

แผนธุรกิจเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา “D pork”



อารีย์นุช พระลักษณะ

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วันที่ พ.ศ.



.....
กิตติชัย ราชมหา,
Ph.D. candidate
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
นางสาวอารีย์นุช พระลักษณ์
ผู้วิจัย
.....

Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
.....

รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละม้าย, Ph.D.
คณบดี
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
Ph.D.
กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปลอคยาปฎิชีวนะฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ไปด้วยดี โดยได้รับความช่วยเหลือจาก อาจารย์กิตติชัย ราชมหา ที่ปรึกษาโครงการที่กรุณาให้คำแนะนำ และชี้แนะแนวทางที่ถูกต้องและควรกระทำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วน และให้ความกรุณาเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างมาก จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้มอบความรู้และประสบการณ์อันมีค่าแก่ผู้วิจัย ขอขอบคุณเพื่อนสาขาวิชาการจัดการธุรกิจอาหารรุ่น 18B เพื่อนสมัยเรียนปริญญาตรีที่คอยให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และให้กำลังใจที่ดีเสมอมา รวมทั้งผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครอบครัวของผู้วิจัย ที่คอยให้กำลังใจและอยู่เคียงข้างตลอดมาและผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวมา ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยหวังว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่บุคคลที่สนใจทำธุรกิจและหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

อารีย์นุช พระลักษณ์

แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ

BUSINESS PLAN D PORK CO. LTD. ANTIBIOTIC FREE PORK

อารีย์นุช พระลักษณะ 5850222

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : กิตติชัย ราชมหา, M.Acc.

บทคัดย่อ

บริษัท ดี พอร์ค จำกัด (D PORK Co.,Ltd.) เป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้น โดยมีแนวคิดในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ ภายใต้แบรนด์ “D PORK”

“D PORK” เป็นเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะที่ผ่านการเลี้ยงแบบไม่ใช้ยาปฏิชีวนะตลอดขั้นตอนการเลี้ยง แต่จะใช้สมุนไพรและโปรไบโอติกทดแทน เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะแบรนด์ “D PORK” มีความสด สะอาด ปลอดภัยต่อผู้บริโภค อีกทั้งยังไม่มียาตกค้างจากเนื้อสัตว์ส่งผลไปยังผู้บริโภค โดยกลุ่มลูกค้า คือกลุ่มคนที่มีความใส่ใจในสุขภาพของตนเอง นอกจากนี้บริษัทยังเห็นโอกาสของสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยในประเทศไทยที่ยังมีการเติบโต และประชากรในประเทศไทยมีความใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น

ดังนั้นทางบริษัทจะทำการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ ที่ได้รับรองมาตรฐานการผลิตอาหาร โดยช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทางบริษัทได้วางแผนการขาย ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า และร้านอาหารเพื่อสุขภาพ บริษัท มีเงินลงทุนที่เกิดจากการรวมหุ้น 7,000,000 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 14,717,776.54 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน 93.8% โดยมีระยะเวลาคืนทุน 4 ปี

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ/เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ	1
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.2 โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ	2
1.3 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ	9
1.4 สรุปการวิเคราะห์ธุรกิจด้วยเครื่องมือแรงกดดัน 5 ประการ	11
1.5 ความเป็นมาของบริษัท	11
1.6 วิสัยทัศน์ (Vision)	12
1.7 พันธกิจ (Mission)	12
1.8 วัตถุประสงค์ (Objective)	12
1.9 เป้าหมายของธุรกิจ (Business Goals)	12
1.9.1 เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)	12
1.9.2 เป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 2 และปีที่ 3)	13
1.9.3 เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 4 และปีที่ 5)	13
1.10 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)	13
1.10.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน - จุดแข็ง	13
1.10.2 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน - จุดอ่อน	14
1.10.3 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก - โอกาส	15
1.10.4 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก - อุปสรรค	15

สารบัญ (ต่อ)

	1.11	ตัวแบบธุรกิจที่นำเสนอภายใต้กรอบแนวคิด Business Model Canvas	17
	1.11.1	Customer Segments	18
	1.11.2	Value Proposition	18
	1.11.3	Channels	18
	1.11.4	Relationships	18
	1.11.5	Revenue Streams	19
	1.11.6	Key Resources	19
	1.11.7	Key Activities	19
	1.11.8	Key Partner	19
	1.11.9	Cost Structure	20
บทที่ 2		แผนการตลาด	21
	2.1	การสำรวจและการวิจัยตลาด	21
	2.1.1	วัตถุประสงค์ของการสำรวจตลาด	21
	2.1.2	เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจตลาด	22
	2.1.3	ผลการสำรวจตลาด	22
	2.2	การวิเคราะห์คู่แข่ง	32
	2.2.1	S-pure Betagro	32
	2.2.2	Natural Meat	32
	2.2.3	CP	33
	2.3	การแบ่งส่วนตลาด ลูกค้ำกลุ่มเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาด (STP Marketing)	35
	2.3.1	การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)	35
	2.3.2	กลุ่มเป้าหมาย (Target) ทางบริษัท ดี พอร์ค จำกัด ทำการแบ่งกลุ่ม เป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม	35
	2.3.3	การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)	35

สารบัญ (ต่อ)

	2.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (4P's)	36
	2.4.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า (Product)	36
	2.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)	40
	2.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	40
	2.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)	41
	2.5 การประเมินยอดขาย (Forecast Sale)	43
	2.5.1 การประเมินยอดขายในปีที่ 1	43
	2.5.2 การประมาณการยอดขายในปีที่ 2- ปีที่ 3	44
	2.5.3 การประมาณยอดขายในปีที่ 4- ปีที่ 5	44
	2.6 แผนการดำเนินงานทางการขาย	44
บทที่ 3	แผนการดำเนินงาน	45
	3.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน	45
	3.1.1 ระยะที่ 1 ดำเนินการจัดตั้งบริษัท	45
	3.1.2 ระยะที่ 2 ดำเนินการขอรับรองมาตรฐานด้านการผลิตอาหาร	48
	3.1.3 ระยะที่ 3 ดำเนินการด้านการตลาด	50
	3.1.4 ระยะที่ 4 การจัดระบบ และการดำเนินงานด้านการผลิต	50
	3.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	50
	3.2.1 ค่าเช่าพื้นที่	50
	3.2.2 ค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงสุกร	51
	3.2.3 ค่าสร้างโรงตัดแต่งและอุปกรณ์เครื่องจักรสำหรับตัดแต่งซากสุกร	52
	3.2.4 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน	53
	3.3 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน	54
	3.4 ขั้นตอนการผลิตเนื้อหมูสด	55
	3.5 ขั้นตอนการว่าจ้าง โรงเชือด (OEM) บริษัท สามพราน ซลอเตอร์เฮาส์ จำกัด	56
	3.5.1 รายละเอียดขั้นตอนการว่าจ้างโรงเชือด (OEM)	56

สารบัญ (ต่อ)

	3.6	ขั้นตอนการตัดแต่ง และบรรจุลงบรรจุภัณฑ์	58
	3.7	ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า สำหรับห้างซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	59
	3.7.1	แสดงขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าสำหรับห้างซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านอาหาร 59 เพื่อสุขภาพ	
	3.8	ภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด	60
บทที่ 4		แผนการบริหารและจัดการองค์กร	62
	4.1	ข้อมูลทางธุรกิจ	62
	4.2	โครงสร้างองค์กร	62
	4.3	รายละเอียดผู้ถือหุ้น	63
	4.4	แผนด้านบุคลากร	64
	4.5	ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของธุรกิจ	65
	4.6	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	67
	4.7	ค่าตอบแทนอื่นๆ	69
บทที่ 5		แผนการเงิน	70
	5.1	เงินลงทุน	70
	5.2	แหล่งที่มาของเงินทุน	71
	5.3	สมมติฐานทางการเงิน	71
	5.4	การประมาณการรายได้	73
	5.5	การประมาณการต้นทุน	74
	5.6	การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	75
	5.7	งบกำไรขาดทุน	77
	5.8	งบดุล	78
	5.9	กระแสเงินสดของโครงการ (Free Cash Flow)	79
	5.10	ผลการตอบแทนการลงทุน	80
	5.11	การวิเคราะห์ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ	81

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 6	การบริหารความเสี่ยง	82
	6.1. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)	82
	6.1.1 การขาดแคลนวัตถุดิบ	82
	6.1.2 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	83
	6.1.3 การใช้โรงเชือดจ้างเชือด (OEM)	83
	6.1.4 คุณภาพของสินค้า	84
	6.1.5 ความเสี่ยงของเครื่องจักรชำรุด	84
	6.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)	85
	6.2.1 สินค้าไม่สามารถขายได้ตามที่คาดการณ์ไว้	85
	6.2.2 มีผลิตภัณฑ์เดียวกันวางจำหน่ายในท้องตลาด	85
	6.2.3 ความผันผวนของราคาสินค้าเนื้อสุกร	86
	6.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)	87
	6.4 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)	87
บรรณานุกรม		88
ภาคผนวก		91
	ภาคผนวก ก ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง การแสดงผลของอาหารในภาชนะบรรจุ	92
	ภาคผนวก ข หนังสือคำร้องขอเข้าร่วมโครงการเนื้อสัตว์อนามัย	100
	ภาคผนวก ค แบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ เรื่อง ผลิตภัณฑ์ เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ ตรา “D pork”	106
	ภาคผนวก ง ผลตอบแบบสอบถาม	119
	ภาคผนวก จ แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย	127
ประวัติผู้วิจัย		137

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 ปริมาณการผลิต การส่งออก และการบริโภคสุกรของไทย	5
1.2 สรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงผลักดันทั้ง 5 ประการดังนี้	11
1.3 การวิเคราะห์ธุรกิจจาก Business Model Canvas	17
2.1 แสดงเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจตลาด	22
2.2 แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ (Antibiotic free pork) ของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
2.3 แสดงข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูของผู้บริโภค	26
2.4 แสดงข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูของผู้บริโภค	27
2.5 แสดงข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูของผู้บริโภค	27
2.6 แสดงข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูของผู้บริโภค	28
2.7 แสดงระดับความเห็นด้วยต่อแนวคิดของผลิตภัณฑ์เนื้อหมู “D pork” ของผู้ตอบแบบสอบถาม	28
2.8 แสดงร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ผู้จัดทำไปทำการสัมภาษณ์	29
2.9 การเปรียบเทียบคู่แข่งในอุตสาหกรรมเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ	34
3.1 ค่าใช้จ่ายในการสร้างโรงงานตัดแต่งซากสุกร บริษัท ดี พอร์ค จำกัด	53
3.2 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในโรงงานตัดแต่งและสำนักงานของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด	54
3.3 แสดงเกณฑ์การคัดเลือกโรงเชือดให้กับบริษัท ดี พอร์ค จำกัด	57
3.4 แสดงภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท ดี พอร์ค จำกัดในปีที่ 1-2	60
4.1 แสดงจำนวนหุ้น สัดส่วนและเงินลงทุนของผู้ถือหุ้น	63
4.2 แสดงตำแหน่ง จำนวนหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรบริษัท ดี พอร์ค จำกัด	64
4.3 แสดงค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของธุรกิจของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด	65
4.4 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของปีที่ 1 แบบจำแนกรายเดือน	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
4.5	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานรอบ 5 ปี	68
5.1	แสดงรายละเอียดของเงินทุนในโครงการ	70
5.2	แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน	71
5.3	แสดงรายได้จากการขายช่องทาง ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และซูเปอร์มาร์เก็ต ตลอด ระยะเวลา 5 ปี	73
5.4	การประมาณการต้นทุนเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ	74
5.5	แสดงราคาต้นทุนจากปริมาณยอดสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าทุกช่องทางจัดจำหน่ายเนื้อหมู ปลอดยาปฏิชีวนะ ในปีที่ 1-ปีที่ 5	74
5.6	แสดงค่าขนส่งเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะจากโรงงานคัดแต่งถึงลูกค้า	75
5.7	แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานรอบ 5 ปี	75
5.8	แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด ปีที่ 1 - ปีที่ 5	76
5.9	แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1 - ปีที่ 5	77
5.10	งบดุลสำหรับเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด	78
5.11	กระแสเงินสดอิสระสำหรับเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด	79
5.12	แสดงผลตอบแทนการลงทุนสำหรับเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด	80
5.13	แสดงผลตอบแทนการลงทุนของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด เมื่อมีการเปลี่ยนแปลง ด้านราคาขาย ยอดขายและต้นทุนสินค้า	81

สารบัญภาพ

รูปภาพ	หน้า	
1.1	แสดงร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปจำแนกตามพฤติกรรมการบริโภคและกลุ่มอาหาร 2 (ปี 2556)	
1.2	แสดงยอดขายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในไทย	3
1.3	แสดงระดับรายได้และสถานที่ซื้ออาหารสดของครอบครัวเรือนในกรุงเทพและต่างจังหวัดในปี 2011	4
1.4	โครงสร้างการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันโดยใช้หลักการของ Five Forces Model	9
2.1	แสดงความสนใจเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ (Antibiotic free pork) ของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
2.2	แสดงผลตอบแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ	23
2.3	แสดงผลตอบแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ	24
2.4	กราฟแสดงสถานที่ในการซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
2.5	กราฟแสดงปัจจัยที่เป็นสาเหตุหลักในการเลือกซื้อเนื้อหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม	26
2.6	แสดงผลตอบแบบสอบถามของความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา “D pork”	29
2.7	แสดงภาพการไปสัมภาษณ์เจ้าของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	31
2.8	เนื้อหมู S-pure Betagro (17 เมษายน 2560, www.betagro.com)	32
2.9	เนื้อหมู Natural Meat (17 เมษายน 2560, www.samphanfarm.com)	33
2.10	เนื้อหมู CP (17 เมษายน 2560, www.cpfworldwide.com)	33
2.11	การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Position Market)	36
2.12	แสดงคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา “D pork”	37
2.13	แสดงผลการตรวจสอบยาปฏิชีวนะที่ตกค้างในเนื้อหมูตรา “D pork”	37
2.14	แสดงผลการตรวจสอบยาปฏิชีวนะที่ตกค้างในเนื้อหมูจากร้านค้าในตลาดสด	38

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูปภาพ	หน้า	
2.15	ลักษณะของผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา D pork	39
2.16	แสดงราคาโดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามยอมรับให้สูงขึ้นกว่าเนื้อหมูทั่วไป	40
2.17	ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน website และ platform	41
2.18	แสดง Facebook page ของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด	42
2.19	แสดงการออกบูธแสดงสินค้าในงาน Thailand Franchise Expo ณ ห้างเซ็นทรัลลาดพร้าว วันที่ 2-5 กุมภาพันธ์	43
3.1	แสดงขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท ดี พอร์ค จำกัด	46
3.2	แสดงแผนผังพื้นที่สถานที่ผลิตและสถานที่จัดเก็บสินค้าของบริษัท	47
3.3	แสดงสถานที่ตั้งโรงงานตัดแต่งเนื้อสุกร และฟาร์มสุกร บริษัท ดี พอร์ค จำกัด ซึ่งมีระยะห่างประมาณ 5 กิโลเมตร	48
3.4	แสดงขั้นตอนการดำเนินการขอรับรองมาตรฐานด้านการผลิตอาหาร	49
3.5	ระบบคุณภาพอาหารที่ขอการรับรอง	49
3.6	แสดงพื้นที่ฟาร์มและโรงเรือนเลี้ยงสุกร	51
3.7	แสดงอาหารสุกรกลุ่มสมุนไพรและโปรไบโอติก	51
3.8	แสดงระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) ภายในฟาร์มสุกร มีการล้างรถก่อนเข้าและออกจากฟาร์ม เพื่อป้องกันเชื้อโรคเข้าสู่ฟาร์ม	52
3.9	แสดงขั้นตอนการผลิตเนื้อหมูสด	55
3.10	แสดงขั้นตอนการว่าจ้างโรงเชือด (OEM) บริษัท สามพราน ซลอเตอร์เฮาส์ จำกัด	56
3.11	แสดงขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าสำหรับห้างซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านอาหารเพื่อสุขภาพ	59
4.1	แสดงโครงสร้างองค์กรของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด	62

บทที่ 1

โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

ความเป็นมาของธุรกิจนี้ เกิดขึ้นจากทางบ้านของผู้จัดทำประกอบอาชีพทำฟาร์มหมู ซึ่งในปัจจุบันจะขายสุกรมีชีวิตประมาณ 4,000 ตัวต่อเดือน แต่ยังมีการใช้ยาปฏิชีวนะในการเลี้ยงอยู่ เหมือนกับฟาร์มหมูอื่นๆทั่วไป อีกทั้งยาที่ใช้ในสัตว์หลายตัวในปัจจุบันเป็นตัวยาชนิดเดียวกับที่ใช้ในคน ซึ่งการใช้ยาปฏิชีวนะในการเลี้ยงสัตว์นี้ จะส่งผลต่อผู้บริโภคทำให้เกิดสารตกค้างในร่างกาย และส่งผลต่อการดื้อยาได้ การใช้ยาปฏิชีวนะในสัตว์ที่เป็นอาหารนั้น ทำให้เกิดความเสียดังต่อสุขภาพมนุษย์ เนื่องจากมีสายพันธุ์แบคทีเรียดื้อยาเพิ่มขึ้น ในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา พบเชื้อดื้อยาปฏิชีวนะมากขึ้นและดื้อต่อยาหลายขนาน โดยพบคนไทยมีอาการติดเชื้อดื้อยาในกลุ่มนี้ถึง 100,000 คน อยู่โรงพยาบาลนานขึ้น และเสียชีวิตมากกว่า 30,000 ราย เห็นได้ว่าการรับประทานอะไรเข้าไปล้วนส่งผลต่อร่างกายทั้งสิ้น

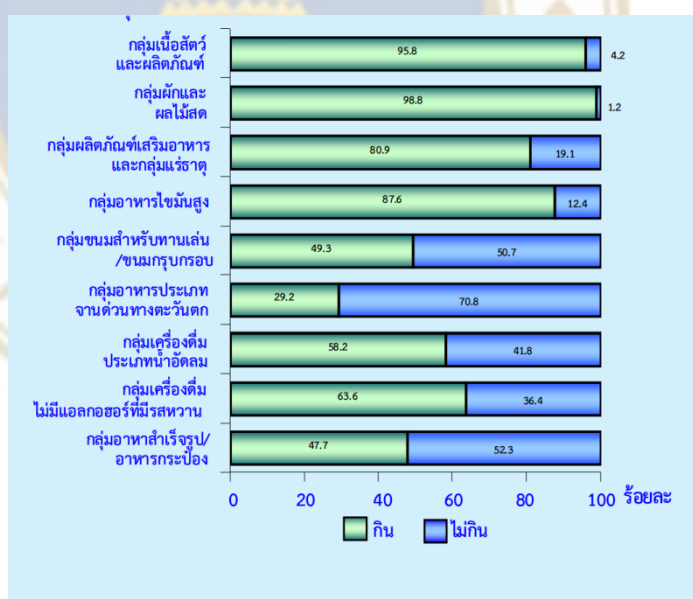
(ผู้จัดการรายวัน, 6 สิงหาคม 2556)

ตลาดในปัจจุบันมีเนื้อหมูตัดแต่งขายเป็นจำนวนมาก หลากหลายยี่ห้อ แต่ยังมีส่วนน้อยที่เป็นเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ (Antibiotic free pork) (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558) และในอนาคตเองธุรกิจฟาร์มหมูมีการวางแผนจะทำโรงงานตัดแต่งเนื้อหมูขึ้น

ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้จัดทำสนใจในการทำผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสดปลอดยาปฏิชีวนะ (Antibiotic free pork) ที่ไม่มีสารตกค้างไปถึงผู้บริโภคขึ้น ซึ่งเป็นการต่อยอดธุรกิจที่มีอยู่เดิม โดยการขยายกิจการไปข้างหน้า (Forward Integration) ไปสู่ธุรกิจปลายน้ำมากขึ้น (downstream) เพื่อแก้ปัญหาการต่อรองของพ่อค้าคนกลางและเป็นการเพิ่มโอกาสในการทำกำไรแก่บริษัทอีกด้วย

1.2 โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ

ในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตมากขึ้น โดยเฉพาะประเด็นด้านคุณภาพและความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร โดยผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศหันมาเลือกบริโภคสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐาน และมีความปลอดภัยอย่างแพร่หลาย เนื่องจากผู้บริโภคตระหนักถึงคุณลักษณะและสารอาหารเป็นสิ่งสำคัญ ส่งผลให้เกษตรกรและผู้ประกอบการต้องเร่งปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ขณะที่ตลาดก็ให้ความสนใจที่จะนำสินค้าคุณภาพมาตรฐานไปวางจำหน่ายมากขึ้น นอกจากนี้จะช่วยเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคแล้ว ยังเป็นการขยายช่องทางจำหน่ายผลผลิตช่วยเหลือเกษตรกรทางหนึ่งอีกด้วย ดังนั้นผู้ผลิตต้องให้ความสำคัญในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต ตั้งแต่ในระดับฟาร์ม จนกระทั่งผลิตภัณฑ์ถึงมือผู้บริโภค (from farm to table) เพราะถ้าผลิตอาหารไม่ถูกสุขอนามัยออกมา อาจทำให้ผู้บริโภคได้รับภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะ (social cost) ซึ่งก็คือค่ารักษาพยาบาลตอนเจ็บป่วย (Mitchell, 2003) และกลุ่มเนื้อสัตว์ถือเป็นกลุ่มอาหารที่ผู้บริโภครับประทานมากที่สุดถึง 95.8 เปอร์เซ็นต์ ดังภาพที่ 1.1



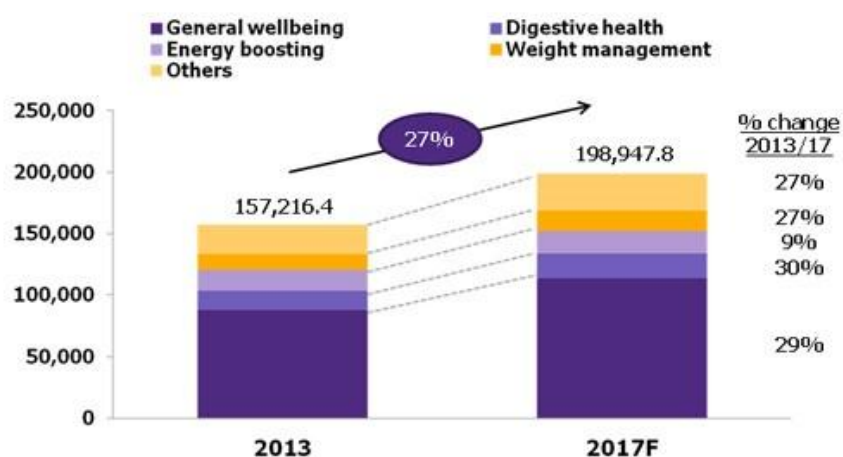
ภาพที่ 1.1 แสดงร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปจำแนกตามพฤติกรรมผู้บริโภคและกลุ่มอาหาร (ปี 2556)

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2557)

อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคในประเทศไทยยังมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านอาหาร (food safety) ทั้งนี้เนื่องจากพบว่า คนไทยป่วยด้วยโรคอาหารเป็นพิษ (food poisoning) 112,083 คนในปี 2555 (ไทยรัฐ, 2556) จึงส่งผลให้ผู้บริโภคมีการตื่นตัวและดูแลสุขภาพมากขึ้น สินค้าในกลุ่มอาหารพร้อมทาน (Ready to eat) และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (health and wellness) จึงมีแนวโน้มตลาดที่ยังคงสดใส จากกระแสการตื่นตัวในเรื่องการดูแลสุขภาพ ดังภาพที่ 1.2

ยอดขายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (health and wellness) ในไทย

หน่วย: ล้านบาท

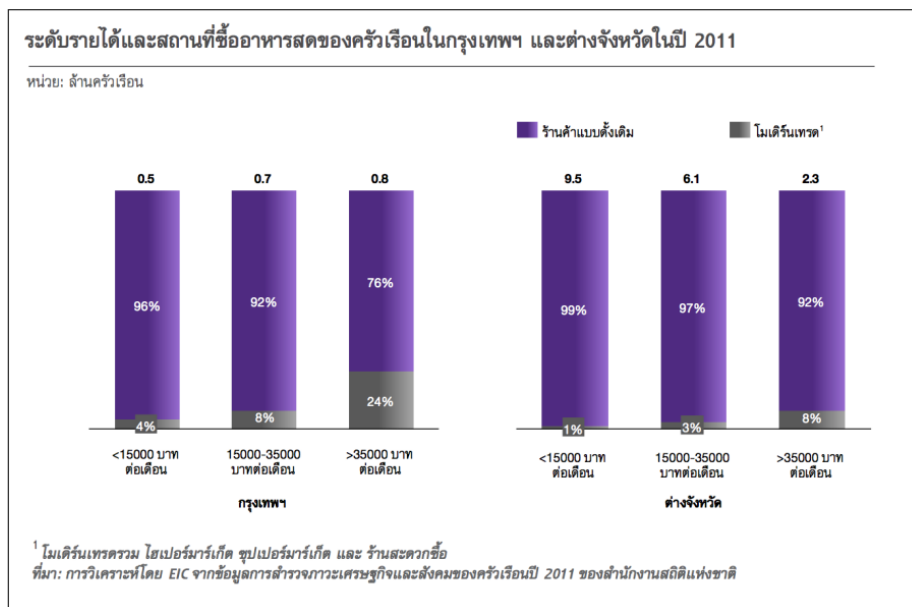


Source: EIC analysis base on data from Euromonitor International

ภาพที่ 1.2 แสดงยอดขายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในไทย

ที่มา : ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ SCB (2557)

ด้วยไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป กำลังซื้อสูงขึ้นมีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคหันไปซื้ออาหารสดจากร้านค้าที่เป็น Modern trade มากขึ้นจากเดิมที่ซื้อสินค้าจากตลาดสด กลุ่มผู้มีระดับรายได้สูงขึ้นมีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ เน้นสินค้าสดใหม่และยอมจ่ายสินค้าราคา Premium มากขึ้นหากได้รับความสะดวกสบายมากกว่า ซึ่งสินค้าเหล่านี้หาซื้อได้จาก Modern trade (ดังภาพที่ 1.3)



ภาพที่ 1.3 แสดงระดับรายได้และสถานที่ซื้ออาหารสดของครอบครัวเรือนในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดในปี 2011

ที่มา : ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ SCB (2557)

โดยที่ผ่านมามีการผลิตรายการขาดการดูแล และบริหารจัดการที่ดีที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของเนื้อสุกร และยังมีปัญหาสารตกค้างเคมีตกค้างในเนื้อสุกรอยู่ จึงทำให้มีการคัดสรรวัตถุดิบหรืออาหารที่เน้นความปลอดภัย ควบคุมคุณภาพ และใส่ใจตลอดห่วงโซ่อาหาร ส่งผลให้ให้ตลาด Modern Trade ที่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า และคุณภาพวัตถุดิบ เช่น เนื้อวัว เนื้อแกะ เนื้อไก่ หรือ เนื้อหมู ให้ความสำคัญสะอาดปราศจากโรคและสิ่งสกปรกเกือบตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง หรือก็คือ ถึงผู้บริโภค ได้รับความนิยมนิยมและมีการเติบโตมากยิ่งขึ้นในทุกๆปี การที่ Modern Trade สามารถพูดได้เช่นนั้นก็มาจากการคัดสรรผู้ผลิตที่ได้คุณภาพ ของตัวเนื้อสัตว์ต่างๆ ตั้งแต่ฟาร์ม โรงฆ่า และโรงตัดแต่ง ต้องได้รับหรือผ่านการรับรองคุณภาพของระบบความปลอดภัยอาหาร ไม่ว่าจะเป็น GMP, HACCP หรือข้อกำหนดอื่นๆที่จำเป็นสำหรับธุรกิจนั้นๆ อีกทั้งผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรยังให้ความสำคัญถึงความสะอาด และความสดใหม่ของเนื้อสุกรอยู่ในระดับมากอีกด้วย (พีรวิมล เชิดสถิตกุล, 2545)

ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมการซื้อเนื้อหมูที่ห้างค้าปลีกสมัยใหม่อยู่ในระดับมาก (สาธิต ศิริพงศ์ไพโรจน์, 2548) เนื้อสุกรที่มีสีชมพูอ่อน มีรูปแบบการผลิตแบบปลอดภัยจากสารพิษ มีรูปแบบการผลิตแบบอินทรีย์ มีการรับรองความปลอดภัยในการบริโภค มีบรรจุภัณฑ์แบบ top seal และมีบรรจุภัณฑ์แบบ brand wrap ปัจจุบันเหล่านี้มีผลต่อความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะ

เลือกซื้อเนื้อสุกรเพิ่มขึ้น และผู้บริโภครมีความเต็มใจจ่ายมากขึ้นในการปรับปรุงคุณลักษณะทางด้านคุณภาพและความปลอดภัยของเนื้อสุกร (ฉัฐพล เอี่ยมสอาด, 2553)

แต่ในปัจจุบันโรงคัดแต่งที่รับรองว่าผ่านมาตรฐาน GMP, HACCP ที่เป็นความต้องการของ Modern Trade นั้นยังมีอยู่ไม่มาก ส่วนใหญ่โรงคัดแต่งในประเทศไทยจะเป็นลักษณะโรงคัดแต่งขนาดเล็กหรือที่เรียกว่า “เขียงหมู” ไม่ถูกสุขลักษณะและไม่ได้มาตรฐาน ในปัจจุบันโรงคัดแต่งเนื้อสุกรที่ผ่านการรับรองคุณภาพ GMP, HACCP มีอยู่ 11 โรงทั่วประเทศ (กรมปศุสัตว์, 2558) ซึ่งเป็นจำนวนน้อยมาก จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าธุรกิจโรงคัดแต่งเนื้อสุกรยังไม่ค่อยมีคู่แข่งมากนักเนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีการลงทุนสูงบวกกับต้องมีความรู้ความสามารถเฉพาะในเรื่องของตัวเนื้อสุกรจึงจะสามารถทำธุรกิจโรงคัดแต่งได้ อีกทั้งความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการบริโภคเนื้อสุกรคุณภาพ ปลอดภัย และสะอาดมีมากยิ่งขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในลักษณะจากการเดินไปซื้อเนื้อหรือวัตถุดิบต่างๆที่ตลาดสด เปลี่ยนเป็นไปซื้อใน Modern trade มากขึ้นเรื่อยๆ และจากข้อมูลที่ได้จากลูกค้า Modern trade รายใหญ่หลายๆรายที่มีการทำการค้ากันในปัจจุบัน ทำให้รู้ว่าสินค้าตัวเนื้อสุกรเป็นสินค้าที่มีการเจริญเติบโตมากขึ้นทุกๆปี ดังนั้นจึงถือเป็นโอกาสที่ดีหากมีความสนใจเปิดโรงคัดแต่งเนื้อสุกรในปัจจุบัน

ตารางที่ 1.1 ปริมาณการผลิต การส่งออก และการบริโภคสุกรของไทย

รายการ	2555	2556	2557	2558
ปริมาณการผลิต (ล้านตัว)	12.828	13.072	12.823	13.083
(ล้านตัน)	1.02	1.04	1.02	1.04
ปริมาณการส่งออก (ตัน)	14,416	15,957	17,227	18,000
ปริมาณการบริโภค (ล้านตัน)	0.98	0.98	0.96	0.99

ที่มา : วิจัยเศรษฐกิจปศุสัตว์และประมง สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตรสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร 31 มีนาคม (2558)

ในประเทศสหรัฐอเมริกาผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการเนื้อไก่ เนื้อหมู และเนื้อวัวที่ปลอดภัยจากยาปฏิชีวนะเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ขณะที่เนื้อสัตว์ที่ปลอดภัยจากยาปฏิชีวนะยังคงมีเพียงแค่ 5 เปอร์เซ็นต์ของเนื้อสัตว์ทั้งหมดในอเมริกา ซึ่งความต้องการที่เพิ่มขึ้นนี้มาจากการตื่นตัวในเรื่องรักษาสุขภาพมากขึ้น, การใส่ใจในสิ่งแวดล้อม, สวัสดิภาพสัตว์, รสนิยม และการใส่ใจในเรื่องของ

คุณภาพ บริษัทที่ขายเนื้อที่ปลอดสารปฏิชีวนะในอเมริกาคำนวณประสบความสำเร็จและทำกำไรได้ (NRDC, 2015)

ผลการสำรวจในประเทศสหรัฐอเมริกา Lusk (2006) พบว่าผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้ยาปฏิชีวนะในผลิตภัณฑ์เนื้อหมูส่งผลให้ผู้บริโภคเหล่านั้นตัดสินใจเลือกซื้อเนื้อหมูที่ไม่มีการใช้ยาปฏิชีวนะ (Lusk, 2006) และยังมีการสำรวจในประเทศออสเตรเลียพบว่าผลิตภัณฑ์เนื้อหมูเกรดพรีเมียมเป็นที่ต้องการของตลาดเพิ่มมากขึ้น ผู้ผลิตจำเป็นต้องทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพซึ่งมาพร้อมกับต้นทุนที่สูงมากขึ้น (Barneveld, 2003) และจากงานวิจัยของ Smith และคณะ (2013) พบว่ามีการพบเชื้อ MRSA (Methicillin Resistant Staphylococcus Aureus) หรือเชื้อโรคคือยาทั้งในสุกรและผู้เลี้ยงสุกรภายในฟาร์ม (Smith, et al., 2013) ซึ่งสอดคล้องกับการทดลองของ Rinsky และคณะ (2013) โดยเปรียบเทียบเชื้อโรคคือยา (MRSA) ระหว่างฟาร์มที่มีการใช้ยาปฏิชีวนะในการเลี้ยงและไม่ใช้ยาปฏิชีวนะในการเลี้ยงพบว่าจะมีเชื้อโรคคือยาเฉพาะในฟาร์มที่ใช้ยาปฏิชีวนะในการเลี้ยงเท่านั้น (Rinsky, et al., 2013) อีกทั้งในประเทศไทย เชื้อ Staphylococcus aureus ที่เกี่ยวข้องกับปศุสัตว์ก็คือต่อยามาเมธิซิลลิน (LAMRSA) เป็นปัญหาโรคอุบัติใหม่ที่สำคัญที่มักพบในสุกรและผู้เลี้ยงสุกร และมีรายงานการพบเชื้อ LAMRSA sequence type (ST) 9 ในสุกรที่ภาคเหนือของประเทศไทย (ประภาส พันธ์, 2556)

สำหรับในประเทศไทยปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดเชื้อคือยาปฏิชีวนะคือการนำยาปฏิชีวนะสำหรับมนุษย์ไปใช้ในอุตสาหกรรมปศุสัตว์ ประมง กสิกรรม นอกจากนี้ยังมีการใช้ยาปฏิชีวนะสำหรับมนุษย์ไปรักษาโรคติดเชื้อในสัตว์เลี้ยง เช่น สุนัข แมว กระจ่าง และนสพ.ศศิ เจริญพจน์ สำนักพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์ กล่าวว่า การผลิตสัตว์ (ในอุตสาหกรรม) ที่ปลอดภัยจากสารตกค้างและเชื้อคือยาปฏิชีวนะเป็นเรื่องที่ท้าทายมากเพราะจำเป็นต้องกำกับดูแลตั้งแต่ต้นทางในการขึ้นทะเบียนตำรับยาปฏิชีวนะที่เหมาะสม การควบคุมการกระจายยาปฏิชีวนะ และการใช้ยาปฏิชีวนะอย่างถูกต้อง รวมทั้งการดูแลสุขลักษณะในขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่ฟาร์มสัตว์เลี้ยง จนถึงผู้บริโภค โดยกรมปศุสัตว์ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงมาตรฐานการเลี้ยงสัตว์ เช่น ส่งเสริมให้มีฟาร์มมาตรฐานเพื่อลดการใช้ยาปฏิชีวนะ และสร้างระบบในการควบคุมโรคที่ดี ตั้งแต่ระดับฟาร์ม โรงงานอาหารสัตว์ โรงฆ่าสัตว์ และสถานที่จำหน่ายเนื้อสัตว์ การตรวจสอบและเฝ้าระวังสารตกค้าง (พงษ์พิสุทธิ์ จงอุดมสุข, 2555)

