



แผนธุรกิจ  
กลุ่มมะพร้าวน้ำหอมตาหลวง  
ตำบลตาหลวง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

โครงการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมตำบล  
เป็นเกษตรอุตสาหกรรม

จัดทำโดย สำนักงานสภาเกษตรจังหวัดราชบุรี

## คำนำ

พระราชบัญญัติสภาเกษตรกรแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๕๓ กำหนดอำนาจหน้าที่ของสภาเกษตรกรจังหวัด ส่งเสริม สนับสนุนการรวมกลุ่มขององค์กรเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร ยุวเกษตรกรในจังหวัดในรูปแบบต่างๆ และพัฒนา รวมทั้งเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่เกษตรกรและองค์กรเกษตรกรภายในจังหวัด สภาเกษตรกรแห่งชาติ เล็งเห็นความสำคัญต่อการเสริมสร้างอาชีพ เพื่อให้เกษตรกรภายในประเทศสามารถยืนได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องอาศัยหน่วยงานภาครัฐ และลดปัญหาการถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง จึงมีนโยบายโครงการแผนพัฒนาเกษตรกรรมระดับตำบลเป็นเกษตรอุตสาหกรรม โดยให้สำนักงานสภาเกษตรกรจังหวัดจัดตั้งกลุ่มเกษตรกร องค์กรเกษตรกร เพื่อบริหารจัดการผลผลิตด้านการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

สำนักงานสภาเกษตรกรจังหวัดราชบุรี

ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐

## สารบัญ

		หน้าที่
๑ บทนำ	หลักการและเหตุผล - วัตถุประสงค์ - บริบทตำบลตาหลวง	๔
ส่วนที่ ๒	หลักแนวคิดและบทวิเคราะห์ - Business Model Canvas - หลักการตลาด ๔ P - กลยุทธ์การตลาด ๔ C	๘
ส่วนที่ ๓	แผนธุรกิจของกลุ่ม - ความเป็นมาของกลุ่ม - รายชื่อสมาชิกกลุ่ม - ที่ตั้งกลุ่ม - แผนการผลิต	๑๓
ส่วนที่ ๔	แผนการตลาด	๒๑
ภาคผนวก		๒๓

## บทที่ ๑

### หลักการและเหตุผล

พระราชบัญญัติสภาเกษตรกรแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๕๓ กำหนดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ประการหนึ่งคือ เพื่อสนับสนุนสิทธิและการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการกำหนดนโยบายและการวางแผนการพัฒนาเกษตรกรรมอย่างเป็นระบบ เพื่อให้รัฐรักษาเสถียรภาพด้านราคาและความมั่นคงในอาชีพเกษตรกร เพิ่มศักยภาพและยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร ให้ดีขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคม การเมืองอย่างต่อเนื่องได้ดำเนินการจัดทำแผนแม่บทเพื่อพัฒนาเกษตรกรรม ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่จากระดับล่างสู่ระดับบน มีการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมตั้งแต่ในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด เป็นลำดับ จนเป็นแผนพัฒนาเกษตรกรรมในระดับประเทศ ในการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมดังกล่าวครั้งนั้นมุ่งเน้นให้ความสำคัญพื้นที่ในระดับหมู่บ้าน ตำบลอย่างมาก เพราะถือเป็นจุดเริ่มต้นของปัญหาและความต้องการในการพัฒนาทุกเรื่องทุกสาขาทั้งในภาคการเกษตรและนอกภาคการเกษตร ข้อมูลปัญหาความต้องการต่าง ๆ ที่ได้จากพื้นที่เหล่านั้นถือเป็นข้อมูลจริงที่เกิดจากปัญหาความเดือดร้อนของเกษตรกรโดยตรง ในเรื่องที่มีความเร่งด่วนสภาเกษตรกรแห่งชาติได้ให้ความสำคัญเร่งนำเสนอรัฐบาลในลักษณะข้อเสนอเชิงนโยบายและพบว่าเมื่อเวลาผ่านไปปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการแก้ไข ดังนั้นในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๙ สภาเกษตรกรแห่งชาติจึงได้หยิบยกเรื่องการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมระดับตำบลขึ้นมาดำเนินการอีกครั้ง โดยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสนับสนุนชุมชนระดับตำบลร่วมมือกันแก้ไขปัญหาด้วยตนเองส่งเสริมการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมในการพัฒนาแก้ไขปัญหาาร่วมกันในรูปแบบของการจัดการตนเองพัฒนาเกษตรกรให้มีความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง สามารถจัดทำแผนพัฒนาร่วมกัน 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 โดยเริ่มจากกลุ่มขนาดเล็กระดับหมู่บ้าน ตำบล ส่งเสริมให้มีการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเบื้องต้น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ในลักษณะของเกษตรอุตสาหกรรม หรือ SMEs เกษตร ซึ่งการที่จะพัฒนาสู่ความเข้มแข็งในระดับนั้นได้ จำเป็นต้องสนับสนุนให้กลุ่มหรือชุมชนมีแผนปฏิบัติงาน มีเป้าหมายที่ชัดเจน มีข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้อง และเป็นปัจจุบัน เพื่อใช้ในการวางแผน มีการสร้างผู้นำ สร้างคนในชุมชนหรือกลุ่มองค์กร ให้มีความรู้ความเข้าใจมีความสามารถจัดทำแผน มีการสร้างผู้นำ สร้างคนในชุมชนหรือกลุ่มองค์กร ให้มีความรู้ความเข้าใจมีความสามารถจัดทำแผนงาน กำหนดวิธีการ เป้าหมายการดำเนินงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อจะเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญให้กับเศรษฐกิจฐานรากระดับตำบลอย่างยั่งยืน ซึ่งจะสอดคล้องและเป็นไปตามยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ดังนั้น ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ จึงได้รวบรวมโครงการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมระดับตำบล กับโครงการสร้างความเข้มแข็งแก่เกษตรกรและองค์กรเกษตรกรรายสินค้าเกษตรเข้าไว้ด้วยกัน เป็นกิจกรรมภายใต้ “โครงการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมตำบลเป็นเกษตรอุตสาหกรรม”

## 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

## บริบทตำบลตาหลวง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

### สภาพทั่วไป

ตำบลตาหลวงเป็นตำบลหนึ่งที่อยู่ทางตอนใต้ต้นตะวันตกของอำเภอดำเนินสะดวก มีพื้นที่ทั้งหมด ประมาณ ๔,๒๐๐ ไร่ หรือประมาณ ๖.๓๕ ตารางกิโลเมตร สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่ เป็นที่ราบลุ่ม ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำสวนผลไม้ ทำน้ำตาลจากต้นมะพร้าวและปลูกผัก และทำการประมงเล็กน้อย

### ข้อมูลด้านสังคม

ข้อมูลชุมชนจำนวน ๖ หมู่บ้าน

ลำดับที่	ชื่อชุมชน/ชื่อหมู่บ้าน	ชื่อกำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน
๑	บ้านคลองกอไผ่	นายพันธ์ทิพย์ ธนวัฒน์
๒	บ้านบางคนที	นายสม เกลี้ยงเกลา
๓	บ้านคลองยายแพง	นายประวิทย์ ทรัพย์สมบัติ
๔	บ้านคลองตาหลวง	นายโยธิน ศิริทโร
๕	บ้านคลองมะยม	นายประเสริฐ ด้วงปิ่น
๖	บ้านวัดปรกเจริญ	นายสุเทพ สุริยะพันธพงษ์

### พื้นที่

พื้นที่ตำบลตาหลวงมีลักษณะภูมิประเทศแบบราบลุ่มเป็นพื้นที่เกษตรกรรม มีคลองที่สำคัญคือ คลองทองกลาง คลองขุนพิทักษ์ คลองตาหลวง คลองมะยม

### แหล่งน้ำ

แหล่งน้ำธรรมชาติได้แก่ คลองตาหลวง คลองขุนพิทักษ์ คลองทองกลาง คลองมะยม คลองวัดตลาดน้ำ คลองหลักแปด

### สภาพการผลิตการเกษตร

ตำบลตาหลวงมีพื้นที่ทั้งหมด ๔,๒๐๐ ไร่ มีพื้นที่การเกษตร ๓,๔๒๐ ไร่ เกษตรกรรมหลักคือทำสวนมะพร้าว มีพื้นที่ ๒,๘๓๒ ไร่ ผัก ๒๙๕ ไร่ และมะม่วง ๑๑๓ ไร่ ชมพู ๕๐ ไร่ และประมง ๙๐ ไร่

### เขตพื้นที่

ทิศเหนือ ติดกับ ตำบลสีหะมื่น และตำบลดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี  
ทิศใต้ ติดกับ อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม

ทิศตะวันออก ติดกับ ตำบลขุนพิทักษ์ อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

ทิศตะวันตก ติดกับ อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม

### สภาพพื้นที่ทั่วไปของตำบลตาหลวง

ตำบลตาหลวงเป็นพื้นที่ราบลุ่ม มีดินส่วนใหญ่เป็นดินเหนียวปนเปลือกหอย เหมาะสำหรับทำสวนผลไม้ โดยเฉพาะมะพร้าว ตำบลตาหลวงอยู่ในเขตชลประทานโครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาดำเนินสะดวก มีคลองธรรมชาติ เช่น คลองตาหลวง คลองขุนพิทักษ์ คลองทองหลวง คลองมะยม คลองลัดตลาดน้ำ คลองหลักแปด

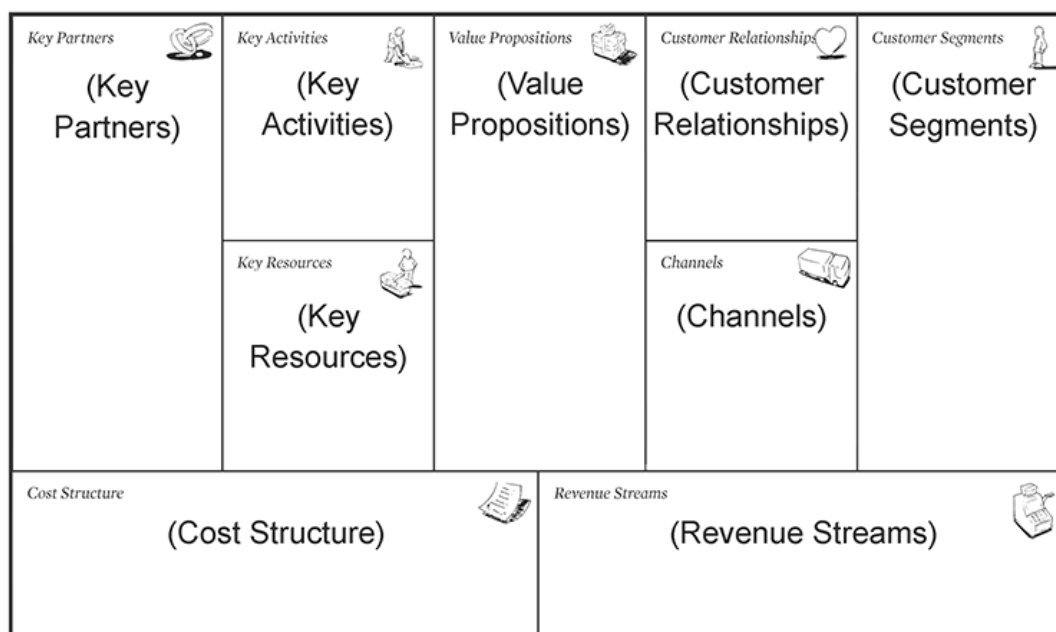
### แผนที่ตำบลตาหลวง



## บทที่ ๒

### หลักแนวคิดและบทวิเคราะห์

Business Model Canvas เป็นเครื่องมือใหม่สำหรับผู้ประกอบการที่กำลังคิดจะ “ลงทุน” เริ่มต้นธุรกิจ หรือปรับปรุงธุรกิจเดิมให้เติบโตมากยิ่งขึ้น เหตุที่ต้องเน้นคำว่า “ลงทุน” เพราะหลายคนน่าจะคุ้นเคยกับการทำ “Business Model” ที่ไม่ว่าจะกั้ตำราหรือนักธุรกิจที่คนก็มักจะบอกว่า ก่อนจะเริ่มต้นธุรกิจที่ดี ควรมี Business Model ที่ชัดเจน เพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจนั้นๆ และทำให้เราเข้าใจและเข้าใจภาพรวมของธุรกิจของตัวเองได้มากขึ้น แต่ในทางปฏิบัติแล้ว Business Model ยังไม่สามารถตอบโจทย์ภาพรวมของธุรกิจได้อย่างครบถ้วน Business Model Canvas จึงถูกพัฒนาขึ้นมาให้เป็นเครื่องมือสำเร็จรูป (template) โดย Alex Osterwalder เพื่อมาเติมเต็มช่องว่างของโมเดลธุรกิจ ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถมองเห็นภาพรวม (visualizing) ของธุรกิจได้ครบทุกมิติมากขึ้น ช่วยให้ผู้ประกอบการประเมินความเสี่ยงในการลงทุนได้ขึ้น เป็นการตอบโจทย์สำคัญของการทำธุรกิจ นั่นคือทำอย่างไรให้มี “กำไร” Business Model Canvas จึงเปรียบเสมือนแผนลงทุนของผู้ประกอบการด้วย Business Model ที่สมบูรณ์





หลักการตลาด 4 P คือ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ส่วนผสมทางการตลาดที่นิยมนำมาเป็นเครื่องมือ หรือใช้เป็นกลยุทธ์ในการวางแผนการตลาดมีอยู่ด้วยกัน 4 ประการ ซึ่งหลักการใช้ก็คือการวางแผนในแต่ละส่วนให้เข้ากันอย่างลงตัวและเหมาะสม ดังนี้



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

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

๓.ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ก็คือการนำสินค้าไปให้ถึงมือของลูกค้า โดยยึดหลักความมีประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความปลอดภัย และความรวดเร็ว วิธีขายหรือกระจายสินค้าที่สามารถทำให้เกิดผลกำไรมากที่สุด ต้องกระจายสินค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ( 4P คือ )

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

กลยุทธ์การตลาด 4C คือ เป็นแนวคิดทางด้านการตลาดแนวใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบ  
 โจทย์ของ ผู้บริโภคให้ตรงประเด็นได้มากที่สุด เพราะปัจจุบันจากพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและ  
 บริการของผู้บริโภคเปลี่ยนไป กลยุทธ์การตลาด 4C ประกอบด้วย



C ตัวที่ ๑ มาจากคำว่า Consumer Wants and Needs หมายถึงความต้องการของผู้บริโภค การผลิต  
 สินค้าในปัจจุบันต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า  
 เป็นหลัก และนักการตลาดต้องรู้ก่อนว่าลูกค้าหรือ  
 ผู้บริโภคต้องการสินค้าแบบไหน

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

ผู้ผลิต

C ตัวที่ ๓ มาจากคำว่า Convenience to buy หมายถึง ความสะดวกในการซื้อ  
 ผู้ประกอบการหรือนักการตลาดจะต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็น  
 สำคัญ โดยอาจเพิ่มช่องทางในการซื้อให้กับลูกค้า

C ตัวที่ ๔ มาจากคำว่า Communication that Connects หมายถึง การสื่อสาร การสื่อสารที่  
 ดีจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อใจและเชื่อถือในตัวสินค้า ที่จะส่งผลให้เกิดการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้น  
 แต่ กลยุทธ์การตลาด 4C คือ กลยุทธ์การตลาดแนวใหม่ที่พัฒนาขึ้นเพื่อตอบโจทย์และความต้องการ  
 ของลูกค้าในยุคที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญ ดังนั้นเมื่อกลยุทธ์ 4C เกิดจากการพัฒนาของ  
 อินเทอร์เน็ต นักการตลาดที่ชาญฉลาดก็ต้องใช้อินเทอร์เน็ตทำการตลาดให้ประสบความสำเร็จด้วย  
 เช่นกัน

พฤติกรรมผู้บริโภค หรือ Consumer Behavior หมายถึง การตัดสินใจและการกระทำของ  
 ผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อ และใช้สินค้าบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของตน  
 ดังนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค จึงเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมต่างๆ เพื่อคุณจะได้นำไปใช้ใน  
 การพัฒนาสินค้า และบริการให้ตรงใจกลุ่มเป้าหมายและสร้างความพึงพอใจเช่นกัน เหมือนกับสุภชาติ  
 จินที่กล่าวไว้ข้างต้นครับ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคนักการตลาดจะเรียกว่า 6Ws ซึ่งประกอบไป  
 ด้วยดังนี้

## ๑.WHO – ใครคือกลุ่มเป้าหมาย

เป็นการศึกษาถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายในเรื่องต่างๆไม่ว่าจะเป็นประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยาและพฤติกรรม เช่น เพศ อายุ อาชีพ สถานที่ เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยระบุ ข้อมูลของคุณได้ชัดเจน เพื่อที่คุณจะสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านต่างๆ อย่างเหมาะสมและ สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้นั่นเอง

## ๒.WHAT – ผู้บริโภค ซื้ออะไร

ก่อนอื่นคุณต้องทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เช่น องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่บ่งบอก คุณสมบัติตัวสินค้า ที่ตรงตามความต้องการ ตลาดสินค้าต้องตรงนี้เท่านั้น เป็นต้น เพื่อที่คุณจะนำไป ปรับปรุงหรือส่งเสริมสินค้าและบริการของคุณ ไม่ว่าจะเป็นตัวสินค้าและบริการ รูปลักษณ์ของสินค้า คุณภาพสินค้า เพื่อสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งรวมถึงสร้างความแตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ

## ๓.WHERE – ช่องทางในการซื้อ

ช่องทางที่ถูกค้าใช้ในการหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ เช่น ซื้อผ่านเว็บไซต์ ซื้อที่ตลาดขาย สินค้าเฉพาะ หรือห้างสรรพสินค้า หรือพูดง่าย ๆ ก็คือการสถานที่ ที่กลุ่มเป้าหมายมักชอบไปซื้อสินค้า ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญ หากว่าคุณทราบว่ากลุ่มเป้าหมายของคุณซื้อสินค้าจากที่ไหน ก็จะทำให้คุณสามารถกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่ายและนำผลิตภัณฑ์หรือสินค้าไปสู่แหล่งตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## ๔.WHY – ทำไมผู้บริโภคต้องการซื้อ....

เราควรศึกษาถึงผู้บริโภค หาเหตุผลว่าทำไมผู้บริโภคจึงตัดสินใจซื้อ เช่น ซื้อเพื่อตอบสนองตาม ความต้องการ ซื้อเพื่อตอบสนองตามปัจจัยพื้นฐาน หรือ การซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมเพื่อเข้าสังคม และการซื้อถุงมือเพราะอยู่ในช่วงหน้าหนาว คุณต้องตอบคำถามกับตัวเองให้ได้ก่อนว่า เขาจะซื้อของเรา เพื่ออะไร !!

## ๕. WHEN – โอกาสในการซื้อหรือจะซื้อเมื่อไหร่

เราต้องคำนึงถึงสินค้าของคุณว่า สินค้าคุณเป็นสินค้าที่อยู่ในช่วงเวลาหรือไม่ หรือเป็นสินค้าที่ ขายได้ตลอดทั่วไป เพราะคุณต้องแยกแยะสินค้าเหล่านี้ออกจากกันก่อน บางครั้งสินค้าคุณอาจเป็นช่วง เทศกาล อาทิ คุณเปิดธุรกิจโรงแรมคุณก็ต้องดูเหมือนกันว่าช่วงไหนคนไม่ค่อยไปโรงแรม คุณก็ต้อง จัดการลดโปรโมชันราคาห้องพักให้ต่ำลงเพื่อการอุดหนุนของธุรกิจ ซึ่งสิ่งนี้สามารถช่วยเพิ่มยอดขายให้ ธุรกิจยังคงดำรงอยู่ในโลกของการตลาดออนไลน์

๖.WHOM - ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของลูกค้าต่อการซื้อสินค้า

บางครั้งลูกค้าก็ไม่ได้ซื้อเพราะความต้องการของตนเองเพียงอย่างเดียว อาจมีบุคคลอื่นที่มีผลครอบคลุมในการซื้อดังนี้

- ผู้ริเริ่ม คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้ออะไรสักอย่าง แล้วบอกพ่อแม่ให้ทำการซื้อ
- ผู้ที่แนะนำ คือ ผู้ที่มีส่วนในการเลือกตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น พี่ชายมีการแนะนำให้ซื้อ

สินค้านั้นะ

- ผู้ตัดสินใจ คือ ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ บางครั้งอาจจะเป็นเครือญาติ พ่อและแม่
- ผู้ซื้อ คือ ใครก็ได้ที่มีเงินเพียงพอต่อการซื้อ

## บทที่ ๓

### แผนธุรกิจของกลุ่ม

#### ความเป็นมาของกลุ่มมะพร้าวน้ำหอมตาหลวง

มะพร้าว น้ำหอมพันธุ์พื้นถิ่นของราชบุรีคือ พันธุ์กันจิบ ผลจะใหญ่กว่ามะพร้าว น้ำหอมสามพราน นครปฐม ก้นผลจะเป็นพู ๓ พู ดินที่ราชบุรีเป็นดินที่ในอดีตน้ำทะเลท่วมถึง เมื่อปลูกไม้ผลใดรสชาติจะอร่อยแตกต่างจากผลไม้จากจังหวัดอื่น รวมถึงมะพร้าวด้วย ชาวสวนมะพร้าว จึงรวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มเกษตรกรตำบลตาหลวง เพื่อลดปัญหาการกดราคาจากพ่อค้า อีกทั้งยังสามารถเลือกผู้รับซื้อที่ให้ราคาสูงสุดได้



#### รายชื่อสมาชิกกลุ่ม

๑. นายวัชร พงษ์ประสิทธิ์	ประธานกลุ่มมะพร้าว น้ำหอมตาหลวง
๒. นายอนันต์ เกลี้ยงเกลา	สมาชิกกลุ่มมะพร้าว น้ำหอมตาหลวง
๓. พ.จ.ท.นาคะรังค์	สมาชิกกลุ่มมะพร้าว น้ำหอมตาหลวง
๔. นายพันธ์ทิพย์ ชยงยันต์	สมาชิกกลุ่มมะพร้าว น้ำหอมตาหลวง
๕. นายอมร ทิมแก้ว	สมาชิกกลุ่มมะพร้าว น้ำหอมตาหลวง
๖. นายวิม เกิดอารีย์	สมาชิกกลุ่มมะพร้าว น้ำหอมตาหลวง
๗. นายธีระวัฒน์ โชติวุฒาการ	สมาชิกกลุ่มมะพร้าว น้ำหอมตาหลวง
๘. นางสาวโสภา กลั่นประดิษฐ์	สมาชิกกลุ่มมะพร้าว น้ำหอมตาหลวง
๙. นางอนงค์ สุริยะพันธ์พงษ์	สมาชิกกลุ่มมะพร้าว น้ำหอมตาหลวง
๑๐. นางอัญลี บุญเกษม	สมาชิกกลุ่มมะพร้าว น้ำหอมตาหลวง
๑๑. นางสาวสิรินยา เอ็งฮะสุน	สมาชิกกลุ่มมะพร้าว น้ำหอมตาหลวง

