



เรื่องเล่าจากผู้ประกอบการสีเขียว จุดเปลี่ยนจากผับสู่ออร์แกนิกฟาร์ม จากมังกี้คลับสู่มังกี้ออร์แกนิกฟาร์ม

Narrative of Green entrepreneur: A turning point from Monkey Club Pub to Monkey Organic Farm

มรกต กำแพงเพชร^{1*} และพิทักษ์ ศิริวงศ์²

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

18/18 ถ.บางนา-ตราด ต.บางโหลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

*E-mail : morakhot@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาจุดเปลี่ยนแนวคิดธุรกิจจากเจ้าของกิจการผับสู่การทำฟาร์มผักออร์แกนิก 2) ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการฟาร์มผักออร์แกนิก และ 3) ศึกษาแนวทางสู่ความสำเร็จในการทำฟาร์มออร์แกนิก ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ เจ้าของกิจการมังกี้ฟาร์ม จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) และการบันทึกข้อมูลด้วยการเขียน บันทึกเสียง ภาพถ่าย ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) วิเคราะห์เพื่อสร้างเรื่องเล่า (Narrative Analysis) โดยการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล แยกแยะเป็นหมวดหมู่ ตีความและนำเสนอด้วยการบรรยายแบบเล่าเรื่อง

ผลการวิจัยพบว่า แนวคิดในการทำกิจการของผู้ประกอบการสีเขียวเริ่มจากความต้องการมีฐานะที่ดีขึ้น เพื่อสร้างอนาคตและสร้างงานให้กับคนเชียงใหม่ จุดเปลี่ยนมาจาก ผู้ประกอบการต้องการมีธุรกิจที่ยั่งยืนต้องการสร้างสิ่งดีๆ และมีประโยชน์ให้กับบ้านเกิดและได้แรงบันดาลใจจากแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ด้วยอายุที่มากขึ้นธุรกิจผับถึงจุดอิมตัวและหมดความท้าทายทั้งผู้ประกอบการ จึงเปลี่ยนมาทำธุรกิจฟาร์มผักออร์แกนิก ปัญหาและอุปสรรคในการทำฟาร์ม



ออร์แกนิกมี 1. ด้านการเพาะปลูก 2. ด้านการผลิต 3. ด้านคู่แข่งชั้น และแนวทางสู่ความสำเร็จ
การทำฟาร์มผักออร์แกนิกต้องแบ่งการจัดการออกเป็น 5 ด้าน คือ 1. ด้านการจัดการดิน
2. การจัดการน้ำ 3. การจัดการพื้นที่การเพาะปลูก 4.การจัดการบุคลากร 5. การจัดการด้านการ
ตลาด

คำสำคัญ : ผู้ประกอบการสีเขียว ฟาร์มออร์แกนิก

Abstract

The objectives of this research are to study 1)the concept and inspiration of the organic farm , the turning point from Monkey Pub into Monkey organic farm 2) the problems and obstacles of green entrepreneurs. And 3) the guidelines to success in organic farming. The key informant was the business owner of Monkey Farm Chiang Mai in Thailand. Data was collected by In-depth interview, Non-participant Observation and texts, sounds and images. The researcher deploys the method to verify the reliability of data with Triangulation and Narrative Analysis.

The result was shown that the conceptual of doing the business of green entrepreneur starts from needs a better position to provide the long term support for local population to have better job and life. The turning point of the business arises from the entrepreneur desire to be a sustainable company and would like to create a good thing and practicality to hometown and was inspired by philosophy of sufficiency economy. With the increased age of business owner in pub and restaurant, the market has reached its saturation point and ran out on challenges. The entrepreneur shifts to undertake the organic farm business produces the organic plant. The problems and obstacles of organic farm are 1.Cultivating 2.Producing 3. Competition and selling. The success of farming organic vegetables, The managing of organic farm have to divide into 5 different point 1.Soil Management 2.Water Management 3.Cultivated area management 4.Human resource management and 5.Marketing management

Keywords : Green Entrepreneur, Organic Farming



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและการใช้ชีวิตกันมากขึ้น ทำให้ ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Products) เข้ามามีบทบาทและเป็นตัวเลือกอันดับแรกสำหรับผู้รักสุขภาพ เพราะนอกจากดีต่อร่างกาย ยังเป็นการบริโภคภายใต้แนวคิด “รักษ์โลก” อีกด้วย แต่ในปัจจุบันธุรกิจสีเขียว (Green Business) เหล่านี้ ยังคงมีน้อยหากเทียบกับความต้องการที่เพิ่มมากขึ้น แม้ว่ากระทรวงพาณิชย์ตั้งเป้าในการผลักดันสินค้าออร์แกนิกไทยให้มีอัตราเติบโตในประเทศ 15% และต่างประเทศ 10% เพื่อสอดคล้องกับการขยายตัวของตลาดโลกที่คาดว่าจะมีมูลค่ากว่า 2 ล้านล้านบาท และมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการในการบริโภค

การขยายตัวเพิ่มขึ้นของธุรกิจสีเขียว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรอินทรีย์ หรือ ฟาร์มออร์แกนิก มาจากความต้องการในการบริโภคสีเขียว ส่งผลให้ผู้ประกอบการเปลี่ยนมาประกอบกิจการด้านนี้มากขึ้น พื้นที่การผลิตเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ขยายตัวเพิ่มขึ้น 9.48% ในปี พ.ศ. 2557 มีฟาร์มเกษตรอินทรีย์ 235,523.35 ไร่ ในส่วนของจำนวนฟาร์มเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในช่วงเวลาดังกล่าวก็เพิ่มขึ้นจาก 9,281 ฟาร์มในปี พ.ศ. 2556 เป็น 9,961 ฟาร์ม ในปี พ.ศ. 2557 (มูลนิธิสายใยแผ่นดิน/กรีนเนท, 2558) จากตัวเลขที่การันตีถึงความสามารถในการเติบโตของตลาดนี้ได้เป็นอย่างดี ตลาดสินค้าออร์แกนิกไทยในปี 2557 ที่มีมูลค่ารวม 2,331.55 ล้านบาท เป็นตลาดส่งออก 77.9% และเป็นตลาดในประเทศ 22.06% โดยช่องทางตลาดออร์แกนิกในประเทศที่ใหญ่ที่สุด คือ โมเดิร์นเทรด 59.48% รองลงมาคือ ร้านกรีน 29.47% และร้านอาหาร 5.85% โดยการส่งออกนั้น ในปี 2557 ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเป็นสินค้าออร์แกนิกส่งออกที่สำคัญที่สุดของประเทศ โดยมีมูลค่าสูงถึง 1,201.00 ล้านบาท/ปี (66.1%) รองลงมาคือ ข้าว ออร์แกนิก ซึ่งมีมูลค่าส่งออกราว 552.25 ล้านบาท (30.4%) โดยตลาดออร์แกนิกในภูมิภาคยุโรปเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญที่สุดในทุกหมวดสินค้า รองลงมาคือ อเมริกาเหนือ ส่วนตลาดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและอาเซียน เริ่มมีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ ส่วนตลาดออร์แกนิกในประเทศไทยมีจุดจำหน่ายปลีก (sale point) สินค้าออร์แกนิกประมาณ 251 แห่ง โดยช่องทางของโมเดิร์นเทรด ซึ่งมีอยู่ 8 บริษัท 171 จุดจำหน่าย เป็นช่องทางที่มีจำนวนมากที่สุด มีสินค้าออร์แกนิก 150 - 1,500 รายการในจุดจำหน่าย มีมูลค่าการขายรวม 306 ล้านบาท/ปี รองลงมาคือช่องทางร้านกรีน ซึ่งมีจุดจำหน่าย 33 แห่ง มีรายการสินค้าออร์แกนิกเฉลี่ย 229 รายการ มียอดขายรวม 151.62 ล้านบาท/ปี (ฐานข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดเกษตรอินทรีย์ไทย กระทรวงพาณิชย์ 2558)



ธุรกิจสีเขียว เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการที่มีความตั้งใจที่จะดำเนินธุรกิจของตนโดยไม่ปรารถนาที่จะทำให้เกิดผลกระทบเชิงลบใดๆ ต่อสภาพแวดล้อมของโลกและต่อสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น ชุมชน และสังคมที่อยู่รอบข้าง และยังคงอาจมีความหมายรวมไปถึง การไม่ต้องการสร้างผลกระทบร้ายแรงต่อระบบเศรษฐกิจ ธุรกิจสีเขียวจะให้ความสำคัญต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจ ใน 3 ด้านสำคัญ ที่เรียกว่า ทริปเปิลบอททอมไลน์ (Triple bottom line) (เรวัตติ์ ตันตยานนท์, 2558) จากการวัดผลการดำเนินงาน ด้วยการพิจารณา งบกำไรขาดทุน (Income Statement) มีบรรทัดสุดท้ายคือ กำไรสุทธิ ไม่เพียงพอกับต่อไป กิจกรรมต้องพิจารณาทั้งผลลัพธ์ (Outcome Statement) ซึ่งมีผลลัพธ์บรรทัดสุดท้าย 3 ด้านคือ เรื่องเศรษฐกิจ (profit) สังคม (people) และสิ่งแวดล้อม (planet) ควบคู่กันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

เส้นทางของผู้ประกอบการสีเขียวในประเทศไทย ได้เข้ามามีส่วนช่วยกันผลักดัน ขับเคลื่อน ให้เส้นทางอาหารอินทรีย์ ให้วิถีสีเขียวและเป้าหมายมีพลังและมั่นคงยิ่งขึ้น ผู้วิจัยอยากทราบแนวคิดและแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจสีเขียวและเพื่อศึกษาถึงจุดเปลี่ยนของแนวคิดธุรกิจจากเจ้าของกิจการผับผู้ การทำฟาร์มออร์แกนิกและศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรค รวมถึงแนวคิดความสำเร็จของผู้ประกอบการ ฟาร์มผักออร์แกนิก เพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้ และมีความเข้าใจถึงปัญหาและอุปสรรค และแนวทางสู่ความสำเร็จของการประกอบอาชีพดังกล่าว เพื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้วางแผนในการ ส่งเสริมและแก้ไขได้อย่างถูกต้อง

