

1. ชื่อโครงการ

โครงการส่งเสริมการแปรรูปมะพร้าวสมุย เพื่อขับเคลื่อนเกษตรกรรมชุมชน สู่อุตสาหกรรมและเตรียมความพร้อมสำหรับการตลาดในยุคดิจิทัล

2. เจ้าของโครงการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเลสมุย

ที่อยู่ 7 ม.3 ตำบลหน้าเมือง อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84140

3.หน่วยงานรับผิดชอบโครงการ วิทยาลัยสหวิทยาการ เกาะสมุย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

4.หลักการและเหตุผล

มะพร้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย โดยไทยมีพื้นที่ปลูกมะพร้าวมากกว่า 1 ล้านไร่ ส่วนใหญ่ มีการเพาะปลูกในพื้นที่ภาคใต้และภาคกลาง เช่น จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดชุมพร จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น โดยนอกจากจะเพาะปลูกเพื่อบริโภคในประเทศแล้วไทยยังมีการส่งออกมะพร้าวไปยังต่างประเทศอีกด้วย โดยในปี 2567 (เดือนมกราคม – ตุลาคม) ไทยมีปริมาณการส่งออกมะพร้าวทั้งสดและแห้งทั้งหมด 197,096 ตัน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.28 และมีมูลค่าการส่งออก 144,461,796 เหรียญสหรัฐฯ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.61 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 โดยไทยมีการส่งออกมะพร้าวไปยังจีนมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 80.92 ของสัดส่วนการส่งออกของทั้งหมด รองลงมาคือ สหรัฐฯ ฮองกง สิงคโปร์และ ออสเตรเลีย ตามลำดับ มะพร้าวเป็นพืชยืนต้นชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญสำหรับเกาะสมุย เนื่องจากเกาะสมุยในอดีตมีชื่อเสียงในด้านการเพาะปลูกมะพร้าว และเป็นเกาะที่มีมะพร้าวมากที่สุดในประเทศไทย สามารถผลิตผลมะพร้าว น้ำมันมะพร้าวให้คนไทยได้ใช้กว่า 100 ปี และถือได้ว่ามะพร้าวเป็นสัญลักษณ์คู่กับเกาะสมุยมายาวนาน (สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยสมุย, 2555) มะพร้าวเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของเกาะสมุยจนได้รับการขนานนามว่า “มะพร้าวสมุย” (จิรา ปานทอง, 2553) ข้อมูลการปลูกมะพร้าวในพื้นที่เกาะสมุย ทั้งหมดจำนวน 28,471 ไร่ โดยปลูกมากที่สุดคือ ตำบลแม่น้ำ จำนวน 6,002 ไร่ รองลงมาคือตำบลลิ้งงาม จำนวน 4,257 ไร่ ตำบลมะเร็ด จำนวน 4,111 ไร่ ตำบลหน้าเมือง จำนวน 4,068 ไร่ ตำบลลิปะน้อย จำนวน 3,756 ไร่ ตำบลบ่อผุด จำนวน 3,432 ไร่ และตำบลอ่างทอง จำนวน 2,845 ไร่ มีครัวเรือนเกษตรกร 2,025 ครัวเรือน และได้ ผลิต/ไร่/ปี 5.35 ตัน

ปัจจุบันพื้นที่สวนมะพร้าวในเกาะสมุยและปริมาณผลผลิตลดน้อยลงและมีแนวโน้มที่จะลดลงอย่างต่อเนื่องทำให้หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจ และชุมชนในเกาะสมุยมีความตระหนักและมีความกังวลถึงมะพร้าวที่เป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของเกาะสมุยที่กำลังหายไป ซึ่งที่ผ่านมาทางหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจ และชุมชนในเกาะสมุยได้ช่วยกันรณรงค์ปลูกมะพร้าวให้สมุยอย่างต่อเนื่องในช่วงวันสำคัญและเทศกาลต่าง ๆ โดยกิจกรรมที่สำคัญ เช่น ในปี 2553 เกาะสมุยได้เป็นเจ้าภาพการประชุมวิชาการมะพร้าวนานาชาติของสมาคมมะพร้าวแห่งเอเชียแปซิฟิก ครั้งที่ 44 โดยทางเทศบาลนครเกาะสมุยได้จัดงาน วันมะพร้าวสมุยขึ้น ในฐานะเจ้าของพื้นที่ที่มีการจัดนิทรรศการที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวและผลิตภัณฑ์มะพร้าว การจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวทั้งหมดรวมทั้งการแข่งขันกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตมะพร้าว ซึ่งทางเทศบาลนคร

เกาะสมุย มีเป้าหมายในการสร้างจิตสำนึกให้กับคนเกาะสมุยในการรักษาสวนมะพร้าว ต้นมะพร้าวและผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวให้คงอยู่กับเกาะสมุยตลอดไป(อังคณา สุวรรณภู, 2553) นอกจากนี้ในพื้นที่เกาะสมุยมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยที่สามารถให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจได้ศึกษาเรียนรู้ เช่นการดูลิงเก็บลูกมะพร้าว วิธีปอกมะพร้าว รวมทั้งการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวสมุยจากข้อมูลการลดลงของพื้นที่สวนมะพร้าวในเกาะสมุย แม้ว่าทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้จัดกิจกรรมรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการรักษาสวนมะพร้าวของคนในท้องถิ่น รวมถึงผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องได้ตระหนัก และให้ความสำคัญกับการให้มะพร้าวสมุยเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของเกาะสมุย อย่างไรก็ตามมะพร้าวสมุยนอกจากนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ แล้ว สามารถนำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องมาเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสวนมะพร้าวและผลิตภัณฑ์มะพร้าวที่สะท้อนอัตลักษณ์มะพร้าว สมุยได้อีกด้วย เนื่องจากการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดสามารถทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีความเชื่อมั่นในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการเสนอกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจและมีคุณภาพให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (จุไรพร กุลวิเศษ, 2550) เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มน้ำมันมะพร้าวของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ทำให้ผลประกอบการดีขึ้น เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับชุมชนในจังหวัดได้ (วีรวลัย ปิ่นชุมพลแสง, 2555) ทั้งนี้การตลาดแบบดั้งเดิม เป็นรูปแบบที่ไม่พึงพาดิจิทัล เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ โบรชัวร์ หรือป้ายโฆษณา ซึ่งเป็นการสื่อสารทางเดียวและมักใช้เวลานาน กว่าจะเข้าถึงผู้บริโภค อีกทั้งยังมีค่าใช้จ่ายสูง แม้จะสร้างความน่าเชื่อถือได้ดี แต่ไม่สามารถโต้ตอบกับผู้บริโภคได้ทันทีในขณะที่ การตลาดดิจิทัล ใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือหลัก ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว สื่อสารแบบสองทาง เก็บข้อมูลความเห็น และปรับกลยุทธ์ได้แบบเรียลไทม์ ทั้งยังประหยัดต้นทุน เหมาะกับผู้ประกอบการที่ต้องการความยืดหยุ่นและแข่งขันในตลาดได้มากขึ้นดังนั้น หากผู้ประกอบการเข้าใจและสามารถประยุกต์ใช้ทั้งสองรูปแบบร่วมกันอย่างเหมาะสม จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าให้ธุรกิจได้มากยิ่งขึ้น

“Digital Marketing” (การตลาดดิจิทัล) โดยในปัจจุบันกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายสำคัญในการ ทำกำไรให้กับผู้ประกอบการนั้นจะมีพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการ รวมถึงการเสพสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปโดยนิยม ซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นเนื่องจากความสะดวกสบาย โดยสิ่งสำคัญในปัจจุบัน คือ การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการ สื่อสารในรูปแบบใหม่ ๆ (Illic et al., 2014 : 35) ซึ่งคิงส์เนิร์ธ (Kingsnorth, 2016 : 25) ได้อธิบายว่า การตลาด ดิจิทัลโดยทั่วไปจะใช้เทคนิคทางการตลาดทั้งหมดกับช่องทางดิจิทัล โดยสามารถใช้เพื่อส่งเสริมบริการและ ผลิตภัณฑ์ เช่น การส่งข้อความผ่านตัวอักษร เครื่องมือในการค้นหา อีเมล เว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์รวมถึง อุปกรณ์มือถือประเภทต่าง ๆ โดยลักษณะของดิจิทัลเป็นวิธีการทางการตลาดสามารถนำมาใช้ให้เกิดคุณค่าและ ส่งเสริมให้กับธุรกิจได้ในทุกลักษณะ อย่างไรก็ตาม ประโยชน์สำคัญอีกประการหนึ่งของการทำการตลาดดิจิทัล คือ องค์กรหรือผู้ประกอบการสามารถนำ ข้อมูลจากผู้ซื้อมาทำการวิเคราะห์ และ

วางแผนล่วงหน้าเพื่อนำไปใช้ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและทำให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจและยังเป็นการกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น (Leeflang et al., 2014 : 33)

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการเกษตร ได้ให้ความสำคัญในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตร โดยเน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตในภาคเกษตรไปสู่การผลิตสินค้า เกษตรและผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง โดยการนำเทคโนโลยี นวัตกรรม และผลงานวิจัยมาใช้ในการแปรรูป ทั้งใน สินค้าพืช ปศุสัตว์ และประมง เพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับเกษตรกร เน้นการรวม กลุ่ม การบริหารจัดการ และการสร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกรมส่งเสริมการเกษตร จึงมีความสำคัญ ในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตร ลดปัญหาผลผลิตทางการตลาด ช่วยยกระดับราคาผลผลิต และสามารถลดต้นทุนในด้านการดูแลรักษาผลผลิต และลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง มุ่งเน้นการนำวัตถุดิบ ทรัพยากร หรือภูมิปัญญาของชุมชนมาทำให้เหมาะสม อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดอาชีพใหม่ในชุมชน นอกจากนี้ การแปรรูปยังต่อยอดให้เกิดรายได้ทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้า เกษตรธรรมชาติไปสู่การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ได้ ดังนั้น การส่งเสริมการแปรรูปสินค้า เกษตรให้กับ ผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจชุมชน โดยการสนับสนุนปัจจัยการผลิต วัสดุอุปกรณ์ องค์ความรู้ และทักษะ การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร และความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ จะช่วยยกระดับสินค้า ชุมชนให้ สามารถแข่งขันทางการตลาด สร้างรายได้ เกิดการจ้างงาน และพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนต่อไป ส่วนของ การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์มะพร้าวสมุยและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมะพร้าวสมุยเพื่อให้เห็นคุณค่าและ คุณประโยชน์ของมะพร้าวสมุย และให้เกาะสมุยเป็นพื้นที่ยังคงอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์มะพร้าวสมุยให้อยู่คู่กับ เกาะสมุยตลอดไป จะเห็นได้ว่าด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามากขึ้นอุปกรณ์ที่มีความหลากหลายเปลี่ยนแปลงมากขึ้น ช่องทางการ สื่อสารใหม่ ๆ ได้เข้ามามีบทบาทต่อการตลาดย่อมส่งผลต่อรูปแบบการทำการตลาดแบบเดิม ๆ และ ผู้ประกอบการ จำนวนไม่น้อยที่เริ่มก้าวเข้าสู่การตลาดในยุคดิจิทัลนี้

5.วิธีดำเนินงาน

กิจกรรมที่ 1 วางรากฐานและเตรียมความพร้อม

1. สํารวจข้อมูลเกษตรกรและจัดทำฐานข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย

- 1.1 วางแผนการลงพื้นที่ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น, สำนักงานเกษตรอำเภอ และผู้นำชุมชน
- 1.2 ใช้เจ้าหน้าที่ภาคสนาม / อาสาสมัคร / นักวิจัยในท้องถิ่นในการลงสำรวจ
- 1.3 ลงสำรวจทุกหมู่บ้านในอำเภอเกาะสมุยหรือพื้นที่เป้าหมายที่กำหนดไว้

จากการสำรวจมีฐานข้อมูลเกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าวที่ถูกต้อง ครบคลุม และสามารถใช่วางแผนพัฒนาได้จริงคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกลุ่มและมีศักยภาพในการต่อยอดสร้างความร่วมมือและความไว้วางใจจากชุมชน ตั้งแต่เริ่มโครงการ

2. จัดประชุมชี้แจงโครงการและสร้างความตระหนักรู้ในชุมชน

2.1 เชิญเกษตรกรเป้าหมาย ผู้นำหมู่บ้าน วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้าน เยาวชน และผู้เกี่ยวข้องเข้าร่วมประชุมชี้แจงโครงการ เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ แนวทางการดำเนินงาน และการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในพื้นที่

2.2 จัดตั้งศูนย์เรียนรู้และแปรรูปมะพร้าวประจำชุมชน (ก่อสร้าง/ปรับปรุงอาคาร, จัดหาอุปกรณ์เบื้องต้น)

โครงการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้และแปรรูปมะพร้าวประจำชุมชนเริ่มต้นจากการสำรวจพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับใช้เป็นสถานที่จัดตั้งศูนย์ พร้อมทั้งประสานความร่วมมือกับผู้นำชุมชนและองค์กรท้องถิ่น รวมถึงจัดประชุมชี้แจงรายละเอียดโครงการเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นำไปสู่การดำเนินการก่อสร้างหรือปรับปรุงอาคาร และดำเนินการตรวจรับงานตามมาตรฐานและงบประมาณที่กำหนดเมื่อศูนย์เรียนรู้ฯ พร้อมใช้งาน จะมีการดำเนินงานตามแผนใน 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1: จัดหาอุปกรณ์เบื้องต้น

จัดซื้ออุปกรณ์พื้นฐาน เช่น เครื่องขูดมะพร้าว เครื่องคั้นกะทิ เครื่องอบแห้ง ฯลฯ พร้อมทั้งติดตั้ง ทดสอบการใช้งาน และจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้งานและการบำรุงรักษาอุปกรณ์เบื้องต้นแก่สมาชิกในชุมชน

ขั้นตอนที่ 2: ดำเนินกิจกรรมของศูนย์

ใช้ศูนย์ฯ เป็นแหล่งเรียนรู้และฝึกอบรมเกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว เช่น การผลิตน้ำมันมะพร้าว สบู่ ขนมห ฯลฯ เพื่อส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

ขั้นตอนที่ 3: ติดตามและประเมินผล

มีการนิเทศและติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการ และจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานในระยะต่อไป

กิจกรรมที่ 2 พัฒนานองค์ความรู้และต้นแบบผลิตภัณฑ์

การพัฒนานองค์ความรู้และต้นแบบผลิตภัณฑ์ถือเป็นกระบวนการสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เช่น มะพร้าว ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มและสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน การถ่ายทอดความรู้ทั้งในด้านวิทยาศาสตร์อาหาร เทคโนโลยีการผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร ควบคู่กับ

การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จึงเป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ตลาดที่กว้างขึ้น ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และตลาดออนไลน์ในอนาคต

2.1 อบรมเชิงลึกเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูป การยืดอายุผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานสุขอนามัย (GMP, อย.)

ลำดับ	หัวข้อการอบรม	เนื้อหา
1	พัฒนาองค์ความรู้ และต้นแบบผลิตภัณฑ์	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการแปรรูปอาหารจากวัตถุดิบท้องถิ่น
		ประเภทผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารคาว ขนมไทย เบเกอรี่
		แนวโน้มตลาดและความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน
2	การคิดค้นและพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ใหม่	การประยุกต์สูตรพื้นบ้านให้ทันสมัย
		ปรับสูตรเพื่อสุขภาพ เช่น ลดน้ำตาล ลดไขมัน เพิ่มใยอาหาร
		การเลือกใช้วัตถุดิบและส่วนผสมที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน
3	การออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype Development)	เวิร์กช็อปพัฒนาสูตร ทดลองผลิตจริง
		การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์ และเนื้อสัมผัส
		การทดสอบผลิตภัณฑ์เบื้องต้นกับกลุ่มเป้าหมาย
4	การแปรรูปและยืดอายุผลิตภัณฑ์	การเลือกเทคโนโลยีการถนอมอาหาร
		วิธีการยืดอายุผลิตภัณฑ์โดยไม่ใช้สารเคมี
		การทดสอบอายุการเก็บรักษา (Shelf Life)
5	การอบรมด้านมาตรฐานสุขอนามัย (GMP / อย. / มผช.)	-หลักการของ GMP ที่ใช้ในระดับชุมชน
		การขอเลข อย. หรือ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)
		วิธีควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิต
6	การออกแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้า	เทคนิคการออกแบบแพ็คเกจให้สวยงาม น่าสนใจ
		การระบุข้อมูลที่จำเป็นบนฉลาก (ปริมาณ, ส่วนประกอบ, วันหมดอายุ)
		การออกแบบแบรนด์ โลโก้ และการสื่อสารเรื่องราวของสินค้า
7	การตลาดและช่องทางจำหน่าย	กลยุทธ์การตั้งราคาและสร้างแบรนด์
		การขายผ่านตลาดชุมชน, และช่องทางออนไลน์
		การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์

2.2. อบรมพื้นฐานเกี่ยวกับการแปรรูป เช่น กะทิ น้ำมันมะพร้าว ขนม/เครื่องดื่มแปรรูป แนวทางการจัดการ
อบรมแบ่งเป็น 3 กลุ่มดังนี้

(1) การแปรรูปกะทิและผลิตภัณฑ์กะทิพร้อมใช้

การดำเนินงานแปรรูปกะทิและผลิตภัณฑ์กะทิพร้อมใช้แบ่งออกเป็น 6 ระยะหลัก เริ่มตั้งแต่การเตรียมความพร้อมไปจนถึงการติดตามและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าวในชุมชน

ในระยะที่ 1 เป็นขั้นตอนของการเตรียมความพร้อม โดยมีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพในการแปรรูป เช่น กลุ่มแม่บ้าน หรือเยาวชนในพื้นที่ ซึ่งมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเลสมุขเป็นผู้เข้าร่วมหลัก จากนั้นจะมีการสำรวจแหล่งวัตถุดิบ (มะพร้าว) เพื่อประเมินปริมาณที่สามารถจัดหาได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งจัดอบรมให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและสุขอนามัย เพื่อวางรากฐานความเข้าใจที่ถูกต้องก่อนเริ่มดำเนินการจริง

ระยะที่ 2 มุ่งเน้นไปที่การจัดหาอุปกรณ์และวัตถุดิบที่จำเป็นในการแปรรูป เช่น เครื่องขูดมะพร้าว เครื่องคั้นกะทิ เครื่องฆ่าเชื้อ (Pasteurizer) เครื่องบรรจุภัณฑ์ และเครื่องอบแห้งในกรณีผลิตกะทิผง นอกจากนี้ยังรวมถึงการจัดหาภาชนะบรรจุและฉลากผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม พร้อมกับการคัดเลือกวัตถุดิบคุณภาพดีจากเกษตรกรในพื้นที่ เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของผลผลิตเมื่อมีความพร้อมแล้ว จะเข้าสู่ระยะที่ 3

ระยะที่ 3 ซึ่งเป็นกระบวนการผลิต เริ่มตั้งแต่การขูดมะพร้าวและคั้นกะทิด้วยเครื่องจักร จากนั้นกรองและฆ่าเชื้อกะทิด้วยระบบพาสเจอร์ไรส์ แล้วจึงบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและปลอดภัย พร้อมสำหรับการจัดจำหน่าย หากเป็นการผลิตกะทิในรูปแบบผง ก็จะมีขั้นตอนการอบแห้งด้วยเครื่องเฉพาะเพิ่มเติม

ระยะที่ 4 เป็นการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยจะมีการตรวจสอบคุณลักษณะ เช่น สี กลิ่น รส และอายุการเก็บรักษา รวมถึงการปฏิบัติตามหลักสุขอนามัยและมาตรฐาน GMP พร้อมทั้งดำเนินการขอใบรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น อย. เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค

ในระยะที่ 5 จะเป็นการวางแผนด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย โดยจะออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจ สร้างแบรนด์ท้องถิ่นของตนเอง และเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งในตลาดชุมชน ร้านค้า และแพลตฟอร์มออนไลน์ พร้อมทั้งประสานงานกับหน่วยงานที่มีบทบาทในการส่งเสริมการตลาด เช่น พาณิชย์จังหวัดหรือพัฒนาชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

ระยะที่ 6 เป็นขั้นตอนของการติดตามและพัฒนา โดยรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้บริโภค เพื่อนำมาปรับปรุงรสชาติ บรรจุภัณฑ์ หรือช่องทางการขายให้เหมาะสมยิ่งขึ้น อีกทั้งยังส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น กะทิผสมเครื่องแกง กะทิผงสำเร็จรูป เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

การดำเนินงานตามแผนดังกล่าวจะช่วยให้ชุมชนสามารถแปรรูปผลผลิตจากมะพร้าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างรายได้และความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนต่อไป

(2) การผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นและผลิตภัณฑ์จากน้ำมัน

การผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นและผลิตภัณฑ์จากน้ำมัน เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายเพื่อ ส่งเสริมชุมชนให้มีรายได้และพัฒนาทักษะการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรอย่างยั่งยืน การดำเนินการเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนทุกภาคส่วน ตั้งแต่กลุ่มแม่บ้าน เยาวชน วิชาหกิจชุมชน ไปจนถึงผู้สูงอายุ เพื่อสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน และกระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่ม ทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ลดการพึ่งพาตลาดกลาง และสร้างแบรนด์ท้องถิ่นของตัวเองนอกจากนี้ ยังเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนรู้จักการรักษามาตรฐานการผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการทำการตลาดอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างอาชีพใหม่ เพิ่มรายได้ และความภาคภูมิใจในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

ระยะที่ 1: ให้ความรู้เบื้องต้นแก่ชุมชน

เริ่มจากการแนะนำชุมชนให้รู้จักกับน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น อธิบายความแตกต่างระหว่างน้ำมันสกัดเย็นกับน้ำมันทั่วไป ทั้งในด้านกระบวนการผลิตและคุณภาพ พร้อมนำเสนอแนวโน้มความต้องการในตลาดสุขภาพ และโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน

ระยะที่ 2: การเตรียมวัตถุดิบ

เน้นให้ชุมชนเรียนรู้การคัดเลือกมะพร้าวที่เหมาะสม ได้แก่ มะพร้าวแก่ มีสภาพสมบูรณ์ เปลือกไม่ชำ ไม้ขึ้นรา จากนั้นแนะนำเทคนิคการขูดเนื้อมะพร้าวอย่างถูกวิธี และวิธีการเก็บรักษาไม่ให้วัตถุดิบเน่าเสียระหว่างรอการแปรรูป

ระยะที่ 3: การสกัดน้ำมันมะพร้าวแบบเย็น (Cold Press)

สาธิตการใช้เครื่องมือที่จำเป็น เช่น เครื่องขูดมะพร้าว เครื่องคั้นกะทิ และเครื่องสกัดเย็น โดยเริ่มตั้งแต่การขูดมะพร้าว คั้นกะทิ พักให้ตกตะกอน แล้วจึงนำไปสกัดน้ำมันด้วยเครื่อง Cold Press หลังจากนั้นกรองน้ำมันให้ใสบริสุทธิ์ และแนะนำวิธีการเก็บรักษาในภาชนะที่สะอาด ป้องกันแสงและความร้อน เพื่อคงคุณภาพได้นาน

ระยะที่ 4: การต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์

ส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพัฒนาน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลาย เช่น สบู่ ครีมบำรุงผิว น้ำมันนวด รวมถึงผลิตภัณฑ์สำหรับบริโภค เช่น น้ำมันปรุงอาหาร พร้อมแนะนำเทคนิคการบรรจุ การออกแบบฉลากสินค้า และการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับ

ระยะที่ 5: มาตรฐานและความปลอดภัย

ให้ความรู้เกี่ยวกับหลักปฏิบัติที่ดีในการผลิต (GMP) ระดับครัวเรือน รวมถึงการขอใบอนุญาตต่าง ๆ เช่น อย. หรือ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) พร้อมทั้งแนะนำวิธีการตรวจสอบคุณภาพ เช่น กลิ่น สี ความใส และอายุการเก็บรักษา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค

ระยะที่ 6: การตลาดและการขาย

แนะนำช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น ตลาดชุมชน ร้านค้า OTOP และแพลตฟอร์มออนไลน์

รวมถึงการวางแผนสร้างจุดเด่นของสินค้า เช่น การสื่อสารเรื่อง "ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติในชุมชน" และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อให้สินค้าแตกต่างและโดดเด่นในตลาด

(3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร ที่แปรรูปจากมะพร้าว

การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากมะพร้าว โดยการต่อยอดภูมิปัญญาดั้งเดิมร่วมกับนวัตกรรมด้านอาหาร ซึ่งสามารถแปรรูปได้ทั้งในรูปแบบของขนมไทย อาหารคาว หรือเบเกอรี่

ขั้นตอนที่ 1: ประเมินผลิตภัณฑ์การเลือกประเภทผลิตภัณฑ์เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการพัฒนา เพราะแต่ละประเภทมีวิธีแปรรูป รสชาติ และตลาดเป้าหมายแตกต่างกัน โดยสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้:

- 1.1 ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่
- 1.2 ผลิตภัณฑ์อาหารคาว
- 1.3 ผลิตภัณฑ์ขนมไทย

ขั้นตอนที่ 2: การพัฒนาต่อยอด

หลังจากเลือกประเภทผลิตภัณฑ์แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดปัจจุบัน เพื่อเพิ่มมูลค่าและความสามารถในการแข่งขัน โดยมีแนวทางหลัก ๆ ดังนี้:

- 2.1 ปรับสูตรเพื่อสุขภาพ
- 2.2 สร้างแบรนด์ท้องถิ่น
- 2.3 พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม
- 2.4 ขยาย เพิ่มความน่าเชื่อถือ
- 2.5 ขยายตลาด

กิจกรรมที่ 3 การส่งเสริมการเตรียมความพร้อมสำหรับการตลาดในยุคดิจิทัล

การ เตรียมความพร้อมให้กับกลุ่มชุมชนสำหรับการตลาดในยุคดิจิทัล คือการเสริมสร้างศักยภาพให้กับวิสาหกิจชุมชนหรือกลุ่มผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ให้สามารถเข้าถึงตลาดสมัยใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ ขายสินค้า และสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์อย่างยั่งยืน

ขั้นที่ 1 อบรมเชิงปฏิบัติการ: การตลาดดิจิทัลและสร้างแบรนด์ หัวข้อ Digital Marketing

ชุมชนจะได้รับ ความรู้และทักษะใหม่ ในด้านการตลาดดิจิทัล เรียนรู้การใช้เครื่องมือออนไลน์ยอดนิยมอย่าง Facebook, Instagram, TikTok และ LINE OA เพื่อการโปรโมทและขายสินค้า เข้าใจวิธีการสร้าง "ตัวตนของสินค้า" หรืออัตลักษณ์แบรนด์บนโลกออนไลน์ พร้อมทั้งเรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ เพื่อให้สามารถวางแผนเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพนอกจากนี้ ชุมชนยังได้เรียนรู้การ สร้างแบรนด์ของตนเอง โดยเฉพาะการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ (Storytelling) ที่ทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์ มีเรื่องราว และเข้าถึงใจผู้บริโภค รวมถึงได้แนวทางการออกแบบโลโก้ ฉลากสินค้า และการสื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้ดูน่าเชื่อถือและน่าจดจำ เพิ่มโอกาสให้สินค้าโดดเด่นกว่าคู่แข่งอีกหนึ่งสิ่งสำคัญคือการ เพิ่มช่องทางการขาย สู่โลกออนไลน์อย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นการเปิดร้านค้าบนแพลตฟอร์มยอดนิยมอย่าง Shopee, Lazada หรือ Facebook Shop ฝึกทักษะการถ่ายภาพสินค้าให้ดึงดูด การเขียนแคปชั่นหรือคำโปรโมทที่น่าสนใจ ตลอดจนทดลองลงโฆษณาออนไลน์โดยใช้งบประมาณอย่างคุ้มค่า

การตลาดดิจิทัลยังช่วย ลดต้นทุนและเพิ่มกำไร ให้กับผู้ผลิตในชุมชน เพราะสามารถขายตรงถึงลูกค้าโดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้ผลตอบแทนกลับคืนสู่ชุมชนอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยมากกว่านั้น การอบรมยังเป็นโอกาสในการ สร้างอาชีพใหม่ให้กับคนรุ่นใหม่ในชุมชน เช่น บทบาทแอดมินเพจ หรือผู้ดูแลร้านค้าออนไลน์ ซึ่งสามารถต่อยอดเป็นงานประจำหรือธุรกิจส่วนตัวได้ในอนาคต และยังเกิดการถ่ายทอดความรู้ต่อไปในระดับหมู่บ้าน สร้างเครือข่ายการเรียนรู้ที่ยั่งยืน ท้ายที่สุด ชุมชนจะ พร้อมเติบโตในตลาดยุคใหม่ อย่างมั่นคง ด้วยการมี “หน้าร้านดิจิทัล” ของตนเอง มีศักยภาพในการขยายฐานลูกค้าทั่วประเทศ และในอนาคตอาจก้าวไกลสู่ตลาดต่างประเทศได้ทั้งหมดนี่คือสิ่งที่ชุมชนจะได้รับจากการเรียนรู้ Digital Marketing ซึ่งไม่เพียงเป็นการเพิ่มยอดขายแต่ยังเป็นการเสริมสร้างความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจฐานราก และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนได้อย่างแท้จริง

ขั้นที่ 2 จัดทำภาพลักษณ์สินค้าและคอนเทนต์ออนไลน์

การจัดทำภาพลักษณ์สินค้าและคอนเทนต์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดยุคดิจิทัลเป็นกระบวนการที่สำคัญในการดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคและสร้างความน่าเชื่อถือในตลาดออนไลน์ในปัจจุบัน โดยการพัฒนาองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและทำให้สินค้าและแบรนด์ของคุณเป็นที่รู้จักมากขึ้นในโลกดิจิทัล

1. การถ่ายภาพสินค้าแบบมืออาชีพ

การถ่ายภาพสินค้าอย่างมืออาชีพจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและน่าสนใจ โดยการจัดแสงที่ดี เลือกมุมกล้องที่เหมาะสม และใช้แบ็คกราวด์ที่ไม่รกจนเกินไป เพื่อให้สินค้าดูสะอาด สวยงาม และสะท้อนคุณภาพที่แท้จริงของสินค้า การถ่ายภาพสินค้าจะช่วยให้ลูกค้าสามารถเห็นรายละเอียดของสินค้าอย่างชัดเจนและตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

2. การทำโปสเตอร์และคลิปโปรโมทสินค้า

โปสเตอร์ที่สวยงามและมีการออกแบบที่เข้าใจง่าย จะช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและแบรนด์ถูกสื่อสารได้เร็วและตรงประเด็น การสร้างโปสเตอร์ที่ดูโดดเด่นสามารถดึงดูดสายตาของลูกค้าในทันที ในขณะที่การทำคลิปโปรโมทสินค้าช่วยเพิ่มความน่าสนใจได้มากขึ้น สามารถแสดงถึงคุณสมบัติพิเศษหรือวิธีการใช้งานสินค้าผ่านวิดีโอที่จะช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคและสร้างการติดต่อสื่อสารที่ดีกับลูกค้า

3. การออกแบบโลโก้และฉลากสินค้า

โลโก้คือสัญลักษณ์ที่ช่วยให้แบรนด์ของคุณจำได้ง่ายและมีเอกลักษณ์ ฉลากสินค้าควรมีข้อมูลที่ครบถ้วนและชัดเจน เช่น ส่วนประกอบของสินค้า วิธีการใช้ และคำแนะนำต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ การออกแบบเหล่านี้ควรสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน หรือสินค้าในแนวทางที่ทันสมัยและดูเป็นมืออาชีพ

4. การออกแบบแบนเนอร์เพจ

แบนเนอร์ที่ดีสามารถทำให้ร้านค้าออนไลน์ของคุณดูน่าสนใจและดึงดูดลูกค้าให้คลิกเข้ามาดูสินค้าของคุณมากขึ้น การออกแบบแบนเนอร์ควรสื่อถึงจุดเด่นของแบรนด์และสินค้าของคุณ รวมถึงโปรโมชั่นพิเศษหรือข้อเสนอที่กำลังจัดขึ้น ซึ่งจะกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อหรือเข้าชมสินค้าได้ง่ายขึ้น

5. การสร้างคอนเทนต์ที่มีคุณค่าและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

การสร้างคอนเทนต์ที่มีคุณค่าและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญ คอนเทนต์นี้อาจประกอบด้วยบทความที่เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ แนะนำวิธีการใช้งาน หรือแชร์ความรู้เกี่ยวกับสินค้า นอกจากนี้ยังสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ด้วยการตอบคำถามหรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือแบรนด์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram หรือ LINE

6. การสร้างการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

ในยุคดิจิทัล การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญมาก ผ่านการตอบคำถามลูกค้าหรือคอมเมนต์บนโซเชียลมีเดีย หรือใช้ฟังก์ชันต่าง ๆ เช่น การแชทออนไลน์หรือการใช้ LINE OA (Official Account) เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลหรือขอคำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้ง่าย

การจัดทำภาพลักษณ์สินค้าและคอนเทนต์ออนไลน์ไม่เพียงแค่การนำเสนอสินค้า แต่ยังเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ทำให้พวกเขารู้สึกใกล้ชิดกับแบรนด์และสินค้าของคุณ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและคอนเทนต์ที่เหมาะสมจะช่วยให้แบรนด์ของคุณมีความน่าสนใจและได้รับการยอมรับจากลูกค้าในตลาดยุคดิจิทัล

ขั้นที่ 3 ติดตามผลและประเมินความสำเร็จ

การติดตามผลและประเมินความสำเร็จเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ชุมชน เป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยให้สามารถวัดผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ทบทวนจุดแข็ง-จุดอ่อน และนำไปสู่การพัฒนาแบรนด์ให้เติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต โดยแผนการดำเนินงานสามารถแบ่งออกเป็น 3 ระยะหลัก ดังนี้:

1. การติดตามผลการดำเนินงาน

เก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้บริโภคในชุมชน ลูกค้าที่ซื้อสินค้าออนไลน์ และผู้เข้าร่วมกิจกรรมอบรม ติดตามยอดขายและการเข้าถึงแบรนด์ ผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น จำนวนยอดวิว ยอดแชร์ ยอดติดตามเพจ จำนวนคำสั่งซื้อ และรีวิวสินค้า

สอบถามความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์หรือแบบฟอร์มความเห็นเพื่อรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้าโดยตรง

สัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตในชุมชน เพื่อติดตามการนำความรู้จากการอบรมไปใช้จริง เช่น การออกแบบฉลาก การโพสต์คอนเทนต์ หรือการตั้งราคาสินค้า

2. การประเมินความสำเร็จ

ใช้ตัวชี้วัด (KPI) เช่น

- จำนวนแบรนด์ที่ถูกพัฒนาแล้วเสร็จพร้อมจำหน่าย
- จำนวนสินค้าที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน (GMP, อย.)
- จำนวนช่องทางการจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น
- จำนวนกลุ่มเยาวชนหรือคนในชุมชนที่มีส่วนร่วม

วิเคราะห์ภาพลักษณ์ของแบรนด์ในสายตาผู้บริโภค ว่าเป็นที่จดจำหรือแตกต่างจากคู่แข่งหรือไม่

วัดการเติบโตของรายได้ และการสร้างอาชีพในชุมชน เช่น รายได้เฉลี่ยก่อน-หลังการพัฒนาแบรนด์

3. การสรุปผลและพัฒนาเพิ่มเติม

จัดประชุมกลุ่มย่อย เพื่อสรุปผลร่วมกับชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พร้อมเสนอแนวทางปรับปรุง
สร้างรายงานผลการดำเนินงาน อย่างเป็นระบบ เช่น รายงานประจำไตรมาส หรือรายงานประจำปี
จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างชุมชนต้นแบบที่ประสบความสำเร็จกับชุมชนอื่น ๆ เพื่อขยายผล
วางแผนพัฒนาในระยะยาว เช่น การพัฒนาแบรนด์เพื่อส่งออก หรือการเข้าร่วมตลาดออนไลน์ระดับประเทศ

6.ขอบเขตการดำเนินงาน

6.1 เสริมสร้างทักษะทางธุรกิจขั้นพื้นฐานเพื่อเพิ่มและกระจายช่องทางการสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชน

6.2 จัดตั้งกลุ่มหรือองค์กรที่สามารถพึ่งพาตนเอง เพื่อสนับสนุนการพัฒนาการทำเกษตรแบบยั่งยืนอย่าง
ต่อเนื่องภายในกลุ่มของวิสาหกิจชุมชน และคนในพื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิตการแปรรูปมะพร้าวเกาะสมุย

7.ระยะเวลาดำเนินงาน 5 ปี (พ.ศ.2569 - พ.ศ.2574) แผนปฏิบัติงาน

กิจกรรมที่ 1: วางรากฐานและเตรียมความพร้อม (งบประมาณรวม 3,000,000 บาท)

กิจกรรมย่อย	เป้าหมาย (หน่วยนับ)	จำนวนเงิน (บาท)	ระยะเวลาดำเนินการ
1.1 สํารวจข้อมูลเกษตรกรและจัดทำฐานข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย	1 ฐานข้อมูล ครอบคลุม 7 ตำบลในอำเภอเกาะสมุย	500,000	มี.ค. - มิ.ย. 2569
1.2 จัดประชุมชี้แจงโครงการและสร้างความตระหนักรู้ในชุมชน	10 ครั้ง (500 คน)	300,000	ก.ค. - ก.ย. 2569
1.3 จัดตั้งศูนย์เรียนรู้และแปรรูปมะพร้าวประจำชุมชน	2 ศูนย์	2,200,000	ต.ค. 2569 - มี.ค. 2570
- ปรับปรุง/ก่อสร้างอาคาร	2 หลัง	1,500,000	ต.ค. 2569 - ม.ค. 2570
- อุปกรณ์พื้นฐาน	2 ชุด	700,000	ก.พ. - มี.ค. 2570

กิจกรรมที่ 2: พัฒนาองค์ความรู้และต้นแบบผลิตภัณฑ์ (งบประมาณรวม 4,000,000 บาท)

กิจกรรมย่อย	เป้าหมาย (หน่วยนับ)	จำนวนเงิน (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ
2.1 อบรมเชิงลึกเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูป การยืดอายุผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานสุขอนามัย	7 หลักสูตร (150 คน)	1,000,000	เม.ย. 2570 - มี.ค. 2571
2.2 อบรมพื้นฐานการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว	300 คน	3,000,000	เม.ย. 2570 - ก.ย. 2573
- การแปรรูปกะทิและผลิตภัณฑ์กะทิพร้อมใช้	100 คน , 5 ผลิตภัณฑ์	1,000,000	เม.ย. 2570 - มี.ค. 2571
- การผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นและผลิตภัณฑ์จากน้ำมัน	100 คน , 8 ผลิตภัณฑ์	1,000,000	เม.ย. 2571 - มี.ค. 2572
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากมะพร้าว	100 คน , 10 ผลิตภัณฑ์	1,000,000	เม.ย. 2572 - ก.ย. 2573

กิจกรรมที่ 3: การส่งเสริมการเตรียมความพร้อมสำหรับการตลาดในยุคดิจิทัล (งบประมาณรวม 3,000,000 บาท)

กิจกรรมย่อย	เป้าหมาย (หน่วยนับ)	จำนวนเงิน (บาท)	ระยะเวลา ดำเนินการ
3.1 อบรมเชิงปฏิบัติการ: การตลาดดิจิทัล และสร้างแบรนด์	10 ครั้ง (200 คน)	1,000,000	ต.ค. 2571 - ก.ย. 2573
3.2 จัดทำภาพลักษณ์สินค้าและคอนเทนต์ออนไลน์	20 แปรนต์	1,500,000	ต.ค. 2571 - มี.ค. 2574
- การถ่ายภาพสินค้าแบบมืออาชีพ	20 แปรนต์ x 5 ผลิตภัณฑ์	300,000	ต.ค. 2571 - มี.ค. 2572
- การทำโปสเตอร์และคลิปโปรโมทสินค้า	20 แปรนต์	500,000	เม.ย. 2572 - ก.ย. 2572
- การออกแบบโลโก้และฉลากสินค้า	20 แปรนต์	300,000	ต.ค. 2572 - มี.ค. 2573

- การออกแบบแบนเนอร์และสร้างคอนเทนต์ออนไลน์	20 แปรนต์	400,000	เม.ย. 2573 - มี.ค. 2574
3.3 ติดตามผลและประเมินความสำเร็จ	5 รายงาน	500,000	เม.ย. 2570 - มี.ค. 2574
- การประเมินผลระยะกลาง	2 ครั้ง	200,000	มี.ค. 2571, มี.ค. 2573
- การประเมินผลประจำปี	5 ครั้ง	200,000	มี.ค. 2570 - มี.ค. 2574
- การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้	1 ครั้ง	100,000	ม.ค. - มี.ค. 2574

8.งบประมาณ 10,000,000 บาท

กิจกรรม	ง บ ป ร ะ ม า ณ (บาท)	สั ด ส ่ ว น (%)
กิจกรรมที่ 1: วางรากฐานและเตรียมความพร้อม	3,000,000	30%
กิจกรรมที่ 2: พัฒนาศักยภาพและต้นแบบผลิตภัณฑ์	4,000,000	40%
กิจกรรมที่ 3: การส่งเสริมการเตรียมความพร้อมสำหรับการตลาดในยุคดิจิทัล	3,000,000	30%
รวมทั้งสิ้น	10,000,000	100%

รายละเอียดงบประมาณกิจกรรมที่ 1: วางรากฐานและเตรียมความพร้อม

1.1 สำรวจข้อมูลเกษตรกรและจัดทำฐานข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย (500,000 บาท)

ค่าจ้างนักวิจัยและผู้ช่วยวิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูล (4 คน × 25,000 บาท × 3 เดือน) = 300,000 บาท

ค่าพัฒนาระบบฐานข้อมูลและแอปพลิเคชันสำหรับจัดเก็บข้อมูล = 100,000 บาท

ค่าเดินทางและค่าน้ำมันสำหรับการลงพื้นที่ 7 ตำบล = 50,000 บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการเก็บข้อมูล (แบบสำรวจ, อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์) = 30,000 บาท

ค่าประมวลผลและจัดทำรายงาน = 20,000 บาท

1.2 จัดประชุมชี้แจงโครงการและสร้างความตระหนักรู้ในชุมชน (300,000 บาท)

ค่าเช่าสถานที่จัดประชุม (10 ครั้ง × 5,000 บาท) = 50,000 บาท

ค่าอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าร่วม (500 คน × 150 บาท) = 75,000 บาท

ค่าวิทยากร (10 ครั้ง × 6,000 บาท) = 60,000 บาท

ค่าเอกสารประกอบการประชุม (500 ชุด × 100 บาท) = 50,000 บาท

ค่าสื่อประชาสัมพันธ์และวัสดุอุปกรณ์ = 40,000 บาท

ค่าเดินทางสำหรับทีมงาน = 25,000 บาท

1.3 จัดตั้งศูนย์เรียนรู้และแปรรูปมะพร้าวประจำชุมชน (2,200,000 บาท)

ปรับปรุง/ก่อสร้างอาคาร (1,500,000 บาท)

ค่าออกแบบและควบคุมงานก่อสร้าง (2 หลัง × 75,000 บาท) = 150,000 บาท

ค่าก่อสร้าง/ปรับปรุงโครงสร้างอาคาร (2 หลัง × 500,000 บาท) = 1,000,000 บาท

ค่าระบบไฟฟ้า ประปา และระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน (2 หลัง × 100,000 บาท) = 200,000 บาท

ค่าตกแต่งภายในและภูมิทัศน์ (2 หลัง × 75,000 บาท) = 150,000 บาท

1.4 อุปกรณ์พื้นฐาน (700,000 บาท)

เครื่องแปรรูปมะพร้าวและอุปกรณ์ประกอบ (2 ชุด × 200,000 บาท) = 400,000 บาท

เครื่องบรรจุภัณฑ์และอุปกรณ์ (2 ชุด × 50,000 บาท) = 100,000 บาท

โต๊ะ เก้าอี้ และครุภัณฑ์สำนักงาน (2 ชุด × 30,000 บาท) = 60,000 บาท

อุปกรณ์จัดแสดงผลิตภัณฑ์และสื่อการเรียนรู้ (2 ชุด × 40,000 บาท) = 80,000 บาท

คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (2 ชุด × 30,000 บาท) = 60,000 บาท

รายละเอียดงบประมาณกิจกรรมที่ 2: พัฒนาศักยภาพและต้นแบบผลิตภัณฑ์

2.1 อบรมเชิงลึกเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูป การยืดอายุผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานสุขอนามัย (1,000,000 บาท)

ค่าวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ (7 หลักสูตร × 5 วัน × 6 ชั่วโมง × 1,200 บาท) = 252,000 บาท

ค่าเดินทางและที่พักสำหรับวิทยากร (7 หลักสูตร × 25,000 บาท) = 175,000 บาท

ค่าอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าอบรม (150 คน × 5 วัน × 300 บาท) = 225,000 บาท

ค่าวัสดุฝึกอบรมและเอกสารประกอบ (150 คน × 500 บาท) = 75,000 บาท

ค่าเช่าสถานที่และอุปกรณ์ (7 หลักสูตร × 5 วัน × 5,000 บาท) = 175,000 บาท

ค่าจัดทำคู่มือการแปรรูปและมาตรฐานสุขอนามัย (150 เล่ม × 400 บาท) = 60,000 บาท

ค่าวัสดุสาธิตและฝึกอบรม = 38,000 บาท

2.2 อบรมพื้นฐานการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว (3,000,000 บาท)

2.2.1 การแปรรูปกะทิและผลิตภัณฑ์กะทิพร้อมใช้ (1,000,000 บาท)

ค่าวิทยากร (10 รุ่น × 5 วัน × 6 ชั่วโมง × 1,000 บาท) = 300,000 บาท

ค่าวัตถุดิบและอุปกรณ์สำหรับการฝึกปฏิบัติ (100 คน × 3,000 บาท) = 300,000 บาท

ค่าอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าอบรม (100 คน × 5 วัน × 250 บาท) = 125,000 บาท

ค่าพัฒนาและทดสอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (5 ผลิตภัณฑ์ × 30,000 บาท) = 150,000 บาท

ค่าบรรจุภัณฑ์และออกแบบฉลาก (5 ผลิตภัณฑ์ × 15,000 บาท) = 75,000 บาท

ค่าทดสอบคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (5 ผลิตภัณฑ์ × 10,000 บาท) = 50,000 บาท

2.2.2 การผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นและผลิตภัณฑ์จากน้ำมัน (1,000,000 บาท)

ค่าวิทยากร (10 รุ่น × 5 วัน × 6 ชั่วโมง × 1,000 บาท) = 300,000 บาท

ค่าวัตถุดิบและอุปกรณ์สำหรับการฝึกปฏิบัติ (100 คน × 3,000 บาท) = 300,000 บาท

ค่าอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าอบรม (100 คน × 5 วัน × 250 บาท) = 125,000 บาท

ค่าพัฒนาและทดสอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (8 ผลิตภัณฑ์ × 20,000 บาท) = 160,000 บาท

ค่าบรรจุภัณฑ์และออกแบบฉลาก (8 ผลิตภัณฑ์ × 10,000 บาท) = 80,000 บาท

ค่าทดสอบคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (8 ผลิตภัณฑ์ × 4,375 บาท) = 35,000 บาท

2.2.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากมะพร้าว (1,000,000 บาท)

ค่าวิทยากร (10 รุ่น × 5 วัน × 6 ชั่วโมง × 1,000 บาท) = 300,000 บาท

ค่าวัตถุดิบและอุปกรณ์สำหรับการฝึกปฏิบัติ (100 คน × 3,000 บาท) = 300,000 บาท

ค่าอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าอบรม (100 คน × 5 วัน × 250 บาท) = 125,000 บาท

ค่าพัฒนาและทดสอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (10 ผลิตภัณฑ์ × 15,000 บาท) = 150,000 บาท

ค่าบรรจุภัณฑ์และออกแบบฉลาก (10 ผลิตภัณฑ์ × 8,000 บาท) = 80,000 บาท

ค่าทดสอบคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (10 ผลิตภัณฑ์ × 4,500 บาท) = 45,000 บาท

รายละเอียดงบประมาณกิจกรรมที่ 3: การส่งเสริมการเตรียมความพร้อมสำหรับการตลาดในยุคดิจิทัล

3.1 อบรมเชิงปฏิบัติการ: การตลาดดิจิทัลและสร้างแบรนด์ (1,000,000 บาท)

ค่าวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดดิจิทัล (10 ครั้ง × 3 วัน × 6 ชั่วโมง × 1,500 บาท) = 270,000 บาท

ค่าเช่าสถานที่และอุปกรณ์อบรม (10 ครั้ง × 3 วัน × 8,000 บาท) = 240,000 บาท

ค่าอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าอบรม (200 คน × 3 วัน × 300 บาท) = 180,000 บาท

ค่าวัสดุอุปกรณ์และเอกสารประกอบการอบรม (200 คน × 500 บาท) = 100,000 บาท

ค่าเช่าคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตสำหรับฝึกปฏิบัติ (10 ครั้ง × 15,000 บาท) = 150,000 บาท

ค่าเดินทางและที่พักวิทยากร (10 ครั้ง $\times$ 3 วัน $\times$ 2,000 บาท) = 60,000 บาท

3.2 จัดทำภาพลักษณ์สินค้าและคอนเทนต์ออนไลน์ (1,500,000 บาท)

3.2.1 การถ่ายภาพสินค้าแบบมืออาชีพ (300,000 บาท)

ค่าจ้างช่างภาพมืออาชีพ (20 แบรินด์ $\times$ 5 ผลิตภัณฑ์ $\times$ 2,000 บาท) = 200,000 บาท

ค่าอุปกรณ์ตกแต่งฉากและพร็อพประกอบการถ่ายภาพ = 50,000 บาท

ค่าตัดต่อและปรับแต่งภาพ (20 แบรินด์ $\times$ 2,500 บาท) = 50,000 บาท

3.2.2 การทำโปสเตอร์และคลิปโปรโมทสินค้า (500,000 บาท)

ค่าจ้างทีมผลิตวิดีโอคลิป (20 แบรินด์ $\times$ 1 คลิป $\times$ 15,000 บาท) = 300,000 บาท

ค่าออกแบบโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ (20 แบรินด์ $\times$ 5 แบบ $\times$ 1,500 บาท) = 150,000 บาท

ค่าพิมพ์โปสเตอร์คุณภาพสูง (20 แบรินด์ $\times$ 10 แผ่น $\times$ 250 บาท) = 50,000 บาท

3.2.3 การออกแบบโลโก้และฉลากสินค้า (300,000 บาท)

ค่าออกแบบโลโก้แบรินด์ (20 แบรินด์ $\times$ 10,000 บาท) = 200,000 บาท

ค่าออกแบบฉลากสินค้า (20 แบรินด์ $\times$ 5 รูปแบบ $\times$ 1,000 บาท) = 100,000 บาท

3.2.4 การออกแบบแบนเนอร์และสร้างคอนเทนต์ออนไลน์ (400,000 บาท)

ค่าออกแบบแบนเนอร์สำหรับเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย (20 แบรินด์ $\times$ 5 ชิ้น $\times$ 1,500 บาท) = 150,000 บาท

ค่าจัดทำเนื้อหาการตลาดออนไลน์ (20 แบรินด์ $\times$ 12 เดือน $\times$ 1,000 บาท) = 240,000 บาท

ค่าโดเมนและพื้นที่เว็บไซต์เบื้องต้น (20 แบรินด์ $\times$ 500 บาท) = 10,000 บาท

3.3 ติดตามผลและประเมินความสำเร็จ (500,000 บาท)

3.3.1 การประเมินผลระยะกลาง (200,000 บาท)

ค่าจ้างผู้เชี่ยวชาญประเมินผลโครงการ (2 ครั้ง $\times$ 50,000 บาท) = 100,000 บาท

ค่าดำเนินการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผล (2 ครั้ง $\times$ 30,000 บาท) = 60,000 บาท

ค่าจัดทำรายงานและนำเสนอผลการประเมิน (2 ครั้ง $\times$ 20,000 บาท) = 40,000 บาท

3.3.2 การประเมินผลประจำปี (200,000 บาท)

ค่าจ้างทีมประเมินผลโครงการประจำปี (5 ครั้ง $\times$ 25,000 บาท) = 125,000 บาท

ค่าเครื่องมือสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูล = 25,000 บาท

ค่าจัดทำรายงานประจำปี (5 ครั้ง $\times$ 10,000 บาท) = 50,000 บาท

3.3.3 การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (100,000 บาท)

ค่าเช่าสถานที่และอุปกรณ์จัดงาน = 30,000 บาท

ค่าอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าร่วม (100 คน $\times$ 300 บาท) = 30,000 บาท

ค่าวิทยากรและผู้ดำเนินรายการ = 15,000 บาท

ค่าจัดนิทรรศการแสดงผลงาน = 15,000 บาท

ค่าเอกสารประกอบและวัสดุอุปกรณ์ = 10,000 บาท

9.ตัวชี้วัดความสำเร็จ

- 1) เกษตรกรหรือผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้และทักษะในการแปรรูปมะพร้าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มมูลค่าผลผลิตมะพร้าวในพื้นที่
- 2) กลุ่มเกษตรกรหรือชุมชนสามารถผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะพร้าวที่ผ่านการรับรองตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น มาตรฐาน GMP, อย., มพช.หรือ OTOP
- 3) กลุ่มเกษตรกรหรือชุมชนมีการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์แพลตฟอร์มต่างๆ
- 4) กลุ่มเกษตรกรหรือชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะพร้าว

10. ความเสี่ยงในการดำเนินการ

- 1) การควบคุมการผลิตมะพร้าว มีความเสี่ยงในเรื่องของสถานะของภัยธรรมชาติ ภัยแล้งที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพและปริมาณผลผลิตมะพร้าวของพื้นที่ เกาะสมุย ทำให้เกิดความผันผวนของตลาดมากขึ้น
- 2) การขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะสมุย เนื่องจากชาวบ้านนำที่ดินที่ปลูกมะพร้าวบนเกาะสมุยไป ทำกิจการอื่นๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท บ้านพัก ทำให้มะพร้าวลดลงอย่างต่อเนื่อง
- 3) การเกิดปัญหาจากศัตรูพืช การระบาดของแมลงศัตรูพืช เช่น แมลงดำหนามมะพร้าว ตัวงมมะพร้าว ตัวแรด ส่งผลต่อผลผลิตลดลงและต้นมะพร้าวยืนต้นตาย
- 4) การขาดแรงงานและการสืบทอดในการประกอบอาชีพ เนื่องจากคนรุ่นใหม่ในพื้นที่หันไปประกอบอาชีพที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและบริการมากขึ้น ทำให้ขาดแคลนแรงงานในการดูแลสวนมะพร้าว และไม่มีการสืบทอดอาชีพจากรุ่นสู่รุ่น

11.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- (1) เพิ่มมูลค่าให้ผลผลิตทางการเกษตร
 - เกษตรกรสามารถแปรรูปมะพร้าวเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลาย เช่น น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น ขนม เครื่องดื่ม ทำให้มะพร้าวมีมูลค่าเพิ่มสูงกว่าการขายผลสด
 - ลดปัญหาผลผลิตล้นตลาด และสร้างรายได้ที่มั่นคงยิ่งขึ้นให้แก่เกษตรกร

(2) สร้างอาชีพเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

-ชุมชนมีโอกาพัฒนาผลิตภัณฑ์และแปรรูปเป็นธุรกิจชุมชน สร้างอาชีพและรายได้เสริมให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

-เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

(3) ส่งเสริมความรู้ด้านการผลิตและมาตรฐาน

-เกษตรกรและชุมชนได้รับความรู้เรื่องการแปรรูปอย่างถูกต้องตามหลักสุขอนามัย

-ได้ฝึกฝนทักษะการผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐาน GMP, อย. หรือ มผช. เพิ่มความน่าเชื่อถือของสินค้าในตลาด

(4) พัฒนาศักยภาพด้านการตลาดยุคดิจิทัล

-ชุมชนสามารถใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อสร้างแบรนด์ ขายของ และเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรง

-มีความรู้ในการถ่ายภาพสินค้า การเขียนโปรโมท และเปิดร้านออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มยอดนิยม

-สินค้าในชุมชนสามารถแข่งขันในตลาดออนไลน์ได้ และเข้าถึงตลาดใหม่ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

(5) ส่งเสริมอัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น

-การสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์จะช่วยสื่อสารเรื่องราวของชุมชน วิถีชีวิต และเอกลักษณ์สมุยให้เป็นที่รู้จัก

-ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ ๆ ให้กับพื้นที่

(6) เกิดเครือข่ายการเรียนรู้และขยายผล

-ชุมชนต้นแบบสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้สู่พื้นที่อื่น เกิดการพัฒนาาร่วมกัน

-สร้างเครือข่ายเกษตรกรรุ่นใหม่ที่พร้อมปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

12.อื่น ๆ ตามที่คณะกรรมการบริหารกองทุนฯ กำหนด