

แผนธุรกิจ ยักษ์ยิ้มฟาร์ม

Business Plan for YAK YIM Farm



แผนธุรกิจ ยักษ์ยิมฟาร์ม

Business Plan for YAK YIM Farm



สิทธิชัย ไพบูลย์วรารากิจ

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2560



©2562

สิทธิชัย ไพบูลย์วรากิจ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจยักษ์ยิมฟาร์ม

ผู้วิจัย สิทธิรัช ไพบูลย์วรากิจ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์)



(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 16 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2562

สิทธิชัย ไพบูลย์วรารกิจ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง,  
พฤษภาคม 2562, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจ ยักษ์ยืมฟาร์ม (88 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว

## บทคัดย่อ

การศึกษาแผนธุรกิจยักษ์ยืมฟาร์ม มีวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักตราสินค้าอย่าง  
น้อย 80% และสามารถสร้างผลตอบแทนให้กับธุรกิจในอนาคตกำไรที่เพิ่มขึ้น 20% ต่อปี แผนธุรกิจนี้  
ได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สภาพการแข่งขัน และวิจัยการตลาดด้วยวิธีการสัมภาษณ์  
ผู้ประกอบการ จำนวน 6 ราย และวิธีการสำรวจโดยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้บริโภคที่รักสุขภาพ  
จำนวน 110 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา และสถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อย  
ละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า จุดแข็งของธุรกิจ คือ การใช้ระบบ Smart farming จุดอ่อน คือ ยักษ์ยืม  
ฟาร์มเป็นธุรกิจใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก ในขณะที่โอกาส คือ เทรนด์รักสุขภาพที่เลือกรับประทานผักสลัด  
ปลอดสารพิษเพิ่มมากขึ้น และอุปสรรค คือ ผู้บริโภคมีความเข้าใจผิดเรื่องผักไฮโดรโปนิคส์ สำหรับ  
การวิเคราะห์คู่แข่งพบว่า คู่แข่งประเภท B2B ส่วนใหญ่ยังด้อยในเรื่องการควบคุมคุณภาพผักและ  
โรตตี ส่วนประเภท B2C พบว่าส่วนน้อยมีความแข็งแกร่งในตลาด สำหรับการวิจัยการตลาด พบว่า  
ผู้ให้สัมภาษณ์ของผู้ค้าผักสลัด ด้านราคามีความผันผวนตามฤดูกาลและสภาพอากาศ ผู้ประกอบการ  
ร้านอาหารต้องการฟาร์มที่มีผลผลิตส่งได้ตลอดเวลา เน้นคุณภาพ ปลอดสารพิษ ในขณะที่  
ผู้ประกอบการแปรรูปรายย่อยต้องการฟาร์มที่ขายในราคาถูก สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วน  
ใหญ่มีความเห็นว่า ผักต้องมีความสด กรอบ ราคาต้องเหมาะสมเมื่อเทียบกับสินค้าประเภท  
เดียวกัน ต้องการให้มีบริการจัดส่งถึงที่มากที่สุด และต้องการให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่  
หลากหลายช่องทาง

แผนธุรกิจยักษ์ยืมฟาร์ม เป็นโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์ปลอดสารพิษ โดยใช้งบประมาณ  
การลงทุนเริ่มต้นจำนวน 2,610,000 บาท และในปีที่ 4 มีการขยายโครงการโดยเพิ่มสลัดสำเร็จรูป  
และน้ำสลัด มีการลงทุนเพิ่ม 1,900,000 บาท เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของธุรกิจยักษ์ยืมฟาร์ม  
พบว่า คุ่มค่าแก่การลงทุน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 4,492,779 บาท และมีอัตราผลตอบแทน  
ภายในเท่ากับ 68% มีระยะเวลาคืนทุน 2.979 ปี

คำสำคัญ: ผักไฮโดรโปนิคส์ปลอดสารพิษ, สลัดสำเร็จรูปและน้ำสลัด, แผนธุรกิจ

Paiboonvarakit, S. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), May 2019, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for YAAK YIM Farm (88 pp.)

Advisor: Krairoek Pinkaeo, Ph.D.

## ABSTRACT

The objectives of YAK YIM FARM business plan is to make the brand more recognizable by 80% and to increase 20% of profit margin per year. This business plan has analyzed SWOT, market competition and market research by interview with 6 business owners and by questionnaire with 110 health-conscious persons. Data analysis used content analysis and descriptive statistics that consist of frequency, percentage and mean.

The results show that the strength of this business plan is the use of a smart farming system. Weakness is a new business. Opportunity is a health-conscious trend that loves to eat pesticide-free salad. And threat that has many fake news about cancer causing in hydroponic vegetables. The competitor analysis, most B2B businesses are weak to control growth factors and diseases while most B2C businesses are not strong in the market. The marketing research, lettuce seller says the price of lettuce related to seasonal and weather. The restaurant need farm that can support needed all the time and pesticide-free while a small processed food business need lettuce at a lower price. The marketing mix factors, the people need fresh products and crispy, reasonable price, need delivery service and need various channels of distribution.

YAK YIM FARM business plan is a hydroponic farm project that pesticide-free. The investment budget of this project is 2,610,000 baht. The project has been expanded in the fourth year by adding Ready to eat salads and Salad dressing. The additional investment budget is 1,900,000 baht. In conclusion, this business plan is worth to invest. Net present value is 4,492,779 baht, the internal rate of return is 68% and payback period is 2.979 years.

*Keywords: Hydroponic, Pesticide-free vegetables, Ready to eat salads, Business plan*

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาแผนธุรกิจในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาช่วยเหลือจากบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ที่ได้ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าจนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณ ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัย รวมถึงอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ บุคคลในครอบครัว ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจในการศึกษาแผนธุรกิจในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมาไว้ ณ โอกาสนี้

สิทธิรัช ไพบูลย์วารากิจ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 การแนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจ	1
1.1 แนะนำประเภทของธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	2
1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของดำเนินธุรกิจ	3
1.4 ที่ตั้งของสถานประกอบการ	4
1.5 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้	4
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ	5
2.1 ประเภทของข้อมูล	5
2.2 ข้อมูลที่รวบรวมจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.3 การวิจัยตลาด	9
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	19
3.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	19
3.2 การวิเคราะห์ TOWS Matrix	24
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ	26
4.1 Business Model Canvas	26
4.2 รายละเอียดในโมเดลธุรกิจ	27
4.3 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้นทางธุรกิจ	30
4.5 พันธมิตรเครือข่ายธุรกิจ และการสร้างความสัมพันธ์	32
4.6 ผู้จัดหาวัตถุดิบ	33
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ	34
5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล	34
5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด	36
5.3 แผนกลยุทธ์การผลิตและการจัดซื้อ	38



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 (ต่อ) แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ	34
5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน	39
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก	62
ประวัติผู้เขียน	84
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	85



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน (ANOVA)	18
ตารางที่ 2.2: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคา ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน	18
ตารางที่ 3.1: TOWS Matrix	24
ตารางที่ 4.1: ตารางเปรียบเทียบธุรกิจกับคู่แข่ง	31
ตารางที่ 5.1: ตารางแสดงตำแหน่งและอัตราเงินเดือนตามโครงสร้างองค์กร	35
ตารางที่ 5.2: ตารางแสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุนของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์	40
ตารางที่ 5.3: ตารางประมาณการยอดขายของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์	41
ตารางที่ 5.4: สิ้นค้าคงเหลือของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์	42
ตารางที่ 5.5: การส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์	43
ตารางที่ 5.6: ตารางต้นทุนคงที่ของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์	44
ตารางที่ 5.7: ตารางต้นทุนผันแปรของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์	45
ตารางที่ 5.8: ตารางแสดงจุดคุ้มทุนของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์	45
ตารางที่ 5.9: ตารางแสดงดอกเบี้ยจ่ายของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์	46
ตารางที่ 5.10: ตารางแสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุนของโครงการสลัดสำเร็จรูป	47
ตารางที่ 5.11: ตารางประมาณการยอดขายของโครงการสลัดสำเร็จรูป	48
ตารางที่ 5.12: สิ้นค้าคงเหลือของโครงการสลัดสำเร็จรูป	49
ตารางที่ 5.13: การส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดของโครงการสลัดสำเร็จรูป	49
ตารางที่ 5.14: ตารางต้นทุนคงที่ของโครงการสลัดสำเร็จรูป	50
ตารางที่ 5.15: ตารางต้นทุนผันแปรของโครงการสลัดสำเร็จรูป	50
ตารางที่ 5.16: ตารางแสดงจุดคุ้มทุนของโครงการสลัดสำเร็จรูป	51
ตารางที่ 5.17: ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนของแผนธุรกิจยักษ์ยิมฟาร์ม	52
ตารางที่ 5.18: ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของแผนธุรกิจยักษ์ยิมฟาร์ม	53
ตารางที่ 5.19: ตารางแสดงงบฐานะทางการเงินของแผนธุรกิจยักษ์ยิมฟาร์ม	55
ตารางที่ 5.20: ตารางแสดงการวิเคราะห์โครงการลงทุนของแผนธุรกิจยักษ์ยิมฟาร์ม	57
ตารางที่ 5.21: ตารางแสดงการวิเคราะห์โครงการลงทุนของแผนธุรกิจยักษ์ยิมฟาร์ม	59

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ที่ดินที่ใช้ก่อตั้งฟาร์มขนาดพื้นที่ 1 ไร่	4
ภาพที่ 1.2: ระยะทางการเดินทางจากที่ตั้งไปถึงตลาดไท ใช้ระยะเวลาประมาณ 40 – 60 นาที	4
ภาพที่ 4.1: Business Model Canvas	26
ภาพที่ 4.2: ภาพการวิเคราะห์ Business Model Canvas	27
ภาพที่ 5.1: โครงสร้างองค์กรของธุรกิจยักษ์ยิ้มฟาร์ม	34



## บทที่ 1

### การแนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจ

เนื้อหาในบทนี้จะครอบคลุม ประเภทของธุรกิจ ที่มาของธุรกิจ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของธุรกิจและวัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1.1 แนะนำประเภทของธุรกิจ

ยักษ์ยิมฟาร์ม (YAK YIM Farm) เป็นธุรกิจด้านการผลิตและจัดจำหน่ายผักไฮโดรโปนิคส์ปลอดสารพิษที่สามารถลดการใช้น้ำในการปลูกได้มากกว่า 90% และผักมีอัตราการเจริญเติบโตเร็วกว่าผักปลูกลงดินกว่า 2 เท่า รวมถึงใช้กรรมวิธีปลูกพืชเกษตรแบบแนวตั้ง (Vertical Farm) หรือการปลูกพืชเรียงเป็นชั้นคล้ายคอนโดมิเนียม ซึ่งช่วยลดพื้นที่ใช้สอยในการเพาะปลูกได้มากกว่า 5 เท่าของการปลูกพืชเกษตรแบบแนวราบ การเพาะปลูกผักไฮโดรโปนิคส์จะเพาะปลูกอยู่ในโรงเรือน Evap ระบบปิดที่สามารถป้องกันแมลง ศัตรูพืช และโรคเชื้อปนในอากาศได้ และควบคุมโรงเรือนด้วยระบบ Smart Farming ที่ช่วยให้สามารถควบคุมคุณภาพการเพาะปลูกได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การควบคุมปริมาณน้ำ ควบคุมอุณหภูมิ และควบคุมแสงให้เหมาะสมแก่พืชแต่ละชนิด ยักษ์ยิมฟาร์มมุ่งเน้นปลูกพืชสลัดเมืองหนาวและพืชที่คนไทยนิยมรับประทานจำนวน 6 ชนิด ได้แก่ 1.กรีนโอ๊ค 2.เรดโอ๊ค 3.กรีนโครอล 4.เรดโครอล 5.ฟิลเลย์ ไอซ์เบิร์ก และ 6.คอส โดยพืชทั้ง 6 ชนิดที่กล่าวมาจะมีการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มชนิดการเพาะปลูกขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด ธุรกิจจะเน้นขายสินค้าระหว่างกลุ่มธุรกิจ (B2B) โดยรับผลิต เก็บเกี่ยว และจัดส่งให้กับกลุ่มธุรกิจอาหาร (Food service and Restaurant) เช่น ร้านอาหาร ภัตตาคาร และโรงแรม กลุ่มโรงพยาบาล (Hospital) และกลุ่มธุรกิจอาหารแปรรูป ที่เน้นคุณภาพและปริมาณในการผลิตสูง มีช่องทางการสั่งซื้อผ่านสวนผักโดยตรงและการสั่งซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยมีบริการจัดส่งภายในเขตปทุมธานี

## 1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

ปัจจุบันเทรนด์รักสุขภาพเริ่มได้รับความนิยมสูง เนื่องจากคนไทยเริ่มตระหนักถึงความสำคัญและใส่ใจในสุขภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้การเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์อย่างอาหารคลีนและผักปลอดสารพิษเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะผักสลัดที่กำลังได้รับความนิยมสูงและตอบโจทย์คนรักสุขภาพ เพราะผักสลัดมีสารอาหารและคุณค่าทางโภชนาการสูง อุดมไปด้วยวิตามิน แร่ธาตุ ไฟเบอร์ ธาตุเหล็ก ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันในร่างกาย มีสารต้านอนุมูลอิสระและสารต้านมะเร็ง ช่วยในเรื่องการขับถ่าย บำรุงสายตา บำรุงระบบประสาทและสมอง และคุณค่าอื่นๆอีกมากมายตามแต่ละชนิดของผัก อีกทั้งผลการสำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของประชากร ปีพ.ศ. 2560 พบว่าร้อยละ 98.8 ของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปรับประทานผักและผลไม้ และร้อยละ 41.1 ของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปรับประทานผักและผลไม้ทุกวันต่อสัปดาห์ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) ซึ่งมีจำนวนการรับประทานมากที่สุดจากทางเลือกประเภทอื่นๆ ผักสลัดยังถูกใช้เป็นวัตถุดิบหลักและวัตถุดิบรองในการประกอบอาหารหลากหลายเมนูในธุรกิจร้านอาหาร หรือแม้แต่สินค้าแปรรูปก็ตาม เพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ผักสลัดมีความต้องการสูง ผลการสำรวจผู้ถือครองทำการเกษตรในภาคกลางมีจำนวนทั้งสิ้น 8.5 แสนราย หรือร้อยละ 3.6 ของครัวเรือนทั่วประเทศ เพาะปลูกพืชร้อยละ 91.2 และใช้สารเคมีป้องกัน/กำจัดศัตรูพืชถึงร้อยละ 65.9 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) ถึงแม้ว่าในปัจจุบัน จะมีผู้ปลูกผักสลัดเป็นจำนวนมาก แต่เรื่องความสะดวกและปลอดสารพิษยังคงมีจำนวนน้อย เพราะเกษตรกรไทยส่วนใหญ่ยังคงใช้สารเคมีที่เป็นพิษในการกำจัดแมลงและโรคพืชโดยไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค จากผลการสำรวจสารพิษตกค้างในผักปลูกบนดิน และผักไฮโดรโปนิคส์ พบสารพิษตกค้างร้อยละ 54.4 และร้อยละ 63.3 ตามลำดับ เครือข่ายเตือนภัยสารเคมีกำจัดศัตรูพืช Thai-PAN (2560, 2561)

ด้วยสาเหตุนี้เอง ผู้ก่อตั้งจึงเล็งเห็นถึงช่องทางการตลาดผักสลัดปลอดสารพิษที่มีความต้องการของตลาดสูง อีกทั้งการเลือกซื้อของประชากรที่เน้นคุณภาพและความปลอดภัยเป็นหลักเพิ่มสูงขึ้น จึงก่อตั้งธุรกิจสวนผักไฮโดรโปนิคส์ปลอดสารพิษในโรงเรือนระบบปิดขนาดเล็กที่ควบคุมด้วยระบบ Smart Farming ขึ้นมาในชื่อ “ยักษ์ยิ้มฟาร์ม” (YAK YIM Farm) ด้วยการปลูกพืชแบบแนวตั้ง (Vertical Farm) ที่ใช้ความสูงของพื้นที่ที่มีอย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด สามารถควบคุมคุณภาพการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงกว่าการเพาะปลูกพืชแบบทั่วไป สะอาด ปลอดภัย ปราศจากสารพิษ ประสานกับความต้องการที่จะช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงาน ด้วยการใช้ น้ำอย่างรู้ค่า

### 1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของดำเนินธุรกิจ

#### 1.3.1 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำผลิตและจำหน่ายผักสลัดปลอดสารพิษที่สด สะอาด ปลอดภัย และดีต่อสุขภาพของผู้บริโภค

#### 1.3.2 พันธกิจ

- 1) ส่งมอบสินค้าที่สด สะอาด ปลอดภัยแก่ลูกค้า
- 2) ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

#### 1.3.3 เป้าหมาย

##### เป้าหมายระยะสั้น

- 1) ทำให้สินค้าติดตลาด
- 2) ขยายกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุมในเขตปทุมธานี

##### เป้าหมายระยะกลาง

- 1) เพิ่มกำลังการผลิต และประเภทผักที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้น
- 2) ขยายกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
- 3) เพิ่มผลิตภัณฑ์สลัดพร้อมทานออกสู่ตลาดค้าปลีก

##### เป้าหมายระยะยาว

- 1) ขยายสาขาออกตามภูมิภาค
- 2) ก่อตั้งร้านอาหารสลัดเพื่อสุขภาพ
- 3) สร้างศูนย์การเรียนรู้การเพาะปลูกผัก

#### 1.3.4 วัตถุประสงค์ของดำเนินธุรกิจ

- 1) เพื่อเพิ่มยอดขายเพิ่มขึ้น 20% ต่อปี
- 2) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักตราสินค้าอย่างน้อย 80% ของกลุ่มเป้าหมาย

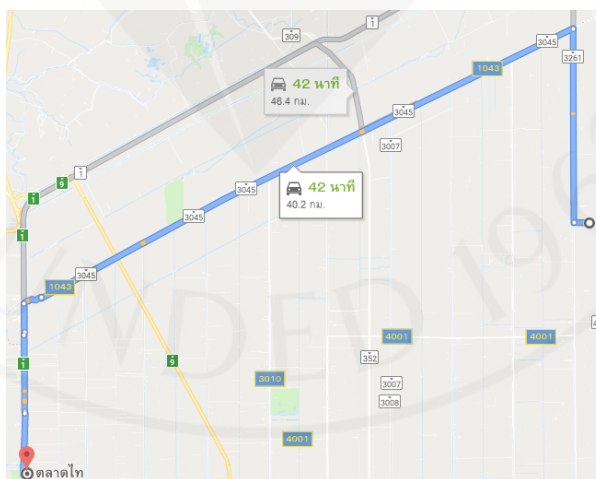
#### 1.4 ที่ตั้งของสถานประกอบการ

ที่ดิน 1ไร่ อยู่ในโครงการบ้านสวนสุข สุขโขทัย ถ.หนองเสือ คลอง10 ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ หน้ากว้างประมาณ 26 เมตร ลึก 70 เมตร หันหน้าทิศเหนือ มีน้ำ-ไฟพร้อมแล้ว

ภาพที่ 1.1: ที่ดินที่เช่าก่อตั้งฟาร์มขนาดพื้นที่ 1 ไร่



ภาพที่ 1.2: ระยะทางการเดินทางจากที่ตั้งไปถึงตลาดไท ใช้ระยะเวลาประมาณ 40 – 60 นาที



#### 1.5 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้

- 1) เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ
- 2) เพื่อศึกษาแนวทางของปัจจัยที่ส่งผลต่อการสนับสนุนในการทำธุรกิจ

## บทที่ 2

### วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ

#### 2.1 ประเภทของข้อมูล

แผนธุรกิจฉบับนี้ได้จัดทำขึ้นโดยใช้ข้อมูลประเภทต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย 1) ข้อมูลที่รวบรวมจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ใช้ในการจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ และ 2) ข้อมูลที่มาจากการวิจัยการตลาดโดยตรงของธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 2.2 ข้อมูลที่รวบรวมจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### 2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสวนผักไฮโดรโปนิคส์ แบบ Vertical Farm

ไฮโดรโปนิคส์ (Hydroponics) คือ การปลูกพืชโดยใช้น้ำแทนดิน ซึ่งให้สารละลายธาตุอาหารต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อพืชผสมลงในน้ำ ทำให้พืชสามารถดูดซับสารอาหารได้โดยตรง ผักเจริญเติบโตได้ดีและไม่ปนเปื้อนสารเคมีกำจัดศัตรูพืชหรือเชื้อโรคอื่น ๆ ที่อยู่ในดิน ทำให้ได้พืชผักที่สะอาด ปลอดภัย อีกทั้งประหยัดพื้นที่และการใช้น้ำในการเพาะปลูกสูง แต่ใช้ต้นทุนค่อนข้างสูง ผักที่นิยมปลูกคือผักสลัดเมืองหนาว เช่น กรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค และคอส เป็นต้น มีระยะเวลาการเก็บเกี่ยวสั้นอยู่ที่ 40 – 50 วัน เน้นจุดขายเป็นผักปลอดภัยจากสารพิษ (Oa, 2018)

Vertical Farm หรือ การทำเกษตรแบบแนวตั้ง เป็นการปลูกพืชเป็นชั้น ๆ ในโรงเรือนปิดที่สามารถป้องกันแมลงและวัชพืชต่าง ๆ ได้ สามารถควบคุมอุณหภูมิ ธาตุอาหาร และแสง ผ่านระบบอัจฉริยะต่าง ๆ ทำให้ได้ผลผลิตต่อพื้นที่สูง ปลอดภัย และควบคุมได้ง่ายกว่า นอกจากนี้ศาสตราจารย์ Dickson Despommier จากมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย ประเทศสหรัฐอเมริกา หนึ่งในผู้บุกเบิกแนวคิดการทำเกษตรแบบแนวตั้ง กล่าวว่า “ในอีก 50 ปีข้างหน้า ทั้งสภาวะโลกที่ร้อนขึ้นและจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น จะทำให้พื้นที่ในการเพาะปลูกจะไม่เพียงพอต่อความต้องการของมนุษย์ ดังนั้นการทำเกษตรแบบใหม่จึงเป็นทางรอดของปัญหานี้” (MindDoJo, 2561)

โรงเรือนระบบ Evaporative Cooling System (EVAP) คือระบบที่ควบคุมอุณหภูมิด้วยการระเหยของน้ำ โดยมีหลักการคือการดูดอากาศให้อากาศไหลผ่านตัวกลางหรือคลุ้ลิ่งแพด (Cooling pad) ที่มีน้ำไหลอยู่ด้านบนลงมา เมื่ออากาศที่มีอุณหภูมิสูงกว่าไหลผ่านโดยน้ำที่มีอุณหภูมิต่ำกว่าจะทำให้น้ำระเหยกลายเป็นไอ ซึ่งจะเป็นการดึงเอาความร้อนของอากาศออก ทำให้อุณหภูมิของอากาศลดลงได้ถึง 5 - 8 องศา มักใช้ในโรงงาน โรงเรือนเลี้ยงสัตว์ และโรงเรือนปลูกพืช เพื่อทดแทนการติดตั้งแอร์ ทำให้ประหยัดค่าไฟได้มากกว่าร้อยละ 80 สามารถควบคุมความชื้นได้ตามความต้องการ และสามารถป้องกันแมลงต่าง ๆ เข้ามาได้ (บริษัท อีโคเอ็น จำกัด, 2560)



พบสารไนเตรทในผักไฮโดรโปนิคส์สูง โดยเฉพาะ ผักคะน้า และผักบุ้ง เกินค่ามาตรฐานที่ สหภาพยุโรปกำหนดไว้ในผักรับประทานใบให้มีค่าไนเตรทไม่เกิน 2,500 มิลลิกรัมต่อ 1 กิโลกรัม ขณะเดียวกัน “กองควบคุมอาหาร” สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้ชี้แจงว่า “ยังไม่เคยมีการศึกษาวิจัยว่าการรับประทานผักที่มีไนเตรทสะสมอยู่สูงจะก่อมะเร็งได้หรือไม่ ผู้บริโภคผัก ไฮโดรโปนิคส์ไม่ควรตื่นตระหนก เพราะมีโอกาสน้อยที่จะเป็นมะเร็ง ควรรับประทานผักต่างๆ ร่วมกับ พืชผักที่มีวิตามินซี เพราะจะช่วยยับยั้งการทำปฏิกิริยาเปลี่ยนรูปไนเตรทเป็นสารก่อมะเร็งได้...” (ทีมข่าวรายงานพิเศษ, คมชัดลึก, 2560)

### 2.2.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของ Edmund Jerome McCarthy เป็นเครื่องมือ ในการกำหนดกลยุทธ์หรือวางแผนการตลาด มีอยู่ด้วยกัน 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือสินค้าหรือบริการที่เราจะมอบให้แก่ลูกค้าโดยต้องคำนึงถึง กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ เข้าใจความต้องการของลูกค้า สินค้าหรือการบริการต้องตอบโจทย์ลูกค้า ต้องทำให้ลูกค้าประทับใจ เกิดการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของเรา และบอกกันปากต่อปาก เป็นต้น
2. ด้านราคา (Price) การตั้งราคาต้องตั้งให้เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยต้อง คำนึงถึงกลุ่มลูกค้า ณ สถานที่นั้น ๆ ด้วยว่าเขามีกำลังในการซื้อหรือเต็มใจที่จะซื้ออย่างน้อยแค่ไหน และควรเปรียบเทียบกับคู่แข่งของเราว่าตั้งราคาอยู่ที่เท่าไรเพื่อไม่ให้ตั้งราคาสูงหรือต่ำจนเกินไป และที่สำคัญควรคำนวณเรื่องราคาต้นทุนกับกำไรด้วยว่าคุ้มหรือไม่กับการตั้งราคานี้
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นทำเล หรือช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าหรือ บริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งต้องคำนึงถึงวิธีการขายที่จะทำให้เกิดผลกำไรได้สูงสุด และการกระจายสินค้า ไปสู่กลุ่มลูกค้าให้ได้มากที่สุด
4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการทำให้สินค้าหรือบริการของเราเป็นที่รู้จักและ เป็นจุดสนใจ อาจเป็นการทำโฆษณาในสื่อต่าง ๆ การทำกิจกรรมร่วมกับลูกค้า การจัดส่วนลด แลกซื้อ แจกหรือแถมสินค้า การบริการก่อนและหลังการขาย หรือการรับประกันสินค้า เป็นต้น ซึ่งแต่ละ กิจกรรมวัตถุประสงค์เพื่อจูงใจลูกค้าให้เกิดความสนใจและเกิดความอยากซื้อในสินค้าหรือบริการของ เรามากที่สุด (“Marketing Mix: 4Ps คืออะไร?”, 2558)

### 2.2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2560) ได้สำรวจพฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชากรพบว่า การ บริโภคอาหารของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปรับประทานผัก/ผลไม้สด ถึงร้อยละ 98.8 และรับประทาน ผักและผลไม้ทุกวันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 41.1 ซึ่งเป็นจำนวนผู้รับประทานมากที่สุดจากทางเลือก ประเภทอื่นๆ จากจำนวนครัวเรือนตัวอย่างทั้งหมด 27,960 ครัวเรือน ซึ่งทำให้เห็นว่าประชากรส่วน ใหญ่ใส่ใจและชื่นชอบการรับประทานผักและผลไม้

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2556) ได้ทำสำมะโนการเกษตร พ.ศ. 2556 พบว่าในภาคกลาง ผู้ถือครองทำการเกษตรมีจำนวน 8.5 แสนราย (ร้อยละ 3.6 ของครัวเรือนทั่วประเทศ) เลือกรทำการเพาะปลูกพืช ร้อยละ 91.2 และเนื้อที่ถือครองทำการเกษตรเพียงร้อยละ 2.0 ใช้ปลูกพืชผัก สมุนไพร และไม้ดอกไม้ประดับ เกษตรกรที่ปลูกพืชร้อยละ 90.1 มีการใช้ปุ๋ย ซึ่งในจำนวนนี้เกือบทั้งหมดร้อยละ 81.7 มีการใช้ปุ๋ยเคมี ส่วนที่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ หรือใช้ปุ๋ยชีวภาพอย่างเดียวมีเพียงร้อยละ 4.0 และ 1.6 ตามลำดับ ใช้ปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอื่น ๆ ร้อยละ 30.0 และใช้ปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยชีวภาพร้อยละ 2.8 สำหรับการป้องกัน/กำจัดศัตรูพืชพบว่า มีการใช้สารเคมีถึงร้อยละ 65.9 ใช้สารธรรมชาติร้อยละ 5.3 ใช้ศัตรูธรรมชาติร้อยละ 1.3 และใช้วิธีอื่น ๆ ร้อยละ 3.5 ซึ่งทำให้เห็นว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงใช้สารเคมีในการกำจัดโรคและศัตรูพืชอยู่น้อย

ปราณี วรเนตรสุดาทิพย์, ประยูร สีสวยหุด, ชุติกร ลีโนนลาน และ สนิทพิมพ์ สิมมาทัน (2556) ศึกษาเรื่องสถานการณ์เชื้อจุลินทรีย์อีโคไลและซัลโมเนลลาในผักจากแปลง เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน พบว่าตัวอย่างผักที่สุ่มเก็บโดยสำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 3 จำนวนทั้งสิ้น 307 ตัวอย่าง มาจากแปลงที่อยู่ในระบบ GAP 250 ตัวอย่าง และจากแปลงปลูกทั่วไป (non GAP) 57 ตัวอย่าง พบว่ามีจำนวน 103 ตัวอย่าง มีการปนเปื้อนเชื้ออีโคไลและเชื้อซัลโมเนลลาในผักเกินเกณฑ์มาตรฐานคิดเป็นร้อยละ 33.55 ซึ่งเป็นตัวอย่างจากแปลง GAP 75 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 30.00 และจากแปลง non GAP 28 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 49.12 ซึ่งเชื้ออีโคไลและเชื้อซัลโมเนลลาสามารถปนเปื้อนได้ตั้งแต่ขั้นตอนการเพาะปลูกหรือการผลิต ในแปลงเพาะปลูก ดินหรือพื้นที่การเพาะ ปุ๋ยคอก น้ำที่ใช้ในการเพาะปลูก และการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว (Tauxe, 1997) ใน การปฏิบัติของเกษตรกรไทยโดยทั่วไปอาจมีการปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์โดยไม่รู้ตัว ซึ่งอาจเกิดขึ้นจาก ดินที่ปนเปื้อนมูลสัตว์ น้ำชลประทานที่ไม่ได้รับการบำบัด (ชัยณรงค์ และชุตินธร, 2553) และปุ๋ยคอก ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของการปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์ (Martin, 2005)

เครือข่ายเตือนภัยสารเคมีกำจัดศัตรูพืช ThaiPAN (2560, 2561) ได้สำรวจเรื่องผลการตรวจสอบสารเคมีกำจัดศัตรูพืชตกค้างในผักและผลไม้ ประจำปี 2560 และประจำปี 2561 พบว่าผักที่ปลูกบนดิน จำนวน 90 ตัวอย่าง พบว่ามีสารพิษตกค้างสูงกว่าค่ากำหนด MRL 49 ตัวอย่าง (ร้อยละ 54.4) และผักที่ปลูกแบบไฮโดรโปนิคส์ จำนวน 30 ตัวอย่างพบสารพิษตกค้างสูงกว่าค่ากำหนด MRL 19 ตัวอย่าง (ร้อยละ 63.3) ซึ่งทำให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความเสี่ยงที่จะได้รับสารกำจัดโรคและศัตรูพืชสูงมาก และผลสำรวจสารไนเตรนในผักไฮโดรโปนิคส์ ที่เป็นผักสลัดเมืองหนาวจำนวน 22 ตัวอย่าง พบว่ามีปริมาณไนเตรนเกินค่ามาตรฐานเพียง 1 ตัวอย่างเท่านั้น และเป็นค่ามาตรฐานของฝั่งยุโรป ซึ่งในประเทศไทยยังไม่มีกำหนดค่ามาตรฐานไนเตรน

Catherine P Bondonno PhD, Kevin D Croft PhD, Jonathan M Hodgson PhD (2016) ได้ศึกษาเรื่อง Dietary Nitrate, Nitric Oxide, and Cardiovascular Health พบว่าสารไนเตรตในอาหารเช่น ผักและผลไม้ เมื่อบริโภคเข้าไปจะถูกกรีดิวซ์ด้วยน้ำลายทำให้เปลี่ยนโครงสร้างไปเป็นสารไนไตรต์ แล้วเปลี่ยนเป็นไนตริกออกไซด์ (NO) โดยกรดในกระเพาะอาหาร ซึ่งก่อให้เกิดผลดีต่อสุขภาพของคนที่เป็นโรคความดันโลหิตสูง ช่วยลดอัตราการเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือด ลดความดันโลหิต ช่วยการทำงานของเซลล์เยื่อหลอดเลือด ในการลำเลียงออกซิเจนและสารอาหารไปยังเซลล์ต่าง ๆ ได้ดีขึ้น ช่วยขยายหลอดเลือดและช่วยการไหลเวียนของเลือด

G.J.A. Speijers and P.A. van den Brandt (2003) ได้ศึกษาเรื่อง NITRITE (and potential endogenous formation of N-nitroso compounds) พบว่าไนไตรต์เกิดขึ้นได้ในสภาพแวดล้อม ในอาหารและน้ำ รวมถึงการนำมาใช้เป็นสารเติมแต่งอาหาร ส่วนใหญ่เป็นสารกันบูด สารต้านจุลชีพและสารทำให้สีคงตัว มักถูกใช้ในอาหารเช่น ชีสและผลิตภัณฑ์ชีส, เนื้อดิบและอาหารแปรรูป, ไส้ที่ใช้บรรจุไส้กรอก, ปลาแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากปลา และไข่ปลา ในการประชุมขององค์การอนามัยโลกจำนวน 44 ครั้ง ผลการศึกษาสารก่อมะเร็งกับไนไตรต์นั้นเป็นลบ ยกเว้นในกรณีที่สารตั้งต้นของ Nitrate จับตัวกับกลุ่มสารประกอบเอ็น-ไนโตรโซ (N-nitrosatable compounds) ในเวลาเดียวกันหรือถูกผสมล่วงหน้าในอาหารจะทำให้เกิดสารกลุ่มไนโตรซามีนที่เป็นสารก่อมะเร็ง นอกจากนี้ข้อมูลทางระบาดวิทยาไม่ได้แสดงหลักฐานว่ามีความสัมพันธ์ที่จะได้รับสารก่อมะเร็งระหว่างมนุษย์กับสารไนไตรต์และไนเตรต รวมถึงความเสี่ยงต่อการเกิดมะเร็ง

สำนักหอสมุดและศูนย์สารสนเทศวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กรมวิทยาศาสตร์บริการ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2553) ได้ศึกษาเรื่อง อันตรายจากสารไนโตรซามีน พบว่า สารไนโตรซามีนเป็นสารก่อมะเร็งที่เกิดจากสารประกอบเอ็น-ไนโตรโซ ที่มีอยู่ทั่วไปในอากาศ น้ำ ดิน ในอาหารและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งก่อให้เกิดโรคมะเร็งหลากหลายชนิด การเกิดสารไนโตรซามีนมีสาเหตุมาจากการบริโภคอาหารที่มีการแปรรูปโดยใช้สารเคมี เช่น ดินประสิว จัดเป็นสารกันบูดและถนอมอาหาร การบริโภคผักที่มีไนเตรตสูงเช่น ผักคะน้า หากบริโภคอาหารที่มีสารเอมีนสูงเขาไปรวมด้วยก็จะทำให้เกิดปฏิกิริยาระหว่างไนเตรตและเอมีน ประกอบกับมีกรดในกระเพาะอาหารที่พอเหมาะทำให้เกิดเป็นสารประกอบไนโตรซามีนขึ้นได้แต่มีปริมาณน้อยมากหรือไม่พบเลย อาหารปิ้งย่าง เมื่ออาหารที่มีเอมีนสูงโดนความร้อนจะทำให้เกิดเป็นสารไนโตรซามีนขึ้นได้เช่นกัน เครื่องดื่มเช่น ผลิตภัณฑ์นม เบียร์ วิสกี้ เป็นต้น เครื่องสำอาง บางชนิดที่มีการปนเปื้อนของสารไนโตรซามีนซึ่งจะซึมผ่านผิวหนัง

## 2.3 การวิจัยตลาด

ธุรกิจได้จัดทำการศึกษาการตลาดแบบผสม (Mixed Method) โดยมีวิธีการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ 1. การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 6 ราย และ 2. การสำรวจความคิดเห็น จำนวน 100 ราย โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 2.3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

#### 1.1 วัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อและขายผักสลัด การเก็บเกี่ยว การเก็บรักษา และการนำไปใช้ รวมถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผักไฮโดรโปนิคส์

#### 1.2 ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยนี้ มีจำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่

- 1) ผู้ขายผักสลัด จำนวน 2 ราย
- 2) ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อหรือเจ้าของธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 2 ราย
- 3) ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อหรือเจ้าของธุรกิจอาหารแปรรูป จำนวน 2 ราย

#### 1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการสัมภาษณ์นี้ได้ใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บข้อมูล แบบสัมภาษณ์มีจำนวน 3 ชุด ดังต่อไปนี้

- 1) แบบสัมภาษณ์ผู้ขายผักสลัด จำนวน 2 ราย ประกอบด้วย 2 ส่วน (ภาคผนวก ก)

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงปัจจัย เหตุผลในการเลือกขายผักสลัด และวิธีการแก้ปัญหา ประกอบด้วยประเด็นคำถามดังนี้

1. ชนิดผักที่ขาย และราคาต่อชนิดเท่าไร
2. วัน เวลา และสถานที่ที่ขาย
3. จำนวนการขาย-เหลือต่อวัน
4. กลุ่มลูกค้าและความต้องการของลูกค้า
5. วิธีการเก็บเกี่ยว และจัดเก็บผลผลิต
6. ปัญหาที่พบเจอในการขายและการปลูกพร้อมวิธีแก้ไข
7. ปัจจัยอะไรที่ส่งผลต่อราคา

2) แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อหรือเจ้าของธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 2 ราย ประกอบด้วย 2 ส่วน (ภาคผนวก ข)

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทธุรกิจ และรายได้ธุรกิจต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยและเหตุผลในการเลือกซื้อผักสลัด ประกอบด้วยประเด็นคำถามดังนี้

1. เกณฑ์การตัดสินใจในการเลือกซื้อผักสลัด
2. ขั้นตอนการสั่งซื้อ จัดส่ง และจัดเก็บผักสลัดของร้าน
3. ปัญหาที่พบเกี่ยวกับผักสลัด
4. กลุ่มลูกค้าและความต้องการของลูกค้า
5. ปริมาณและการนำผักสลัดไปใช้ประกอบอาหาร
6. ความคิดเห็นเกี่ยวกับผักออแกนิกส์ และผักไฮโดรโปนิิกส์
7. ความคิดเห็นต่อคุณภาพและราคา

3) แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อหรือเจ้าของธุรกิจอาหารแปรรูป จำนวน 2 ราย ประกอบด้วย 2 ส่วน (ภาคผนวก ค)

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทธุรกิจ และรายได้ธุรกิจต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยและเหตุผลในการเลือกซื้อผักสลัด ประกอบด้วยประเด็นคำถามดังนี้

1. เกณฑ์การตัดสินใจในการเลือกซื้อผักสลัด
2. ขั้นตอนการสั่งซื้อ จัดส่ง และจัดเก็บผักสลัดของร้าน
3. ปัญหาที่พบเกี่ยวกับผักสลัด
4. กลุ่มลูกค้าและความต้องการของลูกค้า
5. ปริมาณและการนำผักสลัดไปใช้แปรรูป
6. ความคิดเห็นเกี่ยวกับผักออแกนิกส์ และผักไฮโดรโปนิิกส์
7. ความความคิดเห็นต่อคุณภาพและราคา

#### 1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้ง 3 ชุด ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1.5 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 6 ราย สรุปได้ดังนี้

## 1) ผู้ขายผักสลัด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ค้าผักสลัด จำนวน 2 ราย ดังนี้

คนแรกเพศชาย เป็นเจ้าของสวนผักที่คลอง 4 ทำธุรกิจสวนผักไฮโดรโปนิคส์ มีรายได้ค่อนข้างสูง แต่ค่าใช้จ่ายก็สูง คนที่สองเพศชาย อายุ 21ปี เป็นเจ้าของสวนผักที่อ.โพธิ์ทอง ทำธุรกิจสวนผักสลัดอินทรีย์และสลัดสำเร็จรูป ทำมาแล้ว 4 ปี มีรายได้ต่อเดือนเจ็ดหลัก

ส่วนที่ 2 ปัจจัย เหตุผลในการเลือกขายผักสลัด

คนแรกให้ความคิดเห็นว่า ผักสลัดเป็นผักที่มีราคาสูงและผักไฮโดรเป็นผักวิทยาศาสตร์ การเอาชนะธรรมชาติได้ก็ด้วยหลักการทางวิทยาศาสตร์ ผักที่คนนิยมซื้อมากที่สุดคือกรีนโอ๊ค ตามด้วยเรคโอ๊ค ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก และที่ไม่ค่อยดีคือกรีนคอส ขายส่งอยู่ที่กิโลกรัมละ100บาท ขายปลีกกิโลกรัมละ120บาท ใช้เวลาปลูก 40-45 วัน มีช่องทางขายหน้าฟาร์ม และสั่งซื้อผ่านไลน์ เฟสบุ๊ก เปิดคอร์สสอนอบรมเองทุกเสาร์-อาทิตย์ ค่าเรียน 2,500 บาทต่อท่าน ยอดขายต่อวันไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับการความต้องการบางวันก็มากกว่า100กิโล บางวันก็ได้้น้อย มักมีปัญหาทุกฤดู ฤดูร้อนผักเหี่ยว ขาดตลาด ต้องซื้อผักข้างนอกมาขาย ฤดูฝนผักเป็นโรคใบจุด ได้ผักน้ำหนกน้อย ฤดูหนาวตลาดล้น คนซื้อซื้อเจ้าที่ถูกกว่า ผักเหลือต้องทิ้ง แผลงทำลายผลผลิต ก็ป้องกันด้วยการฉีดน้ำชีวภาพต่างๆที่กรมเกษตรให้การรับรองปลอดภัย เน้นลูกค้าตลาดล่าง เช่นคนทำสลัดกล่องขาย ทำสลัดม้วนขาย มีร้านสลัด ร้านสเต็กบ้าง ปัจจัยที่ส่งผลคือความร้อน และโรคพืช

คนที่สองให้ความคิดเห็นว่า ผักสลัดเป็นผักที่มีราคาและคนไม่ค่อยปลูกกันในพื้นที่ และอยากหารายได้เสริมเพื่อเลี้ยงครอบครัว และมองว่าผักอินทรีย์เป็นผักที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ผักที่ปลูกจะมีกรีนโอ๊ค เรคโอ๊ค เรคคอรล์ ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก บัตเตอร์เฮด ผักที่นิยมมากที่สุดคือกรีนโอ๊ค ขายอยู่ที่กิโลกรัมละ95-100บาท ใช้เวลาปลูก 50-55 วัน และขายสลัดแปรรูปส่งเข้าห้าง Tops Market, Tops Superstore, Central Food Hall ทุกสาขาในกรุงเทพฯและปริมณฑล มีช่องทางขายหน้าฟาร์ม และสั่งซื้อผ่านเฟสบุ๊ก เปิดคอร์สสอนอบรมเอง 2วัน1คืน ค่าเรียน 3,000 บาทต่อท่าน ยอดขายต่อเดือนเจ็ดหลัก ปัญหาที่พบคืออากาศร้อน ผักเหี่ยวขม ต้องมันดูแลรดน้ำ ฤดูฝน ถ้าฝนตกหนักต้องหาวิธีป้องกันน้ำท่วมและโรครากเน่า แผลงทำลายผลผลิตๆ ป้องกันด้วยสารสกัดสมุนไพร สลับสูตรกันทุกวัน เพื่อไม่ให้แมลงปรับตัวได้ทัน เน้นลูกค้าร้านอาหาร ร้านสลัด และกลุ่มคนรักสุขภาพ ส่งเข้าห้าง ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาคือความร้อน โรคพืช และภัยพิบัติ

สรุปได้ว่าผักสลัดเป็นผักที่ค่อนข้างมีราคาสูง ขายเฉลี่ยอยู่ที่ 100 บาทต่อกิโลกรัม ระยะเวลาปลูกขึ้นอยู่กับกรรมวิธีการปลูก แต่ระบบไฮโดรโปนิกส์จะได้ผลผลิตที่เร็วกว่า มีช่องทางการขายทั้งออฟไลน์ และออนไลน์ พร้อมเปิดคอร์สอบรมเพื่อเป็นรายได้เสริม กลุ่มลูกค้าหลักส่วนใหญ่เน้นผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหาร และกลุ่มคนรักสุขภาพเป็นหลัก ส่วนปัญหาที่พบสัมพันธ์กับปัจจัยด้านราคา คือ 1) อุณหภูมิ ผักสลัดเป็นผักเมืองหนาวไม่ถูกกับความร้อนในประเทศ เมื่อถึงฤดูร้อนผักจะเหี่ยวและมีรสขม ทำให้ผักขาดตลาด ราคาสูง เมื่อฤดูหนาว ผลผลิตดี ผักล้นตลาด ราคาตก 2) โรคพืช เมื่อถึงฤดูฝนมักจะทำให้เกิดโรคพืชต่างๆตามมา ทำให้ค่อนข้างขาดตลาด และมีราคาสูง 3) แมลงทำลายผลผลิต เป็นสวนเปิด ป้องกันโดยใช้สารสกัดไม่ว่าสมุนไพรหรือชีวภาพในการป้องกันแมลง

## 2) เจ้าของธุรกิจร้านอาหาร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อหรือเจ้าของธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 2 ราย ดังนี้

คนแรกเพศชาย อายุ 32 ปี เป็นเจ้าของธุรกิจร้านอาหารสลัดเพื่อสุขภาพ มีทั้งหมด 6 สาขา สาขาสีลมคอมเพล็กซ์ ทำมาแล้ว 3 ปี มีรายได้ต่อเดือน เจ็ดหลัก เปิดร้านทุกวัน คนที่สองเป็นเพศชาย เป็นเจ้าของธุรกิจร้านอาหารสลัดเพื่อสุขภาพ มีทั้งหมด 5 สาขา สาขา Beehive เมืองทองธานี ทำมาแล้ว 6 ปี มีรายได้ต่อเดือน เจ็ดหลัก เปิดร้านทุกวัน

ส่วนที่ 2 ปัจจัย เหตุผลในการเลือกซื้อผักสลัด

คนแรกให้ความคิดเห็นว่าผักสลัดที่ใช้ ใช้ได้ทั้งผักไฮโดรโปนิกส์ และผักอินทรีย์ แต่ต้องได้มาตรฐาน ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ด้านผักสลัดใช้กรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค คอรัล ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก คอส ไมโครกรีน ใช้ผักสลัด 60 กิโลกรัมต่อวัน ผักมีทั้งปลูกเองและพันธมิตร 4 ราย ส่งทางเครื่องบินและรถบรรทุก ฟาร์มผักที่ซื้อต้องได้มาตรฐาน มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ และสามารถส่งได้ทุกเช้า ผักจะเก็บในตู้แช่เย็นที่โชว์ให้ลูกค้าเห็นถึงวัตถุดิบที่ใช้ ปัญหาคือผักต้องใช้วันต่อวัน เหลือต้องทิ้ง ดังนั้นต้องมีการจัดการสั่งซื้อที่ดี นำไปทำสลัด 20 รายการ และสามารถเลือกผักเองได้ โดยราคาอาหารเฉลี่ยชุดละ 100-300 บาท และน้ำผักผลไม้ขายเฉลี่ยแก้วละ 80-90 บาท ลูกค้าเฉลี่ยกว่า 500 รายต่อวันเฉพาะสาขานี้ ผักที่ซื้อเพียงพอต่อความต้องการ กลุ่มลูกค้าเป็นหนุ่มสาวออฟฟิศระดับ B ขึ้นไป อายุตั้งแต่ 23 ปี และชาวต่างชาติ

คนที่สองให้ความคิดเห็นว่าผักสลัดที่ใช้เน้นผักอินทรีย์เป็นหลัก เพราะสะอาด ปลอดภัย และดีต่อสุขภาพ แต่หากวัตถุดิบขาดแคลนก็เลือกผักไฮโดรโปนิคส์เป็นทางเลือก ผักสลัดที่ใช้มีผักกรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค คอรัล ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก ผักร็อคเก็ต ต้นอ่อนทานตะวัน ใช้ผัก 100 กิโลกรัมต่อวันกระจายไปทุกสาขา การซื้อผักมีไปจ่ายตลาดเอง และสั่งวัตถุดิบเข้ามาส่งทุกวัน แต่ไม่ผูกขาดกับฟาร์มใดฟาร์มหนึ่ง เพราะฟาร์มแต่ละฟาร์มมีความไม่แน่นอนของผลผลิตสูง จึงต้องกระจายความเสี่ยงออกมาให้มี 4-5 ฟาร์ม และฟาร์มไฮโดรโปนิคส์ หากวัตถุดิบขาดแคลน แต่สิ่งที่สำคัญคือต้องปลอดภัย ไม่ใช่ยาฆ่าแมลง ผักจะเก็บในตู้แช่เย็นรักษาอุณหภูมิ ปัญหาที่พบคือผักขาดแคลนช่วงหน้าร้อนสูง ทำให้ต้องหาผักจากฟาร์มอื่นๆโดยเน้นไปพื้นที่ที่หนาว เช่นจังหวัดเชียงใหม่ ผักจะนำไปใช้ทำสลัดและเครื่องเคียงประกอบพวกข้าวสาลี สเปกเก็ตตี้ มีเมนูกว่า 200 เมนู ราคาต่อจานอยู่ที่ 70-650 บาท มีลูกค้าเฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ 200-300 คนต่อสาขา ผักที่ซื้อเพียงพอต่อความต้องการ กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มรักสุขภาพ และพนักงานออฟฟิศ

สรุปได้ว่า ร้านสลัดหรือร้านอาหารเพื่อสุขภาพต้องการผักที่ปลอดภัย ไม่ใช่ยาฆ่าแมลง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการบริโภคและเชื่อถือในตัวแบรนด์ ผักสลัดที่นิยมใช้คือ ผักกรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค คอรัล ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก และต้นอ่อนทานตะวัน หากเป็นร้านสลัดที่มีชื่อเสียงจะใช้ผัก 60 - 100 กิโลกรัมต่อวัน การสั่งซื้อจะมีเจ้าประจำหรือพันธมิตรที่น่าเชื่อถือ และผักสลัดจะขาดแคลนช่วงฤดูร้อน ผักสลัดจะนำไปใช้ทำสลัดและประกอบเครื่องเคียงต่างๆ ลูกค้าเฉลี่ยต่อวันขึ้นอยู่กับทำเล ราคา รสชาติ การตลาด และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแต่ละร้าน

### 3) ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อหรือเจ้าของธุรกิจอาหารแปรรูป

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อหรือเจ้าของธุรกิจอาหารแปรรูปดังนี้

คนแรกเพศหญิง เป็นเจ้าของธุรกิจทำสลัดโรลขายปลีกหน้าร้านและขายส่งตามออเดอร์ ส่งในเขตกรุงเทพฯ มีรายได้ประมาณ 100,000-200,000 บาทต่อเดือน ทำงานทุกวันจันทร์ - ศุกร์ คนที่สองเป็นเพศหญิง เป็นเจ้าของธุรกิจทำสลัดโรลและลุยสวนส่งขายในท็อปส์ ชั้นG เซ็นทรัลเชียงใหม่ ทำงานทุกวัน มีรายได้ประมาณ 40,000 - 60,000 ต่อเดือน



## ส่วนที่ 2 ปัจจัย และเหตุผลในการเลือกซื้อผักสลัด

คนแรกมีลูกค้าประจำ 3 ราย เพื่อจะไปขายต่ออีกที รายแรกจะออเดอร์ 100 กล่องประจำทุกวัน รายที่สอง 25 กล่อง รายที่สาม 15 – 20 กล่อง โดยจะจ้างคนช่วยทำตั้งแต่ 4 ทีม ทำเสร็จจะเก็บไว้ในตู้เย็นและเริ่มส่งต่อตี 5 ใช้ผักไฮโดรโปนิคส์ กรีนโอ๊คเป็นส่วนประกอบในสลัดโรล จะใช้ผักอยู่ที่ 6-7 กิโลกรัมต่อวัน ซื้อมีผักขายตลอด และไม่มีปัญหาใดๆ แต่ทุนยากกับยาสาหร่ายจะพบปัญหาบางอย่างที่สุดสินค้ามีสลัดโรลมีไส้ทูน่า แสม ปูอัด ยาสาหร่าย

คนที่สองจะขายส่งเข้าห้างท็อปส์ ที่เซ็นทรัลเชียงใหม่ ทุกวัน โดยจะขายได้วันละประมาณ 50-60 กล่องต่อวันขึ้นอยู่กับทางห้างสั่งต่อวัน และกำลังต้องการขยายแฟรนไชส์ไปห้างอื่นๆ โดยความสำคัญในการส่งเข้าห้างคือต้องคุมมาตรฐานความสะอาดให้ได้ ต้องมีวินัยสูง ของต้องห้ามขาดส่ง ห้ามสาย และของต้องเต็มหน้าร้าน ยอมรับตามเงื่อนไขของห้าง การหัก gp สำคัญที่สุด วางบิลวันที่ 1-15 เงินเข้าวันที่ 1 เดือนถัดไป ถ้าวางบิลวันที่ 16-31 เงินเข้าวันที่ 17 เดือนถัดไป ซึ่งการทำสลัดโรลต้องมีผักตลอด โชคดีมีฟาร์มผักมาตีลไว้ตั้งแต่เริ่มขาย โลละ 75 ทั้งปี หากเขาไม่มีผักขาย เขาก็จะยอมซื้อเจ้าอื่นเพื่อมาขายให้เรา แต่ต้องซื้อกับฟาร์มเขาเจ้าเดียว ใช้ผักประมาณ 3 - 5 กิโลกรัมต่อวัน ทำกับแพนและแม่ตอนตี 5 ส่ง 9 โมงทุกวัน

สรุปได้ว่าปัจจัยในการเลือกซื้อผักสลัดหลักๆเลยคือ 1. ด้านราคา ราคาถูกและคงที่ เพื่อคุมต้นทุน ผักที่ซื้อจะซื้อผ่านเจ้าของฟาร์มโดยตรง เพื่อซื้อในราคาที่ดีที่สุดได้ 2. พันธมิตร ผักต้องมีพร้อมเสมอ แม้ราคาเจ้าอื่นจะต่ำกว่าช่วงผักล้นตลาดก็จะซื้อเจ้าเดิม เพราะมั่นใจว่าจะมีผักให้เราตลอดทั้งปี ยิ่งช่วงหลังหน้าร้อนผักจะขาดตลาด ราคาสูง ถ้าไม่มีพันธมิตรจะทำให้คุมต้นทุนยากและอาจหาซื้อผักที่ปลอดภัยได้ยาก หากไม่มีสินค้าส่งให้ลูกค้าได้ หรือผิดมาตรฐาน จะทำให้เสียเงินเพิ่มหรือเสียชื่อเสียง จนถึงเสียลูกค้าไป ดังนั้นต้องเลือกพันธมิตรที่มีความพร้อมในการจำหน่ายสินค้าเสมอ 3. ด้านคุณภาพ ผักที่ใช้ต้องกรอบ ไม่ขม และขนาดได้มาตรฐาน ดังนั้นจะเลือกฟาร์มที่มีกำลังการผลิตและคุมคุณภาพได้สม่ำเสมอ

### 2.3.2 การสำรวจความคิดเห็น

#### 2.1 วัตถุประสงค์ของการสำรวจ

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อสลัดและน้ำซอสสลัดของกลุ่มผู้บริโภค รวมถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผักไฮโดรโปนิคส์ที่กลุ่มผู้บริโภคพอเจอ

#### 2.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรสำหรับการวิจัยนี้เป็นกลุ่มผู้รักสุขภาพ กลุ่มชื่นชอบรับประทานอาหารคลีน และกลุ่มรักการออกกำลังกาย จำนวน 110 ราย ผู้วิจัยได้สำรวจกลุ่มตัวอย่างเพื่อป้องกันความผิดพลาดจำนวน 20 ราย รวมทั้งสิ้น 130 ราย

#### 2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการสำรวจความคิดเห็นได้ใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยข้อมูลแบบสอบถามจะประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้ (ภาคผนวก ง)

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนการเข้าใช้ยิมหรือฟิตเนส และความชื่นชอบในการรับประทานสลัด

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยและเหตุผลในการเลือกซื้อสลัด ประกอบด้วยประเด็นคำถามดังนี้

1. การเลือกซื้อผักสลัดและชนิดที่ซื้อ
2. แหล่งที่ซื้อสลัด หรือผักสลัด
3. ประเภทน้ำซอสสลัด
4. ปริมาณการรับประทานสลัดต่อมื้อ
5. ปัญหาที่พบเกี่ยวกับสลัด

ส่วนที่ 3 เกณฑ์การตัดสินใจเลือกผักสลัด โดยให้คะแนนความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสลัดและสลัดแต่ละปัจจัย

#### 2.4 การเก็บข้อมูล

ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรผู้ใช้งานผ่านเว็บไซต์ Facebook “กลุ่มอาหารคลีน/ลีน เมนูควบคุมน้ำหนัก และการออกกำลังกาย เพื่อคนรักสุขภาพ” และ “กลุ่ม FITIMUM.COM – กลุ่มคนรักการออกกำลังกายและเพาะกาย” และประชากรผู้ใช้งานผ่านเว็บไซต์ PANTIP ในหมวดอาหารคลีน สุขภาพกาย ออกกำลังกาย และฟิตเนส

## 2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

## 2.6 สรุปผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม

จากผลการวิจัยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 คนพบว่า จำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 73.6 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 26.4 จำแนกตามอายุ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21–30ปี คิดเป็นร้อยละ 57.3 จำแนกตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.1 จำแนกตามรายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20,001–40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.9 จำแนกตามอาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 28.2 จำแนกตามภูมิภาค ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 89.1 จำแนกตามการออกกำลังกาย ส่วนใหญ่ออกกำลังกาย 3 วันต่อเดือนหรือน้อยกว่าคิดเป็นร้อยละ 31.8 รองลงมาคือออกกำลังกาย 1–3 วันต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 26.4 และจำแนกการรับประทานผัก ส่วนใหญ่รับประทานผัก 3 วันต่อเดือนหรือน้อยกว่าคิดเป็นร้อยละ 56.4 รองลงมาคือรับประทานผัก 1–3 วันต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 38.2

### ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ พฤติกรรม และประสบการณ์การซื้อและรับประทานสลัด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม (1) เลือกซื้อผักที่มีกรรมวิธีปลูกแบบผักปลอดสารพิษ รองลงมาคือผักออแกนิกส์ ผักไฮโดรโปนิกส์ ผักอนามัย และแบบใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 85.5 84.5 65.5 60.9 และ 52.7 ตามลำดับ (2) เลือกซื้อสลัดแบบสำเร็จรูปที่บรรจุในกล่องหรือถุงแล้ว รองลงมาคือทานในร้านอาหาร และเลือกซื้อวัตถุดิบมาทำสลัดเอง คิดเป็นร้อยละ 61.8 55.5 และ 37.3 ตามลำดับ (3) เหตุผลที่รับประทานสลัดส่วนใหญ่คือการทานเพื่อสุขภาพที่แข็งแรง รองลงมาคือการทานเพื่อคุมน้ำหนัก และซื้อมาเพื่อลองรับประทาน คิดเป็นร้อยละ 72.7 51.8 และ 18.2 ตามลำดับ (4) ผักที่ซื้อนั้นทราบบ้างไม่ทราบบ้างว่ามีกรรมวิธีปลูกเช่นไร รองลงมาคือไม่ทราบเลย และทราบ คิดเป็นร้อยละ 61.8 25.5 และ 12.7 ตามลำดับ (5) ผักสลัดเมืองหนาวที่ชื่นชอบหรือชอบที่สุดคือ ผักกรีนโอ๊ค ผักเรดโอ๊ค ผักสลัดแก้ว และ ผักคอส คิดเป็นร้อยละ 86.4 69.1 69.1 และ 55.5 ซึ่งมักทานกับเครื่องเคียงผักที่เป็นข้าวโพด แครอท และมะเขือเทศเชอร์รี่ คิดเป็นร้อยละ 80.0 65.5

และ 61.8 (6) น้ำสลัดที่ชื่นชอบมากที่สุดคือน้ำสลัดครีม รองลงมาคือน้ำสลัดงาคั่วญี่ปุ่น และน้ำสลัดงาซีอิ้วญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 45.5 42.7 และ 40.9 ตามลำดับ (7) เนื้อที่ชื่นชอบมากที่สุดในการทานคู่กับสลัดคือ ไข่ต้ม รองลงมาคือ ไก่ และปลา คิดเป็นร้อยละ 71.8 67.3 และ 40.9 ตามลำดับ (8) ต้องการให้มีสลัดขายมากที่สุดในบ้านสะดวกซื้อ รองลงมาคือห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต ตลาด และร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 73.6 72.7 53.6 และ 46.4 ตามลำดับ (9) ปัญหาที่พบในสลัดพบว่า ผักเหี่ยวไม่สดกรอบ และ ผักมีรสขม คิดเป็นร้อยละ 59.1 และ 58.2 ตามลำดับ (10) ปริมาณในการรับประทานสลัดต่อมื้ออยู่ที่ 1 จาน รองลงมาคือ 1 ถ้วยเล็ก และ 1 ซาม คิดเป็นร้อยละ 61.8 19.1 และ 18.2 ตามลำดับ (11) เชื่อว่าผักไฮโดรโปนิคส์นั้นปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 43.6 รองลงมาคือไม่ทราบว่าปลอดภัยหรือไม่ และเชื่อว่าไม่ปลอดภัยเพราะใช้สารละลายธาตุอาหารในการปลูก คิดเป็นร้อยละ 28.2 และ 20.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลัดในระดับ ( $\bar{X} = 3.98$ ) แบ่งเป็น

ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.09$ ) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่ความสดใหม่ของผักมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.66$ ) รองลงมาคือผักต้องปลอดสารเคมีที่เป็นอันตราย ( $\bar{X} = 4.44$ ) กลิ่นของผัก ( $\bar{X} = 4.30$ ) มีความหลากหลายชนิดของผักให้เลือกในหนึ่งร้าน ( $\bar{X} = 4.27$ ) รสชาติผัก ( $\bar{X} = 4.23$ ) ผักต้องมีตรารับรองมาตรฐานทางการเกษตร ( $\bar{X} = 4.05$ ) รูปทรงผักสวยงาม ( $\bar{X} = 3.90$ ) กรรมวิธีปลูก ( $\bar{X} = 3.65$ ) และ แพ็คเกจจิ้งที่สวยงาม ( $\bar{X} = 3.35$ )

ด้านราคา ( $\bar{X} = 4.12$ ) ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญที่ราคาสินค้ามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกัน ( $\bar{X} = 4.16$ ) รองลงมาคือสินค้ามีการกำหนดราคาอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 4.11$ ) และราคาผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ( $\bar{X} = 4.10$ )

ด้านการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 4.13$ ) ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลากหลายช่องทาง ( $\bar{X} = 4.39$ ) รองลงมาคือมีความสะดวกในการเดินทางไปซื้อ ( $\bar{X} = 4.25$ ) และช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลากหลายช่องทาง ( $\bar{X} = 3.75$ )

ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 3.57$ ) ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีบริการจัดส่งถึงที่มากที่สุด ( $\bar{X} = 3.61$ ) รองลงมาคือการจัดประชาสัมพันธ์ และโฆษณาหลากหลายช่องทาง ( $\bar{X} = 3.59$ ) และ มีส่วนลดเมื่อซื้อจำนวนมาก ( $\bar{X} = 3.51$ )

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลัด

ตารางที่ 2.1: การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน (ANOVA)

ส่วนประสมทางการตลาด	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p-value
ระหว่างกลุ่ม	4.869	4	1.217	2.592	.041*
ด้านราคา ภายในกลุ่ม	49.322	105	.470		
รวม	54.191	109			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่

ตารางที่ 2.2: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคา ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน

ช่วงอายุ		ต่ำกว่า 21ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	50ปีขึ้นไป
	$\bar{x}$	4.67	4.26	4.02	3.85	3.78
ต่ำกว่า 21ปี	4.67	-	0.317	0.132	0.07	0.043*
21 - 30ปี	4.26		-	0.192	0.069	0.016*
31 - 40ปี	4.02			-	0.518	0.317
41 - 50ปี	3.85				-	0.795
50ปีขึ้นไป	3.78					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2.2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคา มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ภาคผนวก ฉ)

### บทที่ 3

#### การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางธุรกิจ รวมถึง การนำข้อมูลดังกล่าวในการจัดทำ TOWS Matrix โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 3.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

คือการวิเคราะห์ พิจารณา และประเมินสภาพแวดล้อมของธุรกิจ ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคตที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ และใช้ข้อมูลที่ได้ในการกำหนดเป้าหมาย วางแผน และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของตลาด และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการบริการของธุรกิจ โดยแบ่งเป็น 2 ประเภทได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 3.1.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ

###### 1) ด้านการผลิต/การบริการ

###### สถานการณ์

1. การปลูกผักแบบ Vertical Farming ด้วยการปลูกพืชเรียงกันเป็นชั้น ๆ สามารถเพิ่มผลผลิตได้มากกว่า 5 เท่า จากการปลูกพืชแบบแนวราบ
2. ใช้ระบบน้ำไหลเวียนสลับกับหยุดทำงานเพื่อประหยัดน้ำและไฟฟ้า อีกทั้งช่วยให้รากพืชได้รับออกซิเจนเพิ่ม
3. ปลูกในโรงเรือนระบบปิด และใช้ระบบ Smart farming system ในการควบคุมปริมาณน้ำ ธาตุอาหาร อุณหภูมิ และแสงให้เหมาะสมแก่พืชแต่ละชนิด
4. การกำหนดจำนวนและน้ำหนักรากเก็บเกี่ยวผลผลิตให้ตรงตามเป้าหมายทำได้ยาก เนื่องจากผลผลิตแต่ละประเภทมีระยะเวลาเก็บเกี่ยวและมีน้ำหนักต่อต้นที่ไม่เท่ากันการ

###### ผลกระทบ

1. ใช้พื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลผลิตสูง ดูแลง่าย ใช้คนงานน้อย แต่ต้นทุนสร้างสูง
2. สามารถลดการใช้น้ำและปุ๋ยเคมีลงได้มากกว่า 90% อีกทั้งรากสามารถดูดซับออกซิเจนได้ดีทำให้พืชเจริญเติบโตได้เร็วขึ้น หากเกิดไฟตกกระยะยาวจะมีปัญหาพืชขาดน้ำได้
3. มีอัตราการเติบโตที่เร็วกว่าปกติ ป้องกันโรคที่เกิดจากสภาพอากาศ อุณหภูมิ และแมลงได้ หากเกิดไฟตกจะทำให้ระบบไม่ทำงาน และส่งผลให้ประสิทธิภาพต่าง ๆ ต่ำลง
4. ทำให้เกิดการขาดแคลนผลผลิต หรือมีผลผลิตมากเกินไปจนความจำเป็น

## 2) ด้านการตลาด

สถานการณ์

1. เป็นแบรนด์ใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก
2. ราคาที่เทียบกับคู่แข่งเช่น Fresh view farm มีราคาเท่ากัน

ผลกระทบ

1. คนไม่เชื่อถือ โอกาสในการขายน้อยลง
2. ลูกค้ายกเลิกการสั่งซื้อราคาสูงกว่าคู่แข่ง ลูกค้าจะหันไปซื้อราคาที่ถูกลงหรือลูกค้าขอลดราคาผักให้เท่ากับคู่แข่งหรือต่ำกว่า แม้จะมีคุณภาพดีกว่ามาก

## 3) ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์/การบริหารจัดการ

สถานการณ์

1. ผู้บริหารไม่ได้จบทางด้านเกษตรโดยตรง และไม่ค่อยมีทักษะการเพาะปลูกพืชสวน
2. พนักงานใหม่ที่ไม่คุ้นชินกับการปลูกผักไฮโดรโปนิคส์แบบ Vertical Farming

ผลกระทบ

1. ผู้บริหารขาดทักษะการเพาะปลูก และแนวทางป้องกันโรคและแมลงต่าง ๆ อาจทำให้ได้ผลผลิตไม่ตรงตามความต้องการ ทั้งเรื่องคุณภาพ ขนาดและน้ำหนักของผลผลิต
2. พนักงานใหม่ทำให้งานล่าช้า เกิดข้อผิดพลาด และใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง

## 4) ด้านการเงิน

สถานการณ์

ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกสูง

ผลกระทบ

จำเป็นต้องกู้ยืมเงินธนาคาร ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยสูง

## 5) ด้านการจัดการโลจิสติกส์

สถานการณ์

1. จ้างพนักงานขนส่งที่เป็นคนในพื้นที่ และมีรถกระบะตู้ทึบเป็นของตนเอง
2. จ้างขนส่งรถมอเตอร์ไซด์ เมื่อลูกค้าสั่งจำนวนน้อยและระยะทางใกล้

ผลกระทบ

1. พนักงานมีความแม่นยำและรวดเร็วในการจัดส่ง ไม่ต้องลงทุนค่ารถเอง
2. จ้างขนส่ง ช่วยลดค่าส่งแก่ลูกค้าในระยะทางใกล้ สะดวก รวดเร็ว มีความแม่นยำสูง

### 3.1.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

#### 1) ด้านเศรษฐกิจ

##### สถานการณ์

1. สภาวะราคาน้ำมันมีแนวโน้มทรงตัวในระดับสูง โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย เนื่องจากอุปทานน้ำมันดิบที่ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง และกลุ่มผู้ผลิตทั้งในและนอกกลุ่มโอเปกร่วมมือกันปรับลดกำลังการผลิตน้ำมันดิบตั้งแต่ช่วงต้นปี 2562 ประกอบกับสหรัฐยังไม่ลดระดับมาตรการคว่ำบาตรอิหร่านและเวเนซุเอลา นอกจากนี้ยังมีเหตุการณ์ไฟฟ้าขัดข้องที่ทำเรือส่งออกน้ำมันดิบหลักของประเทศเวเนซุเอลา และเหตุปะทะในลิเบียที่ยังปะทุซึ่งคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการผลิตและการส่งออกน้ำมันดิบที่ตั้งตัว (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงานกระทรวงพลังงาน, เมษายน 2562)
2. ค่าแรงขั้นต่ำมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นในปีนี้อาจนโยบายทางการเมืองแต่ละพรรค ซึ่งคาดว่าจะเพิ่มจาก 308 - 330 บาทต่อวัน เป็น 400 - 425 บาทต่อวัน (ข่าวช่อง 3 เรื่องเล่าเช้านี้, 17 เมษายน 2562)
3. ไตรมาสแรกของปี 2562 GDP ขยายตัวร้อยละ 2.8 และแนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2562 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.3 - 3.8 โดยมีแรงสนับสนุนสำคัญ ประกอบด้วย (1) การขยายตัวในเกณฑ์ดีของอุปสงค์ในประเทศ ทั้งในด้านการบริโภค การลงทุนภาคเอกชน และการใช้จ่ายและการลงทุนภาครัฐ (2) แนวโน้มการปรับตัวดีขึ้นอย่างช้า ๆ ของเงื่อนไขการส่งออกในช่วงครึ่งปีหลัง (3) แนวโน้มการปรับตัวดีขึ้นของภาคการท่องเที่ยว และ (4) ฐานการขยายตัวที่อยู่ในระดับต่ำในครึ่งหลังของปี ทั้งนี้คาดว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าจะขยายตัวร้อยละ 2.2 การบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนรวมขยายตัวร้อยละ 4.2 และร้อยละ 4.5 ตามลำดับ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยอยู่ในช่วงร้อยละ 0.7 -1.2 และบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 5.9 ของ GDP (สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค, 21 พฤษภาคม 2562)

##### ผลกระทบ

1. ราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย ส่งผลให้ค่าขนส่งมีราคาเพิ่มขึ้นเล็กน้อยตาม
  2. ค่าแรงเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ราคาผักและสินค้าอื่น ๆ มีราคาเพิ่มขึ้น
  3. เศรษฐกิจมีการเติบโตขึ้นน้อย คนเริ่มออกมาใช้จ่ายเล็กน้อย ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นน้อย
- #### 2) ด้านเทคโนโลยี

##### สถานการณ์

1. Vertical Farming ยังไม่ค่อยเป็นที่นิยมและรู้จักกันอย่างแพร่หลายในประเทศไทย
2. การซื้อขายผ่านโซเชียลมีเดีย



### ผลกระทบ

1. ทำให้ไม่ค่อยมีผู้คิดค้น ผลิต และจัดจำหน่ายรางปลูกแนวตั้งที่เป็นแบบเฉพาะขึ้น จึงจำเป็นต้องใช้วัสดุทดแทน หรือสั่งผลิตเอง ต้นทุนสูง
  2. การซื้อขายผ่านโซเชียลมีเดียใช้ต้นทุนต่ำ สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้โดยง่าย
- 3) ผู้ผลิตวัตถุดิบ

### สถานการณ์

1. มีผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัสดุ อุปกรณ์เพาะปลูก และเมล็ดพันธุ์เป็นจำนวนมาก
2. เกษตรกรผู้ปลูกพืชผักสวนครัวและผลไม้มีจำนวนมาก ใช้สำหรับทำสลัดสำเร็จรูป

### ผลกระทบ

หาซื้อได้ง่าย ไม่ขาดแคลน สามารถเลือกซื้อร้านค้าที่ขายได้ในราคาถูกและมีคุณภาพ หรือเป็นพันธมิตรเพื่อแลกเปลี่ยนผลผลิต ซื้อสินค้าในราคาพิเศษ และช่วยโปรโมทซึ่งกันและกัน

### 4) ด้านกฎหมาย

#### สถานการณ์

1. คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญว่าด้วยวัตถุเจือปนอาหารแห่งองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ และองค์การอนามัยโลก (JECFA) กำหนดปริมาณการได้รับสารไนเตรตในระดับที่ไม่ก่ออันตรายต่อสุขภาพ ADI ทั่วไปไม่เกิน 3.7 มิลลิกรัมสารเคมีต่อกิโลกรัม น้ำหนักตัวต่อวัน (ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 281, 2547)
2. ประเทศไทยไม่มีกำหนดค่าไนเตรตในผัก แต่ทางสหภาพยุโรปได้กำหนดค่าตกค้างสูงสุดของไนเตรต ประเภทผักกาดหอม ได้ไม่เกิน 3,000 – 4,000 มิลลิกรัมสารเคมี/กิโลกรัม ซึ่งมีโอกาสน้อยมากที่จะเจอ (Commission Regulation (EU) No 1258, 2011)
3. สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กำหนดปริมาณสารพิษตกค้างสูงสุด (MRL) ของวัตถุอันตรายทางการเกษตรไว้แต่ละชนิด เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามผลสำรวจสารเคมีกำจัดศัตรูพืชตกค้างในผักและผลไม้ประจำปี 2561 ของเครือข่ายเตือนภัยสารเคมีกำจัดศัตรูพืช (Thai-PAN) พบสารเคมีตกค้างเกินมาตรฐานในผักไฮโดรโปนิคส์ถึง 63.3% เทียบกับสารเคมีตกค้างที่ปลูกลงดินเมื่อปี 2560 มี 54.4%
4. มาตรฐานรับรองพืชผลทางการเกษตรมีมากมายทั้งของรัฐและเอกชน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในตัวสินค้าเกษตรว่าปลอดภัยต่อผู้บริโภค อาทิ GAP (Good Agriculture Practice การจัดการเกษตรที่ดี) ตรารับรองคุณภาพระบบตรวจสอบสารพิษตกค้างในผักสด/ผลไม้สด โดยกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์กระทรวงสาธารณสุข ตรา Q (Quality มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร) และอื่น ๆ เป็นต้น

### ผลกระทบ

1. ผู้บริโภคเกิดความวิตกกังวลว่าการทานผักไฮโดรโปนิคส์ที่มีสารไนเตรตสูง จะทำให้เสียต่อสุขภาพ ถึงแม้ว่าค่าไนเตรตในผักจะไม่เกินค่ามาตรฐานของสหภาพยุโรปและไม่มีงานวิจัยใดยืนยันว่าการทานผักที่มีสารไนเตรตสูง จะทำให้เกิดโรคมะเร็งก็ตาม รวมถึงการที่เกษตรกรใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดคิดว่าการปลูกแบบไฮโดรโปนิคส์นั้นไม่ปลอดภัย ทำให้ยอดขายและความสนใจซึ่ลดลง
  2. การขึ้นทะเบียนมาตรฐาน GAP, ตรารับรองคุณภาพระบบตรวจสอบสารพิษตกค้าง และตรา Q ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในตัวสินค้าว่าสะอาด ปลอดภัย ยอดขายเพิ่มขึ้น
- 5) ด้านสังคมและวัฒนธรรม

### สถานการณ์

1. บริษัทมินเทล ทำผลสำรวจเทรนด์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคคนไทยปี 2561 จากกลุ่มตัวอย่าง 1,500 คน อายุ 16 ปีขึ้นไปที่อาศัยอยู่ในเมือง พบว่าส่วนใหญ่มีเป้าหมายเรื่องสุขภาพ โดยที่ 79% ต้องการมีโภชนาการที่ดีขึ้น และ 73% จะหันมาออกกำลังกายมากขึ้น นอกจากนี้ 48% จะเริ่มเปลี่ยนการบริโภคในอีก 12 เดือนข้างหน้าเพื่อสุขภาพที่ดี โดยในกลุ่มประมาณ 90% จะรับประทานผักและผลไม้ให้มากขึ้น 53% วางแผนที่จะลดการบริโภคเนื้อสัตว์ และ 45% จะทานมังสวิรัต (Ratirita, 2018)

### ผลกระทบ

1. ผู้บริโภคผักเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น และผู้ค้าผักที่เป็นคู่แข่งเพิ่มมากขึ้นตามกัน ส่งผลให้มีการแข่งขันด้านราคาเพิ่มขึ้น
- 6) ด้านการแข่งขัน

### สถานการณ์

1. ผู้ค้าผักสดที่เป็นคู่แข่งมี 2 กลุ่มคือ 1) กลุ่ม B2B เช่น บ้านผักไฮโดร ปลูกและขายผักสด รวมถึงรับสอนปลูกผักไฮโดรโปนิคส์ และ 2) กลุ่ม B2C เช่น Super Fresh ขายสดสำเร็จรูปพร้อมทาน เน้นตลาดบน ส่งเข้าห้าง
2. ลูกค้าตัดสินใจรับซื้อผักจากคู่แข่งก่อนหน้า

### ผลกระทบ

1. มีการแข่งขันสูง คู่แข่งมีฐานลูกค้า ทำให้รายได้และยอดขายลดลง
2. ลูกค้าตัดสินใจกับคู่แข่งเดิม หรือลูกค้ายังคงพอใจกับคู่แข่งเดิม ทำให้ลูกค้าและยอดขายน้อยลง แต่มีโอกาสแย่งลูกค้าได้ เนื่องจากมีกำลังการผลิตที่คงที่ และมีมาตรฐานสูง

### 3.2 การวิเคราะห์ TOWS Matrix

ตารางที่ 3.1: TOWS Matrix

	โอกาส	อุปสรรค
	1. เทรนด์รักสุขภาพที่เลือกรับประทานผักสลัดปลอดสารพิษเพิ่มมากขึ้น 2. การเป็นเจ้าของแรกที่ปลูกผักแนวตั้งที่มีคุณภาพ	1. มักมีข่าวเสียที่เข้าใจผิดเรื่องผักไฮโดรโปนิคส์อยู่เสมอ 2. มีการแย่งลูกค้ามากเนื่องจากเกษตรกรเพาะปลูกผักสลัด เป็นจำนวนมาก
<b>จุดแข็ง</b> 1. ควบคุมโรงเรือนด้วย Smart Farming ทำให้สามารถควบคุมปัจจัยการเจริญเติบโตของผักได้ ผักมีคุณภาพสะอาดและปลอดสารพิษ ทำให้ได้มาตรฐาน GAP ตรา Q และตรารับรองคุณภาพอื่น ๆ ได้อย่างง่ายดาย 2. ใช้พื้นที่ใช้สอยน้อย และสามารถผลิตได้เป็นจำนวนมาก	เทรนด์รักสุขภาพที่ส่วนใหญ่เลือกรับประทานผักสลัดเป็นหลักและคำนึงถึงความปลอดภัย การใช้ระบบ Smart Farming ทำให้ผักมีคุณภาพสะอาด และปลอดสารพิษ มีมาตรฐานรองรับ ทำให้ตอบโจทย์ผู้รักสุขภาพได้ดี	มักมีข่าวว่าผักไฮโดรโปนิคส์ไม่ปลอดภัยอยู่เสมอ ทำให้ลูกค้าไม่เลือกซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ แต่ด้วยระบบ Smart Farming ทำให้ผักมีคุณภาพสะอาด และปลอดภัย อีกทั้งมีมาตรฐาน GAP ตรา Q และตรารับรองคุณภาพอื่น ๆ รับรอง ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในสินค้ามากยิ่งขึ้น
<b>จุดอ่อน</b> 1. เป็นธุรกิจเกิดใหม่ ไม่มีฐานลูกค้าเดิม และยังไม่เป็นที่รู้จัก 2. ใช้ต้นทุนที่สูงกว่า 3. ใช้พลังงานไฟฟ้าตลอดเวลา	สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักเพราะเพิ่งเข้าสู่ตลาดใหม่ จึงใช้โอกาสที่ปัจจุบันเป็นเทรนด์รักสุขภาพที่คำนึงถึงความปลอดภัย และเน้นทานผักสลัดเป็นหลัก มาดึงดูดคนให้รู้จักสินค้าของเรา	ลดจุดอ่อนที่สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักด้วยการทำการตลาด และเสี่ยงอุปสรรคด้วยการสร้างความเชื่อมั่นในตัวสินค้าว่าสะอาด ปลอดภัย และมีมาตรฐานรองรับ

### 3.2.1 กลยุทธ์ฉกฉวยโอกาส (SO)

เนื่องจากเกษตรกรรักสุขภาพที่เติบโตขึ้น และเลือกรับประทานผักสลัดเป็นจำนวนมาก ทำให้ตลาดผักสลัดมีความต้องการสูง อีกทั้งผู้บริโภคยังคำนึงถึงความปลอดภัยของตัวผลิตภัณฑ์เป็นหลัก ทำให้ลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการต้องเลือกวัตถุดิบที่สะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภค การใช้ระบบ Smart Farming ทำให้สามารถเพาะปลูกผักได้อย่างมีคุณภาพ สะอาด และปลอดภัยเคมีปนเปื้อน ทำให้ผู้เชื่อมั่นในผลผลิตของเรา

### 3.2.2 กลยุทธ์ปรับปรุง (WS)

สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักเพราะเพิ่งเข้าสู่ตลาด และเป็นธุรกิจเกิดใหม่ ทำให้ไม่มีฐานลูกค้าเดิม จึงใช้โอกาสที่ปัจจุบันเป็นเกษตรกรรักสุขภาพที่คำนึงถึงคุณภาพ ความสะอาด ปลอดภัย และชอบรับประทานผักสลัดเป็นหลัก มาดึงดูดลูกค้าให้เข้ามารู้จักสินค้าของเรา

### 3.2.3 กลยุทธ์ปกป้อง (ST)

อุปสรรคที่มักมีคนชอบประโคมข่าวว่าผักไฮโดรโปนิคส์ไม่ปลอดภัยอยู่เสมอ ทำให้ลูกค้าเกิดความวิตกกังวลและไม่เลือกซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ แต่ด้วยการใช้ระบบ Smart Farming ทำให้สามารถเพาะปลูกผักได้อย่างมีคุณภาพ สะอาด และปลอดภัยกว่าการปลูกผักแบบออร์แกนิกที่อาจมีเชื้อจุลินทรีย์ที่เป็นพิษปนเปื้อนเช่น เชื้ออีโคไล และเชื้อซัลโมเนลลาที่ปะปนมากับปุ๋ยคอก เป็นต้น และมีมาตรฐาน GAP ตรารับรองคุณภาพระบบตรวจสอบสารพิษตกค้างในผักสด/ผลไม้สด โดยกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์กระทรวงสาธารณสุข และตรา Q รองรับทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในสินค้าเรามากยิ่งขึ้น

### 3.2.4 กลยุทธ์หลีกเลี่ยง (WT)

ลดจุดอ่อนที่สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักด้วยการทำการตลาดและโฆษณาผ่านช่องทางที่หลากหลายทั้งแบบออฟไลน์ และออนไลน์ เช่น การนำเสนอสินค้าถึงบริษัทลูกค้าโดยตรง การทำการตลาดออนไลน์ด้วย Google Ad, Facebook Ad และ Line เป็นต้น และเลี่ยงอุปสรรคที่มักมีข่าวเสียเกี่ยวกับผักไฮโดรโปนิคส์ ด้วยการสร้างความเชื่อมั่นในตัวสินค้าว่ามีคุณภาพ สะอาด และปลอดภัย ด้วยมาตรฐาน GAP และตรา Q รองรับ

## บทที่ 4

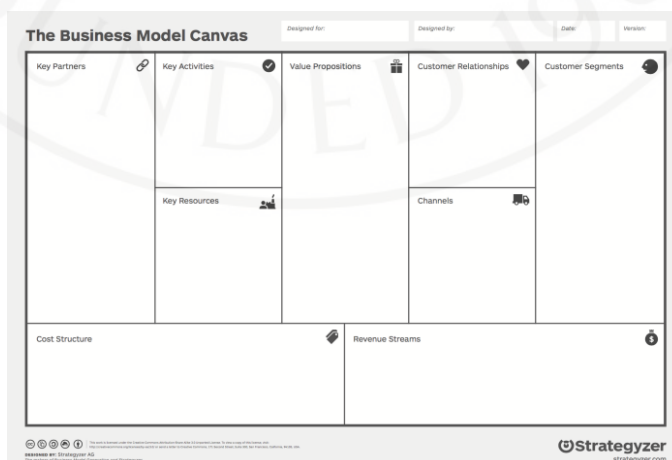
### โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

#### 4.1 Business Model Canvas

เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวิเคราะห์หรือออกแบบโมเดลธุรกิจทั้ง 9 ด้าน ที่เชื่อมโยงและเป็นส่วนสำคัญต่อการทำธุรกิจทุกประเภท ผู้คิดค้นคือ Alexander Osterwalder ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เรามองเห็นภาพรวมของธุรกิจ มองเห็นจุดเด่นจุดด้อยของธุรกิจ สามารถวิเคราะห์ วางแผน และแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นระบบ และสามารถกำหนดเป้าหมายของธุรกิจได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โครงสร้าง Business Model Canvas มีองค์ประกอบหลัก 9 ด้าน ดังนี้

1. Customer Segment (กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย) - ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการ
2. Value Propositions (การเสนอคุณค่า) - จุดขายของสินค้าหรือบริการ
3. Channels (ช่องทางการเข้าถึง) - วิธีในการสื่อสารไปถึงลูกค้า
4. Customer Relationships (ความสัมพันธ์กับลูกค้า) - วิธีการรักษาลูกค้าเดิม
5. Revenue Streams (กระแสรายได้) - รายได้ของธุรกิจนี้
6. Key Resource (ทรัพยากรหลัก) - สิ่งที่ต้องมีในการดำเนินธุรกิจ
7. Key Activities (กิจกรรมหลัก) - กิจกรรมที่ต้องทำเพื่อให้โมเดลธุรกิจอยู่ได้
8. Key Partners (พันธมิตรหลัก) - ส่วนที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบและการช่วยขาย
9. Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน) - ต้นทุนทั้งหมดของธุรกิจ

ภาพที่ 4.1: Business Model Canvas



ที่มา: Strategyzer. (n.d.). *Business Model Canvas*. Retrieved from <https://www.strategyzer.com>

ภาพที่ 4.2: ภาพการวิเคราะห์ Business Model Canvas

<b>8. Key Partners (พันธมิตรสำคัญ)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้จำหน่ายอุปกรณ์เพาะปลูก</li> <li>- ผู้จำหน่ายเมล็ดพันธุ์</li> <li>- ผู้ผลิตและติดตั้งโรงเรือน</li> <li>- ผู้ให้บริการขนส่งผักและผลไม้</li> <li>- ผู้จำหน่ายผักและผลไม้ (ปีที่ 4)</li> <li>- ผู้จำหน่ายวัตถุดิบทำน้ำสลัด (ปีที่ 4)</li> </ul>	<b>7. Key Activities (กิจกรรมสำคัญ)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เรียนรู้การปลูกผักไฮโดรโปนิกส์</li> <li>- จัดหาอุปกรณ์และเมล็ดพันธุ์เพาะปลูก</li> <li>- ควบคุมความสะอาดและความปลอดภัย</li> <li>- ขึ้นทะเบียน GAP GMP Q และ อ.ย.</li> <li>- การเก็บเกี่ยวผลผลิต</li> <li>- หาช่องทางการขาย และการโฆษณา</li> <li>- การบำรุงรักษาอุปกรณ์ และโรงผลิต</li> <li>- เรียนรู้การทำสลัดสำเร็จรูป (ปีที่ 4)</li> </ul>	<b>2. Value Proposition (การเสนอคุณค่า)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- คุณภาพผักที่สดใหม่</li> <li>- สะอาด ปลอดภัย</li> <li>- มีมาตรฐานรองรับ</li> <li>- เช่น GAP และตรา Q</li> <li>- สะดวกรวดเร็ว และ</li> <li>- คุณภาพสินค้าในการจัดส่ง</li> </ul>	<b>4. Customer Relationship (ความสัมพันธ์กับลูกค้า)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใส่ใจในคุณภาพ สด สะอาด</li> <li>- ปลอดภัย</li> <li>- ไปรษณีย์พิเศษ</li> <li>- ส่งมอบสินค้าครบ ตามกำหนด</li> <li>- มีประกันหากไม่ได้รับสินค้า</li> <li>- บริการช่วยเหลือความร้อยยิ้มและเป็นกันเอง</li> </ul>	<b>1. Customer Segments (กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ร้านอาหาร (Food service and Restaurant) เช่น ร้านอาหารทั่วไป โรงแรม กัศศาคา</li> <li>- ธุรกิจอาหารแปรรูป</li> <li>- กลุ่มรักสุขภาพ</li> <li>- กลุ่มรักการออกกำลังกาย</li> <li>- กลุ่มรับประทานอาหารคลีน</li> </ul>
<b>6. Key Recourses (ทรัพยากรสำคัญ)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เงินลงทุน</li> <li>- โรงเรือน อุปกรณ์และเมล็ดพันธุ์</li> <li>- อุปกรณ์ควบคุมการทำงานของโรงเรือน</li> <li>- พนักงาน</li> <li>- ใบรับรอง GAP GMP Q และ อ.ย.</li> </ul>	<b>3. Channels (ช่องทาง)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ขายผ่าน Facebook, Line@</li> <li>- ติดต่อโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>- ขายผ่านหน้าพาร์ต</li> <li>- การบอกต่อของลูกค้า</li> <li>- ห้างและซูเปอร์มาร์เก็ต (ปีที่ 4)</li> </ul>	<b>5. Revenue Streams (กระแสรายได้)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าจำหน่ายผัก</li> <li>- ค่าจำหน่ายสลัดพร้อมทาน (ปีที่ 4)</li> <li>- ค่าจำหน่ายน้ำสลัด (ปีที่ 4)</li> </ul>	<b>9. Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าที่ดิน</li> <li>- ค่าก่อสร้างโรงเรือน</li> <li>- ค่าวัสดุและอุปกรณ์เพาะปลูก</li> <li>- ค่าอุปกรณ์ควบคุมโรงเรือน</li> <li>- ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษาอุปกรณ์</li> <li>- ค่าขึ้นทะเบียนมาตรฐานผักสด</li> <li>- ค่าก่อสร้างห้องผลิตอาหารแปรรูป (ปีที่ 4)</li> <li>- ค่าอุปกรณ์การผลิตอาหารแปรรูป (ปีที่ 4)</li> </ul>	

## 4.2 รายละเอียดในโมเดลธุรกิจ

### 4.2.1 Customer Segments (กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย)

แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ

#### 1. กลุ่มธุรกิจที่ใช้ผักสดเป็นส่วนประกอบ

คือกลุ่มธุรกิจร้านอาหาร เช่น ร้านอาหารทั่วไป โรงแรม ภัตตาคาร เป็นต้น และกลุ่มธุรกิจอาหารแปรรูป เช่น สลัดสำเร็จรูป น้ำผักผลไม้บรรจุขวด เป็นต้น เป็นกลุ่มที่มีความต้องการผักสดในปริมาณมาก ต้องมีคุณภาพได้มาตรฐานเพื่อรักษาคุณภาพการบริการแก่ลูกค้าของกลุ่มเป้าหมาย มีความถี่ในการซื้อสูง และสินค้าต้องจัดส่งตรงต่อเวลาเพื่อใช้บริการและรักษาฐานลูกค้าของกลุ่มเป้าหมาย ต้องการตรารับรองมาตรฐานต่างๆ เพื่อเป็นเครื่องยืนยันความสะอาด ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และต้องการสินค้าราคาถูก มีโปรโมชั่น และส่วนลดพิเศษเพื่อลดรายจ่ายลง ต้องการสินค้าที่อยู่ใกล้เพื่อรับสินค้าได้สะดวก รวดเร็ว ค่าส่งไม่แพง รักษาคุณภาพของสินค้าไว้ได้ โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งอยู่ในจังหวัดปทุมธานี

#### 2. กลุ่มผู้บริโภครักสุขภาพ

คือกลุ่มผู้บริโภคที่รักในสุขภาพร่างกาย รักการออกกำลังกาย และชื่นชอบการรับประทานผักและอาหารคลีน ที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 21-50 ปี ทุกเพศ มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป เป็นกลุ่มที่แสวงหาสินค้าและบริการที่ดีต่อสุขภาพทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัยพิชจริง ต้องมีตรารับรองมาตรฐานต่างๆ เพื่อเป็นเครื่องยืนยันและสร้างความเชื่อมั่นแก่กลุ่มผู้บริโภคว่าสะอาด ปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยเน้นกลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ และปริมณฑล

### 4.2.2 Value Proposition (การเสนอคุณค่า)

- คุณภาพผักที่สดใหม่ สะอาด ปลอดภัยพิช มีมาตรฐานทางการเกษตร และการจัดการโรงงานที่ตีรองรับ เช่น มาตรฐาน GAP ตรารับรองคุณภาพระบบตรวจสอบสารพิษตกค้างในผักสด/ผลไม้สด โดยกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ตราQ ตราGMP และ อ.ย. เป็นต้น เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคได้รับสินค้าที่ปลอดภัย และมีคุณภาพ
- การจัดส่งที่รวดเร็ว และคงคุณภาพสินค้าในการจัดส่ง เนื่องจากจัดส่งในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีเท่านั้น ทำให้ผักยังคงคุณภาพไว้ได้
- ราคาย่อมเยา ให้ปริมาณคุ้มค่า เมื่อเทียบกับคู่แข่ง

#### 4.2.3 Channels (ช่องทาง)

ฟาร์มมีช่องทางการติดต่อทั้งแบบออฟไลน์ และออนไลน์

- แบบออฟไลน์ แบ่งเป็น 2 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ (1) กลุ่มธุรกิจร้านอาหารและกลุ่มธุรกิจอาหารแปรรูป เน้นการติดต่อโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ติดต่อโดยตรงที่ฟาร์ม หรือติดต่อผ่านโทรศัพท์ (2) กลุ่มผู้บริโภค โดยผักสลัดสำเร็จรูปและน้ำสลัดจะเริ่มปีที่ 4 เน้นส่งสินค้าเข้าห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ และการบอกต่อของลูกค้า ลูกค้าที่ซื้อสินค้าเกิดความภักดีต่อสินค้า จะบอกต่อกับผู้บริโภคคนอื่นๆต่อ
- แบบออนไลน์ ได้แก่ ติดต่อผ่านเว็บไซต์ของฟาร์ม Facebook และ Line เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ติดตามรายละเอียด ข้อมูลข่าวสาร และประชาสัมพันธ์ของฟาร์ม

#### 4.2.4 Customer Relationship (ความสัมพันธ์กับลูกค้า)

- ใส่ใจในคุณภาพของสินค้า ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต เก็บเกี่ยว จนบริการจัดส่งถึงที่หมาย เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคได้รับสินค้าที่ดีที่สุด
- โปรโมชันพิเศษ ลดราคาสินค้าเมื่อมีการสั่งซื้อจำนวนมาก มีบริการจัดส่งฟรีเมื่อสั่งซื้อครบตามจำนวนที่กำหนด และการลดราคาสินค้าตามเทศกาล ช่วยลดรายจ่ายให้ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค
- บริการด้วยความรอยยิ้มและเป็นกันเอง สร้างความประทับใจในการบริการ ตั้งแต่การติดต่อซื้อขาย จนถึงการส่งสินค้าถึงมือผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดการบอกต่อ ช่วยเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ
- ส่งมอบสินค้าครบ ตามกำหนด โดยมีประกันให้กับผู้ประกอบการหากไม่ได้รับสินค้า เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการว่าจะได้รับสินค้าจริง ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในแบรนด์มากขึ้น

#### 4.2.5 Revenue Streams (กระแสรายได้)

- ค่าจำหน่ายผัก จำนวน 6 ชนิด ได้แก่ 1.กรีนโอ๊ค 2.เรดโอ๊ค 3.กรีนโครอล 4.เรดโครอล 5.ฟิลเลย์ ไอซ์เบิร์ก และ 6.คอส คิดเป็นราคาต่อกิโลกรัม เน้นขายให้แก่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่ต้องการซื้อ ทั้งในราคาปลีกและราคาส่งตามที่กำหนด
- ค่าจำหน่ายสลัดสำเร็จรูปและน้ำสลัด คิดเป็นราคาต่อหน่วย เน้นขายกับผู้บริโภคที่รักสุขภาพ ขายปลีกและจัดชุดมื้ออาหารสลัดสำหรับงานต่าง ๆ ให้กับลูกค้า (ปีที่ 4)

#### 4.2.6 Key Recourses (ทรัพยากรสำคัญ)

ทรัพยากรสำคัญ ได้แก่ เงินลงทุน โรงเรือน อุปกรณ์และเมล็ดพันธุ์สำหรับการเพาะปลูก อุปกรณ์ควบคุมการทำงานโรงเรือน พนักงาน ใบบรับรองมาตรฐานทางการเกษตรและโรงงานต่าง ๆ เช่น GAP GMP Q และ อ.ย. เป็นต้น



#### 4.2.7 Key Activities (กิจกรรมสำคัญ)

กิจกรรมสำคัญ ได้แก่ การเรียนรู้การปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ การจัดหาอุปกรณ์และเมล็ดพันธุ์เพาะปลูก การควบคุมความสะอาดและความปลอดภัย การขึ้นทะเบียน GAP Q GMP และ อ.ย. การเก็บเกี่ยวผลผลิต หาช่องทางการขายและการโฆษณา และการบำรุงรักษาแปลงเพาะปลูก การเรียนรู้การทำสลัดสำเร็จรูป

#### 4.2.8 Key Partners (พันธมิตรสำคัญ)

พันธมิตรที่สำคัญ ได้แก่ ผู้จำหน่ายอุปกรณ์เพาะปลูก ผู้จำหน่ายเมล็ดพันธุ์ ผู้ผลิตและติดตั้งโรงเรือน ผู้ให้บริการขนส่งผักและผลไม้ ผู้จำหน่ายผักและผลไม้ และผู้จำหน่ายวัตถุดิบทำน้ำสลัด

#### 4.2.9 Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน)

จากกิจกรรมต่าง ๆ บ่งบอกถึงต้นทุนในการดำเนินการตามโมเดลธุรกิจ ซึ่งมีค่าใช้จ่าย ได้แก่ ค่าที่ดิน ค่าก่อสร้างโรงเรือน ค่าวัสดุและอุปกรณ์เพาะปลูก ค่าอุปกรณ์ควบคุมโรงเรือน ค่าอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย ค่าใช้จ่ายพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ค่าโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษาอุปกรณ์ ค่าขึ้นทะเบียนมาตรฐานทางการเกษตรและโรงงานต่าง ๆ ค่าก่อสร้างห้องผลิตอาหารแปรรูป (ปีที่ 4) และค่าอุปกรณ์การผลิตอาหารแปรรูป (ปีที่ 4)

### 4.3 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้นทางธุรกิจ

คู่แข่งชั้น เมื่อพิจารณาถึงธุรกิจที่จำหน่ายผักสลัดและสลัดสำเร็จรูปพร้อมทานในขณะนี้พบว่าแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่ม B2B กลุ่มธุรกิจที่มุ่งขายกับกลุ่มธุรกิจอาหาร คือ มุ่งเน้นผู้ประกอบการร้านอาหารที่ใช้ผักสลัดเป็นส่วนประกอบอาหาร ที่มีความต้องการผักสลัดปริมาณสูง โดยมักจะเปิดดำเนินการใกล้แหล่งที่มีร้านอาหารจำนวนมาก เพื่อให้มีจำนวนลูกค้ารองรับ การจัดส่งที่สะดวก รวดเร็ว ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่ม B2C กลุ่มธุรกิจที่มุ่งตลาดผู้มีรายได้ระดับกลางถึงสูง คือ มุ่งเน้นผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับกลางถึงสูง ซึ่งเป็นสัดส่วนที่กว้าง และมักจะเลือกพื้นที่ทำธุรกิจในห้างสรรพสินค้า เช่น บิ๊กซี แม็คโคร และในซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อปส์ โฮมเฟรชมาร์ท กูร์เมต์ เป็นต้น เพื่อเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคมาก

เมื่อพิจารณาในด้านกลยุทธ์ที่แต่ละกลุ่มนำมาใช้เพื่อให้เหมาะสมกับคุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมายจะมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1: ตารางเปรียบเทียบธุรกิจกับคู่แข่ง

กลยุทธ์ที่นำมาใช้	กลุ่ม B2B	กลุ่ม B2C
จุดเด่นของผลิตภัณฑ์	มีผักให้เลือกหลากหลาย ทั้งผักสลัดและผักไทย รองรับมาตรฐานทาง การเกษตร GAP และ ตรา Q เป็นต้น	มีความหลากหลายของสินค้าสูง ไม่ว่าจะ เป็นขายผักสลัดทั้งต้น ขายสลัดสำเร็จรูปพร้อมทานที่มีเมนูและรสชาติ ให้เลือกทานมากมาย ขายน้ำสลัดอีกหลายรสชาติ และตะกร้าของขวัญ เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อ และตอบโจทย์ผู้บริโภคมากที่สุด ผักที่ใช้เป็นผักสลัดที่ปลูกขึ้นเองและรองรับมาตรฐานเกษตร GAP Q มาตรฐานการผลิต GMP และ HACCP
ราคาสินค้า	ทั้งขายปลีกและขายส่งตามปริมาณ การสั่งซื้อ ราคาปรับตามราคาตลาด หรือตามตกลงระหว่างคู่ค้า ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 80 – 180 บาท	ขายปลีก ราคาสูงถึงสูง แล้วแต่ประเภทสินค้าและปริมาณของสินค้า ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 49 – 69 บาท
ช่องทางการจำหน่าย	หน้าฟาร์ม ติดต่อผ่านโทรศัพท์มือถือ เว็บไซต์ หรือโซเชียลมีเดีย	ห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำทั่วประเทศ
ทำเลที่ตั้ง	ในเขตปทุมธานี คลองหลวง ใกล้สถานที่ร้านอาหาร มหาวิทยาลัยและห้างสรรพสินค้าชั้นนำมากมาย	แหล่งผลิตอยู่ในกรุงเทพฯ กระจายสินค้าส่งเข้าห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำทั่วประเทศ
การบริการ	บริการจัดส่งถึงที่ในเขตปทุมธานี แต่หากมีออเดอร์นอกพื้นที่สูงก็จัดส่งด้วย ติดต่อได้ผ่านโทรศัพท์ Facebook และที่ฟาร์มโดยตรง	ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ผ่านเว็บไซต์หลัก Facebook โทรศัพท์ และที่บริษัทโดยตรง
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	เปิดเข้าชมฟาร์มฟรี เปิดคอร์สสอนปลูกผักไฮโดรโปนิคส์ ลดราคาพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ	การจัดโปรโมชั่นให้กับผู้บริโภค เปิดคอร์สสอนปลูกผักไฮโดรโปนิคส์

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): การเปรียบเทียบคู่แข่งชั้นกับธุรกิจ

กลยุทธ์ที่นำมาใช้	กลุ่ม B2B	กลุ่ม B2C
การจูงใจลูกค้า	การนำเสนอการดูแลผักที่สด สะอาด ปลอดภัย มีส่วนลดเมื่อซื้อผักใน ปริมาตรสูง และจัดส่งฟรีเมื่อซื้อครบ ตามเงื่อนไขที่กำหนด	การนำเสนอสินค้าที่ยังสด สะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ ทานง่าย ในราคา ย่อมเยาว์ การนำเสนอการประยุกต์ใช้ สินค้ามาทำอาหารที่หลากหลาย นำ ทาน มักจัดโปรโมชั่นอยู่บ่อยครั้งไม่ว่า จะลดราคาสินค้าลง การซื้อ 1 แถม 1 เป็นต้น เพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

#### 4.5 พันธมิตรเครือข่ายธุรกิจ และการสร้างความสัมพันธ์

##### 4.5.1 การดำเนินการเป็นพันธมิตร

1. ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เช่น การเข้าไปเสนอซื้อ/ขายสินค้าและการเป็น พันธมิตรร่วมที่ร้านค้าโดยตรง การติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ การติดต่อผ่านทางโซเชียล มีเดีย หรือการติดต่อที่ยกซ์ยัมฟาร์มโดยตรง เป็นต้น
2. คุยรายละเอียดสินค้า และผลประโยชน์ที่พันธมิตรจะได้รับร่วมกัน ซึ่งผลประโยชน์จะ แบ่งไปตามแต่ละกลุ่มในข้อ 4.5.2 ประโยชน์จากการเป็นพันธมิตร
3. หากตกลง จะทำสัญญาซื้อขายกัน หรือช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

##### 4.5.2 ประโยชน์จากการเป็นพันธมิตร

1. ผู้จำหน่ายวัสดุ และอุปกรณ์เพาะปลูก ที่ใช้ในการผลิตหรือเก็บเกี่ยวพืชผลทาง การเกษตร จะมีประโยชน์ร่วมจากการเป็นพันธมิตรดังนี้
  - แลกเปลี่ยนองค์ความรู้และปัญหา เพื่อใช้ในการวิจัย พัฒนาหรือต่อยอดสินค้า อุปกรณ์ และผลิตผลให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น
  - ลดราคาสินค้าของกันและกัน เพื่อลดต้นทุน
  - การแนะนำและโปรโมทสินค้าของกันและกัน
2. ผู้จำหน่ายเมล็ดพันธุ์ทางการเกษตร ที่มีคุณภาพ เมล็ดใหม่ มีอัตราการงอกสูง จะมี ประโยชน์ร่วมจากการเป็นพันธมิตรดังนี้
  - แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในการเก็บเมล็ดพันธุ์ การเพาะปลูก การดูแล และการเก็บ รักษาผลผลิต เพื่อลดผลผลิตเสียหาย
  - แลกเปลี่ยน หรือลดราคาสินค้าของกันและกัน เพื่อลดต้นทุน

3. ผู้จำหน่ายผักและผลไม้ ที่เป็นเกษตรกรอินทรีย์หรือไฮโดรโปนิคส์ปลอดสารพิษ ที่มีตรา  
รับรองมาตรฐานการเกษตรว่าปลอดภัยจริง ประโยชน์ร่วมจากการเป็นพันธมิตรดังนี้
  - ได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ ตรงต่อเวลา และตรงจำนวนตามความต้องการที่แน่นอน
  - ผัก/ผลไม้ได้มาตรฐานการเกษตร อาทิ GAP ตราQ และเกษตรกรอินทรีย์ เป็นต้น มั่นใจ  
ได้ว่าสินค้าสะอาด ปลอดภัยต่อผู้บริโภค
  - แลกเปลี่ยน หรือลดราคาสินค้าของกันและกัน เพื่อลดต้นทุน
  - แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในการเพาะปลูก ดูแล และการเก็บรักษาผลผลิต

#### 4.6 ผู้จัดการวัตถุดิบ (Supplier)

##### 4.6.1 แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

ผู้จำหน่ายวัตถุดิบต้องดำเนินธุรกิจนั้น ๆ มาเป็นระยะเวลาหนึ่ง สินค้ามีคุณภาพ มี  
ใบรับรองมาตรฐานต่าง ๆ ตามแต่ละประเภทธุรกิจ มีสภาพคล่อง มีความน่าเชื่อถือ มีการ  
บริการที่ดี สามารถจัดหาหรือผลิตวัตถุดิบได้ตรงตามความต้องการ จัดส่งรวดเร็ว ตรงต่อ  
เวลา และมีบริการหลังการขายที่ดี

##### 4.6.2 ระบุนโยบายการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ขายวัตถุดิบ

1. การลดต้นทุน โดยซื้อสินค้า/วัตถุดิบในราคาพิเศษ เมื่อต้องซื้อสินค้า/วัตถุดิบเป็น  
ประจำ บ่อยครั้ง หรือต้องพึ่งพากัน อาจมีการทำสัญญาซื้อขายหรือไม่นั้นตามความ  
เหมาะสม ทำให้ต้นทุนลดลง ผลิตสินค้าได้ในราคาถูก และสู้คู่แข่งด้านราคาได้
2. การแบ่งปันความรู้ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ด้านผลิต ด้านบริการ ลูกค้า กฎหมาย ฯลฯ  
เป็นต้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ ต่อยอดธุรกิจเดิมให้ดียิ่งขึ้น พัฒนาสินค้า/วัตถุดิบให้มี  
คุณภาพมากยิ่งขึ้น หรือออกสินค้าใหม่ที่ตอบโจทย์ลูกค้ามากยิ่งขึ้น
3. การสร้างความไว้วางใจ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้น เพื่อให้เกิดความ  
ไว้วางใจ ความร่วมมือ ให้ความสำคัญต่อยักษ์ยัมฟาร์ม และไม่หนีหายหรือเปลี่ยนคู่ค้า  
ใหม่ ช่วยให้วัตถุดิบง่ายขึ้นและราคาถูกลง

##### 4.6.3 ระบุประเภทของวัตถุดิบที่ต้องการสั่งซื้อ

- อุปกรณ์การเพาะปลูก
- เมล็ดพันธุ์
- ผักและผลไม้ ประเภทต่าง ๆ สำหรับทำสลัดพร้อมทาน
- วัตถุดิบทำน้ำสลัด
- บรรจุภัณฑ์ใส่สลัดและน้ำสลัด

## บทที่ 5

### แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ

ในบทนี้จะเป็นการวางแผนกลยุทธ์และแผนการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก โมเดลธุรกิจ และการวิเคราะห์คู่แข่งชั้น เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับโอกาสที่มีอยู่ในปัจจุบัน และพัฒนาแผนธุรกิจในอนาคต ด้วยการนำกรอบแนวคิดทฤษฎีมาเป็นหลักเกณฑ์ในการกำหนดกลยุทธ์

#### 5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล

##### 5.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้อง

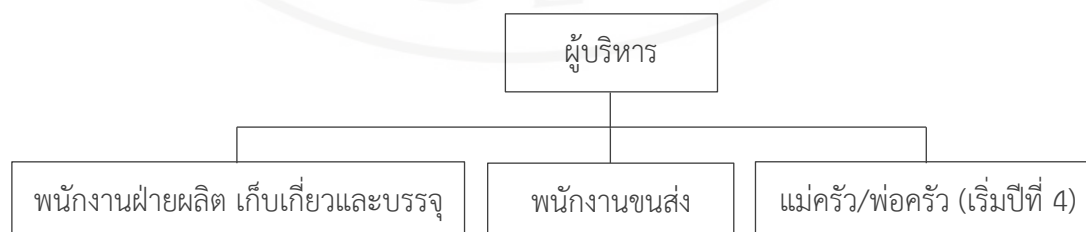
การจัดโครงสร้างองค์กร คือ การจัดสรรหน้าที่ ขอบเขต และความรับผิดชอบของบุคลากรแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน เพื่อให้การทำงานเป็นระบบ ระเบียบ ยิ่งองค์กรมีขนาดเล็กก็มีความยืดหยุ่นสูง มีสายการบังคับบัญชาสั้น ทำงานได้รวดเร็วขึ้น ง่ายต่อการประสานงานและการบริหารงาน สามารถบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์

##### 5.1.2 การจัดการโครงสร้างองค์กรและการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ

###### 1. โครงสร้างองค์กร

การจัดทำแผนธุรกิจยักษ์ยัมฟาร์ม เป็นโครงการที่ไม่มีความซับซ้อนง่ายต่อการควบคุมและดำเนินงาน โดยจะใช้พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการทำงาน ความสะดวกต่อการตัดสินใจและการบริหารองค์กร รูปแบบการสร้างองค์กรจึงเป็นโครงสร้างแบบราบ (Flat Organization Structure) ซึ่งมีโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อน เพื่อให้เกิดความสะดวกและความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน โดยมีลักษณะโครงสร้างองค์กร ดังนี้

ภาพที่ 5.1: โครงสร้างองค์กรของธุรกิจยักษ์ยัมฟาร์ม



## 2. ขอบข่ายและหน้าที่ความรับผิดชอบ

- ผู้บริหาร มีหน้าที่ กำหนดกลยุทธ์และนโยบายโดยรวมในการบริหาร พัฒนาและแก้ไขปัญหองค์กร คอยผู้ดูแลและประสานงานระหว่างแผนกเพื่อให้ดำเนินธุรกิจได้ด้วยดี คอยสั่งซื้ออุปกรณ์และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต รับรายการและติดต่อกับลูกค้าโดยตรง
- พนักงานฝ่ายผลิต เก็บเกี่ยวและบรรจุ มีหน้าที่ ผลิต เก็บเกี่ยว และบรรจุผลผลิตตามปริมาณที่ได้รับมอบหมายในแต่ละวัน คอยดูแลผลผลิตไม่ให้เกิดความเสียหาย
- พนักงานขนส่ง มีหน้าที่ นำผลิตภัณฑ์ที่บรรจุเสร็จแล้วส่งถึงมือลูกค้าหรือสถานที่ที่ได้รับมอบหมายให้จัดส่งในแต่ละวัน
- แม่ครัว/พ่อครัว มีหน้าที่ จัดเตรียมวัตถุดิบที่ใช้ทำสลัดสำเร็จรูปและน้ำสลัดให้พร้อมใช้งาน ผลิตสินค้าตามปริมาณที่กำหนดในแต่ละวัน ทำความสะอาดอุปกรณ์หลังเลิกใช้งาน

### 5.1.3 เกณฑ์ในการรับบุคลากร

การรับบุคลากรเข้ารับทำงาน จะพิจารณาตามคุณสมบัติของผู้สมัครตามรายละเอียดงาน โดยคัดเลือกจากผู้ที่มิบุคลิกภาพและทัศนคติที่ดี มีความสามารถหรือมีประสบการณ์ตรงตามตำแหน่งงานที่สมัคร ในขั้นตอนการสรรหาพนักงานจะทำการประกาศรับสมัครพนักงานผ่านพาร์มโดยตรง การคัดเลือกจะเลือกจากใบสมัครที่สมัครเข้ามา การสอบสัมภาษณ์ เพื่อพิจารณาบุคลิกภาพ และปฏิภาณไหวพริบ หากผ่านเกณฑ์ที่กำหนดจะรับเข้าทำงานเป็นพนักงานทดลองงานเป็นเวลา 3 เดือน เมื่อครบกำหนดแล้วจึงจะได้เป็นพนักงานประจำต่อไป

### 5.1.4 เกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน บริหารเงินเดือน แรงจูงใจและรักษาบุคลากร

กำหนดกำลังคนในการปฏิบัติงานและอัตราค่าตอบแทนในแต่ละตำแหน่งไว้ ดังนี้

ตารางที่ 5.1: ตารางแสดงตำแหน่งและอัตราเงินเดือนตามโครงสร้างองค์กร

ตำแหน่ง	จำนวน	ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อเดือน	ค่าใช้จ่ายต่อเดือน
ผู้บริหาร*	2	25,000	25,000
พนักงานฝ่ายผลิต เก็บเกี่ยวและบรรจุ	3	12,000	36,000
พนักงานขนส่ง*	2	14,000	28,000
แม่ครัว/พ่อครัว (ปีที่ 4)	3	12,000	36,000

\*ผู้บริหารในปีที่ 1-3 จะมี 1 คน และเพิ่มอีก 1 คนในปีที่ 4

\*พนักงานขนส่งในปีที่ 1-3 จะมี 1 คน และจะเพิ่มอีก 1 คนในปีที่ 4

- ตราเงินเดือนเพิ่มขึ้นอัตราร้อยละ 5 ต่อปี ซึ่งผู้บริหารจะเป็นผู้ประเมินผล
- มีการพิจารณาเพิ่มค่าตอบแทนอื่น ๆ เช่น โบนัส ประกันสังคม และสิทธิวันลา เป็นต้น เพื่อจูงใจในการทำงานให้พนักงาน และการรักษาบุคคลากรในองค์กร
- โบนัสประจำปี โดยจ่ายให้แก่พนักงานจากการพิจารณาผลประกอบการ และผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมาของพนักงานแต่ละคน โดยขั้นต่ำกำหนดไว้ที่ 1 เท่าของเงินเดือน
- ประกันสังคม โดยนายจ้างจะต้องหักจากเงินเดือนพนักงาน และส่วนที่นายจ้างต้องจ่ายสมทบในอัตราร้อยละ 5 ของเงินเดือน เพื่อให้พนักงานได้รับประโยชน์ทดแทนต่างๆ เช่น กรณีเจ็บป่วย ประสบอุบัติเหตุ หรือเสียชีวิตจากการทำงานหรือไม่ได้ทำงานเป็นต้น
- สิทธิวันหยุด พนักงานสามารถหยุดได้ไม่น้อยกว่าปีละ 13 วันตามวันหยุดตามประเพณี และสามารถขอลาหยุด เช่น ลาป่วย ลากิจ ได้อีกไม่เกิน 20 วันต่อปี
- และสิทธิอื่นๆ เช่น ค่าทำงานล่วงเวลา อาหารกลางวัน เป็นต้น

## 5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

### 5.2.1 แนวคิดและทฤษฎีส่วประสมการตลาด (Marketing Mix 4Ps )

ส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix 4Ps คือ เครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์หรือวางแผนการตลาด มีอยู่ด้วยกัน 4 ด้าน คือผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการขาย (Place) การโปรโมชัน (Promotion)

### 5.2.2 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix 4Ps)

#### 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

1.1 จุดเด่นของผักสลัด คือเป็นผักไฮโดรโปนิคส์ปลอดสารพิษ สะอาด มีมาตรฐานการเกษตรรองรับ เช่น GAP และตรา Q เป็นต้น มีขนาดสม่ำเสมอ สามารถผลิตได้ตลอดทั้งปีแม้จะเป็นช่วงฤดูร้อนหรือฤดูฝนที่ผลผลิตในฟาร์มอื่นๆจะเหี่ยว ไม้โตหรือเป็นโรค ทำให้ผลผลิตขาดแคลน แต่ด้วยการปลูกผักในโรงเรือนปิดที่ใช้ระบบ Smart Farming ทำให้สามารถควบคุมปัจจัยการเจริญเติบโตของผักได้ ทำให้ยักษ์ยิมฟาร์มสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ตลอดทั้งปีเหมาะสำหรับกลุ่มธุรกิจร้านอาหาร และกลุ่มธุรกิจอาหารแปรรูปที่ต้องการใช้ผักสลัดปลอดสารพิษ ที่สด สะอาด ได้มาตรฐานทุกวัน

1.2 จุดเด่นของสลัดสำเร็จรูป คือใช้ผักที่ปลอดสารพิษ สะอาด มีมาตรฐานการผลิตอาหารรองรับ เช่น GMP และอย. เป็นต้น สลัดสำเร็จรูปจะมีหลากหลายรายการ โดยจะมีส่วนประกอบของผักและรสชาติที่แตกต่างกันไป เช่น สลัดมิคซ์ ซีซาร์สลัด สลัดญี่ปุ่น เป็นต้น และสลัดแยกใบสำเร็จรูปที่มีแค่ผักสลัดเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อน้ำสลัดที่ชอบทานเองได้ ซึ่งสามารถเก็บสินค้าได้นาน 4-5 วัน ด้วยการใช้นวัตกรรมสุญญากาศช่วยยืดอายุสินค้า

1.3 จุดเด่นของน้ำสลัด คือความแปลกใหม่ของรสชาติที่ไม่เหมือนแบรนด์อื่น เช่น รสลาบ รสกะเพรา รสผงกะหรี่ รสผลไม้ต่างๆ เป็นต้น เพื่อลดการแข่งขันกับแบรนด์อื่น และเป็นจุดสนใจของผู้บริโภค

## 2. ด้านราคา (Price)

จะต้องมีราคาที่เหมาะสม ยุติธรรมกับผู้บริโภค และต้องมีความใกล้เคียงหรือเทียบเท่ากับคู่แข่ง เนื่องจากผู้บริโภคมักจะเปรียบเทียบราคาสินค้าว่าคุ้มค่างบเงินที่จ่ายไปหรือไม่

2.1 ผักสลัด จะเน้นกลุ่มธุรกิจร้านอาหาร และกลุ่มธุรกิจอาหารแปรรูป จะตั้งราคาให้ใกล้เคียงหรือถูกกว่าฟาร์มอื่น ๆ ซึ่งราคาจะผันแปรตามฤดูกาล โดยจะตั้งราคาอยู่ที่ประมาณ 100-180 บาทต่อกิโลกรัม และมีประกันราคาสำหรับลูกค้าที่ซื้อระยะยาวในราคา 100-120 บาทต่อกิโลกรัม

2.2 สลัดสำเร็จรูป และน้ำสลัด จะเน้นกลุ่มรักสุขภาพ ส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน มีช่วงอายุ 21 ปีขึ้นไป มีรายได้ปานกลางถึงสูง เป็นกลุ่มที่มีความต้องการสินค้าที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ มีคุณภาพ สะอาด และสามารถซื้อสินค้าได้ โดยจะตั้งราคาสลัดสำเร็จรูปอยู่ที่ประมาณ 45-75 บาท และน้ำสลัดอยู่ที่ 15-89 บาท

## 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

3.1 การติดต่อฟาร์มโดยตรง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถซื้อหรือรับสินค้ากลับไปโดยไม่คิดค่าขนส่ง อีกทั้งสามารถเข้าเยี่ยมชมฟาร์มเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ เป็นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

3.2 ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง และช่วยเพิ่มยอดขายสินค้ามากยิ่งขึ้น

3.3 รูปแบบออนไลน์ ได้แก่ Facebook และ Line@ ใช้สำหรับติดต่อสอบถาม รายละเอียดสินค้า สั่งซื้อสินค้า การติดตามข่าวสารและประชาสัมพันธ์ของทางฟาร์มให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ เป็นการสร้างการรับรู้ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

## 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

4.1 การโฆษณาเพื่อการสื่อสารให้ตระหนักถึงตราสินค้า ได้แก่

1. การโฆษณาด้วยป้ายเพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภค
2. การใช้สื่อออนไลน์เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถติดตามข่าวสาร พุดคุย แลกเปลี่ยน และสอบถามข้อมูลจากฟาร์มได้ โดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่าง Facebook, Line และ Youtube
3. การโฆษณาบนเว็บไซต์อื่น โดยการซื้อโฆษณา Google และ Facebook Ad.
4. การโฆษณาโดยการเขียนรีวิวผ่านเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงที่เกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ เช่น Pantip และ Wongnai เป็นต้น



#### 4.2 การส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อสินค้า ได้แก่

1. การลดราคาสินค้าผักสลัดลงเมื่อซื้อสินค้าในปริมาณมาก ครอบคลุมเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อผักสลัด
2. ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ จะมีส่วนลดพิเศษให้สำหรับลูกค้าประจำ เพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้ และเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อผักสลัดต่อไป
3. การจัดส่วนลดพิเศษของสินค้าสำเร็จรูปและน้ำสลัดในช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อสลัดสำเร็จรูปและน้ำสลัด ช่วยกระตุ้นยอดขายและเพิ่มฐานลูกค้า

### 5.3 แผนกลยุทธ์การผลิตและการจัดซื้อ

#### 5.3.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การจัดซื้อเป็นกระบวนการจัดการในการจัดหาวัตถุดิบและบริการให้แก่องค์กรโดยมีขอบเขตงานตั้งแต่การรับรู้ความต้องการ การเลือกผู้ขายวัตถุดิบและ/หรือบริการ การสั่งซื้อและการจัดส่งวัตถุดิบ โดยการจัดซื้อต้องตอบสนองความต้องการทั้งระยะสั้นและระยะยาวในการดำเนินงานขององค์กร ปัจจุบันการจัดซื้อได้รับการยอมรับว่าเป็นงานสำคัญขององค์กรเนื่องจากเป็นแหล่งต้นทุนของวัตถุดิบซึ่งจะมีผลเกี่ยวเนื่องทั้งทางตรงและทางอ้อมกับการดำเนินธุรกิจซึ่งผู้บริหารด้านการจัดซื้อต้องตัดสินใจในเรื่องกระบวนการจัดหาวัตถุดิบและ/หรือบริการการเลือกผู้ขายวัตถุดิบความสัมพันธ์กับผู้ขายวัตถุดิบการทำสัญญาการจัดซื้อรวมหรือกระจายและการวิเคราะห์คุณค่า (ณัฐพันธ์ เขจรนนท์, 2545)

#### 5.3.2 วิธีการผลิต

การสร้างผลผลิตผักสลัดปลอดสารพิษ สลัดสำเร็จรูปและน้ำสลัด ต้องมีการคุมปริมาณการผลิตให้เพียงพอและทันต่อเวลาในการจัดส่งสินค้า และคุณภาพที่มุ่งหวังไว้ โดยผักสลัดปลอดสารพิษต้องมีความชำนาญในการดูแลตลอดจนถึงเก็บเกี่ยวผลผลิต เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพและลดอัตราผลผลิตเสียหายได้ ส่วนสลัดสำเร็จรูปและน้ำสลัดต้องมีความเที่ยงตรงและความสะอาดในการผลิตสูง เพื่อให้สินค้ามีมาตรฐานเดียวกัน และปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยปริมาณการผลิตขึ้นอยู่กับความสามารถของฟาร์มและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

การคัดเลือกรายการผลิตผล/ผลิตภัณฑ์ จะพิจารณาจากความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักในการคัดเลือกรายการผลิต โดยมีการสุ่มตรวจสอบปริมาณสารไนเตรตและสารพิษตกค้างในผักสลัดและผักอื่นๆที่ใช้ทำสลัดสำเร็จรูป เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบที่ใช้ปลอดภัยและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค

การพัฒนารายการสลัดสำเร็จรูปและน้ำสลัด จะมีการตรวจสอบรายการสินค้าและคำติชมของผู้บริโภค เพื่อนำมาใช้ประกอบการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

### 5.3.3 วิธีการจัดซื้อวัตถุดิบ

ต้องมีการจัดเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์สำหรับใช้ในการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงมีการวางแผนการจัดซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดี และราคาเหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้ฟาร์มสามารถจัดการต้นทุนให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนในการกำหนดนโยบายด้านการจัดซื้อ จะให้ความสำคัญต่อความสดใหม่ของวัตถุดิบ และความถูกต้องในการสั่งซื้อวัตถุดิบ โดยกำหนดให้มีการลงใบเสร็จไว้เป็นหลักฐานทุกการสั่งซื้อ ก่อนทำการสั่งซื้อจะมีการตรวจสอบวัตถุดิบและอุปกรณ์คงเหลือเสมอทุกสัปดาห์ เพื่อคาดการณ์ปริมาณการสั่งซื้อให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก รวมถึงความเหมาะสมต่อปริมาณการสั่งซื้อเพิ่มในอนาคต

### 5.3.4 การขนส่งสินค้า

การขนส่ง จะขนส่งสินค้าด้วยรถกระบะตู้ทึบ ที่ติดตั้งแอร์ภายในเพื่อควบคุมอุณหภูมิของสินค้าให้คงคุณภาพความสดใหม่เอาไว้ และจะทำการขนส่งทุกเช้า โดยมีการกำหนดเส้นทางการขนส่งในแต่ละวัน เพื่อให้การขนส่งมีประสิทธิภาพ มีความรวดเร็ว และประหยัดค่าน้ำมันในการเดินทาง เมื่อขนส่งถึงที่หมาย ลูกค้าจะต้องตรวจสอบสินค้าและชำระเงินตามจำนวนที่ได้ตกลงไว้ หากพบว่าสินค้ามีความเสียหายหรือผิดรายการที่สั่งซื้อ จะทำการจัดส่งใหม่อีกรอบภายในวันนั้นๆ โดยลดราคาลงอีก 5% จากยอดซื้อของลูกค้าในวันนั้นๆ หรือหากมีสินค้าไม่เพียงพอจะหาซื้อจากฟาร์มเจ้าอื่นที่ตรวจสอบแล้วว่าปลอดภัยพิฆมาทดแทน แต่ถ้าหากไม่มีจริง ๆ จะส่งมอบสินค้าเท่าที่มีโดยลดราคาลงอีก 10% ของยอดซื้อที่ส่งมอบในวันนั้นๆ

## 5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน

### 5.4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (มปป. : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายของแผนกลยุทธ์ทางการเงินไว้ว่าคือ แผนที่แสดงให้เห็นถึงแหล่งที่มาและแหล่งใช้ไปของเงินที่ต้องใช้ในการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์/ เป็นแผนจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ ที่สามารถผลักดันแผนกลยุทธ์ของสถาบันให้สามารถดำเนินการได้และมีการวิเคราะห์รายได้ ค่าใช้จ่ายของการดำเนินงานทั้งจากงบประมาณแผ่นดินและเงินรายได้อื่น ๆ ที่องค์กรได้รับ

## 5.4.2 แผนการลงทุน

แผนการลงทุนจะแบ่งเป็น 2 โครงการ ดังนี้

- 1) โครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์ปลอดสารพิษ มีระยะเวลาโครงการ 8 ปี

ตารางที่ 5.2: ตารางแสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุนของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>			
ที่ดิน 1 ไร่	1,000,000	1,000,000	-
ค่าสร้างโรงเรือน Evap. ปิด 600 ตร.ม.	600,000	100,000	500,000
แปลงปลูกผัก	500,000	-	500,000
ระบบวัดค่าอุณหภูมิ ความชื้น ปุ่ม แสง	100,000	100,000	-
ตู้แช่ผัก 3 ประตู 2 เครื่อง	65,000	65,000	-
อุปกรณ์เครื่องใช้	80,000	80,000	-
กล่องวงจรปิด 8 ตัว	25,000	25,000	-
บันไดติดล้อสูง 1.6m	40,000	40,000	-
<b>รวมสินทรัพย์ถาวร</b>	<b>2,410,000</b>		
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน</b>			
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	100,000	100,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	100,000	100,000	-
<b>รวมเงินลงทุนเริ่มต้น</b>	<b>2,610,000</b>	<b>1,610,000</b>	<b>1,000,000</b>
<b>สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน (%)</b>	<b>100</b>	<b>62</b>	<b>38</b>

จากตารางที่ 5.2 แสดงงบประมาณการลงทุนรวมทั้งสิ้น 2,610,000 บาท โดยใช้แหล่งเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นร้อยละ 62 เป็นจำนวนเงิน 1,610,000 บาท และกู้ยืมมาร้อยละ 38 เป็นจำนวนเงิน 1,000,000 บาท มีสินทรัพย์ถาวรทั้งสิ้น 2,410,000 บาท คิดเป็นค่าเสื่อมราคาต่อปีเท่ากับ 482,000 บาท และค่าจดทะเบียนและตกแต่งตัดจ่ายทั้งสิ้น 100,000 บาท คิดเป็น 12,500 บาทต่อปี

ตารางที่ 5.3: ตารางประมาณการยอดขายของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
ประมาณการยอดขาย (กิโลกรัมต่อวัน)	80	95	115	140
ราคาเฉลี่ยต่อกิโลกรัม	110	110	110	110
รวมยอดขายต่อวัน	8,800	10,450	12,650	15,400
รวมยอดขายต่อเดือน	246,400	292,600	354,200	431,200
รวมยอดขายต่อไตรมาส	739,200	877,800	1,062,600	1,293,600
รวมยอดขายต่อปี	2,956,800	3,511,200	4,250,400	5,174,400
รายการ	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
ประมาณการยอดขาย (กิโลกรัมต่อวัน)	165	200	240	285
ราคาเฉลี่ยต่อกิโลกรัม	110	110	110	110
รวมยอดขายต่อวัน	18,150	22,000	26,400	31,350
รวมยอดขายต่อเดือน	508,200	616,000	739,200	877,800
รวมยอดขายต่อไตรมาส	1,524,600	1,848,000	2,217,600	2,633,400
รวมยอดขายต่อปี	6,098,400	7,392,000	8,870,400	10,533,600

จากตารางที่ 5.3 แสดงประมาณการยอดขายผักสลัดในแต่ละปี ให้ใน 1 เดือน ทำงาน 28 วัน โดยในปีแรกประมาณการยอดขายอยู่ที่ 80 กิโลกรัมต่อวัน และประมาณการยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ต่อปี หรือคิดเป็น 95 115 140 165 200 240 และ 285 กิโลกรัมต่อวัน ในปีที่ 2 ถึงปีที่ 8 ตามลำดับ

ตารางที่ 5.4: สิ้นค้าคงเหลือของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์

ต้นทุนสินค้า 20% ของยอดขาย  
ระยะเวลาในการผลิตสินค้า 40 วัน

การคำนวณสินค้าคงเหลือ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
ยอดขายต่อปี	2,956,800	3,511,200	4,250,400	5,174,400
ยอดขายต่อวัน	8,800	10,450	12,650	15,400
ต้นทุนสินค้า	1,760.00	2,090.00	2,530.00	3,080.00
การหมุนเวียน	70,400	83,600	101,200	123,200
สินค้าคงเหลือ	70,400	83,600	101,200	123,200
	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
ยอดขายต่อปี	6,098,400	7,392,000	8,870,400	10,533,600
ยอดขายต่อวัน	18,150	22,000	26,400	31,350
ต้นทุนสินค้า	3,630.00	4,400.00	5,280.00	6,270.00
การหมุนเวียน	145,200	176,000	211,200	250,800
สินค้าคงเหลือ	145,200	176,000	211,200	250,800

จากตารางที่ 5.4 แสดงสินค้าคงเหลือ เนื่องจากเป็นสินค้าที่ต้องใช้ระยะเวลาในการผลิต (Work In Process) เป็นเวลา 40 วันก่อนการเก็บเกี่ยวและส่งขาย จึงทำให้มีสินค้าคงเหลือและค่าใช้จ่ายระหว่างการผลิต โดยคิดต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอยู่ที่ร้อยละ 20 ของยอดขาย

ตารางที่ 5.5: การส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์

ประมาณการผู้ซื้อเกิน 50 กิโลกรัม คิดเป็น 25% ของผู้ซื้อ ลดราคาลง 5.00 บาทต่อกิโลกรัม

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
ยอดขาย	2,956,800	3,511,200	4,250,400	5,174,400
ประมาณการยอดขาย (กิโลกรัมต่อวัน)	80	95	115	140
ประมาณการยอดขาย (กิโลกรัมต่อปี)	26,880	31,920	38,640	47,040
ส่วนลดจ่าย ลดราคาต่อปี	33,600	39,900	48,300	58,800
	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
ยอดขาย	6,098,400	7,392,000	8,870,400	10,533,600
ประมาณการยอดขาย (กิโลกรัมต่อวัน)	165	200	240	285
ประมาณการยอดขาย (กิโลกรัมต่อปี)	55,440	67,200	80,640	95,760
ส่วนลดจ่าย ลดราคาต่อปี	69,300	84,000	100,800	119,700

ประมาณการผู้ซื้อเกิน 100 กิโลกรัม คิดเป็น 25% ของผู้ซื้อ ลดราคาลง 10.00 บาทต่อกิโลกรัม

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
ยอดขาย	2,956,800	3,511,200	4,250,400	5,174,400
ประมาณการยอดขาย (กิโลกรัมต่อวัน)	80	95	115	140
ประมาณการยอดขาย (กิโลกรัมต่อปี)	26,880	31,920	38,640	47,040
ส่วนลดจ่าย ลดราคาต่อปี	-	-	96,600	117,600
	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
ยอดขาย	6,098,400	7,392,000	8,870,400	10,533,600
ประมาณการยอดขาย (กิโลกรัมต่อวัน)	165	200	240	285
ประมาณการยอดขาย (กิโลกรัมต่อปี)	55,440	67,200	80,640	95,760
ส่วนลดจ่าย ลดราคาต่อปี	138,600	168,000	201,600	239,400

จากตารางที่ 5.5 แสดงนโยบายส่งเสริมการขายสำหรับผู้ซื้อผักสดเกิน 50 และ 100 กิโลกรัมขึ้นไป ลดราคาลง 5 และ 10 บาทต่อกิโลกรัมตามลำดับ เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้าให้ซื้อ

ตารางที่ 5.6: ตารางต้นทุนคงที่ของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิิกส์

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
ค่าน้ำประปา (เพิ่มขึ้น 5%)	10,080	10,584	11,113	11,669
ค่าไฟฟ้า (เพิ่มขึ้น 5%)	36,000	37,800	39,690	41,675
ค่าโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต	10,800	10,800	10,800	10,800
ค่าขนส่ง (เพิ่มขึ้น 5%)	67,200	70,560	74,088	77,792
ค่าเสื่อมราคา	301,250	301,250	301,250	301,250
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	12,500	12,500	12,500	12,500
ค่าโฆษณา	15,000	10,000	5,000	5,000
เงินเดือน (เพิ่มขึ้น 5%)	756,000	793,800	833,490	875,165
รวมต้นทุนคงที่	1,208,830	1,247,294	1,287,931	1,335,850
ยอดขาย	2,956,800	3,511,200	4,250,400	5,174,400
	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
ค่าน้ำประปา (เพิ่มขึ้น 5%)	12,252	12,865	13,508	14,184
ค่าไฟฟ้า (เพิ่มขึ้น 5%)	43,758	45,946	48,243	50,656
ค่าโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต	10,800	10,800	10,800	10,800
ค่าขนส่ง (เพิ่มขึ้น 5%)	81,682	85,766	90,054	94,557
ค่าเสื่อมราคา	301,250	301,250	301,250	301,250
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	12,500	12,500	12,500	12,500
ค่าโฆษณา	5,000	5,000	5,000	5,000
เงินเดือน (เพิ่มขึ้น 5%)	918,923	964,869	1,013,112	1,063,768
รวมต้นทุนคงที่	1,386,165	1,438,996	1,494,468	1,552,714
ยอดขาย	6,098,400	7,392,000	8,870,400	10,533,600

จากตารางที่ 5.6 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายต้นทุนคงที่ โดยมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกๆปีดังนี้ ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าขนส่ง และเงินเดือน

ตารางที่ 5.7: ตารางต้นทุนผันแปรของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์

ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
ต้นทุนขาย (20%)	591,360	702,240	850,080	1,034,880
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 1%	29,568	35,112	42,504	51,744
ส่งเสริมการขาย	33,600	39,900	144,900	176,400
รวมต้นทุนผันแปร	654,528	777,252	1,037,484	1,263,024
	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
ต้นทุนขาย (20%)	1,219,680	1,478,400	1,774,080	2,106,720
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 1%	60,984	73,920	88,704	105,336
ส่งเสริมการขาย	207,900	252,000	302,400	359,100
รวมต้นทุนผันแปร	1,488,564	1,804,320	2,165,184	2,571,156

จากตารางที่ 5.7 แสดงการประมาณค่าต้นทุนผันแปร ประกอบไปด้วย ต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอยู่ที่ 20% ของยอดขาย ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 1% ของยอดขาย และค่าส่งเสริมการขาย

ตารางที่ 5.8: ตารางแสดงจุดคุ้มทุนของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
กำไรส่วนเกิน	2,302,272	2,733,948	3,212,916	3,911,376
อัตรากำไรส่วนเกิน	78%	78%	76%	76%
จุดคุ้มทุนต่อปี	1,552,496	1,601,895	1,703,818	1,767,210
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	129,375	133,491	141,985	147,268
จุดคุ้มทุนต่อวัน	4,312	4,450	4,733	4,909

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 5.8 (ต่อ): ตารางแสดงจุดคุ้มทุนของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
กำไรส่วนเกิน	4,609,836	5,587,680	6,705,216	7,962,444
อัตรากำไรส่วนเกิน	76%	76%	76%	76%
จุดคุ้มทุนต่อปี	1,833,772	1,903,663	1,977,048	2,054,102
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	152,814	158,639	164,754	171,175
จุดคุ้มทุนต่อวัน	5,094	5,288	5,492	5,706

จากตาราง 5.8 แสดงกำไรส่วนเกิน อัตรากำไรส่วนเกิน และจุดคุ้มทุนในแต่ละปี

ตารางที่ 5.9: ตารางแสดงดอกเบี้ยจ่ายของโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)	1,000,000			
ชำระเงินต้นเท่ากันทุกปี	142,857	142,857	142,857	142,857
เงินกู้สถาบันคงเหลือ	857,143	714,286	571,429	428,571
ดอกเบี้ยจ่าย	39,900	42,771	39,286	37,143
	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)				
ชำระเงินต้นเท่ากันทุกปี	142,857	142,857	142,857	-
เงินกู้สถาบันคงเหลือ	285,714	142,857	-	-
ดอกเบี้ยจ่าย	27,857	18,571	9,286	-

จากตาราง 5.9 แสดงจำนวนเงินกู้ทั้งสิ้นจำนวน 1,000,000 บาท โดยใช้สินเชื่อ SMEs เพื่อธุรกิจเกษตรจากธนาคารออมสิน มีระยะเวลาชำระหนี้เป็นเวลา 7 ปี และกำหนดชำระเงินต้นเท่ากันทุกปีเป็นจำนวน 142,857 บาท โดยคิดอัตราดอกเบี้ยที่อัตราร้อยละ 3.99 4.99 5.50 ในปี 1-3 และ 6.50 ในปีถัดไปตามลำดับ

2) โครงการสล็อตสำเร็จรูปและน้ำสล็อต เป็นโครงการต่อยอดจากโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์ มีระยะเวลาโครงการ 5 ปี โดยเริ่มต่อจากโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์ในปีที่ 4

ตารางที่ 5.10: ตารางแสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุนของโครงการสล็อตสำเร็จรูป

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>			
ค่าก่อสร้างห้องผลิตอาหารแปรรูปขนาดเล็ก (ปีที่ 4)	1,000,000	1,000,000	-
อุปกรณ์การผลิตอาหารแปรรูป (ปีที่ 4)	300,000	300,000	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,300,000		
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน</b>			
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	100,000	100,000	-
<b>เงินทุนหมุนเวียน</b>	500,000	500,000	-
<b>รวมเงินลงทุนเริ่มต้น</b>	1,900,000	1,900,000	-
สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน (%)	100	100	-

จากตารางที่ 5.10 แสดงงบประมาณการลงทุนรวมทั้งสิ้น 1,900,000 บาท โดยเงินทุนหมุนเวียนใช้สำหรับเป็นค่าใช้จ่ายภายใน รวมถึงกระบวนการผลิต Work In Process และค่าแรกเข้าสำหรับขายสินค้าในห้าง โดยใช้แหล่งเงินทุนจากผู้ถือหุ้นทั้งสิ้นร้อยละ 100 แบ่งเป็นสินทรัพย์ถาวร 1,300,000 บาท คิดเป็นค่าเสื่อมราคา 260,000 บาทต่อปี และค่าจดทะเบียนและตกแต่งตัดจ่ายจำนวนทั้งสิ้น 100,000 บาท คิดเป็น 20,000 บาทต่อปี

โดยโครงการนี้จะเริ่มต่อจากโครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์ในปีที่ 4 เมื่อคิดมูลค่าปัจจุบันในตอนต้นปีที่ 1 จากจำนวนเงิน 1,900,000 บาท โดยคิดอัตราลดที่ร้อยละ 30 คิดเป็นมูลค่าปัจจุบันทั้งสิ้น 665,243 บาท

ตารางที่ 5.11: ตารางประมาณการยอดขายของโครงการสลัดสำเร็จรูป

## ยอดขายสลัดสำเร็จรูป

รายการ	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
การประมาณการยอดขาย (กล่องต่อวัน)	200	240	290	345	415
ราคาเฉลี่ยต่อกล่อง	49	49	49	49	49
รวมยอดขายต่อวัน	9,800	11,760	14,210	16,905	20,335
รวมยอดขายต่อเดือน	274,400	329,280	397,880	473,340	569,380
รวมยอดขายต่อไตรมาส	823,200	987,840	1,193,640	1,420,020	1,708,140
รวมยอดขายต่อปี	3,292,800	3,951,360	4,774,560	5,680,080	6,832,560

## ยอดขายน้ำสลัดสำเร็จรูป

รายการ	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
การประมาณการยอดขาย (ขวดต่อวัน)	50	60	70	85	105
ราคาเฉลี่ยต่อขวด	60	60	60	60	60
รวมยอดขายต่อวัน	3,000	3,600	4,200	5,100	6,300
รวมยอดขายต่อเดือน	84,000	100,800	117,600	142,800	176,400
รวมยอดขายต่อไตรมาส	252,000	302,400	352,800	428,400	529,200
รวมยอดขายต่อปี	1,008,000	1,209,600	1,411,200	1,713,600	2,116,800

จากตารางที่ 5.11 แสดงประมาณการยอดขายสลัดสำเร็จรูปและน้ำสลัดในแต่ละปี โดยให้ใน 1 เดือน ทำงาน 28 วัน และแต่ละปีจะประมาณการยอดขายเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 20

ตารางที่ 5.12: สินค้าคงเหลือของโครงการสล็อตสำเร็จรูป

ต้นทุนสินค้า 55% ของยอดขาย มีระยะเวลาในการผลิตสินค้า 30 วัน

การคำนวณสินค้าคงเหลือ	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
ยอดขายต่อปี	4,300,800	5,160,960	6,185,760	7,393,680	8,949,360
ยอดขายต่อวัน	12,800	15,360	18,410	22,005	26,635
ต้นทุนสินค้า	7,040.00	8,448.00	10,125.50	12,102.75	14,649.25
การหมุนเวียน	211,200	253,440	303,765	363,083	439,478
สินค้าคงเหลือ	211,200	253,440	303,765	363,083	439,478

จากตารางที่ 5.12 แสดงสินค้าคงเหลือ โดยคิดต้นทุนขายอยู่ที่ 55% มาจากต้นทุนสินค้า 20% ค่า GP 30% ค่ากิจกรรมการตลาดและค่าอื่นๆคิดเป็น 5% และเนื่องจากเป็นสินค้าที่ต้องใช้ระยะเวลาในการรับเงินส่วนแบ่งจากหุ้นส่วนนาน จึงทำให้ต้องมีเงินทุนและค่าใช้จ่ายในการผลิตสินค้าระหว่างรอเป็นระยะเวลา 30 วัน

ตารางที่ 5.13: การส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดของโครงการสล็อตสำเร็จรูป

ประมาณการผู้ซื้อช่วงโปรโมชั่นลดราคา 10% ของผู้ซื้อต่อเดือน ลดราคาลง 10.00 บาทต่อกล่อง

	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
ยอดขาย	4,300,800	5,160,960	6,185,760	7,393,680	8,949,360
การประมาณการยอดขาย (กล่องต่อวัน)	200	240	290	345	415
การประมาณการยอดขาย (กล่องต่อปี)	67,200	80,640	97,440	115,920	139,440
ส่วนลดจ่าย ให้ผู้ซื้อช่วงลด ราคา คิดเป็นต้นทุนต่อปี	67,200	80,640	97,440	115,920	139,440

จากตารางที่ 5.13 แสดงนโยบายส่งเสริมการขายสำหรับผู้ซื้อสล็อตแปรรูปในช่วงโปรโมชั่นลดราคา 10% ของผู้ซื้อต่อเดือน ลดราคาลง 10.00 บาทต่อกล่อง เพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่ลูกค้าให้ซื้อ

ตารางที่ 5.14: ตารางต้นทุนคงที่ของโครงการสลัดสำเร็จรูป

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
ค่าน้ำประปา (เพิ่มขึ้น 5%)	10,080	10,584	11,113	11,669	12,252
ค่าไฟฟ้า (เพิ่มขึ้น 5%)	18,000	18,900	19,845	20,837	21,879
ค่าโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต	10,800	10,800	10,800	10,800	10,800
ค่าขนส่ง (เพิ่มขึ้น 5%)	50,400	52,920	55,566	58,344	61,262
ค่าเสื่อมราคา	260,000	260,000	260,000	260,000	260,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ค่าโฆษณา	15,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ค่าเช่าที่ดิน	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
เงินเดือน (เพิ่มขึ้น 5%)	756,000	793,800	833,490	875,165	918,923
รวมต้นทุนคงที่	1,200,280	1,237,004	1,280,814	1,326,815	1,375,116
ยอดขาย	4,300,800	5,160,960	6,185,760	7,393,680	8,949,360

จากตารางที่ 5.14 แสดงการประมาณค่าใช้จ่ายต้นทุนคงที่ ประกอบไปด้วย ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต ค่าขนส่ง ค่าเสื่อมราคา ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย และค่าโฆษณา โดยมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 5% ต่อปี ได้แก่ ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าขนส่ง และเงินเดือน

ตารางที่ 5.15: ตารางต้นทุนผันแปรของโครงการสลัดสำเร็จรูป

ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
ต้นทุนขาย (55%)	2,365,440	2,838,528	3,402,168	4,066,524	4,922,148
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 1%	43,008	51,610	61,858	73,937	89,494
ส่งเสริมการขาย	67,200	80,640	97,440	115,920	139,440
รวมต้นทุนผันแปร	2,475,648	2,970,778	3,561,466	4,256,381	5,151,082

จากตารางที่ 5.15 แสดงการประมาณค่าต้นทุนผันแปร ประกอบไปด้วย ต้นทุนขายมีค่าเท่ากับ 55% ของยอดขาย ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 1% ของยอดขาย และค่าส่งเสริมการขาย

ตารางที่ 5.16: ตารางแสดงจุดคุ้มทุนของโครงการสลัดสำเร็จรูป

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
กำไรส่วนเกิน	1,825,152	2,190,182	2,624,294	3,137,299	3,798,278
อัตรากำไรส่วนเกิน	42%	42%	42%	42%	42%
จุดคุ้มทุนต่อปี	2,828,348	2,914,884	3,019,025	3,126,908	3,239,996
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	235,696	242,907	251,585	260,576	270,000
จุดคุ้มทุนต่อวัน	7,857	8,097	8,386	8,686	9,000

จากตาราง 5.16 แสดงกำไรส่วนเกิน อัตรากำไรส่วนเกิน และจุดคุ้มทุนในแต่ละปี โดยในปีแรกของโครงการจะมีกำไรส่วนเกินเป็นจำนวน 1,825,152 บาท มีอัตรากำไรส่วนเกินที่ 42% และมีจุดคุ้มทุนต่อวันที่ 7,857 บาท และในปีสุดท้าย จะมีกำไรส่วนเกินเป็นจำนวน 3,798,278 บาท มีอัตรากำไรส่วนเกินที่ 42% และมีจุดคุ้มทุนต่อวันที่ 9,000 บาท

#### การวิเคราะห์การลงทุนแผนธุรกิจยักษ์ยิมฟาร์ม

การวิเคราะห์การลงทุนแผนธุรกิจยักษ์ยิมฟาร์ม ได้นำผลประมาณการต้นทุน ยอดขายและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทั้ง 2 โครงการ ได้แก่ 1) โครงการฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์ปลอดสารพิษ เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 8 และ 2) โครงการสลัดสำเร็จรูปและน้ำสลัด เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปีที่ 4 ถึงปีที่ 8 รวมเข้าด้วยกันในแต่ละปี เพื่อใช้คำนวณงบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด งบฐานะทางการเงิน อัตราส่วนทางการเงิน และอัตราผลตอบแทนของธุรกิจ แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเป็นไปได้และความคุ้มค่าในการลงทุนของแผนธุรกิจยักษ์ยิมฟาร์ม

ตารางที่ 5.17: ตารางแสดงงบกำไรขาดทุนของแผนธุรกิจยักษ์ยัมฟาร์ม

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
ยอดขาย	2,956,800	3,511,200	4,250,400	9,475,200
หัก ต้นทุนผันแปร	654,528	777,252	1,037,484	3,738,672
กำไรส่วนเกิน	2,302,272	2,733,948	3,212,916	5,736,528
หัก ต้นทุนคงที่	1,208,830	1,247,294	1,287,931	2,536,130
กำไรก่อนการดำเนินงาน	1,093,442	1,486,654	1,924,985	3,200,398
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	39,900	42,771	39,286	37,143
กำไรก่อนหักภาษี	1,053,542	1,443,883	1,885,699	3,163,255
หัก ภาษี*	145,680	201,120	275,040	884,024
กำไรสุทธิ	907,862	1,242,763	1,610,659	2,279,231
	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
ยอดขาย	11,259,360	13,577,760	16,264,080	19,482,960
หัก ต้นทุนผันแปร	4,459,342	5,365,786	6,421,565	7,722,238
กำไรส่วนเกิน	6,800,018	8,211,974	9,842,515	11,760,722
หัก ต้นทุนคงที่	2,623,169	2,719,810	2,821,283	2,927,830
กำไรก่อนการดำเนินงาน	4,176,849	5,492,164	7,021,232	8,832,892
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	27,857	18,571	9,286	-
กำไรก่อนหักภาษี	4,148,992	5,473,593	7,011,946	8,832,892
หัก ภาษี*	1,098,123	1,394,886	1,770,971	2,221,614
กำไรสุทธิ	3,050,869	4,078,706	5,240,975	6,611,278

\* ภาษีประเภทที่ 8 การเกษตร หักค่าใช้จ่ายแบบเหมาจ่ายในอัตราร้อยละ 60 และหักค่าลดหย่อนส่วนบุคคลอีก 60,000 บาท ก่อนนำไปคิดตามอัตรากาสิโนเงินได้

จากตาราง 5.17 แสดงกำไรสุทธิตลอดอายุโครงการ 8 ปี โดยคิดกาสิโนตามอัตรากาสิโนเงินได้ หลังหักค่าใช้จ่ายแบบเหมาจ่ายในอัตราร้อยละ 60 และหักค่าลดหย่อนส่วนบุคคลอีก 60,000 บาท เนื่องจากการหักค่าใช้จ่ายตามจริงจะเสียกาสิโนมากกว่าหักค่าใช้จ่ายแบบเหมา

ตารางที่ 5.18: ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของแผนธุรกิจยักษ์ยิ้มฟาร์ม

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
กำไรสุทธิ	907,862	1,242,763	1,610,659	2,279,231
บวก ค่าเสื่อมราคา	301,250	301,250	301,250	561,250
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	12,500	12,500	12,500	32,500
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	39,900	42,771	39,286	37,143
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	145,680	55,440	73,920	608,984
หัก สินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	- 70,400	- 13,200	- 17,600	- 233,200
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	1,336,792	1,641,524	2,020,015	3,285,908
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน</b>				
รวมสินทรัพย์ถาวร	- 2,410,000	-	-	- 1,300,000
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	- 100,000	-	-	- 100,000
กระแสเงินสดจากการลงทุน	- 2,510,000	-	-	- 1,400,000
<b>กระแสเงินสดจากการจัดหา</b>				
กู้จากสถาบันการเงิน	1,000,000	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	- 142,857	- 142,857	- 142,857	- 142,857
หัก ชำระดอกเบี้ยเงินกู้	- 39,900	- 42,771	- 39,286	- 37,143
ทุนหุ้นสามัญ	1,610,000	-	-	1,900,000
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	2,427,243	- 185,629	- 182,143	1,720,000
เงินสดสุทธิ	1,254,035	1,455,895	1,837,872	3,605,908
บวก เงินสดต้นงวด	-	1,254,035	2,709,930	4,547,802
เงินสดปลายงวด	1,254,035	2,709,930	4,547,802	8,153,710

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 5.18 (ต่อ): ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของแผนธุรกิจยักษ์ยัมฟาร์ม

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
กำไรสุทธิ	3,050,869	4,078,706	5,240,975	6,611,278
บวก ค่าเสื่อมราคา	561,250	561,250	561,250	561,250
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	32,500	32,500	32,500	32,500
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	27,857	18,571	9,286	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	214,099	296,763	376,085	450,643
หัก สินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	- 64,240	- 81,125	- 94,518	- 115,995
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	3,822,335	4,906,666	6,125,578	7,539,676
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน</b>				
รวมสินทรัพย์ถาวร	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจากการจัดหา</b>				
กู้จากสถาบันการเงิน	-	-	-	-
หัก ขำระเงินกู้	- 142,857	- 142,857	- 142,857	-
หัก ขำระดอกเบี้ยเงินกู้	- 27,857	- 18,571	- 9,286	-
ทุนหุ้นสามัญ	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	- 170,714	- 161,429	- 152,143	-
เงินสดสุทธิ	3,651,621	4,745,237	5,973,435	7,539,676
บวก เงินสดต้นงวด	8,153,710	11,805,331	16,550,568	22,524,003
เงินสดปลายงวด	11,805,331	16,550,568	22,524,003	30,063,680

จากตารางที่ 5.18 งบกระแสเงินสด แสดงให้เห็นว่ายอดเงินสดปลายงวดเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี โดยในปีที่ 1 มีเงินสดปลายงวดจำนวน 1,254,035 บาท และในปีที่ 8 มีเงินสดปลายงวดจำนวน 30,063,680 บาท

ตารางที่ 5.19: ตารางแสดงฐานะทางการเงินของแผนธุรกิจยักษ์ยิมฟาร์ม

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
สินทรัพย์หมุนเวียน				
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	1,254,035	2,709,930	4,547,802	8,153,710
สินค้าคงเหลือ	70,400	83,600	101,200	334,400
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,324,435	2,793,530	4,649,002	8,488,110
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	2,108,750	1,807,500	1,506,250	2,245,000
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	87,500	75,000	62,500	130,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	2,196,250	1,882,500	1,568,750	2,375,000
รวมสินทรัพย์	3,520,685	4,676,030	6,217,752	10,863,110
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น				
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	145,680	201,120	275,040	884,024
รวมหนี้สินระยะสั้น	145,680	201,120	275,040	884,024
เงินกู้สถาบันการเงินสุทธิ	857,143	714,286	571,429	428,571
รวมหนี้สิน	1,002,823	915,406	846,469	1,312,595
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	1,610,000	1,610,000	1,610,000	3,510,000
กำไรสะสม	907,862	2,150,625	3,761,284	6,040,515
ส่วนของผู้ถือหุ้น	2,517,862	3,760,625	5,371,284	9,550,515
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,520,685	4,676,030	6,217,752	10,863,110

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.19 (ต่อ): ตารางแสดงฐานะทางการเงินของแผนธุรกิจยักษ์ยัมฟาร์ม

สินทรัพย์	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
สินทรัพย์หมุนเวียน				
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	11,805,331	16,550,568	22,524,003	30,063,680
สินค้าคงเหลือ	398,640	479,765	574,283	690,278
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	12,203,971	17,030,333	23,098,286	30,753,957
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	1,683,750	1,122,500	561,250	-
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	97,500	65,000	32,500	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,781,250	1,187,500	593,750	-
รวมสินทรัพย์	13,985,221	18,217,833	23,692,036	30,753,957
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น				
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	1,098,123	1,394,886	1,770,971	2,221,614
รวมหนี้สินระยะสั้น	1,098,123	1,394,886	1,770,971	2,221,614
เงินกู้สถาบันการเงินสุทธิ	285,714	142,857	-	-
รวมหนี้สิน	1,383,837	1,537,744	1,770,971	2,221,614
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	3,510,000	3,510,000	3,510,000	3,510,000
กำไรสะสม	9,091,383	13,170,090	18,411,065	25,022,343
ส่วนของผู้ถือหุ้น	12,601,383	16,680,090	21,921,065	28,532,343
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	13,985,221	18,217,833	23,692,036	30,753,957

จากตารางที่ 5.19 แสดงมูลค่าของบริษัทมีค่าสูงขึ้นทุกปี โดยในปีที่ 1 มีสินทรัพย์รวม 3,520,685 บาท และในปีที่ 8 มีสินทรัพย์รวม 30,753,957 บาท

ตารางที่ 5.20: ตารางแสดงการวิเคราะห์โครงการลงทุนของแผนธุรกิจยักษ์ยิ้มฟาร์ม

การวัดสภาพคล่องทางการเงิน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	9.09	13.89	16.90	9.60
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	8.61	13.47	16.54	9.22
<b>การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน</b>				
อัตรากาหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	9.30	9.30	10.25	11.18
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	38.72	38.72	35.12	32.20
อัตรากาหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	1.40	1.94	2.82	4.22
อัตรากาหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	0.84	0.75	0.68	0.87
<b>การวัดความสามารถในการชำระหนี้</b>				
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.40	0.24	0.16	0.14
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (เท่า)	27.40	34.76	49.00	86.16
<b>การวัดความสามารถในการบริหาร</b>				
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.26	0.27	0.26	0.21
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.36	0.33	0.30	0.24
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	77.86	77.86	75.59	60.54
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	36.98	42.34	45.29	33.78
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	30.70	35.39	37.89	24.05

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.20 (ต่อ): ตารางแสดงการวิเคราะห์โครงการลงทุนของแผนธุรกิจยักษ์ยัมฟาร์ม

การวัดสภาพคล่องทางการเงิน	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	11.11	12.21	13.04	13.84
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	10.75	11.87	12.72	13.53
<b>การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน</b>				
อัตรากำไรสุทธิของสินค้า (รอบ)	11.19	11.18	11.18	11.19
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	32.18	32.19	32.19	32.18
อัตรากำไรสุทธิสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	6.69	12.10	28.98	-
อัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์รวม (รอบ)	0.81	0.75	0.69	0.63
<b>การวัดความสามารถในการชำระหนี้</b>				
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.11	0.09	0.08	0.08
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (เท่า)	149.94	295.73	756.13	-
<b>การวัดความสามารถในการบริหาร</b>				
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.22	0.22	0.22	0.21
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.24	0.24	0.24	0.23
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	60.39	60.48	60.52	60.36
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	37.10	40.45	43.17	45.34
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	27.10	30.04	32.22	33.93
<b>ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน</b>				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	2.979			

จากตารางที่ 5.20 แสดงการวิเคราะห์การลงทุนตลอดทั้งโครงการ ในด้านสภาพคล่องทางการเงิน ประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน ความสามารถในการชำระหนี้ และความสามารถในการบริหาร ตลอดระยะเวลาของโครงการตั้งแต่ปีที่ 1 ถึงปีที่ 8 สามารถคืนทุนได้ภายใน 2.979 หรือคืนทุนได้ภายใน 2 ปี 11 เดือน 23 วัน

ตารางที่ 5.21: ตารางแสดงการวิเคราะห์โครงการลงทุนของแผนธุรกิจยักษ์ยิมฟาร์ม

กระแสเงินสดตลอดโครงการ		
ปีที่	รวมกระแสเงินสด	PV รายปี
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุนโครงการผักไฮโดรโปนิคส์	- 2,610,000	- 2,610,000
1 กระแสเงินสดรับ	1,254,035	964,642
2 กระแสเงินสดรับ	1,455,895	861,477
3 กระแสเงินสดรับ	1,837,872	836,537
4 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุนโครงการสลัดสำเร็จรูป	- 1,900,000	- 665,243
4 กระแสเงินสดรับ	3,605,908	1,262,529
5 กระแสเงินสดรับ	3,651,621	983,488
6 กระแสเงินสดรับ	4,745,237	983,100
7 กระแสเงินสดรับ	5,973,435	951,964
8 กระแสเงินสดรับ*	7,539,676	924,285
<b>การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยอัตราคิดลด</b>	30%	
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	7,768,022	
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	- 3,275,243	
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	4,492,779	
อัตราผลตอบแทนของโครงการ	68%	

\* กระแสเงินสดรับในปีที่ 8 = เงินสดสุทธิจากงบกระแสเงินสด+เงินทุนหมุนเวียน

จากตารางที่ 5.21 แสดงผลประมาณการกระแสเงินสดรวมทั้ง 2 โครงการ ตลอดระยะเวลา 8 ปี จากการคำนวณมูลค่าปัจจุบันในอัตราคิดลดที่ 30% ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับมีค่าเท่ากับ 7,768,022 บาท เมื่อหักมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายที่มีค่าเท่ากับ 3,275,243 บาท จะได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 4,492,779 บาท และมีอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) อยู่ที่ 68% ซึ่งมีผลตอบแทนสูง มีความคุ้มค่าแก่การลงทุนในแผนธุรกิจยักษ์ยิมฟาร์มสูง

## บรรณานุกรม

- ชัยณรงค์ รัตน์กริฑากุล และ ชุตินธร หยุนแดง. (2553). การปนเปื้อนโดย *Escherichia coli* ในแปลงผลิตที่มีผลต่อคุณภาพของผักกาดหอมหลังการเก็บเกี่ยว. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2545). การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น .
- ทีมข่าวรายงานพิเศษ คมชัดลึก. (2560). ผักไฮโดรโปนิคส์... เสี่ยง "มะเร็งลำไส้" จริงหรือไม่ ? สืบค้นจาก <http://www.komchadluek.net/news/scoop/279865>.
- บริษัท มายด์ โดโจ จำกัด. (2561). การทำเกษตรแบบแนวตั้ง (VERTICAL FARM) กับการขับเคลื่อนประเทศไทย. สืบค้นจาก <http://www.minddojo.co.th/knowledge/technology/-vertical-farm>.
- บริษัท อีโคเอ็น จำกัด. (2560). ความรู้เกี่ยวกับระบบ อีแวป. สืบค้นจาก <https://www.ecoen.co.th/news-events/news/5/ความรู้เกี่ยวกับระบบ-อีแวป>.
- ปราณี วรเนตรสุดาทิพย์, ประยูทธ สีสวยหุต, ชุติกร ลีโนนลาน และ สนิทพิมพ์ สิมมาทัน. (2556). สถานการณ์เชื้อจุลินทรีย์อีโคไลและซัลโมเนลลาในผักจากแปลงเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. *แก่นเกษตร*, 41(1).
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2556). แผนกลยุทธ์ด้านการเงิน ปีพ.ศ. 2554-2558 คณะวิทยาการสื่อสารมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สืบค้นจาก <http://www.comm-sci1.pn.psu.ac.th/User Files/File/SU>.
- รุ่งรัตน์ นิลธเสน. (2559, มกราคม - มิถุนายน). ไนตริกออกไซด์กับโรคหลอดเลือดตีบแข็ง. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ*, 2(1), 71-79.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2556). *สำมะโนการเกษตร พ.ศ. 2556 ภาคกลาง*. สืบค้นจาก [http://popcensus.nso.go.th/web/kaset/file/Agri56\\_C/Agri\\_T.pdf](http://popcensus.nso.go.th/web/kaset/file/Agri56_C/Agri_T.pdf).
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2560). *การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชากร พ.ศ. 2560*. สืบค้นจาก [http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขาสุขภาพ/พฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชากร/การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชากร\\_2560/รายงานฉบับสมบูรณ์.pdf](http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขาสุขภาพ/พฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชากร/การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชากร_2560/รายงานฉบับสมบูรณ์.pdf).

- สำนักหอสมุดและศูนย์สารสนเทศวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กรมวิทยาศาสตร์บริการ  
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2553). *อันตรายจากสารไนโตรซามีน*. สืบค้นจาก  
<http://siweb.dss.go.th/repack/fulltext/IR23.pdf>.
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงานกระทรวงพลังงาน. (2562). *สถานการณ์ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง  
เมษายน 2562*. สืบค้นจาก  
[http://www.eppo.go.th/index.php/th/petroleum/oil/status-oil-price?orders\[publishUp\]=publishUp&issearch=1](http://www.eppo.go.th/index.php/th/petroleum/oil/status-oil-price?orders[publishUp]=publishUp&issearch=1).
- สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค. (2562). *ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสแรกของปี  
2562 และแนวโน้มปี 2562*. สืบค้นจาก  
[https://www.nesdb.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=8886](https://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8886).
- Oa. (2560). *ทำความเข้าใจไฮโดรโปนิกส์*. สืบค้นจาก  
<https://เขียนบทความ.com/ทำความเข้าใจไฮโดรโปนิกส์/>.
- Ratirita. (2560). *จับ 3 เทรนด์สุขภาพของคนไทย ยุคนี้ต้องอีทคลีนกินมังฯ*. สืบค้นจาก  
<https://brandinside.asia/3-trends-lifestyle-healthy/>.
- ThaiPAN. (2560). *ไทยแพนพบการตกค้างของสารเคมีกำจัดศัตรูพืชในผักไฮโดรโปนิกส์สูงกว่าผัก  
ทั่วไป*. สืบค้นจาก <https://www.thaipan.org/ไทยแพนพบการตกค้างของสาร/>.
- ThaiPAN. (2561). *ไทยแพนแถลงข่าวมากกว่าครึ่งผักผลไม้มีสารกำจัดวัชพืชตกค้างเกินค่ามาตรฐาน*.  
สืบค้นจาก <https://www.thaipan.org/ไทยแพนแถลงข่าวมากกว่าค/>.
- Catherine P. B., Kevin, D. C., Jonathan, M. H. (2016). *Dietary Nitrate, Nitric Oxide, and  
Cardiovascular Health*. Retrieved from  
<https://www.nature.com/articles/s41467-019-11622-x>
- G.J.A. Speijers and P.A. van den Brandt. (2003). *NITRITE (and potential endogenous  
formation of N-nitroso compounds)*. Retrieved from  
<http://www.inchem.org/documents/jecfa/jecmono/v50je05.htm>.
- Martin, H. (2005). *Manure composting as a pathogen reduction strategy*. Retrieved  
from <http://www.omafra.gov.on.ca/english/engineer/facts/05-021.pdf>
- Tauxe, R.V. (1997). *Emerging food borne disease: An evolving public health challenge*.  
*Special issue: Emerg. Infect. Dis*, 3, 425-434.





## ภาคผนวก ก



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

**แบบสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายผักสลัด**

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ..... เพศ..... อายุ.....  
ประเภทธุรกิจ..... รายได้ต่อเดือน..... ก่อตั้งเมื่อปี.....

**ส่วนที่ 2** เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผักสลัด และปัจจัยในการเลือกซื้อผักสลัด

1. ท่านขายผักอะไรบ้าง มีกรรมวิธีปลูกแบบใด เหตุใดจึงขาย และมีราคาต่อชนิดเท่าไร

.....  
.....

2. ผักชนิดใดขายดีที่สุด (เรียงอันดับ หากขายหลายชนิด)

.....  
.....

3. มีช่องทางการขายยังง ใดบ้าง ขายวันอะไร และขายเวลาอะไร

.....  
.....

4. ใน 1 วันขายผักได้กี่กิโลกรัม และเหลือผักจำนวนเท่าใด หากเหลือจะทำอย่างไร

.....  
.....

5. กลุ่มลูกค้าของท่านคือใคร (ร้านอาหาร แปรรูป)

.....  
.....

6. มีลูกค้าประจำหรือไม่ ทำการจัดส่งสินค้าอย่างไร และนำผักไปทำอะไร

.....  
.....

7. ปัญหาที่พบเจอในการขายและการปลูกผักมีอะไรบ้าง พร้อมวิธีแก้ไข

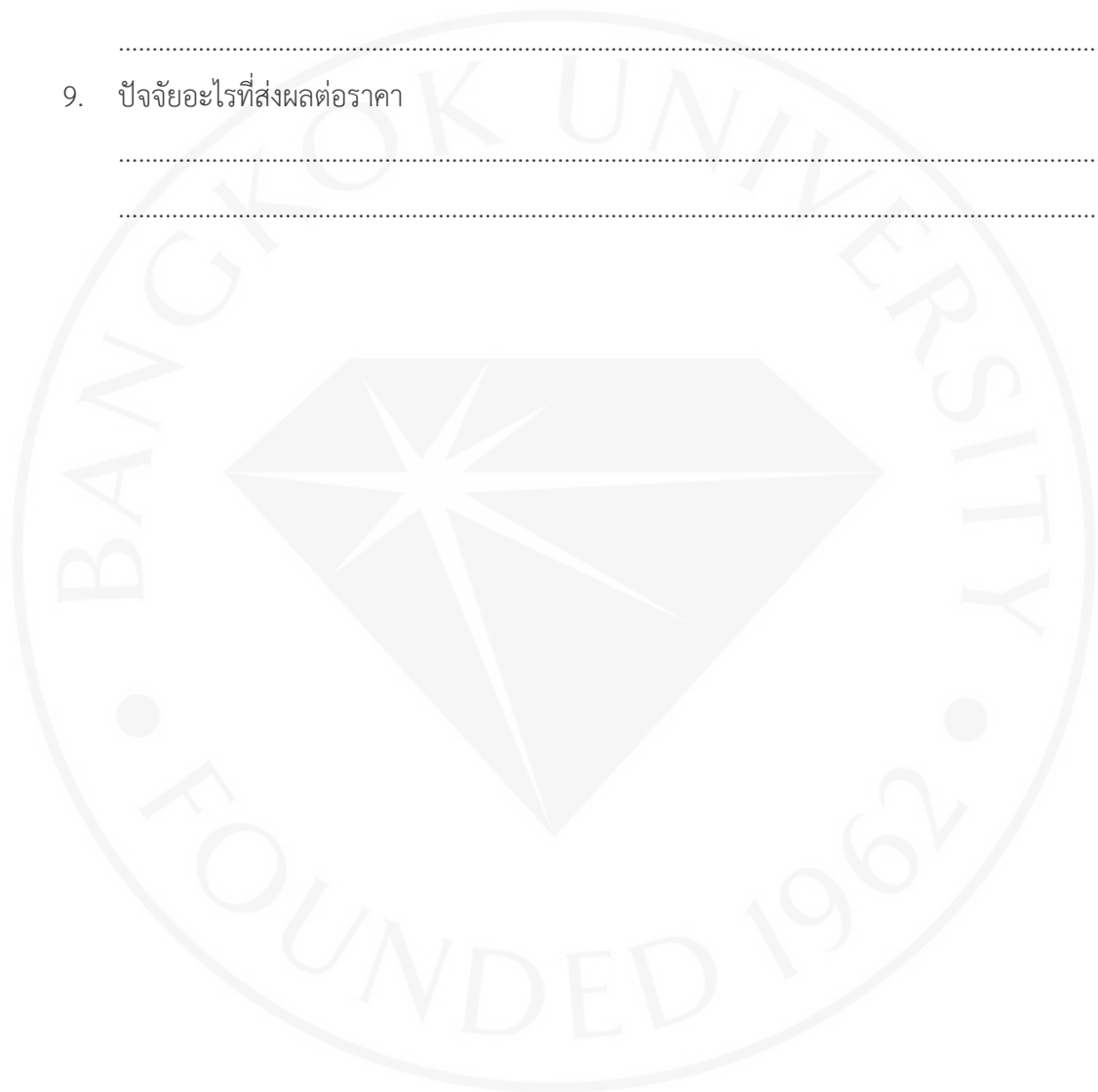
.....  
.....

8. วิธีการเก็บเกี่ยว และจัดเก็บผลผลิต

.....  
.....

9. ปัจจัยอะไรที่ส่งผลต่อราคา

.....  
.....



ภาคผนวก ข



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

**แบบสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจอาหารแปรรูป**

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ.....เพศ.....อายุ.....  
ตำแหน่ง.....ประเภทธุรกิจ.....  
รายได้ต่อเดือน.....มีกี่สาขา.....ก่อตั้งเมื่อปี.....

**ส่วนที่ 2** เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผักสลัด และปัจจัยในการเลือกซื้อผักสลัด

1. ปัจจุบันท่านเลือกซื้อผักสลัดที่มีกรรมวิธีปลูกแบบใดบ้าง (ผักไฮโดรโปนิกส์ ผักออแกนิกส์ ผักอเนกมัย หรือผักปลอดสารพิษ) เพราะเหตุใด  
.....  
.....
2. ท่านสั่งซื้อผักสลัดชนิดใดบ้าง ชนิดละกี่กิโลกรัมต่อรอบการสั่งซื้อ และมีราคากิโลกรัมต่อชนิดเท่าไรบ้าง  
.....  
.....
3. ท่านสั่งซื้อผักสลัดอย่างไร มีการจัดส่งและชำระเงินด้วยวิธีใด จัดส่งวันอะไรบ้าง  
.....  
.....
4. ทำไมถึงตัดสินใจเลือกซื้อผักสลัดจากคู่ค้านี้ ดูจากปัจจัยอะไรบ้าง  
.....  
.....
5. ท่านมีวิธีเก็บรักษาผักสลัดอย่างไร  
.....  
.....
6. ปัญหาที่พบเจอในผักสลัดที่ท่านซื้อ  
.....  
.....

7. ท่านนำผักสลัดไปแปรรูปเป็นสินค้าอะไรบ้าง (สลัดสำเร็จรูปพร้อมทาน ผักอบกรอบ น้ำผัก)

.....  
.....

8. สินค้าแปรรูปใดขายดีที่สุด ขายได้เฉลี่ยกี่กล่อง/ชิ้นต่อวัน มีส่วนผสมอะไรบ้าง และใช้ปริมาณผักเท่าไรต่อกล่อง/ชิ้นต่อวัน (บอกเป็นน้ำหนักโดยประมาณ)

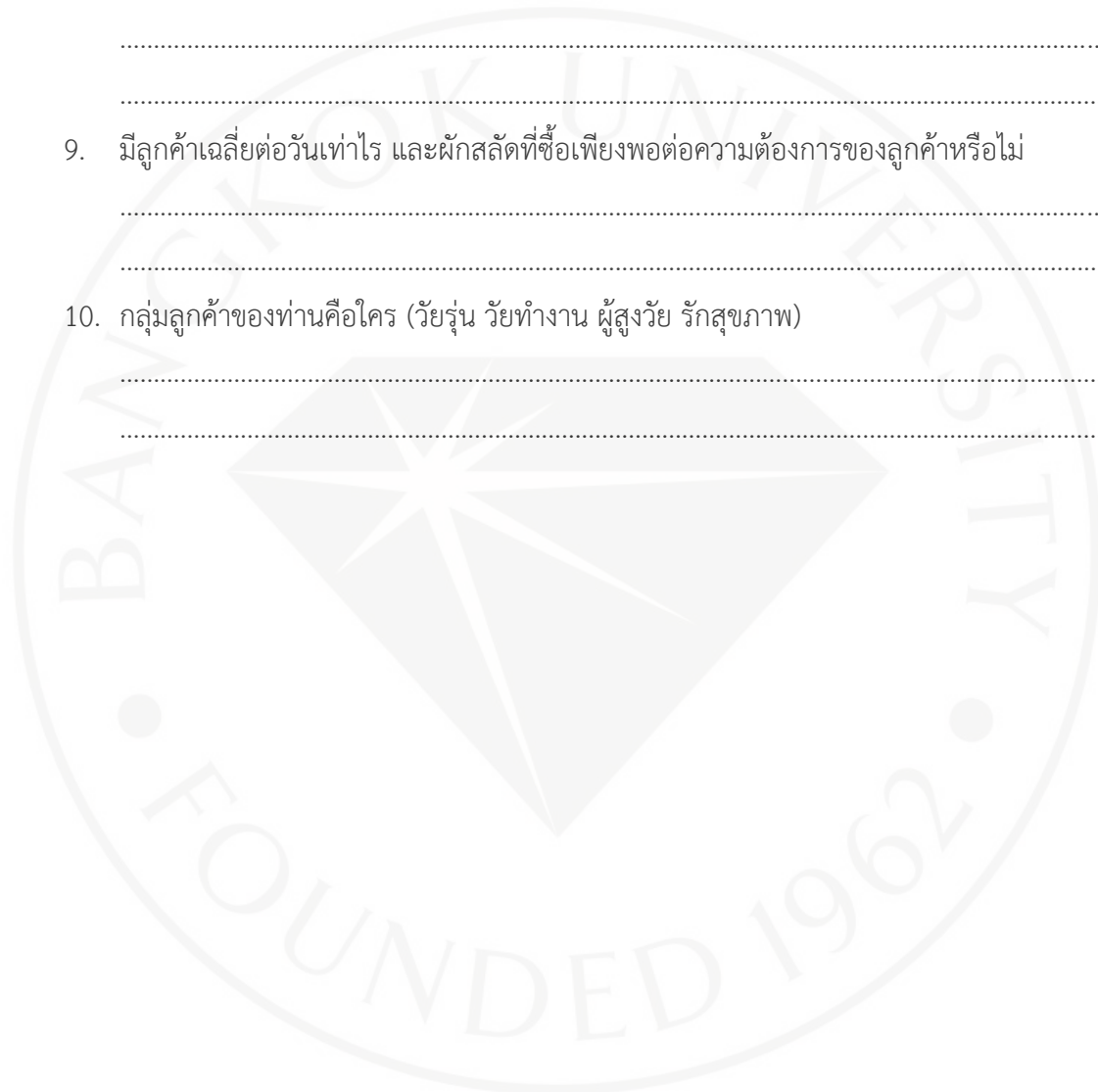
.....  
.....

9. มีลูกค้าเฉลี่ยต่อวันเท่าไร และผักสลัดที่ซื้อเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าหรือไม่

.....  
.....

10. กลุ่มลูกค้าของท่านคือใคร (วัยรุ่น วัยทำงาน ผู้สูงวัย รักสุขภาพ)

.....  
.....



ภาคผนวก ค



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

### แบบสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจอาหารแปรรูป

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ.....เพศ.....อายุ.....  
ตำแหน่ง.....ประเภทธุรกิจ.....  
รายได้ต่อเดือน.....มีกี่สาขา.....ก่อตั้งเมื่อปี.....

#### ส่วนที่ 2 เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผักสลัด และปัจจัยในการเลือกซื้อผักสลัด

1. ปัจจุบันท่านเลือกซื้อผักสลัดที่มีกรรมวิธีปลูกแบบใดบ้าง (ผักไฮโดรโปนิกส์ ผักออร์แกนิกส์ ผักอนามัย หรือผักปลอดสารพิษ) เพราะเหตุใด  
.....  
.....
2. ท่านสั่งซื้อผักสลัดชนิดใดบ้าง ชนิดละกี่กิโลกรัมต่อรอบการสั่งซื้อ และมีราคา กิโลกรัมต่อชนิดเท่าไรบ้าง  
.....  
.....
3. ท่านสั่งซื้อผักสลัดอย่างไร มีการจัดส่งและชำระเงินด้วยวิธีใด จัดส่งวันอะไรบ้าง  
.....  
.....
4. ทำไมถึงตัดสินใจเลือกซื้อผักสลัดจากคู่ค้านี้ ดูจากปัจจัยอะไรบ้าง  
.....  
.....
5. ท่านมีวิธีเก็บรักษาผักสลัดอย่างไร  
.....  
.....

6. ปัญหาที่พบเจอในผักสลัดที่ท่านซื้อ

.....

.....

7. ท่านนำผักสลัดไปแปรรูปเป็นสินค้าอะไรบ้าง (สลัดสำเร็จรูปพร้อมทาน ผักอบกรอบ น้ำผัก)

.....

.....

8. สินค้าแปรรูปใดขายดีที่สุด ขายได้เฉลี่ยกี่กล่อง/ชิ้นต่อวัน มีส่วนผสมอะไรบ้าง และใช้ปริมาณผักเท่าไรต่อกล่อง/ชิ้นต่อวัน (บอกเป็นน้ำหนักโดยประมาณ)

.....

.....

9. มีลูกค้าเฉลี่ยต่อวันเท่าไร และผักสลัดที่ซื้อเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าหรือไม่

.....

.....

10. กลุ่มลูกค้าของท่านคือใคร (วัยรุ่น วัยทำงาน ผู้สูงวัย รักสุขภาพ)

.....

.....

ภาคผนวก ง

**แบบสอบถาม****เรื่องการประเมินแนวโน้มการซื้อสไลด์**

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัย  
กรุงเทพ โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดจำหน่ายสไลด์ โปรตกรอก  
ข้อมูลในแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง ซึ่งข้อมูลที่ได้จากท่านในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่าง  ให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. เพศ       ชาย                       หญิง
2. อายุ       ต่ำกว่า 21 ปี     21-30 ปี     31-40 ปี     41-50 ปี     50 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาของท่าน
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
<input type="checkbox"/> อนุปริญญา / ปวส.	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก
4. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพใด
 

<input type="checkbox"/> ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> พยาบาล
<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท	<input type="checkbox"/> วิศวกร
<input type="checkbox"/> เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	<input type="checkbox"/> เทรนเนอร์
<input type="checkbox"/> เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	<input type="checkbox"/> รับจ้าง/ลูกจ้าง
<input type="checkbox"/> นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	<input type="checkbox"/> อาชีพอิสระ
<input type="checkbox"/> ครู	<input type="checkbox"/> เกษียณ/ว่างงาน
<input type="checkbox"/> แพทย์	<input type="checkbox"/> อื่นๆ..... (โปรดระบุ)
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 10,000 - 20,000 บาท
<input type="checkbox"/> 20,001 - 40,000 บาท	<input type="checkbox"/> มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป
6. ท่านอาศัยอยู่ในภูมิภาคใด
 

<input type="checkbox"/> ภาคกลาง	<input type="checkbox"/> ภาคเหนือ
<input type="checkbox"/> ภาคอีสาน (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)	<input type="checkbox"/> ภาคใต้



7. ปัจจุบันท่านออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาเป็นประจำหรือไม่

- ทุกวัน  3 วันต่อเดือน หรือน้อยกว่า  
 4-6 วันต่อสัปดาห์  ไม่เคย  
 1-3 วันต่อสัปดาห์

8. ปัจจุบันท่านรับประทานสลัดบ่อยแค่ไหน

- ทุกวัน  3 วันต่อเดือน หรือน้อยกว่า  
 4-6 วันต่อสัปดาห์  ไม่เคย  
 1-3 วันต่อสัปดาห์

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อสลัด

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่าง  หรือ  ให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

9. ท่านเลือกซื้อผักสลัดที่มีกรรมวิธีปลูกแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ผักไฮโดรโปนิคส์  
 ผักออร์แกนิกส์/ผักอินทรีย์  
 ผักอนามัย  
 ผักปลอดสารพิษ  
 แบบใดก็ได้  
 อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

10. ท่านเลือกซื้อสลัดอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เลือกซื้อวัตถุดิบทำสลัดเอง  
 เลือกซื้อสลัดสำเร็จรูปพร้อมทานแบบกล่องหรือถุง  
 ทานในร้านอาหาร/ร้านสลัด  
 อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

11. เหตุผลที่ท่านซื้อสลัดคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ทานเพื่อสุขภาพ  
 ทานเพื่อค่าน้ำหนัก  
 ซื้อฝากผู้อื่น  
 ซื้อเพื่อลองรับประทาน  
 เพื่อน ญาติหรือคนรู้จักชักชวน  
 อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

12. ท่านทราบหรือไม่ว่าผักที่ซื้อแต่ละครั้งมีกรรมวิธีปลูกแบบใด

- ทราบบ้าง ไม่ทราบบ้าง  
 ทราบ  
 ไม่ทราบ

13. ท่านเลือกซื้อหรือชื่นชอบผักสลัดชนิดใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> กรีนโอ๊ค                   | <input type="checkbox"/> ร็อกเก็ต                |
| <input type="checkbox"/> เรดโอ๊ค                    | <input type="checkbox"/> ต้นอ่อนทานตะวัน         |
| <input type="checkbox"/> กรีนคอรัล (ใบหยิกกว่าโอ๊ค) | <input type="checkbox"/> ผักเคล (ผักคะน้าใบหยิก) |
| <input type="checkbox"/> เรดคอรัล (ใบหยิกกว่าโอ๊ค)  | <input type="checkbox"/> ข้าวโพด                 |
| <input type="checkbox"/> บัตเตอร์เฮด                | <input type="checkbox"/> แครอท                   |
| <input type="checkbox"/> เบบีคอส                    | <input type="checkbox"/> มะเขือเทศเชอร์รี่       |
| <input type="checkbox"/> ผักกาดแก้ว/สลัดแก้ว        | <input type="checkbox"/> ถั่วลันเตา              |
| <input type="checkbox"/> ผักกาดหอม                  | <input type="checkbox"/> แตงกวา                  |
| <input type="checkbox"/> กะหล่ำปลี/กะหล่ำปลีม่วง    | <input type="checkbox"/> อื่นๆ..... (โปรดระบุ)   |

14. ท่านชื่นชอบน้ำสลัดรสใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ หากท่านไม่ทานคู่กับน้ำสลัดเลยให้ข้ามข้อนี้)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> น้ำสลัดครีม            | <input type="checkbox"/> น้ำสลัดซีซาส                 |
| <input type="checkbox"/> น้ำสลัดครีมชีฟูด       | <input type="checkbox"/> น้ำสลัดพริกไทยดำ             |
| <input type="checkbox"/> น้ำสลัดครีมวาซาบิ      | <input type="checkbox"/> น้ำสลัดโยเกิร์ต สตรอเบอร์รี่ |
| <input type="checkbox"/> น้ำสลัดเทาซันไอแลนด์   | <input type="checkbox"/> น้ำสลัดอิตาเลียน             |
| <input type="checkbox"/> น้ำสลัดงาคั่วญี่ปุ่น   | <input type="checkbox"/> ไม่ทานน้ำสลัด                |
| <input type="checkbox"/> น้ำสลัดงาซีอิ๊วญี่ปุ่น | <input type="checkbox"/> อื่นๆ..... (โปรดระบุ)        |

15. ท่านรับประทานสลัดคู่กับเนื้อชนิดใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ หากท่านไม่ทานคู่กับเนื้อเลยให้ข้ามข้อนี้)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> โปรตีนเกษตร/เนื้อเทียม (มังสวิรัต) | <input type="checkbox"/> กุ้ง                  |
| <input type="checkbox"/> เนื้อ                              | <input type="checkbox"/> ปูอัด                 |
| <input type="checkbox"/> หมู                                | <input type="checkbox"/> ไช้ต้ม                |
| <input type="checkbox"/> ไก่                                | <input type="checkbox"/> ไช้ปลา                |
| <input type="checkbox"/> ปลา                                | <input type="checkbox"/> อื่นๆ..... (โปรดระบุ) |

16. ท่านอยากให้มีสลัดขายที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต       ตลาด  
 ร้านสะดวกซื้อ       สวนผัก/ฟาร์ม  
 ร้านอาหาร       สั่งซื้อผ่านออนไลน์  
 ฟิตเนส/ยิม       อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

17. ปัญหาที่พบในสลัดที่ท่านซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ หากท่านไม่พบปัญหาให้ข้ามข้อนี้)

- ผักมีรสขม       ผักมีสารเคมีปนเปื้อน  
 ผักเหี่ยว ไม่สดกรอบ       น้ำสลัดมีกลิ่นไม่พึงประสงค์  
 ผักมีกลิ่นไม่พึงประสงค์       เนื้อมีกลิ่นไม่พึงประสงค์  
 อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

18. ท่านรับประทานสลัดต่อมื้อปริมาณเท่าใด โดยประมาณ



1 ถ้วยเล็ก



1 จาน



1 ชาม

อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

19. ท่านคิดว่าผักไฮโดรโปนิคส์ ปลอดภัยต่อผู้บริโภคหรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ปลอดภัย  
 ไม่ปลอดภัย เพราะใช้สารละลายธาตุอาหารในการปลูก  
 ไม่ปลอดภัย เพราะมีค่าไนเตรตสูง เสี่ยงเป็นโรคมะเร็ง  
 ไม่ปลอดภัย เพราะใช้ยาฆ่าแมลงหรือยากำจัดศัตรูพืช  
 ไม่ปลอดภัย เพราะได้ยินผ่านแหล่งข่าว หรือคนรู้จักว่าไม่ปลอดภัย  
 ไม่ทราบ  
 อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

### ส่วนที่ 3 เกณฑ์การตัดสินใจเลือกผักสลัด

**คำชี้แจง** โปรดพิจารณารายการด้านล่างว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลัดของท่านมากน้อย

เพียงใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- 5 หมายความว่า มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
- 4 หมายความว่า มีผลต่อการตัดสินใจมาก
- 3 หมายความว่า มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
- 2 หมายความว่า มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
- 1 หมายความว่า มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

หัวข้อประเมิน	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
ผักปลอดสารเคมีที่เป็นอันตราย					
ผักมีตรารับรองมาตรฐานความปลอดภัย/คุณภาพ					
มีความหลากหลายของชนิดผักให้เลือกในหนึ่งร้าน					
ผักมีรูปร่างสวยงาม (สวยงาม ไร้รู สะอาด)					
มีความสดใหม่ (กรอบ สด ไม่เหลืองแห้ง)					
รสชาติผัก (ไม่ขม รับประทานง่าย)					
กลิ่นผัก (ไม่มีกลิ่นฉุนหรือเหม็น)					
กรรมวิธีการปลูก					
แพคเกจจิ้งสวยงาม					
<b>ด้านราคา</b>					
ราคาผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ					
สินค้ามีการกำหนดราคาอย่างชัดเจน					
ราคาสินค้าเหมาะสมเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกัน					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
มีส่วนลดเมื่อซื้อจำนวนมาก					
มีบริการจัดส่งถึงที่					
จัดประชาสัมพันธ์ และโฆษณา หลากหลายช่องทาง					

หัวข้อประเมิน	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านช่องทางการขาย</b>					
มีช่องทางจำหน่ายหลากหลายช่องทาง					
มีความสะดวกในการเดินทางไปซื้อ					
มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลากหลายช่องทาง					

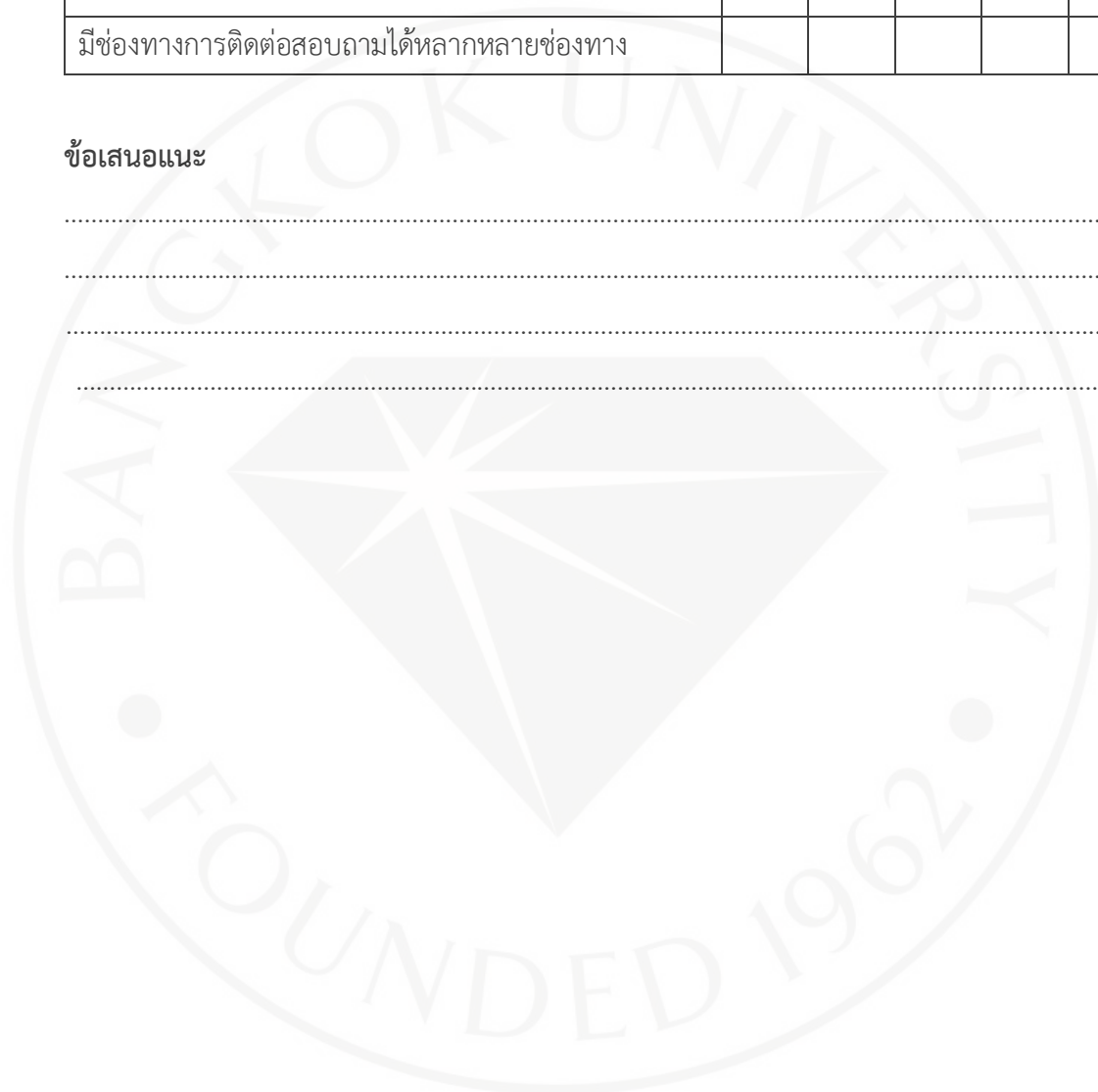
ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....



## ภาคผนวก จ

**ถอดเทปสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายผักสลัดคนที่ 1****ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์**

ชื่อ คุณไก่อ่

เพศ ชาย

ตำแหน่ง เจ้าของฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์ คลอง 4 ประเภทธุรกิจ ขายผักสลัดไฮโดรโปนิคส์

รายได้ต่อเดือน รายได้ค่อนข้างสูง แต่ค่าใช้จ่ายก็สูง

**ส่วนที่ 2 เหตุผลในการตัดสินใจเลือกขายผักสลัด และปัจจัยราคาผักสลัด**

1. ท่านขายผักอะไรบ้าง มีกรรมวิธีปลูกแบบใด เหตุใดจึงขาย และมีราคาต่อชนิดเท่าไร  
ตอบ มีกรีนโอ๊ค เรคโอ๊ค ฟิลเลย์โอชเบิร์ก และกรีนคอส เป็นผักไฮโดรโปนิคส์ มองว่าเป็นผักวิทยาศาสตร์และมีราคาสูง เราขายส่ง กิโลกรัมละ 100 บาท ขายปลีก กิโลกรัมละ 120 บาท ใช้เวลาปลูก 40 – 45 วัน
2. ผักชนิดใดขายดีที่สุด (เรียงอันดับ หากขายหลายชนิด)  
ตอบ กรีนโอ๊ค จะต้องนำ เป็นพีที่ใหญ่สุด ความต้องการสูง เรคโอ๊ค ฟิลเลย์โอชเบิร์ก และที่ไม่เวิร์คที่สุดคือกรีนคอส
3. มีช่องทางการขายยังไง ที่ไหนบ้าง ขายวันอะไร และขายเวลาอะไร  
ตอบ ขายหน้าฟาร์ม รับออเดอร์ผ่านไลน์ เฟสบุ๊ก วิ่งไปส่งผักเอง บางวันก็วิ่งส่งที่ต่างจังหวัดบ้าง ถ้ามีสิ่งเยอะ มีเปิดคอร์สสอนอบรมทุกเสาร์-อาทิตย์ ใช้เวลา 2 วัน ค่าเรียน 2,500 บาทต่อท่าน
4. ใน 1 วันขายผักได้กี่กิโลกรัม และเหลือผักจำนวนเท่าใด หากเหลือจะทำอย่างไร  
ตอบ ไม่แน่นอน บางวันก็ 100 กว่าโล บางวันก็น้อย เป็นตามฤดู เหลือกก็ต้องทิ้งหรือแจกจ่ายให้ผู้เข้าอบรมบ้าง
5. กลุ่มลูกค้าของท่านคือใคร (ร้านอาหาร แปรรูป) และนำผักไปทำอะไร  
ตอบ เรานั่นลูกค้าตลาดล่าง คือคนทำสลัดกล่องขาย ทำสลัดม้วนขาย หรือไปขายที่ตลาดนัด แม่ค้าพ่อค้าที่ทำสลัดพวกนี้ก็จะมาซื้อไปทำต่อ แล้วก็ส่งร้านอาหารพวกร้านสลัด ร้านสเต็ก
6. มีลูกค้าประจำหรือไม่ ทำการจัดส่งสินค้าอย่างไร  
ตอบ มีบ้าง แต่ลูกค้าชอบหาย วิ่งส่งผักเอง หรือลูกค้ามารับหน้าฟาร์ม
7. ปัญหาที่พบเจอในการขายและในการปลูกผักมีอะไรบ้าง พร้อมวิธีแก้ไข  
ตอบ หนาวร้อนต้องใส่ใจเป็นพิเศษ ปัญหาผักไฮโดรเลยคือความร้อน ชอบเป็นรากเน่า โคนเน่า ผักตาย พอน้ำร้อนสิ่งที่ขาดเลยคือออกซิเจน รากก็เลยตาย เชื้อราจะมากิน ผักก็ไม่โต ต้นผอม บางฟาร์มต้องหยุดปลูกช่วงหนาวร้อนเลย วิธีแก้คือทำยังไงก็ได้ให้น้ำเย็น ก็เลยใส่น้ำแข็งลงในบ่อน้ำปลูก พอเข้าฤดูฝน ฝนตกในพื้นที่ พื้นแฉะ เกิดความชื้นสัมพัทธ์มันสูง เมื่อโดนความร้อน ผักก็

จะเป็นเชื้อรา เป็นโรคใบจุด ต้องตัดออก น้ำหนักหาย ยอมรับเลยว่าตอนนี้ก็ยังแก้ไขไม่ได้ พอเข้าฤดูหนาว ผักงาม ผักล้มตลาค ไม่ค่อยไปส่งที่ไหนได้เลย ลูกค้าไปซื้อเจ้าอื่นที่ถูกกว่า ผักเหลือทิ้ง ปัญหาที่เจออีกคือช่วงหน้าร้อนหน้าฝนผักไม่พอขาย ผักเล็ก ก็เลยไปซื้อผักเพิ่มที่ตลาดไทเพื่อส่งลูกค้า ก็เลือกเห็นภายนอกสวยและคนขายบอกเก็บผักมาเมื่อคืน เลยซื้อมา ปรากฏว่าตรงกลางและและเหี่ยวไว้มาก เป็นทั้ง 3 วัน 3 เจ้า ทำให้ลูกค้าหาย เสียรายได้ ส่วนแมลง ไข่ว่าสวนเปิดจะต้องใช้สารเคมีจำกัดแมลงเสมอ เราใช้น้ำส้มควันไม้ สามารถพ่นและช่วยไล่แมลงได้ และสูตรสมุนไพร ของกรมการเกษตรเออะเอะ และสารชีวภาพต่างๆ ยอมรับว่าทำระบบเปิด ป้องกันแมลงเข้าไม่ได้อยู่แล้ว เลยต้องใช้ชีวภาพเข้ามาป้องกันแทน

#### 8. วิธีการเก็บเกี่ยว และจัดเก็บผลผลิต

ตอบ เมื่อครบเวลาเก็บ จะยกทั้งต้นใส่ตระกร้าแล้วไปแพ็คใส่ถุง ถุงที่ใส่ต้องสั่งมาพิเศษสำหรับใส่ผัก 1 กิโล เพราะหาซื้อยาก คัดใบไม่สวยออก เวลาขายจะขายพร้อมราก โดยหุ้มรากม้วนแล้วเก็บใส่ถุง 1 กิโล จะมีประมาณ 8-12 ต้น จะเก็บวันต่อวัน

#### 9. ปัจจัยอะไรที่ส่งผลต่อราคา

ตอบ ความร้อน ผักเขาไม่ชอบความร้อน จะทำให้ผักไหม้ โตช้า ไม่สวย ผักขม ประเทศไทยร้อน ผักเลยขาดตลาดทั้ง ราคาสูง พอหน้าฝน ผักเป็นโรค ขายไม่ได้น้ำหนัก ราคาที่สูง ฤดูหนาวปลูกกันได้ผลผลิตดี ราคาก็ตก

### ถอดเทปสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายผักสลัดคนที่ 2

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ คุณหยก	เพศ ชาย	อายุ 21
ตำแหน่ง เจ้าของฟาร์มผักอินทรีย์ อ.โพธิ์ทอง	ประเภทธุรกิจ ขายผักสลัดและสลัดแปรรูป	
รายได้ต่อเดือน เจ็ดหลัก	ก่อตั้งเมื่อปี 2558	

#### ส่วนที่ 2 เหตุผลในการตัดสินใจเลือกขายผักสลัด และปัจจัยราคาผักสลัด

##### 1. ท่านขายผักอะไรบ้าง มีกรรมวิธีปลูกแบบใด เหตุใดจึงขาย และมีราคาต่อชนิดเท่าไร

ตอบ มีกรีนโอ๊ค เรคโอ๊ค เรคคอรล์ ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก บัตเตอร์เฮด ขายผักอินทรีย์ เหตุผลที่ทำเพราะพ่อเป็นเกษตรกร ปลูกพืชผักรายได้ไม่ค่อยดี ส่วนตัวก็เรียนไม่เก่ง อยากรายได้เสริมเลี้ยงครอบครัว เลยช่วยพ่อหาผักปลูกที่มีราคาและคนไม่ค่อยปลูกกัน และผักอินทรีย์ยังปลอดภัยต่อผู้บริโภค ใช้เวลาปลูก 50 - 55 วัน ขาย 95 - 100 บาทต่อกิโล

##### 2. ผักชนิดใดขายดีที่สุด (เรียงอันดับ หากขายหลายชนิด)

ตอบ กรีนโอ๊ค เรคโอ๊ค เยอะสุด ทำตามออเดอร์

3. มีช่องทางการขายยังง ที่ไหนบ้าง ขายวันอะไร และขายเวลาอะไร  
ตอบ ขายหน้าฟาร์ม รับออเดอร์ผ่านเฟสบุ๊ก ส่งผักเอง บางวันก็วิ่งส่งที่ต่างจังหวัดบ้างถ้ามีสั่ง เยอะ มีเปิดคอร์สสอนอบรม 2วัน 1คืน ท่านละ3000บาท รุ่นต่อไปเป็นรุ่นที่ 100 แล้ว
4. ใน 1 วันขายผักได้กี่กิโลกรัม และเหลือผักจำนวนเท่าใด หากเหลือจะทำอย่างไร  
ตอบ เราจะขาย4รอบต่อเดือน เราจะแบ่งพื้นที่ออกเป็น 5 พื้นที่ จะปลูกที่ละพื้นที่ต่อสัปดาห์ เพื่อให้ได้ผักทุกสัปดาห์ เป็นระบบหมุนเวียน ผลิตได้ 7 ตันต่อเดือน ปัจจุบันมีออเดอร์เข้ามา 10 ตันต่อเดือน แต่เรารับเท่าที่ผลิตได้
5. กลุ่มลูกค้าของท่านคือใคร (ร้านอาหาร แปรรูป) และนำผักไปทำอะไร  
ตอบ เน้นร้านอาหาร ร้านสลัด และส่งเข้าห้าง Tops Market, Tops Superstore, Central Food Hall ทุกสาขาในกรุงเทพฯและปริมณฑล
6. มีลูกค้าประจำหรือไม่ ทำการจัดส่งสินค้าอย่างไร  
ตอบ มี เป็นร้านอาหาร ร้านสลัด รับไปทุกสัปดาห์ มากสุดคือ 200 กิโลต่อสัปดาห์ละ เราก็มีรถ ห้องเย็นไปส่ง
7. ปัญหาที่พบเจอในการขายและการปลูกผักมีอะไรบ้าง พร้อมวิธีแก้ไข  
ตอบ ผักก็ต้องใส่ใจเป็นพิเศษ เรารู้ว่าผักไม่ชอบร้อน ผักชอบเที่ยวตอนกลางวัน แทนที่จะรดน้ำ แค่เข้าเย็น เราก็รดตอนกลางวันด้วย ผักก็ไม่เหี่ยว และยังกรอบ ไม่มีรสขม ปัจจุบันก็เปลี่ยนมาใช้สปริงเกอร์รดน้ำแทน เรารดปุ๋ย เราป้องกันเชื้อรา เราไล่แมลงทุกวัน  
 หน้าฝน พอฝนตกหนักจะทำให้น้ำท่วมแปลงได้ บางทีดินก็อาจจะแฉะเกินไป จะทำให้รากเน่าได้ ถ้าโดยใบ ก็อาจจะเป็นโรคใบจุดได้ แมลงจะใช้พวกน้ำพริก กับน้ำสารสกัดสมุนไพรต่างๆ ใช้ สลับกันทุกวัน เพื่อไม่ให้แมลงปรับตัวได้ทัน และต้องใส่ใจสำรวจแปลงทุกวันว่ามีแมลงเกาะกิน อยู่ไหม
8. วิธีการเก็บเกี่ยว และจัดเก็บผลผลิต  
ตอบ เมื่อครบเวลาเก็บเกี่ยวจะเก็บใส่ตะกร้า แล้วเด็ดใบแรกๆที่แก่ๆแล้วทิ้งไป จากนั้นก็นำไป ล้างก่อนแล้วสะบัดเบาๆทำ 3 น้ำเพื่อล้างดินออกให้หมด แล้วค่อยนำมาเรียงใส่ถุงพร้อมส่งขาย
9. ปัจจัยอะไรที่ส่งผลต่อราคา  
ตอบ ผักสลัดเป็นของเมืองนอก ฉะนั้นมันจะเติบโตได้ดีในอุณหภูมิยุโรปมากกว่าไทย ก็ต้องมี ระบบการจัดการที่ดี ผักจะเหี่ยว ไม่ขม



## ถอดเทปสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจร้านอาหารคนที่ 1

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ คุณอัน	เพศชาย	อายุ 32 ปี
ตำแหน่ง เจ้าของธุรกิจ	รายได้ต่อเดือน เจ็ดหลัก	
สาขา สีสลมคอมเพล็กซ์ (สาขาสอง)	มี 6 สาขา	
ประเภทธุรกิจ ธุรกิจร้านอาหารสลัดเพื่อสุขภาพ	ก่อตั้งเมื่อปี 2559 (สาขาสอง)	

### ส่วนที่ 2 เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผักสลัด และปัจจัยในการเลือกซื้อผักสลัด

1. ปัจจุบันท่านเลือกซื้อผักสลัดที่มีกรรมวิธีปลูกแบบใดบ้าง (ผักไฮโดรโปนิคส์ ผักอแกนิคส์ ผักอนามัย หรือ ผักปลอดสารพิษ) เพราะเหตุใด

ตอบ ทั้งผักไฮโดรโปนิคส์ และผักอินทรีย์ เพราะต้องใช้ผักที่ไม่สามารถปลูกบนไฮโดรโปนิคส์ได้ วัตถุประสงค์ที่ซื้อมาต้องได้มาตรฐาน ปลอดภัย
2. ท่านสั่งซื้อผักสลัดชนิดใดบ้าง ชนิดละกี่กิโลกรัมต่อรอบ และมีราคาต่อกิโลกรัมต่อชนิดเท่าไรบ้าง

ตอบ กรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค คอรัล ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก คอส ไมโครกรีน เฉพาะผักสลัดกว่า 60 กิโลต่อวัน ส่วนผักอื่นๆ อีกกว่า 40 ชนิด เฉลี่ยชนิดละหลายสิบกิโลกรัม
3. ท่านสั่งซื้อผักสลัดอย่างไร มีการจัดส่งวันอะไรบ้าง

ตอบ มีปลูกเอง และพันธมิตร 4 รายที่มาจากหลายแหล่ง ส่วนใหญ่มาจากโครงการหลวง โดยจะมาส่งให้ทุกเช้าแบบวันต่อวัน ทั้งทางเครื่องบิน และรถบรรทุก
4. ทำไมถึงตัดสินใจเลือกซื้อผักสลัดจากคู่ค้านี้ ดูจากปัจจัยอะไรบ้าง

ตอบ เป็นฟาร์มผักที่ได้มาตรฐาน มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ และสามารถส่งให้เราได้ทุกเช้า
5. ท่านมีวิธีเก็บรักษาผักสลัดอย่างไร

ตอบ เก็บในตู้แช่เย็นที่โชว์ให้ลูกค้าเห็นถึงวัตถุประสงค์ที่ใช้
6. ปัญหาที่พบเจอในผักสลัดที่ท่านซื้อ

ตอบ บางครั้งก็จะเจอผักเสียบ้าง และผักต้องใช้วันต่อวัน ดังนั้นหลังปิดร้านทุกวันวัตถุประสงค์ที่เหลือทั้งหมดจะถูกทิ้ง ไม่นำมาใช้อีกในวันรุ่งขึ้นเลย
7. ท่านนำผักสลัดไปทำอาหารประเภทใดบ้าง (สลัด แกง เครื่องเคียงสเต็ก น้ำผัก) และราคาขายเฉลี่ยเท่าใด

ตอบ นำไปทำสลัด โดยมีเมนูให้เลือก 20 รายการ และน้ำสลัดให้เลือกอีก 10 รสชาติ โดยราคาอาหารเฉลี่ยชุดละ 100-300 บาท และน้ำผักผลไม้ขายเฉลี่ยแก้วละ 80-90 บาท

8. มีลูกค้าเฉลี่ยต่อวันเท่าไร และผักสลัดที่ซื้อเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าหรือไม่  
ตอบ ลูกค้าเฉลี่ยกว่า 500 รายต่อวัน ยอดใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 200 บาทต่อบิล ผักในร้านจำเป็นต้องคาดการณ์การสั่งให้ใกล้เคียงการใช้งานจริงมากที่สุด
9. กลุ่มลูกค้าของท่านคือใคร (วัยรุ่น วัยทำงาน ผู้สูงวัย รักสุขภาพ)  
ตอบ กลุ่มลูกค้าเป็นหนุ่มสาวออฟฟิศระดับ B ขึ้นไป อายุตั้งแต่ 23 ปี และชาวต่างชาติ

## ถอดเทปสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจร้านอาหารคนที่ 2

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ คุณกอล์ฟ	เพศชาย
ตำแหน่ง เจ้าของธุรกิจ	รายได้ต่อเดือน เจ็ดหลัก
สาขา Beehive เมืองทองธานี (สาขาแรก)	มี 5 สาขา
ประเภทธุรกิจ ธุรกิจร้านอาหารสลัดเพื่อสุขภาพ	ก่อตั้งเมื่อปี 2556

### ส่วนที่ 2 เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผักสลัด และปัจจัยในการเลือกซื้อผักสลัด

- ปัจจุบันท่านเลือกซื้อผักสลัดที่มีกรรมวิธีปลูกแบบใดบ้าง (ผักไฮโดรโปนิคส์ ผักออร์แกนิกส์ ผักอนามัย หรือ ผักปลอดสารพิษ) เพราะเหตุใด  
ตอบ ผักสลัดอินทรีย์เป็นหลัก แต่ยังคงมองหาฟาร์มผักไฮโดรโปนิคส์สำรองเผื่อไว้ถ้าวันใดที่ผักออร์แกนิกส์ไม่เพียงพอ เนื่องจากจำเป็นต้องใช้ผักมากถึง 100 กิโลกรัมต่อวันกระจายไปทุกสาขาเลยทีเดียว ผมมองว่ามันเป็นผักที่สะอาด ปลอดภัย และดีต่อสุขภาพ
- ท่านสั่งซื้อผักสลัดชนิดใดบ้าง ชนิดละกี่กิโลกรัมต่อรอบ และมีราคาต่อกิโลกรัมต่อชนิดเท่าไรบ้าง  
ตอบ กรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค คอรัล ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก ผักร็อคเก็ต ต้นอ่อนทานตะวัน
- ท่านสั่งซื้อผักสลัดอย่างไร มีการจัดส่งวันอะไรบ้าง  
ตอบ มีไปจ่ายตลาดเองบ้าง ส่วนใหญ่จะสั่งวัตถุดิบส่งเข้ามาจากหลายๆฟาร์มทุกวัน
- ทำไมถึงตัดสินใจเลือกซื้อผักสลัดจากคู่ค้านี้ ดูจากปัจจัยอะไรบ้าง  
ตอบ จากประสบการณ์ที่ทำมา ทำให้รู้เลยว่าการทำเกษตรกรรมคือความไม่แน่นอน เราจึงไม่สามารถผูกขาดกับฟาร์มใดฟาร์มหนึ่งได้ เราต้องกระจายความเสี่ยงออกมาให้มี 4 – 5 ฟาร์ม แต่สิ่งที่สำคัญคือต้องปลอดสารพิษ ไม่ใช่ยาฆ่าแมลง ส่วนที่บ้านมีธุรกิจส่งออกผลไม้อยู่แล้ว
- ท่านมีวิธีเก็บรักษาผักสลัดอย่างไร  
ตอบ เก็บในตู้แช่เย็นรักษาอุณหภูมิ
- ปัญหาที่พบเจอในผักสลัดที่ท่านซื้อ  
ตอบ หนักร้อนจะเป็นช่วงวิกฤตที่สุด เพราะเป็นช่วงที่ร้อนทั่วประเทศ ผักตายง่าย โดยเฉพาะภาคกลางที่มีอากาศร้อนจัดมาก ทำให้ต้องเตรียมแผนรับมือ โดยได้พันธมิตรอย่างกลุ่มเกษตรกร

ม่วนใจ๋ อ.เชียงดาว จ.เชียงใหม่ ผลิตผักออแกนิกส์คุณภาพสูงส่งมาให้ ทำให้ที่ร้านสามารถจัดการกับปัญหาวัตถุดิบหลักขาดแคลนได้ ผมเคยเจอปัญหาผักไม่พอ ก็พยายามทุกวิถีทางหาผักให้ได้ เพราะเราจำเป็นต้องใช้ ผมไปที่ฟาร์มเอาผักที่นั่นเลยนะ รวมทั้งหาฟาร์มสำรองอื่นๆ ในลิสต์ที่เราไม่ได้ซื้อด้วย

7. ท่านนำผักสลัดไปทำอาหารประเภทใดบ้าง (สลัด แกง เครื่องเคียงสเต็ก น้ำผัก) และราคาขายเฉลี่ยเท่าใด  
ตอบ นำไปทำสลัด และเครื่องเคียงประกอบอาหารพวกข้าว สเต็ก สปาเก็ตตี้ ที่นี้มีเมนูให้เลือกถึง 200 เมนูครับ ราคาต่อจานอยู่ที่ 70-650 บาท
8. มีลูกค้าเฉลี่ยต่อวันเท่าไร และผักสลัดที่ซื้อเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าหรือไม่  
ตอบ ลูกค้าเฉลี่ยกว่า 200-300 รายต่อวันเฉพาะสาขานี้ ผักที่ซื้อเพียงพอ แต่ต้องมีแผนรับมือกับผักขาดแคลนในช่วงหน้าร้อนและปัญหาต่างๆ ให้ได้
9. กลุ่มลูกค้าของท่านคือใคร (วัยรุ่น วัยทำงาน ผู้สูงวัย รักสุขภาพ)  
ตอบ กลุ่มลูกค้ารักสุขภาพ พนักงานออฟฟิศ

### ถอดเทปสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อหรือเจ้าของธุรกิจอาหารแปรรูปคนที่ 1

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ คุณยุ้ย	เพศ หญิง	ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ
ประเภทธุรกิจ	ขายปลีกส่งสลัดโรล	รายได้ต่อเดือน 100,000-200,000 บาท

#### ส่วนที่ 2 เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผักสลัด และปัจจัยในการเลือกซื้อผักสลัด

1. ปัจจุบันท่านเลือกซื้อผักสลัดที่มีกรรมวิธีปลูกแบบใดบ้าง (ผักไฮโดรโปนิคส์ ผักออแกนิกส์ ผักอเนกมัย หรือผักปลอดสารพิษ) เพราะเหตุใด  
ตอบ ผักไฮโดรโปนิคส์ เพราะมีร้านประจำซื้อ มีประกันราคาที่ตลาดสี่มุมเมือง
2. ท่านสั่งซื้อผักสลัดชนิดใดบ้าง ชนิดละกี่กิโลกรัมต่อรอบ และมีราคากิโลกรัมต่อชนิดเท่าไรบ้าง  
ตอบ ใช้กรีนโอ๊ค 7-8 กิโลต่อวัน ราคา 80บาทต่อกิโล
3. ท่านสั่งซื้อผักสลัดอย่างไร มีการจัดส่งและชำระเงินด้วยวิธีใด จัดส่งวันอะไรบ้าง  
ตอบ เดินทางไปซื้อที่ตลาดสี่มุมเมือง จ่ายเงินสด
4. ทำไมถึงตัดสินใจเลือกซื้อผักสลัดจากคู่ค้านี้ ดูจากปัจจัยอะไรบ้าง  
ตอบ มีประกันราคา มีผักให้ยummy และผักมีคุณภาพกับขนาดที่ยู่ต้องการ
5. ท่านมีวิธีเก็บรักษาผักสลัดอย่างไร  
ตอบ เก็บใส่ตู้เย็น ถ้าทำสลัดโรลจ้างคนช่วยทำตอน 4 ทุ่ม และส่งตอนตี 5 ทุกวัน



5. ท่านมีวิธีเก็บรักษาผักสลัดอย่างไร  
ตอบ เก็บใส่ตู้เย็น แต่สลัดโรลน้ำเพชรทำกับแฟน กับแม่ตอนตี5คะ ส่ง9โมงทุกวัน
6. ปัญหาที่พบเจอในผักสลัดที่ท่านซื้อ  
ตอบ ต้องมีผัก มีฟาร์มประจำ ห้ามขาดส่ง รักษาความสะอาดตามมาตรฐานของท็อป ให้ความร่วมมือ ในกรณี มีกิจกรรมออกบูท จัดซิม และเข้าร่วมร่วมประชุมวางแผน นั่นคือต้องมีวินัยในตัวเอง ส่วนสลัดโรลวางในอุณหภูมิห้อง อยู่ได้ทั้งวันคะ 1ทุ่มจะมีพนักงานเปลี่ยนติดบาร์เซลล์ให้คะ ขายหมดทุกวัน วางของใหม่ทุกเช้าคะ ในท็อปไม่ต้องเฝ้าคะ
7. ท่านนำผักสลัดไปแปรรูปเป็นสินค้าอะไรบ้าง (สลัดสำเร็จรูปพร้อมทาน ผักอบกรอบ น้ำผัก)  
ตอบ สลัดโรลไส้ต่างๆ และลุยสวน
8. สินค้าแปรรูปใดขายดีที่สุด ขายได้เฉลี่ยกี่กล่อง/ชิ้นต่อวัน มีส่วนผสมอะไรบ้าง  
ตอบ สลัดโรลขายดีที่สุด ประมาณ 40 กล่องต่อวันคะ
9. มีลูกค้าเฉลี่ยต่อวันเท่าไร และผักสลัดที่ซื้อเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าหรือไม่  
ตอบ ทำวันละ 50-60แพคคะ ขึ้นอยู่กับทางห้างว่าต้องการเท่าไร
10. กลุ่มลูกค้าของท่านคือใคร  
ตอบ ส่งเซ็นทรัลเชียงใหม่ กลุ่มคนรักสุขภาพ มีแพลนจะขยายสาขาไปยัง Tops

## ภาคผนวก จ

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคา ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน

ช่วงอายุ		ต่ำกว่า 21ปี	21 - 30ปี	31 - 40ปี	41 - 50ปี	50ปีขึ้นไป
	$\bar{x}$	4.67	4.26	4.02	3.85	3.78
ต่ำกว่า 21ปี	4.67	-	0.317	0.132	0.07	0.043*
21 - 30ปี	4.26		-	0.192	0.069	0.016*
31 - 40ปี	4.02			-	0.518	0.317
41 - 50ปี	3.85				-	0.795
50ปีขึ้นไป	3.78					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคาน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีช่วงอายุมากจะมีความใส่ใจในราคาสินค้าน้อยลง เนื่องจากปัจจัยด้านสุขภาพร่างกายที่ถดถอยลงตามช่วงอายุ ทำให้ผู้บริโภคยินยอมที่จะจ่ายเงินเพื่อสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงขึ้น ในขณะที่ช่วงอายุที่น้อยลงจะให้ความสำคัญด้านราคาสูง เนื่องจากปัจจัยทางการเงิน ค่าครองชีพที่สูง เศรษฐกิจที่ชะลอตัวในปัจจุบันและอื่นๆ ทำให้ต้องคำนึงถึงการใช้เงินในชีวิตประจำวันและคำนึงถึงความคุ้มค่าในการซื้อสินค้าสูง

**ประวัติผู้เขียน****ชื่อ - นามสกุล**

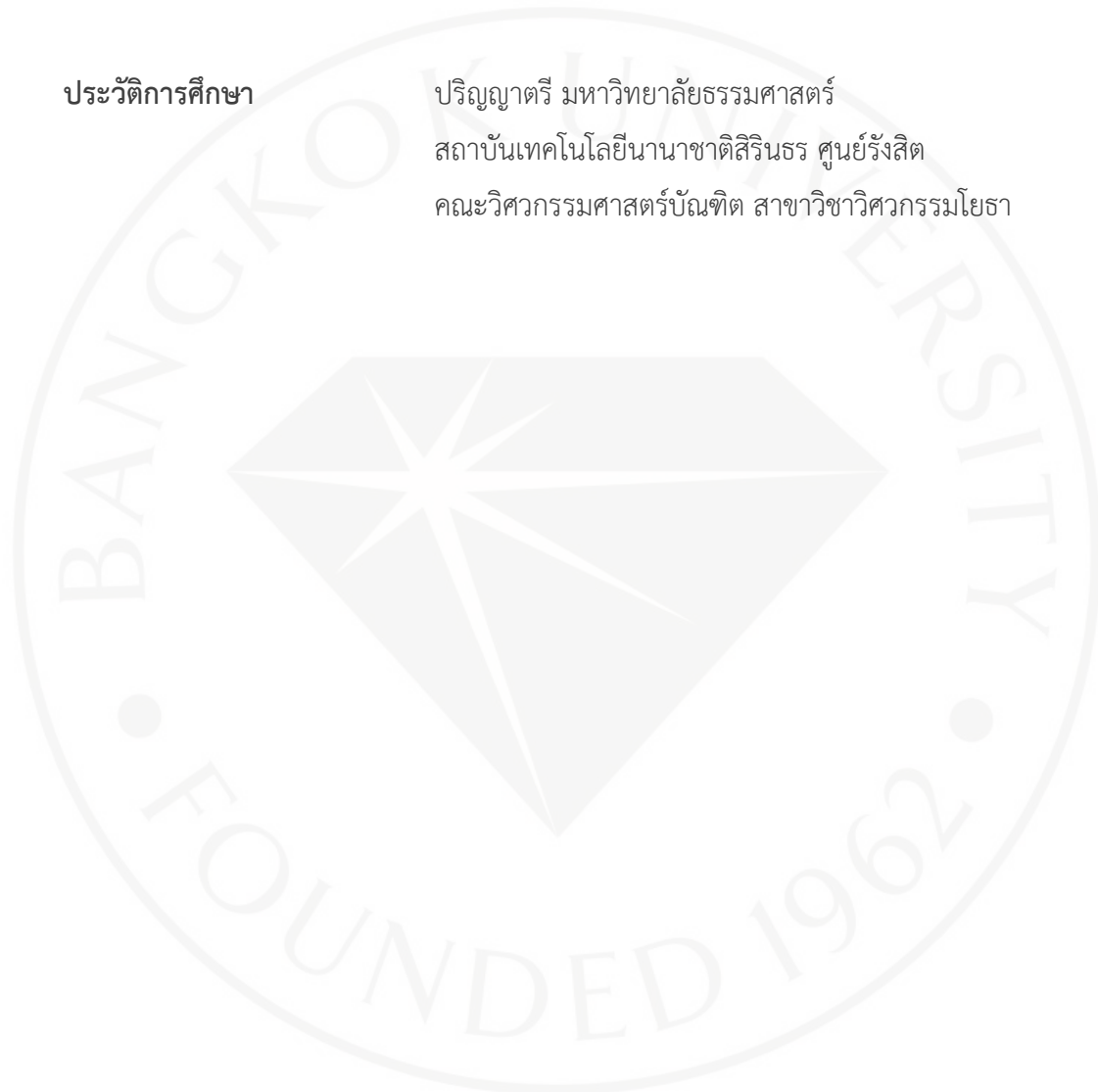
สิทธิชัย ไพบูลย์วารากิจ

**อีเมล**

Sittitat@hotmail.com

**ประวัติการศึกษา**

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร ศูนย์รังสิต  
คณะวิศวกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วันที่ 22 เดือน มกราคม พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) สิริวิรัช ไพบูลย์วารากิจ อยู่บ้านเลขที่ 91/2

ชอย ถนน ตำบล/แขวง คลองหนึ่ง

อำเภอ/เขต คลองหลวง จังหวัด ปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 12120

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7600203801

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 บบแผนธุรกิจ ยักษ์ยิ้มฟาร์ม

Business Plan for YAK YIM Farm

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี

กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่

ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้

สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ

กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ

บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ

เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา

ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย

ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น



สัญญาที่เพิ่มขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..... ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( สิทธิชัย ไพบูลย์วรากิจ )

ลงชื่อ..... ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์อัญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

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

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