่ดี เนื่องจากมีการลงทุนที่สูง และเป็นสิ่งปลูกสร้างถาวร การวางระบบที่ผิดพลาดจะส่งผลต่อความสามารถในการผลิตและการจัดการทั้งหมดนั้นเอง

5.) ปัจจัยด้านการตลาด การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดจะวิเคราะห์โดยพิจารณาจากด้านต่างๆ ดังนี้

5.1 ส่วนแบ่งการตลาด (Segmentation)

5.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target market)

5.3 ตำแหน่งของตลาด (Positioning)

5.4 ผลิตภัณฑ์ (Product)

5.5 ราคา (Price)

5.6 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

5.7 การส่งเสริมการขาย/การตลาด (Promotion)

<u>สถานการณ์</u>

ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มมีนโยบายในการผลิตโดยเน้นที่การจัดการลูกพันธุ์ให้มีคุณภาพสูง มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นฟาร์มเลี้ยงปลาเนื้อขนาดกลางและขนาดเล็ก ในพื้นที่ จ.นครปฐม และจังหวัดใกล้เคียง โดยราคาที่ไม่สูงจนเกินไปเมื่อเทียบกับฟาร์มมาตรฐานขนาดใหญ่ แต่มีราคาสูงกว่าฟาร์มขนาดเดียวกันเล็กน้อย โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งหมด 3 ช่องทาง คือ

1. Line application
2. Facebook
3. เยี่ยมชมและซื้อได้โดยตรงที่ฟาร์ม

โดยทางฟาร์มจะมีบริการข้อมูลและความรู้ในเรื่องคุณภาพน้ำและการเลี้ยงรวมถึงการบริการตรวจวัดคุณภาพน้ำก่อนปล่อยลูกพันธุ์ด้วย

<u>ผลกระทบ</u>

มีกำลังการผลิตที่จำกัด ทำให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ไม่เพียงพอ

6.) ปัจจัยด้านการเงิน การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการเงิน เพื่อวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณาจากด้านต่างๆ ดังนี้

6.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

6.2 ต้นทุนของเงินลงทุน

6.3 ปริมาณเงินทุน

6.4 ระยะเวลาคืนทุน

6.5 สภาพคล่อง

6.6 ความเสี่ยงของธุรกิจ

<u>สถานการณ์</u>

ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มดำเนินกิจการโดยมีแหล่งเงินทุนมาจากการกู้ยืมธนาคารเพื่อการเกษตร

ซึ่งเป็นกิจการในที่ดินของครอบครัว โดยใช้เงินลงทุนขั้นต้น 1.5 ล้านบาท และมีนโยบายพัฒนาฟาร์มให้เข้าสู่มาตรฐานสากลและมาตรฐานของกรมประมง เพื่อเข้าสู่ธุรกิจ SME ภายใน 1 ปี เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายเรื่องดอกเบี้ยที่จะลดลงจาก 9% เป็น 4% หากพัฒนาจนเข้าสู่ธุรกิจ SME ได้ โดยมีระยะเวลาในการคืนทุน 3 ปี

ผลต่อธุรกิจ

ต้องเร่งดำเนินการเพื่อพัฒนาฟาร์มสู่มาตรฐานของกรมประมง เพื่อยกระดับฟาร์มเข้าสู่ธุรกิจ SME ซึ่งจะช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย ในขณะที่การขยายกำลังการผลิต เช่น การขยายพื้นที่การสร้างอาคารโรงเรือน เป็นต้น ต้องทำแบบค่อยเป็นค่อยไปทำให้ต้องมีการวางแผนทางด้านการเงินอย่างรอบคอบ

2.1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นปัจจัยที่อยู่เหนือการควบคุมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งผู้บริหารควรจะมุ่งเฉพาะปัจจัยทางสภาพแวดล้อมที่สำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการขององค์กรเท่านั้น

1.) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบที่สำคัญต่อการดำเนินกิจการขององค์กร เศรษฐกิจเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงเรื่องประชากร ทรัพยากรธรรมชาติ และความรู้ความชำนาญในการผลิต การจัดสรรและการใช้ทรัพยากร ซึ่งมีปัจจัยที่จะต้องนำมาศึกษาหลายประการด้วยกัน เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าเงินบาท
ภาวะราคาน้ำมัน อัตราการจ้างแรงงานขั้นต่ำ เป็นต้น

สถานการณ์

เกษตรกรในประเทศไทยในปัจจุบัน มีความสนใจเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืดกันเป็นจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งการเพาะเลี้ยงเพื่อเป็นอาชีพและการเพาะเลี้ยงเพื่อรับประทานกันในครัวเรือน เนื่องจากปริมาณปลาน้ำจืดตามธรรมชาตินั้นไม่เพียงพอกับความต้องการ เกษตรกรหันมาสนใจทำการเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืด เพราะในเวลานี้ตลาดที่จะรองรับปลาน้ำจืดนับวันมีเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว และผลตอบแทนสูง
จากการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำขาย

ผลต่อธุรกิจ

ธุรกิจการเพาะเลี้ยงปลานิล ให้ผลตอบแทนที่สูง จึงมีปัจจัยเสี่ยงที่เป็นผลกระทบ คือ คนให้ความสนใจเข้ามาทำธุรกิจเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้เกิดภาวะ สินค้าล้นตลาด มีการผลิตปลาสู่ท้องตลาดเป็นจำนวนมาก ผลที่เกิดคือ รายได้น้อยลง จากเดิมที่สามารถผลิตได้เป็นจำนวนมาก ต้องลดการผลิตลง ดังนั้นธุรกิจต้องมีการปรับเปลี่ยนทำให้ปลานิลสามารถสู้กับคู่แข่งในตลาดได้

2.) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่ย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพราะความต้องการของมนุษย์ไม่มีที่สิ้นสุด แต่การเปลี่ยนแปลงจะเร็วหรือช้านั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มาเกี่ยวข้อง เช่น ระดับการศึกษาของคนในสังคม การสื่อสารคมนาคม ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นต้น

สถานการณ์

สังคมไทยในปัจจุบัน ประชาชนหันมาใส่ใจการดูแลสุขภาพตัวเองกันมากขึ้น จึงมีการบริโภคอาหารคลีนกันอย่างแพร่หลาย ปลาจึงเป็นทางเลือกหนึ่ง ที่คนใส่ใจในสุขภาพ หันมารับประทานปลา ปลานิลจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่มีราคาไม่แพงและหาง่าย ในประเทศไทยคนฐานะปานกลางสามารถซื้อได้ ในราคาที่ย่อมเยา ตลาดทั่วไปในประเทศไทยมีปลานิลขายทุกตลาด เราจึงสามารถผลิตปลานิลสู่ตลาดได้ทุกวันเพราะเป็นความต้องการของผู้บริโภค

ผลต่อธุรกิจ

ทำให้ธุรกิจปลานิลเกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วและเกษตรกรหันมาเลี้ยงปลานิลกันมากขึ้น จึงทำให้การเพาะพันธุ์ลูกปลานิลแปลงเพศเป็นที่ต้องการของเกษตรกรเป็นอย่างมาก

3.) ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อนโยบายในการประกอบธุรกิจของประเทศ ซึ่งอำนาจทางการเมืองถูกใช้ในการจัดสรรทรัพยากรและความมั่งคั่งต่อกลุ่มคนต่างๆ ในสังคมที่หลากหลาย เพราะเกี่ยวข้องกับกฎหมายและนโยบายต่างๆของรัฐบาล เช่น กฎระเบียบที่ใช้กับการค้าระหว่างประเทศ กฎระเบียบการนำเข้า-ส่งออก เป็นต้น

สถานการณ์

นโยบายของรัฐบาล มีการส่งเสริมการลงทุนภาคเอกชนอย่างจริงจัง โดยเฉพาะการส่งเสริมการลงทุนของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทำให้ประชาชนหันมาสนใจในการประกอบธุรกิจของตนเองมากขึ้น รวมทั้งการสนับสนุนธุรกิจในชุมชน เช่น ช่องทาง OTOP จึงหันมาทำธุรกิจส่วนตัวกันมากขึ้น เกษตรกรจึงหันมาสนใจในการเลี้ยงปลากันมากขึ้น

ผลต่อธุรกิจ

มีผลกระทบทำให้เกิดการแข่งขันในการเพาะเลี้ยงลูกปลานิลแปลงเพศ

4.) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่มีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมีผลต่อการกำหนดคุณสมบัติและคุณภาพของแรงงานในอนาคต เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีการขนส่ง เทคโนโลยีการผลิต นาโนเทคโนโลยี เทคโนโลยีชีวภาพ เป็นต้น

สถานการณ์

ในปัจจุบันเทคโนโลยี มีการพัฒนาก้าวหน้าเป็นอย่างมาก ทำให้การนำเทคโนโลยีและเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้แทนแรงงานของคน มีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงมีผลกระทบต่อการจ้างแรงงาน และการดูแลในฟาร์มดีขึ้น

ผลต่อธุรกิจ

สามารถนำมาปรับปรุงในการเลี้ยงลูกปลานิล การจัดการคุณภาพน้ำ และการเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืดนิดต่างๆได้

5.) ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ เป็นปัจจัยที่ต้องคำนึกถึงที่ตั้ง ทำเลของฟาร์ม การเลี้ยงปลานิลมีพื้นที่การเลี้ยงส่วนใหญ่ อยู่ในเขตภาคกลางและภาคตะวันออก ได้แก่ นครปฐม สุพรรณบุรี ราชบุรี กาญจนบุรี ปราจีนบุรี เป็นต้น

สถานการณ์

ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มจะอยู่ในเขตพื้นที่ อ.ดอนตูม จ.นครปฐม ติดคลองท่าสารและใกล้แม่น้ำ ท่าจีน ทำให้กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาในบริเวณนี้มีน้ำใช้ตลอด ทำให้มีฟาร์มเพาะพันธุ์ปลาน้ำจืดเป็นจำนวนมาก แต่มีเพียงฟาร์มขนาดเล็ก ฟาร์มมาตรฐานที่มีกำลังผลิตสูงเป็นฟาร์มขนาดใหญ่ไม่มีในเขต จ.นครปฐม แต่อยู่ที่ จ.ปราจีนบุรี และเพชรบุรี มีเพียงน้ำใสฟาร์มที่ขยายสาขามาที่ จ.นครปฐม แต่ก็เป็นฟาร์มขนาดกลางเท่านั้น

ผลต่อธุรกิจ

ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม จึงไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่แห้งแล้งหรือน้ำท่วม

2.2 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอก

2.2.1 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน โดยมีประเภทของปัจจัยเสี่ยง ดังนี้

ตารางที่ 2.1 : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
1.ปัจจัยด้านการบริหาร มีความเสี่ยงในระดับน้อย เนื่องจากผู้จัดการฟาร์มจบ ป.ตรี ทางด้านการประมงมาโดยตรง และศึกษาจบป.โท ทางด้านบริหาร ซึ่งมีทักษะด้านการผลิตและการบริหารจัดการเป็นอย่างดี ทำให้การผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเพื่อจำหน่ายให้ได้มาตรฐานของตลาดโดยตรงตามความต้องการของลูกค้า		/				การผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศในขั้นต้นผลิตตามจำนวนที่ลูกค้าสั่งจองมา ทำให้สามารถบริหารการจัดการได้อย่างเป็นระบบ และดูแลลูกพันธุ์ปลาได้เป็นอย่างดี
2.ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีความเสียงระดับปานกลาง เนื่องจากฟาร์มต้องค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ เพื่อมาเพิ่มความรู้ให้กับบุคลากรในฟาร์ม			/			ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม ต้องใช้เทคนิคในการผลิต เพื่อสามารถผลิตลูกพันธุ์ปลาให้มีคุณภาพสูงกว่าฟาร์มอื่น เพื่อที่จะให้ลูกพันธุ์ปลามีอัตราการรอดและการทนทานต่อโรคดีกว่าฟาร์มอื่น ทำให้ได้เปรียบในการแข่งขัน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
3.ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มเป็นฟาร์มขนาดเล็ก มีพนักงานจำนวน 6 คน ซึ่งเป็นการยากในการบริหารทรัพยากรบุคคล เนื่องจากพนักงานยังขาดทัศนคติและทักษะความสามารถและประสบการณ์การทำงาน			/			จึงต้องมีการจัดการบริหารงานใหม่ โดยการเพิ่มทักษะ และความสามารถในการทำงานให้แก่พนักงาน โดยสร้างความรู้ความเข้าใจแก่พนักงาน ในการปรับเปลี่ยนทัศนคติ เพื่อให้เข้าใจกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยการสร้างแรงจูงใจโดยการให้เงินเดือนที่เหมาะสม และให้โบนัสแก่พนักงานที่สามารถหาลูกค้าได้
4.ปัจจัยด้านการผลิต มีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มเป็นธุรกิจขนาดเล็ก จะพบปัญหาในด้านการผลิต ด้านวัตถุดิบในการผลิตที่คุณภาพสูง เช่น ปลาป่นเกรดพรีเมี่ยม รำข้าวสาลีที่มีคุณภาพและราคาสูง			/			การผลิตลูกปลานิลแปลงเพศต้องมีการวางแผนระบบการผลิตให้ชัดเจน ซึ่งต้องใช้เงินทุนที่สูงในการขยายพื้นที่ โรงเรือน บ่อเพาะและบ่อฟักไข่ และค่าปลาบ่น รำข้าวสาลี ในช่วง 1-2ปี กำลังการผลิตจึงมีจำนวนจำกัด ทำให้ต้องมีการวางแผนการผลิตให้ได้เท่ากับจำนวนที่ลูกค้าสั่งจอง
5.ปัจจัยด้านการตลาด มีความเสี่ยงอยู่ในระดับน้อย เนื่องจากชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มที่พึ่งดำเนินกิจการและเป็นฟาร์มขนาดเล็ก ทางด้านการตลาดจะผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศตามจำนวนที่ลูกค้าสั่งจอง ซึ่งสามารถขายให้กับลูกค้าได้ทั้งหมด		/				ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มจะสามารถผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศได้ตามความต้องการและตามจำนวนที่ลูกค้าสั่งจอง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
6.ปัจจัยด้านการเงิน มีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มดำเนินกิจการโดยมีแหล่งเงินทุนมาจากการกู้ยืมธนาคารเพื่อการเกษตรและใช้ที่ดินของครอบครัวมาดำเนินกิจการ ซึ่งจะพัฒนาฟาร์มให้เข้าสู่มาตรฐานของกรมประมงและเข้าสู่ธุรกิจ SME ภายใน 1 ปี เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายเรื่องดอกเบี้ย จาก 9% เป็น 4% โดยมีระยะเวลาในการคืนทุน 3 ปี			/			ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มต้องเร่งดำเนินการพัฒนาฟาร์มให้เข้าสู่มาตรฐานของกรมประมง เพื่อยกระดับให้เข้าสู่ธุรกิจ SME จะได้ช่วยลดภาระดอกเบี้ย และการขยายฟาร์ม ต้องทำแบบค่อยๆเป็นค่อยๆไป โดยมีการวางแผนทางด้านการเงินอย่างรอบคอบ

2.2.2 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก โดยมีประเภทของปัจจัยเสี่ยง ดังนี้

ตารางที่ 2.2 : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
1.ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เป็นความเสี่ยงในระดับปานกลาง เนื่องจากเศรษฐกิจเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงเรื่องประชากร ทรัพยากรธรรมชาติและความรู้ความชำนาญในการผลิต เป็นปัจจัยที่จะต้องนำมาศึกษา เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าเงินบาท ภาวะราคาน้ำมัน อัตราการจ้างแรงงานขั้นต่ำ			/			ธุรกิจการเพาะเลี้ยงปลานิลเป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนสูง เกษตรกรจึงหันมาสนใจเลี้ยงปลานิลกันมากขึ้น อาจจะทำให้เกิดภาวะสินค้าล้นตลาด จึงจำเป็นต้องลดการผลิตลง ดังนั้นธุรกิจการเลี้ยงปลานิลจึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้
2.ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นความเสี่ยงในระดับปานกลาง เนื่องจากประเทศไทยในปัจจุบันประชาชนหันมาใส่ใจในเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น ปลาจึงเป็นทางเลือกอย่างหนึ่งของผู้ใส่ใจในสุขภาพ จึงทำให้เกษตรกรหันมาสนใจในการเลี้ยงปลานิลกันมากขึ้น			/			ทำให้ธุรกิจการเลี้ยงปลานิลขยายตัวอย่างรวดเร็ว ลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศจึงเป็นที่ต้องการของเกษตรกรกันมากขึ้น สิ่งที่ต้องระวังคือ การเจริญเติบโตของธุรกิจ ถ้าเติบโตเร็วเกินไปอาจจะทำให้ไม่ได้คุณภาพคือ รีบขายเพื่อให้ได้ตามความต้องการของเกษตร ฉะนั้นต้องควบคุมการผลิตให้ได้มาตรฐาน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ) : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
3.ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย เป็นปัจจัยความเสี่ยงในระดับปานกลาง เนื่องจากประเทศไทยรายได้เกษตรกรขึ้นอยู่กับนโยบายการเมืองของรัฐบาลเป็นหลัก แต่ปัจจุบันรัฐบาลเน้นให้เกษตรกรพึ่งพาตนเองให้มากที่สุด			/			ไม่ควรเก็บผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศไว้จำนวนมาก เพราะถ้าเกิดเหตุการณ์เปลี่ยนนโยบายของรัฐบาล จะทำให้เศรษฐกิจเปลี่ยนแปลง และจะทำให้รับภาระจากการเก็บสินค้าไว้ค่อนข้างมาก
4.ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เป็นความเสี่ยงในระดับน้อย เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาก้าวหน้าเป็นอย่างมาก ทำให้การนำเทคโนโลยีและเครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้แทนแรงงานคนมีประสิทธิภาพมากขึ้น		/				ธุรกิจสามารถนำเทคโนโลยีและเครื่องมือที่ทันสมัย นำมาใช้แทนแรงงานคนได้ผลดีและการดูแลคุณภาพน้ำในฟาร์มได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงานงานลดลง
5.ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ เป็นความเสี่ยงในระดับน้อย เนื่องจากทำเลที่ตั้งของชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มเป็นทำเลที่เหมาะสม ซึ่งอยู่ในใกล้แหล่งน้ำและใกล้กับเกษตรกรที่เพาะเลี้ยงปลานิล		/				ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มมีความได้เปรียบกว่าฟาร์มอื่นๆ ตรงที่มีสถานที่ที่สมบูรณ์ใกล้แหล่งน้ำ ซึ่งมีน้ำตลอดปี ทำให้สามารถเพาะเลี้ยงลูกปลานิลแปลงเพศตลอดทั้งปี ตามความต้องการของเกษตรกร

บทที่ 3
การวิเคราะห์การแข่งขัน

ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์การแข่งขันในรูปแบบการวิเคราะห์อุตสาหกรรมที่นิยมใช้กัน คือ รูปแบบการประเมินสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม (5-F Model) ของ Michael E Porter หรือ Five Force Model ประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้

1. การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (New Entrants)
2. คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Industry Competitors)
3. การคุกคามของผลิตภัณฑ์ทดแทน (Substitutes)
4. อำนาจการเจรจาต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)
5. อำนาจการเจรจาต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industrial Analysis) คือ การวิเคราะห์กลุ่มองค์กรที่มีผลิตผลและบริการคล้ายคลึงกัน หรือกลุ่มธุรกิจที่มีลักษณะเดียวกัน สภาพแวดล้อมการดำเนินงานจะประกอบไปด้วยปัจจัยที่เฉพาะเจาะจงและกระทบต่อการบริหารงานขององค์กรในพื้นที่ ถึงแม้ว่าชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาจะเป็นธุรกิจที่เริ่มดำเนินงาน และเป็นธุรกิจขนาดเล็ก แต่ก็สามารถนำหลักการของทางการตลาดเข้ามาวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันทางการตลาดได้ไม่แตกต่างจากธุรกิจขนาดใหญ่แต่อย่างใด

การวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า และการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 สภาพของการแข่งขัน

3.1.1 ระดับของการแข่งขัน

ปัจจุบันมีฟาร์มเพาะพันธุ์ปลาน้ำจืดกระจายอยู่ในพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันออกเป็นส่วนใหญ่ และมีอยู่เกือบทุกจังหวัดในทุกภาคทั่วประเทศ ที่มีฟาร์มขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก แต่ก็จะเป็นฟาร์มเพาะพันธุ์ปลาน้ำจืดหลายชนิด มีเพียงฟาร์มมาตรฐานขนาดใหญ่เท่านั้นที่เลือกจะผลิตปลานิลแปลงเพศเพียงชนิดเดียว เช่น ฟาร์มมานิตย์ ฟาร์มน้ำใส และภูมิไทยฟาร์ม เป็นต้น แต่ลูกพันธุ์ที่มีราคาค่อนข้างสูงเช่นกัน

ในขณะที่ฟาร์มขนาดกลางและขนาดเล็ก จำหน่ายลูกพันธุ์ในราคาที่ต่ำกว่า แต่เกษตรกรก็มักจะพบกับปัญหาคุณภาพของลูกพันธุ์ที่มีคุณภาพไม่ดี เช่น ไม่ทนทานต่อโรค อัตราการรอดต่ำ หรือ

มีเปอร์เซ็นปลาที่โดนแปลงเพศต่ำ ทำให้มีปลาตัวเมียมาก ซึ่งตามมาตรฐานปกติต้องแปลงเพศได้ 98% โดยปัญหา
ที่เกิดขึ้นอาจมากจากความผิดพลาดในการพัฒนาสายพันธุ์ จากการจัดการที่ดีและแม้จะใช้ลูกพันธุ์จากฟาร์มมาตรฐานที่เป็นที่นิยมก็ตาม บางครั้งเกษตรกรก็พบกับปัญหาเหล่านี้เช่นกัน

