

นวัตกรรมการ

“เครือข่ายคุณค้ำข้าวคุณธรรม”



# นวัตกรรม “เครือข่ายคุณค่าข้าวคุณธรรม”



ข่าวคุณธรรม : นวัตกรรมด้านการตลาด

➤ เจาะใจของนวัตกรรม : ในปี 2549 กลุ่มชาวนาภายใต้มูลนิธิธรรมะร่วมใจ จ. ยโสธร ประสบปัญหาเรื่อง ราคาข้าวตกต่ำเหลือเพียงเกวียนละ 8,000 บาท โดยผลผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (IFOAM) และเคยขายได้มากกว่าเกวียนละ 1 หมื่นบาท ต่อเนื่องกันมาหลายปี ทั้งนี้เนื่องมาจากปริมาณการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ มีมากกว่าปริมาณความต้องการซื้อ ดังนั้นเมื่อได้ปรึกษาขอคำแนะนำจากนักวิจัยของสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ ที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จึงมีแนวคิดที่จะใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดเรื่อง “การสร้างแบรนด์สินค้า” เพื่อให้ผลผลิตของพวกเรามีความแตกต่างในสายตาของผู้บริโภค จึงเป็นที่มาของ “ข่าวคุณธรรม”

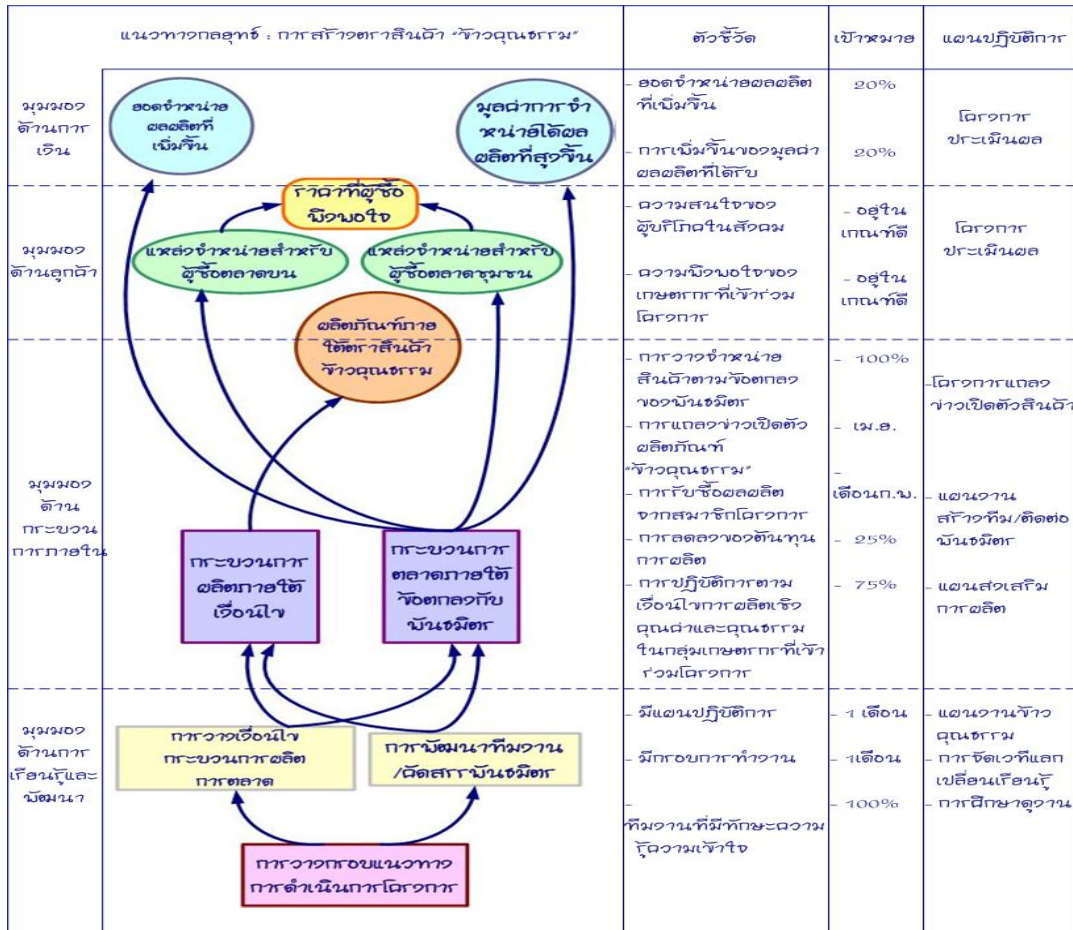
➤ วัตถุประสงค์ของนวัตกรรม : ข้อสรุปจากเวทีระดมความคิดของกลุ่มชาวนา จำนวน 108 คน ที่ต้องการร่วมมือกันแก้ปัญหาราคาสลลิตตกต่ำ บนหลักการพึ่งพาและร่วมมือกันนั้น ได้ข้อสรุปที่จะสร้าง “แบรนด์ข้าวคุณธรรม” ให้เป็นที่เชื่อมั่นไว้วางใจจากผู้บริโภคว่าเป็น ข้าวหอมมะลิอินทรีย์อย่างแท้จริง โดยการกำหนดเงื่อนไขการผลิตของกลุ่มชาวนา ภายใต้กระบวนการรับรองคุณภาพ “ข่าวคุณธรรม” ทั้ง 2 มาตรฐาน คือ การรับรองคุณภาพเกษตรอินทรีย์ (IFOAM) และ การรับรองคุณภาพข้าวคุณธรรม ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดให้ชาวนาผู้ผลิตต้องถือศีลและลดบาปหมู่ 3 ประการ ได้แก่ “ไม่ดื่มเหล้า ไม่สูบบุหรี่ ไม่เล่นการพนัน”

การสร้างแบรนด์ข้าวคุณธรรมจึงมุ่งไปที่การสนิททำสังขของกลุ่มชาวนาผู้ผลิต ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ เพื่อที่จะออกแบบระบบการผลิตและการตลาดของ “ข่าวคุณธรรม” เพื่อทางเลือกใหม่ของชาวนาในการแก้ปัญหาราคาสลลิตตกต่ำ บนหลักการพึ่งพาและร่วมมือกัน โดยกำหนดเป้าหมายร่วมในการเพิ่มราคาจำหน่ายให้สูงขึ้น เพิ่มโอกาสทางเลือกในการจำหน่ายผลผลิต และการสร้างแบรนด์สินค้าให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นไว้วางใจและหันมาอุดหนุน

➤ การออกแบบนวัตกรรม : เป็นไปภายใต้กระบวนการจัดทำแผนกึ่งกลยุทธ์ ภายใต้การมีส่วนร่วมของกลุ่มชาวนา จำนวน 108 คน โดยมีทีมที่ปรึกษาให้คำแนะนำ และใช้ชุดความรู้ “การสร้าง แบรนด์” “การจัดการห่วงโซ่คุณค่าอย่างบูรณาการ” “การเชื่อมโยงเครือข่ายคุณค่า” โดยกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรม “เครือข่ายคุณค่าข้าวคุณธรรม” ได้ดำเนินการภายใต้กระบวนการในแผนกึ่งกลยุทธ์ (รูปที่ 2) ซึ่งประกอบด้วย

- การเรียนรู้และพัฒนา และการวางกรอบแนวทางการดำเนินงาน การวางเงื่อนไขกระบวนการผลิตและการตลาด การพัฒนาทีมงานและคัดสรรพันธมิตร
- แสวงส่งเสริมการผลิตภายใต้เงื่อนไข
- แสวงงานการตลาด ภายใต้ข้อตกลงกับพันธมิตร เพื่อนำผลผลิตข้าวคุณธรรม จำหน่ายแก่ผู้บริโภค และโครงการทดลองข้าวเปิดตัว “แบรนด์ข้าวคุณธรรม”

- โครงการติดตามประเมินผล เพื่อสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภค และความพึงพอใจของชาวณา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของโครงการข้าวคุณธรรม และการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานเชิงเศรษฐกิจ



รูปที่ 2 แผนกลยุทธ์การดำเนินโครงการ "เครือข่ายคุณค้ำข้าวคุณธรรม"

➢ การดำเนินการโครงการนวัตกรรม : เป็นไปภายใต้กรอบทิศทางเชิงกลยุทธ์ "เครือข่ายคุณค้ำข้าวคุณธรรม" ที่ได้ออกแบบไว้ และดำเนินการในรูปแบบของโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ภายใต้การส่งเสริมของสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา การดำเนินการโครงการนวัตกรรม "เครือข่ายคุณค้ำข้าวคุณธรรม" ประกอบด้วย การดำเนินการที่สำคัญ 5 ประการ ที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายร่วม (วัตถุประสงค์ของนวัตกรรม) ดังนี้





### รูปที่ 3 การดำเนินการโครงการนวัตกรรม “เครือข่ายคุณค้ำข้าวคุณธรรม”

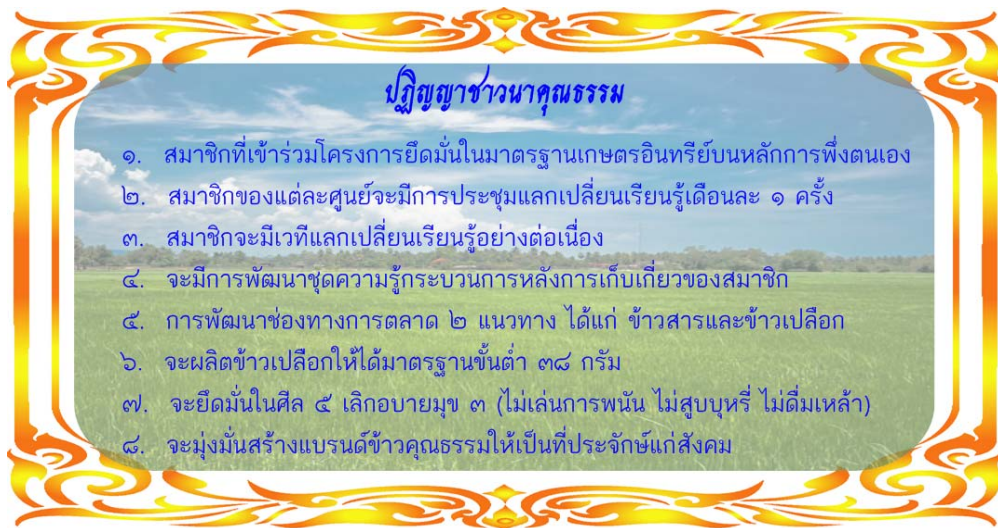
- การผลิตตามเงื่อนไข “ข้าวคุณธรรม” ของกลุ่มชานา ภายใต้เครือข่ายมูลนิธิธรรมะร่วมใจ ที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการ
- การสนับสนุนการสร้างแบรนด์ข้าวคุณธรรม และการวางกรอบแนวทางการดำเนินงานของระบบเครือข่ายคุณค้ำข้าวคุณธรรม โดยภาคีนักวิจัยของสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์
- การมีส่วนร่วมพัฒนาระบบเครือข่ายคุณค้ำข้าวคุณธรรม ที่ได้ออกแบบไว้ตามกรอบการดำเนินการ
- การจัดทำหน่วย “ข้าวคุณธรรม” และการสร้าง Trust แก่ผู้บริโภค โดยภาคีผู้ประกอบการ
- ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นไว้วางใจในแบรนด์ข้าวคุณธรรม และให้การอุดหนุน

#### 4.1) ผลลัพธ์ที่เกิดจากการสร้างสรรค์นวัตกรรม

##### 4.1.1) ปฏิญญาชานาคุณธรรม

การประเมินผลการดำเนินการนวัตกรรมในปีแรก ชานาที่เข้าร่วมโครงการและผ่านการประเมินมาตรฐานคุณภาพ “ข้าวคุณธรรม” สามารถจำหน่ายข้าวได้เกวียนละ 10,500 บาท สูงกว่าราคาตลาด 25% ชานามีทางเลือกช่องทางทางการตลาดในการจำหน่ายมากขึ้น และการติดตาม แบรนด์ ชี้ให้เห็นว่า ผู้บริโภคเห็นคุณค่าในแบรนด์ข้าวคุณธรรมว่าเป็นผลผลิตของชานาที่มุ่งมั่นตั้งใจในการผลิตข้าวอินทรีย์ ตามเงื่อนไข “ข้าวคุณธรรม”

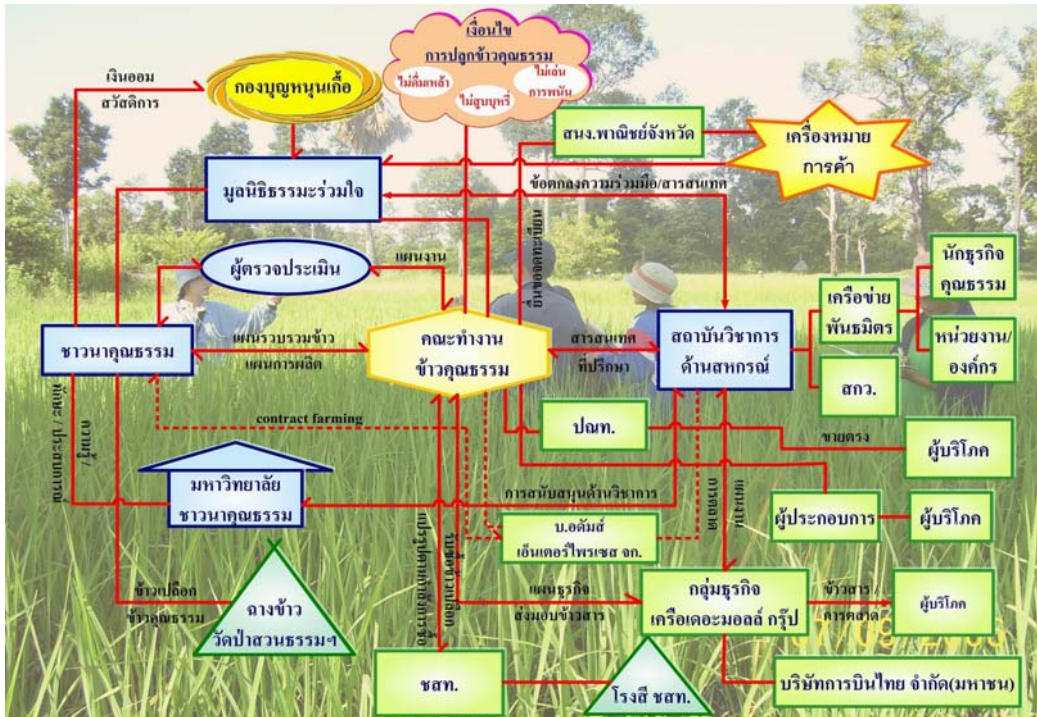
ผลจากเวทีถอดบทเรียนในปีแรกจึงทำให้กลุ่มชาวนาข้าวคุณธรรม หาท่างลดข้อจำกัด และเพิ่มจุดแข็งในการพัฒนา “ระบบเครือข่ายคุณค้ำข้าวคุณธรรม” ด้วยการกำหนด “ปฏิญญาชาวนาคุณธรรม” เพื่อนำไปเป็นเงื่อนไขในการปฏิบัติ เพื่อลดข้อจำกัดและยกระดับคุณภาพผลผลิต ตลอดจนสร้างแรงบันดาลใจให้สมาชิกเครือข่ายในการปฏิบัติตนให้เป็นที่ประจักษ์แก่คนในสังคม ดังรายละเอียด รูปที่ 4



รูปที่ 4 รายละเอียดข้อกำหนด ปฏิญญาชาวนาคุณธรรม

#### 4.1.2) เครือข่ายคุณค้ำข้าวคุณธรรม

ผลการดำเนินการโครงการดังกล่าวได้ก่อเกิดเป็น ระบบเครือข่ายคุณค้ำข้าวคุณธรรม ที่ทำให้เห็นวงสัมพันธ์ของภาคีพันธมิตร ภายใต้ชื่ออุปทานของข้าวคุณธรรม ดังรูปที่ 5



รูปที่ 5 เครือข่ายคุณค่าข้าวคุณธรรม

➢ การขยายผลเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ : การดำเนินโครงการเครือข่ายคุณค่าข้าวคุณธรรม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา จนถึงปัจจุบัน ได้พิสูจน์ให้เห็นถึงผลกระทบที่ได้จากการสร้างสรรค์นวัตกรรม “เครือข่ายคุณค่าข้าวคุณธรรม” ซึ่งมีทั้งผลกระทบด้านเศรษฐกิจ และสังคม

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ : ชาวนาสามารถจำหน่ายข้าวคุณธรรม (ข้าวเปลือก) ได้ในราคาสูงกว่าตลาด ปัจจุบัน ปี พ.ศ. 2555 ขายได้ราคาเกวียนละ 25,000 บาท เนื่องจากได้พัฒนาระบบโรงสีดาวกระจายเพื่อแปรรูปเป็นข้าวสารจำหน่าย ภายใต้แบรนด์ข้าวคุณธรรม ร่วมกับภาคีพันธมิตรต่างๆ นอกจากนั้น ยังได้ร่วมมือกันจัดตั้งกองทุนสวัสดิการ เพื่อจัดหาปัจจัยการผลิตร่วมกัน จึงสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ ปัจจุบันปี พ.ศ. 2555 ต้นทุนการผลิตเฉลี่ยเกวียนละ 6,000 บาท นอกจากนั้นยังได้จัดตั้งและดำเนินงาน ธนาคารเมล็ดพันธุ์ (ธนาคารอาหาร) เพื่อรวบรวมพันธุ์ข้าวพื้นเมือง และเก็บรักษาเมล็ดพันธุ์ข้าวปลูกด้วย

ผลกระทบด้านสังคม : ก่อเกิดเป็น “สังคมเรียนรู้” ในกลุ่มชาวนาคุณธรรม ซึ่งปัจจุบันมี 128 คน ซึ่งชาวนาเหล่านี้ได้ร่วมมือกันจัดตั้งและดำเนินการ ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิต เพื่อการเผยแพร่ความรู้ วิถีชาวนาคุณธรรม แก่ผู้สนใจ มีจำนวนทั้งสิ้น 16 ศูนย์ และล่าสุดในปี พ.ศ. 2556 ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ในการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิต “ข้าวคุณธรรม” เพื่อเผยแพร่นวัตกรรม “วิถีชาวนาคุณธรรม” ซึ่งเป็นตัวแบบของชาวนาที่มีวิถีชีวิตและวิถีการประกอบอาชีพที่เป็นแบบฉบับที่ดี



# นวัตกรรม “เครือข่ายคุณค่าข้าวคุณธรรม”

