

การพัฒนาแผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์สำหรับกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก  
ในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

Development a Creative Business Plan for Dendrobium Orchid Cut Flowers  
in Kamphaengsaen District, Nakhon Pathom Province

มงคลมาส อุ่นศิริ<sup>1\*</sup> อรรถพันธ์ บัวทอง<sup>1</sup> เบญจวรรณ บุรณะสุวรรณ<sup>1</sup> และกนกพัชร กอประเสริฐ<sup>1</sup>

<sup>1</sup>สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

\*Mongkhonmas12@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยการจัดทำแผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อต่อยอดธุรกิจกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก 2) เพื่อพัฒนาแผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์สำหรับเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก และ 3) เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก

แผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์นี้ได้จัดทำขึ้นสำหรับเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอกโดยเฉพาะ เทคนิคและวิธีการในการจัดทำแผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ คือ การศึกษาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีการเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้า

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน พบว่า เกษตรกรไม่มีปัญหาในด้านการเพาะปลูกหรือการผลิตกล้วยไม้หวายตัดดอก แต่อยากเพิ่มรายได้จากช่องทางอื่นที่มากกว่าการตัดดอกขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลาง เพราะเกษตรกรสามารถผลิตกล้วยไม้หวายตัดดอกได้จำนวนมาก แต่ช่องทางการจำหน่ายหรือการทำให้เกิดรายได้ต่อธุรกิจมีน้อย และผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกพบว่า ปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจการปลูกกล้วยไม้ตัดดอกค่อนข้างสูงและพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทำให้ทางธุรกิจก็ต้องพร้อมรับมือและเปลี่ยนแปลงให้ทันยุคสมัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น ปัจจัยเสี่ยงต่อธุรกิจที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายในและภายนอกได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการผลิต ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านการแข่งขัน ปัจจัยด้านสังคม และพฤติกรรมผู้บริโภค

คำสำคัญ: แผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ กล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก

### Abstract

*Creating this creative business plan the objective is 1) to study the marketing strategies of the Dendrobium cut flowers business 2) to develop a creative business plan for cut flowers of Dendrobium orchids and 3) to increase income for agricultural growers of Dendrobium cut flowers.*

*This creative business plan has been created specifically for Dendrobium growers. Techniques and methods for creating a creative business plan are the study of related concepts and theories and in-depth interviews with cut flowers of Dendrobium orchids. By using an interview form that prepares questions in advance*

*The results of internal factor analysis showed that Farmers don't have any crop problems in planting or producing orchid cut flowers but want to increase revenue from other channels rather than cutting wholesale flowers to middlemen because farmers can produce a large amount of cut flowers but sales channels or revenue generation per business are minimal and the analysis of external factors found that at present, the competition in orchid growing business is quite high and consumer behavior has changed over time. Causing the business to be ready to cope and change to keep up with the times and behavior of consumers more. Business risk factors arising from internal and external factors include Production process factors, Economic factors, Competitive factors, Social factors and consumer behavior.*

**Keywords:** creative business plan, cut flowers of dendrobium orchids

## 1. บทนำ

ตลาดกล้วยไม้โลกมีมูลค่าประมาณ 400 ล้าน เหรียญสหรัฐฯ ส่วนใหญ่เป็นกล้วยไม้เขตร้อน โดยมีตลาดรับซื้อกว่า 69 ประเทศ ผู้ส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เวียดนาม จีน และ อิตาลี คิดเป็นร้อยละ 64.38ของการส่งออกรวม ซึ่งประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้อันดับ 1 ของโลก ในขณะที่เนเธอร์แลนด์เป็นผู้ส่งออกต้นกล้วยไม้ อันดับ 1 ของโลก กล้วยไม้ถือเป็นหนึ่งในสินค้าที่เป็นสัญลักษณ์ของไทย พันธุ์ที่ส่งออกหลัก ได้แก่ สกุลหวาย อะแรนด้า อะแรนนิส ออนซิเดียม และแวนด้า กล้วยไม้เป็นพืชสำคัญทางเศรษฐกิจชนิดหนึ่งของไทย สร้างรายได้แก่เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้มาอย่างต่อเนื่อง มีศักยภาพในการส่งออก ทั้งกล้วยไม้ตัดดอกและไม้กระถาง โดยประเทศไทยมีพื้นที่ที่เหมาะสมในการปลูกกล้วยไม้เชิงธุรกิจ ได้แก่ จังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร กาญจนบุรี กรุงเทพฯ และนนทบุรี ทั้งนี้มีเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้อยู่จำนวนประมาณ 3,000 ราย มีผู้ส่งออกกล้วยไม้ จำนวนประมาณ 115 ราย เนื่องจากเพาะปลูกและผลผลิตกล้วยไม้ระหว่างปี 2554-2558 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีพื้นที่ปลูก 2,1426 ไร่ ในปี 2554 เพิ่มขึ้นเป็น 22,167 ไร่ ในปี 2558 มีช่วงผลผลิตสูง 2 ช่วง คือ เดือน ก.พ. - มี.ค. และ เดือน ส.ค. - ก.ย. โดยจังหวัดนครปฐม เป็นจังหวัดที่มีการเพาะปลูกกล้วยไม้เป็นอันดับหนึ่งของประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2557 อำเภอที่มีการเพาะปลูก มากที่สุดคือ อำเภอบางเลน มีพื้นที่เพาะปลูกจำนวน 2,811 ไร่ รองลงมาคือ อำเภอสามพราน มีพื้นที่เพาะปลูกจำนวน 2,320 ไร่ อำเภอนครชัยศรี มีพื้นที่เพาะปลูกจำนวน 1,502 ไร่ และอำเภอที่มีการเพาะปลูกน้อยที่สุด คือ อำเภอดอนตูม มีพื้นที่เพาะปลูก 337 ไร่ จากมูลค่าผลผลิตกล้วยไม้ของจังหวัดนครปฐม พบว่า ปี พ.ศ.2556 มีมูลค่าสูงถึง 1,214,510,000 บาท โดยอำเภอที่มีมูลค่าผลผลิตสูงที่สุดได้แก่ อำเภอสามพราน มีมูลค่าผลผลิตกล้วยไม้ 264,720,000 บาท รองลงมา คือ อำเภอนครชัยศรีมีมูลค่าผลผลิตกล้วยไม้ 188,330,000 บาท อำเภอบางเลน 99,990,000 บาท อำเภอดอนตูม 79,060,000 บาท และ อำเภอกำแพงแสน 6,610,000 บาท (กรมวิชาการเกษตร, 2562)

เนื่องด้วยสภาพอากาศที่แปรปรวนมาก ทั้งเกิดภัยแล้งและน้ำท่วม ส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับผลผลิตและคุณภาพของกล้วยไม้ ช่วงฤดูแล้งยาวนาน ส่งผลโดยตรงในการเกิดสถานการณ์น้ำทะเลหนุน เข้าสู่แม่น้ำท่าจีน มีผลกระทบต่อประชาชนในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร นครปฐม และกรุงเทพมหานครได้รับความเดือดร้อนรุนแรงมาก นอกจากนี้ยังขาดแคลนแรงงานดูแลสวนกล้วยไม้ และปัจจัยการผลิตมีราคาสูงขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตกล้วยไม้สูง คุณภาพไม่สม่ำเสมอ ขาดงานวิจัยที่จะส่งเสริมการผลิตกล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก และมีการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวที่ไม่เหมาะสม และที่สำคัญเลยคือ ขาดข้อมูลปริมาณและโหนดดอกกล้วยไม้ที่ใช้ในแต่ละประเทศ ทำให้ไม่สามารถวางแผนการผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาด จึงเกิด เหตุการณ์สินค้าเกินความต้องการของตลาด

ดังนั้นจากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงจัดทำวิจัยนี้ขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาข้างต้น โดยงานวิจัยนี้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลเรื่องการปฏิรูปเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์หรือเศรษฐกิจกระแสใหม่ (New Economy) เป็นระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อต้องการยกระดับการพัฒนาประเทศ จากการเป็นประเทศ “รับจ้างผลิตสินค้า” เป็นประเทศที่มีความสามารถใน “การพัฒนา นวัตกรรม” โดยใช้จุดแข็งของประเทศ โดยผู้วิจัยเล็งเห็นถึงการพัฒนาแผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์สำหรับเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ ให้ได้รับประโยชน์จากงานวิจัยในครั้งนี้

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อต่อยอดธุรกิจกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก
2. เพื่อพัฒนาแผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์สำหรับเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก
3. เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก

### 3. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเรื่องการพัฒนาแผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์สำหรับกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก ในเขต อ. กำแพงแสน จ.นครปฐม โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

#### 3.1 ขอบเขตด้านประชากร

เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอกในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม มีจำนวน 195 ครัวเรือน ซึ่งมีพื้นที่การเพาะปลูก 149 ไร่ (สำนักงานเกษตรจังหวัดนครปฐม, 2562)

วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยไม่สามารถลงพื้นที่ได้ ครอบคลุมจำนวน 195 ครัวเรือนได้ ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มพื้นที่เกษตรกรที่มีการให้ความร่วมมือ ในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม เพราะเกษตรกรจะสามารถตอบข้อคำถามของผู้วิจัยได้ครบและดีที่สุด เพียงพอต่อการนำข้อมูลมาวิเคราะห์

#### 3.2 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเรื่องการพัฒนาแผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์สำหรับกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก ในเขต อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม

#### 3.3 ขอบเขตเนื้อหา

จะทำการทำการศึกษากาพรวมอุตสาหกรรมของกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก ในเขต อ.กำแพงแสน เพื่อพัฒนาแผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์สำหรับเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก

#### 3.4 ขอบเขตพื้นที่

ฟาร์มกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก ในเขต อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม

#### 3.5 ขอบเขตระยะเวลา

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะทำการเก็บข้อมูลในช่วงระหว่าง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2562 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ.2562 เป็นระยะเวลา 3 เดือน

### 4. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 4.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด marketing mix คือ องค์ประกอบที่นำมาใช้ในการดำเนินงานทางการตลาดเรียกว่า 4'ps ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ product หมายถึง ตัวสินค้าหรือบริการที่ธุรกิจและผลิตขึ้นหรือจัดหาเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย เป็นปัจจัยแรกที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานทางการตลาด เพราะการผลิตหรือการจัดหาผลิตภัณฑ์ได้ตรงความต้องการของเป้าหมาย จะทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้และตลาดเป้าหมาย

2. ราคา Price หมายถึง ข้อมูลของสินค้าหรือบริการที่ธุรกิจผลิตหรือจัดมาเพื่อตอบสนองความต้องการ มูลค่าของสินค้าหรือบริการจะต้องมีความสอดคล้องกับบรรทัดฐานของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะได้รับเป็นสำคัญ การที่ธุรกิจจะกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในระดับใดขึ้นอยู่กับความเหมาะสมกับลักษณะของตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาจากอำนาจซื้อ พฤติกรรม รวมถึงกิจกรรมทางการตลาดที่ต้องดำเนินการ

3. การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย Place หมายถึงกิจกรรมในการทำให้สินค้าหรือบริการเกิดการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ต้องถูกต้องและเหมาะสม ดังกล่าว รายการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้องกระทำอย่างรวดเร็วทันเวลาที่ผู้บริโภคต้องการในสถานที่ที่เหมาะสมมิฉะนั้นจะทำให้ผลิตภัณฑ์หมดคุณค่า

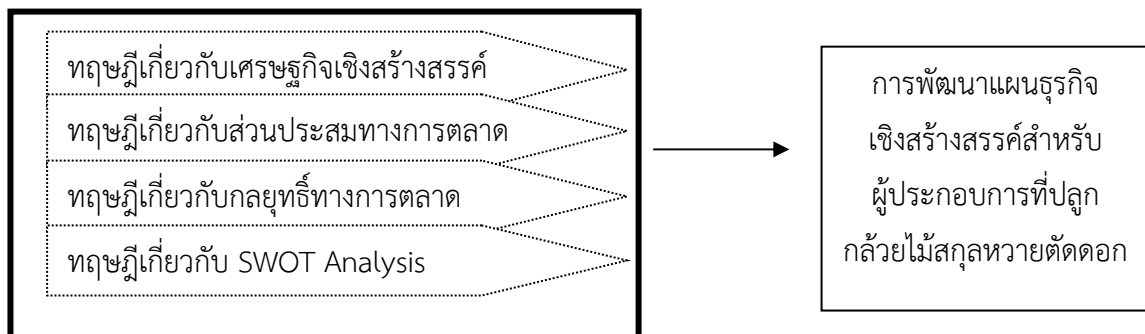
4. การส่งเสริมการขาย Promotion แปลงกิจกรรมทางการตลาดที่น่าสนใจต่าง ๆ มาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้และกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการอย่างรวดเร็วขึ้น

#### 4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัชรภรณ์ สีโหมดสุข (2558) การศึกษาธุรกิจส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกถือเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง เพราะสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประกอบเป็นแนวทางการดำเนินกิจการกล้วยไม้หรือวางแผนที่จะผลิตเพื่อส่งออก ให้เหมาะสมและมีคุณภาพได้ตรงกับความต้องการของตลาด เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของความต้องการโดยประมาณ ในด้านการส่งออกจะทำให้ทราบว่ามีการปัจจัยด้านใดที่ส่งผลต่อการส่งออกกล้วยไม้ไปยังต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการส่งออกเพื่อรักษาตลาดส่งออกที่สำคัญ

ชูเกียรติ พิทักษ์ธรรม (2556) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดผ่านเครือข่ายออนไลน์และศึกษาระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจ

#### 5. กรอบแนวคิดในการวิจัย



#### 6. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้ดำเนินการวิจัยโดยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาการพัฒนาแผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์สำหรับกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก ในเขต อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม โดยเครื่องมือวิจัย ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participation Observation) การระดมสมอง (Brainstorming) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่ได้จากการศึกษาวิจัย โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือในการพัฒนาแผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอกในอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม มีจำนวน 195 ครัวเรือน ซึ่งมีพื้นที่การเพาะปลูก 149 ไร่ (สำนักงานเกษตรจังหวัดนครปฐม, 2562) วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยไม่สามารถลงพื้นที่ได้ครบตามจำนวน 195 ครัวเรือนได้ ผู้วิจัยจึงเลือกสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน เพื่อนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

### วิธีการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น แบบสอบถาม ปลายเปิด การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ และการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) เป็นต้น มาทำการวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ วิธีการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการจัดบันทึกข้อมูลโดยเขียนแบบเรียงความระบุนั้นที่ เวลา สถานที่ กลุ่มคน การบันทึกเสียง และนำมาถอดข้อความเรียงเรียงข้อมูลใหม่ โดยยังคงความหมายเดิม และถ่ายภาพเพื่อใช้เป็นหลักฐานในการนำมาวิเคราะห์อย่างละเอียด นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน และอุปสรรค (SWOT Analysis) ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยเพื่อกำหนดกลยุทธ์โดยเทคนิค SWOT matrix

2. การวิเคราะห์สาเหตุและผล (Cause and Effect Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ให้เห็นว่าจากผลมาจากเหตุ คือ วิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้น ย้อนกลับมาให้เห็นว่าเกิดมาจากเหตุปัจจัยใดบ้าง หรือวิเคราะห์เหตุไปหาผล คือ วิเคราะห์จากเหตุไปหาผล คือ วิเคราะห์ให้เห็นว่าเมื่อเหตุนี้เกิดขึ้น ได้นำไปสู่ผลที่เกิดขึ้นอะไรบ้าง

3. การแสดงข้อมูล เป็นการนำเสนอข้อมูลโดยวิธีการพรรณนา บรรยาย

4. การหาข้อสรุปโดยการตีความ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยบรรยายถึงข้อมูล แล้วนำมาตีความ และสร้างข้อสรุปของข้อมูลเป็นของเราเอง โดยมีข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุน

### 7. ผลการวิจัย

สามารถวิเคราะห์เป็น SWOT Analysis ได้ดังนี้

จุดแข็ง (S)

1. ผู้ประกอบการเน้นที่การตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน
2. ราคาของสินค้ามีความเหมาะสมกับท้องตลาดและราคาต้นทุนการผลิต
3. ผู้ประกอบการมีสถานที่ในการผลิตสินค้าใกล้แหล่งชุมชน ทำให้สะดวกต่อการกระจายสินค้า
4. ผู้ประกอบการมีฟาร์มกล้วยไม้เป็นของตนเอง ทำให้สามารถ ควบคุม ดูแล บริหารจัดการธุรกิจได้ครบถ้วน

จุดอ่อน (W)

1. ผู้ประกอบการไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางอื่นนอกจากพ่อค้าคนกลาง
2. ผู้ประกอบการยังขาดการส่งเสริมการตลาด
3. การผันผวนของเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
4. สินค้ายังไม่มีความหลากหลายมากพอกับความต้องการของตลาด

โอกาส (O)

1. ผู้ประกอบการสามารถมองหาช่องทางการจัดจำหน่ายที่นอกเหนือจากพ่อค้าคนกลาง
2. ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาด
3. เพิ่มช่องทางการตลาด โดยการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

อุปสรรค (T)

1. สินค้ามีคู่แข่งในตลาดหลายราย
2. ผลกระทบที่เกิดการแชร์ตลาด
3. จากสภาวะเหตุการณ์การเมืองและเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงและไม่แน่นอน ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตมีราคา

ไม่คงที่

#### 4. สภาพอากาศที่มีผลต่อการผลิต

##### การวิเคราะห์ SWOT Matrix

##### จุดแข็ง-โอกาส (SO)

- ผู้ประกอบการมีสถานที่ในการผลิตสินค้าใกล้แหล่งชุมชน ทำให้สามารถกระจายสินค้าได้ง่าย สินค้ามีคุณภาพ และราคาของสินค้าเหมาะสมกับตลาดและต้นทุนการผลิต ผู้ประกอบการมีพาร์มกล้วยไม้ตัดดอกเป็นของตนเอง ทำให้สามารถควบคุม ดูแล บริหารจัดการธุรกิจของตนได้อย่างครบถ้วน ถ้าธุรกิจเกิดปัญหา ผู้ประกอบการสามารถแก้ไขและจัดการได้ทันที และจากจุดแข็งของธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มโอกาสให้ธุรกิจของตนเอง โดยการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ ทำให้ธุรกิจเติบโตขึ้นได้

##### จุดอ่อน-โอกาส (WO)

- จากจุดอ่อนที่ผู้ประกอบการไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางอื่นนอกจากพ่อค้าคนกลางและยังขาดการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มโอกาสให้ธุรกิจของตนเอง โดยการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ ทำให้ธุรกิจเติบโตขึ้นได้ โดยพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

##### จุดแข็ง-อุปสรรค (ST)

- ถึงธุรกิจจะมีจุดแข็ง คือ ผู้ประกอบการมีสถานที่ในการผลิตสินค้าใกล้แหล่งชุมชน ราคาของสินค้าเหมาะสมกับตลาดและต้นทุนการผลิต ผู้ประกอบการมีพาร์มกล้วยไม้ตัดดอกเป็นของตนเอง แต่ก็มีอุปสรรคจากการมีคู่แข่งในตลาดหลายรายและจากภาวะเหตุการณ์การเมืองและเศรษฐกิจ ทำให้ผู้ประกอบการต้องพร้อมรับมือและแก้ไขกับอุปสรรคที่ต้องเจออยู่ตลอดเวลา

##### จุดอ่อน-อุปสรรค (WT)

- เนื่องจากเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนที่ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตมีราคาที่ไม่คงที่แล้วสิ่งนี้ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่เป็นเหตุผลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ถ้าเศรษฐกิจตกต่ำอาจทำให้ผู้บริโภคไม่มีความต้องการซื้อ ส่งผลต่อผู้ผลิตที่ขาดเงินทุนในการผลิตสินค้าส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจ

และแนวทางการพัฒนาธุรกิจ ที่ผู้วิจัยได้แนะนำกับผู้ประกอบการ คือ กลยุทธ์ทางการตลาด

##### กลยุทธ์ทางการตลาด

การปฏิบัติการทางการตลาด (implementation) เป็นขั้นตอนการดำเนินงานทางการตลาด ซึ่งเป็นการปฏิบัติเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. กลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (product strategies) เป็นการปฏิบัติการทางการตลาดที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับเป้าหมาย โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง

2. กลยุทธ์เกี่ยวกับราคา (price strategies) เป็นการปฏิบัติการทางการตลาดที่เกี่ยวกับการกำหนดข้อมูลให้กับผลิตภัณฑ์ให้เกิดความเหมาะสมสอดคล้องกับความสามารถในการซื้อสินค้าหรือบริการทางตลาด เป้าหมาย  
กิจการเกิดกำไร สามารถแข่งขันได้

3. กลยุทธ์เกี่ยวกับการจัดจำหน่าย (Distribution Strategies) การปฏิบัติการทางการตลาดในด้านนี้เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ การขนส่ง การเก็บรักษาการกำหนดลักษณะคนกลางที่ต้องการเป็นต้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถกระจายในตลาดต่าง ๆ อย่างทั่วถึงและเกิดประสิทธิภาพ

4. กลยุทธ์เกี่ยวกับการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion Strategies) เป็นการปฏิบัติงานด้านการตลาดเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดให้เกิดความเหมาะสมกับลักษณะของตลาดผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย คู่แข่ง

เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สามารถกระจายสู่ตลาดเป้าหมายอย่างเหมาะสม สามารถกระตุ้น แนวโน้ม ชักจูง ให้ผู้ใช้ เกิดพฤติกรรมการตอบสนองตามเป้าหมายของธุรกิจ

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก ดังภาพที่ 1 ภาพที่ 2 ภาพที่ 3



ภาพที่ 1 ภาพการลงพื้นที่



ภาพที่ 2 ภาพการลงพื้นที่



ภาพที่ 3 ภาพการลงพื้นที่

แนวทางการพัฒนาแผนธุรกิจสำหรับเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก พบว่า

1. ชื่อแบรนด์ คือผู้วิจัยได้ออกแบบชื่อแบรนด์และได้ทำการสอบถามตกลงกับกลุ่มเกษตรกร จึงได้ชื่อแบรนด์ว่า “KPS Dendrobium orchid”
2. ตราสินค้า คือผู้วิจัยได้ออกแบบตราผลิตภัณฑ์ โดยการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เป็นที่น่าจดจำและได้ทำการสอบถามตกลงกับกลุ่มเกษตรกร จึงได้รูปแบบตราสินค้า ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 รูปแบบตราสินค้า

3. บรรจุภัณฑ์ คือผู้วิจัยได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เป็นที่น่าจดจำ และได้ทำการสอบถามตกลงกับกลุ่มเกษตรกรจึงได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ดังภาพที่ 5 และภาพที่ 6



ภาพที่ 5 รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบที่ 1



ภาพที่ 6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2



4. **ผลิตภัณฑ์ที่ได้** คือ การนำเอาต้นกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอกมาใส่ในแพ็คเกจจิ้งที่ผู้วิจัยออกแบบ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก



## 8. สรุปผล และอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาและวิจัยเรื่องการพัฒนาแผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์สำหรับเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก ผู้วิจัยได้มีการคิดแผนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ให้กับผู้ประกอบการผู้ปลูกกล้วยไม้สกุลหวายตัดดอก คือ การจัดทำเพจออนไลน์ขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เช่น แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ SWOT Analysis และนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ โดยที่ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายช่องทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นจากการแค่ได้รับรายได้จากพ่อค้าคนกลางแค่ทางเดียว ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

## 9. ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ผู้ประกอบการควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของข้อมูลปริมาณและโหนดสีของดอกกล้วยไม้ที่นิยมใช้ในตลาดต่างประเทศ เพื่อที่จะสามารถวางแผนการผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาด ทำให้เพิ่มโอกาสส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศได้
2. เกษตรกรควรจับกลุ่มหรือรวมตัวกัน และหาบุคคลกรที่มีความรู้ ความชำนาญด้านการตลาด และการพัฒนาสายพันธุ์ เพื่อสามารถพัฒนากล้วยไม้พันธุ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกันออกไป

## 10. เอกสารอ้างอิง

- แมนสรวง แซ่ซิ้ม. (2555). รายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยคอมพิวเตอร์ผ่านเครือข่ายสาระการเรียนรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ เรื่อง การสร้างเว็บเพจด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนแม่จันวิทยาคม อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย.
- อุไรวรรณ โสภา. (2553). รายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาการเรียนออนไลน์แบบฝึกปฏิบัติเรื่อง การสร้างเว็บเพจโครงงาน
- ชูเกียรติ พิทักษ์รักรธรรม. (2556). รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดผ่านเครือข่ายออนไลน์ของผู้ประกอบการไทย กรณีศึกษาตลาดคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต.
- การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและระบบการตลาด สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://sites.google.com/site/hlakkartlad02/neuxha/4>
- พฤติกรรมผู้บริโภค สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://sites.google.com/site/hlakkartlad02/home>
- กล้วยไม้สกุลหวาย สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://supaporn1346.wordpress.com>

พิมพ์ภัทรา สิทธนนทีธนา. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกล้วยไม้ของไทย สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มกราคม 2562, จาก <http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/2321>

Effect of light regime on growth and flowering of phalaenopsis orchid สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2562, จาก <https://www.researchgate.net/publication/284357018>

The Effect of Temperature on Leaf and Flower Development and Flower Longevity of Zygopetalum Redvale 'Fire Kiss' Orchid สืบค้นเมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2562, จาก <https://www.researchgate.net/publication/237299470>