



## แผนธุรกิจ

กลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ

ตำบลบางแพ อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี

โครงการจัดทำแผนพัฒนาเกษตรกรรมตำบล

เป็นเกษตรอุตสาหกรรม

จัดทำโดย สำนักงานสภาเกษตรกรจังหวัดราชบุรี

## 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
<b>๑ บทนำ</b>	หลักการและเหตุผล - วัตถุประสงค์ - บริบทตำบลบางแพ-วังเย็น	๔
<b>ส่วนที่ ๒</b>	หลักแนวคิดและบทวิเคราะห์ - Business Model Canvas - หลักการตลาด ๔ P - กลยุทธ์การตลาด ๔ C	๘
<b>ส่วนที่ ๓</b>	แผนธุรกิจของกลุ่ม - ความเป็นมาของกลุ่ม - รายชื่อสมาชิกกลุ่ม - ที่ตั้งกลุ่ม - แผนการผลิต	๑๓
<b>ส่วนที่ ๔</b>	แผนการตลาด	๒๓
<b>ภาคผนวก</b>		๓๐

## บทที่ ๑

### หลักการและเหตุผล

พระราชบัญญัติสภาเกษตรกรแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๕๓ กำหนดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ประการหนึ่งคือ เพื่อสนับสนุนสิทธิและการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการกำหนดนโยบายและการวางแผนการพัฒนาเกษตรกรรมอย่างเป็นระบบ เพื่อให้รัฐรักษาเสถียรภาพด้านราคาและความมั่นคงในอาชีพเกษตรกร เพิ่มศักยภาพและยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร ให้ดีขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม 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

## บริบทตำบลบางแพ-วังเย็น อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี

### ประวัติความเป็นมาของตำบล

“บางแพ” ในอดีตก่อนจะเป็นหมู่บ้าน บริเวณท้องที่นี้เคยเป็นที่ลุ่มจรดชายทะเลเต็มไปด้วยป่าพง ป่ากก มีผู้อาศัยน้อย ถึงฤดูน้ำหลากชาวบ้านจะพากันไปตัดไม้ในป่าแล้วนำมาผูกเป็นแพ ล่องลงมาตามคลองตาคต และ คลองธรรมชาติ เพื่อออกไปค้าขายทางทะเล การเดินทางจะต้องนำแพไม้มาจอดพักค้างแรมเป็นจำนวนมากเป็นประจำ และเมื่อมีผู้คนมาตั้งบ้านเรือนอยู่อาศัยมากขึ้น จึงพากันเรียกชื่อหมู่บ้านแห่งนี้ว่า “บ้านบางแพ” ต่อมาเมื่อมีผู้คนมาสร้างบ้านเรือนอยู่อาศัยมากขึ้น ก่อให้เกิดเป็นชุมชนขนาดใหญ่ จึงเรียกชุมชนนี้ว่า “บางแพ” เมื่อมีการจัดการปกครองจึงตั้งเป็นชื่อ ตำบล

### ข้อมูลด้านสังคม

ข้อมูลชุมชนตำบลบางแพจำนวน ๑๑ หมู่บ้าน

ลำดับที่	ชื่อชุมชน/ชื่อหมู่บ้าน
๑	ชุมชนคลองน้ำใส ทิวไม้สวย
๒	ชุมชนบ้านกุ่ม
๓	ชุมชนบางแพใต้พัฒนา
๔	ชุมชนหมู่สี่สามัคคีร่วมใจ
๕	ชุมชนตลาดบางแพ
๖	ชุมชนท่าราบร่วมใจพัฒนา

ลำดับที่	ชื่อชุมชน/ชื่อหมู่บ้าน
๗	ชุมชนท่าราบหมู่เจ็ด
๘	ชุมชนไผ่แก้วรวมใจ
๙	ชุมชนตาลเรียงพัฒนา
๑๐	ชุมชนดอนแข่งสามัคคี
๑๑	ชุมชนดอนแข่งพัฒนา

### สภาพพื้นที่ทั่วไปของตำบลบางแพ-วังเย็น

ตำบลตาหลวงเป็นพื้นที่ราบลุ่ม มีดินส่วนใหญ่เป็นดินเหนียวปนเปลือกหอย เหมาะสำหรับการทำสวนผลไม้ โดยเฉพาะมะพร้าว ตำบลตาหลวงอยู่ในเขตชลประทานโครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาดำเนินสะดวก มีคลองธรรมชาติ เช่น คลองตาหลวง คลองขุนพิทักษ์ คลองทองหลาง คลองมะยม คลองลัดตลาดน้ำ คลองหลักแปด

### แหล่งน้ำ

เทศบาลตำบลบางแพ มีคลองธรรมชาติที่สำคัญ ๘ แห่ง คือ

- |                |                 |
|----------------|-----------------|
| ๑. คลองตาคต    | ๕. คลองหนองม่วง |
| ๒. คลองสะแก    | ๖. คลองขุด      |
| ๓. คลองค่อม    | ๗. คลองหนองปิง  |
| ๔. คลองบ้านโรง | ๘. คลองน้ำใส    |

### สภาพการผลิตการเกษตร

เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่ของเทศบาลตำบลบางแพ เป็นที่ราบลุ่ม ดินส่วนใหญ่ที่พบเป็นดินเหนียวและดินปนทราย ซึ่งเหมาะแก่การปลูกข้าวและพืชไร่ต่างๆ พบว่า มีการเช่าที่ดินของราษฎรทำการเกษตรประเภททำสวน ทำนาข้าว ทำปอเลี้ยงปลา ปอเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ปอเลี้ยงกุ้งกุลาดำ ทำให้มีความหลากหลายในการใช้ประโยชน์ของที่ดิน

