

การใช้ความรู้ในการบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ของ
โครงการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย:
กรณีศึกษาบ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์

Applying Knowledge in Managing Spatial Project Plans on
the Project of Promoting Access to Modern Markets for Community Enterprises
Growing Safe Vegetables: A Case Study of Ban Nong Bua Noi, Kalasin Province

สรินญา ลัทธสิริธรรม*

Sarinya Latteerasuwan*

สถาบันวิจัยยุทธศาสตร์และประสานความร่วมมือเพื่อพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Institute for Strategic Research and Cooperation for Northeastern Thailand, Khon Kaen University

*Corresponding author's email address: sarila@kku.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

23 มกราคม 2569

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

16 มีนาคม 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

28 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ โดยประยุกต์ใช้กระบวนการ PDCA (Plan-Do-Check-Act) ในโครงการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย กรณีศึกษาบ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อให้โครงการบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มปลูกผักปลอดภัยบ้านหนองบัวน้อย จำนวน 75 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีการวิจัยและพัฒนา แบ่งออกเป็น 4 ระยะ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และ การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระยะวางแผน (Plan) ได้กำหนดเป้าหมายเพื่อพัฒนาระบบการผลิตผักให้มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน GAP และยกระดับการขายสินค้าเกษตรในตลาดสมัยใหม่ 2) ระยะปฏิบัติ (Do) ดำเนินการผ่าน 3 กิจกรรมหลัก ได้แก่ การส่งเสริมการผลิตผักปลอดภัย การตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP และการส่งเสริมการเข้าสู่การตลาดยุคใหม่ 3) ระยะตรวจสอบ/ติดตาม (Check) พบว่า เกษตรกรได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP 3 ชนิดพืช ได้แก่ ผักคะน้า 17 คน ผักกวางตุ้งใบ/ดอก 17 คน และผักกาดหอม 14 คน นอกจากนี้ เกษตรกรยังมีช่องทางจำหน่ายผ่านตลาดสมัยใหม่ 2 ช่องทาง คือ เพจเฟซบุ๊กและไลน์ ซึ่งส่งผลให้มีรายได้ผ่านระบบออนไลน์เพิ่มขึ้นร้อยละ 63.51 และภาพรวมเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 187.80 เมื่อเทียบกับก่อนดำเนินโครงการ 4) ระยะปรับปรุงให้เกิดความยั่งยืน (Act) ได้มีการถอดบทเรียนจากการดำเนินงานจัดทำเป็น

คู่มือองค์ความรู้ 2 เล่ม ได้แก่ องค์ความรู้ระบบการผลิตผักให้ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP และ องค์ความรู้การตลาดสมัยใหม่ผักอารมณดี เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่มีคุณค่าสำหรับนักวิชาการ นักพัฒนา ชุมชน และผู้ปฏิบัติงานภาครัฐ ในการศึกษารูปแบบการบริหารโครงการที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์และการสร้างความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจชุมชน

คำสำคัญ: บริหารแผนงานโครงการ, กระบวนการ PDCA, ตลาดสมัยใหม่

ABSTRACT

The purpose of the research was to study the spatial project management by applying the PDCA (Plan-Do-Check-Act) process on a project promoting modern marketing access for a safe-vegetable community enterprise: A case study of Ban Nong Bua Noi, Kalasin Province in order to ensure that the project was achievement. The sample group consisted of 75 members in the Ban Nong Bua Noi safe-vegetable growing group, selected by using purposive sampling. The research instruments included the questionnaires and the in-depth interviews which conducted through a Research and Development (R&D) methodology and the study was divided into four phases. The statistical methods used included the mean, percentage, and qualitative analysis. The research findings revealed that 1) the planning phase set goals to develop a vegetable production system that was safe and meets GAP standards and to upgrade the sale of agricultural products in modern marketing, 2) the implementation Phase (Do): this was carried out through three main activities; promoting the production of safe vegetables, certifying agricultural products according to GAP standards and promoting access to modern marketing, 3) Monitoring/Follow-up Phase (Check): it was found that farmers received GAP certification for 3 types of crops, namely: Kale was 17 people, Choy sum was 17 people and Lettuce was 14 people. In addition, farmers have two modern market channels for selling their products: Facebook pages and Line. The resulted in a 63.51% increase in online income and an overall 187.80% increase in farmers' income compared to before the project was implemented, and 4) the sustainability improvement process (Act) involved extracting lessons learned from operations them into a knowledge management in two volumes, namely knowledge of vegetable production systems that meet GAP (Good Agricultural Practices) standards and modern marketing knowledge for vegetables that bring "happiness to consumers". This serves as a valuable reference resource for academics, community

developers and government officials in studying results-oriented project management models and creating sustainability for community enterprises.

Keywords: Project management, PDCA process, Modern Marketing

บทนำ

ในปัจจุบัน ประเทศไทยมุ่งเน้นการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) โดยมีเป้าหมายหลักคือการพาประเทศไทยให้ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ยุกระดับประเทศไทยสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561-2580), 2561) ยุทธศาสตร์ชาติที่สำคัญคือการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ซึ่งเน้นกระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีสู่ภูมิภาคต่าง ๆ มุ่งสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูง สร้างพลังทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง พัฒนาจากฐานราก (Bottom-up Development) ผ่านการส่งเสริมเศรษฐกิจระดับชุมชน การเปลี่ยนผ่านจากการเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่ "เกษตรมูลค่าสูง" เพื่อยกระดับศักยภาพของท้องถิ่นให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ และสร้างความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศและตลาดต่างประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2568)

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) ถือเป็นกลไกสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจฐานรากของประเทศไทยในการกระจายรายได้และสร้างความเข้มแข็งให้สังคม (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์, 2566). โดย World Economic Forum เดือนพฤศจิกายน 2564 ระบุว่า SMEs มีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 90 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมดทั่วโลก โดยจำนวนนี้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจมากถึงร้อยละ 70 ของ GDP โลก และจ้างงานกว่าร้อยละ 70 ของการจ้างงานทั้งหมด (World Economic Forum, 2022) สำหรับประเทศไทยในปี 2565 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวิสาหกิจชุมชนมากที่สุด โดยมีจำนวน 42,004 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.38 ของจำนวนวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด และเป็นวิสาหกิจชุมชนภาคธุรกิจเกษตรมากที่สุด จำนวน 44,921 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.95 ของจำนวนวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565)

การที่จะขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์จำเป็นต้องอาศัย การบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ (Area-based Project Management) ซึ่งมีลักษณะเฉพาะในการเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่าง "นโยบายส่วนกลาง" กับ "ความต้องการที่แท้จริงของคนในพื้นที่" โดยหลักการบริหารโครงการที่มีประสิทธิภาพต้องประกอบด้วยจัดการทรัพยากรภายใต้เงื่อนไขจำกัด 3 ประการ หรือที่เรียกว่า ข้อจำกัดสามด้าน (Triple Constraints) ได้แก่ เวลา (Time) งบประมาณ (Budget) และคุณภาพ (Quality) เพื่อให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์สูงสุด (หน่วยตรวจสอบภายใน มหาวิทยาลัยมหิดล, 2567) การบริหารเชิงพื้นที่ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถคาดการณ์ความเสี่ยง จัดลำดับความสำคัญของปัญหา และสร้างการมีส่วนร่วม

จากทุกภาคส่วน ซึ่งนำไปสู่การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) เครื่องมือเชิงทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับในการบริหารจัดการคุณภาพเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องคือ วงจรเดมมิง (Deming Cycle) หรือ PDCA ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่การวางแผน (Plan) คือการกำหนดวัตถุประสงค์และกระบวนการที่จำเป็นการปฏิบัติ (Do) คือการลงมือทำตามแผนการตรวจสอบ (Check) คือการติดตามและวัดผลกระบวนการเทียบกับเป้าหมายการปรับปรุงแก้ไข (Act) คือการดำเนินการเพื่อปรับปรุงผลงานอย่างต่อเนื่อง (วรัญญา ศีลาเจริญ และคณะ, 2567) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย บ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นกลุ่มมีศักยภาพในด้านการผลิตสินค้าเกษตร มีทักษะความรู้ในการผลิตพืช มีโรงเรือนเพาะกล้า โรงเรือนปลูกพืช มีหนองน้ำสาธารณะที่สามารถใช้ได้ตลอดทั้งปี และมีบูรณาการการทำงานร่วมกับภาคราชการ ภาคการศึกษา ภาคประชาสังคม ตลอดจนองค์กร และประชาชนในพื้นที่ แต่ปัญหาสำคัญที่พบ คือ เกษตรกรในพื้นที่ยังขาดแรงจูงใจ ทักษะที่ดีในการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย และยังไม่ได้มีการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย GAP รวมทั้งขาดความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ค้า ผู้บริโภคและการตลาดยังมีข้อจำกัด ผลผลิตที่ได้จำหน่ายเฉพาะในพื้นที่ยังไม่ตอบสนองกับตลาดในระดับภาคและระดับจังหวัด ปัญหาด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสร้างตราสินค้าที่ยังไม่เป็นที่น่าสนใจต่อตลาด (สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ, 2566) จากสภาพปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัยบ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่แม้จะมีศักยภาพด้านทรัพยากรแต่ยังขาดมาตรฐาน GAP และช่องทางการตลาดสมัยใหม่ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นการใช้ความรู้ในการบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ของโครงการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย: กรณีศึกษาบ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อเสนอแนวทางการนำวงจร PDCA มาประยุกต์ใช้ในการบริหารแผนงานโครงการเพื่อยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน และเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่มีคุณค่าสำหรับนักวิชาการ นักพัฒนาชุมชน และผู้ปฏิบัติงานภาครัฐ ในการศึกษารูปแบบการบริหารโครงการที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์และการสร้างความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจชุมชน

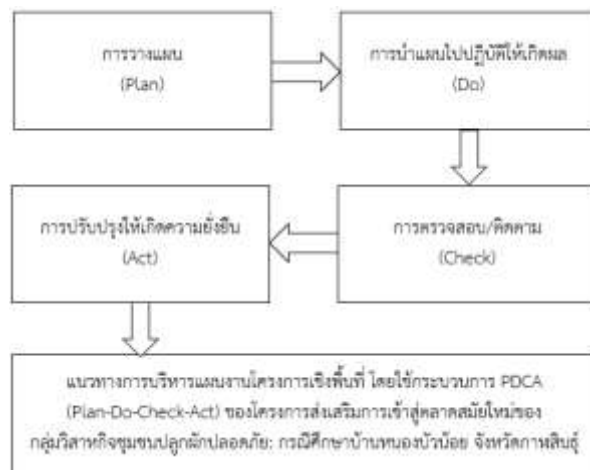
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ โดยกระบวนการ PDCA (Plan-Do-Check-Act) มาประยุกต์ใช้โครงการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย: กรณีศึกษาบ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อให้โครงการบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม การบริหารโครงการ (Project Management) ที่ได้มีการจัดการการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างเหมาะสมและสมบูรณ์ที่สุด เพื่อให้การดำเนินโครงการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในเวลาที่จำกัด ภายใต้เงื่อนไขสามประการ คือ เวลา (Time)

งบประมาณ (Budget) และ คุณภาพ (Quality) (หน่วยตรวจสอบภายใน มหาวิทยาลัยมหิดล, 2567) โดยการนำวงจรการบริหารงานคุณภาพ (PDCA) ของศาสตราจารย์เดมมิง (Deming's cycle) ที่ประกอบด้วย Plan (วางแผน) เป็นการกำหนดเป้าหมายและวิธีการ Do (ปฏิบัติ) ดำเนินการตามแผนที่วางไว้ Check (ตรวจสอบ/ติดตาม) ประเมินผลลัพธ์เทียบกับเป้าหมายและ Act (ปรับปรุง) เป็นการปรับปรุงให้ดีขึ้น และกำหนดเป็นมาตรฐาน (Mycoted, 2004) และงานวิจัยที่ผ่านมา ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยและพัฒนา (Research and Development Design Research) เพื่อให้โครงการบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งการดำเนินการออกเป็น 4 ระยะตามวงจร PDCA ได้แก่ การวางแผน (Plan) การนำแผนไปปฏิบัติให้เกิดผล (Do) การตรวจสอบ/ติดตาม (Check) และการปรับปรุงให้เกิดความยั่งยืน (Act)

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ วิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัยบ้านหนองบัวน้อย ตำบลหนองตอกแป้น อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 38 คน และ กลุ่มเกษตรกรบ้านหนองบัวน้อย ตำบลหนองตอกแป้น อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 37 คน กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการหาความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity) หาค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องรวมทั้งฉบับ เป็น 0.90 ($IOC \geq 0.5$) ค่าถาม

ตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.93 (มากกว่า 0.70) อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ เนื้อหาในแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการ ทั้งระยะก่อนเริ่มดำเนินโครงการ แบบสัมภาษณ์ ได้แก่ ส่วนผู้ให้ข้อมูล ส่วนข้อกำหนด 8 ด้านในการรับรองมาตรฐาน GAP ส่วนการตลาดสมัยใหม่ ประกอบด้วย ช่องทางการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด การเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ ส่วนสมรรถนะด้านต่าง ๆ ของเกษตรกร ส่วนปัญหาและอุปสรรค ความต้องการของเกษตรกร และเมื่อโครงการเสร็จสิ้น แบบสัมภาษณ์ ได้แก่ ส่วนผู้ให้ข้อมูล ส่วนข้อมูลการเพาะปลูก ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการขอรับรองมาตรฐาน GAP ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะด้านต่าง ๆ ของเกษตรกร ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด

2. แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมและการอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อต่าง ๆ รวมจำนวน 12 หัวข้อ แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจด้านวิทยากร ด้านความรู้ ความเข้าใจ และด้านการนำความรู้ไปใช้

การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ศึกษาวิเคราะห์ในการวิจัย ประกอบด้วย

ข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ จากการประชุม กลุ่มย่อยร่วมกับปราชญ์ชาวบ้าน และกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมจากเอกสาร งานวิจัย องค์ความรู้ และบทเรียนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ องค์ความรู้ บทเรียน และประสบการณ์ รายงานผลการดำเนินงานโครงการแก้ไขปัญหาความยากจนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปี 2557-2562 รายงานผลการดำเนินงานโครงการยกระดับอาชีพเกษตรกร เพื่อสร้างรายได้ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ปี 2564 ชุดองค์ความรู้ แก่จน แก่คน แก่ใจ แนวคิดการพึ่งตนเอง ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และแนวทางการตลาดนำการผลิต

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเป็น 4 ระยะตามวงจร PDCA ได้แก่ การวางแผน (Plan) การนำแผนไปปฏิบัติให้เกิดผล (Do) การตรวจสอบ/ติดตาม (Check) และการปรับปรุงให้เกิดความยั่งยืน (Act) ดังนี้ ระยะที่ 1 วางแผน (Plan) เป็นระยะที่จะกำหนดทิศทางและเตรียมความพร้อมก่อนลงพื้นที่ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นที่และทุนทางสังคม เน้นการทำแผนที่ยุทธศาสตร์ของพื้นที่ เพื่อให้ได้แผนงานที่ตอบโจทย์ปัญหาจริงของพื้นที่ ระยะที่ 2 การนำแผนไปปฏิบัติให้เกิดผล (Do) เป็นระยะขับเคลื่อนกิจกรรมตามแผนที่วางไว้อย่างเป็นระบบ โดยประสานงานภาคีเครือข่ายเชิงพื้นที่ และลงพื้นที่จัดกิจกรรม/อบรม เน้นการบริหารทรัพยากร (คน งบประมาณ เวลา) เพื่อที่จะได้ดำเนินกิจกรรมครบถ้วนตามแผนงานที่วางแผนไว้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดตามบริบทของพื้นที่ ระยะที่ 3 ตรวจสอบ/ติดตาม (Check) เป็นระยะการตรวจสอบความก้าวหน้าและประเมินปัญหาท่างาน โดยติดตามผลการดำเนินงานตามงวดงาน และ

ประเมินผลลัพธ์เทียบกับตัวชี้วัด เพื่อยืนยันความก้าวหน้าและปัญหาที่พบ อีกทั้งเพื่อตรวจสอบว่ากลุ่มตัวอย่างได้ประโยชน์จริงหรือไม่ **ระยะที่ 4 การปรับปรุงให้เกิดความยั่งยืน (Act)** เป็นระยะการสรุปบทเรียนและพัฒนาแนวทางการทำงานให้ยั่งยืน โดยถอดบทเรียน มาทำ KM (Knowledge Management) และให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา หรือ ขยายผล เพื่อคนที่มาทำงานต่อสามารถเรียนรู้จากคู่มือได้ทันที

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่

1) ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการวิเคราะห์ระดับความรู้ความเข้าใจและความสามารถในการนำความรู้ไปใช้จริง รวมถึงรายได้เฉลี่ยของเกษตรกร

2) ร้อยละ (Percentage) ใช้ในการเปรียบเทียบการเติบโต เช่น อัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ผ่านระบบออนไลน์ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 63.51) และรายได้รวมของเกษตรกรที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 187.80

3) การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ใช้การถอดบทเรียน (Knowledge Management - KM) จากกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อจัดทำเป็นคู่มือองค์ความรู้จำนวน 2 เล่ม

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง การใช้ความรู้ในการบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ของโครงการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย:กรณีศึกษาบ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อเสนอแนวทางการบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ โดยใช้กระบวนการ PDCA (Plan-Do-Check-Act) ดังนี้

ระยะที่ 1 วางแผน (Plan)

ขั้นตอนการดำเนินงานของโครงการในระยะวางแผน ผู้วิจัยมีข้อมูลพื้นฐานจากการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานราชการและคนในพื้นที่ พบว่าพื้นที่บ้านหนองบัวน้อย ตำบลหนองดอแก้ว อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีศักยภาพในด้านการผลิตสินค้าเกษตร มีทักษะความรู้ในการผลิตพืชมีโรงเรือนเพาะกล้า โรงเรือนปลูกพืช และมีหนองน้ำสาธารณะที่สามารถใช้ได้ตลอดทั้งปี ได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัยบ้านหนองบัวน้อย จำนวน 38 คน และกลุ่มเกษตรกรบ้านหนองบัวน้อย จำนวน 37 คน ปลูกผักในพื้นที่สาธารณะจำนวน 8 ไร่ ใช้องค์ความรู้จากสถาบันวิจัยยุทธศาสตร์ฯ และมหาวิทยาลัยขอนแก่น พร้อมก็น้อมนำศาสตร์พระราชาพร้อมกับการใช้ศาสตร์ท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้านในพื้นที่ร่วมในการพัฒนาพื้นที่ และประชาชนเป้าหมายให้มีการพัฒนาตามลำดับ เน้นบูรณาการการทำงานร่วมกับภาคราชการ ภาคการศึกษา ภาคประชาสังคม ตลอดจนองค์กร และประชาชนในพื้นที่ และพบว่าเกษตรกรในพื้นที่ยังขาดแรงจูงใจ ทักษะที่ดีในการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย และสินค้าเกษตรยังไม่ได้มีการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย GAP รวมทั้งขาดความเชื่อมโยงระหว่าง ผู้ผลิต ผู้ค้า ผู้บริโภค และการตลาดยังมีข้อจำกัด ผลผลิตที่ได้จำหน่ายเฉพาะในพื้นที่ ยังไม่ตอบสนองกับตลาดในระดับภาค และระดับจังหวัด ปัญหาด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสร้างตราสินค้าที่ยังไม่เป็นที่น่าสนใจต่อตลาด

ผู้วิจัยและทีมผู้วิจัยที่ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านเกษตรปลอดภัย ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ได้มีการวางแผนวิธีการจัดการในการเข้าร่วมโครงการของกลุ่มตัวอย่าง โดยจะมีการประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับกลุ่มตัวอย่างให้มีข้อตกลงร่วมกันในการดำเนินโครงการ และใช้กระบวนการนำเสนอองค์ความรู้การวิจัยเชื่อมโยงศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาวิสาหกิจพึ่งตนเองได้ ได้แก่ เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้มีความยั่งยืนต่อไป ซึ่งมีวิธีการจัดการ ดังนี้

1. องค์ความรู้ที่จะนำมาจัดการความรู้และถ่ายทอดขยายผล ได้แก่ 1) โครงการแก้ไขปัญหาความยากจนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (มช.แก้จน) 2) โครงการพัฒนาเกษตรกรผู้เลี้ยงจิ้งหรีดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสู่ระบบการผลิตที่ได้มาตรฐานความปลอดภัย 3) โครงการยกระดับรายได้เกษตรกรเพื่อสร้างอาชีพด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม 4) แนวคิดการพึ่งตนเองตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 5) แนวทางการตลาดนำการผลิต 6) ผักปลอดภัย 7) มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี

2. กระบวนการนำเสนอองค์ความรู้การวิจัยเชื่อมโยงศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาวิสาหกิจพึ่งตนเองได้ เข้าใจ คือ ศึกษาข้อมูลพื้นฐานทุกมิติของกลุ่มตัวอย่าง เข้าใจปัญหาด้านการผลิตผักปลอดภัย และด้านการตลาด และรวบรวมจัดการองค์ความรู้ เพื่อพัฒนาตามบริบทของกลุ่มตัวอย่าง

เข้าถึง คือ ทีมผู้วิจัยร่วมกับปราชญ์ชาวบ้าน เกษตรกรของกลุ่มเป้าหมาย ร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยสร้างความเข้าใจ และความร่วมมือร่วมใจกันของคนในกลุ่มเป้าหมาย พัฒนา คือ สร้างทีมพี่เลี้ยง ประกอบด้วย ทีมผู้วิจัย หน่วยงานภายใต้กรมส่งเสริมการเกษตร และเกษตรกรของกลุ่มเป้าหมาย โดยให้คำแนะนำ ติดตาม และสนับสนุน

ผู้วิจัยได้ประชุมระดมความคิดเห็นกับผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยยุทธศาสตร์และประสานความร่วมมือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ที่ปรึกษาโครงการ) ผู้เชี่ยวชาญด้านการขอรับรองมาตรฐาน GAP ผู้เชี่ยวชาญด้านเกษตรศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดสมัยใหม่ คณะทีมงานเพื่อกำหนดทิศทางในการดำเนินโครงการให้เป็นตามวัตถุประสงค์ประสงค์ของโครงการ ซึ่งกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการได้ 2 ข้อ คือ 1) เพื่อพัฒนาระบบการผลิตผักให้มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน GAP ของวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัยบ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ และ 2) เพื่อพัฒนาและยกระดับการขายสินค้าเกษตรในตลาดสมัยใหม่ ผลลัพธ์สำคัญของโครงการ คือ เกษตรกรได้รับมาตรฐาน GAP ไม่ต่ำกว่า 10 คน มีช่องทางการซื้อขายผ่านออนไลน์ ต้นฉบับองค์ความรู้ 2 เล่ม และเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 20

จากการระดมความคิดเห็นของที่ประชุมสามารถสรุปประเด็นข้อคิดเห็น ดังต่อไปนี้ 1) การพัฒนาระบบการผลิตผักให้มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน GAP ของวิสาหกิจชุมชน โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจในการทำการเกษตรที่ดีให้ได้มาตรฐาน GAP 2) ต้องทราบถึงบริบทพื้นฐานของกลุ่มหรือชุมชนเป้าหมายที่ดำเนินงานโครงการ หากจุดเด่น หรือจุดด้อยของพื้นที่ เพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดสมัยใหม่ให้กับเกษตรกรในโครงการได้ตรงตามความต้องการของตลาด นอกจากนี้ยังได้กำหนดแผนงานและวางแผนกิจกรรม

ที่จะดำเนินงาน โดยพิจารณาภายใต้งบประมาณของโครงการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ ทั้ง 2 ข้อ และผลลัพธ์สำคัญของโครงการ ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แผนงานการดำเนินงานของโครงการ

กิจกรรม	ระยะเวลา
1. กิจกรรมส่งเสริมการผลิตผักปลอดภัย เพื่อมาตรฐานสินค้าเกษตร	
1.1 ประชุมทำความเข้าใจกับเกษตรกรในการยื่นขอการรับรองมาตรฐาน GAP	เดือนที่ 1
1.2 ให้ความรู้ในระบบการผลิตผักด้วยมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	เดือนที่ 1-2
1.3 การถ่ายทอดความรู้ในเรื่องของการรับรองมาตรฐานการทำการเกษตรที่ดี	เดือนที่ 1-3
1.4 การสำรวจพื้นที่แปลงเกษตร และแหล่งน้ำที่ใช้ในการทำเกษตร	เดือนที่ 2-3
1.5 การฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการเตรียมพื้นที่และการปลูกผักถูกต้องตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	เดือนที่ 3-6
1.6 การฝึกปฏิบัติต่อผลผลิตผักที่ทำการเก็บเกี่ยวแล้วถูกต้องตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	เดือนที่ 3-6
2. กิจกรรมการตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	
2.1 ตรวจประเมินเบื้องต้นของผลผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย	เดือนที่ 7-8
2.2 การยื่นคำขอรับการตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	เดือนที่ 8-10
3. กิจกรรมส่งเสริมการเข้าสู่การตลาดยุคใหม่	
3.1 ส่งเสริมการตลาดและการบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย	เดือนที่ 7-9
3.2 การฝึกอบรมด้านการตลาดสมัยใหม่แก่เกษตรกร	เดือนที่ 9-11
3.3 เชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย	เดือนที่ 10-12

ระยะที่ 2 การนำแผนไปปฏิบัติให้เกิดผล (Do)

ขั้นตอนการดำเนินงานของโครงการในระยะการนำแผนไปปฏิบัติให้เกิดผล การดำเนินงานโครงการผ่านกระบวนการของคนในพื้นที่ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยจะมีการบันทึกเก็บข้อมูลสิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานอย่างละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ส่งเสริมการผลิตผักปลอดภัยเพื่อมาตรฐานสินค้าเกษตร เป็นพัฒนาระบบการผลิตผักให้มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน GAP โดยการสร้างความเข้าใจ และถ่ายทอดองค์ความรู้และฝึกปฏิบัติในเรื่องของการรับรองมาตรฐานการทำการเกษตรที่ดี แนวทางการดำเนินงานของกิจกรรมส่วนที่ 1 ส่งเสริมการผลิตผักปลอดภัยเพื่อมาตรฐานสินค้าเกษตร ดังตารางที่ 2 รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 การดำเนินงานของกิจกรรมกลุ่มที่ 1 ส่งเสริมการผลิตผักปลอดภัยเพื่อมาตรฐานสินค้าเกษตร

กิจกรรม	การดำเนินงาน
1) ประชุมทำความเข้าใจกับเกษตรกรในการยื่นขอการรับรองมาตรฐาน GAP	1) การประชุมหรือทำความเข้าใจกับทีมผู้วิจัย 2) การประชุมชี้แจงและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินโครงการ ตลอดจนความเข้าใจในการยื่น GAP 3) การเก็บแบบสัมภาษณ์เชิงลึกของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการก่อนเริ่มโครงการ 4) เกษตรกรเข้าร่วมโครงการ 38 คน โดยปลูกพืชผัก 29 ชนิด 5 อันดับแรก ได้แก่ (1) ผักกาดหอม (2) ต้นหอม (3) กระเทียม (4) ขึ้นฉ่าย (5) ผักชี โดยมีรายได้เฉลี่ย 12,292 บาทต่อคนต่อปี
2) ให้ความรู้ในระบบการผลิตผักด้วยมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	อบรมเชิงปฏิบัติการวางแผนการผลิตและการรวบรวมเอกสารยื่น GAP ได้ขนาดแปลงปลูก 1.2X5 เมตร จำนวน 4 แปลง
3) การถ่ายทอดความรู้ในเรื่องของการรับรองมาตรฐานการทำเกษตรที่ดี	อบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดความรู้ในเรื่องการขอรับรองมาตรฐานการทำเกษตรที่ดี
4) การสำรวจพื้นที่แปลงเกษตรและแหล่งน้ำที่ใช้ในการทำ	สำรวจพื้นที่แปลงเกษตรและแหล่งน้ำที่ใช้ในการทำเกษตร พบว่า ดิน pH 6.48 กรดเล็กน้อย ระดับอินทรีย์วัตถุ และน้ำ pH 6.6 น้ำมีความเป็นกลาง
5) การฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการเตรียมพื้นที่และการปลูกผักถูกต้องตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	1) อบรมเชิงปฏิบัติการทำความเข้าใจในการกรอกเอกสาร การเตรียมเอกสาร และการยื่นขอการรับรองมาตรฐาน GAP 2) อบรมเชิงปฏิบัติการการวิเคราะห์โรคพืชและแมลงศัตรูพืช 3) อบรมเชิงปฏิบัติการการขยายสารชีวภัณฑ์
6) การฝึกปฏิบัติต่อผลผลิตผักที่ทำการเก็บเกี่ยวแล้วถูกต้องตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	อบรมเชิงปฏิบัติการขั้นตอนและวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่ถูกต้องตามมาตรฐาน GAP

ส่วนที่ 2 การตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP เป็นการจัดการคุณภาพระบบการผลิตผักให้ได้การรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) แนวทางการดำเนินงานของกิจกรรมส่วนที่ 2 การตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP ดังตารางที่ 3 รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 การดำเนินงานของกิจกรรมส่วนที่ 2 การตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP

กิจกรรม	การดำเนินงาน
1) การตรวจประเมินเบื้องต้นของผลผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย	1) การตรวจประเมินเบื้องต้นก่อนการยื่นขอรับรองมาตรฐาน GAP โดยคณะทีมวิจัย 2) การติดตามการตรวจประเมินแปลงเพื่อขอการรับรองมาตรฐาน GAP รอบให้คำแนะนำ โดยเจ้าหน้าที่ สวพ.กาฬสินธุ์

ตารางที่ 3 (ต่อ)

กิจกรรม	การดำเนินงาน
2) การยื่นคำขอรับการตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	3) การติดตามการตรวจประเมินแปลงเพื่อขอการรับรองมาตรฐาน GAP ครั้งที่ 1 และ ครั้งที่ 2 โดยเจ้าหน้าที่ สวพ.ภาพสินธุ์ เกษตรกรยื่นขอรับการตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP จำนวน 19 คน

ส่วนที่ 3 ส่งเสริมการเข้าสู่การตลาดยุคใหม่ เป็นการยกระดับการขายสินค้าเกษตรในตลาดสมัยใหม่ เน้นเพิ่มช่องทางการตลาด แนวทางการของกิจกรรมส่วนที่ 3 การตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP ดังตารางที่ 4 รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 การดำเนินงานของกิจกรรมส่วนที่ 3 ส่งเสริมการเข้าสู่การตลาดยุคใหม่

กิจกรรม	การดำเนินงาน
1) ส่งเสริมการตลาดและการบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย	1) รู้และเข้าใจถึงรูปแบบการบริโภคสินค้าเกษตรในพื้นที่และนอกพื้นที่ ทั้ง Offline และ Online 2) รู้ถึงบริบทการตลาดปัจจุบันของเกษตรกร
2) การฝึกอบรมด้านการตลาดสมัยใหม่แก่เกษตรกร	1) อบรมเชิงปฏิบัติการการเปิดโลกการตลาดสมัยใหม่ 2) อบรมเชิงปฏิบัติการการเจาะลึกการตลาดสมัยใหม่ 3) อบรมเชิงปฏิบัติการส่งเสริมช่องทางการตลาดผ่านเพจเฟซบุ๊ก (Page Facebook) 4) อบรมเชิงปฏิบัติการส่งเสริมช่องทางการตลาดผ่านระบบไลน์
3) เชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย	อบรมเชิงปฏิบัติการบรรจุหีบห่อและการขนส่ง

ระยะที่ 3 ตรวจสอบ/ติดตาม (Check)

ขั้นตอนการดำเนินงานของโครงการในระยะตรวจสอบ/ติดตาม การดำเนินงานโครงการที่ผู้วิจัยจะติดตามดูว่าสิ่งที่ทำไปนั้นบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายผลลัพธ์ที่กำหนดไว้ และตรวจสอบว่ากิจกรรมที่ดำเนินงานเป็นไปตามแผนงานที่วางแผนไว้ ดังนี้

ตารางที่ 5 สรุปผลการดำเนินงานของกิจกรรมแต่ละกลุ่ม ผลลัพธ์ของกลุ่ม และผลผลิตของโครงการ

กิจกรรม	การดำเนินงาน	ผลลัพธ์	ผลผลิตของโครงการ
กลุ่มที่ 1 ส่งเสริมการผลิตผักปลอดภัย เพื่อมาตรฐานสินค้าเกษตร	ดำเนินการครบ ทั้งหมด 6 กิจกรรมย่อย	เกษตรกรเข้าร่วมโครงการ 38 คน ปลุก พืชผักมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ ผักกาดหอม ต้นหอม กระเทียม ขึ้นฉ่าย และผักชี และมีรายได้สุทธิเฉลี่ย 12,292 บาท/คน/ปี รวมถึงได้ค่า pH ของดินและน้ำ	1. เกษตรกรได้รับรองมาตรฐาน GAP มาตรฐานสินค้าเกษตร GAP 3 ชนิดพืช ได้แก่ ผักคะน้า 17 คน ผักกวางตุ้งใบ/ดอก 17 คน และผักกาดหอม (ตระกูล สลัดทั้งหมด) 14 คน
กลุ่มที่ 2 การตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP	ดำเนินการครบ ทั้งหมด 2 กิจกรรมย่อย	เกษตรกรได้รับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP ผักกาดหอม (ตระกูลสลัดทั้งหมด) 14 คน ผักกวางตุ้งใบ/ดอก 17 คน และผักสลัด 17 คน	2. เกษตรกรใช้ช่องทางตลาด สมัยใหม่จำหน่ายผลผลิตของ กลุ่มเพิ่มขึ้น 2 ช่องทาง ได้แก่ ช่องทางเพจเฟซบุ๊กและช่องทาง
กลุ่มที่ 3 ส่งเสริมการเข้าสู่การตลาดยุคใหม่	ดำเนินการครบ ทั้งหมด 3 กิจกรรมย่อย	ความรู้ ความเข้าใจ หลังอบรม คณะแผนเฉลี่ย 4.62 ความสามารถนำความรู้เอาไปใช้ได้จริง 4.65 และมีช่องทางการตลาดผ่าน เพจเฟซบุ๊ก ชื่อ สวนปันรัก ผักอารมณ์ดี บ้านหนองบัว น้อย รวมถึงมีช่องทางการตลาดผ่านระบบไลน์ ชื่อ สวนปันรัก ผักอารมณ์ดี บ้านหนองบัว น้อย	ไลน์ ชื่อ สวนปันรัก ผักอารมณ์ดี บ้านหนองบัวน้อย 3. รายได้ผ่านออนไลน์เพิ่มขึ้น ร้อยละ 63.51 หลักการดำเนิน โครงการ เปรียบเทียบกับก่อน ดำเนินโครงการ

ระยะที่ 4 การปรับปรุงให้เกิดความยั่งยืน (Act)

ขั้นตอนการดำเนินงานของโครงการในระยะเวลาการปรับปรุงให้เกิดความยั่งยืน การดำเนินงานโครงการได้สรุปบทเรียนพร้อมถอดบทเรียนจากกิจกรรมทั้ง 3 ส่วน นำมาจัดทำเป็นคู่มือองค์ความรู้ จำนวน 2 เล่มดังต่อไปนี้

เล่ม 1 องค์ความรู้ระบบการผลิตผักให้ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP เนื้อหาในเล่มประกอบด้วย 1) กระบวนการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักเพื่อขอรับรองมาตรฐาน GAP 2) การกระตุ้นให้เกษตรกรตระหนักถึงความสำคัญของระบบมาตรฐาน 3) การสร้างกติกา 4) การวิเคราะห์ข้อมูลเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ 5) การเสริมสร้างชุดองค์ความรู้ที่จำเป็นในการขอรับรองมาตรฐาน GAP 6) ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ GAP 7) ความรู้การจัดการแปลง และ 8) ความรู้ขั้นตอนการขอรับรองมาตรฐาน GAP และการจดบันทึก ได้รับการเผยแพร่ออนไลน์ที่สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

https://explore.nrct.go.th/file_upload/submitter/file_upload//2096640ff3de8cb9ba717046ba34a2a3b6cdf068bbf464000.pdf

เล่ม 2 องค์ความรู้การตลาดสมัยใหม่ฝักอารมณดี เนื้อหาในเล่มประกอบด้วย 1) รากฐานธุรกิจต้องวางภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน 2) การตลาดสมัยใหม่ 3) การเตรียมตัวก่อนทำการตลาดสมัยใหม่ 4) Supply Chain การตลาดใหม่ฝักปลอดภัย สวนปันอีกฝักอารมณดี บ้านหนองบัวน้อย 5) สวนปันอีก ฝักอารมณดี บ้านหนองบัวน้อย (ผู้ผลิต) 6) ทำการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายฝักอารมณดีในตลาดสมัยใหม่ 7) สัมผัสประสบการณ์ฝักอารมณดีกับส่วนผสมทางการตลาด (สินค้า: สินค้าที่เราจะเสนอให้กับลูกค้า ราคา: การตั้งราคาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย การส่งเสริมการขาย: การนำเสนอคุณสมบัติสินค้าให้ลูกค้า ผ่านการโฆษณา หรือกิจกรรมให้คนมาซื้อ ช่องทางการจำหน่าย: การนำสินค้าไปสู่มือของลูกค้า) และ 8) กลุ่มเป้าหมาย (ผู้บริโภค) ได้รับการเผยแพร่ออนไลน์ที่สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

https://explore.nrct.go.th/file_upload/submitter/file_upload//2096640ff3de8cb9ba717046ba34a2a3b6df068b520d23b6.pdf

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารแผนงานโครงการเชิงพื้นที่ ในโครงการส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกฝักปลอดภัย กรณีศึกษาบ้านหนองบัวน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อให้โครงการบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้นำกระบวนการ PDCA (Plan-Do-Check-Act) มาประยุกต์ใช้เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อน ซึ่งสามารถอภิปรายผลตามระยะการดำเนินงานได้ดังนี้

1. ระยะการวางแผน (Plan) การบริหารโครงการเริ่มต้นจากการวิเคราะห์บริบทพื้นที่และศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบัวน้อย เพื่อกำหนดเป้าหมายร่วมกันในการยกระดับผลผลิตให้ได้มาตรฐานสินค้าเกษตร (GAP) และการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดออนไลน์ การให้ความสำคัญกับการวางแผนอย่างเป็นระบบและการใช้ข้อเท็จจริงในพื้นที่เป็นฐาน (Area-based) ทำให้ผู้วิจัยสามารถออกแบบกิจกรรมที่ตอบโจทย์ปัญหาและความต้องการของเกษตรกรได้อย่างแม่นยำ ซึ่งผลการดำเนินการนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมณฑา สุภาวิมล (2566) ที่ระบุว่า กระบวนการพัฒนาและบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จนั้น ต้องเริ่มต้นจากการวางแผน (Plan) ที่ชัดเจน โดยบูรณาการการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นร่วมกับการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่ม เพื่อสร้างความเข้มแข็งและทิศทางการดำเนินงานที่ตรงจุด

2. ระยะการปฏิบัติตามแผน (Do) เมื่อแผนงานชัดเจน ได้มีการนำแผนลงสู่การปฏิบัติจริงผ่านการขับเคลื่อน 3 ส่วนหลัก ได้แก่ การส่งเสริมกระบวนการผลิตฝักปลอดภัย การเตรียมเอกสารและพื้นที่เพื่อขอรับรองมาตรฐาน GAP และการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดผ่านแพลตฟอร์ม Facebook และ LINE ภายใต้แบรนด์ของชุมชน การเน้นให้เกษตรกรได้ลงมือทำจริง (Action Learning) ควบคู่ไปกับการสนับสนุนทางวิชาการ ทำให้เกษตรกรเกิดการตื่นตัวและสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบจากการทำเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรที่ใช้การตลาดนำการผลิตได้จริง

3. ระยะการตรวจสอบและประเมินผล (Check) จากการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่องพบว่าโครงการสามารถบรรลุเป้าหมายเชิงประจักษ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสูงกว่าตัวชี้วัดที่ตั้งไว้ โดยมีเกษตรกรได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP จำนวน 14-17 คน (จากเป้าหมาย 10 คน) ในมิติเศรษฐกิจพบว่า การเปิดช่องทางตลาดสมัยใหม่ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้ผ่านระบบออนไลน์เพิ่มขึ้นร้อยละ 63.51 และมีรายได้รวมเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 187.80 การตรวจสอบผลลัพธ์เชิงปริมาณที่ชัดเจนนี้เป็นเครื่องยืนยันว่ากระบวนการที่นำมาใช้เหมาะสมกับบริบทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

4. ระยะการปรับปรุงและการจัดทำมาตรฐาน (Act) ในระยะสุดท้าย ผู้วิจัยและกลุ่มเกษตรกรได้นำผลการดำเนินงานทั้งหมดมาสรุป ถอดบทเรียน และจัดทำเป็นคู่มือองค์ความรู้จำนวน 2 เล่ม ได้แก่ "คู่มือระบบการผลิตผักมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP" และ "คู่มือการตลาดสมัยใหม่ผักอารมณ์ดี" เพื่อใช้เป็นมาตรฐานการทำงานของกลุ่มและเป็นต้นแบบสำหรับการขยายผลต่อไป การนำผลประเมินมาปรับปรุงและจัดทำเป็นมาตรฐานกระบวนการ (Standardization) นี้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Hunnak et al. (2023) ที่พบว่า การพัฒนากระบวนการทำงานของวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่องแบบครบวงจร (ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ) จนเกิดเป็นมาตรฐานการจัดการ จะช่วยลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และนำไปสู่ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. เกษตรกร ควรรวมกลุ่มวางแผนการผลิตและการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่ายทั้งแบบออฟไลน์และแบบออนไลน์ เพื่อให้มีผลผลิตอย่างต่อเนื่อง สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และสามารถสร้างอำนาจในการกำหนดราคาขายที่เป็นไปตามมาตรฐานของสินค้าเกษตรปลอดภัยได้

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะให้การสนับสนุนความรู้ ตลอดจนกระบวนการต่าง ๆ ในการดำเนินงาน ควรมีการจัดกลุ่มเกษตรกรตามระดับความสามารถและมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตร โดยแบ่งออกเป็น 1) กลุ่มเกษตรกรรายใหม่ที่ยังไม่ผ่านการรับรองมาตรฐาน 2) กลุ่มเกษตรกรที่ผ่านการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตรแล้ว เพื่อวางแผนการพัฒนาศักยภาพให้กับเกษตรกร

3. หน่วยงานภาครัฐควรทำการตลาดให้กับเกษตรกร ด้วยการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจัดกิจกรรมเปิดตลาดสินค้าเกษตรผักปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งควรส่งเสริมและสนับสนุนให้กับกลุ่มเกษตรกรจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เนื่องจากปัจจุบันตลาดมีความนิยมในการท่องเที่ยวธรรมชาติ วิถีชนบท ซึ่งจะส่งผลให้เกษตรกรเกิดการพัฒนาและเกิดความยั่งยืนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยได้รับทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรม การยกระดับศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อชุมชนสังคม ประจำปี 2565 จาก สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

เอกสารอ้างอิง

- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2561, 8 ตุลาคม). *ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561–2580)*. ราชกิจจานุเบกษา, 135(82 ก), 1–71. https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF
- วรัญญา ศีลาเจริญ, ภัทริยา คู่สันเทียะ, และ สมสวัสดิ์ ยาสิงห์ทอง. (2567). *กระบวนการคุณภาพ (PDCA) กับ การพัฒนานโยบาย*. สำนักงานคณะกรรมการนโยบายที่ดินแห่งชาติ. https://www.onlb.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=2682:publish15&catid=106:publish&Itemid=435
- สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. (2566). *รายงานกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรม โครงการ ส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักปลอดภัย บ้านหนองบัวน้อย จังหวัด ภาพลันธุ์*. https://explore.nrct.go.th/search_detail/result/15674
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2566). *การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก*. กระทรวงพาณิชย์. <https://url.in.th/hbXRU>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565). *รายงานสถานการณ์ MSME ปี 2566*. <https://url.in.th/lqdXP>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2568). *ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561–2580) ฉบับ ประชาชน*. <https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/06/NATIONAL-STRATEGY-PRIVATE-SECTOR.pdf>
- สมณฑา สุภาวิมล. (2566). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเชิงพุทธ. *วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมปริทรรศน์*, 6(1), 179-188.
- หน่วยตรวจสอบภายใน มหาวิทยาลัยมหิดล. (2567). *KM06/2566 การบริหารโครงการ (Project Management)*. มหาวิทยาลัยมหิดล. <https://url.in.th/occjl>
- Hunnak, P., Sompong, N. and Soonjanda, P. (2023). Development of community enterprise for sustainable success: Lessons from the Tha Sap coconut shell group in Yala, Thailand. *PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research*, 12(1), 45-60.
- Mycoted. (2004). *Plan do check act (PDCA)*. <http://www.mycoted.com/creativity/techniques/pdca.php>.
- World Economic Forum. (2022). *Annual report 2021-2022*. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Annual_Report_2021_22.pdf