

BUSINESS PLAN: PHANURAT SHRIMP FARM

Kittipong PHUPATEE¹

1 The Degree of Master of Management in Entrepreneurship, Faculty of Business Administration, Rangsit University, Thailand; kittipong.p66@rsu.ac.th

ARTICLE HISTORY

Received: 14 June 2024

Revised: 28 June 2024

Published: 12 July 2024

ABSTRACT

Panurut Shrimp Farm is a distributor of quality lobsters which the location of the business Located in the area of Yang Talad District. Kalasin Province At present, consumers tend to consume more shrimp by the target customer group of the business. It is mostly focused on market traders and those who live in the vicinity of their business locations. The shop's products focus on distributing quality lobsters. and is safe for consumers under a reasonable price Business management strategy Various strategies will be used to achieve results according to the business plan, including marketing and the business has studied consumer behavior. By using a salesperson In order to build good relationships with customers, and thus being able to respond correctly to the needs of consumers In terms of finances, the business has a total investment of 5,000,000 baht, which is investment from all inputs. Regarding the return on investment of the business, it is expected that the payback period will be within 1 year, with an internal rate of return (IRR) of 100 percent and a net present value from the investment (NPV) equal to 777,755.93 baht. In addition, the business. There is a strict operational plan to solve various problems that may occur. This makes this business very interesting to invest in.

Keywords: Business Plan, Phanurat Shrimp Farm, Fresh Shrimp

CITATION INFORMATION: Phupatee, K. (2024). Business Plan: Phanurut Shrimp Farm. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(7), 11

แผนธุรกิจ: ฟาร์มเลี้ยงกุ้งภาคธุรกิจ

กิตติพงษ์ ภูพาที¹

1 หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต;
kittipong.p66@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

ฟาร์มเลี้ยงกุ้งภาคธุรกิจ เป็นผู้จำหน่ายกุ้งก้ามกรามที่มีคุณภาพ ซึ่งสถานที่ตั้งของกิจการ ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคมีแนวโน้มในการบริโภคกุ้งกันมากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกิจการ ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มพ่อค้าแม่ค้าในตลาด และผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับที่ตั้งของกิจการ โดยผลิตภัณฑ์ของทางร้านเน้นจัดจำหน่ายกุ้งก้ามกรามที่มีคุณภาพ และมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคภายใต้ราคาที่เหมาะสม กลยุทธ์การบริหารกิจการนั้น จะมีการนำกลยุทธ์ในด้านต่างๆ มาใช้เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามแผนธุรกิจ ได้แก่ ด้านการตลาด และกิจการมีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค โดยการใช้พนักงานขาย เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง ในด้านการเงินกิจการมีเงินทุนทั้งหมด 5,000,000 บาท ซึ่งเป็นเงินลงทุนจากส่วนของเจ้าของทั้งสิ้น ด้านผลตอบแทนจากการลงทุนของกิจการนั้นคาดว่าจะมีระยะเวลาคืนทุนภายใน 1 ปี มีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) อยู่ที่ร้อยละ 100 และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิจากการลงทุน (NPV) เท่ากับ 777,755.93 บาท อีกทั้งกิจการมีการวางแผนการดำเนินการอย่างรัดกุม เพื่อแก้ปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ทำให้ธุรกิจนี้มีความน่าสนใจที่จะลงทุนเป็นอย่างยิ่ง

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, ฟาร์มเลี้ยงกุ้งภาคธุรกิจ, กุ้งสด

ข้อมูลการอ้างอิง: กิตติพงษ์ ภูพาที. (2567). แผนธุรกิจ: ฟาร์มเลี้ยงกุ้งภาคธุรกิจ. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(7), 11

บทนำ

ฟาร์มเลี้ยงกุ้งภาคใต้ เป็นธุรกิจฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีสูงขึ้นในทุกๆ ปีนั้น ได้มีการจัดการจำหน่ายตามขนาดของกุ้ง โดยกุ้งขนาด 13-14 ตัว/กก. ราคา กิโลกรัมละ 500 บาท กุ้งขนาด 15-16 ตัว/กก. ราคา กิโลกรัมละ 360 บาท และ กุ้งขนาด 20 ตัวขึ้นไป/กก. ราคา กิโลกรัมละ 250 บาท และได้มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านพ่อค้าแม่ค้าคนกลาง โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักเป็น พ่อค้าแม่ค้าคนกลาง และกลุ่มเป้าหมายรองเป็นผู้บริโภคที่ออกมาใช้จ่ายตามตลาด โดยทางฟาร์มจะนำกุ้งบางส่วนไปขายตามตลาดนัดคลองถมในพื้นที่ใกล้เคียงและอำเภอใกล้เคียง

ฟาร์มเลี้ยงกุ้งภาคใต้ ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 106 หมู่ 7 บ้านหนองแสง ตำบลเขาพระนอน อำเภอเวียงตาล จังหวัดกาฬสินธุ์ รหัสไปรษณีย์ 46120 โดยมีลักษณะเป็นบ่อเลี้ยงกุ้งขนาด 9,600 ตารางเมตรทางฟาร์มจะนำกุ้งจากฟาร์มไปขายที่ตลาดทุกวัน เวลา 15.00-20.00 น. และสามารถมาซื้อที่บ่อได้ตั้งแต่เวลา 08.00-17.00 น.