### เขตพื้นที่

เทศบาลตำบลบางแพ มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ ๕๓.๐๔๙ ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ ๒ ตำบลคือ ตำบลบางแพ และตำบลวังเย็น โดยมีอาณาเขตดังนี้

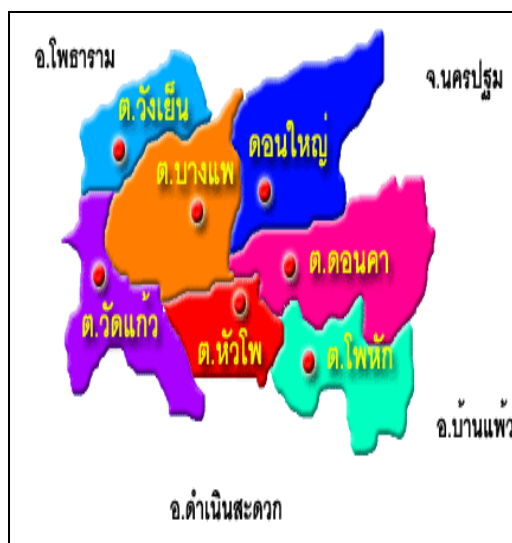
ทิศเหนือ ติดกับ ตำบลหนองโพ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

ทิศใต้ ติดกับ ตำบลบ้านซ้อง อำเภอโพธาราม ตำบลหัวโพ

ทิศตะวันออก ติดกับ ตำบลคอนใหญ่ ตำบลหัวโพ อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี

ทิศตะวันตก ติดกับ ตำบลบ้านเลือก อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

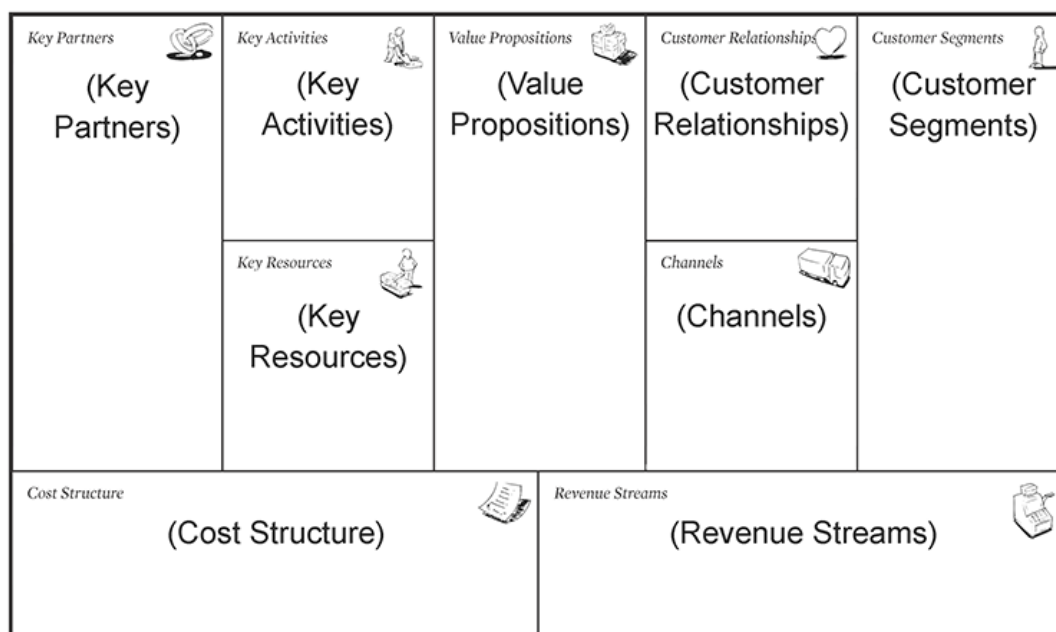
### แผนที่อำเภอบางแพ



## บทที่ ๒

### หลักแนวคิดและบทวิเคราะห์

Business Model Canvas เป็นเครื่องมือใหม่สำหรับผู้ประกอบการที่กำลังคิดจะ “ลงทุน” เริ่มต้นธุรกิจ หรือปรับปรุงธุรกิจเดิมให้เติบโตมากยิ่งขึ้น เหตุที่ต้องเน้นคำว่า “ลงทุน” เพราะหลายคนน่าจะคุ้นเคยกับการทำ “Business Model” ที่ไม่ว่าจะกั้ตำราหรือนักธุรกิจที่คนก็มักจะบอกว่า ก่อนจะเริ่มต้นธุรกิจที่ดี ควรมี Business Model ที่ชัดเจน เพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจนั้นๆ และทำให้เรารู้และเข้าใจภาพรวมของธุรกิจของตัวเองได้มากขึ้น 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 เหมือนกับสุภาษิต  
 จีนที่กล่าวไว้ข้างต้นครับ 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 องค์ประกอบผลิตภัณฑ์หีบห่อ คุณสมบัติตัวสินค้า ที่ตรงตามความต้องการ ตราสินค้าต้องตราให้เท่านั้น 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

