

แผนธุรกิจไข่ไก่ดำ

The Business Plan of Black Chicken Eggs



แผนธุรกิจไข่ไก่ดำ

The Business Plan of Black Chicken Eggs



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2562



©2562

อรนุช ขอวิจิตรไพศาล

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

การจัดการมหาบัณฑิต สาขาความเป็นผู้ประกอบการ

เรื่อง แผนธุรกิจไข่ไก่ดำ

ผู้วิจัย อรณช ขอวิจิตรไพศาล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ธีระศักดิ์ ณ ระนอง)

ผู้เชี่ยวชาญ

(อ.ณัฐชา พิบูลกุลพัฒน์)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 9 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

อรนุช ขอวิจิตรไพศาล. ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ,
ธันวาคม 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจไข่ไก่ดำ (56 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: อ.ณัฐชา พิบูลกุลพัฒน์

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจไข่ไก่ดำ มีวัตถุประสงค์เพื่อการวางแผน เตรียมการ และศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจการเลี้ยงและการลงทุนฟาร์มไข่ไก่ดำ และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ดำความเป็นไปได้ เพื่อตัดสินใจก่อนดำเนินการระดมทุนจริง

การศึกษานี้ทำการวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายนอกและภายใน การวางแผนการตลาด การจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล รวมถึงแผนการดำเนินงานจริง และแผนการเงิน โดยการวิจัยในครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ชุด เพื่อสอบถามถึงข้อมูลส่วนตัว การรู้จักผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ พฤติกรรมการซื้อ และปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ โดยข้อมูลที่ได้นี้จะนำมารวบรวมและแสดงผลเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติเชิงอ้างอิง ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของแผนธุรกิจฉบับนี้ จากสถิติที่ได้มาจากการวิจัยนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 ปีขึ้นไป พนักงานเอกชน มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ซึ่งเป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้จักการนำไปใช้และสนใจในตัวสินค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้รู้จักในไข่ไก่ดำอยู่ร้อยละ 70 มีการซื้อเป็นประจำถึงร้อยละ 30 ส่วนผู้ที่ไม่รู้จักในสินค้ามาก่อนแบบสอบถาม มีความสนใจที่จะซื้อถึงร้อยละ 98 ข้อมูลส่วนสุดท้ายถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่าการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ยังไม่เป็นที่นิยมในพื้นที่จังหวัดระยอง เริ่มต้นด้วยการที่เจ้าของกิจการลงทุนเอง ทั้งหมด 100% เป็นสินทรัพย์และเงินทุน มูลค่า 3,100,000 บาท ซึ่งจากแผนวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินจะพบว่า Net Present Valueมูลค่า 1,623,339.18 บาท ซึ่งจะได้อัตราผลตอบแทน ภายใน (IRR) ร้อยละ 35 โดยมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 3 เดือน

คำสำคัญ: ไข่ไก่ดำ, ความคุ้มค่าในการลงทุน, พฤติกรรมการซื้อ

Khorwijipaisal, O. M.M.E. (Entrepreneurship), December 2019, Graduate School, Bangkok University.

The Business Plan of Black Chicken Eggs (56 pp.)

Advisor: Nutthacha Pibulkullapat

ABSTRACT

The objective of this study was to lay out business plan black eggs. The purpose is to plan, prepare for and learn about the business of raising chickens black and investments. and the factors that influence the decision to buy a black hen. possibility Before proceeding to the actual funding.

This study analyzes both external and internal factors. Marketing Plan Enterprise management and human resource management. The plan includes actual operation and the financial plan. The research in this questionnaire was used to survey a sample of 100 to inquire about private information. Knowing egg products Buying habits and the factors that cause the decision to buy the data has to be gathered and displayed as a percentage, average, standard deviation and statistics reference. In the analysis of the business plan for this edition. The statistics derived from this research showed that the majority of respondents were female, aged 31 years and over 30,000 employees of private income baht or more, which is part of the respondents. Information on how to apply to and interest in the product. Found that the majority of respondents who know the eggs are black, 70 percent are. Buy a regular basis to 30 percent of those who do not know the product before the query. Is interested to buy up to 98 percent of the asked information about their behavior and the factors that influence purchase decisions. Found that shopping online has become popular in Rayong. Start with the owners invest 100% of all assets and funds worth 3.1 million baht, which analyzed the plan. Financial find the Net Present Value around 1,623,339.18 baht, which has internal rate of return (IRR) of 35 percent, with a payback period of 2 years and 3 months

Keywords: Black Chicken Eggs, Cost Effectiveness, Consumer's Behavior

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เนื่องจาก อาจารย์ ญัฐฐา พิบูลกุลพัฒน์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ช่วยในการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ที่ให้คำชี้แนะ ความรู้ แนวทางการค้นคว้าวิจัย รวมถึงการตรวจทานความถูกต้องของการจัดทำแผนธุรกิจและคณาจารย์คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจ แผนธุรกิจนี้ ที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำ และชี้แนะแนวทางอันเป็นประโยชน์ในการนำมาประยุกต์ใช้กับแผนธุรกิจฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ ผู้จัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง สำหรับการสละเวลาอันมีค่าของทุกท่านและความรู้ที่ทุกท่านได้ให้แก่ข้าพเจ้าตลอดระยะเวลาที่ข้าพเจ้าศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณบิดา มารดา และครอบครัว ซึ่งเป็นบุคคลที่คอยให้กำลังใจ สนับสนุน และส่งเสริมทางการศึกษาให้แก่ข้าพเจ้ามาโดยตลอด

อรนุช ขอวิจิตรไพศาล



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 การแนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจ	
1.1 แนะนำธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของธุรกิจ	2
1.3 วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจ	2
1.4 รูปแบบของธุรกิจ	2
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	
2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม	7
2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง	11
บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	
3.1 SWOT Analysis	19
3.2 แผนกลยุทธ์ของธุรกิจ	22
3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค	22
บทที่ 4 แผนการตลาด	
4.1 ส่วนแบ่งทางการตลาด	28
4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด	29
4.3 แผนการตลาด	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล	
5.1 การจัดการโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน	35
5.2 การกำหนดตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน	36
5.3 นโยบายการบริหารและพัฒนาบุคลากร	37
บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน	
6.1 การจัดตั้งธุรกิจ	40
6.2 การผลิตสินค้า	40
6.3 การจัดการคลังสินค้าและควบคุมสินค้าคงเหลือ	41
6.4 กระบวนการหรือขั้นตอนการส่งสินค้าหรือให้บริการ	41
บทที่ 7 แผนการเงิน	
7.1 ความต้องการเงินทุน แหล่งที่มาของเงินทุน และโครงสร้างของเงินทุน	42
7.2 สมมติฐานทางการเงิน	42
7.3 ประมาณการงบการเงิน	42
7.4 การประเมินระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนจากการลงทุน	53
บทที่ 8 แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ	
8.1 แผนปฏิบัติการฉุกเฉิน	54
8.2 แผนอนาคต	54
บรรณานุกรม	55
ประวัติผู้เขียน	56

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: Business Model Canvas	3
ตารางที่ 2.1: เปรียบเทียบคู่แข่งทางตรงกับกิจการ	17
ตารางที่ 3.1: ตารางสรุปผลการทำแบบสอบถาม	24
ตารางที่ 3.2: ตารางสรุปผลการวิจัยศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค(1)	25
ตารางที่ 3.3: ตารางสรุปผลการวิจัยศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค(2)	26
ตารางที่ 3.4: ตารางสรุปผลการวิจัยศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค(3)	27
ตารางที่ 4.1: การแบ่งส่วนการตลาด	28
ตารางที่ 6.1: ขั้นตอนการผลิต	41
ตารางที่ 7.1: ตารางแสดงฐานะทางการเงิน	42
ตารางที่ 7.2: ตารางแสดงการคำนวณค่าใช้จ่ายและค่าเสื่อมราคา	43
ตารางที่ 7.3: ตารางแสดงยอดขาย	44
ตารางที่ 7.4: ตารางแสดงสินค้าคงเหลือ	45
ตารางที่ 7.5: ตารางประมาณการค่าใช้จ่าย	45
ตารางที่ 7.6: ตารางแสดงประมาณการจุดคุ้มทุน	47
ตารางที่ 7.7: ตารางแสดงงบกำไรขาดทุน	47
ตารางที่ 7.8: ตารางแสดงกระแสเงินสด	48
ตารางที่ 7.9: ตารางแสดงงบแสดงฐานะทางการเงิน	50
ตารางที่ 7.10: ตารางแสดงการวิเคราะห์โครงการลงทุนและการคำนวณมูลค่าปัจจุบัน	51
ตารางที่ 7.11: ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	52

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: โลโก้ของบริษัท ซุปเปอร์เอ็ก	1
ภาพที่ 2.1: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis)	7
ภาพที่ 2.2: Porter's Five Forces Analysis	10
ภาพที่ 2.3: ฟาร์มทิพเนตร	12
ภาพที่ 2.4: ไก่ดำกินดีฟาร์ม	13
ภาพที่ 2.5: สูงเนินฟาร์ม	15
ภาพที่ 2.6: แสงทองฟาร์ม	16
ภาพที่ 3.1: SWOT Analysis	19
ภาพที่ 4.1: การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	29
ภาพที่ 5.1: ภาพแสดงผังองค์กรของฟาร์ม	35



บทที่ 1

การแนะนำธุรกิจและแผนธุรกิจ

1.1 การแนะนำธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ดำภายใต้แบรนด์ Super Egg (ซูเปอร์เอ้ก) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประกอบอาหาร ซึ่งครอบครัวได้ประกอบกิจการจำหน่ายไข่ไก่ และต้องการต่อยอดธุรกิจของครอบครัว โดยการจำหน่ายไข่ไก่ดำ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และต้องการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและที่มาจำหน่ายไข่ไก่ดำ เพราะเริ่มเห็นว่าไข่ไก่ดำ มีสรรพคุณที่ดีต่อร่างกาย อาทิเช่น ไข่ไก่ดำมีสายเมลามิน ที่เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ลดโอกาสการเกิดโรคมะเร็ง หัวใจ เบาหวาน และมีราคาจำหน่ายที่สูง และปัจจุบันกระแสสุขภาพกำลังมาแรง ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพกันมากขึ้น และไข่ไก่ดำเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับคนที่ต้องการดูแลสุขภาพ เพราะไข่ไก่ดำ มีสรรพคุณต่าง ๆ มากมายที่ช่วยดูแลสุขภาพ

ภาพที่ 1.1: โลโก้ของบริษัท ซูเปอร์เอ้ก จำกัด (Super Egg)



ภาพข้างต้นแสดงโลโก้ของบริษัท ซูเปอร์เอ้ก จำกัด (Super Egg) โลโก้มีวงรีสีแดงแสดงถึงไข่ไก่ที่สดใหม่ รูปไก่สีขาวแสดงถึงพันธุ์ไก่ดำ ว่าเป็นไก่ดำสายพันธุ์ภูพาน มีลักษณะตัวค่อนข้างเล็ก มีขนสีขาว

บริษัท ซูเปอร์เอ้ก จำกัด (Super Egg) จำหน่ายไข่ไก่ดำและไข่ไก่ดำ ออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้บริษัทโรงงาน OEM ที่เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสังคม

1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจไข่ไก่ดำ จุดเริ่มต้นของธุรกิจนี้คือ ที่บ้านประกอบอาชีพจำหน่ายไข่ไก่ในจังหวัดนนทบุรี และมีคู่แข่งจำหน่ายไข่ไก่ดำในระแวกเดียวกันเป็นจำนวนมาก จึงมองหาผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งมาวางขายในร้าน เพื่อเพิ่มยอดขาย และมีความต้องการต่อยอดธุรกิจที่บ้าน โดยได้มีความคิดนำไข่ดำมาจำหน่าย จุดเริ่มคือเดินไปซื้อของที่ตลาด และได้เห็นแผงจำหน่ายไข่ดำ ก็เลยเกิดความสนใจในตัวสินค้า เพราะไข่ไก่ดำมีประโยชน์ที่ดีต่อร่างกาย จึงได้นำไข่ไก่ดำมาทดลองขายที่ร้าน และในอนาคตจะมีการวางแผนว่าจะสร้างฟาร์มเพาะเลี้ยงไข่ไก่ดำ ซึ่งจะให้คุณลุงที่มีประสบการณ์ด้านการเลี้ยงไข่ไก่มาช่วยเลี้ยงตอนเริ่มต้น และถ้าเลี้ยงไข่ไก่ดำประสบความสำเร็จ จะขยายฟาร์มเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคได้นำหลักการดำเนินกิจการตามคำสอนเศรษฐกิจพอเพียงพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงชี้แนวทางการดำเนินชีวิตให้แก่ปวงชนชาวไทยมาเป็นระยะเวลานาน ในช่วงตั้งแต่ก่อนการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ เพื่อมุ่งให้พสกนิกรได้ดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างยั่งยืน มั่นคง และปลอดภัย ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ตามกระแสปัจจุบันของโลก จะต้องพัฒนาฟาร์มให้เป็นต้นแบบ ตามรอยคำสอนตามแนวหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยีที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงในยุคสมัยใหม่อย่างยั่งยืนโดยกิจกรรมการเลี้ยงไข่ไก่ดำ

1.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจนี้

เพื่อนำไปใช้ในการนำเสนอในการเริ่มจัดตั้งธุรกิจ การตัดสินใจในการเริ่มจัดตั้งธุรกิจ และเป็นรายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ

1. เพื่อศึกษาการลงทุนในธุรกิจไข่ไก่ดำ
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจจริง
3. เพื่อศึกษาการทำการตลาด ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์
4. ศึกษาเพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจ โดยการกำหนดองค์ประกอบทางธุรกิจให้ครบถ้วน
5. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำแผนธุรกิจให้เป็นไปตามที่ได้วางแผนไว้

1.4 รูปแบบของธุรกิจและรูปแบบการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจไข่ไก่ดำ วางรูปแบบดำเนินธุรกิจตามโครงสร้างของ Business Model Canvas ซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นทั้งหมด 9 หัวข้อ คือ กลุ่มลูกค้า (Customer Segment) การเสนอคุณค่า (Value Proposition) ช่องทาง (Channel) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship) กระแสรายได้ (Revenue Streams) ทรัพยากรหลัก (Key Resources) กิจกรรมหลัก (Key Activities) พันธมิตรหลัก (Key Partner) โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