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นได้ว่า ฟาร์มเลี้ยงกุ้งภาคใต้ เป็นผู้จำหน่ายกุ้งก้ามกรามที่มีคุณภาพ และมีบริการที่ดีเยี่ยม ซึ่งสถานที่ตั้งของกิจการตั้งอยู่ในพื้นที่แหล่งชุมชนของจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งปัจจุบันมีผู้บริโภคหันมารับประทานกุ้งก้ามกรามเพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี ซึ่งจากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาเรื่อง “แผนธุรกิจ: ฟาร์มเลี้ยงกุ้งภาคใต้” โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจฟาร์มเลี้ยงกุ้งภาคใต้เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจฟาร์มเลี้ยงกุ้งภาคใต้

การทบทวนวรรณกรรม

การพัฒนาการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพของธุรกิจ

พรวิภา วิริยะนันท์ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสด แช่เย็นและแช่แข็งของประเทศไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ผลการศึกษาพบว่า ในปัจจุบันไทยยังคงครองส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับหนึ่งในตลาดสหรัฐอเมริกา แต่ก็ต้องเผชิญกับการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งเป็นอย่างมาก อีกทั้งต้องประสบกับกฎระเบียบที่สหรัฐอเมริกาใช้เพื่อเป็นอุปสรรคทางการค้า

อารดา เทพนรงค์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม พบว่า แนวทางที่ผู้ลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ คือ การเลี้ยงกุ้งก้ามกรามให้เป็นไปตามมาตรฐาน GAP เพื่อให้สามารถส่งเสริมการขายกุ้งก้ามกรามในต่างประเทศได้ซึ่งจะสามารถสร้างรายได้ที่ดีกว่าการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามที่มีคุณภาพขายได้เฉพาะภายในประเทศ ซึ่งถือเป็นการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ (Differentiation Strategy) ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการพัฒนาช่องทางการสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามด้วยกัน เพื่อเป็นพื้นที่ในการแบ่งปันข้อมูล ตอบคำถาม-แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการบริหารจัดการฟาร์ม ซึ่งกรณีของการรวมกลุ่มในรูปแบบชมรมหรือสหกรณ์ก็ถือว่าเป็นศูนย์กลางที่สามารถกระจายข่าวสารให้สมาชิกได้ อีกทั้งตัวเกษตรกรเองควรมีการเรียนรู้ในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ให้เกิดประโยชน์เพื่อการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายในอนาคต นอกจากนี้การลดตัวกลางในการจำหน่ายลงก็ถือเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามได้ด้วยผลกำไรที่เพิ่มมากขึ้น

แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

ฟาร์มเลี้ยงกุ้งภาคใต้ หมายถึง “ฟาร์มเลี้ยงกุ้งภาคใต้” ภาคใต้ เป็นชื่อที่มาจากชื่อของบิดาเจ้าของกิจการ ใช้สัญลักษณ์กุ้งสีส้ม เพื่อให้เด่นชัดและบ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์ที่ขายทำให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงสินค้าได้ง่าย ใช้ตัวอักษรสีดำเพื่อให้ชื่อฟาร์มโดดเด่น ใช้ตัวอักษรตัวสีส้มเพื่อให้ตัดกับพื้นหลัง ใช้พื้นหลังสีขาวเพื่อให้โลโก้เด่นชัดมากขึ้น

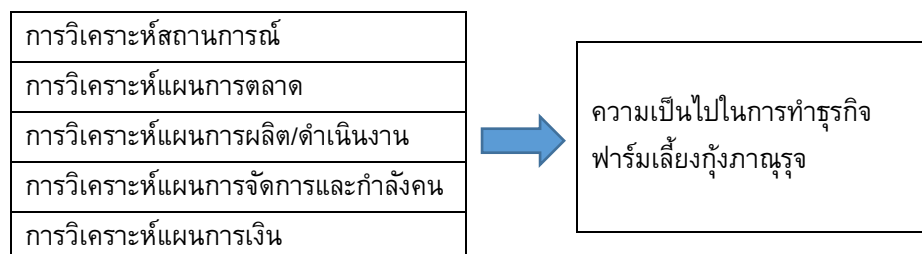
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรินทร์ บุญอรรถนธสาร และ ภคินิจ คุปพิทยานันท์ (2564) ได้ศึกษาเรื่องโครงการเทคโนโลยีอัจฉริยะในการผลิตสัตว์ พบว่า กุ้งก้ามกรามที่เลี้ยงในตะกร้าในบ่อดิน มีการเจริญเติบโตสูงกว่ากุ้งก้ามกรามที่เลี้ยงในระบบคอนโด แต่มีอัตรา

รอดต่ำกว่าเมื่อเทียบกับการเลี้ยงกุ้งคอนโด การที่กุ้งก้ามกรามที่เลี้ยงในตะกร้าในบ่อดินมี อัตราการรอดที่ต่ำกว่าเป็นผลมาจากความแปรปรวนของสภาพอากาศ และคุณภาพน้ำในบ่อดินที่ควบคุมได้ ยากกว่าการเลี้ยงในระบบคอนโดแนวตั้ง โดยสรุปการศึกษานี้ได้พัฒนาเทคโนโลยีระบบการเลี้ยงกุ้งแบบแนวตั้ง และพัฒนาอาหารที่ใช้วัตถุดิบโปรตีนจากพืช แทนปลาป่นในการเลี้ยงกุ้งแบบคอนโด

สาวิภา รัตนกร และคณะ (2566) ได้ศึกษาเรื่องสถานการณ์และปัญหาการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามในเขตอำเภอเมือง อำเภอ ยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในจังหวัดกาฬสินธุ์ยังขาดการนำรูปแบบวิธีการเลี้ยงที่ ถูกต้อง คือ การจัดการฟาร์มและการจัดการคุณภาพน้ำที่เหมาะสมมาใช้ในฟาร์มจึงเห็นควรให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามา สนับสนุนและช่วยเหลือต่อไป

กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

อธิบายกรอบแนวคิดการศึกษา

การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ Porter Five Forces Model และการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด กลยุทธ์ด้าน ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง กำลังการผลิต ปริมาณการผลิต และอัตราการผลิต และขั้นตอนการผลิตหรือการ บริการของธุรกิจ

การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตรา ผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถานการณ์

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (PEST)

1.1) ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal Environment) มาตรการข้อกำหนด ระเบียบต่างๆ ที่ นำมาใช้จะประสบผลสำเร็จเกิดประโยชน์สูงสุดต่อกระบวนการผลิตสัตว์น้ำ ขึ้นอยู่กับทุกภาคส่วนที่จะให้ความสำคัญ มีความรับผิดชอบต่อกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน ตั้งแต่การนำเข้า การเพาะฟัก การอนุบาล การเลี้ยง ร้านค้าปัจจัย การผลิต โรงงานผลิตเพื่อส่งออก และส่วนราชการที่เกี่ยวข้องที่ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติ ล้วนแต่มีผลที่สำคัญทำให้เกิดความยั่งยืนในวงจรธุรกิจการเพาะเลี้ยงกุ้งตลอดไปยิ่งกว่าภาครัฐจะนำกฎหมายไปบังคับใช้แต่ฝ่ายเดียว

(นสพ.กุ้งไทย, 2557)

1.2) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Environment) สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อธุรกิจเลี้ยงกุ้ง ทำให้มีแนวโน้มที่จะขยายตัวมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อธุรกิจฟาร์มเลี้ยงกุ้งในการเติบโต ในขณะที่เดียวกันถ้ารัฐบาลให้ความสนับสนุนอย่างจริงจังในแนวทางดังกล่าวข้างต้น รับรองได้เลยว่าธุรกิจกุ้งจะช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจชาติได้ไม่ยาก จึงถือเป็นโอกาสของฟาร์มเลี้ยงกุ้งภาคธุรกิจ ในการเติบโต และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลช่วยส่งเสริมธุรกิจฟาร์มเลี้ยงกุ้ง (MGRONLINE, 2566)

1.3) ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Environment) เป็นที่รู้กันว่าปัจจุบันมีธุรกิจบุฟเฟต์เกิดขึ้นจำนวนมาก และการแข่งขันสูง ทั้งปริมาณและราคา เป็นเพราะตลาดบุฟเฟต์ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องจากการสังเกตการเติบโตของตลาด ธุรกิจบุฟเฟต์ จะสังเกตเห็นว่าเริ่มมีลูกค้ากลุ่มใหญ่เข้ามาทานบุฟเฟต์มากขึ้น หลังจากสถานการณ์โควิดเริ่มผ่อนคลาย มีการจัดเลี้ยง จัดงานสังสรรค์มากขึ้น (MINJY NA NAKHON, 2565)