ดังนั้น แม้การดำเนินกิจการผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเพื่อจำหน่ายนั้น จะมีการแข่งขันที่สูง แต่ความต้องการของตลาดยังเปิดกว้างภายในการแชร์ส่วนแบ่งการตลาด จากโอกาสของช่องว่างในเรื่องของราคาลูกพันธุ์เมื่อเทียบกับฟาร์มมาตรฐานขนาดใหญ่ และคุณภาพเมื่อเทียบกับฟาร์มขนาดกลางและขนาดเล็ก

3.1.2 จุดเด่น/ความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน

ธุรกิจเพาะลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเพื่อจำหน่ายนั้น แม้จะมีการลงทุนที่ค่อนข้างสูง แต่ก็มีผลตอบแทนที่สูงมีระยะเวลาในการคืนทุนเร็ว ประกอบกับการที่ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการผลิตและการจัดการฟาร์มเป็นอย่างดี มีการพัฒนาสายพันธุ์ที่ดี ซึ่งเป็นที่ยอมรับของเกษตรกรที่ได้นำไปเลี้ยงในเบื้องต้นอาจมีอัตราการเจริญเติบโตเป็นที่น่าพอใจ รวมถึงทำเลที่ตั้งของฟาร์มในการผลิตที่มีความเหมาะสม อยู่ใกล้กับแหล่งน้ำที่สะอาดมีน้ำใช้ตลอดปี และอยู่ในพื้นที่การเลี้ยงปลานิลทำให้มีตลาดรองรับที่ชัดเจนอยู่แล้ว

3.1.3 ผู้ครองส่วนครองตลาด (ผู้ที่เป็นที่รู้จักในตลาด)

ธุรกิจเพาะพันธุ์ปลานิลแปลงเพศในปัจจุบันแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะคือ

1.) ฟาร์มมาตรฐานขนาดใหญ่ เช่น ฟาร์มมานิตย์ ฟาร์มน้ำใส เป็นต้น เป็นฟาร์มมาตรฐานขนาดใหญ่มีกำลังการผลิตสูง ครองส่วนแบ่งการตลาดมาก มีความน่าเชื่อถือในระดับสูง ฟาร์มเลี้ยงปลาเนื้อขนาดใหญ่และขนาดกลางจะใช้ลูกพันธุ์จากฟาร์มมาตรฐานเหล่านี้ ลูกพันธุ์จะมีราคาค่อนข้างสูง

2.) ฟาร์มขนาดกลางและขนาดเล็ก ฟาร์มผลิตลูกพันธุ์ปลาน้ำจืดขนาดกลางและขนาดเล็กจะผลิตปลาหลายๆชนิด โดยมีการผลิตปลานิลแปลงเพศจำหน่ายด้วย ซึ่งแต่ละฟาร์มจะครองส่วนแบ่งการตลาดในพื้นที่ของตนและพื้นที่ใกล้เคียง ลูกพันธุ์มีราคาไม่สูงมาก แต่มีปัญหาการควบคุมคุณภาพเนื่องจากต้องผลิตปลาหลายๆชนิด นั้นเอง

3.) ฟาร์มขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่มีฟาร์มเลี้ยงปลาเนื้อและฟาร์มเพาะลูกพันธุ์ด้วย โดยมีวัตถุประสงค์ในขั้นต้นของการผลิตเพื่อเอาไว้ใช้เองในฟาร์ม

4.) หน่วยงานราชการต่างๆ เช่น กรมประมงและศูนย์กรมประมงในพื้นที่ต่างๆ เป็นต้น โดยปกติหน่วยงานของรัฐเหล่านี้จะมีการผลิตลูกพันธุ์ปลาชนิดต่างๆ เพื่อแจกจ่ายแก่เกษตรกร รวมถึงลูก

พันธุ์ปลานิลด้วย ซึ่งในปัจจุบันทางหน่วยงานเหล่านี้มีการผลิตปลานิลแปลงเพศจำหน่ายแก่เกษตรกรในราคาไม่แพงด้วย

3.2 ที่มาของการแข่งขัน

เกิดจากการประสบกับปัญหาการเลี้ยงปลาเนื้อในฟาร์มของครอบครัว เกิดการขาดทุนในปี 2558-2559 เนื่องจากลูกพันธุ์ปลาที่ใช้ในการเลี้ยงไม่เจริญเติบโตและไม่ทนทานต่อโรค แม้จะทดลองใช้ลูกพันธุ์จากหลายๆแหล่งก็ตาม ดังนั้น จึงเกิดความคิดในการผลิตลูกพันธุ์เพื่อใช้เอง เพื่อควบคุมคุณภาพตั้งแต่ขั้นแรกในการผลิต ปรากฏผลสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ จนฟาร์มค้างเคียงต้องการขอให้ผลิตเผื่อบ้าง จึงเริ่มผลิตเพิ่มขึ้นตามความต้องการของลูกค้าแต่จะผลิตตามปริมาณที่ลูกค้าสั่งจองเท่านั้น จึงไม่มีความเสี่ยงในเรื่องของลูกปลาที่ผลิตเหลือ รวมถึงการผลิตที่ชัดเจนทำให้ง่ายต่อการจัดการและการควบคุมคุณภาพ ทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดเสมอแม้ว่าจะมีการแข่งขันที่รุนแรง

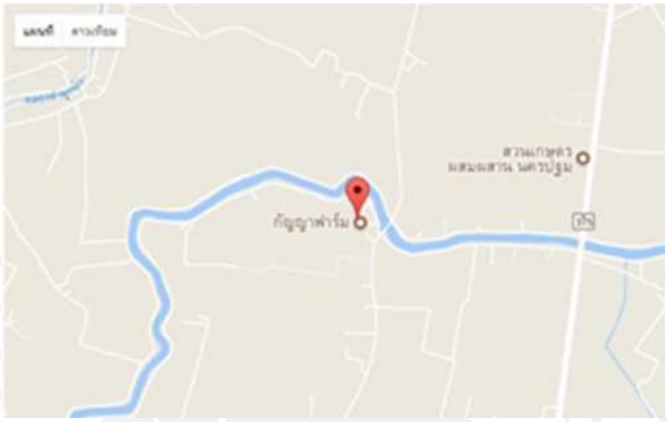
3.3 คู่แข่งขันของธุรกิจ

คู่แข่งขันทางธุรกิจของชัยยุทธุ์พันธุ์ปลา คือ กัญญาฟาร์ม ตาก้องพันธุ์ปลาและบางเลนพันธุ์ปลา เนื่องจากเป็นกิจการที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งรายอื่นๆ ที่เป็นฟาร์มมาตรฐานที่มีชื่อเสียงมานานเป็นที่รู้จักของเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลเป็นอย่างดี เช่น มานิตย์ฟาร์ม น้ำใสฟาร์ม และภูมิไทยฟาร์ม เป็นต้น ตลอดจนหน่วยงานของกรมประมงและศูนย์วิจัยต่างๆ ที่มีการผลิตลูกปลาเพื่อแจกจ่ายแก่เกษตรกรในการส่งเสริมอาชีพ หรือจำหน่ายในราคาย่อมเยาว์ด้วย

คู่แข่งขันหลัก (ทางตรง)

1.กัญญาฟาร์ม

ภาพที่ 3.1 : แผนที่กัญญาฟาร์ม



ที่มา : Kanyafarm. (2560). *แผนที่กัญญาฟาร์ม*. สืบค้นจาก http://www.kanyafarm.com/.

สถานที่ตั้ง : กัญญาฟาร์ม ตั้งอยู่บนพื้นที่ 22 ไร่ ต.ลำลูกบัว อ.ดอนตูม จ. นครปฐม

กัญญาฟาร์มเป็นคู่แข่งหลักที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง โดยผลิตพันธุ์ปลาน้ำจืดหลายชนิด แต่เน้นการผลิตปลานิลแปลงเพศเป็นหลัก โดยเริ่มจากการทำลูกพันธุ์ปลาดุกบิ๊กอุยออกจำหน่าย แต่มีตลาดและความต้องการน้อยจึงหันเข้าสู่ตลาดการเพาะพันธุ์ลูกปลานิลแปลงเพศ โดยเน้นการขายออกนอกพื้นที่ หรือขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลาง โดยมีกำลังการผลิตที่เดือนละ 1,000,000 ตัว

<u>จุดแข็ง</u>

1.) มีฐานลูกค้าเก่าจากตลาดปลาดุกและอยู่ในตลาดลูกพันธุ์มานาน

2.) ตอบสนองความต้องการของเกษตรกรได้ครบถ้วน เนื่องจากผลิตปลาหลายชนิด

3.) มีการพัฒนาสายพันธุ์ของตนเอง

<u>จุดอ่อน</u>

1.) การพัฒนาสายพันธุ์ยังไม่ชัดเจน

2.) มีกำลังการผลิตน้อย ไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาดในพื้นที่

3.) มีการเจริญเติบโตไม่คงที่

2. ตากล้องพันธุ์ปลา

ภาพที่ 3.2 : แผนที่ตากล้องพันธุ์ปลา

ที่มา : ตากล้องพันธุ์ปลา. (2560). *แผนที่ตากล้องพันธุ์ปลา.* สืบค้นจาก https://www.facebook.com/takongpla/.

สถานที่ตั้ง : ตากล้องพันธุ์ปลา หมู่9 ต.ตากล้อง อ.เมือง เทศบาลนครนครปฐม 73000

ตากล้องพันธุ์ปลาเป็นฟาร์มเพาะพันธุ์ปลาน้ำจืดที่อยู่ในเขต อ.เมือง จ.นครปฐม มีการผลิตพันธุ์ปลาน้ำจืดหลายชนิด เช่น ปลานิล ปลาดุก ปลายี่สก เป็นต้น โดยมีประสบการณ์ที่ยาวนานกว่า 10 ปี และมีลูกค้ากระจายอยู่ในหลายพื้นที่

<u>จุดแข็ง</u>

1.) ผลิตปลาหลายชนิด ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

2.) มีความชำนาญและมีฟาร์มพันธมิตรทางการค้ามาก เนื่องจากประกอบอาชีพนี้มานาน

<u>จุดอ่อน</u>

1.) ผลิตปลาหลายชนิด ทำให้ขาดประสิทธิภาพในการควบคุมคุณภาพ

2.) เป็นฟาร์มขนาดเล็กที่มีกำลังการผลิตต่ำ

3.) ไม่มีการพัฒนาสายพันธุ์ที่ชัดเจน

3. บางเลนพันธุ์ปลา

ภาพที่ 3.3 : แผนที่บางเลนพันธุ์ปลา

ที่มา : บางเลนพันธุ์ปลา. (2560). *แผนที่อำเภอบางเลนพันธุ์ปลา.* สืบค้นจาก http://blfthai.tripod.com/contact.html/.

สถานที่ตั้ง : บางเลนพันธุ์ปลา ตั้งอยู่บริเวณบ้านคลองบางเลน ติดอังณิการ์คาแคร์ อ.บางเลน จ.นครปฐม

บางเลนพันธุ์ปลาเป็นฟาร์มเพาะพันธุ์ปลาน้ำจืดที่ตั้งอยู่ในเขต อ.บางเลน จ.นครปฐม โดยมีการผลิตลูกพันธุ์ปลาน้ำจืดเองหลายชนิด รวมถึงซื้อพันธุ์ปลาต่างๆ จากฟาร์มผลิตอื่นๆมาจำหน่ายต่อ

<u>จุดแข็ง</u>

1.) มีพันธุ์ปลาหลากหลายชนิด ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

2.) ตั้งอยู่ศูนย์กลางฟาร์มผลิตปลาเนื้อ

3.) อยู่ใกล้เส้นทางคมนาคม มีการเดินทางสะดวก

<u>จุดอ่อน</u>

1.) คุณภาพของลูกพันธุ์ไม่คงที่

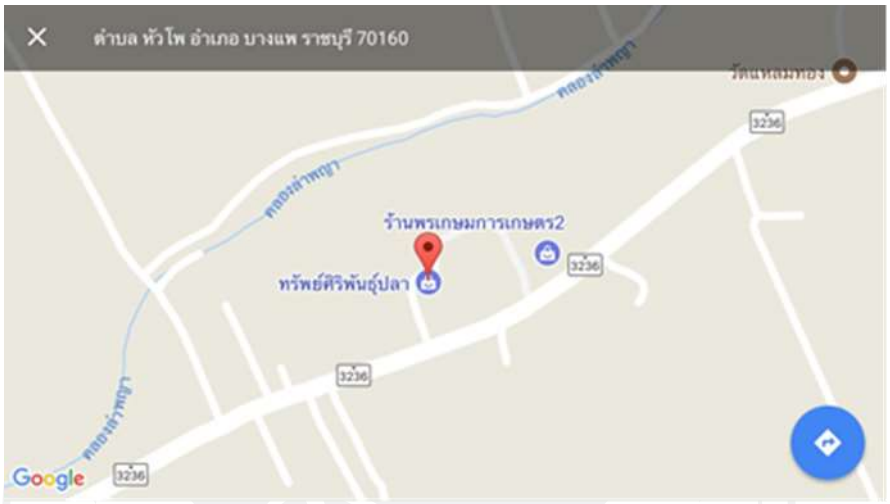
2.) ราคาค่อนข้างสูง เพราะปลาบางชนิดผลิตเองไม่ได้ จึงต้องซื้อมาขายต่อเอากำไร

3.) ไม่มีการพัฒนาทางสายพันธุ์ที่ดี

คู่แข่งขันรอง (ทางอ้อม)

1.ทรัพย์สิริพันธุ์ปลา

ภาพที่ 3.4 : แผนที่ทรัพย์สิริพันธุ์ปลา



ที่มา : ทรัพย์สิริพันธุ์ปลา. (2560). *แผนที่ทรัพย์สิริพันธุ์ปลา.* สืบค้นจาก https://www.facebook.com/pages/ทรัพย์สิริพันธุ์ปลา.

เป็นฟาร์มผลิตลูกพันธุ์ปลาน้ำจืดหลากหลายชนิด เช่น ปลานิลแปลงเพศ ปลายี่สก ปลาจีน ปลาตะเพียน เป็นต้น ตั้งอยู่ในเขต อ.บางแพ จ.ราชบุรี

<u>จุดแข็ง</u>

1.) มีพันธุ์ปลาหลากหลายชนิด ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

2.) มีระยะทางไม่ไกลจากพื้นที่การเลี้ยงใน จ.นครปฐม

<u>จุดอ่อน</u>

1.) เนื่องจากผลิตปลาหลายชนิด จึงยากต่อการควบคุมคุณภาพ

2.) มีราคาค่อนข้างสูง

3.) ไม่มีการบริการขนส่ง ลูกค้าต้องไปรับสินค้าเอง

2. คุณทวีพันธุ์ปลา

ภาพที่ 3.5 : คูณทวีพันธุ์ปลา

ที่มา : Kooltaveepunpa. (2560). *แผนที่คูณทวีพันธุ์ปลา.* สืบค้นจาก https://kooltaveepunpa.wordpress.com/about/.

เป็นฟาร์มที่มีชื่อเสียงมานาน ตั้งอยู่ในเขต อ.บางแพ จ.ราชบุรี ที่มีเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาหลายรายในพื้นที่ จ.นครปฐม นิยมไปซื้อลูกพันธุ์จากฟาร์มนี้ โดยเฉพาะเกษตรกรที่ไม่ได้ใช้ปลานิลแปลงเพศในการเลี้ยง นอกจากนี้ ทางคูณทวีพันธุ์ปลายังมีการผลิตพันธุ์ปลาน้ำจืดชนิดอื่นๆ เพื่อจำหน่ายด้วย เช่น ปลาดุกบิ๊กอุย ปลายี่สก ปลาจีน เป็นต้น

<u>จุดแข็ง</u>

1.) มีพันธุ์ปลาหลากหลายชนิด ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

2.) มีชื่อเสียงมานาน เป็นที่รู้จักเป็นอย่างดี

3.) ขายลูกพันธุ์ราคาไม่แพง มีฐานลูกค้ากว้าง โดยเฉพาะกลุ่มปลากินพืช เช่น ปลายี่สกเทศ ปลาจีน ปลาตะเพียน เป็นต้น

<u>จุดอ่อน</u>

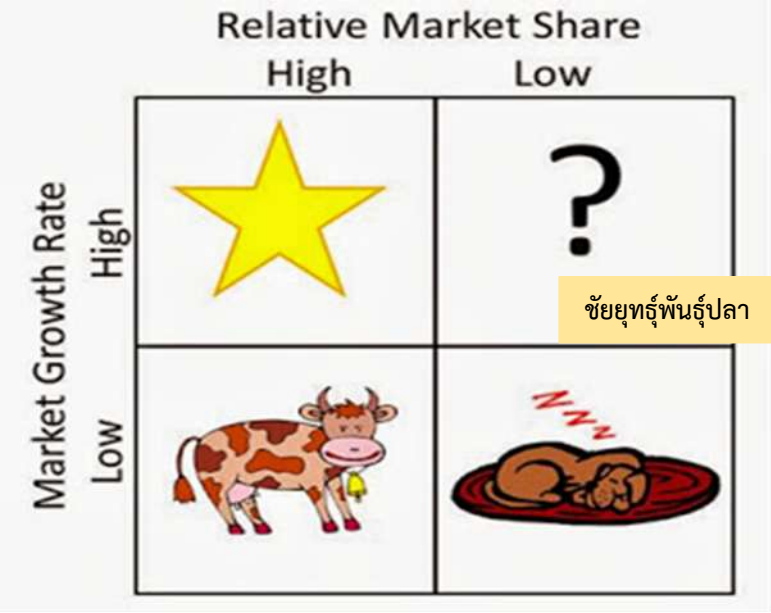
1.) คุณภาพของลูกพันธุ์ขาดความสม่ำเสมอ โดยเฉพาะปลานิล ทำให้ตอนหลังความนิยมลดลงไป

2.) ไม่มีการบริการจัดส่งสินค้า ลูกค้าต้องไปรับสินค้าเอง

3.4 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ

3.4.1. การวิเคราะห์โดย BGC Model

ภาพที่ 3.6 : การวิเคราะห์ BCG Model ของชัยยุทธุ์พันธุ์ปลา



ที่มา : BCG Matrix. (2556). *BGC Mode.l* สืบค้นจาก http://marketingforexp.blogspot.com/2013/10/bcg-matrix.html/.

ในการวิเคราะห์ BCG Model ของชัยยุทธุ์พันธุ์ปลานั้น ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาได้จัดอยู่ในกลุ่มของเครื่องหมายคำถาม เนื่องจากเป็นฟาร์มผลิตลูกพันธุ์ปลาน้ำจืดที่เปิดขึ้นใหม่กำลังก้าวสู่ตลาด จากความต้องการภายในตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่มีคุณภาพสูงและมีราคาที่เหมาะสมมีการเจริญเติบโตค่อนข้างสูง แต่เนื่องจากเป็นฟาร์มยังมีขนาดเล็ก มีกำลังการผลิตต่ำ ดังนั้นในอนาคตจำเป็นต้องมีการลงทุนเพิ่ม เพื่อขยายกำลังการผลิตและทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักของตลาดมากขึ้น เพื่อยอดขายที่สูงขึ้นและส่วนแบ่งการตลาดที่มากขึ้นให้ธุรกิจไปอยู่ในกลุ่มของ STAR ได้

3.4.2 การวิเคราะห์ (Five Force Model)

1. การแข่งขันในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Current Competitors)

การแข่งขันในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับสูง ถึงแม้จากการสำเร็จธุรกิจการเพาะพันธุ์ปลานิลแปลงเพศจะมีฟาร์มในบริเวณใกล้เคียงอยู่ 3 ราย ซึ่งแต่ละรายจะมีกลุ่มลูกค้าประจำอยู่แล้ว แต่ก็ยังมี

ฟาร์มผลิตพันธุ์ปลาน้ำจืดขนาดกลางและขนาดเล็กมากมายในพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง รวมถึงฟาร์มมาตรฐานขนาดใหญ่ซึ่งครองส่วนแบ่งการตลาดส่วนใหญ่ไว้ด้วย ทำให้เกษตรกรมีตัวเลือกมากมายในการเลือกใช้ลูกพันธุ์ แต่ตลาดการเลี้ยงปลานิลก็มีการเจริญเติบโตตลอดเวลา ทำให้ความต้องการลูกพันธุ์ยังมีอยู่อีกมาก โดยเฉพาะลูกพันธุ์คุณภาพที่ราคาไม่สูงมากจนเกินไปตอบสนองความต้องการของเกษตรกรได้ในเรื่องการเจริญเติบโต อัตราการรอด และความทนทานต่อโรค

2. อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customer)

ในขั้นต้นของการดำเนินธุรกิจนี้ เนื่องจากยังเป็นธุรกิจขนาดเล็ก จัดทำสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเท่านั้น ซึ่งมีการสั่งจองล่วงหน้ามาก่อนถึงจะผลิตให้ ซึ่งเป็นความต้องการของลูกค้าเอง ประกอบกับกลุ่มเป้าหมายของการดำเนินในเบื้องต้น เป็นเกษตรกรรายย่อย ทำให้ลูกค้าไม่มีอำนาจในการต่อรองมากนัก แต่ในอนาคตถ้าทางฟาร์มขยายกำลังการผลิตเพิ่มมากขึ้น มีลูกค้าขนาดกลางและขนาดใหญ่ ซึ่งมีความต้องการลูกพันธุ์เป็นจำนวนมาก ก็จะประสบปัญหากับอำนาจการต่อรองของลูกค้าได้

3. อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ (The Bargaining Power of Suppliers)

ในการดำเนินธุรกิจผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศนั้น วัตถุดิบที่ต้องใช้ในการผลิตที่สำคัญ คือ ปลาป่นและรำละเอียด แต่เนื่องจากทำเลที่ตั้งฟาร์มอยู่ใกล้เส้นทางคมนาคม และมีแหล่งวัตถุดิบให้เลือกหลายแหล่ง จึงไม่ค่อยประสบปัญหาเรื่องอำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ ในอนาคตถ้าทางฟาร์มขยายกำลังการผลิตเพิ่มมากขึ้น จะสามารถต่อรองราคาของวัตถุดิบให้มีราคาต่ำลงกับซัพพลายเออร์ได้

4. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Suppliers Products Or Service)

ในการดำเนินธุรกิจผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศนั้น เนื่องจากปลานิลแปลงเพศนั้น จะมีอัตราการเจริญเติบโตที่รวดเร็ว แต่ก็มีข้อเสีย คือ ไม่ค่อยทนทานต่อโรค และมีราคาค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงมีเกษตรกรบางส่วนที่หันกลับไปใช้ลูกพันธุ์ปลานิลที่ไม่แปลงเพศแทน ถึงแม้จะมีการเจริญเติบโตที่ช้ากว่า แต่มีความทนทานต่อโรค

มากกว่า ปล่อยได้หนาแน่นกว่า และราคาไม่แพง หรือปล่อยปลาชนิดอื่นๆ เช่น ปลายี่สก ปลาจีน ปลาตะเพียน เพิ่มมากขึ้น และลดอัตราการปล่อยปลานิลให้มีความหนาแน่นน้อยลง โดยเฉพาะในช่วงฤดูแล้งที่ปลาป่วยง่ายเนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อนจัด และขาดแคลนน้ำ ดังนี้ในอนาคตทางฟาร์มจะมีการผลิต ปลาจีน ปลายี่สก และปลาไม่แปลงเพศด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครบถ้วน

5. ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่ (Threat of New Entrants)

ในการดำเนินธุรกิจผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความรู้ความชำนาญในการผลิต ซึ่งเป็นความสามารถเฉพาะด้าน นอกจากนี้ ยังต้องมีการวางแผนการจัดการ เช่น การวางผังฟาร์ม การวางระบบกรองน้ำ ระบบฝักไข่ปลา เป็นต้น ทางที่ดีการเอื้ออำนวยต่อการทำงานในปัจจุบันและการขยายกำลังการผลิตในอนาคต และมีการลงทุนที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงไม่ค่อยมีการคุมคามจากผู้แข่งขันรายใหม่

3.4.3. การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ตารางที่ 3.1 : การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่งขัน
คุณภาพของสินค้า	ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลามีการผลิตปลานิลแปลงเพศเพียงชนิดเดียว และผลิตจำนวนจำกัด ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการเท่านั้น โดยไม่มีการผลิตเหลือเผื่อเอาไว้ ทำให้สามารถควบคุมและวางแผนการผลิตให้มีคุณภาพได้สูง ทั้งในอัตราการรอดและความทนทานต่อโรค โดยต้องมีการสั่งจองล่วงหน้า 1 เดือน ใช้ระยะเวลาในการผลิต 24 วันต่อลูกพันธุ์ 1 ชุด	ความหลากหลายของพันธุ์ปลาของคู่แข่งนั้นมีมากตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่า แต่มีข้อเสียเรื่องการควบคุมคุณภาพ เนื่องจากในปัจจุบัน ฟาร์มผลิตลูกพันธุ์ส่วนใหญ่จะผลิตพันธุ์ปลาออกมาเป็นจำนวนมาก รอเกษตรกรมาซื้อไปเลี้ยง จึงมีความเสี่ยงมากในเรื่องการขายและสินค้าคงเหลือ
ราคา	ราคาจะสูงกว่าราคาจากฟาร์มผลิตลูกพันธุ์ทั่วไปเล็กน้อย แต่ยังต่ำกว่าราคาลูกพันธุ์จากฟาร์มมาตรฐานขนาดใหญ่มาก พอสมควร ซึ่งเป็นราคาที่ลูกค้ายอมรับได้ ในขณะที่คุณภาพดีกว่าฟาร์มทั่วไปแต่ใกล้เคียงฟาร์มมาตรฐานขนาดใหญ่	ราคา

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 3.1(ต่อ) : การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่งขัน
การบรรจุและการขนส่ง	ทางฟาร์มมีการขนส่งลูกพันธุ์โดยการใช้ถุงและการขนส่งแบบถังเข้ามาเป็นตัวเลือกให้กับลูกค้า โดยการขนส่งแบบบรรจุถุงนั้น จะคำนวณความหนาแน่นของลูกปลาให้เหมาะสมกับระยะทางและระยะเวลาในการขนส่ง และลูกค้าต้องมารับเอง แต่ถ้าลูกค้าใช้ลูกพันธุ์ตั้งแต่ 100,000 ตัวขึ้นไป ทางฟาร์มจะบริการขนส่งให้ เนื่องจากลูกพันธุ์ที่ใช้การขนส่งแบบถังจะมีความแข็งแรงกว่าการบรรจุถุง นอกจากนี้ยังประหยัดเวลาและช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมด้วย เนื่องจากสามารถนำกลับมาบรรจุได้อีกครั้ง พียงแค่ล้างทำความสะอาดและตากให้แห้งเท่านั้น	มีทางเลือกเดียวในการบรรจุและขนส่ง คือ การบรรจุแบบถุง

3.5 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

1.) ปัจจัยด้านการทำเลที่ตั้ง

ข้อได้เปรียบของชัยยุทธุ์พันธุ์ปลา คือ อยู่ใกล้แม่น้ำท่าจีนและติดกับคลองท่าสาร ซึ่งเป็นคลองที่ใช้ใส่น้ำเค็ม ทำให้มีน้ำใช้ตลอดปีไม่ขาดแคลนประกอบกับแม่น้ำท่าจีนและคลองท่าสารเป็นเหมือนเส้นโลหิตขนาดใหญ่ที่ใช้หล่อเลี้ยงเกษตรผู้เลี้ยงปลา จึงทำให้ฟาร์มตั้งอยู่ในจุดศูนย์กลางของการเลี้ยงปลานิลทำให้ทำตลาดได้ง่าย นอกจากนี้ยังอยู่ใกล้กับเส้นทางคมนาคมทำให้สะดวกต่อการขนส่งอีกด้วย

2.) ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า

ทางด้านปัจจัยเรื่องต้นทุนสินค้า เนื่องจากทางฟาร์มมีพื้นที่ในการผลิตที่สามารถหาวัตถุดิบได้ง่าย อยู่ใกล้โรงงานปลาป่น และโรงสีข้าว จึงไม่ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต และมีราคาไม่แพง

เนื่องจากมีผู้ผลิตหลายรายในพื้นที่ ในอนาคตหากทางฟาร์มเพิ่มกำลังการผลิต ต้องใช้วัตถุดิบมากขึ้น สามารถต่อรองราคากับผู้ผลิตได้ด้วย

3.) ปัจจัยด้านประสบการณ์และความชำนาญ

แม้ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาจะเพียงเริ่มดำเนินการมาเพียง 1 ปีเท่านั้น ในเรื่องของการผลิตลูกพันธุ์ออกจำหน่าย แต่ในเรื่องการเลี้ยงครอบครัวของผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจเลี้ยงปลามาเป็นเวลา 10 ปีแล้ว และผู้ประกอบการก็ศึกษาจบทางด้านการผลิตสัตว์น้ำมาโดยตรง รวมถึงจบ ป.โท ด้านการบริหาร และมีประสบการณ์ทำงานในการบริหารสัตว์น้ำมาเป็นเวลา 10 ปี ในตำแหน่งผู้จัดการฟาร์ม ดังนั้นจึงมีความชำนาญในการผลิตและการบริหารจัดการฟาร์มเป็นอย่างดี

4.) ปัจจัยระบบจัดการโดยใช้เทคโนโลยีและการจัดการทรัพยากรบุคลากร

ใช้เทคโนโลยีทางด้านการปรับปรุงพันธุ์ในการพัฒนาสายพันธุ์ เพื่อให้ได้ลูกพันธุ์ที่มีคุณภาพอยู่เสมอ มีการสุ่มตรวจลูกพันธุ์ที่ผลิตโดยใช้กล้องจุลทรรศน์ เพื่อให้มีเปอร์เซ็นการแปลงเพศที่คงที่ มีการใช้เครื่องให้อาหารอัตโนมัติช่วยงานในการให้อาหารพ่อแม่พันธุ์ ใช้ระบบบริหารจัดการด้านบัญชีในการตรวจสอบ ด้านการเงิน ต้นทุน กำไร เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการส่งบุคลากรภายในฟาร์มไปอบรมและดูงานกับหน่วยงานราชการ เพื่อเปิดวิสัยทัศน์และให้เกิดความชำนาญด้วย

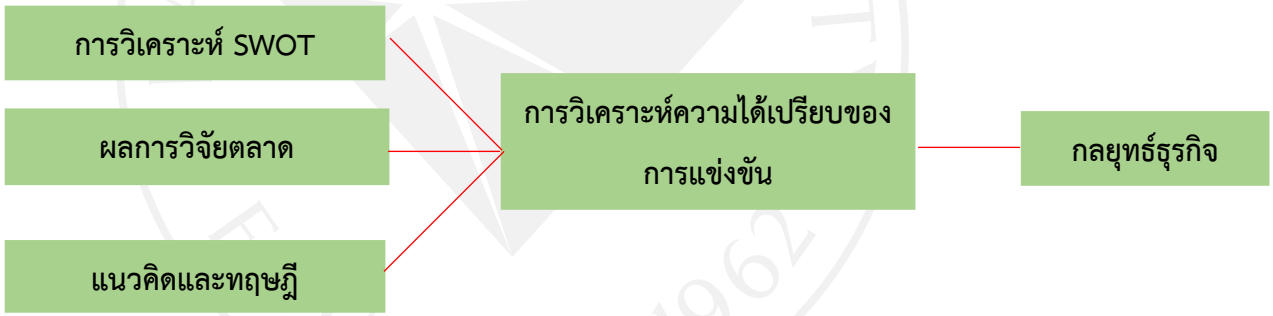
บทที่ 4
การจัดทำกลยุทธ์ และ แผนปฏิบัติการ

ในบทสุดท้ายนี้ เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการจัดทำกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการ แผนงานด้านการเงินและงบประมาณ และแผนรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต ของชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม

4.1 แนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

ชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม มีการนำเสนอกลยุทธุ์ของธุรกิจให้อยู่บนความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยใช้ข้อมูล TOWS จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม รวมถึงการใช้ ผลการวิจัยการตลาด ในการวิเคราะห์ในการกำหนดกลยุทธ์

