

เกษตรผสมผสานและโฮมสเตย์ ชื่อแบรนด์ สวนตามุด จังหวัดปราจีนบุรี

Intergrated Farming And Home stay“Santamut” in Prajeanburi

สุรศักดิ์ มะอาจเลิศ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา ความต้องการและการดำเนินการงานธุรกิจเกษตรผสมผสานและโฮมสเตย์มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา 1) ความต้องการของตลาด 2) ยอดขาย 3) การดำเนินการของธุรกิจ และ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจจำนวน 553 ตัวอย่างและศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ

ผลการวิจัย 1) ตลาดมีความต้องการ 7Ps , 2) ยอดขายของเกษตรผสมผสานและโฮมสเตย์ 3) การดำเนินการของธุรกิจในด้านพฤติกรรมองค์กร ได้แก่ ด้านการเงินลงทุน งบประมาณดำเนินงาน จุดคุ้มทุน ด้านการปฏิบัติการ ได้แก่การปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ โฮมสเตย์ และ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์

คำสำคัญ : ความต้องการ การดำเนินการ

ABSTRACT

Business Demand and Operation of natural oil herbal soap business

The research purpose are to study 1) demand of the market, 2) Sale, 3) business operation and 4) strategic management by collecting data from target customers (553sets) and entrepreneurs or executive as well as the information related to business operations

Results show that 1) The market has a growing demand for natural oil herbal soap business. It is a product that tends to be more popular according to market trends that consumers turn to care about health, cleanliness that emphasizes sustainable good health without damaging the environment. 2) Estimated sales for the first year at 3,110,400 baht after deducting various expenses, estimated net profit of 63,037 baht. 3 The business operation has an investment of 200,000 baht, with an investment of assets and equipment for soap business of 93,200 baht and an initial working capital of 50,000 baht, in total amount of 143,222 baht for pre-operation expenses. The business has a payback period of 1 year and 7.61 months with Internal rate

of return (IRR) of 67%. The soap business of 5 year project has a net present value (NPV) of 378,079 baht, break-even point in the first year with sales of 1,314,644 baht or 109,554 baht per month.4) Strategic management uses strategy analysis from the Five Forces Model and uses differentiation marketing strategies comparing between natural oil herbal soap and normal factory soap. Product communication channel and distribution use online communication, ordering product and communication through various kinds of social networks.

Keyword : Demand and Operation

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

1. ที่มาและความน่าสนใจของธุรกิจ

เนื่องจากราคาพืชผลทางการเกษตรไม่ว่าจะเป็นผักผลไม้ต่างๆ มักมีราคาที่ไม่แน่นอนและผลผลิตยังขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศและในบางปีสินค้าล้นตลาด ทำให้เกษตรกรไทยมีความเสี่ยงที่จะขาดทุนและเป็นหนี้จากการเกษตรซึ่งส่วนใหญ่เกษตรกรมักปลูกพืชผักผลไม้เป็นแปลงใหญ่หรือเกษตรเชิงเดี่ยว ไม่ว่าจะเป็น ปลูกข้าว มะม่วง เงาะ มังคุด มะนาว หรือแม้กระทั่งการเลี้ยงสัตว์ เช่น ปลา กุ้ง เป็ด ไก่ หากเกิดโรคระบาดก็จะทำให้ประสบปัญหาการขาดทุน ต้องกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนเป็นหนี้สินในครัวเรือนรายได้ครัวเรือนไม่มีเสถียรภาพเกษตรผสมผสานจึงเป็นทางเลือกทางออกหนึ่งในการแก้ปัญหาดังกล่าว เกษตรผสมผสานคือเกษตรที่มีการเพาะปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์หลากหลายชนิดอยู่ในพื้นที่แปลงเกษตรเดียวกันให้ระบบนิเวศเกื้อกูลกันมีประโยชน์ต่อกันและกันอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดโดยอาศัยหลักการอยู่ร่วมกันระหว่างพืช สัตว์ และสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อกันซึ่งจะเป็นการลดต้นทุนทางการเกษตรให้กับเกษตรกร โดยการนำวัสดุหรือทรัพยากรที่เหลือใช้จากกิจกรรมอย่างหนึ่งมาใช้ประโยชน์ในการผลิตอีกอย่างหนึ่งหรือหลากหลายชนิดจนครบวงจรเกษตรกรเกือบจะไม่ต้องซื้อวัตถุดิบจากภายนอกหรือซื้ออย่างน้อยที่สุด ยกตัวอย่างเช่น การนำต้นกล้วยหอยทากกล้วยที่ตัดจากกล้วยที่ออกผลแล้วนำมาหมักเป็นปุ๋ยอินทรีย์ หรือการเลี้ยงไก่เห็บปลาเพื่อให้มูลไก่เป็นอาหารปลา

การท่องเที่ยวในปัจจุบันผู้บริโภคได้ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากขึ้นซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ทางการเกษตร ผู้บริโภคสามารถซื้อตรงจากผู้ผลิตได้สินค้าที่สดใหม่จากแหล่งผลิตโดยตรงทำให้รู้สึก

สนุกในการท่องเที่ยวและรู้สึกว่าได้สินค้าในราคาไม่แพง สถานที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว เช่น เขาใหญ่ เขื่อนขุนด่านปราการชล วัด เดินทางจากกรุงเทพมหานครประมาณ 1 ชั่วโมงสถานที่ตั้งที่จะทำเกษตรผสมผสานและโฮมสเตย์ในครั้งนี้ตั้งอยู่ที่ อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี เนื้อที่ 15 ไร่ คิดคลองชลประทานรับน้ำจากเขื่อนขุนด่านปราการชล จ.นครนายก จึงสามารถทำการเกษตรเพาะปลูกพืชได้ตลอดทั้งปี การเดินทางสะดวกสามารถได้โดยรถยนต์และรถไฟเนื่องจากสถานที่ตั้งอยู่ตรงข้ามสถานีรถไฟบ้านสร้าง ใกล้แหล่งชุมชนสามารถขนส่งหรือจำหน่ายสินค้าเกษตรได้อย่างสะดวก ห่างจากกรุงเทพมหานคร 80 กิโลเมตรสะดวกต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรและโฮมสเตย์

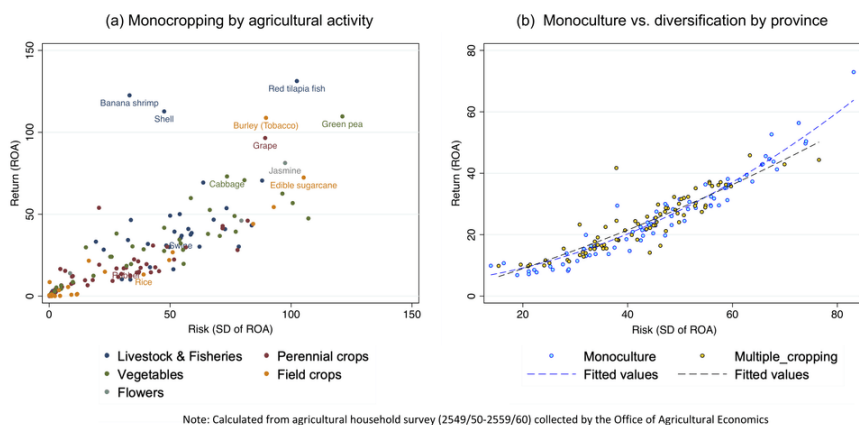
เกษตรผสมผสานและโฮมสเตย์ จึงเป็นแผนธุรกิจหนึ่งที่มีความน่าสนใจสำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่หรือเกษตรกรรุ่นเก่าที่คิดจะเปลี่ยนแปลงที่ดินที่มีอยู่โดยจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดด้วยการทำการเกษตรอย่างครบวงจร ในแผนธุรกิจนี้จะต้องอาศัยหลักการวิเคราะห์จากเครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้สะท้อนให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจเพื่อให้ทราบถึงศักยภาพความเป็นไปได้หรือสิ่งที่ต้องนำมาปรับปรุงแก้ไข รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลของคู่แข่งและความต้องการของลูกค้า ให้ทราบของทิศทางการออกแบบหรือวางแผนการดำเนินการของธุรกิจตลอดจนศึกษากระบวนการผลิตของเกษตรผสมผสานและโฮมสเตย์ทั้งทฤษฎีและปฏิบัติให้เข้าใจอย่างท่องแท้เพื่อนำไปวางแผนกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจและเติบโตอย่างยั่งยืน

2. ความเสี่ยงของการปลูกพืชเชิงเดี่ยวที่นำไปสู่เกษตรผสมผสาน

งานวิจัยในต่างประเทศหลายงานได้ศึกษาลักษณะการกระจายความเสี่ยง (Diversification) ของเกษตรกร และพบว่าในบางบริบทการทำเกษตรแบบหลากหลายเพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงต้องแลกมาซึ่งการลดลงของผลตอบแทน ซึ่งก็เป็นผลมาจากการลดลงของความชำนาญเฉพาะทาง (Specialization) และการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) แต่ในบางบริบท การบริหารจัดการความเสี่ยงโดยการทำเกษตรหลากหลายในบางรูปแบบกลับเป็นวิธีการทำเกษตรที่สามารถให้ผลตอบแทนต่อความเสี่ยงที่สูงกว่าได้เช่นกัน งานวิจัยในต่างประเทศ เช่น Babatunde and Qaim (2009) พบว่าครัวเรือนที่ทำเกษตรผสมผสานจะมีรายได้ที่มากกว่าครัวเรือนที่ทำเกษตรเชิงเดี่ยว โดยอาศัยแนวคิด Modern Portfolio Theory ของ Markowitz (1952) ซึ่งมีสมมุติฐานว่าความพึงพอใจหรือ Utility ของคนทั่วไปจากการลงทุนมาจากทั้งผลตอบแทนและความเสี่ยง ดังนั้นการวัดประสิทธิผลของการลงทุนจึงต้องคำนึงถึงความเสี่ยงควบคู่กับผลตอบแทน และนักลงทุนควรเลือกการลงทุนที่ได้ผลตอบแทนสูงสุดในแต่ละระดับความเสี่ยง โดยเราวัดผลตอบแทนของแต่ละรูปแบบการทำเกษตรจากอัตราส่วนผลตอบแทนต่อทรัพย์สิน (Return on Asset หรือ ROA) ซึ่งคำนวณจาก

ค่าเฉลี่ยของรายได้สุทธิจากการทำเกษตรหารด้วยมูลค่าทรัพย์สินในการทำเกษตร เช่น ที่ดิน ینگฉาง คอกสัตว์ บ่อน้ำ และเครื่องจักรกล เป็นต้น และวัดความเสี่ยงจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลตอบแทนของการทำเกษตรรูปแบบนั้น ๆ โดยใช้ข้อมูล 10 ปีของครัวเรือนตัวอย่างจากข้อมูลภาวะเศรษฐกิจสังคมครัวเรือนและแรงงานเกษตรในช่วงปี 2549–2560 ซึ่งเก็บโดยสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร⁴ โดยสำหรับครัวเรือนที่มีรายได้การทำเกษตรสุทธิเป็นบวก แน่ใจว่าจะมีผลตอบแทนเป็นบวก เช่นเดียวกันกับครัวเรือนที่ขาดทุน การทำเกษตรสุทธิจะมีผลตอบแทนเป็นลบ โดยขนาดของผลตอบแทนจะสะท้อนความสามารถในการทำเกษตรให้ได้ดีกำไร รวมถึงประสิทธิภาพของการใช้ทรัพย์สินที่มีอยู่ของครัวเรือน และรูปที่ 7 ฉายภาพผลตอบแทนและความเสี่ยงของกลุ่มครัวเรือนที่ทำเกษตรเชิงเดี่ยวในรายกิจกรรม (7a) และเปรียบเทียบผลตอบแทนและความเสี่ยงของการทำเกษตรเชิงเดี่ยวกับการทำเกษตรผสมผสานในระดับจังหวัด (7b)

ภาพที่ 1 ผลตอบแทนและความเสี่ยงของการทำเกษตรเชิงเดี่ยว และเปรียบเทียบการทำเกษตรเชิงเดี่ยวกับแบบหลากหลาย



ที่มา: Attavanich, Chantarat, Chenphuengpawm and Sa-ngimnet (2019)

ในภาพรวมผลตอบแทนของกิจกรรมเกษตรไทยมีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงในทิศทางเดียวกัน จากรูปที่ 7a กลุ่มตัวอย่างกิจกรรมเกษตร 132 ชนิด⁵ แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง มักจะให้ผลตอบแทนที่สูง เช่น ถั่วลิสงเตาและปลาพับทิม ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูงเป็นลำดับที่ 1 และ 4 มีผลตอบแทนที่สูงเป็นลำดับที่ 4 และ 1 ตามลำดับ ในทางกลับกัน 5 ใน 10 กิจกรรมที่มีความเสี่ยงเป็นลำดับสุดท้าย จะให้ผลตอบแทนอยู่ใน 10 ลำดับสุดท้ายเช่นกัน

3. ความเป็นไปได้ของเกษตรผสมผสานและโฮมสเตย์

ในปัจจุบันราคาพืชผลทางการเกษตรราคาคต่ำไม่แน่นอนเกษตรกรไม่สามารถกำหนดเองได้เป็นเหตุปัจจัยหลักทำให้เกษตรกรมีรายได้ในครัวเรือนน้อย จึงเป็นแรงจูงใจในเบื้องต้นนำไปสู่การปฏิบัติจริงตั้งแต่กระบวนการผลิต การตลาด การขาย กลยุทธ์การดำเนินการ

วัตถุประสงค์ของเกษตรผสมผสานและโฮมสเตย์

1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาด
2. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้ม
3. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรผสมผสานและ โฮมสเตย์
4. เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจเกษตรผสมผสานและ โฮมสเตย์ เป็นระยะเวลาปี

สมมติฐานของการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้ผลดังนี้

สมมติฐานที่ 1: พฤติกรรมกรรมผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเลือกซื้อสินค้าและบริการของคนในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อยู่ในระดับสูง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเกษตรผสมผสานและ โฮมสเตย์ โดยซื้อผักและผลไม้ไม่น้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4คนส่วนมากไม่เคยมีประสบการณ์เข้าพักโฮมสเตย์ ระยะเวลาในการเข้าพักมากจำนวนสุดเคิน ทำเลในการเลือกที่พักส่วนใหญ่เลือกใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้น ข้อมูลนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และทำโปรโมชั่นเพื่อจูงใจในการซื้อได้

สมมติฐานที่ 2 : ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันเลือกซื้อสินค้าและบริการ มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันประกอบด้วย เพศ รายได้ การศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ที่แตกต่างกัน แต่ในส่วนของ อายุ พบว่าไม่ค่อยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเท่าไรนัก

สมมติฐานที่ 3 : ผู้บริโภคที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตต่างกันมี ผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในเรื่องของพืชผัก ผลไม้ สดใหม่และมีแบบแปรรูปให้เลือก แพ็คเก็จดูสวยงามน่าซื้อ เหมาะสมกับราคา และพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการบ้านพักโฮมสเตย์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เข้ากับท้องถิ่นและมีกิจกรรมให้ทำระหว่างเข้าพัก เพื่อจูงใจลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการสำรวจ (Survey Research) จากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ คือ ผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีรายได้เป็นของตนเอง และมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตนเอง จำนวน 200 คน โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม แล้วจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้คือ

1 ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรที่ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาจากคนไทยที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อส่วนบุคคล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 553 คน โดยการส่งแบบสอบถามออนไลน์

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะของอุตสาหกรรมตลาดเกษตรผสมผสานและโฮมสเตย์ ชื่อแบรนด์ สวนตามุด จ.ปราจีนบุรี ในด้านต่างๆ ดังนี้

- ด้านยอดขาย
- ด้านพฤติกรรมและการจัดการองค์กร
- ด้านการจัดการการเงิน
- ด้านการจัดการตลาด
- ด้านการจัดการดำเนินงาน
- ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์

โดยในการศึกษาตลาดของ เกษตรผสมผสานและโฮมสเตย์ได้ใช้หลักประชากรศาสตร์ รูปแบบการดำเนินชีวิต ที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจสวนสมุนไพรจากน้ำมันธรรมชาติ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจสวนสมุนไพรจากน้ำมันธรรมชาติ เป็นการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะ

ประชากรศาสตร์ รูปแบบการใช้ชีวิต และพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสบู่ โดยทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและสุ่มตัวอย่าง สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเลือกวิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) เลือกเก็บข้อมูลแบบตามสะดวก โดยกำหนดเนื้อหาคำถามในแบบสอบถาม เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการวิจัย และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 200 ตัวอย่างในการเก็บข้อมูล โดยการสร้างแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ลักษณะแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questions) ชนิดเลือกตอบ จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย ดังนี้ เพศ อายุ รายได้ และระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Questions) โดยใช้เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับคะแนน ตามวิธีของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการให้เลือกตอบ (Check-list) จำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วย ดังนี้ โดยแบ่งเป็น 3 ด้านด้วยกัน ดังนี้ 1) ด้านกิจกรรม 2) ด้านความสนใจ 3) ด้านความคิดเห็น

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมกรรมเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7P เป็นลักษณะถามความคิดเห็น ลักษณะพฤติกรรมการซื้อ เป็นแบบสอบถามแบบ (Check-list) ในประเด็นต่างๆ ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านสถานที่ 4) ด้านส่งเสริมการขาย 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านกระบวนการ 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ

เมื่อสร้างแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการศึกษาแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความตรง (Validity) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นสำหรับการวิจัย นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาประจำวิชา และผู้เชี่ยวชาญอื่นๆ รวมทั้งหมด 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเพื่อทำการตรวจสอบปรับปรุง และแก้ไขให้มีความตรง (Validity) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบแล้วไปทดลองเก็บข้อมูลต่อไป และทำการตรวจสอบการหาความเที่ยง (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปตรวจสอบหาความน่าเชื่อถือด้วยโปรแกรมทางคอม IBM SPSS

ผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่องเกษตรผสมผสานและโฮมสเตย์ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา ผู้วิจัยจะบรรยายถึง ความสำคัญของการวิจัยไว้ตรงนี้เป็นย่อๆ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาดบริการ 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักผลไม้และ โฮมสเตย์ของผู้บริโภคของกรุงเทพและปริมณฑล

2. เพื่อเปรียบเทียบผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีปัจจัยทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเลือกซื้อผักผลไม้และโฮมสเตย์ของผู้บริโภคของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อาศัยทฤษฎี ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด และงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย และได้กำหนดสมมติฐานในการวิจัยดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจการเลือกซื้อผักผลไม้และโฮมสเตย์ของผู้บริโภคของกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจการเลือกซื้อผักผลไม้และโฮมสเตย์ของผู้บริโภคของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่แตกต่างกัน

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้คือ ผู้บริโภคในในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เลือกซื้อผักผลไม้และโฮมสเตย์โดยจะทำการเลือกตัวอย่างจากกลุ่มประชากรนี้ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่าง จำนวน 547 ราย จากกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักผลไม้และโฮมสเตย์ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปผลการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทางพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคโดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ สถานะภาพ ความสะดวกในการเลือกซื้อผักและผลไม้จากสถานที่ใด ซื้อผักและผลไม้สัปดาห์ละกี่ครั้ง จำนวนสมาชิกในครอบครัว ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและโฮมสเตย์ จำนวนสมาชิกในการร่วมเดินทางเข้าพัก ระยะเวลาในการเข้าพัก ทำเลในการเลือกที่พัก โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

เพศ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคผักผลไม้และโฮมสเตย์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 547 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวนมากที่สุดคือ 230 ราย คิดเป็นร้อยละ 58 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 317 ราย คิดเป็นร้อยละ 42 ตามลำดับ

อายุ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 552 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 31 – 40 ปี มีจำนวน 202 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาอายุ 41 – 50 ปี มีจำนวน 192 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.0 อายุ 21 – 30 ปี มีจำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 อายุ 51 – 60 ปี มีจำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.7 และอายุ 61 ปีขึ้นไป มีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

อาชีพ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคผักผลไม้และโฮมสเตย์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 547 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำอาชีพพนักงานบริษัท มีจำนวน 392 ราย คิดเป็นร้อยละ 81 รองลงมาอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.2 อาชีพราชการ มีจำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.8 อาชีพอิสระ มีจำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.4 นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.4 อาชีพแม่บ้าน มีจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.5 และเกษตรกร มีจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

สถานะภาพ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคผักผลไม้และโฮมสเตย์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 547 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 เมื่อพิจารณาตามสถานะภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะสมรส จำนวน 262 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือสถานะโสด จำนวน 257 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.6 สถานะหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ

ความสะดวกในการเลือกซื้อผักและผลไม้ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคผักผลไม้และโฮมสเตย์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 547 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 เมื่อพิจารณาความสะดวกในการเลือกซื้อผักและผลไม้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสะดวกในการเลือกซื้อผักและผลไม้จากตลาด จำนวน 332 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.1 รองลงมามีความสะดวกในการเลือกซื้อผักและผลไม้จากซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 192 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.8 มีความสะดวกในการเลือกซื้อผักและผลไม้จากร้านสะดวกซื้อ จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 และ 8 มีความสะดวกในการเลือกซื้อผักและผลไม้จากมีรายได้จากออนไลน์ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

จำนวนครั้งต่อสัปดาห์ในการซื้อผักและผลไม้ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคผักผลไม้และโฮมสเตย์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 547 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 เมื่อพิจารณาจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ในการซื้อผักและผลไม้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผักและผลไม้

น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 297 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาซื้อผักและผลไม้สดค้าห้ละ 3-4 ครั้ง และซื้อผักและผลไม้ 5-7 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

จำนวนสมาชิกในครอบครัว แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคผักผลไม้และโฮมสเตย์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 547 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน จำนวน 258 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2 คน จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.3 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 5-6 คน จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.6 และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คน จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามลำดับ

ประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและโฮมสเตย์ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 553 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 มีประสบการณ์ไม่เคยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและโฮมสเตย์จำนวน 247 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและโฮมสเตย์ 1-2 ครั้ง จำนวน 226 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.9 มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและโฮมสเตย์ 3-4 ครั้ง จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.1 และมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและโฮมสเตย์ 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3

จำนวนสมาชิกในการร่วมเดินทางเข้าพัก แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 553 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 จำนวนสมาชิกในการร่วมเดินทางเข้าพัก 2-3 คน จำนวน 304 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.1 รองลงมาสมาชิกในการร่วมเดินทางเข้าพัก 4-5 คน จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 27 จำนวนสมาชิกในการร่วมเดินทางเข้าพัก 6 คนขึ้นไป จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 10 และจำนวนสมาชิกในการร่วมเดินทางเข้าพัก คนเดียว จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 8

การดำเนินงาน

เงินลงทุน และกำไรสุทธิของเกษตรกรผสมผสานและโฮมสเตย์ “สวนตามุด”

| | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--------------------------------------|-----------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| รายได้ | 2565 | 2566 | 2567 | 2568 | 2569 |
| รายได้จากการขายสินค้า | 3,158,925 | 3,632,763.8 | 4,177,678.31 | 4,804,330.06 | 5,524,979.57 |
| รวมรายได้ | 3,158,925 | 3,632,763.8 | 4,177,678.31 | 4,804,330.06 | 5,524,979.57 |
| ต้นทุนขาย | | | | | |
| ต้นทุนขาย | 1,512,000 | 1,663,200.0 | 1,829,520.0 | 2,012,472.0 | 2,213,719.2 |
| รวมต้นทุนขาย | 1,512,000 | 1,663,200.0 | 1,829,520.0 | 2,012,472.0 | 2,213,719.2 |
| กำไรขั้นต้น | 1,646,925 | 1,969,564 | 2,348,158 | 2,791,858 | 3,311,260 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | | | | | |
| ค่าจ้างและสวัสดิการพนักงาน | 1,116,000 | 1,194,120.0 | 1,277,708.4 | 1,367,148.0 | 1,462,848.3 |
| ค่าใช้จ่ายทางการตลาด | 20,000 | 20,000 | 20,000 | 20,000 | 20,000 |
| ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด | 30,000 | 40,000 | 40,000 | 50,000 | 60,000 |
| รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | 1,166,000 | 1,254,120 | 1,337,708 | 1,437,148 | 1,542,848 |
| กำไร(ขาดทุน)ก่อนภาษีและค่าเสื่อมราคา | 480,925 | 715,444 | 1,010,450 | 1,354,710 | 1,768,412 |
| ค่าเสื่อมราคา | 72,139 | 72,139 | 72,139 | 72,139 | 72,139 |
| กำไร(ขาดทุน)ก่อนภาษี | 408,786 | 643,305 | 938,311 | 1,282,571 | 1,696,273 |
| ภาษีเงินได้นิติบุคคล | 28,615 | 45,031 | 65,682 | 89,780 | 118,739 |
| กำไรสุทธิ | 380,171 | 598,273 | 872,629 | 1,192,791 | 1,577,534 |
| เงินปันผล | 57,026 | 89,741 | 130,894 | 178,919 | 236,630 |
| กำไรสุทธิกึ่งเหลือ | 323,146 | 508,532 | 741,735 | 1,013,872 | 1,340,904 |

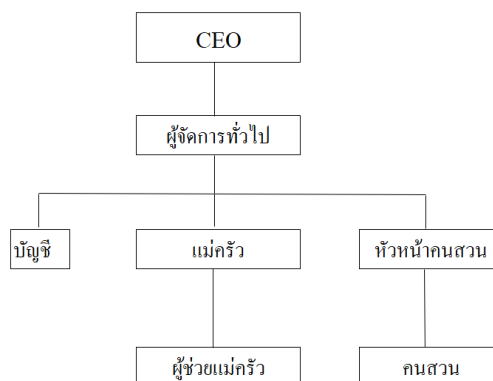
ตารางแสดงต้นทุนคงที่

| ลำดับ | ตำแหน่ง | จำนวน(อัตรา) | เงินเดือน(บาท) | รวมต่อเดือน(บาท) |
|----------------------------------|------------------------|--------------|----------------|---------------------|
| 1 | ผู้บริหาร | 1 | 20,000.00 | 20,000.00 |
| 2 | ผู้จัดการทั่วไป | 1 | 17,000.00 | 17,000.00 |
| 3 | พนักงานบัญชี | 1 | 15,000.00 | 15,000.00 |
| 4 | แม่ครัว | 1 | 12,000.00 | 12,000.00 |
| 5 | ผู้ช่วยแม่ครัว/แม่บ้าน | 1 | 9,000.00 | 9,000.00 |
| 6 | หัวหน้าคนสวน | 1 | 11,000.00 | 11,000.00 |
| 7 | คนสวน | 1 | 9,000.00 | 9,000.00 |
| รวมอัตราเงินเดือนต่อเดือน | | | | 93,000.00 |
| รวมอัตราเงินเดือนต่อปี | | | | 1,116,000.00 |

ค่าใช้จ่ายรายเดือนเกษตรผสมผสานและโฮมสเตย์ “สวนตามุด”

| ลำดับ | รายการ | จำนวน |
|------------|-------------------------|-------------------|
| 1 | เงินเดือนค่าจ้างพนักงาน | 93,000.00 |
| 2 | ค่าน้ำ-ค่าไฟ | 10,000.00 |
| 3 | ค่าอาหารปลา | 5,000.00 |
| 4 | ค่าอาหารไก่และวัวชน | 10,000.00 |
| 5 | ค่าน้ำมัน | 5,000.00 |
| 6 | ค่าปุ๋ย | 2,000.00 |
| 7 | ค่าซ่อมบำรุง | 1,000.00 |
| รวม | | 126,000.00 |

3. โครงสร้างองค์กร สวนตามุด



โครงสร้างองค์กร “สวนตามุด” ได้แบ่งโครงสร้างในองค์กร ดังนี้

- ผู้บริหาร คือผู้ที่มีความรู้หลายๆด้าน สามารถแบ่งงานให้มีความเหมาะสมในองค์กรและมีทำให้อัตลักษณ์ดำเนินงานสูงสุด
- ผู้จัดการทั่วไป คือผู้ที่ได้รับอำนาจมอบหมายจากผู้บริหารและทำหน้าที่ควบคุมการทำงานของแผนกต่างๆให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- บัญชี คือผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลทางด้านการเงินทั้งต้นทุน รายรับ รายจ่าย งบประมาณต่างๆที่เกิดขึ้นในธุรกิจนี้
- แม่ครัว คือ ผู้ที่ทำหน้าที่บริหารจัดการวัตถุดิบในการทำอาหารและปรุงรสอาหารให้กับลูกค้าและนักท่องเที่ยว
- ผู้ช่วยแม่ครัว คือ ผู้ช่วยแม่ครัวในการทำอาหารและปรุงรสอาหารให้กับลูกค้าและนักท่องเที่ยว
- หัวหน้าคนสวน คือ ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่วางแผนเตรียมการ/จัดการดูแลต้นไม้ ผักสวนครัว ให้ปุ๋ย ตัดแต่ง จัดการวัชพืช และให้ความรู้ของพืชผลทางการเกษตรให้กับนักท่องเที่ยว

คนสวน คือ ผู้ปฏิบัติงานให้ปุ๋ย ตัดแต่งต้นไม้ จัดการวัชพืช และงานที่ใช้แรงงานอื่นๆ

1.การจัดการทางการเงิน

1. องค์กรประกอบทางการเงินและการลงทุนในธุรกิจ

รายได้หลักของเกษตรผสมผสานและ โฮมสเตย์มาจากการจำหน่ายผัก ผลไม้ ปลูก ปาล์ม ไข่ไก่ ตามฤดูกาลและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากพืชผลทางการเกษตร โดยมีรายได้เสริมจากโฮมสเตย์

สถานที่ตั้ง “สวนตามุด” ตั้งอยู่ในอำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี โดยต้องคำนึงถึงคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงการขนส่งพืชผักสู่ผู้บริโภค และการเดินทางของนักท่องเที่ยวต้องไม่ไกลจากนักท่องเที่ยวมาก จึงใช้ที่ดินจำนวน 10 ไร่ที่มีอยู่มาใช้ในการทำเกษตรผสมผสานและ โฮมสเตย์ในครั้งนี้

แผนการเงินและการลงทุนธุรกิจ

หน่วย : บาท

| สินทรัพย์ | | หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น | |
|--------------------------|-----------|-----------------------------|-----------|
| เงินสด | 300,000 | หนี้สิน : | |
| รถกระบะ | 600,000 | เจ้าหนี้ | 0 |
| อาคาร/บ้านพัก | 3,000,000 | ส่วนของผู้ถือหุ้น : | |
| เครื่องมือและอุปกรณ์ | 200,000 | ที่ดิน | 3,000,000 |
| ค่าต้นไม้และพันธุ์ปลาไก่ | 80,000 | | |

2. การจัดการทางการตลาด

การกำหนดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix 7P)

ส่วนประสมการตลาดเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการตลาดใช้ในการวิเคราะห์เพื่อประกอบการวางแผนและตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด Marketing Mix เป็น โมเดลทางการตลาดที่ตีพิมพ์ครั้งแรกเมื่อปี 1960 โดย James Culliton อาจารย์จากมหาวิทยาลัย Havard ปัจจุบันเพิ่มจาก 4P เป็น 7P ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(Product) ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยบุคลากรผู้ให้บริการ(People) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical and Presentation) โดยส่วนประกอบทุกตัวมีความเกี่ยวพันกันและเท่าเทียมกันเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายได้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเกิดความพึงพอใจ ใส่ใจรายละเอียดด้านผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายแก่ลูกค้าต้องมีความคุ้มค่า คุณภาพของสินค้าและบริการเกินความคาดหวัง รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ

ปัจจัยด้านราคา (Price) การกำหนดราคา เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญต้องมีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับคุณสมบัติหรือประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับ การตั้งราคาจะต้องได้รับการยอมรับจากตลาดเป้าหมายและสามารถสู้กับคู่แข่งได้

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place) มีช่องทางการจำหน่ายหลายช่องทางเพื่อเข้าถึงลูกค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การสื่อสารทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายเป็นการโน้มน้าวหรือกระตุ้นให้ลูกค้ามีความอยากได้สินค้าและบริการ จึงเป็นอีกสิ่งที่สำคัญ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) เป็นขั้นตอนการให้บริการลูกค้าที่ลูกค้ามีความพึงปรารถนาที่ต้องการจะได้ รวดเร็ว ทันสมัย ประทับใจ

ปัจจัยบุคลากรผู้ให้บริการ (People) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความรู้ความสามารถในด้านการเกษตร บริการลูกค้าด้วยคำพูดที่สุภาพ แต่งตัวสะอาด

