

การศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเขาวง ในจังหวัดกาฬสินธุ์

The Study of Guideline for Value Creation in Supply Chain of Khao Wong Sticky Rice Farmers in Kalasin Province

กัลยารัตน์ ทิณรัตน์¹ นภาพร วงษ์วิชิต² เพ็ญสิริ พุวรกิจ³ ปาริณา เมญา แอนเดอร์สัน⁴ และณัฐนันท์ หล้าคำ⁵
Ganyarat Tinnarat¹ Napapron Wongwichit² Phensiri Phuworakit³ Parina Maya Anderson⁴ and Nattanan Lakkham⁵

Received : October 17, 2022 Revised : December 22, 2022 Accepted : February 7, 2023

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ระบบ บทบาท และปัญหาห่วงโซ่อุปทาน และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานของข้าวเขาวงของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเขาวงในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การพรรณนาและการวิเคราะห์แบบอุปนัย โดยใช้เทคนิคเดลฟาย กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกแบบยัดจุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้าเป็นหลักโดยคัดเลือกผู้ที่สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ จาก 3 กลุ่ม ประกอบด้วย ต้นน้ำ ได้แก่ ผู้ผลิตข้าวเขาวง/ปราชญ์ชาวบ้าน กลางน้ำ ได้แก่ กลุ่มโรงสีข้าวในอำเภอเขาวง และปลายน้ำ ได้แก่ ผู้ค้าข้าวเขาวงในจังหวัดกาฬสินธุ์ รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 42 คน ผลการวิจัย พบว่า ระบบ บทบาท ของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ มีรายละเอียดดังนี้ ต้นน้ำ ได้แก่ ผู้จัดหาวัตถุดิบ มี 3 ลำดับ คือ 1) ผู้จำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าว ปู๋ย และยาฆ่าแมลง 2) เกษตรกรหรือชาวนา 3) พ่อค้าคนกลาง กลางน้ำ ได้แก่ โรงสีข้าว และปลายน้ำ ได้แก่ ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภคชาวไทยทั้งในจังหวัดและในประเทศ ปัญหาในห่วงโซ่อุปทานของข้าวเขาวงในปัจจุบันพบว่า สมาชิกในห่วงโซ่อุปทานข้าวเขาวงจังหวัดกาฬสินธุ์ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานข้าวเขาวงในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีดังนี้ 1) การสร้างความร่วมมือของสมาชิกภายในห่วงโซ่อุปทาน 2) การส่งเสริมการปลูกข้าวอินทรีย์ 3) การบันทึกข้อมูลสารสนเทศและนำข้อมูลมาวิเคราะห์และพยากรณ์เพื่อวางแผนการดำเนินงาน และ 4) การขับเคลื่อนโดยใช้ตลาดออนไลน์

คำสำคัญ : การสร้างมูลค่าเพิ่ม ห่วงโซ่อุปทาน ข้าวเขาวง

^{1,2,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

^{2,3} Assistant Professor, Faculty of Administrative Science, Kalasin University

^{4,5} อาจารย์ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

^{4,5} Lecturer, Faculty of Administrative Science, Kalasin University

*Corresponding author E-mail: ganyaratsamee.tinnarat@gmail.com

Abstract

The objectives of this research study are to study systems, roles, and supply chain problems as well as the guidelines for improving supply chain efficiency of Khao Wong sticky rice of the Khao Wong rice producer group in Kalasin Province. This study was qualitative research using inductive descriptive and analysis by applying the Delphi technique sample group. This study used a research objective-based selection method by selecting those who can provide useful information from 3 groups: upstream: Khao Wong rice producers/villager scholars; midstream: rice mill groups in Khao Wong District and downstream including Khao Wong rice traders in Kalasin Province. A total sample consisting of 42 people. The results revealed the role system of the Khao Wong rice producer group Kalasin Province. The details are as follows: Upstream is raw material suppliers, which are divided into 3 orders: 1) rice seed, fertilizer and pesticide distributors; 2) farmers; 3) middlemen; midstream: rice mills; downstream: wholesalers, retailers, and Thai rice consumers both within the province and within the country. The results revealed the problems in the supply chain of Khao Wong rice and found that members of the Khao Wong rice supply chain in Kalasin province lack of knowledge and understanding of supply chain management. The development guidelines for the Khao Wong rice supply chain in Kalasin province are as follows: 1) building cooperation among members within the supply chain 2) promoting organic rice planting 3) recording information and using the data for analysis and forecasting for planning and 4) driven by using online marketplaces.

Keywords : Value Creation, Supply Chain Khao, Wong Sticky Rice

1. บทนำ

การส่งออกข้าวในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2565 (มกราคม-สิงหาคม 2565) มีปริมาณ 4,772,315 ตัน มูลค่า 83,637.5 ล้านบาท (2,471.0 ล้านเหรียญสหรัฐ) โดยปริมาณเพิ่มขึ้น 46.8% และมูลค่าเพิ่มขึ้น 39.8% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2564 ที่ส่งออกได้ปริมาณ 3,250,729 ตัน มูลค่า 58,819.7 ล้านบาท (1,944.9 ล้านเหรียญสหรัฐ) โดยการส่งออกข้าวเดือนสิงหาคม 2565 มีปริมาณ 687,118 ตัน มูลค่า 12,532.1 ล้านบาท ปริมาณและมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้น 18.8% และ 13.2% ตามลำดับ เมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2565 ที่ส่งออก 578,177 ตัน มูลค่า 10,173.2 ล้านบาท เนื่องจากเดือนสิงหาคมผู้ส่งออกเร่งส่งมอบตามสัญญาที่ค้างอยู่จากเดือนก่อน โดยเฉพาะตลาดอิรักที่ยังนำเข้าข้าวขาวต่อเนื่อง ส่งผลให้เดือนสิงหาคมมีการส่งออกข้าวขาวปริมาณ 376,045 ตัน เพิ่มขึ้น 20.1% เมื่อเทียบกับเดือนก่อน ส่วนใหญ่ส่งไปยังอิรัก จีน มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น แองโกลา เป็นต้น ในขณะที่ข้าวหนึ่ง มีการส่งออกปริมาณ 130,861 ตัน เพิ่มขึ้น 13.1% เมื่อเทียบกับเดือนก่อน ส่วนใหญ่ยังคงส่งไปยังตลาดหลักในแอฟริกา เช่น แอฟริกาใต้ เบนิน แคเมอรูน ไนเจอร์ เป็นต้น ส่วนการส่งออกข้าวหอมมะลิ (ตันข้าว) มีปริมาณ 77,683 ตัน เพิ่มขึ้น 15.8% เมื่อเทียบกับเดือนก่อน โดยส่งไปยังตลาดที่สำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา ฮอังกง สิงคโปร์ ไต้หวัน ออสเตรเลีย เป็นต้น (สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย, 2565) โดยผลผลิตข้าวของไทยมีทิศทางเพิ่มขึ้น โดยมีปัจจัยหนุนจากแนวโน้มสภาพอากาศ ปริมาณฝน และน้ำในเขื่อนที่คาดว่าจะเอื้ออำนวย ประกอบกับมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยเฉพาะโครงการประกันรายได้ที่คาดว่าจะมีต่อเนื่อง ทำให้เกษตรกรขยายพื้นที่เพิ่มรอบการเพาะปลูก โดยความต้องการ

บริโภคข้าวในประเทศมีแนวโน้มดีขึ้น ตามการฟื้นตัวของธุรกิจ ร้านอาหาร โรงแรม และอุตสาหกรรมการผลิตอาหารต่อเนื่อง ส่วนการส่งออกคาดว่าจะกลับมาขยายตัวตามกำลังซื้อของประเทศคู่ค้าที่ทยอยฟื้นตัว ประกอบกับราคาข้าวของไทยคาดว่าจะปรับลดลงตามผลผลิตที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ภาวะด้านการขนส่งและโลจิสติกส์น่าจะกลับมาคล่องตัวมากขึ้น หลังเผชิญวิกฤต COVID-19 รุนแรงในปี 2563-2564 อย่างไรก็ตาม ผู้ส่งออกข้าวยังคงเผชิญความเสี่ยงด้านการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอย่างอินเดียและเวียดนาม ซึ่งมีการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวที่ให้ผลผลิตต่อไร่สูงและมีต้นทุนต่ำกว่า ซึ่งช่วงปี 2565-2567 อุตสาหกรรมข้าวโดยรวมมีทิศทางปรับดีขึ้นเล็กน้อยจากปี 2564 โดยปริมาณผลผลิตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ขณะที่ราคามีแนวโน้มอ่อนตัวลง การแข่งขันที่ค่อนข้างสูงยังเป็นปัจจัยกดดันผลกำไรของผู้ประกอบการตลอดห่วงโซ่การผลิตข้าว ของไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการโรงสีข้าว ไซโล และร้านค้าปลีกข้าว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (ชัยวัช ไชวเจริญสุข, 2565)

