

การพัฒนาศักยภาพศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ
SUPPLEMENTARY POTENTIAL DEVELOPMENT OF COMMUNITY AGRICULTURAL PRODUCT
DISTRIBUTION CENTER SISAKE PROVINCE.

เกษม เปนาละวัต¹

¹คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

Kasem penalawat¹

¹ Faculty of Business Administration and Accounting, Sisaket Rajabhat University

(Received: January 16, 2024; Revised: September 4, 2024; Accepted: November 15, 2024)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ ศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จและมีแนวปฏิบัติที่ดี และศึกษาการพัฒนา ศักยภาพศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลเป็น ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า ด้านศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ จัดตั้งเพื่อจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และสร้างเครือข่ายให้เกิดความยั่งยืน ด้านกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ (Best Practice) คือ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย สินค้าได้รับมาตรฐาน และจ่ายเงินปันผล ด้านการพัฒนาศักยภาพได้นำสมาชิกในศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตร จำนวน 20 คน อบรม การเขียนแผนธุรกิจ โดยใช้ Business Model Canvas เป็นต้นแบบ ผลการทดสอบผู้เข้าอบรม (Pre-Test) พบว่า ความรู้ความเข้าใจในระดับ ปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.75 และการทดสอบผู้เข้าอบรม (Post-Test) พบว่า ความรู้ความเข้าใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.45

คำสำคัญ: การพัฒนาศักยภาพ, ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน

ABSTRACT

This research investigates the conditions of the Sisaket Community Agricultural Distribution Center, the capabilities of successful farmer groups employing effective practices, and the potential advancement of these centers, utilizing a sample of 50 individuals. The study employed a mixed-methods approach; the data collection was gathered through a structured interview, and data were analyzed using percentages, means, and standard deviations. The research findings indicate that the Sisaket Community Agricultural Distribution Center was established for the sale of organic agricultural products and the creation of networks aimed at sustainability. The effective community enterprise groups exemplified best practices through creative initiatives, product diversity, standardized offerings, and dividend distributions. Twenty members of the agricultural distribution center received training in business plan writing, utilizing the Business Model Canvas as a framework. The pre-test results indicated a moderate level of knowledge and understanding, with an average score of 2.75. In contrast, the post-test results demonstrated a high level of knowledge and understanding, reflected in an average score of 3.45.

Keywords: Potential Development, Community agricultural product distribution Center

บทนำ

การเกษตรมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยมนุษย์รู้จักการใช้ประโยชน์สร้างคุณค่าจากพืชและสัตว์โดยนำมาแปรรูป เพื่อตอบสนองความต้องการ ดังนั้นสินค้าเกษตรจึงมีความสำคัญต่อการสร้างฐานะทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ ในการผลิตสินค้าเกษตรสามารถจำหน่ายและสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน ซึ่งอาชีพของคนไทยส่วนใหญ่เป็นอาชีพเกษตรกรกรม โดยการผลิตสินค้าเกษตรในปัจจุบันไม่ได้เป็นการผลิตเพื่อยังชีพอย่างเดียว แต่เป็นการผลิตสินค้าเชิงธุรกิจเพิ่มขึ้น อาจกล่าวได้ว่า สินค้าเกษตรสร้างโอกาสให้กับเกษตรกรไทยได้อย่างยั่งยืน ด้าน GDP ภาคเกษตร มีสัดส่วน 9% ของ GDP ประเทศ สถิติการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรสร้างรายได้ให้กับประเทศ แต่ยังเป็นสัดส่วนน้อย โดยในปี 2566 ประเทศไทยส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรเป็นมูลค่า 49,203.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (1.69 ล้านล้านบาท) คิดเป็นสัดส่วน 17.3% ของมูลค่าการส่งออกรวม (สินค้าเกษตร 9.4% และสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร 7.9%) แบ่งเป็นสินค้าเกษตร 26,801.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (0.92 ล้านล้านบาท) สินค้าเกษตรส่งออกส่วนใหญ่เป็นสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodities) และมีการแปรรูปขั้นต้นเท่านั้น สินค้าเกษตรส่งออก 5 อันดับแรก ประกอบด้วย ผลไม้ ข้าว ไขมันสัตว์และยางพารา เป็นต้น แสดงให้เห็นว่าไทยพึ่งพาการส่งออกสินค้าเกษตรบางประเภท ดังนั้น การสร้างความหลากหลายของสินค้าเพื่อกระจายความเสี่ยงจากการพึ่งพาเพียงบางสินค้า ส่งเสริมผลักดันให้ไทยส่งออกสินค้าเกษตรมูลค่าสูงและสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรเพิ่มขึ้น เช่น อาหารแห่งอนาคต สินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูปและสารสกัดจากผลผลิตทางการเกษตร (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2566) ด้านสินค้าเกษตรอินทรีย์ศรีสะเกษ ในปี 2560 ถึง 2566 พบว่า มีเกษตรกรจำนวนทั้งหมด 11,661 ราย และมีพื้นที่เพาะปลูกจำนวน 49,190 ไร่ โดยรวมกลุ่มในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายที่ผลิตสินค้าจำนวน 57 กลุ่ม รวมพืชเศรษฐกิจของจังหวัดศรีสะเกษอื่น ๆ เช่น หอม กระเทียม พริก ทุเรียน มัน เป็นต้น สามารถแยกกลุ่มที่ผลิตเฉพาะข้าวอินทรีย์ได้ จำนวน 52 กลุ่ม (สำนักงานเกษตรจังหวัดศรีสะเกษ, 2567) การรวมกลุ่มส่วนใหญ่เป็นการผลิตข้าวอินทรีย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายในรูปแบบข้าวเปลือกให้กับโรงสี พ่อค้าคนกลาง และตัวแทนจำหน่าย อาทิ ห้างสรรพสินค้าและจำหน่ายผ่านศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนหรือศรีสะเกษกรีนซ็อบๆได้จัดตั้งขึ้นโดยความร่วมมือของวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศรีสะเกษ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดศรีสะเกษ สำนักงานสภาเกษตรกรจังหวัดศรีสะเกษ เครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีของ ศรีสะเกษและกลุ่มเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ศรีสะเกษ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย รวมทั้งเกษตรธรรมชาติของจังหวัดศรีสะเกษ และยังเป็นสถานที่จัดแสดงของสินค้าเกษตรอินทรีย์ระดับสากล นอกจากนี้ ยังเป็นการทดสอบตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร สร้างเครือข่ายและบูรณาการร่วมกัน โดยกลุ่มสมาชิก ประกอบด้วย กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มสินค้าเกษตรทั่วไป กลุ่มโอท็อป (OTOP) และกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ เป็นต้น ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนยังขับเคลื่อนระบบเกษตรกรรมแบบยั่งยืน โดยเกษตรกรรุ่นใหม่และรุ่นเก่าเพื่อสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เช่น การรวบรวมวัตถุดิบ การผลิต การแปรรูป การจำหน่ายสินค้าและการสร้างอำนาจต่อรอง นอกจากนี้ ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนยังมีบทบาทสำคัญในการจัดตั้งสภาเกษตรกรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งประกอบด้วย 4 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มเกษตรธรรมชาติอินทรีย์ศรีสะเกษ 2) กลุ่มบัณฑิตคืนถิ่น 3) สมาพันธ์เกษตรกรกรมยั่งยืนศรีสะเกษ และ 4) ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนศรีสะเกษ โดยกลุ่มนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้เกษตรกรชุมชนสามารถดำเนินงาน ตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ กล่าวคือ สามารถผลิต แปรรูปและจัดจำหน่ายภายใต้สินค้าเกษตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ จากสถานการณ์โควิด-19 ในปี 2562 ถึง 2564 เกิดการระบาดอย่างรุนแรงนั้น ส่งผลให้ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษได้รับผลกระทบและหยุดทำการชั่วคราว แต่สมาชิกในกลุ่มยังดำเนินกิจกรรมการจำหน่ายสินค้าเกษตรตามปกติ เนื่องจากสมาชิก

ในกลุ่มศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนฯ มีทั้งสมาชิกรายเก่าและรายใหม่เพิ่มขึ้น จากการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้วิจัย พบว่า สมาชิกที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ประสบปัญหาการว่างงานจึงเข้าสู่ภาคเกษตรมากขึ้นและรวมกลุ่มในรูปแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แต่ปัญหาที่พบ คือ สมาชิกในกลุ่ม ยังประสบปัญหาด้านการผลิตและการวางแผนธุรกิจเบื้องต้น ส่งผลให้ในบางสินค้าผลิตเกินความต้องการของผู้บริโภค (Over Supply) จำหน่ายไม่ได้ทำให้สินค้าล้นตลาดและจำหน่ายได้ราคาถูก แต่ในบางสินค้าผลิตไม่เพียงพอกับความต้องการบริโภค (Over Demand) สินค้าขาดตลาด หากวิเคราะห์ทางในเศรษฐศาสตร์ พบว่า ด้านปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจ คือ ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการที่ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดโดยจัดสรรอย่างไรให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการผลิต เพื่อมาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่จำกัด ด้านปัญหาทางเศรษฐกิจที่กลุ่มบุคคลและรัฐบาลจะต้องหาทางแก้ไขพื้นฐาน โดยปัญหาที่พบส่วนใหญ่จะประกอบด้วย 1) ปัญหาว่าจะผลิตอะไร (For What) 2) ปัญหาว่าจะผลิตอย่างไร (For how) และ 3) ปัญหาว่าจะผลิตเพื่อใคร (For whom) ซึ่งปัญหาเหล่านี้จะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากการใช้ทรัพยากร (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2567) จากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 (2566-2570) ให้ประเทศไทยสามารถก้าวข้ามความท้าทายต่าง ๆ เพื่อให้ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตามเจตนารมณ์ของยุทธศาสตร์ชาติ ได้อาศัยหลักการและแนวคิดที่ 1 หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยสืบสาน รักษา ต่อยอดการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศอย่างมีเหตุผล ความพอประมาณ ภูมิคุ้มกัน บนฐานของความรู้ คุณธรรมและความเพียร รวมถึงศักยภาพของทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคมและทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567) โดยผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่า เกษตรกรรุ่นเก่าและเกษตรกรรุ่นใหม่ที่เป็นสมาชิกในศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนศรีสะเกษ ที่ประสบปัญหาองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ เช่น การคิดต้นทุนการผลิต การตลาดและด้านการวางแผนธุรกิจเบื้องต้น ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพสมาชิกในศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนฯ ให้สามารถวางแผนธุรกิจเบื้องต้นได้จะส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อสมาชิกและองค์กรๆสามารถนำไปต่อยอดได้ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการความเสี่ยงในธุรกิจได้และเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรรุ่นใหม่ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จและมีแนวปฏิบัติที่ดี
3. เพื่อพัฒนาศักยภาพศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Document research) โดยเน้นการศึกษาประเภทข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาจากเอกสาร วารสาร งานวิจัย และข้อมูลอื่น ๆ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน ได้แก่ ผู้ริเริ่มก่อตั้งสภาเกษตรกรชุมชน ทั้ง 4 กลุ่ม ๆ ละ 5 คน จำนวน 20 คน ตัวแทนเกษตรกรรุ่นใหม่เริ่มต้น จำนวน 25 คน และนักวิชาการด้านการบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย การเงิน บัญชี เศรษฐศาสตร์ การตลาด จำนวน 5 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย ประกอบด้วย เกษตรกรตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ผู้ริเริ่มก่อตั้งสภาเกษตรกรชุมชน ได้แก่ 1) กลุ่มเกษตรกรธรรมชาติอินทรีย์ศรีสะเกษ 2) กลุ่มบัณฑิตคืนถิ่น 3) ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนศรีสะเกษกรีนซ็อบ 4) สมาพันธ์เกษตรกรกรมยั่งยืนศรีสะเกษ เกษตรกรรุ่นใหม่ที่น่าสนใจเกษตรกรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัยเป็นผู้ว่างงาน และผู้เชี่ยวชาญด้านแผนธุรกิจ รวมทั้งสิ้นจำนวน 50 คน โดยผู้วิจัยทำหนังสือแจ้งไปยังผู้นำกลุ่ม ชี้แจงวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมเสวนา

กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากการคัดเลือกของผู้นำกลุ่ม และสมาชิกอยู่ในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ และคัดเลือกจากเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการสนทนากับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในประเด็นปัญหาที่เฉพาะเจาะจง โดยมีผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม (Moderator) เป็นผู้คอยจุดประเด็นในการสนทนา เพื่อชักจูงให้กลุ่มเกิดแนวคิดและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาอย่างกว้างขวางละเอียดลึกซึ้ง (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2549) มีลักษณะเป็นแบบกึ่งโครงสร้าง การสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) โดยมีแนวทางการสัมภาษณ์ 4 ประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป อายุ เพศ รายได้ต่อครัวเรือน อาชีพหลัก อื่น ๆ

ประเด็นที่ 2 ประวัติความเป็นมา

ประเด็นที่ 3 การจัดตั้งกลุ่ม

ประเด็นที่ 4 ผลกระทบในกลุ่ม

บทสนทนากลุ่ม มีแนวทางในการสนทนากลุ่ม 4 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ปัญหาการในการดำเนินงานของกลุ่มฯ

ประเด็นที่ 2 ช่องทางการตลาด ลักษณะเป็นอย่างไร

ประเด็นที่ 3 แนวทางการบริหารจัดการต้นทุนการผลิต

ประเด็นที่ 4 ความต้องการการพัฒนา

เมื่อออกแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการเสนอผู้เชี่ยวชาญเรื่องการจัดการความรู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อ (Content Validity) จำนวน 3 คน เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาในการเขียนแผนธุรกิจ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วางแผนและติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำแบบสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อย บันทึกข้อมูลด้วยการจดบันทึกและใช้อุปกรณ์บันทึกเสียง ผู้วิจัยตรวจสอบความเรียบร้อยของข้อมูลแล้วเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนและครอบคลุมทุกประเด็น ทั้งแบบสัมภาษณ์และแบบสนทนากลุ่ม กรณีแบบสัมภาษณ์และแบบสนทนากลุ่มยังไม่ชัดเจน ผู้วิจัยจะลงพื้นที่ในการวิจัยโดยจัดเก็บเพิ่มเติมเพื่อให้ข้อมูลมีสมบูรณ์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำประเด็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จากผู้ถูกสัมภาษณ์มาเรียบเรียงและเปรียบเทียบความเหมือนความแตกต่างของแต่ละบุคคล คุณลักษณะของข้อมูล จำแนก ตามประเด็นคำถามที่กำหนดไว้ 2. นำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับข้อมูลเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบความเหมือนและความแตกต่าง 3. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการศึกษาต่าง ๆ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันเพื่อให้งานวิจัยชัดเจนยิ่งขึ้น โดยการวิเคราะห์และเขียนรายงานผล ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา แบบเชิงพรรณนา

การดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย ประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและผู้ร่วมการพัฒนาแผนธุรกิจ จำนวน 20 คน ประกอบด้วย 1) กลุ่มตัวแทนศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ สมาชิกใหม่เก่าและสมาชิกใหม่ จำนวน 10 คน 2) กลุ่มตัวแทนวิสาหกิจชุมชนที่มีแนวปฏิบัติที่ดี จำนวน 5 คนและ 3) นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญการเงิน เศรษฐศาสตร์ การตลาด บัญชี จำนวน 5 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย ประกอบด้วย เกษตรกรตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยเน้นสมาชิกใหม่ในศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ ที่สนใจเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัยเป็นผู้ว่างงาน รวมถึงเกษตรกรรุ่นใหม่และผู้เชี่ยวชาญด้านแผนธุรกิจ รวมจำนวน 20 คน โดยผู้วิจัยทำหนังสือแจ้งไปยังผู้นำกลุ่มฯ ซึ่งแจ้งวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอบรมและเสวนา

กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากการคัดเลือกของผู้ในกลุ่มฯ และสมาชิกอยู่ในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ โดยคัดเลือกจากเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

โดยการศึกษาเอกสาร แนวคิดทฤษฎี แบบสอบถาม เพื่อกำหนดแบบสอบถามผู้เข้าอบรม (Pre-test) และแบบสอบถามผู้เข้าอบรม (Post-test) แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าอบรม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความรู้ความเข้าใจ ในการวางแผนธุรกิจโดยใช้โมเดลทางธุรกิจ Business Model Canvas เป็นต้นแบบ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 HOW ประกอบด้วย

- ☐ Key Partner คู่ค้าดำเนินธุรกิจที่สำคัญ
- ☐ Key Activity กิจกรรมหลัก ในการดำเนินธุรกิจ
- ☐ Key Resource ทรัพยากรหลักเป็นวัตถุดิบ

ประเด็นที่ 2 WHAT ประกอบด้วย

- ☐ Value Proposition การนำเสนอคุณค่าของสินค้า

ประเด็นที่ 3 WHO ประกอบด้วย

- ☐ Customer Relationship ความสัมพันธ์กับลูกค้า
- ☐ Customer Segments กลุ่มของลูกค้า
- ☐ Channels ช่องทางการเข้าถึงลูกค้าเป็นช่องทางการจัดจำหน่าย

ประเด็นที่ 4 MONEY ประกอบด้วย

- ☐ Cost Structure โครงสร้างค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดจากการดำเนินงาน
- ☐ Revenue Structure ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า

โดยแบบสอบถาม มีข้อคำถาม 20 ข้อ มีเกณฑ์ในการกำหนดน้ำหนักของการประเมิน 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scales) (พัชรินทร์ ธนทรัพย์บุโรชิต และคณะ, 2559) และเสนอผู้เชี่ยวชาญเรื่องการจัดการความรู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาในการเขียนแผนธุรกิจ โดยผู้เชี่ยวชาญข้อคำถามกับเนื้อหาโดยใช้สูตร $IOC = R/N$ (ณัฐรัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2559) และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอื่น ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 20 คน แล้วมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ โดยใช้สูตร สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของ Cronbach (1990 อ้างถึงใน พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.98

ระดับค่าคะแนน

- กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5
- กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4
- กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3
- กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2
- กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1

ระดับความเข้าใจ

- หมายถึง ระดับความเข้าใจ มากที่สุด
- หมายถึง ระดับความเข้าใจ มาก
- หมายถึง ระดับความเข้าใจ ปานกลาง
- หมายถึง ระดับความเข้าใจ น้อย
- หมายถึง ระดับความเข้าใจ น้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยระดับความเข้าใจ โดยกำหนดเป็นช่วงคะแนนดังต่อไปนี้ เบสท์ (Best, 1977)

ค่าเฉลี่ย

- คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00
- คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20
- คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40
- คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60
- คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80

ความหมาย

- หมายถึง มากที่สุด
- หมายถึง มาก
- หมายถึง ปานกลาง
- หมายถึง น้อย
- หมายถึง น้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ประกอบด้วย ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างพร้อมตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อให้เอกสารมีความสมบูรณ์ จัดทำหนังสือ ขอความอนุเคราะห์ข้อมูล ในการตอบแบบสอบถามและเพื่อชี้แจงรายละเอียดก่อนการอบรมและหลังการอบรมโดยจัดเก็บข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 20 คนและนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อหาค่าทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การพรรณนาข้อมูลเพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น/ความเข้าใจ ในองค์ประกอบการเขียนแผนธุรกิจ ซึ่งใช้โมเดล BMC เป็นหลัก โดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

ผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่มศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ พบว่า เพื่อเป็นศูนย์กลางให้กับเกษตรกรได้นำผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปไปจำหน่าย ควบคู่กับการพัฒนาให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ ตลอดจนสร้างรายได้หมุนเวียนในท้องถิ่น โดยการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ (Sisaket Green Shop) มีสโลแกนว่า “ແມ່ນ້ຳຕ່າງຂອງເຂດຮາກໃນວິທີເຂດຮາກອື່ນໆ” การจัดตั้งขึ้นโดยความร่วมมือของวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศรีสะเกษ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดศรีสะเกษ สำนักงานสภาเกษตรกรจังหวัดศรีสะเกษ เครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีจังหวัดศรีสะเกษและกลุ่มเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ศรีสะเกษ โดยสมาชิกของกลุ่มฯ มีแนวความคิดร่วมกัน คือ (1) เพื่อสร้างแนวทางในการทำคู่ค้าและประมงในรูปแบบแปลงใหญ่ (2) เพื่อสร้างเครือข่ายและการบูรณาการร่วมกัน (3) เพื่อขับเคลื่อนระบบเกษตรกรรมให้ยั่งยืนให้ชุมชนเป็นฐานราก โดยมีเกษตรกรแกนนำภาคีเครือข่ายร่วมกันขับเคลื่อน การสร้างความเข้มแข็งเพื่อส่งเสริมมาตรฐาน เพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้ขยายวงกว้างเพื่อให้เพียงพอต่อผู้บริโภค ด้านสินค้าเป็นเกษตรอินทรีย์ ประกอบด้วย เห็ดสด เห็ดแปรรูป กระเทียมศรีสะเกษ น้ำมันงาสดดอกกล้วย น้ำมันเบอร์รี่ ผักผลไม้สด และสินค้าแปรรูปปลอดสารเคมีจากเกษตรกรทั่วจังหวัดศรีสะเกษ ลักษณะการนำสินค้ามาวางจำหน่ายในร้านศรีสะเกษกรีนช็อป (Sisaket Green Shop) มีหลักการดำเนินการดังนี้ (1) สมัครงานกรีนช็อปศรีสะเกษกรีนช็อป โดยชำระค่าหุ้น 100 บาท (2) ขึ้นทะเบียนสินค้ากับร้านศรีสะเกษกรีนช็อป (3) เปิดระบบการสั่งซื้อสินค้าตามจำนวนในแต่ละรอบ และ (4) ทางร้านจะจ่ายเงินผ่านทางธนาคารตามเลขบัญชีธนาคารที่สมาชิกระบุไว้ ทุกวันที่ 10,20,30 ของทุกเดือน ตามรอบไปรับสินค้าจากปัญหาโควิด-19 ใน 2562 ถึง 2564 ส่งผลให้ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนปิดชั่วคราว แต่สมาชิกในศูนย์ยังจำหน่ายสินค้าในรูปแบบอื่น เช่น จำหน่ายสินค้าแบบออนไลน์และจำหน่ายให้กับเครือข่ายกลุ่มเกษตรปลอดภัยเพื่อกระจายสินค้า ด้านปัญหาที่พบจากการดำเนินงานที่ผ่านมา พบว่าเนื่องจากสมาชิกในกลุ่มมีทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ เข้าสู่ภาคเกษตรเพิ่มขึ้น จึงมีความต้องการพัฒนาสมาชิกในกลุ่มเครือข่ายเพื่อจะเป็นฐานความรู้สู่การพัฒนาสินค้า ดังนั้น สมาชิกในศูนย์ยังขาดองค์ความรู้ด้านการผลิต การตลาดสมัยใหม่ การวางแผนธุรกิจและการคิดต้นทุนการผลิต เป็นต้น

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จและมีแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ผู้วิจัย ได้เลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน โดยใช้หลักเกณฑ์วิสาหกิจชุมชนต้นแบบของกรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งมีการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เป็นเกณฑ์หลัก ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จและมีแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) มีคุณสมบัติสอดคล้อง ประกอบด้วย (1) การก่อตั้งและดำเนินงานอย่างน้อย 3

ปีขึ้นไป (2) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่หรือสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความโดดเด่น ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของชุมชนโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย เช่น ข้าวกล้องอินทรีย์ สินค้าเกษตรปลอดภัย ข้าวได้รับมาตรฐานยุโรปและมีเมล็ดพันธุ์ข้าวจำหน่ายให้กับสมาชิก (3) ด้านความสามารถในการบริหารและการจัดการสถาบัน ทางกลุ่มมีการบันทึกบัญชีและการจ่ายเงินปันผล (4) ด้านการบริหารธุรกิจ ทางกลุ่มได้พัฒนาแบรนด์สินค้าภายใต้ตราแม่ยางทอง (5) ด้านบทบาทและการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อสถาบัน เช่น กำหนดวิสัยทัศน์ การวางแผนและกำหนดแนวทางการพัฒนา (6) สนับสนุนให้สมาชิกได้รับการพัฒนาตนเอง (7) ด้านความมั่นคงและฐานะทางเศรษฐกิจของสถาบัน เช่น กิจกรรมมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีการเตรียมการเพื่อสืบทอดกิจการให้คนรุ่นหลัง (8) การทำกิจกรรมด้านสวัสดิการชุมชน การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อสาธารณประโยชน์ โดยสรุปแล้ว พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จและมีแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) จะเป็นต้นแบบและแนวทางที่ดีให้กับสมาชิกใหม่ที่พร้อมจะพัฒนาศักยภาพตนเองและกลุ่มให้เจริญเติบโตต่อไป

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนาศักยภาพศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ ประกอบด้วย 3 กิจกรรม ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 สมาชิกในศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษร่วมพัฒนาศักยภาพ ซึ่งผลการประเมินผู้เข้าอบรมก่อนการเขียนแผนธุรกิจ โดยใช้แบบทดสอบ Pre-Test พบว่า จำนวนผู้เข้าอบรมจำนวน 20 ราย ประกอบด้วย ตัวแทนของกลุ่มศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษและตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจที่มีแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ปรากฏผล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม(ผู้เข้าอบรม)

ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าอบรมเขียนแผนธุรกิจโดยใช้โมเดล Business Model Canvas (BMC) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้ จากการเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าอบรมเขียนแผนธุรกิจ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
หญิง	14	70.00
ชาย	6	30.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้เข้าอบรมเขียนแผนธุรกิจโดยใช้โมเดล Business Model Canvas เป็นต้นแบบ จำนวน 20 คน แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และ เพศหญิง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าอบรมฯ (จำแนกตามอายุ)

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
18-24	-	-
25-35	2	10.00
36-45	4	20.00
46-55	6	30.00
56 ขึ้นไป	8	40.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้เข้าอบรมเขียนแผนธุรกิจโดยใช้โมเดล BMC มีจำนวน 20 คน อายุเฉลี่ยในช่วง 56 ปี ขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 46-55 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 36-45 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 25-35 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าอบรมฯ (จำแนกตามระดับการศึกษา)

ระดับการศึกษา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	4	20.00
มัธยมศึกษาปลาย	14	70.00
ปวช.	-	-
ปริญญาตรี	2	10.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า จำนวนผู้เข้าอบรมเขียนแผนธุรกิจโดยใช้โมเดล BMC จำนวน 20 คน มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปลาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา ต้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าอบรมฯ (จำแนกตามอาชีพหลัก)

สถานภาพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ข้าราชการ	-	-
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-	-
รับจ้างทั่วไป	15	75.00
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	5	25.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า จำนวนผู้เข้าอบรมเขียนแผนธุรกิจโดยใช้โมเดล BMC จำนวน 20 คน มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าอบรมเขียนแผนธุรกิจ (รายได้ต่อปี)

รายได้/ต่อปี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
20,001-30,000 บาท	-	-
30,001-40,000 บาท	-	-
40,001-50,000 บาท	2	10.00
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	18	90.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า จำนวนผู้เข้าอบรมเขียนแผนธุรกิจโดยใช้โมเดล BMC จำนวน 20 คน มีรายได้ต่อปี มากกว่า 50,000 ขึ้นไปบาทต่อปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 90 รองลงมาคือ ระดับรายได้ 40,001-50,000 บาทต่อปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 6 แสดงระดับความรู้ความเข้าใจของผู้เข้าอบรมเขียนแผนธุรกิจ (Pre-test) ก่อนอบรม

ประเด็นประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		ระดับความเข้าใจ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. Key Partner คู่ค้าดำเนินธุรกิจที่สำคัญ	3.05	0.51	ปานกลาง
2. Key Activity กิจกรรมหลัก ในการดำเนินธุรกิจ	3.15	0.48	ปานกลาง
3. Key Resource ทรัพยากรหลัก	3.20	0.52	ปานกลาง
4. Value Proposition การนำเสนอคุณค่าของสินค้า	3.15	0.48	ปานกลาง
5. Customer Relationship ความสัมพันธ์กับลูกค้า	3.15	0.58	ปานกลาง
6. Customer Segments กลุ่มของลูกค้า เป็นกลุ่มไหนบ้าง	3.10	0.30	ปานกลาง
7. Channels ช่องทางการเข้าถึงลูกค้าเป็นช่องทางการจัดจำหน่าย	3.00	0.50	ปานกลาง
8. Cost Structure โครงสร้างค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดจากการดำเนินงาน	2.15	0.48	น้อย
9. Revenue Structure ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า	3.00	0.50	ปานกลาง
10. หลักการตลาด 4 P และ CP	3.55	0.60	มาก
11. บทสรุปผู้บริหาร	2.10	0.44	น้อย
12. โอกาสและอุปสรรคต่าง ๆ ของธุรกิจ	2.20	0.61	น้อย
13. การเขียนแผนธุรกิจ	2.20	0.61	น้อย
14. แผนการตลาด	2.15	0.48	น้อย
15. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ	2.15	0.48	น้อย
Total	2.75	0.32	ปานกลาง

จากตาราง ที่ 6 พบว่า กิจกรรมที่ 1 Pre-Test ผลการประเมินผู้เข้าอบรมก่อนการเขียนแผนธุรกิจ ผู้เข้าอบรมกรอกแบบสอบถามเขียนแผนธุรกิจโดยใช้โมเดล BMC ก่อนการอบรม (Pre-Test) จำนวน 20 คน จากการประเมิน 15 ข้อ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.75 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ หลักการตลาด 4 P และ CP มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55 รองลงมา คือ ด้านทรัพยากรหลัก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.20 และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ บทสรุปผู้บริหาร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.10 ตามลำดับ และโดยสรุปจากการประเมิน ทั้ง 15 ข้อ ความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง

กิจกรรมที่ 2 การอบรมการเขียนแผนธุรกิจโดยใช้ผลิตภัณฑ์ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนเป็นกรณีศึกษา (แปรรูปเห็ด) เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

ตารางที่ 7 ผลของการวางแผนธุรกิจโดยใช้สินค้าในศูนย์เป็นต้นแบบ (BMC)และ(แปรรูปเห็ด)

พันธมิตรหรือ เครือข่ายธุรกิจ	ภารกิจหลัก	คุณค่าของสินค้า	ความสัมพันธ์กับ ลูกค้า	กลุ่มของลูกค้า
-หน่วยงานราชการ -สภาเกษตรกรจังหวัด -ศูนย์พัฒนาฝีมือ -แรงงาน เครือข่าย -เกษตรกรรวมยั่งยืน - ธ.ก.ส. -อุตสาหกรรม - จังหวัดภาค7 -มหาวิทยาลัยราช - ภัฏศรีสะเกษ - สำนักงานเกษตร - จังหวัด -ศูนย์พัฒนาเกษตร - อำเภอภูสิงห์	-การซื้อก้อนเชื้อ - เห็ดแบบเปิดดอก - เพื่อขาย -การผลิตข้าว - เกรียบจากเห็ด - การผลิตน้ำพริก - เห็ดสดเพื่อ - จำหน่าย	1. ประโยชน์ใช้สอย -สินค้าออร์แกนิกที่มีมาตรฐาน - ออร์ - แกนนิคไทยแลนด์ -การตรวจ - คุณภาพของสินค้า - ทุกไตรมาส -การคัดเกรดเห็ด - ที่มีคุณภาพก่อนส่ง - มอบสินค้า 2. คุณค่าที่เป็น - อารมณ์	-รับเคลมสินค้าเมื่อ - สินค้า เกิดความ - เสียหาย -การนำเสนอวิธีทำ - เช่น การเพาะเห็ด - การแปรรูป โดยผ่าน - ช่องทางออนไลน์ -บริการส่งสินค้า เช่น - พัสดุ ขั้บรถส่ง -สอบถามความพึง - พอใจและข้อมูล - โภชนาการ	-ลูกค้ารักสุขภาพ -ลูกค้าวัยทำงาน -ลูกค้าของ - หน่วยงานต่าง ๆ -ลูกค้าอายุ 35 ปี - ขึ้นไป -รายได้ 15,000 - ขึ้นไป
	ทรัพยากรหลัก	-บริโภคเพื่อ - สุขภาพ -เพื่อคุณค่าด้าน - จิตใจ -คุณค่าด้าน - โภชนาการ เพิ่ม - ภูมิคุ้มกันและ - ป้องกันโรค	ช่องทางการเข้าถึง ลูกค้า	
	-วัตถุดิบ -เงินทุนที่ใช้ใน - ธุรกิจ -สถานที่ -เครื่องมือการผลิต -องค์ความรู้ -เทคนิคการผลิต		-ออฟไลน์ (Offline) -Green Shop - เครือข่ายทาง - การเกษตรและปาก - ต่อปาก (หน้าสวน) -ออนไลน์ (Online) -กลุ่มไลน์และกลุ่ม - เฟซบุ๊ก	

ตารางที่ 7 (ต่อ)

รายจ่าย/ต้นทุนการผลิต	รายรับ/รายได้
-การซื้อก้อนเชื้อเห็ด ค่าแรง ค่าอุปกรณ์ บรรจุภัณฑ์ -ค่าเสื่อมราคา ค่าสาธารณูปโภค และค่าขนส่ง (ค่าน้ำมัน)	-การขายเห็ดสด (เห็ดนางรมเทา ขาว เห็ดภูฐาน) -การแปรรูป (น้ำพริก แหนมเห็ด ข้าวเกรียบเห็ด) -ก้อนเห็ด (เชื้อเห็ด) -รายได้อื่น ๆ (ไขเป็ดอารมณ์ดี กบ ปลาตุ๊ก ปลาหมอตะ ปลานิล ปลาตะเพียน ข้าว)

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้เข้าอบรมร่วมกันวางแผนธุรกิจโดยใช้ผลิตภัณฑ์ของศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน โดยใช้โมเดล Business model canvas อธิบายความสำคัญที่จะนำข้อมูลและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ลงในช่องทั้งหมด 9 ช่อง โดยมีวิทยากรด้านการเงิน การตลาด บัญชี และผู้เชี่ยวชาญคอยชี้แนะ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจและสามารถมองภาพแผนธุรกิจเบื้องต้นได้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรและในผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ผู้เข้าอบรมต้องการทำธุรกิจ และสามารถนำไปวิเคราะห์ความเสี่ยงในธุรกิจของตนได้

กิจกรรมที่ 3 ผู้เข้าอบรมเขียนแผนธุรกิจทดสอบ (Post-test)

ตารางที่ 8 แสดงระดับความรู้ความเข้าใจของผู้เข้าอบรมเขียนแผนธุรกิจ (Post-test) หลังอบรม

ประเด็นประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		ระดับความเข้าใจ
	$\bar{X}$	S.D.	
1. Key Partner คู่ค้าดำเนินธุรกิจที่สำคัญ	3.65	0.48	มาก
2. Key Activity กิจกรรมหลัก ในการดำเนินธุรกิจ	3.65	0.48	มาก
3. Key Resource ทรัพยากรหลัก	3.65	0.48	มาก
4. Value Proposition การนำเสนอคุณค่าของสินค้า	3.65	0.48	มาก
5. Customer Relationship ความสัมพันธ์กับลูกค้า	3.65	0.48	มาก
6. Customer Segments กลุ่มของลูกค้า เป็นกลุ่มไหนบ้าง	3.50	0.51	มาก
7. Channels ช่องทางการเข้าถึงลูกค้าเป็นช่องทางการจัดจำหน่าย	3.40	0.50	ปานกลาง
8. Cost Structure โครงสร้างค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดจากการดำเนินงาน	3.40	0.50	ปานกลาง
9. Revenue Structure ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า	3.15	0.36	ปานกลาง
10. หลักการตลาด 4 P และ CP	3.70	0.50	มาก
11. บทสรุปผู้บริหาร	3.45	0.51	มาก
12. โอกาสและอุปสรรคต่าง ๆ ของธุรกิจ	3.40	0.50	ปานกลาง
13. การเขียนแผนธุรกิจ	3.40	0.50	ปานกลาง
14. แผนการตลาด	3.15	0.36	ปานกลาง
15. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ	3.10	0.30	ปานกลาง
Total	3.45	0.30	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า กิจกรรมที่ 3 Post-Test จำนวนผู้เข้าอบรมกรอกแบบสอบถามเขียนแผนธุรกิจโดยใช้โมเดล BMC หลังจำนวนผู้เข้าอบรมกรอกแบบสอบถามเขียนแผนธุรกิจโดยใช้โมเดล BMC หลังการอบรม (Post-Test) จำนวน 20 คน จากการประเมิน 15 ข้อ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ย 3.45 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ หลักการตลาด 4P และ CP มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.70 รองลงมา คือ ด้านทรัพยากรหลัก กิจกรรมหลักในการดำเนินธุรกิจ การนำเสนอคุณค่าของสินค้า คู่ค้าดำเนินธุรกิจที่สำคัญและความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.65 และด้านมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ บทสรุปผู้บริหาร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.10 ตามลำดับ โดยสรุปทั้ง 15 ข้อ ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 3 วัตถุประสงค์ พบว่า สภาพทั่วไปของกลุ่มศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน จังหวัดศรีสะเกษนั้นเป็นศูนย์กลางให้กับเกษตรกร นำผลผลิตทางการเกษตรทั้งที่แปรรูปและยังไม่แปรรูปมาจำหน่าย พัฒนาให้ชุมชนและสมาชิกเกิดความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ และสร้างรายได้ให้เงินหมุนเวียนในท้องถิ่น โดยมีสโลแกนว่า “ແມ່ນ້ຳຕ່າງຂອງເຂດຮຸກຮຸນໃນວິທີເຂດຮຸກຮຸນອື່ນໆ” จัดตั้งโดยความร่วมมือของวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีศรีสะเกษ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดศรีสะเกษ สำนักงานสภาเกษตรกรจังหวัดศรีสะเกษ เครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์วิถีศรีสะเกษ และกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ศรีสะเกษ ด้านสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่นำมาจำหน่ายในศูนย์ประกอบด้วย เห็ดสด เห็ดแปรรูป กระเทียมศรีสะเกษ น้ำผึ้งเกสรดอกกล้วยน้ำมัลเบอร์รี่ ผลไม้สด สินค้าแปรรูปปลอดสารเคมี จากเกษตรกรทั่วจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งปัญหาจากการดำเนินงานที่ผ่านมา สามารถแยกเป็นประเด็นได้ดังนี้ 1) ปัญหาสถานการณ์โควิด-19 ใน 2562-2564 ส่งผลให้ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนปิดตัวชั่วคราว แต่สมาชิกยังจำหน่ายสินค้าในรูปแบบออนไลน์และออนไลน์ 2) ปัญหาด้านสมาชิก เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มมีทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ ซึ่งคนรุ่นใหม่จะเป็นกลุ่มผู้ว่างงานที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 จึงเข้าสู่ภาคเกษตรเพิ่มขึ้น 3) ปัญหาด้านการขาดองค์ความรู้การวางแผนธุรกิจเบื้องต้นและการคิดต้นทุนการผลิตของสมาชิก เช่น การผลิตสินค้าซ้ำกัน ขาดการวางแผนการผลิต ขาดตลาดรองรับ สินค้าเหลือค้างสต็อก ทำให้สินค้าล้นตลาดหรือเกินความต้องการของตลาด ซึ่งสินค้าบางชนิด เช่น ข้าวอินทรีย์แปรรูปขาดตลาดเนื่องจากผลิตได้น้อย เมื่อพิจารณาทางเศรษฐศาสตร์จะสอดคล้องกับงานของ วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2558) กล่าวว่า อุปทานส่วนเกิน (Over Supply หรือ Excess Supply) เกิดจากความไม่สมดุลกันระหว่างฝั่ง Demand และ Supply โดยฝั่งของผู้ผลิตหรือผู้มีความต้องการขาย (Supply) ซึ่งมีสินค้าและบริการออกมาขายในปริมาณมากเกินไป ในขณะที่ปริมาณความต้องการซื้อน้อยทำให้สินค้าล้นตลาด ส่งผลให้ราคาสินค้าต้องปรับลดลงเพื่อให้ขายสินค้าได้และนำสินค้าไปแปรรูปให้เกิดมูลค่า เมื่อพิจารณาและวิเคราะห์ด้านอุปสงค์ส่วนเกิน (Over Demand) พบว่า สินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยเฉพาะข้าวยังผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ เพราะสินค้าบางรายการในศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนมีหน่วยงานรับรองมาตรฐานหลายสถาบัน เช่น Organic Thailand ผลิตภัณฑ์อินทรีย์จากสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ซึ่งสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค แต่สินค้ามีปริมาณน้อยทำให้ไม่เพียงพอต่อผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับหลักการเศรษฐศาสตร์ของวันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2558) ที่กล่าวว่า อุปสงค์ส่วนเกิน (Over Demand หรือ Excess Demand) เกิดจากความไม่สมดุลระหว่างฝั่ง Demand และ Supply ($D > S$) กล่าวคือ ผู้ซื้อมีความต้องการซื้อสินค้าและบริการที่มากเกินไปกว่าระดับปกติ ทำให้สินค้าและบริการผลิตไม่ทันเพื่อรองรับกับความต้องการของผู้บริโภคหรือเรียกว่า สินค้าขาดตลาด จึงทำให้ราคาต้องปรับตัวสูงขึ้นจนราคาปรับเข้าสู่ดุลยภาพใหม่

จากการศึกษาศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จและมีแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ตามหลักเกณฑ์วิสาหกิจชุมชนต้นแบบของกรมส่งเสริมการเกษตรประกอบด้วย 5 หมวดประกอบด้วย 1) ความคิดริเริ่ม 2) ความสามารถในการบริหารและการจัดการสถาบัน 3) บทบาทและการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อสถาบัน 4) ความมั่นคงและฐานะทางเศรษฐกิจของสถาบัน 5) การทำกิจกรรมด้านสวัสดิการชุมชน สาธารณประโยชน์ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พบว่า การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจฯ ซึ่งสอดคล้องหลักเกณฑ์วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ของกรมส่งเสริมการเกษตรหลายหมวด เช่น วิสาหกิจชุมชนมีการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มีการก่อตั้งและดำเนินงานอย่างน้อย 3 ปีขึ้นไป 1) ความคิดริเริ่ม การสร้างสรรค์สิ่งใหม่หรือสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นและสอดคล้องกับบริบทของชุมชนโดยผลิตภัณฑ์หลากหลาย ประกอบ ด้วยข้าวกล้องงอกอินทรีย์ ข้าวสารส่งออก ข้าวได้มาตรฐานยุโรปและมีเมล็ดพันธุ์ข้าวจำหน่ายให้กับสมาชิก 2) ด้านความสามารถในการบริหารและการจัดการสถาบัน กลุ่มมีการบันทึกบัญชี การจ่ายเงินปันผล ผลประกอบการที่ดีต่อเนื่อง มีการส่งออกผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ ด้านการบริหารธุรกิจ กลุ่มฯมีแบรนด์สินค้าเป็นของตนเองภายใต้ตราะมยางทอง 3) บทบาทและการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อสถาบัน เช่น ร่วมกันคิดและกำหนดวิสัยทัศน์ การวางแผนและกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกัน กำหนดแนวทางการพัฒนาตนเองของสมาชิก 4) ร่วมกันสนับสนุนให้สมาชิกได้รับการพัฒนาตนเองตามแนวทางที่กำหนด 5) ด้านความมั่นคงและฐานะทางเศรษฐกิจของสถาบัน เช่น กิจกรรมมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องหรือมีสมาชิกเพิ่มขึ้น การเตรียมการเพื่อสืบทอดกิจการในอนาคตให้คนรุ่นหลัง 6) การทำกิจกรรมด้านสวัสดิการชุมชน สาธารณประโยชน์และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การทำกิจกรรมด้านสาธารณประโยชน์ แก่ชุมชนและเป็นที่ยอมรับ โดยมีบุคคลอื่นที่ไม่ใช่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้การรับรอง เช่น พระสงฆ์ คณะกรรมการหมู่บ้าน ครูและผู้นำท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษณุ บุญนิยมและกล้าณรงค์ สุทธิรอด (2561) กล่าวว่า การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงฯ ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้นำในชุมชนมีแนวคิดที่สอดคล้องกันและความมุ่งมั่นในการสร้างงานของกลุ่มและตระหนักถึงปัญหาชุมชน 2) ด้านศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ฯ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของอริญญา อุดุลย์เดช และพรรณา ไวกกุล (2560) ได้ศึกษาการบริหารจัดการซึ่งทำให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพาะเห็ดบ้านช่องโค้งเรื่องประสบความสำเร็จ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพาะเห็ดบ้านช่องโค้งเรื่องประสบความสำเร็จ ได้แก่ 1) การบริหารจัดการกลุ่ม โดยประธานกลุ่มมีภาวะผู้นำและสมาชิกมีความสามัคคี 2) การผลิตเป็นไปตามมาตรฐาน GAP (เกษตรปลอดภัย) และผลผลิตมีคุณภาพดี 3) ด้านการตลาด มีตลาดรองรับที่แน่นอนประกันราคาผลผลิตได้ 4) การเงินและบัญชี สมาชิกมีการจัดทำบัญชีของตนเองและบัญชีรายได้ของกลุ่มมีความโปร่งใสตรวจสอบได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรชัย อินทสังข์ และปวีณา อาจนาหวัง (2558) กล่าวว่า ต้นแบบการบริหารกลยุทธ์การตลาดสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน เพื่อการค้าระดับประเทศสู่ความยั่งยืนและประสบความสำเร็จนั้น จะประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ดังนี้ 1) ผู้นำหน่วยงานภาครัฐ ต้องถ่ายทอดองค์ความรู้ศาสตร์วิชาการแขนงต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์สู่ชุมชน 2) ผู้นำชุมชนที่มีภาวะผู้นำ (Leadership) มุ่งมั่น ตั้งใจ ตระหนักในการเป็นผู้ประกอบการและบริหารกิจการอย่างเป็นระบบ และ 3) ความร่วมมือร่วมใจและการดำเนินงานอย่างเข้มแข็ง โดยมีเป้าหมายวัตถุประสงค์ตรงกันเป็นที่ยอมรับร่วมกัน

ด้านการพัฒนาศักยภาพศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนจังหวัดศรีสะเกษ พบว่า เมื่อทราบประเด็นปัญหาดังกล่าว จึงได้นำสมาชิกในศูนย์ฯ เข้าใหม่ จำนวน 20 คน สู่การพัฒนาศักยภาพ โดยอบรมเชิงปฏิบัติการเขียนแผนธุรกิจ ซึ่งมีการทดสอบความรู้ผู้เข้าอบรมก่อนการอบรม (Pre-test) และใช้แบบสอบถาม โดยยึดโมเดล

Business Model Canvas (BMC) เป็นต้นแบบและฐานความรู้ ในการพัฒนาศักยภาพ ผลจากการทดสอบ จำนวน 20 คน พบว่า ความเข้าใจอยู่ในระดับ ปานกลาง หลังจากนั้นได้อบรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งมีนักวิชาการชี้แนวทางในการเขียนแผนธุรกิจโดยใช้ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง ในศูนย์ฯ เป็นต้นแบบ คือ เห็ดแปรรูป เมื่ออบรมเสร็จเรียบร้อยแล้ว ได้มีการทดสอบความรู้ผู้เข้าอบรมหลังการอบรม (Post-test) จำนวน 20 คน พบว่า มีความเข้าใจอยู่ในระดับ มาก และส่งผลให้สมาชิกสามารถมองภาพแผนธุรกิจเบื้องต้นได้ เข้าใจตลาดสินค้าเกษตรที่มีการปรับเปลี่ยนไปตามยุคเกษตรกรหรือกลุ่มวิสาหกิจฯ ควรปรับตัว นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ริเริ่มทำธุรกิจ ด้านกิจการที่ดำเนินการอยู่แล้วสามารถปรับแผนให้เหมาะสมได้ เกษตรกรรุ่นใหม่ (Smart Farmer) จำเป็นต้องหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าหลายช่องทาง นอกจากนี้แผนธุรกิจที่มองไม่เห็นแนวทางการเติบโตย่อมทำให้เสียโอกาส ขาดความน่าเชื่อถือ ธนาคาร ด้านตัวแทนของศูนย์สินค้าเกษตรชุมชน กล่าวว่า ควรมีหน่วยงานหรือองค์กรอื่น ๆ ค่อยชี้แนะแนวทางสนับสนุนเพราะกลุ่มวิสาหกิจฯ เป็นเพียงหน่วยงานขนาดเล็ก ควรได้รับการส่งเสริม ซึ่งสอดคล้องกับงานของ ศิริพร กิตติการกุล (2555) ได้ศึกษาการสร้างคุณค่าของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่สู่การรับรู้ของผู้บริโภคจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัย พบว่า แนวทางการสร้างคุณค่าไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ให้มีศักยภาพในการแข่งขันและพัฒนาอุตสาหกรรมให้เกิดความยั่งยืน ควรมีความร่วมมือของภาครัฐและเอกชน โดยแบ่งงานตามภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ รวมถึงความเป็นมืออาชีพเฉพาะด้านที่จะช่วยทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการจัดสรรทรัพยากรในบทบาทหน้าที่และกระบวนการผลิตจากฟาร์มถึงมือผู้บริโภค (ตลอดโซ่อุปทานอุตสาหกรรม) รูปแบบความร่วมมือควรสร้างการมีส่วนร่วมและการเป็นเจ้าของ แก่ ผู้ลงทุน (Build Own Operate; BOO) ด้านภาครัฐช่วยลดต้นทุนบางส่วน โดยที่ภาครัฐต้องส่งเสริมและมีการพัฒนาและการรับรองสิทธิในสายพันธุ์ ภาครัฐไม่มีขีดจำกัดด้านประสิทธิภาพ การดำเนินการและการลงทุน หน่วยงานต่าง ๆ เช่น องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็ง ทั้งด้านการออกแบบและด้านความรู้ สถาบันการเงินหรือธนาคารของภาครัฐและเอกชน ต้องพัฒนาหลักเกณฑ์การปล่อยกู้เงินเพื่อการลงทุนและสร้างโอกาสเติบโตทางธุรกิจให้กระจายสู่ชุมชนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ภาครัฐควรส่งเสริมให้สถาบันการศึกษาและมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพให้กับเกษตรกรรุ่นใหม่ (Smart Farmer) ให้สามารถเขียนแผนธุรกิจเบื้องต้นและคิดต้นทุนการผลิตได้ เพื่อนำองค์ความรู้ไปถ่ายทอดให้กับเกษตรกรในชุมชนและองค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการลงทุนและผลิตสินค้าเกษตรที่ในอนาคตสามารถสร้างรายได้ อย่างยั่งยืน

1.2 สมาชิกวัยใหม่ที่ว่างงานจากสถานการณ์โควิด-19 ทราบถึงหลักการวางแผนธุรกิจเบื้องต้นและมองเห็นภาพจำลองธุรกิจที่จะทำให้ตนเองและองค์กรก้าวไปสู่เป้าหมายได้เร็วยิ่งขึ้น เพราะมีต้นแบบที่ดีในการนำทาง

1.3 หน่วยงานภาครัฐต้องส่งเสริมสนับสนุนและติดตาม โดยให้ความรู้กับเกษตรกรรุ่นใหม่เพิ่มทางเลือกในการผลิตสินค้าแบบอื่น เช่น เกษตรอินทรีย์ (Organics) และเกษตรปลอดภัย (GAP)

1.4 เป็นแนวทางการเขียนแผนธุรกิจสำหรับผู้ต้องการริเริ่มธุรกิจใหม่และรายเก่าสามารถปรับแผนธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงต่อองค์กรได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาการพัฒนาศักยภาพของศูนย์จำหน่ายเกษตรชุมชนในรูปแบบอื่น เช่น ศักยภาพด้านการผลิตสมัยใหม่ การตลาดออนไลน์ การขนส่งและการแปรรูปสินค้า

เอกสารอ้างอิง

- กรมวิชาการเกษตรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2559). **ปัจจัยการผลิตทางการเกษตร**. กรุงเทพฯ: กรมวิชาการเกษตร.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2564). **คู่มือการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน (ปรับปรุงปี 2555)**. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- ฉัตรชัย อินทสังข์และปวีณา อัจฉนาหวัง. (2558). **ต้นแบบกลยุทธ์การตลาดสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนเพื่อการค้าระดับประเทศสู่ความยั่งยืน กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มี ระดับต่ำกว่า 3 ดาวในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา**. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- พิชญ บัญญัติและกัลลารงค์ สุทธิรอด. (2561). **การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตรและสุโขทัย**. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2558). **เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 10)**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์, สนพ. ม.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2558). **หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค (พิมพ์ครั้งที่ 10)**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์, สนพ. ม.
- ศิริพร กิตติการกุล และคณะ. (2555). **การสร้างคุณค่าของไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่สู่การรับรู้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.).
- ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชนศรีสะเกษ. (2563). **Sisaket Green Shop**. สืบค้น 30 สิงหาคม 2567, <https://sisaketgreenshop.blogspot.com/2019/08/Green-Shop.htm>.
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7. (2562). **Business Model Canvas คืออะไร**. สืบค้น 30 สิงหาคม 2567, <https://ipc7.dip.go.th/th/category/2561-m10-m-idea/business-model>.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. 2566. **สถิติการส่งออกสินค้าเกษตรไทย**. สืบค้น 1 กันยายน 2567, <https://tpso.go.th/news/2402-0000000014>.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดศรีสะเกษ. 2567. **ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดศรีสะเกษ**. สืบค้น 24 สิงหาคม 2567, <https://www.opsmoac.go.th/sisaket-dwl-files-441491791126>.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13**. สืบค้น 25 สิงหาคม 2567, https://www.nesdc.go.th/download/Plan13/Doc/Plan13_DraftFinal.pdf.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2561). **World Agricultural Production Supply and Demand Estimates and Grain: World Markets and Trade (United States)**

Department of Agriculture: USDA) ฉบับเดือนพฤศจิกายน 2561. สืบค้น 1 กันยายน 2567,
<https://www.thailandplus.tv/archives/34826>.

อริญญา อุดุลย์เดช และพรรณา ไวกกุล. (2560). **ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพาะเห็ดบ้านช่องโค
รุ่งเรือง ตำบลวังน้ำใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา. มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
ส่งเสริมการเกษตร วิทยาศาสตร์สุขภาพและการกีฬา.**