1.4) ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technological Environment) เทคโนโลยีการบำบัดน้ำระหว่างการเลี้ยงกุ้งด้วยระบบไบโอฟลอค ทดแทนการเปลี่ยนถ่ายน้ำเพื่อลดของเสียจากตัวกุ้งจากอาหาร ซึ่งจะอยู่ในรูปของแอมโมเนียและไนไตรท์ การนำเอาระบบไบโอฟลอคโดยใช้จุลินทรีย์บำบัดเป็นหัวเชื้อตั้งต้นเข้ามาใช้กับกระบวนการเลี้ยงกุ้ง จึงสามารถรองรับการผลิตได้ที 13-14 ตัน/ไร่/รุ่น ใช้น้ำในการผลิตเพียง 700 ลิตร/การผลิตกุ้ง 1 กิโลกรัม โดยไม่มีการเสียหายของกุ้งจากพิษของค่าแอมโมเนียและไนไตรท์ระหว่างการเลี้ยง ในขณะที่การเลี้ยงกุ้งโดยทั่วไปใช้น้ำ 5,000-9,000 ลิตร/การผลิตกุ้ง 1 กิโลกรัม (Charoen Pokphand Group, 2565)

2) การวิเคราะห์แรงกดดัน 5 ด้าน โดยวิธี Porter's Five Force Model มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1) การแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Industry Competitor) : สูง การแข่งขันในอุตสาหกรรมกุ้งในไทยมีการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยเฉพาะผู้ผลิตกุ้งจากต่างประเทศ และในประเทศที่เน้นการสร้างเอกลักษณ์ของตัวเองเพื่อสร้างจุดยืนและความแข็งแกร่งให้ตัวเองแต่กุ้งก็ยังมีความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี

2.2) อุปสรรคของผู้เข้ามาใหม่ (Threat of New Entrants) : สูง ผู้แข่งขันรายใหม่สามารถเข้ามาได้ง่าย เนื่องจากธุรกิจฟาร์มเลี้ยงกุ้งนั้นไม่ได้มีขั้นตอนการจัดการที่ยุ่งยากมากนัก และไม่มีเงื่อนไขจำกัดทางกฎหมายในการดำเนินธุรกิจ การที่มีคู่แข่งหน้าใหม่ที่น่าสนใจเข้ามาหาธุรกิจในตลาดเดียวกันนี้เป็นเรื่องที่เป็นไปได้ง่าย และในปัจจุบันมีการผลิตและจำหน่ายกุ้งมากขึ้น อีกทั้งผู้ผลิตเจ้าเก่าที่เคยอยู่ในอุตสาหกรรมมาก่อนที่วางกลยุทธ์แข่งขันเพื่อรักษาและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดส่วนรวมไว้ให้มากที่สุด

2.3) อำนาจการต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining power of customer) : สูง ลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองกับผู้ประกอบการสูง เนื่องจากฟาร์มจำหน่ายกุ้งในจังหวัดกาฬสินธุ์มีค่อนข้างมากพอสมควร จึงทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจต่อรองมาก

2.4) อำนาจการต่อรองของผู้จำหน่าย (Bargaining power of supplier) : ต่ำ การที่มีซัพพลายเออร์ในตลาดจำนวนมากและแตกต่างกันไม่มาก เนื่องจากส่วนมากจะขายในราคาขนส่ง ทำให้ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงกุ้ง มีทางเลือกจำนวนมาก และมีอำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายมาก ทำให้ได้ต้นทุนในการซื้อวัตถุดิบถูกลงและได้กำไรที่มากขึ้น

2.5) ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of substitute products) : สูง กุ้งก้ามกรามเป็นสินค้าที่ใช้สำหรับบริโภค เป็นสินค้าที่ใช้ในการประกอบอาหาร จึงมีสินค้าทดแทนกุ้งก้ามกรามให้เลือกบริโภคค่อนข้างสูง เช่น กุ้งขาว กุ้งแชบ๊วย กุ้งทราย กุ้งกุลาดำ กุ้งแม่น้ำ ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีจำหน่ายทั่วไป หาซื้อได้ง่าย และมีจำนวนมาก สินค้าทดแทนจึงมีผลกระทบต่อธุรกิจฟาร์มกุ้งค่อนข้างมาก ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าทดแทนได้ง่าย

3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1) จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

- มีความชำนาญในการเพาะเลี้ยงกุ้งก้ามกราม
- มีการบริการที่เป็นมิตร เอาใจใส่ลูกค้า และให้บริการหลังการขาย
- ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

- สินค้าตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
- สินค้ามีคุณภาพ และคัดสรรมาอย่างดี

3.2) จุดอ่อน (Weaknesses)

- เป็นฟาร์มเปิดใหม่และยังไม่ใช่ที่รู้จักมากเท่าที่ควร
- การเลี้ยงกึ่งกักขังการต้องใช้เวลาเลี้ยง 4-6 เดือนถึงจะเริ่มคัดขนาดและจับกึ่งบางส่วนมาขายในท้องตลาดได้
- ราคาของกึ่งกักขังค่อนข้างสูง
- มีพนักงานน้อย อาจจะไม่สามารถดูแลฟาร์มได้ทั่วถึง
- ยากที่จะให้เป็นที่จดจำแทนร้านที่มีมาอยู่แล้ว

3.3) โอกาส (Opportunities)

