แนวทางทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้านโรเบิร์ต ฟาร์ม จังหวัดนครราชสีมา
Marketing approaches to increase sales volume of Robert's Farm, Nakhonratchasima

สมฤทัย รัตนาภรณ์ [1]
สุวัฒน์ จิตต์ปราณีชัย [2]

บทคัดย่อ

การศึกษาอิสระเรื่อง แนวทางทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายร้าน โรเบิร์ต ฟาร์ม จังหวัดนครราชสีมา เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพควบคู่กับการปฏิบัติการ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกของผู้บริโภคชุดสลัดผักไฮโดรโปนิกส์ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา โดยใช้แนวคิดสุนทรียสาธก (AI: Appreciative Inquiry) และศึกษาหาแนวทางทางการตลาดในการเพิ่มยอดขายชุดสลัดผักไฮโดรโปนิกส์ให้กับร้าน โรเบิร์ต ฟาร์ม ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ร่วมกับการสังเกตการณ์จากหน่วยวิเคราะห์ จำนวน 41 ราย แบ่งเป็นแบบเจาะจง จำนวน 4 ราย และแบบบังเอิญจำนวน 37 ราย พร้อมศึกษาจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตามทฤษฎีต่างๆ โดยการศึกษาในครั้งนี้มีการปฏิบัติจริงควบคู่กับการศึกษา ซึ่ง ผลจากการศึกษาสามารถวางแนวทางในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายได้ทั้งสิ้น จำนวน 7 กิจกรรม โดยมีทั้งกิจกรรมที่ปฏิบัติได้จริงและกิจกรรมที่วางแผนปฏิบัติไว้ในอนาคต โดยผลจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ สามารถทำให้ยอดขายของทางโรเบิร์ต ฟาร์ม เพิ่มขึ้นจากยอดขายเดิม 76 ชุด เป็น 129 ชุด คิดเป็น 1.7 เท่าจากยอดขาย โดยมีระยะเวลาการศึกษาตั้งแต่เดือน มีนาคม – พฤษภาคม พ.ศ.2558

คำสำคัญ: เพิ่มยอดขาย การตลาด สุนทรียสาธก

Abstract

The independent study regarding the marketing approaches to increasing sales volume of Robert's Farm, Nakhonratchasima. This study was qualitiative and practiced research were purposed to investigate positive experience and determine marketing path way to increase sales volume of Robert's Farm by applying the concept of Appreciative Inquiry. Subsequently, the data was obtain by interview the owner of business and the customers who consume hydroponics salad set with 41 samples and studied theoretical background. And subsequent analysis, the obtained data were analyzed along with field test. The work was operated from the procedure by designing a project from the brainstorming of all employees in the store and designed from the process of Appreciate Inquiry in total 7 projects. Which are practical projects and there will be some projects that are expected to be end. The results of projects are able to achieve the sales volume of 1.7 times from 76 into 129 sets since March to May, 2015 in study period.

Keywords: Increase sales, Marketing, Appreciative Inquiry

[1] *นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น Email: r.somreuthai@gmail.com Tel.0895785266*

[2] *รองศาสตราจารย์ ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*

บทนำ

ปัจจุบันกระแสการรักสุขภาพได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จึงทำให้พฤติกรรมการเลือกซื้อ หรือพฤติกรรมการบริโภคของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป เช่น การบริโภคอาหารโดยนับตามจำนวนกิโลแคลอรี่ การรับประทานอาหารคลีน รวมไปถึงการรับประทานผักและผลไม้ที่ได้รับความนิยมมากขึ้น ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์อย่างมากมายที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในกระแสดังกล่าว หากกล่าวถึงผัก หรือ ผลไม้นั้น ดังจะเห็นได้อย่างแพร่หลายในปัจจุบันที่มีการปลูกในระบบต่างๆ หนึ่งในระบบที่ได้รับความนิยม คือ ระบบไฮโดรโปนิกส์ที่สามารถผลิตได้ด้วยตนเอง และไม่ยุ่งยากมากนัก เพราะ การผลิตผักด้วยระบบไฮโดรโปนิกส์นั้นจะเป็นการปลูกโดยไม่ใช้ดิน แต่อาศัยการละลายธาตุอาหารผ่านทางน้ำ จึงทำให้ไม่มีปัญหาเรื่องดินเค็ม หากแต่ต้องควบคุมสารอาหารละลายให้อยู่ในปริมาณที่พอดี เพื่อคุณภาพของผัก และความปลอดภัยของผู้บริโภค

ทั้งนี้ [1] มีหน่วยงาน และบริษัทต่างๆ เข้ามาลงทุนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากขึ้นในช่วงที่ผ่านมา โดยภาคธุรกิจการเกษตร ถือเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่นักธุรกิจให้ความสนใจอย่างมาก โดยเฉพาะระบบการเกษตรแนวใหม่ กอปรกับกระแสการรักสุขภาพของประชาชนในปัจจุบัน จึงทำให้ธุรกิจในภาคการเกษตรมีการแข่งขันสูงขึ้น ด้วยเหตุนี้ ทางร้าน โรเบิร์ต ฟาร์ม ซึ่งเป็นธุรกิจของผู้ศึกษาเพิ่งอยู่ในขั้นเริ่มต้นและได้มีการจัดจำหน่ายไปเมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา โดยทางร้านเป็นทั้งผู้ผลิต และผู้จำหน่ายด้วยตนเอง ซึ่งมีกำลังการผลิตต่อสัปดาห์อยู่ที่ 5-6 กิโลกรัม และสามารถเก็บเกี่ยวผักไฮโดรฯ จำหน่ายได้อาทิตย์ละ 1 ครั้งเท่านั้น รวมถึงเนื่องจากทางร้านยังไม่มีการจำหน่ายหน้าร้าน อาศัยเพียงการจำหน่ายผ่านคนรู้จักเท่านั้น ทำให้ยังไม่สามารถสร้างยอดขายได้มากนัก ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จึงเป็นโอกาสที่ทางร้านจะสามารถหาแนวทางในการเพิ่มยอดขายให้กับทางร้านได้มากขึ้นกว่าเดิม และสามารถรับมือกับการแข่งขันในปัจจุบันได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาประสบการณ์เชิงบวกของผู้บริโภคชุดสลัดผักไฮโดรโปนิกส์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาหาแนวทางทางการตลาดในการเพิ่มยอดขายชุดสลัดผักไฮโดรโปนิกส์ ร้านโรเบิร์ต ฟาร์ม จ.นครราชสีมา

วิธีดำเนินงาน

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพควบคู่กับการปฏิบัติการ เพื่อหาแนวทางทางการตลาดในการเพิ่มยอดขายชุดสลัดผักไฮโดรโปนิกส์ให้กับทางร้าน โรเบร์ต ฟาร์ม โดยการนำกระบวนการทางสุนทรียสาธกมาประยุกต์ใช้ ร่วมกับทฤษฎีทางการตลาดต่างๆ ซึ่งมีวิธีการ ดังนี้

1. ขอบเขตการศึกษา

1.1 ด้านเนื้อหา ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีทางการตลาด กระบวนการสุนทรียสาธก [2] และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง [3]

1.2 ด้านหน่วยวิเคราะห์ มีจำนวนทั้งสิ้น จำนวน 41 ราย แบ่งออกเป็น

(1) แบบเจาะจง จำนวน 4 ราย (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของทาง โรเบิร์ต ฟาร์ม)

(2) แบบบังเอิญ จำนวน 37 ราย (ลูกค้าร้านคู่แข่ง 2 ร้าน จำนวน 30 ราย และลูกค้าโรเบิร์ต ฟาร์ม จำนวน 7 ราย)

1.3 ด้านสถานที่ ทำการศึกษาร้านคู่แข่งที่ขายชุดสลัดผักไฮโดรโปนิกส์ ในเขต ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา

1.4 ด้านระยะเวลา ทำการศึกษาในช่วงเดือน มีนาคม – พฤษภาคม พ.ศ. 2558

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.1 บทสัมภาษณ์ เพื่อค้นหาประสบการณ์เชิงบวกจากหน่วยวิเคราะห์ทั้ง 41 ราย โดยนำแนวคิดสุนทรียสาธกมาประชุกต์ใช้ ซึ่งได้คำถาม “ทำไมท่านถึงเลือกซื้อชุดสลัดผักไฮโดรโปนิกส์ร้านนี้” จะทำให้ได้จุดร่วมจากผลสัมภาษณ์ แล้วนำข้อมูลที่ได้นั้นมาคัดเลือกหาจุดโดดเด่น เพื่อการออกแบบกิจกรรมทางการตลาดในการเพิ่มยอดขายของโรเบิร์ต ฟาร์ม ต่อไป

2.2 ตารางแผนการปฏิบัติจริง จะเป็นเครื่องมือในการออกแบบกิจกรรมที่ได้มาจากการระดมความคิดของทางร้าน เพื่อควบคุมการดำเนินกิจกรรม โดยในตารางนี้จะมีการระบุถึงชื่อกิจกรรม ระยะเวลาแล้วเสร็จ และการมอบหมายหน้าที่ให้ผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจนในแต่ละกิจกรรมอีกด้วย โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 จดบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ พร้อมร่วมสังเกตการณ์

3.2 รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งสารสนเทศต่างๆ ตามแนวคิด ทฤษฎีทางการตลาด และแนวคิดทางสุนทรียสาธก ได้แก่ แนวคิดสุนทรียสาธก (AI: Appreciative Inquiry) ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอก (PESTE Analysis) ทฤษฎีการวิเคราะห์แรงกดดัน 5 ประการ (Five Forces Model) ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) การวิเคราะห์องค์กรหรือหน่วยงาน (SOAR Analysis) หลักสำคัญ 7 ประการในการสื่อสาร (7C’s of communication) ทฤษฎีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitiative Research) การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) และการปฏิบัติการทางสังคม (Social Laboratory) รวมทั้งศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางทางการตลาดในการเพิ่มยอดขายให้กับทางร้านโรเบิร์ต ฟาร์มต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 จากบทสัมภาษณ์ จะนำผลสัมภาษณ์ที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหาโดยการตีความหมายจากการจดบันทึกการสัมภาษณ์ ร่วมกับกระบวนการทางสุนทรียสาธก เพื่อได้มาซึ่งจุดร่วม และจุดโดดเด่น

4.2 นำข้อมูลที่ได้ และมีอยู่มาประมวลผลตามทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษา

1. การค้นหาสิ่งดีๆ (Discovery) ตามกระบวนการสุนทรียสาธก โดยใช้ 4D Model ซึ่งจากการสัมภาษณ์หน่วยวิเคราะห์ทั้งหมด สามารถพบจุดร่วมได้ทั้งหมด 25 ปัจจัย รายละเอียดตามตารางที่ 2

เมื่อได้จุดร่วมทั้งหมด จะนำมาพิจารณาเพื่อเฟ้นหาจุดโดดเด่น ซึ่งที่เป็นจุดที่ทางร้านเห็นถึงความสำคัญ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมมากที่สุด โดยนำจุดโดดเด่นที่ได้มาทำการออกแบบกิจกรรมเพื่อเป็นแนวทางทางการตลาดในการเพิ่มยอดขายชุดสลัดผักไฮโดรโปนิกส์ร้านโรเบิร์ต ฟาร์ม ได้แก่ 1) น้ำสลัด 2) ความมีชื่อเสียง 3) การนำไปเป็นของฝาก 4) ความปลอดภัย และ 5) ความสะดวกในการเข้าถึง

2. การวาดฝัน (Dream) จากการค้นพบจุดร่วม และได้จุดโดดเด่นมาแล้วนั้น สิ่งต่อไปคือกระบวนการของการวาดฝันของธุรกิจ ซึ่งสามารถสรุปออกมาได้ตามตารางที่ 3

เมื่อได้ทำการวาดฝันตาม SOAR Analysis เรียบร้อยแล้ว จึงจะนำมาเข้ากระบวนการทางสุนทรียสาธกต่อไป ซึ่งจะเป็นการออกแบบกิจกรรมดังกล่าวเพื่อให้บรรลุตามฝันที่ได้วาดได้ โดยทางผู้ศึกษาสามารถออกแบบกิจกรรมออกมาได้ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4

3. ผลจากการปฏิบัติงาน จากการศึกษาเชิงคุณภาพควบคู่กับการปฏิบัติการในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งได้เกิดกิจกรรมทั้งสิ้น จำนวน 7 กิจกรรม จึงสามารถสรุปรายละเอียดได้ ดังนี้

3.1 ยอดขาย จากการดำเนินธุรกิจในอดีตเมื่อเดือน มกราคม 2558 ที่ผ่านมา ทางโรเบิร์ต ฟาร์มมียอดขายจำนวนทั้งสิ้น 76 ชุด แต่เมื่อได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆที่ได้ศึกษาและได้ปฏิบัติจริงนั้น ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นจากเดิม 76 ชุด เป็น 129 ชุด คิดเป็นเงินทั้งสิ้น จำนวน 15,331 บาท และสามารถเพิ่มยอดขายได้ 1.7 เท่า ซึ่งได้สูงกว่าเป้าหมายที่ต้องการจะเป็น

3.2 ทางเพจร้านโรเบิร์ต ฟาร์ม มีการรับรู้มากขึ้น สังเกตได้จากการกดไลค์ หรือการแชร์โพสต์ต่างๆ ซึ่งปัจจุบันมีลูกเพจจำนวน 53 คน

3.3 ความครอบคลุมของกิจกรรม เนื่องจากเป็นการศึกษาแนวทางทางการตลาด ซึ่งผลการศึกษาทำให้พบว่ากิจกรรมที่ได้ออกแบบมีความครอบคลุมตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P และสามารถตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าได้โดยอ้างอิงจากข้อมูลที่ได้จากการค้นหาประสบการณ์เชิงบวก

สรุป

จากการดำเนินกิจกรรมทั้งหมด 7 กิจกรรม สามารถแบ่งกิจกรรมออกได้ 2 ประเภท คือ 1) กิจกรรมที่ได้ทั้งจากการระดมสมอง จำนวน 2 กิจกรรม และ 2) กิจกรรมจากกระบวนการสุนทรียสาธก จำนวน 5 กิจกรรม โดยมีกิจกรรมบางกิจกรรมที่ได้ดำเนินการและประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดี และบางกิจกรรมที่ได้วางแผนไว้ปฏิบัติในอนาคต เนื่องจากความไม่พร้อมของผู้รับผิดชอบกิจกรรมนั้นๆ ซึ่งได้แก่ กิจกรรม The combination of life โดยทางผู้ศึกษาได้วางแผนที่จะเริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ.2558 เป็นต้นไป จากการดำเนินกิจกรรมทั้งหมดที่ได้กล่าวนั้นสามารถเพิ่มยอดขายชุดสลัดผักให้กับทางร้านโรเบิร์ต ฟาร์ม จังหวัดนครราชสีมาได้ 1.7 เท่า จากเดิม 76 ชุด เป็น 129 ชุด คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 15,331 บาท ซึ่งได้ผลลัพธ์ที่สูงกว่าเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ทางผู้ศึกษาขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์สุวัฒน์ จิตต์ปราณีชัย ที่ให้คำแนะนำและแนะแนวทางที่มีประโยชน์มาอย่างสม่ำเสมอ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ภายในรั้ววิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการแห่งนี้ รวมถึงพี่ๆ เจ้าหน้าที่ทุกท่านที่คอยบริการ สนับสนุนความสำเร็จอยู่เบื้องหลังทั้งหมด ขอบคุณหน่วยวิเคราะห์ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ขอบคุณเพื่อนๆในชั้นเรียน เพื่อนๆในกลุ่ม ที่คอยเป็นกำลังใจ และคอยช่วยเหลือกันและกันเสมอมา และสุดท้ายขอขอบคุณครอบครัวที่ให้การสนับสนุนในการศึกษา และทุกเรื่องที่เกิดขึ้นในชีวิต ทำให้การศึกษาในครั้งนี้สามารถดำเนินการไปได้อย่างราบรื่น

เอกสารอ้างอิง

[1] สกุลรัตน์ ธรรมแสง. (2555). **การบริหารธุรกิจผักไฮโดรโปนิกส์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและการพัฒนาเชิง อุตสาหกรรม**. ปริญญามหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

[2] Cooperrider, D.L. and Whitney, D. (1999). **Appreciative Inquiry**. San Francisco: Berret-Koehler.

[3] นันทตา พรแสงสุวรรณ. (2553). **รูปแบบการส่งเสริมผักไฮโดรโพนิกส์ในชุมชนบ้านหนองจอก ตำบลบ้านปทุม อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี**. ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ตารางที่ 1 แผนการปฏิบัติจริงของร้านโรเบิร์ต ฟาร์ม

แผนการปฏิบัติจริงของร้านโรเบิร์ต ฟาร์ม				
ลำดับ	**กิจกรรม**	**ผู้รับผิดชอบ**	**ระยะเวลาแล้วเสร็จ**	**หมายเหตุ**
1	กิจกรรม Try me: เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ ติดตราสินค้า และจัดวางการนำเสนอสินค้าใหม่)	สมฤทัย	มี.ค. 58 เป็นต้นไป	
2	กิจกรรม Trust me I'm RB Farm: ออกวางจำหน่ายหน้าร้าน ณ ตลาดเกษตรกร	อธิป และเสน่ห์	มี.ค. 58 – พ.ค. 58	

ตารางที่ 2 จุดร่วมในการเลือกซื้อชุดสลัดผักไฮโดรโปนิกส์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา

ลำดับ	จุดร่วม (ความถี่)	ลำดับ	จุดร่วม (ความถี่)
1	ความสดใหม่ (12)	14	การนำไปเป็นของฝาก (3)
2	น้ำสลัด (11)	15	ความหลากหลายของสินค้า (3)
3	ความน่าเชื่อถือ (10)	16	มีใบรับรอง/มาตรฐาน (2)
4	ความสะอาด (9)	17	มีประโยชน์ (2)
5	ความสะดวกในการเข้าถึง (8)	18	บริการดี (2)
6	มีผักหลากหลายชนิด (5)	19	ให้ข้อมูลคุณประโยชน์ (1)
7	ชุดกล่องสลัด (4)	20	สิ่งแวดล้อมรอบข้าง (1)
8	ความมีชื่อเสียง (4)	21	ราคาถูก (1)
9	การนำเสนอผลิตภัณฑ์ (4)	22	รสชาติไม่ขม (1)
10	ความสบายใจ (3)	23	การบอกต่อ (1)
11	ไม่มีสารพิษตกค้าง (3)	24	บริการจัดส่ง (1)
12	ความปลอดภัย (3)	25	ของแถม (1)
13	ความคุ้มค่า (3)		

ตารางที่ 3 การวาดฝันด้วยทฤษฎี SOAR Analysis

การวาดฝันด้วยทฤษฎี SOAR Analysis	
จุดแข็ง (Strength) 1) มีผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่กว่าคู่แข่ง 2) รสชาตินำ้สลัดมีความเฉพาะตัว 3) ควบคุมการผลิตเองได้ คุณภาพดี 4) มีบริการจัดส่งถึงที่	**โอกาส (Opportunities)** 1) กระแสรักสุขภาพ 2) นำ้มันเชื้อเพลิงลดลง ต้นทุนลดลง 3) เพิ่มคุณค่าให้สินค้าด้วยการนำไปเป็นของฝาก
การวาดฝันด้วยทฤษฎี SOAR Analysis (ต่อ)	
สิ่งที่ต้องการจะเป็น (Aspiration) 1) เพิ่มยอดขายชุดสลัดของโรเบิร์ต ฟาร์ม 2) เป็นร้านเลื่องชื่อในจังหวัดนครราชสีมา	**ผลลัพธ์ (Results)** 1) ยอดขายชุดสลัดเพิ่มขึ้น 1.5 เท่า 2) มีการรับรู้ทางหน้าเพจมากกว่า 50 ไลค์

ตารางที่ 4 แผนการปฏิบัติงานร้านโรเบิร์ต ฟาร์มจากกระบวนการสุนทรียสาธก

แผนการปฏิบัติงานร้านโรเบิร์ต ฟาร์มจากกระบวนการสุนทรียสาธก				
ลำดับ	**กิจกรรม**	**ผู้รับผิดชอบ**	**ระยะเวลาแล้วเสร็จ**	**ผลการดำเนินงาน**
1	กิจกรรม The puzzle pieces (จุดเด่น: นำ้สลัด) **จัดโปรโมชั่นพร้อมเปิดตัวนำ้สลัด และนำ้พริก แจก และซื้อคู่ถูกกว่า*	อธิป สมฤทัย และ สุกัญญา	ตั้งแต่ มี.ค. 58 เป็นต้นไป	- ลูกค้าประทับใจและชื่นชมในรสชาติ - พึงพอใจในโปรโมชั่นที่ได้จัดขึ้น
2	กิจกรรม Call me baby (จุดเด่น: ความสะดวกในการเข้าถึง) **เพิ่มช่องทางการจำหน่าย และบริการจัดส่ง*	อธิป	ตั้งแต่ มี.ค. 58 เป็นต้นไป	- ลูกค้าสนใจ และใช้บริการในกิจกรรมนี้มากขึ้น

3	กิจกรรม Everything you want (จุดเด่น: การนำไปเป็นของฝาก) **จัดทำกระเช้าผักในช่วงเทศกาล เพื่อนำไปเป็นของฝากได้*	ทุกคน	ช่วงเทศกาล (ปัญหากำลังการผลิต)	- ในช่วงสงกรานต์สามารถจำหน่ายกระเช้าออกไปได้ 5 กระเช้า
4	กิจกรรม The Combination of life (จุดเด่น: ความปลอดภัย) ** นำระบบอะควาโพนิกส์มาประยุกต์*	อธิป และเสน่ห์	ตั้งแต่ มิ.ย. 58 เป็นต้นไป	- วางแผนดำเนินการในอนาคต
5	กิจกรรม You know me? (จุดเด่น: ความมีชื่อเสียง) * เผยแพร่ข่าวสารทางหน้าเพจ ฝ่านทางตัวการ์ตูน เพื่อสร้างการรับรู้	สมฤทัย	ตั้งแต่ มิ.ย.58 เป็นต้นไป	- มีการ์ตูนออกมาได้ 1 ตอน - มีการไลค์เพจมากกว่า 50 คน

**** หมายเหตุ*** *ทุกผลิตภัณฑ์ตั้งราคาจากต้นทุน แล้วบวกเพิ่ม โดยใช้เลข 9 ลงท้าย เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกว่าได้ของถูก*