ภาพที่ 4.1 : กรอบแนวคิดนำไปสู่กลยุทธ์



4.2 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้

4.2.1 แนวคิดและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

Kotler (2012, p. 47) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่มดังนี้ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าที่ผู้ประกอบธุรกิจต้องนำเสนอแก่ผู้บริโภค ซึ่งมีการวิเคราะห์ จุดแข็งของสินค้าที่จะนำเสนอให้กับผู้บริโภค ได้แก่ ลูกปลานิลแปลงเพศที่แข็งแรง สามารถทนทานต่อโรค

2. ราคา (Price) หมายถึง การตั้งราคาขายของลูกปลานิลแปลงเพศถือเป็นความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากการทำการตลาด ซึ่งมีการแข่งขันค่อนข้างสูงในปัจจุบัน ดังนั้นการตั้งราคาของลูกปลานิลแปลงเพศ ควรคำนึงถึง ต้นทุนของสินค้าและกำไรที่ธุรกิจต้องการ การเปรียบเทียบราคากับคู่แข่งขันภายในตลาด และกำลังซื้อของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนดราคาให้เหมาะสมสำหรับสินค้า

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การจำหน่ายลูกปลานิลแปลงเพศ ได้มีการจำหน่ายที่สถานที่ตั้งของฟาร์ม และการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ การเลือกช่องทางจำหน่ายนั้นก็เพื่อความเหมาะสมของสินค้า ผู้บริโภคซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรส่วนใหญ่ มักจะเลือกมาสั่งซื้อลูกปลานิลแปลงเพศที่สถานที่ตั้งของฟาร์มเป็นส่วนมาก กว่าที่จะมีการสั่งซื้อทางออนไลน์ เนื่องจากได้มาเห็นสินค้าด้วยตนเอง เพื่อจะได้ตรวจสอบคุณภาพของสินค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการและเป็นการกระตุ้นกาตัดสินใจในการซื้อได้เป็นอย่างดี โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้ได้รับความนิยม ได้แก่ จำนวนของการสั่งซื้อลูกปลา เช่น ซื้อ 100,000 ตัว แถม 100 ตัว และมีการตรวจสอบคุณภาพของน้ำหลังการสั่งซื้อลูกปลา เช่น มีการเข้าไปดูแลคุณภาพน้ำให้ฟรี เป็นต้น

4.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) คือ การทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความตระหนักและรับรู้ต่อคุณค่าของ Brand โดยต้องการสื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด และมักจะใช้กระบวนการสื่อสารที่สร้างความสนใจ (Impact) และสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย

4.2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดีต่อตราสินค้า หรือความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) เป็นการทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความจงรักภักดีต่อ Brand ในจิตใจของผู้บริโภค ซึ่งถือว่ามีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าข้ออื่นๆ

4.3 การวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Tows Matrix Analysis)

Tows Matrix Analysis เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยของเครื่องมือทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพด้วยเครื่องมือ SWOT และTOWS เป็นตัวย่อของปัจจัยสำหรับการเตรียมการที่จะวิเคราะห์ความแตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์กลยุทธ์จะแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) คือ การนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วม กัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธ์ศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก

2. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) คือ การนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณา ร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธ์ศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน ทั้งนี้เนื่องจากองค์การมีจุดแข็ง ขณะเดียวกันองค์การก็เจอกับสภาพแวดล้อมที่เป็นข้อจำกัดจากภายนอกที่องค์การควบคุมไม่ได้ แต่ องค์การสามารถใช้จุดแข็งที่มีอยู่ในการป้องกันข้อจำกัดที่มาจากภายนอกได้

3. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) คือ การนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธ์ศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข ทั้งนี้เนื่องจากองค์การมีโอกาสที่จะนำแนวคิดหรือวิธีใหม่ ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่องค์การมีอยู่ได้

4. กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) คือ การนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณา ร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธ์ศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากองค์การเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดภายนอกที่องค์การไม่ สามารถควบคุมได้

ภาพที่ 4.2 : Tows Matrix Analysis

ที่มา : Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Singapore: Pearson.

ตารางที่ 4.1 : ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Tows Matrix Analysis)

	Strengths 1.สินค้ารูปแบบใหม่ 2.บุคลากรที่มีทักษะ 3.มีพื้นที่	**Weaknesses** 1.บุคลากรน้อย 2.เงินทุนมีอย่างจำกัด 3.ตลาดยังมีอยู่จำกัด
Opportunities 1.การสนับสนุนข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ 2.ตลาดมีความต้องการสูง	SO Strategy 1.ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย 2 ช่องทางออนไลน์	WO Strategy 1.พัฒนาทักษะความรู้ให้บุคลากรภายใน 2.จัดหาแหล่งเงินทุน
Threats 1.ภาวะเศรษฐกิจ 2.มีคู่แข่งรายใหม่จากในประเทศ	ST Strategy 1.จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย 2.การส่งเสริมการตลาด	WT Strategy 1.วางแผนการใช้จ่ายอย่างรอบคอบ 2.ปรับปรุงสินค้าให้มีคุณภาพมากที่สุด

4.4 ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

ตารางที่ 4.2 : ประเภทกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

ประเภทกลยุทธ์	รายละเอียด
กลยุทธ์ด้านการโฆษณาและด้านการส่งเสริมการขาย	<u>วัตถุประสงค์ :</u> 1. ขยายลูกพันธุ์ปลาในราคาถูก 2. ส่งเสริมเกษตรกรโดยการติดต่อกรมประมง แจกลูกพันธุ์ปลานิลเพื่อส่งเสริมการเลี้ยงปลานิลแปลงเพศ <u>การดำเนินงาน :</u> ติดต่อกรมประมงว่าจะช่วยส่งเสริมเกษตรกรที่เพาะเลี้ยงปลานิลโดยการให้กรมประมงรับพันธุ์จากชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มมาเพื่อแจกและติดตามผลการเลี้ยง สร้างความน่าเชื่อถือต่อฟาร์มและกระจายชื่อเสียงให้เกษตรกรท่านอื่นได้รับรู้ว่าผลผลิตของชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์มมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด
กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย	<u>วัตถุประสงค์ :</u> 1. สร้างกลุ่มรับออร์เดอร์และรับค่าหัวคิว 5% ต่อยอดสั่งลูกปลา 2. ติดตามและบริการหลังการขาย โดยตามจากผู้ติดต่อกลุ่มเป้าหมายลงพื้นที่ตรวจสอบ <u>การดำเนินงาน :</u> ส่วนลดสำหรับผู้ต้องการเป็นตัวแทนจำหน่ายลูกพันธุ์ปลา โดยให้สั่ง 100,000 ตัวขึ้นไป จะได้รับรหัสหัวคิว เพื่อที่จะหาลูกค้าและรับค่าหัวคิวจากยอดการสั่งของลูกค้าที่สั่งลูกปลา
กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	<u>วัตถุประสงค์ :</u> 1. เว็บไซต์หน้าฟาร์ม สร้างเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งศึกษาข้อมูล ลูกพันธุ์ปลาผ่านทาง Facebook และ เว็บไซต์หน้าหลัก 2. หน้าฟาร์มติดต่อโดยตรง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2(ต่อ) : ประเภทกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

ประเภทกลยุทธ์	รายละเอียด
กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	<u>การดำเนินงาน :</u> 1.ผ่านทาง Facebook และ เว็บไซต์หน้าหลัก เพื่อสั่งซื้อทางออน์ไลน์และชำระผ่านทาง E-Banking 2.โดยการรับซื้อหน้าฟาร์ม อาจจะมีส่วนลดพิเศษ และสอนวิธีการขนส่ง พร้อมทั้งแนะนำวิธีการเลี้ยงเบื้องต้น
กลยุทธ์ด้านราคา	<u>วัตถุประสงค์ :</u> 1. ต้องให้ถูกกว่าตลาด 2. ราคาเหมา <u>การดำเนินงาน :</u> 1.ต้องการให้ถูกกว่าตลาดแต่คุณภาพเท่ากันหรือมากกว่า ลดต้นทุนในด้านการเพาะเลี้ยงและขนส่ง เพื่อให้ได้ลูกพันธุ์ปลาที่ดีและถูกกว่าตลาด 2.ส่งเสริมการซื้อเหมาแนะนำให้ซื้อแบบยกเซตจะได้รับบริการและราคาที่ถูกกว่า ซื้อให้ปริมาณน้อยและคอยติดตามผลหลังการขาย เป็นเวลา 1 ปี
กลยุทธ์ด้านบริการ	<u>วัตถุประสงค์ :</u> 1.ขนส่ง 2.ตรวจเช็คสภาพประจำปี <u>การดำเนินงาน :</u> 1.บริการขนส่งลูกพันธุ์ปลาที่เป็นมาตรฐานด้วยถังกันกระแทกและควบคุมออกซิเจน 2.เก็บข้อมูลหลังการส่งลูกปลาเป็นรายปี ตรวจสอบปีละ 2 ครั้ง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นที่จะสั่งลูกปลา

4.5 แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ

ตารางที่ 4.3 : งบประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
โรงเรือน	250,000.00		250,000.00
อุปกรณ์และเครื่องมือ	50,000.00		50,000.00
	-	-	-
	-	-	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	300,000.00		
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าจดทะเบียน	150,000.00		150,000.00
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
เงินทุนหมุนเวียน	1,050,000.00		1,050,000.00
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	1,500,000.00	-	1,500,000.00
สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน	100.00	-	100.00

งบประมาณการลงทุน เป็นเงินลงทุน เริ่มต้นของชัยยุทธุ์พันธุ์ปลงฟาร์ม จำนวน 1,500,000 บาท เป็นการลงทุน 100% จากการกู้ยืมจากธนาคาร ธกส. เป็นการลงทุนในธุรกิจขนาดเล็ก และเป็นการลงทุนเพียงคนเดียว

ตารางที่ 4.4 : ค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย

ค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ถาวร	300,000				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	60,000	120,000	180,000	240,000	300,000
โอนไปงบดุล					
สินทรัพย์ถาวร	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	60,000	120,000	180,000	240,000	300,000
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	240,000	180,000	120,000	60,000	-

ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	150,000				
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งตัดจ่าย	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ตัดจ่ายสะสม	30,000	60,000	90,000	120,000	150,000
โอนไปงบดุล					
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
หักตัดจ่ายสะสม	30,000	60,000	90,000	120,000	150,000
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	120,000	90,000	60,000	30,000	-

ค่าเสื่อมราคา เป็นค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์อันประกอบไปด้วย เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ภายในฟาร์มชัยยุทธุ์พันธุ์ปลาฟาร์ม เมื่อระยะเวลาผ่านไปสินทรัพย์เหล่านี้จะถูกใช้งานและจะทำให้ประสิทธิภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์เสื่อมคุณภาพไปด้วย จึงมีผลทำให้เกิดค่าใช้จ่ายที่เรียกว่า ค่าเสื่อมราคา เพื่อให้มูลค่าของเครื่องมือและอุปกรณ์ในแต่ละปีมีการคิดคาเสื่อมราคา โดยมีการประมาณค่าเสื่อมราคาตามอายุการใช้งานเอง เครื่องมือและอุปกรณ์ไว้ 5 ปี

ตารางที่ 4.5 : การประมาณการรายได้

สินค้าหลัก

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขายต่อปี	2,700,000	2,835,000	2,976,750	3,125,588	3,281,867
ราคาขายต่อหน่วย (เฉลี่ยต่อหนวย)	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30
รวมยอดขายต่อปี	810,000	850,500	893,025	937,676	984,560
สรุปยอดขายต่อปี	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขายรวม	2,233,500	2,805,075	2,945,329	3,092,595	3,247,225

ประมาณการรายได้ ธุรกิจสามารถทำรายได้ต่อปี 2,700,000 บาท ในปีที่ 1 ที่ได้ เริ่มต้นในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากมีการรับจองการสั่งซื้อลูกปลานิลแปลงเพศ และได้ดำเนินการขายลูกปลานิลแปลงเพศตามยอดที่มีการสั่งจอง เพื่อจะได้ไม่มีสินค้าคงเหลือ

ตารางที่ 4.6 : ประมาณการค่าใช้จ่าย

การประมาณการค่าใช้จ่าย					
ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าไข่ปลา	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
ค่าน้ำประปา	500	500	500	500	500
ค่าไฟฟ้า	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ค่ารำข้าว	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000
ค่าแอลกอฮอล์	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000
ค่าเสื่อมราคา	58,000	58,000	58,000	58,000	58,000
ค่าอาหารฮอร์โมน	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ค่าปลาป่น	28,000	28,000	28,000	28,000	28,000
ค่าวิตามินซี	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
ค่าแรง	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000
ดอกเบี้ยจ่าย	135,000	108,000	81,000	54,000	27,000
รวมต้นทุนคงที่	622,500	595,500	568,500	541,500	514,500

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ): ประมาณการค่าใช้จ่าย

ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนขาย	-	-	-	-	-
ค่าบรรจุภัณฑ์	-	-	-	-	-
ส่งเสริมการขาย	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 1%	22,335	28,051	29,453	30,926	32,472
รวมต้นทุนผันแปร	22,335	28,051	29,453	30,926	32,472

ในส่วนของค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นต้นทุนคงที่ ได้คิดค่าใช้จ่ายตามอัตราของปีแรกที่เริ่มดำเนินการ

ตารางที่ 4.7 : งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	2,233,500	2,805,075	2,945,329	3,092,595	3,247,225
หัก ต้นทุนผันแปร	22,335	28,051	29,453	30,926	32,472
กำไรส่วนเกิน	2,211,165	2,777,024	2,915,875	3,061,669	3,214,753
หัก ต้นทุนคงที่	622,500	595,500	568,500	541,500	514,500
กำไรก่อนการดำเนินงาน	1,588,665	2,181,524	2,347,375	2,520,169	2,700,253
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	135,000	108,000	81,000	54,000	27,000
กำไรก่อนหักภาษี	1,453,665	2,073,524	2,266,375	2,466,169	2,673,253
หัก ภาษีเงินได้ 20%	290,733	414,705	453,275	493,234	534,651
กำไรสุทธิ	1,162,932	1,658,819	1,813,100	1,972,935	2,138,602

ตารางที่ 4.8 : งบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
กระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	1,162,932	1,658,819	1,813,100	1,972,935	2,138,602
บวกค่าเสื่อมราคา	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000
บวกค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	58,000	58,000	58,000	58,000	58,000
บวกดอกเบี้ยจ่าย	135,000	108,000	81,000	54,000	27,000
บวกภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	290,733	123,972	38,570	39,959	41,417
บวกเจ้าหนี้ที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
บวกเงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
หักสินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	- 28,716	- 7,349	- 1,803	- 1,893	- 1,988
หักลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	1,626,949	1,950,442	1,997,867	2,132,001	2,272,031
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
รวมสินทรัพย์ถาวร	- 300,000	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียน	- 150,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	- 450,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	1,500,000	-	-	-	-
หักชำระเงินกู้	- 300,000	- 300,000	- 300,000	- 300,000	- 300,000
หักชำระดอกเบี้ยเงินกู้	- 135,000	- 108,000	- 81,000	- 54,000	- 27,000
หักเงินปันผลจ่าย	-	-	-	-	-
ทุนหุ้นสามัญ	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	1,065,000	- 408,000	- 381,000	- 354,000	- 327,000
เงินสดสุทธิ	2,241,949	1,542,442	1,616,867	1,778,001	1,945,031
บวกเงินสดต้นงวด	-	2,241,949	3,784,391	5,401,258	7,179,259
เงินสดปลายงวด	2,241,949	3,784,391	5,401,258	7,179,259	9,124,290

ตารางที่ 4.9 : งบแสดงฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะทางการเงินประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	2,241,949	3,784,391	5,401,258	7,179,259	9,124,290
ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	28,716	36,065	37,869	39,762	41,750
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,270,665	3,820,456	5,439,127	7,219,021	9,166,040
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	240,000	180,000	120,000	60,000	-
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	120,000	90,000	60,000	30,000	-
0	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	360,000	270,000	180,000	90,000	-
รวมสินทรัพย์	2,630,665	4,090,456	5,619,127	7,309,021	9,166,040
หนี้สินและส่วนของเจ้าของ					
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	290,733	414,705	453,275	493,234	534,651
เงินปันผลค้างจ่าย	-	-	-	-	-
หนี้สินระยะสั้น	290,733	414,705	453,275	493,234	534,651
เงินกู้สถาบันการเงินสุทธิ	1,200,000	900,000	600,000	300,000	-
รวมหนี้สิน	1,490,733	1,314,705	1,053,275	793,234	534,651
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	-	-	-	-	-
กำไรสะสม	1,162,932	2,821,751	4,634,852	6,607,787	8,746,389
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,162,932	2,821,751	4,634,852	6,607,787	8,746,389
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	2,653,665	4,136,456	5,688,127	7,401,021	9,281,040

ตารางที่ 4.10 : ประมาณการจุดคุ้มทุน

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	2,211,165	2,777,024	2,915,875	3,061,669	3,214,753
อัตรากำไรส่วนเกิน	99%	99%	99%	99%	99%
จุดคุ้มทุนต่อปี	628,788	601,515	574,242	546,970	519,697
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	52,399	50,126	47,854	45,581	43,308
จุดคุ้มทุนต่อวัน	1,747	1,671	1,595	1,519	1,444

ตารางที่ 4.11 : กระแสเงินสดรับตลอดโครงการ

กระแสเงินรับตลอดโครงการ	
ปีที่	
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	- 1,500,000.00
1 กระแสเงินสดรับ	2,241,948.57
2 กระแสเงินสดรับ	1,542,442.43
3 กระแสเงินสดรับ	1,616,867.35
4 กระแสเงินสดรับ	1,778,000.72
5 กระแสเงินสดรับ*	2,995,030.75
การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยอัตราคิดลด	20%
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	฿5,936,200.20
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	- 1,500,000.00
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	฿4,436,200.20
อัตราผลตอบแทนของโครงการ	131%

*กระแสเงินสดรับในปีที่ 5 = เงินสดสุทธิจากงบกระแสเงินสด+เงินทุนหมุนเวียน+เงินมัดจำร้าน

ตารางที่ 4.12 : การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	7.8	9.2	12.0	14.6	17.1
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	7.7	9.1	11.9	14.6	17.1
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
อัตราการหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	462.9	462.9	462.9	462.9	462.9
อัตราการหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	9.3	15.6	24.5	51.5	
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	0.8	0.7	0.5	0.4	0.4
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	1.3	0.5	0.2	0.1	0.1
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย(เท่า)	11.8	20.2	29.0	46.7	100.0
การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.4	0.4	0.3	0.3	0.2
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	1.0	0.6	0.4	0.3	0.2
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	99.0	99.0	99.0	99.0	99.0
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	71.1	77.8	79.7	81.5	83.2
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	52.1	59.1	61.6	63.8	65.9
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Vaule)					4,436,200.2
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)		131%			
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)					0.7

บรรณานุกรม

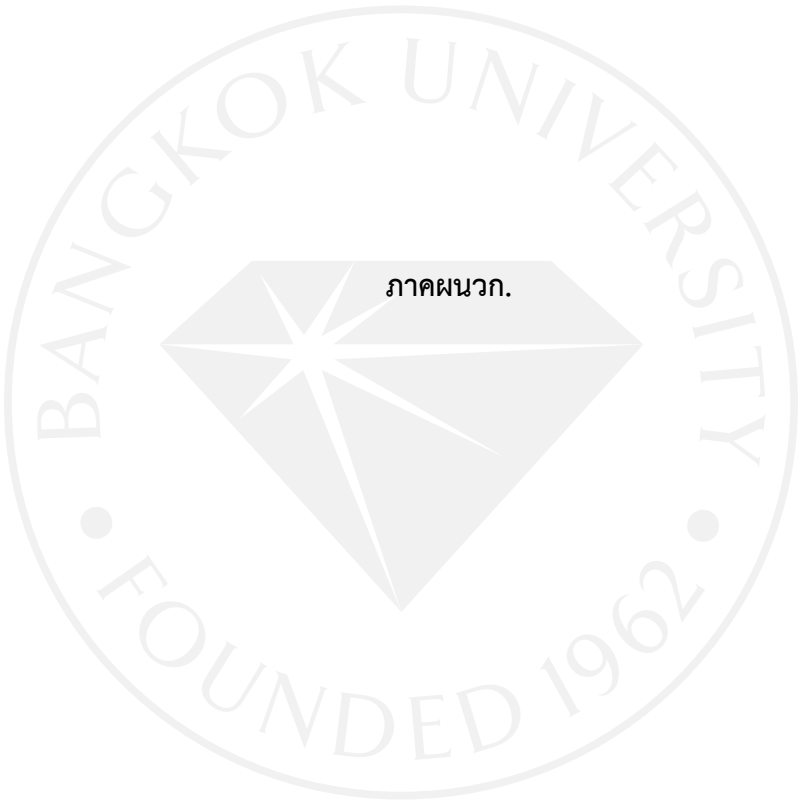
ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ : ซีอ็ดยูเคชั่น.

ปวเรศวร์ อินทุเศรษฐ. (2560). *ศึกษาวิจัยเรื่องการสกัดคอลลาเจนที่ละลายในกรดจากหนังปลานิล กรมประมง.* สืบค้นจาก http://www4.fisheries.go.th/index.php/dof/activity_item/1192/all_activity2/1.

เรณู วองสงสาร และ นพนันท อยูรอง. (2549). *ศูนยวิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดอุดรธานี.* สืบค้นจาก http://www.fisheries.go.th/if-tak/web2/images/download/udon.pdf.

เสน่ห์ บัวสนิท. (2554). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าปลานิลของอำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี.* สืบค้นจาก http://www.rdi.rmutsb.ac.th/2011/download/00002.pdf.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Singapore: Pearson.



ภาคผนวก.

ภาคผนวก ก
รูปถ่ายในช่วงการเก็บข้อมูล (บางส่วน)

6 M

7.5 M

10 M

ภาคผนวก ข

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
BANGKOK UNIVERSITY

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ เพื่อทราบความเป็นไปได้ในการประกอบ ผู้วิจัยขอความกรุณาและขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงมากที่สุดโดยผู้วิจัยจะนำคำตอบของท่านไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น และจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลเป็นรายบุคคล ในโอกาสนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ส่วนที่1ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ลงใน ( ) ข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่านตามจริงเพียงข้อเดียว

1.เพศ

( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2.อายุ

( ) 1. 21-30 ปี ( ) 2. 31-40 ปี

( ) 3. 41-50 ปี ( ) 4. มากกว่า 50 ปี

3.การศึกษา

( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) 2. ปริญญาตรี ( ) 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4.รายรับเฉลี่ยต่อเดือนของเกษตรกร

( ) 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท ( ) 2. 10,000 - 20,000 บาท

( ) 3. 20,001 - 30,000 บาท ( ) 4. 30,001 – 40,000 บาท

( ) 5. 40,001 – 50,000 บาท ( ) 6. มากกว่า 50,000 บาท

5.หน้าที่ของท่านในฟาร์มเลี้ยงปลา.....(โปรดระบุ)

6.ลักษณะการประกอบอาชีพของเกษตรกร

( ) 1. เลี้ยงปลาเป็นอาชีพหลักอย่างเดียว

( ) 2. เลี้ยงปลาเป็นอาชีพเสริม

( ) 3. ประกอบธุรกิจหลายประเภท โดยมีการเลี้ยงปลาเป็นอาชีพหลักด้วย

( ) 4. เลี้ยงปลาแบบพอเพียงเอาไว้ทำอาหารในครัวเรือน

( ) 5. อื่นๆ.....(โปรดระบุ)

7.เกษตรกรมีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพในระยะเวลา

( ) 1. 1 ปี ( ) 2. 1 – 3 ปี

( ) 3. 3 – 5 ปี ( ) 4. 5 – 8 ปี

( ) 5. 8 – 10 ปี ( ) 6. มากกว่า 10 ปี

8.ท่านเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ จากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. ฟาร์มมาตรฐานขนาดใหญ่ เช่น CP

( ) 2. ฟาร์มทั่วไป

( ) 3. ฟาร์มที่อยู่ใกล้บ้าน ขนส่งสะดวก

( ) 4. เพาะพันธุ์เอง

( ) 5. กรมประมงหรือศูนย์ราชการ

( ) 6. อื่นๆ.....(โปรดระบุ)

9.ปัจจัยในการเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ

( ) 1. ราคา ( ) 2. คุณภาพ

( ) 3. ความน่าเชื่อถือ ( ) 4. ระยะทางในการขนส่ง

( ) 5. เจ้าของฟาร์ม ( ) 6. ส่งเสริมการขาย เช่น ลดแลก แจก แถม

10.ปกติการเลี้ยงปลาของเกษตรกรเป็นแบบใด

( ) 1. แบบธรรมชาติ

( ) 2. แบบกึ่งธรรมชาติ

( ) 3. เลี้ยงแบบหนาแน่นเป็นอุตสาหกรรม

11.ลักษณะการเลี้ยงปลานิลของท่าน เป็นแบบใด

( ) 1. เลี้ยงปลาชนิดเดี่ยว ( ) 2. เลี้ยงปลาหลายชนิดแยกกันคนละบ่อ

( ) 3. เลี้ยงปลาหลายชนิดปนๆกันไป ( ) 4. เลี้ยงปลากับกุ้งขาวหรือกุ้งกร้ามกราม

12.ในหนึ่งรอบมีการผลิตท่านมีการใช้ลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศจำนวนเท่าใด

( ) 1. 100,000 ตัว ( ) 2. 100,000 – 200,000 ตัว

( ) 3. 200,000 – 400,000 ตัว ( ) 4. 400,000 – 700,000 ตัว

( ) 5. 700,000 – 1,000,000 ตัว ( ) 6. มากกว่า 1,000,000 ตัว

13.ราคาลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่ท่านคิดว่าเหมาะสมกับความต้องการของท่าน
(ปลาขนาด 2.0 – 2.5 cm)

( ) 1. 0.20 – 0.30 บาท ( ) 2. 0.30 – 0.40 บาท

( ) 3. 0.40 – 0.50 บาท ( ) 4. 0.50 – 0.60 บาท

( ) 5. 0.60 – 0.70 บาท ( ) 6. มากกว่า 0.70 บาท

<u>ส่วนที่2</u> สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริง หรือสอดคล้องกับความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

5 หมายถึงระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึงระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

3 หมายถึงระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึงระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึงระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ	ระดับความคิดเห็น มากที่สุด ⟷ น้อยที่สุด				
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. มีสายพันธุ์ที่ดีและชัดเจน สามารถบอกที่มาได้	5	4	3	2	1
2. มีการเจริญเติบโตที่ดี สันหนา รูปร่างได้สัดส่วนตามความต้องการของตลาด	5	4	3	2	1
3. มีอัตราการรอดดี ไม่ต่ำกว่า 80% ขึ้นไป	5	4	3	2	1
4. มีความทนทานต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงและทนทานต่อโรคสูง	5	4	3	2	1
5. ฟาร์มผลิตทีละขั้นตอนการบรรจุและขนส่งลูกพันธุ์ที่ได้มาตรฐาน	5	4	3	2	1
ด้านราคา					
6. ราคาลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเหมาะสมกับคุณภาพ	5	4	3	2	1
ด้านราคา(ต่อ)					
7. ราคาลูกพันธุ์ถูกกว่าเมื่อเทียบกับฟาร์มมาตรฐานขนาดใหญ่	5	4	3	2	1
8. มีการบริการด้านการจัดส่งสินค้าโดยไม่คิดค่าขนส่งเมื่อมีการสั่งลูกพันธุ์ได้จำนวนตามเงื่อนไขที่ทางฟาร์มกำหนด	5	4	3	2	1
9. ระดับราคาที่หลากหลายตามมาตรฐานของปลา	5	4	3	2	1
10. มีการแสดงราคาที่ชัดเจน	5	4	3	2	1
ด้านการจัดจำหน่าย					
11. สถานที่ตั้งฟาร์มอยู่ในทำเลที่สะดวก ใกล้เส้นทางคมนาคม	5	4	3	2	1
12. ฟาร์มมีมาตรฐานตามที่กรมประมงกำหนด และมีความน่าเชื่อถือ	5	4	3	2	1

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ	ระดับความคิดเห็น มากที่สุด ⟷ น้อยที่สุด				
13. ฟาร์มมีการตกแต่งที่สวยงามเหมาะสม	5	4	3	2	1
14. ฟาร์มมีสถานที่พัก สำหรับลูกค้าที่มารอซื้อลูกพันธุ์ หรือเข้ามาเยี่ยมชม	5	4	3	2	1
15. ฟาร์มมีช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์	5	4	3	2	1
16. ฟาร์มมีการแจกของแถมที่น่าสนใจ เช่น อาหารปลาสำเร็จรูป เป็นต้น	5	4	3	2	1
17. ฟาร์มมีบุคลากรที่ชำนาญไว้คอยบริการ	5	4	3	2	1
18. ฟาร์มมีการจัดกิจกรรมให้กับลูกค้าตามเทศกาล	5	4	3	2	1
ด้านคุณภาพการบริการ					
19. บุคลากรมีมารยาทและความกระตือรือร้นในการให้บริการและคำแนะนำ	5	4	3	2	1
20. การต้อนรับของพนักงานมีความรวดเร็ว	5	4	3	2	1
21. มีการบริการหลังการขาย เช่น บริการตรวจวัดคุณภาพน้ำ เป็นต้น	5	4	3	2	1
ด้านเทคโนโลยี					
22. มีการนำเทคโนโลยีด้านการปรับปรุงพันธุ์มาใช้ในการผลิต	5	4	3	2	1
23. มีระบบกรองน้ำที่ได้มาตรฐานเพื่อน้ำที่สะอาด ลูกพันธุ์แข็งแรง	5	4	3	2	1
24. มีการใช้อาหารเสริมและวิตามินเพิ่มในอาหารเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันโรค	5	4	3	2	1
25. มีระบบให้อากาศแบบอัตโนมัติที่ประหยัดและปลอดภัย	5	4	3	2	1
26. ใช้วัสดุเกรดพรีเมี่ยมในการผลิต	5	4	3	2	1

<u>ส่วนที่ 3</u> สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริง หรือสอดคล้องกับความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

5 หมายถึงระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึงระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

3 หมายถึงระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึงระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึงระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า	ระดับความคิดเห็น มากที่สุด ⟷ น้อยที่สุด				
1. หากท่านมีความพึงพอใจต่อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่ซื้อมา ท่านจะมีการบอกต่อ แนะนำให้กับบุคคลใกล้ชิด	5	4	3	2	1
2. ท่านมีการค้นคว้าหาข้อมูลลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศก่อนการตัดสินใจซื้อ	5	4	3	2	1
3. ท่านตั้งใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเนื่องจากมีระยะทางอยู่ไม่ไกลจากฟาร์มของท่าน	5	4	3	2	1
4. คุณภาพที่ดีของลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อ	5	4	3	2	1
5. ราคาที่เหมาะสมของลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเป็นสิ่งที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อ	5	4	3	2	1
6. หากฟาร์มมีโปรโมชั่นส่วนลดให้กับลูกค้าเดิม จะทำให้ท่านกลับมาซื้อที่ร้านอีกครั้ง	5	4	3	2	1
7. ท่านจะกลับมาซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศกับทางฟาร์มที่เคยซื้อมา	5	4	3	2	1

****ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาและให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม****

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	ชนิสรา แสนคำ
อีเมลล์	chanisara.saen@bumail.net
ประวัติการศึกษา	ศึกษาปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการท่องเที่ยว สาขาภาษาจีนเพื่อธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 9 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (~~นาย/นาง~~/นางสาว) ปนิสรา แสนคำ อยู่บ้านเลขที่ 17/2
ซอย 2 ถนน ปทุม - ชางปะอิน ตำบล/แขวง คลองห้าคลอง
อำเภอ/เขต ปากเกร็ด จังหวัด นนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 11120
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7590202284
ระดับปริญญา ☐ ตรี ☑ โท ☐ เอก
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "**ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ**" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "**ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ**" อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ แผนธุรกิจการผลิตลูกชิ้นปลาเพื่อสุขภาพเพื่อใช้เอง และเพื่อการค้า

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า "**สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์**")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร