

ผลงานวิชาการ



การพัฒนาเครือข่าย
Young Smart Farmer
ภาคตะวันออก สู่ผู้ประกอบการ

โดย

สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 3 จังหวัดระยอง
กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร



คำนำ

ในยุคปัจจุบันที่การเกษตรกำลังเผชิญกับความท้าทายมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ การขาดแคลนทรัพยากร หรือการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมโลก ตลอดจนการก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้เกษตรกรไทยต้องปรับตัวตั้งแต่กระบวนการวางแผนการผลิต การทำการตลาด และการสร้างเครือข่ายเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตรจึงได้กำหนดแนวทางการพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ให้เป็น Young Smart Farmer มีเป้าหมายหลักในการพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ให้มีขีดความสามารถด้านการเกษตร สามารถทดแทนเกษตรกรสูงอายุ การพัฒนาเครือข่าย Young Smart Farmer ในภาคตะวันออกจึงเป็นการตอบสนองต่อความท้าทายเหล่านี้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างสรรค์ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการประกอบการเกษตรของคนรุ่นใหม่และขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจการเกษตรในระดับท้องถิ่นอย่างยั่งยืน โดยมุ่งหวังให้กลุ่มนี้สามารถเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาภาคเกษตรกรรมในภาคตะวันออกให้มีความก้าวหน้าและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น การสนับสนุนและพัฒนาเครือข่ายนี้จึงเป็นส่วนสำคัญในการกระตุ้นการเติบโตของอุตสาหกรรมเกษตรและสร้างฐานเกษตรกรที่เข้มแข็ง

ผลงานทางวิชาการฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ผลการพัฒนาเครือข่าย Young Smart Farmer ในภาคตะวันออก ซึ่งเป็นการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ของกรมส่งเสริมการเกษตร โดยมุ่งเน้นที่การจัดทำและขยายเครือข่ายการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการสร้างโอกาสในการพัฒนาผู้ประกอบการเกษตรกรรุ่นใหม่ ซึ่งประกอบด้วยกรอบแนวคิดการดำเนินงาน สิ่งที่เกิดขึ้น และข้อเสนอแนะตลอดกระบวนการ ซึ่งอาจเป็นประโยชน์ในการสร้างแรงบันดาลใจและความรู้ให้แก่เกษตรกรรุ่นใหม่ ตลอดจนเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาเครือข่ายการเกษตรในพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร
สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ ๓ จังหวัดระยอง

สารบัญ

	หน้า
บทที่ ๑ บทนำ	๑
บทที่ ๒ การตรวจเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๓
- การตรวจเอกสาร ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๓
- กรอบแนวคิดการพัฒนาเครือข่าย Young Smart Farmer ภาคตะวันออก	๑๘
ผู้ประกอบการเกษตร	
บทที่ ๓ การวิเคราะห์สถานการณ์	๑๙
- การสังเคราะห์ข้อมูลกำหนดกลยุทธ์ด้วยตาราง TOWS Matrix	๒๑
บทที่ ๔ ผลการดำเนินงาน	๒๓
- การปรับ Mindset และสร้างแรงบันดาลใจในการขับเคลื่อน Young Smart Farmer และ การก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรรุ่นใหม่	๒๓
- การส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ของสินค้าเกษตร และธุรกิจเกษตร ในปัจจุบันและอนาคต	๒๔
- การเสริมสร้างทักษะการเขียนแผนธุรกิจ และเข้าถึงแหล่งทุน เพื่อสนับสนุนการทำฟาร์ม	๒๖
ของเกษตรกรรุ่นใหม่	
- เสริมสร้างทักษะ Design Thinking เพื่อพัฒนาธุรกิจเกษตร	๒๗
- การฝึกปฏิบัติ แนวทางการนำเสนอ (Pitching) แผนธุรกิจ	๒๘
บทที่ ๕ สรุปอภิปรายผล และขอเสนอแนะ	๒๙
เอกสารอ้างอิง	

บทที่ ๑

บทนำ

ผลงานวิชาการ เรื่อง การพัฒนาเครือข่าย Young Smart Farmer ภาคตะวันออก ผู้ประกอบการ

๑.๑ ความสำคัญและที่มา

ประเทศไทยเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการพัฒนาด้านการเกษตรในหลายมิติ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก จากความขัดแย้งระหว่างประเทศ มาตรการกีดกันทางการค้า การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จากอุณหภูมิโลกที่สูงขึ้น ฤดูกาลแปรปรวน และภัยพิบัติทางธรรมชาติเกิดขึ้นบ่อยครั้ง ส่งผลโดยตรงต่อการผลิตภาพการเกษตร การระบาดของโรคและแมลงศัตรูพืช ส่งผลต่อคุณภาพผลผลิต ความหลากหลายทางชีวภาพลดลง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เข้ามาทดแทนการใช้แรงงานมนุษย์ การตลาด และการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงการเปลี่ยนไปสู่สังคมไร้เงินสด เพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้าโดยตรง ไม่ต้องผ่านคนกลาง การเข้าสู่ความเป็นสังคมผู้สูงอายุ ส่งผลให้แรงงานลดลง เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานต่างชาตินานาชาติขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคการเกษตร ก็ประสบปัญหาแรงงานภาคการเกษตรลดลง ผลิตภาพลดลง และการตัดสินใจยอมรับสิ่งใหม่ๆ และการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นไปได้ จึงต้องมีการส่งเสริมการเกษตรให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

ประกอบกับกรมส่งเสริมการเกษตรได้สร้างและพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ให้เป็น Young Smart Farmer ตั้งแต่ปี ๒๕๕๗ โดยเน้นหนักกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการสร้างเครือข่าย เกษตรกรเป็น "ศูนย์กลางการเรียนรู้และออกแบบการเรียนรู้ด้วยตนเอง" บนหลักการของการเรียนรู้ตลอดชีวิต การมีส่วนร่วม และการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน และมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเป็น "ผู้จัดการเรียนรู้" มีเป้าหมายหลักในการพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ให้มีขีดความสามารถด้านการเกษตร สามารถทดแทนเกษตรกรสูงอายุ และสร้างแรงจูงใจให้คนรุ่นใหม่หันมาประกอบอาชีพเกษตรกรรมโดย Young Smart Farmer จะต้องมีการบริหารจัดการการเกษตรด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมในเชิงผู้ประกอบการเกษตรกรรุ่นใหม่พึ่งพาตนเองได้ มีการเชื่อมโยงเครือข่าย และผู้นำทางการเกษตรในท้องถิ่น ตามคุณสมบัติด้านการเรียนรู้และการใช้นวัตกรรมของเกษตรกรรุ่นใหม่ จึงเป็นบุคคลเป้าหมายหลักในการพัฒนาสู่ผู้ประกอบการเกษตรเพื่อให้ก้าวทันต่อความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมต่อไปในอนาคต

๑.๒ วัตถุประสงค์

๑.๒.๑ เพื่อพัฒนาเครือข่าย Young Smart Farmer ภาคตะวันออกให้เป็นผู้ประกอบการเกษตร เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ในด้านธุรกิจเกษตร

๑.๒.๒ เพื่อพัฒนา Young Smart Farmer ภาคตะวันออก สู่การเป็นผู้ประกอบการต้นแบบ

๑.๒.๓ เพื่อรวบรวมข้อมูลแนวทางการพัฒนา Young Smart Farmer ภาคตะวันออก

๑.๓ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑.๓.๑ มีการสร้างเครือข่าย Young Smart Farmer พร้อมทั้งพัฒนาแนวคิดผู้ประกอบการเกษตร

๑.๓.๒ เกิดต้นแบบผู้ประกอบการ Young Smart Farmer

๑.๓.๓ มีข้อมูลแนวทางการพัฒนา Young Smart Farmer ภาคตะวันออก

๑.๔ ขอบเขตของผลงานวิชาการ

๑.๔.๑ คัดเลือกจาก Young Smart Farmer ภาคตะวันออก จำนวน ๒,๗๑๒ คน

๑.๔.๒ คัดเลือก Young Smart Farmer เพื่อเข้าร่วมการพัฒนาในหลักสูตร อบรมหลักสูตรเพิ่มศักยภาพ Young Smart Farmer สู่มือประกอบการเกษตรรุ่นใหม่ เมื่อวันที่ ๒๒ – ๒๔ มกราคม ๒๕๖๗ ณ โรงแรมสตาร์ คอนเวนชั่น อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง Young Smart Farmer จำนวน ๕๕ ราย

๑.๔.๓ การขับเคลื่อนเครือข่าย Young Smart Farmer ของคณะทำงานผู้ประสานงานเครือข่าย Young Smart Farmer (YSF) ระดับเขต

๑.๕ แผนปฏิบัติงานผลงานวิชาการ

ตารางที่ ๑.๑ แผนปฏิบัติงานผลงานวิชาการ

ขั้นตอนการดำเนินการ	ระยะเวลาดำเนินการ
๑. วิเคราะห์สถานการณ์เครือข่าย Young Smart Farmer ภาคตะวันออก	มกราคม ๒๕๖๗
๒. วางโครงสร้างการเขียน ออกแบบการดำเนินงาน	กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗
๓. รวบรวมข้อมูลผลงานวิชาการจากแหล่งข้อมูล/เอกสารต่างๆ จัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติม/ วิเคราะห์ข้อมูล	มกราคม – พฤษภาคม ๒๕๖๗
๔. เรียบเรียงข้อมูลวิชาการ	มินาคม – สิงหาคม ๒๕๖๗
๕. รายงานสรุปผล จัดทำรูปเล่ม	กรกฎาคม - สิงหาคม ๒๕๖๗

๑.๖ กลุ่ม/ฝ่าย/ผู้รับผิดชอบโครงการ

กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ ๓ จังหวัดระยอง

๑.๗ ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑) ข้อมูลเครือข่าย Young Smart Farmer ผู้ประกอบการภาคตะวันออก

๒) ผลงานวิชาการ เรื่อง การพัฒนาเครือข่าย Young Smart Farmer ภาคตะวันออกให้เป็นผู้ประกอบการ

บทที่ ๒

การตรวจเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๑ การตรวจเอกสาร ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดทำผลงานวิจัย การพัฒนาเครือข่าย Young Smart Farmer ภาคตะวันออก ผู้ประกอบการ ได้นำทฤษฎี ความรู้ทางวิชาการ และสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการ ประกอบด้วย

๑. การพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer)

๒. ทฤษฎีการเรียนรู้

๓. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย

๔. ทฤษฎีการจัดการนวัตกรรม

๕. ทฤษฎีการพัฒนา

๖. แนวคิดเกษตรมูลค่าสูง

โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. การพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer)

กรมส่งเสริมการเกษตร (๒๕๖๔) ให้นิยาม Young Smart Farmer ไว้ว่า เกษตรกรรุ่นใหม่ที่ผ่านการประเมินคุณสมบัติเป็น Young Smart Farmer มีการบริหารจัดการการเกษตรด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมในเชิงผู้ประกอบการเกษตรกรรุ่นใหม่ พึ่งพาตนเองได้ มีการเชื่อมโยง เครือข่าย และผู้นำทางการเกษตรในท้องถิ่น

๑.๑ คุณสมบัติของ Young Smart Farmer ประกอบด้วย

๑.๑.๑ เกษตรกรรุ่นใหม่ มีอายุระหว่าง ๑๗ – ๔๕ ปี และเริ่มต้นทำการเกษตร

๑.๑.๒ มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำการเกษตร ต้องการพัฒนาศักยภาพ

และคุณภาพชีวิตของตนเอง สมัครใจเข้าร่วมโครงการและต้องเข้าร่วมกิจกรรมตลอดระยะเวลาโครงการ

๑.๑.๓ ขึ้นทะเบียนเกษตรกรกับกรมส่งเสริมการเกษตรเรียบร้อยแล้ว

๑.๒ แนวคิดการพัฒนา การพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ให้เป็น Young Smart Farmer ดำเนินการโดยยึดหลักการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรรุ่นใหม่นี้

๑.๒.๑ พัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ โดยใช้เครือข่ายเป็นเป้าหมายและกลไกในการพัฒนาให้เข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้

๑.๒.๒ ใช้หลักการของการเรียนรู้ตลอดชีวิต การมีส่วนร่วมและการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

๑.๒.๓ เกษตรกรเป็น "ศูนย์กลางและออกแบบการเรียนรู้ด้วยตนเอง"

๑.๒.๔ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเป็น "ผู้จัดการเรียนรู้"

๑.๓ กระบวนการพัฒนา การพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ให้เป็น Young Smart Farmer ประกอบด้วยกระบวนการหลัก ดังนี้

๑.๓.๑ การจัดทำแผนพัฒนาตนเอง เป็นการปรับกระบวนการทัศน์ของเกษตรกรรุ่นใหม่ และสร้างแรงจูงใจในการทำการเกษตร ใช้ระบบแนวคิดแบบใหม่ในการปฏิบัติกิจกรรมการเกษตร ตั้งแต่ระบบการผลิต การตลาด จนถึงการบริหารจัดการธุรกิจเกษตร การวิเคราะห์ตนเอง เพื่อค้นหาความต้องการด้านวิชาการและเทคโนโลยี

๑.๓.๒ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นการจัดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบผสมผสาน ระหว่างเกษตรกรรุ่นใหม่กับพี่เลี้ยง โดยเป็นการเรียนรู้แบบเผชิญหน้าหรือแบบเฉพาะกิจจากประสบการณ์ของ ปรชาญชาวบ้านหรือบุคคลต้นแบบ หรือเรียนรู้จากการศึกษาดูงานการลงมือฝึกปฏิบัติจริง รวมถึงการเรียนรู้ ผ่านสื่อสารสนเทศและสื่อออนไลน์

๑.๓.๓ การเชื่อมโยงเครือข่าย เป็นการเน้นหนักในกระบวนการมีส่วนร่วม ทั้งการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงองค์ความรู้ เทคโนโลยี และกิจกรรมการเกษตรตั้งแต่กระบวนการผลิต ไปจนถึงการตลาด เชื่อมโยงเครือข่ายการผลิตและการตลาดกับเพื่อนเกษตรกรด้วยกันสร้างความเข้มแข็งของ กลุ่มและเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างเกษตรกรรุ่นใหม่และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

๑.๓.๔ การประเมินศักยภาพ หลังจากกระบวนการพัฒนา เกษตรกรรุ่นใหม่จะได้รับการ ประเมินคุณสมบัติ Young Smart Farmer ประกอบด้วยคุณสมบัติพื้นฐาน ๖ ข้อ ได้แก่

- ๑) มีความรู้ในเรื่องที่ทำอยู่
- ๒) มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ
- ๓) มีการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาด
- ๔) มีความตระหนักถึงคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค
- ๕) มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
- ๖) มีความภาคภูมิใจในความเป็นเกษตรกร

๑.๔ ขั้นตอนการพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ Young Smart Farmer

๑.๔.๑ ขั้นตอนที่ ๑ Getting Idea ปรับกระบวนการทัศน์เป็นผู้ประกอบการเกษตร ปรับแนวคิด และสร้างแรงจูงใจในการทำอาชีพการเกษตร เน้นการวิเคราะห์ตนเองเพื่อจัดทำแผนพัฒนาดตนเอง การ แลกเปลี่ยนเรียนรู้การเชื่อมโยงเครือข่าย และการประเมินศักยภาพ

๑.๔.๒ ขั้นตอนที่ ๒ Set up Project เริ่มต้นประกอบการเกษตรในเชิงธุรกิจเกษตร พัฒนา กิจกรรมการเกษตรด้วยนวัตกรรม Smart Farm และ Digital Market เพื่อต่อยอดจากแนวคิดสู่การปฏิบัติ โดยการจัดทำแผนธุรกิจเกษตรเบื้องต้น

๑.๔.๓ ขั้นตอนที่ ๓ Startup พัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรเต็มตัว เป็นการพัฒนา Young Smart Farmer ให้เป็นผู้ประกอบการเกษตรรุ่นใหม่ ที่มีการบริหารจัดการการเกษตรด้วยเทคโนโลยี สมัยใหม่ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม มีการวางแผนธุรกิจเกษตรด้วยแนวคิดตลาดนำการผลิต และมีรายได้ที่ มั่นคง

๑.๔.๔ ขั้นตอนที่ ๔ Go to Global พัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรสากลยกระดับ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ให้มีแนวคิดหรือการปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานสากล รวมถึงการยกระดับสินค้า เกษตรออกสู่ตลาดโลก

๑.๕ การพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ Young Smart Farmer ภาคตะวันออก ในพื้นที่ภาคตะวันออก จำนวน ๙ จังหวัด ภายใต้พื้นที่รับผิดชอบของสำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ ๓ จังหวัดระยอง จาก การดำเนินงานพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ Young Smart Farmer ระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๗ ถึง ปี พ.ศ. ๒๕๖๖ จำนวนรวมทั้งสิ้น ๒,๗๑๒ คน (ตารางที่ ๑)

ตารางที่ ๑.๒ จำนวนเกษตรกรรุ่นใหม่ Young Smart Farmer ภาคตะวันออก ระหว่างปี ๒๕๕๗ – ๒๕๖๖

จังหวัด	จำนวน Young Smart Farmer (คน)						รวม
	๒๕๕๗- ๒๕๖๑	๒๕๖๒	๒๕๖๓	๒๕๖๔	๒๕๖๕	๒๕๖๖	
จันทบุรี	๑๒๕	๔๔	๔๑	๔๒	๔๐	๔๐	๓๓๒
ฉะเชิงเทรา	๑๒๗	๔๒	๓๖	๓๔	๓๙	๓๓	๓๑๑
ชลบุรี	๑๔๕	๔๑	๓๖	๔๐	๔๐	๔๐	๓๔๒
ตราด	๑๒๘	๒๖	๒๘	๓๕	๓๕	๓๕	๒๘๗
นครนายก	๑๓๐	๒๒	๑๙	๒๕	๑๗	๖	๒๑๙
ปราจีนบุรี	๑๒๘	๒๕	๓๒	๓๒	๓๐	๓๑	๒๗๘
ระยอง	๑๕๐	๒๗	๒๗	๓๔	๓๒	๓๓	๓๐๓
สมุทรปราการ	๑๔๓	๓๑	๓๐	๓๐	๓๐	๓๐	๒๙๔
สระแก้ว	๑๔๖	๔๐	๔๐	๔๐	๔๐	๔๐	๓๔๖
รวมทั้งสิ้น	๑,๒๒๒	๒๙๘	๒๘๙	๓๑๒	๓๐๓	๒๘๘	๒,๗๑๒

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ ๓ จังหวัดระยอง, ๒๕๖๗.

๒. ทฤษฎีการเรียนรู้

๒.๑ ความหมายของการเรียนรู้

ดวงพร หวานเย็น (๒๕๕๖) ได้ให้ความหมายของการเรียนรู้ไว้ว่า การเรียนรู้ คือ กระบวนการที่ทำให้คนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมความคิด คนสามารถเรียนรู้ได้ จากการได้ยิน การสัมผัส การอ่าน การใช้เทคโนโลยี การเรียนรู้ของเด็กและผู้ใหญ่จะต่างกัน เด็กจะเรียนรู้ด้วยการเรียนในห้อง การซักถาม ผู้ใหญ่มักเรียนรู้ด้วยประสบการณ์ที่มีอยู่ แต่การเรียนรู้จะเกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่ผู้สอนนำเสนอ โดยการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน ผู้สอนจะเป็นผู้ที่สร้างบรรยากาศทางจิตวิทยาที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ที่จะให้เกิดขึ้นเป็นรูปแบบใดก็ได้ เช่น ความเป็นกันเอง ความเข้มงวดกวดขัน หรือความไม่มีระเบียบวินัย สิ่งเหล่านี้ผู้สอนจะเป็นผู้สร้างเงื่อนไขและสถานการณ์เรียนรู้ให้กับผู้เรียน ดังนั้น ผู้สอนจะต้องพิจารณาเลือกรูปแบบการสอนรวมทั้งการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียน การเรียนรู้ คือ กระบวนการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรม โดยการแสดงกริยาโต้ตอบต่อ สถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง

กรมส่งเสริมการเกษตร (๒๕๕๖) ระบุว่า การเรียนรู้ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นกับมนุษย์ตลอดชีวิต การเปลี่ยนแปลงศักยภาพแห่งพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวรซึ่งเป็นผลมาจากการฝึกหรือการปฏิบัติที่ได้รับหรืออีกนัยหนึ่ง การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การปรับเปลี่ยนทัศนคติแนวคิดและ พฤติกรรมจากการได้รับประสบการณ์ที่เกษตรกรมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม หรือจากการฝึกหัด อาจปรับเปลี่ยนไปในทางที่ดี หรือไม่ดี แต่การเรียนรู้ในงานส่งเสริมการเกษตร ควรปรับเปลี่ยนเกษตรกรไปในทางที่ดีขึ้น มีความรู้เพิ่มขึ้น

๒.๒ การเรียนรู้ตลอดชีวิต

พระราชบัญญัติส่งเสริมการเรียนรู้ พ.ศ. ๒๕๖๖ กำหนดไว้ดังนี้

มาตรา ๗ การเรียนรู้ตลอดชีวิตมีเป้าหมายเพื่อจัดให้มีระบบกระตุ้น ชี้นำ หรืออำนวยความสะดวกด้วยวิธีการใด ๆ ให้บุคคลสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองในเรื่องที่ตนสนใจหรือตามความถนัดของตนสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ทุกประเภทได้ในเวลาใด ๆ ที่ตนสะดวกโดยไม่มีภาระค่าใช้จ่ายเกินสมควร และเพิ่มพูนความรู้ให้กว้างขวาง รู้เท่าทันพัฒนาการของโลกอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต รวมทั้งนำความรู้ไปเติมเต็มชีวิตให้แก่ตนเองหรือเกิดประโยชน์ต่อสังคม โดยอาจได้รับการรับรองคุณวุฒิตามความเหมาะสมด้วยก็ได้

มาตรา ๘ ในการจัด ส่งเสริม และสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต ให้กรมดำเนินการโดยคำนึงถึงแนวทาง ดังต่อไปนี้

๑) ดำเนินการโดยวิธีการใด ๆ เพื่อกระตุ้นให้บุคคลเฝ้าหาความรู้ในเรื่องที่ตนสนใจและสร้างสมรรถนะในการเรียนรู้ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เป็นปัจจุบันได้ด้วยตนเองในทุกเวลาอย่างรู้เท่าทัน และเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ทุกประเภทได้โดยง่ายในเวลาที่เหมาะสมโดยไม่มีภาระค่าใช้จ่ายเกินสมควร

๒) จัดให้มีและพัฒนาแหล่งเรียนรู้เพื่อให้บุคคลสามารถเรียนรู้ตลอดชีวิตได้โดยสะดวกโดยไม่มีข้อกำหนดหรือเงื่อนไขใด ๆ ที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้หรือมีลักษณะเป็นการไม่เกื้อหนุนให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต

๓) จัดหรือส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายจัดหรือร่วมกันจัดให้บุคคลในครอบครัวและชุมชนมีนิสัยรักการอ่านหรือการเรียนรู้ รวมทั้งจัดให้มีแหล่งส่งเสริมการอ่านและการเรียนรู้ในชุมชน

๔) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ชำนาญการในภูมิปัญญาท้องถิ่นและภาคีเครือข่ายมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้และเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต

๒.๓ การเรียนรู้ด้วยการนำตนเอง

สมบัติ สุวรรณพิทักษ์ (๒๕๔๑) ได้อธิบายเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้วยการนำตนเองว่า เป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อความอยู่รอดของชีวิตทั้งในปัจจุบันและอนาคต เป็นการเรียนรู้ที่ยอมรับสภาพความแตกต่างของแต่ละบุคคล เป็นการเรียนรู้ที่เคารพในศักยภาพของผู้เรียน ซึ่งจะตอบสนองความต้องการ ความสนใจของผู้เรียน โดยการยอมรับว่า ผู้เรียนทุกคนมีความสามารถที่จะเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเองได้ เพื่อให้ตนเองสามารถดำรงอยู่ในสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีความสุข

การดำเนินการเรียนรู้ด้วยการนำตนเองที่ได้นั้น ผู้สอนมีหน้าที่เป็นเพียงผู้อำนวยความสะดวก (facilitator) ที่คอยแนะนำช่วยเหลือ ส่งเสริม และกระตุ้นให้ผู้เรียนได้เป็นผู้ดำเนินการเรียนรู้ด้วยตัวเองเป็นสำคัญ เมื่อพิจารณาการจัดการเรียนการสอนด้วยวิธีการเรียนรู้ด้วยการนำตนเอง

๒.๔ การจัดกระบวนการเรียนรู้

ปณิศา พันภัย (๒๕๔๔) กล่าวว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นกระบวนการที่เป็นระบบเกี่ยวกับการประมวลสารสนเทศ ความคิด การกระทำและประสบการณ์ของบุคคล เพื่อสร้างความรู้และนวัตกรรมใหม่ การจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดการแบ่งปัน และถ่ายโอนความรู้ ในที่สุดความรู้ที่มีอยู่ก็จะแพร่กระจายไหลเวียนไปทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุล เพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์กร สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (๒๕๔๓) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้ไว้ดังนี้

๒.๔.๑ ค้นหาความรู้ (Knowledge Identification) ค้นหาว่าองค์กรมีความรู้อะไรบ้างในรูปแบบใดอยู่ที่ใครและความรู้คืออะไรและขาดความรู้หรือไม่

๒.๔.๒ การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) เป็นวิธีการดึงความรู้มาจากแหล่งต่าง ๆ ที่อาจอยู่กระจัดกระจายหรืออาจสร้างความรู้ขึ้นมาใหม่จากความรู้เดิมก็ได้

๒.๔.๓ การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้

๒.๔.๔ การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) เพื่อให้ความรู้อยู่ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจง่าย และใช้งานได้ง่าย หรืออาจเป็นการปรับรูปแบบให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

๒.๔.๕ การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) หากความรู้ที่ได้มานั้นไม่สามารถนำไปเผยแพร่ได้ความรู้นั้นจะเป็นความรู้ที่ไร้ค่า ดังนั้น เพื่อความเป็นประโยชน์แล้วต้องมีวิธีจัดเก็บและกระจายความรู้ให้ถึงผู้ใช้

๒.๔.๖ การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) การจัดเก็บและเผยแพร่ความรู้ อาจทำได้เพียงความรู้ที่อยู่ภายนอกแต่ความรู้ที่อยู่ในคนจำเป็นต้องมีการพบปะพูดคุยเพื่อแลกเปลี่ยน

๒.๔.๗ การเรียนรู้ (Learning) วัตถุประสงค์ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือการเรียนรู้ของบุคลากรและนำความรู้ไปใช้เพื่อให้เกิดการแก้ปัญหาและพัฒนา

Bryan Bergeron (๒๐๐๓) กล่าวว่า นิยามการจัดการองค์ความรู้ หมายถึงกลยุทธ์หรือแนวทางซึ่งองค์การดำเนินการอย่างเป็นระบบในการคัดเลือกกลั่นกรองจัดเก็บจัดระบบจัดหมวดหมู่สารสนเทศที่จำเป็นต่อการทำธุรกิจ หรือการปฏิบัติการกิจขององค์กร ตลอดจนการจัดให้มีระบบสื่อสารสารสนเทศดังกล่าวภายในองค์กรเพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานของพนักงานและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ทั้งนี้การจะทำความเข้าใจถึงระบบการจัดการความรู้ต้องเข้าใจความแตกต่างระหว่างคำ ๔ คำ คือ ข้อมูล (Data) สารสนเทศ (Information) องค์ความรู้ (Knowledge) และความรู้ความเข้าใจ (Understanding) ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าความรู้ คือสิ่งที่เราสะสมมา ซึ่งอาจได้มาจากการศึกษาหรือประสบการณ์ในอดีต หรือจากการปฏิบัติงาน โดยผ่านกระบวนการคิดเปรียบเทียบ และนำมาวิเคราะห์เชื่อมโยงกับความรู้อื่น ๆ จนเกิดความเข้าใจและนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยไม่จำกัดเวลาและความรู้สามารถนำกลับมาใช้และสามารถผลิตความรู้ใหม่ได้อย่างไม่จำกัดเวลาเช่นกัน

๓. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย

๓.๑ ความหมายของเครือข่าย

ประเวศ วะสี (๒๕๔๑) ให้ความเห็นว่า เครือข่าย หมายถึง การที่คนมาพบปะ มาประชุม และทำสิ่งที่เป็ประโยชน์ต่อกัน เพราะมีสิ่งยึดโยงใจระหว่างสมาชิกเข้าด้วยกัน คือ สัมพันธภาพระหว่างสมาชิกในเครือข่าย โดยบุคคลจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างกัน บนพื้นฐานความเท่าเทียม ในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านโอกาสในการสื่อสาร การเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร และการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ร่วมกัน

นฤมล นิราทร (๒๕๔๓) ให้ความหมายของเครือข่ายว่าหมายถึง รูปแบบหนึ่งของการประสานงานของบุคคล กลุ่ม หรือองค์กรหลาย ๆ องค์กรที่ต่างก็มีทรัพยากรของตนเอง มีเป้าหมาย มีวิธีการทำงาน และมีกลุ่มเป้าหมายของตนเอง บุคคลหรือกลุ่มเหล่านี้ได้เข้ามาประสานงานกันอย่างมีระยะเวลา ยาวนานพอสมควร แม้อาจจะไม่มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอก็ตาม แต่ก็จะมีการวางรากฐานเอาไว้เปรียบเสมือนการมีสายโทรศัพท์ต่อเอาไว้ เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความต้องการที่จะขอความช่วยเหลือหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ เพื่อแก้ปัญหา ก็สามารถติดต่อไปได้ในการเข้าร่วมเป็นองค์กรเครือข่าย แม้ว่า

องค์กรเหล่านี้จะมีบางสิ่งบางอย่างร่วมกัน เช่น มีเป้าหมายการทำงานร่วมกัน มีผลประโยชน์ร่วมกัน องค์กรเหล่านี้ก็ยังคงความเป็นเอกเทศ เพราะการเข้าร่วมเป็นเครือข่าย เป็นการเข้าร่วมเพียงบางส่วนขององค์กรเท่านั้น

ฉัตรชัย สิงโต (๒๕๕๕) กล่าวว่า เครือข่ายหมายถึงกลุ่มของคน หรือกลุ่ม หรือองค์กรที่มีความสนใจในการเรียนรู้แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ประสบการณ์ระหว่างกัน หรือลงมือทำกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์ระหว่างกันในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและอื่น ๆ โดยมีการจัดรูปแบบการจัดการ ให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเชื่อมโยงกิจกรรมร่วมกัน กิจกรรมเครือข่ายต้องมีลักษณะเท่าเทียมกัน และเห็นความตระหนักร่วมกันในเป้าหมายและแผนงานที่จะทำ

๓.๒ ความสำคัญของเครือข่าย

จารีรัตน์ ประกแก้ว และคณะ (๒๕๔๑) กล่าวว่า เครือข่ายปราชญ์และชาวบ้านและพหุภาคีภาคอีสานมีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจาก

๓.๒.๑ ทำให้เกิดเวทีแลกเปลี่ยน เมื่อมีเวทีแลกเปลี่ยนก็ทำให้เกิดองค์ความรู้ได้แลกเปลี่ยน ประสบการณ์และแนวคิดด้านวัฒนธรรม

๓.๒.๒ เครือข่ายช่วยเพิ่มความเข้มแข็งให้ชุมชน และได้รู้จักสามัคคี

๓.๒.๓ เครือข่ายทำให้เกิดกระบวนการร่วมคิดร่วมทำ และร่วมทุน

๓.๒.๔ เครือข่ายทำให้เกิดการประสานอุดมการณ์ และความคิดของกันและกันให้กว้าง ตามประเพณีของแต่ละท้องถิ่น

๓.๓ องค์ประกอบของเครือข่าย

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (๒๕๔๓) กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่ายว่า มีองค์ประกอบที่สำคัญ ๗ ประการคือ

๓.๓.๑ การรับรู้มุมมองร่วมกัน (Common Perception) หมายถึงการที่สมาชิกที่เข้ามาอยู่ในเครือข่ายต้องมีความรู้สึกนึกคิดและการรับรู้ร่วมกันถึงเหตุผลการเข้าร่วมเป็นเครือข่าย อาทิ มีความเข้าใจในปัญหา มีสำนึกในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน และมีความต้องการความช่วยเหลือในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกเครือข่ายเกิดความรู้สึกร่วมกันในการดำเนินกิจกรรมบางอย่างเพื่อแก้ปัญหาความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น

๓.๓.๒ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision) หมายถึงการมองเห็นจุดมุ่งหมายในอนาคต ร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม การรับรู้เข้าใจถึงทิศทางเดียวกันและมีเป้าหมายที่จะดำเนินไปด้วยกัน จะช่วยให้เกิดกระบวนการเคลื่อนไหวของเครือข่ายมีพลังเกิดเอกภาพ และช่วยบรรเทาความขัดแย้งอันเกิดจากมุมมองที่แตกต่างกันไป

๓.๓.๓ มีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน (Mutual Interests/Benefit) หมายถึง การที่สมาชิกแต่ละคนมาร่วมกันเพื่อประสานผลประโยชน์และความต้องการซึ่งผลประโยชน์ และความต้องการนั้น จะไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จได้หากสมาชิกต่างคนต่างอยู่ ดังนั้นจึงมีการรวมตัวกันบนฐานผลประโยชน์ร่วมกัน ที่มากเพียงพอจะดึงดูดให้รวมเป็นเครือข่าย

๓.๓.๔ การมีส่วนร่วมของสมาชิกของเครือข่ายอย่างกว้างขวาง (All Stakeholder Participation) การมีส่วนร่วมของสมาชิก มีความสำคัญต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายเพราะกระบวนการการมีส่วนร่วมเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการร่วมรับรู้ ร่วมความคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมลงมือกระทำอย่างแข็งขัน ดังนั้น

สมาชิกในเครือข่ายจึงควรเสริมสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะความเท่าเทียม และในฐานะหุ้นส่วนของเครือข่าย และควรสานต่อความสัมพันธ์ในแนวนราบ

๓.๓.๕ กระบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (complementary relationship) หมายถึง การที่สมาชิกในเครือข่ายต่างก็ต้องเสริมสร้างกระบวนการทำงานของกันและกันโดยที่ใช้จุดแข็งของฝ่ายหนึ่งคอยช่วยเหลืออีกฝ่ายหนึ่งที่มีจุดอ่อน ซึ่งจะทำให้เกิดการประสานผลประโยชน์ร่วมกันการเสริมสร้างต่อกันนั้น เกิดขึ้นจากการรวมตัวเป็นเครือข่าย ซึ่งมีผลดีมากกว่าการไม่รวมเป็นเครือข่าย

๓.๓.๖ การพึ่งพิงร่วมกัน (Interdependence) คือ การเติมเต็มในส่วนที่ขาดของแต่ละฝ่าย เนื่องจากทุกฝ่ายต่างก็มีข้อจำกัดในกระบวนการทำงานและมีความรู้ประสบการณ์ที่แตกต่าง ดังนั้น จึงมีการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างสมาชิกในเครือข่าย

๓.๓.๗ การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (Interaction) หมายถึง การที่สมาชิกในเครือข่ายมีการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก และผลการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน ระหว่างกันนั้น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเครือข่ายตามมาด้วย

๓.๔ ประเภทเครือข่ายในการส่งเสริมและพัฒนากษेत्र

เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ (๒๕๖๐) ได้จำแนกประเภทของเครือข่ายในการส่งเสริมและพัฒนากษेत्रออกได้ ๒ ประเภทใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ

๓.๔.๑ เครือข่ายเชิงพื้นที่ เป็นการรวมตัวของกลุ่ม องค์กร เครือข่าย ที่อาศัยพื้นที่ดำเนินการ เป็นปัจจัยหลักในการทำงานร่วมกัน แบ่งเป็น ๒ ประเภท ได้แก่

๑) การแบ่งเครือข่ายตามระบบการปกครองของภาครัฐ เช่น เครือข่ายคุ้มบ้าน เครือข่ายตำบล เครือข่ายภาคเป็นต้น

๒) การแบ่งพื้นที่ตามความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติ ลักษณะกระบวนการทำงาน ทั้งในแนวดิ่งและแนวนราบ โดยมีการรวมศูนย์กิจกรรมเข้าสู่ส่วนกลาง และมีศูนย์ประสานงานย่อยในพื้นที่ขนาดเล็ก เช่น เครือข่ายเหมืองฝาย เครือข่ายลุ่มน้ำ เป็นต้น

๓.๔.๒ เครือข่ายเชิงประเด็นกิจกรรม เป็นเครือข่ายที่ใช้ประเด็นกิจกรรม การนำลักษณะพิเศษ ของกิจกรรมมาจัดเป็นเครือข่าย โดยมองข้ามประเด็นเชิงพื้นที่ เครือข่ายประเภทนี้ เช่น เครือข่ายของเกษตรกร กลุ่มเกษตรกรผสมผสาน เครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้ง กลุ่มสมุนไพร กลุ่มธนาคารข้าว กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ เครือข่ายป่าชุมชน เครือข่ายภูมิปัญญาท้องถิ่น เครือข่ายกลุ่มที่ทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชนเพื่อบ่มเพาะธุรกิจ พอเพียง เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมการทำงานมีการประสานงานในแนวดิ่งและแนวนราบ

๓.๕ วิธีการทำงานกับเครือข่ายในการส่งเสริมและพัฒนากษेत्र

เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ (๒๕๖๐) กล่าวว่า ในการทำงานกับเครือข่ายในชุมชนที่เข้าไปทำงาน อาจไม่ได้เริ่มต้นเป็นขั้นตอนตามลำดับ บางครั้งนักส่งเสริมอาจเข้าไปทำงานกับชุมชนที่กำลังก่อตัวเป็น เครือข่าย หรืออยู่ในระยะของการเป็นเครือข่ายแล้ว ซึ่งนักส่งเสริมจะต้องเข้าใจในระยะต่าง ๆ ของพัฒนาการ ของเครือข่าย ตามระยะต่าง ๆ ของการพัฒนาการของเครือข่าย มีรายละเอียดดังนี้

๓.๕.๑ ระยะเตรียมการ/ก่อเกิด เป็นระยะเริ่มต้นของการพัฒนาให้เกิดเครือข่าย ในระยะนี้นัก ส่งเสริมควรดำเนินการในประเด็นต่อไปนี้

๑) ศึกษาข้อมูลและสภาพการณ์ สถานการณ์กลุ่ม ว่ามีทรัพยากรอะไรบ้าง เรามีดีอะไร เราเป็นอย่างไรและปัญหาที่กลุ่มต่าง ๆ พบมีอะไรบ้าง และปัญหาอะไรที่กลุ่มไม่สามารถจัดการได้ในระดับกลุ่ม แสวงหาข้อมูลทางเลือก ค้นหาความต้องการ และจุดร่วมของกลุ่ม

๒) หาแนวร่วม ค้นหากลุ่มเป้าหมายที่สนใจร่วมกัน ค้นหาภาคีองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แต่ละภาคีหรือองค์กรมีบทบาทหน้าที่อย่างไร

๓) ส่งเสริมให้ทำความรู้จักกันและกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน สร้างความเข้าใจร่วมกัน ว่าทำไมต้องร่วมเป็นเครือข่าย

๓.๕.๒ ระยะก่อตั้งเป็นเครือข่าย เป็นระยะที่มีการสร้างพันธมิตรระหว่างกัน แต่ยังไม่ชัดเจน ซึ่งในระยะนี้อาจเริ่มจากการเป็นเครือข่ายเรียนรู้ ซึ่งนักส่งเสริมควรมีการดำเนินการดังนี้

๑) ส่งเสริมให้กลุ่มมาพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่พบมาร่วมกัน

๒) ส่งเสริมให้กำหนดวัตถุประสงค์และข้อตกลงร่วม การกำหนดบทบาทหน้าที่และวางแผนเครือข่าย

๓) การเริ่มสร้างและพัฒนาผู้นำ ในกรณีที่ยังไม่มีผู้นำที่ชัดเจน จำเป็นต้องมีการสร้างผู้นำเพื่อเป็นตัวเชื่อม โยงถึงกันอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

๔) การจัดระบบติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกและเครือข่าย อาจกำหนดให้มีแม่ข่ายและลูกข่ายย่อยที่เชื่อมโยงถึงกันอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

๕) การส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง โดยนักส่งเสริมต้องมีเวทีให้เครือข่ายได้พบกันอย่างสม่ำเสมอ

๓.๕.๓ ระยะการดำเนินกิจกรรม ในระยะนี้ บางครั้งเราเรียกว่า เครือข่ายกิจกรรม เครือข่ายย่อยจะมีการมาทำกิจกรรมร่วมกัน การเสริมสร้างกิจกรรมสาธารณะและเวทีแห่งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสร้างความรู้ใหม่ การจัดการความรู้ที่ต่อเนื่อง ในระยะนี้แบ่งออกเป็น ๒ กิจกรรมย่อย

๑) การพัฒนาความสัมพันธ์เครือข่าย เครือข่ายจะมีความเป็นทางการมากขึ้น มีการตั้งคณะกรรมการเครือข่าย นักพัฒนาควรมีการกำหนดช่องทางการประสานเครือข่าย กำหนดช่วงเวลาที่เครือข่ายมาประชุมร่วมกัน รวมทั้งแนวทางในการทำกิจกรรมของเครือข่าย

๒) การรักษาความสัมพันธ์เครือข่าย ควรมีการจัดกิจกรรมที่ต่อเนื่อง การรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างสมาชิก การเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ การกำหนดและสร้างระบบจูงใจ ในการทำงานกับเครือข่ายที่มีการบริหารจัดการข้อมูล และการสร้างเสริมผู้นำรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง

๓.๕.๔ ระยะขยายเครือข่าย เป็นระยะที่เครือข่ายสามารถพึ่งตนเองได้มากที่สุด เมื่อเครือข่ายมีความเข้มแข็งจะขยายเครือข่ายไปสู่กลุ่มอื่น ๆ ที่ทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกันและเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน ในระยะนี้นักส่งเสริมควรดำเนินการ ดังนี้

๑) ใช้วิธีประสานความร่วมมือโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย

๒) การส่งเสริมและดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ ให้กำลังใจซึ่งกันและกัน

๓) การติดตามและประเมินผลแบบมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้สมาชิกเครือข่ายได้ติดตามและประเมินผลการทำงานร่วมกัน

๔. แนวคิดผู้ประกอบการเกษตร

๔.๑ ความหมายของผู้ประกอบการ

Ahmad and Hoffman (๒๐๐๗) ได้กล่าวถึงความหมายของการเป็นผู้ประกอบการ ว่าเป็นปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการประกอบการ เพื่อสร้างคุณค่าผ่านการสร้างสรรค์ การขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยการค้นหาและใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือตลาดใหม่ ๆ นอกจากนี้ผู้เขียนยังกล่าวถึงองค์ประกอบอีกอย่างที่สำคัญก็คือ ตัวของผู้ประกอบการเองในฐานะเจ้าของธุรกิจ จากความหมาย

ดังกล่าวพบว่า การเป็นผู้ประกอบการนั้น เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบสำคัญ ๒ ประการ ได้แก่ ตัวผู้ประกอบการ และกิจกรรมการประกอบการ

วิพุธ อ่องสกุล และธวัชรณ กนิษฐ์พงศ์ (๒๕๕๐) นิยามความหมายของผู้ประกอบการว่า คือผู้ที่มองเห็นโอกาสและยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจัดการเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งความเสี่ยงนั้นอาจหมายถึงความเสี่ยงด้านการเงินและทางด้านจิตใจ ผู้ประกอบการในความหมายภาษาฝรั่งเศส หมายถึงผู้ซึ่งจัดการการเดินทาง และผู้จัดการในสนามรบ มีหลายความหมายที่ถูกพัฒนาในช่วงหลายปี

แต่ในใจความส่วนใหญ่ได้รวมถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- ๑) ความคิดสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่เริ่มขึ้น
- ๒) การประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ กระบวนการตลาด วัตถุดิบ
- ๓) การยอมรับความเสี่ยง เจ้าของธุรกิจแบ่งรับความเสี่ยงของการขาดทุนที่อาจเกิดขึ้นหรือความล้มเหลวของธุรกิจ

๔) การจัดการทั่วไป เจ้าของธุรกิจชั้นนำธุรกิจและจัดทรัพยากรของธุรกิจให้เหมาะสม

๕) ความตั้งใจในผลงานของตน ความคาดหวังในอัตราการเจริญเติบโตหรือกำไร

สมคิด บางโม (๒๕๕๕) ให้ความหมายของผู้ประกอบการ คือ ผู้ลงทุนประกอบธุรกิจโดยการยอมรับความเสี่ยงต่อการขาดทุนและกำไร รวมทั้งควบคุมดำเนินการธุรกิจด้วยตนเอง ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องมีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจที่ประกอบการ มีเงินทุนอยู่บ้าง ไม่ใช่กู้ยืมลงทุนทั้งหมด รักความอิสระ ไม่อยากเป็นลูกจ้างใคร พร้อมทั้งทำงานหนัก นอกจากนี้ยังมีความรู้เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจหลายประการ อาทิ การบริหารบุคคล การเงินและบัญชี การจัดซื้อ การบริหารการตลาด การโฆษณา การผลิต เอกสารธุรกิจ การบริหารความเสี่ยง การขนส่งและวงจรธุรกิจ เป็นต้น ดังนั้นผู้ที่สนใจจะประกอบธุรกิจจะต้องศึกษาเรื่องดังกล่าวให้เข้าใจ เพื่อประกันความสำเร็จในการประกอบการ

๔.๒ ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร

มรกต กำแพงเพชร (๒๕๖๐) กล่าวว่าผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรแตกต่างจากผู้ประกอบการทั่วไปเพราะธุรกิจเกษตรเป็นในธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ดิน น้ำ อากาศ และสภาพแวดล้อมทางสังคมชุมชนที่ทำการเกษตร

อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ (๒๕๕๙) ได้เสนอไว้ว่า ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องไม่ต่ำกว่า ๒๐ ปีได้เปลี่ยนชาวบ้านส่วนใหญ่ที่เคยเป็นชาวนามาสู่การเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneur) โดยแบ่งประเภทของการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของคนชนบทในระดับชุมชนท้องถิ่น ไว้ดังนี้

๑) ผู้จัดการนา/ผู้ประกอบการนา เช่น เจ้าของที่นาที่เปลี่ยนตัวเองไปสู่การเป็น“ผู้จัดการนา” เพราะใช้การจ้างทุกขั้นตอน

๒) ผู้ประกอบการไร่นา การเพาะปลูก สร้างสวนในพื้นที่ที่ใหญ่ขึ้นและใช้แรงงานรับจ้างเกือบทั้งหมด

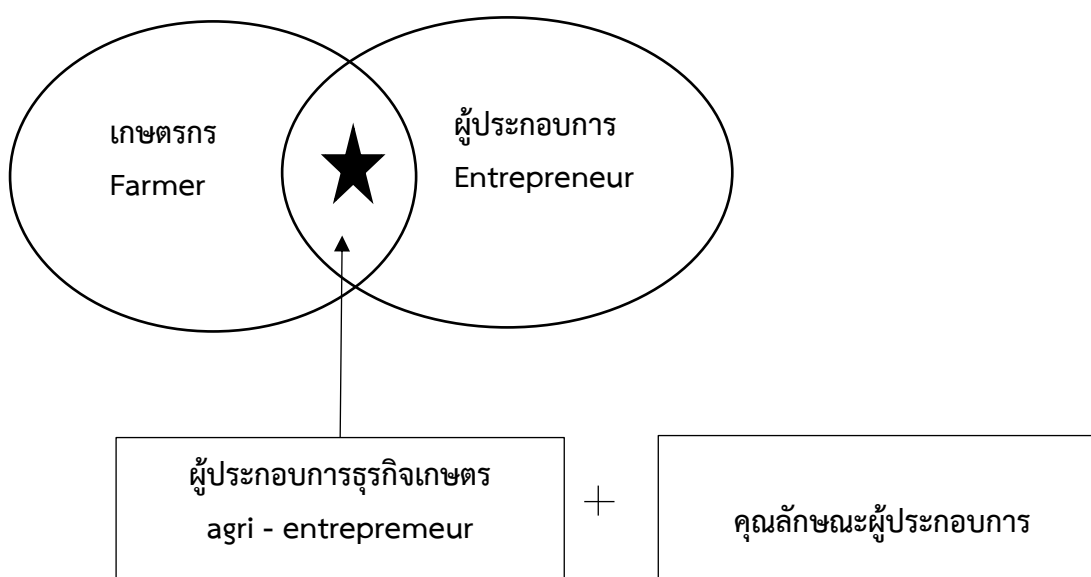
๓) ผู้ประกอบการในฐานะผู้รับช่วงสัญญาในระบบเกษตรพันธะสัญญา

๔) ผู้ประกอบการ “เร่” ขายสินค้าต่าง ๆ ในเขตเมือง

๕) ผู้ประกอบการในตลาดรูปแบบใหม่ เช่น ร้านอินเทอร์เน็ต ร้านกาแฟ ร้านชาในตำบล ทั้งนี้การกลายเป็นผู้ประกอบการในชนบทมีธรรมชาติเช่นเดียวกับผู้ประกอบการสมัยใหม่ทั้งหลายคือ มีกำไรเป็น

แรงจูงใจในการประกอบการ มีการประกอบสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดอยู่เสมอ และมีความสามารถเป็นผู้รับความเสี่ยงทางเศรษฐกิจและบริหารจัดการความเสี่ยง

มรกต กำแพงเพชร (๒๕๖๐) ได้สังเคราะห์แนวคิดผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร ไว้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร หมายความว่า บุคคลที่เป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ก็คือ เกษตรกรที่เป็นผู้ประกอบการและมีคุณลักษณะ มีทัศนคติ และพฤติกรรมที่เหนือกว่าเกษตรกร กล่าวคือ เกษตรกร คือ บุคคลที่ทำหน้าที่ผลิตวัตถุดิบทางการเกษตร มีรายได้จากการขายวัตถุดิบทางการเกษตร แต่ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรคือ บุคคลที่จัดการธุรกิจการเกษตรที่มีความตั้งใจในการขยายธุรกิจและการที่มี ความเป็นผู้นำ และการบริหารจัดการความสามารถเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ดังภาพที่ ๑



ภาพที่ ๑ การสังเคราะห์แนวคิดผู้ประกอบการเกษตรกร

ที่มา : มรกต กำแพงเพชร, ๒๕๖๐.

คณะกรรมการจัดทำแผนแม่บทขับเคลื่อนการดำเนินงานพัฒนาเกษตรกรไปสู่ผู้ประกอบการ (๒๕๖๖) ให้นิยามผู้ประกอบการเกษตร คือ เกษตรกรที่มีองค์ความรู้ด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด การบริการ การจัดการทรัพยากร การนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิธีการปฏิบัติที่ดี มาใช้ในการบริหารจัดการ เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าทางการเกษตรอย่างมีคุณภาพมาตรฐาน และขายสินค้าได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน"

๔.๓ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

มรกต กำแพงเพชร (๒๕๖๐) ได้สรุปบุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไว้ดังนี้

๑) มีความยึดมั่นในพันธสัญญา แน่วแน่ มั่นคง และคงเส้นคงวา (Commitment and Determination) อาจกล่าวได้ว่า ความยึดมั่นในพันธสัญญา แน่วแน่ มั่นคง คงเส้นคงวา เป็นบุคลิก ลักษณะที่สำคัญมากที่สุดอย่างหนึ่งที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมี จึงจะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตนต้องการได้อย่างยั่งยืน

๒) มีความรับผิดชอบ (Desire for Responsibility) นักจิตวิทยาเชื่อว่าความรู้สึก รับผิดชอบ เกิดจากความเชื่อ อำนาจควบคุมตนเอง (Locus of Control) ของบุคคลแต่ละคนสามารถแบ่งออกเป็น ๒ รูปแบบ ได้แก่

(๑) บุคคลที่เชื่ออำนาจควบคุมในตนเอง (Internal Locus of Control) คือเชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง เป็นผลจากการกระทำของตนเอง

(๒) บุคคลที่เชื่ออำนาจควบคุมนอกตนเอง (External Locus of Control) คือ เชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเป็นผลจากโอกาส โชคชะตา พลังจากเทพเจ้า หรืออำนาจที่ตนเองควบคุมไม่ได้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน มีความเชื่ออำนาจควบคุมในตนเอง

๓) มองหาโอกาส (Opportunity Observation) ผู้ประกอบการที่สามารถประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน จะสามารถมองเห็นโอกาสครั้งใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องเรื่อยไป เมื่อพบโอกาสที่จะเกิดความคิด (Idea) เกี่ยวกับเป้าหมาย (Goal) ที่ตนต้องการบรรลุ และมุ่งมั่นดำเนินการจนสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการนั้นได้ เมื่อสามารถบรรลุเป้าหมาย ดังกล่าวได้แล้วก็จะต้องมองหาโอกาสใหม่ ๆ เป็นเช่นนี้เรื่อยไป

๔) มีความอดทนและอดกลั้นต่อสถานะเสี่ยง ความคลุมเครือ และความไม่แน่นอน (Tolerance for Risk, Ambiguity, & Uncertainty) ผู้ประกอบการต้องกล้ายอมรับความเสี่ยงต่อการล้มเหลว แต่จะต้องเป็นความกล้าที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการพิจารณาไตร่ตรองกลั่นกรองอย่างดีแล้วพบว่า มีโอกาสที่จะสำเร็จในระดับที่ยอมรับได้ก่อนที่จะตัดสินใจยอมรับความเสี่ยงเรื่องนั้น การยอมรับความเสี่ยงของผู้ประกอบการตรงกันข้ามกับพฤติกรรมเสี่ยงของนักพนัน (Gambler) ที่เล่นพนันแบบเสี่ยงดวงจนหมดตัวในที่สุด นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจะต้องมีความอดทนอดกลั้นไม่ย่อท้อที่จะหาทางทำสิ่งที่ยังคลุมเครือให้ชัดเจนขึ้น และจะไม่ยอมหยุดเดินหน้าต่อไปแม้จะมองเห็นว่าอนาคตข้างหน้าไม่มีความแน่นอนเลยก็ตาม

๕) มีความมั่นใจในตนเอง (Self - Confidence) มีความเชื่อมั่นว่าตนสามารถควบคุมชีวิตของตนเองได้ มองโลกโดยคาดหวังในด้านบวกกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเสมอ (Optimistic) เชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง แต่ก็พร้อมที่จะยอมรับทั้งผลสำเร็จและความล้มเหลวที่เกิดตามมาจากการกระทำของตนเอง

