



# เติมความรู้

สมพร อิศวิลานนท์<sup>1</sup>

## คุยกันเรื่อง โซ่คุณค่าข้าวเกิดบุญ

เมื่อกล่าวถึงข้าวหอมมะลิแบรนด์ “ข้าวเกิดบุญ” ที่ใช้สโลแกนว่า “อ้มกึ่งท้องอ้มกึ่งบุญ” หลายคนอาจจะสงสัยว่าข้าวเกิดบุญนี้มีที่มาอย่างไร มีแหล่งผลิตที่ไหน จึงนำติดตามถึงความเป็นมาของข้าวหอมมะลิแบรนด์ “ข้าวเกิดบุญนี้”

เป็นที่ทราบกันดีว่าพื้นที่ปลูกข้าวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นแหล่งปลูกข้าวหอมมะลิที่สำคัญของประเทศไทย ข้าวหอมมะลิเป็นข้าวที่ประทับใจของผู้บริโภคทั้งในตลาดในประเทศและในตลาดต่างประเทศ ถ้าหากย้อนหลังไปในอดีตกล่าวได้ว่าข้าวหอมมะลิเป็นข้าวต่างถิ่นที่นำมาปลูกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพราะมีปลูกเฉพาะถิ่นในบางหมู่บ้านในอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี และอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

การปฏิวัติเขียวนับจากช่วงต้นทศวรรษ 2510 เป็นต้นมา ได้มีการแพร่กระจายของข้าวพันธุ์ไม่ไวแสงสามารถปลูกได้ทุกฤดูกาลและปลูกได้มากกว่าหนึ่งครั้ง

ในรอบปี ข้าวพันธุ์ไม่ไวแสงนี้ให้ผลผลิตสูงและปลูกได้ดีในพื้นที่ชลประทาน แต่ข้าวพันธุ์ไม่ไวแสงมีรสชาติไม่อร่อยเมื่อหุงสุกแล้วปล่อยให้เย็นจะมีความกระด้าง



<sup>1</sup> นักวิชาการอาวุโสสถาบันคลังสมองของชาติและผู้ประสานงานชุดโครงการ “งานวิจัยเชิงนโยบายเกษตรและเสริมสร้างเครือข่ายงานวิจัยเชิงนโยบาย” ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.)





และแข็ง ส่วนข้าวหอมมะลิเป็นข้าวพื้นเมืองและมีลักษณะไวต่อช่วงแสงกล่าวคือปลูกได้ปีละครั้ง ข้าวหอมมะลิตมีความหอม มีความอ่อนนุ่มและเมื่อหุงสุกแล้วปล่อยให้เย็นก็ยังมีความอ่อนนุ่ม

เมื่อตลาดข้าวในต่างประเทศให้คุณค่ากับความนุ่มและความหอมที่มีความต่างจากข้าวพันธุ์ไม่วางที่มีการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วในขณะนั้นทำให้ข้าวหอมมะลิตลาดจำเพาะและเนื่องจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นพื้นที่น้ำฝน ไม่สามารถปลูกข้าวพันธุ์ไม่วางได้เพราะการขาดแคลนน้ำเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจึงหันมาปลูกข้าวหอมมะลิซึ่งเป็นพันธุ์พื้นเมืองแต่เป็นข้าวที่ตลาดต้องการ ขายได้ง่ายและได้ราคาสูงกว่าข้าวพันธุ์ไม่วาง ทำให้การเพาะปลูกข้าวหอมมะลิ

แพร่กระจายไปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในช่วงเวลาต่อมา

ทุ่งกุลาร่องให้มีขอบเขตที่ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 2 ล้านไร่ 2 นับว่าเป็นแหล่งหนึ่งที่เกษตรกรหันมาปลูกข้าวหอมมะลิที่จากเดิมมีการปลูกข้าวเหนียวหรือข้าวเจ้าพันธุ์อื่นกันเป็นส่วนใหญ่ และเนื่องจากดินในทุ่งกุลาร่องมีการแพร่กระจายของดินเค็มทำให้ในช่วงของข้าวใกล้เก็บเกี่ยวเกิดภาวะเครียดหรือ stress เพราะมีระดับน้ำที่ลดลง ทำให้ข้าวปล่อยสารความหอมและสารความหอมของข้าวหอมมะลิในทุ่งกุลาร่องมีมากกว่าสารความหอมของข้าวหอมมะลิที่ปลูกในแหล่งอื่นๆ

ก่อนจะมาเป็นข้าวหอมมะลิแบรนด์ ‘ข้าวเกิดบุญ’ เกษตรกรที่ปลูกข้าวหอมมะลิในทุ่งกุลาร่องส่วนใหญ่เป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตร และได้ขายผลผลิตหลังฤดูกาล

เก็บเกี่ยวให้กับพ่อค้าในท้องถิ่น หรือสมาชิกสหกรณ์ที่ยังภักดีกับสหกรณ์ก็จะขายให้กับสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่และสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่ที่กำหนดให้เป็นเพียงแหล่งรวบรวมข้าวแล้วไปส่งให้พ่อค้าอีกทอดหนึ่ง ซึ่งทั้งเกษตรกรและสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่ต่างก็ได้ผลตอบแทนเพียงเล็กน้อยทั้งจากการผลิตและการค้าข้าวอีกทั้งยังถูกพ่อค้าคานกลางเอาเปรียบในขั้นตอนของการตลาด อีกทั้งการรวมตัวของสมาชิกและสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่ก็ขาดพลังของความร่วมมือ ขาดความเข้มแข็ง ทำให้ถูกเอาเปรียบในช่องทางการตลาด

การสร้างความร่วมมือและการรวมตัวเกิดเป็นเครือข่ายคุณค่านี้เกิดจากความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ภายใต้สถาบันวิชาการ

<sup>2</sup> ทุ่งกุลาร่องให้อยู่ในเขต จังหวัดสุรินทร์ (อำเภอชุมพลบุรี อำเภอท่าตูม) , จังหวัดมหาสารคาม (อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย) , จังหวัดบุรีรัมย์ (อำเภอพุทไธสง) , จังหวัดศรีสะเกษ , จังหวัดยโสธร (อำเภอมหาชนะชัย) และ จังหวัดร้อยเอ็ด (อำเภอปทุมรัตต์ อำเภอเกษตรวิสัย อำเภอสุวรรณภูมิ และ อำเภอโพนทราย)

สหกรณ์ ซึ่งเป็นแหล่งความรู้ทั้งด้าน การสหกรณ์และการจัดการ สำนักงาน กองทุนสนับสนุนการวิจัยซึ่งเป็นกำลังใน ด้านการสนับสนุนทุนวิจัย และสหกรณ์ การเกษตรในพื้นที่ซึ่งเป็นแหล่งปฏิบัติ โดยการผูกโยงความร่วมมือกันและพัฒนา กิจกรรมขึ้นเป็นโครงการภายใต้โครงการ วิจัยเครือข่ายข้าวคุณค่าข้าวหอมมะลิ สหกรณ์ไทย โดยมีเป้าหมายของการสร้าง ให้เกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ และรวมถึงการใช้กระบวนการวิจัยที่ชาว บ้านเป็นผู้ร่วมกิจกรรมไปพร้อมๆกับการ พัฒนาข้อความรู้ในกระบวนการจัดการ เชื่อมต่อการผลิตและการตลาดเข้าด้วยกัน พร้อมกับการพัฒนาข้าวหอมมะลิที่ผลิต โดยสมาชิกสหกรณ์ขึ้นเป็นธุรกิจชุมชน

กระบวนการสร้างห่วงโซ่คุณค่าได้ เริ่มจากการใช้กิจกรรมของโครงการวิจัย ที่ชาวบ้านเป็นผู้ร่วมกิจกรรมวิจัยกระตุ้น ให้เกิดความตระหนักและความไว้วางใจ จากการรวมตัวกันของสหกรณ์การเกษตร ในพื้นที่ทุ่งกุลารั้วจำนวน 16 แห่ง<sup>3</sup> และ รวมถึงสมาชิกสหกรณ์การเกษตร โดยมีเป้าหมายเพื่อการขับเคลื่อนสหกรณ์ และการค้าที่เป็นธรรม พร้อมๆกับการ มีข้อตกลงร่วมกันในการเป็นภาคีเพื่อ พัฒนาเครือข่าย “คุณค่าข้าวหอมมะลิ สหกรณ์ไทย” และจากการที่เครือข่าย “คุณค่าข้าวหอมมะลิสหกรณ์ไทย” มีความพร้อมในด้านแหล่งการผลิตและการแปรรูปเพราะสหกรณ์ที่เป็นภาคี เครือข่ายมีที่ตั้งอยู่ในแหล่งการผลิตข้าว

หอมมะลิที่สำคัญและเป็นจุดเด่นในเรื่อง คุณภาพ ประกอบกับสหกรณ์หลายแห่ง มีโรงสีของสหกรณ์เองเป็นทุนเดิมอยู่ ก่อนแล้ว จึงได้ตกลงที่จะพัฒนาห่วงโซ่ คุณค่าข้าวหอมมะลิสหกรณ์ไทยร่วม กันโดย เพื่อสานโยงเป็นโซ่อุปทานข้าว เปลือกจากแหล่งผลิตสู่การจัดการธุรกิจ การแปรรูปและการค้าข้าวร่วมกัน เพื่อ นำผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีคุณภาพสู่ตลาดผู้ บริโภคปลายน้ำ

เดิมระบบการผลิตของสมาชิก สหกรณ์การเกษตรในพื้นที่ไม่เข้าใจถึง กระบวนการสร้างคุณค่าผลผลิตต้นน้ำ ว่าทำอย่างไรจึงจะทำให้ผลผลิตของภาคี เครือข่ายคุณค่าข้าวหอมมะลิสหกรณ์ไทย มีจุดเด่น เป็นที่ต้องการของตลาด การนำ



โรงสีสหกรณ์การเกษตรพิมาย จำกัด

<sup>3</sup> อ่านเพิ่มเติมจากรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ “ชุดโครงการวิจัยการขับเคลื่อนการพัฒนาการสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม ระยะที่ 4,5,6” หรือ [www.cai.ku.ac.th](http://www.cai.ku.ac.th)  
<sup>4</sup> ได้แก่ สหกรณ์การเกษตรระยอง จำกัด สหกรณ์การเกษตรปราสาท จำกัด สหกรณ์การเกษตรสุวรรณภูมิ จำกัด สหกรณ์การเกษตรพิมาย จำกัด สหกรณ์ การเกษตรบุรีรัมย์ จำกัด สหกรณ์การเกษตรบรือ จำกัด สหกรณ์การเกษตรนางรอง จำกัด สหกรณ์การเกษตรกระสัง จำกัด สหกรณ์การเกษตรจตุรพักตรพิมาน จำกัด สหกรณ์การเกษตรอาจสามารถ จำกัด สหกรณ์การเกษตรโพธิ์ทราย จำกัด สหกรณ์การเกษตรโพธิ์ทอง จำกัด สหกรณ์ปฏิรูปที่ดินสุวรรณภูมิสาม จำกัด สหกรณ์ปฏิรูป ที่ดินสุวรรณภูมิสี่ จำกัด สหกรณ์ปฏิรูปที่ดินสุวรรณภูม이하้า จำกัด



การประชุมคณะกรรมการเครือข่ายฯ ประจำเดือนเพื่อขับเคลื่อนงานวิจัย

ข้อความรู้เกี่ยวกับการทำเกษตรที่ดี (good agricultural practice; GAP) การเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพของเมล็ดพันธุ์และความเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนการผลิต ทั้งนี้สถาบันวิชาการสหกรณ์ได้เป็นผู้เชื่อมโยงกับกรมการข้าวและกรมส่งเสริมการเกษตร ในการนำข้อความรู้การจัดการไร่นาที่ดีเข้าไปส่งเสริมและสร้างการเรียนรู้ให้เกษตรกรได้เข้าใจและสร้างความตระหนักความใส่ใจในกระบวนการผลิต พร้อมๆกับการกระตุ้นให้เกิดการนำข้อความรู้ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์การเกษตรที่เป็นภาคีเครือข่าย อีกทั้งในด้านการแปรรูปก็ได้ให้สมาชิกสหกรณ์ที่ดำเนินการเกี่ยวกับกิจกรรมแปรรูปว่าในกระบวนการแปรรูปจะต้อง

ใส่ใจในขั้นตอนการจัดการอย่างไรเพื่อให้เกิดเป็นกระบวนการแปรรูปที่ดี (Good Manufacturing Practice; GMP) และให้เกิดขึ้นกับโรงสีของสหกรณ์ไปพร้อมๆกับการสร้างคุณค่าในกระบวนการผลิตต้นน้ำของเกษตรกร

ในขณะเดียวกันได้ขับเคลื่อนให้ภาคีสหกรณ์เครือข่ายและสมาชิกสหกรณ์เรียนรู้ถึงการจัดการขึ้นเป็นระบบธุรกิจชุมชนในการผลิตข้าวหอมมะลิบรรจุถุงและการพัฒนาห่วงโซ่ของการค้าที่เป็นธรรมควบคู่ไปกับการสร้างห่วงโซ่คุณค่าของข้าวหอมมะลิบรรจุถุงภายใต้แบรนด์สินค้า “ข้าวเกิดบุญ” ซึ่งได้มีการจดทะเบียนตราสินค้ากับกระทรวงพาณิชย์

อาจมีคำถามว่า ข้าวหอมมะลิภายใต้แบรนด์ “ข้าวเกิดบุญ มีจุดเด่นอย่างไร ในที่นี้ หากเปรียบเทียบข้าวหอมมะลิบรรจุถุงระหว่าง “ข้าวเกิดบุญ” กับข้าวหอมมะลิบรรจุถุงของที่ขายโดยธุรกิจเอกชนในท้องตลาดในตราสินค้าต่างๆ แม้จะพบว่าข้าวหอมมะลิบรรจุถุงของเอกชนทั่วไปจะมีสัญลักษณ์ “พนมมือ” ของกระทรวงพาณิชย์เพื่อการรับรองคุณภาพว่าเป็นสินค้าข้าวหอมมะลิบรรจุถุงแท้ แต่ในระเบียบที่เป็นมาตรฐานทางการค้าข้าวหอมมะลิบรรจุถุงนั้น กระทรวงพาณิชย์ยอมให้มีข้าวที่ไม่ใช่หอมมะลิผสมอยู่ในถุงได้ไม่เกินร้อยละ 5 นั้นหมายความว่าข้าวหอมมะลิที่ปะยี่ห้อรับรองว่าเป็นข้าวหอมมะลิ 100% นั้นที่แท้จริงแล้ว

มีข้าวหอมมะลิเป็นส่วนประกอบเพียง 95% เท่านั้น

แต่ข้าวหอมมะลิภายใต้เครือข่ายข้าวหอมมะลิสหกรณ์ไทยภายใต้แบรนด์ “ข้าวเกิดบุญ” นั้น เนื่องจากการผลิตโดย

ใช้ข้าวเปลือกวัตถุดิบจากชุมชนเอง ข้าวที่บรรจุถุงจึงเป็นเนื้อข้าวหอมมะลิล้วนๆ 100% หากท่านที่ยังไม่เคยซื้อไปทดลองหุงเพื่อการบริโภคเปรียบเทียบ การมีเนื้อข้าวหอมมะลิในถุง 100% ของข้าวแบรนด์

“ข้าวเกิดบุญ” ย่อมมีคุณสมบัติเด่นกว่า การซื้อข้าวหอมมะลิบรรจุถุงของเอกชนที่มีเนื้อข้าวหอมมะลิเพียง 95% อย่างแน่นอน อีกทั้ง สิ่งนี้เป็นการตอบคำถามในบริบทของการค้าที่เป็นธรรมได้เป็นอย่างดีของภาคีเครือข่ายข้าวหอมมะลิสหกรณ์ไทยว่าไม่ได้เอาเปรียบผู้บริโภค

ในปัจจุบัน ข้าวเกิดบุญได้มีช่องทางจำหน่ายผ่านโครงการร้าน Farmer Shop ร้านค้าศูนย์วิจัยข้าวโพดและข้าวฟ่างแห่งชาติ ร้านสหกรณ์ผู้ปฏิบัติงานไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย จำกัด และรวมถึงร้านค้าในเครือข่ายสหกรณ์ในภูมิภาคต่างๆ พร้อมทั้งได้มีการเจรจาการค้ากับตัวแทนการค้าของภาคเอกชนจากประเทศจีน และการเจรจาการค้ากับห้างสรรพสินค้า และร้านค้าสมัยใหม่ ซึ่งด้วยการมุ่งเน้นที่ห่วงโซ่คุณค่าและการค้าที่เป็นธรรมกับผู้บริโภค ข้าวหอมมะลิแบรนด์ “ข้าวเกิดบุญ” จึงเป็นสาวสวยแห่งทุ่งกุลาร้องไห้ และเชื่อได้ว่าสินค้าข้าวหอมมะลิแบรนด์ “ข้าวเกิดบุญ” กำลังแจ้งเกิดในเวทีการค้าข้าวถุงอย่างแน่นอน



เวทีถอดบทเรียนการทำตามมาตรฐาน GAP แก่สมาชิกสหกรณ์การเกษตร ภายใต้เครือข่ายคุณค่าข้าวหอมมะลิสหกรณ์ไทย



“การเจรจาธุรกิจกับบริษัท ซีพีออลล์ จำกัด (มหาชน)”



โลโก้พนมมือของกระทรวงพาณิชย์