

**รายงานผลการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้/ประชุมเชิงปฏิบัติการ /และเป็นวิทยากร
กองสำรวจดินและวิจัยทรัพยากรดิน กรมพัฒนาที่ดิน**

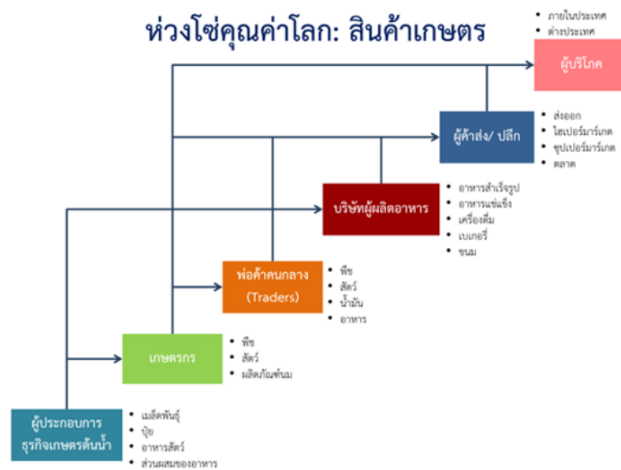
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำนำหน้า นาย นาง นางสาว อื่น..... ชื่อ-นามสกุล.....ชญาดา วงศ์พรประทีป.....
 ตำแหน่ง.....นักสำรวจดินปฏิบัติการ.....กลุ่ม/ฝ่าย...กลุ่มวินิจฉัยคุณภาพและกำลังผลิตของดิน.....
 หลักสูตร/หัวข้อข้อมูลเรื่องอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้.....การจัดทำแผนธุรกิจเกษตรและการใช้เครื่องมือเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล
 สถานที่อบรม / สัมมนา /พัฒนาความรู้ อบรม นบต รุ่น 72 ตั้งแต่วันที่...2-8 สิงหาคม 2567.

ส่วนที่ 2 สิ่งที่ได้รับจากการอบรม/สัมมนา/พัฒนาความรู้

2.1 รายงานสรุปเนื้อหาในการการอบรม

ห่วงโซ่คุณค่า หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่สัมพันธ์และเชื่อมโยงกัน เพื่อร่วมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ
 ห่วงโซ่คุณค่านั้นเริ่มต้นตั้งแต่เรื่องของวัตถุดิบ เช่น เริ่มตั้งแต่การจัดการวัตถุดิบ การขนส่งเพื่อนำวัตถุดิบเข้าสู่
 กระบวนการผลิต ผลิตแล้วจะจัดจำหน่ายอย่างไร จัดส่งสินค้าอย่างไร และมีการบริการหลังการขายอย่างไร เป็นต้น
 กรอบความคิด (Mindset) คือ กระบวนการทางความคิด เป็นความเชื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมที่ฝังอยู่ในตัวมนุษย์แต่ไม่ได้
 แสดงออกชัดเจน ทำให้เกิดเป็นทัศนคติและประสบการณ์ ต่างๆ ในตัวมนุษย์



ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจประกอบด้วย 3 กิจกรรมหลักคือ

1. กระบวนการก่อนการผลิต (Pre-Production Process) คือการดำเนินการก่อนที่จะมีการผลิตซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดเตรียมวัตถุดิบ และปัจจัยการผลิตอื่น ๆ ให้มีคุณภาพ และปริมาณที่เหมาะสมก่อนทำการเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์หรือทำการประมง เช่น การวิจัย และพัฒนาพันธุ์พืช หรือพันธุ์กรรมสัตว์ การผลิตปุ๋ย และสารกำจัดแมลง รวมถึงการเตรียมสถานที่เงินทุน แรงงานคน และวัสดุอุปกรณ์ทั้งหมดที่ต้องใช้ในการดำเนินการ
2. กระบวนการผลิต (Production) คือการดำเนินการเพื่อเปลี่ยนวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตให้กลายเป็นสินค้าหรือบริการที่พร้อมนำไปจำหน่าย เช่นการเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ และการแปรรูปผลผลิตซึ่งปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยี นวัตกรรม และระบบสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุน และเพิ่มความสะดวกสบายให้กับเกษตรกร
3. กระบวนการหลังการผลิต (Post-Production Process) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นหลังการผลิตและการแปรรูป เพื่อส่งมอบสินค้า หรือบริการทางการเกษตรที่มีคุณภาพให้กับผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี และความพึงพอใจ ประกอบด้วยดำเนินการสำคัญ 3 เรื่องคือ

- โลจิสติกส์ขาออก เกี่ยวข้องกับการดำเนินการเพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริโภคจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และได้มาตรฐานตามที่กำหนด ทั้งการบริหาร การจัดการ การขนส่ง การกระจายสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สินค้ายังคงคุณภาพขณะที่ส่งมอบหรือจำหน่ายให้ผู้บริโภค

- การขายและการตลาด ครอบคลุมตั้งแต่การสร้างตราสินค้า การสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อช่วยให้สินค้าเป็นที่รู้จักและจดจำ รวมถึงการเกิดความมั่นใจในสินค้าและบริการ

- การบริหารจัดการช่องทาง หรือพื้นที่จำหน่ายสินค้าทั้งออนไลน์และออฟไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้สินค้าเข้าถึงได้ง่าย และครอบคลุมช่องทางการขายที่ตั้งเป้าหมายไว้ บริการ (Service) เพื่ออำนวยความสะดวก สร้างความประทับใจ และช่วยแก้ปัญหาที่เกิดจากการใช้สินค้าหรือบริการ เช่น อำนวยความสะดวกขณะซื้อ และหลังจากซื้อสินค้า ให้บริการข้อมูลเชิงเทคนิคในการนำสินค้าไปใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด รับคำติชมและความคิดเห็นเพื่อนำกลับมาพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์ความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค

การวิเคราะห์ Value Chain ของธุรกิจ

ห่วงโซ่คุณค่าแนวคิดนี้ทำให้เข้าใจบทบาทของแต่ละหน่วยงานที่มีส่วนช่วยเหลือองค์กรหรือธุรกิจอย่างไรบ้าง สามารถสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าได้อย่างไร การวัดผลพิจารณาว่าผู้บริโภคยินยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการมากน้อยแค่ไหน สำหรับการวิเคราะห์ Value chain ของธุรกิจหรือ Value Chain analysis มีหลักการสำคัญคือ สามารถอธิบายได้ว่าแต่ละกิจกรรมขององค์กรต้องทำอะไรบ้างต้องรู้และสามารถสร้างคุณค่าจากกิจกรรมนั้นๆ ได้ หรือต้องวิเคราะห์ว่าสามารถสร้างคุณค่าจากกิจกรรมนั้นได้มากน้อยแค่ไหน

Business Model Canvas หรือ โมเดลธุรกิจ คือ เครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการและธุรกิจ สามารถนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์ และสื่อสารรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจตนให้กับบุคคลภายในองค์กรได้เข้าใจอย่างลึกซึ้ง โมเดลธุรกิจนี้ถูกคิดค้นโดย Alexander Osterwalder และ Yves Pigneur ซึ่งปัจจุบันได้กลายมาเป็นเครื่องมือที่ใช้กันอย่างแพร่หลายสำหรับผู้ประกอบการ สตาร์ทอัพ และจนถึงธุรกิจขนาดใหญ่ ประกอบไปด้วย

1. พาร์ทเนอร์หรือพันธมิตร (Key Partners) คือ การร่วมมือกับบุคคลที่สาม การสร้างความสัมพันธ์กับพาร์ทเนอร์เป็นส่วนสำคัญในการทำธุรกิจ เนื่องจากช่วยให้การจัดการทรัพยากรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ทรัพยากรเทคโนโลยี ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือเงินทุน มีความง่ายมากขึ้น ช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาด และลูกค้าใหม่ๆ ได้ เช่น ธุรกิจขายของออนไลน์ ควรมีพาร์ทเนอร์การขนส่ง ระบบการชำระเงินที่ทันสมัยและปลอดภัย ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินธุรกิจลุล่วงไปได้ด้วยดี

2. กิจกรรมหลัก (Key Activities) หรือ กิจกรรมหลักของการดำเนินธุรกิจ ในการส่งมอบสินค้าและบริการถึงมือผู้บริโภค มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่า และมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค สำหรับรายละเอียดกิจกรรมหลักจะเกี่ยวข้องในเรื่องของการผลิต การออกแบบ และวิธีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการคิดค้นหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภคมีการอาจใช้นวัตกรรม และเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น ร้านอาหารที่มีผู้บริโภคนั่งรอต่อคิวหลายชั่วโมง การนำเทคโนโลยีของคิวออนไลน์เข้ามาปรับใช้จะสามารถแก้ไขปัญหาที่ผู้บริโภคพบเจอได้

3. ทรัพยากรหลัก (Key Resources) คือ ทรัพยากรหลัก เป็นทรัพยากรสำคัญที่ธุรกิจจำเป็นต้องมี เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ทรัพยากรเหล่านี้สามารถเป็นได้ทั้งทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพย์สินทางปัญญา และทรัพยากรมนุษย์

4. จุดเด่นของสินค้าหรือบริการ (Value Proposition) หรือจุดเด่นของสินค้าและบริการ ในเครื่องมือ Business Model Canvas มีความหมายคือ การวิเคราะห์หาจุดเด่นให้กับสินค้าและบริการของธุรกิจ โดยธุรกิจต้องกลับมามองว่าสินค้าและบริการของตนเองนั้น มีจุดเด่นอย่างไร ช่วยแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคได้หรือไม่ ที่สำคัญยังต้องวิเคราะห์ต่อไปอีกว่าแล้วธุรกิจของตนต่างจากคู่แข่งอย่างไร เพื่อให้ได้จุดเด่นของธุรกิจได้ที่แม่นยำ และนำไปพัฒนาต่อยอดได้ในอนาคต

5. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship) ใน Business Model Canvas สื่อถึง ประเภทของความสัมพันธ์ เช่น การให้ลูกค้าสมัครสมาชิก การให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูล ผลิตภัณฑ์ หรือกระทั่งบริการหลังการขาย การให้บริการแบบเชื่อมต่อถึงกันเป็นชุมชน อย่างเพจบนเฟซบุ๊ก การบริการด้วยระบบอัตโนมัติ ในลักษณะของการบริการตนเอง ผ่านระบบต่าง ๆ เช่น โอนไลน์ เป็นต้น ทั้งหมดนี้คือช่วงเวลา que ธุรกิจมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า

6. กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) ในการดำเนินธุรกิจหากไม่รู้จักลูกค้าดีพอ อาจทำให้ไม่สามารถสื่อสารได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายได้ ดังนั้นการแบ่งกลุ่มลูกค้า และรู้จักลูกค้าของตนเอง จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารของธุรกิจได้มากขึ้น ซึ่งสามารถทำการแบ่งกลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ เป็นต้น

7. ช่องทางการสื่อสารและการจำหน่าย (Channels) วิธีการที่บริษัทนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ และวิธีการส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า รวมทั้งการจำหน่ายสินค้าและบริการทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ และอื่นๆ ซึ่งการเลือกช่องทางการสื่อสาร และจำหน่ายสินค้าขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประเภทของผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่บริษัทนำเสนอ และทรัพยากรที่มีในบริษัท

8. กลยุทธ์การเงิน (Revenue Streams) คือ ช่องทางที่ธุรกิจสร้างรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ เช่น รายได้จากการสมัครสมาชิกรายเดือน รายได้จากการเช่าสัญญา รายได้จากการโฆษณา ซึ่งผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจต้องกลับไปตรวจสอบว่ารายได้หลักของธุรกิจมาจากทางไหนบ้าง

9. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ผู้ดำเนินธุรกิจเห็นค่าใช้จ่าย และโครงสร้างต้นทุนขององค์กรได้อย่างชัดเจน โดยโครงสร้างต้นทุนประกอบไปด้วย

- ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs): เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิตหรือการให้บริการ เช่น ค่าเช่าที่สำนักงาน ค่าเช่าอาคาร ค่าเช่าอุปกรณ์ เป็นต้น

- ต้นทุนผันแปร (Variable Costs): เป็นค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิตหรือการให้บริการ เช่น วัตถุดิบ ค่าแรงงานต่อชิ้นงาน ค่าพลังงานที่ใช้ในกระบวนการผลิต เป็นต้น

- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (Other Expenses): เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพิ่มเติมนอกเหนือจากต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร เช่น ค่าโฆษณาและการตลาด ค่าบริการที่จ้างเพิ่มเติม เป็นต้น

2.2 ประโยชน์ที่ได้รับ/ประยุกต์ใช้กับหน่วยงาน

1) สามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจและมีความเข้าใจธุรกิจในทิศทางเดียวกันและสามารถนำไปใช้วิเคราะห์เพื่อปรับกลยุทธ์ต่อยอดให้กับธุรกิจของเกษตรกรหรือองค์กรได้

2) เข้าใจถึงความสำคัญของการเข้าใจภาพรวมในการบริหารธุรกิจ ซึ่งสามารถไปต่อยอดให้วิสาหกิจชุมชนได้

2.3 ปัญหาและอุปสรรคในการอบรม

.....ไม่มี.....

2.4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนจะช่วยให้ผู้ดำเนินธุรกิจเข้าใจว่าแต่ละส่วนประกอบของธุรกิจมีความสำคัญและมีผลต่อค่าใช้จ่ายอย่างไร โดยสามารถใช้ข้อมูลนี้ในการวางแผนธุรกิจ ปรับปรุงกระบวนการผลิต หรือเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน



(นางสาวชญาดา วงศ์พรประทีป)

นักสำรวจดินปฏิบัติการ


ผู้รายงาน

วันที่ กันยายน 2567

ทราบ

สามารถใช้เครื่องมือต่างๆเพื่อช่วยทำแผนธุรกิจการเกษตรได้

ดี.....
.....

ลงชื่อ..... 

(นางสาวกรรณิการ์ หอมยามเย็น)

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกลุ่มวินิจฉัยคุณภาพและกำลังผลิตของดิน