

แผนธุรกิจ BD Stingray

Business Plan for BD Stingray



แผนธุรกิจ BD Stingray

Business Plan for BD Stingray



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2559



©2562

ชูพงษ์ พาทีไพเราะ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจ BD Stingray

ผู้วิจัย ชุพงษ์ พาทีไพเราะ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)

ผู้เชี่ยวชาญ


.....
(ดร.สุคนธ์ทิพย์ รัตนภูพันธ์)


.....
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 23 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2562

ชูพงษ์ พาทีไพเราะ. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,
พฤศจิกายน 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจBD Stingray (40 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจฉบับนี้ทำขึ้น เพื่อประกอบการตัดสินใจและเตรียมความพร้อมใน
การเริ่มต้นทำธุรกิจ โดยประเภทของธุรกิจคือ ธุรกิจการเกษตร ซึ่งให้บริการ เพาะพันธุ์ และจัด
จำหน่ายปลากระเบน

ผู้จัดทำได้ศึกษาพฤติกรรม ความต้องการลูกค้า วิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง โอกาส
ทางธุรกิจ วางแผนจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อนำข้อมูลต่างๆ มาใช้ในการสร้างโมเดลธุรกิจ กำหนดทิศทาง
ของกิจการ วางแผนจัดทำกลยุทธ์ด้านต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม ประเภทข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำ
แผนได้จากการสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง โดยเลือกใช้ กลยุทธ์การมุ่งเน้นที่
ลูกค้าที่ตอบสนองตลาดเฉพาะส่วน (Niche Market) และ กลยุทธ์มุ่งเน้นความเป็นผู้นำด้านความ
แตกต่าง (Differentiation)

จากการประมาณการทางการเงิน พบว่าโครงการนี้ให้ผลตอบแทนการลงทุนที่น่าสนใจ โดย
ให้อัตราผลตอบแทนภายในสูงถึง 80% และสามารถคืนทุนได้ภายใน 1.7 ปี

คำสำคัญ: ปลาสวยงาม, ปลากระเบน, ส่งออก

Phateepairor, C. M.B.A. (Small and Midium-Sized Enterprise), November 2019,
Graduated School, Bangkok University.

Business Plan for BD Stingray (40 pp.)

Advisor : Asst. Prof. Kasemson Pipatsirisak, D.B.A.

ABSTRACT

The propose of this business plan were to offer the guild line for making decision and prepare of starting agribusiness, Distribute Stingray Breeding

The study included customer's behavior to understand what they want., Analysis of other possible factors for building suitable business model, and business direction the information for strategy a planning were effected form personal survey and business.

This project could have 80% internal rate of return with 1.7 years break even.

Keywords : Stingray, fish, Export

กิตติกรรมประกาศ

ในโครงการค้นคว้าอิสระ (Independent Study) จะไม่สามารถสำเร็จได้เลยหากขาดความช่วยเหลือจากบุคคลดังต่อไปนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยให้คำชี้แนะแนวทาง และให้คำปรึกษาที่ดี ติดตามความคืบหน้าแผนธุรกิจมาโดยตลอด รวมถึงความรู้ต่างๆ ที่ได้จากการสอนของอาจารย์ทุกท่าน

ขอขอบคุณไปถึงทุกๆ ท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการจัดทำแผนธุรกิจ และขอขอบคุณเทคโนโลยีที่ทำให้การค้นคว้าข้อมูลเป็นไปอย่างสะดวกสบาย ถ้าหากแผนธุรกิจฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ใดได้ ผู้จัดทำก็ขอยกความดีให้แก่ทุกท่านที่กล่าวมา และหากมีข้อผิดพลาดประการใดผู้จัดทำขอน้อมรับไว้ ณ ที่นี้

สุดท้ายขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยสนับสนุน และเป็นกำลังใจให้เป็นอย่างดีมาโดยตลอด

ชูพงษ์ พาทีไพเราะ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาของธุรกิจ	1
1.2 แนะนำธุรกิจ	2
1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย	2
1.4 ที่ตั้งของสถานประกอบการ	4
1.5 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	4
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ	
2.1 ประเภทของข้อมูลที่น่าไปใช้	5
2.2 วิธีการเก็บข้อมูล	7
2.3 ผู้ที่ให้ข้อมูล	7
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	
3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	10
3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน	13
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ	
4.1 โมเดลธุรกิจ	18
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ	
5.1 ด้านการจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล	22
5.2 เกณฑ์ในการรับบุคลากร	23
5.3 เกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน	23
5.4 วิธีการจูงใจ และรักษาบุคลากร	24
5.5 ด้านการตลาด	25
5.6 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย	25
5.7 การสร้างตราสินค้า	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 (ต่อ) แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ	
5.8 ด้านการให้บริการ	27
5.9 ด้านการจัดซื้อ	28
บรรณานุกรม	35
ภาคผนวก	36
ประวัติผู้เขียน	40
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 : แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
ตารางที่ 2.2 : ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล	7
ตารางที่ 3.1 : สรุปโอกาส / อุปสรรค จากสภาพแวดล้อมภายนอก	11
ตารางที่ 3.2 : สรุปจุดแข็ง - จุดอ่อน จากสภาพแวดล้อมภายใน	14
ตารางที่ 5.1 : โครงสร้างการบริหารงานภายในองค์กร	22
ตารางที่ 5.2 : แสดงงบประมาณการลงทุน	28
ตารางที่ 5.3 : แสดงค่าเสื่อมราคา	29
ตารางที่ 5.4 : แสดงประมาณการรายได้ปีที่ 1-5	29
ตารางที่ 5.5 : แสดงการคำนวณต้นทุนและจุดคุ้มทุน	30
ตารางที่ 5.6 : งบกำไรขาดทุน	31
ตารางที่ 5.7 : งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	32
ตารางที่ 5.8 : งบแสดงฐานะทางการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	33
ตารางที่ 5.9 : แสดงกระแสเงินรับตลอดโครงการ	34

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : ที่ตั้งของสถานประกอบการ	4
ภาพที่ 4.1 : วิธีการจัดส่งสินค้าและบริการ	20
ภาพที่ 4.2 : ภาพสินค้าปลากระเบน	21



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาของธุรกิจ

ธุรกิจปลากระเบนเป็นธุรกิจหนึ่งที่กำลังเป็นที่นิยมในวงการตลาดปลาสวยงามในโซนเอเชีย ในประเทศไทยจึงมีความพร้อมทางด้านศักยภาพในด้านการเพาะเลี้ยง และยังเป็นจุดศูนย์กลางของ ตลาดปลาสวยงามของเอเชีย ประเทศไทยมีการขยายตัวทางด้านตลาดปลาสวยงามอย่างต่อเนื่องทุก ๆ ปี จะเห็นได้ว่าประเทศไทยส่งออกปลาสวยงามอยู่ในอันดับ 7 ของโลก ปลากระเบนจึงกลายเป็น สินค้าหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจการส่งออกของไทย ซึ่งมีการขยายตัวทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ

การตลาดของปลากระเบนที่มีการเจริญเติบโต เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี ทางฟาร์มสามารถผลิตลูกปลา ได้ตามความต้องการของตลาดได้ ทั้งด้าน ปริมาณ และคุณภาพ ก็จะทำให้การส่งออกมีความมั่นคง และมีความก้าวหน้า ซึ่งทางรัฐบาลและกรมประมงผลักดันให้ธุรกิจปลากระเบนไปสู่ตลาดโลกได้ ขอให้มีการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ทั้งยังสามารถสร้างพลังการผลิต และรับประกันคุณภาพ ความร่วมมือการสนับสนุน จะยังส่งผลให้ฟาร์มปลากระเบนในประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกปลากระเบน ขึ้นนำในภูมิภาคเอเชียต่อไป

มูลค่าการส่งออกปลาสวยงามของโลกมี แนวโน้มเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 2.84 ต่อปี ในปี 2558 การส่งออกปลาสวยงามมีมูลค่า 355.51 ล้าน เหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจาก 355.05 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 6.11 สิงคโปร์เป็นผู้ส่งออกอันดับหนึ่งมีส่วน แบ่งการตลาดในตลาดโลกตามลำดับ มูลค่าการส่งออกร้อยละ 16.58 โดยในปี 2558 สิงคโปร์ สามารถส่งออกปลาสวยงามได้สูงถึง 58.95 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาได้แก่ สาธารณรัฐเชค, สเปน, ญี่ปุ่น และมาเลเซีย

ปัจจุบันมีผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงามในประเทศไทย ประมาณ 350,000 คน ในส่วนของ ร้านค้าจำหน่ายมีประมาณ 500 ร้าน ซึ่งร้อยละ 50 อยู่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่เหลือ กระจายอยู่ในจังหวัดราชบุรี เชียงใหม่ ภูเก็ต นครราชสีมา ขอนแก่น และอุดรธานี การขยายตัว ของ ตลาดปลาสวยงามทำให้เกิดอาชีพการเพาะเลี้ยงปลาสวยงามรายย่อยกระจายอยู่ทั่วประเทศ จากข้อมูลของกรมประมงปี 2558 พบว่า มีการขึ้นทะเบียนเกษตรกรฟาร์มเพาะเลี้ยงปลาสวยงาม 1,593 ฟาร์ม โดย มีจำนวนฟาร์มปลาสวยงามมากที่สุดในจังหวัดราชบุรี 597 ฟาร์ม คิดเป็นร้อยละ 37.48 ของจำนวน เกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนทั้งหมด รองลงมาคือ นครปฐม 301 ฟาร์ม คิดเป็นร้อยละ 18.89 ของจำนวน เกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนทั้งหมด และกรุงเทพมหานคร 133 ฟาร์ม คิดเป็นร้อยละ 8.35 ของจำนวน เกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนทั้งหมด ที่เหลือกระจายอยู่ทั่วประเทศ

จากการสังเกตดูการซื้อขายปลากระเบนสวยงามในปัจจุบันตลาดซื้อขายปลากระเบนสวยงามที่ใหญ่ที่สุดก็คือประเทศจีน ซึ่งประเทศจีนเขามีความเชื่อว่าปลากระเบนสวยงามนั้นสามารถเรียกโชคลาภ มีความเชื่อในเรื่องโชคลาภ ช่วยเรียกเงินเข้ากระเป๋า สร้างความร่ำเย็นเป็นสุข และเสริมบารมีให้กับตัวผู้เลี้ยงได้ โดยเฉพาะปลากระเบนสวยงามสายพันธุ์เพอเลย์ ซึ่งบนหลังของมันจะมีลักษณะเป็นวงคล้ายเลขแปด เพราะสำหรับคนจีนแล้วพวกเขามีความเชื่อว่าเลขแปดนั้นเป็นเลขมงคล คนจีนส่วนใหญ่มักจะนิยมนำมาเลี้ยงที่บ้าน ที่ทำงาน ร้านค้า และสถานที่ต่างๆ เพื่อเป็นสิริมงคลหรือเสริมสร้างบารมีให้แก่ตัวเอง ซึ่งก็ไม่ต่างอะไรกับปลาโอไรวน่า หรือ ปลามังกรที่คนจีนนิยมเลี้ยงเพื่อเสริมบารมี ปัจจุบันไม่ใช่มีแค่ประเทศจีนประเทศเดียวที่เป็นตลาดรายใหญ่นอกจากนี้ยังมีตลาดการซื้อขายปลากระเบนสวยงามรายใหญ่อีก อาทิเช่น ประเทศไต้หวัน สิงคโปร์ และฮ่องกง เป็นต้น

อย่างไรก็ตามปลากระเบนสวยงามยังมีไม่พอต่อความต้องการของตลาดอย่างมากอาจมีสาเหตุมาจากผู้เพาะพันธุ์ปลากระเบนสวยงามยังมีจำนวนน้อยหรืออาจจะเป็นเพราะธรรมชาติของปลากระเบนนั้นออกลูกเป็นตัว ออกแต่ละครั้ง มีตั้งแต่ 1 ถึง 10 ตัวหรืออาจมีมากกว่านั้นตามขนาดของพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ซึ่งการเลี้ยงปลากระเบนสวยงามนั้นจำเป็นต้องอาศัยความรู้ วิธีการ การให้อาหาร การดูแลผู้เลี้ยงจะต้องเอาใจใส่ทุกรายละเอียดไม่อย่างนั้นอาจเกิดความสูญเสียได้อย่างแน่นอน เพราะปลากระเบนสวยงามมีลวดลายสวยๆ อาจมีราคาแพงถึงหลักล้านบาทได้

นี่คือสาเหตุที่ทำให้ผู้คนนิยมเลี้ยงปลากระเบนสวยงาม ส่วนใหญ่นิยมเลี้ยงตามความเชื่อตามค่านิยมและความชื่นชอบความสวยงามของลวดลายตามลำตัวของปลากระเบนสวยงามอันน่าทึ่งและสะดุดสายตาทหากมองอีกมุมการเลี้ยงปลากระเบนสวยงามเพื่อการค้านั้นสามารถสร้างรายได้ให้กับตัวผู้เลี้ยงได้ไม่มากนักน้อยเลยทีเดียว ปัจจุบันในประเทศไทย กรมประมงมีการจัดการแข่งขันปลากระเบนสวยงามซึ่งมีการจัดการแข่งขันขึ้นทุกปีเพื่อส่งเสริมการเพราะเลี้ยงปลากระเบนสวยงามอีกด้วย

1.2 แนะนำธุรกิจ

ธุรกิจ BD Stingray เป็นกิจการ เพาะพันธุ์ปลากระเบน สายพันธุ์ Black Diamond เพื่อจำหน่ายลูกปลากระเบน ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย

วิสัยทัศน์

- BD Stingray เป็นกิจการ เพาะพันธุ์ปลากระเบน มุ่งพัฒนาสายพันธุ์ให้มีความ

แปลกใหม่ รักษามาตรฐานคุณภาพของปลากระเบน และขยายตลาดส่งออกของปลากระเบน และเป็นจุดศูนย์กลางการผลิตปลากระเบน ของตลาดในประเทศไทย

- เป็นจุดศูนย์กลางของตลาดปลากระเบนของประเทศไทย

พันธกิจ

พัฒนาสายพันธุ์ให้มีความแปลกใหม่ มีลวดลายใหม่ สวยงามมากขึ้น แตกต่างจากฟาร์มอื่นๆ

- ขยายตลาดเพื่อการส่งออกไปยังตลาดโลก นอกเหนือจากตลาดโซนเอเชีย
- เป็นจุดศูนย์กลางของตลาดปลากระเบนของประเทศไทย
- ผลักดันให้เกิดการพัฒนาธุรกิจให้เป็นระบบเพื่อทำให้ตราสินค้า BD Stingray

เป็นที่รู้จักในภาพลักษณ์ที่ดี

- ใส่ใจและให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า

วัตถุประสงค์

- เพื่อเพิ่มยอดขาย และกำไรให้มากขึ้น 20-50 % ต่อปี

เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น

- ขยายพื้นที่ของฟาร์ม เพื่อรองรับพ่อแม่พันธุ์ ที่จะซื้อเข้ามาเพิ่มมากขึ้น
- ทำให้วงการปลากระเบน รู้จักฟาร์มของเรามากยิ่งขึ้น ให้เป็นที่ยอมรับในวงการ
- ขยายตลาดเพื่อการส่งออกไปยังตลาดโลก นอกเหนือจากตลาดโซนเอเชีย

เป้าหมายระยะกลาง

● จะพัฒนาสายพันธุ์ Black diamond ที่มีอยู่เดิม ให้กลายเป็น Black Diamond เฝือก หรือนำเข้าสายพันธุ์ Abino Black Diamond เข้ามาเพาะพันธุ์เอง

- จะเพิ่มสายพันธุ์ปลาแปลกใหม่ เข้ามาในฟาร์มอย่างต่อเนื่อง
- ขยายการส่งออกไปยังทวีปยุโรป

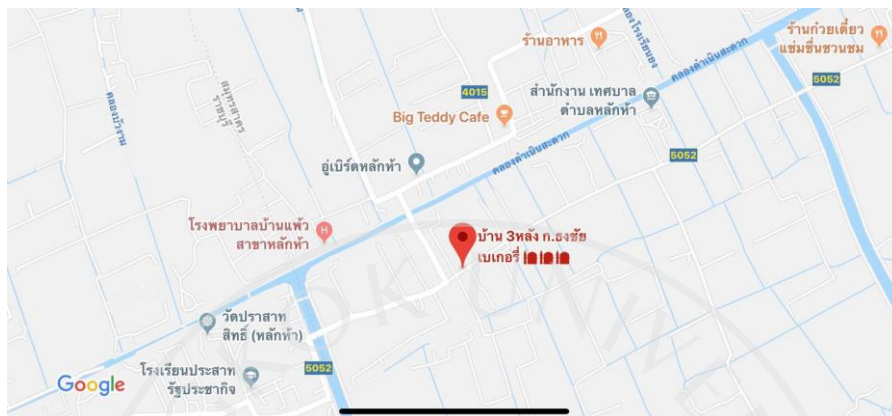
เป้าหมายระยะยาว

- จะทำฟาร์มของเราให้มีแต่ปลากระเบนเฝือก
- ขยายฐานการส่งออกไปยัง สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีตลาดปลาสวยงามที่ใหญ่ที่สุดในโลก

โลก

1.4 ที่ตั้งของสถานประกอบการ

ภาพที่ 1.1 : ที่ตั้งของสถานประกอบการ



ฟาร์มของเรา อยู่ที่ ต.โรงเข้ อ.บ้านแพ้ว จ.สมุทรสาคร 74120 สาเหตุ ที่เลือก เปิดฟาร์มปลา กระเบนที่บ้าน เพราะ สะดวกสบาย ในการเลี้ยงดู มีพื้นที่ในการเลี้ยง เป็นพื้นที่ปิด ไม่มีเสียงดัง รบกวน ไม่เสียค่าใช้จ่ายเช่าพื้นที่ บริเวณของฟาร์มยังมีฟาร์มกุ้ง ฟาร์มปลา ที่เรานำมาใช้เป็น อาหารในการเลี้ยงปลากระเบน เป็นการช่วยลดต้นทุนอีกด้วย ฟาร์มของเรายังอยู่ใกล้ ตลาดปลา สวยงามบ้านโป่ง จ.ราชบุรีอีกด้วย ซึ่งทำให้ การส่งสินค้าการจำหน่ายสินค้า หรือการซื้อ วัสดุ อุปกรณ์ ง่ายมากยิ่งขึ้น

1.5 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

- เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการต่อยอดธุรกิจ
- เพื่อศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของลูกค้า
- เพื่อวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ การประเมินและควบคุม
- เพื่อศึกษาสภาวะตลาดปัจจุบัน โอกาสทางธุรกิจของ BD stingray

บทที่ 2

วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ

เนื้อหาของบทนี้จะประกอบด้วยประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการนำข้อมูลมาใช้เพื่อทำการวิเคราะห์แผนโครงการ ประกอบไปด้วย ประเภทของข้อมูลที่นำไปใช้ วิธีการเก็บข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ผู้ที่ให้ข้อมูลและจำนวนผู้ที่ให้ข้อมูล

2.1 ประเภทของข้อมูลที่นำไปใช้

การจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ได้มีการนำข้อมูลประเภทต่างๆ มาใช้ในการวางแผน โดยแบ่งเป็นประเภทดังนี้

2.1.1 ข้อมูลที่จัดทำขึ้นเอง

เป็นข้อมูลที่เก็บจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จำนวน 20 คน เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ความคิดและทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธุรกิจที่จะนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสัมภาษณ์ซึ่งมีคำถามรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคลอันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้
- มีประสบการณ์การเลี้ยงปลากระเบน
- จุดประสงค์ของการเลี้ยงปลากระเบน
- ความคิดเห็นต่อการเลี้ยงดูปลากระเบน
- ราคาขาย ปลากระเบน Black Diamond 1 คู่ ควรจะมีราคาเท่าไร
- ช่องทาง ในการหาซื้อ ปลากระเบน Black Diamond
- จุดประสงค์ ของการเพาะพันธ์ ปลากระเบน Black Diamond

2.1.2 ข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย และสถิติต่างๆ จากภายนอก

ได้แก่ (1) ข้อมูลด้านการตลาด (2) ข้อมูลด้านการจัดซื้อ (3) ข้อมูลด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (4) ข้อมูลด้านการเงิน

ตารางที่ 2.1 : แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	แหล่งอ้างอิง
แนวคิดการทำแบบสอบถาม	https://service.nso.go.th/nso/nsopublish/know/estat1_9.html
แนวคิดการเลี้ยงปลาสวยงาม	https://mgronline.com/smes/detail/9590000114231
มูลค่าการส่งออกปลาสวยงามของโลก	http://library.dip.go.th/multim6/edoc/16688.pdf
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมายและข้อระเบียบ	http://warning.acfs.go.th/web-upload/m_magazine/8/55/file_download/7420fc49921a8e2ffb9559e10ec1aa0e.pdf
แนวคิดการประเมินพนักงาน	thaifranchisedownload.com/dl/6-FROM063.doc
ทฤษฎีการสร้างตาราง	http://www.geocities.ws/nincoo/mainb2.4.htm
ทฤษฎีจุดแข็ง จุดอ่อน	อัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Albert Humphrey)
ทฤษฎีปัจจัยภายในภายนอก	โทมัส เจ ปีเตอร์ส (Thomas J. Peters) และโรเบิร์ต เอช วอเตอร์แมน จูเนียร์ (Robert H. Waterman, Jr.) ในการค้นหาคำว่าเป็นเลิศ ในช่วงต้นปี 1977
ทฤษฎีการส่งเสริมการตลาด	Phillip Kotler, E. Jerome McCarthy
แนวคิดการสร้างแบรนด์	http://www.smartmooc.org/wp-content/uploads/2018/01/Module-3-ETDA-.pdf
วิธีผสมพันธุ์ ปลากะเบน	https://www.youtube.com/watch?v=_dWCBBmgbAl
Business Model CANVAS	(Alexander Osterwalder)
แนวคิดและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)	(Kotler (2012, p. 47)
เกณฑ์ในการรับบุคลากร	pharmacy.hcu.ac.th
การจูงใจและรักษาบุคลากร	https://www.kroobannok.com/56561
การจ้างบุคลากร (จ้างรายเดือน/จ้างรายวัน)	http://www.ped.rmutt.ac.th (มหาวิทยาลัยราช มงคลธัญบุรี)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) : แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	แหล่งอ้างอิง
Promotion (การส่งเสริมการตลาด)	(ชานนท์ รุ่งเรือง 2555)
การตั้งราคา	https://www.im2market.com/2014/10/13/61
การสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้า	(David I. McClelland,1940)

2.2 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้จัดทำแผนได้มีการจัดสถานที่สัมภาษณ์และได้มีการแจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ครั้งนี้แล้วจึงดำเนินการสัมภาษณ์โดยที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ทุกคนให้ความร่วมมือในการตอบคำถามเป็นอย่างดี

2.3 ผู้ที่ให้ข้อมูล

การสัมภาษณ์ได้ดำเนินการกับผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 20 คนมีคุณสมบัติดังกล่าวได้แก่

- เป็นผู้ที่เลี้ยงปลากระเบนอยู่ในขณะนี้
- เป็นผู้ที่จะอาจจะเลี้ยงปลากระเบนในอนาคต
- เป็นผู้ที่มีความเข้าใจและความรู้เกี่ยวกับปลากระเบน

ในการเลือกผู้ที่จะให้ข้อมูลนั้น ผู้ดำเนินการจะมีการสัมภาษณ์ถึงคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้น หากพบว่ามีคุณสมบัติครบถ้วนก็จะทำการสัมภาษณ์ต่อไปโดยผลการศึกษาได้แสดงไว้ในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.2 : ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล

ข้อ	หัวข้อ	รูปแบบ	จำนวน (คน)
1	เพศ	ชาย	17
		หญิง	3

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ) : ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล

ข้อ	หัวข้อ	รูปแบบ	จำนวน (คน)
2	อายุ	25 ปี	3
		25 – 30 ปี	10
		30 - 40 ปี	5
		45 ปี	2
3	รายได้	ไม่เกิน 15,000/เดือน	2
		15,000 – 25,000 / เดือน	8
		25,000 - 35,000 /เดือน	6
		35,000 - 50,000 / เดือน	4
4	มีประสบการณ์เลี้ยงปลากระเบน	เคย	12
		ไม่เคย	8
5	จุดประสงค์ของการเลี้ยงปลากระเบน	มีความชอบเป็นส่วนการส่วนตัว	5
		ตกแต่งบ้าน ปลามงคลสวยงาม	7
		เป็นธุรกิจ เพาะพันธุ์จำหน่าย	8

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ) : ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล

ข้อ	หัวข้อ	รูปแบบ	จำนวน (คน)
6	ความคิดเห็นต่อการเลี้ยงดูปลา กระเบน	ดูแลยาก	12
		ดูแลง่าย	8
7	ราคาขาย ปลากระเบน Black Diamond 1 คู่ ควรจะมีราคา เท่าไร	ต่ำกว่า 10,000	6
		10,000 - 15,000	10
		15,000 - 50,000	4
8	ช่องทาง ในการหาซื้อ ปลา กระเบน Black Diamond	ตลาดปลา สวนจตุจักร	15
		ทาง Social media	3
		คนรู้จัก หรือฟาร์มเลี้ยง ปลากระเบน	2
9	จุดประสงค์ ของการเพาะพันธุ์ ปลากระเบน Black Diamond เพื่ออะไร	เพื่อจำหน่าย	12
		เพื่อไว้เป็นอาหาร	5
		เพื่อความชอบ มีลักษณะ สวยงาม เป็นปลามงคล	3

บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ

บทนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายในและการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจภายใต้แนวคิดและทฤษฎีเรื่อง SWOT Analysis ของ Albert Humphrey (Van Vliet, 2010) เพื่อนำมาสรุปเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการดำเนินงานของธุรกิจโดยแบ่งเป็นปัจจัยเสี่ยงภายในและปัจจัยเสี่ยงภายนอก ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

3.1.1 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

สภาวะเศรษฐกิจผันผวน ซึ่งสอดคล้องกับรายงานภาวะเศรษฐกิจการเกษตรของจังหวัดราชบุรี ปี 2560 ที่กล่าวว่า เศรษฐกิจปลายสวยงามของไทยยังมีปัจจัยเสี่ยงจากแนวโน้มเศรษฐกิจจีนที่ชะลอตัว นโยบายของประธานาธิบดีคนใหม่ของสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มที่เน้นการปฏิรูปและไม่สนับสนุนการเปิดเสรีทางการค้า ทำให้การส่งออกสินค้าเกษตรมีความเสี่ยงมากขึ้น ปัญหาเรื่องสภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวนทำให้กลุ่มลูกค้าหลักในประเทศจีนและสหรัฐที่เข้ามาซื้อขาย ลดอัตราการสั่งซื้อปลาสวยงามน้อยลง โดยลูกค้ามีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อลดลง ตามความผันผวนของเศรษฐกิจของโลกอีกด้วย

3.1.2 สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมายและข้อระเบียบ

ภายใต้ยุทธศาสตร์ปลาสวยงามปี 2556 – 2560 ของรัฐบาลและโครงการพัฒนาการส่งออกปลาสวยงามของกรมประมงส่งผลให้การเพาะพันธุ์ปลาสวยงามในประเทศส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งต้องจดทะเบียนตามมาตรฐานระบบจัดการคุณภาพ (GAP: Good Aquaculture Practice) ก่อนขอใบอนุญาตผ่านกองวิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง กรมประมง ได้แก่ ใบอนุญาตให้ประกอบในการประมง การค้าผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ หรืออุตสาหกรรมสัตว์น้ำ (อนุญาต 6) ใบอนุญาตนำเข้า – ส่งออกสัตว์ป่าที่เป็นสัตว์น้ำ ตามบัญชีแนบท้ายอนุสัญญา ว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งชนิดสัตว์ป่าและพืชป่าที่ใกล้สูญพันธุ์ (CITES: The Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora) และหนังสือรับรองของCITES เพื่อส่งออกสัตว์น้ำหรือผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ ส่วนการขอใบรับรองสุขภาพสัตว์น้ำสามารถขอได้ที่ สถาบันวิจัยสุขภาพสัตว์น้ำ กรมประมง (เฉพาะกรณีในประเทศปลายทางหรือประเทศผู้นำเข้าสัตว์น้ำร้องขอ) ซึ่งหน่วยงานรัฐไม่สนับสนุนเกษตรกร ไม่มีอบรมความรู้ในเรื่องกฎหมายข้อบังคับ ทำให้ฟาร์มเพาะพันธุ์ปลากระเบนที่ไม่ได้มาตรฐานต้องปิดตัวลง และยังทำให้การส่งออกปลากระเบนไปยังประเทศคู่ค้ามีขั้นตอนที่เข้มงวดมากขึ้น ทำให้ส่งออกไปยังบางประเทศไม่ได้อีกด้วย

3.1.3 สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันจากคู่แข่ง

ปัจจุบันฟาร์มของเรา มีคู่แข่งทางการตลาดหลักๆ คือฟาร์มปลาจากต่างประเทศ แข่งขันกันส่งออกปลาไปยังทวีปยุโรป รวมถึง สหรัฐอเมริกา ทำให้มีการแข่งขันแย่งชิง ทั้งด้านราคาและจำนวน การส่งออกปลากระเบนไปยังลูกค้ารายใหญ่ของโลก ส่วนคู่แข่งในประเทศมีจำนวนน้อย เพราะทางฟาร์ม BD stingray เป็นพันธมิตรกับฟาร์มที่เพาะพันธ์ สายพันธ์ุ Black Diamond จึงร่วมมือกันพัฒนาสายพันธ์ุ รวมถึงการจับมือกันจำหน่ายส่งออกปลากระเบนไปยังต่างประเทศ ทำให้เพิ่มยอดขายให้กับฟาร์มมากขึ้นอีกด้วย เนื่องจากปลากระเบนของฟาร์ม เป็นที่ต้องการของตลาดเป็นอย่างมาก จึงทำให้สินค้าขาดตลาด ราคาปลาของฟาร์ม จึงมีราคาสูงกว่าฟาร์มอื่น แต่เมื่อเทียบกับราคาแล้วถือว่าเหมาะสมกับราคาที่ลูกค้าได้รับ เพราะมีรสชาติที่อร่อย มีจุดเด่นเฉพาะ ซึ่งฟาร์มปลาจากต่างประเทศ ยังไม่สามารถเพาะพันธ์ุ ให้เหมือนของเราได้

3.1.4 สภาพแวดล้อมทางสังคม

ปัจจุบันสภาพสังคมของประเทศไทย มีการเลี้ยงสัตว์เพิ่มมากขึ้น ส่วนใหญ่เป็นสัตว์เลี้ยงในบ้าน เพื่อเป็นเพื่อนเล่น หรือความเพลิดเพลินสวยงาม นั่นหมายถึงว่าสัตว์มีความสัมพันธ์กับมนุษย์มากยิ่งขึ้น ทำให้ส่งความสุข ของผู้เลี้ยงได้ นอกจากนี้ยังมีผลวิจัย E. Paul Chemiack และคณะ จากสถาบันผู้สูงอายุ โรงเรียนแพทยมหาวิทาลัยไมอามี มิลเลอร์ รัฐฟลอริดา สหรัฐอเมริกา ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่า สัตว์เลี้ยงสามารถช่วยผู้ป่วยโรคซึมเศร้า และจิตเภท ได้อีกด้วย ซึ่งทำให้ธุรกิจปลาสวยงาม มีผลตอบรับที่ดีมากยิ่งขึ้นคนไทยนิยมเลี้ยงปลาเยอะขึ้นอีกด้วย

ตารางที่ 3.1 : สรุปโอกาส / อุปสรรค จากสภาพแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	โอกาส / อุปสรรค และแนวทางแก้ไข
1. สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ	<p>อุปสรรค</p> <p>เป็นอุปสรรคต่อการลงทุน เนื่องจากเศรษฐกิจในประเทศจีนซึ่งเป็นลูกค้ารายใหญ่อยู่ในช่วงชะลอตัว ซึ่งมีผลต่อธุรกิจส่งออกปลากระเบนโดยตรง ทำให้การสั่งซื้อปลากระเบน ชะลอตัวลง อย่างเห็นได้ชัด</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) : สรุปโอกาส / อุปสรรค จากสภาพแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	โอกาส / อุปสรรค และแนวทางแก้ไข
2. สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมายและข้อระเบียบ	<p>อุปสรรค</p> <p>กฎหมายและ มาตรการการควบคุมการส่งออก และการนำเข้าของประเทศคู่ค้า มีความเข้มงวด ซึ่งมีผลกระทบต่อฟาร์มโดยตรง เนื่องจากหน่วยงานรัฐไม่สนับสนุนเกษตรกร มากเท่าที่ควร ทำให้ต้องหยุดการส่งออกปลากระเบนไปยังประเทศคู่ค้าบางประเทศอีกด้วย</p>
3. สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันจากคู่แข่ง	<p>โอกาส</p> <p>เนื่องจากทางฟาร์ม มีพันธมิตรทางการค้าในประเทศที่ดี ร่วมมือในเรื่อง การพัฒนาสายพันธุ์และขยายการส่งออก ทำให้ยอดขายในการส่งออกปลากระเบนของฟาร์มเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย</p> <p>โอกาส</p> <p>ปลากระเบนของฟาร์ม เป็นที่ต้องการของตลาดเป็นอย่างมาก จึงทำให้สินค้าขาดตลาด ราคาปลาของฟาร์ม จึงมีราคาสูงกว่าฟาร์มอื่น แต่เมื่อเทียบกับราคาแล้วถือว่าเหมาะสมกับราคาที่ลูกค้าได้รับ เพราะมีลวดลายที่สวยงาม มีจุดเด่นเฉพาะ ซึ่งฟาร์มปลาจากต่างประเทศ ยังไม่สามารถเพาะพันธุ์ ให้เหมือนของเราได้</p> <p>อุปสรรค</p> <p>มีคู่แข่งทางการตลาดหลักๆ คือฟาร์มปลาจากต่างประเทศ แข่งขันกันส่งออกปลาไปยังทวีปยุโรป รวมถึงสหรัฐอเมริกา ทำให้มีการแข่งขันแย่งชิง ทั้งด้านราคาและจำนวนการส่งออกปลากระเบนไปยังลูกค้ารายใหญ่ของโลก ซึ่งทำให้ราคา และยอดการสั่งซื้อของลูกค้า มีจำนวนลดลง</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) : สรุปโอกาส / อุปสรรค จากสภาพแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	โอกาส / อุปสรรค และแนวทางแก้ไข
4. สภาพแวดล้อมทางด้านสังคม	<p>โอกาส</p> <p>เนื่องจากคนไทย มีการนิยมเลี้ยงสัตว์มากยิ่งขึ้น ทำให้ธุรกิจปลาสวยงาม มีผลตอบรับที่ดีมากยิ่งขึ้น คนไทยนิยมเลี้ยงปลาเยอะขึ้นอีกด้วย</p>

3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

3.2.1 สินค้าและบริการ

สินค้าทางฟาร์ม BD stingray มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน ในหลาย ๆ ด้านดังนี้

- ปลากระเบนภายในฟาร์มมีลักษณะสวยงามเฉพาะ เนื่องจากเลี้ยงดูและเพาะพันธุ์เอง และดูแลเองทุกขั้นตอนตั้งแต่แรกเกิดจนเป็นพ่อ-แม่พันธุ์ โดยพ่อ-แม่พันธุ์เป็นปลากระเบนสายพันธุ์แท้จากกลุ่มแม่ น้ำอเมซอน
- เราสามารถเพาะพันธุ์ลูกปลากระเบนที่มีความแปลกตา สวยกว่าสายพันธุ์เดิมขึ้นมาได้ซึ่งไม่มีฟาร์มไหนทำได้ เราตั้งชื่อขึ้นมาใหม่ว่า Super White
- เรานำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเลี้ยงดู เช่น การเปลี่ยนน้ำในบ่อปลา-ตู้ปลาแบบอัตโนมัติ ระบบการให้อาหารปลาอัตโนมัติ ระบบ Censor วัดอุณหภูมิ น้ำ วัดค่าแอมป์ที่เรียยวัดความเข้มข้นของน้ำความเป็นกรด-ด่าง ซึ่งทำให้ลดค่าใช้จ่ายในด้านบุคลากรได้อีกด้วย
- เรามีความชำนาญ ในการแพ็คสินค้าเป็นอย่างสูง ซึ่งเรามีประสบการณ์ส่งออกปลากระเบนมาทั้งสิ้น 3-4 ปี ทำให้เกิดความเสียหายของสินค้าน้อยมาก = 0-1% จากสินค้าที่ส่งออกทั้งหมด

3.2.2 ความเป็นที่รู้จักของสินค้าและบริการ (Branding)

BD stingray เป็นที่รู้จักของวงการปลากระเบนอย่างชัดเจน เนื่องจากฟาร์มของเราเริ่มแรกได้นำเข้าปลากระเบนสายพันธุ์ Black Diamond เป็นฟาร์มแรกๆ ของประเทศ จึงทำให้เป็นที่รู้จักของวงการปลาสวยงาม แล้วฟาร์มของเรายังมีพันธมิตรทางธุรกิจ โดยมีความร่วมมือทางธุรกิจที่พัฒนาสายพันธุ์ปลาเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้สูงขึ้น ตอบสนองและรองรับความต้องการผู้บริโภคของตลาดปลาสวยงามในระดับโลก ยิ่งไปกว่านั้นสามารถเพิ่มมูลค่าปลาได้สูงกว่าปกติได้มากกว่าเดิม ส่วนด้านบริการ ฟาร์มเรา มีการดูแลลูกค้าตั้งแต่ซื้อปลากระเบนของเราไป เรามีบริการส่ง

ปลาถึงตู้ นำปลาลงตู้ปลา ให้คำปรึกษาตั้งแต่อุปกรณ์การเลี้ยง ขนาดของตู้ปลา การใช้อาหาร วิธีการเลี้ยงดู การดูแลอนุบาลลูกปลาแรกเกิด จนกระทั่ง รับซื้อลูกปลาจากลูกค้าที่ซื้อปลาของฟาร์มเราไป เพาะพันธุ์ ยังสามารถนำกลับมาจำหน่ายให้กับฟาร์มเรา เพื่อให้ลูกค้าเห็นได้ว่า การเลี้ยงปลายังสามารถเป็นรายได้ขึ้นมามากด้วย

3.2.3 ประสบการณ์ของเจ้าของธุรกิจ

ด้านของเจ้าของธุรกิจนั้น เริ่มแรกได้มีความชื่นชอบการเลี้ยงปลาอยู่แล้ว และยังมีประสบการณ์ก่อนที่จะเปิดฟาร์ม เป็นระยะเวลา 5 ปี และยังมี Partner ที่มีประสบการณ์การเลี้ยงปลาคอยช่วยสนับสนุน และยังมี การไปดูฟาร์มปลาที่ต่างประเทศ ซึ่งทำให้ธุรกิจมีโอกาสเติบโตได้เร็วขึ้น มีโอกาสสร้างผลกำไรได้มากขึ้นอีกด้วย

3.2.4 ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ

จุดประสงค์ที่เปิดฟาร์ม ที่บ้าน เพราะ ประหยัดค่าใช้จ่ายในเรื่องสถานที่ และยังสามารถดูแลปลาได้ตลอด 24 ชั่วโมง และยังอยู่ใกล้ตลาดปลาพิชวิลเลจ จ.ราชบุรี ใกล้ Supplier ในด้านอาหารปลาอีกด้วย แต่เนื่องด้วยฟาร์มอยู่ต่างจังหวัด ทำให้การเดินทางของลูกค้าที่เข้ามาดูปลากระเบนที่ฟาร์มลำบาก หรือการเดินทางขนส่งสินค้าไปยังสนามบิน ต้องใช้เวลานานมากกว่าฟาร์มที่อยู่ในกรุงเทพฯ

3.2.5 แหล่งเงินทุนและความพร้อมในการลงทุน

BD stingray ได้ใช้เงินลงทุนของตัวเอง ซึ่งไม่ได้กู้เงินจากสถาบันการเงิน จึงทำให้ไม่เสียดอกเบี้ย

3.2.6 ศักยภาพของบุคลากร

บุคลากรที่เป็นพนักงานเลี้ยงปลา ดูแลระบบภายในฟาร์ม ได้รับการฝึกฝนและมีประสบการณ์ในเรื่องดูแลสัตว์น้ำเป็นอย่างดี รวมถึงพนักงานที่มีใจรัก ในการเลี้ยงสัตว์ที่ฟาร์ม คัดเลือกมาอย่างดีเยี่ยม ทาง BD Stingray จึงมีความพร้อมเป็นอย่างดีในทุกๆ ด้าน

ตารางที่ 3.2 : สรุปจุดแข็ง - จุดอ่อน จากสภาพแวดล้อมภายใน

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน	จุดแข็ง / จุดอ่อน
1. สินค้า	จุดแข็ง - ปลากระเบนของฟาร์ม เป็นสายพันธุ์แท้ ซึ่งได้นำเข้าจากกลุ่มน้ำอเมซอน มีลักษณะโดดเด่น มีลวดลายที่สวยงาม

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) : สรุปจุดแข็ง - จุดอ่อน จากสภาพแวดล้อมภายใน

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน	จุดแข็ง / จุดอ่อน
1. สินค้า	<ul style="list-style-type: none"> - ทางฟาร์มของเรามีการพัฒนาสายพันธุ์จนทำให้เกิดสายพันธุ์ใหม่ชื่อว่า Super White หรือในวงการเรียกว่า SW <p>จุดอ่อน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทางฟาร์มของเราไม่สามารถผลิตลูกปลากระเบนไม่ทันตามความต้องการของลูกค้าได้ เนื่องจากไม่สามารถกำหนดจำนวนการเกิดของลูกปลากระเบนได้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ - สินค้ามีราคาต่อข้างสูง เนื่องจากมีความต้องการทางตลาดเป็นอย่างสูง และสินค้าขาดตลาดจึงทำให้ลูกค้าไปซื้อสินค้าของฟาร์มอื่น
1.1 บริการ	<p>จุดแข็ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทางฟาร์มมีบริการส่งปลาให้ถึงตู้ และคอยให้คำปรึกษาทุกเรื่องเกี่ยวกับปลากระเบนตลอดเวลาอีกด้วย - รับประกันสินค้าที่ส่งออกไปยังต่างประเทศ ถ้าสินค้าเกิดการเสียหาย ทางฟาร์มของเรารับประกันสินค้า 100 % - เรามีความชำนาญ ในการแพ็คสินค้าเป็นอย่างสูง ซึ่งเรามีประสบการณ์ส่งออกปลากระเบนมาทั้งสิ้น 3-4 ปี ทำให้เกิดความเสียหายของสินค้าน้อยมาก = 0-1% จากสินค้าที่ส่งออกทั้งหมด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) : สรุปจุดแข็ง - จุดอ่อน จากสภาพแวดล้อมภายใน

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน	จุดแข็ง / จุดอ่อน
2. ความเป็นที่รู้จักของสินค้า	<p>จุดแข็ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ฟาร์มของเราเป็นที่รู้จักของตลาดปลาสวยงามอยู่แล้ว ซึ่งทางฟาร์มอยู่ในวงการตลาดปลาสวยงามเป็นระยะเวลา3-4 ปี และสินค้าของเรายังเป็นที่ต้องการของตลาดอีกด้วย จึงทำให้ลูกค้าในตลาดปลาสวยงามรู้จักฟาร์มของเรา เป็นอย่างดี
3. ประสบการณ์ของเจ้าของธุรกิจ	<p>จุดแข็ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - เจ้าของธุรกิจมีความชื่นชอบส่วนตัว ในการเลี้ยงปลาอยู่แล้ว - เจ้าของธุรกิจมีประสบการณ์ในการเลี้ยงปลาเป็นระยะเวลา5ปี - มี Partner คอยสนับสนุน ให้คำปรึกษา และร่วมพัฒนาสายพันธุ์
4. ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ	<p>จุดแข็ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่ต้องเช่าสถานที่ ลดค่าใช้จ่าย - มี Supplier อาหารปลาในราคาที่ถูกลง - มีตลาดปลาสวยงาม Fish village ซื่อสัตย์อุปการณ์การเลี้ยงปลาในราคาถูกลง อยู่ใกล้ฟาร์มของเรา <p>จุดอ่อน</p> <ul style="list-style-type: none"> - พื้นที่ฟาร์มอยู่ไกลจากสนามบิน ต้องใช้เวลาเดินทางนาน เพื่อการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) : สรุปจุดแข็ง - จุดอ่อน จากสภาพแวดล้อมภายใน

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน	จุดแข็ง / จุดอ่อน
5. แหล่งเงินทุน	<p>จุดแข็ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนในส่วนของเจ้าของเป็นหลักจึงไม่มีความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดหนี้ และยังสามารถกู้ยืมภายหลังทำการคำนวณเงินผิดพลาด <p>จุดอ่อน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีแรงกดดัน กระตุ้น ผลักดันในการทำธุรกิจ
6. ศักยภาพของบุคลากร	<p>จุดแข็ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีบุคลากรที่มีความรู้ มีความชื่นชอบ เข้าใจในการดูแล ปลากระเบน - มีบุคลากร ที่ติดต่อซื้อขายกับลูกค้าต่างชาติได้เป็นอย่างดี

บทที่ 4

โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

4.1 โมเดลธุรกิจ

4.1.1 Business Model Canvas

เป็นแนวคิดอันชาญฉลาดที่พัฒนารูปแบบโดย (Osterwelder, 2013) ส่วนประกอบหลักของโมเดลธุรกิจสำหรับใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบหลักในโมเดลธุรกิจ รวมไปถึงการวิเคราะห์คู่แข่ง (ทางตรง ทางอ้อม การเปรียบเทียบคู่แข่งกับธุรกิจในด้านผลิตภัณฑ์และราคา) เพื่อให้ทุกคนในบริษัททราบถึงแนวทางและทิศทางในการดำเนินธุรกิจ บริษัทมีโมเดลในการทำธุรกิจโดยมีปัจจัยหลักประกอบด้วย 9 ปัจจัย ดังนี้

4.1.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทข้อมูลที่อยู่ในโมเดล

4.1.2.1 กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)

- BD Stingray มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักๆอยู่ 2 กลุ่ม กลุ่มลูกค้าหลักของทางฟาร์มคือ ลูกค้าจากต่างชาติประมาณ 80% จากประเทศ จีน ไต้หวัน มาเลเซีย สิงคโปร์ เป็นหลัก ส่วนกลุ่มลูกค้ารองลงมา คือกลุ่มลูกค้าในประเทศไทย จากสื่อออนไลน์ หรือ ตลาดปลา ที่สวนจตุจักร อีก 20 %

4.1.2.2 คุณค่าของสินค้าและบริการที่นำเสนอ (Value Propositions)

- ลูกค้าได้รับ ปลากระเบนสายพันธุ์ Black Diamond แท้ๆจากลุ่มน้ำอเมซอน

- ลูกค้าได้รับบริการขนส่งลูกพันธุ์ปลาที่เป็นมาตรฐานด้วยถังกันกระแทก และควบคุมออกซิเจน ไม่ทำให้เกิดการสูญเสีย

- ได้รับความเพลิดเพลิน และในความเชื่อ ปลากระเบน ยังเป็นสัตว์เลี้ยงมงคลอีกด้วย

4.1.2.3 ช่องทางเข้าถึงลูกค้า (Channels)

- Facebook
- Line
- ลูกค้าจะบอกต่อภายในกลุ่มวงการ ปลากระเบน
- มีการออกบูท ตามงานนิทรรศการ สัตว์น้ำ

4.1.2.4 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)

- ฟาร์มของเรา มีการสร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้ามาตั้งแต่เริ่มต้นเปิดฟาร์ม

โดยเริ่มตั้งแต่ บริการ ดูแลปลากระเบน ให้คำแนะนำ ตั้งแต่การเลี้ยง การเพาะพันธุ์ หรือแม้กระทั่ง การซื้ออุปกรณ์ การวางระบบ ของการเลี้ยง จึงทำให้ฟาร์มของเรา เป็นที่น่าเชื่อถือ จนลูกค้าบอกต่อกันไปเรื่อยๆ ทางฟาร์มของเรา ยังมีบริการส่งปลาถึงตู้ จัดส่งถึงที่ พร้อมดูแลในการนำปลาลงตู้ ไม่ให้เกิดเสียหาย อาจทำให้ปลาทายได้

4.1.2.5 รูปแบบของรายได้ (Revenue Streams)

- รายได้หลัก ของ BD Stingray มาจาก การเพาะพันธุ์ จำหน่ายลูกปลา กระเบนสายพันธุ์ Black Diamond เป็นหลัก แล้วยังจำหน่าย สายพันธุ์อื่นๆในบางส่วนอีกด้วย โดยมี ฐานลูกค้าเป็นชาวต่างชาติเป็นหลัก โดยลูกค้าจะสั่งซื้อ ลูกปลามาให้ทางฟาร์ม ซึ่งจะมีลูกค้าบางกลุ่ม ที่อยากได้ พ่อ แม่พันธุ์ ลูกค้ากลุ่มนี้ จะเดินทางมาดูสินค้าถึงฟาร์มด้วยตัวเองเลย

4.1.2.6 ทรัพยากรหลัก (Key Resources)

- ทรัพยากรอุปกรณ์
 - เจ้าของธุรกิจ
 - พนักงานดูแล เลี้ยงดู ให้อาหาร เปลี่ยนน้ำ ดูแลระบบทุกอย่างภายใน ฟาร์ม
 - ฝ่ายจัดซื้อ-ขาย ดูแลระบบจัดซื้ออุปกรณ์ภายในฟาร์ม และติดต่อลูกค้า ไปยังต่างประเทศ
 - ในส่วนของทรัพยากรหลัก ก็คือ น้ำ อาหาร ต้องมีคุณภาพ มีการตรวจ คุณภาพอยู่เสมอ
 - อุปกรณ์บ่อปลา หรือ เกียวข้อง มีการเปลี่ยนของใหม่อยู่ตลอดเวลา เมื่อหมดอายุการใช้งาน

4.1.2.7 กิจกรรมหลัก (Key Activities)

- เพาะพันธุ์ ปลากระเบน สายพันธุ์ Black Diamond การผสมพันธุ์ของ ปลากระเบนในฟาร์มจะปล่อยพ่อแม่พันธุ์ในบ่อเป็นตัวเมีย 10 ตัว ตัวผู้ 2 ตัว เมื่อปลาเพศเมียได้รับการผสมจากเพศผู้ จะใช้ระยะเวลาในการตั้งท้องประมาณ 90-120 วัน แม่ปลา 1 ตัว สามารถให้ลูกปลาโดยเฉลี่ย 3-4 ตัว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอายุของแม่พันธุ์ แม่พันธุ์ปลาท้องแก่สามารถสังเกตได้จาก บริเวณหลังจะนูนขึ้นมาอย่างเห็นได้ชัด ระยะนี้ควรแยกแม่พันธุ์ปลาออกไปไว้ในกระชังคลอด เพื่อ ความปลอดภัยของลูกปลา

- วิธีการอนุบาลปลา ปลากระเบนเป็นปลาที่ออกลูกเป็นตัว ลูกปลาแรกเกิดมีขนาด 3-4 นิ้ว ทำการอนุบาลลูกปลาในตู้กระจก ขนาดของตู้ขึ้นอยู่กับจำนวนลูกปลา ใช้เวลาในการอนุบาลประมาณ 1 เดือน อาหารที่ใช้ในการอนุบาลเป็นพวกเนื้อปลาแล้วเป็นชิ้นขนาดเล็กพอดี

ปาก หนองแดง และ ใส้เดือนน้ำ เป็นต้น อาหารสดเหล่านี้ก่อนนำมาให้ลูกปลาควรผ่านการฆ่าเชื้อก่อน

- จำหน่ายลูกปลากระเบน สายพันธุ์ Black Diamond
- วิธีการออกไปจำหน่าย โดยส่วนมากลูกปลาจะต้องได้รับการอนุบาล 1

เดือน ก่อนจะนำไปจำหน่าย ตลาดที่รองรับนั้นมีทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประเทศที่มีการนำเข้ากระเบนสวยงามจากไทยได้แก่ จีน มาเลเซีย สิงคโปร์ ญี่ปุ่น ไต้หวัน และประเทศแถบยุโรป และประเทศในตะวันออกกลาง

ขั้นตอนการจัดส่งสัตว์น้ำไปยังต่างประเทศนั้น ทางฟาร์มต้องแจ้งมีใบอนุญาตการส่งออกสัตว์น้ำให้กับกรมประมงตามขั้นตอนอย่างถูกต้อง และต้องมีการแพ็คสินค้าให้ถูกต้องเพื่อป้องกันเกิดการเสียหายในขณะจัดส่ง และทางฟาร์มของเราจัดส่งด้วยบริการของสายการบิน เพื่อให้สินค้าถึงมือลูกค้าให้เร็วยิ่งขึ้น และลดอัตราเสี่ยงความเสียหายในสินค้า

ภาพที่ 4.1 : วิธีการจัดส่งสินค้าและบริการ



- พัฒนาสายพันธุ์ ทำให้เกิดสายพันธุ์ใหม่ ฟาร์มของเรามีพัฒนาสายพันธุ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้มีลวดลายสวยงามมากยิ่งขึ้น มีจุดเด่น มีลักษณะเฉพาะซึ่งพ่อแม่พันธุ์ของเรจะมีลวดลายไม่เหมือนใคร

ภาพที่ 4.2 : ภาพสินค้าปลากระเบน



4.1.2.8 พันธมิตรหลัก (Key Partnerships)

- กิจกรรมมีความสัมพันธ์อันดีกับ FNL Stingray - Diamond Star Stingray ซึ่งเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ให้การเกื้อกูลกันในด้าน การเพาะพันธุ์ การรักษาปลาป่วย การซื้อ ขาย กันในตลาด ทำให้กิจการ ได้รับประโยชน์ในด้าน การผลิตที่จะทำให้ผลผลิตมีทั้งคุณภาพ และปริมาณ ช่วยลดการเสียหายจาก ผลผลิต ทำให้การกระจายสินค้ามีความต่อเนื่อง สภาพการเงิน เลยคล่องตัว

- ตลาดปลารายใหญ่ ของประเทศจีน ซึ่งทางประเทศจีนต้องการ ปลา กระเบนของทางฟาร์มเป็นอย่างมาก เพราะปลาทางฟาร์ม มีเอกลักษณ์ ไม่เหมือนปลาเมืองจีน

4.1.2.9 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

- พ่อแม่พันธุ์ Black Diamond 24 ตัว	2,000,000 บาท
- บ่อปลา 2 บ่อ	120,000 บาท
- ตู้ปลา อนุบาล 10ตู้	30,000 บาท
- อุปกรณ์ บ่อปลา	50,000 บาท
- เงินทุนหมุนเวียน	50,000 บาท
รวมเงินลงทุน	2,250,000 บาท

บทที่ 5
แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ

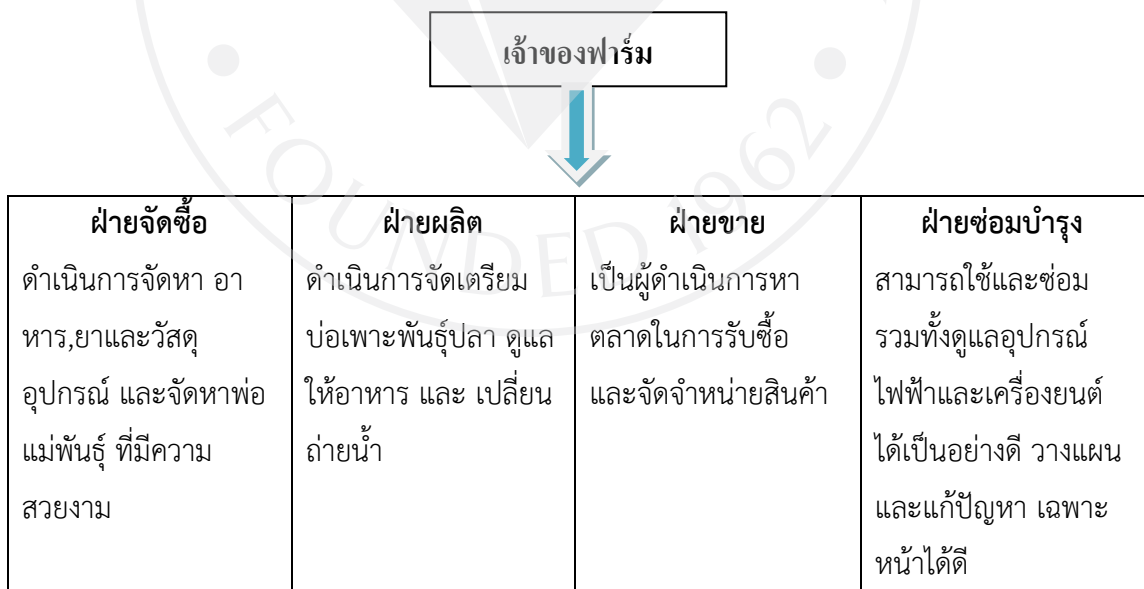
5.1 ด้านการจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล

การจัดโครงสร้างองค์กร และแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ ใช้การจัดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ (Functional Organization Structure) ซึ่งทำให้คนมีความสามารถทำงานในแผนก ได้ใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน สร้างผลิตผลได้เต็มเม็ดเต็มหน่วย ทั้งยังฝึกบุคคลให้มีความเชี่ยวชาญกับหน้าที่ของงานนั้นอย่างลึกซึ้ง

โครงสร้างขององค์กร และผังบริหาร

ธุรกิจได้เลือกการจัดโครงสร้างองค์กร และการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ (Greenberg and Baron, 1998, p. 513) ซึ่งเป็นโครงสร้างที่ทำการแบ่งหน่วยงานและอำนาจอย่างชัดเจนปัจจุบันโครงสร้างการบริหารงานภายในองค์กรสามารถเขียนแผนผังได้ดังนี้

ตารางที่ 5.1 : โครงสร้างการบริหารงานภายในองค์กร



5.2 เกณฑ์ในการรับบุคลากร

ธุรกิจได้จัดบุคลากรโดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- บุคลากรระดับสูง

ฝ่ายขาย มีความรู้ความเข้าใจปลากะเบน วุฒิการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป มีบุคลิกภาพที่ดี มีความขยัน ชอบพบเจอผู้คนอยู่เสมอ มนุษย์สัมพันธ์ดี สื่อสารภาษาอังกฤษได้ และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี และต้องมีไหวพริบดีดี สามารถต่อรองราคาสินค้า กับลูกค้าชาวต่างชาติได้ดี

- บุคลากรระดับกลาง

- ฝ่ายจัดซื้อ ไม่จำกัดวุฒิ เน้นมีประสบการณ์ทำงาน เป็นผู้ที่ มีประสบการณ์และมีความรู้ในวงการปลากะเบน มีความรับผิดชอบสูงและมีความซื่อสัตย์ มีไหวพริบดีดี และต้องเป็นที่รู้จักในวงการปลากะเบน

- ฝ่ายผลิต ไม่จำกัดวุฒิ เน้นมีประสบการณ์ทำงาน ต้องมีความชื่นชอบและรักสัตว์ และต้องเข้าใจการเลี้ยงดูของปลากะเบน และยังต้องมีความรู้ความเข้าใจในตัวของปลากะเบน เพื่อความปลอดภัยในการอนุบาลลูกปลากะเบนแรกเกิดอีกด้วย

- บุคลากรระดับล่าง

ช่างซ่อมบำรุง ไม่จำกัดวุฒิ มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีความเป็นระเบียบ รอบคอบ

5.3 เกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

ธุรกิจได้มีการดำเนินการโดยใช้หลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 กำหนดเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้

ดีมาก = 10 คะแนน ดี = 8 คะแนน ปานกลาง = 6 คะแนน พอใช้ = 4 คะแนน ควรปรับปรุง = 2 คะแนน

- ความตรงต่อเวลา

ดีมาก ดี ปานกลาง พอใช้ ควรปรับปรุง

- การเคารพกฎระเบียบของบริษัท

ดีมาก ดี ปานกลาง พอใช้ ควรปรับปรุง

- ความเคารพเพื่อนร่วมงาน

ดีมาก ดี ปานกลาง พอใช้ ควรปรับปรุง

- มารยาทในการพูด

ดีมาก ดี ปานกลาง พอใช้ ควรปรับปรุง

5.4 วิธีการจูงใจ และรักษาบุคลากร

ธุรกิจได้ดำเนินการโดยใช้หลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

- การสื่อสาร

นอกจากหัวหน้างานจะมอบหน้าที่งานให้ลูกน้องแล้ว ควรรับฟังปัญหาและข้อเสนอแนะจากลูกน้องเพื่อนำมาคิดและแก้ไขปัญหาร่วมกันด้วย

- เปิดโอกาสให้พนักงานได้ใช้ความสามารถได้เต็มที่

พนักงานแต่ละคนมีความสามารถที่แตกต่างกัน ฉะนั้นการส่งเสริมให้พนักงานได้ใช้ความสามารถในด้านที่ถนัด จะทำให้เกิดความภาคภูมิใจ และทุ่มเทในการทำงานอย่างเต็มที่

- มอบหมายงานที่มีความท้าทายอยู่เสมอ

การมอบหมายงานที่แปลกใหม่และท้าทายความสามารถของพนักงาน เป็นการเพิ่มประสบการณ์ในการทำงาน ให้พนักงานได้ลองทำสิ่งใหม่ ๆ และได้เรียนรู้งานนอกเหนือจากเดิมอีกด้วย

- ความรู้สึกเป็นครอบครัวเดียวกัน

เมื่อพนักงานทั้งองค์กรเกิดความรู้สึกเป็นครอบครัวเดียวกันแล้ว ความทุ่มเท ความซื่อสัตย์จงรักภักดี และปรารถนาให้องค์กรเจริญก้าวหน้าก็จะตามมา

- บริหารอย่างโปร่งใส

หากองค์กรไม่มีความยุติธรรม และจริยธรรมที่ดีในการทำงานแล้ว อาจทำให้พนักงานรู้สึกไม่ดีต่อองค์กร ไม่ให้ความเคารพและความซื่อสัตย์อีกต่อไป

- ผลักดันให้พนักงานใช้เทคโนโลยีใหม่อยู่เสมอ

การส่งเสริมให้พนักงานฝึกการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในองค์กร เป็นการเพิ่มความรู้และความสามารถเพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

- ควรมีสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็น

เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างบุคลากรในองค์กร และเป็นการกระตุ้นให้พนักงานกล้าคิด กล้าแสดงความสามารถในการพัฒนาองค์กรต่อไปในอนาคต

5.5 ด้านการตลาด

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

BD stingray ผลิตลูกปลากระเบน สายพันธุ์ Black Diamond โดยมุ่งเน้นการพัฒนาสายพันธุ์ และคุณภาพของลูกปลากระเบน ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการพัฒนา ระบบฟาร์มและสุขลักษณะภายในฟาร์มให้ได้มาตรฐาน ตามที่กรมประมงได้กำหนดไว้เพื่อให้ได้ มาตรฐานการผลิตในทุกขั้นตอน และเพิ่มกำลังการผลิต ขยายฐานการผลิต ให้ผลิตลูกปลากระเบน ตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งตรงจุดนี้ จะเป็นโอกาสให้ BD stingray จะผลิตลูกปลากระเบน ให้ ได้มาตรฐาน ได้จำนวน โดยมีนโยบายการผลิตว่า “เลี้ยงปลา ให้เหมือนลูก” คือจ้องใส่ใจ ทุกขั้นตอน การผลิตรวมถึงการส่งลูกปลาให้ถึงมือผู้บริโภค

BD Stingray จะใช้แนวคิดแบบมุ่งเน้นทางการตลาด (Marketing Concept) โดยเป็น แนวคิดที่สนใจผู้บริโภคเป็นหลัก มุ่งให้เห็นถึงความต้องการในด้านต่างๆ โดยจะยึดถือความพอใจ เนื้อคุณภาพของสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุดเมื่อได้รับบริการ

1.) แนวคิดและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

Kotler (2012, p. 47) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึงเครื่องมือ ทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความ ต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่ง ทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณ์ของกิจการส่วนประสมการตลาด แบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่มดังนี้ ผลิตภัณ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

5.6 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย

เมื่อพิจารณาส่วนผสมทางการตลาดจากทฤษฎี 4P แล้ว

1. Product (ผลิตภัณ์หรือบริการ) หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอให้แก่ผู้บริโภคเป้าหมายใน รูปแบบของสินค้าหรือบริการ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ซึ่งสินค้าลูกปลา กระเบนเป็นผลิตภัณ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และยังเป็นที่ต้องการของ ลูกค้าเป็นจำนวนมาก

2. Price (ราคา) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไร ใน อัตราที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้ซื้อทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณ์สินค้าหรือ บริการหรือนโยบายการตั้งราคา (Pricing Policies) (ณัฐ อธิรณไพบูลย์, 2554) หรือมูลค่าของสินค้า และบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน การกำหนดราคาสำคัญมีผลต่อกิจการมากกิจการไม่ สามารถ

กำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การพิจารณาราคาจะต้องกำหนดต้นทุนการผลิต ภาพการ
แข่งขัน ถ้าไรที่คาดหวัง ราคาของคู่แข่ง ดังนั้นกิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่ เหมาะสมในการ
กำหนดราคาสินค้าและบริการ ประเด็นสำคัญจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคา ได้แก่ ราคาสินค้าที่ระบุ
ในรายการหรือราคาที่ระบุ (List Price) ราคาที่ให้ส่วนลด (Discounts) ราคาที่มีส่วนยอมให้
(Allowances) ราคาที่มีช่วงระยะเวลาที่การชำระเงิน (Payment Period) และราคาเงื่อนไขให้
สินเชื่อ (Credit Terms) (ซีววรรณ เจริญสุข, 2547)

2.) การตั้งราคาธุรกิจได้ดำเนินการโดยใช้หลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ราคาตลาด (Market Pricing) ตั้งราคาสูงกว่าราคาตลาด เนื่องจากหากตั้งราคาสูง
กว่าคู่แข่งด้วยเหตุผลที่ความสวยงาม คุณภาพ สายพันธุ์ที่ชัดเจน ลวดลาย ที่ดีกว่าก็จะมีลูกค้ากลุ่ม
ใหญ่ที่เต็มใจและพร้อมที่จะจ่ายแพงกว่าเพื่อการบริการ เนื่องจากมีบริการหลากหลายรูปแบบที่ยังไม่
มีคู่แข่งทางธุรกิจเปรียบเสมือนการผูกขาด เราอาจเป็นตัวกำหนดราคาของ โมเดล ธุรกิจนี้ตั้งราคาลูก
ปลากระเบน 1 คู่ (ผู้ - เมีย) ราคา 15,000-20,000 บาท

3. Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย)

- ภายในประเทศ จะจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ social media ในกลุ่มตลาดปลา
กระเบน และส่งไปจำหน่าย ที่ศูนย์กลางขายส่งปลาสวยงามอยู่ที่ตลาดชั้นเดีย ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร
หรือ ตลาดปลาสวยงาม ที่บ้านโป่งอีกด้วย

- ภายนอกประเทศ ฟาร์มของเรา มี Supplier ที่เป็น Dealer คอยติดต่อกลุ่มลูกค้า
ต่างชาติเข้ามา ซื้อปลาจากทางฟาร์ม โดยจะแบ่งส่วนแบ่งให้ Dealer เป็นเปอร์เซ็นต์

4. Promotion (การส่งเสริมการตลาด)

ที่เน้นทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการ
ขายและการตลาดโดยตรง ซึ่งสามารถเรียกว่า 4P ซึ่งนำไปสู่การได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาด
ที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของกิจการนั่นเอง ระดับที่สองคือการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านของ การสร้าง
ประสบการณ์ที่ตื่นตาประทับใจให้กับลูกค้า ก็จะนำไปสู่การสร้างคามผูกพันทางด้าน อารมณ์ที่แนบ
แน่น ต่อผู้บริโภคแบบสนิทแนบแน่น โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการในการ ดำเนินกลยุทธ์ทาง
การตลาดระดับที่สองนี้ คือกิจการจะสามารถมีส่วนแบ่งการตลาดในจิตใจของลูกค้าสูงขึ้นเมื่อเทียบกับ
คู่แข่ง (ณัฐ อีรณไพบูลย์, 2554) หรือ เป็นกิจกรรมติดต่อสื่อสารไปยัง ตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการให้
ความรู้ ชักจูง หรือเป็นการเตือนความจำเป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้า
หรือบริการ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย (ชานนท์ รุ่งเรือง 2555)หรือเป็นเครื่องมือหรือเป็น
เครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการความคิด ต่อ บุคคลโดยใช้เพื่อจูง
ใจ ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความ
เชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ (ซีววรรณ เจริญสุข, 2554)

5.7 การสร้างตราสินค้า

ตราสินค้า ของฟาร์มมีลักษณะเป็นรูปร่างปลากระเบน Black Diamond มีความโดดเด่น บ่งบอกถึงตัวสินค้า ทำให้เป็นที่จดจำได้ง่ายว่าฟาร์มของเรา โดดเด่นเรื่อง สายพันธุ์ Black Diamond โดยเฉพาะทางฟาร์มยังมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบ Social Media ผ่านทาง Facebook เพื่อให้ความรู้ หรือเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่อีกด้วย

ภาพที่ 5.1 : ตราสัญลักษณ์ขององค์กร



การสร้างแรงจูงใจและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

เนื่องจากปลากระเบนมีราคา ค่อนข้างสูง ลูกค้าที่ซื้อสินค้าของทางฟาร์มไปแล้ว ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เลี้ยงเพื่อความสวยงามเพียงอย่างเดียว ลูกค้ายังสามารถ เพาะพันธุ์เพื่อที่จำหน่ายลูกปลาได้อีกด้วย ซึ่งทางฟาร์มของเรายังรับซื้อลูกปลาเพื่อที่ไปจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าอีกที ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้กับลูกค้าอีกช่องทางหนึ่ง

5.8 ด้านการให้บริการ

BD stingray นอกจาก จะเพาะพันธุ์ จำหน่ายลูกปลากระเบนแล้ว ยังมีบริการหลังการขาย ดูแลลูกค้า คอยให้คำปรึกษา บริการนำสินค้าไปส่งมอบถึงมือลูกค้า นำลูกปลากระเบนลงตู้ปลา ดูแลเรื่อง ระบบน้ำระบบบ่อกรองของเสีย สอนวิธีการเลี้ยงดู การเพาะพันธุ์ รวมถึงการอนุบาลอีกด้วย นอกจากนี้ ทางฟาร์มของเรายังรับซื้อลูกปลากระเบนจากลูกค้า ที่ซื้อลูกปลาของเรา จนเพาะพันธุ์ได้ โดยจะกำหนด ราคาตลาด ไม่กตราคาจากลูกค้า เพื่อที่จะให้ลูกค้าของเรามีรายได้จากการเลี้ยงอีกด้วย นอกจากนี้ ลูกค้าจากต่างประเทศ เรายังมีการรับประกันสินค้า หากสินค้าเกิดการเสียหาย จากการขนส่ง ทางฟาร์มของเรา มีการรับประกันสินค้า 100 เปอร์เซ็นต์

5.9 ด้านการจัดซื้อ

BD stingray ได้มีการซื้อ พ่อพันธุ์แม่พันธุ์ครั้งแรก ทั้งหมด 24 ตัว แม่พันธุ์ 20 ตัว พ่อพันธุ์ 4 ตัว โดยเป็นการจัดซื้อแบบเหมาทั้งบ่อ จากผู้ค้า ที่นำเข้าสัตว์เลี้ยงจากต่างประเทศเข้ามา ซึ่งเริ่มแรก ยังมีคนกลุ่มน้อยที่รู้จักหรือนำเข้ามา จึงทำให้เกิดราคาค่อนข้างสูง ในช่วงต่อมาทางฟาร์มยังมีการจัดซื้อ พ่อพันธุ์แม่พันธุ์เพิ่มเข้ามาอีก โดยทางเดินทางไปต่างประเทศ เพื่อที่จะหาพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ที่มีผลผลิตแปลกตา สวยงาม เข้ามาเพื่อที่จะเพิ่มฐานการผลิตในฟาร์มของเราอีกด้วย นอกจากนี้ บ่อปลาทางฟาร์มได้สั่งทำขึ้นมาพิเศษ เนื่องจากจะได้เหมาะสมต่อการเลี้ยง การดูแลของปลากระเบน ซึ่งบ่อปลาต้องมีกระจกจึงทำให้มีราคาสูงอีกด้วย ส่วนวัสดุอุปกรณ์นั้นหาซื้อได้ที่ตลาดปลา จตุจักร หรือร้านขายอุปกรณ์ปลาได้เลย

ตารางที่ 5.2 : แสดงงบประมาณการลงทุน

BD Stingray			
งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้เจ้าของ	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
อุปกรณ์เครื่องใช้	2,200,000.00	2,200,000.00	-
	-	-	-
	-	-	-
สินทรัพย์ถาวรรวม	2,200,000.00		
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าจดทะเบียน	10,000.00	10,000.00	-
ค่าตกแต่ง	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน	10,000.00		
ค่ามัดจำสถานที่	-	-	-
เงินทุนหมุนเวียน	40,000.00	40,000.00	-
	-	-	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	2,250,000.00	2,250,000.00	-
โครงสร้างเงินทุน	100.00	100.00	-

ตารางที่ 5.3 : แสดงค่าเสื่อมราคา

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ถาวรรวม	2,200,000				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	440,000	440,000	440,000	440,000	440,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	440,000	880,000	1,320,000	1,760,000	2,200,000
โอนไปงบดุล					
สินทรัพย์ถาวรรวม	2,200,000	2,200,000	2,200,000	2,200,000	2,200,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	440,000	880,000	1,320,000	1,760,000	2,200,000
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	1,760,000	1,320,000	880,000	440,000	-
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน	10,000				
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
ตัดจ่ายสะสม	2,000	4,000	6,000	8,000	10,000
โอนไปงบดุล					
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
หักตัดจ่ายสะสม	2,000	4,000	6,000	8,000	10,000
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงานสุทธิ	8,000	6,000	4,000	2,000	-

ตารางที่ 5.4 : แสดงประมาณการรายได้ปีที่ 1-5

การประมาณการรายได้ ปีที่ 1-5					
การประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนการขาย					
จำนวนการขายเฉลี่ยต่อคู่	0.25	0.5	0.75	1	1.25
	0.25	0.5	0.75	1	1.25
รายได้บริการต่อวัน	20000	20000	20000	20000	20000
รายได้บริการต่อวัน	5000	10000	15000	20000	25000
จำนวนห้องที่ให้บริการ	1	1	1	1	1
รายได้รวมต่อวัน	5,000	10,000	15,000	20,000	25,000
รายได้ค่าบริการต่อปี	1,750,000	3,500,000	5,250,000	7,000,000	8,750,000

ตารางที่ 5.5 : แสดงการคำนวณต้นทุนและจุดคุ้มทุน

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าสถานที่					
ค่าน้ำประปา (เพิ่ม 2%)	24,000	24,480	24,970	25,469	25,978
ค่าไฟฟ้า (เพิ่ม 5%)	16,000	16,800	17,640	18,522	19,448
ค่าโทรศัพท์ (เพิ่ม 5%)	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
ค่าเสื่อมราคา	440,000	440,000	440,000	440,000	440,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
เงินเดือน	480,000	504,000	529,200	555,660	583,443
โฆษณา	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
รวมต้นทุนคงที่	994,000	1,019,880	1,047,040	1,075,542	1,105,456
รายได้รวม	1,750,000	3,500,000	5,250,000	7,000,000	8,750,000
ค่าส่งเสริมการขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้รวม	1,750,000	3,500,000	5,250,000	7,000,000	8,750,000
ลูกค้าทำบัตรสมาชิก	-	-	-	-	-
คาดว่าลูกค้าจะนำบัตรมาใช้	-	-	-	-	-
จะให้ส่วนลด	-	-	-	-	-
ต้นทุนการให้บริการ	20%				
ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการให้บริการ	350,000	700,000	1,050,000	1,400,000	1,750,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 5%	50,000	100,000	150,000	200,000	250,000
ส่งเสริมการขาย	-	-	-	-	-
รวมต้นทุนผันแปร	400,000	800,000	1,200,000	1,600,000	2,000,000
การคำนวณจุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่ / อัตรากำไรส่วนเกิน					
กำไรส่วนเกิน = ยอดขาย - ต้นทุนผันแปร					
อัตรากำไรส่วนเกิน = กำไรส่วนเกิน / ยอดขาย					
การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	1,350,000	2,700,000	4,050,000	5,400,000	6,750,000
อัตรากำไรส่วนเกิน	1	1	1	1	1
จุดคุ้มทุนต่อปี	1,288,519	1,322,067	1,357,274	1,394,222	1,432,998
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	107,377	110,172	113,106	116,185	119,416
จุดคุ้มทุนต่อวัน	3,579	3,672	3,770	3,873	3,981

ตารางที่ 5.6 : งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้รวม	1,750,000	3,500,000	5,250,000	7,000,000	8,750,000
หัก ต้นทุนผันแปร	400,000	800,000	1,200,000	1,600,000	2,000,000
กำไรส่วนเกิน	1,350,000	2,700,000	4,050,000	5,400,000	6,750,000
หัก ต้นทุนคงที่	994,000	1,019,880	1,047,040	1,075,542	1,105,456
กำไรก่อนการดำเนินงาน	356,000	1,680,120	3,002,960	4,324,458	5,644,544
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี	356,000	1,680,120	3,002,960	4,324,458	5,644,544
หัก ภาษี 20%	71,200	336,024	600,592	864,892	1,128,909
กำไรสุทธิ	284,800	1,344,096	2,402,368	3,459,566	4,515,636
*อัตราภาษีเงินได้	20%				
*อัตราเงินปันผล	10%				

ตารางที่ 5.7 : งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	284,800	1,344,096	2,402,368	3,459,566	4,515,636
บวก ค่าเสื่อมราคา	440,000	440,000	440,000	440,000	440,000
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	71,200	264,824	264,568	264,299	264,017
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	28,480	105,930	105,827	105,720	105,607
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	826,480	2,156,850	3,214,764	4,271,585	5,327,260
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
สินทรัพย์รวม	(2,200,000)	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน	(10,000)	-	-	-	-
ค่ามัดจำสถานที่	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	(2,210,000)	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	-	-	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	-	-	-	-	-
หัก ชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-	-	-
หัก เงินปันผล	(28,480)	(134,410)	(240,237)	(345,957)	(451,564)
ทุนหุ้นสามัญ	2,250,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	2,221,520	(134,410)	(240,237)	(345,957)	(451,564)
เงินสดสุทธิ	838,000	2,022,440	2,974,527	3,925,629	4,875,696
บวก เงินสดต้นงวด	-	838,000	2,860,440	5,834,967	9,760,595
เงินสดปลายงวด	838,000	2,860,440	5,834,967	9,760,595	14,636,292

ตารางที่ 5.8 : งบแสดงฐานะทางการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

งบแสดงฐานะทางการเงินประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	838,000	2,860,440	5,834,967	9,760,595	14,636,292
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	838,000	2,860,440	5,834,967	9,760,595	14,636,292
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	1,760,000	1,320,000	880,000	440,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงานสุทธิ	8,000	6,000	4,000	2,000	-
ค่ามัดจำสถานที่	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์	2,606,000	4,186,440	6,718,967	10,202,595	14,636,292
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	71,200	336,024	600,592	864,892	1,128,909
เงินปันผลค้างจ่าย	28,480	134,410	240,237	345,957	451,564
หนี้สินหมุนเวียน	99,680	470,434	840,829	1,210,848	1,580,472
เงินกู้สุทธิ	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	99,680	470,434	840,829	1,210,848	1,580,472
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000	2,250,000
กำไรสะสม	256,320	1,466,006	3,628,138	6,741,747	10,805,819
ส่วนของผู้ถือหุ้น	2,506,320	3,716,006	5,878,138	8,991,747	13,055,819
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,606,000	4,186,440	6,718,967	10,202,595	14,636,292

ตารางที่ 5.9 : แสดงกระแสเงินสดตลอดโครงการ

กระแสเงินสดตลอดโครงการ						
ปีที่						
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	-					2,250,000.00
1 กระแสเงินสดรับ					838,000.00	
2 กระแสเงินสดรับ					2,022,440.00	
3 กระแสเงินสดรับ					2,974,526.80	
4 กระแสเงินสดรับ					3,925,628.60	
5 กระแสเงินสดรับ*					4,915,696.35	
การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยใช้อัตราคิดลด						
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ					฿5,893,640.95	
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย					2,250,000.00	
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)					฿3,643,640.95	
อัตราผลตอบแทนของโครงการ					80%	
*กระแสเงินสดรับในปีที่ 5 = เงินสดสุทธิจากงบกระแสเงินสด+เงินทุนหมุนเวียน+เงินมัดจำบ้าน						
การวัดความสามารถในการบริหาร						
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.11	0.32	0.36	0.34	0.31	
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.11	0.36	0.41	0.38	0.35	
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	77.1428571	77.1429	77.1429	77.1429	77.1428571	
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	20.34	48.00	57.20	61.78	64.51	
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	16.27	38.40	45.76	49.42	51.61	
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน						
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Vaule)	฿3,643,640.95					
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	80%					
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	1.698					

บรรณานุกรม

- ชานนท์ รุ่งเรือง. (2555). การเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้าและการลดต้นทุนโดยใช้เทคนิคการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมอลูมิเนียม. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชีวรรณ เจริญสุข. (2547). กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกไทยแบบดั้งเดิม (ไขว่ช่วย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ณัฐ อรินไพบุลย์. (2554). ความพึงพอใจของผู้รับเหมาต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิธีสมพันธุ์ปลากระเบน. (2560). สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v>.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2550). ธุรกิจค้าปลาสวยงาม: ตลาดในประเทศเติบโตดี..ส่งออกยังแข่งขันรุนแรง. สืบค้นจาก <http://library.dip.go.th/multim6/edoc/16688.pdf>.
- David, C.M. (1987). *Human Motivation*. Boston: Cambridge University Press.



แบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ข้อ	หัวข้อ	รูปแบบ	จำนวน (คน)
1	เพศ	ชาย	17
		หญิง	3
2	อายุ	25 ปี	3
		25 - 30 ปี	10
		30 - 40 ปี	5
		45 ปี	2
3	รายได้	ไม่เกิน 15,000/เดือน	2
		15,000 - 25,000 / เดือน	8
		25,000 - 35,000 / เดือน	6
		35,000 - 50,000 / เดือน	4
4	มีประสบการณ์เลี้ยงปลากระเบน	เคย	12
		ไม่เคย	8
5	จุดประสงค์ของการเลี้ยงปลากระเบน	มีความชอบเป็นส่วนการส่วนตัว	5
		ตกแต่งบ้าน ปลามงคล สวยงาม	7
		เป็นธุรกิจ เพาะพันธุ์ จำหน่าย	8

ข้อ	หัวข้อ	รูปแบบ	จำนวน (คน)
6	ความคิดเห็นต่อการเลี้ยงดูปลา กระเบน	ดูเลยาก	12
		ดูได้ง่าย	8
7	ราคาขาย ปลากระเบน Black Diamond 1 คู่ ควรจะมีราคา เท่าไร	ต่ำกว่า 10,000	6
		10,000 - 15,000	10
		15,000 - 50,000	4
8	ช่องทาง ในการหาซื้อ ปลา กระเบน Black Diamond	ตลาดปลา สวนจตุจักร	15
		ทาง Social media คนรู้จัก หรือฟาร์มเลี้ยงปลา กระเบน	3 2
9	จุดประสงค์ ของการเพาะพันธ์ ปลากระเบน Black Diamond เพื่ออะไร	เพื่อจำหน่าย	12
		เพื่อไว้เป็นอาหาร	5
		เพื่อความชอบ มีลักษณะสวยงาม เป็นปลามงคล	3

บทสรุปผู้บริหาร

BD Stingray เป็นธุรกิจเพาะพันธุ์ปลากะเบนสวยงาม จัดจำหน่ายเพื่อความสวยงาม ความเพลิดเพลิน โดยมีวิสัยทัศน์ที่ว่า จะพัฒนาสายพันธุ์ให้มีความแปลกใหม่ รักษามาตรฐานคุณภาพของปลากะเบน และขยายตลาดส่งออกของปลากะเบนไปทั่วโลก และเป็นจุดศูนย์กลางการผลิตปลากะเบน ของตลาดในประเทศไทย ด้วยพันธกิจที่มุ่งมั่นว่า เราจะพัฒนาสายพันธุ์ให้แปลกใหม่กว่าฟาร์มอื่นๆทั่วโลก และจะผลักดันให้เกิดการพัฒนาธุรกิจให้เป็นระบบเพื่อให้ตราสินค้า BD Stingray เป็นที่รู้จักในภาพลักษณ์ที่ดี ทางฟาร์มจะดูแลใส่ใจและให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าอยู่เสมอ การดำเนินธุรกิจมีวัตถุประสงค์ได้แก่ เพื่อเพิ่มยอดขาย และกำไรให้มากขึ้น 20-50 % ต่อปี และสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 1.7ปี วัตถุประสงค์ในการทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ เพื่อประกอบการตัดสินใจและการเตรียมความพร้อมในการเริ่มต้นทำธุรกิจภายใต้ จุดแข็งและโอกาส มากมายที่สนับสนุนธุรกิจได้เป็นอย่างดี

ธุรกิจ BD Stingray เพาะพันธุ์ปลากะเบนสวยงาม ซึ่งมีจุดเด่นในด้านสินค้า มีลวดลายพิเศษสวยงามซึ่งไม่มีฟาร์มในโลกที่เพาะพันธุ์ ได้สวยงามเหมือนของเรา ฟาร์ม BD stingray ยังเป็นที่รู้จักในวงการปลาสวยงามอีกด้วย ธุรกิจคาดหวังความเป็นผู้นำในตลาดปลาสวยงามและบริการลูกค้า ให้เหมาะสมกับเป้าหมายที่วางไว้ ด้วยบริการที่มีความโดดเด่น ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า

แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจประกอบด้วย ด้านบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ มุ่งเน้นด้านการจัดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ (Functional Organization Structure) กลยุทธ์การตลาด มุ่งเน้นทางด้านการตลาด (Marketing Concept) โดยเป็นแนวคิดที่สนใจผู้บริโภคเป็นหลัก กลยุทธ์ด้านการขาย มีพันธมิตรทางการค้าในการจำหน่ายสินค้าอย่างผูกขาด กลยุทธ์ด้านการเงิน ไม่มีการกู้เงินจากสถาบันการเงิน ทำให้ไม่ต้องเสียดอกเบี้ยในการกู้ยืม

เป้าหมายของธุรกิจดำเนินเป้าหมายเป็น3ระยะ ได้แก่ ขยายตลาดในอาเซียน ขยายตลาดไปยุโรป และจะขยายตลาดไปทั่วโลก สร้างผลตอบแทนไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ทองทุน และสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา ไม่เกิน 2ปี สร้างภาพลักษณ์สินค้าให้เป็นที่จดจำไปอย่างยั่งยืน

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นายชูพงษ์ พาทีไพบระ

อีเมล

bank.amb@gmail.com

ประวัติการศึกษา

มัธยมศึกษาตอนต้น

20011 – 2013 โรงเรียนบรมราชินีนาถ ราชวิทยาลัยราชบุรี

มัธยมศึกษาตอนปลาย

2013 – 2015 โรงเรียนเบญจมมาศชุทิศ ราชบุรี

ปริญญาตรี

2013 – 2016 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาขศึกษานาฏกลางและขนาดย่อม

วันที่ 19 เดือน มกราคม พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ชูพงษ์ พงศ์ไพเราะ อยู่บ้านเลขที่ 42/2
ขอ นอ 4 ถนน - ตำบล/แขวง โองบชัย
อำเภอ/เขต บ้านแพ้ว จังหวัด สมุทรสาคร รหัสไปรษณีย์ 74120
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7590201237
ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิสาขศึกษานาฏกลางและขนาดย่อม 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 บทบริหารธุรกิจ BD Stingray

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฯนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาฯนี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ชูพงษ์ พาทย์ไพเราะ)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร