

แนวทางการรณ

“ตัวแบบธุรกิจ Farmer Shop”

# นวัตกรรม “ตัวแบบธุรกิจ Farmer Shop”

1

## ที่มาของนวัตกรรม :

กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูปรายย่อย ได้แก่ สหกรณ์การเกษตร SMEs OTOP วิสาหกิจชุมชน มีข้อจำกัดในการนำสินค้าเข้าสู่ตลาด เนื่องจากต้องเสียค่าการตลาดสูงถึง 35% จึงทำให้อยู่ในภาวะขาดทุน และต้องจ่ายอม ซึ่งสถานการณ์เหล่านี้มีเหตุปัจจัยมาจากปัญหาเชิงโครงสร้าง ซึ่งต้องแก้อย่างเป็นระบบ

2

## การกำหนดเงื่อนไข :

การสร้างทางเลือกให้ผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อเปิดพื้นที่ธุรกิจแนวทางใหม่ บนการพึ่งพาและร่วมมือกัน โดยนำเอาชุดความรู้การเชื่อมโยงเครือข่ายคุณค่า การค้าที่เป็นธรรม และการจัดการโซ่อุปทานสินค้าเกษตรแปรรูปของไทย เพื่อเสริมสร้างพลังในการลดข้อจำกัด และเพิ่มโอกาสทางเลือกแก่ผู้เกี่ยวข้อง ทั้งเกษตรกร ผู้ประกอบการร้านค้าชุมชน และผู้บริโภค

4

## การดำเนินการนวัตกรรม :

ดำเนินการในรูปของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ภายใต้โครงการวิจัย “การพัฒนาตัวแบบธุรกิจ Farmer Shop” แบ่งออกเป็น 3 ระยะ รวมเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2554-2559)

3

## การออกแบบนวัตกรรม :

เป็นการออกแบบระบบธุรกิจที่ครอบคลุมกิจกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ของโซ่อุปทาน ประกอบด้วยกิจกรรมสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ การคัดสรรผู้ประกอบการ และสินค้าเข้าร่วมโครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการร้านค้าปลีก และการสร้างแบรนด์ Farmer Shop ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค และเข้ามาอุดหนุนสินค้าในฐานะสมาชิก

5

## การประเมินผลนวัตกรรม :

- มีการจดทะเบียนเครื่องหมาย บริการ Farmer Shop ภายใต้สโลแกน “ไม่ได้หวังที่กำไร แค่อยากให้เป็นลูกค้าประจำ” และวิสัยทัศน์ “ร้านค้าปลีกที่ผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นเจ้าของร่วมกัน”
- เกิดเป็นสังคมฐานความรู้ที่มีเครือข่ายผู้ประกอบการ จำนวน 236 ราย เครือข่ายสมาชิกด้านผู้บริโภค จำนวน 1,309 ราย
- สามารถลดค่าใช้จ่ายการตลาดไปได้ 10%
- ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้ามามีส่วนร่วมในโครงการอยู่ในเกณฑ์ “ดี”
- ยอดจำหน่ายสินค้า ภายใต้แบรนด์โครงการร้าน Farmer Shop ในเวลา 2 ปี มีมูลค่า 1.38 ล้านบาท

6

## การนำไปใช้ประโยชน์ :

- ปัจจุบัน สหกรณ์การเกษตร 2 แห่ง ขอความร่วมมือจาก สว.สก. เพื่อเปิดร้าน Farmer Shop
- จัดตั้งศูนย์เรียนรู้มีชีวิต “ตัวแบบ Farmer Shop ณ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- มีข้อตกลงความร่วมมือกับ 4 หน่วยงาน เพื่อขยายผล ตัวแบบธุรกิจ Farmer Shop



## ตัวแบบร้าน Farmer Shop : นวัตกรรมตัวแบบธุรกิจ

### ➤ เงื่อนไขของนวัตกรรม :

ภาคการเกษตรของประเทศไทยมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศมา โดยตลอดตั้งแต่เห็นได้ว่ารายได้ภาคการเกษตรคิดเป็นร้อยละ ๑ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมที่ผลิตได้ ภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) แรงงานในภาคการเกษตรมีสัดส่วนมากที่สุดคิด เป็นร้อยละ 38 เมื่อเปรียบเทียบกับภาคเศรษฐกิจอื่นๆ นอกจากนี้จะเป็นแหล่งอาหารที่มี เพียงพอต่อการบริโภคในประเทศแล้วยังมีเหลือส่งออกจำหน่ายในต่างประเทศด้วย ทั้งนี้ไทย ครอบงำอันดับการเป็นผู้ส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์อันดับ 8 ของโลกโดยสินค้าส่งออกที่ สำคัญได้แก่ยางพาราผลิตภัณฑ์ข้าว มันสำปะหลังผลิตภัณฑ์กุ้งและไก่เนื้อ แม้ว่ามูลค่าการส่งออก สินค้าเกษตรจะเพิ่มมากขึ้นก็ตาม แต่ต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างมากระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นการค้าที่มีการบังคับใช้มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีมีการบังคับใช้มาตรการสุขอนามัย และสุขอนามัยพืช ตลอดจนการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ต่างๆ

บ่อยครั้งที่เกษตรกร ซึ่งเป็นหน่วยผลิตในระดับต้นน้ำของโซ่อุปทานสินค้า เกษตร มักจะถูกมองเป็นปัญหาของสังคมที่คอยรับความช่วยเหลือจากภาครัฐและหลายครั้งที่ปัญหาของเกษตรกรถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นปัญหาระดับชาติไม่ว่าจะเป็นเรื่องหนี้สินปัญหาที่ดินทำ กินและปัญหาความยากจน

ข้อมูลจากแผนพัฒนาการเกษตรชี้ว่า สินค้าเกษตรไทยมีต้นทุนสูงกว่า ประเทศคู่แข่ง ทั้งนี้มีสาเหตุมาจากผู้ผลิตเป็น เกษตรกรรายย่อยขาดการสะสมทุน มีภาระ หนี้สิน ทอปรกับขาดการวิจัยและพัฒนาที่จะช่วยสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม และ เข้าถึงเกษตรกรอย่างแท้จริง ขาดการบริหารจัดการโซ่อุปทานที่จะช่วยยกระดับความสามารถใน การแข่งขัน สินค้าเกษตรส่วนใหญ่จำหน่ายในรูปแบบของวัตถุดิบหรือสินค้าเกษตรแปรรูปเบื้องต้น

ผลการวิจัยภายใต้ชุดโครงการวิจัย “การขับเคลื่อนการพัฒนาการสหกรณ์ และการค้าที่เป็นธรรม” ปี 2553 ซึ่งให้ทั้งปัญหาและข้อจำกัดของสินค้าชุมชนสินค้าสหกรณ์และสิน ค้าเกษตรแปรรูปที่เผชิญกับปัญหาการขาดช่องทางการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคและค่าการตลาด ในการวางจำหน่ายในไฮเปอร์มาร์ค สูงมากจนผู้ประกอบการบางรายจะไม่มีไหว ซึ่งปัญหา สำคัญที่ต้องเร่งหาหนทางแก้ไขเพื่อสนับสนุนให้สินค้าเกษตรแปรรูปไทยของผู้ประกอบการมีช ่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

### ➤ วัตถุประสงค์ของนวัตกรรม :

แรงบันดาลใจของภาคีที่เข้ามาส่วนร่วมในการพัฒนาตัวแบบธุรกิจ Farmer Shop มุ่งเน้นไปที่การแก้ปัญหาเชิงโครงการที่เป็นอยู่ ที่แต่ละคนไม่สามารถแก้ได้ ต้องรวมพลัง กันในกลุ่มคนที่ดำเนินธุรกิจทั้งระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำของโซ่อุปทาน สินค้าเกษตร

แปรรูป โดยนวัตกรรม “ตัวแบบธุรกิจ” จะช่วยแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างอย่างเป็นระบบและเป็นทางเลือกว่ากับกลุ่มคนที่ต้องการร่วมมือกันเพื่อพัฒนาระบบการค้าที่เป็นธรรม อันจะนำไปสู่การแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำของเกษตรกรรายย่อย ผู้ประกอบการรายย่อย สถาบันเกษตรกร และผู้บริโภคที่ตระหนักในความสำคัญของคุณภาพราคาเป็นธรรม

➤ การออกแบบนวัตกรรม :

กรอบคิดสำหรับตัวแบบธุรกิจ Farmer Shop คือ “ร้านค้าปลีกที่ผู้ผลิตและผู้บริโภค เป็นเจ้าของร่วมกัน” อาจกล่าวได้ว่าเป็นแรงบันดาลใจภาคีที่เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา Farmer Shop เพื่อแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างที่เป็นอยู่ที่แต่ละคนไม่สามารถแก้ไขได้และใช้แบบฉบับ Farmer Shop เป็นตัวขับเคลื่อนภาพลักษณ์ของร้านค้าปลีกทางเลือกที่มีสินค้าคุณภาพภายใต้การรับรองให้ผู้บริโภคเชื่อถือไว้วางใจและอุดหนุนสินค้าไทย

แบบฉบับ “Farmer Shop” จะใช้ในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคว่าสินค้าและบริการที่มีจำหน่ายในร้าน Farmer Shop จะมีมาตรฐานคุณภาพ ราคาเป็นธรรม และเป็นสินค้าเกษตรผลิตโดยคนไทย ซึ่งหากการระดมทุนการระดมทุนให้คนไทยช่วยกันอุดหนุนสินค้า Farmer Shop ประสบความสำเร็จก็จะขยายผลร้าน Farmer Shop ไปในชุมชนในอนาคต เพื่อช่วยสร้างทางเลือกให้แก่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสินค้าเกษตรแบบรูปไทย และลดความเสียหายเปรียบผลการค้าของประเภทนี้ในขณะที่ระบบการสร้างสรรค์ธุรกิจที่เป็นธรรมจะช่วยแก้ปัญหา ราคาสินค้าเกษตรแก่เกษตรกร

กระบวนการดำเนินงานโครงการ Farmer Shop ได้ถูกออกแบบในรูปแบบของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ที่ได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) มี 5 ขั้นตอน (รูปที่ 10) ได้แก่

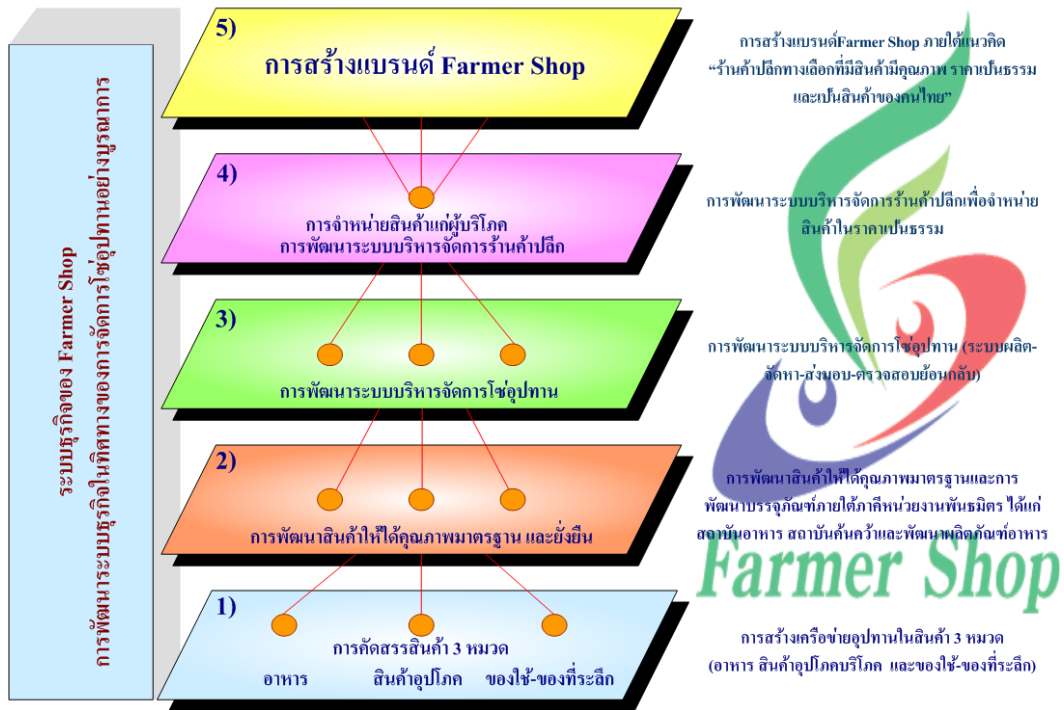
ขั้นตอนที่ 1 : การสร้างเครือข่ายอุปทานในสินค้า 3 หมวด (อาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค และของใช้-ของใช้กระถาง)

ขั้นตอนที่ 2 : การพัฒนาสินค้าให้ได้คุณภาพมาตรฐานและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ภายใต้ภาคีหน่วยงานพันธมิตรได้แก่สถาบันอาหาร สถาบันคั้นคว่ำและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร

ขั้นตอนที่ 3 : การพัฒนาระบบบริหารจัดการโซ่อุปทาน (ระบบผลิต - จัดหา - ส่งมอบ - ตรวจสอบย้อนกลับ)

ขั้นตอนที่ 4 : การพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าปลีก เพื่อจำหน่ายสินค้าในราคา เป็นธรรม

ขั้นตอนที่ 5 : การสร้างแบรนด์ Farmer Shop ภายใต้แนวคิด “ร้านค้าปลีกทางเลือกที่มีสินค้ามีคุณภาพราคาเป็นธรรมและเป็นสินค้าของคนไทย” ไม่ได้หวังที่ทำไรแต่อยากให้เป็นลูกค้าประจำ



รูปที่ 10 กรอบคิดการบริหารจัดการโซ่อุปทานอย่างบูรณาการของร้านค้าปลีกภายใต้แบรนด์ Farmer Shop

➤ การดำเนินการโครงการนวัตกรรม :

การดำเนินโครงการนวัตกรรม “ตัวแบบธุรกิจ Farmer Shop” เป็นไปในรูปแบบของโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ภายใต้ชุดโครงการ “การพัฒนาการสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554-2559 โดยการดำเนินการแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะเตรียมการ ระยะที่ 2 เป็นระยะทดลองพัฒนาร้านต้นแบบ และระยะที่ 3 ระยะขยายผลสู่ชุมชน



รูปที่ 11 การดำเนินโครงการนวัตกรรม “ตัวแบบร้าน Farmer Shop”

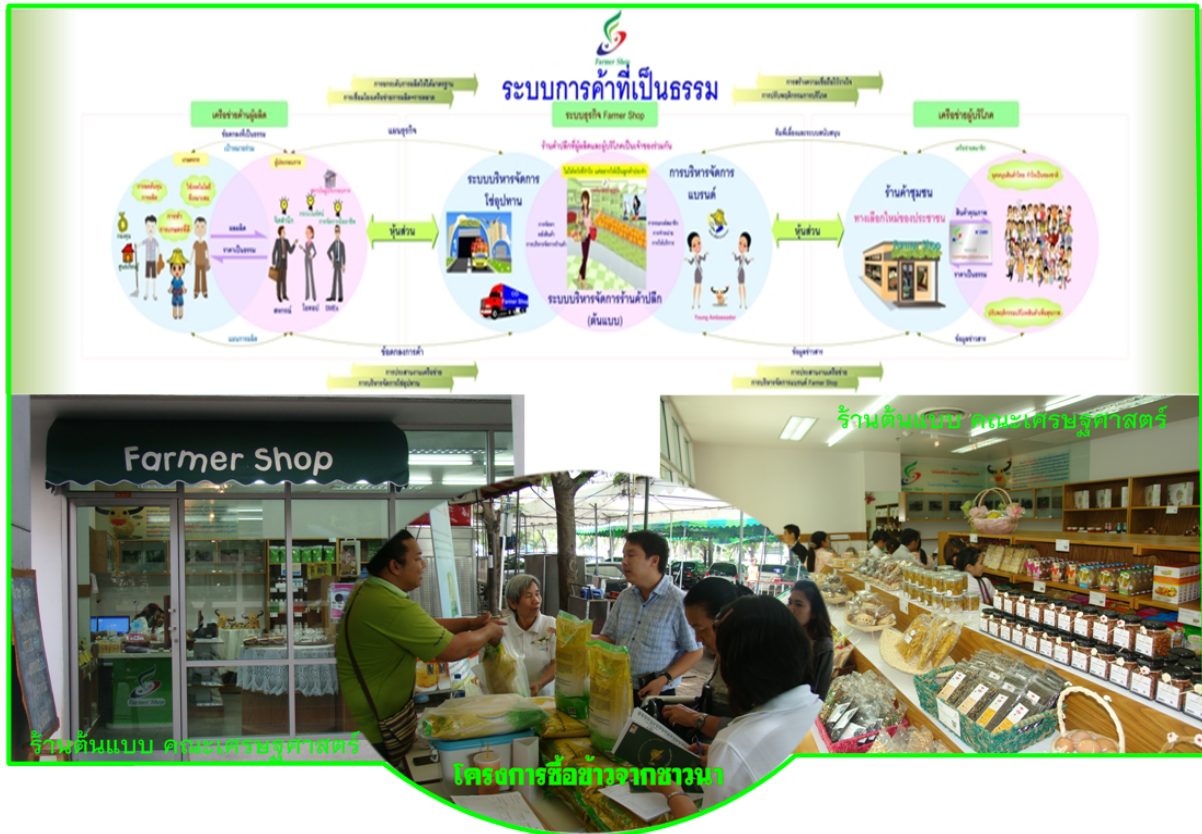
4.1 การดำเนินการระยะเตรียมการ : เป็นกิจกรรมการออกแบบระบบธุรกิจร้านต้นแบบ Farmer Shop การคัดสรรผู้ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมโครงการ เป็นสมาชิกเครือข่ายผู้ประกอบการ การคัดเลือกคุณภาพเข้าร่วมโครงการ และการจัด Road Show รณรงค์ให้คนในสังคมสนใจในแนวคิด “ตัวแบบธุรกิจ Farmer Shop” ซึ่งผลการดำเนินการในระยะเวลา 1 ปี มีผู้ประกอบการผ่านการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ 127 ราย มีสินค้าคุณภาพผ่านการคัดเลือก 215 รายการ การจัดกิจกรรม Road Show เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ Farmer Shop ดำเนินการทั้งสิ้น 8 ครั้ง ร่วมกับหน่วยงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ ห้างสรรพสินค้า และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มียอดจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 582,607 บาท มีหน่วยงานภาคีสนับสนุนให้เปิดโครงการร้าน Farmer Shop 2 แห่ง ได้แก่ ร้านสหกรณ์พนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย จำกัด และร้านจำหน่ายสินค้าไร้สุวรรณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- การออกแบบธุรกิจร้านค้าปลีก ภายใต้แบรนด์ Farmer Shop ได้กำหนด
- สโลแกน : ไม่ได้หวังกำไร แค่อยากให้เป็นลูกค้าประจำ
- วิสัยทัศน์ : ร้านค้าปลีกที่ผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นเจ้าของร่วมกัน
- ได้กำหนดพันธกิจ และธุรกิจ ร้านต้นแบบที่คณะเศรษฐศาสตร์ ในช่วงเวลา 2 ปี (ตุลาคม 2554 - สิงหาคม 2556)

4.2 การดำเนินการระยะพัฒนาร้านต้นแบบ :

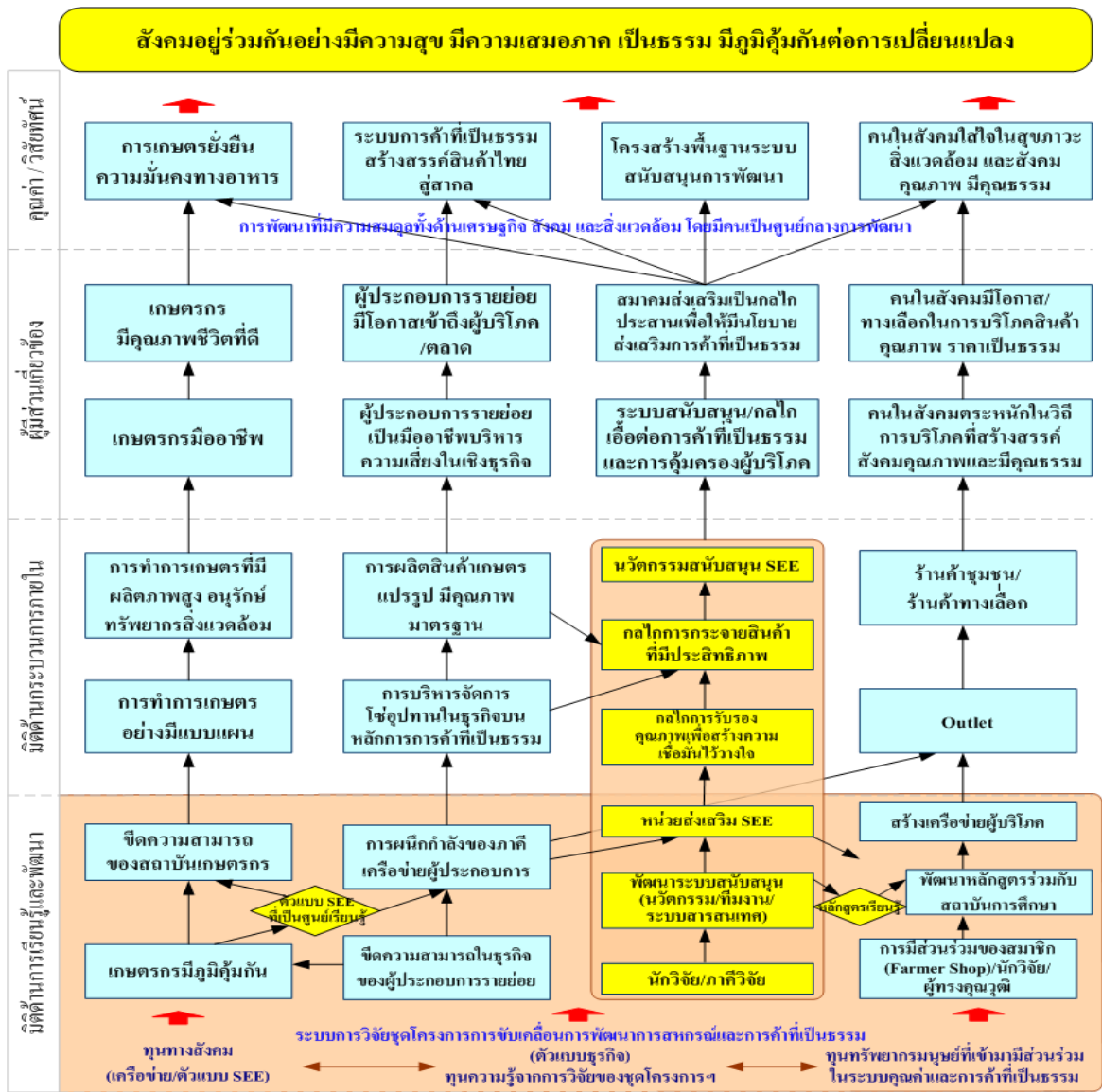
- การดำเนินการร้านต้นแบบ ที่คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีสมาชิกเครือข่ายอุปทาน จำนวน 236 ราย มีสินค้าผ่านการคัดเลือก 647 รายการ มียอดจำหน่ายเฉลี่ย เดือนละ 62,253.24 บาท (สิงหาคม 2554-กุมภาพันธ์ 2556) มีสมาชิกเครือข่ายผู้บริโภค จำนวน 1,309 ราย มีสมาชิกโครงการซื้อข้าวจากชาวนา 258 ราย และผลการติดตามแบบรந்தพบว่า สมาชิกด้านผู้บริโภค มีความพึงพอใจในระดับ “ดี”
  - ผลประกอบการเป็นไปตามเป้าหมาย มียอดจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 1.38 ล้านบาท กำไรสุทธิ (สะสม) 344,263.06 บาท

- มีคู่มือการจัดการร้านค้าปลีก เพื่อการเผยแพร่
- มีกรอบยุทธศาสตร์การขยายผล โครงการ Farmer Shop ผู้ชุมชน และปัจจุบันได้ทำสัญญาโครงการความร่วมมือ 4 หน่วยงาน ได้แก่ ส.ป.ท. - มท. - สทว. - สวท. เพื่อขยายผลผู้ชุมชน ระหว่างปี 2556 - 2558 โดยเซ็นสัญญาเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2556



➤ การขยายผลเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ :

- สหกรณ์การเกษตรปราสาท จ้ำก๊าด และสหกรณ์การเกษตรเกษตรวิสัย จ้ำก๊าด ดำเนินการก่อสร้างสถานที่ศูนย์กระจายสินค้าและดำเนินงานร้าน Farmer Shop ในปลายปี 2556 นี้
- ปัจจุบันมีโครงการขยายผลผู้ชุมชน โดยเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2556 ได้ทำสัญญาข้อตกลงความร่วมมือระหว่าง 4 หน่วยงาน (ส.ป.ท. - มท. - สทว. - สวท.) เพื่อขับเคลื่อนตัวแบบธุรกิจผู้ชุมชนเป็นเวลา 3 ปี ระหว่างปี 2556-2558 ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนธุรกิจฐานสังคม (รูปที่ 12)



รูปที่ 12 กรอบแผนที่ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนธุรกิจฐานสังคม (SEE) ผู้ประกอบการวิสาหกิจ



# นวัตกรรม “ตัวแบบธุรกิจ Farmer Shop”

