



ความเป็นพลวัตการเกษตรไทยและ การก้าวเข้าสู่ยุคของการสร้างคุณค่า

3. การสร้างคุณค่าของสินค้าเกษตร : กรณีพักและผลไม้ของมูลนิธิโครงการหลวง

ในช่วงกว่า 3 ทศวรรษที่ผ่านมา มูลนิธิโครงการหลวงได้มีบทบาทสำคัญในการการพัฒนาและเสริมสร้างระดับคุณภาพชีวิตของครัวเรือนเกษตรกรบนพื้นที่สูง ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และรวมถึงการสนับสนุนให้เกิดรูปแบบและแนวทางในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาไว้ซึ่งสมบัติของส่วนรวมไปพร้อมๆ กับการช่วยลดผลกระทบที่จะเกิดจากสภาวะเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเป็นหน่วยงานหลักในการสนับสนุนให้เกิดการค้นคว้าวิจัยตลอดจนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับระบบการเกษตรบนพื้นที่สูง รวมไปถึงหน่วยราชการต่างๆ เพื่อหาชนิดของพืชและสัตว์ที่เหมาะสมกับระบบนิเวศบนพื้นที่สูง แล้วส่งเสริมให้เกษตรกรชาวเขาปลูกหรือเพาะเลี้ยงทดแทนการเพาะปลูกพืชที่ผิดกฎหมายหรือพืชที่มีมูลค่าต่ำ ซึ่งผลของการพัฒนาดังกล่าวได้ก้าวจากการผลิตเพื่อเลี้ยงตนเอง

ลำพูน พะเยา และแม่ฮ่องสอน มีเกษตรกรในพื้นที่โครงการประมาณ 102,379 คน ทั้งนี้มีสำนักพัฒนาเกษตรที่สูงเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ประสานกิจกรรมการพัฒนาบนพื้นที่สูงเพื่อให้เกษตรกรบนพื้นที่สูงสามารถผลิตสินค้าได้อย่างมีคุณภาพและมีความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค ตามกระบวนการการเพาะปลูกพืชผักที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) และสร้างความปลอดภัย (food safety) ในทุกห่วงโซ่อาหารจากขั้นตอนการผลิตไปสู่ผู้บริโภค รวมไปถึงการได้มาตรฐานในกระบวนการแปรรูปโดยมีโรงงานแปรรูปที่ถูกสุขลักษณะ (Good Manufacturing Practice : GMP) 1 มีโรงงานคัดบรรจุผลิตผลที่ได้มาตรฐาน นอกจากนี้สินค้าโครงการยังได้รับการรับรองในระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis Critical Control Point or HACCP) 2 ทั้งนี้เพื่อให้สินค้าโครงการหลวง ได้รับความเชื่อถือและเชื่อมั่นจากผู้บริโภคในตลาดภายในประเทศ ปัจจุบันสินค้าพืชผักของโครงการหลวงได้กระจายสู่ช่องทางการตลาดสมัยใหม่ (modern trade) เช่น ร้านค้าเฉพาะทาง ซูเปอร์มาร์เก็ต ผู้ผลิตอาหารให้กับสายการบิน ตลอดจนการจำหน่ายไปยังต่างประเทศ เป็นต้น

ในระบบของการผลิตสินค้าใดๆ ก็ตาม เป็นที่ตระหนักกันดีว่า



ในระดับครัวเรือนและชุมชน ไปสู่การมีเหลือเกินความต้องการในท้องถิ่นและเกิดการพัฒนาเชื่อมโยงในช่องทางการตลาดของสินค้าเกษตรบนพื้นที่สูงและผลิตภัณฑ์ในระดับต่างๆ จากแหล่งผลิตไปสู่ผู้บริโภคในเมือง จนเกิดเป็นระบบการตลาดของสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตบนพื้นที่สูง (ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ 2549)

การดำเนินโครงการของมูลนิธิโครงการหลวงได้ครอบคลุมในพื้นที่ 5 จังหวัดในภาคเหนือตอนบน ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย

การตลาดและกิจกรรมทางการตลาดมีบทบาทสำคัญต่อการกระจายของสินค้าและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าในมิติต่างๆ ตั้งแต่แหล่งผลิตไปจนถึงผู้บริโภค ดังนั้นการพัฒนาระบบการตลาดสินค้าเกษตรและ ผลิตภัณฑ์ซึ่งดำเนินงานโดยโครงการหลวงจึงเป็นช่องทางที่สำคัญ เพราะกลไกตลาดที่มีประสิทธิภาพย่อมจะทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกหาซื้อสินค้าได้ตามต้องการ ขณะเดียวกันกลไกในตลาดแข่งขันจะเป็นสื่อสนับสนุนให้เกษตรกรผู้ผลิตได้ผลิตสินค้าตามความต้องการของตลาด อันจะนำไปสู่การพัฒนาเทคโนโลยี

1 GMP หมายถึงหลักเกณฑ์และวิธีการปฏิบัติที่ดีในการผลิต ซึ่งเป็นการดำเนินการผลิตภายใต้การจัดการพื้นฐานด้านสุขลักษณะ ประกอบด้วยมาตรการควบคุมการผลิต การแปรรูปและการกระจาย หรือการจัดส่งอาหาร โดยคำนึงถึงความสะอาดและปลอดภัย การ ดูแลควบคุมโครงสร้างอาคารผลิต การควบคุมสภาพและการปฏิบัติ ของบุคลากรการผลิต การออกแบบและควบคุมการทำงานที่สะอาด เครื่องจักรอุปกรณ์การผลิต

2 HACCP หมายถึงระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม ซึ่งเป็นระบบป้องกันเพื่อสร้างความมั่นใจว่าอาหารที่ผลิตภายใต้การควบคุมโดยวิธีนี้เป็นอาหารที่ปลอดภัยต่อการบริโภค ปราศจากอันตรายจากเชื้อโรค สารเคมี หรือสิ่งแปลกปลอมต่างๆ ระบบ HACCP เป็นที่ยอมรับโดยแพร่หลายในปัจจุบันว่า เป็นระบบที่มุ่งเน้นการป้องกันปัญหา โดยพิจารณาจากสาเหตุและอันตรายที่อาจเกิดขึ้นและมีการวางมาตรการป้องกันและเฝ้าระวังตลอดวงจรการผลิตอาหารชนิดนั้นๆ



เพื่อการพัฒนาคุณภาพของสินค้า และเพื่อสร้างรูปแบบใหม่ๆ ของสินค้า ทั้งในอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ

พลวัตของตลาดการค้าสากลนั้น ได้มีข้อเสนอแนะที่สำคัญดังนี้

(1) รัฐควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบตลาดกลางสินค้าเกษตรให้เป็นศูนย์กลางของการรวบรวมและการกระจายสินค้าเกษตรในแหล่งผลิตที่สำคัญๆ ไปพร้อมๆ กับการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาศูนย์กลางของการเชื่อมต่อในระบบโลจิสติก เพื่อเสริมสร้างความมีประสิทธิภาพของระบบตลาดและกลไกตลาด ในระดับต่างๆ นอกจากนี้ควรสนับสนุนระบบมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าให้เป็นที่เชื่อถือ ตลอดจนได้มาตรฐานด้านสุขอนามัยมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค การที่สินค้ามีความชัดเจนในมาตรฐานและคุณภาพแล้วการทำงานของกลไกตลาดและราคาจะเอื้อประโยชน์ทั้งต่อผู้ผลิตและผู้บริโภคตามมา

(2) เนื่องจากตลาดสินค้าเกษตรมีความเป็นพลวัตสูงในสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้น การผลิตมีความจำเป็นที่จะต้องผลิตให้

เข้ากับความต้องการของผู้บริโภคทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงเนื่องจากความไม่แน่นอนทางด้านอุปสงค์ และในอีกด้านหนึ่งของการผลิตมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างนวัตกรรมสิ่งใหม่ๆ มานำเสนอให้กับผู้บริโภค ซึ่งทั้งสองกรณีบทบาทของการวิจัยทั้งในด้านการผลิตและการตลาดมีความจำเป็นเพื่อการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและเพื่อสร้างรูปแบบใหม่ๆ ของสินค้า ทั้งในอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบตลอดห่วงโซ่อุปทานของสินค้า

(3) เนื่องจากประเทศต่างๆ ต่างก็ให้ความสำคัญต่อมาตรฐานของสินค้าอาหารและคุณภาพด้านสุขอนามัยเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคและมีการถือปฏิบัติอย่างจริงจังทั้งนี้เพื่อให้การคุ้มครองกับผู้บริโภคภายในประเทศของตนรวมถึงการใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการกีดกันทางการค้า ประเทศไทยจึงควรจะต้องเตรียมความพร้อมในการพัฒนาโครงสร้างความปลอดภัยด้านอาหารในตลอดระบบห่วงโซ่อุปทานทั้งนี้ควรเร่งจัดทำระบบมาตรฐานการผลิตและมาตรฐานสินค้า และการพัฒนาขีดความสามารถของหน่วยงานที่กำกับและควบคุมมาตรฐานและคุณภาพสินค้า เพื่อให้เป็นที่เชื่อถือต่อผู้บริโภค และเป็นการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานให้เป็นห่วงโซ่คุณค่าตามมา

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบราคาเฉลี่ยของผัก 10 ชนิด ที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ชนิดผัก	ราคาเฉลี่ยผักปลอดภัยตราอื่นๆ ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (บาท/กก.)	ราคาผักธรรมดาในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (บาท/กก.)	%ความแตกต่างของราคาผักปลอดภัยเปรียบเทียบกับผักทั่วไป
กะหล่ำปลี	58	35	65.7
ผักกาดขาว	64	40	60.0
ผักกาดแก้ว	109	67	62.7
กะหล่ำม่วง	87	65	33.8
คะน้าธรรมดา	69	34	102.9
ยอดชวาโยเต้	100	52	92.3
ปวยเล้ง	169	106	59.4
มะเขือเทศพ้อ	79	33	139.4
ผักกาดหัว	48	29	65.5
แครอท	52	29 ^v	79.3
รวมเฉลี่ย	83.50	49.0	70.4

หมายเหตุ : 1/ เป็นราคาผักนำเข้าจากจีน
ที่มา : ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ (2549) ข้อมูลดังกล่าวเป็น ข้อมูลจากการสำรวจราคาในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต 5 แห่ง และร้านค้าเฉพาะทาง 2 แห่งในเขต กทม. ระหว่าง 18 กันยายน ถึง 5 พฤศจิกายน เป็นจำนวน 8 สัปดาห์เฉลี่ยรวมกัน