ข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญของจังหวัด โดยจังหวัดกาฬสินธุ์มี ข้าวเหนียวขาว (GI) ที่มีชื่อเสียงและสร้างมูลค่ากว่า 300 ล้านบาท แต่ด้วยจำกัดทางด้านพื้นที่การเพาะปลูกทำให้ไม่สามารถขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มได้ทำได้เพียงเพิ่มผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่เท่านั้น ดังนั้น จังหวัดจึงส่งเสริมการปลูก ข้าวเชิงอุตสาหกรรมในพื้นที่อื่น เนื่องจากในพื้นที่จังหวัดมีโรงสีขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก จำนวน 99 โรง และเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้าวในจังหวัดใกล้เคียง จึงเหมาะสำหรับการเป็นผู้ให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ (Logistics Provider) ในด้านการจัดเก็บสินค้า คลังสินค้า (Warehouse) เป็นหน่วยเชื่อมโยงระหว่าง ผู้ผลิต (Manufacturer) กับผู้ขาย (Retailers) การจัดการขนส่งสินค้าและการส่งออกจังหวัดกาฬสินธุ์มีพื้นที่เพาะ ปลูก ข้าวนาปี ปีการผลิต 2563-2564 จำนวน 1,481,937 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 374 กิโลกรัมต่อไร่อำเภอที่มีพื้นที่ปลูกข้าวมากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่ อำเภอยางตลาด อำเภอภูจินารายณ์ อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ อำเภอกมลาไสย และอำเภอเขาวง มีการเพาะปลูกข้าวในพื้นที่ในเขตชลประทานประมาณ 383,040 ไร่ และเพาะปลูกในพื้นที่นอกเขตชลประทานประมาณ 1,087,096 ไร่ หากเปรียบเทียบการปลูกข้าวนาปี ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง พบว่า ในปีการผลิต 2560/2561 ถึง ปีการผลิต 2562/2563 จังหวัดกาฬสินธุ์ มีพื้นที่ปลูกข้าวนาปีน้อยที่สุดในทุกปีการผลิตแต่มีผลผลิตต่อไร่มากที่สุด แต่ในปีการผลิต 2561/2562 ถึงปีการผลิต 2562-2563 จังหวัดกาฬสินธุ์ มีผลผลิตต่อไร่มากกว่า จังหวัดอื่น ๆ ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยในปีการผลิต 2562-2563 จังหวัดกาฬสินธุ์ มีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่สูงสุดเท่ากับ 372 กิโลกรัมต่อไร่ จังหวัดมหาสารคาม 367 กิโลกรัมต่อไร่ จังหวัดร้อยเอ็ด 344 กิโลกรัมต่อไร่ และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ต่ำสุด คือ จังหวัดขอนแก่น คือ 317 กิโลกรัมต่อไร่ (แผนยุทธศาสตร์จังหวัดกาฬสินธุ์, 2565) ข้อมูลผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดกาฬสินธุ์ มียอดจำหน่ายสินค้า OTOP จังหวัดกาฬสินธุ์ ปี 2559 จำนวน 2,631.48 ล้านบาท ปี 2560 จำนวน 3,298.26 ล้านบาท ปี 2561 จำนวน 3,980.54 ล้านบาท ปี 2562 จำนวน 4,961.03 ล้านบาท และปี 2563 จำนวน 4,524.19 ล้านบาท (แผนยุทธศาสตร์ จังหวัดกาฬสินธุ์, 2565) นอกจากนี้ ยังได้สนับสนุนให้เกษตรกรใช้ปุ๋ยชีวภาพ เพื่อลดต้นทุนการผลิต และส่งเสริมให้ใช้แรงงานคนในการเก็บเกี่ยว นวด หรือการแยกเมล็ดข้าวออกจากรวงข้าว (ตีข้าว) ก่อนจะทำการสีเป็นข้าวสารออกจำหน่าย ซึ่งเมื่อถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยว พื้นที่ปลูกข้าวขาวจะเต็มไปด้วยผู้ค้าที่มารับซื้อข้าวเปลือกจากผู้ผลิต ในขณะที่การผลิตของเกษตรกรนั้น มีการรวมกลุ่มเป็นรูปแบบของเครือข่ายสมาชิก 80 ราย โดยใช้ชื่อว่า เครือข่ายอภัยแบ่งปัน มีการรวมข้าวไว้กองกลางบริหารจัดการตามส่วนและปริมาณข้าว แต่หลังจากข้าวขาวเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมาก ทำให้ผู้ซื้อข้าวเปลือกได้เข้ามาทำการซื้อขายในหมู่บ้านและชุมชน คุณสมบัติของข้าวขาว คือ ความหอมนุ่ม สามารถเก็บข้ามวัน เมื่อนำมาบริโภคก็ไม่ต้องอุ่นซ้ำ นอกจากนี้ ยังมีสารธาตุซิลิกอนและแคลเซียมสูงมีความไวต่อแสง ข้าวขาวยังมีคุณสมบัติพิเศษตั้งแต่ยังไม่ผ่านการหุงหรือึ่ง เมล็ดข้าวสารจะมีความหอมมาก นอกจากนี้ เมื่อนำไปผสมปน

กับข้าวสารประเภทอื่น แม้จะมีปริมาณเพียงเล็กน้อยก็ยังสามารถทำให้ข้าวสารที่ผสมเข้าด้วยกัน หอมนุ่มเหมือนกับ การรับประทานข้าวเขาวงจากแหล่งผลิต

การจัดการห่วงโซ่อุปทานเกี่ยวข้องในการสนับสนุนการผลิตและการจำหน่ายข้าว รวมถึงการเชื่อมต่อ และประสานสัมพันธ์ของรอยต่อของกิจกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการ โดยมีภารกิจสำคัญของห่วงโซ่อุปทานจะอยู่ที่ การจัดการเคลื่อนย้าย (Moving) สินค้าและบริการ รวมทั้งข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นแบบทันเวลา (Just In Time) โดยมี วัตถุประสงค์สำคัญในการสร้างความพอใจให้กับลูกค้าแบบยั่งยืน (Customer Satisfaction) โดยกระบวนการ ของห่วงโซ่อุปทานจะประกอบไปด้วย กระบวนการจัดหา การผลิต การตลาด การกระจายสินค้า การขนส่งและการ เคลื่อนย้าย การจัดเก็บข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีการจัดการเชิงระบบ (Systems) ให้แต่ละกระบวนการมีการสอดประสานมีปฏิสัมพันธ์ โดยมีเป้าหมายในการสร้างความพอใจให้กับลูกค้าและลดต้นทุนรวมเพื่อเพิ่มศักยภาพของการ แข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยห่วงโซ่อุปทาน จะเริ่มต้นจากแหล่งของวัตถุดิบไปสู่ผู้ผลิตและกระบวนการขนส่งไป สิ้นสุดปลายทางที่ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย เป็นกิจกรรมที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างการจัดการซื้อกับการตลาดในลักษณะที่เป็น บูรณาการ (Chopra & Meindl, 2001) ซึ่งกระบวนการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่ อุปทานทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรโดยมีกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ และสารสนเทศเป็นส่วนประสาน การทำงานเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดต้นทุนการผลิต และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน (ศิริสรณ์เจริญ กมลลิมสกุล และคณะ, 2561) ทำให้คนใน ชุมชนทำงานร่วมกันร่วมกันในห่วงโซ่อุปทาน การกำหนดกระบวนการบูรณาการ การไหลของข้อมูล การไหลของสินค้า การไหลของการบริการ ภายใต้การจัดกิจกรรมการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพก็จะส่งผลให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับชุมชนได้ (Lambert & Cooper, 2000)

ดังนั้น การศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเขาวงในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยการใช้เครื่องมือด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อหาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน อีกทั้งยังช่วย สร้างความพึงพอใจแก่ทุกสมาชิกภายในห่วงโซ่อุปทานและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มที่ในการแข่งขันได้ในอนาคตอย่าง ยั่งยืน ซึ่งการศึกษานี้จะพิจารณาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจข้าวทั้งต้นน้ำ กลางน้ำและ ปลายน้ำ โดยด้านต้นน้ำนั้นเกี่ยวกับการเพาะปลูกข้าวหรือกลุ่มเกษตรกรที่ทำนาข้าว ด้านกลางน้ำ หมายถึง กลุ่มโรงสีข้าว และในส่วนของปลายน้ำ หมายถึง กลุ่มผู้ค้าข้าวหรือผู้จำหน่ายข้าว โดยจะพิจารณาถึงระบบ บทบาท หน้าที่ของแต่ละ สมาชิกในห่วงโซ่อุปทานและสร้างแนวทางการเพิ่มมูลค่าให้แก่อุตสาหกรรมข้าวใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคที่แท้จริง และได้รวมถึงการสร้างความร่วมมือในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดประสิทธิภาพทั้งระบบและเพิ่ม ศักยภาพในการแข่งขันของข้าวเขาวงต่อไปในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระบบ บทบาท และปัญหาเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน ของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานของข้าวเขาวง ของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ การศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเขาวง ในจังหวัดกาฬสินธุ์ จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

