



แผนธุรกิจ
กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกฝรั่ง
ตำบลบ้านไร่ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

โครงการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมตำบล
เป็นเกษตรอุตสาหกรรม

จัดทำโดย สำนักงานสภาเกษตรกรจังหวัดราชบุรี

บทที่ ๑

บทนำ

ฝรั่ง เป็นผลไม้ที่ค่อนข้างจะคุ้นเคยกับชีวิตประจำวันของคนไทยและเป็นผลไม้ที่มีขายตลอดทั้งปี มีรสชาติดี ราคาไม่แพงมีคุณค่าทางอาหารสูง โดยเฉพาะวิตามินซีและวิตามินเอ สามารถนำมาใช้รับประทานผลสด หรือนำมาแปรรูปเป็นน้ำฝรั่ง เยลลี่ฝรั่ง แยมฝรั่ง เป็นต้น

ฝรั่งจัดเป็นไม้ผลขนาดกลาง มีกิ่งเหนียว แผ่กิ่งก้านสาขาออกไปกว้าง สามารถปลูกได้ในดินแทบทุกชนิด แต่ถ้าปลูกในดินร่วนซุยมีอินทรีย์วัตถุมาก และมีการระบายน้ำดี ก็ยิ่งจะได้ผลผลิตดี ฝรั่งมีความต้านทานต่อสภาพแห้งแล้งได้ดี จึงนิยมปลูกกันอยู่ทั่วไปปัจจุบันพื้นที่ที่มีการปลูกกันมากได้แก่ จังหวัดนครปฐม ราชบุรี และบริเวณจังหวัดใกล้เคียงกับกรุงเทพมหานคร และเริ่มขยายแหล่งปลูกไปทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ฝรั่งที่ปลูกในประเทศไทยมีหลายพันธุ์ แต่ที่นิยมใช้รับประทานผลสด ได้แก่ ฝรั่งพันธุ์ที่มีผลใหญ่ ผลดก รสอร่อย เช่น พันธุ์กมลสาลี แป้นสีทอง ทูลเกล้า นอกจากนี้ยังมีพันธุ์พื้นเมืองต่างๆ พันธุ์อินเดีย พันธุ์จีน เป็นต้น สำหรับฝรั่งที่นำมาใช้แปรรูป ได้แก่ พันธุ์บังมอท์ และพันธุ์คาฮิงคูล่า เนื่องจากทั้งสองพันธุ์มีเนื้อมา สีชมพู มีกลิ่นหอม รสกล่อมกล่อม



๑. หลักการและเหตุผล

พระราชบัญญัติสภาเกษตรกรแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๕๓ กำหนดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ประการหนึ่ง คือ เพื่อสนับสนุนสิทธิและการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการกำหนดนโยบายและการวางแผนการพัฒนาเกษตรกรรวมอย่างเป็นระบบ เพื่อให้รัฐรักษาเสถียรภาพด้านราคาและความมั่นคงในอาชีพเกษตรกร เพิ่ม

ศักยภาพและยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร ให้ดีขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองอย่างต่อเนื่อง ได้ดำเนินการจัดทำแผนแม่บทเพื่อพัฒนาเกษตรกรรม ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่จากระดับล่างสู่ระดับบน มีการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมตั้งแต่ในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด เป็นลำดับ จนเป็นแผนพัฒนาเกษตรกรรมในระดับประเทศ ในการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมดังกล่าวครั้งนั้นมุ่งเน้นให้ความสำคัญพื้นที่ในระดับหมู่บ้าน ตำบลอย่างมาก เพราะถือเป็นจุดเริ่มต้นของปัญหาและความต้องการในการพัฒนาทุกเรื่องทุกสาขาทั้งในภาคการเกษตรและนอกภาคการเกษตร ข้อมูลปัญหา ความต้องการต่าง ๆ ที่ได้จากพื้นที่เหล่านั้นถือเป็นข้อมูลจริงที่เกิดจากปัญหาความเดือดร้อนของเกษตรกรโดยตรง ในเรื่องที่มีความเร่งด่วนสภาเกษตรกรแห่งชาติได้ให้ความสำคัญเร่งนำเสนอรัฐบาลในลักษณะข้อเสนอเชิงนโยบายและพบว่าเมื่อเวลาผ่านไปปัญหาต่าง ๆ เหล่านั้นส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการแก้ไข ดังนั้นในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๙ สภาเกษตรกรแห่งชาติจึงได้หยิบยกเรื่องการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมระดับตำบลขึ้นมาดำเนินการอีกครั้ง โดยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสนับสนุนชุมชนระดับตำบลร่วมมือกันแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง ส่งเสริมการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมในการพัฒนาแก้ไขปัญหาาร่วมกันในรูปแบบของการจัดการตนเองพัฒนาเกษตรกรให้มีความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง สามารถจัดทำแผนพัฒนา ร่วมกัน นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทางการเกษตร และสร้างเครือข่ายองค์กรเกษตรกร เชื่อมโยง และพัฒนาความร่วมมือในด้านการผลิตทางการเกษตรกรรม การแปรรูป การตลาด และการบริโภคเพื่อการยังชีพระหว่างเครือข่ายองค์กรเกษตรกรกับภาครัฐ และภาคเอกชน โดยมุ่งเน้นดำเนินการใน ๕ เรื่องหลักให้บังเกิดผลแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นรูปธรรม ประกอบด้วย ปัญหาหนี้สิน ปัญหาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร ปัญหาที่ดินทำกิน ปัญหาราคาสินค้าเกษตร เรื่องสวัสดิการเกษตรกร สิทธิเกษตรกรและการไม่ได้รับความเป็นธรรม พื้นที่ดำเนินการอำเภอละ ๑ ตำบล และหลังจากที่สภาเกษตรกรได้ดำเนินการเรื่องนี้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ก็ได้มีคำสั่ง เมื่อวันที่ ๕ ธันวาคม ๒๕๕๘ แต่งตั้งคณะทำงานปฏิบัติการขับเคลื่อนงานตามนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ๖ เรื่อง ได้แก่ การลดต้นทุนและเพิ่มโอกาสในการแข่งขันสินค้าเกษตร การบริหารจัดการพื้นที่เกษตรกรรม (Zoning) ระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ เกษตรอินทรีย์ ศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร และธนาคารสินค้าเกษตร ซึ่งได้มุ่งเน้นพื้นที่ดำเนินการในระดับตำบลเช่นเดียวกับโครงการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมระดับตำบล ที่สภาเกษตรกรแห่งชาติ และสภาเกษตรกรจังหวัดกำลังดำเนินการอยู่ อย่างไรก็ตามสภาเกษตรกรแห่งชาติเห็นว่าการจะแก้ไขปัญหาการเกษตรของประเทศได้นั้นต้องมีการดำเนินงานในลักษณะของการรวมกลุ่ม และส่งเสริมการรวมกลุ่มให้มีความเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ โดยเริ่มจากกลุ่มขนาดเล็กในระดับหมู่บ้าน ตำบล ส่งเสริมให้มีการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเบื้องต้นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ในลักษณะของเกษตรอุตสาหกรรม หรือ SMEs เกษตร ซึ่งการที่จะพัฒนาสู่ความเข้มแข็งในระดับนั้นได้จำเป็นต้องสนับสนุนให้กลุ่มหรือชุมชนมีแผนปฏิบัติงาน มีเป้าหมายที่ชัดเจน มีข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้อง และ

เป็นปัจจุบัน เพื่อใช้ในการวางแผน มีการสร้างผู้นำ สร้างคนในชุมชนหรือกลุ่มองค์กร ให้มีความรู้ความเข้าใจมีความสามารถจัดทำแผน มีการสร้างผู้นำ สร้างคนในชุมชนหรือกลุ่มองค์กร ให้มีความรู้ความเข้าใจมีความสามารถจัดทำแผนงาน กำหนดวิธีการ เป้าหมายการดำเนินงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อจะเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญให้กับเศรษฐกิจฐานรากระดับตำบลอย่างยั่งยืน ซึ่งจะสอดคล้องและเป็นไปตามยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ดังนั้น ในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๐ จึงได้รวบรวมโครงการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมระดับตำบล กับโครงการสร้างความเข้มแข็งแก่เกษตรกรและองค์กรเกษตรกรรายสินค้าเกษตรเข้าไว้ด้วยกัน เป็นกิจกรรมภายใต้ “โครงการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมตำบลเป็นเกษตรอุตสาหกรรม”

๒.วัตถุประสงค์

๑. เพื่อพัฒนาเกษตรกรให้มีความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง สามารถจัดทำแผนพัฒนาร่วมกัน นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทางการเกษตร

๒. จัดตั้งองค์กรเกษตรกรรายสินค้าเกษตรในพื้นที่ตำบลเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นสินค้าเกษตรชนิดใหม่ในพื้นที่หรือพัฒนาแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตรเดิม และเชื่อมโยงเครือข่าย

๓. ปรับปรุงระบบการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรของเกษตรกรในตำบล โดยอาศัยแผนพัฒนาเกษตรกรรม การบริหารจัดการ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เป็นเครื่องมือสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ในรูปแบบเกษตรอุตสาหกรรม และ SMEs เกษตร เปลี่ยนแปลงจากเกษตรแบบดั้งเดิมเป็นเกษตรสมัยใหม่เน้นบริหารจัดการและเทคโนโลยี สร้างเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการ

๓.บริบทตำบลบ้านไร่ อำเภอมือง จังหวัดราชบุรี

ข้อมูลทั่วไป

ตำบลบ้านไร่ ประชากรดั้งเดิมเรียกชื่อว่า "บ้านนท" ต่อมามีการอพยพชาวล้านนาจากกรุงเทพฯ มาอยู่บริเวณนี้ ประกอบอาชีพทำไร่ ทำนา เป็นส่วนใหญ่ จึงเปลี่ยนมาเรียกชื่อว่า "บ้านไร่" มาจนถึงปัจจุบัน

ที่ตั้งอาณาเขต

ทิศเหนือ ติดกับ เทศบาลหลักเมือง อ.เมือง จ.ราชบุรี

ทิศใต้ ติดกับ ตำบลคูบัว อำเภอมือง และตำบลเกาะศาลพระ อำเภอวัดเพลง จังหวัดราชบุรี

ทิศตะวันออก ติดกับ ตำบลคู่งกระถิน อ.เมือง จ.ราชบุรี

ทิศตะวันตก ติดกับ เทศบาลเมือง จ.ราชบุรี

ลักษณะภูมิประเทศ เป็นพื้นที่ราบลุ่ม ชายฝั่งติดแม่น้ำแม่กลอง และยังมีลำคลองเล็กๆ จำนวนมาก ทำให้มีน้ำตลอดปี พื้นที่จึงเหมาะสำหรับการเพาะปลูก หรือประกอบอาชีพทางเกษตรกรรม และปศุสัตว์ นอกจากนี้ยังมีทางหลวงแผ่นดินสาย ๓๐๘๘ (ราชบุรี – วัดเพลง) ผ่านทางด้านทิศตะวันตก ไปทางทิศตะวันออก

