

ถอดรหัสความสำเร็จจากความตั้งใจ

“อะโวคาโดปากช่อง”

สู่สินค้าเกษตรมูลค่าสูง

ณัฐกร เอกสมัย
Grande Farm

ท่ามกลางกระแสการพัฒนาสินค้าเกษตรมูลค่าสูง ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญ ที่เกษตรกรไทยต่างมุ่งไปให้ถึง Agri-Inspire ฉบับนี้จึงขอพาทุกท่าน ถอดรหัสความสำเร็จของ **คุณณัฐกร เอกสมัย** แห่ง Grande Farm **ประธานกลุ่มแปลงใหญ่อะโวคาโดปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา** ผู้ยกระดับการทำเกษตรและผลักดัน “อะโวคาโดปากช่อง” ให้โดดเด่นทั้งด้านคุณภาพและมูลค่า ด้วยการจัดการและความมุ่งมั่นตั้งใจ



จากพืชเดิม สู่การหาโอกาสใหม่

ก่อนที่อะโวคาโดจะเข้ามามีบทบาท บริเวณพื้นที่อำเภอปากช่องปลูกน้อยหน้าและพืชสวนอื่นเป็นหลัก แม้จะสร้างรายได้ แต่ก็เผชิญข้อจำกัดทั้งเรื่องโรคพืช อายุการเก็บรักษาที่สั้น และความยากในการขยายตลาด โดยเฉพาะในยุคที่ช่องทางออนไลน์เริ่มมีบทบาทมากขึ้น

การมองหาพืชทางเลือกจึงไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่สิ่งที่แตกต่างคือ “กรอบความคิด” ที่เปลี่ยนไป คุณณัฐกรไม่ได้มองเพียงว่าปลูกอะไรดี แต่ตั้งคำถามว่า อะไรคือพืชที่มีอนาคต และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค “อะโวคาโด” จึงกลายเป็นคำตอบ ในจังหวะที่กระแสสุขภาพเริ่มเติบโต

“แรกเริ่มผมปลูกน้อยหน้า ซึ่งเจอปัญหาหนักครับ มีทั้งเรื่องโรค อย่างโรคใบหงิก อายุหลังการเก็บเกี่ยว มันก็สั้นมากหาตลาดยาก โดยเฉพาะเราขายเอง มันขายออนไลน์ไม่ได้ ใส่กล่องก็ไม่ได้ อีกอย่างคือมีปัญหาเรื่องโรคที่ยังหาทางแก้ไม่ได้ ทำให้เราต้องเริ่มมองหาพืชตัวใหม่ ที่มันไปได้ในระยะยาว

ตอนนั้นเริ่มมีคนปลูกอะโวคาโด ก็เลยหาความรู้เกี่ยวกับไม้ผลตัวนี้ แล้วลองปลูกครับ ตอนนั้นตลาดยังไม่ชัด คนไทยก็ยังไม่ค่อยรู้จัก กินไม่เป็น ขายก็ยาก แต่พอมองภาพรวม มันเป็นไม้ผลที่มีอนาคต โดยเฉพาะกระแสสุขภาพที่กำลังมา ซึ่งจริง ๆ อะโวคาโดปลูกในปากช่องมานานแล้วครับ แต่ในอดีตที่ผ่านมาไม่มีตลาด ไม่มีความรู้ แล้วก็ไม่มีการรวมกัน มันเลยไม่ถูกพัฒนา พอช่วงหลังที่กระแสเริ่มมา บวกกับมีการศึกษาที่จริงจังมากขึ้น ทำให้เริ่มกลับมา แล้วก็พัฒนาจนกลายเป็นพืชทางเลือกที่มีศักยภาพในช่วง 6 - 7 ปีที่ผ่านมาครับ”



ค้นพบความต่าง ถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่นสู่จุดขาย

จุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้อะโวคาโดปากช่องเป็นที่นิยมคือการค้นพบว่า “ของเราดีและต่างอย่างมีเหตุผล”

จากการสังเกตและทดลองอย่างต่อเนื่อง คุณณัฐกร พบว่าอะโวคาโดในพื้นที่ปากช่อง มีลักษณะเฉพาะ คือ เนื้อแห้งเหนียว มัน และมีกลิ่นหอม ซึ่งต่างจากหลายแหล่งผลิต

“ผมมองว่าความต่างของอะโวคาโดปากช่อง ไม่ได้อยู่ที่รสชาติอย่างเดียวครับ แต่มาจากพื้นที่ด้วย ทั้งดินที่ระบายน้ำได้ดี สภาพอากาศ และองค์ประกอบของดินที่ค่อนข้างเฉพาะตัว พอเราดูแลจัดการให้เหมาะสม ผลผลิตก็จะมีเนื้อสัมผัส ความมัน และรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของเรา”

ความแตกต่างของรสชาติ ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงเพราะลักษณะของพื้นที่เท่านั้น แต่ยังมาจากความละเอียดละไมในการดูแลทุกขั้นตอนร่วมด้วย ซึ่งกลายเป็นจุดแข็งที่ทรงพลังในการสร้างแบรนด์และเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิต

“ส่วนนี่ก็เป็นจุดขายหนึ่ง ที่เพิ่มมูลค่าให้กับอะโวคาโดของเราด้วยครับ ทำให้ผู้บริโภคได้เห็นถึงความตั้งใจและใส่ใจในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ปลูกยันเก็บเกี่ยว สิ่งสำคัญคือเราต้องรักษาคุณภาพให้ได้จริง ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เพราะสุดท้ายคนที่ตอบเราคือผู้บริโภค ถ้าเขากินแล้วรู้สึกว่ามี เขาจะกลับมาซื้อซ้ำ แล้วมันก็ทำให้เราสามารถเพิ่มมูลค่าได้จริงครับ”



แปลงใหญ่: กลไกสู่การเติบโตไปด้วยกัน

การรวมกลุ่มแปลงใหญ่อะโวคาโดปากช่อง คือกลไกสำคัญ ที่ทำให้อะโวคาโดปากช่องเป็นที่รู้จัก จากเดิมที่เกษตรกรต่างคนต่างทำ ขาดการแลกเปลี่ยนข้อมูล และเผชิญปัญหาการตลาดอย่างโดดเดี่ยว ปัจจุบันกลุ่มมีสมาชิกเพิ่มจาก 31 ราย เป็น 64 ราย และยังคงขยายตัวต่อเนื่องเป็น “พลังรวม” ในการขับเคลื่อนทั้งระบบ

ในมุมมองของผู้นำกลุ่ม ที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนภาพรวม “การรวมตัว” จึงไม่ใช่แค่การเพิ่มจำนวนคน แต่เป็นการสร้างระบบและทิศทางร่วมของทั้งเครือข่าย

“เรารวมกลุ่มกัน โดยมีสำนักงานเกษตรอำเภอเข้ามาช่วยสนับสนุน จนเกิดเป็นแปลงใหญ่ที่ไม่ได้แค่รวมคน เรารวมทั้งข้อมูล ความรู้ และการกำหนดทิศทางร่วมกัน โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น การตรวจเปอร์เซ็นต์ไขมันและเนื้อแห้ง เพื่อยกระดับมาตรฐานผลผลิตให้แม่นยำ และตอบโจทย์ตลาดมูลค่าสูง

จากเดิม ที่เกษตรกรทำลำพังอาจขาดองค์ความรู้ และทิศทางที่ชัดเจน แต่เมื่อเกษตรกร นักวิชาการ และภาครัฐทำงานร่วมกัน ก็เหมือนขาตั้งสามขาที่ต้องพ่วงกันไป

ขณะเดียวกัน เราให้ความสำคัญกับการตลาด โดยร่วมมือกับภาคเอกชนมากขึ้น มีการจัดงานเทศกาลอะโวคาโดปากช่องที่ไม่ใช่เป็นเพียงพื้นที่ขายสินค้า แต่เป็นเวทีที่ทำให้ผู้บริโภคได้รู้จักคุณภาพ ได้ชิมได้เข้าใจเรื่องราวของผลผลิต

ทำให้การตลาดของเราไม่ใช่แค่รอคนมาซื้อ แต่เป็นการ ‘สร้างโอกาส’ และ ‘สร้างการรับรู้’ ให้แบรนด์ชุมชน ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าให้สินค้าเกษตรได้โดยตรง”



ด้านเกษตรกรผู้ปฏิบัติงานจริงอย่าง **นายปुरुเชษฐ์ มาลัย** กรรมการฝ่ายทะเบียน กลุ่มแปลงใหญ่อะโวคาโดปากช่อง มองว่าการมีเครือข่ายสนับสนุน ทำให้การทำเกษตรไม่ใช่ การลองผิดลองถูกเพียงลำพังอีกต่อไป แต่เป็นการเดินไป ข้างหน้าพร้อมข้อมูลและการช่วยเหลือที่ชัดเจน

“เมื่อก่อนเกษตรกรต่างคนต่างทำ พอมีปัญหา ก็แก้กันเอง ข้อมูลมันไม่ถูกแชร์ ทำให้บางเรื่องคนอื่น อาจเคยเจอและแก้ได้แล้ว แต่เราไม่รู้ ส่วนเวลาเราขาย ก็มักจะเจอปัญหา ถูกกดราคา ไม่มีอำนาจต่อรอง พอมารวมกันเป็นแปลงใหญ่ ทำให้เราได้แชร์ข้อมูล เห็นภาพรวมของการผลิต และช่วยกันแก้ปัญหาได้ ตรงจุดมากขึ้น ที่สำคัญคือทำให้เรามีทิศทางเดียวกัน ทั้งกลุ่มและค่อย ๆ พัฒนามาจนถึงจุดนี้ครับ”



อีกมิติหนึ่งของความสำเร็จจากการรวมกลุ่ม คือการมี นักวิชาการเข้ามาช่วย “ทำให้ความหลากหลายกลายเป็น ความชัดเจน” โดย **อาจารย์เรืองศักดิ์ กมขุนทด** ที่ปรึกษา **กลุ่มแปลงใหญ่อะโวคาโดปากช่อง** ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญ ในการช่วยให้เกษตรกรตัดสินใจบนฐานความรู้ที่แม่นยำ ลดความเสี่ยง และยกระดับการผลิต ให้ตอบโจทย์ตลาด มูลค่าสูงได้อย่างเป็นรูปธรรม

“ในฐานะนักปรับปรุงพันธุ์ พบว่าหลายพื้นที่ปลูก อะโวคาโดจากเมล็ด ซึ่งทำให้เกิดการกลายพันธุ์เกือบ 100% แต่ละสวนจึงมีพันธุ์แตกต่างกันมาก จนเกษตรกร รายใหม่ ไม่รู้จะเลือกปลูกพันธุ์ไหน เกิดความเสี่ยงทั้งด้าน คุณภาพและตลาด



ผมก็เข้ามาช่วยดูเรื่องการคัดเลือกพันธุ์ที่ดีที่สุด จาก ความหลากหลายนั้น ด้วยหลักวิชาการและข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้ได้พันธุ์ที่มีคุณภาพใกล้เคียงหรือดีกว่าพันธุ์การค้า ระดับโลก เช่น แฮส หรือ บูธ 7 แล้วส่งต่อข้อมูลที่ชัดเจน ให้เกษตรกรใช้ตัดสินใจ เมื่อมีข้อมูลที่แม่นยำ เกษตรกร ก็ลดความเสี่ยงจากการลองผิดลองถูก วางแผนการผลิต ได้ตรงกับตลาดครับ”

เมื่อข้อมูลกลายเป็น เครื่องมือสำคัญของเกษตรกร

หนึ่งในหัวใจสำคัญ ของการยกระดับสินค้าเกษตร มูลค่าสูงคือการเปลี่ยนจาก “การทำตามประสบการณ์” ไปสู่ “การตัดสินใจบนฐานข้อมูล”

สำหรับกลุ่มแปลงใหญ่อะโวคาโดปากช่อง ข้อมูลไม่ใช่ เพียงตัวเลขสำหรับการรายงาน แต่คือเครื่องมือสำคัญในการ วางแผนและยกระดับการผลิต ตั้งแต่การตรวจวิเคราะห์ดิน การติดตามสภาพอากาศ ไปจนถึงการประเมินคุณภาพ ผลผลิต คุณณัฐกร เล่าถึงการนำข้อมูลมาใช้จริงในแปลงว่า





“ทุกวันนี้เราขับเคลื่อนด้วยข้อมูลครับ สมาชิกทุกคนต้องตรวจดินทุกปี แล้วส่งข้อมูลกลับมาให้กลุ่ม เราจะเห็นเลยว่าแต่ละแปลงมีปัญหาอะไร บางพื้นที่ ค่า pH ไม่เหมาะสม บางพื้นที่ธาตุอาหารขาด เราก็แนะนำให้ใส่ปุ๋ยตรงจุด ทำให้เขาไม่สิ้นเปลือง รวมถึงการอัปเดตข้อมูลสภาพอากาศ เพื่อแจ้งเตือนสมาชิกให้ปรับการดูแลสวนให้เหมาะสม

พอเรามีข้อมูล เราจะรู้เลยว่าปัญหาคืออะไร แล้วแก้ไขได้ตรงจุด ทั้งเรื่องโรค แมลง หรือคุณภาพผิวผลผลิต

อีกอย่างคือการเพิ่มผลผลิตจากต้นเดิม เช่น การตัดแต่งผลไม้มาก่อนให้ต้นแบกภาระเกินไป การห่อผลเพื่อลดแมลง ทำให้ได้ผลผลิตเกรดเอมากขึ้น ทั้งหมดนี้มันเกิดจากการเอาข้อมูลมาวิเคราะห์แล้วปรับใช้จริงครับ”

สิ่งที่เกิดขึ้นคือ เกษตรกรสามารถลดต้นทุนได้อย่างมีนัยสำคัญ ขณะเดียวกัน คุณภาพผลผลิตก็สูงขึ้นอย่างชัดเจน สัดส่วนของผลผลิตเกรดพรีเมียมก็เพิ่มตามไปด้วย

ความสำเร็จ ที่ออกแบบและส่งต่อได้

ก่อนจะก้าวไปสู่การเป็นสินค้าเกษตรมูลค่าสูง ไม่ได้มีเพียงเทคนิคการผลิตหรือโอกาสทางการตลาดเท่านั้น แต่ยังรวมถึง “วิธีคิด” และ “มุมมอง” ของคนทำเกษตร ที่ต้องมองลึกกว่าการปลูกเพื่อขาย สู่การสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืน ในมุมมองของคุณณัฐกร ได้ถ่ายทอดประสบการณ์และแนวคิดจากการลงมือทำจริง ที่ไม่เพียงเป็นบทเรียน แต่ยังเป็นคำแนะนำสำคัญสำหรับเกษตรกรที่อยากเริ่มต้นเส้นทางนี้ว่า

“ถ้าอยากเริ่มทำเกษตรมูลค่าสูง สิ่งแรกคือคุณต้องรู้จักสิ่งที่ตัวเองทำให้ลึกจริง ๆ ค้นหาให้ได้ทั้งคุณภาพและปริมาณ เพราะของดีอย่างเดียวไม่พอ ถ้าไม่มีปริมาณก็ไปตลาดไม่ได้ เมื่อถึงจุดหนึ่ง การรวมกลุ่มคือคำตอบที่จะทำให้เติบโตได้จริง

จากนั้นต้อง ‘เล่าเรื่องให้เป็น’ เอาข้อดีที่เราจะไปสื่อสารอย่างจริงจัง ให้ผู้บริโภคเข้าใจและเชื่อมั่น เพราะในตลาดที่มีของคล้ายกันมาก คนที่สื่อสารได้ชัดจะโดดเด่นกว่าเสมอและที่สำคัญที่สุดคือ ต้องรักษาคุณภาพให้ได้อย่างสม่ำเสมอ

และสุดท้าย อย่าลืมถามตัวเองว่าเรารักสิ่งนี้มากพอหรือไม่ เพราะเส้นทางนี้มีอุปสรรคเสมอ และการจะขายของในราคาที่สูงได้อย่างยั่งยืน มันต้องมีเหตุผล มีคุณค่า และทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำให้ได้ นั่นถึงจะเรียกว่า ‘มูลค่าสูง’ อย่างแท้จริง”

เรื่องราวของอะโวคาโดปากช่อง ไม่ได้เป็นเพียงตัวอย่างของการปลูกพืชให้ประสบความสำเร็จ แต่คือภาพสะท้อนของการ “ออกแบบระบบเกษตรใหม่” จากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตั้งแต่เปลี่ยน Mindset สู่การใช้ข้อมูลเพิ่ม Productivity ต่อยอดด้วยการสร้างมูลค่าและแบรนด์ พร้อมขับเคลื่อนด้วยกลไกของเครือข่าย สิ่งเหล่านี้ประกอบร่างกันจนทำให้ผลไม่ธรรมดา กลายเป็นแบรนด์ที่มีชีวิตและทรงคุณค่า สะท้อนให้เห็นว่าเกษตรกรไทย สามารถเป็นผู้กำหนดอนาคต สร้างความแข็งแกร่ง และยกระดับคุณภาพชีวิตของตนเองได้อย่างภาคภูมิใจและยั่งยืน