

โครงการ Farmer Shop

ชื่อคณะผู้วิจัย : รศ.จุฑาทิพย์ ภักธราวาท และคณะ

สถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภายใต้การสนับสนุนของ Thailand Research Fund

www.cai.ku.ac.th, cai_coop@yahoo.com

ภาคการเกษตรของประเทศไทยมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศมาโดยตลอด ดังจะเห็นได้ว่า รายได้ภาคการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมที่ผลิตได้ภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) แรงงานในภาคการเกษตรมีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38 เมื่อเปรียบเทียบกับภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ นอกจากนี้จะเป็นแหล่งอาหารที่มีเพียงพอต่อการบริโภคในประเทศแล้ว ยังมีเหลือส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศด้วย ทั้งนี้ไทยครองอันดับการเป็นผู้ส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ติดอันดับ 8 ของโลก โดยสินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ยางพารา ผลิตภัณฑ์ข้าว มันสำปะหลัง ผลิตภัณฑ์กุ้ง และไก่เนื้อ แม้ว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรจะเพิ่มมากขึ้นก็ตาม แต่ต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างมาก ซึ่งเป็นผลมาจากข้อตกลงการค้าที่มีการบังคับใช้มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี มีการบังคับใช้มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช ตลอดจนการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ต่างๆ

บ่อยครั้งที่เกษตรกร ซึ่งเป็นหน่วยผลิตในระดับต้นน้ำของโซ่อุปทานสินค้าเกษตร มักจะถูกมองเป็นปัญหาของสังคมที่คอยรับความช่วยเหลือจากภาครัฐ และหลายครั้งที่ปัญหาของเกษตรกรถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นปัญหาระดับชาติ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องหนี้สิน ปัญหาที่ดินทำกิน และปัญหาความยากจน

ข้อมูลจากแผนพัฒนาการเกษตรชี้ว่า สินค้าเกษตรไทยมีต้นทุนสูงกว่าประเทศคู่แข่ง ทั้งนี้มีสาเหตุมาจากผู้ผลิตเป็นเกษตรกรรายย่อย ขาดการสะสมทุน มีภาระหนี้สิน กอปรกับขาดการวิจัยและพัฒนาที่จะช่วยสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสมและเข้าถึงเกษตรกรอย่างแท้จริง ขาดการบริหารจัดการโซ่อุปทานที่จะช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขัน สินค้าเกษตรส่วนใหญ่จำหน่ายในรูปของวัตถุดิบหรือสินค้าเกษตรแปรรูปเบื้องต้น



Model ร้านFarmer Shop

ผลการวิจัยภายใต้ชุดโครงการวิจัย “การขับเคลื่อนการพัฒนาการสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม” ปี 2553 ชี้ให้เห็นปัญหาและข้อจำกัดของสินค้าชุมชน สินค้าสหกรณ์และสินค้าเกษตรแปรรูปที่เผชิญกับปัญหาการขาดช่องทางการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภค และค่าการตลาดในการวางจำหน่ายในไฮเปอร์มาร์ตสูงมากจนผู้ประกอบการแบกรับภาระไม่ไหว ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องเร่งหาแนวทางแก้ไขเพื่อสนับสนุน

ให้สินค้าเกษตรแปรรูปไป ทายของผู้ประกอบการมีช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภค และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

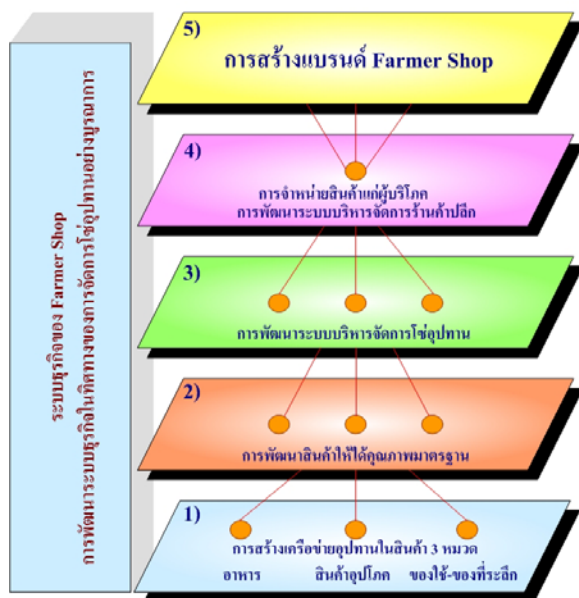
กรอบคิดสำหรับภาพอนาคตของ Farmer Shop ที่กำหนดไว้ใน โจทย์วิจัย คือ “ร้านค้าปลีกที่ผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นเจ้าของร่วมกัน” อาจกล่าวได้ว่าเป็นแรงบันดาลใจภาคีที่เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา Farmer Shop เพื่อแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างที่เป็นอยู่ ที่แต่ละคนไม่สามารถแก้ได้ และใช้แบรนด์ Farmer Shop เป็นตัวขับเคลื่อนภาพลักษณ์ของร้านค้าปลีกทางเลือกที่มีสินค้าคุณภาพภายใต้การรับรอง ให้ผู้บริโภคเชื่อถือไว้วางใจและอุดหนุนสินค้าไทย

แบรนด์ “Farmer Shop” จะใช้ในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคว่าสินค้าและบริการที่มีจำหน่ายในร้าน Farmer Shop จะมีมาตรฐานคุณภาพ ราคาเป็นธรรม และเป็นสินค้าเกษตรผลิตโดยคนไทย ซึ่งหากกระบวนการณรงค์ให้คนไทยช่วยกันอุดหนุนสินค้า Farmer Shop ประสบความสำเร็จก็จะขยายผลร้าน Farmer Shop ไปในชุมชนในอนาคต เพื่อช่วยสร้างทางเลือกให้แก่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสินค้าเกษตรแปรรูปไทยและลดความเสียหายเปรียบดุลการค้าของประเทศ ในขณะที่เดียวกันระบบการสร้างสรรค์ธุรกิจที่เป็นธรรมจะช่วยแก้ปัญหาราคาสินค้าเกษตรแก่เกษตรกร



เครื่องหมายบริการ Farmer Shop

กระบวนการดำเนินงานโครงการ Farmer Shop ได้ถูกออกแบบในรูปของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ที่ได้รับการสนับสนุนจาก



กระบวนการดำเนินงานโครงการ Farmer Shop

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) มี 5 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 : การสร้างเครือข่ายอุปทานในสินค้า 3 หมวด (อาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค และของใช้-ของที่ระลึก)

ขั้นตอนที่ 2 : การพัฒนาสินค้าให้ได้คุณภาพมาตรฐาน และการพัฒนาบรรจุกันท์ภายใต้ภาาีหน่วยงานพันธมิตร ได้แก่ สถาบันอาหาร สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร

ขั้นตอนที่ 3 : การพัฒนาระบบบริหารจัดการห่วงโซ่มูลค่า

(ระบบผลิต-จัดหา-ส่งมอบ-ตรวจสอบย้อนกลับ)

ขั้นตอนที่ 4 : การพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าปลีกเพื่อจำหน่ายสินค้าในราคาเป็นธรรม

ขั้นตอนที่ 5 : การสร้างแบรนด์ Farmer Shop ภายใต้แนวคิด “ร้านค้าปลีกทางเลือกที่มีสินค้ามีคุณภาพ ราคาเป็นธรรม และเป็นสินค้าของคนไทย” ไม่ได้หวังที่กำไร แต่อยากให้เป็นลูกค้าประจำ

การเปิดตัวของร้าน Farmer Shop ที่ผ่านมา :



Farmer Shop ในงานเสวนาวิชาการ
ณ อาคารสารนิเทศ 50 ปี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



Farmer Shop ณ ตลาดสุขใจ โรงแรมสวนสามพราน จ.นครปฐม



Farmer Shop ในงานวันธุรกิจการเกษตร ณ คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



Farmer Shop ในงานครบรอบ 30 ปี รส.กฟผ.
ณ กฟผ. อ.บางกรวย จ.นนทบุรี



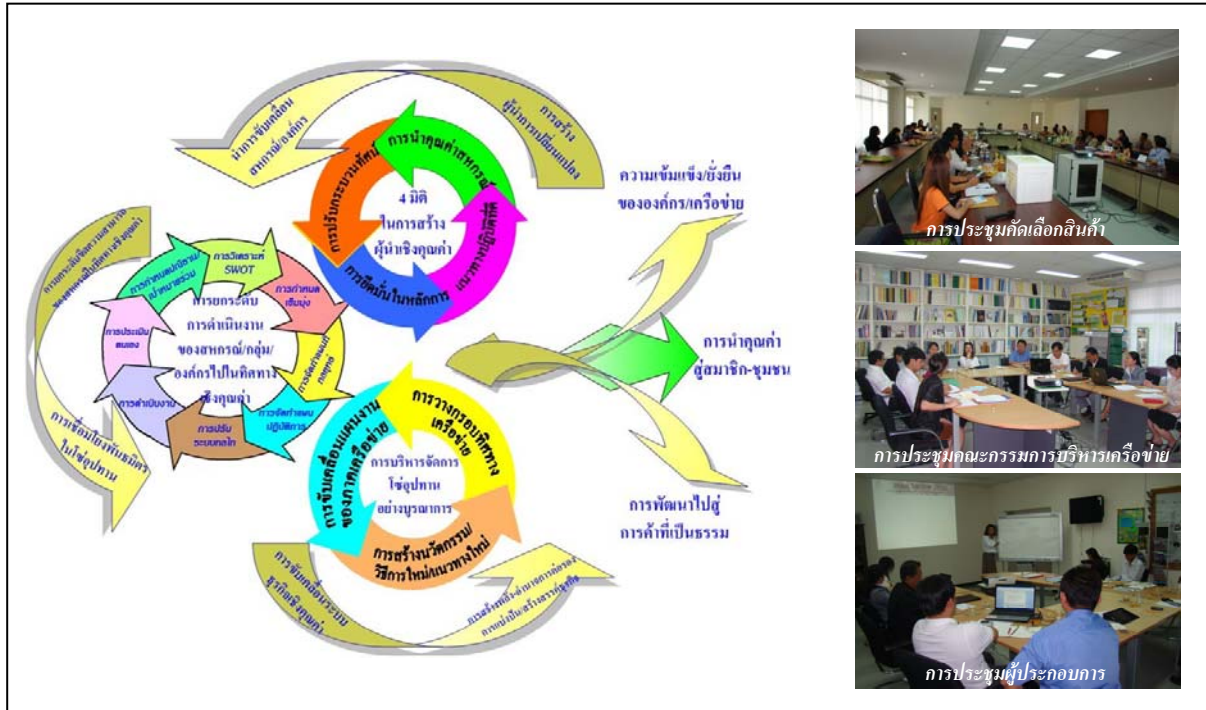
Farmer Shop ในงานเกษตรแฟร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



ข้าวคุณธรรม – ข้าวเกิดบุญในงานเกษตรแฟร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การขับเคลื่อนการพัฒนา Farmer Shop

ปัจจุบันโครงการ Farmer Shop ได้ดำเนินงานมา 6 เดือน มีผู้ประกอบการสหกรณ์และสถาบันเกษตรกรเข้าเป็นสมาชิกโครงการจำนวน 106 ราย มีสินค้าได้รับการคัดเลือกแล้วกว่า 417 รายการ มีคณะกรรมการบริหารร้าน Farmer Shop ซึ่งกำลังพัฒนาระบบบริหารจัดการโดยทีมวิจัยจะใช้กระบวนการเรียนรู้ภายใต้กรอบการขับเคลื่อนระบบคุณค่าและการค้าที่เป็นธรรม (Value Network & Fairtrade Platform) ซึ่งเป็นชุดความรู้ที่ได้จากการวิจัยอย่างต่อเนื่องของสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์



กรอบการขับเคลื่อนระบบคุณค่าและการค้าที่เป็นธรรมภายใต้กรอบ VN & F Platform

ความคาดหวังในอนาคต

ตัวแบบ “Farmer Shop” ที่เป็นร้านค้าปลีกทางเลือก เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพสินค้าเกษตรแปรรูปไทยให้ได้มาตรฐาน มีระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัย ใส่ใจผู้บริโภค และให้บริการจำหน่ายสินค้าในราคาเป็นธรรม และเป็นสถาบันที่ผู้ผลิตและผู้บริโภคจะมาเรียนรู้ร่วมกัน