

AGTECH 4 OTOP

โครงการสร้างตลาดรูปแบบใหม่จากสตาร์ทอัพด้านการเกษตร
สำหรับกลุ่ม OTOP เกษตรอัตลักษณ์พื้นที่



TRANSFORMING OTOP
TO NEXT LEVEL
BY AGTECH STARTUP

...

พลิกโฉมเศรษฐกิจชุมชนสู่การเติบโตไปพร้อมกับ

สตาร์ทอัพ
ด้านการเกษตร

AGTECH 4OTOP

โครงการสร้างตลาดรูปแบบใหม่จากสตาร์ทอัพด้านการเกษตร
สำหรับกลุ่ม OTOP เกษตรอัตลักษณ์พื้นที่

พลิกโฉม...

กลุ่ม OTOP เกษตรอัตลักษณ์พื้นที่

สู่ตลาดรูปแบบใหม่กับ

สตาร์ทอัพด้านการเกษตร



GI



OTOP



AGTECH STARTUP

Shop

AGTECH
4OTOP

Online
Learning



CONTENT

สารบัญ

คำนิยม	006
ดร. สุภาพ อัจฉริยศรีพงศ์ - กรรมการนวัตกรรมแห่งชาติ และที่ปรึกษาโครงการ ที่ปรึกษาคณะกรรมการโครงการ AgTech4OTOP	006
ดร. กริชพกา บุญเฟื่อง - รองผู้อำนวยการด้านระบบนวัตกรรม	006
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และประธานคณะกรรมการ	
ข้อคิดจากคณะกรรมการ	007
1. นายสุรศักดิ์ อักษรกุล - รองอธิบดี กรมการพัฒนาชุมชน	007
2. นายสุรศักดิ์ แก้วอินทร์ - นักวิชาการเกษตรชำนาญการ สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร	007
3. นายปฏิพัทธ์ ปานสุนทร - นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ กรมทรัพย์สินทางปัญญา	008
4. นายณัฐกิตติ์ ธนวารธร - หัวหน้าส่วนบริหารการลงทุน บริษัท อินโนสเปซ (ประเทศไทย) จำกัด	008
5. นายอรรถ กิตติคุณชัย - ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ชันสวิต จำกัด (มหาชน)	009
6. นางสาวมณฑา ไก่หิรัญ - ผู้จัดการส่งเสริมนวัตกรรม ฝ่ายพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	009
บทนำ AgTech4OTOP แพลตฟอร์มตลาดเพื่อเกษตรกร การพัฒนาสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นขึ้นบนแพลตฟอร์มสตาร์ทอัพ	010
กลุ่มที่ 1 อารีฟาร์ม : เชื่อมโยงทุกบุคลากรในภาคเกษตร ผลิตและขายได้อย่างยั่งยืน	012
1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มรักัญญะเรียนป่าละอู	014
2. วิสาหกิจชุมชนกาแฟราบีแก้วและมะคาเดเมียแบบประชาอาสารบ้านดงมะไฟ	015
3. ชมรมอุตสาหกรรมเกษตรอินทรีย์แหลมทอง-ปัตตานี จ. พัทลุง	016
4. บริษัท จตุพลชาไทย จำกัด (ดอยแม่สลอง)	017
5. วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบางแคสาบักคี	018
กลุ่มที่ 2 วิเดล : Kaset Forecast ระบบมาตรฐานการผลิตและการตลาดพืชปลอดภัย	020
1. กลุ่มผลิตส้มโอบ้านบางดุก	022
2. วิสาหกิจชุมชนผักและผลไม้ดำเนินสะดวก	023
3. วิสาหกิจชุมชนข้าวเจ้าเกษมสาให้ตำบลหนองควายโซ	024
4. วิสาหกิจชุมชนทุเรียนสวน ป.ป่าละอู	025
5. ภูพานเครื่องดื่ม	026
กลุ่มที่ 3 กรอปเปอร์ : Too Fast To Crop (กู ฟาส ทู กรอป) ทยอยผลิตส่งหน้า	028
1. วิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านโนนกระสัง	030
2. วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรดาวเรือง	031
3. กลุ่มปรับปรุงคุณภาพไม้ผล ตำบลดงห้วยเหล็ก	032
4. วิสาหกิจชุมชนมะพร้าวน้ำหอมฉะเชิงเทรา	033
5. อัก ณ เชียงราย	034
กลุ่มที่ 4 โลเคิล อลออก : การเชื่อมโยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตโดยชุมชน สู่การบริโภคโดยชุมชน	036
1. ชมรมเกษตรวิถีธรรมชาติ	038
2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มชาข้าวเก่า (ข้าวลิบผิว) แบรินต์ข้าวสร้างสุข จ.พะเยา	039
3. สหกรณ์การเกษตร ห้างฉัตร จำกัด	040
4. บริษัท ชาดี101 จำกัด	041
5. วิสาหกิจชุมชนเกษตรไม้ผลตำบลภูเมิน	042
กลุ่มที่ 5 ฟาร์มโตะ : สตาร์ทอัพ ระบบการร่วมเป็นเจ้าของผลผลิตง่ายๆ	044
1. กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตข้าวสาลีหอยดตำบลตำนาน อ. เมือง	046
2. กลุ่มการเกษตรวิสาหกิจชุมชนถั่วลายเสือแม่ฮ่องสอน	047
3. HoneyDee	048
4. กลุ่มผู้ปลูกไม้ผล-มะยมชิดนครนายก	049
5. วิสาหกิจชุมชนส้มบ้านห้วยโป่ง	050

กลุ่มที่ 6 แอปป์ โกรเซอร์ : ร้านขายของชำยุคใหม่ นำสินค้าจากเกษตรกรสู่ผู้บริโภคในเมือง	052
1. กลุ่มเกษตรกรปลูกชมพู่เพชรสุวรรณ	054
2. กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยดำตำบลแก้งหางเมว	055
3. วิสาหกิจชุมชนบ้านสวนวัฒนาการเกษตร	056
4. กลุ่มเกษตรบ้านแสงวิมาน	057
5. สวน ต. ตระกูล สืบประดางแล ภูแลเชียงราย	058
กลุ่มที่ 7 ไร่ฟู้ด : วัตถุดิบต้นทาง ราคาต้นทุน	060
1. กลุ่มแปรรูปกล้วยเล็บมือนางบ้านท่ามะปริง	062
2. กลุ่มรวมใจพัฒนาปลูกข้าวสาลีเมืองพัทลุง	063
3. ร้านแม่เล็ก (กรุหนูประพิก)	064
4. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปปลาน้ำจืดบ้านทะเลน้อย	065
5. วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส้มออก จังหวัดฉะเชิงเทรา	066
กลุ่มที่ 8 มีแซ่ด : แพลตฟอร์มรวบรวมสวนผลไม้คุณภาพส่งตรงจากสวนถึงลูกค้า	068
1. เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส้มโอนครชัยศรี สวนส้มไผ่ทอง	070
2. เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนไม้ผลเพื่อการตลาด บ้านวังพา	071
3. เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส้มโอนครชัยศรี สวนนายประวิทย์	072
4. เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส้มโอนครชัยศรี สวนส้มโอพ่อบัว	073
5. สวนส้มโอคุณอำนวย	074
กลุ่มที่ 9 เนอเจอร์ฟู้ด : แพลตฟอร์มขายสินค้าเกษตรโดยตรงจากเกษตรกรถึงผู้บริโภค	076
1. กลุ่มนาแปลงใหญ่บ้านจันทร์หอม จ.สุรินทร์	078
2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตข้าวอินทรีย์บ้านชะลุ	079
3. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวหอมมะลิเพชรทุ่งกุลาร้องไห้ จ. ร้อยเอ็ด	080
4. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทำนาอินทรีย์ตำบลหุนกลอง (ลุ่มน้ำเสียวน้อย) จ. ร้อยเอ็ด	081
5. วิสาหกิจชุมชนทุเรียน คลองม่วง ปากช่อง	082
กลุ่มที่ 10 เอิร์ธ สตาร์ทเตอร์ : แพลตฟอร์มตลาดนำผลิต... เปลี่ยนสินค้าเกษตรต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง	084
1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟสดแม่ต๋อน	086
2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลไม้ตำบลท่าทราย	087
3. วิสาหกิจชุมชนสภากาแฟชนบท	088
4. หจก. วรรณวงศ์ฟรุ๊ตไจน์	089
5. วิสาหกิจชุมชนแปรรูปลำไยเนื้อสีทอง	090
หนังสือท้าย จ้อคิดจาก Mentor	092
1. คุณภาวรุณ พงษ์วิทย์ภานุ CEO and Founder Talad.com	093
2. ดร. วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ Co-Founder NoBrittle ผู้เขียนหนังสือการเดินทางของเหล่านักคอนันต์	094
3. คุณจุฑารัตน์ พัฒนกร ผู้อำนวยการฝ่ายประกันคุณภาพ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด	094
4. คุณไพฑูรย์ พงษ์ถิ่น CEO and Founder Build One Group	095
5. ดร. ก่อศักดิ์ ไชยธรรมกิจ ผู้จัดการสถาบันนวัตกรรมและบ่มเพาะธุรกิจ บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) Co-Founder Gaorai	095
ก้าวต่อไป... AgTech4OTOP แพลตฟอร์มตลาดเพื่อเกษตรกร	096
หลักสูตรออนไลน์ “AgTech4OTOP แพลตฟอร์มตลาดเพื่อเกษตรกร”	098
ประมวลภาพกิจกรรมโครงการ	102

Popularity

คำนิยม



สนช. เชื่อมโยงธุรกิจระหว่าง สตาร์ทอัพด้านการเกษตร กับกลุ่มเกษตรกร พลิกโฉมเศรษฐกิจ ชุมชนสู่การเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ สนช. เป็นหน่วยงานหลักที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลในการพัฒนาสตาร์ทอัพ ให้เป็นนักบุกเบิกเศรษฐกิจใหม่ (New Economic Warrior: NEW) ด้วยเล็งเห็นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ที่ปรับเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิตให้สะดวกสบาย รวมถึงปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค จากการซื้อสินค้าตามตลาดท้องถิ่น ศูนย์การค้า มาเป็นการซื้อสินค้าผ่านการตลาดออนไลน์ รวมทั้งสตาร์ทอัพด้านการเกษตร ที่สร้างแพลตฟอร์มรูปแบบตลาดใหม่ๆ

เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจของสินค้าทางการเกษตรที่มีคุณภาพสูงในกลุ่มสินค้า OTOP เป็นที่มาของโครงการ AgTech4OTOP เพื่อสร้างมิติใหม่ของการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ของสินค้าเกษตรกรในชุมชน ร่วมกับคนรุ่นใหม่อย่างสตาร์ทอัพ เป็นการกระตุ้นด้านการตลาดที่มีความสำคัญต่อภาคการเกษตร เป็นการพัฒนาประสิทธิภาพด้านการตลาดให้สามารถกระจายผลผลิตไปสู่ผู้บริโภคได้ในวงกว้าง และเตรียมความพร้อมสู่โอกาสการค้าเสรี ช่วยเกษตรกรและผู้บริโภคได้เจรจาซื้อขายในราคาที่เป็นธรรม ลดปัญหาการขาดผลผลิตตกต่ำ และเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรอย่างยั่งยืน

ดร. สุภาพ อัจฉริยศรีวงศ์

กรรมการนวัตกรรมแห่งชาติ และที่ปรึกษาโครงการ AgTech4OTOP



สนช. สร้างแพลตฟอร์มตลาด เพื่อเกษตรกร ตอบโจทย์ยุค New Normal

การพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสของสตาร์ทอัพด้านการเกษตรในด้านการสร้างตลาดสินค้าเกษตรในรูปแบบใหม่ๆ สามารถพัฒนารูปแบบให้สามารถขยายธุรกิจและเติบโตได้อีกมาก สอดรับกับพฤติกรรมของคนไทยซื้อ-ขายของออนไลน์มากขึ้น

โครงการ AgTech4OTOP ได้เข้ามาช่วยในการต่อยอดและเร่งการเติบโตของสตาร์ทอัพด้านการเกษตรให้มีบทบาทมากขึ้น โดยนำร่องกับสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นทั่วประเทศ ทำให้เกิดการสนับสนุนการขายสินค้าเกษตรจากชุมชนบนแพลตฟอร์มสตาร์ทอัพไทย เป็นการเชื่อมโยงและยกระดับเศรษฐกิจชุมชน

ตลอดระยะเวลาโครงการที่ผ่านมา ในส่วนของสตาร์ทอัพ และกลุ่มโอท็อปเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ได้รับการเพิ่มศักยภาพ เปิดมุมมองใหม่ให้เกิดการเติบโต และได้ลงมือปฏิบัติจริง ในการทดสอบตลาดสินค้าเกษตรบนแพลตฟอร์มของสตาร์ทอัพ เกิดเป็นโมเดลตัวอย่างที่พร้อมในการขยายผลได้ต่อไป

ก้าวต่อไป...สามารถขยายผลการดำเนินงานได้อีกหลากหลายกลุ่มเกษตรกร และสินค้าชุมชน OTOP อีกหลากหลายประเภท ที่จะนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมจากคนรุ่นใหม่ มาช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกัน ผ่านการเรียนรู้และการลงมือปฏิบัติจริง ที่จะช่วยการขับเคลื่อนทำให้เกิดการเติบโตของเศรษฐกิจชุมชนและสตาร์ทอัพไปพร้อมกันได้อย่างยั่งยืน

ดร. กริชพกา บุญเฟื่อง

รองผู้อำนวยการด้านระบบนวัตกรรม
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
ประธานคณะทำงาน AgTech4OTOP

Commentary

ข้อคิดจากคณะทำงาน



นวัตกรรมทางการตลาด

ช่วยผลักดันสินค้าชุมชนให้ก้าวไกลระดับสากล

เทคโนโลยีและนวัตกรรม มีความสำคัญในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าในชุมชน การเพิ่มช่องทางการตลาดที่หลากหลาย ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้าของชุมชนออกไปได้อย่างรวดเร็วทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ สำหรับกลุ่ม OTOP กรมการพัฒนาชุมชนมีส่วนช่วยส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ ผ่านโครงการ AgTech4OTOP เป็นอีกโครงการที่ท้าทาย จากความร่วมมือกลุ่ม OTOP ผู้เชี่ยวชาญการผลิต กับกลุ่มสตาร์ทอัพ ที่เชี่ยวชาญด้านการตลาดนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เป็นเครื่องมือการตลาดช่องทางใหม่ ร่วมปรึกษาทำความเข้าใจ เพื่อตกผลึกความคิดร่วมกัน สำหรับช่องทางการตลาดที่จะทำให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนให้เติบโตไปด้วยกัน

นายสุรศักดิ์ อักษรกุล

รองอธิบดี กรมการพัฒนาชุมชน



ตลาดนำการผลิต

ยกระดับสินค้าเกษตรชุมชน ขยายช่องทางการตลาด

เพิ่มโอกาสทางการค้า เสริมรายได้อย่างมั่นคง

เป็นการตอบโจทย์ที่สำคัญในการนำไปสู่การแก้ไขปัญหาของเกษตรกรในปัจจุบัน สำหรับโครงการ AgTech4OTOP ที่ใช้ความเชี่ยวชาญของกลุ่มสตาร์ทอัพด้านการเกษตร มาพัฒนาการตลาดออนไลน์สู่สินค้าการเกษตร ด้วยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นสื่อกลางในการนำสินค้าเกษตรคุณภาพดี ถึงมือผู้บริโภคได้หลากหลายกลุ่มมากขึ้น เป็นการปรับการตลาดให้ทันความเปลี่ยนแปลงของวิถีการใช้ชีวิตในปัจจุบัน กลายเป็น Smart Farming ที่พลิกโฉมการเกษตรไทยให้มีการตลาดที่เข้มแข็ง เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

นายสรศักดิ์ แก่อินทร์

นักวิชาการเกษตรชำนาญการ สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร



GI ช่วยเพิ่มมูลค่าและยกระดับภาพลักษณ์ให้กับสินค้าเกษตรของไทย

กรมทรัพย์สินทางปัญญามอบตราสัญลักษณ์ GI หรือ สินค้าเกษตรที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ให้กับเกษตรกรหรือผู้ประกอบการสินค้าทางการเกษตรที่สามารถระบุแหล่งที่มาของสินค้า และสามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้จะช่วยเพิ่มมูลค่าและยกระดับภาพลักษณ์ให้กับสินค้าประจำท้องถิ่น ยังเป็นการป้องกันคนอื่นเอาชื่อสินค้าไปใช้แอบอ้าง โครงการ AgTech4OTOP ช่วยเชื่อมโยงกลุ่มสตาร์ทอัพการเกษตร กับกลุ่ม OTOP จับมือกันพัฒนาการตลาดเพื่อสินค้าเกษตรที่มีอัตลักษณ์พื้นที่ Startup ช่วยพัฒนาแบรนด์สินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบ GI ของสินค้านั้นๆ ได้ เมื่อจัดวางในตำแหน่งที่ชัดเจน จะช่วยเพิ่มความมั่นใจของผู้บริโภคต่อสินค้า

นายปฎิพัทธ์ ปานสุนทร

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ กรมทรัพย์สินทางปัญญา



เพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันให้ภาคการเกษตรด้วยนวัตกรรมทางเทคโนโลยีทางการตลาด

โครงการ AgTech4OTOP ได้ทดลองรูปแบบจริงๆ ในการเพิ่มหุ้นส่วนธุรกิจกับเกษตรกร และเพิ่ม Traction พิสูจน์รูปแบบธุรกิจให้สามารถขยายผลได้อย่างรวดเร็ว โดยสตาร์ทอัพนำเทคโนโลยีมาพัฒนาการสร้างการตลาดรูปแบบใหม่ ลดขั้นตอนที่เกิดจากคนกลาง ทำให้ห่วงโซ่อุปทานสั้นลง และสนับสนุนเพิ่มเติมเศรษฐกิจชุมชน รวมทั้งสร้างความเข้าใจการบริโภคของลูกค้ายโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ มาร่วมสนับสนุน เพื่อจัดการสินค้าคงคลัง ลดต้นทุนโลจิสติกส์ และการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดขยะกับสิ่งแวดล้อม เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพด้วยการส่งผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรที่มีความสดจากฟาร์มถึงมือผู้บริโภค

นายณฤศณ ธีนวารช

หัวหน้าส่วนบริหารการลงทุน บริษัท อินโนสเปซ (ประเทศไทย) จำกัด



ลดต้นทุนการผลิตเพิ่มรายได้ให้เกษตรกร ด้วยนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี

ในมุมมองของภาคเอกชน โครงการ AgTech4OTOP มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าเกษตรกลุ่มเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ซึ่งสามารถตอบโจทย์ความต้องการของตลาดได้ เพราะมีความโดดเด่นด้านคุณภาพ การรักษาคุณภาพให้คงที่ เป็นการสร้างมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับกับกลุ่มลูกค้าในระยะยาว ตลาดต่างประเทศมีความต้องการสินค้าทางการเกษตรอีกมาก การเพิ่มช่องทางการขายให้สามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวกขึ้น และควรศึกษารูปแบบการขยายการส่งออกไปสู่ตลาดต่างประเทศ

นายออาจ กิตติคุณชัย

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ชันสวีท จำกัด (มหาชน)



สตาร์ทอัพด้านการเกษตร...สร้างนวัตกรรม พลิกโฉมการเกษตร

ความมุ่งมั่นของสตาร์ทอัพด้านการเกษตร ในการแก้ไขปัญหาด้านการเกษตรตลอดห่วงโซ่มูลค่าเพิ่ม โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและให้เกิดแนวทางการแก้ไขปัญหาคือใหม่ๆ ในทางธุรกิจเกษตร ในโครงการ AgTech4OTOP ไม่ได้เป็นเพียงระบบตลาดออนไลน์ แต่มีการพัฒนาสินค้าด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมร่วมด้วย เช่น การสร้างตราสินค้า การบริหารจัดการเรื่องต้นทุนและราคา ฯลฯ สตาร์ทอัพเกษตรในอนาคตมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก เห็นได้จากข้อมูลการลงทุนปี 2020 ของกลุ่มร้านขายสินค้าเกษตรออนไลน์ (E-Grocery) ในต่างประเทศมีมูลค่าสูงถึง 5.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 150 พันล้านบาท โครงการนี้จึงเป็นการเปิดโอกาสให้สตาร์ทอัพไทยได้ทดสอบตลาดร่วมกับเกษตรกร เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์การสร้างตลาดให้สินค้าชุมชนเพิ่มจำนวนมากขึ้นและเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป

นางสาวมณฑา ไก่หิรัญ

ผู้จัดการส่งเสริมนวัตกรรม

ฝ่ายพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

Introduction

บทนำ

AgTech4OTOP แพลตฟอร์มตลาด เพื่อเกษตรกร

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ NIA พนักำล้งกับพันธมิตรดำเนินโครงการ AgTech4OTOP ร่วมพลิกโฉมเศรษฐกิจชุมชนสู่การเติบโตไปพร้อมกับสตาร์ทอัพสายเกษตร โดยได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ ซึ่งมีสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นฝ่ายเลขานุการ ที่ให้อโอกาสและให้การสนับสนุนการดำเนินโครงการสร้างตลาดรูปแบบใหม่จากสตาร์ทอัพด้านการเกษตรสำหรับกลุ่ม OTOP เกษตรอัตลักษณ์พื้นที่กัน อีกทั้งมีหน่วยงานพันธมิตรได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการพัฒนาชุมชน กรมทรัพย์สินทางปัญญา เข้าร่วมสนับสนุนให้คำแนะนำ ความร่วมมือ และเป็นวิทยากร

โดยโครงการนี้มีกลุ่มเป้าหมายเป็นสตาร์ทอัพด้านการเกษตรไทย (AgTech Startup) ที่มีแพลตฟอร์มตลาดเพื่อเกษตรกร เพื่อมุ่งสร้างสรรค์ตลาดรูปแบบใหม่ให้กับสินค้า OTOP เพื่อพัฒนารูปแบบตลาดในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตสินค้าการเกษตรอัตลักษณ์พื้นที่กันไปสู่ผู้บริโภคให้สามารถขยายผลและกระจายได้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น เช่น ระบบเจ้าขอร่วมผลิต ระบบการประมูลสินค้าเกษตร หรือ E-bidding ระบบตลาดออนไลน์ หรือ Marketplace และ ระบบการขายออนไลน์ส่งมอบให้ผู้บริโภคและธุรกิจเกษตร (B2B/B2C)

กลุ่ม OTOP เกษตรอัตลักษณ์พื้นที่กัน จะเป็นชุมชนด้านการเกษตรกรจับคู่กับสตาร์ทอัพที่มีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาตลาดรูปแบบใหม่ๆ แล้วเรียนรู้ ทดสอบ และใช้เครื่องมือของสตาร์ทอัพในการพัฒนาหรือต่อยอดธุรกิจสินค้าชุมชน ถือเป็นการพัฒนาตลาดรูปแบบใหม่ที่มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีและเครื่องมือในการทำงาน เพื่อรองรับพฤติกรรม การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคในยุค New Normal ที่มีการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์กันเพิ่มมากขึ้นให้

การดำเนินโครงการนำร่องกับ 10 สตาร์ทอัพด้านการเกษตร ที่รูปแบบการสร้างตลาดรูปแบบใหม่ให้กับสินค้าเกษตร ที่ผ่านการคัดเลือกได้แก่

อาร์ฟาร์ม

เชื่อมโยงทุกฤดูกาล
ในภาคเกษตร
ผลิตและขายได้อย่างยั่งยืน

ไวเคฟ

Kaset Forecast
ระบบมาตรฐาน การผลิตและ
การตลาดพืชปลอดภัย

คอปเปอร์

Too Fast To Crop
ทุ ฟาส ทุ คอป
ขายผลผลิตล่วงหน้า

โลเคิล อลอค

การเชื่อมโยงการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตโดยชุมชน
สู่ผู้บริโภคโดยชุมชน

ฟาร์มโตะ

สตาร์ทอัพ ระบบการร่วม
เป็นเจ้าของผลผลิตง่ายๆ

แฮปปี้ โกรเซอร์

ร้านขายของชำยุคใหม่
นำสินค้าจากเกษตรกร
สู่ผู้บริโภคในเมือง

ไฟด์ฟู้ด

วัตถุดิบต้นทางราคาต้นทุน

มีแซด

แพลตฟอร์มรวบรวม
สวนผลไม้คุณภาพ
ส่งตรงจากสวนถึงลูกค้า

เนอเจอร์ฟู้ด

แพลตฟอร์มขายสินค้า
เกษตรโดยตรงจากเกษตรกร
ถึงผู้บริโภค

เอิร์ธ สตาร์ทเตอร์

แพลตฟอร์ม พัฒนาสินค้าชุมชน
เกษตร ต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์
มูลค่าสูงออกสู่ตลาด

ทั้งนี้ กลุ่ม OTOP เกษตรอัตลักษณ์พื้นที่กัน ที่ผ่านการคัดเลือกนำร่องจำนวน 50 กลุ่ม ที่ครอบคลุมทั้ง 4 ภาค จำนวน 28 จังหวัด 39 ชนิดสินค้า โดยจะผ่านการอบรมให้เข้าใจถึงธุรกิจตลาดออนไลน์ การใช้เทคโนโลยีเพิ่มประสิทธิภาพการเกษตร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดห่วงโซ่การผลิต เพื่อจุดประกายแนวทางการสร้างสรรค์ทางการตลาด และการจัดการผลผลิตทางการเกษตรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด



จากนั้น เสริมสร้างศักยภาพเปิดมุมมองการสร้างเข้าใจในการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่มูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตร เพื่อดึงจุดเด่นนำไปสู่การสร้างเครื่องมือทางตลาดที่เหมาะสมให้กับสินค้าเกษตร ตลอดจนภาพรวมการส่งสินค้าจากเกษตรกรถึงผู้บริโภค

หลังจากการอบรมเสริมสร้างศักยภาพ สตาร์ทอัพและกลุ่ม OTOP เกษตรอัตลักษณ์พื้นที่ เข้าร่วมกิจกรรมบ่มเพาะและร่วมพัฒนาสินค้าร่วมกัน เช่น การสร้างเรื่องราวให้กับสวนหรือผลิตภัณฑ์ การสร้างความแข็งแกร่งให้กับตราสินค้าหรือแบรนด์ รวมถึงการสร้างช่องทางการตลาดเชื่อมโยงกับตลาดทั้งในระดับผู้บริโภค และกลุ่มธุรกิจ เช่น ร้านค้า โรงแรม และกลุ่มแปรรูปธุรกิจเกษตร ตลอดจนสร้างตลาดต่างประเทศ ซึ่งสตาร์ทอัพที่เข้าร่วมโครงการฯ ทั้ง 10 ราย มีวิธีการทำงานและแนวทางการพัฒนาที่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากปัญหาหรือศักยภาพของเกษตรกรเป็นหลักด้วย ทั้งนี้ เมื่อทั้งสองกลุ่มได้มาจับคู่กัน ทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบในการสร้างแนวทางการตลาดใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วขึ้น

ผลสำเร็จที่เกิดขึ้นในโครงการได้มีการรวบรวมองค์ความรู้ และเป็นข้อมูลกลางให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ สตาร์ทอัพ และเกษตรกร รวมทั้งจัดทำหลักสูตรออนไลน์ “AgTech4OTOP แพลตฟอร์มตลาดเพื่อเกษตรกร” โดยมีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการเกษตร เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเกษตรกร สำหรับกลุ่มเกษตรกรและผู้สนใจในธุรกิจเกษตรคนในรุ่นต่อไป ไปซึ่งการอบรมครอบคลุมตั้งแต่เริ่มต้นผลิตสินค้าเกษตร จนถึงการทำตลาด ประกอบไปด้วย 6 กลุ่มการเรียนรู้ 1) แนะนำโครงการ AgTech4OTOP 2) เกษตรอัตลักษณ์พื้นที่และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 3) มาตรฐานสินค้าเกษตร 4) นวัตกรรมทางการเกษตร 5) การบริหารจัดการขนส่งสินค้าเกษตร และ 6) แนะนำ 10 สตาร์ทอัพด้านการเกษตรที่มีความตั้งใจและมุ่งมั่นเข้ามาช่วยเพิ่มช่องทางตลาดให้เกษตรกร ผู้สนใจสามารถเข้าไปที่เว็บไซต์ <https://agtech4otopia.or.th>

AgTech4OTOP ถือเป็นมิติใหม่ของการพัฒนาสินค้าเกษตร สินค้าชุมชน ร่วมกับคนรุ่นใหม่อย่างสตาร์ทอัพไทย เกิดเป็นโมเดลตัวอย่างที่พร้อมในการขยายผลได้ต่อไป โดย สนช. และหน่วยงานต่างๆ รวมถึงคณะทำงานโครงการฯ พร้อมร่วมสนับสนุนต่อยอดอย่างเต็มที่ เพื่อให้เกิดการเติบโตไปด้วยกันทั้งธุรกิจสตาร์ทอัพด้านการเกษตรและธุรกิจชุมชนได้อย่างยั่งยืน



ALI FARM

อารีฟาร์ม เป็นแพลตฟอร์ม กลไกเกษตรพาณิชย์ยุค 5G ที่เข้ามาช่วย

1. รวบรวมคำสั่งซื้อสินค้าเกษตรจากผู้ซื้อ อย่างห้างสรรพสินค้า โรงแรม ร้านอาหาร
2. จับคู่ให้เกษตรกรที่มีผลผลิตตรงความต้องการของผู้ซื้อให้เกิดการซื้อขายกัน
3. ช่วยให้เกษตรกรมีตลาดล่วงหน้าก่อนวางแผนการผลิต
4. ช่วยแก้ไขปัญหาราคาผลผลิตเกษตร และการผลิตสินค้าเกษตรล้นตลาด



086-351 5868, 061-553 5588



www.foodnavigator.co



farmbook@qboxpoint.com



เกษตรกรสร้างตัวตน
บนโลกดิจิทัล



พาไป have fun
ถึงแหล่งผลิต



ซื้อสินค้าจากเกษตรกร
อย่างใกล้ชิด



ในราคาที่เป็นมิตร
และยุติธรรม



เช็กนับ
และตรวจสอบได้



เชื่อมโยงผู้ซื้อ-ผู้ขาย
ให้มาเจอกัน

AGTECH 4 OTOP



ระบบบริหารจัดการ(Supply Chain) เป็นแหล่งเชื่อมโยงต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำในภาคเกษตร โดยทำตลาดล่วงหน้า ให้เกษตรกรวางแผนการผลิต ผู้ซื้อสามารถค้นหาสินค้ารวมถึงวางแผนการซื้อล่วงหน้าทำให้ได้สินค้า อย่างต่อเนื่อง และได้มาตรฐานโดยการใช้งานผ่าน Alifarm เชื่อมโยงผู้ซื้อผู้ขายให้มาเจอกัน นำพาโอกาสการค้าที่เติบโตไปด้วยกัน (Business Matching)

Alifarm เป็นระบบที่ทำให้ผู้ซื้อและผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลสินค้าย้อนกลับได้ตลอดกระบวนการผลิตและติดตาม พิษผล (Traceability) ทุกขั้นตอนจนถึงมือผู้บริโภคสร้างความเชื่อมั่นและตรวจสอบได้ทำให้เกิดการสร้างเรื่องราวของสินค้า ของเกษตรกร(Farm story) นำพาไป have fun ถึงแหล่งผลิต เกษตรกรสร้างตัวตนในโลก digital ให้เกิดความจดจำ ของแบรนด์ผ่าน QR CODE

ชุดเด่นของสินค้า ต่อยอดภาพลักษณ์ ออร์แกนิกให้ชัดเจน



ทุเรียนหมอนทองป่าละอูแท้ GI ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลิตด้วยกรรมวิธีแบบเกษตรอินทรีย์ เนื้อสัมผัสเป็นเอกลักษณ์ กลิ่นอ่อนไม่ฉุน เนื้อละมุน กล้วยี่ซึ่งเอกลักษณ์และคุณภาพของความเป็นทุเรียนป่าละอู

เดิมเกษตรกรขายแบบยกลูกยกกลัง โดยคิดราคาตามน้ำหนัก กล่องบรรจุเป็นเป็นลังทั่วไป ทีมงาน Alifarm ทำการดึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของเกษตรอินทรีย์ สินค้าทุเรียนป่าละอู ออร์แกนิก สื่อผ่านภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า และสามารถป้องกันความเสียหายระหว่างขนส่งก่อนถึงมือลูกค้า ฉลากเป็นตัวช่วยในการสื่อเรื่องราวสินค้าที่น่าสนใจ เพิ่มความน่าเชื่อถือ การมี QR CODE ทำให้ลูกค้ารู้ที่มาของสินค้าและสามารถสัฟฟร้อเดอร์ล่วงหน้า

เพื่อยกยอกลุ่มลูกค้าให้หลากหลายและขยายวงกว้างมากขึ้น เรารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทุเรียนป่าละอู สื่อสารลงบนแพลตฟอร์ม Alifarm เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ และสามารถ Matching คู่ค้าผ่านทางแพลตฟอร์ม เป็นการขยายลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น



วิสาหกิจชุมชนกลุ่มรักทุเรียน ป่าละอู จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นายเชมชาย หอมดี

ช่วงเริ่มโครงการผลผลิตยังไม่ออก จะเริ่มเก็บผลผลิตได้ช่วง ก.ค. ทีมงานพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้นำสนใจ สวยงาม การตลาดระบบเป็นการจอล่วงหน้าและการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า ทีมงานให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีการตลาดรูปแบบใหม่ให้กับสมาชิกในกลุ่ม โดยระบบและจัดอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจ โครงการมีนโยบายที่ดีช่วยพัฒนาระบบการตลาดให้เกษตรกรให้มีช่องทางการตลาดใหม่ๆ

การดึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของเกษตรอินทรีย์
สินค้าทุเรียนป่าละอูออร์แกนิก สื่อผ่านภาพ
ลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า
และสามารถป้องกันความเสียหายระหว่าง
ขนส่งก่อนถึงมือลูกค้า



กาแฟออร์แกนิกดมะไฟ สุนทรีย์ของคนรักสุขภาพ

พืชเศรษฐกิจที่มาแรงตอนนี้ คือ “กาแฟดมะไฟ” อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา กาแฟอาราบิก้า ที่ปลูกแบบอินทรีย์ปลอดสารเคมี 100% เนื่องจากพื้นที่ปลูกกาแฟดมะไฟ เป็นแหล่งต้นน้ำ ได้รับการขึ้นทะเบียนรับรองเป็นสินค้า GI หรือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้ว เป็นแหล่งผลิตกาแฟรสเลิศของไทยอีกแห่งหนึ่ง มีความหอมเป็นเอกลักษณ์ไม่เป็นรองใคร ด้วยปริมาณคาเฟอีนเพียง 1% ต่อน้ำหนัก เนื่องจากแหล่งปลูกเราสูงกว่าระดับน้ำทะเลน้อยจึงมีค่าคาเฟอีนต่ำมากๆ จึงถูกใจคนรักสุขภาพ

ทางชุมชนได้สร้างอาชีพให้เกษตรกรแบบยั่งยืน มีการดำเนินการเกษตรแบบครบวงจร ตั้งแต่การปลูก เก็บเกี่ยว แปรรูป และบรรจุภัณฑ์ สามารถผลิตเมล็ดกาแฟคั่วกลาง 100, 500 กรัม จำนวน 1,000 ชุด /เดือน และ กาแฟซองน้ำหนัก 6 ซอง/กล่อง จำนวน 1,000 กล่อง/เดือน โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟอาราบิก้าและมะคาเดเมีย แบบประชารัฐ บ้านดมะไฟ จังหวัดนครราชสีมา

แหล่งผลิตกาแฟรสเลิศของไทยอีกแห่งหนึ่ง
มีความหอมเป็นเอกลักษณ์ไม่เป็นรองใคร
ด้วยปริมาณคาเฟอีนเพียง 1% ต่อน้ำหนัก
เนื่องจากแหล่งปลูกเราสูงกว่าระดับน้ำทะเลน้อย
จึงมีค่าคาเฟอีนต่ำมากๆ จึงถูกใจคนรักสุขภาพ



วิสาหกิจชุมชน
กาแฟอาราบิก้าและมะคาเดเมีย
แบบประชารัฐ บ้านดมะไฟ
จังหวัดนครราชสีมา
คุณนพดล ม่วงแก้ว

ทาง Startup ได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยดึงอัตลักษณ์ออกมาได้โดดเด่น ทำให้สินค้าดูน่าสนใจมากขึ้น และการมี QR CODE ทำให้ลูกค้าได้รับรู้แหล่งที่มาและจุดเด่นของกาแฟดมะไฟต่อไปลูกค้าน่าจะมีความหลากหลาย ได้กลุ่มลูกค้ากลุ่มคนรักสุขภาพ เนื่องจากสร้างการรับรู้ถึงจุดเด่นสินค้า อยากให้จัดโครงการอย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาด้านการเกษตรที่ยั่งยืน



ทีมงานได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูเรียบหรูพรีเมียม ช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้า ดึงอัตลักษณ์ของสินค้ามาสร้างเรื่องราวให้เป็นที่น่าสนใจ เพื่อลงบนแพลตฟอร์ม Alifarm สื่อสารให้กลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ ได้รับรู้ข้อมูลของกาแฟออร์แกนิกดมะไฟ ขายเป็นเมล็ดกาแฟ เป็นเมล็ดกาแฟคั่วสดบดใส่ซอง

ข้าวสังข์หยด ไฟเบอร์สูงยิ่งทานยิ่งดี มีประโยชน์



**ชมรมอุตสาหกรรม
เกษตรอินทรีย์แหลมทอง-ปัตตานี
จังหวัดพัทลุง**
คุณนิสารัตน์ สืบสาย

ระบบ Alifarm ในการขายสินค้าในออนไลน์ โดยที่สามารถมี Order ล่วงหน้าจากผู้ซื้อ ช่วยพัฒนาการตลาดให้เป็นระบบมากขึ้น กระจายข่าวสารให้เป็นที่รู้จักได้กว้างขึ้น คิดว่าแนวโน้มยอดขายของฤดูเก็บเกี่ยวต้องเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน



ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง GI ของชมรมอุตสาหกรรมเกษตรอินทรีย์แหลมทอง-ปัตตานี จังหวัดพัทลุง เป็นการรวมกลุ่มเกษตรกรทำข้าวสังข์หยดพัทลุง ด้วยกระบวนการผลิตแบบชีวภาพ-อินทรีย์ 100% มีสมาชิกในกลุ่มประมาณ 20 ราย ด้วยคุณสมบัติที่มากคุณค่าทางโภชนาการของข้าวสังข์หยด น้ำตาลน้อย ทานแล้วไม่อ้วน ไฟเบอร์สูง เป็นจุดเด่นที่ต้องสร้างการรับรู้ต่อผู้บริโภค

เดิมเกษตรกรเน้นขายส่งข้าวเปลือกล็อตใหญ่ให้โรงสีหรือกลุ่มพ่อค้า ครั้งละหลายตันแต่ได้ราคาไม่สูง เรายังมีรูปแบบการตลาดลักษณะเดิมไว้ แต่ได้เพิ่มเติมข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์ม Alifarm เพื่อได้ลูกค้าใหม่ๆ รวมถึงลูกค้ากลุ่มคนรักสุขภาพ เป็นการเปิดกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ

นอกจากนี้เกษตรกรยังบรรจุข้าวสารเป็นแบบถุงละ 1 กิโลกรัม ซึ่งมีประสบการณ์ปัญหาถุงบรรจุรั่ว ภาชนะเดิมมีลูกค้ายาใจพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ร่วมกับเกษตรกร โดยบนฉลากเกษตรกรต้องการมีรูปเด็ก 2 คน เพื่อสื่อให้ทราบว่าคือโรมาหลานย่าแดง เนื่องจากตลาดข้าวมีการแข่งขันสูง บรรจุภัณฑ์ต้องดึงดูดความสนใจตั้งแต่แรกเห็น ออกแบบเป็นเสื้อชาวนาคาดผ้าขาวม้า มี QR CODE สำหรับการรองรับการขายออนไลน์

การสร้างความรู้รูงผู้บริโภค เราสามารถให้ลูกค้าสแกน QR CODE เพื่อรับรู้เรื่องราวของข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง ตั้งแต่การผลิต พื้นที่เพาะปลูกที่เป็นเกษตรอินทรีย์ จนถึงการเก็บรักษาผลผลิตอย่างดีเยี่ยม เพื่อส่งมอบคุณภาพดีสู่ผู้บริโภค

ขยายกลุ่มลูกค้าหลากหลาย ด้วยแพลตฟอร์มที่แตกต่าง



ชาอู่หลงจตุผล ชาคุณภาพระดับพรีเมียม ผ่านการรับรองการผลิต GMP และ ออย. ไม่ใส่วัตถุกันเสีย ไม่แต่งกลิ่นรส สี ส้มเคราะห์ ว่าเป็นชาปลอดสารพิษ มีความหอมนุ่ม ด้วยการคัดสรรใบชาเก่าอ่อน การแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายของรสชาติ เพื่อเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภค ผลิตและจัดจำหน่าย ใบชา อู่หลง มักจะสุตรผสมกลิ่นดอกไม้ต่างๆ จนได้รสชาติที่แตกต่างและหอมนุ่ม ทำให้จตุผลชาไทยมีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร

ด้วยคุณภาพที่แข็งแกร่งอยู่แล้วของสินค้า เราได้ร่วมพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อให้ดูร่วมสมัย เนื่องจากการดื่มชาไม่ได้มีเพียงกลุ่มผู้ใหญ่อีกต่อไป ด้วยรุ่น คนทำงานหันมาดื่มชากันมากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงเป็นจุดแรกของการดึงดูดความสนใจกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ ที่จะเพิ่มกลุ่มลูกค้าหลายช่วงวัยมากขึ้น รวมถึงการสร้างเรื่องราวของแพลตฟอร์ม Alifarm เป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดสำหรับ



**บริษัทจตุผลชาไทย
(ดอยแม่สลอง)
จังหวัดเชียงราย
คุณฐิตาภา ชีวินเฉลิมโชติ**

ทีมงานดีมีอัตลักษณ์และความโดดเด่นของสินค้าสื่อออกมาได้ชัดเจน มีการอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ระบบในแพลตฟอร์ม Alifarm เพื่อโปรโมตการขายสินค้าในอนาคต



การ Matching ธุรกิจเพิ่มอีกหนึ่งช่องทาง และการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องผ่านสื่อโซเชียลในช่องทางต่างๆ

แค่สแกนก็มั่นใจได้เลย... ส้มโอขาวใหญ่แท้จากสวน



วิสาหกิจชุมชน
แม่บ้านเกษตรกร
บางแคสามัคคี
จังหวัดสมุทรสงคราม
คุณอรทัย แยมปื๋อ

โครงการนี้ดีมากอยากให้มีการจัดอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งให้กลุ่มเกษตรกร ทาง Startup ให้คำแนะนำได้ดีมาก และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดูเก๋ ทันสมัย สามารถสร้างมูลค่าสินค้าสามารถปรับให้ได้ราคาสูงขึ้น คิดว่าในฤดูกาลหน้า ยอดขายคาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้นได้อย่างแน่นอน ขอขอบคุณของอุดหนุนเกี่ยวกับเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน

ส้มโอขาวใหญ่ภูตะวัน ส้มโอสายพันธุ์ขาวใหญ่ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แม่บ้านเกษตรกร บางแคสามัคคี จ.สมุทรสงคราม มีจุดเด่นที่ไร้เมล็ด ได้รับมาตรฐาน Q และ OTOP 4 ดาว และมี GI ผลิตได้ประมาณเฉลี่ย 1 ตันต่อปี

นอกจากจะขายหน้าสวน ยังมีการออกบูธ โดย QR CODE จำหน่ายแบบลูกและแกะพร้อมทาน ดีไซน์สติ๊กเกอร์ให้มี Tag OR CODE เพื่อข้อมูลสินค้าผ่าน farm Sky สร้างความมั่นใจว่าเป็นส้มโอคุณภาพพันธุ์แท้แน่นอน และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยให้ลูกค้าสะดวกในการหิ้วกลับบ้านมากขึ้น ทีมงานยังได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจ แจกแจง ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจหลายแห่ง แต่ด้วยสถานการณ์ โควิด 19 เราจึงเริ่มต้นด้วยการร่วมกันพัฒนาออกแบบแบรนด์ของลูกค้าให้ชัดเจน เพื่อให้สามารถขายได้ราคาเพิ่มขึ้นสร้างการรับรู้ให้กับเกษตรกรเพื่อสามารถใช้ระบบ Alifarm ในการขายสินค้าในอนาคต โดยที่สามารถมี Order ส่วนหน้าจากผู้ซื้อเพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับเกษตรกร รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อสร้างฐานลูกค้าใหม่ๆ





ALI FARM

ACTIVITY

- วิสาหกิจชุมชนกลุ่มรักแม่ทุเรียนป่าละอู จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นายเชิษชาย หอมดี
- วิสาหกิจชุมชน กาแฟอาราบิก้าและมะคาเดเมีย แบบประชาอาสา บ้านดงมะไฟ จังหวัดนครราชสีมา คุณนพดล ม่วงแก้ว
- ชมรมอุตสาหกรรม เกษตรอินทรีย์แหลมทอง-ปันแต จังหวัดพัทลุง คุณนิสาร์ตน์ สืบสาย
- บริษัทจตุพลชาไทย (ดอยแม่สลอง) จังหวัดเชียงราย คุณจิตตภา ช้วนเฉลิมโชค
- วิสาหกิจชุมชน แม่บ้านเกษตรกร บางแคสามัคคี จังหวัดสมุทรสงคราม คุณอรทัย แยมปื๋อ





VDEV

KASET FORECAST ระบบมาตรฐานการผลิต และการตลาดพืชปลอดภัย

KASET FORECAST คืออะไร

แพลตฟอร์มวิเคราะห์ความคุ้มค่าก่อนตัดสินใจลงทุนปลูกพืชแต่ละชนิดตามที่ตลาดต้องการ พร้อมขั้นตอนการปฏิบัติที่ดีให้ได้ตามมาตรฐาน พืชปลอดภัย GAP มีการทำงาน 2 กลไกหลัก คือ KASET TRACKING ติดตาม มาตรฐานการผลิตและตรวจสอบย้อนกลับ KASET DEAL เชื่อมโยงตลาดกับแหล่งผลิต



092-259 8929



www.facebook.com/vdevsoft



www.vdevsoft.co.th



peeradaa.b@Hotmail.co.th



Mooyong8





เอนด์สูงภาพ อาหารปลอดภัย เรียนรู้ขั้นตอนการผลิตเกษตรปลอดภัยทั้งหมด เก็บข้อมูล วิเคราะห์และวางแผน เพื่อประเมินผลและวางแผนล่วงหน้า บริหารการผลิตแต่ละแปลง บริหารสมาชิกลูกสวน สร้างแพลตฟอร์ม Kaset Forecast วิเคราะห์ความคุ้มค่าก่อนตัดสินใจลงทุนปลูกพืชแต่ละชนิดตามตลาดต้องการ พร้อมขั้นตอนการปฏิบัติ ที่ดีให้ได้ตามมาตรฐานพืชปลอดภัย GAP ส่งเสริมการตลาดให้ไปได้ไกลกว่าเดิม ผ่านการเล่าเรื่องราวสินค้าคุณภาพสู่ระดับพรีเมียม เพิ่มความน่าเชื่อถือ ให้เกิดการซื้อซ้ำ

ขยายพื้นที่เพาะปลูก รองรับยอดขายในอนาคต



กลุ่มผลิตส้มโอบ้านบางดุก
(ส้มโอกับทีมสยามปากพนัง)
จ.นครศรีธรรมราช
คุณอัมพร สวัสดิ์สุข

จากการที่ได้ทำงานร่วมกับกลุ่ม VDEV ทำให้ยอดขายสูงขึ้นมาก มีคนรู้จักสินค้าเรามากขึ้น รูปลักษณ์ของกล่องบรรจุดูสวยงาม แนะนำการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มผลผลิตซึ่งจะเป็นผลดีในระยะยาวเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ทำให้ได้กลุ่มลูกค้าหลากหลายยิ่งขึ้น

“ส้มโอกับทีมสยาม” ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI โดย ส้มโอบ้านบางดุก เป็นหนึ่งในชุมชนที่ผลิตผลส้มโอกับทีมสยามปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีเนื้อส้มโอมีสีแดงเข้มคล้ายสีกับทีมกลีบแน่น ผลโต ด้วยลักษณะภูมิศาสตร์สภาพดินจอมที่นี้จะมีแคลเซียมสูง เนื่องจากอยู่ไม่ไกลจากทะเล ทำให้เมื่อมีการปลูกส้มโอจะได้รสชาติส้มโอที่มีความเฉพาะไม่เหมือนใคร รสหวานฉ่ำ ไม่ฝาดไม่ขมติดลิ้น กรอบนอกนุ่มใน เมล็ดน้อย

ทีม VDEV เป็นสตาร์ทอัพเกษตรที่มีเทคโนโลยีการตรวจสอบแปลงปลูกร่วมกับการสร้างตลาดให้เป็นที่รู้จักได้แพร่กระจายมากขึ้น มาสร้างกระบวนการรับรู้ให้กับเครือข่ายเพื่อกลุ่มเกษตรกรเห็นประโยชน์ของการบันทึกข้อมูลกิจกรรมแปลงที่ จากเดิมมีพื้นที่ 700 ไร่ ได้ GI แล้วเพียง 218 ไร่ ยังมีพื้นที่ที่สามารถสร้างผลผลิตได้อีกกว่า 500 ไร่ เพื่อให้กลุ่มสามารถวางแผนเพิ่มปริมาณผลผลิตได้มากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ และลดต้นทุนการผลิต



เดิมช่องทางการขายทางเกษตรกรมีการขายส่งทางไปรษณีย์กับหน้าร้านเท่านั้น เราได้เพิ่มช่องทางการขายออนไลน์โดยออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการขนส่ง ป้องกันความเสียหาย และทำ QR CODE เป็นการสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า ซึ่งสามารถตรวจสอบสินค้าได้จริงว่าส้มโอมาจากแหล่งผลิตไหน แต่เนื่องจากระหว่างทำโครงการประสบปัญหาน้ำท่วมหนักในรอบ 40 ปี ทีมจึงทำแผนการตลาดรองรับฤดูกาลถัดไป ซึ่งส้มโอมีช่วงเวลาเก็บเกี่ยวช่วงเมษายนช่วงนี้ทำแผนการตลาดเตรียมเสนอโปรโมชันผลักดันยอดขายช่วง 12 เดือนนี้แบบมีส่วนร่วม

รักษาคุณภาพสินค้า จากต้นทางสู่ปลายทาง



“มะพร้าวน้ำหอม” อินทรีย์ ได้รับมาตรฐาน Earth Safe อินทรีย์วิถีไทย เกษตรกรในชุมชน อ.ดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี มุ่งเน้นการทำการเกษตรแบบอินทรีย์ ทำให้ได้ผลผลิตผักและผลไม้ที่มีคุณภาพสู่ผู้บริโภค อย่างสะอาด และจริงใจ สามารถผลิตมะพร้าวน้ำหอมได้ 9,600 – 115,200 ผล/ปี

การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางเกษตรมีผลผลิตที่หลากหลายทั้งจำหน่ายน้ำมะพร้าวน้ำหอมแบบผลสด แบบบรรจุถุง ขายเนื้อมะพร้าว ขุนมะพร้าว ดังนั้นบรรจุกักตุนต้องสามารถเก็บรักษาคุณภาพสินค้าก่อนถึงมือผู้บริโภคให้ได้คุณภาพมากที่สุด เราทำถุงลามิเนต โฟรเซน เพื่อช่วยรักษาสภาพสินค้าให้รักษาคุณภาพ สามารถเก็บรักษาน้ำมะพร้าวให้คงคุณค่าจากสวนได้นานขึ้นในขณะขนส่งก่อนถึงมือผู้บริโภค สามารถทำให้อุ่นหุงมีเย็นได้เร็วขึ้นสินค้าจึงคงความสดใหม่



**วิสาหกิจชุมชนผัก
และผลไม้ดำเนินสะดวก
(มะพร้าวน้ำหอม)
จ.ราชบุรี
คุณवलลือ เทอดเกียรติกุล**

ทีมงานได้แนะนำการวางแผนทรัพยากรบุคคลให้เหมาะสมกับงาน และยังสร้างเรื่องราวสินค้าให้มีความน่าสนใจ และโปรโมทสินค้าหลายช่องทางทั้ง facebook, Instagram มีการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม VDEV เพื่อเพิ่มช่องทางทางการตลาด นอกจากนี้บรรจุกักตุนยังสามารถเก็บรักษาสินค้าให้คงคุณภาพความสดใหม่จนถึงมือลูกค้า

การออกแบบแบรนด์เพื่อสร้างความแข็งแกร่งความเป็นมะพร้าว สร้างเรื่องราว และประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย อาทิ facebook, Instagram การเพิ่มช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์ นำสินค้าเข้าห้างสรรพสินค้า และโรงแรม ร้านอาหาร งานจัดเลี้ยง ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

ชูจุดเด่นสินค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ในการเพิ่มผลผลิต



ข้าวเจ้าเขยเสาไห้มีผลผลิตออกมาในแต่ละปีไม่มากนัก ประมาณ 6 ตันต่อปี (พื้นที่ 15 ไร่) แต่ด้วยคุณลักษณะพิเศษ คือเป็นข้าวพันธุ์ดั้งเดิมซึ่งเป็นพันธุ์แท้ มีคุณค่าทางอาหารสูง เราได้รวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อส่งต่อข้อมูลและนำพันธุ์ข้าวให้กับกลุ่มเกษตรกรที่สนใจ เพื่อเป็นการขยายพันธุ์ข้าวเจ้าเขยเสาไห้มากขึ้น เป็นการเพิ่มผลผลิตเพื่อรองรับการตลาดในระยะยาว โดยเราต้องสร้างความเชื่อมั่นในเกษตรกรด้านการตลาด

นอกจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เราได้หาข้อมูลในการพัฒนาสินค้าเพื่อแปรรูปที่หลากหลาย เป็นการต่อยอดการตลาดและเพิ่มมูลค่าของสินค้า เนื่องจากข้าวเจ้าเขยเสาไห้เป็นข้าวที่มีแร่ธาตุสูง สินค้ามีจุดเด่นด้านสุขภาพ เราจะชูจุดเด่นส่วนนี้ แล้วนำไปแปรรูปเป็นอีกเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

เราให้ความรู้กับกลุ่มเกษตรกรเกี่ยวกับประโยชน์ของเทคโนโลยี ให้เห็นประโยชน์ของการใช้ application ของ VDEV สตาร์ทอัพที่ร่วมดำเนินในโครงการ ด้วยการบันทึกข้อมูลกิจกรรมแปลง เช่น ปัจจุบัน 15 ไร่ ผลผลิต (ข้าวสาร) 6.7 ตัน/ปี (เป้าหมายในปี 2564 : ขยายพื้นที่ปลูกเป็น 30 ไร่ และเพิ่มจำนวนสมาชิก เพื่อให้ได้ข้าวสาร 15 ตัน/ปี) ให้กลุ่มสมาชิกเกษตรกรเห็นภาพและสามารถวางแผนเพิ่มปริมาณผลผลิตได้มากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ



วิสาหกิจชุมชนข้าว
เจ้าเขยเสาไห้
ตำบลหนองควายโซ
จ.สระบุรี
คุณนายสมพร ท่วมโซติ

ทีมงานได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ออกมาดูดีสวยงามระบุ GI เพิ่มสติ๊กเกอร์ QR code ตรวจสอบกระบวนการผลิตเพื่อป้องกันการแอบอ้างว่าเป็นผลผลิตจากแหล่งอื่น และให้ความรู้เกี่ยวกับการตลาดรูปแบบใหม่ โดยผลักดันยอดขายแบบ Pre order ลูกค้าสามารถจองผลผลิตล่วงหน้าได้ มีการวางแผนการขายและช่วยกำหนดราคาขายส่ง ขายปลีกหน้าร้าน และการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ Line OA, Facebook การส่งสินค้าเข้าห้างสรรพสินค้า ถึงแม้ยังไม่ถึงฤดูผลผลิต แต่เราอยากให้มีการจัดทำโครงการดีๆ แบบนี้ออกมาเรื่อยๆ



สร้างความเชื่อมั่น แก่ผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นยอดขาย

“ทุเรียนป่าละอู” ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีตามคุณภาพมาตรฐาน ได้รับการขึ้นทะเบียน GI ทุเรียนป่าละอูคุณภาพดี กลิ่นอ่อน เนื้อละเอียด หวาน เมล็ดเล็ก ก้านแหลม ด้วยสภาพที่เป็นป่าดิบชื้น มีฝนตกชุก ในฤดูฝนจะมีน้ำไหลบ่า พัดพาแร่ธาตุอาหารมาเติมให้กับพื้นที่การเกษตร เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการปลูกผลไม้ ส่งผลให้มีเอกลักษณ์เฉพาะของสินค้า ทั้งรสชาติจากแหล่งพื้นที่ปลูก

เนื่องจากทุเรียนป่าละอู เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่ต้องการของตลาดอยู่แล้ว แต่จะเจอปัญหาการแอบอ้างทุเรียนพันธุ์อื่นว่าเป็นทุเรียนป่าละอู จากการที่ต่างคนต่างทำแต่ละพื้นที่ ดังนั้นเราจึงมองไปที่ต้นน้ำเกษตรกรที่ปลูกทุเรียนป่าละอู ประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเกษตรกรที่ปลูกทุเรียนป่าละอู มารวมกันเพื่อทำคิวอาร์โค้ดลงบนฉลาก แบบ ระบุ Serial เพื่อป้องกันทุเรียนจากแหล่งอื่นมาแอบอ้าง เป็นการสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคได้ว่าทุเรียนป่าละอูจากแหล่งเกษตรกรจริงทั้งคุณภาพและสายพันธุ์ เมื่อเราสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าได้จะเกิดการซื้อซ้ำ



วิสาหกิจชุมชนทุเรียนสวน ป.ป่าละอู จ.ประจวบคีรีขันธ์ นายศิวภณ รัตนรุ่งเรือง

จากที่เคยขายปลีก-ขายส่งหน้าสวน ทีม VDEV ได้เพิ่มช่องทางทางการตลาดแบบใหม่ๆ และการทำสติ๊กเกอร์ QR code ตรวจสอบที่ลงถึงกระบวนการผลิต แบบ ระบุ Serial ทำให้สินค้าเราไม่โดนแอบอ้างมั่นใจทุกคนซื้อและคนขายได้ประโยชน์ของการใช้ “Kasettrack application” บันทึกข้อมูลกิจกรรมแปลง เพื่อให้กลุ่มสามารถวางแผนเพิ่มปริมาณผลผลิตได้มากขึ้นและมีประสิทธิภาพ อยากรู้ให้โครงการจัดต่อไปเรื่อยๆ มีบ่อยๆ

ทำคิวอาร์โค้ดลงบนฉลาก แบบ ระบุ Serial เพื่อป้องกันทุเรียนจากแหล่งอื่นมาแอบอ้าง เป็นการสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคได้ว่าทุเรียนป่าละอูจากแหล่งเกษตรกรจริงทั้งคุณภาพและสายพันธุ์

การสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งขึ้น แม้ว่าแบรนด์ค่าจะแข็งแกร่งอยู่แล้วมีลูกค้าจงก้นล่วงหน้า แต่เราวางแผนการเพิ่มปริมาณผลผลิตให้มากขึ้นและมีประสิทธิภาพ ด้วยการบันทึกข้อมูลกิจกรรมแปลงที่มีในปัจจุบัน เพื่อสร้างผลผลิตนอกฤดูกาลเพื่อสร้างรายได้ให้มากขึ้น รวมถึงลดต้นทุนการผลิตและบริหารจัดการอย่างการวางแผนการขนส่งไม่เสียสินค้าเสียหายและจะสามารถลดค่าขนส่งได้อย่างไร จึงออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาคุณภาพจนถึงมือผู้บริโภค เพิ่มช่องทางการตลาดผ่านการขายออนไลน์ จากเดิมที่เกษตรกรขายหน้าสวนและออกบูธ

เรายังเพิ่มการขายแบบจอยผลผลิตล่วงหน้า ผ่านช่องทาง Kasetdeal Market Place ซึ่งเป็นหนึ่งใน application ของสตาร์ทอัพ VDEV จัดกิจกรรมโปรโมชันผลักดันยอดขายแบบ Pre order ในกิจกรรมวัน “วันดอกทุเรียน บวนสะพรั่ง ที่สวน ป.ป่าละอู” ช่วงเดือน ก.พ. 2564 นอกจากนี้เรายังเตรียมทำ MOU กับสมาคมทุเรียนและผลไม้ส่งออกในอนาคตอันใกล้

ขยายฐานกลุ่มสมาชิก เพิ่มกำลังการผลิต

“หมากเมา” อ.ภูพาน จ.สกลนคร จัดจำหน่ายไวน์ และ น้ำหมากเมา กำลังการผลิต ในส่วนของสินค้ามีจุดเด่น ราคาไม่แพง และ บรรจุภัณฑ์ ที่ดีอยู่แล้ว สิ่งที่ต้องเน้น คือ ยอดขาย และเพิ่มฐานการผลิตเพื่อรองรับ การตลาดในอนาคต เนื่องจากหมากเมาวิสาหกิจชุมชนภูพานเครื่องดื่ม (น้ำหมากเมาสกลนคร) มีผลผลิตจำนวนค่อนข้างจำกัด กำลังการผลิต จำนวน 20,000 ขวดต่อปี เรามองว่ามีการรวมกลุ่มสมาชิกเกษตรกร ที่ปลูกหมากเมา จะช่วยเพิ่มศักยภาพการผลิตให้เพียงพอต่อการนำไปแปรรูป เพื่อให้มีผลผลิตรองรับผู้บริโภคได้มากขึ้น ให้เกษตรกรในพื้นที่ เห็นประโยชน์ จากการใช้ application kasettrack ของสตาร์ทอัพ VDEV ให้สามารถวางแผนการเก็บเกี่ยวผลสดตามฤดูกาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เราได้สร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งขึ้น โดยการสื่อสารให้ทราบประโยชน์ของ น้ำหมากเมา ไวน์หมากเมา สร้างเรื่องราวให้น่าสนใจและเพิ่มโปรโมชัน จากที่ดีอยู่แล้ว ให้มีการซื้อซ้ำ เช่นการจัดทำเป็นกระเช้ารองรับเทศกาล ต่างๆ การสะสมคะแนนสำหรับการซื้อในราคาที่คุ้มค่ายิ่งขึ้น และ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ รองรับตลาดพรีเมียมสำหรับไวน์หมากเมา บรรจุ กล่องสำหรับมอบเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ และโปรโมทแบรนด์ ให้เป็นที่รู้จัก

การที่สามารถรวมกลุ่มสมาชิกเกษตรกรผู้ปลูกหมากเมา ทำให้ รวบรวมข้อมูลอุปกรณ์เทคโนโลยี IOT smart farm ควบคุมการให้น้ำ พืชอัตโนมัติ แก่เกษตรกรสมาชิกกลุ่มเกษตรกรให้สามารถส่งผลผลิต ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ สามารถส่งขายได้ต่อเนื่องตามเวลาที่กำหนด โดยเป้าหมายเราในอนาคตจะสามารถเพิ่มผลผลิตให้ได้ถึง 40,000 ขวดต่อปี



ภูพานเครื่องดื่ม
(น้ำหมากเมาสกลนคร)

จ.สกลนคร

คุณเกรียงไกร นาคสวัสดิ์

การมีกลุ่มสมาชิกเกษตรกรทำให้เรารู้จัก เพื่อนผู้ประกอบการหมากเมาจากมากขึ้น ได้รู้จัก เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะเพิ่มผลผลิต แอปพลิเคชัน KASETRACK' โดย สตาร์ทอัพ VDEV ทำให้บันทึกกิจกรรมแปลงเพื่อวางแผนการผลิตและผลผลิตได้มาตรฐานยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์สินค้าดูสวยงามดูดีมีราคามากขึ้น มีช่องทางการขายที่เพิ่มมากขึ้น หลากหลาย รูปแบบต่างไปจากเดิม

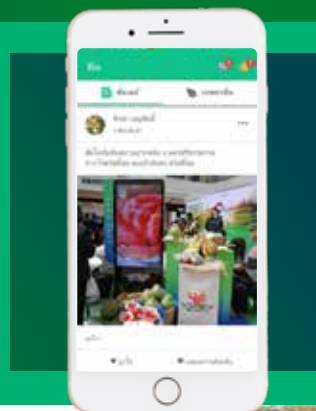
การรวมกลุ่มสมาชิกเกษตรกร
ที่ปลูกหมากเมา จะช่วยเพิ่มศักยภาพ
การผลิตให้เพียงพอต่อการนำไป
แปรรูปเพื่อให้มีผลผลิตรองรับ
ผู้บริโภคได้มากขึ้น





VDEV KASET FORECAST ACTIVITY

- กลุ่มผลิตส้มโอบ้านบางดุก (ส้มโอทับทิมสยามปากพนัง) จ.นครศรีธรรมราช
- วิสาหกิจชุมชนผัก และผลไม้ดำเนินสะดวก (มะพร้าวน้ำหอม) จ.ราชบุรี
- วิสาหกิจชุมชนข้าว เจ็กเขยเสาไห่ ตำบลหนองควายโซ จ.สระบุรี
- วิสาหกิจชุมชนทุเรียนสวน ป.ป่าละอู จ.ประจวบคีรีขันธ์
- ภูพานเครื่องดื่ม (น้ำหมากเม่าสกลนคร) จ.สกลนคร





CROP PERZ

เพราะการเกษตรคือหนึ่งต้นเหตุสำคัญ ที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกเข้าสู่ชั้นบรรยากาศ

TOO FAST TO CROP (ทู ฟาส ทู ครอป) แพลตฟอร์มการขายผลผลิตที่จะช่วยให้เกษตรกรขายผลผลิตออกแบบเหมาะสม ด้วยความตั้งใจของเราที่จะวางขายผลผลิตทางการเกษตรที่ “ยังไม่พร้อมเก็บเกี่ยวเท่านั้น!” “มันเร็วเกินไปที่จะเก็บเกี่ยวผลผลิต” แต่ “ไม่เร็วเกินไปที่จะขายผลผลิต” ประสบการณ์การซื้อขายผลผลิตรูปแบบใหม่ที่จะให้ผู้ซื้อสามารถสั่งจองผลผลิตคุณภาพในราคาที่ถูกลงกว่าตลาดทั่วไปแบบล่วงหน้า และเมื่อถึงระยะที่ผลผลิตอร่อยที่สุดเกษตรกรก็จะเก็บเกี่ยวอย่างระมัดระวังพร้อมทำการส่งมอบผลผลิตคุณภาพผ่านบริการขนส่งที่เหมาะสมเพื่อให้ถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัย ทั้งนี้ TOO FAST TO CROP (ทู ฟาส ทู ครอป) เรามีจุดประสงค์เพื่อสนับสนุนให้ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้ “กิน-ใช้ ผลผลิตตามฤดูกาล” อันเป็นหนึ่งในวิธีการกินอย่างยั่งยืน(SUSTAINABLE EATING) ไปพร้อม ๆ กับการเปลี่ยนพฤติกรรม การซื้อแบบล่วงหน้า เพื่อเป็นการ สนับสนุนช่องทางการขายได้ที่มั่นคงให้กลับสู่อาชีพเกษตรกรอีกครั้ง



093-317 1414



www.toofasttocrop.com



toofasttocrop@gmail.com



AGTECH 4 OTOP



สินค้าเกษตรล้นตลาด ราคาผลผลิตตกต่ำ เราสร้างแพลตฟอร์มระบบจัดหาผลผลิตทางการเกษตร ส่งเสริมให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการ โดยให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงข้อมูลความต้องการของตลาด เมื่อมีผู้ซื้อโพสต์ความต้องการสินค้า ระบบจะแจ้งเตือนไปยังเกษตรกรที่มีผลผลิตตรงกับลูกค้า เมื่อเกษตรกรแจ้งราคา ระบบจะทำการ Matching ให้สามารถซื้อขายได้โดยตรง ทำให้เกษตรกรสามารถวางแผนการเพาะปลูก เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ตรงกับความต้องการได้ ก็ยังสามารถกำหนดราคาสินค้าได้เอง

แบบฉบับที่ภูมิใจ ของชุมชนคนทุ่งสัมฤทธิ์

ข้าวหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์ GI แหล่งปลูกข้าวทุ่งสัมฤทธิ์ครอบคลุมพื้นที่ จังหวัดนครราชสีมา ครอบคลุมพื้นที่การปลูกข้าวหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์ ครอบคลุมพื้นที่ 14 อำเภอ ได้แก่ อำเภอคง อำเภอจักราช อำเภอเฉลิมพระเกียรติ อำเภอยางชุมน้อย อำเภอโนนแดง อำเภอโนนสูง อำเภอบัวลาย อำเภอสีดา อำเภอบัวใหญ่ อำเภอเมืองยาง อำเภอประทาย อำเภอพิมาย อำเภอลำทะเมนชัย และอำเภอห้วยแถลง ของจังหวัดนครราชสีมา เป็นพื้นที่ที่มีลำห้วยไหลผ่าน พื้นดินมีความอุดมสมบูรณ์ เหมาะสมต่อการปลูกข้าวโดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ 105 โดยมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านโนนกระสัง รวมกลุ่มในการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์

สินค้าของเกษตรกรมีคุณภาพสูง ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP มั่นใจได้ถึงคุณภาพและความปลอดภัยจากสารเคมีและผู้บริโภคข้าวมาตรฐานที่ได้รับ: เกษตรอินทรีย์ (Organic Thailand) รวมไปถึงชุมชนมีการแปรรูปข้าวทุ่งสัมฤทธิ์เป็น สบู่เหลวฟักข้าว สบู่เหลวข้าวหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์ สบู่ก้อนข้าวหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์ แชมพูอัญชันและมะกรูด ข้าวเปลือกหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์ ข้าวทวงหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์

แม้จะมีความหลากหลายของสินค้า แต่ยังคงความน่าสนใจ เรามองว่า การรีแบรนด์ และรีแพคเกจจิ้ง เพื่อให้ดูทันสมัย จะดึงดูดความสนใจลูกค้า และสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคทราบถึงขั้นตอนการผลิตเป็นเกษตรอินทรีย์ เป็นสินค้าออร์แกนิก อีกทั้งพื้นที่ทุ่งสัมฤทธิ์ที่มีขึ้นหินเกลือรองรับอยู่ด้านล่างของพื้นที่ ทำให้ข้าวมีเมล็ดเรียวยาว มีกลิ่นหอมตามธรรมชาติ เราได้ออกแบบฉลากที่สามารถให้ลูกค้ารับรู้ได้เลยว่า เป็นสินค้าของโคราช และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียล และเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ และเปิดการพรีออเดอร์สินค้าเพราะการได้ทานข้าวสดใหม่ยังมีคุณค่าทางสารอาหารสูง ทำให้เกษตรกรมีรายได้ทันทีเมื่อเริ่มปลูก



วิสาหกิจชุมชน ศูนย์ข้าวชุมชนบ้านโนนกระสัง คุณนรินทร์ เทียงสันเทียะ

เรามีสมาชิกเกษตรกรจำนวนมาก การขายข้าวเปลือกเป็นหลักได้ราคาไม่ดี ทำให้พัฒนาการแปรรูปสินค้า การที่ Startup มาพัฒนาแบรนด์ ทำให้สินค้าขายได้ราคาที่สูงขึ้น เพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ได้กลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ และโอเอชการเปิดจอยพลผลิตล่วงหน้ายังสร้างความมั่นคงทางรายได้ให้สมาชิก เป็นโครงการที่ดีมากกับการตลาด และการประชาสัมพันธ์สินค้ามาก

อยากให้คนในชุมชนมีรายได้
ความเป็นอยู่ดี และมีความภูมิใจ
ในการเป็นคนทุ่งสัมฤทธิ์
เพราะพื้นที่นี้ในโคราช
เป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ของอำเภอ



ลดต้นทุนจากรูปแบบ การขายเดิม เพิ่มผลกำไรที่ยั่งยืน



ทั้งส้มโอและน้ำตาลมะพร้าว จ.สมุทรสงคราม GI เป็นการผลิตตามธรรมชาติ น้ำตาลมะพร้าวเป็นน้ำตาลแท้ สินค้ามีคุณภาพ ไม่มีสารพิษ สารกันบูด ผลิตจากทรัพยากรธรรมชาติ มีรสชาติดีและมีกลิ่นหอม บรรจุภัณฑ์มีตราหยั้ห้อที่จำได้ง่าย ได้รับมาตรฐาน OTOP 4 ดาว ของวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง จ.สมุทรสงคราม

จากการได้ทราบปัญหาของเกษตรกร เกี่ยวกับการขายที่ผ่านการออกบูตตามต่างๆ ต้องจ้างรถขนส่งสินค้าเข้ามาขายหลายรอบ ค่าขนส่งที่ราคาสูงจึงเพิ่มต้นทุนการขายจึงเหลือกำไรต่อครั้งไม่มากนัก เราพัฒนาการตลาดใหม่ สร้าง QR CODE ลูกค้าสามารถลงรายละเอียดสถานที่จัดส่ง เบอร์โทร เมื่อกลับถึงสวนก็แพคสินค้าส่งตามออเดอร์ เกษตรกรไม่ต้องเสียต้นทุนไปกับการจัดรถขนส่ง และลดปัญหาการจอดที่อยู่นอกรั้วสวนอย่างที่ผ่านมา การพัฒนาด้านการบริหารจัดการ ทำให้เกษตรกรสามารถลดต้นทุนสินค้าเหลือผลกำไรมากขึ้น ไม่สะดวกทั้ง 2 ฝ่าย ลูกค้าเองก็สะดวกไม่ต้องหิ้วส้มโอหนัก แต่ได้รับถึงหน้าบ้านเลย



วิสาหกิจชุมชน
เกษตรกรดาวเรือง
จ.สมุทรสงคราม
คุณสุรินทร์ แก้วมณี

แม้ในช่วงแรกเราจะค่อนข้างกังวลในการขายสินค้าออนไลน์อยู่มาก เพราะเป็นสิ่งที่ใหม่ที่เราเรียนรู้ ทาง Startup ให้ความรู้และสร้างแพลตฟอร์มที่เข้าใจง่าย ทำให้ในชุมชนมีความเข้าใจการตลาดรูปแบบใหม่แถมได้ลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ในระยะยาวถือเป็นช่องทางการขายที่สะดวก ต้นทุนต่ำ



นอกจากนี้เราพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถบรรจุได้ 1/2/4/6 ลูกต่อกล่อง เพื่อสะดวกในการขนส่ง และสร้างเรื่องราวสินค้าให้น่าสนใจ เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักมากขึ้นผ่านช่องทางโซเชียล ทำให้ได้ช่องทางการซื้อขายกลับลูกค้ากลุ่มใหม่ และได้รายได้ต่อหน่วยที่ดีกว่าช่องทางเดิม และลูกค้ายังสามารถจองสินค้าล่วงหน้าผ่านทางออนไลน์ได้ด้วย

มิติที่ธรรมชาติ... จุดแข็งสร้างจุดขาย



มะพร้าวลูกแดง วิสาหกิจชุมชนมะพร้าวน้ำหอมจังหวัดฉะเชิงเทรา (สวนลุงแดง) เน้นขายมะพร้าวน้ำหอม เป็นการรวมกลุ่มเพื่อแก้ปัญหายางพาราในพื้นที่ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวส่งจำหน่ายยัง Modern Trade และจำหน่าย มะพร้าวน้ำหอม (ผลสด) น้ำมะพร้าวผสม (บรรจุขวด) ผลไม้แช่อิ่ม รวมทั้งเปิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอีกด้วย เป็นการตลาดที่ธรรมชาติสร้าง และขายด้วยธรรมชาติ

เดิมสวนมะพร้าวลูกแดง เปิดขายแบบคาเฟ่บริการอาหารและเครื่องดื่ม มีเครื่องดื่มสูตรพิเศษ เช่น กาแฟน้ำมะพร้าว ทั้งยังเปิดสวนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมพายเรือชมร่องสวนมะพร้าวน้ำหอม ดังนั้นในช่วงโควิด-19 สวนของลุงแดงเจอผลกระทบหนักมาก

จากการขายหน้าสวน และขายส่งเข้าห้างสรรพสินค้า ชาวบ้านไม่ได้คิดแบรนด์ด้วยเข้าใจว่ามีชื่อสวนก็พอแล้ว ทีม Cropperz เข้ามาริแบรนด์ให้สินค้ามีเรื่องราว ประชาสัมพันธ์ลงโซเชียล และเพิ่มช่องทางการตลาด B2B ผ่านร้านอาหาร โรงแรม รวมถึงการขายออนไลน์ และการพรีออเดอร์สินค้า ทำให้มีลูกค้าหลากหลายเพิ่มมากขึ้น



**วิสาหกิจชุมชน
มะพร้าวน้ำหอมฉะเชิงเทรา
คุณวรพจน์ กุศลสงเคราะห์กุล**

แม้จะเป็นช่วงที่ยังไม่ถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิต แต่มีการตลาดปูทางนำแล้ว ซึ่งมีหลายช่องทางที่จะทำให้ลูกค้ารู้จักเราเพิ่มมากขึ้น คาดว่าการขายในฤดูกาลหน้ายอดขายน่าจะเพิ่มขึ้นมากกว่า 20% เป็นโครงการที่ดีสร้างแนวทางใหม่ๆ ให้ประกอบอาชีพและพัฒนาตัวเอง



ศูนย์เรียนรู้ราชาน้ำผลไม้ เมืองแห่งทุเรียนปราจีนบุรี



กลุ่มปรับปรุงคุณภาพไม้ผล
ตำบลงิ้วเหล็ก จ.ปราจีนบุรี
คุณมนัส ฮวดจิ่ง

ประทับใจการให้ข้อมูล การออกแบบสินค้าดีมาก
จากการที่ Startup มาร่วมพัฒนาการตลาด
ออนไลน์ มีเรื่องราวที่สนใจลงในแฟนเพจ และ
แพลตฟอร์มการตลาด เริ่มมีคนติดต่อสอบถาม
อยากสั่งซื้อสินค้ามาจำนวนมาก ทั้งที่ยังไม่ถึง
ฤดูกาลผลผลิต คิดว่ายอดขายเพิ่มขึ้นมาก
แน่นอน

ทุเรียนปราจีนบุรี มีชื่อเสียงได้รับการขึ้นทะเบียนสินค้า GI มีจำนวน
มากถึง 7 สายพันธุ์ แบ่งเป็นทุเรียนพันธุ์การค้าคือ ทุเรียนพันธุ์
ก้านยาว พันธุ์หมอนทอง พันธุ์ชะนี พันธุ์กระดุมทอง และทุเรียนสายพันธุ์
พื้นเมือง ประกอบด้วย ทุเรียนพันธุ์กบชายน้ำ พันธุ์ชมพูศรี และพันธุ์
กำป็น เรียกว่า เป็นเมืองแห่งทุเรียน รสชาติดีมีคุณภาพ

กลุ่มปรับปรุงคุณภาพไม้ผล ตำบลงิ้วเหล็ก สามารถขายผลผลิต
ได้ดีมาโดยตลอด เป็นเพราะทางกลุ่มได้มีโมเดลการท่องเที่ยวฟาร์มด้วย
ผู้ที่มาเที่ยวแล้วแต่ซื้อผลไม้กลับเป็นส่วนใหญ่ มีตลาดการขายส้ม
และจะเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ นอกจากนี้ทางกลุ่มจัดให้เป็นฟาร์ม
เรียนรู้ โดยจัดอบรมการปลูกทุเรียน จัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้เรื่อง
การปลูกดูแลจัดการสวนทุเรียนอย่างครบวงจร ให้แก่เกษตรกรที่สนใจ
หรือกลุ่มนักท่องเที่ยว สามารถซื้อตั๋วเข้าชมฟาร์ม เป็นรายได้อีก
ช่องทางที่สามารถกระจายให้กับชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง

เรามาดูพัฒนาเรื่องของแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ให้แน่นอนหาเชิงแรง
ช่วยให้เกษตรกรสามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาสูงขึ้น เพื่อเป็นการสร้าง
รายได้ให้กับชุมชนและท้องถิ่นในระยะยาว รวมถึงสร้างเรื่องราว
พลักดันให้เกิดการซื้อขายออนไลน์มากขึ้น เพิ่มการรับรู้การใช้
เทคโนโลยีแก่กลุ่มเกษตรกร ให้มีแอปพลิเคชัน



อักษะภูแลพาย Local Bakery

สับปะรดภูแล ที่มีต้นกำเนิดสายพันธุ์และปลูกในพื้นที่ตำบลนางแล จังหวัดเชียงราย อ. ณ เชียงราย เป็นฟาร์มออร์แกนิกส์ เจ้าของไร่ซึ่งชื่นชอบการทำงาน อยากร่วมงานโมเดล อยากรู้จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาเพิ่มมูลค่า โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีอายุในการรับประทานยาวนานขึ้น ร่วมกับมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เป็นที่มาของการแปรรูปสับปะรดเป็นพายสับปะรด ทำจากสับปะรดภูแลทั้งลูก ถูกอบกอดด้วยความรักจากชาวเชียงรายคือ แป้งพายที่อยู่รอบนอก Twoheart Oneproduct จากคนทำงาน “อักษะภูแลพาย” ที่สามารถยืดอายุของสินค้า และยังสามารถส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายยังพื้นที่อื่นที่ห่างไกลได้มากขึ้น

คำว่าโมเดลคือการใช้กันเยอะ จะทำอะไรให้ดูแตกต่าง เราได้สร้างเรื่องราวความน่าสนใจจากตัวบุคคลที่เป็นเจ้าของส่วนที่มีฝีมือการทำงาน และสินค้าจากสวนสับปะรดภูแลสู่การแปรรูปสิ่งที่มีเพื่อเพิ่มมูลค่า จีวีแบรนด์เป็น Local Bakery ชื่อครอบคลุมถึงการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น และสัมผัสได้ถึงบรรยากาศ และธรรมชาติของชนบท เป็นการรีแบรนด์ให้สินค้ามีความร่วมสมัยและน่าสนใจยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ได้เพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ และการตลาดแบบ B2B ส่งตามร้านขนม ร้านของฝาก โรงแรม ร้านอาหาร และออกบูธแสดงสินค้า เป็นการขยายโอกาสในตลาดใหม่ๆ และได้กลุ่มลูกค้าที่หลากหลายเพิ่มขึ้น



อ. ณ เชียงราย จ.เชียงราย
คุณปริศนา คำยอด

Startup เข้ามาร่วมพัฒนาสร้างช่องทางการขายทางสื่อออนไลน์ โดยมีเรื่องราวในการสื่อสารกับผู้บริโภคในแฟนเพจ ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น อนาคตคาดว่าจะสร้างรายได้มากกว่าช่องทางเดิม และเพิ่มรูปแบบการตลาดแบบจอบผลผลิตล่วงหน้าเพื่อสร้างความมั่นคงทางรายได้

สินค้าจากสวนสับปะรดภูแล
สู่การแปรรูปสิ่งที่มีเพื่อเพิ่มมูลค่า
จีวีแบรนด์เป็น Local Bakery
ชื่อครอบคลุมถึงการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น
และสัมผัสได้ถึงบรรยากาศ
และธรรมชาติของชนบท





CROP PERZ ACTIVITY

- วิสาหกิจชุมชน ศูนย์ข้าวชุมชนบ้านโนนกระสัง
- วิสาหกิจชุมชน เกษตรกรดาวเรือง จ.สมุทรสงคราม
- วิสาหกิจชุมชน มะพร้าวน้ำหอมอะเซ็กร
- กลุ่มปรับปรุงคุณภาพไม้พล ต่าบลดงจ้เหล็ก จ.ปราจีนบุรี
- อัก ณ เชียงราย จ.เชียงราย





LOCAL ALOT

การเชื่อมโยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตโดยชุมชนสู่การบริโภคของชุมชน

โลคัล อลอต เป็นการนำเทคโนโลยีมาช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดี ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เป็นการเพิ่มคุณค่าในการสนับสนุนสินค้า OTOP อย่างเป็นรูปธรรม และการตระหนักถึงคุณค่าของสินค้าชุมชน ซึ่งถือเป็นสิ่งที่แสดงวัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนความศรัทธาอันแรงกล้าที่สืบทอดต่อกันมา ร่วมกับจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งบนโลกออนไลน์ออฟไลน์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายจดจำและกลับมา สนับสนุนสินค้า OTOP อย่างต่อเนื่อง



089-490-3565



www.facebook.com/LocalAlot



www.localalot.com



info@localalot.com



@localalot





สินค้าเกษตรกรรมมีมากมาย แต่ช่องทางที่จะเข้าถึงสินค้าด้านการเกษตรมีน้อยมาก เพื่อให้คนเห็นคุณค่าของสินค้าเกษตร โดยพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกตามโลกออนไลน์ และสร้างเรื่องราวสินค้าสื่อถึงวัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนศรัทธาอันแรงกล้าที่สืบทอดกันมา ทำการตลาดผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เป็น one stop service และปรับขนาดสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้คนในชีวิตวิถีใหม่ และพัฒนาสินค้าใหม่เพื่อสามารถสร้างรายได้ให้เกษตรกรได้อย่างต่อเนื่อง

กล้วยไข่กาโนล่าบาร์ ก้าวทันเทรนด์ ขยายเพิ่มพูน

กล้วยไข่กำแพงเพชร GI ผลไม้อัตลักษณ์พื้นที่ อำเภอกาญ
จักษ์ลักษณ์ จังหวัดกำแพงเพชร เนื่องจากมีพื้นที่ในการปลูกกล้วย
ไข่กว่า 60 ไร่ สามารถสร้างผลผลิตกล้วยไข่ได้มากถึง 60,000
กิโลกรัม/เดือน จึงเกิดการรวมกลุ่มของสมาชิกชมรมเกษตร
วิถีธรรมชาติ มารวมกันทำกระยาสารทกล้วยไข่ ประมาณ 20
กิโลกรัม/เดือน

กระยาสารทกล้วยไข่ตาก ชุมชนทำขายเป็นกล่อง ปริมาณต่อกล่อง
ค่อนข้างเยอะกินนานร่วมเดือน เรามองว่าจะทำอย่างไรให้เหมาะกับ
การทานต่อครั้ง ความเหนียวและรสชาติหวานทานยากน่าจะไม่ใช่
ที่นิยมในตลาด เพื่อปรับสินค้าให้เข้ากับเทรนด์ปัจจุบัน จึงปรึกษ
ากับทางชุมชนค้าเปลี่ยนสินค้าเป็นกาโนล่ากล้วยตากน่าจะดี โดย
ลดความหวาน และผสมธัญพืชกับกล้วยไข่ตากบรรจุซอง 1 ชิ้น
สำหรับการทานในแต่ละครั้ง อิ่มท้องและได้สุขภาพ เป็นของทานเล่น
จะสามารถขยายกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ ได้ฐานลูกค้ากว้างขึ้น



ชมรมเกษตรวิถีธรรมชาติ
จ.กำแพงเพชร
คุณสันติย์ จิตต์บุพงค์

ภาพลักษณ์สินค้าเปลี่ยนไปมากดูพรีเมียม
สามารถขยายสู่ชุมชน ให้ชุมชนมีส่วนร่วม
มากขึ้น บรรจุกฎหมายกับสินค้าได้นาน และการ
เพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ทำให้ได้กลุ่มลูกค้า
หลากหลายยิ่งขึ้น

ทีมงานของโลกละลอก ให้ความรู้เรื่องกาโนล่า
ขั้นตอนการทำ ปรากฏว่าทำง่ายและต้นทุน
ถูกกว่ากระยาสารท แต่กำลังผลิตของชุมชนมี
ค่อนข้างจำกัดและยังไม่มีมาตรฐานเราเลยคุย
กับทาง Partner ที่เป็นโรงงานรับผลิตสินค้า
ชุมชนที่สามารถการันตี มาตรฐาน ออ. ให้กับ
สินค้าของชุมชนได้ และสามารถจัดซื้อสินค้า
เป็นกระเช้าโดยเพิ่มแยมกล้วยไข่เพื่อสร้าง
มูลค่าสินค้า สามารถขายพ่วงสินค้ากาโนล่า
บาร์กล้วยไข่ กระยาสารทกล้วยไข่ สามารถ
ต่อยอดการขาย B2B เข้าห้างสรรพสินค้า
โรงแรมได้ด้วยในระยะยาว



ข้าวแดงดอย ทานดีได้สุขภาพ Healthy Easy High quality



ข้าวท่าล้านนา GI พะเยา (ข้าวลิ้มพัว) บ้านต้าพระแล จังหวัดพะเยา ที่มีการรวมกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ มีสมาชิก 49 คน มีพื้นที่เพาะปลูก เป็นข้าวลิ้มพัว 500 ไร่ ข้าวหอมมะลิ 100 ไร่ และข้าวท่าล้านนา 20 ไร่ รวมพื้นที่เพาะปลูกประมาณ 700 ไร่ โดยเน้นการเพาะปลูกอย่างมี คุณภาพ ให้มีผลผลิตต่อไร่สูง ต้นทุนต่ำ เป็นการผลิตข้าวคุณภาพอย่าง ครบวงจร

ข้าวท่าล้านนา เป็นสินค้าเกษตรคุณภาพดี มีหลากหลายทั้งข้าวเก่า ข้าวสาร ชาใบข้าว ข้าวรีทอร์ค (ข้าวพร้อมทาน) ผ่านการได้รับรางวัล และมีรายงานผลการวิจัย จึงสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า แต่จะทำอย่างไร ให้ผู้บริโภครู้ว่าข้าวชนิดนี้มีดีกว่าที่เห็น ข้าวท่าล้านนา ถือเป็นข้าวแห่งข้าว มีคุณค่าทางอาหารสูง และช่วยลดความดัน ลดเบาหวาน เรียกว่า ยิ่งทานสุขภาพยิ่งดีขึ้น เดิมเกษตรกรทำขายใส่ถุงพลาสติกใส่ๆ พร้อม ทานทั่วไป แต่นั่นลูกค้าจะไม่รู้เลยว่านี่คือข้าวอะไร มีดีอะไรบ้าง

เราได้พัฒนา Packaging เพื่อให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น สามารถจำหน่าย ได้ราคาที่สูงขึ้น จัดทำเป็นแบบผลิตภัณฑ์พร้อมทาน ทำการตลาดออนไลน์ ในกลุ่มลูกค้ารักสุขภาพ สร้าง Story ให้เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น อยากให้ ชุมชนมีช่องทางในการจัดจำหน่ายเป็นของตัวเอง เราได้ทำ Line my shop รับออเดอร์เองไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง และสามารถขายแบบ B2B หรือทำกระเช้าปีใหม่ส่งให้องค์กรใหญ่ๆ เป้าหมายสำคัญคือ ให้เกษตรกรมีพื้นฐานที่มั่นคง เข้าใจการทำช่องทางการตลาดออนไลน์ การพัฒนาสินค้า



วิสาหกิจชุมชนกลุ่มชาข้าวท่า
(ข้าวลิ้มพัว) แบรินด์ข้าวสร้างสุข
จ.พะเยาภายใต้
คุณอุไรวรรณ ภู่วิตร

ผลิตภัณฑ์ข้าวพร้อมทานได้พัฒนา Packaging เริ่มทดลองเข้าสู่ตลาด โดยสามารถกำหนดราคา ได้สูงขึ้น จากการพัฒนาให้ข้าวดูพรีเมียมขึ้น และ การสร้างสื่อโซเชียลทำให้มีกลุ่มลูกค้ามากขึ้น และหลากหลายที่รู้จักสินค้าเรามากขึ้น

ข้าวท่าล้านนา
ถือเป็นข้าวแห่งข้าว
มีคุณค่าทางอาหารสูง
และช่วยลดความดัน ลดเบาหวาน
เรียกว่ายิ่งทานสุขภาพยิ่งดีขึ้น



ข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อน ข้าวดินครลำปาง



สหกรณ์การเกษตร

ห้วยฉัตร จำกัด

สหกรณ์การเกษตร

เมืองปาน จำกัด

จ.ลำปาง

คุณรณกฤตย์ พันธิสืบ

หลังจากที่ Local A lot Startup ได้สร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ และออกงานจัดแสดงสินค้า เพื่อขยายฐานลูกค้าทำให้เราเป็นที่รู้จักมากขึ้น ทางจังหวัด และทางหน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนเกษตรกรเพื่อส่งเสริมการปลูกข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อนภายในชุมชนกันมากขึ้น

ข้าวสายน้ำแร่ สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นที่ จังหวัดลำปาง โดยชุมชนเกษตรในตำบลแจ้ซ้อน ทั้ง 4-5 หมู่บ้านมารวมกันปลูกข้าวอินทรีย์ น้ำแร่แจ้ซ้อนในอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน ไหลมาบรรจบกับแม่น้ำมอญ ในบริเวณอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน ไหลมาตามทุ่งนา ถือว่าธรรมชาติผสมสายน้ำแร่ ซึ่งเป็นที่มาของข้าวสายน้ำแร่แจ้ซ้อน ซึ่งถือว่าแจ้ซ้อนเป็นความโชคดี ของเกษตรกรที่มีน้ำแร่มาเป็นส่วนสำคัญในการเพาะปลูก

ในช่วงแรกเกษตรกรได้พูดถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขายข้าวว่าระหว่างการขนส่งก่อนถึงมือลูกค้ากลั่นสินค้ามักแตกเสียหาย เราจึงเริ่มจากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้แน่นอนหนา แข็งแรง ซึ่งในแง่การขายข้าวก็คือข้าวลูกค้าไม่ได้รู้สึกแตกต่าง เราจะสร้าง Story เพื่อให้เกิดความต่างได้อย่างไร พอเห็นชื่อข้าวเลยคิดว่าน่าจะดึงดูดเด่นของพื้นที่ปลูกข้าวที่ได้น้ำแร่มาเป็นส่วนผสมในการทำนา ดังนั้นภายในกล่องจึงบรรจุข้าวและน้ำแร่แจ้ซ้อนลงไปด้วย เมื่อลูกค้าได้รับและหุงด้วยน้ำแร่เพิ่มคุณประโยชน์ของข้าว จึงเพิ่มความน่าสนใจและเป็นที่ยอดจำ

นำจุดเด่นของสภาพภูมิศาสตร์มาสร้าง Storytelling ให้ลูกค้าเห็นคุณค่าและคุณประโยชน์ของข้าวอินทรีย์ จากการประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ให้คนรู้จักมากขึ้น ได้ทำแผนการตลาด B2B นำมาจัดเป็นชุดของขวัญปีใหม่ และชุดของขวัญปีใหม่ เพื่อมอบในโครงการต่างๆ



ทุเรียนภูเขาไฟ ที่ดินมันดี กินก็ทีก็อร่อย

ทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษ GI ได้รับการขึ้นทะเบียน GI 3 สายพันธุ์ ได้แก่ หมอนทอง ชะนี ก้านยาว ซึ่งปลูกบนพื้นที่แหล่งดินภูเขาไฟ ดินดีอุดมด้วยแร่ธาตุ ทำให้ทุเรียนมีรสชาติที่แตกต่างจากที่อื่น กรอบนอก นุ่มใน หวานละมุนลิ้น กลิ่นไม่ฉุน วิสาหกิจชุมชน เกษตรไม้ผลตำบลภูมื่น มีสมาชิกทั้งหมด 76 คน สามารถสร้าง มาตรฐานการผลิตผลไม้ให้สู่ระดับ GAP ซึ่งกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้รับรองผลไม้ทุกชนิดจากพื้นที่ ตำบลภูมื่น เป็นผลไม้...สินค้าเกษตรปลอดภัย

เดิมเกษตรกรทำการขายทุเรียนภูเขาไฟแบบรับเหมา โลละ 100 ขายส่งหับโลละ 200 แต่หันไปขายต่อได้ราคาเพิ่มขึ้นอีกเท่าตัว เกษตรกรอยากมีช่องทางที่ทำได้แบบนั้นบ้าง เราเริ่มพัฒนา ที่บรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า สร้างเพจ Facebook ลงข่าวสาร ให้ลูกค้ารับรู้เป็นระยะ เช่น ตอนนี้ทุเรียนออกดอกแล้ว จะเริ่ม ปรือหรือเดอร์เมื่อไหร่ ต้องประชาสัมพันธ์บ่อยๆ ทุเรียนเป็นที่ต้องการ ของตลาดอยู่แต่จะทำอย่างไรให้ลูกค้าสั่งจากรเรา ก็นำ Story ที่เรา สร้างเป็น Content ลงประชาสัมพันธ์ซ้ำ



วิสาหกิจชุมชนเกษตรไม้ผล ตำบลภูมื่น จ.ศรีสะเกษ คุณสุภลักษณ์ สาสิทธิ

Local A lot Startup ทำระบบ Pre Order Online ให้กับสวนทุเรียนทำให้ชุมชนมี ช่องทางการขายและกลุ่มลูกค้าเป็นของตัวเอง โดยไม่จำเป็นต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ในระยะ ยาวได้ผลกำไรที่มากขึ้น ให้ผู้บริโภคสามารถ กินได้ง่ายขึ้นแล้ว มีวิธีการกิน วิธีการปลูก และมีคำแนะนำบอกเล่าถึงแหล่งที่มา ทำให้ สินค้าดูพรีเมียมและน่าสนใจยิ่งขึ้น



เนื่องจากสินค้าเป็นหนามแหลม ดังนั้นกล่อง บรรจุต้องแข็งแรง แนนหนา ชับกระแทกให้ สินค้าถึงมือลูกค้าในสภาพที่สวยงามไม่หัก ซ้ำรูป นอกจากนี้เรากำรูปแบบการเตรียมระบบ ปรือหรือเดอร์ เพื่อรองรับฤดูกาลที่กำลังจะมาถึง และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ B2C เป็นหลัก และจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อ ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนควบคู่เพื่อให้ได้กลุ่ม ลูกค้าหลากหลายยิ่งขึ้น

ศิลป วัฒนธรรม ผ่านชาอู่หลง



ไร่ชา 101 ดอยแม่สลอง ถือกำเนิดขึ้นมากกว่า 20 ปีแล้ว ในชื่อ บริษัท ชาดี 101 จำกัด โดยมีพื้นที่ปลูกชาอู่หลง GI และอู่หลงบ้านอ่อน 350 ไร่ ผลผลิตชาที่เก็บเกี่ยวได้วันละประมาณ 1,200 กิโลกรัม มีขายส่งและขายปลีกให้กับผู้บริโภค โดยหน้าร้านประจำตัวอยู่ด้านหน้าโรงงาน ที่มอออกไปเห็นไร่ชาสวยงาม มีการแสดงศิลปะการชงชาให้ดื่มฟรี ซึ่งการได้ชิมชาอู่หลงนี้ ส่งผลให้หลายคนหลงใหลในรส โดยเฉพาะช่วยเข้าสู่ฤดูหนาว ถือเป็นฤดูกาลท่องเที่ยว จะมีชาวไทย ต่างชาติ เดินทางมาเยือนแน่นอน และนักดื่มชาทั้งหลายต่างซื้อหาติดมือกลับบ้าน

คุณภาพสินค้าของเกษตรกรมีคุณภาพสูง สภาพภูมิศาสตร์ดี คือ นอกจากปลูกผลผลิตยังสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวทำให้สามารถเพิ่มช่องทางการตลาดที่หลากหลาย แต่เดิมเกษตรกรเน้นขายส่งชาอู่หลงเป็น B2B ทำให้แบรนด์ของเค้าไม่ชัดเจน ลูกค้าซื้อชาเป็นลอตใหญ่ไปติดแบรนด์ตัวเอง ทำให้ลูกค้าไม่ทราบที่มาของชาว่าเป็นชาอู่หลงบนดอยที่เชียงรายนะ เราจึงเริ่มต้นจากการ Rebranding และสร้าง Story

นอกจากนี้ได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ จากที่เป็นซองกระดาษทั่วไป เราออกแบบเป็นกล่องเซตชามีถ้วยชาคู่ไปกับชาอู่หลงคุณภาพ สำหรับมอบเป็นของขวัญในเทศกาลต่างๆ หรือจะซื้อเดี่ยวเป็นแบบกล่องชาโลหะ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ดูพรีเมียม และแตก Product Line ใหม่ ๆ มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสมัยใหม่ เช่น ชานม 3 IN 1 ชงกับน้ำเย็นหรือน้ำร้อนก็ได้ ลูกอมชาอู่หลง เป็นลูกเล่นที่สามารถขายพ่วงและสามารถวางได้หลากหลายช่องทาง เป็นตลาดที่กว้างมาก



บริษัท ชาดี 101 จำกัด
จ.เชียงราย
คุณศนิสา ลู

ได้พัฒนาสินค้าหลายด้าน ทั้งบรรจุภัณฑ์ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ พัฒนาสินค้าใหม่ๆ เพื่อต่อยอดในตลาดที่กว้างขึ้น และได้พันธมิตรร่วมในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของสินค้า ทำให้เรามีกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลดีต่อยอดขายในอนาคต

มีการพัฒนาสินค้าใหม่ เช่น ชาโน้ต และชารสชาติที่แปลกใหม่ไม่เหมือนใคร โดยวิจัยร่วมกับ ไร่ Singha Park Chiang Rai ซึ่งเป็น Partner ของ Local A lot พัฒนาช่องทางการขาย โดยดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ เช่น B2B เป็น Set Afternoon tea ในโรงแรมชั้นนำต่างๆ





LOCAL ALOT

ACTIVITY

- ชมรมเกษตรวิถีธรรมชาติ จ.กำแพงเพชร
- วิสาหกิจชุมชนกลุ่มชาข้าวเก่า (ข้าวลืมผัว) แบนด์ข้าวสร้างสุข จ.พะเยา
- สหกรณ์การเกษตร ห้างฉัตร จำกัด
- วิสาหกิจชุมชนเกษตรไม้ผล ตำบลภูเงิน จ.ศรีสะเกษ
- บริษัท ชาดี 101 จำกัด จ.เชียงราย





FARM TO

ระบบการร่วมเป็นเจ้าของ ผลผลิตการเกษตรทั่วประเทศไทย

ฟาร์มโตะ เป็นช่องทางการขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์แนวใหม่โดยมุ่งให้ผู้บริโภคซื้อผลผลิตล่วงหน้าตั้งแต่เริ่มต้นเพาะปลูกไปกับเกษตรกรเราเรียก วิธีการนี้ว่า “การร่วมเป็นเจ้าของ” และยังสามารถซื้อผลผลิตพร้อมส่ง ผ่านแอปพลิเคชัน FARMTO นอกจากนี้ยังสามารถเลือกซื้อกริปท่องเที่ยว การเกษตรทั่วประเทศโดยเป็นการพัฒนาทักษะเกษตรกรรายกระดับฟาร์มตัวเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและเรียนรู้ทางการเกษตร



083-056 4258



www.facebook.com/yourfarmto



www.farmto.co.th



Farmto.thailand@gmail.com



@farmto





“การร่วมเป็นเจ้าของ” เชื่อมโยงเกษตรกรกับผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ตั้งแต่เริ่มต้นเพาะปลูก ลูกค้าสามารถจองพื้นที่ปลูกตามความต้องการของสินค้า เกษตรกรสามารถมีรายได้ก่อนฤดูเก็บเกี่ยว ลดภาระค่าใช้จ่ายทางการเกษตร ลูกค้าสามารถติดตามการเติบโตของผลผลิตได้ทุกขั้นตอน นอกจากนี้ยังสามารถเยี่ยมชมฟาร์ม ชมผลผลิตที่ตัวเองจับจอง เป็นการยกระดับฟาร์มของเกษตรกรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและการเรียนรู้ทางการเกษตรแก่ผู้ที่สนใจ ทำให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคได้ช่วยเหลือและดูแลคุณภาพผลผลิตไปด้วยกัน

จอมแปลงผลิต เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของร่วม



"ข้าวกล้องสังข์หยดชิดิกรมย์" ความตั้งใจของชาวนาใน จังหวัดพัทลุง ที่สืบสานตำนานข้าวพื้นถิ่นกว่า 100 ปี ซึ่งคุณสมบัติของข้าวสังข์หยด GI มีลักษณะเมล็ดสีแดง รูปลักษณะคล้ายข้าวหอมมะลิ แต่มีคุณประโยชน์มากมาย เนื่องจากมีสารต้านอนุมูลอิสระ (แอนตีออกซิแดนท์) ลดความเสี่ยงในการเป็นโรคต่างๆ เช่น โรคหัวใจ โรคเบาหวาน มีวิตามินบี ช่วยป้องกันโรคเหน็บชา และมีสาร ASGs (Acylated Steryl Glucosides) ช่วยการทำงานของอินซูลินและการควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด

สินค้าประเภทข้าวจะเป็นโจทย์ที่ยากพอสมควร เพราะข้าวในมุมมองของคนไทยมันก็คือ ข้าว ถ้าไม่ใช้ข้าวหอมมะลิจะขายยากเพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ต่างมองว่าค่อนข้างทานยาก ดังนั้น ในแง่การตลาดได้ทำแพลตฟอร์มแบบการตลาดล่วงหน้า เกษตรกรจะทราบยอดขายที่ชัดเจน และช่วยให้เกษตรกรมีรายได้ดีตั้งแต่ที่ลูกค้าเริ่มจองพื้นที่แปลง ผลิตลดปัญหาการกู้ยืมการลงทุนทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกร ระหว่างการปลูกเกษตรกรจะส่งข้อมูลในแอปพลิเคชัน เพื่อให้ลูกค้าทราบการเติบโตของข้าวเป็นระยะ เป็นการสร้างการมีส่วนร่วม ในแง่ของลูกค้าเองก็ได้ประโยชน์ ในเรื่องราคาจะได้ราคาดีกว่าราคาตลาด รวมทั้งการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูพรีเมียมขึ้น



วิสาหกิจชุมชนชาวนาเมือง ลุมพัฒนา จ.พัทลุง คุณธนชัย อปสริโย

การทำโครงการร่วมกันระหว่างชุมชนและสตาร์ทอัพ เกิดจุดประกายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และต่อยอดในอนาคตว่าจะสามารถกระจายสินค้าได้มากขึ้นทั้งจากการขายแปรรูป และการเพิ่มช่องทางการตลาดที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ดังนั้นอยากให้ภาคต่อของโครงการอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กลุ่มเกษตรกร

ข้าวสังข์หยด
มีคุณสมบัติที่โดดเด่น
เรื่องคุณค่าทางอาหารสูง
แน่นอนว่าตอบโจทย์กลุ่มคนรักสุขภาพ



นอกจากนี้การพัฒนาสินค้าโดยนำผลิตภัณฑ์มาแปรรูป จำพวกกาโนลาบาร์ กาโนลา ทัวไปส่วนใหญ่ใช้ข้าวสาลี เป็นส่วนผสมหลัก ซึ่งสามารถเปลี่ยนมาใช้ข้าวสังข์หยดมีคุณสมบัติที่โดดเด่นเรื่องคุณค่าทางอาหารสูงได้ นับได้ว่าเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรในตอนนี้ยังอยู่ในขั้นตอนการคิดค้นสูตรผสมการผลิต ในอนาคตเรายังสามารถติดต่อผลผลิตที่จะนำมาเป็นส่วนผสมจากไร่อื่นๆ โดยจะเน้นพืชผลที่อยู่ในไทยเท่านั้น กลุ่มเกษตรกรจะมีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นสามารถจับคู่ธุรกิจได้หลากหลายช่องทาง

นอกจากนี้เรายังสนับสนุนเครื่องมือที่สามารถนำเศษวัสดุทางการเกษตรมาทำเป็นอาหารสัตว์ นำมาแปรรูปเป็นอาหารปลา เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้จากทุกส่วน

ถั่วลายเสือ เคี้ยวเพลินประโยชน์ เต็มทุกเม็ด

“ถั่วลายเสือ ถั่วลายเสือซ่อนลายและถั่วชิกพี” เป็นพันธุ์ของ
จังหวัดกาฬสินธุ์ แต่เมื่อนำมาปลูกที่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ด้วย
แร่ธาตุที่มีมากในดิน ทำให้ถั่วพลโตและมีความหวานมากกว่า
ถั่วลิสงทั่วๆ ไป แถมคุณค่าทางอาหารยังสูงกว่า มีลวดลายคล้าย
ลายเสือบนตัวเมล็ดดูมีอัตลักษณ์ แถมมีประโยชน์กันถึง 9 อย่าง
เหมือนแมว 9 ชีวิต คือ บำรุงเส้นประสาท มีโปรตีนสูง ป้องกัน
โรคหัวใจ ช่วยลดความดันโลหิต ช่วยเสริมสร้างความจำ ช่วยแก้
อาการเรื้อรัง บำรุงหัวใจและเส้นเอ็น มีเส้นใยดีต่อระบบขับถ่าย
บำรุงน้ำมันสตรียที่ให้นมบุตร



วิสาหกิจชุมชนถั่วลายเสือ จ.แม่ฮ่องสอน คุณสมชาย สุปิตตา

จากการที่ Start up ร่วมพัฒนาเรื่องราว
ร่วมกับบรรพบุรุษที่สืบค่าน่าสนใจขึ้นมาก
ขายได้ราคาและหลากหลายช่องทาง ได้ความรู้
ใหม่ในการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทาง
โซเชียลมีเดีย ทำให้มียอดขายเพิ่มและยัง
เป็นที่รู้จักมากขึ้นด้วย

ด้วยแร่ธาตุที่มีมากในดินทำให้ถั่วพลโตและ
มีความหวานมากกว่าถั่วลิสงทั่วๆ ไป แถมคุณค่า
ทางอาหารยังสูงกว่า มีลวดลายคล้ายลายเสือ
บนตัวเมล็ดดูมีอัตลักษณ์ แถมมีประโยชน์กัน
ถึง 9 อย่าง เหมือนแมว 9 ชีวิต

ถั่วลายเสือของเกษตรกรแม่จะเป็นเพียงพืชที่ปลูก
สลับหน้าดินหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อให้ดินคงแร่ธาตุ
ที่สำคัญๆ ไว้ก่อนถึงฤดูปลูกพืชพันธุ์หลัก ทำให้
เกษตรกรที่นี้ปลูกกันเยอะมาก เดิมเกษตรกรขาย
แบบใส่ถุงมัดยวงหน้าสวน แนวทางในการพัฒนาใน
โครงการ ได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากให้
น่าสนใจทำเป็น “เซตถั่ว 3 สี” ขอบdingเอ็ดจาก
แม่ฮ่องสอน ในการเริ่มต้นการตลาดใน
เฟสแรกไม่เกิดการซื้อซ้ำเพราะผู้บริโภคมองว่าแพ
งเกินไป จึงกำหนดโครงสร้างราคา ปรับกระบวนการ
กันใหม่เพื่อให้ได้ราคาเหมาะสมกับต้นทุน และความ
ต้องการกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

นอกจากนี้เราได้สร้างเรื่องราวเพื่อโปรโมทสินค้าให้
ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น เพิ่มช่องทางจำหน่ายผ่านออนไลน์
และ Live ขายผ่าน influencer และทำการตลาด
แบบ B2B นำไปวางจำหน่ายตามร้านอาหาร
หลังกำหนดราคาใหม่ครั้งนี้ทำให้เกิดการซื้อซ้ำ
มีลูกค้าประจำ สร้างตลาดที่ยั่งยืนในระยะยาว

ส้มห้วยโป่ง หวานจ๋า จากน้ำแร่ธรรมชาติ



“ส้มห้วยโป่ง” ส้มสายน้ำผึ้ง สีน้ขาวเนื้อสีส้มหวาน รสชาติหวานแหลมอมเปรี้ยวเล็กน้อย วิตามินซีสูง ปลูกโดยชาวปากะเยอ ชาวไทในพื้นที่แบบไร้สารเคมี 100% ด้วยภูมิอากาศที่อยู่ ต.ห้วยโป่ง เมืองสามหมอก ล้อมรอบด้วยหุบเขา มีลำธารลำห้วยสายน้ำแร่ โดย จ.แม่ฮ่องสอนเป็นแหล่งน้ำแร่ที่มีมากที่สุดในประเทศ สวนส้มที่นี่ได้นำแร่จากบ่อน้ำร้อนธรรมชาติ ไหลลงมาจากภูเขาใช้ในการเพาะปลูก ส้มจึงอุดมไปด้วยแร่ธาตุ สหวานฉ่ำ ปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ในแต่ละปีจะเก็บเกี่ยวปีละครั้ง ครั้งละ 3 เดือนในช่วงฤดูหนาว แต่เดิมเกษตรกรขายหน้าสวนอย่างเดียว ราคา กิโล 40-50 บาท ทีมงานได้ลงไปร่วมพัฒนาแต่ความที่เป็นชาวไทอยู่กันหลายชนเผ่า เพราะฉะนั้นจะมีปัญหาเรื่องการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี ที่ซึ่งเป็นเรื่องยากที่เข้าไม่ถึง แต่สินค้ามีคุณภาพเพาะปลูกด้วยรูปแบบเกษตรอินทรีย์ และความปลอดภัยทางภูมิศาสตร์ ส่งผลให้เกิดส้มคุณภาพดี เราได้สร้างเรื่องราวจากคุณสมบัติเด่นเหล่านี้ให้ผู้บริโภครับรู้เป็นการสร้างความเชื่อมั่น

การโปรโมทผ่านช่องทางออนไลน์ ผลตอบรับดีมีการสั่งซื้อมากขึ้น ขายได้หมดสวนตั้งแต่ออกผล เนื่องจากการจองตั้งแต่เริ่มปลูก ทำให้กลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียงสนใจอยากให้ร่วมทำการตลาด เป็นผลดีระยะยาวในการโปรโมทการขายได้หลากหลายรูปแบบ เนื่องจากมีความพร้อมด้านผลผลิตที่สามารถรองรับลูกค้าได้อย่างเพียงพอ



วิสาหกิจชุมชนส้มบ้านห้วยโป่ง
จังหวัดแม่ฮ่องสอน
คุณอดิศักดิ์ ปันเช

ฟาร์มโต๊ะ สตาร์ทอัพในโครงการ ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์ ทำให้สร้างมูลค่าสินค้า สามารถขายได้ราคาสูงกว่าเดิมมาก รวมถึงการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สวยงาม แจ่มใส เพื่อป้องกันการเสียหายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง มีความสวยงามเหมาะสมของวงรี ของฝาก...นับว่าเป็นการส่งของดีจากแม่ฮ่องสอนถึงหน้าบ้านทุกท่าน สร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า สร้างทัศนคติที่ดีโดยรวมของประเทศ และสร้างทัศนคติที่ดีโดยรวมของสินค้าไทย



แปรรูปผลิตภัณฑ์ ลดส่วนการเสียทิ้ง



วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม
ผู้ปลูกไม้ผล-มะยงชิดนครนายก
จ.นครนายก
คุณสมจิต แก้วคุณ

Startup แนะนำการขายผลผลิตล่วงหน้า เพื่อให้ได้ราคาที่ดีมีรายได้ที่แน่นอน ได้ร่วมพัฒนาโดยนำนวัตกรรมมาใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการต่อยอดสินค้า และการสร้างเพจทำให้มีลูกค้าที่หลากหลายรู้จักเรามากขึ้น อีกทั้งช่องทางการขายออนไลน์ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นเยอะมาก ยังได้ความรู้ใหม่ๆ มากมายจากโครงการอยากให้มีการต่อยอดโครงการดีๆ เช่นนี้อีก

มะยงชิด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกไม้ผล-มะยงชิดนครนายก GI จากสวนแก้วคุณ จังหวัดนครนายกสามารถปลูก มะยงชิดลูกใหญ่ๆ เนื้อแน่นๆ เมล็ดลีบกรอบอร่อย หวานอมเปรี้ยวกำลังดี มีมาตรฐาน GAP พื้นที่ปลูกบริเวณตีนเขาใหญ่ ดินมีแร่ธาตุเยอะเวลาที่ฝนตกน้ำไหลลงมาช่วยสวนที่นี้จึงได้แร่ธาตุมากมาย ประมวลเป็นเรื่องราว แต่เนื่องจากมะยงชิดจะออกผลผลิตเพียงครั้งเดียวต่อปี ดังนั้นต้องเตรียมพร้อมแผนการตลาดผ่านการจองสินค้า และมะยงชิดที่ไม่ได้ขนาดมาแปรรูปเพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์

จากที่เกษตรกรขายหน้าสวนเป็นหลัก สบข้างนิดหน่อยแต่เกิดความเสียหายระหว่างขนส่ง จึงออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ให้แข็งแรงมีเอกลักษณ์โดดเด่นขึ้น ลดความเสียหายก่อนถึงมือลูกค้า และ rebranding ตราสินค้าให้มีความ premium ทำโปรโมชันให้น่าสนใจอย่างต่อเนื่องผ่านสื่อออนไลน์ และ influencer ที่มี fan base สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าของเกษตรกร ทำให้ผลตอบรับยอดขายลูกค้าตอบรับดีมาก และมีการสั่งซื้อ

จากที่ลงพื้นที่ได้เห็นมะยงชิดบางส่วนที่ชำหรือตกหล่นเกษตรกรจะคัดออก จึงมีความคิดที่จะนำมะยงชิดมาทดลองแปรรูปเป็นไอศกรีมมะยงชิด พัฒนาสินค้าแปรรูปเพื่อรองรับการตลาดในระยะยาว



นอกจากนี้เราได้พัฒนากลยุทธ์การขายเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าร่วมกับเกษตรกร โดยแบ่งสินค้าเป็น 3 เกรด อย่าง

- เกรด A ให้เกษตรกรขายเองเป็นพรีเมียม ตามแพลตฟอร์มที่เราสร้างให้ใหม่ทั้งออนไลน์ และที่เคหะขายหน้าสวน
- เกรด B คละเกรด สบ B2B สบห้างสรรพสินค้า โรงแรม ติดต่อกับการท่องเที่ยวของจังหวัด หรือสำหรับขายลอตใหญ่ที่ลูกค้าต้องการซื้อไปขายต่อ
- เกรด C เหมาะกับการแปรรูป เช่น ผลที่ร่วงจากต้นชำเรานำมาแปรรูปเป็นไอศกรีมมะยงชิด และอยู่ในช่วงเชื่อมกลุ่มลูกค้า B2B ที่ต้องการเป็นสินค้าแปรรูปในฤดูกาลหน้า

ดึงดูดเด่นสินค้า เพื่อยขยายฐานลูกค้า ให้หลากหลาย



Honey Dee น้ำผึ้งแท้บริสุทธิ์สกัดจากอำเภอสาร์ภักดิ์ จังหวัดเชียงใหม่ สินค้าเพื่อสุขภาพจากวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงผึ้งภาคเหนือ สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นที่ที่ได้รับรองมาตรฐานฟาร์มผึ้งที่ดี GAP จากกระทรวงเกษตรฯ และมาตรฐานสินค้าตรงตามหลักกระทรวงสาธารณสุข และรายงานการวิจัยโครงการ Smart Bees ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้ตรวจน้ำผึ้งดอกลำไย HoneyDee พบว่าสามารถต้านอนุมูลอิสระระดับดี และต้านเชื้อจุลินทรีย์ ได้ระดับดีมาก เป็นน้ำผึ้งที่มีรสชาติที่ดี มีกลิ่นหอม รสชาติหวาน น้ำผึ้งสีน้ำตาลทอง แตกต่างจากน้ำผึ้ง ส่วนใหญ่ในท้องตลาดที่มีสีเข้ม อันเป็นเอกลักษณ์ของดอกลำไย ที่เป็นผลไม้ขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่

คุณประโยชน์ของความหวานที่ได้จากธรรมชาติ มีแร่ธาตุอาหารสูง ร่างกายดีไปใช้พลังงานและเผาผลาญได้ดีกว่าการทานความหวานชนิดอื่น สารสกัดจากรังผึ้ง ยังมีสรรพคุณในการต้านโรคที่เกิดจากอนุมูลอิสระได้แก่ โรคเบาหวาน โรคเกี่ยวกับระบบประสาท น้ำผึ้งมีส่วนช่วยในการรักษาอาการอักเสบรวมถึงต้านเชื้อแบคทีเรียและจุลินทรีย์ได้ดีทำให้แผลหายเร็วขึ้น สามารถนำมาพอกหน้า สารแอนติออกซิแดนท์ในน้ำผึ้งเข้าไปช่วยบำรุงผิวพรรณให้ชุ่มชื้น รักษาผิว

น้ำผึ้งสกัดจากลำไย เป็นสินค้าของเกษตรคุณภาพสูง และเป็นน้ำผึ้งแบบเกษตรอินทรีย์ที่เก็บได้เพียงปีละหนึ่งครั้ง ส่วนลำไย ที่ตั้งเลี้ยงผึ้งได้รับรองมาตรฐาน SDGs PGS CHIANGMAI ORGANIC และ GAP แต่คนไทยไม่นิยมน้ำผึ้งนำมาทานกันมากนัก จึงเป็นสินค้าที่มีลูกค้าเฉพาะกลุ่มในเมืองไทย จึงร่วมกันสร้างเรื่องราว Key message ที่ชัดเจนเพื่อการวาง Positioning ของน้ำผึ้งดอกลำไยให้ชัดเจน เช่น ความเข้าใจเรื่อง “นางพญาพันธุ์ดี” เพื่อสร้างน้ำผึ้งคุณภาพดี เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลาย เช่น live กับ influencer เพื่อมีกลุ่มลูกค้าที่



HoneyDee
จังหวัดเชียงใหม่
คุณณัฐญา ถิ่นธรรม

Startup ได้สร้างเรื่องราวได้น่าสนใจ เป็นการสร้างการรับรู้ในวงกว้าง เพิ่มการประชาสัมพันธ์ในสื่อ online ในรูปแบบ storytelling รวมถึงพัฒนาและปรับปรุง Packaging สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า อยากให้ทีมเดิมทำ Story กันอีกหากมีการทำโครงการต่อเนื่อง เนื่องจากคุ้นเคยกันแล้วจะสามารถดำเนินงานกันได้เร็วขึ้น



หลากหลายยิ่งขึ้น จัดการคลิปวิดีโอ เริ่มทำการตลาดเชิงรุก มากขึ้น นอกจากนี้ได้ทำบทความโพสลง Social Media เพื่อจัดอันดับในกูเกิ้ลเสิร์ช เวลาที่มีคนหาข้อมูลเกี่ยวกับน้ำผึ้งดอกลำไยจะมีข้อมูลนี้ไว้

ร่วมกับการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า พร้อมทั้ง rebranding ตราสินค้าให้มีความ premium แต่ยังคงอัตลักษณ์เดิมไว้ และวางแผนติดต่อกระทรวงพาณิชย์ เพื่อประสานด้านการส่งออกต่อไป



FARM TO ACTIVITY

- วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกร ผู้ผลิตข้าวสังข์หยด ตำบลตำนาค อ.เมือง จ.พัทลุง
- วิสาหกิจชุมชนถั่วลายเสือ จ.แม่ฮ่องสอน
- วิสาหกิจชุมชนส้มบ้านห้วยโป่ง จังหวัดแม่ฮ่องสอน
- วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม ผู้ปลูกไม้ผล-มะม่วงชิดนครนายก จ.นครนายก
- HoneyDee จังหวัดเชียงใหม่





HAPPY GROCERS

ร้านขายของชำยุคใหม่ นำสินค้าจากเกษตรกรสู่ผู้บริโภคในเมือง

แอปปี โกรเซอร์ เป็นร้านขายของชำสินค้าเกษตรยุคใหม่ผ่าน E-COMMERCE และ GROCERY TRUCK โดยลูกค้าสามารถทราบ แหล่งที่มาของสินค้าแต่ละชนิดได้ และไม่สร้างขยะพลาสติกที่ไม่จำเป็น นอกจากนี้มีการสร้างกลุ่มและกิจกรรมต่างๆให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วม ซึ่งกันและกัน เช่น การทำ FOOD WORKSHOP ทริปเยี่ยมชมฟาร์ม ออร์แกนิก และการแบ่งปันข้อมูลต่างๆให้กับชุมชนบนโซเชียลมีเดีย



086-375 1942



www.facebook.com/grocershappy



<http://happygrocers.co>



grocershappy@gmail.com



mohlo



ยกระดับคุณค่าทางเกษตรกรรม สื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจว่าเกษตรอินทรีย์คืออะไร เกษตรรายย่อยสามารถขายสินค้าถึงมือผู้บริโภคได้โดยตรง โดยทำการตลาดในรูปแบบการวางของชำ สินค้าเกษตรยุคใหม่ E-commerce และ Grocery Truck สินค้าเกษตรอินทรีย์ สินค้าเกษตรปลอดภัย ให้ลูกค้าถึงบ้าน เพราะไม่ว่าจะเกิดสถานการณ์ไหน แต่อาหารยังคงเป็นสิ่งสำคัญ การทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าคุณภาพได้ง่าย เกิดความประทับใจ และต่อยอดกิจกรรมต่างๆ ให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมซึ่งกันและกัน เช่น การทำ Food Workshop

ECOTRIP

อรอยเพลินสไตล์ คนรักสุขภาพ



กลุ่มเกษตรกร ปลูกชมพูเพชรสุวรรณ จ.เพชรบุรี คุณเนาวรัตน์ สิริชะ

นาง Startup ช่วยสร้างแบรนด์ และออกแบบ
โลโก้ รวมถึงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้ดูแข็งแรง
จัดส่งง่าย ลดปัญหาความเสียหายของสินค้า
ก่อนถึงมือลูกค้า และนำเสนอใจภาพลักษณ์ดูดี
ซึ่งจะทำให้ขายได้ราคามากขึ้น และเพิ่มช่องทาง
การขายออนไลน์ รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่แตกต่าง
จากเดิม เช่น กลุ่มลูกค้าต่างชาติ โดยอนาคต
จะขายรวมเป็นแบบท่องเที่ยวชุมชนไปด้วย

กลุ่มเกษตรกรปลูกชมพูเพชรสุวรรณมีการ
ปลูกชมพูเพชร กับทีมจันทร์ เพชรสายรุ้ง
ร่วมกันหลายครัวเรือน ซึ่งผลิตคุณภาพดี
มาตรฐาน GI ปลอดภัย รสหวานธรรมชาติ

จากเดิมลูกค้าขายสินค้าหน้าสวน และส่งพ่อค้า
คนกลางเยอะ ทำให้ยังไม่มีแบรนด์ที่ชัดเจน
เราจึงออกแบบโลโก้ให้ผลิตภัณฑ์มีความ
น่าสนใจเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้ดู พรีเมียม
ขึ้น และสร้าง Story ลงในแอปพลิเคชัน
ให้กลุ่มลูกค้า ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าเราเป็นชาว
ต่างชาติ ช่วงแรกได้ทดลองตลาด ปรากฏว่า
รสชาติยังไม่ถูกปากลูกค้าเป้าหมายในภาพรวม
ชาวต่างชาติยังไม่รู้จักชมพู ซึ่งเป็นผลไม้ไทย
จึงมีการปรึกษาร่วมกับเกษตรกรเพื่อหา
แนวทางแก้ไข ให้ชมพูรสชาติหวานขึ้น โดย
ปรับเปลี่ยนระยะเวลาในการเก็บ และสร้างสื่อ
ประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม

ในช่วงที่ทำแพลตฟอร์มการตลาด เรามีการ
พัฒนาบรรจุภัณฑ์เตรียมไว้สำหรับการขาย
ออนไลน์ เพื่อรักษาผลผลิตให้ได้มากที่สุดก่อน
ถึงมือลูกค้า และประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทาง
สถานทูต, โรงเรียนนานาชาติ, คอนโดต่างๆ และ
สื่อโซเชียลมีเดีย ได้วางแผนร่วมกับกลุ่ม
เกษตรกร ทำท่องเที่ยวชุมชนโดยเน้นการเรียนรู้
เรื่องเกษตรอินทรีย์และเศรษฐกิจพอเพียงกับ

วางแผนร่วมกับกลุ่มเกษตรกร
ทำท่องเที่ยวชุมชนโดยเน้นการเรียนรู้
เรื่องเกษตรอินทรีย์และเศรษฐกิจ
พอเพียงกับศูนย์การเรียนรู้ประจำ
ตำบล ลูกค้าสามารถเลือกซื้อ
ผลผลิตในไร่ได้โดยตรง
จากกลุ่มเกษตรกร



ศูนย์การเรียนรู้ประจำตำบล ลูกค้าสามารถเลือกซื้อผลผลิตในไร่
ได้โดยตรงจากกลุ่มเกษตรกร ทำให้ขายสินค้าได้กำไรมากขึ้น ตอนนี้
สถานการณ์โควิด -19 เริ่มมีแนวโน้มดีขึ้น ติดตามรูปแบบการตลาด
แบบ eco trip ของชุมชนกัน

เด่นด้วยรูปลักษณ์ อร่อยสดชื่นได้สุขภาพ

สับปะรดนางแล พันธุ์น้ำผึ้ง GI รสชาติแตกต่างจาก
สับปะรดพันธุ์อื่น จึงมีอัตลักษณ์ที่แตกต่าง โดยสวน
ตระกูลสับปะรดนางแล ภูแลเขียงราย จ.เขียงราย
สับปะรดปลูกที่เขียงรายมาช้านานแล้วและเป็นของดี
ประจำจังหวัดได้ขึ้นทะเบียนสินค้า GI

เกษตรกรมีผลผลิตที่คุณภาพสูง นอกจากจะ
จำหน่ายสับปะรดผลสด ยังมีการแปรรูปสินค้าเป็น
เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ได้ลงพื้นที่พูดคุยกับ
เกษตรกร สับปะรดนางแล พันธุ์น้ำผึ้ง จะรสชาติ
แตกต่างจากสับปะรดพันธุ์อื่น เป็นจุดเด่นในการนำ
มาแปรรูปสินค้าที่หลากหลาย เริ่มจากการสร้าง
แบรนด์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และโลโก้ของโซดา
สับปะรดให้น่าสนใจและเพิ่มมูลค่า โดยบรรจุภัณฑ์
ขนาดกะทัดรัดหยิบง่าย สีสันเน้นความสดชื่น

สับปะรดนางแล พันธุ์น้ำผึ้ง
จะรสชาติแตกต่างจากสับปะรดพันธุ์อื่น
เป็นจุดเด่นในการนำมาแปรรูป
สินค้าที่หลากหลาย



สวน ต.ตระกูล สับปะรดนางแล ภูแลเขียงราย คุณอำนาจ ตันตระกูล

Startup ออกแบบแบรนด์ได้น่าสนใจ ทำให้สินค้าดู
พรีเมียมขึ้น ในส่วนของแผนการตลาด ผ่านการ
ท่องเที่ยวชุมชน เพื่อลูกค้าได้ซื้อสินค้าโดยตรง
จากเกษตรกร ไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง แต่เนื่องจาก
สถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ต้องมีการ
ปรับเปลี่ยนแผนการตลาดที่วางไว้



ทีม Happy Grocers จะวางแผนการทำการตลาด
รูปแบบท่องเที่ยวชุมชน ให้ลูกค้าได้เห็น Story
สินค้าจากการสัมผัสสถานที่จริงเพิ่มความเชื่อมั่นแก่
ลูกค้า และเพิ่มช่องทางขายออนไลน์ บนแพลตฟอร์ม
ที่กำลังปรับเปลี่ยน และเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์
โดยนำเสนอกลุ่มต่างชาติเพื่อให้ได้วัตถุดิบท้องถิ่น
คุณภาพดีสำหรับประกอบอาหาร จัดทำเวิร์คช็อปทำ
อาหารจากวัตถุดิบพื้นที่ GI และเรานำสินค้าเข้าหา
กลุ่มคนเมืองผ่าน Grocery Truck เพื่อให้สินค้า
ถึงมือผู้บริโภคโดยตรง

เพิ่มการแปรรูป ให้สินค้ามีมูลค่า



มะพร้าว น้ำหอมบ้านแพ้ว GI จากวิสาหกิจชุมชนบ้านสวนวัฒนา การเกษตร จ.สมุทรสาคร ปลูกมะพร้าว น้ำหอมเป็นส่วนมากเมื่อมีผลผลิตมากและตลาดจีนปิดทำให้ราคามะพร้าว น้ำหอมลดลงในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่จะขายผลสด กลุ่มเลยเริ่มมีการแปรรูปน้ำและเนื้อมะพร้าวเพื่อเพิ่มมูลค่ากับเพิ่มช่องทางการขายได้มากขึ้นผลิตมะพร้าว น้ำหอมบ้านแพ้ว และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะพร้าว

กลุ่มเกษตรกรมีความแข็งแกร่งทั้งคุณภาพสินค้า การแปรรูปสินค้า รวมถึงแบรนด์ที่ดูลงตัวสวยงามเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ต้องการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะช่วงฤดูที่ผลผลิตล้นตลาดจะกระจายสินค้าอย่างไรให้ได้ราคา

ทีมงานได้พัฒนาช่องทางการตลาดผ่านออนไลน์ในเบื้องต้น เพื่อเพิ่มยอดขายในโครงการ โดยเริ่มเข้าไปติดต่อทำการตลาดไว้รอ ผ่านทางโครงการอสังหาริมทรัพย์ เพื่อนำสินค้ากลุ่มเกษตรกรเข้าสู่ลูกค้าทั้งรูปแบบการจัดอีเว้นท์ต่างๆ และจำหน่ายถึงมือผู้บริโภคโดยตรง



วิสาหกิจ
ชุมชนบ้านสวนวัฒนา
การเกษตร
จ.สมุทรสาคร
คุณพนัชกร ทรงวัฒนา

จากสถานการณ์โรคโควิด-19 ต้องเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส ดึงอัตลักษณ์สินค้าเกษตรชั้นดีระดับ GI เตรียมรับการตลาดรูปแบบใหม่ ร่วมกับการพัฒนาการแปรรูปสินค้าให้เก็บรักษาได้นานขึ้น เพื่อรองรับยุคนิวโนมอล



ส่งต่อข้อมูลสู่ผู้บริโภค หัวใจอินทรีย์



กลุ่มเกษตรบ้านแสลงวิมาน
จ.นครศรีธรรมราช
คุณอิมรอน แสลงวิมาน

การเตรียมวางแผนการตลาดร่วมกับ Start up ร่วมกับการจัดการผลผลิตตามฤดูกาล ที่จะทำให้สินค้าเกษตรต่างๆ มีช่องทางเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งถ้าเพิ่มช่องทางตลาดส่งออกด้วย จะทำให้ส้มโอกับทิมสยามเป็นที่รู้จักได้มากยิ่งขึ้น

ส้มโอกับทิมสยามปากพนัง GI มีต้นกำเนิดจากปัตตานี แต่โตที่ปากพนังนครศรีธรรมราช โดยกลุ่มเกษตรบ้านแสลงวิมาน ต.ล่อนน้อชัย อ.ปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช ได้พัฒนาการผลิตส้มโอกับทิมสยาม จนได้มาตรฐาน GAP ส้มโอกับทิมสยามทอง ที่มีผลโตรูปร่างและเนื้อหนึบฉ่ำอมชมพูเป็นเอกลักษณ์ จึงเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

เนื่องจากทีม Happy Grocers ปรับรูปแบบตลาดพัฒนาแพลตฟอร์มสำหรับเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านเว็บไซต์ www.happygrocers.co ได้เตรียมทำความเข้าใจเบื้องต้นถึงการขายแบบออนไลน์ และการทำการทอที่เกี่ยวข้องจนควบคู่ไปกับการขาย และการขายให้กลุ่มคนในเมืองในรูปแบบ Grocery Truck

มีการรวมพลเกษตรกรทำสวนส้มโอกับทิมสยาม ร่วมกันทำน้ำหมักชีวภาพเพื่อปรับปรุงคุณภาพดิน และต้นส้มโอให้มีสุขภาพแข็งแรงสามารถป้องกันโรคจากแมลงได้โดยไม่พึ่งสารเคมี เพื่อความปลอดภัยของผู้ผลิตและผู้บริโภค



สินค้าของเกษตรกรมีคุณภาพสูงเป็นทุนดั้งเดิม ยังมีศูนย์เรียนรู้ส้มโอกับทิมสยามบ้านแสลงวิมาน มีการรวมพลเกษตรกรทำสวนส้มโอกับทิมสยาม ร่วมกันทำน้ำหมักชีวภาพเพื่อปรับปรุงคุณภาพดินและต้นส้มโอให้มีสุขภาพแข็งแรง สามารถป้องกันโรคจากแมลงได้ โดยไม่พึ่งสารเคมี เพื่อความปลอดภัยของผู้ผลิตและผู้บริโภค คิดว่าการสื่อสารข้อมูลส่วนนี้ให้ผู้บริโภคได้ทราบข้อมูลจะทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในสินค้า ว่าได้สินค้าคุณภาพดี ปลอดภัยไร้สารเคมี



หอมเข้ม เปิดร้อนโดนใจนักปฐุ



ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพสูง
ตรงต่อความต้องการของตลาด
ไม่ว่าจะในเรื่องของความหอมและเผ็ดร้อน

พริกไทยดำ เมืองจันทร์ GI กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพริกไทยดำ เป็น
เกษตรกรกลุ่มแปลงใหญ่พริกไทย ม.1 ต.แก่งหางแมว อ.แก่งหางแมว
จ.จันทบุรี เป็นกลุ่มอนุรักษ์พริกไทยจันทบุรี ที่ปลูกพริกไทยเป็น
แห่งแรกของประเทศไทย มีพื้นที่ปลูก 130 ไร่ มีสมาชิกของแปลง
ใหญ่พริกไทยรวม 33 ราย

ได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในการนำเทคโนโลยี
การผลิตที่หลากหลาย รวมถึงหลักการบริหารจัดการแปลง
จนทำให้พริกไทยที่ปลูกสามารถเจริญเติบโตได้ดี ไม่มีโรคแมลง
มารบกวน

กลุ่มเกษตรกรมีความเข้มแข็งและประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน
เป็นอย่างดี ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพสูง ตรงต่อความต้องการของ
ตลาด ไม่ว่าจะในเรื่องของความหอมและเผ็ดร้อน สามารถต่อยอด
เพิ่มมูลค่าพริกไทยด้วยการนำมาจัดเป็นกระเช้าของขวัญจำหน่าย
ให้กับผู้สนใจนำไปเป็นของฝากของที่ระลึก บรรจุภัณฑ์ที่มีความ
โดดเด่นดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

การเพิ่มช่องทางการตลาดเป็นสิ่งทีเกษตรกรต้องการ สตาร์ทอัพ
ได้เตรียมแผนงานจัดทำกรายรูปแบบท่องเที่ยวในชุมชน ที่กลุ่ม
ลูกค้าที่มีส่วนใหญเป็นต่างชาติ เพื่อให้ได้กลุ่มลูกค้าที่แตกต่าง
ออกไป และจัดอีเวนท์การทำอาหารจากสินค้าพริกไทย GI



กลุ่มเกษตรกร
ผู้ปลูกพริกไทยดำ
ตำบลแก่งหางแมว จ.จันทบุรี
คุณปัทมา วงศ์นพรัตน์

โครงการนี้ดีมากมีการอบรมให้ความรู้ทั้ง
ทางทฤษฎีและปฏิบัติที่เพิ่มช่องทางการขาย
ให้หลากหลายมากขึ้น ด้วยรูปแบบการ
ประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อสร้างแบรนด์
ให้พริกไทยดำ เมืองจันทร์ สินค้าเกษตร GI
เป็นที่รู้จักกับลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ เพิ่มขึ้น





HAPPY GROCERS

ACTIVITY

- กลุ่มเกษตรกร ปลูกชมพู่เพชรสุวรรณ จ.เพชรบุรี
- สวน ต.ตระกุล สืบปะริดนางแล ภูและชัยวราย
- วิสาหกิจ ชุมชนบ้านสวนวัฒนา การเกษตร จ.สมุทรสาคร
- กลุ่มเกษตรกรบ้านแสวงเวียน จ.นครศรีธรรมราช
- กลุ่มเกษตรกร ผู้ปลูกพริกไทยดำ ตำบลแก้งหางแมว จ.จันทบุรี





FIND FOOD

ฟายด์ ฟู้ด มาร์เก็ตเพลส ผลิตต้นทางคุณภาพให้คุณ

แพลตฟอร์ม ออนไลน์เพื่อความมั่นคงด้านอาหารของคนไทย และ ส่งเสริมการเกษตรแบบยั่งยืน
ดำเนินงาน 2 ด้าน คือ 1. เป็นแกนกลางกระจายผลผลิตการเกษตรจากชุมชนทั่วประเทศ
ผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงวัตถุดิบและอาหารที่มีคุณภาพแก่ผู้บริโภค
ตัวจริง 2. ร่วมพัฒนาการเกษตรในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมที่มีเป้าหมาย สร้างความมั่นคง
ด้านอาหารและส่งเสริมการเกษตรยั่งยืนด้วย



02-278 1566



www.facebook.com/FindFood19



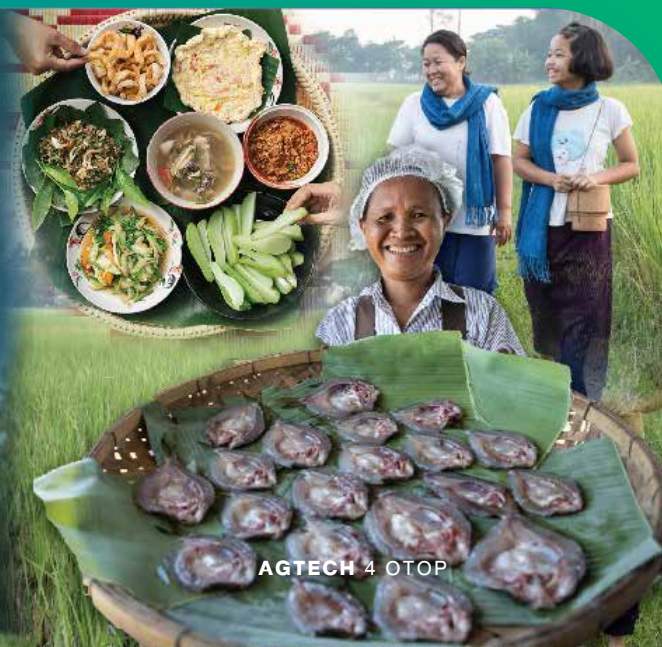
www.findfoodshop.com



Infofindfood19@gmail.com



@findfood19



AGTECH 4 OTOP



การทำงานร่วมกับชุมชนอย่างต่อเนื่องเพื่อความยั่งยืน พื้นฐานจากการที่เราทำงานการท่องเที่ยวชุมชนมาก่อน จนเกิดสถานการณ์โควิด-19 จึงแตกไลน์ธุรกิจร่วมกับชุมชนโดยพลิกผันเรื่องผลผลิตทางการเกษตร ระบบทำงานแบบ 5 ส. คือ สรรหา ส่งเสริม สร้างมาตรฐาน สัมมอบ สร้างสรรค์ยั่งยืน ทำแพลตฟอร์ม Find Food Marketplace เป็นแกนกลางกระจายผลผลิตช่วยชุมชน โดยทำงานบนฐานความเชื่อใจและเชื่อมั่นร่วมกับชุมชน ทุกกระบวนการต้องวางแผนร่วมกัน และทำงานแบ่งปันกับผลผลิต

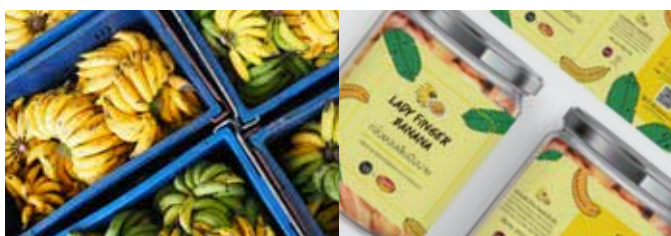
กล้วยห้เหา เล่าเรื่องเพิ่มมูลค่า



กล้วยเล็บมือนาง ผลไม้ขึ้นชื่อจากอำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร กล้วยทุกลูกผ่านการคัดสรรและกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน โดยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปกล้วยอบเล็บมือนางบ้านท่ามะปริง ผลิต “กล้วยอบเล็บมือนางศรีกา” จากอำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร สินค้า OTOP ที่ได้รับการรับรอง GI กล้วยอบมีความหอมหวาน กลมกล่อม ทั้งยังอุดมไปด้วยคุณค่าทางโภชนาการ ช่วยเพิ่มพลังงาน สามารถนำไปสร้างสรรค์เมนูได้มากมาย เรียกได้ว่าทานกับอะไร....ก็อร่อย

กล้วยเล็บมือนาง ซึ่งชาวบ้านเรียกกล้วยห้เหา ตามลักษณะการปลูกที่ต้องปลูกคู่กับต้นไม้เพื่อหลบแดด ซึ่งจะทำให้ได้ผลผลิตมากขึ้น เป็นเคล็ดลับและภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่เรานำไปสร้าง story telling ให้น่าสนใจและเป็นที่จดจำของลูกค้า และการสร้างแบรนด์ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้ดูทันสมัย เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า

เราเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลให้เป็นรู้จัก ผ่านแพลตฟอร์ม Find Food/Live รองรับการค้าออนไลน์ และสร้างภาพลักษณ์สินค้าให้ได้ลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ให้เป็นสินค้าเพื่อสุขภาพ จากเดิมที่คนมักจะนึกถึงความหวานที่ทานแล้วจะอ้วน เราได้สร้างภาพลักษณ์ใหม่ของสินค้า ไปออกบูธในงานวิ่ง เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มกลุ่มเป้าหมาย (นักกีฬา) หรือคนรักสุขภาพ ให้เป็นของว่างทานอิมท้องแต่ได้คุณค่าของสารอาหาร นอกจากนี้ยังประชาสัมพันธ์ผ่าน Social e-commerce day จัดโดย Line my shop



**กลุ่มแปรรูป
กล้วยอบเล็บมือนาง
บ้านท่ามะปริง จ.ชุมพร
คุณบรรหาร แสงฟ้าสุวรรณ**

แม้ยอดขายออนไลน์จะยังไม่เด่นเท่าการขายออฟไลน์ แต่การนำเสนอเรื่องราวสินค้าทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และได้กลุ่มลูกค้าหลากหลายขึ้น อยากให้มีโครงการต่อเนื่องเพื่อจะได้พัฒนาสินค้าให้เป็นระบบในระยะยาว



ผู้ซื้อ ผู้ขาย คือเจ้าของร่วม

ข้าวสังข์หยด เป็นพันธุ์ข้าวพื้นเมืองเฉพาะถิ่นพัทลุง อยู่ในแหล่งที่เหมาะสมกับการเพาะปลูก ที่ลุ่มน้ำคลองบางแก้ว ระหว่างเทือกเขาบรรทัดกับทะเลสาบ ทำให้มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ช่วยชะลอความแก่ ช่วยป้องกันโรคความจำเสื่อมบำรุงโลหิตและหัวใจ มีกากใยสูง ปลูกแบบปลอดสารเคมีในทุกขั้นตอนการผลิต และได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (Organic Thailand) ให้เป็นข้าวออร์แกนิก 100% ที่มีอัตลักษณ์พิเศษ คือ สีแดงเข้ม เม็ดเรียวยาว

ทีม Startup เริ่มจากการรีแบรนด์ โดยเพิ่มประโยชน์ของข้าวบนฉลาก เพิ่มช่องทางตลาดออนไลน์ ให้ความรู้เกี่ยวกับการขายออนไลน์กับเกษตรกร เพื่อให้สามารถเข้าใจและทำได้เองในอนาคต การจะขายสินค้าเรามองว่าต้องให้ลูกค้าทราบว่าสินค้าเรามีประโยชน์ นอกจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียล และ influencers ด้านอาหารในการสร้างการรับรู้



กลุ่มรวมใจพัฒนา ปลูกข้าวสังข์หยด เมืองพัทลุง จ.พัทลุง คุณคุณยุพาวดี วัฒนแก้ว

จากการที่ Startup มาช่วยพัฒนาหลายๆ ด้านทำให้เห็นไอเดียการตลาดที่หลากหลาย รวมถึงการออกงานอีเว้นท์ ได้กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ทำให้ขายข้าวได้ราคาที่สูงขึ้น มียอดขายที่เพิ่มขึ้นด้วย

เราได้ทำการตลาดแบบพรีออเดอร์ ทำการจองแปลงนาข้าว โดยมีสัดส่วนพื้นที่ให้เลือก พร้อมราคา และให้ทราบปริมาณข้าวที่จะได้รับ หลังการเก็บเกี่ยว ระหว่างนั้น ลูกค้าสามารถไปเยี่ยมชมนาข้าวของตัวเองได้มีอาหารให้ 1 มื้อ สามารถพักเป็นโฮมสเตย์ ทำให้รู้สึกเป็นเจ้าของร่วม สร้างความประทับใจและได้เพื่อนใหม่ทำให้เกิดการซื้อซ้ำในระยะยาว หลังฤดูเก็บเกี่ยวจะจัดส่งให้ลูกค้าถึงที่ ช่วงที่ลูกค้าเริ่มจอง เกษตรกรจะได้ค่าสินค้านำก่อนส่วนแรก เพื่อลดภาระให้กับเกษตรกรสำหรับเป็นค่าใช้จ่ายในการเพาะปลูก เป็นการเพิ่มช่องทางการขายรูปแบบใหม่ นอกจากนี้สามารถนำมาขายในแพลตฟอร์มของเรา



มะขามหวานเชื่อม ต้องเพชรบูรณ์



กลุ่มร้านแม่เล็ก
(ครุฑบุประพิศ)
จ.เพชรบูรณ์
คุณรัฐพล ก่อนแก้ว

กลุ่ม Startup สร้างเรื่องราวสินค้าและถ่ายทอด
ลงบนสื่อโซเชียลได้อย่างน่าสนใจ สร้างแบรนด์
ได้อย่างเอกลักษณ์ สินค้าขายได้ราคาและ
ยอดขายเพิ่มขึ้น รวมทั้งได้กลุ่มลูกค้าที่
หลากหลายเพิ่มขึ้นด้วย



มะขามหวานเพชรบูรณ์ GI ด้วยรสชาติที่มีเอกลักษณ์ หอม หวาน กรอบ
จนเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัด เนื่องจากดินของจังหวัดเพชรบูรณ์
เป็นดินร่วนอุดมด้วยธาตุโพแทสเซียม มีภูมิอากาศร้อนแล้ง และ
ภูมิประเทศเป็นเขาสูง เอื้อต่อการปลูกมะขาม ทำให้ได้ผลผลิตคุณภาพ
กระทั่งเพชรบูรณ์ได้ชื่อว่าเป็น "เมืองมะขามหวาน"

ร้านแม่เล็กถือเป็น "ต้นตำรับมะขามเชื่อมแห้ง" เจ้าแรกของเพชรบูรณ์
รสชาติหวานอมเปรี้ยว ใช้น้ำตาลทรายขาวแท้ 100% ไม่มีวัตถุกันเสีย
สามารถเก็บได้นาน 1 ปี การแปรรูปยังเป็นการต่อยอดสินค้าท้องถิ่น
และสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้คนในชุมชน ช่วงต้นของการทำร่วมกับ
เกษตรกร เราได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์และออกแบบโลโก้ใหม่ แต่ยังคงความ
เป็นท้องถิ่น ได้ภาพลักษณ์ที่ดูสะอาด น่าทาน ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย
ร่วมกันกำหนดราคาไม่สูงและจัดโปรโมชั่น เพื่อเข้าถึงคนหมู่มากให้คน
สนใจสินค้าเกิดการสั่งซื้อ ในส่วนของรสชาติเราไม่หวั่น นอกจากนี้เราสร้าง
การรับรู้เกี่ยวกับสินค้า ให้เป็นที่รู้จักผ่านแพลตฟอร์ม Find Food เป็น
ช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย



เชฟปรุง... นำการตลาด



วิสาหกิจชุมชน
กลุ่มแปรรูปปลาน้ำจืด
บ้านทะเลน้อย จ.พัทลุง
คุณบุญรัตน์ แก้วชูศักดิ์

Startup ได้ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ที่ชูอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และประทับใจ ในการเลือกใช้สื่อ influencers โดย Celebrity Chef ด้านอาหารในการสร้างการรับรู้ และประชาสัมพันธ์ ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าเราเพิ่มมากขึ้น และเป็นลูกค้ากลุ่มใหม่มากขึ้น

“ปลาตุ๋น” ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการถนอมอาหาร จากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปปลาน้ำจืดบ้านทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง นำปลาตุ๋นอยุธยา ซึ่งปลาน้ำจืดมาหมักและผลิตด้วยกรรมวิธีดั้งเดิมจากภูมิปัญญาชาวบ้านกว่า 130 ปี ซึ่งปลาตุ๋นที่นี้จะยังคงรูปร่างปลาตุ๋นแต่ผิวสัมผัสแห้ง หนึบเป็นสีเทาดำ มีรสชาติเค็มนิด หวานหน่อย อร่อยกำลังดี เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

เนื่องจากสินค้ายังอยู่ในระหว่างการขอมาตรฐาน ออย. ช่วงแรกก็มานำออกแบบบรรจุภัณฑ์และออกแบบแบรนด์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า มีการทดสอบตลาดเพื่อหากลุ่มผู้บริโภคที่แท้จริง และผู้บริโภคหน้าใหม่ โดยเรานำปลาตุ๋นมาให้เชฟสร้างสรรค์เมนูที่หลากหลายผ่านช่องทางสื่อโซเชียลที่เข้าถึงง่าย เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบการนำปลาตุ๋นมาปรุงเป็นเมนูใหม่ๆ ยังได้ลูกค้ากลุ่มใหม่ ที่ชื่นชอบการทำอาหาร หรือชอบลิ้มลองเมนูใหม่ๆ ที่แตกต่าง และเป็นการสร้างแบรนด์ให้แข็งแรงยิ่งขึ้น



มะม่วงน้ำดอกไม้บางคล้า ผลสีเหลืองทอง สรรพคุณหลากหลาย



วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วง
ส่งออก จังหวัดฉะเชิงเทรา
คุณลาวัณย์ แก้ววชิรกุล

Startup ร่วมการทำงานกับชุมชน เพื่อค้นหา
เรื่องราว และการวางแผนตลาดรูปแบบออนไลน์
โดยต่อไปจะเพิ่มด้านการท่องเที่ยวชุมชน
ร่วมด้วย จะช่วยเพิ่มกลุ่มลูกค้าได้ข้าม
หลากหลายมากยิ่งขึ้น

มะม่วงน้ำดอกไม้บางคล้า ผลไม้ขึ้นชื่อของจังหวัด
ฉะเชิงเทรา ด้วยสภาพดินที่เป็นดินตะกอนมีความ
เค็มเล็กน้อย และน้ำกร่อย รสชาติหวานระดับ
18-22 brix อันเป็นเอกลักษณ์ของมะม่วงบางคล้า
ยังอุดมไปด้วยวิตามินเอและซี

มะม่วงน้ำดอกไม้จากสวนแก้ววชิรกุล อ.บางคล้า
จ.ฉะเชิงเทรา มีเนื้อนุ่มแน่น ผิวสีเหลืองนวล ลูกใหญ่
คุณภาพระดับผลไม้ส่งออก นิยมรับประทานเป็น
ผลไม้สุกหรือใช้ทำขนมหวาน เช่น ข้าวเหนียวมะม่วง
ไอศกรีม

ในช่วงแรกของการทำโครงการ มะม่วงยังไม่
มีผลผลิต เลยคิดแนวทางการทำ Story ว่ามะม่วง
น้ำดอกไม้บางคล้า มีจุดเด่นอะไร ด้อยอย่างไร ทำเมนู
อะไรบ้าง เพื่อเตรียมแผนการตลาดรองรับผลผลิต
ต่อไปด้วย





FIND FOOD ACTIVITY

- กลุ่มแปรรูป ถั่วขยอบเล็บมือนาง บ้านท่ามะปราง จ.ชุมพร
- กลุ่มรวมใจพัฒนา ปลุกข้าวสังข์หยด เมืองพัทลุง จ.พัทลุง
- กลุ่มร้านแม่เล็ก (ครุฑบูประพิศ) จ.เพชรบูรณ์
- วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูปปลาน้ำจืด บ้านทะเลน้อย จ.พัทลุง
- วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วง ส้มออก จังหวัดฉะเชิงเทรา





MEZ FRUIT

แพลตฟอร์มรวบรวมสวนผลไม้คุณภาพ ส่งตรงจากสวนถึงลูกค้า

มีแชด เป็นช่องทางการขายให้กับกลุ่มเกษตรกรที่ต้องการขายสินค้าเกษตรออนไลน์แต่ไม่รู้จะเริ่ม
ต้นขายอย่างไร และให้ผู้บริโภคที่อยากซื้อผลไม้ดีๆ โดยตรงกับชาวสวนแต่ไม่รู้จะหาซื้อได้จากที่ไหน
ได้มาเจอกัน โดยที่ทางมีแชดได้มีบริการช่วยชาวสวนในการทำโฆษณาและโปรโมทชื่อสวนผ่าน
สื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น FACEBOOK INSTAGRAM และ LINE นอกจากนี้ยังมีบริการรับ
ออเดอร์และบริการหลังการขายกับทางลูกค้าแทนชาวสวน ทั้งนี้เพื่อให้ชาวสวนได้มีเวลากับ
การดูแลผลผลิตให้มีคุณภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทานผลไม้ดีๆ เพื่อความพัฒนาอย่างยั่งยืน
ในอนาคต



083-549 5197



www.facebook.com/mezfruit



www.mezfruit.com



support@mezfruit.com



@mezfruit





ทายอย่างไรให้สินค้าได้ราคา จากเดิมที่มีพ่อค้าคนกลางกดราคาผลผลิต เกษตรกรไม่สามารถตั้งราคาเองได้ อีกทั้ง เกษตรกรไม่มีทักษะด้านการตลาด เข้าไม่ถึงเทคโนโลยี เราทำการตลาดหาลูกค้าให้เกษตรกรผ่านแพลตฟอร์มที่เรา สร้างขึ้นโดยคำนึงถึงคุณภาพเป็นหลักจุดเด่นที่มีเอกลักษณ์ของผลผลิตมาสื่อเรื่องราวให้ผู้บริโภคได้รู้จัก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า โดยที่เกษตรกรกำหนดราคาเองได้ ทำประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง ทำให้ได้ลูกค้าที่หลากหลาย และจำนวนมากขึ้น ผลผลิตของเกษตรกรถึงมือผู้บริโภคโดยตรง ลูกค้าได้สินค้าคุณภาพ เกษตรกรขายได้ราคา

ชีวิตติดบ้าน... อร่อยได้ด้วยย่าส้มโอ DIY



ส้มโอนครชัยศรี GI โดยกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ สวนส้มโอไทยทวี เป็นสวนส้มโอเก่าแก่จากถิ่นกำเนิดดั้งเดิม ซึ่งทำสวนส้มโอมายาวนานร่วม 50 ปี ดร. ทิม ไทยทวี เจ้าของสวน ได้ทำเป็นศูนย์เรียนรู้ส้มโอมณฑลนครชัยศรี จากการศึกษาสังเกตและเรียนรู้ธรรมชาติของส้มโอ และสภาพแวดล้อมในการทำเกษตร ได้มีแนวคิดที่จะปรับเปลี่ยนการทำเกษตรกรรมมาเป็นเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ เพื่อความปลอดภัย สุกภาพดี สร้างความสูง และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ทางสวนส้มโอไทยทวีมีร้านอาหาร ซึ่งลูกค้าสามารถเดินชมสวนได้ด้วย แม้จะเคยออกรายการโทรทัศน์ แต่ยังไม่ค่อยมีสื่อเป็นของตัวเอง เราสร้างเรื่องราวเกี่ยวกับสวนให้เป็นที่น่าสนใจสื่อโซเชียล นอกจากนี้เรายังมีการตลาดท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศน์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อยอดขายอาหาร จัดรูปแบบเป็น One Day Trip แต่เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ระลอก 2 มาช่วงธันวาคม กลุ่มลูกค้าที่จ่อมมาช่วงปลายปีจึงถูกยกเลิกทั้งหมด

ได้ปรับแผนการตลาดขายออนไลน์ ซึ่งทางสวนยังไม่เคยทำมาก่อน โดยดีมีเมนูยำส้มโออาหารขึ้นชื่อของที่นี่ จัดชุดยำส้มโอเป็นแพ็คเกจขายออนไลน์ พร้อมเสริมให้ลูกค้าถึงบ้าน และลูกค้าสามารถปรุงตามส่วนผสมในแพ็คเกจได้เลย ตอบโจทย์ Work from home ในสถานการณ์โควิด -19

นอกจากนี้เราได้ทำเรื่องราว และทำโฆษณาสินค้าให้เกษตรกร สำหรับประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องผ่านโซเชียลมีเดีย เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าในวงกว้างมากขึ้น การออกแบบโลโก้และบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีการขายส้มโอแบบลูกและแบบปอก



เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน
ส้มโอนครชัยศรี
สวนส้มโอไทยทวี
จ.นครปฐม
คุณธนฤต ไทยทวี

Startup สร้างเรื่องราวของสวนส้มโอไทยทวีออกมาได้ดี มีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และทีมงานรู้จักบุคคลหลากหลายอาชีพ ทำให้สินค้าเราเป็นที่รู้จักกลุ่มหลากหลายมากขึ้น มีการพัฒนาแบรนด์และหีบห่อให้แข็งแรงทันสมัย อย่างการขายส้มโอแบบปอกลมบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ ทำให้สินค้าดูพรีเมียม น่าทานขึ้นมาก ช่วยให้ขายได้ราคาและยอดขายเพิ่มมากขึ้น



ช้อตลักษณะสินค้า สื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้ รสชาติที่แท้จริง

สวนส้มโอนครชัยศรี นายประวิทย์ จ.นครปฐม ก่อตั้งโดยคุณประวิทย์ บุษมี เกษตรกรผู้มีวิสัยทัศน์และความมุ่งมั่น ที่อยากอนุรักษ์และส่งเสริมให้ส้มโอนครชัยศรีเป็นที่รู้จัก พื้นที่ปลูกบริเวณพื้นที่เกาะลัด อีแก่น มีลักษณะดินดำ น้ำจืด หรือน้ำไหล ทรายมูล มีแม่น้ำล้อมรอบ ทำให้เกิดแร่ธาตุสำคัญที่มีประโยชน์ต่อพืช จึงทำให้ได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ จนทำให้ชื่อเสียงเอกลักษณ์ของส้มโอนครชัยศรีที่มีรสอร่อย เนื้อแน่น ด้วยประสบการณ์ ความรู้ และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการปลูกส้มโอนครชัยศรีพัฒนาจนได้รสชาติที่มีเสน่ห์และเอกลักษณ์ต่างจากที่อื่น



จากเดิมที่เกษตรกรขายหน้าสวน ออกบูธขายสินค้าที่เมืองทองธานี แต่โควิดรอบ 2 ช่วงปลายปีไม่สามารถออกบูธได้ เนื่องจากไม่มีคนเดิน เราจึงมาช่วยขายผ่านทางออนไลน์ ทำการกำหนดราคา ทำ Story โดยช้อตลักษณะของส้มโอพันธุ์ขาวน้ำผึ้ง และทองดี ที่เป็นสินค้า GI ให้ผู้บริโภครับรู้มากขึ้น พันธุ์ขาวน้ำผึ้งมีเนื้อที่มีสีคล้ายน้ำผึ้ง รสหวานกรอบ ติดเปรี้ยวเล็กน้อย ส่วนพันธุ์ทองดีจะหวานฉ่ำเนื้อมีสีส้มผสมชมพู เพราะในพื้นที่มีร้านค้าหลายแห่งนำส้มโอจากแหล่งอื่นมาวางขายร่วมกับส้มโอนครชัยศรี แล้วอาจเกิดความเข้าใจผิดพลาดจนลูกค้าเมื่อซื้อไปบริโภค เราได้ทำ QR CODE เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคว่าได้ทานส้มโอนครชัยศรีจริงแท้แน่นอน

ทีม MeZ ทำการโปรโมทด้วยคลิป VDO พัฒนาการสื่อสารการตลาด เช่น ไลฟ์ขายผ่าน FB page MeZ และนักขายมือทอง และขาย Online แบบ B2C ทั่วประเทศ และช่วยกำหนดราคาที่เหมาะสม แม้เกษตรกรจะถนัดขาย ปลายทางเป็นขายส่ง ส่วนนอก แต่เรามาเพิ่มช่องทางขายแบบ B2C แม้จะมีการสั่งซื้อมีไม่มากนัก แต่เป็นการเพิ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ



**เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน
ส้มโอนครชัยศรี
สวนนายประวิทย์
จ.นครปฐม
คุณประวิทย์ บุษมี**

กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส้มโอนครชัยศรี เรามีสมาชิก จำนวน 122 ราย หลังจากมี QR CODE ลูกค้าสามารถซื้อส้มโอนครชัยศรี ของแท้และมีคุณภาพกลับไป Startup ได้ทำประชาสัมพันธ์ และ Content Marketing ขยายการตลาดให้กับทั้งกลุ่มเกษตรกร ให้ความรู้การขายออนไลน์ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้ใหม่ทำให้มีเอกลักษณ์และสวยงาม



กลยุทธ์ การขายออนไลน์ สร้างรายได้ที่ยั่งยืน



ส้มโอหวานน้ำผึ้งและส้มโอทองดี (GI) รหัสหวานดำ ละมุน ใจมัน สรสชาติหวานกรอบ คุณภาพดี หวานกรอบ ไม่ขม เครื่อง่ายวิสาหกิจชุมชน นครชัยศรี สวนส้มโอพ่อบัว นครชัยศรี พันธุ์หวานน้ำผึ้ง เป็นสวนต้นตระกูลที่เอามาปลูกที่ ต.บางพระ (เจ้าแรก) ปัจจุบันสวนอายุ 30 ปี ปลูกมา 3 Generation ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิก 59 ราย

ส้มโอหวานน้ำผึ้งและส้มโอทองดีช่วงในฤดู มี.ค.-ส.ค. จะมีรสชาติหวานอร่อยอมเปรี้ยวเล็กน้อยรสจัดจ้าน ส่วนช่วงนอกฤดู ต.ค.- ก.พ. จะมีรสชาติอมเปรี้ยวที่มากขึ้นกว่าช่วงในฤดู เกี่ยวกับเรื่องราวของสวนสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านสื่อโซเชียลสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ส้มโอหวานน้ำผึ้งและส้มโอทองดี การทำประชาสัมพันธ์ล่วงหน้ารองรับการขายออนไลน์ในอนาคต จากเดิมที่เกษตรกรขายหน้าสวนปอกขายสดๆ ให้อลูกค้า

สวนแห่งนี้ยังเป็นศูนย์เรียนรู้ของตำบล วงจรเกษตรแบบผสมผสาน นอกจากพัฒนาและปรับปรุงสินค้าแล้ว MeZ ยังช่วยออกแบบ Platform ให้ง่าย แต่มีคุณภาพเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค เน้นโฆษณาในช่องทางโซเชียลต่างๆ เพื่อเตรียมรับการขายออนไลน์ให้ทางสวนเมื่อผลผลิตพร้อมจำหน่าย และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อรองรับการขายแบบออนไลน์ สร้างแบรนด์ให้น่าสนใจ ทันสมัย และสร้างมูลค่าให้สินค้า



เครื่อง่ายวิสาหกิจ
ชุมชนส้มโอนครชัยศรี
สวนส้มโอพ่อบัว
จ.นครปฐม
คุณธนกร หาญสมัย

Startup ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สื่อสารความเป็นตัวตนของสวน ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า และทำสื่อประชาสัมพันธ์โซเชียลมีเดีย เพื่อสร้างความเข้าใจและการรับรู้แก่ผู้บริโภคได้ทราบถึงอัตลักษณ์ของส้มโอพันธุ์ทองดี ว่ารสชาติของพันธุ์นี้เป็นอย่างไร แม้ผลผลิตจะยังไม่ออกแต่ได้เทคนิคการขายออนไลน์ แม้ว่ากลุ่มคนในชุมชนจะยังไม่คุ้นเคยและเป็นเรื่องใหม่ที่เราต้องเรียนรู้ Startup พยายามมากที่จะทำให้เราเข้าใจวิธีการ การตลาดแบบใหม่ เชื่อว่ายอดขายในอนาคตต้องเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดีแน่นอน อยากรให้มีโครงการต่อเนื่องแบบนี้

MeZ ออกแบบ Platform ให้ง่าย
แต่มีคุณภาพเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค
เน้นโฆษณาในช่องทางโซเชียลต่างๆ
เพื่อเตรียมพร้อมขายออนไลน์ให้ทางสวน
เมื่อผลผลิตพร้อมจำหน่าย



หวานอมเปรี้ยว ไม่ติดนมกรอบอร่อย ต้องขาวແຕงควา

ส้มโอในเมืองไทยมีมากมายหลายพันธุ์ แต่ละพันธุ์มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์แตกต่างกันออกไป สวนส้มโอคุณอำนวย พันธุ์ขาวແຕงควาของดีเมืองชัยนาท ด้วยชัยนาทมีพื้นที่ปลูกที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้ส้มโอพันธุ์ขาวແຕงควาของที่นี่ ได้รับการรับรองจากกรมทรัพย์สินทางปัญญาว่า อร่อยที่สุดในไทย! และตัวรสชาติของส้มโอที่มีเอกลักษณ์ต่างจากที่อื่นคือ ความกรอบ เนื้อนุ่มใหญ่ รสชาติหวานอมเปรี้ยว ไม่ติดนม ได้มาตรฐาน OTOP 2557 ปลอดภัยได้มาตรฐาน GI/GAP/OTOP 4 ดาว/Q

MeZ ก่อนจ้างรู้จักส้มโอเป็นอย่างดี แต่ยอมรับว่าเพิ่งรู้จักพันธุ์ขาวແຕงควาเป็นครั้งแรกจึงถือว่าใหม่สำหรับทีม เป็นพันธุ์ใหม่ ที่มีผู้เชี่ยวชาญ คุณอำนวย คุณชนะ เป็นผู้คร่ำหวอดในการปลูกส้มโอสายพันธุ์นี้ก็ได้ ปลูกมาหลาย ทศวรรษ ทางสวนมีขายทั้งผลส้มโอ และต้นพันธุ์ เราสร้างเรื่องราว เพื่อลงผ่านสื่อโซเชียล ให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคให้สามารถแยกประเภทของรสชาติ ยืนยันได้ของที่ถูกต้อง

เริ่มทำการตลาดออนไลน์ลงแพลตฟอร์มการขาย แม้ว่าเกษตรกรจะเน้นการขายส่ง และส่งออกเป็นส่วนใหญ่แต่สถานการณ์โควิด-19 ทำให้เป็นอุปสรรคทางการค้า การขายออนไลน์เป็นอีกช่องทางที่จะได้ลูกค้าที่หลากหลายในวงกว้าง และสามารถสื่อสารถึงผู้บริโภคที่ชอบรสชาติส้มโอสไต้นี้สามารถเลือกสั่งตามพันธุ์ ทำให้ได้ของอร่อยถูกใจ การพัฒนาแบรนด์และปรับปรุงบรรจุภัณฑ์เพื่อรองรับตลาด สูงภาพ เพราะเป็นสินค้าออร์แกนิก ผิวส้มโอบางลูกอาจจะไม่สวยเพราะปลอดภัย สื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจและเกิดความมั่นใจ เราได้ขยายตลาดลูกค้ากลุ่มพรีเมียม B2C



สวนส้มโอคุณอำนวย

จ.ชัยนาท

คุณอำนวย คุณชนะ

แม้ว่าทางสวนจะสามารถมียอดขายที่มากกว่า แต่ถือว่าทาง Startup มาให้ความรู้การตลาดออนไลน์ เพื่อขยายช่องทางการขายให้หลากหลายและเป็นที่รู้จักมากขึ้น ร่วมจัดโปรโมชั่นเพื่อสร้างความน่าสนใจ และด้วยบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์ หวังสะดวกสินค้าดูพรีเมียมช่วยเพิ่มมูลค่าการตลาดให้กับสินค้าเกษตรขึ้นมามากมาย

ส้มโอพันธุ์ขาวແຕงควา
ของที่นี่ได้รับการรับรอง
จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา
ว่าอร่อยที่สุดในไทย!



ส้มสีทองบ้านวังพา...

ส้มมงคลกระตุ้นยอดขาย

ส้มสีทองบ้าน GI ส้มต้นตระกูลของ จ.น่าน จากรุ่นสู่รุ่น ปลูกแบบธรรมชาติ เป็นพันธุ์ท้องถิ่น เดิมที คือ ส้มเขียวหวาน ที่นำมาปลูกในพื้นที่ จ.น่าน แต่ ด้วยพื้นที่ปลูกเป็นป่าและหุบเขา บวกกับอิทธิพลของสภาพภูมิอากาศ ในกลางวันและกลางคืนแตกต่างกันมากทำให้สารคาร์ทีนน้อยพิกเมนต์ เปลี่ยนจากเปลือกสีเขียวเป็นสีทองทำให้ส้มมีเอกลักษณ์ เปลือกผิวบาง หวาน อมเปรี้ยว 12 บริษั มีกลิ่นหอม มีเส้นใยน้อย ทรงเป็น และไม่ฉ่ำน้ำ

จุดเด่นของสวนนี้ นอกจากสีผิวของส้มและรสชาติแล้ว การปลูกของที่นี่ ปลูกด้วยระบบอินทรีย์ เป็นผลไม้ที่ปลอดสารเคมี แม้ว่าผิวส้มจะมีลายจากธรรมชาติ เพราะการใช้ปุ๋ยหมักจากชีวภาพในการดูแล เราจึงสร้าง Story โดยชุดของเงาของการเป็นสวนส้ม GI ปลอดสารเคมี ได้รับรองมาตรฐาน GAP และมาตรฐานอื่นๆ ที่ช่วยควบคุมสินค้า ตั้งแต่การปลูก ไปยังการ ส่งขาย ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่น เป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งทางสวนส้มไม่จำเป็นต้องหาลูกค้า แต่ลูกค้าเข้ามาหาสวนเอง จนผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการเลยทีเดียว

การจำหน่ายเดิมทางเกษตรกรเน้นส่งเข้า ท็อปซูเปอร์มาเก็ต มีไปรษณีย์ ไทยเข้าไปช่วยเหลือเกี่ยวกับระบบขนส่ง เนื่องจากส่งขายเป็นลอตใหญ่ ทำให้ส้มถูกขายเกือบหมดสวนในแต่ละฤดูกาล MeZ มาร่วมพัฒนาด้าน บรรจุภัณฑ์ และถ่ายทำ วิดีโอต่างๆ สำหรับลง content online ให้ทุกคน รับรู้ เมื่อช่วงผลผลิตออก ทำการสื่อสารใน Facebook ให้ผู้บริโภครู้จัก และไปเที่ยวชมสวนเห็นการตลาดแบบท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์



เครือข่ายวิสาหกิจ
ชุมชนไม้ผลเพื่อการตลาด
บ้านวังพา จ.น่าน
คุณประเสริฐ จันตะวงค์

สร้างแบรนด์ โลโก้ และบรรจุภัณฑ์ ดูพรีเมียม สวยงามน่าสนใจ ให้ทางสวนเปิดเพจเฟซบุ๊ก ทำวิดีโอต่างๆ สร้างเรื่องราวเพื่อเพิ่มการรับรู้ แก่ลูกค้า เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในความ เป็น ส้มปลอดสารเคมี และอัตลักษณ์ที่แตกต่างของ ผิวส้ม ผ่านช่องทางออนไลน์ ให้คนรู้จัก ส้มสีทอง จ.น่าน กระทั่งสู่ลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ แม้ จะเป็นช่วงหมดฤดูกาลของผลผลิตแต่เป็นการ สร้างช่องทางตลาดออนไลน์รองรับการขายใน อนาคต





MEZ FRUIT ACTIVITY

- เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน สัมโณนครชัยศรี
สวนส้มโอไทยทวิ จ.นครปฐม
- เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน สัมโณนครชัยศรี
สวนนายประวิทย์ จ.นครปฐม
- เครือข่ายวิสาหกิจ ชุมชนสัมโณนครชัยศรี
สวนส้มโอพ่อบัว จ.นครปฐม
- สวนส้มโอคุณอำนาจ จ.ชัยนาท
- เครือข่ายวิสาหกิจ ชุมชนไม้ผลเพื่อการตลาด
บ้านวังพา จ.น่าน





NATURE FOOD

แพลตฟอร์มขายสินค้าเกษตรโดยตรง
จากเกษตรกรถึงผู้บริโภค

เนเจอร์ฟู้ด เป็นแพลตฟอร์มขายสินค้าเกษตรจากเกษตรกรโดยตรง จากเกษตรกรถึงผู้ซื้อและผู้บริโภค พร้อมระบบ LOGISTIC ที่เข้าถึงชุมชน ผลิตในปริมาณมาก(เหมาะสม)ขายผลผลิตได้แน่นอนจากการขาย แบบล่วงหน้าก่อนเพาะปลูกหรือก่อนเก็บเกี่ยว โดยมีตลาดทั้งใน และต่างประเทศ



091-042 9022



www.facebook.com/naturefoods



www.naturefoods.co



naturfoodth@gmail.com





เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดความรู้ด้านการตลาด เป็นปัญหาที่คุ้นเคยและรับรู้ผ่านประสบการณ์มาตั้งแต่ยังเด็ก เกษตรกรไม่สามารถเข้าถึงมือนทุน และขาดทักษะด้านเทคโนโลยี จึงเลือกที่จะสร้าง content marketing online เพื่อให้สินค้าเกษตรมีตัวตนในโลกออนไลน์ การขายออนไลน์ มีบริการส่งถึงบ้านและบริการส่งออกทั่วโลกแบบ One Stop Service ให้ความรู้เกษตรกรในการใช้สิทธิประโยชน์จาก FTA เพื่อแก้ปัญหาราคาสินค้าตกต่ำ ช่วยยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรได้อย่างยั่งยืน

เรียนรู้ขั้นตอนการส่งออก เพื่อความปลอดภัย ทางการค้า

ข้าวจันทร์หอมรวงทอง เป็นข้าวหอมมะลิในระบบเกษตรอินทรีย์ ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เมื่อนำมาหุง ข้าวจะมีกลิ่นหอม นุ่ม รสชาติอร่อย แม้ว่าพื้นที่ปลูก “ทุ่งกุลาร้องไห้” จะขึ้นชื่อถึงความแห้งแล้งและทุรกันดาร แต่กลับเป็นแหล่งผลิต “ข้าวหอมมะลิ” ที่เลื่องลือระดับโลก มีคุณภาพทางโภชนาการมากมาย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนาแปลงใหญ่บ้านจันทร์หอม ตำบลนาหนองไผ่ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ ข้าวจันทร์หอมรวงทอง GI มาตรฐานข้าวอินทรีย์ มีสมาชิก 28 คน พื้นที่เพาะปลูก 700 ไร่ สามารถผลิตได้ประมาณ 120 ตัน/ปี

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ปรับรูปข้าว และสร้างแบรนด์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า และสร้างเรื่องราวให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้า และมีข้อดีที่แตกต่างอย่างไร เราให้ความรู้กับเกษตรกรในเรื่องเทคโนโลยี และแนะนำการขึ้นทะเบียน และส่งออกข้าวสู่การทำธุรกรรมระหว่างประเทศเพื่อความปลอดภัยเป็นขั้นตอนที่อาจดูยุ่งยากในช่วงแรกแต่เป็นเรื่องสำคัญหากเกษตรกรทราบขั้นตอนในการส่งออกของสินค้าตัวเอง และการเข้าถึง FTA เสียภาษีตามกฎหมาย

การประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อออนไลน์ ทำให้เราได้ลูกค้าใหม่ๆ รวมถึงลูกค้าหลายกลุ่มมากขึ้น และจำหน่ายสินค้าออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อความมั่นคงทางรายได้ในอนาคต



กลุ่มนาแปลงใหญ่ บ้านจันทร์หอม จังหวัดสุรินทร์ คุณอิทธิพล จิตรแจ้ง

สร้างแบรนด์สินค้าให้ดูพรีเมียมช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าให้สามารถขายได้ราคา การสร้างช่องทางการตลาดใหม่ๆ ให้เราได้รู้จัก และให้ความรู้เพื่อความเข้าใจในขั้นตอนการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ทำให้เรามีตัวตนในโลกออนไลน์ น่าจะช่วยยอดขายได้ดีในอนาคต



ข้าวกล้อง 3 สี 6 สายพันธุ์ ความภูมิใจ ของชาวทุ่งกุลาร้องไห้



ข้าวกล้อง 3 สี 6 สายพันธุ์ ประกอบด้วย ข้าวมะลิแดง ข้าวหอมนิล ข้าวมะลิดั้งเดิม ข้าวโฮมมาลี และข้าวหอมมะลิ 105 เป็นการผลิตโดยเกษตรกรอินทรีย์ ชาวอำเภอสุวรรณภูมิ โดยกลุ่มตำบลที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเป็นกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตครอบคลุมพื้นที่ 15 อำเภอ

เกษตรกรมีสินค้าที่มีคุณภาพสูง การอนุรักษ์พันธุ์กรรมท้องถิ่น และปรับปรุงพันธุ์ข้าวให้มีความเหมาะสมกับพื้นที่ กระบวนการผลิตเป็นออร์แกนิกทุกขั้นตอนการผลิต เป็นข้าวที่มีคุณประโยชน์ด้านวิตามิน และเกลือแร่ ข้าวหอมมะลิแดง เป็นข้าวที่มีเนื้อเยื่อหุ้มเปลือกสีแดงจางสารแอนโทไซยานิน โยอาหารสูง ช่วยให้ระบบขับถ่ายเป็นไปอย่างปกติ ป้องกันโรคเกี่ยวกับลำไส้

ทีมงานร่วมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ แปรรูปข้าว และสร้างเรื่องลงสื่อโซเชียล และลงโฆษณาในเว็บไซต์ “กลุ่มเป้าหมาย” รวมถึงการใช้ influencer เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้น เพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ และจับคู่ธุรกิจ และช่วยแนะนำการขึ้นทะเบียนการส่งออกข้าวและสินค้าเกษตร



วิสาหกิจชุมชน
กลุ่มทำนาอินทรีย์ตำบล
หุนกลอง (ลุ่มน้ำเสียวน้อย)
จังหวัดร้อยเอ็ด
คุณช่วย สาสุข

ได้คำแนะนำในการทำการตลาดส่งออก และสร้างแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ และสื่อสารสินค้าประชาสัมพันธ์ต่อเนื่อง ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นและได้ลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ และการีแบรนด์ดีให้ดูสวยงามน่าสนใจ ช่วยเพิ่มมูลค่าการตลาดได้ในระยะยาว



Eat Clean inside

สุขภาพกับข้าวอินทรีย์



กลุ่มผลิตข้าวอินทรีย์บ้านยะสูง ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ เมล็ดพันธุ์อินทรีย์ เป็นกลุ่มชาวบ้านรวมกลุ่มผลิตข้าวอินทรีย์และเป็น GI จังหวัดสุรินทร์ การปลูกในระบบออร์แกนิกแบบครบวงจร

เราได้รีแบรนด์ และรีแพคเกจ เพื่อปรับภาพลักษณ์สินค้าให้ดูทันสมัย แพ็คด้วยระบบสุญญากาศและให้หิวสินค้าได้สะดวกขึ้น เพิ่มการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย เพื่อสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับการปลูกข้าวอินทรีย์ ว่ามีขั้นตอนที่ต้องดูแลใกล้ชิด เพื่อให้ได้ข้าวคุณภาพดี ปลอดภัย ดีต่อสุขภาพสร้างความเชื่อมั่นในกลุ่มลูกค้า เกษตรกรต้นกล้ารุ่นใหม่ทานคลีนสะอาดปลอดภัย ทำให้ได้กลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ

การชูจุดเด่นของสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า และสามารถหาผู้ค้าที่มีความต้องการตรงกับสินค้าคุณภาพของเกษตรกร โดยลงในแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ ให้ลูกค้าและผู้ค้าได้รู้จักข้าวอินทรีย์คุณภาพดี



วิสาหกิจชุมชน
กลุ่มผลิตข้าวอินทรีย์
บ้านยะสูง อ.แปลงใหญ่
จังหวัดสุรินทร์
ภายใต้กรมการข้าว
คุณสมศักดิ์ สุระนคร

เป็นโครงการที่ดีมาก นอกจากการรีแบรนด์ที่ startup ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ให้ใหม่ดูดึงดูดความสนใจ หิวสะดวก ทำให้ยกระดับของสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น สามารถต่อยอดการขายได้มากขึ้น ได้ลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ และยังลดปัญหาความเสียหายระหว่างการขนส่งจนถึงมือลูกค้า อยากให้โครงการต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้มแข็งด้านการตลาดให้กับเกษตรกร



พัฒนามาตรฐานการผลิต สู่เวทีการส่งออก



ข้าวหอมมะลิเพชรทุ่งกุลาร้องไห้ GI เป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง เนื่องจากมีความหอมนุ่ม เมล็ดข้าวสวยงามมีลักษณะที่เรียวยาว สีขาว กลิ่นหอม รสสัมผัสนุ่ม โดยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวหอมมะลิเพชรทุ่งกุลาร้องไห้ ได้รวมกลุ่มจดทะเบียนตราภายในชุมชนมีการระดมทุนซื้อโรงสีขนาด 4.75 HP และได้นำข้าวเปลือกมาแปรรูปเป็นข้าวสารพื้นที่ทำเกษตรของสมาชิกอยู่ในพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ ผลิตข้าวหอมมะลิเป็นหลัก กำลังผลิต 400-600 ตันข้าวเปลือก/ปี

ด้วยปัญหาราคาข้าวเปลือกที่ตกต่ำ ทำให้ทางเกษตรกรอยากให้ข้าวที่ผลิตขายได้ราคาเพิ่มมากขึ้น เราได้รีแบรนด์ และรีแพ็คเกจ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ให้มากขึ้น โดยสร้างเรื่องลงบนแพลตฟอร์มเพื่อสร้างตัวตนสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ร่วมพัฒนาการจัดการของเกษตรกรให้เป็นระบบ และปรับปรุงโรงสีให้ได้มาตรฐาน



กลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนกลุ่มข้าวหอมมะลิ
เพชรทุ่งกุลาร้องไห้
จังหวัดร้อยเอ็ด
คุณสมภพ ลุนาบุตร

ทาง Startup ให้ความรู้และขบวนการบริหารจัดการให้เป็นระบบเพื่อเอื้อในการการส่งออกสินค้า และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดูแน่นหนา เล่าเรื่องราวสินค้าลงบนฉลากได้น่าสนใจ ทำให้เพิ่มค่าการตลาดทำให้สินค้าขายได้ราคาตามที่ต้องการ เพิ่มผลกำไรให้กับกลุ่มสมาชิก จัดการการตลาดได้ดีมีมาตรฐาน ทำให้ได้กลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่มมากขึ้น

เนื่องจากชุมชนมีผลผลิตต่อปีจำนวนมาก เราจับคู่ธุรกิจและให้ความรู้การส่งออก และส่งออกข้าวไปยังต่างประเทศ เป็นการสร้างรายได้ให้กลุ่มเกษตรกรให้มั่นคง ชัยชนะ



ดินดี พื้นที่เด่น ผลิตโดนใจผู้บริโภค

ทุเรียนปากช่องเภาใหญ่ โดยวิสาหกิจชุมชนทุเรียน คลองม่วง ปากช่อง อยู่ระหว่างยื่นเสนอขึ้นจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สมาชิก 30 ราย เกษตรกรในพื้นที่ ต.คลองม่วง ด้วยภูมิประเทศของ ตำบลคลองม่วง ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูงสลับภูเขา มีความลาดเอียง เป็นดินร่วนไม่มีพื้นที่ที่เป็นดินเค็ม มีความเหมาะสมในการปลูกพืชไร่ พืชสวน ทุเรียนปลูกในพื้นที่หุบเขา ทำให้รสชาติมีงอกทุเรียนมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เนื้อนิ่มนุ่ม สีทองอ่อน กลิ่นไม่ฉุน หวานมัน รสชาติเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ซึ่งผลิตทุเรียนจะมีในช่วงเดือน พฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม ของทุกปี

การสร้างแบรนด์ให้น่าสนใจ ดูพรีเมียม รวมถึงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อลดความเสียหายระหว่างการขนส่งให้สินค้าปลอดภัยก่อนถึงมือลูกค้า เพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ สร้างเรื่องราวลงบนแพลตฟอร์ม ให้ลูกค้าได้รู้จักเพิ่มมากขึ้น ประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง และลงโฆษณาในเว็บไซต์ “กลุ่มเป้าหมาย” และการเลือกใช้ influencer เพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหม่ให้มีมากขึ้น

นอกจากนี้ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้ง B2B, B2C ผ่านตัวแทนขายตามร้านค้าต่างๆ ทำให้ได้ฐานลูกค้าใหม่ๆ เพิ่มขึ้น



กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทุเรียน
คลองม่วง ปากช่อง
จังหวัดนครราชสีมา
คุณเชิดชัย ไล่กุลประกิจ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้สวยงาม ดูพรีเมียม ทำให้ขายได้ราคา เป็นโครงการที่ดี มีการแนะนำต่างๆ และคอยช่วยเหลือกลุ่มเกษตรกร อยากให้โครงการนี้จัดเรื่อยๆ ให้ต่อเนื่อง





NATURE FOOD ACTIVITY

- กลุ่มนาแปลงใหญ่ บ้านจันทร์หอม จังหวัดสุรินทร์
- วิสาหกิจชุมชน กลุ่มทำนาอินทรีย์ตำบล หุ่นกลอง (ลุ่มน้ำเสียวน้อย) จังหวัดร้อยเอ็ด
- วิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตข้าวอินทรีย์ บ้านยะสุข แปลงใหญ่ จังหวัดสุรินทร์ ภายใต้กรมการข้าว
- กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนกลุ่มข้าวหอมมะลิ เพชรบูรณ์กุลาร้องไห้ จังหวัดร้อยเอ็ด
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทุเรียน คลองม่วง ปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา





HERBS STARTER

แพลตฟอร์ม พัฒนาสินค้าชุมชนเกษตรต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงออกสู่ตลาด

แพลตฟอร์มตอบโจทย์ความต้องการของเกษตรกรครบวงจร ซึ่งเกิดจากความตั้งใจที่ต้องการจะช่วยเหลือเกษตรกรทั่วประเทศให้สามารถ ซื้อขาย แลกเปลี่ยน แปรรูปสินค้าได้ตามที่ต้องการ ดังนั้น จึงได้ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล ทำให้พบปัญหาของเกษตรกรที่คล้ายกัน คือ ผลิตเก่งแต่ยังขายไม่เก่ง และ ไม่รู้ความต้องการของตลาด เราจึงเข้ามาเป็นผู้ช่วยพัฒนาให้ตรงความต้องการของตลาดนั่นเอง

“HERBS STARTER” จึงวางรูปแบบบริการไว้ 4 ด้าน คือ การประเมินศักยภาพและความพร้อมในการทำธุรกิจ การวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทำข้อมูลและสร้างเรื่องราวของชุมชนให้มีอัตลักษณ์ที่น่าสนใจ และการตลาดประชาสัมพันธ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย ไปจนถึงแนะนำกระบวนการรับรองมาตรฐานอินทรีย์ ในประเทศและต่างประเทศได้



064-519-3565, 063-549-4632



www.facebook.com/herbsstarter



www.herbsstarter.com



bornrdicenter@gmail.com



LINE OA : @healthharvest





“ยึดความต้องการของตลาดเป็นตัวตั้ง แล้วพัฒนาสินค้าให้ตรงความต้องการจริงจะขายได้” จากการลงพื้นที่หลายครั้ง พบความต้องการของเกษตรกรที่หลายหลาย เช่น ขายวัตถุดิบ ขายผลิตภัณฑ์ และ ขายตลาด แต่พวกเขายังขาด ข้อมูลความต้องการของตลาด ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ตรงความต้องการ ด้วยประสบการณ์ด้านตลาดของเรา Herbs Starter จึงเข้าไปช่วยชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ สื่อสารแหล่งที่มา ชูเรื่องอัตลักษณ์ท้องถิ่น และช่วยขายผ่าน ช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้ามากขึ้น ทำให้เกิดรายได้ และ เศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนอย่างแท้จริง

“กาแฟแลป่า”

เรารักป่า ป่ารักเรา คนรักป่า
จึงปลูกกาแฟแลป่า



กาแฟพิเศษดี GI กลิ่นหอมหวานดอกไม้อันป่า แห่งตำบลเทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด จ.เชียงใหม่ ต้นกาแฟอาราบิก้าปลูกได้รวมมาไม้ในป่า ค่อยๆเติบโตสะสมอาหารเรื่อยๆ และกลิ่นหอมดอกไม้อันป่าเอกลักษณ์เฉพาะตัวนี้เกิดจากฟ้าฝนหรือฟ้าดินช่วยผสมเกสรดอกกาแฟเหลือง ที่ออกดอกบานสะพรั่งพอดีกับช่วงดอกกาแฟ โดยดอกกาแฟเป็น ดอกไม้ป่ามีเฉพาะที่ตำบลเทพเสด็จเท่านั้น กับดอกกาแฟ โดยฟ้าฝน (ฟ้าดิน) ทำให้สามารถขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ในปี 2560 โดย นายสุวรรณ เทโวจิต ผู้นำวิสาหกิจชุมชนกาแฟแม่ตอน กาแฟแลป่าเพราะป่าสร้างกาแฟ สร้างรายได้ สร้างอาชีพให้กับชุมชน สมัยก่อนตำบลเทพเสด็จกับตำบลป่าเมี่ยงคือตำบลเดียวกัน ในอดีต พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 เสด็จพระราชดำเนินเยี่ยมราษฎร ตำบลป่าเมี่ยง และ พระราชทานต้นเมี่ยง พร้อมด้วยพันธุ์กาแฟ เพื่อปลูกเป็นรายได้เสริม ต่อมาสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ (พระยศในสมัยนั้น) เสด็จเยี่ยมราษฎรอีก 2 ครั้ง จนมีการแยกตำบลเกิดขึ้น ชาวบ้านจึงขอพระราชทานพระนามของพระองค์ท่านมาเป็นชื่อตำบล “เทพเสด็จ” นับตั้งแต่นั้นมา



วิสาหกิจชุมชนกาแฟสด
แม่ตอน จ.เชียงใหม่
คุณสุวรรณ เทโวจิต

แม้ในช่วงแรกการประสานงาน และการสื่อสารก่อนเข้าร่วมโครงการมีการติดขัดเล็กน้อย และชุมชนอยู่บนเขา สัญญาณ internet ทั่วๆไป ทำให้ไม่สะดวกในการร่วมกิจกรรมทางออนไลน์ และอยากให้มีความรู้ด้านกาแฟเพิ่มเติม เพื่อสร้างโอกาสให้ชุมชนมากขึ้น ได้ความรู้และประโยชน์จากโครงการหลายด้าน เช่น การขนส่ง การค้าปลีกค้าส่ง การเก็บเกี่ยว Digital Platform



ทีม Herbs Starter ลงพื้นที่พบว่า เทพเสด็จนี้มีเสน่ห์ และเรื่องราวน่าสนใจ และสินค้ากาแฟก็มีความแปลกแตกต่างโดดเด่นมาก ทำให้เราวางแผนในการช่วยประชาสัมพันธ์สร้างแบรนด์ กาแฟพิเศษดี ให้ลูกค้ารู้จักมากขึ้น และทำผลิตภัณฑ์ออกทดสอบตลาดทางช่องทางออนไลน์ ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook Fanpage Herbs Starter รวมถึงการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งเรื่องราว ภาพประกอบ คลิปวิดีโอ สั้น และ ยาว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจในเรื่องราวชุมชน และอยากสนับสนุนชุมชนต่อไปจนเกิดยอดขายและชื่อเสียงให้กับชุมชนแห่งนี้ ปัจจุบันทีมเราวางแผนผลักดันกาแฟพิเศษดีให้ไปไกลถึงต่างประเทศอีกด้วย

ปรับรสชาติ

ให้ตรงความต้องการของตลาด มีกำไรก็ไม่พองาย



มะดันพันธุ์พื้นเมือง “เพียวสอหล้า” จากสวนมะดัน 100 ปี จังหวัดนครนายก กำลังขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI ปลุกติดริมแม่น้ำนครนายก น้ำท่วมทุกปี พัดพาดินตะกอนมาทับถม ทำให้ดินมีแร่ธาตุสารอาหารเยอะ มะดันจึงสมบูรณ์มีลักษณะพิเศษ ลูกอวบใหญ่ ผิวเพียวสวยมันวาว เนื้อแน่น เมล็ดลีบ รสจัด เคี้ยวเพลิน เนื้อนุ่ม ไม่แห้ง

ตอนลงพื้นที่สวนของทีมงาน Herb Starter มะดันในสวนดกเยอะมาก สุดลูกหูลูกตา คุณสมบัติเหมาะกับมะดันเชื่อมตามที่เกษตรกรได้แปรรูปมะดันเชื่อมธรรมชาติ 100% ไม่ใส่สารกรอบ ไม่ใส่สี ไม่ใส่สารฟอก ไม่มีสารกันเสีย ไม่ใส่กันตกสารแซกคารีน

ครั้งแรกที่ชิมรสชาติเราขอให้ทางเกษตรปรับเปลี่ยนรสชาติใหม่เพื่อให้ได้รสชาติที่ชื่นชอบของคนหมู่มาก เมื่อได้รสชาติที่ตลาดตอบรับแน่ๆ จากนั้นเริ่มจัดทำข้อมูล Storytelling คลิปวิดีโอ สื่อสารข้อมูลให้กับกลุ่มลูกค้า ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ และดำเนินการขอมตราฐาน อย. ให้กับสินค้าคุณภาพ เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าในรูปแบบออนไลน์ อาทิ FB: Herbs Starter by Hub of Herbs, Health Harvest เพิ่มยอดขายให้กับวิสาหกิจชุมชนได้อย่างดีเยี่ยม เมื่อรสชาติใช้ถูกใจคนหมู่มากมะดันก็ขายหมดทุกผลในสวน สินค้าไม่พองายแถมยังสั่งจอร์ล่วงหน้า จากเดิมยอดขายต่อปีไม่ถึงล้าน เปลี่ยนเป็นยอดขายหลักแสนต่อเดือน ฤดูงอมมะดันมีแค่ 3 ครั้งต่อปี เราได้วางแผนกับเกษตรกรเพื่อรองรับการขายในฤดูกาลหน้า และทำเรื่องโปรโมทกันระหว่างรอผลผลิตครั้งใหม่ เมื่อหมดฤดูก็ทำมะดันอบแห้ง ซึ่งมะดันอบแห้งเราได้ขายพ่วงช่วงที่มะดันเชื่อมใกล้หมดเป็นการเปิดตัวสินค้าที่ดี และเสียงตอบรับดีจากที่ขายมะดันอบแห้งเป็นกระปุก บารายของสั่งเป็นกิโล



วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม

แปรรูปผลไม้

ตำบลท่าทราย

มะดันนครนายก

คุณกัญญลักษณ์ พันธุ์อุดม

จากการปรับเปลี่ยนรสชาติด้วยการลดความเปรี้ยวและซ่าปลายลิ้น ให้มีความกลมกล่อม ปรับกระบวนการผลิตการดอง เชื้อหมักให้สามารถยืดอายุสินค้าได้นานขึ้น ทาง StartUp เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องขนาด 500 กรัม และลดปริมาณน้ำในกล่อง ทำให้ขนส่งง่ายขึ้น เปลี่ยนโลโก้ และฉลากให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย และสอนวิธีการคิดราคาสินค้าที่ถูกต้อง คำนวณราคาสินค้าใหม่และตั้งโปรโมชั่นให้ ผลตอบรับดีเกินคาดมากๆ ช่วยสร้างรายได้ให้กับสินค้าชุมชนแบบก้าวกระโดด ประทับใจคุณมณฑา และทีมงานที่ได้ลงพื้นที่และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้า



การตั้งค่า การตลาดที่เหมาะสม ช่วยเพิ่มพูนกำไร



“ส้มมะปืด” ผลเล็กแต่รสจัดเปรี้ยวคล้ายมะนาว แต่กลิ่นหอมแบบส้มเอกลักษณ์ท้องถิ่นประจำจังหวัดจันทบุรี มีวิตามินสูงมากกว่ามะนาวถึง 10% ชาวจันทบุรีนำ “มะปืด” มาใช้เป็นวัตถุดิบประกอบอาหารแทนมะนาวหากทานได้ง่าย และมีราคาถูก ในขณะที่คนทั่วไปจะยังไม่ค่อยรู้จักผลไม้ชนิดนี้มากนัก

คุณวรพร วรย์เจริญ ผู้นำวิสาหกิจชุมชนสภาเกษตรกรจันทบุรี มุ่งเน้นการทำเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพปลอดภัย โดยมีศูนย์การเรียนรู้ให้กับเกษตรกรในชุมชน คือ ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติป่าเบญจกิติที่จัดตั้งขึ้นเพื่อจัดอบรมเผยแพร่ความรู้การดูแลปลูกพืช บำรุงดิน ด้วยเล็งเห็นคุณค่าของ “มะปืด” คุณนุ่มได้ต่อยอดด้วยการคิดค้น ผลิตภัณฑ์ น้ำมะปืดผสมน้ำผึ้ง ภายใต้อาณาเขต แบรนด์จันทน์ (Rabbit Chan) รสชาติเปรี้ยวอมหวาน ได้รับรางวัลการันตีระดับประเทศ

- SME Start up awards Thailand 2020
- SME Start up awards Thailand 2019
- SME Start up awards Thailand 2018
- SME Provincial Champions 2018 SMEs PRODUCT EXCELLENCE RECOGNITION” สุดยอดผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน 2019 088 AGTECH 4 OTOP

ทีม Herbs Starter ได้ลงพื้นที่ประเมินศักยภาพ พุดคุย และเก็บรายละเอียดเรื่องราว ผ่านการถ่ายทำวิดีโอ เพื่อสะท้อนคุณค่า อัตลักษณ์ของชุมชน และ ได้วางแผนส่งเสริมแบรนด์ แรบบิท จันทน์ให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น



วิสาหกิจชุมชน สภาเกษตรกรจันทบุรี จ.จันทบุรี คุณวรพร วรย์เจริญ

จากวิศวกรพลิกผันเข้าสู่การเกษตรอินทรีย์ เน้นแปรรูปสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลไม้ท้องถิ่น “ส้มมะปืด” จ.จันทบุรี ได้รับรางวัลมากมาย และสร้างรายได้ให้กับชุมชน และพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครื่องดื่มเป็นเครื่องสำอางจากส้มมะปืด โดยร่วมกับ ผศ.ดร. จิตราภรณ์ กองตัน ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องสำอาง จากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พัฒนาสารสกัดส้มมะปืด เป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า เนื่องจากมีสาร AHA ช่วยให้ผิวหน้ากระจ่างใส ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ดูแลผิว “ส้มมะปืด” งานวิจัยสุดเจ๋ง ลดฝ้า ลดกระ ด้วยสูตรอ่อนโยน การ Startup สร้างเนื้อหาสื่อสารให้คนรู้จัก และมีคนคุ้นเคยและสนใจ มะปืด และน้ำมะปืดมากขึ้น สร้าง branding และทำสื่อสวยงาม สื่อสารได้ผลจริง ได้ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ผลประกอบการเพิ่มขึ้น

ผ่าน สื่อ FB Herbs Starter, Health Harvest รวมถึงการทำสื่อประชาสัมพันธ์ สร้างภาพลักษณ์สวยงาม น่าประทับใจ ทำให้เกิดยอดขาย และ แรบบิทเป็นที่รู้จักมากขึ้น จนได้รับความนิยม ทำให้เป็นที่รู้จักของ กลุ่มลูกค้าใหม่มากขึ้น ยอดขายที่มีการสั่งอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคมีความต้องการสูง เริ่มมีการต่อยอดการขายแบบ B2B เราได้จับคู่ธุรกิจให้กับกลุ่มเกษตรกร



บรรจุกัญที่เหมะสม ช่วยเปลี่ยนการตลาด เพิ่มพูนกำไรระยะยาว



“หมากเฒ่า” หรือ “เฒ่า เบอร์รี่-Mao Berry” ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ณ ส่วนวรณวงศ์ ตำบลสร้างก่อ อำเภอกุพพาน จังหวัดสกลนคร ซึ่งมีลักษณะทางภูมิศาสตร์เป็นที่ราบ และแอ่งกระทะ รวมกัน 3 อำเภอ ได้แก่ อ.นาแก อ.เวียง และ อ.กุพพาน มีดินตะกอนทับถมจากภูเขาไฟ ที่ดับไปนานแล้ว และ มีภูเขาล้อมรอบ อยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเล 300- 600 ฟุต มีช่วงเวลากลางวันนานกว่า กลางคืน ส่งผลให้หมากเฒ่ามี รสชาติและมีสรรพคุณที่ดีมากเป็นพิเศษด้วยความไม่คุ้นเคยกับชื่อ จึงไม่ค่อยมีคนรู้จัก โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ ทั้งที่หมากเฒ่ามีสรรพคุณพิเศษ ถือเป็น “ซูเปอร์ฟรุ๊ต” ของภาคอีสานก็ว่าได้ มีสารต้านอนุมูลอิสระสูง ช่วยต้านโรคมะเร็ง มีวิตามินแร่ธาตุ และกรดอะมิโน ถึง 18 ชนิดที่ร่างกายต้องการ ช่วยระบบขับถ่าย บำรุงสายตา รสฝาด(แทนนิน) ช่วยลดการจับตัวกันของเกล็ดเลือดทำให้เลือด ไหลเวียน ลดภาวะเสี่ยงโรคหัวใจล้มเหลว

ทีม Herbs Starter ลงพื้นที่ไปที่ส่วนวรณวงศ์ พบว่าเกษตรกรมีความพร้อมมากในเรื่องของสวนและผลผลิต แต่การออกแบบตลาดไม่เป็นที่ดึงดูดความสนใจ จึงได้วางแผนพัฒนาแบรนด์วรณวงศ์ โดยยกระดับให้สวยงามทันสมัยขึ้น รวมถึงพัฒนาหีบห่อ ให้แน่นอนหนา เพื่อลดการแตกเสียหายระหว่างการขนส่ง กำไรที่เคยหายไป จากความเสียหายของการขนส่งลดลงมากกำไรก็เพิ่มขึ้น อีกอย่างตลาดไวน์ในไทยคนไทยนิยมดื่มไวน์นำเข้ามากกว่า ในส่วนของไวน์หมากเฒ่าเราจึงมองการตลาดต่างประเทศมากกว่าในประเทศ



พ.ร. วรณวงศ์ฟรุ๊ตไวน์
จ.สกลนคร
คุณคนพ วรณวงศ์

เขียนหมากเฒ่า คนดังแห่งสร้างก่อ ผู้บุกเบิกส่งเสริมการปลูกหมากเฒ่าอย่างจริงจังคนแรก โดยปลูกหมากเฒ่าไว้ร้อยละต้น รวม 32 สายพันธุ์ และขึ้นทะเบียนเป็น GI เมื่อปี 2549 ทีม Herb Starter เข้ามาช่วยเหลือส่งเสริมการขาย การสร้างเรื่องราว และภาพลักษณ์สินค้าให้ทันสมัย สร้างแบรนด์ ผ่าน FB Fanpage, Line OA ทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น สื่อสารให้คนคนเห็นคุณค่าและหันมาสนใจในหมากเฒ่ามากขึ้น วางแผนสู่การขายส่งออกตลาดต่างประเทศ ติดต่อกับทางขนส่งที่ใกล้ขึ้น และประสานให้เข้ามารับสินค้าเพื่อจัดส่งให้ลูกค้า

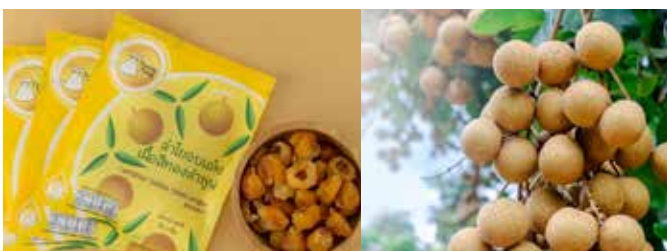


การตั้งค่า การตลาดที่เหมาะสม ช่วยเพิ่มพูนกำไร



เมื่อละปูน หรือ ลำพูน แห้งเสร็จธุรกิจสร้างชื่ออีกแห่งที่เรานึกไม่ถึง นั่นคือ แห้งปลุกลำไย คุณภาพ GI (สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์) ผลใหญ่ กลมโต เนื้อหนานุ่ม มีสีทอง ชื่อภาษาจีน อ่านว่า หลงเหยียน หมายถึง ตามังกร นั่นเอง นอกจากนั้นลำไยยังมีสรรพคุณเทียบเท่าโสมของจีน อีกด้วย โดยเฉพาะทางใต้ของจีนนิยมกินมาก ลำไยช่วยให้ร่างกายอบอุ่นได้ดีเท่ากับโสมเลยทีเดียว

ลำไย GI จะเน้นลูกขนาด AA และ A เท่านั้น มาดำเนินการปอกเปลือก คว้านเมล็ด ผึ่งลม แล้วนำไปอบแห้งไล่ความชื้น เพื่อป้องกันเชื้อราอีกที ออกมาเป็นสีทองสวย หัวใจสำคัญของการอบ คือการใช้ไม้ลำไยมาทำ ฟืนเผาถ่านอบลำไยตามภูมิปัญญาที่ตกทอดมาจึงมีกลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว รสหวานธรรมชาติ ไม่เติมน้ำตาล คุณภาพการผลิต ได้มาตรฐานสินค้า OTOP 5 ดาว



วิสาหกิจชุมชนแปรรูป ลำไยเนื้อสีทอง จ. ลำพูน คุณยุพิน คำจิแจ่ม

การทำลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง เนื่องจากผลผลิต ลำไยสดล้นตลาด ราคาตกต่ำ จึงนำลำไยสดไป แปรรูปโดยการนำไปอบแห้ง เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับ สินค้า และรักษาสินค้าให้อยู่ได้นานขึ้น การที่ทีม Herbs Starter สร้าง Content การนำลำไย อบแห้งสีทองไปประยุกต์ร่วมกับเมนูอาหารอื่นๆ ในรูปแบบใหม่ๆ ช่วยสร้างความน่าสนใจ และเพิ่ม ความหลากหลายในการรับประทานลำไยอบแห้งสี ทองมากขึ้น ทำให้ขายได้มากขึ้นกว่า 20% ซึ่งมา ช่วยเกษตรกรได้มากๆ โดยเฉพาะในช่วงวิกฤติ โควิด ผ่านการขายช่องทางออนไลน์ มีโอกาสไป ออกบูธขายสินค้าในแหล่งที่มีลูกค้ากำลังซื้อสูง ด้วยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามน่าซื้อทำให้ ขายได้ราคาดี

ช่วงที่เข้ามาร่วมพัฒนากับทางเกษตรกร ผลลำไยสด GI หมดฤดูแล้ว จึงไม่สามารถ ถ่ายทอดเรื่องราวผ่าน VDO ได้ จึงใช้วิธีการ ถ่ายวิดีโอเมนูอาหารเพื่อเป็นแนวทางให้กับ ผู้บริโภค และ เป็นการสื่อสารการนำลำไยอบ แห้งสีทองไปประยุกต์ร่วมกับเมนูอาหารอื่นๆ ในรูปแบบใหม่ๆ และเพื่อสร้างความน่าสนใจ และ เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าในรูปแบบ ออนไลน์ อาทิ FB: Herbs Starter by Hub of Herbs, Health Harvest นอกจากนี้ ช่วงเทศกาลตรุษจีนเราปรับแพคเกจจิ้งเป็นตรา มังกรมีความเป็นมงคล ทำให้เพิ่มกลุ่ม เป้าหมายที่ซื้อลำไยอบแห้งไปเป็นของไหว้ บรรพบุรุษเพิ่มอีกช่องทาง





HERBS STARTER ACTIVITY

- วิทยาลัยชุมชนการแพลง แม่ต๋อน จ. เชียงใหม่
- วิทยาลัยชุมชนกลุ่มแปรรูปผลไม้ ตำบลท่าทราย มะดันนครนายก
- วิทยาลัยชุมชนสภากาแฟพนจันทบุรี
- หจก. วรณวงศ์ฟรุทไวน์
- วิทยาลัยชุมชนแปรรูป ลำไยเนื้อสีทอง ลำไย จ. ลำพูน



MENTOR





คุณภาวรุท พงษ์วิทยาภาณุ
CEO AND FOUNDER TARAD.COM
ให้คำปรึกษาทีม Vdev และทีม AliFarm

จากการประชุมร่วมกับสตาร์ทอัพทั้ง 2 ทีม เราต้องรู้ว่าเป้าหมายของการทำแพลตฟอร์มคืออะไร กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร เช็ก KPI ว่าจะไปช่วยผู้ประกอบการอย่างไร นัดประชุมพูดคุยกันต่อเนื่องเพื่อทราบกลยุทธ์ และการต่อยอดสู่ยอดขายว่าเป็นอย่างไร ทั้ง 2 ทีมมีแพลตฟอร์มคล้ายๆ กัน แต่ทีม Vdev จะเน้นไปที่ผลผลิตทางการเกษตร มีความเป็น SME พลั้ล้นพร้อมลุย และพยายามเรียนรู้หลายๆ อย่าง เพียงแต่แพลตฟอร์มมีทิศทางในการเก็บข้อมูลมากกว่าการสร้างยอดขาย

ในส่วนของ AliFarm เน้นเรื่องการขาย ทำแพลตฟอร์มเชื่อมต่อกับช่องทางการขาย โดยพื้นฐานของทีมถนัดการติดต่อกับบริษัทใหญ่ มีความเข้าใจองค์กร ขั้นตอนการติดต่อกับลูกค้า ด้วยโจทย์ของ NIA โฟกัสที่ยอดขายที่ต้องเพิ่มมากขึ้น แต่ทั้ง 2 ทีมไม่ได้เน้นการขายยอดขาย แต่ลงไปที่การจัดการรวบรวมข้อมูล แพลตฟอร์มอาจไม่รองรับโจทย์เรื่องเพิ่มยอดขาย ซึ่งอาจไม่ใช่ทางถนัดของทั้ง 2 ทีมแต่มีความพยายาม อีกทั้งปัญหาที่ต้องขายสินค้าแต่ผลผลิตยังไม่พอ โดยเราต้องเข้าไปกระตุ้นเรื่องการตลาดออนไลน์ การโฆษณา ซึ่งออกนอกความถนัดของทั้ง 2 ทีมมาก แต่ด้วยความตั้งใจสูง หากได้เรียนรู้เพิ่มเติมจะสามารถต่อยอดไปได้อีกไกล



ดร.วิลาส จำเริญวัฒน์

**Co-Founder noBitter และผู้เขียนหนังสือ “การเดินทางของเหล่ายูนิคอร์น”
ให้คำปรึกษาทีม Happy Grocers และทีม Farm TO**



Happy Grocers เป็นทีมที่มีความตั้งใจสูงในการนำสินค้าเกษตรจากชุมชนสู่คนเมือง แม้ไม่ใช่ Tech StartUp ที่สามารถ scale หรือช่วยเกษตรกรได้จำนวนมากในปัจจุบัน แต่ในโครงการนี้ก็ได้อริเริ่มมีการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น ตั้งแต่การทำเว็บไซต์ การรับชำระผ่าน QR code และการพัฒนาระบบหลังบ้านในการบริหารจัดการสต็อกสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในอนาคตอันใกล้จะมีศักยภาพในการเป็นตัวกลางช่วยการกระจายพืชผักผลไม้คุณภาพดีจากเกษตรกรที่มีความตั้งใจจริงสู่ครอบครัวเล็กใหญ่ ในหมู่บ้าน คอนโดต่างๆ ในเมืองได้มากยิ่งขึ้น

Farm TO เป็นแพลตฟอร์มที่สามารถเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภคจำนวนมากได้ ปัจจุบันทีมกำลังปรับ Business model เพื่อให้ทำงานร่วมกับเกษตรกรได้สะดวกยิ่งขึ้น ทีมต้องสร้าง Network effect ให้มีทั้งเกษตรกรและผู้บริโภคเข้ามาอยู่ในระบบให้มากที่สุด เพื่อทุกคนจะได้ประโยชน์สูงสุดจากการใช้งานแพลตฟอร์ม สำหรับโครงการนี้ทีมมานุ่มสุดตัวในการเดินทางไปหา OTOP ตั้งแต่ไม่ส่งสอนถึงพิกุลเพื่อเก็บข้อมูลถ่ายวิดีโอแนะนำช่วยขายช่วยซื้อโฆษณาและช่วยโลฟิสต์ให้เกษตรกรสามารถสื่อสารการตลาดออกมาได้ชัดเจนมากขึ้น



คุณจุฑารัตน์ พัฒนาร

**ผู้อำนวยการฝ่ายประกันคุณภาพ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด
ให้คำปรึกษาทีม Local A Lot และทีม Cropperz**



จากที่ทีม Cropperz ลงพื้นที่ได้เห็นชีวิตจริงของเกษตรกร อุปนิสัยหลากหลายที่ต้องปรับจูน น้อยๆ เก่งมากที่สามารถปรับแนวคิดของแต่ละกลุ่มและร่วมมือกันพัฒนาได้ การวางแผนแพลตฟอร์มจากปัญหาที่เกษตรกรต้องการพัฒนา สินค้ามีคุณภาพสูง แต่พัฒนาให้บรรจุภัณฑ์น่าสนใจ และต้องคิดเหมือนเราเป็นลูกค้าระหว่างขนส่งสินค้าอยู่ที่ไหนอย่างไรก็ได้ แนะนำโลจิสติกส์ดีๆ เป็นทางเลือกใหม่ให้ผู้ประกอบการ ยอมรับว่าทีมนี้ ยืนยัน มุมานะ ถ้าทีมนี้ฝีมือต่อเนื่องจะไปได้ไกลมาก

ส่วนทีม Local A Lot ออกแบบแพลตฟอร์มได้ดี ติดที่ทีมมองทุกอย่างเป็นปัญหามากไป มีแนะนำว่าไม่มีอะไรเพอร์เฟกในการทำงานในเวลาที่กำหนด ทุกปัญหามีทางให้แก้ไข บางกลุ่มสินค้าเน้นท่องเที่ยวเชิงเกษตร คิดว่าควรออกแบบหีบห่อตามเทศกาลหรือฤดูกาล หนุนการท่องเที่ยวที่ไร่ของกลุ่ม OTOP ซึ่งทีมทำออกมาได้ดี ผลงานน่าสนใจ แนะนำให้ทำกราฟ before after เพื่อได้รู้ว่าส่วนไหนดีขึ้นเยอะไปพัฒนาส่วนนั้นจะทำให้สร้างยอดขายและจะเกิดรายได้ที่ยั่งยืน การทำงานมีความชัดเจนการแบ่งสัดส่วนรายได้ถือเป็นความจริงใจต่อเพื่อนร่วมงาน ส่วนสำคัญที่ไม่ควรมองข้ามของกลุ่มเกษตรกร



คุณไพฑ พงุลิน

CEO AND FOUNDER BUILD ONE GROUP

ให้คำปรึกษาทีม FIND FOOD และทีม MEZ FRUIT



ส่วนตัวคิดว่าโจทย์ที่ Startup ได้รับอาจทำอะไรได้ไม่มาก แต่ละทีมจะถามการเพิ่มยอดขายระยะสั้น เน้นส่วน Content มากไป หรือไปทำ อ ย. ซึ่งมันเกินขอบเขต ทำให้หลักที่ต้องการคือ Innovation Platform ถูกลดความสำคัญไป ทีม MeZ ผมให้คำแนะนำค่อนข้างเยอะ มีการทำแพลตฟอร์ม ได้ลงไปวิเคราะห์แพลตฟอร์มร่วมกับน้องๆ ดูว่ามีแนวทางการแบ่งประเภทของแพลตฟอร์มที่จะปรับเพิ่มอะไรได้บ้าง วัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายมีความชัดเจนหรือไม่อย่างไร เนื่องจากทีมเจอผู้ประกอบการที่ยังไม่พร้อมบางราย ทำให้ขั้นตอนการทำงานต้องสะดุดเกิดความไม่ต่อเนื่อง

ส่วนของ FIND FOOD ถ้าใช้ existing platform ที่มีอยู่แล้ว ทำให้ในภาพรวมแนะนำอะไรได้ไม่มากนัก ทางทีมขอคำแนะนำเรื่องการทำแบรนด์ Content การนำไปโพสต์โดย Influencers แต่ด้วยข้อจำกัดของงบประมาณอาจไม่เอื้อในการพัฒนาเพื่อต่อยอดในเรื่องยอดขายเท่าที่ควร

คิดว่าการจับคู่ Startup กับผู้ประกอบการ และ Mentor จุดเริ่มต้นต้อง matching เพราะบางทีมต้องการแพลตฟอร์ม บางทีมต้องการเครือข่ายสร้างไอเดีย content ในการเพิ่มยอดขาย การจับคู่ได้ถูกจะทำให้พัฒนาการทำงานได้ตรงจุดและได้ประโยชน์สูงสุด



ดร.ก้องศักดิ์ โธวธรกวณิชย์

ผู้จัดการสถาบันนวัตกรรมและบ่มเพาะธุรกิจ

บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

Co-Founder Gaorai

ให้คำปรึกษาทีม Nature Food และทีม Herb Starter



ในทุกครั้งที่เราประชุมกับทาง Nature Food กลุ่ม OTOP แต่ละสินค้าเข้าร่วมประชุมด้วย เป็นข้อดีสามารถแนะนำทั้งเจ้าของฟาร์ม และ Startup ในการที่จะขับเคลื่อนยอดขายร่วมกัน ข้อดีของทีมนี้คือมีธุรกิจส่งออกข้าว มีประสบการณ์เป็นทุนเดิม ส่วนใหญ่สินค้าในกลุ่มเป็นหมวดข้าว การวางแผนงานให้เป็นไปตามเป้าหมายไม่มีปัญหา ช่วยในเรื่องการต่อยอดและการหาพันธมิตร การมีทุเรียนในกลุ่มสินค้าทำให้ทีมได้ฝึกรูปแบบที่แตกต่าง

ส่วนทีม Herb Starter ทีมงานมีพื้นฐานแนวความคิดจาก SME ยังไม่มีประสบการณ์ลงไปจัดการกับทาง OTOP และได้เจอกับกลุ่มสินค้าค่อนข้างหลากหลาย ทำให้การวางแผนยังไม่ลงตัว เราลงไปแนะนำการวาง Frame work ของงาน มีการประชุมนอกกรอบบ่อยเพื่อให้ได้ความชัดเจนในการวางแผนงาน ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 5 กลุ่มมีประสบการณ์การได้ร่วมคิดพัฒนา กับ Startup และทีมเชอร์วิสกลุ่มสินค้าโดยพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ช่วยกันกำหนดราคา ส่งผลในการกระตุ้นยอดขาย เป็นทีมที่มีความพยายามและเรียนรู้ต่อเนื่อง

ก้าวต่อไป

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ NIA ภายใต้กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ริเริ่มโครงการ AgTech4OTOP โดยเป็นสะพานเชื่อมเกษตรกรอัตลักษณ์พื้นที่ที่เชี่ยวชาญด้านการผลิต เป็นกลุ่มนำร่อง จับมือกับสตาร์ทอัพสายเกษตรที่เชี่ยวชาญเทคโนโลยี สร้างให้เกิดแพลตฟอร์มกลาง ที่สามารถเชื่อมโยงทั้งหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องในระบบ สตาร์ทอัพด้านการเกษตร กลุ่มเกษตรกร กลุ่มภาคเอกชนเชื่อมโยงสู่ตลาด และกลุ่มหน่วยงานสนับสนุน ด้านการขนส่งทั้งในและต่างประเทศ เป็นการยกระดับเกษตรกรไทยเข้าสู่เกษตรยุค 4.0 ให้สามารถก้าวทันเทคโนโลยีดิจิทัล ช่วยลดปัญหาการค้าผลผลิตตกต่ำและเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร



ในภาพรวมแพลตฟอร์มที่สตาร์ทอัพออกแบบ จะช่วยกระตุ้นการตลาดจากการเพิ่มช่องทางตลาด และการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เกษตรกรสามารถเพิ่มคู่ค้าทั้งแบบ B2B, B2C แต่การผลิตสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นที่ซึ่งค่อนข้างมีข้อจำกัด ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ตามลักษณะภูมิศาสตร์ต้องมีลักษณะเฉพาะสำหรับการปลูกพืชผลบางชนิด ไม่สามารถปลูกพืชผลได้หลายพื้นที่ทำให้ผลผลิตมีจำนวนจำกัด

ดังนั้นก้าวต่อไป เรามองภาพการพัฒนาที่กว้างขึ้น เพื่อขยายผลทุกโซลูชัน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ เปิดเกษตรกรทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็นพืชไร่ ประมง ฯลฯ เพื่อให้เห็นปัญหาที่เกษตรกรเจอหลากหลาย เช่น ปัญหาภัยแล้ง การจัดการน้ำให้เพียงพอ การกำจัดศัตรูพืช ฯลฯ ครอบคลุมห่วงโซ่คุณค่าในการตลาด (Value Chain) เป็นการขยายผลแบบครบวงจร โดยเปิดรับสตาร์ทอัพเกษตรกรที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อจับคู่ในการแก้ปัญหาและมีประสิทธิภาพในการพัฒนาได้อย่างเหมาะสม ได้ประโยชน์เต็มที่ทั้ง 2 ฝ่าย โดยเราทำหน้าที่แพลตฟอร์มกลาง เพื่อให้การร่วมมือของสตาร์ทอัพและเกษตรกรช่วยสามารถก้าวข้ามอุปสรรคช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เพื่อแก้ปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมของไทยในอนาคตได้อีกด้วย

รวมไปถึงจากจุดเริ่มต้นด้วยกลุ่ม OTOP เกษตรอัตลักษณ์พื้นที่ ซึ่งจะอยู่ในกลุ่มอาหารเป็นหลัก ที่จะขยายผลต่อยอดกับการสร้างสินค้าชุมชนอีกเกือบ 1 แสนราย นับได้ว่า เป็นโจทย์ที่ท้าทายให้กับสตาร์ทอัพ...พลังของคนรุ่นใหม่ต่อไป

มณฑา ไก่หิรัญ

ผู้จัดการส่งเสริมนวัตกรรม

ฝ่ายพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)



TRAINING

TRAINING COURSE

หลักสูตรอบรม เพิ่มทักษะและเสริมสร้างศักยภาพ



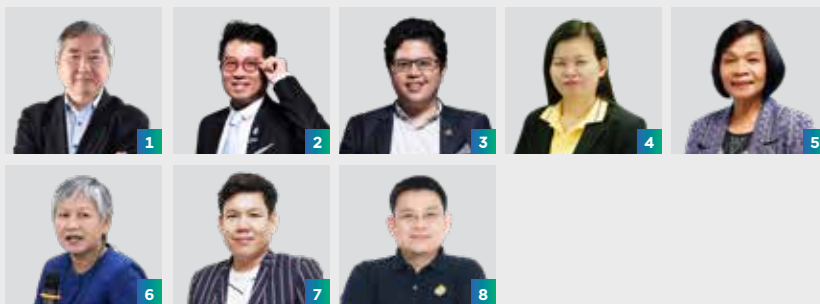
หลักสูตร “AgTech4OTOP แพลตฟอร์มตลาดเพื่อเกษตรกร” อัปเดตความรู้ก้าวสู่ เกษตรกรวิถีใหม่

เพื่อพัฒนาและยกระดับการเกษตรของไทย ชุมชน OTOP หรือผู้สนใจ เข้ามาเรียนรู้และสามารถนำความรู้ไปต่อยอดกับการทำเกษตรมุ่งเน้นด้านการสร้างความเข้าใจด้านรูปแบบตลาดใหม่ๆ ด้านออนไลน์ และแนะนำ 10 สตาร์ทอัพด้านการเกษตรที่มีความตั้งใจและมุ่งมั่นเข้ามาช่วยเพิ่มช่องทางตลาดให้เกษตรกรที่ไม่ได้เป็นเพียงช่องทางการตลาดเท่านั้น แต่ยังเข้าไปร่วมการพัฒนาสินค้าและสร้างแบรนด์สินค้าของเกษตรกรให้เป็นที่จดจำ รวมทั้งหลักสูตรที่เหมาะสมสำหรับสตาร์ทอัพด้านเกษตรที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจเข้าใจลูกค้า ในการสร้างการเติบโตอย่างก้าวกระโดด รวมทั้งเตรียมพร้อมในการปรับตัวรับแนวทางเกษตรวิถีใหม่ ที่เข้าไปเรียนรู้ได้ด้วยตนเองโดยไม่มีค่าใช้จ่ายได้ที่ <https://agtech4otop.nia.or.th/>

โครงสร้างของหลักสูตรจะประกอบไปด้วย

1. **แนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ** ช่วยสร้างโอกาสให้กับเกษตรกร กลุ่ม OTOP และสตาร์ทอัพสายเกษตร พร้อมเป็นประตูเชื่อมสู่โลกใหม่ตลาดใหม่
2. **เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นและสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์** เพื่อให้เห็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร และวิธีการขึ้นทะเบียนเพื่อคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย หรือ Geographical Indications, GI
3. **มาตรฐานสินค้าเกษตร** ความรู้และข้อแนะนำในการจะการเกษตรที่มีผลผลิตคุณภาพดีและปลอดภัยตามมาตรฐานที่กำหนด เกิดการยอมรับทั้งในประเทศและระดับนานาชาติ
4. **นวัตกรรมทางการเกษตร** การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อตอบโจทย์แก้ปัญหามหาการเกษตร
5. **การบริหารจัดการขนส่งสินค้าเกษตรและบรรจุภัณฑ์** เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าคุณภาพ ปลอดภัย และมีความสดใหม่
6. **Growth Hacking** เพื่อสร้างการเติบโตแบบสตาร์ทอัพ
7. **รูปแบบตลาดของสตาร์ทอัพด้านการเกษตร** เข้าใจและเรียนรู้แพลตฟอร์มตลาดเพื่อเกษตรกร

วิทยากร ร่วมแบ่งปันความรู้ และประสบการณ์ ให้เกิดความเข้าใจ ในการสร้างตลาดสินค้าเกษตรด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรม รวมถึงการสร้างการเติบโต แบบก้าวกระโดดให้กับสตาร์ทอัพ



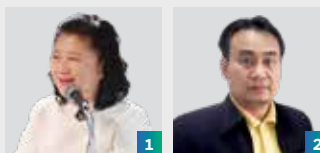
ภาครัฐพร้อมส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างแพลตฟอร์มตลาดเพื่อเกษตรกร

1. **ดร. สุภาพ อัจฉริยศรีพงศ์** คณะกรรมการนวัตกรรมแห่งชาติและที่ปรึกษาคณะทำงาน สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
2. **ดร. พันธุ์อาจ ชัยรัตน์** ผู้อำนวยการสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
3. **ดร. กริชพกา บุญเฟื่อง** รองผู้อำนวยการด้านระบบนวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
4. **มณฑา ไก่หิรัญ** ผู้จัดการส่งเสริมนวัตกรรม ฝ่ายพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
5. **วิไลวรรณ ไกรโสดา** รองอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน
6. **อากรณ์ เพชรรัตน์** ผู้อำนวยการกลุ่มงานผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน
7. **สรศักดิ์ แก่อินทร์** นักวิชาการเกษตรชำนาญการ สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร
8. **ปฏิพัทธ์ ปานสุนทร** นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ กรมทรัพย์สินทางปัญญา



เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1. **ปัจฉิมา ธนสันติ**
อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา



มาตรฐานสินค้าเกษตร

1. **นลินทิพย์ เพณีย์** ผู้อำนวยการกึ่งส่งเสริมมาตรฐาน มกอช.
2. **เกรียงไกร สุกโตชะ** ผู้เชี่ยวชาญด้านมาตรฐานคุณภาพสินค้าเกษตร กองพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช กรมวิชาการเกษตร



นวัตกรรมการเกษตร

1. **พศ.ดร. กรวิทย์ ไชยสุ** อาจารย์ประจำหลักสูตรคณะนวัตกรรมการจัดการเกษตร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์และที่ปรึกษาทางด้านการเกษตร อาหาร วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีชีวภาพ
2. **ดร. โดม อุดมธิปโก ไพรเกษตร** กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดิจิทัล บีซีเอส คอนซัลท์ จำกัด
3. **ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริวัฒน์ สาครวาสี** คณะพลวัตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้
4. **ธีรพงษ์ กาญจนกันตกุล** Founder TEVADACORP
5. **ดร. รัสรินทร์ ชินโชติธีรนันท์** Founder FARM AI
6. **คุณปียมร กันตะสิริพิทักษ์** Co-Founder & CEO AGCURA



การบริหารจัดการขนส่งสินค้าเกษตรและบรรจุภัณฑ์

1. ดนัย คาลัสซี่ Executive Vice President Inter Express logistics, Technology Co., Ltd.
2. จุฑารัตน์ พัฒนาการ ผู้อำนวยการ ฝ่ายประกันคุณภาพ บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)
3. ดร.ศิริวรรณ ตั้งแสงประทีป นักวิจัยอาวุโส ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย



Growth Hacking

1. ภาวุธ พงษ์วิทยาทาน CEO AND FOUNDER TARAD.COM
2. พรทิพย์ กองชุน COO แห่ง JITTA
3. พจน์ สุพรหมจักร Manager Invest Venture



รูปแบบตลาดเกษตรอภีร์ด้านการเกษตร

1. พิชิต พิชิตนภากุล FarmTo
2. ภรณ์ บุศยพลากร MeZ Fruit
3. ณัฐพงศ์ ดัดสันเทียะ Cropperz
4. มานพ แก้วโกย Nature Food
5. สุราสินี สุดประเสริฐ Happy Grocers
6. ศิริพัฒน์ มีทับทิม Herbs Starter
7. นฤมล ล้อมคง Find Food
8. เกริกเกียรติ สมศรี Local A lot
9. ธิติพัฒน์ บุญมี AliFarm
10. ประวิทย์ จันวะดี Vdev











AGTECH 4OTOP

Powered by



Strategic Partners



Supported by



Startup



AGTECH 4.0 TOP

TRANSFORMING OTOP
TO NEXT LEVEL

B Y A G T E C H S T A R T U P

พลิกโฉมเศรษฐกิจชุมชนสู่การเติบโตไปพร้อมกับ
สตาร์ทอัพด้านการเกษตร