

แผนธุรกิจ พืช เมล็ดพันธุ์ข้าว

พัชรี กุฎีรัตน์¹

บทสรุปผู้บริหาร

ประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกข้าวปีละประมาณ 56 - 58 ล้านไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 57 ของพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด โดยมีครัวเรือนเกษตรกรที่ทำนา 3.70 ล้านครัวเรือน จากเกษตรกรทั่วประเทศ 5.60 ล้านครัวเรือน หรือร้อยละ 66 ของครัวเรือนเกษตรกรทั้งหมด ได้ผลิตปีละประมาณ 28.0-30.0 ล้านตันข้าวเปลือก มีมูลค่าประมาณปีละ 180,000–200,000 ล้านบาท และเป็นสินค้าส่งออกสำคัญสามารถสร้างรายได้และนำเงินตราเข้าประเทศ ปีละประมาณ 80,000–100,000 ล้านบาทจึงทำให้รัฐบาลไทยมีนโยบายในการส่งเสริมการผลิตข้าวในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านการศึกษาและพัฒนาเพื่อปรับปรุงพันธุ์ข้าว และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อทำให้เกิดผลผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ ปรกการสำคัญรัฐบาลได้กำหนดให้ข้าวเป็นยุทธศาสตร์ของชาติไว้ 3 ประเด็นหลักๆ ประกอบด้วย (1) ยุทธศาสตร์การวิจัยและพัฒนา (2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการผลิตข้าวและผลิตภัณฑ์ และ (3) ยุทธศาสตร์การสร้างเสริมความเข้มแข็งแก่ชาวนา (สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย, 2555) นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงวัฒนธรรมกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูประเพณีอันดีงามต่างๆ และในแต่ละปีชาวนามีความต้องการเมล็ดพันธุ์ข้าวประมาณ 600,000 ตัน แต่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐและภาคเอกชน สามารถสนับสนุนการผลิตพันธุ์ข้าวคุณภาพดีได้เพียง 300,000 ตันเท่านั้น

PK rice seed เล็งเห็นถึงโอกาสสำคัญในการทำธุรกิจผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าว ซึ่งประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกข้าวร้อยละ 57 ชาวนาจึงประสบปัญหาการขาดแคลนเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ดี

PK rice seed จึงได้ทำธุรกิจผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพดี ตรงตามมาตรฐาน เพื่อรองรับให้กับความต้องการของเกษตรกรเพื่อให้เกษตรกรมีพันธุ์ข้าวที่ดีในการเพาะปลูกและจะทำให้ช่วยในการเพิ่มผลผลิตของเกษตรกรได้อีกด้วย

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

PK rice seed บ้างเลขที่ 15 หมู่ 7 ต.ลาดบัวหลวง อ.ลาดบัวหลวง จ.พระนครศรีอยุธยา 13230 ตั้งอยู่บริเวณด้านหลังของบ้าน เนื่องจากการทำธุรกิจผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าว ต้องใช้พื้นที่บริเวณกว้างในการตากเมล็ดพันธุ์ และมีฝุ่นเยอะจึงต้องอยู่ด้านหลังของที่อยู่อาศัยและ ไม่ใช่ในที่ชุมชนจะได้ไม่รบกวนผู้ที่อยู่อาศัยใกล้เคียงมีพื้นที่ขนาด 8 ไร่

เนื่องจาก PK rice seed นั้นมีจุดเด่นเหนือกว่าร้านขายเมล็ดพันธุ์ทั่วไป โดยกิจการมีขนาดใหญ่กว่าคู่แข่งในบริเวณนั้น และมีที่ให้ให้บริการส่งที่รวดเร็ว และมีการทำการตลาดอยู่เสมอ ในการลงทุนทำธุรกิจ PK rice seed ครั้งนี้จะใช้เงินลงทุนด้วยบงลงทุนทั้งหมด 20,000,000 บาท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เงินลงทุนครั้งแรกทั้งหมด เป็นงานส่วนตัวของเจ้าของ เป็นเงินทั้งสิ้น 20,000,000 บาท

2. กำไรสุทธิในปีที่ 1 ของธุรกิจได้ 18,639,363 บาท และในปีถัดมาได้ 20,933,505 บาท ด้วยศักยภาพในการทำกำไรของธุรกิจ PK rice seed สามารถเติบโตและประสบความสำเร็จได้อย่างแน่นอน

3. หากธุรกิจ PK rice seed ดำเนินธุรกิจเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ PK rice seed จะสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 1 ปี 1 เดือน โดยประมาณ

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, ผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าว, PK rice seed

บทนำ

เป็นที่ทราบกันดีแล้วว่าอาชีพหลักของชาวไทย คือ การทำเกษตรกรรม ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นการปลูกข้าวกัน เนื่องมาจากการบริโภคข้าวเป็นสำคัญ จากรายงานของสำนักเมล็ดพันธุ์ข้าว (กรมการข้าว, 2555) พบว่า ประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกข้าวปีละประมาณ 56-58 ล้านไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 57 ของพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด โดยมีครัวเรือนเกษตรกรที่ทำนา 3.70 ล้านครัวเรือน จากเกษตรกรทั้งประเทศ 5.60 ล้านครัวเรือน หรือร้อยละ 66 ของครัวเรือนเกษตรกรทั้งหมด ได้ผลผลิตปีละประมาณ 28.0-30.0 ล้านตันข้าวเปลือก มีมูลค่าประมาณปีละ 180,000-200,000 ล้านบาท และเป็นสินค้าส่งออกสำคัญ สามารถสร้างรายได้และนำเงินตราเข้าประเทศ ปีละประมาณ 80,000-100,000 ล้านบาท ดังนั้นจะเห็นได้ว่าข้าวนอกจากจะช่วยสร้างเสริมเศรษฐกิจของประเทศแล้ว ยังช่วยสร้างความมั่นคงทางอาหารทั้งกับผู้บริโภคภายในประเทศและภายนอกประเทศอีกด้วย ประโยชน์ที่สำคัญของข้าวอีกประการหนึ่ง ก็คือ ข้าวเป็นเสมือนเครื่องมือที่ช่วยหล่อหลอมสังคมกับวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนเข้าด้วยกัน ดังจะเห็นได้จากวัฒนธรรม