๖) คิดสร้างสรรค์และยืดหยุ่นทางความคิด (Creative & Flexibility) หัวใจสำคัญอย่างหนึ่งของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ต้องมีความยืดหยุ่นทางความคิด ไม่ยึดติด ถ้อยมั่นกับความคิดเดิมหรือความสำเร็จเดิม ๆ ของตนในอดีต เนื่องจากตลาด (Market) มีความเปลี่ยนแปลงตามอิทธิพลของผู้บริโภคผู้รับบริการ ผู้ใช้ คู่แข่ง หรือสิ่งแวดล้อมตลอดเวลา ความสามารถในการปรับตัวตามความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยความคิดริเริ่มอย่างมาก จึงจะประสบความสำเร็จ การพยายามตอบสนองความต้องการของตลาดโดยขาดความคิดสร้างสรรค์นั้นยากมากที่จะประสบความสำเร็จ

๗) หาข้อมูลย้อนกลับในทันที (Desire for Immediate Feedback) ข้อมูลย้อนกลับหรือเสียสละท่อนจากการกระทำ เปรียบเหมือนเป็นสิ่งเสริมแรง (Reinforcement) กระตุ้นให้ผู้ประกอบการเกิดพลังในการพัฒนาผลการทำงาน (Performance) ของตนเองให้ดีขึ้นไปอย่างต่อเนื่องผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจึงต้องเป็นนักฟังที่เรียนรู้เร็วและถวิลหาข้อมูลย้อนกลับทางด้านบวกและด้านลบ พร้อมทั้งจะเรียนรู้จากความผิดพลาด (Willingness to Learn from Failure) อยู่เสมอ

๘) มีพลังในการทำงาน (High Level of Energy) ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จเป็นผู้มีพลังในการทำงานมากกว่าคนทั่วไป สามารถทำงานต่อเนื่องได้นานกว่าและทำงานหนักได้มากกว่าคนทั่วไป ไม่มีความย่อท้อต่อความเหนื่อย ความยาก อุปสรรค และไม่มีข้ออ้างใด ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงที่จะทำงานที่ตนรัก

เมื่อผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จลงมือทำงาน เขาจะทุ่มเทกำลังกาย กำลังใจ กำลังสติปัญญา ศักยภาพ เวลา และทรัพยากรทุกสิ่งที่มีในชีวิตของเขาไปเพื่อทำงานที่เขารักให้ประสบความสำเร็จ

๙) แรงจูงใจที่จะต้องเหนือกว่าและดีกว่า (motivation to excel) ผู้ประกอบการ ที่ประสบความสำเร็จต้องมีแรงจูงใจว่าผลงานสิ่งที่ดีกว่าจะต้องเหนือกว่าและดีกว่าผลงานแบบเดียวกันที่คนอื่นเขาทำ

๑๐) มุ่งอนาคต ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในระดับสูง มีลักษณะบุคลิกภาพ แบบมุ่งอนาคตในระดับสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมุ่งอนาคตในระดับกลางและระดับต่ำ

๑๑) ภาวะผู้นำ (Leadership Ability) หมายถึง บทบาทของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของสมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่ม ผู้นำ (Leader) หมายถึง ตำแหน่งที่บุคคลได้รับมอบหมายให้ดำรงตำแหน่งผู้นำ แต่ผู้นำบางคนขาดภาวะผู้นำ (Leadership) จึงไม่สามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของสมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่ม เป็นอุปสรรคสำคัญขัดขวางการบรรลุความสำเร็จของกลุ่ม ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่มีภาวะผู้นำบางคนไม่ได้ดำรงตำแหน่งผู้นำใด ๆ เลย แต่สามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของสมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่มอย่างมาก เช่น ผู้สูงอายุ พระสงฆ์ โต๊ะอิหม่าม บาทหลวง หรือผู้นำทางจิตวิญญาณ ที่เป็นที่เคารพนับถือของคนทั้งหมู่บ้าน ไม่ว่าท่านพูดอะไร สอนอะไร ชาวบ้านส่วนใหญ่จะเชื่อฟังและปฏิบัติตามอย่างไม่มีเงื่อนไข เช่นนี้เรียกว่าภาวะผู้นำ (Leadership) และในบางกรณีผู้ใหญ่บ้านของหมู่บ้านแห่งนั้น ยังต้องขอคำปรึกษาหรือขอความร่วมมือจากบุคคลที่มีภาวะผู้นำเหล่านี้ ให้ทำหน้าที่ชี้แนะทางความคิดปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างของคนในหมู่บ้านอีกด้วย

๑๒) เลือกรักในสิ่งที่ตนรัก การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน เกิดจากคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้น จำเป็นต้องอาศัยความมุ่งมั่น อดทน อดกลั้น ต้องตื่นตัวเรียนรู้และปรับตัวอยู่ตลอดเวลา การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจึงทำให้บุคคลต้องแบกรับภาระหนักไว้ตลอดเวลา การเลือกเป็นผู้ประกอบการที่ทำให้สิ่งที่ตนรักจะทำให้ผู้ประกอบการมีความสุขเพราะได้ทำในสิ่งที่ตนรัก และไม่คิดว่าตนต้องแบกรับภาระเรื่องใดไว้เลย ตลอดเวลาที่ทุ่มเทกำลังกายกำลังใจ กำลังสติปัญญา และทุ่มเทเวลาให้กับการทำงานที่ตนรัก ผู้ประกอบการจะมีความสุขและมีความสุขมากขึ้นเรื่อย ๆ เมื่อสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้สำเร็จ การบรรลุเป้าหมาย หนึ่งได้จะกระตุ้นให้ผู้ประกอบการต้องการบำรุงเป้าหมายใหม่ที่ระดับสูงขึ้นไปอย่างต่อเนื่อง ด้วยจิตใจที่มีความสุขเพิ่มมากขึ้น มีใช้ความรู้สึกเหนื่อย ห่อเหี่ยว เบื่อหน่าย เครียด วิตกกังวล ไม่มีความสุขเพราะต้องทนแบกรับภาระในเรื่องที่ตนไม่ได้อีก

๔.๔ แนวทางการประกอบธุรกิจเกษตร

วิวัฒน์ ไม้แก่นสาร และมณฑิลา หนูขุนขำ (๒๕๕๓) เสนอไว้ว่า เกษตรกรต้องเปลี่ยนแนวทางการประกอบการ ทั้งนี้ เพราะว่าเมื่อบริบทของโลกทั้งในปัจจุบันและในอนาคตมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมากย่อมส่งผลให้การดำเนินงานทางด้านการเกษตรของเกษตรกรก็จะต้องปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจฟาร์มของตนให้สอดคล้องกับบริบทใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นโดยมีแนวคิดสำคัญที่ควรพิจารณา ดังนี้

๔.๔.๑ พันธมิตรคือความสำเร็จ เกษตรกรจะไม่สามารถทำงานคนเดียวได้ เพราะในโลกยุคใหม่เราไม่สามารถรู้ทุก ๆ อย่างหรือทำทุก ๆ อย่างได้ด้วยตัวเองเพื่อตอบสนองต่อความต้องการในด้านต่าง ๆ จากผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน อนาคตเราจะเห็นความร่วมมือกันระหว่างเกษตรกร ที่ปรึกษา ซัพพลายเออร์ ผู้ซื้อ ผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่ง มารวมตัวกันเพื่อเรียนรู้การทำงานร่วมกันในระบบที่มีความซับซ้อนมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของสภาพแวดล้อมและนวัตกรรม เกษตรกรจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานจากเดิม ที่ทำโดยลำพังอิสระไปสู่รูปแบบที่ปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการทำธุรกิจร่วมกันภายในห่วงโซ่อุปทาน และมีการดำเนินธุรกิจภายใต้ห่วงโซ่แห่งคุณค่าของ

ธุรกิจแต่ละธุรกิจที่สามารถเชื่อมต่อการทำธุรกิจกันได้ทั้งในส่วนที่ต่างเป็นซัพพลายเออร์ให้กับลูกค้าที่ถัดไปในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน

๔.๔.๒ การสร้างประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากภาคการเกษตรมีบทบาทสำคัญในการรองรับการขยายตัวของประชากรโลกในอีก ๓๐ ปีข้างหน้า ในขณะที่พื้นที่เพื่อการเกษตรคงที่และมีแนวโน้มที่จะลดลง ทำให้ภาคการเกษตรต้องหาแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพที่มีขีดความสามารถ สูงขึ้น อัจฉริยะมากขึ้น ดีขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นเกษตรกรยุคใหม่ จะต้องมีความครบเครื่องในการบริหารด้านต่าง ๆ ได้แก่ การวางแผนกลยุทธ์การผลิตการเงิน การจัดซื้อการจัดจำหน่าย งานด้านบุคคลและมีความเป็นผู้นำ การตัดสินใจเลือกใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

๔.๔.๓ นวัตกรรมคือตัวกำหนดความสำเร็จของการเกษตร จะเห็นได้ว่าหากนำเทคโนโลยีมาใช้งานจะช่วยให้เกษตรกรทำงานได้ง่ายและสะดวกรวดเร็วขึ้น รวมถึงเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ ของการใช้พื้นที่ในเพาะปลูก ทำให้เกษตรกรสามารถนำเวลาที่เหลือไปใช้ในการจัดการบริหารที่เหมาะสมกว่า ในฐานะผู้จัดการ เช่น การบริหารคน การสร้างสัมพันธภาพที่ดี มีในการดูแลเรื่องการเงิน การจัดซื้อ การเช่าที่ดิน หรือแม้แต่การตลาด ในที่สุดเกษตรกรที่ให้ความสำคัญต่อนวัตกรรมจะเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จ นวัตกรรมที่เกษตรกรจะให้ความสนใจนั้นจะต้องตอบโจทย์เกษตรกรในเรื่องการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจเกษตรของตน และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำการเกษตร

๔.๔.๔ เกษตรกรคือซีโอโอของฟาร์ม ฟาร์มของเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องแข่งขันกันในการสร้างผลตอบแทนจากการลงทุน โดยเฉลี่ยแล้วจะต้องมีผลตอบแทนเป็นกำไรอยู่ระหว่างร้อยละ ๒-๔ แต่เกษตรกรที่มีความสามารถสูงซึ่งจะมีอยู่เพียงร้อยละ ๑๐ นั้น จะสามารถสร้างผลตอบแทนได้มากถึงร้อยละ ๑๒-๑๕ แม้ว่าการสร้างรายได้จากการทำฟาร์มจะไม่ใช่งานง่ายนัก แต่หากเกษตรกรสามารถกำหนดจุดยืนของธุรกิจขึ้นใหม่ได้ และสามารถดำเนินธุรกิจที่มีความแตกต่างออกไปได้ก็ย่อมจะมีโอกาสมากขึ้นด้วย เกษตรกรที่จะประสบความสำเร็จในการทำฟาร์มในยุคใหม่นี้จึงต้องมีความสามารถที่จะพัฒนาทิศทางกลยุทธ์ได้ถูกต้อง สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เหมาะสม มีความสามารถในการควบคุมต้นทุนการผลิต ทำการประเมินและเข้าร่วมกับเครือข่ายหรือกลุ่มพันธมิตรธุรกิจได้ และการมีความเชื่อมโยงที่เหมาะสมสามารถจัดการความเสี่ยงได้ หากจะมีการขยายธุรกิจก็จะเป็นไปอย่างรอบครอบ โดยสรุปก็คือเกษตรกรยุคใหม่นั้นจะมีวิธีคิดและวิธีทำงานเหมือนกับซีโอโอขององค์กรธุรกิจทั่วไป เกษตรกรจะมีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบสูงกว่าการเป็นผู้จัดการฝ่ายผลิตเพราะในยุคใหม่มีสิ่งที่ทำลายความสามารถในกระบวนการเกษตรในฟาร์มอยู่มากหลายประการด้วยกัน เช่น การพัฒนาพลวัตและการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลง ต้องมีความสามารถในการประเมินหาเทคโนโลยีที่เหมาะสม มีความสามารถในการทำกำไรควบคู่ไปกับการลดต้นทุน มีความสามารถในการพัฒนากลยุทธ์เพื่อสร้างความเติบโตให้กับธุรกิจเกษตร มีความสามารถในการประเมินศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ และมีความสามารถในการปรับเปลี่ยนองค์กรให้เหมาะสมกับสถานการณ์

๔.๔.๕ บทบาทใหม่ของฟาร์มจากโอกาสทางด้านพลังงาน การเกษตรมีบทบาทสำคัญในการตอบสนองต่อความต้องการใช้พลังงานที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่แหล่งพลังงานเชื้อเพลิงที่มีอยู่ในปัจจุบันได้ลดน้อยลงไป ภาคการเกษตรจะเป็นส่วนที่สร้างพลังงานทางเลือกขึ้นมาทดแทนได้ ในอเมริกาคาดว่าในราวปี ๒๐๕๐ จะมีการใช้น้ำมันทางเลือกจะคิดเป็นร้อยละ ๕ ของการใช้ในประเทศซึ่งเพิ่มขึ้นจากร้อยละ ๑ ในปัจจุบัน และคาดว่าจะทำให้เกษตรกรมีรายได้ถึงสี่หมื่นล้านบาทจากการผลิตพลังงานทางเลือกนี้การเกษตรสามารถที่จะผลิตพลังงานได้ในหลายรูปแบบ เช่น การผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงสามารถผลิตได้จากพืชน้ำมัน เช่น การผลิตไบโอดีเซลจากปาล์มน้ำมันสับดูดำหรือการผลิตเอทานอลจากมันสำปะหลังและข้าวโพด เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีแนวทางการจัดการประสิทธิภาพที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าที่เรียกว่ากลยุทธ์การจัดการของเสียเหลือศูนย์ (zero waste hundred used) จะเป็นแนวทางที่จะพัฒนาไปสู่การผลิตพลังงานจากชีวมวล เพื่อใช้ในฟาร์มเองหรือการผลิตพลังงาน เพื่อการจำหน่ายสร้างรายได้ขึ้นมา เช่น การขายกระแสไฟฟ้าที่ผลิตจากชีวมวล

๔.๔.๖ ความสัมพันธ์ระหว่างฟาร์มกับตลาดมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น ผลจากพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิตจะมีการติดต่อกันโดยตรงมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคจะให้ความสนใจต่อความปลอดภัย ความสะอาด และสุขอนามัยในผลผลิตทางการเกษตรมากขึ้น นอกจากนี้ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญต่อกระบวนการผลิตที่จะได้ผลผลิตตามที่ผู้บริโภคต้องการแล้ว ยังต้องการให้การผลิตนั้นเป็นการผลิตที่ยั่งยืน ไม่เป็นการทำลายสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติเพิ่มขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ผู้บริโภคยังต้องการระบบตรวจสอบย้อนกลับได้เมื่อเกิดความสงสัยในคุณภาพของผลผลิตทางการเกษตร ดังนั้นแนวโน้มการค้าตรงจะเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสินค้าที่ใช้บริโภค ด้วยเหตุนี้ความใกล้ชิดระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค จะเป็นพื้นฐานความมั่นใจของผู้บริโภค

๔.๔.๗ การเปลี่ยนรุ่นเกษตรกร เมื่อเข้าสู่ศตวรรษที่ ๒๑ บริบทของโลกมีการเปลี่ยนแปลงไป ความจำเป็นในการเพิ่มประสิทธิภาพการเกษตร และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมสาขาต่าง ๆ ได้รับการพัฒนาให้ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีและนวัตกรรมเหล่านี้ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้กับการเกษตร ทำให้เกิดเป็นการจัดการเกษตรยุคใหม่ที่เต็มไปด้วยการใช้นวัตกรรมที่ทันสมัย ทำให้การทำเกษตรมีประสิทธิภาพ และสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้เทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ ก็ทำให้การเกษตรเป็นงานที่มีเครื่องมือ อุปกรณ์ทุนแรงที่ทันสมัยมาก เช่น การนำหุ่นยนต์เกษตรมาช่วยในการทำงานในฟาร์ม การประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ นั้น จะกระตุ้นคนรุ่นใหม่เห็นโอกาส และสนใจที่จะมารับช่วงการเกษตรของครอบครัวแทนคนรุ่นก่อนต่อไปมากขึ้น

๕. นโยบายการส่งเสริมการเกษตรมูลค่าสูง

ภายใต้แผนการปฏิรูปประเทศ (ฉบับปรับปรุง) คณะกรรมการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ (๒๕๖๔) ได้กำหนดแผนขับเคลื่อนกิจกรรมการปฏิรูปด้านเศรษฐกิจไว้ โดยกำหนดกิจกรรมปฏิรูปที่มีเป้าหมายในการยกระดับรายได้ภาคการเกษตร อาหารแปรรูป และผลิตภัณฑ์ชีวภาพ โดยการสร้างเกษตรมูลค่าสูง (High Value Added) ที่ส่งผลต่อประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ (Big Rock) ไว้ ๘ ประเด็น ดังนี้

๑) การปรับเปลี่ยนพื้นที่จากการทำเกษตรมูลค่าต่ำ และไม่เหมาะสมกับพื้นที่ไปสู่การปลูกพืชเลี้ยงปศุสัตว์ และประมงที่มีมูลค่าสูง

๒) การสนับสนุนการทำการเกษตรแบบรวมผลผลิตและรวมจำหน่าย

๓) การขยายพื้นที่ชลประทานให้เกษตรกรมีน้ำใช้ สำหรับการผลิตสินค้าเกษตรอย่างเหมาะสมเพียงพอ ทวีติง และเป็นธรรม

๔) พัฒนากลยุทธ์พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ และส่งเสริมให้มีความหลากหลายทางชีวภาพการเกษตร

๕) พัฒนาสหกรณ์การเกษตรให้มีความเข้มแข็ง และส่งเสริมให้มีผู้ให้บริการด้านการจัดการสมัยใหม่

๖) สร้างผู้ประกอบการเกษตร (smart farmer)

๗) ส่งเสริมเกษตรกรให้สามารถเข้าถึงข้อมูล Big Data ด้านการเกษตร และใช้ประโยชน์ จากดิจิทัลแพลตฟอร์ม

๘) เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรไปสู่อุตสาหกรรมอาหารและเศรษฐกิจชีวภาพ ตามแนวทาง BCG สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (๒๕๖๕) ระบุว่า ส่วนราชการที่รับผิดชอบกิจกรรมนี้โดยตรง คือ กระทรวง

เกษตรและสหกรณ์ ที่ได้กำหนดแผนปฏิบัติการด้านการเกษตรและสหกรณ์ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐ ให้สอดคล้องกับแผนปฏิรูปประเทศ โดยกำหนดวิสัยทัศน์ไว้ คือ เกษตรไทยสู่เกษตรมูลค่าสูง เกษตรกรมีรายได้สูง มีความมั่นคงในการประกอบอาชีพ เน้นการพัฒนาใน ๔ ประเด็น ดังนี้

- ๑) ยกระดับศักยภาพเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรสู่ผู้ประกอบการเกษตรแห่งอนาคต
- ๒) ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง
- ๓) เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรทางการเกษตร
- ๔) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเกษตร

กรมส่งเสริมการเกษตร (๒๕๖๕) ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งตามกฎหมายที่ถูกกำหนดไว้ให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเกษตรมูลค่าสูง ได้กำหนดแผนปฏิบัติการประจำปี ๒๕๖๕ เพื่อรองรับการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติไว้ดังนี้

- ๑) สร้างความเข้มแข็งและความมั่นคงในอาชีพแก่เกษตรกร เป้าหมายประกอบด้วย
 - (๑) เกษตรกรได้รับการพัฒนาให้มีศักยภาพมากขึ้น
 - (๒) องค์กรเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายมีความเข้มแข็ง เป็น Smart Group เพิ่มขึ้น
 - (๓) มีการขยายผลโครงการในพระราชดำริมากขึ้น
 - (๔) เกษตรกรมีการลดรายจ่ายและเพิ่มรายได้ในครัวเรือน
 - (๕) ครัวเรือนเกษตรกรมีความมั่นคงทางอาหาร
- ๒) ส่งเสริมการผลิตและจัดการสินค้าเกษตรตลอดห่วงโซ่การผลิต เป้าหมายประกอบด้วย
 - (๑) สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นมีมูลค่าเพิ่มขึ้น
 - (๒) สินค้าเกษตรปลอดภัยมีมูลค่าเพิ่มขึ้น
 - (๓) เกษตรกรได้รับการพัฒนาสู่การผลิตตามการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี
 - (๔) สินค้าเกษตรแปรรูปและผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น
 - (๕) ประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรต่อหน่วยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น
 - (๖) สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากเทคโนโลยีสมัยใหม่เพิ่มขึ้น
 - (๗) เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น
 - (๘) รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มขึ้น

๓) บริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยมีเป้าหมายหลักคือการให้เกษตรกรลดการเผาในพื้นที่เกษตร ทั้งนี้ ปัจจัยความสำเร็จพื้นฐานที่ต้องทำอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งเกษตรกร ผู้ประกอบการผลิตสินค้าเกษตรและแปรรูป ประกอบด้วย

- (๑) การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต (Improve Productivity) พร้อมกับการศึกษาวิจัยประสิทธิภาพของฟาร์มตนเองอยู่เสมอ
- (๒) การใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (Science Technology and Innovation)
- (๓) การบริหารทางการเงินและบัญชี การลงทุนในตลาดทุน (Financial and Accounting Management, Equity Investment)
- (๔) การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Logistics Supply Chain Management)
- (๕) การจัดการข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Management and Data Analytics)

(๖) การบริหารการประหยัดต่อขนาด และการบริหารความมั่นคงวัตถุดิบในห่วงโซ่อุปทาน (Economic of Scale and supply Chain Security)

(๗) การบริหารหน่วยผลิตให้บรรลุเป้าหมายการหมุนเวียน และยั่งยืน (พลังงาน น้ำ ของเสีย Co๒) (Circular and Sustainable Business Model : Lean and Clean Factory/Energy)

(๘) การบริหารจัดการองค์ความรู้ การปรับตัวให้เหมาะสมกับปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งสามารถพลิกฟื้นจากปัญหาได้เร็วและดีกว่าเดิม (Knowledge Management and Adaptation & Resilience) มุ่งสู่ ESG : Environmental, social, corporate governance

กรมส่งเสริมการเกษตร (๒๕๖๗) จัดทำโครงการสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง “๑ ท้องถิ่น ๑ สินค้าเกษตรมูลค่าสูง” มีกรอบระยะเวลาดำเนินการ ๔ ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ – ๒๕๗๐) มีเป้าหมายเมื่อสิ้นสุดโครงการสามารถสร้างสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูงด้านพืช แมลงเศรษฐกิจ และบริการเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งด้านปศุสัตว์ และด้านประมง ได้ไม่น้อยกว่า ๕๐๐ ตำบล เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น ๓ เท่า ภายในปี ๒๕๗๐ สามารถลดปัญหาสินค้าเกษตรล้นตลาดได้ในระยะยาว กลุ่มเกษตรกรมีความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเอง และสามารถขยายผลสู่เกษตรกรกลุ่มอื่นได้ โดยจะเร่งขับเคลื่อนตามข้อสั่งการของร้อยเอก ธรรมนัส พรหมเผ่า รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งได้นัดหมายในที่ประชุมคณะกรรมการบริหารนโยบายสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง ๑ ท้องถิ่น ๑ สินค้าเกษตรมูลค่าสูง ครั้งที่ ๑/๒๕๖๗ ณ ห้องประชุม ๑๓๔ – ๑๓๔ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เมื่อวันที่ ๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗ ให้ทุกหน่วยงานบูรณาการจัดทำแผนในเชิงรุก และโครงการดังกล่าวสามารถเห็นผลเป็นรูปธรรมได้ภายใน ๓ เดือนแนวทางข้างต้นสอดคล้องกับ ‘โครงการสินค้าเกษตรและบริการมูลค่าสูง ๑ ท้องถิ่น ๑ สินค้าเกษตรมูลค่าสูง’ ซึ่งมีเป้าหมายดำเนินการพัฒนาแปลงต้นแบบเกษตรมูลค่าสูง ๕๐๐ ตำบล ภายในปี ๒๕๗๐ โดยในปี ๒๕๖๗ มีเป้าหมายกลุ่มแปลงใหญ่เข้าร่วมโครงการ จำนวน ๔๖ กลุ่ม จาก ๔๖ ตำบล ๔๓ อำเภอ และ ๒๖ จังหวัด ใน ๑๔ ชนิดพืช

๒.๒ กรอบแนวคิดการพัฒนาเครือข่าย Young Smart Farmer ภาคตะวันออก ผู้ประกอบการเกษตร

๒.๒.๑ การปรับ Mindset และสร้างแรงบันดาลใจในการขับเคลื่อน Young Smart Farmer และ การก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรรุ่นใหม่

๒.๒.๒ การส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ของสินค้าเกษตร และธุรกิจเกษตรในปัจจุบันและอนาคต

๒.๒.๓ การเสริมสร้างทักษะการเขียนแผนธุรกิจ และเข้าถึงแหล่งทุน เพื่อสนับสนุนการทำฟาร์มของเกษตรกรรุ่นใหม่

๒.๓.๔ เสริมสร้างทักษะ Design Thinking เพื่อพัฒนาธุรกิจเกษตร

๒.๓.๕ การฝึกปฏิบัติ แนวทางการนำเสนอ (Pitching) แผนธุรกิจ

บทที่ ๓

การวิเคราะห์สถานการณ์

๓.๑ บทวิเคราะห์

จากสถานการณ์ปัจจุบันจึงใช้เทคนิค SWOT Analysis วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของการพัฒนา Young Smart Farmer ภาคตะวันออก เพื่อนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาเครือข่าย Young Smart Farmer ภาคตะวันออก ผู้ประกอบการ ดังนี้

๑. จุดแข็ง (Strengths)

๑.๑ ภาคเกษตรของภาคตะวันออกเป็นแหล่งผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารที่สำคัญและมีมูลค่าสูงของไทย โดยเฉพาะไม้ผลเมืองร้อน เช่น ทุเรียน มังคุด สินค้าเกษตรของภาคตะวันออกมีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

๑.๒ Young Smart Farmer มีองค์ความรู้การเกษตร การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาสินค้าและเป็นต้นแบบให้กับเกษตรกรทั่วไปได้ Young Smart Farmer มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล สามารถประยุกต์ใช้แอปพลิเคชัน เครื่องมือออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ในการทำเกษตรและการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๑.๓ คณะทำงานผู้ประสานงานเครือข่าย Young Smart Farmer ภาคตะวันออกมีความเข้มแข็ง มีการดำเนินกิจกรรมเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง

๑.๔ เครือข่ายเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานพัฒนา Young Smart Farmer ระดับเขตและจังหวัดภาคตะวันออก มีความเข้มแข็งและให้ความสำคัญกับงาน

๑.๕ ภาคตะวันออกมีความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ มีสภาพภูมิอากาศและความหลากหลายทางชีวภาพเหมาะสมต่อการทำการเกษตร ตลอดจนใกล้แหล่งรวบรวมและกระจายสินค้าได้ง่าย

๒. จุดอ่อน (Weaknesses)

๒.๑ Young Smart Farmer ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ส่วนใหญ่ยังขาดทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจ การวางแผนการเงิน และการตลาดเชิงกลยุทธ์ ขาดแคลนเงินทุนในเทคโนโลยีและนวัตกรรมการเกษตรสมัยใหม่ยังมีต้นทุนสูง

๒.๒ เครือข่าย Young Smart Farmer ยังไม่ได้เชื่อมโยงเชิงธุรกิจและการตลาด

๒.๓ เกษตรกรรุ่นใหม่ อาจมีข้อจำกัดในการเข้าถึงสินเชื่อหรือแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงิน เนื่องจากขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันหรือประวัติทางการเงิน

๓. โอกาส (Opportunities)

๓.๑ การเติบโตของแพลตฟอร์มการซื้อขายสินค้าออนไลน์ขยายตัวมากขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มช่องทางการขายผลผลิตทางการเกษตร และช่วยให้เกษตรกรเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง ผู้ค้าสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ทำให้ผลิตสินค้าได้หลากหลายตรงใจผู้บริโภค และขยายฐานผู้บริโภคมากขึ้นโดยไม่ผ่านคนกลาง

๓.๒ ภาครัฐมีนโยบายในการส่งเสริมให้เกษตรกรเข้าสู่ความเป็นผู้ประกอบการเกษตร และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเกษตร

๓.๓ เทคโนโลยีการสื่อสารช่วยให้ Young Smart Farmer สื่อสารกันได้ตลอดเวลา

๓.๔ แนวโน้มความต้องการสินค้าเกษตรคุณภาพสูง ผู้บริโภคทั่วโลกให้ความสำคัญกับอาหารเพื่อสุขภาพและความยั่งยืนมากขึ้น

๔. อุปสรรค (Threats)

๔.๑ การผลิตทางการเกษตรยังอาศัยปัจจัยทางสภาพภูมิอากาศ ซึ่งมีความแปรปรวนสูง ทำให้เกิดโรคระบาดในภาคการผลิต และมีผลต่อคุณภาพผลผลิต และเป็นต้นทุนประกอบการที่เพิ่มขึ้น

๔.๒ ค่าจ้างแรงงานภาคเกษตรสูง ทำให้ต้นทุนการผลิตของเกษตรกรสูง

๔.๓ มีคู่แข่งทางการค้าจากการนำเข้าสินค้าการเกษตรจากต่างประเทศซึ่งมีราคาถูกและปริมาณมาก การเปลี่ยนแปลงนโยบายการนำเข้าของประเทศคู่ค้า เช่น มาตรการกีดกันทางการค้า หรือการเพิ่มมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร อาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออก

๔.๔ ความผันผวนของราคาสินค้าเกษตร

๔.๕ ต้นทุนการผลิตสูงเนื่องจากไม่สามารถควบคุมต้นทุนปัจจัยการผลิตได้

จากผลการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis ผู้ขอประเมินได้กำหนดกลยุทธ์เพื่อนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาเครือข่าย Young Smart Farmer ภาคตะวันออก สู่ผู้ประกอบการ ดังตารางที่ ๓.๑

๓.๒ การสังเคราะห์ข้อมูลกำหนดกลยุทธ์ด้วยตาราง TOWS Matrix

ตารางที่ ๓.๑ TOWS Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาเครือข่าย Young Smart Farmer ภาคตะวันออก
สู่ผู้ประกอบการเกษตร

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strengths) ๑. ภาคเกษตรตะวันออกเป็นแหล่งผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทย ๒. Young Smart Farmer มีองค์ความรู้การเกษตร การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ๓. คณะทำงานผู้ประสานงานเครือข่าย Young Smart Farmer ภาคตะวันออกมีความเข้มแข็ง ๔. เครือข่ายเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานพัฒนา Young Smart Farmer ภาคตะวันออก มีความเข้มแข็ง ๕. มีความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ มีความหลากหลายทางชีวภาพ	จุดอ่อน (Weaknesses) ๑. Young Smart Farmer ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย ขาดแคลนเงินทุน ๒. เครือข่าย Young Smart Farmer ยังไม่ได้เชื่อมโยงเชิงธุรกิจและการตลาด ๓. Young Smart Farmer อาจมีข้อจำกัดในการเข้าถึงสินเชื่อหรือแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงิน เนื่องจากขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันหรือประวัติทางการเงิน
โอกาส (Opportunities : O) ๑. แพลตฟอร์มการซื้อขายสินค้าออนไลน์ขยายตัวมากขึ้น ๒. นโยบายรัฐในการส่งเสริมให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการ ๓. การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร๔ แนวโน้มความต้องการสินค้าเกษตรคุณภาพสูง มากขึ้น	กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ๑. ส่งเสริมให้ YSF เข้าสู่ความเป็นผู้ประกอบการเกษตร (S๒+O๒) ๒. สร้างเครือข่าย YSF (S๑+S๓+S๕+O๑+O๓+O๔) ๓. พัฒนาเจ้าหน้าที่ให้เป็นพี่เลี้ยงเกษตรกร (S๔+O๒) ๔. สร้างเครือข่าย YSF และเจ้าหน้าที่ (S๒+S๓+S๔+S๕+O๑+O๓+O๔)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) ๑. จัดทำฐานข้อมูลเชื่อมโยงข้อมูลการผลิตและผลผลิต YSF (W๑+W๒+W๓+O๑+O๒+O๓) ๒. สร้างความร่วมมือกับสถาบันการเงินเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงิน โดยใช้นโยบายส่งเสริมของภาครัฐ (W๑+W๓+O๓)
อุปสรรค (Threats) ๑. สภาพภูมิอากาศแปรปรวนสูง เกิดภัยพิบัติและศัตรูพืชระบาด ๒. ต้นทุนค่าแรงงานภาคเกษตรสูง ๓ การนำเข้าสินค้าการเกษตรจากต่างประเทศและนโยบายนำเข้า ๔. ความผันผวนของราคาสินค้าเกษตร ๕. ต้นทุนปัจจัยการผลิตสูง	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ๑. ทำการตลาดเน้นคุณค่าสินค้าเฉพาะถิ่น (S๑+S๒+S๓+S๕+O๓) ๒. ใช้เครือข่ายในการลดต้นทุน และการวางแผนการผลิต (S๑+S๒+S๓+S๕+T๑+T๒+T๕) ๓. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อลดต้นทุน (S๒+S๓+S๕+T๑+T๒+T๕)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ๑. พัฒนาแนวทางการจัดการทางธุรกิจเกษตรให้ YSF (W๑+W๒+T๑+T๒+T๓+T๔+T๕) ๒. ส่งเสริมการทำเกษตรแบบผสมผสาน (W๑+W๓+T๑+T๔+T๕)

แนวคิด

จากการสังเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ TOWS Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาเครือข่าย Young Smart Farmer ภาคตะวันออกสู่ผู้ประกอบการเกษตร สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาได้ดังนี้

๑. ส่งเสริมให้ YSF เข้าสู่ความเป็นผู้ประกอบการเกษตร พัฒนาแนวคิดบริหารจัดการทางธุรกิจเกษตร
๒. สร้างเครือข่าย YSF และเจ้าหน้าที่ที่เข้มแข็งในการแลกเปลี่ยนความรู้และพัฒนานวัตกรรมเกษตรกรรมร่วมกัน เป็นเครือข่ายเทคโนโลยีการผลิตและการตลาด
๓. พัฒนาเจ้าหน้าที่ให้เป็นพี่เลี้ยงเกษตรกรในการเป็นผู้ประกอบการเกษตร
๔. จัดทำฐานข้อมูลเชื่อมโยงข้อมูลการผลิตและผลผลิต YSF เพื่อใช้ประโยชน์ในการตลาดและการจัดหาแหล่งทุน
๕. ส่งเสริมให้ทำการตลาดเน้นคุณค่าสินค้าเฉพาะถิ่น สร้างแบรนด์สินค้าเกษตรคุณภาพสูง โดยเฉพาะไม้ผลเมืองร้อน เช่น ทุเรียน มังคุด เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ
๖. ใช้เครือข่ายในการลดต้นทุน การประหยัดต่อขนาด และการวางแผนการผลิต
๗. สร้างความร่วมมือกับสถาบันการเงินเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เหมาะสมกับ Young Smart Farmer โดยใช้นโยบายส่งเสริมของภาครัฐ

จากแนวทางการพัฒนาดังกล่าว สำนักงานส่งเสริมและ พัฒนาการเกษตรที่ ๓ จังหวัดระยอง จึงได้ออกแบบการพัฒนาเครือข่าย Young Smart Farmer สู่ผู้ประกอบการ โดยวางแผนการดำเนินการผ่านการจัดการอบรมหลักสูตรเพิ่มศักยภาพ Young Smart Farmer สู่ผู้ประกอบการเกษตรรุ่นใหม่ โดยใช้หลักวิชาการและแนวทางเพื่อพัฒนาเครือข่าย Young Smart Farmer สู่ผู้ประกอบการเกษตร ดังนี้

๑. พัฒนาแนวคิดผู้ประกอบการ และการก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรรุ่นใหม่จากผู้มีประสบการณ์และเป็นที่ยอมรับนับถือของเครือข่าย Young Smart Farmer
๒. วางแผนการพัฒนาความรู้ในการวางแผนธุรกิจเกษตร และที่เกี่ยวข้องตามความต้องการของผู้เรียน
๓. ใช้รูปแบบอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อระดมความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ทั้งเจ้าหน้าที่และเกษตรกร
๔. จัดเก็บรายได้ก่อนเข้าร่วมโครงการและผลที่คาดว่าจะได้รับหากนำความรู้จากการเข้าร่วมเครือข่ายไปพัฒนาสินค้า

บทที่ ๔

ผลการดำเนินงาน

ผู้เข้าร่วมอบรม รวมทั้งสิ้น ๗๑ คน

๑. Young Smart Farmer ๙ จังหวัดในภาคตะวันออก รวมจำนวน ๕๕ คน

๒ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานสำนักงานเกษตรจังหวัด วิทยากร และเจ้าหน้าที่ผู้จัด จำนวน ๑๓ คน

ระยะเวลาดำเนินการ

ระหว่างวันที่ ๒๒ – ๒๔ มกราคม ๒๕๖๗

สถานที่

โรงแรม สตาร์ คอนเวนชั่น ระยอง อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง

พัฒนาศักยภาพและสร้างเครือข่ายเกษตรกรตามหัวข้อ ดังนี้

๔.๑ การปรับ Mindset และสร้างแรงบันดาลใจในการขับเคลื่อน Young Smart Farmer และ การก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรรุ่นใหม่

การปรับ Mindset และสร้างแรงบันดาลใจในการเป็น Young Smart Farmer และการขับเคลื่อน Young Smart Farmer โดยการเรียนรู้และพัฒนาตัวเองให้เก่งขึ้น รวมถึงมีเครือข่าย ทั้งในการผลิตแปรรูป และเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ โดยการเป็น Young Smart Farmer ต้องมีการผลิตที่ได้มาตรฐาน ใช้การตลาดนำ มีนวัตกรรมเสริม เพิ่มช่องทางขาย สร้างเครือข่าย YSF และ มีความตั้งใจเรียนรู้ พัฒนา จิตอาสาเพื่อสังคม มีความภูมิใจในอาชีพ



๔.๒ การส่งเสริมและพัฒนาความรู้ด้านห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ของสินค้าเกษตร และธุรกิจเกษตร ในปัจจุบันและอนาคต

ห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตร (อดีต ปัจจุบัน อนาคต) การพัฒนาฐานธุรกิจคุณค่าของสินค้าเกษตร และการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า และการสร้างมูลค่าเพิ่ม

๑. ผลิตภัณฑ์ของเราคืออะไร
๒. ตลาด (ลูกค้า) เป็นกลุ่มไหน
๓. ราคาขายเป็นอย่างไร (โครงสร้างต้นทุน ราคาขาย การแบ่งปันกำไร)
๔. รายได้รวม (พอใจหรือเพียงพอหรือไม่)
๕. เป้าหมายของการพัฒนาคืออะไร
๖. ปัญหา หรืออุปสรรคของการทำงานการทำธุรกิจ
๗. วิธีการที่ทำอยู่เป็นอย่างไร ต่างจากสินค้าโดยทั่วไปหรือไม่
๘. มีบุคลากร หรือเครื่องมือ หรือมาตรฐานอะไร อนุ้างไร
๙. อยากให้เกิดอะไรขึ้น (คาดหวัง) ทั้งจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และการดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ ๔.๑ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และการดำเนินธุรกิจ

ลูกค้าต้องชัดเจนเสมอ	เป้าหมายมีไว้พุ่งชน (เชิงรุก)	จงสร้างพลังบวก และทำอย่าง ต่อเนื่อง
- ใครคือลูกค้าเรา - เขาต้องการอะไร หรือมีปัญหา อะไรที่อยากแก้ไข/เขาติดขัดอะไร ที่อยากให้เราแก้/เขาติดขัดอะไรจาก สิ่งที่มีอยู่	- เข้าใจปัญหา และเข้าใจลูกค้า - อย่าทำงานไปวนๆ เพราะจะ ไม่ได้อะไรจริงๆ - มีเป้าหมาย+ลงมือ จงเรียนรู้กับ มัน	- ไม่ทำงานไปเป็นปีงบประมาณ แต่ทำแบบมีเป้าหมาย - ต้องสร้าง Community of learning/doing - สร้างการพัฒนาอย่างมีเป้าหมาย -- เดินหน้าและเท่าทันเสมอ

เทรนด์ธุรกิจเกษตรในอนาคต

๑. การทำฟาร์มสัตว์ปีก (Poultry Farming)
๒. ธุรกิจปุ๋ย (Fertilizer)
๓. เครื่องทุ่นแรงในฟาร์ม (Farm Machinery)
๔. ผัก-ผลไม้อินทรีย์ (Organic Fruits and Vegetables)
๕. การเพาะเห็ด (Mushroom Cultivation)
๖. อาหารจากพืช (Vegan Food)
๗. การเพาะผักต้นอ่อน (Microgreens)
๘. การเลี้ยงผึ้ง (Apiculture)
๙. Smart Farming หรือเกษตรแม่นยำสูง (Precision Farming)
๑๐. เกษตรแนวตั้ง (Vertical Farming)



๔.๓ การเสริมสร้างทักษะการเขียนแผนธุรกิจ และเข้าถึงแหล่งทุน เพื่อสนับสนุนการทำฟาร์มของเกษตรกรรุ่นใหม่

การประยุกต์ใช้ BMC กับการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ จะทำให้ได้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับความต้องการขององค์กร เพราะผ่านการวิเคราะห์และประเมินด้วยแม่แบบโมเดลทางธุรกิจของตัวเองอย่างละเอียดและชัดเจน ย่อมทำให้กลยุทธ์ที่ทำไปดำเนินการบรรลุความสำเร็จได้ เนื้อหาวิชาเรียน ดังนี้

๑. หลักการของโมเดลธุรกิจ จุดประสงค์ของการสร้างโมเดลธุรกิจ องค์ประกอบที่สำคัญของ Business Model Canvas (BMC) หัวใจสำคัญของ BMC สู่กลยุทธ์ทางธุรกิจ และการใช้ Business Model Canvas ประเมินธุรกิจของตัวเอง

๒. นิยามความหมายของ BMC เชิงลึก องค์ประกอบสำคัญทั้ง ๙ เทคนิคการออกแบบธุรกิจใหม่ด้วย BMC และกระบวนการเบื้องต้นในการออกแบบโมเดลธุรกิจ

การเรียนรู้และเข้าใจกลยุทธ์ในรูปแบบต่างๆ

๓. กลยุทธ์ SO (Strength & Opportunity) กลยุทธ์ Long Tail กลยุทธ์ Blue Ocean กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการประยุกต์ใช้ BMC กับลักษณะงานต่างๆ

๔. การเพิ่มยอดขายในตลาดใหม่ การผลักดันผลิตภัณฑ์ใหม่ การค้นหากลยุทธ์สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และประโยชน์ของการใช้ BMC ในการสร้างโมเดลธุรกิจ

การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การประเมินแผนการดำเนินกิจกรรมภายในแปลงของเกษตรกร รวมถึงการเตรียมตัวเพื่อขอสินเชื่อ นั่นก็คือการเตรียมแผนธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ที่ต้องแสดงให้เห็นว่าธุรกิจสามารถทำกำไรและมีหลักประกันที่มั่นคง พร้อมทั้งหลักฐานการบัญชีที่แสดงถึงเส้นทางการเข้า-ออกของรายได้และรายจ่ายต่าง ๆ รวมทั้งแผนบริหารการเงินที่เหมาะสม



๔.๔ เสริมสร้างทักษะ Design Thinking เพื่อพัฒนาธุรกิจเกษตร

เรียนรู้กระบวนการ Design Thinking ซึ่งเป็นทักษะสำคัญที่นำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจเกษตร รวมถึงเห็นภาพรวมของกระบวนการทั้ง ๕ ขั้นตอน และเทคนิค วิธีการเข้าใจลูกค้าอย่างแท้จริง วิธีการสร้างไอเดียที่หลากหลาย ด้วยวิธีการแบบ Design Thinking และการนำ Idea มาทดสอบ ทำซ้ำในการพัฒนานวัตกรรม ด้วยวิธีการแบบ Design Thinking รวมถึงสามารถนำความคิดเชิงออกแบบ มาประยุกต์ใช้กับการทำงานหรือการดำเนินชีวิตประจำวัน

- กระบวนการและขั้นตอนของ Design Thinking
- วิธีการนำ Design Thinking ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจเกษตร และชีวิตประจำวัน
- ตัวอย่างการใช้ Design Thinking
- ความต่างของ Design Thinking เมื่อเทียบกับ Thinking อื่นๆ



๔.๕ การฝึกปฏิบัติ แนวทางการนำเสนอ (Pitching) แผนธุรกิจ

เทคนิคการ Pitching ให้น่าสนใจ การออกแบบสไลด์ในการนำเสนอที่ดี เทคนิคการใช้พลังในการพูด การนำเสนอตัวเลขในธุรกิจ ตั้งคีย์เวิร์ดที่อยากให้เห็นจำได้ ใช้ Storytelling ประกอบการ Pitching ด้วยเนื้อหาที่มีความกระชับ ใช้คำพูดที่เข้าใจง่าย มองเห็นภาพกว้างที่เป็นแนวทางแก้ไข ในการตอบปัญหา สามารถโน้มน้าวใจผู้ฟังให้มีส่วนร่วมเกี่ยวกับเรื่องที่น่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการเล่าเรื่อง ได้อย่างครบถ้วนและโดนใจในระยะเวลาสั้นๆที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ฟังได้ทันที การเตรียมตัว ก่อนการนำเสนอในรูปแบบ Pitching ช่วยทำให้การนำเสนอเกิดพลัง สอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟัง ตรงตามจุดประสงค์ของการนำเสนอ ได้ครบถ้วนอย่างเป็นระบบ ช่วยทำให้การนำเสนอขาย มีโอกาสปิดการขายและเกิดการลงทุนร่วมกันต่อไปได้



บทที่ ๕

สรุปอภิปรายผล และขอเสนอแนะ

สรุปและอภิปราย

เกิดเครือข่าย Young Smart Farmer ในพื้นที่ภาคตะวันออก เนื่องจากการรวมกลุ่มในการออกแบบสินค้าตามประเภทสินค้า/ธุรกิจ ซึ่งมีหลายประเภทธุรกิจ อาทิ ปักจ้ายการผลิต ผักผลไม้สด ผลไม้แปรรูป เกษตรผสมผสาน ผลิตภัณฑ์จากแมลง ทำให้ Young Smart Farmer มีการแลกเปลี่ยนแนวคิด เทคโนโลยีการผลิต และด้านการตลาดของสินค้า รวมถึงการพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรภาคตะวันออก ทำให้เกิดการพัฒนาแนวคิดพัฒนาสินค้าของตนเอง ซึ่งต้องมีการติดตามประเมินผลด้านความเข้มแข็งของเครือข่ายเป็นระยะ

Young Smart Farmer ได้รับแนวคิด/เตรียมความพร้อมหรือพัฒนาสู่การเป็นเครือข่ายผู้ประกอบการเกษตรรุ่นใหม่ มีการนำเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ในการผลิต การแปรรูปเพิ่มมูลค่าสินค้า และเพิ่มช่องทาง การตลาด และ/หรือ มีการดำเนินการตามแผนธุรกิจเกษตร สามารถเพิ่มรายได้เฉลี่ยจากการประกอบกิจกรรมทางการเกษตรที่เกิดขึ้น จากเดิมก่อนเข้าร่วมการพัฒนา (ปี พ.ศ. ๒๕๖๖) ๓๑๒,๘๒๒ บาท หลังจากนั้นจะนำไปพัฒนาอาชีพทางการเกษตรของตนเอง โดยประมาณการรายได้จากการประกอบกิจกรรมทางการเกษตรที่จะเกิดขึ้นในปี พ.ศ. ๒๕๖๗ เฉลี่ย ๓๒๖,๖๓๖ บาท คิดเป็นร้อยละ ๓.๔๖ จากการพัฒนาสินค้าตามความต้องการของตลาด ทำให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง แนวคิดการพัฒนาธุรกิจ และนโยบายที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

๑. บูรณาการหน่วยงานด้านการศึกษา หรือสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการ เพื่อจัดทำหลักสูตรการพัฒนาผู้ประกอบการที่สอดคล้องกับสถานการณ์แวดล้อมในปัจจุบัน รวมถึงการออกแบบระยะเวลา และเทคนิคการถ่ายทอดความรู้ให้สอดคล้องกับการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการแบบเป็นขั้นตอน

๒. จัดทำแผนการติดตามผลการพัฒนาของผู้เข้าอบรมเป็นระยะ เพื่อจัดเก็บข้อมูลปัญหาอุปสรรค เพื่อการวิเคราะห์และพัฒนาวิธีการและการจัดการหลักสูตรที่เหมาะสมในการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรสู่ผู้ประกอบการ

๓. Young Smart Farmer เสนอให้มีกิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายให้รู้จักกันมากขึ้น เพื่อโอกาสในการสร้างเครือข่ายธุรกิจให้ครบวงจรต่อไป ซึ่งสามารถดำเนินการได้ตลอดเวลาผ่านระบบออนไลน์

๔. ติดตามการดำเนินธุรกิจเกษตรของ Young Smart Farmer ที่ประสบความสำเร็จ ขยายผลสู่เครือข่ายธุรกิจ และเผยแพร่แนวคิดธุรกิจ ให้เป็นต้นแบบของผู้ที่สนใจต่อไป

๕. วิเคราะห์ความต้องการพัฒนาให้สอดคล้องกับหลักวิชาการ แผนพัฒนาระดับต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่สู่ผู้ประกอบการ

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. ๒๕๕๖. คู่มือปฏิบัติการเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร การจัดกระบวนการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- _____. ๒๕๖๔. การพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ให้เป็น Young Smart Farmer. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร.
- _____. ๒๕๖๔. แผนปฏิบัติการกรมส่งเสริมการเกษตร ประจำปี ๒๕๖๕. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร.
- _____. ๒๕๖๖. รายงานการประชุมคณะกรรมการจัดทำแผนแม่บทขับเคลื่อนการดำเนินงานพัฒนาเกษตรกรไปสู่ผู้ประกอบการ ครั้งที่ ๑/๒๕๖๖. กรมส่งเสริมการเกษตร. อุดรธานี
- _____. ๒๕๖๗. กรมส่งเสริมการเกษตร เร่งขับเคลื่อนโครงการ “๑ ท้องถิ่น ๑ สินค้าเกษตรมูลค่าสูง” เดินหน้าพัฒนายกระดับ ๘๓ กลุ่มนาร่องด้านพืช ยึดหลัก ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้. ข่าวส่งเสริมการเกษตร. สืบค้น ๙ กรกฎาคม ๒๕๖๗.
<https://doanews.doae.go.th/archives/๒๑๕๐๐>
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. ๒๕๔๓. การจัดการเครือข่าย : กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพฯ : ชัคเชส มีเดีย.
- คณะกรรมการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ. ๒๕๖๔. แผนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ (ฉบับปรับปรุง). สืบค้น ๗ กรกฎาคม ๒๕๖๗. <http://nscr.nesdc.go.th/wp-content/uploads/๒๐๒๑/๐๕/๐๕-ด้านเศรษฐกิจ.pdf>.
- จารีรัตน์ ปรกแก้ว และคณะ. ๒๕๔๑. “ภูมิปัญญาในวิถีชีวิตท้องถิ่นบุรีรัมย์” วารสารทางวิชาการราชภัฏบุรีรัมย์. ฉบับปฐมฤกษ์.
- ฉัตรชัย สิงโต. ๒๕๕๕. รูปแบบการสร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาเสียดิระหว่างภาคประชาชนภาคท้องถิ่นและภาครัฐ ในพื้นที่ตำบลร่องเคาะ อำเภอวังเหนือ จังหวัด ลำปาง. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงพร หวานเย็น. ๒๕๕๖. การจัดการการสอนบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เรื่องการเขียนเพื่อการสื่อสารโดยใช้กระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาภาษาไทย สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๓. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- นฤมล นิราทร. ๒๕๔๓. การสร้างเครือข่ายการทำงาน : ข้อควรพิจารณาบางประการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ. ๒๕๖๐. การพัฒนากลุ่มและเครือข่ายในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร ในเอกสารการสอนวิชาการส่งเสริมการเกษตรเพื่อการพัฒนา หน่วยที่ ๑๑ นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประเวศ วะสี. ๒๕๔๑. ประชาคมตำบล: ยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง ศิลธรรม และสุขภาพ. กรุงเทพฯ : มติชน.
- ปณิตา พันภัย. ๒๕๔๔. การบริหารความรู้ (Knowledge Management) : แนวคิดและกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พระราชบัญญัติส่งเสริมการเรียนรู้ พ.ศ. ๒๕๖๖. ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๖. ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ ๑๔๐ ตอนที่ ๒๐ ก. หน้า ๖๒ – ๖๓.
- มรกต กำแพงเพชร. ๒๕๖๐. การพัฒนารูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค ๔.๐. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิพุธ อ่องสกุล และธวัชรณ กนิษฐ์พงศ์. ๒๕๕๐. การจัดการธุรกิจขนาดเล็ก. กรุงเทพฯ : โอกรูป เพรส.

วิวัฒน์ ไม้แก่นสาร และมลฤดี หมุนขำ. ๒๕๕๗. “การเปลี่ยนแปลงของภาคธุรกิจเกษตรภายใต้บริบทของโลกในอนาคต”. วารสารปัญญาวิวัฒน์ ปีที่ ๕. ฉบับพิเศษ. พฤษภาคม.

สมคิด บางโม. ๒๕๕๕. การเป็นผู้ประกอบการ = Entrepreneurship. กรุงเทพฯ: เอสเคบุ๊กส์.

สมบัติ สุวรรณพิทักษ์. ๒๕๔๑. เทคนิคการสอนแนวใหม่. กรุงเทพฯ : กรมศึกษานอกโรงเรียน.

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. ๒๕๔๗. กรณีศึกษา Best Practices การบริหารกระบวนการ. กรุงเทพฯ:

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.

สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ ๓ จังหวัดระยอง. ๒๕๖๗. สรุปจำนวน Young Smart Farmer

ภาคตะวันออก ปี ๒๕๖๖ – ๒๕๖๖. จังหวัดระยอง. อัดสำเนา

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. ๒๕๖๔. แผนปฏิบัติการด้านเกษตรและสหกรณ์ พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐.

กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.

อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. ๒๕๕๙. ลืมตาอ้าปาก จาก "ชาวนา" สู่ "ผู้ประกอบการ". กรุงเทพฯ: มติชน.

Bergeron, B. ๒๐๐๓. Essentials of Shared Services. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Ahmad, N. & Hoffman, A. ๒๐๐๗. A Framework for Addressing and Measuring

Entrepreneurship. Paris: OECD Publishing.



โดย

สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 3 จังหวัดระยอง
กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร