

ระบบทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงหมูอัตโนมัติ(Cleaning Pig Farm)

มัตติกา แสนเพียง

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ระบบทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงหมูอัตโนมัติจัดทำขึ้นเพื่อให้กลุ่มผู้ลงทุนและผู้สนใจที่จะร่วมลงทุนได้ทราบถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับการร่วมลงทุนกับผลิตภัณฑ์ระบบทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงหมูอัตโนมัติภายใต้ตราสินค้า Cleaning Pig Farm ซึ่งเป็นระบบการทำความสะอาดแนวใหม่เกี่ยวกับระบบหัวฉีดทำความสะอาดและการพัฒนาระบบการทำความสะอาดคอกหมูให้รวดเร็วขึ้นจากเดิม โดยการทำทำความสะอาดจากระบบหัวฉีดที่ติดตั้งไว้พร้อมกันทั้งฟาร์มเพื่อประหยัดเวลาและแรงงานคนจำนวนมากในการทำสะอาด ที่จากเดิมต้องใช้แรงงานคนในการถือสายยางฉีดน้ำเพื่อทำความสะอาดและใช้เวลานานกว่าจะแล้วเสร็จ ด้วยรูปแบบของผลิตภัณฑ์ระบบหัวฉีดสามารถหมุนสายไปมาเพื่อทำความสะอาดได้ 180 องศาและสามารถตั้งเวลาให้ทำความสะอาดได้แบบอัตโนมัติตามต้องการซึ่งสะดวกและง่ายกับการใช้งาน โดยธุรกิจจะจับกลุ่มผู้เลี้ยงสุกรแบบคอกสำหรับฟาร์มเลี้ยง 100 ตัวขึ้นไป เนื่องจากสินค้ามีการใช้งานในลักษณะเฉพาะ และเนื่องจากอุตสาหกรรมการเลี้ยงสุกรยังสามารถเติบโตได้อีก เพราะในปัจจุบันความต้องการบริโภคเนื้อสุกรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในภูมิภาคอาเซียน ส่งผลให้ประเทศต่างๆ ในอาเซียนเร่งพัฒนาศักยภาพการผลิตสุกร โดยการเปิดรับการเข้าร่วมลงทุนในธุรกิจการเลี้ยงสุกร ประกอบกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วของประเทศในอาเซียนด้วย สำหรับประเทศไทย ผลิตภัณฑ์สุกรได้รับการยอมรับจากประเทศในอาเซียนถึงมาตรฐานการผลิต ตั้งแต่ในระดับฟาร์มไปจนถึงระดับโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ ดังนั้น ประเทศไทยมีโอกาสอย่างมากในการขยายตลาด จึงมองเห็นโอกาสทางธุรกิจจากแนวโน้มการเจริญเติบโตของตลาดสุกร

ธุรกิจนี้จะจัดตั้งในรูปแบบของบริษัทโดยมีเงินลงทุนอยู่ที่ 1,590,000 บาท ซึ่งจากการวิเคราะห์แผนการเงินพบว่า มีระยะเวลาคืนทุนที่ 1 ปี 7 เดือน อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน 69.69% จะเห็นได้ว่า ธุรกิจมีศักยภาพในการทำกำไร และเป็นธุรกิจที่น่าลงทุน เนื่องจากให้ผลตอบแทนสูง

คำสำคัญ: (1) ระบบทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงหมูอัตโนมัติ (2) ระบบทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงหมู (3) Cleaning Pig Farm

1. บทนำ

ความเป็นมาของโครงการ

บริษัท คลีนนิ่ง พิก ฟาร์ม จำกัด เริ่มดำเนินการในปี 2559 โดยมุ่งมั่นในการพัฒนา นวัตกรรมระบบทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงสุกรให้ทันสมัยเพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้มี อาชีพเลี้ยงสุกร เนื่องจากการเลี้ยงสุกรแบบเดิมจะทำความสะอาดโดยใช้แรงงานคนในการฉีดน้ำทำ ความสะอาดซึ่งต้องใช้เวลาในการทำความสะอาดนานกว่าจะทำความสะอาดเสร็จ ทางเราจึงเล็งเห็น วิธีการแก้ไขจุดนี้ขึ้นเพื่อให้ประหยัดเวลาในการทำความสะอาดและจำนวนคนที่ต้องดูแล จึงได้มี การคิดค้น พัฒนาระบบทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงสุกรอัตโนมัติขึ้นมาแก้ไขจุดดังกล่าวนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

เราจะเป็นผู้นำระบบทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงสุกรอย่างคุณภาพ ตามมาตรฐานสากล ภายใน 5 ปี

พันธกิจ (Mission)

1. สร้างสรรค์ระบบทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงสุกรให้ทันสมัยเพื่ออำนวยความสะดวกสบาย ให้กับผู้มีอาชีพเลี้ยงสุกร
2. กำหนดราคาสินค้าและบริการติดตั้งที่มีคุณภาพ ตามมาตรฐานสากลให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้า เชื่อใจและเลือกใช้บริการเราเป็นอันดับแรก
3. มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรทางด้านวิชาการความรู้ และสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เป็น องค์กรตามเกณฑ์ที่อยู่ในมาตรฐาน

วัตถุประสงค์ (Objective)

1. สร้างระบบทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงสุกรแบบใหม่ปีละ 1 แบบ
2. ยอดขายเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ในอัตราร้อยละ 20 อย่างต่อเนื่อง
3. จัดอบรมให้พนักงานปีละ 2 ครั้ง เพื่อเพิ่มเติมความรู้ใหม่
4. เพื่อให้กลุ่มผู้ลงทุนและผู้สนใจที่จะร่วมลงทุนได้ทราบถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจาก การลงทุน

เป้าหมายทางธุรกิจ (Goals)

Short Term เป้าหมายระยะสั้นภายใน 1 ปี

1. สินค้าและองค์กรเป็นที่รู้จักของตลาด
2. มียอดขาย 1 ล้านบาทและได้รับมาตรฐานการรับรองการผลิต ภายในปีแรก
3. พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ

Long Term เป้าหมายระยะยาว

1. มุ่งเน้นทำกำไร เพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรและลูกค้า
2. ผู้นำระบบทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงสุกรอย่างมีคุณภาพ ตามมาตรฐานสากลในประเทศไทย

2. รายละเอียดสินค้าและบริการ

ระบบทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงสุกรอัตโนมัติ เป็นระบบการทำความสะอาดแนวใหม่ที่คิดค้นมาเพื่อประหยัดเวลาในการทำความสะอาดคอกหมูจากแรงงานคน รูปแบบของผลิตภัณฑ์เป็นระบบหัวฉีดที่สามารถหมุนส่ายไปมาเพื่อทำความสะอาดได้ 180 องศา และสามารถตั้งเวลาให้ทำความสะอาดได้แบบอัตโนมัติตามต้องการซึ่งสะดวกและง่ายกับการใช้งาน พร้อมบริการติดตั้งให้กับลูกค้าหากต้องการ ด้วยการใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์มีความต่างจากคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน ประกอบด้วยอุปกรณ์ทำความสะอาด 2 ชั้น คือ ชั้น 1 (ด้านบน) มีหัวฉีดน้ำ 2 ด้านซ้าย-ขวา เพื่อฉีดน้ำตรงจากหัวฉีดทั้ง 2 ด้านพุ่งตรงเข้าหากันกลางคอกเพื่อทำความสะอาดในส่วนของตัวสุกร และชั้น 2 (ด้านล่าง) มีหัวฉีดน้ำ 2 ด้านที่หัวฉีดสามารถหมุนส่ายไปมาเพื่อทำความสะอาดพื้นได้ 180 องศา โดยทั้งหมดจะถูกประกอบเข้าเป็น 1 ระบบในส่วนของ 1 คอกและนำไปต่อเข้ากับปั้มน้ำสำหรับทำความสะอาดของฟาร์ม โดยปลั๊กเสียบไฟของปั้มน้ำจะมีการเพิ่มในส่วนของปลั๊กไฟตั้งเวลาเข้าไปด้วยเพื่อให้สามารถตั้งเวลาในการทำความสะอาดได้

3. ความเป็นนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และปัจจัยสู่ความสำเร็จในอนาคต

ผลิตภัณฑ์เน้นเรื่องนวัตกรรมการประดิษฐ์ระบบหัวฉีดทำความสะอาดและพัฒนาระบบการทำความสะอาดคอกหมูให้รวดเร็วจนขึ้นจากเดิม โดยการทำความสะอาดจากระบบหัวฉีดที่ติดตั้งไว้พร้อมกันทั้งฟาร์มเพื่อประหยัดเวลาและแรงงานคนในการทำความสะอาด ที่จากเดิมต้องใช้แรงงานคนในการถือสายยางฉีดน้ำเพื่อทำความสะอาดและใช้เวลานานกว่าจะเสร็จและนอกจากนี้ยังสามารถตั้งเวลาในการทำความสะอาดได้ด้วย หากไม่สะดวกที่จะต้องอยู่เฝ้าเพื่อคอยทำความสะอาดหรือเพื่อเซทระบบเวลาในการทำความสะอาดให้เป็นระบบ

4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและปัจจัยต่างๆ

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่เราไม่สามารถควบคุมได้มีผลต่อการดำเนินธุรกิจโดยอาศัยข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ โดยใช้ (PESTEL) ซึ่งประกอบด้วย

1. ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง (P-Politic) รัฐบาลได้มีการส่งเสริมให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนลักษณะฟาร์มที่เลี้ยงให้มีมาตรฐานโดยมีการกำหนดมาตรฐานฟาร์มเพื่อให้เกิดการจัดการที่ดีของฟาร์ม และมีการอบรมความรู้ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยง เพื่อให้เกษตรกรนำไปพัฒนาการ

เลี้ยงของตัวเองให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้นและนอกจากนี้ยังได้ส่งเสริมให้เกษตรกรทำการผลิตแบบมี
พันธะสัญญา โดยให้ภาคเอกชนเข้าร่วมแบกรับความเสี่ยงด้านความผันผวนของปัจจัยต่าง ๆ ด้วย
(รังสฤษดิ์, 2546) ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรกล้าที่จะลงทุนในการเลี้ยงสุกรเพิ่มมากขึ้นจึงเป็นการเพิ่ม
โอกาสในการขายสินค้าระบบทำความสะอาดฟาร์มสุกรให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยง

2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (E-Economic) การพัฒนาอุตสาหกรรมการเลี้ยงสุกรให้เป็นไปตาม
มาตรฐานฟาร์มและการรับรองราคาการซื้อขายสุกร ส่งผลดีต่อสถานะเศรษฐกิจด้านการเลี้ยงสุกร
โดยรวมของประเทศทำให้ตลาดขยายตัวเพิ่มขึ้น จึงเป็นการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าระบบทำ
ความสะอาดฟาร์มสุกรด้วยเช่นกัน

3. ปัจจัยทางสังคม (S-Social) การขยายตัวของจำนวนประชากรของประเทศในอาเซียน
ส่งผลให้กำลังซื้อของประชาชนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทำให้ความต้องการบริโภคเนื้อสุกรและ
ผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ประเทศต่างๆเช่นประเทศลาว เวียดนาม กัมพูชา ไทย จึงมีการเพิ่ม
ศักยภาพของการขยายการเลี้ยงสุกรเพื่อตอบสนองต่อความต้องการอย่างต่อเนื่อง จึงก่อให้เกิด
โอกาสทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการใหม่ๆที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยในการเลี้ยงสุกร ระบบ
ทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงสุกรอัตโนมัติจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยให้การเลี้ยงสุกรสามารถทำ
ได้ง่ายขึ้น

4. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (T-Technology) การพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมส่งผลต่อ
การเพิ่มประสิทธิภาพการเลี้ยงสุกรมากขึ้น ประเทศไทยได้มีการดำเนินการในด้านต่างๆ เพื่อเพิ่ม
ศักยภาพการขยายการเลี้ยงสุกรอย่างต่อเนื่องโดยมีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม
สมัยใหม่ ซึ่งมีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของ
อุตสาหกรรมการเลี้ยงสุกรในอนาคต ระบบทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงสุกรอัตโนมัติจึงเป็นตัวช่วย
ในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันได้

**5. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและสภาพแวดล้อมอุตสาหกรรม (E-Environment & Industry
Outlook)** ถึงแม้ตลาดการซื้อขายสุกรจะลดลงหรือเพิ่มสูงขึ้นในบางช่วงเวลา เนื่องจาก
สภาพแวดล้อมเรื่องสภาพอากาศ โรคระบาดของสุกรที่ส่งผลต่อการเลี้ยง แต่ผลกระทบเหล่านี้
สามารถที่แก้ไขได้ ซึ่งระบบทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงสุกรอัตโนมัติก็ยังช่วยให้การทำความสะอาด
สามารถทำได้สะดวกขึ้น ป้องกันเชื้อโรคที่ทำให้เกิดโรคระบาดได้อีกด้วย และนำมาปรับใช้ทำให้
การเลี้ยงสุกรศักยภาพที่ดีขึ้น

