

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์โซ่อุปทานข้าวหอมมะลิในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในส่วนเกษตรกรจำนวน 101 ราย ผู้รวบรวมจำนวน 19 ราย และโรงสีจำนวน 62 รายควบคู่ไปกับโซ่อุปทานอาหารพร้อมบริโภคแช่แข็ง ซึ่งวิเคราะห์สมรรถนะในภาพรวมของบริษัททั้งหมด 11 แห่ง และวิเคราะห์เชิงลึกบริษัทกรณีศึกษา 2 รูปแบบคือแบบครบวงจรและไม่ครบวงจรจำนวน 2 บริษัท และกำหนดแนวทางในการพัฒนาและสร้างคุณค่าในโซ่อุปทานดังกล่าว รวมถึงศึกษารูปแบบทางธุรกิจที่เหมาะสมกับการขยายตลาดอาหารพร้อมบริโภคแช่แข็งไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนและอินโดนีเซีย

ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปแนวทางในการพัฒนาโซ่อุปทานข้าวหอมมะลิส่วนของเกษตรกรว่าควรส่งเสริมแนวทางปฏิบัติในการผลิตในเรื่อง การเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์ทุกรอบการผลิต การใช้ปุ๋ยแบบตัดจ่าย การใช้ระบบ GAP (Good Agricultural Practice) การปรับปรุงทรงพื้นที่ให้สม่ำเสมอต่อการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยว และการปลูกข้าวแบบทยอยกันปลูก นอกจากนี้ยังต้องส่งเสริมระบบชลประทานให้เข้าถึงพื้นที่เพาะปลูกหรือพัฒนาแหล่งเก็บน้ำในพื้นที่ด้วย สำหรับในส่วนของผู้รวบรวมและโรงสีนั้นควรมีการส่งเสริมการขนส่งเที่ยวกลับและการบริหารจัดการจัดเก็บที่เหมาะสมเพื่อลดต้นทุน ควรประเมินผลได้ผลเสียของโครงการรับจำนำข้าวอย่างต่อเนื่องให้ครอบคลุมผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดในโซ่อุปทาน สำหรับภาวะการจำนำข้าวในปัจจุบันนั้นผู้รวบรวมและโรงสีขนาดกลางและเล็กควรปรับตัวเป็นจุดรับซื้อหรือรับจำนำข้าวให้กับโรงสีที่อยู่ในโควตาการรับจำนำของรัฐ นอกจากนี้เกษตรกร ผู้รวบรวมและโรงสีควรสร้างพันธมิตรร่วมกันเพื่อพัฒนาโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สำหรับแนวทางการพัฒนาโซ่อุปทานผู้ผลิตอาหารพร้อมบริโภคแช่แข็งนั้น ผู้ผลิตประเภทครบวงจรและไม่ครบวงจรควรเพิ่มการแลกเปลี่ยนข้อมูลและวางแผนร่วมกันกับองค์กรในโซ่อุปทานทั้งกับผู้ส่งมอบและลูกค้าทั้งในและต่างประเทศโดยเฉพาะผู้ส่งมอบให้มากขึ้น สำหรับผู้ผลิตแบบครบวงจรควรส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและวางแผนร่วมกันกับผู้ส่งมอบวัตถุดิบในด้านความต้องการลูกค้า ข้อมูล ณ จุดขาย และการแก้ไขคำสั่งซื้อที่ผิดพลาด และกับลูกค้านอกเครือข่ายต่างประเทศในเรื่องระดับสินค้าคงคลัง และการตั้งราคาขาย ในขณะที่ผู้ผลิตแบบไม่ครบวงจรควรส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและวางแผนร่วมกันกับผู้ส่งมอบวัตถุดิบในด้านความต้องการลูกค้า ข้อมูล ณ จุดขาย และระดับสินค้าคงคลัง ทั้งนี้ต้องร่วมกันแก้ไขคำสั่งซื้อที่ผิดพลาดด้วย สำหรับลูกค้าในประเทศต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการตั้งราคาขาย ส่วนลูกค้าต่างประเทศนั้นมุ่งเน้นความร่วมมือกันในการจัดโปรโมชั่น การตั้งราคาขายเป็นหลัก และขยายขอบเขตไปในเรื่องระดับสินค้าคงคลัง นอกจากนี้ทุกบริษัทควรพัฒนาระบบตามสอบให้มีความสมบูรณ์ทั้งในด้านการออกแบบ และการนำไปปฏิบัติ ในขณะที่ภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับความสามารถตามสอบสินค้ากับผู้ประกอบการ และควรประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้ตระหนักถึงคุณค่า และหันมาเลือกบริโภคสินค้าอาหารที่สามารถตามสอบได้เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า สำหรับแนวทางในการขยายตลาดอาหารพร้อมบริโภคแช่แข็งสามารถพิจารณาตามประเภทของบริษัทผู้ผลิตคือ ผู้ผลิตประเภทครบวงจรสามารถใช้รูปแบบ 1) การผลิตในประเทศไทยและส่งออกไปยังประเทศเป้าหมาย 2) การร่วมทุนกับบริษัทในประเทศเป้าหมายเพื่อผลิตสินค้าและจัดจำหน่าย และ 3) การตั้งฐานการผลิตที่ประเทศเป้าหมาย เพื่อขยายตลาดไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ในขณะที่ควรใช้รูปแบบการตั้งฐานการผลิตที่ประเทศเป้าหมายสำหรับประเทศอินโดนีเซีย สำหรับผู้ผลิตประเภทไม่ครบวงจรควรเลือกรูปแบบการผลิตสินค้าในประเทศไทยแล้วส่งออกเอง ซึ่งอาจแบ่งแนวทางเป็น 3 ระดับ คือ เริ่มต้นจาก 1) การให้ผู้นำเข้ากระจายสินค้าระดับพรีเมียมจัดจำหน่ายสินค้าและดำเนินการตลาด 2) การให้ผู้นำเข้ากระจายสินค้าระดับพรีเมียมจัดจำหน่ายแต่ผู้ประกอบการร่วมดำเนินการด้านการตลาดในประเทศเป้าหมายด้วย และ 3) การจัดตั้งบริษัทนำเข้าสินค้าในประเทศเป้าหมาย และจัดตั้งสำนักงานขายและทำการตลาดด้วยตนเอง หรือการร่วมมือกันในกลุ่มบริษัทฯ ที่ต้องการส่งออกไปยังประเทศเป้าหมายด้วยกัน

Abstract

This research composed of analysis of the supply chain of jasmine rice in the northeastern of Thailand based on 101 farmers, 19 collectors and 62 rice mills together with the supply chain of frozen ready meal where the analysis focused on the frozen ready meal company's overall performance based on 11 companies and in-depth analysis of one integrated and one non - integrated manufacturer case studies. Guidelines for improving and creating value in the frozen ready meal supply chain were then developed for all stakeholders in the chain. Finally, the business model for market expansion of frozen ready meal to China and Indonesia were explored and selected.

Guidelines to improve and create value in farmers were emphasized on the production practices including using new seeds for every crop, using tailor – made fertilizers, employing the GAP (Good Agricultural Practice) system, reshaping the cultivation land fitted for planting and harvesting, and gradual cultivation. Government must provide an access to irrigation or build water resources in the farming area. For the collectors and mills, promotion of backhauling and proper warehouse management must be installed to reduce costs. Evaluation the effect of “rice paddy pledging” scheme on all stakeholders in the jasmine supply chain is a must. Under current rice paddy pledging scheme, collectors and small to medium mills should act as pledging points for the mills under the quota of the government rice pledging scheme. In addition, farmers, collectors and millers should establish faithful partnership to develop a more efficient supply chain. As for the guidelines to improve the frozen ready meal supply chain, both Integrated and non – integrated manufacturers should increase an information exchange and collaboration with stakeholders, i.e., suppliers and local and international customers, especially with suppliers. For the integrated manufacturers, they should encourage more information exchange in the demand and point of sale and a joint cooperation on solving the wrong order problem. In addition, they should jointly plan with international customers in the inventory levels and pricing. For the non – integrated manufacturers, they should promote more information exchange with suppliers on the demand and point of sale as well as more on jointly planning and managing the inventory levels and the wrong order problem. Furthermore, they should do more cooperation with local customers on product varieties and pricing and with international customers on the promotion, pricing and inventory levels. However, all companies should develop a completed traceability system on both design and implementation perspectives. In the meantime, the government should provide the knowledge on the traceability system to all manufacturers and should establish consumer awareness of the value in traceability which lead to the more preference on the products with traceability certification so to increase the market value of the products. In terms of business model for expansion the China market, the integrated manufacturers can employ 1) Thailand production base for export model, 2) Joint Ventures with the Chinese local company for production and distribution model, and 3) Establishment of own production base in China model. However, they should establish their owned production base in Indonesia to expand the market there. On the other hand, the non - Integrated companies will have only one alternative model, i.e., using Thailand production base for export to China and Indonesia. This strategy has three levels, starting from 1) Introduction stage: let the premium importers distribute the premium products and handle all the marketing activities, 2) Growth stage : let the premium importers distribute the premium products while the manufacturers cooperate in the marketing strategies. and 3) Maturity Stage : establish their own importing company and sales office in the target country or collaborate with the other companies with the same target markets.