ที่น้าเป็นห่วงตอนนี้ คืออุบัติการณ์การเกิดคือยาของสายพันธุ์แบคทีเรีย “กลุ่ม อี โคไล” ที่กลายพันธุ์เป็นยีนคือยา และคือยาโคลิสติน (colistin) ที่เป็นยาด่านสุดท้ายในการรักษาเชื้อคือยาในโรงพยาบาล เมื่อไม่กี่ปีมานี้ที่มวิจัยพบกลไกต่อต้านยาโคลิสติน เกิดจาก ยีน เอ็มซีอาร์-วัน (MCR-1) พบอยู่บนพลาสมิดเชื้ออี โคไล (E. coliSHP45) ที่แยกได้จากเนื้อหมู และยีนตัวนี้สามารถส่งผ่านไป

ยังสายพันธุ์ใกล้เคียงได้ง่าย โดยกระบวนการที่เรียกว่า horizontal gene transfer หากการถ่ายทอด ยีนเอ็มซีอาร์วัน ไปยังแบคทีเรียคือยาที่ก่อโรคร้ายแรงตัวอื่นๆ เป็นไปอย่างรวดเร็ว ในอนาคตอาจไม่มียาปฏิชีวนะชนิดไหนเหลือให้ใช้รักษาแล้ว

ดร.พลายแก้ว (2560) กล่าวว่า การใช้ยาโคลิสตินผสมในอาหารหมูหรืออาหารสัตว์ หรือใช้แพร่หลายในฟาร์มหมู เป็นหนึ่งในปัญหาใหญ่ของตัวการแพร่ระบาดเชื้อคือยา ควรมีการ ห้ามใช้ยาปฏิชีวนะผสมในอาหารสัตว์ทุกประเภท อนุญาตให้ใช้ยาโคลิสตินเมื่อจำเป็นจริงเท่านั้น เพราะนี่คือหนทางเดียวที่จะลดอุบัติการณ์และการแพร่กระจายของเชื้อแบคทีเรียคือยาสายพันธุ์ใหม่ ลงได้

ขณะนี้ฟาร์มหมูทั่วโลกถูกจับตามองว่าอาจเป็นแหล่งแพร่ยีนคือยาสายพันธุ์ใหม่ หลังจากนักวิทยาศาสตร์จากจีนยอมเปิดเผยข้อมูลสำคัญ ถึงการค้นพบ ยีนคือยาในคนและฟาร์มปศุสัตว์ ขณะที่ หนังสือพิมพ์ “คม ชัด ลึก” มีการสำรวจพบว่าในฟาร์มหมูของไทยมีการใช้ยาโคลิสติน ชนิดคิดทั้งถูกกฎหมายและยาเถื่อน หรือยาโคลิสติน ไม่มีทะเบียนอย่างแพร่หลาย และที่น่าเป็นห่วง คือ การใช้ยาผงโคลิสตินผสมกับอาหารให้หมูกินทุกวัน โดยมีความเชื่อว่าจะช่วยป้องกันหมูท้องร่วง

“กลุ่มเครือข่ายต่อต้านการใช้ยาปฏิชีวนะไม่ถูกต้อง” เชื่อว่า การใช้ยาปฏิชีวนะผิดวิธีใน ฟาร์มปศุสัตว์เป็นส่วนหนึ่งของตัวการแพร่ระบาดเชื้อคือยาในประเทศไทย และเรียกร้องให้ทุก โรงพยาบาลตรวจสอบเจาะลึกและเปิดเผยข้อเท็จจริง “สาเหตุผู้ป่วยเสียชีวิต” จากเชื้อคือยา ว่าเป็นยา ชนิดใด มีจำนวนมากน้อยเพียงไร เป็นคนกลุ่มอาชีพใด ฯลฯ อีกทั้งข้อมูลศูนย์วิชาการเฝ้าระวังและ พัฒนาระบบยา (กพย., 2560) ระบุว่า ปัญหาเชื้อแบคทีเรียคือยาของไทยกำลังเข้าขั้นวิกฤติ ปัจจุบันมี ผู้เสียชีวิตจากเชื้อคือยาถึง 3.8 หมื่นคนต่อปี หรือประมาณวันละ 100 คน

หากเปรียบเทียบกับสถิติระดับนานาชาติของเว็บไซต์ amr-review.org ปี 2560 พบว่า ในแต่ละปีมีคนไข้เสียชีวิตจากเชื้อคือยาทั่วโลกปีละ 7 แสนคนถ้ายังไม่มีการจัดระเบียบการใช้ยา ปฏิชีวนะอย่างจริงจัง คาดว่าอีก 30 ปีข้างหน้า หรือภายในปี ค.ศ.2050 ผู้เสียชีวิตทั่วโลกอาจพุ่งไปถึง ชั่วโมงละ 1,000 คน หรือปีละ 10 ล้านคน เอาชนะตัวเลขผู้ป่วยมะเร็ง ที่เสียชีวิตปีละ 8 ล้านคน (คมชัดลึก, 23 ม.ค. 2560)

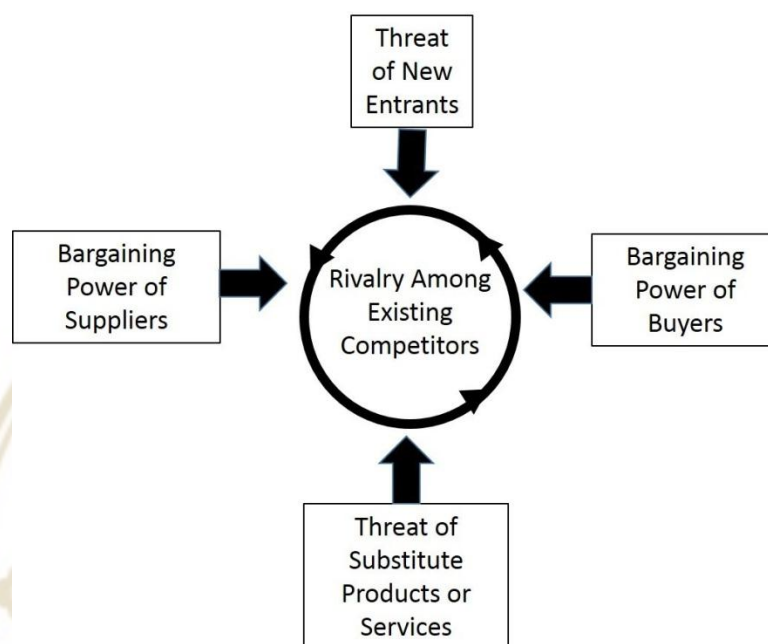
การเฝ้าระวังเชื้อคือยาปฏิชีวนะนั้น กรมปศุสัตว์มีการเฝ้าระวังเชื้อปนเปื้อนและการคือ ยาต้านจุลชีพในสินค้าปศุสัตว์ และการเฝ้าระวังเชื้อคือยาด้านจุลชีพในสัตว์ป่วย โดยตรวจสอบการ ปนเปื้อนเชื้อแบคทีเรียและการคือยาด้านจุลชีพในโรงฆ่าสัตว์ภายในประเทศ โรงงานเพื่อการส่งออก และ โรงงานแปรรูปเนื้อสัตว์ ซึ่งแบคทีเรียที่มีปัญหาเชื้อคือยามีหลายชนิด เช่น E. Coli, Staphylococcus aureus (พงษ์พิสุทธิ จงอุดมสุข, 2555) และจากรายงานของสถาบันวิจัยระบบ สาธารณสุข เกี่ยวกับสถานการณ์เชื้อคือยาปฏิชีวนะในคนของประเทศไทยในรอบ 10 ปี (พ.ศ. 2543-

2554) พบว่า แต่ละปีมีผู้ป่วยติดเชื้อคือยามากกว่า 100,000 คน เสียชีวิต 30,000 คน และสูญเสียทางเศรษฐกิจกว่า 10,000 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักของปัญหาเชื้อคือยาในคนคือการใช้ยาปฏิชีวนะในตนเองอย่างไม่ถูกต้อง ใช้อย่างพร่ำเพรื่อเกินความจำเป็น ถึงแม้การใช้ยาปฏิชีวนะในสัตว์อย่างไม่ถูกต้องจะไม่ใช่สาเหตุหลักของเชื้อคือยาในคน แต่ก็ยังเป็นสาเหตุหนึ่งของปัญหาเชื้อคือยาในคนที่ไม่อาจมองข้ามได้ การใช้ยาปฏิชีวนะในสัตว์นั้น ยังก่อให้เกิดการตกค้างของยาในเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์สัตว์ สามารถก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค ได้แก่ เกิดอาการข้างเคียงของยา เกิดการแพ้ยา (เช่น ยาในกลุ่ม Penicillins) เกิดเชื้อคือยาตลอดจนอาจก่อให้เกิดมะเร็ง นอกจากการตกค้างของยาปฏิชีวนะในสัตว์แล้ว ยังเกิดการปนเปื้อนของยาในสิ่งแวดล้อม เช่น ในดิน และแหล่งน้ำอีกด้วย (ใจพร พุ่มคำ, 2555)

จากปัญหาดังกล่าวผู้จัดทำจึงสนใจที่จะเลี้ยงสุกรแบบไม่ใช้ยาปฏิชีวนะขึ้น ซึ่งจะมีการใช้สมุนไพรและโปรไบโอติกทดแทน การเลี้ยงสุกรโดยใช้สมุนไพรนั้นมีประโยชน์มากมาย โดยจากงานวิจัยพบว่าเนื้อสุกรที่เกิดจากสุกรที่กินสมุนไพร จะมีรสชาติดีขึ้น 4 เปอร์เซ็นต์, มีความนุ่มขึ้น 3.5 เปอร์เซ็นต์, มีความฉ่ำน้ำมากขึ้น 8.2 เปอร์เซ็นต์ และยังมีกลิ่นที่ดีขึ้นอีกด้วย (Swiatkiewicz, 2007) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Li ที่กล่าวว่าเนื้อสุกรที่กินสมุนไพรจะทำให้เนื้ออุ่มน้ำมากขึ้น ไม่เป็นเนื้อน้ำแฉะ (Li, et al., 2016) และการเสริมเห็ดหลินจือในอาหารสุกรจะทำให้เนื้อสุกรมีคุณภาพดีขึ้น โดยมีผลดังนี้คือ 1) marbling (ไขมันแทรกในกล้ามเนื้อ) เพิ่มขึ้น ทำให้เนื้อนุ่มขึ้น 2) เพิ่ม pH กล่าวคือจะทำให้เนื้อหมูไม่อยู่ในสภาวะ Pale soft exudate (PSE, เนื้อซีดแฉะ) 3) เพิ่มความเป็นสีแดงมากขึ้น 4) ลดการแฉะน้ำ (drip loss) (Li, X.L., 2015) อีกทั้งการเสริมสมุนไพรที่มีสาร antioxidant ให้แก่สุกร จะส่งผลให้เนื้อหมูมีคุณภาพดีขึ้น เพิ่ม Meat quality ทำให้เนื้อนุ่ม อร่อย น่าทานมากขึ้น (Velasco, 2011)

1.3 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจ

สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมเนื้อหมู ในภาพรวมสามารถวิเคราะห์โดยอาศัยแรงผลักดันทั้ง 5 แรง (Five Forces Analysis) ในการวิเคราะห์ ดังนี้



ภาพที่ 1.4 โครงสร้างการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันโดยใช้หลักการของ Five Forces Model
ที่มา : Porter, (1980)

แรงผลักดันที่ 1 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry among Current Competitors) : สูง

1.1 จำนวนคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมยังถือว่าไม่มากนัก แต่มีการแข่งขันที่สูงมาก เนื่องจากมีรายใหญ่ในอุตสาหกรรม เช่น ซีพี เบทาโกร (-)

แรงผลักดันที่ 2 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers) : สูง

2.1 สินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมเนื้อสุกรมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน และมีความแตกต่างกันน้อยจึงทำให้ลูกค้ามีอำนาจการต่อรองสูง (-)

2.2 ต้นทุนในการเปลี่ยนการใช้สินค้า (Switching cost) ต่ำ ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนไปซื้อสินค้าอื่นได้ง่าย (-)

2.3 ปริมาณการซื้อของลูกค้าที่เป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และ Modern trade จะมีปริมาณการซื้อสูง จึงมีอำนาจในการต่อรองสูง (-)

แรงผลักดันที่ 3 อำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Suppliers Bargaining Power of Suppliers) : ต่ำ

3.1 ในอุตสาหกรรมเนื้อสุกรมีจำนวนผู้จัดส่งสุกรมีชีวิต และซากสุกรในที่นี่หมายถึง ฟาร์มสุกร และโรงฆ่าสุกรเป็นจำนวนไม่มากนัก ซึ่งฟาร์มและโรงฆ่าที่ได้มาตรฐานก็มีจำนวนน้อย เช่นกัน แต่จุดแข็งของบริษัทคือมีฟาร์มสุกร และโรงตัดแต่งเอง รวมทั้งมีพันธมิตรทางธุรกิจเป็นโรงเชือดที่มีมาตรฐานคือบริษัท สามพราน ชลอเทอร์เฮาส์ จำกัด จึงทำให้อำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบมีค่า (+)

แรงผลักดันที่ 4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product or Services) : สูง

4.1 เนื่องจากเนื้อหมูเป็นสินค้าประเภทเกษตรกรรม จึงมีสินค้าทดแทนการบริโภคเนื้อหมูอยู่มากมาย เช่น เนื้อไก่ เนื้อวัว เนื้อปลา หากช่วงที่ตลาดเนื้อหมูแพง ผู้คนก็จะไม่นิยมบริโภคเนื้อหมูแต่หันไปบริโภคเนื้อประเภทอื่นๆแทนได้ง่าย ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนจึงสูง (-)

แรงผลักดันที่ 5 ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันใหม่ (Threat of New Entrants) : ต่ำ

5.1 เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีการลงทุนที่สูงและต้องการประสบการณ์ในส่วนอาชีพสูง อีกทั้งยังต้องมีแหล่งขายสุกรมีชีวิตอยู่ในมือถึงจะเริ่มทำธุรกิจนี้ได้ จึงเป็นกำแพงที่สูงที่ผู้เล่นหน้าใหม่ๆ จะเข้ามาบุกตลาดได้ ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันใหม่จึงต่ำ (+)

1.4 สรุปการวิเคราะห์ธุรกิจด้วยเครื่องมือแรงกดดัน 5 ประการ

ตารางที่ 1.2 สรุปการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงผลักดันทั้ง 5 ประการดังนี้

แรงกดดันทั้ง 5 ประการ	ระดับผลกระทบ	ปัจจัยโดยรวมต่อธุรกิจ
การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry among Current Competitors)	สูง	(-)
อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers)	สูง	(-)
อำนาจการต่อรองของผู้จัดส่ง วัตถุดิบ (Suppliers Bargaining Power of Suppliers)	ต่ำ	(+)
ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product or Services)	สูง	(-)
ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันใหม่ (Threat of New Entrants)	ต่ำ	(+)

โดยภาพรวมจากการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจจากแรงผลักดันทั้ง 5 แรง (Five Forces Analysis) พบว่า อุตสาหกรรมเนื้อสุกรยังมีศักยภาพที่จะสามารถทำกำไรได้เนื่องจากอำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ และภัยคุกคามจากคู่แข่งหน้าใหม่อยู่ในระดับที่ต่ำ ถึงแม้ว่าอำนาจการต่อรองของลูกค้า และการแข่งขันในอุตสาหกรรมจะสูง รวมทั้งยังมีภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนอีกด้วย แต่หากว่าผู้ประกอบการสามารถสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคเห็นถึงคุณประโยชน์ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์และสามารถสร้างโอกาสที่ดีให้แก่ธุรกิจได้

1.5 ความเป็นมาของบริษัท

มีการวางแผนที่จะจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในรูปแบบของบริษัทจำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท ดี พอร์ต จำกัด โดยตั้งอยู่ เลขที่ 87/2 หมู่ 4 ตำบลห้วยไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี โดยทางบริษัทมีการจ้างผู้รับจ้างโรงเชือด ให้เชือดสุกรให้และส่งเป็นซากสุกรมายังบริษัท

1.6 วิสัยทัศน์ (Vision)

มุ่งผลิตและพัฒนาเนื้อหมูที่มีคุณภาพสูงและปลอดภัย จากอุตสาหกรรมการเกษตรที่ทันสมัยเพื่อสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้บริโภค

1.7 พันธกิจ (Mission)

1.7.1 กำหนดผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสดที่มีความปลอดภัย ได้มาตรฐานเป็นไปตามมาตรฐานข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาและกรมปศุสัตว์

1.7.2 ปรับปรุงกระบวนการทำงานทุกขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง โดยการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าและผู้บริโภค

1.7.3 พนักงานมีองค์ความรู้ ตระหนักถึงการทำงานที่ก่อให้เกิดความร่วมมือ ความสามัคคีกันภายในองค์กรรวมถึงให้ความใส่ใจกับการรักษาสิ่งแวดล้อม

1.8 วัตถุประสงค์ (Objective)

เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสดที่ปลอดภัยยาปฏิชีวนะ (Antibiotic free pork) สะอาด และปลอดภัยต่อผู้บริโภค

1.9 เป้าหมายของธุรกิจ (Business Goals)

1.9.1 เป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)

1.9.1.1 สร้างการรับรู้ในเรื่องความแปลกใหม่ คุณภาพและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นประเด็นสำคัญในการสร้างความเข้าใจเรื่องประโยชน์ของเนื้อหมูปลอดภัยยาปฏิชีวนะ

1.9.1.2 บริหารตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักในด้านภาพลักษณ์ คุณภาพและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคโดยการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.9.1.3 บริษัทจะทำการวางจำหน่ายสินค้าตามร้านขายอาหารเพื่อสุขภาพ และส่งเนื้อหมูสดตามร้านขายอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานครที่สำคัญ ๆ

1.9.1.4 ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบกลยุทธ์การเจาะตลาด (Market Penetration strategy) โดยการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงการทำโปรโมชั่นลดราคาให้กับลูกค้าตามปริมาณการสั่งซื้อ

1.9.2 เป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 2 และปีที่ 3)

1.9.2.1 ขยายพื้นที่ในการวางจำหน่ายให้กระจายครอบคลุมพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครมากยิ่งขึ้น

1.9.2.2 ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบกลยุทธ์การเจาะตลาด โดยการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงการทำโปรโมชั่นลดราคาให้กับลูกค้าตามปริมาณการซื้อ

1.9.2.3 มียอดขายเพิ่มขึ้น 20 เปอร์เซ็นต์ ต่อปี เป็นอย่างต่ำ

1.9.3 เป้าหมายระยะยาว (ปีที่ 4 และปีที่ 5)

1.9.3.1 ขยายพื้นที่ในการวางจำหน่ายให้กระจายครอบคลุมพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครมากยิ่งขึ้น โดยมีการขายในซูเปอร์มาร์เก็ต Villa market

1.9.3.2 รักษาฐานลูกค้าเดิมให้มั่นคงและสร้างลูกค้าใหม่อย่างสม่ำเสมอ

1.9.3.3 มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

1.9.3.4 มียอดขายเพิ่มขึ้น 30 เปอร์เซ็นต์ ต่อปี เป็นอย่างต่ำ

1.10 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

การประเมินสถานการณ์ของบริษัทฯ สำหรับผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสดปลอดภัยชีวะ ทั้งจากสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน รวมทั้งโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการตัดสินใจในการบริหารจัดการ ดังนี้

1.10.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน - จุดแข็ง

- ด้านการบริหารจัดการ

- บริษัทมีฟาร์มสุกรเป็นของตัวเองอยู่แล้ว ซึ่งเป็นฟาร์มที่ได้มาตรฐาน GAP (Good Agriculture practice) จึงสามารถจัดการและพัฒนาเนื้อสุกรให้มีคุณภาพ

- บริษัทมีประสบการณ์การเลี้ยงสุกรมาเป็นระยะเวลา 10 ปี
- บริษัทฯ มีขนาดเล็ก ทำให้การบริหารจัดการและการตัดสินใจภายในบริษัทฯ สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว

- **ด้านการผลิต**

- บริษัทมีพันธมิตรทางการค้าทางด้าน Supplier และ โรงเชือด ที่ดี เนื่องจากทำธุรกิจกับฟาร์มกันมาอยู่แล้ว
- บริษัทเป็นธุรกิจที่ครบวงจรตลอดห่วงโซ่อาหาร ซึ่งมีมาตรฐานตั้งแต่ฟาร์ม โรงเชือด โรงตัดแต่ง ไปจนถึงมือผู้บริโภค
- บริษัทมีความสามารถในการผลิตสูง เนื่องจากเลี้ยงสุกรเป็นจำนวนมาก สามารถส่งขายได้ 4,000 ตัวต่อเดือน

- **ด้านการตลาด**

- เนื้อหมู D pork เป็นเนื้อหมูที่ปลอดภัยอายุ 100 เปอร์เซ็นต์ และมีการเลี้ยงด้วยสมุนไพรและโปรไบโอติก ซึ่งมีความแตกต่างจากเนื้อหมูแบรนด์อื่นๆ
- บรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุจากธรรมชาติ และพลาสติกที่สามารถย่อยสลายได้ตามกลไกทางธรรมชาติ ซึ่งมีความแตกต่างจากแบรนด์อื่นที่ใช้กล่องโฟม หรือภาชนะพลาสติก

- **ด้านการเงิน**

- บริษัทฯ มีสภาพคล่องทางการเงิน สามารถนำมาใช้ลงทุนต่อยอดในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดได้

1.10.2 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน – จุดอ่อน

- **ด้านการบริหารจัดการ**

- บริษัทเป็นบริษัทจัดตั้งใหม่อาจมีความยุ่งยากในการบริหารจัดการทั้งในเรื่องของการจัดการด้านเงินทุน ทรัพยากรบุคคล การดำเนินงานของบริษัทที่อยู่บ้างในช่วงแรก

- **ด้านการตลาด**

- ผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ทำให้ตราสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภค
- ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ามีน้อยในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจ

1.10.3 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก – โอกาส

- **สภาพสังคม**

- ผู้บริโภคเลือกทานอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพนั้นพบว่าเมื่ออายุของผู้บริโภคสูงขึ้น ผู้บริโภคจะมีเหตุผลมากขึ้น ในการเลือกบริโภคอาหาร โดยเลือกอาหารที่ทำให้ผู้บริโภคมีสุขภาพที่แข็งแรง และยังคงผลให้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อื่นๆ ตามมา เช่น อาหารเสริม ผัก และผลไม้ โดยรับบริการหรือเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อ ที่ทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกสบายมากที่สุด (ศิริวีร์ วราธรไพบูลย์, 2557)

- ร้านอาหาร Fast food ในสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่เริ่มหันมาใช้วัตถุดิบเนื้อสัตว์ที่ปลอดภัยจากยาปฏิชีวนะเช่น Subway, McDonald's และ KFC (NRDC, 2016)

- การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุ (Aging Society) ส่งผลต่อลักษณะการใช้ชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคหันมาใส่ใจในการเลือกซื้อสินค้าที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้นและพร้อมที่จะจ่ายเงินเพิ่มในการซื้อสินค้าดังกล่าว

- **สภาพตลาดธุรกิจเนื้อหมู**

ถือว่ามีการแข่งขันที่สูงจากรายใหญ่แต่เนื้อหมู D pork ซึ่งเป็นเนื้อหมูที่ปลอดภัย ปฏิชีวนะ ยังมีผู้ผลิตเพียงไม่กี่รายในตลาดประเทศไทย และเป็นสินค้าที่ลูกค้ามีความต้องการ จึงมีช่องว่างที่ผู้ประกอบการจะเข้ามาทำตลาดได้

- **ด้านเทคโนโลยี**

- เทคโนโลยีการเลี้ยงสุกร และเทคโนโลยีเครื่องจักรมีความก้าวหน้ามากขึ้น ทันสมัยมากขึ้น และมีราคาถูกลงกว่าในอดีตที่ผ่านมา ทำให้ธุรกิจมีต้นทุนในการผลิตที่ถูกลง ในขณะที่เดียวกันก็มีประสิทธิภาพในการผลิตเพิ่มขึ้น

- **ด้านกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ**

- รัฐบาลมีการสนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อยกระดับประเทศเข้าสู่ “ประเทศไทย 4.0” ทำให้ผู้ประกอบการได้รับการส่งเสริมธุรกิจในด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และงบประมาณ ช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ

1.10.4 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก – อุปสรรค

- **ด้านสินค้าทดแทน**

- สินค้าทดแทนมีอยู่เป็นจำนวนมากทั้ง เนื้อไก่ เนื้อปลา และเนื้อวัว เป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค ผู้ซื้อจึงมีอำนาจในการต่อรองสูง

- **ด้านกฎหมาย**

- สินค้าเนื้อหมูที่สามารถขายใน Modern trade ได้จะต้องมาจากฟาร์มที่ได้รับรองว่ามีมาตรฐาน GAP (Good Agriculture Practice) และเป็นฟาร์มที่ปลอดสารเร่งเนื้อแดง รวมทั้งโรงเชือด และโรงตัดแต่งจะต้องผ่านมาตรฐาน GMP และ HACCP ด้วย

- ในอนาคตจะเลี้ยงสุกรยากขึ้น เนื่องจากมีอุปสรรคเรื่องโรคระบาด หรือโรคที่เกิดขึ้นมาใหม่ในสุกร

- **ด้านเศรษฐกิจ**

- สถานะเศรษฐกิจของประเทศไทยมีการชะลอตัว ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการจับจ่ายใช้สอยน้อยลง

จากการวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกของธุรกิจทำให้เห็นช่องทางการทำธุรกิจเนื้อหมูแต่ยังมีปัจจัยในหลายๆด้านที่ยังต้องมีการพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการทำธุรกิจในอนาคต



1.11 ตัวแบบธุรกิจที่นำเสนอภายใต้กรอบแนวคิด Business Model Canvas

ตารางที่ 1.3 การวิเคราะห์ธุรกิจจาก Business Model Canvas

<p>8. Key Partner</p> <ul style="list-style-type: none"> - Supplier ด้านอาหารสัตว์ที่เป็นสมุนไพร และ Probiotics ที่ทางสัตว. คิดค้นขึ้นมา - Supplier ด้านบรรจุภัณฑ์ - บริษัท สามพราน ซลทเทอร์เฮาส์ จำกัด - ฝ่ายจัดซื้อ ซุปเปอร์มาร์เก็ต - ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ 	<p>7. Key Activity</p> <ul style="list-style-type: none"> - การเลี้ยงหมูแบบปลอดยาปฏิชีวนะ 100 เปอร์เซนต์ - การตัดแต่งเนื้อสุกรอย่างมีมาตรฐาน - การจัดส่งสินค้า 	<p>2. Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> - เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ 100% มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค - บรรจุภัณฑ์ทำจาก Bioplastic สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ 	<p>4. Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> - Customer service จาก Facebook page เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารและให้ข้อมูลแก่ลูกค้า <p>3. Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ - ซุปเปอร์มาร์เก็ต - Social media เช่น Facebook page 	<p>1. Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> - ในปี 1-3 มีการขายแบบ B2B ไปยังร้านอาหารเพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานคร - ในระยะยาวตั้งแต่ปีที่ 4 เป็นต้นไปมีการขายแบบ B2C ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องสุขภาพ เน้นการบริโภคอาหารที่สะอาด ปลอดภัย ไม่มีสารเคมีตกค้าง
<p>9. Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fixed Cost ได้แก่ ค่าโครงสร้างอาคาร ค่าโครงสร้างโรงเรือน ค่าอุปกรณ์เครื่องจักร ค่าเช่าพื้นที่แรงงาน • Variable Cost ได้แก่ ค่าจ้างแรงงาน ค่าอาหารสัตว์ ค่าบรรจุภัณฑ์ 		<p>5. Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • รายรับจากการขายสินค้า 		

เพื่อให้เข้าใจถึงธุรกิจรวม จึงวิเคราะห์ปัจจัยและภาพรวมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด ดังนี้

1.11.1 Customer Segments

1.11.1.1 แบบ B2B ร้านอาหารเพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

1.11.1.2 แบบ B2C กลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องสุขภาพ เน้นการบริโภคอาหารที่สด สะอาด ปลอดภัย ไม่มีสารเคมีตกค้าง

1.11.2 Value Proposition

เนื้อหุ้มปลอดยาปฏิชีวนะตรา ดีพอร์ค เป็นเนื้อหุ้มที่ผ่านการเลี้ยง โดยไม่ใช้ยาปฏิชีวนะตลอดขั้นตอนการเลี้ยง ซึ่งจะใช้สมุนไพรและโปรไบโอติกทดแทนการใช้ยาปฏิชีวนะ ปลอดภัยต่อผู้บริโภคและดีต่อสุขภาพ ไม่มีสารตกค้างจากเนื้อสัตว์ไปยังผู้บริโภค ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่เกิดการดื้อยาจากการทานเนื้อสัตว์ที่มียาปฏิชีวนะตกค้างเข้าไป อีกทั้ง เนื้อหุ้มตรา ดีพอร์ค จะผ่านการเลี้ยงจากฟาร์มที่ได้มาตรฐาน GAP (Good Agricultural practice) ซึ่งเป็นมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม และผ่าน โรงเชือดที่มีมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) และ HACCP

บรรจุภัณฑ์ของเนื้อหุ้มปลอดยาปฏิชีวนะตรา ดีพอร์ค ทำมาจาก Bioplastic ซึ่งเป็นพลาสติกที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.11.3 Channels

บริษัทจะทำการตลาดผ่าน Social media เช่น การลงใน Facebook ของบริษัท และให้ตัวแทนจำหน่ายซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านอาหารเพื่อสุขภาพเป็นผู้ทำการตลาดร่วมด้วย โดยช่องทางเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็น การสร้างความรับรู้และสร้างความตระหนักในสินค้า และบริษัทสามารถถ่ายทอดคุณค่าของสินค้าผ่านช่องทางเหล่านี้

1.11.4 Relationships

ลูกค้าสามารถติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูล สั่งซื้อสินค้า หรือเป็นตัวแทนจำหน่าย ผ่าน Facebook ของบริษัท ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับภายใน 24 ชั่วโมง ซึ่งจะช่วยให้เกิดการพูดคุยและใกล้ชิดโดยตรง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความผูกพันต่อสินค้าของเรา

1.11.5 Revenue Streams

บริษัทจะได้รายได้จากการขายร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และซูเปอร์มาร์เก็ต

1.11.6 Key Resources

ทรัพยากรของบริษัทที่ใช้ในการดำเนินแผนธุรกิจประกอบไปด้วย

- สมุนไพรและ Probiotics ที่เป็นอาหารสัตว์
- สุนัข
- อุปกรณ์และเครื่องจักรในการตัดแต่งเนื้อสุกร ทั้งนี้หมายรวมถึงเทคโนโลยีต่างๆที่

นำมาใช้ในการผลิตด้วย

- บุคลากรในบริษัท ที่มีทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในแต่ละขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจ บุคลากรเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการบรรลุเป้าหมายของแผนธุรกิจที่วางไว้ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้า นักลงทุน รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจอีกด้วย

1.11.7 Key Activities

กิจกรรมหลักที่บริษัทต้องดำเนินการเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ ได้แก่ การเลี้ยงหมูแบบปลอดยาปฏิชีวนะ 100 เปอร์เซ็นต์ การตัดแต่งเนื้อสุกรอย่างมีมาตรฐาน การจัดซื้อ การผลิต การตลาดและการขาย การจัดส่งสินค้า โดยการทำงานของแต่ละกิจกรรมนั้นต้องมีความเชื่อมโยงสอดคล้องกันเพื่อให้แผนธุรกิจดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพสูงสุด

1.11.8 Key Partner

บริษัทมีการสร้างพันธมิตรคู่ค้า เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับธุรกิจ นั่นก็คือบริษัทจะทำการสั่งอาหารสัตว์ในกลุ่มสมุนไพรและโปรไบโอติกจากบริษัทที่เป็น Supplier เช่น บริษัท ฟาร์มาเทค จำกัด, บริษัท เว็ท อินเตอร์บิสซิเนส จำกัด และส่งสุกรขุนไปยังโรงเชือดที่ทำการจ้างเชือดคือบริษัท สามพราน ซลอเตอร์เฮาส์ จำกัด ซึ่งเป็นโรงเชือดที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน GMP และ HACCP เพื่อการส่งออก ซึ่งโรงเชือดที่ได้มาตรฐานนี้มีเพียงแค่ 8 โรงในประเทศไทยเท่านั้น ทางบริษัท ดี พอร์ค จำกัด จึงได้เลือกบริษัทนี้มาเป็นโรงเชือดให้กับบริษัท และบริษัทจะทำการขายเนื้อหมูให้กับร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และซูเปอร์มาร์เก็ต

1.11.9 Cost Structure

ต้นทุนทั้งหมดที่ใช้ในการดำเนินงานธุรกิจ จะแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ

1.11.9.1 ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) คือต้นทุนกลุ่มที่ต้องจ่ายเป็นประจำ และคงที่ในแต่ละเดือน ได้แก่ ค่าโครงสร้างอาคาร, ค่าเช่าพื้นที่โรงงาน, ค่าโครงสร้างโรงเรือน ค่าอุปกรณ์, เครื่องจักร

1.11.9.2 ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) คือ ต้นทุนกลุ่มที่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต ได้แก่ ค่าจ้างแรงงาน ค่าดำเนินงานต่างๆ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าขนส่ง และค่าใช้จ่ายจากการซื้อวัตถุดิบต่างๆ



บทที่ 2

แผนการตลาด

2.1 การสำรวจและการวิจัยตลาด

ในการสำรวจและการวิจัยทางการตลาด ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ ตรา “D pork” ของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด ทางบริษัท ฯ ทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ ตรา “D pork” เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาใช้ในการวางแผนการตลาด

2.1.1 วัตถุประสงค์ของการสำรวจตลาด

2.1.1.1 เพื่อทราบถึงทัศนคติ ความต้องการ และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะของผู้บริโภค

2.1.1.2 เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาใช้ในการวางแผนทางการตลาด วางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม ใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดราคา ใช้วางแผนในการดำเนินการ เลือกช่องทางการวางจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคส่วนใหญ่

2.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจตลาด

เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจตลาดแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 แสดงเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจตลาด

กลุ่มตัวอย่าง	วิธีการ
ผู้บริโภคจำนวน 600 คน	เก็บแบบสอบถามโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) จำนวน 600 คน โดยการกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยต้องการแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสด ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูสดของผู้บริโภค ส่วนที่ 3 ทศนคติของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสด "D pork" ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
กลุ่มร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และผู้แทนจำหน่าย จำนวน 15 ร้าน	ทางบริษัทฯ ทำการสำรวจวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาใช้ในการวางแผนการตลาด

2.1.3 ผลการสำรวจตลาด

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 600 คนด้วยแบบสอบถาม สามารถสรุปผลการสำรวจได้ดังนี้

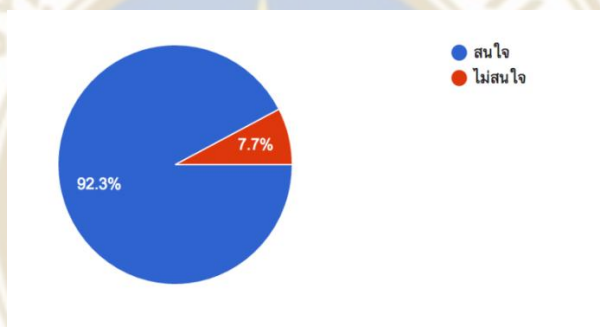
2.1.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และระดับการศึกษา ผลสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 26 ถึง 35 ปี สถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 ถึง 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา และระดับการศึกษาสูงสุด คือปริญญาตรี

2.1.3.2 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคเนื้อหมู

ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคเนื้อหมู พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับประทานอาหารที่มีเนื้อหมูเป็นส่วนประกอบ 3-4 ครั้งใน 1 สัปดาห์ และมักจะทำอาหารที่มีเนื้อหมูเป็นส่วนประกอบ 1-2 ครั้งใน 1 สัปดาห์ ในส่วนของการเลือกซื้ออาหารปัจจัยที่มีความสำคัญคือ อาหารจะต้องมีความปลอดภัยสูง โดยมักจะเลือกซื้อเนื้อหมูจากห้างค้าปลีกราคาประหยัด เช่น Tesco Lotus, Big C มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลด้านคุณภาพ/ด้านความปลอดภัยของอาหารจากสื่อและคำแนะนำของบริษัทผู้ผลิต/กลุ่มผู้ผลิตมากที่สุด และองค์กรที่จะสามารถสร้างความมั่นใจในเรื่องการทำให้อาหารปลอดภัยได้มากที่สุด คือ องค์กรอาหารและยา (อย.)

