

ประสิทธิภาพในการจัดการด้านการผลิตและการตลาดธุรกิจครบวงจร
ของบริษัท สวนละอ อ จำกัด กรณีศึกษาผักสลัดไฮโดรโปนิกส์

EFFICIENCY MANAGEMENT OF PRODUCTION AND MARKET
OF LAOR GARDEN CO., LTD: CASE STUDY OF HYDROPONIC SALAD VEGETABLE

มฤดี จันทรัตน์¹ และมนตรี คงตระกูลเทียน²

Monruedee Chantharat¹ and Montri Congtrakultien²

^{1,2}คณะเกษตรนวัตกรรมและการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์

^{1,2}Faculty of Agricultural Innovative Management, Panyapiwat Institute of Management

Received: January 21, 2022 / Revised: March 17, 2022 / Accepted: March 22, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการจัดการธุรกิจครบวงจรของบริษัท สวนละอ อ จำกัด กรณีศึกษาผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการจัดการด้านการผลิตผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ ของบริษัท สวนละอ อ จำกัด ได้แก่ ต้นทุนการผลิต และจุดคุ้มทุนในการผลิต และ 2) เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการจัดการด้านการตลาดผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ของบริษัท สวนละอ อ จำกัด ได้แก่ ต้นทุนการตลาดและส่วนเหลือการตลาด จากนั้นจึงวิเคราะห์ในภาพรวมของการประกอบธุรกิจผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ของบริษัท สวนละอ อ จำกัด ด้วยอัตรา กำไรและอัตรากำไรต่อต้นทุน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประชากรที่ใช้ศึกษาในการวิจัยนี้คือ เจ้าของกิจการ 1 คน และผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ทั้งส่วนงานการผลิตคือ ผู้จัดการฟาร์ม 1 คน พนักงานฝ่ายผลิต 1 คน และการตลาดของบริษัท สวนละอ อ จำกัด จังหวัดตาก คือ พนักงานฝ่ายบัญชี 1 คน และพนักงานฝ่ายการตลาด 1 คน

ผลการวิเคราะห์หาต้นทุนการผลิตผักสลัดพบว่า ต้นทุนการผลิตผักสลัดเป็นดังนี้ บริษัทมีต้นทุนทั้งหมดของผักแต่ละชนิดต่อโต๊ะปลูกต่อรอบการผลิตเป็นดังนี้ เรดโอ๊คมีต้นทุนสูงที่สุด 582.31 บาท รองลงมาคือ กรีนโอ๊ค มีต้นทุน 565.06 บาท ฟิลเลย์มีต้นทุน 502.11 บาท และคอสมีต้นทุน 440.50 บาท ตามลำดับ และเมื่อวิเคราะห์ผลการดำเนินงานเมื่อพิจารณา ณ ราคาขายที่ 84.11 บาท พบว่า บริษัท สวนละอ อ จำกัด มีส่วนเหลือตลาดร้อยละ 50.85 มีกำไรสุทธิและจุดคุ้มทุนของบริษัท สวนละอ อ จำกัด ในช่วง เดือนตุลาคม-ธันวาคม 2562 จำแนกตามชนิดผักสลัด โดยคำนวณจากน้ำหนักเฉลี่ยต่อโต๊ะพบว่า คอสมีกำไรสูงสุด คือ 32.53 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาคือ กรีนโอ๊ค มีกำไร 29.53 บาทต่อกิโลกรัม เรดโอ๊ค มีกำไร 26.90 บาทต่อกิโลกรัม และฟิลเลย์มีกำไร 20.62 บาทต่อกิโลกรัม ปริมาณการผลิตที่คุ้มทุนของผักแต่ละชนิดควรเป็นดังนี้ กรีนโอ๊ค 11.78 กิโลกรัมต่อโต๊ะ เรดโอ๊ค 11.73 กิโลกรัมต่อโต๊ะ ฟิลเลย์ 9.47 กิโลกรัมต่อโต๊ะ และคอส 9.60 กิโลกรัมต่อโต๊ะ จากต้นทุนการผลิตและปริมาณผลผลิตเฉลี่ยข้างต้นราคาขายที่เป็นราคาขายคุ้มทุนของผักสลัดแต่ละชนิดเป็นดังนี้ กรีนโอ๊ค 54.58 บาทต่อกิโลกรัม เรดโอ๊ค 57.21 บาทต่อกิโลกรัม ฟิลเลย์ 63.49 บาทต่อกิโลกรัม และคอส 51.58 บาทต่อกิโลกรัม

จากการวิเคราะห์อัตรากำไรพบว่า คอสมี่อัตรากำไรสูงที่สุดร้อยละ 38.68 รองลงมาคือ กรีนโอ๊คมี้อตรา
กำไรร้อยละ 35.11 ฟิลเลย์มี้อตรากำไรร้อยละ 31.98 และเรดโอ๊คมี้อตรากำไรร้อยละ 24.52 ตามลำดับ และผักสลัด
แต่ละชนิดมี้อตราผลตอบแทนดังนี้ กรีนโอ๊คมี้อตราผลตอบแทนสูงที่สุดร้อยละ 271.60 รองลงมาคือ คอสมี่
อัตรากำไรร้อยละ 258.14 เรดโอ๊คมี้อตราผลตอบแทนร้อยละ 235.14 และฟิลเลย์มี้อตราผลตอบแทน
ร้อยละ 131.03 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ธุรกิจครบวงจร ผักสลัดไฮโดรโพนิกส์ ปลูกพืชโดยไม่ใช้ดิน

Abstract

This research, The Efficiency of the Full Cycle Management of the Production and Business Marketing of Suan La-or Co., Ltd.: A Case Study of Hydroponic Salad Vegetables, has the following objectives: (1) to analyze the efficiency of hydroponic salad vegetables production management of Suan La-or Co., Ltd. in terms of production cost, and the break-even point for production; and (2) to analyze the efficiency of hydroponic salad vegetables production management of Suan La-or Co., Ltd. in terms of marketing cost, and marketing margin; then to conduct the overall analysis of business enterprise of the Company in terms of the profit ratio and investment return ratio of the business. This research is a descriptive research. The data was collected from stakeholders of the production and marketing team of the company including one business owner, one farm manager, one farm production staff member, one accountant staff member and one marketing staff member.

The research results show that the production cost of each vegetable per production table and per production crop cycle is as follows: Red Oak Lettuce has the highest production cost (582.31 baht), followed by Green Oak Lettuce (565.06 baht), Frillice Ice Berg Lettuce (502.11 baht), and Cos Lettuce (440.50 baht), respectively. When the performance outcomes of the Company are analyzed based on the selling price of 84.11 baht, it is found that the marketing margin of Suan La-Or Company Limited is 50.85%. Its net profits and the breaking points of salad vegetables during the period of October-December 2019 classified by each kind of salad vegetables as calculated from its average weight per production table are as follows: Cos Lettuce has the highest net profit (32.53 baht per kilogram), followed by Green Oak Lettuce (29.53 baht per kilogram), Red Oak Lettuce (26.90 baht per kilogram) and Frillice Ice Berg Lettuce (20.62 baht per kilogram), respectively. The break-even point for production of each salad vegetable should be as follows: the break-even point of Green Oak Lettuce is 11.78 kilogram per table, the break-even point of Red Oak Lettuce is 11.73 kilogram per table, the break-even point of Frillice Ice Berg Lettuce is 9.47 kilogram per table, and the break-even point of Cos Lettuce is 9.60 kilogram per table. Based on the production cost and average amount of products as mentioned above, the selling prices that are at the break-even point for each kind of salad vegetables are

as follows: 54.58 baht per kilogram for Green Oak Lettuce, 57.21 baht per kilogram for Red Oak Lettuce, 63.49 baht per kilogram for Frillice Ice Berg Lettuce, and 51.58 baht per kilogram for Cos Lettuce.

From the analysis of the profit ratio, it is found that Cos Lettuce has the highest profit ratio (38.68 percent), followed by Green Oak Lettuce (35.11 percent), Frillice Ice Berg Lettuce (31.98 percent), and Red Oak Lettuce (24.52 percent), respectively. Rates of return on investment of salad vegetables are as follows: Green Oak Lettuce has the highest rate of return on investment (271.60 percent), followed by Cos Lettuce (258.14 percent), Red Oak Lettuce (235.14 percent), and Frillice Ice Berg Lettuce (131.03 percent), respectively.

Keyword: Full Cycle Business, Hydroponic Salad Vegetable, Soilless Plant Cultivation

บทนำ

กระแสรักสุขภาพทำให้คนหันมาดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ส่งผลให้ผักไฮโดรโปนิกส์เป็นหนึ่งในตัวเลือกที่ผู้บริโภคให้ความนิยม (Thongaram, 2007) ไฮโดรโปนิกส์ คือ การปลูกพืชโดยไม่ใช้ดินเป็นการปลูกพืชในน้ำที่มีธาตุอาหารพืช มีสารอาหารสำหรับพืชเป็นการปลูกในวัสดุปลูกที่ไม่ใช้ดิน ซึ่งจะทำให้รากของพืชสัมผัสกับอาหารโดยตรงโดยไร้ดิน (Thongaram, 2004) ในประเทศไทยได้มีการทำวิจัยเกี่ยวกับการปลูกพืชแบบไฮโดรโปนิกส์มาเมื่อประมาณ 40 ปีที่แล้ว (Sateansawad, 1998) ประโยชน์อย่างหนึ่งของการปลูกพืชแบบไฮโดรโปนิกส์คือ ความสามารถในการผลิตได้ต่อเนื่องตลอดทั้งปี เพราะมีอายุการปลูกสั้น และสามารถมีผลผลิตที่มีคุณภาพสูงกว่าการปลูกพืชบนดิน เนื่องจากสามารถจัดการและควบคุมสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับพืชได้ค่อนข้างดี โดยเฉพาะเรื่องของสารอาหาร

ในปัจจุบันตลาดสุขภาพกำลังได้รับความนิยมและเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากคนหันมาดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น (Arkkarayut, 2015) จากการศึกษาของ Thongaram (2007) พบว่า ปริมาณการผลิตผักไฮโดรโปนิกส์ยังไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาดเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคมีความต้องการผักปลอดภัยมากขึ้น และผักไฮโดรโปนิกส์เป็นตัวเลือก

หนึ่งที่ได้รับความนิยม เพราะแม้จะยังคงใช้ปุ๋ยเคมีในรูปของสารละลายธาตุอาหารเพื่อการเจริญเติบโต แต่มีการควบคุมปริมาณเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค นอกจากนี้ผักไฮโดรโปนิกส์ ยังเป็นรูปแบบการปลูกผักที่ประหยัดเนื้อที่และไม่มีการปนเปื้อนของสารเคมีต่าง ๆ ในดิน ทำให้ผักที่ผลิตได้มีความสะอาด ปลอดภัยต่อผู้บริโภค (Kamwongsa, 2010)

จากข้อมูลเบื้องต้นการปลูกผักไฮโดรโปนิกส์เป็นธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจ โดยผักที่ผลิตได้จากระบบไฮโดรโปนิกส์ส่วนใหญ่เป็นผักสลัดชนิดต่าง ๆ ได้แก่ เรตไอค กรีนไอค เรตคอเรล กรีนคอเรล บัตตาเวีย บัตเตอร์เฮด คอส ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก และร็อคเก็ต เป็นต้น ซึ่งชนิดของผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ ที่นิยมซื้อเพื่อการบริโภค เรียงลำดับจากมากสุดไปน้อย ได้แก่ เรตไอค กรีนไอค เรตคอเรล บัตเตอร์เฮด และคอส (Sangjaruswon, 2005)

บริษัท สวนละออ จำกัด เป็นบริษัทหนึ่งให้เห็นโอกาสและได้มีการปลูกพืชโดยไม่ใช้ดิน ด้วยวิธีไฮโดรโปนิกส์ โดยปลูกผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ 4 ชนิด ในปี พ.ศ. 2562 คือ เรตไอค กรีนไอค กรีนคอเรล และฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก รวม 48 ไร่ ๓ ละ 240 ต้น โดยทำการผลิตผักสลัดแบบครบวงจร ซึ่งมีการดำเนินการตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ และมีรูปแบบการบริหารจัดการที่สามารถเป็นต้นแบบให้กับผู้ที่สนใจ

ปลูกผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ได้ ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาการจัดการด้านการผลิตและการตลาดของบริษัทนี้

อย่างไรก็ตาม บริษัท สวนละออ จำกัด จัดอยู่ในกลุ่มผู้เริ่มดำเนินธุรกิจ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการวิจัย เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการจัดการด้านการผลิตและการตลาดของบริษัท สวนละออ จำกัด ในการจัดการผลิตผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ เพื่อจะใช้ผลการศึกษาเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจผักสลัดที่มีคุณภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการจัดการด้านการผลิตผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ของบริษัท สวนละออ จำกัด ได้แก่ ต้นทุนการผลิตและจุดคุ้มทุนในการผลิต
2. เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการจัดการด้านการตลาดผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ของบริษัท สวนละออ จำกัด ได้แก่ ต้นทุนการตลาดและส่วนเหลือการตลาด จากนั้นจึงวิเคราะห์ในภาพรวมของการประกอบธุรกิจผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ของบริษัท สวนละออ จำกัด ด้วยอัตรากำไร และอัตราผลตอบแทนการลงทุน