- แนวโน้มการบริโภคกึ่งของคนไทยมีเพิ่มมากขึ้นทุกๆ ปี
- เป็นสินค้าที่มีภาพลักษณ์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ
- ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้ทางฟาร์มสามารถนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการเลี้ยงกึ่ง
- ผู้บริโภคใช้สื่อเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบันสามารถประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ได้ ทำให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย
- มีอาชีพ Youtuber influencer หรือนักรีวิวต่างๆ เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้สามารถจ้างมาโฆษณาฟาร์มได้ง่าย

3.4) อุปสรรค (Threats)

- ความผันผวนของเศรษฐกิจในปัจจุบัน
- มีคู่แข่งในการจำหน่ายสินค้าจำนวนมาก
- พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
- ต้นทุนวัตถุดิบสูง
- ปัญหาภัยเป็นโรค

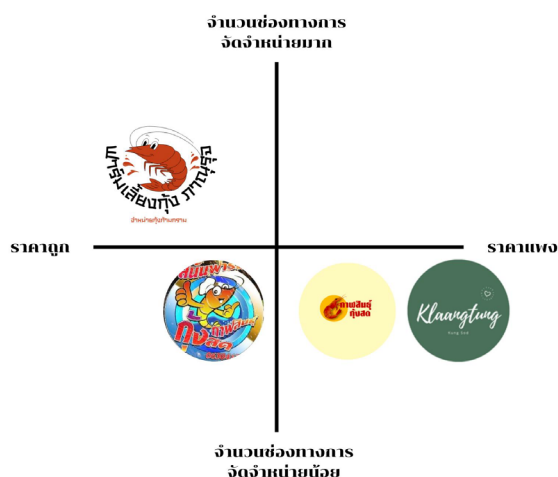
การวิเคราะห์ด้านการตลาด

1) การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

ตลาดกลุ่มเป้าหมายของ ฟาร์มเลี้ยงกึ่งภาณุรุจ จะใช้ตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มพ่อค้า / แม่ค้า (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่มพ่อบ้าน / แม่บ้าน (กลุ่มเป้าหมายรอง) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

2) การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)

จากการวิเคราะห์กลุ่มตลาดเป้าหมายของกิจการ ทำให้สามารถประเมินและกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เมื่อเทียบกับคู่แข่ง โดยใช้เกณฑ์พิจารณาจากราคาขายผลิตภัณฑ์ การมีช่องทางจัดจำหน่าย และปัจจัยหลักอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จึงสามารถกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 ตำแหน่งทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคของฟาร์มเลี้ยงกุ้งภาณุรุจ

2.1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

ธุรกิจใช้กลยุทธ์ที่ยึดหลักสร้างความแตกต่าง โดยกุ้งก้ามกรามของทางฟาร์มนั้นจะเลี้ยงในบ่อดินและมีการนำแม่พันธุ์กุ้งก้ามกรามจากกรมประมง ซึ่งแม่พันธุ์กุ้งก้ามกรามที่ได้นั้นจะต้องสมบูรณ์ แข็งแรง ตัวใหญ่ เพื่อให้ถ่ายทอดสู่รุ่นลูก เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นกับความรู้สึกของลูกค้าถึงความแตกต่างจากกุ้งก้ามกรามที่มีในตลาดทั่วไป

2.2) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

ธุรกิจเน้นการขายสินค้าแบบปลีกให้แก่บริโภค ในราคาที่ใกล้เคียงกับคู่แข่งและสูงกว่าสินค้าเกษตรทั่วไปไม่มากนัก รวมทั้งเน้นย้ำให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภคสินค้าที่สดสะอาด ผ่านมาตรฐาน GAP เพื่อสร้างคุณค่าให้ผู้บริโภครู้สึกถึงคุณภาพของสินค้า จนเกิดความพึงพอใจและยินดีที่จะจ่ายเงินในระดับราคาที่ทางฟาร์มกำหนดไว้ โดยราคาสินค้าเริ่มต้นและการขึ้นราคาในอนาคตจะพิจารณาตามความเหมาะสมของต้นทุนทั้งกระบวนการ และอ้างอิงให้อยู่ในระดับใกล้เคียงกับตลาดทั่วไปและคู่แข่ง

กลยุทธ์การตั้งราคาต่ำกว่า ทางฟาร์มมีการตั้งราคาที่เหมาะสมเพื่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้กลยุทธ์ราคาที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งและคุณภาพที่เทียบเท่ากัน

2.3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ธุรกิจได้เลือกช่องทางการจัดจำหน่ายแบบจำหน่ายจากผู้ผลิตถึงพ่อค้าคนกลางและผู้บริโภคโดยตรง (Door to Door Selling) เป็นการจัดจำหน่ายโดยมีคนกลางเข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นช่องทางที่ใช้จัดจำหน่ายสินค้าไม่มากนักเหมาะกับพ่อค้าคนกลางหรือพ่อค้าแม่ค้าตลาดสดที่จะนำกุ้งมาขายทางอ้อม โดยผู้ซื้อสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์ เพจเฟซบุ๊ก ไลน์ และเดินทางมาซื้อที่ฟาร์ม โดยจะเจ้าของกิจการรับคำสั่งซื้อในส่วนนี้ แล้วทำการนัดวันเวลาให้กับลูกค้าแต่ละพื้นที่

2.4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

ฟาร์มเลี้ยงกุ้ง ภาณุรุจ เป็นฟาร์มที่น่ากุ้งแม่พันธุ์จากกรมประมงมาเลี้ยง ซึ่งเป็นกุ้งได้รับมาตรฐานและแข็งแรง ตัวใหญ่ เนื้อแน่น ทางฟาร์มเราจะมีกลยุทธ์ทางการส่งเสริมการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาผ่าน Facebook โดยการใช้การโฆษณาภาพถ่ายสินค้า และวิดีโอแนะนำสินค้า เพื่อที่จะให้ฟาร์มของเรานั้น เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

การวิเคราะห์แผนการผลิต

1) กำลังการผลิต/บริการ ปริมาณการผลิต/บริการ และ อัตราการผลิต/บริการ

โดยการประมาณการความจุของกุ้งในแต่ละบ่อมีความจุอยู่ที่ 800 กิโลกรัมต่อบ่อต่อปี ซึ่งทางฟาร์มมีบ่อเลี้ยงกุ้งทั้งหมด 3 บ่อ จะมีกำลังการผลิตสูงสุดเท่ากับ 2,400 กิโลกรัมต่อปี และค่อยๆ เพิ่มขึ้นไปทุกๆ ปี ตามลำดับ แต่ปีนั้นจะเพิ่มขึ้นตามคุณภาพของอาหารและการบำรุงเลี้ยงดูของทางฟาร์ม ซึ่งทำให้กุ้งได้น้ำหนักตามเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้ โดยระยะเวลา 1 ปี ผลิตได้ 2,400 กิโลกรัม เวลาทำการปีละ 360 วัน รวมกำลังการผลิตสูงสุดปีละ 2,400 กิโลกรัม

ที่มา : จากการแทนค่า = (การผลิตจริงต่อปี / กำลังการผลิตสูงสุดต่อปี) * 100

(จำนวนการผลิตจริงจะเพิ่มขึ้น 3% ต่อปี)

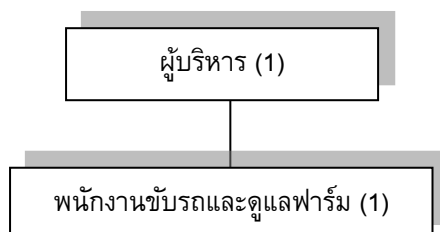
2) ขั้นตอนการผลิต/บริการ

ขั้นตอนการผลิตของฟาร์มเลี้ยงกิ้งก่าภูมิจุจ สามารถอธิบายกระบวนการผลิตได้ดังนี้ 1) การจัดเตรียมบ่อเลี้ยงกิ้งก่านั้น ต้องเริ่มจากการทำให้บ่อแห้งเพื่อกำจัดศัตรูกิ้ง ได้แก่ ปลา กบ เขียด เป็นต้น จากนั้นนำปูนขาวมาหว่านและตากบ่อไว้เพื่อให้ของเสียพวกสารอินทรีย์ที่หมักหมมอยู่พื้นบ่อสลายตัวไป และเพื่อปรับสภาพดินให้เหมาะกับการเลี้ยงกิ้ง 2) หลังจากตากบ่อและใส่ปูนขาวประมาณ 2-4 สัปดาห์ จึงปล่อยน้ำลงบ่อโดยกรองด้วยอวนไนลอน เพื่อป้องกันศัตรูกิ้งที่ปนมากับน้ำและใส่ปุ๋ยเคมีละลายน้ำแล้วสาดให้ทั่วบ่อ ปล่อยทิ้งไว้ 1 สัปดาห์ เพื่อให้เกิดอาหารธรรมชาติแล้วค่อยนำกิ้งมาปล่อยลงบ่อเลี้ยง 3) การปล่อยลูกกิ้งลงบ่อ จะทำในช่วงที่สภาพอากาศไม่ร้อนเกินไป เช่น เวลาเช้า หรือเย็น โดยนำถุงบรรจุพันธุ์กิ้งไปแช่ในบ่อที่จะเลี้ยงประมาณ 20 นาที เพื่อปรับอุณหภูมิของน้ำในถุงและน้ำในบ่อให้เท่ากัน จากนั้นตักน้ำในบ่อมาผสมกับน้ำในถุงอย่างช้าๆ ก่อนปล่อยพันธุ์กิ้งลงบ่อ เพื่อช่วยให้กิ้งสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพน้ำในบ่อเลี้ยงและมีอัตราการรอดมากขึ้น 4) ลูกกิ้งที่ปล่อยลงบ่อในระยะแรกสามารถให้อาหารธรรมชาติที่เกิดจากการใส่ปุ๋ยขณะเตรียมบ่อได้และให้อาหารสมทบ เนื่องจากอาหารธรรมชาติอาจไม่เพียงพอ 5) หลังจากปล่อยกิ้งลงเลี้ยงในบ่อประมาณ 4-6 เดือนขึ้นไป จึงทยอยจับกิ้งที่ได้ขนาดขายและทยอยจับเดือนละครั้ง 6) คัดเลือกกิ้งที่ได้ขนาดออกมาขาย 7) จากนั้นนำกิ้งออกจำหน่ายตามรายการสั่งซื้อของลูกค้า

การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงกิ้งก่าภูมิจุจได้ใช้โครงสร้างองค์กรแบบง่าย (Simple Structure) คือ มีเจ้าของเป็นผู้บริหารและมีพนักงานเป็นผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งมีจำนวนไม่มาก สามารถสรุปตำแหน่งในบริษัท และพนักงานในตำแหน่งต่างๆ ตามโครงสร้างองค์กรดังรูปภาพ



ภาพที่ 3 แสดงแผนภูมิองค์กรของธุรกิจฟาร์มเลี้ยงกิ้งก่าภูมิจุจ

การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 5 ล้านบาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 1,105,000 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 1,172,294 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 1,243,687 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 1,319,427 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 1,399,780 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 284,590 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 327,561 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 373,329 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 422,067 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 473,959 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 1 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) เท่ากับ 777,755.93 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับ ร้อยละ 100

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงกิ้งก่าภูมิจุจภายใต้เงื่อนไขที่ธุรกิจกำหนดขึ้น มีความเป็นไปได้ในการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิมล ทองพลี (2554) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์

เปรียบเทียบต้นทุนผลตอบแทนของการลงทุนเลี้ยงกุ้งขาวระหว่างวิธีการเลี้ยงแบบเดียวกับวิธีการเลี้ยงแบบผสมผสาน จากการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน พบว่า การเลี้ยงกุ้งขาววิธีการเลี้ยงเดี่ยว มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) โดยใช้อัตราคิดลดที่ร้อยละ 7 เป็นบวกเท่ากับ 2,062,740.90 บาท ระยะเวลาคืนทุน (PB) 2 ปี 8 เดือน 17 วัน อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ร้อยละ 31.62 วิธีการเลี้ยงแบบผสมผสานมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) โดยใช้อัตราคิดลดที่ร้อยละ 7 เป็นบวกเท่ากับ 4,243,583.86 บาท ระยะเวลาคืนทุน (PB) 1 ปี 4 เดือน 29 วัน อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ร้อยละ 82.05 การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การเลี้ยงกุ้งขาววิธีการเลี้ยงแบบผสมผสานให้ผลตอบแทนสูงกว่าวิธีการเลี้ยงกุ้งขาวแบบเดี่ยว และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารดา เทพณรงค์ (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม: กรณีศึกษาการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ธุรกิจการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามซึ่งเป็นธุรกิจต้นน้ำในระบบอุตสาหกรรมเป็นส่วนที่มีอำนาจในการต่อรองที่ต่ำที่สุด ซึ่งส่งผลให้มูลค่าผลตอบแทนที่ได้รับในการดำเนินธุรกิจมีผลกำไรที่น้อยตามไปด้วย และผลประโยชน์ส่วนใหญ่จะตกเป็นของพ่อค้าคนกลาง / แพกุ้ง ดังนั้นจากการวิเคราะห์สภาพการณ์ต่าง ๆ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจได้จากการใช้จุดแข็งที่มีในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการรับรองมาตรฐาน GPA ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มมูลค่าผลผลิตและสร้างมาตรฐานในการส่งออกให้กับผลผลิตกุ้งก้ามกรามของเกษตรกรไทยได้ ขณะเดียวกันเทคโนโลยีการสื่อสารที่ดีที่สามารถช่วยให้การกระจายข้อมูลเป็นไปได้อย่างราบรื่นและทั่วถึงจะทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามสามารถเข้าถึงและเข้าใจผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ฟาร์มเลี้ยงก้ามกราม มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ จากการศึกษาด้านการวิเคราะห์ PEST และ Porter's Five Forces พบว่า ธุรกิจฟาร์มเลี้ยงก้ามกรามมีโอกาสสูง เนื่องจากปัจจุบันมีธุรกิจบุฟเฟ่ต์เกิดขึ้นจำนวนมาก และการแข่งขันสูง ทั้งปริมาณและราคา เป็นเพราะตลาดบุฟเฟ่ต์ยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง จากการสังเกตการเติบโตของตลาด ธุรกิจบุฟเฟ่ต์ จะสังเกตเห็นว่าเริ่มมีลูกค้ากลุ่มใหญ่เข้ามาทานบุฟเฟ่ต์มากขึ้น หลังจากสถานการณ์โควิดเริ่มผ่อนคลาย มีการจัดเลี้ยง จัดงานสังสรรค์มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามต้องระมัดระวังกับการแข่งขันที่สูงและพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค เพื่อปรับแก้กลยุทธ์ทางการตลาดและการบริหาร เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน
- 2) ด้านการวิเคราะห์ด้านการตลาด จากการศึกษาด้านการตลาด พบว่า ตลาดกลุ่มเป้าหมายของ ฟาร์มเลี้ยงก้ามกราม จะใช้ตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มพ่อค้าแม่ค้า (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และกลุ่มพ่อบ้าน/แม่บ้าน (กลุ่มเป้าหมายรอง) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยการเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีและความสดใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการกุ้งที่ สด สะอาด และปลอดภัย
- 3) ด้านการวิเคราะห์ด้านการผลิต จากข้อมูลการผลิตและบริการของธุรกิจฟาร์มเลี้ยงก้ามกราม พบว่า สามารถผลิตกุ้งได้ประมาณประมาณ 2,400 กิโลกรัมต่อปี โดยมขั้นตอนการให้บริการที่ร้านมีต้อนรับลูกค้าด้วยคำทักทายที่สุภาพและให้คำแนะนำเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม
- 4) ด้านการวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน การจัดการและกำลังคนในธุรกิจฟาร์มเลี้ยงก้ามกราม โดยการปรับปรุงแผนการจัดการ เพื่อสร้างความเข้าใจและความชัดเจนในบทบาทและหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งงาน เพื่อให้ธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมกุ้ง
- 5) ด้านการวิเคราะห์ด้านการเงิน พบว่า โครงการมีผลตอบแทนดีในระยะยาว ควรพิจารณาเพิ่มเติมกับการลงทุนเพื่อเพิ่มกำไรสุทธิและสร้างมูลค่าในระยะยาว ด้วยการให้ความสำคัญกับการจัดการความเสี่ยงและการบริหารการเงินอย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- จิตวัฒน์ สืบเสนาะ. (2562). การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม. สืบค้นจาก <http://oservice.skru.ac.th/ebookft/247/chapter2.pdf>.
- ชนินทร์ นีรภัย. (2564). การวิเคราะห์ STP. สืบค้นจาก <https://www.thespidery.co/post/stp-marketing>.
- ดำรงเกียรติ มลาร. (2564). เศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สี่ ทั้งปี 2564 และแนวโน้ม ปี 2565. สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=12289.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2566). สถานการณ์กุ้งก้ามกรามในปัจจุบัน. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/agriculture/agricultural-products/2751832>.
- พรวิภา วิริยะนันท์. (2558). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกกุ้งสด แช่เย็นและแช่แข็งของประเทศไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- พลึงเกษตร. (2565). พันธุ์กุ้งก้ามกราม. สืบค้นจาก https://www.palangkaset.com/สัตว์น้ำ/พันธุ์_กุ้งก้ามกราม-1.
- สาวิภา รัตนกร, บุญถม ทับสมบัติ, จักรินทร์ ตรีอินทอง, พัชรี มงคลวัย และ เกษม เขตตะวัน. (2566). สถานการณ์และปัญหาการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามในเขตอำเภอเมือง อำเภอปางศิลาทอง จังหวัดกำแพงเพชร. วารสารแก่นเกษตร, 51(1), 27-36.
- สุชัยวิชช์ เตชะภัทรโรดม. (2564). เยี่ยมชมและต้องการเรียนรู้การเพาะ ลูกกุ้งก้ามกราม และ กุ้งขาว ไทยมาโคร BKS FARM. สืบค้นจาก <https://www.palangkaset.com/>.
- สุรินทร์ บุญอนันตสร และ ภคินี คุปพิทยานันท์ (2564). โครงการเทคโนโลยีอัจฉริยะในการผลิตสัตว์. รายงานการวิจัย. สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สุวิมล ทองพลี. (2554). การวิเคราะห์เปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนเลี้ยงกุ้งขาวระหว่างวิธีการเลี้ยงแบบเดียวกับวิธีการเลี้ยงแบบผสม. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- สำนักข่าว อินโฟเควสท์ (IQ). (2566). แนวโน้ม การส่งออกกุ้งของ ไทยในปี 2566. สืบค้นจาก <https://www.foodfocusthailand.com/news/export>.
- อาร์ดา เทพณรงค์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม: กรณีศึกษาการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- MGR Online. (2566). สมาคมกุ้งไทย ชี้นำ 66 ผลผลิตกุ้งทรงตัว 2.8 แสนตัน คาดปีหน้าดีขึ้น แนวโน้มตลาดสหรัฐฯฟื้น. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/news1/detail/9660000107414>.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2024 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).