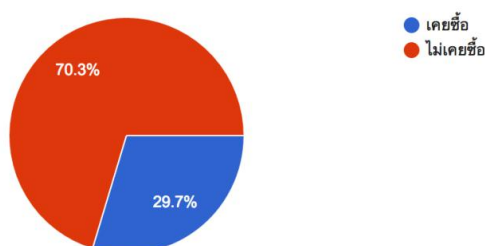
- ท่านมีความสนใจเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ (Antibiotic free pork) หรือไม่



ภาพที่ 2.1 แสดงความสนใจเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ (Antibiotic free pork) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากภาพที่ 2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่สนใจเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ (Antibiotic Free Pork) มากถึง 92.3 เปอร์เซ็นต์ และมีผู้ที่ไม่สนใจเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ 7.7 เปอร์เซ็นต์

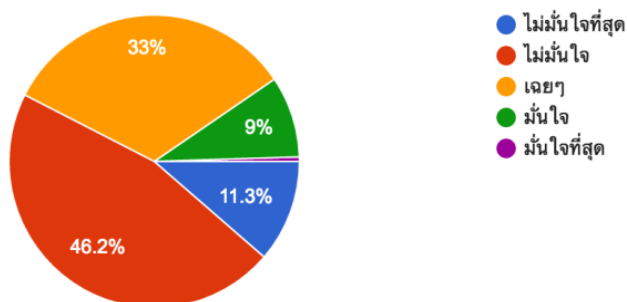
- ที่ผ่านมามีท่านเคยซื้อ เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ บ้างหรือไม่



ภาพที่ 2.2 แสดงผลตอบแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ

จากภาพที่ 2.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักจะไม่เคยซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ (Antibiotic Free Pork) 70.3 เปอร์เซ็นต์ และเคยซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ 29.7 เปอร์เซ็นต์

- ท่านมีความมั่นใจเพียงใดว่าเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะที่ขายในท้องตลาดมีความปลอดภัยจริง



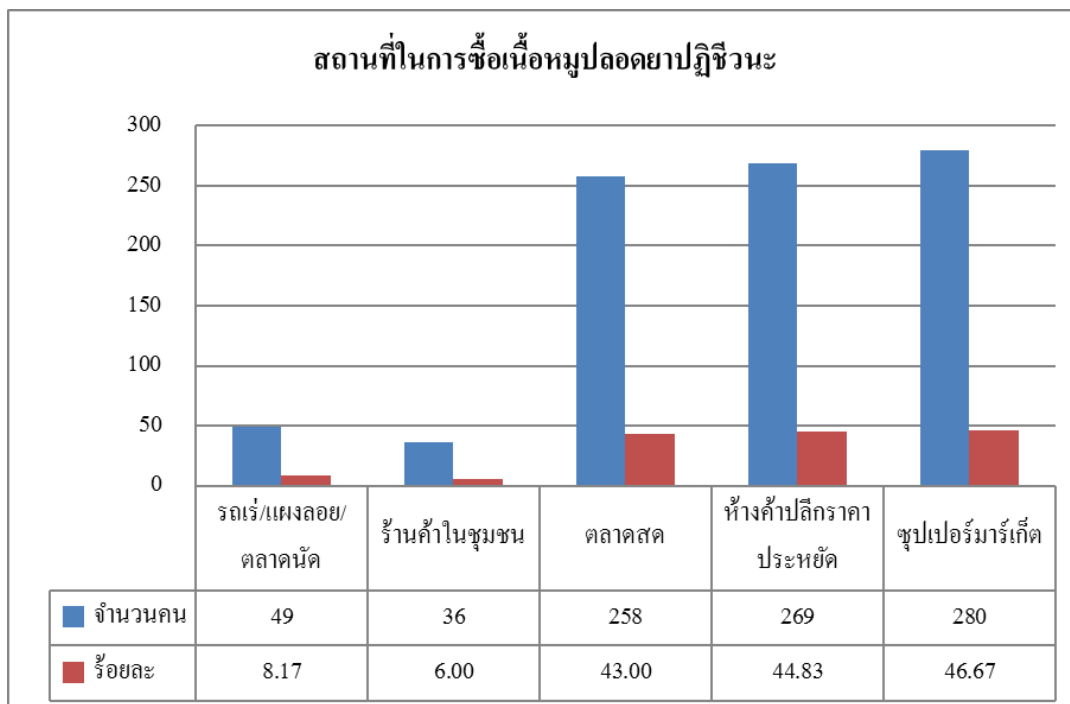
ภาพที่ 2.3 แสดงผลตอบแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ

จากภาพที่ 2.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความไม่มั่นใจว่าเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะที่ขายในท้องตลาดมีความปลอดภัยจริง ประมาณ 46 เปอร์เซ็นต์

ตารางที่ 2.2 แสดงข้อมูลพฤติกรรมการซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ (Antibiotic free pork) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

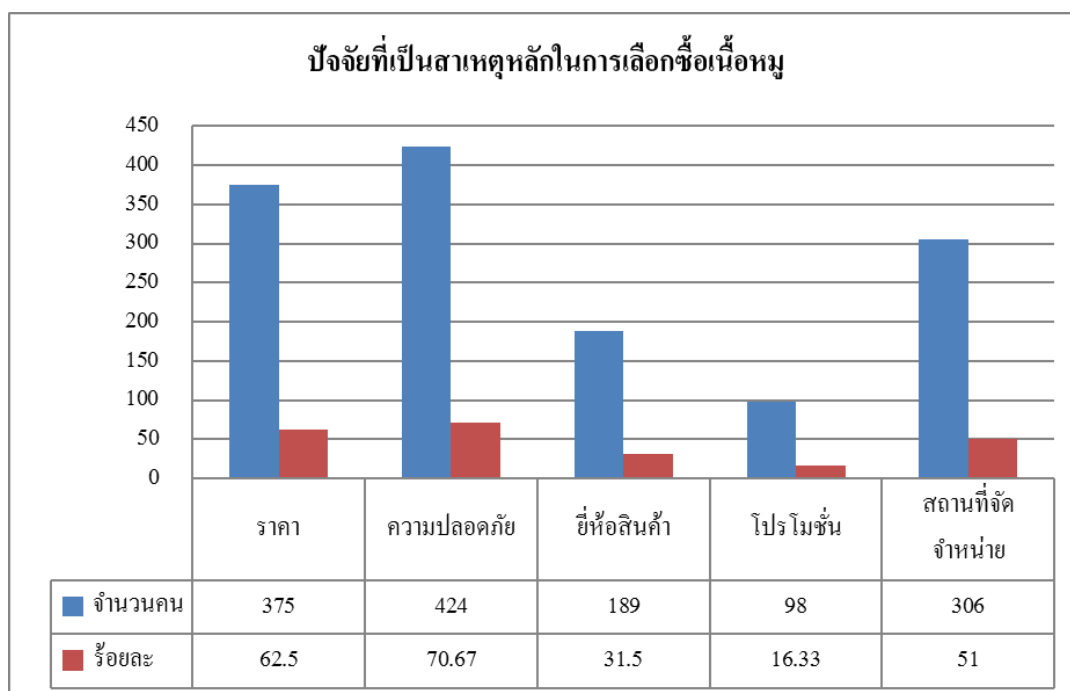
การเลือกซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ ท่านใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ
ตรา/ยี่ห้อ สินค้า	มาก
ชื่อเสียงของบริษัท ผู้ผลิต	มาก
รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์	มาก
ฉลากรับรองมาตรฐานความปลอดภัยของรัฐบาล เช่น ออ.	มากที่สุด
ชื่อเสียงของร้านค้าปลีกที่จำหน่าย	มาก
ไว้วางใจผู้ขาย เพราะรู้จักกัน	ปานกลาง
ไว้วางใจระบบฟาร์มหมูของผู้ผลิต	มาก

จากตารางที่ 2.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีฉลากรับรองมาตรฐานความปลอดภัยของรัฐบาล เช่น ออ. เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะมากที่สุด



ภาพที่ 2.4 กราฟแสดงสถานที่ในการซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากภาพที่ 2.4 จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะจาก ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Tops, Home Fresh Mart, Food land, Villa Market มากที่สุด รองลงมาคือห้างค้าปลีกราคาประหยัด เช่น Tesco Lotus, Big C รองลงมาคือ ตลาดสด, ร้านค้าในชุมชน และรถเร่ / แผงลอย / ตลาดนัด ตามลำดับ



ภาพที่ 2.5 กราฟแสดงปัจจัยที่เป็นสาเหตุหลักในการเลือกซื้อเนื้อหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากภาพที่ 2.5 จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเนื้อหมู โดยคำนึงถึงความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือราคา สถานที่จัดจำหน่าย ยี่ห้อสินค้า และ โปรโมชั่นต่างลำดับ

2.1.3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูของผู้บริโภค

ตารางที่ 2.3 แสดงข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
- สี/กลิ่น ของเนื้อหมูที่ไม่ผิดปกติ	4.65	มาก
- การไม่ใช้ยาปฏิชีวนะในการเลี้ยง	3.79	มากที่สุด
- วันหมดอายุ	4.55	มาก
- ชื่อเสียงของตราสินค้า	3.78	ปานกลาง
- บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	3.46	มาก
- บรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัย	4.15	ปานกลาง
- ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์	3.23	มาก
- ความง่ายต่อการใช้งาน	3.72	มาก
- ได้รับการรับรองว่าเป็นเนื้อหมูปลอดภัย	4.32	มากที่สุด

จากตารางที่ 2.3 ในด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการไม่ใช้ยาปฏิชีวนะในการเลี้ยงสุกร และต้องได้รับการรับรองว่าเป็นเนื้อหมูปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือสี/กลิ่น ของเนื้อหมูที่ไม่ผิดปกติ, วันหมดอายุ, บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม, ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ และความง่ายต่อการใช้งาน ให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 2.4 แสดงข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านราคา	ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
- ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.46	มากที่สุด
- ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.44	มากที่สุด
- ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น	4.17	มาก
- ราคาสินค้าคงที่	4.04	มาก

จากตารางที่ 2.4 ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณมากที่สุด

ตารางที่ 2.5 แสดงข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
- หาซื้อง่าย	4.40	มากที่สุด
- สินค้าจัดอยู่ในหมวดหมู่อัตโนมัติ	4.21	มาก
- ร้านค้าที่จำหน่ายมีลักษณะดี สะอาด	4.46	มากที่สุด
- สถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง	4.36	มาก
- สถานที่ซื้อที่มีจอรถสะดวก	4.13	มาก

จากตารางที่ 2.5 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของการหาซื้อง่าย และร้านค้าที่จำหน่ายต้องมีลักษณะดี สะอาดมากที่สุด

ตารางที่ 2.6 แสดงข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
- การโฆษณาตามสื่อต่างๆ	3.7	มาก
- การลด แลก แจก แถม	3.59	ปานกลาง

จากตารางที่ 2.6 ในด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญการโฆษณาตามสื่อต่างๆในระดับมาก และให้ความสำคัญกับการลด แลก แจก แถมในระดับปานกลาง

2.1.3.4 ข้อมูลด้านความพึงพอใจต่อแนวคิดของผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 2.7 แสดงระดับความเห็นด้วยต่อแนวคิดของผลิตภัณฑ์เนื้อหมู “D pork” ของผู้ตอบแบบสอบถาม

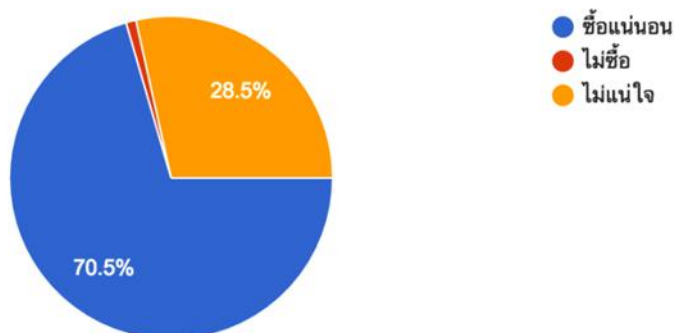
แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์เนื้อหมู “D pork”	ระดับคะแนน	ระดับความเห็นด้วยต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์
1.1 เป็นเนื้อหมูที่ปลอดยาปฏิชีวนะ (antibiotic free pork)	4.33	มาก
1.2 เป็นเนื้อหมูอนามัย (Hygienic Pork) สด สะอาด ปลอดภัย ผ่านการเชือดและตัดแต่งอย่างถูกสุขลักษณะ	4.25	มาก
1.3 เป็นเนื้อหมูปลอดสารเร่งเนื้อแดง (Beta agonist)	4.33	มาก
1.4 ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ และมีหมายเลขตรวจสอบย้อนกลับ	4.37	มากที่สุด
1.5 บรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ	4.22	มาก
1.6 เป็นเนื้อหมูที่เลี้ยงด้วยสมุนไพรและโปรไบโอติก	4.19	มาก

จากตารางที่ 2.7 แสดงถึงระดับความเห็นด้วยต่อแนวคิดของผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก โดยแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด คือ ได้รับการรับรองคุณภาพ และมีหมายเลขตรวจสอบย้อนกลับ ในส่วนของผลิตภัณฑ์เป็นเนื้อหมูที่ปลอดยาปฏิชีวนะ (antibiotic free pork), เป็นเนื้อหมูอนามัย (Hygienic Pork) สด สะอาด ปลอดภัย ผ่านการเชือดและตัดแต่งอย่างถูกสุขลักษณะ, เป็นเนื้อหมูปลอดสารเร่งเนื้อแดง (Beta agonist), บรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ, เป็นเนื้อหมูที่เลี้ยงด้วยสมุนไพรและโปรไบโอติกอยู่ที่ระดับความเห็นด้วยมาก

จากผลการสำรวจการตอบแบบสอบถามต่อแนวคิดของผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่ให้ราคาของผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสด ตรา “D pork” แพงกว่าเนื้อหมูอนามัยทั่วไป อยู่ที่ 10 เปอร์เซ็นต์ สถานที่ที่สำรวจจำหน่าย คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Tops,

Home Fresh Mart, Food land, Villa Market ควรมีการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต / Social Media และผลสำรวจส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อแน่นอนถ้ามีผลิตภัณฑ์นี้ออกวางจำหน่าย

- ถ้าผลิตภัณฑ์เนื้อหมู “D pork” มีผลติดออกวางจำหน่ายท่านสนใจที่จะซื้อในอนาคตหรือไม่



ภาพที่ 2.6 แสดงผลตอบแบบสอบถามของความสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา “D pork”

2.1.3.5 ผลการสอบถามร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครจำนวน 15 ร้าน ได้ผลดังนี้
ตารางที่ 2.8 แสดงร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ผู้จัดทำไปทำการสัมภาษณ์

ลำดับ	ชื่อร้าน	จำนวนการสั่งเนื้อหมู (กิโลกรัม/วัน)	แหล่งที่ซื้อ
1	บี ออร์แกนิก บาย เลมอนฟาร์ม	6	S-pure เบทาโกร
2	Salada Organic Kitchen	8	เบทาโกร
3	Farm to table	8	เบทาโกร
4	สวนเงินมีมา	8	ห้างแมคโคร
5	The garden eatery	10	ห้างแมคโคร
6	Daily fix	6	S-pure เบทาโกร
7	Home sweet home	7	S-pure เบทาโกร
8	คาราคาเล	8	เบทาโกร
9	สลัดบาร์	8	ตลาดสด
10	สวนผักน้ำ	8	ตลาดสด

ตารางที่ 2.9 แสดงร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่ผู้จัดทำไปทำการสัมภาษณ์ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อร้าน	จำนวนการสั่งซื้อเนื้อหมู (กิโลกรัม/วัน)	แหล่งที่ซื้อ
11	My home	8	เบทาโกร
12	Leanlicious	15	เบทาโกร
13	หอมข้าวคั่ว	15	ตลาดสด
14	อินจัน	15	ตลาดสด
15	Mamma mia	10	ห้างแมคโคร

จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) ร้านอาหารเพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ถึงจำนวนการสั่งซื้อเนื้อหมูสดต่อวันเฉลี่ยแล้วอยู่ที่ 10 กิโลกรัม ขึ้นอยู่กับจำนวนลูกค้า ซึ่งร้านที่สอบถามส่วนใหญ่มีการสั่งซื้อเนื้อหมูสดจากบริษัท เบทาโกร จำกัด ซึ่งแบ่งออกเป็น เนื้อหมู S-pure จำนวน 3 ร้าน เนื้อหมูเบทาโกรจำนวน 5 ร้าน เนื้อหมูจากห้างแมคโครจำนวน 3 ร้าน และเนื้อหมูจากตลาดสดจำนวน 4 ร้าน

และจากการสัมภาษณ์พบว่าในการคัดเลือกเนื้อหมูมาใช้ในการทำอาหารนั้น ร้านอาหารเพื่อสุขภาพมีการพิจารณาปัจจัยหลายด้านประกอบกัน เพื่อความเป็นไปได้ในการนำไปประกอบอาหารในตลาดเป้าหมายของตน

- ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยอันดับต้นๆ ที่ร้านอาหารเพื่อสุขภาพให้ความสำคัญ โดยพิจารณาว่าเนื้อหมูมีความสด สะอาด ปลอดภัยหรือไม่ สิกกลิ่นของเนื้อหมูผิดปกติหรือไม่ และสามารถตรวจสอบย้อนกลับ(Traceability) ได้หรือไม่ มีมาตรฐานหรือไม่ เจ้าของร้านอาหารสุขภาพส่วนใหญ่ จะให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนคืนสินค้า ในกรณีที่สินค้ามีปัญหา เช่น มีการตัดแต่งเนื้อหมูที่ไม่ดีตามที่เจ้าของร้านต้องการก็สามารถเปลี่ยนได้ เป็นต้น อีกทั้งการได้รับการรับรองด้านมาตรฐาน GMP และ HACCP ถือเป็นเรื่องสำคัญเพราะเป็นสิ่งที่ช่วยยืนยันทางด้านคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า

- ด้านราคา ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 15 ราย ให้ข้อมูลว่าหลังจากพิจารณาในเรื่องตัวผลิตภัณฑ์แล้ว ราคาเป็นปัจจัยหลักที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อ โดยราคาขายนั้นควรเป็นราคาที่ผู้บริโภคนั้นต้องรับได้ และมีกำลังซื้อ

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ให้สัมภาษณ์ 10 รายชอบช่องทางการจัดจำหน่ายแบบโทรสั่ง และอีก 5 ราย ชอบช่องทางการสั่งแบบทางอินเทอร์เน็ต

- ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกรายต้องการได้ส่วนลด เมื่อซื้อในปริมาณที่มาก และต้องการให้มาส่งสินค้าภายใน 1 วันหลังจากทำการสั่งซื้อเนื้อหมู อีกทั้งยังอยากให้มีป้ายโฆษณาว่าร้านนี้ใช้เนื้อหมูที่ปลอดภัยปฎิชีวนะอีกด้วย และทางเจ้าของร้านอาหารเพื่อสุขภาพอยากให้ทางผู้จัดทำมีการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของเนื้อหมูปลอดภัยปฎิชีวนะ ว่ามีประโยชน์อย่างไร เพื่อเป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคเลือกรับประทานอาหารที่ใช้เนื้อหมูปลอดภัยปฎิชีวนะเป็นส่วนประกอบมากขึ้น

สำหรับความเห็นด้วยของผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปลอดภัยปฎิชีวนะตรา “D pork” เจ้าของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ 11 ใน 15 รายมีความเห็นด้วยและสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากต้องการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาให้ผู้บริโภค และเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค และยอมรับในระดับราคาที่แพงกว่าเนื้อหมูอนามัยทั่วไป อยู่ที่ 10 เปอร์เซ็นต์ สำหรับการตัดสินใจซื้อนั้น เจ้าของร้านจะพิจารณาที่ราคาและคุณภาพเป็นหลัก โดยจะเปรียบเทียบกับยี่ห้อเดิมที่เคยใช้อยู่ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์อีกจำนวน 4 รายให้ข้อมูลว่าเหตุผลที่ยังไม่แน่ใจในการตัดสินใจซื้อเป็นเพราะต้องการทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านอื่นๆประกอบการพิจารณาก่อน และต้องการให้แบรนด์ของเนื้อหมู D pork เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับก่อน



ภาพที่ 2.7 แสดงภาพการไปสัมภาษณ์เจ้าของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

2.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง

จากการสำรวจคู่แข่งในตลาดเมื่อช่วงวันที่ 1-30 ธันวาคม พ.ศ. 2559 พบเนื้อหมูที่ปลอดยาปฏิชีวนะ (Antibiotic Free Pork) มีไม่กี่ยี่ห้อ ซึ่งได้แก่

2.2.1 S-pure Betagro

เป็นเนื้อหมูปลอดสารพิษของบริษัท เบตาโกร จำกัด เป็นการเลี้ยงสัตว์ให้ปลอดจากเชื้อโรค เพื่อมิให้สัตว์นั้นต้องได้รับสารเคมี หรือยาปฏิชีวนะ ซึ่งก็เป็นหลักการ หรือเทคโนโลยีเดียวกับการเลี้ยงสัตว์ เพื่อนำไปใช้เป็นสัตว์ทดลอง เพื่อให้สัตว์นั้นมีความบริสุทธิ์ที่สุด ก่อนจะนำเข้าห้องทดลองเพื่อทดสอบถึงผลลัพธ์ เมื่อสัตว์นั้นได้รับยา หรือสารเคมีชนิดต่างๆ



ภาพที่ 2.8 เนื้อหมู S-pure Betagro (17 เมษายน 2560, www.betagro.com)

2.2.2 Natural Meat

เป็นเนื้อหมูของบริษัท สามพรานฟาร์ม จำกัด ซึ่งผ่านการเลี้ยงโดยไม่มีการสร้างคอกกักขังให้อยู่ในที่แคบ ให้สุกรได้ใช้ชีวิตอยู่กับธรรมชาติ, สุกรกินอาหารสมุนไพรทุกมื้อ อันได้แก่ ฟ้าทะลายโจร ใบฝรั่ง และขมิ้นชัน ซึ่งช่วยลดอัตราการเกิดโรคต่างๆ, ไม่มีการฉีดสารเร่งโตและไม่มีการใช้ยาปฏิชีวนะ สุกรจะเติบโตอย่างสมบูรณ์โดยธรรมชาติ, การเลี้ยงสุกรได้รับการปกป้องดูแลอย่างดี คือ มีบ่อน้ำ บ่อโคลนให้แช่คลายร้อน ส่งผลดีต่ออารมณ์ และพฤติกรรมตามธรรมชาติ แต่อย่างไรก็ตาม เนื้อหมู Natural Meat ยังเป็นเนื้อหมูที่ยังไม่ปลอดยาปฏิชีวนะ โดยแท้จริง เพราะยังมีการใช้ยาปฏิชีวนะในการเลี้ยงอยู่



ภาพที่ 2.9 เนื้อหมู Natural Meat (17 เมษายน 2560, www.samphranfarm.com)









2.2.3 CP

เนื้อหมู CP เป็นเนื้อหมูที่สด สะอาด ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP และ HACCP สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้



ภาพที่ 2.10 เนื้อหมู CP (17 เมษายน 2560, www.cpfworldwide.com)

ตารางที่ 2.10 การเปรียบเทียบคู่แข่งในอุตสาหกรรมเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ

ชื่อบริษัท	บริษัท ดี พอร์ค จำกัด	บริษัท เบทาโกร จำกัด	บริษัท สามพรานฟาร์ม จำกัด	บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด
สัญลักษณ์				
ผลิตภัณฑ์	D pork	S-pure	Natural meat	CP
รูปแบบบรรจุภัณฑ์				
จุดเด่น	ไม่ใช้ยาปฏิชีวนะตลอดขั้นตอนการเลี้ยง และใช้สมุนไพรและโปรไบโอติกทดแทนการใช้ยาปฏิชีวนะ	เป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียง เนื้อหมูผ่านการเลี้ยงโดยให้ปลอดเชื้อโรคไม่ให้สัตว์ได้รับสารเคมี	เลี้ยงโดยปล่อยทุ่งและให้กินสมุนไพรทุกมื้อ	เป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียง
การไม่ใช้ยาปฏิชีวนะตลอดขั้นตอนการเลี้ยง (Antibiotic Free Pork)	✓	✗	✗	✗
เปอร์เซ็นต์ส่วนต่างที่แพงกว่าเนื้อหมูอนามัยทั่วไป	10 เปอร์เซ็นต์	20-30 เปอร์เซ็นต์ แล้วแต่ชิ้นส่วน	10-15 เปอร์เซ็นต์ แล้วแต่ชิ้นส่วน	ขายตามราคาประกาศ ราคาไม่สูงกว่าเนื้อหมูอนามัยทั่วไป
กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Villa market, Golden Place, Foodland, ร้านขายอาหารเพื่อสุขภาพ	ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Villar market, Top Supermarket, ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ, มีร้านค้าจำหน่ายเป็น Brand ของบริษัทเอง ได้แก่ Betagro shop	ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Top Supermarket	ซูเปอร์มาร์เก็ต, ร้านค้าปลีก, มีร้านค้าจำหน่ายเป็น Brand ของบริษัทเอง ได้แก่ CP Freshmart

2.3 การแบ่งส่วนตลาด ลูกค้ำกลุ่มเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาด (STP Marketing)

2.3.1 การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

ในการแบ่งส่วนทางการตลาดของเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา “D pork” จะทำการตลาดที่เน้นการตลาดเฉพาะกลุ่ม ใช้เกณฑ์ในการแบ่งด้านประชากรศาสตร์ภูมิภาค จิตวิทยาและพฤติกรรมดังนี้

2.3.1.1 ด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) คือทุกเพศที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ทุกเชื้อชาติ ทุกอาชีพ ทุกระดับการศึกษา แต่โดยส่วนใหญ่เป็นแม่บ้าน พ่อบ้าน และมักจะทำอาหารรับประทานเอง มีระดับรายได้ปานกลางถึงสูง

2.3.1.2 ด้านภูมิภาค เน้นในเขตกรุงเทพมหานคร

2.3.1.3 ด้านจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) โดยบุคคลที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เน้นการดูแลสุขภาพ

2.3.1.4 ด้านพฤติกรรม (Behavioral Segmentation) มีพฤติกรรมการซื้ออย่างสม่ำเสมอ โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อนำไปประกอบอาหารให้ตนเองและครอบครัว ซึ่งจะมีพฤติกรรมที่มองหาประโยชน์ (เน้นคุณภาพ) มองหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ สด สะอาด ปลอดภัย

2.3.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target) ทางบริษัท ดี พอร์ค จำกัด ทำการแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม

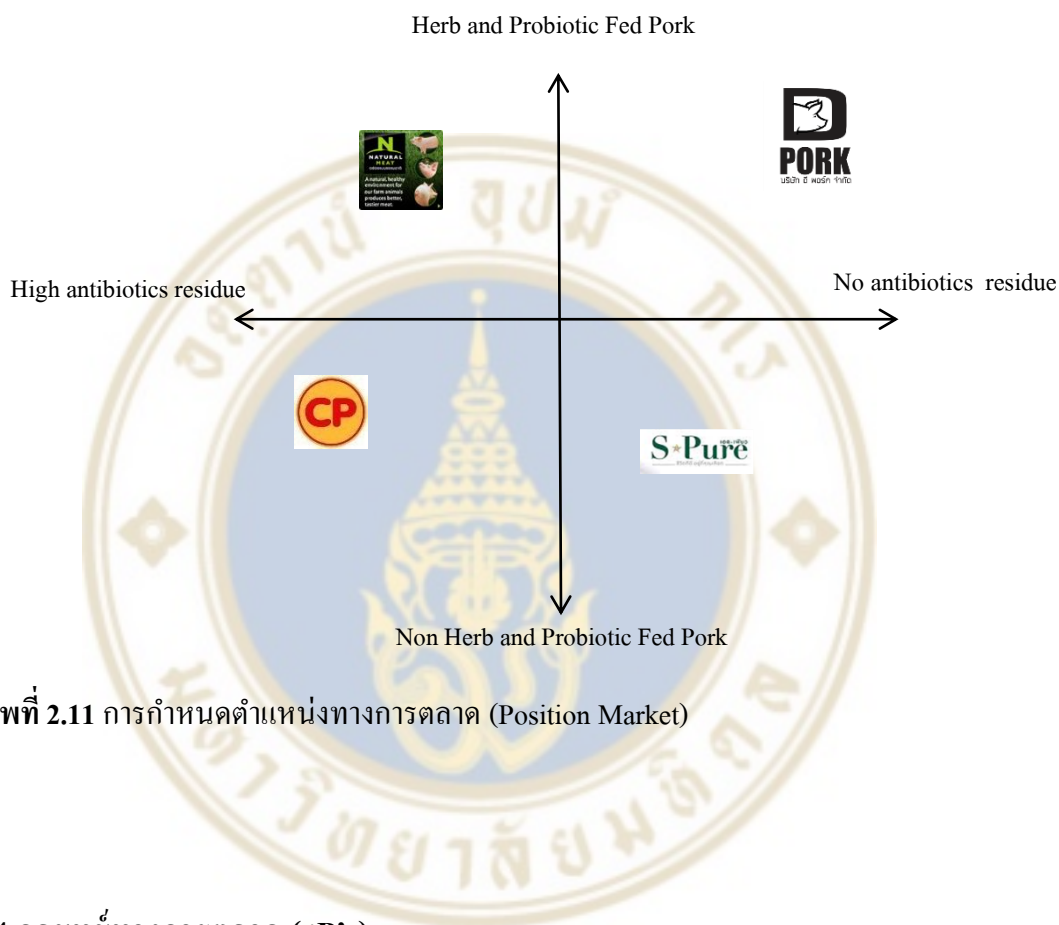
2.3.2.1 แบบ B2B ร้านอาหารเพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

2.3.2.2 แบบ B2C กลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องสุขภาพ เน้นการบริโภคอาหารที่สด สะอาด ปลอดภัย ไม่มีสารเคมีตกค้าง

2.3.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)

จากการสอบถามกลุ่มเป้าหมายถึงเหตุผลในการเลือกซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความปลอดภัยในอาหารเป็นลำดับต้นๆ ควบคู่กับมาตรฐานของสินค้าที่ได้รับเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เนื่องจากเนื้อหมูตามท้องตลาดส่วนใหญ่มีการใช้ยาปฏิชีวนะในการเลี้ยง เกิดการตกค้างของยาปฏิชีวนะเข้ามาในเนื้อสัตว์ แต่สำหรับเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา D pork เป็นเนื้อหมูที่ปลอดยาปฏิชีวนะ 100 เปอร์เซ็นต์ตลอดขั้นตอนการเลี้ยง และยัง

มีการเลี้ยงด้วยสมุนไพรและโปรไบโอติกอีกด้วย และไม่มีสารตกค้างจากยาปฏิชีวนะ ดังนั้นเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา D pork จึงปลอดภัยต่อร่างกายและมีคุณภาพสูง ทั้งนี้ทางบริษัท จึงแบ่งการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยค้ำนึ่งถึง 2 ปัจจัยได้แก่ การใช้สมุนไพรและโปรไบโอติกในการเลี้ยง และปริมาณสารตกค้างจากยาปฏิชีวนะ

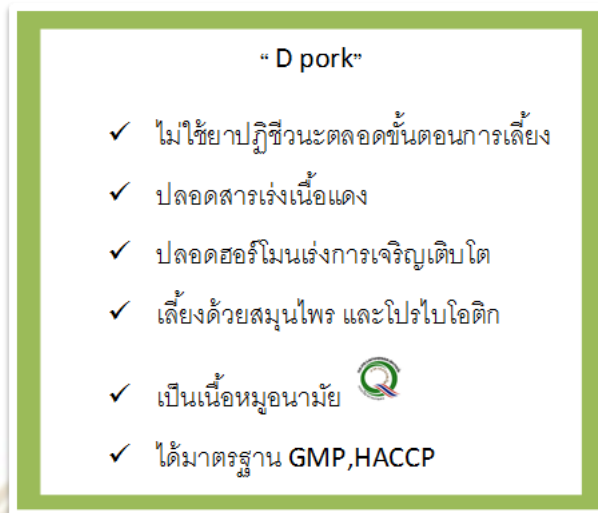


ภาพที่ 2.11 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Position Market)





2.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (4P's)

2.4.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า (Product)

ชื่อผลิตภัณฑ์ เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา “D pork” เป็นผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสดที่ปราศจากสารจากยาปฏิชีวนะ (antibiotic free pork) เนื่องจากสุกรได้ผ่านกระบวนการเลี้ยงและควบคุมโรคแบบพิเศษที่ประยุกต์จากมาตรฐานเกษตรอินทรีย์โดยมีการนำเทคโนโลยีชีวภาพทางด้านการใช้เชื้อจุลินทรีย์เสริมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์กลุ่ม Probiotic และการเสริมผลิตภัณฑ์กลุ่มสมุนไพร มาใช้ทดแทนยาปฏิชีวนะและสารเคมีต่างๆ ในการเลี้ยงและรักษาโรคสุกร







ภาพที่ 2.12 แสดงคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา “D pork”

 BETAGRO	 ACFS Thailand Accreditation		 Accreditation No. 1046/47				
AC 07-29-9999-0080-000 Registered by ACFS							
Test Report							
Report To: Khun อาริษ พระลักษณ์ Company: Pharmatech F.C. Co., Ltd. Address: 73/6 M.17 Soi Suanpak 60 Suanpak Rd. Salatummasop, Taweewattana Bangkok 10170 ,THAILAND Tel. : 02-885-2700 Fax. : 02-885-2701		Report No: 170000030770 Issue Date: Feb 25, 2017 Revision No: 00 Submission No: LR_20170205170 Page: 1 of 1					
Sample type: Meat Raw Sample condition: Frozen -18C Physical condition: Normal Tested date: Feb 24, 2017 - Feb 25, 2017		Sample collected date: Sample collected from: - Sample collected by: - Sample received date: Feb 24, 2017					
Sample ID	Sample description	Micro assay					
		CM 6.0	CM 7.2	CM 8.0	KR 8.0	BC 6.0	EC 8.0
001	D-pork	Not detected	Not detected	Not detected	Not detected	Not detected	Not detected
Reference Method: BQCLP Issue No.4(2014)DLD Thailand							
Remarks: Not Detected = Non Detectable (Clear zone < 2 mm.); + = Detection (Clear zone > 2 mm.); - = Not test, CM6 : Test plate pH 6.0 + B.subtilis, CM7.2 : Test plate pH 7.2 B.subtilis, CM8 : Test plate pH 8.0 + B.subtilis, KR 8.0 : Test plate pH8.0 + K.rhizophila, BC 6.0 : Test plate pH6.0 + B.cereus, EC 8.0 : Test plate pH8.0 + E.coli							

