

แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร
เพื่อการตลาดข้าว

โดย

รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิตต์ศรี สงวนวงศ์
รองศาสตราจารย์ ประจำคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 57
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2557 – 2558

บทคัดย่อ

เรื่อง **แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตรเพื่อการตลาดข้าว**

ลักษณะวิชา **สังคมจิตวิทยา**

ผู้วิจัย **รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิตต์ศรี สงวนวงศ์ หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 57**

ผู้วิจัยมุ่งมั่นจะแก้ปัญหาค่าความเหลื่อมล้ำทางรายได้ของคนรายกับคนจน ซึ่งคนจนส่วนใหญ่ของประเทศ คือ ชาวนา ผู้ซึ่งต้องถูกขอมรับการกำหนดราคาเสนอขายข้าวจากพ่อค้าคนกลาง

เอกสารวิจัยฉบับนี้มีใจวัตอุปประสงค์เพื่อ 1)ศึกษา วิเคราะห์ ทบทวน สถานการณ์ ปัญหาและแนวโน้มในอนาคตข้าวไทย 2)ศึกษา วิเคราะห์นำเสนอ แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตรเพื่อการตลาดข้าวผลการศึกษาพบว่าการสร้างความเจริญเติบโตของภาคเกษตร โดยเฉพาะข้าว ไม่สามารถทำได้จากการขยายพื้นที่การเกษตรได้อีกแล้ว ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างการเจริญเติบโตของภาคเกษตรจากปัจจัยอื่นเช่น การพัฒนาการตลาด เป็นต้น จากการศึกษา การตลาดข้าวไทย พบว่า ห่วงโซ่อุปทานข้าวประเทศไทยในปัจจุบัน มีลักษณะที่เป็นเส้นตรงที่เริ่มจาก ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปสู่ปลายน้ำ จนทำให้เหมือนว่า ราคาข้าวไทยขึ้นอยู่กับผู้ส่งออก พ่อค้าส่ง หยง ผู้ซึ่งเป็นผู้กำหนดราคา ผ่านไปทางโรงสี ทำให้เกษตรกร ต้องเป็นผู้ถูกขอมรับราคาเสมอ โดยไม่มีโอกาสกำหนดราคาข้าว ตามต้นทุนผลผลิต หรือการกำหนดกำไรที่ต้องการ ดังนั้นถ้ามีการปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทานข้าวใหม่ให้อยู่บนพื้นฐานของแนวคิดการมีส่วนร่วม แนวคิดสหกรณ์ที่ให้ผู้ผลิตต้องเข้มแข็งพึ่งพาตนเอง โดยมีการรวมกลุ่มพันธมิตรอุตสาหกรรมข้าวระดับจังหวัด ในรูปแบบจำลองศูนย์กลางความร่วมมือข้าว (Rice Cooperation Center : RCC) ที่มีความร่วมมือกันแลกเปลี่ยนข้อมูล ประสบการณ์ มีการตกลงร่วมกัน ในด้านอุปสงค์ และอุปทานข้าวเพื่อกำหนดราคาที่ชัดเจน และเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างสรรค์ นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ทั้งในด้านการตลาดและการผลิตได้อย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็แนวทางในการกำหนดนโยบายของรัฐบาลในการยกระดับรายได้ และคุณภาพชีวิตของเกษตรกร ลดปัญหาความยากจน และลดปัญหาความเหลื่อมล้ำของคนสังคมเมือง และสังคมชนบท นำไปซึ่งการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข และสันติภาพ

คำนำ

รายงานวิจัย เรื่อง “แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว” มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา วิเคราะห์ ทบทวน สถานการณ์ ปัญหา และแนวโน้มในอนาคตข้าวไทย และนำเสนอแนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวในรูปแบบของ โครงการ เพื่อสามารถนำไปดำเนินการได้ทันที

ทั้งนี้ผู้วิจัยมีเจตนา และมุ่งมั่นต้องการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมให้กับเกษตรกรไทยในส่วนของระบบการตลาดข้าว อันเนื่องมาจากที่ห่วงโซ่อุปทานข้าวประเทศไทย ในปัจจุบันที่มีลักษณะเป็นเส้นตรง โดยเริ่มจากต้นน้ำ กลางน้ำ ไปสู่ปลายน้ำ จนทำให้เหมือนว่าราคาข้าวไทยขึ้นอยู่กับผู้ส่งออก พ่อค้าส่ง หง ผู้ซึ่งเป็นผู้กำหนดราคา ผ่านไปทางโรงสี ทำให้เกษตรกร หรือชาวนา ต้องเป็นผู้ถูกยอมรับราคาเสมอ โดยไม่มีโอกาสกำหนดราคาข้าว ตามต้นทุนผลผลิต หรือการกำหนดกำไรที่ต้องการ ดังนั้นในการศึกษาจึงได้นำเสนอการปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทานข้าวใหม่ให้อยู่บนพื้นฐานของแนวคิดการมีส่วนร่วม แนวคิดสหกรณ์ที่ให้ชุมชนต้องเข้มแข็งพึ่งพาตนเอง โดยมีการรวมกลุ่มพันธมิตรอุตสาหกรรมข้าวระดับจังหวัด ในรูปแบบศูนย์กลางความร่วมมือข้าว (Rice Cooperation Center : RCC) ทั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางให้รัฐบาลในการกำหนดนโยบายในการยกระดับราคาข้าว ระดับรายได้ และคุณภาพชีวิตของเกษตรกร ลดปัญหาความยากจน และลดปัญหาความเหลื่อมล้ำของคนสังคมเมือง สังคมชนบทได้ในอนาคต

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.เจริญศักดิ์ โจรนฤทธิพิเชษฐ์ พลตรี ชลิต ชุมหรัชพันธุ์ และพันเอก โสภณ ศิริงาม เป็นอย่างสูงที่ได้ให้คำแนะนำอันมีค่า สละเวลา ให้ความช่วยเหลือในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ และเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมในด้านการตลาด การกำหนดราคาข้าว เพื่อที่จะช่วยเหลือเกษตรกรที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศให้มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

(รองศาสตราจารย์ ดร. วิจิตต์ศรี สงวนวงศ์)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ.รุ่นที่ 57

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	จ
สารบัญแผนภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
วิธีดำเนินการวิจัย	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	3
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	6
แนวคิดที่เกี่ยวข้อง	6
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
กรอบแนวคิดงานวิจัย	16
สรุป	19
บทที่ 3 สถานการณ์ ปัญหา ภาวะคุกคาม และแนวโน้มในอนาคตข้าวไทย	19
ความนำการเกษตรในโครงสร้างเศรษฐกิจไทย	19
สถานการณ์ด้านการผลิตข้าวไทย	23
สถานการณ์ด้านการตลาดข้าว	28
สถานการณ์ด้านคุณภาพชีวิตเกษตรกร	30
บทบาทภาครัฐในระบบตลาดข้าว	34
สรุป	36

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4	
การบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว	38
การศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว และระบบตลาดข้าวไทย	39
การศึกษาแนวคิดที่จะช่วยแก้ปัญหาการผูกขาดตลาดข้าวโดยพ่อค้าคนกลาง	40
การนำเสนอแนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว	43
การนำเสนอ “โครงการ การบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว”	46
โครงการ การบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว	47
สรุป	56
บทที่ 5	
สรุปและข้อเสนอแนะ	57
สรุป	57
อภิปรายผลการศึกษา	61
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	61
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ	62
ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป	62
บรรณานุกรม	63
ประวัติย่อผู้วิจัย	65

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3 - 1	ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ และผลิตภัณฑ์มวลรวม ภาคการเกษตร พ.ศ.2537 – 2557	20
3 - 2	มูลค่านำเข้า - ส่งออกสินค้าเกษตร ปี 2547 – 2556	21
3 - 3	มูลค่าและปริมาณการส่งออกข้าว ปี 2547 – 2556	22
3 - 4	จำนวนประชากร จำนวนแรงงานภาคการเกษตรและนอก ภาคการเกษตร ปี 2553 - 2557	23
3 - 5	ราคาข้าวหน้าปี ณ ระดับความชื้น 15% พื้นที่เพาะปลูกและ ผลผลิตข้าวหน้าปี ปี 2553-2557	24
3 - 6	ประเภทที่ดินปี 2555	24
3 - 7	การใช้ที่ดินอย่างเหมาะสมกับศักยภาพ	26
3 - 8	จำนวนประชากร จำนวนแรงงานภาคการเกษตรและ นอกภาคการเกษตร ปี 2553-2557	27
3 - 9	การเปลี่ยนแปลงในประชากรวัย 15 ปีขึ้นไป ระหว่าง พ.ศ.2547 และ พ.ศ.2557 จำแนกตามประเภทกิจกรรม	28
3 - 10	รายได้เงินสดสุทธิในครัวเรือน เศรษฐกิจสังคมครัวเรือนเกษตร	31
3 - 11	การกระจายรายได้สู่ครัวเรือนเกษตร	32
3 - 12	เส้นความยากจน จำนวนคนยากจนและสัดส่วนคนจน ปี 2551 - 2555	33
3 - 13	การให้สินเชื่อเพื่อการเกษตรของสถาบันการเงิน ปี 2551 – 2555	34

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1 - 1	วิธีการดำเนินการวิจัย	5
2 - 1	กรอบแนวคิดงานวิจัย	17
3 - 1	การใช้ที่ดิน ปี 2555	25
4 - 1	โครงสร้างตลาดข้าวไทย	42
4 - 2	แบบจำลองการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว	45
4 - 3	การบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตรเพื่อการตลาดข้าว	49
4 - 4	ขั้นตอนการดำเนินงานแนวทางการบูรณาการความร่วมมือ ทางการเกษตรเพื่อการตลาดข้าว	51

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศโดยการกำหนดนโยบายด้านการเกษตร นับได้ว่าเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ ประกอบอาชีพทางการเกษตร สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ได้รายงาน โครงสร้างการเกษตรไทยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2553 - 2557) สัดส่วนเฉลี่ยแรงงานภาคการเกษตรต่อแรงงานรวมของประเทศคิดเป็นร้อยละ 40.21 และในปี 2555 มีเนื้อที่ถือครองทางการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 46.5 ของพื้นที่การใช้ที่ดินทั้งหมด

นอกจากนั้น บทบาทการเกษตรไทยมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ และสังคมพิจารณาได้จากการเกษตรเป็นแหล่งรายได้เป็นแหล่งจ้างงานสำหรับประชากรของประเทศ ซึ่งพิจารณาในระยะเวลา 20 ปี ระหว่างปี 2537 - 2557 พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ภาคการเกษตรมีค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับ GDP รวมทั้งประเทศ และสัดส่วน GDP ภาคการเกษตรต่อ GDP ทั้งประเทศก็มีค่าเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากประมาณร้อยละ 10 เป็นร้อยละ 12 ในระยะหลัง 5 - 6 ปีที่ผ่านมา (ปี 2552 - 2557) และถ้าพิจารณาอีกบทบาทการเกษตรในการสร้างรายได้คือ พิจารณาจากมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรไทยระหว่างปี 2547 - 2556 พบว่า มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเช่นกัน จะเห็นได้ว่า มูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 664,491 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 1,268,217 ล้านบาท ในปี 2556 หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 2 เท่าในรอบ 10 ปี อย่างไรก็ตาม มูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรก็มีแนวโน้มมูลค่าเพิ่มขึ้นเช่นกัน จะเห็นได้ว่า มูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 201,593 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 433,841 ล้านบาท ในปี 2556 หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 2 เท่า ในรอบ 10 ปี เช่นกัน โดยมีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าต่อการส่งออกมีค่าเฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 30

แต่ถ้าพิจารณาเฉพาะข้าว ซึ่งเป็นสินค้าเกษตรส่งออกที่สำคัญของไทย จะพบว่า ทั้งมูลค่า และปริมาณการส่งออก มีลักษณะขึ้น ๆ ลง ๆ ไม่แน่นอนในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา และในปี 2555 มีมูลค่าการส่งออกข้าว และปริมาณการส่งออกลดลงจากปี 2554 เกือบร้อยละ 30 และร้อยละ 40 ตามลำดับ ซึ่งเป็นสัญญาณในเชิงลบของข้าวไทย แม้ว่ารัฐบาลในทุกยุคทุกสมัยได้ให้ความสำคัญกับข้าวมาโดยตลอด ผ่านการใช้นโยบายในด้านต่าง ๆ มากมาย ในการส่งเสริมการปลูก การวิจัย การผลิต การพยุรราคา การรับจำนำข้าวเปลือก การประกันราคา การประกันรายได้ ฯลฯ ขณะทีนโยบายทางการตลาดข้าวที่รวมถึงการส่งออกข้าวยังไม่ใช้อย่างเป็นรูปธรรม

ดังนั้น ถ้ารัฐบาลจะหันมาให้ความสำคัญกับสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นจริง และที่จะเกิดขึ้น โดยมุ่งเน้นนโยบายการตลาดข้าวที่อาศัยการผลักดันความร่วมมือจากทุกฝ่าย ในลักษณะห่วงโซ่อุปทานการเกษตรแบบใหม่ พร้อม ๆ กับเพิ่มบทบาทของกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ ผู้ประกอบการ รายย่อย ขนาดเล็ก ขนาดกลางในชนบท ให้สามารถเชื่อมโยงกับความต้องการของผู้บริโภคในเมือง และในต่างประเทศได้ จะเป็นอีกวิธีทางหนึ่งในการยกระดับราคาข้าวแทนการใช้มาตรการประกันราคา การประกันรายได้ การพยุงราคา หรือการรับจำนำข้าวเปลือก

การผลักดันความร่วมมือจากทุกฝ่ายในลักษณะห่วงโซ่อุปทานการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวไทยให้ได้เป็นอย่างดีเป็นรูปธรรมนั้นจำเป็นต้องมี “แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตรเพื่อการตลาดข้าว” ซึ่งในการศึกษานี้ จะได้นำเสนอแนวทางในการพัฒนาตลาดข้าวที่ตอบสนองนโยบายของรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่ได้แถลงนโยบาย ต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ในวันศุกร์ที่ 12 กันยายน 2557 ข้อ 6 การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ในด้านเกษตรกรรมที่สนับสนุนให้สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกรที่ผลิตสินค้าเกษตรเพิ่มบทบาทในฐานะผู้ซื้อพืชผลจนถึงการแปรรูป และการส่งออกได้แล้วแต่กรณี เพื่อให้สหกรณ์เป็นผู้ค้าขายสินค้าเกษตร รายใหญ่อีกรายหนึ่ง ซึ่งจะช่วยคานอำนาจของกลุ่มพ่อค้าเอกชนที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีความสมดุลมากขึ้น และจะเป็นแนวทางการแก้ปัญหาด้านราคาข้าว และยกระดับรายได้ให้กับเกษตรกร เพื่อแก้ปัญหาความยากจน และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษา วิเคราะห์ ทบทวน สถานการณ์ ปัญหา และแนวโน้มในอนาคตข้าวไทย
2. นำเสนอ แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว
3. นำเสนอโครงการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวให้ภาครัฐ

และเอกชนสามารถนำไปดำเนินการได้ทันที

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัย “แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตรเพื่อการตลาดข้าว” แบ่งขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. การวิเคราะห์ สังเคราะห์ในส่วนต่าง ๆ ทางด้านการเกษตรไทยนั้น จะเป็นการศึกษาเฉพาะเจาะจงถึงบริบทข้าวไทย
2. การวิเคราะห์ สังเคราะห์สถานการณ์ ปัญหา และแนวโน้มในอนาคตข้าวไทย ที่ครอบคลุมสถานการณ์ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านคุณภาพชีวิตเกษตรกรชาวนาไทย และบทบาทภาครัฐในระบบตลาดข้าว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีดำเนินการวิจัย (แผนภาพที่ 1 - 1) ดังนี้

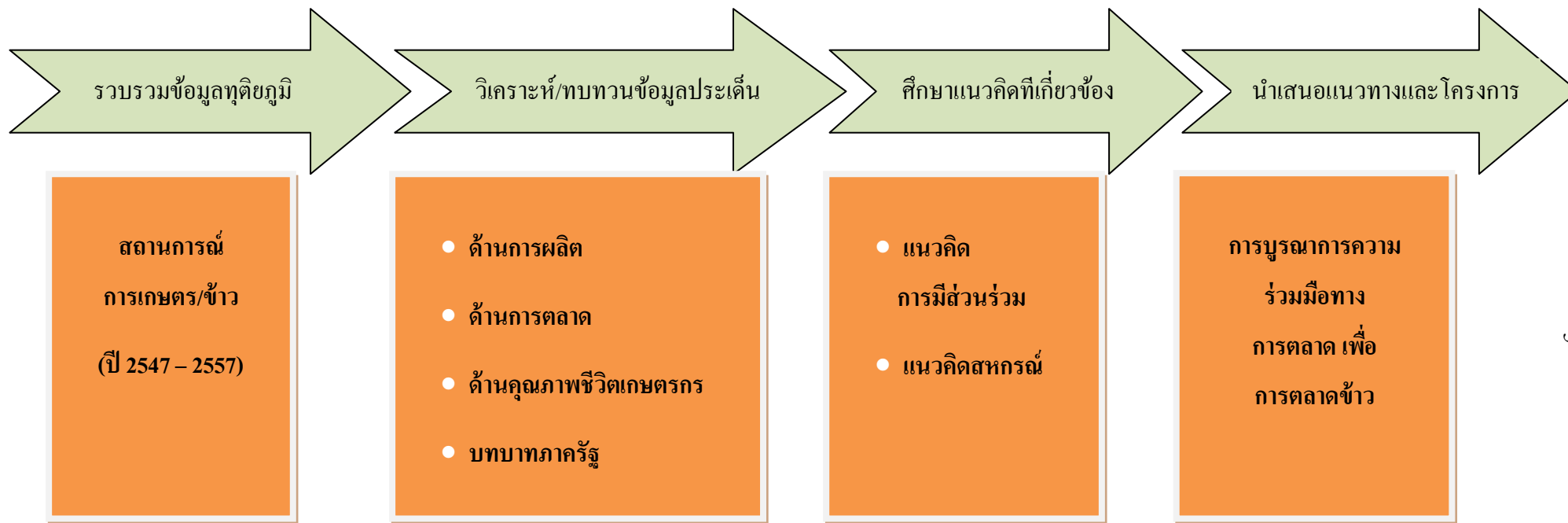
1. ศึกษารวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ทบทวนเอกสาร ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยพิจารณาย้อนหลังไป 10 ปี (ปี 2547 - 2557)
2. นำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive method) เพื่อศึกษาสถานการณ์ ปัญหา ด้านการเกษตร และนำมาสังเคราะห์ กำหนดประเด็นของปัญหา ด้านการเกษตรข้าวไทย และแนวโน้มในอนาคตด้านการเกษตรข้าวไทยที่ต้องเผชิญ
3. ศึกษาแนวคิดการมีส่วนร่วม และแนวคิดอุดมการณ์หลักการสหกรณ์ เพื่อนำมาปรับใช้
4. นำเสนอแนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว และให้สามารถนำแนวทาง ๆ จากผลงานวิจัยนี้ไปดำเนินการได้ทันที จึงได้นำเสนอในรูปแบบโครงการที่แสดงถึงหลักการ และเหตุผล วัตถุประสงค์ แนวทางการดำเนินงานที่ประกอบด้วย ขั้นตอนการกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategic Formulation) ขั้นตอนการปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Strategic Implementation) และขั้นตอนการติดตามประเมินผล (Feed Back)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. “แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตรเพื่อการตลาดข้าว” สามารถตอบสนองนโยบายของรัฐบาล พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่ได้แถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ในวันศุกร์ที่ 12 กันยายน 2557 ข้อ 6. การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ข้อย่อย 6.15 ในด้านเกษตรกรรมดำเนินการใน 2 เรื่องใหญ่ คือการปรับโครงสร้างการผลิตสินค้าเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่นการแบ่งเขต เพื่อปลูกพืชผลแต่ละชนิด และการสนับสนุนให้สหกรณ์ของกลุ่มเกษตรกรที่ผลิตสินค้าเกษตรเพิ่มบทบาทในฐานะผู้ซื้อพืชผลจนถึงการแปรรูป และการส่งออกได้แล้วแต่กรณี เพื่อให้สหกรณ์เป็นผู้ค้าขายสินค้าเกษตรรายใหญ่อีกรายหนึ่ง ซึ่งจะช่วยคานอำนาจของกลุ่มพ่อค้าเอกชนที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีความสมดุลมากขึ้น

2. “แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการตลาดข้าว” สามารถใช้เป็นโครงการนำร่องให้ภาครัฐร่วมกับเอกชน หน่วยงาน กลุ่มองค์กรต่าง ๆ ตลอดจนสหกรณ์ในการพัฒนาธุรกิจการตลาดข้าวไทย เพื่อเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาค่าการถูกกำหนดราคาข้าวโดยพ่อค้าคนกลาง และเป็นการยกระดับราคาข้าว ระดับรายได้ และคุณภาพชีวิตชาวนาไทย เพื่อลดปัญหาความยากจน และปัญหาความเหลื่อมล้ำของคนสังคมเมือง และสังคมชนบทได้ในอนาคต

แผนภาพที่ 1 – 1 วิธีการดำเนินการวิจัย



บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

บทนี้เป็นการตรวจเอกสารในส่วนของแนวคิด ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ โดยผู้วิจัยได้ทบทวน และสรุปสาระสำคัญจากการทบทวนเอกสารต่างๆ ไว้ดังนี้

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการมีส่วนร่วม

1.1 ความหมาย

การมีส่วนร่วม (participation) คือ เป็นผลมาจากการเห็นพ้องกันในเรื่องของความต้องการ ทิศทางของการเปลี่ยนแปลง และความเห็นพ้องต้องกันจะต้องมีมากจนเกิดความคิดริเริ่มโครงการ เพื่อการปฏิบัติ เหตุผลเบื้องต้นของการที่มีคนมารวมกันได้ ควรจะต้องมีการตระหนักว่า ปฏิบัติการทั้งหมด หรือการกระทำทั้งหมดที่ทำโดยกลุ่ม หรือในนามกลุ่มนั้น กระทำผ่านองค์กร (organization) ดังนั้น องค์กรจะต้องเป็นเสมือนตัวนำให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงได้ (ยุพาพร รูปงาม, 2545)

การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การที่กลุ่มประชาชน หรือขบวนการที่สมาชิกของชุมชนที่กระทำการออกมาในลักษณะของการทำงานร่วมกัน ที่จะแสดงให้เห็นถึงความต้องการร่วม ความสนใจร่วม มีความต้องการที่จะบรรลุถึงเป้าหมายร่วมทางเศรษฐกิจและสังคมหรือการเมือง หรือการดำเนินการร่วมกัน เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อรองอำนาจ มติชน ไม่ว่าจะ เป็นทางตรงหรือทางอ้อม หรือการดำเนินการ เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อรองอำนาจทางการเมือง เศรษฐกิจ การปรับปรุงสภาพทางสังคมในกลุ่มชุมชน (เกียรติขจร วัจนะสวัสดิ์, 2550)

การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ กระจายโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมือง และการบริหารเกี่ยวกับการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ รวมทั้ง การจัดสรรทรัพยากรของชุมชน และของชาติ (เสาวนีย์ จันทสอน, 2553)

การมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) หมายถึง การกระจายโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมือง และการบริหารเกี่ยวกับการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ รวมทั้ง การจัดสรรทรัพยากรของชุมชน และของชาติ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต และความ

เป็นอยู่ของประชาชน โดยการให้ข้อมูล แสดงความคิดเห็น ให้คำแนะนำปรึกษา ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ รวมตลอดจนการควบคุมโดยตรงจากประชาชน (คะเนิงนิจ ศรีบัวเอี่ยม และคณะ, 2545)

การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การเข้าร่วมอย่างแข็งขัน และอย่างเต็มที่ของกลุ่มบุคคลผู้มีส่วนได้เสียในทุกขั้นตอนของโครงการ หรืองานพัฒนาชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีส่วนร่วมในอำนาจ การตัดสินใจ และหน้าที่ความรับผิดชอบ การมีส่วนร่วมจะเป็นเครื่องประกันว่า สิ่งที่มีส่วนได้เสียต้องการที่สุดนั้น จักได้รับการตอบสนอง และทำให้มีความเป็นไปได้มากขึ้นว่า สิ่งที่ทำไปนั้นจะตรงกับความต้องการที่แท้จริง และมั่นใจมากขึ้นว่า ผู้เข้าร่วมทุกคนจะได้รับประโยชน์เสมอหน้ากัน (วันรักษ์ มิ่งมณีนากิน, 2531)

1.2 ขั้นตอนการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมที่แท้จริงของประชาชนในการพัฒนา ควรจะมี 4 ขั้นตอน คือ (โกวิท พวงงาม, 2545)

1.2.1 การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา และสาเหตุของปัญหาของแต่ละท้องถิ่น กล่าวคือ ถ้าหากชาวชนบทยังไม่สามารถทราบถึงปัญหา และเข้าใจถึงสาเหตุของปัญหา ในท้องถิ่นของตนเป็นอย่างดีแล้ว การดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาของท้องถิ่นย่อมไร้ประโยชน์ เพราะชาวชนบทจะไม่เข้าใจ และมองไม่เห็นถึงความสำคัญของการดำเนินงานเหล่านั้น

1.2.2 การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม เพราะการวางแผนดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่จะช่วยให้ชาวชนบทรู้จักวิธีการคิด การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล รู้จักการนำเอาปัจจัยข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผน

1.2.3 การมีส่วนร่วมในการลงทุน และการปฏิบัติงาน แม้ชาวชนบทส่วนใหญ่จะมีฐานะยากจน แต่ก็มีความสามารถที่สามารถใช้เข้าร่วมได้ การร่วมลงทุน และปฏิบัติงานจะทำให้ชาวชนบทสามารถคิดค้นทุนดำเนินงานได้ด้วยตนเอง ทำให้ได้เรียนรู้การดำเนินกิจกรรมอย่างใกล้ชิด

1.2.4 การมีส่วนร่วมในการติดตาม และประเมินผลงาน ถ้าหากการติดตามงาน และประเมินผลงาน ขาดการมีส่วนร่วมแล้ว ชาวชนบทย่อมจะไม่ทราบด้วยตนเองว่า งานที่ทำไปนั้น ได้รับผลดี ได้รับประโยชน์หรือไม่อย่างไร การดำเนินกิจกรรมอย่างเดียวกันใน โอกาสต่อไป จึงอาจจะประสบความยากลำบาก

1.3 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

หลักการสำคัญของการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนมี ดังนี้ (จิต นิลพานิช และกุลชน ธนาพงศธร, 2532)

1.3.1 หลักการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างทางราชการกับประชาชน โดยยึดถือความศรัทธาของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน หรือต่อบุคคล

1.3.2 หลักการจัดความขัดแย้ง ความขัดแย้งในเรื่องผลประโยชน์ และความคิด จะมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานพัฒนาเป็นอย่างมาก เพราะจะทำให้งานหยุดชะงัก และล้มเหลว

1.3.3 หลักการสร้างอุดมการณ์ และค่านิยมในด้านความขยัน ความอดทน การร่วมมือ การซื่อสัตย์ และการพึ่งตนเอง เพราะอุดมการณ์เป็นสิ่งที่จะจูงใจประชาชนร่วมสนับสนุนนโยบาย และเป้าหมายการดำเนินงาน อาจก่อให้เกิดขวัญ และกำลังใจในการปฏิบัติงาน

1.3.4. การให้การศึกษาอบรมอย่างต่อเนื่องเป็นการส่งเสริมให้คนมีความรู้ ความคิดของตนเอง ช่วยให้ประชาชนมั่นใจในตนเองมากขึ้น การให้การศึกษาอบรมโดยให้ประชาชนมีโอกาสทดลองคิด ปฏิบัติจะช่วยให้ประชาชนสามารถคุ้มครองตนเองได้ รู้จักวิเคราะห์ เห็นคุณค่าของงาน และนำไปสู่การเข้าร่วมในการพัฒนา

1.3.5 หลักการทำงานเป็นทีม สามารถนำมาใช้ในการแสวงหาความร่วมมือในการพัฒนาได้ดี

1.3.6 หลักการสร้างพลังชุมชน การรวมกลุ่มกันทำงานจะทำให้เกิดพลังในการทำงาน และทำให้งานเกิดประสิทธิภาพ

2. แนวคิด อุดมการณ์สหกรณ์

สหกรณ์ถือกำเนิดขึ้นในยุโรปในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม สาเหตุที่มีการก่อตั้งสหกรณ์ขึ้นมากก็คือ ในช่วงยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมเกิดปัญหาความลำบากยากแค้นของผู้ใช้แรงงาน ในโรงงานทอผ้า ณ เมืองรอชเดล ประเทศอังกฤษ ที่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากการซื้อสินค้ารวมกับการเสียดอกเบี้ยในอัตราที่สูง และการจ่ายค่าจ้างเป็นสิ่งของแทนตัวเงิน จึงทำให้ลูกจ้างรวมตัวกันเพื่อแสวงหาทางรอด ด้วยเหตุนี้เองจึงมีการก่อตั้งร้านสหกรณ์รอชเดลขึ้น ซึ่งเป็นสหกรณ์แห่งแรกของโลก โดยมีข้อตกลงร่วมกันในหลักเกณฑ์ที่เรียกว่า กฎ 10 ประการ และกฎนี้เป็นแม่บทของหลักการสหกรณ์ หลังจากนั้นก็ได้มีการพัฒนา และเผยแพร่สหกรณ์กันเรื่อยมาจนในปัจจุบันนี้ สหกรณ์ถือว่าเป็นองค์กรที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากเกือบทุกประเทศในโลก ล้วนแต่มีการก่อตั้งสหกรณ์ขึ้น ไม่ว่าจะเป็นประเทศโลกตะวันออก หรือประเทศโลกตะวันตก หรือในประเทศที่การสหกรณ์เจริญก้าวหน้ามาก เช่น ฟินแลนด์ สวีเดน เดนมาร์ก นอร์เวย์ ไอซ์แลนด์ ญี่ปุ่น และรวมไปถึงประเทศในแถบยุโรป การก่อตั้งสหกรณ์ขึ้น เพื่อจุดมุ่งหมายที่มุ่งเน้นในเรื่องการกินดีอยู่ดี การอยู่ร่วมกันอย่างสันติ เสริมสร้างความเป็นธรรมในสังคม ส่งเสริมการศึกษาในหมู่สมาชิก และประชาชนทั่วไป ดังนั้น สหกรณ์จึงได้รับการยกย่อง และสนับสนุนอย่างแข็งขันจากองค์กรต่างๆ ในด้านส่งเสริมการยกระดับทางเศรษฐกิจ สังคม และการศึกษาของประชาชน (วิจิตต์ศรี สงวนวงศ์, 2547)

2.1 ค่านิยมของสหกรณ์

สหกรณ์ คือ องค์กรธุรกิจประเภทหนึ่งที่ไม่ได้มุ่งหวังผลกำไรจากการทำธุรกิจ ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของประชาชนด้วยความสมัครใจ เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ และสังคม โดยทุกคนจะมีสิทธิเท่าเทียมกัน และยึดหลักประชาธิปไตย

สหกรณ์อยู่บนพื้นฐานของค่านิยมแห่งการช่วยเหลือตัวเอง ความรับผิดชอบ ต่อตนเอง เป็นประชาธิปไตย ความเสมอภาค ความเป็นเอกภาพ และเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน สมาชิก สหกรณ์ต้องเชื่อมั่นในคุณค่าทางจริยธรรม ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบต่อสังคม และความเอื้ออาทรต่อผู้อื่น สืบทอดประเพณีปฏิบัติของผู้ริเริ่มสหกรณ์

2.2 หลักสหกรณ์

จากการประชุม General Assembly ของ ICA (The International Co-operative Alliance) ที่แมนเชสเตอร์เมื่อปี 1995 ICA ได้ประกาศหลักของสหกรณ์ประกอบด้วย 7 หลัก ดังนี้คือ

2.2.1 การเปิดรับสมาชิกทั่วไปและด้วยความสมัครใจ (Voluntary and Open Membership) สหกรณ์เปิดรับสมาชิกด้วยความสมัครใจ ไม่ว่าจะเป็น เพศ สังคม การเมือง เชื้อชาติ หรือศาสนาใดก็สามารถที่จะสมัครเป็นสมาชิกได้ โดยปราศจากข้อกีดกันใดๆ

2.2.2 การควบคุมโดยสมาชิกตามหลักประชาธิปไตย (Democratic Member Control) สหกรณ์เป็นองค์กรประชาธิปไตยที่ควบคุมโดยสมาชิก คือ สมาชิกทุกคนมีส่วนในการ กำหนดนโยบาย และมีส่วนในการคัดเลือกตัวแทนของพวกเขา โดยสมาชิกจะมีสิทธิในการออกเสียง 1 คนต่อ 1 เสียง (One member, one vote)

2.2.3 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของสมาชิก (Member Economic Participation) สมาชิกสหกรณ์ทุกคนควรที่จะมีส่วนร่วมอุดหนุนด้านการเงินในสหกรณ์อย่างเท่าเทียมกัน (วิจิตรศรี สงวนวงศ์, 2552) ได้รับผลตอบแทนตามเงื่อนไขในอัตราที่กำหนด และถ้าหากสหกรณ์มีกำไรส่วนเกินจะถูกจัดสรรปันส่วน เพื่อการพัฒนาสหกรณ์เก็บไว้เป็นทุนสำรอง จัดสรรคืนให้กับสมาชิกตามสัดส่วนที่สมาชิกทำธุรกิจกับสหกรณ์ และ/หรือสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ตามสมควร

2.2.4 การปกครองตนเอง และความเป็นอิสระ (Autonomy and Independence) สหกรณ์เป็นองค์กรอิสระและปกครองตนเอง โดยการควบคุมของสมาชิก ถ้าหากสหกรณ์จำเป็นต้องมีข้อตกลง หรือข้อผูกพันกับองค์กรอื่นๆ รวมไปถึงองค์กรของรัฐ หรือต้องการเงินทุนจากแหล่งภายนอกจะต้องแน่ใจได้ว่าสมาชิกจะยังคงไว้ ซึ่งอำนาจในการควบคุมตามแนวประชาธิปไตย และยังคงความเป็นอิสระของสหกรณ์

2.2.5 การให้การศึกษาคู่มือ และข้อมูลข่าวสาร (Education Training and Information) สหกรณ์ควรที่จะจัดให้มีการศึกษา และฝึกอบรมให้กับสมาชิก เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพให้กับสมาชิกนำความรู้พัฒนาสหกรณ์ และสามารถให้ข้อมูลข่าวสารแก่สาธารณชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับเยาวชน และบรรดาผู้นำความคิดให้รู้ถึงเรื่องคุณประโยชน์ของสหกรณ์ได้

2.2.6 การร่วมมือระหว่างสหกรณ์ (Cooperation among Cooperatives) เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับขบวนการสหกรณ์ เพื่อให้สมาชิกได้รับการบริการอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยการประสานความร่วมมือในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติ

2.2.7 ความเอื้ออาทรต่อชุมชน (Concern for Community) สหกรณ์ควรจะดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อชุมชน โดยมุ่งเน้นตามความต้องการของสมาชิก และตามนโยบายที่สมาชิกให้ความเห็นชอบ

2.3 ประเภทสหกรณ์

สหกรณ์ในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ สหกรณ์ภาคการเกษตรกับ สหกรณ์นอกภาคการเกษตร โดยสหกรณ์ภาคการเกษตรแบ่งออกเป็น สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์นิคม และสหกรณ์ประมง ส่วนสหกรณ์นอกภาคการเกษตรแบ่งออกเป็น สหกรณ์ออมทรัพย์ สหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์บริการ และสหกรณ์เครดิตยูเนียน (วิจิตต์ศรี สงวนวงศ์, 2552)

2.3.1 สหกรณ์การเกษตร (Agricultural co-operative) เป็นสหกรณ์ที่จัดตั้งโดยกลุ่มเกษตรกร มีลักษณะการดำเนินงานแบบอนบกประสงค์ ทำธุรกิจต่างๆ เกี่ยวกับการเกษตร เช่น การส่งเสริมการตลาด การให้สินเชื่อ การรับฝากเงิน จัดหาอุปกรณ์การเกษตรให้กับสมาชิก รวมไปถึงการรวบรวมผลผลิตทางการเกษตรออกจำหน่ายหรือแปรรูป เป็นต้น ซึ่งโครงสร้างของสหกรณ์การเกษตรแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ สหกรณ์ขั้นปฐม สหกรณ์ระดับจังหวัด และสหกรณ์ระดับชาติ

วัตถุประสงค์

1. จัดหาทุนให้สมาชิกกู้ยืม เพื่อนำไปลงทุนและใช้จ่ายภายในครอบครัว
2. ช่วยเหลือสมาชิกในการจัดจำหน่ายผลผลิตของสมาชิกให้ได้ราคาดี ไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้า
3. ส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์
4. ช่วยจัดหาวัสดุอุปกรณ์การเกษตร มาจำหน่ายแก่สมาชิกในราคา

ที่ยุติธรรม

5. ส่งเสริม และเผยแพร่วิชาการเกษตรแผนใหม่ให้แก่สมาชิก เพื่อให้สมาชิกสามารถลด ต้นทุนการผลิตลง และยังแนะนำพันธุ์พืชที่เหมาะสม เพื่อที่จะให้ได้ ผลผลิตที่เพิ่มมากขึ้น

2.3.2 สหกรณ์ประมง (Fishery co-operative) เป็นสหกรณ์ที่มีสมาชิก ประกอบอาชีพประมง ทั้งประมงในน้ำจืดหรือน้ำเค็ม ซึ่งมีวัตถุประสงค์และลักษณะการ ดำเนินงานคล้ายกับสหกรณ์การเกษตร ในเรื่องการให้สินเชื่อ จัดหาวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เพียงแต่จะเป็น เรื่องที่เกี่ยวกับการประมง สหกรณ์ประมงมีอยู่ไม่มากในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะอยู่ในจังหวัด ที่ติดกับชายทะเล

2.3.3 สหกรณ์นิคม (Land settlement co-operative) เป็นสหกรณ์ที่ก่อตั้ง ขึ้นมา โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อช่วยเหลือสมาชิก ให้มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง โดยสหกรณ์จะจัดหา ที่ดินผืนใหญ่มาปรับปรุง แล้วให้กับสมาชิกที่ไม่มีที่ดินทำกิน หรือมีแต่ไม่เพียงพอทำกิน ได้ครอบครองทำประโยชน์ ในปัจจุบันนอกจากจะทำหน้าที่จัดสรรที่ดินทำกินให้กับสมาชิกแล้ว ยังมีการทำธุรกิจด้านอื่นๆ อีกด้วย เช่น การให้สินเชื่อ การจัดหาอุปกรณ์การเกษตรเหมือนกับ สหกรณ์การเกษตร

2.3.4 สหกรณ์ร้านค้า (Consumers' co-operative) เป็นสหกรณ์ที่ก่อตั้ง ขึ้นมา เพื่อจัดหาสิ่งของต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เครื่องอุปโภคบริโภคมาจำหน่ายให้กับสมาชิก เพื่อเป็น การช่วยเหลือไม่ให้สมาชิกถูกเอาเปรียบจากพ่อค้า ส่วนใหญ่สหกรณ์ร้านค้าจะอยู่ในเขตที่มี ประชากรค่อนข้างหนาแน่นรวมถึงตามสถาบันการศึกษา หรือในหน่วยงานต่างๆ

2.3.5 สหกรณ์บริการ (Service co-operative) เป็นสหกรณ์ที่มีสมาชิก ที่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับการให้บริการ หรือใช้บริการสาธารณูปโภค หรือประกอบอาชีพอิสระ อื่นๆ สหกรณ์บริการมีลักษณะการดำเนินงานให้บริการแก่สมาชิกตามประเภทของบริการนั้นๆ เช่น การจัดหาเครื่องมืออำนวยความสะดวก และสิ่งจำเป็นในการให้บริการตามความมุ่งหมาย

2.3.6 สหกรณ์ออมทรัพย์ (Thrift and Credit co-operative) เป็นสหกรณ์ ที่ส่งเสริมการออมทรัพย์ของสมาชิก และยังให้บริการในด้านการกู้ยืมเงินได้เมื่อเกิดความจำเป็น ตามหลักการช่วยเหลือตนเอง ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในที่ทำงานหรือหน่วยงาน เดียวกัน ซึ่งจะเป็นบุคคลที่มีรายได้ประจำเป็นรายเดือน

2.3.7 สหกรณ์เครดิตยูเนียน (Credit Union Cooperatives) เป็นสหกรณ์ สมบูรณ์แบบประเภทหนึ่ง มีความหมายว่า กิจการรูปแบบหนึ่งซึ่งบุคคลหลายคนเข้าร่วมกัน โดย เอาความสมัครใจความไว้เนื้อเชื่อใจมารวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเป็นที่ตั้ง โดยมุ่งประโยชน์ที่จะ ให้เกิดความสุขความเจริญในทางเศรษฐกิจ สังคม และเป้าหมายสูงสุดคือ การพัฒนาคน ซึ่งจัดตั้ง

ขึ้นด้วยความสมัครใจของสมาชิกที่อยู่ในวงสัมพันธ์เดียวกัน เช่น ชุมชนเดียวกันประกอบอาชีพในโรงงานบริษัท หรือสถาบันการศึกษาเดียวกัน ดำเนินการภายใต้หลักประชาธิปไตย คือหนึ่งคนหนึ่งเสียง สมาชิกจะสะสมทรัพย์สินร่วมกัน เพื่อเป็นทุนดำเนินการให้สมาชิกที่มีความเดือดร้อนกู้ยืมนำไปใช้

2.4 ธุรกิจสหกรณ์

โดยทั่วไป สหกรณ์มีการดำเนินธุรกิจเป็นแบบอเนกประสงค์ได้แก่

2.4.1 ธุรกิจด้านธนกิจ เป็นการดำเนินงานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเงิน ได้แก่ การรับฝากเงินจากสมาชิก การให้สินเชื่อกับสมาชิก

2.4.2 ธุรกิจด้านการขาย เป็นการดำเนินงานของสหกรณ์ตั้งแต่ รวบรวมผลผลิตการเกษตรจากสมาชิก การเก็บรักษา การคัดคุณภาพ การแปรรูป ตลอดจนถึงการตลาดต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.4.2.1 การรวบรวมผลผลิต สหกรณ์มีวิธีการรวบรวมผลผลิตจากสมาชิก 3 วิธีคือ

2.4.2.1.1 การซื้อขาดและจ่ายเงินสด เป็นวิธีปฏิบัติโดยทั่วไป คือ สมาชิกนำผลผลิตมาส่งให้สหกรณ์แล้ว ก็จะได้รับเงินสดทันที โดยคิดราคาตามราคาตลาดในวันที่ขาย หรืออาจสูงกว่าราคาตลาดบ้างก็ได้ ถ้าสหกรณ์พิจารณาเห็นว่าเหมาะสม

2.4.2.1.2 การเป็นตัวแทนขาย เป็นวิธีที่สหกรณ์เป็นเพียงตัวแทนขายผลผลิตของสมาชิกแต่ละคน โดยสหกรณ์จ่ายราคาจริงที่สหกรณ์ขายได้ให้แก่สมาชิก สหกรณ์หักเพียงค่าใช้จ่ายค่าธรรมเนียมการขายไว้เพียงเล็กน้อย สหกรณ์จะแยกผลผลิตของสมาชิกแต่ละคนออกจากกัน ซึ่งสหกรณ์ยังไม่ได้รับโอนกรรมสิทธิ์ในผลิตผลนั้น สมาชิกต้องรับการเสี่ยงภัยต่อการขึ้นลงของราคาสินค้าจนกว่าสหกรณ์จะขายได้

2.4.2.1.3 การรวมผลผลิตไว้ในกองกลาง หรือเรียกว่า วิธีกองสี เป็นวิธีปฏิบัติของสหกรณ์โดยเฉพาะ กล่าวคือ เมื่อสหกรณ์รวมผลผลิตของสมาชิกทุกคน และจัดการจำหน่ายผลผลิตได้แล้ว สหกรณ์จะหักค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการดำเนินงานออกจากราคาที่ขายได้ ส่วนราคาสุทธิที่เหลือ สหกรณ์จะเฉลี่ยให้แก่สมาชิกทุกคนเท่า ๆ กัน ซึ่งวิธีนี้มีข้อดีคือ สมาชิกทุกคนกระจางความเล็งทางด้านราคา สมาชิกไม่ต้องแข่งขันกันขายทำให้ได้เปรียบในการต่อรองราคา ฝ่ายจัดการของสหกรณ์สามารถวางแผนในการขายได้

2.4.2.2 การตลาด สหกรณ์สามารถทำทั้งระดับตลาดภายในและตลาดต่างประเทศ คือ สหกรณ์อาจจัดหาตลาด และขายเอง หรือทำสัญญาขายกับโรงงาน หรือมอบให้ชุมนุมสหกรณ์ดำเนินการตลาดต่อในระดับชาติ

2.4.2.3 การแปรรูป สหกรณ์อาจดำเนินการรวบรวมผลผลิต การเกษตรจากสมาชิกแล้วดำเนินการแปรรูปเป็นสินค้าเกษตร เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า เช่น ข้าวสาร ใบชา หรือ อาหารสัตว์ เป็นต้น

2.4.3 ธุรกิจด้านการซื้อ เป็นการดำเนินงานของสหกรณ์ด้านการหาสินค้า จำเป็นในการดำรงชีพ วัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต เครื่องมือ เครื่องใช้ในการเกษตร เช่น อาหารแห้ง น้ำตาล น้ำปลา ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง เครื่องสูบน้ำ ฯลฯ มาจำหน่ายให้กับสมาชิก

2.4.4 ธุรกิจด้านการส่งเสริมการเกษตร เป็นหน้าที่สำคัญที่สหกรณ์ต้อง ส่งเสริมการเกษตร การเพาะปลูก การประกอบอาชีพ ความรู้ให้กับเกษตรกร สหกรณ์จำเป็นต้องมี นักวิชาการเกษตร เพื่อการส่งเสริมดังกล่าว หากสหกรณ์ไม่สามารถจ้าง หรือมีนักวิชาการเกษตร เป็นของสหกรณ์เอง สหกรณ์จำเป็นต้องขอความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริม การเกษตร กรมการข้าว กรมส่งเสริมสหกรณ์ เป็นต้น

2.4.5 งานด้านการให้การศึกษาฝึกอบรม สหกรณ์ต้องให้การศึกษา ฝึกอบรมแก่สมาชิก กรรมการดำเนินงาน ผู้จัดการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะทำให้ ทุกฝ่ายเข้าใจบทบาทหน้าที่ได้ถูกต้อง และช่วยในการดำเนินงานของสหกรณ์เป็นไปด้วยดี

2.5 โครงสร้างสหกรณ์

โครงสร้างสหกรณ์แบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ คือ สหกรณ์ขั้นปฐม (Primary Societies) สหกรณ์ขั้นมัธยม (Secondary Societies) และสหกรณ์ขั้นที่สาม (Tertiary Societies) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.5.1 สหกรณ์ขั้นปฐม (Primary Societies) หมายถึง สหกรณ์ที่ปัจเจก บุคคล หรือบุคคลธรรมดาก่อตั้งขึ้น และเป็นสมาชิกโดยตรง มีอาณาเขตดำเนินการ หรือบริการ ภายในท้องถิ่นหรือชุมชนหนึ่ง เรียกสหกรณ์ประเภทนี้ว่า “สหกรณ์ท้องถิ่น”

2.5.2 สหกรณ์ขั้นมัธยม (Secondary Societies) สหกรณ์ขั้นมัธยม หรือ สหกรณ์ขั้นที่สองเป็นองค์กรกลางของสหกรณ์ท้องถิ่น หรือเป็นสหกรณ์ที่มีสหกรณ์ท้องถิ่นเป็น สมาชิก สหกรณ์ขั้นที่สองนั้นอาจเป็นองค์กรระดับจังหวัด ระดับภาค หรือระดับชาติก็ได้

2.5.3 สหกรณ์ขั้นที่สาม (Tertiary Societies) สหกรณ์ขั้นที่สามเป็นองค์กรกลาง ของสหกรณ์ขั้นที่สอง หรือสหกรณ์ขั้นมัธยม (มีสหกรณ์ขั้นที่สองเป็นสมาชิก) สหกรณ์ขั้นที่สาม โดยทั่วไป เป็นองค์กรระดับชาติ แต่อาจเป็นองค์กรระดับภาคก็ได้

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุญทวารณ วิงวอน และคณะ (2554) ผลการวิจัยพบว่า บริบทชุมชนที่หนุนเสริม คือ ด้านผู้นำ, ชุมชน, ด้านสังคม, ท่าเลที่ตั้ง, ด้านการมีส่วนร่วม, เศรษฐกิจ, ด้านการประสานงาน และวัฒนธรรมชุมชน

สถานการณ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนพบว่า จุดแข็ง คือ สมาชิกภายในกลุ่มมีความเข้มแข็ง และมีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง หน่วยงานราชการสนับสนุนด้านงบประมาณและวัตถุดิบ มีตลาดสดภายในหมู่บ้านรองรับการจัดส่งหรือจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผู้นำกลุ่มมีความเข้มแข็งและมีเครือข่ายทั้งภายในและภายนอก จุดอ่อน คือขาดการบริหารจัดการเชิงรุก ฤดูแล้งขาดแคลนน้ำในการเพาะปลูกผัก โอกาส คือ นโยบายระดับจังหวัดมุ่งเสริมให้เป็นจังหวัดผักปลอดสารพิษ และกระแสสุขภาพชุมชน ตลอดจนด้านฐานะความเป็นอยู่ของคนชุมชนดี ถึงดีมาก ทำให้มีพื้นที่ในการเพาะปลูกมาก อุปสรรคคือ สภาพอากาศในช่วงฤดูร้อนจะมีผลให้เกิดปัญหาของการเจริญเติบโตของผักทำให้ผลผลิตไม่เพียงพอต่อการจัดจำหน่าย และเกิดน้ำท่วมพื้นที่เพาะปลูกของอำเภอห้วยฉัตร ทำให้ผักที่ปลูกเกิดความเสียหาย การค้นหารูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผ่านกระบวนการวิจัย พบว่ามีกระบวนการ คือ

1. การจัดหาความต้องการ คือ สภาพพื้นที่ในการเพาะปลูก การคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพ และมาตรฐาน ความพอเพียงของแหล่งน้ำ พร้อมมีการจัดหาตลาดรองรับ โดยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการเป็นวิสาหกิจที่ยั่งยืน

2. กระบวนการจัดการ ห่วงโซ่อุปทาน คือ การวางแผนในการปลูก (ระดับครอบครัว / วิสาหกิจ / SMEs) เตรียมการ อาทิ คนปลูกผัก พื้นที่ วัสดุอุปกรณ์ วัตถุดิบและปุ๋ย ดำเนินการปลูกปีละ 5 - 6 ครั้ง (หมุนเวียนชนิดพืช / ผัก) โดยทำการขึ้นแปลงผัก ดูแลรักษา (แมลง / วัชพืช / คุณภาพดิน) ตามเงื่อนไขของการปลูกผัก ลำดับสุดท้ายการเก็บเกี่ยว (ทุกวัน / 2 วัน / ครั้ง)

3. ทำการบรรจุภัณฑ์ เพื่อกระจายสินค้าไปสู่ตลาด และผู้บริโภค โดยมีระบบหนุนเสริม คือ การประเมินผลการดำเนินงาน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนและความพึงพอใจของลูกค้า และ

4. ผลลัพธ์เชิงสังคม คือ การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน/คุณภาพชีวิตที่ดี/ความเข้มแข็งของชุมชน

สกนธ์ บุญศรีสุวรรณ (2549) ได้ทำการศึกษาวิธีการกำหนดราคาซื้อขาย และสถานะตลาดข้าวเปลือกในสหกรณ์การเกษตรดอนเจดีย์ จำกัด ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกสหกรณ์การเกษตรดอนเจดีย์ จำกัด และผู้จัดการ โรงสี สหกรณ์ ส่วนใหญ่ทำหน้าที่การตลาดอย่างครบถ้วน ยกเว้น สมาชิกสหกรณ์ไม่ได้ทำหน้าที่การแลกเปลี่ยน ด้านการซื้อ และหน้าที่ทางกายภาพด้านการแปรรูป ผู้จัดการ โรงสี สหกรณ์ ไม่ได้ทำหน้าที่การแลกเปลี่ยนด้านการขาย และหน้าที่ทางกายภาพด้านการขนส่ง

จงกลณี ศรีประเสริฐ (2545) ได้สรุปในเรื่อง การตลาดข้าวไว้ว่า การตลาดการค้าข้าว หมายถึง กิจกรรมต่างๆของธุรกิจการค้าข้าว เช่น การรวบรวม การบรรจุ การขายส่ง การขายปลีก ซึ่งทำให้ข้าวเปลือกจากเกษตรกรผู้ผลิตเคลื่อนย้ายไปสู่ผู้บริโภคในรูปแบบของข้าวสาร ผลพลอยได้ หรือผลิตภัณฑ์ข้าวที่ผู้บริโภคต้องการในเวลา สถานที่ และราคาที่ผู้บริโภคยินดีจ่าย ซึ่งขั้นตอนต่างๆ ของการตลาดข้าวแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. ตลาดในส่วนของผู้ผลิต เป็นตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้น และดำเนินธุรกิจอยู่ในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งผลิตข้าว แบ่งออกเป็น 2 ระดับ ดังนี้

1.1 ตลาดในแหล่งผลิต เป็นตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้นเป็นลำดับแรก โดยมีหน้าที่สำคัญในการรวบรวมข้าวจากมือเกษตรกร ผู้ผลิตที่กระจัดกระจายทั่วไปในแหล่งผลิตต่าง ๆ

1.2 ตลาดท้องถิ่น เป็นตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตรที่ทำหน้าที่ในการรวบรวมข้าวเปลือกจากเกษตรกรต่าง ๆ ตลอดจน พ่อค้าในตลาดในแหล่งผลิต และพ่อค้าในตลาดระดับเดียวกันอีกด้วย ทั้งนี้ เพื่อนำมาให้บริการการตลาดเพิ่มขึ้น เช่น การเก็บรักษา การปรับปรุงคุณภาพ การแปรรูป เพื่อขายให้กับตลาดในระดับสูงต่อไป

2. ตลาดปลายทาง เป็นตลาดซื้อขายระดับสุดท้าย ที่ทำหน้าที่รวบรวมข้าวสารออกจากโรงสีแล้วจัดสรร หรือกระจายข้าวสาร เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคต่อไป ผู้ที่ทำหน้าที่ในตลาดปลายทางจะต้องทำหน้าที่การตลาดในลักษณะต่าง ๆ เช่น เก็บรักษา บรรจุหีบห่อ ปรับปรุงคุณภาพ เป็นต้น เพื่อให้ข้าวสารที่จำหน่ายไปสู่ผู้บริโภคที่มีจำนวน และคุณภาพตรงกับความต้องการตลาดปลายทางที่สำคัญของข้าวสาร ส่วนใหญ่จะเป็นตลาดที่กรุงเทพฯ นอกจากนั้นจะเป็นตลาดอื่นที่มีลักษณะเป็นตลาดปลายทาง เช่น ตลาดทางภาคใต้ ซึ่งมีพื้นที่เพาะปลูกข้าวน้อยต้องซื้อข้าวจากที่อื่นโดยตรงไม่ผ่านตลาดกรุงเทพฯ การประกอบธุรกิจในตลาดระดับนี้มีลักษณะ และระเบียบในการปฏิบัติที่ยุ้งยากซับซ้อนมากกว่าตลาดในระดับอื่น มีปริมาณธุรกิจจำนวนมาก ดังนั้น จะพบว่า ในการพิจารณากำหนดราคาในการรับซื้อข้าวสาร ซึ่งจะส่งผลถึงราคาในการรับซื้อข้าวเปลือก จึงมักถูกกำหนดจากตลาดปลายทางนี้เอง โดยเฉพาะตลาดกรุงเทพฯ ซึ่งราคาที่กำหนดขึ้นก็เป็นผลสะท้อนมาจากความต้องการของผู้บริโภค และอุปทานของสินค้าเป็นสำคัญ

3. ตลาดขายปลีก เป็นตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระดับสุดท้ายในระบบตลาด โดยทำหน้าที่การตลาดที่สำคัญ คือ การจัดสรรสินค้าระดับสุดท้ายในระบบตลาด โดยทำหน้าที่การตลาดที่สำคัญ คือ การจัดสรรสินค้าไปสู่มือผู้บริโภค โดยสุดท้าย นอกจากนี้อาจทำหน้าที่ในการบรรจุหีบห่อ และจัดชั้นคุณภาพของสินค้าในบางส่วนอีกด้วย สำหรับคนกลางในตลาดขายปลีก ได้แก่ พ่อค้าขายปลีกที่ทำหน้าที่ในการจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง เช่น ร้านขายข้าวสาร ชุปเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น

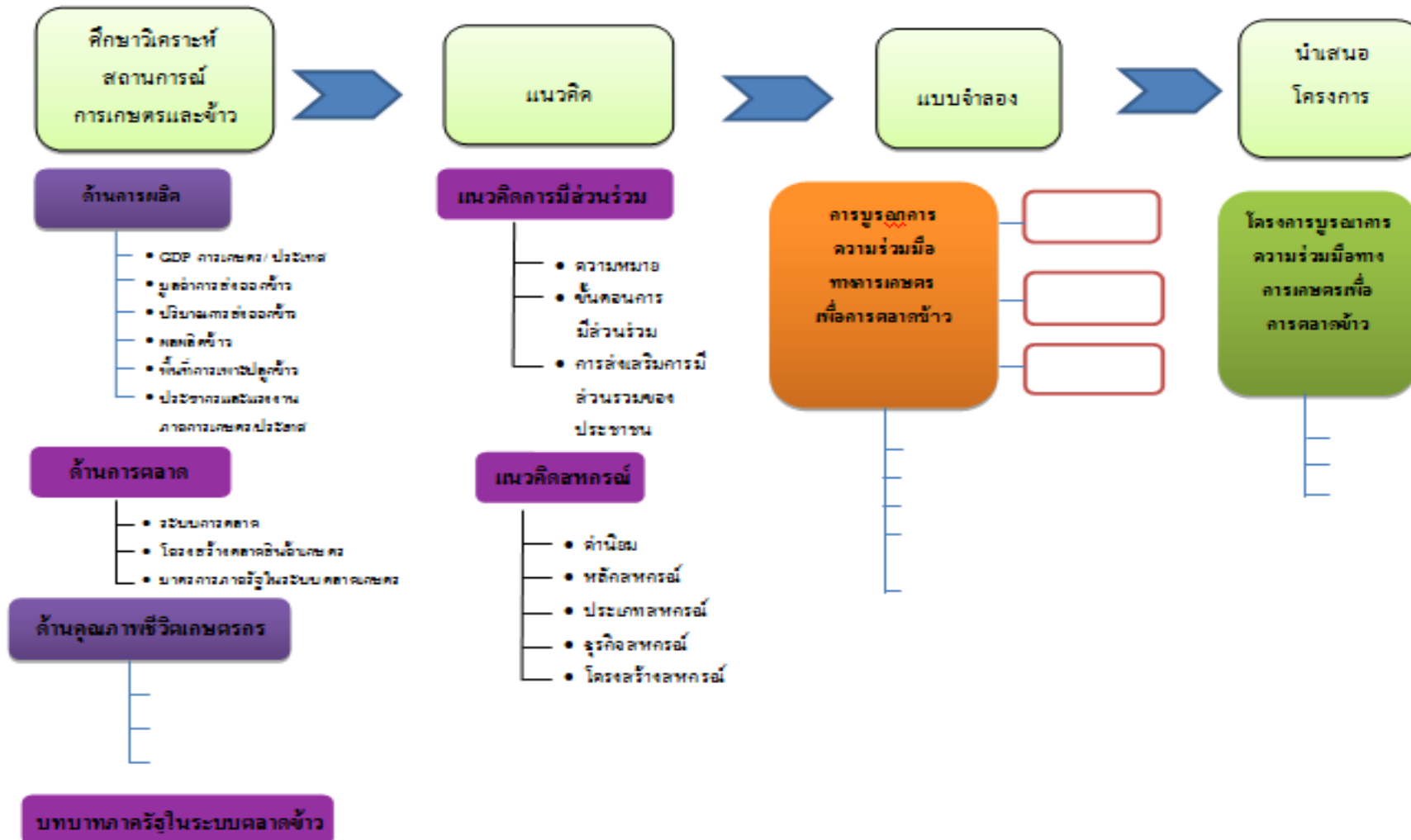
สุจินดา ชาติสุข (2548) โครงสร้างการตลาดข้าวภายในประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบของการแข่งขันกันมากขึ้นในทุกขั้นตอนการตลาด ในตลาดข้าวเปลือกการพัฒนาศูนย์กลางทางการตลาดในรูปของตลาดกลางสำหรับการซื้อขายได้เอื้ออำนวยต่อเกษตรกร พ่อค้าท้องถิ่น และโรงสีในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพราะช่วยประหยัดทุนทางการตลาด และในตลาดข้าวสาร “หยัง” ยังจะคงมีบทบาทสำคัญในการตลาดข้าว เพราะ “หยัง” จะเป็นผู้ให้บริการเกี่ยวกับข้าวสารข้อมูลแก่โรงสี และลูกค้า ตลอดจนเป็นผู้ให้หลักประกันในการซื้อขายตามคุณภาพของสินค้า สำหรับการตลาดข้าวสารในเมืองได้พัฒนาการไปสู่ความนิยมในการซื้อหาข้าวสารที่บรรจุถุงมากขึ้น ซึ่งทำให้เกิดการพัฒนามาตรฐาน และความสะอาดของข้าวสารขายปลีกอีกทางหนึ่ง

กรอบแนวคิดงานวิจัย

การศึกษานี้มีกรอบความคิดของการวิจัย (แผนภาพที่ 2 - 1) ดังนี้

1. ศึกษา รวบรวมสถานการณ์ ปัญหาการเกษตร และข้าวไทย
2. วิเคราะห์ ประเด็นสถานการณ์ปัญหาข้าวไทย
3. เชื่อมโยงแนวคิด ที่เกี่ยวข้อง เพื่อแก้ปัญหาการตลาดข้าวไทย
4. นำเสนอแบบจำลองการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว
5. นำเสนอ “โครงการการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว” เพื่อให้แบบจำลองนี้สามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม ทันที และสามารถตอบสนองนโยบายของรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่ได้แถลงนโยบาย ต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ในวันศุกร์ที่ 12 กันยายน 2557 ข้อ 6 การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ข้อย่อย 6.15 ในด้านเกษตรกรรมดำเนินการใน 2 เรื่องใหญ่ คือ การปรับโครงสร้างการผลิตสินค้าเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การแบ่งเขต เพื่อปลูกพืชผลแต่ละชนิด และการสนับสนุนให้สหกรณ์ของกลุ่มเกษตรกรที่ผลิตสินค้าเกษตรเพิ่มบทบาทในฐานะผู้ซื้อพืชผล จนถึงการแปรรูป และการส่งออกได้แล้วแต่กรณี เพื่อให้สหกรณ์เป็นผู้ค้าขายสินค้าเกษตรรายใหญ่ อีกรายหนึ่ง ซึ่งจะช่วยคานอำนาจของกลุ่มพ่อค้าเอกชนที่มีอยู่ในปัจจุบัน ให้มีความสมดุลมากขึ้น

แผนภาพที่ 2 - 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย



สรุป

ในบทนี้ได้เป็นการรวบรวมแนวความคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ข้าวไทยโดยเฉพาะทางการตลาด แนวคิดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดการมีส่วนร่วม และแนวคิดสหกรณ์ เนื่องจากทั้ง 2 แนวคิดนี้จะหนุนเสริม การแก้ปัญหาการตลาดข้าวไทยที่มีลักษณะผูกขาดโดยพ่อค้าคนกลางที่เรียกว่า “หยัง” ด้วยวิธีการหาแนวทางการมีส่วนร่วม และความร่วมมือของกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน ผลประโยชน์ร่วมกัน และแนวคิดอุดมการณ์สหกรณ์ที่ต้องการช่วยเหลือตนเอง เพื่อการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสังคม

ในท้ายบทได้แสดงถึงกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ได้มุ่งหวังจะให้แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวนี้สามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม ทันท่วงที และสามารถตอบสนองนโยบายของรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี

บทที่ 3

สถานการณ์ ปัญหา ภาวะคุกคาม และแนวโน้มในอนาคตข้าวไทย

ความนำการเกษตรในโครงสร้างเศรษฐกิจไทย

การเกษตรโดยเฉพาะข้าว นับได้ว่า มีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นแหล่งการผลิตอาหารหล่อเลี้ยงคนไทยทั้งประเทศ ขณะเดียวกันก็เป็นแหล่งการทำงานของคนไทยมากกว่า ครึ่งหนึ่งของประเทศมาอย่างยาวนาน แม้ปัจจุบันสัดส่วนประชากรภาคการเกษตรจะลดลงมาอยู่ที่ประมาณร้อยละ 40 เพราะการพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นด้านอุตสาหกรรม ทำให้เกษตรกรบางส่วนผันตัวไปรับจ้างเป็นแรงงานภาคอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม การเกษตรไทยก็ยังถือว่า มีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจไทย เพราะภาวะวิกฤตเศรษฐกิจไทยปี 2540 - 2544 ได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า การเกษตรไทยเป็นรากฐานสำคัญที่ค้ำยันให้คนไทยมีที่อยู่อาศัย มีแหล่งการทำงาน มีแหล่งการจ้างงาน รอดพ้นจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศได้เสมอมา

บทบาทการเกษตรไทยที่สำคัญต่อเศรษฐกิจ และสังคมพิจารณาได้จากการเกษตรเป็นแหล่งรายได้เป็นแหล่งจ้างงานสำหรับประชากรของประเทศซึ่งพิจารณาในระยะเวลา 20 ปี ระหว่างปี 2537 - 2557 พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ภาคการเกษตรมีค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกันกับ GDP รวมทั้งประเทศ และสัดส่วน GDP ภาคการเกษตรต่อ GDP ทั้งประเทศก็มีค่าเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากประมาณร้อยละ 10 เป็น ร้อยละ 12 ในระยะหลัง 5 - 6 ปี ที่ผ่านมา (ตารางที่ 3 - 1) และถ้าพิจารณาอีกบทบาทการเกษตรในการสร้างรายได้คือ พิจารณาจากมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรไทย ระหว่างปี 2547 - 2557 พบว่า มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเช่นกัน จะเห็นได้ว่ามูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 664,491 ล้านบาท ในปี 2547 เป็น 1,268,217 ล้านบาท และ 972,701 ล้านบาท ในปี 2556 และปี 2557 หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 2 เท่า ในรอบ 10 ปี อย่างไรก็ตาม มูลค่าการนำเข้าสินค้าเกษตรก็มีแนวโน้มมูลค่าเพิ่มขึ้นเช่นกัน จะเห็นได้ว่า มูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 201,593 ล้านบาท ในปี 2547 เป็น 430,541 ล้านบาท และ 335,497 ล้านบาท ในปี 2556 และ ปี 2557 หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 2 เท่า ในรอบ 10 ปี เช่นกัน โดยมีสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าต่อการส่งออกมีค่าเฉลี่ยประมาณร้อยละ 30 (ตารางที่ 3 - 2) แต่ถ้าพิจารณาสินค้าเกษตรส่งออกที่สำคัญของไทย เฉพาะข้าวจะพบว่า ทั้งมูลค่า และปริมาณการส่งออกขึ้น ๆ ลง ๆ ไม่นั่นอน และในปี 2555 มีอัตราการขยายตัวของปริมาณการส่งออกลดลงจากปี 2554 เกือบร้อยละ 40 ซึ่งแสดงถึงสัญญาณเชิงลบของข้าวไทย (ตารางที่ 3 - 3)

ตารางที่ 3 - 1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ และผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคการเกษตร พ.ศ.2537 – 2557

ปี	GDP รวม ณ ราคาตลาด (ล้านบาท)	GDP เกษตร ณ ราคาตลาด (ล้านบาท)	สัดส่วน GDP เกษตร ต่อ GDP รวม(ร้อยละ)
2537	3,629,341	383,198	10.59
2538	4,186,212	458,975	10.96
2539	4,611,041	505,031	10.95
2540	4,736,610	513,991	10.85
2541	4,626,447	564,879	12.21
2542	4,637,079	502,826	10.84
2543	4,916,505	510,985	10.39
2544	5,123,418	532,084	10.38
2545	5,446,043	513,094	9.42
2546	5,930,362	595,004	10.03
2547	6,572,834	651,629	9.91
2548	7,087,660	721,682	10.18
2549	7,816,474	836,077	10.70
2550	8,525,200	846,742	9.92
2551	9,080,470	911,372	10.03
2552	9,041,550	1,056,838	11.68
2553	10,104,800	1,052,564	10.41
2554	10,540,100	1,255,189	11.90
2555	11,375,349	1,395,743	12.26
2556	11,898,710	1,425,783	11.98
2557	12,364,000	1,505,000	12.17
เฉลี่ย	7,247,832	797,080	10.85

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2557

ตารางที่ 3 - 2 มูลค่านำเข้า - ส่งออกสินค้าเกษตร ปี 2547 – 2557

ปี	มูลค่าสินค้าส่งออก สินค้าเกษตร (ล้านบาท)	มูลค่าสินค้านำเข้า สินค้าเกษตร (ล้านบาท)	สัดส่วนของการนำเข้าต่อ การส่งออก (ร้อยละ)
2547	664,491	201,593	30.33
2548	691,361	226,033	32.69
2549	805,448	223,367	27.73
2550	850,820	235,970	27.73
2551	1,054,076	319,585	30.31
2552	964,945	272,530	28.24
2553	1,135,753	310,851	27.36
2554	1,444,996	379,703	26.27
2555	1,341,826	433,841	32.33
2556	1,268,217	430,541	33.95
2557	972,701	335,497	34.49
เฉลี่ย	1,017,694	306,319	30.10

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556

ตารางที่ 3 - 3 มูลค่าและปริมาณการส่งออกข้าว ปี 2547 – 2556

ปี	มูลค่าการส่งออกข้าว		ปริมาณการส่งออกข้าว	
	มูลค่า (ล้านบาท)	อัตราการ ขยายตัว (ร้อยละ)	ปริมาณ (ตัน)	อัตราการ ขยายตัว (ร้อยละ)
2547	108,328.33	na.	9,976,588	na.
2548	92,993.72	-14.16	7,495,903	-24.87
2549	98,179.03	5.58	7,494,140	-0.02
2550	119,215.43	21.43	9,192,517	22.66
2551	203,219.08	70.46	10,216,127	11.14
2552	172,207.65	-15.26	8,619,870	-15.62
2553	168,193.06	-2.33	8,939,630	3.71
2554	193,842.52	15.25	10,711,548	19.82
2555	142,976.23	-26.24	6,734,426	-37.13
2556	133,839.41	-6.39	6,611,616	-1.82

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556

สำหรับการจ้างงานภาคการเกษตรเป็นแหล่งรองรับแรงงานที่สำคัญของประเทศพบว่า ระหว่างปี 2553 - 2557 สัดส่วนจำนวนแรงงานภาคการเกษตรต่อแรงงานทั้งประเทศเป็นร้อยละ 40.21 โดยมีแรงงานภาคเกษตรเฉลี่ยในช่วงเวลาดังกล่าว จำนวน 15.78 ล้านคน ขณะที่แรงงานทั้งประเทศเฉลี่ยประมาณ 39.04 ล้านคน (ตารางที่ 3 - 4)

ตารางที่ 3 - 4 จำนวนประชากร จำนวนแรงงานภาคการเกษตรและนอกภาคการเกษตร
ปี 2553 - 2557

รายการ	หน่วย : พันคน					เฉลี่ย
	2553	2554	2555	2556	2557	
จำนวนแรงงานรวม	38,643	38,921	39,407	39,383	38,846	39,040
จำนวนแรงงานภาคการเกษตร	16,986	17,051	16,982	15,092	12,391	15,780
จำนวนแรงงานนอกภาคเกษตร	21,657	21,870	22,425	24,291	26,455	23,340
สัดส่วนจำนวนแรงงานภาคเกษตรต่อ แรงงานรวม(ร้อยละ)	43.95	43.80	43.09	38.32	31.89	40.21

ที่มา: 1. สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

จากข้างต้นจะพบว่า การเกษตรไทย โดยเฉพาะข้าวมีบทบาทสำคัญมากต่อโครงสร้างเศรษฐกิจไทย จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยต้องเร่งมีนโยบายการพัฒนาการเกษตรที่เหมาะสม ทั้งนี้ เพื่อที่จะทำให้ภาคการเกษตรของไทยมีการพัฒนาก้าวหน้ายิ่งขึ้น และมีความมั่นคง เพื่อเป็นรากฐานที่สำคัญทางเศรษฐกิจ และสังคมประเทศไทย การทบทวนสถานการณ์ทางด้านเกษตรกรรมที่จะนำเสนอต่อไปนี้จะเป็นการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ และศักยภาพของการเกษตรข้าวไทยที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการกำหนด แนวทางการจัดทำนโยบายการบูรณาการความร่วมมือทางการตลาดข้าวไทย

กรอบการทบทวนสถานการณ์ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดไว้เป็น 4 ประเด็นคือ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านคุณภาพชีวิตเกษตรกร และบทบาทภาครัฐในระบบการตลาดข้าว

สถานการณ์ด้านการผลิตข้าวไทย

สถานการณ์ด้านการผลิตนี้มีประเด็นการทบทวนที่ประกอบด้วย 2 หัวข้อ ได้แก่

1. แนวโน้มราคา ผลผลิต พื้นที่เพาะปลูกข้าว
2. ประชากรภาคเกษตร และแรงงานภาคการเกษตร

1. แนวโน้มราคา ผลผลิต พื้นที่เพาะปลูกข้าว

ในช่วงปี 2552 - 2557 ผลผลิตข้าวไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ขณะที่พื้นที่เพาะปลูกมีแนวโน้มลดลง ซึ่งแสดงถึงผลิตภาพหรือผลผลิตต่อไร่ที่เพิ่มขึ้นนั่นเอง (ตารางที่ 3 - 5)

ตารางที่ 3 - 5 ราคาข้าวนาปี ณ ระดับความชื้น 15% พื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตข้าวนาปี
ปี 2553-2557

ข้าวนาปี	2552/2553	2553/2554	2554/2555	2555/2556	2556/2557
ราคา(บาท/ตัน)	-	8,415	8,558	8,130	7,878
ผลผลิต(ล้านตัน)	23,430	25,742	25,867	27,233	27,090
ผลผลิตข้าว(กก./ไร่)	428	431	456	463	466
พื้นที่เพาะปลูกข้าว(พันไร่)	57,497	64,574	65,303	64,950	62,079

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

สำหรับการใช้ที่ดิน ประเทศไทยมีเนื้อที่ทั้งสิ้น 320.6 ล้านไร่ เมื่อแบ่งเนื้อที่การใช้
ที่ดินออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1. เนื้อที่ป่าไม้
2. เนื้อที่ถือครองทางการเกษตร
3. เนื้อที่นอกการเกษตร

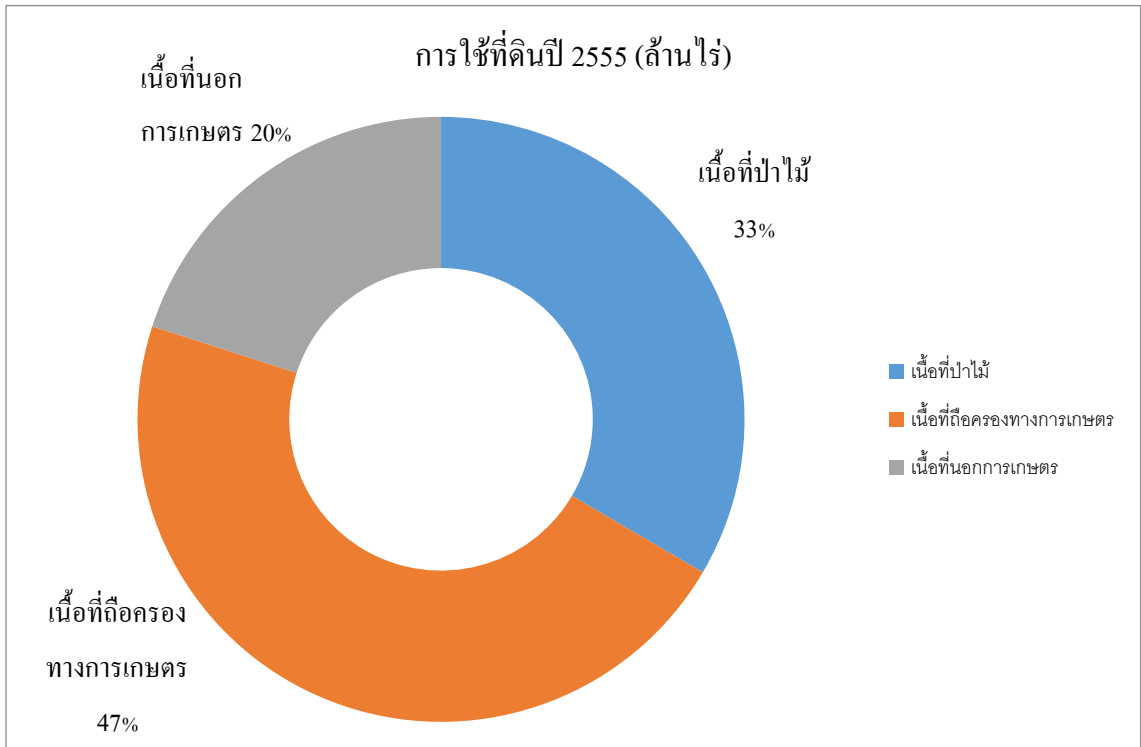
ปรากฏว่า ในปี 2555 ประเทศไทยมีเนื้อที่ถือครองทางการเกษตรมากที่สุดกล่าวคือ
เป็นเนื้อที่ถือครองทางการเกษตรถึง 149.2 ล้านไร่ (ร้อยละ 46.54) รองลงมาคือเนื้อที่ป่าไม้ 107.2
ล้านไร่ (ร้อยละ 33.44) ส่วนเนื้อที่นอกการเกษตรมีจำนวนเพียง 64.2 ล้านไร่ (ร้อยละ 20.02) ซึ่งเป็น
ประเภทที่น้อยที่สุด (ตารางที่ 3 - 6)

ตารางที่ 3 - 6 ประเภทที่ดินปี 2555

ประเภทที่ดิน	เนื้อที่ (ไร่)	ร้อยละ
เนื้อที่ป่าไม้	107,241,030	33.44
เนื้อที่ถือครองทางการเกษตร	149,240,058	46.54
เนื้อที่นอกการเกษตร	64,215,800	20.02
รวม	320,696,888	100.00

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

แผนภาพที่ 3 - 1 การใช้ที่ดิน ปี 2555



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

การใช้ประโยชน์ที่ดินในการเกษตรกรรมแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ ปลูกข้าว พืชไร่ ไม้ผล ไม้ยืนต้น และอื่น ๆ (ปศุสัตว์ ประมง และพืชอื่น ๆ) พบว่า พื้นที่ประมาณ ร้อยละ 40 ใช้ปลูกข้าว สะท้อนให้เห็นโครงสร้างการผลิตของการเกษตรไทย เน้นการผลิตข้าวเป็นสำคัญ และเมื่อพิจารณาทางด้านการใช้ที่ดินตามความเหมาะสมกับศักยภาพของที่ดิน กรมพัฒนาที่ดิน ได้ประมาณพื้นที่เหมาะสมที่ใช้เพื่อการเกษตรปลูกพืชเศรษฐกิจ 4 กลุ่มคือ ข้าว พืชไร่ ไม้ผลและ ไม้ยืนต้น และอื่น ๆ พบว่า พื้นที่การเกษตรที่ใช้จริงเทียบกับพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการปลูกพืชเศรษฐกิจนั้น ๆ มีสัดส่วนดังนี้ ร้อยละ 92.4, 66.5, 68.6 และ 81.0 ตามลำดับโดยมีค่าเฉลี่ยโดยรวม ทั้ง 4 กลุ่มคิดเป็นร้อยละ 80.2 สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการขยายพื้นที่เพื่อการเกษตรของประเทศที่ยังคงมีอยู่ โดยเฉพาะพืชไร่ และไม้ผลที่ยังคงมีพื้นที่เหมาะสมเหลืออยู่ประมาณร้อยละ 31 - 33 ขณะที่ข้าวมีพื้นที่เหมาะสมเหลืออยู่เพียงร้อยละ 8 เท่านั้น (ตารางที่ 3 - 7)

ตารางที่ 3 - 7 การใช้ที่ดินอย่างเหมาะสมกับศักยภาพ

ประเภทของความเหมาะสม	พื้นที่ตามความเหมาะสม(ล้านไร่)	พื้นที่ตามการใช้จริง (ล้านไร่)	สัดส่วนพื้นที่ใช้จริงต่อพื้นที่เหมาะสม
ทำนา	88.47	81.77	92.4
ทำไร่	67.66	44.98	66.5
ไม้ผล และ ไม้ยืนต้น	16.36	11.23	68.6
อื่นๆ	52.31	42.37	81.0
รวม	224.82	180.35	80.2

ที่มา : กรมพัฒนาที่ดิน, 2548

2. ประชากรภาคเกษตร และแรงงานภาคการเกษตร

ในช่วงปี 2553 - 2557 ประชากรในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ในขณะที่ประชากรภาคการเกษตร มีแนวโน้มค่อนข้างคงที่ จึงทำให้สัดส่วนประชากรภาคการเกษตรต่อประชากรทั้งประเทศ มีแนวโน้มลดลงกล่าวคือ ในปี 2553 มีสัดส่วน ร้อยละ 37.18 และลดลงเป็นร้อยละ 36.51 ในปี 2557 ขณะเดียวกัน เมื่อพิจารณาทางด้านแรงงานพบว่า สัดส่วนแรงงานภาคการเกษตรต่อแรงงานรวม มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องกล่าวคือ ในปี 2553 มีสัดส่วน ร้อยละ 43.95 และลดลงเป็นร้อยละ 31.89 ในปี 2557 เช่นเดียวกันกับ แนวโน้มที่ลดลงของสัดส่วนประชากรภาคการเกษตรต่อประชากรรวมทั้งประเทศ แต่สัดส่วนแรงงานภาคการเกษตร (ค่าเฉลี่ยในปี 2553 - 2557 เป็นร้อยละ 40.21) ลดลงในอัตราที่เร็วกว่า การลดลงของประชากรภาคการเกษตร (ค่าเฉลี่ยในปี 2553 - 2557 เป็นร้อยละ 36.92) (ตารางที่ 3 - 8) สะท้อนให้เห็นว่าประชากรภาคการเกษตรในวัยทำงานกำลังเปลี่ยนแปลงการทำงาน จากภาคการเกษตรไปสู่นอกภาคการเกษตร ซึ่งแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในลักษณะนี้อาจถือได้ว่าเป็นลักษณะของประเทศกำลังพัฒนาที่มีภาคการเกษตรเป็นฐานรากทางเศรษฐกิจ แต่กำลังเร่งพัฒนาประเทศไปทางด้านอุตสาหกรรม เพื่อเร่งเพิ่มการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งในประเด็นนี้ กล่าวได้ว่า เป็นประเด็นที่ท้าทายประเทศไทย และผู้กำหนดทิศทางการบริหารประเทศที่ต้องพิจารณาดังนี้

1. ปัญหาแรงงานต่างด้าวที่เข้าจะมาทดแทนแรงงานภาคการเกษตรมีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยขาดคุณภาพ และทักษะ ปัญหานี้จะส่งผลกระทบต่อผลิตภาพการผลิต และการพัฒนาการเกษตรโดยรวม

2. แร่งงานภาคการเกษตรที่เคลื่อนไปสู่่นอกภาคการเกษตร ควรมีการจัดการอย่างเป็นระบบรวมทั้งมีการพัฒนาทักษะฝีมือ เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

ตารางที่ 3 - 8 จำนวนประชากร จำนวนแร่งงานภาคการเกษตรและนอกภาคการเกษตร ปี 2553-2557

รายการ	หน่วย: พันคน					เฉลี่ย
	2553	2554	2555	2556	2557	
จำนวนประชากรรวม ^{1/}	63,878	64,076	64,456	64,785	64,871	64,413
ประชากรภาคการเกษตร	23,754	23,788	23,798	23,875	23,686	23,780
ประชากรนอกภาคเกษตร	40,124	40,288	40,658	40,910	41,185	40,633
สัดส่วนประชากรภาคเกษตร	37.18	37.12	36.92	36.85	36.51	36.92
ต่อประชากรรวม(ร้อยละ)						
จำนวนแร่งงานรวม ^{2/}	38,643	38,921	39,407	39,383	38,846	39,040
จำนวนแร่งงานภาคการเกษตร	16,986	17,051	16,982	15,092	12,391	15,780
จำนวนแร่งงานนอกภาคเกษตร	21,657	21,870	22,425	24,291	26,455	23,340
สัดส่วนจำนวนแร่งงานภาคเกษตร	43.95	43.80	43.09	38.32	31.89	40.21
เกษตร						
ต่อแร่งงานรวม(ร้อยละ)						

ที่มา : 1. สำนักงานสถิติแห่งชาติ

2. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ประเด็นการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับแร่งงานภาคการเกษตรอีกประเด็นหนึ่ง คือ แร่งงานที่อยู่ในกำลังแรงงานโยกย้ายออกนอกภาคการเกษตร พบว่า การเปรียบเทียบกำลังแรงงานในปี 2547 และปี 2557 ผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงานนอกภาคการเกษตรมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.89 ขณะที่กำลังแรงงานภาคการเกษตรมีการเปลี่ยนแปลงลดลง ร้อยละ 2.82 ในประเด็นนี้ยืนยันการสะท้อนให้เห็นว่า ในรอบ 10 ปี ประชากรภาคการเกษตรในวัยทำงานกำลังเปลี่ยนแปลงการทำงานจากภาคการเกษตรไปสู่่นอกภาคการเกษตร (ตารางที่ 3 - 9)

ตารางที่ 3 - 9 การเปลี่ยนแปลงในประชากรวัย 15 ปีขึ้นไป ระหว่าง พ.ศ.2547 และ พ.ศ.2557
จำแนกตามประเภทกิจกรรม

ประเภทกิจกรรม	หน่วย : ล้านคน		
	2547	2557	เปลี่ยนแปลง
จำนวนประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป	49.49	55.02	5.53
1. ผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงาน	36.24	38.96	2.72
1.1 ผู้มีงานทำ	35.59	38.66	3.07
แรงงานนอกภาคเกษตร	19.31	25.20	5.89
แรงงานภาคเกษตร	16.28	13.46	-2.82
1.2 ผู้ว่างงาน	0.53	0.22	-0.31
1.3 ผู้ที่รอฤดูกาล	0.12	0.08	-0.04
2. ผู้ที่อยู่นอกกำลังแรงงาน	13.24	16.06	2.82

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2547

สถานการณ์ด้านการตลาดข้าว

การตลาดสินค้าเกษตรมีลักษณะที่ต่างกับสินค้าอื่นอยู่มาก กล่าวคือ มีเกษตรกรรายย่อยเป็นจำนวนมาก ทำให้การควบคุมปริมาณการผลิตของสินค้าแต่ละชนิด และคุณภาพเป็นไปได้ยาก ประกอบกับการผลิตยังขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ จึงทำให้สินค้าเกษตรมีความยุ่งยากซับซ้อนมากขึ้น ส่งผลให้ราคาสินค้าเกษตรเกิดความผันผวน และบางครั้งอยู่ในระดับต่ำมาก และเนื่องจากที่มีเกษตรกรรายย่อยจำนวนมากนั่นเอง จึงมีพ่อค้าคนกลางจำนวนมาก เพื่อทำหน้าที่รวบรวม ขนส่ง และแปรรูปสินค้า โดยเริ่มจากการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรระดับหมู่บ้านหรือตำบล เพื่อนำมาส่งที่ตลาดกลาง หรือโรงงานแปรรูปในอำเภอ หรือจังหวัดแล้วส่งเข้ามายังกรุงเทพฯ เพื่อการบริโภคภายในประเทศ และเพื่อการส่งออก

เนื่องจากการที่มีพ่อค้าคนกลางจำนวนมากนั่นเอง จึงทำให้ระบบการตลาดข้าวมีการซื้อขายหลายขั้นตอน ซึ่งทำให้ส่วนเหลือมการตลาด (marketing margin) สูงขึ้น สำหรับการตลาดของสินค้าเกษตรที่รวมถึงตลาดข้าวไทย พอจะสรุปประเด็นปัญหาได้ดังนี้ (โครงสร้างเศรษฐกิจ การเกษตร การผลิต, ออนไลน์, 2557)

1. ปัญหาด้านอุปทานของสินค้าเกษตร ปัญหานี้เกิดจากลักษณะการผลิตสินค้าเกษตรที่มีความไม่แน่นอน ความไม่สม่ำเสมอ

2. ปัญหาด้านอุปสงค์ของสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรส่วนใหญ่เป็นสินค้าพื้นฐานที่มีความยืดหยุ่นต่อการเสนอซื้อต่ำ

3. ปัญหาการแลกเปลี่ยนมีหลายประการดังนี้

3.1 ปัญหาการจำหน่ายสินค้าเกษตร เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย และอยู่ห่างไกลจากแหล่งบริโภค หรือตลาดที่สำคัญ ประกอบกับไม่มีเงินทุน และความรู้ทางด้านการตลาด ต้องอาศัยพ่อค้าคนกลาง ทำให้ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าในราคาแพงกว่าที่ควรจะเป็น เมื่อราคาสูงผู้บริโภคมักจะซื้อสินค้าน้อยลง เพื่อป้องกันมิให้กำไรลดลงมากพอค้าคนกลางจะกดราคาสินค้าที่ซื้อจากเกษตรกรแทน

3.2 ปัญหาการขาดการรวมตัวกันของเกษตรกร ทำให้ขาดอำนาจการต่อรองเกษตรกรจึงเป็นผู้รับราคา ระบบการสหกรณ์ กลุ่มเกษตรกรยังไม่เข้มแข็งเท่าที่ควร

3.3 ปัญหาลักษณะ คุณภาพของสินค้าเกษตร ซึ่งมีลักษณะ และคุณภาพไม่เป็นมาตรฐาน โดยผู้ซื้อต้องไปดูสินค้าเองแทนการสั่งซื้อ ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง

4. ปัญหาการขนส่งสินค้าเกษตร แม้ในปัจจุบันประเทศไทยจะมีทางหลวงเชื่อมโยงติดต่อระหว่างจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศที่ดีพอสมควร แต่ก็ยังขาดแคลนเครือข่ายถนนเชื่อมโยงไปยังไร่นา หมู่บ้าน และตำบลอีกเป็นจำนวนมาก

5. ปัญหาในการเก็บรักษาสินค้า เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดแคลนตู้ฉางในการเก็บรักษาผลผลิตของตนเอง

6. ปัญหาการบริการข่าวสารทางด้านการตลาด เนื่องจากข่าวความเคลื่อนไหวของราคาสินค้าเกษตรกร มักจะทราบข่าวช้ากว่าคนกลาง ทำให้เสียเปรียบ

7. ปัญหาความยากจน เกษตรกรส่วนใหญ่มีฐานะยากจน และมีเงินทุนน้อย

8. ปัญหาความเชื่อมโยงกับตลาดสินค้าเกษตรของโลก ประเทศไทยเป็นหนึ่งในที่ส่งสินค้าเกษตรไปจำหน่ายยังภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก จึงมีความสัมพันธ์กับตลาดสินค้าเกษตรของโลก

สำหรับลักษณะสำคัญของห่วงโซ่อุปทาน ข้าวมีลักษณะเป็นเส้นตรงจากต้นน้ำ (ปัจจัยการผลิต และไร่นา) สู่อุปการแปรรูป และค้าส่ง พ่อค้าคนกลาง ในตอนกลางน้ำ และไหลสู่ปลายทาง (ค้าปลีก ส่งออก และผู้บริโภค) ข้อสังเกตสำคัญ คือ การค้า การติดต่อในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทานไม่เชื่อมโยงกัน ห่วงโซ่แต่ละขั้นตอนจึงแยกจากกัน การจะเพิ่มมูลค่าหรือลดต้นทุนต้องต่างคนต่างทำ ความพยายามของคู่ค้าในห่วงโซ่ขั้นตอนหนึ่งที่จะขอความร่วมมือจากผู้ผลิตหรือคู่ค้าในขั้นตอนอื่น ๆ ของห่วงโซ่อุปทานจึงทำได้ยากลำบาก เรียกว่า มีปัญหาความล้มเหลวของการประสานงาน (coordination failure) (โครงสร้างเศรษฐกิจการเกษตร การผลิตเกษตร, ออนไลน์, 2557)

ดังนั้น หากมีการปรับเปลี่ยนลักษณะห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรให้มีลักษณะใหม่ให้มีลักษณะที่สั้นกว่า ห่วงโซ่ปัจจุบัน เพราะมีการตัดตอนพ่อค้าคนกลางออกไป ทำให้ผู้ค้าปลีก (หรือผู้ส่งออก) ซื้อขายโดยตรงกับผู้ผลิต นอกจากนั้น เกษตรกรกับผู้ค้าปลีก (หรือผู้ส่งออก) ยังมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดในลักษณะการติดต่อ 2 ทาง (2 ways communication) ไม่ว่าจะเป็นการ

ไหลเวียนข้อมูลกระบวนการผลิต เทคโนโลยี และความพึงพอใจของผู้บริโภค มีการให้สินเชื่อแก่เกษตรกร ซึ่งห่วงโซ่อุปทานใหม่จะมีลักษณะเป็นวงกลม และแตกต่างโดยสิ้นเชิงจากห่วงโซ่อุปทานแบบปัจจุบันที่เป็นเส้นตรง

สถานการณ์ด้านคุณภาพชีวิตเกษตรกร

สถานการณ์ด้านคุณภาพชีวิตนี้มีประเด็นประกอบด้วย 3 หัวข้อ ได้แก่

1. รายได้ รายจ่าย เงินออม และหนี้สินครัวเรือนเกษตรกร
2. การกระจายรายได้
3. สินเชื่อ

1. รายได้ รายจ่าย เงินออม และหนี้สินครัวเรือนเกษตรกร

เมื่อพิจารณาในช่วงปี 2551 - 2554 สัดส่วนรายได้ภาคการเกษตรต่อรายได้เงินสตรวมในครัวเรือนพบว่า รายได้ภาคการเกษตรมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ยกเว้นรายได้ภาคการเกษตรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 แสดงให้เห็นว่า แรงงานในครัวเรือนเกษตรมีแนวโน้มที่จะกลับมาทำงานในภาคเกษตรเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศที่ส่งผลต่อภาคอุตสาหกรรม ทำให้ภาคเกษตรไทยกลับมีบทบาทมากขึ้น เมื่อพิจารณาด้านรายจ่ายพบว่า ปี 2554 สัดส่วนรายจ่ายภาคการเกษตรต่อรายจ่ายเงินสตรวมในครัวเรือนพบว่า รายจ่ายภาคการเกษตรมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 42 ยกเว้น รายได้ภาคการเกษตรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 31 และเมื่อเปรียบเทียบรายได้รายจ่ายเงินสตรพบว่า เกษตรกรมีรายได้เงินสดสุทธิ หรือเงินออม หรือเงินสดสุทธิ ก่อนการชำระหนี้ เป็นบวกประมาณ 40,000บาท/ครัวเรือน การมีเงินออม หรือเงินสดสุทธิก่อนการชำระหนี้เป็นบวกมิได้แสดงให้เห็นว่า ครัวเรือนเกษตรกรมีฐานะที่มั่นคงมากขึ้น ทั้งนี้ เพราะเกษตรกรมีหนี้สินโดยเฉลี่ย 54,000บาท/ครัวเรือน ซึ่งมากกว่าเงินออม สะท้อนให้เห็นว่า เกษตรกรโดยเฉลี่ยมีความเสี่ยงสูงที่จะเกิดปัญหาสภาพคล่อง กล่าวคือ หนี้สินการเกษตรที่ยืมมาไม่สามารถสร้างผลตอบแทนได้มากเพียงพอ เกษตรกรจึงต้องนำเงินออมไปชำระหนี้ เมื่อเกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงินจึงทำให้เกษตรกรต้องหาทางเพิ่มสภาพคล่องโดยการกู้ยืมเงินนอกระบบซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยสูงมาก จึงเป็นลักษณะวงจรอุบาทว์แห่งความยากจนของเกษตรกร (ตารางที่ 3 - 10)

ตารางที่ 3 - 10 รายได้เงินสดสุทธิในครัวเรือน เศรษฐกิจสังคมครัวเรือนเกษตร

รายการ	ปีเพาะปลูก				ประเทศ	ปีเพาะปลูก 2554 / 55			
	2551/52	2552/53	2553/54	2554/55		เหนือ	ตะวันออก	กลาง	ใต้
รายได้	219,912	223,296	225,835	240,231	240,231	241,865	183,893	404,431	269,768
- รายได้เงินสดทางการเกษตร (บาท/ครัวเรือน)	132,184	135,351	137,175	140,565	140,565	161,745	76,505	269,663	184,565
- รายได้เงินสดนอกการเกษตร (บาท/ครัวเรือน)	87,728	87,945	88,660	99,666	99,666	80,120	107,385	134,768	85,203
- สัดส่วนรายได้เงินสดทางการเกษตร (ร้อยละ)	60.11	60.62	60.74	58.51	58.51	66.87	41.60	66.68	68.42
รายจ่าย	147,893	180,586	190,125	197,204	197,204	203,794	145,799	369,508	225,204
- รายจ่ายเงินสดทางการเกษตร (บาท/ครัวเรือน)	74,711	76,719	79,961	83,117	83,117	96,136	45,588	178,511	81,933
- รายจ่ายเงินสดนอกการเกษตร (บาท/ครัวเรือน)	100,182	103,867	110,164	114,087	114,087	107,658	100,211	190,997	143,271
- สัดส่วนรายจ่ายเงินสดทางการเกษตร (ร้อยละ)	42.72	42.48	42.06	42.15	42.15	47.17	31.27	48.31	36.38
รายได้สุทธิ									
- รายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร (บาท/ครัวเรือน)	57,473	58,632	57,214	57,448	57,448	65,609	30,917	91,152	102,632
- รายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือน (บาท/ครัวเรือน) ^{1/}	145,201	146,677	145,874	157,114	157,114	145,729	138,305	225,920	187,835
- เงินสดคงเหลือก่อนการชำระหนี้ (บาท/ครัวเรือน) ^{2/}	45,019	42,710	35,710	43,027	43,027	38,071	38,094	34,923	44,564
- สัดส่วนรายได้เงินสดสุทธิทาง การเกษตร (ร้อยละ)	39.58	40.00	39.22	36.56	36.56	45.02	22.35	40.35	54.64
ทรัพย์สิน-หนี้สิน									
- ทรัพย์สินเกษตรค้ำปี (บาท/ครัวเรือน)	955,486	961,878	1,019,088	1,007,005	1,007,005	555,090	748,473	1,796,949	1,587,557
- ขนาดหนี้สินค้ำปี (บาท/ครัวเรือน)	53,885	54,409	54,061	59,808	59,808	86,899	55,735	61,433	36,378
สถานภาพครัวเรือนเกษตรและทรัพยากร พื้นฐาน									
- ครัวเรือนเกษตรทั้งหมด (ล้านครัวเรือน)	5.864	5.875	5.871	5.911	5.911	1.357	2.774	0.851	0.929
- ขนาดครัวเรือน (คน/ครัวเรือน)	4.06	4.01	3.94	3.88	3.88	3.64	4.10	3.86	3.69
- ประชากรแรงงานเกษตร อายุ 15 - 64 ปี (ล้านคน)	16.864	16.987	16.910	16.982	16.982	3.799	8.278	2.393	2.512
- ขนาดเนื้อที่ถือครอง (ไร่/ครัวเรือน)	25.52	25.43	25.42	24.96	24.96	22.15	21.63	28.78	18.55

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

หมายเหตุ 1/ รายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือน = รายได้เงินสดสุทธิทางการเกษตร + รายได้เงินสดนอกการเกษตร

2/ เงินสดคงเหลือก่อนการชำระหนี้ = รายได้เงินสดสุทธิของครัวเรือน + รายจ่ายเงินสดนอกการเกษตร

2. การกระจายรายได้

การกระจายรายได้ของครัวเรือน โดยการพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์จินิ (Gini Coefficient) พบว่า การกระจายรายได้ไปสู่ครัวเรือนยังอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่ดี กล่าวคือ ค่าสัมประสิทธิ์จินิ มีค่าห่างจาก 0 มาก แต่มีแนวโน้มลดลงตลอดช่วงปี 2552 - 2556 อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบค่าการกระจายรายได้ของครัวเรือนเกษตรกับครัวเรือนทั่วประเทศ พบว่า ภาคเกษตรมีการกระจายรายได้ที่มีความเหลื่อมล้ำกันมากกว่า ทั้งนี้พิจารณาได้จากค่า Gini ภาคการเกษตรมีค่าสูงกว่าค่า Gini ของครัวเรือนทั่วประเทศ (ตารางที่ 3 - 11)

ตารางที่ 3 - 11 การกระจายรายได้สู่ครัวเรือนเกษตร

พ.ศ.	สัมประสิทธิ์การกระจายรายได้ (ครัวเรือนเกษตร)	สัมประสิทธิ์การกระจายรายได้ (ครัวเรือนทั่วประเทศ)
2552	0.4994	0.490
2553	0.5209	n/a
2554	0.5145	0.484
2555	0.4889	n/a
2556	n/a	0.465

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

สถานการณ์ความยากจนในประเทศวัดด้วยเส้นความยากจน (poverty line) ในช่วงปี 2551 - 2555 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 2,172 บาท/คน/เดือน ในปี 2551 เป็น 2,492 บาท/คน/เดือน ในปี 2555 สำหรับสัดส่วนคนจน (head count ratio) หมายถึง จำนวนคนจน เมื่อคิดเป็นสัดส่วนกับจำนวนประชากรทั้งหมด พบว่า มีสัดส่วนคนจนลดลงมาโดยตลอด (ตารางที่ 3 - 12)

ตารางที่ 3 - 12 เส้นความยากจน จำนวนคนยากจนและสัดส่วนคนจนปี 2551 – 2555

ปี	เส้นความยากจน (บาท/คน/เดือน)	จำนวนคนจน (ล้านคน)	สัดส่วนคนจน (ร้อยละ)
2551	2,172	13.11	20.43
2552	2,174	11.6	17.88
2553	2,285	10.8	16.37
2554	2,415	8.7	13.22
2555	2,492	8.4	12.64

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

3. สินเชื่อเพื่อการเกษตร

สินเชื่อมีความสำคัญจำเป็นต่อเกษตรกรในแง่มุมที่เป็นการจัดหาทุน เพื่อการทำ การเกษตร ปริมาณสินเชื่อการเกษตรจากธนาคารพาณิชย์ และธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์ (ธกส.) ระหว่างปี 2551 - 2556 มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น และมีอัตราการขยายตัวรวมเฉลี่ยร้อยละ 7.66 ในขณะที่ปริมาณสินเชื่อการเกษตรจากธนาคารพาณิชย์ มีอัตราการขยายตัวลดลงเฉลี่ยร้อยละ 3.61 ขณะที่สินเชื่อจาก ธกส. มีอัตราการขยายตัวรวมเฉลี่ยร้อยละ 10.76 ลักษณะการให้สินเชื่อแบบนี้ อาจเป็นเพราะหลังภาวะวิกฤตเศรษฐกิจไทย ในปี 2540 และภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโลก ปี 2550 ทำให้ธนาคารพาณิชย์ประสบปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ส่งผลต่อการบริหารฐานะของตนให้มีความมั่นคงเพียงพอ และต้องปรับปรุงคุณภาพสินทรัพย์ โดยต้องเข้มงวดกับการปล่อยสินเชื่อ (ตารางที่ 3 - 13)

ตารางที่ 3 - 13 การให้สินเชื่อเพื่อการเกษตรของสถาบันการเงิน ปี 2551 – 2555

สถาบันการเงิน	หน่วย : ล้านบาท					อัตราการ ขยายตัวปี 2551-2555 (ร้อยละ)
	2551	2552	2553	2554	2555	
ธนาคารพาณิชย์	105,286	91,052	87,392	80,359	93,250	-3.61
ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์	308,087	332,000	401,996	415,556	459,000	10.76
สินเชื่อรวมเพื่อ การเกษตร	413,373	423,052	489,388	495,915	552,250	7.66
สินเชื่อรวมทั้งระบบ	7,549,404	7,807,229	8,762,865	9,782,193	11,277,738	10.64
สัดส่วนสินเชื่อรวมเพื่อ การเกษตรต่อสินเชื่อ รวมทั้งระบบ (ร้อยละ)	5.48	5.42	5.58	5.07	4.89	5.29

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

บทบาทภาครัฐในระบบตลาดข้าว

ภาครัฐมีมาตรการต่าง ๆ ทางด้านการตลาดข้าว โดยมีเป้าหมาย เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรในปัญหาหนี้สิน และให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น หรือมีเสถียรภาพดีขึ้น วิธีการที่มักนำมาใช้มากที่สุดคือ การแทรกแซงตลาด เพื่อให้มีผลกระทบต่อราคาสินค้าเกษตร มาตรการ/โครงการต่าง ๆ ที่ผ่านมา พอสังเขปได้แก่

1. โครงการประกันรายได้เกษตรกร
2. โครงการรับจำนำข้าวเปลือก
3. โครงการสินเชื่อ เพื่อชะลอการขายข้าว
4. โครงการสินเชื่อ เพื่อการสร้างหรือปรับปรุงยุ้งฉาง

1. โครงการประกันรายได้เกษตรกร ปีการผลิต 2553/54

โครงการประกันรายได้เกษตรกร (รัฐบาล นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ : 2551 - 2554) เป็นโครงการที่สร้างความมั่นคงของรายได้ให้กับเกษตรกร โดยเป็นหลักประกันรายได้ขั้นต่ำในการประกอบอาชีพการเกษตร และเป็นการแทนนโยบายแทรกแซงระดับราคาสินค้าเกษตร/โครงการรับจำนำสินค้าเกษตร เพื่อลดภาระงบประมาณในการรับซื้อผลผลิต และจัดเก็บ/บริหารสต็อกสินค้า โดยเริ่มต้นที่พืชเศรษฐกิจหลัก 3 ชนิด คือ ข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และมันสำปะหลัง

2. โครงการรับจำนำข้าวเปลือก ปีการผลิต 2554/2555

โครงการรับจำนำข้าวเปลือก (รัฐบาล นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร : 2554 - 2557) เป็นโครงการที่รัฐบาลจะรับจำนำข้าวเปลือกจากเกษตรกร และจะประกาศราคาเป้าหมาย หรือราคาในการรับจำนำใกล้เคียงกับราคาตลาด และเมื่อเกษตรกรเข้าร่วมโครงการจะได้รับเงินกู้ยืม หรือสินเชื่อไม่เกินร้อยละ 80 แต่บางช่วงปรับเพิ่มขึ้นเป็น 85 - 90 % ของราคาเป้าหมาย

โดยรัฐบาลประกาศรับจำนำข้าวเปลือก และมีราคาจำนำแตกต่างกัน เช่น ข้าวเปลือกหอมมะลิ ต้นละ 20,000.-บาท ข้าวเปลือกหอมจังหวัด ต้นละ 18,000 บาท ข้าวเปลือกปทุมธานี ต้นละ 16,000.-บาท ข้าวเปลือกเจ้า ต้นละ 15,000.-บาท ซึ่งเป็นการกำหนดราคารับจำนำสูงกว่าราคาตลาด โดยมีองค์การคลังสินค้า กระทรวงพาณิชย์ (อ.ค.ส.) และองค์การการค้าเพื่อเกษตรกร (อ.ต.ก) เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบ

3. โครงการสินเชื่อ เพื่อชะลอการขายข้าวเปลือกนาปี ของธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์ (ธ.ก.ส) ปีการผลิต 2557/2558

โครงการสินเชื่อ เพื่อชะลอการขายข้าวเปลือกนาปี ของ ธ.ก.ส (รัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา : 2557 - ปัจจุบัน) เป็นโครงการสินเชื่อช่วยเกษตรกรในช่วงที่ผลผลิตออกมาปริมาณมาก และมีราคาตกต่ำ เพื่อให้เกษตรกรมีทางเลือกในการชะลอการขาย โดยไม่ต้องพะวงกับปัญหาเงินที่จะนำมาใช้จ่ายในครัวเรือน และภาระหนี้สิน โดยสามารถนำผลผลิต คือ ข้าวเปลือกหอมมะลิ และข้าวเปลือกเหนียวมาขอกู้กับ ธกส. อัตราร้อยละ 80 ของราคาตลาด วงเงินไม่เกินรายละ 300,000.-บาท โดยไม่เสียดอกเบี้ย

4. โครงการสินเชื่อ เพื่อการสร้างหรือปรับปรุงยุ้งฉาง และลานตากข้าว

โครงการสินเชื่อเพื่อการสร้างหรือปรับปรุงยุ้งฉาง และลานตากข้าว (รัฐบาล พลเอก รัชชประภา จันทร์โอชา : 2557 - ปัจจุบัน) เป็นสินเชื่อ เพื่อการสร้าง หรือปรับปรุงยุ้งฉาง และลานตากข้าว เพื่อสามารถก่อสร้าง และปรับปรุงยุ้งฉาง และลานตากข้าวเปลือก เพื่อสามารถปรับปรุงคุณภาพ และเก็บผลผลิตไว้แล้ว จึงนำออกมาขายเมื่อราคาสูงขึ้น สำหรับสินเชื่อดังกล่าว มีวงเงิน 1,000 ล้านบาท คิดอัตราดอกเบี้ยสำหรับเกษตรกรทั่วไปที่ MRR หรือ ร้อยละ 7.0% และ

สถาบันเกษตรกรในอัตรา MLR หรือ ร้อยละ 5.0% โดยสินเชื่อสำหรับปรับปรุงยุ่งฉาง หรือลานตากข้าวเดิมให้ชำระคืนภายใน 5 ปี ส่วนการสร้างยุ่งฉาง และลานตากข้าวใหม่ชำระคืนภายใน 10 ปี โดยสามารถขอกู้ที่ ธกส. ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2557 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2558

สรุป

จากสถานการณ์ด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมาสามารถสรุปประเด็นปัญหา และแนวโน้มในอนาคตข้าวไทยได้ดังต่อไปนี้

1. การสร้างความเจริญเติบโตของภาคเกษตร โดยเฉพาะข้าวไม่สามารถทำได้จากการขยายพื้นที่การเกษตรได้อีกแล้ว เนื่องจากพื้นที่ทำการเกษตรในประเทศไทยขยายตัวได้อีกจำนวนจำกัด มีข้อจำกัดเรื่องศักยภาพของที่ดิน และระบบการถือครองที่ดิน เพื่อการเกษตรที่ทำให้ที่ดินการเกษตรบางส่วนไม่สามารถใช้เป็นพื้นที่ทำการเกษตรได้ เช่น การปล่อยที่ดินไว้รกร้างว่างเปล่าไม่ใช้ทำประโยชน์ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องสร้างการเจริญเติบโตของภาคเกษตรจากปัจจัยอื่น เช่น การพัฒนาการตลาด การพัฒนาคุณภาพดิน การบริหารจัดการเขตเกษตรเศรษฐกิจ (Zoning) ที่อาจจำกัดพื้นที่การเพาะปลูกข้าว เป็นต้น

2. สัดส่วนพื้นที่การเกษตรของไทยใช้ปลูกข้าวเกือบร้อยละ 40 ผลผลิตส่วนใหญ่ใช้เพื่อการส่งออก แต่มูลค่า และปริมาณการส่งออกมีอัตราการขยายตัวขึ้น ๆ ลง ๆ ไม่แน่นอน และในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการขยายตัวลดลงของปริมาณการส่งออกข้าวเกือบร้อยละ 40 ซึ่งแสดงถึงสัญญาณเชิงลบตลาดข้าวไทย

3. มูลค่านำเข้าสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์คิดเป็นเป็นประมาณร้อยละ 30 ของมูลค่าส่งออก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังนั้น ทิศทางนโยบายเกษตรไทยควรให้ความสำคัญกับการเกษตรเพื่อทดแทนการนำเข้ามากขึ้น

4. แนวโน้มแรงงานภาคการเกษตร มีการเคลื่อนย้ายไปนอกภาคเกษตรมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่มีการนำแรงงานต่างด้าวมาทดแทนแรงงานไทยในภาคเกษตรมากขึ้น จึงอาจเป็นต้นเหตุของปัญหาผลิตภาพของแรงงานภาคการเกษตรในอนาคตลดลง หรือเพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำได้ หากแรงงานต่างด้าวไม่ได้รับการพัฒนาคุณภาพในการทำงานให้สูงขึ้น

5. กำลังแรงงานไทยที่อพยพออกจากภาคเกษตรอย่างต่อเนื่อง มักเป็นวัยหนุ่มสาว จะส่งกระทบต่อโครงสร้างของผู้ประกอบการ และแรงงานภาคการเกษตรในอนาคตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

6. สินค้าที่มีลักษณะเฉพาะสำหรับ Niche market เช่น ข้าวอินทรีย์ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ มีโอกาสสูงที่จะขยายตลาด ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

7. การขยายตัวของตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่ เป็นแนวโน้มช่องทางการตลาด การเกษตรที่สำคัญ นโยบายการผลักดันความร่วมมือในลักษณะเป็นห่วงโซ่อุปทาน การเกษตรสมัยใหม่ที่สั้นกว่า ห่วงโซ่อุปทานในปัจจุบัน และนโยบายส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน พร้อมกับการเพิ่มบทบาทของผู้ประกอบการรายย่อย สหกรณ์จะเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้สหกรณ์ ผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตรขนาดเล็ก ขนาดกลางในชนบท สามารถเชื่อมโยงเกษตรกรรายย่อย กับห่วงโซ่อุปทาน และความต้องการของผู้บริโภคในเมือง และในต่างประเทศได้ ซึ่งจะเป็นอีกวิธี ทางหนึ่งในการยกระดับราคาสินค้าเกษตร และแทนการใช้นโยบายการประกันราคา หรือนโยบาย ประกันรายได้ให้กับเกษตรกร

8. ความเสี่ยงของการเกษตรที่สำคัญอีกประการ นอกเหนือจากราคาผลผลิตตกต่ำคือ การไม่มีผลผลิตจำหน่าย อันเนื่องมาจากภาวะการณ์ทางธรรมชาติ เช่น ภัยธรรมชาติ ภัยแล้ง น้ำท่วม โรคระบาด ฯลฯ ดังนั้น รัฐบาลควรมีมาตรการให้ความมั่นคงในส่วนนี้ เช่น มาตรการ การประกันภัยพืชผล นอกเหนือไปจากการใช้มาตรการที่มุ่งหวังผลทางด้านราคาสินค้าเกษตร ตกต่ำเท่านั้น

9. เกษตรกรมีหนี้สินมากกว่า เงินออม โดยเฉพาะ ถ้าเป็นหนี้สินที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ในระยะยาวจะยังเป็นสาเหตุให้เกษตรกรมีศักยภาพในการพัฒนาตนเองลดน้อยถอยลง

10. รัฐบาลในทุกยุคทุกสมัยได้ให้ความสำคัญกับข้าวมาโดยตลอด ผ่านการใช้ นโยบายในด้านต่าง ๆ มากมาย ในการส่งเสริมการปลูก การวิจัย การผลิต การพยุงราคา การ รับจำนำข้าวเปลือก การประกันราคา การประกันรายได้ การให้สินเชื่อ ฯลฯ ขณะที่มีนโยบาย ทางด้านการตลาดข้าว รวมถึงการส่งออกข้าวยังไม่มีอย่างเป็นทางการ

ดังนั้น ถ้ารัฐบาลจะหันมาให้ความสำคัญกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง และที่จะเกิดขึ้น โดยมุ่งเน้นนโยบายการตลาดข้าวที่อาศัยการผลักดันความร่วมมือจากทุกฝ่ายในลักษณะห่วงโซ่ อุปทานการเกษตรแบบใหม่ จะเป็นอีกวิธีทางหนึ่งในการยกระดับราคาข้าว แทนการใช้มาตรการ ประกันราคา การประกันรายได้ การพยุงราคา หรือการรับจำนำข้าวเปลือก เป็นต้น

บทที่ 4

การบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว

ในบทนี้จะเป็นการนำเสนอแนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวไทยโดยมีลำดับของการนำเสนอ ตามกรอบแนวคิดงานวิจัย (แผนภาพที่ 2 - 2) ดังนี้

1. การศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว และระบบตลาดข้าวไทย ในมิติด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านคุณภาพชีวิตเกษตรกร และบทบาทภาครัฐในระบบการตลาดที่สรุปประเด็นให้เห็นว่า การเกษตรมีบทบาทที่สำคัญต่อประเทศเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะข้าวเป็นสินค้าการเกษตรที่มีมูลค่าส่งออกสูงมาก และทำรายได้ให้ประเทศเป็นอย่างมาก รวมทั้งเกี่ยวข้องกับเกษตรกรส่วนใหญ่ของประเทศ อย่างไรก็ตาม ระบบข้าวไทยยังคงมีปัญหาหรือต้องมีการพัฒนาในหลาย ๆ มิติทั้งในมิติด้านการผลิต การตลาด และอื่น ๆ แต่ในการศึกษานี้จะทำการศึกษา และเสนอแนะ เฉพาะประเด็นด้านการตลาดที่พบว่า ห่วงโซ่อุปทานข้าวไทย ยังมีปัญหาที่ระบบตลาดที่มีการผูกขาดโดยพ่อค้าคนกลาง

2. การศึกษาแนวคิดที่จะช่วยแก้ปัญหาการผูกขาดตลาดข้าวโดยพ่อค้าคนกลาง ได้แก่ แนวคิดการมีส่วนร่วม แนวคิดสหกรณ์ ซึ่งเป็นแนวคิดที่สนองตามนโยบายรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่ได้แถลงไว้ต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557

3. การนำเสนอแนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว โดยเป็นการรวมกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจข้าวระหว่างกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ พ่อค้าขายส่ง พ่อค้าส่งออกข้าว สถาบันวิชาการ หน่วยงานภาครัฐระดับจังหวัด รวมทั้งผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมข้าวของจังหวัด

4. การนำเสนอ “โครงการ การบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร” เพื่อให้แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตรนี้ สามารถนำไปใช้ได้ทันที และเกิดการดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม ในตอนท้ายบทนี้ จึงได้เสนอที่แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน การบูรณาการความร่วมมือฯ ตั้งแต่การกำหนดกลยุทธ์ (Strategic Formulation) การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Strategic Implementation) และการติดตามประเมินผล (Feedback) ทั้งนี้ โครงการการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวไทยจะเป็นแนวทางให้รัฐบาลสามารถยกระดับรายได้ และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว บนพื้นฐานแนวคิดชุมชนต้องสร้างให้ชุมชนตนเองให้เข้มแข็งด้วยเป็นชุมชนที่พึ่งตนเองให้ได้ โดยการแสวงหาแนวทางการมีส่วนร่วม และร่วมมือของพันธมิตรธุรกิจข้าว แทนแนวทาง/มาตรการที่รัฐบาลในอดีตใช้ ได้แก่ วิธีการประกันรายได้ หรือวิธีการประกันราคาที่ทำให้กลไกการตลาดสินค้าข้าวบิดเบือน

การศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว และระบบตลาดข้าวไทย

การเกษตรไทย นับได้ว่ามีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทย เป็นอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นอาหารหล่อเลี้ยงคนไทยทั้งประเทศ ขณะเดียวกันก็เป็นแหล่งรองรับแรงงานที่สำคัญของประเทศ พบว่าระหว่างปี 2553 - 2557 สัดส่วนจำนวนแรงงานภาคการเกษตรต่อแรงงานทั้งประเทศเป็นร้อยละ 40.21 โดยมีแรงงานภาคเกษตรเฉลี่ยในช่วงเวลาดังกล่าว จำนวน 15.78 ล้านคน ขณะที่แรงงานทั้งประเทศเฉลี่ยประมาณ 39.04 ล้านคน

นอกจากนั้นการเกษตรยังเป็นแหล่งรายได้ของประเทศ ซึ่งพิจารณาในระยะเวลา 20 ปี ระหว่างปี 2537 - 2557 พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ภาคการเกษตรมีค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับ GDP รวมทั้งประเทศ และสัดส่วน GDP ภาคการเกษตรต่อ GDP ทั้งประเทศก็มีค่าเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากประมาณร้อยละ 10 เป็นร้อยละ 12 ในระยะหลัง 5 - 6 ปีที่ผ่านมา และถ้าพิจารณาอีกบทบาทการเกษตรในการสร้างรายได้คือ พิจารณาจากมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรไทย ระหว่างปี 2547 - 2557 พบว่ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นเช่นกัน จะเห็นได้ว่ามูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 664,491 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 1,268,217 ล้านบาท และ 972,701 ล้านบาท ในปี 2556 และ 2557 หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 2 เท่า ในรอบ 10 ปี

ถ้าพิจารณาสินค้าเกษตรส่งออกที่สำคัญของไทย โดยเฉพาะข้าวจะพบว่า ทั้งมูลค่า และปริมาณการส่งออกขึ้น ๆ ลง ๆ ไม่แน่นอน และในปี 2555 มีอัตราการขยายตัวของปริมาณการส่งออก ลดลงจากปี 2554 เกือบร้อยละ 40 ซึ่งแสดงถึงสัญญาณเชิงลบของข้าวไทย ขณะที่ในช่วงปี 2552 - 2557 ผลผลิตข้าวไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยที่พื้นที่เพาะปลูกมีแนวโน้มลดลง ซึ่งแสดงถึงผลิตภาพหรือผลผลิตต่อไร่ที่เพิ่มขึ้นนั่นเอง อย่างไรก็ตาม ถ้าพิจารณาการใช้ที่ดิน ประเทศไทยมีเนื้อที่ทั้งสิ้น 320.6 ล้านไร่ ประเทศไทยมีเนื้อที่ถือครองทางการเกษตรมากที่สุด กล่าวคือ เป็นเนื้อที่ถือครองทางการเกษตรถึง 149.2 ล้านไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 46.54 ของเนื้อที่ถือครองทั้งหมด และการใช้ประโยชน์ที่ดินในการเกษตรกรรม พบว่า พื้นที่ประมาณ ร้อยละ 40 ใช้ปลูกข้าว สะท้อนให้เห็นโครงสร้างการผลิตของการเกษตรไทย เน้นการผลิตข้าวเป็นสำคัญ และเมื่อพิจารณาทางด้านการใช้ที่ดินตามความเหมาะสมกับศักยภาพของที่ดิน ซึ่งพื้นที่ที่เหมาะสมที่ใช้เพื่อการเกษตรปลูกพืชเศรษฐกิจ พบว่า พื้นที่การเกษตรที่ใช้จริงเทียบกับพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการปลูกข้าวมีสัดส่วนร้อยละ 92.4 สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการขยายพื้นที่ เพื่อการเกษตรของประเทศที่ยังคงมีเหลืออยู่ร้อยละ 8 เท่านั้น ดังนั้น การสร้างความเจริญเติบโตของภาคเกษตร โดยเฉพาะข้าวไม่สามารถทำได้จากการขยายพื้นที่การเกษตรได้อีกแล้ว เนื่องจากพื้นที่ทำการเกษตรในประเทศไทยขยายตัวได้อีกจำนวนจำกัด กอปรกับการมีข้อจำกัดเรื่องศักยภาพของที่ดิน และระบบการถือครองที่ดิน

เพื่อการเกษตรที่ทำให้ที่ดินการเกษตรบางส่วนไม่สามารถใช้เป็นที่ทางการเกษตรได้ เช่น การปล่อยที่ดินไว้รกร้างว่างเปล่าไม่ใช้ทำประโยชน์ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องสร้างการเจริญเติบโตของภาคเกษตรจากปัจจัยอื่น เช่น การพัฒนาการตลาด การพัฒนาคุณภาพดิน การบริหารจัดการเขตเกษตร เศรษฐกิจ (Zoning) ที่อาจจำกัดพื้นที่การเพาะปลูกข้าว เป็นต้น

การศึกษาแนวคิดที่จะช่วยแก้ปัญหาการผูกขาดตลาดข้าวโดยพ่อค้าคนกลาง

การตลาดข้าวมีลักษณะที่ต่างกับสินค้าอื่นอยู่มาก กล่าวคือ มีเกษตรกรผู้ผลิตรายย่อยเป็นจำนวนมาก ทำให้การควบคุมปริมาณการผลิตข้าวแต่ละชนิด และคุณภาพเป็นไปได้ยาก ประกอบกับการผลิตยังขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ จึงทำให้สินค้าข้าวมีความยุ่งยากซับซ้อนมากขึ้น ส่งผลให้ราคาข้าวเกิดความผันผวน และบางครั้งอยู่ในระดับต่ำมาก เนื่องจากมีเกษตรกรรายย่อยจำนวนมากนั่นเอง จึงมีพ่อค้าคนกลางจำนวนมาก เพื่อทำหน้าที่รวบรวม ขนส่ง และแปรรูปสินค้า โดยเริ่มจากการรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกรระดับหมู่บ้าน หรือตำบล เพื่อนำมาส่งที่ตลาดกลาง หรือโรงงานแปรรูปในอำเภอ หรือจังหวัด แล้วส่งเข้ามายังกรุงเทพฯ เพื่อการบริโภคภายในประเทศ และการส่งออก

ห่วงโซ่อุปทานข้าว มีผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. กระบวนการนำข้าวเริ่มจากผู้ผลิต เกษตรกร (ทั้งที่เป็นเกษตรกรทั่วไป และเป็นสมาชิกสหกรณ์) เริ่มตั้งแต่หลังจากการเก็บเกี่ยวข้าว เกษตรกรจะเก็บข้าวส่วนหนึ่งไว้บริโภค และเป็นเมล็ดพันธุ์ และอีกส่วนหนึ่งนำไปสู่ผู้บริโภค โดยจำหน่ายออกสู่ตลาดผ่านทางพ่อค้าข้าว

2. พ่อค้าข้าวจะทำหน้าที่รวบรวมข้าว สามารถแบ่งพ่อค้าข้าวได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.1 พ่อค้าข้าวท้องถิ่น

พ่อค้าข้าวเปลือก ประเภทนี้อาจเป็นพ่อค้ารายย่อยในหมู่บ้าน หรือในท้องถิ่นจะรวบรวมข้าว เพื่อนำต่อไปขายให้โรงสีโดยตรง

2.2 พ่อค้าภายนอกท้องถิ่น

พ่อค้าข้าวเปลือกที่มาจากภายนอกหมู่บ้าน อาจจะเป็นพ่อค้ารับซื้อข้าวเปลือกโดยตรง มักตระเวนรับซื้อในพื้นที่กว้างกว่า พ่อค้าท้องถิ่น หรืออาจจะเป็นพ่อค้ารับซื้อโดยผ่านนายหน้า ซึ่งนายหน้าจัดหาซื้อข้าวเปลือกมักจะเป็นคนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นที่รู้จักในท้องถิ่นนั้น

2.3 สถาบันเกษตรกร/สหกรณ์

พ่อค้าประเภทนี้จะเป็นสถาบัน เช่น กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นมาโดยสมาชิก ซึ่งมักจะเป็นสถาบันที่ตั้งอยู่ภายในท้องถิ่น หรือภายในอำเภอนั้น ๆ

3. โรงสี

โรงสีเป็นผู้แปรรูปสีข้าวเปลือกเป็นข้าวสารเพื่อขายไปยังพ่อค้าคนกลาง ทั้งที่เป็นพ่อค้าปลีก หง และผู้บริโภคร่างต่าง ๆ สามารถแบ่งโรงสีออกเป็นโรงสีขนาดเล็ก โรงสีขนาดกลาง และโรงสีขนาดใหญ่ ตามขนาดกำลังการผลิต

4. พ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้า (หง) ในตลาดข้าวสาร

นายหน้า หรือหง เป็นคนกลาง หรือเป็นตัวแทนของโรงสี ในการขายข้าวให้ผู้ส่งออก หรือพ่อค้าส่งภายในประเทศ ทำหน้าที่นำไปเสนอขายให้กับร้านขายส่ง หรือบริษัทส่งออกในแต่ละวัน ซึ่งหงจะต้องรับผิดชอบดูแลการส่งมอบข้าวให้ผู้ซื้อตรงกับปริมาณ และคุณภาพที่ตกลงซื้อขายกัน โดยจะติดต่อกับโรงสีให้ส่งข้าวตามปริมาณ และคุณภาพนั้น ไปยังผู้ซื้อภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยโรงสีจะเป็นผู้รับผิดชอบในเรื่องค่าใช้จ่ายในการขนส่งจากโรงสีมายังโกดังของผู้ส่งออก หรือพ่อค้าขายส่ง

นอกจากนี้ หง เป็นผู้รับผิดชอบในเรื่องการชำระเงินระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย หลังจากการส่งมอบข้าวให้ผู้ซื้อเรียบร้อยแล้ว ในบางกรณี โรงสีอาจจะไม่รู้ว่าขายข้าวให้กับผู้ส่งออก หรือร้านค้าใด เพราะหงจะเป็นผู้ติดต่อ และดำเนินกิจการแทนทั้งหมด

5. พ่อค้าปลีก

พ่อค้าปลีกข้าวสาร คือ พ่อค้าที่ซื้อข้าวสารจากพ่อค้าส่งเพื่อนำมาขายให้แก่ผู้บริโภค

6. พ่อค้าขายส่ง

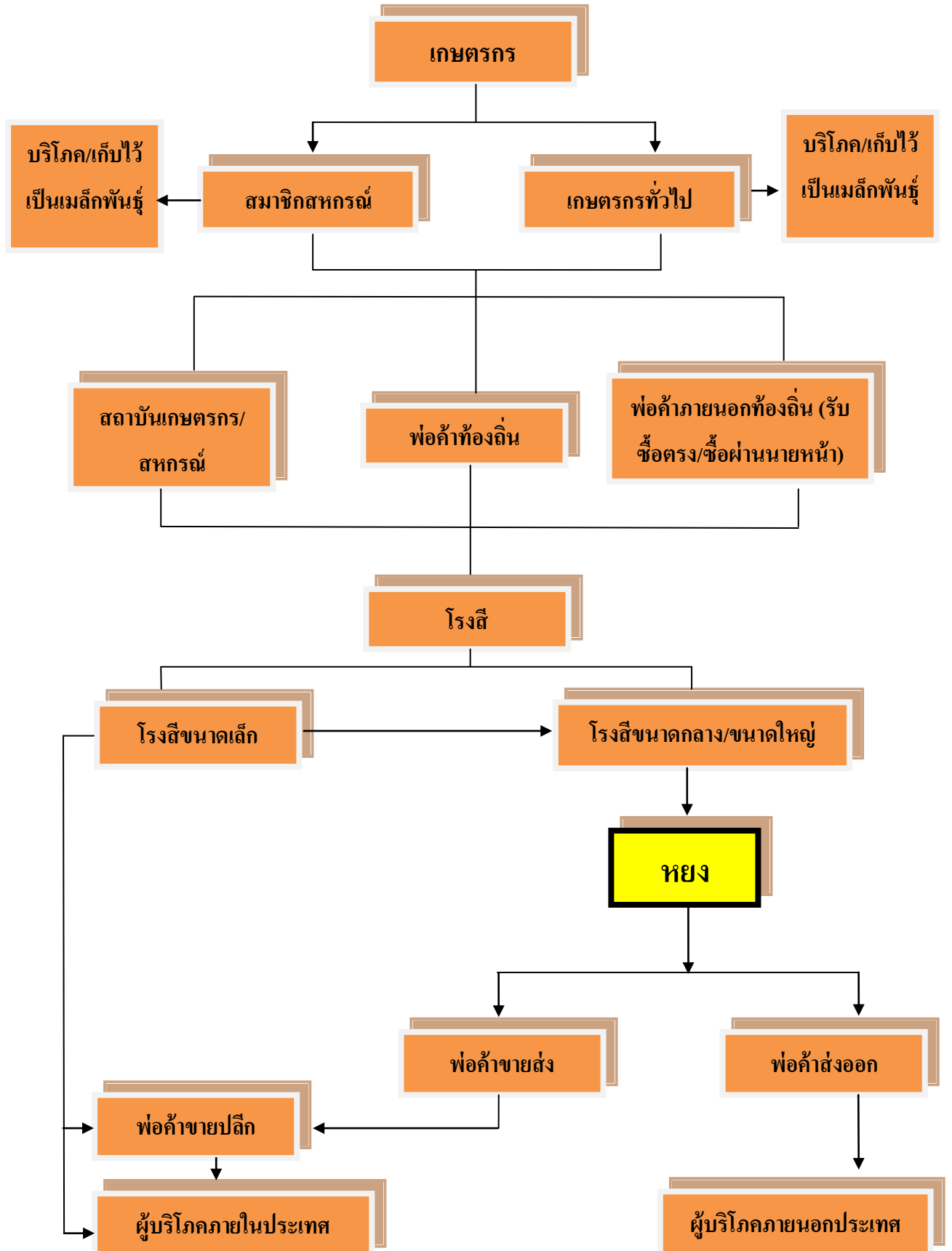
พ่อค้าประเภทนี้จะรวบรวมข้าวให้ได้ปริมาณมาก และส่งจำหน่ายให้กับพ่อค้าปลีก และผู้ค้าข้าวรายอื่น ๆ ทั่วประเทศ

7. พ่อค้าส่งออก

พ่อค้าประเภทนี้จะส่งออกข้าวโดยขายให้แก่ ผู้ซื้อเอกชนในต่างประเทศ หรือขายให้กับรัฐบาลต่างประเทศ หรือจัดหาข้าวให้แก่รัฐบาลไทย เพื่อส่งมอบให้แก่รัฐบาลผู้ซื้อต่างประเทศก็ได้

จากกระบวนการ การตลาดข้าว ข้างต้นแสดงถึง การกระจายการผลิตข้าวอยู่ตามภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ ในขณะที่ความต้องการบริโภคข้าวนั้นมาจากทั้งภายในประเทศ และจากต่างประเทศ สามารถสรุปโครงสร้างตลาดข้าวไทยได้ ดังแผนภาพที่ 4 - 1

แผนภาพที่ 4 - 1 โครงสร้างตลาดข้าวไทย



การนำเสนอแนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว

จากเส้นทางการตลาดข้าวไทยในปัจจุบัน จะพบว่า มีลักษณะที่เป็นเส้นตรงที่เริ่มจากต้นน้ำ กลางน้ำ ไปสู่ปลายน้ำ กล่าวคือตั้งแต่ ผู้ผลิต แปรรูป จนถึงผู้บริโภค และในแต่ละขั้นตอนค่อนข้างมีลักษณะที่ขึ้นตรงต่อกัน จนทำให้เหมือนว่า การตลาดข้าวไทย หรือราคาข้าวไทยขึ้นอยู่กับผู้ส่งออก พ่อค้าส่ง หอง ผู้ซึ่งเป็น ผู้กำหนดราคาผ่านไปทางโรงสี ทำให้เกษตรกร หรือชาวนาต้องเป็นผู้ถูกยอมรับราคาเสมอ โดยไม่มีโอกาสกำหนดราคาข้าว ตามต้นทุนผลผลิต หรือการกำหนดกำไรที่ต้องการ ดังนั้น ถ้ามีการปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทานข้าวใหม่ให้อยู่บนพื้นฐานของแนวคิดการรวมกลุ่ม แนวคิดสหกรณ์ที่ยึดหลักการรวมตัวกัน ช่วยเหลือตนเอง มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน เพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชน และมีความร่วมมือกันในห่วงโซ่อุปทานระดับจังหวัดการรวมกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจข้าว เพื่อให้เกิดประโยชน์ทุกฝ่ายในห่วงโซ่อุปทาน แทนการเกิดประโยชน์ หรือควบคุมโดยผู้ส่งออก พ่อค้าส่ง หอง ที่ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพแต่เพียงฝ่ายเดียว

แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวนี้ เป็นการรวมกลุ่มพันธมิตรอุตสาหกรรมข้าวระดับจังหวัดนี้ จะเป็นการแสวงหาแนวทางการร่วมมือในการดำเนินการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมข้าว โดยเป็นแนวทางร่วมกันมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ และประสบการณ์ รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างสรรค์นวัตกรรมข้าวใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทั้งในด้านการตลาดการผลิต และบุคลากรได้อย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็นแนวทางการบูรณาการนี้จะช่วยให้รัฐบาลสามารถกำหนดนโยบาย เพื่อการยกระดับราคา ระดับรายได้ และคุณภาพชีวิตให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวบนพื้นฐานแนวคิดชุมชนต้องสร้างให้ชุมชนตนเองเข้มแข็งด้วยเป็นชุมชนที่พึ่งตนเองให้ได้ ซึ่งจะเป็นแนวทางให้รัฐบาลสามารถใช้แทนการกำหนดนโยบายแบบเดิม ๆ ที่เคยใช้ เช่น วิธีการประกันราคา หรือวิธีการประกันรายได้ ที่ทำให้นักการตลาดสินค้าเกษตรบิดเบือนมาโดยตลอด

นอกจากนี้ แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว ยังเป็นแนวทางที่ส่งเสริมสนับสนุนให้กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ที่ปลูกข้าว เพิ่มบทบาทในวงจรทางเศรษฐกิจ ในฐานะผู้ซื้อผู้ขายที่รวมถึงการแปรรูป และส่งออก เพื่อให้สหกรณ์เป็นผู้ค้ารายใหญ่อีกรายหนึ่ง ซึ่งจะช่วยคานอำนาจของกลุ่มพ่อค้าเอกชน ส่งออก พ่อค้าส่ง และหอง เพื่อให้มีความสมดุลมากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อให้สนองต่อนโยบายรัฐบาลที่ได้แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 ความร่วมมือกันโดยการรวมกลุ่มพันธมิตรอุตสาหกรรมข้าวระดับจังหวัดนี้ สามารถแสดงตามแผนภาพแบบจำลองการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว (แผนภาพที่ 4 - 2) ผู้ว่าราชการจังหวัด ส่วนราชการจัดเวที พบปะระหว่างกลุ่ม องค์กรภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อนำเสนอ

วัตถุประสงค์โครงการ และแนวทางการสร้างเครือข่ายพันธมิตร สร้างความเข้าใจในวัตถุประสงค์ และประเมินความสนใจของแต่ละกลุ่มองค์กรในการจะเข้าร่วมโครงการฯ โดยเวทีพบปะนี้จะมี ผู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่

1. ส่วนราชการภาครัฐในระดับจังหวัด ได้แก่ กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมส่งเสริม การเกษตร องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร กระทรวงพาณิชย์ ฯลฯ

2. กลุ่มเกษตรกรชุมชน สหกรณ์ภายในจังหวัด

3. หอการค้าจังหวัด

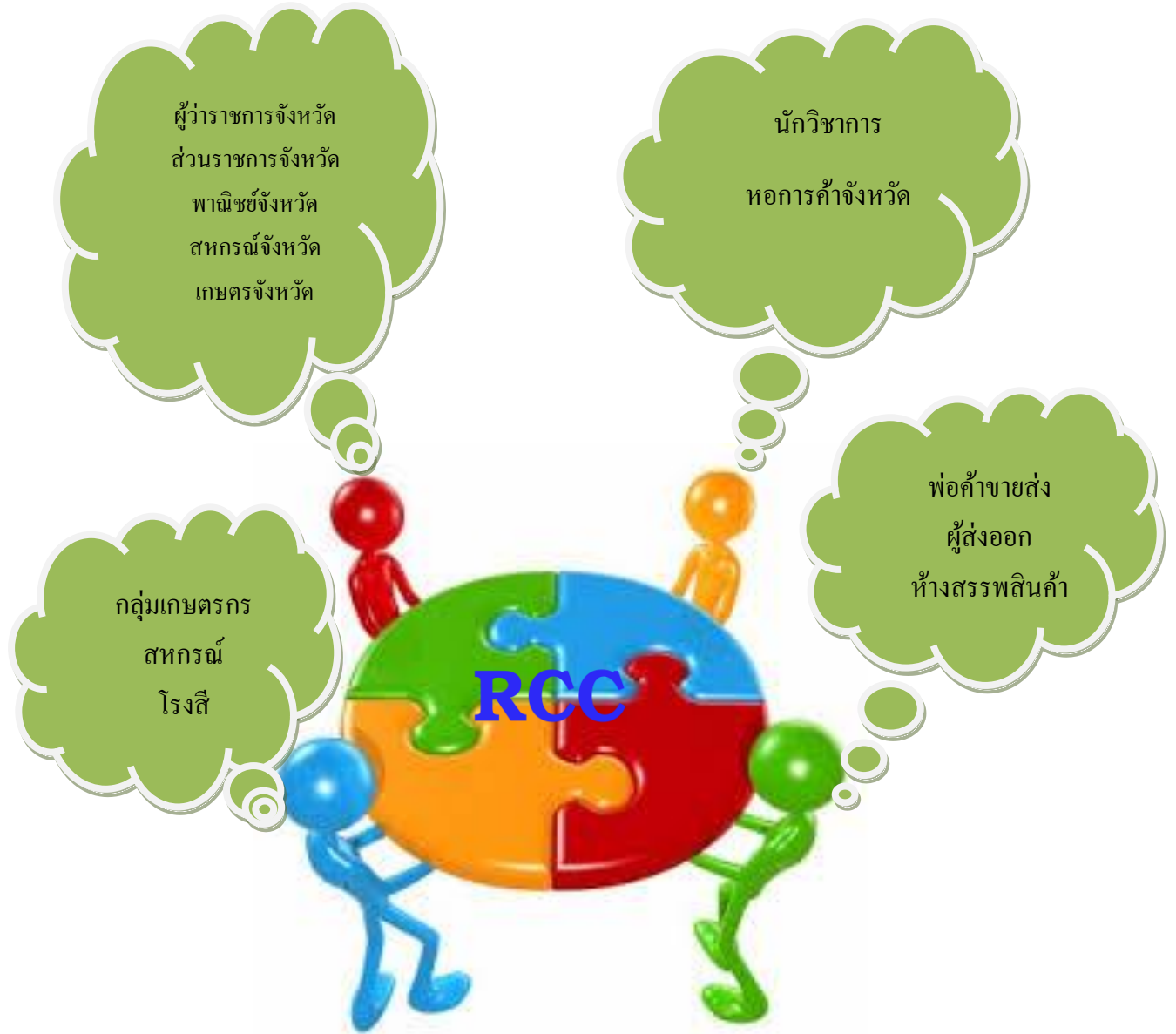
4. ผู้ส่งออก พ่อค้าขายส่ง ผู้ประกอบการ ห้างร้าน ห้างสรรพสินค้า

5. โรงเรียน โรงงานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ข้าว

6. สถาบันวิชาการ นักวิชาการ

โดยเวทีการพบปะนี้ จะเป็นดำเนินการประชุมระดมสมอง แสวงหาแนวทางข้อตกลง ความร่วมมือแลกเปลี่ยนกัน เพื่อประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับทุกฝ่ายในกลุ่มเครือข่ายพันธมิตร ในลักษณะ สถานการณ์ win - win กับทุกฝ่าย จากฐานข้อมูลจริง และความต้องการรับซื้อ – ขาย ข้าวจริงของกลุ่มพันธมิตร เพื่อบริหารจัดการผลผลิตข้าวที่สามารถประมาณการความต้องการข้าว (Demand) ของผู้ส่งออก พ่อค้าขายส่ง ห้างร้าน ห้างสรรพสินค้า และความสามารถในการผลิตข้าว (Supply) ของเกษตรกร กลุ่มสหกรณ์ โรงเรียน และจัดหาช่องทางการจัดจำหน่าย กระจายสินค้า จัดการ ระบบการตลาด การแปรรูป ในขณะที่ความร่วมมือกับนักวิชาการ สถาบันวิชาการการศึกษา และ หน่วยงานเอกชน สนับสนุนในการค้นคว้าวิจัย พัฒนาองค์ความรู้ ตลอดจน เทคนิค วิธีการ การสร้าง ความร่วมมือแลกเปลี่ยน การทำงานร่วมกันระหว่างเครือข่ายพันธมิตร เพื่อให้เกิดความร่วมมือ การผลิต การแปรรูปข้าว การจัดจำหน่าย การตลาด และการร่วมมือในการสร้างเครือข่ายพันธมิตร มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งการทำงานเป็นระบบ และเป็นทีมจะทำให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐ เอกชน ประชาชน ผู้ประกอบการ อันเป็นการร่วมมือกันนำไปสู่โอกาสการค้าขาย เจริญพาณิชย์ ในระดับชุมชน และอุตสาหกรรม

แผนภาพที่ 4 - 2 แบบจำลองการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว



1. อุปทานข้าว = อุปสงค์ข้าว

2. การกำหนดปริมาณ และราคาข้าวที่ชัดเจน

3. ลดขั้นตอนพ่อค้าคนกลาง

การนำเสนอ โครงการ การบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว

การศึกษาในส่วนนี้เป็นการนำเสนอแนวทางการบูรณาการ ในรูปแบบโครงการ เพื่อให้การบูรณาการความร่วมมือดังกล่าว สามารถนำไปดำเนินการได้ทันที อย่างเป็นรูปธรรม จึงได้แสดงรายละเอียดของลำดับขั้นตอน การดำเนินงาน โครงการ การบูรณาการความร่วมมือ ดังนี้

1. การกำหนดกลยุทธ์ (Strategic Formulation)
2. การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Strategic Implementation)
3. การติดตามทบทวนประเมินผล (Feedback)

โครงการ

การบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว

หลักการ และเหตุผล

พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่ได้แถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ในวันศุกร์ที่ 12 กันยายน 2557 ข้อ 6. การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ข้อย่อย 6.15 ในด้านเกษตรกรรมดำเนินการใน 2 เรื่องใหญ่คือ การปรับโครงสร้าง การผลิตสินค้าเกษตร ให้สอดคล้องกับความต้องการด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่นการแบ่งเขตเพื่อปลูกพืชผลแต่ละชนิด และการสนับสนุนให้สหกรณ์ของกลุ่มเกษตรกรที่ผลิตสินค้าเกษตรเพิ่มบทบาทในฐานะผู้ซื้อพืชผล จนถึงการแปรรูป และการส่งออกได้แล้วแต่กรณี เพื่อให้สหกรณ์เป็นผู้ค้าขายสินค้าเกษตรรายใหญ่อีก รายหนึ่ง ซึ่งจะช่วยคานอำนาจของกลุ่มพ่อค้าเอกชนที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีความสมดุลมากขึ้น

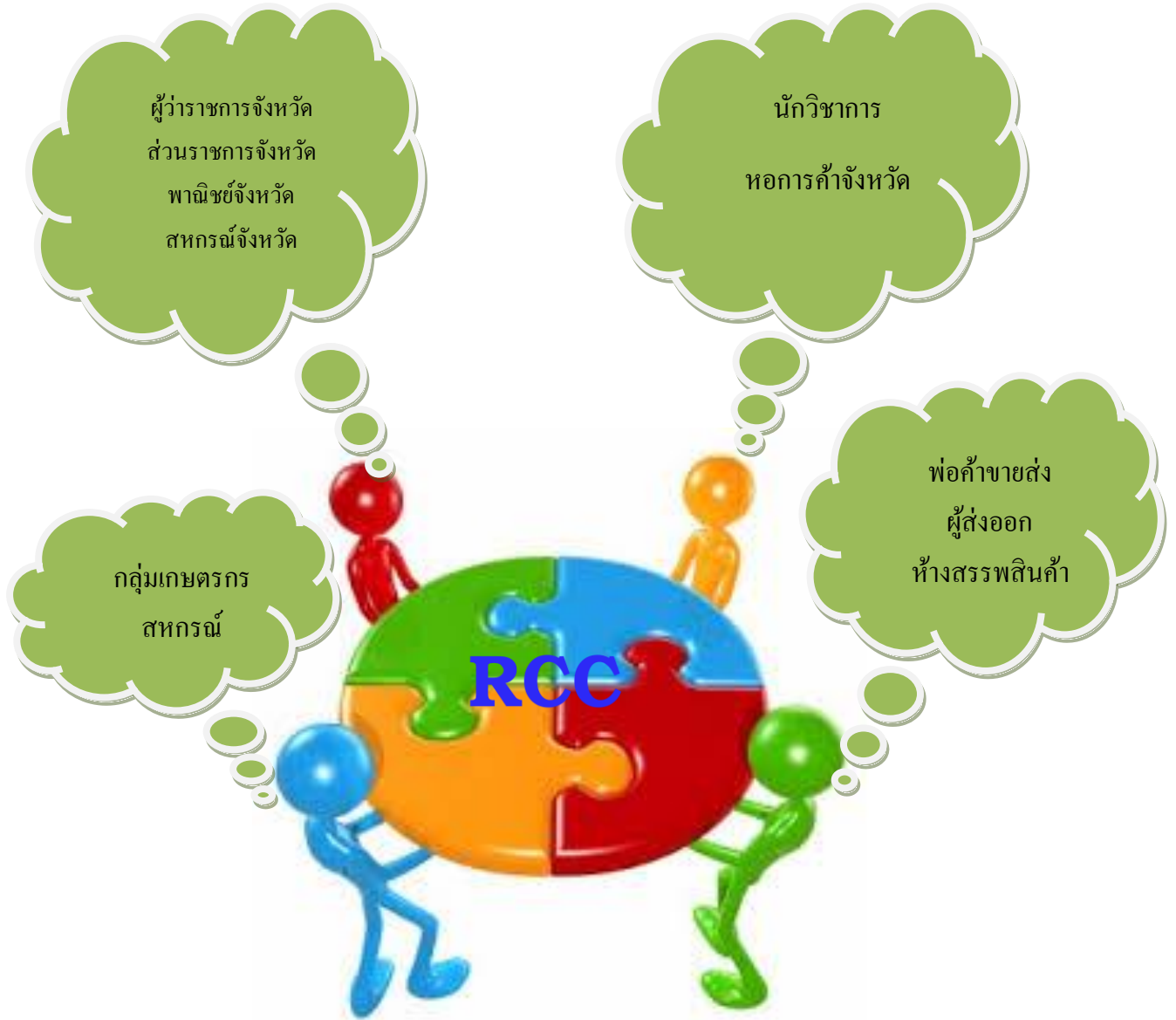
กอปรกับ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้กล่าวใน รายการคืนความสุขให้คนในชาติ เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2558 ว่า ในการสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกรนั้น การรวมกลุ่มกันของสหกรณ์มีความสำคัญที่จะทำให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรองกับพ่อค้าคนกลางได้ โดยรัฐบาลจะเข้าไปช่วยในเรื่องการจัดตลาด และช่องทาง การจัดจำหน่าย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งพี่น้องเกษตรกรก็จำเป็นต้องสร้างให้ชุมชนตนเองเข้มแข็งด้วย เป็นชุมชนที่พึ่งตนเองให้ได้ โดยนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาประยุกต์ใช้ ผ่านการทำเกษตรอินทรีย์ การลดการใช้ปุ๋ยเคมี ลดการใช้ยาฆ่าแมลง เป็นพืชที่เป็นออร์แกนิกที่ปลอดภัย ก็จะช่วยทั้งในเรื่องลดต้นทุนเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร โดยเกษตรอินทรีย์ จะทำให้เกษตรกรมีรายได้สูงกว่าการทำนาเดิม ๆ

การสนองนโยบายรัฐบาลดังกล่าว ในการสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจ สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนเกษตรกร และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของนายกรัฐมนตรีที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ได้นั้น โครงการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวจะเป็นแนวทางหนึ่ง ในการสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจ สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนเกษตรกร และการพัฒนาธุรกิจ การตลาดข้าวไทยได้ ทั้งนี้ เนื่องจากเส้นทางการตลาดข้าวไทยในปัจจุบัน จะพบว่ามีลักษณะที่เป็นเส้นตรงที่เริ่มจาก ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปสู่ปลายน้ำ กล่าวคือ ตั้งแต่ ผู้ผลิต แปรรูป จนถึงผู้บริโภค และในแต่ละขั้นตอนก่อนข้างมีลักษณะที่ขึ้นตรงต่อกัน จนทำให้เหมือนว่า การตลาดข้าวไทย หรือราคาข้าวไทยขึ้นอยู่กับผู้ส่งออก พ่อค้าส่ง หยก ผู้ซึ่งเป็น ผู้กำหนดราคาผ่านไปทางโรงสี ทำให้เกษตรกร หรือชาวนา ต้องเป็นผู้ถูกยอมรับราคาเสมอ โดยไม่มีโอกาสกำหนดราคาข้าว ตามต้นทุนผลผลิต หรือ การกำหนดกำไรที่ต้องการ

ดังนั้น ถ้ามีการปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทานข้าวใหม่ให้อยู่บนพื้นฐานของแนวคิดการรวมกลุ่ม แนวคิดสหกรณ์ที่ยึดหลักการรวมตัวกัน ช่วยเหลือตนเอง มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน เพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชน และมีความร่วมมือกันในห่วงโซ่อุปทานระดับจังหวัดการรวมกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจข้าว เพื่อให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่ายในห่วงโซ่อุปทาน แทนการเกิดประโยชน์ หรือควบคุมโดย ผู้ส่งออก พ่อค้าส่ง หยก ที่ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯแต่เพียงฝ่ายเดียว

การบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวนี้ (แผนภาพที่ 4 – 3) จะเป็นการรวมกลุ่มพันธมิตรอุตสาหกรรมข้าวระหว่างกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ พ่อค้าขายส่ง พ่อค้าส่งออกข้าว สถาบันวิชาการ หน่วยงานภาครัฐระดับจังหวัด ที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์ มีการตกลงร่วมกันในด้านอุปสงค์ และอุปทานข้าว เพื่อการกำหนดราคา และปริมาณข้าวที่ชัดเจน และเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างสรรค์นวัตกรรมข้าวใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทั้งในด้านการตลาด การผลิตได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นแนวทางที่ส่งเสริมสนับสนุนให้กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ที่ปลูกข้าว เพิ่มบทบาทในวงจรทางเศรษฐกิจ ในฐานะผู้ซื้อผู้ขายที่รวมถึงการแปรรูป และส่งออก เพื่อให้สหกรณ์เป็นผู้ค้ารายใหญ่ อีกรายหนึ่งซึ่งจะช่วยคานอำนาจของกลุ่มพ่อค้าเอกชน ส่งออก พ่อค้าส่ง และหยก เพื่อให้มีความสมดุลมากขึ้น ซึ่งจะเป็แนวทางให้รัฐบาลสามารถกำหนดนโยบาย เพื่อการยกระดับรายได้ และคุณภาพชีวิตให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าว บนพื้นฐานแนวคิดชุมชนต้องสร้างให้ชุมชนตนเองเข้มแข็งด้วยเป็นชุมชนที่พึ่งตนเองให้ได้ และสามารถเป็นแนวทางให้รัฐบาลใช้แทนการกำหนดนโยบายแบบเดิม ๆ ที่เคยใช้ เช่น วิธีการประกันราคา หรือวิธีการประกันรายได้ที่ทำให้กลไกการตลาดสินค้าเกษตรบิดเบือนมาโดยตลอด

แผนภาพที่ 4 - 3 การบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตรเพื่อการตลาดข้าว



1. อุปทานข้าว = อุปสงค์ข้าว
2. การกำหนดปริมาณ และราคาข้าวที่ชัดเจน
3. ลดขั้นตอนพ่อค้าคนกลาง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นแนวทางความร่วมมือในการดำเนินการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมข้าวโดยเป็นแนวทางร่วมกันที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลภาวะการตลาดข้าว ปริมาณข้าว ความต้องการข้าว ความรู้ และประสบการณ์ร่วมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ และห่วงโซ่อุปทานข้าวในลักษณะใหม่ที่ลดบทบาทพ่อค้าคนกลาง ทั้งในขั้นตอนการตลาด การผลิตได้อย่างยั่งยืน

2. เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มพันธมิตรอุตสาหกรรมข้าวที่มีการดำเนินการ การกำหนดทิศทาง เป้าหมาย และกลยุทธ์ รวมทั้งแผนปฏิบัติการในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และการกำหนดราคาขายข้าวที่ชัดเจน

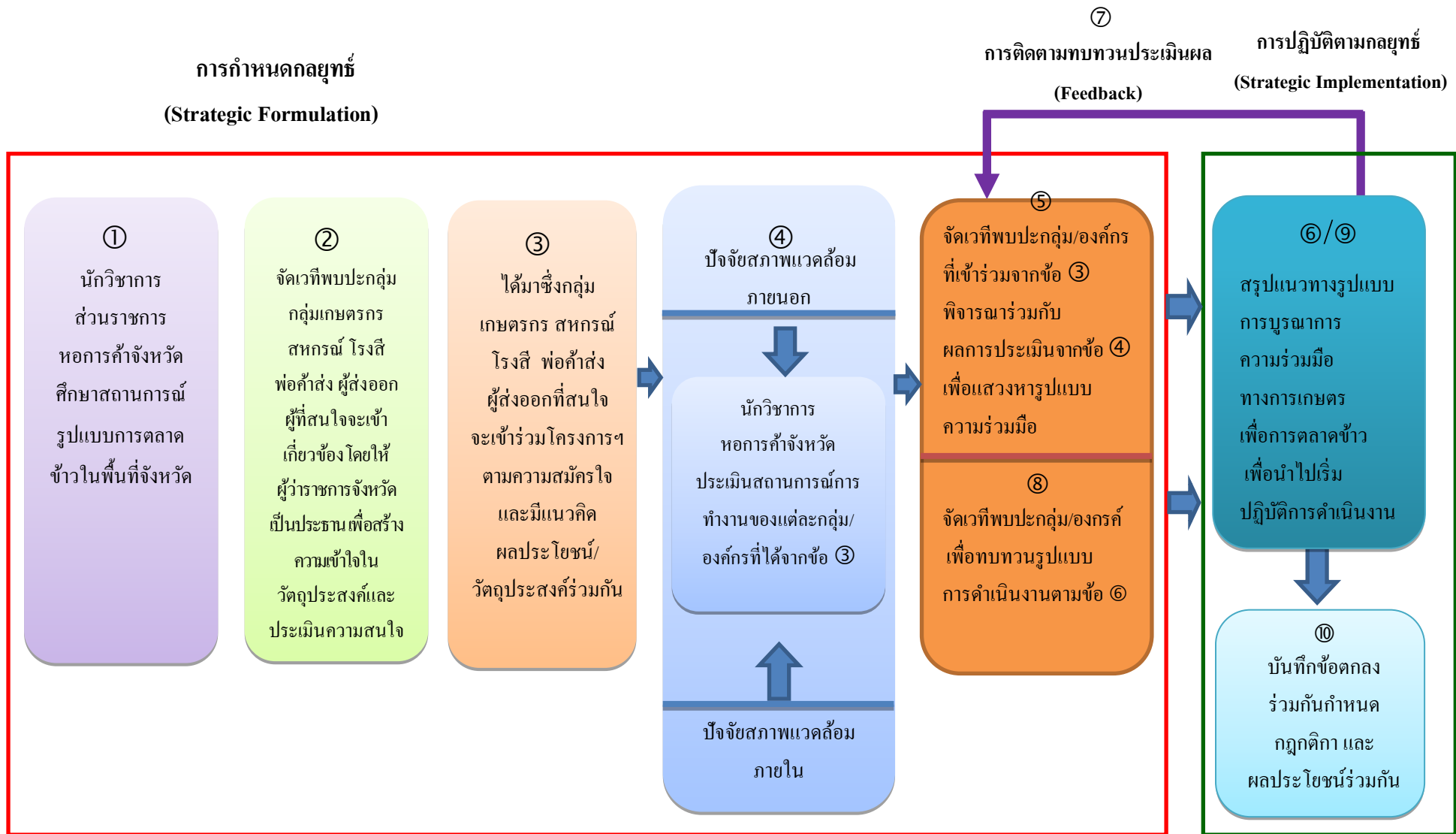
3. เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของรัฐบาลในการยกระดับรายได้ และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว บนพื้นฐานแนวคิดชุมชนต้องสร้างให้ชุมชนตนเองเข้มแข็งด้วยเป็นชุมชนที่พึ่งตนเองให้ได้ โดยประยุกต์ใช้ร่วมกับแนวทางความร่วมมือของพันธมิตรธุรกิจข้าว แทนการกำหนดนโยบายของรัฐบาล ในการยกระดับรายได้ของเกษตรกร ด้วยวิธีการประกันรายได้ หรือวิธีการประกันราคาที่ทำให้กลไกการราคาสินค้าเกษตรบิดเบือน

4. เพื่อสนองต่อนโยบายรัฐบาลที่ได้แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันศุกร์ที่ 12 กันยายน 2557 ในการสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศในการแข่งขันให้วิสาหกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งใน และต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน ตลอดจนส่งเสริมสนับสนุนให้กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ที่ปลูกข้าว เพิ่มบทบาทในวงจรทางเศรษฐกิจ ในฐานะผู้ซื้อ ผู้ขายที่รวมถึงการแปรรูป และส่งออกเพื่อให้สหกรณ์เป็นผู้ค้ารายใหญ่ อีกรายหนึ่ง ซึ่งจะช่วยคานอำนาจของกลุ่มพ่อค้าเอกชนให้มีความสมดุลมากขึ้น

แนวทางการดำเนินงาน

เพื่อให้สามารถดำเนินงาน โครงการนำร่องการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวได้อย่างรูปธรรม โครงการ ฯ โดยหน่วยงานภาครัฐ มีแนวทางดำเนินงาน (แผนภาพที่ 4 - 4) ดังนี้

แผนภาพที่ 4 - 4 ขั้นตอนการดำเนินงานแนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตรเพื่อการตลาดข้าว



ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ (Strategic Formulation)

1. เลือกพื้นที่จังหวัดที่มีศักยภาพเป็นต้นแบบ ที่พิจารณาจาก
 - 1.1 ความเข้มแข็ง การมีปฏิสัมพันธ์กันของ กลุ่มเกษตรกร /สหกรณ์
 - 1.2 พื้นที่จังหวัดที่มีการเพาะปลูกข้าว
 - 1.3 ผู้ประกอบการภาคเอกชน เช่น โรงสี ผู้ค้าส่งออก หอการค้า โรงงานแปรรูปข้าว
 - 1.4 ความเข้มแข็งหน่วยงานภาครัฐ/ จังหวัดเช่นกรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมส่งเสริมการเกษตร องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร
- 1.5 นักวิชาการ สถาบันวิชาการ เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถานศึกษาในพื้นที่จังหวัด

ผู้ว่าราชการจังหวัด เป็นประธานโครงการนำร่องการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว จัดทีมส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น พาณิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด สหกรณ์จังหวัด นักวิชาการ ศึกษาสถานการณ์รูปแบบการตลาดข้าวในพื้นที่จังหวัด เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลพื้นฐาน เช่น สภาพตลาดข้าว สถานการณ์ความสัมพันธ์ สถานะของแต่ละกลุ่มองค์กร สหกรณ์ และจำนวนกลุ่มองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

2. ผู้ว่าราชการจังหวัดส่วนราชการจัดเวที พบปะระหว่างกลุ่ม องค์กรภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อนำเสนอวัตถุประสงค์โครงการ และแนวทางการสร้างเครือข่ายพันธมิตร สร้างความเข้าใจในวัตถุประสงค์ และประเมินความสนใจของแต่ละกลุ่มองค์กรในการจะเข้าร่วมโครงการ ฯ โดยเวทีพบปะนี้จะมีผู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่

- 2.1 ส่วนราชการภาครัฐในระดับจังหวัด ได้แก่ กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมส่งเสริมการเกษตร องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร กระทรวงพาณิชย์ ฯลฯ
- 2.2 กลุ่มเกษตรกรชุมชน สหกรณ์ภายในจังหวัด
- 2.3 หอการค้าจังหวัด
- 2.4 ผู้ผลิตภาคเอกชนที่เข้มแข็ง ผู้ประกอบการ ห้างร้าน ห้างสรรพสินค้า
- 2.5 โรงสี โรงงานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ข้าว
- 2.6 สถาบันวิชาการ นักวิชาการ

โดยเวทีการพบปะนี้จะเป็นดำเนินการประชุมระดมสมอง แสวงหาแนวทางข้อตกลงความร่วมมือแลกเปลี่ยนกัน เพื่อประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับทุกฝ่ายในกลุ่มเครือข่ายพันธมิตร ในลักษณะ win - win กับทุกฝ่าย จากฐานข้อมูลจริง และความต้องการรับซื้อ – ขายข้าวจริงของกลุ่มพันธมิตร เพื่อบริหารจัดการผลผลิตข้าวที่สามารถประมาณการความต้องการข้าว (Demand) ของผู้ส่งออก พ่อค้าขายส่ง ห้างร้าน ห้างสรรพสินค้า และความสามารถในการผลิตข้าว (Supply) ของ

เกษตรกร กลุ่มสหกรณ์ ไร่ และจัดหาช่องทางการจัดจำหน่าย กระจายสินค้า จัดการระบบการตลาด การแปรรูป ในขณะที่ความร่วมมือกับสถาบันวิชาการการศึกษา และหน่วยงานเอกชน สนับสนุน ในการค้นคว้าวิจัย พัฒนาองค์ความรู้ ตลอดจน เทคนิควิธีการการสร้างความร่วมมือแลกเปลี่ยน การทำงานร่วมกันระหว่างเครือข่ายพันธมิตร เพื่อให้เกิดความร่วมมือเพื่อการผลิต การแปรรูปข้าว การจัดจำหน่าย การตลาด และความร่วมมือในการสร้างเครือข่ายพันธมิตร มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งการทำงานเป็นระบบ และเป็นทีมอย่างนี้ทำให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย ทั้งรัฐ ทั้งเอกชน ทั้งประชาชน ผู้ประกอบการ อันนี้ก็จะเป็นการช่วยกันร่วมมือกันนำไปสู่โอกาสการค้าขายเชิงพาณิชย์ ในระดับชุมชน และอุตสาหกรรม

3. กลุ่มองค์กรที่เกี่ยวข้องแจ้งตอบรับการเข้าร่วมโครงการ ฯ หลังจากเวทีพบปะในข้อ 3 โดยกลุ่มองค์กรเข้าร่วมโครงการ ฯพณฯ ตามความสมัครใจ โดยที่มีแนวคิดวัตถุประสงค์ร่วมกัน ในการดำเนินการของโครงการ ฯ

4. นักวิชาการประเมินสถานการณ์ วิเคราะห์ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก และภายใน ของแต่ละกลุ่มองค์กรที่ตอบรับเข้าร่วมโครงการ ฯ (จากข้อ 3) เพื่อค้นหาศักยภาพของแต่ละองค์กร และแนวทาง วิธีการที่แต่ละองค์กรจะมีความร่วมมือกัน และมีผลประโยชน์ร่วมกัน

5. จัดเวทีพบปะกลุ่มองค์กรที่ได้สมัครใจเข้าร่วมโครงการ ฯ (จากข้อ 3) เพื่อพิจารณา ร่วมกับผลการศึกษาวิเคราะห์ที่ได้จากข้อ 4 เพื่อแสวงหารูปแบบแนวทางความร่วมมือในการ ดำเนินการโครงการจากทุกกลุ่มองค์กรบนพื้นฐานของความเป็นไปได้

ขั้นตอนการปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Strategic Implementation)

6. สรุปแนวทางรูปแบบ ข้อตกลง กฎระเบียบเพื่อการทำงานร่วมกันในการบูรณาการ ความร่วมมือทางการเกษตรเพื่อการตลาดข้าว และนำไปสู่การเริ่มปฏิบัติการตามโครงการฯ

ขั้นตอนการติดตามประเมินผล (Feedback)

7. ติดตามประเมินผลการดำเนินงานของโครงการ ฯ โดยพิจารณาความสามารถในการ ดำเนินงานของแต่ละกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการ ฯ เป็นไปตามข้อตกลง เงื่อนไข ได้หรือไม่อย่างไร มีปัญหา หรือข้อจำกัดอุปสรรคต่าง ๆ หรือไม่อย่างไร

8. จัดเวทีพบปะกลุ่มองค์กรที่ได้ติดตามประเมินผล (จากข้อ 7) เพื่อพิจารณาทบทวน รูปแบบการดำเนินงาน เพื่อแสวงหารูปแบบแนวทางความร่วมมือในการดำเนินการโครงการจาก ทุกกลุ่มองค์กรบนพื้นฐานของความเป็นไปได้อย่างแท้จริง

9. สรุปแนวทางรูปแบบ ข้อตกลง กฎระเบียบ หลังจากที่มีการทบทวนติดตาม ประเมินผล สรุปแนวทาง เพื่อการทำงานร่วมกันในการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว และนำไปสู่การบันทึกสัญญาข้อตกลงทางการค้า เพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน

10. การบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มพันธมิตรข้าว

11. จัดตั้งศูนย์กลาง โครงการนำร่องการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวที่เป็นผู้ประสานงานเครือข่ายพันธมิตร ที่มีดำเนินงานเชิงรุก มีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับทุก ๆ กลุ่มองค์กรในเครือข่าย และมีการแลกเปลี่ยนความรู้ ที่ให้คำปรึกษาที่เกี่ยวข้องกับข้าว และภาวะตลาดข้าวอย่างครบวงจร โดยการเชื่อมโยงกับบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาการด้านอื่น ๆ ทุกภาคส่วน เพื่อการเพิ่มผลผลิต การจัดการ การเก็บเกี่ยวการแปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ การตลาดช่องทางจัดจำหน่าย

ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาความเข้มแข็งของกลุ่มพันธมิตร

มาตรการ 1 การสร้างเครือข่ายพันธมิตร

แนวทาง 1 การเพิ่มฐานข้อมูลสมาชิก

แนวทาง 2 เชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตร

มาตรการ 2 การพัฒนาบุคลากร

แนวทาง 1 การฝึกอบรมพัฒนา

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย

มาตรการ 1 การประชาสัมพันธ์

แนวทาง 1 การปรับปรุง และพัฒนาเว็บไซต์

มาตรการ 2 การยกระดับมาตรฐานข้าว

แนวทาง 1 การปรับปรุงมาตรฐานข้าว ให้มีลักษณะเฉพาะ

มาตรการ 3 การหาสมาชิกพันธมิตรใหม่ / คู่ค้าใหม่

แนวทาง 1 การแสดงสินค้า (Road show)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเพิ่มผลผลิตข้าว

มาตรการ 1 การพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าว

แนวทาง 1 การพัฒนาดินเพื่อให้เหมาะสมในการเพาะปลูกข้าว

แนวทาง 2 การใช้ปุ๋ยที่เหมาะสมกับข้าวผ่านการทำเกษตร

อินทรีย์ การลดการใช้ปุ๋ยเคมี ลดการใช้ยาฆ่าแมลง

แนวทาง 3 การคัดเลือกพันธุ์ข้าวที่เหมาะสมกับพื้นที่

เพาะปลูก

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การวิจัย/พัฒนาเทคโนโลยี และอุตสาหกรรมข้าว

มาตรการ 1 การลดต้นทุนการผลิต

มาตรการ 2 การลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์

มาตรการ 3 การพัฒนาเครื่องจักรกลเกษตร

มาตรการ 4 การพัฒนาโรงงาน โรงสี และอุตสาหกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าว

มาตรการ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากข้าว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นโครงการนำร่องในการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมข้าวของจังหวัดให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นพันธมิตรทางธุรกิจข้าวระหว่างกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม สถาบันวิชาการ หน่วยงานภาครัฐระดับจังหวัด รวมทั้งผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย

2. พื้นที่จังหวัดมีการรวมกลุ่มพันธมิตรอุตสาหกรรมข้าวที่มีการดำเนินการ การกำหนดทิศทาง เป้าหมาย และกลยุทธ์ รวมทั้งแผนปฏิบัติการในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ชัดเจน และมีแนวทางร่วมกันที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ ประสบการณ์ และความต้องการรับ-ซื้อ ขายข้าวของกลุ่มพันธมิตร เพื่อการบริหารจัดการ ความต้องการข้าว (Demand) ของผู้ส่งออก พ่อค้าขายส่ง และความสามารถในการผลิต (Supply) ของเกษตรกร สหกรณ์ โรงสี รวมทั้ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ และห่วงโซ่อุปทานข้าวในลักษณะใหม่ที่จะยกระดับราคาข้าว โดยลดบทบาทพ่อค้าคนกลาง เพิ่มอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจให้กับกลุ่มองค์กรเกษตรกร ทั้งในขั้นตอนการตลาด การผลิตได้อย่างยั่งยืน

3. เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของรัฐบาลในการยกระดับรายได้ และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว บนพื้นฐานแนวคิดชุมชนต้องสร้างให้ชุมชนตนเองเข้มแข็งด้วยเป็นชุมชนที่พึ่งตนเองให้ได้ แทนนโยบายของรัฐบาลในอดีตที่เคยใช้ เช่น มาตรการประกันรายได้ มาตรการประกันราคา ที่ทำให้กลไกการตลาดสินค้าข้าวบิดเบือน

4. สนองต่อนโยบายรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่ได้แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 ในการสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศในการแข่งขันให้วิสาหกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน ตลอดจนส่งเสริมสนับสนุนให้กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ที่ปลูกข้าว เพิ่มบทบาทในวงจรทางเศรษฐกิจ ในฐานะผู้ซื้อ ผู้ขาย ที่รวมถึงการแปรรูป และส่งออก เพื่อให้สหกรณ์เป็นผู้ค้ารายใหญ่อีกรายหนึ่งซึ่งจะช่วยคานอำนาจของกลุ่มพ่อค้าเอกชนให้มีความสมดุลมากขึ้น

สรุป

การศึกษาในบทนี้ได้นำเสนอแนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวที่ได้มาจากวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว และการตลาดข้าวไทยที่พบว่า ห่วงโซ่อุปทานข้าว มีลักษณะเป็นเส้นตรงจากต้นน้ำ กลางน้ำ ไปสู่ปลายน้ำที่มีพ่อค้าคนกลางเป็นผู้ที่สำคัญในการกำหนดราคาข้าว

แนวทางการบูรณาการ ๆ นี้ จึงได้ถูกนำเสนอ เพื่อแก้ไขปัญหาการกำหนดราคาข้าว ที่มาจากพ่อค้าคนกลางเป็นหลัก โดยแนวทางการบูรณาการนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐาน แนวคิด การมีส่วนร่วม และแนวคิดสหกรณ์ที่ช่วยให้ชุมชนมีส่วนร่วม ชุมชนเข้มแข็ง แลกเปลี่ยนข้อมูล และประสบการณ์ โดยมีผู้นำในระดับจังหวัดประสานความร่วมมือ เพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ แลเกิดห่วงโซ่อุปทานแบบใหม่ที่มีความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน พ่อค้าส่งออก พ่อค้าส่ง ผู้ประกอบการค้าเกษตรกร นักวิชาการ เพื่อให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย มีการกำหนดราคาข้าว และปริมาณข้าวที่ชัดเจน แทนการเกิดประโยชน์ หรือการกำหนดราคาข้าวโดยพ่อค้าคนกลาง พ่อค้าส่ง ที่ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ แต่เพียงฝ่ายเดียว

ในท้ายบทได้นำเสนอโครงการ การบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว เพื่อให้สามารถนำแนวคิดไปดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม และทันที ทั้งนี้ โครงการ ๆ ได้แสดงถึง หลักการ และเหตุผล วัตถุประสงค์ แนวทางการดำเนินงานที่ประกอบด้วย ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ (Strategic Formulation) การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Strategic Implementation) และการติดตามประเมินผล (Feedback)

บทที่ 5

สรุป และข้อเสนอแนะ

สรุป

ตลอดระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา (ปี 2537 - 2557) ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศภาคการเกษตรมีค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีสัดส่วนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศประมาณร้อยละ 11 ขณะเดียวกัน จำนวนแรงงานภาคการเกษตรมีสัดส่วนต่อแรงงานรวมของประเทศถึงร้อยละ 40 แสดงให้เห็นว่า การเกษตรไทยมีบทบาทที่สำคัญมากต่อเศรษฐกิจ และสังคมไทย โดยเป็นทั้งแหล่งรายได้ และแหล่งการจ้างงาน แต่ถ้าพิจารณาเฉพาะข้าวซึ่งเป็นสินค้าเกษตรส่งออกที่สำคัญของไทย จะพบว่า ทั้งมูลค่า และปริมาณการส่งออก มีลักษณะขึ้น ๆ ลง ๆ ไม่แน่นอนในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา และในปี 2555 มีปริมาณการส่งออกลดลงจากปี 2554 เกือบร้อยละ 40 ซึ่งเป็นสัญญาณในเชิงลบของข้าวไทย นอกจากนี้ ถ้าพิจารณาการกระจายรายได้ของครัวเรือน โดยการพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์จินิ (Gini Coefficient) พบว่า การกระจายรายได้ไปสู่ครัวเรือนยังอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่ดี ภาคการเกษตรมีการกระจายรายได้ที่มีความเหลื่อมล้ำกันมาก กล่าวคือค่าสัมประสิทธิ์ Gini ภาคการเกษตรมีค่าสูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์ Gini ของครัวเรือนทั่วประเทศ

แม้ว่ารัฐบาลในทุกยุคทุกสมัยได้ให้ความสำคัญกับข้าว โดยตลอดมาผ่านการใช้นโยบายในด้านต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นนโยบาย การส่งเสริมการปลูกการผลิต นโยบายพยุงราคาข้าว นโยบายการรับจำนำข้าวเปลือก นโยบายการประกันราคา นโยบายการประกันรายได้ ฯลฯ ขณะที่นโยบายทางด้านตลาดข้าวที่รวมถึงการส่งออกข้าว ยังไม่มีอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม ถ้ารัฐบาลจะหันมาให้ความสำคัญกับการตลาดข้าวไทยในปัจจุบันที่มีแนวโน้มการขยายตัว และมีช่องทางการตลาดในลักษณะตลาดสมัยใหม่ (modern trade) และมุ่งเน้นนโยบายการตลาดข้าวที่อาศัยการผลักดันความร่วมมือจากทุกฝ่าย ในลักษณะห่วงโซ่อุปทานการเกษตรแบบใหม่ที่ให้ผู้ผลิต (กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตร) สามารถซื้อขายได้กับผู้ส่งออก หรือพ่อค้าขายส่งได้โดยตรง และลดขั้นตอนพ่อค้าคนกลาง พร้อมกับการสร้าง และเพิ่มบทบาทความเข้มแข็งของกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ผู้ประกอบการรายย่อย จะเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตรขนาดเล็ก ขนาดกลาง ในชนบท สามารถเชื่อมโยงเกษตรกรรายย่อยกับความต้องการของผู้บริโภคในเมือง และในต่างประเทศได้ ซึ่งนโยบายที่นำเสนอจะเป็นอีกวิธีทางหนึ่งในการยกระดับราคาข้าวไทย และเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร แทนการใช้นโยบาย/มาตรการประกันราคา หรือนโยบายประกันรายได้ที่เป็นนโยบายที่บิดเบือนกลไกราคาสินค้าข้าว

เอกสารงานวิจัยนี้วัตถุประสงค์การศึกษา ดังนี้

1. ศึกษา วิเคราะห์ ทบทวน สถานการณ์ ปัญหา และแนวโน้มในอนาคตข้าวไทย
2. นำเสนอ แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว
3. นำเสนอโครงการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวให้ภาครัฐ

และเอกชนสามารถนำไปดำเนินการได้ทันที

โดยมีผลการศึกษารูปได้ดังนี้

1. การศึกษา วิเคราะห์ ทบทวน สถานการณ์ ปัญหา และแนวโน้มในอนาคตข้าวไทย

เอกสารวิจัยนี้ได้ ศึกษา วิเคราะห์ ทบทวน สถานการณ์ ปัญหา และแนวโน้มข้าวไทย
สรุปได้ดังนี้

1.1 การสร้างความเจริญเติบโตของภาคเกษตร โดยเฉพาะข้าวไม่สามารถทำได้
จากการขยายพื้นที่การเกษตรได้อีกแล้ว เนื่องจากพื้นที่ทำการเกษตรในประเทศไทยขยายตัวได้อีก
จำนวนจำกัด มีข้อจำกัดเรื่องศักยภาพของที่ดิน และระบบการถือครองที่ดิน เพื่อการเกษตรที่ทำให้
ที่ดินการเกษตรบางส่วนไม่สามารถใช้เป็นพื้นที่ทางการเกษตรได้ เช่น การปล่อยที่ดินไว้รกร้าง
ว่างเปล่าไม่ใช้ทำประโยชน์ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องสร้างการเจริญเติบโตของภาคเกษตรจากปัจจัยอื่น
เช่น การพัฒนาการตลาด การพัฒนาคุณภาพดิน การบริหารจัดการเขตเกษตรเศรษฐกิจ (Zoning)
ที่อาจจำกัดพื้นที่การเพาะปลูกข้าว เป็นต้น

1.2 สัดส่วนพื้นที่การเกษตรของไทยใช้ปลูกข้าวเกือบร้อยละ 40 ผลผลิตส่วนใหญ่
ใช้เพื่อการส่งออก แต่มูลค่า และปริมาณการส่งออกมีอัตราการขยายตัวขึ้น ๆ ลง ๆ ไม่นั่นอน และ
ในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการขยายตัวลดลงของปริมาณการส่งออกข้าวเกือบร้อยละ 40 ซึ่งแสดง
ถึงสัญญาณเชิงลบตลาดข้าวไทย

1.3 มูลค่านำเข้าสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์คิดเป็นประมาณร้อยละ 30 ของมูลค่า
ส่งออก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังนั้น ทิศทางนโยบายเกษตรไทยควรให้ความสำคัญกับการเกษตร
เพื่อทดแทนการนำเข้ามากขึ้น

1.4 แนวโน้มแรงงานภาคการเกษตรมีการเคลื่อนย้ายไปนอกภาคเกษตรมากขึ้น
อย่างต่อเนื่อง ขณะที่มีการนำแรงงานต่างด้าวมาทดแทนแรงงานไทยในภาคเกษตรมากขึ้น จึงอาจเป็น
ต้นเหตุของปัญหาสภาพของแรงงานภาคการเกษตรในอนาคตลดลง หรือเพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำได้
หากแรงงานต่างด้าวไม่ได้รับการพัฒนาคุณภาพในการทำงานให้สูงขึ้น

1.5 กำลังแรงงานไทยที่อพยพออกจากภาคเกษตรอย่างต่อเนื่อง มักเป็นวัยหนุ่มสาว
จะส่งกระทบต่อโครงสร้างของผู้ประกอบการ และแรงงานภาคการเกษตรในอนาคตอย่างหลีกเลี่ยง
ไม่ได้

1.6 สินค้าที่มีลักษณะเฉพาะสำหรับ Niche market เช่น ข้าวอินทรีย์ ข้าวไรย์เบอร์ลีย์ มีโอกาสสูงที่จะขายตลาด ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

1.7 การขยายตัวของตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่ เป็นแนวโน้มช่องทางการตลาด การเกษตรที่สำคัญ นโยบายการผลักดันความร่วมมือ ในลักษณะเป็นห่วงโซ่อุปทาน การเกษตรสมัยใหม่ที่สั้นกว่าห่วงโซ่อุปทานในปัจจุบัน และนโยบายส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน พร้อมกับ การเพิ่มบทบาทของผู้ประกอบการรายย่อย สหกรณ์จะเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้สหกรณ์ ผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตรขนาดเล็ก ขนาดกลางในชนบท สามารถเชื่อมโยงเกษตรกรรายย่อย กับห่วงโซ่อุปทาน และความต้องการของผู้บริโภคในเมือง และในต่างประเทศได้ ซึ่งจะเป็นอีกวิถีทางหนึ่งในการยกระดับราคาสินค้าเกษตร และแทนการใช้นโยบายการประกันราคา หรือนโยบายประกันรายได้ให้กับเกษตรกร

1.8 ความเสี่ยงของการเกษตรที่สำคัญอีกประการ นอกเหนือจากราคาผลผลิตตกต่ำ คือ การไม่มีผลผลิตจำหน่าย อันเนื่องมาจากภาวะการณ์ทางธรรมชาติ เช่น ภัยธรรมชาติ ภัยแล้ง น้ำท่วม โรคระบาด ฯลฯ ดังนั้น รัฐบาลควรมีมาตรการให้ความมั่นคงในส่วนนี้ เช่น มาตรการการประกันภัยพืชผล นอกเหนือไปจากการใช้มาตรการที่มุ่งหวังผลทางด้านราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ เท่านั้น

1.9 เกษตรกรมีหนี้สินมากกว่าเงินออม โดยเฉพาะถ้าเป็นหนี้สินที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ในระยะยาวจะยิ่งเป็นสาเหตุให้เกษตรกรมีศักยภาพในการพัฒนาตนเองลดน้อยถอยลง

1.10 รัฐบาลในทุกยุคทุกสมัยได้ให้ความสำคัญกับข้าวมาโดยตลอด ผ่านการใช้ นโยบายในด้านต่าง ๆ มากมาย ในการส่งเสริมการปลูก การวิจัย การผลิต การพยุงราคา การรับจำนำ ข้าวเปลือก การประกันราคา การประกันรายได้ การให้สินเชื่อ ฯลฯ ขณะที่นโยบายทางการตลาด ข้าวที่รวมถึงการส่งออกข้าว ยังไม่มีอย่างเป็นรูปธรรม

ดังนั้น ถ้ารัฐบาลจะหันมาให้ความสำคัญกับสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นจริง และที่จะเกิดขึ้นโดยมุ่งเน้นนโยบายการตลาดข้าวที่อาศัยการผลักดันความร่วมมือจากทุกฝ่าย ในลักษณะห่วงโซ่อุปทานการเกษตรแบบใหม่ จะเป็นอีกวิถีทางหนึ่งในการยกระดับราคาข้าวแทนการใช้นโยบายการประกันราคา การประกันรายได้ การพยุงราคา หรือการรับจำนำข้าวเปลือก

2. การศึกษา วิเคราะห์นำเสนอ แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว

จากการศึกษา วิเคราะห์การตลาดข้าวไทย พบว่า ห่วงโซ่อุปทานข้าวประเทศไทย ในปัจจุบันมีลักษณะที่เป็นเส้นตรงที่เริ่มจาก ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปสู่ปลายน้ำ กล่าวคือตั้งแต่ ผู้ผลิต แปรรูป จนถึงผู้บริโภค และในแต่ละขั้นตอนก่อนข้างมีลักษณะที่ขึ้นตรงต่อกัน จนทำให้เหมือนว่า

การตลาดข้าวไทย หรือราคาข้าวไทยขึ้นอยู่กับ ผู้ส่งออก พ่อค้าส่ง หยก ผู้ซึ่งเป็นผู้กำหนดราคา ผ่านไปทางโรงสี ทำให้เกษตรกร หรือชาวนา เป็นต้องเป็นผู้ถูกยอมรับราคาเสมอ โดยไม่มีโอกาสกำหนดราคาข้าว ตามต้นทุนผลผลิต หรือการกำหนดกำไรที่ต้องการ

ดังนั้น ในการศึกษานี้ได้เสนอแนวคิด การปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทานข้าวใหม่ ให้อยู่บนพื้นฐานของแนวคิดการมีส่วนร่วม แนวคิดสหกรณ์ ที่ให้ชุมชนต้องสร้างให้ชุมชนตนเองเข้มแข็งด้วยเป็นชุมชนที่พึ่งตนเองให้แก้ไขปัญหาาร่วมกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือกัน ในห่วงโซ่อุปทานระดับจังหวัด การรวมกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจข้าว และให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่ายแทนการเกิดประโยชน์หรือควบคุมโดย ผู้ส่งออก พ่อค้าส่ง หยก แต่เพียงฝ่ายเดียว

โดยการศึกษาได้แสดงความร่วมมือในการรวมกลุ่มพันธมิตรอุตสาหกรรมข้าวระดับจังหวัด ในรูปแบบศูนย์กลางความร่วมมือข้าว (Rice Cooperation Center : RCC) ที่เป็นการแสวงหาแนวทางความร่วมมือในการดำเนินการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมข้าว โดยเป็นแนวทางร่วมกัน ที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล การตกลงร่วมกันในด้านอุปสงค์ข้าว และอุปทานข้าว เพื่อกำหนดปริมาณ และราคาข้าวที่ชัดเจน และเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์รวมทั้ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างสรรค์ นวัตกรรมข้าวใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ทั้งในด้านการตลาด การผลิตได้อย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็แนวทางในการกำหนดนโยบายของรัฐบาลในการยกระดับรายได้ และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ลดปัญหาความเหลื่อมล้ำของคนสังคมเมือง สังคมชนบท และลดปัญหาความยากจนได้ในอนาคต

นอกจากนี้ การจัดการห่วงโซ่อุปทานข้าวไทยใหม่จะยังเป็นการส่งเสริม สนับสนุนให้กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ที่ปลูกข้าว เพิ่มบทบาทในวงจรทางเศรษฐกิจ ในฐานะผู้ซื้อ ผู้ขาย ที่รวมถึงการแปรรูป และส่งออก เพื่อให้สหกรณ์เป็นผู้ค้ารายใหญ่อีกรายหนึ่ง ซึ่งจะช่วยคานอำนาจของกลุ่มพ่อค้าเอกชน ส่งออก พ่อค้าส่ง และหยก เพื่อให้มีความสมดุลมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้สนองต่อนโยบายรัฐบาลที่ได้แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 ในข้อ 6. การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ข้อย่อย 6.15 ในด้านเกษตรกรรมดำเนินการใน 2 เรื่องใหญ่ คือ การปรับโครงสร้างการผลิตสินค้าเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การแบ่งเขต เพื่อปลูกพืชผลแต่ละชนิด และการสนับสนุนให้สหกรณ์ของกลุ่มเกษตรกรที่ผลิตสินค้าเกษตรเพิ่มบทบาทในฐานะผู้ซื้อพืชผลจนถึงการแปรรูป และการส่งออกได้แล้วแต่กรณี เพื่อให้สหกรณ์เป็นผู้ค้าขายสินค้าเกษตรรายใหญ่อีกรายหนึ่ง ซึ่งจะช่วยคานอำนาจของกลุ่มพ่อค้าเอกชนที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีความสมดุลมากขึ้น

อภิปรายผลการศึกษา

การจัดการ การปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทานข้าวใหม่ให้อยู่บนพื้นฐานของความร่วมมือกัน ในห่วงโซ่อุปทานระดับจังหวัด การรวมกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจข้าว และให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย ได้นั้น ไม่ใช่เรื่องง่ายที่ทุกฝ่ายจะสามารถตกลงผลประโยชน์ได้ ดังนั้นการสร้างความร่วมมือกัน ในรูปแบบศูนย์กลางความร่วมมือข้าว (Rice Cooperation Center : RCC) นั้น ควรคำนึงถึงการ ดำเนินการในแง่มุมต่าง ๆ ดังนี้

1. ความจริงจังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายโดยเฉพาะภาครัฐ และพ่อค้าในการทำงาน ร่วมกัน และมีอุดมการณ์ร่วมกันในการทำประโยชน์ เพื่อประเทศชาติ ลดปัญหาความเหลื่อมล้ำ ในสังคม และเพื่อยกระดับรายได้ให้กับชาวนา

2. การสร้างความร่วมมือกันนั้น ต้องใช้ระยะเวลาที่ต่อเนื่อง ร่วมคิดร่วมทำ และความ จริงใจ ดังนั้น ต้องมีบุคคลกลางที่หรือศูนย์กลางที่มีความสามารถในการประสานงาน และสม่ำเสมอ เพื่อความยั่งยืนในการทำงานร่วมกัน

3. การจัดการด้านข้าว เพื่อแก้ปัญหาความยากจนให้กับเกษตรกร ได้อย่างครบวงจรนั้น ต้องทำในรูปแบบสหการจัดการที่รวมตั้งแต่ด้านการผลิตที่เริ่มจากปัจจัยการผลิต พื้นที่เพาะปลูก สภาพดิน การลดต้นทุนการผลิต ด้านการแปรรูป ด้านการตลาด

4. ปัญหาความยากจนความเหลื่อมล้ำทางสังคมของประเทศ เป็นปัญหาเชิงโครงสร้าง ดังนั้น การแก้ปัญหาต้องทำในหลายมิติร่วมกัน เช่น มิติด้านการศึกษา ระบบภาษี ระบบสาธารณสุข ระบบเศรษฐกิจ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว ในการศึกษานี้เป็นแนวทางการจัดการทางด้านการตลาดข้าวที่เป็นการปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทานข้าวใหม่ ให้อยู่บนพื้นฐานของ ความร่วมมือกัน ในห่วงโซ่อุปทานระดับจังหวัด มุ่งเน้นอาศัยการผลักดันความร่วมมือจากทุกฝ่าย ในลักษณะห่วงโซ่อุปทานการเกษตรแบบใหม่ที่ทำให้ผู้ผลิต (กลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตร) สามารถซื้อขายได้กับผู้ส่งออก หรือพ่อค้าขายส่งได้โดยตรง และลดขั้นตอนพ่อค้าคนกลาง ขณะเดียวกันก็เป็นการสร้าง และเพิ่มบทบาทความเข้มแข็งของกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ ผู้ประกอบการ รายย่อย ขนาดเล็ก ขนาดกลางในชนบทให้สามารถเชื่อมโยงกับความต้องการของผู้บริโภคในเมือง และในต่างประเทศได้ ซึ่งนโยบายที่นำเสนอนี้จะเป็นอีกวิธีทางหนึ่งในการยกระดับราคาข้าวไทย และเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร แทนการใช้ นโยบาย/มาตรการประกันราคา หรือนโยบายประกัน

รายได้ที่เป็นนโยบายที่บิดเบือนกลไกราคาสินค้าข้าว ดังนั้น ถ้าจะให้แนวทางในการศึกษานี้ประสบความสำเร็จรัฐบาลจะต้องไม่กำหนดนโยบาย วิธีการ มาตรการใด ๆ ที่จะเป็นการแทรกแซง หรือ บิดเบือนกลไกราคาตลาดสินค้าข้าวในทุกเขตพื้นที่ของประเทศไทย

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

การดำเนินการ การบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว สามารถดำเนินการได้ทันที ทั้งนี้เนื่องจากการศึกษาค้างนี้ได้นำเสนอในรูปแบบโครงการที่ได้แสดงวิธีการ ขั้นตอนการปฏิบัติงานไว้แล้ว โดยอาจใช้วิธีการแบบโครงการนำร่อง เลือกพื้นที่จังหวัดนำร่องที่มีศักยภาพสูงที่พิจารณาจาก

1. ศักยภาพ ความมุ่งมั่นของผู้นำราชการจังหวัด หัวหน้าหน่วยงานส่วนราชการในจังหวัด
2. ความพร้อม ความเข้มแข็ง หรือการมีปฏิสัมพันธ์ เครือข่ายที่มีอยู่เดิมระหว่างขององค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่จังหวัด เช่น กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ กลุ่มหอการค้า เป็นต้น
3. ความสนใจของผู้ส่งออก พ่อค้าขายส่งที่จะทำธุรกิจในพื้นที่จังหวัดใด
4. ความสามารถของสถาบันการศึกษา นักวิชาการที่มีองค์ความรู้ วิธีการปฏิบัติ ประสบการณ์ในสถานการณ์ต่อรองทางธุรกิจ และการสร้างเครือข่ายที่จะสามารถประสานงานให้กับทุกฝ่าย ๆ ได้บนพื้นฐานของวิชาการ และเป็นกลาง น่าเชื่อถือ
5. มีปริมาณข้าวที่มากเพียงพอที่จะทำการรวมกลุ่ม และต่อรองการทำธุรกิจ

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

การดำเนินการการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวนี้ ได้นำเสนอเป็นโครงการนำร่อง ซึ่งโครงการอาจจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี รูปธรรมในบางพื้นที่จังหวัด ด้วยเหตุปัจจัยต่าง ๆ เช่น สภาพพื้นที่ ศักยภาพผู้นำ องค์กรกลาง ฯลฯ ดังนั้น จึงน่าจะมีต้องมีการศึกษาวิจัย เพื่อหาปัจจัย สาเหตุที่ทำให้แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวประสบความสำเร็จ บรรลุวัตถุประสงค์ในการแก้ไขปัญหาทางด้านราคาข้าว เพื่อยกระดับราคา และรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ได้อย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- เกียรติจิจร วจิณะสวัสดิ์. การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการดำเนินนโยบายของรัฐบาลด้านการบริการจัดหางาน. กรุงเทพฯ : กองแผนงานและสารสนเทศ กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน, 2550.
- โกวิทย์ พวงงาม. การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน. มปท, 2545.
- คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ. กรุงเทพมหานคร, 2557.
- คะเนิงนิจ ศรีบัวเอี่ยม และคณะ. แนวทางการเสริมสร้างประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 : ปัญหา อุปสรรค และทางออก. กรุงเทพฯ : ชรรคมดาเพลส, 2545.
- จกกลณี ศรีประเสริฐ. การวิเคราะห์ผลการใช้เงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร และกองทุนเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรตามโครงการเชื่อมโยงสินเชื่อเพื่อการผลิตและบริการตลาดข้าวของสหกรณ์. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมสหกรณ์. 2545.
- ชิต นิลพานิช และกุลชน ชนาพงศธร. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชนบท. เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้ทั่วไปสำหรับการพัฒนาระดับตำบล หมู่บ้าน นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ. กรุงเทพมหานคร, 2557.
- บุญทวารณ วิงวอนและคณะ. การจัดการห่วงโซ่อุปทานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผักปลอดสารพิษลำปาง, ลำปาง : มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, , 2554.
- วันรักษ์ มีงมณีนาคิน. การพัฒนาชนบทไทย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- วิจิตต์ศรี สงวนวงศ์. สหกรณ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม. กรุงเทพฯ ภาควิชาสหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2547.
- วิจิตต์ศรี สงวนวงศ์. สหกรณ์เพื่อการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ ภาควิชาสหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2552.

เศรษฐกิจการเกษตร, สำนักงาน. ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจการเกษตรของประเทศไทย พ.ศ. 2555.

กรุงเทพมหานคร : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556.

เศรษฐกิจการเกษตร, สำนักงาน. นโยบายการผลิตข้าว. กรุงเทพฯ : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์,
2556.

สถิติแห่งชาติ, สำนักงาน. สรุปผลเบื้องต้นการสำรวจแรงงานนอกระบบ. กรุงเทพมหานคร :
สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556.

พัฒนาที่ดิน, กรม. ความเหมาะสมของที่ดินเพื่อการเกษตรของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร :
กรมพัฒนาที่ดิน. 2548.

วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัย

ยุพาพร รูปงาม. “การมีส่วนร่วมของข้าราชการสำนักงานประมาณ ในการปฏิรูประบบราชการ”.

ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 2545.

สกนธ์ บุญศรีสุวรรณ. “วิธีการกำหนดราคาซื้อขายและสถานะตลาดข้าวเปลือกในสหกรณ์
การเกษตรดอนเจดีย์ จำกัด”. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,
2549.

เสาวนีย์ จันทสอน. “องค์กรชุมชนและกลไกของการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดก
ทางวัฒนธรรม : ชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี”. วิทยานิพนธ์,
มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์, 2553.

สุจินดา ชาติสุข. “การศึกษาการดำเนินธุรกิจการตลาดข้าวของสหกรณ์การเกษตรภายใต้
ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง”. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์, 2552.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

“โครงสร้างเศรษฐกิจการเกษตรการผลิต” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : [http://www.isranews.org/
aboutus/download/450/23923/18.html](http://www.isranews.org/aboutus/download/450/23923/18.html), 2557.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ

รองศาสตราจารย์ ดร. วิจิตต์ศรี สงวนวงศ์

วัน เดือน ปีเกิด

10 กรกฎาคม 2508

การศึกษา

1. Dr. rer. soc. oec (Public Economics and System Analysis) 2542
Johannes Kepler University of Linz, AUSTRIA (ทุนรัฐบาลไทย -
ออสเตรีย)
2. M.Sc. (Business Administration) 2536
Strayer University, Washington D.C.USA.
3. วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) 2533
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (ทุนเรียนดี)
4. วิทยาศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) 2530
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประวัติการทำงาน

1. ผู้ทรงคุณวุฒิ คณะกรรมการกองทุนประกันสังคม สำนักงาน
ประกันสังคม
2. ผู้ทรงคุณวุฒิ คณะกรรมการกองทุนเงินทดแทน สำนักงาน
ประกันสังคม
3. ผู้ทรงคุณวุฒิ คณะกรรมการค่าจ้างชุดที่ 19 กระทรวงแรงงาน
4. ที่ปรึกษาประธานกรรมการแรงงาน สภาผู้แทนราษฎร
5. ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ประจำคณะกรรมการการมีส่วนร่วมของ
ประชาชน วุฒิสภา
6. ที่ปรึกษาปลัดกระทรวงแรงงาน
7. ที่ปรึกษาสำนักงานประกันสังคม

ประวัติย่อผู้วิจัย (ต่อ)

8. ประธานกรรมการดำเนินงานโครงการปริญญาโท
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์
(ภาคพิเศษ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
9. หัวหน้าภาควิชาสหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
10. รองคณบดี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตำแหน่งปัจจุบัน

รองศาสตราจารย์ ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา สังคมจิตวิทยา

เรื่อง แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตรเพื่อการตลาดข้าว
ผู้วิจัย รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิตต์ศรี สวงวนวงศ์ หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 57
ตำแหน่ง รองศาสตราจารย์ ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศโดยการกำหนดนโยบายด้านการเกษตร นับได้ว่าเป็นเรื่อง
ที่จำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ของประเทศประกอบอาชีพทางการเกษตร
สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรได้รายงาน โครงสร้างการเกษตรไทย
ในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา (2553 – 2557) สัดส่วนเฉลี่ยแรงงานภาคการเกษตรต่อแรงงานรวมของ
ประเทศคิดเป็นร้อยละ 40.21 และในปี 2555 มีเนื้อที่ถือครองทางการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 46.5
ของพื้นที่การใช้ที่ดินทั้งหมด นอกจากนี้ การเกษตรยังเป็นแหล่งรายได้ เป็นแหล่งจ้างงาน
ซึ่งพิจารณาในระยะเวลา 20 ปี ระหว่างปี 2537 – 2557 พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)
ภาคการเกษตรมีค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับ GDP รวมทั้งประเทศ และสัดส่วน GDP
ภาคการเกษตรต่อ GDP ทั้งประเทศก็มีค่าเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากประมาณร้อยละ 10 เป็นร้อยละ 12
ในระยะหลัง 5 - 6 ปีที่ผ่านมา (2552 – 2557)

แต่ถ้าพิจารณาเฉพาะข้าวซึ่งเป็นสินค้าเกษตรส่งออกที่สำคัญของไทย จะพบว่า
ทั้งมูลค่า และปริมาณการส่งออก มีลักษณะขึ้น ๆ ลง ๆ ไม่แน่นอนในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา และในปี
2555 มีมูลค่าการส่งออกข้าว และปริมาณการส่งออกลดลงจากปี 2554 เกือบร้อยละ 30 และร้อยละ
40 ตามลำดับ ซึ่งเป็นสัญญาณในเชิงลบของข้าวไทย แม้ว่ารัฐบาลในทุกยุคทุกสมัยได้ให้
ความสำคัญกับข้าวมาโดยตลอด ผ่านการใช้นโยบายในด้านต่างๆ มากมาย ในการส่งเสริมการปลูก
การวิจัย การผลิต การพยุงราคา การรับจำนำข้าวเปลือก การประกันราคา การประกันรายได้ ฯลฯ
ขณะที่นโยบายทางการตลาดข้าว ที่รวมถึงการส่งออกข้าว ยังไม่มีอย่างเป็นรูปธรรม

ดังนั้น รัฐบาลจะหันมาให้ความสำคัญกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง และที่จะ
เกิดขึ้น โดยมุ่งเน้นนโยบายการตลาดข้าวที่อาศัยการผลักดันความร่วมมือจากทุกฝ่ายในลักษณะ
ห่วงโซ่อุปทานการเกษตรแบบใหม่ พร้อมๆ กับเพิ่มบทบาทของกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์
ผู้ประกอบการรายย่อย ขนาดเล็ก ขนาดกลางในชนบท ให้สามารถเชื่อมโยงกับความต้องการของ

ผู้บริโภคในเมือง และในต่างประเทศได้ จะเป็นอีกวิธีทางหนึ่งในการยกระดับราคาข้าว แทนการใช้มาตรการประกันราคา การประกันรายได้ การพยุงราคา หรือการรับจำนำข้าวเปลือก

การผลักดันความร่วมมือจากทุกฝ่ายในลักษณะห่วงโซ่อุปทานการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวไทยให้ได้อย่างเป็นรูปธรรมนั้น จำเป็นต้องมี “แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว” ซึ่งในการศึกษานี้ จะได้นำเสนอแนวทางในการพัฒนาตลาดข้าวที่ตอบสนองนโยบายของรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่ได้แถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ในวันศุกร์ที่ 12 กันยายน 2557 ข้อ 6 การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ในด้านเกษตรกรรมที่สนับสนุนให้สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกรที่ผลิตสินค้าเกษตรเพิ่มบทบาทในฐานะผู้ซื้อพืชผลจนถึงการแปรรูป และการส่งออกได้แล้วแต่กรณี เพื่อให้สหกรณ์เป็นผู้ค้าขายสินค้าเกษตรรายใหญ่อีกรายหนึ่ง ซึ่งจะช่วยคานอำนาจของกลุ่มพ่อค้าเอกชนที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีความสมดุลมากขึ้น และเป็นแนวทางการแก้ปัญหาด้านราคาข้าว และยกระดับรายได้ให้กับเกษตรกร เพื่อแก้ปัญหาความยากจน และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษา วิเคราะห์ ทบทวน สถานการณ์ ปัญหา และแนวโน้มในอนาคตข้าวไทย
2. ศึกษา วิเคราะห์ นำเสนอ แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว ในรูปแบบโครงการที่สามารถนำไปใช้ได้ทันที

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิเคราะห์ สังเคราะห์ ในส่วนต่างๆ ทางด้านเกษตรไทยนั้น จะเป็นการศึกษาเฉพาะเจาะจง ถึงบริบทข้าว
2. การวิเคราะห์ สังเคราะห์สถานการณ์ ปัญหา และแนวโน้มในอนาคตข้าวไทย ที่ครอบคลุมสถานการณ์ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านคุณภาพชีวิตเกษตรกร และบทบาทภาครัฐในระบบตลาดข้าว

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษารวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ทบทวนเอกสาร ต่างๆที่เกี่ยวข้องโดยพิจารณาย้อนหลังไป 10 ปี (2547 – 2557)

2. นำข้อมูลวิเคราะห์ สังเคราะห์ กำหนดประเด็นของปัญหา ด้านการเกษตรข้าวไทย และแนวโน้มในอนาคตข้าวไทยที่ต้องเผชิญ

3. ศึกษาแนวคิดการมีส่วนร่วม และแนวคิดอุดมการณ์หลักการสหกรณ์ เพื่อนำมาปรับใช้และนำเสนอ “แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว”

ผลการศึกษา

1. การศึกษา วิเคราะห์ ทบทวน สถานการณ์ ปัญหา และแนวโน้มในอนาคตข้าวไทย

1.1 การสร้างความเจริญเติบโตของภาคเกษตร โดยเฉพาะข้าว ไม่สามารถทำได้จากการขยายพื้นที่การเกษตรได้อีกแล้ว เนื่องจาก พื้นที่ทำการเกษตรในประเทศไทยขยายตัวได้อีกจำนวนจำกัด มีข้อจำกัดเรื่องศักยภาพของที่ดิน จึงจำเป็นต้องสร้างการเจริญเติบโตของภาคเกษตรจากปัจจัยอื่น เช่น การพัฒนาการตลาด การพัฒนาคุณภาพดิน การบริหารจัดการเขตเกษตรเศรษฐกิจ (Zoning) ที่อาจจำกัดพื้นที่การเพาะปลูกข้าว เป็นต้น

1.2 สัดส่วนพื้นที่การเกษตรของไทยใช้ปลูกข้าวเกือบร้อยละ 40 ผลผลิตส่วนใหญ่ใช้เพื่อการส่งออก แต่มูลค่า และปริมาณการส่งออกมีอัตราการขยายตัวขึ้นๆ ลงๆ ไม่แน่นอน และในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา ปริมาณการส่งออกข้าวมีอัตราการขยายตัวลดลงเกือบร้อยละ 40 ซึ่งแสดงถึงสัญญาณเชิงลบของตลาดข้าวไทย

1.3 มูลค่านำเข้าสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์คิดเป็นประมาณร้อยละ 30 ของมูลค่าการส่งออก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังนั้น ทิศทางนโยบายเกษตรไทยควรให้ความสำคัญกับการเกษตร เพื่อทดแทนการนำเข้ามากขึ้น

1.4 แนวโน้มแรงงานภาคการเกษตรมีการเคลื่อนย้ายไปนอกภาคเกษตรมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะที่มีการนำแรงงานต่างด้าวมาทดแทนแรงงานไทยในภาคเกษตรมากขึ้น

1.5 กำลังแรงงานไทยที่อพยพออกจากภาคเกษตรอย่างต่อเนื่องมักเป็นวัยหนุ่มสาว จะส่งกระทบต่อโครงสร้างของผู้ประกอบการ และแรงงานภาคการเกษตรในอนาคตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

1.6 สินค้าที่มีลักษณะเฉพาะ มีโอกาสสูงที่จะขยายตลาด Niche Market ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เช่น ข้าวอินทรีย์ ข้าวไรซ์เบอร์รี่

1.7 การขยายตัวของตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่ เป็นแนวโน้มช่องทางการตลาดการเกษตรที่สำคัญ นโยบายการผลักดันความร่วมมือ ในลักษณะเป็นห่วงโซ่อุปทาน การเกษตรสมัยใหม่ที่สั้นกว่าห่วงโซ่อุปทานในปัจจุบัน การเพิ่ม บทบาทของผู้ประกอบการรายย่อย ขนาดเล็ก ขนาดกลางในชนบท สามารถเชื่อมโยงเกษตรกรรายย่อยกับห่วงโซ่อุปทาน และ

ความต้องการของผู้บริโภคในเมือง และในต่างประเทศได้ จะเป็นอีกวิธีทางหนึ่งในการยกระดับราคาสินค้าเกษตร และแทนการใช้นโยบายการประกันราคา หรือนโยบายประกันรายได้ให้กับเกษตรกร

1.8 ความเสี่ยงของการเกษตรที่สำคัญอีกประการ นอกเหนือจากราคาผลผลิตตกต่ำ คือการไม่มีผลผลิตจำหน่าย อันเนื่องมาจากภาวะการณ์ทางธรรมชาติ เช่น ภัยธรรมชาติ ภัยแล้ง น้ำท่วม โรคระบาด ฯลฯ

1.9 เกษตรกรมีหนี้สินมากกว่าเงินออม โดยเฉพาะ ถ้าเป็นหนี้สินที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ในระยะยาวจะยิ่งเป็นสาเหตุให้เกษตรกรมีศักยภาพในการพัฒนาตนเองลดน้อยถอยลง

1.10 รัฐบาลในทุกยุคทุกสมัยได้ให้ความสำคัญกับข้าวมาโดยตลอด ผ่านการใช้นโยบายในด้านต่าง ๆ มากมาย ในการส่งเสริมการปลูก การวิจัย การผลิต การพยุราคา การรับจำนำข้าวเปลือก การประกันราคา การประกันรายได้ การให้สินเชื่อ ฯลฯ ขณะที่นโยบายทางด้านการตลาดข้าว ที่รวมถึงการส่งออกข้าว ยังไม่มีอย่างเป็นทางการ

2. การศึกษา วิเคราะห์ นำเสนอแนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตรเพื่อการตลาดข้าว

การตลาดข้าวไทย พบว่า ห่วงโซ่อุปทานข้าวประเทศไทยในปัจจุบัน มีลักษณะที่เป็นเส้นตรงที่เริ่มจาก ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปสู่ปลายน้ำ กล่าวคือ ตั้งแต่ ผู้ผลิต แปรรูป จนถึงผู้บริโภค และในแต่ละขั้นตอนก่อนข้างมีลักษณะที่ขึ้นตรงต่อกัน จนทำให้เหมือนว่า การตลาดข้าวไทย หรือราคาข้าวไทยขึ้นอยู่กับ ผู้ส่งออก พ่อค้าส่ง หอง ผู้ซึ่งเป็นผู้กำหนดราคาผ่านทางโรงสี ทำให้เกษตรกร หรือชาวนา จำเป็นต้องเป็นผู้ถูกยอมรับราคาเสมอ โดยไม่มีโอกาสกำหนดราคาข้าวตามต้นทุนผลผลิต หรือการกำหนดกำไรที่ต้องการ

ดังนั้น ในการศึกษานี้ได้เสนอแนวคิด การปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทานข้าวใหม่ให้อยู่บนพื้นฐานของแนวคิดการมีส่วนร่วม แนวคิดสหกรณ์ ในรูปแบบจำลองศูนย์กลางความร่วมมือข้าว (Rice Cooperation Center : RCC) ที่ให้ชุมชนต้องสร้างให้ชุมชนตนเองเข้มแข็งพึ่งตนเองให้ได้ แก้ไขปัญหาาร่วมกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือกัน ในห่วงโซ่อุปทานระดับจังหวัด การรวมกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจข้าว ที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล มีการตกลงร่วมกันในด้านอุปสงค์และอุปทานข้าว เพื่อการกำหนดราคาที่ชัดเจน และเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย แทนการเกิดประโยชน์หรือควบคุม โดยผู้ส่งออก พ่อค้าส่ง หอง ที่ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพแต่เพียงฝ่ายเดียว นอกจากนี้ยังมีการแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างสรรค์นวัตกรรมข้าวใหม่ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ทั้งในด้านการตลาด การผลิต และบุคลากรได้อย่างยั่งยืน ซึ่งแบบจำลอง RCC นี้จะเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของ

รัฐบาลในการยกระดับรายได้ และคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ลดปัญหาความเหลื่อมล้ำของคนสังคมเมือง และสังคมชนบท และลดปัญหาความยากจนได้ในอนาคต

นอกจากนี้ การจัดการห่วงโซ่อุปทานข้าวไทยใหม่จะยังเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้ กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ที่ปลูกข้าว เพิ่มบทบาทในวงจรทางเศรษฐกิจ ในฐานะผู้ซื้อผู้ขาย ที่รวมถึงการแปรรูป และส่งออก เพื่อให้สหกรณ์เป็นผู้ค้ารายใหญ่อีกรายหนึ่งซึ่งจะช่วยคานอำนาจของกลุ่มพ่อค้าคนกลาง เพื่อให้มีความสมดุลมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้สนองต่อนโยบายรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าว มุ่งเน้นอาศัยการผลักดันความร่วมมือจากทุกฝ่าย ในลักษณะห่วงโซ่อุปทานการเกษตรแบบใหม่ ดังนั้น ถ้าจะให้แนวทางในการศึกษานี้ ประสบความสำเร็จรัฐบาลจะต้องไม่กำหนดนโยบาย หรือวิธีการ หรือมาตรการใดๆ ที่จะเป็นการแทรกแซง หรือบิดเบือนกลไกราคาตลาดสินค้าข้าวในทุกเขตพื้นที่ของประเทศไทย

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ในการศึกษาครั้งนี้ได้นำเสนอในรูปแบบโครงการที่ได้แสดงวิธีการขั้นตอนการปฏิบัติงานไว้แล้ว โดยอาจใช้วิธีการแบบโครงการนำร่อง เลือกพื้นที่จังหวัดนำร่องที่มีศักยภาพสูงที่พิจารณาจาก 1) ศักยภาพ ความมุ่งมั่นของผู้เกี่ยวข้อง 2) การมีปฏิสัมพันธ์ เครือข่ายที่มีอยู่เดิมในพื้นที่จังหวัด 3) ความสนใจของผู้ส่งออก พ่อค้าขายส่ง 4) ความสามารถของนักวิชาการในการสร้างเครือข่าย 5) มีปริมาณข้าวที่มากเพียงพอที่จะทำการรวมกลุ่ม

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

การดำเนินการการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวนี้ได้นำเสนอเป็นโครงการนำร่อง ซึ่งโครงการอาจจะประสบความสำเร็จ หรือไม่ประสบความสำเร็จได้อย่างเป็นรูปธรรม ในบางพื้นที่จังหวัด ด้วยเหตุปัจจัยต่างๆ เช่น สภาพพื้นที่ ศักยภาพผู้นำองค์กร ฯลฯ ดังนั้น จึงน่าจะต้องมีการศึกษาวิจัย เพื่อหาปัจจัย สาเหตุที่ทำให้แนวทางการบูรณาการความร่วมมือทางการเกษตร เพื่อการตลาดข้าวประสบความสำเร็จ บรรลุวัตถุประสงค์ในการแก้ไขปัญหาทางด้านราคาข้าว เพื่อยกระดับราคาและรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวได้อย่างแท้จริง