#### ความเป็นมาของกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ

เนื่องจากในพื้นที่อำเภอบางแพมีความเหมาะสมและมีการปลูกกุยช่ายและพืชผักล้มลุกกันมาก จึงเกิดการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาต่อยอดสร้างมูลค่าและคุณค่า รวมถึงสร้างความมั่นคงในอาชีพจากรุ่นสู่รุ่น และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพปรารถนาให้กุยช่ายเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปและอยู่คู่กับอำเภอบางแพตลอดไป เกษตรกรจึงเกิดการรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับผลผลิตที่จะออกสู่ตลาด โดยได้จัดตั้งเป็นกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ

การปลูกกุยช่ายซึ่งเป็นพืชหลักของกลุ่มเกษตรกร เริ่มจากเริ่มจากการเพาะต้นกล้าจนมีอายุได้ ๔ เดือนแล้วจึงแยกมาปักดำ ปลูกพืชร่วมอาศัยที่เกี่ยวคู่กันเป็นการสร้างระบบนิเวศที่เหมาะสม เพื่อป้องกันศัตรูพืชดูแลรักษาเป็นเวลา ๔ เดือน จึงตัดใบกุยช่ายเขียว ขายมีดที่ ๑ จากนั้นทุกๆ ๒ เดือนจะตัดใบกุยช่ายเป็นมีดที่ ๒ และ ๓ จนถึงมีด ๔ รวมเวลากว่า ๑๕ เดือนเพื่อให้เหง้ากุยช่ายเจริญเติบโตและสะสมอาหารได้พร้อมที่ผลิตเป็นกุยช่ายขาว แล้วจึงนำเอากะถางที่บแสงครอบ ที่ละกอ ลดความร้อนด้วยตาข่ายพรางแสง ดูแลรดน้ำอีก ๑๓ วันจึงตัดมาล้างทำความสะอาดอย่างประณีต และบรรจุพร้อมส่งถึงมือคุณ เป็นของขวัญ ของฝาก ก็โดนใจผู้ให้ และถูกใจผู้รับ เป็นอาหารเพื่อสุขภาพชั้นเลิศ ที่หารับประทานได้ไม่ยากนัก อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนเกษตรกรผู้ปลูกกุยช่ายให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และมีกำลังใจในการผลิตของดีมีคุณภาพสืบไป



#### รายชื่อสมาชิกกลุ่ม

๑. ว่าที่ร้อยโทปัญญา หนูเล็ก

ประธานกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ

๒. นางนรินทร์ สมศรี

สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ

๓. นายสุพิตร คอจังหวัด	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๔. นางวารินทร์ ริดวรรณ	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๕. นายสมศักดิ์ ชันดี	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๖. นางสาวศร ทิมพราหมณ์	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๗. นางจันดี ทองยิ้ม	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๘. นายฉลอง สิทธิโพธิ์	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๙. นางอนงค์ ใจแก้ว	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๑๐. นางบุญญา สืบสรวง	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๑๑. นายชูศักดิ์ หนูเล็ก	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๑๒. นางสาวจิรดา ตะวังทัน	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๑๓. นายมานพ ม่วงชม	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๑๔. นายวิโรจน์ เหลืองมากแค	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๑๕. นายวิระ หอมอรุณ	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๑๖. นายสิทธิชัย กลิ่นสุวรรณ	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๑๗. นายสมภพ ม่วงชุ่ม	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๑๘. นางวนิดา หนูเล็ก	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๑๙. นายสุนทร บุญถนอม	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๒๐. นายสุชาน บุญถนอม	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๒๑. นายคณินท์ ศรีสวัสดิ์	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๒๒. นายสีหเดช ไกรคุปต์	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
๒๓. นายอำพล แยมสะอาด	สมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ
ที่ตั้งกิจการ ศูนย์การเรียนรู้การเกษตรบ้านคุณปัญญา หนูเล็ก อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี	



## กระบวนการผลิตและการดำเนินงาน

เทคนิคการปลูกกุยช่ายของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ



กุยช่าย เป็นพืชที่มีถิ่นกำเนิดในประเทศจีน บางท้องถิ่นเรียกว่า ผักแป้น มีลักษณะลำต้นที่เป็นหัวหรือเหง้าอยู่ใต้ดิน ส่วนใบจะมีสีเขียวคล้ายใบกระเทียมเป็นส่วนใหญ่ที่อยู่เหนือดิน สูงประมาณ ๓๐-๔๕ เซนติเมตร ดอกจะแทงออกกลางลำต้น ก้านดอกมีลักษณะกลม เรียวยาว สูงกว่าใบเล็กน้อย ส่วนดอกจะอยู่ปลายสุด ดอกตูมด้านนอกมีลักษณะสีเขียว เมื่อบานจะมีลักษณะสีขาวหรือม่วง กุยช่ายที่มีจำหน่ายตามท้องตลาดทุกวันนี้ ประกอบด้วย ๓ ชนิด ซึ่งใช้การปลูกในขั้นตอนเดียวกัน แต่จะอาศัยการจัดการเพื่อให้ได้ผลผลิตกุยช่ายที่ต่างกัน ได้แก่

๑. กุยช่ายเขียว เป็นกุยช่ายที่ปลูกเพื่อการตัดเก็บใบเขียว โดยตัดใบในระยะที่ใบเจริญเติบโตเต็มที่ก่อนระยะการออกดอก ลักษณะใบเรียวยาวสีเขียว นิยมนำมาบริโภคทำขนมกุยช่าย ใส่ผัดไท ทำผักคอง และอาหารอื่นๆ