ภาพที่ 2.13 แสดงผลการตรวจสอบยาปฏิชีวนะที่ตกค้างในเนื้อหมูตรา “D pork”

จากภาพที่ 2.13 ผลการตรวจสอบยาปฏิชีวนะที่ตกค้างในเนื้อหมูตรา “D pork” โดยใช้วิธี Micro Assay ผ่านห้องปฏิบัติการที่ได้รับการรับรอง ISO17025 และ DLD (กรมปศุสัตว์) ผลปรากฏว่าไม่มียาปฏิชีวนะตกค้างในเนื้อหมูตรา “D pork” (Not detected)

							
		AC 07-29-9999-0080-000 Registered by ACFS		Accreditation No. 1046/47			
Test Report							
Report To: Khun Areenuch Praluk Company: Areenuch Praluk Address: 80 Moo 3 Nam Phu, Mueang Ratchaburi Ratchaburi 70000 ,THAILAND Tel. : 082-4976315 Fax. :				Report No: 170000036454 Issue Date: Mar 8, 2017 Revision No: 00 Submission No: LR_20170300870 Page: 1 of 1			
Sample type: Meat Raw Sample condition: Frozen -18C Physical condition: Normal Tested date: Mar 04, 2017 - Mar 06, 2017				Sample collected date: Sample collected from: ตลาดสด Sample collected by: - Sample received date: Mar 4, 2017			
Sample ID	Sample description	Analysis	Reference Method	Result	Unit		
001	เนื้อหมูสด Low Market	Antibacterial Substance Residue	BQCLP Issue No.4(2014)DLD Thailand	Detected	-		
Remarks:							
Limits:							

ภาพที่ 2.14 แสดงผลการตรวจสอบยาปฏิชีวนะที่ตกค้างในเนื้อหมูจากร้านค้าในตลาดสด

จากภาพที่ 2.14 ผลการตรวจสอบยาปฏิชีวนะที่ตกค้างในเนื้อหมูจากร้านค้าในตลาดสด โดยใช้วิธี Micro Assay ผ่านห้องปฏิบัติการที่ได้รับการรับรอง ISO17025 และ DLD (กรมปศุสัตว์) ปรากฏว่ามีการตกค้างของยาปฏิชีวนะในเนื้อหมู (Detected)

ด้านบรรจุภัณฑ์ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจาก Bioplastic ซึ่งสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

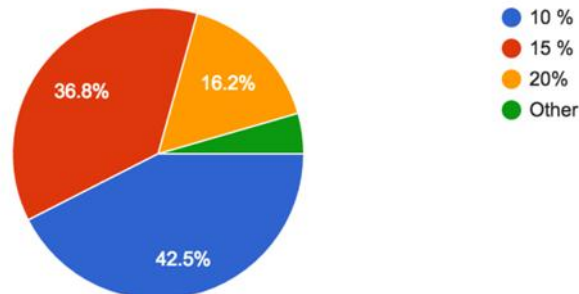


ภาพที่ 2.15 ลักษณะของผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา D pork

ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทางบริษัท ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อความมั่นใจให้แก่ลูกค้า และเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่บริษัท โดยสินค้าของทางบริษัทจะต้องได้รับอนุญาตจากกรมปศุสัตว์ ในการผลิตสินค้า และเพื่อยืนยันกับทางลูกค้าว่าสินค้าของทางบริษัทมีความปลอดภัย และการเลือกโรงเชือดที่ได้รับมาตรฐาน อีกทั้งโรงงานตัดแต่งของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด มีกระบวนการผลิตการเคลื่อนย้ายสุกรด้วยระบบราวแขวนและเครื่องยก ทำให้สะดวกรวดเร็ว ซากสุกรไม่แตะพื้นตลอดการผลิต โดยมีการควบคุมอุณหภูมิที่ 12 องศาเซลเซียส และมีห้องแช่ชิ้นส่วนสุกร เพื่อเก็บชิ้นส่วนสุกรในอุณหภูมิที่เหมาะสมเพื่อรักษาความสดและคุณภาพให้คงอยู่เสมอ

อีกทั้งยังมี QR Code เพื่อใช้ในการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ซึ่งจะเป็นช่องทางหนึ่งในการบอกเล่าให้ผู้บริโภคฟังเกี่ยวกับกระบวนการในการผลิต โดยจะแสดงสถานที่ฟาร์มในการเลี้ยง (Location), ระบบการเลี้ยงสุกรภายในฟาร์ม(Farming system), การจับสุกร (Catching), การขนส่งสุกร(Transportation) รวมทั้งแสดง Food quality ต่างๆ นอกจากนั้นยังเป็นการสร้างแบรนด์และเรื่องราวที่น่าติดตามเกี่ยวกับตัวสินค้าให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างผ่านการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และยังสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้อีกด้วย

2.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

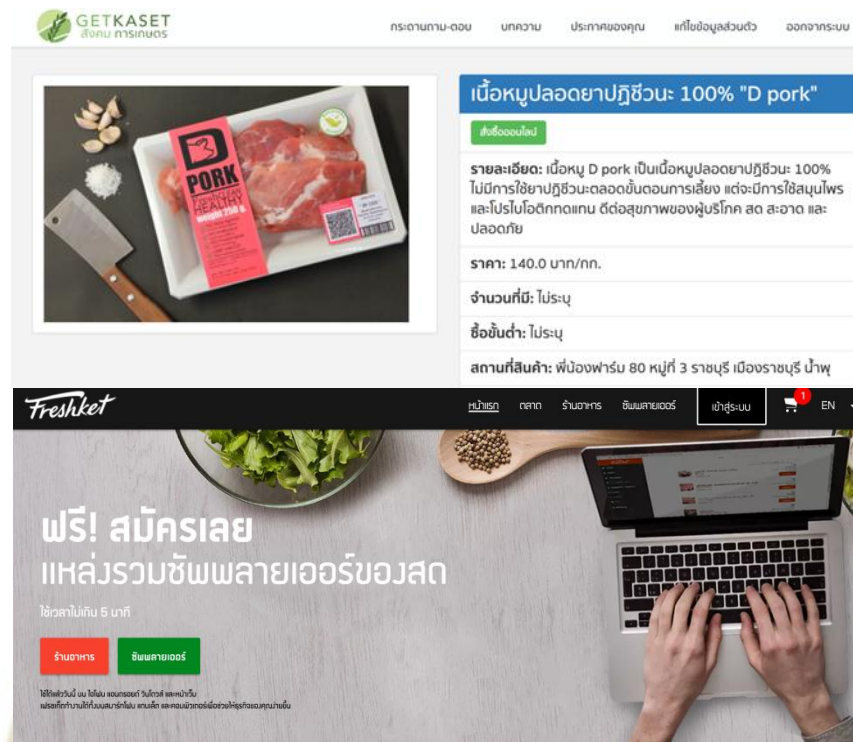


ภาพที่ 2.16 แสดงราคาโดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามยอมรับให้สูงขึ้นกว่าเนื้อหมูทั่วไป

การกำหนดราคานั้นคำนึงถึงปัจจัยต้นทุนการผลิต (Cost plus pricing) ราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่าย (Consumer-based pricing) การเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง (Competition-based pricing) ประกอบกัน กล่าวคือราคาที่กำหนดนั้นจะเป็นราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ และไม่ต่ำกว่าต้นทุนการผลิตของบริษัทฯ รวมทั้งมีการศึกษาราคาของคู่แข่งรายอื่นในตลาดด้วยเพื่อให้ราคามีความเหมาะสมทั้งในด้านการสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์และไม่เสียโอกาสในการทำกำไรของบริษัท และจากการสำรวจทางการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ราคาเนื้อหมู “D pork” แพงกว่าเนื้อหมูนามัยทั่วไปอยู่ที่ 10 เปอร์เซ็นต์ ทางบริษัทจึงได้ทำการกำหนดราคาขายของเนื้อหมูตรา “D pork” อยู่ที่ราคาสูงกว่าเนื้อหมูนามัยทั่วไป 10 เปอร์เซ็นต์ (ภาพที่ 2.16) ซึ่งจะมีการตั้งราคาสูงกว่าราคาตลาดตามคุณค่าและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ โดยราคาจะแตกต่างกันออกไปในแต่ละชิ้นส่วนและการตัดแต่ง แต่จะมีราคาสูงกว่าคู่แข่งที่ผลิตเนื้อหมู Premium เหมือนกัน โดยเราจะใช้กลยุทธ์มุ่งเน้นความเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) จะดำเนินการทุกอย่างเพื่อให้การผลิตสินค้าและบริการมีต้นทุนต่ำที่สุด ประโยชน์คือสามารถนำเสนอราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งในท้องตลาดได้

2.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

2.4.3.1 ในระยะเริ่มต้น (0-2 ปี) จำหน่ายแบบ B2B ให้กับร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร และจำหน่ายสินค้าบนเว็บไซต์ Freshket ซึ่งเป็นแหล่งรวม Supplier อาหารสดให้กับร้านอาหาร เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงและความสะดวกในการติดต่อสื่อสารให้แก่ลูกค้า



ภาพที่ 2.17 ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน website และ platform

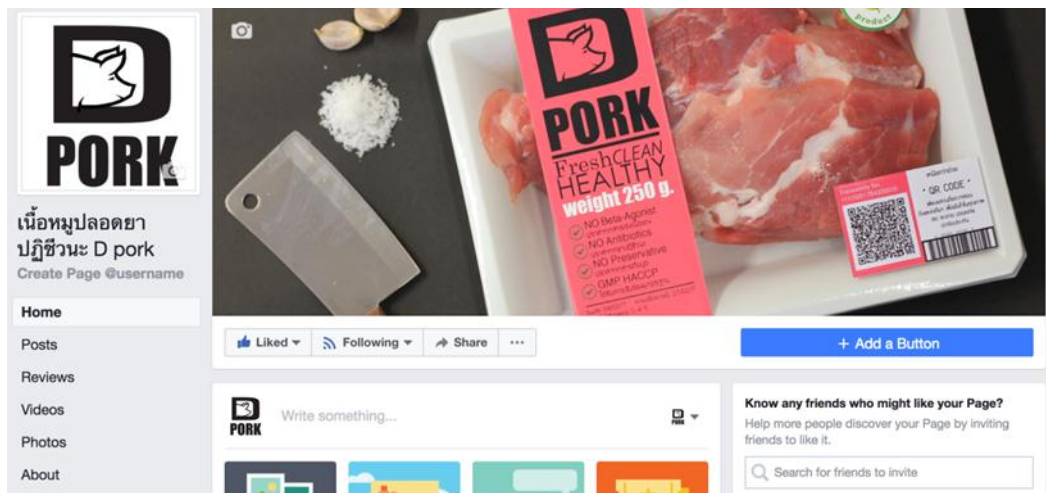
2.4.3.2 ในระยะกลาง (3-4 ปี) ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางร้านอาหารเพื่อสุขภาพทั้งในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

2.4.3.3 ในระยะยาว (4-5 ปีขึ้นไป) เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางวิลล่ามาร์เก็ต

2.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เป็นการส่งเสริมการขายที่ทางบริษัทฯ ใช้เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักสินค้า เกิดการรับรู้และซื้อสินค้า โดยทางบริษัทมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดดังนี้

2.4.4.1 การโฆษณาให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าให้ผู้บริโภคได้รู้จัก และโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเกิดการทดลองใช้ โดยทางบริษัทฯ จะทำการโฆษณาผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เนื่องจากมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่เป็นจำนวนมากและสามารถกระจายข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว โดยจะเลือกใช้การโฆษณาผ่านทาง Facebook Advertising และการโฆษณาผ่าน Adwords จาก Search Engine ซึ่งเหมาะกับธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้นเนื่องจากสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายและกำหนดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาต่อวันได้



ภาพที่ 2.18 แสดง Facebook page ของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด

2.4.4.2 การประชาสัมพันธ์ทางบริษัทจะใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดทำใบโปรซัวร์แจกตามงานจัดแสดงสินค้าเกี่ยวกับอาหารต่างๆ ซึ่งมุ่งเน้นการแนะนำสินค้าให้กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

2.4.4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เพื่อกระตุ้นพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้เร็วขึ้น โดยบริษัทจะเน้นการส่งเสริมการขายแบบ B2B มากกว่า B2C

2.4.4.3.1. การส่งเสริมการขายกับร้านอาหารเพื่อสุขภาพและซูเปอร์มาร์เก็ต (Trade Promotions) โดยใช้กลยุทธ์แบบ Push Strategy โดยการส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ มีการให้ margin ที่ดึงดูดใจ

2.4.4.3.2. มีการบริการส่งเนื้อหมูถึงที่ ด้วยรถห้องเย็น ตามการสั่งขั้นต่ำ ที่ทางบริษัทได้กำหนดไว้

2.4.4.4 การออกบูธแสดงสินค้า ซึ่งการออกบูธนั้นจะทำให้มีประโยชน์ต่อบริษัทในหลายๆ ด้าน โดยวิธีการนี้ถือเป็นการให้ความรู้ (Educate) เกี่ยวกับประโยชน์ของเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ เพราะจากแบบสอบถาม ผู้บริโภคยังคิดว่าเนื้อหมูบางยี่ห้อเป็นเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ ซึ่งจริงๆ แล้วไม่ถูกต้อง เพราะตามท้องตลาดมีเนื้อหมูแคบยี่ห้อเท่านั้นที่ปลอดยาปฏิชีวนะจริงๆ นอกจากนั้นยังเป็นการประชาสัมพันธ์เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะเพื่อให้เกิดความรับรู้ในตราผลิตภัณฑ์ (Brand Awareness)



ภาพที่ 2.19 แสดงการออกบูธแสดงสินค้าที่งาน Thailand Franchise Expo ณ ห้างเซ็นทรัลลาดพร้าว วันที่ 2-5 กุมภาพันธ์

2.4.4.5 จัดประกวดออกแบบเมนูใหม่ๆ จากเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ

D pork

2.4.4.6 ทำโปรโมชันร่วมกับซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านจำหน่ายสินค้า

2.4.4.7 มีการทำป้ายสัญลักษณ์ร้านนี้ใช้เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา

D pork ให้กับลูกค้าที่เป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อเป็นการ โปรโมทแบรนด์ ทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักมากขึ้น

2.5 การประเมินยอดขาย (Forecast Sale)

2.5.1 การประเมินยอดขายในปีที่ 1

บริษัท ดี พอร์ค จำกัด ได้ทำการประเมินยอดขายในปีที่ 1 ไว้ที่ 75.6 ตัน โดยทางบริษัท ได้ตั้งเป้าจำหน่ายให้กับร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานครประมาณ 35 ร้าน ประมาณการขายในแต่ละเดือนอยู่ที่ 6.3 ตันต่อเดือน

2.5.2 การประมาณการยอดขายในปีที่ 2- ปีที่ 3

การประมาณการยอดขายในปีที่ 2 และปีที่ 3 คาดการณ์ว่ายอดขายจะเติบโตขึ้นในแต่ละปี ปีละประมาณ 20 % จากยอดขายในปีก่อน โดยประมาณการณ์ยอดขายในปีที่ 2 และปีที่ 3 อยู่ที่ 90.72 และ 108.86 ล้านบาทตามลำดับ ทางบริษัทใช้ช่องทางการจำหน่ายเดิม แต่จะขยายช่องทางการขายในส่วนของร้านอาหารเพื่อสุขภาพให้ครอบคลุมพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครมากยิ่งขึ้น

2.5.3 การประมาณยอดขายในปีที่ 4- ปีที่ 5

การประมาณยอดขายในปีที่ 4 และปีที่ 5 คาดการณ์ว่ายอดขายจะเติบโตขึ้นในแต่ละปี ประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ จากยอดขายในปีก่อน ประมาณการณ์ยอดขายในปีที่ 4 และปีที่ 5 อยู่ที่ 145.17 ล้านบาท และ 188.73 ล้านบาท ตามลำดับ โดยจะมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ในซูเปอร์มาร์เก็ต Villa market เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังเพิ่มจำนวนร้านอาหารสุขภาพเพิ่มขึ้นอีกด้วย

2.6 แผนการดำเนินงานทางการขาย

ทางบริษัท ดี พอร์ค จำกัด มีการดำเนินการทางการตลาดและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาดในปีที่ 1- ปีที่ 5 ดังนี้

2.6.1 ในปีที่ 1 ทางบริษัทจะมีการจัดทำช่องทางการประชาสัมพันธ์ของทางบริษัท ทางช่องทางออนไลน์ ทั้งเว็บไซต์ และสื่อโซเชียล มีเดียต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้ทำความรู้จักกับตราสินค้าดีพอร์ค (D pork) และสามารถเข้าถึงสินค้าและกิจกรรมของบริษัท จัดทำเว็บไซต์ของทางบริษัท เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้ามาดูข้อมูลของผลิตภัณฑ์ผ่านทางช่องทางนี้ได้ โดยทางบริษัทจะมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจัดซื้อโดเมนของบริษัท เป็นเงิน 350 บาทต่อปี

2.6.2 จัดทำใบโปรซัวร์พิมพ์สี 2 หน้า เพื่อใช้ในการแจกให้กับลูกค้าหรือผู้ที่สนใจในผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ใบละ 50 สตางค์

2.6.3 ออกบูทตามงานแสดงสินค้า งานอาหาร โดยทางบริษัทจะมีการออกบูทปีละ 2 ครั้ง

2.6.4 จัดทำการโฆษณาผ่านทางสื่อโซเชียล มีเดีย โดยการลงโฆษณาบนเฟสบุ๊ก ยูทูป กูเกิ้ลแอดเวิร์ด เป็นต้น เพื่อเพิ่มการประชาสัมพันธ์ของบริษัทและเพิ่มการทำความรู้จักในตราสินค้า โดยตั้งงบประมาณในการโฆษณารวมทุกช่องทางอยู่ที่ 12,000 บาทต่อปี

2.6.5 ในปีที่ 4-5 จะมีการขายไปยังร้านอาหารเพื่อสุขภาพและวิลล่ามาร์เก็ต โดยจะมีค่าใช้จ่ายในการวางจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 30 ของราคาขาย

บทที่ 3

แผนการดำเนินงาน

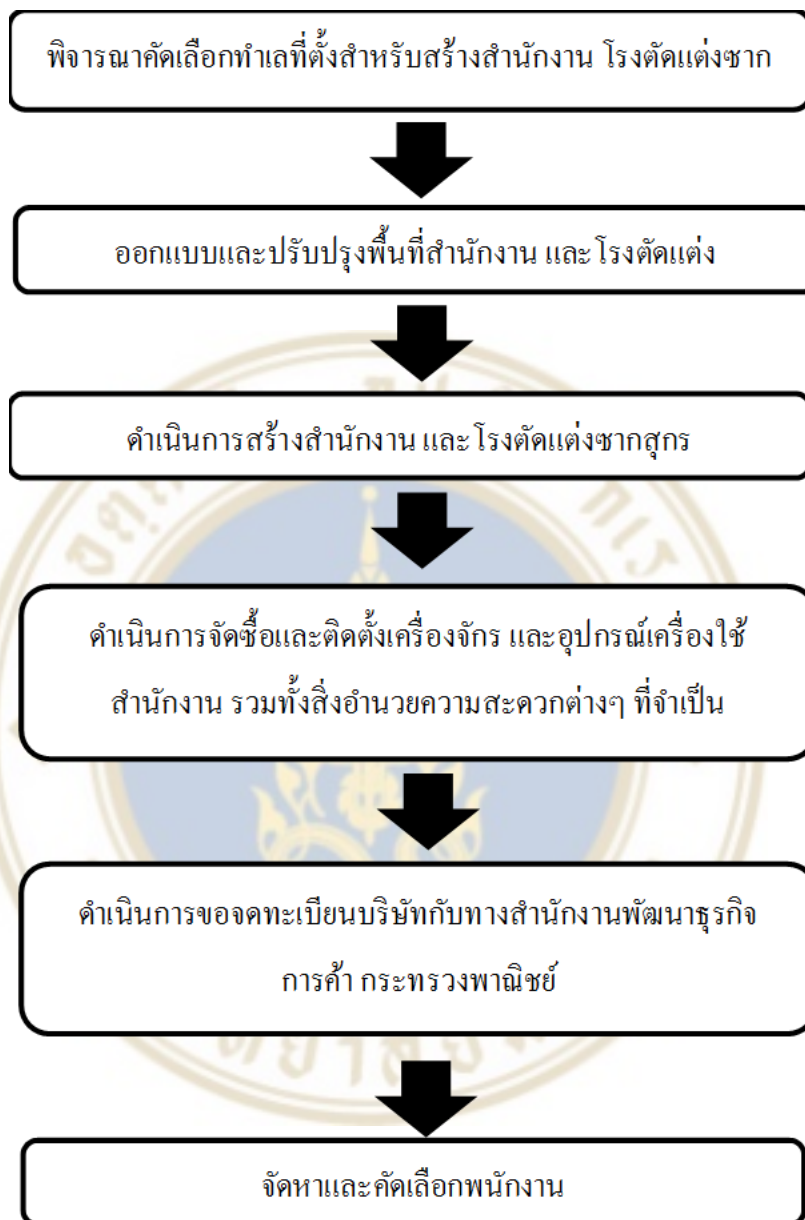
3.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

บริษัท ดี พอร์ค จำกัด มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา “D pork” ออกจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์แรก โดยทางบริษัทแบ่งการผลิตเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 บริษัทจะดำเนินการเลี้ยงสุกรตั้งแต่การผสมพันธุ์ การคลอด และขุนจนน้ำหนักเฉลี่ย 110 กิโลกรัมต่อตัว ส่วนที่ 2 บริษัทจะทำการว่าจ้างให้โรงงานภายนอกดำเนินการเชือดสุกร ส่วนที่ 3 ทำการส่งซากสุกรมายังโรงตัดแต่งของบริษัท ทำการตัดแต่งและบรรจุภัณฑ์ ส่วนที่ 4 การขนส่ง บริษัทจะทำการขนส่งไปยังลูกค้าในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

3.1.1 ระยะเวลาที่ 1 ดำเนินการจัดตั้งบริษัท

การดำเนินการจัดตั้งบริษัท ดี พอร์ค จำกัด (D pork Co.,Ltd) ในระยะเริ่มแรกมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

3.1.1.1 ขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท



ภาพที่ 3.1 แสดงขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท ดี พอร์ต จำกัด

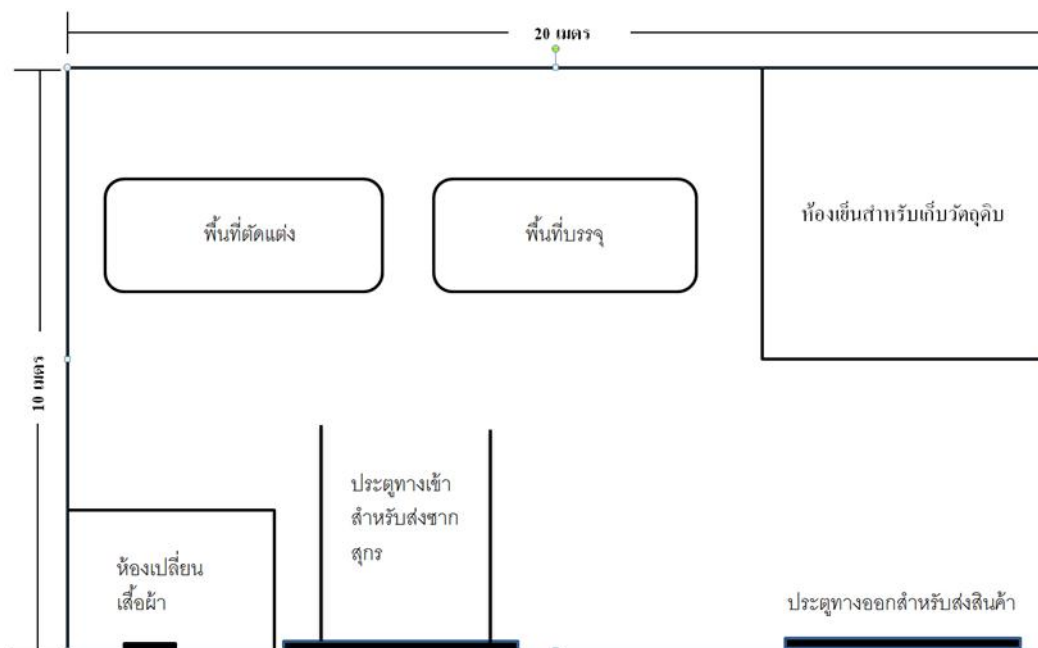
3.1.1.2 รายละเอียดขั้นตอนการจัดตั้งบริษัท

3.1.1.2.1 พิจารณาคัดเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับสร้างสำนักงาน และโรงงานตัดแต่ง โดยพิจารณาจากใกล้แหล่งวัตถุดิบ มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกในการเดินทาง มีความเหมาะสมในการจัดตั้งสถานที่ผลิตและสถานที่จัดเก็บอาหาร และมีระบบสาธารณสุขปลอดภัยที่รองรับในการผลิต ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกสถานที่แถวจังหวัดราชบุรี เนื่องจากใกล้แหล่งวัตถุดิบ

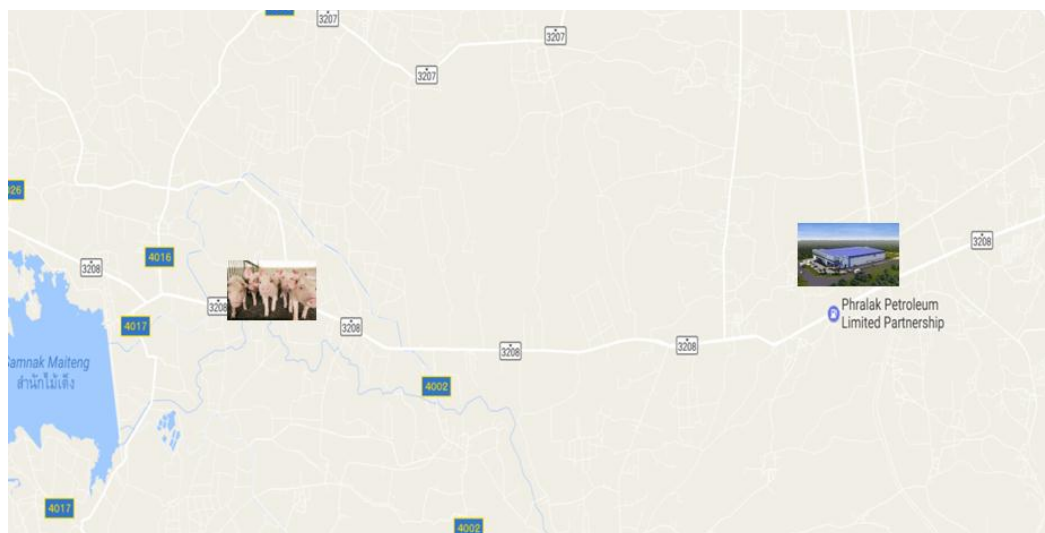
สามารถคมนาคมได้สะดวกไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก มีระบบสาธารณูปโภครองรับในการผลิต และพิจารณาถึงโอกาสที่จะได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติ เช่น การเกิดอุทกภัย ซึ่งจังหวัดราชบุรี เป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากการเกิดอุทกภัยค่อนข้างน้อย เนื่องจากสามารถระบายน้ำลงแม่น้ำแม่กลองและไหลลงสู่ทะเลได้

3.1.1.2.2 ออกแบบและปรับปรุงพื้นที่สำนักงาน โรงตัดแต่งซากสุกร โดยออกแบบและวางแผนผังเพื่อจัดวางเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต คนงาน วัตถุประสงค์ สิ่งอำนวยความสะดวกและสนับสนุนการผลิตของสถานที่ผลิตให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม จัดผังการผลิตตามการไหลของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีประสิทธิภาพการผลิตและต้องสอดคล้องมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร รวมถึงต้องออกแบบโครงสร้างสถานที่จัดเก็บ สินค้าต้องมีลักษณะที่ปิดมิดชิด และต้องสามารถป้องกันสินค้าจากการถูกทำลายโดยสัตว์พาหะได้

3.1.1.2.3 ดำเนินการสร้างสำนักงาน และ โรงตัดแต่งซากสุกรซึ่งตั้งอยู่ที่ 87/2 หมู่ 4 ตำบลห้วยไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี 70000



ภาพที่ 3.2 แสดงแผนผังพื้นที่สถานที่ผลิตและสถานที่จัดเก็บสินค้าของบริษัท



ภาพที่ 3.3 แสดงสถานที่ตั้งโรงงานตัดแต่งเนื้อสุกร และฟาร์มสุกร บริษัท ดี พอร์ค จำกัด ซึ่งมีระยะห่างประมาณ 5 กิโลเมตร

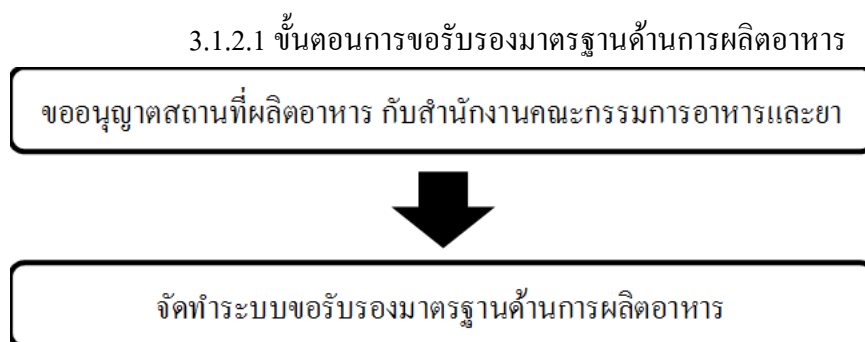
3.1.1.2.4 ดำเนินการจัดซื้อและติดตั้งอุปกรณ์เครื่องจักรเครื่องใช้สำนักงาน รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น โดยต้องพิจารณาเลือกซื้อเครื่องจักรในการผลิตให้เหมาะสมกับการผลิตอาหารให้มีความปลอดภัย เช่นการเลือกใช้อุปกรณ์และเครื่องจักรที่ผลิตจากวัสดุที่มีมาตรฐานรับรองว่าสามารถใช้กับการผลิตหรือสัมผัสกับอาหารได้ และต้องพิจารณาถึงความปลอดภัยต่อพนักงานด้วย เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องจักรต้องไม่มีเหลี่ยมคมที่จะก่อให้เกิดอันตราย เป็นต้น

3.1.1.2.5 ดำเนินการขอจดทะเบียนบริษัทกับทางสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ส่วนภูมิภาคที่สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดราชบุรี

3.1.1.2.6 จัดหาและคัดเลือกพนักงานเข้าทำงานในตำแหน่งต่างๆ ตามคุณสมบัติที่ทางบริษัทกำหนดไว้ เพื่อที่จะเข้าร่วมงานกับบริษัท ตามแผนผังขององค์กรที่บริษัทได้วางไว้

3.1.2 ระยะที่ 2 ดำเนินการขอรับรองมาตรฐานด้านการผลิตอาหาร

หลังจากการดำเนินการจัดตั้งบริษัท ดี พอร์ค จำกัด (D Pork Co.,Ltd) แล้วนั้น ในระยะต่อมา ทางบริษัทมีนโยบายในการดำเนินการขอรับรองมาตรฐานด้านการผลิตอาหาร ซึ่งมีรายละเอียดขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 3.4 แสดงขั้นตอนการดำเนินการขอรับรองมาตรฐานด้านการผลิตอาหาร

3.1.2.1.1 ขออนุญาตสถานที่ผลิตอาหาร กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยดำเนินการขออนุญาตสถานที่ผลิตอาหารให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ซึ่งต้องไปดำเนินการขออนุญาตสถานที่ผลิตอาหารที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดราชบุรี

3.1.2.1.2 จัดทำระบบและขอรับรองมาตรฐานด้านการผลิตอาหาร โดยการจัดทำตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 193) พ.ศ. 2543 เรื่อง วิธีการผลิตเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต และการเก็บรักษาอาหาร ตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหารว่าด้วยสุขลักษณะทั่วไป (GMP) (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2543) ซึ่งเป็นระบบมาตรฐานด้านการผลิตอาหารขั้นพื้นฐาน และขอการรับรองระบบดังกล่าว โดยการตรวจประเมินของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่า ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท ดี พอร์ค จำกัด มีความสะอาดปลอดภัย ถูกสุขอนามัย และเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด พร้อมกับจัดทำหนังสือคำร้องเข้าร่วมโครงการเนื้อสัตว์อนามัย ยื่นให้กับกรมปศุสัตว์



ภาพที่ 3.5 ระบบคุณภาพอาหารที่ขอการรับรอง

3.1.3 ระยะที่ 3 ดำเนินการด้านการตลาด

การดำเนินการส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อให้สินค้าของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด (D Pork Co.,Ltd.) เป็นที่รู้จักโดยในระยะเริ่มแรก มีการโฆษณาผ่านช่องทาง Online, จัดกิจกรรมร่วมสนุก, จัดประกวดออกแบบเมนูใหม่ๆ ที่ใช้เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา D pork เป็นส่วนประกอบ ซึ่งรางวัล, การจัดโปรโมชั่นลดราคา และจับคู่ลดราคา ร่วมกับวิลล่ามาร์เก็ต

3.1.4 ระยะที่ 4 การจัดการระบบ และการดำเนินงานด้านการผลิต

ดำเนินการจัดการระบบ โดยดำเนินการตั้งแต่การคัดเลือกโรงเชือด,ปริมาณในการผลิต, การดำเนินการด้านการผลิต, การจัดเก็บสินค้าคงคลัง, การรับยอดการสั่งซื้อ, การจัดส่งสินค้า ตลอดจนการรับซื้อร้องเรียนจากลูกค้า

3.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

3.2.1 ค่าเช่าพื้นที่

3.2.1.1 ค่าเช่าพื้นที่โรงเรือนเลี้ยงสัตว์ ซึ่งตั้งอยู่ที่ 80 หมู่ 3 ตำบลน้ำพุ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ซึ่งจะทำสัญญาเช่าระยะยาวเป็นเวลา 5 ปี ซึ่งมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 6,000 บาท ต่อเดือน

3.2.1.2 ค่าเช่าพื้นที่สำหรับโรงงานตัดแต่งและสำนักงาน ซึ่งตั้งอยู่ที่ 87/2 หมู่ 4 ตำบลห้วยไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ซึ่งจะทำสัญญาเช่าระยะยาวเป็นเวลา 5 ปี ซึ่งมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 5,000 บาทต่อเดือน



ภาพที่ 3.6 แสดงพื้นที่ฟาร์มและโรงเรือนเลี้ยงสุกร

3.2.2 ค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงสุกร

3.2.2.1 ค่าใช้จ่ายอาหารสุกรและกลุ่มสมุนไพรและโปรไบโอติก



ภาพที่ 3.7 แสดงอาหารสุกรกลุ่มสมุนไพรและโปรไบโอติก

3.2.2.2 ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงฟาร์มระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) เนื่องจากการเลี้ยงหมูปลอดยาปฏิชีวนะ ทางฟาร์มจะต้องมีการลงทุนในระบบความปลอดภัยทางชีวภาพเพิ่มมากขึ้น เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคไม่ว่าจะมาจากภายนอกฟาร์มเข้าสู่ภายในฟาร์ม หรือป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคระหว่างหน่วยงานการผลิตกันเองภายในฟาร์ม



ภาพที่ 3.8 แสดงระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity) ภายในฟาร์มสุกร มีการล้างรถก่อนเข้าและออกจากฟาร์ม เพื่อป้องกันเชื้อโรคเข้าสู่ฟาร์ม

3.2.2.3 ค่าใช้จ่ายวัคซีนสำหรับสุกร

3.2.2.4 ค่าใช้จ่ายอุปกรณ์สำหรับเลี้ยงสุกร

3.2.3 ค่าสร้างโรงตัดแต่งและอุปกรณ์เครื่องจักรสำหรับตัดแต่งซากสุกร

3.2.3.1 ค่าลงทุนในการสร้างโรงงานตัดแต่งซากสุกร 3,000,000 บาท

3.2.3.2 ค่าอุปกรณ์เครื่องจักร 1,000,000 บาท

3.2.4 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน

แสดงค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน ดังตารางที่ 3.1 ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ค่าใช้จ่ายในการสร้างโรงงานตัดแต่งซากสุกร บริษัท ดี พอร์ค จำกัด

หน่วย:บาท

รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย	รวมเป็นเงิน
1. จดทะเบียนบริษัท	1	ครั้ง	51,100	51,100
2. ค่าก่อสร้างสำนักงาน	1	ครั้ง	100,000	100,000
3. ติดตั้งเบอร์โทรศัพท์	1	เบอร์	3,800	3,800
4. เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน				
- โต๊ะพร้อมเก้าอี้ทำงานสำหรับผู้บริหารและผู้จัดการ	3	ชุด	7,580	22,740
- โต๊ะพร้อมเก้าอี้ของพนักงานขาย	2	ชุด	5,980	11,960
- ชั้นสำหรับวางเอกสารแบบ Bookcases	1	ตู้	3,490	3,490
- ชั้นสำหรับวางเอกสารแบบ Cabinets	1	ตู้	4,990	4,990
- โต๊ะประชุม	1	ตัว	16,000	16,000
- ชุดโซฟาสำหรับแขก	1	ชุด	24,000	24,000
5. อุปกรณ์สำนักงาน				
- เครื่องคอมพิวเตอร์ PC	3	เครื่อง	15,990	47,970
- เครื่องพิมพ์มัลติฟังก์ชัน	1	เครื่อง	5,390	5,390
- ไรท์เตอร์	1	เครื่อง	1,990	1,990
- โทรศัพท์ตั้งโต๊ะ	1	เครื่อง	880	880
- เครื่องใช้สำนักงานเบ็ดเตล็ด	1	-	10,000	10,000
6. สิ่งอำนวยความสะดวก				
- เครื่องปรับอากาศ 11800	1	เครื่อง	11,990	11,990
7. ค่าเครื่องจักรโรงงานตัดแต่ง				1,000,000
รวม				1,316,300

จากตารางที่ 3.1 ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงานแบ่งออกเป็น 7 รายการย่อย ได้แก่ จดทะเบียนบริษัท, ค่าก่อสร้างสำนักงานติดตั้งเบอร์โทรศัพท์, เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน, อุปกรณ์สำนักงานและสิ่งอำนวยความสะดวก, เครื่องจักรโรงงานตัดแต่ง

3.3 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน

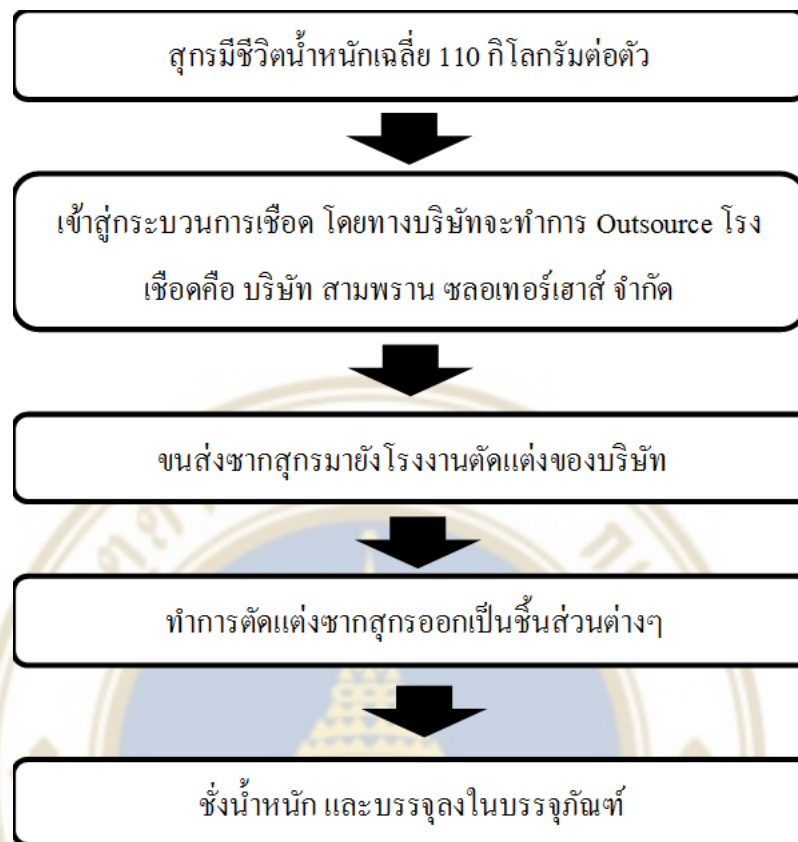
แสดงค่าใช้จ่ายในสำนักงาน ดังตารางที่ 3.3 ดังนี้

ตารางที่ 3.2 ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในโรงงานตัดแต่งและสำนักงานของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด

หน่วย:บาท

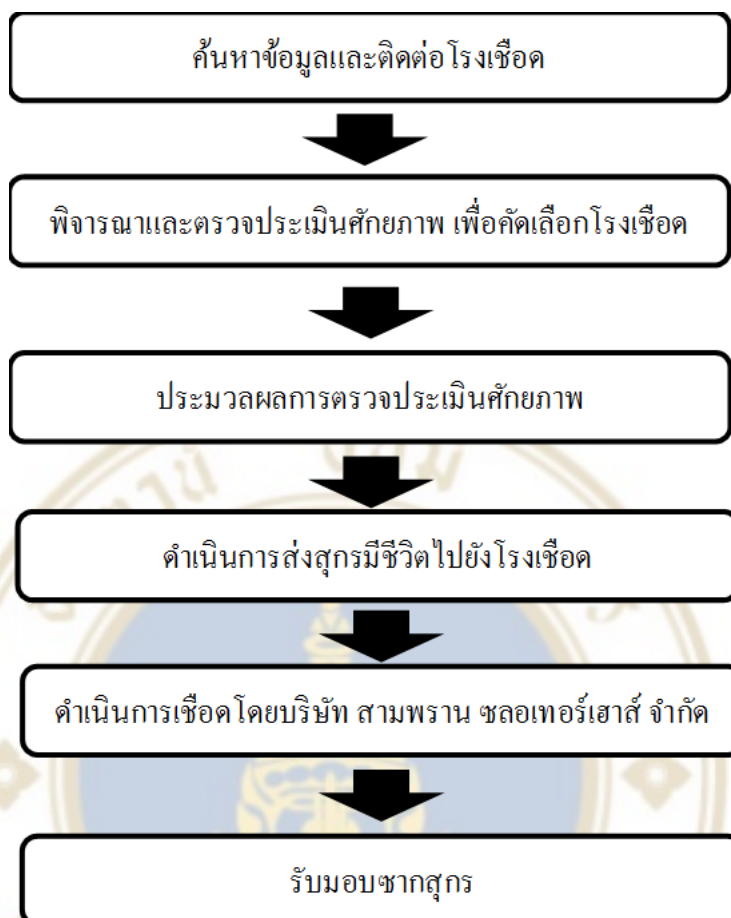
รายการ	ราคา (เดือน)	ราคา (ต่อปี)
ค่าไฟ-น้ำ	21,500	258,000
ค่าโทรศัพท์+อินเทอร์เน็ต	599	7,188
ค่าอุปกรณ์สำนักงานเบ็ดเตล็ด	700	8,400
รวม	22,799	273,588

3.4 ขั้นตอนการผลิตเนื้อหมูสด



ภาพที่ 3.9 แสดงขั้นตอนการผลิตเนื้อหมูสด

3.5 ขั้นตอนการว่าจ้างโรงเชือด (OEM) บริษัท สามพราน ซลอเตอร์เฮาส์ จำกัด



ภาพที่ 3.10 แสดงขั้นตอนการว่าจ้างโรงเชือด (OEM) บริษัท สามพราน ซลอเตอร์เฮาส์ จำกัด

3.5.1 รายละเอียดขั้นตอนการว่าจ้างโรงเชือด (OEM)

3.5.1.1 ค้นหาข้อมูลและติดต่อกับ โรงเชือด

ดำเนินการค้นหาข้อมูลและติดต่อกับทางโรงเชือด ที่สามารถเชือดสุกรได้มากกว่า 125 ตัวต่อวัน และมีบริการรถห้องเย็นขนส่งซากสุกรมายังบริษัท ต้องเป็นโรงเชือดที่มีมาตรฐาน ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP และ HACCP

3.5.1.2 พิจารณาและคัดเลือกโรงเชือด โดยมีเกณฑ์การพิจารณา

ดังต่อไปนี้

- ประวัติบริษัท
- มาตรฐานการผลิตและมาตรฐานด้านความปลอดภัย
- ความน่าเชื่อถือของบริษัท

- ค่าใช้จ่ายในการเชือด
- ปริมาณการเชือดต่อวัน
- ระยะเวลาในการเชือดและส่งมอบซากสุกร

โดยทางบริษัท ดี พอร์ค จำกัด ได้ทำการติดต่อโรงเชือดที่มีศักยภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ บริษัท สามพราน ซลอเตอร์เฮาส์ จำกัด โดยมีผลการพิจารณาตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.3 แสดงเกณฑ์การคัดเลือกโรงเชือดให้กับบริษัท ดี พอร์ค จำกัด

หัวข้อในการพิจารณา	บริษัท สามพราน ซลอเตอร์เฮาส์ จำกัด	บริษัท สมพรเฟรชพอร์ค จำกัด
1. ประวัติบริษัท	บริษัท สามพราน ซลอเตอร์เฮาส์ จำกัด จดทะเบียนเมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2547	บริษัท สมพรเฟรชพอร์ค จำกัด จดทะเบียนเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2547
2. มาตรฐานการผลิตและมาตรฐานด้านความปลอดภัย	ผ่านการรับรองมาตรฐาน GMP, HACCP เพื่อการส่งออก และ ISO22000:2005	ผ่านการรับรองมาตรฐาน GMP และ HACCP
3. ความน่าเชื่อถือของบริษัท	บริษัทมีความน่าเชื่อถือ	บริษัทมีความน่าเชื่อถือ
4. ค่าใช้จ่ายในการเชือดต่อตัว	315 บาทต่อตัว	320 บาทต่อตัว
5. ปริมาณการเชือดต่อวัน	300 ตัว	300 ตัว
6. ระยะเวลาในการเชือดและส่งมอบสินค้า	ภายใน 1 วัน	ภายใน 1 วัน
7. บริการขนส่งซากสุกร	มี	ไม่มี
8. สถานที่ตั้ง	145 / 1 หมู่ 1 ต.ยายชา อ.สามพราน จ.นครปฐม	76/2 ม.3 ต.ลำเหย อ.ดอนตูม จ.นครปฐม

จากตารางที่ 3.3 บริษัทได้ทำการเลือกโรงเชือดบริษัท สามพราน ซลอเตอร์เฮาส์ จำกัด เนื่องจากมีมาตรฐานที่ดีกว่า ราคาในการเชือดถูกกว่า มีบริการขนส่งซากสุกร และยังเป็นพันธมิตรกับบริษัท ดี พอร์ค จำกัดอีกด้วย เนื่องจากเคยทำการซื้อขายกันมาอยู่แล้ว

3.5.1.3 ตรวจสอบประเมินโรงเชือด ตามเกณฑ์ต่างๆที่ได้กำหนด ทำการติดต่อกับทางโรงเชือด เพื่อขอเข้าเยี่ยมชม ตรวจสอบประเมินตามหลักเกณฑ์วิธีการผลิตอาหารที่ดี (Good Manufacturing Practice: GMP) และระบบการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของโรงเชือด เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าจะมีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค

3.5.1.4 ประมวลผลการตรวจประเมิน ทำการตรวจประเมินผลโรงเชือด หลังจากเข้าเยี่ยมชม โดยหากผลการตรวจประเมินแสดงถึงความมั่นใจในกระบวนการผลิตแล้ว ทางบริษัทจะดำเนินการติดต่อกับโรงเชือดเกี่ยวกับการดำเนินงานทดสอบกระบวนการเชือด โดยมีการวางแผนร่วมกันเกี่ยวกับกระบวนการผลิต ยกตัวอย่างเช่น การส่งมอบสุกรมมีชีวิต วิธีในการเชือด การควบคุมคุณภาพ การรายงานผล การส่งมอบซากสุกร เป็นต้น

3.5.1.5 ทำสัญญาว่าจ้าง หลังจากที่โรงเชือดผ่านการตรวจประเมินแล้ว ทางบริษัททำสัญญาว่าจ้างการผลิตกับโรงเชือด โดยมีการกำหนดเงื่อนไขและข้อตกลงระหว่างผู้ว่าจ้างผลิตและผู้รับจ้างผลิต

3.5.1.6 ดำเนินการเชือดตามที่ระบุในสัญญา

3.5.1.7 การรับมอบซากสุกรจาก บริษัท สามพราน ซลอเตอร์เฮาส์ จำกัด โดยทางโรงเชือดจะทำการขนส่งซากสุกรมายังโรงงานตัดแต่งบริษัท ดี พอร์ค จำกัด บริษัทจะทำการตรวจสินค้าทุก lot ตรวจนับจำนวนซากสุกร ตามจำนวนสุกรมมีชีวิตที่ส่งไป ตรวจน้ำหนักของซากสุกร

3.6 ขั้นตอนการตัดแต่ง และบรรจุลงบรรจุภัณฑ์

เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา D pork มีกระบวนการผลิตที่ดำเนินแนวทางตามระบบมาตรฐานอาหารปลอดภัย ใช้เครื่องจักรที่เหมาะสมกับการผลิตอาหาร ใส่ใจในการผลิต และมีการควบคุมการผลิตในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นตอนการรับเข้าวัตถุดิบ กระบวนการผลิต ตลอดจนถึงการจัดเก็บผลิตภัณฑ์สุดท้าย เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัยและเป็นไปตามมาตรฐาน โดยมีขั้นตอนการผลิตดังนี้

3.6.1 รับซากสุกรมายังโรงงานตัดแต่ง

3.6.2 ทำการตัดแต่งซากสุกรออกเป็นชิ้นส่วนต่างๆ

3.6.3 ชั่งน้ำหนักและบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์

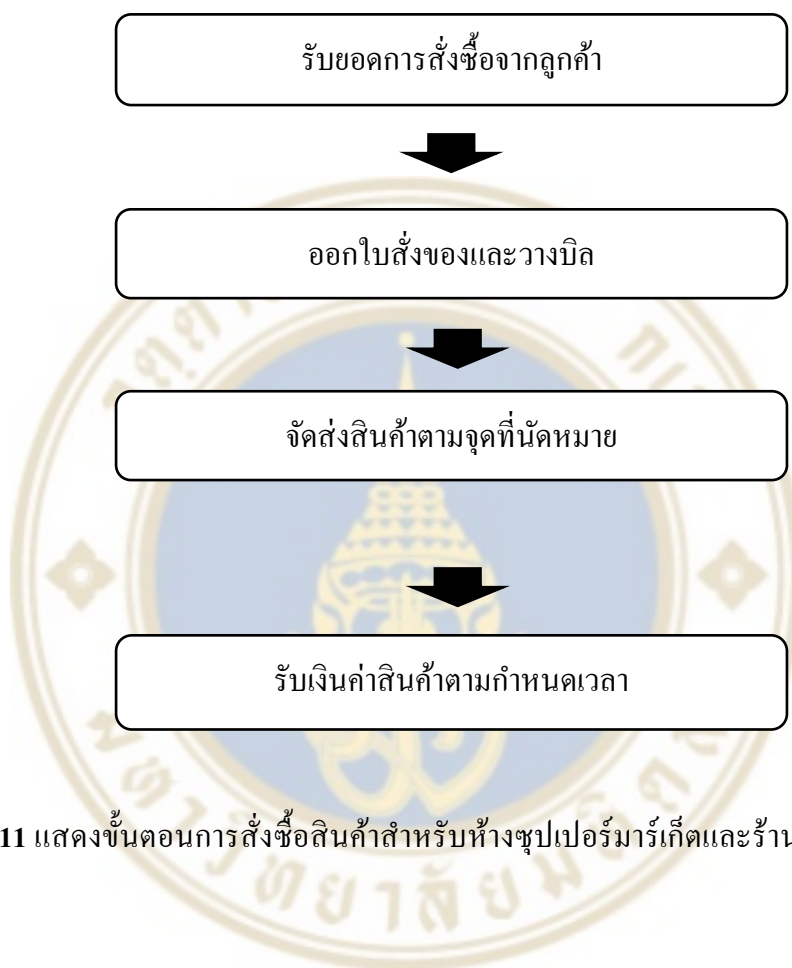
3.6.4 ส่งมอบสินค้าโดยรถห้องเย็นไปยังลูกค้า โดยทางบริษัทมีช่องทางการจำหน่าย 2 ช่องทางคือ ห้างซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

3.6.4.1 ห้างซูเปอร์มาร์เก็ต ในเขตเมืองกรุงเทพมหานคร

3.6.4.2 ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตเมืองกรุงเทพมหานคร

3.7 ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า สำหรับห้างซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

3.7.1 แสดงขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าสำหรับห้างซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านอาหารเพื่อสุขภาพ



ภาพที่ 3.11 แสดงขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าสำหรับห้างซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

3.8 ภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด

ตารางที่ 3.4 แสดงภาพรวมแผนการดำเนินงานของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด ในปีที่ 1-2

การดำเนินงาน	เดือน	ปีที่ 1												ปีที่ 2											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	
การเลี้ยงสุกรปลอดยาปฏิชีวนะ (Antibiotic free pork)																									
1. ปรับปรุงฟาร์มในเรื่องของระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity)																									
2. ทดลองเลี้ยงสุกรปลอดยาปฏิชีวนะ จำนวน 500 ตัว																									
การจัดตั้งบริษัทและโรงงานตัดแต่งเนื้อสุกร																									
1. สร้างโรงงานตัดแต่ง																									
2. จัดซื้อและติดตั้งอุปกรณ์เครื่องจักร รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ																									
3. จดทะเบียนบริษัทกับสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ส่วนภูมิภาค																									
4. จัดหาและคัดเลือกพนักงาน																									

การดำเนินงาน	เดือน	ปีที่ 1												ปีที่ 2										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
การว่าจ้างโรงเชือดผู้รับผลิต																								
1. ค้นหาข้อมูลและติดต่อกับโรงเชือด																								
2. พิจารณาและคัดเลือกโรงเชือด																								
3. ติดต่อกับโรงเชือดเพื่อเข้าเยี่ยมชมและตรวจประเมินตามหลัก GMP และ HACCP																								
4. ประมวลผลการตรวจประเมิน																								
5. ทำสัญญาว่าจ้างและวางแผนการผลิต																								
แผนการผลิต																								
1. วางแผนการเลี้ยงสุกรปลอดยาปฏิชีวนะ																								
2. ดำเนินการเลี้ยงสุกรปลอดยาปฏิชีวนะจำนวน 500 ตัว																								
แผนการตลาด																								
1. วางแผนการตลาด																								
จำหน่ายสินค้า																								
1. จำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้า																								

บทที่ 4

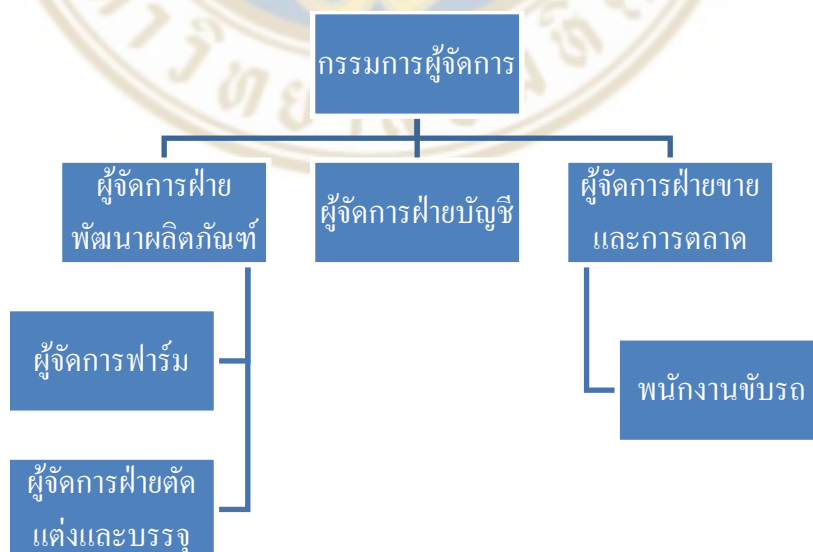
แผนการบริหารและจัดการองค์กร

4.1 ข้อมูลทางธุรกิจ

บริษัท ดี พอร์ค จำกัด มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา “D pork” โดยมีทุนจดทะเบียน 7 ล้านบาท

4.2 โครงสร้างองค์กร

เนื่องจากบริษัท ดี พอร์ค จำกัด เป็นบริษัทที่เริ่มขึ้นจากครอบครัว เพิ่งเริ่มก่อตั้ง และเป็นบริษัทขนาดเล็ก ดังนั้นเพื่อให้สามารถดูแลบุคลากรในบริษัทได้อย่างทั่วถึง บริษัท ดี พอร์ค จำกัด จึงมีโครงสร้างองค์กรแบบ Flat Organization โดยผู้บริหารเป็นผู้กำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ ตลอดจนกลยุทธ์ในการบริหารต่างๆ โดยพนักงานของบริษัทมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเพื่อให้ดำเนินการในบริษัทเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 4.1 แสดงโครงสร้างองค์กรของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด

รายชื่อผู้บริหารและตำแหน่ง

1.นางสาวอารีย์นุช	พระลักษณ	ตำแหน่ง	กรรมการผู้จัดการ
2.นางสาวสุนันท์	พระลักษณ	ตำแหน่ง	ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน
3.นายอำนาจ	พระลักษณ	ตำแหน่ง	ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์
4.นายชุต	ไชยชนะ	ตำแหน่ง	ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและการขาย
5.นางสาวเจนจิรา	กำลังหาญ	ตำแหน่ง	ผู้จัดการฝ่ายตัดแต่งและบรรจุ

4.3 รายละเอียดผู้ถือหุ้น

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนหุ้น สัดส่วนและเงินลงทุนของผู้ถือหุ้น

หน่วย:บาท

ลำดับ	ผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน
1	นางสาวอารีย์นุช พระลักษณ	15,000	21.4%	1,500,000
2	นางสุนันท์ พระลักษณ	15,000	21.4%	1,500,000
3	นายอำนาจ พระลักษณ	15000	21.4%	1,500,000
4	นายชุต ไชยชนะ	15,000	21.4%	1,500,000
5	นางสาวเจนจิรา กำลังหาญ	10,000	14.3%	1,000,000
รวม		70,000	100%	7,000,000

4.4 แผนด้านบุคลากร

ตารางที่ 4.2 แสดงตำแหน่ง จำนวนหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรบริษัท ดี พอร์ค จำกัด

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	หน้าที่และความรับผิดชอบ
1. กรรมการ ผู้จัดการ	1	1. กำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานของทั้งองค์กรทั้งในระยะสั้นระยะยาว 2. บริหารกิจการองค์กรให้เป็นไปตามแผนที่วางเอาไว้ 3. บริหารจัดการ ดูแลองค์กร และพนักงานทุกคนในองค์กร 4. กำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนของบุคลากรในองค์กร
2. ผู้จัดการ ฝ่ายพัฒนา ผลิตภัณฑ์	1	1. รับผิดชอบและดูแลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน 2. ควบคุมดูแลกระบวนการผลิตวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพ 3. วางแผนและดำเนินการผลิตวัตถุดิบ
3. ผู้จัดการ ฝ่ายตัดตัด แต่งและ บรรจุ	1	1. รับผิดชอบดูแลการตัดแต่งเนื้อสุกรให้เป็นไปตามมาตรฐาน 2. ควบคุมดูแลกระบวนการบรรจุให้มีประสิทธิภาพ
4. ผู้จัดการ ฝ่าย การตลาด และการขาย	1	1. รับผิดชอบและดูแลในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การขาย รวมถึงการจัดการกิจกรรมทางการตลาดของบริษัท 2. รับผิดชอบและดูแลงานที่เกี่ยวข้องกับช่องทางในการจัดจำหน่ายและลูกค้า 3. ประเมินการยอดขาย สืบหาความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า 4. หาลูกค้าและช่องทางในการจัดจำหน่าย 5. คิดและทำโปรโมชันเพื่อกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่อง 6. รับผิดชอบเรื่องติดตามลูกค้า - การติดตามเรื่องการชำระเงิน - ยืนยันการสั่งซื้อ - ยืนยันสถานที่จัดส่ง และวันเวลาการรับสินค้า
5. ผู้จัดการ ฝ่ายบัญชี และการเงิน	1	1. รับผิดชอบและดูแลในส่วนของการบริหารจัดการภาพรวมทางบัญชีของบริษัททั้งหมด 2. รับผิดชอบและดูแลในส่วนของการบริหารจัดการภาพรวมทางการเงินของบริษัท 3. รับผิดชอบในส่วนของค่าตอบแทนของบุคลากร
6. พนักงาน ขับรถ	1	1. ทำหน้าที่ขับรถส่งสินค้า

4.5 ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของธุรกิจ

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของธุรกิจของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด

ตำแหน่ง	ปีที่ 1		ปีที่ 2		ปีที่ 3		ปีที่ 4		ปีที่ 5	
	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)
1. กรรมการผู้จัดการ	1	30,000	1	30,000	1	31,500	1	33,075.00	1	34,728.75
2. ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์	1	25,000	1	25,000	1	26,250	1	27,562.50	1	28,940.63
3. ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน	1	25,000	1	25,000	1	26,250	1	27,562.50	1	28,940.63
4. ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและการขาย	1	16,000	1	16,000	1	16,800	1	17,640.00	1	18,522.00
5. ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายตกแต่งและบรรจุ	1	15,000	1	15,000	1	15,750	1	16,537.50	1	17,364.38
6. พนักงานขับรถ	1	7,000	1	7,000	1	7,350	1	7,717.50	1	8,103
รวม (ต่อเดือน)	6	118,000	6	118,000	6	123,900	6	130,095	6	136,600
รวม (ต่อปี)		1,416,000		1,416,000		1,486,800		1,561,140		1,639,197

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ดังนั้นการว่าจ้างพนักงานจะคงที่ในช่วง 2 ปีแรก ในส่วนของเงินเดือนพนักงานบริษัทวางแผนให้มีการปรับอัตราเงินเดือนขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี และทุก ๆ สิ้นปี จะมีการจ่ายเงินโบนัสให้กับพนักงานภายในบริษัท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผลการประกอบการรายปีและผลการประเมินการทำงาน of พนักงาน



4.6 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ตารางที่ 4.4 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของปีที่ 1 แบบจำแนกรายเดือน

หน่วย:บาท

รายการ	เดือนที่											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน	100,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799	33,799
เงินเดือนบุคลากร	118,000	118,000	118,000	118,000	118,000	118,000	118,000	118,000	118,000	118,000	118,000	118,000
ค่าตรวจสอบบัญชี	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
รวม	254,799	154,799	154,799	154,799	154,799	154,799	154,799	154,799	154,799	154,799	154,799	154,799

ตารางที่ 4.5 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานรอบ 5 ปี

หน่วย:บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสำนักงาน	100,000	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการบริหารภายในสำนักงาน	405,588	410,786	416,083	475,481	536,007
เงินเดือนบุคลากร	1,416,000	1,416,000	1,486,800	1,561,140	1,639,197
ค่าตรวจสอบบัญชี	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
รวม	1,957,588.00	1,862,786.17	1,938,883.11	2,072,620.69	2,211,203.82

4.7 ค่าตอบแทนอื่นๆ

บริษัทสมทบเงินประกันสังคม กรณีพนักงานอัตราเงินเดือนเกิน 15,000 บาท อยู่ที่ 750 บาท/เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนแรกที่พนักงานเริ่มงาน

พนักงานจะได้รับเบี้ยเลี้ยงในการออกนุทแสดงสินค้าคนละ 200 บาทต่อวัน

ผู้ถือหุ้นจะได้รับเงินปันผล 15% ในทุกๆสิ้นปี โดยเงินปันผลจะคิดจากผลกำไรทั้งหมด หลังหักค่าใช้จ่ายทั้งหมด ซึ่งจะเริ่มให้ตั้งแต่ปีที่ 4 ของการตั้งบริษัท



บทที่ 5

แผนการเงิน

5.1 เงินลงทุน

เงินลงทุนสำหรับบริษัท ดี พอร์ค จำกัด ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นผู้จัดจำหน่ายเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา “D pork” ประกอบด้วยเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวรค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานและเงินทุนหมุนเวียน โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 5.1 ดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงรายละเอียดของเงินทุนในโครงการ

รายการ	มูลค่า
หน่วย:บาท	
1. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	
1.1 อุปกรณ์สำนักงาน	149,410
1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสำนักงาน	11,990
1.3 รถห้องเย็นส่งสินค้ามือสอง	209,000
1.4 ค่าติดตั้งเบอร์โทรศัพท์สำนักงาน	3,800
1.5 งานโครงสร้างโรงคัดแต่ง	3,000,000
1.6 เครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆในกระบวนการ	1,000,000
1.7 ค่าห้องเย็น	2,000,000
1.8 งานโครงสร้างสำนักงานและตกแต่ง	100,000
2. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	
2.1 การจดทะเบียนบริษัท	51,100
2.3 การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	900
3. เงินทุนหมุนเวียน	473,800
รวมมูลค่าการลงทุน	7,000,000

5.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด จะใช้เงินลงทุนในส่วนของเจ้าของกิจการ 100% โดยไม่มีการกู้ยืมจาก สถาบันการเงิน ซึ่งบริษัทมีผู้ร่วมลงทุนจำนวนทั้งสิ้น 5 คน และมีจำนวนเงินลงทุนเป็นเงินทั้งสิ้น 7,000,000 บาท โดยมีรายละเอียดส่วนการถือหุ้น จำนวนหุ้นและมูลค่าการลงทุน ดังแสดงใน ตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน

หน่วย:บาท

ลำดับ	ผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน
1	นางสาวอารีย์นุช พระลักษณ์	15,000	21.4%	1,500,000
2	นางสุนันท์ พระลักษณ์	15,000	21.4%	1,500,000
3	นายอำนาจ พระลักษณ์	15,000	21.4%	1,500,000
4	นายชฤต ไชยชนะ	15,000	21.4%	1,500,000
5	นางสาวเจนจิรา กำลิ่งหาญ	10,000	14.3%	1,000,000
	รวม	70,000	100%	7,000,000

5.3 สมมติฐานทางการเงิน

5.3.1 ค่าเสื่อมราคาคิดโดยวิธีแบบเส้นตรงตามอายุของสินทรัพย์ถาวรโดยประมาณ 5 ปี โดยไม่มีการคิดค่าซาก

5.3.2 ให้เครดิตการชำระเงินให้แก่ลูกหนี้การค้าเป็นระยะเวลา 30 วัน

5.3.3 ได้รับเครดิตการชำระเงินจากเจ้าหนี้การค้าเป็นระยะเวลา 60 วันเนื่องจากเคยทำการซื้อขายกันอยู่แล้ว

5.3.4 ไม่มีการสต็อกสินค้า และวัตถุดิบ เนื่องจากเป็นสินค้าเน่าเสียง่าย

5.3.5 กำหนดให้อัตราเงินเพื่อเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 ต่อปี (อ้างอิงเป้าหมายเงินเฟ้อปี 2561 ของธนาคารแห่งประเทศไทย)

5.3.6 จากการสัมภาษณ์ เจ้าของร้านอาหารเพื่อสุขภาพกำหนดให้อัตราการเติบโตของยอดขายเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ต่อปี ในปีที่ 1-3 และร้อยละ 30 ในปีที่ 4-5

5.3.7 จากการสำรวจราคาตลาด กำหนดให้การเปลี่ยนแปลงของราคาขายเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

5.3.8 อัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเดือนกำหนดให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี ในปีที่ 3 เป็นต้นไป

5.3.9 อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 20 ต่อปี เนื่องจากมีการจดทะเบียนบริษัท (กรมสรรพากร, 2559)

5.3.10 บริษัทมีนโยบายการจ่ายเงินปันผลที่อัตราร้อยละ 15 ในปีที่ 4 เป็นต้นไป

5.3.11 บริษัทมีการคำนวณ WACC โดยใช้วิธี CAPM โดย risk free rate หาได้จากการนำ อัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปีมาเฉลี่ย market return หาได้จาก market cap ในตลาดหุ้น ย้อนหลัง 3 ปี ส่วนค่า beta อ้างอิงจาก Hamada equation ที่ไม่มีการกู้ยืม กำหนดให้ค่า beta มีค่าเท่ากับ 1

โดยใช้สูตร CAPM ในการหา WACC ดังนี้

$$\begin{aligned} r_s &= r_{RF} + b_L(r_M - r_{RF}) \\ &= 2.19\% + (1)(10.03\% - 2.19\%) \\ &= 2.19\% + (7.84\%) \end{aligned}$$

$$r_s = 10.03\%$$

ดังนั้น WACC จึงมีค่าเท่ากับ 10.03%

5.3.12 ค่าใช้จ่ายแปลงสภาพ (Conversion Costs) ประกอบด้วยค่าจ้างแรงงาน ค่าสมุนไพรมะพร้าวและโปรไบโอติกสำหรับเลี้ยงสุกร ค่าน้ำและค่าไฟในส่วนของโรงงานตัดแต่ง ค่าบรรจุภัณฑ์และค่าอื่นๆ ในการแปลงสภาพ

5.3.13 บริษัทมีบริการจัดส่งสินค้าให้กับผู้ประกอบการค้าปลีกและร้านอาหารเพื่อสุขภาพ โดยทางบริษัทมีค่าใช้จ่ายในส่วนของน้ำมัน ค่าทางด่วนเป็นค่าใช้จ่ายในส่วนนี้

5.4 การประมาณการรายได้

บริษัท ดี พอร์ค จำกัด มีรายได้จากการจำหน่ายเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา “D pork” จาก 2 ช่องทางการจำหน่าย คือ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และซูเปอร์มาร์เก็ต โดยมี รายละเอียดดัง ตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 แสดงรายได้จากการขายช่องทาง ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และซูเปอร์มาร์เก็ต ตลอดระยะเวลา 5 ปี

หน่วย:บาท

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ					
ราคาขาย (บาท)	128	134.40	141.12	148	155.58
จำนวนที่ขาย (kg)	75,600	90,720	108,864	141,523	183,980
รายได้จากการขาย (บาท)	9,676,800	12,192,768	15,362,888	20,970,342	28,624,516
ซูเปอร์มาร์เก็ต					
ราคาขาย (บาท)	-	-	-	148	155.58
จำนวนที่ขาย (kg)	-	-	-	3,650.0	4,745.0
รายได้จากการขาย (บาท)	-	-	-	540,842	738,250
รวมจำนวนที่ขาย (กิโลกรัม)	75,600	90,720	108,864	145,173	188,725
รวมรายได้จากการขายทุกช่องทาง (บาท)	9,676,800	12,192,768	15,362,888	21,511,184	29,362,766

5.5 การประมาณการต้นทุน

การแสดงต้นทุนต่อหน่วยของเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ

ตารางที่ 5.4 การประมาณการต้นทุนเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ

หน่วย:บาท

รายการ	ราคา (บาท) ต่อ หน่วย	ประมาณการต้นทุน (1 กิโลกรัม)				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนเนื้อแดง	81	81.00	85.05	89.30	93.768	98.46
รวมเป็นเงิน	81	81	85.05	89.30	93.77	98.46

ตารางที่ 5.5 แสดงราคาต้นทุนจากปริมาณยอดสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าทุกช่องทางจัดจำหน่ายเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ ในปี 1-ปีที่ 5

หน่วย:บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ปริมาณยอดสั่งซื้อสินค้า (กิโลกรัม)	75,600	90,720	108,864	145,173	188,725
รวมราคาต้นทุน (บาท)	6,123,600	7,715,736	9,721,827	13,612,546	18,581,126

ตารางที่ 5.6 แสดงค่าขนส่งเนื้อหุ้มปลอดยาปฏิชีวนะจากโรงงานตัดแต่งถึงลูกค้า

หน่วย:บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าขนส่ง	33,728	33,728	33,728	33,728	42,000
รวมราคาต้นทุน (บาท)	33,728	33,728	33,728	33,728	42,000

5.6 การประมาณการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ตารางที่ 5.7 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานรอบ 5 ปี

หน่วย:บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือน	1,416,000	1,416,000	1,486,800	1,561,140	1,639,197
ค่าประกันสุขภาพ	49,200	49,200	49,200	49,200	49,200
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
ค่าเบี้ยเลี้ยง	453,588	405,588	405,588	405,588	405,588
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000
รวม	1,969,188	1,921,188	1,991,988	2,066,328	2,144,385

ตารางที่ 5.8 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด ปีที่ 1 - ปีที่ 5

หน่วย:บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1.ค่าใช้จ่ายในการออกนุท	2,000	2,038	2,077	2,116	2,156
2.ค่าใช้จ่ายในการทำโบรชัวร์	5,800	5,910.20	6,022	6,136.92	6,254
3.ค่าใช้จ่ายในการทำป้ายโฆษณา	1,100	-	-	-	-
4.ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสื่อออนไลน์	12,000	12,228	12,460	12,697	12,938
5.ค่าส่วนลดจากการขายห้างซูเปอร์มาร์เก็ต	-	-	-	162,253	221,475
รวมค่าใช้จ่ายในการขาย	20,900	20,176	20,560	183,203	242,823

5.7 งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุนสำหรับเนื้อหามูลคดียาปฏิชีวนะของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด แสดงในตารางที่ 5.9

ตารางที่ 5.9 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน ปีที่ 1 - ปีที่ 5

หน่วย:บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย	9,676,800	12,192,768	15,362,888	21,511,184	29,362,766
ต้นทุนขาย	6,157,328	7,749,464	9,755,555	13,646,274	18,623,126
กำไรขั้นต้น	3,519,472	4,443,304	5,607,332	7,864,910	10,739,641
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร					
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	20,900	20,176	20,560	183,203	242,823
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	1,870,788	1,875,986	1,952,083	2,040,721	2,224,404
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้และค่าเสื่อมราคา	1,627,784	2,547,142	3,634,690	5,640,986	8,272,414
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
ค่าเสื่อมราคา	1,305,240	1,305,240	1,305,240	1,305,240	1,305,240
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	322,544	1,241,902	2,329,450	4,335,746	6,967,174
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	64,509	248,380	465,890	867,149	1,393,435
กำไรสุทธิ	258,035	993,521	1,863,560	3,468,597	5,573,739
เงินปันผล	-	-	-	520,290	836,061
กำไรสะสม	258,035	1,251,557	3,115,116	6,063,424	10,801,102

5.8 งบดุล

ตารางที่ 5.10 งบดุลสำหรับเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะของบริษัท ดี พอร์ต จำกัด

หน่วย:บาท

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและเงินในธนาคาร	473,800	2,256,897	4,611,350	7,850,321	12,239,964	18,458,059
ลูกหนี้การค้า		806,400	1,016,064	1,280,241	1,792,599	2,446,897
สต็อกสินค้าสำเร็จรูป		-	-	-	-	-
สต็อกวัตถุดิบ		-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		473,800	3,063,297	5,627,414	9,130,562	14,032,563
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	6,526,200	5,220,960	3,915,720	2,610,480	1,305,240	-
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนสุทธิ	6,526,200	5,220,960	3,915,720	2,610,480	1,305,240	-
รวมสินทรัพย์	7,000,000	8,284,257	9,543,134	11,741,042	15,337,803	20,904,956
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
เจ้าหนี้การค้า		1,026,221	1,291,577	1,625,926	2,274,379	3,103,854
รวมหนี้สินหมุนเวียน		1,026,221	1,291,577	1,625,926	2,274,379	3,103,854
หนี้สินไม่หมุนเวียน		-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน		1,026,221	1,291,577	1,625,926	2,274,379	3,103,854
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนหุ้นสามัญ	7,000,000	7,000,000	7,000,000	7,000,000	7,000,000	7,000,000
กำไรสะสม		258,035	1,251,557	3,115,116	6,063,424	10,801,102
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น		7,258,035	8,251,557	10,115,116	13,063,424	17,801,102
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	7,000,000	8,284,257	9,543,134	11,741,042	15,337,803	20,904,956

5.9 กระแสเงินสดของโครงการ (Free Cash Flow)

ตารางที่ 5.11 กระแสเงินสดอิสระสำหรับเนื้อหามูลคดียาปฏิชีวนะของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด

หน่วย:บาท

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1.กระแสเงินสด						
กำไรสุทธิ	0	258,035	993,521	1,863,560	3,468,597	5,573,739
บวก ค่าเสื่อมราคา	0	1,305,240	1,305,240	1,305,240	1,305,240	1,305,240
หัก เงินปันผล (จ่าย)	0	0	0	0	(520,290)	(836,061)
เงินสด (จ่าย) สุทธิจาก กิจกรรมการดำเนินงาน	0	1,563,275	2,298,761	3,168,800	4,253,547	6,042,918
2. เงินลงทุน						
เครื่องใช้สำนักงาน	(6,474,200)	0	0	0	0	0
ค่าใช้จ่ายก่อนการ ดำเนินงาน	(52,000)	0	0	0	0	0
เงินสดรับ (จ่าย) สุทธิ จากกิจกรรมการลงทุน	(6,526,200)	0	0	0	0	0
3. เงินทุนหมุนเวียน						
หัก เงินทุนหมุนเวียน	(473,800)	(693,621)	(55,692)	(70,172)	(136,095)	(175,177)
กระแสเงินสดอิสระสุทธิ	(7,000,000)	2,256,896	2,354,453	3,238,972	4,389,642	6,218,095

5.10 ผลการตอบแทนการลงทุน

ผลการตอบแทนการลงทุนสำหรับเนื้อหามูปลูกศยาปฏิชีวนะของบริษัท ดี พอร์ค จำกัดจะพิจารณาโดยการเปรียบเทียบเงินลงทุนทั้งหมดที่ต้องเสียไปกับผลตอบแทน ที่จะได้รับจากการลงทุนในด้าน ต่าง ๆ ดังตารางที่ 5.12

ตารางที่ 5.12 แสดงผลตอบแทนการลงทุนสำหรับเนื้อหามูปลูกศยาปฏิชีวนะของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด

รายการ	ความหมาย	มูลค่าที่คำนวณได้
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)	ผลรวมมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ (จ่าย) สุทธิตลอดอายุโครงการ	14,717,776.54
อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)	ผลตอบแทนระหว่างกระแสเงินสดรับแต่ ละปีตลอดอายุโครงการและจำนวนเงินเชื่อ	93.8%
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	ประมาณการระยะเวลาที่กิจการจะได้รับ เงินลงทุนคืนทั้งหมด	4 ปี

จากตารางที่ 5.12 พบว่า ผลผลิตเนื้อหามูปลูกศยาปฏิชีวนะของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก โดยมีมูลค่าเท่ากับ 14,717,776.54 บาท ซึ่งมีมูลค่า มากกว่าเงินลงทุน นอกจากนี้ยังมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 93.8 เปอร์เซ็นต์ และมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) อยู่ที่ประมาณ 4 ปี

เมื่อพิจารณาผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนในด้านมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) แสดงว่าธุรกิจผลิตเนื้อหามูปลูกศยาปฏิชีวนะของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

5.11 การวิเคราะห์ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ

การวิเคราะห์ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ เป็นการศึกษาว่าเมื่อสถานการณ์ในการดำเนินโครงการไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ จะมีผลต่อผลตอบแทนการลงทุนในโครงการอย่างไรบ้างและโครงการนี้ยังนำลงทุนอยู่หรือไม่

ทางบริษัทฯ ได้ทำการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่คาดว่าจะเกิดขึ้นแล้วจะส่งผลกระทบต่อผลกำไรอย่างไรบ้าง

กรณีที่ 1 ขอดขายปกติ

กรณีที่ 2 ขอดขายลดลง 20%

กรณีที่ 3 ขอดขายเพิ่มขึ้น 20%

ตารางที่ 5.13 แสดงผลตอบแทนการลงทุนของบริษัท ดี พอร์ค จำกัด เมื่อมีการเปลี่ยนแปลง ด้านราคาขาย ขอดขายและต้นทุนสินค้า

การเปลี่ยนแปลงของโครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	% การเปลี่ยนแปลงในปีที่ 5
ขอดขายปกติ	9,676,800	12,192,768	15,362,888	21,511,184	29,362,766	
ขอดขายลดลง 20%	7,741,440	9,754,214	12,290,310	17,208,947	23,490,213	-20%
ขอดขายเพิ่มขึ้น 20%	11,612,160	14,631,322	18,435,465	25,813,421	35,235,320	20%

บทที่ 6

การบริหารความเสี่ยง

ในการดำเนินธุรกิจใดนั้น สามารถมีการเกิดเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา อาจเนื่องมาจากเหตุการณ์ทั้งภายนอกและภายในบริษัทเอง ซึ่งอาจจะทำให้การดำเนินธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ เกิดผลกระทบต่องค์กรได้ ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น บริษัทควรมีแผนการจัดการความเสี่ยงและแนวทางการรองรับความเสี่ยงไว้เพื่อปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่างๆที่จะเกิดขึ้น โดยบริษัทได้มีการประเมินความเสี่ยงและได้สรุปประเด็นความเสี่ยงของบริษัท โดยสามารถจำแนกความเสี่ยงออกเป็นหัวข้อหลักๆดังนี้

- 6.1 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)
- 6.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)
- 6.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)
- 6.4 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)

6.1. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)

6.1.1 การขาดแคลนวัตถุดิบ

เนื่องจากการเสี่ยงสูงๆ โดยไม่ใช่ว่าปฏิชีวนะตลอดขั้นตอนการเลี้ยง จึงมีความเสี่ยงโดยแบ่งได้ดังนี้

-มีโอกาสมิเปอร์เซ็นต์สูญเสียจากการเลี้ยงสูงๆ เนื่องจากไม่ได้ใส่ใจในการรักษา แต่จะใช้สมุนไพรและไปรไบโอติกในการรักษาแทน ทำให้หายจากการป่วยช้าลง

-ในฤดูที่มีโรคระบาดในสัตว์เกิดขึ้น อาจจะส่งผลให้มีจำนวนหมูไม่พอแก่การจำหน่าย
แนวทางการบริหารความเสี่ยงที่เกิดจากฟาร์มเลี้ยงสุกร

- มีการจัดการสภาพแวดล้อมของฟาร์มให้อยู่ในระบบปิดมากที่สุด มีการเข้มงวดในระบบความปลอดภัยทางชีวภาพ (Biosecurity system) เพื่อป้องกันเชื้อโรคจากภายนอกเข้าสู่ฟาร์มให้ได้มากที่สุด

- มีโปรแกรมการให้วัคซีนแก่สุกรอย่างเข้มงวด เพื่อป้องกันการเกิดโรคระบาด

6.1.2 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

การบริหารจัดการด้านห่วงโซ่อุปทานเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การคาดการณ์ยอดขาย การวางแผนการจัดซื้อ การจัดการคลังสินค้า และการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้า กิจกรรมเหล่านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัทสามารถบริหารจัดการคุณภาพของสินค้าและต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นหากบริษัทขาดการพัฒนาและบูรณาการกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้าและก่อให้เกิดต้นทุนที่สูงขึ้นโดยไม่จำเป็น และทำให้ไม่สามารถสร้างความเป็นต่อในด้านการแข่งขันทางธุรกิจ อันจะนำมาซึ่งการสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

แนวทางการบริหารความเสี่ยงที่เกิดจากการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

- พัฒนาระบบการบริหารจัดการ และมีปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง
- นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ วางแผน และตัดสินใจ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงาน
- วางแผนการจัดส่งสินค้าของลูกค้าแต่ละราย เพื่อจัดเส้นทางการเดินทางขนส่งสินค้าที่เหมาะสม และควบคุมต้นทุนการขนส่งให้ต่ำที่สุด รวมถึงการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าได้ตามระยะเวลาที่ได้ทำการตกลงกันได้

6.1.3 การใช้โรงเชือดจ้างเชือด (OEM)

เนื่องจากบริษัท ดี พอร์ค จำกัด ไม่มีการดำเนินงานในส่วนของการเชือดสุกร ทางบริษัทจึงได้ทำการว่าจ้างโรงเชือด ซึ่งเป็นการลดต้นทุนการเชือดสุกรเพิ่มความคล่องตัวหากต้องมีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีในการเชือด การจ้างโรงเชือดอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงขึ้นได้เนื่องจากคุณภาพในการเชือดไม่เป็นไปตามข้อกำหนด

แนวทางการบริหารความเสี่ยงที่เกิดจากการใช้โรงเชือดจ้างเชือด

- จัดทำสัญญาการเป็น Partner รายละเอียดในการดำเนินการ เวลาการรับส่งซากสุกร และรอบการชำระเงิน กับโรงเชือดให้มีความรัดกุม และเมื่อเกิดการกระทำที่ผิดสัญญาสามารถที่จะเอาผิดกับผู้กระทำผิดได้อย่างยุติธรรมทั้ง 2 ฝ่าย และมีอายุสัญญาที่เหมาะสม นอกจากนี้บริษัทมีการ

เตรียมแผนการผลิตสำรอง โดยมีการจัดหาโรงเชือดรายอื่นที่มีคุณภาพมาตรฐานเทียบเท่ากับ โรงเชือดเดิม

- การรักษาคุณภาพมาตรฐานของสินค้า มีการสุ่มสินค้า เพื่อทดสอบว่า ซากสุกร เป็นไปตามมาตรฐานข้อกำหนด
- วางแผนไปตรวจ Audit ที่โรงเชือดเพื่อตรวจสอบกระบวนการเชือดว่าตรงตาม มาตรฐานและขั้นตอนถูกต้องหรือไม่

6.1.4 คุณภาพของสินค้า

การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากเป็น การรักษาความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อบริษัทและผลิตภัณฑ์ บริษัทจึงจำเป็นต้องจัดให้มี กระบวนการดำเนินงาน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจว่า จะได้รับผลิตภัณฑ์ที่มี คุณภาพได้มาตรฐานและได้รับความปลอดภัยเมื่อบริโภค

แนวทางการบริหารความเสี่ยงในด้านคุณภาพของสินค้า

- ควบคุมและคัดเลือกตั้งแต่ขั้นตอนการจัดหาวัตถุดิบ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การใช้ บรรจุภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง จนถึงการจัดเก็บสินค้าให้ปลอดภัยก่อน ส่งถึงมือผู้บริโภค
- ในส่วนของวัตถุดิบ ทางบริษัทจะทำการควบคุมการผลิตในทุกขั้นตอน และมีการสุ่ม ตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบที่ผลิตได้ในทุกๆ ล็อตของการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด
- พัฒนาระบบการบริหารจัดการซื้อร้องเรียนและการเรียกคืนสินค้าในกรณีที่เป็น ให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

6.1.5 ความเสี่ยงของเครื่องจักรชำรุด

ความเสี่ยงของเครื่องจักรชำรุดเสียหายจนไม่สามารถให้บริการได้

แนวทางการบริหารความเสี่ยงของเครื่องจักรชำรุดเสียหาย

- การควบคุมดูแลรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์ของโรงงาน จะต้องมีการควบคุมดูแล โดย พนักงานซ่อมบำรุง มีการออกกฎข้อบังคับในการดูแลเครื่องจักรอย่างเป็นทางการ มีการจ้าง พนักงานซ่อมบำรุงที่มีความเชี่ยวชาญประจำอยู่ที่โรงงานเพื่อเตรียมรับเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น

6.2 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)

6.2.1 สินค้าไม่สามารถขายได้ตามที่คาดการณ์ไว้

เนื่องจากสินค้าที่ทางบริษัททำการจำหน่าย เป็นสินค้าทางการเกษตรที่นำเสียได้ และมีระยะเวลาการเก็บที่จำกัดและมีสินค้าทดแทนค่อนข้างสูง ทำให้มีความเสี่ยงจากการประมาณการยอดขายที่ไม่เป็นไปตามแผนการขายที่กำหนดไว้

แนวทางการบริหารความเสี่ยงในด้านยอดขายที่ไม่ได้ตามที่คาดการณ์ไว้

- ประชาสัมพันธ์ถึงข้อมูล คุณประโยชน์ของเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ ให้เข้าถึงผู้บริโภคให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้และเลือกมาบริโภคมากขึ้น
- ลดการผลิตวัตถุดิบและลดการสั่งซื้อสินค้าตามแผนการผลิตในงวดถัดไปลง 50 เปอร์เซ็นต์ เพื่อให้สามารถควบคุมปริมาณสินค้าคงคลังได้
- มีการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคเป็นระยะๆ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
- ทำการพิจารณาช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค เกิดการซื้อขายสินค้าทำให้บริษัทมียอดขายเพิ่มขึ้น

6.2.2 มีผลิตภัณฑ์เดียวกันวางจำหน่ายในท้องตลาด

เนื่องจากผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ มีแบรนด์ที่ดังในท้องตลาดอยู่แล้วคือแบรนด์ S-pure ของบริษัท เบทาโกร จำกัด และยังมีบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัดที่เป็นบริษัทเนื้อหมูสดที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ ดังนั้น โอกาสในการเกิดผลิตภัณฑ์ลักษณะเดียวกันออกมาจำหน่ายจึงสามารถเกิดขึ้นได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อยอดขายและรายได้ของบริษัท

แนวทางการจัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาด

- ทำการวิเคราะห์จุดเด่นและจุดด้อยของผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งเทียบกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีจุดแข็งเหนือกว่าผลิตภัณฑ์คู่แข่ง
- มีการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคเป็นระยะๆ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

- พัฒนาและวิจัยวิธีการเลี้ยงสุกรแบบใหม่ๆ เช่น การเลี้ยงสุกรแบบปล่อยทุ่ง (Free range) หรือทำการเลี้ยงสุกรให้เป็นแบบอินทรีย์ (Organic) มากขึ้น
- พัฒนาการจัดส่งให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกมากที่สุด
- ทำการวิเคราะห์คู่แข่งที่เพิ่มขึ้น และวิเคราะห์การส่งเสริมการตลาดของคู่แข่งที่ส่งผลกระทบต่อยอดขาย
- สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเพื่อให้เกิดความตระหนักในชื่อบริษัท โดยรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
- ทำสินค้าให้มีความ Customization กับลูกค้ามากขึ้น โดยเริ่มที่การสร้างการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละกลุ่ม แต่ละบุคคล ต่อมาคือการวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าแต่ละกลุ่มตามประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการจากสินค้าและบริการ และสิ่งสำคัญคือต้องมีการปรับเปลี่ยนสินค้าหรือบริการตามความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละกลุ่ม แต่ละบุคคล เช่น เพิ่มการตัดแต่งชิ้นส่วนตามแบบที่ลูกค้าต้องการ ไม่ทำแบบ Mass เหมือนคู่แข่ง

6.2.3 ความผันผวนของราคาสินค้าเนื้อสุกร

ธุรกิจการเลี้ยงสุกรของบริษัท มีสินค้าหลักคือ สุกรมิชีวิต และเนื้อสุกร ซึ่งราคาของสินค้าเหล่านี้ถูกกำหนดโดยอุปสงค์และอุปทานในตลาดแต่ละช่วงเวลา โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ ประกอบไปด้วย กำลังซื้อของผู้บริโภค ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสินค้านั้นๆ รวมถึงความต้องการตามฤดูกาล ซึ่งหากผลผลิตมีมากเกินไปอุปสงค์ของสินค้านั้นๆ ก็อาจทำให้ราคาปรับตัวลดลงต่ำกว่าราคาที่คาดการณ์ไว้และกระทบต่ออัตราการทำกำไรของบริษัท

แนวทางการจัดการความเสี่ยงของความผันผวนของราคาสินค้าเนื้อสุกร

บริษัท ดี พอร์ค จำกัด เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์เพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของสินค้าสุกรมิชีวิต และเนื้อสุกร โดยมีกระบวนการเลี้ยงสุกรให้มีมูลค่ามากขึ้น ไม่ใช้ยาปฏิชีวนะในการเลี้ยง เพิ่มมูลค่าให้แก่เนื้อสุกร นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญกับการสร้างตราสินค้า ให้เป็นที่รู้จักในหมู่นักบริโภคเพิ่มมากขึ้น

6.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)

เนื่องจากบริษัท ดี พอร์ค จำกัด ผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่งเริ่มดำเนินกิจการ เป็นกิจกรรมขนาดเล็กที่มีการซื้อขายทั้งแบบเงินสดและการซื้อสินค้าแบบเงินสดอาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องทางการเงินได้ และอาจเกิดการไม่มีเงินสดเพียงพอในการรองรับกับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้

แนวทางการจัดการความเสี่ยงด้านการเงิน

บริษัทต้องมีการจัดหาแหล่งเงินทุนเงินทุนเพื่อเสริมสภาพคล่อง โดยทำการพิจารณาของกู้เงินในระยะสั้นจากบุคคลในครอบครัว เพื่อนหรือสถาบันการเงิน ตลอดจนทำการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นและปรับลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นของบริษัทลง

6.4 ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ (Law and Regulation Risk)

บริษัท ดี พอร์ค จำกัด ดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมายและนโยบายของรัฐ ซึ่งมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท อาทิเช่น กฎหมายอาหาร กฎหมายภาษีอากร กฎหมายแรงงาน เป็นต้น ดังนั้นบริษัทจึงจำเป็นต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงของข้อกำหนดและกฎหมายภายในประเทศอย่างใกล้ชิด เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการทำงานของบริษัท ให้สอดคล้องกับกฎหมายที่ประกาศใช้ให้เป็นปัจจุบันที่สุด

แนวทางการจัดการความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ

ติดตามแนวโน้มการออกกฎหมายใหม่ การประกาศใช้ การเปลี่ยนแปลงและการยกเลิกกฎหมายต่างๆ ภายในประเทศ เพื่อให้ทางบริษัทมีข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจนเพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม รวมถึงการกำกับดูแลให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดต่างๆอย่างเคร่งครัด

บรรณานุกรม

กรมสรรพากร. (2559). อัตราภาษีปี 2559-2560, 30 เมษายน 2559.

http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/download/sme/5con_040159.pdf

คณาภรณ์ เต็มยอด. (2558). มาตรฐานสินค้าเกษตร สู่การรับรองผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าและความเชื่อมั่น. สำนักพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์

คมชัดลึก. (23 มกราคม 2560). สยองสูตรอาหารผสมโคลิสติน ยาเถื่อนฟาร์มหมู. *คมชัดลึก*, 1.

ใจพร พุ่มคำ. (2555). อาหาร(ไม่)ปลอดภัย ผลจากการใช้ยาปฏิชีวนะ. *วารสารอาหารและยา*, 8-11.

ณัฐพล เอี่ยมสะอาด. (2553). การวิเคราะห์ปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพและความปลอดภัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเนื้อสุกรในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัย สาขาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะวิทยาศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตร. กรุงเทพฯ.

ธนาคารแห่งประเทศไทย.(2560).สรุปประมาณเศรษฐกิจและเงินเฟ้อ, 4 พฤษภาคม 2560.

<https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/MonetPolicyCommittee/MPR/Pages/default.aspx>

ธีรวิทย์ วราธรไพบูลย์. (2557). พฤติกรรมการบริโภค : อาหารนิยมบริโภคกับอาหารเพื่อสุขภาพ. *ปัญญาภิวัฒน์*. 5, 255-264.

ประภาส พันธ์. (2556). การจำแนกลักษณะทางกายภาพและพันธุกรรมของเชื้อ *Staphylococcus aureus* ที่ติดต่อขามะทิจีลินที่เพาะแยกได้จากสุกรและคน.

พีรวุฒิ เชิดสถิรกุล. (2545). ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเนื้อสุกรของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่, วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.

พงษ์พิสุทธิ์ จงอุดมสุข. (บรรณาธิการ). (2555). เชื้อดื้อยาปฏิชีวนะ วิกฤตและทางออกของสังคมไทย. *HSRI Forum*, 2555, 2-6.

วิจัยเศรษฐกิจปศุสัตว์และประมง. (2558). สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ SCB. (2557). Grocery store โตต่ออย่างไรในยุคตลาดแข่งเดือด. 1-31.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สาธิต ศิริพงษ์ไพโรจน์. (2548). *พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเนื้อหมูเพื่อนำไปบริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขา เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2558). *สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม*, กรุงเทพมหานคร.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). *การสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารของประชากร พ.ศ. 2566 (พิมพ์ครั้งที่ 1)*, กรุงเทพมหานคร.
- Barneveld, V. (2003). *Modern pork production “Balancing efficient growth and feed conversion with product quality requirement and consumer demands”*, Australia. Asia Pacific Journal of Clinical Nutrition.
- Li, HL., Zhao, PY., Lei, Y., Hossain, MM., Kang, J., & Kim, IH. (2016, September). Dietary phytoncide supplementation improved growth performance and meat quality of finishing pigs. *Asian Australas. J. Anim. Sci.*, 29, 1314-1321.
- Li, XL., He, LP., Yang, Y., Liu, FJ., Cao, Y., & Zuo, JJ. (2015, April 1). Effects of extracellular polysaccharides of *Ganoderma lucidum* supplementation on the growth performance, blood profile, and meat quality in finisher pigs. *Livestock science*, 178, 187-194.
- Lusk, JL., Norwood, FB., & Pruitt, JR. (2006). *Consumer demand for a ban on antibiotic drug use in pork production*. n.p.
- Mitchell, L. n.d. (2009). *Economic theory and conceptual relationships between food safety and international trade* (Online). <http://www.ers.usda.gov/publications/aer828.pdf>
- NRDC. (2015). *Going mainstream: Meat and Poultry raised without routine antibiotics use*. n.p.
- NRDC. (2016). *New antibiotics scorecard*. New York.
- Porter, M. (1980). Porter's Five Forces. *Strategy skill*. n.p.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Rinsky, JL., Nadimpalli, M., Wing, S., Hall, D., Baron, D., Price, LB., et all. (2013). *Livestock-associated methicillin and multidrug resistant*. (Vol. 8)
- Smith, TC.,Gebreyes, WA., Abley, MJ., Harper, AL., Forshey, BM., et all. (2013). *Methicillin-resistant Staphylococcus aureus in pigs and farm workers on conventional and antibiotic-free swine farms in the USA*. (Vol. 8)
- Swiatkiewicz, M., & Hanczakowska, E. (2007). Selected indices of meat and carcass quality of pigs fed grass or maize silages supplemented with a herb mixture. *Polish journal of food and nutrition sciences*, 57, 547-550.
- Velasco, V., & Williams. P. (2011, April-June). Improving meat quality through natural antioxidants. *Chilean journal of agriculture research*, 71, 313-322.



ภาคผนวก ก

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ



(สำเนา)

ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
เรื่อง
คำชี้แจงประกาศกระทรวงสาธารณสุข
(ฉบับที่ ๓๖๗) พ.ศ. ๒๕๕๗ เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ

ฉลากอาหารมีความสำคัญต่อการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค และตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. ๒๕๒๒ ได้ให้อำนาจรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขออกประกาศกำหนดประเภทและชนิดอาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่าย ซึ่งจะต้องมีฉลาก ข้อความในฉลาก เงื่อนไข และวิธีการแสดงฉลาก เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมทั้งกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืน กระทรวงสาธารณสุขโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงออกประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๖๗) พ.ศ. ๒๕๕๗ เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ เพื่อเป็นแนวปฏิบัติที่เหมาะสม โดยใช้หลักการตามมาตรฐานของโคเด็กซ์ เรื่อง มาตรฐานทั่วไปสำหรับการแสดงฉลากอาหารในภาชนะบรรจุ (General standard for the labeling of prepackaged foods-CODEX STAN 1-1985 (Rev. 1-1991)) ในประเด็นที่เหมาะสมกับมาตรการในการกำกับดูแลการแสดงฉลาก และการให้ข้อมูลกับผู้บริโภค ภายในประเทศโดยมีสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

๑. ยกเลิกประกาศกระทรวงสาธารณสุขจำนวน ๓ ฉบับ คือ ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๑๙๔) พ.ศ. ๒๕๔๓ เรื่อง ฉลาก ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๒๕๒) พ.ศ. ๒๕๔๕ เรื่อง ฉลาก (ฉบับที่ ๒) และประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๔๓) พ.ศ. ๒๕๕๕ เรื่อง ฉลาก (ฉบับที่ ๓)

๒. กำหนดขอบข่ายของอาหารที่ต้องแสดงฉลากตามประกาศฉบับนี้ คือ อาหารที่บรรจุไว้ในภาชนะที่ถูกล้อ หรือหุ้ม โดยไม่ทำให้อาหารนั้นหลุดออกมาสู่ภายนอกได้ และอยู่ในสภาพพร้อมขาย จ่าย แจก หรือแลกเปลี่ยน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในทางการค้า หรือการมีไว้เพื่อจำหน่ายด้วย

๓. กำหนดนิยาม “อาหารในภาชนะบรรจุ” “หมดอายุ” “ควรบริโภคก่อน” “แบ่งบรรจุ” “สารก่อภูมิแพ้” ดังนี้

“อาหารในภาชนะบรรจุ” หมายถึง อาหารที่มีภาชนะหุ้มห่อเพื่อจำหน่าย

“หมดอายุ” หมายความว่า วันที่ซึ่งแสดงการสิ้นสุดของคุณภาพของอาหารภายใต้เงื่อนไขการเก็บรักษาที่ระบุไว้ และหลังจากวันที่ระบุไว้นั้น อาหารนั้นวางจำหน่ายไม่ได้

“ควรบริโภคก่อน” หมายความว่า วันที่ซึ่งแสดงการสิ้นสุดของช่วงเวลาที่อาหารนั้นยังคงคุณภาพดี ภายใต้เงื่อนไขการเก็บรักษาที่ระบุไว้ และหลังจากวันที่ระบุไว้นั้น อาหารนั้นวางจำหน่ายไม่ได้

“แบ่งบรรจุ” หมายความว่า การนำอาหารจากภาชนะบรรจุเดิมมาแบ่งบรรจุในภาชนะบรรจุย่อย ซึ่งไม่รวมการทำ ผสม ปปรุงแต่งอาหารดังกล่าว

“สารก่อภูมิแพ้” หมายถึง สารที่เข้าสู่ร่างกายแล้วทำให้ร่างกายมีปฏิกิริยาผิดปกติ ทั้งที่ตามธรรมดา สารนั้นเมื่อเข้าสู่ร่างกายคนทั่วๆ ไปแล้วจะไม่มีอันตรายใดๆ จะมีอันตรายก็เฉพาะในคนบางคน ที่แพ้สารนั้นเท่านั้น และให้หมายความรวมถึงสารที่ก่อภาวะภูมิไวเกิน

- ๒ -

๔. อาหารในภาชนะบรรจุที่ได้รับการยกเว้นไม่ต้องปฏิบัติตามประกาศนี้ ได้แก่

(๑) อาหารที่ผู้ผลิตสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารแก่ผู้บริโภคได้ในขณะจำหน่าย เช่น หาบเร่ แผงลอย เป็นต้น

(๒) อาหารสด ที่มีลักษณะหนึ่งลักษณะใดดังต่อไปนี้

(๒.๑) อาหารสดที่ไม่ผ่านกรรมวิธีใดๆ ซึ่งอาจแช่เย็นหรือไม่แช่เย็นก็ได้ และบรรจุในภาชนะที่สามารถมองเห็นสภาพของอาหารสดได้ เช่น ผลไม้ทั้งผล หอยทั้งฝา เป็นต้น

(๒.๒) อาหารสดที่ผ่านกรรมวิธีการแกะ ขำและหั่น ตัดแต่งหรือวิธีการอื่นใดเพื่อลดขนาด ซึ่งอาจแช่เย็นหรือไม่แช่เย็นก็ได้ และบรรจุในภาชนะที่สามารถมองเห็นสภาพของอาหารนั้นที่ไม่ได้จำหน่ายต่อผู้บริโภค เช่น ผัก ผลไม้ตัดแต่ง หมูสับ กุ้งปอกเปลือก ปลาแล่ ไก่ หมู เนื้อ หั่นเป็นชิ้น เนื้อปลาบด เป็นต้น

(๓) อาหารในภาชนะบรรจุที่ผลิตและจำหน่ายเพื่อบริการภายในร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม โรงเรียน สถาบันการศึกษา โรงพยาบาล สายการบิน สถานที่อื่นในลักษณะทำนองเดียวกัน และรวมถึงการบริการจัดส่งอาหารให้กับผู้ซื้อด้วย

อย่างไรก็ตามหากอาหารที่ได้รับการยกเว้นไม่ต้องแสดงฉลากตามข้อ ๓(๑) ๓(๒) และ ๓(๓) ของประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๖๗) พ.ศ. ๒๕๕๗ เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ แต่ได้รับเลขสารบบอาหารแล้ว จะต้องปฏิบัติตามประกาศฉบับนี้ด้วย

๕. อาหารในภาชนะบรรจุที่ได้มีประกาศกระทรวงสาธารณสุขกำหนดการแสดงฉลากไว้เป็นการเฉพาะแล้ว นอกจากต้องปฏิบัติตามประกาศฉบับนั้นๆ ยังต้องปฏิบัติตามประกาศฉบับนี้ด้วย เช่น

- การแสดงฉลากผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๒๔๓) พ.ศ. ๒๕๔๔ เรื่อง ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ นอกเหนือจากการแสดงชื่ออาหาร, เลขสารบบอาหาร, ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุ, ปริมาณสุทธิเป็นระบบเมตริก, ข้อความว่า “ใช้วัตถุดิบเสีย” ถ้ามีการใช้, วัน เดือน และปีที่ผลิต หรือ วัน เดือนและปีที่หมดอายุการบริโภค หรือ วัน เดือนและปีที่อาหารยังมีคุณภาพหรือมาตรฐานดีแล้ว ยังต้องแสดงฉลากตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๖๗) พ.ศ. ๒๕๕๗ เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุด้วย เช่น ต้องแสดงส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณเรียงตามลำดับปริมาณจากมากไปน้อย แสดงการใช้วัตถุเจือปนอาหาร และแสดงข้อมูลเกี่ยวกับสารก่อภูมิแพ้ การกำหนดขนาดตัวอักษร เป็นต้น

- การแสดงฉลากวัตถุเจือปนอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๖๓) พ.ศ. ๒๕๕๖ เรื่อง วัตถุเจือปนอาหาร (ฉบับที่ ๒) ที่กำหนดการแสดงฉลากวัตถุเจือปนอาหารไว้เป็นการเฉพาะ เช่น ชื่ออาหาร, รุ่นที่ผลิต และส่วนประกอบ เป็นต้น แล้วก็ต้องแสดงฉลากตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๖๗) พ.ศ. ๒๕๕๗ เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุด้วย เช่น แสดงข้อมูลเกี่ยวกับสารก่อภูมิแพ้ การกำหนดขนาดตัวอักษร เป็นต้น

๖. กำหนดรายละเอียดที่ต้องแสดงบนฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุตามวัตถุประสงค์การจำหน่าย ดังนี้

(๑) อาหารที่จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภคหรือผู้ปรุงหรือผู้แบ่งบรรจุหรือผู้จำหน่ายอาหาร ต้องแสดงข้อความภาษาไทย ตามข้อ ๔ ของประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๖๗) พ.ศ. ๒๕๕๗ เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ

- ๓ -

(๒) อาหารที่ไม่ได้จำหน่ายโดยตรงต่อผู้บริโภคหรือผู้ปรุงหรือผู้แบ่งบรรจุหรือผู้จำหน่ายอาหาร สามารถแสดงชื่อความเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษก็ได้ไว้บนฉลากอาหารอย่างน้อยรวม ๖ รายการ ได้แก่ ชื่ออาหาร, เลขสารบบอาหาร, ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุหรือผู้นำเข้า หรือสำนักงานใหญ่, ปริมาณของอาหารเป็นระบบเมตริก, ส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละของน้ำหนัก และ วัน เดือนและปี หรือ เดือนและปีที่ควรบริโภคก่อน แต่ต้องแสดงชื่อความให้ครบถ้วนเป็นภาษาไทยตามข้อ ๔ ของประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๖๗) พ.ศ. ๒๕๕๗ เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ ไว้ในคู่มือหรือเอกสารประกอบการจำหน่ายทุกครั้ง

(๓) อาหารในภาชนะบรรจุที่ผลิตเพื่อส่งออกสามารถแสดงชื่อความเป็นภาษาใดก็ได้ อย่างน้อยรวม ๒ รายการ คือ ประเทศผู้ผลิต และเลขสารบบอาหาร หรือเลขสถานที่ผลิตอาหารหรือชื่อและที่ตั้งของสถานที่ผลิตอย่างหนึ่งอย่างใด ตามข้อ ๕ ของประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๖๗) พ.ศ. ๒๕๕๗ เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ

๗. กำหนดรายละเอียดที่ต้องแสดงบนฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุไว้ (ดูคำอธิบายเพิ่มเติมในบัญชีหมายเลข ๑ แนบท้ายประกาศนี้) ดังนี้

- (๑) ชื่ออาหาร
- (๒) เลขสารบบอาหาร
- (๓) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุหรือผู้นำเข้า หรือสำนักงานใหญ่
- (๔) ปริมาณของอาหารเป็นระบบเมตริก (ดูคำอธิบายเพิ่มเติมในบัญชีหมายเลข ๒ แนบท้ายประกาศนี้)

(๕) ส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณเรียงตามลำดับปริมาณจากมากไปน้อย

(๖) แสดงข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร กรณีมีการใช้หรืออาจปนเปื้อนในกระบวนการผลิตของส่วนประกอบดังต่อไปนี้

(๖.๑) ธัญพืชที่มีส่วนประกอบของกลูเตน ได้แก่ ข้าวสาลี โรน บาร์เลย์ โธด สเปนธท์ หรือสายพันธุ์ลูกผสมของธัญพืชดังกล่าว และผลิตภัณฑ์จากธัญพืชที่มีส่วนประกอบของกลูเตนดังกล่าว

(๖.๒) สัตว์น้ำที่มีเปลือกแข็ง เช่น ปู กุ้ง กุ้ง ลอบสเตอร์ เป็นต้น และผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำที่มีเปลือกแข็ง

(๖.๓) ไข่ และผลิตภัณฑ์จากไข่

(๖.๔) ปลา และผลิตภัณฑ์จากปลา

(๖.๕) ถั่วลิสง ถั่วเหลือง และผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง ถั่วเหลือง

(๖.๖) นม และผลิตภัณฑ์จากนม รวมถึงแลคโตส

(๖.๗) ถั่วที่มีเปลือกแข็ง และผลิตภัณฑ์จากถั่วที่มีเปลือกแข็ง เช่น อัลมอนด์ วอลนัท พีแคน เป็นต้น

(๖.๘) ซัลไฟต์ ที่มีปริมาณมากกว่าหรือเท่ากับ ๑๐ มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม

ต้องแสดงข้อความว่า “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มี” กรณีมีการใช้เป็น ส่วนประกอบของอาหาร หรือ “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : อาจมี” กรณีมีการปนเปื้อนในกระบวนการผลิต แล้วแต่กรณี (ความที่เว้นไว้ให้ระบุประเภทหรือชนิดของสารก่อภูมิแพ้หรือสารที่ก่อภาวะภูมิไวเกิน) โดยขนาดตัวอักษรต้องปฏิบัติตามข้อ ๑๔ (๓) ของประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๖๗) พ.ศ. ๒๕๕๗ เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ และสีของตัวอักษรติดกับสีพื้นของฉลาก ขนาดตัวอักษรต้องไม่เล็กกว่าขนาดตัวอักษรที่แสดงส่วนประกอบและแสดงไว้ที่ด้านล่างของการแสดงส่วนประกอบ

- ๔ -

- ตัวอย่างกรณีมีการใช้เป็นส่วนประกอบของอาหาร เช่น
 - “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีแป้งสาลี นมผง”
 - “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีเคซีน (โปรตีนนม)” หรือ “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีเคซีน (โปรตีนจากนม)” หรือ “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีโปรตีนจากนม”
 - “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีเลซิทินจากถั่วเหลือง”
ทั้งนี้หากเป็นศัพท์เฉพาะต้องระบุชื่อสารก่อภูมิแพ้ให้ผู้บริโภคเข้าใจได้อย่างชัดเจน เช่น มีเคซีน (โปรตีนนม)
- ตัวอย่างกรณีมีการปนเปื้อนในกระบวนการผลิต เช่น
 - “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : อาจมีถั่วเปลือกแข็ง”
 - “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : อาจมีแป้งสาลี”
- ตัวอย่างกรณีมีการใช้เป็นส่วนประกอบของอาหาร และกรณีมีการปนเปื้อนในกระบวนการผลิต เช่น
 - ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีแป้งสาลี นมผง, อาจมีถั่วเปลือกแข็ง”
 - “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีแป้งสาลี นมผง และอาจมีถั่วเปลือกแข็ง”
 - “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีแป้งสาลี นมผง”
 - “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : อาจมีถั่วเปลือกแข็ง”
- ตัวอย่างกรณีการแสดงผลสารก่อภูมิไวเกิน (ซัลไฟต์) เช่น มีการใช้โซเดียมไบซัลไฟต์เป็นสารฟอกสีในผลิตภัณฑ์
 - “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีซัลไฟต์”

ทั้งนี้การแสดงผลสำหรับผู้แพ้อาหาร ตามข้อ ๔(๖) ของประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๖๗) พ.ศ. ๒๕๕๗ เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ ไม่รวมถึงอาหารที่มีสารก่อภูมิแพ้หรือสารที่ก่อภาวะภูมิไวเกินเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ และมีการแสดงชื่ออาหารที่ระบุชื่อสารก่อภูมิแพ้หรือสารที่ก่อภาวะภูมิไวเกินไว้ชัดเจนแล้ว เช่น ใช้ชื่ออาหารว่า “น้ำนมโคพาสเจอร์ไรส์” หรือ “ถั่วลันเตาสอบกรอบ”

- ตัวอย่างกรณีที่ไม่รับการยกเว้นการแสดงผลสารก่อภูมิแพ้ เช่น
 - ชื่ออาหาร “ครีมแท่งชนิดวิปปีงครีม” มีครีมแท้จากนมโค ๑๐๐ % เป็นส่วนประกอบ ต้องแสดงข้อความว่า “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีครีมจากนม” เนื่องจากชื่ออาหารไม่สื่อถึงชื่อสารก่อภูมิแพ้
 - ชื่ออาหาร “คัสตาร์ด” มีไข่ไก่เป็นส่วนประกอบ ต้องแสดงข้อความว่า “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีไข่” เนื่องจากชื่ออาหารไม่สื่อว่ามีสารก่อภูมิแพ้
 - ชื่ออาหาร “ปู้ด” มีเนื้อมีปลาเป็นส่วนประกอบ ต้องแสดงข้อความว่า “ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร : มีปลา” เนื่องจากชื่ออาหารไม่สื่อว่ามีสารก่อภูมิแพ้เป็นส่วนประกอบ

อนึ่ง สามารถแสดงผลสารก่อภูมิแพ้ได้อื่นนอกเหนือจากที่กำหนดได้

(๗) แสดงข้อความเกี่ยวกับการใช้วัตถุเจือปนอาหารหรือมีวัตถุเจือปนอาหารที่ติดมากับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารในปริมาณที่เกิดผลตามวัตถุประสงค์ของการใช้วัตถุเจือปนอาหาร โดยให้แสดงชื่อกลุ่มหน้าที่ของวัตถุเจือปนอาหารร่วมกับชื่อเฉพาะ หรือแสดงชื่อกลุ่มหน้าที่ของวัตถุเจือปนอาหารร่วมกับตัวเลขตาม International Numbering System : INS for Food Additives

สำหรับวัตถุเจือปนอาหารที่มีหน้าที่เป็นสี ให้ระบุ “สีธรรมชาติ” หรือ “สีสังเคราะห์” ที่กำกับกลุ่มหน้าที่ของวัตถุเจือปนอาหารด้วย และตามด้วยชื่อเฉพาะ หรือตัวเลขตาม International Numbering System : INS for Food Additives แต่สำหรับวัตถุเจือปนอาหารที่มีกลุ่มหน้าที่เป็นวัตถุปรุงแต่งรสอาหาร และวัตถุให้ความหวานแทนน้ำตาล ให้ตามด้วยชื่อเฉพาะเท่านั้น (ดูคำอธิบายเพิ่มเติมในบัญชีหมายเลข ๓ แนบท้ายประกาศนี้)

- ๕ -

อย่างไรก็ตามหากมีประกาศกระทรวงสาธารณสุขกำหนดการแสดงข้อความบนฉลาก สำหรับการใช้วัตถุเจือปนอาหารเป็นการเฉพาะ ต้องแสดงข้อความดังกล่าวเพิ่มเติมด้วย เช่น “ใช้.....เป็น วัตถุให้ความหวานแทนน้ำตาล” หรือ “เจือสีธรรมชาติ” หรือ “เจือสีสังเคราะห์” หรือ “ใช้วัตถุกันเสีย” เป็นต้น

(๘) แสดงข้อความว่า “ควรบริโภคก่อน” พร้อมวัน เดือนและปี สำหรับอาหารที่มีอายุการเก็บไม่เกิน ๙๐ วัน หรือวัน เดือนและปี หรือเดือนและปี สำหรับอาหารที่มีอายุการเก็บเกิน ๙๐ วัน (ดูคำอธิบายเพิ่มเติมในบัญชีหมายเลข ๔ แนบท้ายประกาศนี้)

กรณีที่มีประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องอาหารนั้นๆ ได้กำหนดให้แสดงข้อความอื่น เช่น “ผลิต” “หมดอายุ” หรือ “ผลิต และหมดอายุ” ไว้เป็นการเฉพาะแล้ว ให้ปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องอาหารนั้น

(๙) วิธีการใช้และข้อความที่จำเป็นสำหรับอาหารที่มุ่งหมายจะใช้กับทารกหรือเด็กอ่อน หรือบุคคลกลุ่มใดโดยเฉพาะ

(๑๐) ข้อความอื่น (ถ้ามี) เช่น คำเตือน ข้อแนะนำในการเก็บรักษา วิธีปรุงเพื่อรับประทาน

(๑๑) ข้อความที่กำหนดเพิ่มเติมตามบัญชีแนบท้ายประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๖๗) พ.ศ. ๒๕๕๗ เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ

๘. กำหนดให้ผู้ประกอบการต้องส่งมอบฉลากของอาหารควบคุมเฉพาะ และอาหารอื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดให้ต้องส่งมอบฉลากให้ผู้อนุญาตพิจารณาอนุมัติก่อนการจัดทำฉลาก เช่น อาหารมีวัตถุประสงค์พิเศษ เป็นต้น

๙. ข้อกำหนดอื่นๆ

(๑) ฉลากต้องปิด ติด หรือแสดงไว้ในที่เปิดเผยที่ภาชนะบรรจุและหรือหีบห่อของภาชนะบรรจุอาหาร และมองเห็นได้ชัดเจน โดยมีขนาดของฉลากสัมพันธ์กับพื้นที่ของภาชนะบรรจุหรือหีบห่อ

(๒) ฉลากต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมระหว่างอาหารกับข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือเครื่องหมายการค้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์อื่น

(๓) มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการแสดงข้อความ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย ตรา หรือ เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายการค้าจดทะเบียนไม่ว่าจะเป็นภาษาใดที่ปรากฏในฉลาก ดังนี้

๑) ไม่เป็นเท็จหรือหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร หรือไม่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ

๒) ไม่แสดงถึงชื่ออาหาร ส่วนประกอบของอาหาร อัตราส่วนของอาหาร ปริมาณของอาหาร หรือแสดงถึงสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จหรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อ

๓) ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุตามข้อความ ชื่อ รูป รูปภาพ รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือเครื่องหมายการค้าดังกล่าวผสมอยู่ในอาหารโดยที่ไม่มีวัตถุนั้นผสมอยู่ หรือมีผสมอยู่ในปริมาณที่ไม่อาจแสดงสรรพคุณ

๔) ไม่พ้องเสียง พ้องรูป กับคำหรือข้อความที่สื่อถึงคุณประโยชน์ คุณภาพ สรรพคุณ อันเป็นการโอ้อวด หรือเป็นเท็จ หรือเกินจริง หรือหลอกลวงทำให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

คำพ้องรูป หมายถึง คำที่มีรูปเขียนเหมือนกัน ใช้พยัญชนะ สระ เครื่องหมายวรรณยุกต์ ตัวสะกด และตัวการันต์อย่างเดียวกัน คำพ้องรูปมีทั้งที่อ่านออกเสียงเหมือนกันและอ่านออกเสียงต่างกัน ตัวอย่างคำพ้องรูปที่ออกเสียงต่างกัน เช่น เผลา (แกน) กับ เผลา (เวลา), สระ (น้ำ) กับ สระ (ที่ออกเสียงว่า สะ-หระ) พยาธิ (ตัวพยาธิในร่างกาย) กับ พยาธิ (โรคภัยไข้เจ็บ) สำหรับคำพ้องรูปที่อ่านออกเสียงเหมือนกันแต่มีความหมายต่างกัน ตัวอย่างเช่น ชัน (ภาชนะสำหรับตัก) น้ำ (ใส่น้ำ) ชัน (อาการร้องของไก่และนกบางชนิด) ชัน (ข้าหรือนึ่งกอยากหัวเราะ) ชัน (ทำให้ตั้ง ทำให้แน่น)

คำพ้องเสียง หมายถึง คำที่ออกเสียงเหมือนกัน ตัวเขียนกับความหมายต่างกัน เช่น ส้อม (เครื่องใช้จิ้มอาหาร) กับ ซ่อม (ทำสิ่งที่ชำรุดให้คืนดี), ข้า (คำใช้แทนตัวผู้พูด) ข้า (คนรับใช้) กับ คำ (มูลค่าหรือราคา) กับ ซ่า (ทำให้ตาย), เคี้ยว (ต้มให้เดือดนานๆหรือไม่หยุดหย่อน) กับ เขี้ยว (ฟัน)

๕) ไม่ขัดกับวัฒนธรรมและศีลธรรมอันดีงามของไทยหรือส่อไปในทางทำลายคุณค่าของภาษาไทย

- ๖ -

๖) ไม่ส่งเสริมหรืออาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง ความแตกแยก หรือผลกระทบในเชิงลบ ทั้งทางตรงหรือทางอ้อมต่อสังคม วัฒนธรรม ศิลธรรม ประเพณี หรือพฤติกรรมที่เกี่ยวกับเพศ ภาษา และความรุนแรง

(๔) การแสดงข้อความกล่าวอ้างเกี่ยวกับสารหรือส่วนประกอบอื่นใดในอาหารต้องไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในผลิตภัณฑ์ และห้ามใช้กับอาหารที่มีประกาศกระทรวงสาธารณสุขกำหนดห้ามใช้ หรืออาหารที่โดยธรรมชาติของอาหารนั้นไม่มีสารนั้น หรืออาหารที่ในกระบวนการผลิตไม่มีสารนั้นเกิดขึ้น หรือ เป็นวัตถุที่ห้ามใช้ในอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ดูคำอธิบายในบัญชีหมายเลข ๕ แนบท้าย ประกาศนี้)

(๕) ฉลากที่แสดงเครื่องหมายการค้า ต้องระบุคำว่า “ตรา” หรือ “เครื่องหมายการค้า” หรือ “เครื่องหมายการค้าจดทะเบียน” กำกับชื่อเครื่องหมายการค้านั้นด้วย โดยต้องมีลักษณะเห็นได้ชัดเจน อ่านได้ง่าย และขนาดของตัวอักษรต้องสัมพันธ์กับขนาดพื้นที่ฉลาก

(๖) ข้อความในฉลากต้องมีลักษณะเห็นได้ชัดเจน อ่านได้ง่าย และขนาดของตัวอักษรต้องสัมพันธ์กับขนาดของพื้นที่ฉลาก ซึ่งได้กำหนดขนาดตัวอักษร ตามข้อ ๑๔ ของประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๖๗) พ.ศ. ๒๕๕๗ เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ สรุปได้ดังนี้

ข้อกำหนด	ขนาดพื้นที่ของฉลาก	ขนาดตัวอักษร	หมายเหตุ
● ชื่ออาหาร	ตั้งแต่ ๓๕ ตารางเซนติเมตร	ไม่น้อยกว่า ๒ มิลลิเมตร	แสดงที่ส่วนสำคัญของฉลากเมื่อวางจำหน่าย และมีข้อความต่อเนื่องกันในแนวนอน
	น้อยกว่า ๓๕ ตารางเซนติเมตร	ไม่น้อยกว่า ๑ มิลลิเมตร	
● เลขสารบบอาหาร	ทุกขนาด	ไม่น้อยกว่า ๒ มิลลิเมตร	-
● ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตหรือผู้แบ่งบรรจุหรือผู้นำเข้าหรือสำนักงานใหญ่	ไม่เกิน ๑๐๐ ตารางเซนติเมตร	ไม่น้อยกว่า ๑ มิลลิเมตร	๑) ฉลากอาหารที่มีพื้นที่ทั้งหมดน้อยกว่า ๓๕ ตารางเซนติเมตร การแสดงส่วนประกอบอาจแสดงไว้บนหีบห่อของอาหารแทนได้ ๒) ให้แสดงข้อมูลสำหรับ ผู้แพ้อาหาร และข้อความ “ควรบริโภคก่อน” และ วัน เดือนและปีที่ควรบริโภคก่อน รวมถึง “ผลิต” หรือ “หมดอายุ” (ถ้ามี) ไว้ในตำแหน่งที่สามารถเห็นได้ชัดเจน ๓) กรณีแสดง วัน เดือน และปี หรือ เดือน ปี ไว้ที่ด้านล่างหรือส่วนอื่น ต้องมีข้อความที่ฉลากสื่อได้ชัดเจนว่าจะดูข้อมูลดังกล่าวได้ที่ใด และอาจแสดงข้อความกำกับ วัน เดือนและปี หรือ เดือน และปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน ไว้ด้วยอีกหรือไม่ก็ได้
	มากกว่า ๑๐๐ ตารางเซนติเมตร และไม่เกิน ๒๕๐ ตารางเซนติเมตร	ไม่น้อยกว่า ๑.๕ มิลลิเมตร	
● ปริมาณของอาหารเป็นระบบเมตริก	มากกว่า ๒๕๐ ตารางเซนติเมตร	ไม่น้อยกว่า ๒ มิลลิเมตร	
● ส่วนประกอบที่สำคัญเป็นร้อยละของน้ำหนักโดยประมาณเรียงตามลำดับปริมาณจากมากไปน้อย			
● ข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหาร			
● การแสดงข้อความ “ควรบริโภคก่อน” และ วัน เดือนและปีที่ควรบริโภคก่อน รวมถึง “ผลิต” หรือ “หมดอายุ” (ถ้ามี)			

- ๗ -

(๘) การแสดงสีของพื้นฉลากและสีของข้อความในฉลากต้องใช้สีที่ตัดกัน ซึ่งทำให้ข้อความที่ระบุอ่านได้ชัดเจน เว้นแต่ข้อความดังต่อไปนี้ ต้องมีขนาดตัวอักษร สี ตำแหน่ง และแบบ แล้วแต่กรณี

๑) เลขสารบบอาหาร ให้เป็นไปตามที่กำหนดในระเบียบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

๒) การแสดงข้อความที่กำหนดเพิ่มเติมตามบัญชีแนบท้ายประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ ๓๖๗) พ.ศ. ๒๕๕๗ เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ และข้อความที่ต้องมีสำหรับอาหารที่มีประกาศกระทรวงสาธารณสุขกำหนด

๑๐. วันบังคับใช้: ประกาศนี้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ ๓ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๗ เป็นต้นไป

๑๑. ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าอาหารที่ได้จัดทำฉลากไว้ก่อนวันที่ประกาศฉบับนี้ใช้บังคับให้ทำการแก้ไขฉลากให้ถูกต้องตามประกาศฉบับนี้ และฉลากเดิมที่เหลือให้ใช้ต่อไปได้ แต่ต้องไม่เกินวันที่ ๒ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๙

อย่างไรก็ดีประกาศฉบับนี้มีข้อกำหนดที่แตกต่างจากประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องฉลากฉบับเดิม เช่น การแสดงส่วนประกอบของอาหาร การกำหนดขนาดตัวอักษร การแสดงข้อมูลสารก่อภูมิแพ้ การแสดงการใช้วัตถุเจือปนอาหาร เงื่อนไขการแสดงข้อความบนฉลาก เป็นต้น ดังนั้นจึงขอให้ผู้ที่เกี่ยวข้องศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับข้อกำหนดของประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับนี้ให้ถี่ถ้วนเพื่อใช้ปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาจึงขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกัน และขอให้ผู้ที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขดังกล่าวโดยเคร่งครัด หากมีข้อสงสัยประการใด ติดต่อสอบถามได้ที่ สำนักอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข โทรศัพท์ ๐๒-๕๙๐-๗๑๗๓ และ ๐๒-๕๙๐-๗๑๗๔ ในเวลาราชการ

ประกาศ ณ วันที่ ๔ กันยายน พ.ศ. ๒๕๕๗

บุญชัย สมบูรณ์สุข

เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา

รับรองสำเนาถูกต้อง

อรสุรางค์ อีระวัฒน์

นักวิชาการและอาหารชำนาญการพิเศษ

ภาคผนวก ข

หนังสือคำร้องขอเข้าร่วมโครงการเนื้อสัตว์อนามัย



ที่...../.....



กรมปศุสัตว์
ถนนพญาไท กรุงเทพฯ 10400

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

หนังสือคำร้องขอร่วมโครงการเนื้อสัตว์อนามัย

1. ชื่อผู้ร้องขอ(นาย/นาง/นางสาว).....
ที่อยู่ เลขที่..... หมู่..... ตำบล..... อำเภอ..... จังหวัด.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... มือถือ.....
2. ชื่อฟาร์ม..... เลขทะเบียนฟาร์ม.....
ที่อยู่ เลขที่..... หมู่..... ตำบล..... อำเภอ..... จังหวัด.....
3. ชื่อโรงฆ่าสัตว์.....
ที่อยู่ เลขที่..... หมู่..... ตำบล..... อำเภอ..... จังหวัด.....
4. ชื่อสถานที่จำหน่าย.....
ที่อยู่ เลขที่..... หมู่..... ตำบล..... อำเภอ..... จังหวัด.....
5. ชนิดของผลิตภัณฑ์
 เนื้อสุกร เนื้อสัตว์ปีก(ระบุชนิด)..... อื่นๆ(ระบุ).....

ขอสมัครร่วมโครงการ"เนื้อสัตว์อนามัย" ของกรมปศุสัตว์ และได้แนบรายละเอียดหลักฐาน
ประกอบการยื่นคำร้องมาพร้อมนี้จำนวน 1 ชุด

ลงชื่อ.....
(.....)

ผู้ยื่นคำร้อง

ข้อกำหนดการเข้าร่วมโครงการ (เนื้อสัตว์)

รายละเอียดที่ผู้ประกอบการ ที่เข้าร่วมโครงการต้องจัดทำและเสนอต่อกรมปศุสัตว์ มีดังนี้

1. ฟาร์มเลี้ยงสัตว์

1. รายชื่อฟาร์ม เลขที่ใบรับรองมาตรฐานฟาร์ม ชื่อผู้มีอำนาจในการประสานงาน
2. ที่ตั้งฟาร์ม/ที่อยู่ และสถานที่ที่ติดต่อ พร้อมเบอร์โทรศัพท์ (ถ้ามี)
3. ผู้รับผิดชอบการจัดการฟาร์ม พร้อมตำแหน่ง
4. แผนที่ฟาร์ม
5. จำนวนโรงเรือน ลักษณะโรงเรือน และจำนวนสัตว์
6. การจัดการฟาร์ม การจัดการด้านสุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม
7. แหล่งที่มาของอาหารสัตว์ และการให้อาหารสัตว์
8. ชนิดของยาสัตว์และสารเคมีที่ใช้ในฟาร์มทั้งหมด
9. โปรแกรมการใช้อยาสัตว์ และทางที่ให้น้ำ
10. ชนิดของวัคซีน และโปรแกรมการให้วัคซีน

2. การขนส่งสัตว์

1. จำนวนสัตว์ที่บรรทุกต่อหนึ่งคันรถ (ระบุมাত্রฐานของความจุรถบรรทุกที่ขนส่งสัตว์)
2. ระยะทางจากฟาร์มถึงโรงฆ่าสัตว์
3. มีเอกสารแสดงประวัติข้อมูลการเลี้ยงที่ฟาร์ม (แบบ สพส.001) และการขนส่งสัตว์ไปยังโรงฆ่าสัตว์พร้อมกับสัตว์ ซึ่งเอกสารนี้รับรองโดยผู้จัดการฟาร์ม หรือผู้แทนของฟาร์มและเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์
4. การตรวจรับสัตว์จากฟาร์มที่โรงฆ่า เมื่อถึงโรงฆ่าสัตว์เจ้าหน้าที่ของโรงฆ่าสัตว์จะต้องทำการตรวจสอบจำนวนสัตว์และลงบันทึกยืนยัน
5. การขนส่งจากโรงฆ่ามาตรฐาน สู่สถานที่จำหน่ายจัดให้มีรถขนส่งมาตรฐาน โดยควบคุมอุณหภูมิ 0 – 4 °C

3. โรงฆ่าสัตว์

1. สุขลักษณะของโรงฆ่าสัตว์ตามหลักเกณฑ์โรงฆ่าสัตว์ของโครงการ ฯ
2. การจัดระบบบันทึกข้อมูลต่างๆ เพื่อให้สามารถสอบย้อนกลับถึงฟาร์มได้ เมื่อพบว่ามีปัญหาจากผลการตรวจวิเคราะห์
3. ระบบการควบคุมปริมาณ และชนิดของเนื้อสัตว์ที่ส่งออกไปจำหน่ายยังสถานที่จำหน่าย
4. ระบบการขนส่ง และระบบสถานที่วางจำหน่าย
5. ระบบควบคุมคุณภาพเนื้อสัตว์

4. สถานที่จำหน่าย

1. การตรวจสอบปริมาณสินค้าที่วางจำหน่าย ในแต่ละรายการและแต่ละชุดการผลิต
2. ระบบควบคุมคุณภาพสินค้า การบรรจุสินค้า
3. การจัดการดูแลสินค้า ณ สถานที่จำหน่ายตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนด

ข้อกำหนดการเข้าร่วมโครงการ (ผลิตภัณฑ์สัตว์)

รายละเอียดที่ผู้ประกอบการ ที่ขอร่วมโครงการต้องจัดทำและเสนอต่อกรมปศุสัตว์ มีดังนี้

1. ด้านโรงงาน

1. โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ หรือ/ และ รับวัตถุดิบจากโรงฆ่าสัตว์ที่ผ่านการรับรองเนื้อสัตว์อนามัยหรือโรงฆ่าสัตว์เพื่อการส่งออก

2. กรณี โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์เพื่อการส่งออก ที่ผ่านการรับรองระบบ GMP และระบบ HACCP จากกรมปศุสัตว์

2. ระบุแหล่งที่มาของวัตถุดิบ**3. กำลังการผลิต****4. การขนส่งเพื่อจัดจำหน่าย****5. การควบคุมสินค้า ณ สถานที่จำหน่าย****6. ที่ตั้งสถานที่จำหน่าย****7. ผู้รับผิดชอบ / ตำแหน่ง พร้อมเบอร์ติดต่อ**

หลักเกณฑ์การเข้าร่วมโครงการเนื้อสัตว์อ่อนนุ่มสำหรับโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์

ตามที่ คณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ได้มีมติในการประชุมครั้งที่ ๓-๒๕๔๖ วันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๔๖ ให้นำหน่วยงานในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร ให้เป็นเครื่องหมายเดียวกันคือ เครื่องหมาย “Q” เพื่อแสดงให้เห็นว่าสินค้าเกษตรและอาหารมีคุณภาพและความปลอดภัยในการบริโภค เป็นไปตามมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ นั้น

สำนักพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์ พิจารณาแล้วมีความเห็นว่า เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร “Q” ที่ติดบนบรรจุภัณฑ์สินค้าของโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ที่ยื่นเข้าร่วม โครงการเนื้อสัตว์อ่อนนุ่ม ควรมีหลักเกณฑ์เข้าร่วมโครงการเนื้อสัตว์อ่อนนุ่ม เพื่อให้การรับรองเครื่องหมายมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร “Q” ดังนี้

๑. เป็นโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์เพื่อการส่งออก ที่ได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์ และรับวัตถุดิบจากโรงฆ่าสัตว์ที่ผ่านการรับรองเนื้อสัตว์อ่อนนุ่มหรือโรงฆ่าสัตว์เพื่อการส่งออก
๒. โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์เพื่อการส่งออก ต้องผ่านการรับรองระบบ GMP และ HACCP จากกรมปศุสัตว์
๓. การกำหนดหมายเลขผู้ประกอบการ โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์เพื่อการส่งออก ดังนี้คือ

กษ 02 12 xxxxx xxxxxxxx xxx

↑ ↑ ↑ ↑ ↑
 1 2 3 4 5

รหัสที่ ๑ 02 กรมปศุสัตว์

รหัสที่ ๒ 12 สินค้าอาหารประเภทปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์

รหัสที่ ๓ xxxxx มาตรฐานที่ให้การรับรอง

06000 เนื้อสุกร

06700 เนื้อไก่

06701 เนื้อเป็ด

06800 เนื้อสัตว์มากกว่า ๑ ชนิด

รหัสที่ ๔ xxxxxxxx ลำดับบริษัท/ ผู้ประกอบการ ที่เข้าร่วมโครงการเนื้อสัตว์

อนามัย

00000001

00000002.....

รหัสที่ ๕ xxx ชื่อ / ชนิด / ประเภทสินค้า

302 เนื้อสุกที่ผลิตจากเนื้อสัตว์มากกว่า ๑ ชนิด



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ เรื่อง ผลกระทบที่เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ ตรา “D pork”

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษา ความเป็นไปได้ของธุรกิจผลิตภัณฑ์เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ (antibiotic free pork) และเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ข้อมูลที่ได้รับจะถูกนำไปใช้สนับสนุนการทำแผนธุรกิจของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการธุรกิจอาหาร วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม โปรดตอบแบบสอบถามตามข้อเท็จจริง ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่า เพื่อให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาคั้งนี้

แบบสอบถามประกอบไปด้วย 3 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสด
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูสดของผู้บริโภค
- ส่วนที่ 3 ทักษะคิของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสด "D pork"
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเนื้อหมู

เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ (Antibiotic free pork) หมายถึงเนื้อหมูที่สะอาดและปลอดภัยจากสารปนเปื้อน และสารเคมีต่าง ๆ เนื่องจากมีการเลี้ยงแบบไม่ใช้ยาปฏิชีวนะตลอดการเลี้ยง

1.1 ท่านรับประทานอาหารที่มีเนื้อหมูเป็นส่วนประกอบบ่อยแค่ไหนใน 1 สัปดาห์

- (1) ไม่ได้ทานเลย
- (2) 1-2 ครั้ง
- (3) 3-4 ครั้ง
- (4) 5-6 ครั้ง
- (5) อื่นๆ.....

1.2 ท่านมักจะทำอาหารที่มีเนื้อหมูเป็นส่วนประกอบ บ่อยแค่ไหนใน 1 สัปดาห์

- (1) ไม่ได้ทำเลย
- (2) 1-2 ครั้ง
- (3) 3-4 ครั้ง
- (4) 5-6 ครั้ง
- (5) อื่นๆ.....

1.3 ในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร ปัจจัยใดที่ท่านคิดว่ามีค่าสำคัญ โดยให้ระดับความสำคัญดังต่อไปนี้ (1= สำคัญน้อยที่สุด, 2= สำคัญน้อย, 3= สำคัญปานกลาง, 4= สำคัญมาก, 5= สำคัญมากที่สุด)

เกณฑ์ตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
อาหารที่มีความปลอดภัยสูง					
อาหารเพื่อสุขภาพ					
อาหารเพื่อรักษาโรค					
อาหารที่มีส่วนช่วยลดปัญหาโลกร้อน เช่น การเลิกใช้ถุงพลาสติก					
อาหารที่ไม่ทารุณสัตว์ (Animal Welfare)					
อาหารที่ไม่ใช้แรงงานเด็ก ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน					

1.4 ท่านมักจะเลือกซื้อเนื้อหมูจากแหล่งใดมากที่สุด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) รถเร่ แผงลอย
- (2) ร้านค้าในชุมชน
- (3) ตลาดสด
- (4) ห้างค้าปลีกราคาประหยัด เช่น Tesco, Big C
- (5) ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Tops, Home Fresh Mart, Food land, Villa Market
- (6) อื่นๆ.....

1.5 ท่านได้ข้อมูลด้านคุณภาพ/ด้านความปลอดภัยของอาหารจากแหล่งใดมากที่สุด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ไม่ได้รับข้อมูล
- (2) ยี่ห้อและความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต/กลุ่มผู้ผลิต
- (3) เอกสารโฆษณาของผู้ขาย(ห้างค้าปลีก)
- (4) ฉลากสินค้า
- (5) องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค
- (6) สื่อโฆษณาต่างๆ รวมทั้ง Internet วิทยุ โทรทัศน์
- (7) คำบอกเล่า ปากต่อปาก
- (8) ทดลองใช้เอง
- (9) อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.6 ท่านคิดว่าองค์กรใด (ใคร) จะสามารถสร้างความมั่นใจให้กับท่านในเรื่องการทำให้อาหารปลอดภัยได้มากที่สุด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) องค์กรอาหารและยา (อย.)
- (2) สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)
- (3) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- (4) กลุ่มเกษตรกร
- (5) บริษัทเอกชนไทยขนาดใหญ่ โดยใช้ยี่ห้อ
- (6) กรมปศุสัตว์
- (7) ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่
- (8) อื่นๆ โปรดระบุ

1.7 ท่านมีความสนใจเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ (Antibiotic free pork) หรือไม่

- (1) สนใจ (2) ไม่สนใจ (ข้ามไปข้อ 1.9)

1.8 ถ้าท่านสนใจและมีโอกาส ท่านจะมีพฤติกรรมการบริโภคเนื้อหมูให้สอดคล้องกับความสนใจนี้
อย่างไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) เลือกเข้าร้านอาหารที่มีป้าย หรือสัญลักษณ์แสดงเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะเท่านั้น
 (2) ชักชวนให้คนในครอบครัวเลือกซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ
 (3) เลือกบริโภคเนื้อหมูที่รับรู้ว่าเป็นเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะเท่านั้น
 (4) บริโภคเนื้อหมูทั่วไปตามที่มีอยู่ที่เพียงพอแล้ว
 (5) อื่นๆ โปรดระบุ

1.9 ที่ผ่านมามีใครเคยซื้อ เนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ บ้างหรือไม่

- (1) เคยซื้อ โปรดระบุยี่ห้อ.....ถามข้อต่อไป (2) ไม่เคย

ซื้อ (ข้ามไปข้อ 1.9)

1.10 ท่านซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะจากแหล่งใดมากที่สุด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) รถเร่ / แผงลอย / ตลาดนัด
 (2) ร้านค้าในชุมชน
 (3) ตลาดสด
 (4) ห้างค้าปลีกราคาประหยัด เช่น Tesco Lotus, Big C
 (5) ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Tops, Home Fresh Mart, Food land, Villa Market
 (6) อื่นๆ โปรดระบุ

1.11 การเลือกซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ ท่านใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ โดยให้ระดับ
ความสำคัญดังต่อไปนี้ (1= สำคัญน้อยที่สุด, 2= สำคัญน้อย, 3= สำคัญปานกลาง, 4= สำคัญมาก, 5=
สำคัญมากที่สุด)

เกณฑ์ตัดสินใจเพื่อให้ได้ของที่ปลอดภัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ตรา/ยี่ห้อ สินค้า					
ชื่อเสียงของบริษัท ผู้ผลิต					
รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์					
ฉลากรับรองมาตรฐานความปลอดภัยของรัฐบาล เช่น อย.					
ชื่อเสียงของร้านค้าปลีกที่จำหน่าย					
ไว้ใจผู้ขาย เพราะรู้จักกัน					
ไว้ใจระบบฟาร์มหมของผู้ผลิต					

1.12 ท่านมีความมั่นใจเพียงใดว่าเนื้อหมูปลอคยาปฏิชีวนะที่ขายในท้องตลาดมีความปลอดภัยจริง

(1) ไม่มั่นใจที่สุด (2) ไม่มั่นใจ (3) เฉยๆ (4) มั่นใจ (5) มั่นใจที่สุด

1.13 ปัจจัยใดเป็นสาเหตุหลักในการเลือกซื้อเนื้อหมู (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ราคา
- (2) ความปลอดภัย
- (3) ยี่ห้อสินค้า
- (4) โปรโมชัน
- (5) สถานที่จัดจำหน่าย
- (6) อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูของผู้บริโภค

คำชี้แจง : โปรดเลือกข้อที่ตรงตามระดับความสำคัญของท่านมากที่สุด (1= สำคัญน้อยที่สุด, 2= สำคัญน้อย, 3= สำคัญปานกลาง, 4= สำคัญมาก, 5= สำคัญมากที่สุด)

	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
- สี/กลิ่น ของเนื้อหมูที่ไม่ผิดปกติ					
- การไม่ใช้ยาปฏิชีวนะในการเลี้ยง					
- วันหมดอายุ					
- ชื่อเสียงของตราสินค้า					
- บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม					
- บรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัย					
- ความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์					
- ความง่ายต่อการใช้งาน					
- ได้รับการรับรองว่าเป็นเนื้อหมูปลอดภัย					
2.2 ปัจจัยด้านราคา					
- ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
- ราคาเหมาะสมกับปริมาณ					
- ราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น					
- ราคาสินค้าคงที่					
2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
- หาซื้อง่าย					
- สินค้าจัดอยู่ในหมวดหมู่อัตโนมัติ					
- ร้านค้าที่จำหน่ายมีลักษณะดี สะอาด					
- สถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง					
- สถานที่ซื้อที่มีจอรถสะดวก					
2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย					
- การโฆษณาตามสื่อต่างๆ					
- การลด แลก แจก แถม					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านความพึงพอใจต่อแนวคิดของผลิตภัณฑ์

คำชี้แจง โปรดเลือกคำตอบที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมและตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

โปรดอ่านข้อความดังต่อไปนี้แล้วตอบคำถามข้อ 3.1-3.6

“D pork” เป็นผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสดที่ปราศจากสารจากยาปฏิชีวนะ (antibiotic free pork) เนื่องจากสุกรได้ผ่านกระบวนการเลี้ยงและควบคุมโรคแบบพิเศษที่ประยุกต์จากมาตรฐานเกษตรอินทรีย์โดยมีการนำเทคโนโลยีชีวภาพทางด้านการใช้เชื้อจุลินทรีย์เสริมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์กลุ่ม Probiotic และการเสริมผลิตภัณฑ์กลุ่มสมุนไพร มาใช้ทดแทนยาปฏิชีวนะและสารเคมีต่างๆ ในการเลี้ยงและรักษาโรคสุกร



3.1 ภายหลังจากที่ท่านได้รับทราบข้อมูล คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ D-pork ตามแสดงข้างต้นแล้ว ขอให้ท่านประเมินระดับของทัศนคติของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์เนื้อหมู “D pork” (1= สำคัญน้อยที่สุด, 2= สำคัญน้อย, 3= สำคัญปานกลาง, 4= สำคัญมาก, 5= สำคัญมากที่สุด)

แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์เนื้อหมู “D pork”	ระดับความเห็นด้วยต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
เป็นเนื้อหมูที่ปลอดยาปฏิชีวนะ (antibiotic free pork)					
เป็นเนื้อหมูอนามัย (Hygienic Pork) สะอาด ปลอดภัย ผ่านการเชือดและตัดแต่งอย่างถูกสุขลักษณะ					
เป็นเนื้อหมูปลอดสารเร่งเนื้อแดง (Beta agonist)					
ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ และมีหมายเลขตรวจสอบย้อนกลับ					
บรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ					
เป็นเนื้อหมูที่เลี้ยงด้วยสมุนไพรและโปรไบโอติก					

3.2 ท่านคิดว่าส่วนต่างของราคาโดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ระหว่างเนื้อหมูอนามัยทั่วไปกับเนื้อหมูปลอดสารปฏิชีวนะ (Antibiotic free pork) มีค่าเท่าไร? ท่านถึงคิดว่าไม่แพงเกินไป อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

(1) 10 % (2) 15 % (3) 20% (4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

3.3 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ “D pork” ควรวางจำหน่ายที่ใดมากที่สุด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ตลาดสด (2) ห้างค้าปลีกราคาประหยัด เช่น Tesco Lotus, Big C
- (3) ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Tops, Home Fresh Mart, Food land, Villa Market
- (4) อื่นๆ โปรดระบุ

3.4 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ “D pork” ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อใดมากที่สุด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) โฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต / Social Media
- (2) โฆษณาผ่านการแจกแผ่นพับ / โบชัวร์
- (3) โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์
- (4) โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์
- (5) โฆษณาผ่านสื่อวิทยุ
- (6) อื่นๆ โปรดระบุ

3.5 ถ้าผลิตภัณฑ์เนื้อหมู “D pork” มีผลต่อความจำเป็นที่ท่านต้องการที่จะซื้อหรือไม่

- (1) ซื้อแน่นอน (ไปที่ข้อ 3.6)
- (2) ไม่ซื้อ (ไปที่ข้อ 3.7)
- (3) ไม่แน่ใจ (ไปที่ข้อ 3.8)

3.6 ถ้าซื้อเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ปลอดภัยต่อการบริโภค เพื่อสุขภาพที่ดี
- (2) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรองคุณภาพ มีมาตรฐาน
- (3) บรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุธรรมชาติ
- (4) อื่นๆ โปรดระบุ

3.7 ถ้าไม่ซื้อเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ราคาแพงเกินไป
- (2) คิดว่าเป็นเนื้อหมูปลอสสารเหมือนกับเนื้อหมูทั่วไป
- (3) คิดว่าเนื้อหมอนามัยธรรมดาก็ปลอดภัยแล้ว
- (4) อื่นๆ โปรดระบุ

3.8 ถ้าไม่แน่ใจเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ราคาแพงเกินไป
- (2) คิดว่าเป็นเนื้อหมูปลอสสารเหมือนกับเนื้อหมูทั่วไป
- (3) ยังไม่เคยได้ลองซื้อผลิตภัณฑ์นี้มาปรุงอาหาร
- (4) ยังไม่เคยเห็นผลิตภัณฑ์จริง
- (5) อื่นๆ โปรดระบุ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี).....

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเลือกคำตอบที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมและตรงความคิดของท่านมากที่สุด

4.1 เพศ

- (1) ชาย (2) หญิง

4.2 อายุ

- (1) น้อยกว่า 15 ปี (2) 15-25 ปี (3) 26-35 ปี
 (4) 36-45 ปี (5) 46-55 ปี (6) 56-65 ปี
 (7) มากกว่า 65 ปี

4.3 สถานภาพ

- (1) โสด (2) สมรส (3) หย่าร้าง

4.4 การมีบุตร (เฉพาะผู้ตอบสถานภาพสมรส หรือ หย่าร้าง)

- (1) ไม่มีบุตร (2) มีบุตรจำนวน _____ คน

4.5 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- (1) น้อยกว่า 10,000 บาท (2) 10,000-20,000 บาท
 (3) 20,001-30,000 บาท (4) 30,001-40,000 บาท
 (5) 40,001-50,000 บาท (6) มากกว่า 50,000 บาท

4.6 อาชีพ

- (1) นักเรียน / นักศึกษา (2) ข้าราชการ / ลูกจ้างรัฐ
 (3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ (4) พนักงานเอกชน
 (5) ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ (6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

4.7 ระดับการศึกษาสูงสุด

- (1) ประถมศึกษา (2) มัธยมศึกษา (3) ปวช./ ปวส.
 (4)ปริญญาตรี (5) ปริญญาโท (6) สูงกว่าปริญญาโท

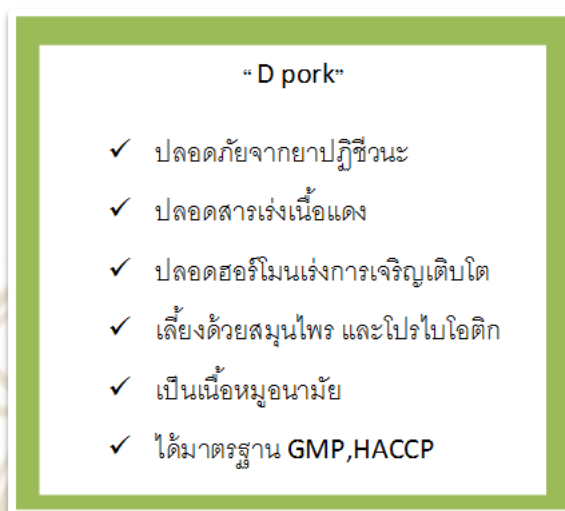
แบบสอบถามการสำรวจตลาดประเภท B2B

Indepth interview

1. ชื่อผู้สัมภาษณ์ _____ อายุ _____ ปี
ตำแหน่ง _____
2. ชื่อบริษัทหรือชื่อ
ร้าน _____
3. ธุรกิจนี้ดำเนินมาแล้ว _____ ปี
4. ลักษณะของ
ธุรกิจ _____
5. ปริมาณการรับเนื้อหมูต่อ
วัน _____
6. ในการเลือกซื้อเนื้อหมู ท่านใช้อะไรเป็นเกณฑ์ตัดสินใจเลือกซื้อ โดยให้ระดับความสำคัญ
ดังต่อไปนี้

เกณฑ์ตัดสินใจเลือกซื้อ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ราคา					
สี/กลิ่น ของเนื้อหมูที่ไม่ผิดปกติ					
ความปลอดภัยของอาหาร					
วันหมดอายุ					
ยี่ห้ออาหาร					
ชื่อเสียงผู้ผลิต					
การโฆษณาเกี่ยวกับเนื้อหมูชนิด นั้น					
คำบอกปากต่อปาก					

“D pork” เป็นผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสดที่ปราศจากสารจากยาปฏิชีวนะ (antibiotic free pork) เนื่องจากสุกรได้ผ่านกระบวนการเลี้ยงและควบคุมโรคแบบพิเศษที่ประยุกต์จากมาตรฐานเกษตรอินทรีย์โดยมีการนำเทคโนโลยีชีวภาพทางด้าน การใช้เชื้อจุลินทรีย์เสริมเป็น Probiotic และน้ำหมักสมุนไพร มาใช้ทดแทนยาปฏิชีวนะและสารเคมีต่างๆ ในการเลี้ยงและรักษาโรคสุกร



5. แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์

แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์เนื้อหมู “D pork”	ระดับความเห็นด้วยต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
เป็นเนื้อหมูที่ปลอดยาปฏิชีวนะ (antibiotic free pork)					
เป็นเนื้อหมูอนามัย (Hygienic Pork) สะอาด ปราศจากยา ผ่านการเชือดและตัดแต่งอย่างถูกสุขลักษณะ					
เป็นเนื้อหมูปราศจากสารเร่งเนื้อแดง (Beta agonist)					
ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ และมีหมายเลขตรวจสอบย้อนกลับ					
บรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ					

แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์เนื้อหมู “D pork”	ระดับความเห็นด้วยต่อแนวคิดผลิตภัณฑ์				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
เป็นเนื้อหมูที่เลี้ยงด้วยสมุนไพรและโปรไบโอติก					

6. ท่านคิดว่าส่วนต่างของราคาโดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ระหว่างเนื้อหมูอนามัยทั่วไปกับเนื้อหมูปลอดสารปฏิชีวนะ (Antibiotic free pork) มีค่าเท่าไร ท่านถึงคิดว่าไม่แพงเกินไป อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

(1) 10 % (2) 15 % (3) 20% (4) อื่นๆ โปรดระบุ

7. ถ้าผลิตภัณฑ์นี้มีผลดีออกวางจำหน่ายท่านต้องการที่จะซื้อหรือไม่

(1) ซื้อแน่นอน

เพราะ

.....

(2) ไม่แน่ใจ

เพราะ

.....

(3) ไม่ซื้อ

เพราะ

.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ภาคผนวก ง

ผลตอบแบบสอบถาม

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และระดับการศึกษา สามารถอธิบายได้ดังนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	228	38
หญิง	372	62
รวม	600	100
2. อายุ		
น้อยกว่า 15 ปี	2	0.3
ระหว่าง 15-25 ปี	231	38.5
ระหว่าง 26-35 ปี	288	48
ระหว่าง 36-45 ปี	55	9.2
ระหว่าง 46-55 ปี	19	3.2
ระหว่าง 56-65 ปี	5	0.8
มากกว่า 65 ปี	0	0
รวม	600	600
3. สถานภาพ		
โสด	485	80.8
สมรส	112	18.7
หย่าร้าง	3	0.5
รวม	600	100

4. การมีบุตร		
ไม่มีบุตร	507	84.5
มีบุตร	93	15.5
รวม	600	100
5. ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	71	11.8
ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท	184	30.7
ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท	139	23.2
ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท	71	11.8
ระหว่าง 40,001 - 50,000 บาท	44	7.3
มากกว่า 50,000 บาท	91	15.2
รวม	600	100
6. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	111	18.5
ข้าราชการ/ลูกจ้างรัฐ	48	8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	3.7
พนักงานเอกชน	305	50.8
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	100	16.7
อื่นๆ	14	2.3
รวม	600	100
7. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	6	1
มัธยมศึกษา	31	5.2
ปวช. / ปวส.	19	3.2
ปริญญาตรี	436	72.2
ปริญญาโท	100	16.7
สูงกว่าปริญญาโท	8	1.3
รวม	600	100

จากตารางที่ 1.1 ผลสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 26 ถึง 35 ปี สถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 ถึง 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา และระดับการศึกษาสูงสุด คือปริญญาตรี

2 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคเนื้อหมู

ตารางที่ 2.1 แสดงค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคผลิตเนื้อหมูของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการบริโภคเนื้อหมู	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ท่านรับประทานอาหารที่มีเนื้อหมูเป็นส่วนประกอบบ่อยแค่ไหนใน 1 สัปดาห์		
ไม่ได้ทานเลย	4	0.7
1-2 ครั้ง	53	8.8
3-4 ครั้ง	145	24.2
5-6 ครั้ง	356	59.3
อื่นๆ	42	7
รวม	600	100
2. ท่านมักจะทำอาหารที่มีเนื้อหมูเป็นส่วนประกอบ บ่อยแค่ไหนใน 1 สัปดาห์		
ไม่ได้ทำเลย	143	23.8
1-2 ครั้ง	145	24.2
3-4 ครั้ง	151	25.2
5-6 ครั้ง	143	23.8
อื่นๆ	18	3
รวม	600	100
3. ในการเลือกซื้ออาหาร ปัจจัยใดที่ท่านคิดว่ามีความสำคัญ	ระดับความสำคัญ	
อาหารที่มีความปลอดภัยสูง	มากที่สุด	
อาหารเพื่อสุขภาพ	มาก	
อาหารเพื่อรักษาโรค	ปานกลาง	

พฤติกรรมกรบริโภคเนื้อหมู	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาหารที่มีส่วนช่วยลดปัญหาโลกร้อน เช่น การเลิกใช้ถุงพลาสติก		ปานกลาง
อาหารที่ไม่ทารุณสัตว์ (Animal Welfare)		ปานกลาง
อาหารที่ไม่ใช้แรงงานเด็ก ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน		ปานกลาง

ตารางที่ 2.2 แสดงข้อมูลพฤติกรรมกรซื้อเนื้อหมูสดของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.ท่านมักจะเลือกซื้อเนื้อหมูจากแหล่งใดมากที่สุด	
อันดับ 1	ห้างค้าปลีกราคาประหยัด เช่น Tesco Lotus, Big C
อันดับ 2	ตลาดสด
อันดับ 3	ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Tops, Home Fresh Mart, Food land, Villa Market
อันดับ 4	รถเร่ แผงลอย
อันดับ 5	ร้านค้าในชุมชน
5.ท่านได้ข้อมูลด้านคุณภาพ/ด้านความปลอดภัยของอาหารจากแหล่งใดมากที่สุด	
อันดับ 1	ยี่ห้อและความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต/กลุ่มผู้ผลิต
อันดับ 2	ฉลากสินค้า
อันดับ 3	สื่อโฆษณาต่างๆ รวมทั้ง Internet วิทยุ โทรทัศน์
อันดับ 4	องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค
อันดับ 5	ไม่ได้รับข้อมูล
อันดับ 6	เอกสารโฆษณาของผู้ขาย(ห้างค้าปลีก)
อันดับ 7	คำบอกเล่า ปากต่อปาก
6.ท่านคิดว่าองค์กรใด จะสามารถสร้างความมั่นใจให้กับท่านในเรื่องการทำให้อาหารปลอดภัยได้มากที่สุด	
อันดับ 1	องค์การอาหารและยา (อย.)
อันดับ 2	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)
อันดับ 3	กรมปศุสัตว์
อันดับ 4	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
อันดับ 5	บริษัทเอกชนไทยขนาดใหญ่โดยใช้ยี่ห้อ
อันดับ 6	กลุ่มเกษตรกร และห้างค้าปลีกขนาดใหญ่

จากตารางที่ 2.1 และ 2.2 ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเนื้อหมู พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับประทานอาหารที่มีเนื้อหมูเป็นส่วนประกอบ 3-4 ครั้งใน 1 สัปดาห์ และมักจะทำอาหารที่มีเนื้อหมูเป็นส่วนประกอบ 1-2 ครั้งใน 1 สัปดาห์ ในส่วนของการเลือกซื้ออาหาร ปัจจัยที่มีความสำคัญคือ อาหารจะต้องมีความปลอดภัยสูง โดยมักจะเลือกซื้อเนื้อหมูจากห้างค้าปลีกราคาประหยัด เช่น Tesco Lotus, Big C มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลด้านคุณภาพ/ด้านความปลอดภัยของอาหารจากอินเทอร์เน็ตและความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต/กลุ่มผู้ผลิตมากที่สุด และองค์กรที่จะสามารถสร้างความมั่นใจในเรื่องการทำให้อาหารปลอดภัยได้มากที่สุด คือ องค์กรอาหารและยา (อย.)

ตารางที่ 2.3 แสดงค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของความคิดเห็นต่อแนวความคิดของผลิตภัณฑ์

1. ท่านคิดว่าส่วนต่างของราคาโดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ระหว่างเนื้อหมูอนามัยทั่วไปกับเนื้อหมูปลอดสารปฏิชีวนะ (Antibiotic free pork) มีค่าเท่าไรที่ท่านถึงคิดว่าไม่แพงเกินไป อยู่ในระดับที่ยอมรับได้		จำนวน (คน)	ร้อยละ
10%		255	42.5
15%		221	36.8
20%		97	16.2
อื่นๆ		27	4.5
รวม		600	100
อันดับ	2. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ “D pork” ควรวางจำหน่ายที่ใดมากที่สุด		
1	ซูเปอร์มาร์เกต เช่น Tops, Home Fresh Mart, Food land, Villa Market		
2	ห้างค้าปลีกราคาประหยัด เช่น Tesco Lotus, Big C		
3	ตลาดสด		
3. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ “D pork” ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อใดมากที่สุด			
1	โฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต / Social Media		
2	โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์		
3	โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์		
4	โฆษณาผ่านการแจกแผ่นพับ / โบชัวร์		
5	โฆษณาผ่านสื่อวิทยุ		
4. ถ้าผลิตภัณฑ์เนื้อหมู “D pork” มีผลดีออกวางจำหน่ายท่านต้องการ		จำนวน (คน)	ร้อยละ

ที่จะซื้อหรือไม่		
ซื้อแน่นอน	423	70.5
ไม่ซื้อ	6	1
ไม่แน่ใจ	171	28.5
รวม	600	100

จากตารางที่ 2.3 จากผลการสำรวจการตอบแบบสอบถามต่อแนวคิดของผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่ให้ราคาของผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสด ตรา “D pork” แพงกว่าเนื้อหมูอนามัยทั่วไป อยู่ที่ 10 เปอร์เซ็นต์ สถานที่ที่ที่ควรวางจำหน่าย คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Tops, Home Fresh Mart, Food land, Villa Market ควรมีการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต / Social Media และผลสำรวจส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อแน่นอนถ้ามีผลิตภัณฑ์นี้ออกวางจำหน่าย

ตารางที่ 2.4 แสดงค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของความคิดเห็นต่อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ

การเลือกซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ ท่านใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ	
ตรา/ยี่ห้อ สินค้า	มาก	
ชื่อเสียงของบริษัท ผู้ผลิต	มาก	
รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	มาก	
ฉลากรับรองมาตรฐานความปลอดภัยของรัฐบาล เช่น อย.	มากที่สุด	
ชื่อเสียงของร้านค้าปลีกที่จำหน่าย	มาก	
ไว้ใจผู้ขาย เพราะรู้จักกัน	ปานกลาง	
ไว้ใจระบบฟาร์มหมูของผู้ผลิต	มาก	
ท่านมีความมั่นใจเพียงใดว่าเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะที่ขายในท้องตลาดมีความปลอดภัยจริง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มั่นใจที่สุด	68	11.3
ไม่มั่นใจ	277	46.2
เฉยๆ	198	33
ท่านมีความมั่นใจเพียงใดว่าเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะที่ขายในท้องตลาดมีความปลอดภัยจริง	จำนวน (คน)	ร้อยละ

มั่นใจ	54	9
มั่นใจที่สุด	3	0.5
รวม	600	100

จากตารางที่ 2.4 ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ไม่มีความมั่นใจว่าเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะที่ขายในท้องตลาดมีความปลอดภัยจริง ซึ่งปัจจัยหลักในการเลือกซื้อเนื้อหมูของผู้ตอบแบบสอบถามคือ ความปลอดภัย

ช่องทางในการจัดจำหน่ายเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา “D pork” ในช่วงทดลองจำหน่ายเป็นเวลา 1 เดือน (2 กุมภาพันธ์ – 2 เมษายน 2560)

- ร้านหมูย่างผู้ใหญ่มู่ย ตำบลพระประโทน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม



- ร้านรักบ้านเกิด พุทธมณฑลสาย 7 จังหวัดนครปฐม



ภาคผนวก จ

แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย



แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรื่อง แผนธุรกิจเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา “D pork”

คำชี้แจง : แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัยเรื่อง ความเป็นไปได้ของธุรกิจเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะตรา “D pork”

เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อคำถาม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย จากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวนหลายท่าน นำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ย จากเกณฑ์การให้คะแนน 3 ระดับ คือ

คะแนน +1 (ตรง)

คะแนน 0 (ไม่แน่ใจ)

คะแนน -1 (ไม่ตรง)

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความสอดคล้อง หรือถูกต้องเพียงใด

ข้อที่	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		ตรง	ไม่ แน่ใจ	ไม่ ตรง	
ส่วนที่ 1 พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสด					
1.1	ท่านรับประทานอาหารที่มีเนื้อหมูเป็นส่วนประกอบบ่อยแค่ไหนใน 1 สัปดาห์				
1.2	ท่านมักจะทำอาหารที่มีเนื้อหมูเป็นส่วนประกอบ บ่อยแค่ไหนใน 1 สัปดาห์				

ข้อที่	ข้อความถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		ตรง	ไม่ แน่ใจ	ไม่ ตรง	
1.3	ในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร ปัจจัยใดที่ท่านคิดว่ามีสำคัญ				
1.4	ท่านมักจะเลือกซื้อเนื้อหมูจากแหล่ง ใดมากที่สุด				
1.5	ท่านได้ข้อมูลด้านคุณภาพ/ด้านความ ปลอดภัยของอาหารจากแหล่งใด มากที่สุด				
1.6	ท่านคิดว่าองค์กรใด (ใคร) จะ สามารถสร้างความมั่นใจให้กับท่าน ในเรื่องการทำให้อาหารปลอดภัยได้ มากที่สุด				
1.7	ท่านมีความสนใจเนื้อหมูปลอดยา ปฏิชีวนะ (Antibiotic free pork) หรือไม่				
1.8	ถ้าท่านสนใจและมีโอกาส ท่านจะมี พฤติกรรมการบริโภคเนื้อหมูให้ สอดคล้องกับความสนใจนี้หรือไม่				
1.9	ที่ผ่านมาท่านเคยซื้อ เนื้อหมูปลอดยา ปฏิชีวนะ บ้างหรือไม่				
1.10	ท่านซื้อเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะ จากแหล่งใดมากที่สุด				
1.11	การเลือกซื้อเนื้อหมูปลอดยา ปฏิชีวนะ ท่านใช้อะไรเป็นเกณฑ์ใน การตัดสินใจ โดยให้ระดับ ความสำคัญดังต่อไปนี้				

ข้อที่	ข้อความถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		ตรง	ไม่ แน่ใจ	ไม่ ตรง	
1.12	ท่านมีความมั่นใจเพียงใดว่าเนื้อหมูปลอดยาปฏิชีวนะที่ขายในท้องตลาดมีความปลอดภัยจริง				
1.13	ปัจจัยใดเป็นสาเหตุหลักในการเลือกซื้อเนื้อหมู				
ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหมูของผู้บริโภค					
2.1	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์				
2.2	ปัจจัยด้านราคา				
2.3	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
2.4	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย				
ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านความพึงพอใจต่อแนวคิดของผลิตภัณฑ์					
3.1	หลังจากที่ท่านได้รับทราบข้อมูลคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ D-pork ตามแสดงข้างต้นแล้วขอให้ท่านประเมินระดับของทัศนคติของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์เนื้อหมู "D pork"				
3.2	ท่านคิดว่าส่วนต่างของราคาโดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ระหว่างเนื้อหมูอนามัยทั่วไปกับเนื้อหมูปลอดสารปฏิชีวนะ มีค่าเท่าไร ท่านถึงคิดว่าไม่แพงเกินไป อยู่ในระดับที่ยอมรับได้				
3.3	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ "D pork" ควรวางจำหน่ายที่ใดมากที่สุด				
ข้อที่	ข้อความถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

		ผู้เชี่ยวชาญ			
		ตรง	ไม่ แน่ใจ	ไม่ ตรง	
3.4	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ “D pork” ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อใดมากที่สุด				
3.5	ถ้าผลิตภัณฑ์เนื้อหมู “D pork” มีผลดีออกวางจำหน่ายท่านต้องการที่จะซื้อหรือไม่ เพราะอะไร				
ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม					
4.1	เพศ				
4.2	อายุ				
4.3	สถานภาพ				
4.4	การมีบุตร				
4.5	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
4.6	อาชีพ				
4.7	ระดับการศึกษาสูงสุด				

ลายเซ็นผู้เชี่ยวชาญประเมิน IOC

สรุปการประเมิน IOC

วัตถุประสงค์ของการจัดทำ IOC เครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อวัดความเที่ยงตรง (Valid) ของคำถามภายใต้เครื่องมือเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลว่ามีความถูกต้อง

เครื่องมือที่มีความเที่ยงตรง หมายถึง เครื่องมือที่สามารถวัดได้ในสิ่งที่ต้องการวัด ต้องเป็นความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยอาศัยค่าสถิติที่สำคัญคือ ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา IOC (Index of Item Objective Congruence) หรือดัชนีความเหมาะสม เกณฑ์ช่วงค่ามาตรฐาน การยอมรับความเที่ยงตรง (Valid) อ้างอิงค่าความสอดคล้องระหว่างข้อถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา IOC (Index of Item Objective Congruence) หรือดัชนีความเหมาะสม จากการประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวนหลายท่าน นำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ย จากเกณฑ์การให้คะแนน 3 ระดับ คือ

คะแนน +1 (ตรง)

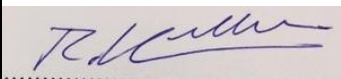
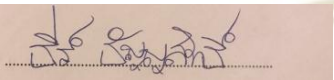
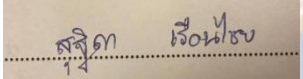
คะแนน 0 (ไม่แน่ใจ)

คะแนน -1 (ไม่ตรง)

สำหรับคะแนนเฉลี่ยของผู้เชี่ยวชาญทุกท่านจำแนกแต่ละข้อคำถามจะนำมาสรุปผลการวัดความเที่ยงตรงตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยต่อข้อคำถาม ดังนี้

- ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.5 – 1.0 คะแนน ถือว่าอยู่ในเกณฑ์มีค่าความเที่ยงตรงสูง
- ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ต่ำกว่า 0.5 คะแนน ถือว่าต้องปรับปรุง

สรุปผลประเมินค่าคะแนนเฉลี่ยต่อข้อคำถาม และสรุปผลประเมิน IOC ภาพรวม ค่าคะแนนเฉลี่ยผลประเมิน IOC ภาพรวม จากผู้เชี่ยวชาญรวม 3 ท่าน เท่ากับ 1 คะแนน ดังนั้น จึงถือว่าข้อคำถามอยู่ในเกณฑ์มีค่าความเที่ยงอยู่ในระดับ “สูง” รายชื่อผู้เชี่ยวชาญประเมิน IOC เครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลงาน Thesis

	ชื่อ – นามสกุล	ตำแหน่ง	องค์กรที่สังกัด
1		อาจารย์	มหาวิทยาลัยมหิดล
2		Technical&Product Co-ordinate	บ.นิวัตรชิ้น อิมพอร์ฟ मेंท์ จำกัด
3		Sale supervisor	บ. ฟาร์มาเทค เอฟ.ซี. จำกัด

ภาคผนวก ฉ
ผลการทดลองการเลี้ยงสุกรแบบปลอดยาปฏิชีวนะ

วิธีการทดลอง

- ลูกหมูอนุบาลอายุตั้งแต่ 5 สัปดาห์ จำนวน 60 ตัว
- ใช้เวลาในการเก็บผลการทดลองทั้งหมด 6 สัปดาห์

แบ่งกลุ่มทดลองออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 30 ตัว

- กลุ่มควบคุม : มีการใช้ยาปฏิชีวนะในการเลี้ยง
- กลุ่มทดลอง : ไม่มีการใช้ยาปฏิชีวนะตลอดขั้นตอนการเลี้ยง แต่มีการใช้สมุนไพรและโปรไบโอติกทดแทน

ผลการทดลอง : การกินได้เฉลี่ยต่อวัน

ตารางแสดงผลการทดลองของสุกรกลุ่มควบคุม (มีการใช้ยาปฏิชีวนะตลอดขั้นตอนการเลี้ยง)

อายุเฉลี่ย (สัปดาห์)	5	6	7	8	9	10
จำนวนสุกรคงเหลือ	30	30	30	28	25	23
จำนวนตาย	-	-	-	2	3	2
จำนวนคัดทิ้ง	-	-	-	-	-	-
จำนวนย้าย	-	-	-	-	-	-
อัตราการกินได้ (กรัม)	300	490	640	800	900	1000

ตารางแสดงผลการทดลองของสุกรกลุ่มควบคุม (ไม่มีการใช้ยาปฏิชีวนะตลอดขั้นตอนการเลี้ยง)

อายุเฉลี่ย (สัปดาห์)	5	6	7	8	9	10
จำนวนสุกรคงเหลือ	30	30	30	28	25	23
จำนวนตาย	-	-	-	-	1	2
จำนวนคัดทิ้ง	-	-	-	-	-	-
จำนวนย้าย	-	-	-	2	2	-
อัตราการกินได้ (กรัม)	351	500	640	803	1,000	1,111

ผลการทดลอง : อัตราการเติบโตเฉลี่ย

ตารางแสดงผลการทดลองของสุกรกลุ่มควบคุม (มีการใช้ยาปฏิชีวนะตลอดขั้นตอนการเลี้ยง)

อายุ (สัปดาห์)	น้ำหนักที่เพิ่มขึ้น (กิโลกรัม)	น้ำหนักสะสม
5	1	9
6	2.2	11.2
7	3.3	14.5
8	4.5	19
9	5	24

ตารางแสดงผลการทดลองของสุกรกลุ่มควบคุม (ไม่มีการใช้ยาปฏิชีวนะตลอดขั้นตอนการเลี้ยง)

อายุ (สัปดาห์)	น้ำหนักที่เพิ่มขึ้น (กิโลกรัม)	น้ำหนักสะสม
5	1	9
6	2.6	11.6
7	3.3	14.9
8	4.5	19.4
9	5.6	25

จากผลการทดลอง จะเห็นได้ว่ากลุ่มทดลองหรือกลุ่มที่ไม่มีการใช้ยาปฏิชีวนะตลอดขั้นตอนการเลี้ยง แต่มีการใช้สมุนไพรและโปรไบโอติกทดแทนนั้น มีการกินได้เฉลี่ยต่อวันที่ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มควบคุมในอายุลูกสุกรที่เท่ากันในแต่ละสัปดาห์ และยังมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ดีกว่าโดยมีน้ำหนักสะสมเพิ่มมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มควบคุม เนื่องจากหมูมีอัตราการป่วยที่น้อยกว่า ทำให้การกินได้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งในกลุ่มทดลองไม่มีการใช้ยาปฏิชีวนะผสมลงไปให้อาหารสัตว์ ส่งผลให้ความน่ากินของอาหารเพิ่มมากขึ้น ลูกสุกรไม่ได้รับยาปฏิชีวนะที่เกินความจำเป็น สุขภาพดีขึ้น ส่งผลให้การเจริญเติบโตดีขึ้นอีกด้วย ผู้ประกอบการเองก็สามารถลดต้นทุนทั้งในด้านอาหาร ด้านยาปฏิชีวนะที่ใช้ในการรักษา และด้านการจัดการอีกด้วย

ภาพแสดงกลุ่มลูกหมูที่ใช้ในการทดลอง



ภาพแสดงโรงเรือนที่ใช้ในการทดลอง