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

1. ต้นทุนและผลตอบแทน (Costs and Returns) ใช้แนวคิดของการวิเคราะห์บัญชีฟาร์ม ซึ่งจะศึกษาในลักษณะของต้นทุนและผลตอบแทนต่อฟาร์ม และต่อ 1 ไร่ หรือต่อ 1 หน่วยการผลิต ในกรณีการผลิตผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ของบริษัท สวนละออ จำกัด การวิเคราะห์ต้นทุนจึงจะจำแนกประเภทต้นทุนออกเป็นต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปร โดยองค์ประกอบของต้นทุนและผลตอบแทน (Angyurekul, 2004) มีดังนี้ คือ

ต้นทุน เป็นค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ใช้ในการลงทุนและดำเนินการผลิต จำแนกออกเป็น

1.1 ต้นทุนคงที่ เป็นการลงทุนในทรัพย์สินต่าง ๆ ได้แก่ ไร่ปลูก ระบบกรองน้ำ เครื่องปั้มน้ำ สายยาง ท่อพีวีซี รถกระบะเสริมอุปกรณ์ รถเข็นจักรยานยนต์ จอบ เสียม มีด กรรไกร ถัง ตาชั่ง เป็นต้น ซึ่งค่าลงทุนเหล่านี้จะนำมาคิดเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อปีของการผลิต โดยใช้เป็นค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน เป็นต้น ต้นทุนคงที่ที่ไม่เป็นเงินสด และคำนวณค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง ตามสูตรดังนี้

$$\text{ค่าเสื่อมราคา} = \frac{\text{มูลค่าทรัพย์สินที่ซื้อ} - \text{มูลค่าซาก}}{\text{อายุการใช้งาน}}$$

1.2 ต้นทุนผันแปร เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในการผลิต ได้แก่ ค่าพันธุ์ ค่าปุ๋ย ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าแรงงาน ค่าซ่อมแซม ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เป็นต้น

ผลตอบแทน เป็นรายได้ที่มาจากการขาย และเมื่อหักต้นทุนจะได้เป็นรายได้สุทธิ ทั้งนี้ในการศึกษา จะวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรจากภาระต้นทุนต่าง ๆ ดังนี้

รายได้ คำนวณจากราคาขาย คูณด้วย ปริมาณที่ขาย รายได้สุทธิเหนือต้นทุนผันแปรทั้งหมด คำนวณจากรายได้หักด้วยต้นทุนผันแปรทั้งหมด กำไรสุทธิ คำนวณจากรายได้หักด้วยต้นทุนทั้งหมด คือ ต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่

2. จุดคุ้มทุน (Break-even point: B/E)

หลักการของจุดคุ้มทุน คือ การทำให้รายได้เท่ากับรายจ่าย (รายจ่ายคงที่และรายจ่ายผันแปร) ณ ปริมาณการผลิตนี้จะทำให้หน่วยธุรกิจมีความคุ้มทุนพอดี หากหน่วยธุรกิจผลิตมากกว่าจุดนี้ขึ้นไปจะมีรายได้เหนือรายจ่าย คือ มีกำไร แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าผลิตน้อยกว่าจุดนี้ลงมา หน่วยธุรกิจจะขาดทุน เพราะปริมาณสินค้าที่ผลิตและนำไปขายไม่สามารถสร้างรายได้ให้มากกว่ารายจ่ายที่เกิดขึ้นในการผลิตได้ (Angyurekul, 2004) การคำนวณตามสูตรดังนี้

กำหนดให้

Q = ปริมาณสินค้าที่ทำให้รายได้เท่ากับ
รายจ่ายพอดี

F = รายจ่ายคงที่

V = รายจ่ายผันแปรต่อหน่วยสินค้า

P = ราคาขายต่อหน่วยสินค้า ณ จุดคุ้มทุน

รายได้ = รายจ่าย

$$P * Q = F + V * Q$$

$$\text{ดังนั้น } Q = \frac{F}{P-V}$$

3. ต้นทุนการตลาด (Marketing cost)

ต้นทุนการตลาด หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการทำหน้าที่การตลาด รวมถึงค่าตอบแทนหรือกำไรของผู้ทำหน้าที่การตลาด ในการทำให้สินค้าเกิดอรรถประโยชน์ในด้านรูปร่าง เวลา และสถานที่ที่ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อต้องการ ซึ่งก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ด้านการแลกเปลี่ยน ซึ่งโดยปกติผู้ทำหน้าที่ทางการตลาดจะบวกต้นทุนการตลาดหรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเข้าไปในราคาซื้อสินค้ามา จึงทำให้ราคาขายสินค้าแพงขึ้น (Taksinavisut, 2005) ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายการตลาด ประกอบด้วย

ค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินสด ได้แก่ ค่าแรงงาน ค่าขนส่ง ค่าขนส่งสินค้าขึ้น-ลงพาหนะขนส่ง ค่าจ้างแปรรูปค่าบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

ค่าใช้จ่ายไม่เป็นเงินสด ได้แก่ ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ที่ใช้ในงานการตลาด ค่าสูญเสียน้ำหนักหรือเสื่อมคุณภาพ เป็นต้น

4. ส่วนเหลือการตลาด (Marketing margin)

ส่วนเหลือการตลาด หมายถึง ส่วนต่างระหว่างราคาต่อหน่วยของผลผลิตที่เกษตรกรได้รับกับราคาที่ผู้บริโภคคนสุดท้ายจ่ายหรือราคาขายปลีก การวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาด คำนวณจากค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาดของคนกลางระดับนั้น ๆ บวกด้วยกำไรสุทธิที่คนกลางได้รับ ทั้งนี้กำไรสุทธิที่คนกลางได้รับ คำนวณจากรายได้จากการขายหักด้วยค่าซื้อสินค้า และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ทางการตลาด องค์ประกอบของส่วนเหลือการตลาดจึงประกอบด้วย ต้นทุนทางการตลาดบวกด้วยกำไรของผู้ทำหน้าที่การตลาดประเภทต่าง ๆ โดยมีข้อสังเกต คือ สินค้าใดที่มีคนกลางทางการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยมาก รายจะมีผลทำให้ส่วนเหลือการตลาดที่เกิดขึ้นจะต้องถูกกระจายแบ่งปันไปสู่คนกลางประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทุกราย และมีผลให้ราคาขายปลีกสูงขึ้น (Taksinavisut, 2005)

5. อัตรากำไร (Profit ratio)

เป็นวิธีการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน คือ ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจที่มาจากกรณีประสิทธิภาพการจัดการที่ดี (Angyurekul, 2004) สูตรในการคำนวณ คือ

$$\text{อัตรากำไร} = \frac{\text{Net profit} * 100}{\text{Net sales}}$$

6. อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Rate of Return on Investment: ROI)

เป็นวิธีการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน ว่าการสร้างกำไรสุทธิมีประสิทธิภาพหรือไม่ เมื่อเทียบกับเงินลงทุนรวมที่ได้ลงไป (Angyurekul, 2004) สูตรในการคำนวณคือ

$$\text{อัตราผลตอบแทนการลงทุน} = \frac{\text{Net profit} * 100}{\text{Investment}}$$

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจครบวงจรของบริษัทสวนละอ อ จำกัด กรณีศึกษาผักสลัดไฮโดรโปนิกส์นี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา ดังนี้

1. ประชากร

ประชากรเป้าหมายในการวิจัยนี้คือ บริษัทสวนละอ อ จำกัด จังหวัดตาก ในลักษณะที่เป็นกรณีศึกษาเฉพาะที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ที่ผลิตในเชิงการค้า จำนวน 4 ชนิด คือ เรดโอ๊ค กรีนโอ๊ค กรีนคอรอล และฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
ประเภทข้อมูลที่ใช้และทำการรวบรวม
ได้แก่

2.1 ข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมจากเอกสาร
ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้อมูลที่บันทึกไว้เกี่ยวกับธุรกิจ
ผักสลัดไฮโดรโปนิคส์ที่ผลิตในเชิงการค้าของบริษัท
สวนละออ จำกัด และงานวิจัย บทความวิชาการ ของ
หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ดังนั้นข้อมูลทุติยภูมิที่
สำคัญต่อการวิเคราะห์จะมาจากผักสลัดไฮโดรโปนิคส์
ที่ผลิตในเชิงการค้าจำนวน 4 ชนิด คือ เรดโอ๊ค กรีนโอ๊ค
กรีนคอเรล และฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก ที่ปลูกในปี 2562

2.2 ข้อมูลปฐมภูมิ รวบรวมจากการ
สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตผักสลัดไฮโดรโปนิคส์
ของบริษัท สวนละออ จำกัด โดยสัมภาษณ์แบบไม่มี
โครงสร้าง และไม่ใช้แบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ เจ้าของ
กิจการ 1 คน และผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตผักสลัด
ไฮโดรโปนิคส์ทั้งส่วนงานการผลิตคือ ผู้จัดการฟาร์ม
1 คน พนักงานฝ่ายผลิต 1 คน และการตลาดของ
บริษัท สวนละออ จำกัด จังหวัดตาก คือ พนักงาน
ฝ่ายบัญชี 1 คน และ พนักงานฝ่ายการตลาด 1 คน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เชิง
พรรณนา และใช้สถิติอย่างง่าย ได้แก่ ค่าร้อยละ โดยใช้
ข้อมูลการผลิตในระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม พ.ศ.
2562 เพื่ออธิบายผล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อตอบ
วัตถุประสงค์ มีดังนี้ คือ

3.1 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ การ

วิเคราะห์ประสิทธิภาพในการจัดการด้านการผลิต
ผักสลัดไฮโดรโปนิคส์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์
คือ ใช้แนวคิดต้นทุนและผลตอบแทน (Costs and
Returns) เพื่อหาต้นทุนการผลิต และใช้แนวคิด
การวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุนในการผลิต (Break-even
point: B/E) โดยพิจารณาทั้งด้านผลผลิตคุ้มทุน และ
ราคาคู่ทุน

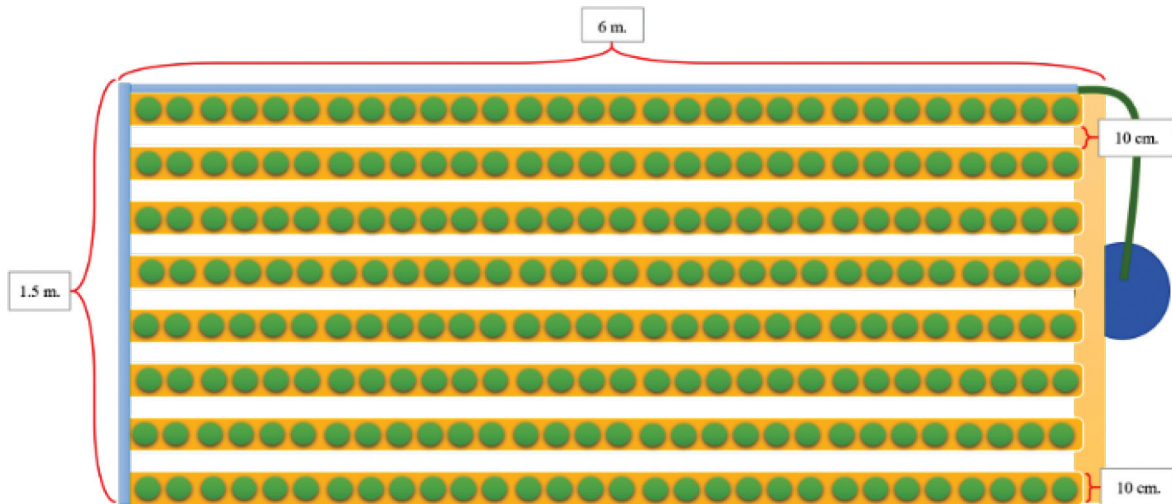
3.2 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ
การวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการจัดการด้านการตลาด
ผักสลัดไฮโดรโปนิคส์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์
ได้แก่ ต้นทุนการตลาด (Marketing cost) และส่วน
เหลือการตลาด (Marketing margin)

จากนั้นจึงวิเคราะห์ในภาพรวมของการ
ประกอบธุรกิจผักสลัดไฮโดรโปนิคส์ของบริษัท สวนละออ
จำกัด ด้วยการวัดหาอัตรากำไร (Profit ratio) และ
อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Rate of Return on
Investment: ROI)

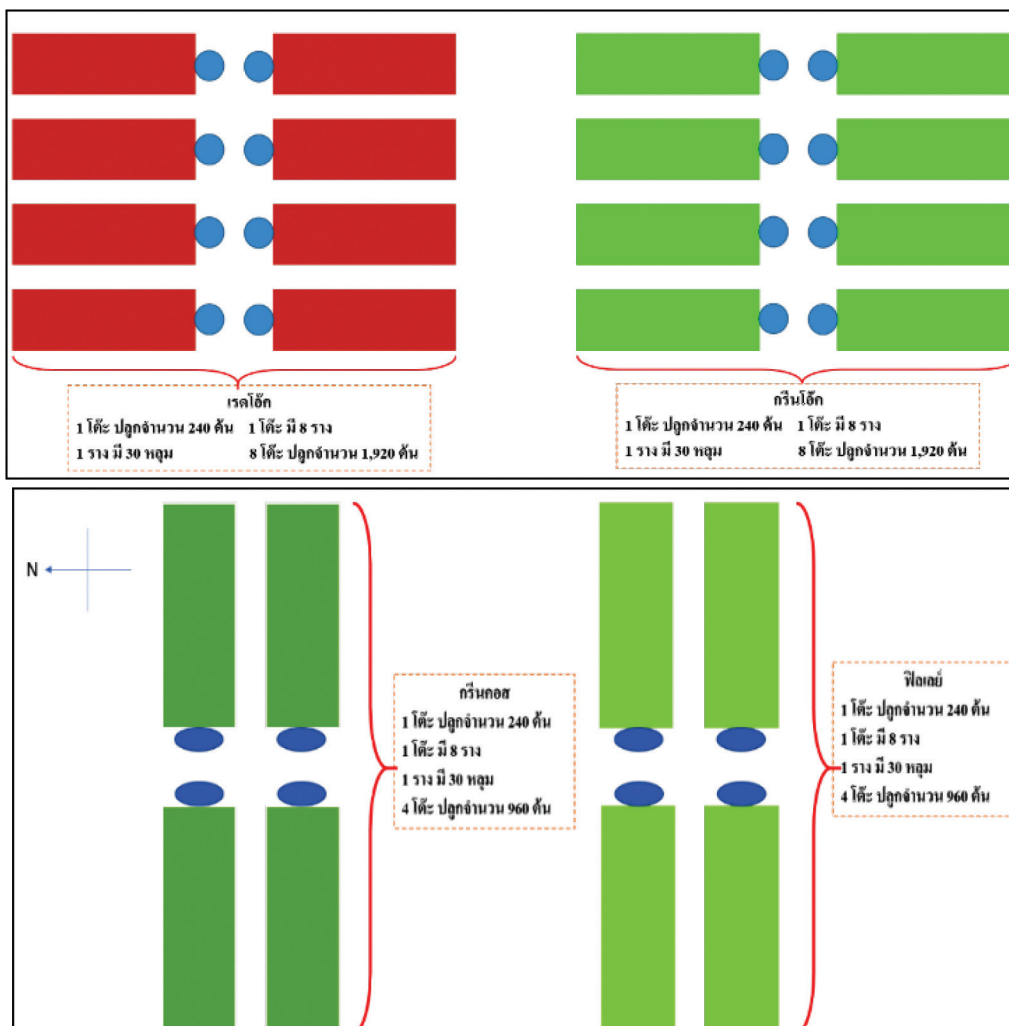
ผลการวิจัย

การวิเคราะห์หาต้นทุนการผลิต

บริษัท สวนละออ จำกัด สามารถผลิตผักสลัด
ในเชิงการค้าของปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงการผลิตในเดือน
ตุลาคม-ธันวาคม โดยในการปลูกผักสลัดจะปลูกบนโต๊ะ
ซึ่งแต่ละโต๊ะปลูกมีขนาดเท่ากับ 1.5x6 เมตร ใน 1 โต๊ะ
มี 8 ราง แต่ละรางมีความกว้าง 10 เซนติเมตร และเว้น
ระยะห่าง 10 เซนติเมตร ในแต่ละรางมี 30 หลุมปลูก
ดังนั้นใน 1 โต๊ะจะปลูกได้ 240 ต้น ดังภาพที่ 1 และ 2)



ภาพที่ 1 การวางแผนการปลูกของโต๊ะปลูกผักสลัดของบริษัท สวนละออ จำกัด



ภาพที่ 2 การวางแผนการปลูกของโต๊ะปลูกผักสลัดของบริษัท สวนละออ จำกัด จำแนกตามชนิดผัก

ผลการศึกษพบว่า บริษัท สวนละออ จำกัด มีต้นทุนทั้งหมดของผักแต่ละชนิดต่อโต๊ะปลูกต่อการรอบการผลิต เป็นดังนี้ เรดโอ๊คมีต้นทุนสูงที่สุด 582.31 บาท รองลงมาคือ กรีนโอ๊คมีต้นทุน 565.06 บาท พิลเลย์มีต้นทุน 502.11 บาท และคอสมีต้นทุน 440.50 บาท ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารายละเอียดของต้นทุนต่อโต๊ะต่อ 1 รอบการผลิตพบว่า ผักแต่ละชนิดมีต้นทุนผันแปร ดังนี้ เรดโอ๊คมีต้นทุนสูงที่สุด 384.97 บาท รองลงมาคือ กรีนโอ๊คมีต้นทุน 367.72 บาท พิลเลย์มีต้นทุน 304.77 บาท และคอสมีต้นทุน 243.16 บาท ตามลำดับ ในส่วนของต้นทุนผันแปรจะมีต้นทุนผันแปร 4 รายการ ที่มีต้นทุนต่างกัน คือ

1. ค่าเมล็ดพันธุ์ พบว่า เมล็ดพันธุ์ของฟิลเลย์ มีราคาสูงที่สุด คือ 57.60 บาท ในขณะที่เมล็ดพันธุ์ กรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค และคอส มีต้นทุนเท่ากันอยู่ที่ 15.36 บาท

2. ค่าแรงงาน พบว่า เรดโอ๊คมีต้นทุนค่าแรงงานสูงที่สุดที่ 238.23 บาท รองลงมาคือ กรีนโอ๊ค 219.00 บาท พิลเลย์ 119.08 บาท และคอส 96.07 บาท ตามลำดับ

3. ค่าใช้จ่ายสารละลายธาตุอาหารพบว่า กรีนโอ๊คมีต้นทุนค่าใช้จ่ายสารละลายธาตุอาหารสูงที่สุด 41.78 บาท รองลงมาคือ พิลเลย์ 41.55 บาท คอส 41.52 บาท และเรดโอ๊ค 41.36 บาท ตามลำดับ

4. ค่าถ่วงบรรจุพบว่า กรีนโอ๊คมีต้นทุนค่าถ่วงบรรจุสูงที่สุด 20.41 บาท รองลงมาคือ คอส 19.04 บาท เรดโอ๊ค 18.85 บาท และ พิลเลย์ 15.37 บาท ตามลำดับ

นอกจากนี้ต้นทุนผันแปรรายการอื่น ๆ ของผักทุกชนิดเท่ากันทั้งหมด ได้แก่ ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการปลูก 41.58 บาท ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง 5.91 บาท ค่าไฟฟ้า 3.36 บาท ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์ 7.50 บาท และค่าใช้จ่ายดำเนินการรถกระบะ 12.82 บาท โดยผักทุกชนิดมีต้นทุนคงที่เท่ากัน คือ 197.34 บาท โดยมีต้นทุนค่าเสื่อมโต๊ะ 148.74 ต้นทุนค่าเสื่อมอุปกรณ์ 32.48 บาท ต้นทุนค่าเสื่อมรถกระบะ 15.02 บาท ต้นทุนค่าเสื่อมรถเข็น 1.10 บาท

ต้นทุนการผลิตผักสลัดต่อโต๊ะปลูกของบริษัท สวนละออ จำกัด ช่วงตุลาคม-ธันวาคม 2562 จำแนกตามชนิดผักสลัดพบว่า เรดโอ๊คมีต้นทุนผันแปรสูงที่สุด ร้อยละ 66.11 รองลงมาคือ กรีนโอ๊ค มีต้นทุนผันแปร ร้อยละ 65.08 พิลเลย์มีต้นทุนผันแปร ร้อยละ 60.70 และคอสมีต้นทุนผันแปร ร้อยละ 55.20 ตามลำดับ ในส่วนของต้นทุนคงที่พบว่า คอสมีต้นทุนคงที่สูงที่สุดที่ ร้อยละ 44.80 รองลงมาคือ พิลเลย์มีต้นทุนคงที่ ร้อยละ 39.30 กรีนโอ๊คมีต้นทุนคงที่ ร้อยละ 34.92 และ เรดโอ๊ค มีต้นทุนคงที่ ร้อยละ 33.89 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาน้ำหนักเฉลี่ยผักสลัดต่อกิโลกรัมต่อการรอบการผลิตในแต่ละชนิดผักสลัด ช่วงตุลาคม-ธันวาคม 2562 เป็นช่วงผลิตเพื่อการค้าของบริษัท สวนละออ จำกัด พบว่า กรีนโอ๊คมีน้ำหนักเฉลี่ยต่อโต๊ะสูงที่สุด คือ 18.15 กิโลกรัม รองลงมาคือ เรดโอ๊ค มีน้ำหนักเฉลี่ยต่อโต๊ะ 17.25 กิโลกรัม คอสมีน้ำหนักเฉลี่ยต่อโต๊ะ 15.66 กิโลกรัม และฟิลเลย์มีน้ำหนักเฉลี่ยต่อโต๊ะ 12.54 กิโลกรัม ตามลำดับ หากพิจารณาต้นทุนการผลิตผักทั้งหมดต่อกิโลกรัมพบว่า พิลเลย์มีต้นทุนการผลิตสูงที่สุด 40.04 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาคือ เรดโอ๊คมีต้นทุนการผลิต 33.76 บาทต่อกิโลกรัม กรีนโอ๊คมีต้นทุนการผลิต 31.13 บาทต่อกิโลกรัม และ คอสมีต้นทุนการผลิต 33.26 บาทต่อกิโลกรัม

การวิเคราะห์ต้นทุนการตลาดและส่วนเหลือการตลาด

การวิเคราะห์ส่วนเหลือการตลาดของบริษัท สวนละออ จำกัด พบว่า มีต้นทุนการผลิตผักสลัดเฉลี่ยทุกชนิดเท่ากับ 33.26 บาทต่อกิโลกรัม ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานขายเฉลี่ย 11.88 บาทต่อกิโลกรัม ค่าเงินเดือนพนักงานฝ่ายขายเฉลี่ย 11.57 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นต้นทุนทั้งหมด 56.71 บาทต่อกิโลกรัม เมื่อพิจารณา ราคาขายเฉลี่ยเท่ากับ 84.11 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้บริษัท สวนละออ จำกัด มีกำไรสุทธิในการขายผัก 27.40 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีต้นทุนการตลาด 23.45 บาทต่อกิโลกรัม และมีส่วนเหลือการตลาด 50.85 บาทต่อกิโลกรัม เมื่อพิจารณาสัดส่วน

ของรายได้พบว่า มีต้นทุนในการผลิตผักสลัดที่ร้อยละ 39.54 มีต้นทุนการตลาดร้อยละ 27.88 และมีกำไรสุทธิร้อยละ 32.58 นั่นคือในการผลิตผักสลัดของบริษัท สวนละอ อ จำกัด มีต้นทุนการผลิตและการตลาดรวมร้อยละ 67.42 ของรายได้

การวิเคราะห์หากำไรสุทธิและจุดคุ้มทุน

การวิเคราะห์กำไรสุทธิและจุดคุ้มทุนของบริษัท สวนละอ อ จำกัด ในช่วงตุลาคม-ธันวาคม 2562 จำแนกตามชนิดผักสลัด โดยคำนวณจากน้ำหนักเฉลี่ยต่อโตะพบว่า เมื่อพิจารณาที่ราคาขาย 84.11 บาทต่อกิโลกรัม คอสมิก้าไรสูงสุด คือ 32.53 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาคือ กรีนโอ๊คมีกำไร 29.53 บาทต่อกิโลกรัม เรดโอ๊คมีกำไร 26.90 บาทต่อกิโลกรัม และฟิลเลย์มีกำไร 20.62 บาทต่อกิโลกรัม

ปริมาณการผลิตคุ้มทุนของผักสลัดแต่ละชนิดเมื่อราคาขายเท่ากับ 84.11 บาทต่อกิโลกรัม จึงเป็นดังนี้ คือ ปริมาณผลผลิตคุ้มทุนของกรีนโอ๊คที่ 11.78 กิโลกรัมต่อโตะ เรดโอ๊คที่ 11.73 กิโลกรัมต่อโตะ ฟิลเลย์ที่ 9.47 กิโลกรัมต่อโตะ และคอสมิก้าไร 9.60 กิโลกรัมต่อโตะ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาราคาคุ้มทุนในกรณีที่มีผลผลิตเฉลี่ยต่อโตะของผักแต่ละชนิดเป็นเช่นนี้ นั่นคือ ราคาคุ้มทุนต่อกิโลกรัมจะเท่ากับต้นทุนทั้งหมดต่อกิโลกรัมด้วย ซึ่งต้นทุนทั้งหมดนี้คือ ต้นทุนการผลิตและต้นทุนการตลาด

การวิเคราะห์หาอัตรากำไรและอัตราผลตอบแทนการลงทุน

การวิเคราะห์อัตรากำไรของการผลิตผักสลัดที่บริษัท สวนละอ อ จำกัด ช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2562 จำแนกตามชนิดผักสลัด เมื่อพิจารณาที่ราคาขาย 84.11 บาทต่อกิโลกรัม และคำนวณจากน้ำหนักเฉลี่ยต่อโตะพบว่า คอสมิก้าไรสูงที่สุดร้อยละ 38.68 รองลงมาคือ กรีนโอ๊คมีอัตรากำไรร้อยละ 35.11 เรดโอ๊คมีอัตรากำไรร้อยละ 31.98 และฟิลเลย์มีอัตรากำไรร้อยละ 24.52 ตามลำดับ หรือโดยเฉลี่ยรวมของผักสลัดทุกชนิดมีอัตรากำไรเท่ากับร้อยละ 32.57

การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนการลงทุนใน

การผลิตผักสลัดแต่ละชนิดพบว่า กรีนโอ๊ค มีอัตราผลตอบแทนสูงที่สุดร้อยละ 271.60 รองลงมาคือ คอสมิก้าไรมีอัตราผลตอบแทนร้อยละ 258.14 เรดโอ๊คมีอัตราผลตอบแทนร้อยละ 235.14 และ ฟิลเลย์มีอัตราผลตอบแทนร้อยละ 131.03 ตามลำดับ หรือโดยเฉลี่ยรวมของผักสลัดทุกชนิดมีอัตราผลตอบแทนการลงทุนเท่ากับร้อยละ 223.98

อภิปรายผล

การศึกษาประสิทธิภาพด้านการผลิตและด้านการตลาดของผักสลัดไฮโดรโปนิกส์บริษัท สวนละอ อ จำกัด พบว่า บริษัท สวนละอ อ จำกัด มีการผลิตที่มีต้นทุนเป็นดังนี้ ต้นทุนทั้งหมดของผักแต่ละชนิดต่อโตะปลูกต่อรอบการผลิต เป็นดังนี้ คือ เรดโอ๊คมีต้นทุนสูงที่สุด 582.31 บาท รองลงมาคือ กรีนโอ๊คมีต้นทุน 565.06 บาท ฟิลเลย์มีต้นทุน 502.11 บาท และคอสมิก้าไรมีต้นทุน 440.50 บาท ตามลำดับ โดยปัจจัยที่ทำให้ต้นทุนแตกต่างกันคือค่าแรงงาน ซึ่งเรดโอ๊คมีค่าแรงงานที่สูงที่สุด ส่งผลให้เรดโอ๊คมีต้นทุนที่สูงที่สุด โดยผักสลัดทุกชนิดมีต้นทุนการตลาดเท่ากันอยู่ที่ 23.45 บาทต่อกิโลกรัม และมีส่วนเหลือการตลาด 50.85 บาทต่อกิโลกรัม โดยผักสลัดแต่ละชนิดจะให้กำไรสุทธิที่แตกต่างกัน คือ เมื่อพิจารณาที่ราคาขาย 84.11 บาทต่อกิโลกรัม คอสมิก้าไรสูงสุด คือ 32.53 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาคือ กรีนโอ๊คมีกำไร 29.53 บาทต่อกิโลกรัม เรดโอ๊คมีกำไร 26.90 บาทต่อกิโลกรัม และฟิลเลย์มีกำไร 20.62 บาทต่อกิโลกรัม สาเหตุที่คอสมิก้าไรสุทธิสูงที่สุด เนื่องจากคอสมิก้าไรต้นทุนการผลิตที่ต่ำที่สุด เมื่อเทียบกับผักสลัดชนิดอื่น

อัตรากำไรเฉลี่ยของผักสลัดเท่ากับร้อยละ 32.57 ซึ่งค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับผลจากการศึกษาของ Bangchoud (2001) ที่ได้ศึกษาอัตรากำไรในการผลิตผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ของกิจการ 2 แห่ง ซึ่งมีอัตรากำไรที่ร้อยละ 20.09 และ 20.86 ตามลำดับ และกำไรสุทธิของบริษัท สวนละอ อ จำกัด สูงกว่าบริษัท ซึ่งศึกษาโดยวิธีนี้มาศ บางขวด แสดงให้เห็นถึง

ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการที่ดีกว่าของบริษัท สวนละออ จำกัด เนื่องจากเป็นการดำเนินธุรกิจในรูปแบบครบวงจรที่มีเจ้าของคนเดียว จึงสามารถควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามระบบที่วางไว้ สามารถควบคุมประสิทธิภาพทั้งในแง่ของคุณภาพสินค้า และต้นทุนได้ตลอดโซ่อุปทาน นอกจากนี้บริษัท สวนละออ จำกัด สามารถประกอบการโดยมีอัตราผลตอบแทนการลงทุน เท่ากับร้อยละ 223.98 ในขณะที่การศึกษาของ Bangchoud (2001) ที่ได้ศึกษาของกิจการ 2 แห่ง มีอัตราผลตอบแทนการลงทุน เท่ากับร้อยละ 13.88 และ 27.38 ตามลำดับ

สรุปผล

การศึกษาเรื่องการจัดการธุรกิจครบวงจรของบริษัท สวนละออ จำกัด กรณีศึกษาผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ ได้จัดทำเพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการจัดการด้านการผลิตและการตลาดผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ของบริษัท สวนละออ จำกัด

ผลการศึกษากาการวิเคราะห์ประสิทธิภาพด้านการผลิตพบว่า บริษัทมีต้นทุนทั้งหมดของผักแต่ละชนิดต่อโตะปลูกต่อรอบการผลิตเป็นดังนี้ เรดโอ๊ค มีต้นทุนสูงที่สุด 582.31 บาท รองลงมาคือ กรีนโอ๊ค มีต้นทุน 565.06 บาท ฟิลเลย์มีต้นทุน 502.11 บาท และคอสมี่มีต้นทุน 440.50 บาท ตามลำดับ และมีต้นทุนการผลิตผักทั้งหมดต่อกิโลกรัมเป็นดังนี้ ฟิลเลย์มีต้นทุนการผลิตสูงที่สุด 40.04 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาคือ เรดโอ๊คมีต้นทุนการผลิต 33.76 บาทต่อกิโลกรัม กรีนโอ๊คต้นทุนการผลิต 31.13 บาทต่อกิโลกรัม และคอสมี่ต้นทุนการผลิต 33.26 บาทต่อกิโลกรัม ผลการวิเคราะห์กำไรสุทธิและจุดคุ้มทุนของบริษัท สวนละออ จำกัด ในช่วงตุลาคม-ธันวาคม 2562 เมื่อพิจารณาที่ราคาขาย 84.11 บาทต่อกิโลกรัม พบว่า คอสมี่กำไรสูงสุด คือ 32.53 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาคือ กรีนโอ๊ค มีกำไร 29.53 บาทต่อกิโลกรัม เรดโอ๊คมีกำไร 26.90 บาทต่อกิโลกรัม และฟิลเลย์มีกำไร 20.62 บาทต่อกิโลกรัม

ผลการศึกษากาการวิเคราะห์ประสิทธิภาพด้านการตลาดพบว่า เมื่อวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน ณ ราคาขายที่ 84.11 บาท พบว่า บริษัท สวนละออ จำกัด มีส่วนเหลือมตลาดร้อยละ 50.85 มีกำไรสุทธิและปริมาณการผลิตค้มนทุนของบริษัท สวนละออ จำกัด ในช่วงตุลาคม-ธันวาคม 2562 จำแนกตามชนิดผักสลัด โดยคำนวณจากน้ำหนักเฉลี่ยต่อโตะ ดังนี้ คอสมี่กำไรสูงสุด คือ 32.53 บาทต่อกิโลกรัม รองลงมาคือ กรีนโอ๊ค มีกำไร 29.53 บาทต่อกิโลกรัม เรดโอ๊ค มีกำไร 26.90 บาทต่อกิโลกรัม และฟิลเลย์ มีกำไร 20.62 บาทต่อกิโลกรัม ปริมาณการผลิตที่คุ้มทุนของผักแต่ละชนิดควรเป็นดังนี้ กรีนโอ๊ค 11.78 กิโลกรัมต่อโตะ เรดโอ๊ค 11.73 กิโลกรัมต่อโตะ ฟิลเลย์ 9.47 กิโลกรัมต่อโตะ และคอสมี่ 9.60 กิโลกรัมต่อโตะ จากต้นทุนการผลิตและปริมาณผลผลิตเฉลี่ยข้างต้น ราคาขายที่เป็นราคาขายคุ้มทุนของผักสลัดแต่ละชนิดเป็นดังนี้ กรีนโอ๊ค 54.58 บาทต่อกิโลกรัม เรดโอ๊ค 57.21 บาทต่อกิโลกรัม ฟิลเลย์ 63.49 บาทต่อกิโลกรัม และคอสมี่ 51.58 บาทต่อกิโลกรัม

จากการวิเคราะห์อัตรากำไรพบว่า คอสมี่อัตรากำไรสูงที่สุดร้อยละ 36.68 รองลงมาคือ กรีนโอ๊คมีอัตรากำไรร้อยละ 35.11 เรดโอ๊คมีอัตรากำไรร้อยละ 31.98 และฟิลเลย์มีอัตรากำไรร้อยละ 24.52 ตามลำดับ และผักสลัดแต่ละชนิดมีอัตราผลตอบแทนดังนี้ กรีนโอ๊ค มีอัตราผลตอบแทนสูงที่สุดร้อยละ 271.60 รองลงมาคือ คอสมี่อัตราผลตอบแทนร้อยละ 258.14 เรดโอ๊ค มีอัตราผลตอบแทนร้อยละ 235.14 และฟิลเลย์มีอัตราผลตอบแทนร้อยละ 131.03 ตามลำดับ

โดยภาพรวมของการวิเคราะห์ประสิทธิภาพทั้งด้านการผลิตและด้านการตลาดพบว่า บริษัท สวนละออ จำกัด สามารถดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับ ผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ได้ดี แม้ว่าสภาพอากาศในช่วงจะไม่เหมาะสม แต่จากผลการศึกษาประสิทธิภาพทางด้านการตลาดยังคงสามารถทำกำไรได้ จึงถือว่ามีความสำเร็จดำเนินงานอยู่ในเกณฑ์ดี

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่มีข้อเสนอแนะต่อบริษัท สวนละออ จำกัด ดังนี้ บริษัทสามารถทำการศึกษาวิจัยเพื่อผลิตเมล็ดพันธุ์ฟิลเลย์ซึ่งมีต้นทุนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับเมล็ดพันธุ์อื่น ๆ ซึ่งจะสามารถลดต้นทุนในส่วนของการผลิตลงได้ นอกจากนี้ยังพัฒนาแนวทาง

การบริหารจัดการแรงงาน เพื่อช่วยลดต้นทุนทางด้านแรงงาน โดยการจัดทำ activities schedule เพื่อจัดสรรการใช้แรงงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเป็นการเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันให้กับธุรกิจอีกด้วย

References

- Angyurekul, N. (2004). *Agribusiness management. Department of Agricultural and Resource Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University.*
- Arkkarayut, P. (2005). *5 trends of foods and drinks in the future.* SCBEIC. www.scbeic.com
- Bangchoud, T. (2001). *Economy analysis of hydroponic vegetable production* [Master's thesis]. Kasetsart University.
- Kamwongsa, A. (2010). *Production and investment guideline of hydroponic vegetable business.* Naka.
- Sangjaruswong, N. (2005). *A study of factors affecting the consumption behavior of hydroponic vegetables of people in Bangkok* [Master's independent study]. Kasetsart University. [in Thai]
- Sateansawad, W. (1998). *Development of plant technology with hydroponics.* National Research council of Thailand. [in Thai]
- Taksinavisut, S. (2005). *Principle of agricultural product marketing.* Department of Agricultural and Resource Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University.
- Thongaram, D. (2004). *Soilless growing: Principles of production management and business production technology in Thailand* (12th ed.). Pimdee Printing Co. [in Thai]
- Thongaram, D. (2007). *Soilless culture in tropics: Production management and technology of production business in Thailand* (3rd ed). Se-Education. [in Thai]



Name and Surname: Monruedee Chantharat

Highest Education: Ph.D. in Environmental Science and Engineering from Gwangju Institute of Science and Technology, Republic of Korea

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Agribusiness Management



Name and Surname: Montri Congtrakultien

Highest Education: MAB, Agribusiness Management, University of The Philippines, Philippines

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Agribusiness Management