๑๒. นายวีรศักดิ์ เมฆวิไล สมาชิกกลุ่มมะพร้าว น้ำหอมตาหลวง  
 ๑๓. นายวิสิทธิ์ ดำรงค์ดี สมาชิกกลุ่มมะพร้าว น้ำหอมตาหลวง  
 ๑๔. นางอมร โพธิ์วัฒน์ สมาชิกกลุ่มมะพร้าว น้ำหอมตาหลวง  
 ที่ตั้งกิจการ โรงปุ๋ยหมักบ้านกำนันสุเทพตำบลตาหลวง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

## กระบวนการผลิตและการดำเนินงาน



### การปลูก

วิธีปลูกให้ชุดหลุมปลูกกว้างยาวและลึก ด้านละ ๕๐-๗๕ เซนติเมตร สำหรับในที่ดินชุดหลุมปลูกควรกว้างยาวและลึก ด้านละ ๑ เมตร นำปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก หรือใบไม้แห้งผูกกับดินบนที่ตากแห้งใส่คลุกเคล้าให้เข้ากัน ใส่รองก้นหลุมปลูกให้เต็มหลุม วางต้นพันธุ์เสมอกับปากหลุมปลูกในกรณีปลูกบนที่ลุ่ม และวางต้นพันธุ์ปลูกต่ำกว่าปากหลุมในกรณีปลูกบนที่ดอน ปักไม้หลักผูกยึดกับต้นพันธุ์ป้องกันการโค่นล้ม เกษีดินกลบ ควรปลูกให้ระยะระหว่างต้นและแถวห่างกัน ๖-๗ เมตร หรือปลูกเป็นลักษณะสามเหลี่ยมด้านเท่าก็ได้

### การให้น้ำ

ในที่ลุ่มปลูกมะพร้าว น้ำหอมแบบระบบยกร่องสวน จะให้ได้รับน้ำพร้อมกับพืชผักและไม้ผลอายุสั้น รากมะพร้าวจะแผ่ลงริมร่องสวนดูดซับน้ำ ทำให้ต้นเจริญเติบโตดีและได้ผลดก ส่วนการปลูกในที่ดอน หรือในฤดูแล้งหรือฝนไม่ตกต้องให้น้ำสัปดาห์ละครั้งเป็นอย่างน้อยหรือได้รับน้ำพอเพียง จะช่วยให้ต้นมะพร้าวเจริญเติบโตได้ดี

### การใส่ปุ๋ย

แม้ว่ามะพร้าวเป็นพืชที่สามารถปลูกได้ในสภาพดินแทบทุกชนิด แต่ปริมาณผลผลิตนั้นขึ้นอยู่กับปริมาณธาตุอาหารในดิน และสภาพความอุดมสมบูรณ์ของดิน สภาพความเป็นกรดเป็นด่างของดินที่เหมาะสมแก่การปลูกมะพร้าวควรอยู่ในช่วงระหว่าง pH ๖-๗ การใส่ปุ๋ยให้พอเหมาะแก่ความต้องการของ

มะพร้าว นั้น ควรได้นำตัวอย่างดินไปเข้าวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการด้วย พบว่าในปีหนึ่งๆ มะพร้าว จะดูดธาตุอาหารไปใช้ ดังนี้

ไนโตรเจน ๙.๔๔-๑๔.๕๖ กก./ไร่

ฟอสฟอรัส ๔.๓๒-๖.๔๐ กก./ไร่

โปแตสเซียม ๑๓.๖๐-๒๐.๙๖ กก./ไร่

ในบรรดาธาตุดังกล่าว มะพร้าวจะดูดโปแตสเซียมไปใช้มากที่สุด โดยประมาณ ๖๒ % ของโปแตสเซียม ถูกนำไปใช้ในการเพิ่มจำนวนผลผลิตของมะพร้าว ชนิดของปุ๋ยที่แนะนำเพื่อเพิ่มผลผลิตของมะพร้าว คือ ปุ๋ยเคมีสูตร ๑๓-๑๓-๒๑ หรือ ๑๒-๑๒-๑๗ ร่วมกับ ปุ๋ยอินทรีย์ ซึ่งมะพร้าวสามารถดูดนำไปใช้เพื่อเสริมสร้างความแข็งแรงให้กับลำต้น ใบ เพื่อป้องกันศัตรูพืชได้ดี การใส่ปุ๋ยควรใส่ให้สัมพันธ์กับอายุมะพร้าวดังตารางข้างล่างนี้

ฤดูที่เหมาะสมที่จะใส่ปุ๋ยให้มะพร้าว คือ ในช่วงต้นและปลายฤดูฝน ในช่วงนี้มีความชื้นเพียงพอที่จะช่วยละลายปุ๋ย และรากของมะพร้าวกำลังเจริญเติบโตเต็มที่ที่สามารถดูดปุ๋ยไปใช้ได้ดี การหว่านปุ๋ย

จากการศึกษาพบว่า รากมะพร้าวที่สามารถดูดปุ๋ยได้ดีจะอยู่ภายในรัศมี ๒ เมตรจากลำต้น ดังนั้นการใส่ปุ๋ยจึงควรโรยหรือหว่านปุ๋ยตั้งแต่โคนต้นไปจนถึง ๒ เมตร โดยรอบแต่ถ้าเป็นมะพร้าวที่ยังเล็กอยู่ควรหว่านปุ๋ยใกล้โคนมะพร้าวเพราะรากยังแผ่ไปไม่กว้าง หลังจากหว่านปุ๋ยแล้วควรพรวนดินตื้นๆ ลึกประมาณ ๑๐-๑๕ ซม. เพื่อให้ปุ๋ยได้คลุกเคล้ากับดินและป้องกันการชะล้าง

### การเก็บเกี่ยว

การปฏิบัติดูแลรักษาที่ดี เมื่อต้นมะพร้าวน้ำหอมอายุ ๒ ปีครึ่ง หรือนับตั้งแต่ออกช่อดอกหรือจั่นได้ ๑๙๐-๒๐๐ วัน ก็จะพัฒนาเป็นผลอ่อน มีน้ำหวานหอม เนื้ออ่อนนุ่ม และมีกะลาที่แข็งทนทานต่อการขนส่ง ก็จะเริ่มเก็บเกี่ยว ในรอบ ๑ ปีจะตัดเก็บมะพร้าว ๑๒-๑๕ ครั้ง ในทุก ๒๐ วัน จะตัดเก็บมะพร้าว ๑ ครั้ง ครั้งละ ๑ ทะลาย ทะลายละ ๑๐-๓๐ ผล ในช่วงอายุ ๓-๑๐ ปี ต้นมะพร้าวน้ำหอมจะยังเตี้ยอยู่ การตัดเก็บจะใช้วิธีเดินตัดที่ละทะลาย เมื่อต้นมะพร้าวอายุ ๑๐ ปีขึ้นไปลักษณะต้นจะสูงขึ้นวิธีการตัดเก็บได้ใช้มีดตะขอกตัดปลายกับไม้ไผ่ แล้วนำขึ้นไปเกี่ยวตัดครั้งละทะลายที่มีไม้ค้ำทะลายไว้ก่อนแล้ว จากนั้นจึงนำลงมา ก็จะได้ผิวผลมะพร้าวที่สวยงามและเก็บได้นาน ๗ วัน จัดมะพร้าวใส่ในรถเข็นหรือรถสาลี่ลากจูงออกจากสวนไปเก็บไว้ที่โรงเรือน เพื่อเตรียมขนส่งไปยังโรงงานแปรรูปหรือตลาดท้องถิ่น