ประเพณีและกิจกรรมต่างๆ ของไทย อาทิ ประเพณีลงแขกที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของการช่วยเหลือแลกเปลี่ยนแรงงานซึ่งกันและกัน รวมถึงระดมแรงช่วยกันตั้งแต่การปักดำต้นกล้าไปจนถึงเกี่ยวข้าว นวดข้าว จนกระทั่งขนข้าวเข้ายุ้งฉาง ประเพณีบุญคูณลานและประเพณี สู่ขวัญข้าวเพื่อเป็นกาแสดงการขอขมาต่อพระแม่โพสพ เป็นต้น ด้วยข้อดีของข้าวทั้งในมิติเศรษฐกิจและสังคมดังกล่าวจึงทำให้รัฐบาลไทยมีนโยบายในการส่งเสริมการผลิตข้าวในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านการวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงพันธุ์ข้าว และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อทำให้เกิดผลผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ ประการสำคัญรัฐบาลได้กำหนดให้ข้าวเป็นยุทธศาสตร์ของชาติไว้ 3 ประเด็นหลักๆ ประกอบด้วย (1) ยุทธศาสตร์การวิจัยและพัฒนา (2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการผลิตข้าวและผลิตภัณฑ์ และ (3) ยุทธศาสตร์การสร้างเสริมความเข้มแข็งแก่ชาวนา (สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย, 2555) นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงวัฒนธรรมกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูประเพณีอันดีงามต่างๆ ที่เกี่ยวกับข้าวไว้อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม แม้วานโยบายและยุทธศาสตร์ต่างๆ ของรัฐจะช่วยส่งเสริมการผลิตข้าวในด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นและมีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ตลอดจนส่งผลประโยชน์แก่ภาคเอกชนต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมตามไปด้วย แต่นโยบายและยุทธศาสตร์ที่ได้กำหนดไว้นั้นส่งผลทำให้เพิ่มต้นทุนการผลิต การสูญเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากไปกับการจ้างแรงงานตลอดจนการซื้อปุ๋ยเคมีและสารเคมีต่างๆ นอกจากนี้ นโยบายดังกล่าว ยังส่งผลไป สู่อำนาจในการตอบสนองความต้องการเมล็ดพันธุ์ข้าวของชาวนา เนื่องจากในแต่ละปีชาวนามีความต้องการเมล็ดพันธุ์ข้าวประมาณ 600,000 ตัน แต่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐและภาคเอกชน สามารถสนับสนุนการผลิตพันธุ์ข้าวคุณภาพดีได้เพียง 300,000 ตันเท่านั้น (หนังสือพิมพ์แนวหน้า, 2555)

PK rice seed เล็งเห็นถึงโอกาสสำคัญในการทำธุรกิจผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าว ซึ่งประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกข้าวร้อยละ 57 ชาวนาจึงประสบปัญหาการขาดแคลนเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ดี PK rice seed จึงได้ทำธุรกิจผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพดี ตรงตามมาตรฐาน เพื่อรองรับให้กับความต้องการของเกษตรกรเพื่อให้เกษตรกรมีพันธุ์ข้าวที่ดีในการเพาะปลูกและจะทำให้ช่วยในการเพิ่มผลผลิตของเกษตรกรได้อีกด้วย

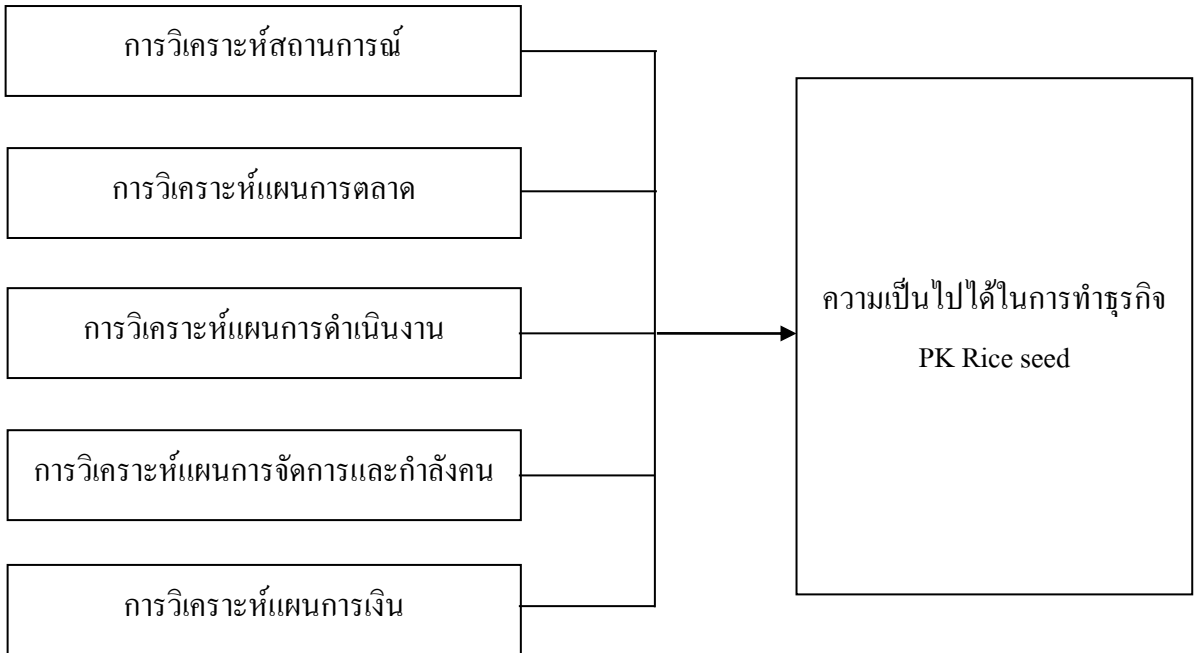
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ PK Rice seed

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ PK Rice seed

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ PK Rice seed
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังตั้งแต่วันที่เดือนเมษายน-เดือนตุลาคม

2558

นิยามคำศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่
2. PK Rice seed หมายถึง ผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพดี และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจนเป็นที่ยอมรับในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจังหวัดใกล้เคียง
3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์กร

6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาเงินทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. ผลิตเองไม่จ้าง โรงงานผลิต จึงทำให้ลดต้นทุนลง และมีกำไรในการจำหน่ายเพิ่มขึ้น

2. ผลิตภัณฑ์มีความสะอาด ไม่มีผง ผุ่น เศษแกลบ และเมล็ดที่แตกหักปนในกระสอบ และมีคุณภาพได้มาตรฐาน ทำให้ลูกค้าพอใจ เพราะพวก ผง ผุ่น แกลบ และเมล็ดที่แตกเวลานำพันธุ์ข้าวไปแช่ ก่อนที่จะนำมาหว่านในแปลงนา จะมีผลถึงการงอกของเมล็ดพันธุ์ทำ % ในการงอกลดลง

3. บรรจุกัญท์ มีความสวยงาม และจดจำง่าย จะทำให้เกษตรกรที่ปลูกข้าวและร้านขายอุปกรณ์การเกษตรครบวงจร ชอบมากเพราะใช้กระสอบที่มีสีส้มสวยงามเพราะเมล็ดสีที่ใช้ในการผลิตกระสอบนั้นแพงกว่ากระสอบปกติ

4. สามารถผลิตได้ตามความต้องการของลูกค้าเนื่องจาก มีแปลงนาที่มี suppliers เป็นจำนวนมาก จึงสามารถรองรับความต้องการของลูกค้า

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. ทำเลที่ตั้งไม่ได้อยู่ติดถนนใหญ่ จึงทำให้เสียเปรียบผู้ประกอบการที่อยู่ติดถนนใหญ่

2. การผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวเปลือกที่มีคุณภาพยังมีปัญหาเนื่องจากเกษตรกรยังขาดความรู้ความเข้าใจในการดูแลเมล็ดพันธุ์ข้าว จึงทำให้ผลผลิตบางส่วนมีคุณภาพระดับปานกลาง

3. การตลาดยังขาดข้อมูลที่ทันสมัย การโฆษณาติดต่อซื้อ-ขาย จึงทำให้มีแต่ลูกค้าเจ้าเดิม

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. แนวโน้มราคาข้าวปรับตัวดีขึ้น เกษตรกรปลูกข้าวจากที่ชะลอการปลูกข้าว ก็ได้รีบทำการเพาะปลูกกันเร็วขึ้นจึงทำให้เป็นโอกาสของบริษัทเราที่จะได้ขายพันธุ์ข้าวได้เพิ่มมากขึ้น

2. ผู้ประกอบการอื่นที่เข้ามาขายใหม่ๆ มีการฉกฉวยโอกาส ในช่วงราคาข้าวผันผวนทำให้เข้ามาทำธุรกิจผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าว ใช้ข้าวไม่มีคุณภาพ ไม่ได้ลงตรวจแปลงเองโดยซื้อข้าวจากนัยหน้า และมาจ้างบริษัทอื่นผลิตภายใต้แบรนด์ของตัวเอง ทำให้ได้ข้าวที่ไม่มีคุณภาพ ลูกค้าก็จะไม่กลับไปซื้ออีก จึงเป็นโอกาสของบริษัทเรามากขึ้นที่จะได้ลูกค้าในส่วนนี้ และคงรักษาลูกค้าไว้ตลอดไป

3. เนื่องจากทางปัญหาใหญ่ของไทยวันนี้มีปัญหาเรื่องพันธุ์ข้าวดีๆ ภาครัฐไม่สามารถผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ดีได้เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร จึงทำให้บริษัทได้มีโอกาสผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ดี และจำหน่ายให้กับเกษตรกรเพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกรให้มีเมล็ดพันธุ์ที่ดีในการเพาะปลูก เพื่อที่จะได้ผลผลิตที่ดีตามมาในฤดูเกี่ยว

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. มีการแข่งขันสูงเพราะผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวมีจำนวนพอสมควรจึงต้องมีกลยุทธ์ทางการขายมากขึ้น

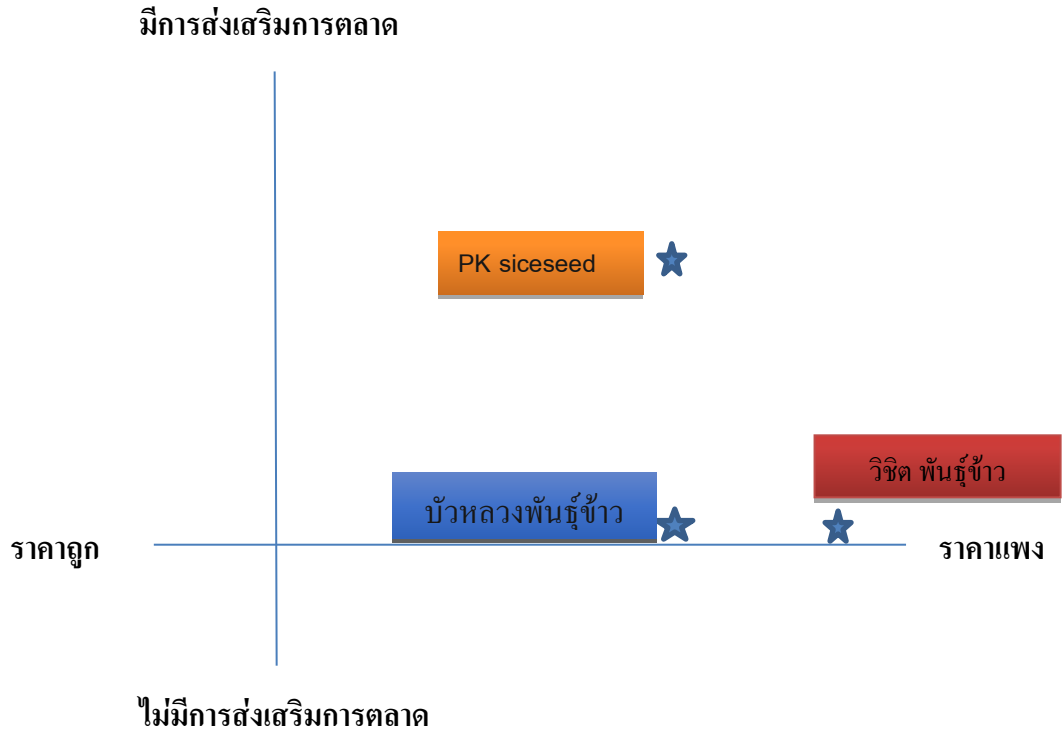
- การวิเคราะห์ด้านการตลาด

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

กลุ่มลูกค้าที่เป็นชาวนาที่อยู่ในภาคกลาง ตัดสินใจซื้อเพื่อประโยชน์ที่ได้รับจากตัวสินค้า เป็นสำคัญ และอีกกลุ่มลูกค้าคือร้านขายอุปกรณ์การเกษตรที่อยู่ในภาคกลาง และภาคเหนือตอนล่าง เพื่อนำไปขายต่อให้กับเกษตรกรอีกทอดหนึ่ง

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)

ธุรกิจ PK rice seed ให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตพันธุ์ข้าว ให้ได้ตามมาตรฐานเพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งทางธุรกิจ PK rice seed ได้ให้ความสำคัญทางด้าน การคัดเลือกแปลงพันธุ์ข้าว และกระบวนการผลิต เพื่อคุณภาพของพันธุ์ข้าวที่ดี และได้มาตรฐานเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ตามความต้องการของเกษตรกร



รูปที่ 1 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของ PK Rice seed

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

ทางธุรกิจ PK rice seed จะให้ความสำคัญในด้านคัดสรรวัตถุดิบและกระบวนการผลิต เพื่อคุณภาพของเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ดี และได้มาตรฐานตามที่ กรมการข้าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้กำหนดไว้ ซึ่งมีการจำหน่ายเมล็ดพันธุ์หลักๆ 9 เมล็ดพันธุ์ดังนี้ ดังตารางที่ 1 แสดงผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ PK rice seed

1.ปทุมธานี	ลักษณะเด่น
	<ul style="list-style-type: none"> - ให้ผลผลิตสูง - เป็นข้าวเจ้าหอมที่ไม่ไวต่อช่วงแสง - คุณภาพเมล็ดคล้ายพันธุ์ข้าวขาวดอกมะลิ 105 - ต้านทานเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาล และเพลี้ยกระโดดหลังขาว - ต้านทานโรคไหม้ และโรคขอบใบแห้ง <p>ข้อควรระวัง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ค่อนข้างไม่ต้านทานเพลี้ยจักจั่นสีเขียว โรคใบหงิก และโรคใบสีส้ม - ไม่ควรใช้ปุ๋ยในอัตราสูง โดยเฉพาะปุ๋ยไนโตรเจน

	ถ้าใส่มากเกินไปทำให้ ฟางอ่อน ต้นข้าวล้ม และ ผลผลิตลดลง
2. กข 29	- อายุสั้น มีอายุวันเก็บเกี่ยว 99 วัน ในฤดูนาปรัง และ 103 วัน ในฤดูนาปี - ผลผลิตสูง ให้ผลผลิตเฉลี่ย 876 กิโลกรัมต่อไร่ - ก่อนข้างด้านทานเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาล และ โรค ขอบใบแห้ง ข้อแนะนำ: ไม่ควรปลูกในช่วงกลางเดือนกันยายน ถึง ปลายพฤศจิกายน ซึ่งมีอากาศเย็นเพราะจะมี เมล็ดลีบมาก ผลผลิตต่ำ อ่อนแอต่อเพลี้ยกระโดดสี น้ำตาล ในเขตจังหวัดนครปฐม ปทุมธานี ราชบุรี และฉะเชิงเทรา
3. กข 31	- เป็นข้าวเจ้าไม่ไวต่อช่วงแสง อายุ 111-118 วัน สูง 117 ซม. กอตั้งใบตรงตั้งตรง ต้นแข็งไม่ล้มง่าย - ด้านทานเพลี้ยกระโดดหลังขาว ก่อนข้างด้านทาน เพลี้ยกระโดดสีน้ำตาล โรคขอบใบแห้ง โรคใบจุดสี น้ำตาล และโรคเมล็ดด่าง - ทนร้อนได้ดี ผลผลิตข้าวในหน้าร้อน ข้าวไม่ลีบ น้ำหนักดี ผลผลิตสูงกว่าข้าวพันธุ์อื่นๆ
4. กข 41	- ผลผลิตสูง มีเสถียรภาพดี ให้ผลผลิตเฉลี่ย 894 กิโลกรัมต่อไร่ - ก่อนข้างด้านทานเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาล และ โรค ไหม้ - คุณภาพเมล็ดทางกายภาพดี เป็นข้าวเจ้าเมล็ดยาว เรียวยาว ท้องไข่น้อย คุณภาพการสีดี สามารถสีเป็น ข้าวสาร 100 เปอร์เซ็นต์ได้ ข้อแนะนำ : อ่อนแอต่อโรคขอบใบแห้ง ไม่ควรใส่ ปุ๋ยไนโตรเจนในระดับสูงเกินไปจะทำให้เกิดโรค รุนแรง การปลูกในช่วงกลางเดือนกันยายน – พฤศจิกายน จะกระทบอากาศเย็น ทำให้ผลผลิตต่ำ

	กว่าปกติ
5.กข 47	-ผลผลิตค่อนข้างสูง -ค่อนข้างต้านทานเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาล ได้ดีกว่า กข 41 และค่อนข้างต้านทานโรคราไหม้ได้ดีกว่า พิษณุโลก 2 -คุณภาพการสีดีถึงดีมาก สามารถสีเป็นข้าวสาร 100%ได้
6.กข 49	-อายุเก็บเกี่ยว 102-107 วัน -เป็นพันธุ์ข้าวที่ต้านทานต่อเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาล ชนิดใหม่ -ลำต้นมีความแข็งแรงมาก จึงไม่มีปัญหาต้นล้มเมื่อเจอลมแรง เป็นพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพสูงทั้งด้านกายภาพ เมล็ด ยาวเรียวยาว ท้องไข่น้อย
7.กข 57	-อายุเก็บเกี่ยว 107 - 110 วัน สูง 115 – 120 เซนติเมตร -ต้านทานเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาล ในเขตภาคกลาง และภาคเหนือตอนล่าง ทนหนาวได้ดีได้ที่อุณหภูมิ ต่ำสุด 14 องศาเซลเซียส ให้ผลผลิตเฉลี่ย 714 กก./ไร่
8.กข 61	-เป็นข้าวเจ้าไม่ไวต่อช่วงแสง อายุสั้น 87 วัน -ผลผลิตสูง อายุสั้น คุณภาพเมล็ดดี ค่อนข้างต้านทานเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาล เพลี้ยกระโดดหลังขาว และโรคราไหม้
9.พิษณุโลก 2	-อายุเก็บเกี่ยว 119-121 วัน -ผลผลิตสูง ต้านทานเพลี้ยกระโดดสีน้ำตาล เพลี้ยกระโดดหลังขาว และเพลี้ยจักจั่นสีเขียว

กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

กลยุทธ์การตั้งราคาของ ร้าน PK rice seed ผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าว นั้น เปรียบเทียบได้จากคู่แข่ง ราคาขายอยู่ที่ประมาณ ดังราคาต่อไปนี้ ดังตารางที่ 2 แสดงราคาผลิตภัณฑ์ของ PK Rice seed

ลำดับที่	พันธุ์	ราคา/กระสอบ25กิโลกรัม
1	ปทุมธานี 1	380
2	กข 29	380
3	กข 31	380
4	กข 41	380
5	กข 47	380
6	กข 49	380
7	กข 57	380
8	กข 61	380
9	พิษณุโลก 2	380

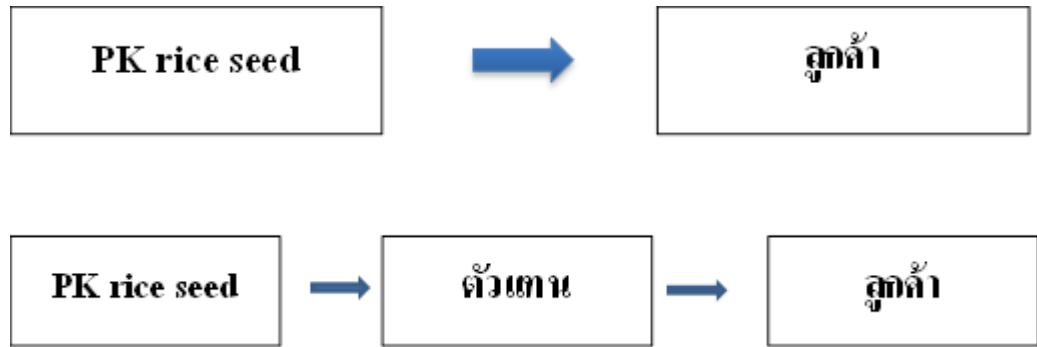
กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place Strategy)

กลยุทธ์ที่การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น เลือกจากสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายหลัก คือกลุ่มลูกค้า สามารถขนส่งได้สะดวก รวดเร็ว สาเหตุที่เลือก 15 หมู่ 7 ต.ลาดบัวหลวง อ.ลาดบัวหลวง จ.พระนครศรีอยุธยา เนื่องจาก จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งที่ทำการเกษตรได้เหมาะสมที่สุด โดยเฉพาะการปลูกข้าว

ภายในระยะปีแรกนั้น จะมีการจัดจำหน่ายที่ร้าน PK rice seed เพียงแห่งเดียว คือ 15 หมู่ 7 ต.ลาดบัวหลวง อ.ลาดบัวหลวง จ.พระนครศรีอยุธยา ในระยะเวลาต่อมา เมื่อทางร้าน PK rice seed ได้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ทั้งเป้าหมายทางการตลาด เป้าหมายทางผลิตภัณฑ์ และเป้าหมายทางการเงิน ร้าน PK rice seed อาจจะมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากเดิมโดยวางแผนอนาคตจะมีการติดต่อกับร้านขายอุปกรณ์การเกษตร ในจังหวัดพิษณุโลก

แผนการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นจัดจำหน่ายออกไปนั้น เลือกสถานที่ต่างๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายใหม่ แผนที่ตั้งไว้ในอนาคตคือ ในอำเภอ พรหมพิราม จังหวัดพิษณุโลก และในอนาคตต้องมีการส่งเสริมการขายให้มากขึ้นจะทำให้สามารถทำให้สินค้า

ที่ผลิตออกมาเป็นจำนวนมากสามารถกระจายไปได้ และไม่ทำให้สินค้าเหลือค้างสต็อก และสามารถกระจายช่องทางการจัดจำหน่ายออกไปได้หลายช่องทาง จะทำให้มีการส่งสินค้าจำนวนเพิ่มขึ้น



รูปที่ 2 แสดงช่องทางการจัดจำหน่ายของ PK rice seed

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

ผู้ประกอบการธุรกิจผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวโดยส่วนใหญ่จะไม่มีทำการส่งเสริมทางการตลาด แต่อาจจะมีการใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ โอนิใช้นามบัตร การออกบูท และการใช้สื่อ Social Network โดยจะจัดทำ Facebook และ Line ของ PK Rice seed มาเป็นตัวช่วยในช่องทางการทำการตลาด และสามารถช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่าย อีกช่องทางหนึ่งด้วย ดังรูปที่ 3-6 ตัวอย่าง การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้นามบัตร ออกบูท Facebook และ Line ของ PK Rice seed



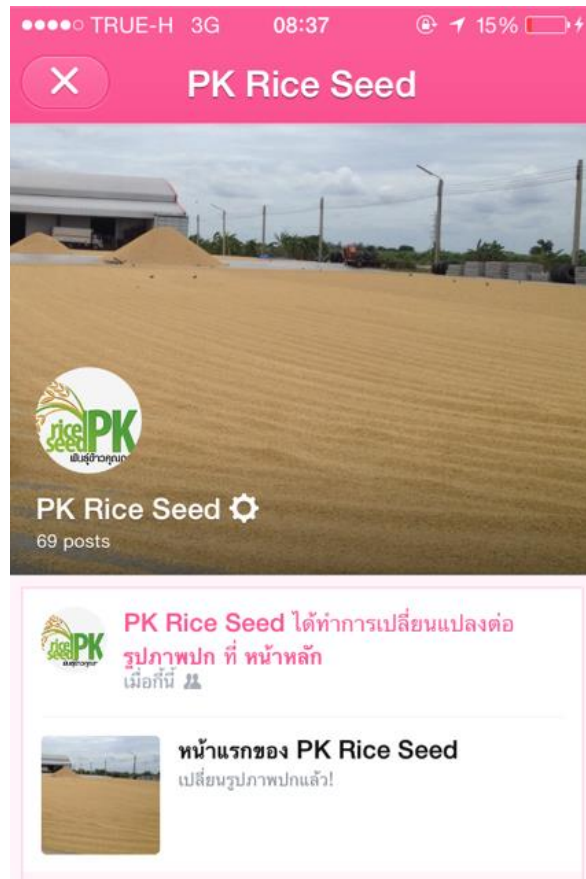
รูปที่ 3 การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยการใช้นามบัตร



รูปที่ 4 การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยการออกบูท



รูปที่ 5 ตัวอย่างหน้า Facebook ของ PK Rice seed



รูปที่ 6 ตัวอย่างหน้า Line ของ PK Rice seed

- การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน

PK Rice seed มีกระบวนการดำเนินงานตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

รายละเอียดในการรับซื้อพันธุ์ข้าว

1. ไปดูแลแปลงพันธุ์ข้าว ที่ทุ่งนา ว่าแปลงพันธุ์ข้าว นั้น มีพันธุ์ข้าวปนไหม มีข้าวตืดเยอะหรือเปล่า เพื่อที่จะได้ตัดสินใจในการนำมาทำพันธุ์ข้าวปลูก
2. เมื่อแปลงนาผ่าน ก็จะทำการตกลงราคากับชาวนา และกำหนดวันเก็บเกี่ยว
3. เมื่อเกษตรกรถึงวันเก็บเกี่ยวเมล็ดพันธุ์ ทาง PK rice seed จะจัดบรรทุกไปรับเมล็ดพันธุ์เข้ามาที่ร้าน PK rice seed พนักงานจะเข้าไปกล่าวคำสวัสดิทักทายลูกค้า พร้อมสอบถามข้อมูล ข้าวที่เกษตรกรเก็บเกี่ยวมานั้นชื่อพันธุ์อะไร
4. พนักงานของ PK rice seed จะไปเก็บตัวอย่างพันธุ์ข้าว โดยการสุ่มหยิบเมล็ดพันธุ์รอบๆ รถ น้ำหนัก 1 กิโลกรัม มาทำการตรวจสอบอีกครั้งว่า มีเมล็ดพันธุ์ปน เกินมาตรฐานที่กำหนดไว้หรือไม่ ถ้าหากเมล็ดพันธุ์ปนมีเกิน 5 เมล็ด ทาง PK rice seed จะ

ปฏิเสธการรับซื้อพันธุ์ข้าว ถ้าหากไม่เกินก็จะรับซื้อเมล็ดพันธุ์และทำการตกลงราคากับเกษตรกร

5. เมื่อเกษตรกรตกลงขายพนักงานก็จะให้คนขับรถเมล็ดพันธุ์เคลื่อนรถไปซังน้ำหนัก

6. นำบิลที่ซังน้ำหนัก ออกใบเสร็จคิดเงินให้กับเกษตรกร และนัดวันมารับเงิน

รายละเอียดในกระบวนการผลิต

1. ก่อนที่จะนำเมล็ดพันธุ์มาตาก พนักงานจะต้องทำความสะอาดลานตากเมล็ดพันธุ์ให้สะอาด เนื่องจากลานตากเมล็ดพันธุ์ข้าวตากพันธุ์ข้าวหลายชนิด อาจจะทำให้เมล็ดพันธุ์ที่ตกค้างอยู่มาปนกับเมล็ดพันธุ์ที่จะนำมาตากต่อไปได้ และกำจัดสิ่งสกปรกบนลานตากเมล็ดพันธุ์ไม่มีสิ่งสกปรกเจือปน

2. หลังจากซังน้ำหนักเสร็จแล้ว ก็นำเมล็ดพันธุ์มาเทในลานตากเมล็ดพันธุ์

3. พนักงานจะทำการลดความชื้นโดยใช้รดตักข้าวตักเมล็ดพันธุ์โรยในลานให้เสมอกัน ทั่วลาน ความหนา ประมาณ 10-15 ซม. และใช้รถวนข้าว วนข้าวให้ทั่วให้ที่ลานตากเมล็ดพันธุ์ทุกทุก 15 นาที เพื่อกระจายความร้อนให้ทั่วถึงทุกเมล็ดและแห้งเสมอกันทุกเมล็ด และทำการวัดความชื้นทุกๆ 2 ชั่วโมง จนกว่าเมล็ดพันธุ์จะมีค่าความชื้นอยู่ที่ 9% (ถ่ายเทความชื้นระหว่างภายในเมล็ดกับบรรยากาศรอบๆ เมล็ดพันธุ์)

4. เมื่อได้เมล็ดพันธุ์ที่มีความชื้นที่ต้องการ จะนำเมล็ดพันธุ์ข้าวไปคัดขนาด ด้วยเครื่องคัดแยกเมล็ดพันธุ์ โดยทำความสะอาดเครื่องคัดแยกเมล็ดพันธุ์เพื่อไม่ให้มีเมล็ดพันธุ์อื่นปน จากนั้นจึงตักเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ต้องการใส่เครื่องคัดขนาด เมื่อผ่านเครื่องคัดขนาดจะทำให้ได้ขนาดเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ใกล้เคียงกัน สะอาด และไม่มีสิ่งเจือปน

5. พนักงานบรรจุเมล็ดพันธุ์ลงกระสอบ ปริมาณ 25 กิโลกรัม นำมาวางเรียงบนพาเลทเหล็ก 1 พาเลท วางได้ 40 กระสอบ เมื่อครบ 40 กระสอบ พนักงานจะตักพาเลทสินค้า โดยใช้รถโฟลกลิฟท์ นำไปวางเรียงในสต็อก

รายละเอียดการขายสินค้า ของ PK rice seed กรณีที่ถูกนำมาซื้อหน้าร้าน

1. ลูกค้านำซื้อหน้าร้านพนักงานจึงกล่าวคำสวัสดิ์เพื่อทักทายลูกค้า และสอบถามรายการสินค้าที่ ลูกค้าต้องการตั้ง

2. พนักงานตรวจสอบสินค้าในคลัง แจ้งรายละเอียดและราคาเกี่ยวกับตัวสินค้าที่ลูกค้าต้องการ เมื่อลูกค้าพึงพอใจจึงตกลงซื้อ แต่ถ้าลูกค้าไม่พึงพอใจจึงปฏิเสธการซื้อ

3. เมื่อลูกค้าตกลงซื้อสินค้า พนักงานจัดเตรียมสินค้าที่ลูกค้าต้องการ พนักงานจะทำบิลและชำระเงินหน้าร้านทันทีและค่อยไปปรับสินค้าในโกดัง

4. พนักงานทำการขึ้นสินค้าใส่รถให้และเช็คจำนวนให้เรียบร้อย

5. กล่าวคำขอบคุณลูกค้า

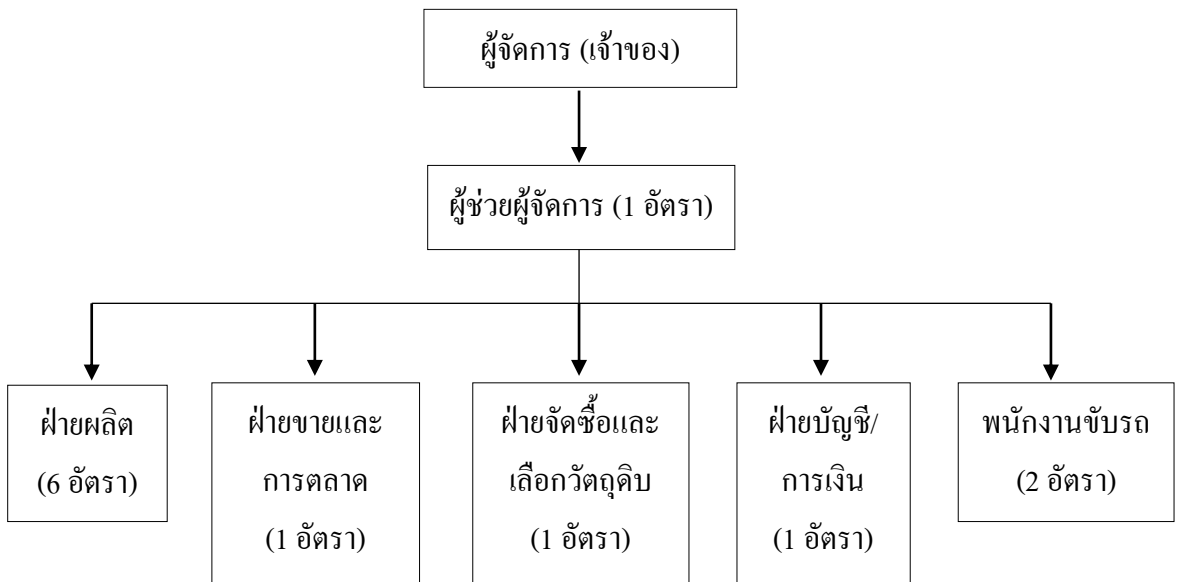
รายละเอียดการขายสินค้าของ ของ PK rice seed กรณีที่ลูกค้าโทรเข้ามาเพื่อสั่งสินค้า

1. เมื่อลูกค้าโทรเข้ามาเพื่อสั่งสินค้า และสอบถามรายการสินค้าที่ลูกค้าต้องการสั่ง
2. พนักงานตรวจสอบสินค้าในคลัง แจ้งรายละเอียดและราคาเกี่ยวกับตัวสินค้าที่ลูกค้าต้องการและโทรแจ้งลูกค้าที่โทรมาสั่ง เมื่อลูกค้าพึงพอใจจึงตกลงซื้อ แต่ถ้าลูกค้าไม่พึงพอใจจึงปฏิเสธการซื้อ
3. เมื่อลูกค้าตกลงซื้อสินค้า พนักงานจัดเตรียมสินค้าที่ลูกค้าต้องการ และขนพาหนะที่เหมาะสมกับจำนวนที่ลูกค้าสั่งเพื่อเป็นการลดต้นทุนของทางร้าน PK rice seed
4. พนักงานนำสินค้าไปส่งที่บ้าน ยื่นใบเสร็จ และรอรับเงิน
5. กล่าวคำขอบคุณลูกค้า

● การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์การ

โครงสร้างของ PK rice seed เป็นธุรกิจที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบที่ไม่ต้องใช้ความรู้ในการทำงานมาก แต่ต้องมีความอดทน และเพื่อให้องค์กรมีความยืดหยุ่น ลดความซับซ้อนและความยุ่งยากในการบริหารจัดการ ดังนั้นตำแหน่งงานของ PK rice seed จึงสามารถเขียนแผนผังโครงสร้างได้ดังนี้



รูปที่ 7 โครงสร้างองค์การ PK rice seed

- **การวิเคราะห์แผนการเงิน**

PK rice seed ใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 20,000,000 บาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 64,478,399 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 71,325,696 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 78,913,536 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 86,501,376 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 94,089,216 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 18,689,363 บาท ปี 2 ที่เท่ากับ 20,933,505 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 23,420,363 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 25,907,105 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 28,393,721 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ เท่ากับ 1.1 ปี

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจพีเค เมล็ดพันธุ์ (PK rice seed) ภายใต้เงื่อนไขที่กิจการกำหนดขึ้นนั้นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บรรณานุกรม

กองวิจัยและพัฒนาข้าว (กวาง)

[ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก:

www.brrd.in.th/main/index.php?option=com_content&view=article&id=153&Itemid=38

“ข้าวเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์.” อังคารที่ 7 กรกฎาคม 2558 [ออนไลน์] เข้าถึงได้

จาก : <http://www.ryt9.com/s/tpd/2199037>

จีเอฟเค ประเทศไทย [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<http://www.positioningmag.com/content/60872>

มติชน “ประเทศไทยจะได้ประโยชน์อะไรจาก AEC (ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน)”

[ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://www.thai-aec.com/227>; วันที่ 23 มิถุนายน 2555

“พันธุ์ข้าวดอกคอม” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://www.pankraw.com/product/4>

“สารานุกรมความรู้” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://knowledgeintheword.org>

สำนักเมล็ดพันธุ์ข้าว “ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวสุโขทัย ” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก

<http://skt-rsc.ricethailand.go.th/index.php/17-2013-06-04-07-08-36/2013-07-04-05-54-07/54-49>

สำนักเมล็ดพันธุ์ข้าว กรมการข้าว “ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวสกลนคร ” [ออนไลน์] เข้าถึงได้

จาก : <http://skn-rsc.ricethailand.go.th/index.php>

PWC in the new กรุงเทพฯ, 19 มิถุนายน 2558 -PwC [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :
<http://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2015/new-release-19-06-2015-th.html>