

รายงานผลการจัดเวทีเสวนา

ส่งเสริมแหล่งเรียนรู้ด้านการจัดการระบบการตลาดสินค้าเกษตรและโลจิสติกส์

วันที่ 23 กรกฎาคม 2557

ณ โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาป่าพะยอม อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง



1. หลักการและเหตุผล

ยุทธศาสตร์และนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกรมส่งเสริมการเกษตร มุ่งเน้นส่งเสริมการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำเพื่อให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก และให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่ดีขึ้น

การจัดระบบตลาดสินค้าเกษตรและโลจิสติกส์ ปัจจุบันพบว่า สถานการณ์การผลิตพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ เช่น พืชผัก ไม้ผล ส่วนใหญ่เป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญที่รัฐบาลจัดให้อยู่ในกลุ่มสินค้าเพื่อการส่งออก ทั้งในรูปแบบผลผลิตสดและแปรรูป ซึ่งการส่งเสริมการผลิตพืชสำคัญดังกล่าวยังคงมีปัญหาอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการผลิตและการตลาด ประกอบกับกรมส่งเสริมการเกษตรสนับสนุนให้เกษตรกรรวมกลุ่มกันพัฒนา เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันจนสามารถดำเนินการผลิต แปรรูปผลผลิตเกษตร บริหารจัดการทุน และมีการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรสู่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองและครอบครัวให้ดีขึ้น

การส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดแหล่งเรียนรู้ดี ๆ และวิทยาการเกษตรกรแกน ๆ ในพื้นที่ย่อมจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาที่ดีขึ้นด้านการจัดระบบตลาดสินค้าเกษตรและโลจิสติกส์ ทำให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เกิดเกษตรกรแกนนำในการถ่ายทอดความรู้รวมทั้งเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อเป็นตัวอย่างหรือต้นแบบที่ดีด้านการจัดระบบตลาดสินค้าเกษตรและโลจิสติกส์ ให้แก่สมาชิกของกลุ่มหรือองค์กรเกษตรกรและเครือข่าย ซึ่งจะทำให้องค์กรเกษตรกรเกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน อีกทั้งแหล่งเรียนรู้อย่างจะเป็นเวที พบปะแลกเปลี่ยนระหว่างเกษตรกรสมาชิก และองค์กรเกษตรกรต่าง ๆ ในการนำปัญหาอุปสรรคที่พบมาปรึกษาหารือและหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน โดยร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อพัฒนาองค์กรเกษตรกรและเครือข่ายเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการกลุ่มการบริหารจัดการสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพและปลอดภัย และการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.2 เพื่อให้สมาชิกองค์กรเกษตรกรได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ บูรณาการการทำงาน
ในลักษณะภาคีเครือข่ายร่วมกับทุกภาคส่วนในชุมชน

2.3 เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถเกษตรกรให้เป็น Smart Farmer ด้านการจัดระบบ
ตลาดสินค้าเกษตร โลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตร

3. ระยะเวลาดำเนินการ

23 กรกฎาคม 2557

4. สถานที่ดำเนินการ

โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาป่าพะยอม อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง

5. ผู้เข้าร่วมโครงการ

เกษตรกรสมาชิกกลุ่มไม้ผลไล่เลียบ อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง จำนวน 50 คน

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 องค์กรเกษตรกรและเครือข่ายมีความรู้ด้านการจัดระบบการตลาดสินค้าเกษตรและ
โลจิสติกส์

6.2 เกิดการบูรณาการการทำงานในลักษณะภาคีเครือข่ายร่วมกับทุกภาคส่วนในชุมชน

6.3 เกษตรกรได้รับการพัฒนาเป็น Smart Farmer ด้านการจัดระบบตลาดสินค้าเกษตร
โลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตร

6.4 ได้องค์ความรู้และคู่มือการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ด้านการจัดระบบการตลาดสินค้าเกษตร
และโลจิสติกส์ในระดับเขต

ผลการจัดเวทีเสวนา

การจัดระบบตลาดสินค้าเกษตรและโลจิสติกส์

(อ.กัญญา อัครอารีย์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

ระบบการตลาดสินค้าเกษตรในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เนื่องจากความ
ต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ทำให้การผลิตเปลี่ยนไปด้วย ระบบการตลาดและโลจิสติกส์ที่มี
ประสิทธิภาพจึงต้องมีการพัฒนา และเปลี่ยนแปลงระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตร ให้
สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดที่เกิดจากความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงจุด

การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์

Supply Chain หรือการจัดการโซ่อุปทาน คือ การใช้ระบบของหน่วยงาน คน เทคโนโลยี กิจกรรม ข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากร มาประยุกต์กัน นับตั้งแต่การนำเข้าวัตถุดิบสู่กระบวนการผลิต การขนส่งสินค้าเข้าสู่คลังหรือโกดังสินค้าเพื่อกระจายสินค้า การสั่งซื้อสินค้า จนกระทั่งส่งสินค้าถึงมือลูกค้าให้มีความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งปัจจุบันเรื่องของโซ่อุปทานมีความจำเป็นสำหรับการจัดการระบบตลาดสินค้าเกษตร เนื่องจากการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ดีจะเป็นส่วนช่วยในการลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ดีนั้นสามารถทำได้โดย การจัดส่งสินค้าได้ตรงตามความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค ภายใต้อุปสงค์และคุณภาพที่ต้องการ ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานนั้นระบบโลจิสติกส์มีความเกี่ยวข้องจากจุดต้นทางไปยังจุดบริโภคตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งกิจกรรมของระบบโลจิสติกส์จะประกอบด้วย แหล่งวัตถุดิบ ศูนย์รวบรวม การขนส่ง การตรวจสอบย้อนกลับ สินค้าคงคลัง การบรรจุ คลังสินค้า การเก็บเกี่ยว ตลาดรับซื้อ และคำสั่งซื้อ กิจกรรมทั้งหมดจะต้องใช้ระบบโลจิสติกส์มาจัดการให้ถูกต้องและเหมาะสมตามชนิดของสินค้านั้น ๆ

การจัดการระบบตลาดสินค้าเกษตร และโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ จะต้องมีการบริหารจัดการ การขับเคลื่อนเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ซึ่งประกอบไปด้วย

- ❶ แหล่งผลิตหรือสวน ควรจะมีการบริหารจัดการที่ดีตามมาตรฐานการผลิตสินค้าทางการเกษตร (GAP)
- ❷ ศูนย์รวบรวม และคัดแยกผลผลิต หรือรวบรวมบรรจุภัณฑ์ จะต้องจัดตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม มีการจัดการที่ดี ได้รับมาตรฐาน GMP และ HACCP
- ❸ การขนส่ง ควรมีการวางแผนและจัดการวิธีการขนส่งที่สะดวก รวดเร็ว และมีวิธีป้องกันไม่ให้ผลผลิตได้รับความเสียหายก่อนถึงมือผู้บริโภค
- ❹ การจัดเก็บข้อมูลสารสนเทศ เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการผลิตและการตลาดในอนาคต หรือสามารถนำมาตรวจสอบย้อนหลังในกรณีที่เกิดปัญหา
- ❺ ราคาตลาด ราคาสินค้ามักเป็นไปตามกลไกของตลาด ช่วงเวลา และสภาพสังคมและเศรษฐกิจ ถ้าผลผลิตหรือสินค้ามีคุณภาพดี ราคาที่ขายได้จะค่อนข้างดี

การตลาด

เรื่องของการตลาดในระบบตลาดสินค้าเกษตรและโลจิสติกส์มีความสำคัญเช่นกัน ตลาดคือ บุคคลหรือองค์กรที่มีความต้องการหรือจำเป็นในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ซึ่งมีอำนาจเต็ม หรือมีเงิน มีความเต็มใจที่จะซื้อ และมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ ส่วนการตลาด คือ กระบวนการอะไร

ก็ตามที่สามารถทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และซื้อสินค้าหรือบริการ หรืออยู่กับองค์กรนานที่สุด ในการตลาดนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดคือลูกค้า ดังนั้นการจัดการเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้รับสินค้า ที่ตรงกับความต้องการ และมีความพึงพอใจจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก การวางแผนการตลาด จึงเป็นเรื่องที่ผู้ผลิตและผู้ค้าควรให้ความสนใจ และเกษตรกรผู้ซึ่งถือว่าเป็นผู้ผลิตที่สำคัญ จะต้องมีการจัดการระบบการตลาดสินค้าเกษตรและโลจิสติกส์ที่รองรับความต้องการของผู้บริโภคเสมอ คุณลักษณะคุณภาพของผลผลิตทางการเกษตรที่จำหน่ายจะต้องมีลักษณะตรงตามที่คุณบริโภค ต้องการ มีการพยากรณ์ความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้ข้อมูลที่เคยมีในอดีตมาช่วยในการ คาดการณ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่น การวางแผนการตลาด การวางแผน การเพาะปลูก เป็นต้น นอกจากนี้สินค้าหรือผลผลิตทางการเกษตรที่นำไปจำหน่ายนั้นจะต้องมี คุณค่าทางการตลาดที่เหมาะสม ได้แก่

- ❖ **ผลิตภัณฑ์ (Product)** คือสิ่งที่สามารถตอบสนองของความต้องการของลูกค้า หรือสิ่งที่เสนอ ขายไปยังตลาด

- ❖ **ราคา (Price)** คือมูลค่าของสินค้าที่แสดงเป็นจำนวนเงิน อาจต้องอาศัยกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้กลไกการตลาดเป็นไปอย่างปกติ และสามารถจูงใจผู้บริโภคได้ เช่น กลยุทธ์ราคาสำหรับเข้าสู่ ตลาด กลยุทธ์การให้ส่วนลด กลยุทธ์ราคาจากภาวะค่าขนส่ง กลยุทธ์ราคาตามหลักจิตวิทยา เป็นต้น

- ❖ **สถานที่หรือทำเล (Place)** เป็นกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าจากต้นน้ำสู่ปลายน้ำ โดยคำนึงถึงลูกค้าและความต้องการของตลาดเป็นหลัก

- ❖ **การส่งเสริมการขาย (Promotion)** เป็นกระบวนการทางด้านการสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อจูงใจหรือต่อยาวเกี่ยวกับสินค้าและตราที่ยี่ห้อ เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง ความเชื่อทัศนคติ ความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้บริโภค

นอกเหนือจากการผลิตสินค้าให้มีคุณค่าทางการตลาดที่เหมาะสม การตลาดต่างประเทศ เป็นอีกวิธีหนึ่งซึ่งช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม และนำเสนอคุณค่าที่มีอยู่ของสินค้า โดยการจำหน่ายผลผลิต หรือสินค้าในตลาดต่างประเทศ จะต้องผลิตให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในประเทศนั้น ๆ และต้องคำนึงถึงระบบการค้า วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การเมือง และกฎหมายของประเทศนั้น ๆ ด้วย อาจจะเริ่มจากตลาดใกล้ตัวก่อน เช่น ตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียน

การจัดการสินค้าคงคลัง

สินค้าคงคลัง คือ สินค้าหรือวัสดุที่เก็บไว้เพื่อการใช้งานหรือจำหน่ายในอนาคต โดยทั่วไป สินค้าคงเหลือที่เก็บไว้จำแนกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ วัตถุดิบ สินค้าระหว่างกระบวนการผลิต และ ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ซึ่งสินค้าเกษตรมักจะมีปัญหาใหญ่ คือ การเปลี่ยนแปลงผลผลิตทางการ เก็บเกี่ยวตามลักษณะกายภาพของผลผลิตนั้น ๆ ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมีทั้งปัจจัย ภายใน และภายนอกผลผลิต หากเกษตรกรผู้ผลิตประสบปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงทั้งปัจจัย

ภายในและภายนอก และไม่สามารถจัดการดูแลผลผลิตของตนได้ ก็จะทำให้เกิดความเสียหายมากมาย ตามมา ซึ่งการบริหารสินค้าคงคลังจะเป็นวิธีการประเมินประสิทธิภาพการบริหารจัดการที่ดี โดยดูได้จากอัตราการหมุนเวียนสินค้าคงคลัง และการบริการ เช่นในกรณีที่ไม่มีสินค้า นอกจากนี้ การจัดการสินค้าคงคลังจะมีค่าใช้จ่ายสินค้าคงคลังที่เกษตรกรผู้ผลิตจะต้องจัดการวางแผนบริหารจัดการให้เหมาะสม ประกอบด้วย

❶ ค่าสินค้า

❷ ค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้า เป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการเก็บรักษาสินค้า เช่น ค่าก่อสร้างอาคาร ค่าเครื่องมือ ค่าประกัน

❸ ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้า เช่น ค่าติดต่อสื่อสาร ค่าขนส่ง ค่าตรวจนับสินค้า

❹ ค่าเสียโอกาสการขาย เช่น กรณีไม่มีสินค้า

คลังสินค้า

คลังสินค้า (Warehouse) คือสถานที่สำหรับวาง จัดเก็บ พัก กระจายสินค้าคงคลัง คลังสินค้ามีชื่อเรียกได้ต่าง ๆ กัน อาทิ ศูนย์กระจายสินค้า ศูนย์จำหน่ายสินค้า และโกดัง ฯลฯ กิจกรรมของคลังสินค้าเกษตรจะประกอบด้วย การขนย้ายผลผลิตและการเทพผลผลิต การคัดขนาด และการตัดแต่ง การทำความสะอาด การปรับสภาพผิว และการเคลือบผิว การจัดมาตรฐาน การบรรจุ

การเก็บรักษาสินค้าเกษตรโดยเฉพาะพวกผักและผลไม้สดภายในคลังสินค้ามีหลายวิธีการ ดังนี้

❖ การเก็บในโรงเก็บ/ห้องเก็บ มีการระบายอากาศที่ดี มีการยกพื้นเพื่อวางกองผลผลิต อาจมีการปรับให้สภาพความชื้นสูง เพื่อป้องกันผลผลิตเสียน้ำ นิยมใช้ผลผลิตที่ไม่ต้องการอุณหภูมิต่ำมาก และอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีความชื้นต่ำได้

❖ การเก็บในห้องเย็น เพื่อชะลอการเสื่อมเสีย การสุก การหายใจ การทำลายเชื้อและแมลง ช่วยรักษาคุณภาพ และยืดอายุการเก็บรักษา อุณหภูมิที่ใช้ไม่ต่ำมาก เพราะจะส่งผลให้น้ำในเซลล์แข็งตัวและผลผลิตเสียหาย

❖ การเก็บโดยลดความดัน เน้นลดออกซิเจนเพื่อให้อัตราการหายใจช้าลง ลดการสังเคราะห์เอทิลีน ซึ่งสามารถเก็บได้นานกว่าการเก็บในห้องเย็นบรรยากาศปกติ

❖ การเก็บโดยควบคุมสภาพอากาศ เป็นวิธีการลดหรือเพิ่มปริมาณแก๊สในบรรยากาศให้แตกต่างจากปกติ ส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มคาร์บอนไดออกไซด์ และลดออกซิเจน

บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่ช่วยป้องกันการเกิดความเสียหายจากการตกกระทบ กัดทับ หรือสัมผัสเหวี่ยง ช่วยป้องกันการสูญเสียหรือควบคุมอุณหภูมิได้ดี และช่วยให้ทำงานสะดวกขึ้นในการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว บรรจุภัณฑ์มี 2 ชนิดหลัก ๆ คือ บรรจุภัณฑ์สำหรับขาย

ปลีก และบรรจุภัณฑ์สำหรับขายส่ง โดยแต่ละชนิดมีวัตถุประสงค์ในการใช้งานแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะและคุณสมบัติของสินค้า วิธีการจำหน่าย วิธีการเก็บรักษา ตลาดเป้าหมาย และการนำไปใช้งาน ซึ่งจะมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน เช่น ในการขายส่งควรใช้เชิงไม้ไผ่ ลังไม้ ตะกร้า ถุงพลาสติก ถุงไนลอน ส่วนในการขายปลีก อาจใช้แผ่นฟิล์มพลาสติก ถุงกระดาษ ถาดโฟม กล่องกระดาษพับได้ เป็นต้น และยังมีบรรจุภัณฑ์อีกประเภทหนึ่ง คือบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า บรรจุภัณฑ์นี้จะได้รับการออกแบบ และมีคุณสมบัติเฉพาะเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค

การขนส่ง

การขนส่งเป็นการเคลื่อนย้ายสินค้าจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งในโซ่อุปทาน คุณลักษณะการขนส่งที่ดีจะต้องมีความรวดเร็ว ประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย และตรงต่อเวลา เชื่อถือได้ ในการขนส่งแต่ละวิธีมีข้อแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของตัวสินค้า และตลาดหรือจุดจำหน่ายสินค้า ผู้ผลิตสามารถออกแบบการขนส่งโดยเลือกรูปแบบการขนส่งและวางแผนการดำเนินการ เส้นทางและเครือข่ายการขนส่งให้เหมาะสม มีความรวดเร็ว สะดวก สามารถขนส่งได้ครั้งละจำนวนมาก ส่งได้บ่อย และสามารถเข้าถึงพื้นที่จำหน่ายได้ดี รวมทั้งค่าใช้จ่ายต่างในการขนส่งค่อนข้างคงที่ การขนส่งสินค้าจึงมีประสิทธิภาพ

การกระจายสินค้า

การกระจายสินค้าเป็นขั้นตอนการเคลื่อนย้ายและจัดเก็บสินค้า จากผู้ส่งมอบวัตถุดิบไปยังลูกค้าในโซ่อุปทาน มีทั้งการกระจายสินค้าแบบจัดส่งโดยตรง คือ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องการดำเนินงานของศูนย์รวบรวม มีความหลากหลายของสินค้า แต่เป็นการกระจายสินค้าที่มีต้นทุนสูง ระยะเวลาจัดส่งขึ้นกับชนิดสินค้า ส่วนรูปแบบการกระจายสินค้าผ่านศูนย์รวบรวมจะมีค่าใช้จ่ายในเรื่องการดำเนินงานของศูนย์รวบรวมแต่ต้นทุนต่ำ มีสินค้าคงคลังสูง ความหลากหลายของสินค้า น้อย ระยะเวลาจัดส่งรวดเร็ว

การตรวจสอบย้อนกลับ

การบันทึกข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้า ตั้งแต่ต้นทางไปถึงปลายทาง มีข้อดีคือทำให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ ในปัจจุบันมีหลายวิธีที่ใช้งาน แต่วิธีที่นิยมได้แก่

① การระบุชื่อ/ รหัส เป็นวิธีการเบื้องต้นที่ง่ายที่สุด แต่ก็ข้อมูลที่ได้ไม่มีความละเอียด

② ระบบบาร์โค้ด โดยการนำระบบบาร์โค้ดมาใช้กับคลังสินค้าจะสามารถใช้ได้หลาย ๆ

จุด ได้แก่ การรับและส่งสินค้าเข้าออกจากคลัง การจัดระบบเก็บสินค้าภายในคลัง และการตรวจนับสินค้าภายในคลัง เป็นต้น ปัญหาภายในคลังสินค้าโดยเฉพาะข้อผิดพลาดที่เกิดจากพนักงานตรวจนับ รับส่งสินค้า วิธีนี้จะทำให้การทำงานด้านเอกสาร และการตรวจเช็ค ตรวจนับต่าง ๆ ภายในคลังสินค้าสามารถทำได้รวดเร็วขึ้น และช่วยให้ข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่เกิดจากการป้อนข้อมูลด้วยคนสามารถลดลงได้

③ ระบบ RFID ซึ่งเป็นระบบที่มีการทำงานและสามารถใช้ประโยชน์คล้ายคลึงกับระบบบาร์โค้ด เป็นระบบซีเฉพาะอัตโนมัติ แบบไร้สาย เป็นวิธีระบุเอกลักษณ์วัตถุโดยใช้คลื่นความถี่วิทยุ ซึ่งต่างจากเทคโนโลยีอื่น ๆ มีความละเอียด และสามารถบรรจุข้อมูลได้มากกว่า ซึ่งทำให้สามารถแยกความแตกต่างของสินค้าแต่ละชิ้นแม้จะเป็น SKU (Stock Keeping Unit-ชนิดสินค้า) เดียวกันก็ตาม เช่น ในสินค้ามีความคล้ายคลึงกันมาก ระบบนี้สามารถตรวจสอบได้เลยว่า วัตถุติดมาจากต่างแหล่ง ผลิตจากโรงงานที่ต่างกัน หรือคนละล็อตการผลิต สินค้ามาจากตัวแทนจำหน่ายที่ต่างกัน หรือส่งสินค้าคนละวัน เป็นต้น

หากเกษตรกรผู้ผลิตมีการวางแผนการผลิตและระบบการตลาดแล้ว โอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพดีและมีประสิทธิภาพก็จะมีเพิ่มขึ้น นอกจากนี้เกษตรกรผู้ที่ประสบความสำเร็จแล้วควรจะรวมกลุ่มกัน เพื่อรวบรวมองค์ความรู้ที่มี ถ่ายทอดสู่เกษตรกรกลุ่มอื่น ๆ ต่อไป ระบบสินค้าเกษตรของไทยก็必将มีความเข้มแข็งและมั่นคง

แนวทางการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ต้นแบบ ด้านการจัดระบบตลาดสินค้าโลจิสติกส์แบบบูรณาการ (มหาวิทยาลัย ช.ก.ส. สหกรณ์ ผู้รับซื้อผลผลิต)

ผู้ร่วมเวทีเสวนา

นางสาวศิริกุล ศรีแสงจันทร์	สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 5 จังหวัดสงขลา
อ.กันยา อัครอารีย์	คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
นายเทอด นมรักษ์	ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาพัทลุง
นายชาย คงแก้ว	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพัทลุง
นายอดิสร สิทธิเดช	พ่อค้าผู้รับซื้อผลผลิต

❶ ถ้าต้องการพัฒนากลุ่มเกษตรกร ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการจัดระบบตลาดสินค้า

โลจิสติกส์ จะต้องทำอย่างไร

สินค้าผลไม้เป็นปัญหาใหญ่ ถ้าต้องการให้กลุ่มเป็นต้นแบบแหล่งเรียนรู้ ต้องให้กลุ่มมีความเข้มแข็งในการพัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพ โดย ช.ก.ส. จะช่วยประสานงานด้านตลาดผลไม้ให้ แต่ต้องพัฒนาตนเองให้มีความรู้เพียงพอ เพื่อต่อยอดความรู้ ให้กับกลุ่มอื่น ๆ พร้อมสร้างเครือข่าย และขายผลผลิตในราคาที่ยุติธรรม

๒ ผลไม้อะไรบ้างที่ตรงกับความต้องการในการรับซื้อของพ่อค้า ควรมีคุณภาพเป็นอย่างไร และราคาต่างกันอย่างไร

❖ ผลผลิตมังคุดมีตลอดทั้งปี และตลาดมีความต้องการมาก ถ้าเป็นมังคุดผิวมันขนาดใหญ่ จะต้องมีหูเขียว ผิวไม่เป็นกระ (ลาย) ถ้ามีลายต้องต่ำกว่า 10 % น้ำหนักประมาณ 90 กรัม มังคุดผิวมันขนาดกลางมีลักษณะคล้ายมังคุดผิวมันขนาดใหญ่ แต่ขนาดจะเล็กกว่า มีน้ำหนักประมาณ 80 กรัม มังคุดผิวมันขนาดเล็ก ลักษณะภายนอกจะเหมือนกับมังคุดผิวมันขนาดกลาง แต่ขนาดเล็กกว่า ส่วนราคามังคุดผิวมันขนาดกลาง-ใหญ่ ขายได้ราคา กิโลกรัมละ 25 บาท มังคุดตกรวด (ลูกดำและลูกดก) กิโลกรัมละ 8-10 บาท ถ้ายิ่งคัดเกรดมาก จะขายได้หลายราคา

❖ มังคุดที่ส่งออกไปสิบสองปันนา ประเทศจีน ราคาจะดีกว่า การคัดเกรดตามชั้นคุณภาพ เป็นวิธีการที่ช่วยต่อราคาผลผลิตกับพ่อค้าให้สูงขึ้นได้ โดยการคิดราคาจะบวกค่าขนส่งเพิ่มไปด้วย ส่วนการผู้จัดการสวน จะต้องดูแลเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดี สม่ำเสมอ หากสามารถรวมกลุ่มหลาย ๆ กลุ่มภายในจังหวัดเข้าด้วยกัน เพื่อให้มีปริมาณผลผลิตมากพอที่จะส่งออกไปขายที่อื่นได้ ซึ่งการจัดตั้งศูนย์คัดแยกของจังหวัดพัทลุงก่อนส่งไปขายที่อื่นอาจช่วยแก้ปัญหาด้านโลจิสติกส์ส่วนหนึ่งด้วย และหาวิธีการว่าทำอย่างไรในการพัฒนาผลไม้ของจังหวัดพัทลุง เพื่อให้ติดตลาดผู้บริโภค

๓ ปริมาณความต้องการของตลาดที่รับซื้อมังคุดจากสวนเกษตรกรมากน้อยแค่ไหน

ความต้องการของตลาดประมาณวันละ 20-30 ตัน แต่ปัจจุบัน เหลือเพียง 10-15 ตัน เพราะปริมาณผลผลิตลดลง แต่ถ้าเกษตรกรมีวิธีการที่สามารถทำให้ผลผลิตมีปริมาณเพียงพอที่จะส่งขายให้กับพ่อค้าได้ตลอดทั้งปี พ่อค้าสามารถรับซื้อผลผลิตได้ทั้งหมด

๔ ถ้าเกษตรกรรวมกลุ่มกันและรวบรวมผลผลิตให้มีปริมาณมากพอ แล้วมีพ่อค้ามารับซื้อ พ่อค้ามีความคิดเห็นอย่างไร

❖ เป็นวิธีการที่ดีและสะดวกต่อพ่อค้า แต่ราคายังคงขึ้นอยู่กับคุณภาพของผลผลิต และจะให้ราคาดีกว่าการที่เกษตรกรนำผลผลิตไปขายให้กับตลาดเอง

❖ แนวคิดที่กลุ่มเกษตรกรมารวมกันเพื่อตั้งจุดรวบรวมผลผลิตให้พ่อค้ามารับซื้อมีผลดีต่อทั้งคู่ คือพ่อค้าไม่ต้องตระเวนขับรถไปรับซื้อผลผลิตจากหลาย ๆ แหล่ง ถือเป็นจัดการด้านการขนส่งที่ดี และเกษตรกรจะได้ราคาสินค้าที่สูงขึ้นภายใต้เงื่อนไขที่สินค้านั้นต้องมีคุณภาพดีและได้มาตรฐาน เกรดผลผลิตของพ่อค้าและเกษตรกรต้องตรงกัน เพื่อที่จะได้ไม่มีช่องว่างของราคาสินค้า ทั้งนี้พ่อค้าและกลุ่มเกษตรกรต้องมีความซื่อสัตย์ต่อกัน เกษตรกรต้องนำผลผลิตที่ดีมีคุณภาพมาขาย และพ่อค้าจะต้องตีราคาให้ตรงกับคุณภาพของสินค้า

๕ การขนส่งสินค้าไปประเทศเพื่อนบ้านที่อยู่ใกล้กับแหล่งผลิต เช่น ส่งผลผลิตจากภาคใต้ของประเทศไทยไปยังมาเลเซียหรือสิงคโปร์แทนที่จะส่งไปจีน มีความแตกต่างกันหรือไม่ เพราะสะดวกในการขนส่งทั้งค่าใช้จ่ายและระยะทาง

❖ ตลาดส่งออกที่สำคัญของทุเรียนและมังคุด คือ ประเทศจีน เพราะผู้บริโภคหลักอยู่แถบนั้น ซึ่งในช่วงที่ประเทศไทยมีผลผลิตทุเรียนและมังคุด ทางมาเลเซียและสิงคโปร์ก็มีผลผลิตเช่นกัน ดังนั้นการพัฒนาระบบการขนส่งจึงมีความจำเป็นมาก เพราะถ้ามีการบริหารจัดการที่ดี โดยเกษตรกรสามารถนำผลผลิตมารวบรวม แล้วส่งต่อไปยังแหล่งรับซื้อเพื่อส่งออกกับผู้ส่งออกรายใหญ่โดยตรงได้จะดีมาก และไม่จำเป็นต้องนำผลผลิตไปรวมกับจังหวัดอื่นที่เป็นแหล่งรับซื้อรายใหญ่ เช่น ชุมพร แต่ให้จังหวัดจัดตั้งกลุ่มค้าขายและคัดแยกเองก็สามารถทำได้เช่นกัน แต่ต้องหาวิธีการป้องกันกลุ่มผู้มีอิทธิพลในพื้นที่เข้าแทรกแซงด้วย ดังนั้นทางออกที่ดีที่สุดของเกษตรกรคือ

1. รวมกลุ่มเกษตรกรให้ได้
2. ผู้ผลิตต้องทำหน้าที่เป็นผู้ค้าเองด้วย อย่าฝากตลาดไว้กับพ่อค้าคนกลาง เพื่อลดปัญหาการกำหนดราคาสินค้าโดยพ่อค้า

❖ เกษตรกรสามารถเริ่มจากผลไม้ที่ยังมีปริมาณไม่มากที่เพิ่งเริ่มออกสู่ตลาด เช่น ลองกอง ทั้งนี้หากมีปัญหาทางการตลาดให้ปรึกษากับทางสหกรณ์จังหวัด เช่น ในกรณีของมังคุด สหกรณ์จังหวัดสามารถจัดหาตู้คอนเทนเนอร์ให้ได้ โดยรวบรวมผลผลิตมังคุดประมาณ 8 ตันต่อ 1 จุดรวบรวม ซึ่งท่าเรือจะคิดค่าขนส่งกิโลกรัมละ 5 บาท เมื่อนำไปขายจะได้ราคามังคุดกิโลกรัมละ 40 บาท ใส่กล่องขนาด 10 กิโลกรัม จัดทำจุดรวบรวมประมาณ 4 จุด ก็จะทำให้มังคุดมีราคาดีขึ้น วิธีนี้จะทำให้เกษตรกรมีอำนาจการต่อรองมากขึ้น

๖ แนวคิดในการพัฒนาภูมิอะไรบ้าง

❖ หากกลุ่มใช้จุดแข็งคือ มีสินค้าหลากหลายและมีปริมาณสินค้าในแต่ละช่วงเวลาที่ค่อนข้างแน่นอน กลุ่มควรมีการบริหารจัดการข้อมูลให้ถูกต้อง ชัดเจนมากขึ้น เช่น เพิ่มความถี่ในการเก็บข้อมูลผลผลิตจากทุกเดือนเป็นทุกสัปดาห์ ทำให้สามารถประมาณการผลผลิตได้ในเชิงการค้า นอกจากนี้คุณภาพผลผลิตก็ควรมีความสม่ำเสมอ และมีข้อมูลของแต่ละเกรดว่าราคาเท่าไร หรือนำข้อมูลด้านวิชาการมาใช้ในการดูแลผลผลิตให้มีคุณภาพมากขึ้น จากที่กล่าวมา หากสามารถทำได้ จะพบปัญหาน้อยลงในการจับคู่ทางการค้า ทำให้การจับคู่ทางการค้าง่ายขึ้น ในด้านการจัดการทางการเก็บเกี่ยว กลุ่มควรศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการดูแลรักษาผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยวเพิ่มเติม นอกจากนี้แนวคิดด้านโลจิสติกส์ คือกลุ่มควรมีการกระจายสินค้า โดยกลุ่มรวบรวมผลผลิตจากสมาชิก และนำสินค้าไปขายให้กลุ่ม ๆ หนึ่ง โดยกลุ่มเหล่านี้จะรวบรวมกันขายสินค้าให้กลุ่มที่ใหญ่กว่าอีกทอดหนึ่ง สิ่งเหล่านี้จะทำให้เกิดเครือข่ายเพิ่มขึ้น แต่ต้องกำหนด

หลักเกณฑ์การผลิตสินค้าเพื่อให้มีมาตรฐานมากขึ้น ซึ่งทางกลุ่มจะต้องมีความเข้มแข็งเพิ่มขึ้นด้วย นอกจากนี้ควรนำการรับรองมาตรฐาน GAP ของกลุ่มมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วย

❖ ธ.ก.ส. สามารถประสานงานโดยจัดหาสถานที่เป็นจุดคัดแยกสินค้า และสนับสนุนทางด้านการเงินในการลงทุนเพื่อจัดการระบบสินค้าได้ แนะนำให้แต่ละกลุ่มภายในจังหวัดมาจัดตั้งจุดคัดแยกพร้อมกัน เพื่อลดการแข่งขันด้านคุณภาพผลผลิตภายในจังหวัดเดียวกัน

ให้เกษตรกรภายในกลุ่มคิดว่าแนวคิดต่าง ๆ จากผู้ร่วมเสวนามีความเป็นไปได้ในการจัดการระบบสินค้าเกษตรและโลจิสติกส์ภายในกลุ่มหรือไม่

❖ เดิมคิดว่าการจัดตั้งศูนย์คัดแยกด้วยตนเองทำได้ยาก และสมาชิกกลุ่มยังขาดประสบการณ์ด้านการตลาด ปัญหาคือผลิตได้แต่ขายไม่เป็น แต่หลังจากได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงานให้พัฒนาคุณภาพการผลิตสินค้า และได้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพร้อมจะให้คำปรึกษากับทางกลุ่มทางการตลาด ซึ่งต่างจากในอดีตที่จะเข้ามาช่วยเหลือหลังจากเกิดปัญหา เช่น ผลไม้ล้นตลาดแล้ว ทางกลุ่มจึงมีความหวังว่าจะสามารถทำได้ในอนาคต แต่ทางกลุ่มยังคงขาดความมั่นใจในคุณภาพสินค้าของตนอยู่ เพราะในอดีตเคยประสบปัญหาเรื่องโดนกดราคาจากการที่พ่อค้ามารับซื้อแล้วกำหนดราคาต่อชิ้นต่ำ เกษตรกรจึงขาดความมั่นใจว่าสินค้าหรือผลผลิตที่ได้เมื่อผลิตแล้วมีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาดหรือไม่

❖ ทางกลุ่มควรเริ่มต้นโดยผลิตมังคุดคุณภาพดีให้ผู้บริโภคซึ่งเป็นคนไทยได้ทานในราคาที่เหมาะสม และเกษตรกรขายได้ในราคายุติธรรม โดยทางสหกรณ์จะจัดตะกร้าที่มีฉลากที่สามารถตรวจสอบคุณภาพผลผลิตย้อนกลับมาให้เกษตรกรได้ และเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยสำรวจความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริงได้ เพราะถ้าผลผลิตตะกร้าไหนไม่ดี จะบอกถึงรายละเอียดของผู้ผลิตตะกร้านั้น ๆ ทำให้ผู้ผลิตหรือเจ้าของสวนต้องปรับปรุงคุณภาพให้ได้มาตรฐาน ไม่เช่นนั้นจะนำมาจำหน่ายในราคาที่เท่ากับสวนที่ได้มาตรฐานไม่ได้ ซึ่งถือเป็นวิธีการสร้างความเข้มแข็งอีกวิธีหนึ่งให้กับตัวเกษตรกรเอง และถ้าสมาชิกกลุ่มทำได้ทุกคน ก็จะสร้างความมั่นใจให้กับทางหน่วยงานที่เข้ามาช่วยเหลือและผู้บริโภค ว่าผลผลิตจากแหล่งนั้นมีคุณภาพจริง ๆ

❖ ถ้ามีระบบบริหารจัดการที่เหมาะสม เกษตรกรอาจไม่มีความจำเป็นต้องใช้เงินกู้ แต่ ธ.ก.ส. พร้อมให้คำแนะนำและคำปรึกษาด้านการเงินเสมอ

๗ ถ้าในอนาคตกลุ่มเกษตรกรสามารถทำเป็นจุดคัดแยกเพื่อจำหน่ายผลผลิตให้พ่อค้า พ่อค้าจะสามารถสนับสนุนทางกลุ่มได้เต็มที่หรือไม่

❖ พ่อค้าสามารถมาช่วยเหลือได้ เพราะการคัดแยกผลผลิตให้ตรงตามเกณฑ์มาตรฐานไม่ใช่เรื่องยาก

❖ ให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบด้านไม้ผลของจังหวัดพัทลุงนำกลุ่มเกษตรกรไปศึกษาดูงานที่จังหวัดนครศรีธรรมราช และชุมพร ในช่วงที่ผลผลิตกำลังออก

❖ ฅ.ก.ส. รับเป็นเจ้าภาพในการประสานงาน เพราะเห็นว่าเกษตรกรจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายกับพ่อค้าและหน่วยงานต่าง ๆ แต่ทางกลุ่มเกษตรกรต้องให้ความร่วมมือ

❖ กลุ่มเกษตรกรมีความเข้มแข็งอยู่แล้ว แต่ต้องพัฒนาเทคนิคทางด้านการผลิตและการตลาด เช่น อาจให้พ่อค้าสอนการคัดเลือกเกรดผลไม้ โดยเริ่มจากตลาดเล็ก ๆ ก่อน และเมื่อสร้างเครือข่ายตามที่ ฅ.ก.ส. แนะนำได้แล้ว ค่อยขยายตลาดเพื่อสร้างอำนาจต่อรอง ทำให้ขายผลผลิตได้ในราคาที่ดีขึ้น

❖ เกษตรกรต้องรู้จักหาวิธีแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง หากไม่ได้ ให้แก้ปัญหาด้วยการนำผลผลิตมาแปรรูปซึ่งเป็นทางออกที่ดี การสร้างเครือข่ายสามารถทำให้เกษตรกรอยู่รอดได้ ส่วนตลาดต่างประเทศไม่ต้องเน้นมาก ให้เน้นผู้บริโภคภายในประเทศก่อน เมื่อผลผลิตมีคุณภาพดี สม่่าเสมอ และมีปริมาณมาก จึงค่อยส่งขายต่างประเทศ

สรุป

ทางกลุ่มเกษตรกรจะต้องสร้างความเข้มแข็ง สามัคคี และนำวิธีการที่วิทยากรแนะนำไปปรับใช้ แต่การที่กลุ่มทำกิจกรรมมาอย่างต่อเนื่อง จึงคาดหวังว่าทางกลุ่มสามารถพัฒนาระบบการจัดการตลาดและโลจิสติกส์ และสามารถเป็นตัวแทนของจังหวัดพัทลุงในการจัดการสินค้าเกษตรและโลจิสติกส์ โดยมีหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาสนับสนุนและช่วยขับเคลื่อนไปด้วยกัน



ภาพกิจกรรม