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical and Presentation) คือ คุณลักษณะที่เห็นภาพอย่างชัดเจนมีความแตกต่างจากคู่แข่ง เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถดึงดูดลูกค้า

3. การวางแผนเชิงกลยุทธ์เกษตรผสมผสานและโฮมสเตย์

การวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ในการตัดสินใจดำเนินงานของผู้บริหาร ตามวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ขององค์กร ซึ่งมีการกำหนดทิศทางหรือแนวทางในการดำเนินงานโดยการวิเคราะห์และประเมินปัจจัยต่างๆที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์กร เพื่อการกำหนดกลยุทธ์พร้อมทั้งจัดทำแผนกิจกรรม แผนงาน ให้สอดคล้องเพื่อบรรลุเป้าหมายองค์กร

องค์ประกอบของกลยุทธ์ทางการตลาด

1) วัตถุประสงค์และเป้าหมาย กลยุทธ์ทางการตลาดกำหนดเป้าหมายร่วมกัน กำหนดหรือพยากรณ์ยอดขายบนพื้นฐานความเป็นจริงจากราคากลางในแต่ละช่วงเวลาแล้วนำสู่กลยุทธ์ใช้ดำเนินการตั้งเป้ากำไรและการเติบโตธุรกิจ

2) ขอบเขตการดำเนินการ กลยุทธ์ทางการตลาดมีขอบเขตดำเนินงานครอบคลุมและกำหนดความสำเร็จการดำเนินอย่างชัดเจน ตั้งเป้ากำไรและการเติบโตธุรกิจ 5 ปี

4) การศึกษาคู่แข่งทางการตลาด เพื่อพัฒนาศักยภาพในทุกๆด้านให้มีศักยภาพสูงสุดสู้กับคู่แข่งในตลาด

4.1 กลยุทธ์SWOT Analysis

SWOT Analysis เป็นเครื่องมือการวิเคราะห์ในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อใช้วิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กร ข้อดี-ข้อเสีย และกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจ ให้มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับสถานะการณ์ที่เกิดขึ้นจริงโดยผ่านการวิเคราะห์ปัจจัย4ประการ ดังนี้

1) จุดแข็ง (Strength)

- สถานที่ตั้ง ตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี เดินทางจากจังหวัดกรุงเทพมหานครไม่เกินชั่วโมงครึ่ง ดัดคลองชลประทานมีน้ำไว้ใช้ในการเกษตรตลอดทั้งปี

- มีความหลากหลายของสินค้า เช่น ข้าว มะม่วง ถั่วลิสง ส้มโอ มะนาว หน่อไม้ ปลา ไข่ไก่ ผักตามฤดูกาล และมีการแปรรูปสินค้าทางการเกษตร

- บุคลากรมีความรู้ทางการเกษตร วัฒนธรรมท้องถิ่น และสถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง

- มีสภาพแวดล้อมร่มเย็น และสวยงาม เหมาะแก่การถ่ายรูปเช็คอิน อีกทั้งยังมีอาหารอร่อยราคาไม่แพง

- มีกิจกรรมทางการเกษตรให้นักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรม เช่น การปลูกข้าว สีข้าว เก็บผลไม้ พืชผักจากต้น และเป็นแหล่งความรู้ทางการเกษตร

2) จุดอ่อน (Weakness)

- พืชผลทางการเกษตรราคาไม่แน่นอน เป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้

- โสมสเดย์ยังไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย

- ภัยธรรมชาติ และศัตรูพืช เป็นความเสี่ยงในการดำเนินงาน

3) โอกาส (Opportunity)

- มีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่เริ่มสนใจ โสมสเดย์และเกษตรผสมผสาน

- ใกล้สถานีรถไฟทำให้มีโอกาสได้ลูกค้าจากทำเลที่ตั้ง

- สามารถนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการดำเนินงาน เช่น การซื้อขายออนไลน์ การจองที่พักออนไลน์

- ภาครัฐให้การสนับสนุน การท่องเที่ยวโฮมสเตย์และเกษตรผสมผสาน

4) อุปสรรค (Threat)

- สภาพเศรษฐกิจย่ำแย่ ประชาชนประหยัคมีการท่องเที่ยวน้อยลง

- โรคระบาดโควิด19 ทำให้ไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างเต็มที่

- สภาพดินมีความเป็นกรดสูง ต้องปรับสภาพดิน ดินไม่ใช้ระยะเวลาในการปรับตัว

- สภาพความเป็นกรดค่างของน้ำหากในฤดูแล้งอาจมีน้ำเค็มจากน้ำทะเลผสมน้ำจืด

4.2 กลยุทธ์การโฆษณา ใช้ช่องทางออนไลน์

4.3 กลยุทธ์ส่งเสริมการขาย

จัดโปรโมชั่นในการจำหน่ายผักและพืชผลทางการเกษตร แพ็คเก็จห่อหุ้มสวยงามน่าเลือกซื้อเป็นของฝาก โปรโมชั่นเข้าพักรถรวมคาราคาถูก มีกิจกรรมทางเกษตรให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรม

4.4 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

จัดทำ Workshop ให้กับกลุ่มลูกค้าที่สนใจเข้าร่วม และคะแนนสะสมแต้มให้ลูกค้าตัดสินใจเร็วขึ้น

4.5 กลยุทธ์ขายตรง พืช ผัก ผลไม้ ไข่ ปลา สามารถขายตรงที่ตลาดหรือแหล่งชุมชน

การอภิปรายผล

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปประเด็นมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการศึกษปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผัก ผลไม้และ โฮมสเตย์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ลำดับ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญเรื่องบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีกระบวนการจัดส่งสินค้าผัก และผลไม้ที่รวดเร็วและกระบวนการจองเข้าพัก เลือกซื้อสินค้าและชำระเงินทางออนไลน์โดยไม่ต้องพุดคุยกับพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับโฮมสเตย์”สวนแม่ฉิม” พบว่าด้านกระบวนการมีระดับเห็นด้วยมากที่สุด และตรงกับ Heizer and Render (2011) ได้ให้ความหมายการจัดการดำเนินงาน หมายถึง กิจกรรมหรือหน้าที่งานที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการด้วยวิธีการแปลงสภาพจากปัจจัยนำเข้าให้กลายเป็นผลผลิตที่มีมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญพืช ผัก ผลไม้สดใหม่และมีแบบแปรรูปให้เลือก ซึ่งสอดคล้องกับสวนเกษตรผสมผสานของคุณวิมล โพธิ์แจ้ ทำการเกษตรอินทรีย์แบบเกษตรผสมผสานจนเห็นผลและสามารถถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนและผู้สนใจได้ จนได้รับการส่งเสริมให้เป็นศูนย์เรียนรู้ต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียง ด้านการเกษตรอินทรีย์ผสมผสานและการเลี้ยงหมูหลุม จากกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ด้านลักษณะทางกายภาพ มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยในการเข้าพักโฮมสเตย์ การจัดโซนผักเป็นหมวดหมู่ มีราคาชัดเจน

ซึ่งสอดคล้องกับ คุณประวีณา กุลาชัย เจ้าของริมน้ำโฮมสเตย์ เกษตรกร มีประสบการณ์ด้วยการลงมือทำด้วยตัวเอง และตรงกับแนวคิด Modern Portfolio Theory ของ Markowitz (1952) ซึ่งมีสมมุติฐานว่าความพึงพอใจหรือ Utility ของคนทั่วไปจากการลงทุนมาจากทั้งผลตอบแทนและความเสี่ยง ดังนั้นการวัดประสิทธิผลของการลงทุนจึงต้องคำนึงถึงความเสี่ยงควบคู่กับผลตอบแทน และนักลงทุนควรเลือกการลงทุนที่ได้ผลตอบแทนสูงสุดในแต่ละระดับความเสี่ยง

จุดเด่นของริมน้ำโฮมสเตย์คือวิถีชีวิตเรียบง่ายเก็บผักพื้นบ้านมาประกอบอาหารให้ลูกค้าปรับการใช้ชีวิตมาอยู่กับ โฮมสเตย์ เพราะลูกค้าจะต้องได้รับการสื่อสารวิถีชีวิตของท้องถิ่น รายได้ต่อเดือนประมาณ 70,000-80,000 บาท เงินลงทุนก้อนแรกมาจากรายได้ขายผลผลิตเกษตร เมื่อสร้างบ้านพักโฮมสเตย์กลุ่มแรกได้แล้วมีรายได้จากการเข้าพักสักระยะแล้วจึงขยายการสร้างบ้านพักโฮมสเตย์กลุ่มที่สอง โดยมี SME Bank เข้ามาให้คำแนะนำในด้านการทำบัญชีรายรับ/รายจ่าย จึงทำให้ประสบผลสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุดทางผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญอย่างมาก ซึ่งประกอบด้วย ความสดใหม่ของผัก ผลไม้และการแปรรูปแพคเกจห่อหุ้มสวยงามสามารถดึงดูดใจของผู้บริโภคได้ ก็จะสามารถทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อขึ้นได้
2. ปัจจัยด้านราคา เป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ที่ทางผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ โดยมีราคาให้เลือกหลากหลาย ความต้องการความคุ้มค่าของราคาและบริการ

3. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักโฮมสเตย์ โดยต้องมีสภาพแวดล้อมปลอดภัย และมีการจัดโซนปลูกพืช ผัก ให้ดูสวยงาม

4. ปัจจัยด้านบุคคล เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักโฮมสเตย์ โดยต้องพนักงานต้องมีความสุภาพ มีความรู้ด้านการเกษตรสามารถอธิบายได้ มีความสามารถอธิบายสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลของการวิจัยในเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผัก ผลไม้ และโฮมสเตย์ ควรศึกษาตามช่วงฤดูกาลในแต่ละเดือนถึงความต้องการของตลาดทั้งพืชผัก ผลไม้ และการเข้าพักโฮมสเตย์

2. การทำวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพียง 7 ปัจจัย จึงควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเพิ่มเติม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาขยายฐานลูกค้าให้กว้างยิ่งขึ้น ตรงกับความต้องการที่แท้จริงยิ่งขึ้น และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้มีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

รันตี วงศ์ตะนาวศรี. เทคโนโลยีเกษตร สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร(องค์การมหาชน). ค้นเมื่อ 25

ตุลาคม 2564, จาก http://www.arda.or.th/knowledge_detail.php?id=45

สัจชัย ลั้งแท้กุล. การจัดการดำเนินการ. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศิริชัย พงษ์วิชัย. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แก้วตา ผู้พัฒนพงศ์. การจัดการเชิงกลยุทธ์. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี ระบบเกษตรเชิงเดี่ยว

มูลนิธิเกษตรยั่งยืน ประเทศไทย

กิตติคุณ วงศ์จ้อย การบริหารจัดการที่พักนักท่องเที่ยวในลักษณะวิสาหกิจชุมชน โฮมสเตย์กรณีศึกษา

วิสาหกิจชุมชนบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ จ.สมุทรปราการ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์