การเก็บเกี่ยวมะพร้าวน้ำหอมให้ได้ผลอ่อนขนาดพอเหมาะไม่อ่อนหรือแก่เกินไปนั้น เป็นขั้นตอนที่ต้องใช้ความชำนาญเป็นพิเศษ ผิดกับมะพร้าวต้นสูงที่ปลูกเพื่อเก็บเกี่ยวผลแก่ มีวิธีการสังเกตผลที่มีความอ่อนพอเหมาะค่อนข้างง่าย

มะพร้าวน้ำหอมที่ออกสู่ตลาดนั้นอาจนำไปแปรรูปเป็นประเภทต่าง ๆ เช่น น้ำมะพร้าวบรรจุถุงหรือใส่ในแก้วแช่ตามตู้เย็น มะพร้าวอ่อนขายทั้งผล หรือมะพร้าวเผา แต่ละแบบจำเป็นต้องเก็บเกี่ยวในระยะแก่หรืออ่อนแตกต่างกัน มะพร้าวน้ำหอมที่เก็บเกี่ยวกันมีอยู่ ๓ แบบคือ มะพร้าวชั้นเดียว มะพร้าวชั้นครึ่ง และมะพร้าวสองชั้น รายละเอียดของแต่ละชนิดมีดังต่อไปนี้

#### มะพร้าวชั้นเดียว

มะพร้าวน้ำหอมที่เพิ่งมีเนื้อบางเล็กน้อย การเกิดเนื้อจะเกิดจากบริเวณก้นผลอ่อนแล้วจะหนาไปเรื่อย ๆ จนถึงหัวผล มะพร้าวชั้นเดียวเนื้อจะบางมาก อาจมีลักษณะเป็นวุ้นเพียงเล็กน้อย บางท้องถิ่น เช่น ทางภาคใต้บางจังหวัด เรียกว่า “มะพร้าวขี้มูกลิง” มะพร้าวน้ำหอมชนิดนี้เวลาเปิดส่วนก้นแล้วมองลงไปตรง ๆ ที่ส่วนหัวมะพร้าวจะยังเห็นกะลาสีเหลืองอ่อนได้อย่างชัดเจน มะพร้าวชนิดนี้จะมีเนื้อบาง ๆ ติดอยู่เพียงครึ่งผลเท่านั้น ถือว่าเป็นมะพร้าว อ่อนเกินไป ยังไม่ควรเก็บเกี่ยว

#### มะพร้าวชั้นครึ่ง

เป็นมะพร้าวอ่อนที่มีเนื้อผลมากขึ้นจนเกือบจะเต็มผล เมื่อตัดเปิดที่ก้นผลและมองจากรอยตัดลงไปตรง ๆ จะเห็นกะลาบริเวณหัวผลเพียงเล็กน้อยเป็นวงขนาดเหรียญบาท เนื่องจากบริเวณหัวผลยังมีเนื้อบางมาก มะพร้าวน้ำหอมชนิดนี้ยังถือว่าอ่อน ไม่เหมาะกับการขายทั้งผลแต่เหมาะสำหรับบรรจุแก้วใส่ตู้เย็น ชนิดที่แต่ละแก้วมีทั้งน้ำและเนื้ออยู่ด้วยกัน อย่างไรก็ตามมีผู้บริโภค บางรายชอบบริโภคมะพร้าวแบบมะพร้าวชั้นครึ่งนี้เหมือนกัน เนื่องจากเนื้อนุ่มไม่แข็ง

#### มะพร้าวสองชั้น

มะพร้าวน้ำหอมที่มีเนื้อเต็มผลแล้ว แต่ยังไม่แก่จนเกินไปหรือไม่แก่จนเนื้อภายในผลแข็ง ถ้าตัดมะพร้าวขนาดสองชั้นจากรอยตัดก้น ผลเมื่อมองลงไปตามรอยตัดจะเห็นเนื้อมะพร้าวอยู่เต็ม มองไม่เห็นกะลาเหมือน ๒ ชนิดแรก มะพร้าวอยู่เต็มมองไม่เห็นกะลาเหมือน ๒ ชนิดแรก มะพร้าวน้ำหอมที่ดีควรส่งตลาดในระยะที่เป็นมะพร้าว สองชั้นนี้เอง



แต่ขณะที่เก็บเกี่ยวเราไม่อาจจะมองเห็นการเจริญของเนื้อภายในผลได้ จะต้องสังเกตจากการเจริญของทะลายและการเจริญของผลเป็นเครื่องสังเกต ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำสวนมะพร้าว น้ำหอม อาจใช้หลายวิธีการในการเก็บเกี่ยวผล เพื่อให้ได้มะพร้าว น้ำหอมที่อยู่ในระยะ “พอดี” ไม่อ่อนหรือแก่จนเกินไป แต่ละวิธีการอาจมีข้อคลาดเคลื่อนได้เช่นเดียวกัน บางฤดูกาล เช่น ในฤดูร้อนมะพร้าวจะแก่ได้เร็วกว่าปกติ ข้อสังเกตในการเก็บเกี่ยวแต่ละวิธี จึงควรประยุกต์ให้เหมาะสมกับฤดูกาลด้วยวิธีสังเกตความเหมาะสมของการเก็บเกี่ยวมีดังต่อไปนี้

#### นับทะลาย

มะพร้าว น้ำหอมจะแทงจั่นประมาณ ๒๐ วันต่อหนึ่งจั่น หรือทุกครั้งที่มีทางใหม่ขึ้นมา ถ้านับเอาทะลายที่จะเก็บเกี่ยวเป็นทะลายที่หนึ่งแล้ว นับทะลายที่ออกตามมาเป็นอันดับที่สอง ที่สามไปเรื่อย ๆ เมื่อจั่นที่ ๑๒ แทะออก และกาบหุ้มยังไม่แตก ก็จะเป็นระยะเวลาที่มะพร้าวทะลายแรก อยู่ในระยะเป็นมะพร้าวสองชั้นพอดี

#### สังเกตจากหางหนู

มะพร้าวที่มีอายุผลมากจนกะลาเริ่มสีดำ หางหนูจะแห้งตั้งแต่ขั้วผลไปจนจรดปลาย มะพร้าวอ่อนหางหนูแห้งครึ่งหนึ่ง ส่วนอีกครึ่งหนึ่งยังสดอยู่ วิธีนี้อาจคลาดเคลื่อนได้ในฤดูร้อนที่แดดจัดมาก ๆ เพราะหางหนูอาจจะแห้งก่อนกำหนด



#### สังเกตจากสีผล

บริเวณรอยต่อของขั้ว กับตัวผลของผลมะพร้าวอ่อนจะมีสีขาวเป็นวงรอบขั้วผล ถ้าสีขาวยังเป็นวงกว้าง แสดงว่ามะพร้าวยังอ่อนอยู่มาก ต่อเมื่อส่วนสีขาวบริเวณรอยต่อเหลือเพียงเล็กน้อยพอเป็นวงรอบขั้ว แสดงว่าได้ระยะเก็บเกี่ยวพอดี อย่างไรก็ตามมะพร้าวที่มีทะลายอยู่ในด้านที่ได้รับแสงมากเป็นพิเศษ ก็อาจสังเกตจากสีคลาดเคลื่อนเช่นเดียวกัน

#### สังเกตจากจั่นที่อยู่เหนือขึ้นไป

ดังได้กล่าวไว้แต่แรกแล้วว่ามะพร้าวจะมีทางเรียงเป็นชุดจำนวน ๕ ชุด ด้วยกัน ทางมะพร้าวที่เกิดขึ้นต่อ ๆ มาจะซ้อนทับในแนวเดียวกันกับทางเดิม ในระหว่างทางแต่ละชุดจึงเป็นช่องว่างให้มองลอดขึ้นไปได้ปกติทะลายมะพร้าวจะนั่งทางทุกทะลาย ถ้าทะลายล่างสุดคือทะลายที่เก็บเกี่ยวจะสังเกตเห็นทะลายที่อยู่เหนือขึ้นไป ยังเป็นมะพร้าวที่อ่อนมาก และที่เหนือขึ้นไปอีกทางหนึ่งบนของทางนี้จะมีจั่น

ใหม่แทงขึ้นมา ให้ใช้จันใหม่นี้ นับเป็นลำดับที่สามจากทะเลที่ต้องการเก็บนั้นเป็นจุดสังเกต ถ้ากาบหุ้มจันเพิ่งแตกออกหากเก็บเกี่ยวขณะนั้น จะได้มะพร้าวชั้นเดียว ถ้าจันแตกออกและบานเต็มที่แล้วทะเลาล่างสุดก็จะเป็นมะพร้าวชั้นครึ่ง และถ้าปล่อยให้บานเต็มที่และติดผลเล็ก ๆ ที่โคนจันเริ่มมีสีเขียวขึ้นเล็กน้อย หากเก็บเกี่ยวขณะนั้นจะได้มะพร้าวน้ำหอมเนื้อสองชั้น ซึ่งเป็นขนาดที่ตลาดต้องการมากที่สุด

การเก็บเกี่ยวมะพร้าวน้ำหอมแตกต่างจากการเก็บเกี่ยวมะพร้าวแก่ เพราะมะพร้าวแก่จะใช้แรงคนหรือสิงปลดมาที่ละผล แต่มะพร้าวน้ำหอมจะตัดลงมาทีเดียวทั้งทะเลาลง ไม่แยกที่ละผล มะพร้าวน้ำหอมขณะที่เก็บยังอ่อนส่วนทะเลายังไม่แข็งมากพอ การปล่อยให้หล่นลงพื้นอาจทำให้ผลมะพร้าวแตกเกิดความเสียหายได้ ดังนั้นก่อนการตัดจึงต้องใช้เชือกโยงทะเลาลงไว้ให้แข็งแรงและค่อย ๆ หย่อนลงพื้น การโยงทะเลาลงมานอกจากจะทำให้มะพร้าว ไม่เกิดการแตกเสียหายแล้ว ยังทำให้สามารถส่งตลาดได้รวมทั้งทะเลาลงอีกด้วย

มะพร้าวน้ำหอมจะเก็บเกี่ยวประมาณ ๒๐ วันต่อ ๑ ครั้ง หรือ ๒ เดือน ตัด ๓ ครั้ง ดังนั้นใน ๑ ปี จึงเก็บเกี่ยวทั้งสิ้น ๑๘ ทะลาย (ถ้าแทงจันทุกครั้งที่ย่อทางใหม่) จะเห็นว่าถ้ามะพร้าวน้ำหอมติดผลทะเลาลง ๑๕ ผล ใน ๑ ปี ก็อาจเก็บเกี่ยวมะพร้าวน้ำหอมได้ถึง ๒๗๐ ผลต่อต้น และถ้าปลูกต่อไร่ประมาณ ๔๕ ต้น ก็จะได้ผลผลิตถึง ๑๒,๑๕๐ ผล ต่อไร่ ต่อปี ที่เดียว



### ตลาด

ผลผลิตมะพร้าวจะมีพ่อค้าคนกลางหรือพ่อค้าในท้องถิ่นมารับซื้อถึงในสวน เพื่อนำไปขายที่ตลาดในเมืองหรือจังหวัดใกล้เคียง ราคาซื้อขาย ๒๐๐-๕๐๐ บาท ต่อทะเลาลง ส่วนพ่อค้ารายย่อยจะนำมะพร้าวน้ำหอมไปเปิดท้ายรถกระบะเล็ก ขาย ๒๕-๓๕ บาท ต่อผล หรือจัดน้ำและเนื้อมะพร้าวน้ำหอมใส่แก้วหรือใส่ถุงวางขายเพื่อบริการผู้กิน



## กระบวนการบริหารจัดการ

### โครงสร้างการบริหารงาน

กลุ่มมะพร้าวน้ำหอมตาหลวง แบ่งโครงสร้างการบริหารงานได้ ดังนี้



- ประธาน มีหน้าที่ ควบคุม ดัดลีนใจ และบริหารงานกลุ่มฯ ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน ประธานงาน รวมทั้งชี้แจงและทาความเข้าใจกับสมาชิกถึงแผนการทำงาน ผลงานและความร่วมมือ

- ฝ่ายบริหาร มีหน้าที่ ๑) บริหารงานทั่วไป โดยเน้นการบริหารเครื่องจักรกลการเกษตร เช่น จัดลำดับการให้บริการจัดระบบการผลิต และบริหารรายได้ให้เกิดประโยชน์ ๒) รวบรวมข้อมูลและสรุปผลการทงานจากคณะกรรมการกลุ่มฯ ทุก ๆ ฝ่าย ๓) รวบรวม บันทึกข้อมูล และจัดทำบันทึกผลการประชุมสมาชิกของกลุ่มฯ ที่เกี่ยวข้องและมีผลต่อการใช้เครื่องจักรกลการเกษตร

- ฝ่ายการเงิน มีหน้าที่ ๑) วางแผน ควบคุมดูแล ตรวจสอบเงินรายได้และค่าใช้จ่ายในการประกอบธุรกิจของกลุ่มฯ เช่น ค่าบำรุงรักษาและซ่อมแซมเครื่องจักรฯ เป็นต้น ๒) จัดทำบัญชี รายรับ-รายจ่าย ของกลุ่มฯ อย่างชัดเจนและถูกต้องสมบูรณ์ ๓) จัดสรรรายได้จากการดำเนินงานของกลุ่มฯ ตามแนวทางการบริหารรายได้ของกลุ่ม

- ฝ่ายบริหารและบำรุงรักษา มีหน้าที่ ๑) ควบคุมดูแลการใช้งาน การซ่อมแซมและบำรุงรักษาเครื่องจักรฯ ของโครงการให้เป็นไปตามข้อกำหนดด้านเทคนิคพร้อมที่จะใช้งานตลอดเวลา มีความ

ปลอดภัย และมีจำนวนครบถ้วน ๒) จัดทำบัญชีพัสดุ-ครุภัณฑ์ ๓) จัดทำบันทึกการใช้งานและปัญหาของการใช้งานเครื่องจักรฯ ทั้งนี้ แต่ละฝ่ายมีจำนวนผู้รับผิดชอบตามสมควร

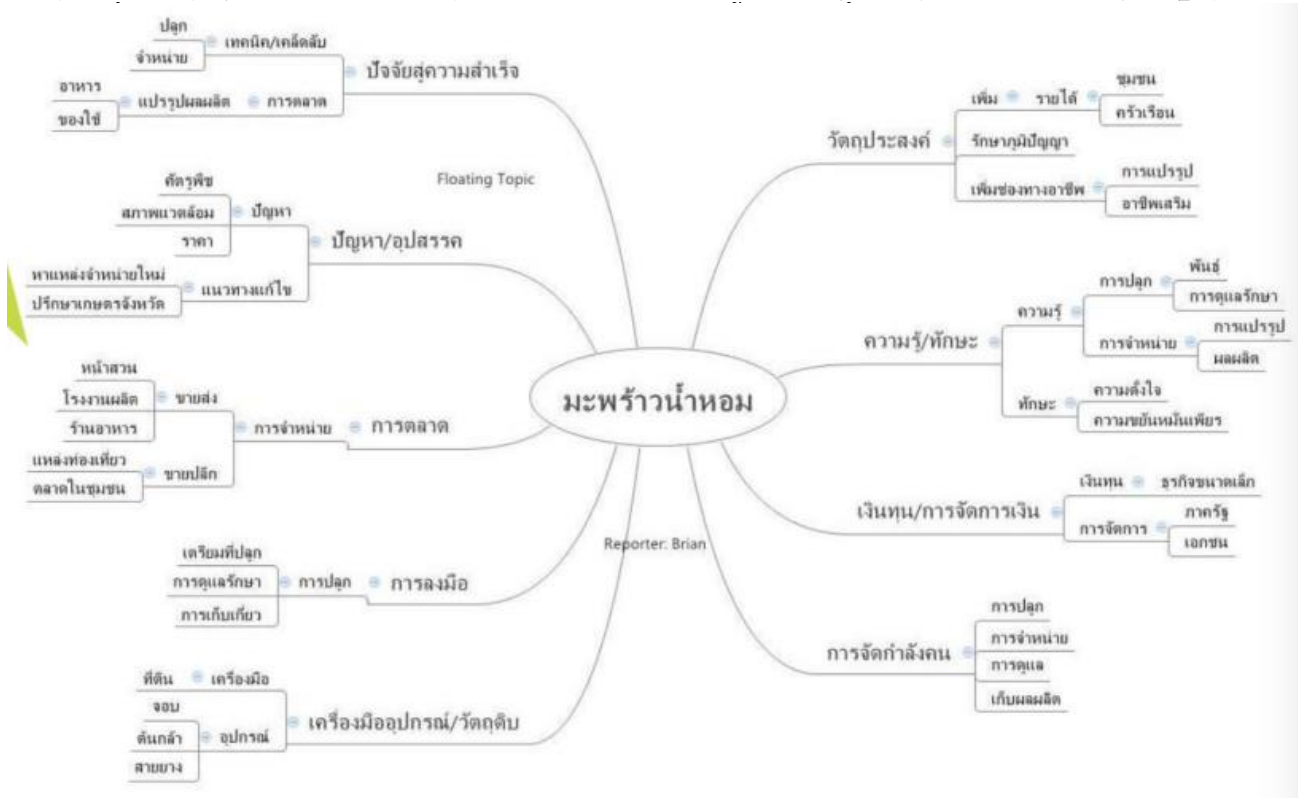
**แนวทางการบริหารรายได้**

รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานจะต้องมีการจัดสรรเป็นอย่างน้อย ๒ ส่วน ในอัตราส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ ๑ เป็นค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมและบำรุงรักษาเครื่องจักรกลการเกษตร ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของรายได้สุทธิ
- ส่วนที่ ๒ เป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการตามเงื่อนไขและแนวทางของกลุ่มที่ได้ตกลงไว้ ไม่เกินร้อยละ ๙๕ ของรายได้สุทธิ

**การส่งเสริมความยั่งยืนของกลุ่ม/วิสาหกิจชุมชน**

- รับซื้อผลผลิต และ/หรือรับจ้างสีข้าวของสมาชิกในอัตราที่ถูกลงกว่าราคาซื้อ และ/หรือรับจ้างกับบุคคลทั่วไปที่ไม่ใช่สมาชิก
- พัฒนาคำแนะนำให้สมาชิกอย่างต่อเนื่อง เช่น การถ่ายทอดความรู้ การทัศนศึกษาดูงาน เป็นต้น
- คำนึงกำไรให้แก่สมาชิกและชุมชน เช่น การปันผลตามสัดส่วนการถือหุ้น การจัดสวัสดิการให้แก่ชุมชน อาทิเช่น สมาชิกเสียชีวิต สวัสดิการข้าวสารแก่ผู้ยากไร้ ทุนการศึกษาแก่เด็กยากจน เป็นต้น



## บทที่ ๔

### แผนการตลาด

#### รูปแบบของธุรกิจ

กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกเป็นผู้ปลูกและมีตัวแทนกลุ่มเป็นผู้รวบรวมผลผลิต และหาช่องทางการจัดจำหน่ายรายได้เข้าสู่กลุ่มเกษตรกรต่อไป มะพร้าวเป็นสินค้าที่ตลาดมีการขยายตัวมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะตลาดในประเทศจีน จึงเป็นสินค้าที่คนจีนนิยมบริโภค และตลาดใหญ่ๆ อีกแห่งที่ตามมาคือตลาดในสหรัฐอเมริกา ถือเป็นตลาดใหญ่ไม่แพ้กัน เพราะผู้ที่ชื่นชอบดื่มน้ำมะพร้าวเล็งเห็นถึงคุณค่าทางโภชนาการที่จะได้รับจึงนิยมบริโภคมากขึ้น จึงทำให้ ณ เวลานี้ มะพร้าวจึงเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง

สินค้า	ผู้ปลูก	ผู้แปรรูป	ผู้บริโภค	ช่องทางการตลาด
มะพร้าว น้ำหอม	ปลูก	รวบรวม/ ผลผลิต/ แปรรูป	ประชาชนทั่วไป	ครัวเรือนในชุมชน/ร้านค้า/ออกบูธ กิจกรรม/อินเทอร์เน็ต

#### ลักษณะเด่นของสินค้าและบริการ

ลุ่มแม่น้ำแม่กลอง ลุ่มแม่น้ำท่าจีน เป็นแหล่งปลูกมะพร้าวน้ำหอม คุณภาพดี มีค่าความหวานเริ่มต้นที่ ๖.๕ บริกซ์ หวานพอดี อยู่ที่ ๗ บริกซ์ รสหวานมากคือ ๘ บริกซ์ หากนำไปแช่เย็น จะช่วยเพิ่มรสหวานมากขึ้น คุณธานี ทรัพย์สมบูรณ์ บอกว่าน้ำมะพร้าวหากนำไปแช่เย็นสัก ๓ วัน จะมีรสชาติหวานกว่าที่ตัดในวันแรก โดยเฉพาะมะพร้าวน้ำหอมพันธุ์พื้นถิ่นของราชบุรีคือ พันธุ์กันจิบ ผลจะใหญ่กว่ามะพร้าวน้ำหอมสามพราน นครปฐม กันผลจะเป็นพู ๓ พู ดินที่ราชบุรีเป็นดินที่ในอดีตน้ำทะเลท่วมถึง เมื่อปลูกไม้ผลใด รสชาติจะอร่อยแตกต่างจากผลไม้จากจังหวัดอื่น



## ตลาดเป้าหมาย

มะพร้าว เป็นสินค้าที่ตลาดมีการขยายตัวมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะตลาดในประเทศจีน จึงเป็นสินค้าที่คนจีนนิยมบริโภค และตลาดใหญ่ๆ อีกแห่งที่ตามมาคือตลาดในสหรัฐอเมริกา ถือเป็นตลาดใหญ่ไม่แพ้กันเพราะผู้ที่ชื่นชอบดื่มน้ำมะพร้าวเล็งเห็นถึงคุณค่าทางโภชนาการที่จะได้รับจึงนิยมบริโภคมากขึ้น จึงทำให้ ณ เวลานี้ มะพร้าวจึงเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง



ในเรื่องของการตลาดจำหน่ายผลมะพร้าว ไม่ใช่เรื่องที่เป็นปัญหาสำหรับเขามากนัก เพราะพื้นที่ตำบลตาหลวงกอบอยู่ในพื้นที่ที่มีตลาดรับซื้อ ดังนั้น จึงทำให้สามารถจำหน่ายมะพร้าวได้ตลอดทั้งปี

## กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดและการเติบโต

การปลูกมะพร้าว น้ำหอมในเชิงการค้าจะคุ้มทุนหรือไม่? คำตอบก็คือ การเลือกพื้นที่ที่เหมาะสม พันธุ์มะพร้าวที่มีคุณภาพ วิธีการปลูก ใช้ปัจจัยการผลิตผสมผสานเพื่อลดต้นทุน ปฏิบัติดูแลบำรุงรักษาที่ดีก็จะได้ผลมะพร้าว น้ำหอมคุณภาพ ซึ่งเวลานี้มะพร้าว น้ำหอมกำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภคอย่างแพร่หลาย ก็ช่วยให้เกษตรกรมีรายได้นำไปเป็นทุนหมุนเวียนปลูกมะพร้าวต่อไป

## โอกาสและศักยภาพของธุรกิจ (SWOT)

### จุดแข็ง (Strength)

- เกษตรกรมีความชำนาญและมีเทคนิคต่างๆในการปลูกมะพร้าว
- ชุมชนมีความสามัคคี ความเป็นอยู่ดี

### จุดอ่อน (Weakness)

- เกษตรกรขาดแรงจูงใจในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิต เนื่องจากราคามะพร้าวเดิมสูงอยู่แล้ว

### โอกาส (Opportunity)

- พื้นที่อำเภอดำเนินสะดวกมีความเหมาะสมอย่างมากในการปลูกมะพร้าว น้ำหอม

- พื้นที่อำเภอดำเนินสะดวกเป็นแหล่งปลูกมะพร้าวขนาดใหญ่ จึงมีผู้ประกอบการที่รับซื้อผลผลิตอยู่ในพื้นที่และพื้นที่ข้างเคียงเป็นจำนวนมาก จึงทำให้การขนส่ง

### อุปสรรค (Threat)

- ราคาผลผลิตไม่มีเสถียรภาพ บ้างสูงมาก บ้างต่ำมาก
- โรคและแมลงศัตรูพืชระบาดแม้จะมีระบบการบริหารจัดการสวนที่ดีแล้ว



## กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์

### การวิจัย / พัฒนาผลิตภัณฑ์

เน้นกระบวนการคัดคุณภาพมะพร้าวให้ได้ผลผลิตที่ดีที่สุด ก็คือ เมื่อมะพร้าวขึ้นครึ่ง ไม่เกินสองชั้นเพราะสินค้าเกรดนี้ น้ำมะพร้าวจะมีรสหวานตามธรรมชาติ เมื่อมะพร้าวอ่อน ถูกใจผู้บริโภค เหมาะสำหรับรับประทานผลสดและใช้เป็นวัตถุดิบแปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าว มะพร้าวเกรดนี้ กำหนดได้จากการคำนวณอายุการเก็บเกี่ยว หากตัดมะพร้าวรอบแรก ในวันที่ ๑ นับไปอีก ๒๐-๒๒ วัน จึงค่อยตัดมะพร้าวรอบที่สอง วิธีนี้ช่วยให้ได้คุณภาพผลผลิตที่สม่ำเสมอ คุณธานี บอกว่า แม้ตัดมะพร้าวในระยะเวลาที่กำหนด แต่คุณภาพผลผลิตก็ไม่ได้ดีเต็มร้อยเปอร์เซ็นต์ เมื่อมะพร้าวน้ำหอมส่งมาถึงโรงงาน คนงานจะตรวจสอบคุณภาพระหว่างปอกอีกครั้ง หากเจอ เปลือกฟุ้งๆ แสดงว่าเป็นมะพร้าวแก่ จะถูกคัดออกไปตรวจสอบคุณภาพซ้ำอีกครั้งในกระบวนการผลิต คนงานจะเช็คลักษณะภายนอกว่าผลมะพร้าวมีเสี้ยนกะลาดำ หรือเปล่า ตรวจเจอก็จะคัดออก บางที่ไม่เจอลักษณะกะลาดำ แต่ก็เจอมะพร้าวแก่ เนื้อหนาเช่นกัน จึงต้องพัฒนาระบวนการดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### การบริการและการส่งมอบ

สำหรับมะพร้าวที่กลุ่มเกษตรกรรวบรวมเข้ากระบวนการผลิต จะมีมะพร้าวผลแตก ชำรุด ซึ่งเกิดจากกระบวนการปอก ทำให้ผลมะพร้าวแตกทะลุไปถึงน้ำ ซึ่งจะกลายเป็นวัตถุดิบในกระบวนการแปรรูปแทน เพื่อรองรับการขาดทุนที่กลุ่มต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรวบรวมผลผลิตไป



## กลยุทธ์การพัฒนาตลาด

### ภาวะการแข่งขัน

อำเภอดำเนินสะดวก โดยเฉพาะตำบลตาหลวง สามารถที่จะเป็นศูนย์กลางของน้ำมะพร้าว น้ำหอมของอาเซียนและโลกได้ในอนาคต แต่ต้องปรับโครงสร้างการผลิตของมะพร้าวทั้งการผลิต การตลาดและการบริหารการจัดการเป็นระบบ เช่น เร่งขยายพื้นที่เพาะปลูกและปลูกพันธุ์ดีทดแทนมะพร้าวเก่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์มะพร้าวให้มีความหลากหลายมากขึ้น



### การกำหนดราคา

ราคาเฉลี่ยรายเดือน ประจำปี 2559											
	เฉลี่ย	สูงสุด	ต่ำสุด		เฉลี่ย	สูงสุด	ต่ำสุด		เฉลี่ย	สูงสุด	ต่ำสุด
ม.ค.	17.83	19.00	17.00	พ.ค.	34.81	38.00	27.00	ก.ย.	21.53	24.00	18.00
ก.พ.	18.57	19.00	17.00	มิ.ย.	34.57	37.00	30.00	ต.ค.	18.19	19.00	18.00
มี.ค.	20.35	25.00	16.00	ก.ค.	25.52	28.00	24.00	พ.ย.	18.90	19.00	18.00
เม.ย.	29.92	36.00	25.00	ส.ค.	24.87	25.00	24.00	ธ.ค.	24.32	35.00	18.00









ข้อมูลจาก ตลาดสี่มุมเมือง



### ช่องทางการจัดจำหน่าย

กลุ่มเกษตรกรเป็นผู้รวบรวมผลผลิตและจัดจำหน่ายให้กับตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศต่อไป



<p><b>Key Partners</b> </p> <p>- สภาเกษตรกรจังหวัด ราชบุรีให้องค์ความรู้</p>	<p><b>Key Activities</b> </p> <p>- ปลูกมะพร้าวน้ำหอม</p>	<p><b>Value Proposition</b> </p> <p>- มะพร้าวน้ำหอมผลสด - มะพร้าวน้ำหอมควั่น</p>	<p><b>Customer Relationships</b> </p> <p>- ความสำคัญที่มีอย่างยาวนาน และความไว้วางใจซึ่งกันและกัน</p>	<p><b>Customer Segments</b> </p> <p>- ผู้สั่งซื้อมะพร้าวน้ำหอม - ผู้ค้ามะพร้าวรายย่อย</p>
<p><b>Cost Structure</b> </p> <p>- แรงงานของเกษตรกรภายในกลุ่ม - ค่าขนส่ง - ค่าปุ๋ยและสารเคมีต่างๆ</p>	<p><b>Key Resources</b> </p> <p>- สมาชิกกลุ่มมีความชำนาญในการปลูกและดูแลรักษา</p>		<p><b>Channels</b> </p> <p>- จำหน่ายให้กับผู้รวบรวมผลผลิต</p>	

## ภาคผนวก

## ภาพการประชุมจัดตั้งกลุ่มมะพร้าวหน้าหอมตาหลวง

