

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการวิจัย “การพัฒนาและดำเนินการตัวแบบ Farmer Shop”

การดำเนินการโครงการวิจัย “การพัฒนาและดำเนินการตัวแบบ Farmer Shop” มีวัตถุประสงค์ในการออกแบบระบบการดำเนินงานของร้านค้าปลีกทางเลือก ผ่านกลไกการบริหารจัดการ โซ่อุปทานอย่างบูรณาการที่ครอบคลุมการสร้างเครือข่ายอุปทาน การพัฒนาคุณภาพ-มาตรฐานสินค้าและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การวางระบบจัดหาและตรวจสอบย้อนกลับ การบริหารจัดการร้านค้าปลีก การจัดสรรผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม และการสร้างแบรนด์ Farmer Shop โดยคาดหวังจะให้เป็นที่ร้านค้าปลีกทางเลือกที่ขยายผลไปใช้ประโยชน์ในชุมชน สหกรณ์ และผู้ประกอบการเพื่อแก้ปัญหาและข้อจำกัดที่มาจากนโยบายเปิดเสรีทางการค้าและภาวะการแข่งขันจากตลาดไฮเปอร์มาร์ทที่เป็นอยู่

การดำเนินการวิจัยได้ถูกออกแบบในรูปแบบของโครงการต่อเนื่อง 5 ปี โดยแบ่งเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะเตรียมการ ระยะจัดตั้งและดำเนินการ โครงการทดลอง และระยะขยายผลไปสู่การใช้ประโยชน์

ผลการดำเนินการวิจัยในระยะเตรียมการ ซึ่งใช้เวลา 1 ปี ได้มีกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานและผู้สนใจรวมทั้งสิ้น 57 กิจกรรม มีผลการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

- การคัดสรรผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการ ผลการคัดสรรผู้ประกอบการที่เป็นสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP ได้ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการในฐานะสมาชิก 127 ราย

- การคัดสรรสินค้าเข้าร่วมโครงการตามเงื่อนไขมาตรฐานที่กำหนด ได้แก่ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP มาตรฐาน อ.ย. ปรากฏว่ามีสินค้าที่ผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการคัดสรรสินค้าโครงการ Farmer Shop จำนวน 215 รายการ

- การพัฒนาตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การดำเนินการในระยะเตรียมการได้คัดเลือกสินค้านำร่องที่จะนำเข้าสู่กระบวนการพัฒนาตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ “ส้มแขก” ของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร จังหวัดยะลา ซึ่งอยู่ในระหว่างการประสานงานกับสถาบันอาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- การพัฒนาระบบบริหารจัดการโซ่อุปทานในระดับต้นน้ำ ได้คัดเลือกสินค้านำร่อง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง และน้ำพริกแม่เกตุ เพื่อพัฒนาระบบจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบ ในแนวทางการสร้างเครือข่ายอุปทานร่วมกับกลุ่มเกษตรกรผ่านเครือข่าย สปก. และสหกรณ์ในพื้นที่ โดยการแก้ปัญหาคาดแคลนวัตถุดิบและการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ

- การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้า ทีมวิจัยและผู้ประกอบการที่นำร่องโครงการได้จัดกิจกรรม Road Show เพื่อประชาสัมพันธ์และการเรียนรู้เพื่อพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับโครงการ Farmer Shop จำนวนทั้งสิ้น 8 ครั้ง มียอดจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 582,607 บาท ซึ่งได้รับการตอบรับจาก

ผู้บริโภคเป็นอย่างดี โดยปัจจุบันโครงการ Farmer Shop ได้เปิดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ “Farmer Shop” 2 แห่ง ได้แก่ ร้านสหกรณ์พนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย จำกัด และร้านจำหน่ายสินค้าไร้สุวรรณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

• การพัฒนาระบบร้านค้าปลีก ผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมตามแผนการวิจัยได้นำไปสู่การออกแบบระบบร้านค้าปลีกภายใต้แบรนด์ “Farmer Shop” ซึ่งมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

- สโลแกน “ไม่ได้หวังที่กำไร แต่อยากให้เป็นลูกค้าประจำ”
- วิสัยทัศน์ “ร้านค้าปลีกที่ผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นเจ้าของร่วมกัน”
- พันธกิจ

• ส่งเสริมให้สมาชิกพึ่งพาและร่วมมือกันในการดำเนินธุรกิจสินค้าเกษตรแปรรูป โดยผ่านกระบวนการบริหารจัดการ โซ่อุปทาน การหาปัจจัยการผลิต การตลาดและการกระจายสินค้าในแนวทางของระบบธุรกิจที่เป็นธรรม

• สร้างรูปแบบร้าน Farmer Shop ให้เป็นแบรนด์ที่เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพปลอดภัย และต้องการอุดหนุนสินค้าไทยในระบบ Fairness

➢ รายชื่อคณะกรรมการบริหารโครงการ

1. คุณกาญจนา คุณากาญจน์ ประธานกรรมการบริหารโครงการ
2. คุณบรรหาร แสงฟ้าสุวรรณ รองประธานกรรมการบริหารโครงการ
3. คุณสุขุม ไวทยธำรงค์ กรรมการ
4. คุณสมพงษ์ ชุ่มเพ็งพันธ์ กรรมการ
5. คุณสะอาด จึงสมานญาติ กรรมการ
6. ดร.อัจฉริยา มณีน้อย กรรมการ

• แผนธุรกิจ

ปัจจุบันได้จัดทำแผนธุรกิจสำหรับการจัดตั้งและดำเนินงานร้าน Farmer Shop ที่ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในพื้นที่ 80 ตารางเมตร โดยงบประมาณ 3 ล้านบาท คาดว่าจะมีค่าใช้จ่าย และกำไรสุทธิจากการดำเนินงานในระยะเวลา 2 ปี (ตุลาคม 2554–สิงหาคม 2556) จำนวน 4 ล้านบาท และ 2 แสนบาท ตามลำดับ นอกจากนี้จะได้ชุดความรู้ในการบริหารจัดการร้านค้าปลีกทางเลือกสำหรับขยายผลไปจัดตั้งและดำเนินงานในชุมชนที่สนใจในระยะต่อไป

• การสร้างแบรนด์ “Farmer Shop”

การดำเนินงานในช่วงระยะเตรียมการได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต Facebook และกลุ่มประชาคมคณะเศรษฐศาสตร์ และหน่วยงานพันธมิตร และในงานนิทรรศการทางวิชาการและการจำหน่ายสินค้าต่างๆ ซึ่งผลการติดตามแบรนด์ได้ผลตอบรับจากผู้บริโภคในระดับ “ดี” โดยเหตุผลที่สนับสนุนเพราะต้องการอุดหนุนสถาบันเกษตรกร สินค้าเกษตรแปรรูปไทย

และเชื่อมั่นว่าสินค้าภายใต้แบรนด์ Farmer Shop มีคุณภาพดีไว้ใจได้ และเห็นด้วยกับแนวทางการสร้างระบบการค้าที่เป็นธรรม

ผลการดำเนินการ ซึ่งให้เห็นว่า การรวมพลังในการขับเคลื่อน โครงการ Farmer Shop นั้น ช่วยยกระดับความสามารถในอำนาจการต่อรองแก่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ โดยสามารถลดค่าใช้จ่ายการตลาดได้ 15-20% นอกจากนั้นยังช่วยเปิดโอกาสและช่องทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการ SMEs และสถาบันเกษตรกร ในการสร้างแบรนด์ “Farmer Shop” ร่วมกัน ซึ่งถือเป็นการเริ่มเปลี่ยนจากโซ่อุปทานเดิมไปสู่โซ่อุปทานที่เกิดจากการวางแผนธุรกิจภายใต้กลไกการจัดการโซ่อุปทาน หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการพัฒนากระบวนการเชิงสร้างสรรค์ตามแนวทางของประเด็นยุทธศาสตร์ภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11

การดำเนินการในระยะต่อไปเป็นช่วงเวลาของการดำเนินการโครงการนำร่อง ณ คณะเศรษฐศาสตร์ ซึ่งจะใช้เวลา 2 ปี ในการบ่มเพาะธุรกิจ ในเรื่องการวางระบบบริหารจัดการ การอบรมบุคลากร การพัฒนาเครือข่ายธุรกิจ การส่งเสริมการขาย การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและการเตรียมการสำหรับการขยายผลนำไปใช้ประโยชน์ในชุมชนและผู้สนใจต่อไป