

การจัดการองค์ความรู้ (KM)

การส่งเสริมการส่งเสริมสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรปลูกพืชผักปลอดภัยมาตรฐาน GAP
โดยสำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์

คำนำ

การจัดทำองค์ความรู้ (Knowledge Management) เรื่อง การส่งเสริมการส่งเสริมสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรปลูกพืชผักปลอดภัยมาตรฐาน GAP เป็นเอกสารของกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางการส่งเสริมอาชีพให้สหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรด้านการปลูกพืชผักปลอดภัยได้มาตรฐาน GAP เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายและเพิ่มช่องทางการตลาด

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ พิจารณาเห็นว่า เป็นการส่งเสริมอาชีพที่สร้างรายได้ให้แก่สมาชิกเกษตรกร และการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ที่เข้มแข็ง จึงได้มอบหมายให้กลุ่มงานจัดทำองค์ความรู้ (Knowledge Management) เรื่อง “การส่งเสริมการส่งเสริมสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรปลูกพืชผักปลอดภัยมาตรฐาน GAP” และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ชุดความรู้ดังกล่าว จะเป็นแนวทางการส่งเสริมอาชีพให้สหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรด้านการปลูกพืชผักปลอดภัยได้มาตรฐาน GAP เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายและเพิ่มช่องทางการตลาดและเกิดประโยชน์สูงสุดกับสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรในโอกาสต่อไป

คณะทำงานผู้จัดทำ
สำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์
สิงหาคม ๒๕๖๓

บทที่ ๑ บทนำ

๑. ความเป็นมาและความสำคัญ

การจัดการความรู้ (Knowledge Management) คือ การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด โดยที่ความรู้มี ๒ ประเภท คือ

๑) ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้ง่าย เช่น ทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ บางครั้ง จึงเรียกว่าเป็นความรู้แบบนามธรรม

๒) ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่าง ๆ และบางครั้งเรียกว่าเป็นความรู้แบบรูปธรรม

กระบวนการจัดการความรู้

เป็นกระบวนการที่จะช่วยให้เกิดพัฒนาการของความรู้ หรือการจัดการความรู้ที่จะเกิดขึ้นภายในองค์กร มีทั้งหมด ๗ ขั้นตอน

๑. การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification) เป็นการพิจารณาว่าองค์กรมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ เป้าหมายคืออะไร เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ต้องใช้อะไร ปัจจุบันมีความรู้อะไรบ้าง อยู่ในรูปแบบใด และอยู่ที่ใคร

๒. การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) เป็นการสร้าง แสวงหา รวบรวมความรู้ทั้งภายใน/ภายนอก รักษาความรู้เดิม แยกความรู้ที่ใช้ไม่ได้แล้วออกไป

๓. การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) เป็นการกำหนดโครงสร้างความรู้ แบ่งชนิด ประเภท เพื่อให้สืบค้น เรียกคืน และใช้งานได้ง่าย

๔. การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) เป็นการปรับปรุงรูปแบบเอกสารให้เป็นมาตรฐาน ใช้ภาษาเดียวกัน ปรับปรุงเนื้อหาให้ครบถ้วนสมบูรณ์

๕. การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) เป็นการทำให้ผู้ใช้ความรู้เข้าถึงความรู้ที่ต้องการได้ง่ายและสะดวก เช่น ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) Web board บอร์ดประชาสัมพันธ์

๖. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) เป็นการแบ่งปัน สามารถทำได้หลายวิธีการ โดยกรณีที่เป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) อาจจัดทำเป็นเอกสาร ฐานความรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือกรณีที่เป็นความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) จัดทำเป็นระบบทีมข้ามสายงาน กิจกรรมกลุ่มคุณภาพและนวัตกรรม ชุมชนแห่งการเรียนรู้ ระบบพี่เลี้ยง การสับเปลี่ยนงาน การยืมตัว เวทีแลกเปลี่ยนความรู้

๗. การเรียนรู้ (Learning) เป็นการนำความรู้มาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ แก้ปัญหา และทำให้เป็นส่วนหนึ่งของงาน เช่น เกิดระบบการเรียนรู้จากสร้างองค์ความรู้ การนำความรู้ในไปใช้ เกิดการเรียนรู้ และประสบการณ์ใหม่ และหมุนเวียนต่อไปอย่างต่อเนื่อง

๒. วัตถุประสงค์

๑) ให้บุคลากรในสำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์มีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์ความรู้และประสบการณ์ในตัวตนของแต่ละคนมาบูรณาการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน

๒) เป็นคู่มือสำหรับการปฏิบัติงานการแนะนำส่งเสริมสหกรณ์ในพื้นที่ที่รับผิดชอบ

๓. ขอบเขต

นำเสนอแลกเปลี่ยนเรียนรู้องค์ความรู้และประสบการณ์ร่วมกันของข้าราชการพนักงานราชการสำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ โดยพิจารณาจากองค์ความรู้ที่มาจากประสบการณ์การปฏิบัติงานจริงและจากเอกสารทางวิชาการ เช่น คู่มือการปฏิบัติงาน คำสั่งระเบียบ คำแนะนำข้อหารือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จากนายทะเบียนสหกรณ์ คณะกรรมการพัฒนาการสหกรณ์แห่งชาติ กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์กระทรวงการคลัง กระทรวงแรงงานคณะกรรมการกฤษฎีกาตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

๔. ประโยชน์ที่เกิดขึ้น

บุคลากรสำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ ได้นำ KM ที่จัดทำ ไปใช้เป็นคู่มือการปฏิบัติงานเป็นเอกสารอ้างอิงในการแนะนำส่งเสริมและพัฒนาสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรให้บรรลุตามเป้าหมาย

บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

๑. บทบาทและหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์

กรมส่งเสริมสหกรณ์มีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมเผยแพร่ ให้ความรู้เกี่ยวกับอุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์ให้แก่บุคลากรสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ตลอดจนประชาชนทั่วไป รวมทั้งส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาระบบสหกรณ์ให้มีความเข้มแข็ง โดยพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการเพิ่มขีดความสามารถในด้านการบริหารจัดการ ดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สมาชิกสหกรณ์มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ในจังหวัดบุรีรัมย์มีหน้าที่ดังนี้

- ๑) ดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านกฎหมายว่าด้วยสหกรณ์ กฎหมายว่าด้วย การจัดที่ดินเพื่อการครองชีพ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
- ๒) ส่งเสริมและพัฒนางานสหกรณ์ทุกประเภทและกลุ่มเกษตรกร
- ๓) ส่งเสริม เผยแพร่ และให้ความรู้เกี่ยวกับอุดมการณ์ หลักการ และ วิธีการสหกรณ์ ให้แก่บุคลากรสหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร และประชาชน ทั่วไป
- ๔) ส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร
- ๕) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่น ที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

๒. ปัญหาของเกษตรกรสมาชิก

ในสถานการณ์ปัจจุบัน ภายใต้การเจริญเติบโตของโลกโลกาภิวัตน์ ความทันสมัย เทคโนโลยีสมัยใหม่ การสื่อสารที่รวดเร็ว การดำรงชีพในสังคมเศรษฐกิจในปัจจุบัน ส่งผลให้ต้นทุนในการดำรงชีพเพิ่มสูงขึ้น มีค่าใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มประชากรที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร และประชากรที่ประกอบอาชีพทางการเกษตรและอื่นๆ ต่างประสบปัญหาดังนี้

๑) ปัญหาหนี้สิน เนื่องจากเกษตรกรขาดเงินทุนในการประกอบอาชีพและดำรงชีพ จึงทำให้ต้องกู้เงินจากสหกรณ์การเกษตรและสถาบันการเงินเพื่อใช้ลงทุนทำการเกษตร ในหลายครั้งประสบปัญหาาราคาผลผลิตตกต่ำ ต้นทุนการผลิตสูง ประสบปัญหาขาดทุน อีกทั้งบางส่วนยังใช้เงินผิดวัตถุประสงค์ไม่ก่อให้เกิดรายได้ รายได้ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย ทำให้เกษตรกรต้องหาเงินกู้ยืมจากระบบเพื่อนำมาใช้ชำระหนี้ สร้างภาระหนี้สินให้แก่เกษตรกรหลายทาง และไม่สามารถชำระหนี้ในที่สุด

๒) ปัญหาไม่มีอาชีพ ในบางกลุ่มชาวบ้านมีรายได้หลักจากการรับจ้าง เช่น กรีดยางพาราและตัดอ้อยเฉพาะในฤดูกรีดยางหรือตัดอ้อยเท่านั้น รับจ้างทั่วไป ได้รับค่าจ้างเป็นรายวัน ค่าจ้างขึ้นอยู่กับผู้ว่าจ้าง ซึ่งไม่ได้ถูกจ้างทุกวันหรือทั้งปี พอหมดฤดูก็จะว่างงานหรือมีเพียงรายได้จากการรับจ้างทั่วไปเพียงเล็กน้อย จึงไม่มีรายได้ที่แน่นอนที่จะใช้เพื่อดำรงชีพหรือลงทุนทำการเกษตรหรือเพื่อชำระหนี้ได้ อีกทั้งไม่ได้มีองค์ความรู้หรือความเชี่ยวชาญที่จะสร้างอาชีพอื่นเพื่อสร้างรายได้ที่มั่นคงให้กับตัวเองและเลี้ยงดูครอบครัวได้

๓) ปัญหาไม่มีที่ดินทำกิน ชาวบ้านบางส่วนที่อพยพมาจากพื้นที่อื่นเพื่อมารับจ้าง โดยตั้งถิ่นฐานอยู่โดยไม่มีที่ดินทำกินเป็นของตนเองแต่อย่างใด หรือเคยมีที่ดินทำกินแต่ได้ขายหรือถูกยึดเพื่อชำระหนี้จนหมดไป เมื่อมีครอบครัวมีสมาชิกในครอบครัวเพิ่มจำนวนขึ้นก็ไม่สามารถขยายที่ทำกินหรือหาที่ทำกินเพิ่มเติม เนื่องจากไม่มีรายได้จากแหล่งอื่น และไม่มีเงินเก็บเพื่อจัดหาที่ดินทำกินเป็นของตนเองได้

๔) ปัญหาความเหลื่อมล้ำ จากปัญหาหนี้สิน อาชีพไม่มั่นคง ไม่มีที่ดินทำกิน รายได้ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของชาวบ้านเป็นอย่างมาก ทั้งไม่มีเงินทุนที่จะประกอบอาชีพ และเสี่ยงเลี้ยงดูบุตร ขาดโอกาสในการศึกษาเรียนรู้ ขาดการเข้าถึงการบริการทางสุขภาพที่ดี ขาดความสามารถสร้างประกันภัย ขาดความมั่นใจในการประกอบอาชีพเกษตร ตกทอดสู่รุ่นลูกรุ่นหลานก็ทำได้เพียงเป็นแรงงานรับจ้างรายวันให้กับนายทุนที่มีที่ดินจำนวนมาก ในการทำสวนยางพารา หรือขายปัจจัยการผลิตตลอดจนเป็นแหล่งเงินกู้ยืมระบบให้กับเกษตรกร ซึ่งสร้างรายได้ให้กับคนกลุ่มเล็กๆเพียงไม่กี่คน แต่เกษตรกร ชาวบ้าน ก็ยังมีคุณภาพชีวิตที่ไม่ได้ดีขึ้นแต่ยังได้ ยังส่งผลให้หนี้สินเพิ่มขึ้นอีกด้วย

การส่งเสริมสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรปลูกผักปลอด จึงเป็นอีกหนึ่งวิธีการในการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้ และพัฒนาให้เป็นอาชีพหลัก และแก้ปัญหาเกษตรกรมีรายได้น้อยพอค่าใช้จ่าย ทำให้เกษตรกรมีงานทำ มีรายได้ เพื่อไปชำระหนี้ มีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สร้างรายได้ สร้างอาชีพ ที่ยั่งยืนด้วยการบริหารจัดการแบบระบบสหกรณ์

๓. อุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์

๑) สหกรณ์ (Cooperative) คือองค์การของบรรดาบุคคล ซึ่งรวมกลุ่มกันโดยสมัครใจในการดำเนินวิสาหกิจ ที่พวกเขาเป็นเจ้าของร่วมกัน และควบคุมตามหลักประชาธิปไตย เพื่อสนองความต้องการ (อันจำเป็น) และความหวัง ร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

๒) คุณค่าของสหกรณ์ (Cooperative Values) สหกรณ์อยู่บนพื้นฐานแห่งคุณค่าของการช่วยตนเอง ความรับผิดชอบต่อตนเอง ความเป็นประชาธิปไตย ความเสมอภาค ความเที่ยงธรรม และความเป็นเอกภาพสมาชิก สหกรณ์เชื่อมั่นในคุณค่าทางจริยธรรมแห่งความสุจริต ความเปิดเผย ความรับผิดชอบต่อสังคมและความเอื้ออาทรต่อคนอื่นโดยสืบทอดประเพณีปฏิบัติของผู้ริเริ่มการสหกรณ์

๓) อุดมการณ์สหกรณ์ (Cooperative ideology) คือความเชื่อร่วมกันที่ว่า การช่วยตนเองและการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ตามหลักการสหกรณ์จะนำไปสู่การกินดีอยู่ดี มีความเป็นธรรมและสันติสุขในสังคม

๔) หลักการสหกรณ์ (Cooperative Principles) คือแนวทางที่สหกรณ์ยึดถือปฏิบัติ

หลักการที่ ๑ การเป็นสมาชิกโดยสมัครใจและเปิดกว้าง

หลักการที่ ๒ การควบคุมโดยสมาชิกตามหลักประชาธิปไตย

หลักการที่ ๓ การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของสมาชิก

หลักการที่ ๔ การปกครองตนเองและความเป็นอิสระ

หลักการที่ ๕ การศึกษา ฝึกอบรมและสารสนเทศ

หลักการที่ ๖ การร่วมมือระหว่างสหกรณ์

หลักการที่ ๗ การเอื้ออาทรต่อชุมชน

๕) วิธีการสหกรณ์ (Cooperative Practices) คือ การนำหลักการสหกรณ์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อประโยชน์ของมวลสมาชิกและชุมชน โดยไม่ละเลยหลักการธุรกิจที่ดี

๔. การสร้างเครือข่าย (Networking)

เครือข่าย (Networking) หมายถึง การเชื่อมโยงของกลุ่มคนหรือกลุ่มองค์กรที่สมัครใจ ที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารร่วมกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดระเบียบโครงสร้างของคนในเครือข่ายด้วยความเป็นอิสระ เท่าเทียมกันภายใต้พื้นฐานของความเคารพสิทธิ เชื่อถือ เอื้ออาทรซึ่งกันและกันประเด็นสำคัญของความหมายข้างต้น คือ

- ความสัมพันธ์ของสมาชิกในเครือข่ายต้องเป็นโดยสมัครใจ
- กิจกรรมที่ทำในเครือข่ายต้องมีลักษณะเท่าเทียมหรือแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน
- การเป็นสมาชิก เครือข่ายต้องไม่มีผลกระทบต่อความเป็นอิสระหรือความเป็นตัวของตัวเองของคนหรือองค์กรนั้น ๆ

๑) ทำไมต้องมีเครือข่าย ระบบเครือข่ายจะทำให้คุณเข้าใจธุรกิจและบุคคลต่าง ๆ รวมทั้งช่วยให้องค์กรของคุณเป็นที่รู้จัก ซึ่งจะทำให้องค์กรของคุณอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมือนกับธุรกิจอื่น ๆ เมื่อมีการเชื่อมโยงเครือข่ายเกิดขึ้น คุณจะมีโอกาสได้รับข้อมูลและประสบการณ์มากมายในทันที สิ่งสำคัญก็คือ คุณจะต้องทราบวิธีการสร้างเครือข่ายและวิธีการใช้ให้เกิดประโยชน์ ทรัพย์สินที่มีค่าในระบบเครือข่าย คือ คุณไม่ทราบว่าสิ่งมีค่าใดบ้างที่อยู่รอบ ๆ ตัวคุณ การเชื่อมโยง ในลักษณะของเครือข่ายไม่ได้หมายถึงการจัดการให้คนมานั่งรวมกันเพื่อพูดคุยสนทนากันเฉย ๆ โดยไม่ได้ “ร่วมกัน” ทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดเปรียบเทียบการเอาก่อนอิฐมากองรวมกัน ย่อมไม่เกิดประโยชน์แต่อย่างใด การเชื่อมโยงเข้าหากันจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อเอาก่อนอิฐแต่ละก้อนมาก่อกันเป็นกำแพงโดยการประสานอิฐแต่ละก้อนเข้ากันอย่างเป็นระบบ และก็ไม่ใช่เป็นแค่การรวมกลุ่มของสมาชิกที่มีความสนใจร่วมกันเพียงเพื่อพบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันเท่านั้น แต่จะต้องพัฒนาไปสู่ระดับของการลงมือทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันด้วย และไม่ใช่การรวมรายชื่อบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกันไว้ในมือเพื่อสะดวกแก่การติดต่อ การมอบหมายให้สมาชิกแต่ละคนหาสมาชิกเพิ่มขึ้น ยิ่งได้รายชื่อมากก็ยิ่งทำให้เครือข่ายใหญ่ขึ้น การกระทำเช่นนี้เปรียบเหมือนการขยายถุงใส่อิฐให้โตขึ้น เพื่อจะได้บรรจุอิฐได้มากขึ้น แต่กองอิฐในถุงก็ยังวางระเกะระกะขาดการเชื่อมโยงประสานกันอย่างเป็นระบบ

ดังนั้น เครือข่ายต้องมีการจัดระบบให้กลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่เป็นสมาชิกดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน เพื่อนำไปสู่จุดหมายที่เห็นพ้องต้องกัน ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมเฉพาะกิจตามความจำเป็น เพื่อภารกิจบรรลุเป้าหมายแล้วเครือข่ายก็อาจยุบสลายไป แต่ถ้ามีความจำเป็นหรือมีภารกิจใหม่อาจกลับมารวมตัวกันได้ใหม่หรือจะเป็นเครือข่ายที่ดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องระยะยาวก็ได้การรวมตัวเป็นเครือข่ายในลักษณะการแลกเปลี่ยน ต้องสกัดเอาส่วนดีหรือจุดแข็งของแต่ละฝ่ายมาเรียนรู้และสนับสนุนกันและกัน เป็นผนึกกำลังในลักษณะที่มากกว่า $๑ + ๑ = ๒$ แต่ต้องเป็น $๑ + ๑ > ๒$ หรือเรียกว่าพลังทวีคูณ ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงานเป็นเครือข่ายต้องดีกว่าผลรวมที่เกิดจากการปล่อยให้ต่างคนต่างทำแล้วนำผลลัพธ์ของแต่ละคนมารวมกัน

๒) องค์ประกอบของเครือข่าย เครือข่ายมีองค์ประกอบที่สำคัญอย่างน้อย ๗ อย่างด้วยกัน คือ

๑. มีการรับรู้และมุมมองที่เหมือนกัน (common perception)
๒. การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (common vision)
๓. มีความสนใจหรือมีผลประโยชน์ร่วมกัน (mutual interests/benefits)
๔. การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย (stakeholder's participation)
๕. การมีเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (complementary relationship)
๖. มีการเกี่ยวพันพึ่งพากัน (interdependent)

๗. มีปฏิสัมพันธ์กันในเชิงแลกเปลี่ยน (interaction)

๓) ความจำเป็นที่จะต้องมีเครือข่าย การพัฒนางานหรือการแก้ปัญหาใด ๆ ที่ใช้วิธีดำเนินงานในรูปแบบที่สืบทอดกันเป็นวัฒนธรรมภายในกลุ่มคน หน่วยงาน หรือองค์กรเดียวกัน จะมีลักษณะไม่ต่างจากการปิดประเทศที่ไม่มีการติดต่อสื่อสารกับภายนอก การดำเนินงานภายใต้กรอบความคิดเดิม อาศัยข้อมูลข่าวสารที่ไหลเวียนอยู่ภายใน ใช้ทรัพยากรหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่พอจะหาได้ใกล้มือ หรือถ้าจะออกแบบใหม่ก็ต้องใช้เวลานานมาก จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนางานอย่างยิ่งและไม่อาจแก้ปัญหาที่ซับซ้อนได้

การสร้าง “เครือข่าย” สามารถช่วยแก้ปัญหาข้างต้นได้ด้วยการเปิดโอกาสให้บุคคลและองค์กรได้แลกเปลี่ยนใช้ข้อมูลข่าวสารรวมทั้งบทเรียนและประสบการณ์กับบุคคลหรือองค์กรที่อยู่นอกหน่วยงานของตน ลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน ให้ความร่วมมือและทำงานในลักษณะที่เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน เสมือนการเปิดประตูสู่โลกภายนอก

๔) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเครือข่าย

๑. สมาชิกที่เข้าร่วม ต้องเข้าใจเป้าหมายในการรวมตัวกันว่าจะก่อให้เกิดความสำเร็จในภาพรวมอย่างไร

๒. สร้างการยอมรับในความแตกต่างระหว่างสมาชิก ยอมรับในรูปแบบและวัฒนธรรมองค์กรของสมาชิก

๓. มีกิจกรรมสม่ำเสมอและมากพอที่จะทำให้สมาชิกได้ทำงานร่วมกัน เป็นกิจกรรมที่ต้องแน่ใจว่าทำได้ และกระจายงานได้ทั้งถึง ควรเลือกกิจกรรมที่ง่ายและมีแนวโน้มประสบความสำเร็จ อย่าทำกิจกรรมที่ยากโดยเฉพาะ ครั้งแรก ๆ เพราะถ้าทำไม่สำเร็จอาจทำให้เครือข่ายที่เริ่มก่อตัวเกิดการแตกสลายได้

๔. จัดให้มีและการกระตุ้นให้มีการสื่อสารระหว่างกันอย่างทั่วถึง และสม่ำเสมอ

๕. สนับสนุนสมาชิกทุก ๆ กลุ่ม และทุกด้านที่ต้องการความช่วยเหลือ เน้นการช่วยเหลือกลุ่ม

๖. สมาชิกที่ยังอ่อนแอให้สามารถช่วยตนเองได้

๗. สร้างความสัมพันธ์ของบุคลากรในเครือข่าย

๘. สนับสนุนให้สมาชิกได้พัฒนางานอย่างเต็มกำลังตามศักยภาพและความชำนาญที่มีอยู่ โดยร่วมกันตั้งเป้าหมายในการพัฒนางานให้กับสมาชิกแต่ละกลุ่ม ส่งผลให้สมาชิกแต่ละกลุ่มมีความสามารถพิเศษเฉพาะด้าน เป็นพื้นฐานในการสร้างความหลากหลายและเข้มแข็งให้กับเครือข่าย

๙. สร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างบุคลากรทุกระดับของสมาชิกในเครือข่ายในลักษณะความสัมพันธ์ฉันท์เพื่อน

๑๐. จัดกิจกรรมให้สมาชิกใหม่ของเครือข่าย เพื่อเชื่อมต่อกันกับคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ในการสืบทอดความเป็นเครือข่ายต่อไป

๑๑. จัดให้มีเวทีระหว่างคนทำงานเพื่อพัฒนาหรือแก้ปัญหาในการทำงานด้านต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอรวมทั้งการให้กำลังใจซึ่งกันและกัน

๑๒. จัดให้มีช่องทางการทำงานร่วมกัน การสื่อสารที่ง่ายต่อการเข้าถึงที่ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน เช่น สร้างระบบการส่งต่องาน และสร้างเว็บไซต์เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายเข้าด้วยกัน

๖) การรักษาเครือข่าย トラบใดที่ภารกิจเครือข่ายยังไม่สำเร็จย่อมมีความจำเป็นที่จะต้องรักษาเครือข่ายไว้ ประคับประคองให้เครือข่ายสามารถดำเนินการต่อไปได้ และบางกรณีหลักจากเครือข่ายได้บรรลุผลสำเร็จตาม เป้าหมายแล้ว ก็จำเป็นต้องรักษาความสำเร็จของเครือข่ายไว้ หลักการความสำเร็จของเครือข่าย มีดังนี้

๑. มีการจัดกิจกรรมร่วมที่ดำเนินอย่างต่อเนื่อง
๒. มีการรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างสมาชิกเครือข่าย
๓. กำหนดกลไกสร้างระบบจูงใจ
๔. จัดหาทรัพยากรสนับสนุนเพียงพอ
๕. ให้ความช่วยเหลือและช่วยแก้ไขปัญหา
๖. มีการสร้างผู้นำรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง

๕. การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี และเหมาะสม (Good Agriculture Practices เรียกว่า GAP)

GAP หมายถึง แนวทางในการทำการเกษตร เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดีตรงตามมาตรฐานที่กำหนด ได้ ผลผลิตสูงคุ้มค่าการลงทุนและขบวนการผลิตจะต้องปลอดภัยต่อเกษตรกรและผู้บริโภค มีการใช้ทรัพยากรที่เกิด ประโยชน์สูงสุด เกิดความยั่งยืนทางการเกษตรและไม่ทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม โดยหลักการนี้ได้รับการกำหนด โดยองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) สำหรับประเทศไทย กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตร และสหกรณ์ เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการตรวจรับรองระบบการจัดการคุณภาพ : การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี สำหรับพืช (GAP) โดยได้กำหนดข้อกำหนด กฎเกณฑ์และวิธีการตรวจประเมิน ซึ่งเป็นไปตามหลักการที่สอดคล้องกับ GAP ตามหลักการสากล เพื่อใช้เป็นมาตรฐานการผลิตพืชในระดับฟาร์มของประเทศ รวมทั้งได้จัดทำคู่มือการ เพาะปลูกพืชตามหลัก GAP สำหรับพืชที่สำคัญของไทยจำนวน ๒๔ ชนิด ประกอบด้วย ผลไม้ ทุเรียน ลำไย กัลยไม้ สับปะรด ส้มโอ มะม่วง และส้มเขียวหวาน พืช ผัก มะเขือเทศ หน่อไม้ฝรั่ง ผักคะน้า หอมหัวใหญ่ กะหล่ำปลี พริก ถั่วฝักยาว ถั่วลันเตา ผักกาดขาวปลี ข้าวโพดฝักอ่อน หัวหอมปลี และหัวหอมแบ่ง ไม้ดอก กัลยไม้ตัดดอก และปทุม มา พืชอื่นๆ กาแฟ ไร่สต้า มันสำปะหลัง และยางพารา

การตรวจรับรองระบบ GAP ของกรมวิชาการเกษตรได้แบ่งออกเป็น ๓ ระดับ ดังนี้

๑. กระบวนการผลิตที่ได้ผลิตผลปลอดภัย
๒. กระบวนการที่ได้ผลิตผลปลอดภัยและปลอดภัยจากศัตรูพืช
๓. กระบวนการผลิตที่ได้ผลิตผลปลอดภัย ปลอดภัยจากศัตรูพืชและคุณภาพเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค

หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจประเมินรับรองฟาร์ม GAP ข้อกำหนด หลักเกณฑ์และวิธีการตรวจประเมินที่ใช้ในการ ตรวจรับรองฟาร์ม GAP ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ ยื่นคำขอ

เกษตรกร นิติบุคคล หรือกลุ่มเกษตรกรที่มีความพร้อมในการรับการตรวจประเมินการปฏิบัติทาง การเกษตรที่ดีสำหรับพืช หรือปฏิบัติตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และมีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการ รับรองแหล่งผลิต GAP พืช (RE-๑) และหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับรองการผลิตพืชอินทรีย์ (RE-๓) ยื่นคำขอต่อ เจ้าหน้าที่สำนักพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช (สมพ.) เจ้าหน้าที่สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตร (สวพ.) หรือเจ้าหน้าที่หน่วยงานเครือข่ายของ สวพ.

ขั้นตอนที่ ๒ รับคำขอและตรวจสอบคำขอ

เจ้าหน้าที่ของ สำนัก/ศูนย์/กลุ่ม (ผู้ที่ได้รับมอบหมาย) ตรวจสอบความถูกต้องของคำขอ ขอบข่าย และความครบถ้วนของเอกสารประกอบคำขอ รวมทั้งตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ยื่นคำขอ กรณีหน่วยงานเครือข่ายของ สวพ. รับคำขอ ให้หน่วยงานเครือข่ายจัดส่งสรุปผลการรับคำขอประจำเดือนโดยแจ้งรายชื่อเกษตรกร นิติบุคคล หรือ กลุ่มเกษตรกร ขอบข่าย และจำนวนคำขอ ให้ สวพ. ทราบ กรณีที่สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรรับคำขอ เมื่อได้ พิจารณาที่ตั้งของฟาร์มแล้วพบว่าอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานใด ให้ดำเนินการส่งคำขอ และเอกสารประกอบ คำขอทั้งหมดให้หน่วยงานนั้น เพื่อดำเนินการต่อไป กรณีที่ สวพ. หรือหน่วยงานเครือข่ายของ สวพ. รับคำขอรับรอง ผลผลิต และผลิตภัณฑ์อินทรีย์ สำหรับผู้นำเข้า หากไม่สามารถดำเนินการตรวจประเมินได้ให้ส่งคำขอให้กองพัฒนา ระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช เพื่อวางแผนการตรวจประเมินต่อไป

ขั้นตอนที่ ๓ คัดเลือกคณะผู้ตรวจประเมินและวางแผนการตรวจประเมิน

ผู้อำนวยการสำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตร/ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตร/ ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาระบบและรับรองมาตรฐานสินค้าพืช คัดเลือกคณะผู้ตรวจประเมิน และมอบหมายให้คณะ ผู้ตรวจประเมินดำเนินการวางแผนการตรวจประเมิน ทั้งนี้การคัดเลือกคณะผู้ตรวจประเมินให้พิจารณาจากความรู้ ความสามารถที่ตรงกับขอบข่ายที่ขอรับการรับรอง กรณีที่ไม่มีผู้ตรวจประเมินตรงตามขอบข่ายที่ขอรับการรับรองให้ ติดต่อ สมพ. หรือ สวพ. อื่น หรือใช้ผู้เชี่ยวชาญร่วมคณะผู้ตรวจประเมิน หรือใช้ผู้ตรวจประเมินภายนอกที่มีความรู้ใน ขอบข่ายที่ขอรับการรับรอง ทั้งนี้ผู้ตรวจประเมินที่ได้รับการคัดเลือกต้องมีคุณสมบัติสอดคล้องกับหลักเกณฑ์และ เงื่อนไขว่าด้วยคุณสมบัติและประสบการณ์ของผู้ตรวจประเมินและผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ ๔ เตรียมการตรวจประเมิน

คณะผู้ตรวจประเมินรับทราบแผนการตรวจประเมิน และ เตรียมการก่อนตรวจประเมิน โดย ทำการศึกษาคำขอ รายชื่อเกษตรกรที่ขอรับการตรวจประเมินจากฐานข้อมูล และการทบทวนมาตรฐานที่จะใช้ในการ ตรวจประเมินเพื่อการรับรอง และจัดทำกำหนดการตรวจประเมินให้สอดคล้องกับระยะเวลาในการตรวจประเมิน (Manday) และครอบคลุมทุกกิจกรรมตามขอบข่ายที่ขอรับการรับรอง โดยใช้แบบกำหนดการตรวจรับรองการผลิต GAP พืช จากนั้นจัดเตรียมบันทึกต่าง ๆ ที่ใช้ในการตรวจประเมิน หากเป็นการตรวจประเมินแหล่งผลิต GAP พืช บันทึกต่าง ๆ ที่ใช้ในการตรวจประเมิน ได้แก่ แบบบันทึกการตรวจประเมินแหล่งผลิตพืช แบบบันทึกข้อมูลประจำ ฟาร์มแบบบันทึกข้อบกพร่องฟาร์มจากแหล่งผลิต GAP พืช แบบบันทึกแก้ไขข้อบกพร่อง บันทึกการเก็บตัวอย่างดิน น้ำและพืชส่งวิเคราะห์ และแบบสรุปผลการตรวจประเมินฟาร์ม หากเป็นการตรวจประเมินพืชอินทรีย์ บันทึกต่าง ๆ ที่ ใช้ในการตรวจประเมิน ได้แก่ รายงานการตรวจฟาร์ม หรือรายงานการตรวจผู้ประกอบการตัดบรรจุ และแปรรูปบันทึก การเก็บตัวอย่าง นอกจากนี้ คณะผู้ตรวจประเมินนัดหมายเกษตรกรเพื่อเข้าไปตรวจแปลง

ขั้นตอนที่ ๕ ดำเนินการตรวจประเมิน

คณะผู้ตรวจประเมินดำเนินการตรวจประเมินเพื่อการรับรอง ให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์และ เงื่อนไขในการตรวจประเมินแหล่งผลิต GAP พืช หรือการตรวจประเมินการผลิตพืชอินทรีย์ และให้เป็นไปตาม กำหนดการตรวจประเมินที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งการตรวจประเมินประกอบด้วย การสัมภาษณ์ การตรวจเอกสาร/บันทึก การตรวจพินิจ/การสังเกตกิจกรรม และสถานะของพื้นที่ที่ตรวจ และอาจมีการสุ่มตัวอย่าง ดิน น้ำ หรือพืช ในกรณี สงสัยโดยบันทึกข้อมูลการเก็บตัวอย่าง ในแบบบันทึกการเก็บตัวอย่างดิน น้ำ และพืชส่งวิเคราะห์ เพื่อส่งวิเคราะห์ ต่อไปจากนั้นให้บันทึกสิ่งที่พบจากการตรวจประเมินในแบบบันทึกการตรวจประเมินแหล่งผลิตพืช เมื่อการตรวจ

ประเมินแล้วเสร็จ คณะผู้ตรวจประเมินจะพิจารณาผลการตรวจประเมิน จัดทำแบบบันทึกข้อบกพร่องฟาร์ม และแจ้งให้เกษตรกรรับทราบผลการตรวจประเมินพร้อมลงชื่อในแบบบันทึกข้อบกพร่องฟาร์ม และแบบบันทึกการเก็บตัวอย่างดิน น้ำ และพืชส่งวิเคราะห์ (ถ้ามี) กรณีที่คณะผู้ตรวจประเมิน ตรวจประเมินครบทุกหัวข้อ ให้ผู้ตรวจประเมินจัดทำแบบสรุปการตรวจประเมินฟาร์มกรณีที่ไม่สามารถตรวจได้ครบทุกหัวข้อในการตรวจครั้งแรก ให้ดำเนินการนัดหมายการตรวจประเมินในครั้งต่อไป กรณีมีข้อบกพร่องให้แจ้งเกษตรกรรับทราบและให้เกษตรกรเสนอแนวทางการแก้ไข และกำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จ พร้อมนัดหมายช่วงเวลาในการตรวจประเมินครั้งต่อไปทั้งนี้ในระหว่างการตรวจประเมินเพื่อการรับรอง และการตรวจต่ออายุแหล่งผลิต GAP พืช ให้ยึดแนวทางในการดำเนินการดังนี้

การตรวจประเมินเพื่อการรับรอง

๑. การตรวจประเมินเพื่อการรับรองจะทำการตรวจประเมินแต่ละรายไม่เกิน ๓ ครั้ง หากการตรวจประเมินไม่สามารถเสร็จสิ้นได้ภายใน ๓ ครั้ง ให้แจ้งผลการตรวจประเมินให้ผู้ยื่นคำขอทราบ จากนั้นสรุปผลเสนอคณะกรรมการรับรองมาตรฐานการผลิตพืช เพื่อยกเลิกคำขอต่อไป และหากประสงค์จะขอรับการรับรองต่อไปให้เกษตรกรยื่นคำขอใหม่เมื่อมีความพร้อม

๒. การตรวจประเมินแก้ไขข้อบกพร่องจะตรวจไม่เกิน ๒ ครั้ง ในข้อกำหนดเดียวกัน ถ้าไม่ดำเนินการแก้ไขจำเป็นต้องยกเลิกคำขอการตรวจต่ออายุ

๓. การตรวจประเมินเพื่อต่ออายุการรับรองจะทำการตรวจประเมินแต่ละรายไม่เกิน ๒ ครั้ง หากการตรวจประเมินไม่สามารถเสร็จสิ้นได้ภายใน ๒ ครั้ง และเป็นปัญหาที่เกิดจากเกษตรกร กรมวิชาการเกษตรจะพิจารณายกเลิกคำขอ

๔. การตรวจประเมินเพื่อต่ออายุการรับรอง ครั้งที่ ๒ ต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นไม่เกินกว่า ๖๐ วัน นับจากวันตรวจต่ออายุครั้งแรก ถ้าไม่แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดและเป็นปัญหาที่เกิดจากเกษตรกร กรมวิชาการเกษตรจะพิจารณาวันที่ต่ออายุการรับรองไม่ต่อจากใบรับรองฉบับเดิม

ขั้นตอนที่ ๖ การจัดทำรายงานการตรวจประเมิน

หัวหน้าคณะผู้ตรวจประเมินจัดทำบันทึกข้อความ เรื่องการทวนสอบความถูกต้องเอกสารและบันทึกการตรวจประเมิน และรวบรวมสรุปผลการตรวจประเมิน บันทึกข้อบกพร่อง และบันทึกการเก็บตัวอย่างดิน น้ำ และพืชส่งวิเคราะห์ (ถ้ามี) เสนอผู้ทบทวนทางเทคนิค เพื่อทวนสอบความถูกต้องเอกสารและบันทึกการตรวจประเมิน และลงนามในบันทึกข้อความ และ หัวหน้าคณะผู้ตรวจประเมินรวบรวมเอกสารการตรวจประเมินทั้งหมดส่งให้งานสารบรรณของหน่วยงาน กรณีเกษตรกรมีข้อบกพร่องและไม่สามารถแก้ไขได้ตามกำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จภายใน ๒ ครั้ง เกษตรกรจะถูกยกเลิกคำขอ(กรณีเป็นการตรวจประเมินเพื่อให้การรับรอง) หรือลดขอบข่าย พักใช้เพิกถอน (กรณีเป็นการตรวจติดตาม) หรือ ไม่ต่ออายุใบรับรอง (กรณีเป็นการตรวจต่ออายุ)

ขั้นตอนที่ ๗ นัดหมายและดำเนินการประชุมคณะกรรมการรับรองเพื่อพิจารณา

๑. เลขาธิการคณะกรรมการรับรอง/ผู้อำนวยการกลุ่มถ่ายทอดเทคโนโลยีรวบรวมและตรวจสอบความครบถ้วนและถูกต้องของข้อมูลทั้งหมด จากนั้นจัดเตรียมการประชุม โดยส่งหนังสือเชิญประชุมพร้อมระเบียบวาระการประชุมและเอกสารประกอบการประชุม ให้คณะกรรมการรับรองมาตรฐานการผลิตพืช

๒. คณะกรรมการรับรองมาตรฐานการผลิตพืชดำเนินการประชุมตามระเบียบวาระการประชุม และพิจารณาให้การรับรอง พักใช้ ยกเลิก เพิกถอน

๓. เลขานุการคณะกรรมการรับรองมาตรฐานการผลิตพืช บันทึกผลการประชุม และจัดทำรายงานการประชุม แจ่มตีผลการพิจารณาของคณะกรรมการรับรองมาตรฐานการผลิตพืช ให้เกษตรกร/คณะผู้ตรวจประเมิน/ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ และดำเนินการตามมติต่อไป

ขั้นตอนที่ ๘ จัดทำใบรับรองและทะเบียนรายชื่อผู้ได้รับการรับรอง

เมื่อที่ประชุมคณะกรรมการรับรองมีมติพิจารณาให้การรับรอง เลขานุการคณะกรรมการรับรอง จัดส่งรายงานการประชุมคณะกรรมการรับรองให้เจ้าหน้าที่กลุ่มถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อจัดทำใบรับรอง และจัดทำทะเบียนรายชื่อผู้ได้รับการรับรอง จากนั้นนำเสนอผู้อำนวยการสำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรลงนาม

ขั้นตอนที่ ๙ จัดทำใบรับรองและทะเบียนรายชื่อผู้ได้รับการรับรอง

เมื่อที่ประชุมคณะกรรมการรับรองมีมติพิจารณาให้การรับรอง เลขานุการคณะกรรมการรับรอง จัดส่งรายงานการประชุมคณะกรรมการรับรองให้เจ้าหน้าที่กลุ่มถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อจัดทำใบรับรอง และจัดทำทะเบียนรายชื่อผู้ได้รับการรับรอง จากนั้นนำเสนอผู้อำนวยการสำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรลงนาม

ขั้นตอนที่ ๑๐ ส่งใบรับรองให้ผู้ได้รับการรับรอง เมื่อจัดทำใบรับรองและผู้อำนวยการสำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรลงนามแล้วจึงจัดส่งใบรับรองให้แก่ผู้ได้รับการรับรอง

๖. การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน (Current Marketing Situation)

เป็นการนำเสนอข้อมูลภูมิหลังของตลาด ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน การจัดจำหน่าย และสิ่งแวดล้อมมหภาค เช่น

๑) สถานการณ์ด้านตลาด เป็นการนำเสนอข้อมูลของตลาดเป้าหมาย ขนาด และความเติบโตของตลาด มีการแสดงให้เห็นตัวเลข หลายปีที่ผ่านมา และยังมีข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า การรับรู้ และแนวโน้มพฤติกรรม การซื้อ

๒) สถานการณ์ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นการนำเสนอยอดขายสินค้า (ในรูปจำนวนหน่วยและจำนวนเงิน) ในหลายปีที่ผ่านมา ราคา กำไรขั้นต้น และกำไรสุทธิ

๓) สถานการณ์ด้านการแข่งขัน เป็นการระบุคู่แข่งรายสำคัญ (คู่แข่งทางตรง คู่แข่งทางอ้อม) ขนาดคู่แข่ง เป้าหมาย ส่วนครองตลาด จุดแข็งจุดอ่อน คุณภาพผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ทางการตลาด และพฤติกรรมของคู่แข่ง

๔) สถานการณ์ด้านการจัดจำหน่าย เป็นการเสนอข้อมูลเกี่ยวกับขนาด และความสำคัญของช่องทางจำหน่าย แต่ละช่องทาง

๕) สถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมมหภาค เป็นการอธิบายแนวโน้มของสิ่งแวดล้อมมหภาคอย่างกว้างๆ เช่น ประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง กฎหมาย สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ถือว่าเป็นโอกาสและอุปสรรคต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

๗. การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

เป็นการระบุถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่กระทบต่อสายผลิตภัณฑ์

๑) จุดแข็ง (Strengths) เป็นความแข็งแกร่งที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายใน เช่น จุดแข็งด้านส่วนประสมการตลาด/ การเงิน/ การผลิต/ บุคลากร/ การบริหารงาน และการจัดองค์กร

๒) จุดอ่อน (Weakness) เป็นปัญหาที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายในด้านต่างๆ ของบริษัท บริษัทจะต้องหาวิธีการแก้ปัญหาเหล่านั้น

๓) โอกาส (Opportunities) เป็นข้อได้เปรียบซึ่งวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมภายนอกที่บริษัทแสวงหาโอกาสเพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมนั้น ประกอบด้วยสิ่งแวดล้อมจุลภาค (ลูกค้า คู่แข่ง ผู้ผลิต คนกลาง) และสิ่งแวดล้อมมหภาค (ประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมวัฒนธรรม การเมือง กฎหมาย ทรัพยากรธรรมชาติ)

๔) อุปสรรค (Threats) เป็นอุปสรรคที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและแก้ปัญหาอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น

๘. การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)

เป็นการตัดสินใจกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนการตลาด สามารถกำหนดได้ ๒ ลักษณะ คือ

- ๑) วัตถุประสงค์ด้านการเงิน (Financial Objective) เช่น ต้องการผลตอบแทนจากการลงทุนของตลาดเป้าหมาย ๒๐%, ต้องการกำไรสุทธิ ๑๐ ล้านบาทในปี ๒๕๔๘, ต้องการส่วนครองตลาด ๓๐% ในปี ๒๕๕๐ เป็นต้น
- ๒) วัตถุประสงค์ด้านการตลาด (Marketing Objective) เช่น วัตถุประสงค์ในการขาย, การวางตำแหน่งเพื่อการแข่งขัน, สร้างความภักดีในตราสินค้า, สร้างการรับรู้ในตราสินค้าจาก ๑๕% เป็น ๓๐%, เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายอีก ๒๐% เป็นต้น

๙. การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) STP Marketing

๑) การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

- รูปแบบการแบ่งส่วนตลาด ความชอบเหมือนกัน / กระจัดกระจาย / เกาะกลุ่ม
- เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด เกณฑ์ภูมิศาสตร์ / ประชากรศาสตร์ / ลักษณะจิตวิทยา / พฤติกรรม

๒) การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Targeting)

- การวางตำแหน่ง (Positioning)
- การวางตำแหน่งจากลักษณะ (Positioning by attribute) ผู้ซื้อสินค้ากับลักษณะอย่างไรอย่างหนึ่ง เช่น ลักษณะสินค้าเชื่อถือได้ ปฏิบัติงานได้ดี
- การวางตำแหน่งจากคุณประโยชน์ (Positioning by benefits) ผู้ซื้อสินค้ากับคุณประโยชน์พิเศษที่ลูกค้าจะได้รับ

- การวางตำแหน่งจากการใช้ (Positioning by use)
- การวางตำแหน่งโดยอิงผู้ใช้ (Positioning by user)
- การวางตำแหน่งโดยอิงคู่แข่ง (Positioning by competitor)
- การวางตำแหน่งจากคุณภาพ/ราคา (Positioning by quality/price)

๓). Marketing Mix

- กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การกำหนดตราสินค้า (Brand) คำขวัญ (Slogan) โลโก้ (Logo) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) ฉลาก (Label)
- กลยุทธ์ราคา การกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย และกลยุทธ์การตั้งราคา

- กลยุทธ์การจัดจำหน่าย การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย (ช่องทางตรง ช่องทางอ้อม) ประเภทคนกลางและการควบคุมคนกลาง การปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า (การขนส่ง การคลังสินค้า การควบคุมสินค้าคงเหลือ เป็นต้น)

- กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด การโฆษณา (สื่อโฆษณา งบประมาณการโฆษณา ฯลฯ) การประชาสัมพันธ์ (การให้ข่าว การจัดเหตุการณ์พิเศษ กิจกรรมบริการชุมชน ฯลฯ) การขายโดยบุคคล (การกำหนดค่าตอบแทน การจูงใจ การควบคุม การประเมินผล ฯลฯ) การส่งเสริมการขาย (มุ่งสู่ผู้บริโภค มุ่งสู่คนกลาง มุ่งสู่พนักงานขาย) และการตลาดทางตรง (จดหมายตรง การตลาดทางโทรศัพท์ การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น)

๑๐. โปรแกรมเกี่ยวกับการปฏิบัติ (Action Program)

เป็นการแสดงว่าแผนการตลาดนั้นจะมีโปรแกรมการตลาดที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างไร

วัตถุประสงค์ :

กลยุทธ์ทางการตลาด :

ปฏิบัติการ : ยุทธวิธีต่างๆ ที่ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ใช้กับตลาดเป้าหมาย การปฏิบัติต้องตอบคำถามว่าจะทำอะไร? จะทำเมื่อใด? ใครเป็นคนทำ? ต้นทุนที่จะจ่ายเท่าไร?

ผู้รับผิดชอบ : ฝ่ายที่ต้องดำเนินการ

๑๑. การจัดทำศูนย์ข้อมูลลูกค้า

ช่วยให้สามารถเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าได้อย่างละเอียดและสม่ำเสมอและให้ความเอาใจใส่แก่ลูกค้าทุกๆ รายอย่างทั่วถึงแนวความคิดการตลาดสมัยใหม่เน้นถึงการเก็บข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับลูกค้า ซึ่งนอกจากจะช่วยให้รู้เกี่ยวกับลูกค้ามากยิ่งขึ้น ยังเป็นการสร้างโอกาสสำหรับการเสนอขายผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ตลอดชีวิตของลูกค้าอีกด้วย

แนวทางการดำเนินโครงการส่งเสริมสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรปลูกผักปลอดภัยมาตรฐาน GAP

๑. กำหนดวัตถุประสงค์

๑. เกษตรกรสามารถผลิตผักปลอดภัยได้มาตรฐาน GAP
๒. พัฒนาสู่คลัสเตอร์ผักปลอดภัยเกษตรอินทรีย์
๓. มีตลาดมั่นคง ผลิตสินค้าได้ตามความต้องการของตลาด
๔. สหกรณ์เป็นศูนย์กลางในการดูแลการผลิต การตลาด และการจัดการแก่สมาชิก
๕. เกษตรกรมีอาชีพและรายได้มั่นคง จากการทำเกษตรกรรม

๒. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

- ๑) กำหนดกลุ่มเป้าหมายเกษตรกรสมาชิก ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์
- ๒) กำหนดสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร เป้าหมายที่มีความประสงค์หรือมีความพร้อม

๓. ขั้นตอน/วิธีการดำเนินโครงการ

- ๑) จัดตั้งคณะปฏิบัติงาน หรือผู้รับผิดชอบ
- ๒) จัดทำแผนปฏิบัติงาน (Action plan)
- ๓) ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเกษตรกร เพื่อรับทราบข้อมูลพื้นฐาน ชนิดผลผลิต เงินทุน พื้นที่การผลิต ปัญหาความต้องการ ความเชี่ยวชาญ การมีส่วนร่วมกับสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรเป็นต้น
- ๔) ลงพื้นที่สหกรณ์เพื่อรับทราบข้อมูลพื้นฐาน ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน การดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการ ผลการดำเนินงาน แผนการปฏิบัติงาน ข้อบังคับ ระเบียบสหกรณ์ สถานะการเงิน และอื่นๆ
- ๕) สรุปรายชื่อเบื้องต้น นำเสนอที่ประชุมคณะปฏิบัติงาน และที่ประชุมประจำเดือนหรือรายงานให้ผู้บังคับบัญชาทราบ
- ๖) สำนักงานสหกรณ์จังหวัดร่วมกับสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ประสานงานตลาดหาผู้ค้า วางแผนเจรจาการรับซื้อ พัฒนาร่วมกับตลาดผู้ค้าในกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง
- ๗) สมัครงานสมาชิกเข้าร่วมโครงการ สหกรณ์ประชาสัมพันธ์โครงการส่งเสริมการผลิตพืชผักปลอดภัยครบวงจร ให้เกษตรกรสมาชิกโดยชี้แจงให้ทราบในที่ประชุมกลุ่ม พร้อมรับสมัครเกษตรกรสมาชิกเข้าร่วมโครงการฯ
- ๘) ประชุมชี้แจงโครงการ สำนักงานสหกรณ์จังหวัด และสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ร่วมกันจัดประชุมชี้แจงโครงการฯ ให้เกษตรกรสมาชิกทราบถึงรายละเอียดขั้นตอนกิจกรรมโครงการและการสนับสนุนจากสหกรณ์
- ๙) จัดทำแปลงสาธิตการผลิตพืชผักปลอดภัยที่ตลาดผู้ค้าต้องการและจัดงานนิทรรศการพืชผักปลอดภัยเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานโครงการแก่เกษตรกรสมาชิกประชาชนทั่วไปเพื่อสร้างความมั่นใจในการผลิตพืชผักคุณภาพและผลผลิตพืชผักคุณภาพปลอดภัยต่อผู้บริโภค
- ๑๐) การพิจารณาคัดเลือกเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ เกษตรกรสมาชิกเป็นศูนย์กลางในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการโดยสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร และสำนักงานสหกรณ์จังหวัดเป็นผู้ให้ข้อมูลโครงการฯ โดยดูจากความพร้อมของตัวเกษตรกร และสภาพพื้นที่การผลิตของเกษตรกรสมาชิก และแต่งตั้งตัวแทนสมาชิก เจ้าหน้าที่สหกรณ์ตามหน้าที่รับผิดชอบ

๑๑) สหกรณ์แต่งตั้งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ ในการส่งเสริมการผลิต การรับซื้อ รวบรวม บรรจุภัณฑ์ การเงิน การบัญชี เจ้าหน้าที่การตลาด ขนส่ง ตามความเหมาะสม

๑๒) สำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ให้การสนับสนุน ได้แก่ เงินกู้กองทุนพัฒนาสหกรณ์ โครงการสนับสนุน เงินทุนเพื่อสร้างระบบน้ำในไร่นาสมาชิกสถาบันเกษตรกร โครงการสนับสนุนปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน/อุปกรณ์ จาก กรมส่งเสริมสหกรณ์ บุคลากรและเจ้าหน้าที่

๑๓) ประสานหน่วยงานภาคีที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการให้องค์ความรู้ เป็นแหล่งศึกษาดูงาน และ สนับสนุนในด้านต่างๆที่จำเป็น

๑๔) จัดประชุมถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต สำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ ถ่ายทอดองค์ความรู้การบริหาร จัดการกลุ่มพืชผักปลอดภัยสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตสารชีวภัณฑ์ ปุ๋ย อินทรีย์ ตามแนวทางการลดต้นทุนการผลิต และการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ และการสนับสนุนสินเชื่อ ปัจจัยการผลิต รวมทั้งการบริหารจัดการผลิตภาพการผลิต ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรนาน ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตพืชผัก ปลอดภัยตามระบบ GAP การตรวจรับรองแปลงผลิตพืชผักปลอดภัย GAP

๑๕) สำนักงานสหกรณ์จังหวัด สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร และเกษตรกรสมาชิกร่วมจัดทำแผนการผลิตพืชผัก ปลอดภัย เกษตรกรสมาชิกและสหกรณ์วางแผนการผลิต ชนิดพืช ตามความต้องการตลาด พื้นที่ ระยะเวลาปลูก และ เก็บเกี่ยวผลผลิต และแผนการตลาดของสหกรณ์

๑๖) การส่งเสริมการผลิตพืชผักปลอดภัย เจ้าหน้าที่ส่งเสริมของสหกรณ์ เข้าแนะนำส่งเสริมการผลิตในแปลง ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงเก็บเกี่ยวตรวจสอบคุณภาพและการขนส่งเข้า โรงคัดแยกบรรจุพืชผักผลไม้ สำหรับ (สหกรณ์ที่มีโรง คัดแยก ได้แก่ สหกรณ์การเกษตรโนนสุวรรณ จำกัด และ สหกรณ์นิคมแคนดง จำกัด) เจ้าหน้าที่สำนักงานสหกรณ์ จังหวัดบุรีรัมย์ เข้าส่งเสริมและนำ การบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรบุรีรัมย์และ เจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอที่รับผิดชอบ ติดตามตรวจสอบแปลงผลิต และการออกใบรับรอง GAP พืชผักปลอดภัย โดย สำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ สนับสนุนเงินอุดหนุนในการจัดสร้างโรงคัดแยก บรรจุหีบห่อพืชผักผลไม้และการ ขอรับการรับรองมาตรฐานตามระบบ GMP และพัฒนาฝ่ายจัดการสหกรณ์ในการบริหารจัดการโรงคัดแยกบรรจุหีบ ห่อพืชผักผลไม้ การจัดทำบัญชี การบริหารจัดการครอบคลุมเหมาะสม

๑๗) สหกรณ์ดำเนินการรวบรวมพืชผักและผลผลิตทางการเกษตรของสมาชิกเกษตรกร นำมาคัดแยกคุณภาพ และบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน พร้อมส่งไปจำหน่ายตามจุดต่างๆ

๑๘) ส่งเสริมการสร้างตราสินค้า (แบรนด์) ของสหกรณ์ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและสร้างความตั้งใจ สร้างการรับรู้ในตราสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง

๑๙) กระจายผลผลิตทางการเกษตรสู่มือผู้บริโภค โดยระบบขนส่งรถห้องเย็น เพื่อคงคุณภาพของสินค้าและ ยืดอายุคุณภาพสินค้า พร้อมทั้งลดการสูญเสียระหว่างการขนส่ง

๒๐) ส่งสินค้าไปยังตลาดที่เป็นคู่ค้าและผู้บริโภค ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ตลาดท้องถิ่น พ่อค้าคนกลาง ร้านค้า สหกรณ์ ศูนย์กระจายสินค้า ร้านอาหาร หน่วยทหาร เครือข่ายสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ตลาดนัด เป็นต้น

๒๑) จำทำกลยุทธ์เพื่อเพิ่มโอกาสช่องทางการตลาด และการพัฒนาผลผลิต กระบวนการผลิตให้มีคุณภาพ มาตรฐานและตรงตามความต้องการ

๒๒) ติดตามประเมินผลการดำเนินงาน สรุปรายงานผลการดำเนินงาน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค งานทุก สิ้นเดือน

๔. การติดตามและประเมินผล

- ๑) สหกรณ์ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานในที่ประชุมคณะกรรมการประจำเดือน
- ๒) สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ที่เข้าร่วมโครงการรายงานผลการรวบรวมและจำหน่าย ปัญหาและอุปสรรค และผลการดำเนินงานมายังสำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ ทุกสิ้นเดือน
- ๓) สำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์ ติดตามประเมินผลการดำเนิน โดยการลงพื้นที่ติดตามผล และจัดทำสรุป รายงานผลการดำเนินงาน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ทุกสิ้นเดือน

ภาคผนวก

แบบฟอร์มที่ ๑ วิเคราะห์กระบวนการทำงาน

กระบวนการทำงาน โครงการส่งเสริมสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรปลูกผักปลอดภัยมาตรฐาน GAP

กระบวนการทำงาน	รายละเอียดการทำงาน	องค์ความรู้ที่ใช้ในการทำงาน
๑. การเตรียมการเบื้องต้น	๑. สํารวจข้อมูล เบื้องต้นของเกษตรกร สหกรณ์ ผู้รับซื้อ ๒. จัดตั้งคณะทำงาน ๓. จัดทำ Action plan กำหนดวัตถุประสงค์	การจัดทำฐานข้อมูล การวางแผน การมีส่วนร่วม
๒. การคัดเลือกเอกสารที่เกี่ยวข้อง	๑. แต่งตั้งคณะทำงานเพื่อคัดเลือกประเด็นที่เกี่ยวข้อง ๒. คัดเลือกประเด็นที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการปลูกผักปลอดภัยมาตรฐาน GAP	หลักการ วิธีการสหกรณ์ ความรู้การผลิต มาตรฐาน GAP , GMP การสร้างเครือข่าย การจัดการการตลาด การบริหารจัดการ
๓. เผยแพร่ประเด็นที่เกี่ยวข้อง	๑. จัดทำรูปเล่ม ประเด็นที่เกี่ยวข้อง และเผยแพร่ในเวปไซต์สำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์	

แบบฟอร์มที่ ๒ แผน/ รายงานผลการจัดการความรู้ (KM Action Plan)						
ชื่อส่วนราชการ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์						หน้าที่ ๑/๒
ประเด็นยุทธศาสตร์						
องค์ความรู้ที่จำเป็น/หมวดองค์ความรู้ :						
ลำดับ	กิจกรรมการจัดการความรู้	วิธีการสู่ความสำเร็จ	ระยะเวลา	ตัวชี้วัด ตัวชี้วัด/เป้าหมาย/ (ผลสำเร็จ)	ผู้รับผิดชอบ	
๑	การบ่งชี้ความรู้	๑. ทำการตรวจสอบความรู้เพื่อหาความรู้ที่มีกับความรู้ที่ใช้ ๒. จัดทะเบียนรายการความรู้ที่ต้องใช้ตามกระบวนการ	ก.ค. ๖๓	จำนวนองค์ความรู้ที่มีตามกระบวนการทำงาน	KM team	
๒	การสร้างและแสวงหาความรู้	แลกเปลี่ยนเรียนรู้	ก.ค. ๖๓	จำนวน ๑ องค์ความรู้	KM team	
๓	การจัดความรู้ให้เป็นระบบ	จัดความรู้เป็นหมวดหมู่และนำเข้าระบบการจัดการองค์ความรู้ KM ของกรมส่งเสริมสหกรณ์	ก.ค. ๖๓	จำนวน ๑ องค์ความรู้	KM team	
๔	การประมวลและกลั่นกรองความรู้				KM team	
๕	การเข้าถึงความรู้	บุคลากรของสนง.สหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์เข้าเรียนรู้ผ่านระบบ Website การจัดการความรู้ KM	ส.ค. ๖๓	ร้อยละ ๘๐ บุคลากรสนง.สามารถเข้าใช้ระบบ Website การจัดการองค์ความรู้ KM	บุคลากรของสนง.	

ลำดับ	กิจกรรมการจัดการความรู้	วิธีการสู่ความสำเร็จ	ระยะเวลา	ตัวชี้วัด ตัวชี้วัด/เป้าหมาย/ (ผลสำเร็จ)	ผู้รับผิดชอบ	หน้าที่ ๒/๒
๖	การแบ่งปันแลกเปลี่ยน ความรู้	นำเสนอ ในที่ประชุม	ส.ค. ๖๓	ร้อยละ ๘๐ บุคลากรสนง. ,มีการ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ผ่านระบบ องค์ความรู้ KM	KM team	
๗	การเรียนรู้	ทบทวน ปรับปรุง พัฒนาให้เกิดความรู้ ใหม่	ธ.ค. ๖๓	จัดประชุม ติดตามประเมินผล ๑ ครั้ง	KM team	
ผู้รายงาน :				ผู้อนุมัติ : สหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์		
หมายเหตุ : ให้นำหน่วยงานย่อยพิจารณากิจกรรมตามความเหมาะสม						

เกษตรกรสมาชิกผู้ปลูกผักและผลผลิตการเกษตร

ลำดับ	สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ผลผลิต ผัก เห็ด ผลไม้ ปลา	จำนวนสมาชิกผู้ปลูก (ราย)	จำนวนพื้นที่ปลูก	
			ไร่	งาน
1	สหกรณ์การเกษตรโนนสุวรรณ จำกัด	16	3	2
2	สหกรณ์การเกษตรหนองหงส์ จำกัด	26	47	2
3	สหกรณ์การเกษตรคูเมือง จำกัด	24	42	-
4	สหกรณ์นิคมแคนดง จำกัด	25	23	1
5	สหกรณ์โครงการนำร่องน้ำบาดาลเพื่อการเกษตรตำบลแสงพัน จำกัด	19	18	1
6	สหกรณ์ประมงจังหวัดบุรีรัมย์ จำกัด	6	3	-
7	กลุ่มเกษตรกรทำนาปะเคียบ	8	14	1
8	กลุ่มปลูกผักปลอดสารด้วยพลังงานแสงอาทิตย์บ้านห้วยเสลา	78	19	2
9	สหกรณ์การเกษตรเมืองบุรีรัมย์ จำกัด	30	30	-
รวม		232	201	1

- ลงพื้นที่เยี่ยมเกษตรกร สํารวจความต้องการ/รับทราบปัญหา

**สำนักงานสหกรณ์จังหวัดบุรีรัมย์
กรมส่งเสริมสหกรณ์**



**กองพลทหารราบที่ 6
กองกำลังสุรนารี**

วันที่ 25 เมษายน 2563 พลตรีคุณชัย บุญธรรมเจริญ ผู้บัญชาการกองพลทหารราบที่ 6 / ผู้บัญชาการกองกำลังสุรนารี ตรวจเยี่ยมเกษตรกรสมาชิกผู้ปลูกผักบ้านห้วยเสลา อ.ประโคนชัย

วันที่ 5 พฤษภาคม 2563 จัดประชุมหารือแนวทางการร่วมมือรับซื้อผลผลิตสินค้าเกษตรกรเพื่อประกอบเลี้ยงในหน่วยทหาร

วันที่ 9 พฤษภาคม 2563 กิจกรรม Kick off รับซื้อผลผลิตสินค้าเกษตรกรเพื่อประกอบเลี้ยงในหน่วยทหาร

**สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร 9 แห่ง
รวบรวมผลผลิตสมาชิก/คัดคุณภาพ/บรรจุภัณฑ์/ขนส่งจำหน่าย**



- เงินกู้กองทุนพัฒนาสหกรณ์
- โครงการสนับสนุนเงินทุนเพื่อสร้างระบบน้ำในไร่นาสมาชิกสถาบันเกษตรกร
- โครงการสนับสนุนปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน/อุปกรณ์ จากกรมส่งเสริมสหกรณ์
- บุคลากรและเจ้าหน้าที่ / หน่วยงานบูรณาการ
- แนวทางการจัดการการผลิตและช่องทางการตลาด
- องค์ความรู้ในการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ



ยอดจำหน่าย

ผักปลอดภัย 39,173.00 ก.ก เป็นเงิน 273,242.19 บาท

เห็ดโคนญี่ปุ่น 24,741.00 ก.ก เป็นเงิน 1,338,100.00 บาท

- กองพลทหารราบที่ 6 / กองกำลังสุรนารี
- 1.กองกำลังสุรนารี
 - 2.หน่วยเฉพาะกิจที่ 2
 - 3.กองพันทหารราบที่ 21
 - 4.กองพันทหารม้าที่ 22
 - 5.กองพันทหารปืนใหญ่ สนามที่ 62
 - 6.หน่วยเฉพาะกิจ กรมทหารพรานที่ 26
 - 7.กองพันทหารราบที่ 4 กรมทหารราบที่ 2
 - 8.กองร้อยทหารราบที่ 211
 - 9.กองร้อยทหารราบที่ 211
 - 10.กองพันทหารราบที่ 4 กรมทหารราบที่ 23

จำหน่ายให้กับตลาดเดิมของสหกรณ์

- ศูนย์กระจายสินค้า Central (เห็ดโคนญี่ปุ่น)
- Tops market สาขา Robinson Life style Buriram
- Big C Supercenter สาขาบุรีรัมย์ / สาขาหนองกี่
- ห้างพริกกิจ ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาบุรีรัมย์
- บริษัท ศูนย์อภูธรูปโภค จำกัด
- บริษัท โกว ฟาร์มเดอะ กราวน์ จำกัด จ.นครปฐม
- ช่องทางออนไลน์ (ข้าวสาร)
- พ่อค้าคนกลาง/ร้านค้าส่งในพื้นที่ร้านอาหารในพื้นที่
- ร้านค้าสหกรณ์ / ซูเปอร์มาร์เก็ตสหกรณ์
- ตลาดนัดสหกรณ์ / มหกรรมสินค้า

ผลกระทบในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19

- ยอดการสั่งซื้อลดลง
- เกษตรกรไม่สามารถจำหน่ายผลผลิตได้หมด
- ส่งผลกระทบต่อรายได้เกษตรกรสมาชิกลดลง