

บทคัดย่อ

โครงการวิจัย “การกำหนดแนวทางสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายเรื่องข้าวในระดับจังหวัดของจังหวัดกำแพงเพชร พิจิตรและพิษณุโลก ในปี 2551 – 2552” มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจข้อมูลการผลิต การตลาด และการแปรรูปข้าวและศึกษาความเชื่อมโยงของเส้นทางข้าว รวมทั้งวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) และวางตำแหน่งของการผลิต การตลาดและการแปรรูป และเสนอแนะทิศทางและยุทธศาสตร์การจัดการข้าวทั้งระบบ ในจังหวัดดังกล่าว โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และหาความเชื่อมโยงเส้นทางข้าวในตลาดทั้ง 3 จังหวัด (260 ตำบล 32 อำเภอ) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิต ผู้บริโภคและผู้ประกอบการ กลุ่มละ 400 คน รวม 1,200 คนในแต่ละจังหวัด ผลการวิจัยด้านการผลิตพบว่า จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร พิษณุโลกมีการผลิตข้าว 3 ครั้ง คือข้าวนาปี 1 ครั้งและข้าวนาปรัง 2 ครั้ง ต้นทุนการผลิตข้าวนาปีเฉลี่ย 3 จังหวัดประมาณไร่ละ 4,448.13 บาท ผลผลิตเฉลี่ย 61.31 ถัง/ไร่ ข้าวนาปรัง 1 มีต้นทุนการผลิต ประมาณ 4,167.25 บาท/ไร่ ผลผลิต 74.79 ถัง/ไร่ ข้าวนาปรัง 2 มีต้นทุนการผลิตประมาณ 3,809.90 บาท/ไร่ ผลผลิต 74.13 ถัง/ไร่ พันธุ์ข้าวที่นิยมปลูกมากที่สุด คือ พันธุ์สุพรรณบุรี 1, พิษณุโลก 2, ชัยนาท, ปทุมธานี และหอมมะลิ

ผลการวิเคราะห์ผู้แปรรูปพบว่ากลุ่มผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของทั้ง 3 จังหวัด ส่วนใหญ่จำหน่ายการผลิตที่เป็นข้าวสารและแป้งสำเร็จรูปที่ผลิตจากในจังหวัดและนำจากต่างจังหวัด เช่น สุรินทร์ หนองบัวลำภู ชัยภูมิ นครสวรรค์ เพชรบูรณ์ และศรีสะเกษ ส่วนผู้ประกอบการโรงสีข้าวส่วนใหญ่มีความต้องการข้าวเปลือกพันธุ์ชัยนาท, พิษณุโลก 2 สุพรรณบุรี และหอมมะลิ โดยการรับซื้อจากเกษตรกรโดยตรงและซื้อผ่านพ่อค้าคนกลาง นอกจากนี้ยังมีการรับซื้อทั้งภายในจังหวัดและจังหวัดอื่น ๆ ทั้งนี้จะนำข้าวส่งจำหน่ายโดยวิธีการแบบขายตรงและผ่านนายหน้าโดยจำหน่ายผ่านโครงการรับจำนำข้าว ผู้ส่งออก (กรุงเทพฯ) และตลาดภายในประเทศ

ผลการวิเคราะห์ผู้บริโภค พบว่าทั้ง 3 จังหวัดมีความเห็นสอดคล้องกันในเรื่องความต้องการพัฒนาข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพที่สามารถขยายตลาดได้โดยผู้แปรรูปต้องพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ แปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ปรับราคาให้เหมาะสม และมีการส่งเสริมการขาย

ผลการวิเคราะห์การทำกิจกรรม Focus Group และการกำหนดนโยบายข้าวทำได้โดยการวิเคราะห์กิจกรรม Focus Group และเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อแก้ปัญหาและหาหน่วยงานที่รับผิดชอบ โดยผ่านกระบวนการ SWOT Analysis เพื่อเสนอแนะทิศทางและยุทธศาสตร์การจัดการข้าวทั้งระบบ (การผลิต การตลาด และการบริโภค) ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ได้มาซึ่งวิสัยทัศน์ “ตลาดกลาง Supply Chain ภาคเหนือตอนล่าง” นโยบาย “การพัฒนาห่วงโซ่คุณภาพข้าวและผลิตภัณฑ์จาก

ข้าวในระดับจังหวัดให้มีประสิทธิภาพสูงสุด” ยุทธศาสตร์ แผนงานของจังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร พิชญโลก และความร่วมมือกันของ 3 จังหวัด ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การผลิตข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวคุณภาพดีในระดับจังหวัด ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ 4 แผนงาน คือ 1) กลยุทธ์การสร้างความมั่นคงทางวัตถุดิบ แผนเพิ่มศักยภาพการผลิตเมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพดีและเพียงพอ 2) กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต แผนการสร้างและปรับปรุงพื้นที่การเกษตรและสถานประกอบการข้าว แผนงานสร้างองค์ความรู้ให้เกษตรกรและผู้ประกอบการ 3) กลยุทธ์การวิจัย แผนพัฒนางานวิจัยด้านข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว และ 4) กลยุทธ์การส่งเสริมและพัฒนาองค์กรเกษตรกรและผู้ประกอบการ แผนงานเพิ่มศักยภาพการผลิตองค์กรเกษตรกรและผู้ประกอบการ โครงการที่ใช้แก้ปัญหา คือ โครงการหมู่บ้านเมล็ดพันธุ์, โครงการส่งเสริมการผลิตข้าวพันธุ์ดีโดยวิธี GAP, โครงการพัฒนาและขยายศูนย์เมล็ดพันธุ์ ศูนย์พัฒนาวิจัยข้าว และศูนย์ข้าวชุมชน โครงการปรับปรุงและพัฒนาโรงสีชุมชน และกลุ่มแปรรูปข้าวให้เข้มแข็ง, โครงการยกระดับมาตรฐานโรงสีข้าวโรงสีให้ได้มาตรฐาน GMP, HACCP, โครงการพัฒนาและเพิ่มรถเกี่ยวข้าวที่มีมาตรฐานและลดการสูญเสีย, โครงการสร้างลานตาก ตราช้างชุมชนและโรงสีข้าวชุมชนแบบครบวงจร, โครงการศูนย์การเรียนรู้ผู้ประกอบการข้าว, โครงการพัฒนาและปรับปรุงพันธุ์ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตและแปรรูปเพื่อเพิ่มปริมาณ มูลค่า และคุณภาพ, โครงการ contract farming และโครงการศูนย์เครือข่ายผู้ผลิต ผู้แปรรูป และผู้บริโภคข้าวในระดับจังหวัด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างตราเอกลักษณ์ ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ 2 แผนงาน ดังนี้ 1) กลยุทธ์การส่งเสริมการผลิตข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด แผนการสร้างตราและเอกลักษณ์ของข้าวไทยและผลิตภัณฑ์จากข้าว และ 2) กลยุทธ์ขยายการส่งออก แผนสร้างตราและเอกลักษณ์ให้กับข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าวเพื่อการขยายตลาด โครงการที่ใช้แก้ปัญหา คือ โครงการจัดทำมาตรฐานข้าวไทยและผลิตภัณฑ์จากข้าวเพื่อการบริโภคภายในจังหวัด ประเทศและการส่งออก, โครงการสร้างความเชื่อมั่นให้กับตราสินค้าโดยการรับรองของหน่วยงานรัฐและศูนย์เครือข่าย, โครงการขยายตลาด เช่น สนับสนุนให้ใช้สินค้าของจังหวัด, ร่วมมือจัดแสดงสินค้า, โครงการขยายตลาดใหม่และหาคู่ค้าใหม่ในพื้นที่ หรือข้าวสัญจร (Road –Show) และโครงการจัดทำฐานข้อมูลสารสนเทศด้านการผลิต การแปรรูป การค้าข้าวระหว่างผู้ผลิต ผู้ประกอบ ผู้แปรรูปเพื่อเป็นฐานข้อมูลในการตัดสินใจ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหาร การจัดการขนส่งข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวในระดับจังหวัด ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ 2 แผนงาน ดังนี้ 1) กลยุทธ์การพัฒนาระบบ โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน

อย่างมีประสิทธิภาพ แผนการกระจายสินค้าและบริการสำหรับระบบการผลิตข้าว 2) กลยุทธ์การวิจัย แผนงานพัฒนาและยกระดับโลจิสติกส์ โครงการที่ใช้แก้ปัญหา คือ โครงการศูนย์กระจายสินค้า ประจำจังหวัด และโครงการศึกษาระบบ Logistics และ Supply Chain

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างธรรมาภิบาลให้แก่ผู้ประกอบการข้าว ประกอบด้วยกลยุทธ์การสร้างธรรมาภิบาลให้แก่ผู้ประกอบการข้าว แผนงานปลูกฝังจิตสำนึกให้แก่ผู้ประกอบการและเกษตรกร โครงการที่ใช้แก้ปัญหา คือ โครงการสร้างธรรมาภิบาลให้กับธุรกิจการค้าข้าว และโครงการวิเคราะห์ตรวจสอบโครงการรัฐโดยสถาบัน การศึกษา

Abstract

The research project “Guidelines for decision support of rice policy in the provincial levels : Kampanget, Phichit and Phitsanulok in 2008 -2009” was purposed to survey and study the linkage between the production, marketing and the processing of rice, to analyse their environments (SWOT), to position the rice production, markets and processes and to provide direction and strategies of rice management for the whole system in these provinces. The methods were interviews and focus groups. The obtained data were analyzed and linked for the rice routes of the markets in 3 provinces (260 Tambons, 32 Amphors). The producers, consumers and traders (400 each) of the total 1,200 person were sampling in each province. The rice production data showed that there were 3 crops of rice production annually i.e. in seasonal (1 time) and off-seasonal (2 times). The average cost of the seasonal rice production of the 3 provinces was 4,481.38 baht/rai and the average product was 631.1 kg/rai. The average cost of off-seasonal (1) and (2) production were 4,167.25 and 3,809.90 baht/rai with average products of 747.9 and 741.3 kg/rai, respectively. The most grown rice varieties were Supanburi1, Phitsanulok2, Chainat, Pathumthani and Jasmine.

The analysed data of rice processors in the 3 studied provinces found that most of them used the input factors (white rice and processed flour) within province and also imported from up-countries (Surin, Nongbualampoo, Chaiyaphum, Nakhonsawan, Petchaboon and Srisaket provinces). The most wanted rice varieties of the traders were Chainat, Phitsanulok2, Supanburi and Jasmine via the direct trade from farmers and from the middleman within the province and also up-countries. The rice traders also vended via the direct trade and also the agents by selling to the rice pawn projects, exporters and also inland markets.

The analysed data of rice consumers in 3 provinces found that their opinions about the development of rice and rice products of the processors were harmonized for the rice standard and quality which could expand the market. The rice processors should also develop packaging, diversify the rice products, adjust the price to the optimum and promote the products.

The focus groups and determination of the rice policies acquired from focus group activities i.e. SWOT analysis to link the data for solving the problems and to find the person in charge, were done in order to propose the direction and strategies for the whole rice system management (production, marketing and consumption). The obtained data created the vision “The central market of rice supply chain in the lower northern Thailand”, the policy “The development of the rice and rice

product quality chain in the provincial level to the maximum capacity” and the strategies and plannings for each province and for cooperation between them i.e.

Strategy 1 : Production of quality rice and products in the provincial levels, composed of 4 sub-strategies and 4 plans i.e. 1) Strategy : Raw material Security Construction, Plan : Quality improvement of the rice seed production and sufficient production 2) Strategy : Increase the rice production capacity, Plans : Construction and improvement of agricultural land and rice mills / Knowledge creation for the farmers and traders 3) Strategy : Research , Plan : Development of the research for rice and rice products and 4) Strategy : Promotion and development of Agricultural organization and traders , Plan : Potential improvement of Agricultural organization and traders. The projects which could solve the obtained problems were “Rice seed village”, “Promotion of GAP for quality rice production”, “Development and expansion of the rice seed center, rice research and development center and rice community center”, “Development and improvement for the strength of community rice mill and rice processors”, “Upgrade of the standard of rice mill to obtain GMP, HACCP” , “Development and increase number of the standard rice cutting machine for less loss”, “Construction of the rice drying place, weighting balances for the community and completed system of community’s rice mill”, “Learning center for rice traders”, Development and improvement of rice seeds and products using innovation technology in the production and processing for more quantity, added value and higher quality”, “Contract farming” and “Provincial network center of rice production, processors and consumers”.

Strategy 2 : Branding Creation, composed of 2 sub-strategies and 2 plans i.e. 1) Strategy : Promotion of the rice production and its products for the market, Plan : Creation of brand and unique of Thai rice and products and 2) Strategy : Export expansion, Plans : Creation of brand and unique of Thai rice and products. The projects which could solve the obtained problems were “Setting standard of rice and rice products for consumption within province, inland and exportation”, “Confidence creation of the rice brand by governmental guarantee and network centers”, “Marketing expansion i.e. promotion of rice consumption within province, cooperation of the rice exhibition, new market construction, new counterparts outside local areas, road show of rice” and “Database of rice production, processing and trades for farmers, traders, and processors for decision support system”.

Strategy 3 : Logistic administration and management of rice and products in the provincial level, composed of 2 sub-strategies and 2 plans i.e. 1) Strategy : System development of efficient logistics and supply chain, Plan : Product distribution and services of rice production system 2)

Strategy : Research for development plan and upgrade the logistics. The projects which could solve the obtained problems were “Construction of provincial distribution center of rice and products”, “Study on the rice logistic and supply chain”.

Strategy 4 : Creation of good governance for the rice traders, composed of 1 sub-strategies i.e. 1) Strategy : Creation of good governance for the rice traders, Plan : To create good conscious for the rice traders and farmers. The projects which could solve the obtained problems were “Creation of the good governance for rice trade business” and “Analysis and verification of the governmental projects by academic institutions”.