๒. กุยช่ายขาว มีลักษณะใบสีเหลืองอ่อน ถือเป็นผลผลิตที่ได้จากการตัดใบเหมือน กุยช่ายเขียว แต่ใช้วิธีการบังแสงแดด โดยวิธีการคลุมดินด้วยวัสดุทึบแสง เพื่อไม่ให้ใบสังเคราะห์ และผลิตสารคลอโรฟิลล์ที่เป็นรงควัตถุสีเขียวเหมือนกุยช่ายเขียว ซึ่งจะใช้เวลาการเก็บเกี่ยวน้อยกว่ากุยช่ายเขียว ผลผลิต

ที่ได้จึงมีสีเหลืองอ่อน ถือเป็นที่ยอดนิยมในตลาด เพราะให้รสหวานกรอบกว่ากุยช่ายเขียว สีสวยงาม ปราศจากโรค และรอยของแมลง นิยมทำเมื่อเก็บเกี่ยวกุยช่ายเขียวหรือทำสลับแปลงกัน



๓. กุยช่ายดอก เป็นผลผลิตของกุยช่ายที่เป็นเฉพาะส่วนดอก ซึ่งดอกจะแทงยอดดอกเมื่อต้น กุยช่ายเจริญเติบโตเต็มที่โดยไม่มี การตัดใบเขียวหรือตัดใบกุยช่ายเขียว





### การเพาะขยายพันธุ์

๑. การเพาะเมล็ด ถือเป็นวิธีที่นิยม และใช้ในการผลิตกุยช่ายเขียว และกุยช่ายดอก และเพื่อเตรียมต้นกล้าสำหรับผลิตกุยช่ายขาว ปัจจุบันเมล็ดพันธุ์ ๑ ถุง/กก. ราคาประมาณ ๓,๐๐๐-๔,๐๐๐ บาท อัตราการปลูกที่ ๑ กก./ ๔ ไร่

๒. การแยกเหง้าปลูก ใช้ในการปลูกทั้งกุยช่ายเขียว และกุยช่ายขาว ด้วยการสลับผลิตกุยช่ายแต่ละชนิดในแปลงเดียวกัน วิธีนี้จำเป็นต่อการปลูกกุยช่ายขาว เพราะการปลูกจากเหง้าให้เป็นกอๆ จะสามารถใช้วัสดุที่บดแสงคลุมกอได้ อัตราการปลูกที่ ๔๐๐ กก./ไร่

### การเตรียมแปลง

๑. พื้นที่ที่มีระบบน้ำขังตลอด

- ทำการยกร่องสูงประมาณ ๑ เมตร กว้าง ๓-๕ เมตร ความกว้างของร่องประมาณ ๑.๕-๒ เมตร
- ไถพรวนแปลงเพื่อตากแดด ๑ ครั้ง ตากแดดประมาณ ๕-๑๐ วัน
- ทำการหว่านปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยหมักหรือปุ๋ยมูลสัตว์ ร่วมกับปุ๋ยเคมีสูตร ๑๕-๑๕-๑๕ ในอัตราส่วนปุ๋ยหมักต่อปุ๋ยเคมี ๑๕:๑ ใส่ในอัตรา ๑๐๐๐ กก./ไร่ พร้อมไถแปรอีกครั้ง ทั้งไร่ประมาณ ๓-๕ วัน ก่อนปลูก



## ๒. พื้นที่ดอนหรือไม่มีน้ำท่วมขัง

– ทำการยกร่องสูงประมาณ ๓๐ เซนติเมตร กว้าง ๑.๕-๒ เมตร ความกว้างของร่องประมาณ ๕๐-๗๐ เซนติเมตร

– ไถพรวนแปลง และหว่านปุ๋ยตามวิธีขั้นต้น

## การปลูก

### ๑. กุยช่ายเขียว

#### ๑.๑ กุยช่ายเขียวจากการหว่านแปลง

– หลังจากเตรียมแปลงเสร็จประมาณ ๑ อาทิตย์ ให้หว่านด้วยเมล็ดพันธุ์ในอัตรา ๑ กก./ไร่

– คราดด้วยคราด ๑ รอบ พร้อมคลุมแปลงด้วยฟางข้าวหรือแกลบ

– รดน้ำให้ชุ่ม

– ดูแลให้น้ำ ให้ปุ๋ย จนอายุประมาณ ๓-๔ เดือน ก็สามารถเก็บขายได้

#### ๑.๒ กุยช่ายเขียวจากการแยกเหง้าปลูก

– ใช้วิธีการปลูกแบบกุยช่ายขาว ในหัวข้อ ๒.๒ โดยไม่มีการคลุมด้วยวัสดุทึบแสงเท่านั้นเองการผลิตกุยช่ายเขียวกับกุยช่ายขาวจะทำการสลับกันเป็นรุ่นๆในแปลงเดียวกัน

– ดูแลให้น้ำ ให้ปุ๋ย ประมาณ ๔ เดือน หลังปลูกก็สามารถตัดไปขายได้



## ๒. กุยช่ายขาว

### ๒.๑ อุปกรณ์

- การะถางพลาสติกหรือกระถางดินเผา ขนาด ๑๑x๒๓x๓๐ เซนติเมตร

(เส้นผ่าศูนย์กลางก้นกระถาง x เส้นผ่าศูนย์กลางปากกระถาง x ความสูง)

- ตาข่ายพรางแสง (ซาแลน)

- ไม้ไผ่

### ๒.๒ ขั้นตอนการปลูก

- ใช้กล้าพันธุ์ที่เตรียมได้จากเหง้ากุยช่ายเขียว ที่มีการตัดใบจำหน่ายแล้ว อย่างน้อย ๑ ครั้ง แต่ไม่ควรเกินอายุ ๑ ปี หรืออาจใช้ต้นกล้าอายุตั้งแต่ ๓-๔ เดือน

- ทำการขุดเหง้ากุยช่าย และเก็บไว้ในที่ร่ม แต่ควรปลูกทันทีเมื่อขุดเหง้าขึ้น

- ทำการตัดรากให้ชิดเหง้าประมาณ ๑ เซนติเมตร และตัดใบให้เหลือประมาณ ๑ นิ้ว

- ปลูก ๔-๖ เหง้า/หลุม ในระยะระหว่างต้น และระหว่างแถว ๓๐x๓๐ เซนติเมตร เว้นขอบแปลงด้านละ ๑๕ เซนติเมตร แปลงขนาด ๑.๓-๑.๕ เมตร จะได้ประมาณ ๔-๕ แถว

- ดูแล ให้น้ำ ให้ปุ๋ย และเก็บเกี่ยวกุยช่ายเขียว กุยช่ายดอกจำหน่ายแล้ว จนถึงอายุประมาณ ๑ ปี จะเหมาะสำหรับผลิตเป็นกุยช่ายขาวได้

- การตัดใบกุยช่ายเขียวจำหน่ายครั้งสุดท้าย ให้ตัดใบในระดับผิวหน้าดิน

- ใช้กระถางครอบแต่ละกอดต้นกุยช่าย โคนออกแรงกดให้กระถางจมลงดินเล็กน้อย หรือให้อยู่ในระดับที่ไม่เกิดการล้นของกระถางได้

- ขุดหลุมฝังเสาไม้ พร้อมซึ่งตาข่ายพรางแสง

- รดน้ำวันละ ๑-๒ ครั้ง ในระยะ ๑๐ วัน ก็สามารถเก็บผลผลิตได้



## ๓. กุยช่ายดอก

### ๓.๑ กุยช่ายดอกจากการหว่านแปลง

- การปลูกกุยช่ายดอกจากการหว่านเมล็ด ให้ทำตามขั้นตอนการปลูกกุยช่ายเขียวจากการหว่านเมล็ดในหัวข้อ ๑.๑

- ดูแล ให้น้ำ ให้ปุ๋ย โดยไม่มีการตัดใบจนถึงระยะแก่ กุยช่ายจะแทงช่อดอกออกมาก็

สามารถเก็บผลผลิตได้

๓.๒ กุยช่ายดอกจากการแยกเหง้าปลูก

- ใช้วิธีการปลูกแบบกุยช่ายขาว ในหัวข้อ ๒.๒ แต่ไม่มีการคลุมด้วยวัสดุทึบแสง
- ดูแล ให้น้ำ ให้อุ๋ย โดยไม่มีการตัดใบจนถึงระยะแก่ กุยช่ายจะแทงช่อดอกออกมา
- การปลูกกุยช่ายขาวจากวิธีการแยกเหง้า สามารถทำสลับกับการเก็บกุยช่ายเขียวได้

อีกด้วย



#### การดูแล

ทั้งกุยช่ายเขียวจากการหวานแปลง และแยกเหง้าปลูก กุยช่ายขาว และกุยช่ายดอก มีขั้นตอนการดูแล ดังนี้

- ให้น้ำวันละ ๑ ครั้ง ทุกวัน ในช่วงเช้า
- ใส่ปุ๋ยหมักหรือปุ๋ยคอกร่วมกับปุ๋ยเคมีสูตร ๑๕-๑๕-๑๕ ปุ๋ย ปุ๋ยคอก ๕๐๐ กก./ไร่ ปุ๋ยเคมี ๕๐ กก./ไร่ ในทุก ๒ เดือน/ครั้ง

#### การเก็บผลผลิต

๑. กุยช่ายเขียว

๑.๑ กุยช่ายเขียวจากการหวานแปลง

- สามารถตัดใบจำหน่ายได้หลังปลูกประมาณ ๓-๔ เดือน และครั้งต่อไปประมาณ ๔๕ วัน

๑.๒ กุยช่ายเขียวจากการแยกเหง้าปลูก

- สามารถตัดใบจำหน่ายได้หลังปลูกประมาณ ๔ เดือน
- การตัดใบครั้งต่อไป สามารถทำได้ในระยะประมาณ ๔๕ วัน

๒. กุยช่ายขาว มักทำสลับกับการตัดกุยช่ายเขียว

- สามารถตัดใบจำหน่ายได้หลังคลุมด้วยกระดาษ ประมาณ ๑๐-๑๕ วัน
- หลังจากตัดใบกุยช่ายขาวแล้ว ไม่คลุมกระดาษจะตัดกุยช่ายเขียวได้อีก ประมาณ ๔๕ วัน

### ๓. กุยช่ายดอก

#### ๓.๑ กุยช่ายดอกจากการหวานแปลง

– สามารถตัดดอกจำหน่ายได้หลังปลูกประมาณ ๘ เดือน และครั้งต่อไปประมาณ ๒ เดือนครั้ง

#### ๓.๒ กุยช่ายดอกจากการแยกเหง้าปลูก

– สามารถตัดดอกจำหน่ายได้หลังปลูกประมาณ ๔ เดือน และครั้งต่อไปประมาณ ๒ เดือนครั้ง

### การบรรจุ

- ฝั้งลมเพื่อลดความชื้นของผลผลิต
- คัดผลผลิตที่มีคุณภาพดีที่สุด
- บรรจุลงถุงสุญญากาศ และเก็บรักษาในที่อุณหภูมิต่ำ



### กระบวนการบริหารจัดการ

#### โครงสร้างการบริหารงาน

กลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ แบ่งโครงสร้างการบริหารงานได้ ดังนี้



– ประธาน มีหน้าที่ ควบคุม ตัดสินใจ และบริหารงานกลุ่มฯ ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน ประธานงาน รวมทั้งชี้แจงและหาความเข้าใจกับสมาชิกถึงแผนการทำงาน ผลงานและความร่วมมือ

- ฝ่ายบริหาร มีหน้าที่ ๑) บริหารงานทั่วไป โดยเน้นการบริหารเครื่องจักรกลการเกษตร เช่น จัดลำดับการให้บริการจัดระบบการผลิต และบริหารรายได้ให้เกิดประโยชน์ ๒) รวบรวมข้อมูลและสรุปผลการทำงานจากคณะกรรมการกลุ่มฯ 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 มีความปลอดภัย และมีจำนวนครบถ้วน ๒) จัดทำบัญชีพัสดุ-ครุภัณฑ์ ๓) จัดทำบันทึกการใช้งานและปัญหาของการใช้งานเครื่องจักรฯ ทั้งนี้ แต่ละฝ่ายมีจำนวนผู้รับผิดชอบตามสมควร

#### แนวทางการบริหารรายได้

รายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานจะต้องมีการจัดสรรเป็นอย่างน้อย ๒ ส่วน ในอัตราส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ ๑ เป็นค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมและบำรุงรักษาเครื่องจักรกลการเกษตร ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕ ของรายได้สุทธิ

- ส่วนที่ ๒ เป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการตามเงื่อนไขและแนวทางของกลุ่มที่ได้ตกลงไว้ ไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๙๕ ของรายได้สุทธิ

#### การส่งเสริมความยั่งยืนของกลุ่ม/วิสาหกิจชุมชน

- รับซื้อผลผลิต และ/หรือรับจ้างสีข้าวของสมาชิกในอัตราที่ต่ำกว่าราคารับซื้อ และ/หรือรับจ้างกับบุคคลทั่วไปที่ไม่ใช่สมาชิก

- พัฒนาความรู้ให้สมาชิกอย่างต่อเนื่อง เช่น การถ่ายทอดความรู้ การทัศนศึกษาดูงาน เป็นต้น

- คำนึงกำไรให้แก่สมาชิกและชุมชน เช่น การปันผลตามสัดส่วนการถือหุ้น การจัดสวัสดิการให้แก่ชุมชน อาทิเช่น สมาชิกเสียชีวิต สวัสดิการข้าราชการแก่ผู้ยากไร้ ทุนการศึกษาแก่เด็กยากจน เป็นต้น

## บทที่ ๔

### แผนการตลาด

#### รูปแบบของธุรกิจ

กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ มีสินค้าหลักของกลุ่มฯ คือ กุยช่ายและพืชผักปลอดภัย ซึ่งแบ่งกระบวนการผลิตออกออกเป็น ๓ ส่วน คือ ส่วนผู้ปลูกหรือต้นน้ำ ผู้แปรรูปหรือกลางน้ำ และผู้บริโภคหรือปลายน้ำ ดังนี้

สินค้า	ผู้ปลูก	ผู้แปรรูป	ผู้บริโภค	ช่องทางการตลาด
กุยช่าย	ปลูก	คัดบรรจุ	ประชาชนทั่วไป	ตลาดค้าส่งผัก/ร้านค้า/ ห้างสรรพสินค้า/ออกบูธกิจกรรม/ อินเตอร์เน็ต
พืชผักล้มลุก	ปลูก	คัดบรรจุ	ประชาชนทั่วไป	ตลาดค้าส่งผัก/ร้านค้า/ ห้างสรรพสินค้า/ออกบูธกิจกรรม/ อินเตอร์เน็ต



## ลักษณะเด่นของสินค้าและบริการ

สินค้าของกลุ่มเกษตรกรฯ เน้นเรื่องความปลอดภัยเป็นหลัก พืชที่ผลิตล้วนได้รับการรับรองมาตรฐานตามระบบ GAP ทั้งหมด สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคและการสร้างกำลังใจให้กับผู้ผลิตที่ต้องการปลูกผักที่มีคุณภาพให้กับผู้บริโภคได้มีสุขภาพที่ดีเรื่อยมา



## ตลาดเป้าหมาย

เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพดำเนินกิจการปลูกและจัดจำหน่ายมาอย่างยาวนานแล้ว จึงทราบความต้องการของตลาด จึงได้จัดแบ่งผลผลิตเพื่อจัดจำหน่ายออกเป็น ๒ เป้าหมายหลัก ได้แก่

ตลาดระดับกลางถึงสูง สำหรับคนรักสุขภาพหรือคนเมือง การบรรจุผลผลิตกุยช่ายและพืชผักปลอดภัยลงสู่บรรจุภัณฑ์จึงต้องเน้นมีความดีดูสะอาดตาผู้บริโภค เหมาะแก่การทำตลาด และบรรจุในปริมาณที่ไม่มากเกินไปใช้รับประทานโดยการรับประทานให้หมดเพียงครั้งเดียว ๑ - ๒ ครั้งเท่านั้น อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ต้องมีความสามารถในการเก็บรักษาผลผลิตให้มีคุณภาพอยู่ได้ยาวนาน เพื่อให้นำไปฝากจำหน่ายบนร้านค้าหรือห้างสรรพสินค้าได้

ตลาดระดับกลางและตลาดทั่วไป สำหรับผู้บริโภคทั่วไปและพ่อค้าแม่ค้าที่ซื้อไปจำหน่ายต่อหรือนำไปประกอบอาหารครว ละมากๆ กระบวนการจำหน่ายจึงเป็นวิธีขายส่งในปริมาณมากๆ อย่างไรก็ตามต้องเน้นเรื่องคุณภาพความปลอดภัยของสินค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคในระยะยาว





## กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดและการเติบโต

การผลิตกุยช่ายและพืชผักปลอดภัยของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ เน้นการผลิตที่มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน GAP รับรองจากกรมวิชาการเกษตร สร้างความเชื่อมั่นให้กับพ่อค้าแม่ค้าและที่ซื้อไปจำหน่ายต่อ หรือผู้ประกอบการด้านอาหารที่ใช้สินค้าจำนวนมาก หรือผู้บริโภคทั่วไปไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้ซื้อใด ก็อยากได้สินค้าที่มีคุณภาพดี มีความปลอดภัย ทั้งสิ้น ด้วยความซื่อสัตย์กับผู้บริโภคจะเป็นมาตรฐานให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในผลผลิต ประกอบกับสภาพพื้นที่อำเภอบางแพมีดินที่เหมาะสมแก่การปลูกกุยช่าย ผลผลิตกุยช่ายจึงมีความหวานกรอบ รสชาติ ถูกปากผู้บริโภค



## โอกาสและศักยภาพของธุรกิจ (SWOT)

### จุดแข็ง (Strength)

- เกษตรกรมีความชำนาญในการปลูกกุยช่ายและพืชผักปลอดภัย
- กุยช่ายและพืชผักปลอดภัยของกลุ่มเกษตรกรฯ มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากตลาดผู้บริโภค
- พื้นที่อำเภอบางแพมีแหล่งน้ำที่สมบูรณ์ และดินมีธาตุอาหารสูง จึงทำให้ต้นทุนการผลิตของเกษตรกรอำเภอบางแพต่ำกว่าพื้นที่อื่นๆ

### จุดอ่อน (Weakness)

- การผลิตกุยช่ายและพืชผักด้วยกระบวนการจัดการที่เข้มข้น ส่งผลให้อาจเกิดโรคและแมลงศัตรูพืชสะสม ทำให้ผลผลิตประสบปัญหาในบางช่วงเวลา

### โอกาส (Opportunity)

- ดังที่กล่าวมาข้างต้นพื้นที่อำเภอบางแพสภาพเหมาะสมในการปลูกกุยช่ายและพืชผักทั่วไปไม่ว่าจะเป็นแหล่งน้ำที่ครอบคลุมพื้นที่การเกษตรทั้งหมด ทำให้เกษตรกรมีน้ำใช้ตลอดทั้งปี มีดินที่ดีธาตุอาหารสูงมากจึงทำให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ
- พื้นที่อำเภอบางแพอยู่ไม่ไกลจากตลาดค้าส่งผัก อาทิ ตลาดศรีเมือง ตลาดสี่มุมเมือง หรือตลาดไท

- กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐอยู่เสมอ รวมถึงโอกาสในการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของงานข่าวต่างๆ

### อุปสรรค (Threat)

- พื้นที่การเกษตรของเกษตรกรอำเภอบางแพส่วนใหญ่แล้วเป็นพื้นที่เช่า
- ราคาผลผลิตที่ไม่มีเสถียรภาพ เนื่องจากมีพื้นที่ปลูกอยู่จำนวนไม่น้อย

## กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์

### การวิจัย / พัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์กุยช่ายของกลุ่มเกษตรกรเกิดการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องโดยตลอดมา เนื่องจากต้องผ่านกระบวนการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยวอย่างเหมาะสมด้วย อาทิ การลดความชื้นหรือการลดอุณหภูมิผลผลิตอย่างเหมาะสม รวมถึงการคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ทั้งปริมาณ ขนาดบรรจุ รูปแบบลักษณะการใส่ และอื่นๆอีกมากมาย รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นดึงดูดใจผู้บริโภค



## กลยุทธ์การพัฒนาตลาด

### ภาวะการแข่งขัน

มีเกษตรกรที่ปลูกกุยช่ายอยู่ในปัจจุบันจำนวนมากในปัจจุบัน หากเกษตรกรไม่วางแผนการผลิตให้ดีมีโอกาที่ผลผลิตจะออกสู่ตลาดพร้อมกันจำนวนมาก กลุ่มเกษตรกรจึงควรวางแผนการผลิตอย่างเหมาะสมเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดภาวะผลผลิตล้นตลาด แต่อย่างไรก็ตามผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นอย่างมากในการบริโภคสินค้าจากทางกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ เนื่องจากมีใบรับรองการผลิตที่ได้มาตรฐานและสินค้ามีคุณภาพดี



### การกำหนดราคา

กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ กำหนดราคาจำหน่ายผลผลิต อ้างอิงตามราคาตลาด

ราคาเฉลี่ยรายเดือน ประจำปี 2559											
	เฉลี่ย	สูงสุด	ต่ำสุด		เฉลี่ย	สูงสุด	ต่ำสุด		เฉลี่ย	สูงสุด	ต่ำสุด
ม.ค.	118.67	120.00	100.00	พ.ค.	137.74	140.00	130.00	ก.ย.	131.33	140.00	120.00
ก.พ.	115.36	120.00	100.00	มิ.ย.	122.00	140.00	120.00	ต.ค.	140.32	150.00	130.00
มี.ค.	110.00	120.00	100.00	ก.ค.	120.65	130.00	120.00	พ.ย.	133.10	150.00	120.00
เม.ย.	117.00	140.00	110.00	ส.ค.	122.58	130.00	120.00	ธ.ค.	118.87	120.00	110.00

ข้อมูล จากตลาดสี่มุมเมือง

### ช่องทางการจัดจำหน่าย

เมื่อสมาชิกกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ เก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จะนำมาส่งยังจุดรวบรวมผลผลิต เพื่อคัดบรรจุ และนำไปสู่กระบวนการจัดจำหน่าย โดยการจัดจำหน่ายของกลุ่มเกษตรกรจะมีหลายช่องทาง อาทิ นำไปส่งตลาดค้าส่งผัก จัดส่งให้ถึงมือลูกค้าที่สั่งจองไว้ล่วงหน้าแล้ว นำไปใส่บรรจุภัณฑ์สำหรับจำหน่ายในตลาดระดับสูง

### การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ ใช้วิธีการส่งเสริมการขายหลากหลายรูปแบบ อาทิ การออกบูธกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การเป็นวิทยากรเผยแพร่องค์ความรู้ให้แก่เกษตรกรรายอื่นที่สนใจเพื่อสร้างความเชื่อมั่น การใช้โซเชียลมีเดียในการโฆษณา เป็นต้น

A vibrant yellow poster for a market event. The central text 'Good Market' is written in a white, cursive font. To the left, there are several small images: a man holding a large fish, a woman with a basket of produce, and a man with a sign that says 'ใหม่' (New). Text labels point to these images: 'จากกลุ่ม UNCLE GROUP สายไม่หวานมัน', 'ดีต่อใจ นวัตกรรมชุมชน ที่ยั่งยืนดี', 'ความใส่ใจรังสรรค์ สรรพเกษตรวิถี', and 'ดีต่อใจ สรรพกลุ่ม สายไม่หวานมัน มีคุณนะ'. The right side of the poster features the dates '8-12 ธ.ค. 59', the title 'ตลาดดีดีของคนดีๆ รับประทานความรู้สึที่ดี', and a description: 'ตลาดที่น่าเสนอสินค้าจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่สนใจวิถีการเกษตรแบบอินทรีย์ และทฤษฎีใหม่ พบกับกลุ่ม UNCLE GROUP, กลุ่มพูกปิ่นโตข้าว และ YOUNG SMART FARMER'. At the bottom right, a banner reads 'FASHION HALL และ LIFESTYLE AVENUE A ชั้น G' and the location 'เดอะมอลล์บางแค ชั้น G' is prominently displayed.










8-12 ธ.ค. 59

# ตลาดดีดีของคนดีๆ รับประทานความรู้สึที่ดี

ตลาดที่น่าเสนอสินค้าจากกลุ่มคนรุ่นใหม่  
ที่สนใจวิถีการเกษตรแบบอินทรีย์ และทฤษฎีใหม่  
พบกับกลุ่ม UNCLE GROUP, กลุ่มพูกปิ่นโตข้าว  
และ YOUNG SMART FARMER

FASHION HALL และ  
LIFESTYLE AVENUE A ชั้น G

เดอะมอลล์บางแค ชั้น G

<p><b>Key Partners</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สภาเกษตรกรจังหวัดราชบุรีให้องค์ความรู้</li> </ul>	<p><b>Key Activities</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตกุยช่ายสามชนิด ได้แก่ กุยช่ายเขียว , กุยช่ายขาว , กุยช่ายดอก</li> </ul>	<p><b>Value Proposition</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กุยช่ายเขียว</li> <li>- กุยช่ายขาว</li> <li>- กุยช่ายดอก</li> </ul>	<p><b>Customer Relationships</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การพูดคุยแนะนำแก่ลูกค้า</li> <li>- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า</li> <li>- ประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการต่างๆ</li> </ul>	<p><b>Customer Segments</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ตลาดค้าส่งผักทั่วไป</li> <li>- ลูกค้าที่สั่งจองผลผลิตล่วงหน้า</li> <li>- กลุ่มลูกค้าสำหรับคนรักสุขภาพ</li> <li>- กลุ่มลูกค้าชาวขรตามงานกิจกรรมและนิทรรศการต่างๆ</li> </ul>
<p><b>Cost Structure</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าเมล็ดพันธุ์/ปุ๋ยยาและสารเคมี</li> <li>- ค่าบรรจุภัณฑ์</li> <li>- ค่าขนส่ง</li> </ul>	<p><b>Revenue Streams</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การจำหน่ายกุยช่ายเขียว</li> <li>- การจำหน่ายกุยช่ายขาว</li> <li>- การจำหน่ายกุยช่ายดอก</li> </ul>			
<p><b>Key Resources</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แรงงานในครัวเรือนของสมาชิก</li> <li>- พื้นที่การผลิตของสมาชิก</li> </ul>	<p><b>Channels</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ตลาดค้าส่งทั่วไป</li> <li>- ออกบูธตามงานกิจกรรม</li> <li>- อินเทอร์เน็ต</li> </ul>			

## ภาคผนวก

## ภาพการประชุมจัดตั้งกลุ่มผู้ปลูกกุยช่ายอำเภอบางแพ