6. ปัจจัยด้านกฎหมาย (L-Legal) ประเทศไทยมีการออกกฎ/ ข้อบังคับอื่นๆ ทางกฎหมาย
และกำหนดมาตรฐานฟาร์มเลี้ยงสุกรขึ้นเพื่อ ให้ยึดถือปฏิบัติให้ได้การรับรองจากกรมปศุสัตว์ ซึ่ง

มาตรฐานนี้เป็นเกณฑ์มาตรฐานขั้นพื้นฐานสำหรับฟาร์มที่จะได้รับการรับรองซึ่งเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมการเลี้ยงสุกรเช่น มาตรฐานน้ำทิ้งจากฟาร์มสุกร มาตรฐานคุณภาพน้ำใช้ เป็นต้น

5.การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางอุตสาหกรรม (Industry Environment Analysis)

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Force Model)

การเข้ามาของผู้เล่นรายใหม่ (Potential Entrants) การเข้ามาของผู้ผลิตระบบทำความสะอาดคอกหมูรายใหม่ทำได้ง่ายเนื่องจากมีวิธีการผลิตที่สามารถดัดแปลงรูปแบบได้ง่าย เนื่องจากความง่ายในการเข้าถึงวัตถุดิบและการพลิกแพลงการผลิต แนวโน้มของผู้ผลิตรายใหม่จึงอาจเป็นผู้ที่มีความรู้ในเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุปกรณ์ทำความสะอาดอยู่แล้ว และสนใจที่จะเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่ตนมีอยู่ภายในอุตสาหกรรมของตนเอง โอกาสการเข้ามาในตลาดของผู้เล่นรายใหม่จึงมีมากและมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น

คู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน (Industry Competitors) เนื่องจากระบบการเลี้ยงสุกรของไทยยังเป็นการเลี้ยงโดยวิธีการทำความสะอาดคอกสุกร โดยแรงงานคนใช้สายยางฉีดน้ำทำความสะอาดอยู่ ดังนั้นเมื่อนำระบบการทำความสะอาดแบบอัตโนมัติมาเป็นผลิตภัณฑ์ และยังไม่มีการผลิตจำหน่ายจึงทำให้คู่แข่งในธุรกิจเดียวกันยังไม่มี แต่ในอนาคตอาจมีคู่แข่งเกิดขึ้นได้

สินค้าทดแทน (Substitutes) จากที่ได้กล่าวไปก่อนหน้านี้ว่าระบบการเลี้ยงสุกรของไทยยังเป็นการเลี้ยงโดยวิธีการทำความสะอาดคอกสุกร โดยการจ้างแรงงานคน ซึ่งสิ่งนี้อาจถือว่าเป็นสินค้าทดแทนได้ หากผู้เลี้ยงสุกรไม่หันมาใช้ระบบการทำความสะอาดอัตโนมัติ แต่ด้วยการค้าที่มีสภาพการแข่งขันสูง ผู้เลี้ยงสุกรจำเป็นต้องหันมาใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการเพิ่มศักยภาพการเลี้ยงมากขึ้น อำนาจในการต่อรองจากสินค้าทดแทนจึงไม่รุนแรงนัก

อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Buyer) อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อเป็นภัยคุกคามที่สืบเนื่องจากการเลี้ยงโดยวิธีการทำความสะอาดคอกสุกร โดยแรงงานคน รวมทั้งสถานการณ์ในปัจจุบันที่ราคาของสุกรมีการผันผวนขึ้นลงสูงตามราคาตลาด จึงเสี่ยงต่อการลงทุนกลัวจะขาดทุน แต่ด้วยมีการรับรองราคาของรัฐบาลจึงทำให้มีการขยายการเลี้ยงสุกรเพิ่มขึ้นและมีสภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นด้วยอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อจึงไม่รุนแรงนัก

อำนาจการต่อรองของผู้ขาย (Supplier) ผู้ขาย (Supplier) วัตถุดิบเช่น ท่อและอุปกรณ์ประปาทุกชนิด ปลั๊กไฟตั้งเวลาในตลาดของอุปกรณ์การผลิตมีหลากหลายบริษัท จึงทำให้อำนาจการต่อรองขายค่อนข้างต่ำเนื่องจาก มีตัวเลือกในการซื้อวัตถุดิบค่อนข้างสูง

ผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร/ผู้เกี่ยวข้อง (Other Stakeholders) ปัจจัยที่เป็นโอกาสคือ องค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ องค์กรภาครัฐบาลที่สนับสนุนการขายตลาดส่งออกสุกร ภาคเอกชนที่มาร่วมลงทุนกับเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรเพื่อลดการลงทุนในการเลี้ยงที่สูง อีกทั้งการเผชิญ

กับปัจจัยเสี่ยงค่อนข้างมาก โดยเฉพาะปัญหาด้านระดับราคาที่ผันผวน จึงส่งผลให้เกษตรกรมีการเลี้ยงสุกรเพิ่มขึ้น

6.การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์จุดแข็ง (S) และ จุดอ่อน (W)	
จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
<p>S1: ผลิตภัณฑ์ช่วยให้ประหยัดเวลาและแรงงานคนในการทำความสะดวก</p> <p>S2: ผลิตภัณฑ์เป็นระบบหัวฉีดสายไปมาได้ 180 องศา ทำความสะดวกได้อย่างทั่วถึง</p>	<p>W1: ธุรกิจด้านเทคโนโลยีมีการลงทุนที่สูง</p> <p>W2: บริษัทมีขนาดเล็ก และยังไม่เป็นที่รู้จัก</p> <p>W3: ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูงเนื่องจากยังไม่มีทางระบบขนส่งพื้นฐาน</p>
การวิเคราะห์โอกาส (O) และ อุปสรรค (T)	
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
<p>O1: ประเทศไทยเป็นประเทศการเกษตรและปศุสัตว์ จึงทำให้มีการเลี้ยงสุกรอย่างแพร่หลาย</p> <p>O2: รัฐบาลมีนโยบายที่จะสนับสนุนให้การช่วยเหลือด้านการลงทุนและหาแนวทางป้องกัน ให้คำปรึกษา เพื่อเพิ่มคุณภาพการเลี้ยงทำให้มีผู้เลี้ยงสุกรเพิ่มขึ้น</p> <p>O3: มีบริษัทเอกชนมาร่วมลงทุนกับผู้เลี้ยงสุกร ทำให้มีผู้เลี้ยงสุกรเพิ่มขึ้นด้วย</p>	<p>T1: ราคาของสุกรมีการผันผวนค่อนข้างสูง หากราคาขายลดลงมาก ผู้เลี้ยงอาจเลิกเลี้ยงและกลับมาเลี้ยงใหม่เมื่อราคาสูงขึ้น จึงไม่กล้าลงทุนเพิ่ม</p> <p>T2: โรคระบาดอาจส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอนในด้านราคา และการอยู่รอดของสุกร จึงยังไม่พร้อมในการลงทุนมากนัก</p> <p>T3: การเปลี่ยนแปลงของรัฐบาล อาจทำให้มีผลต่อนโยบายด้านราคาขายของสุกร</p>

7.กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix : 7Ps)

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) บริษัทจะเน้นประโยชน์ของตัวระบบการทำความสะอาดที่มีการนำเทคโนโลยีทันสมัยเข้ามาช่วย ทำให้ผู้ใช้สามารถประหยัดเวลาและแรงงานคนในการทำความสะดวกได้มากขึ้นจากเดิมและเป็นแบบอัตโนมัติสามารถตั้งเวลาให้ระบบทำงานเองได้ตามความประสงค์ของลูกค้า

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy) ผลิตภัณฑ์และการบริการติดตั้งจะกำหนดราคาแบบ High Value Strategy คือ กำหนดราคาปานกลาง คุณภาพสูง เพื่อเป็นการที่จะสามารถเข้าสู่ตลาดที่มีการแข่งขันอยู่แล้วได้ง่าย โดยบริษัทจะมีการกำหนดราคาจากต้นทุนการผลิตและบริการที่เกิดขึ้น โดยบวกกำไรเข้าไปประมาณ 1.5-2 เท่าของต้นทุนสินค้า ซึ่งราคาที่กำหนดไว้คือ 20,000 บาทในปีแรก และปีต่อไป 21,000 บาท โดยจะมีการลงท้ายด้วยจำนวนเต็มเป็นเลขกลมๆ เพื่อไม่ให้ราคาดูสูงในสายตาผู้ซื้อสินค้า

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจะมีการออกแบบช่องทางการตลาด โดยบริษัทจะใช้กลยุทธ์ การตลาดแบบผลัก Push Strategy โดยบริษัทจะมีพนักงานขาย ที่จะเป็นคนติดต่อกับผู้เลี้ยงสุกรโดยตรง

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) บริษัทจะทำการสื่อสารกับผู้เลี้ยงสุกรโดยตรง โดยจะประกอบด้วย ส่วนผสมการสื่อสารการตลาด ได้แก่

4.1 การโฆษณา (Advertising) ด้วย Multimedia โดยจัดทำ VDO Presentation ด้วยสื่อ Multimedia เน้นอธิบายประโยชน์ การใช้งาน และผลตอบแทนที่จะได้รับ ด้วยสื่ออินเทอร์เน็ต โดยจัดทำเว็บไซต์ ของบริษัท และพัฒนา Social Network ผ่าน Facebook

4.2 การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อภาครัฐ เช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สภาอุตสาหกรรม ผู้นำชุมชน

4.3 การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling)

5. กลยุทธ์ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)

มีการคัดเลือกพนักงานให้มีคุณสมบัติตรงตามตำแหน่งหน้าที่ที่รับผิดชอบ มีการฝึกอบรมพนักงาน เพื่อเพิ่มเติมความรู้ ความชำนาญในประเทศอย่างน้อยเดือนละครั้งและส่งไปดูงานต่างประเทศปีละครั้ง เพื่อให้มีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร และกำหนดตัวเลขจำนวนลูกค้าที่คาดหวัง (Prospect) อย่างน้อย 30% ในการซื้อสินค้าเมื่อเทียบกับจำนวนผู้เลี้ยงสุกรในแต่ละพื้นที่ เพื่อการตรวจสอบถึงประสิทธิภาพของพนักงานขายและมีโปรแกรมการให้ผลตอบแทนการขาย (Incentive Program) ใหม่ ๆ เพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานขายที่ทำยอดขายตามเป้า

6. กลยุทธ์ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) มีบริการหลังการขายในการตรวจสอบคุณภาพสินค้าหลังติดตั้งภายใน 1 เดือนแรก เพื่อประโยชน์ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process) บริษัทให้บริการที่รวดเร็วติดตั้งภายในระยะเวลา 1-2 วันหลังจากได้รับการยืนยันการสั่งซื้อจากลูกค้า

8.แผนการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต

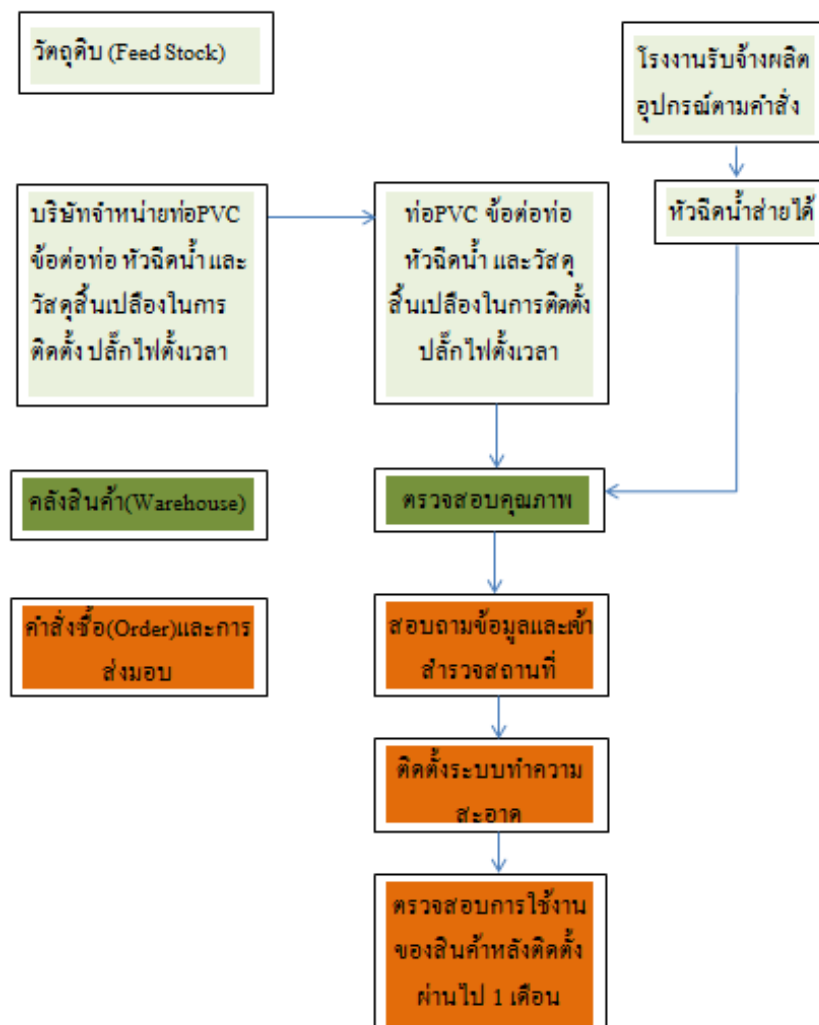
สถานที่ตั้งภายในซอยลาดพร้าว 101 (ซอยโพธิ์แก้ว3) ถนนลาดพร้าว แขวงคลองจั่น เขต บางกะปิ กรุงเทพมหานคร

เทคโนโลยีการผลิต

ระบบทำความสะอาดฟาร์มเลี้ยงสุกรอัตโนมัติ เป็นการนำหัวฉีดน้ำทำความสะอาดมาต่อเป็นระบบ โดยมีทั้งหัวฉีดน้ำธรรมดาที่ซื้อจากบริษัทจำหน่ายทั่วไป และหัวฉีดที่สามารถส่ายไปมาได้เพื่อทำความสะอาดพื้นได้180 องศาซึ่งจ้างผลิตตามคำสั่ง โดยทั้งหมดจะถูกประกอบเข้าเป็น 1 ระบบในส่วนของ 1 คอกและนำไปต่อเข้ากับปั้มน้ำสำหรับทำความสะอาดของฟาร์ม โดยปลั๊กเสียบไฟของปั้มน้ำจะมีการเพิ่มในส่วนของปลั๊กไฟตั้งเวลาเข้าไปด้วยเพื่อให้สามารถตั้งเวลาในการทำความสะอาดได้

แผนการผลิตและกำล้งการผลิตระบบทำความสะอาด

ภาพ 1 กระบวนการติดตั้งระบบทำความสะอาด

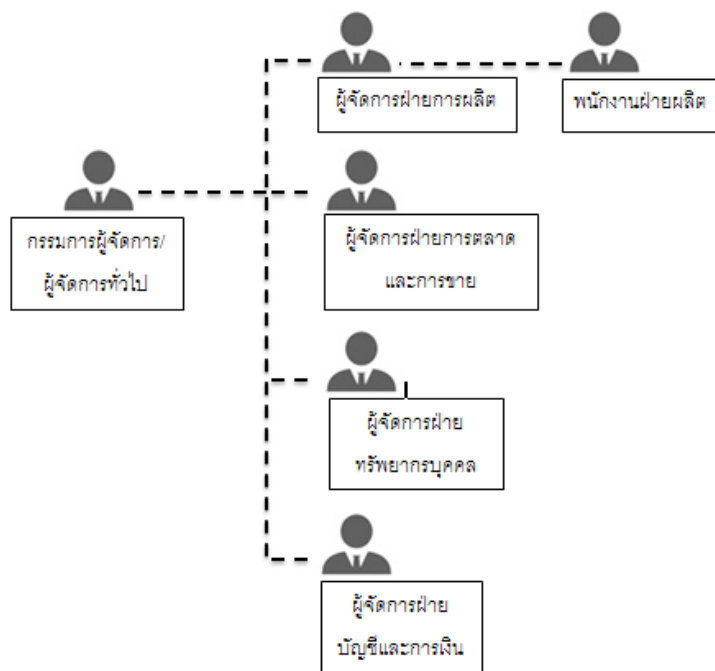


ประมาณการผลิตและต้นทุนการผลิต

บริษัทมีนโยบายการผลิตโดยสำรองวัตถุดิบสำหรับหมุนเวียนจำนวน 60 วันของต้นทุนขาย จากประมาณการผลิตในปีที่ 1-5 มียอดต้นทุนการผลิตประมาณ 6.2 , 6.4, 6.9, 7.2, 7.7 ล้านบาทตามลำดับ

9.แผนผังองค์กร

ภาพ 2 โครงสร้างองค์กร (Organization-Chart)



10.แผนการเงิน

ประมาณการทางการเงิน

จากการประเมินเงินลงทุนเริ่มต้นของโครงการต้องใช้เงินลงทุนจำนวนทั้งหมดประมาณ 1,590,000 บาท โดยแบ่งเป็นส่วนของผู้ถือหุ้น 1,000,000 บาท และเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินจำนวน 590,000 บาท รายได้ประมาณการขายของบริษัทในปีที่ 1 อยู่ที่ 10.2 ล้านบาท มีอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย 8.59% โดยในปีต่อไปรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นจากเดิม 5% ของปีก่อนหน้า และสำหรับความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจนี้หากแผนการผลิตเป็นไปตามที่คาดการณ์กิจการจะสามารถสร้างผลตอบแทนขั้นต่ำในโครงการนี้ $IRR = 69.69%$ มากกว่าต้นทุนถ่วงเฉลี่ยของโครงการ $WACC = 8.8126%$ และสามารถคืนทุน Payback Period: $PB = 1$ ปี 7 เดือนโดยกิจการสามารถให้ค่า NPV

= 3,535,353 เป็นบวก หมายถึง ผลประโยชน์ในอนาคตคิดมูลค่าปัจจุบันแล้ว มีค่ามากกว่าเงินลงทุน นั่นคือโครงการนี้ได้รับผลตอบแทนคุ้มกับการลงทุน

การวิเคราะห์สถานการณ์ในอนาคต (Scenario Analysis)

เครื่องมือนี้มีประโยชน์มากสำหรับการวางแผนเป้าหมายของกิจการในอนาคต การประเมินสถานการณ์ในมิติต่างๆ เพื่อจะได้มีการวางแผนป้องกันสิ่งที่ไม่คาดฝัน ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต การวิเคราะห์ภาพอนาคตต้องมองทั้งด้านที่เลวร้ายสุดของสถานการณ์ (Worst Case Scenario) และด้านที่ดีที่สุดของสถานการณ์ (Best Case Scenario) โคนเริ่มจาก Base Case กรณีที่เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ NPV= 3,535,353 และมาในกรณีที่แย่ โดยกำหนดให้ ยอดขาย ราคาขายที่ต่ำลง 30% ต้นทุนผันแปรสูงขึ้น 30% wacc เพิ่ม 30% ค่า NPV=(8,123,340) ที่ได้ แสดงให้เห็นว่ากิจการขาดทุนอย่างมาก และในกรณีที่ดี คือ เพิ่ม ยอดขาย ราคาขาย 30% ต้นทุนผันแปรลดลง 30% wacc ลดลง 30% NPV =29,934,634 โดยในกรณีดีที่สุดและแย่สุดเราจะให้โอกาสเกิด 25% และ 50% ในกรณีที่มีโอกาสเกิดมากที่สุด Base Case

บรรณานุกรม

คณะทำงานพัฒนาสารสนเทศการเกษตรระดับประเทศ. (2558). *ยุทธศาสตร์การผลิตสุกร ปี 2555-2559*. ค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2558.

จาก http://www.dld.go.th/th/images/stories/news/Strategy/55-59%20strategy_pig.pdf

มาตรฐานต่างๆ ในการออกแบบระบบไฟฟ้า. ค้นหามื่อ 31 มกราคม 2559.

จาก http://www.research-system.siam.edu/images/coop/EQUIPMENTS_AND_INSTALLATION_OF_SWITCHBOARD_AT_P.M.K._INDUSTRY_CO._LTD/3%20ch2.pdf

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน). (2557). *ธุรกิจสุกร*. ค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2558.

จาก <http://www.lhbank.co.th/content/upload/documents/-8587914496429113808ธุรกิจสุกร.pdf>

ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย. (2555). *การแข่งขันในอุตสาหกรรมการผลิตสุกรใน AEC*. ค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2558. จาก

<http://www.thaiswine.org/Portals/4/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1/aec%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B9.pdf>

ศูนย์สารสนเทศ กรมปศุสัตว์. (2556). *ข้อมูลเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ ประจำปี 2556*. ค้นเมื่อ 13

ธันวาคม 2558. จาก http://region1.dld.go.th/images/stories/report_2014/Information_for_breeders.pdf.pdf