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงแนวคิดแรงบันดาลใจในและจุดเปลี่ยนของแนวคิดธุรกิจจากเจ้าของกิจการผับผู้ การทำฟาร์มผักออร์แกนิก
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการฟาร์มผักออร์แกนิก
3. เพื่อศึกษาแนวทางสู่ความสำเร็จในการทำฟาร์มออร์แกนิก

บททวนวรรณกรรม

1. แนวคิดผู้ประกอบการสีเขียว (Green Entrepreneur)

กระแสผู้ประกอบการสีเขียวเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทำให้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเปลี่ยนไป เกิดคำว่า เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เป็นเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นให้เกิดความกินดี อยู่ดีของมนุษย์และความเท่าเทียมทางสังคมโดยลดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและทรัพยากรของระบบ



นิเวศน์เป็นผลลัพธ์ โดยทั่วไปแล้วเศรษฐกิจสีเขียวเป็นความพยายามในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์ พร้อมกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติแทนการแสวงหาผลกำไรเพียงอย่างเดียวและการดำเนินธุรกิจที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลืองและก่อมลพิษ โดยดำเนินระบบหรือทำการพัฒนาโดยตั้งอยู่บนฐานของการพัฒนาแบบยั่งยืนและคำนึงถึงความสัมพันธ์ของระบบนิเวศน์และเศรษฐกิจ (Newton & Cantarello 2014)

ผู้ประกอบการสีเขียว คือ ผู้ประกอบการที่สร้างผลิตภัณฑ์บริการหรือกระบวนการที่ทั้งเป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมหรือลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในเชิงลบที่มีอยู่ของสินค้าบริการหรือกระบวนการ และการยอมรับความรับผิดชอบอย่างเต็มที่สำหรับผล (Walley Walley & Taylor, 2002) ผู้ประกอบการสีเขียวเป็นแนวคิดและแรงบันดาลใจของกลุ่มคนในวิถีเกษตรอินทรีย์ ผู้หันมาเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต หันมาใส่ใจโลกและใส่ใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ความสุขของผู้ประกอบการสีเขียวคือได้ทำในสิ่งที่ตนรัก และภูมิใจที่ได้มอบสิ่งดีๆ ให้แก่ชุมชน สังคม และโลกใบนี้ ความทุกข์หรืออุปสรรคความยากลำบากของผู้ประกอบการสีเขียว การคำนึงถึงความอยู่รอดทางธุรกิจ แต่ผู้ประกอบการสีเขียวทุกคนยังคงยืนหยัด และเชื่อว่าความยั่งยืนของตลาดสีเขียวจะเป็นจริงได้ในที่สุด (Berle G. 1991).

2. แนวคิดออร์แกนิกฟาร์ม (Organic agriculture)

คำว่า “Organic Farming” หรือ “เกษตรอินทรีย์” ถูกกล่าวขึ้นเป็นครั้งแรกในหนังสือของ Lord Northbourne ที่มีชื่อว่า Look to the Land ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 1940 โดยกรอบแนวคิดของเกษตรอินทรีย์ที่ไม่ได้หมายความว่าเพียงแต่การปรับปรุงดินโดยใช้วัสดุที่เป็นอินทรีย์สารเท่านั้น แต่เป็นการบริหารจัดการการผลิตทางการเกษตรแบบองค์รวม ซึ่งรวมถึงการออกแบบและจัดการฟาร์มที่ไม่พึ่งพาสารเคมีทั้งหมด คำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรการเกษตรหรือนิเวศการเกษตร ได้แก่ ดิน ผลิตผลระบบนิเวศ และชุมชน ในลักษณะที่เป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน ซึ่งแนวคิดดังกล่าวยังถูกนำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์หรือแนวคิดของเกษตรอินทรีย์จนถึงปัจจุบัน (John Paull 2014) สำหรับเกษตรอินทรีย์ซึ่งเป็นการเกษตรแบบองค์รวมจะให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์ของดิน การรักษาแหล่งน้ำให้สะอาด และการฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพของฟาร์ม ทั้งนี้เพราะแนวทาง เกษตรอินทรีย์อาศัยกลไกและกระบวนการของระบบนิเวศ



วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวคิดและแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจสีเขียว ศึกษาถึงแรงบันดาลใจ จุดเปลี่ยนของแนวคิดธุรกิจจากกิจการผับสู่การทำฟาร์มออร์แกนิก และศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคแนวคิดความสำเร็จของผู้ประกอบการฟาร์มผักออร์แกนิก การวิจัยใช้แนวทางวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีวิทยาในการศึกษาปรากฏการณ์ครั้งนี้คือ การศึกษาประวัติชีวิตและเรื่องเล่า (Life History and Narrative Approach) (Czarniawska 2004) เป็นวิธีวิทยาศึกษาภายใต้กระบวนทัศน์สร้างสรรค์สังคม (Social Constructivism Paradigm) วิธีวิทยานี้ใช้เจ้าถึงความหมายของประสบการณ์ชีวิตด้วยการศึกษาวิถีคิด การนิยาม การให้ความหมาย การตีความจากสถานการณ์ และเรื่องราวต่างๆจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Information) ผู้ให้ข้อมูลหลักคือเจ้าของกิจการมั่งคี่ฟาร์ม จังหวัดเชียงใหม่

ช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลคือ เดือนพฤศจิกายน 2558 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยตนเอง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) ผู้วิจัยได้เตรียมคำถามการวิจัยเป็นคำถามปลายเปิด และอุปกรณ์ที่ช่วยในการเก็บข้อมูล ได้แก่ โทรศัพท์บันทึกเสียง สมุดจดบันทึก ปากกา และกล้องถ่ายรูป ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอย่างเจาะลึก (In-depth interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 1 คน เกี่ยวกับประเด็นของข้อมูลส่วนบุคคล ประวัติภูมิหลังและประสบการณ์ แนวคิดจุดเปลี่ยนจากการดำเนินธุรกิจผับมาสู่การทำฟาร์มออร์แกนิก ปัญหาและอุปสรรคและแนวคิดสู่ความสำเร็จการทำฟาร์มออร์แกนิก ในการเก็บรวบรวมข้อมูล (ชาย โพธิ์สิตา, 2556) ผู้วิจัยเลือกใช้การเก็บข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อเป็นการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัย รวมถึงใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะดังนี้ คือ 1. ด้านตรวจสอบข้อมูล เช่น สถานที่ บุคคล และเวลา 2. ด้านผู้วิจัยแต่ละคน ที่มีข้อมูลแตกต่างกัน และ 3. ด้านตรวจสอบทฤษฎีและแนวคิด ที่มีการตีความแตกต่างกัน (जरศักดิ์ บัระพันธ์, 2554) สำหรับการวิเคราะห์ผู้ให้ข้อมูลหลักเพียงคน วิเคราะห์เพื่อสร้างเรื่องเล่า (Narrative Analysis) โดยการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล แยกแยะเป็นหมวดหมู่ ตีความและนำเสนอด้วยการบรรยายแบบเล่าเรื่อง

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำเรื่องเล่ามาวิเคราะห์ (Analysis of Narrative) โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ แนวคิดและแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ จุดเปลี่ยนของแนวคิดธุรกิจจากเจ้าของกิจการมั่งคั่งผู้ประกอบการทำมั่งคั่งฟาร์มออร์แกนิก และปัญหาและอุปสรรค แนวทางความสำเร็จของผู้ประกอบการฟาร์มผักออร์แกนิก

1. แนวคิด แรงบันดาลใจและ จุดเปลี่ยนในการทำธุรกิจจากเจ้าของกิจการมั่งคั่งผู้ประกอบการทำมั่งคั่งฟาร์มออร์แกนิก

จากผลการรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ภูมิหลังและประสบการณ์การดำเนินชีวิตแนวคิดและแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ พบว่า คุณนิเวศน์ พิรารักษ์ หรือ คุณต่อ พันเพ เป็นชาวเชียงใหม่ จบการศึกษาระดับอุดมศึกษาจากคณะจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และปริญญาโทด้าน Communication Art จากเมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย หลังจากจบการศึกษาจึงได้ทำงานด้านโฆษณาที่กรุงเทพฯ เป็นระยะเวลาประมาณ 4 ปี ด้วยเหตุผลที่ต้องการพิสูจน์ตัวเอง ว่าสามารถทำงานที่กรุงเทพฯ ได้หรือไม่ เมื่อพิสูจน์ตัวเองได้จึงกลับมาสร้างธุรกิจที่เชียงใหม่เพื่อ ทำตามปณิธานของตัวเองที่ ต้องการจะสร้างงานให้คนจังหวัดเชียงใหม่ โดยเริ่มต้นจากการสร้างงานให้คนในบ้านที่ไม่มีงานทำก่อน โดยเริ่มเปิดร้านขายก๋วยเตี๋ยว ตั้งชื่อร้านว่า ก๋วยเตี๋ยวลิง คุณนิเวศเล่าด้วยความสุขว่า

“ ขายก๋วยเตี๋ยวจึงเพียงสามละ 12 บาทเท่านั้น ลูกค้ารับประทานเพียง 2 ซามก็อิ่ม ก๋วยเตี๋ยวย่อยและราคาไม่แพง ลูกค้ามีความสุข เกิดความฮึกเหิม ต่อยอดธุรกิจด้วยการเปิดผับ ชื่อ มั่งคั่งคลับ Monkey Club ในปี พ.ศ. 2543 เปิดร้านเช้าถึงค่ำ ชีวิตมีความสุข ”

ในช่วงปี 2547-2554 มั่งคั่งคลับเป็นผับเป็นผับที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจบันเทิง ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 ของจังหวัดเชียงใหม่ และปิดตัวลงเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2558 เป็นการเลี้ยงปิดตำนานมั่งคั่งคลับ ผับดังที่อยู่เชียงใหม่มายาวนานถึง 15 ปี หากแต่ว่ามั่งคั่งไม่ได้หายไปไหน เพียงแค่เปลี่ยนจากธุรกิจบันเทิงไปสู่ธุรกิจเพื่อสุขภาพเท่านั้น

จุดเปลี่ยนในการทำธุรกิจ

งานวิจัยพบว่า จุดเปลี่ยนในการทำธุรกิจจากธุรกิจบันเทิงไปสู่การทำธุรกิจฟาร์มผักออร์แกนิกคือ



1.1 ธุรกิจบันเทิงถึงช่วงอิมตัว (Maturity Stage) ผู้ประกอบการเกิดความรู้สึกถึงไม่มีความท้าทายใหม่ๆ เมื่อหน่วยการแก้ปัญหาหายวัน การแบกรับความเสี่ยงและ ประกอบกับอายุที่มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการเริ่มมองหาความสุขที่ยั่งยืน จึงกลับมาทบทวนตัวเองค้นหาตัวเองว่า ต้องการการเปลี่ยนแปลง ต้องการความสุขที่ยั่งยืน และต้องการค้นหาสิ่งดีๆ ที่อยากจะทำเพื่อจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

1.2 แนวคิดการใช้ชีวิตแบบพอเพียง ผู้ประกอบการผसानแนวความคิดเศรษฐกิจพอเพียง เข้ากับการทำธุรกิจ โดยพื้นฐานสำคัญสำหรับการสร้างเศรษฐกิจอย่างพอเพียงคือ มีความพอประมาณ มีความพอดี ไม่มากเกินไป หรือน้อยเกินไปจนสุดโต่ง และที่สำคัญคือต้องไม่เบียดเบียนตนเอง มีความเป็นเหตุเป็นผล และมีความอดทน ความเพียร และความซื่อสัตย์ ซึ่งทั้งหมดจะนำไปสู่การเกิดสติปัญญา ในการดำเนินธุรกิจ และนำมาผसानแนวคิดการปลูกผักที่ดีไร้สารเคมี จึงเกิด ฟาร์มออร์แกนิก แรงบ้นคาลใจที่จะทำผักที่ดีผักที่ปราศจากสารเคมีให้คนจังหวัดเชียงใหม่ได้บริโภค เกิดความท้าทายใหม่ที่ ทำให้ผู้ประกอบการต้องมาคิดว่า ปลูกผักอย่างไรโดยไม่ใช้สารเคมี ทำตลาดอย่างไรเมื่อต้องขายผักที่มีราคาแพงขึ้นให้กับผู้บริโภค จะสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างไรให้เข้าใจถึงความเป็นออร์แกนิก

2. ปัญหาและอุปสรรค และแนวทางสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการฟาร์มผักออร์แกนิก

จากการสัมภาษณ์พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการฟาร์มผักออร์แกนิกของฟาร์มออร์แกนิกแบ่งได้เป็น 3 ด้าน ดังต่อไปนี้

1) ปัญหาด้านการเพาะปลูก เมื่อผู้ประกอบการไม่มีความรู้พื้นฐานทางด้านการเกษตร ต้องศึกษาวิธีการเพาะปลูก ทดลองเพาะปลูกและทำการจดบันทึกด้วยตนเอง เนื่องจากสภาพดินและสภาพภูมิอากาศ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเพาะปลูก อีกทั้งยังมีภัยธรรมชาติที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ขาดต่อการควบคุม ได้แก่ พายุฝน ภัยแล้ง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องศึกษา ค้นคว้า ทดลองหาการเพาะปลูกที่เหมาะสมกับพื้นที่ อีกทั้งต้องเตรียมแผนสำรองเพื่อรับมือกับภัยธรรมชาติ

2) ปัญหาด้านการผลิต พบว่า เมื่อยอดซื้อเพิ่มสูงขึ้น ผู้ประกอบการจะสับสน ต้องการผลิตสินค้าให้มากตามการสั่งซื้อของลูกค้า แต่ท้ายที่สุด ผู้ประกอบการต้องกลับมาที่ จุดยืนของแนวความคิดการใช้ชีวิตอย่างพอเพียง เนื่องจากสินค้าทางการเกษตรมีระยะเวลาการคอกอยู่ในการเก็บเกี่ยว การขยายพื้นที่เพาะปลูกเพื่อเพิ่มผลผลิต ต้องอาศัยวัตถุดิบ ดิน น้ำ และแรงงานจำนวนมาก หากผู้ประกอบการไม่พร้อมในการขยายพื้นที่ในการเพาะปลูก ควรทำกิจการแบบพอเพียงเพื่อธุรกิจออร์แกนิกฟาร์มอยู่รอดได้

3) ปัญหาด้านคู่แข่ง พบว่า การจำหน่ายผักออร์แกนิกมีการแข่งขันสูง เมื่อคู่แข่งได้เอกสารในการรับรองการเป็นเกษตรอินทรีย์ หรือตราสินค้าออร์แกนิก ไปสักกระยะหนึ่ง เมื่อคู่แข่งมีลูกค้าที่มากขึ้น ทำให้ผลิตไม่ทันต่อการจำหน่าย หรือ ต้องการลดต้นทุนในการผลิต จะไม่ได้ผลิตแบบออร์แกนิก



100% หรือซื้อผักจากแหล่งปลูกอื่นมาแพ็คเพื่อจำหน่าย รวมทั้งมีคู่แข่งบางรายมีการกล่าวอ้างว่าเป็นสินค้าออร์แกนิก แต่ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานทำให้ลูกค้าเข้าใจผิดและเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูก แต่ไม่ได้สินค้าที่มีคุณภาพออร์แกนิกตามที่คู่แข่งอ้างกันดี

3. แนวทางสู่ความสำเร็จในการทำฟาร์มออร์แกนิก

จากการสัมภาษณ์พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการฟาร์มผักออร์แกนิกและแนวทางแก้ไขปัญหาของฟาร์มออร์แกนิกแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1) **การจัดการดิน** ผู้ประกอบการต้องศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล พยายามปรับปรุงดินในท้องถิ่นของตนให้ดี ต้องทำดินเอง เนื่องจากสภาพดินที่อำเภอตอขยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะเป็นดินภูเขาและแข็ง เป็นด่าง ยากต่อการเพาะปลูกพืชผักทางการเกษตร ดังนั้นผู้ประกอบการออร์แกนิกฟาร์ม ต้องศึกษาการวิธีการทำดิน ค่อยๆปรับปรุงดินโดยใช้ใส่เกลบลงไปก่อน สลับกับปุ๋ยคอก จากนั้นทดลองปลูกผักไปเรื่อยตลอดทั้งปี ดินที่พัฒนาแล้วกับดินแบบเดิมจะมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจนดินที่ดีจะต้องร่วยซุยเป็นสีดำ ดินที่ ดีจะต้องมีไส้เดือนเพราะไส้เดือนทำให้ดินมีออกซิเจน มีการถ่ายเทอากาศที่ดีในดิน เมื่อเพาะปลูกในดินที่มีคุณภาพดี พืชผักจะเติบโตสวยงาม

2) **การจัดการน้ำ** แม้ว่าในพื้นที่ของฟาร์มจะมีน้ำที่ได้มาจากศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จากโครงการของในหลวง พอถึงหน้าแล้งที่แล้งมาก ๆ ฟาร์มจะต้องมีน้ำมากพอเพื่อทำการเกษตร ดังนั้นผู้ประกอบการออร์แกนิกฟาร์ม ต้องมีการขุดบ่อดินเพื่อสะสมน้ำ และวางท่อให้น้ำเข้าไปที่แปลงผักโดยตรง และเลี้ยงปลาในบ่อดินเป็นทำการเกษตรแบบผสมผสานอีกด้วย

3) **การจัดการพื้นที่** ผู้ประกอบการออร์แกนิกฟาร์ม แบ่งพื้นที่ในฟาร์มออกเป็น 4 ส่วน เพื่อบริหารจัดการออร์แกนิกฟาร์มให้เป็นเกษตรครบวงจรในการทำธุรกิจ ดังนั้นจึงมีการแบ่งส่วนและจัดการพื้นที่ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ คือ

3.1 **ส่วนของร้านอาหาร** ร้านอาหารมังกีฟาร์ม เป็นร้านอาหารเล็กๆอยู่ในรูปแบบของคาเฟ่ (Cafe) อยู่ในฟาร์ม จำหน่ายกาแฟ โฮมเมดเบเกอรี่ อาหารเช้า สลัด น้ำผักผลไม้และอาหารต่างๆ ที่คัดสรรวัตถุดิบไร้สารพิษสดๆจากฟาร์มออร์แกนิก ตกแต่งร้านสบายๆสวยงามมีแนวคิดการตกแต่งให้ลูกค้ารู้สึกเหมือน เป็นได้ทั้งบ้านที่ทำงาน มีความกลมกลืนไปกับธรรมชาติ ให้ลูกค้าที่เข้ามารับประทาน อาหาร หรือ จิบกาแฟ รับประทานทานเบเกอรี่ได้สัมผัสถึงความผ่อนคลาย แบ่งพื้นที่ร้านเป็นโซนห้องแอร์ และระเบียงริมน้ำ มองเห็นวิวสีเขียวของทิวเขา และความเขียวขจีของผักในฟาร์มที่ตัดกับสีฟ้าของท้องฟ้าและผืนน้ำทำให้ร้านอาหารเกิดบรรยากาศที่มีเสน่ห์แบบธรรมชาติ



3.2 ส่วนแปลงปลูกผัก ซึ่งการปลูกผักนั้นต้องปลูกเป็นพืชหมุนเวียน ปลูกหมุนเวียน ป้องกันแมลง เชื้อโรคและเชื้อราพืช พืชที่ปลูกหมุนเวียนในฟาร์มราว 20 ชนิด ถ้าเป็นช่วงต้นเดือน จะปลูก ข้าวโพดอ่อน แครอท ผักสลัด ไข่ฟางคลุมหน้าดิน ผ่านมา 3 ปี เริ่มเห็นว่าผักชนิดใดให้ผลผลิต ดี จะนำมาวางแผนการเพาะปลูก นอกจากนี้แล้วที่ฟาร์มยังปลูกผักพื้นบ้านอีกด้วย

3.3 ส่วนของสำนักงานและโรงแพ็คบรรจุ เพื่อใช้ในการบริหารจัดการกิจการและโรงแพ็คบรรจุผักออร์แกนิกที่สะอาด มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน เพื่อนำไปส่งและจำหน่ายในตัวเมือง

3.4 ส่วนของโรงปฎิ ผู้ประกอบการต้องทำปุ๋ยอินทรีย์ที่มาจากเศษพืช เพื่อควบคุมการผลิต ในทุกระบวนการให้เป็นออร์แกนิก

4) การจัดการบุคลากร เนื่องจากพนักงานของคุณนิเวศน์ ฟิราร์ักษ์ ส่วนหนึ่งมาจาก พนักงานเก่าแก่ที่ร่วมทำงานมาตั้งแต่เปิดกิจการมั้งก็กลับ ซึ่งพนักงานเหล่านี้เป็นคนกลางคืน ต้องมาปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตจากคนกลางคืนสู่การเป็นเกษตรกรที่ต้องตื่นเช้า เข้าฟาร์ม การเลือกคนเข้ามาทำงานเลือกจากคนที่มีความคิดและทัศนคติตรงกัน กระบวนการในการทำงานในฟาร์ม ใช้วิธีการฝึกอบรมขณะทำงาน (On The Job Training) และในขณะที่ทำงานในฟาร์มผู้ประกอบการใช้การถ่ายทอด พุดคุยสอนมุมมอง วิธีคิด ปรับทัศนคติ ระบบการจัดการทางการคิดเพื่อให้ทำงานที่ฟาร์มอย่างมีความสุข

5) การจัดการการตลาด ผู้ประกอบการมีการวางแผนการตลาด ในการสร้างช่องทางในการจำหน่าย จำหน่ายให้ตรงกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย คือ ผู้รักสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ ผักออร์แกนิกจากมั้งก็ฟาร์มออร์แกนิกจำหน่ายที่ซูเปอร์มาเก็ตชั้นนำในจังหวัดเชียงใหม่ ที่อูปซูเปอร์มาเก็ตทั้ง 4 สาขา ริมปิงซูเปอร์มาร์เก็ต 8 สาขา CPN สาขาแอร์พอร์ท และตลาดนัดวันเสาร์อาทิตย์ที่ ตลาดผักปลอดภัย JJ Market อีกทั้งลูกค้ายังสามารถสั่งซื้อได้ทาง โทรศัพท์ เฟซบุ๊ก และไลน์ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านนิตยสารท้องถิ่นเพื่อให้ฟาร์มเป็นที่รู้จัก รายการโทรทัศน์ และเฟซบุ๊ก

จากสิ่งที่ไม่คิดว่าจะเป็นไปได้ก็เป็นไปได้ เมื่อผู้ประกอบการใช้ความมุ่งมั่น ความพยายาม ความอดทน ฝ่าฟันอุปสรรคจาก การทำการเกษตรให้สอดคล้องกับธรรมชาติและการทำงานสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจอย่างยั่งยืนในการทำฟาร์มออร์แกนิก จนกระทั่ง 2 ปีต่อมา ผู้ประกอบการพบว่า นอกจากจะมีฐานลูกค้าประจำที่ทำให้ธุรกิจเลี้ยงตัวเองได้แล้ว พนักงานทุกคนในฟาร์มเริ่มมีความสุขจากระบบใหม่ ชีวิตใหม่ เป็นความสุขจากภายในไม่ได้วัดด้วยเงิน คุณนิเวศเล่าด้วยความสุขว่า



“ความสำเร็จของพีในวันนี้มันเปลี่ยนไป มุมมองเราเปลี่ยน เรามีความตั้งใจจริง ตื่นตี 4-5 มาคิดงาน มาออกกำลังกาย มาดูแลสุขภาพ เราเปลี่ยนตัวของเรา เปลี่ยนที่ข้างใน เปลี่ยนที่ความคิด เมื่อเราเชื่อว่า เราได้ให้สิ่งที่ดีกับคนอื่น คนเหล่านั้นได้รับในสิ่งที่ดี เราจะเกิดความภูมิใจในตัวเอง ความเชื่อนี้มันเกิดผลกระทบต่อคนอื่น เมื่อเราเชื่อ น้อยๆที่ฟาร์มก็เชื่อและเริ่มดูแลตัวเอง สิ่งรอบข้างดีขึ้น ชีวิตก็ดีขึ้น”

สรุปผลวิจัย วิจัย และข้อเสนอแนะ

การเป็นผู้ประกอบการสีเขียวของคุณนิเวศน์ พิราธิษฐ์ มีจุดเปลี่ยนมาจาก คุณลักษณะผู้ประกอบการที่ชอบความท้าทายและมองเห็น โอกาสทางธุรกิจ ผนวกกับความต้องการในการสร้างสิ่งดีๆ ให้เกิดขึ้น ซึ่งกลายเป็นกิจการสีเขียวที่ต้องการประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งเป็นกิจการที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจที่เจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจนคือ คนรักสุขภาพ ซึ่งเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูง อีกทั้งกิจการฟาร์มออร์แกนิกยังแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมในการปลูกผัก เมื่อฟาร์มปลูกผักปราศจากสารพิษและสารเคมีจะทำให้ธรรมชาติกลับมาพลิกฟื้นและมีความอุดมสมบูรณ์อีกครั้ง นอกจากนี้แล้วซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ David Gibbse และ Kirstie O'Neill (2012) ที่ผู้ประกอบการสีเขียวมีความต้องการและแรงบันดาลใจอยากทำธุรกิจที่ช่วยเหลือสังคม ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม แนวทางสู่ความสำเร็จมาจากการทำออร์แกนิกฟาร์มคือ การบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพ คำนึงถึงสภาพแวดล้อม

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ออร์แกนิกฟาร์มเป็นแนวทางการเกษตรที่ตั้งอยู่บนกระบวนการแห่งการเรียนรู้และภูมิปัญญา เพราะผู้ประกอบการต้องสังเกต ศึกษา วิเคราะห์-สังเคราะห์ และสรุปบทเรียนเกี่ยวกับการทำการเกษตรของฟาร์มตนเอง ซึ่งจะมีเงื่อนไขทั้งทางกายภาพ เช่น ลักษณะของดิน ภูมิอากาศ และระบบนิเวศ รวมถึงเศรษฐกิจสังคมที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น เพื่อคัดสรรและพัฒนาแนวทางการผลิตที่เหมาะสมกับฟาร์มของตัวเองอย่างแท้จริง

ในขณะเดียวกันการเป็นผู้ประกอบการสีเขียวนั้นก็ไม่ได้ปฏิเสธการผลิตเพื่อการค้า อีกทั้งยังต้องตระหนักว่า ผลผลิตที่ได้จากออร์แกนิกฟาร์มนั้น โดยการตลาดท้องถิ่นอาจ มีรูปแบบที่หลากหลายตามแต่เงื่อนไขทางสภาพเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นนั้น ดังนั้นผู้ประกอบการสีเขียวจะต้องมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากพอและชัดเจนที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อสามารถจำหน่ายสินค้าได้อย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งต้องพัฒนาและรักษาคุณภาพสินค้าเพื่อครองฐานลูกค้าเป้าหมาย เพื่อไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน



ข้อเสนอแนะเพื่องานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำวิจัยศึกษาในมิติของผู้บริโภคเพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้การผลิตผักออร์แกนิกนั้นสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค
2. ควรทำการวิจัยด้านการตลาดสื่อสารทางการตลาด เพื่อแก้ไขปัญหาในเรื่องความเข้าใจผู้บริโภคที่มีความเข้าใจคลาดเคลื่อน ในเรื่องของมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ผักอนามัย ผักปลอดสารพิษ และผักไฮโดรโปนิก
3. ควรทำการวิจัยศึกษาตัวอย่างของความสำเร็จ (Best-Practice) ในการขับเคลื่อนการพัฒนาทางสังคมและ สิ่งแวดล้อมเพื่อจุดประกายกระแสการลงทุนเพื่อสังคมและ ดึงดูดเงินทุนสู่ตลาดการบริโภคสีเขียว

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยในเรื่องนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของ คุณนิเวศน์ พิรารักษ์ ผู้ประกอบการ มังกีฟาร์ม ดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งในส่วนของผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์อัตถชีวะประวัติ ที่ได้กรุณาได้ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือ เพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้ประสบผลสำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี





บรรณานุกรม

- Berle, G. (1991). *The Green Entrepreneur: Business Opportunities that Can Save the Earth and Make You Money*. Blue Ridge Summit, PA: Liberty Hall Press.
- Czarniawska, B. (2004). *Narratives in social science research*. London: Sage Publications
- David Gibb, Kirstie O'Neill (2012) Green Entrepreneurship: Building a Green Economy? Social and Sustainable Enterprise: Changing the Nature of Business. *Contemporary Issues in Entrepreneurship Research*, Volume 2 Emerald Group Publishing Limited, pp.75 - 96
- Elliott, J. Using narrative in social research. (2005). *London: Sage Publications*.
- John Paull (2014) Lord Northbourne, the man who invented organic farming, a biography. *Journal of Organic Systems*, 9(1), 2014
- Newton & Cantarello (2014). *An Introduction to the Green Economy*
- Squire, C. (2008). *Approaches to Narrative Research*. National Centre for Research Methods. NCRM Review Papers. <http://eprints.ncrm.ac.uk/419/>
- White, M. (2005). *Narrative practice and exotic lives: Resurrecting diversity in everyday life*. Adelaide: Dulwich Centre Publications.
- White, M. (2007). *Maps of narrative practice*. New York, NY: W.W. Norton.
- ขจรศักดิ์ บัวระพันธ์ (2554) *วิจัยเชิงคุณภาพไม่ยากอย่างที่คิด - นครปฐม : สถาบันนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยมหิดล* หน้า 141-144
- คมศักดิ์ สว่างไสว 2558 ธุรกิจสีเขียว Green Business *จุลสารจับกระแสเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy Watch)* ฉบับที่ 1 ปีที่ 1 พ.ศ. 2558
- ชาย โพธิ์สิตา (2556) *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) *ฐานข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดเกษตรอินทรีย์ไทย. สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์* 2558



นภาพร หะวานนท์ (2552) วิธีการศึกษาเรื่องเล่า: จุดเปลี่ยนของการวิจัยทางด้านสังคมศาสตร์. *วารสารสังคมลุ่มน้ำโขง (Journal of Mekong Societies)* ปี 5 ฉบับที่ 2 พ.ค.-ส.ค. 2552

มณฑิธร สติมานนท์ เกษตรสีเขียว (Green Agriculture) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มัณฑัย สุทธิพันธ์ (2556) ทางออกของธุรกิจไทยสู่หนทางแห่งการพัฒนาอย่างยั่งยืน *วารสารบริหารธุรกิจ* ปีที่ 36 ฉบับที่ 137 มกราคม-มีนาคม 2556 คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

