

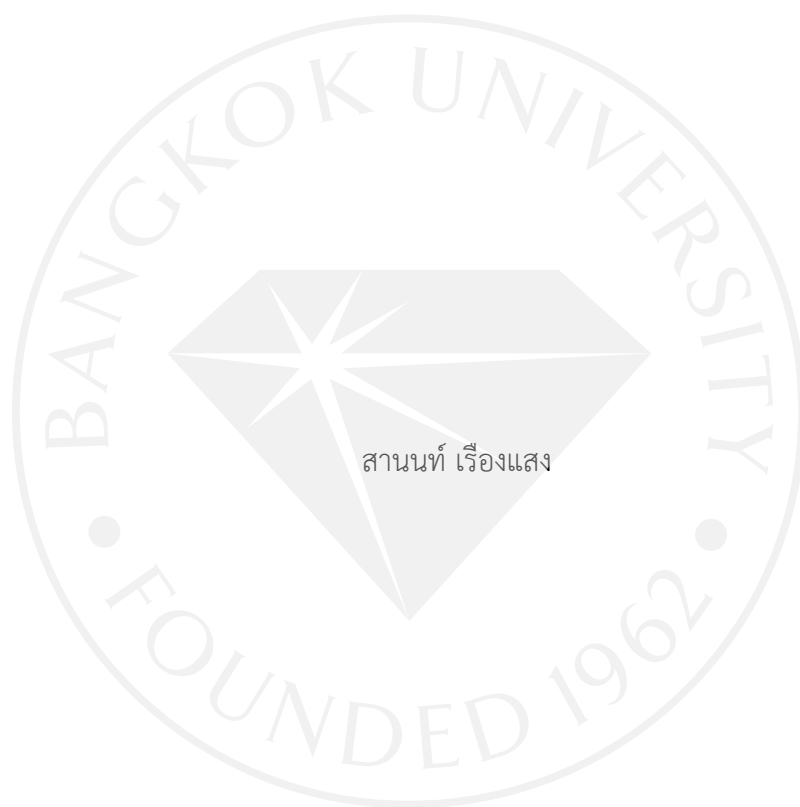
แผนธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ (แบบปล่อยอิสระ) จังหวัดสงขลา

Business Plan of Chicken Farm (Free Range Egg) in Songkhla



แผนธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ (แบบปล่อยอิสระ) จังหวัดสงขลา

Business Plan of Chicken Farm (Free Range Egg) in Songkhla



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2559



©2561

सानนท์ เรืองแสง

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ (แบบปล่อยอิสระ) จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัย สานนท์ เรืองแสง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.สุมนา ธีรภักดีกุล)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ชุติมาวดี ทองเงิน)

(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 6 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2560

सानนท์ เรืองแสง. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,
ธันวาคม 2560, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ (แบบปล่อยอิสระ) จังหวัดสงขลา (50 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.สุมนา ธีรภักดีกุล

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวางแผน เตรียมการ และศึกษาความคุ้มค่าในการลงทุนของกิจการฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ (แบบปล่อยอิสระ) ในจังหวัดสงขลา อีกทั้งยังต้องการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ ของกลุ่มลูกค้าในจังหวัดสงขลา

โดยการวิจัยในครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จังหวัดสงขลา และจังหวัดใกล้เคียง จำนวน 400 ชุด เพื่อสอบถามถึงข้อมูลส่วนตัว, การรู้จักผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ, พฤติกรรมการซื้อ และปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ โดยข้อมูลที่ได้นำมารวบรวมและแสดงผลเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของแผนธุรกิจฉบับนี้

สถิติที่ได้มาจากงานวิจัยนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 ปีขึ้นไป พนักงานเอกชน มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป และพักอาศัยในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่โดยมีบ้านของตนเอง ซึ่งเป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้จัก การนำไปใช้ และสนใจในตัวสินค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้รู้จักในไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระอยู่ร้อยละ 70 มีการซื้อเป็นประจำถึงร้อยละ 30 ส่วนผู้ที่ไม่รู้จักในสินค้ามาก่อนเมื่ออ่านข้อมูลในแบบสอบถามมีความสนใจที่จะซื้อถึงร้อยละ 98 ข้อมูลส่วนสุดท้ายถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่าการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ยังไม่เป็นที่นิยมในพื้นที่จังหวัดสงขลา และในเรื่องของตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยจากข้อมูลที่ได้ก็กิจการสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ถูกต้อง

ฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ (แบบปล่อยอิสระ) ดำเนินกิจการโดยมุ่งเน้นสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยและมีคุณภาพตอบโจทย์ผู้ที่มีความต้องการบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย จัดจำหน่ายทางออนไลน์ให้เข้ากับการตลาดในยุคปัจจุบันที่ต้องการความรวดเร็ว มีการประชาสัมพันธ์ด้วยการบอกกล่าวถึงคุณค่าของสินค้าที่กิจการจำหน่ายซึ่งมีความแตกต่างจากสินค้าหลัก เพื่อโน้มน้าวให้ผู้ที่ยังไม่เคยรู้จักสินค้าเข้ามาเป็นลูกค้า

ด้านการลงทุน ฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่แห่งนี้เป็นกิจการที่เริ่มต้นด้วยการที่เจ้าของกิจการลงทุนเองทั้งหมด 100% เป็นสินทรัพย์และเงินทุน มูลค่า 3,100,000 บาท ซึ่งจากแผนวิเคราะห์ ความเป็นไป

ได้ทางการเงินจะพบว่า Net Present Valueมูลค่า 1,623,339.18 บาท ซึ่งจะได้อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ร้อยละ 35 โดยมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 3 เดือน จากการคาดการณ์ในแผนธุรกิจ กิจการมีความมั่นใจที่สามารถสร้างผลตอบแทนที่เกิดจากการลงทุน และมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องของกิจการ

คำสำคัญ : ฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ (แบบปล่อยอิสระ), ความคุ้มค่าในการลงทุน, พฤติกรรมการซื้อ,



Reangsaeng, S. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), December 2017,
Graduate School, Bangkok University.

Business Plan of Chicken Farm (Free Range Egg) in Songkhla (50 pp.)

Advisor : Sumana Theerakittikul, Ph.D.

ABSTRACT

The objective of this study was to lay out business plan, preparation and find out if the investment of the Layer Chicken Farm (Free Range System) established in Songkhla province would be of a Cost Effectiveness when assessing to find out what factors would influence on the Songkhla-based consumer's decision making to buy egg products from the farm.

There are 400 questionnaire copies which consisted of designated items required for the respondents; personal information, knowledge of egg products raised from a "Free range" Layer Chicken Farm, consumer's behavior and factors influencing on the consumer's decision making were provided for a target group as a sampling in Songkhla province and vicinity. Data collected successfully was analyzed for percentage, means, standard deviation and inferential statistics.

According to the inferential statistics, it was found that the majority of population as the respondents who had filled up in personal information was female residing in Hat Yai district with an age of over 31, workplace in private company as employees and earning of over 30,001 Baht (thirty thousand Baht). Others included knowledge of egg products from Free Range Layer Chicken Farm, which was rated at 70%, 30% buying frequency and 98% no knowledge of the egg products but gaining interest to buy the products while it was suggested that consumer's behavior in Songkhla province was not affected by on-line purchase app system and factors influencing on their decision making was somehow affected by product brand of the said farm. The given data could enable the farm manager to locate clients as a target group properly.

Layer Chicken Farm (Free range system) would be in business operation which emphasized largely on organic-agricultural products and on-line distribution along with updated information of the egg production in particular way would help marketing management to respond the rapid changes of the consumer's behavior on demands at the time as much as to use PR activities on persuasion of new prospect clients in buying the products from this farm.

The investment fund of Layer Chicken Farm (Free range system), a so called "Startup" business, would be provided by 100% cost of the owner equivalent to an asset in value of 3,100,000 Baht (Three million and one hundred thousand Baht) with Net Present Value around 1,623,339.18 baht (one million and six hundred twenty-three thousand three hundred thirty-nine-point eighteen Baht). The IRR would be 35% when the payback period would be in two years and three months. As a result, the Farm business has been confident to generate the consistently growth of IRR and business opportunity as a whole.

Keywords : Chicken Farm (Free Range Egg), Cost Effectiveness, Consumer's Behavior

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร. สุมนา ธีรกิตติกุล อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ที่ให้คำชี้แนะ ความรู้ แนวทางการค้นคว้าวิจัย รวมถึงการตรวจทานความถูกต้องของการค้นคว้าอิสระนี้ ตลอดจนการค้นคว้าอิสระสำเร็จลุล่วงเป็นที่เรียบร้อยสมบูรณ์ รวมถึงอาจารย์ทุกท่านที่ถ่ายทอดวิชาความรู้ระหว่างที่ศึกษาจนสามารถนำความรู้ดังกล่าวมาประกอบและใช้ศึกษาในการค้นคว้าอิสระสำเร็จลุล่วง และความกรุณาจากผู้บริหารฟาร์มไก่ไข่มุกดวน จังหวัดสงขลาที่ให้ข้อมูลประกอบการค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วง ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมาไว้ ณ โอกาสนี้

सानนท์ เรืองแสง

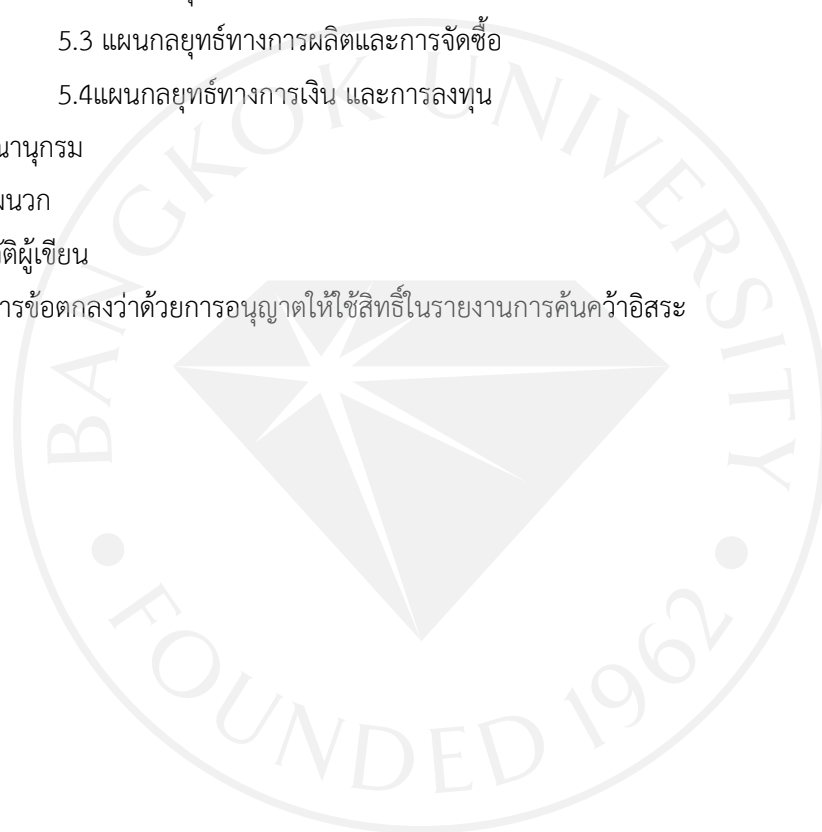


สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 การแนะนำธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	4
1.3 วิสัยทัศน์, พันธกิจและเป้าหมายของธุรกิจ	5
1.4 ที่ตั้งของสถานประกอบการ	5
1.5 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	6
บทที่ 2 วิธีการดำเนินงานในการจัดทำแผนธุรกิจ	
2.1 ประเภทของข้อมูลที่น่าไปใช้	7
2.2 วิธีการเก็บข้อมูล	8
2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	8
2.4 ผู้ที่ให้ข้อมูล	8
2.5 จำนวนผู้ที่ให้ข้อมูล	8
2.6 สรุปผลการทำแบบสอบถาม	9
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	
3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ	14
3.2 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม	15
3.3 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจ	16
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ	
4.1 โมเดลของธุรกิจ	17
4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทที่อยู่ในโมเดล	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ	
5.1 ด้านบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management)	21
5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด	25
5.3 แผนกลยุทธ์ทางการผลิตและการจัดซื้อ	27
5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน	29
บรรณานุกรม	40
ภาคผนวก	41
ประวัติผู้เขียน	50
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 : ตารางแสดงการเปรียบเทียบไข่ไก่ทั่วไปกับไข่ไก่แบบเลี้ยงปล่อยอิสระ	3
ตารางที่ 2.1 : ตารางสรุปงานวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคไข่ไก่ปลอดสารเคมีใน จังหวัดสงขลา	9
ตารางที่ 4.1 : ตารางแสดงโมเดลธุรกิจ Business Canvas Model	17
ตารางที่ 5.1 : ขั้นตอนการผลิต (Transformation Process)	29
ตารางที่ 5.2 : ตารางแสดงงบประมาณการลงทุน	30
ตารางที่ 5.3 : ตารางแสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	31
ตารางที่ 5.4 : ตารางแสดงการประมาณการยอดขาย	32
ตารางที่ 5.5 : ตารางแสดงสินค้าคงเหลือ	33
ตารางที่ 5.6 : ตารางแสดงประมาณการค่าใช้จ่าย	33
ตารางที่ 5.7 : ตารางแสดงประมาณการจุดคุ้มทุน	34
ตารางที่ 5.8 : ตารางแสดงงบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ	35
ตารางที่ 5.9 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	36
ตารางที่ 5.10 : ตารางแสดงงบแสดงฐานะทางการเงิน	37
ตารางที่ 5.11 : ตารางแสดงการวิเคราะห์โครงการลงทุนและการคำนวณมูลค่าปัจจุบันใน อัตราคิดลด	38
ตารางที่ 5.12 : ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	39

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : ภาพบริเวณภายนอกอาคารโรงเรียน	2
ภาพที่ 1.2 : ภาพภายในอาคารโรงเรียน	2
ภาพที่ 1.3 : อาคารเลี้ยงลูกไก่แรกเกิดถึง 1 เดือน	3
ภาพที่ 1.4 : ภาพแสดงลักษณะของไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อย	4
ภาพที่ 5.1 : ภาพแสดงผังองค์กรของฟาร์ม	22



บทที่ 1

บทนำ

1.1 การแนะนำธุรกิจ

ฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ (แบบปล่อยอิสระ) ในจังหวัดสงขลา ชื่อว่าฟาร์มลุงตวน เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ ก่อตั้งเมื่อ เดือนมิถุนายน พ.ศ.๒๕๖๐ ธุรกิจของฟาร์มเราคือ การผลิตสินค้าเกษตรแบบปลอดภัย สารพิษ ตอบสนองผู้บริโภคที่ต้องการบริโภคไข่ไก่สดที่ปลอดภัย เลี้ยงแบบธรรมชาติ ปราศจากสารเร่ง

โดยธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ (แบบปล่อยอิสระ) ดำเนินกิจการภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง Sufficiency Economy ปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงชี้แนวทางการดำเนินชีวิตให้แก่ปวงชนชาวไทยมาเป็นระยะเวลานาน ในช่วงตั้งแต่ก่อนการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ เพื่อมุ่งให้พสกนิกรได้ดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างยั่งยืน มั่นคง และปลอดภัย ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นตามกระแสโลกาภิวัตน์ ภายในพื้นที่ของฟาร์มนี้ต้องพัฒนาให้เกิดความสมดุลภายใต้ความรู้ทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงในยุคสมัยใหม่อย่างยั่งยืนโดยกิจกรรมเลี้ยงไก่จำหน่ายไข่สดเป็นกิจกรรมหลักแล้วนั้น ยังจัดแบ่งพื้นที่บางส่วนในการปลูกพืชที่เป็นส่วนผสมของอาหารแม่ไก่ลดต้นทุนการจัดซื้อวัตถุดิบทำอาหารแม่ไก่ และมั่นใจในความปลอดภัยของวัตถุดิบที่นำมาผสมอาหาร

การดำเนินการเลี้ยงไก่ไข่ (แบบปล่อยอิสระ) Free-range System หมายถึง ระบบการจัดเลี้ยงแม่ไก่ที่ปล่อยออกภายนอกอาคารโรงเรือนอย่างเป็นอิสระให้แม่ไก่ได้แสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ เช่น การคุ้ยเขี่ย การจิกกินพืช ผัก แมลงทำให้ไก่มีความสุข และอารมณ์ดี รูปแบบการเลี้ยงแบบปล่อยอิสระแม่ไก่ไข่จะมีความแข็งแรงอดทนต่อสภาพแวดล้อมได้ดี

การจัดเตรียมอาคารโรงเรือนขนาด 4×20 เมตร รองรับแม่ไก่ได้มากกว่า 1,000 ตัว จำนวน 2 อาคาร และมีอาคารลูกไก่เล็กขนาด 4×8 เมตร รองรับลูกไก่แรกเกิดจนถึง 1 เดือนได้ 600 ตัว พื้นภายในอาคารเป็นดินธรรมชาติปูทับด้วยแกลบ 7 - 10 เซนติเมตร มีตาข่ายล้อมกันบริเวณรอบอาคารโดยเว้นบริเวณประตูไว้ 8 เมตร ภายในอาคารจะประกอบด้วยชุดถังอาหารจำนวน 100 ชุด นิปเปิ้ลให้น้ำจำนวน 250 หัว ถังน้ำขนาดใหญ่ 1,000 ลิตร จำนวน 1 ถัง ถังน้ำขนาดเล็ก 100 ลิตร จำนวน 1 ถัง คอนนอน 4 ชั้นความยาว 12 เมตร รั้งออกไข่จำนวน 90 รั้ง เครื่องเล่นวิทย์ 1 เครื่อง ภายนอกอาคารโรงเรือนจะเป็นพื้นที่ที่มีหญ้าปกคลุม และมีต้นไผ่จำนวน 14 กอ ให้เป็นที่บังแดด และขับกลิ่นที่เกิดจากมูลไก่ ไม่ให้รบกวนบริเวณโดยรอบได้

ภาพที่ 1.1 : ภาพบริเวณภายนอกอาคารโรงเรียน



ภาพที่ 1.2 : ภาพภายในอาคารโรงเรียน



ภาพที่ 1.3 : อาคารเลี้ยงลูกไก่แรกเกิดถึง 1 เดือน



ตารางที่ 1.1 : ตารางแสดงการเปรียบเทียบไข่ไก่ทั่วไปกับไข่ไก่แบบเลี้ยงปล่อยอิสระ

ไข่ไก่ทั่วไป	ไข่ไก่เลี้ยงปล่อยอิสระ
เลี้ยงด้วยอาหารสำเร็จรูป ใช้โปรตีนจากพืช ปลา ป่น ไวตามินแร่ธาตุสังเคราะห์ สารปฏิชีวนะ ยา กันเครียด ใส่สารสีสังเคราะห์	ไก่จิกกินพืชผัก สมุนไพร สัตว์ธรรมชาติ หนอน แมลง เป็นสารต้านอนุมูลอิสระจากธรรมชาติ เสริมด้วยธัญพืช รำข้าว ปลายข้าว ข้าวโพด ไม้ใช้ ยาเคมี สารสังเคราะห์ใดๆ
ผล เนื้อไข่ขาวเหลว ไข่แดงไม่นูนเด่น มีสีแดงจากสารสี เสี่ยงต่อสุขภาพ การดื้อยาปฏิชีวนะในคน	ผล ไข่ขาวข้นเห็นได้ชัด ไข่แดงนูนเด่น รสชาติดี มีคุณค่าทางโภชนาการสูงกว่า ไม่เสี่ยงต่อสารเคมีตกค้าง

ภาพที่ 1.4 : ภาพแสดงลักษณะของไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อย



คุณค่าทางโภชนาการของไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยเมื่อเปรียบเทียบกับไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบขังกรง ไข่ไก่ที่ถูกเลี้ยงแบบปล่อยจะมีคอเลสเตอรอลน้อยกว่าถึง 1 ใน 3 มีกรดไขมันอิ่มตัวน้อยกว่า 1 ใน 4 มีวิตามินเอ มากกว่า 2 ใน 3 มีกรดไขมัน โอเมก้า 3 มากกว่า 2 เท่า มีวิตามิน อี มากกว่า 3 เท่า มีเบต้าแคโรทีน มากกว่า 7 เท่า

1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

จากบทความของศูนย์วิจัยกิจการไทย เรื่องแนวโน้มตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพ โอกาสและความท้าทายของผู้ประกอบการ SME (มิถุนายน 2560) พบว่ากระแสรักสุขภาพและความงามยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้ตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพ ซึ่งมีมูลค่ากว่า 140,000 ล้านบาท ยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทำให้ความต้องการสินค้าเพื่อสุขภาพของแต่ละกลุ่มอาจจะแตกต่างกันไป ผู้ประกอบการ SME จะต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมและความต้องการ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนตลาดที่สำคัญ และมีบทบาทมากขึ้นในระยะข้างหน้า โดยสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มผู้สูงอายุ (Older) การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรของไทยไปสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งมีสัดส่วน กว่าร้อยละ 11 ของประชากรไทยทั้งหมดในปัจจุบัน และจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 14 ของประชากรไทยในปี 2568 สะท้อนให้เห็นว่า ลูกค้ากลุ่มนี้กลายเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญ และมีความ

ต้องการสินค้าและบริการเฉพาะด้านโดยเน้นที่สินค้าสุขภาพ อย่างไรก็ตาม จำนวนผู้สูงอายุไทยส่วนใหญ่ยังมีกำลังซื้อไม่สูงนัก เฉลี่ยประมาณ 20,000-40,000 บาทต่อปี ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 3 แสนบาทขึ้นไปต่อปี (ยังไม่รวมรายได้ส่วนตัวของลูกหลาน) คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 4 ของจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมด การตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่จะเป็นแบบลูกหลานซื้อเพื่อให้ใช้

กลุ่มคนรุ่นใหม่ (Millennials) คือกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เกิดมาพร้อมเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต และสมาร์ทโฟนช่วงปี 2523-2543 (อายุตั้งแต่ 17-37 ปีในปัจจุบัน) คิดเป็นสัดส่วน ประมาณร้อยละ 31 ของประชากรไทยทั้งหมดจะมีการใช้ชีวิตที่รักอิสระไม่ยึดติดกับตราสินค้า ต้องการการตอบสนองความต้องการที่รวดเร็ว เปรียบเทียบสินค้าต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ต จากคำบอกเล่าของกระทู้ รีวิว และ Blogger

ซึ่งบทความของศูนย์วิจัยกสิกรไทยนั้น แสดงให้เห็นถึงความต้องการในสินค้าที่มีความปลอดภัยและส่งผลดีต่อสุขภาพ ของกลุ่มลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีแนวโน้มไปในทิศทางเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นแนวทางที่ผู้ประกอบการจะนำมาปรับใช้ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจสินค้าเพื่อสุขภาพ โดยกิจการเลือกผลิตและจำหน่ายไข่ไก่สด โดยเลือกเลี้ยงแบบปล่อยให้เดินเป็นอิสระ ใช้อาหารที่มาจากส่วนผสมจากธรรมชาติ เป็นสิ่งที่แตกต่างจากการเลี้ยงแบบฟาร์มไข่ไก่ทั่วไปที่เลี้ยงแบบขังกรง และให้อาหารที่มีส่วนผสมของสารเคมีเร่งให้ไก่ออกไข่มากกว่าธรรมชาติ (ธนาคารกสิกรไทย, 2560)

1.3 วิสัยทัศน์, พันธกิจและเป้าหมายของธุรกิจ

วิสัยทัศน์ : เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรให้ผู้บริโภคยอมรับ และเชื่อมั่นในตราสินค้าของฟาร์มลุงดอน

พันธกิจ : สร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าเกษตรปลอดภัย ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มคนรักสุขภาพ, สร้างความแตกต่างในตลาดไข่ไก่ของจังหวัดสงขลา และจังหวัดใกล้เคียง, พัฒนาช่องทางการขายรูปแบบใหม่ให้ตรงกับผู้บริโภค,

เป้าหมายของฟาร์ม : ด้านการผลิต เพิ่มปริมาณการเลี้ยงแม่ไก่ ขึ้นอีก 2,000 ตัว ใน 1 ปี, ด้านสินค้า มีงานวิจัยและใบรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความเชื่อมั่น, ด้านลูกค้า รักษาลูกค้ารายหลักให้คงอยู่และเพิ่มลูกค้าใหม่ร้อยละ 20 ภายใน 1 ปี, ด้านการเงิน ต้องใช้ระยะเวลาคืนทุนไม่เกิน 3 ปี

1.4 ที่ตั้งของสถานประกอบการ

ที่ตั้งของฟาร์ม ตั้งอยู่เลขที่ 36 หมู่ 10 ตำบลท่าช้าง อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา ซึ่งห่างจากอำเภหาดใหญ่ประมาณ 10 กิโลเมตร และห่างจากอำเภอเมืองสงขลาประมาณ 40 กิโลเมตร อยู่ไม่ไกลกับกลุ่มลูกค้าหลักของฟาร์ม

1.5 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจนี้เพื่อให้เป็นแนวทางการดำเนินงานของฟาร์มแบบเป็นขั้นตอน ลดช่องว่างต่างๆ ที่อาจเกิดความเสี่ยงในข้อผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน ด้านการเงิน การบริหารงานด้านบุคคลากร ด้านการตลาด และการจัดซื้อวัตถุดิบ เพื่อปรับใช้ดำเนินการจริง



บทที่ 2

วิธีการดำเนินงานในการจัดทำแผนธุรกิจ

เนื่องด้วยการทำแผนธุรกิจของฟาร์มไก่ไข่เป็นกิจการที่มีการจัดตั้งขึ้นมาใหม่ การศึกษาว่า ผู้บริโภคกลุ่มใดคือกลุ่มที่จะรู้จักไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบอิสระ (Free Range Egg) แม้ไก่กินอาหารธรรมชาติ ปลอดภัยจากสารเร่ง และเมื่อผู้บริโภครู้จักกับไข่ไก่ของฟาร์ม จะมีผลตอบกลับที่มีผลกับสินค้าของฟาร์ม อย่างไร เพื่อเป็นการกำหนดแผนการดำเนินงานในส่วนของการผลิต และทิศทางในการวางแผน การตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่จะมาเป็นลูกค้าของฟาร์ม

2.1 ประเภทของข้อมูลที่น่าไปใช้

2.1.1 ข้อมูลที่ต้องการจากการทำแบบสอบถาม

2.1.1.1 การรู้จักในตัวสินค้า เนื่องด้วยไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ (Free Range Egg) ยังเป็นสินค้าที่ประชาชนรู้จักไม่มาก ดังนั้นการได้ข้อมูลชนิดนี้มาเพื่อเป็นการดูขนาดของตลาดในพื้นที่จังหวัดสงขลาที่จะส่งผลในเรื่องการผลิตให้สมดุล และการวางเป้าหมายของการทำการตลาด หรือการขยายตลาดได้อย่างไร

2.1.1.2 ความต้องการในตัวสินค้า กับความเหมาะสมด้านราคา ข้อมูลชนิดนี้จะนำมาเพื่อรับรู้ความต้องการว่าสินค้าตอบสนองกับความคาดหวังของผู้ให้ข้อมูลหรือไม่ และราคาที่สูงกว่าไข่ไก่ที่ขายโดยทั่วไปจะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออย่างไร

