



โครงการร้าน Farmer Shop
ณ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ความก้าวหน้า

Farmer Shop รอบปีที่ 2

การติดตามแบรนด์โครงการร้าน Farmer Shop เมื่อก้าวเข้าสู่เดือนที่ 10 ของการดำเนินงานกับประชาคมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อาจจำแนกได้เป็น 3 มุมมอง กลุ่มแรกมีความรู้สึกประทับใจในโครงการร้าน Farmer Shop บอกว่าอยากช่วยอุดหนุนและเข้าใจดีถึงเจตนารมณ์ที่ต้องการมากไปกว่าเรื่องธุรกิจ โดยปัจจุบันคนกลุ่มนี้สมัครเข้ามาเป็นสมาชิกกว่า 400 คนแล้ว กลุ่มที่สองมองว่าสถานที่ยังไม่เหมาะสม สินค้ามีน้อยไม่เหมือนร้านสะดวกซื้ออื่น แต่ก็แอบชมว่าประทับใจในพนักงานขายว่ามีความเป็นกันเอง

กับลูกค้าและสามารถอธิบายเรื่องราวของสินค้าได้เป็นอย่างดี ส่วนกลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มที่ยังวางเฉยไม่สนใจ

ผลการประเมินความคิดเห็นสินค้า ส่วนใหญ่ตอบว่า สินค้ามีความแตกต่างจากสินค้าที่วางขายในมินิมาร์ทอื่น และรับรู้ว่าเป็นเรื่องสินค้าคุณภาพมาจากเกษตรกรจริง ๆ และก็บอกว่าค่อนข้างเชื่อมั่นว่า เราคัดสินค้าดี มีคุณภาพจริง ๆ มาให้ ที่มีได้เหมือนร้านค้าทั่ว ๆ ไป มาถึงวันนี้ Farmer Shop เปิดร้านมาเป็นเวลา 9 เดือนแล้ว แม้จะหยุดพักไปประมาณเดือนกว่า เนื่องจากช่วง

วิกฤติน้ำท่วมใหญ่ ยังจำได้ว่า ยอดขายสามเดือนแรกก่อนเปิดน้ำท่วม ตัวเลขเฉลี่ยยอดขายประจำประมาณกว่า 4,000 บาท แต่หลังจากเปิดน้ำท่วมแล้ว ตอนเปิดมาเดือนแรกยอดขายหล่นลงไปจนน่าตกใจเช่นเดียวกัน อยู่ระหว่าง 2,000 บาท ในช่วงเวลานั้นยังจำได้ว่าทีมวิจัย ช่วยกันคิดว่าจะแก้ปัญหาอย่างไร แล้วในที่สุดก็มีภาคีมาช่วย นั่นคือทีมงานอาหารสุขภาพของอาจารย์โจฟ้า นั่นเอง

การริเริ่มกระตุ้นลูกค้าให้มาอุดหนุนร้าน หลังจากชบเขาไปนาน ด้วยการเปิดบู๊ทอาหารสุขภาพ โดยอาจารย์โจฟ้าได้ยกทีมพร้อม

อาหารสุขภาพกว่า 15 เมนู มาบริการในราคามิตรภาพ จึงทำให้ประชาคมคณะ
เศรษฐศาสตร์ และในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ตื่นตัวในการอุดหนุนสินค้าอีก
ครั้งหนึ่ง ทำให้ยอดขายรายวันไม่เคยต่ำกว่า 6,000 บาทเลย แลเมื่อหนึ่ง
สัปดาห์ผ่านไป ก็มีเสียงเรียกร้องให้ขยายเวลาออกไปอีกหนึ่งสัปดาห์ ก็ได้รับ
การตอบรับอยู่ในระดับที่ดี

จากนั้นเป็นต้นมา ยอดขายของร้าน Farmer Shop ก็กระเตื้องขึ้น
มาเป็นเฉลี่ยวันละกว่า 3,000 บาทเช่นเคย บางวันสูงถึง 4,000 - 5,000
บาท ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่าเป็นการเรียนรู้วิธีการตลาดและ
การเข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี หลังจากนั้น
เราก็เลยคิดโครงการอีกหนึ่งโครงการเข้ามาช่วย
ในการขับเคลื่อนแบรนด์ Farmer Shop นั่นก็
คือโครงการซื้อข้าวจากชาวนา

โครงการซื้อข้าวจากชาวนาแท้จริงแล้ว
เป็นเรื่องของการใช้หลักการสหกรณ์ ในมิติของ
“การรวมซื้อ” โดยมีแนวคิดที่ว่า ถ้าผู้บริโภครวม
ตัวกันสั่งซื้อข้าวในปริมาณที่เหมาะสมในแต่ละครั้ง
น่าจะเกิดผลดีกับทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นชาวนาผู้
ผลิตหรือตัวสหกรณ์การเกษตรที่ทำหน้าที่กระจาย
สินค้า และแม้กระทั่งตัวผู้บริโภคเอง โดยใช้
Farmer Shop เป็นกลไกในการขับเคลื่อนภายใต้
สโลแกน “ไม่ได้หวังกำไร แค่อยากให้เป็น
ลูกค้าประจำ” ได้ชี้ให้เห็นแนวคิดของการขับ
เคลื่อนโครงการซื้อข้าวจากชาวนาได้เป็นอย่างดี
และแสดงให้เห็นเอกลักษณ์ร้าน Farmer Shop
ได้เป็นอย่างดี หมายความว่า โครงการซื้อข้าวจาก

ชาวนาได้ดำเนินมาหรือพูดง่าย ๆ ว่าเป็นการอาสาทำงานที่จะรวมคำสั่ง
ซื้อจากสมาชิกแล้วประสานงานกับสหกรณ์การเกษตร สั่งซื้อข้าวมาให้
บริการตามคำสั่งซื้อ ภายใต้แนวคิด “ยิ่งสั่งซื้อมากในแต่ละครั้ง ต้นทุน
ต่อหน่วยในการจัดซื้อจัดหาก็ยิ่งถูกลง ราคาข้าวที่ขายให้กับสมาชิกก็จะ
ถูกลงไปด้วย” ซึ่งถ้าเราทำได้มาก ชาวนาและสหกรณ์ก็จะมีทางเลือก
ชาวนาผู้ผลิตและสหกรณ์ที่ทำหน้าที่ขายก็จะมีทางเลือกที่ทำให้ได้รับผล
ตอบแทนที่ดีกว่าที่เป็นอยู่





การดำเนินงานโครงการซื้อข้าวจากชาวนา ภายใต้แผนงานของ Farmer Shop ในปัจจุบัน ได้ชวนนิสิตเข้ามาเป็น Young Ambassador ที่จะทำหน้าที่ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และเข้าถึงประชาคมเพื่อ รณรงค์การสั่งซื้อข้าวจากชาวนา

นิสิตที่เข้ามามีส่วนร่วมในโครงการ ก็ได้หยิบยื่นข้อคิดดี ๆ ใน วยัยส ๑ อย่างเช่น ในกรณีของน้องเบส ซึ่งเป็นนิสิตสาขาเศรษฐศาสตร์ สหกรณ์ ได้รับมอบหมายให้เตรียมบทสนทนา เพื่อจะไปประชาสัมพันธ์ สิ่งประทับใจแรกที่เราได้รับ คือ น้องเบสอยากบอกว่า พวกเรากำลังทำ ตลาดสีเขียวกันค่ะ เมื่อถามว่าตลาดสีเขียวเป็นยังไง น้องเบสบอกว่า เป็น ตลาดที่จะเอื้อประโยชน์ให้ทั้งชาวนาที่ปลูกข้าวและเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ บริโภคเพื่อที่จะได้กินข้าวคุณภาพดี ราคาถูก และเป็นตลาดที่คนที่เข้ามา เกี่ยวข้องคิดแต่เรื่องดี ๆ กันทุกคน ทีมงานพอได้รับฟังก็เป็นที่ปลื้ม และ เราก็คาดหวังว่าน้องเบสและเพื่อน ๆ อื่นหลายคนจะเป็นพลังสีขาว ที่ จะช่วยปรับเปลี่ยนสถานการณ์การตลาดที่มีค่าใช้จ่ายการตลาดสูง จน ทำให้ผู้บริโภคต้องจ่ายแพงอย่างเช่นที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ที่สำคัญราคา ที่ผู้บริโภคจ่ายแพง ไม่ได้ตกไปถึงมือชาวนาแต่อย่างใด แต่กลายเป็น ค่าน้ำมัน ค่าหีบห่อ ค่าจัดการและผลตอบแทนของกลุ่มทุนไป

แนวคิดที่ได้จากนิสิตปริญญาโทสาขาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ ซึ่ง ได้วิเคราะห์เปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างระหว่างร้านสหกรณ์และ ร้าน Farmer Shop นิสิตส่วนใหญ่ชี้ว่า สิ่งที่เห็นชัดที่สุด คือ สินค้ามี ความแตกต่าง เพราะสินค้าในร้าน Farmer Shop ส่วนใหญ่เป็นสินค้า กระจายไปทางสินค้าสุขภาพและสินค้าเกษตรแปรรูปที่มีเรื่องราว อับดับ รองลงไปก็เห็นแตกต่าง คือ จุดมุ่งหมาย เพราะร้านสหกรณ์มีจุดมุ่งหมาย เพื่อบริการสมาชิกตามความต้องการของสมาชิก (ซึ่งเป็นผู้บริโภค) ส่วน ร้าน Farmer Shop มีจุดมุ่งหมาย 2 ทาง คือ ให้บริการสมาชิก แต่ไม่ บริการแบบตามใจมาก คือ พยายามจะปรับพฤติกรรมสมาชิกด้วย โดย พยายามรณรงค์ให้สมาชิกได้บริโภคสินค้าที่ทำให้มีสุขภาพดี นอกจากนั้น ยังมีจุดมุ่งหมายที่จะลงไปคัดสรรสินค้าเกษตรแปรรูปจากผู้ประกอบการ ที่มีความเชื่อมโยงกับเกษตรกรรายย่อย โดยคาดหวังว่าในวิถีย่างนี้จะ ทำให้เกิดโอกาสทางเลือกแก่เกษตรกรรายย่อยที่จะเข้าถึงตลาด เข้าถึง ผู้บริโภค

ที่กล่าวมาข้างต้น เป็นมุมมองจากคนภายนอกที่ทำให้เราค่อนข้าง ดีใจที่คนเริ่มเห็นบริบทของร้าน Farmer Shop แต่สิ่งที่ผู้บริโภคยังไม่เห็น ได้แก่ กระบวนการพัฒนา business model แบบใหม่ ที่ต้องมึ ความเชื่อมโยงตั้งแต่การสร้างเครือข่ายผู้ผลิตที่มีความใกล้ชิดเกษตรกร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ ไปพร้อม ๆ กับการปรับแนวคิด และปลูกจิตสำนึกผู้ประกอบการ ไปสู่การยกระดับขีดความสามารถใน การประกอบธุรกิจของพวกเขา กระบวนการบริหารจัดการโซ่อุปทานก็ เป็นสิ่งที่สำคัญและท้าทาย เพราะเรายังขาดโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่ง อำนวยความสะดวก เช่น พาหนะขนส่ง ระบบการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร และระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ภารกิจที่สำคัญอีกประการ คือ การบริหารจัดการร้านค้าปลีกซึ่งเป็นสิ่งซับซ้อน ต้องการความรอบคอบ และกลยุทธ์ ต้องการคนที่มุ่งมั่นทุ่มเทและมีไหวพริบ ปฏิภาณ ต้องการ ระบบระเบียบที่ชัดเจน ถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้ ซึ่งพวกเราทีม งานกำลังดำเนินการอยู่ตั้งกิจกรรมต่อไปนี้



กระบวนการพัฒนา business model แบบใหม่ ที่ต้องมีความเชื่อมโยงตั้งแต่การ สร้างเครือข่ายผู้ผลิตที่มีความใกล้ชิดเกษตรกร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบ การ ไปพร้อม ๆ กับการปรับแนวคิดและปลูกจิตสำนึกผู้ประกอบการ



ในตอนเช้าของทุกวัน คุณเนยต้องไป key in สินค้าแผนก fresh food เข้าระบบ

น้องก๊วกในฐานะแคชเชียร์ ต้องทำความสะอาดร้านให้เรียบร้อย.. เพื่อพร้อมรับลูกค้าที่จะมาใช้บริการ ต้องคอยปรึกษากับคุณประทีป และแบ่งงานกันทำอย่างเข้าขา ทั้งงานจัดชั้นวางสินค้า งานบริการลูกค้า งานรับจ่ายเงิน การส่งเงินเข้าธนาคาร และการสรุปหน้าจบทุกวัน

ก่อนหนึ่งทุ่มของทุกวันตั้งแต่จันทร์ – ศุกร์ และวันเสาร์ คุณสายสุดาจะต้องตามไปตรวจเช็คและรับเงิน ตลอดจนรับทราบข้อมูลข่าวสารจากพนักงานประจำร้าน ที่จะนำไปแก้ปัญหารายวันให้ทันทางที่



คุณเอื้องและน้องวันก็จะเข้าไปบริหารจัดการโครงการซื้อข้าวร่วมกับ Young Ambassador ทั้งการวางแผน การรับคำสั่งซื้อและการให้บริการลูกค้า

ในช่วงปลายเดือน คุณบ๊วก น้องเนย พี่ตุ๋ (คุณสายสุดา) และอาจารย์จุฑาทิพย์ก็จะต้องระดมกันช่วยจัดทำรายงานประจำเดือน เพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการร้านได้รับทราบ



จนถึงวันนี้ แม้งานจะหนักแต่พวกเราทีมงานสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ก็ไม่ย่อท้อ และยังได้รับกำลังใจจากหลายฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นประชาคม คณะเศรษฐศาสตร์ คณาจารย์หลายคน และหลาย ๆ หน่วยงานมาอุดหนุนสินค้า มาให้ข้อมูล และมาให้คำแนะนำ



อาจารย์โสภณ สมาชิกหมายเลข 1 บอกว่า “ฉันมีที่อยู่ อยู่ 2 ที่ ในคณะเศรษฐศาสตร์ ถ้าไม่ใช่ห้องทำงานที่ภาควิชาฯ ก็ร้าน Farmer Shop ของพวกเรานี้แหละ”



ดร. สักดิ์สิทธิ์ มาช่วยให้คำแนะนำและจะอุดหนุนอาหารว่าง อยู่บ่อย ๆ



ดร. เป็ล บอกว่า “ถั่วคั่วอร่อยและก็มีสินค้าดีอีกหลายอย่าง ที่ชอบ โดยเฉพาะข้าวคุณธรรม”

ดร.นุชนารถ ขาประจำน้ำข้าวโพดและสินค้าอีกหลาย ชนิด ท่านมักมาพร้อมหลานชายตอนเย็น ๆ อุดหนุนเป็นประจำ



คณาจารย์ได้มาอุดหนุนสินค้าและสนับสนุนให้คำแนะนำ ให้กำลังใจเป็นอย่างดี

ดร. ประพิณวดี มาอุดหนุนตั้งแต่เปิดร้านวันแรกจนถึงปัจจุบัน

อาจารย์อรชร บอกว่า “ข้าวเกิดบุญอร่อยมาก” ท่านช่วยเชิญชวน ให้ผู้ประกอบการมาซื้อข้าวเกิดบุญกันเยอะ ๆ

พีเจ เป็นลูกค้ารายใหญ่แลมยังช่วยแนะนำลูกค้าข้าวขาประจำอีกมากมาย

ที่กล่าวมาทั้งหมด ก็เป็นสถานการณ์ปัจจุบัน ที่คณะเศรษฐศาสตร์ โดยมีเจ้าบุญซื้อและเจ้าบุญเลิศยืนเด่นเป็นสง่าต้อนรับแขกอยู่อย่างสม่ำเสมอ ไม่เว้นแม้กระทั่งวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์