



เติมความรู้
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



การสร้างเศรษฐกิจชาวนา

ประสบการณ์งานวิจัยภายใต้ชุดโครงการฯ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาแนวทางการแก้ปัญหาแก่ชาวนา ในช่วงเริ่มต้นโครงการแรกในปี 2549 กลุ่มเป้าหมายวิจัยเป็นกลุ่มชาวนาปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ในจังหวัดยโสธร ร้อยเอ็ด อ่างนาจเจริญ กว่า 100 คน ที่ได้รับผลกระทบจากราคาข้าวตกต่ำอันเนื่องมาจากปริมาณการผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน IFORM แล้วแต่เมื่อปริมาณข้าวที่ผลิตได้มีมากเกินไปเกินความต้องการของตลาด (over supply) และภาคพันธุมิตรธุรกิจที่มาส่งเสริมการผลิต ในช่วงเวลานั้นไม่สามารถหาตลาดมารองรับได้ตามข้อตกลง จึงปล่อยให้ชาวนาแก้ปัญหาด้วยตนเอง

การวิจัยดังกล่าวในระยะต่อมาได้มุ่งไปที่การแก้ปัญหาเชิงระบบ โดยเน้นให้ชาวนาเป็นศูนย์กลาง และใช้กระบวนการรับฟังข้อมูลเพื่อทราบบริบทของชาวนา ที่เกี่ยวกับ ทุนความรู้ ทุนเศรษฐกิจ และทุนทางสังคมตลอดจน เป้าหมายการประกอบอาชีพ จากนั้นจึงนำมาใช้ในการวางแผนส่งเสริมการรวมกลุ่ม และสร้างเครือข่ายฯ เพื่อสร้างอำนาจการต่อรอง ในด้านการผลิตและการตลาด มีการสร้างแบรนด์ไปใช้เพื่อให้เกิดความแตกต่างในตัวสินค้า ใช้ชื่อ แบรนด์ “ข้าวคุณธรรม” โดยทีมวิจัยได้ทำหน้าที่เป็นที่เล็งในการส่งเสริมรวมกลุ่มเกษตรกร และวางแผนธุรกิจ สร้างเครือข่ายพันธุมิตรธุรกิจ เพื่อนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย

แก่ผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย จนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ โดยไม่ต้องเผชิญหน้ากับความผันผวนของราคาคั่งที่ผ่านมา

ข้อมูลจากการวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับชาวนาในภาคกลางซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวนาผู้เช่าที่ดินนั้นพบว่า ชาวนาเหล่านี้ มีต้นทุนการผลิตสูง ทั้งในส่วนที่มาจาก ค่าเช่าที่ดิน (ค่าเช่าคิดเป็นฤดูกาลละ 2,000บาท จ่ายค่าเช่าปีละ 3 ฤดูกาล) ค่าปัจจัยการผลิตที่อาจซื้อเชื่อจากร้านค้าหมู่บ้าน (เสียดอกเบี้ยอัตราร้อยละ 3-5 ต่อเดือน) โดยจะจ่ายเมื่อขายข้าวได้

ชาวนาเหล่านี้แม้จะทราบว่ายังปลูกข้าวยิ่งจนแต่ก็ไม่มีทางเลือกอื่น อีกทั้งมีความเคยชินว่ามีอาชีพทำนา ชาวนาเหล่านี้



วิถีชาวนาไทย



ผลกระทบจากปริมาณผลผลิตข้าวอินทรีย์ที่มีมากกว่าความต้องการของตลาด

นี่จะมีพฤติกรรมขายข้าวเปลือก และซื้อข้าวสารร้านค้ามารับประทาน พูดได้อีกนัยหนึ่งว่าดูเหมือนชาวนาเหล่านี้จะถูกพันธนาการด้วยการอยู่ในอาชีพชาวนา และถูกคนกลาง/นายทุนเข้าถึงตัวอย่างหลีกเลี่ยงได้ยาก อย่างไรก็ตาม ประสบการณ์การวิจัยในบางโครงการที่ได้นำกรอบแนวคิด “การสร้างสมดุลในอาชีพและชีวิตชาวนา” โดยใช้กลไกการจัดการความรู้ในการปรับทัศนคติ (เรื่องการออม การสร้างวินัยทางการเงิน การสะสมทุน การเข้าไปมีส่วนร่วมในกลุ่ม/สหกรณ์) การปรับกระบวนการที่คนให้รู้เท่าทัน เกี่ยวกับการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แนวทางเศรษฐกิจพอเพียง และ

การเพิ่มพูนความรู้เรื่องการวางแผนเพื่อลดต้นทุนการผลิต การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ผลลัพธ์จากการวิจัย ชาวนาที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ได้ใช้กลไกของกลุ่มเกษตรกร ในการรวมซื้อปัจจัยการผลิต การจำหน่ายผลผลิตร่วมกัน และที่สำคัญกลุ่มชาวนาดังกล่าวได้เปลี่ยนแนวคิดไปในทางการทำการเกษตรแบบผสมผสานเพื่อกระจายความเสี่ยง เรื่องราคาผลผลิต และมีการปรับเปลี่ยนวิถีคิดในเรื่องการดำเนินชีวิต จากการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เมื่อพิจารณาถึง Key Trends ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจชาวนาไทยซึ่งเป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อชาวนาไทยที่สำคัญได้แก่ 1) ราคาข้าวของประเทศ

คู่แข่งการค้า เช่น เวียดนาม อินเดีย เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า 2) นโยบายรัฐของประเทศคู่แข่งและคู่ค้ามีการส่งเสริมการสร้างพันธมิตรธุรกิจภายใต้โซ่อุปทาน 3) ปัญหาภัยแล้งที่ชาวนาต้องเผชิญ 4) กระแสเรียกร้องของสังคมในด้านเทคโนโลยีด้านการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 5) โอกาสการใช้เครื่องจักร/อุปกรณ์ขนาดเล็กที่ช่วยลดต้นทุนการผลิต 6) คนวัยหนุ่มสาวหันมาทำนาและมีการสร้างตลาดเฉพาะ (Niche Market) 7) โครงสร้างการตลาดที่มีกลุ่มธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหญ่น้อยราย (Oligopoly market) และมีบทบาทสำคัญในการกำหนดราคาทั้งในตลาดปัจจัยการผลิต การรวบรวมผลผลิต การแปรรูป (ผู้ประกอบการโรงสีและผู้ประกอบการในตลาดส่งออก) 8) สหกรณ์การเกษตรที่มีบทบาทในการรวบรวมผลผลิตและการแปรรูปมีน้อยและยังขาดการกระตุ้นอุปสงค์ผู้บริโภคในระบบธุรกิจสหกรณ์

เมื่อพิจารณาช่องว่าง (GAPs) ในการพัฒนาเศรษฐกิจชาวนาที่ต้องปรับปรุงและแก้ไข ได้แก่

1. เกษตรกรรายย่อยส่วนใหญ่ ซึ่งมีเนื้อที่เพาะปลูก (เฉลี่ย 10-20 ไร่) ยังถูกยึดโยงจากผู้ประกอบการจำหน่ายปัจจัยการผลิต และการรวบรวมผลผลิตที่เข้าถึงเกษตรกร 2) สถานการณ์ในภาพรวมสำหรับเกษตรกรที่ปลูกข้าวในภาคกลางและภาคอื่นๆ ต้องเผชิญกับปัญหาต้นทุนการผลิตสูง คุณภาพผลผลิตยังไม่ดีพอ เพราะขาดความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการตลาดในบริบทโลกใหม่ 3) เกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐ (การประกันราคา) จึงทำให้เลิกสนใจการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ เพราะได้ราคาไม่แตกต่างกัน 4) สหกรณ์การเกษตรมีบทบาทเรื่องการรวบรวมและแปรรูปเป็นข้าวสารส่งต่อให้กับพ่อค้าในเรื่องการสร้างแบรนด์ข้าวยังคงจำกัดอยู่ในสหกรณ์ส่วนน้อย และส่วนใหญ่ยังไม่เน้นเรื่องของการ





การส่งเสริมการรวมกลุ่มและยกระดับสมรรถนะชาวไทย

ส่งเสริมการผลิตที่มีคุณภาพ/ข้าวอินทรีย์ 5) สถาบันเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกรมีทั้ง ส่วนที่ทำตลาดเฉพาะและเป็นกลไกของ หน่วยราชการในการส่งเสริมการรวมกลุ่ม เพื่อรับนโยบาย 6) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง มีการทำงานซ้ำซ้อนกัน และเน้นที่ ตัวชี้วัดตามภารกิจหน่วยงาน โดยไม่ได้มอง ชาวนาเป็นศูนย์กลาง ดังนั้น งบประมาณ ส่วนใหญ่ที่จัดสรรลงไปจึงไม่ได้ช่วยยกระดับ ชีตความสามารถในการผลิตและการเข้าถึง การตลาดอย่างที่ควรจะเป็น 7) นโยบายรัฐ ส่วนใหญ่เป็นเรื่อง Top Down ที่ไม่ได้คำนึง ถึงบริบทของเกษตรกร ได้แก่ ทุนความรู้ ทุน ทรัพยากร/ปัจจัยการผลิต และโอกาสการ เข้าถึงตลาด ดังนั้น นโยบายดังกล่าวจึงไม่ สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างยั่งยืน เมื่อหมด งบประมาณ เกษตรกรก็คงเผชิญหน้ากับ ปัญหาเดิม ๆ มาหลายทศวรรษ

จากที่กล่าวข้างต้น จึงมีข้อเสนอ สำหรับสิ่งที่รัฐที่ควรทำและไม่ควรทำ ดังนี้ สิ่งที่ควรทำ ได้แก่

การจัด Zoning เพื่อจำแนก พื้นที่ทำนาตามคุณภาพ เช่น พื้นที่น้ำ ฝน พื้นที่นาแล้ง ฯลฯ เพื่อการวางแผน ส่ง เสริมการทำนาให้เหมาะสมกับบริบท ตลอด จนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบ





ชลประทาน การจัดรูปที่ดิน การพัฒนาที่ดิน การส่งเสริมการเชื่อมโยงโซ่คุณค่า (Value chain) เป็นต้น

การส่งเสริมการรวมกลุ่มชาวนา อาจเป็นในรูปแบบของกลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจ ชุมชน หรือเป็นสมาชิกสหกรณ์ ทั้งนี้ ย่อมขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในขนาดธุรกิจ และสมรรถนะของชาวนาในการบริหารจัดการกลุ่ม เพื่อการเป็นองค์การพึ่งพาตนเองในอนาคต ซึ่งต้องมีหน่วยงานพี่เลี้ยงไปช่วยยกระดับสมรรถนะเกษตรกรในเรื่องของการผลิต และการเชื่อมโยงธุรกิจของกลุ่ม เพื่อสร้างอำนาจการต่อรองด้านราคา และการเชื่อมโยงเครือข่ายในการเข้าถึงตลาด เช่น กรณีตัวอย่าง เครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจ ข้าวหอมมะลิอำนาจเจริญ เครือข่ายคุณค่าข้าวคุณธรรม

นโยบายสำหรับการแก้ปัญหาเชิงระบบ ด้วยการใช้นวัตกรรมการยกระดับมูลค่าเพิ่ม ผ่านกลไกการจัดการโซ่คุณค่าในธุรกิจของกลุ่มและสถาบันเกษตรกร ซึ่งตัวแบบที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดี ได้แก่ กลุ่มธุรกิจเชิงคุณค่าสามพรานที่กำลังเชื่อมโยงเครือข่ายผู้บริโภคกับเครือข่ายผู้ผลิตในลักษณะของ Demand Driven Supply Network

นโยบายการจัดการความรู้ที่เข้าถึงเกษตรกร และสร้างความเข้าใจในเรื่องของโครงสร้างการผลิต การตลาด การทำไร่นาสวนผสมเพื่อลดความเสี่ยงจากอาชีพทำนา ช่วยให้มีรายได้เสริมอีกทั้งยังจะช่วยลดรายจ่ายในครัวเรือน ตัวอย่างสำหรับการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสม เช่น หลักสูตรชาวนามีอาชีพที่มีสาระการเรียนรู้ ที่นำไปสู่การปรับทัศนคติในการทำนา การปรับกระบวนการทัศน์และการเพิ่มพูนความรู้ทักษะ

การบูรณาการการทำงานในรูปแบบของ Public Private Partnership นั้น ต้องเน้นที่ชาวนาเป็นศูนย์กลางอย่างแท้จริง โดยมีกลไกการติดตามประเมินผลมิให้เกษตรกรถูกเอาเปรียบ และภาคีตกไปเป็นประโยชน์ของพ่อค้า

ควรจัดให้มีหลักสูตรฝึกอบรม Smart Officers ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อยกระดับสมรรถนะในทิศทางดังกล่าวข้างต้น (หลักสูตร Smart Officers ส.ป.ก.) ซึ่งมีความรู้ภาพใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างการผลิต การตลาดข้าว การจัดการโซ่คุณค่า มีทักษะเกี่ยวกับเรื่องการวางแผนกลยุทธ์ และการขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติในการบรรลุเป้าหมาย

กำหนด Agenda “การสร้างโซ่คุณค่าข้าวไทย” ที่มุ่งเน้นการวางแผนให้เกิดความสมดุลระหว่างอุปสงค์อุปทานข้าวไทย ทั้งระบบและมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน โดยเริ่มจากการสร้างระบบฐานข้อมูลชาวนา ตามระบบ Zoning และขับเคลื่อนโดยใช้กลไกการจัดการโซ่คุณค่าที่มีผู้ประกอบการต่างๆ เข้ามาเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจ โดยรัฐจะเข้ามาตราตรึงและนโยบายสนับสนุน เช่น การลดหย่อนภาษีแก่ผู้ประกอบการ/โรงสี/ผู้ส่งออก และโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบจากข้าว การรณรงค์ให้คนในชุมชนบริโภคข้าวที่ผลิตในชุมชน การรณรงค์ให้คนในหน่วยงานรัฐและบริษัท มีกลไกการอุดหนุนข้าวจากชาวนาและสถาบันเกษตรกรโดยตรง เป็นต้น

สิ่งที่ไม่ควรทำ

การจัดสรรงบประมาณ การช่วยเหลือชาวนาที่เป็นโครงการเร่งด่วน เพราะงบประมาณส่วนใหญ่จะเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับจัดซื้อผลงานที่เป็นตัวแบบและแนวปฏิบัติที่ดีมากกว่าการนำไปใช้แก้ปัญหาอย่างจริงจัง



การทำไร่นาสวนผสม เพื่อเพิ่มรายได้ และลดความเสี่ยงในการทำนา

โครงการตามนโยบายรัฐที่ขึ้นมาจัดการเรื่องแก้ปัญหาข้าวค้างสต็อก ตัวอย่างเช่น โครงการกระจายข้าว ซึ่งทำอยู่ในปัจจุบัน ก่อให้เกิดผลกระทบทำให้ราคาข้าวในฤดูกาลใหม่ ตกต่ำ (เข้าลักษณะแก้ปัญหาอย่างหนึ่งแต่กลับสร้างปัญหาใหม่อีกอย่างหนึ่ง)

