

แนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์กาแฟดอยหวาน ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด สู่ประโยชน์เชิงพาณิชย์ และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Ways to Develop Doi-Whan Coffee Products, Doi Saket District, Thap Saket Subdistrict, for
Commercial and Public Benefits Under the ASEAN Economic Community (AEC)

เสกสรรค์ มณีธร¹ วีรศักดิ์ สมยานะ²

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์กาแฟดอยหวาน ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด สู่ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟดอยหวาน มีศักยภาพสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟควบคู่ในรูปแบบของพกพาหรือซองดริป ผลการวิจัยพบแนวทางในพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์จะมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้ (1) การรับซื้อเมล็ดกาแฟที่ผ่านกระบวนการคั่วสำเร็จตามสูตรที่ต้องการจากกลุ่มเกษตรกร (2) นำเมล็ดกาแฟคั่วสำเร็จตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านกาแฟ (3) จัดส่งเมล็ดพันธุ์ที่ผ่านการคั่วและตรวจสอบรสชาติแล้วไปยังโรงงานเอกชนเพื่อจ้างบดและบรรจุ อัดก๊าซไนโตรเจนในซองเพื่อรักษาคุณภาพของผงกาแฟจนได้ผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปแบบซองพกพาหรือซองดริป (4) ดำเนินการขอขึ้นทะเบียนอย. 4 (5) ขนส่งกาแฟที่บรรจุแล้วจัดเก็บในคลังเพื่อรอจำหน่ายต่อไป เมื่อดำเนินการทั้งกระบวนการแล้วเสร็จ กาแฟผงสำเร็จรูปแบบซองพกพา ขนาด ซอง 8 กรัม จำนวน 7,000 ซอง จะมีต้นทุนอยู่ที่ 22,189.6 บาท ต่อ 1 ซอง และมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการรวมทั้งสิ้น 5,350 บาท จำนวนเงินที่ต้องใช้ลงทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ ขนาด 8 กรัม จำนวนการผลิตขั้นต่ำที่ 7,000 ซอง จะมียอดเงินที่ใช้ในการลงทุนรวมทั้งสิ้น 160,677.2 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

คำสำคัญ : การต่อยอดผลิตภัณฑ์ ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การแปรรูปกาแฟ

Abstract

This research aims to find ways to develop Doi-Whan coffee products, Doi Saket District, Thap Saket Subdistrict, for commercial and public benefits under the ASEAN economic community (AEC). The results from the data analysis found that farmer groups who plant Doi Whan coffee have the potential to develop roasting coffee products in the form of a portable bag or a coffee drip bag. The data analysis brought the researchers the ways to develop the products as following processes; (1) Purchasing roasting coffee has already done the processes according to the required formula as

¹ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ E-mail : S.maneetorn@gmail.com

² สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ E-mail : w.somyana@gmail.com

requested from farmer groups. (2) Roasting coffee seeds were brought for a quality check by a coffee specialist. (3) Sending coffee seeds that have already been roasted and tasted to a private factory to mash and put into a bag as well as fill nitrogen into the bag to help maintain its quality. (4) Granting the registration from The Food and Drug Administration (No.4) (5) Transporting the by-products into the inventory to be ready for selling. When all the processes were done, the 8-gram size of a portable instant coffee in total 7,000 bags have the cost at 22.1896 baht per 1 bag and the total cost for all of the procedures is 5,350 baht. The minimum investment amount of the 8-gram size of a portable instant coffee is 7,000 bags which the total cost for the investment was 160,677.2 baht, the value added tax (VAT) has already been added.

Keywords: Development of the products, commercial and public benefits, the ASEAN Economic Community (AEC)

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการเกษตรในลำดับต้นๆของประเทศไทย มีพื้นที่ทั้งหมดกว่า 12 ล้านไร่ มีความอุดมสมบูรณ์ของผืนดินและภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการทำเกษตร โดยมีพืชเศรษฐกิจสำคัญและเป็นที่ต้องการของตลาด อาทิ อะโวคาโด สตรอเบอร์รี่ กาแฟ ชา อุ่น ข้าวโพดหวาน ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ผักสลัด ผักปลอดสาร และผลไม้เมืองหนาว แต่ผลิตผลทางการเกษตรในพื้นที่โดยส่วนใหญ่ยังเป็นผลิตผลทางการเกษตรต้นน้ำที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่หรือปรับเปลี่ยนกระบวนการบริหารจัดการด้านการผลิตในรูปแบบผู้ประกอบการให้เกิดการต่อยอดไปสู่เชิงพาณิชย์ได้มากนัก จากงานวิจัยของ เสกสรรค์ มณีธร (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิจัยเพื่อต่อยอดภาคการเกษตรชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในการดำเนินการวิจัยดังกล่าว ได้มีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและวิเคราะห์สถานการณ์ภาคการเกษตรในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ต่อการแข่งขัน

และการปรับตัวในอาเซียน โดยจัดทำเป็นโครงการก่อนการวิจัยจริง (Pre-research) โดยมีหน่วยงานเข้าร่วมมากกว่า 40 หน่วยงาน ทั้งภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ และชุมชนเกษตร รวมถึงท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสามารถสรุปปัญหาที่เกิดขึ้นกับภาคเกษตรของท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำคัญ คือ ปัญหากลุ่มเกษตรกรไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรต้นน้ำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ยกกระตือรือร้นการผลิต ให้สามารถแข่งขันได้ในเชิงอุตสาหกรรมเพื่อต่อยอดให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นพื้นที่ที่มีสภาพภูมิอากาศเหมาะสมต่อการปลูกกาแฟ โดยเฉพาะกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า ซึ่งต้องเพาะปลูกบนพื้นที่สูงได้เงาร่มไม้ และมีอากาศเย็นเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์กาแฟที่มีคุณภาพพื้นที่ ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด เป็นพื้นที่หนึ่ง ที่มีการเพาะปลูกกาแฟและมีจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟจำนวนมาก แต่จากการลงพื้นที่ของผู้วิจัย พบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นการเพาะปลูกเพื่อผลิตเมล็ดกาแฟส่งจำหน่ายไปยังพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เกษตรต้นน้ำมูลค่าต่ำ

ด้วยเหตุนี้ นักวิจัย จึงได้จัดทำโครงการวิจัยเรื่อง “แนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์กาแฟดอยหวาน

ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด สู่ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ สนับสนุนให้เกษตรกรสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ พัฒนาจากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรต้นน้ำไปสู่ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปปลายน้ำ เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มโอกาสและรายได้ให้กับเกษตรกร สร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นในชุมชน สามารถนำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้ไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่นหรือในชุมชนอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์กาแฟดอยหวาน ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด สู่ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

โดยงานวิจัยในครั้งนี้จะเป็นการศึกษาปัญหาและผลกระทบที่จะเกิดขึ้น รวมถึงการวิจัยเพื่อหาแนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์กาแฟดอยหวาน ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด สู่ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยอาศัยวิธีการแบบมีส่วนร่วม (PAR) เพื่อสะท้อนปัญหาและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับการพัฒนาชุมชนเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ ทำการคัดเลือกกลุ่มเกษตรกรที่มีความพร้อม และดำเนินการหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบใหม่ที่ได้มาตรฐาน สามารถแข่งขันได้ ปรับวิธีการดำเนินการจากการผลิตสินค้าเกษตรกรรมต้นน้ำ ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาสู่ผลิตภัณฑ์ปลายน้ำ สามารถส่งต่อผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย เมื่อได้ต้นแบบแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ จึงสามารถนำเสนอแนวทาง ในการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ต่อกลุ่มเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้ไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่น หรือในชุมชนอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง/ผู้เข้าร่วมการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความต้องการเข้าร่วมโครงการ ใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified sampling) จาก 25 อำเภอ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

ขั้นตอนที่ 2 ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยมีผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 20 ชุมชน แต่มีชุมชนที่สนใจเข้าร่วมโครงการ จำนวน 4 ชุมชน ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพาะเห็ดองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่ฮ้อย กลุ่มชุมชนประมงท้องถิ่นตำบลชมพู อำเภอสารภี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันก้อเกิด อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยหวาน ตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด เมื่อทำการวิเคราะห์ศักยภาพทั้งด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของเกษตรกรแต่ละกลุ่ม พบเพียง 1 ชุมชน คือ กลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยหวานตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด ที่มีศักยภาพสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อต่อยอดให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะภายใต้ประชาคมอาเซียน ได้ในช่วงระยะเวลาของการดำเนินการวิจัย

2.2 ข้อมูลและเครื่องมือในการวิจัย

2.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสำรวจ สอบถาม และสัมภาษณ์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 25 อำเภอ

2.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสาร งานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาศักยภาพชุมชนเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยและพัฒนาศักยภาพภาคการเกษตรของชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ในประเด็นการต่อยอดภาคการเกษตรของชุมชนให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสร้างสรรค์ บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

2.2.3 ชนิดเครื่องมือการประเมิน เครื่องมือที่สำคัญคือ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต และแบบประเมินที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ และทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย

มีการแบ่งวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็นสองส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่ง คือการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาบริบทของเกษตรกรที่สนใจเข้าร่วมโครงการ ทำการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อวิเคราะห์ถึงศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาศักยภาพเพื่อต่อยอดให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ส่วนที่สอง คือการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อศึกษารูปแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลิตผลทางการเกษตรที่เหมาะสมแก่เกษตรกรโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ ด้านผลิตภัณฑ์ หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้องมาร่วมให้ข้อมูล

ส่วนการตรวจสอบเครื่องมือ ใช้วิธีการสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลผู้ศึกษาที่วิจัยได้นำนั้นถูกต้องหรือไม่ ได้แก่ แหล่งเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ และแหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าหากตัวผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ (สุภาภักดิ์ จันทวานิช, 2547 : 129-130) ซึ่งพบว่า ผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละด้านเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนของการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ (1) นำข้อมูลที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้อง วิเคราะห์เนื้อหา และจำแนกกลุ่มข้อมูล และ เรียบเรียงข้อมูลและจัดลำดับตามเนื้อหาที่ต้องการศึกษาวิจัย (2) นำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาผนวกกับแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงทำการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้ให้เกิดรูปแบบของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบ ผู้ประกอบการภาคเอกชน ภาครัฐ รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจกาแฟ เพื่อหาแนวทางในการต่อยอดภาคการเกษตรของชุมชนให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสร้างสรรค์ บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงต่อไป

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 การวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนเกษตรในพื้นที่ 25 อำเภอ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

จากการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างความเข้าใจและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มเกษตรกรจาก 25 อำเภอ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ทีมวิจัย ผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจ และหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ในประเด็นการต่อยอดภาคการเกษตรของชุมชนให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสร้างสรรค์ บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในวันที่ 10 เมษายน 2562 พบว่า มีกลุ่มเกษตรกรที่สนใจเข้าร่วมโครงการ รวมทั้งสิ้น 4 ชุมชน ได้แก่ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพาะเห็ดดอกคิงดอมการบริหารส่วนตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย 2) กลุ่มชุมชนประมงท้องถิ่นตำบลชมพู อำเภอสารภี 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอกเกิดอำเภอสันป่าตอง และ 4) กลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยหวาน ตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด แต่จากการวิเคราะห์ถึงศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรทั้ง 4 ราย พบว่า กลุ่มเกษตรกรที่มีความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์สามารถต่อยอดให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะได้ในช่วงระยะเวลาของการดำเนินการวิจัยพบเพียง 1 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยหวาน ตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรในด้านจุดแข็งและ พบว่า ผู้นำกลุ่มมีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าพันธุ์สูง สามารถแปรรูปผลิตภัณฑ์กาแฟตั้งแต่การเก็บเกี่ยวเมล็ดกาแฟสดผ่านกระบวนการหมักด้วยน้ำที่มีจุลินทรีย์ตามธรรมชาติ ทำการตากและเข้าสู่กระบวนการขัดสีจนกลายเป็นกาแฟที่มีคุณภาพสูง ผ่านการตรวจวิเคราะห์คุณภาพสารกาแฟเพื่อรับรองผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย จากบริษัทห้องปฏิบัติการกลาง (ประเทศไทย) จำกัด พื้นที่ของตำบลเทพเสด็จเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติเหมาะแก่การปลูกกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า ในส่วนของโอกาส ทางกลุ่มฯ มีหน่วยงานที่คอยให้ความช่วยเหลือ

ด้านความรู้แก่กลุ่มเกษตรกร สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับประเทศและต่างประเทศ ในด้านของจุดอ่อน กลุ่มยังไม่สามารถควบคุมปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรได้ตามเป้าของผู้บริโภค ขาดเงินทุนที่ใช้ในการจัดซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์ในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ กลุ่มขาดความรู้ในเรื่องของการจัดการธุรกิจ การออกแบบผลิตภัณฑ์และการจัดการด้านการตลาด ในด้านของอุปสรรคเนื่องจากกาแฟเป็นที่นิยมในการบริโภค จึงมีการแข่งขันในอุตสาหกรรมสูง มีคู่แข่งจำนวนมาก โดยสรุปการวิเคราะห์ถึงศักยภาพของผลิตภัณฑ์ ที่ประชุมกลุ่มมีทัศนคติไปในทิศทางเดียวกันว่า ถึงแม้ทางกลุ่มฯ จะมีข้อจำกัดในด้านของเงินทุน เครื่องจักร อุปกรณ์ที่ใช้ในการแปรรูป ขาดองค์ความรู้ในด้านการบริหารจัดการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการด้านการตลาด แต่ทุกข้อที่กล่าวมาข้างต้น สามารถพึ่งพาหน่วยงานภายนอกเพื่อผลักดันให้เกิดผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ โดยให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมทั้งในส่วนของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ กระบวนการผลิตที่ต้องใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานโดยวิธีการจ้างผลิตในบางขั้นตอน การจัดการด้านการขนส่ง และการจัดการด้านการตลาด จัดอุปสรรคและข้อจำกัดต่าง ๆ เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ต่อยอดภาคการเกษตรของชุมชนให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสร้างสรรค์ บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงต่อไป

3.2 ข้อสรุปจากการประชุมเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต่อยอดให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะฯ

จากการประชุมร่วมกันระหว่าง ทีมวิจัยผู้เชี่ยวชาญด้านกาแฟ และผู้นำกลุ่มเกษตรกร พบว่าในปัจจุบันความนิยมบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคมีแนวโน้มที่สูงขึ้น ซึ่งเห็นได้จากการที่ผู้ประกอบการหันมาให้ความสนใจพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟในรูปแบบใหม่ลงสู่ตลาดในหลายช่องทางอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม กาแฟสำเร็จรูปอีก

รูปแบบหนึ่งที่เริ่มเป็นที่นิยม สร้างความสะดวกให้ผู้บริโภคสามารถดื่มกาแฟสดได้ทุกที่ทุกเวลา คือ กาแฟคั่วบดในรูปแบบของพกพาหรือซองตริป ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวและผู้ต้องการชงกาแฟสดดื่มได้สะดวกในทุกสถานที่ และจากการวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยหลวงตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด ที่ประชุมมีทัศนคติไปในทางเดียวกันว่ามีผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟของกลุ่มฯ มีความพร้อมที่จะพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วบดในรูปแบบของพกพาหรือซองตริป

ในส่วนกระบวนการและวิธีการในการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ จะมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้ (1) การรับซื้อเมล็ดกาแฟที่ผ่านกระบวนการคั่วสำเร็จตามสูตรที่ต้องการจากกลุ่มเกษตรกร (2) นำเมล็ดกาแฟคั่วสำเร็จตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านกาแฟ (3) จัดส่งเมล็ดพันธุ์ที่ผ่านการคั่วและตรวจสอบรสชาติแล้วไปยังโรงงานเอกชนเพื่อจ้างบดและบรรจุอัดก๊าซไนโตรเจนในซองเพื่อรักษาคุณภาพของผงกาแฟจนได้ผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปแบบของพกพา หรือซองตริป โดยต้องเป็นโรงงานที่ได้มาตรฐานการผลิตอาหารปลอดภัยเพื่อให้สามารถส่งออกเพื่อจำหน่ายในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (4) ดำเนินการขอขึ้นทะเบียน อย. 4 (5) ขนส่งกาแฟที่บรรจุแล้วจัดเก็บในคลังเพื่อรอจำหน่ายต่อไป ในส่วนขั้นตอนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามจะมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้ (1) ประชุมกลุ่มเพื่อออกแบบตราสินค้าและภาพพื้นหลัง รายละเอียดที่จำเป็นต่าง ๆ ในซองบรรจุภัณฑ์ (2) หลังจากนั้นส่งมอบข้อสรุปถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการไปยังบริษัทรับออกแบบ (3) เมื่อได้แบบที่ต้องการแล้วจัดส่งแบบไปยังโรงพิมพ์ซองบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ได้ซองบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบลวดลายบนซองตามที่ต้องการ (4) หลังจากม้วนฟอยล์บรรจุภัณฑ์ผลิตเสร็จแล้วทางโรงงานผู้ผลิตจัดส่งม้วนฟอยล์บรรจุภัณฑ์ไปยังโรงงานรับบดและบรรจุผงกาแฟให้เป็นของสำเร็จรูปต่อไปซึ่งทั้ง 4 ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์จะนำเนินการควบคู่ไปกับกระบวนการให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ และเสร็จ

สิ้นในกระบวนการ 3 คือกระบวนการจัดส่งเมล็ดพันธุ์ที่ผ่านการคัดเลือกไปยังโรงงานเอกชนเพื่อจ้างและบรรจุอัดก๊าซไนโตรเจนในซองเพื่อรักษาคุณภาพของผงกาแฟจนได้ผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปแบบซองพกพาหรือซองดริป

จากการวิเคราะห์กระบวนการในแนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ จะมีขั้นตอน วิธีการ และการวิเคราะห์ต้นทุนของผลิตภัณฑ์ และมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1) ในส่วนของการวิเคราะห์ต้นทุนเมล็ดกาแฟกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟดอยหวาน จะดำเนินการผลิตคัดเลือกกาแฟตามสูตรที่ผู้เชี่ยวชาญด้านกาแฟกำหนดทำการบรรจุเมล็ดกาแฟที่ผ่านการคัดเลือกในถุงฟรอยส์จำหน่ายในราคา กิโลกรัมละ 1,000 บาท ค่าต้นทุนต่อกรัม คิดเป็นต้นทุนกรัมละ 1 บาท

2) ในส่วนของการจ้างบรรจุต้นทุนค่าบรรจุบริษัท เดอะ คอฟฟี่ บีน โรสตติ้ง จำกัด จะมีค่าบริการบดเมล็ดกาแฟ และบรรจุผงกาแฟที่ผ่านการบดแล้วบรรจุลงในถุงอัดก๊าซไนโตรเจนเพื่อคงคุณภาพของผงกาแฟชนิดปิดถุง โดยคิดค่าบริการต่อถุง เท่ากับ 7.5 บาท เมื่อรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% จะมีต้นทุนค่าบดและบรรจุเท่ากับ 8.02 บาท ในส่วนของค่าบริการขึ้นทะเบียนอาหารและยา หรือ ออย. บริษัทฯ คิดค่าบริการจำนวน 2,000 บาท เมื่อรวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7% จะมีค่าใช้จ่ายเท่ากับ 2,140 บาท ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ ใช้เวลาดำเนินการประมาณ 14 วัน ในส่วนของค่าใช้จ่ายในการยื่นจดทะเบียนอาหาร หรือ ออย. เป็นต้นทุนในส่วนของการดำเนินการจึงไม่สามารถป้อนส่วนเข้าไปในต้นทุนสินค้าขายได้ (บริษัท ฯ ได้กำหนดจำนวนขั้นต่ำที่ต้องผลิตต่อรอบเท่ากับ 50 กิโลกรัม บรรจุซองละ 8 กรัม จำนวนขั้นต่ำที่ต้องผลิต 7,000 ซอง)

3) ค่าซองฟรอยส์บรรจุ บริษัท ทีพีไอ จำกัด (มหาชน) คิดค่าบริการผลิต ม้วนละ 23,000 บาท โดย 1 ม้วน สามารถผลิตกาแฟบรรจุของสำเร็จรูปได้เท่ากับ 4,000 ซอง ผลิตขั้นต่ำที่ 2 ม้วนขึ้นไป รวมเป็นต้นทุนเท่ากับ 46,000 บาท รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%

จะมีต้นทุนเท่ากับ 49,220 คิดเป็นต้นทุนต่อซองเท่ากับ 6.15 บาท (ซองฟรอยส์ที่เหลือสามารถนำไปบรรจุต่อได้)

4) ค่าออกแบบบรรจุภัณฑ์ บริษัท เอ แปค สองศรีเอช จำกัด คิดค่าบริการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ ด้านหน้าและด้านหลัง จำนวน 3,000 บาท ต่อ 1 งาน เมื่อรวมภาษีมูลค่าเพิ่มจะมีค่าใช้จ่ายเท่ากับ 3,210 บาท ต้นทุนในส่วนนี้เป็นต้นทุนในส่วนของการดำเนินการจึงไม่สามารถป้อนส่วนเข้าไปในต้นทุนสินค้าขายได้

5) ในส่วนของการขนส่งที่ใช้ในการดำเนินการจะแบ่งเป็นค่าบริการขนส่งเมล็ดกาแฟที่คัดเลือกแล้ว ไปยังบริษัท เดอะ คอฟฟี่ บีน โรสตติ้ง จำกัด กรุงเทพมหานคร และเมื่อทำการบรรจุในรูปแบบของสำเร็จรูปเสร็จสิ้นจะขนส่งกลับมายังกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งทั้งเที่ยวไป และเที่ยวกลับ มีค่าใช้จ่ายที่เหมือนกัน คือค่าบริการขนส่งต่อเที่ยว น้ำหนัก 50 กิโลกรัม แบ่งบรรจุกล่องละ 25 กิโลกรัม จำนวน 2 กล่อง มีค่าบริการขนส่งเท่ากับ 200 บาท ต่อ กล่อง คิดเป็น 400 บาท ราคากล่องบรรจุเมล็ดกาแฟจำนวน 2 กล่อง ราคากล่องละ 45 บาท รวมเป็นเงินเท่ากับ 90 บาท รวมต้นทุนในการขนส่งต่อเที่ยวเท่ากับ 490 บาท เมื่อทำการเฉลี่ยต้นทุน คิดเป็นต้นทุนค่าขนส่ง ต่อเที่ยว ต่อกิโลกรัม เท่ากับ 9.8 บาท คิดเป็นต้นทุนต่อกรัม เท่ากับ 0.0098 บาท ดังนั้นเมื่อรวมค่าขนส่งทั้งเที่ยวไปและเที่ยวกลับจะมีต้นทุนค่าขนส่งกิโลกรัมละ 19.6 บาท คิดเป็นต้นทุน การขนส่งรวมต่อกรัมเท่ากับ 0.0196 บาท (ค่าขนส่งเป็นต้นทุนที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว และในส่วนค่าบริการจัดส่งอ้างอิงจาก บริษัท นิ้มเอ็กซ์เพรส จำกัด ที่เปิดเผยค่าบริการขนส่ง)

เมื่อดำเนินการทั้งกระบวนการแล้วเสร็จจากผงสำเร็จรูปแบบซองพกพา ขนาดของ 8 กรัม จำนวน 7,000 ซอง ต่อหนึ่งรอบการผลิต เมื่อรวมต้นทุนในการผลิตสินค้าทั้งหมดเข้าด้วยกัน จะมีต้นทุนอยู่ที่ 22.1896 บาท ต่อ 1 ซอง และมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการดำเนินการรวมทั้งสิ้น 5,350 บาท (ค่าบริการขึ้นทะเบียนอาหารและยา และค่าออกแบบบรรจุภัณฑ์, เป็นราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว)

เมื่อรวมเงินลงทุนที่เกษตรกรต้องใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปในรูปแบบของพกพา หรือซองตริป ขนาด 8 กรัม จำนวนการผลิตขั้นต่ำที่ 7,000 ซอง จะมียอดเงินที่ใช้ในการลงทุนรวมทั้งสิ้น 160,677.20 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว

การกำหนดอัตราส่วนกำไรขั้นต้นเพื่อให้เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร จะกำหนดโดยคิดจากต้นทุนของสินค้า (Markup on Cost) และทำการกำหนดราคาขายสินค้าโดยอ้างอิงจากราคาขายสินค้าชนิดเดียวกันในท้องตลาด (สุดาพร กุณทลบุตร, 2558 : 189) จากการสำรวจตลาด พบกาแฟสำเร็จรูปแบบซองพกพาหรือแบบซองตริปที่ไม่ได้เป็นกาแฟออแกนิกจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กาแฟคาเฟอีนผสมนม จำหน่ายซองละ 24 บาท, ดีโอโร่ คอฟฟี่ ตริฟ มิเดียมเฮาส์ เบลนด์ จำหน่ายซองละ 24 บาท, กาแฟ VINZ DRIP COFFEE จากดอยช้าง จำหน่ายซองละ 30 บาท, กาแฟแบล็คแคนยอนตริป จำหน่ายซองละ 24 บาท, ในส่วนของกาแฟออแกนิกสำเร็จรูปแบบซองพกพา พบจำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กาแฟ SOD Coffee จำหน่ายซองละ 35 บาท, กาแฟดอยตุงคอฟฟี่ จำหน่ายซองละ 45 บาท เนื่องจากกาแฟที่ผลิตจากกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟดอยหวาน ต.เทพเสด็จ เป็นกาแฟที่ผ่านการตรวจวิเคราะห์คุณภาพเพื่อรับรองผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย จึงจัดอยู่ในหมวดของกาแฟเพื่อสุขภาพ ดังนั้นราคาที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ จึงควรมีราคาขายเท่ากับ 35 บาท ต่อ 1 ซอง อัตราส่วนในการกำหนดกำไรที่เหมาะสมจึงอยู่ที่ 57.7315 % จะได้กำไรจากการขายสินค้าเท่ากับ 12,810.4 บาท

3.3 การต่อยอดไปสู่การดำเนินการด้านการตลาดและการขายในช่องทางออนไลน์และตัวแทนจำหน่าย

ในด้านการตลาด เมื่อทราบต้นทุนและสามารถกำหนดราคาขายสินค้าได้แล้ว ต้องเร่งดำเนินการสำรวจตลาด วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการบริโภคกาแฟสำเร็จรูป ในกลุ่มแรก คือกลุ่มธุรกิจบริการและจัดเลี้ยงที่มีผลิตภัณฑ์กาแฟเป็นวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการให้บริการ เช่น กลุ่ม ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท กลุ่มธุรกิจภัตตาคาร

และจัดเลี้ยง กลุ่มที่สอง คือกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เช่น ห้างสรรพสินค้าริมปิง ของ บริษัท ต้นตราภัณฑ์ซูเปอร์มาเก็ต (1994) จำกัด ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าท้องถิ่นที่พร้อมสนับสนุนสินค้าจากเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ และเป็นธุรกิจค้าปลีกที่มีชื่อเสียง มีที่ตั้งของสาขาครอบคลุมแหล่งเศรษฐกิจในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มที่ 2 คือกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจในผลิตภัณฑ์ การเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มนี้ สามารถดำเนินการได้ 3 ช่องทางคือ 1 ช่องทางการออกร้านเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าในงานจัดแสดงสินค้าทางการเกษตรที่ทางภาครัฐจัดขึ้น หรือในพื้นที่เป้าหมายต่าง ๆ ที่คาดว่าจะมีกลุ่มลูกค้าอยู่ เช่น บริเวณจุดจำหน่ายกาแฟในห้างสรรพสินค้า เพื่อให้การจัดกิจกรรมสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด ในส่วนของช่องทางที่ 2 คือ การประชาสัมพันธ์และการขายสินค้าผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยการสร้างร้านค้าในช่องทาง Facebook และ Instagram เน้นการสร้างเรื่องราว การนำเสนอสินค้าให้มีความสวยงามและน่าสนใจ มีความต่อเนื่องในการลงโฆษณา กระตุ้นยอดการติดตามเพจให้เพจมีความน่าเชื่อถือ ทำการโปรโมทเพจและโพสต์สำคัญที่ต้องการให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทราบ กำหนดการรณรงค์โฆษณา ช่วงเวลาในการโฆษณากำหนดระยะเวลาและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อให้งบประมาณที่ใช้ในการตลาดและการประชาสัมพันธ์เกิดประโยชน์สูงสุด ช่องทางที่ 3 คือ การกำหนดราคาสมาชิกที่สั่งซื้อเป็นประจำ เมื่อสมัครสมาชิกจะมีส่วนลดซองละ 2 บาท และการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยรับสมัครตัวแทนจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ มีการกำหนดส่วนลดการค้าให้กับตัวแทนใน 3 ระดับ ได้แก่ ตัวแทนรายเล็ก ตัวแทนรายกลาง และตัวแทนรายใหญ่ แบ่งระดับชั้นของตัวแทนด้วยยอดขายสั่งซื้อตามช่วงระยะเวลาที่กำหนด การขายผ่านช่องทางตัวแทนจะสามารถเพิ่มยอดขายและทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

3.4 ได้ต้นแบบขยายผลไปสู่ชุมชนอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อต่อยอดให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

หากเกษตรกรสามารถศึกษา ทำความเข้าใจ และดำเนินการตามแนวทางดังกล่าว จะทำให้เกษตรกรสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำเกษตรที่มุ่งเน้นเฉพาะการผลิตสินค้าต้นน้ำ ไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยให้องค์กรภายนอกเข้ามามีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ลดข้อจำกัดในด้านเงินทุนที่ต้องใช้ในการปรับปรุงกระบวนการผลิต ปรับแนวคิดจากเกษตรกรผู้ผลิตไปสู่การคิดแบบผู้ประกอบการ ผลิตสินค้าในรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นน้ำ พัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์กลางน้ำ ส่งตรงสินค้าที่ผลิตได้ไปยังผู้บริโภคในชั้นปลายน้ำด้วยการจัดการด้านการตลาดอย่างเหมาะสม ต่อยอดให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สามารถนำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้ไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่น หรือในชุมชนอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

4. อภิปรายผล

จากการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้แนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์กาแฟดอยหวาน ตำบลดอยสะเก็ด ให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ คือ การพัฒนาสินค้าทางการเกษตรให้มีคุณภาพและคุณค่าโดยใช้ทุนทางปัญญาและวัฒนธรรมที่ตนเองมีอยู่ซึ่งสามารถต่อยอดให้เกิดการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่กลุ่ม ด้านประโยชน์เชิงสาธารณะ คือ ตามแนวทางในการวิจัยนี้ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ได้มาตรฐาน เกษตรกรจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรภายนอกให้เข้ามามีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ลดข้อจำกัดในด้านเงินทุนที่ต้องใช้ในการปรับปรุงกระบวนการผลิต ปรับแนวคิดจากเกษตรกรผู้ผลิตไปสู่การคิดแบบผู้ประกอบการ ผลิตสินค้าในรูปแบบ

ผลิตภัณฑ์ต้นน้ำ พัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์กลางน้ำ ส่งตรงสินค้าที่ผลิตได้ไปยังผู้บริโภคในชั้นปลายน้ำด้วยการจัดการด้านการตลาดอย่างเหมาะสม สามารถนำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้ไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่น หรือในชุมชนอื่นในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงเกษตรที่พยายามส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและการดำเนินงานของเกษตรกรที่จะต่อยอดการดำเนินงานด้านการเกษตรให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์โดยพยายามพัฒนาคุณภาพของสินค้าทางการเกษตรให้มีคุณภาพมีความปลอดภัยเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด และสอดคล้องกับอรพินธ์ บุญสิน (2557) การต่อยอดการผลิตสินค้าและบริการให้เกิดความสร้างสรรค์โดยอาศัยทุนทางปัญญา คือ ความรู้ ความสามารถที่ตนเองมีอยู่ตลอดจนทุนด้านวัฒนธรรมและทุนความสัมพันธ์ที่ตนเองสามารถสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้อื่นในอันที่จะส่งเสริมและผลักดันให้เกิดการต่อยอดของสินค้าและบริการให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ได้

ในส่วนของ การนำเอาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เข้ามาใช้ในการดำเนินงานเพื่อต่อยอดภาคการเกษตรให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ในประเด็นของความรู้และคุณธรรมโดยพยายามนำเอาองค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นเข้ามาใช้ในการผลิตและการต่อยอดการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมกล่าวคือ มุ่งเน้นการผลิตสินค้าทางการเกษตรในรูปแบบใหม่ที่มีคุณภาพไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับหลักพื้นฐานของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในประเด็นของความรู้ที่จะต้องรับขนขวายและมีความรอบคอบในอันที่จะนำเอาความรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์กับการดำเนินการ การมีคุณธรรม ความซื่อสัตย์ต่อการประกอบกิจการสอดคล้องกับงานของ กาญจนา สุระ (2551) การเพิ่มศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อยกระดับเศรษฐกิจและสังคมของคนในชุมชนสอดคล้องกับ McClelland (1973) ัญญลักษณ์ วีระสมบัติ (2546) ศักยภาพคือความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกันไปแต่

หากองค์กรต้องการประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน จำเป็นจะต้องมีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรภายในองค์กรเพื่อที่จะได้ช่วยทำให้ให้บุคลากรมีศักยภาพ มีความรู้และความสามารถเพิ่มขึ้น อันจะช่วยทำให้ การดำเนินงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

การพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้นำกลุ่มมีบทบาท สำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน หากผู้นำกลุ่ม ไม่มีความรู้ความสามารถ ไม่เปิดใจ ขาดวิสัยทัศน์ และยังคง ยึดมั่นกับแนวทางในการเกษตรดั้งเดิมที่เน้นการผลิต สินค้าทางการเกษตรในรูปแบบต้นน้ำราคาต่ำ การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ตามแนวทางในการวิจัยนี้คงไม่สามารถ เกิดขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับ จักรี ศรีจารุเมธีญาณ (2562) ที่กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความเข้มแข็งแก่ชุมชน คือ ปัจจัยด้านผู้นำที่เป็นผู้มีความรู้มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์ มีคุณธรรม มุ่งมั่นในการทำงาน เปิดใจกว้าง มีความเป็นกันเองและมีมนุษยสัมพันธ์ ดังนั้นทรัพยากร มนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้คงอยู่ใน ท่ามกลางกระแสการแข่งขัน ดังนั้นองค์กรจำเป็นต้องมีการ พัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้ การดำเนินงานขององค์กรบรรลุเป้าหมาย

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 เกษตรกรควรปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำเกษตรที่ มุ่งเน้นการผลิตสินค้าต้นน้ำ ไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดย ให้องค์กรภายนอกเข้ามามีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกษตรกร สามารถพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ลดข้อจำกัด ในด้านเงินทุนที่ต้องใช้ในการปรับปรุงกระบวนการผลิต ซึ่งจากแนวทางในการวิจัยนี้ทำให้เห็นว่า หากกลุ่ม เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟดอยหลวง ต้องการพัฒนา ผลิตภัณฑ์กาแฟที่มีอยู่เดิมให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ จำเป็นต้องพึ่งพาองค์กรภายนอกเข้ามาช่วยในด้านของ เทคโนโลยีและมาตรฐานการผลิต การออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้ มีมาตรฐานที่สามารถแข่งขัน ได้ในระดับสากล

5.2 จากการลงพื้นที่ดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า เกษตรกรในพื้นที่ ต.ดอยหลวง ต.เทพเสด็จ อ.ดอยสะเก็ด มีความเชี่ยวชาญในด้านของการผลิต แต่ยังขาด องค์ความรู้ด้านการตลาดและการขาย โดยเฉพาะ การตลาดในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นการศึกษา เพิ่มเติมองค์ความรู้ในด้านการตลาดและการขาย จะช่วย ให้เกษตรกรสามารถส่งตรงสินค้าที่ผลิตได้ไปยังผู้บริโภค ในชั้นปลายน้ำด้วยการจัดการด้านการตลาดและการขาย ที่เหมาะสมสามารถสร้างยอดขาย นำมาซึ่งรายได้และ ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาโอกาสในการพัฒนาช่องทาง การตลาดและการขายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ พัฒนาแล้วตามแนวทางในการวิจัยนี้ เพื่อให้ทราบถึง วิธีการในการดำเนินการตลาดที่เหมาะสม ช่วยให้ เกษตรกรสามารถขายสินค้าได้จริง และเป็นต้นแบบใน การพัฒนาด้านการตลาดและการขายให้กับชุมชนเกษตร อื่นในพื้นที่ต่อไป

6. เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา สุระ. (2551). การจัดการเรียนรู้เพื่อเพิ่ม ศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ต่อการยกระดับ เศรษฐกิจและสังคมของภาคชนบทและชุมชน เมืองจังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ : สำนักงาน คณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- จักรี ศรีจารุเมธีญาณ. (2562). ภาวะผู้นำกับการพัฒนา ชุมชน [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. วารสารสันติศึกษา บริหารศิลป์ มจร ปีที่ 6 ฉบับพิเศษ, หน้า 527 – 538.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2558). ก.เกษตรฯ MOUวิจัยเกษตรสู่ เชิงพาณิชย์. ค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2562, จาก <http://www.ftawatch.org>.

สุดาพร กุณฑลบุตร. (2558). **หลักการตลาดสมัยใหม่**
(พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

สุภางค์ จันทวานิช. (2547). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ**
(พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

เสกสรรค์ มณีธร. (2562). **การวิจัยเพื่อต่อยอดภาค**
การเกษตรชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้เกิด
ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. กรุงเทพฯ :
สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.).

อรพินท์ บุญสิน. (2557). **แนวทางการสร้างผลลัพธ์การผลิต**
สินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับ ผู้ประกอบการ
วิสาหกิจชุมชน ในภาคอุตสาหกรรม. กาญจนบุรี
: มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี.