Entrepreneurship of New-Generation Farmers in Ubon Ratchathani Province[1]

Natedao Taotawin [2]

Abstract

Entrepreneurs and peasants differ have different lifestyles and diverse economic goals. Entrepreneurs include individuals or groups who own capital and other production means and are ready to invest in gainful activities and take risks in exchange for profit. This article examines 1) burgeoning entrepreneurship amongst four new generation farmers in Ubon Ratchathani Province, Isan region; and 2) how these agriculturalists see new generation entrepreneurship. Results were that the new generation farmers pursued agriculture as a profession. They used diverse aspects of entrepreneurial knowledge, including management, business administration, risk analysis, and marketing planning. Market-led production, high value products, and creating new markets were keys for surviving fluctuating economic conditions. New generation farmers also incorporated innovation to heighten production efficiency and profitability.

Keywords: New generation farmers, Entrepreneurship, Ubon Ratchathani Province, Isan region

[1] Research article. This article is developed from a research project, “Entrepreneurship of new-generation farmers in rural Isaan” supported by Faculty of Liberal Arts, Ubon Ratchathani University in 2023

[2] Lecturer at the Faculty of Liberal Arts, Ubon Ratchathaini Univerity.

Email: natedao.t@ubu.ac.th

.....

Received: May 7, 2024 **Revised:** November 11, 2024 **Accepted:** December 10, 2024

ความเป็นผู้ประกอบการของชาวนารุ่นใหม่ใน จ.อุบลราชธานี[1]

เนตรดาว เถาถวิล[2]

บทคัดย่อ

ผู้ประกอบการแตกต่างจากการเป็นชาวนา เนื่องจากผู้ประกอบการกับชาวนามีวิถีชีวิตแตกต่างกันและมีเป้าหมายในการดำรงชีพต่างกัน ความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึงบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีทุน มีความพร้อมในการลงทุน เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต สามารถแบกรับความเสี่ยงเพื่อให้ได้ผลกำไร บทความนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการเกิดขึ้นของผู้ประกอบการของชาวนารุ่นใหม่ใน จ.อุบลราชธานี และ (2) เพื่อตรวจสอบความเป็นผู้ประกอบการของชาวนารุ่นใหม่ การศึกษาเป็นการศึกษาภาคสนาม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและใช้กรณีศึกษาจำนวน 4 คน เพื่อเก็บข้อมูลเรื่องเล่าของชาวนาผู้ประกอบการ และทำการวิเคราะห์เรื่องเล่าของชาวนาผู้ประกอบการในเรื่องเหตุผลในการทำเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลังจากอพยพกลับคืนสู่ จ.อุบลราชธานี และแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการในชนบท ที่ต้องใช้ทั้งความรู้ในด้านการเกษตร การจัดการการประเมินความเสี่ยง และการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด ชาวนารุ่นใหม่ในจ.อุบลราชธานี ใช้หลักตลาดนำการผลิต การทำเกษตรที่มีมูลค่าสูง และการสร้างตลาดใหม่คือกุญแจสำคัญเพื่อความอยู่รอดในท่ามกลางสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความเปลี่ยนแปลง ชาวนารุ่นใหม่สามารถปรับใช้นวัตกรรมเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและผลกำไร

คำสำคัญ: ชาวนารุ่นใหม่ ความเป็นผู้ประกอบการ ชนบทอีสาน

ที่มาและความสำคัญของการวิจัย

สังคมไทยเข้าสู่สังคมสูงวัย เกษตรกรในชนบทของไทยมีอายุเฉลี่ย 45 ปี คนหนุ่มสาวในชนบทอีสานนิยมอพยพไปทำงานในเมืองและในภูมิภาคอื่น รวมถึงอพยพไปทำงานในต่างประเทศที่มีรายได้สูง ปัจจัยเหล่านี้ ทำ

---

[1] บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายงานการวิจัยเรื่อง “เกษตรกรรุ่นใหม่กับเรื่องเล่าเกี่ยวกับเกษตรกรรมในยุคเปลี่ยนผ่านสู่เกษตร 4.0” ได้รับทุนสนับสนุนจากคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อีเมล natedao.t@ubu.ac.th

[2] อาจารย์ประจำหลักสูตรนวัตกรรมการพัฒนาสังคม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
อีเมล natedao.t@ubu.ac.th

.....

วันที่รับบทความ: 7 พฤษภาคม 2567 **วันที่แก้ไขบทความ:** 11 กันยายน 2567 **วันที่ตอบรับบทความ:** 10 ธันวาคม 2567

ให้เกิดความวิตกกังวลว่าอนาคตของภาคเกษตรกรรมไทยจะเป็นอย่างไร (จามะรี เชียงทอง, 2560) การอพยพคืนถิ่นชนบท และการปรากฏขึ้นของเกษตรกรรุ่นใหม่ทดแทนเกษตรกรรุ่นสูงวัยในชนบทจึงเป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจ และมีนัยสำคัญอย่างสูงต่อการพัฒนา อย่างไรก็ดี การเกิดขึ้นของเกษตรกรรุ่นใหม่ในฐานะตัวแสดงหน้าใหม่ในชนบท ได้แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะที่มีความแตกต่างจากเกษตรกรรุ่นเก่าอย่างชัดเจน นอกจากนั้นเกษตรกรรุ่นใหม่ยังมีความสนใจในการทำธุรกิจทั้งในและนอกภาคเกษตร และสามารถนำความรู้และทักษะของการเป็นผู้ประกอบการเข้ามาใช้ในการทำธุรกิจฟาร์ม และการวางกลยุทธ์ในการดำรงชีพที่เน้นความหลากหลายเพื่อสร้างความมั่นคงในการดำรงชีพ และเน้นความยั่งยืนของการทำเกษตรกรรมและธุรกิจฟาร์มไปพร้อมกัน ผู้วิจัยจึงสนใจความเป็นผู้ประกอบการของเกษตรกรรุ่นใหม่ อันจะช่วยให้เข้าใจถึงการปรับโครงสร้างสังคมชนบทไปสู่ระบบการเกษตรบนฐานทุน (อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2554) และการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมผู้ประกอบการในชนบทไทย (อรรถจักร สัตยานุรักษ์, 2560) อันจะเป็นทางรอดของเกษตรกรรายย่อยในยุคระบบทุนนิยมตอนปลาย (late capitalism)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาว่าการเกิดขึ้นของชาวนารุ่นใหม่ ในจังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาว่าความเป็นผู้ประกอบการของชาวนารุ่นใหม่ ในจังหวัดอุบลราชธานี

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการเปลี่ยนแปลงสังคมภาคเกษตรกรรม

นักวิชาการที่เชื่อในเรื่องการพัฒนาไปสู่ความทันสมัยเห็นว่า การพัฒนาภาคเกษตรกรรมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Southeast Asia) เกิดการปรับโครงสร้างสังคมภาคเกษตรกรรม (rural restructuring) ไปสู่ทิศทางที่ทำให้ภาคเกษตรกรรมหดตัวลง (De-peasantization) รายได้ประชาชาติ (GDP) ที่มาจากภาคเกษตรกรรมซึ่งมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ประชากรที่ทำเกษตรกรรมมีจำนวนลดลง การเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นเมืองและอุตสาหกรรมมีมากขึ้น แต่ก็ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างทั่วถึง เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ยังคงทำงานอยู่ในภาคเกษตรกรรม แต่คนในชนบทกลับประสบปัญหาเรื่องการเข้าถึงที่ดินและมีฐานะยากจน (Ingall S. (eds.), 2018)

อย่างไรก็ดี นักวิชาการพบว่าครัวเรือนชาวนาอีสานเข้าไปเกี่ยวข้องกับการผลิตเชิงพาณิชย์มากขึ้น แต่กลับเผชิญกับความเสี่ยงด้านราคาและความไม่แน่นอนของตลาด ทำให้ชาวนาหันไปหารายได้จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจนอกภาคเกษตรมากขึ้น แต่การเติบโตของเศรษฐกิจนอกภาคเกษตรในชนบทก็มีจำกัด ทำให้ครัวเรือนต้องหันไปหาการเป็นแรงงานอพยพ ซึ่งกลายเป็นทางเลือกในการเลี้ยงครอบครัวในชนบทอีสานทุกครัวเรือน แต่การเป็นแรงงานอพยพก็ไม่ได้นำไปสู่การเลิกทำเกษตรกรรมดังที่นักวิชาการบางท่านคาดการณ์ไว้ เพราะครัวเรือนจำนวนมากใช้เงินส่งกลับจากสมาชิกครัวเรือนที่เป็นแรงงานอพยพ ในสัดส่วนถึงครึ่งหนึ่งเพื่อลงทุนทำเกษตรกรรมและจ้างแรงงานทดแทนแรงงานอพยพ การเป็นแรงงานอพยพจึงเป็นยุทธวิธีหนึ่งของครัวเรือน

ชนบทอีสานในการคงการผลิตภาคเกษตรไว้ และเป็นวิธีการรับมือกับความเสี่ยงและความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคมที่เพิ่มสูงขึ้นมาก (มณีมัย ทองอยู่, 2546)

Rigg and Salamanca (2011) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของสังคมชนบทอีสานเช่นกัน และมีความเห็นต่างออกไปว่า สังคมชนบทอีสานไม่แตกต่างไปจากสังคมชาวนาในที่อื่นๆ ที่กำลังถอนตัวออกจากภาคเกษตรกรรม โดยพิจารณาจากข้อเท็จจริงที่ว่าในปีพ.ศ. 2554 รายได้ครัวเรือนชนบทที่มาจากการทำเกษตรกรรรมมีสัดส่วนลดลง และการทำการผลิตบนที่ดินมีผลต่อความอยู่รอดของครัวเรือนลดลง เวลาในการทำเกษตรกรรมลดลง ในขณะที่รายได้และเวลาในการทำกิจกรรมนอกภาคเกษตรกรรมมากขึ้น ครัวเรือนชนบทพึ่งพางานนอกภาคเกษตรมากขึ้น ส่วนอานันท์ชี้ว่าการผลิตบนที่ดิน (land-based production) ในภาคอีสานกำลังเปลี่ยนเป็น “การผลิตบนฐานทุน” ซึ่งหมายถึงการทำเกษตรตามความต้องการของตลาดและใช้ทุนในการผลิตอย่างเข้มข้น ชาวบ้านเป็นทั้งเกษตรกรและแรงงานรับจ้าง (อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2554) แต่ยังไม่เกิดการเลิกทำเกษตร และหันไปทำอาชีพนอกภาคเกษตรอย่างเต็มที่

อย่างไรก็ดี การพัฒนาระบบทุนนิยมในชนบทไทยเกิดขึ้นอย่างไม่สมบูรณ์ เพราะมีประชากรในชนบทที่ว่างงานหรือทำงานไม่เต็มเวลาจำนวนมาก คนหนุ่มสาวจึงพากันอพยพหลั่งไหลเข้าสู่เมืองเพื่อหางานทำ (ปีเตอร์ เอฟ เบลล์, 2533) ประกอบกับการพัฒนาความเป็นเมือง (urbanization) และโอกาสต่างๆ ที่ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการในเมืองมีมากกว่าในชนบท (International Organization for Migration, 2011) กลายเป็นแรงดึงดูดให้คนหนุ่มสาวจากชนบทอพยพเข้ามาทำงานในเมือง นอกจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจแล้ว ปัจจัยด้านการบริโภคยังมีผลให้เกิดการอพยพของคนหนุ่มสาวจากชนบทสู่เมือง เนื่องจากแรงปรารถนาอยากจะบริโภคความทันสมัย (consuming modernity) และต้องการใช้วิถีชีวิตแบบเมือง กลายเป็นเหตุผลสำคัญที่ดึงดูดให้คนหนุ่มสาวจากภาคอีสานนิยมอพยพไปทำงานในกรุงเทพและปริมณฑลตั้งแต่ทศวรรษ 2530 เป็นต้นมา (Mills, 2001)

อย่างไรก็ดี กระแสการอพยพจากชนบทสู่เมืองไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียว เนื่องจากงานวิจัยพบว่าในบางพื้นที่กระแสการอพยพจากเมืองสู่ชนบทก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน เหตุผลที่คนหนุ่มสาวชาวอีสานอพยพคืนถิ่น ได้แก่ ความต้องการกลับมาดูแลครอบครัวที่มีพ่อแม่วัยชราและดูแลลูกที่ยังเล็ก รวมถึงเหตุผลในการสืบทอดมรดกที่ดินทำกินของครอบครัว ผู้อพยพคืนถิ่นใช้เงินทุน ประสบการณ์ ความรู้และทักษะต่างๆ จากช่วงที่เป็นแรงงานอพยพ และนำกลับมาใช้สร้างอาชีพใหม่ในบ้านเกิดที่ชนบทอีสาน พวกเธอกลายเป็นตัวแสดงหน้าใหม่ในชนบท (new rural actors) ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการทำเกษตรกรรมแบบเดิม ไปสู่การทำอาชีพทั้งในและนอกภาคเกษตรกรรมหลากหลาย ผู้อพยพคืนถิ่นกลายเป็นกลุ่มคนที่กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคมชนบทในอีสาน สู่การเป็นสังคมผู้ประกอบการมากขึ้น (Taotawin, 2017)

เมื่อสังคมชนบทอีสานปรับเปลี่ยนโครงสร้างเป็นสังคมที่เน้นการผลิตบนฐานทุนแบบเข้มข้น เกษตรกรต้องเผชิญกับความเสี่ยงสูงด้านราคาผลผลิตทางการเกษตรไม่แน่นอน ต้นทุนค่าจ้างแรงงานสูงขึ้น (อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2554) ครัวเรือนเกษตรกรในชนบทจึงพยายามลดความเสี่ยงเหล่านี้หลากหลายวิธีการ เช่น การหันไปใช้แรงงานในครัวเรือนควบคู่ไปกับแรงงานรับจ้าง การเลือกปลูกพืชเศรษฐกิจบางชนิด เช่น หอมแดง ยางพารา ซึ่งให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจสูง และทำรายได้สูงกว่าค่าจ้างในตลาดแรงงานทั่วไป กระนั้นก็ดี เมื่อหักต้นทุน

ปัจจัยการผลิตและค่าแรงแล้ว ค่าตอบแทนที่ได้จากการทำเกษตรเชิงพาณิชย์อาจเทียบเท่ากับค่าจ้างแรงงานเท่านั้น (พฤกษ์ เถาถวิล และนิตยา บุญมาก., 2553)

2. แนวคิดเรื่องการเป็นชาวนา

Micheal Kearney (1966) ศึกษาวาทกรรม “ชาวนา” (peasantry) ชี้ว่าภายใต้อุดมการณ์พัฒนานิยม (developmentalism) ชาวนาถูกมองว่ามีวิถีการผลิตแบบประเพณีนิยม (tradition) มีวิถีการดำรงชีพแบบดั้งเดิม ตรงกันข้ามกับ “ความเป็นสมัยใหม่” (modernity) ทว่าการนำเสนอภาพตัวแทนเกี่ยวกับ “ชาวนา” เปลี่ยนแปลงไปตั้งแต่คริสต์ทศวรรษ 1970s ถึง 1980s อันเป็นผลมาจากนโยบายการปฏิรูปที่ดิน (land reform) นโยบายการพัฒนาชนบท (policies of rural development) ในยุคโลกาภิวัตน์ ความเป็นชุมชนท้องถิ่นและสมัยใหม่ได้ถูกตีความใหม่ ทำให้เห็นว่าไม่ได้มีเส้นแบ่งแบบแยกขาด และการมองแบบแบ่งแยกศูนย์กลางกับชายขอบก็ถูกสลายลงด้วย ดังนั้นชุมชนดั้งเดิมจึงเปลี่ยนเป็นชุมชนเปิด ประกอบด้วยเครือข่ายทางสังคมและเครือข่ายการสื่อสารที่กว้างกว่าการสื่อสารแบบเห็นหน้าเห็นตากัน หรือเรียกว่าชุมชนข้ามชาติ (transnational communities) การสร้างความเป็นอื่น (the others) ให้กับชาวนา โดยการแบ่งแยกชาวนาออกจากคนอื่นๆ จึงเป็นการกีดกันคนที่อพยพระหว่างพื้นที่บ้านกับพื้นที่การผลิตแบบทุนนิยม คนที่ก้าวข้ามการแบ่งแยกระหว่างพื้นที่บ้านกับพื้นที่การผลิตแบบทุนนิยม

ข้อเสนอของเคียร์นีย์ต้องการให้มองชาวนาให้พ้นไปจากกรอบความคิดภายใต้อุดมการณ์พัฒนานิยม โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ที่หลากหลายและเลื่อนไหลของชาวนา ภายใต้บริบทของการปรับโครงสร้างสังคมไปสู่ภูมิภาคเปิดที่เชื่อมโยงกับโลกาภิวัฒน์ และกลายเป็นสังคมเปิด ชุมชนเปิด (อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2554) ในชนบทไทย พบว่าปัจจุบันมีการผลิตทางการเกษตรเพื่อกินใช้ ควบคู่กับการผลิตทางการเกษตรเพื่อขาย การทำเกษตรเพื่อส่งออก การทำเกษตรเชิงอุตสาหกรรม การผลิตแบบอุตสาหกรรม การผลิตแบบหัตถอุตสาหกรรม การผลิตนอกภาคเกษตรกรรม การท่องเที่ยว การทำงานรับจ้าง การค้าขาย และการเป็นผู้ประกอบการ (จามะรี เชียงทอง, 2557; สว่าง มีแสง, 2554; อรรถจักร สัตยานุรักษ์, 2559; Riggs, 2001; Riggs, 2006; Taotawin, 2560) ดังนั้นครัวเรือนชาวนาจึงสามารถใช้กลยุทธ์ในการดำรงชีพที่เน้นความหลากหลาย (livelihood diversification) โดยผสมผสานทั้งการทำเกษตรกรรมหลายชนิดเพื่อบริโภคและขาย ควบคู่ไปกับการทำงานรับจ้าง การค้าขาย และการเป็นผู้ประกอบการ (นภาพร อติวานิชยพงศ์, 2557)

หากนำข้อเสนอของเคียร์นีย์มาพิจารณาการปรับตัวของชาวนาอีสาน จะพบว่าชาวนาอีสานส่วนหนึ่งหันมาให้ความสำคัญกับการสร้างตัวตน และเน้นการสร้างความหมายหรือการสร้างคุณค่าให้กับผลผลิต หรือที่เรียกว่า “การเป็นผู้ผลิตยุคหลัง” (post-productivist) (Rigg and Ritchie, 2002) ดังเช่นในงานศึกษาของ ธนพร ศรีสุขใส (2554) และเนตรดาว เถาถวิล (2556) ซึ่งพบว่าชาวนาอีสานหันมาปลูกข้าวอินทรีย์เพื่อขายได้ราคาสูง เพราะมีการสร้างความหมายให้แก่ข้าวอินทรีย์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลผลิต และมีการสร้างอัตลักษณ์ของชาวนาขึ้นมาใหม่

3. แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ

Kahan (2012) อธิบายว่าความเป็นผู้ประกอบการ มีองค์ประกอบ 2 ส่วน ได้แก่ (1) ทักษะการจัดการ (2) จิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ ความเป็นผู้ประกอบการในภาคเกษตรกรรม เป็นทางรอดของเกษตรกรรายย่อยในยุคระบบทุนนิยมตอนปลาย (late capitalism) ในบริบทของสังคมโลกาภิวัฒน์ แต่ชาวนาผู้ประกอบการจะต้องมองว่าฟาร์มของตนเป็นธุรกิจ เป็นเครื่องมือในการสร้างผลกำไร มีการคำนวณความเสี่ยงที่จะแบกรับเพื่อสร้างผลกำไร และช่วยให้ธุรกิจเติบโต

ชาวนาผู้ประกอบการทำงานในสภาพแวดล้อมที่มีความซับซ้อนและเป็นพลวัต และเป็นส่วนหนึ่งของส่วนประกอบที่ใหญ่กว่า เช่น ชาวนา ผู้จัดหาปัจจัยการผลิต ผู้ค้า ผู้ขนส่ง ผู้แปรรูป และคนอื่นๆ แต่ละส่วนมีบทบาทในการสร้างผลิตภัณฑ์และนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดผ่านเครือข่ายมูลค่า ทว่ามีสิ่งท้าทายมากมายที่ชาวนาผู้ประกอบการต้องเผชิญ เช่น อุปสรรคทางสังคม อุปสรรคทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบ การเข้าถึงเงินทุนและข้อมูลข่าวสาร และศักยภาพในการจัดการเพื่อจัดการกับความเสี่ยง ความเปลี่ยนแปลงและการแสวงหาโอกาส (Kahan, 2012)

ชาวนารายย่อยทำการเกษตรเพื่อเป้าหมายข้อใดข้อหนึ่งใน 4 ข้อ ได้แก่ 1.ผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน 2. ผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนเป็นส่วนใหญ่ และเพื่อขายผลผลิตในตลาดส่วนน้อย 3. ผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนและขายผลผลิตส่วนใหญ่ในตลาด 4.ผลิตเพื่อขายในตลาดอย่างเดียว ชาวนารายย่อยอาจมีจิตใจเป็นผู้ประกอบการ แต่ขาดสิ่งสนับสนุนให้สามารถปฏิบัติการแบบผู้ประกอบการได้ (Kahan, 2012)

อรรถจักร สัตยานุรักษ์ (2559) เห็นว่าชนบทไทยเปลี่ยนแปลงจาก “สังคมชาวนา” ที่เน้นการทำเกษตรกรรมแบบเดิม ไปเป็น “สังคมผู้ประกอบการ” ซึ่งหมายถึง “การที่ชาวบ้านเรียนรู้ที่จะประกอบสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยอาศัยแหล่งทรัพยากรที่หลากหลาย ผ่านกระบวนการผลิตที่สลับซับซ้อนมากไปกว่าการปลูกพืชผลทางการเกษตรอย่างตรงไปตรงมา เพื่อตอบสนองต่อตลาดและช่องทางการค้าขายใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นภายใต้การรวมกลุ่มและเครือข่ายที่กว้างขวางไปกว่าสังคมแบบเครือญาติของสังคมชนบทในอดีต” ทั้งนี้สังคมผู้ประกอบการเกิดขึ้นเมื่อ “กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชาวบ้านในชนบทได้ถอนตัวจากภาคเกษตรไปสู่การผลิตที่อยู่นอกภาคเกษตร และอยู่นอกเหนือการผลิตบนที่ดินมากขึ้น”

อรรถจักร จำแนก “ผู้ประกอบการในชนบท” เป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) เกษตรกรในฐานะชาวนา (farmer as farmer) คือเกษตรกรที่ยังติดอยู่กับการผลิตแบบดั้งเดิม (2) เกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการ (farmer as entrepreneur) คือเกษตรกรที่มีความได้เปรียบเชิงพื้นที่ (geographical region) เช่น มีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว หรือการเคลื่อนย้ายสินค้า ทำให้พวกเขาสามารถใช้ประโยชน์เชิงพื้นที่ ในการสร้างสรรค์โอกาสทางเศรษฐกิจที่นอกเหนือไปจากภาคการเกษตร (3) เกษตรกรในฐานะผู้รับช่วงสัญญา (contractor) อาศัยเครือข่ายที่สลับซับซ้อนไปกว่าการเป็นชาวนาที่ทำเกษตรแบบดั้งเดิม และยังรวมถึงการเป็นเกษตรกรในฐานะผู้รับช่วงสัญญา จำเป็นจะต้องบริหารจัดการความเสี่ยง (4) ผู้ประกอบการในชนบท (rural entrepreneur, not farmer) หมายถึงเกษตรกรที่เริ่มต้นจากการสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย (farm-diversified business) ไปสู่การสร้างแหล่งรายได้ที่สอง (secondary income) นอกภาคการเกษตรที่ไม่

เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร (food production) จนในที่สุดแหล่งรายได้นอกภาคการเกษตรได้กลายมาเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลัก (core business) ของพวกเขา รวมทั้งแหล่งรายได้ใหม่จะค่อยๆ ผลักให้ภาคการเกษตรหมดความสำคัญไปในท้ายที่สุด งานวิจัยนี้เห็นว่าการเกิดขึ้นของพหุกิจกรรมทางเศรษฐกิจสัมพันธ์กับการเกิดขึ้นของผู้ประกอบการชนบทอย่างแนบแน่น ทว่าการเกิดขึ้นของผู้ประกอบการในชนบทของไทยมีลักษณะเป็น “สังคมผู้ประกอบการแบบไม่เป็นทางการ” มากกว่าผู้ประกอบการแบบเป็นทางการเช่นในสังคมตะวันตก (อรรถจักร สัตยานุรักษ์, 2560)

กฤตภัค งามวาสีนนท์ (อ้างใน อรรถจักร สัตยานุรักษ์, 2559) ศึกษาเรื่องชนบทที่เคลื่อนไหว: ความหมายและการจำแนกผู้ประกอบการในชนบท และได้นิยามความหมายของ “ผู้ประกอบการ” ในสังคมชนบทว่าแตกต่างจากชาวนา โดยการจำแนกประเภทของเกษตรกรผู้ประกอบการในสังคมชนบท ดังนี้ (1) ผู้ที่รับความเสี่ยงทางเศรษฐกิจหรือผู้ที่ทำสัญญาช่วง หรือรับจ้างช่วง (subcontractor) ในการทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สามารถแบกรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นภายใต้สัญญาในอนาคตได้ (2) ผู้ที่มีทักษะในการสร้างความร่วมมือ เพื่อประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจร่วมกันกับปัจเจกบุคคลอื่นๆ ทำให้การประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจร่วมกันกับปัจเจกบุคคลอื่นๆ ทำให้การประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการมีเป้าหมายร่วมกัน (3) ผู้ที่มีความสนใจในการสร้างและใช้นวัตกรรมใหม่ในการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และกระตุ้นให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (4) ผู้ที่มีความสามารถในการทำกำไรจากการซื้อและขาย บนตลาดที่ไม่ได้จำกัดเพียงแค่ตลาดเดียว แต่ซื้อขายในตลาดจำนวนมากที่มีความหลากหลายและกว้างขวาง

ในขณะที่ชาวนามีกิจกรรมทางเศรษฐกิจไม่หลากหลาย เกษตรกรที่เป็นผู้ประกอบการมีความได้เปรียบเชิงพื้นที่ มีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการเคลื่อนย้ายสินค้า ทำให้สามารถหาประโยชน์จากโอกาสนอกเหนือจากการเกษตร เช่น การท่องเที่ยว การแปรรูปสินค้าเกษตร เกษตรกรผู้ประกอบการในฐานะผู้รับช่วงสัญญา (subcontractor) จะแตกต่างจากชาวนาตรงที่ พวกเขาอาจไม่มีนาหรือสวนของตัวเอง แต่พวกเขามีทักษะเฉพาะด้านขั้นสูง หรือเป็นเจ้าของทรัพย์สินเชิงกายภาพ จึงรับสัญญางานมาทำในฐานะผู้จัดการนา (farm manager) หรือเป็นแรงงานรับจ้าง การเป็นเกษตรกรผู้ประกอบการในฐานะผู้รับช่วงสัญญา มุ่งเน้นไปที่ความสัมพันธ์บนข้อตกลงระหว่างเจ้าของนาและผู้รับช่วงสัญญา จำเป็นต้องอาศัยความสามารถในการบริหารจัดการความเสี่ยง ผู้ประกอบการในชนบทจะสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย จนสามารถสร้างแหล่งรายได้อีกแหล่งหนึ่งนอกภาคเกษตรที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร แต่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายวัสดุภัณฑ์ที่ใช้ในการเกษตรกรรม (กฤตภัค งามวาสีนนท์ อ้างใน อรรถจักร สัตยานุรักษ์, 2559, หน้า 41-44)

บนพื้นที่สูงของจังหวัดเชียงใหม่ Rugchat (2018) ศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงจากเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการของชาติพันธุ์ลั๊วะ แม้การพัฒนาพื้นที่สูงที่ผ่านมาจะสร้างวาทกรรมที่ทำให้กลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงถูกตีตรา (stigmatized) กลายเป็น “ผู้บุกรุกทำลายป่า” “ผู้ปลูกฝิ่น” หรือ “คนด้อยที่ด้อยพัฒนาและล้าหลัง” ทว่างานศึกษาอีกส่วนหนึ่งอธิบายกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงเป็น “ผู้มั่งคั่ง” “พ่อค้า” และ “ผู้ประกอบการรายย่อย” เช่น เป็นผู้ค้าผ้าใยกันชงข้ามชาติ ในบริบทที่กลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงอพยพย้ายถิ่นลงมาอยู่ในเมืองมากขึ้น กลุ่มคนลั๊วะได้แบ่งประเภทของตนเองออกเป็น “ลั๊วะบนพื้นที่สูง” “ลั๊วะในที่ลุ่ม” หรือ “ลั๊วะที่อาศัยอยู่

ในเมือง” คนลั๊วะที่อยู่ในเมืองได้ประกอบอาชีพนอกภาคเกษตร เช่น การเป็นเจ้าของร้านชำ การเป็นเจ้าของร้านอาหาร เป็นเจ้าของร้านนวด แต่การปรับตัวกลายเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงเป็นเรื่องความสามารถเฉพาะบุคคล (Rugchat, 2018)

ชาวนาลั๊วะบนพื้นที่สูง เหล่านี้ปลูกมะเขือเทศและขายมะเขือเทศให้แก่คนพื้นราบ ที่ดินจึงยังคงมีความสำคัญ เพราะพวกเขาไม่สามารถซื้อผลผลิตมะเขือเทศจากคนอื่นเพียงเท่านั้น พวกเขาต้องปลูกมะเขือเทศเอง และซื้อมะเขือเทศจากชาวลั๊วะอื่นๆ ที่เป็นเครือญาติเพื่อนำไปขาย ชาวนาลั๊วะบนพื้นที่สูงยังคงทำการผลิตทั้งในที่ดินเขตชลประทานและในเขตป่า บางกลุ่มซื้อที่ดินจากกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงเพื่อปลูกมะเขือเทศเพิ่มด้วย ชาวนาลั๊วะบนพื้นที่สูงเรียนรู้เรื่องการเป็นผู้ประกอบการจากผู้ประกอบการพื้นราบ และปลูกโรงเรือนเก็บผลผลิตริมถนน ชาวนาลั๊วะบนพื้นที่สูงเหล่านี้ได้พัฒนาการค้ามะเขือเทศอย่างซับซ้อนใน 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) การปลูกมะเขือเทศเอง (2) การซื้อมะเขือเทศจากเกษตรกรคนอื่นๆ (3) การซื้อมะเขือเทศที่ยังดิบ (4) การทำเกษตรพันธสัญญารับซื้อผลผลิตมะเขือเทศ (contract tomato buying) ด้วยวิธีการนี้ผู้ประกอบการชาวลั๊วะจึงสามารถควบคุมผู้ผลิตมะเขือเทศจำนวนมากและเข้าถึงที่ดินอันเป็นแหล่งผลิตมะเขือเทศจำนวนมาก พูดอีกอย่างหนึ่งคือ ชาวนาลั๊วะบนพื้นที่สูงที่เป็นผู้ประกอบการ ได้กลายเป็นรูปแบบใหม่ของการเป็นผู้ประกอบการบนพื้นที่สูง ซึ่งสามารถเข้าไปทำธุรกิจการค้า และใช้วิธีการหลายอย่างในการรวบรวมผลผลิตมะเขือเทศเพื่อนำออกจำหน่าย ซึ่งชาวนาลั๊วะบนพื้นที่สูงที่เป็นผู้ประกอบการเหล่านี้สามารถใช้ทรัพยากรหลายอย่างบนพื้นที่สูง ไม่ว่าจะเป็นพืชผลทางการเกษตร ที่ดิน แรงงาน เพื่อทำการค้าในตลาดท้องถิ่นและตลาดระดับชาติ โดยไม่ได้เป็นเจ้าของทรัพยากรเหล่านี้ (Rugchat, 2018)

Somkaun, Nutchanant, Chamnanmak, Rukchanok, Narongchai, Wanichcha, and Suppatkul, Panu (2019) ศึกษาการเปลี่ยนผ่านจากชาวนากลายเป็นผู้ประกอบการในจ.ขอนแก่น พบว่าชาวนาในจ.ขอนแก่นมีประสบการณ์ในการทำงานนอกภาคเกษตร พวกเขามีความสนใจในเรื่องเกษตรตั้งแต่ตอนที่ยังไม่ได้เริ่มทำเกษตรหรือยังไม่ได้เป็นผู้เกษียณอายุราชการ การเปลี่ยนแปลงจากชาวนามาเป็นผู้ประกอบการมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การก่อรูป ด้วยการหาข้อมูลและเก็บเกี่ยวความรู้ (2) การต่อสู้ดิ้นรน ผ่านการทดลองปลูกและขายผลผลิต (3) การวางเป้าหมาย เรียนรู้เทคนิคใหม่ๆ การเรียนรู้ความหมาย และการวางกลยุทธ์ของการเป็นชาวนาผู้ประกอบการ รวมถึงการปรับปรุงวิถีการผลิต (4) การสร้างเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการผลิตและการตลาด (5) การกลายเป็นชาวนาผู้ประกอบการเต็มตัว ซึ่งทำให้คำจำกัดความว่ามีช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าหลายช่องทางและมีสินค้าที่มีคุณภาพพอที่จะขาย ทั้งห้าขั้นตอนดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะของการทำธุรกิจซึ่งมีการคำนวณผลกำไร-ขาดทุน

เครือข่ายทางสังคมมีบทบาทอย่างสำคัญต่อการกลายเป็นผู้ประกอบการชาวนาในจ.ขอนแก่น เนื่องจากชาวนาผู้ประกอบการได้สร้างเครือข่ายทางสังคมกับกลุ่มคนหลากหลายกลุ่ม ทั้งในกิจกรรมการผลิตและกิจกรรมการค้าอื่นๆ ได้แก่ เครือข่ายเครือญาติ กลุ่มผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่รัฐ สำนักการวิจัยและพัฒนาการเกษตร ภาคเอกชนและตลาด กลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งกลุ่มเหล่านี้มีทั้งกลุ่มที่ติดต่อสัมพันธ์กันทางกายภาพ และกลุ่มที่

ติดต่อกันผ่านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Somkaun, Nutchanant, Chamnanmak, Rukchanok, Narongchai, Wanichcha, and Suppatkul, Panu, 2021)

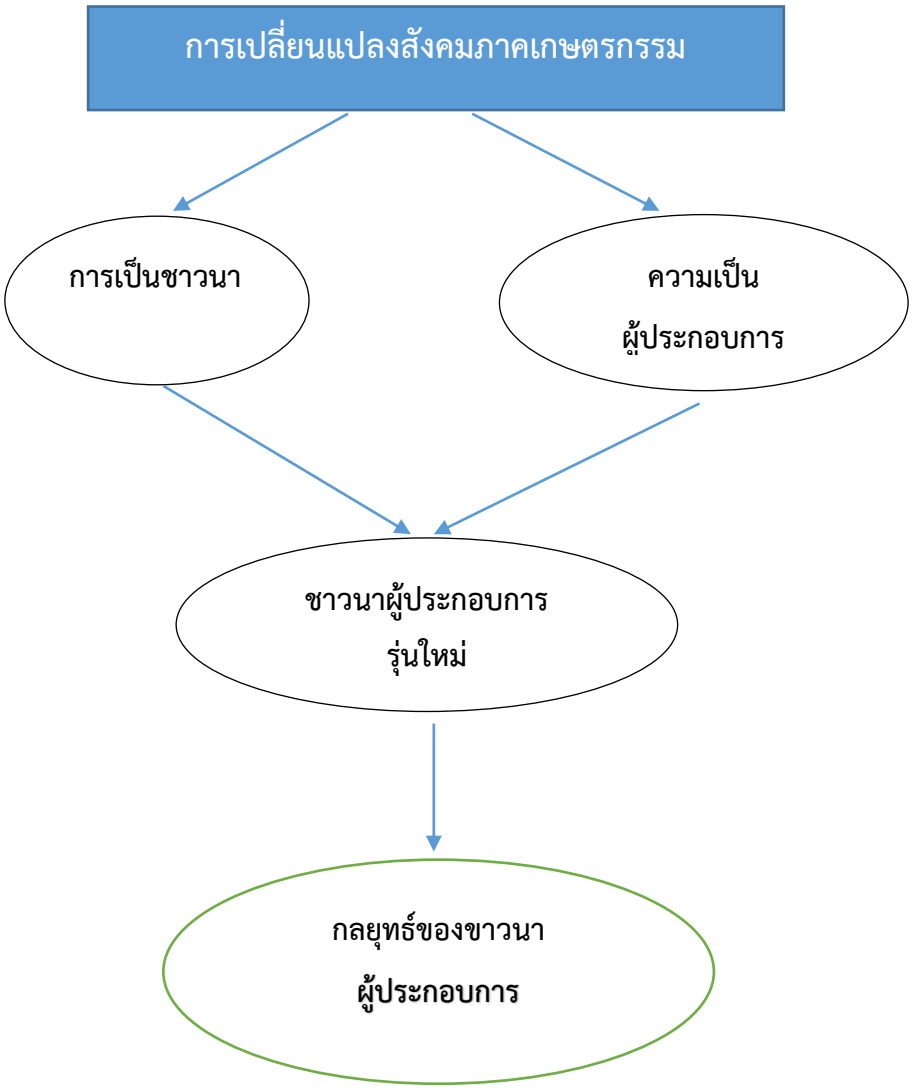
กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้มีกรอบความคิดว่า การเปลี่ยนแปลงของสังคมเกษตรกรรมในภาคอีสาน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการผลิตทางการเกษตรไปสู่การเกษตรกรรมแบบเน้นการใช้ทุน ทำให้เกษตรกรรายย่อยได้รับผลกระทบมากที่สุด เพราะเกษตรกรรายย่อยมีที่ดินขนาดเล็กและมีผลผลิตไม่มาก เกษตรกรรายย่อยส่วนหนึ่งไม่สามารถพึ่งพารายได้จากภาคเกษตรและต้องหันไปหาอาชีพนอกภาคเกษตรแทน ในขณะที่อัตราการอพยพออกจากชนบทภาคอีสานไปสู่ภาคเมืองและภาคบริการทั้งในและนอกประเทศเพิ่มสูงมาโดยตลอด ทว่าในขณะเดียวกันก็พบว่ามีการอพยพกลับคืนถิ่นสู่ชนบทในภาคอีสานด้วยเช่นเดียวกัน ในจำนวนนี้เป็นเกษตรกรรุ่นใหม่ที่อพยพกลับมาทำเกษตรในภาคอีสานพร้อมกับครอบครัว เริ่มทำการเกษตรในรูปแบบที่แตกต่างจากเกษตรกรรุ่นพ่อแม่ กล่าวคือชาวนารุ่นใหม่เลือกที่จะทำเกษตรที่มีมูลค่าสูง การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรและเกษตรกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แทนการทำเกษตรเพื่อขายผลผลิตจำนวนมาก การใช้กลยุทธ์การทำกิจกรรมหลายชนิดทั้งในและนอกภาคเกษตร ไม่ได้ใช้เงินทุนสูงมาก และไม่ได้ใช้แรงงานเข้มข้น แต่เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม และการผสมผสานกิจกรรมภาคบริการเข้ากับกิจกรรมเกษตร ตามสภาพธรรมชาติและความถนัดของชาวนารุ่นใหม่ กลายเป็นธุรกิจฟาร์มรูปแบบใหม่ พร้อมกับการสร้างตลาดจำหน่ายผลผลิตเอง ทั้งตลาดในพื้นที่และตลาดออนไลน์ และการสร้างแบรนด์สินค้า ตลอดจนการเป็นตัวกลางจำหน่ายสินค้าให้แก่เกษตรกรคนอื่นๆ การเกิดขึ้นของชาวนารุ่นใหม่ในชนบทจึงเป็นชาวนารุ่นใหม่ที่มีความสามารถในการปรับใช้ประโยชน์จากสภาพพื้นที่ โครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาสู่ความเป็นเมือง และการเกิดขึ้นของตลาดแบบใหม่ ที่ผู้บริโภคหันมาใส่ใจในเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า และการเสพการบริการที่มาพร้อมกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและอัตลักษณ์ของพื้นที่

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยนี้มีสมมติฐานว่า การปรากฏขึ้นของชาวนารุ่นใหม่ในจ.อุบลราชธานี เกิดจากการอพยพคืนถิ่นของคนรุ่นใหม่ ที่เคยออกจากจ.อุบลราชธานี ไปทำงานในภูมิภาคต่างถิ่น และได้ตัดสินใจอพยพกลับสู่ถิ่นฐานภายหลังจากมีครอบครัวเพื่อเริ่มต้นอาชีพเกษตรกรเป็นอาชีพ ความสนใจทำเกษตรกรของชาวนารุ่นใหม่เน้นการทำเกษตรที่ตลาดผู้มีกำลังซื้อสูง การแปรรูปผลผลิตเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่า ไม่ได้เน้นการทำเกษตรเพื่อขายจำนวนมากดังเช่นชาวนารุ่นพ่อแม่ นอกจากนั้น ชาวนารุ่นใหม่เน้นการทำเกษตรที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ผสมผสานกับการทำกิจกรรมนอกภาคเกษตร หรือการใช้กลยุทธ์ใช้ประโยชน์จากพื้นที่ภูมินิเวศ ความเจริญของการพัฒนาเมืองและโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนการขยายตัวของตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อตอบสนองต่อการเติบโตของผู้บริโภคที่สนใจสินค้าที่มีความสดใหม่ สะอาด ปลอดภัย และมีเอกลักษณ์ที่แตกต่าง เกษตรกรรุ่นใหม่ได้ใช้กระบวนการเรียนรู้ การทดลองทำและการสรุปบทเรียนเพื่อสร้างกลยุทธ์ของการ

ภาพประกอบที่ 1 การเปลี่ยนแปลงสังคมภาคเกษตรกรรม



ที่มา: เนตรดาว เถาถวิล, 2567.

ทำธุรกิจฟาร์มของตนเอง เน้นการสร้างแตกต่างฟาร์มทั่วไปและสร้างความได้เปรียบจากการเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน การใช้กลยุทธ์การผลิตตามความต้องการของตลาดเฉพาะกลุ่ม การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร และการสร้างตลาดจำหน่ายผลผลิต ทั้งตลาดในท้องถิ่นและตลาดออนไลน์ รวมถึงการหารายได้เสริมจากงานบริการและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ช่วยลดความเสี่ยงจากการทำเกษตรและสร้างความมั่นคงในการดำรงชีพให้แก่การทำธุรกิจฟาร์มในชนบท

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิจัยเฉพาะกรณี (case study) โดยการศึกษาข้อมูลภาคสนาม (field study) โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรจำนวน 4 คน ในจ.อุบลราชธานี เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับนำมาวิเคราะห์เรื่องเล่า (narratives) ประเด็นต่างๆ ของชาวนาผู้ประกอบการ เช่น เหตุผลในการผันตัวมาเป็นเกษตรกรรุ่นใหม่ แนวคิดในการทำฟาร์มของคนรุ่นใหม่ การเป็นผู้ประกอบการของเกษตรกรรุ่นใหม่ การใช้ข้อมูลดิจิทัลเพื่อปรับปรุงฟาร์มและทำการตลาด ทั้งตลาดแบบขายตรง ตลาดขายส่ง และตลาดแบบออนไลน์ การให้ความหมาย “เกษตรกร” ในมุมมองของคนรุ่นใหม่ รวมถึงการวิเคราะห์เรื่องเล่าเกี่ยวกับประสบการณ์ของเกษตรกรรุ่นใหม่ในการทำเกษตรยุค 4.0 ทั้งนี้การวิจัยนี้จะเป็นการเก็บข้อมูลสนามแบบพหุสนาม (multi-sited ethnography) โดยเก็บข้อมูลในพื้นที่หมู่บ้าน (on-site) หลายแห่ง ร่วมกับการเก็บข้อมูลในพื้นที่ออนไลน์ (on line) เช่น Fanpage และ Facebook วิธีการเก็บข้อมูล ใช้การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (non-participatory observation) การสัมภาษณ์ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth Interview) เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผ่านกรอบแนวคิดและแนวคิดต่างๆ ที่ได้ทบทวนวรรณกรรมไว้

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยมีกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ (1) กลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ เป็นกลุ่มกรณีศึกษาหลัก เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรจำนวน 4 คน ในจ.อุบลราชธานี มีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเกษตรกรรุ่นใหม่ ดังนี้ (1) ด้านขนาดของการผลิต เช่น เป็นเกษตรกรรายย่อย เกษตรกรรายกลาง และเกษตรกรรายใหญ่ (2) ทำเกษตรกรรมควบคู่กับการเป็นผู้ประกอบการ (3) ใช้ข้อมูลดิจิทัลเพื่อปรับปรุงฟาร์มและทำการตลาดแบบขายตรง ตลาดขายส่งและตลาดออนไลน์ (4) เป็นหรือไม่เป็นลูกหลานเกษตรกรก็ได้ (5) อายุระหว่าง 20-45 ปี (6) อาศัยอยู่ในจ.อุบลราชธานี การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 ราย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับนำมาวิเคราะห์เรื่องเล่า (narratives) ประเด็นเกี่ยวกับการเกิดขึ้นของชาวนารุ่นใหม่และความเป็นผู้ประกอบการของชาวนารุ่นใหม่ในการทำเกษตรยุค 4.0 ทั้งนี้การวิจัยนี้จะเป็นการเก็บข้อมูลสนามแบบพหุสนาม (multi-sited ethnography) โดยเก็บข้อมูลในพื้นที่หมู่บ้าน (on-site) หลายแห่ง ร่วมกับการเก็บข้อมูลในพื้นที่ออนไลน์ (on line) เช่น Fanpage และ Facebook วิธีการเก็บข้อมูล ใช้การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (non-participatory observation) การสัมภาษณ์ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth Interview) เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผ่านกรอบแนวคิดและแนวคิดต่าง ๆ ที่ได้ทบทวนวรรณกรรมไว้

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยมีกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ (1) กลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ เป็นกลุ่มกรณีศึกษาหลัก เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรจำนวน 4 คน ในจ.อุบลราชธานี มีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเกษตรกรรุ่นใหม่ ดังนี้ (1) ด้าน

ขนาดของการผลิต เช่น เป็นเกษตรกรรายย่อย เกษตรกรรายกลาง และเกษตรกรรายใหญ่ (2) ทำเกษตรกรรมควบคู่กับการเป็นผู้ประกอบการ (3) ใช้ข้อมูลดิจิทัลเพื่อปรับปรุงฟาร์มและทำการตลาดแบบขายตรง ตลาดขายส่งและตลาดออนไลน์ (4) เป็นหรือไม่เป็นลูกหลานเกษตรกรก็ได้ (5) อายุระหว่าง 20-45 ปี (6) อาศัยอยู่ในจ.อุบลราชธานี การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 ราย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับนำมาวิเคราะห์เรื่องเล่า (narratives) ประเด็นเกี่ยวกับการเกิดขึ้นของชาวนารุ่นใหม่และความเป็นผู้ประกอบการของชาวนารุ่นใหม่

เครื่องมือการวิจัย

1) การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยการทบทวนวรรณกรรมเอกสารราชการ รายงานการวิจัย บทความวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่องนี้
2) การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (non-participatory observation) สำหรับการทำฟาร์มและการทำธุรกิจฟาร์มของเกษตรกรของเกษตรกรทั้ง 4 คน
3) การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth Interview) สำหรับเกษตรกรทั้ง 4 คน

นิยามศัพท์

เกษตรกรรุ่นใหม่ หมายถึงคนหนุ่มสาวอายุเฉลี่ยประมาณ 20-35 ปี อาจเป็นลูกหลานเกษตรกรหรือไม่ก็ได้ เกษตรกรรุ่นใหม่ในงานวิจัยนี้เดิมประกอบอาชีพนอกภาคเกษตร ไม่เคยสำเร็จการศึกษาด้านเกษตรศาสตร์ หรือเชี่ยวชาญด้านการเกษตรโดยตรง ต่อมาตัดสินใจผันตัวเองเป็นเกษตรกรอาชีพ

เกษตรกรรมยุคโลกาภิวัฒน์ หมายถึงการทำเกษตรกรรมในโลกยุคไร้พรมแดน ซึ่งมีการเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่เกษตรกรรม กระบวนการแปรรูป การจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรกรรม ส่งผลให้เกษตรกรตกอยู่ภายใต้อิทธิพลและการกำกับของบริษัทข้ามชาติ ทุนและนายหน้า รวมถึงบทบาทของรัฐในการกำกับและควบคุมมาตรฐานสินค้าและการผลิต ทำให้เกษตรกรต้องเชื่อมโยงกับเครือข่ายต่างๆ รวมถึงเชื่อมโยงกับระบบตลาดระดับชาติและตลาดโลก

เกษตร 4.0 หมายถึงเกษตรสมัยใหม่หรือเกษตรอัจฉริยะ เป็นการทำเกษตรเชิงธุรกิจ ใช้การตลาดเป็นตัวนำการผลิต มีการจัดการระบบการผลิต การแปรรูป การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลผลิตด้วยคุณภาพมาตรฐานตอบสนองความต้องการของลูกค้า เน้นใช้นวัตกรรมและมีความแม่นยำ ใช้พื้นที่เกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ลดปัญหาความไม่แน่นอนของธรรมชาติ มีความร่วมมือด้านงานวิจัยกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์

จริยธรรมในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “เกษตรกรรุ่นใหม่กับเรื่องเล่าเกี่ยวกับเกษตรกรรมในยุคเปลี่ยนผ่านสู่เกษตร 4.0” ได้ดำเนินการยื่นพิจารณารับรองข้อเสนอโครงการวิจัย กับคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และข้อเสนอโครงการวิจัยฯ รวมถึงเอกสารประกอบอื่นๆ เช่น เครื่องมือในการวิจัยแบบสัมภาษณ์ ฯลฯ ได้รับการพิจารณารับรองมาตรฐานจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ณ วันที่ 24 พฤศจิกายน 2565

ผลการวิจัย

1. การเกิดขึ้นของชาวนารุ่นใหม่ในชนบทอีสาน

การวิจัยเรื่องเล่าของชาวนารุ่นใหม่ในชนบท จ.อุบลราชธานี ผ่านกรณีศึกษาชาวนารุ่นใหม่ รวม 4 คน อายุเฉลี่ยประมาณ 20-40 ปี พบว่า ชาวนารุ่นใหม่ 1 คน เป็นคนจ.อุบลราชธานี แต่ได้อพยพย้ายถิ่นฐานไปอาศัยและทำงานอยู่ในเมืองหรือในภูมิภาคอื่นๆ และชาวนารุ่นใหม่ 3 คน ไม่ได้เป็นคนจ.อุบลราชธานี แต่ได้แต่งงานมีสามีหรือภรรยาเป็นชาวอุบลราชธานี และต่อมาทั้ง 4 คน ได้ตัดสินใจอพยพครอบครัวกลับสู่ชนบทของ จ.อุบลราชธานี และเลือกที่จะประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก

สำหรับเหตุผลของอพยพจากกรุงเทพฯ คืนถิ่นสู่ชนบทของจ.อุบลราชธานี มีดังนี้

ตารางที่ 1 สาเหตุการอพยพคืนถิ่นสู่จ.อุบลราชธานี ของชาวนารุ่นใหม่ที่เป็นกรณีศึกษา 4 ราย

กรณีศึกษาที่	**อาชีพก่อนอพยพคืนถิ่นสู่ จ.อุบลราชธานี**	อายุ **(ปี)**	**สาเหตุการอพยพคืนถิ่น**
1.คุณต่อ (นามสมมติ)	ผู้จัดการร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพ	36	ปัญหาสุขภาพและความรู้สึกแปลกแยกกับวิถีชีวิตในเมืองใหญ่
2.คุณเอก (นามสมมติ)	เจ้าของอู่ซ่อมรถยนต์	40	ความต้องการดูแลบุตรที่ยังเล็ก
3.คุณผึ้ง (นามสมมติ)	พนักงานบริษัท	37	ความเจ็บป่วยของพ่อแม่สูงวัย
4.คุณชาย (นามสมมติ)	วิศวกร	43	ความเจ็บป่วยของพ่อแม่สูงวัย

ที่มา: การเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยเนตรดาว เถาถวิล, 2566-2567.

คุณต่อ (นามสมมติ) จบการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวช.) สายอาชีวะ สาขาศิลปะ จบแล้วเดินทางเข้ากรุงเทพ และทำงานที่ร้านเซเว่นอิเลเว่นของญาติ พร้อมกับการศึกษาต่อในคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ต่อมาเขาได้รับทุนการศึกษาให้เข้าเรียนในหลักสูตรด้านอาหารและ food science ในโรงเรียนปัญญาภิวัฒน์ในเครือบริษัทซีพีด้วย เขาทำงานเป็นผู้จัดการร้านเซเว่นอิเลเว่น 8 ปี จึงตัดสินใจลาออกและเดินทางกลับบ้านเกิดที่ อ.เหล่าเสือโก้ก จ.อุบลราชธานี เขาเล่าถึงเหตุผลในการอพยพคืนถิ่นและเริ่มต้นเป็นเกษตรกรว่า

“ผมทำเซเว่นฯ นาน 8 ปี ตัดสินใจลาออก เพราะอยู่กรุงเทพฯ สุขภาพผมไม่ดี ผมต้องเข้าโรงพยาบาลทุกสัปดาห์ และผมเบื่อทำงานเซเว่นฯ ผมอยากออกไปทำงานที่อื่นบ้าง หลังกลับมาบ้าน ผมลองไปสอบมาหลายที่และสอบได้ด้วย แต่สุดท้ายผมตัดสินใจทำเกษตร เพราะนิสัยผมชอบปลูกต้นไม้ ชอบอยู่กับธรรมชาติและรักสัตว์ ผมอยากอยู่บ้านด้วย เลยคิดว่าอาชีพเกษตรเหมาะที่สุดแล้ว แต่ทางบ้านเขามีอาชีพทำเกษตรอยู่แล้ว เขาก็ไม่สนับสนุน เพราะเขามองว่าชีวิตเกษตรลำบาก โดนกดขี่ทุกอย่าง แต่ผมดื้อที่จะทำเกษตรบนที่ดิน 24 ไร่ที่แม่ได้รับมรดกมาจากยาย”

(คุณต่อ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 27 มีนาคม 2566)

คุณต่อเริ่มอาชีพเกษตรกรด้วยการปลูกผักบุ้งขาย เขาหาข้อมูลจากอินเตอร์เน็ตและคิดว่าปลูกผักบุ้งง่ายที่สุดสำหรับเกษตรกรมือใหม่ ในช่วงแรกผลที่ได้จากการทดลองปลูกผักบุ้งเพื่อส่งขาย พ่อค้ามารับซื้อผักบุ้งในอำเภอ ให้ราคาผักบุ้งค่อนข้างดี แต่เมื่อเวลาผ่านไป ต่อเผชิญปัญหาที่เกษตรกรส่วนมากต้องเจอ นั่นคือการกดราคาผลผลิตทางการเกษตรและกลไกตลาดสินค้าเกษตรที่บิดเบือน ต้นทุนการผลิตสูง แต่ราคารับซื้อผลผลิตต่ำ บทเรียนแรกของการเป็นเกษตรกรในระบบเกษตรเคมี ทำให้ต่อเริ่มสรุปบทเรียน เขาเห็นว่าการทำเกษตรเคมีเพื่อขายในตลาดทั่วไปเสี่ยงที่จะถูกพ่อค้าคนกลางกดราคา เขาจึงค้นหารูปแบบการทำเกษตรกรรมใหม่ที่เขาสามารถกำหนดราคาผลผลิตเองและขายผลผลิตเองได้

คุณเอก (นามสมมติ) จบการศึกษาสายอาชีวะ เอกช่างกล หลังจบการศึกษาเขาทำงานสายธุรกิจบริการเป็นช่างซ่อมรถยนต์ให้กับบริษัทที่มีชื่อเสียง ต่อมาเขาได้ลาออกมาทำอู่ซ่อมรถยนต์ร่วมกับเพื่อน และได้ตัดสินใจอพยพจากกรุงเทพฯ กลับมาอยู่ที่ภูมิลำเนาของภรรยาที่อ.นาเยีย จ.อุบลราชธานี เขาเล่าถึงเหตุผลในการตัดสินใจอพยพออกจากกรุงเทพฯ ว่า

“ผมจบเครื่องช่างกล ไม่ได้จบเกษตรโดยตรง ปี 2539 เข้าบริษัทสยามกลการ ทำงาน 5 ปี รู้สึกเต็มอิ่มก็เลยออกมาทำอู่กับเพื่อนอีก 10 ปี รู้ทุกอย่างเกี่ยวกับรถ แต่ปีนึง ผมจะกลับบ้านแฟนที่อุบล แค่ครั้งเดียว ทุกครั้งที่กลับบ้าน มีเวลาอยู่กับลูก 4-5 วัน เรามีความสุขแค่ปี 4-5 วัน เลยรู้สึกว่าไม่ใช่ชีวิตจริงๆ ก็เลยวางแผนใหม่ว่า อีก 3 ปีจะกลับบ้าน มาอยู่อุบลกับลูก บ้านแฟนเป็นเกษตรกร อยู่ อ.นาเยีย พ่อแม่แฟนเป็นเกษตรกรปลูกข้าว แต่การทำนาแบบพ่อแม่มันเหนื่อย ได้ข้าวเยอะ แต่เสียเยอะ ค่าใช้จ่ายสูง ที่บ้านทำนา 40-50 ไร่ แต่เราจะไม่ทำตามแบบนั้น ผมเลยค้นหาจาก YouTube ว่าจะทำอะไรดี”

(คุณเอก (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2566)

คุณเอกเริ่มต้นทำเกษตรโดยการปลูกเมล่อนในโรงเรือนที่เขาทำขึ้นเองที่จ.นนทบุรี ควบคู่ไปกับการทำอู่ซ่อมรถยนต์ไปด้วย เขาสร้างตัวตนขึ้นมาให้คนรู้จักผ่านการทำเพจในเฟสบุ้คในนาม “ลุงเอก ปลูกเมล่อน” เมื่อประสบความสำเร็จจากการปลูกเมล่อนขาย เขาเริ่มมีความมั่นใจจะทำอาชีพเกษตรกร จึงได้ตัดสินใจอพยพครอบครัวกลับมาอยู่ที่จ.อุบลราชธานี เขาจ้างรถมายกโรงเรือนและนำมาประกอบใหม่ที่อ.นาเยียจ.อุบลราชธานี แต่เขาไม่ได้ปลูกเมล่อนในโรงเรือนเพราะไม่มีตลาด

คุณเอกเริ่มต้นทำเกษตรด้วยการปลูกแตงกวาเพื่อขายส่งในตลาดเจริญศรี ซึ่งเป็นตลาดค้าส่งผักที่ใหญ่ที่สุดของจ.อุบลราชธานี เอกประสบปัญหาถูกพ่อค้าคนกลางกดราคารับซื้อแตงกวา และราคารับซื้อแตงกวาแต่ละวันไม่แน่นอน เขาเล่าว่า

“ทุกคนในบ้านช่วยกันปลูกแตงกวาในเนื้อที่ 2 ไร่ เก็บผลผลิตวันละตันกว่า เหนื่อยมาก แต่ผลตอบแทนมันไม่ได้ เพราะมันขายผ่านคนกลาง ผมเลยหาวิธีใหม่ที่จะไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และเราจะเป็นผู้ขายตรงให้ผู้บริโภคเลย ตอนปลูกแตงกวายังใช้ปุ๋ยเคมี แต่ไม่ใช้ยาฆ่าแมลง หลังจากนั้น ผมมาหาข้อมูลพบว่าตลาดอินทรีย์เริ่มมีแนวโน้มที่ดีในวันหน้า ผมเลยตัดเคมี มุ่งหน้าทำเกษตรอินทรีย์อย่างเดียว”

(คุณเอก (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2566)

คุณผึ้ง (นามสมมติ) ทำงานเป็นพนักงานบริษัทอยู่ที่กรุงเทพ ก่อนจะแต่งงานกับชาวจ.อุบลราชธานี ต่อมาได้ตัดสินใจอพยพครอบครัวกลับมาอยู่ที่บ้านเกิดสามีที่อ.น้ำยืน จ.อุบลราชธานี และได้ผันตัวมาเป็นเกษตรกร ทั้งที่ไม่มีพื้นฐานการทำเกษตรกรรมมาก่อนเลย ผึ้งเรียนรู้การปลูกพืชไร่จากครอบครัวของสามี และศึกษาจากอินเตอร์เน็ตบ้าง ผึ้งเริ่มปลูกยางพารา แตงกวา พริก ข้าวโพด เธอเล่าว่า

“อ.น้ำขุ่นมีปัญหาน้ำไม่พอทำการเกษตร ที่ไร่แฟนยิ่งแห้งแล้งมาก เราก็เลยมาคิดว่าทำยังไงดี ก็มาดูที่บ้านตาติด อ.วารินชำราบ เขาปลูกเบญจมาศตัดดอกขาย ตอนแรกที่ดูก็คิดว่าไม่ทำแน่ เพราะมันต้องอยู่ดูแลตลอดเวลา แต่พอเรากลับไปไร่เราเองก็เจอปัญหา ก็เลยมาหาที่เช่าทางบ้านตาติดดู ก็ได้ที่ของญาติพี่น้องแฟนเขาให้เช่า ก็เลยมา ปีแรกยังไม่ได้ทำ ความรู้ด้านสารเคมีก็พอมี แต่ปลูกดอกเบญจมาศมีรายละเอียดเยอะ ไปถามใครเขาก็ไม่บอก ก็เลยไปเป็นลูกจ้างตามสวนตามแปลง เลยลองมาปลูกเอง มีคนเขาเห็นเราอยากทำจริงๆ เขาเลยให้พันธุ์มา และให้ยืมวัสดุอุปกรณ์มา เลยมาทดลองปลูก 5 แปลง ขนาดโรงเรือน 1 เมตร คูณ 20 เมตร ก็ปลูกได้ พอปลูกได้ เขาก็ให้ลองปลูก พอที่ตรงนั้นไม่พอ ก็เลยเช่าที่ๆ เราอยู่ปัจจุบันเพิ่มเพื่อปลูกดอกไม้ ก็เลยเช่ามา 6-7 ปี จนถึงปัจจุบัน”

(คุณผึ้ง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 พฤษภาคม 2566)

คุณชาย (นามสมมติ) เป็นคนจ.พิจิตร แต่มาแต่งงานกับภรรยาเป็นคนจ.อุบลราชธานี แต่เดิมทำงานที่กรุงเทพด้านการวางระบบคอมพิวเตอร์ ภรรยาทำงานเป็นโปรแกรมเมอร์ ต่อมาตัดสินใจอพยพครอบครัวกลับมาอยู่บ้านภรรยาที่ต.บ้านธาตุ อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี ในปี 2558 และเริ่มต้นทำการเกษตร ดังที่เขาเล่าว่า

“ผมเป็นเขยอุบลฯ เดิมทำงานที่กรุงเทพกับแฟน ตั้งแต่ปี 2545-2546 ทุกปีจะกลับมาเยี่ยมบ้านแม่แฟน แฟนผมเป็นลูกสาวคนเดียว พ่อตาไม่อยู่แล้ว ก็เป็นอย่างนี้ทุกปี ไปทำงานส่งเงินมา แล้วก็มาเที่ยว จนปี 2556-2557 แม่แฟนล้ม ไม่สบาย ติดเชื้อในกระแสเลือดเข้า ICU เขาก็เลยบินกลับมาดูแม่ พอแม่ดีขึ้น ก็กลับไปกรุงเทพ ไปคุยกันว่าจะเอาไง จะทำวิถีอย่างเดิม หรือจะหาช่องทางกลับมาที่อุบล”

(คุณชาย (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2566)

จุดเปลี่ยนของชีวิตจากพนักงานระดับตำแหน่งบริหารในกรุงเทพ ลาออกจากงานประจำมาเป็นเกษตรกรมือใหม่ในปี 2558 เมื่อครอบครัวอพยพมายังจ.อุบลราชธานี เนื่องจากไม่เคยศึกษาด้านการเกษตร เขาจึงลองผิดลองถูกหลายอย่าง วุฒิเล่าประสบการณ์เริ่มต้นเป็นเกษตรกรมือใหม่ว่า เขาหาความรู้ด้านการเกษตรจากสื่อ และลงมือทำตามต้นแบบที่คิดว่าดี เน้นการลดความเสี่ยง ด้วยการลงทุนน้อย และใช้แรงงานตนเองแทนการจ้างแรงงาน เพื่อให้มีต้นทุนน้อยที่สุด ในกรณีที่ล้มเหลวก็จะได้ไม่ขาดทุนมาก ดังที่เขาเล่าว่า

“เรามีที่ดินมรดก 1 แปลงขนาด 6 ไร่ 1 งาน ความอยากทำก็เลยลองทำทุกอย่าง ผมก็ลองปลูกกล้วย ปลูกไผ่ ทำนา เลี้ยงไก่ ปลูกมะนาว ทำฟาร์มเห็ด ส่วนมากผมทำตามเกษตรในอุดมคติ ทำตามที่เห็นตัวอย่างใน YouTube ดูจากสื่อต่างๆ พอลงมือทำเองถึงได้รู้ว่า ไม่ง่าย งานเกษตรมันเหนื่อย แต่ผมไม่เน้นลงทุนเยอะ ผมจะลงทุนน้อย เพราะผมมองว่าเกษตรกรควรใช้แรงแลกงาน ไม่ใช้ทุนเยอะ ถ้าทุนเยอะ สินค้าเกษตรราคาต่ำเราจะไม่ได้อะไร ทำทุกอย่างจนสรุปว่ามันไม่คุ้มทุนและเวลาที่เราลงไป ก็เลยหยุดทบทวนหาแนวทางใหม่ในการทำเกษตร”

(คุณชาย (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2566)

คุณชายได้ปรับเปลี่ยนจากการทำเกษตรแบบใช้แรงงานเข้มข้น มาสู่การทำเกษตรปลอดภัย และการตลาดนำการผลิต และนำผลผลิตที่ปลูกมาแปรรูป และสร้างแบรนด์ของตัวเองชื่อ “บ้านกะสวน”

2. ความเป็นผู้ประกอบการของชาวนารุ่นใหม่

ชาวนารุ่นใหม่ทุกคนที่เป็นกรณีศึกษาเริ่มต้นทำเกษตรเคมี และไม่ได้เป็นชาวนาผู้ประกอบการตั้งแต่ต้น แม้ว่าทุกคนจะมีความรู้เรื่องการเป็นผู้ประกอบการ และสั่งสมประสบการณ์ของการประกอบอาชีพในภาคธุรกิจมานานหลายปี ทว่าความคิดในการเป็นผู้ประกอบการของชาวนารุ่นใหม่ทั้ง 4 รายเกิดขึ้นหลังจากชาวนารุ่นใหม่ทั้ง 4 รายได้ทดลองทำเกษตรกรรมหลายรูปแบบ และสรุปบทเรียนความล้มเหลวจากการทำเกษตรเคมีเพื่อจำหน่ายในตลาด การขายผลผลิตผ่านพ่อค้าคนกลาง และการเรียนรู้ว่าการทำเกษตรเคมีเพื่อขายผลผลิตจำนวนมากไม่สอดคล้องกับข้อจำกัดของตนเอง ซึ่งเกษตรกรรุ่นใหม่แต่ละคนมีข้อจำกัดแตกต่างกัน เช่น คุณต่อมีที่ดินทำกินมากพอ แต่มีข้อจำกัดด้านเงินลงทุนและแรงงานในการทำเกษตร คุณเอกมีที่ดินมากพอ แต่มีข้อจำกัดด้านเงินทุนและตลาด คุณผึ้งมีข้อจำกัดด้านที่ดิน เงินลงทุน และแรงงาน คุณชายมีข้อจำกัดด้านที่ดิน เงินลงทุน แรงงานและตลาด นอกเหนือจากนั้น เกษตรกรรุ่นใหม่ทุกคนมีอุปสรรคของการเข้ามาเป็นเกษตรกรเนื่องจากพื้นฐานองค์ความรู้และทักษะด้านการเกษตรมีจำกัด และไม่มีเครือข่ายในพื้นที่ชุมชนที่จะคอยให้ความรู้และสนับสนุนยามต้องการความช่วยเหลือ

กล่าวได้ว่าการเป็นผู้ประกอบการของชาวนารุ่นใหม่เกิดจากกระบวนการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ (learning by doing) เริ่มต้นจากการแสวงหาความรู้จากสื่ออินเตอร์เน็ต แล้วทดลองทำการเกษตรหลายรูปแบบ จนนำไปสู่การสรุปบทเรียน ว่าการทำเกษตรกระแสหลักไม่เหมาะสมกับตนเอง และต้องการแสวงหาแนวทางการทำเกษตรแบบอื่นๆ เพื่อขายในตลาดเฉพาะกลุ่ม ชาวนารุ่นใหม่ทุกคนเป็นเกษตรกรรายย่อย มีที่ดินเพื่อทำการเกษตรกรรมน้อย และส่วนมากทำเกษตรบนที่ดินของครอบครัวและไม่ใช่ที่ดินที่ตนเองเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ ชาวนารุ่นใหม่จึงไม่ต้องการผลิตสินค้าเกษตรปริมาณมาก แต่ขายราคาถูก ชาวนารุ่นใหม่หัน

มาสนใจผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ที่มีราคาสูง (high value products) และเน้นการสร้างแบรนด์และมาตรฐานสินค้า เพื่อให้สามารถขายผลผลิตในตลาดผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มที่สนใจสุขภาพ อาหารปลอดภัย และความเป็นธรรมชาติ

Kahan (2012) อธิบายว่าความเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurship) ในภาคเกษตรกรรม หมายถึงชาวนาหรือเกษตรกรที่ทำการผลิตเพื่อขาย ส่วนชาวนาผู้ประกอบการ (farmer-entrepreneur) หมายถึงชาวนาหรือเกษตรกรที่พร้อมจะแบกรับความเสี่ยงที่คิดคำนวณไว้แล้ว เพื่อรับผลกำไรหรือขาดทุนที่อาจเกิดขึ้นจากการเสี่ยงลงทุน ชาวนาผู้ประกอบการมีความปรารถนาที่จะเห็นธุรกิจของตนเติบโต และมองหาโอกาสใหม่ๆ อยู่เสมอ นอกเหนือจากนั้น ชาวนาผู้ประกอบการยังสนใจนวัตกรรม และต้องการใช้นวัตกรรมเพื่อให้การทำธุรกิจของตนดีขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น และสร้างผลกำไรมากขึ้น ชาวนาผู้ประกอบการเป็นคนที่มีความสามารถสูงในการปรับตัว เช่น การยอมรับและกล้าที่จะปลูกพืชพันธุ์ใหม่ การเลี้ยงสัตว์พันธุ์ใหม่ การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อเพิ่มผลผลิต สร้างผลผลิตที่หลากหลาย ลดความเสี่ยง และเพิ่มผลกำไร Kahan (2012) จำแนกชาวนาผู้ประกอบการเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) ชาวนาผู้ประกอบการที่ผลิตเพื่อขายในตลาดทั้งหมด (2) ชาวนาผู้ประกอบการที่ผลิตเพื่อขายในตลาดเป็นหลักและมีผลผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนส่วนน้อย และ (3) ชาวนาผู้ประกอบการที่ผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนเป็นหลักและมีผลผลิตเพื่อขายเป็นส่วนน้อย (4) ชาวนาที่ผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนเป็นพื้นฐาน

2.1 ประเภทของชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในภาคอีสาน

จากข้อเสนอของ Kahan (2012) ในข้างต้น ผู้วิจัยได้จำแนกประเภทชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในภาคอีสาน เป็น 3 กลุ่ม ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงประเภทของชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในชนบท จ.อุบลราชธานี

กรณีศึกษาที่	ชาวนาผู้ประกอบการที่ผลิตเพื่อขายในตลาดเป็นหลักและบริโภคในครัวเรือนส่วนน้อย	ชาวนาผู้ประกอบการที่ผลผลิตบริโภคในครัวเรือนเป็นหลัก และขายเป็นส่วนน้อย	ชาวนาผู้ประกอบการที่ผลิตเพื่อขายในตลาดทั้งหมด
1.คุณต่อ (นามสมมติ)	√		
2.คุณเอก (นามสมมติ)	√		
3.คุณผึ้ง (นามสมมติ)			√
4.คุณชาย (นามสมมติ)		√	

ที่มา: การเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยเนตรดาว เถาถวิล, 2566-2567.

ผู้วิจัยจำแนกชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในภาคอีสานเป็น 3 กลุ่ม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(1) ชาวนาผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าเกษตรเพื่อขายในตลาดเป็นหลัก และมีผลผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนส่วนน้อย มีจำนวนรวม 2 ราย

(2) ชาวนาผู้ประกอบการที่ผลิตเพื่อขายในตลาดทั้งหมด มีจำนวน 1 ราย และ

(3) ชาวนาผู้ประกอบการที่ผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนเป็นหลัก และมีผลผลิตขายในตลาดส่วนน้อย มีจำนวน 1 ราย

2.1.1 *ชาวนาผู้ประกอบการที่ผลิตเพื่อขายในตลาดเป็นหลัก และมีผลผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนเป็นส่วนน้อย*

กรณีศึกษาที่ 1 คุณต่อ กับ “สวนสัมมะปี๋”

“สวนสัมมะปี๋” ชื่อนี้มาจากภาษาอีสาน หมายถึงสวนที่ปลูกหลายสิ่งหลายอย่างผสมผสานกันอย่างละเล็กอย่างละน้อย สำหรับแนวทางการทำเกษตรกรรมของคุณต่อ ปรับเปลี่ยนจากเกษตรเคมี เป็น “เกษตรปลอดภัย” เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางของตลาดผู้บริโภค ที่หันมาให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า

ปัจจุบันสวนส้มมะปี๋ผลิตสินค้าหลากหลายในฟาร์มเพื่อจำหน่าย ได้แก่ มันม่วงสายพันธุ์ญี่ปุ่น ข้าวเหนียว ข้าวจ้าว ข้าวไรซ์เบอรี่ ข้าวพันธุ์สีชมพู หอม กระเทียม ผักสลัดสายพันธุ์เกาหลี ต้นหอม นอกจากนี้ ยังมีเมล็ดพันธุ์จำหน่าย เช่น เมล็ดพันธุ์พืชผักพื้นบ้าน เมล็ดพันธุ์ดอกไม้ เมล็ดพันธุ์ข้าวสีชมพู เมล็ดพันธุ์สลัดผักสายพันธุ์เกาหลี กล้าพันธุ์มันม่วงสายพันธุ์ญี่ปุ่น เป็นต้น นอกจากนั้น “สวนสัมมะปี๋” ยังมีผลผลิตของเพื่อนเกษตรกรในกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ที่นำฝากมาจำหน่ายด้วย

กรณีศึกษาที่ 2 คุณเอก กับ “พอดีฟาร์ม”

คุณเอกปรับเปลี่ยนแนวทางจากเกษตรเคมี เป็น “เกษตรอินทรีย์” เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางของตลาดผู้บริโภคที่หันมาให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า และเพื่อให้สามารถจำหน่ายผลผลิตในร้านค้าของเกษตรกร หรือ “ตลาดจริงใจ” ซึ่งเป็นตลาดภายในห้างสรรพสินค้าชื่อดังใน จ.อุบลราชธานี

คุณเอกได้รับการติดต่อจากห้างสรรพสินค้าฯ ให้เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าเกษตรภายใต้ชื่อ “ตลาดจริงใจ” ปัจจุบันขายผลผลิตสินค้าเกษตรและอาหารสด ได้แก่ ฟักทองบัตเตอร์นัท มันหวานญี่ปุ่น ผักตามฤดูกาล เช่น กะหล่ำปลี บล็อคโคลี่ กะหล่ำดอก ผักบุ้ง ตำลึง ผักสลัด ขิง ข่า ตะไคร้ มะนาว กระเจี๊ยบ มะเขือเทศ กล้วย มะม่วง ฯลฯ นอกจากนี้ ยังจำหน่ายสินค้าอาหารแปรรูป เช่น น้ำหญ้าหวาน ชา ข้าวปลอดสารพิษ ขนมขบเคี้ยว ของว่าง เป็นต้น คุณเอกเล่าถึงที่มาของการเข้ามาในตลาดจริงใจว่า

“ทางห้าง TOP Supermarket *เขาเปิด “ตลาดจริงใจ” ที่จ.อุบลฯ เป็นแห่งที่สองในประเทศไทย (แห่งแรกที่จ.เชียงใหม่-ผู้วิจัย) เขาก็ส่งคนไปตระเวณหาทั่วเลย เขาไปเจอผมในเพจที่ผมเปิดไว้ ผมปลูก*

ฟักทองบัตเตอร์นัท ทำให้ผมได้เข้ามาในตลาดจริงใจ ตอนนั้นผมไม่ได้มีความมั่นใจว่าผมจะทำได้ไหม ตอนแรกที่เข้ามาตลาดจริงใจ ผมรวมกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ (young smart farmers-YSF) *ที่ผมเป็นสมาชิกอยู่ ให้แต่ละคนเอาผลผลิตของแต่ละคนมาขาย แต่พอมายืนขายของ แต่ละคนค่าใช้จ่ายสูง แต่รายได้น้อย ไม่คุ้มค่าน้ำมันรถยนต์และเวลามายืนขาย น้อง ๆ เขาก็เลยเริ่มถอยออกไปทีละคน ผมมีบู้ทขายฟักทองบัตเตอร์นัทของผมโดยเฉพาะ สุดท้ายพวกน้องเขาไม่เอาบู้ทในตลาดจริงใจแล้ว ช่วงน้ำท่วมจ.อุบลราชธานี ยอดขายได้น้อยมาก ผมเลยต้องยืนระยะเอา เลยเป็นที่มาให้ผมต้องไปรวมเครือข่ายชาวบ้านมาปลูกผักส่งขายตลาดจริงใจ เป็นการแก้ปัญหาของผม”*

“ผลผลิตเกษตรที่นำมาขายในตลาดจริงใจ พวกผักใบผมปลูกเอง ผมจะเน้นของที่ปลูกในโรงเรือนได้กับพวกผักสลัด ผักที่มีราคาสูง ผมจะปลูกเอง ส่วนผักพื้นบ้านทั่วไป ก็ให้คนที่ปลูกให้เราปลูกส่ง ตอนนี้มีกลุ่มเกษตรกรปลูกผักป้อนให้ผมประมาณ 3 กลุ่มครับ กลุ่มแรกพวกผักตามฤดูกาล อีกกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกผักใบและอีกกลุ่มเกษตรกรปลูกผักพื้นบ้าน ขายผักกำไรน้อย ผมรับผักจากชาวบ้านมา ผมไม่ได้ไปซื้อเขาถูกๆ มาขายแพง แต่ผมถือว่ามันเป็นทางหนึ่งที่ต้องเดิน ผมทำมา 4-5 ปีมาแล้ว ผมและแฟนตื่นตี 3 มานั่งทำผัก 9.00 น. ออกจากบ้าน ไม่งั้นขึ้นผักบนชั้นไม่ทัน กลับบ้านออกจากห้างเวลา 19.00 น. เราอยู่ไกล ถ้ากลับดึก กว่าจะถึงบ้านมันดึก เราต้องตื่นเช้าอีก ทางห้างฯ เขาเลยอะลุ่มอล่วย ผักเราก็วางอยู่แล้ว ถึงเราจะไม่อยู่เขาก็ขายได้เพราะมีคิวอาร์โค้ดทุกชิ้น”

(คุณเอก (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2566)

2.1.2 *ชาวนาผู้ประกอบการที่ผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนเป็นหลัก และมีผลผลิตเพื่อขายเป็นส่วนน้อย* กรณีศึกษาคุณชายกับ “บ้านกะสวน”

คุณชายสรุปบทเรียนจากการทำเกษตรกรรมหลายรูปแบบ จนค้นพบว่าการทำเกษตรแบบใช้แรงงานเข้มข้นไม่เหมาะกับตนเอง จึงเริ่มปรับระบบการผลิตเป็นเกษตรอินทรีย์ ในช่วงระยะเปลี่ยนผ่านจากเกษตรเคมีเป็นเกษตรอินทรีย์ ปี 2559 คุณชายพบกับจุดเปลี่ยนเมื่อเขานำผลผลิตมัลเบอรี่ที่ปลูกไว้มาแปรรูปเป็นน้ำมัลเบอรี่ ทำแยม และทำไวน์ ใส่ขวดแก้วติดฉลากสวยงามเอาไปขายในงานออกบู้ทที่จ.อุบลราชธานี และที่กรุงเทพ และได้รับการตอบรับอย่างดี เขาได้ค้นพบว่าการแปรรูปผลผลิตการเกษตรเป็นทางเลือกที่ตนเองชอบ เพราะที่ดินมีขนาดเล็กไม่สามารถทำเกษตรเพื่อขายได้มากนัก แรงงานทำเกษตรมีเพียงตนเอง การแปรูปช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรในฟาร์ม และยืดระยะเวลาการเก็บรักษาผลผลิต

ทว่าปลายปี 2559 เกิดวิกฤตการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ทำให้ตลาดท้องถิ่นและตลาดนัดปิดการดำเนินการ เกษตรกรได้รับผลกระทบอย่างหนัก เพราะไม่สามารถขายผลผลิตได้ทั้งในตลาดท้องถิ่นและงานออกบูทต่างๆ นับเป็นแรงกดดันที่หนักหน่วง ทำให้เขาต้องคิดหาทางออกเพื่อขายผลผลิต และกลายเป็นจุดเปลี่ยนในชีวิตอีกครั้ง เขาเล่าว่า

“ผมเจอจุดเปลี่ยนครั้งที่สามอีกครั้ง ตอนไปออกบูทที่งานสัปดาห์หนังสือที่ห้างสรรพสินค้าชื่อดังในจ.อุบลฯ ผมไปขายเหมือนเดิม แต่จุดที่ประจำอยู่คือบูทประชารัฐจะอยู่ชั้น 3 โซนคอมพิวเตอร์ อยู่ในหลืบ คนไม่ค่อยเดินไปหา งานมี 9 วันๆ แรกผมก็ไปประจำบูทเลย แต่ขายแทบไม่ได้ วันที่ 2 ผมเลยทิ้งบูท แล้วไปดูว่าเขาขายอะไรกันตรงไหน จนไปเจอกลุ่มเกษตรกรขายของตรงทางขึ้นบันไดเลื่อนชั้น 4 เขาจัดนิทรรศการใหญ่เลย ประมาณ 30 กว่าคน ก็ไปยืนดูเขาประมาณ 15 นาที สนุกสนานมีการตอบคำถาม เชียร์แขก เรียกแขก สนุกดี ผมเลยเข้าไปคุยกับเขาว่า มาขายของเหมือนกันนะ แต่ไปขายอยู่ตรงโน้น มันขายไม่ได้ ขอมาขายด้วยได้ไหม เขาก็ใจดี บอกว่ายินดี มาขายด้วยกันเลย เลยได้ย้ายของมาขายด้วยกัน และทำความรู้จักว่ากลุ่มนี้คือ young smart farmers ที่ “ต่อ” (กรณีศึกษาที่ 1 ในงานวิจัยนี้-ผู้วิจัย) เขาอยู่น่ะ และมีเครือข่าย YSF จากจังหวัดยโสธร อำนาจเจริญ อุบลราชธานี และศรีสะเกษมารวมกัน ในนั้นจะมีพี่ที่มาจากยโสธรคนหนึ่งเขาปลูกต้นหญ้าหวาน เขาเห็นผมทำน้ำหม่อน เขาเลยบอกว่าหญ้าหวาน มันเป็นสารให้ความหวานแทนน้ำตาล สายสุขภาพเอาไปใช้แทนน้ำตาลได้ ก็เลยเกิดเป็นไอเดียว่า น่าจะเป็นผลิตภัณฑ์อีกตัวหนึ่ง”

“หลังงานนี้ เขาก็บอกให้ผมไปสมัครเป็น young smart farmers ผมก็ได้เครือข่ายเพิ่ม ผมเลยตามไปดูต้นหญ้าหวานเขาปลูกยังไง แล้วได้นั่งคุยกับเขา เขามองว่าผมอยู่ใกล้เมือง ใกล้มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี น่าจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้เยอะ เขาบอกว่าเขาปลูกอย่างเดียวไม่มีเวลาทำอย่างอื่นแล้ว ก็เลยไปซื้อต้นพันธุ์หญ้าหวานกลับมาบ้าน แล้วก็มาทดลองปลูกสัก 1-2 เดือน ตอนนั้นเริ่มเอาไปทำชาหญ้าหวานขาย แล้วก็คิดว่ามันจะไปทำอะไรได้ เขาบอกว่าน่าจะไปทำผงแทนน้ำตาลได้ แต่ผมทำไม่เป็น ผมก็เลยถือชาหญ้าหวานเดินเข้ามหาวิทยาลัยอุบลฯ เจอเจ้าหน้าที่ผมก็บอกว่า ผมมีหญ้าหวานอยากพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องไปที่ไหน เขาก็แนะนำให้ไปอุทยานวิทยาศาสตร์ ก็เลยได้ไปกรอกใบสมัครไว้ รอเรียกสัมภาษณ์”

“หลังจากนั้นก็มีอาจารย์มาสัมภาษณ์ว่าอยากทำอะไร ผมบอกอยากทำน้ำตาลผง เขาบอกว่าน่าจะเป็นไปได้ เขาเลยให้ผมผ่านสัมภาษณ์ แล้วไปเข้าหลักสูตรบ่มเพาะผู้ประกอบการนาน 6 เดือน มีอาจารย์ที่ปรึกษาอีกคน ที่เป็นเกษตร food science บอกว่ามันต้องใช้เครื่องจักรลงทุนไม่ต่ำกว่า 5 ล้าน ผมก็เลยว่าผมคงสู้ไม่ไหว ก็เลยคิดว่าสามารถเอาไปทำอย่างอื่นได้ไหม สุดท้ายก็มาจบที่ทำน้ำหญ้าหวาน เอาหญ้าหวานไปต้มเคี่ยว 6-8 ชม. ให้เป็นหัวเชื้อ แล้วก็เอาไปทำให้จางลง แต่มันจะหวานกว่าน้ำตาล 3 เท่า เลยได้สินค้าแปรรูปเพิ่มอีกตัวจากหญ้าหวาน”

“จนก่อนโควิดระบาด ผมก็ไปเจอข้อจำกัดของสินค้าแปรรูปอีกอย่างคือมาตรฐานเกณฑ์การผลิตตรา อย. จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพราะผมไปทำตลาดไปขายของ ผมจะมีสินค้าพวกนี้ บรรจุภัณฑ์สวยแล้ว เคยไปคุยกับห้าง ทางซื้อก็ถามว่า มันได้ อย.หรือยังล่ะ ผมเพิ่งเข้าใจเลยว่าข้อจำกัดของสินค้าแปรรูปคือมาตรฐานสินค้าเกษตร เวลาไปออกบูท จะมีคุณหมอที่เขาเป็นคณะกรรมการของโครงการกินสบายใจ ที่อยู่สาธารณสุขจังหวัดอุบลราชธานีบอกว่าเกษตรกรได้พัฒนาให้สินค้าดีขึ้น แต่การจะทำให้สินค้าโตกว่านั้น คือมาตรฐานสินค้าต้องได้ เพราะถ้าอยากจะขายขึ้นห้างหรือขายส่ง ต้องมีมาตรฐาน อย. เพราะเป็นข้อกำหนดในการขายสินค้าพวกนี้ ห้างร้านเขาก็จะดูตรงนี้ เพราะถ้าไม่มีเครื่องหมายอย.เขาเอาไปขายก็มีความผิด แต่ถ้าไปฝากขายตามจุดต่างๆ สินค้าไม่ได้เครื่องหมายรับรองอย.ก็มีความผิด เขาก็บอกทำไมไม่ขอ

อย. ผมก็มาคุยกับแฟนว่า สุดท้ายเราควรจะมาทำตรงนี้ไหม ตัดสินใจกันว่าจะลองทำให้ได้เครื่องหมายมาตรฐาน อย."

"ผมตัดสินใจทุบโรงรถทิ้ง ลงทุนสร้างโรงแปรรูปหมดไปแสนกว่าบาท ผมอยากจะทำน้ำหญ้าหวานให้ได้ อย.เพราะตลาดมันไปได้ และเป็นสินค้าที่ไม่มีคู่แข่งมาก แต่พอทำห้องเสร็จ คุณหมอก็เอาสินค้าไปตรวจค่ากรดด่าง แล้วกลับมาบอกว่าผลิตภัณฑ์นี้อยู่ในกลุ่มที่ต้องควบคุมพิเศษ ไม่ใช่อาหารธรรมดา เพราะกรดด่างสูง ต้องมีเจ้าหน้าที่โภชนาการอาหารมาควบคุม ผมก็เลยยคิดว่าทำไมมันยุ่งยากอย่างนี้ ถ้าจะทำต่อ ผมต้องลงทุนเพิ่มอีกเหรอ ก็เลยมาคุยกับแฟนว่าจะเอายังไงดี ถ้าเราลงทุนเยอะ เราต้องผลิตเยอะ ขายเยอะ สุดท้ายเราต้องไปขายของตามงานทุกที่ ซึ่งมันไม่ใช่คอนเซ็ปต์ของเรา"

"ผ่านมาเกือบปี จนไปเจอคุณหมอที่ทำงานสาธารณสุขจังหวัด ถามผมทำไมไม่ไปต่อ ผมเลยคุยว่าสิ่งที่ผมอยากทำคือไม่ใช่ทำธุรกิจ แต่ผมทำเกษตรและอยากให้ผลผลิตได้มาตรฐานคุณหมอเลยถามว่ายังอยากจะทำไหม มีโครงการจะสนับสนุนอยู่ตอนนั้นชื่อ "โครงการชาไทย สู่ชาโลก" ถ้าไปเข้าคอร์สตรงนั้น ก็จะได้รับการอบรมและช่วยเหลือจนได้มาตรฐาน อย.พอผมไปเข้าโครงการชาไทย สู่ชาโลก คุณหมอก็มาลงพื้นที่ ก็บอกว่าที่ผมกั้นห้องทำห้องไว้ มีบางจุดที่ต้องแก้ไข บางจุดเท่านั้น สุดท้ายก็ปรับนิดนึง คือแยกโซนล้างออกมาจากห้องมาต่อเติมส่วนข้างนอก แล้วก็สามารถผ่านอย.ได้ภายใน 6 เดือน แล้วก็มาดูโปรดักส์ว่าเราผลิตชา น้ำหม่อน น้ำสลัด พอตัวนึงได้ ทุกตัวก็จะได้หมดเพราะมาตรฐาน GMP ของโรงเรือนมันได้ แต่ตัวน้ำหญ้าหวานไม่ได้ อย. ไปติดข้อประกาศอย.กลางอีก ถ้าเราอนุโลมว่าเราผลิตและขายเองก็ไม่เป็นไร ตัวไหนที่ได้อย.เราก็ทำตลาดตัวนั้นไป ตัวที่ไม่ได้อย.เราก็ทำขายโดยอนุโลม"

(คุณชาย (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2566)

2.1.3 ชาวนาผู้ประกอบการที่ผลิตเพื่อขายในตลาดทั้งหมด

กรณีศึกษา คุณผึ้ง

ภายหลังจากคุณผึ้งสมัครเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกไม้ดอกไม้ประดับบ้านตาติด อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี เธอได้รับความรู้เกี่ยวกับการเกษตรและการเป็นผู้ประกอบการ จากการเข้ารับการอบรมในเรื่องทักษะของผู้ประกอบการ และความรู้ในการปลูกไม้ดอกไม้ประดับอื่นๆ จากเกษตรกรในกลุ่ม รวมถึงการเรียนรู้จากนักวิชาการและนักวิจัยที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการปลูกไม้ดอกเชิงพาณิชย์จากหน่วยงานหลายแห่ง คุณผึ้งยังได้สมัครเป็น young smart farmer ประจำ อ.วารินชำราบ และต่อมาได้รับการคัดเลือกให้เป็นประธาน young smart farmer ประจำจ.อุบลราชธานีด้วย

การได้เรียนรู้เรื่องการเกษตรกรรม ควบคู่กับการเป็นผู้ประกอบการ ทำให้คุณผึ้งมีแนวคิดในการทำธุรกิจฟาร์มของตนเอง คือเน้นการปลูกพืชหลากหลายชนิดบนที่ดินหลายแปลง ซึ่งเป็นการกระจายความเสี่ยงและยังช่วยให้มีรายได้หลายทาง ตลอดปีจากผลผลิตในแต่ละฤดูกาล ดังที่เธอเล่าว่า

"การทำเกษตรจะไม่ทำเชิงเดี่ยว จะปลูกทั้งยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพด ปลูกไม้ดอก ไม่เน้นปลูกดอกไม้อย่างเดียว ครอบครัวจะทำเกษตร 3 อำเภอคือที่ อ. น้ำขุ่น อ.สิรินธร อ.วารินชำราบ ที่อ.สิรินธร เป็นที่เช่าจากคนแถวบ้าน เขาให้ไปทำดูแลที่ดินให้เขา ก็แบ่งๆ ผลผลิตให้เขา ช่วยทำกับแฟน ส่วนที่อ.สิรินธร มี 3 ไร่ ปีที่แล้วเช่าที่ดินเพิ่ม รวมเป็น 40 ไร่ พอดีน้ำมันท่วม ที่อ.น้ำขุ่น ปลูกยางพารา 12 ไร่ มันสำปะหลัง 8 ไร่ รวมกับที่อ.วารินชำราบ ที่ดิน 7 ไร่ ปลูกดอกไม้แค่ 4 ไร่ ไม่ได้ทำมาก เพราะตัวเองต้องทำงานกับคนนอกหมู่บ้าน ไม่มีเวลาดูแลไม้ดอก"

รายได้จากการทำเกษตรกรรมที่ครอบครัวทำบนที่ดิน 3 แปลง ในพื้นที่ 3 อำเภอ มีมากเพียงพอในการดำรงชีวิตของครอบครัว แม้ว่าการทำเกษตรกรรมจะมีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ เช่น ปัญหาน้ำแล้ง น้ำท่วม แต่ผึ้งและครอบครัวก็สามารถจัดการความเสี่ยงได้ เพราะมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า ดังที่ผึ้งเล่าว่า

"ทำการเกษตรก็จะมีปัญหาน้ำท่วมบ้าง แต่เราก็ต้องมีแผนสำรอง ปลูกอย่างเดียวไม่ได้ ถ้าเกิดปัญหาจะทำอย่างไร ส่วนมากมีปัญหาภัยธรรมชาติ ราคาผลผลิตเกษตรผันผวนบ้าง ราคามันสำปะหลังปีนี้ (2566) ก็ราคาดี ช่วงปลูกแรกๆ ปี 2564 ปุ๋ยเคมีก็ขึ้นราคา ยาฆ่าแมลงก็ขึ้นราคา แต่มันสำปะหลังราคาต่ำ แต่ปี 2565-2566 ราคามันสำปะหลังสูง กิโลละ 3-4 บาท ก็ดีเลยล่ะ ได้เงินเก็บ เราต้องมีแผนสำรอง เราต้องคิดเสมอว่าถ้ามันไม่ได้ มันไม่ดี เราจะทำอะไรต่อ อะไรที่มีราคา และการดูแลไม่ยุ่งยาก พวกข้าวโพด ผักที่เก็บได้ไวๆ ดอกไม้ที่ปลูกไม่ยาก เช่น ดอกดาวเรือง คัตเตอร์ มาร์กาเร็ต แต่ดอกเบญจมาศดูแลไม่ไหว ในหัวมีเรื่องอยากทำเยอะ แต่ติดเรื่องทุนบ้าง เรื่องเวลาบ้าง ช่วงที่ผ่านมาก็ติดปัญหาพ่อไม่สบาย ก็ต้องไปทำหน้าที่ลูกที่อยุธยา แผนสำรองอย่างอื่นไม่ได้ทำ ก็ให้แฟนไปกรีดยางพาราที่อ.น้ำขุ่นก่อน นอกจากการปลูกเบญจมาศตัดดอก กลุ่มเกษตรกรฯ ทำต้นพันธุ์เบญจมาศจำหน่ายด้วย"

(คุณผึ้ง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2566)

3. กลยุทธ์ของชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่

ชาวนารายย่อยทั้ง 4 ราย ใช้กลยุทธ์ในการดำรงชีพ (livelihood strategy) (ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี, 2554) โดยผสมผสานการทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภาคเกษตรกับกิจกรรมนอกภาคเกษตรเพื่อหารายได้ ซึ่งช่วยกระจายความเสี่ยง จากความไม่แน่นอนของรายได้ภาคเกษตรซึ่งมักจะเกิดขึ้นอยู่เสมอ และเป็นการเพิ่มโอกาสใหม่ๆ และเพิ่มผลกำไรให้แก่ธุรกิจฟาร์มมากขึ้น กลยุทธ์การดำรงชีพที่เน้นความหลากหลาย (Livelihood diversification) แสดงให้เห็นว่าชาวนารุ่นใหม่ในจ.อุบลราชธานี มีทักษะการจัดการของเกษตรกร และมีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ ดังที่ Kahan (2012) กล่าวไว้ กลยุทธ์ของชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในจ.อุบลราชธานี แสดงในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 กลยุทธ์ของชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ใน จ.อุบลราชธานี

กรณีศึกษาที่	**รายได้จากภาคเกษตร**	**รายได้จากธุรกิจการบริการ**	**รายได้จากการเป็นผู้รวบรวมสินค้าและตัวกลางจัดจำหน่ายสินค้า**
1.คุณต่อ (นามสมมติ)	√	√	√
2.คุณเอก (นามสมมติ)	√	√	√
3.คุณผึ้ง (นามสมมติ)	√	√	√
4.คุณชาย (นามสมมติ)	√	√	

ที่มา: การเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยเนตรดาว เถาถวิล, 2566-2567.

กรณีศึกษาที่ 1 คุณต่อ กับ “สวนสัมมะปี๋” และคาเฟ่ พิซซาเตาดิน

นอกจากฟาร์มเกษตรที่สร้างรายได้ให้แก่สวนสัมมะปี๋ คุณต่อเริ่มทำธุรกิจบริการ ได้แก่ คาเฟ่ในสวนสัมมะปี๋ ที่เปิดให้บริการในรูปของคาเฟ่บ้านดินที่เขาสร้างขึ้นเอง นับเป็นสิ่งที่สะท้อนตัวตนการเป็นชาวนาผู้ประกอบการ นอกจากจำหน่ายเครื่องดื่ม จำพวกกาแฟ ชาและน้ำผลไม้ คาเฟ่ยังจำหน่ายสินค้าหลากชนิด เช่น ผลผลิตการเกษตรในสวน และสินค้าแปรรูป จำพวกขนมไทยและขนมเบเกอรี่ อาหาร ดังที่คุณต่อเล่าว่า

“ผมมีเงินทุนแค่แสนเดียว ผมเอามาทำทุกอย่างเลย พยายาม save cost ให้มากที่สุด ต้องซื้อของเพื่อมาเปิดร้านทุกอย่างเลย ซื้อเครื่องชงกาแฟด้วย มันจะหมดเยอะกับตัวอาคาร ที่เหลือทำเองทุกอย่าง ซื้อเหล็กจะหมดเงินเยอะ ต้นไม้ปลูกไว้อยู่แล้ว ตอนนั้นมี 4 คน ที่มาเริ่มทำร้านด้วยกัน ตอนนั้นมีแพลนว่า ถ้าทำตรงนี้ได้ จะขยายสาขากลับไปที่สวนแต่ละคน เป็นสาขา 1-2-3-4 ให้ได้ มันก็เริ่มเป็นไปได้”

“ถ้าเปรียบเทียบขายรถก็ต้องมีโชว์รูม ผมทำคาเฟ่เพื่อเป็นหน้าร้านให้กับสินค้าเกษตร ผมมองว่าการแปรรูปขนม คือสิ่งที่ลูกค้าต้องการ จากแต่ก่อนนี้ลูกค้าเข้ามาซื้อผัก ต้องการที่นั่ง แต่เราไม่มี เราได้โจทย์จากลูกค้ามา เราเลยมาทำ ช่วงก่อนโควิด คาเฟ่ประสบความสำเร็จมาก แต่ทำในรูปแบบบ้านสวน ที่ทุกคนมาเที่ยวสวน ซื้อพืชผักที่เราปลูก และมีอาหารอย่างอื่นให้ที่ไม่จำเจ หรือไม่ต้องมากิน แค่ซื้อผักก็ได้ แล้วเราตั้งเป้าว่าจะเป็นแหล่งรับสินค้าเกษตรมาแปรรูป ตอนนี้ก็จับเครือข่ายในชุมชนก่อน แล้วกลุ่ม YSF ที่ผมเป็นประธานอยู่ปีหนึ่งก็คอยป้อนผลผลิตให้เรา ระยะหลังๆ เราเริ่มมีตัวตนในสังคม ทุกคนก็อยากมาหาเรา กลายเป็นผมไม่ต้องออกไปขายข้างนอกแล้ว อยู่กับที่ก็ได้ขาย”

(คุณต่อ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2566)

นอกจากคาเฟ่ในสวน คุณต่อทำร้านพิซซาเตาดินในสวนสัมมะปี๋ ในปี 2564 นับเป็นรายแรกในจ.อุบลราชธานี และเป็นผู้ประกอบการจำนวนไม่มากนักในประเทศไทยในเวลานั้น คุณต่อเล่าว่า

"พิซซามันมาคู่กับบ้านดินอยู่แล้วนะ มันเป็นเทรนที่ผมดูจากต่างประเทศ ของไทยเราก็มีพิซซากับบ้านดิน ต่างประเทศอาหารหลักคือพิซซา ทีแรกผมจะทำอบไก่นะ อบขนม จนผมคิดว่าเราก็เรียนเบเกอรี่มาทำไมไม่ทำพิซซา เลยลองทำดู ทำแล้วติดเลย ก่อนหน้านั้น ทุกคนได้ชิมฝีมือผมจากขนม เขารู้จักผมแล้ว"

คาเฟ่ในสวนสัมมะปี๋และพิซซาเตาดินประสบความสำเร็จด้านรายได้ ตั้งแต่เริ่มเปิดตัว เห็นได้จากธุรกิจฟาร์มสามารถสร้างรายได้จนคืนทุนตั้งแต่เดือนแรก และทำรายได้ค่อนข้างดีอย่างต่อเนื่อง การเติบโตของธุรกิจพิซซาเตาดิน กลายเป็นธุรกิจเฟรนไชน์พิซซาเตาดินในเวลาต่อมา ดังที่ต่อเล่าว่า

"ทุกคนที่มาช่วยกันทำร้านกับผมในตอนแรก ทุกวันนี้ก็ขยายสาขาพิซซาไปทุกคนแล้ว ขยายเป็น 6-7-8 สาขาแล้ว ถ้าใครติดต่อมาก่อน ผมให้เปิดอำเภอละร้าน ตอนหลังกลายเป็นธุรกิจเฟรสไชน์พิซซาเตาดิน เราจะไปทำเตาให้ เอามาฝึกอบพิซซาที่ร้าน ระหว่างรอเตาดินที่เราปั้นใหม่แห้ง ทุกคนจะได้มาฝึกแต่งหน้าพิซซา สอนวิธีการอบพิซซา ค่าเฟรนไชน์ 25,000 บาท แต่แป้งทำพิซซากับซอส เราจะทำส่งให้ หลังจากนั้น เขาต้องซื้อจากเรา เราจะไม่ได้สอนให้ เราเป็นที่ปรึกษาธุรกิจให้ด้วย ถ้าเราปล่อยไปหมด จะไม่มีอะไรซัพพอร์ตเรา ตอนนี้ปี 2566 มี 9 สาขาแล้วครับ ที่กำลังจะสร้างขึ้นมา นอกจากในจ.อุบลราชธานี 5 สาขา ก็มีที่จ.ยโสธร 2 สาขา กับจ.ศรีสะเกษ 2 สาขา ติดต่อมาจากจังหวัดอื่นก็มีอีกเยอะ แต่ผมไปไม่ไหว จึงจำกัดไว้เท่านี้ก่อน แล้วก็หันมาทำเตาดินอบพิซซาขายตามออเดอร์ ซึ่งก็มีเข้ามาเยอะพอสมควร จนผมทำไม่ทัน"

(คุณต่อ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2567)

พิซซาเตาดินยังเป็นสินค้านวัตกรรมด้วย ดังที่คุณต่อเล่าว่า

"ปกติเตาดินอบพิซซามันจะตั้งอยู่กับพื้นและอยู่ติดกับพื้น แต่ผมทำไซส์เล็กที่ยกไปได้ อาจารย์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีนะครับที่ถ่ายคลิปวิดีโอเตาดินอบพิซซาของผมไปลง youtube แล้วมีคนติดต่อมาเยอะมากทั่วประเทศเลย ชุมพร สงขลา ปัตตานี อ่างทอง พิษณุโลก ผมไม่สามารถส่งไปไกลๆ ได้ ผมส่งได้แค่ใกล้ๆ คนติดต่อมาเยอะมากจากการดูคลิปนี้ จนผมมาคิดว่า rate ราคาที่ขาย มันก็ทำกำไรให้เราได้เยอะ แต่เราทำไม่ไหว เตาดินของเราราคาหลักพัน ถ้าไปเทียบกับของคนอื่นราคาหลักหมื่นขึ้นไป เราขายครึ่งราคาของเจ้าอื่นเลย ผมไม่ได้ตัดราคาใคร ผมมองจุดคุ้มทุนอยู่ที่ตรงนี้ กับการที่เราทำราคานี้ง่ายกว่า และคนสนใจอยากทำธุรกิจตัวนี้เยอะ จนมาเจอข้อจำกัดเรื่องขนส่งอีก เลยยาก"

(คุณต่อ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2567)

กรณีศึกษาที่ 2 คุณเอก กับ "ตลาดจริงใจ"

คุณเอกถอดบทเรียนจากประสบการณ์จากการทำเกษตรเคมี และสรุปบทเรียนว่าเขาไม่สามารถกำหนดราคาผลผลิตเองได้ ภายหลังจากปรับเปลี่ยนมาทำเกษตรอินทรีย์ เขาพยายามสร้างตัวตนใหม่ พร้อมกับแสวงหาโอกาสในการเข้าถึงตลาดเกษตรอินทรีย์ด้วย ในมุมมองของเขา การทำเกษตรโดยไม่สามารถกำหนดราคาขายเองได้มีความเสี่ยงสูงมาก เขากล่าวว่า

“ผมมองว่าทำเกษตรขนาดใหญ่หรือเล็ก ไม่ใช่ปัญหา สำคัญอยู่ที่คุณหาตลาดขายได้หรือเปล่า คุณสามารถเรียกราคาเองได้เปล่า ถ้าเรียกราคาเองไม่ได้ ต่อให้ทำเกษตรใหญ่แค่ไหน คุณก็ไม่ประสบความสำเร็จ แต่ถ้าคุณกำหนดราคาเองได้ คุณมีที่ขายอยู่แล้ว ใครก็บีบราคาคุณไม่ได้ แต่ถ้าคุณทำไปก่อน โดยไม่มีตลาดเลย คุณถูกบีบให้ขายถูก เพราะไม่ขายได้ยังไง อีกไม่กี่วันจะแก่แล้ว จะเน่าเสียแล้ว ยังไงคุณก็ต้องยอมขาย ถ้าคุณไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ ยังไงคุณก็รอดยาก ตลาดชุมชน ตลาดในเมือง ตลาดต่างประเทศ ถ้ามี 3 อย่างนี้ ไม่ยาก วิธีการปลูกมันเรียนรู้ได้ ประสบการณ์สอนได้ แต่หาตลาด คนทั่วไปทำไม่ได้นะ คุณต้องมีวิสัยทัศน์ด้วย ถ้าคุณวิสัยทัศน์น้อย คุณต้องไปคุยกับคนมีวิสัยทัศน์มากว่าเขาคิดแบบไหน ก่อนจะไปหาตลาด คุณต้องปลูกเป็นก่อนนะ ถึงจะไปหาตลาด คุณถึงจะไปคุยกับเขาได้ ถ้าไม่เคยทำ ไปหาตลาด เขาไม่เชื่อคุณหรอก คุณไปพูดเหมือนจำเขามาพูด ไม่ใช่ของจริง”

“ตอนแรกแฟนผมไม่อยากมาขายที่ตลาดจริงใจ เพราะค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูง ผมก็นั่งวางแผน ถ้าผมทำคนเดียว ทำไม่ได้แน่ เพราะความต่อเนื่องของผลผลิตต้องมี อย่างผักต้องเอามาขึ้นทุกวัน ผมก็ไปตลาดแถวบ้านเลย ไปเดินดูในตลาดใครปลูกอะไร ผมใช้เวลาเป็นเดือนในการหาคนปลูกผักแต่ละชนิด ป้าคนนี้ปลูกผักใบเก่ง ลุงคนนี้ปลูกแตงกวาเก่ง แม่คนนี้ปลูกผักชีเก่ง ผมเลยไปปรึกษาเขา เราไปช่วยวางระบบการปลูกอินทรีย์ให้เขา พื้นฐานเขาปลูกเก่งอยู่แล้ว เราแค่ไปวางระบบให้เขา แล้วก็หาตลาดรับซื้อผลผลิตเขามาขายที่ตลาดจริงใจ”

“ชาวบ้านมั่นใจในตัวเรา เพราะเขาขายเองที่ตลาดชุมชน ต้องไปนั่งขายตั้งแต่ตีสองถึง 8 โมงเช้า เขาได้ 100 กว่าบาท แต่ขายให้เรา เขาไม่ต้องมานั่งขาย ได้วันละ 300-400 บาท รายได้แน่นอน เขาก็ลดเวลาขายลง ผมบอก ส่งผม ลองปลูกดู ตอนแรกผักมันจะไม่สวย ผมก็รับซื้อหมด เพราะผมเอาไปได้ ไม่ต้องกลัวเรื่องความสวยงาม ใช้เวลาหลายปีจนเขาเริ่มทำเป็น ผมก็หาแหล่งเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ยที่ราคาถูกให้เขา เราต้องให้ใจเขาก่อน เขาถึงจะให้ใจเรา ตอนนี้เขาปลูกเก่งแล้ว ถ้าเราชี้ให้เกษตรกรเห็นประโยชน์ของการปลูกอินทรีย์ มันก็ทำได้”

“การผลิตเรามีทักษะทำเองได้อยู่แล้ว เรายังเป็นผู้หาปัจจัยการผลิต เป็นผู้ค้า เป็นผู้แปรรูปผลผลิต สินค้าเกษตรเป็นอาหารและขนมต่างๆ ด้วย จิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการเรามีเต็มเปี่ยม เพราะเรามีการคิดคำนวณกำไรขาดทุน มองโอกาส ศักยภาพ ข้อจำกัด อุปสรรคต่างๆ มองรอบ”

“ธุรกิจฟาร์มผมมีอยู่ 3 ส่วน การเอาผักที่เกษตรกรปลูกมาขาย เป็นเพียง 1 ใน 3 ของธุรกิจของผม แต่มันเป็นจุดเริ่มต้นที่ต้องมี ไม่งั้นเราไม่สามารถขึ้นมาอยู่บนนี้ได้ ผมถึงต้องเลี้ยงมันไว้ตลอด กำไรจริงๆ ที่ผมได้มาจากของที่ผมทำเองขายเองมากกว่า พวกมันหวานญี่ปุ่นผมซื้อมาเผาขายกำไรเยอะ ไม่เหนื่อยด้วยนะ แต่การมีผักมาขาย มันเป็นตัวตนของเรา เราขาดผักไม่ได้ ขาดไปก็ไม่เป็นเรา ผมไม่ได้ขายของจำนวนเยอะ แต่ขายของมีราคานิดหนึ่ง อย่างมันหวานญี่ปุ่น ผมเอามาเผาให้ลูกค้า ขายได้ครั้งหนึ่งก็ได้ 100 กว่าบาทแล้ว นี่คืออย่างต่ำที่ลูกค้าแต่ละคนซื้อ เพราะผมขายกิโลละ 300 บาท ชั่งน้ำหนักก่อนเผา แต่ขายผักต้องขายได้เยอะๆ ถึงจะได้เงินเท่ามันหวานญี่ปุ่น”

(คุณเอก (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2566)

ตามความคิดของเอก เขาให้น้ำหนักกับการเป็นผู้ประกอบการ มากกว่าการเป็นเกษตรกร ด้วยเหตุผลว่า

“ถ้าเป็นคนรุ่นใหม่และไม่ได้มีพื้นฐานมาจากเกษตร แต่อยากจะมาทำเกษตรและไปให้ไกล มันยาก แต่ถ้าคุณเป็นคนรุ่นใหม่ไปพาคนที่เขาเป็นเกษตรอยู่แล้วไปสู่จุดหมาย อันนี้จะง่ายกว่า โดยที่คุณก็ไปหาตลาดมาเพื่อจะให้ป้าๆ ลุงๆ มีที่ขาย คุณก็จะได้ทั้งสองฝ่าย เพราะมันใช้เวลาเยอะกว่าจะทำได้ทุกอย่าง คุณต้องคิดว่าคุณมีทุนหนาพอไหม เพราะปัจจัยในการปลูกผักจะเหมือนเดิมไม่ได้แล้ว เดี๋ยวนี้ทุกอย่างเป็นระบบหมด คุณมีระบบน้ำไหม มีบ่อบาดาลไหม มีถังเก็บน้ำสำหรับปลูกไหม มีแหล่งซื้อปุ๋ยไหม มีโรงเก็บปุ๋ยไหม นี่คือต้นทุนทั้งหมด คุณมีโรงเรือนปลูกไหม โรงเรือนใหญ่แค่ไหน คุณเข้าสู่ตลาดเมื่อไร จะมีคำถามก่อนเลย “คุณปลูกระบบอะไร” การทำเกษตร ไม่ใช่ปลูกแบบแต่ก่อน ปัจจัยเยอะมาก คุณอาจจะท้อก็ได้”

“เดิมผมให้น้ำหนักกับการเป็นเกษตรกร ตอนนี้ให้น้ำหนักกับการเป็นผู้ประกอบการมากกว่า เพราะภาระและความเสี่ยงจะอยู่ที่คนปลูกครับ แต่เราอย่าไปตามเขา เราก็หาตลาดเองสิ คุณต้องทำเองสิ คุณปลูกสลัดก็ได้ ทำสลัดโรลไปขายเองสิ ต้นทุนเราน้อยลงนะ แล้วได้อะไร ได้ความเชื่อถือว่าคุณปลูกเอง คนกินเดี๋ยวนี้เขาสนใจว่าปลูกเองไหม ได้ใจลูกค้าในการซื้อผัก แต่ถ้าบอกว่าไปซื้อมา เขาไม่ได้สนใจ เวลาซื้อผักเขาไม่ได้สนใจว่ากำละเท่าไร เขาสนใจว่าคุณปลูกแบบไหนมากกว่า แบบอินทรีย์ หรือแบบผักปลอดภัย (GAP) ผู้บริโภคเขาเน้นเรื่องสุขภาพ ถ้าเราตอบโจทย์เรื่องสุขภาพได้ คุณก็ไปแปรรูปเป็นอย่างอื่นได้ ผมขายมาหมดแล้ว ผมเรียนรู้ว่าการของขายอย่างเดียวไม่ได้ ต้องขายหลายอย่าง นี่คือความรู้จากประสบการณ์ เหมือนผมปลูกผักขายผักอย่างเดียวไม่ได้ ต้องมีขนมหวานด้วย ผมเอาความสามารถด้านการตลาดมาใช้ไง คุณปรับแพ็คเกจสินค้านำเสนอให้มันสวย แล้วอัพราคาสินค้าขึ้นไปอีกได้ นี่คือความสามารถของคุณ ถ้าคุณมีดี ดึงข้อดีของคุณออกมาใช้”

“ผมทำตรงตลาดจริงใจ เพราะวันหนึ่งผมไม่ได้อยากมานั่งขายผักทุกวัน ผมอยากทำเกษตรในสวนผมเพื่อลดการเดินทาง ตอนนี้ค่าน้ำมันผมเดือนเป็นหมื่นบาท จะทำยังไงให้ลดตรงนี้ได้ ต่อไปผมอาจจะทำสวนอยู่ในบ้านเรา สามารถเปิดเป็นร้านได้ที่สวนเราเลย สวนผมอยู่ห่าง อ.เดชอุดม 20 กม. ห่าง อ.นาเยีย 10 กม. บ้านผมต้นไม้เยอะ แต่ถ้าเราไม่สร้างตัวตน คนไม่รู้จัก เขาจะไม่มา เราต้องสร้างตัวตนไว้ก่อน ต่อไปผมเอาผักมาส่งห้างอย่างเดียว และจะเป็นรุ่นลูกผมที่มาบริหารที่ตลาดจริงใจนี้ เรามีแบรนด์ของเราแล้วที่ตลาดจริงใจ มันเป็นภาษีของเรานะครับ มันเป็นผลกำไรระยะยาวๆ ของเราเลย ต่อไปจะเป็นหน้าร้านสำคัญ มันจะขายตัวมันเอง เราไม่ต้องมายืนขาย”

(คุณเอก (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 เมษายน 2566)

กรณีศึกษาที่ 3 คุณผึ้ง กับวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกไม้ดอกไม้ประดับ บ้านตาติด อ.วารินชำราบ

นอกจากการเป็นเกษตรกรที่ปลูกพืชผลหลายชนิดบนที่ดินหลายแปลงเพื่อขายแล้ว คุณผึ้งยังมีรายได้จากการเป็นวิทยากรบรรยายให้ความรู้ด้านการปลูกไม้ดอกไม้ประดับแก่คนที่เยี่ยมชม วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกไม้ดอกไม้ประดับ ซึ่งเธอดำรงตำแหน่งเลขานุการของประธานกลุ่มในปัจจุบัน นอกจากนี้เธอยังหารายได้จากการ

ขายดอกเบญจมาศผ่านช่องทางสื่อโซเชียลมีเดีย โดยเปิดเพจในเฟสบุ้คเพื่อจำหน่ายสินค้าโดยตรง ดังที่เธอเล่าว่า

“ถ้าไม่ได้ปลูกดอกเบญจมาศ ก็จะทำต้นพันธุ์เบญจมาศขาย แล้วก็รับออเดอร์จากลูกค้า เพื่อมาซื้อดอกเบญจมาศจากสมาชิกไปขายต่อด้วย สมมติว่ามีออเดอร์มาทางเพจ แต่หนูไม่มีดอกเบญจมาศ หนูก็ซื้อของสมาชิกไปส่งให้ เหมือนเราเป็นผู้ประกอบการด้วยพร้อมๆ กัน ไม่ใช่แค่เกษตรกร เบญจมาศตัวเองไม่ค่อยมีเวลาปลูก แต่จะรับออเดอร์มากกว่าผลิตเอง เพราะไม่มีเวลา แต่รายได้ยังคงอยู่ รายรับจากซื้อมาขายไป เสี่ยงน้อยกว่า และหันมาเน้นปลูกคัตเตอร์ มาร์กาเร็ต ดาวเรือง ที่มันดูแลง่ายกว่าเบญจมาศแทน”

นอกจากนี้ การปลูกดอกเบญจมาศปลอดภัยตามมาตรฐาน GAP หรือ “เบญจมาศบนโต๊ะอาหาร” เป็นโครงการใหม่ของกลุ่มผู้ปลูกไม้ดอกไม้ประดับบ้านตาติดทำแล้วประสบความสำเร็จ ดังที่ผึ้งเล่าว่า

“ไปดูงานมาตรฐานสินค้าเกษตรค่ะ เรามองว่าถ้าเราได้มาตรฐานสินค้าเกษตร ตลาด modern trade หรือตลาดใหญ่ๆ เราก็จะสนใจ เราเคยถามทางกรมฯ ด้วย แต่กรมบอกเบญจมาศยังไม่มีมาตรฐาน GAP ถาม ดร.อิงค์ แกก็มีโครงการจะทำเบญจมาศบนโต๊ะอาหารอยู่แล้ว ก็เลยได้คืบหน้าอย่างเร็ว ก็เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะลองตลาด”

การปลูกดอกเบญจมาศตามมาตรฐาน GAP เป็นสิ่งที่ท้าทายการผลิตดอกเบญจมาศของกลุ่มฯ เนื่องจากการปลูกดอกเบญจมาศจำเป็นต้องใช้สารเคมี แต่การทำให้ดอกเบญจมาศปลอดภัยพอที่จะใช้ประดับบนจานอาหารได้ นับเป็นสิ่งที่ต้องใช้ทั้งความรู้และนวัตกรรม แต่โครงการนี้จะสร้างอนาคตที่สดใสให้แก่กลุ่มฯ ดังที่ผึ้งเล่าว่า

“ทำยากมาก แต่เราอยากทำ เพราะมันมีผลดีกับเราหลายอย่าง เราใช้สารเคมีลดลง ใช้ให้ตรงโรคมากที่สุด ลดต้นทุนด้วย ถ้าเราทำได้มันก็เป็นนวัตกรรมด้วย เราจะทำให้เบญจมาศไปอยู่บนจานในโต๊ะอาหาร มันก็ทำให้เราจำหน่ายไปตลาดอีกกลุ่มหนึ่ง คู่แข่งในตลาดเราก็ลดลง เราก็ทำได้ในอีกตลาดหนึ่ง มาตรฐาน GAP กับดอกเบญจมาศเป็นทำสิ่งที่คนอื่นทำไม่ได้ คนอื่นจะแข่งกับเราได้ยากขึ้น เบญจมาศบนโต๊ะอาหารเขาต้องการแต่ดอก เบญจมาศอย่างเดิมเราขายกิโลละ 100 แต่แบบตัดดอกมาตรฐาน GAP อันนี้เราขายได้ดอกละ 3 บาทอย่างต่ำนะคะ แต่โปรเจคนี้ยังอยู่ในช่วงทดลองทำ และคิดว่าควรจะขายดอกเท่าไร ตัดดอก นับดอกขาย ใช้ได้หมดทุกดอก ใส่กล่องโฟมขนส่งรถห้องเย็น มันก็เป็นโอกาสที่ดีของเรา”

(คุณผึ้ง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2566)

กรณีศึกษาที่ 4 คุณชาย กับคาเฟ่บ้านกะสวน

ปี 2560 คุณชายได้จดทะเบียน “วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรและแปรรูปผักผลไม้อินทรีย์ ต.ธาตุ อ.วารินชำราบ” เพื่อตอบสนองต่อนโยบายภาครัฐที่หันมาเน้นเรื่องการท่องเที่ยวชุมชน และนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (*OTOP* นวัตวิถี) พื้นที่ ตำบลธาตุ กำหนดเป้าหมายว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แต่ตอนนั้นบ้านกะสวนยังมีเพียงพื้นที่เกษตรกับสินค้าแปรรูป ยังไม่มีแหล่งท่องเที่ยว คุณชายวางเป้าหมายให้บ้านกะสวนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จึงเปิดคาเฟ่ในสวน พร้อมกับพิซซาเตาดิน ซึ่งเขาได้แรงบันดาลใจมาจากคุณต่อ (กรณีศึกษาที่ 1-ผู้วิจัย) ที่เขามีโอกาสไปเยี่ยมสวนสัมมะปี๋หลายครั้ง คุณชายเล่าว่า

“ผมทำเกษตร 3 มิติ มิติที่หนึ่ง เกษตรผลิต แต่ผมไม่ได้เน้นปริมาณ แต่เน้นเพิ่มมูลค่า โดยเอามิติที่สอง คือแปรรูปสินค้าเกษตร เข้ามาเสริม มิติที่สามคือ เกษตรเชิงท่องเที่ยว ทำเป็นศูนย์เรียนรู้ในรูปแบบคาเฟ่ สิ่งที่ผมได้เรียนรู้ รูปแบบการทำงานในครอบครัวมันสมดุลมากขึ้นกว่าตอนทำเกษตรใช้แรง ตอนเกษตรใช้แรง ผมต้องทำคนเดียว แต่พอเกษตรแปรรูป แฟนผมช่วยได้ เขาชอบด้วย ยิ่งมาทำคาเฟ่เขายิ่งชอบเลย มันเป็นการสร้างงานให้แก่สมาชิกวิสาหกิจด้วย วันเสาร์อาทิตย์จะมีลูกหลานมารับจ๊อบช่วยทำงาน”

“ตอนนี้คาเฟ่มาเป็นตัวหลักที่สร้างรายได้ มันช่วย support รายได้ภาคเกษตร และรายได้จากการแปรรูป และมันทำตลาดด้วย มันต่อยอดเป็นศูนย์เรียนรู้อีกมิติหนึ่ง เมื่อก่อนผมทำกิจกรรมพวกทำน้ำหมัก คนมาเรียนก็เป็นเกษตรกรที่เหมือนถูกบังคับมา แต่พอผมมารูปแบบนี้ เป็นฐานกิจกรรม workshop ผมพาทำสลัดโรล เพื่อให้เด็กได้รู้เลยว่าทำยังไง ทำเสร็จเขาได้กิน คนมีอาชีพก็จะไปต่อยอดทำอาชีพเขาได้เลย อันที่สองคือน้ำผักผลไม้ปั่น ที่นี่เราจะมีสูตรของเรา ผักมีมูลค่าไม่สูงถ้าขายเป็นใบเป็นต้น แต่ถ้าเราเอามาทำน้ำปั่นสามารถเพิ่มมูลค่าได้ ประโยชน์ก็จะเพิ่มมากขึ้น ที่เหลือให้เขาจินตนาการว่า จะใช้ผักผลไม้อะไรได้บ้าง ส่วนฐานที่สามจะเป็นพิซซาทำเอง ถ้าเป็นเด็กอนุบาล ครูจะชอบเลย เพราะเด็กได้ฝึกประสาทสัมผัสทุกส่วน เกษตรกรรุ่นใหญ่ก็จะมองว่าลูกหลานเขามาทำกิจกรรมแบบนี้ก็ได้ ให้ลูกหลานทำ พ่อแม่สนับสนุนอยู่เบื้องหลัง”

(คุณชาย (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2566)

อภิปรายผลการวิจัย

ประการแรก การเกิดขึ้นของชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ชาวนารุ่นใหม่เป็นผู้อพยพกลับคืนถิ่นฐานในชนบทและตัดสินใจยึดอาชีพเกษตรกรเป็นอาชีพ อย่างไรก็ตาม การทำเกษตรของชาวนารุ่นใหม่ในช่วงแรกมีข้อจำกัดและอุปสรรคหลายประการ เช่น การเข้าถึงความรู้ทางการเกษตร ซึ่งส่วนใหญ่ชาวนารุ่นใหม่หาความรู้การเกษตรจากอินเตอร์เน็ตเป็นหลัก การมีที่ดินจำกัด มีเงินลงทุนจำกัด มีแรงงานจำกัด และไม่มีตลาดรับซื้อผลผลิตทางการเกษตร เมื่อชาวนารุ่นใหม่เริ่มต้นทำเกษตรในบริบทที่ภาคเกษตรในชนบทเปลี่ยนแปลงไปสู่การเป็นเกษตรบนฐานทุน (อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2554) ชาวนารุ่นใหม่จึงเผชิญกับปัญหาหลายประการ เช่น ต้นทุนการผลิตสูงแต่ราคาผลผลิตต่ำ ถูกกดราคารับซื้อผลผลิต ไม่สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตที่มีทุนมากกว่า ตลาดรับซื้อผลผลิตไม่แน่นอนและราคารับซื้อเปลี่ยนแปลงเร็ว

อย่างไรก็ดี ชาวนารุ่นใหม่มีประสบการณ์ในการทำงานในภาคธุรกิจ และมีทักษะในการแสวงหาความรู้และการจัดการความรู้มาก่อน ทุกคนจึงเลือกที่จะสรุปบทเรียนการทำเกษตรในช่วงแรกของตนเอง และแสวงหาแนวทางทำเกษตรใหม่ที่มีความเหมาะสมกับตนเอง โดยพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากแต่ละคนมีที่ดิน ทรัพยากร เงินทุน แรงงานและเวลาไม่เท่ากัน ตลอดจนมีความชอบแตกต่างกันด้วย ทำให้เกษตรกรรุ่นใหม่สามารถสรุปบทเรียนจากการทดลองทำเกษตรหลายรูปแบบ และสามารถประเมินข้อดีและข้อเสียของเกษตรกรรมแต่ละแบบ ทำให้เห็นจุดแข็งและข้อจำกัดของตน และใช้บทเรียนเป็นแนวทางในการเลือกรูปแบบการทำเกษตรที่เหมาะสมกับตนเอง โดยส่วนใหญ่เกษตรกรรุ่นใหม่ เช่น คุณต่อ คุณเอก คุณชาย เลือกที่จะทำ

เกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ ส่วนคุณผึ้งเลือกทำเกษตรหลากหลายชนิด ร่วมกับการปลูกไม้ดอกไม้ประดับและขายต้นพันธุ์ไม้ดอก การปรับเปลี่ยนแนวทางการทำเกษตรดังกล่าว เกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขการวิเคราะห์สภาพพื้นที่และวิเคราะห์ตลาดในท้องถิ่น และปรับรูปแบบการทำเกษตรให้สอดคล้องกับสภาพพื้นที่และตลาดที่ตนเองสามารถเข้าถึงได้

การวิจัยพบว่าชาวนารุ่นใหม่ทั้ง 4 ราย ผสานผสานระหว่างการทำเกษตรมูลค่าสูง (high value agriculture) เพื่อหารายได้จากตลาดใหม่ๆ ที่เกิดมาพร้อมกับกระแสโลกาภิวัตน์ และใช้กลยุทธ์การตลาดนำการผลิต (market-oriented agriculture) รวมถึงเน้นการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเน้นการสร้างแบรนด์ของสินค้า แนวคิดในการทำเกษตรของชาวนารุ่นใหม่จึงสอดคล้องกับแนวคิด “การเป็นผู้ผลิตยุคหลัง” (post-productivist) (Rigg and Ritchie, 2002) ซึ่งเน้นการสร้างความหมายหรือการสร้างคุณค่าให้กับผลผลิต เช่น อาหารปลอดภัย อาหารอินทรีย์ อาหารเพื่อสุขภาพ สินค้านวัตกรรม เป็นต้น ช่วยให้ธุรกิจฟาร์มขนาดเล็กสามารถปรับตัวอยู่รอดได้ ในบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเกษตรบนฐานทุนและมีแรงกดดันเรื่องแรงงานภาคเกษตรขาดแคลน (อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2554) ตลอดจนชาวนารุ่นใหม่ปรับการเกษตรเพื่อตอบรับกระแสการเกิดขึ้นของตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche market) เมื่อผู้บริโภคแสวงหาอาหารทางเลือก เช่น อาหารปลอดภัย อาหารท้องถิ่น อาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาหารที่มาจากแหล่งผลิตที่ผู้บริโภคสามารถสืบค้นที่มาของอาหารได้ (Watts, et al., 2005).

ประการที่สอง ความเป็นผู้ประกอบการของชาวนารุ่นใหม่ เมื่อมองผ่านแนวคิดของ Kahan (2012) ที่เสนอว่าชาวนาผู้ประกอบการแตกต่างจากชาวนาทั่วไป เนื่องจากชาวนาผู้ประกอบการมีการคิดคำนวณผลกำไรขาดทุน และทำเกษตรในฐานะที่เป็นธุรกิจรูปแบบหนึ่ง ที่ต้องอาศัยทักษะการจัดการ และต้องมีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ การวิจัยนี้พบว่าชาวนารุ่นใหม่ในจ.อุบลราชธานี ทั้ง 4 ราย มีความเป็นชาวนาผู้ประกอบการ เนื่องจากชาวนารุ่นใหม่พร้อมที่จะเสี่ยงและสามารถแบกรับความเสี่ยงในการลงทุนที่ตนเองเลือก ชาวนารุ่นใหม่ใช้ทักษะการจัดการและมีจิตวิญญาณของความผู้ประกอบการในการทำธุรกิจฟาร์มโดยเลือกทำเกษตรที่มีมูลค่าสูง แม้มีที่ดินขนาดเล็ก นอกจากนั้น ชาวนารุ่นใหม่ เช่น กรณีของผึ้ง มีการเช่าที่ดินทำเกษตร เพื่อช่วยสร้างรายได้เพิ่มขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้น ชาวนารุ่นใหม่ยังแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการจัดการและมีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการอย่างชัดเจน เช่น การแปรรูปผลผลิตและการสร้างแบรนด์สินค้าของตนเอง เช่น กรณีของคุณต่อ เอก และชาย ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าของผลผลิต และใช้ทรัพยากรในฟาร์มอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนั้น ชาวนารุ่นใหม่ ไม่เพียงหารายได้จากการลงทุนทำการเกษตรเอง แต่ยังหารายได้จากการตลาดด้วย เช่น การผันตัวเองเป็นตัวกลางรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรเพื่อนำไปขาย ดังกรณีของต่อ เอก และผึ้ง นอกจากนั้น ชาวนารุ่นใหม่สามารถสร้างตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าของตนเอง เช่น ตลาดออนไลน์ ผ่านการสร้าง FB Fanpage และ Facebook ส่วนตัว เพื่อเพิ่มช่องทางขายผลผลิต เช่น กรณีของต่อ เอก ชายและผึ้ง

หากเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ อรรถจักร สัตยานุรักษ์ (2560) ที่แบ่งผู้ประกอบการในชนบทเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) เกษตรกรในฐานะชาวนา (2) เกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการ (3) เกษตรกรในฐานะผู้รับ

ช่วงสัญญา และ (4) ผู้ประกอบการในชนบท ชาวนาผู้ประกอบการใน จ.อุบลราชธานี ทั้ง 4 รายที่เป็นกรณีศึกษาในงานวิจัยนี้ มีลักษณะสอดคล้องกับ “เกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการ” ในงานวิจัยของอรรถจักร ซึ่งอธิบายว่า เกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการมีความได้เปรียบเชิงพื้นที่ เช่น มีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว หรือการเคลื่อนย้ายสินค้า ทำให้พวกเขาสามารถใช้ประโยชน์เชิงพื้นที่ ในการสร้างสรรค์โอกาสทางเศรษฐกิจที่นอกเหนือไปจากภาคการเกษตร ในวิจัยนี้พบว่า คุณต่อ ผึ้ง และชาย ทำฟาร์มเกษตรให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้เรื่องเกษตรและการแปรรูปสินค้า สำหรับกรณีของคุณเอก เป็นผู้รวบรวมผลผลิตพืชผักปลอดสารพิษจากพื้นที่ชานเมือง จ.อุบลราชธานี เพื่อนำมาจำหน่ายในตลาดบนห้างสรรพสินค้ากลางเมือง จ.อุบลราชธานี เหตุผลที่ชาวนารุ่นใหม่ในงานวิจัยนี้มีลักษณะเป็นเกษตรกรผู้ประกอบการ เนื่องจากทุกคนต้องการคงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของความเป็นเกษตรกร และต้องการคงไว้ซึ่งการผลิตบนผืนดิน แม้ว่ารายได้จากการทำกิจกรรมภาคบริการและการตลาดจะสูงกว่ารายได้จากการทำเกษตรก็ตาม เหตุผลที่ชาวนารุ่นใหม่ทั้ง 4 รายต้องการคงไว้ซึ่งการเป็นเกษตรกร เนื่องจากมองว่าการทำเกษตรเป็นหลักประกันความมั่นคงด้านอาหารและรายได้ และมีความเสี่ยงน้อยกว่าการทำธุรกิจ หากคงการผลิตบนที่ดินไว้ นอกจากช่วยส่งเสริมภูมิทัศน์ที่เหมาะสมสำหรับการทำธุรกิจคาเฟ่แล้ว ยังช่วยดึงดูดคนให้เข้ามาท่องเที่ยวและเรียนรู้จากฟาร์มด้วย และในกรณีที่ธุรกิจคาเฟ่ประสบปัญหา ก็ยังมีความมั่นคงด้านอาหารและรายได้จากผลผลิตทางการเกษตรช่วยให้ดำรงชีพได้

งานวิจัยนี้พบว่า ชาวนารุ่นใหม่ทั้ง 4 รายนี้ ไม่มีลักษณะเป็นชาวนาแบบดั้งเดิม เนื่องจากชาวนารุ่นใหม่ทุกรายไม่ได้ผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน และไม่มีใครเป็นผู้รับเหมาช่วงผลิตตามสัญญาดังที่พบในการศึกษาของอรรถจักร สัตยานุรักษ์ (2560) ทุกคนไม่ได้ให้น้ำหนักกับการเป็นผู้ประกอบการในชนบทเป็นหลัก เพราะมองว่าเป็นกิจกรรมที่มีความเสี่ยงกว่าการทำเกษตร

ประการที่สาม กลยุทธ์ของชาวนารุ่นใหม่

ชาวนารุ่นใหม่ที่เป็นกรณีศึกษา 4 ราย ในงานวิจัยนี้ ใช้กลยุทธ์ของการทำธุรกิจฟาร์ม โดยเน้นการเป็นผู้ผลิตอาหารทางเลือก (alternative foods) โดยใช้กลยุทธ์การทำเกษตรที่เชื่อมโยงกับแนวคิด 4 เรื่อง ได้แก่ (1) ความเป็นท้องถิ่น (localness) (2) คุณภาพ (quality) (3) ความน่าเชื่อถือ (trust) และ (4) การผูกติดยึดโยงกับสังคม (embeddedness) (Watts, et al., 2005). กล่าวคือการสถาปนาให้ท้องถิ่นหรือชนบทของจ.อุบลราชธานี เป็นแหล่งผลิตสินค้าอาหารที่มีความปลอดภัยและมีคุณภาพ นอกจากนั้น ชาวนารุ่นใหม่ใช้กลยุทธ์ของการเชื่อมโยงรายละเอียดเฉพาะของผลิตภัณฑ์และความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ มากกว่าการรับรองมาตรฐานอย่างเป็นทางการของผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้นคุณภาพของอาหารจึงเป็นสิ่งที่ชาวนารุ่นใหม่สร้างความหมายขึ้นมาใหม่ ภายใต้บริบทของการพยายามรักษาความสัมพันธ์และความไว้วางใจระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อ

นอกจากนั้น หากพิจารณาตามข้อเสนอของ Marsden and Smith (2005) ชาวนารุ่นใหม่ในงานวิจัยนี้ ยังมีลักษณะเป็น “ผู้ประกอบการด้านนิเวศ” (ecological entrepreneurship) ในท้องถิ่น เนื่องจากชาวนารุ่นใหม่เน้นการผลิตอาหารคุณภาพ และการสร้างแบรนด์ หรือการติดฉลากสินค้า ที่เชื่อมโยงกับภูมินิเวศ

เฉพาะในท้องถิ่น เช่น การขอมาตรฐานอย.ของสินค้าแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรชาย และการขอมาตรฐานความปลอดภัย (GAP) ให้แก่แปลงดอกไม้ปลอดภัยที่บ้านตาติด เป็นต้น ส่วนธุรกิจฟาร์มของชาวนารุ่นใหม่มีลักษณะเป็น “ธุรกิจการเกษตรทางเลือก” (alternative farm enterprises-AFEs) เพราะฟาร์มกลายเป็นกลไกในการกระจายมูลค่าระหว่างผู้ผลิตและผู้แปรรูปผลผลิตทางการเกษตรในระดับท้องถิ่น และสร้างความเป็นไปได้รูปแบบใหม่ ที่จะรวมเอาการทำเกษตรและกิจกรรมหลายประเภทเข้าด้วยกัน ดังจะเห็นได้ว่าในงานวิจัยนี้พบว่า ชาวนารุ่นใหม่มีการปรับใช้นวัตกรรม (innovation) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและสร้างผลกำไร เช่น การทำบ้านดินและคาเฟ่พิซซาเตาดิน การสร้างธุรกิจแฟรนไชส์ของต่อ การทำพิซซาเตาดินและการทำฟาร์มให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและแหล่งศึกษาเรียนรู้

และสุดท้าย ชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ทั้ง 4 คน มีการวางแผนต่ออนาคตของธุรกิจฟาร์มที่ต้องการผลักดันความเปลี่ยนแปลงในชนบท และการเข้าร่วมกับเครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือก แม้บางรายจะยังไม่ได้ลงมือทำตามแผน เนื่องจากอุปสรรคด้านเงินทุนและความพร้อมในด้านต่างๆ แต่บางคนก็ได้เริ่มลงมือทำตามแผนแล้ว เพื่อสร้างความเป็นไปได้ใหม่ๆ และเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจฟาร์มของตน

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้ได้ค้นพบองค์ความรู้ใหม่ ได้แก่ การเกิดขึ้นของชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในชนบทอีสาน นับเป็นตัวแสดงหน้าใหม่ (new rural actors) ที่มีความสำคัญต่อความอยู่รอดของภาคเกษตรกรรมและชนบทไทย เนื่องจากชาวนารุ่นใหม่เป็นผู้ที่ให้ความสนใจกับเกษตรกรรมสมัยใหม่ เทคโนโลยี นวัตกรรมและการตลาดทางเลือกใหม่ๆ นอกจากนั้น ชาวนารุ่นใหม่เป็นผู้ที่ให้ความสำคัญกับการแสวงหาความรู้และการจัดการโดยเฉพาะการนำความรู้จากภายนอกมาประยุกต์ใช้กับความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิม เพื่อทำให้การทำเกษตรกรรมและธุรกิจฟาร์มของตนสามารถปรับตัวได้ ในท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสังคมเกษตรกรรมที่หันมาเน้นเกษตรแบบใช้ทุน รวมถึงตลาดผู้บริโภคก็หันมาเน้นคุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้าอาหาร และระบบนิเวศท้องถิ่น จึงเป็นโอกาสสำหรับชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่จะสร้างธุรกิจฟาร์มให้เป็นธุรกิจการเกษตรทางเลือก ซึ่งทำให้เกษตรกรรายย่อยยังคงอยู่ได้ในชนบทไทยในท่ามกลางการหดตัวลงของภาคเกษตรกรรมและการเปลี่ยนไปเน้นอุตสาหกรรมการเกษตร

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

การวิจัยนี้มีข้อเสนอเชิงปฏิบัติ ได้แก่ การนำกลยุทธ์ของชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ใน จ.อุบลราชธานีที่เป็นกรณีศึกษาไปปฏิบัติในพื้นที่อื่น ๆ จำเป็นต้องพิจารณาเงื่อนไขของบริบทสภาพแวดล้อมและสังคมวัฒนธรรมของพื้นที่อื่น ๆ ด้วยเพื่อให้นำการปฏิบัติได้ผล เนื่องจากการประสบความสำเร็จของชาวนาผู้ประกอบการ ขึ้นอยู่กับบริบททางสภาพแวดล้อมเชิงนิเวศ ตลาด สังคมและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ซึ่งมี

ความแตกต่างกัน การเป็นชาวนาผู้ประกอบการในจ.อุบลราชธานี ซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษานี้ อาจเป็นโมเดลของการนำไปใช้ในพื้นที่อื่นได้ หากมีการนำบทเรียนและกลยุทธ์ไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับเงื่อนไขของแต่ละพื้นที่

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การวิจัยนี้มีข้อค้นพบว่าชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในภาคอีสานไม่ได้เกิดขึ้นจากนโยบายของรัฐที่มุ่งสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ หากแต่เกิดขึ้นจากแรงปรารถนาของชาวนรุ่นใหม่ ผู้อพยพคืนถิ่นและต้องการเป็นเกษตรกรมืออาชีพ จึงได้ศึกษาหาความรู้จากแหล่งต่างๆ พยายามทดลองทำเกษตรหลากหลายรูปแล้ว แล้วนำมาสรุปบทเรียนจากการทดลองทำเป็นระย ๆ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการทำธุรกิจฟาร์มที่เหมาะสมกับตนเอง ชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพความเปลี่ยนแปลง ดังนั้นหากรัฐต้องการกำหนดนโยบายที่จะสร้างชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ รัฐควรให้ความสำคัญกับการให้การสนับสนุนชาวนารุ่นใหม่ ในเรื่องแหล่งศึกษาเรียนรู้ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เงินสนับสนุนด้านเงินทุนเพื่อใช้ในการลงมือทำฟาร์มในช่วงแรก การสนับสนุนด้านตลาด การอบรมทักษะเชิงธุรกิจและการตลาด เป็นต้น นอกเหนือจากนั้น ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบเงื่อนไขการเกิดขึ้นของชาวนาผู้ประกอบการในหลายภูมิภาค และควรกำหนดกลยุทธ์เชิงนโยบายเพื่อสร้างระบบนิเวศที่เอื้อให้ชาวนารุ่นใหม่กลายเป็นผู้ประกอบการที่มีความพร้อม สำหรับการแข่งขันได้ในตลาดยุคสมัยใหม่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยที่ควรจะทำเพิ่มเติม ได้แก่ งานวิจัยเชิงเปรียบเทียบเกี่ยวกับเงื่อนไขการเกิดขึ้นของชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในพื้นที่แต่ละภูมิภาค เพื่อทราบปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคของชาวนาผู้ประกอบการ การจัดการความรู้ของชาวนาผู้ประกอบการ และกระบวนการเรียนรู้และปรับตัวของชาวนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่

กิตติกรรมประกาศ ผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณชาวนาผู้ประกอบการทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลและตอบข้อสงสัยของผู้วิจัยด้วยความอดทน

เอกสารอ้างอิง (References)

จามะรี เชียงทอง. (2557). *ชนบทไทย: จากอดีตสู่อนาคต.* แผนงานเสริมสร้างนโยบาย.

จามะรี เชียงทอง. (2560). *สังคมชนบทในโลกสมัยใหม่.* คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธนพร ศรีสุกใส (2554). เกษตรอินทรีย์: กระบวนการครอบงำและการต่อรองของเกษตรกรกุดชุม. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี* [ฉบับพิเศษ], 171-203.

นภาพร อติวานิชยพงศ์ (2557). คนชนบทอีสานกับการทำมาหากิน: ความเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย. *วารสารสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 33*(2), 103-127. http://socanth.tu.ac.th/wp-content/uploads/2015/02/JSA-33-2-napaporn.pdf.

เนตรดาว เถาถวิล (2556). การสร้างความเป็นมาตรฐานในระบบเกษตรอินทรีย์. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 25*(1), 107-138. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jss/article/view/171551

ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี. (2554). *มโนทัศน์การดำรงชีพ.* คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปีเตอร์ เอฟ เบลล์. (2533). รัฐไทย พัฒนาการของระบบทุนนิยม กับชนบทในประเทศไทย. ใน อนัญญา ภุชงคกุล (บ.ก.), *รัฐกับหมู่บ้านในไทยศึกษา. รวมบทความในการสัมมนาไทย-ยุโรป ครั้งที่ 3* (น.75-111). สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พฤกษ์ เถาถวิล และ นิตยา บุญมาก (2554). การปรับเปลี่ยนการผลิตเข้าสู่สวนยางพาราของเกษตรกรใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: นโยบายรัฐ ตลาด และกลยุทธ์การผลิตของครัวเรือน.*วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, ฉบับพิเศษ, 121-170.

มณีมัย ทองอยู่. (2546). *การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจชาวนาอีสาน กรณีชาวนาลุ่มน้ำพอง*. สร้างสรรค์.

สว่าง มีแสง. (2554). การกลายเป็นแรงงานรับจ้างในหัตถกรรมอุตสาหกรรมในพื้นที่กึ่งเมืองกึ่งชนบท. ใน จามะรี เชียงทอง, วัฒนา สุกัณศีล, จิรวัฒน์ รักชาติ, สว่าง มีแสงและปรียาวัลย์ ใจปินตา (บ.ก.).*ชนบทไทย: เกษตรกรระดับกลางและแรงงานไร้ที่ดิน* (น. 141-182). ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรรถจักร สัตยานุรักษ์. (2559). *ลืมตาอ้าปาก จาก “ชาวนา” สู่ “ผู้ประกอบการ”*. สำนักพิมพ์มติชน.

อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2560). *ความเปลี่ยนแปลง “ชนบท” ในสังคมไทย: ประชาธิปไตยบนความเคลื่อนไหว*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

อานันท์ กาญจนพันธุ์ (2554). ชนบทอีสานปรับโครงสร้าง ชาวบ้านปรับอะไร.*วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี,* [ฉบับพิเศษ], 5-35.

Ingall, S., M. (Eds). (2018). *State of Land in the Mekong Region*. Bern Open Publishing (BOP). https://data.opendevelopmentmekong.net/dataset/ae8c4c52-d3e6-4029-89bd-a3623568e62d/resource/c820cb71-1ae7-4476-8422-4382d0aba903/download/mekong-state-of-land-discussion-draft-single-layout.pdf.

Kahan, D. (2012). *Entrepreneurship in farming*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. https://openknowledge.fao.org/.

Kearney, M. (1996). *Reconceptualizing the Peasantry: Anthropology in Global Perspective*, Westview Press.

Marsden, T., & Smith, E. (2005). Ecological Entrepreneurship: Sustainable Development in Local Communities Through Quality Food Production and Local Branding. *Geoforum*, *36*(4), 440–451. https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2004.07.008

Mills, M. B. (2001). *Thai Women in the Global Labor Force: Consuming Desires, Contested Selves.* Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.

Rigg, J. (2001). *More Than the Soil.* Pearson Education Limited.

Rigg, J. (2006). Land, Farming, Livelihoods, and Poverty: Rethinking The Links in The Rural South. *World Development*, *34*(1), 180–202. https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2005.07.015

Rigg, J., & Ritchie, M. (2002). Production, Consumption and Imagination in Rural Thailand. *Journal of Rural Studies*, *18*(4), 359–371. https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00012-8

Rigg, J., & Salamanca, A. (2009). Managing Risk and Vulnerability in Asia: A (Re)Study from Thailand, 1982–83 and 2008. *Asia Pacific Viewpoint*, *50*(3), 255–270. https://doi.org/10.1111/j.1467-8373.2009.01399.x

Rugchat, G. (2018). *Transformation to "Entrepreneur" of Lua Highlanders: A Case Study of Lua Ban Na Fon in Hot District, Chiang Mai Province.* [Unpublished Doctoral Dissertation], Chiangmai University.

Somkaun, N., Chamnanmak, R., Narongchai, W., & Suppatkul, P. (2019). The Transformation from Farmer to Entrepreneur in Khon Kaen Province, Thailand. *Journal of Mekong Societies*, *15*(3), 95-120. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/mekongjournal/article/view/209091

Somkaun, N., Chamnanmak, R., Narongchai, W., & Suppatkul, P. (2021). The Role of Stakeholders and Social Networks in Becoming Farmer-Entrepreneurs. *Journal of Mekong Societies, 17*(3), 121-147. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/mekongjournal/article/view/257156.

Taotawin, N. (2017). Rural-to-Urban Migrations and The Return Migrants Back Home: A Case Study Of Return Migrants from Ubon Ratchathani Province, Thailand. *Journal of Mekong Societies, 13*(1), 81-98. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/mekongjournal/article/view/84926

Watts, D. C. H., Ilbery, B., & Maye, D. (2005). Making Reconnections in Agro-Food Geography: Alternative Systems of Food Provision. *Progress in Human Geography*, *29*(1), 22–40. https://doi.org/10.1191/0309132505ph526oa