2.1.1.3 การเข้าถึงการสั่งซื้อ บริการจัดส่ง และการประกันสินค้า ข้อมูลชนิดนี้จะนำมาเพื่อรับรู้ว่าผู้ให้ข้อมูลมีประสบการณ์ และทัศนคติต่างๆ ที่มีต่อการซื้อของในช่องทางออนไลน์อย่างไร เพื่อนำมาปรับใช้กับการขายของฟาร์ม

2.1.1.4 ความน่าเชื่อถือของสินค้าเกษตรปลอดภัย กับตราแสดงมาตรฐานต่างๆ ที่มีหน่วยงานรับรอง ข้อมูลนี้เพื่อรับรู้พฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้ให้ข้อมูลในการเลือกซื้อ และมั่นใจในสินค้า

2.1.1.5 คู่แข่งของไข่ไก่แบบปล่อยอิสระ (Free Range Egg) ทางตรงและสินค้าทดแทน ข้อมูลนี้ถือเป็นข้อมูลที่สำคัญเพื่อมาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ต่างๆ ที่มีต่อกิจการ

2.1.2 ข้อมูลที่ต้องการจากเอกสารอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ

2.1.2.1 เอกสารงานวิจัยของสถาบันการศึกษา และหน่วยงาน ที่ทำการรวบรวมมาก่อนหน้านี้ จะนำมาใช้อ้างอิงในแผนธุรกิจฟาร์มไก่ไข่อิสระ

2.1.2.2 บทความ วารสาร หนังสือ ที่นำเสนอทฤษฎี หรือเนื้อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจฟาร์มไก่ไข่แบบปล่อยอิสระ

2.2 วิธีการเก็บข้อมูล

เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลผ่านแบบสอบถาม ในสถานที่จำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ ตลาดสด สถานที่ออกกำลังกายในสวนสาธารณะ เทศกาลงานแสดงสินค้าเกษตร ใช้เวลาในการสอบถามประมาณ 3- 5 นาที

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เป็นการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ตามหัวข้อของแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องจากผู้รับการสัมภาษณ์ โดยแบ่งเนื้อหาที่จะสอบถามเป็น 3 ส่วน

- (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- (2) ความรู้เกี่ยวกับไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ
- (3) สอบถามถึงช่องทางที่จะทำให้เกิดการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

2.4 ผู้ที่ให้ข้อมูล

กลุ่มเพศหญิง ช่วงอายุ 20 ปีขึ้นไป ทำอาหารทานเองที่บ้าน เลือกซื้อสินค้าที่ดูแลสุขภาพ รู้จักวิธีการใช้การสั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์

2.5 จำนวนผู้ให้ข้อมูล

จะใช้การตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด

2.6 สรุปผลการทำแบบสอบถาม

ตารางที่ 2.1 : ตารางสรุปงานวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคไข่ไก่ปลอดสารเคมีในจังหวัด
สงขลา

หัวข้อ	ผลการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	84	20.4
	หญิง	328	79.6
อายุ	อายุ 41 ปีขึ้นไป	124	30.1
	อายุ 31 – 35 ปี	120	29.1
	อายุ 36 – 40 ปี	68	16.5
การศึกษา	ปริญญาตรี	256	62.1
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	80	19.4
	ปริญญาโท	68	16.5
อาชีพ	พนักงานเอกชน	156	37.9
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	108	26.2
	ธุรกิจส่วนตัว	72	17.5
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	มากกว่า 30,001 บาท	124	30.7
	25,000 – 30,000 บาท	84	20.8
	10,001 – 15,000 บาท	72	17.8
ลักษณะที่พักอาศัย	บ้านของตนเอง	320	79.2
	อพาร์ทเมนท์/คอนโด	40	9.9
	บ้านพักข้าราชการ	20	5
บริเวณที่พักอาศัยใน จ. สงขลา และพื้นที่ ใกล้เคียง	อ. หาดใหญ่	128	31.1
	จังหวัดภูเก็ต	64	15.5
	อ. บางกล่ำ/อ. รัตภูมิ/อ.ควนเนียง/อ. คลองหอยโข่ง	60	14.6
	อ. เมือง	48	11.7
	อ. ระโนด/อ. กระแสสินธุ์/อ. สะทิงพระ/อ. สิงหนคร	32	7.8
	จังหวัดพัทลุง	32	7.8

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1(ต่อ) : ตารางสรุปงานวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคไข่ไก่ปลอดสารเคมีในจังหวัด
สงขลา

หัวข้อ	ผลการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ทำอาหารทานเองกี่ ครั้งต่อสัปดาห์	น้อยกว่า 3 ครั้ง	160	38.8
	3 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์	132	32
	มากกว่า 10 ครั้ง	60	14.6
	6 – 10 ครั้งต่อสัปดาห์	60	14.6
การทำอาหารที่ทำ ทานเองนั้นมีผู้ร่วม ทานอาหารกี่ท่าน	2 – 3 คน	212	52
	มากกว่า 3 คน	128	31.4
	1 คน	68	16.7
สถานที่ซื้อไข่ไก่มา ทำอาหาร (ตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)	แผงขายไข่ไก่ในตลาดสด	185	45.6
	ร้านขายของชำ	164	39.8
	Hypermarket / Discount Store / Supermarket	84	20.4
	ร้านสะดวกซื้อ	80	19.4
	รถเร่ขาย	12	2.9
	ฟาร์มไข่ไก่	1	0.2
ผู้ที่รู้จักไข่ไก่ที่เลี้ยง แบบปล่อยอิสระ	รู้จัก	288	69.9
	ไม่รู้จัก	124	30.1
ผู้ที่เคยซื้อไข่ไก่แบบ เลี้ยงปล่อยอิสระ	ซื้อเป็นประจำ	28	6.8
	เคยซื้อบ้าง	256	62.1
	ไม่เคยซื้อ	128	31.1
ความสนใจที่จะซื้อ บริโภคหลังการรับรู้	ซื้อ	405	98.1
	ไม่ซื้อ	7	1.9
ช่วงราคาของผู้บริโภค พอใจ	ต่ำกว่า 5 บาท	280	68
	5 – 7 บาท	112	27.2
	8 – 10 บาท	20	4.9
บรรจุภัณฑ์ควรบรรจุ ไข่ไก่ไว้กี่ฟองจึงจะ เหมาะสม	10 ฟอง	248	60.8
	6 ฟอง	68	16.7
	30 ฟอง	56	13.7

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1(ต่อ) : ตารางสรุปงานวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคใช้ไปตลอดสารเคมีในจังหวัด
สงขลา

หัวข้อ	ผลการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
พฤติกรรมการใช้ Application มากสุด ต่อวัน(ลำดับที่ 1)	Line	232	56.9
	Facebook	156	38.2
	Youtube	20	4.9
พฤติกรรมการใช้ Application มากสุด ต่อวัน(ลำดับที่ 2)	Facebook	196	49
	Line	152	38
	Youtube	44	11
พฤติกรรมการใช้ Application มากสุด ต่อวัน(ลำดับที่ 3)	Youtube	212	53.5
	Instagram	76	19.2
	Line	48	12.1
อัตราการซื้อของผ่านช่องทางออนไลน์	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	216	53.5
	2 – 4 ครั้งต่อเดือน	104	25.7
	1 ครั้งต่อเดือน	68	16.8
ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้าออนไลน์ที่พึงพอใจ	2 – 3 วันนับจากสั่งสินค้า	342	84.7
	4 – 7 วันนับจากสั่งสินค้า	43	11.2
	ไม่เคยซื้อ	12	4.1
ความคาดหวังที่มีต่อบรรจุภัณฑ์	ปกป้องสินค้ามิให้เสียหาย	284	69.6
	สื่อสารและบ่งบอกความเป็นตัวตนของตราสินค้า	60	14.7
	บ่งบอกวันผลิต และวันที่พร้อมบริโภค	172	42.2
	มีวัสดุและการออกแบบที่ทันสมัย	37	8.8
ความคาดหวังที่มีต่อพนักงานจัดส่ง	มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้า	232	57.4
	แต่งกายเรียบร้อย และมีความสุภาพในการให้บริการ	148	36.6
	สามารถรับฟังข้อเสนอและนำกลับไปให้องค์กรแก้ไขได้	124	30.7
	สามารถควบคุมอารมณ์ และจิตใจในการรับมือลูกค้าหลายประเภท	99	24.8

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1(ต่อ) : ตารางสรุปงานวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคไข่ไก่ปลอดสารเคมีในจังหวัด
สงขลา

หัวข้อ	ผลการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ถ้ามีการจำหน่ายไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ แบบออนไลน์ สิ่งสำหรับผู้บริโภคคาดหวังคือ	รสชาติ ความสดใหม่ และความปลอดภัยของไข่ไก่ที่ได้รับ	268	65
	การรับประกันสินค้าในกรณีเกิดการเสียหายจากการผลิตและจัดส่ง	188	45.6
	ช่องทางการสั่งซื้อที่สะดวก และมีการจัดส่งรวดเร็ว	100	24.3
	บรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย และปลอดภัยต่อสินค้า	64	15.5
การรับรู้มาตรฐานสินค้าประเภทอาหารหรือสินค้าเกษตรปลอดภัย	HALAL	184	50
	มกษ. 6702 - 2533	120	43.5
	IOAS	49	13
	IFOAM	32	8.7
	CODEX	8	2
	อื่นๆ(จำนวน 10 คน)/อย.(จำนวน 8 คน)/มอก.(จำนวน 5 คน)	23	5.6
ถ้าไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ ได้รับการรับรองมาตรฐานข้างต้นจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่	มีผลต่อการซื้อ	48	11.7
	ไม่มีผลต่อการซื้อ	364	88.3

จากหัวข้อคำถามที่ใช้นั้นจะพบว่าประชากรในพื้นที่จังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียงโดยส่วนใหญ่ร้อยละ 79.2 พักอาศัยอยู่ในบ้าน โดยมีการทำอาหารรับประทานเองมากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ถึงร้อยละ 61.2 ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายของฟาร์มในการขายไข่ไก่ มีรายได้สูงอยู่ในเกณฑ์ที่พอจะซื้อไว้รับประทานได้

ช่องทางการซื้อไข่ไก่สดผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมที่จะหาซื้อในแผงขายไข่ไก่ของตลาดสด และร้านขายของชำใกล้บ้าน กิจกรรมต้องการเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online จึงทำการสำรวจถึงพฤติกรรมการใช้สื่อ Social Media ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในปัจจุบันจะพบว่าการสื่อสารทาง Application Line มีการใช้งานมากที่สุด ตามมาด้วย Facebook และ Youtube ตามลำดับ ซึ่ง

ทำให้กิจการได้มองเห็นช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าได้ตรง แล้วจากการสอบถามในเรื่องพฤติกรรมการซื้อของผ่านช่องทาง Online พบว่ายังมีอัตราการซื้อไม่มากนัก

การรู้จักสินค้าและการตัดสินใจในการซื้อ ในแบบสอบถามได้ถามว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้รู้จักไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยหรือไม่นั้น พบว่ามีถึงร้อยละ 30.1 ที่ยังไม่รู้จัก และในแบบสอบถามได้อธิบายถึงการเลี้ยง ความแตกต่างของไข่ไก่ทั่วไป และประโยชน์ที่ได้รับ จึงถามคำถามต่อไปว่าเมื่อท่านรู้จักแล้วจะมีการตัดสินใจซื้อถึงร้อยละ 98.1 ทำให้กิจการรับรู้ถึงความเป็นไปได้ในการเติบโตของตลาดเมื่อเกิดการรู้จักสินค้า

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าใบรับรองมาตรฐานสินค้าเกี่ยวกับอาหาร และสินค้าเกษตรปลอดภัย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถึงร้อยละ 88.3 ส่วนความคาดหวังในไข่ไก่สดรสชาติ ความปลอดภัย ความสดใหม่ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด การรับประกันสินค้าที่เกิดความเสียหายเป็นสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการ

บทที่ 3

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ

3.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในของกิจการ

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการองค์กร

จุดแข็ง (Strengths) ในรูปแบบขององค์กรขนาดเล็กผู้บริหารองค์กรสามารถเข้าถึงปัญหาแล้วแก้ไขได้ในทันที

จุดอ่อน (Weaknesses) บุคลากรยังขาดประสบการณ์ในกิจการฟาร์มไก่ไข่

ปัจจัยด้านการตลาด

จุดแข็ง (Strengths) พนักงานรับคำสั่งซื้อที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกิจการในพื้นที่จังหวัดสงขลา พัทลุง ตรัง สตูล ภูเก็ต

จุดอ่อน (Weaknesses) เนื่องจากเป็นกิจการหน้าใหม่อาจจะยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาดสินค้าประเภทวัตถุดิบในการทำอาหาร

ปัจจัยด้านการผลิต

จุดแข็ง (Strengths) ทางฟาร์มได้ใช้เครื่องจักรช่วยทุ่นแรงในการทำงาน เพื่อลดข้อผิดพลาดที่จะเกิดขึ้น การทำงานจะทำตามขั้นตอนที่เป็นมาตรฐานของสินค้าเกษตรปลอดภัย

จุดอ่อน (Weaknesses) กิจการยังขาดความประสบการณ์ในการควบคุมปริมาณการเสียหายในแต่ละส่วนงานที่เกิดขึ้น

ปัจจัยด้านการการเงิน

จุดแข็ง (Strengths) เจ้าของกิจการนำเงินมาลงทุนทั้งหมดทำให้ไม่เกิดดอกเบี้ยเงินกู้

จุดอ่อน (Weaknesses) เนื่องจากเป็นการเปิดกิจการใหม่ทำให้เกิดการลงทุนด้วยเงินจำนวนมาก

