

แผนธุรกิจ ทำข้าวโครมโพธิ์ทอง

กัญจน์รัชต์ ฮ่อแสงชัย¹

บทสรุปผู้บริหาร

“ข้าว” เป็นธัญญาหารหลักของประชากรส่วนหนึ่งในโลก จัดเป็นพืชสายพันธุ์เดียวกับหญ้าซึ่งนับได้ว่าเป็นหญ้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกและมีความหลากหลายทางชีวภาพ สามารถปลูกขึ้นได้ง่าย มีความทนทานต่อทุกสภาพภูมิประเทศในโลก ไม่ว่าจะเป็นถิ่นแห้งแล้งแบบทะเลทราย พื้นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึงหรือกระทั่งบนเทือกเขาที่หนาวเย็น ข้าวก็ยังสามารถงอกงามขึ้นมาได้อย่างทรหดอดทน ข้าวของไทยเป็นพืชอาหารประจำชาติที่มีตำนานประวัติศาสตร์มายาวนาน ปรากฏเป็นร่องรอยพร้อมกับอารยธรรมไทยมาไม่น้อยกว่า 5,500 ปี ปัจจุบันการปลูกข้าวในประเทศไทยยังมีเพียงเมล็ดป้อมที่พบมากในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขณะที่ข้าวเมล็ดยาวพบมากในภาคกลางและภาคใต้ที่มีความอุดมสมบูรณ์มากที่สุด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่ปลูกข้าว คิดเป็น 45% ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งประเทศ ส่วนใหญ่ปลูกข้าวหอมมะลิ 105 ซึ่งเป็นข้าวคุณภาพดีที่สุดในโลก ข้าวที่ปลูกในพื้นที่แถบนี้จึงมักปลูกไว้เพื่อขาย รองลงมาคือ ภาคกลางและภาคเหนือ มีพื้นที่เพาะปลูกเท่ากันประมาณ 25% ทุกวันนี้ประเทศไทยเป็นแหล่งปลูกข้าวที่ผลิตออกสู่ตลาดโลกมากที่สุด และเป็นศูนย์กลางของการศึกษาวิจัยพันธุ์ข้าว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทของผู้สร้างตำนานแห่งอารยธรรมธัญญาหารของมนุษยชาติ

ทำข้าวโครมโพธิ์ทอง เป็นทำข้าวขนาดกลางบนพื้นที่ 3 ไร่ ให้บริการรับซื้อ-ขายข้าวเปลือกสดและข้าวหอมมะลิสด ตั้งอยู่เลขที่ 24 หมู่ 4 ตำบลคลองควาย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นธุรกิจประเภทซื้อมาขายไปโดยการรับซื้อขายแบบเหมา นั่นหมายถึงทางกิจการได้ทำการตีราคาข้าวเปลือกสดและข้าวหอมมะลิสดในท้องทุ่งนา และทำการตกลงราคากับกำหนดวันเกี่ยวให้แก่ชาวนา พอถึงวันกำหนดเกี่ยวทางกิจการก็อำนวยความสะดวกในเรื่องรถบรรทุกขนส่งจากนั้นเรานำข้าวเปลือกที่ได้มาจากเกษตรกรนั้นไปพักหรือตากไว้ที่ทำข้าว เพื่อให้ได้ระดับความชื้นที่เหมาะสม หลังจากนั้นทางกิจการจะนำข้าวเปลือกสดและข้าวหอมมะลิสดไปขายให้แก่โรงสี

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทำข้าวโพดโครมโพธิ์ทอง นั้นมีจุดเด่นที่เหนือกว่าคู่แข่งชั้นในเรื่องของส่วนครองตลาดและประสิทธิภาพการทำงานที่มีมากกว่า 15 ปี ในการลงทุนทำธุรกิจ ทำข้าวโพดโครมโพธิ์ทอง ครั้งนี้จะใช้เงินทุนด้วยงบลงทุนทั้งหมด 40,000,000 บาท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. กำไรสุทธิในปีที่ 1 ของกิจการได้ 17,309,063 บาท และในปีถัดไปได้ 19,388,063 บาท ด้วยศักยภาพในการทำกำไรของธุรกิจทำข้าวโพดโครมโพธิ์ทอง สามารถเติบโตและประสบความสำเร็จได้อย่างแน่นอน

2. หากกิจการทำข้าวโพดโครมโพธิ์ทอง ดำเนินธุรกิจเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ทางกิจการ คาดการณ์ว่าในระยะ 5 ปี ธุรกิจทำข้าวโพดโครมโพธิ์ทอง จะสามารถเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มลูกค้า และสร้างผลกำไรได้อย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, ทำข้าว, โครมโพธิ์ทอง

บทนำ

“กินข้าวหรือยัง” เป็นคำทักทายและเป็นคำพูดที่ติดปากของคนไทยมานาน เรามักจะพูดว่า กินข้าวเช้า ข้าวเที่ยงหรือข้าวเย็นแทนคำว่ามือ แถมเวลาของแพงก็จะใช้คำว่า “ข้าวยากหมากแพง” นั้นหมายถึง “ข้าว” ซึ่งผูกพันกับไทยเรามาช้านานเมื่อพูดถึงข้าว คนไทยเราก็จะนึกถึง “พระแม่โพสพ” ที่เป็นเทพธิดาหรือเทพีประจำพืชพรรณธัญชาติ มีศิลปินคนไทยได้สร้างรูปจำลองแม่โพสพไว้เป็นหญิงสาวชั้นสามัญไว้ผมประดับ สวมกรอบหน้าและจอนหู นุ่งผ้าจีบ ห่มสไบ มีเครื่องประดับ คอ แขน ข้อมือและข้อเท้า นั่งพับเพียบเท้าแขนซ้าย มือขวาถือรวงข้าวที่เมล็ดข้าวแน่นเต็มรวง สวยงามสง่า ดังนั้นความรู้สึกของคนไทยที่มีต่อแม่โพสพจะเป็นความรู้สึกที่สำนึกถึงบุญคุณ ที่ท่านให้ “ข้าว” มาเลี้ยงชีวิตของเราในแต่ละวัน คนไทยจึงให้ความเคารพและยังให้ความสำคัญกับพันธุ์พืชชนิดนี้มากอีกด้วย คำว่า “ข้าว” สำหรับคนไทย จึงมีค่ามากกว่า คำว่า “อาหาร”

“นาข้าวที่ดี เริ่มต้นมาจากไหน” ปัจจุบันเมล็ดพันธุ์ข้าวเปลือกที่ดีมีความสำคัญมากขึ้น เนื่องจากการเพาะปลูกข้าวขยายตัวมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปัจจุบันนี้การใช้เทคโนโลยีในการเพาะปลูกผลิตเมล็ดข้าวได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้น เพื่อช่วยให้เหล่าเกษตรกรของบ้านเราลดต้นทุนในการเพาะปลูกและยังได้รับผลผลิตที่มากขึ้นอีกด้วย ถ้าคุณภาพข้าวเปลือกดีน้ำหนักเมล็ดข้าวดี ก็จะทำให้ขายข้าวได้กำไรเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย เมล็ดพันธุ์ข้าวเปรียบเสมือนการลงทุนขั้นเริ่มต้นของเกษตรกร การทำนาข้าวเพื่อเป็นเมล็ดพันธุ์นั้นต้องเอาใจใส่ดูแลอย่างประณีต ตั้งแต่การนำเมล็ดพันธุ์ที่มีความบริสุทธิ์สูงมากไปคัด

กำจัดข้าวดีดข้าวแดงและวัชพืชใต้น้ำและปราบศัตรูพืชเพื่อให้ได้ผลผลิตเมล็ดพันธุ์เพื่อส่งต่อให้ผู้รวบรวมเมล็ดพันธุ์

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกข้าวรายใหญ่ของโลก ข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้ให้ประเทศปีละไม่ต่ำกว่า 65,000 ล้านบาท และเป็นอาหารหลักประจำวันของคนไทยกว่า 60 ล้านคน ข้าวเป็นเมล็ดของพืชในสกุลข้าวที่พบมากในแถบทวีปเอเชียของเรา ข้าวเป็นธัญพืชซึ่งประชากรโลกบริโภคเป็นอาหารสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งในทวีปเอเชีย จากข้อมูลเมื่อปี 2557 ข้าวเป็นธัญพืชที่มีการปลูกมากที่สุดเป็นอันดับสองทั่วโลก รองจากข้าวโพด หลักฐานพันธุศาสตร์แสดงว่าข้าวมาจากการนำมาปลูกเมื่อราว 8,200-13,500 ปีก่อนในภูมิภาคหุบแม่น้ำจูเจียงของจีน ก่อนหน้านี้อาณาจักรโบราณคดีเสนอว่า ข้าวมีการนำมาปลูกในเขตหุบเขาแม่น้ำแยงซีในจีน ข้าวแพร่กระจายจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียใต้ ข้าวถูกนำมายังทวีปยุโรปผ่านเอเชียตะวันตกและทวีปอเมริกาผ่านการยึดอาณานิคมของยุโรป ปกติการปลูกข้าวเป็นแบบปีต่อปี ทว่าในเขตร้อนข้าวสามารถมีชีวิตอยู่ได้หลายปีและสามารถไว้ต่อ ให้นานถึง 30 ปี ต้นข้าวสามารถโตได้ถึง 1-1.8 เมตร ขึ้นอยู่กับพันธุ์และความอุดมสมบูรณ์ของดินเป็นหลัก มีใบเรียวยาว 50-100 เซนติเมตร และกว้าง 2-2.5 เซนติเมตร ช่อดอกห้อยยาว 30-50 เซนติเมตร เมล็ดกินได้เป็นผลธัญพืชยาว 5-12 มิลลิเมตรและหนา 2-3 มิลลิเมตร

"ข้าว" เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของหลายประเทศไม่ว่าจะเป็นไทย จีน และเวียดนาม แต่ปัจจุบันไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับหนึ่งของโลก รองลงมาคือ เวียดนาม เพื่อเป็นการเตรียมตัวของประเทศไทยในการเปิดประตูสู่การเป็น AEC ข้อได้เปรียบทางการค้าของสินค้าการเกษตรจำเป็นจะต้องนำกลับมาพิจารณาอีกครั้ง การขนส่งที่ดีประกอบกับการจำกัดพื้นที่เพาะปลูกให้อยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสมจะทำให้ประเทศไทยมีประสิทธิภาพทางการส่งออกสินค้าเกษตรมากขึ้น ในกรณีของข้าวไทยแม้ว่าเวียดนามจะมีบทบาทที่สำคัญในการส่งออกข้าว ประเทศไทยเองก็ยังคงผลักดันให้ข้าวไทยกลายเป็นตัวเลือกอันดับหนึ่งในสายตาของชาวต่างชาติ แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังต้องพัฒนาเรื่องความหลากหลายของพันธุ์ข้าวและรัฐบาลจำเป็นจะต้องมีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรที่ชัดเจนเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตข้าวไทยในอนาคต

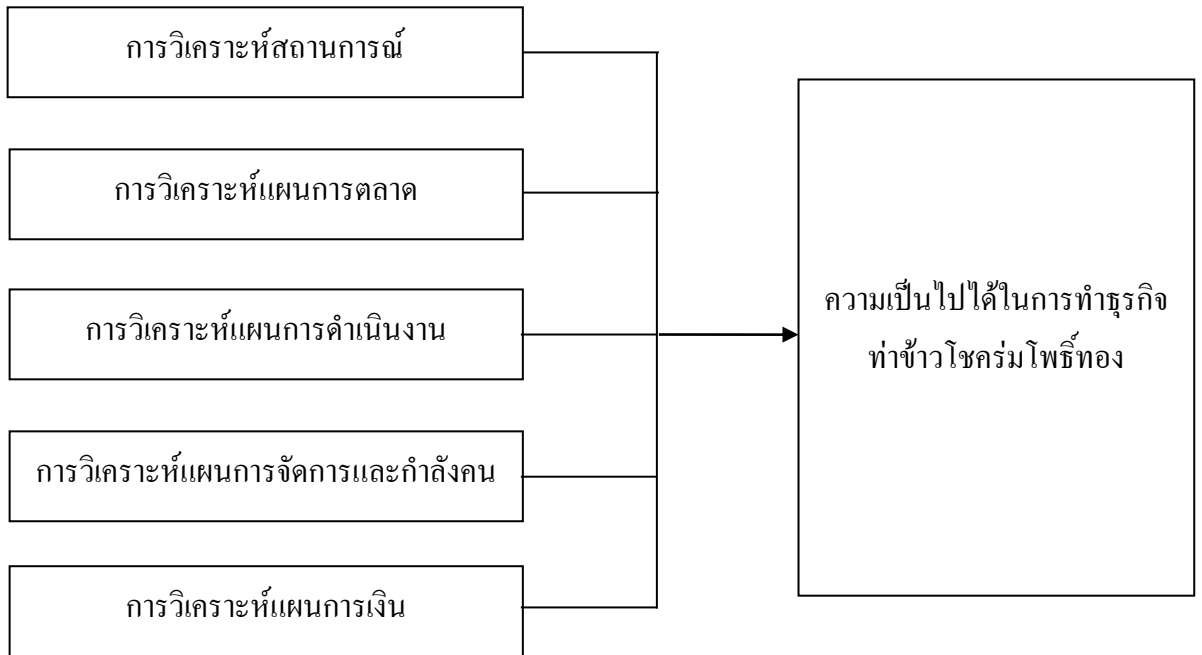
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ทำข้าวโซครัมโพธิ์ทอง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ทำข้าวโซครัมโพธิ์ทอง

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ทำข้าวโซลคร่มโพธิ์ทอง
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนเมษายน-เดือนตุลาคม 2558

นิยามคำศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่
2. ทำข้าวหรือการค้าข้าว หมายถึง การซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน หรือโอนกรรมสิทธิ์ข้าว ผู้ทำการค้าข้าวที่มีสถานที่จัดไว้เพื่อการค้าข้าว และให้รวมถึงตลาดกลางข้าวเปลือกด้วย
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 ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้
จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. ผู้บริหารมีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในภาคธุรกิจนี้โดยตรง ผู้บริหารระดับสูงของกิจการมีประสบการณ์เป็นเวลานาน มีภาวะความเป็นผู้นำสูง มีความสามารถในการตัดสินใจที่ฉับไว ทันท่วงทีต่อสถานการณ์ ฯลฯ นอกจากนี้ยังเข้ารับการอบรมเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา เพื่อนำความรู้ต่างๆมาปรับปรุงพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง

2. ผู้บริหารและทีมงานของกิจการ มีศักยภาพในการบริหารงาน และทำงานด้วยกันเป็นระยะเวลานาน สามารถปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องได้ มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจ

3. ผลงานที่ผ่านมาของกิจการ ทำให้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า ซึ่งสามารถสร้างความได้เปรียบในส่วนของ การเพิ่มธุรกรรมทางการค้า และขยายกลุ่มลูกค้าได้

4. ทางกิจการ มีเงินทุนหมุนเวียนสูง จึงมีสภาพคล่องทางการเงิน

5. กิจการมีพนักงานทั้งระดับกลางและระดับล่างที่มีความทุ่มเท มีทักษะและประสบการณ์ทำงานสูง ด้วยการทำงานที่ต่อเนื่องยาวนาน ทำให้พนักงานที่อยู่ในกิจการทำข้าวโซครัมโพธิ์ทอง มีความสามารถและสามารถเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นเหมือนกลไกขับเคลื่อนให้องค์กรประสบความสำเร็จในอนาคต

6. โครงสร้างขององค์กรไม่ซับซ้อน ทำให้มีความคล่องตัวในการบริหารงาน นอกจากนี้ยังสามารถประสานงานเพื่อดำเนินการทำงาน แก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและทันทั่วทั้งอีกด้วย

7. สามารถจัดหาวัตถุดิบได้เพียงพอตลอดเวลา เน้นการสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าไม่เว้นแต่ผู้ขายปัจจัยการผลิตด้วย ซึ่งด้วยความสัมพันธ์ที่ยาวนานมากกว่า 10 ปีทำให้กิจการสามารถจัดหา จัดซื้อวัตถุดิบต่างๆให้เพียงพอกับความต้องการอยู่ตลอดเวลาไม่ขาดแคลน

8. มีความสามารถในการหาแหล่งเงินทุนใหม่ๆ เนื่องจากแหล่งเงินทุนของกิจการส่วนใหญ่เป็นแหล่งเงินทุนที่เกิดจากผู้ประกอบการ ทำให้กิจการมีศักยภาพอย่างมากในการจัดหาแหล่งเงินทุนจากภายนอก

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. การทำงานยังไม่เป็นรูปแบบสากลมากนักเนื่องจากเป็นกิจการในลักษณะครอบครัว

2. การหมุนเวียนของพนักงานชั่วคราว เนื่องจากข้าวเปลือกเป็นสินค้าที่ปลูกตามฤดูกาลซึ่งบางเดือนไม่ค่อยมีผลผลิต จึงทำให้พนักงานชั่วคราวเลือกที่จะทำงานในกิจการที่มีงานตลอดทั้งปี

3. ทางกิจการยังขาดในเรื่องของการทำกิจกรรมด้านการส่งเสริมทางการตลาด อีกทั้งยังขาดในเรื่องการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการ

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. เนื่องจากข้าวนั้นเป็นอาหารหลักของคนไทย ทำให้มีผลผลิตออกตลอดทั้งปีจึงทำให้กิจการสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้

2. การส่งออกข้าวของไทย ยังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากการส่งเสริมของภาครัฐบาลทำให้ความจำเป็นในการต้องการของผลผลิต มีความต้องการสูงขึ้น

3. แหล่งวัตถุดิบมีจำนวนมากเนื่องจากในเขตพื้นที่ป่าทุมธานีนั้นติดกับเขตพระนครศรีอยุธยา จึงทำให้ทางกิจการมีโอกาสดำเนินการหาแหล่งวัตถุดิบได้ตลอดทั้งปี

เนื่องจากกิจการทำข้าวโพดโครมโพธิ์ทงมีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ในการ

4. ดำเนินงานมากกว่า 15 ปี จึงทำให้ผู้ขายปัจจัยการผลิตและผู้ซื้อเชื่อมั่นในกิจการของเราเป็นอย่างมาก

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. ธุรกิจทำข้าวโพดโครมโพธิ์ทงเป็นธุรกิจประเภทซื้อขายเงินสดที่ต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนสูง จึงจำเป็นต้องมีเงินทุนสำรองที่ค่อนข้างมาก

2. นโยบายการรับจำนำข้าวในอดีตนั้นตั้งราคาไว้สูง ส่งผลให้ปัจจุบันกิจการต้องรับซื้อข้าวในราคาที่สูงตาม

3. การส่งออกข้าวของไทย ยังมีการขยายตัวที่ไม่มั่นคงทำให้ราคาข้าวเปลือกในปัจจุบันยังไม่คงที่ ส่งผลให้ชาวนาเร่งระงับการเก็บเกี่ยวให้เร็วขึ้นจึงทำให้ข้าวไทยไม่ได้คุณภาพเท่าที่ควร

4. อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตและผู้ซื้ออาจมีมากขึ้น

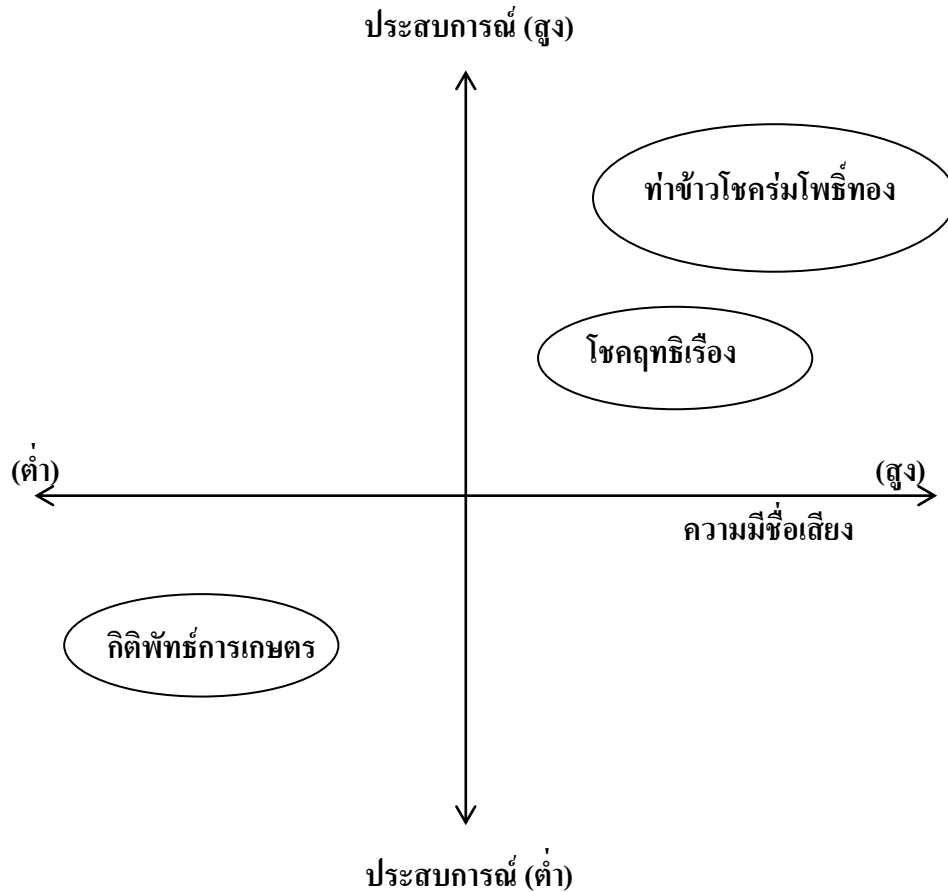
- **การวิเคราะห์ด้านการตลาด**

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

ทำข้าวโชครัมย์โพธิ์ทอง มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในภาคกลาง โดยเน้นในลักษณะการซื้อมาขายไปแบบเหมา ซึ่งทางกิจการจะเข้าไปซื้อข้าวเปลือกกับชาวนาโดยตรงในพื้นที่นาโดยเน้นผลิตภัณฑ์เป็นข้าวเปลือกสดและข้าวหอมมะลิสดเป็นหลัก

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)

ทำข้าวโชครัมย์โพธิ์ทองเลือกวางตำแหน่งกิจการให้เป็นทำข้าวขนาดกลาง มีประสบการณ์ ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงที่สูง เพราะทางกิจการได้เปิดทำกิจการมานานกว่า 15 ปี สร้างสมสิ่งเหล่านี้มามากจึงทำให้กิจการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด ได้ดังนี้



รูปที่ 1 แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของ ทำข้าวโครมโพธิ์ทอง

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Strategy)

ทำข้าวโครมโพธิ์ทอง ได้มีการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้รูปแบบผลิตภัณฑ์ของกิจการ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีเยี่ยมในด้านกลยุทธ์ อีกทั้งยังให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับกลยุทธ์ที่ตั้งเอาไว้ โดยจะแบ่งเป็น 2 ผลิตภัณฑ์ คือ ข้าวเปลือกสดและข้าวหอมมะลิสด

ด้วยความชำนาญในอุตสาหกรรมการรับซื้อขายข้าวเปลือกสดและข้าวหอมมะลิสด ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าทำข้าวโครมโพธิ์ทองเป็นทำข้าวที่มีคุณภาพดีเยี่ยม เป็นที่น่าเชื่อถือไว้วางใจได้ เราจะเน้นการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพตั้งแต่ต้นทางในการให้ราคาข้าวในฝันไปจนถึงขั้นตอนการขนส่งที่มีความปลอดภัยควบคุมทุกคุณภาพ ในเรื่องของการกำหนดราคาสินค้าทางกิจการจะใช้กลยุทธ์ด้านราคา ดังนี้

ตารางแสดงราคาลิ้นค้าของ ทำข้าวโครมโพธิ์ทอง

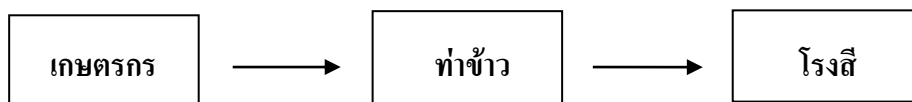
พันธุ์ข้าวเปลือก	ราคารับซื้อข้าวเปลือกสด (คุณภาพและความชื้น 20-23%)
พันธุ์ข้าว กข 31 (ปทุมธานี 80)	7,400 บาท/ตัน (เกวียน)
พันธุ์ข้าว กข 41	7,400 บาท/ตัน (เกวียน)
พันธุ์ข้าว กข 47	7,400 บาท/ตัน (เกวียน)
พันธุ์ข้าว กข 49	7,400 บาท/ตัน (เกวียน)
พันธุ์ข้าว กข 51	7,400 บาท/ตัน (เกวียน)
พันธุ์ข้าว กข 53	7,400 บาท/ตัน (เกวียน)
พันธุ์ข้าว กข 57	7,400 บาท/ตัน (เกวียน)
พันธุ์ข้าวหอมประทุม	10,500 บาท/ตัน (เกวียน)

*หมายเหตุ ราคาเปลี่ยนแปลงตามราคาตลาด ณ เวลานั้นๆ

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel) หรือช่องทางการตลาด (Marketing Channel) เป็นเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคโดยอาจผ่านหรือไม่ผ่านตัวแทนก็ได้ ซึ่งทำข้าวโครมโพธิ์ทองมีกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้

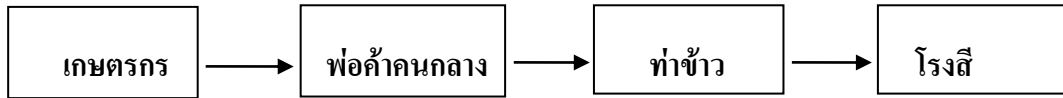
ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ 1



จะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง จากเกษตรกรมายังทำข้าวและไปยังโรงสี เนื่องจากทำข้าว โครมโพธิ์ทองเป็นทำข้าวขนาดกลางที่มีมาตรฐาน และประสบการณ์ในด้านการคัดเลือกข้าวเปลือกสดที่มีคุณภาพให้ราคาดีเยี่ยม ตลอดจนการขนส่งที่สะดวกมี

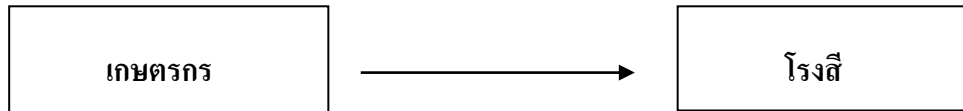
รถบรรทุกไปรับข้าวเปลือกถึงฝืนที่นา จึงทำให้เกษตรกรไว้วางใจที่ขายข้าวให้กับทางกิจการ และส่งต่อไปยังโรงสีข้าว

ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ 2



ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ 2 คือเกษตรกรนำข้าวไปขายให้กับพ่อค้าคนกลาง และพ่อค้าคนกลางขนข้าวมาขายให้กับทางทำข้าวโดยคิดค่าบริการและการขนส่งแบบเหมารวม ซึ่งเป็นการขายข้าวแบบหลายขั้นตอนจึงทำให้เกษตรกรได้ราคาข้าวเปลือกที่ถูกลง

ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ 3



การที่เกษตรกรนำข้าวไปขายโดยใช้ช่องทางนี้ที่ไปขายให้กับโรงสีโดยตรง อาจทำให้เกษตรกรได้ราคาข้าวที่ถูกลง เพราะโรงสีจะให้ราคาข้าวโดยผ่านการใช้เครื่องวัดความชื้น ดังนั้นจะทำให้เกษตรกรได้ราคาข้าวที่ถูกลง

ดังนั้นการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ 1 ถือว่าเป็นช่องทางที่ดีที่สุดเพราะทางทำข้าวจะซื้อข้าวเปลือกโดยตรงกับเกษตรกรแล้วจึงไปขายให้กับโรงสี ซึ่งเป็นช่องทางที่ได้ผลประโยชน์กับตัวเกษตรกรและทำข้าวมากที่สุด เพราะเกษตรกรเองจะไม่โดนกดราคาข้าวเปลือกจากโรงสีหรือจากพ่อค้าคนกลาง และทางทำข้าวก็ได้รับข้าวเปลือกในราคาที่ไม่สูงจากชาวนาจึงทำให้ทางทำข้าวขายข้าวให้กับโรงสีได้กำไรที่สูง

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

การตลาดในปัจจุบันนอกจากการพัฒนาคุณภาพสินค้า การตั้งราคาที่เหมาะสมและเข้าถึงลูกค้าตามเป้าหมายแล้ว ต้องมีการกำหนดเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกิจการ ซึ่งจะต้องมีบทบาทเป็นการสื่อสารระหว่างผู้ค้ากับตลาดเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสารหรือจูงใจให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมที่พึงประสงค์

ตารางแสดงเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด

การโฆษณา	การประชาสัมพันธ์	การให้ข้อมูลสินค้า	การขาย	การดูแลหลังการขาย
-นิตยสาร -ไบโอบรชัวร์ -อินเทอร์เน็ต (Social) -ของสมนาคุณ (เสื้อ)	- เข้าร่วมกลุ่มสมาชิก - อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและ - กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	- จัดให้มีการแนะนำและมีเอกสารหรือไบโอบรชัวร์ - เพื่อเป็นการให้ความรู้และให้ข้อมูลของสินค้า	- การเสนอขายโดยผู้บริหารหรือผู้ที่มีอำนาจเต็มในการตัดสินใจ - การให้ทุนเครดิตโดยให้กู้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ	- โดยการให้คำปรึกษาและให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการ

จากรายละเอียดที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทไชน่าประมาณสำหรับการส่งเสริมการตลาดในปีที่ 1 เท่ากับ 312,400 บาท

กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People Strategy)

ท่าข้าวโชครมโพธิ์ทองถือว่าบุคลากรเป็นทรัพยากรสำคัญและมีคุณค่ายิ่งที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จ ความเจริญเติบโตและความก้าวหน้าอย่างยั่งยืนของกิจการ จึงกำหนดกลยุทธ์ด้านบุคลากรเพื่อเป็นแนวทางในการบริการได้ใช้พนักงานขับรถที่มีเพียงพอต่อหน้าที่ความรับผิดชอบ มีความรู้ความสามารถและทักษะในการขับรถที่ดีโดยทางกิจการมีพนักงานขับรถบรรทุกพ่วง จำนวน 8 คน อัตราเงินเดือน 15,000 บาทต่อคน คิดเป็นค่าใช้จ่ายเดือนละ 120,000 บาท เพื่อเสริมสร้างความมั่นคง ขวัญกำลังใจและคุณภาพชีวิตโดยส่งเสริมความก้าวหน้าของผู้ปฏิบัติงานที่มีผลงานและสมรรถนะความสามารถในทุกโอกาสให้ผลประโยชน์ตอบแทนที่เป็นธรรมในอัตราที่เหมาะสม อีกทั้งยังจัดสวัสดิการให้ตามความจำเป็นและเหมาะสม เพิ่มคุณค่าของบุคลากรให้เป็นที่มาอาชีพในระดับสากลโดยให้ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับสถานการณ์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและยุทธศาสตร์ของกิจการและสนับสนุนการทำงานเป็นทีม

กลยุทธ์ด้านกายภาพและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation Strategy)

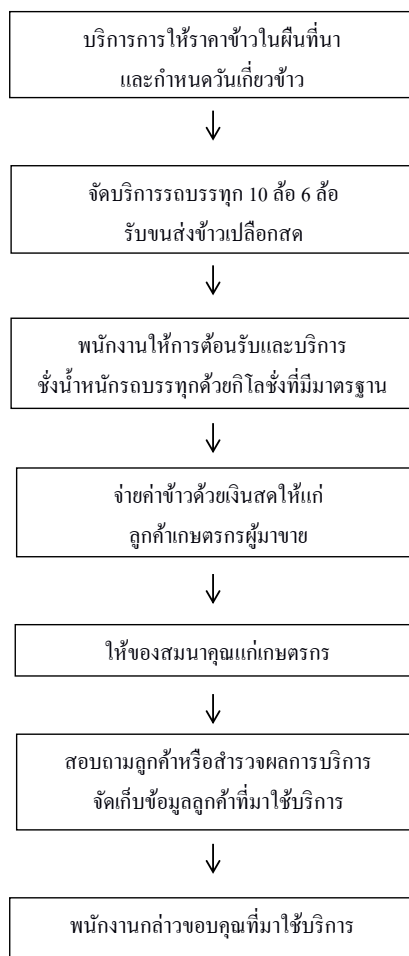
สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) นับเป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าหรือผู้มาติดต่อได้ พบเห็นและสัมผัสจับต้องได้ ลักษณะทางกายภาพอาจกล่าวได้ว่าเป็นสิ่งที่สร้าง

คุณค่าให้กับลูกค้า เช่น ปัจจัยด้านความสะดวกความสะอาดรวมไปถึงสถานที่ตั้งของกิจการ หรือผลประโยชน์อื่นๆ

ท่าข้าวโซคร่มโพธิ์ทอง เป็นท่าข้าวตั้งอยู่ในเขตจังหวัดปทุมธานีซึ่งมีพื้นที่ใกล้เคียงกับเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่เป็นแหล่งพื้นที่ผืนนาเยอะเกือบทั่วทั้งจังหวัด มีพื้นที่เกือบ 3 ไร่เป็นสถานที่ตั้งของกิจการและรถบรรทุกข้าว 8 พ่วงและรถ 6 ล้อ 2 คันเพื่อสร้างความมั่นใจและความสะดวกสบายให้แก่เกษตรกรที่จะมาค้าขายข้าวให้กับทางกิจการ

กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process Strategy)

กลยุทธ์การบริการเป็นวิธีที่จะชนะใจลูกค้าด้วยการบริการที่ดีซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ มีผลประกอบการเพิ่มขึ้นและยังถือเป็นหน้าตาของธุรกิจ การบริการที่ดีจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องใส่ใจพัฒนางานด้านบริการอยู่เสมอ ดังนั้น ท่าข้าวโซคร่มโพธิ์ทองตระหนักถึงกระบวนการให้บริการ จึงได้กำหนดขั้นตอนการให้บริการขึ้นเพื่อนำมาตั้งเป็นเป้าหมายในการปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น โดยกิจการมีกระบวนการ การให้บริการดังนี้



- การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน

การใช้บริการที่ ทำข้าวโครมโพธิ์ทอง มีกระบวนการให้บริการ ดังนี้

ขั้นตอนการคัดเลือกวัตถุดิบ

1. ประกอบการจะไปดูข้าวเปลือกสดและข้าวหอมมะลิสดจากรวงข้าวที่ท้องทุ่งนา โดยจากการที่ชาวนาโทรศัพท์มาตามเรียกให้ไปดู หรือจากการที่ผู้ประกอบการเดินทางไป ที่ทุ่งนาเอง

2. จากนั้นผู้ประกอบการจะทำการประเมินและตัดสินใจในการกำหนดการซื้อและไม่ซื้อในผลิตภัณฑ์นั้นๆ

3. เมื่อได้รับการตัดสินใจในข้อที่ 2 แล้วทางผู้ประกอบการจะทำการตกลงราคาข้าวคร่าวๆ ณ วันนั้นและกำหนดวันเกี่ยวข้าว

ขั้นตอนการผลิตและการปฏิบัติการ

1. ผู้ประกอบการจะจัดบริการรถบรรทุก 10 ล้อหรือรถบรรทุก 6 ล้อแล้วแต่ปริมาณข้าวของเกษตรกร เพื่อรับขนข้าวเปลือกสดหรือข้าวหอมมะลิมายังทำข้าว โครมโพธิ์ทอง

2. เมื่อรถบรรทุกข้าวมาถึงทำข้าวแล้ว พนักงานจะให้บริการต้อนรับและชั่งน้ำหนักรถหนักด้วยกิโลที่มีมาตรฐานไว้ก่อน จากนั้นพนักงานขับรถจะนำรถไปเทข้าวไว้ที่ลานตากและนำรถกลับไปไปที่กิโลซึ่งเพื่อชั่งน้ำหนักรถเบา เพื่อให้ได้น้ำหนักสุทธิ

3. จากนั้นจะมีพนักงานเก็บข้าวตัวอย่างบางส่วนมาวัดความชื้นและตกลงราคากัน (ซึ่งถ้าทางกิจการทำการตกลงราคาข้าวไว้แล้ว จะไม่หักหรือลดราคากับเกษตรกรอีก)

4. พนักงานฝ่ายบัญชีจะดำเนินการจ่ายเงินให้แก่เกษตรกรผู้ขายด้วยเงินสด

5. พอเสร็จสิ้นขั้นตอนที่ 4 แล้ว พนักงานจะกล่าวขอบคุณแก่เกษตรกรทุกครั้ง

ขั้นตอนการส่งสินค้า

1. ในขั้นตอนนี้เริ่มแรกกิจการจะนำข้าวที่เกษตรกรมาขายทั้งหมดไปพักไว้ที่ลานข้าว ถ้าวัดความชื้นแล้วข้าวนั้นยังไม่แห้งเท่าที่ควร เราจะนำข้าวทั้งหมดนั้นไปตากแดด เพื่อให้ได้ความชื้นที่แห้งตามที่เราต้องการ โดยใช้รถตักเกลี่ยข้าวให้เป็นวงกว้างผึ่งเอาไว้ และทำการตรวจสอบ เช็คุณภาพข้าวที่ได้มาอีกครั้ง

2. เมื่อได้ความชื้นตามที่ต้องการแล้ว ทางกิจการจะใช้รถตัก ตักข้าวขึ้นบนรถสิบล้อ จากนั้นทางกิจการจะติดต่อกับโรงสี เพื่อที่จะทำการขายสินค้าและขนส่งไปยังโรงสีที่รับซื้อ

3. เมื่อรถบรรทุกลือไปถึงโรงสีที่เราได้ทำการติดต่อกันไปแล้ว ทางโรงสีจะดูความชื้นของข้าวและตกลงราคากับทางทำข้าว

4. หากทางกิจการตกลงพอใจและตัดสินใจที่จะขายข้าวให้กับทางโรงสีนั้น เราก็จะลงข้าวไว้ที่โกดังของโรงสีนั้นๆ

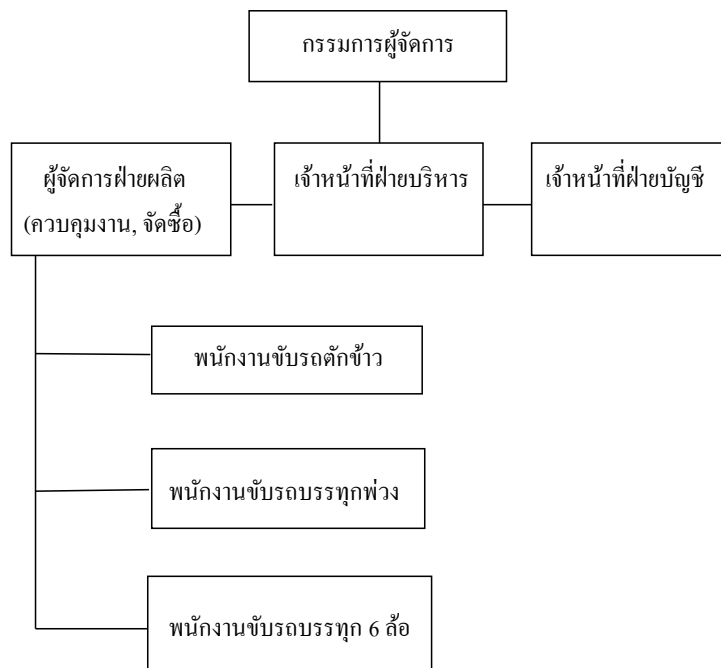
5. ขั้นตอนสุดท้ายจะเป็นขั้นตอนการเก็บเงินค่าข้าว ซึ่งทางโรงสีจะนำเงินในวันถัดไป

• การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์การ

ด้วยลักษณะธุรกิจของทำข้าวโซคร่มโพธิ์ทองนั้นเป็นรูปแบบธุรกิจครอบครัว จำนวนตำแหน่งพนักงานในกิจการจึงมีเพียง 7 ตำแหน่งเท่านั้น โดยทางกิจการได้มีการจัดผังโครงสร้างการบริหารจัดการ เพื่อง่ายต่อการควบคุมสั่งงานและการบริหารกิจการให้มีความเจริญเติบโต ตามเป้าหมายที่กำหนดดังนี้

ภาพแสดงแผนผังองค์การ (Organization Chart)



- การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 40 ล้านบาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 388,800,000 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 421,200,000 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 453,600,000 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 486,000,000 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 518,400,000 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 17,256,143 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 19,335,143 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 21,414,143 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 23,493,143 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 25,572,143 บาท

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจทำข้าวโซครัมโพธิ์ทอง ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดขึ้นเป็นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บรรณานุกรม

“นาข้าวที่ดีเริ่มต้นมาจากไหน” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.yonpholdee.com>

“นิตยสารเกี่ยวข้าว” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.thailandmagazinedirectory.com>

“กรมการค้าภายใน” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.dit.go.th>

“สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.thairiceexporters.or.th>

GotoKnow. “แนวโน้มเศรษฐกิจประเทศไทย.” [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก:

<http://www.gotoknow.org/posts/589413>