ตารางที่ 1.1: Business Model Canvas

Key Partner	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
1.ผู้จำหน่ายพันธุ์ไก่ไข่ดำ 2.ด้านการผลิตอาหารและวัตถุดิบ 3.ด้านกรมสาธารณสุข 4.ด้านการบำรุงรักษาและดูแลส่วนต่าง ๆ ของโรงเรือน	1.การเลี้ยงพ่อแม่ไก่ไข่ดำ 2.การจำหน่ายไก่ไข่ดำ 3.การดูแลลูกค้าและการจัดส่งสินค้า 4.จัดหาลูกค้าและทำการตลาดใหม่	1.สั่งซื้อได้สะดวก 2.สด สะอาด ไร้สารเคมี เร่งเนื้อ 3.บริการจัดส่งภายในจังหวัดฟรี และมีบริการเก็บเงินปลายทาง 4.รับประกันสินค้าที่ออกจากฟาร์ม ว่าสด สะอาด	1.การสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า 2.เก็บประวัติข้อมูลการสั่งซื้อของลูกค้าเพื่อแจกของที่ระลึกและเป็นส่วนลดในการซื้อครั้งต่อไป 3.ความรู้รับผิดชอบต่าง ๆ ต่อสินค้า	1.กลุ่มคนที่รักสุขภาพ 2.กลุ่มเป้าหมายที่มีรายรายได้ตั้งแต่ 15,000บาทขึ้นไป หรือระดับ B ถึง A-
5.ด้านแพ็คเกจ 6.ด้านการส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย	Key Resources 1. บุคลากร 2. ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง 3. อุปกรณ์ในโรงเรือน 4. ใบรับรองมาตรฐาน	5.แพ็คเกจที่ทันสมัย สะดวก 6.มาตรฐานและการดูแลความปลอดภัย	Channels 1. ผ่านสื่อออนไลน์ 2. ผ่านการโทรเข้ามาสั่งจอง 3. ผ่านการสอบถามของพนักงานขาย	
Cost Structure 1. เงินเดือนของบุคลากร 2. ค่าส่งเสริมการขาย และกิจกรรมต่าง ๆ ของกิจการ 3. ค่าวัสดุของใช้ไก่ดำภายในโรงเรือน 4. ค่าเสื่อมราคาของโรงเรือน , ค่าบำรุงรักษาโรงเรือนและอุปกรณ์ 5. ค่าขนส่งสินค้าและค่าบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการขนส่ง 6. ค่าสาธารณูปโภค			Revenue Streams 1. การจำหน่ายไก่ไข่ดำ 2. การจำหน่ายปุ๋ยไข่ไก่ 3. การจำหน่ายแม่ไก่ปลดระวาง	

การวิเคราะห์องค์ประกอบใน Business Model Canvas

1.4.1 พันธมิตรหลัก (Key Partners)

1.4.1.1 ผู้จำหน่ายพันธุ์ไก่ดำ : ฟาร์มจำหน่ายพ่อพันธุ์ แม่พันธุ์ ไก่ดำ, เจ้าหน้าที่ออกใบอนุญาตเคลื่อนย้ายสัตว์ปีก

1.4.1.2 ด้านวัตถุดิบ: โรงสีข้าวเพื่อซื้อ ไร่ข้าว ปลายข้าว และเกลบที่ใช้ปูเป็นพื้นอาคารในโรงเรือน และสวนกล้วย ร้านค้าปลีกและค้าส่ง

1.4.1.3 ด้านสาธารณสุข: เจ้าหน้าที่ปศุสัตว์อำเภอบางกล้า เจ้าหน้าที่สาธารณสุขเทศบาล ตำบลท่าช้าง สัตว์แพทย์โรงพยาบาลสัตว์รัษฎุมิ

1.4.1.4 ด้านดูแลและบำรุงรักษาส่วนต่าง ๆ ของโรงเรือน: นายช่างผู้รับเหมาก่อสร้าง อาคารโรงเรือน ร้านอุปกรณ์ตกแต่งภายในโรงเรือนเลี้ยงไก่

1.4.1.5 ด้านบรรจุภัณฑ์ไข่ไก่ดำและไก่ดำ: โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกล่องกระดาษ ร้านที่จัดจำหน่ายถุงพลาสติก

1.4.1.6 ด้านการส่งเสริมการขาย: ร้านผลิตป้ายไวเนล โรงพิมพ์

1.4.2 กิจกรรมหลัก (Key Activities)

1.4.2.1 การเลี้ยงพ่อพันธุ์ไก่ดำและแม่พันธุ์ไก่ดำ: การดูแลแม่พันธุ์ไก่ดำ ดูแลเรื่องอาหาร และทำความสะอาดโรงเรือนบริเวณโดยรอบ

1.4.2.2 การจำหน่ายไข่ไก่ดำ: การรับคำสั่งซื้อ และการนำเสนอสินค้าให้กับฐานลูกค้าเก่า

1.4.2.3 การดูแลลูกค้าและการจัดส่งสินค้า: การบรรจุสินค้าลงกล่อง และการเรียงลำดับส่งสินค้า รักษาบรรยากาศความสุภาพในการรับเงิน

1.4.2.4 จัดหาลูกค้าและทำการตลาดใหม่: การหาช่องทางการขาย เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ให้มากขึ้น โดยการทำโปรโมชั่น โฆษณาสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เจาะตลาดเพื่อสุขภาพ ประชาสัมพันธ์โดยการแจกใบปลิว สินค้าตัวอย่าง สาธิตการประกอบอาหารในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ

1.4.3 ทรัพยากรหลัก (Key Resources)

1.4.3.1 บุคลากร: ผู้เชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงไก่, คนส่งเสริมการขายและจัดส่งสินค้าและเจ้าหน้าที่รับคำสั่งซื้อสินค้า

1.4.3.2 สิ่งปลูกสร้างและโรงเรือน: ที่ดิน โรงเรือนเลี้ยงไก่ อาคารฝึกไข่ไก่ดำ ห้องผลิตและเก็บรักษาอาหารไก่

1.4.3.3 วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในโรงเรือน: อุปกรณ์โรงเรือน เช่น ถังใส่อาหาร ถังใส่น้ำ รางออกไข่ รอกสลิงมือหมุน เป็นต้น และอุปกรณ์ในการผสมอาหาร เช่น ถังหมักอาหารไก่ดำ เครื่องสับย่อยอาหารไก่ดำ เครื่องของผสมอาหาร รถเข็นอาหารไก่ดำ เป็นต้น

1.4.3.4 ใบรับรองมาตรฐาน: มาตรฐานฮาลาล, มาตรฐานสินค้าเกษตรประเภทไข่ไก่

1.4.4 การเสนอคุณค่า (Value Proposition)

1.4.4.1 วิธีการสั่งซื้อสินค้า : ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าผ่านทางระบบออนไลน์ คือ ทางหน้าเฟซบุ๊ก แอปพลิเคชันไลน์ต่าง ๆ หรือสามารถโทรสั่งทางพนักงานได้โดยตรง

1.4.4.2 การทำให้สินค้าปลอดภัย : ฟาร์มมีการผลิตอาหารเอง เริ่มต้นตั้งแต่สมุนไพรต่าง ๆ เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่าย และเป็นการควบคุมคุณภาพอาหารไก่ดำ

1.4.4.3 มีบริการจัดส่งภายในจังหวัดและมีบริการจัดเก็บเงินปลายทาง : เมื่อผ่านคำสั่งซื้อแล้วจะนำไปไก่ดำและไก่ดำ จัดส่งโดยพนักงานและการจัดส่งด้วยรถแช่เย็น เพื่อคงความสดใหม่จนไปถึงมือลูกค้า

1.4.4.4 รับประกันสินค้าที่ออกจากฟาร์ม ว่าสด สะอาด: เมื่อเกิดการเสียหายกับบรรจุภัณฑ์ และการจัดส่งสินค้า ที่กิจการมีจะรับผิดชอบ และจะชดใช้ค่าเสียหายให้ตามจำนวนสินค้าที่เกิดข้อผิดพลาด ด้วยความเต็มใจและรวดเร็ว

1.4.4.5 แพ็คเกจที่ทันสมัย สะดวก: เพื่อเป็นการยกระดับสินค้าทางการเกษตร ให้เป็นที่รู้จักสู่สากลมากขึ้น และช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้เร็วขึ้น

1.4.4.6 ควบคุมมาตรฐานและการดูแลรับรองมาตรฐานความปลอดภัย: เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจและไว้วางใจกับแบรนด์สินค้าของเรา เราจะมีบริการรับรองความปลอดภัยตามมาตรฐาน

1.4.5 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)

1.4.5.1 การสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและกับลูกค้าทางออนไลน์: การนำเสนอบทความเกี่ยวกับสุขภาพผ่านทางเพจของร้าน

1.4.5.2 .การเก็บประวัติข้อมูลการสั่งซื้อของลูกค้าเพื่อแจกของที่ระลึกและเป็นส่วนลดในการซื้อครั้งต่อไป : การให้ส่วนลดสินค้า ทำบัตรสะสมแต้ม

1.4.5.3 ความรู้รับผิดชอบต่าง ๆ: การรักษามาตรฐานสินค้าให้การรับประกันสินค้าหากเกิดข้อผิดพลาด ทางฟาร์มจะชดใช้และเปลี่ยนสินค้าให้ใหม่

1.4.6 ช่องทาง (Channels)

1.4.6.1 ผ่านสื่อออนไลน์: หน้าเฟซบุ๊ก แอปพลิเคชันไลน์ หน้าร้าน

1.4.6.2 ผ่านการโทรเข้ามาสั่งซื้อ

1.4.6.3 หน้าร้าน: กิจการจะสร้างศูนย์กระจายสินค้า เพื่อสะดวกต่อการซื้อสินค้า

1.4.7 กลุ่มลูกค้า (Customer Segment)

1.4.7.1 กลุ่มคนรักสุขภาพ: กลุ่มลูกค้าที่เราความสนใจเป็นกลุ่มคือกลุ่มลูกค้าเพศหญิงอายุที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ที่ทำอาหารรับประทานเองและต้องการอาหารที่ช่วยในการดูแลสุขภาพ

1.4.7.1 กลุ่มที่มีรายรายได้ตั้งแต่15,000บาท หรือระดับ B ถึง A-: ลูกค้าที่เปิดกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มพ่อบ้านแม่บ้าน และคนทั่วไปที่ทำอาหารรับประทานเอง และคนที่ต้องการรักษาสุขภาพ

1.4.8 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

1.4.8.1 เงินเดือนของบุคลากร: เงินเดือน, เงินโบนัส, ค่าล่วงเวลา

1.4.8.2 ค่าส่งเสริมการขาย และกิจกรรมต่าง ๆ ของกิจการ: ค่าพิมพ์แผ่นพับใบปลิว, การแจกสินค้าตัวอย่าง

1.4.8.3 ค่าอาหารไก่, สมุนไพร และวัสดุสิ้นเปลืองภายในโรงเรือน

1.4.8.4 ค่าเสื่อมโรงเรือน และอุปกรณ์, ค่าบำรุงรักษาโรงเรือน และอุปกรณ์

1.4.8.5 ค่าขนส่งสินค้าและค่าบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการขนส่ง ถุงพลาสติก เทปรัดกล่อง กล่องกระดาษ ค่าขนส่งขึ้นอยู่กับระยะทาง แต่ถ้าส่งตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ จะมีการจัดส่งให้ฟรี

1.4.8.6 ค่าสาธารณูปโภค: ค่าน้ำ, ค่าไฟฟ้า, ค่าอินเทอร์เน็ต

1.4.9 Revenue Streams (กระแสรายได้)

1.4.9.1 จากการจำหน่ายไข่ไก่: การจำหน่ายไข่ไก่ 1 แพ็คจำนวน 20 ฟอง ราคา 150บาท

1.4.9.2 จากการจำหน่ายซีไก่แกลบ: จำหน่ายซีไก่แกลบเป็นปุ๋ยกระสอบละ 40 บาท

1.4.9.3 จากการจำหน่ายแม่ไก่แก่: จำหน่ายแม่ไก่ดำที่ถึงอายุ 90 วันราคา100-120 บาท

บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

2.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาด

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของตลาดหรืออุตสาหกรรมที่กิจการดำเนินการอยู่ เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอกของกิจการ ซึ่งเป็นการประเมินความสามารถการแข่งขันของคู่แข่งในตลาด หรืออำนาจการต่อรองที่กิจการมี การวิเคราะห์ปัจจัยด้านต่างๆสามารถช่วยให้กิจการทราบถึงสถานการณ์ที่กิจการกำลังเผชิญอยู่ โดยการวางแผนการดำเนินงานป้องกันและรับมือเพื่อดำเนินกิจกรรมอย่างระมัดระวังมากขึ้น

2.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis)

เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกกิจการ ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยโอกาสและอุปสรรค ช่างจะส่งผลกระทบต่อทั้งในแง่บวกและแง่ลบ การวิเคราะห์เป็นเพียงการคาดการณ์ แต่สามารถช่วยให้กิจการได้เตรียมพร้อมที่จะรับมือและป้องกันได้ทันเวลาที่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกโดยใช้เครื่องมือ (PESTEL Analysis)

ภาพที่ 2.1: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis)



ที่มา Professional Academy. (ม.ป.ป.). *PESTEL Analysis*. สืบค้นจาก<https://www.pinterest.com/pin/345088390180708285/?autologin=true>

จากภาพที่ 2.1 แสดงหัวข้อการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก กิจการได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยด้านต่าง ๆ วิเคราะห์รายละเอียดได้ดังนี้

2.1.1 ปัจจัยการเมือง (Political)

ที่ผ่านมาช่วงต้นปี เรื่องราวทางการเมืองก็ส่งผลถึงเศรษฐกิจในประเทศไทยพอสมควร รวมถึงผลกระทบทางการเกษตร ซึ่งหลังจากผ่านพ้นไปแล้วทางรัฐบาลก็มีนโยบายกระตุ้นการเกษตรที่เห็นได้จากแคมเปญต่าง ๆ ที่ออกมา เช่น ซึ่งผลกระทบทางด้านการเมืองนั้นเป็นปัจจัยภายนอกส่วนหนึ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการเกษตร ที่ลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ที่เป็นพ่อค้าแม่ค้าเป็นหลัก และในด้านผลกระทบต่อธุรกิจไข่ไก่ดำ ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะเน้นที่เป็น ลูกค้าภายในประเทศ ก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน ในปัจจุบันนี้รัฐบาลก็มีการสนับสนุนการอำนวยความสะดวก และ กระตุ้นเศรษฐกิจใน จังหวัดระยองมากขึ้น จะเห็นได้จากโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐที่เกิดขึ้นในขณะนี้ จะเห็นได้จาก โครงการต่าง ๆ เช่น ชิมช้อปใช้ ประกันราคาอ้อย ประกันราคาไข่ไก่ ประกันราคาข้าว

สรุปปัจจัยทางการเมืองมีผลกระทบต่อธุรกิจไข่ไก่ดำโดยตรง เพราะช่วงนี้มีปัญหาทางการเมืองหลายด้าน เช่น การเลือกตั้ง ทำให้ผู้บริโภคประหยัดกันมากขึ้น ทำให้ยอดขายของไข่ไก่ดำลดลง แต่รัฐบาลก็เข้ามาช่วยเรื่องการประกันราคาไข่ไก่ ทำให้ธุรกิจไข่ไก่หันกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง

2.1.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)

เศรษฐกิจไทยในปี 2562 ยังให้ภาพที่ชะลอตัว ตามผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกที่ส่วนหนึ่งได้รับผลกระทบจากสงครามการค้า ประเด็นค่าเงินบาทที่ลดทอนขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านราคาของผู้ส่งออก ท่ามกลางการลงทุนทั้งภาครัฐและเอกชนที่ยังโตในกรอบจำกัด ในขณะที่การใช้จ่ายครัวเรือนยังสามารถเป็นตัวหนุนเศรษฐกิจไทยได้อย่างต่อเนื่อง โดยทิศทางเศรษฐกิจไทย แต่มีปัจจัยบวกเพิ่มเติมจากผลของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่ช่วยประคองภาพรวมการใช้จ่ายครัวเรือน ตลอดจนความต่อเนื่องของการฟื้นตัวของภาพรวมนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ทิศทางเศรษฐกิจไทยในปี 2563 ยังเผชิญความไม่แน่นอนจากสถานการณ์เศรษฐกิจโลกทั้งเรื่องสงครามการค้า และ Brexit ที่ยังไม่จืดจางตัว ประกอบกับทิศทางชะลอตัวของเศรษฐกิจหลักของโลก ค่าเงินบาทที่ยังคงมีทิศทางแข็งค่า ทำให้ภาพการฟื้นตัวของส่งออกไทยในปีหน้ายังเป็นความท้าทายและต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด

สรุปด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจไข่ไก่ดำได้รับผลกระทบจากสงครามเศรษฐกิจโลกโดยตรงในเรื่องการส่งออก ทำให้นักลงทุน มาลงทุนในประเทศไทยน้อยลง เศรษฐกิจซบเซาทำให้เกิดภาวะเงินฝืด เพราะคนไม่ใช้จ่าย ทำให้ธุรกิจรายเล็กส่วนใหญ่ทรมานไม่ไหว ปิดกิจการกันเป็นจำนวนมาก

2.2.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social)

ปัจจุบันผู้บริโภคมีแนวโน้มหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจใส่ใจใ้แก่ตัวมากขึ้น โดยผู้บริโภคใส่ใจใ้แก่ตัวส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป เป็นนิสัยชอบทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน และใส่ใจใ้แก่ตัวมีสรรพคุณที่ดีต่อร่างกาย อาทิเช่น ใ้แก่ตัวมีสายเมลามิน ที่เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ลดโอกาสการเกิดโรคมะเร็ง หัวใจ เบาหวาน

สรุปด้านสังคม มีผลดีต่อธุรกิจใ้แก่ตัว เพราะความนิยมในช่วงนี้ ทำให้ใ้แก่ตัวได้รับความสนใจมากขึ้น ทำให้ขนาดตลาดของผู้บริโภคขยายเพิ่มมากขึ้น และความนิยมนี้มีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

2.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)

การดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีได้เข้ามามีส่วนช่วยในการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น การสื่อสารการนำมาใช้ในการทำงาน ตลอดจนนวัตกรรมต่าง ๆ ที่สามารถอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ซึ่งผลกระทบจากด้านเทคโนโลยีต่อธุรกิจนี้ เช่น ต้องมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กร โดยการนำระบบ อินเทอร์เน็ต มาใช้สำหรับเป็นช่องทางการตลาดที่สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสาร ช่องทางการขายสินค้า หรือบริการ และการบริหารในองค์กรนั้น ๆ จึงมีความจำเป็นที่ต้องมีการลงทุนดังกล่าว เพื่อนำมาอำนวยความสะดวกในการทำงาน ตลอดจนการตัดสินใจด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีด้านพลังงานมาใช้นั้น เพื่อการประหยัด ต้นทุนในระยะยาวมีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ในการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

สรุปด้านเทคโนโลยี ในปัจจุบันธุรกิจใ้แก่ตัว ได้นำเครื่องจักรมาใช้เพื่อทุ่นแรงคนในการคัดแยกขนาด แยกเบอร์ของใ้แก่ และนำเครื่องมาใช้สำหรับการฝักใ้ เพื่อเร่งการเจริญเติบโต และเทคโนโลยี ทำให้สามารถควบคุมดูแลกิจการได้ตลอดเวลา โดยการใช้คอมพิวเตอร์ ในการดำเนินกิจการต่าง ๆ เช่น ควบคุมเครื่องจักรคัดใ้ เครื่องฝักใ้ เครื่องอบฆ่าเชื้อ เครื่องให้อาหารสัตว์ เทคโนโลยีได้เข้ามาช่วยในธุรกิจใ้แก่ตัวเป็นอย่างมาก

2.2.5 ปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อม

สภาพอากาศที่แปรปรวนส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับปริมาณและคุณภาพของผลผลิตใ้แก่ตัว ประเทศไทยเจอกับปัญหาภัยแล้ง ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตใ้แก่ตัวในปี 2562 มีปริมาณน้อยกว่าทุกปี และมีจำนวนผลผลิตที่ได้รับมีคุณภาพต่ำ ทำให้สินค้ามีราคาที่สูงขึ้น

สรุปด้านสภาวะแวดล้อม มีผลโดยตรงกับธุรกิจใ้แก่ตัว เพราะสภาพอากาศที่แปรปรวนทำให้ปริมาณและคุณภาพของใ้แก่ตัวต่ำ แม้ใ้แก่ตัวให้ผลผลิตที่น้อย และมีใ้แก่ตัวมี ขนาดเพราะมีความเครียดสูง

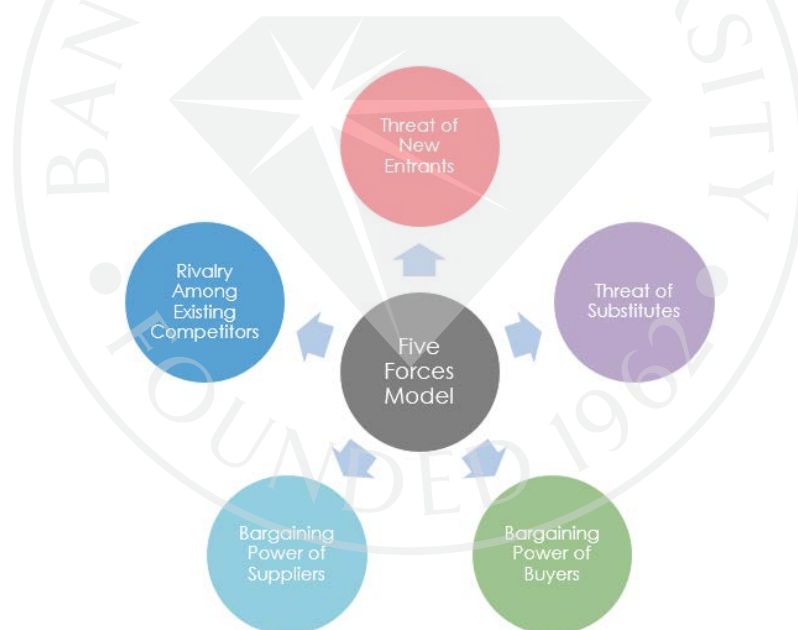
2.2.6 ปัจจัยด้านกฎหมาย และกฎระเบียบ

กิจการมีความรับผิดชอบด้านค่าจ้างพนักงาน คนงานรายวันถูกปรับขึ้นเป็น 300 บาทต่อวัน กิจการต้องชำระค่าจ้างให้กับพนักงานที่ทำหน้าที่เก็บและคัดแยกไข่ไก่ดำ ซึ่งอัตราค่าจ้างที่เพิ่มขึ้น ส่งผลกับค่าใช้จ่ายของกิจการ ซึ่งหากในอนาคตมีการปรับค่าจ้างขึ้นต่ำขึ้นอีก อาจส่งผลกับกิจการมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันเศรษฐกิจค่อนข้างฝืดเคือง ประชาชนใช้จ่ายน้อยลง ทำให้การจำหน่ายสินค้าได้ช้าลง

สรุปด้านกฎหมาย มีผลโดยตรงกับธุรกิจในเรื่องค่าแรงงานขั้นต่ำ ที่ใช้จ้างพนักงาน ทำให้ธุรกิจต้องแบกรับค่าใช้จ่ายที่มากขึ้น และทำให้ราคาของสินค้าต้องปรับสูงขึ้น เพื่อให้สมดุลกับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกโดยใช้เครื่องมือ Five Forces ในการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ

ภาพที่ 2.2: Porter's Five forces analysis



ที่มา: Visual Paradigm. (ม.ป.ป.). *Porter's Five forces analysis*. สืบค้นจาก

<https://online.visual-paradigm.com/diagrams/tutorials/five-forces-analysis-tutorial/>

จากภาพที่ 2.2 แสดงโครงสร้างของ Porter's Five forces analysis ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้านได้แก่

- การแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรม
- ช่องทางผู้จัดหาวัตถุดิบ
- การต่อรองของลูกค้า
- สินค้าทดแทน
- การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่

2.1.1 การแข่งขันภายในตลาดเดียวกัน (Industry Rivalry)

ตลาดไข่ไก่ดำ นั้นเป็นส่วนย่อยที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งจะมีการแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรมและจำนวนคู่แข่งค่อนข้างสูง แต่มีสัดส่วนอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมที่สูงและมีโอกาสเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ จึงคาดว่ามีความว่างในการแข่งขันเพราะสินค้าในตลาดไม่มีความแตกต่างและกลยุทธ์ของคู่แข่งมีความหลากหลายน้อย

2.1.2 ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of new entrants)

ตลาดไข่ไก่ดำ เป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงซึ่งคู่แข่งรายใหม่สามารถเข้าไปได้ง่าย เนื่องจากปัจจุบันมีโรงงานที่ผลิตไข่ไก่ดำขึ้นมาหลายรายและมีผู้ประกอบการสนใจหันมาเลี้ยงไก่ไข่มากขึ้น เพราะเป็นธุรกิจที่เริ่มลงทุนด้วยทุนไม่สูงมาก ก็สามารถเป็นเจ้าของธุรกิจได้

2.1.3 อำนาจต่อรองของผู้จัดหา (Bargaining power of suppliers)

อำนาจในการต่อรองของผู้จัดหา มีสูงเนื่องจากโรงงาน OEM มีการผลิตบรรจุภัณฑ์ให้กับสินค้าใหญ่ที่มีปริมาณผลการผลิตสูงกว่า

2.1.4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of substitutes)

ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนของธุรกิจนี้คือไข่ไก่ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ไข่ไก่ ไข่เป็ด ไข่นกกระทา ไข่เยี่ยวม้า ไข่เค็ม

2.1.5 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargain power of buyers)

เนื่องจากสินค้ามีสินค้าทดแทนสูงและมีผู้ขายในอินเทอร์เน็ตหลายราย ทำให้ผู้บริโภคมีหลายทางเลือกในการซื้อ ลูกค้าจึงมีอำนาจการต่อรองสูง

2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง

การวิเคราะห์คู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม สามารถช่วยให้ธุรกิจดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นอย่างมากที่ต้องศึกษาคู่แข่ง และสามารถแยกคู่แข่งออกเป็นคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อมอย่างถูกต้อง และนำมาวิเคราะห์และสร้างความได้เปรียบให้กับกิจการได้

2.2.1 คู่แข่งขันทางตรงและทางอ้อม

คู่แข่งขันทางตรงและคู่แข่งขันทางอ้อมมีความแตกต่างกันคือ คู่แข่งขันทางตรงเป็นคู่แข่งขันที่มีสินค้าหรือบริการเหมือนกับสินค้าของกิจการ เป็นสินค้าประเภทเดียวกัน สินค้าตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มใกล้เคียงกัน ส่วนคู่แข่งขันทางอ้อมเป็นคู่แข่งขันที่สินค้าสามารถใช้ทดแทนสินค้าของกิจการได้ การวิเคราะห์คู่แข่งขันแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

คู่แข่งขันทางตรง
ฟาร์มไข่ไก่ดำทั่วประเทศ ตลาดนัด
คู่แข่งขันทางอ้อม
ไข่ไก่ทั่วไป หรือ ไข่เป็ด ไข่นกกระทา

2.2.1.1 คู่แข่งขันทางตรง

คู่แข่งขันทางตรงของกิจการคือ ไข่ไก่ดำ สามารถอธิบายรายละเอียดของแบรนด์ต่าง ๆ ด้านสินค้า ราคา และช่องทางจำหน่าย อีกทั้งยังมีการวิเคราะห์จุดเด่น และจุดด้อยของสินค้าได้ดังนี้

2.2.1.1.1 ฟาร์มทิพนเตร

ภาพที่ 2.3: ฟาร์มไข่ไก่ดำ สายพันธุ์เคยู-ภูพาน จังหวัดลพบุรี ประเภทตลาดไก่ดำเพื่อสุขภาพ



ที่มา: เทคโนโลยีปศุสัตว์. (2560). ทิพนเตร ฟาร์มไข่ไก่ดำเคยู. สืบค้นจาก

https://www.technologychaoban.com/livestock-technology/article_38878

ประวัติและที่มา: ทิพนตร ฟาร์มไก่ดำเคยู ภูพาน เป็นฟาร์มที่เพาะเลี้ยงไก่ดำ ที่อยู่ใน จังหวัดลพบุรี เหตุผลที่เขาเลี้ยงไก่ดำ เริ่มต้นมาจากความชอบการเลี้ยงไก่ชน และได้หันมาเลี้ยงไก่ไข่ออก แต่เจอวิกฤติน้ำท่วมปี 54 ทำให้ไก่ตาย จึงได้หาข้อมูล และได้พบไก่ดำ สายพันธุ์ภูพาน ที่มีความ แข็งแรง ปรับตัวเข้ากับพื้นที่ได้ง่าย โตเร็ว และขายได้ราคาสูง ประกอบกับช่วงนั้น มีกระแสรักษา สุขภาพ ผู้บริโภคต้องการอาหารที่ช่วยเสริมสร้างร่างกาย จึงได้ศึกษาและนำมาทดลองเลี้ยง วิธีการ เลี้ยงไก่นั้นคล้ายกับการเลี้ยงไก่ชน ไก่ปกติ แต่อาจต้องมีการให้อาหารเสริมและไก่ดำ ใช้เวลาเลี้ยง สั้น โตเร็ว และจากการทดลองเลี้ยง ทำให้มีไก่ดำเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เขาเลยตัดสินใจขยายฟาร์มและ ขยายพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ และเป็นการสร้างรายได้ให้คนในชุมชน และได้มีการขายไก่เนื้อควบคู่ไปด้วย และ ได้ลงไปเปิดตลาดขายเอง และได้ติดต่อตามห้างเพื่อส่งขาย และมีการขายออนไลน์ควบคู่ ธุรกิจมีการ เติบโตอย่างรวดเร็ว และได้มีการร่วมมือกับชาวบ้าน จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่ดำบ้านกระเบา เรียง

สินค้า: ไช้ไก่ดำสายพันธุ์เคยู ภูพาน

ราคา: ฟองละ 6 บาท

ช่องทางจัดจำหน่าย: ขายในออนไลน์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ห้างสรรพสินค้าและตลาด

จุดเด่น: เป็นฟาร์มแบบออแกนิก เลี้ยงตามธรรมชาติ บุคลิกขงเจ้าของทำให้ลูกค้าไว้วางใจ

จุดด้อย: ราคาค่อนข้างสูงกว่าคู่แข่งรายอื่น

ไม่ได้ขายไช้ไก่ดำเป็นหลัก

2.2.1.1.2 ไก่ดำกินดีฟาร์ม

ภาพที่ 2.4: ไก่ดำกินดีฟาร์ม



ที่มา: Facebook. (2017). ไก่ดำกินดีฟาร์ม. สืบค้นจาก <https://www.kindeefarm.com>

ประวัติและที่มา: ไก่ดำกินดีฟาร์ม เป็นฟาร์มที่เลี้ยงไก่ไข่ดำ สายพันธุ์ภูพาน เลี้ยงด้วยวิธีธรรมชาติคือเลี้ยงแบบเปิด ใช้สมุนไพรในการเลี้ยง ประกอบด้วย 5 ชนิด ได้แก่ ฟ้าทลายโจร บอระเพ็ด ขมิ้นชัน กระจับปี่ดำ กวาวเครือดำ และใช้อาหารที่มาจากธรรมชาติ 4 ชนิด ได้แก่ ข้าวโพด บด หยวกกล้วยสับ รำข้าว กากมะพร้าว มั่นใจด้วยระบบฟาร์มที่สะอาด ปลอดภัย ปลอดภัย ได้มาตรฐาน GAP และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กลุ่มเป้าหมายของกินดีฟาร์ม คือ ทุกเพศทุกวัย แต่ละเน้นกลุ่มคน ได้แก่ เด็กผู้ชายตัวเล็กผอมบาง ป่วยบ่อย ภูมิแพ้ เพราะไข่ไก่ดำมีโปรตีน สูงมากกว่าเนื้อไก่ทั่วไปถึง 22.17% มีกรดอะมิโนและแร่ธาตุสำคัญที่ร่างกายต้องการ คุณแม่หลังคลอด ช่วยบำรุงเลือดและฟื้นฟูร่างกายจากการคลอดบุตรกลับคืนมาอย่างรวดเร็ว ช่วยทำให้ร่างกายอบอุ่น น้่านมไหลเวียนดีขึ้น คุณผู้หญิง มีไขมันต่ำกว่าเนื้อไก่ทั่วไป แคลอรีต่ำ มีสารคาร์โบโนซิน เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ ชะลอความแก่ ลดริ้วรอยเหี่ยวย่น ลดการเกิดฝ้า ผู้สูงอายุ เนื้อไก่ดำมีสารเมลานินที่ช่วย ลดอัตราการเกิดโรคมะเร็ง โรคหัวใจ ลดคอเลสเตอรอล ลดโอกาส การเกิดไขมันอุดตันในเส้นเลือด และเบาหวาน เด็กหญิง หมดกังวลกับสารเร่งโต ยาปฏิชีวนะต่าง ๆ เพราะไก่ดำกินดีฟาร์มไม่ใช้สาร วัคซีน ยาปฏิชีวนะทุกชนิด ผู้ใหญ่วัยทำงาน

