

การบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำ
เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต

โดย

นายกฤษณ์ สารสิน
รองประธานกรรมการ
หอการค้าไทย

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๕๗
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๕๗ – ๒๕๕๘

บทคัดย่อ

เรื่อง การบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

ผู้วิจัย นายกลิ่นท์ สารสิน หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๕๗

ภาคเกษตรกรรม ถือเป็นส่วนสำคัญของโครงสร้างระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย และเป็นภาคที่มีความท้าทาย ตั้งแต่การผลิตที่ต้นน้ำจนถึงการบริโภคที่ปลายน้ำ โดยการวิจัยนี้ ทำการศึกษา พี่ชผักสวนครัว ซึ่งถือเป็นผลผลิตภาคเกษตรกรรมที่มีอายุสั้นและเสียหายง่าย อีกทั้งยังมีห่วงโซ่อุปทานที่ซับซ้อน ดังนั้น การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของผลิตผลทางการเกษตรเป็นอย่างมาก

แนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่า เป็นแนวคิดในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างครบวงจร ตั้งแต่การผลิตที่ต้นน้ำจนถึงผู้บริโภคที่ปลายน้ำ ที่สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าผลผลิตให้กับเกษตรกรได้เป็นอย่างดี ทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนมากให้ความสนใจในการดำเนินการตามแนวคิดดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ความท้าทายของการดำเนินงานในรูปแบบการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต อยู่ที่การขยายผลไปยังพื้นที่อื่นๆ เนื่องจากเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ย่อมมีข้อจำกัดในรูปแบบการบริหารงานที่แตกต่างกัน

หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยในฐานะองค์กรที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยเน้นการยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ได้ศึกษาและสรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จของแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่า รวมทั้งเสนอแนะแนวทางเชื่อมโยงและเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายความร่วมมือด้านการตลาด เพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติให้กับเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับพื้นที่ของตนเอง โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จประกอบด้วย การดำเนินงานที่ตอบสนองความต้องการของตลาด มีมาตรฐาน คุณภาพ และความปลอดภัย มีการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน สถานที่เพาะปลูกควรอยู่ใกล้ตลาด เลือกรถเข็นทางการตลาดให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินการ และปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้เหมาะสมกับพื้นที่ และนอกจากนี้ การจัดทำวิธีการดำเนินงานให้เป็นมาตรฐาน (Standardize) สำหรับการขยายผล ก็มีความสำคัญ โดยเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานต้องมีความเข้าใจและเห็นด้วย (Buy-in) กับการดำเนินงานตามมาตรฐาน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

คำนำ

ภาคเกษตรกรรม ถือเป็นส่วนสำคัญของโครงสร้างระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย และเป็นภาคที่มีความท้าทายตั้งแต่การผลิตที่ต้นน้ำจนถึงการบริโภคที่ปลายน้ำ ตัวอย่างเช่น การผลิตยังขาดการควบคุมการผลิตอย่างมีมาตรฐาน การนำเทคโนโลยีและการบริหารจัดการเข้ามาเสริม โดยเฉพาะในเกษตรกรรายย่อย การจัดทำนายผลผลิตยังต้องกระจายผลผลิตผ่านตลาดกลาง ปัญหาราคาผลิตผลที่มีความผันผวนไม่แน่นอนและผลผลิตล้นตลาด ด้านมาตรฐานและความปลอดภัยของผลิตผลทางการเกษตรที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นและสามารถตรวจสอบได้

พืชผักสวนครัว ถือเป็นผลผลิตภาคเกษตรกรรมที่มีอายุสั้นและเสียหายง่าย อีกทั้งยังมีห่วงโซ่อุปทานที่ซับซ้อน เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนมากเป็นรายย่อย และมีผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานเป็นจำนวนมาก การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพถือว่ามีมีความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบใช้การตลาดนำซึ่งเป็นทางเลือกในการบริหารจัดการรูปแบบใหม่ที่มีประโยชน์และมีความสำคัญต่อการเพิ่มมูลค่าผลิตผลและยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตรกรรมของไทย

การขยายผลแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจร โดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตผล ให้สามารถนำไปปฏิบัติอย่างแพร่หลาย จำเป็นต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจรูปแบบของการบริหารเกษตรครบวงจรอย่างถ่องแท้ รวมถึงการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจดังกล่าวให้กับเกษตรกร และการบริหารจัดการความร่วมมือกับผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทาน ดังนั้น การศึกษาและสรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จของแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรดังกล่าว สำหรับใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติให้กับเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น เพราะจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกร และเป็นประโยชน์ต่อภาคเกษตรกรรมของประเทศไทยในวงกว้าง

(กลินท์ สารสิน)

นักศึกษาวិทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๕๗

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภาพ	ช
บทที่ ๑ บทนำ	๑
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๒
ขอบเขตของการวิจัย	๒
วิธีดำเนินการวิจัย	๒
ข้อจำกัดของการวิจัย	๓
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	๓
คำจำกัดความ	๔
บทที่ ๒ ความท้าทายของภาคเกษตรกรรมไทย	๕
กระบวนการผลิตและการวางแผนการผลิต	๖
การจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร	๕
มาตรฐานและความปลอดภัยของผลิตผลทางการเกษตร	๑๓
การบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน	๑๖
สรุป	๑๕
บทที่ ๓ แนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต	๒๑
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารห่วงโซ่อุปทานแบบครบวงจรโดยใช้การตลาดนำ	๒๑

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
แนวคิดและรูปแบบการดำเนินการของผู้ประกอบการในภาคเกษตรกรรม ที่สอดคล้องกับแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต	๒๓
กรอบความคิดของการวิจัย	๓๘
สรุป	๓๙
บทที่ ๔ การบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำสู่การปฏิบัติ	๔๐
รูปแบบการดำเนินการตามแนวการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาด นำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต	๔๐
ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำ	๔๕
การเชื่อมโยงเครือข่ายและการขยายผล	๕๐
สรุป	๕๒
บทที่ ๕ สรุปและข้อเสนอแนะ	๕๓
สรุป	๕๓
ข้อเสนอแนะ	๕๕
บรรณานุกรม	๕๖
ประวัติย่อผู้วิจัย	๕๗

สารบัญตาราง

ตารางที่

๒-๑ เปรียบเทียบมาตรฐานการผลิตฝักรูปแบบต่างๆ

หน้า

๘

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า	
๒-๑	ห้วงโซ่อุปทานของพืชผักสวนครัว	๖
๒-๒	ความท้าทายในห้วงโซ่อุปทานกลุ่มสินค้าพืชผักสวนครัว	๗
๒-๓	ปริมาณการผลิตและพื้นที่เพาะปลูกผักของประเทศไทย	๗
๒-๔	ตัวอย่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์	๘
๒-๕	สัดส่วนการบริโภคผักผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย	๑๐
๒-๖	การเตรียมตัวเพื่อการส่งออก	๑๒
๒-๗	ขั้นตอนการขนส่งผักจากต้นทางถึงปลายทาง	๑๒
๒-๘	ตัวอย่างมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพในแต่ละกระบวนการ	๑๔
๒-๙	เครื่องหมายรับรอง Q	๑๕
๒-๑๐	ตราสัญลักษณ์ ThaiGAP	๑๖
๒-๑๑	การตรวจสอบย้อนกลับด้วย QR Code	๑๖
๓-๑	เปรียบเทียบ Production Push และ Demand Pull Supply Chain Management	๒๒
๓-๒	ตัวอย่างเกษตรกรรุ่นใหม่	๒๔
๓-๓	ตัวอย่างการดำเนินงานของตลาดศรีเมือง	๒๕
๓-๔	กระบวนการกระจายสินค้าเกษตรปลอดภัยของตลาดศรีเมือง	๒๖
๓-๕	การรับรองคุณภาพและความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่อุปทาน	๒๗
๓-๖	รูปแบบการผลักดันมาตรฐานสินค้าและความปลอดภัยผ่านตลาดกลาง	๒๘
๓-๗	รูปแบบการบริหารจัดการของมูลนิธิโครงการหลวง	๒๙
๓-๘	การวิจัยและพัฒนาปรับปรุงผลผลิตโดยมีนักวิจัยประจำพื้นที่	๓๐
๓-๙	การวางแผนผลิตและตลาดที่สอดคล้อง โดยจัดทำแผนรายปี รายเดือน รายสัปดาห์	๓๐
๓-๑๐	การจัดการก่อนและหลังการเก็บเกี่ยว	๓๑
๓-๑๑	การบรรจุสินค้าและระบบการตรวจสอบย้อนกลับ	๓๑
๓-๑๒	แนวคิดการตลาดนำการผลิต	๓๓
๓-๑๓	รูปแบบการดำเนินงานของสหกรณ์ฯ	๓๔

สารบัญแผนภาพ (ต่อ)

แผนภาพที่	หน้า
๓-๑๔ การผลิตผักปลอดภัยในโรงเรือนระบบปิด	๓๕
๓-๑๕ การปลูกผักในโรงเรือนด้วยวัสดุปลูก (Substrate Culture)	๓๕
๓-๑๖ ตัวอย่างรหัสโรงเรือนและรหัสสมาชิกของเกษตรกร	๓๕
๓-๑๗ ตัวอย่างการรับรองมาตรฐาน GAP และมาตรฐานรับรองแหล่งผลิต	๓๖
๓-๑๘ การวางแผนการปลูก	๓๖
๓-๑๙ การให้คำปรึกษากับเกษตรกร	๓๗
๓-๒๐ การตรวจสอบควบคุมแปลงการผลิต	๓๗
๓-๒๑ การอบรมเกษตรกร	๓๘
๓-๒๒ รูปแบบการบริหารเกษตรกรบวจร โดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต	๓๙
๔-๑ รูปแบบการบริหารเกษตรกรบวจร โดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต	๔๒
๔-๒ โรงเรือนระบบปิดของซิณวงศ์ฟาร์ม	๔๔
๔-๓ การปลูกต้นกล้าด้วยวัสดุปลูกของซิณวงศ์ฟาร์ม	๔๔
๔-๔ เครื่องหมายรับรอง Q บนบรรจุภัณฑ์ของซิณวงศ์ฟาร์ม	๔๕
๔-๕ ร้านสลัดน้ำ ของซิณวงศ์ฟาร์ม	๔๖
๔-๖ มุมจัดจำหน่ายผลผลิตการเกษตรภายในร้านสลัดน้ำของซิณวงศ์ฟาร์ม	๔๗
๔-๗ ผลผลิตจำแนกตามประเภทผักของซิณวงศ์ฟาร์ม	๔๗
๔-๘ ผักสลัดรวมตัดใบพร้อมรับประทานของสหกรณ์อ่างทอง	๔๘

บทที่ ๑

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาคเกษตรกรรม ถือเป็นส่วนสำคัญของโครงสร้างระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ในปี ๒๕๕๖ กำลังแรงงานของประเทศไทย อยู่ในภาคเกษตรกรรมถึงร้อยละ ๔๓ อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณท์มวลรวมในประเทศจากภาคเกษตรกรรม คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ ๘.๖ ของผลิตภัณท์มวลรวมในประเทศของประเทศไทย (ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ๒๕๕๗) อ้างถึงใน การปฏิรูปภาคการเกษตรมมมองหการค้าไทย, ๒๕๕๗)

ผลผลิตจากภาคเกษตรกรรมของไทยในปัจจุบัน ยังประสบปัญหาในหลายด้าน ตั้งแต่การผลิตที่ต้นน้ำจนถึงผู้บริโภคที่ปลายน้ำ ตัวอย่างเช่น ด้านการผลิตยังขาดการควบคุมการผลิตอย่างมีมาตรฐานโดยการนำเทคโนโลยีและการบริหารจัดการเข้ามาเสริม โดยเฉพาะในเกษตรกรรายย่อย ด้านการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรซึ่งยังต้องกระจายผลผลิตผ่านตลาดกลาง ด้านปัญหาราคาผลิตผลทางการเกษตรที่มีความผันผวนไม่แน่นอนและผลผลิตล้นตลาด ด้านมาตรฐานและความปลอดภัยของผลิตผลทางการเกษตรที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นและสามารถตรวจสอบได้

หการการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย มีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นการยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการ การนำแนวคิดด้านการบริหารเกษตรครบวงจร ซึ่งเป็นแนวคิดในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างครบวงจร ตั้งแต่การผลิตที่ต้นน้ำ จนถึงผู้บริโภคที่ปลายน้ำ โดยใช้การตลาดนำ มาประยุกต์ใช้ในภาคเกษตรกรรม จะสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตผลจากภาคเกษตรกรรม อันจะนำมาซึ่งการเพิ่มขึ้นของรายได้สำหรับเกษตรกร และช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมของประเทศไทย

การขยายผลแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจร โดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตผลสู่การปฏิบัติอย่างแพร่หลาย ให้ครอบคลุมเกษตรกรทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย เป็นสิ่งที่มีความท้าทายเป็นอย่างมาก เพราะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจถึงรูปแบบของการบริหารเกษตรครบวงจรอย่างถ่องแท้ ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจดังกล่าวให้กับเกษตรกร รวมถึงความสามารถในการบริหารจัดการความร่วมมือกับผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. ศึกษารูปแบบ และปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต สำหรับจัดทำเป็นแนวทางการปฏิบัติให้กับเกษตรกร และผู้ที่สนใจ สามารถนำแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงรดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒. ทดลองขยายผล แนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต ผู้การปฏิบัติในพื้นที่อื่น เพื่อทบทวนความเหมาะสมของรูปแบบ พิจารณาข้อบกพร่อง และปัญหาของแนวทางการปฏิบัติ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าแนวคิดดังกล่าวจะสามารถนำไปใช้ขยายผลได้จริงอย่างเหมาะสมในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน

๓. เสนอแนะแนวทางเชื่อมโยงและเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายความร่วมมือด้านการตลาด สำหรับการบริหารเกษตรครบวงจร

ขอบเขตของการวิจัย

ภาคเกษตรกรรมที่จะทำการศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำในการวิจัยครั้งนี้ คือภาคเกษตรกรรมในกลุ่มพืชผักสวนครัว โดยจะศึกษาจากรูปแบบการดำเนินการของสหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด ซึ่งประกอบด้วยเกษตรกรรายย่อย จำนวน ๒๒๕ ราย จากนั้นจึงศึกษาการทดลองขยายผลแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตดังกล่าว ผู้การปฏิบัติจริงในพื้นที่อื่นจำนวน ๑ แห่ง คือ จังหวัดนครศรีธรรมราช รวมทั้งเชื่อมโยงและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือด้านการตลาดสำหรับการบริหารเกษตรครบวงรดังกล่าวเพิ่มเติม โดยดำเนินการผ่านเครือข่ายของหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยเป็นหลัก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการศึกษา วิเคราะห์ เปรียบเทียบ รูปแบบการดำเนินงานภายใต้แนวคิด การบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตผ่านการค้นคว้า ศึกษาดูงาน การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทั้งที่ต้นแบบจังหวัดอ่างทองและพื้นที่อื่นๆ ที่ได้นำแนวคิดดังกล่าวไปขยายผล เพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบและปัจจัยแห่งความสำเร็จของการบริหารเกษตรครบวงรดังกล่าว

จากนั้นจะศึกษาการนำรูปแบบ การบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต ที่ได้ ไปทดลองปฏิบัติจริงในพื้นที่จังหวัดอื่น รวมทั้งเพิ่มเติมเชื่อมโยงและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือด้านการตลาด ผ่านหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เพื่อให้รูปแบบการดำเนินการตามแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำดังกล่าว มีความครบถ้วนสมบูรณ์และสามารถใช้ปฏิบัติได้จริง

สำหรับการขยายผล การบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต ไปยังพื้นที่อื่นๆ ในอนาคต จะดำเนินการด้วยวิธีการสื่อสารผ่านการอบรม สัมมนา รวมถึงจัดทำคู่มือการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต สำหรับเผยแพร่ให้กับเกษตรกร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

ข้อจำกัดของการวิจัย

การขยายผลแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตสู่การปฏิบัติจริง อาจยังไม่สามารถติดตามผลความสำเร็จได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ภายในระยะเวลาที่กำหนดทั้งหมด เนื่องจากผลิตผลทางการเกษตรต้องอาศัยเวลาในการเติบโตจากช่วงเพาะปลูกจนถึงเก็บเกี่ยว

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑. ผู้ประกอบการในภาคเกษตรกรรมของประเทศไทย รวมถึงผู้ที่สนใจ ได้มีรูปแบบและแนวทางการปฏิบัติ รวมทั้งมีความรู้ความเข้าใจถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต และสามารถนำแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำดังกล่าว ไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

๒. ช่วยบรรเทาปัญหาสำหรับผลิตผลจากภาคเกษตรกรรม เพิ่มศักยภาพด้านการผลิตและการตลาด รวมทั้งเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตผลจากภาคเกษตรกรรม อันจะนำมาซึ่งการเพิ่มขึ้นของรายได้สำหรับเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง ผ่านการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างครบวงจรและการคืนกำไรให้เกษตรกรผ่านสหกรณ์ รวมถึงขยายขีดความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกรรายย่อย ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมของประเทศไทย

๓. ขยายเพิ่มพื้นที่แปลงเกษตรตัวอย่าง ที่ดำเนินการภายใต้แนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต ช่วยเพิ่มโอกาสให้เกษตรกรและผู้ประกอบการที่สนใจ สามารถเข้าศึกษาเยี่ยมชมการดำเนินงาน

๔. เสริมสร้างความเข้มแข็ง สำหรับการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต จากการเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำ

คำจำกัดความ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หมายถึง มูลค่าเบื้องต้นของผลผลิตที่เกิดขึ้นภายในอาณาเขตของประเทศในรอบปีหนึ่ง โดยไม่สนใจว่าเจ้าของปัจจัยการผลิตจะเป็นคนไทยหรือไม่ ถ้ามาทำธุรกิจในอาณาเขตประเทศไทยแล้วจะถือเป็นผลิตภัณฑ์มวลรวมของไทยทั้งหมด (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, ๒๕๕๗)

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน หมายถึง การจัดการกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุปทานของสินค้าและบริการ ในลักษณะเชิงบูรณาการ โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม สนองตอบต่อความต้องการของตลาด ลดต้นทุนรวมของธุรกิจ และเพิ่มศักยภาพของการแข่งขัน โดยเกี่ยวข้องกับกระบวนการความร่วมมือทางธุรกิจ ตั้งแต่แหล่งของวัตถุดิบต้นน้ำ จนถึง การส่งมอบสินค้าและบริการ ปลายน้ำ (มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ๒๕๕๗)

บทที่ ๒

ความท้าทายของภาคเกษตรกรรมไทย

ภาคเกษตรกรรม ถือเป็นภาคที่มีความท้าทาย ตั้งแต่การผลิตที่ต้นน้ำ จนถึงการบริโภคที่ปลายน้ำ โดยเฉพาะผลผลิตจากภาคเกษตรกรรมนั้น มีลักษณะพิเศษคือมีอายุที่จำกัด ดังนั้น การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

ลักษณะเฉพาะของผลผลิตจากภาคเกษตรกรรม คือ

๑. เป็นสินค้าในกลุ่มที่เน่าเสียได้ง่าย มีวงจรชีวิตสั้น

๒. ปริมาณผลผลิตออกตามฤดูกาล

๓. สภาพดินฟ้าอากาศ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการผลิต

๔. หากผลิตผลมากเกินไปเกินความต้องการ จะเกิดภาวะสินค้าล้นตลาด ราคาสินค้าตกต่ำ

พืชผักสวนครัว ถือเป็นผลผลิตภาคเกษตรกรรมที่มีอายุสั้นและเสียหายง่าย อีกทั้งยังมีห่วงโซ่อุปทานที่ซับซ้อน เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนมากเป็นรายย่อย และมีผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เป็นจำนวนมาก ดังนั้น การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับภาคเกษตรกรรมในกลุ่มพืชผักสวนครัว จึงมีความน่าสนใจ และเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก

ห่วงโซ่อุปทานของพืชผักสวนครัว มีผู้เกี่ยวข้องมากมาย ตั้งแต่เกษตรกรผู้ผลิต ผู้แปรรูป ตัวกลางผู้รวบรวม ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกในรูปแบบต่างๆ เช่น ตลาดสด ซูเปอร์มาร์เก็ต รถเร่ ผู้ขนส่ง ไปจนถึงผู้บริโภค ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม ผู้บริโภคในครัวเรือน รวมไปถึงผู้ส่งออก ดังนั้น ขั้นตอนการกระจายสินค้าและการขนส่งพืชผักสวนครัว จึงมีความซับซ้อน ประกอบด้วยหลายขั้นตอน ดังที่แสดงในแผนภาพที่ ๒-๑

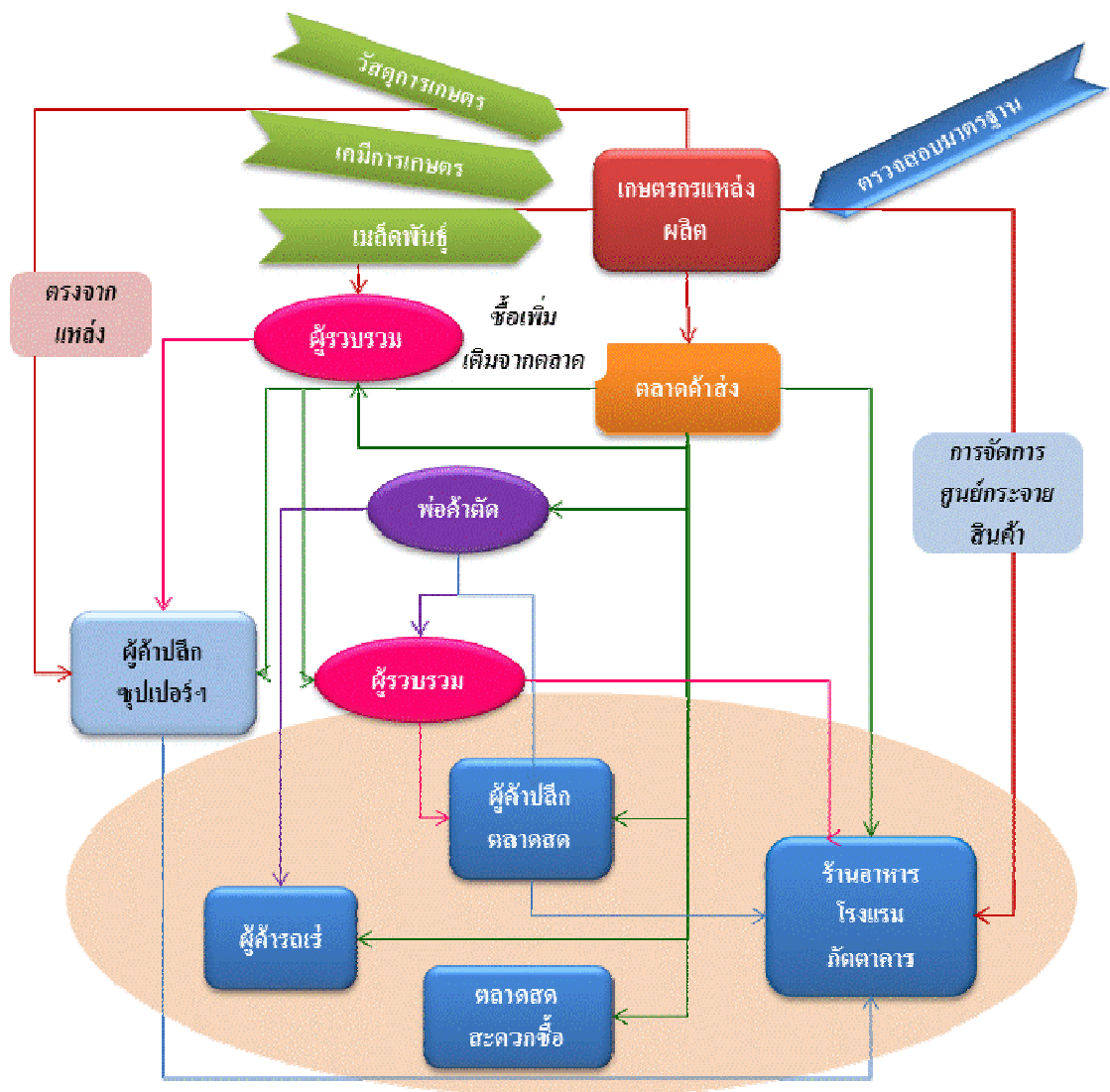
ทั้งนี้ หากวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของพืชผักสวนครัวในเชิงลึก จะพบว่ามีความท้าทายที่สำคัญในหลายประเด็น ดังที่แสดงในแผนภาพที่ ๒-๒ กล่าวคือ

ต้นน้ำ ผู้ผลิตเป็นเกษตรกรรายย่อย เน้นต้นทุนการผลิตที่ต่ำ ขาดมาตรฐานต่างๆ ในการควบคุมคุณภาพ รวมถึงขาดระบบการตรวจสอบคุณภาพสินค้า

กลางน้ำ ประกอบด้วยขั้นตอน ตั้งแต่รวบรวม แปรรูป บรรจุ ขนส่ง ซึ่งปัญหาหลักคือการจัดเก็บผลผลิตและการขนส่ง ที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ทำให้ผลผลิตเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง รวมถึงค่าขนส่งที่สูง เป็นต้นทุนในการบริหารจัดการ

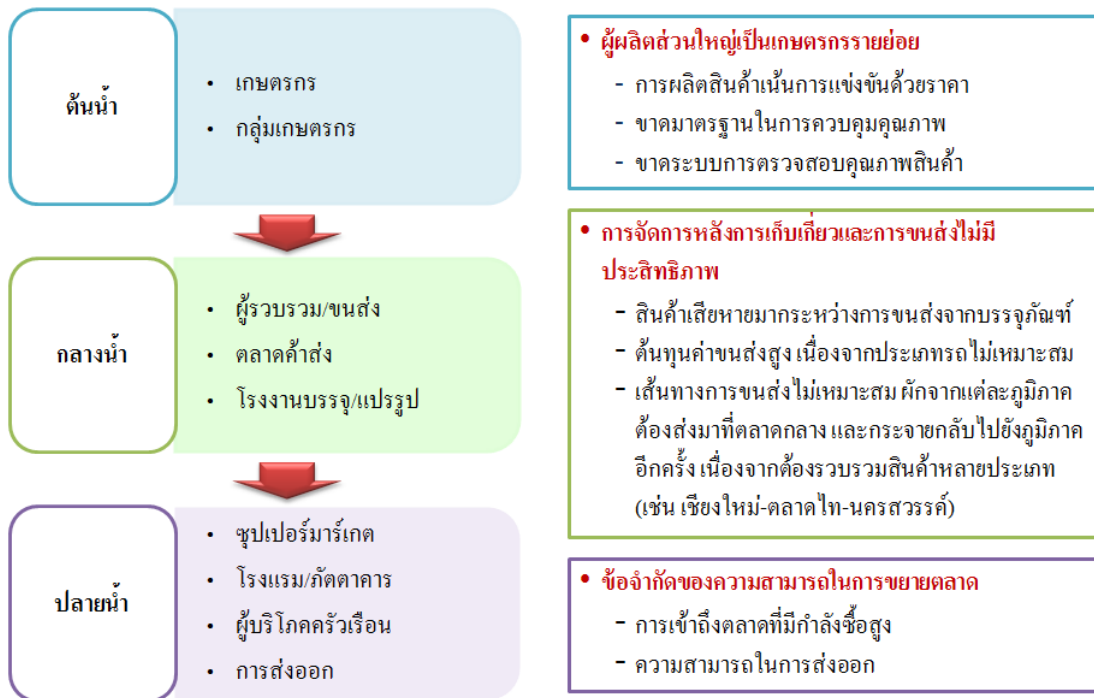
ปลายทาง ตั้งแต่ช่องทางจัดจำหน่ายในรูปแบบต่างๆ เช่น ตลาดสด ซูเปอร์มาร์เก็ต รถเร่ ผู้ส่งออก ไปจนถึงผู้บริโภค เช่น ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม ผู้บริโภคในครัวเรือน โดยปัญหาที่พบคือ ข้อจำกัดในการขยายตลาด โดยเฉพาะการเข้าถึงตลาดที่มีกำลังซื้อสูง และการเพิ่มขีดความสามารถในการขยายตลาดส่งออก

แผนภาพที่ ๒-๑ ห่วงโซ่อุปทานของพืชผักสวนครัว



ที่มา : คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๗.

แผนภาพที่ ๒-๒ ความท้าทายในห่วงโซ่อุปทานกลุ่มสินค้าพืชผักสวนครัว

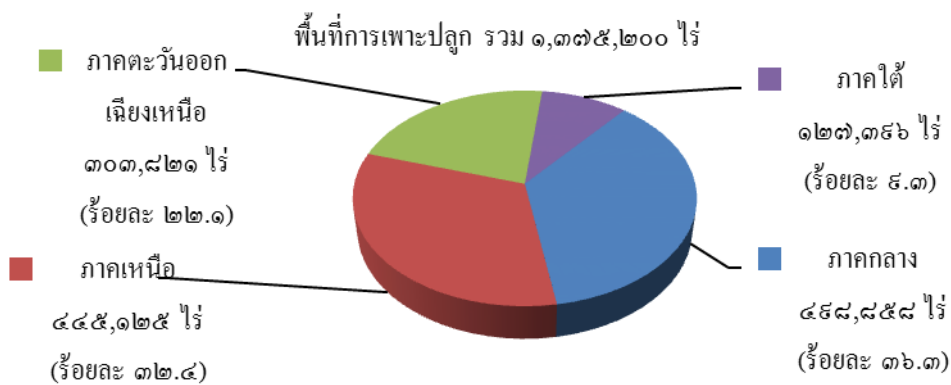


ที่มา : คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๗.

กระบวนการผลิตและการวางแผนการผลิต

พื้นที่เพาะปลูกและแหล่งผลิตของผักในประเทศ มีอยู่ราว ๑.๓๗ ล้านไร่ โดยพื้นที่ที่ทำการเพาะปลูกมากที่สุด คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ตามลำดับ

แผนภาพที่ ๒-๓ ปริมาณการผลิตและพื้นที่เพาะปลูกผักของประเทศไทย



ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, ๒๕๕๔ อ้างถึงใน คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๗.

๑. การผลิต

ด้านกระบวนการผลิตของพืชผักสวนครัว ส่วนมากยังขาดการควบคุมการผลิตอย่างมีมาตรฐาน โดยเฉพาะในเกษตรกรรายย่อย ทำให้มาตรฐานการผลิตยังมีหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่การกำหนดพันธุ์ การตัดต่อพันธุกรรม (Genetically Modified Organism หรือ GMO) รูปแบบการปลูก การบำรุงรักษา การใช้สารเคมี เช่น ปุ๋ยเคมี ยากำจัดศัตรูพืช ฮอร์โมน ดังที่แสดงไว้ในตารางที่ ๒-๑ นอกจากนี้ ยังไม่ค่อยมีการนำเทคโนโลยีและการบริหารจัดการเข้ามาเสริมในการผลิต การควบคุมผลผลิต และเพิ่มผลผลิต

ตารางที่ ๒-๑ เปรียบเทียบมาตรฐานการผลิตผักรูปแบบต่างๆ

ประเภท	ปัจจัยการผลิต					ความปลอดภัยต่อผู้บริโภค	ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม	ความหลากหลายทางชีวภาพ	มาตรฐาน	การตรวจสอบรับรอง
	พันธุ์	ปุ๋ยเคมี	ยามาหยา	ยาป้องกันกำจัดศัตรูพืช	ฮอร์โมนสังเคราะห์					
เกษตรอินทรีย์	ห้าม GMOs	×	×	×	×	✓	✓	✓	เกษตรอินทรีย์	✓
ผักไร้สารพิษ	ไม่ระบุว่าห้าม GMOs	×	×	×	ไม่ได้รับ	✓	ไม่ได้รับ	ไม่ได้รับ	ตามระบบ GAP	✓
ผักปลอดภัยจากสารพิษ ผักอนามัย	ไม่ระบุว่าห้าม GMOs	✓	✓	✓	ไม่ได้รับ	✓	ไม่ได้รับ	ไม่ได้รับ	ตามระบบ GAP	✓
ผักทั่วไป	ไม่ระบุว่าห้าม GMOs	✓	✓	✓	✓	ไม่ได้รับ	ไม่ได้รับ	ไม่ได้รับ	-	-

ที่มา : สหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด, ๒๕๕๗.

๒. การวางแผนการผลิต

ในการผลิตพืชผักสวนครัวมักไม่ได้มีการสำรวจปริมาณความต้องการบริโภคผักแต่ละชนิดของตลาดและผู้บริโภคที่แท้จริงว่าเป็นเท่าไร ส่วนหนึ่งเป็นเพราะการจัดจำหน่ายผลผลิตนั้นดำเนินการผ่านตัวกลาง ทำให้ผู้ผลิตที่ต้นน้ำไม่ได้รับทราบถึงปริมาณความต้องการบริโภคที่แท้จริงของปลายทาง โดยการวางแผนการผลิตส่วนมากนั้น พิจารณาจากพื้นที่เพาะปลูกที่เกษตรกรมีอยู่ ประกอบกับความต้องการซื้อและราคารับซื้อของผู้รับซื้อหรือตลาดที่เป็นตัวกลาง ดังนั้น ในหลายกรณีจึงเกิดเหตุการณ์ผลผลิตล้นตลาด หรือราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ เนื่องจากปริมาณผลผลิตที่ผลิตออกมามีมากเกินไปเกินความต้องการบริโภค และอีกในหลายกรณีที่ผลผลิต โดยเฉพาะพืชผักสวนครัว ไม่สามารถขายได้และเน่าเสียหายอยู่ ณ จุดใดจุดหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน เช่น ที่ตลาดค้าส่ง หรือบนชั้นวางร้านค้าปลีก เป็นต้น

๓. บรรจุกัญช์

ปัจจุบัน มีการใช้เทคโนโลยีสำหรับบรรจุกัญช์ เพื่อลดการสูญเสีย เก็บรักษาคุณภาพ ยืดอายุการเก็บรักษา และยังเป็น การเพิ่มมูลค่าสินค้าได้อีกด้วย โดยเฉพาะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในตลาดบนรวมไปถึงการแปรรูปสินค้าเกษตรเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

แผนภาพที่ ๒-๔ ตัวอย่างรูปแบบบรรจุกัญช์



การจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร

การจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ยังต้องกระจายผลผลิตผ่านตลาดกลาง จุดอ่อนของเกษตรกรรุ่นเก่า คือการหาช่องทางการตลาด และจัดจำหน่าย นอกจากนี้ ยังมีปัญหาาราคาผลผลิตทางการเกษตรที่มีความผันผวนไม่แน่นอนและผลผลิตล้นตลาด และสินค้าเสียหายจากการขนส่ง

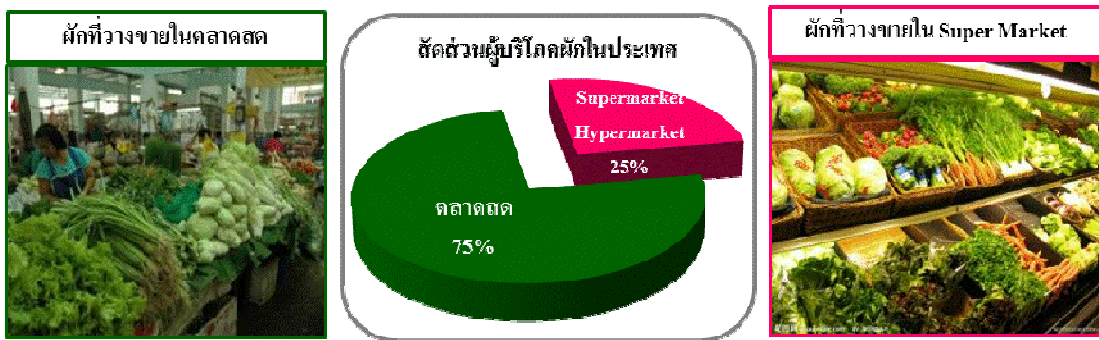
การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า สามารถช่วยเพิ่มราคาพืชผักสวนครัวให้ดีขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น และสามารถขยายตลาดสินค้าให้มากขึ้นด้วย ทั้งนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มสามารถทำได้โดยตอบสนองแนวโน้มการบริโภคผักของผู้บริโภคในประเทศ กล่าวคือ

๑. กระแสการใส่ใจสุขภาพและอาหารปลอดภัยของผู้บริโภค
๒. แนวโน้มของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มคนทำงานและคนรุ่นใหม่ นิยมซื้อของสดในซูเปอร์มาร์เก็ตมากขึ้น ทั้งนี้การจำหน่ายผักผ่านช่องทางซูเปอร์มาร์เก็ต มีสัดส่วนประมาณร้อยละ ๒๕ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

๓. การเติบโตของโมเดิร์นเทรดประเภทดิสเคาท์สโตร์และซูเปอร์มาร์เก็ต

สิ่งสำคัญคือเกษตรกรต้องเรียนรู้เรื่องตลาด และเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค ด้วยตัวเอง เพื่อนำไปพัฒนาสินค้าของตน ที่ผ่านมาเกษตรกรบางส่วนอาจปลูกตามใจตัวเอง หากเกษตรกรได้มีโอกาสเข้ามาสัมผัสการขาย และ ได้เห็นความแตกต่างด้านคุณภาพของสินค้า จะทำให้เกษตรกรเกิดการตื่นตัว และกลับ ไปพัฒนาคุณภาพสินค้าของตนเองให้ดียิ่งขึ้น

แผนภาพที่ ๒-๕ สัดส่วนการบริโภคผักผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย



ที่มา : คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๖.

๑. ช่องทางการจัดจำหน่าย

๑.๑ ตลาดผักปลอดภัย

ปัญหาการจัดจำหน่ายผลผลิตในกลุ่มผักปลอดภัย คือ ผู้รับซื้อในพื้นที่ที่รับผักไปก็นำผักปลอดภัยไปกองรวมกับผักที่มีสารเคมีตกค้างอื่นๆ ทำให้เกษตรกรไม่ได้มูลค่าเพิ่มใดๆ ทั้งนี้ การแก้ปัญหา สามารถทำได้โดยการเชื่อมโยงกับตลาดขนาดใหญ่โดยตรง ทั้งตลาดสด เช่น ตลาดไท ตลาดศรีเมือง หรือโมเดิร์นเทรด เช่น เทสโก้แม็คโคร ท็อปส์ โดยในปัจจุบัน ตลาดศรีเมือง มีการแยกกระบวนการจัดการปลายทางของผักปลอดภัยกับผักธรรมดา ในขณะที่ตลาดไทมีระบบปักธงแสดงให้ว่าเป็นผักปลอดภัย

๑.๒ ตลาดเกษตรกร (Farmer Market)

ตลาดเกษตรกร หรือ ฟาร์มเมอร์มาร์เก็ต (Farmer Market) โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นการเพิ่มช่องทางซื้อขายโดยตรงระหว่างเกษตรกรกับผู้บริโภค ไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ช่วยแก้ปัญหาพ่อค้าคนกลางเอาเปรียบ และยังเป็นการสร้างองค์ความรู้ด้านการจัดจำหน่ายและการบริหารจัดการให้แก่เกษตรกร เพื่อให้สามารถพึ่งตนเองได้ เพราะเกษตรกรบางส่วนไม่ชำนาญการซื้อขายกับผู้บริโภคด้วยตนเอง เนื่องจากค้าขายผ่านพ่อค้าคนกลางมาโดยตลอด โดยในระยะยาวต้องการให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็ง สามารถร่วมกันบริหารจัดการสินค้าและตลาดได้ด้วยตนเอง

สินค้าที่นำมาจำหน่าย เป็นสินค้าเกษตร ประเภท ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ต่างๆ โดยต้องเป็นสินค้ามีคุณภาพ หรือได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ซึ่งราคาจำหน่ายอาจไม่ต่างกับในซูเปอร์มาร์เก็ตหรือตลาดทั่วไปนัก เนื่องจากเป็นสินค้าคุณภาพสูง จึงจำหน่ายในราคาที่เหมาะสม ถือเป็นการพัฒนาผู้บริโภคให้เข้าถึงและเข้าใจสินค้าคุณภาพเช่นกัน

สถานที่สำหรับจัดฟาร์มเมอร์มาร์เก็ต จะอยู่ในบริเวณชุมชนเมือง หรือสถานที่ราชการ ซึ่งมีประชาชนผ่านไปมาและสังเกตได้ง่าย เน้นลูกค้าที่เป็นกลุ่มคนเมือง หรือกลุ่มข้าราชการ จัดอย่างน้อยสัปดาห์ละ ๑ วันในวันศุกร์ ซึ่งเป็นวันที่ผู้คนเริ่มพักผ่อนและจับจ่าย โดยเริ่มขายตั้งแต่ช่วงเช้า และสินค้าจะเริ่มหมดในช่วงเที่ยง ส่วนใหญ่เกษตรกรจะรวมกลุ่มกันนำสินค้ามาขาย และจะหมุนเวียนกันไป ขณะนี้มีบางจังหวัดที่คิดตลาดแล้ว มีการสั่งซื้อสินค้ากับเกษตรกรล่วงหน้า แต่ละตลาดมีรายได้กว่า ๕-๖ หมื่นบาทต่อวัน ทั้งนี้ หากตลาดในจังหวัดใดมีแนวโน้มไปได้ดี อาจจัดฟาร์มเมอร์มาร์เก็ตเพิ่มขึ้นมากกว่าจังหวัดละ ๑ แห่ง หรือเพิ่มวันจำหน่ายมากขึ้น เช่น วันเสาร์-อาทิตย์ด้วย

ตลาดเกษตรกร ๕ จังหวัดนำร่อง ได้แก่ นครนายก จัดตลาดนัดเกษตรกรที่สนามหน้าศาลากลางจังหวัด, ตรัง จัดที่ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน, มุกดาหาร จัดที่สนามข้างสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา, อุตรดิตถ์ จัดที่หน้าสำนักงานเกษตรจังหวัด และเชียงราย จัดที่สวนตุงและโคมเฉลิมพระเกียรติ ๗๕ พรรษา

๑.๓ ตลาดชุมชน

การซื้อขายในพื้นที่ตั้งตลาดชุมชนต่างๆ สามารถช่วยทำให้ราคาผลผลิตสูงขึ้น แก้ปัญหาในเรื่องของราคาผลิตผลการเกษตรตกต่ำ และแตกต่างจากการซื้อขายให้กับพ่อค้าคนกลางซึ่งกดราคา ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถดำเนินการได้ทันที แต่ทั้งนี้ เกษตรกรเองก็จำเป็นที่จะต้องปรับตัว สร้างความเข้มแข็ง ไม่เพียงรอการช่วยเหลือจากภาครัฐอย่างเดียว

๑.๔ ตลาดส่งออก

มูลค่าการส่งออกผัก อยู่ที่ประมาณ ๖,๕๐๐ ถึง ๗,๓๐๐ ล้านบาทต่อปี มีทั้งผักสด และผักแช่แข็ง โดยส่วนใหญ่เป็นหน่อไม้ฝรั่งและข้าวโพดฝักอ่อน ทั้งนี้ การส่งออกผักไปต่างประเทศ มีโอกาสในการเติบโต จากการเจรจาเขตการค้าเสรีกับทั้งประเทศสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา รวมทั้งการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ ASEAN Economic Community (AEC) ด้วย

อย่างไรก็ดี สินค้าที่ทำการส่งออกนั้น จำเป็นต้องมีมาตรฐานการควบคุมความปลอดภัยของอาหาร และสำหรับบางประเทศต้องระบุว่าสินค้าพืชผักมีระบบตรวจสอบที่

สามารถสืบค้นที่มาและแหล่งผลิตได้ ดังนั้น ประเทศไทยต้องเตรียมความพร้อมและปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันได้

แผนภาพที่ ๒-๖ การเตรียมตัวเพื่อการส่งออก



๒. การขนส่ง

ผักมีหลายประเภท ตั้งแต่ ผักกินดอก ผักกินใบและลำต้น ผักกินผล ผักกินราก และผักกินส่วนของใต้ลำต้น โดยผักกลุ่มที่เกิดความเสียหายจากการขนส่งได้ง่าย คือ ผักกินดอก ผักกินใบและลำต้น และผักกินผล ดังนั้น ลดการสูญเสียจากการขนส่งถือเป็นความท้าทาย โดยสามารถช่วยลดต้นทุนในการจัดการได้ หากมีการพัฒนากระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว บรรจุกฎเกณฑ์ และการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ

แผนภาพที่ ๒-๗ ขั้นตอนการขนส่งผักจากต้นทางถึงปลายทาง



ที่มา : คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๑.

หากพิจารณารูปแบบการขนส่งผักในปัจจุบันจะพบว่าปัญหาหลักของการขนส่งนั้นเนื่องมาจาก

๑. เส้นทางการขนส่งไม่เหมาะสม ผักจากตลาดค้าส่งในแต่ละภูมิภาค ต้องส่งมาที่ตลาดกลาง และกระจายกลับไปยังภูมิภาคอีกครั้งหนึ่ง ตัวอย่างเช่น เชียงใหม่ – ตลาดไท – นครสวรรค์ สาเหตุเนื่องมาจากต้องรวบรวมสินค้าหลายประเภทจากตลาดไทเพื่อส่งกลับไปยังตลาดค้าส่งในพื้นที่

๒. ต้นทุนค่าขนส่งสูง เพราะใช้ประเภทรถที่ไม่เหมาะสม ตัวอย่างเช่น ใช้รถขนส่งขนาดเล็กวิ่งระยะทางไกล

๓. ความเสียหายสูงจากการขนส่ง เพราะไม่ใช้บรรจุภัณฑ์ หรือใช้บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม รวมทั้งไม่มีการควบคุมอุณหภูมิระหว่างการขนส่ง

ทั้งนี้ จากตัวเลขสถิติขององค์กรจัดการความสามารถในการผลิตของเอเชีย พบว่ามีความสูญเสียของผลผลิตการเกษตรไทย ราวร้อยละ ๓๕ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product หรือ GDP) คิดเป็นประมาณ ๓๔๒,๐๐๐ ล้านบาท

มาตรฐานและความปลอดภัยของผลิตผลทางการเกษตร

มาตรฐานและความปลอดภัยของผลิตผลทางการเกษตร ที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่น และสามารถตรวจสอบได้ เป็นปัจจัยที่ทวีความสำคัญ เนื่องจากผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มตลาดบน และตลาดส่งออก ได้ให้ความสำคัญกับมาตรฐาน และความปลอดภัยเป็นอย่างมาก

พืชผักสวนครัว เป็นกลุ่มผลิตผลทางการเกษตรที่พบปัญหาเกี่ยวกับมาตรฐาน และความปลอดภัยอยู่บ่อยครั้ง โดยเฉพาะปัญหาสารเคมีตกค้างเกินค่ามาตรฐาน ดังนั้น การส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพของพืชผักสวนครัว ให้มีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญ

ปัจจุบัน หน่วยงานต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ได้มีการกำหนดมาตรฐานรับรองความปลอดภัยและคุณภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค โดยการกำหนดมาตรฐานรับรองสามารถทำได้ในหลายขั้นตอน ตั้งแต่กระบวนการผลิต กระบวนการดำเนินการ ไปจนถึงตัวผลิตผลทางการเกษตรเอง ตัวอย่างเช่น GAP หรือ Good Agricultural Practice, BRC หรือ British Retail Consortium, IOP หรือ Institute of Packaging, ISO หรือ International Organization for Standardization ดังที่แสดงในแผนภาพที่ ๒-๘

แผนภาพที่ ๒-๘ ตัวอย่างมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพในแต่ละกระบวนการ



ที่มา : คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๗.

สำหรับประเทศไทย หลายหน่วยงานได้มีการกำหนดมาตรฐานรับรองความปลอดภัย และคุณภาพ ให้กับผลิตผลทางการเกษตร รวมถึงสนับสนุนความปลอดภัย และคุณภาพของผลิตผลทางการเกษตร เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น

๑. เครื่องหมายรับรอง Q

เครื่องหมายรับรอง Q หรือ Q Mark เป็นมาตรฐานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยหน่วยงานในกระทรวงเกษตร และสหกรณ์ ได้มีการจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) เรื่อง การใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหาร ร่วมกัน ๘ หน่วยงาน ได้แก่ กรมวิชาการเกษตร กรมประมง กรมปศุสัตว์ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมพัฒนาที่ดิน องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร และสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ เพื่อเป็นข้อผูกพันให้มีการนำเครื่องหมายรับรอง "Q" ไปใช้ในแนวทางเดียวกัน และมีการดำเนินการตามวิธีการและแนวทางที่กำหนดไว้ใน MOU

หน่วยงานที่ให้การรับรอง จะให้การรับรองตั้งแต่ระดับไร่นาจนถึงผู้บริโภค (From Farm To Table) เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย รวมถึงเป็นการส่งเสริมให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรและอาหารของไทย ได้ตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญ

ของเครื่องหมายรับรอง "Q" ที่แสดงถึงควมมีคุณภาพและปลอดภัย นอกจากนี้ ยังมีระบบการจัดรหัสประกอบการแสดงเครื่องหมาย เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้กรณีที่มีการปลอมแปลงเอกสารใบรับรองหรือ กรณีตรวจพบสินค้ามีปัญหาด้านคุณภาพที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐาน

แผนภาพที่ ๒-๕ เครื่องหมายรับรอง Q



ประเภทการรับรองเครื่องหมาย Q

๑. การรับรองสินค้า (Product Certification) หมายถึง การตรวจสอบให้การรับรองสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์สุดท้าย (Finished product) โดยมีการสุ่มตัวอย่าง การทดสอบ และการตรวจสอบว่าสินค้ามีคุณลักษณะทางด้านคุณภาพ และความปลอดภัยเป็นไปตาม มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร และมาตรฐานทั่วไปด้านความปลอดภัย เช่น สารพิษตกค้าง สารปนเปื้อน รวมทั้งมีการตรวจประเมินระบบการผลิต หรือกระบวนการผลิตว่าผู้ผลิตมีความสามารถในการรักษาคุณภาพ และความปลอดภัยของสินค้าที่ผลิตอย่างสม่ำเสมอได้ตาม มาตรฐานสินค้า เช่น มาตรฐานเนื้อสุกร, มาตรฐานกระเจียบเขียว, กุ้งก้ามกราม เป็นต้น

๒. การรับรองระบบ หมายถึง การตรวจประเมินให้การรับรองกระบวนการผลิต โดยครอบคลุมกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารให้ได้ตามมาตรฐาน เช่น การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices หรือ GAP), เกษตรอินทรีย์ (Organic Agriculture), หลักเกณฑ์การปฏิบัติด้านสุขลักษณะอาหาร (Good Manufacturing Practices หรือ GMP), ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมและแนวทางในการนำไปใช้ (Hazard Analysis Critical Control Point หรือ HACCP) เป็นต้น

๒. มาตรฐาน ThaiGAP

GAP หรือ Good Agricultural Practice เป็นมาตรฐานการรับรองที่มีใช้ในหลายประเทศ โดย ThaiGAP คือ มาตรฐานรับรองระบบการผลิตสำหรับภาคเกษตรของไทยที่ปลอดภัย เทียบเท่ามาตรฐานสากล เป็นมาตรฐานภาคสมัครใจของเอกชน โดยความร่วมมือระหว่างสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สถาบันอาหาร และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน ถือได้ว่าเป็นระบบมาตรฐานของคนไทย ที่ได้รับการเทียบเคียงกับมาตรฐาน GLOBAL GAP

แผนภาพที่ ๒-๑๐ ตราสัญลักษณ์ ThaiGAP

ThaiGAP[®]

มาตรฐาน ThaiGAP แสดงให้เห็นความตระหนักถึงความปลอดภัยของสินค้าอาหาร ผู้ผลิต ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม เป็นการยกระดับคุณภาพของสินค้า เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มความสะดวก และเป็นประโยชน์ในการส่งออก และขยายตลาด

นอกจากนี้ ยังมีความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ประกอบด้วย

๑. สถาบันอาหาร มีความร่วมมือจัดสัมมนาให้กับผู้ประกอบการ ในเรื่องเกี่ยวกับมาตรฐาน ThaiGAP โดยสถาบันอาหารสนับสนุนทางด้านงบประมาณ

๒. สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศ และภูมิสารสนเทศ (สทอภ. หรือ GISTDA) ร่วมมือกันจัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) โดยใช้เทคโนโลยี QR Code

๓. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ร่วมกันจัดทำโครงการความร่วมมือ การยกระดับ และพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการด้านสินค้าผัก และผลไม้ เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ AEC ด้วย ThaiGAP โดย สวทช. สนับสนุนงบประมาณในการจัดทำโครงการ เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตรของไทยให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน ThaiGAP ครั้งหนึ่ง

แผนภาพที่ ๒-๑๑ การตรวจสอบย้อนกลับด้วย QR Code



๓. โครงการพัฒนาการผลิตผักปลอดภัย โดยกรมส่งเสริมการเกษตร

ผักปลอดภัยไม่ได้หมายถึงห้ามใช้สารเคมีเด็ดขาด ไม่ใช่ระดับผักอินทรีย์ หรือได้มาตรฐาน GAP หรือเครื่องหมาย Q แต่เป็นการลดการใช้สารเคมี เพื่อให้มีค่าสารเคมีตกค้างต่ำกว่าค่ามาตรฐานที่สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) กำหนดไว้สำหรับผักแต่ละชนิด

โครงการพัฒนาการผลิตผักปลอดภัยในแหล่งปลูกเศรษฐกิจ โดยกรมส่งเสริมการเกษตร เน้นการรวมกลุ่มเกษตรกรปลูกผักปลอดภัยเป็นระดับแปลงใหญ่ใน ๑๕ จังหวัดนำร่อง ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน น่าน เพชรบูรณ์ พิษณุโลก ขอนแก่น อุดรธานี อุบลราชธานี นครพนม ตาก กาญจนบุรี นครราชสีมา สระบุรี นครศรีธรรมราช และสงขลา รวมพื้นที่ทั้งหมด ๒,๐๐๐ ไร่ และมีเกษตรกรเข้าร่วมประมาณ ๕๐๐ ราย โดยเน้นการปลูกผักที่มีความเสี่ยงปนเปื้อนสารเคมีสูง และมีการบริโภคสูง เช่น กะหล่ำปลี มะเขือเทศ พริก ถั่วฝักยาว แตงกวา คะน้า กวางตุ้ง โดยมีเป้าหมายเพื่อแก้ปัญหาสารเคมีตกค้างในผักเกินค่ามาตรฐาน

หน่วยงานเกษตรจังหวัดแต่ละแห่งจะทำแผนปฏิบัติงานบูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น สาธารณสุข และกรมอื่นๆ ในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยเริ่มต้นประชุมเกษตรกรผู้ปลูกผัก จัดทำเวทีชุมชน ตรวจสอบสารเคมีตกค้างในเลือดเกษตรกร ตรวจสอบการใช้สารเคมีในแปลงผัก จากนั้นรับสมัครเกษตรกรเข้าอบรมหลักสูตรการปลูกผักปลอดภัยควบคู่ไประหว่างการปลูกผัก ซึ่งจะให้ข้อมูลตั้งแต่การเตรียมดิน การใช้ยาปราบศัตรูพืช พยากรณ์โรค และแมลง

อย่างไรก็ดี โครงการนี้ยังมีข้อจำกัด เนื่องจากเป็นระดับแปลงเล็ก เฉลี่ย ๑ ไร่ต่อราย ผลผลิตไร่ละ ๒-๓ ตันต่อรอบการผลิต และมีเกษตรกรเข้าร่วมจำนวนไม่มาก ทำให้ผลผลิตปริมาณไม่มากพอสำหรับส่งจำหน่ายตลาดขนาดใหญ่ สามารถส่งขายเพียงในชุมชนใกล้เคียง ทำให้คนเมืองไม่สามารถเข้าถึงพืชผักปลอดภัยได้ง่าย นอกจากนี้ การทำผักปลอดภัย ผลผลิตจะเสียหายง่ายกว่าปกติ โดยปริมาณจะลดลงเหลือราวร้อยละ ๘๐ จากเดิม

การบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ห่วงโซ่อุปทานของพืชผักสวนครัว มีผู้เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อย การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพจึงจำเป็นต้องมีตัวกลาง ที่มีความรู้ความเข้าใจและความสามารถในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน สามารถเชื่อมโยงในภาพรวมอย่างครบวงจร

ปัจจุบัน เกษตรกรรุ่นใหม่เริ่มให้ความสนใจในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบครบวงจร อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการในรูปแบบดังกล่าว สามารถดำเนินการได้เฉพาะพื้นที่เพาะปลูกของตนเอง และยังคงมีข้อจำกัดทางด้าน การขยายผลในวงกว้างไปยังเกษตรกรทั่วไป

เนื่องการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพมีความสำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตผลทางการเกษตร โดยเฉพาะกลุ่มพืชผักสวนครัว จึงมีการจัดตั้งหน่วยงานกลางในรูปแบบต่างๆ เพื่อเข้ามาเป็นตัวกลางในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ตัวอย่างเช่น

๑. สหกรณ์

การรวมกลุ่มกันในรูปแบบสหกรณ์มีความสำคัญ เพราะเป็นระบบเครือข่ายที่มีการขึ้นทะเบียนเรียบร้อย และสามารถจัดให้มีส่วนราชการเข้าไปดูแล ซึ่งการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์สามารถช่วยให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรองกับพ่อค้าคนกลาง ช่วยในเรื่องการจัดตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงการพัฒนาเป็นชุมชนที่พึ่งตนเองได้โดยนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาประยุกต์ใช้ ผ่านการทำเกษตรอินทรีย์ การลดการใช้ปุ๋ยเคมี ลดการใช้ยาฆ่าแมลง เป็นพืชที่เป็นออร์แกนิกที่ปลอดภัย จึงช่วยทั้งในเรื่องลดต้นทุนและการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร นอกจากนี้ ในกลุ่มเกษตรกร ก็มีการสร้างความสัมพันธ์ สร้างเครือข่าย มีกิจกรรมในการถ่ายทอดเทคโนโลยี ในการลดต้นทุน มีการศึกษาดูงานและบูรณาการอย่างสม่ำเสมอ

ปัจจุบัน มีตัวอย่างหลายพื้นที่ที่เกษตรกรหันมาทำเกษตรอินทรีย์และประสบความสำเร็จเช่น จังหวัดอยุธยา นครปฐม อ่างทอง พิจิตร นครราชสีมา ซึ่งผู้ที่ประสบความสำเร็จทุกคนก็ยินดีที่จะให้คำปรึกษาและช่วยเหลือเกษตรกรที่สนใจ หากจะหันมาทำเกษตรอินทรีย์แทน เพราะว่ามีรายได้สูงขึ้น โดยอาจเริ่มต้นเป็นสหกรณ์ขนาดเล็กที่มีความเข้มแข็งด้วย แล้วค่อยรวมตัวเป็นสหกรณ์ขนาดใหญ่ขึ้นมา ในลักษณะเดียวกับที่จังหวัดนครราชสีมาได้เคยดำเนินการ

การจัดการ คลัสเตอร์มันโคราช (Korat Tapioca Cluster: KOTAC) ที่จังหวัดนครราชสีมา ถือเป็นการทำงานเกษตรแบบบูรณาการที่มีการบริหารจัดการร่วมกันระหว่างภาครัฐในระดับจังหวัด กลุ่มเกษตรกรชุมชนและผู้ผลิตภาคเอกชนที่เข้มแข็ง มีการรวมตัวกันของกลุ่มสหกรณ์ภายในจังหวัด เพื่อบริหารจัดการผลผลิตมันสำปะหลัง และเป็นต้นทางในการจัดหาช่องทางการจัดจำหน่าย จัดการระบบการตลาด มีกลุ่มอุตสาหกรรมภาคเอกชนที่ร่วมกันรับซื้อผลิตผลมันสำปะหลังเพื่อนำไปแปรรูป จัดจำหน่ายเป็นกลุ่มปลายทาง ในขณะที่ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานเอกชนอีกหลายแห่งในจังหวัดนครราชสีมา ก็ได้สนับสนุนในการค้นคว้าวิจัย พัฒนาองค์ความรู้ เพื่อให้การผลิตและการแปรรูปมันสำปะหลังนั้น มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๒. มุลนิธิโครงการหลวง

มูลนิธิโครงการหลวง ถือเป็นโครงการส่วนพระองค์ในการดำเนินการพัฒนาเกษตรที่สูงสืบทอดเจตนารมณ์ที่เคยมีมา โดยดำเนินงานตามความมุ่งหมายเดิมของโครงการหลวง คือ บุกเบิก และพัฒนาสิ่งใหม่เพื่อชีวิตและความเป็นอยู่ของชาวเขา และฟื้นฟูป่าต้นน้ำลำธาร

งานวิจัยของมูลนิธิโครงการหลวง มุ่งเน้นการค้นคว้าวิจัยเพื่อหาชนิดและพันธุ์พืช และสัตว์ที่เหมาะสมกับสภาพภูมิสังคมบนพื้นที่สูง การเพิ่มผลผลิตและคุณภาพผลผลิตโดยการปรับปรุงวิธีการปฏิบัติรักษาที่เหมาะสม การป้องกันกำจัดศัตรูพืชที่อาศัยการจัดการแบบผสมผสาน การใช้สารชีวภัณฑ์ต่างๆ การจัดการหลังเก็บเกี่ยว และการแปรรูปผลผลิต และงานวิจัยทางสังคม ตลอดจนการวิจัยเพื่อการฟื้นฟู และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมบนพื้นที่สูง รวมทั้งกิจการดำเนินงานตลาดที่มุ่งสนับสนุนการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การแปรรูปผลผลิต การขนส่ง และการจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกร

ผลผลิตจากโครงการหลวงใน ประกอบด้วย ผักปลอดภัยสารพิษ สมุนไพร ถั่ว และธัญพืช ผลไม้ เห็ด ดอกไม้เมืองหนาว ผลผลิตปศุสัตว์ ผลผลิตประมง ผลผลิตป่าไม้ ดอกไม้แห้ง ผลิตภัณฑ์จากแฝก ไม้กระถาง และผลิตภัณฑ์แปรรูปในชื่อการค้า โครงการหลวง และดอกคำ

มูลนิธิโครงการหลวง ถือเป็นแบบอย่างที่ดี (Best Practice) ในเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบเบ็ดเสร็จสำหรับ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ซึ่งจะกล่าวถึงในรายละเอียดในบทถัดไป

สรุป

ภาคเกษตรกรรมต้องเผชิญกับความท้าทายตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การผลิตที่ต้นน้ำ จนถึงการบริโภคที่ปลายน้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตผลทางการเกษตรในกลุ่มพืชผักสวนครัว ซึ่งมีห่วงโซ่อุปทานที่ซับซ้อน ดังนั้น การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของผลิตผลทางการเกษตรเป็นอย่างมาก

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ได้มีความพยายามในการบริหารจัดการเพื่อแก้ไขปัญหาในกระบวนการต่างๆ ของห่วงโซ่อุปทานของภาคเกษตรกรรมในกลุ่มพืชผักสวนครัว ตั้งแต่การกำหนดมาตรฐานและความปลอดภัยของผลิตผลทางการเกษตร การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต บรรลุภัณฑ์ และการขนส่ง ตลอดจนการปรับเปลี่ยนรูปแบบและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตผลทางการเกษตรให้เหมาะสมมากขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่ม

มูลค่าให้ผลิตผลทางการเกษตร อันจะนำมาซึ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นของเกษตรกรไทยที่เป็นประชากรสำคัญของประเทศ

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผลิตผลทางการเกษตรจำเป็นต้องมีตัวกลางที่มีความรู้ความเข้าใจ และความสามารถในการบริหารจัดการ ซึ่งองค์ความรู้ในการบริหารจัดการเกษตรครบวงจร ยังไม่มีการรวบรวมไว้อย่างเป็นระบบเพื่อความสะดวกและมีประสิทธิภาพต่อการขยายผลไปยังผู้ที่มีความสนใจ ดังนั้น การรวบรวมแนวคิดและรูปแบบการบริหารห่วงโซ่อุปทานเกษตรแบบครบวงจรจึงมีประโยชน์และมีความสำคัญต่อการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตรกรรมของไทยเป็นอย่างยิ่ง

บทที่ ๓

แนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของผลิตผลทางการเกษตรเป็นอย่างมาก เนื่องจากห่วงโซ่อุปทานมีความซับซ้อน มีผู้เกี่ยวข้องมากมาย ตั้งแต่เกษตรกรผู้ผลิต ผู้แปรรูป ตัวกลางผู้รวบรวม ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกในรูปแบบต่างๆ ทั้งนี้ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผลิตผลทางการเกษตรต้องมีตัวกลางที่มีความรู้ความเข้าใจ และความสามารถในการบริหารจัดการ ดังนั้น การรวบรวมรูปแบบการบริหารห่วงโซ่อุปทานเกษตรแบบครบวงจร โดยเฉพาะการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบใช้การตลาดนำซึ่งเป็นทางเลือกในการบริหารจัดการรูปแบบใหม่ จึงมีประโยชน์และมีความสำคัญต่อการเพิ่มมูลค่าผลผลิตและยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตรกรรมของไทยเป็นอย่างยิ่ง

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารห่วงโซ่อุปทานแบบครบวงจรโดยใช้การตลาดนำ

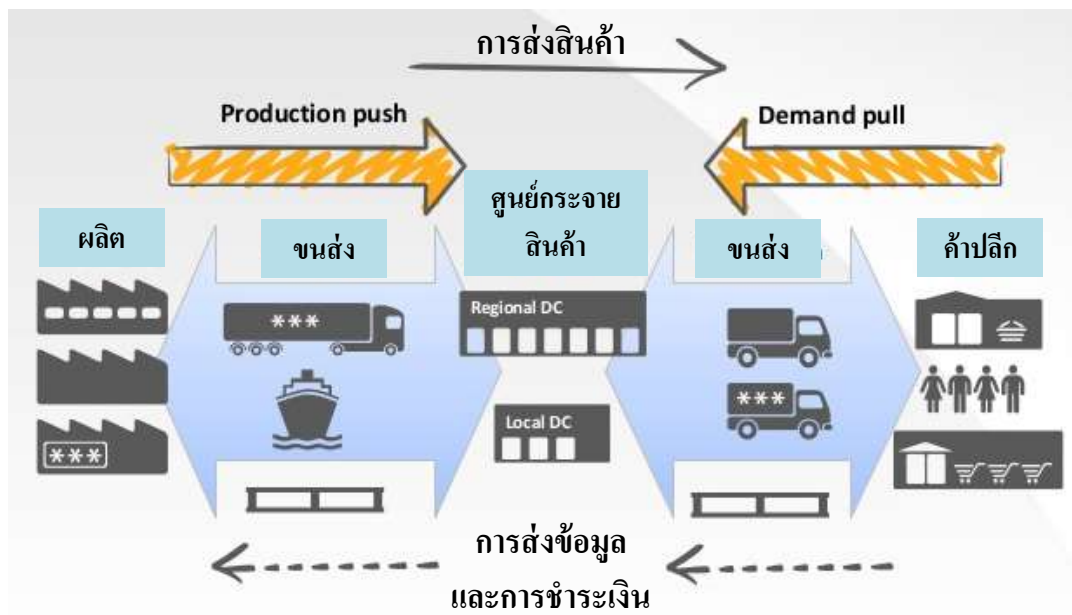
การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) หมายถึง การจัดการกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุปทานของสินค้าและบริการ ในลักษณะเชิงบูรณาการ โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม สนองตอบต่อความต้องการของตลาดและลูกค้า ลดต้นทุนรวมของธุรกิจ และเพิ่มศักยภาพของการแข่งขัน โดยเกี่ยวข้องกับกระบวนการความร่วมมือทางธุรกิจ ตั้งแต่แหล่งของวัตถุดิบต้นน้ำ จนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการปลายน้ำ

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยเฉพาะการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ใช้การตลาดนำ (Demand Pull Supply Chain) ซึ่งถือเป็นทางเลือกของการบริหารจากรูปแบบดั้งเดิมที่เริ่มจากการผลิตเป็นตัวตั้ง (Production Push หรือ Supply Push) จากนั้นจึงส่งมอบสินค้าไปยังลูกค้าเมื่อมีความต้องการ ในขณะที่การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานโดยใช้การตลาดนำ เน้นการดำเนินงานโดยมุ่งการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ตั้งแต่กระบวนการวางแผนการผลิต การจัดหา การบริหารสินค้าคงคลัง ไปจนถึงการให้บริการส่งมอบสินค้า ก็จะดำเนินการตามความต้องการที่เกิดขึ้นจริงของลูกค้า นั่นคือ ใช้ความ

ต้องการของลูกค้าหรือการตลาดเป็นตัวนำ ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดต้นทุนจากการกองเก็บสินค้า เพิ่มความสามารถในการส่งมอบสินค้า เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และสร้างกำไรสูงสุดให้กับธุรกิจ

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานโดยใช้การตลาดนำ เหมาะสมสำหรับการจัดการธุรกิจที่มีห่วงโซ่อุปทานลักษณะพิเศษ ตัวอย่างเช่น ธุรกิจที่สินค้ามีอายุสั้น ธุรกิจที่ต้องตอบสนองลูกค้าด้วยความรวดเร็ว ธุรกิจที่มีสินค้าหลากหลายรายการ ธุรกิจที่ต้องการควบคุมสินค้าคงคลังอยู่ในระดับต่ำ ธุรกิจที่สินค้าใช้เวลาในการผลิตส่วนประกอบนาน ธุรกิจที่ต้องจัดหาวัตถุดิบจากต่างประเทศ รวมทั้งมีตลาดลูกค้าในต่างประเทศ

แผนภาพที่ ๓-๑ เปรียบเทียบ Production Push และ Demand Pull Supply Chain Management



ที่มา : InfoDiagram.com, ออนไลน์, ๒๕๕๘.

แผนภาพที่ ๓-๑ แสดงการเปรียบเทียบระหว่างการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบการผลิตนำ (Production Push) และการตลาดนำ (Demand Pull)

๑. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบการผลิตนำ จะเริ่มต้นจากการผลิตตามปริมาณที่คาดการณ์ จากนั้นทำการขนส่งไปยังศูนย์กระจายสินค้า ก่อนส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าเมื่อมีความต้องการสั่งซื้อสินค้า

๒. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบการตลาดนำ จะเริ่มต้นจากความต้องการสั่งสินค้าของลูกค้าที่ปลายทาง โดยข้อมูลความต้องการสินค้าจะถูกส่งกลับมาเพื่อทำการผลิตสินค้า จากนั้นจึงทำการขนส่งเพื่อส่งมอบสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ

แนวคิดและรูปแบบการดำเนินการของผู้ประกอบการในภาคเกษตรกรรมที่สอดคล้องกับแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าการผลิต

ผู้ประกอบการในภาคเกษตรกรรมหลายแห่งได้เริ่มมีการดำเนินงานในรูปแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจร โดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าการผลิต โดยการดำเนินงานมีตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ แม้ว่าการดำเนินงานของผู้ประกอบการหลายรายยังไม่ครอบคลุมแนวคิดที่ครบถ้วนสมบูรณ์ทั้งหมด แต่ก็ถือได้ว่าเริ่มมีการพยายามนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน โดยตัวอย่างผู้ประกอบการที่น่าสนใจ มีดังต่อไปนี้

๑. เกษตรกรรุ่นใหม่

จิรายุทธ ภูวพูนผล อายุ ๒๕ ปี เป็นหนึ่งในเกษตรกรรุ่นใหม่ ภายใต้อัฒิวิธานเกษตรกรกล้าใหม่ จากอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ที่สนใจการปลูกผัก ผนวกกับความรู้ทางด้านการเกษตรจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทำให้พบจุดอ่อนของเกษตรกรรุ่นเก่า คือการหาช่องทางการตลาดและจัดจำหน่าย จึงร่วมหุ้นกับเพื่อน ปรับลานจอดรถขนาด ๒ ไร่ ให้เป็นสวนผัก และเปิดร้านอาหารติดกัน โดยใช้ผักที่ปลูกเองเป็นวัตถุดิบ การตกแต่งหน้าร้านให้มีจุดถ่ายภาพและชมวิวแปลงผักระหว่างรับประทาน ทำให้ร้านมีเอกลักษณ์โดดเด่น และใช้การตลาดยุคใหม่ ทำการประชาสัมพันธ์ร้านผ่าน โซเชียลมีเดีย Facebook ทำให้คนรู้จักสวนผักและร้านอาหารมากขึ้น ทั้งนี้กำไรหลังหักค่าใช้จ่ายจากการขายผักให้กับร้านอาหารอยู่ที่ราวสองแสนบาทต่อเดือน

แผนภาพที่ ๓-๒ ตัวอย่างเกษตรกรรุ่นใหม่



ที่มา : ไทยอินโฟเน็ท, ออนไลน์, ๒๕๕๗.

จากตัวอย่างกรณีเกษตรกรรุ่นใหม่จะเห็นได้ว่า ได้มีการนำแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตมาประยุกต์ใช้บางส่วน โดยเชื่อมการผลิตกับการบริโภคเข้าด้วยกัน จากการดำเนินการทั้งปลูกผักและร้านอาหารไปพร้อมกัน อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าการดำเนินงานในรูปแบบดังกล่าวยังไม่ได้มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบแบบครบวงจรตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน และการดำเนินงานในรูปแบบดังกล่าวอาจมีข้อจำกัดในการขยายผลไปยังพื้นที่อื่นๆ ต่อไป เนื่องจากทุกอย่างขึ้นอยู่กับตัวเกษตรกรเพียงลำพังผู้เดียว

๒. ตลาดกลางผักผลไม้จังหวัดราชบุรี

ตลาดกลางผักผลไม้จังหวัดราชบุรีหรือตลาดศรีเมือง ตั้งอยู่บนพื้นที่ ๒๓๐ ไร่ โดยมีความโดดเด่นเป็นแบบอย่างที่ดี (Best Practice) ในด้านนโยบายและการบริหารจัดการที่เน้นเรื่องมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย เริ่มตั้งแต่การให้ความรู้การผลิตกับเกษตรกร การตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัย โดยมีลุงตราศรีเมือง สำหรับใส่ผักที่ได้รับการรับรองผลผลิตที่ผ่านมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยให้แล้ว เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างได้อย่างชัดเจน โดยมีถุงบรรจุภัณฑ์มาตรฐานขนาด ๕ หรือ ๑๐ กิโลกรัม ซึ่งช่วยลดการสูญเสียระหว่างขนส่งและเพิ่ม

ความสะดวกในการซื้อขาย ทั้งนี้ จากข้อมูลของตลาดศรีเมืองพบว่าสามารถลดการสูญเสียระหว่างการขนส่งได้ประมาณร้อยละ ๓๐ โดยคำนวณจากปริมาณขยะผักสดที่ลดลงได้ต่อวัน นอกจากนี้ยังมีการจัดพื้นที่เฉพาะสำหรับผู้ผลิตและผู้ซื้อสินค้าเกษตรปลอดภัยแยกชัดเจน

แผนภาพที่ ๓-๓ ตัวอย่างการดำเนินงานของตลาดศรีเมือง



ตลาดกลางผักผลไม้จังหวัดราชบุรี (ตลาดศรีเมือง)



ตลาดศรีเมือง พื้นที่ ๒๓๐ ไร่



ให้ความรู้การผลิตกับเกษตรกร



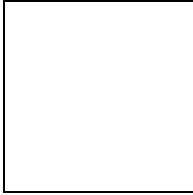
ตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัย



ที่มา : คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๗.

กระบวนการกระจายสินค้าเกษตรปลอดภัยของตลาดศรีเมือง ใช้เกษตรกรเป็นศูนย์กลาง โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมสนับสนุนในแต่ละกระบวนการ ดังที่แสดงไว้ในแผนภาพที่ ๓-๔

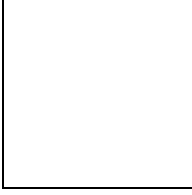
แผนภาพที่ ๓-๔ กระบวนการกระจายสินค้าเกษตรปลอดภัยของตลาดศรีเมือง



ที่มา : คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๗.

ทั้งนี้ สินค้าเกษตรปลอดภัยของตลาดศรีเมืองจะมีการจัดการมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยได้รับการรับรองคุณภาพและความปลอดภัยจากหน่วยงานต่างๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ดังที่แสดงไว้ในแผนภาพที่ ๓-๕

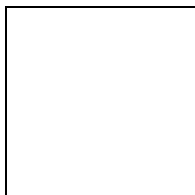
แผนภาพที่ ๓-๕ การรับรองคุณภาพและความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่อุปทาน



ที่มา : คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๗.

จากตัวอย่างกรณีตลาดกลางศรีเมืองจะเห็นได้ว่า ได้มีการนำแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจร โดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตมาประยุกต์ใช้บางส่วน โดยมุ่งเน้นในเรื่องความต้องการผู้บริโภคที่มีมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย ทั้งนี้ การขยายผลสามารถทำได้โดยผลักดันเรื่องมาตรฐานคุณภาพสินค้าและมาตรฐานความปลอดภัยผ่านตลาดกลางทั่วประเทศ โดยใช้รูปแบบของตลาดศรีเมืองเป็นต้นแบบ และกำหนดให้เกษตรกรเป็นผู้คัดแยกสินค้าและใช้บรรจุภัณฑ์ขนาดมาตรฐาน ๕ กิโลกรัมและ ๑๐ กิโลกรัม บรรจุสินค้าที่ต้นทางตั้งแต่แหล่งผลิตก่อนขนส่งมายังตลาดกลาง

แผนภาพที่ ๓-๖ รูปแบบการผลักดันมาตรฐานสินค้าและความปลอดภัยผ่านตลาดกลาง



๓. มุลนิธิโครงการหลวง

มูลนิธิโครงการหลวง ถือเป็นแบบอย่างที่ดี (Best Practice) ในเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบเบ็ดเสร็จสำหรับ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จของมูลนิธิโครงการหลวงประกอบด้วย

๓.๑ การวิจัยและพัฒนาปรับปรุงผลผลิตให้มีความปลอดภัยและได้คุณภาพ โดยมีนักวิจัยและพัฒนาประจำในแต่ละพื้นที่ เพื่อเข้าถึงเกษตรกร สร้างความคุ้นเคย ความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นให้กับเกษตรกร ดังที่แสดงในแผนภาพที่ ๓-๘

๓.๒ การวางแผนการผลิตและการตลาดที่สอดคล้องกัน มีการจัดทำแผนงานรายปีโดยปรับปรุงแผนรายเดือนและรายสัปดาห์ รวมทั้งตัดสินใจร่วมกันระหว่างผู้เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ดังที่แสดงในแผนภาพที่ ๓-๙

๓.๓ การจัดการก่อนและหลังการเก็บเกี่ยว มีการนำมาตรฐานอาหารปลอดภัยของทั้งไทยและสากลมาใช้ เช่น GAP , Global GAP รวมถึงใช้ระบบการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวสำหรับสินค้าเน่าเสียง่าย (Cool Chain) ตั้งแต่ระบบการคัดแยก บรรจุผลผลิต การเก็บรักษา และการขนส่งไปยังลูกค้า เพื่อให้สินค้า สด สะอาด ปลอดภัย ดังที่แสดงในแผนภาพที่ ๓-๑๐

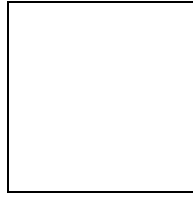
๓.๔ การบรรจุสินค้าและระบบการตรวจสอบย้อนกลับ โดยมีการบรรจุสินค้าในถังมาตรฐาน และมีระบบควบคุมและตรวจสอบย้อนกลับ โดยสามารถระบุรายละเอียดของแต่ละสินค้า เพื่อสามารถตรวจสอบกรณีที่ผลผลิตมีปัญหา ทำให้ทราบได้ถึงแหล่งที่มา แปลงที่ผลิต และเกษตรกรผู้ผลิต ดังที่แสดงในแผนภาพที่ ๓-๑๑

แผนภาพที่ ๓-๗ รูปแบบการบริหารจัดการของมูลนิธิโครงการหลวง



ที่มา : คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๗.

แผนภาพที่ ๓-๘ การวิจัยและพัฒนาปรับปรุงผลผลิต โดยมีนักวิจัยประจำพื้นที่



ที่มา : คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๖.

แผนภาพที่ ๓-๕ การวางแผนผลิตและตลาดที่สอดคล้อง โดยจัดทำแผนรายปี รายเดือน รายสัปดาห์

โปรแกรมส่งเสริมเกษตรกรเดือนกุมภาพันธ์ 2557					
บ.กรวิพัฒนา (ม.ค.-ก.พ. 57) ไม่พืช : กก./ไร่					
ลำดับ	รายการ	อาทิตย์	อังคาร	พฤหัสบดี	หมายเหตุ
1	ยกหน้าดินหว่าน	80	80		

บ.พสมัก (ม.ค.-ก.พ. 57) ไม่พืช : กก./ไร่					
ลำดับ	รายการ	อาทิตย์	อังคาร	พฤหัสบดี	หมายเหตุ
1	คลุมดิน	50	100		วันอังคารงดหว่าน
2	ไถดัดพื้นนา	30	30		วันอังคารงดหว่าน
3	ไถดัดพื้นนา	20	30		วันอังคารงดหว่าน
4	เรดคราวน์	20	30		วันอังคารงดหว่าน
5	ปักดำเมล็ด	50	50		วันอังคารงดหว่าน

บ.โพธิ์ (ม.ค.-ก.พ. 57) ไม่พืช : กก./ไร่					
ลำดับ	รายการ	อาทิตย์	อังคาร	พฤหัสบดี	หมายเหตุ
1	ยกหน้าดินปุ๋ยหน้ามือ	150	150		
2	คลุมดิน	50	50		
3	เรดคราวน์	50	50		
4	ไถดัดพื้นนา	50	50		
5	ไถดัดพื้นนา	50	50		

วันโครงการหลวง (ม.ค.-ก.พ. 57) ไม่พืช : กก./ไร่					
ลำดับ	ชนิดพืช	อาทิตย์	อังคาร	พฤ	หมายเหตุ
1	ยกหน้าดินปุ๋ยหน้ามือ	170	170	170	วันอาทิตย์ ๕

พ.ศ. ๖๕๕๖-๕๗

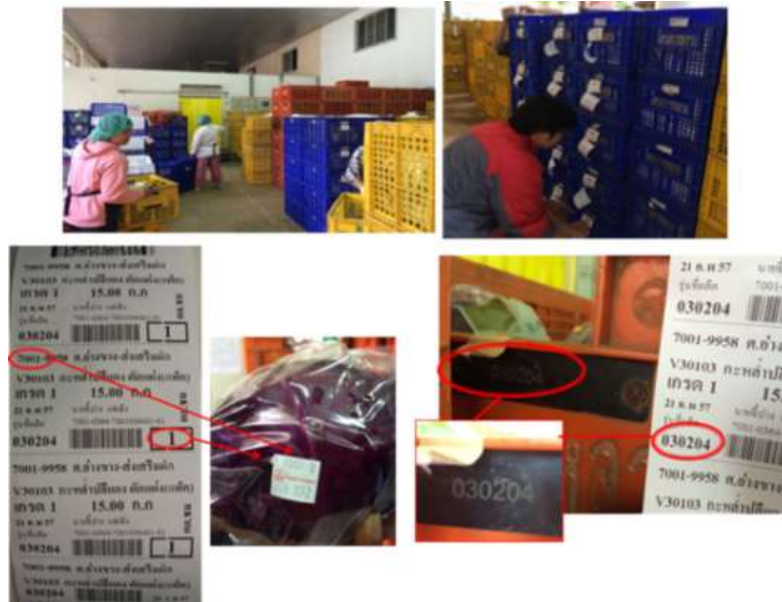
ที่มา : คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๖.

แผนภาพที่ ๓-๑๐ การจัดการก่อนและหลังการเก็บเกี่ยว



ที่มา : คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๗.

แผนภาพที่ ๓-๑๑ การบรรจุสินค้าและระบบการตรวจสอบย้อนกลับ



ที่มา : คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๗.

จากตัวอย่างของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงจะเห็นได้ว่า ได้มีการนำแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตมาประยุกต์ใช้อย่างครบวงจร ตั้งแต่การวิจัยและพัฒนาที่ต้นน้ำ การวางแผนการผลิตและการตลาดให้สอดคล้องกัน รวมไปถึงการจัดการก่อนและหลังการเก็บเกี่ยว การบรรจุสินค้า และระบบการตรวจสอบย้อนกลับ ทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตได้ ทั้งนี้ การขยายผลจำเป็นต้องมีหน่วยงานที่เป็นตัวกลางเพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทานตามรูปแบบดังกล่าว

๔. สหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด

จากวิสัยทัศน์จังหวัดอ่างทองที่ว่า อ่างทองเมืองนำอยู่ แหล่งผลิตอาหารปลอดภัย เนื่องจากจังหวัดอ่างทองนั้น มีพื้นที่ในการทำการเกษตรสูงถึง ๕๖๐,๐๐๐ ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ ๕๐ ของพื้นที่จังหวัดอ่างทองทั้งหมด ๖๑๓,๒๒๐ ไร่ มีความพร้อมด้านบุคลากรในการทำการเกษตร นอกจากนี้ จังหวัดอ่างทองยังตั้งอยู่ในชัยภูมิที่เหมาะสมสำหรับการผลิตสินค้าเกษตร มีแหล่งน้ำระบบชลประทาน และการคมนาคมที่เอื้ออำนวยต่อการทำการเกษตรเป็นอย่างยิ่ง โดยจังหวัดอ่างทองอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นตลาดที่มีความต้องการบริโภคสินค้าเกษตรใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เพียง ๑๐๘ กิโลเมตร ใช้เวลาคมนาคมทางรถยนต์เพียง ๑ ชั่วโมง

อย่างไรก็ดี เกษตรกรจังหวัดอ่างทองยังคงประสบปัญหาในการควบคุมการผลิต การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิต และการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรซึ่งยังต้องพึ่งพาการจำหน่ายผลผลิตเข้าสู่ตลาดกลางที่มักต้องเผชิญกับปัญหาราคาสินค้าที่ไม่แน่นอนและพ่อค้าคนกลางกดราคาสินค้า

ในอีกทางหนึ่ง กลุ่มผู้ประกอบการภายใต้ชมรมร้านอาหาร และสมาคมค้าปลีกแห่งประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำในประเทศไทย มีความต้องการสินค้าเกษตรที่มีมาตรฐานและความปลอดภัย แต่ยังคงอาศัยคนกลางในการหาสินค้าเกษตรเข้ามาจัดจำหน่าย และประสบกับปัญหาความไม่แน่นอนของปริมาณสินค้าที่คนกลางสามารถจัดหาได้ รวมถึงไม่สามารถตรวจสอบที่มาของสินค้าเกษตร และเกษตรกรผู้ผลิตยังไม่มีมาตรฐานการผลิต เช่น Good Agricultural Practices (GAP) หรือ Good Manufacturing Practices (GMP) ทำให้สินค้าเกษตรนั้นยังขาดมาตรฐานและความปลอดภัย

หอการค้าจังหวัดอ่างทอง เห็นถึงช่องว่างในห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรดังกล่าวข้างต้น จึงได้จัดตั้งโครงการผลิตสินค้าเกษตรนวัตกรรมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ขึ้น ภายใต้การดำเนินงานของสหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด โดยเล็งเห็นว่าเมื่อผู้ประกอบการค้าปลีkdังกล่าว มีความต้องการสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย มีมาตรฐาน มีปริมาณที่แน่นอน ย่อมพร้อมที่จะรับซื้อสินค้าเกษตรที่มีตอบโจทย์ความต้องการ ในราคาที่สูงกว่าราคาที่ตลาดกลางรับซื้อจากเกษตรกรอย่างแน่นอน

สหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด เป็นการรวมกลุ่มของเกษตรกร ภายใต้การสนับสนุนของหอการค้าจังหวัดอ่างทอง ดำเนินงานภายใต้แนวคิด การตลาดนำการผลิต หมายถึง หากไม่มีผู้ซื้อก็ไม่ผลิตเพราะผลิตแล้วก็ไม่รู้ว่าจะไปขายที่ไหน ดังนั้น ต้องมีผู้ซื้อและปริมาณที่ชัดเจนจึงจะทำการผลิต

แผนภาพที่ ๓-๑๒ แนวคิดการตลาดนำการผลิต



ที่มา : สหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด, ๒๕๕๗.

สหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด จะดูแลช่วยเหลือเกษตรกรที่เป็นสมาชิก ในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

๑. ด้านเทคโนโลยีการผลิต กำหนดให้เกษตรกรภายใต้โครงการใช้เทคโนโลยีในการผลิตและการควบคุมผลผลิต เพื่อช่วยเพิ่มผลผลิต โดยใช้เทคโนโลยีการปลูกที่ทันสมัย ด้วยโรงเรือนระบบปิด ดังที่แสดงในแผนภาพที่ ๓-๑๔ ที่ใช้วัสดุปลูกระบบชั้นเสตรทที่ไม่ใช้ดิน (Substrate Culture) ดังที่แสดงในแผนภาพที่ ๓-๑๕ และควบคุมการใช้สารเคมี โดยส่งเสริมให้ใช้สารชีวภัณฑ์และสารอินทรีย์ เพื่อให้ได้ผักที่ปลอดภัยจากสารพิษ รวมทั้งการใช้เมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพ และเพาะต้นกล้าให้กับเกษตรกรเพื่อลดอัตราการตาย ทั้งนี้ หอการค้าจังหวัดอ่างทองได้เสนอและผลักดันให้ภาครัฐร่วมลงทุนด้านเทคโนโลยีการผลิต เพื่อสนับสนุนการผลิตผักปลอดภัย โดยปัจจุบันเกษตรกรได้รับการสนับสนุนโรงเรือนจากจังหวัดอ่างทอง รายละไม่เกิน ๒ โรงเรือน

๒. ด้านการตลาด ส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน โดยสหกรณ์ฯ ดำเนินการหาผู้ซื้อ โดยเป็นผู้เชื่อมโยงโดยตรงกับตลาดผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร หรือตลาดส่งออก เพื่อรวบรวมปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรในแต่ละประเภท ทั้งนี้ห้ามมิให้เกษตรกรผลผลิตไปขายหรือบริโภคเอง เนื่องจากการผลิตทั้งหมดเป็นไปตามปริมาณความต้องการที่มีผู้สั่งซื้อเรียบร้อยแล้ว

๓. ด้านมาตรฐานสินค้า เกษตรในโครงการทุกราย มีการจดทะเบียนรหัสโรงเรือนและรหัสสมาชิก ทำในสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ดังที่แสดงในแผนภาพที่ ๓-๑๖ นอกจากนี้ สหกรณ์ฯ ยังสนับสนุนให้เกษตรกรทำการผลิตโดยมีมาตรฐานรับรอง เช่น Good Agricultural Practices (GAP) ดังที่แสดงในแผนภาพที่ ๓-๑๗ ทั้งนี้ สหกรณ์ฯ ไม่ได้ขอมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ แต่ใช้วัสดุปลูกอินทรีย์ เนื่องจากยึดหลักการเอาตลาดนำผลิต โดยตลาดปัจจุบันลูกค้าไม่ได้ต้องการมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ แต่ต้องการมาตรฐาน GAP จึงทำการขอรับรองเพียงมาตรฐาน GAP สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้า

๔. ด้านการบริหารงาน บริหารงานด้วยระบบสหกรณ์ โดยสหกรณ์ฯ เป็นผู้วางแผนการผลิตของเกษตรกรแต่ละรายตามปริมาณคำสั่งซื้อที่ได้รับสำหรับสินค้าเกษตรแต่ละประเภท (ดังที่แสดงในแผนภาพที่ ๓-๑๘) ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการปลูก (ดังที่แสดงในแผนภาพที่ ๓-๑๙) การตรวจสอบควบคุมแปลงการผลิต (ดังที่แสดงในแผนภาพที่ ๓-๒๐) และจัดอบรมให้กับเกษตรกร (ดังที่แสดงในแผนภาพที่ ๓-๒๑) แต่ทั้งนี้ทางสหกรณ์ฯ ไม่มีนโยบายปล่อยเงินกู้ให้สมาชิก โดยการจ่ายเงินให้กับเกษตรกรผู้เป็นสมาชิกจะดำเนินการผ่านธนาคารเท่านั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกษตรกรออมเงินรายได้ไว้กับธนาคารในทางอ้อม

แผนภาพที่ ๓-๑๓ รูปแบบการดำเนินงานของสหกรณ์ฯ



ที่มา : สหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด, ๒๕๕๗.

แผนภาพที่ ๓-๑๔ การผลิตผักปลอดภัยในโรงเรือนระบบปิด



ที่มา : สหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด, ๒๕๕๗.

แผนภาพที่ ๓-๑๕ การปลูกผักในโรงเรือนด้วยวัสดุปลูก (Substrate Culture)



ที่มา : สหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด, บรรยาย, ๒๕๕๗.

แผนภาพที่ ๓-๑๖ ตัวอย่างรหัสโรงเรือนและรหัสสมาชิกของเกษตรกร

รหัสโรงเรือน และ สมาชิก

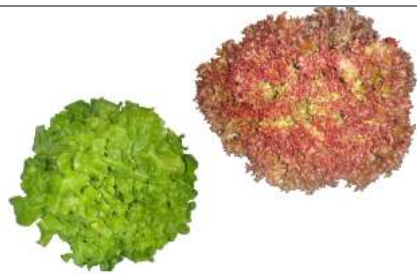
(สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้)

ชื่อสมาชิก : คุณกมล ศรีวิชัย

รหัสสมาชิก : อท. ๐๐๔

รหัสโรงเรือน : 1/2

มาตรการรับรองแหล่งผลิต/รหัสเลขที่ กษ ๐๓-๙๐๐๑-๒๕๕๕-๓๗๐๐๐๓๐๐๓๐๑ (ผักสลัด)



ที่มา : สหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด, ๒๕๕๗.

แผนภาพที่ ๓-๑๗ ตัวอย่างการรับรองมาตรฐาน GAP และมาตรฐานรับรองแหล่งผลิต

GAP : Good Agricultural Practice
เกษตรที่ดีและเหมาะสม

ชื่อสมาชิก : คุณกมล ศรีวิชัย

มาตรฐานรับรองแหล่งผลิต/รหัสเลขที่ กษ 03-9001-2555-37000300301 (ผักสลัด)

- สมาชิกมีมาตรฐานรับรองแหล่งผลิตในพืชทุกๆ ชนิดที่ปลูก
- มีการตรวจสอบการจดบันทึกการใช้สารเคมีหรือกิจกรรมต่างๆ ทุกกระยะการปลูก




ที่มา : สหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด, ๒๕๕๗.

แผนภาพที่ ๓-๑๘ การวางแผนการปลูก

เกษตรกร	กมล	หยุด	27-ม.ค.-57	เกษตรกร	นิวัตร	หยุด	28-ม.ค.-57
รหัสเกษตรกร	อท. 004	ปลูก	11-ก.พ.-57	รหัสเกษตรกร	อท. 015	ปลูก	12-ก.พ.-57
สลัด 6 ชนิด	1200 ต้น	เก็บเกี่ยว	8-มี.ค.-57	สลัด 6 ชนิด	1200 ต้น	เก็บเกี่ยว	11-มี.ค.-57
ปริมาณ กก.	120 กก.	ปริมาณจริง	130 กก.	ปริมาณ กก.	120 กก.	ปริมาณจริง	-
เกษตรกร	สุวินทร์	หยุด	1-ก.พ.-57	เกษตรกร	วิไลวรรณ	หยุด	1-ก.พ.-57
รหัสเกษตรกร	อท. 001	ปลูก	16-ก.พ.-57	รหัสเกษตรกร	อท. 013	ปลูก	16-ก.พ.-57
สลัด 6 ชนิด	1200 ต้น	เก็บเกี่ยว	13-มี.ค.-57	สลัด 6 ชนิด	1200 ต้น	เก็บเกี่ยว	13-มี.ค.-57
ปริมาณ กก.	29-ม.ช.-00	ปริมาณจริง	-	ปริมาณ กก.	29-ม.ช.-00	ปริมาณจริง	-



ที่มา : สหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด, ๒๕๕๗.

แผนภาพที่ ๓-๑๘ การให้คำปรึกษากับเกษตรกร



ที่มา : สหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด, ๒๕๕๗.

แผนภาพที่ ๓-๒๐ การตรวจสอบควบคุมแปลงการผลิต



บันทึกการตรวจโรงเรียนผลิตผักปลอดภัย

วันที่ ____ / ____ / ____

ชื่อโรงเรียนเกษตรกร _____ สถานที่ _____ ครั้งที่ตรวจ _____

โรงเรียนที่ 1		โรงเรียนที่ 2	
แปลงที่พบ	วิธีการแก้ไข	แปลงที่พบ	วิธีการแก้ไข
โรคพืชที่พบ	วิธีการแก้ไข	โรคพืชที่พบ	วิธีการแก้ไข
วิธีดูแล	วิธีการแก้ไข	วิธีดูแล	วิธีการแก้ไข
พืชนอกวิธีดูแล	วิธีการแก้ไข	พืชนอกวิธีดูแล	วิธีการแก้ไข
โรงเรียน ผู้จ พลาดผิด ระบุ	วิธีการแก้ไข	โรงเรียน ผู้จ พลาดผิด ระบุ	วิธีการแก้ไข
อื่นๆ	วิธีการแก้ไข	อื่นๆ	วิธีการแก้ไข

ผู้ตรวจ _____

ที่มา : สหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด, ๒๕๕๗.

แผนภาพที่ ๓-๒๑ การอบรมเกษตรกร



ที่มา : สหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด, ๒๕๕๗.

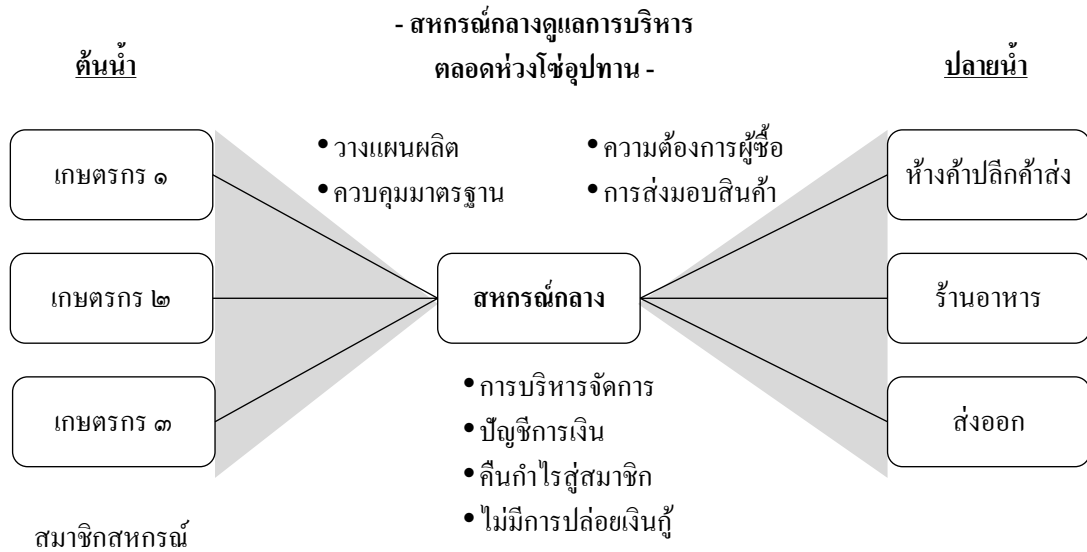
ปัจจุบัน มีเกษตรกรเป็นสมาชิกสหกรณ์ฯ จำนวนทั้งสิ้น ๒๒๕ ราย โดยกำหนดเงื่อนไขการเป็นสมาชิกเฉพาะเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดอ่างทอง พระนครศรีอยุธยา สิงห์บุรี ชัยนาท และลพบุรี ทั้งนี้ จะมีการติดตามรายได้ ประเมินสถานะเกษตรกร และจัดเป็นระดับ เพื่อดูแลเรื่องการพัฒนาเกษตรกร โดยเกษตรกรรายหนึ่งๆ จะดูแลการปลูกจำนวน ๒ โรงเรือน และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ราว ๘,๐๐๐ บาทต่อเดือน

จากตัวอย่างของสหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทองจะเห็นได้ว่า ได้มีการนำแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตมาประยุกต์ใช้อย่างครบวงจร ตั้งแต่การควบคุมพันธุ์พืชที่ต้นน้ำ การวางแผนการผลิตและการตลาดให้สอดคล้องกัน รวมไปถึงการกระจายสินค้าที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มา ทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิต โดยสหกรณ์ฯ เป็นหน่วยงานกลาง ทำหน้าที่บริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน

กรอบความคิดของการวิจัย

จากกรณีตัวอย่างของผู้ประกอบการในภาคเกษตรกรรมหลายรายที่ได้มีการดำเนินงานในรูปแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต สามารถสรุปเป็นรูปแบบการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตได้ดังที่แสดงไว้ในแผนภาพที่ ๓-๒๒

แผนภาพที่ ๓-๒๒ รูปแบบการบริหารเกษตรกรบวจร โดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต



รูปแบบการบริหารเกษตรกรบวจร โดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต เริ่มต้นจากการร่วมกลุ่มของเกษตรกรที่ต้นน้ำในรูปแบบของสหกรณ์กลาง ซึ่งสหกรณ์กลางจะทำหน้าที่ดูแลการบริหารตลอดห่วงโซ่อุปทาน เชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรที่ต้นน้ำและตลาดที่ปลายน้ำ โดยทำหน้าที่รวบรวมความต้องการของผู้ซื้อจากปลายน้ำ เพื่อนำมาวางแผนการผลิตโดยใช้การตลาดนำ ควบคุมมาตรฐานและความปลอดภัยในการผลิต ติดต่อหาช่องทางการจัดจำหน่าย ดูแลการส่งมอบสินค้าให้ตรงตามความต้องการของปลายทาง รวมถึงการบริหารจัดการเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ปัญหาการเงิน การคืนกำไรสู่สมาชิก แต่ทั้งนี้ สหกรณ์จะไม่ดำเนินการปล่อยเงินกู้ให้กับสมาชิก

สรุป

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการในภาคเกษตรกรรมหลายรายได้มีการดำเนินงานในรูปแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดการบริหารเกษตรกรบวจรโดยใช้การตลาดนำ ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าผลผลิตให้กับเกษตรกรเหล่านั้น ได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ความท้าทายของการดำเนินงานในรูปแบบดังกล่าว อยู่ที่การขยายผลไปยังพื้นที่อื่นๆ เนื่องจากเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ย่อมมีข้อจำกัดในรูปแบบการบริหารงานที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะความสามารถของตัวกลางในการเชื่อมโยงโดยตรงกับตลาด ทั้งนี้ การบริหารงานของตัวกลางในรูปแบบของสหกรณ์กลางเป็นรูปแบบที่สะดวกเหมาะสมต่อการขยายผลไปยังพื้นที่อื่นๆ ที่มีความสนใจ

บทที่ ๔

การบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำสู่การปฏิบัติ

แนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำ สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าผลผลิตให้กับเกษตรกรได้เป็นอย่างดี ทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนมากให้ความสนใจในการดำเนินการตามแนวคิดดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติ ยังมีความท้าทายของการดำเนินงานอยู่พอสมควร เนื่องจากแต่ละพื้นที่มีข้อจำกัดที่แตกต่างกัน

ดังนั้น การศึกษาการขยายผล แนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตสู่การปฏิบัติ ในพื้นที่อื่น จึงมีความจำเป็น เนื่องจากเป็นการทบทวนความเหมาะสมของรูปแบบการดำเนิน พิจารณาข้อบกพร่องและปัญหาของแนวทางการปฏิบัติ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าแนวคิดดังกล่าวจะสามารถนำไปใช้ขยายผลได้จริงอย่างเหมาะสมในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน

สำหรับการศึกษาการขยายผลแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตสู่การปฏิบัติจริงในการวิจัยครั้งนี้ เลือกทำการศึกษาในพื้นที่จำนวน ๑ แห่ง ที่มีความพร้อมและได้มีการดำเนินการมาระยะหนึ่งแล้ว โดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่างรูปแบบการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตตามกรอบความคิดของการวิจัย กับการดำเนินการจริง

รูปแบบการดำเนินการตามแนวการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต

รูปแบบการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต ตามกรอบความคิดของการวิจัย ประกอบด้วยการบริหารงานใน ๓ ส่วนหลัก ครอบคลุมการบริหารงานตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานอย่างครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ดังที่แสดงไว้ในแผนภาพที่ ๔-๑ กล่าวคือ

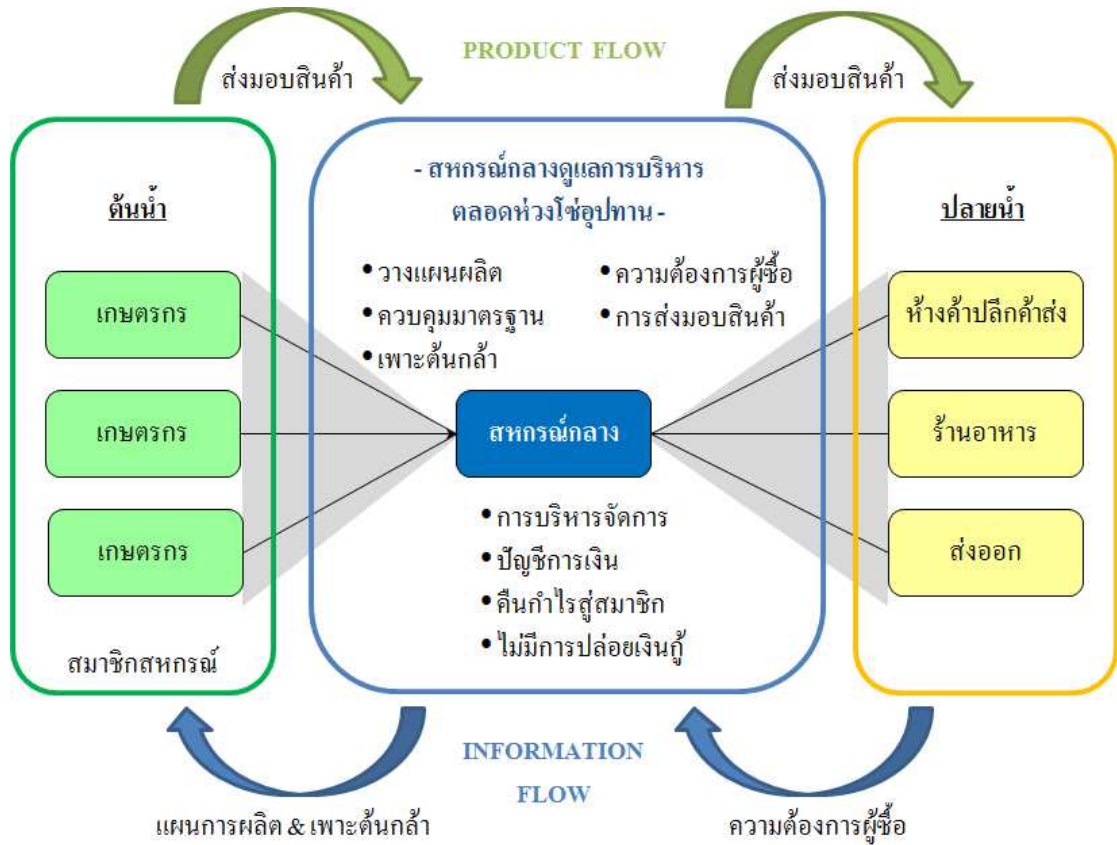
๑. การบริหารงานที่ต้นน้ำ เริ่มต้นจากการร่วมกลุ่มของเกษตรกรที่ต้นน้ำ ในรูปแบบของสหกรณ์กลาง โดยสหกรณ์กลางจะเป็นผู้เชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรที่ต้นน้ำและตลาดที่ปลายน้ำ ทำหน้าที่รวบรวมความต้องการของผู้ซื้อจากปลายน้ำ เพื่อนำมาวางแผนการผลิตที่ต้นน้ำให้

สอดคล้องตามความต้องการของตลาดปลายทาง ทั้งในแง่ของประเภทผลผลิต ปริมาณผลผลิต รูปแบบของผลผลิต คุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัย โดยจะกำหนดว่าแปลงผักของเกษตรกร รายใด จะทำการปลูกผักประเภทใด ในปริมาณเท่าไร โดยเฉพาะต้นกล้าให้เกษตรกรนำไปปลูก และ กำหนดว่าจะตัดผักเพื่อส่งมอบให้กับผู้ซื้อรายใด ในระยะเวลาเมื่อไร นั่นคือ เกษตรกรจะทำการผลิต โดยใช้ความต้องการของตลาดเป็นตัวนำ หรือที่เรียกว่า การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบ การตลาดนำ (Demand Pull Supply Chain Management) นั่นเอง

๒. สหกรณ์กลางทำหน้าที่ดูแลการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ มาตรฐานการผลิตที่ต้นน้ำ ครอบคลุมถึงการวางแผนผลิต การควบคุมมาตรฐานและความปลอดภัย ในการผลิต การเพาะต้นกล้า การรวบรวมความต้องการของผู้ซื้อ ตลอดจนดูแลการส่งมอบสินค้า ทั้งนี้ สหกรณ์กลางจะกำหนดมาตรฐานรูปแบบดำเนินงานไว้เพื่อความสะดวกและมีประสิทธิภาพ ในการขยายผลไปยังเกษตรกรรายอื่นๆ โดยสหกรณ์กลางจะมีการจัดอบรม เสริมสร้างความรู้ความ เข้าใจให้กับเกษตรกรที่เป็นสมาชิก ให้คำปรึกษา และประเมินผลการดำเนินงานของเกษตรกรแต่ละ รายเพื่อการพัฒนาขีดความสามารถได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ สหกรณ์กลางยังทำหน้าที่บริหาร จัดการเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บัญชีการเงิน การคืนกำไรสู่สมาชิก แต่สหกรณ์จะไม่ดำเนินการ ปล่อยเงินกู้ให้กับสมาชิก

๓. การบริหารงานที่ปลายทาง เป็นการบริหารและเชื่อมโยงเครือข่ายช่องทางการจัด จำหน่าย ซึ่งมีอยู่หลากหลายช่องทาง ตั้งแต่ห้างค้าปลีกค้าส่ง ร้านอาหาร หรือกระทั่งการส่งออก ไปยังต่างประเทศ ทั้งนี้ วิธีการจัดจำหน่ายตามแนวคิดนี้จะเป็นการจัดจำหน่ายไปยังช่องทางต่างๆ โดยตรงโดยไม่ผ่านตัวกลาง โดยสหกรณ์กลางจะเป็นผู้ติดต่อและเชื่อมโยงกับเครือข่ายช่องทางการ จัดจำหน่ายแทนเกษตรกร ซึ่งจุดเด่นที่ทำให้ผลผลิตของสหกรณ์มีความแตกต่างและน่าสนใจก็คือ เป็นการซื้อผลผลิตที่ได้มาตรฐานและปลอดภัยจากเกษตรกร โดยตรง สามารถกำหนดปริมาณ คุณภาพ ประเภทและรูปแบบผลผลิต รวมถึงระยะเวลาส่งมอบ ได้ตามที่ต้องการ โดยผู้ซื้อสามารถ ตรวจสอบได้ว่าผักนั้นมาจากเกษตรกรรายใด และสามารถเข้าเยี่ยมชมการดำเนินงานจริงของ เกษตรกรเพื่อให้อุ่นใจในกระบวนการผลิตของผลผลิตนั้นๆ ซึ่งความสามารถในการตอบสนองต่อ ความต้องการของผู้ซื้อได้อย่างถูกต้องแม่นยำนี้เอง ที่สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิต นั่นคือ ผู้ซื้อที่ยินดีที่จะจ่ายเพิ่ม หากได้รับสินค้าที่เชื่อถือได้และตรงตามความต้องการทั้งในแง่คุณภาพ ความ ปลอดภัย ปริมาณ และระยะเวลาการส่งมอบ นอกจากนี้ การจัดจำหน่ายไปยังปลายทางตรงโดยไม่ ผ่านตัวกลางยังทำให้เกษตรกรได้รับราคาที่ดีขึ้น เนื่องจากไม่มีค่าบริหารจัดการในส่วนของตัวกลาง

แผนภาพที่ ๔-๑ รูปแบบการบริหารเกษตรครบวงจร โดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต



ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการแข่งขันด้วยความเป็นธรรมและมีความยั่งยืนภายในห่วงโซ่อุปทาน ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานทุกฝ่ายควรได้รับผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเหมาะสม

๑. เกษตรกรที่ต้นน้ำ ได้รับรายได้ที่แน่นอนจากการปลูกผัก ดีกว่าขายผ่านคนกลางหรือตลาดกลางโดยทั่วไป เนื่องจากราคาขายมีความชัดเจน โดยรายได้จากการปลูกผักอยู่ที่ประมาณ ๘,๐๐๐-๑๒,๐๐๐ บาทต่อเดือน สำหรับ ๒ โรงเรือน (ระยะเวลาการปลูกผัก ๑ รอบ เท่ากับ ๒๕ วัน) ในขณะที่รายได้จากการปลูกเมล่อนอยู่ที่ประมาณ ๑๒,๐๐๐-๑๘,๐๐๐ บาทต่อเดือน สำหรับ ๒ โรงเรือน (ระยะเวลาการปลูกเมล่อน ๑ รอบ เท่ากับ ๖๕ วัน)

๒. สหกรณ์กลางที่กลางน้ำ บริหารงานโดยไม่มุ่งหวังผลกำไรเป็นหลัก และได้รับส่วนแบ่งรายร้อยละ ๕-๑๐ สำหรับเป็นค่าบริหารจัดการ โดยส่วนที่เหลือจะจ่ายเป็นเงินปันผลให้กับสมาชิกของสหกรณ์

๓. ผู้บริโภคที่ปลายน้ำ ได้บริโภคผักที่มีคุณภาพดี ตรงตามความต้องการ ในราคาที่เหมาะสม

อย่างไรก็ดี จากการศึกษาการขยายผลแนวคิดดังกล่าวสู่การปฏิบัติจริงในพื้นที่อื่น โดยได้ศึกษารูปแบบการดำเนินการของชินวงศ์ฟาร์ม ฟาร์มปลูกผักอินทรีย์ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งบริหารงานโดยคุณวาริน ชินวงศ์ ประธานหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า แม้การดำเนินงานจะเป็นไปภายใต้รูปแบบการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต เช่นเดียวกันกับสหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง ซึ่งบริหารงานโดยหอการค้าจังหวัดอ่างทอง และเป็นต้นแบบของกรอบความคิดของการวิจัยนี้ แต่รายละเอียดในทางปฏิบัตินั้น มีความแตกต่างกันในประเด็นต่างๆ ดังนี้

๑. กระบวนการผลิตและการวางแผนการผลิต

หัวใจสำคัญของกระบวนการผลิตและการขนส่ง ตามรูปแบบการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต คือการวางแผนการผลิตโดยใช้การตลาดนำ การควบคุมมาตรฐานการผลิต และการส่งมอบสินค้าถึงผู้ซื้อปลายทาง โดยสินค้าไม่เสียหาย

๑.๑ การวางแผนการผลิต

จากการศึกษาพบว่า ทั้งชินวงศ์ฟาร์มและสหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง มีการวางแผนการผลิตโดยใช้การตลาดนำ นั่นคือ ทำการผลิตตามปริมาณความต้องการบริโภคพืชผักสวนครัวในแต่ละประเภท โดยชินวงศ์ฟาร์มจะทำการวางแผนการผลิตแบบคร่าวๆ ในขณะที่สหกรณ์อ่างทองจะทำการวางแผนการผลิตอย่างละเอียด ทั้งนี้ประเภทของพืชผักสวนครัวที่ดำเนินการปลูกในแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดในพื้นที่นั้นๆ โดยผลิตผลหลักของชินวงศ์ฟาร์ม ประกอบด้วย ผักสลัด มะเขือเทศราชินี และผักไทย เช่น ผักคะน้า ผักบุ้ง ผักกวางตุ้ง ในขณะที่ผลิตผลของสหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง ประกอบด้วย ผักสลัด เมล่อน พริก และมะเขือเทศเชอร์รี่ เป็นต้น

๑.๒ การควบคุมมาตรฐานการผลิต

ทั้งชินวงศ์ฟาร์มและสหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง ดำเนินการปลูกโดยใช้เทคโนโลยีโรงเรือนระบบปิด ปลูกด้วยวัสดุปลูก และควบคุมการปลูกผักให้ปราศจากสารพิษ เพื่อให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้ ขนาดของโรงเรือนของชินวงศ์ฟาร์มและสหกรณ์อ่างทองมีความแตกต่างกันตามความเหมาะสมของขนาดพื้นที่ เมล็ดพันธุ์ที่ใช้ก็มาจากต่างแหล่ง วิธีการเตรียมดินสำหรับปลูก รวมทั้งวัสดุปลูกที่ใช้ในการปลูกก็มีส่วนผสมที่แตกต่างกัน โดยเป็นการปรับใช้ตามวัสดุที่มีพร้อมในพื้นที่นั้นๆ

ตัวอย่างเช่น วัสดุปลูกของชินวงศ์ฟาร์ม ประกอบด้วย ขุยมะพร้าว มีเดีย และขี้วัว โดยเมล็ดพันธุ์ดำเนินการจัดหาจากหลายแหล่ง และการเตรียมคันดินสำหรับปลูกเป็น

แบบหน้าเรียบ ซึ่งผลผลิตบางส่วนได้รับความเสียหายจากน้ำขังบนคันดิน ในขณะที่วัสดุปลูกของ สหกรณ์อ่างทอง ประกอบด้วย ขุยมะพร้าว มีเดีย และปุ๋ยอินทรีย์ โดยเมล็ดพันธุ์คัดมาจากแหล่งที่ มั่นใจในคุณภาพ และการเตรียมคันดินสำหรับปลูกเป็นแบบยกร่อง ทำให้เมื่อรดน้ำแล้วน้ำไม่ขังใน แปลงผัก ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของผลผลิตต่อแปลง

อย่างไรก็ดี ทั้งซิณวงศ์ฟาร์มและสหกรณ์อ่างทอง มีการควบคุมการปลูกผัก ให้มีความปลอดภัยตามมาตรฐานผักเกษตรอินทรีย์ และมีการขอรับการรับรองมาตรฐานผลผลิต จากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

แผนภาพที่ ๔-๒ โรงเรือนระบบปิดของซิณวงศ์ฟาร์ม



แผนภาพที่ ๔-๓ การปลูกต้นกล้าด้วยวัสดุปลูกของซิณวงศ์ฟาร์ม



แผนภาพที่ ๔-๔ เครื่องหมายรับรอง Q บนบรรจุภัณฑ์ของชินวงศ์ฟาร์ม



๒. การจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร

๒.๑ ช่องทางการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายผลผลิตของชินวงศ์ฟาร์มและสหกรณ์อ่างทอง ดำเนินการโดยตรงกับผู้ซื้อไม่ผ่านตัวกลาง โดยผู้ซื้อหลักประกอบด้วย ร้านอาหาร โรงแรม และห้างค้าปลีกค้าส่ง ในจังหวัดใกล้เคียง และเนื่องจากผลผลิตจากชินวงศ์ฟาร์มและสหกรณ์อ่างทองได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยและมีการสร้างตราสัญลักษณ์ (Brand) ของตนเอง ทำให้สามารถจัดจำหน่ายได้ในราคาที่ดีกว่าพืชผักสวนครัวตามท้องตลาด นั่นคือสามารถเพิ่มมูลค่าของผลผลิตได้จริง ทั้งนี้ ชินวงศ์ฟาร์มและสหกรณ์อ่างทองจะทำการรวบรวมความต้องการของผู้ซื้อ เพื่อนำมาวางแผนการผลิตต่อไป

นอกจากนี้ ทั้งชินวงศ์ฟาร์มและสหกรณ์อ่างทองยังได้มีการเปิดหน้าร้านสำหรับจัดจำหน่ายผลผลิตทั้งในรูปแบบปลีกและส่งอีกช่องทางหนึ่ง โดยชินวงศ์ฟาร์มเปิดในรูปแบบร้านอาหาร สลัดน้ำ โดยจำหน่ายเมนูอาหารพร้อมผักสลัด เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตได้อีกทางหนึ่ง และมีผู้จัดจำหน่ายผลผลิตภายในร้าน โดยผลผลิตจะจำแนกตามประเภทผักห่อละประเภท ดังที่แสดงไว้ในแผนภาพที่ ๔-๓ ในขณะที่สหกรณ์อ่างทองเปิดเป็นร้าน ๑๐๘ เทกโนฟาร์ม มีผู้จัดจำหน่ายผลผลิต โดยผลผลิตมีทั้งแบบแยกห่อละประเภท และแบบผักสลัดรวมตัดใบพร้อมรับประทาน ดังที่แสดงไว้ในแผนภาพที่ ๔-๔ ซึ่งตอบความต้องการของผู้บริโภคผักสลัดและมีมุมเล็กๆ ให้นั่งภายในร้าน แต่ไม่ได้จำหน่ายเป็นเมนูอาหาร

แผนภาพที่ ๔-๕ ร้านสลัดน้ำ ของฉิมวงษ์ฟาร์ม



แผนภาพที่ ๔-๖ มุมจัดจำหน่ายผลผลิตการเกษตรภายในร้านสดน้ำของชินวงส์ฟาร์ม



แผนภาพที่ ๔-๗ ผลผลิตจำแนกตามประเภทผักของชินวงส์ฟาร์ม



แผนภาพที่ ๔-๘ ผักสลัดรวมตัดใบพร้อมรับประทานของสหกรณ์อ่างทอง



๒.๒ การขนส่ง

การจัดส่งสินค้าของทั้งซีمنวังก์ฟาร์มและสหกรณ์อ่างทองมีรูปแบบที่เหมือนกัน คือ มีทั้งดำเนินการจัดส่งไปยังปลายทางด้วยรถขนส่งของตนเอง และให้ลูกค้ามารับยังศูนย์ของฟาร์มหรือสหกรณ์ ขึ้นอยู่กับปริมาณการสั่งซื้อ

ทั้งนี้ ท่าเลที่ตั้งถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญ เนื่องจากสินค้าพืชผักสวนครัวเป็นสินค้าที่มีอายุสั้นและเสียหายง่ายระหว่างการขนส่ง โดยทั้งซีمنวังก์ฟาร์มและสหกรณ์อ่างทองตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ใกล้กับตลาดที่เป็นแหล่งความต้องการผลผลิต กล่าวคือ ซีمنวังก์ฟาร์มตั้งอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางของผักผลไม้ และห่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีความต้องการบริโภคผลผลิตสูง เช่น กระบี่/ตรัง/สุราษฎร์ธานี ๑.๕ ชั่วโมง หาดใหญ่ ๒.๕ ชั่วโมง ภูเก็ต ๔ ชั่วโมง ในขณะที่สหกรณ์อ่างทองตั้งอยู่ในจังหวัดอ่างทอง ซึ่งห่างจากกรุงเทพมหานครที่เป็นแหล่งที่มีความต้องการบริโภคผลผลิตสูงเพียง ๑ ชั่วโมง โดยทางรถยนต์

๓. การบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ทั้งซีمنวังก์ฟาร์มและสหกรณ์อ่างทองเป็นผู้ดำเนินการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ตั้งแต่การผลิตที่ต้นน้ำ รวบรวมความต้องการของผู้ซื้อ วางแผนผลิต ควบคุมมาตรฐานการผลิต รวมไปถึงการจัดหาตลาด การส่งมอบสินค้า การบริหารจัดการภายใน และบัญชีการเงิน

อย่างไรก็ดี ซีمنวังก์ฟาร์มนั้นไม่ได้บริหารงานในรูปแบบของสหกรณ์กลางที่เป็นการรวมกลุ่มกันของเกษตรกรดังเช่นที่สหกรณ์อ่างทองได้ดำเนินการ โดยซีمنวังก์ฟาร์มดำเนินการในรูปแบบบริษัทเอกชน แปลงปลูกทั้งหมดใช้พื้นที่ของบริษัทเอง และว่าจ้างเกษตรกรให้มา

ดำเนินการปลูกและดูแลรักษาพืชผักสวนครัว โดยมีการฝึกอบรมเกษตรกรเหล่านั้นให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตผักเกษตรอินทรีย์

ทั้งนี้ การดำเนินงานในรูปแบบของสหกรณ์มีข้อดีเกี่ยวกับความสามารถในการขยายกำลังการผลิต เนื่องจากมีการวางรูปแบบการดำเนินงานที่เป็นมาตรฐาน ทำให้สามารถเพิ่มพื้นที่การผลิตไปยังพื้นที่บริเวณใกล้เคียงได้ ตามจำนวนเกษตรกรที่มาเข้าร่วมในสหกรณ์ โดยเกษตรกรจะได้รับการอบรมจนสามารถดำเนินการเพาะปลูกได้ตามมาตรฐาน ซึ่งแต่ละราย จะดูแลการผลิตเพียง ๒ ไร่ต่อราย ทำให้ใช้พื้นที่ต่อรายไม่มาก และเกษตรกรเองมีความรู้สึกเป็นเจ้าของผลผลิต ทำให้การดูแลบำรุงรักษาผลผลิตเป็นไปอย่างดี ในขณะที่การดำเนินงานในรูปแบบบริษัท จำเป็นต้องมีพื้นที่ของตนเองในจำนวนที่มากพอ และต้องบริหารเกษตรกรที่จ้างมาดูแลผลผลิตให้ดำเนินงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการบริหารเกษตรกรบวจรโดยใช้การตลาดนำ

เพื่อให้กับเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำแนวคิดการบริหารเกษตรกรบวจรโดยใช้การตลาดนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขอสรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติ ดังนี้

๑. ต้องตอบสนองความต้องการของตลาด มีการวางแผนผลิตให้ตรงความต้องการ และเชื่อมโยงกับตลาดโดยตรงเพื่อเข้าถึงความต้องการ ทั้งประเภทของผลผลิต ปริมาณผลผลิต รูปแบบของผลผลิต คุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัย นั่นคือการใช้ตลาดเป็นตัวนำ

๒. ต้องมีการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของกระบวนการผลิตและผลผลิต มีมาตรฐานการผลิต ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่มีการคัดแปลงให้เหมาะสมกับพื้นที่ และมีการรับรองมาตรฐาน โดยองค์กรที่เป็นที่ยอมรับ เพราะคุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัยของผลผลิตถือเป็นหัวใจสำคัญในการเพิ่มมูลค่าผลผลิต

๓. ต้องมีผู้ดูแลการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยเฉพาะในส่วนของการเชื่อมโยงเครือข่ายการตลาด ทั้งนี้ การดำเนินการอาจทำในรูปแบบของสหกรณ์ ซึ่งมีข้อดีในแง่ของการขยายกำลังการผลิต หรืออาจดำเนินการในรูปแบบของบริษัท ซึ่งมีข้อดีในด้านความสะดวกในการควบคุมและบริหารจัดการคุณภาพผลผลิต

๔. สถานที่เพาะปลูกควรอยู่ใกล้ตลาดที่เป็นแหล่งความต้องการ เพื่อประโยชน์ด้านการขนส่งและกระจายสินค้า เนื่องจากสินค้าพืชผักสวนครัวเป็นสินค้าที่มีอายุสั้นและเสียหายง่ายระหว่างการขนส่ง

๕. เชื่อมโยงเครือข่ายช่องทางการจัดจำหน่าย โดยพิจารณาเลือกและกระจายเครือข่ายทางการตลาดให้เหมาะสมสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินการ

๖. การดำเนินงาน จำเป็นต้องเรียนรู้ ลองผิดลองถูก ปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้เหมาะสม และจัดทำเป็นมาตรฐานการดำเนินงานเพื่อการขยายผลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องมีความทุ่มเท ใจรัก เสียสละ บริหารงานโดยยึดหลักนิติธรรม และสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

การเชื่อมโยงเครือข่ายการตลาดและการขยายผล

หากพิจารณาในมุมมองด้านการตลาด ตามหลักการ 4P อันประกอบด้วย ตัวสินค้า (Product) การกำหนดราคาขาย (Price) ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) สามารถสรุปได้ดังนี้

๑. ตัวสินค้า (Product) จุดขายคือ ผักปลอดสารพิษ ที่ผลิตตรงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งประเภท ปริมาณ รูปแบบ ระยะเวลาส่งมอบ โดยกำหนดตราสัญลักษณ์ (Brand) สำหรับสินค้าของตนเอง และเพิ่มความน่าเชื่อถือด้วยการใช้ตราสัญลักษณ์ของมาตรฐานและความปลอดภัยที่เป็นสากลรับรองเพื่อสร้างความเชื่อมั่น เช่น ThaiGAP เป็นต้น

๒. การกำหนดราคาขาย (Price) กำหนดราคาให้ใกล้เคียงกับราคาตลาด สำหรับผักปลอดสารพิษ ซึ่งเป็นตลาดสินค้าคุณภาพสูง (Premium) โดยตกลงราคากับลูกค้าล่วงหน้าอย่างน้อย ๑๕ วัน

๓. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า (Place) มีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยเน้นกลุ่ม ร้านอาหาร โรงแรม และห้างค้าปลีกค้าส่ง ในจังหวัดใกล้เคียง โดยมีบริการจัดส่งสินค้าให้ถึงปลายทาง หรือสามารถมาซื้อสินค้าด้วยตนเองที่ร้านก็ได้

๔. การส่งเสริมการขาย (Promotion) พิจารณาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันเป็นลูกค้าในพื้นที่ที่ไม่ห่างไกลมากนัก และส่วนมากเป็นร้านอาหาร โรงแรม ดังนั้นการส่งเสริมการขายจะเป็นการเอาตัวอย่างผลผลิตไปนำเสนอให้ลูกค้าได้ทดลองด้วยตนเอง การนำลูกค้าเข้าเยี่ยมชมสถานที่เพาะปลูกจริง รวมถึงการสื่อสารผ่านรายการเคเบิลทีวีท้องถิ่น ทั้งนี้สำหรับอนาคต จะเพิ่มแผนพับมาตรฐานสำหรับการขยายต่อไป รวมทั้งทดลองนำ Social Media เข้ามาช่วยเสริมด้านการขาย

ความท้าทายของการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร คือการหาช่องทางตลาด การเชื่อมโยงเครือข่ายการตลาด และจัดจำหน่าย เพื่อลดการพึ่งพิงการกระจายผลผลิตผ่านตลาดกลาง ดังนั้น การเชื่อมโยงและเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายความร่วมมือด้านการตลาดสำหรับการบริหารเกษตรครบวงจร จึงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จ

หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยถือเป็นองค์กรที่มีความเข้มแข็งด้านเครือข่าย ดังนั้นการเชื่อมโยงและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือด้านการตลาดสำหรับการบริหารเกษตรครบวงจรดังกล่าว จะดำเนินการผ่านเครือข่ายของหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย โดยได้ดำเนินการเชื่อมโยงและพัฒนาเครือข่ายสำหรับโรงแรมชั้นนำและห้างค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่ ซึ่งถือเป็นตลาดที่ยากต่อการเข้าถึงโดยเกษตรกร โดยตรง เนื่องจากมีมาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัยสูง

๑. โรงแรมชั้นนำ

โรงแรมชั้นนำมีความต้องการผลผลิตที่มีคุณภาพและมีความสามารถในการรับซื้อในราคาที่สูงกว่าท้องตลาดหากได้ผลผลิตที่ตรงตามความต้องการ อย่างไรก็ตาม โรงแรมชั้นนำมักเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ การเข้าถึงผู้รับผิดชอบในการจัดซื้อผลผลิตอาจมีความลำบากไม่สะดวกอยู่บ้าง นอกจากนี้ โรงแรมส่วนมากยังมีเทอมการซื้อขายและชำระค่าสินค้า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกระแสเงินสดหมุนเวียนในการจัดจำหน่ายผลผลิต โดยเฉพาะเมื่อการชำระเงินให้กับเกษตรกรสำหรับผลผลิตดำเนินการด้วยระบบเงินสด

๒. ห้างค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่

ห้างค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่ถือเป็นเครือข่ายการตลาดที่มีความต้องการผลผลิตในปริมาณที่มาก อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดในการค้าขายกับห้างค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่ คือ เทอมการซื้อขายและชำระค่าสินค้า รวมทั้งราคารับซื้อที่ต่ำกว่าช่องทางจัดจำหน่ายอื่นๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายรับและเงินสดหมุนเวียนในการจัดจำหน่ายผลผลิต

ทั้งนี้ การที่หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยเข้ามารับรองผลผลิตจากเกษตรกรว่ามีคุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัย จริงนั้น จะช่วยทำให้ผู้ซื้อที่เน้นคุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัยสูง เชื่อถือ ใจไว้วางใจ และยอมรับที่จะติดต่อซื้อขายโดยตรงกับเกษตรกร โดยในปัจจุบัน สภาหอการค้าแห่งประเทศไทยได้ให้การรับรองมาตรฐาน Thai GAP ซึ่งเป็นมาตรฐานรับรองระบบการผลิตสำหรับภาคเกษตรของไทยที่ปลอดภัยเทียบเท่ามาตรฐานสากล

สรุป

แนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำ สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าผลผลิตให้กับเกษตรกรได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม การดำเนินการในแต่ละพื้นที่ย่อมมีข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ดังนั้น การนำแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องเข้าใจถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินการ และทำการปรับใช้แนวคิดให้เหมาะสมกับพื้นที่ของตนเอง

ทั้งนี้ การเชื่อมโยงและเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายความร่วมมือด้านการตลาดสำหรับการบริหารเกษตรครบวงจร ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม ช่องทางการตลาดแต่ละช่องทางก็มีจุดแข็งและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ดังนั้น การเลือกและกระจายเครือข่ายทางการตลาดให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินการของตนจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ

บทที่ ๕

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ภาคเกษตรกรรม ถือเป็นส่วนสำคัญของโครงสร้างระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย และเป็นภาคที่มีความท้าทาย ตั้งแต่การผลิตที่ต้นน้ำ จนถึงผู้บริโภคที่ปลายน้ำ โดยเฉพาะผลผลิตจากภาคเกษตรกรรมนั้น มีลักษณะพิเศษคือมีอายุที่จำกัด

ภาคเกษตรกรรมของไทยในปัจจุบัน ยังเผชิญความท้าทายในหลายด้าน ตัวอย่างเช่น ด้านการผลิตยังขาดการควบคุมการผลิตอย่างมีมาตรฐาน รวมถึงการนำเทคโนโลยีและการบริหารจัดการเข้ามาเสริม โดยเฉพาะในเกษตรกรรายย่อย ด้านการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรยังต้องกระจายผลผลิตผ่านตลาดกลาง ด้านปัญหาราคาสินค้าทางการเกษตรที่มีความผันผวนไม่แน่นอน และผลผลิตล้นตลาด ด้านมาตรฐานและความปลอดภัยของผลิตผลทางการเกษตรที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นและสามารถตรวจสอบได้

พืชผักสวนครัว ถือเป็นผลผลิตภาคเกษตรกรรมที่มีอายุสั้นและเสียหายง่าย อีกทั้งยังมีห่วงโซ่อุปทานที่ซับซ้อน เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนมากเป็นรายย่อย และมีผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานเป็นจำนวนมาก ดังนั้น การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของผลิตผลทางการเกษตรเป็นอย่างมาก

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ได้มีความพยายามในการบริหารจัดการเพื่อแก้ไขปัญหาในกระบวนการต่างๆ ของห่วงโซ่อุปทานของภาคเกษตรกรรมในกลุ่มพืชผักสวนครัว ตั้งแต่การกำหนดมาตรฐานและความปลอดภัยของผลิตผลทางการเกษตร การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต บรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง ตลอดจนการปรับเปลี่ยนรูปแบบและช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรให้เหมาะสมมากขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ รวมทั้งเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตผลทางการเกษตร อันจะนำมาซึ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นของเกษตรกรไทยที่เป็นประชากรสำคัญของประเทศ

แนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำ ซึ่งเป็นแนวคิดในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างครบวงจร ตั้งแต่การผลิตที่ต้นน้ำจนถึงผู้บริโภคที่ปลายน้ำ เป็นแนวคิดที่สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าผลผลิตให้กับเกษตรกรได้เป็นอย่างดี ทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนมากให้

ความสนใจในการดำเนินการตามแนวคิดดังกล่าว โดยหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ในฐานะองค์กรที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นการยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการนำแนวคิดด้านการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำประยุกต์ใช้ในภาคเกษตรกรรม เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิต อันจะนำมาซึ่งการเพิ่มขึ้นของรายได้สำหรับเกษตรกร และช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมของประเทศไทย

ทั้งนี้ ในทางปฏิบัติถือว่ามีความท้าทายของการดำเนินงานอยู่พอสมควร เนื่องจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผลิตผลทางการเกษตรจำเป็นต้องมีตัวกลางที่มีความรู้ความเข้าใจ และมีความสามารถในการบริหารจัดการ นอกจากนี้แต่ละพื้นที่ยังมีข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ดังนั้นการขยายผลแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต ผู้การปฏิบัติอย่างแพร่หลาย ให้ครอบคลุมเกษตรกรทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย จึงเป็นสิ่งที่มีความท้าทายเป็นอย่างมาก เพราะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจถึงรูปแบบของการบริหารเกษตรครบวงจรอย่างถ่องแท้ ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจดังกล่าวให้กับเกษตรกรเพื่อให้สามารถดำเนินการอย่างมีมาตรฐาน รวมถึงความสามารถในการบริหารจัดการความร่วมมือกับผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทาน

จากการศึกษารูปแบบการดำเนินการ สามารถสรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จของการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต รวมทั้งแนวทางเชื่อมโยงและเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายความร่วมมือด้านการตลาดสำหรับการบริหารเกษตรครบวงจรสำหรับใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติให้กับเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้ดังนี้

๑. ต้องตอบสนองความต้องการของตลาด
๒. ต้องมีมาตรฐานและความปลอดภัย มีการควบคุมคุณภาพการผลิตและผลผลิต
๓. ต้องมีผู้ดูแลการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน
๔. สถานที่เพาะปลูกควรอยู่ใกล้ตลาดที่เป็นแหล่งความต้องการ
๕. เลือกและกระจายเครือข่ายทางการตลาดให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินการ
๖. การดำเนินงาน จำเป็นต้องเรียนรู้และปรับเปลี่ยนการให้เหมาะสม

สำหรับขนาดของการปลูกนั้น ไม่จำเป็นว่าต้องมีขนาดใหญ่หรือเล็กจึงจะทำให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ อย่างไรก็ตาม การดูแลการเพาะปลูกในพื้นที่ที่ไม่ใหญ่มากจนเกินไป เช่น ดูแลเพียงไม่กี่อำเภอในบริเวณใกล้เคียง ย่อมมีโอกาสประสบความสำเร็จได้ดีกว่า เนื่องจากสามารถควบคุมดูแลบริหารจัดการได้ง่ายกว่า โดยเฉพาะในเรื่องคุณภาพและการจัดการด้านการขนส่งสินค้า

ข้อเสนอแนะ

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของผลิตผลทางการเกษตรเป็นอย่างมาก โดยการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผลิตผลทางการเกษตรต้องมีตัวกลางที่มีความรู้ความเข้าใจและมีความสามารถในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบใช้การตลาดนำซึ่งเป็นทางเลือกในการบริหารจัดการรูปแบบใหม่ ที่มีประโยชน์และมีความสำคัญต่อการเพิ่มมูลค่าผลผลิตและยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตรกรรมของไทยเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีความสนใจ ควรศึกษารูปแบบการดำเนินการและปัจจัยแห่งความสำเร็จให้เข้าใจก่อนเริ่มดำเนินการ

ในปัจจุบันผู้ประกอบการในภาคเกษตรกรรมหลายรายได้มีการดำเนินงานในรูปแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจร โดยใช้การตลาดนำ ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าผลผลิตให้กับเกษตรกรเหล่านั้นได้เป็นอย่างดี หากแต่ความท้าทายของการดำเนินงานในรูปแบบดังกล่าว อยู่ที่การขยายผลไปยังพื้นที่อื่นๆ เนื่องจากเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ย่อมมีข้อจำกัดในรูปแบบการบริหารงานที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะความสามารถของตัวกลางในการเชื่อมโยงโดยตรงกับตลาด ดังนั้น การนำแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องทำการปรับใช้แนวคิดให้เหมาะสมกับพื้นที่ของตนเอง และจัดทำวิธีการดำเนินงานให้เป็นมาตรฐาน (Standardize) สำหรับการขยายผล โดยต้องให้เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานมีความเข้าใจและเห็นด้วย (Buy in) กับการดำเนินงานตามมาตรฐาน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการสามารถศึกษาเยี่ยมชมการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์เพื่อความเข้าใจและสามารถนำแนวคิดมาประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม

นอกจากความท้าทายในการขยายผลดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ความเสี่ยงสำคัญของการดำเนินการตามแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจร โดยใช้การตลาดนำก็คือ ความพร้อมของสหกรณ์ในแต่ละพื้นที่ ซึ่งอาจมีความพร้อมในการบริหารงานตามรูปแบบดังกล่าวที่แตกต่างกัน รวมไปถึงความโปร่งใสในการบริหารงานของสหกรณ์ ด้วยเหตุนี้ หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยจึงได้จัดทำรูปแบบการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตขึ้นมาสำหรับใช้เป็นแนวคิดต้นแบบ รวมถึงรวบรวมสรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงาน (ดังที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ ๔) นอกจากนี้หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยยังเป็นแหล่งความรู้สำหรับสหกรณ์แห่งอื่นๆ สำหรับเยี่ยมชมดูงาน และพบปะพูดคุยกับผู้ชำนาญการของหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ตัวอย่างเช่น หอการค้าจังหวัด

อ่างทอง และหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช และสำหรับในอนาคต หอการค้าไทยและหอการค้าจังหวัดสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ตรวจประเมิน และให้ความรู้ จัดการอบรม รวมถึงจัดทำและเผยแพร่คู่มือสำหรับการดำเนินการตามแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการดำเนินงานตามรูปแบบดังกล่าวจะสามารถนำไปทำต่อได้และยั่งยืน

ในส่วนการสนับสนุนจากภาครัฐ ปัจจุบันไม่มีปัญหาอุปสรรคใดอันเกิดจากกฎระเบียบของภาครัฐ โดยการดำเนินงานเป็นไปตามกฎระเบียบของสหกรณ์อย่างถูกต้อง อย่างไรก็ตามก็ดี หากภาครัฐมีงบประมาณสนับสนุนเกษตรกรจะสามารถช่วยส่งเสริมในด้านการขยายผล ตัวอย่างเช่น เกษตรกรจังหวัดอ่างทองได้รับการสนับสนุนโรงเรียนสำหรับปลูกผักจำนวน ๒ หลังต่อราย จากงบประมาณของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง (อาทิ งบประมาณเกษตรและสหกรณ์จังหวัด งบประมาณจังหวัด งบประมาณสภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ๒ เป็นต้น) นอกจากนี้ หากรัฐมีการส่งเสริมให้ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร โรงแรม หรือผู้บริโภคครัวเรือน ใส่ใจบริโภคผักที่มีการรับรองมาตรฐานต่างๆ เพิ่มขึ้น จะเป็นการสนับสนุนเกษตรกรกลุ่มที่ปลูกผักปลอดภัยโดยตรง เพราะในปัจจุบัน ร้านค้าหรือผู้บริโภคไม่ได้สนใจมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของผักมากเท่าใด ยังสนใจราคาที่ถูกเพียงอย่างเดียว

สำหรับการต่อยอดการดำเนินงานเพื่อเพิ่มมูลค่า นอกเหนือจากการผลิตและจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพโดยตรงแล้ว เกษตรกรหรือผู้ประกอบการอาจต่อยอดการดำเนินงานเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลผลิตที่ปลายน้ำได้อีก ตัวอย่างเช่น การจำหน่ายผักสดพร้อมรับประทาน หรือการเปิดดำเนินการร้านอาหาร ซึ่งการจำหน่ายอาหารจะทำให้ผลกำไรจากผลผลิตทางการเกษตรในมูลค่าที่สูงขึ้นอีก เนื่องจากมีการแปรรูปผลผลิตให้ตรงความต้องการผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังอาจเสริมทางเลือกด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเปิดให้เข้าชมแปลงปลูกผัก ทำให้ผู้บริโภคได้สัมผัสถึงความสด สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน ของผลผลิตที่จะบริโภค เป็นการเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจให้กับผลผลิตทางการเกษตรได้อีกทางหนึ่งเช่นกัน

ทั้งนี้ การวิจัยเกี่ยวกับแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจรโดยใช้การตลาดนำในลำดับถัดไป สามารถทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพร้อมของสหกรณ์ในการขยายผลการทำงานและความช่วยเหลือจากภาครัฐที่สหกรณ์ต้องการ รวมถึงการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการส่งเสริมให้ผู้บริโภคบริโภคผักที่มีการรับรองมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยมากกว่าสนใจเรื่องราคา

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

คณะกรรมการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย. บรรยายเรื่อง “แนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มสินค้าผักในประเทศไทย”. ณ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๗.

ไทยอินโฟเน็ต. “วิถีชีวิตคนรุ่นใหม่ ขายผักจำๆ กำไรเดือนละ ๒ แสน”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://dev.thaiinfonet.com/>, ๒๕๕๗.

วาริน ชินวงศ์, ประธานหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราชและผู้บริหารชินวงศ์ฟาร์ม. สัมภาษณ์. ๒๗ เมษายน ๒๕๕๘.

สมเจตน์ เจริญศรีสัมพันธ์ ประธานหอการค้าจังหวัดอ่างทองและผู้บริหารสหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด และ นิติภูมิ เจริญศรีสัมพันธ์, ผู้บริหารบริษัท ๑๐๘ เทคโนโลยีฟาร์ม จำกัดและผู้บริหารสหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด. บรรยายเรื่อง “โครงการผลิตสินค้าเกษตรนวัตกรรมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์จังหวัดอ่างทอง”. ณ สหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด, ๒ กันยายน ๒๕๕๗.

หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย. บรรยายเรื่อง “การปฏิรูปภาคการเกษตรมุมมองหอการค้าไทย”. ณ หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, ๕ มิถุนายน ๒๕๕๗.

ภาษาต่างประเทศ

Info Diagram. “Supply Chain”. (Online). Available : www.InfoDiagram.com, ๒๕๕๘.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	นายกลินท์ สารสิน
วัน เดือน ปีเกิด	๑๑ กันยายน พ.ศ. ๒๕๐๔
การศึกษา	<p>๒๕๕๗ หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร (วปอ.) รุ่นที่ ๕๗</p> <p>๒๕๕๖ หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง วิทยาการตลาดทุน (วตท. รุ่น ๑๗)</p> <p>๒๕๕๑ หลักสูตร Advanced Management Program, Harvard University ประเทศสหรัฐอเมริกา</p> <p>๒๕๒๗ – ๒๕๒๘ Master of Business Administration, University of Notre Dame ประเทศสหรัฐอเมริกา</p> <p>๒๕๒๓ – ๒๕๒๗ Bachelor of Science in Industrial Engineering, Lehigh University ประเทศสหรัฐอเมริกา</p> <p>๒๕๑๘ – ๒๕๒๓ มัธยมศึกษาตอนปลาย Deerfield Academy ประเทศสหรัฐอเมริกา</p> <p>๒๕๑๐ – ๒๕๑๘ ประถมศึกษา และ มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p>
ประวัติการทำงาน	๒๕๔๔ – ๒๕๕๖ กรรมการผู้จัดการ บริษัทเอสซีจี เทรดดิ้ง จำกัด
โดยย่อ	<p>๒๕๔๒ – ๒๕๔๔ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัทปูนซิเมนต์ไทย อุตสาหกรรม จำกัด</p> <p>๒๕๔๐ – ๒๕๔๒ ผู้อำนวยการฝ่ายบริการโครงการ บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)</p> <p>๒๕๓๐ – ๒๕๔๐ นักวิเคราะห์ นักการตลาด วิศวกรวางแผนการผลิต และหัวหน้าแผนกวางแผนและการวิเคราะห์โลจิสติกส์ บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)</p>
บทบาททางสังคม	<p>๒๕๕๕ – ปัจจุบัน คณะที่ปรึกษา Asia Council, Deerfield Academy ประเทศสหรัฐอเมริกา</p> <p>๒๕๕๑ – ๒๕๕๔ ประธานคณะกรรมการหอการค้านานาชาติแห่ง</p>

ประเทศไทย

๒๕๔๑ – ปัจจุบัน คณะที่ปรึกษา Asian Studies, University of Notre
Dame ประเทศสหรัฐอเมริกา

๒๕๓๕ – ๒๕๔๑ นายกสมาคมผู้ปกครองและครู โรงเรียนสาธิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตำแหน่งปัจจุบัน

Director – Government Liaison and Public Affairs บริษัทปูนซิเมนต์ไทย
จำกัด (มหาชน)

รองประธานกรรมการ หอการค้าไทย

ประธานคณะกรรมการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

คณะกรรมการสภาภาษาชาติไทย

คณะกรรมการ ธนาคารกสิกรไทย

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ คณะกรรมการนวัตกรรมแห่งชาติ

นายกสมาคม สมาคมไทย-ญี่ปุ่น

ประธานกรรมการมูลนิธิ พลตำรวจเอก เกา สารสิน

คณะกรรมการตรวจสอบกระทรวงการคลัง

ประธานคณะนักศึกษา หลักสูตรวิทยาการตลาดทุน (วศท. รุ่น ๑๗)

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง การบริหารเกษตรกรรมวงจรโดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต

ผู้วิจัย นายกลิ่นที่ สารสิน หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 57

ตำแหน่ง รองประธานกรรมการ หอการค้าไทย

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาคเกษตรกรรม ถือเป็นส่วนสำคัญของโครงสร้างระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ในปี 2556 กำลังแรงงานของประเทศไทย อยู่ในภาคเกษตรกรรมถึงร้อยละ 43 อย่างไรก็ตามก็ผลิตภัณฑมวบรวมในประเทศจากภาคเกษตรกรรม คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 8.6 ของผลิตภัณฑมวบรวมในประเทศของประเทศไทย (ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557 อ้างถึงใน การปฏิรูปภาคการเกษตรมมมองหอการค้าไทย, 2557)

ผลผลิตจากภาคเกษตรกรรมของไทยในปัจจุบัน ยังประสบปัญหาในหลายด้าน ตั้งแต่การผลิตที่ต้นน้ำจนถึงผู้บริโภคที่ปลายน้ำ ตัวอย่างเช่น ด้านการผลิตยังขาดการควบคุมการผลิตอย่างมีมาตรฐาน โดยการนำเทคโนโลยีและการบริหารจัดการเข้ามาเสริม โดยเฉพาะในเกษตรกรรมรายย่อย ด้านการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรซึ่งยังต้องกระจายผลผลิตผ่านตลาดกลาง ด้านปัญหาราคาผลิตผลทางการเกษตรที่มีความผันผวนไม่แน่นอนและผลผลิตล้นตลาด ด้านมาตรฐานและความปลอดภัยของผลิตผลทางการเกษตรที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นและสามารถตรวจสอบได้

หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย มีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นการยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการ การนำแนวคิดด้านการบริหารเกษตรกรรมวงจร ซึ่งเป็นแนวคิดในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างครบวงจร ตั้งแต่การผลิตที่ต้นน้ำ จนถึงผู้บริโภคที่ปลายน้ำ โดยใช้การตลาดนำ มาประยุกต์ใช้ในภาคเกษตรกรรม จะสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตจากภาคเกษตรกรรม อันจะนำมาซึ่งการเพิ่มขึ้นของรายได้สำหรับเกษตรกร และช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมของประเทศไทย

การขยายผลแนวคิดการบริหารเกษตรกรรมวงจร โดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต ผู้การปฏิบัติอย่างแพร่หลาย ให้ครอบคลุมเกษตรกรทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย เป็นสิ่ง

ที่มีความท้าทายเป็นอย่างมาก เพราะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจถึงรูปแบบของการบริหารเกษตรกรรมอย่างถ่องแท้ ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจดังกล่าวให้กับเกษตรกร รวมถึงความสามารถในการบริหารจัดการความร่วมมือกับผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษารูปแบบ และปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของการบริหารเกษตรกรรมโดย ใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต สำหรับจัดทำเป็นแนวทางการปฏิบัติให้กับเกษตรกร และผู้ที่สนใจ สามารถนำแนวทางการบริหารเกษตรกรรมดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ทดลองขยายผล แนวคิดการบริหารเกษตรกรรมโดย ใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตสู่การปฏิบัติในพื้นที่อื่น เพื่อทบทวนความเหมาะสมของรูปแบบ พิจารณาข้อบกพร่อง และปัญหาของแนวทางการปฏิบัติ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าแนวคิดดังกล่าวจะสามารถนำไปใช้ขยายผลได้จริงอย่างเหมาะสมในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน
3. เสนอแนะแนวทางเชื่อมโยงและเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายความร่วมมือด้านการตลาด สำหรับการบริหารเกษตรกรรม

ขอบเขตของการวิจัย

ภาคเกษตรกรรมที่จะทำการศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบการบริหารเกษตรกรรมโดย ใช้การตลาดนำในการวิจัยครั้งนี้ คือภาคเกษตรกรรมในกลุ่มพืชผักสวนครัว โดยจะศึกษาจากรูปแบบการดำเนินการของสหกรณ์บริการการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยชาวอ่างทอง จำกัด ซึ่งประกอบด้วยเกษตรกรรายย่อย จำนวน 225 ราย จากนั้นจึงศึกษาการทดลองขยายผลแนวทางการบริหารเกษตรกรรมโดย ใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตดังกล่าว สู่การปฏิบัติจริงในพื้นที่อื่นจำนวน 1 แห่ง คือ จังหวัดนครศรีธรรมราช รวมทั้งเชื่อมโยงและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือด้านการตลาดสำหรับการบริหารเกษตรกรรมดังกล่าวเพิ่มเติม โดยดำเนินการผ่านเครือข่ายของหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยเป็นหลัก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการศึกษา วิเคราะห์ เปรียบเทียบ รูปแบบการดำเนินงานภายใต้แนวคิด การบริหารเกษตรกรรมโดย ใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต

ผ่านการค้นคว้า ศึกษาดูงาน การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทั้งที่ต้นแบบจังหวัดอ่างทองและพื้นที่อื่นๆ ที่ได้้นำแนวคิดดังกล่าวไปขยายผล เพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบและปัจจัยแห่งความสำเร็จของการบริหารเกษตรครบวงจรดังกล่าว

จากนั้นจะศึกษาการนำรูปแบบ การบริหารเกษตรครบวงจร โดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต ที่ได้ ไปทดลองปฏิบัติจริงในพื้นที่จังหวัดอื่น รวมทั้งเพิ่มเติมเชื่อมโยงและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือด้านการตลาด ผ่านหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เพื่อให้รูปแบบการดำเนินการตามแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจร โดยใช้การตลาดนำดังกล่าว มีความครบถ้วนสมบูรณ์และสามารถใช้ปฏิบัติได้จริง

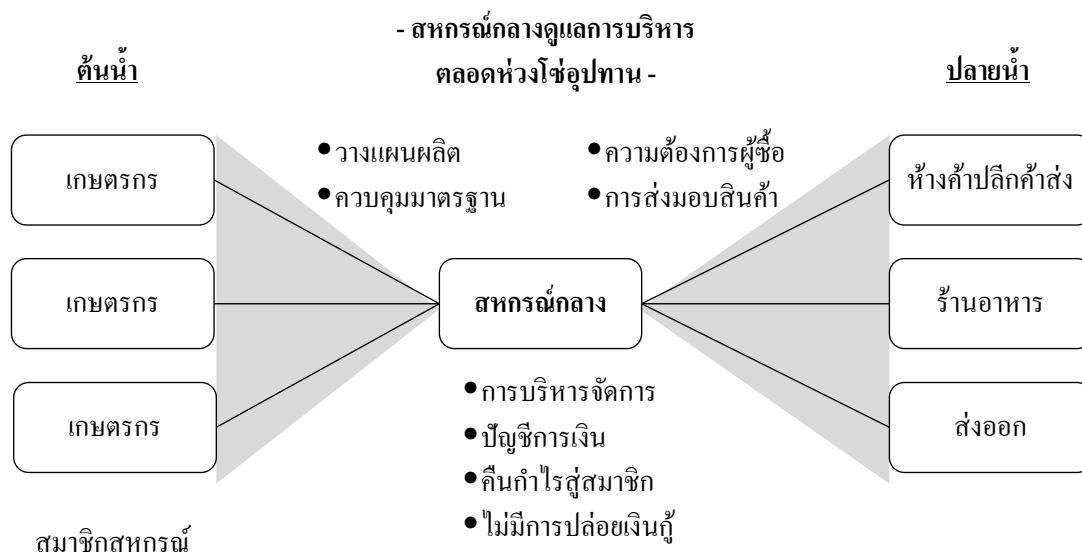
สำหรับการขยายผล การบริหารเกษตรครบวงจร โดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต ไปยังพื้นที่อื่นๆ ในอนาคต จะดำเนินการด้วยวิธีการสื่อสารผ่านการอบรม สัมมนา รวมถึงจัดทำคู่มือการบริหารเกษตรครบวงจร โดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต สำหรับเผยแพร่ให้กับเกษตรกร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจต่อไป

ผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ได้มีความพยายามในการบริหารจัดการเพื่อแก้ไขปัญหาในกระบวนการต่างๆ ของห่วงโซ่อุปทานของภาคเกษตรกรรมในกลุ่มพืชผักสวนครัว ตั้งแต่การกำหนดมาตรฐานและความปลอดภัยของผลิตผลทางการเกษตร การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต บรรจุกักเก็บ และการขนส่ง ตลอดจนการปรับเปลี่ยนรูปแบบและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตผลทางการเกษตรให้เหมาะสมมากขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ รวมทั้งเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตผลทางการเกษตร อันจะนำมาซึ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นของเกษตรกรไทยที่เป็นประชากรสำคัญของประเทศ

สำหรับแนวคิดการบริหารเกษตรครบวงจร โดยใช้การตลาดนำ ซึ่งเป็นแนวคิดในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างครบวงจร เริ่มต้นจากการร่วมกลุ่มของเกษตรกรที่ต้นน้ำในรูปแบบของสหกรณ์กลาง ซึ่งสหกรณ์กลางจะทำหน้าที่ดูแลการบริหารตลอดห่วงโซ่อุปทานเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรที่ต้นน้ำและตลาดที่ปลายน้ำ โดยทำหน้าที่รวบรวมความต้องการของผู้ซื้อจากปลายน้ำ เพื่อนำมาวางแผนการผลิตโดยใช้การตลาดนำ ความคุมมาตรฐานและความปลอดภัยในการผลิต ติดตามหาช่องทางการจัดจำหน่าย ดูแลการส่งมอบสินค้าให้ตรงตามความต้องการของปลายทาง รวมถึงการบริหารจัดการเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บัญชีการเงิน การคืนกำไรสู่สมาชิก แต่ทั้งนี้ สหกรณ์จะไม่ดำเนินการปล่อยเงินกู้ให้กับสมาชิก

รูปแบบการบริหารเกษตรกรบวจรโดยใช้การตลาดนำ



เนื่องจากแนวคิดการบริหารเกษตรกรบวจร โดยใช้การตลาดนำเป็นแนวคิดที่สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าผลผลิตให้กับเกษตรกรได้เป็นอย่างดี ทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนมากให้ความสนใจในการดำเนินการตามแนวคิดดังกล่าว อย่างไรก็ตาม การดำเนินการในแต่ละพื้นที่ย่อมมีข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ดังนั้น การนำแนวคิดการบริหารเกษตรกรบวจรโดยใช้การตลาดนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องเข้าใจถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินการ และทำการปรับใช้แนวคิดให้เหมาะสมกับพื้นที่ของตนเอง

จากการศึกษารูปแบบการดำเนินการสามารถสรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จของการบริหารเกษตรกรบวจร โดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต สำหรับใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติให้กับเกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำแนวคิดดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. ต้องตอบสนองความต้องการของตลาด มีการวางแผนผลิตให้ตรงความต้องการ และเชื่อมโยงกับตลาดโดยตรงเพื่อเข้าถึงความต้องการ ทั้งประเภทของผลผลิต ปริมาณผลผลิต รูปแบบของผลผลิต คุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัย นั่นคือการใช้ตลาดเป็นตัวนำ

2. ต้องมีการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของกระบวนการผลิตและผลผลิต มีมาตรฐานการผลิต ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่มีการดัดแปลงให้เหมาะสมกับพื้นที่ และมีการรับรองมาตรฐาน โดยองค์กรที่เป็นที่ยอมรับ เพราะคุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัยของผลผลิตถือเป็นหัวใจสำคัญในการเพิ่มมูลค่าผลผลิต

3. ต้องมีผู้ดูแลการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยเฉพาะในส่วนของ การเชื่อมโยงเครือข่ายการตลาด ทั้งนี้ การดำเนินการอาจทำในรูปแบบของสหกรณ์ ซึ่งมีข้อดีในแง่ของการขยายกำลังการผลิต หรืออาจดำเนินการในรูปแบบของบริษัท ซึ่งมีข้อดีในด้านความสะดวกในการควบคุมและบริหารจัดการคุณภาพผลผลิต

4. สถานที่เพาะปลูกควรอยู่ใกล้ตลาดที่เป็นแหล่งความต้องการ เพื่อประโยชน์ด้านการขนส่งและกระจายสินค้า เนื่องจากสินค้าพืชผักสวนครัวเป็นสินค้าที่มีอายุสั้นและเสียหายง่ายระหว่างการขนส่ง

5. เชื่อมโยงเครือข่ายช่องทางการจัดจำหน่าย โดยพิจารณาเลือกและกระจายเครือข่ายทางการตลาดให้เหมาะสมสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินการ

6. การดำเนินงาน จำเป็นต้องเรียนรู้ ปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้เหมาะสม และจัดทำเป็นมาตรฐานการดำเนินงานเพื่อการขยายผลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องมีความทุ่มเท ใจรัก เสียสละ บริหารงาน โดยยึดหลักนิติธรรม และสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

ความท้าทายของการดำเนินงานในรูปแบบการบริหารเกษตรครบวงจร โดยใช้การตลาดนำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต อยู่ที่การขยายผลไปยังพื้นที่อื่นๆ เนื่องจากเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ย่อมมีข้อจำกัดในรูปแบบการบริหารงานที่แตกต่างกัน ดังนั้น ควรต้องศึกษารูปแบบการดำเนินการและปัจจัยแห่งความสำเร็จให้ก่อนเริ่มดำเนินการ และทำการปรับใช้แนวคิดให้เหมาะสมกับพื้นที่ของตนเอง รวมทั้งจัดทำวิธีการดำเนินงานให้เป็นมาตรฐาน (Standardize) โดยให้เกษตรกรและผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานมีความเข้าใจและเห็นด้วย (Buy in) กับการดำเนินงานตามมาตรฐาน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการสามารถเยี่ยมชมการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์เพื่อเสริมความเข้าใจให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

นอกเหนือจากการผลิตและจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรโดยตรงแล้ว เกษตรกรหรือผู้ประกอบการอาจต่อยอดการดำเนินงานเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลผลิตที่ปลายน้ำได้อีก ตัวอย่างเช่น การจำหน่ายผักสดพร้อมรับประทาน หรือการเปิดดำเนินการร้านอาหาร ซึ่งให้ผลกำไรจากผลผลิตทางการเกษตรในมูลค่าที่สูงขึ้นอีก นอกจากนี้ ยังอาจเสริมทางเลือกด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเปิดให้เข้าชมแปลงปลูกผัก ทำให้ผู้บริโภคได้สัมผัสถึงความสด สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน ของผลผลิตที่จะบริโภค เป็นการเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจให้กับผลผลิตทางการเกษตรได้อีกทางหนึ่งเช่นกัน