|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ระดับการผลิต** | **ปัจจัยการผลิต** | | **วัตถุดิบ** | **โครงสร้างการผลิต**  **(เทคโนโลยี/เครื่องจักร)** | **เงินทุน** | **แรงงาน**  **(ทรัพยากรมนุษย์)** | **ความรู้** | **ตลาด** | **อื่นๆ** |
| **ทรัพย์สิน**  (ที่ดิน/สิ่งก่อสร้าง) | **สินทรัพย์**  (สัญญาเช่า/) |
| ต้นน้ำ/การผลิต  (ที่มีอยู่/ต้องทำเพิ่ม) | -โรงปุ๋ย 3 โรง(ม.7, 8, 12)  -รังผึ้ง ม.1 = 25 ลัง , ม5=50 ลัง , ม.17=200 ลัง , ม.18= 200 ลัง  -เครื่องแกง= 50 ครัวเรือน  -ข้าวไร่ ม.7 , ม.9 , ม.10 , ม.14 | เครือข่ายปุ๋ย (วสช.)  เครือข่ายข้าวไร่  เครือข่ายผึ้ง  เครือข่ายเครื่องแกง | 1,ปุ๋ยหมัก  ม.8 = 40 ตัน/ปี  ม.17 = 5 ตัน/ปี  ม.12 = 20 ตัน/ปี  มูลไส้เดือน =ทำรายครัวเรือน  2.ผึ้ง (รายครัวเรือน , กลุ่มชุมชน)  ม.1 = 20 ขวด/ปี  ม.5 = 20 ขวด/ปี  ม.17 =80 ขวด/ปี  ม.18 =80 ขวด/ปี  3.เครื่องแกง = 1000 กก./ปี  4.ข้าวไร่ = 20 ไร่ | -ปุ๋ยหมัก ในนามกลุ่มชุมชน(กองกลาง) ทั้งหมด  -ผึ้ง ในนามกลุ่ม รายครัวเรือน  -เครื่องแกง ระดับครัวเรือน ม.1 , ม.12  -เครือข่ายข้าวไร่ ปี 66 ขับเคลื่อนในนามตำบล 20 ราย | ปุ๋ยหมัก  ผึ้ง  เครื่องแกง 24,000 / ปี  ข้าวไร่  งบพัฒนาองค์ความรู้ | ปุ๋ย 15 คน / รอบการผิต (สมาชิกกลุ่มผลัดเปลี่ยน)  ผึ้ง 5 คน / ครั้ง  เครื่องแกง 10 คน  ข้าวไร่ 50 คน | ด้านการทำปุ๋ยหมักแห้ง ปุ๋ยหมักน้ำ มูลไส้เดือน การเลี้ยงผึ้ง / ชันโรง การทำเครื่องแกงครบสูตร ข้าวไร่ครบวงจร | ตลาด 5 ระดับ | สสส.สน.6  สนส.มอ.  สมาคมประชาสังคมชุมพร  ม.แม่โจ้-ชุมพร  เกษตร  พัฒนาชุมชน  อบต.บ้านควน |
| กลางน้ำ/แปรรูป  (ที่มีอยู่/ต้องทำเพิ่ม) | -โรงปุ๋ย 3 โรง(ม.7, 8, 12)  -รังผึ้ง ม.1 = 25 ลัง , ม5=50 ลัง , ม.17=200 ลัง , ม.18= 200 ลัง  -เครื่องแกง= 50 ครัวเรือน  -ข้าวไร่ ม.7 , ม.9 , ม.10 , ม.14 | เครือข่ายปุ๋ย (วสช.)  เครือข่ายข้าวไร่  เครือข่ายผึ้ง  เครือข่ายเครื่องแกง | 1,ปุ๋ยหมัก  ม.8 = 40 ตัน/ปี  ม.17 = 5 ตัน/ปี  ม.12 = 20 ตัน/ปี  มูลไส้เดือน =ทำรายครัวเรือน  2.ผึ้ง (รายครัวเรือน , กลุ่มชุมชน)  ม.1 = 20 ขวด/ปี  ม.5 = 20 ขวด/ปี  ม.17 =80 ขวด/ปี  ม.18 =80 ขวด/ปี  3.เครื่องแกง = 1000 กก./ปี  4.ข้าวไร่ = 20 ไร่ | ปุ๋ยหมัก  กระสอบ 25 กก. / 250 บ.  กิโลกรัมละ 10 บาท  ขายภายนอก กิโลกรัมละ 15 บาท  น้ำผึ้ง 720 ml. / 700 บาท  เครื่องแกง กิโลกรัมละ 120-130 บาท  ข้าวไร่ กิโลกรัมละ 50-70 บาท | กระสอบใส่ปุ๋ย 3 บ. / กระสอบ | ปุ๋ยหมัก  ค่าแรง 15 คน  (คนละ 400 บ.)  ผึ้ง 5 คน / ครั้ง  เครื่องแกง 10 คน  ข้าวไร่ 50 คน | ด้านการทำปุ๋ยหมักแห้ง ปุ๋ยหมักน้ำ มูลไส้เดือน การเลี้ยงผึ้ง / ชันโรง การทำเครื่องแกงครบสูตร ข้าวไร่ครบวงจร | ตลาด 5 ระดับ |  |
| ปลายน้ำ /ตลาด  (ที่มีอยู่/ต้องทำเพิ่ม) | -โรงปุ๋ย 3 โรง(ม.7, 8, 12)  -รังผึ้ง ม.1 = 25 ลัง , ม5=50 ลัง , ม.17=200 ลัง , ม.18= 200 ลัง  -เครื่องแกง= 50 ครัวเรือน  -ข้าวไร่ ม.7 , ม.9 , ม.10 , ม.14 | เครือข่ายปุ๋ย (วสช.)  เครือข่ายข้าวไร่  เครือข่ายผึ้ง  เครือข่ายเครื่องแกง | 1,ปุ๋ยหมัก  ม.8 = 40 ตัน/ปี (เพิ่ม 20 ตัน/ปี)  ม.17 = 5 ตัน/ปี (เพิ่ม 5 ตัน/ปี)  ม.12 = 20 ตัน/ปี (เพิ่ม 20 ตัน/ปี)  มูลไส้เดือน =ทำรายครัวเรือน  2.ผึ้ง (รายครัวเรือน , กลุ่มชุมชน)  ม.1 = 20 ขวด/ปี (เพิ่ม 20 ขวด)  ม.5 = 20 ขวด/ปี (เพิ่ม 20 ขวด)  ม.17 =80 ขวด/ปี (เพิ่ม 20 ขวด)  ม.18 =80 ขวด/ปี (เพิ่ม 20 ขวด)  3.เครื่องแกง = 1000 กก./ปี (เพิ่ม 500 กก.)  4.ข้าวไร่ = 20 ไร่ (เพิ่ม 30 ไร่) | ปุ๋ยหมัก  กระสอบ 25 กก. / 250 บ.  กิโลกรัมละ 10 บาท  ขายภายนอก กิโลกรัมละ 15 บาท  น้ำผึ้ง 720 ml. / 700 บาท  เครื่องแกง กิโลกรัมละ 120-130 บาท  ข้าวไร่ กิโลกรัมละ 50-70 บาท | กระสอบใส่ปุ๋ย 3 บ. / กระสอบ | ปุ๋ยหมัก  ค่าแรง 15 คน  (คนละ 400 บ.)  ผึ้ง 5 คน / ครั้ง  เครื่องแกง 10 คน  ข้าวไร่ 50 คน | ด้านการทำปุ๋ยหมักแห้ง ปุ๋ยหมักน้ำ มูลไส้เดือน การเลี้ยงผึ้ง / ชันโรง การทำเครื่องแกงครบสูตร ข้าวไร่ครบวงจร | การบริหารจัดการตลาด |  |

**แบบประเมินศักยภาพเพื่อจัดทำการผลิต/แผนธุรกิจระดับครัวเรือน-องค์กรประกอบการตำบลบ้านควน**

แบบจัดทำแผนการผลิต/แผนธุรกิจระดับครัวเรือน-องค์กรประกอบการ (CBMC) ตาราง 9 ข้อ

ครัวเรือน/กลุ่มองค์กรวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทำปุ๋ยหมัก ตำบลบ้านควน อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร

ชื่อผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ ปุ๋ยหมักชีวภาพ

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1.คุณค่า/เสน่ห์สินค้า | 2.ช่องทางการสื่อสาร | 3.กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย | 4.การขาย/บริการดี  (ติดใจ ซื้อซ้ำ บอกต่อ) | 5.การเพิ่มรายได้  ขยายกิจการ |
| ธาตุอาหารเด่นจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์  ผ่านตรวจสอบคุณภาพจากสำนักงานพัฒนาที่ดิน และม.แม่โจ้  วัตถุดิบใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่ชุมชนเป็นตัวตั้ง  ลูกค้าสามารถมาเรียนรู้กระบวนการผลิตได้ด้วยตนเอง | สร้างกลุ่มไลน์ สร้างเพจเพื่อ ประชาสัมพันธ์สินค้า  ออกบูท  สร้างแบรนด์สัญลักษณ์ เพื่อให้คนรู้จัก และเชื่อมั่นในสินค้า  สร้างกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อจูงใจลูกค้า | สมาชิกกลุ่มปุ๋ย 200 คน  เครือข่ายเกษตรอินทรีย์  เกษตรกรในพื้นที่ + นอก  ประชาชนทั่วไป  ร้านขายพันธุ์ไม้ | บริการหลังการขาย  การติดตาม และการสร้างความ  ประทับใจ ให้กับลูกค้า  ลูกค้าซื้อแล้วดีบอกต่อ มีการซื้อซ้ำและแนะนำกลุ่มเพื่อน คนรู้จัก  มีบริการส่งของ | ผลิตได้ 10 ตัน ต่อครั้ง (เพิ่มขึ้น 10 ตัน/ครั้ง) 1 ปี ผลิต 4 ครั้ง ( 40 ตัน)  ตัวแทนจำหน่ายตลาดออนไลน์และออฟไลน์  โรงเรือนเพิ่ม 1 หลัง |
| 6.งาน/กิจกรรมสำคัญ (ยุทธศาสตร์)  พัฒนาคุณภาพของสินค้า (ธาตุอาหาร)  เชื่อมโยงเครือข่ายเพื่อขยายตลาด  การรับรองมาตรฐาน  การตลาดออนไลน์ | | 7.งานที่ทำเอง  ทำการผลิต  การบรรจุภัณฑ์  การขนส่งสินค้า  การจำหน่าย  **การประชาสัมพันธ์** | 8.งานที่ต้องร่วมมือกับภาคี  พัฒนาองค์ความรู้ในด้านต่างๆที่เกี่ยวกับสินค้า โดย สำนักงานพัฒนาที่ดิน กรมส่งเสริมการเกษตร  กรมวิชาการเกษตร  สำนักงานเกษตร  พัฒนาชุมชน  สมาพันธ์เกษตรกรรมยั่งยืน  ม.แม่โจ้ | 9.ทรัพยากรหลัก/ที่ต้องใช้เงิน  ทุนกลุ่ม = 500,000 บาท  วัตถุดิบ( รำละเอียด มูลสัตว์ ปลาป่น หินฟอสเฟต กากน้ำตาล น้ำหมัก)  แรงงาน (15 คน)  เครื่องจักร (เครื่องแยกกาก เครื่องตีป่น เครื่องอัดเม็ด)  องค์ความรู้  บริหารจัดการ ประชาสัมพันธ์ |

แบบจัดทำแผนการผลิต/แผนธุรกิจระดับครัวเรือน-องค์กรประกอบการ (CBMC)

ครัวเรือน/กลุ่มองค์กร กลุ่มผู้เลี้ยงผึ้ง ตำบลบ้านควน อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร

ชื่อผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ น้ำผึ้ง

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1.คุณค่า/เสน่ห์สินค้า | 2.ช่องทางการสื่อสาร | 3.กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย | 4.การขาย/บริการดี  (ติดใจ ซื้อซ้ำ บอกต่อ) | 5.การเพิ่มรายได้  ขยายกิจการ |
| **กรรมวิธีการผลิตที่**เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น  มีประโยชน์ต่อสุขภาพปลอดภัย  มีความหอมและรสชาติที่เฉพาะ  **มีคุณภาพ** ผ่านการตรวจสอบคุณค่าสารอาหารของผลิตภัณฑ์จาก ม.เกษตรศาสตร์ | สร้างกลุ่มไลน์ สร้างเพจเพื่อ ประชาสัมพันธ์สินค้า  ออกบูท  สร้างแบรนด์สัญลักษณ์ เพื่อให้คนรู้จัก และเชื่อมั่นในสินค้า  สร้างกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อจูงใจลูกค้า | คนในชุมชนที่รักสุขภาพ  กลุ่มคนที่รักสุขภาพ-ความงามทั่วไป  ร้านค้าที่ต้องการสินค้าไปจำหน่าย  **เช่น ร้านกาแฟ ร้านเบเกอรี่**  **ร้านอาหาร**  คนทั่วไป | การบริการหลังการขาย  **รับฟังความคิดเห็น**  การติดตาม และการสร้างความ  ประทับใจ ให้กับลูกค้า | ตลาดออฟไลน์ ออนไลน์  สร้างกิจกรรมเรียนรู้การเลี้ยงผึ้งของ ชุมชนตำบลบ้านควน  การแปรรูปสินค้าให้มีความหลากหลาย และมีคุณภาพ  การสนับสนุนจากหน่วยงาน และธนาคาร |
| 6.งาน/กิจกรรมสำคัญ  1. พัฒนากลุ่มผู้เลี้ยงผึ้ง / จัดทำแผนการดำเนินงานและปฏิทินงาน  2. ประชาสัมพันธ์สินค้า โดย สร้างกลุ่มไลน์, สร้างเพจ, ร่วมออกบูท  3. พัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูป และบรรจุภัณฑ์  4. สร้างแบรนด์ที่เป็นอัตลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักเพื่อทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ | | 7.งานที่ทำเอง  **การผลิตที่มีคุณภาพ**  **การบรรจุภัณฑ์**  **การประชาสัมพันธ์**  **การจำหน่าย** | 8.งานที่ต้องร่วมมือกับภาคี  ฝึกอบรมให้ความรู้พัฒนาในการเลี้ยงผึ้ง การแปรรูป การออกแบบผลิตภัณฑ์/ แพคเกจต่าง ๆ โดย**ศูนย์ผึ้งชุมพร**  **เกษตร**  **พัฒนาชุมชน ม.แม่โจ้-ชุมพร** | 9.ทรัพยากรหลัก/ที่ต้องใช้เงิน  นำทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ให้เป็นประโยชน์และคุ้มค่า  องค์ความรู้  การบริหารจัดการ ประชาสัมพันธ์ |