สินค้า: ไข่ไก่ดำ

ราคา: ไข่ไก่ดำปลอดสาร 6 ฟอง 89 บาท

ไข่ไก่ดำปลอดสาร 10 ฟอง 139 บาท

ไก่ดำปลอดสาร กิโลกรัมละ 449 บาท

ช่องทางจำหน่าย: Facebook

จุดเด่น: ไก่ดำกินดีฟาร์มเลี้ยงด้วยอาหารที่มาจากธรรมชาติ ใช้น้ำหมักจุลินทรีย์ชีวภาพจากสุดยอดสมุนไพรไทย 5 ชนิด เลี้ยงด้วยวิธีธรรมชาติ ปลอดภัย ไม่ใช้ยาปฏิชีวนะ มีการจัดส่งด้วยรถห้องเย็นทำให้สินค้า อยู่ในสภาพสดใหม่จนถึงมือลูกค้า

จุดด้อย: ราคาสูงกว่าคู่แข่งรายอื่น

2.2.1.1.3 สูงเนินฟาร์ม

ภาพที่ 2.5: สูงเนินฟาร์ม ไก่ดำพันธุ์แท้ จังหวัดนครราชสีมา



ที่มา: ปศุศาสตร์ นิวส์. (2560). สูงเนินฟาร์ม. สืบค้นจาก <https://shorturlenoo.com/3pY7Tul>

ประวัติและที่มา: คุณปณิธิ บุญมาและคุณวิไลพร สกุงลงาม เจ้าของสูงเนินฟาร์ม เพาะเลี้ยง “ไก่ดำสายพันธุ์อินโดนีเซีย และ ไก่ดำสายพันธุ์มอญโกเลีย พันธุ์แท้ จัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก เริ่มต้นจากความชื่นชอบการเลี้ยงสัตว์เป็นทุนเดิม เริ่มต้นจากการทำฟาร์มเลี้ยงสุนัข ทำเกือบ 20 ปี และทำอาชีพเป็นเกษตรกร เลี้ยงควาย วัว ม้า แพะ แกะ และห่าน และด้วยพื้นที่ ที่มีอยู่อย่างจำกัดไม่เหมาะกับการเลี้ยงสัตว์ใหญ่ จึงมองหาสัตว์ที่มีขนาดเล็ก สามารถควบคุมและบริหารการจัดการได้ง่าย ถึงคิดว่าเลี้ยงไก่ และต้องการเลี้ยงไก่ที่มีความแตกต่างจากคนอื่น จึงเริ่มจากนำไก่ดำมอญโกเลีย มาเพาะเลี้ยงหลังจากนั้นต้องการสร้างความแตกต่างในการเลี้ยงไก่ดำ จึงนำ ไก่ดำอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นไก่ที่ดำที่สุดในโลก

สินค้า: ไก่ไข่ดำ สายพันธุ์อินโดนีเซีย และ ไก่ดำมอญโกเลีย

ราคา: ไข่ดำ ฟองละ 50 บาท เพราะนิยมนำไปฟักเป็นลูกพันธุ์เป็นไก่เนื้อ

ช่องทางจำหน่าย: ออนไลน์

จุดเด่น: เป็นฟาร์มมีเลี้ยงหลายสายพันธุ์

จุดด้อย: ไม่ค่อยจำหน่ายไข่ไก่ดำ มีราคาสูงมาก

2.2.1.2 คู่แข่งทางอ้อม

คู่แข่งทางอ้อมของกิจการคือ ไข่ไก่ปกติ ที่สามารถทดแทนไข่ไก่ดำได้ สามารถอธิบายรายละเอียดของแบรนด์ต่าง ๆ ด้านสินค้า ราคา และช่องทางจำหน่าย อีกทั้งยังมีการวิเคราะห์จุดเด่นและจุดด้อยของสินค้าได้ดังนี้

2.2.1.2.1 แสงทองฟาร์ม

ภาพที่ 2.6: แสงทองฟาร์ม



ที่มา: STF Thailand. (2559). ฟาร์มแสงทอง. สืบค้นจาก <https://shorturlenoo.com/voqK1ty>

ประวัติและที่มา: การเลี้ยงไก่ไข่ของบริษัท แสงทองสหฟาร์ม ได้นำเทคโนโลยีขั้นสูงมาใช้เรื่องควบคุมน้ำ อาหาร ฟาร์มเป็นระบบปิด มีรั้วรอบชิดเจน การเข้าออกมีระบบพ่นยาฆ่าเชื้อ สำหรับมูลไก่ ได้นำมาประยุกต์เป็นก๊าซชีวภาพ ใช้สำหรับผลิตกระแสไฟฟ้า ซึ่งเป็นการลดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมอีกทาง ปัจจุบัน แสงทองสหฟาร์ม มีแม่พันธุ์ไก่ไข่ชั้นดี จำนวนกว่า 3.8 ล้านตัว

สินค้า: ไข่ไก่ ไข่เป็ด ไข่เยี่ยวม้า

ราคา: ไข่ไก่ 10 ฟอง ไซส์ XL ราคา 75 บาท

ช่องทางจำหน่าย: Tesco Lotus และห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป , Facebook

จุดเด่น: ไข่ไก่สดใหม่ ขนส่งรวดเร็ว มีมาตรฐานความปลอดภัย

จุดด้อย: เป็นไม้ที่ถูกเลี้ยงแบบระบบปิด อยู่ในทรงขังเล็ก ๆ

2.2.2 เปรียบเทียบคู่แข่งชั้นธุรกิจ

กิจการได้ทำการเปรียบเทียบคู่แข่งชั้นทางตรงในด้านสินค้า ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และ กิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยแสดงรายละเอียดการวิเคราะห์ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1: เปรียบเทียบคู่แข่งทางตรงกับกิจการ

แบรนด์	ฟาร์มทิพนเนตร	ฟาร์มกินดี	ฟาร์มสูงเนิน	ซูเปอร์ เอ็ก
สินค้า	- ไข่ไก่ดำสายพันธุ์เคยู ภูเขา	- ไข่ไก่ดำ	- ไข่ไก่ดำ สายพันธุ์อินโดนีเซีย และ ไข่ไก่ดำมองโกเลีย	- ไข่ไก่ดำสายพันธุ์ภูเขา
ราคา	- ฟองละ 6 บาท	- ไข่ไก่ดำปลอดสาร 6 ฟอง 89 บาท - ไข่ไก่ดำปลอดสาร 10 ฟอง 139 บาท - ไข่ไก่ดำปลอดสาร กิโลกรัมละ 449 บาท	- ไข่ไก่ดำ ฟองละ 50 บาท เพราะนิยมนำไปฟักเป็นลูกพันธุ์เป็นไก่เนื้อ	- ฟองละ 7 บาท
ช่องทางจำหน่าย	- ขายในออนไลน์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ห้างสรรพสินค้า และตลาดในจังหวัดลพบุรี	- ออนไลน์	- Facebook	- Website - Facebook - Instagram - Line
ส่งเสริมการขาย				- สะสมแต้มซื้อครบ 10 ครั้ง รับส่วนลด 5% - กิจกรรมรับส่วนลด

จากตารางที่ 2.1 แสดงการเปรียบเทียบสินค้าของคู่แข่งชั้นทางตรงกับสินค้าของกิจการสามารถวิเคราะห์ในด้านสินค้า ราคาจำหน่าย ช่องทางจำหน่าย และกิจกรรมส่งเสริมการขายดังนี้

1) สินค้า

แบรนด์ซูเปอร์ เอ็ก ซึ่งเป็นแบรนด์ของกิจการ มีความใกล้เคียงกับสินค้าของแบรนด์ทิพเนตร ที่เป็นผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ดำ ซึ่งมีจุดต่างกับที่แบรนด์ ทิพเนตร ไม่มีการส่งเสริมการขาย แต่กิจการมีการส่งเสริมการขาย มีการทำโปรโมชั่น

2) ราคาจำหน่าย

ราคาจำหน่ายของแบรนด์ ทิพเนตรมีราคาใกล้เคียงกับกับแบรนด์ ซูเปอร์ เอ็ก ส่วนกินดี ฟาร์มมีราคาจำหน่ายที่สูง

3) ช่องทางจำหน่าย

ทุกแบรนด์เน้นการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งช่องทางออนไลน์ที่ผู้ประกอบการเกือบทุกรายนิยมใช้มากที่สุดคือ Facebook

4) กิจกรรมส่งเสริมการขาย

แบรนด์เดียวที่มีจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายคือ แบรนด์ซูเปอร์ เอ็ก สะสมแต้มซื้อครบ 10 ครั้ง รับส่วนลด 5% และกิจกรรมรับส่วนลดสินค้าผ่านทางหน้าFacebook

บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

3.1 การประเมินศักยภาพธุรกิจ

ประเมินศักยภาพของธุรกิจ โดยใช้เครื่องมือ SWOT ในการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ

ภาพที่ 3.1: SWOT Analysis



ที่มา: กลยุทธ์การตลาดออนไลน์. (2561). วิเคราะห์องค์กรด้วย SWOT Analysis. สืบค้นจาก <https://www.xn--12ca1ddigka8enrgc4ia8ed4hulofna.com/11/swot-analysis/>

จากภาพที่ 3.1 แสดงภาพ SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กรในปัจจุบัน แบ่งเป็น 2 ด้านได้แก่ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก เพื่อค้นหา Strengths จุดแข็ง, Weaknesses จุดอ่อน, Opportunities โอกาสที่สามารถดำเนินการได้ และ Threats ความเสี่ยง หรือ อุปสรรคต่างๆที่มีต่อการดำเนินการขององค์กร

3.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กรภายใน

จุดแข็ง : ในรูปแบบขององค์กรขนาดเล็กผู้บริหารสามารถเข้าไปดูแลและเข้าถึงปัญหาได้อย่างรวดเร็วแล้วสามารถแก้ไขได้ทันที

จุดอ่อน : พนักงานยังขาดความรู้และมีความเชี่ยวชาญในการทำฟาร์มไก่ไข่ดำ

ปัจจัยทางการตลาด

จุดแข็ง : พนักงานรับคำสั่งซื้อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
ของกิจการในพื้นที่จังหวัดระยอง

จุดอ่อน : เนื่องจากเป็นกิจการหน้าใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพมากนัก
ปัจจัยด้านการผลิต

จุดแข็ง : ทางฟาร์มได้ใช้เครื่องจักรในการทำงาน เพื่อลดความผิดพลาดในการผลิตสินค้า
การทำงานจะทำตามขั้นตอนมาตรฐานของสินค้า

จุดอ่อน : ธุรกิจยังขาดประสบการณ์หากเกิดข้อผิดพลาดอาจไม่สามารถรับมือกับความ
เสียหายได้ทั้งหมดปัจจัยการลงทุน

จุดแข็ง : ลงทุนเองทั้งหมด ทำให้สินค้ามีราคาต่ำ เพราะไม่ต้องเสียดอกเบี้ยธนาคาร

จุดอ่อน : การเปิดกิจการใหม่ทำให้เกิดการลงทุนด้วยเงินจำนวนมาก

3.1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยด้านกฎหมาย

โอกาส : การได้รับการรับรองจากมาตรฐานสินค้าเกษตรประเภทไข่ไก่ดำ ที่ทำให้ผู้บริโภค
เกิดความเชื่อมั่นในตัวสินค้าที่ผลิตจากฟาร์มของเรา

อุปสรรค : การขนส่งในบางพื้นที่ของจังหวัดระยองและจังหวัดใกล้เคียง ได้มีการดูแลความ
ปลอดภัยด้านการขนส่งอย่างเข้มงวดจากเจ้าหน้าที่ จะต้องทำใบอนุญาตสัตว์ระหว่างจังหวัด

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

โอกาส : ปัจจุบันกระแสการดูแลสุขภาพ และการนิยมบริโภคสินค้าที่มีประโยชน์

ถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับสินค้าของฟาร์มที่เป็นสินค้าเกษตรปลอดภัย

อุปสรรค : ไข่ไก่ดำที่เลี้ยงแบบเปิดนั้นยังไม่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายและเป็นเรื่องที่ยาก
สำหรับการเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยด้านประชากร

โอกาส : จังหวัดระยอง มีประชากร 674,393คนเป็นประชากรที่ลงทะเบียนและยังมีคน
จำนวนมากที่ยังไม่ได้ลงทะเบียน ซึ่งถือว่ามีโอกาสขายเพิ่มมากขึ้น

อุปสรรค : การลดลงของจำนวนประชากรโดยรวมในประเทศไทย

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

โอกาส : จังหวัดระยอง ถือเป็นเมืองเศรษฐกิจในภาคตะวันออก

อุปสรรค : สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของปี 2562 ผู้บริโภคมีความรู้ระมัดระวังในการใช้จ่าย
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

โอกาส : จังหวัดระยองเริ่มเป็นสังคมสำหรับอุตสาหกรรม ทำให้คนเมืองยังต้องการสินค้า
ที่มาจากแหล่งธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น

อุปสรรค : มีมาตรการการป้องกันที่รัดกุมและเฝ้าระวังอย่างเข้มงวดในการเกิดโรคระบาด
ในสัตว์ปีก

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

โอกาส : การเติบโตอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี ทำให้ธุรกิจได้มีช่องทางการติดต่อสื่อสารได้
หลากหลายช่องทาง

อุปสรรค : การที่เทคโนโลยีเข้ามาเสริมทำให้ธุรกิจมีการเจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้น และทำให้
แข่งขันสามารถเจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

ปัจจัยด้านนโยบายรัฐบาล

โอกาส : ด้านรัฐบาลได้มีนโยบายที่จะช่วยสนับสนุนสินค้าเกษตรมากขึ้น

อุปสรรค : การขัดแย้งทางการเมืองของรัฐบาล

การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม

การจัดการองค์กร กิจกรรมมีการดำเนินการ ในเรื่องการขอใบรับรองมาตรฐานเพื่อให้เป็นไป
ตามข้อกำหนดของผู้จำหน่ายไข่ไก่ดำ เพื่อตอบสนองกับความต้องการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์
ต่อสุขภาพ โดยจะเน้นทำการตลาดเป็นหลักในจังหวัดระยอง เพราะเป็นแหล่งที่มีประชากรเป็น
จำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นเมืองเศรษฐกิจ ทำให้ประชากรมีความต้องการที่จะบริโภคสินค้าที่มาจาก
วัตถุดิบธรรมชาติสูง และด้วยประชากรในปัจจุบันส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเมือง ทำให้สินค้าที่มาจาก
ธรรมชาติยิ่งได้รับความนิยมมากขึ้นตาม

ด้านการตลาด เนื่องจากการได้รับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรประเภทไข่ไก่ และฟาร์ม
ต้องการสร้างความเชื่อมั่นและเชื่อใจให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและเพื่อนำไปประกอบอาหารเพื่อ
สุขภาพ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ในช่วงเริ่มต้นของธุรกิจจะมีการติดต่อสื่อสารเพื่อให้ผู้ที่มีความ
สนใจในตัวสินค้าได้ เพื่อทำการซื้อซ้ำ

ด้านการผลิต เพื่อให้เป็นไปตามขั้นตอนของการดูแลความปลอดภัย กิจกรรมจะมีการวางกล
ยุทธ์และการผลิตให้เหมาะสมกับการทำการตลาดของจังหวัดระยอง และควบคุมคุณภาพของการ
ผลิตโดยจะเข้าไปตรวจสอบในทุกขั้นตอนด้วยตัวเอง

การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ เพื่อไขแก้ปัญหาลดอ่อนและอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้กับกิจการ

ด้านการบริหารจัดการและการผลิต เนื่องจากธุรกิจมีขนาดเล็ก และบุคลากรแต่ละหน่วยมี
ความเชี่ยวชาญในการทำงานฟาร์มไข่ไก่ดำไม่เพียงพอ ฟาร์มจึงมีนโยบายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจาก

เกษตรกรที่เลี้ยงไก่ไข่ดำฟาร์มอื่น จากการไปดูหน้างานจริง และจะการโทรสอบถามปัญหาที่ได้อพบเจอ เพื่อจะได้แก้ไขปัญหาได้ทันที่

3.2 แผนกลยุทธ์

พันธกิจ : ผลิตสินค้าเพื่อการเกษตรที่ปลอดภัย ดำเนินตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

วิสัยทัศน์ : เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรให้เป็นที่ยอมรับของคนทุกเพศ ทุกวัย และสร้างเชื่อมั่นในตัวขอ
สินค้าของฟาร์มซูเปอร์เอ็ก สุขภาพ สร้างความแตกต่างในตลาดไข่ไก่,พัฒนาช่องทางการขายรูปแบบ
ใหม่ให้ตรงกับผู้บริโภค

เป้าหมาย : ด้านการผลิต กิจกรรมจะมีการเพิ่มการผลิตโดยการเพิ่มพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ไก่ดำ เพิ่มอีก
15,000 ตัว ภายในระยะเวลา 1 ปี, ด้านสินค้า ฟาร์มจะมีใบรับรองจากหน่วยงานมารับเพื่อสร้าง
ความเชื่อมั่นและมีงานวิจัยมาช่วยยืนยันด้านสรรพคุณ ด้านลูกค้า กิจกรรมจะยึดลูกค้ารายเก่าให้คงอยู่
และเพิ่มลูกค้าใหม่ร้อยละ 30 ภายในระยะเวลา 1 ปี

ระยะเวลา 1 ปี สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก เพิ่มลูกค้าใหม่ร้อยละ 30 ภายในระยะเวลา 1 ปี

ระยะเวลา 2 – 4 ปี เพิ่มการเลี้ยงไก่ดำปีละ 10,000 ตัว และ เพิ่มยอดขายอย่างต่ำ 200%

ระยะเวลา 5 ปี ขยายโรงงาน เพื่อรองรับการส่งออกไปสู่อาเซียน

วัตถุประสงค์ของธุรกิจ : มีกำไรจากการขายสินค้าเพิ่มขึ้น 200% ต่อปี

แนวทางกลยุทธ์องค์กร

กลยุทธ์องค์กรมุ่งเน้นการเติบโตด้วยการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้า
มากขึ้น เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าและขยายธุรกิจเข้าไปในตลาดใหม่โดยการส่งออกสินค้าไปขายในประเทศ
แถบอาเซียน

3.3 การวิเคราะห์ผู้บริโภค

ไก่ไข่เป็นวัตถุดิบที่คนไทยทุกคนควรบริโภคไม่ได้ กำลังซื้อไม่ลดลง เพราะไข่ไก่เป็นอาหารที่
สามารถประกอบอาหารได้หลากหลายเมนู รับประทานได้ทุกเพศ ทุกวัย และยังเมื่อเกิดกระแสรัก
สุขภาพกันมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคใส่ใจการรับประทานมากขึ้น ข้าพเจ้าเล็งเห็นจุดนี้ เลยเลือกที่จะนำ
ธุรกิจไข่ไก่ดำ เข้ามาตีตลาดคนรักสุขภาพ เพราะไข่ไก่ดำมีคุณประโยชน์มากกว่าไข่ไก่ทั่วไปสูง เหมาะ
สำหรับคนที่ดูแลสุขภาพโดยตรง เมื่อมีการวางแผนการตลาด มีการสร้างจุดยืนและจุดเด่นให้สินค้า
จะสามารถขยายตลาดไข่ไก่ดำให้มียอดขายได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยการเพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย

3.3.1 ข้อมูลที่ต้องการจากการทำแบบสอบถาม

3.3.1.1 มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า เนื่องด้วยไข่ไก่ดำเลี้ยงแบบเปิด ยังเป็นสินค้าที่ประชาชนยังไม่ค่อยรู้จักมากนัก มีเฉพาะบางกลุ่มที่รู้จักและบริโภค ดังนั้นการได้ข้อมูลชนิดนี้มาเพื่อเป็นการสำรวจตลาดภายในพื้นที่จังหวัดระยองที่

3.3.1.2 ความต้องการจากผู้บริโภคกับราคา จะนำเอามาเพื่อรับรู้ความต้องการว่าสินค้าตอบสนองกับความคาดหวังของผู้ให้ข้อมูลหรือไม่ และราคาที่สูงกว่าไข่ไก่ที่ขายโดยทั่วไปจะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออย่างไร

3.3.1.3 วิธีการซื้อสินค้า บริการจัดส่ง และการประกันสินค้า ข้อมูลชนิดนี้จะนำเอามาเพื่อรับรู้ว่าคุณให้ข้อมูลมีประสบการณ์ และทัศนคติต่างๆ ที่มีต่อการซื้อของในช่องทางออนไลน์อย่างไร เพื่อนำมาปรับใช้กับการขายของ

3.3.1.4 ความปลอดภัยและแสดงหน่วยงานรับรอง ข้อมูลเพื่อเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า

3.3.1.5 คู่แข่งของไข่ไก่ดำแบบเปิด ทางตรงและสินค้า ทดแทน ข้อมูลนี้ถือเป็นข้อมูลที่มีสำคัญเพื่อนำมาวิเคราะห์หา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค

3.1.2 ข้อมูลที่ต้องการจากเอกสารอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ

3.1.2.1 หน่วยงานและเอกสารงานวิจัยของสถาบันการศึกษาได้มีการรวบรวมมาใช้วิเคราะห์การพัฒนากิจการ

3.1.2.2 วารสาร บทความ นำชี้แนะจากผู้รู้

3.1.3 วิธีการเก็บข้อมูล

มีการลงไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลผ่านแบบสอบถามภายในสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ เช่น ตลาดสด ซุปเปอร์มาร์เก็ต ตลาดตอนเช้า ถนนคนเดิน และงานเทศกาลแสดงสินค้าเกษตร ใช้เวลาในการสอบถาม ประมาณ 3- 5 นาที และทำแบบสอบถามออนไลน์

3.1.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเป็นการเก็บข้อมูลโดยการแบ่งหัวข้อ สัมภาษณ์ตามของแบบสอบถาม ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

3.1.4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.1.4.2 ความรู้เกี่ยวกับไข่ไก่ดำที่เลี้ยงแบบเปิด

3.1.4.3 สอบถามช่องทางที่สามารถซื้อสินค้าและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้า

3.1.5 กลุ่มเป้าหมายที่ให้สัมภาษณ์ข้อมูล

กลุ่มเป้าหมายที่เป็น เพศหญิงช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป มีความชอบประกอบอาหารรับประทานทานเองที่บ้าน และวิธีการเลือกซื้อสินค้า และรู้จักวิธีการใช้การสั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์

3.1.6 จำนวนของผู้ที่ให้สัมภาษณ์ข้อมูล

มีผู้ที่ให้สัมภาษณ์ในการทำแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 100 ชุด

3.1.6.1 สรุปผลการทำแบบสอบถาม

ตารางที่ 3.1: ตารางสรุปผลการทำแบบสอบถาม

หัวข้อ	ผลการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	21	21
	หญิง	79	79
อายุ	อายุ 41 ปีขึ้นไป	45	45
	อายุ 36 – 40 ปี	25	25
	อายุ 31 – 35 ปี	30	30
การศึกษา	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	68	68
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	32	32
อาชีพ	พนักงานเอกชน	21	21
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	29	29
	ธุรกิจส่วนตัว	50	50
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	มากกว่า 30,000 บาท	31	31
	25,000 – 30,000 บาท	47	47
	10,001 – 15,000 บาท	22	22

ตารางที่ 3.2: ตารางสรุปผลการวิจัยศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคไข่ไก่ดำแบบเปิด(1)

หัวข้อ	ผลการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ทำอาหารรับประทาน เองที่บ้านกี่ครั้งต่อ สัปดาห์	น้อยกว่า 3 ครั้ง	34	34
	3-6 ครั้งต่อสัปดาห์	26	26
	มากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์	40	40
มีผู้ร่วมทานอาหารที่ทำ เองกี่ท่าน	1 คน	28	28
	2-3 คน	42	42
	มากกว่า 3 คน	30	30
สถานที่ที่ไปซื้อไข่ไก่ดำ มาประกอบอาหาร	ตลาดสด	76	76
	ร้านขายของขนาดเล็ก	5	5
	ซูเปอร์มาเก็ต	13	13
	ร้านสะดวกซื้อ	3	3
	รถเร่ขาย	2	2
	ฟาร์มไข่ไก่	1	1
ผู้ที่รู้จักไข่ไก่ดำที่เลี้ยง แบบเปิด	รู้จัก	68	68
	ไม่รู้จัก	32	32
ผู้ที่เคยซื้อไข่ไก่ดำแบบ เปิด	ซื้อเป็นประจำ	18	18
	เคยซื้อบ้าง	24	24
	ไม่เคยซื้อ	58	58
ความสนใจที่จะซื้อ บริโภคหลังการรับรู้	ซื้อ	92	92
	ไม่ซื้อ	8	8
ช่วงราคาของผู้บริโภค พอใจ	ต่ำกว่า 5 บาท	56	56
	5-7 บาท	32	32
	8-10 บาท	12	12
บรรจุภัณฑ์ควรบรรจุไข่ ไก่ไว้กี่ฟองจึงจะ เหมาะสม	6 ฟอง	28	28
	12 ฟอง	48	48
	30 ฟอง	24	24

ตารางที่ 3.3: ตารางสรุปผลการวิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภคไปไก่ดำแบบเปิด(2)

หัวข้อ	ผลการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
พฤติกรรมการใช้ แอปพลิเคชันมากที่สุด ต่อวัน(ลำดับที่1)	Line	58	58
	Facebook	39	39
	Youtube	3	3
พฤติกรรมการใช้ แอปพลิเคชันมากที่สุด ต่อวัน(ลำดับที่2)	Facebook	49	49
	Line	38	38
	Youtube	13	13
พฤติกรรมการใช้ แอปพลิเคชัน มากที่สุด ต่อวัน(ลำดับที่3)	Youtube	53	53
	Instagram	19	19
	Line	28	28
อัตราการซื้อของผ่าน ช่องทางออนไลน์	น้อยกว่า1 ครั้งต่อเดือน	54	54
	2 - 4 ครั้งต่อเดือน	26	26
	1 ครั้งต่อเดือน	20	20
ระยะเวลาในการ จัดส่งสินค้าออนไลน์ที่ พึงพอใจ	2 - 3 วันนับจากสั่งสินค้า	86	86
	4 - 7 วันนับจากการสั่งสินค้า	11	11
	ไม่เคยซื้อ	3	3
ความคาดหวังที่มีต่อ บรรจุภัณฑ์	ปกป้องสินค้าไม่ให้เกิดเสียหาย	54	54
	สื่อสารและบ่งบอกความเป็นสินค้า	15	15
	มีการระบุวันผลิตและวันหมดอายุ	28	28
	มีวัสดุและการออกแบบที่ทันสมัย	3	3
ความคาดหวังที่มีต่อ พนักงานจัดส่ง	มีชำนาญและรู้เกี่ยวกับสินค้าความ	5	5
	มีการแต่งกายที่สุภาพ	28	28
	สามารถรับฟังข้อเสนอนำกลับไปให้	19	19
	องค์กรแก้ไข	48	48
	สามารถควบคุมความรู้สึก อารมณ์และจิตใจ ในการรับมือกับลูกค้า		

ตารางที่ 3.4: ตารางสรุปผลการวิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภคไข่ไก่ดำแบบเปิด(3)

	ผลการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
การจัดจำหน่ายไข่ไก่ดำผ่านช่องทางออนไลน์ สิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวัง	ความสดของไข่ไก่ดำและความปลอดภัยของไข่ไก่ดำ	54	58
	มีการรับประกันความเสียหายของสินค้า ช่องทางที่สามารถสั่งซื้อสินค้า มีการจัดส่งสินค้าที่ปลอดภัยและรวดเร็ว	36	39
		15	3
ถ้าไข่ไก่ดำแบบเปิดได้รับการได้มีการรับรองมาตรฐาน จะมีผลต่อการตัดสินใจเพิ่มขึ้นหรือไม่	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	59	53
	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	42	19
			28

บทสอบถามที่ใช้สัมภาษณ์นั้นจะพบว่าประชากรในพื้นที่จังหวัดระยอง และพื้นที่ใกล้เคียง โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 80 พักอาศัยอยู่ในบ้าน โดยมีการประกอบอาหารรับประทานเองที่บ้านมากกว่า 3 ครั้งต่อ สัปดาห์ถึงร้อยละ 62 ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายและต้องมีรายได้ที่ค่อนข้าง

ช่องทางการซื้อไข่ไก่ดำ ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะพฤติกรรมที่จะเลือกซื้อสินค้าในแผงขายไข่ไก่ดำของตลาดสด และร้านค้าใกล้บ้าน กิจการต้องการเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบออนไลน์ จึงได้ทำการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้สื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในปัจจุบันจะพบว่าการสื่อสาร ทางแอปพลิเคชัน ไลน์ มีการใช้งานมากที่สุดตามมาด้วยเฟสบุ๊ค ช่องทางยูทูป และช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าได้ตรงแล้วจากการสอบถามในเรื่องพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าผ่าน ช่องทางออนไลน์ พบว่ายังมีอัตราการสั่งซื้อไม่มากนัก

การรู้จักสินค้าและการตัดสินใจในการซื้อในแบบสอบถามได้ถามว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้รู้จักไข่ไก่ดำ ร้อยละ 29 ที่ยังไม่รู้จักและในแบบสอบถามได้ อธิบายถึงการเลี้ยงความแตกต่างของไข่ไก่ทั่วไปและประโยชน์ที่ได้รับจึงถามคำถามต่อไปว่าเมื่อ ท่านรู้จักแล้วจะมีการตัดสินใจซื้อถึงร้อยละ 98 ทำให้กิจการรับรู้ถึงความเป็นไปได้

บทที่ 4
แผนการตลาด

4.1 การแบ่งส่วนทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

4.1.1 ลักษณะของลูกค้าเป้าหมายตามเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด

ตารางที่ 4.1: การแบ่งส่วนตลาด

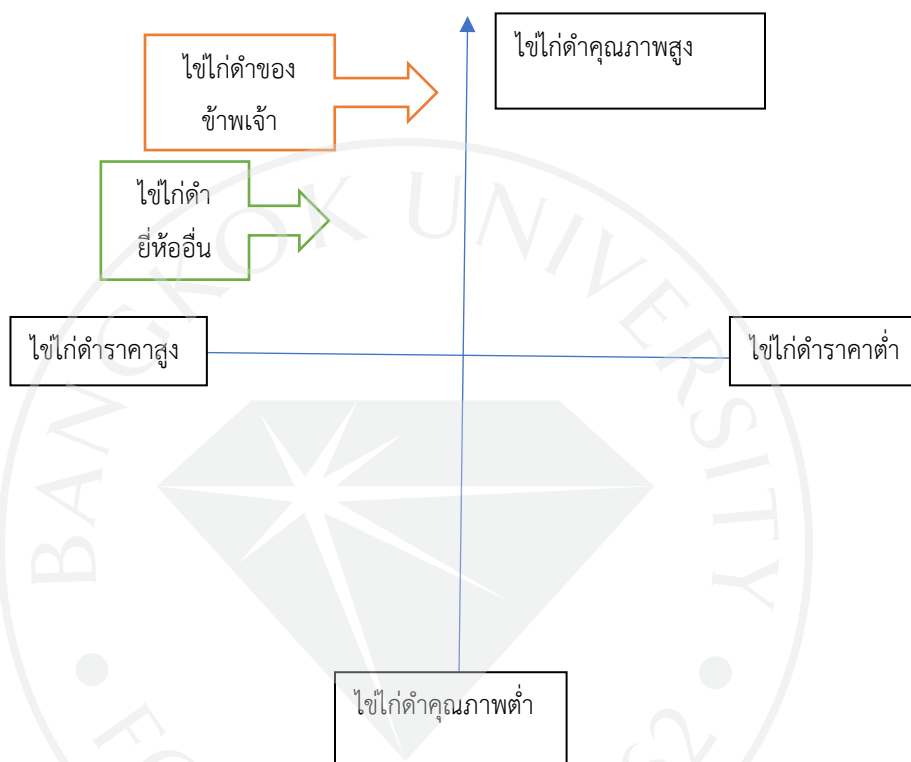
ภูมิศาสตร์	อำเภอเมือง จังหวัดระยอง
พื้นที่จำหน่าย	ระยะสั้น 1 ปี เจาะตลาดพื้นที่จังหวัดระยอง ระยะกลาง 3-5 ปี มีร้านจำหน่ายไขไก่ดำทั่วประเทศ ระยะยาว 5 ปีขึ้นไป ส่งออกเข้าสู่ประเทศอาเซียน
ประชากรศาสตร์	พ่อบ้าน แม่บ้านที่ทำอาหารรับประทานเอง
ช่วงอายุ	35 – 60 ปี
เพศ	ชาย - หญิง
รายได้ (เงินเดือน)	15,000 บาทขึ้นไป
อาชีพ	พ่อบ้าน - แม่บ้าน
ศาสนา	ทุกศาสนา
จิตวิทยา	
บุคลิกลักษณะหรือวิถีการใช้ชีวิต	เทรนด์การรักษาสุขภาพ คนทุกวัยหันมาใส่ใจการรับประทาน อาหารกันมากขึ้น
ระดับ Class ของลูกค้า	ระดับ B- ถึง A

4.1.2 การเลือกตลาดเป้าหมาย

ลูกค้าเป้าหมาย ผู้สูงอายุ ที่อยู่กับบ้านที่ต้องการรับประทานอาหารที่สะดวกรวดเร็วในการปรุง
และคาดหวังในความสดใหม่ ใส่ใจเรื่องสุขภาพ

4.1.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

ภาพที่ 4.1: การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์



ระบุตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในการรับรู้ของผู้บริโภค

เป็นไข่ไก่ดำที่มีคุณประโยชน์มากมาย ราคาคุณภาพ สามารถจับต้องได้ทุกคน มีความสะอาด
ไม่ใช้สารเร่งการเจริญเติบโต เลี้ยงแบบธรรมชาติ

4.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด SWOT Analysis

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจ

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยด้านองค์กร

จุดแข็ง : กิจการมีขนาดเล็กทำให้สามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง

จุดอ่อน : บุคลากรยังขาดประสบการณ์ในกิจการฟาร์มไก่ไข่ดำ

ปัจจัยการตลาด

จุดแข็ง : พนักงานรับคำสั่งซื้อมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
ของกิจการในพื้นที่จังหวัดระยอง

จุดอ่อน : เนื่องจากเป็นกิจการหน้าใหม่อาจไม่เป็นที่รู้จักมาก

ปัจจัยการผลิต

จุดแข็ง : กิจการได้ใช้เครื่องจักรช่วยทุนแรงในการทำงาน เพื่อลดข้อผิดพลาด
ที่จะเกิดขึ้น การทำงานจะทำตามขั้นตอนที่เป็นมาตรฐานของสินค้าการเกษตร

จุดอ่อน : บุคลากรยังขาดความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการควบคุมความเสียหาย

ปัจจัยการเงิน

จุดแข็ง : เจ้าของกิจการนำเงินมาลงทุนทั้งหมดทำให้ไม่เกิดดอกเบี้ยเงินกู้

จุดอ่อน : เนื่องจากเป็นการเปิดกิจการใหม่ทำให้เกิดการลงทุนด้วยเงินจำนวนมาก

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยด้านกฎหมาย

โอกาส : มีการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรประเภทไข่ไก่ดำที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น

อุปสรรค : การเดินทางในบางพื้นที่ของจังหวัดระยองและจังหวัดใกล้เคียง มีเจ้าหน้าที่ปกครอง
การดูแลอย่างเข้มงวดจาก

ปัจจัยด้านสังคม

โอกาส : กระแสการดูแลสุขภาพ และการนิยมบริโภคสินค้าที่มีประโยชน์

ถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับสินค้าของฟาร์มที่เป็นสินค้าเกษตรปลอดภัย

อุปสรรค : ไข่ไก่ดำยังมีคนรู้จักน้อย และต้องเปลี่ยนนิสัยและพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยด้านประชากร

โอกาส : จังหวัดระยอง มีประชากร 674,393คน เป็นประชากรที่ได้ลงทะเบียน และยังมีประชากร
แฝงอีกเป็นจำนวนมาก

อุปสรรค : การลดลงของจำนวนประชากรโดยรวมในประเทศไทย

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

โอกาส : จังหวัดระยอง ถือเป็นเมืองเศรษฐกิจในภาคตะวันออก

อุปสรรค : สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของปี 2562 ผู้บริโภคมีความรู้ระมัดระวังในการใช้จ่าย

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

โอกาส : จังหวัดระยองเริ่มเป็นสังคมเมืองมากขึ้น ทำให้คนมีความต้องการสินค้าที่มาจากแหล่งธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น

อุปสรรค : รัฐบาลมีกฎการควบคุม อย่างเข้มงวด หากเกิดโรคระบาดให้ทำร้ายให้สิ้นซาก

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

โอกาส : การเติบโตอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี ทำให้ธุรกิจมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้หลากหลายช่องทาง

อุปสรรค : การที่เทคโนโลยีทำให้ธุรกิจมีการเจริญเติบโตที่เพิ่มมากขึ้น และทำให้มีคู่แข่งเพิ่มขึ้นตาม และก็ทำให้ตลาดมีการแข่งขันกันโดยจะทำให้เกิดการลดส่วนแบ่งทางการตลาด

ปัจจัยด้านนโยบายรัฐบาล

โอกาส : รัฐบาลมีนโยบายที่สนับสนุนสินค้าเกษตร

อุปสรรค : ความไม่ชัดเจนในการเมือง

การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม

จัดการองค์กร กิจกรรมมีการดำเนินการ ขอใบรับรองมาตรฐานเพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของผู้จำหน่ายไข่ไก่ดำ เพื่อตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยจะเน้นทำการตลาดในจังหวัดระยอง เพราะเป็นแหล่งที่มีประชากรเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังเป็นเมืองเศรษฐกิจ ทำให้ประชากรมีความต้องการที่จะบริโภคสินค้าที่มากว้ตฤติบธรรมชาติสูง และด้วยประชากรในปัจจุบันส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเมือง ทำให้สินค้าที่มาจากธรรมชาติยิ่งได้รับความนิยมมากขึ้นตาม

ด้านการตลาด เนื่องจากการได้รับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรประเภทไข่ไก่ดำ สร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าประกอบนำไปประกอบอาหารทำอาหารเพื่อสุขภาพ เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคที่ได้วางเอาไว้ ในช่วงเริ่มต้นกิจการควรมีการสื่อสารเพื่อให้ผู้ที่สนใจรู้จักในสินค้า ต่อด้วยการทดลองชิมไข่ไก่ของฟาร์ม เพื่อทำการซื้อซ้ำ

ด้านการผลิต เพื่อให้เป็นไปตามขั้นตอนที่มีของกรมปศุสัตว์ วางกลยุทธ์และปริมาณการผลิตที่เหมาะสมกับการการตลาดของจังหวัดสงขลา ควบคุมคุณภาพการผลิตโดยผู้จัดการฟาร์มต้องหมั่นตรวจสอบในทุกขั้นตอน

การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหา

กลยุทธ์ที่กิจการจะนำมาใช้คือการตั้งราคา โดยกิจการมีกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นผู้หญิงวัยทำงาน มีรายได้สูงและมีความต้องการดูแลสุขภาพคุณภาพ โดยทั่วไปแล้วสินค้าที่มีประโยชน์กับสุขภาพร่างกาย

4.3.5 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย

กิจการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายแบบจำหน่ายจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค เป็นการจำหน่ายสินค้าโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง มีช่องทางที่ใช้จัดจำหน่ายสินค้ามีหลากหลายช่องทางและที่เหมาะสมกับเกษตรกรที่ โดยให้ผู้ซื้อสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์แอปพลิเคชันไลน์,เพจเฟซบุ๊ก,โดยที่จะมีบุคลากรคอยรับคำสั่งซื้อ และจะทำการนัดวันจัดส่งให้กับลูกค้า

4.3.6 การสร้างตัวสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

เนื่องจากฟาร์มไก่ไข่ดำเป็นกิจการที่เปิดขึ้นมาใหม่และยังไม่เป็นที่รู้จักกิจการได้วางกลยุทธ์ที่จะสามารถชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจไว้ใน 4 ขั้นตอนได้แก่

4.3.6.1 การสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รู้จักกับสรรพคุณของสินค้าและช่องทางที่จะจัดจำหน่ายสินค้า จากการแจกสินค้าตัวอย่างพร้อมรับประกันคุณภาพได้เงื่อนไขการกวดติดตามที่หน้าเพจเฟซบุ๊กของร้าน

4.3.6.2 มีการแจกสินค้าได้ให้ลองรับประทานที่ประกอบมาจากไข่ไก่ดำ และทำการแจกสินค้าให้กับผู้บริโภคได้ลองรับประทานไข่ไก่ดำซึ่งเป็นสินค้าตัวอย่างที่แจกไป แล้วสนใจที่จะซื้อผ่านคู่มือส่วนลด ต้องทำการซื้อผ่านช่องทางที่กิจการกำหนดไว้เท่านั้นเพื่อที่จะให้ลูกค้าทราบถึงช่องทางการสั่งซื้อ

4.3.6.3 กลับมาซื้อสินค้าซ้ำของลูกค้า ฟาร์มจะมีการทำแบบสอบถามและมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าที่กลับมาซื้อซ้ำเพราะเหตุผลอะไรและเพื่อนำมาวิเคราะห์และพัฒนาวิธีการขายเพื่อทำสินค้าให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้น

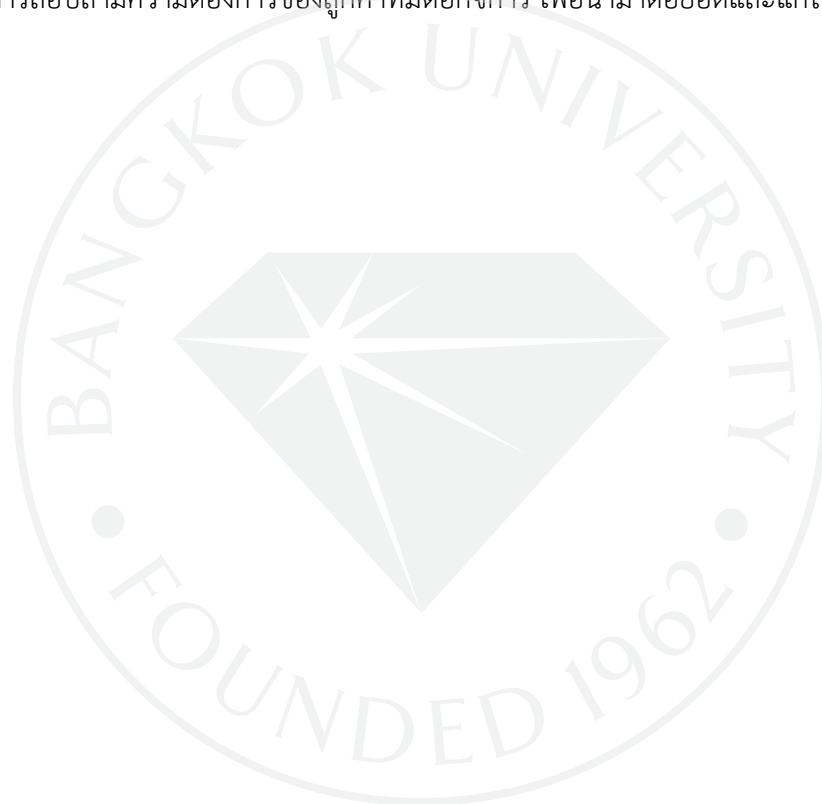
4.3.6.4 ให้ผลการตอบรับของลูกค้าเป็นตัวชี้วัดที่ดีที่กิจการได้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของฟาร์ม

4.3.7 การสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้า

กิจการจะสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้าโดยทุกเทศกาลจะมีการมอบของที่ระลึกกับลูกค้าที่มีการสั่งซื้อสินค้าตามยอดอย่างสม่ำเสมอ และเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและลูกค้า

4.3.8 วิธีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

กิจการจะจัดบุคลากรไว้คอยรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า และมีหน้าที่สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตร ไข่ไก่ดำและอาหารปลอดภัยผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ที่กิจการมีการสอบถามความต้องการของลูกค้าที่มีต่อกิจการ เพื่อนำมาต่อยอดและแก้ไข

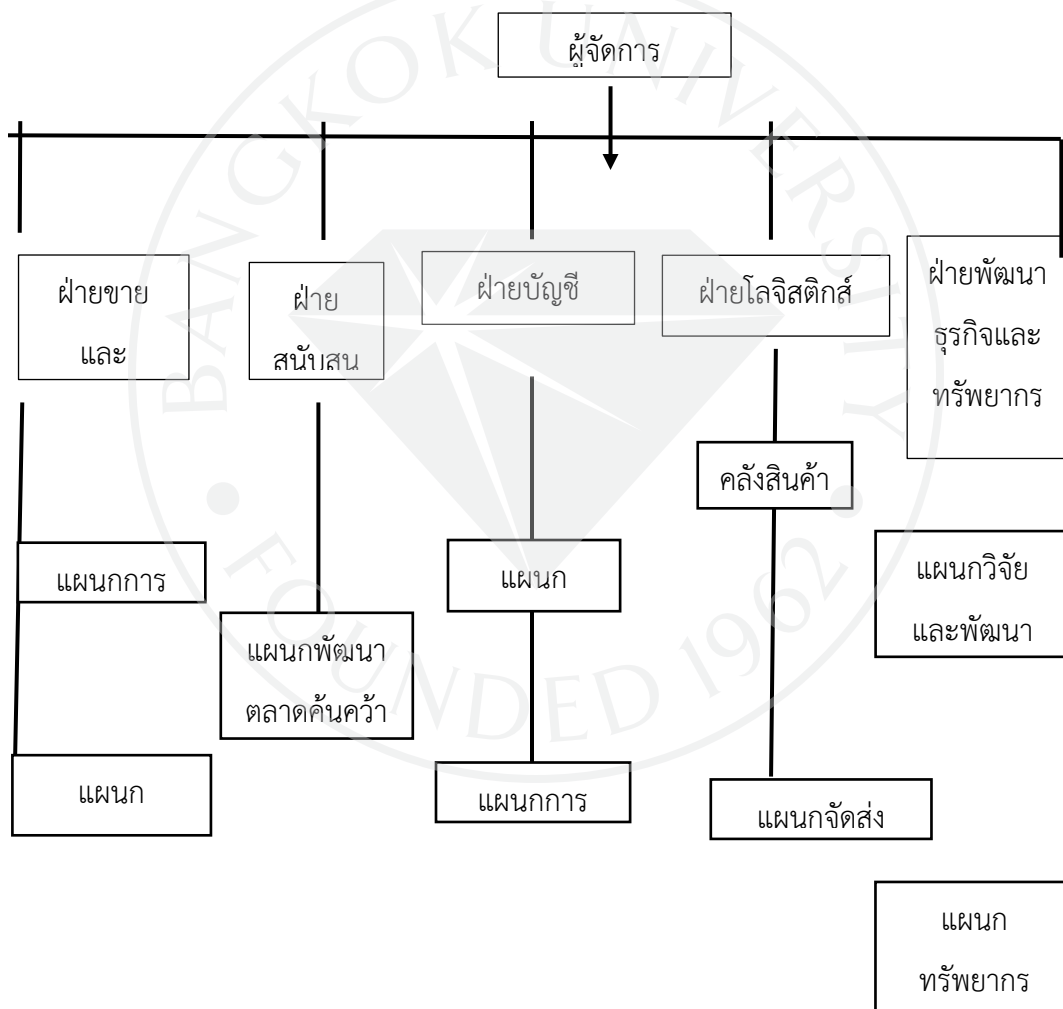


บทที่ 5

แผนจัดการองค์กรและบริหารทรัพยากรบุคคล

5.1 การจัดโครงสร้างองค์กร กำหนดแผนก ฝ่าย หน่วยงาน

ภาพที่ 5.1: ภาพแสดงผังองค์กรของฟาร์ม



5.2 การกำหนดตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบของงานรวมถึงคุณสมบัติของบุคลากร

คุณสมบัติและหน้าที่รับผิดชอบ

5.2.1 อรุณช ขอวิจิตรไพศาล

ตำแหน่ง: ผู้จัดการฟาร์ม

หน้าที่: บริหารงานบุคคล วางแผนนโยบายภายในกิจการ คอยดูแลการผลิต ดูแลการสั่งซื้อวัตถุดิบ อุปกรณ์ต่างๆ ให้อยู่ในปริมาณที่เหมาะสมกับการขายและ นำไปใช้กับกิจกรรมภายในฟาร์ม,ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานหรือบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ งานของฟาร์ม จัดทำบัญชี

คุณสมบัติ : มีความรู้ความเข้าใจในงานบริหาร และรับรู้ระบบงาน ภายในฟาร์มไปะเอียดจนกฎหมายมาตรฐานที่เกี่ยวข้องสามารถทำบัญชีได้

เงินเดือน : 15,000 บาท

5.2.2 เอกราช ขอวิจิตรไพศาล

ตำแหน่ง : ผู้ดูแลระบบการทำงาน

หน้าที่: ดูแลวัตถุดิบในการผลิตอาหาร ดูแลความสะอาดโรงเรือน บริหารระบบอาชีวอนามัยภายในฟาร์ม,เก็บไข่ไก่คัดเลือกทำความสะอาด บรรจุกล่อง

คุณสมบัติ : มีใจรักสัตว์สามารถทำงานที่มอบหมายได้

เงินเดือน : 9,000 บาทพิจารณาจากข้อผิดพลาดในงาน และการช่วยลดต้นทุน

5.2.3 อรสา เพ็งกระจ่าง

ตำแหน่ง : บุคลากรคอยรับคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า

หน้าที่ : เสนอขาย รับคำสั่งซื้อ

คุณสมบัติ : มีใจรักสัตว์สามารถทำงานที่มอบหมายได้

คุณสมบัติ : มีความเข้าใจในเทคโนโลยีและมนุษยสัมพันธ์ดี สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้รักงานขายรักงานบริการ

เงินเดือน : 12,000 บาท

5.2.3 อนุรักษ์ เลหาทิตติกุล

ตำแหน่ง : บุคลากรที่คอยจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า

หน้าที่ : จัดส่งสินค้าตามใบรายการ, นำเงินรายได้ส่งเข้าธนาคาร

คุณสมบัติ : มีใบขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลมีรถยนต์เป็นของตนเอง

เงินเดือน : 12,000 บาท

5.3 นโยบายการบริหารบุคลากร

บุคลากรภายในฟาร์มจะมีการพึ่งพากันและกันและช่วยกันรับผิดชอบในส่วนงานต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายว่ามีคุณภาพงานเป็นไปตามที่ผู้จัดการฟาร์มมอบหมายงานมีข้อผิดพลาดจากการทำงานอยู่ในระดับที่ ก่อให้เกิดความเสียหายกับตัวองค์กรหรือไม่ผู้จัดการฟาร์มจะต้องพิจารณาตามหลักเกณฑ์ต่อไปนี้ผู้ดูแลระบบและความเรียบร้อย ต้องทำการระบบในการเลี้ยงไก่ไข่ที่กรมปศุสัตว์เป็นผู้กำหนดอย่างเคร่งครัดอัตราความเสียหายที่เกิดจากไก่ป่วย และไก่ตายได้ต้องไม่ให้เกินอัตราร้อยละ

0.1 ต่อเดือน การควบคุมอาหารให้พอกับกับการกินของไก่ในแต่ละวันไม่ให้มีอาหารเหลืออัตราการออกไข่ของไก่ให้อยู่ในระดับไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 ต่อวันความเสียหายที่เกิดจากการเก็บไข่ไก่ให้อยู่ในอัตรา ร้อยละ 1 ต่อวันควบคุมความสะอาดภายในอาคารโรงเรือนทำตามขั้นตอนความปลอดภัยของอาชีพอ นามัยพนักงานรับคำสั่งซื้อพิจารณาจากอัตราการเพิ่มขึ้นจำนวนคำสั่งซื้ออัตราการเพิ่มขึ้นของ ลูกค้ำ หน้าที่ใหม่การรักษาลูกค้ำเดิมให้เกิดการสั่งซื้อครั้งต่อไป ความเรียบร้อยในการตรวจเช็คของก่อนถึงมือ ลูกค้ำซึ่งจะพิจารณาจากการส่งคืนสินค้าควบคุมสินค้าคงคลังให้มีความสัมพันธ์กับยอดขาย ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ำรายสำคัญและการสร้างช่องทางการตลาดใหม่การสื่อสารระหว่างแผนก พนักงานจัดส่งพิจารณาจากการให้คะแนนและข้อร้องเรียนของลูกค้ำที่ควรไม่เกินร้อยละ 1 ต่อเดือนอัตราการส่งของที่ตรงเวลา การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และมีความรับผิดชอบต่อการส่งสินค้า

5.3.1 เงินเดือนและสวัสดิการของบุคลากร

ผู้จัดการฟาร์มมีนโยบายเงินเดือนให้เหมาะสมกับความสามารถและความยากง่ายในแต่ละหน้าที่โดยที่ในแต่ละปีก็จะพิจารณาตามที่หัวข้อประเมินในการขึ้นเงินเดือนและเงินส่วนเพิ่มที่ได้รับอีกด้วยด้านสวัสดิการผู้จัดการฟาร์มมีการจัดเลี้ยงให้กับบุคลากรในองค์กรตามเทศกาลและวาระ สำคัญด้านสุขภาพการทำงานผู้จัดการต้องจัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปีเพราะ

การทำงานฟาร์ม เลี้ยงไก่ไข่ตานั้นคนทำงานจะต้องคลุกคลีอยู่กับสัตว์ซึ่งอาจเกิดการป่วยจากเชื้อโรคต่าง ๆ ได้ด้านการเงิน ทางฟาร์มจะระดมรงค์ ให้บุคลากรมีการออมเงินไว้ใช้ในเวลาจำเป็น ในส่วนของพนักงานจัดส่งจะมี โบนัสเป็นค่ากำลังใจ

5.3.2 การจ้างบุคลากร

ทางฟาร์มจะรับสมัครคนในท้องถิ่นก่อน หมู่ 2 ตำบลสำนักทอง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง เพื่อเป็นการให้โอกาสคนในพื้นที่ได้มีอาชีพ ด้วยการพิจารณาจากคุณสมบัติในตำแหน่งงานที่เหมาะสม และทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและในการทำงาน และมีอัธยาศัยที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน

5.3.3 นโยบายการพัฒนาบุคลากร

บุคลากรจะได้รับเงินเดือนหรือผลตอบแทน จากการทำงานที่มีให้กับฟาร์มผู้จัดการฟาร์มยังต้องสร้างแรงจูงใจที่ดีให้กับพนักงานเพื่อให้มีใจรักในงานและ ซื่อสัตย์ต่อองค์กร

5.3.3.1 ความต้องการทางด้านร่างกาย

5.3.3.1.1 กิจการจะมีการสร้างระบบนิเวศในการทำงานที่ดีให้กับบุคลากร

5.3.3.1.2 มีการทำความสะอาดโรงเรือนและมีการจัดการกลิ่นของมูลไก่

5.3.3.1.3 มีนโยบายการให้เงินเดือนที่เหมาะสมต่อการใช้ชีวิตปัจจุบัน

5.3.3.2 ความต้องการด้านความปลอดภัย

5.3.3.2 ตรวจสอบโรงเรือน อุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา

5.3.3.2.2 กิจการมีนโยบายการขึ้นเงินเดือนให้กับพนักงานทุกปี

5.3.3.2 ความต้องการความรักและเป็นเจ้าของกิจการ

5.3.3.2.1 มีวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นเอกลักษณ์ของฟาร์มโดยจะไม่ก้าวท้าวในหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละบุคคลและส่วนงาน มีการรับ-ส่งต่องานอย่างเป็นระบบ

5.3.3.2.2 ทางกิจการจะมีเงินโบนัสและรางวัลตามความขยันของแต่ละบุคคล

5.3.3.3 ความต้องการยกย่องและนับถือ

5.3.3.3.1 นโยบายการเลื่อนตำแหน่งเมื่อธุรกิจมีขยายตัว

5.3.3.4 ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง

5.3.3.4.1 นโยบายแสดงความก้าวหน้าให้กับพนักงานเพื่อที่อยู่มาขึ้น และทำให้เกิดขวัญและกำลังใจ และจะได้รับพิจารณาตำแหน่งที่สูงขึ้น



บทที่ 6 แผนการดำเนินงาน

6.1 การจัดตั้งธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้ง

ซูเปอร์เอ็กซ์ จัดตั้งธุรกิจประเภทเจ้าของคนเดียว บริหารงานและตัดสินใจคนเดียวและนำสินทรัพย์ส่วนตัวของครอบครัวมาเป็นเงินทุนที่ใช้ในการก่อตั้งธุรกิจ ขั้นตอนในการจัดตั้งเริ่มจากไปจดทะเบียนพาณิชย์เพื่อการจัดตั้งบริษัท

6.2 วิธีการผลิตสินค้า

ไข่ไก่ดำที่ได้จากฟาร์มจะผ่านขั้นตอนการเลี้ยงที่เอาใจใส่ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่รับมาเมื่ออายุ 3 วันจนถึงอายุ 90 วัน ทำโรงเรือนให้เหมาะกับการไข่ไก่ดำ ให้ความสบายในการเดินเล่นจิกกิน การให้อาหารบำรุงแม่ไข่ไก่ดำ ในเวลา 11.00 น. ของทุกวันเปิดเพลงให้ฟังเวลา 07.30 และ 17.00 น. เพื่อให้แม่ไก่มีสุขภาพและอารมณ์ที่ดีป้องกันการกลัวเสียงและตกใจในภาวะเสียงที่ดังรวมทั้ง ขั้นตอนการทำอาหารและการเก็บไข่ไก่ดำจะแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

6.2.1 ขั้นตอนการผลิต

อาหารไก่ไข่ของฟาร์มจะทำโดยการนำวัสดุทางการเกษตรที่เป็นส่วนผสม ของอาหารไก่ไข่ซึ่งจะต้องมีโปรตีนไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ซึ่งเป็นปริมาณเหมาะสมที่ไก่ต้องการ ขั้นตอนการผสมน้ำให้ไก่ไข่ของฟาร์มกินในแต่ละวันพนักงานจะต้องจัดเตรียมน้ำที่ผสม สมุนไพรธรรมชาติตามตารางที่กำหนดแล้วทำบันทึกว่าแม่ไก่กินน้ำจำนวนเท่าไรต่อวัน

6.2.2 การผลิตสินค้า

ฟาร์มปฏิบัติตามขั้นตอนการบริหารงาน ในด้านการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เริ่มขั้นตอนตั้งแต่การวางแผนเริ่มต้นธุรกิจฟาร์มไข่ไก่การ ออกแบบขั้นตอนการดำเนินการ โดยแบ่งได้เป็น 3 วิธีได้แก่ เพาะเลี้ยงไข่ไก่ดำ ให้อาหารบำรุง รอเวลาจัดส่งสินค้า

ตารางที่ 6.1: ขั้นตอนการผลิต

ขั้นตอนการผลิต	ระยะเวลา	ข้อมูล	ผู้รับผิดชอบ
การเลี้ยงระยะแรก	อายุ 0 – 18 สัปดาห์	ให้น้ำ และให้อาหาร สมุนไพรเพื่อการบำรุง	ผู้ดูแลฟาร์ม
		ดูแลรักษาตู้ฟักไข่ให้ อุณหภูมิเหมาะสม	
การเลี้ยงระยะการ ออกไข่ดำ	อายุ 18 – 30 สัปดาห์	การให้น้ำ ให้อาหาร	ผู้ดูแลฟาร์ม
		ให้สมุนไพรเป็น อาหารเสริม	
ระยะออกไข่ดำ 17 – 31 สัปดาห์			
จัดจำหน่ายไก่ดำ	ที่มีอายุมากกว่า 28 สัปดาห์ขึ้นไป	ผู้รับซื้อสินค้า	ผู้จัดการฟาร์ม
ซ่อมบำรุงโรงเรือน และเตรียมอาคาร	หลังการจำหน่ายไก่ดำ	ซ่อมบำรุง	ผู้จัดการฟาร์ม

6.3 การจัดการคลังสินค้าและการควบคุมสินค้าคงเหลือ

การควบคุมสินค้าคงเหลือผู้รับคำสั่งซื้อจะนำเอาบันทึกปริมาณการออกไข่ของแม่ไก่แต่ละวันที่ได้จากผู้ดูแลฟาร์มลบกับยอดคำสั่งซื้อที่ได้มา ถ้ายอดคำสั่งซื้อมีมากให้พนักงานรับคำสั่งซื้อ การสื่อสารกับลูกค้าให้เข้าใจถึงการได้สินค้าล่าช้าถ้ายอดคำสั่งซื้อมีน้อยกว่าปริมาณการออกไข่ให้ พนักงานรับคำสั่งซื้อทำการเตือนความจำลูกค้าเพื่อกระตุ้นการขาย

6.4 กระบวนการหรือขั้นตอนการส่งสินค้าหรือให้บริการ

บุคลากรที่จัดส่งสินค้าต้องมีความซื่อสัตย์ต่องานของตนเอง มีความตรงต่อเวลา และความรอบคอบถี่ถ้วนในการจัดส่งสินค้า เพื่อลดการเกิดข้อผิดพลาด และต้องส่งสินค้าให้ถูกต้อง เพื่อสร้างความไว้วางใจ และลูกค้าจะสั่งซื้อสินค้าซ้ำ

บทที่ 7
แผนการเงิน

7.1 ความต้องการเงินทุน แหล่งที่มาของเงินทุน และโครงสร้างของเงินทุน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ด้านการเงินที่นำมาใช้ภายในฟาร์ม

อำนาจการตัดสินใจจะอยู่ที่ผู้จัดการฟาร์มเป็นผู้ตัดสินใจ

แหล่งที่มาของเงินที่นำมาลงทุน

ได้มีการนำที่ดินที่มีอยู่แล้วมาใช้ อาคารโรงเรือน เงินสด สินทรัพย์ถาวร

7.2 สมมติฐานทางการเงิน

บริษัทได้คาดการณ์ยอดขายในปีแรก

7.3 ประมาณการงบการเงิน (งบกำไรขาดทุน 3 ปีแรก โดยปีแรกให้จัดทำเป็นรายเดือน งบดุล และงบกระแสเงินสด และวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน)

ตารางที่ 7.1: ตารางแสดงฐานะทางการเงิน

รายละเอียด	รวม	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	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.1 (ต่อ): ตารางแสดงฐานะทางการเงิน

รายละเอียด	รวม	ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้ (เงินกู้ยืม)
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 7.2: ตารางแสดงการคำนวณค่าใช้จ่ายตัดจ่ายและค่าเสื่อมราคา

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	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
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
หัก ราคาเสื่อม	540,000	540,000	540,000	540,000	540,000
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	2,160,000	1,620,000	1,080,000	540,000	
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	200,000				
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
ตัดจ่ายสะสม	40,000	80,000	120,000	160,000	200,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.2 (ต่อ): ตารางแสดงการคำนวณค่าใช้จ่ายตัดจ่ายและค่าเสื่อมราคา

ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	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 7.3: ตารางแสดงยอดขาย

ไข่ไก่					
การประมาณการยอดขาย	ปีที่ 1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่ 4	ปีที่5
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
		มูลไก่			
การประมาณการยอดขาย	ปีที่ 1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่ 4	ปีที่5
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
สรุปยอดขายรายปี	3,780,000	4,032,000	4,301,640	4,590,155	4,898,866

ตารางที่ 7.4: ตารางแสดงสินค้าคงเหลือ

การคำนวณสินค้าคงเหลือ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	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 (ต้นทุนขาย : 40%)	12,427	13,256	14,142	15,091	16,106

ตารางที่ 7.5: ตารางประมาณการค่าใช้จ่าย

ต้นทุนคงที่	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่ 4	ปีที่5
ค่าอาหารของไก่ดำ	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 (เพิ่มขึ้น5%)	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
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 7.5 (ต่อ): ตารางประมาณการค่าใช้จ่าย

ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่ 4	ปีที่5
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	59,802	62,918
ส่งเสริมการขาย	47,250	50,400	53,377	57,377	61,236
รวมต้นทุนผันแปร	1,811,250	1,929,240	2,055,309	2,190,014	2,333,951

ตารางที่ 7.6: ตารางแสดงประมาณการจุดคุ้มทุน

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่2	ปีที่3	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 7.7: ตารางแสดงงบกำไรขาดทุน : ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

	ปีที่ 1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่ 4	ปีที่5
ยอดขาย	3,780,000	4,032,000	4,301,640	4,590,155	4,898,866
หักต้นทุนผันแปร	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
หักต้นทุนคงที่	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
หักดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี	486,750	579,840	679,638	786,624	901,311
หักภาษีเงินได้	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

อัตรากำไรเงินได้ 20.00%

ตารางที่ 7.8: ตารางแสดงกระแสเงินสด

กระแสเงินสดจาก	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กิจกรรมการดำเนินงาน					
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 เงินปันผลที่เพิ่มขึ้น	38,940	7,447	7,984	8,559	9,175
หักสินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	-12,427	-828	-886	-949	-1,015
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	1,093,263	1,069,109	1,150,768	1,238,307	1,332,146
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	-2,700,000	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน	-200,000	-	-	-	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.8 (ต่อ): ตารางแสดงกระแสเงินสด

กระแสเงินสดจาก	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กิจกรรมการดำเนินงาน					
กระแสเงินสดจากการลงทุน	-2,900,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	-	-	-	-	-
หักชำระเงินกู้	-	-	-	-	-
หักชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-	-	-
หักเงินจ่ายปันผล	-38,940	-46,387	-54,371	-62,930	-72,105
ทุนหุ้นสามัญ	3,100,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหา	3,061,060	-46,387	-54,371	-92,930	-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 7.9: ตารางแสดงงบแสดงฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
บวก ค่าเสื่อมราคา	1,254,323	2,277,044	3,373,441	4,548,818	5,808,858
สินค้างเหลือ	12,427	13,256	14,142	15,091	16,106
รวมทรัพย์สินที่ หมุนเวียน	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	-
ค่าจดทะเบียนและ ตกแต่งสุทธิ	160,000	120,000	80,000	40,000	-
รวมสินทรัพย์	3,586,750	4,030,300	4,547,583	5,143,908	5,824,964
หนี้สินและส่วนของ เจ้าของ	97,350	115,968	135,928	157,325	180,262
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	38,940	46,387	54,371	62,930	72,105
ค้างจ่ายเงินปันผล	136,290	162,355	190,299	220,255	252,367
หนี้สินระยะสั้น	136,290	162,355	190,299	220,255	252,367
เงินกู้สถาบันการเงิน คงเหลือ	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

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.9 (ต่อ): ตารางแสดงงบแสดงฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
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
รวมส่วนของผู้อถือหุ้น	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 7.10: ตารางแสดงการวิเคราะห์โครงการลงทุนและการคำนวณมูลค่าปัจจุบัน

การวิเคราะห์โครงการลงทุน		
ปีที่	กระแสเงินสด	กระแสเงินสด
0	กระแสเงินสดจ่าย	-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
หักมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย		-3,100,000
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)		882,862
อัตราผลตอบแทนของโครงการ		26.22%

ตารางที่ 7.11: ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุน หมุนเวียน (เท่า)	9.29	14.11	17.80	20.72	23.08
อัตราส่วนทรัพย์สิน คล่องตัว (เท่า)	9.20	14.03	17.73	20.65	23.02
การวัดประสิทธิภาพการ ใช้ทรัพย์สิน					
อัตราการหมุนเวียนของ สินค้า (รอบ)	146	146	145	145	145
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ	2.47	2.47	2.48	2.48	2.48
อัตราการหมุนสินทรัพย์ ถาวร (รอบ)	2	2	4	9	-
การวัดความสามารถใน การชำระหนี้					
อัตราแห่งหนี้	0.04	0.04	0.04	0.04	0.05
อัตราส่วนความสามารถ ในการชำระดอกเบี้ย (เท่า)					
การวัดความสามารถใน การบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทน ต่อทรัพย์สิน (ROA)	0.11	0.12	0.12	0.12	0.12

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 7.11 (ต่อ): ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
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
อัตราส่วนของกำไรสุทธิ	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		

7.4 การประเมินระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน และ ผลตอบแทนจากการลงทุน

จำนวนเงินทุน 3,500,000 บาท ที่ใช้ในการดำเนินการธุรกิจนี้คาดว่าจะสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา ประมาณ 2.751 ปี จุดคุ้มทุนต่อปี ในปีที่ 1 คือ 2,845,440 บาท จุดคุ้มทุนต่อเดือน ในปีที่ 1 คือ 237,120 และจุดคุ้มทุนต่อวัน ในปีที่ 1 คือ 7,904 บาท โดยมีอัตราผลตอบแทนจากต่อสินทรัพย์ ในปีแรกอยู่ที่ 0.11 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น 0.11 อัตราผลตอบแทนภายใน 26% และยอดขายที่จะทำให้ถึงจุดคุ้มทุนปีที่ 3 คือ 4,301,640 บาทจุดคุ้มทุน

บทที่ 8

แผนฉุกเฉินและแผนในอนาคตของธุรกิจ

8.1 แผนฉุกเฉิน : แผนปฏิบัติการ กรณีเกิดเหตุที่ทำให้เกิดผลกระทบทางลบต่อธุรกิจ

แผนฉุกเฉินสำหรับรับมือธุรกิจไก่ไข่ดำ

8.1.1 ถ้าเกิดมีโรคระบาดในแม่ไก่ จะมีการปิดฟาร์มและเอาสินค้าคั้นทั้งหมด เพื่อมาทำลายเชื้อโรค โคนการเผาและฝังดิน เพื่อทำลายต้นเหตุของเชื้อโรค และให้เจ้าหน้าที่เข้ามาตรวจสอบว่าฟาร์มปลอดเชื้อโรคแล้ว

8.1.2 ถ้ายอดขายต่ำกว่าที่คาดการณ์ จะแก้ไขโดยการแปรรูปไก่ดำ จากขายเป็นตัว จะขายเป็นชิ้นส่วน เพื่อความรวดเร็วในการปรุงอาหาร และทำการตลาดเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้นเพื่อเพิ่มยอดขาย

8.1.3 คู่แข่งใหม่ ทางฟาร์มจะมีนโยบายร่วมมือกับคู่แข่ง โดยการตกลงแบ่งส่วนตลาด จะไม่เข้าไปจำหน่ายในเขตพื้นที่ของกันและกัน เพื่อลดการทะเลาะ มีปากเสียงกัน และจะไปแข่งขันกันด้านขายออนไลน์ และการตลาดออนไลน์

8.1.4 ราคา หากคู่แข่งเล่นเรื่องการตั้งราคาที่สูงกว่ากับเรา ทางฟาร์มจะใช้กลยุทธ์ด้านการตลาด และการทำโปรโมชั่นเข้าไปเสริมแทน แต่จะไม่ลดราคาสินค้าตาม

8.1.5 การหาลูกค้า ถ้าเกิดไม่มีคู่แข่ง จะเริ่มแรกจะหาลูกค้าเป็นพ่อค้า แม่ค้า และส่งตามตลาด และหาลูกค้าเป็นร้านขายไก่ และขายหมู จะเริ่มเก็บจากพื้นที่ในตำบล และอำเภอก่อน และขยายไปในตัวจังหวัด

8.1.6 วางศูนย์ต่างๆ ทั่วจังหวัดระยอง เพื่อความรวดเร็วในการกระจายสินค้า

8.2 แผนอนาคต

8.2.1 จะหานักลงทุนเข้ามาร่วมทุน เพื่อเป็นการขยายธุรกิจให้รวดเร็วยิ่งขึ้น และสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจ

8.2.2 การขยายฐานฟาร์ม เพื่อรองรับขนาดตลาด และการส่งออก

8.2.3 ส่งออกสินค้าเข้าสู่อาเซียน โดยแบรนด์สินค้าจากคนไทย

8.2.4 หาฐานลูกค้า ที่เป็นโรงงานส่งออกใหญ่ๆ ของภูมิภาค ให้รับไก่ดำไปขาย

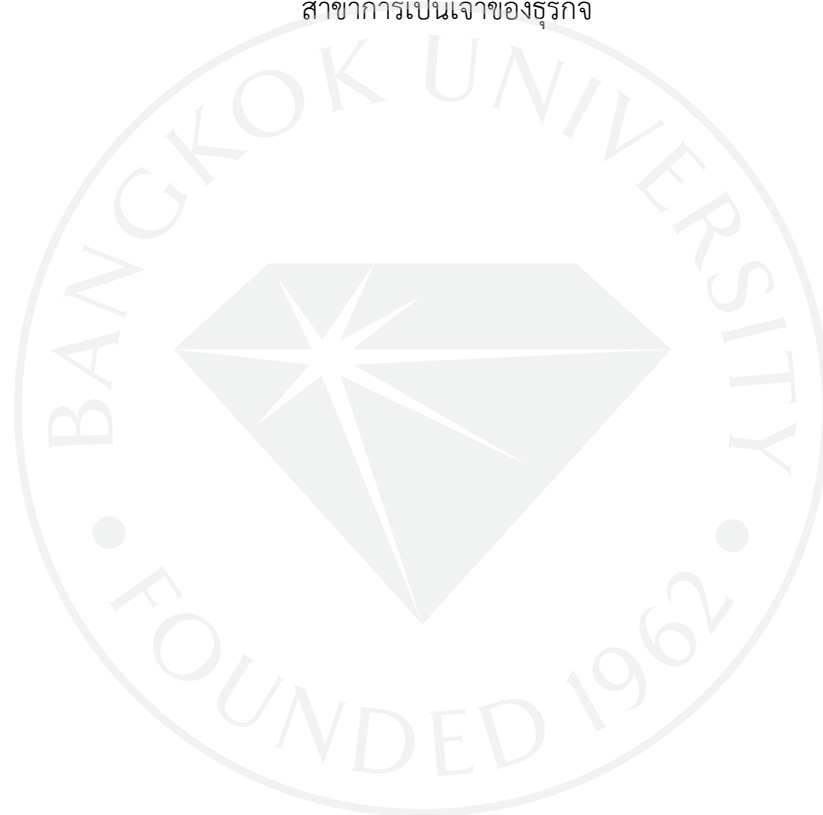
8.2.5 จัดทำโปรโมชั่นให้กับฐานลูกค้าเก่า เพื่อรักษาความสัมพันธ์ระหว่างการค้าให้ยั่งยืน

บรรณานุกรม

- ธนาคารกสิกรไทย. (2560). *โอกาสทำเงิน เกาะกระแสอาหารสุขภาพ*.
 สืบค้นจาก <https://www.kasikornbank.com/th/personal>
- บริษัท เทนเซ็นต์ (ประเทศไทย) จำกัด .(2559). *เศรษฐกิจพอเพียง*.
 สืบค้นจาก <https://guru.sanook.com/4238/>.
- ประยงค์ มีใจชื่อ. (2556). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ Starategic Management* (พิมพ์ครั้งที่2)
 กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- เปิดวิไลโชอารมณดี. (2552). *อุดมชัยฟาร์ม*. สืบค้นจาก <http://www2.manager.co.th/>
- พรรณพิมล ก้านนก. (2557). *วิชาหลักการตลาด Principles of Markering*.
 กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เมธา หริมเทพาธิป. (2560). *ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of need)*. สืบค้นจาก <http://www.gotokhow.org/posts/629839>
- มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์. (2559). *หลักการจัดการธุรกิจ Principles of Management*.
 กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- सानนท์ เรืองแสง. (2561) *แผนธุรกิจฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ (แบบอิสระ) จังหวัดสงขลา*
 สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3297/1/sanon.rean.pdf>
- Facebook. (2017). *ไก่อ่ำกินดีฟาร์ม*. สืบค้นจาก <https://www.kindeefarm.com>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาว อรนุช ขอวิจิตรไพศาล
อีเมล	milkynew2012@gmail.com
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะกรรมการสร้างเจ้าธุรกิจและการบริหารกิจการ สาขาการเป็นเจ้าของธุรกิจ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้สิทธิในวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์

การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

วันที่ 18 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2562
ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... อยู่บ้านเลขที่ 44/13
ชื่อย. ไปศรศักดิ์..... ถนน..... ตำบล/แขวง..... รัชชภิเษม
อำเภอ/เขต..... เมือง..... จังหวัด..... ระยอง..... รหัสไปรษณีย์..... 21100
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว..... 7621900612
ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ

คณะ การสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียว ในงานสารนิพนธ์ /

วิทยานิพนธ์หัวข้อ..... แผนธุรกิจไก่ดำ The Business Plan of Black -
Chicken eggs

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร การจัดการมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนด

ระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่

ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดย

จะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดใน

ลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ

บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ

ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้

ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ

อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่เพิ่มขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(.....)

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

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

ลงชื่อ.....พยาน
(อาจารย์อาทร พร้อมพัฒนภาค)
ผู้อำนวยการหลักสูตร