3.1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกของธุรกิจ

ปัจจัยด้านกฎหมาย

โอกาส (Opportunities) การได้ตรารับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรประเภทไข่ไก่ (มกษ 6702-2553) และ ฮาลาล ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าที่ผลิตในฟาร์ม

อุปสรรค (Threats) การเดินทางในบางพื้นที่ของจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียง มีการดูแลอย่างเข้มงวดจากเจ้าหน้าที่ปกครอง

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

โอกาส (Opportunities) กระแสการดูแลสุขภาพ และการนิยมบริโภคสินค้าที่มีประโยชน์ ถือเป็นโอกาสที่ดีที่สุดสำหรับสินค้าของฟาร์มที่เป็นสินค้าเกษตรปลอดภัย

อุปสรรค (Threats) ไข้ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยนั้นยังเป็นสิ่งที่คนรู้จักน้อย และเป็นเรื่องที่ยากสำหรับการเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยด้านประชากร

โอกาส (Opportunities) อำเภอลำทะเมนชัย มีประชากร 29,882 คนเป็นประชากรที่ลงทะเบียนไม่นับรวมประชากรแฝง ซึ่งถือว่ามีจำนวนมาก

อุปสรรค (Threats) การลดลงของจำนวนประชากรโดยรวมในประเทศไทย

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

โอกาส (Opportunities) อำเภอลำทะเมนชัย ถือเป็นเมืองเศรษฐกิจในภาคใต้

อุปสรรค (Threats) สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของปี 2560 ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการใช้จ่าย

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

โอกาส (Opportunities) การที่อำเภอลำทะเมนชัยเริ่มเป็นสังคมเมืองมากขึ้น แต่คนเมืองก็ยังต้องการสินค้าจากแหล่งธรรมชาติ

อุปสรรค (Threats) การป้องกัน และเฝ้าระวังในการเกิดโรกระบาดในสัตว์ปีก

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

โอกาส (Opportunities) การเติบโตอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี ทำให้กิจการมีช่องทางในการสื่อสารกับผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าของกิจการได้หลากหลายช่องทาง

อุปสรรค (Threats) การที่เทคโนโลยีเติบโตขึ้น มีคู่แข่งเพิ่มขึ้น ก็ทำให้ตลาดมีการแข่งขันกันโดยจะทำให้ลดส่วนแบ่งการตลาด

ปัจจัยด้านนโยบายรัฐบาล

โอกาส (Opportunities) รัฐบาลมีนโยบายที่สนับสนุนสินค้าเกษตรอยู่อย่างต่อเนื่อง

อุปสรรค (Threats) ความไม่ชัดเจนในการเมือง

3.2 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม

ด้านการบริหารจัดการองค์กร กิจการมีการดำเนินการในเรื่องขอใบรับรองมาตรฐานเพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของผู้จำหน่ายไข่ไก่สด เพื่อรองรับกับเทรนด์อาหารเพื่อสุขภาพ โดยผู้บริหารจะเน้นทำตลาดหลักในอำเภอลำทะเมนชัย เพราะเป็นแหล่งที่มีประชากรเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นเมือง

เศรษฐกิจ มีความต้องการทางวัตถุดิบทำอาหารสูง ประชากรอยู่ภายใต้สังคมเมืองเหมาะสมกับ
ช่องทางการเข้าถึงในสินค้าของกิจการ

ด้านการตลาด เนื่องจากการได้รับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรประเภทไข่ไก่ (มกษ. 6702-2553) และฮาลาล สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าในรูปแบบวัตถุดิบทำอาหารเพื่อสุขภาพ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่วางเอาไว้ ในช่วงเริ่มต้นกิจการควรมีการสื่อสารเพื่อให้ผู้ที่สนใจรู้จักในสินค้า ต่อด้วยการทดลองชิมไข่ไก่ของฟาร์ม เพื่อทำการซื้อซ้ำ

ด้านการผลิต เพื่อให้เป็นไปตามขั้นตอนที่มีของกรมปศุสัตว์ วางกลยุทธ์และปริมาณการผลิตที่เหมาะสมกับการการตลาดของจังหวัดสงขลา ควบคุมคุณภาพการผลิตโดยผู้จัดการฟาร์มต้องหมั่นตรวจสอบในทุกขั้นตอน

3.3 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจ

ด้านการบริหารจัดการองค์กรและการผลิต เนื่องจากกิจการเป็นองค์กรขนาดเล็ก แต่พนักงานแต่ละคนยังมีประสบการณ์ในการทำงานฟาร์มไข่ไก่ไม่มาก ผู้จัดการฟาร์มจึงมีนโยบายแลกเปลี่ยนความรู้จากฟาร์มเลี้ยงไข่แบบปล่อยจากพื้นที่ใกล้เคียง ผ่านการไปดูงานสถานที่จริง ทดสอบถามปัญหาที่พบเจอในการทำงานกับฟาร์มเลี้ยงไข่ที่เป็นพันธมิตร เพื่อแก้ปัญหาได้ทันที

ด้านการตลาด กิจการจะเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน คือ เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานสาธารณสุขของส่วนงานต่างๆ ในจังหวัดสงขลา และพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำ เพื่อที่จะเกิดการบอกต่อ จากนั้นกิจการจึงจะเข้าไปในกลุ่มเป้าหมายรอง คือ แม่บ้านที่เดินซื้อของในตลาดเกษตร ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

บทที่ 4
โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

4.1 โมเดลของธุรกิจ

ตารางที่ 4.1 : ตารางแสดงโมเดลธุรกิจ Business Canvas Model

Key Partner	Key Activities	Offer	Customer Relationships	Customer Segment
1 ผู้จำหน่ายพันธ์ ไก่	1 การดูแลและ เลี้ยงแม่ไก่	1 สั่งซื้อได้ สะดวก	1 การสร้างสัมพันธ์ กับลูกค้าทาง ออนไลน์	1 กลุ่มคนผู้มีใจ รักสุขภาพ
2 ด้านวัตถุดิบ การผลิตอาหาร	2 การจำหน่ายไข่ ไก่	2 ปลอดภัยพิช	2 การเก็บข้อมูล	2 รายได้ระดับ B ถึง A-
3 ด้าน สาธารณสุข	3 การจัดส่ง และ ดูแลลูกค้า	3 บริการจัดส่ง และเก็บเงิน ปลายทาง	3 ความรับผิดชอบ ต่างๆ ต่อสินค้า	
4 ด้านดูแลและ บำรุงรักษาส่วน ต่างๆของ โรงเรือน	4 ทำการตลาด และจัดหาลูกค้า ใหม่	4 รับประกัน สินค้าทุกชิ้น	3 ความรับผิดชอบ ต่างๆ ต่อสินค้า	
5 ด้านบรรจุ ภัณฑ์	Key Resources	5 บรรจุภัณฑ์ที่ ทันสมัย	Channels	
6 ด้านการ ส่งเสริมการขาย	1 บุคคล 2 ที่ดินและสิ่ง ปลูกสร้าง 3 อุปกรณ์ 4 ใบริบรอง มาตรฐาน	6 มาตรฐาน ความปลอดภัย	1 ผ่านสื่อออนไลน์ 2 ผ่านการโทรเข้า มาสั่งจอง 3 ผ่านการ สอบถามของ พนักงานขาย	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) : ตารางแสดงโมเดลธุรกิจ Business Canvas Model

Cost Structure	Revenue Streams
1 ค่าจ้างพนักงาน	1 จากการจำหน่ายไข่ไก่
2 ค่าส่งเสริมการขาย และกิจกรรมต่างๆของกิจการ	2 จากการจำหน่ายไข่ไก่แกลบ
3 ค่าอาหารไก่, สมุนไพร และ วัสดุสิ้นเปลืองภายในโรงเรือน	3 จากการจำหน่ายแม่ไก่ปลดระวาง
4 ค่าเสื่อมโรงเรือน และอุปกรณ์, ค่าบำรุงรักษาโรงเรือน และอุปกรณ์	
5 ค่าบรรจุภัณฑ์ และค่าขนส่ง	
6 ค่าสาธารณูปโภค	

4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทที่อยู่ในโมเดล

4.2.1 Key Partners (พันธมิตรทางธุรกิจ)

(1) ผู้จำหน่ายพันธุ์ไก่ : ร้านจำหน่ายลูกไก่เล็กตลาดนัดสวนจตุจักร, เจ้าหน้าที่ออกใบอนุญาตเคลื่อนย้ายสัตว์ปีก

(2) ด้านวัตถุดิบที่ใช้ผลิตอาหาร : โรงสีข้าวในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อซื้อ ปลายข้าว ราข้าว รวมถึงแกลบที่เป็นวัสดุปูพื้นอาคารโรงเรือน เจ้าของสวนกล้วย ร้านขายของส่ง ร้านขายยาสมุนไพร

(3) ด้านสาธารณสุข : เจ้าหน้าที่ปศุสัตว์อำเภอบางกล้า เจ้าหน้าที่สาธารณสุขเทศบาลตำบลท่าช้าง สัตว์แพทย์โรงพยาบาลสัตว์วัดภูมิ

(4) ด้านดูแลและบำรุงรักษาส่วนต่างๆของโรงเรือน : นายช่างผู้รับเหมาก่อสร้างอาคารโรงเรือน ร้านอุปกรณ์ตกแต่งภายในโรงเรือนเลี้ยงไก่

(5) ด้านบรรจุภัณฑ์ : โรงงานผลิตกล่องกระดาษ ร้านจำหน่ายถุงพลาสติก

(6) ด้านการส่งเสริมการขาย : ร้านผลิตป้ายไวเนล โรงพิมพ์

4.2.2 Key Activities (กิจกรรมการดำเนินงาน)

(1) การดูแลและเลี้ยงแม่ไก่ : การดูแลแม่ไก่ ให้อาหาร ทำความสะอาดโรงเรือนและบริเวณโดยรอบ

(2) การจำหน่ายไข่ไก่ : การรับคำสั่งซื้อ และการนำเสนอขายให้กับลูกค้าเก่าในแต่ละสัปดาห์

(3) การจัดส่ง และดูแลลูกค้า : การบรรจุสินค้า จัดคิวส่งสินค้า การจัดส่งสินค้าด้วยความสุภาพและรับเงิน

(4) ทำการตลาดและจัดหาลูกค้าใหม่ : การจัดหาช่องทางการขายใหม่ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น แจกใบปลิวประชาสัมพันธ์และสินค้าตัวอย่าง การออกบูทในงานสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหารปลอดภัย

4.2.3 Key Resources (ทรัพยากร)

- (1) บุคคล : เจ้าหน้าที่เลี้ยงไก่, เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการขายและจัดส่งสินค้า เจ้าหน้าที่รับคำสั่งซื้อสินค้า
- (2) ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง : ที่ดิน อาคารโรงเรือนเลี้ยงไก่ อาคารผลิตอาหารไก่ อาคารบรรจุสินค้า
- (3) อุปกรณ์ : อุปกรณ์โรงเรือนเช่น ถังอาหาร นิบเปิ้ลให้น้ำ รอกสลิงมือหมุน รั้งออกไข่ เป็นต้น และอุปกรณ์ทำอาหาร ถังหมักอาหาร เครื่องสับย่อย เครื่องผสมอาหาร รถเข็นสองล้อหลัง โค้ง เป็นต้น
- (4) ใบรับรองมาตรฐาน : มาตรฐานฮาลาล, มาตรฐานสินค้าเกษตรประเภทไข่ไก่ (มกษ. 6702-2553)

4.2.4 Offer (คุณค่าที่นำเสนอให้ลูกค้า)

- (1) สั่งซื้อได้สะดวก : ลูกค้าสามารถสั่งซื้อผ่านทางระบบออนไลน์คือ Page Facebook Application Line หรือโทรสั่งทางพนักงานรับคำสั่งซื้อ
- (2) ปลอดภัยพิช : ฟาร์มของเราผลิตอาหารเองเป็นส่วนผสมที่ได้จากสินค้าเกษตรปราศจากการให้หัวอาหาร และสารเร่ง
- (3) บริการจัดส่งและเก็บเงินปลายทาง : เมื่อผ่านคำสั่งซื้อแล้วจะนำไข่ไก่ที่เตรียมไว้จัดส่งโดยพนักงานจัดส่งไปถึงมือลูกค้าตามรอบการจัดส่ง แต่ไม่เกิน 3 วัน
- (4) รับประกันสินค้าทุกชิ้น : เมื่อเกิดการเสียหายจากบรรจุภัณฑ์ การจัดส่งสินค้าหรืออื่นใด ที่กิจการมีความผิด กิจการจะชดเชยให้ตามจำนวนที่เสียหาย ด้วยความรวดเร็ว และเต็มใจ
- (5) บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย : เพื่อเป็นการยกระดับสินค้าเกษตรให้มีทันสมัยและดึงดูดใจให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า
- (6) มาตรฐานความปลอดภัย : เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัยตามมาตรฐานที่หน่วยงานต่างๆ รับรอง

4.2.5 Customer Relationships (การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า)

- (1) การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าทางออนไลน์ : การนำเสนอบทความเกี่ยวกับสุขภาพผ่านทางเพจของร้าน
- (2) การเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อแจกของที่ระลึกในวันสำคัญ : การให้ปฏิทินในช่วงปลายปี, การให้ของขวัญวันเกิด

(3) ความรับผิดชอบต่างๆ ต่อสินค้า : การรับประกันสินค้ากรณีกิจการผิดพลาด, การรักษามาตรฐานสินค้าให้มีคุณภาพที่ได้อย่างต่อเนื่อง

4.2.6 Channels (ช่องทางในการส่งผ่านคุณค่าให้กับลูกค้า)

- (1) ผ่านสื่อออนไลน์ : Page Facebook, Application Line
- (2) ผ่านการโทรเข้ามาสั่งซื้อ
- (3) ผ่านการสอบถามของพนักงานขาย : พนักงานขายจะต้องโทรสอบถามความพึงพอใจ และสอบถามความต้องการรับสินค้าในคำสั่งซื้อต่อไป

4.2.7 Customer Segment (กลุ่มลูกค้าหลัก)

- (1) กลุ่มคนผู้มีใจรักสุขภาพ : ทางฟาร์มให้ความสนใจกับกลุ่มลูกค้าเพศหญิง อายุ 25 ปีขึ้นไป ทำกับข้าวทานเองในครอบครัว และรักสุขภาพ
- (2) รายได้ระดับ B ถึง A- : ลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายคือ เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานสาธารณสุข เช่น แพทย์, เภสัชกร, พยาบาล กลุ่มแม่บ้านที่เดินในตลาดนัดสุขภาพภายในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ข้าราชการและพนักงานหน่วยงานของรัฐในจังหวัดสงขลา

4.2.8 Cost Structure (โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจ)

- (1) ค่าจ้างพนักงาน : เงินเดือน, เงินเพิ่มพิเศษ, ค่าล่วงเวลา, รางวัลการขาย
- (2) ค่าส่งเสริมการขาย และกิจกรรมต่างๆของกิจการ : ค่าพิมพ์แผ่นพับใบปลิว, การแจกสินค้าตัวอย่าง
- (3) ค่าอาหารไก่, สมุนไพร และ วัสดุสิ้นเปลืองภายในโรงเรือน
- (4) ค่าเสื่อมโรงเรือน และอุปกรณ์, ค่าบำรุงรักษาโรงเรือน และอุปกรณ์
- (5) ค่าบรรจุภัณฑ์ และค่าขนส่ง : กล่องกระดาษ, ถุงพลาสติก, เชือกพลาสติกรัดกล่อง, ค่าพนักงานจัดส่งวันละ 500 บาท
- (6) ค่าสาธารณูปโภค : ค่าน้ำ, ค่าไฟฟ้า, ค่าอินเทอร์เน็ต

4.2.9 Revenue Streams (รายได้จากการดำเนินธุรกิจ)

- (1) จากการจำหน่ายไข่ไก่ : การจำหน่ายไข่ไก่ 1 กล่องจำนวน 24 ฟอง ราคา 150 บาท
- (2) จากการจำหน่ายซีไก่แกลบ : จำหน่ายซีไก่แกลบเป็นปุ๋ยกระสอบละ 40 บาท
- (3) จากการจำหน่ายแม่ไก่ปลดระวาง : จำหน่ายแม่ไก่อายุ 30 เดือน ราคา 100 บาท

บทที่ 5

แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ

5.1 ด้านบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล(Human Resoure Management)

5.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้การบริหารงานบุคคลเป็นไปอย่างรัดกุม ผู้จัดการฟาร์มต้องรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงานในแต่ละส่วนของฟาร์มทั้งหมด นำมาพิจารณาว่าทรัพยากรที่มีอยู่นั้นมีคุณสมบัติในการทำหน้าที่ใดหรือต้องการความรู้เพิ่มเติมในส่วนงานที่ตนเองต้องรับผิดชอบ เพื่อบรรลุเป้าหมายที่ทางฟาร์มตั้งเอาไว้ โดยที่การรวบรวมข้อมูลงานทำได้โดย

1 การสังเกต (Observation) ผู้รวบรวมข้อมูลจะทำการสังเกตและเก็บข้อมูลงานในแต่ละส่วนของฟาร์ม ตั้งแต่เริ่มต้นของกิจการ งานบริหาร งานผลิตและจำหน่าย จนถึงงานบริการหลังการขาย

2 การประชุมทางเทคนิค (Technical Conference) การรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตอาจยังไม่รับรู้ถึงปัญหาหรือเนื้องานที่แท้จริง จึงเป็นงานที่ผู้จัดการฟาร์มต้องนัดประชุมพนักงานเพื่อรับรู้และวางแผนถึงงานที่เพิ่มเติมขึ้นมาของแต่ละบุคคล

3 การบันทึกประจำวัน (Dairy Report) พนักงานในแต่ละส่วนงานจะต้องทำรายงานของแต่ละส่วนงานที่ปฏิบัติเพื่อเป็นสถิติในการประเมินเนื้อหาของงาน เช่น ผู้ดูแลฟาร์ม ต้องบันทึกลงใบรายงานการให้อาหาร บันทึกลงใบรายงานการลดลงของน้ำที่ให้กินในแต่ละวัน ทำบันทึกปริมาณคงเหลือของวัตถุดิบทำอาหารไกว่าถึงจุดสั่งซื้อหรือยัง เป็นต้น

4 การเข้าร่วมงานด้วย (Work Participation) ผู้จัดการฟาร์มต้องเข้าไปรับรู้เกี่ยวกับงานในแต่ละส่วน ทำให้รู้จักงานจากประสบการณ์เพื่อส่งผ่านคำสั่งต่างๆ อย่างถูกต้องแม่นยำ และอาจจะพบข้อผิดพลาดหรือเพิ่มเติมงานให้สมบูรณ์แบบ

เมื่อได้ข้อมูลในแต่ละส่วนงานผู้จัดการฟาร์มต้องนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์งาน (Job Analysis) เพื่อกำหนดหน้าที่ของทรัพยากรบุคคลในฟาร์มให้ชัดเจน แต่ละตำแหน่งรู้หน้าที่ในการมอบหมายงานภายใต้โครงสร้างองค์กรของฟาร์ม ผลของการวิเคราะห์งานที่ได้มา (Job Description) เพื่อนำมาหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะใช้งาน

5.1.2 การจัดโครงสร้างองค์กร และการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ

ภาพที่ 5.1 : ภาพแสดงผังองค์กรของฟาร์ม



คุณสมบัติและหน้าที่รับผิดชอบ

1. นายดวน ปราบณรงค์

ตำแหน่ง : ผู้จัดการฟาร์ม

หน้าที่ : บริหารงานบุคคล, วางแผนนโยบายภายในองค์กร,

ควบคุมการผลิต, ควบคุมการสั่งซื้อวัตถุดิบ อุปกรณ์ต่างๆ ให้อยู่ในปริมาณที่เหมาะสมกับการขายและนำไปใช้กับกิจกรรมภายในฟาร์ม, ติดต่อประสานงานกับหน่วยงาน หรือบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานของฟาร์ม, จัดทำบัญชี

คุณสมบัติ : มีความรู้ความเข้าใจในงานบริหาร และรับรู้ระบบงาน

ภายในฟาร์มได้ตลอดจนกฎหมาย มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง สามารถทำบัญชีได้

เงินเดือน : 15,000 บาท

2. นส. ประไพ ปราบณรงค์

ตำแหน่ง : ผู้ดูแลฟาร์ม

หน้าที่ : ผลิตอาหารไก่ไข่, ให้อาหารไก่, ควบคุมปริมาณวัตถุดิบใน

การผลิตอาหาร, ดูแลความสะอาดโรงเรือน, บริหารระบบอาชีวอนามัยภายในฟาร์ม, เก็บไข่ไก่

คัดเลือก ทำความสะอาด บรรจุกล่อง

คุณสมบัติ : มีใจรักสัตว์ สามารถทำงานที่มอบหมายได้

เงินเดือน : 9,000 บาท

เงินส่วนเพิ่ม : พิจารณาจากข้อผิดพลาดในงาน และการช่วยลดต้นทุนใน

ส่วนต่างๆ

3. นาง ปพิชญา เรืองแสง

ตำแหน่ง : พนักงานรับคำสั่งซื้อ
 หน้าที่ : ทำการเสนอขายผ่านช่องทางที่ฟาร์มกำหนด, รับคำสั่งซื้อ, ควบคุมสินค้าภายในคลังสินค้าให้สอดคล้องกับคำสั่งซื้อ, ตรวจสอบสินค้าก่อนจัดส่งถึงมือลูกค้า, ดูแลสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับฟาร์ม, รับแจ้งการเปลี่ยนสินค้าในกรณีที่เสียหาย

คุณสมบัติ : มีความเข้าใจในเทคโนโลยีปัจจุบัน มนุษย์สัมพันธ์ดี สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ รักงานขาย รักการบริการ

เงินเดือน : 12,000 บาท
 เงินส่วนเพิ่ม : พิจารณาตามยอดขายในแต่ละเดือน และการเพิ่มขึ้นของลูกค้าหน้าใหม่

4. นาย สานนท์ เรืองแสง

ตำแหน่ง : พนักงานจัดส่ง
 หน้าที่ : จัดส่งสินค้าตามใบรายการ, นำเงินรายได้ส่งเข้าธนาคาร

คุณสมบัติ : มีใบขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคล มีรถยนต์เป็นของตนเอง เข้าใจเส้นทางภายในจังหวัดสงขลา และพื้นที่โดยรอบ มีอัธยาศัยดี มีความซื่อสัตย์ รักงานบริการ

เงินเดือน : 12,000 บาท
 เงินส่วนเพิ่ม : พิจารณาตามอัตราความผิดพลาด และข้อร้องเรียนที่มี

5.1.3 วิธีการจูงใจ และรักษาบุคคลากร

พนักงานในฟาร์มนอกจากจะได้เงินเดือน หรือเงินได้ส่วนเพิ่มอื่นแล้วนั้น ผลตอบแทนจากการทำงานที่มีให้กับฟาร์ม ผู้จัดการฟาร์มยังต้องสร้างแรงจูงใจที่ดีให้กับพนักงานเพื่อให้มีใจรักในงาน และซื่อสัตย์ต่อองค์กร ตามที่ทฤษฎีแรงจูงใจของ Maslow นักจิตวิทยาากลุ่มมนุษยนิยม ได้บอกถึงความต้องการของมนุษย์ที่มีมากมาย โดยที่ Maslow จัดเรียงไว้เป็นลำดับตั้งแต่พื้นฐานจนถึงระดับสูง และฟาร์มของเราจะนำมาประยุกต์ใช้ เป็นวิธีการจูงใจ และรักษาบุคคลากร คือ

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย

1.1 มีการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดี ฟาร์มไก่ไข่จะต้องมีการจัดวางทางเดิน จัดอุปกรณ์ เครื่องมือ ให้เอื้อประโยชน์ต่อการทำงาน

1.2 ความสะอาดของอาคารสถานที่ และมีการจัดการกลิ่นของมูลไก่โดยใช้น้ำส้มควันไม้ให้ไก่กิน หรือใช้ EM พ่นที่พื้นให้ช่วยลดแอมโมเนียบริเวณอาคาร

1.3 การให้เงินเดือนที่เหมาะสมต่อการใช้ชีวิตปัจจุบัน

2. ความต้องการด้านความปลอดภัย

2.1 มีระบบอาชีวอนามัยภายใต้การทำงานตามหน้าที่ของพนักงาน เช่น การตรวจสอบอาคารโรงเรือน อุปกรณ์ป้องกัน ว่าอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานหรือไม่ เป็นต้น

2.2 มีนโยบายการขึ้นเงินเดือนให้กับพนักงานทุกปี

3. ความต้องการความรักและเป็นเจ้าของกิจการ

3.1 มีวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นเอกลักษณ์ของฟาร์ม โดยการเคารพในหน้าที่ของแต่ละส่วนงาน มีการรับ-ส่งต่องานอย่างเป็นขั้นตอน

3.2 เงินโบนัส และของรางวัลตามผลประกอบการของฟาร์มเพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน และรักษาชื่อเสียงขององค์กร

4. ความต้องการยกย่องและนับถือ

4.1 นโยบายการขึ้นตำแหน่งเมื่อกิจการของฟาร์มขยายตัว ให้เป็นไปตามระบบคุณธรรมและต้องไม่มีระบบอุปถัมภ์

4.2 รางวัลชมเชยผลงานที่มีคุณภาพตามหน้าที่ หรือการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ที่มีประโยชน์กับกิจการของฟาร์ม

5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง

5.1 การมอบหมายหน้าที่ให้กับพนักงานนั้น ตัวพนักงานสามารถมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานตามหน้าที่ของตัวเอง หรือสามารถสร้างนวัตกรรมที่จะช่วยให้งานประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

5.2 มีนโยบายสร้างความก้าวหน้าให้กับพนักงานที่อยู่มานานกว่าจะได้รับพิจารณาตำแหน่งที่สูงขึ้นก่อนพนักงานที่อาวุโสน้อยกว่า

5.1.4 เกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน

บุคคลากรในฟาร์มนั้นจะถูกประเมินจากการรับผิดชอบในส่วนงานต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายว่ามีคุณภาพงานเป็นไปตามที่ผู้จัดการฟาร์มมอบหมายงาน มีข้อผิดพลาดจากการทำงานอยู่ในระดับที่ก่อให้เกิดความเสียหายกับตัวองค์กรหรือไม่ ผู้จัดการฟาร์มจะต้องพิจารณาตามหลักเกณฑ์ต่อไปนี้

ผู้ดูแลฟาร์ม ต้องปฏิบัติตามขั้นตอนในการเลี้ยงไก่ไข่ที่กรมปศุสัตว์เป็นผู้กำหนดอย่างเคร่งครัด อัตราความเสียหายที่เกิดจากไก่ป่วย และไก่ตายได้ต้องไม่ให้เกินอัตราร้อยละ 0.1 ต่อเดือน การควบคุมอาหารให้พอให้กับการกินของไก่ในแต่ละวันไม่ให้มีอาหารเหลือ อัตราการออกไข่ของไก่ให้อยู่ในระดับไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 ต่อวัน ความเสียหายที่เกิดจากการเก็บไข่ไก่ให้อยู่ในอัตราร้อยละ 1 ต่อวัน ควบคุมความสะอาดภายในอาคารโรงเรือน ทำตามขั้นตอนความปลอดภัยของอาชีวอนามัย

พนักงานรับคำสั่งซื้อ พิจารณาจากอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนคำสั่งซื้อ อัตราการเพิ่มขึ้นของลูกค้าหน้าใหม่ การรักษาลูกค้าเดิมให้เกิดการสั่งซื้อครั้งต่อไป ความเรียบร้อยในการตรวจเช็คของก่อน

ถึงมือลูกค้าซึ่งจะพิจารณาจากการส่งคืนสินค้า ควบคุมสินค้าคงคลังให้มีความสัมพันธ์กับยอดขาย ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายสำคัญ การสร้างช่องทางการตลาดใหม่ การสื่อสารระหว่างแผนก

พนักงานจัดส่ง พิจารณาจากการให้คะแนนและข้อร้องเรียนของลูกค้าที่ควรไม่เกินร้อยละ 1 ต่อเดือน อัตราการส่งของที่แม่นยำและตรงเวลา การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ความซื่อสัตย์ในการส่งเงินรายได้เข้าธนาคาร

5.1.5 การบริหารเงินเดือน และสวัสดิการ

ผู้จัดการฟาร์มมีนโยบายเงินเดือนให้เหมาะสมกับความสามารถ และความยากง่ายในแต่ละหน้าที่ โดยที่ในแต่ละปีก็จะพิจารณาตามที่หัวข้อประเมินในการขึ้นเงินเดือนและเงินส่วนเพิ่มที่ได้รับอีกด้วย

ด้านสวัสดิการผู้จัดการฟาร์มมีการจัดเลี้ยงให้กับบุคลากรในองค์กรตามเทศกาล และวาระสำคัญ ด้านสุขภาพการทำงานผู้จัดการต้องจัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปีเพราะการทำงานฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่นั้นคนทำงานจะต้องคลุกคลีอยู่กับสัตว์ซึ่งอาจเกิดการป่วยจากเชื้อโรคต่างๆ ได้ ด้านการเงินทางฟาร์มจะแรงจูงใจให้บุคลากรมีการออมเงินไว้ใช้ในเวลาจำเป็น ในส่วนของพนักงานจัดส่ง จะมีโบนัสเป็นค่าบำรุงรักษาอีกด้วย

5.1.6 การจ้างงานบุคลากร

ทางฟาร์มจะทำประกาศให้คนในท้องถิ่น หมู่ 10 ตำบลท่าช้าง อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา เพื่อเป็นการให้โอกาสคนในท้องถิ่นมีงานทำก่อน ต่อด้วยการพิจารณาจากคุณสมบัติในตำแหน่งงานที่เหมาะสม ทักษะที่ดีต่อองค์กรและการทำงาน เมื่อผ่านคุณสมบัติต้องทดลองงาน 3 เดือน ถึงจะบรรจุให้เป็นพนักงานประจำ

5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

5.2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

รูปแบบการตลาดที่ใช้จะเป็นการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ มีช่องทางการเข้าถึงซื้อที่หลากหลายและทันสมัย มีบริการจัดส่งให้กับลูกค้า ซึ่งกิจการจะเน้นไปที่ 3 ส่วนนี้เป็นหลัก เพื่อให้เกิดการตลาดแบบบอกต่อ จากกิจการสื่อสารถึงลูกค้า (Viral Marketing) และจากลูกค้าเดิมสื่อสารถึงผู้ที่สนใจในผลิตภัณฑ์ (WOM : Word – of – Mouth)

5.2.2 การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์

กิจการใช้กลยุทธ์ที่ยืดหลักสร้างความแตกต่าง โดยมีการพยายามคิดค้นและสร้างสรรค์ความโดดเด่นในตัวสินค้าของกิจการ เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับความรู้จักของลูกค้าถึงความแตกต่างจากคู่แข่งที่มีในตลาดทั่วไป

ลักษณะทางกายภาพ ไข่ไก่ของฟาร์มจะได้จากการปล่อยให้ไก่เดินวิ่งเล่นอย่างอิสระ (Free range) ไม่ใช้ยาปฏิชีวนะ (No Antibiotics) แข็งแรงด้วยน้ำหมักชีวภาพและสมุนไพรไทย (Healthy by Probiotics and Herb) ปลอดภัยสารเร่งสี (No Chlorophyll Red) เลี้ยงด้วยธัญพืชปลอด GMOs (Raised with Non GMOs Grains) ไม่ใช้ฮอร์โมนเร่ง (No Hormone) ไข่จากแม่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยจะมีราคาสูงกว่าไข่เลี้ยงแบบขัง แต่ให้สารอาหารที่เป็นประโยชน์มากกว่า คือ โคลเลสเตอรอลน้อยกว่า 1/3, ไขมันอิ่มตัวน้อยกว่า 1/4, วิตามินเอมากกว่า 2/3, กรดไขมัน โอเมกา3 มากกว่า 2 เท่า, วิตามินอีมากกว่า 3 เท่า, เบต้าแคโรทีน มากกว่า 7 เท่า ซึ่งเป็นข้อแตกต่างกับไข่ไก่ทั่วไปที่มาจากเลี้ยงแบบกรงตับ

การให้บริการหลังการขายที่สะดวกสบาย และมีคุณภาพเพื่อเป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อไข่ไก่สดของฟาร์ม โดยใช้การรับประกันสินค้าที่เสียหายจากความผิดพลาดของฟาร์ม จะได้ลดความวิตกกังวลและเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้า

5.2.3 การตั้งราคา

กลยุทธ์ที่กิจการจะนำมาใช้คือการตั้งราคาตามกลุ่มลูกค้า (Pricing by Type of Customers) โดยกิจการมีกลุ่มเป้าหมายเป็นสุขภาพสตรีวัยทำงาน มีรายได้สูง และมีใจรักสุขภาพ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วสินค้าที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพนั้นจะมีราคาสูงกว่าสินค้าชนิดเดียวกันอยู่แล้ว อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายของกิจการวางไว้ยังเป็นกลุ่มผู้มีรายได้สูง ทำให้สามารถยอมรับราคาที่ตั้งไว้ได้

5.2.4 การบริหารช่องทางการจำหน่าย

กิจการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายแบบจำหน่ายจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคโดยตรง (Direct Distribution หรือ Door to Door Selling) เป็นการจัดจำหน่ายโดยไม่มีคนกลางมาเกี่ยวข้อง เป็นช่องทางที่ใช้จัดจำหน่ายสินค้าไม่มากชนิดเหมาะกับเกษตรกรที่จะนำผลผลิตมาขาย โดยให้ผู้ซื้อสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์, แอปพลิเคชันไลน์, เฟซบุ๊ก โดยที่จะมีพนักงานรับคำสั่งซื้อเป็นผู้บริหารงานในส่วนนี้ แล้วทำการนัดวันจัดส่งให้กับลูกค้าแต่ละพื้นที่ โดยถ้าคำสั่งซื้อบริเวณพื้นที่ อำเภอกาญจนดิษฐ์ อำเภอลำปลายสมันต์ อำเภอบางกล่ำ อำเภอรัตนภูมิ อำเภอกวนเนียงจะมีความถี่ในการจัดส่ง ส่วนจังหวัดพัทลุง จังหวัดสตูล และอำเภอรอบนอกจะมีการกำหนดวันส่งพื้นที่ละหนึ่งวันต่อสัปดาห์ โดยจะจัดส่งผ่านพนักงานจัดส่งของฟาร์มแล้วชำระเงินเมื่อได้รับของ

5.2.5 การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

เนื่องจากฟาร์มไข่ไก่ลุงควนเป็นกิจการที่เปิดขึ้นมาใหม่และยังไม่มีเป็นที่รู้จัก กิจการได้วางกลยุทธ์ที่จะสามารถชี้วัดความสำเร็จของกิจการไว้ 4 ขั้นตอน

1. ทำการสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้าและช่องทางจำหน่ายของกิจการ ซึ่งจะเริ่มต้นจากการแจกสินค้าตัวอย่างพร้อมรับประกัน 50 บาท ภายใต้เงื่อนไขการกวดติดตามที่หน้าเพจเฟซบุ๊กของร้าน

2. การได้ลองกินไข่ไก่ของฟาร์ม เมื่อลูกค้าได้ทดลองกินไข่ไก่ซึ่งเป็นสินค้าตัวอย่างที่แจกไปแล้วสนใจที่จะซื้อผ่านคูปองส่วนลด 50 บาท ต้องทำการซื้อผ่านช่องทางที่กิจการกำหนดไว้เท่านั้น เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงช่องทางการสั่งซื้อ

3. การกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้า กิจการต้องทำสอบถามและบันทึกว่าลูกค้าที่กลับมาซื้อซ้ำ เพราะเหตุผลใด เพื่อพัฒนาช่องทางการสื่อสารทางการตลาดต่อไป

4. การบอกต่อของลูกค้า ถือเป็นตัวชี้วัดที่ดี ที่กิจการได้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของฟาร์ม

5.2.6 การสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้า

กิจการจะสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้าโดยทุกเทศกาล จะมีการมอบของที่ระลึกให้กับลูกค้าที่มียอดสั่งซื้อสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกิจการกับลูกค้า

5.2.7 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

พนักงานรับคำสั่งซื้อจะมีหน้าที่ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตร ไข่ไก่ และอาหารปลอดภัยผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่กิจการมีการสอบถามความต้องการของลูกค้าที่มีต่อกิจการ เพื่อนำมาพัฒนาแก้ไข

5.3 แผนกลยุทธ์ทางการผลิตและการจัดซื้อ

5.3.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวทางการผลิตไข่ไก่จากฟาร์มไปขายให้กับผู้บริโภคจะเป็นไปตามมาตรฐานที่ สำนักงานมาตรฐานเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นผู้กำหนด

โดยที่ผู้จัดการฟาร์มจะไปขอรับข้อกำหนดตามมาตรฐานสินค้าเกษตรประเภทไข่ไก่ (มกษ. 6702 – 2553) และมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ (มกท / IFROM : International Federation of Organic Agriculture Movements) เมื่อปฏิบัติตามข้อกำหนดทางฟาร์มจะไปยื่นขอใบรับรองสินค้าเกษตรปลอดภัย เช่น HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) ซึ่งเป็นมาตรฐานที่เน้นควบคุมดูแลตั้งแต่กระบวนการผลิตจนกระทั่งผลผลิตถึงมือผู้บริโภค GMP (Good Manufacturing Practice) ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีใช้ในการควบคุมการผลิตอาหารตามข้อกำหนดพื้นฐานในการผลิตและควบคุมทำให้สามารถผลิตอาหารได้อย่างปลอดภัย โดยจะมีหน่วยงานเก็บตัวอย่างไข่ไปตรวจสอบ เพื่อให้ได้ใบรับรองสินค้าเกษตรปลอดภัยตามมาตรฐาน

แนวทางการจัดจ้างที่เกี่ยวกับกิจการของฟาร์ม นั้น เนื่องจากเป็นกิจการที่เปิดใหม่ทำให้แนวทางในการทำงานที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญกิจการจะจ้างบุคคลหรือบริษัทภายนอกเข้ามาปฏิบัติหน้าที่ เช่น งานสร้างอาคารโรงเรือน งานติดตั้งอุปกรณ์ งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น และ

แนวทางการจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์เข้ามาใช้ในกิจการฟาร์ม บุคลากรในแต่ละส่วนงานต้องทำหน้าที่เขียนใบขอซื้อพัสดุ เข้ามาให้ผู้จัดการฟาร์มเป็นผู้อนุมัติและจัดหาให้

5.3.2 วิธีการผลิต

ไข่ไก่ที่ได้จากฟาร์มจะผ่านขั้นตอนการเลี้ยงที่เอาใจใส่ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่รับมาเมื่ออายุ 3 วัน จนถึงอายุ 30 เดือน (แม่ไก่ปลดระวาง) ทั้งการให้สถานที่เลี้ยงที่มีความสบายในการเดินเล่นจิกกินอาหาร ทำการฉีด EM ลดแอมโมเนียที่พื้นไม่ให้เกิดกลิ่นและแก๊สที่เป็นอันตรายต่อดวงตาของแม่ไก่ การให้อาหารว่างในเวลา 11.30 น. ของทุกวัน เปิดเพลงให้ฟังตั้งแต่เวลา 07.00 น. – 17.30 น. เพื่อให้แม่ไก่มีสุขภาพ และอารมณ์ที่ดี ป้องกันการกลัวเสียงและตกใจในภาวะเสียงที่ตั้ง รวมทั้งขั้นตอนการทำอาหาร น้ำ และการเก็บไข่ไก่จะแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนการผลิตอาหารไก่ไข่ของฟาร์ม จะทำโดยการนำวัสดุทางการเกษตรที่เป็นส่วนผสมของอาหารไก่ไข่ ซึ่งจะต้องมีโปรตีนไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ซึ่งเป็นปริมาณเหมาะสมที่ไก่ต้องการ
2. ขั้นตอนการผสมน้ำให้ไข่ไก่ของฟาร์มกินในแต่ละวัน พนักงานจะต้องจัดเตรียมน้ำที่ผสมสมุนไพรธรรมชาติตามตารางที่กำหนด แล้วทำบันทึกว่าแม่ไก่กินน้ำจำนวนเท่าไรต่อวัน
3. ขั้นตอนการเก็บไข่ไก่ ทำความสะอาด บรรจุกล่อง และตรวจสอบ

5.3.3 วิธีการจัดซื้อวัตถุดิบ

การจัดซื้อภายในกิจการฟาร์มผู้จัดการฟาร์มจะเป็นผู้อนุมัติ และทำการซื้อภายใต้ จากคำขอซื้อที่ได้รับจากส่วนงานต่างๆ ภายในฟาร์ม

5.3.4 กระบวนการผลิต

ผู้จัดการฟาร์มทำการกำหนดขั้นตอนการบริหารงานด้านการผลิตให้มีประสิทธิภาพ (Operation Management) อย่างเป็นขั้นตอนตั้งแต่การวางแผนเริ่มต้นธุรกิจฟาร์มไก่ไข่ การออกแบบขอบเขตของงานในฟาร์ม ขั้นตอนการดำเนินการ รวมไปถึงการควบคุมการผลิตในทุกขั้นตอน โดยแบ่งได้เป็น 3 ขั้นตอน

สิ่งที่ต้องใช้ในการผลิต (Input)

วัตถุดิบ : ลูกไก่เพศเมียอายุ 3 วัน, น้ำส้มควันไม้, น้ำหมัก EM, สมุนไพร, กล่องใส่ไข่, วัตถุดิบผสมอาหารไก่ (หยวกกล้วย/หญ้าเนเปีย, รำข้าว, ปลายข้าว, ดินแดง, ชีววัฒนบด, น้ำตาลทรายแดง อย่างดี, เกลือเม็ด)

ตารางที่ 5.1 : ขั้นตอนการผลิต (Transformation Process)

ขั้นตอนการผลิต	ระยะเวลา	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ
การเลี้ยงระยะแรก	อายุ 0 – 18 สัปดาห์	ให้น้ำ อาหาร สมุนไพร ดูแลไฟกกให้อบอุ่น	ผู้ดูแลฟาร์ม
การเลี้ยงระยะออกไข่	อายุ 18 – 30 สัปดาห์	การให้น้ำ อาหาร สมุนไพรบรรจุกล่องใส่ไข่	ผู้ดูแลฟาร์ม
ระยะออกไข่ 18 – 30 สัปดาห์ โดยมีการพยากรณ์การออกไข่อ้อยละ 70 ของจำนวนแม่ไก่ในฟาร์ม			
การตัดจำหน่ายแม่ไก่	อายุ 30 สัปดาห์ขึ้นไป	ติดต่อผู้รับซื้อ	ผู้จัดการฟาร์ม
ซ่อมบำรุงและเตรียมอาคาร	หลังการตัดจำหน่ายแม่ไก่	จัดจ้างช่างซ่อมบำรุง	ผู้จัดการฟาร์ม

สินค้าสำเร็จพร้อมขาย (Output)

พนักงานรับคำสั่งซื้อสามารถจัดสรรให้ลูกค้าตามคำสั่งซื้อ พร้อมส่งให้พนักงานจัดส่งทำการส่งไข่ไก่ถึงมือลูกค้า

5.3.5 การจัดการคลังสินค้า และระบบควบคุมสินค้าคงเหลือ

การควบคุมสินค้าคงเหลือผู้รับคำสั่งซื้อจะนำเอาบันทึกปริมาณการออกไข่ของแม่ไก่แต่ละวันที่ได้จากผู้ดูแลฟาร์ม ลบกับยอดคำสั่งซื้อที่ได้มา ถ้ายอดคำสั่งซื้อมีมากให้พนักงานรับคำสั่งซื้อทำการสื่อสารกับลูกค้าให้เข้าใจถึงการได้สินค้าล่าช้า ถ้ายอดคำสั่งซื้อมีน้อยกว่าปริมาณการออกไข่ให้พนักงานรับคำสั่งซื้อทำการเตือนความจำลูกค้าเพื่อกระตุ้นการขาย

5.3.6 การขนส่งสินค้า

พนักงานจัดส่งสินค้าจะต้องมีวินัยเรื่องของเวลา ความระเอียดรอบคอบในการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าให้ถูกต้องครบถ้วน เพื่อสร้างความประทับใจในสินค้าและบริการของกิจการ

5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน

5.4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

รูปแบบของกลยุทธ์ด้านการเงินที่นำมาใช้บริหารจัดการฟาร์ม เนื่องจากกิจการยังมีขนาดขององค์กรที่เล็ก อำนาจการตัดสินใจจะอยู่ที่ผู้จัดการฟาร์มเป็นผู้ตัดสินใจ

5.4.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

เจ้าของกิจการได้นำที่ดิน อาคารโรงเรือน รถยนต์ เงินสด และสินทรัพย์อื่นๆ มาลงทุนเองทั้งหมด เนื่องจากเป็นการเริ่มต้นก่อตั้งกิจการจึงยังไม่มีความพร้อมในการจ่ายดอกเบี้ย

5.4.3 งบประมาณเงินสด

ตารางที่ 5.2 : ตารางแสดงงบประมาณการลงทุน

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวรที่คิดค่าเสื่อม			
อาคาร-สถานที่	2,000,000.00	2,000,000.00	-
รถยนต์	700,000.00	700,000.00	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนรวม	2,700,000.00		
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง	100,000.00	100,000.00	-
เครื่องจักร	80,000.00	80,000.00	
ค่าอาหารแม่ไก่	20,000.00	20,000.00	
รวมค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน	200,000.00		
เงินทุนหมุนเวียน	200,000.00	200,000.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	3,100,000.00	3,100,000.00	-
สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน(%)	100.00	100.00	-

ตารางที่ 5.3 : ตารางแสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนรวม	2,700,000				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	540,000	540,000	540,000	540,000	540,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	540,000	1,080,000	1,620,000	2,160,000	2,700,000

โอนไปงบดุล

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนรวม	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	540,000	1,080,000	1,620,000	2,160,000	2,700,000
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนรวมสุทธิ	2,160,000	1,620,000	1,080,000	540,000	-

ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน	200,000				
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
ตัดจ่ายสะสม	40,000	80,000	120,000	160,000	200,000

โอนไปงบดุล

ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
หักตัดจ่ายสะสม	40,000	80,000	120,000	160,000	200,000
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงานสุทธิ	160,000	120,000	80,000	40,000	-

ตารางที่ 5.4 : ตารางแสดงการประมาณการยอดขาย

สินค้าหลัก : ไข่ไก่

การประมาณการ ยอดขาย	ปีที่ 1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมยอดขายต่อวัน	10,000	10,700	11,449	12,250	13,108
ยอดขายต่อเดือน	300,000	321,000	343,470	367,513	393,239
ยอดขายต่อปี	3,600,000	3,852,000	4,121,640	4,410,155	4,718,866

การประมาณการ
ยอดขายที่เพิ่มขึ้น 7%

สินค้ารอง : มูลไก่

การประมาณการ ยอดขาย	ปีที่ 1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมยอดขายต่อวัน	500	500	500	500	500
ยอดขายต่อเดือน	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
ยอดขายต่อปี	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000

การประมาณการ
ยอดขายที่เพิ่มขึ้น 0%

การประมาณการ ยอดขาย	ปีที่ 1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สรุปยอดขายรายปี	3,780,000	4,032,000	4,301,640	4,590,155	4,898,866

ตารางที่ 5.5 : ตารางแสดงสินค้าคงเหลือ

การคำนวณสินค้าคงเหลือ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขายต่อปี	3,780,000	4,032,000	4,301,640	4,590,155	4,898,866
ยอดขายต่อวัน	10,356	11,047	11,785	12,576	13,422
ต้นทุนสินค้า	4,142	4,419	4,714	5,030	5,369
การหมุนเวียน	12,427	13,256	14,142	15,091	16,106
สินค้าคงเหลือ	12,427	13,256	14,142	15,091	16,106

ต้นทุนขาย : 40%

ตารางที่ 5.6 : ตารางแสดงประมาณการค่าใช้จ่าย

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าอาหารแม่ไก่	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
เงินเดือน (เพิ่มขึ้น 7%)	576,000	616,320	659,462	705,625	755,019
ค่าน้ำ ไฟฟ้า(เพิ่มขึ้น 5%)	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
ค่าเสื่อมราคา	540,000	540,000	540,000	540,000	540,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
โฆษณาและประชาสัมพันธ์	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
ของใช้สิ้นเปลืองต่าง ๆ	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
รวมต้นทุนคงที่	1,482,000	1,522,920	1,566,692	1,613,516	1,663,605

ยอดขาย	3,780,000	4,032,000	4,301,640	4,590,155	4,898,866
--------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.6 (ต่อ) : ตารางแสดงประมาณการค่าใช้จ่าย

ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนขาย	1,512,000	1,612,800	1,720,656	1,836,062	1,959,546
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
ค่าบรรจุภัณฑ์	168,000	176,400	185,220	194,481	204,205
คอมมิชชั่นพนักงาน	24,000	25,680	27,478	29,401	31,459
เงินโบนัสพนักงาน	48,000	51,360	54,955	58,802	62,918
ส่งเสริมการขาย	47,250	50,400	53,771	57,377	61,236
รวมต้นทุนผันแปร	1,811,250	1,929,240	2,055,309	2,190,014	2,333,951

ตารางที่ 5.7 : ตารางแสดงประมาณการจุดคุ้มทุน

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	1,968,750	2,102,760	2,246,331	2,400,140	2,564,915
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.52	0.52	0.52	0.52	0.52
จุดคุ้มทุนต่อปี	2,845,440	2,920,168	3,000,158	3,085,773	3,177,405
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	237,120	243,347	250,013	257,147	264,783
จุดคุ้มทุนต่อวัน	7,904.00	8,111.58	8,333.77	8,571.59	8,826.13

ตารางที่ 5.8 : ตารางแสดงงบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	3,780,000	4,032,000	4,301,640	4,590,155	4,898,866
หัก ต้นทุนผันแปร	1,811,250	1,929,240	2,055,309	2,190,014	2,333,951
กำไรส่วนเกิน	1,968,750	2,102,760	2,246,331	2,400,140	2,564,915
หัก ต้นทุนคงที่	1,482,000	1,522,920	1,566,692	1,613,516	1,663,605
กำไรก่อนการดำเนินงาน	486,750	579,840	679,638	786,624	901,311
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี	486,750	579,840	679,638	786,624	901,311
หัก ภาษีเงินได้	97,350	115,968	135,928	157,325	180,262
กำไรสุทธิ	389,400	463,872	543,711	629,299	721,048

นโยบายจ่ายเงินปันผล

กิจการมีนโยบายจ่ายเงินปันผลในอัตรา

ร้อยละ 10.00% ของกำไรสุทธิ

อัตราภาษีเงินได้ 20.00%

ตารางที่ 5.9 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	389,400	463,872	543,711	629,299	721,048
บวก ค่าเสื่อมราคา	540,000	540,000	540,000	540,000	540,000
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	97,350	18,618	19,960	21,397	22,937
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	38,940	7,447	7,984	8,559	9,175
หัก สินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	-12,427	-828	-886	-949	-1,015
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	1,093,263	1,069,109	1,150,768	1,238,307	1,332,146
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนรวม	-2,700,000	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน	-200,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	-2,900,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	-	-	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	-	-	-	-	-
หัก ชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-	-	-
หัก เงินปันผลจ่าย	-38,940	-46,387	-54,371	-62,930	-72,105
ทุนหุ้นสามัญ	3,100,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	3,061,060	-46,387	-54,371	-62,930	-72,105
เงินสดสุทธิ	1,254,323	1,022,722	1,096,397	1,175,377	1,260,041
บวก เงินสดต้นงวด	-	1,254,323	2,277,044	3,373,441	4,548,818
เงินสดปลายงวด	1,254,323	2,277,044	3,373,441	4,548,818	5,808,858

ตารางที่ 5.10 : ตารางแสดงงบแสดงฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	1,254,323	2,277,044	3,373,441	4,548,818	5,808,858
สินค้าคงเหลือ	12,427	13,256	14,142	15,091	16,106
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,266,750	2,290,300	3,387,583	4,563,908	5,824,964
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	2,160,000	1,620,000	1,080,000	540,000	-
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	160,000	120,000	80,000	40,000	-
รวมสินทรัพย์	3,586,750	4,030,300	4,547,583	5,143,908	5,824,964
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	97,350	115,968	135,928	157,325	180,262
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	38,940	46,387	54,371	62,930	72,105
เงินปันผลค้างจ่าย	136,290	162,355	190,299	220,255	252,367
หนี้สินระยะสั้น	136,290	162,355	190,299	220,255	252,367
เงินกู้สถาบันการคลังเหลือ	3,100,000	3,100,000	3,100,000	3,100,000	3,100,000
รวมหนี้สิน	350,460	767,945	1,257,284	1,823,654	2,472,597
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	3,450,460	3,867,945	4,357,284	4,923,654	5,572,597
กำไรสะสมสุทธิ	3,586,750	4,030,300	4,547,583	5,143,908	5,824,964
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,254,323	2,277,044	3,373,441	4,548,818	5,808,858
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	12,427	13,256	14,142	15,091	16,106

ตารางที่ 5.11 : ตารางแสดงการวิเคราะห์โครงการลงทุนและการคำนวณมูลค่าปัจจุบันในอัตราคิดลด

การวิเคราะห์โครงการลงทุน

ปีที่	กระแสเงินสดโครงการ	กระแสเงินสด
0	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	-3,100,000
1	กระแสเงินสดรับ	1,254,323
2	กระแสเงินสดรับ	1,022,722
3	กระแสเงินสดรับ	1,096,397
4	กระแสเงินสดรับ	1,175,377
5	กระแสเงินสดรับ	1,460,041

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันในอัตราผลคิดลด 15.00%

มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	3,982,862
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	-3,100,000
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	882,862
อัตราผลตอบแทนของโครงการ	26.22%

กระแสเงินสดรับในปีที่ 5 = เงินสดสุทธิจากงบกระแสเงินสด+เงินทุนหมุนเวียน+เงินมัดจำร้าน

ตารางที่ 5.12 : ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	9.29	14.11	17.80	20.72	23.08
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	9.20	14.03	17.73	20.65	23.02
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตราการหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	146	146	145	145	145
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	2.47	2.47	2.48	2.48	2.48
อัตราการหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	2	2	4	9	-
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	1.05	1.00	0.95	0.89	0.84
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.04	0.04	0.04	0.04	0.05
อัตราส่วนความสามารถในการชำระ ดอกเบี้ย(เท่า)					
การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.11	0.12	0.12	0.12	0.12
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.11	0.12	0.12	0.13	0.13
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	47.92	47.85	47.78	47.71	47.64
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	12.88	14.38	15.80	17.14	18.40
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	10.30	11.50	12.64	13.71	14.72
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	฿882,862.13				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	26%				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	2.751				

บรรณานุกรม

- ธนาคารกสิกรไทย. (2560). *โอกาสทำเงิน เกาะกระแสอาหารสุขภาพ*. สืบค้นจาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEknowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/HealthyFoodBusinessGrowth.pdf>.
- ประยงค์ มีใจชื้อ. (2556). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เปิดวิถีไฮอารมณดีที่ “อุดมชัยฟาร์ม”. (2552). สืบค้นจาก <http://www2.manager.co.th/QOL/ViewNews.aspx?NewsID=9520000018883&Html=1&TabID=3&>.
- พรณพิมล ก้านกนก. (2557). *วิชาหลักการตลาด Principles of Marketing*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์. (2559). *หลักการจัดการธุรกิจ Principles of Management*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เมธา หริมเทพาธิป. (2560). *ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of need)*. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/629839>.
- เศรษฐกิจพอเพียง. (2559). สืบค้นจาก <https://guru.sanook.com/4238/>.
- สำนักงานปศุสัตว์เขต 2. (2559). *องค์ความรู้การเลี้ยงไก่ไข่แบบปล่อย Free-Range*. สืบค้นจาก http://region2.dld.go.th/th/images/GM_2558/Doc/255911/%E0%B9%84%E0%B8%81%E0%B9%84%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B9%8C.pdf.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. New Jersey : Prentic-Hall.



บทสรุปผู้บริหาร

จากงานวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า แนวโน้มความต้องการสินค้าเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้นเป็นโอกาส ให้แก่เกษตรกรผู้ผลิตแบบอินทรีย์รายเดิมขยายพื้นที่เพาะปลูกหรือการหันมาทำ เกษตรอินทรีย์ของผู้ผลิตรายใหม่ ซึ่งภาครัฐเองก็พร้อมให้การสนับสนุนการทำ เกษตรอินทรีย์ รวมไปถึงการปล่อยให้ราคาสินค้าเกษตรเป็นไปตาม กลไกตลาดมากขึ้น ดังนั้นด้วยความต้องการของตลาดและการผลักดันจากภาครัฐน่าจะเป็นแรงหนุนที่สำคัญให้เกษตรกรผู้ผลิตอินทรีย์เพิ่มผลผลิตออกสู่ตลาดมากขึ้นตาม จากผลวิจัยดังกล่าวผู้บริหารฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ลุงควน มองเห็นถึงโอกาสในการเติบโต และการที่ยกระดับสินค้าเกษตรธรรมดาให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ตอบสนองกับผู้บริโภคที่มีความต้องการ

ในการลงทุนเปิดกิจการฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่แบบปล่อยอิสระ กิจการได้คำนึงถึงความเป็นไปได้ของการทำการตลาดในพื้นที่จังหวัดสงขลา หลังจากที่ได้สัมภาษณ์ผ่านการทำแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ของคนพื้นที่จังหวัดสงขลา พัทลุง สตูล ตรัง ปัตตานี ภูเก็ต และ พังงา พบว่าในพื้นที่รู้จักไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระร้อยละ 67 เท่านั้นแต่พอรู้จักกลับมีความต้องการที่จะบริโภคไข่ไก่ปลอดสารเคมีอยู่ที่ร้อยละ 98 แต่อย่างไรก็ตามผู้ตอบแบบสอบถามยังมีความถี่ในการซื้อของผ่านช่องทางออนไลน์ยังน้อยอยู่ ทั้งที่มีความถี่ในการใช้งานต่อวันจำนวนมาก

ดังนั้นการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบออนไลน์อย่างเดียวยังคงไม่ได้กิจการต้องทำการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอื่น เพื่อให้เกิดการรับรู้ จากผลสำรวจก็ยังพบว่า การได้รับหรือมีมาตรฐานที่หน่วยงานของรัฐรับรองส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อถึงร้อยละ 88.5 ทำให้เห็นว่าผู้บริโภคสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหารสุขภาพต้องการเครื่องหมายยืนยันความปลอดภัยในการบริโภค

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง “พฤติกรรมและความต้องการบริโภคไข่ไก่ปลอดสารเคมีในจังหวัดสงขลา”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการศึกษาค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Master of Business Administration Program in Small and Medium-Sized Enterprises)

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศ

- ชาย
 หญิง

1.2 อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี
 21 – 25 ปี
 26 – 30 ปี
 31 – 35 ปี
 36 – 40 ปี
 41 ปีขึ้นไป

1.3 การศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
 ปริญญาตรี
 ปริญญาโท
 ปริญญาเอก

1.4 อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา
 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พนักงานเอกชน
 พ่อบ้าน/แม่บ้าน
 ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 อื่นๆ _____

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 10,001 – 15,000 บาท
- 15,001 – 20,000 บาท
- 20,001 – 25,000 บาท
- 25,001 – 30,000 บาท
- มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

1.6 ลักษณะที่พักอาศัย

- บ้านตัวเอง
- บ้านพักข้าราชการ
- อพาร์ทเมนท์ หรือ คอนโดมิเนียม
- อื่นๆ _____

1.7 บริเวณที่พักอาศัยใน จ.สงขลา

- อ. ทาดใหญ่
- อ. เมือง จ. สงขลา
- อ. ระโนด อ. กระแสสินธุ์ อ. สทิงพระ อ. สิงหนคร
- อ. ควนเนียง อ. รัตภูมิ อ. บางกล่ำ อ. คลองหอยโข่ง
- อ. นาหม่อม อ. จะนะ อ. เทพา
- อ. สะเดา อ. นาทวี อ. สะบ้าย้อย
- จังหวัดพัทลุง
- จังหวัดสตูล, จังหวัดตรัง
- จังหวัดภูเก็ต
- อื่นๆ _____

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลและการให้ความรู้เกี่ยวกับไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ(Free Range Egg)

2.1 ท่านเป็นผู้ทำอาหารทานเองจำนวนกี่ครั้ง / สัปดาห์

- น้อยกว่า 3 ครั้ง
- 3 – 6 ครั้ง
- 6 – 10 ครั้ง
- มากกว่า 10 ครั้ง

2.2 ในการทำอาหารแต่ละครั้งมีผู้ร่วมรับประทานอาหารของท่านจำนวนกี่คน / มื้อ

- จำนวน 1 คน
- จำนวน 2 – 3 คน
- มากกว่า 3 คนขึ้นไป

2.3 สถานที่ซื้อไข่ไก่สดมาทำอาหาร(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ร้านขายของชำ
- แผงขายไข่ในตลาดสด
- ร้านสะดวกซื้อ
- Hypermarket / Discount Store / Supermarket
- รถเร่ขาย
- สั่งทาง Online
- อื่นๆ _____

2.4 ท่านรู้จักไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ(Free Range Egg) หรือไม่

- รู้จัก
- ไม่รู้จัก (ให้ความรู้เบื้องต้น) ขออนุญาตให้ข้อมูลนะครับ/ค่ะ ไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระนั้นจะเป็นไข่ก่อนนําย ปลอดภัย ไร้สารเร่ง ไม่มีการใช้หัวอาหาร หรือฮอร์โมนในการเลี้ยง และไม่มีสารกำจัดพื้นที่ในกรง ให้แม่ไก่ได้มีความสุข ค่อยๆเลี้ยงอาหารตามธรรมชาติ ไข่ไก่ที่ได้มีความแตกต่างจากไข่ไก่ที่ขายทั่วไปคือ ไม่มีกลิ่นคาว สีไข่จะเป็นสีเหลืองไม่เป็นสีแดงหรือสีส้ม มีชั้นของไข่ขาวนูนขึ้นมาชัดเจน

2.5 ท่านเคยซื้อไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ(Free Range Egg) มาบริโภคหรือไม่

- ซื้อเป็นประจำ
- เคยซื้อบ้าง
- ไม่เคยซื้อ

2.6 เมื่อท่านรู้จักไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ (Free Range Egg) แล้วท่านมีความสนใจที่จะซื้อ มาบริโภคหรือไม่

- ใช่
- ไม่ซื้อ

2.7 ช่วงราคาของไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ(Free Range Egg) ที่อยู่ในระดับพอใจ

- ต่ำกว่า 5 บาท / ฟอง
- 5 – 7 บาท / ฟอง
- 8 – 10 บาท / ฟอง

2.8 ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์ของไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ(Free Range Egg) ควรมีจำนวนกี่ฟอง / กล่อง (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 6 ฟอง
- 10 ฟอง
- 24 ฟอง
- 30 ฟอง
- อื่นๆ _____

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับการจำหน่ายและการตัดสินใจซื้อ

3.1.1 ในแต่ละวันท่านใช้ Application ใดบ่อยครั้งที่สุด(ลำดับที่ 1)

- Line
- Facebook
- Youtube
- Twitter
- Instagram
- อื่นๆ _____

3.1.2 ในแต่ละวันท่านใช้ Application ใดบ่อยครั้งที่สุด(ลำดับที่ 2)

- Line
- Facebook
- Youtube
- Twitter
- Instagram
- อื่นๆ _____

3.1.3 ในแต่ละวันท่านใช้ Application ใดบ่อยครั้งที่สุด(ลำดับที่ 3)

- Line
- Facebook
- Youtube
- Twitter
- Instagram
- อื่นๆ _____

3.2 อัตราการซื้อของผ่านช่องทาง Online (จำนวนการซื้อต่อเดือน)

- น้อยกว่า 1 ครั้ง / เดือน
- จำนวน 1 ครั้ง / เดือน
- จำนวน 2 – 4 ครั้ง / เดือน
- จำนวน 4 – 8 ครั้ง / เดือน
- มากกว่า 8 ครั้ง / เดือน

3.3 ระยะเวลาในการสั่งซื้อจนถึงการรับของที่ท่านพึงพอใจ

- มากกว่า 7 วัน
- 4 – 7 วัน
- 2 – 3 วัน
- อื่นๆ _____

3.4 ท่านเคยซื้อสินค้าเกษตรผ่านทางOnlineหรือไม่

- เคย
- ไม่เคย

3.5 ความคาดหวังที่มีต่อบรรษัทที่จัดส่ง (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ปกป้องและป้องกันการเสียหายของสินค้า
- สื่อสารและบ่งบอกความเป็นตัวตนของตราสินค้า
- บอกวันผลิต และวันที่พร้อมบริโภค รวมถึงวิธีการจัดเก็บ
- มีวัสดุและการออกแบบที่ทันสมัย
- สะดวกต่อการใช้งาน
- อื่นๆ _____

3.6 ความคาดหวังที่มีต่อพนักงานจัดส่งสินค้า (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าที่จัดส่ง
- มีการควบคุมอารมณ์ และจิตใจในการรับมือลูกค้าแต่ละประเภท
- แต่งกายเรียบร้อย และมีความสุภาพในการให้บริการ
- สามารถรับฟังข้อเสนอแนะ และนำกลับไปให้องค์กรแก้ไข
- อื่นๆ _____

3.7 ถ้ามีการจำหน่ายไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ(Free Range Egg) แบบ Online อะไรคือสิ่งที่ท่านคาดหวัง (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- รสชาติ ความปลอดภัย และความสดใหม่ของไข่ไก่ที่ได้รับ
- ช่องทางการสั่งซื้อที่สะดวก และมีการจัดส่งรวดเร็ว
- บรรษัทที่มีความทันสมัย และปลอดภัยต่อสินค้า
- การรับประกันสินค้าในกรณีที่เกิดการเสียหายจากการผลิต และการจัดส่งของทางร้าน
- อื่นๆ _____

3.8 ท่านรู้จักมาตรฐานสินค้าประเภทอาหาร หรือ สินค้าเกษตรปลอดภัยใดบ้าง(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และสามารถเสนอแนะเพิ่มเติมได้)

- มกษ. 6702 - 2553
- HALAL
- CODEX
- IFOAM
- IOAS
- อื่นๆ _____

3.9 ถ้าไข่ไก่ที่เลี้ยงแบบปล่อยอิสระ(Free Range Egg) ได้รับการรับรองมาตรฐานที่กล่าวมาข้างต้น จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่

- มีผลทำให้ซื้อ
- ไม่มีผลต่อการซื้อ

3.10 ข้อเสนอแนะ



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	सानนท์ เรืองแสง
อีเมล	mai_naaa@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ประสบการณ์ทำงาน	พนักงานพัสดุ ๕ การทางพิเศษแห่งประเทศไทย (๒๐๐๘ - ๒๐๑๗)



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ขอตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 4 เดือน 6 มีนาคม พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... อยู่บ้านเลขที่ 5914 81.8

ชื่อย..... ถนน..... ตำบล/แขวง..... บางพลี

อำเภอ/เขต..... พระประแดง..... จังหวัด..... สมุทรปราการ..... รหัสไปรษณีย์..... 10130

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว..... 7590201484

ระดับปริญญา ดรี โท เอก

หลักสูตร..... บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต..... สาขาวิชา..... วิชาศึกษานานาชาติ..... 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..... แผนธุรกิจสำหรับสิ่งพิมพ์ (แบบจำลองอิสระ) จังหวัดกรุงเทพฯ

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

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ตัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาฉบับนี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
()

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมล่าวลัย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ ทิพัฒน์ศิริศักดิ์)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร