

การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์: กรณีศึกษาสวนจารุวรรณ จังหวัดกาฬสินธุ์

Value Addition of Organic Products: A Case Study of Jaruwan Garden, Karasin Province

พงษ์นรินทร์ ปิตจตุรัส (Pongnarin Pitjatturat)^{1*} สดชื่น อุดอามาตย์ (Sodchuen Utamart)**

ศุภรดา พิมพพรรณ (Suparada Pimphan)***

(Received: October 31, 2019; Revised: April 14, 2020; Accepted: April 14, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพบริบท และแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์: กรณีศึกษาสวนจารุวรรณ จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในช่วงปี 2561 โดยใช้แนวทางการศึกษาแบบกรณีศึกษา ซึ่งทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เจ้าของสวนจารุวรรณ พนักงาน และกลุ่มเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง โดยใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และมีการตรวจสอบความเชื่อถือได้ด้วยเทคนิคแบบ 3 เสา ประกอบด้วย 3 เทคนิค ได้แก่ ต่างผู้วิจัย ต่างแหล่งข้อมูล และต่างวิธีการ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในส่วนของการวิเคราะห์หาคำสำคัญ จากนั้นทำการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคำ และทำการกำหนดรหัสตัวแปรที่สำคัญ ที่นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผลการศึกษาพบว่า วัฏจักรการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ศาสตร์พระราชา 2) เครือข่ายสังคม 3) การแปรสภาพ และ 4) การแบ่งปัน ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวคือกุญแจแห่งความสำเร็จที่สำคัญสำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้อย่างยั่งยืน

ABSTRACT

The objective of this research was to study the context and approach value addition of organic products: a case study of Jaruwan Garden, Karasin Province. The authors collection data during the year 2018 using a case study approach, and collected data in-depth interviews with owner Jaruwan Park, employees and related networks. The research instruments used semi-structure interview forms. Credibility checking using triangulation technique consisting of 3 techniques which are researchers triangulation, datasets triangulation, and methods triangulation. The data was analyzed using statistical software packages, in terms of open coding, then linking the axial coding and selective coding the key variables leading to added value for organic products. The research found that the value addition cycle of organic products there are 4 main elements: 1) the king's philosophy 2) social network 3) transformation and 4) sharing. All elements are key to the success of sustainable value addition of organic products.

คำสำคัญ: การสร้างมูลค่าเพิ่ม สินค้าเกษตรอินทรีย์ สวนเกษตรอินทรีย์

Keywords: Value addition, Organic products, Organic garden

¹Corresponding author: pongnarin.pi@rmuti.ac.th

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

**อาจารย์ ภาควิชาการตลาด คณะเทคโนโลยีสิ่งพิมพ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

***นักศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

บทนำ

ปัจจุบันผู้คนหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพกันมากขึ้น โดยเฉพาะกระแสของอาหารปลอดภัย ปลอดภัย เริ่มเป็นที่ได้รับความนิยม และสนับสนุนมากยิ่งขึ้นในกลุ่มของผู้รักสุขภาพ ผู้ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และผู้สูงวัยทำให้ตลาดของอาหารสินค้าอินทรีย์เริ่มคึกคักเป็นอย่างมาก [1] ซึ่งสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทยในปี พ.ศ. 2559 ได้ขยายตัวต่อเนื่อง โดยขยายตัวในภาพรวมเกิดขึ้นในส่วนของข้าวออร์แกนิก และพืชผสมผสานย้อนหลังกลับไป 5 ปี เกษตรอินทรีย์ไทยมีการเจริญเติบโตเฉลี่ย ร้อยละ 6.37 การขยายตัวของภาคเกษตรอินทรีย์นี้เป็นผลมาจากปัจจัยด้านนโยบาย และการตลาด โดยเฉพาะในช่วงปลายปี 2559 ที่ราคาข้าวเปลือกตกต่ำมากที่สุดในรอบเกือบ 10 ปี ซึ่งมีแนวโน้มทำให้ในช่วงปี 2561 เกษตรกรที่ปลูกข้าวได้หันมาปรับเปลี่ยนเป็นเกษตรอินทรีย์มากขึ้น [2]

ในขณะที่กระทรวงพาณิชย์ เป็นหนึ่งในหน่วยงานหลักในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าอินทรีย์ ซึ่งประเทศไทยมีมูลค่าการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ประมาณ 4,000 ล้านบาท เป็นการส่งออกประมาณ 2,400 ล้านบาท หรือร้อยละ 60 และคาดว่าในปี 2560 ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์สามารถเติบโตได้ร้อยละ 10 สินค้าที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว พืชผักผลไม้ เป็นต้น เพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าในตลาดเกษตรอินทรีย์ให้เป็นไปตามเป้าหมาย ทั้งนี้กระทรวงพาณิชย์ ได้จัดทำโครงการ “ออร์แกนิกเทรนนิงโปรแกรม” ในการอบรมความรู้เชิงลึกให้กับพาณิชย์จังหวัดที่มีเกษตรกรในพื้นที่ทำการเกษตรอินทรีย์ เพื่อส่งเสริม และพัฒนาตลาดสินค้าอินทรีย์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องได้มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ และสามารถเป็นพี่เลี้ยงถ่ายทอดความรู้ให้กับเกษตรกรในพื้นที่ของตนได้อย่างยั่งยืน [3]

โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้คัดเลือกตัวอย่างในการนำมาเป็นกรณีศึกษาที่มีความสมบูรณ์ในตัวเอง และมีความโดดเด่นเกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ สวนจรรูธรรม จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นสวนเกษตรอินทรีย์ต้นแบบ และประสบความสำเร็จแห่งหนึ่งในประเทศไทย โดยการทำไร่นาสวนผสมในพื้นที่ของตนเอง จำนวน 84 ไร่ ตั้งแต่ปี 2534 เป็นต้นมา ซึ่งมีผลงานที่โดดเด่นในการปรับเปลี่ยนจากระบบการผลิตพืชตามมาตรฐาน (Good Agricultural Practices: GAP) มาเป็นอินทรีย์ Organic ตั้งแต่ปี 2544 จนถึงปัจจุบัน ในด้านการบริหารการตลาด เจ้าของสวนจรรูธรรมได้รับคัดเลือกให้ดำรงตำแหน่งประธานตลาดสีเขียว จังหวัดกาฬสินธุ์ ตำแหน่งรองประธานเครือข่ายข้าวอินทรีย์ “ร้อยแก่นสารสินธุ์” และกรรมการ Biz Club กาฬสินธุ์ อีกทั้งยังได้รับรางวัลต่างๆ มากมาย เช่น รางวัลดีเด่นระดับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สาขาการจัดไร่นาสวนผสม ประจำปี 2543 รางวัลชนะเลิศภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สาขาการปลูกพืชอินทรีย์ดีเด่น ประจำปี 2555 รางวัลเกษตรกรต้นแบบสาขาเกษตรอินทรีย์ ระดับจังหวัดกาฬสินธุ์ ประจำปี 2558 และรองชนะเลิศระดับประเทศ การประกวดแปลงปลูกพืชอินทรีย์ดีเด่นประจำปี 2560 เป็นต้น [4]

ทั้งนี้เพื่อศึกษาถึงสภาพบริบทของสวนเกษตรอินทรีย์ ที่จะนำไปสู่แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้อย่างยั่งยืน จากการศึกษาแบบกรณีศึกษา (Case study) ซึ่งเป็นวิธีการวิจัยอีกหนึ่งประเภทที่มีความสำคัญในการวิจัยที่ออกแบบมาเพื่อศึกษา “กรณีที่มีขอบเขตชัดเจน” [5] ตามแนวคิดของ Stake [6] การศึกษาแบบกรณีศึกษาไม่ได้มุ่งเน้นไปที่เรื่องของวิธีการ แต่จะเน้นในสิ่งที่ถูกศึกษา โดยอาศัยความสนใจกรณีใดกรณีหนึ่งเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Chai [7] ได้กล่าวว่าวิธีการศึกษาเฉพาะกรณี คือ วิธีการวิจัยที่มุ่งศึกษากรณีที่เฉพาะเจาะจงจุดเน้นอยู่ที่สิ่งที่ถูกศึกษา โดยใช้วิธีการศึกษาที่เป็นมาตรฐานทั่วไปในทางสังคมศาสตร์

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้สนใจที่จะศึกษาถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งผลการวิจัยและข้อมูลที่ได้สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสวนเกษตรอินทรีย์ภายในจังหวัดกาฬสินธุ์ทุกแหล่ง เนื่องจากบริบทที่ศึกษามีความใกล้เคียงกัน รวมไปถึงการเป็นต้นแบบให้กับสวนเกษตร

อินทรีย์อื่นๆ ในประเทศไทย หรือธุรกิจภาคการเกษตรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้นำไปเป็นแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพบริบทสวนเกษตรอินทรีย์: กรณีศึกษาสวนจาวรรณ จังหวัดกาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์: กรณีศึกษาสวนจาวรรณ จังหวัดกาฬสินธุ์

แนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย (Theoretical Foundation) ได้แก่ เกษตรทฤษฎีใหม่ เป็นพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในรัชกาลที่ 9 ทรงเรียกว่า “ทฤษฎีใหม่” คือ แนวทางหรือหลักการในการบริหารจัดการที่ดินและน้ำ เพื่อการเกษตรในที่ดินขนาดเล็กให้เกิดประโยชน์สูงสุด [8] หลักการของเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวทาง 3 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นที่ 1 ทฤษฎีใหม่ขั้นต้น คือการจัดสรรที่ดินระดับไร่นา ซึ่งมีการจัดการดินและน้ำเพื่อใช้ในการทำเกษตรขนาดเล็กให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 4 ส่วนตามอัตราส่วน 30 : 30 : 30 : 10 ขั้นที่ 2 ทฤษฎีใหม่ขั้นกลาง คือการรวมพลังกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือสหกรณ์ ร่วมแรงร่วมใจในการดำเนินการในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านความเป็นอยู่ ด้านสวัสดิการ ด้านการศึกษา และด้านสังคมและศาสนา และขั้นที่ 3 ทฤษฎีใหม่ขั้นก้าวหน้า เมื่อผ่านขั้นไป 2 ขั้นแล้ว เกษตรกรจะมีรายได้ที่ดีขึ้น มีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และมีการจัดหาแหล่งเงินทุนเข้ามาช่วยในกลุ่มสหกรณ์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิกอีกด้วย [9]

โดยงานวิจัยนี้ได้นำทฤษฎี เกษตรทฤษฎีใหม่ มาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยสำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยใช้วิธีการศึกษาแบบ กรณีศึกษา จากสวนเกษตรอินทรีย์ที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation) เป็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นจากเดิม และเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ทำให้เกิดการพัฒนาลูกค้า การจัดหาหน่วย การโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีผลทำให้ต้นทุนได้สูงขึ้น ถือเป็นความพยายามในการพัฒนาลูกค้าด้านต่างๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค [10] ในด้านการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคสูงสุด และเกินความคาดหวังของผู้บริโภค อีกทั้งมูลค่าเพิ่มอาจเกิดจากการเพิ่มสิ่งทีนอกเหนือจากสิ่งทีผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้รับ [11]

ดังนั้น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์จึงเป็นสิ่งจำเป็น ผู้ผลิตแต่ละรายจึงพยายามหาโอกาสพัฒนา และยกระดับคุณลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์เสนอแก่ลูกค้า เครื่องมือที่จะช่วยให้กลุ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์สามารถอยู่รอด และเติบโตได้ ต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเหนือคู่แข่ง นั่นก็คือ การดึงดูดด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกรู้สึกมากกว่าความพึงพอใจ [12]

โดยงานวิจัยนี้ได้นำความหมาย ของการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ หมายถึง วิธีการพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรอินทรีย์ หรือวิธีการสร้างรายได้เพิ่มให้กับเกษตรกรในการประกอบอาชีพได้อย่างยั่งยืน

เกษตรอินทรีย์ (Organic Farming) เป็นการทำงานร่วมกับธรรมชาติ มิใช่การฝืนธรรมชาติ ในด้านความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์ในฟาร์ม ระดับการใช้สารกำจัดแมลงต่ำ ไม่มีสารเคมีกำจัดวัชพืช หรือ ปุ๋ยเคมี และยังมีการจัดการที่ดินและทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน [13] นอกจากนี้เกษตรอินทรีย์ เป็นระบบการเกษตรที่หลีกเลี่ยงการใช้ปุ๋ยเคมี และสารเคมีกำจัดศัตรูพืช เน้นการปลูกพืชหมุนเวียน ใช้เศษซากพืช มูลสัตว์พืชตระกูลถั่ว ปุ๋ยพืชสด ในการเพิ่มความ

อุดมสมบูรณ์ของดิน และใช้หลักการควบคุมศัตรูพืช โดยวิธีชีวภาพก่อให้เกิดผลผลิตทางการเกษตรที่ปลอดภัยจากสารพิษ เพิ่มมูลค่าของผลผลิตและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค [14]

โดยงานวิจัยนี้ได้ให้ความหมาย ของเกษตรอินทรีย์ หมายถึง การทำการเกษตรที่ไม่ใช้สารเคมี เน้นการปลูกพืชแบบผสมผสาน และปลูกพืชหมุนเวียน ก่อให้เกิดผลผลิตทางการเกษตรที่ปลอดภัยจากสารพิษ และมีการบริหารจัดการทรัพยากรภายในพื้นที่ให้เกิดประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

ระเบียบวิธีการวิจัย

ผู้วิจัยได้มีการออกแบบเครื่องมือและวิธีการศึกษาวิจัยอย่างเป็นระบบ เพื่อความถูกต้องตรงประเด็นของผลการศึกษา โดยสามารถจำแนกหัวข้อต่างๆ ออกเป็นขั้นตอนได้ ดังนี้

การเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยตามแนวทางกรณีศึกษา (Case Study Approach) ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยยึด จุดมุ่งหมายของการศึกษาเป็นหลัก (Purposeful Sampling) ตามแนวคิดของ Patton [15] ในประเภทของการสุ่ม กลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ที่มีลักษณะแตกต่าง และมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัว (Unique)

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้คัดเลือกตัวอย่าง คือ สวนจากรูวรรณ จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อเป็นกรณีศึกษาตัวอย่างสำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นสวนเกษตรอินทรีย์ที่มีความโดดเด่น และประสบความสำเร็จแห่งหนึ่งในประเทศไทย ที่มีผลงานและได้รับรางวัลต่างๆ มากมายตามที่ได้กล่าวมาแล้วในบทนำข้างต้น

วิธีการเก็บข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เจ้าของสวนจากรูวรรณ พนักงาน และกลุ่มเครือข่ายสวนจากรูวรรณ พร้อมทั้งการเก็บข้อมูลจากเอกสารอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น สมุดบัญชีต้นทุน สมุดบันทึกบัญชีรายรับ-รายจ่ายในครัวเรือน สมุดบันทึกประจำวันผู้เข้าเยี่ยมชมศึกษาดูงาน เอกสารแผนธุรกิจ เป็นต้น โดยผู้วิจัยได้นัดหมายกับผู้ให้ข้อมูลก่อนล่วงหน้าทุกครั้ง ซึ่งได้ทำการสัมภาษณ์ในช่วง กุมภาพันธ์-มีนาคม 2561

การเตรียมตัวของผู้วิจัย

เป็นการศึกษาวิจัยจากคณะผู้วิจัย 3 คน โดยได้มีการเตรียมความพร้อมก่อนลงพื้นที่ตามขั้นตอน ดังนี้

1) การศึกษาข้อมูลภูมิหลังของตัวอย่าง เป็นการศึกษาสภาพบริบททั่วไปของสวนจากรูวรรณ เกี่ยวกับการเพาะปลูกพืชอินทรีย์แบบผสมผสาน โดยสืบค้นทางเว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต ที่เผยแพร่ข้อมูลของสวนจากรูวรรณ รวมถึงการโทรศัพท์ติดต่อสอบถามข้อมูลเบื้องต้น และการขออนุญาตนัดหมายเข้าสัมภาษณ์

2) การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เป็นการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนลงพื้นที่จริง โดยการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และวิธีการวิจัยคุณภาพตามแนวทางกรณีศึกษา เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลในการนำไปสร้างแบบสัมภาษณ์ก่อนลงพื้นที่จริง

3) การเตรียมคู่มือการสัมภาษณ์ (Protocol) เป็นการเตรียมคู่มือเพื่อนำไปใช้ในช่วงการสัมภาษณ์จริงกับผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดขั้นตอนอย่างเป็นระบบ และมีมาตรฐานในการสัมภาษณ์ แสดงได้ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 คู่มือการสัมภาษณ์

หัวข้อ	รายละเอียด
ขั้นตอนที่ 1 การกล่าวคำแนะนำ	เป็นการกล่าวคำแนะนำของผู้วิจัยให้กับผู้ให้สัมภาษณ์ให้รู้จักเพื่อสร้างความคุ้นเคย รวมถึงการกล่าววัตถุประสงค์การวิจัย และกล่าวขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้สละเวลาในการให้ข้อมูลในครั้งนี้
ขั้นตอนที่ 2 ข้อคำถามการสัมภาษณ์	เป็นข้อคำถามปลายปิด ประมาณ 5-10 ข้อ และข้อคำถามปลายเปิด ประมาณ 10-15 ข้อ
ขั้นตอนที่ 3 การสรุปการสัมภาษณ์	สรุปประเด็นสำคัญให้กับผู้ให้สัมภาษณ์ฟังอีกครั้ง และสรุปข้อมูลในภาพรวมที่ได้จากการสัมภาษณ์ร่วมกัน และกล่าวขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์อีกครั้ง

เทคนิคการสัมภาษณ์

ใช้วิธีการจดบันทึกข้อมูลเป็นลายลักษณ์อักษรลงสมุดบันทึก มีการบันทึกเทป และวิธีโอควบคู่กัน ระหว่างสัมภาษณ์ พร้อมทั้งถ่ายภาพนิ่งประกอบ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลก่อนทุกครั้ง โดยในระหว่างการสัมภาษณ์จะมีช่วงหยุดพัก และมีการพูดคุย ชัก-ถามกันนอกประเด็นคำถามที่ผู้วิจัยเตรียมมา เพื่อไม่ให้ ผู้ให้ข้อมูลเกิดความรู้สึกเครียดจนเกินไป สำหรับข้อคำถามในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้เตรียมคำถามในลักษณะแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure) มาเป็นแนวทางในพัฒนาข้อคำถามเพื่อให้ได้ ข้อมูลที่ตรงประเด็น และครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีการตีความ และการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รวบรวมมา ตามแนวคิดของ Strauss & Corbin [16] ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดรหัส (Open Coding) การเชื่อมโยงข้อมูล (Axial Coding) และการบูรณาการหาแก่นแท้ของเรื่อง (Selective Coding) เพื่อแสดงถึงการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้นำโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งเป็น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่มีความเหมาะสมกับงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสามารถนำมาช่วยในการตีความของข้อมูลตัวอักษรที่ได้รับ ความนิยมน้อยแพร่หลาย [17] อย่างไรก็ตามการตีความ และการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยทั้ง 3 คน ยังคงมีบทบาทสำคัญที่สุดในการตีความ และวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

การตรวจสอบความเชื่อถือได้

การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Credibility) หรือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ในการศึกษาวิจัยคุณภาพครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้เทคนิคแบบสามเส้า (Triangulation Technique) ตามแนวคิดของ Maxwell [18] ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 เทคนิค ดังนี้

1) **ต่างผู้วิจัย (Researchers Triangulation)** เป็นเทคนิคในการลดความผิดพลาดจากการตีความ โดยใช้มุมมองจากผู้วิจัย 3 คน มาร่วมกันตีความ และวิเคราะห์ข้อมูลย้อนกลับไปกลับมาหลายๆ ครั้ง กระทั่งข้อมูลที่ศึกษาไม่มีอะไรที่แตกต่างกันออกไปจึงจะหยุดการวิเคราะห์ เพื่อดำเนินการในขั้นตอนอื่นๆ ต่อไป

2) **ต่างแหล่งข้อมูล (Datasets Triangulation)** เป็นเทคนิคการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูล 3 กลุ่ม ประกอบด้วยเจ้าของสวนจากรูรณ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวนที่เข้าสัมภาษณ์ 3 ครั้ง ครั้งละ 1 ชั่วโมง พนักงานฝ่ายผลิต

และการตลาด จำนวนที่เข้าสัมผัส 3 ครั้ง ครั้งละ 1 ชั่วโมง และกลุ่มเครือข่ายสวนจางูวรรณ ได้แก่ ประธานกลุ่มเครือข่าย Biz Club จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวนที่เข้าสัมผัส 1 ครั้ง เป็นเวลา 1 ชั่วโมง

พร้อมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารอื่นๆ ประกอบด้วย สมุดบันทึกต้นทุน สมุดบันทึกบัญชีรายรับ-รายจ่ายในครัวเรือน สมุดบันทึกประจำวันผู้เข้าเยี่ยมชมศึกษาดูงาน และรายงานแผนธุรกิจ เป็นต้น เพื่อนำมาประกอบในการตีความ และการวิเคราะห์ในเชิงตัวเลขที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์

3) ต่างวิธีการ (Methods Triangulation) เป็นเทคนิคในการวิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในลักษณะการอธิบายผลการวิจัยเป็น 2 วิธีการ โดยวิธีการแรก คือ การบรรยายเชิงพรรณนา ในส่วนการอธิบายผลการวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อศาสตร์พระราชฯ เครือข่ายสังคม และการแบ่งปัน ส่วนวิธีการที่สอง คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลข ในส่วนของการอธิบายผลการวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการแปรสภาพ เพื่อเป็นการเปรียบเทียบผลลัพธ์สำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ในรูปแบบของข้อมูลเชิงตัวเลข หรือเชิงปริมาณ

ผลการวิจัย

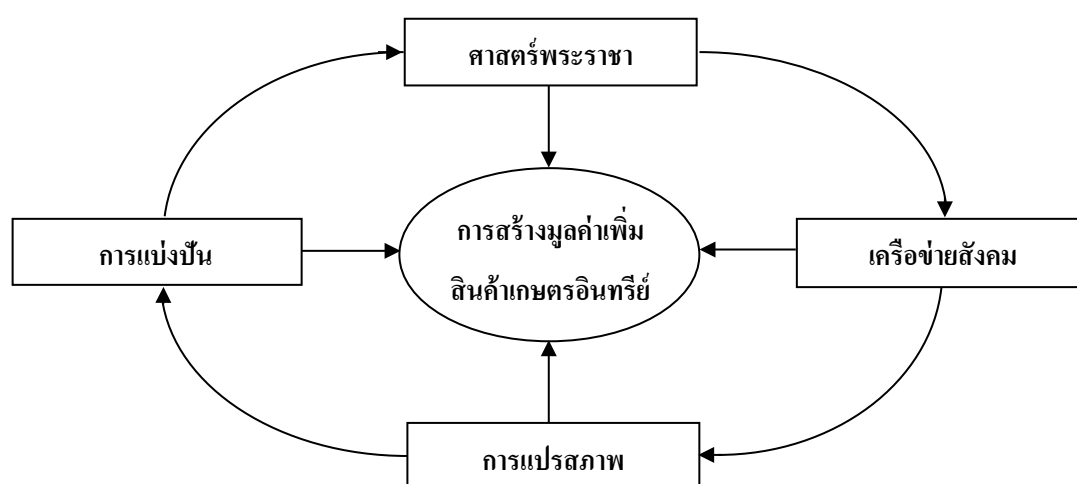
ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ (1) เพื่อศึกษาสภาพบริบทสวนเกษตรอินทรีย์: กรณีศึกษาสวนจางูวรรณ จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า สวนจางูวรรณ จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นสวนเกษตรอินทรีย์ที่เป็นต้นแบบ และประสบความสำเร็จแห่งหนึ่งในประเทศไทย โดยเจ้าของสวนจางูวรรณ เกิดเมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2549 อดีตเคยรับราชการตำแหน่งเกษตรอำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ ก่อนเกษียณอายุราชการ หลังจากนั้นได้ประกอบอาชีพทางการเกษตรอินทรีย์ โดยการทำไร่นาสวนผสมในพื้นที่ของตนเอง จำนวน 84 ไร่ ตั้งแต่ปี 2534 เป็นต้นมา ซึ่งมีประสบการณ์ทางด้านเกษตรอินทรีย์มาเป็นเวลานานกว่า 30 ปี โดยมีระบบการปลูกพืชสวนผสม/สายพันธุ์ต่างๆ มากมาย เช่น มะม่วง 44 สายพันธุ์ รวม 2,000 ต้น กัลยน้ำว่าว รวม 400 กอ กัลยหอมทอง รวม 100 กอ กัลยสายพันธุ์อื่นๆ รวม 50 กอ มะละกอ รวม 100 ต้น มะนาวรวม 100 ต้น ผักหวานบ้าน รวม 2 ไร่ พืชสมุนไพรและผักสวนครัวอื่นๆ รวม 2 ไร่ และแปลงเกษตรผสมผสานและข้าว รวม 2 ไร่ เป็นต้น ทั้งนี้ในส่วนของการระบบน้ำประกอบด้วย สระน้ำเพื่อการเกษตร 1 บ่อ (เพียงพอตลอดปี) สระน้ำบาดาล 1 บ่อ และใช้ระบบสูบน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ 1 ชุด บทบาทด้านผู้นำชุมชน เป็นผู้นำชุมชนในการปรับเปลี่ยนระบบการผลิตจาก GAP เป็นอินทรีย์ (Organic) จัดทำแปลงต้นแบบ 1 ไร่ 1 แสน ในบริบทของเกษตรทฤษฎีใหม่ เป็นผู้นำจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าอินทรีย์ชุมชน (Organic Frame Outlet) ร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมประชาชนสัมมาชีพ จัดตั้งศูนย์นวัตกรรมพลังปัญญา จัดตั้งเป็นศูนย์สานต่อที่พ่อทำ อีกทั้งสวนจางูวรรณได้รับการคัดเลือกให้เป็นศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนกุดป่อง จังหวัดกาฬสินธุ์ จากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยมีผู้สนใจมาศึกษาดูงานทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนตลอดทั้งปี ประมาณ 3,000 คน/ปี

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ (2) เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์: กรณีศึกษาสวนจางูวรรณ จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า ได้ข้อค้นพบ “วัฏจักรการสร้างมูลค่าเพิ่ม” สินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าของสวนเกษตรอินทรีย์ที่ประสบความสำเร็จ และกลุ่มเครือข่าย รวมถึงแหล่งข้อมูลอื่นๆ ในรูปแบบของเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาตีความ และวิเคราะห์ความหมาย โดยคณะผู้วิจัยได้พินิจวิเคราะห์ในการหาบทสรุป พบว่า มีรหัสข้อมูลที่สำคัญ จำนวน 35 คำ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 รายละเอียดการกำหนดรหัสข้อมูล

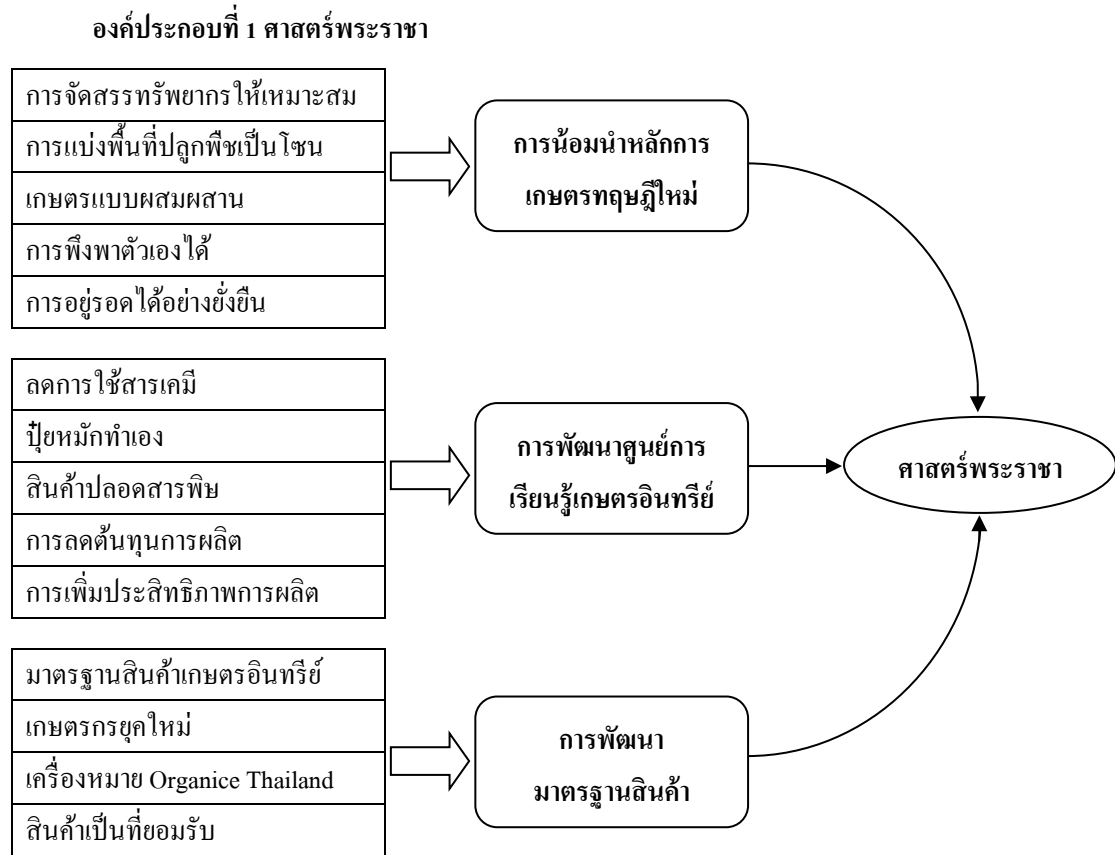
ลำดับ	รหัสข้อมูล	ลำดับ	รหัสข้อมูล	ลำดับ	รหัสข้อมูล
1	การจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสม	13	เครื่องหมาย Organic Thailand	25	การขายสินค้าแปรรูปเชิงพาณิชย์
2	การแบ่งพื้นที่เพาะปลูกพืชเป็นโซน	14	สินค้าเป็นที่ยอมรับ	26	ราคาสินค้าที่สูงกว่าสินค้าเคมีทั่วไป
3	เกษตรแบบผสมผสาน	15	การรวมกลุ่มของเกษตรกร	27	เพิ่มทางเลือกสินค้าให้กับผู้บริโภค
4	การพึ่งพาตัวเองได้	16	การร่วมกันทำงานระหว่างบุคคล	28	เพิ่มโอกาสให้กับผู้บริโภคมากขึ้น
5	การอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน	17	การจัดตั้งกลุ่มเครือข่าย	29	ตอบสนองความต้องการผู้บริโภค
6	ลดการใช้สารเคมี	18	การแบ่งปันองค์ความรู้	30	ผลผลิตบริโภคภายในครัวเรือน
7	ปุ๋ยหมักทำเอง	19	ช่วยกันแก้ไขปัญหาาร่วมกัน	31	การให้โดยไม่หวังผลกำไรตอบแทน
8	สินค้าปลอดสารพิษ	20	การสร้างองค์ความรู้ใหม่	32	มีอยู่มีกินตลอดปี
9	การลดต้นทุนการผลิต	21	การบริหารเครือข่ายภายใน/ภายนอก	33	ขายผลผลิตที่เหลือจากการบริโภค
10	การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต	22	วิธีการบริหารเครือข่ายที่ดี	34	ขายสินค้าปลอดสารพิษให้กับลูกค้า
11	มาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์	23	การสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว	35	ขยายช่องทางการขายสินค้าสู่ลูกค้า
12	เกษตรกรยุคใหม่	24	การแปรรูปสินค้าเกษตรอินทรีย์		

จากนั้นคณะผู้วิจัยได้เปรียบเทียบมโนทัศน์ หรือแนวคิดที่ปรากฏอยู่ในข้อความ จากตารางที่ 2 กับมโนทัศน์ หรือแนวคิดอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกันนำมาเชื่อมโยงเป็นกลุ่มคำที่มีความสัมพันธ์กัน และได้ทำการกำหนดรหัสตัวแปร ที่สำคัญขึ้นมาใหม่ ซึ่งประกอบด้วย องค์ประกอบหลักทั้ง 4 องค์ประกอบ ของวัฏจักรการสร้างมูลค่าเพิ่ม ที่สร้างขึ้นจาก ข้อมูล ที่มาจากคำสำคัญเด่นๆ และเป็นคำสำคัญที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวซ้ำๆ อยู่บ่อยครั้ง แสดงได้ตามภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงวัฏจักรการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ (ที่สร้างขึ้นจากข้อมูล)

จากวัฏจักรการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่สร้างขึ้นจากข้อมูล ดังปรากฏในภาพที่ 1 สามารถอธิบายรายละเอียดที่สำคัญในแต่ละองค์ประกอบหลักทั้ง 4 องค์ประกอบ ของการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้ ดังนี้



ภาพที่ 2 แสดงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคำ และการกำหนดรหัสตัวแปรที่สำคัญขององค์ประกอบที่ 1 ศาสตร์พระราชา

คำอธิบายรายละเอียด “ศาสตร์พระราชา”

ศาสตร์พระราชา คือ แนวทางการพัฒนาของในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่มีความลุ่มลึก รอบด้าน มองการณ์ไกล และเน้นความยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาที่มุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยทุกหมู่เหล่า จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความสำเร็จ และการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ของสวนจางูวรรณ สิ่งแรกที่ต้องปฏิบัติ คือ การน้อมนำศาสตร์พระราชามาเป็นแนวทางในการทำเกษตรอินทรีย์ ดังปรากฏจากคำสัมภาษณ์เจ้าของสวนจางูวรรณ ดังนี้

“วันที่ 4 ธันวาคม 2534 ก็นั่งฟังในหลวงรัชกาลที่ 9 พระองค์ท่านได้พระราชทานเกษตรทฤษฎีใหม่ฟังครั้งแรก ก็นั่งฟังแล้วเห็นน้ำจืดที่วิ่งเสร็จแล้วฟังไปแล้วพิจารณาตามพระองค์ท่านนั้น เป็นการพระราชทานแนวคิดให้แบ่งโซนการปลูกพืช ตามแนวทางวิชาการ บวกกับสมการ เป็นทั้งศาสตร์ชาวบ้าน ศาสตร์สากล และศาสตร์พระราชา 3 ศาสตร์ มาบูรณาการรวมกันออกมาเป็นแนวทางการปฏิบัติ ซึ่งใครๆ ก็ทำได้ ถ้าคิดที่จะทำ”

จากคำให้สัมภาษณ์เจ้าของสวนจางูวรรณนั้น สรุปได้ว่า สิ่งแรกที่เกษตรกรต้องปฏิบัติ คือ การน้อมนำศาสตร์พระราชามาเป็นแนวทางในการทำเกษตรอินทรีย์ ซึ่งจะเป็นแนวทางสู่ความสำเร็จ และเป็นแนวทางในการ

สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้อย่างยั่งยืน โดยศาสตร์พระราชาสถาปัตยกรรมได้นำมาเป็นแนวทางในการทำเกษตรอินทรีย์มีอยู่หลักๆ 3 องค์ประกอบย่อย ดังนี้

1) การน้อมนำหลักการเกษตรทฤษฎีใหม่ คือ การน้อมนำแนวทางพระราชดำริของในหลวงรัชกาลที่ 9 เกี่ยวกับการจัดการพื้นที่ดินเพื่อการเกษตร และการอยู่อาศัย ที่มีชีวิตอย่างยั่งยืน โดยมีการแบ่งพื้นที่เป็นส่วนๆ ได้แก่ พื้นที่น้ำ พื้นที่ดินเพื่อเป็นที่นาปลูกข้าว พื้นที่ดินสำหรับปลูกพืชไร่ นา นาพันธุ์ และสำหรับที่อยู่อาศัย ซึ่งทางสวนจตุรพรรณได้ทำการแบ่งพื้นที่เพาะปลูกพืชเป็นโซน จากพื้นที่ทั้งหมด 84 ไร่ ประกอบด้วย พืชไม้ผล จำนวน 38 ไร่ พืชผัก จำนวน 5 ไร่ พื้นที่นา จำนวน 10 ไร่ สระน้ำ 10 ไร่ ป่าไม้ต้นน้ำ จำนวน 20 ไร่ และที่อยู่อาศัย จำนวน 1 ไร่ ซึ่งเป็นวิธีการจัดการทรัพยากรภายในพื้นที่ที่มีอยู่ให้มีความเหมาะสม ทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ ด้วยการจัดการใช้ประโยชน์ที่ดินได้อย่างเต็มประสิทธิภาพโดยให้มีการจัดสร้างแหล่งน้ำในที่ดินสำหรับการทำการเกษตรแบบผสมผสานอย่างได้ผล เพื่อให้เกษตรกรสามารถเลี้ยงตัวเองได้ ให้มีรายได้ไว้ใช้จ่าย และมีอาหารไว้บริโภคตลอดปี

จากการน้อมนำศาสตร์พระราชาเป็นแนวทางสำหรับการทำการเกษตรอินทรีย์เจ้าของสวนจตุรพรรณ จึงเกิดแรงบันดาลใจในการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ให้กับชาวบ้าน หรือเกษตรกรรายอื่นๆ เพื่อเป็นต้นแบบในการศึกษาเรียนรู้ต่อไป ดังปรากฏจากคำสัมภาษณ์เจ้าของสวนจตุรพรรณ ดังนี้

“แรงจูงใจที่ทำให้ปรับเปลี่ยนพื้นที่ดินลุ่มๆ ดอนๆ แห่งนี้ ให้เป็นสวนเกษตรอินทรีย์เพราะว่า เนื่องจากเราเป็นข้าราชการ เกษตรอำเภอเจริญศิลป์ จังหวัดห้วยคดสกลนคร ตั้งแต่ปี 2534 เป็นต้นมา จึงมีความต้องการหาคำตอบให้ชาวบ้านว่าทำสวนไร่นา สวนผสมต้องทำแบบไหน และทำอย่างไรให้ชาวบ้านได้เกิดการเรียนรู้สามารถนำไปต่อยอดทำเกษตรของตนเองได้”

จากคำให้สัมภาษณ์เจ้าของสวนจตุรพรรณนั้น สรุปได้ว่า สิ่งสำคัญต่อมา คือ การช่วยเหลือผู้อื่นในสายอาชีพเดียวกัน ไม่ใช่เพียงแค่ตัวเราที่สามารถอยู่รอดได้ แต่คนอื่นๆ เกษตรกรรายอื่นๆ ก็สามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนเช่นกัน โดยสามารถอธิบายรายละเอียดการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ของสวนจตุรพรรณได้ดังนี้

2) การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ คือ การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ในด้านการทำเกษตรเกษตรอินทรีย์ ลดการใช้สารเคมีทางการเกษตร แบบครบวงจร เป็นจุดแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการพัฒนา การเกษตรของเกษตรกรในพื้นที่ เช่น ลดการใช้สารเคมี ลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยยึดหลักศาสตร์พระราชามาเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ซึ่งทางสวนจตุรพรรณได้รับการคัดเลือกให้เป็นศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ จังหวัดกาฬสินธุ์

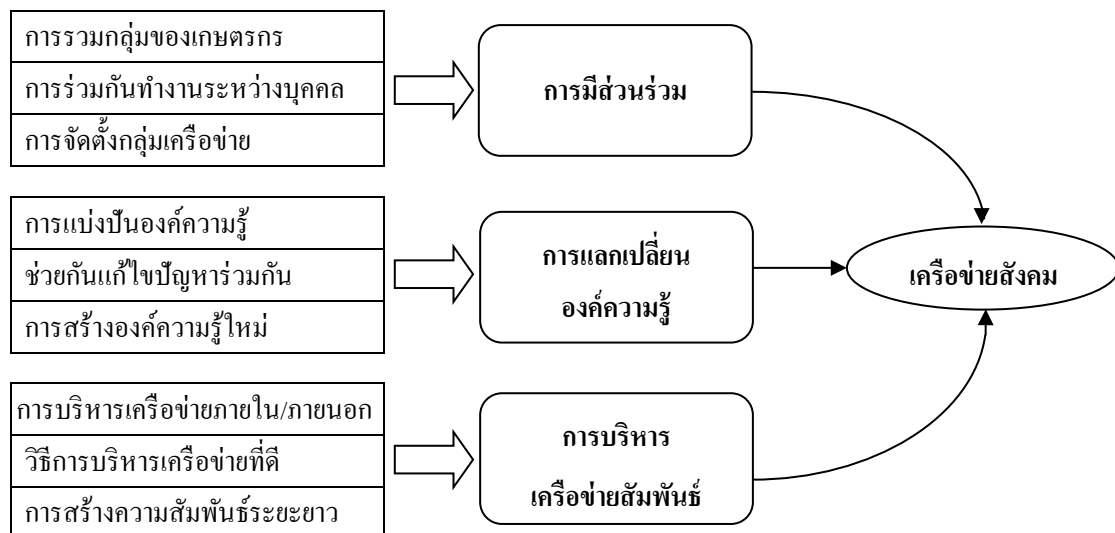
โดยให้บุคคลภายนอกที่เป็นกลุ่มเกษตรกร หรือหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชนได้เข้าเยี่ยมชมศึกษาดูงานที่สวนจตุรพรรณ อีกทั้งยังมีการอธิบายเกี่ยวกับคุณสมบัติของปุ๋ยหมักทำเอง โดยปลอดจากการใช้สารเคมีแบบ 100% ซึ่งสามารถทำให้เกิดการลดต้นทุนสำหรับการซื้อสารเคมีมาใช้ในการเพาะปลูกพืช และยังส่งผลทำให้พืชที่เพาะปลูกมีคุณภาพสูง เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าที่ทำให้เกิดรายได้เพิ่มด้วยวิธีการลดต้นทุนจากการซื้อสารเคมี

จากการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ เจ้าของสวนจตุรพรรณ และพนักงานทุกคน จึงมีแนวคิดในการพัฒนามาตรฐานสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในสากล เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในการส่งเสริมเกษตรกรให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยยังคงยึดหลักศาสตร์พระราชามาในการทำเกษตรอินทรีย์ที่ปลอดสารเคมี มาเป็นแนวทางในการพัฒนามาตรฐานสินค้า ดังปรากฏจากคำสัมภาษณ์จากพนักงานฝ่ายผลิตและการตลาดของสวนจตุรพรรณ ดังนี้

“เราได้มีการพัฒนาสวนเกษตรอินทรีย์ตามแนวทางศาสตร์พระราชามา ไปสู่มาตรฐานการรับรองเครื่องหมาย Organic Thailand ซึ่งเป็นเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ปลอดสารพิษในระดับสูงสุดของประเทศไทย ทำให้สินค้าของสวนจตุรพรรณ มีราคาสูงกว่าสินค้าที่ใช้สารเคมี ประมาณ 20%”

3) การพัฒนามาตรฐานสินค้า คือ การยึดหลักการตามแนวทางศาสตร์พระราชา ไปสู่การรับรองเครื่องหมาย Organic Thailand ซึ่งเป็นเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ จากกรมวิชาการเกษตร เพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับและได้มาตรฐานสากล ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในการส่งเสริมให้เป็นเกษตรกรยุคใหม่ที่สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านราคาที่สูงขึ้น

องค์ประกอบที่ 2 เครือข่ายสังคม



ภาพที่ 3 แสดงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคำ และการกำหนดรหัสตัวแปรที่สำคัญ ขององค์ประกอบที่ 2 เครือข่ายสังคม

คำอธิบายรายละเอียด “เครือข่ายสังคม”

เครือข่ายสังคม คือ การรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่ม การมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน ซึ่งนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ในด้านองค์ความรู้ใหม่ และการแก้ไขปัญหาทางการเกษตรอินทรีย์ และเป็นการบริหารเครือข่ายสัมพันธ์กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายให้มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อไป จากการสัมภาษณ์กลุ่มเครือข่าย พบว่า กุญแจแห่งความสำเร็จ คือ เครือข่ายสังคม ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ของสวนจาวรรณ ดังปรากฏจากคำสัมภาษณ์ของกลุ่มเครือข่าย ดังนี้

“เครือข่ายเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมี เพราะการทำเกษตรอินทรีย์ไม่ใช่เพียงแค่เราทำเองตัวคนเดียวแล้วจะสำเร็จ บางครั้งต้องอาศัยผู้รู้ ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วย หรือแม้แต่การขายสินค้าไม่ใช่เฉพาะขายของเราคนเดียว บางทีสินค้าบางตัวเราอาจจะไม่มี หรือหมด ก็ต้องอาศัยสินค้าของเครือข่ายที่เป็นมาตรฐานเดียวกันมาช่วยขายด้วย มันจึงเป็นประโยชน์ที่ทำให้เกิดการสร้างรายได้เพิ่ม และเป็นการช่วยเหลือเครือข่ายที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน หรือเครือข่ายอื่นๆ ที่เขามีปัญหาในเรื่องเกษตร และการขายด้วย”

จากคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มเครือข่ายสวนจาวรรณนั้น สรุปได้ว่า การทำเกษตรอินทรีย์ที่จะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัย เครือข่ายสังคม ซึ่งถือเป็นกุญแจสำคัญสำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยสามารถอธิบายองค์ประกอบเกี่ยวกับเครือข่ายสังคม ได้เป็น 3 องค์ประกอบหลักๆ ดังนี้

1) การมีส่วนร่วม คือ การร่วมกันทำงานระหว่างบุคคล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชนในการทำการเกษตรอินทรีย์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้สูงขึ้น โดยทางสวนจารูวรรณ ได้เป็นผู้นำที่มีส่วนร่วมในการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายขึ้นมา 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเครือข่าย Biz Club จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งมีเกษตรกรที่เป็นสมาชิก จำนวน 105 ราย (ที่มาจาก <http://www.bizclubdbd.com>) และกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยประกอบด้วยกลุ่มเกษตรกรใน 4 จังหวัด ได้แก่ ร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ (ที่มาจาก <http://region1.prd.go.th/>) โดยการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายนี้เป็นกลุ่มเอกชนที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าเกษตร ไปสู่มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และอาหารปลอดภัย พัฒนาให้เกษตรกรหลุดพ้นความยากจน ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิตคุณภาพสูงขึ้น และผู้บริโภคปลอดภัยจากสารพิษ

อีกทั้งสวนจารูวรรณ ได้มีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องหลายแห่งในด้านการพัฒนาสินค้า การเพิ่มผลผลิตสินค้า และช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ เช่น สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เทศบาลเมืองจังหวัดกาฬสินธุ์ สำนักงานเกษตรจังหวัดกาฬสินธุ์ พาณิชย์จังหวัดกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ และมหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นต้น ดังนั้น การมีส่วนร่วมจึงเป็นส่วนประกอบสำคัญของเครือข่ายสังคม ที่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้

2) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ คือ การใช้เครือข่ายในการแบ่งปันองค์ความรู้ในด้านต่างๆ รวมถึงการช่วยกันแก้ไขปัญหาโดยอาศัยเครือข่ายเป็นตัวช่วย ซึ่งมีความสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มเครือข่าย ดังนี้

“การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะทุกคนไม่รู้ทุกเรื่อง คนอาจจะเก่งแต่เรื่องคนละเรื่องซึ่งต้องมีการแบ่งปันความรู้ให้กัน และมาจูนกัน เช่นบางทีคนปลูกผักอาจจะเกิดปัญหาเรื่องแมลง เรื่องหมัก เหม็น เรื่องอะไรต่างๆ สุดท้ายเราก็จะมาแลกเปลี่ยนความรู้กันในเครือข่าย ว่ามีวิธีการอย่างไรในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะบางคนอาจจะเจอปัญหาไม่เหมือนกัน แต่ละพื้นที่ก็จะแตกต่างกันออกไปตามสภาพแวดล้อม”

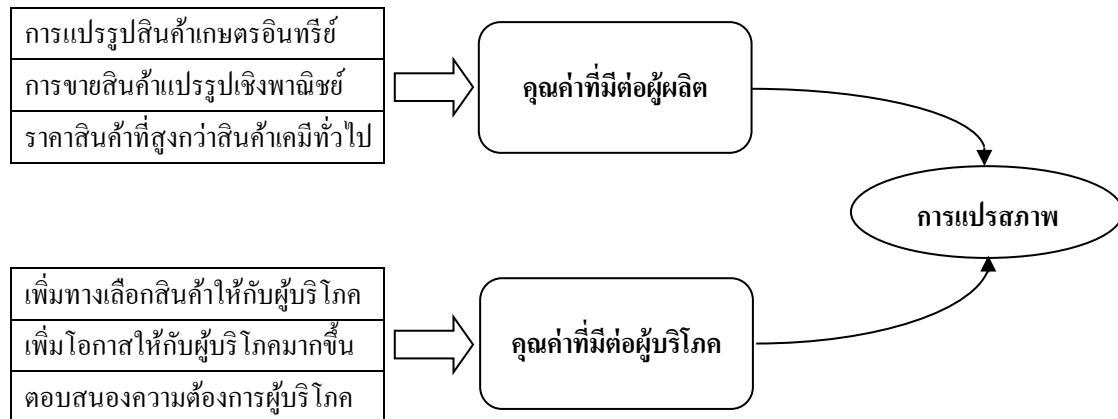
จะเห็นได้ว่า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นกุญแจสำคัญอีกหนึ่งประการที่จะสามารถช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้ เนื่องจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ และเป็นการแก้ไขปัญหาให้กับเกษตรกรในบางเรื่องที่ยังขาดองค์ความรู้ต่างๆ โดยสวนจารูวรรณก็ได้ใช้เครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในด้านต่างๆ เช่น ด้านการเพาะปลูก ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดทำบัญชีต้นทุน ด้านการตลาด เป็นต้น

3) การบริหารเครือข่ายสัมพันธ์ คือ วิธีการจัดการกลุ่มเครือข่ายภายใน และภายนอกให้มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว โดยกลุ่มเครือข่ายภายใน ได้แก่ กลุ่มเครือข่ายที่มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เป็นกลุ่มบุคคล หรือกลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน และกลุ่มเครือข่ายภายนอก ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการซื้อขายสินค้า ประกอบด้วย กลุ่มลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ ซึ่งมีความสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของพนักงานฝ่ายผลิตและการตลาดของสวนจารูวรรณ ดังนี้

“การบริหารเครือข่ายต้องทำด้วยใจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว แบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือกลุ่มเครือข่ายที่เป็นหน่วยงาน โดยวิธีการนำไปฝากในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ ให้กับผู้หลักผู้ใหญ่ตามหน่วยงานให้เขาได้เป็นพรีเซนเตอร์ให้คนอื่น ๆ ได้รู้จักสินค้าเรามากขึ้น กลุ่มต่อมา是客户เก่าที่สินค้าจำนวนมากก็มีของแถมให้เป็นบางโอกาส สุดท้ายคือกลุ่มลูกค้าใหม่ที่เพิ่งซื้อสินค้าจะใช้วิธีการฝากให้ลูกค้าประจำสัมพันธ์สินค้าให้”

จากคำให้สัมภาษณ์ของพนักงานฝ่ายผลิตและการตลาดนั้น สรุปได้ว่า การบริหารเครือข่ายสัมพันธ์มีความสำคัญมากต่อการสร้างเครือข่าย หากมีการบริหารเครือข่ายที่ดี และเหมาะสมกับเครือข่ายทั้ง 3 กลุ่ม ก็จะส่งผลให้เกิดมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในด้านการประชาสัมพันธ์ การรักษารฐานลูกค้าเก่า และการเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ ซึ่งจะทำให้เกิดรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นตามมาด้วย

องค์ประกอบที่ 3 การแปรรูป



ภาพที่ 4 แสดงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างค่า และการกำหนดรหัสตัวแปรที่สำคัญขององค์ประกอบที่ 3 การแปรรูป

คำอธิบายรายละเอียด “การแปรรูป”

การแปรรูป คือ การแปรรูปผลผลิตบางชนิดที่ได้จากการเพาะปลูกของสวนจางูวรรณ ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับการนำไปจำหน่ายเชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ทำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ โดยสวนจางูวรรณได้มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จำนวน 4 ชนิด ได้แก่ Snack ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ กล้วยตากอบแสงอาทิตย์ มะม่วงกวน และชาผักหวานอบแห้ง ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในการจำหน่ายเมื่อเปรียบเทียบกับจำหน่ายแบบเดิมที่ไม่ได้ผ่านการแปรรูป จากการสัมภาษณ์เจ้าของสวนจางูวรรณ พนักงานฝ่ายผลิตและการตลาด และกลุ่มเครือข่ายการแปรรูปเป็นหัวใจสำคัญอีกประการของการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยอธิบายรายละเอียดได้ ดังนี้

1) การแปรรูป Snack ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ คือ การนำข้าวกล้องพันธุ์ไรซ์เบอร์รี่ ไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ Snack ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ ที่สามารถรับประทานเป็นขนมขบเคี้ยวได้ตามความต้องการของผู้บริโภค โดยผู้วิจัยได้สรุปผลความแตกต่างการสร้างมูลค่าเพิ่มหลังการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ 1 กิโลกรัม แปรรูปเป็น Snack ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ได้ 30 กล่อง x 50 บาท/กล่อง รายได้จากการขาย เท่ากับ 1,500 บาท/ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ 1 กก. หักต้นทุน 15 บาท/กล่อง ต้นทุนรวม 30 กล่อง x 15 บาท/กล่อง เท่ากับ 450 บาท คำนวณกำไรสุทธิ = 1,050 บาท/ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ 1 กก.

เปรียบเทียบกับราคาขายข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่แบบเดิมที่ไม่ได้ผ่านการแปรรูป ราคาขายปลีก เท่ากับ 100 บาท/ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ 1 กก. หักต้นทุน เท่ากับ 32 บาท/กิโลกรัม คำนวณกำไรสุทธิ = 68 บาท/ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ 1 กก.

เปรียบเทียบกำไรสุทธิของ ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ 1 กก. ระหว่างการแปรรูปเป็น Snack ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่กับการขายข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่แบบเดิมที่ไม่ได้ผ่านการแปรรูป = 1,050 – 68 = 982 บาท/ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ 1 กก. หรือคิดเป็นมูลค่าเพิ่มการแปรรูป Snack ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ได้ 15.44 เท่า

2) การแปรรูปกล้วยตากอบแสงอาทิตย์ คือ การนำกล้วยที่ได้จากการเพาะปลูกในสวน ไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยตากอบแสงอาทิตย์ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค รับประทานกล้วยในรูปแบบของกล้วยตากที่สามารถเก็บรักษาเอาไว้ได้นานกว่ากล้วยสุก โดยผู้วิจัยได้สรุปผลความแตกต่างการสร้างมูลค่าเพิ่มหลังการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

กล้วย 1 หวี แปรรูปเป็นกล้วยตากอบแสงอาทิตย์ได้ 2 กล่อง x 35 บาท/กล่อง รายได้จากการขาย เท่ากับ 70 บาท/กล้วย 1 หวี หักต้นทุน 15 บาท/กล่อง ต้นทุนรวม 2 กล่อง x 15 บาท/กล่อง เท่ากับ 30 บาท จำนวนกำไรสุทธิ = 40 บาท/กล้วย 1 หวี

เปรียบเทียบกับราคาขายกล้วยแบบเดิมที่ไม่ได้ผ่านการแปรรูป ราคาขายปลีก เท่ากับ 20 บาท/กล้วย 1 หวี หักต้นทุน เท่ากับ 5 บาท/กล้วย 1 หวี จำนวนกำไรสุทธิ = 15 บาท/กล้วย 1 หวี

เปรียบเทียบกำไรสุทธิของ กล้วย 1 หวี ระหว่างการแปรรูปเป็นกล้วยตากอบแสงอาทิตย์ กับการขายกล้วยแบบเดิมที่ไม่ได้ผ่านการแปรรูป = $40 - 15 = 25$ บาท/กล้วย 1 หวี หรือคิดเป็นมูลค่าเพิ่มการแปรรูปกล้วยตากอบแสงอาทิตย์ได้ 2.66 เท่า

3) การแปรรูปมะม่วงกวน คือ การนำมะม่วงที่ได้จากการเพาะปลูกในสวน ไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มะม่วงกวน เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคได้รับประทานมากขึ้น และสามารถเก็บรักษาเอาไว้ได้นานกว่ามะม่วงดิบ หรือมะม่วงสุก โดยผู้วิจัยได้สรุปผลความแตกต่างการสร้างมูลค่าเพิ่มหลังการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

มะม่วง 1 กก. แปรรูปเป็นมะม่วงกวน เท่ากับ 5 กล่อง x 25 บาท/กล่อง รายได้จากการขาย เท่ากับ 125 บาท/มะม่วง 1 กก. หักต้นทุน 10 บาท/กล่อง ต้นทุนรวม 5 กล่อง x 10 บาท/กล่อง เท่ากับ 50 บาท จำนวนกำไรสุทธิ = 75 บาท/มะม่วง 1 กก.

เปรียบเทียบกับราคาขายมะม่วงแบบเดิมที่ไม่ได้ผ่านการแปรรูป ราคาขายปลีก เท่ากับ 10 บาท/มะม่วง 1 กก. หักต้นทุน เท่ากับ 5 บาท/มะม่วง 1 กิโลกรัม จำนวนกำไรสุทธิ = 10 บาท - 5 บาท = 5 บาท/มะม่วง 1 กก.

เปรียบเทียบกำไรสุทธิของ มะม่วง 1 กก. ระหว่างการแปรรูปมะม่วงกวน กับการขายมะม่วงแบบเดิมที่ไม่ได้แปรรูป = $75 - 5 = 70$ บาท/มะม่วง 1 กก. หรือคิดเป็นมูลค่าเพิ่มการแปรรูปมะม่วงกวนได้ 15 เท่า

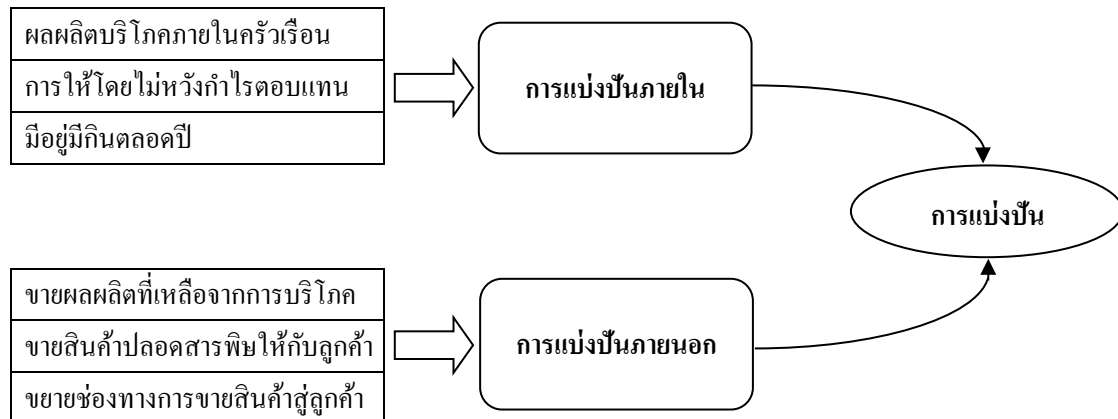
4) การแปรรูปชาผักหวานอบแห้ง คือ การนำผักหวานที่ได้จากการเพาะปลูกในสวน ไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชาผักหวานอบแห้งที่สามารถเพิ่มโอกาสในการรับประทานได้มากขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค โดยผู้วิจัยได้สรุปผลความแตกต่างการสร้างมูลค่าเพิ่มหลังการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

ผักหวาน 1 กก. แปรรูปเป็นชาผักหวานอบแห้ง เท่ากับ 20 กล่อง x 50 บาท/กล่อง รายได้จากการขาย เท่ากับ 1,000 บาท/ผักหวาน 1 กก. หักต้นทุน 20 บาท/กล่อง ต้นทุนรวม 20 กล่อง x 20 บาท/กล่อง เท่ากับ 400 บาท จำนวนกำไรสุทธิ = 600 บาท/ผักหวาน 1 กก.

เปรียบเทียบกับราคาขายผักหวานแบบเดิมที่ไม่ได้ผ่านการแปรรูป ราคาขายปลีก เท่ากับ 100 บาท/ผักหวาน 1 กก. หักต้นทุน เท่ากับ 10 บาท/กก. จำนวนกำไรสุทธิ = 100 บาท - 10 บาท = 90 บาท/ผักหวาน 1 กก.

เปรียบเทียบกำไรสุทธิของ ผักหวาน 1 กก. ระหว่างการแปรรูปชาผักหวานอบแห้ง กับการขายผักหวานแบบเดิมที่ไม่ได้ผ่านการแปรรูป = $600 - 90 = 510$ บาท/ผักหวาน 1 กก. หรือคิดเป็นมูลค่าเพิ่มการแปรรูปชาผักหวานอบแห้งได้ 6.66 เท่า

องค์ประกอบที่ 4 การแบ่งปัน



ภาพที่ 5 แสดงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคำ และการกำหนดรหัสตัวแปรที่สำคัญขององค์ประกอบที่ 4 การแบ่งปัน

คำอธิบายรายละเอียด “การแบ่งปัน”

คือ การนำผลผลิตที่ได้จากสวนเกษตรอินทรีย์ไปบริโภคภายในครัวเรือน และนำผลผลิตที่เหลือจากการบริโภคภายในครัวเรือน ไปจำหน่ายให้กับลูกค้าภายนอกตามสถานที่ต่างๆ โดยสวนจารุวรรณได้มีการแบ่งปันผลผลิตเพื่อนำไปใช้ประโยชน์เป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ ได้แก่ การแบ่งปันภายใน และการแบ่งปันสู่ภายนอก โดยสามารถสรุปเนื้อหาเกี่ยวกับการแบ่งปันได้ ดังนี้

1) การแบ่งปันภายใน คือ การแบ่งปันผลผลิตทางการเกษตรสำหรับการบริโภคในครัวเรือน และกระจายผลผลิตบางส่วนไปสู่บุคคลอื่นๆ ที่รู้จักให้เขาได้รับบริโภคด้วย โดยที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรตอบแทน ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์เจ้าของสวนจารุวรรณ ดังนี้

“การที่เราไม่ต้องไปซื้อเขากิน เรามีข้าวกินเอง ผักผลไม้ อาหาร มีกินตลอดปี โดยที่ครอบครัวไม่ต้องเสียเงินไปซื้อเขาก็ถือว่าดีแล้ว เมื่อเรามีเหลือเพื่อ เราก็แบ่งปันให้ญาติ พี่น้อง คนรู้จักให้เขาได้กินของปลอดสารพิษจากเราด้วย”

จากคำให้สัมภาษณ์เจ้าของสวนจารุวรรณ สรุปได้ว่า การแบ่งปันภายในควรเริ่มจากตัวเรา ครอบครัวของเรา และบุคคลอื่นๆ ที่เรารู้จักให้เขาได้รับประโยชน์จากผลผลิตโดยที่ไม่หวังผลประโยชน์ตอบแทน แต่เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มได้ในกรณีที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการไปซื้อสินค้าจากภายนอก และการให้สิ่งของแก่ผู้อื่นโดยที่ไม่หวังผลตอบแทนก็จะทำให้เราได้รับผลตอบแทนในรูปแบบอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์กับเราในอนาคตได้

2) การแบ่งปันสู่ภายนอก คือ การนำผลผลิตที่เหลือจากการบริโภคภายในครัวเรือน ไปจำหน่ายให้กับลูกค้าภายนอก โดยมีรายได้และผลกำไรเป็นค่าตอบแทนในช่องทางการจำหน่ายสินค้าตามสถานที่ต่างๆ เช่น ศูนย์จำหน่ายสินค้า (Farm Outlet) การออกบูธจัดแสดงสินค้า ธงฟ้าประชารัฐ แผงจำหน่ายสินค้าปลอดภาษีจังหวัดกาฬสินธุ์ รถยนต์เคลื่อนที่จำหน่ายสินค้า และช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“เมื่อเรามีผลผลิตจำนวนมาก เกินความจำเป็นในการบริโภค เราก็ต้องแบ่งปันให้กับคนภายนอก ที่เราไม่ได้รู้จัก ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า หน่วยงานต่างๆ หรือคนที่ต้องการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ให้เขาได้กินสินค้าปลอดสารพิษของเรา เราก็จะเอาสินค้าในสวนของเราไปขายตามที่ต่างๆ ให้คนเขาได้ซื้อสินค้าของสวนเราด้วย”

จากคำให้สัมภาษณ์เจ้าของสวนจาวรรณ สรุปได้ว่า การแบ่งปันภายนอกเป็นการนำผลผลิตที่มีมากเกินไปมา
จำหน่ายในการบริโภคไปจำหน่ายให้กับลูกค้า โดยมีผลกำไรเป็นค่าตอบแทน

สรุปและการอภิปรายผล

จากผลการศึกษาได้ค้นพบ “วัฏจักรการสร้างมูลค่าเพิ่ม” สินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยมี 4 องค์ประกอบหลักสำคัญ
ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 ศาสตร์พระราชา ซึ่งศาสตร์พระราชาสวนจาวรรณได้นำมาเป็นแนวทางในการทำเกษตร
อินทรีย์มีอยู่หลักๆ 3 ประการ ได้แก่ หลักการเกษตรทฤษฎีใหม่ การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ และการพัฒนามาตรฐาน
สินค้า ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ตะวัน [19] เกษตรกรจำเป็นต้องยึดหลักตามแนวทาง “เกษตรทฤษฎีใหม่” เพื่อให้เกิด
ประสิทธิภาพสูงสุด และต้องเรียนรู้การพึ่งพาตนเอง ก่อให้เกิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยการจัดการแบ่งพื้นที่ให้สัมพันธ์
และเกื้อกูลกัน ซึ่งเป็นการบริหารจัดการทรัพยากร และการพัฒนามาตรฐานสินค้าสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

องค์ประกอบที่ 2 เครือข่ายสังคม โดยสวนจาวรรณมีการสร้างเครือข่ายสังคมอยู่หลักๆ 3 ประการ ได้แก่ การ
มีส่วนร่วม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการบริหารเครือข่ายสัมพันธ์ สอดคล้องกับ ธนินฐา และพนามาศ [20] รูปแบบ
การทำเกษตรอินทรีย์ของสามพรานโมเดล โดยมีการเชื่อมโยงกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค และร่วมมือกันระหว่าง
เอกชนกับภาครัฐ ที่เข้ามาพัฒนาการทำเกษตรอินทรีย์ในรูปแบบกลุ่ม โดยเกษตรกรมีส่วนร่วมในการร่วมคิด
แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และขยายเครือข่ายได้ในพื้นที่ใกล้เคียง นำไปสู่ผลประโยชน์การขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์อย่างยั่งยืน

องค์ประกอบที่ 3 การแปรรูป ซึ่งสวนจาวรรณมีการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเป็นผลิตภัณฑ์ 4
ประเภท ได้แก่ Snack ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ ก๋วยเตี๋ยวอบแห้ง ผักกาดก้านยาว และชาผักหวานอบแห้ง สอดคล้องกับ
ศิริพงษ์ และนิรินธนา [21] การแปรรูปเป็นการเปลี่ยนสภาพของสินค้าเกษตรให้เป็นอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภค
และง่ายต่อการเก็บรักษา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยว ข้าวเกรียบเห็ดรสชาตต่างๆ โดยเป็น การต่อ
ทอดอาชีพให้กับเกษตรกร และเป็นการเพิ่มโอกาสสำหรับการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐในด้านต่างๆ

องค์ประกอบที่ 4 การแบ่งปัน ทั้งนี้สวนจาวรรณมีการแบ่งปันผลผลิตทางการเกษตรใน 2 รูปแบบ ได้แก่ การ
แบ่งปันภายใน และการแบ่งปันสู่ภายนอก สอดคล้องกับ เกตุสุดา ธนินฐา และบุญจรัตน์ [22] เกษตรกรอินทรีย์ยังคงไว้
ซึ่งวัฒนธรรมของชุมชนในการแบ่งปันและช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการแบ่งปันอาหารระหว่างเครือญาติ เพื่อนสนิท
เพื่อนบ้านในชุมชนเดียวกัน และต่างชุมชน รวมไปถึงการแบ่งปันความรู้ด้านการผลิตแบบอินทรีย์ และยังคงสอดคล้องกับ
พิรภาว [23] กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลมากที่สุดต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของ
ผู้บริโภค เนื่องด้วยผู้บริโภคคำนึงถึงประโยชน์ของตนและครอบครัวในเรื่องสุขภาพเป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

1) เกษตรกรที่ทำการเพาะปลูกพืชแบบเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ควรนำวัฏจักรการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้า
เกษตรอินทรีย์ที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ไปเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้สำหรับการเพาะปลูกพืชแบบเกษตร
อินทรีย์ เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรอินทรีย์ และสร้างรายได้เพิ่มให้กับเกษตรกรได้อย่างยั่งยืน

2) หน่วยงานภาครัฐบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรสนับสนุนนโยบายในการส่งเสริมพัฒนาเกษตรกรที่
ทำการเพาะปลูกพืชแบบเกษตรอินทรีย์ ในด้านการจัดสรรงบประมาณในการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับศาสตร์พระราช
าในการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ อบรมเกี่ยวกับเทคนิคการสร้างเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ อบรมในการแปรรูปสินค้าอย่าง

มีประสิทธิภาพ และอบรมในด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อเพิ่มขีดศักยภาพแก่เกษตรกรให้สามารถพึ่งพาตนเองได้

3) สวนจาร์วรรณ จังหวัดกาฬสินธุ์ ควรมีการพัฒนาช่องทางการตลาดในการนำสินค้าออกสู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อเป็นการขยายตลาดไปสู่สากล ด้วยการสร้างเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดอื่นๆ ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทยที่เกี่ยวกับสินค้าประเภทอาหารปลอดภัยของไทย

เอกสารอ้างอิง

1. Department of Internal Trade of Thailand. Organic products different from general products [Internet]. 2017 [updated 2017 May 12; cited 2018 Apr 10]. Available from: <http://www.organicnaturalexpo.com/introduction.html>
2. GreenNet. Overview of the situation of Thailand organic agriculture [Internet]. 2016 [updated 2016 Feb 1; cited 2018 Apr 10]. Available from: <http://www.greennet.or.th/article/411>
3. Posttoday. Commerce pushed the sales of organic products in 2017 to grow by 10% [Internet]. 2017 [updated 2017 May 5; cited 2018 Apr 12]. Available from: <https://www.posttoday.com/economy/493389>
4. Winit T. Jaruwan garden business plan report. 2nd ed. Karasin: [n.p.]; 2018.
5. Creswell JW. Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions. Thousand Oaks, CA: Sage; 1998.
6. Stake RE, Denzin NK, Lincoln YS. Handbook of qualitative research. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage; 2000.
7. Chai P. Science and art of quality research. 5th ed. Bangkok: Amarin Printing and Publishing; 2011.
8. The Chaipattana Foundation. New theory [Internet]. 2017 [updated 2017 Feb 25; cited 2018 Mar 19]. Available from: <https://www.chaipat.or.th/concept-and-theory-development/new-theory.html>
9. Organic Farm. New theory agriculture [Internet]. 2016 [updated 2016 Nov 9; cited 2018 Mar 19]. Available from: <https://www.organicfarmthailand.com/the-new-theory-of-agriculture/>
10. Tiphachartyothin P. Quality control: The important of consistency. Pro world J. 2014; 19(110): 91-6.
11. Nilson BH, Solomon A, Bjorck L, Akerstrom B. Protein L from *Peptostreptococcus magnus* binds to the kappa light chain variable domain. JBC. 1992; 267(4): 2234-9.
12. Samerjai C. The small business management. Bangkok: SE-Education; 2005.
13. Office of the National Organic Development Board. The 1st national organic agriculture development strategy plan 2008-2011 and the national organic farming development plan [Internet]. 2008 [updated 2008 Jan 18; cited 2018 Mar 22]. Available from: <https://drive.google.com/file/d/0BwM7RRNXrRHMG1EamQ1MTA2UW8/edit>
14. Organic Agriculture Certification Thailand. How are organic agriculture different [Internet]. 2017 [updated 2017 Mar 9; cited 2018 Mar 22]. Available from: <http://actorganic-cert.or.th/th/actsurvey2017/>
15. Patton MQ. Qualitative evaluation and research methods. 2nd ed. Newbury Park, CA: Sage; 1990.
16. Strauss A, Corbin J. Basic of qualitative research. Thousand Oaks, CA: Sage; 1998.



17. Park T-Y, Cho S-H, Seo J-H. A compulsive buying cause: A qualitative analysis by the grounded theory method. *Contemp Fam Ther.* 2006; 28(3): 239-49.
18. Maxwell JA. *Qualitative Research Design: An interactive approach.* Thousand Oaks: Sage; 1996.
19. Tawan H. *Guide to product development to organic agriculture.* Chiang Mai: Santipab Pack-Print; 2015.
20. Thanitta P, Panamas T. Participation of farmers in Sampran model. *Agricultural Sci J.* 2018; 49(2): 179-92.
21. Siripong T, Nirintana B. Agricultural product development and consumer behavior. *VRU J.* 2019; 14(1): 111-24.
22. Katesuda S, Kanitta S, Banjarata J. Approaches to develop food security in the organic communities Luang Neua Sub-district, Doi-Saket District, Chiang Mai. *Journal of Agri.* 2018; 35(3): 64-73.
23. Prerapha T. Influence of marketing strategies and buyers' lifestyles on post-purchase evaluation of organic products in Thailand [DBA thesis]. Bangkok: Dhurakij Pundit University; 2013.