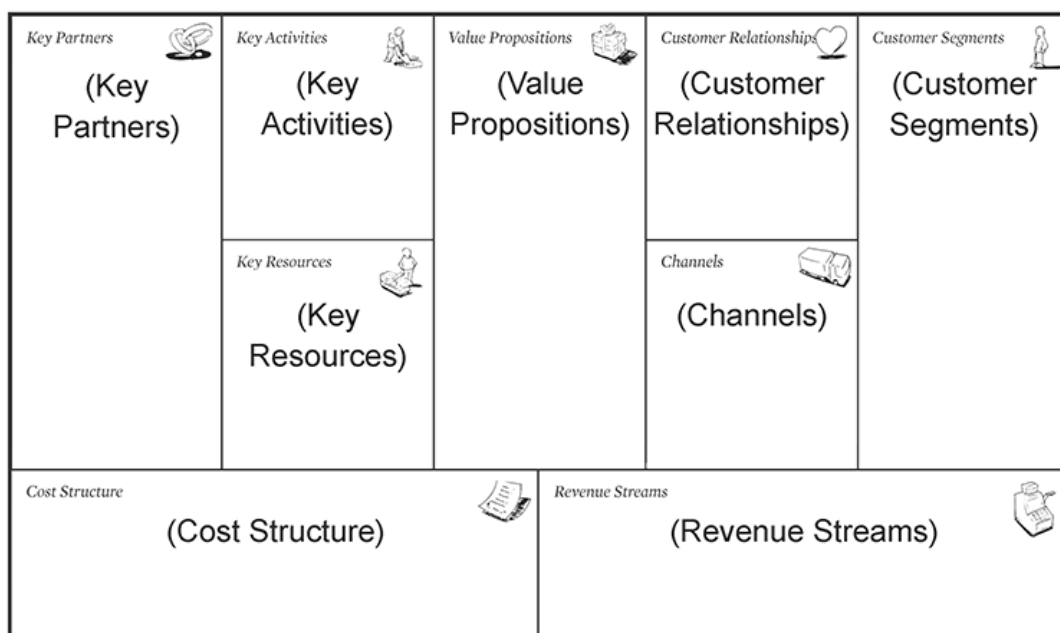
อาชีพ

- อาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ การทำนา การทำสวนผลไม้และผัก
- อาชีพเลี้ยงสัตว์ ได้แก่ การเลี้ยงสุกร และเลี้ยงปลา เลี้ยงโค
- อาชีพค้าขาย ได้แก่ ค้าขายผัก ขายของชำ
- อาชีพอุตสาหกรรมในครัวเรือน ได้แก่ การทำปูนแดง ปูนขาว อีฐแดง
- อาชีพรับจ้าง ได้แก่ จ้างทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม และรับจ้างทั่วไป

บทที่ ๒

หลักแนวคิดและบทวิเคราะห์

Business Model Canvas เป็นเครื่องมือใหม่สำหรับผู้ประกอบการที่กำลังคิดจะ “ลงทุน” เริ่มต้นธุรกิจ หรือปรับปรุงธุรกิจเดิมให้เติบโตมากยิ่งขึ้น เหตุที่ต้องเน้นคำว่า “ลงทุน” เพราะหลายคนน่าจะคุ้นเคยกับการทำ “Business Model” ที่ไม่ว่าจะกิจการหรือนักธุรกิจที่คนก็มักจะบอกว่า ก่อนจะเริ่มธุรกิจที่ดี ควรมี Business Model ที่ชัดเจน เพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจนั้นๆ และทำให้เรารู้และเข้าใจภาพรวมของธุรกิจของตัวเองได้มากขึ้น แต่ในทางปฏิบัติแล้ว Business Model ยังไม่สามารถตอบโจทย์ภาพรวมของธุรกิจได้อย่างครบถ้วน Business Model Canvas จึงถูกพัฒนาขึ้นมาให้เป็นเครื่องมือสำเร็จรูป (template) โดย Alex Osterwalder เพื่อมาเติมเต็มช่องว่างของโมเดลธุรกิจ ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถมองเห็นภาพรวม (visualizing) ของธุรกิจได้ครบทุกมิติมากขึ้น ช่วยให้ผู้ประกอบการประเมินความเสี่ยงในการลงทุนได้ขึ้น เป็นการตอบโจทย์สำคัญของการทำธุรกิจ นั่นคือ ทำอย่างไรให้มี “กำไร” Business Model Canvas จึงเปรียบเสมือนแผนลงทุนของผู้ประกอบการด้วย Business Model ที่สมบูรณ์



หลักการตลาด ๔P คือ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ส่วนผสมทางการตลาดที่นิยมนำมาเป็นเครื่องมือ หรือใช้เป็นกลยุทธ์ในการวางแผนการตลาดมีอยู่ด้วยกัน ๔ ประการ ซึ่งหลักการใช้ก็คือการวางแผนในแต่ละส่วนให้เข้ากันอย่างลงตัวและเหมาะสม ดังนี้



๑.ผลิตภัณฑ์ (Product) ในการทำธุรกิจมีองค์ประกอบสำคัญก็คือ สินค้าหรือบริการ ซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เกิดรายได้หรือผลตอบแทนให้กับองค์กร หลักการวางแผนจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆเช่น ความต้องการของลูกค้า คุณภาพของสินค้า รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย และสามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งขั้นได้หรือไม่

๒.ราคา (Price) การตั้งราคาขายถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ ซึ่งนอกจากราคาจะสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้แล้ว การตั้งราคาขายยังเป็นเทคนิคอย่างหนึ่งที่ทำให้ต่อสู้กับคู่แข่งได้ในธุรกิจประเภทเดียวกันได้ เช่น กำหนดให้มีส่วนลดเมื่อซื้อตามจำนวน กำหนดราคาตามขนาดและปริมาณของสินค้า

๓.ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ก็คือการนำสินค้าไปให้ถึงมือของลูกค้า โดยยึดหลักความมีประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความปลอดภัย และความรวดเร็ว วิธีขายหรือกระจายสินค้าที่สามารถทำให้เกิดผลกำไรมากที่สุด ต้องกระจายสินค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด (๔P คือ)

๔.การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หัวใจสำคัญของการส่งเสริมการตลาดก็คือ ทำอย่างไรให้สามารถขายสินค้าหรือบริการให้ได้มากที่สุด การส่งเสริมการขายจึงมีบทบาทสำคัญและมีอยู่หลายวิธี เช่น การโฆษณาผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ การทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย การบริการ หรือขายตรงโดยการนำเสนอของพนักงาน

กลยุทธ์การตลาด 4C คือ เป็นแนวคิดทางด้านการตลาดแนวใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์ของ ผู้บริโภคให้ตรงประเด็นได้มากที่สุด เพราะปัจจุบันจากพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคเปลี่ยนไป กลยุทธ์การตลาด 4C ประกอบด้วย



C ตัวที่ ๑ มาจากคำว่า Consumer Wants and Needs หมายถึงความต้องการของผู้บริโภค การผลิต สินค้าในปัจจุบันต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก และนักการตลาดต้องรู้ก่อนว่าลูกค้าหรือผู้บริโภคต้องการสินค้าแบบไหน

C ตัวที่ ๒ มาจากคำว่า Consumer's Cost to satisfy หมายถึง ต้นทุนของผู้บริโภค การตั้งราคาของผู้ผลิตต้องคำนึงต้นทุนของผู้บริโภคมากกว่าต้นทุนของผู้ผลิต

C ตัวที่ ๓ มาจากคำว่า Convenience to buy หมายถึง ความสะดวกในการซื้อ ผู้ประกอบการหรือนักการตลาดจะต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยอาจเพิ่มช่องทางในการซื้อให้กับลูกค้า

C ตัวที่ ๔ มาจากคำว่า Communication that Connects หมายถึง การสื่อสาร การสื่อสารที่ดีจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อใจและเชื่อถือในตัวสินค้า ที่จะส่งผลให้เกิดการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้น แต่ กลยุทธ์การตลาด 4C คือ กลยุทธ์การตลาดแนวใหม่ที่พัฒนาขึ้นเพื่อตอบโจทย์และความต้องการของลูกค้าในยุคที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญ ดังนั้นเมื่อกลยุทธ์ 4C เกิดจากการพัฒนาของอินเทอร์เน็ต นักการตลาดที่ชาญฉลาดก็ต้องใช้อินเทอร์เน็ตทำการตลาดให้ประสบความสำเร็จด้วยเช่นกัน

พฤติกรรมผู้บริโภค หรือ Consumer Behavior หมายถึง การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภค เกี่ยวกับการซื้อ และใช้สินค้าบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของตน ดังนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค จึงเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมต่างๆ เพื่อคุณจะได้นำไปใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงใจกลุ่มเป้าหมายและสร้างความพึงพอใจเช่นกัน เหมือนกับสุภาษิตจีนที่กล่าวไว้ข้างต้นครับ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคนักการตลาดจะเรียกว่า ๖Ws ซึ่งประกอบไปด้วยดังนี้

๑.WHO – ใครคือกลุ่มเป้าหมาย

เป็นการศึกษาถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายในเรื่องต่างๆไม่ว่าจะเป็นประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยาและพฤติกรรม เช่น เพศ อายุ อาชีพ สถานที่ เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยระบุข้อมูลของคุณได้ชัดเจน เพื่อที่คุณจะสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านต่างๆ อย่างเหมาะสมและสามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้นั่นเอง

๒.WHAT – ผู้บริโภค ซื้ออะไร

ก่อนอื่นคุณต้องทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เช่น องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่บ่งบอกคุณสมบัติตัวสินค้า ที่ตรงตามความต้องการ ตราสินค้าต้องตรงกันเท่านั้น เป็นต้น เพื่อที่คุณจะนำไปปรับปรุงหรือส่งเสริมสินค้าและบริการของคุณ ไม่ว่าจะเป็นตัวสินค้าและบริการ รูปลักษณ์ของสินค้า คุณภาพสินค้า เพื่อสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งรวมถึงสร้างความแตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ

๓.WHERE – ช่องทางในการซื้อ

ช่องทางที่ลูกค้าใช้ในการหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ เช่น ซื้อผ่านเว็บไซต์ ซื้อที่ตลาดขายสินค้าเฉพาะ หรือห้างสรรพสินค้า หรือพูดง่ายก็คือการสถานที่ ที่กลุ่มเป้าหมายมักชอบไปซื้อสินค้า ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญ หากว่าคุณทราบว่ากลุ่มเป้าหมายของคุณซื้อสินค้าจากที่ไหน ก็จะทำให้คุณสามารถกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่ายและนำผลิตภัณฑ์หรือสินค้าไปสู่แหล่งตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๔.WHY – ทำไมผู้บริโภคต้องการซื้อ....

เราควรศึกษาถึงผู้บริโภค หาเหตุผลว่าทำไมผู้บริโภคจึงตัดสินใจซื้อ เช่น ซื้อเพื่อตอบสนองตามความต้องการ ซื้อเพื่อตอบสนองตามปัจจัยพื้นฐาน หรือ การซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมเพื่อเข้าสังคม และ การซื้อถุงมือเพราะอยู่ในช่วงหน้าหนาว คุณต้องตอบคำถามกับตัวเองให้ได้ก่อนว่า เขาจะซื้อของเราเพื่ออะไร !!

๕. WHEN – โอกาสในการซื้อหรือจะซื้อเมื่อไหร่

เราต้องคำนึงถึงสินค้าของคุณว่า สินค้าคุณเป็นสินค้าที่อยู่ในช่วงเวลาหรือไม่ หรือเป็นสินค้าที่ขายได้ตลอดทั่วไป เพราะคุณต้องแยกแยะสินค้าเหล่านี้ออกจากกันก่อน บางครั้งสินค้าคุณอาจเป็นช่วงเทศกาล อาทิ คุณเปิดธุรกิจโรงแรมคุณก็ต้องดูเหมือนกันว่าช่วงไหนคนไม่ค่อยไปโรงแรม คุณก็ต้องจัดการลดโปรโมชันราคาห้องพักให้ต่ำลงเพื่อการอุดหนุนของธุรกิจ ซึ่งสิ่งนี้สามารถช่วยเพิ่มยอดขายให้ธุรกิจยังคงดำรงอยู่ในโลกของการตลาดออนไลน์

๖.WHOM - ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของลูกค้าต่อการซื้อสินค้า

บางครั้งลูกค้าก็ไม่ได้ซื้อเพราะความต้องการของตนเองเพียงอย่างเดียว อาจมีบุคคลอื่นที่มีผลครอบคลุมในการซื้อดังนี้

- ผู้ริเริ่ม คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้ออะไรสักอย่าง แล้วบอกพ่อแม่ให้ทำการซื้อ
- ผู้ที่แนะนำ คือ ผู้ที่มีส่วนในการเลือกตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น พี่ชายมีการแนะนำให้ซื้อ

สินค้านี้ละ

- ผู้ตัดสินใจ คือ ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ บางครั้งอาจจะเป็นเครือญาติ พ่อและ

แม่

- ผู้ซื้อ คือ ใครก็ได้ที่มีเงินเพียงพอต่อการซื้อ

บทที่ ๓

แผนการธุรกิจกลุ่ม

๑.ความเป็นมาของกลุ่ม

ตำบลบ้านไร่ อำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี เกษตรกรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านเกษตรพืชสวน อาทิ ฝรั่ง มะพร้าว และกล้วย แต่ส่วนใหญ่ผลไม้ที่ปลูกในพื้นที่นี้จะปลูกฝรั่งพันธุ์กิมจูเป็นส่วนใหญ่ พืชชนิดอื่นรองลงมา กล้วยที่นิยมปลูกมาก คือ กล้วยไข่ กล้วยหอม และกล้วยน้ำว้า สืบเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่นิยมที่จะรับประทานฝรั่งมากเท่าที่ควร และประกอบกับราคาถูกลงเรื่อยๆ ทำให้เกษตรกรประสบปัญหาเป็นอย่างมาก และประกอบกับเกษตรกรในพื้นที่ยังขาดการบริหารจัดการแปลงทำการเกษตรที่ดี จึงเกิดการรวมกลุ่มของเกษตรกรโดยวัตถุประสงค์ของการรวมกลุ่ม ดังนี้

๑. เพื่อลดต้นทุนการผลิตที่มีราคาสูงขึ้น (ปุ๋ย และยา)
๒. เพื่อสามารถต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลางให้ได้ราคาที่ยุติธรรม
๓. เพื่อให้เกษตรกรในพื้นที่สามารถบริหารจัดการแปลงเกษตรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

๔. เพื่อนำผลผลิตบางส่วนมาแปรรูปเพิ่มมูลค่าสูงขึ้น

ในปัจจุบัน ฝรั่งที่ขายในท้องตลาดมีพันธุ์ไทย และเวียดนาม ผลฝรั่งทั้งสองพันธุ์นี้นอกจากจะใช้รับประทานสดแล้ว ยังอาจนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้เป็นต้นว่า

๑. ทำเป็นรูปผลิตภัณฑ์ที่ใช้น้ำตาลเป็นส่วนประกอบในการถนอมผลิตภัณฑ์ ได้แก่ แยมฝรั่ง เยลลี่ฝรั่ง ฝรั่งเชื่อม ฝรั่งแช่ฮ่อม และฝรั่งกวน
๒. ทำเป็นรูปเครื่องดื่ม ได้แก่ น้ำฝรั่งสดปรุงรสบรรจุขวด น้ำฝรั่งหวานเข้มข้น เครื่องดื่มน้ำฝรั่งผง เครื่องดื่มสำเร็จรูปน้ำฝรั่ง
๓. ทำเป็นรูปตากแห้ง เช่น ฝรั่งแห้งคีนรูป ฝรั่งแผ่นหนา ฝรั่งแผ่นบาง ข้าวเกรียบฝรั่ง และฝรั่งแผ่นอบกรอบ

๔.ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ฝรั่งบรรจุกระป๋อง ในน้ำเชื่อม และฝรั่งแช่แข็ง สำหรับกากฝรั่ง หลังจากการคั้นน้ำแล้วอาจจะนำมาแปรรูปเป็นฝรั่งกวนปรุงรส น้ำพุดดิน และพุดดินผง

๒. รายชื่อสมาชิก

ลำดับที่	ชื่อ - นามสกุล	ที่อยู่	เลขที่บัตรประชาชน
๑.	นายยศ ไทยสน	๓๔๗ ม.๒ ต.บ้านไร่ อ.เมือง จ.ราชบุรี	๓๗/๕๐๒๐๐๖๑๙๕๐
๒.	นายมนัส บัวทวน	๗/๕ ม.๒ ต.บ้านไร่ อ.เมือง จ.ราชบุรี	๓๗/๐๐๑๐๐๔๕๖๒๕๔
๓.	นายสุวรรณ ทัดจำปา	๓/๒ ม.๒ ต.บ้านไร่ อ.เมือง จ.ราชบุรี	
๔.	น.ส.กฤษณา ทวีทรัพย์แก้ว	๑๗/๗ ม.๒ ต.บ้านไร่ อ.เมือง จ.ราชบุรี	
๕.	นายพัฒนา จันทร์หนู	๓๒/๓ ม.๒ ต.บ้านไร่ อ.เมือง จ.ราชบุรี	
๖.	นายไพศาล นิลนารถ	๒/๖ ม.๖ ต.บ้านไร่ อ.เมือง จ.ราชบุรี	
๗.	นางลภัส ช่างทอง	๘๒ ม.๑ ต.บ้านไร่ อ.เมือง จ.ราชบุรี	
๘.	นายวิรัช เล็กรัตนกุล	ต.บ้านไร่ อ.เมือง จ.ราชบุรี	
๙.	นายประเสริฐ สวงวงศ์	๘๕/๓ ม.๔ ต.บ้านไร่ อ.เมือง จ.ราชบุรี	
๑๐.	นายไชยยันต์ ยศไทยสน	๓๔๗ ม.๓ ต.บ้านไร่ อ.เมือง จ.ราชบุรี	
๑๑.	นายวิทยา นภาแสง	๘๗ ม.๖ ต.บ้านไร่ อ.เมือง จ.ราชบุรี	
๑๒.	นายวิรัช เล็กรัตนกุล	๓๔ ม.๖ ต.บ้านไร่ อ.เมือง จ.ราชบุรี	

๓. สถานที่ตั้งกลุ่ม

“กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกฝรั่ง ตำบลบ้านไร่ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี”

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับฝรั่ง

ฝรั่งมีชื่อเรียกทางพฤกษศาสตร์ว่า Psidium quajava จัดเป็นต้นไม้ยืนต้นขนาดย่อม ปลูกได้ทั่วไปทุกแห่งในประเทศไทย ผลฝรั่งมีหลายขนาด ตั้งแต่ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ ๒.๕ เซนติเมตร ไปจนถึง ๑๐ เวนติเมตรหรือมากกว่า มีทั้งลักษณะผลกลมและผลยาวคล้ายลูกแพร์ ชนิดผลเล็กที่มีลักษณะกลมสีแดงเรียกว่า ฝรั่งขี้นก ผลไม้ชนิดนี้เป็นที่รู้จักกันดีในหมู่ชาวตะวันออก นิยมกินและรสเมื่อ

สูง แต่สำหรับคนไทยส่วนใหญ่จะนิยมรับประทานดิบ ฝรั่งเศสจึงมีราคาสูงมาก เพราะยังไม่มี การนำไปใช้ประโยชน์หรือทำให้เป็นผลิตภัณฑ์แต่อย่างใด นอกจากขายให้เป็นอาหารนก

ฝรั่งมีคุณค่าอาหารพอสมควรที่กล่าวถึงคือ นอกจากมีเกลือแร่วิตามินบีหนึ่ง บีสอง ไนอาซิน เช่นผลไม้ทั่วไปแล้ว ฝรั่งยังมีปริมาณวิตามินสูงมาก คือ ฝรั่ง ๑๐๐ กรัม จะมีวิตามินซีตั้งแต่ ๑๐๔ ถึง ๒๑๒ มิลลิกรัม นอกจากคุณค่าทางอาหารดังกล่าว ฝรั่งยังมีสารจำพวกเพคตินเป็นจำนวนมาก เพคตินมีสรรพคุณในทางยา คือ ช่วยเคลือบลำไส้ และในทางอาหารจะช่วยทำให้แยมและเยลลี่คงรูป

๓.แผนการผลิต

กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกฝรั่งตำบลบ้านไร่ อำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี ต้องการขยายผลผลิตที่เป็นผลสด และแปรรูปผลผลิตกล้วยเพื่อสร้างมูลค่าให้มีราคาสูงขึ้น ซึ่งผลผลิตของกล้วยไม่ว่าจะเป็นผลสดหรือที่แปรรูปแล้วยังคงเป็นที่ต้องการของตลาดอีกมากมาย ตั้งแต่ กลุ่มเด็ก วัยกลางคน ผู้ใหญ่ และผู้ที่รักษาสุขภาพ

ลักษณะของสินค้า

ฝรั่งที่ปลูกในประเทศไทยมีหลายพันธุ์ แต่ที่นิยมใช้รับประทานผลสด ได้แก่ ฝรั่งพันธุ์ที่มีผลใหญ่ ผลดก รสอร่อย เช่น พันธุ์กมลสาลี แป้นทอง ทูลเกล้า

การขยายพันธุ์ฝรั่ง

๑.การตอน

วิธีการเหมือนการตอนกิ่งทั่วไป โดยใช้มีดควั่นกิ่งให้รอยควั่นอยู่ใต้ข้อคอกเล็กน้อย รอยควั่นล่างห่างจากรอยควั่นบนเท่ากับเส้นรอบวงของกิ่งลอกเปลือกไม้แล้วชุดเยื่อเจริญออกให้หมด จากนั้นนำตุ้มตอนที่บรรจุด้วยขุยมะพร้าวหุ้มให้รอบรอยควั่นแล้วมัดเชือกฟางให้แน่น

๒.การตัดกิ่งตอน

- หลังจากทำการตอนแล้วประมาณ ๑ เดือน รากจะเริ่มงอก อย่างเพิ่งรีบตัดควรปล่อยให้รากเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลก่อน

- กิ่งฝรั่งที่ตัดออกจากต้น ควรตัดใบและกิ่งที่มีมากเกินไปทิ้งบ้างเพื่อป้องกันการคายน้ำ แล้วนำกิ่งตอนไปแช่น้ำให้ท่วมตุ้มตอนประมาณ ๑ - ๒ ชั่วโมง แล้วจึงนำไปชำต่อไป โดยนำกิ่งตอนที่ชำในถุงพลาสติกที่บรรจุดินผสมเมื่อต้นแข็งแรงแล้วจึงนำไปปลูกในแปลงต่อไป

๓. การติดตาม

วิธีการติดตามนี้ต้อง ใช้ต้นตอ และยอดพันธุ์ที่มีความเข้มแข็ง หลังจากติดตามแล้วให้นำไปชำต่อ ประมาณ ๔ – ๕ เดือน ก่อนจะนำไปปลูก

นอกจากนี้ยังมีการขยายพันธุ์แบบทาบกิ่ง การปักชำ

การปลูกฝรั่ง หลังจากทีเลือกพื้นที่ปลูกได้แล้ว ถ้าต้องการจะปลูกเป็นสวนก็ควรจะทำระยะ ปลูกระหว่างแถว และระหว่างต้นประมาณ ๓x๓ เมตรในเนื้อที่ ๑ ไร่ จะปลูกได้ประมาณ ๑๖๐ ต้น

การเตรียมดิน การปลูกฝรั่งในพื้นที่ลุ่มน้ำท่วมถึงควรทำการยกร่องปลูก โดยยกร่องให้มีขนาด ความกว้างของหลังร่องประมาณ ๖ เมตร มีคูน้ำกว้างประมาณ ๑.๕ เมตร ความยาวของสันร่องแล้วแต่ พื้นที่ ความสูงไม่จำกัด แต่ถ้าเป็นที่ดอนไม่จำเป็นต้องยกร่อง จากนั้นก็ปรับปรุงดินโดยการตากดินเพื่อฆ่า เชื้อโรคและเมล็ดวัชพืช ใส่ปุ๋ยคอกและปุ๋ยหมักในปริมาณเท่าๆ กัน อัตราปุ๋ย ๑ ส่วนต่อดิน ๒ ส่วน เพื่อให้ ดินร่วนซุย

การเตรียมหลุมปลูก

ขนาดของหลุมปลูกควรกว้าง ๐.๕ เมตร ยาว ๐.๕ เมตร และลึก ๐.๕ เมตร ที่จำเป็นต้องขุด หลุมกว้างเพื่อเปลี่ยนสภาพดินในหลุมให้ดีขึ้น ดังนี้

๑. ควรขุดดินโดยแบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ ดินบนและดินล่าง

- ดินบน เป็นส่วนที่มีอินทรีย์วัตถุมากอยู่แล้ว ให้แยกไว้ส่วนหนึ่ง
- ดินล่าง คือ ดินที่เมื่อขุดลึกลงไปแล้วพบว่าดินมีสีจางลงเป็นชั้นที่ไม่มีอินทรีย์วัตถุ

๒. ตากดินไว้ ๑๐ – ๑๕ วัน เพื่อให้แสงแดดส่องฆ่าเชื้อโรคในหลุมปลูกและในดิน

๓. กลบดินลงในหลุม

๔. ผสมปุ๋ยอินทรีย์หรือปุ๋ยหมัก ๑ ส่วนต่อดินล่าง ๒ ส่วน และรองก้นหลุมด้วยปุ๋ยฟอสเฟต ๐.๐๕ กิโลกรัม แล้วจึงกลบไปในหลุมทับชั้นดินบนจนมีระดับสูงกว่าระดับพื้นดินธรรมชาติ ประมาณ ๑๐ เซนติเมตร

การที่ต้องกลบดินให้สูงกว่าระดับดินเดิมนั้น เพื่อที่เมื่อเวลาปลูกแล้วดินจะยุบตัวลงเล็กน้อย ซึ่ง จะทำให้พอดีกับระดับดินเดิมถ้าไม่เผื่อไว้จะเป็นแอ่งและมีน้ำขังทำให้รากเน่าตายได้

การปฏิบัติดูแลรักษา

การให้น้ำ

หลังจากปลูกฝรั่งแล้วต้องหมั่นคอยรดน้ำในช่วงระยะแรกจนกว่าต้นฝรั่งจะตั้งตัวได้หลังจากนั้นก็ ต้องสังเกตดูความชุ่มชื้นของดินถ้าดินแห้งมากต้องรีบให้น้ำ และถ้ามีฝนตกหนักก็ควรระบายออกบ้าง การให้น้ำจะค่อยๆ เพิ่มขึ้นตามความต้องการของต้นฝรั่งประมาณ ความชื้นของดินในระหว่างการออกผลมีความสำคัญ เพราะก่อให้เกิดการร่วง การแตก และขนาดของผล

การใส่ปุ๋ย

โดยปกติการปลูกพืชทุกชนิดควรมีการใส่ปุ๋ยทั้งปุ๋ยคอกและปุ๋ยเคมี สูตรที่แนะนำ คือ ๑๕-๑๕-๑๕ หรือ ๑๓-๑๓-๒๑ ฝรั่งเมื่อออกดอกแล้วจำเป็นต้องให้น้ำและปุ๋ยไนโตรเจนเพื่อให้ได้ผลผลิตสูงขึ้นทุกๆ ปี ควรให้ปุ๋ยประมาณ ๒ กิโลกรัม/ต้น/ปี หรือมากกว่านี้ขึ้นอยู่กับอายุของต้นและประมาณผลผลิต และหากจะให้ฝรั่งมีรสหวานยิ่งขึ้นให้ใช้ปุ๋ยเกรดสูตร ๕-๓๐-๓๐ ฟนก่อนเก็บผล ๑ เดือน โดยนำปุ๋ยเกรดมาผสมน้ำฉีดพ่น ฉีดอาทิตย์ละครั้ง ประมาณ ๒ ครั้ง จากนั้นประมาณ ๑๕ วัน จึงเก็บผล

การพรวนดิน

ไม่ควรพรวนดินลึก เพราะจะทำให้รากของต้นฝรั่งขาดได้

การกำจัดวัชพืช

ควรทำอย่างสม่ำเสมอ อาจใช้วิธีการถาง ใช้สารเคมีกำจัดวัชพืชหรือปลูกพืชตระกูลถั่ว เช่น เซนโตรซิม เพอราเรีย เป็นพืชคลุมดิน

การปักไม้ค้ำกันลม

ในระหว่างที่ต้นฝรั่งยังเล็กอยู่ ควรปักไม้ค้ำกันลมเพื่อป้องกันไม่ให้ต้นโยก เพราะอาจกระทบกระเทือนทำให้ต้นฝรั่งไม่โต การปักไม้ค้ำกันลมควรใช้ไม้รวกหรือแขนงไม้ไผ่ยาว ๑ เมตร ค้ำกึ่งต้นละ ๑-๒ อัน และใช้เชือกพลาสติกผูกติดกับกิ่งแต่อย่าผูกให้แน่นมากเพราะกิ่งอาจเจริญเติบโตช้า



การพฤษภาคมฝรั่ง

ฝรั่งจะเริ่มออกผลเมื่ออายุประมาณ ๖ เดือน ควรใช้ไม้ไผ่ปักไว้เพื่อพฤษภาคมฝรั่ง โดยใช้ปลายหรือแขนงไม้ไผ่ขนาดเล็กลายาว ๑ เมตร หรืออีกมากกว่านั้นปักใกล้กับกิ่งที่ออกผลแล้วโดยผูกยึดกับกิ่งไว้ บางสวนจะผูกข้อผลกับกิ่งหรือไม้ปักเพื่อไม่ให้ผลถ่วงต้น เพราะน้ำหนักผลฝรั่งมาก ถ้ามีลมพัดแรงต้นจะเฉาตายและรากจะขาด

การตัดแต่งกิ่ง

การตัดแต่งกิ่งจะช่วยให้ฝรั่งเกิดกิ่งอ่อน และมีช่อดอกออกมาด้วยทำให้ทรงพุ่มโปร่ง ได้สัดส่วนอากาศถ่ายเทได้สะดวก แสงแดดส่องได้ทั่วถึง สะดวกในการเก็บผลและการพ่นสารป้องกันกำจัดโรคและแมลง นอกจากนี้ ยังทำให้ได้ผลผลิตที่แน่นอน ผลมีขนาดใหญ่ สำหรับสวนใหม่ ควรมีการตัดแต่งกิ่งทุกปี เพื่อกระตุ้นการเจริญและการสร้างตาออก โดยทั่วไปต้นที่สมบูรณ์จะตัดกิ่งก้านออก ๒๕ - ๓๐ % สำหรับต้นที่ไม่แข็งแรงให้ตัดกิ่งก้านออกประมาณ ๒๐% นอกจากการตัดแต่งกิ่งแล้วการทำให้ใบร่วงจะทำให้ระยะการเก็บเกี่ยวสั้นลงและการผลิตผลทิ้งให้เหลือประมาณ ๒-๖ ผลต่อกิ่ง จะจำเป็นในส่วนที่ผลิต เพื่อบริโภคผลสด แต่ถ้าจะให้ได้ผลที่มีขนาดใหญ่และมีคุณภาพดี ควรให้เหลือเพียง ๑ ผลเท่านั้น

การบังคับให้ฝรั่งออกดอก

โดยทั่วไปฝรั่งจะให้ผลเร็วถ้าเป็นฝรั่งที่ได้จากกิ่งตอน จะให้เก็บผลครั้งแรกเมื่ออายุได้ประมาณ ๑ ปี หรือถ้าเป็นต้นที่ได้จากการเพาะเมล็ดจะเก็บผลได้ช้ากว่า คือ เมื่ออายุ ๑ ปี - ๒ ปี แล้วแต่สายพันธุ์ฝรั่งจะออกดอกในส่วนยอดที่เกิดใหม่ตรงโคนก้านใบคู่ที่ ๓-๔ บนกิ่งอ่อน กิ่งหนึ่งมีดอก ๑ - ๖ ดอกแล้วแต่พันธุ์ ดอกเป็นชนิดที่สมบูรณ์เพศทำให้ติดผลง่าย ดังนั้น ถ้าปลูกฝรั่งแล้วไม่ค่อยยอดดอกออกผล อาจจะใช้การบังคับให้ฝรั่งออกดอก โดยวิธีการ ดังต่อไปนี้

๑.การโน้มกิ่ง ฝรั่งมีช่อดอกที่กิ่งอ่อน ดังนั้นการทำให้เกิดกิ่งอ่อนก็จะชักนำให้เกิดตาออกได้ การโน้มกิ่งฝรั่งให้อยู่ในแนวระดับแล้วใช้ไม้รวกยึดปักไว้ เร่งใส่ปุ๋ย รดน้ำ ฝรั่งก็จะแตกกิ่งจากกิ่งที่โน้มพร้อมทั้งมีช่อดอกออกมาด้วย

๒.การตัดแต่งกิ่ง ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่าตาออกจะเกิดจากกิ่งอ่อน ดังนั้น การตัดแต่งจะทำให้เกิดการแตกกิ่งอ่อนและช่อดอกได้กิ่งที่จะตัดแต่ง คือ กิ่งที่อ่อนแอ กิ่งที่เป็นโรคและกิ่งที่ไม่ได้รับแสง

๓. การทำให้ใบร่วง โดยใช้ปุ๋ยพวุกยูเรียหรือสารเคมีละลายน้ำให้เข้มข้น ๒๕% พ่นให้ทั่วทั้งต้น เพื่อให้ใบร่วงหมด ระยะนี้จะต้องให้น้ำและปุ๋ยบำรุงต้น หลังจากนั้นประมาณ ๕ สัปดาห์ จะเห็นช่อดอกเจริญออกมาพร้อมกิ่งอ่อนที่แตกขึ้นใหม่และจะเก็บเกี่ยวผลผลิตได้อีกใน ๕ เดือนต่อมา

๔. การตัดยอดฝรั่ง โดยนับใบจากปลายกิ่งเข้าไปถึงใบคู่ที่ ๔ แล้วจึงตัดยอดทิ้ง จากนั้นไม่กี่วันฝรั่งก็จะแทงดอกออกมา

อนึ่ง การบังคับให้ฝรั่งออกดอกนั้นทำได้ไม่ยากนัก ถ้าต้นฝรั่งสมบูรณ์แข็งแรง และปลูกในที่ๆ มีแสงแดดเพียงพอ แต่ควรคำนึงด้วยว่าการให้ฝรั่งมีผลมากผลก็จะเล็กลงดังนั้นจึงต้องให้ปุ๋ยและน้ำแก่ต้นฝรั่งที่บังคับการออกดอกให้มากกว่าปกติ การบังคับให้ฝรั่งออกดอกจนกระทั่งเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ใช้เวลาประมาณ ๙ เดือน คือ ใช้เวลาในการบังคับให้ฝรั่งออกดอกจนกระทั่งติดผล ๗ เดือน และมีช่วงเก็บเกี่ยวผลอีก ๒ เดือน

การห่อผล

ประโยชน์ของการห่อผลนอกจากจะช่วยป้องกันกำจัดโรคแมลงศัตรูฝรั่งแล้ว ยังทำให้ผลฝรั่งมีผิวสวยน่ารับประทานวิธีการห่อผลฝรั่งโดยส่วนใหญ่จะใช้ถุงพลาสติกหรือใช้กระดาษหนังสือพิมพ์ห่อก่อนแล้วจึงสวมพลาสติกทับอีกชั้นหนึ่ง โดยจะเริ่มห่อผลฝรั่งเมื่อมีขนาดเท่าลูกมะนาวหรือหลังดอกบานแล้ว ๑ เดือน ก่อนห่อควรพ่นสารเคมีป้องกันกำจัดเชื้อรา และแมลงที่ผลฝรั่งเสียก่อน

การเก็บเกี่ยว

ฝรั่งนับจากดอกบานจนถึงผลแก่พร้อมที่จะเก็บเกี่ยวได้จะใช้เวลาประมาณ ๕ เดือน ฝรั่งที่ยังอ่อน ผิวจะมีสีเขียวเข้ม เมื่อเริ่มแก่สีเขียวจะจางลงและแดงตั้งเป็นมัน ไม่ควรเก็บผลที่ยังไม่แก่เต็มที่เพราะยังมีสารสร้างแป้งและสีไม่เต็มที่ ผลจะนิ่ม การเก็บเกี่ยวควรใช้กรรไกรตัดขั้วผลมาด้วยโดยไม่ต้องเอาถุงพลาสติกที่หุ้มฝรั่งออกเพื่อประหยัดเวลา ถ้าหากไม่มีขั้วติดผลจะทำให้ฝรั่งเสื่อมคุณภาพเร็ว และอาจถูกเชื้อโรคเข้าทำลายได้ง่าย

การป้องกันและกำจัดแมลง

โรคที่สำคัญของฝรั่ง

๑. โรคจุดสนิม เกิดจากเชื้อราเข้าทำลายใบ โดยจะเห็นจุดขนาดเล็ก เริ่มจากจุดสีเขียวแล้วค่อยๆ เปลี่ยนเป็นสีสนิมเหล็กและเป็นขุยคล้ายกำมะหยี่ ถ้าเป็นที่กิ่งจะทำให้เป็นขุยและกิ่งแตกแห้งตาย

การป้องกัน ใช้สารเคมีป้องกันกำจัดเชื้อรา เช่น มาเนบและซีแนบ หากเป็นที่กิ่งอาจใช้สารเคมีดังกล่าวผสมในปูนแดงชั้นๆ ทาบริเวณที่เป็นโรค

๒.โรคแอนแทรกซิส เกิดจากเชื้อราเข้าทำลายผลอ่อน ผลสุกและใบ อาการบนใบจะเห็นเป็นจุดสีน้ำตาลเล็ก ๆ แผลอาจทะลุ ถ้าเป็นที่ผลอ่อนจะทำให้มีสีน้ำตาลและเน่าแห้งไปในที่สุด แต่ถ้าเป็นระยะผลสุกหรือใกล้สุกจะเกิดแผลเน่าสีน้ำตาล อาการจะลุกลาม แผลจะบวมลงเล็กน้อยมีจำสีคล้ำและเมือกสีแสดปรากฏให้เห็น

การป้องกัน ใช้สารเคมีป้องกันกำจัดเชื้อรา เช่น บีโนมิล แคบแทน โดยพ่นสารเคมีก่อนเก็บผล
๑ เดือน

แมลงศัตรูฝรั่ง

๑.แมลงวันทอง การทำลายเกิดจากแมลงวันทองวางไข่ที่ได้ผิวฝรั่งสุก (หรือระยะที่ผิวอ่อน) ตัวอ่อนที่ฟักจากไข่จะเจริญกินเนื้อฝรั่งเป็นอาหารทำให้ฝรั่งอ่อนนิ่มและเน่าในที่สุด

การป้องกัน ห่อผลในขณะที่ยังแข็ง มีสีเขียว ขนาดเล็ก การห่ออาจห่อด้วยถึงพลาสติกชั้นเดียว หรือ ๒ ชั้น โดยต้องเจาะรูกระต่ายห่อชั้นในกันถุงให้น้ำไหลออกด้วย หรือใช้สารเคมีมาลาโทอินผสมโปรตีนไฮโดรไลเซต เป็นเหยื่อพิษฉีดพ่นในตอนเช้าตรู่เป็นจุดๆ บนใบแก่เท่านั้น ต้นละ ๑ - ๔ จุด แต่ละจุดใช้น้ำยาประมาณ ๕๐ ซีซี พ่นแค่ให้ใบเปียกและพ่นทุกๆ ๗ วัน ติดต่อกัน ๔ - ๕ ครั้งก่อนเก็บเกี่ยว หากพ่นก่อนการระบาด ๑ เดือน จะได้ผลดีกว่าพ่นหลังแมลงระบาดแล้ว

๒.เพลี้ยแป้ง จะดูดกินน้ำเลี้ยงตามใบอ่อน กิ่งอ่อน และช่อดอกทำให้แห้งเหี่ยวหรือใบผิดปกติรูปร่างและผลผลิตลดลง

การป้องกัน พ่นด้วยสารละลายไฮโดรเจน ๒๐๐ ซีซี ต่อน้ำ ๒๐ ลิตร พ่นให้ทั่วต้น ใบ กิ่งอ่อน และผลต่างๆ ๗ วัน ประมาณ ๒-๓ ครั้ง และหยุดพ่นสารเคมีอย่างน้อย ๗ วัน ก่อนเก็บเกี่ยวผล

ลักษณะเด่นของสินค้า

ฝรั่งมีคุณค่าอาหารพอสมควรที่นำกล่าวคือ นอกจากเกลือแร่วิตามินบีหนึ่ง บีสอง ไนอาซิน เช่นผลไม้ทั่วไปแล้ว ฝรั่งยังมีปริมาณวิตามินซีสูงมาก คือ ฝรั่ง ๑๐๐ กรัม จะมีวิตามินซีตั้งแต่ ๑๐๔ - ๒๑๒ มิลลิกรัม นอกจากคุณค่าทางอาหารดังกล่าว ฝรั่งยังมีสารจำพวกเพคตินเป็นจำนวนมาก เพคตินมีสรรพคุณในทางยา คือ ช่วยเคลือบลำไส้ และในทางอาหารจะช่วยทำให้แยมหรือเยลลี่คงรูป ฝรั่งนอกจากขายผลผลิตสดแล้ว ยังสามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้อีกมากมาย

ลักษณะฝรั่งที่เหมาะสมจะส่งจำหน่ายต่างประเทศ

๑.ผลสมบรูณ์ รูปร่างตรงตามพันธุ์ น้ำหนักประมาณ ๒๐๐ - ๓๐๐ กรัม เนื้อสีขาว รสชาติหวานอมเปรี้ยว เนื้อกรอบ

๒.มีความสุขแก่ตามความต้องการของตลาด เมื่อขนส่งถึงปลายทาง

๓.สะอาดปราศจากร่องรอยหรือตำหนิจากการเข้าทำลายของโรคแมลง

การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวสำหรับฝรั่งต้องการส่งจำหน่ายต่างประเทศ

๑.เก็บฝรั่งที่มีอายุพอเหมาะ

๒.ผลฝรั่งต้องล้างทำความสะอาด

๓.เช็ดผิวผลให้แห้งแล้วบรรจุในโฟมตาข่าย

๔.บรรจุในภาชนะกล่องกระดาษขนาด ๔๐x๓๐x๑๐ เซนติเมตร น้ำหนักบรรจุ ๕ กิโลกรัม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์

การแปรรูป

ในปัจจุบันฝรั่งที่ขายในท้องตลาดมีทั้งพันธุ์ไทย และเวียดนาม ผลฝรั่งทั้งสองพันธุ์นี้นอกจากจะใช้รับประทานสดแล้ว ยังอาจนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้เป็นต้นว่า

๑.ทำเป็นรูปผลิตภัณฑ์ที่ใช้น้ำตาลเป็นส่วนประกอบในการถนอมผลิตภัณฑ์ ได้แก่ แยมฝรั่ง เยลลี่ฝรั่ง ฝรั่งเชื่อม ฝรั่งแช่หมัก และฝรั่งกวน

๒.ทำเป็นเครื่องดื่ม ได้แก่ น้ำฝรั่งสดปรุงรสบรรจุขวด น้ำฝรั่งหวานเข้มข้น เครื่องดื่มฝรั่งผง เครื่องดื่มสำเร็จรูปน้ำฝรั่ง

๓.ทำเป็นรูปตากแห้ง เช่น ฝรั่งแห้งคั้นรูป ฝรั่งแผ่นหนา ฝรั่งแผ่นบาง ข้าวเกรียบฝรั่ง และฝรั่งแผ่นกรอบ

๔.ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ฝรั่งบรรจุกระป๋องในน้ำเชื่อม และฝรั่งแช่แข็ง สำหรับกากฝรั่งหลังจากคั้นน้ำแล้ว อาจจะนำมาแปรรูปเป็นฝรั่งกวนปรุงรส น้ำแพคติน และแพคตินผง

ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ทำจากฝรั่งสุกและสดจะมีกลิ่นของฝรั่งเล็กน้อย เครื่องดื่มสำเร็จรูป น้ำฝรั่งผง เมื่อละลายน้ำคั้นรูปเป็นน้ำผึ้ง จะยังคงมีกลิ่นของฝรั่งอยู่ มีสีคล้ายฝรั่งสด ฝรั่งแผ่นกรอบถ้านำมารับประทานเป็นอาหารขบเคี้ยว หรือรับประทานกับเครื่องดื่มเป็นอาหารเช้า ก็ยังมีกลิ่นรสของฝรั่งอยู่

ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในรูปของอาหารตากแห้งจะมีน้ำหนักเบา ขนย้ายง่าย เก็บรักษาไว้ได้นานที่อุณหภูมิห้อง และมีกลิ่นของฝรั่งเหมือนเมื่อแรกเก็บ ในการแปรรูปผลฝรั่งสดเป็นผลิตภัณฑ์ฝรั่งต่างๆ นั้นควรมีแผนในการแปรรูป ทั้งนี้เพื่อไม่ให้มีเศษวัตถุติดเปลือกทิ้งโดยไม่ได้ใช้ประโยชน์ และเพื่อประหยัดเวลาในการแปรรูป

กรรมวิธีการแปรรูปผลฝรั่งสดโดยเริ่มจากผลฝรั่งสดบ่มให้สุก เพื่อให้มีกลิ่นของฝรั่งสุกแต่ไม่เ็น่า คัดฝรั่งผลที่ดี มีกลิ่นของฝรั่งสุกพอเหมาะ ซึ่งน้ำหนักก่อนล้างน้ำสะอาดแล้วแบ่งเป็น ๓ ส่วน

ส่วนที่ ๑ ลวกน้ำร้อน บรรจุกาษณะทำเป็นฝรั่งดอง หรือ หั่นชิ้น บดยี ปรงแต่งกลิ่นรส กวนเป็น แยมฝรั่ง

ส่วนที่ ๒ หั่นเป็นชิ้น แคะเมล็ดออก ตากแห้งเป็นฝรั่งตากแห้ง หรือต้ม กรอง เติมน้ำตาล ทำเป็น เยลลี่ หรือน้ำฝรั่งหวานเข้มข้น หรืออาจจะนำชิ้นฝรั่งที่แคะเมล็ดแล้วมาหึ่ง ลับละเอียด คั้นน้ำทำน้ำพุดดิน และพุดดินผง ส่วนกากนำมากรวนปรุงรสทำเป็นฝรั่งกวนปรุงรส ชิ้นฝรั่งที่แคะเมล็ดแล้วก็อาจแช่อิ่มตากแห้ง เป็นฝรั่งเคลือบน้ำตาล ทำได้โดยนำฝรั่งแช่อิ่มตากแห้งมาต้มในน้ำเชื่อมข้นร้อยละ ๒๐ ประมาณ ๕ นาที แล้วตากในตู้อบลมร้อนจนแห้ง

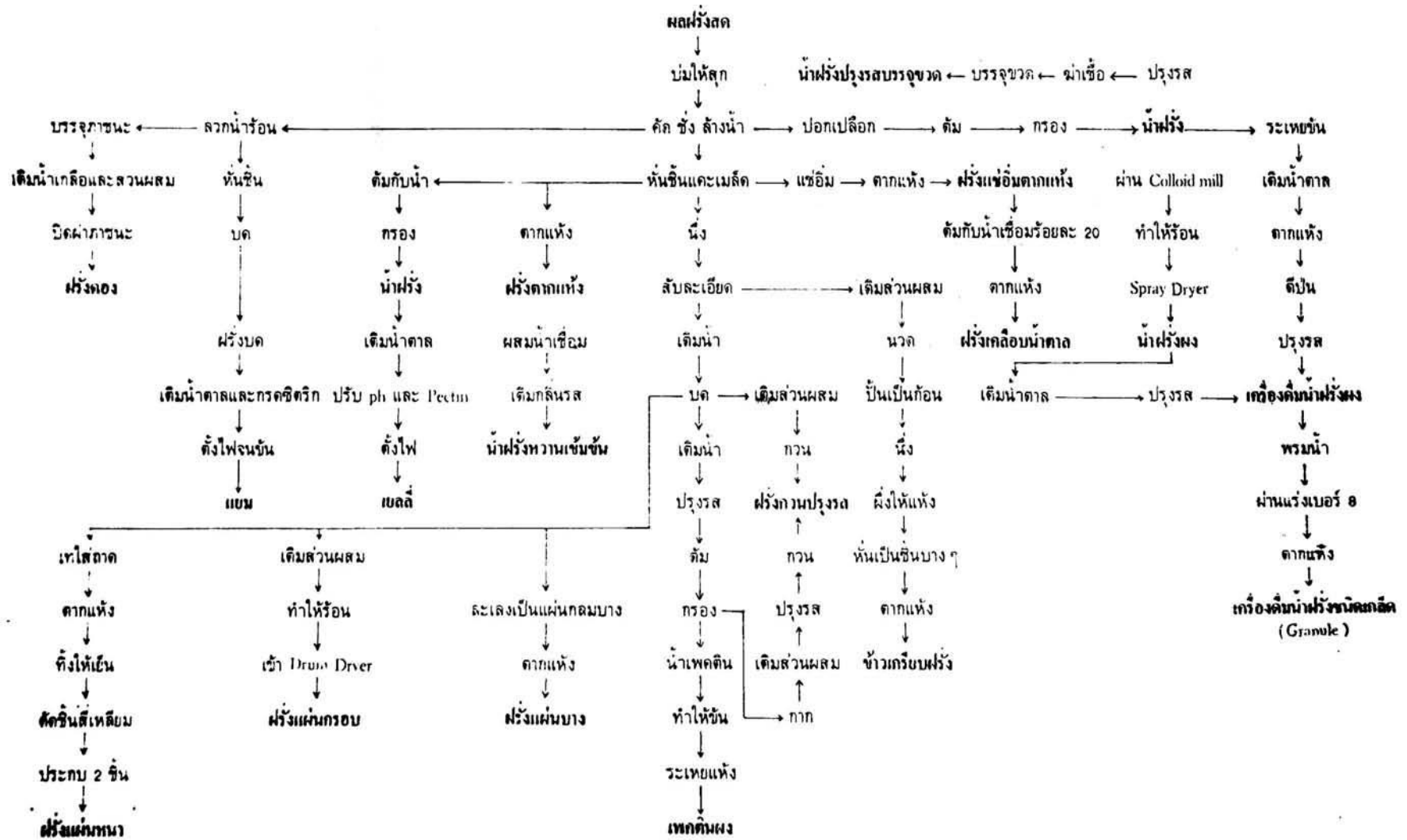
สำหรับ ส่วนที่สองนี้อาจจะนำมาบด ผสมแป้งเกลือก นวดแล้วปั้นเป็นก้อนกลม มี เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ ๔ เซนติเมตร หนึ่งประมาณ ๓๐ นาที ผึ่งลมให้หมาด หั่นเป็นแผ่นบางๆ วางเรียง บนตะแกรงบรรจุกาษณะที่สะอาดแห้ง เมื่อนำมาทอดกับน้ำมันจะได้ข้าวเกรียบฝรั่ง ซึ่งกรอบและยังมีกลิ่น รสของฝรั่งอยู่

เนื้อฝรั่งบด ถ้าไม่ทำเป็นข้าวเกรียบอาจนำมาทำเป็นแผ่นกลม แล้วตากในตู้อบลมร้อน ก็จะได้ ฝรั่งแผ่นบาง หรือถ้าเทลงถาด เกลี่ยให้เสมอกัน ใช้ ๒ อันประกบกัน จะได้ฝรั่งแผ่นหนา นำมาทอดด้วยกระดาษ แก้วใส ก่อนบรรจุกาษณะสำหรับเก็บก็ได้ หรือถ้าเติมน้ำตาล แป้ง แป๊ะแซ เกลือก ผสมจนเป็น เนื้อเดียวกัน ทำให้ร้อน เทใส่เข้าเครื่อง Drum Dryer

ส่วนที่ ๓ นำมาปอกเปลือกตัดกับน้ำ กรองโดยผ่านแรง ทำให้ร้อน นำเข้าเครื่องพ่นฝอยจะได้ ฝรั่งผง เมื่อเติมน้ำตาลปรุงรสก็ได้เครื่องดื่มน้ำฝรั่งผง หรือนำฝรั่งที่ได้มาระเหยให้ชื้นในตู้อบลมร้อน เติมน้ำตาล ตากต่อจนแห้ง ตีป่นเป็นผงปรุงรสเป็นเครื่องดื่มฝรั่งผงได้อีกวิธีหนึ่ง หรือนำน้ำฝรั่งที่ผ่านแรงมา ปรุงรส ฆ่าเชื้อ บรรจุขวด เป็นน้ำฝรั่งสดปรุงรสบรรจุขวด สำหรับเครื่องดื่มน้ำฝรั่งผงนั้นถ้าพรมน้ำลง เล็กน้อย ผ่านแรงขนาดเบอร์ ๘ ตากในตู้อบลมร้อนประมาณ ๕๐ องศาเซลเซียสจนแห้ง ก็จะได้เครื่องดื่ม น้ำฝรั่งผงชนิดเป็นเกล็ด



แผนภูมิแสดงกรรมวิธีแปรรูปผลฝรั่งสด



199

190

การบรรจุหีบห่อ และการเคลื่อนย้าย

ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้นฝรั่งสามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลายอย่าง ไม่จำเป็นต้องจำหน่ายเฉพาะผลสดเพียงอย่างเดียว

การบรรจุหีบห่อมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากสำหรับทุกผลิตภัณฑ์ ซึ่งในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นอกจากเรื่องการใช้สีบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามน่าดึงดูดในเรื่องของข้อมูลที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์ก็สำคัญไม่แพ้กัน เมื่อลูกค้าสนใจบรรจุภัณฑ์ของเราแล้ว เขาจึงอ่านรายละเอียดเพื่อพิจารณาการซื้อต่อ ซึ่งประกอบด้วย

๑. ชื่อสินค้า

๒. ตราสินค้า หรือโลโก้ ตาสัญลักษณ์

๓. ที่มาและความหมายของสินค้า

- สรรพคุณ

- ราคา

- สโลแกนหรือโปรโมชัน

๔. รูปภาพประกอบสินค้า - รูปสินค้าที่ใช้แสดงเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจในตัวสินค้ามากขึ้น

๕. ส่วนประกอบสินค้า - แจกแจงรายละเอียดของส่วนประกอบสินค้าว่าทำมาจากอะไรบ้างและใน

อัตราส่วนเท่าไร

๖. ประมาณสุทธิของสินค้า- น้ำหนักสุทธิของสินค้า

๗. ชื่อผู้ผลิตและผู้จำหน่าย - กรณีที่ไม่ได้เป็นผู้ผลิตสินค้าเอง รวมถึงที่ตั้ง สถานที่ของชื่อผู้ผลิต

และผู้จำหน่าย

๘. ข้อมูลที่ต้องใส่ตามกฎหมาย

- วันผลิต

- วันที่ควรบริโภค

- ข้อแนะนำ / ขั้นตอนหรือวิธีใช้ของสินค้า

- เครื่องหมายรับรอง - ออย / มอก.

- บาร์โค้ด

- คุณค่าทางโภชนาการ / ชี้น

การกระจายสินค้า และการบริหารจัดการการกระจายสินค้าเป็นการเรื่องของกิจกรรมการเคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งผลิตไปสู่แหล่งของผู้บริโภค อุบัติการณ์ หรือที่เราเรียกว่า “ลูกค้าคนสุดท้าย” ในปริมาณที่ต้องการ ในจำนวนที่ถูกต้อง และในความเร็วที่ต้องการของลูกค้าโดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ ของการกระจายสินค้า ไม่ว่าจะเป็น ท่าเลที่ตั้งคลังสินค้าและการคลังสินค้า (Inventory Location and Warehousing) การจัดการวัสดุ (Material Handling) การควบคุมสินค้าคงเหลือ (Inventory Control) และกิจกรรมหรือกระบวนการอื่น ๆ ฯลฯ โดยนำหลักในการบริหารจัดการมาใช้ในกระบวนการกระจายสินค้า เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในกิจกรรมการเคลื่อนย้ายต่อครั้งซึ่งในการจัดทำหนังสือเล่มนี้เป็นการเรียงเรียงองค์ความรู้จากแหล่งข้อมูลระบบสารสนเทศ และหนังสือที่มีความน่าสนใจหลาย ๆ แหล่งข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายความรู้ในการกระจายสินค้า และการบริหารจัดการการกระจายสินค้าซึ่งกำหนดขอบเขตในการรวบรวมองค์ความรู้ดังต่อไปนี้

๑. ความหมายของการกระจายสินค้าและการบริหารจัดการการกระจายสินค้า การกระจายสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง “กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม” หรืออาจหมายถึง “การขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้าภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น” จากความหมายนี้จะเห็นว่างานที่เกี่ยวข้องกับการกระจายตัวสินค้าการบริหารการกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Management) เป็นการพัฒนาและดำเนินงาน ระบบการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพดังนั้น การเคลื่อนย้ายสินค้าจึงประกอบด้วย

- ๑) การเคลื่อนย้ายสินค้าสำเร็จรูปจากแหล่งผลิตไปยังลูกค้าขั้นสุดท้าย
- ๒) การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตจากแหล่งเสนอขายมายังแหล่งการผลิต

องค์ประกอบของการกระจายตัวสินค้านี้มี ๕ ระบบย่อย

๑) ท่าเลที่ตั้งคลังสินค้าและการคลังสินค้า (Inventory Location and Warehousing) ท่าเลที่ตั้งคลังสินค้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการเลือกสถานที่ตั้งของคลังสินค้าว่าควรจะได้รับสินค้าไว้ที่ไหน ส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการคลังสินค้า (Warehousing) เป็นกิจกรรมของการกระจายตัวสินค้าที่ประกอบด้วย การเก็บรักษา การจัดหมวดหมู่ การแบ่งแยกและการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อการขนส่ง” ธุรกิจมีทางเลือกที่จะดำเนินงานโดยมีคลังสินค้าของตนเอง (Private Warehouse) หรือไปใช้บริการของคลังสินค้าสาธารณะ (Public Warehouse)

๒) การจัดการวัสดุ (Material Handling) เป็นการเลือกใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่เหมาะสมในการจัดการวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตเครื่องมือ อุปกรณ์ที่เหมาะสมสามารถทำให้เกิดการสูญเสียที่เกิดจากการแตกหัก เน่าเสียและขโมยน้อยที่สุด อุปกรณ์เครื่องมือมีประสิทธิภาพสามารถทำให้ลดต้นทุนและเวลาที่ต้องใช้ในการจัดการดังกล่าว อุปกรณ์เครื่องมือในการจัดการวัสดุได้แก่ สายพาน รถยก ล้อเลื่อน ลิฟท์ ตู้เก็บสินค้า (Container) เป็นต้น

๓) การควบคุมสินค้าคงเหลือ (Inventory Control) หมายถึง กิจกรรมในการเก็บรักษาสินค้าคงเหลือให้มีขนาดและประเภทของสินค้าในปริมาณที่เหมาะสม สินค้าคงเหลือสำหรับหลายบริษัทจะแสดงถึงขนาดของการลงทุน เป้าหมายของการควบคุมสินค้าคงเหลือคือ การควบคุมการลงทุนและการขึ้นลงของสินค้าให้เกิดน้อยที่สุดโดยสามารถรับคำสั่งซื้อของลูกค้าได้ทันทีและถูกต้อง

๔) การดำเนินงานเกี่ยวกับคำสั่งซื้อ (Order Processing) เป็นขั้นตอนในการจัดการตามใบสั่งซื้อของลูกค้า” ประกอบด้วยการจัดทำเอกสารการขาย การให้สินเชื่อ การจัดเตรียมในการเก็บสินค้า การเก็บหนี้ที่ต้องชำระ

๕) หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการขนย้ายสินค้าไปยังลูกค้า ฝ่ายบริหารต้องตัดสินใจถึงประเภทของการขนส่งและพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง วิธีการขนส่งหลักที่นิยมในปัจจุบันมี ๕ ประเภท ดังนี้

(๑) การขนส่งโดยรถบรรทุก (Truck) เป็นการขนส่งทางบกที่นิยมใช้มาก โดยเฉพาะการขนส่งภายในประเทศเพราะสะดวก รวดเร็ว มีเวลาให้เลือกมาก

(๒) การขนส่งโดยรถไฟ (Railroads) เหมาะสำหรับการขนส่งสินค้าที่มีน้ำหนักมาก ขนาดใหญ่มีปริมาณมาก และต้องมีการขนส่งระยะทางไกล เพราะค่าใช้จ่ายถูก ความปลอดภัยสูง สินค้าที่นิยมใช้บริการรถไฟได้แก่ ปูนซีเมนต์ หินทราย น้ำมัน เป็นต้น

(๓) การขนส่งทางเครื่องบิน (Airlines) เป็นการขนส่งทางอากาศที่ถือว่ารวดเร็วที่สุดและค่าขนส่งสูงที่สุด เหมาะสำหรับสินค้าที่เสียหาย หรือมีราคาแพง เช่น ดอกไม้ เพชร ฯลฯ

(๔) การขนส่งทางเรือ (Water Way) เป็นการขนส่งทางน้ำที่ประหยัดค่าขนส่ง เหมาะสำหรับสินค้าที่คนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายหรือคลังสินค้าที่อยู่ใกล้ทางน้ำ เช่น ชุง ข้าวเปลือก แร่ ถ่าน ฯลฯ

(๕) การขนส่งทางท่อ (Pipelines) เป็นการขนส่งสินค้าที่เป็นของเหลวหรือแก๊ส เช่น น้ำมัน น้ำแก๊ส

บทที่ ๔

แผนการตลาด

การเข้าสู่ตลาด ต้องเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคและก้าวนำหน้าความต้องการของลูกค้า อยู่ตลอดเวลา นั้นเป็นหน้าที่หลักของนักการตลาดทุกคน อีกทั้งการเข้าใจ "สิ่งแวดล้อมทางการตลาด" (Marketing Environment) เพื่อให้รับรู้ถึงความกังวลต่างๆ แรงกระตุ้นต่างๆ ของลูกค้า รวมทั้งการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ก็นับเป็นหัวใจสำคัญที่นักการตลาดจะต้องคำนึงถึงอยู่เสมอ นักการตลาดมักจะคอยสำรวจสิ่งแวดล้อมทางการตลาดต่างๆ ด้วยการหาข้อมูลจากการจัดกิจกรรมทางการตลาดนอกบริษัท โดยจะคอยสังเกตแนวโน้มธุรกิจ โอกาสและภัยคุกคามของธุรกิจไปพร้อมๆ กัน องค์ประกอบที่สำคัญในการสำรวจตลาดมี ๖ ประการ ได้แก่ แรงกดดันด้านประชากรศาสตร์ แรงกดดันด้านสังคม-วัฒนธรรม แรงกดดันด้านเศรษฐกิจ แรงกดดันด้านกฎหมาย แรงกดดันด้านการแข่งขัน และแรงกดดันด้านเทคโนโลยี โดยนักการตลาดจะต้องสำรวจว่าโอกาสและภัยคุกคามจะมาจากที่ใดได้บ้างจากทุกมุมโลก เพื่อให้ธุรกิจดำเนินและสร้างกำไรเพิ่มขึ้นได้ สิ่งแวดล้อมทางการตลาดเป็นคำศัพท์ทางการตลาดเพื่อใช้อ้างอิงถึงปัจจัยและแรงกดดันต่างๆ ที่กระทบต่อความสามารถในการทำธุรกิจและความสัมพันธ์ต่อลูกค้าได้ โดยสิ่งแวดล้อมทางการตลาดมี ๓ ระดับ คือ สิ่งแวดล้อมระดับเล็ก (ภายในบริษัท) - เป็นแรงกดดันภายในบริษัทที่ส่งผลต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า, สิ่งแวดล้อมระดับกลาง (ภายในธุรกิจหรืออุตสาหกรรม) - เป็นแรงกดดันที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อตลาด และสิ่งแวดล้อมระดับใหญ่ (ประเทศ) - เป็นแรงกดดันที่เกิดขึ้นในสังคมที่กระทบต่อบริษัทหรือตลาดโดยรวม

การตลาดสมัยใหม่นี้ได้กล่าวรวมถึง การตลาดความสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ การตลาดเชิงธุรกิจหรือการตลาดเชิงอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นองค์กรหรือสถาบัน และการตลาดเชิงสังคมที่มุ่งเน้นประโยชน์ต่อสังคม นอกจากนี้ การตลาดรูปแบบใหม่นี้ได้ใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งเรียกว่า การตลาดผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Marketing) หรืออีกหลายชื่อ ตัวอย่างเช่น การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (e-marketing), การตลาดออนไลน์ (online marketing), การตลาดดิจิทัล (digital marketing) ที่หมายถึงการตลาดผ่านเว็บไซต์ค้นหาข้อมูล (search engine website) , การโฆษณาบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ (desktop advertising) การตลาดยุคสมัยใหม่นี้พยายามทำกลยุทธ์การแบ่งกลุ่มลูกค้าให้เป็นไปอย่างสมบูรณ์ซึ่งถือเป็นกระบวนการหนึ่งของการตลาดแบบดั้งเดิม อีกทั้งยังเป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้มีความแม่นยำชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งในบางครั้งเรียกว่า การตลาดเฉพาะบุคคล (personalized marketing) หรือการตลาดแบบหนึ่งสินค้าต่อหนึ่งลูกค้า (one-to-one marketing) อีกประการหนึ่ง การตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นบางครั้งถูก

พิจารณาในมุมกว้างมากขึ้น เพราะว่าการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นไม่ได้หมายถึงการทำตลาดอยู่บนโลกอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงการตลาดผ่านอีเมล สื่อโซเชียล และการผลักดันผู้คนที่ได้รับบริโภคสื่ออย่างวิหฤ พ้ายโฆษณาขนาดใหญ่ซึ่งเป็นการตลาดแบบดั้งเดิมเข้าไปสู่อินเทอร์เน็ตหรือหน้าเว็บไซต์ต่าง ๆ อีกด้วย

พื้นที่ปลูกในปี ๒๕๔๐ มีประมาณ ๖๓,๒๑๐ ไร่ ให้ผลผลิตแล้ว ๔๘,๒๒๙ ไร่ มีผลผลิตรวมทั่วประเทศ ประมาณ ๑๑๓,๐๐๐ ตัน แต่ใช้บริโภคในประเทศถึง ๙๙% มีการส่งออกเพียง ๑% โดยในปี ๒๕๔๐ ส่งฝรั่งสดออก ๔๕๐ ตัน มูลค่า ๑๓ ล้านบาท ตลาดมีทั้งในเอเชีย แอฟริกา และอเมริกา ต้นทุนการผลิตฝรั่งในปีแรกประมาณ ๓,๐๐๐ บาท/ไร่ สำหรับปีต่อไปจะลดลงเหลือ ๒,๘๐๐ บาท/ไร่

ส่วนผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากฝรั่งสามารถจำหน่ายได้หลายทาง อาทิ ร้านค้าชุมชน ตลาดชุมชน ร้านค้าสหกรณ์ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าภายในปั้มน้ำมันทั่วประเทศ และตลาดออนไลน์

การกำหนดราคา สินค้าหนึ่ง มีสิ่งที่กิจการจะต้องพิจารณาเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ เช่น กำไรจากการขาย การยอมรับของผู้ซื้อ การเปรียบเทียบกับราคาของคู่แข่ง เป็นต้น ซึ่งต้องคำนึงถึงขนาดมหากกิจการต้องลดราคาสินค้าลงอีก ก็สามารถกระทำได้โดยไม่ขาดทุน

๑. การกำหนดราคาจากต้นทุน (Cost Based Pricing) เป็นวิธีการกำหนดราคาที่ยางและสะดวกที่สุด โดยใช้ต้นทุนต่อหน่วยมาเป็นพื้นฐาน ซึ่งมีวิธีการกำหนดราคา ดังนี้

๑.๑ วิธีการกำหนดราคาแบบ Cost-Plus การกำหนดราคาวิธีนี้มาใช้ในกรณีที่กิจการไม่สามารถคาดการณ์ต้นทุนของผลิตภัณฑ์ล่วงหน้าได้ หรือต้นทุนของผลิตภัณฑ์ไม่แน่นอน กิจการจึงต้องกำหนดกำไรที่แน่นอนขึ้นมาก่อน และเมื่อทราบต้นทุนต่อหน่วยแล้วจึงนำต้นทุนนั้นไปบวกกับกำไรที่ต้องการ

ราคาขาย = กำไรต่อหน่วยที่ต้องการ + ต้นทุนต่อหน่วย

๑.๒ วิธีการกำหนดราคาแบบ Mark up เป็นการบวกส่วนเพิ่มโดยใช้สมการ ดังนี้

Price = Cost + Mark up หรือ ราคา = ต้นทุน + ส่วนเพิ่ม

วิธีการคำนวณ Mark up มีดังนี้

๑) Mark up on Cost หรือ Mark on คือ การกำหนดเป็นร้อยละจากราคาต้นทุน

๒) Mark up on Selling Price หรือ Mark up คือ การกำหนดเป็นร้อยละจากราคาขายวิธีนี้

ใช้มาก ในธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง โดยมีพื้นฐานการคำนวณมาจากต้นทุนเช่นเดียวกัน

๑.๓ วิธีการกำหนดราคาเพื่อให้ได้ผลตอบแทนตามเป้าหมาย (Target Pricing) เป็นการกำหนดราคาเพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment : ROI) โดยต้องการกำไรเป็นร้อยละเท่าใดของเงินลงทุน (Target Profit) เข้าไปในต้นทุนของสินค้าหรือเงินลงทุน โดยใช้สมการดังนี้

ราคา = ต้นทุนต่อหน่วย + อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ * เงินลงทุน

จำนวนสินค้าที่ขาย

๒. การกำหนดราคาจากอุปสงค์ (Demand Based Pricing) เป็นการกำหนดราคาโดยคำนึงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลง หรือเรียกว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย

การโฆษณา เป็นการนำเสนอต่อสาธารณชนบอกข่าวสารสินค้าแก่คนจำนวนมากไม่เจาะจงเฉพาะตัวหรือกลุ่มข่าวสารต้องมีความเป็นสากล เข้าใจได้ทั่วไป กระตุ้นให้เกิดการรับรู้ และพฤติกรรม การซื้อการโฆษณา เป็นวิธีการนำเสนอต่อสาธารณชนโดยไม่ใช้ตัวบุคคล ระบุสินค้า บริการ หรือองค์กรที่เป็นเจ้าของสินค้าอย่างชัดเจน นำเสนอโดยการผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งล้วนแต่ต้องใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น การโฆษณามีบทบาทสำคัญต่อการทำธุรกิจ เพราะเป็นการนำเสนอต่อสาธารณชนโดยไม่ใช้ตัวบุคคล แต่มีการระบุชื่อสินค้า บริการ หรือองค์กรที่เป็นเจ้าของสินค้าอย่างชัดเจน วัตถุประสงค์พื้นฐานของงานโฆษณา ได้แก่

๑. การโฆษณาเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจ เป็นการโฆษณาให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและบริการสามารถทำได้หลายรูปแบบซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม

๒. การโฆษณาเพื่อให้ข่าวสาร เป็นการโฆษณาเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค ซึ่งหลายประเภทและเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทุกระบบของธุรกิจ อาทิ ข่าวสารการลงทุน ข่าวสารการผลิต ข่าวสารด้านการตลาด

๓. การโฆษณาเพื่อชักจูงเป็นรูปแบบการโฆษณาที่จำเป็นจะต้องสร้างแรงจูงใจให้เกิดกับผู้บริโภค ทำให้ลูกค้าเกิดการคล้อยตามและต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการจากเรา

การส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่นอกเหนือไปจากการโฆษณา การตลาดทางตรง การขายโดยพนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราวเพื่อกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้หรือการซื้อของลูกค้าสุดท้าย บุคคลในช่องทางการตลาด หรือพนักงานขายของกิจการ การส่งเสริมการขายไม่สามารถใช้เพียงเครื่องมือเดียวได้ โดยทั่วไปมักจะใช้ร่วมกับการโฆษณา การตลาดทางตรง หรือการขายโดยใช้พนักงานขาย เช่นโฆษณาให้รู้ว่ามีการลด แลก แจก แถม หรือ ส่งพนักงานขายไปแจกสินค้าตัวอย่างตามบ้าน เป็นต้น ดังนั้น การส่งเสริมการขายเป็นกิจกรรมต่างๆ ทางการตลาดที่นอกเหนือจากการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการขายโดยพนักงานขาย โดยวัตถุประสงค์เพื่อให้

ผู้บริโภคเกิดการซื้อหรือเพิ่มยอดขายของกิจการ รวมถึงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของคนกลางในการจัดจำหน่าย โดยการจัดและตกแต่งร้าน การแสดงสินค้า การสาธิตการใช้งาน และความพยายามทางการตลาดอื่นๆ ที่ไม่ใช่งานด้านการขายที่ปฏิบัติอยู่เป็นประจำ

๑. การส่งเสริมการขายเป็นการให้สิ่งจูงใจพิเศษเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อ เช่น คุปอง ของแถม การชิงโชค การแลกซื้อ

๒. การส่งเสริมการขายเป็นเครื่องมือกระตุ้น กิจกรรมการส่งเสริมการขายมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อจำนวนมากขึ้น และสามารถตัดสินใจซื้อได้ในเวลาที่ทันทีทันใด

๓. การส่งเสริมการขายใช้ในการจูงใจกลุ่มต่างๆ ๓ กลุ่ม คือ

- การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค เป็นการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อจูงใจให้เกิดการซื้อจำนวนมากขึ้น ตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วขึ้น เกิดการทดลองใช้ ถือว่าเป็นการใช้กลยุทธ์ดึง

- การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง เป็นการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พ่อค้าคนกลาง ผู้จัดจำหน่าย หรือผู้ขาย ถือว่าเป็นการใช้กลยุทธ์ผลัก

เทคนิคการส่งเสริมการขายมุ่งเน้นผู้บริโภค

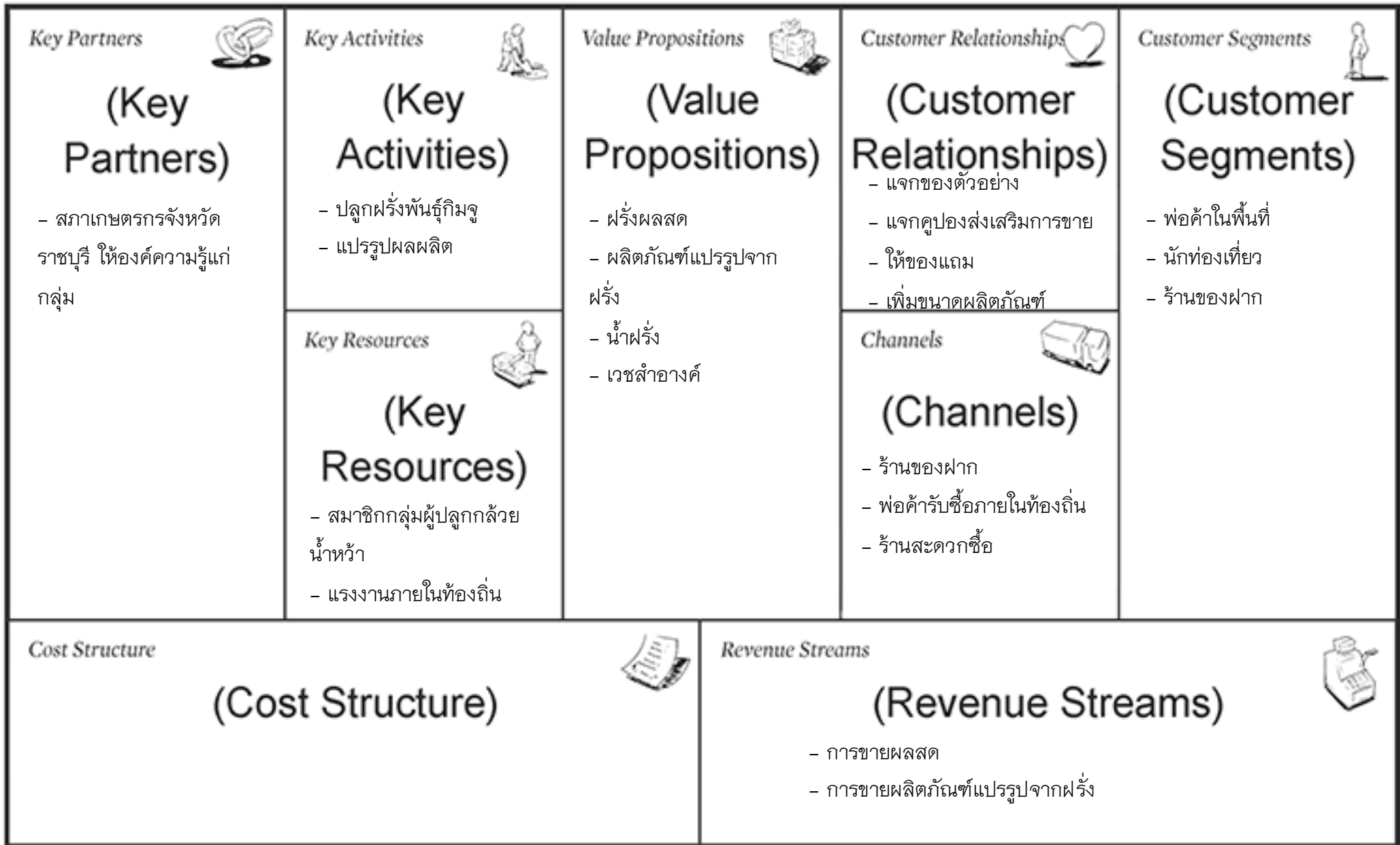
๑. การแจกของตัวอย่าง เป็นการแจกสินค้าที่ผู้ผลิตจัดทำขึ้นเป็นพิเศษ เพื่อแจกฟรี เพื่อให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ก่อน เพื่อลูกค้าเกิดความพอใจหลังจากการได้ทดลองใช้ก็จะกลับมาซื้ออีกในภายหลัง ซึ่งนับว่าเป็นวิธีที่ได้ผลดีที่สุด

๒. การแจกคุปอง เป็นการส่งเสริมการขายที่ใช้ได้ผลที่ดีที่สุด และได้รับความนิยมนอย่างกว้างขวางมากที่สุด

๓. การให้ของแถม เป็นการส่งเสริมการขายอีกรูปแบบหนึ่งที่นักการตลาดใช้กันมานาน และได้รับความนิยมนอย่างกว้างขวาง การใช้ของแถมเป็นการเสนอสิ่งจูงใจพิเศษให้กับลูกค้าด้วยการแถมสินค้าหรือบริการบางอย่างฟรี หรือซื้อในราคาถูกพิเศษ

๔. การเพิ่มขนาดบรรจุภัณฑ์ เป็นการส่งเสริมการขายที่จูงใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อที่ได้ผลวิธีหนึ่ง แทนที่จะเป็นการลดราคาให้กับผู้บริโภค

จากการที่สำนักงานสภาเกษตรกรจังหวัดราชบุรี ได้ดำเนินการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลสภาพพื้นที่ทั่วไปและดำเนินการส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรผู้ฝรั่ง ตำบลบ้านไร่ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี สามารถนำแนวความคิดและทฤษฎี Business Model Canvas มาเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการกลุ่มเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป็นไปตามเป้าหมายที่กลุ่มกำหนดไว้



ภาคผนวก

ภาพกิจกรรมการจัดตั้งกลุ่ม
ภายใต้โครงการแผนพัฒนาเกษตรกรรมระดับตำบลเป็นเกษตรกรรมอุตสาหกรรม
วันพุธที่ ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๐
ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านไร่ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี



ภาพกิจกรรมการจัดตั้งกลุ่ม
ภายใต้โครงการแผนพัฒนาเกษตรกรรมระดับตำบลเป็นเกษตรกรรมอุตสาหกรรม
วันพุธที่ ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๐
ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านไร่ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