การสร้างมูลค่าเพิ่มการจัดการระหว่างห่วงโซ่อุปทาน

การเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมหรือผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น อาทิ ด้านการท่องเที่ยวหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (OTOP) ให้มีมูลค่าสูงขึ้นหรือมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น ถือเป็นหนึ่งในความท้าทายสำหรับผู้บริหารระดับสูงภาครัฐเพื่อสามารถตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ประเทศด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อยกระดับจากประเทศรายได้ปานกลาง (Growth & Competitiveness) หลักการหนึ่งที่ผู้บริหารมุ่งให้ความสนใจและทำความเข้าใจ เพื่อใช้เป็นแนวคิดในการวางกลยุทธ์เพื่อตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ดังกล่าวคือ หลักการห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) หรือที่เรียกอีกชื่อหนึ่งได้ว่ากระบวนการสร้างมูลค่าจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ซึ่งไม่ได้จำกัดเฉพาะการผลิตและการจำหน่ายสินค้าเท่านั้น แต่ครอบคลุมตั้งแต่จุดเริ่มต้นของวัตถุดิบจนถึงปลายทางในการแปรสภาพวัตถุดิบให้กลายเป็นสินค้าหรือบริการที่ถูกส่งต่อถึงผู้บริโภคโดยตรง จากนั้นจึงวิเคราะห์ในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่ว่า ผู้ผลิตรวมถึงหน่วยงานที่มีส่วนช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนในขั้นตอนการผลิตสินค้าหรือบริการจะสามารถกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าในแต่ละขั้นตอนหรือกระบวนการได้อย่างไร ตั้งแต่กลยุทธ์การเพิ่มคุณภาพของวัตถุดิบในท้องถิ่น กลยุทธ์ด้านการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์รวมถึงกลยุทธ์ในการจำหน่ายและกระจายสินค้า เป็นต้น ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์เหล่านี้จะส่งผลให้ประชาชนที่มีส่วนร่วมในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่มูลค่าได้รับประโยชน์มากขึ้น (สิริยา คงสมพงษ์, 2565)

ข้อมูลเกี่ยวกับข้าวเขาวง

สำหรับการผลิตข้าวเหนียวเขาวงกาฬสินธุ์ มีพื้นที่เพาะปลูกใน 3 อำเภอได้แก่ อำเภอเขาวง ทั้งหมด 6 ตำบล อำเภอภูผามาศ 2 ตำบล เฉพาะตำบลนาโก และตำบลหนองห้าง ส่วนอำเภอนาคู 2 ตำบล เฉพาะตำบลนาคู และตำบลบ่อแก้ว มีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการผลิตข้าวเหนียวเขาวงกาฬสินธุ์จำนวน 427 ราย มีพื้นที่การผลิตจำนวน 4,006 ไร่ ผลผลิต 1,644 ตัน/ปี (ผลผลิตเฉลี่ย 410 กก./ไร่) ในขณะที่มีพื้นที่ปลูกข้าวเหนียวที่ขึ้นทะเบียนไว้ในเขตจีไอประมาณ 54,000 ไร่ แต่มีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการผลิตข้าวเหนียวเขาวงกาฬสินธุ์ เพียง 7.25% เท่านั้น เกษตรกรทำการผลิตแบบนาดำ ในกระบวนการผลิตที่ใช้ทั้งแรงงานคนและเครื่องจักร โดยแรงงานคนในใช้ในการเพาะปลูกและการดูแลรักษา แรงงานเครื่องจักรใช้ในส่วนของการเตรียมดินและการเก็บเกี่ยวเมล็ดพันธุ์มาจากการเก็บไว้เองหรือซื้อจากเพื่อนบ้าน แหล่งน้ำอาศัยน้ำฝน ร่องลงมาเป็นน้ำจากบ่อที่ขุดขึ้นเอง ใช้ทั้งปุ๋ยธรรมชาติและปุ๋ยอินทรีย์ในการผลิต การเก็บเกี่ยวจ้างแรงงานคนในการเกี่ยวและนวดข้าวเหมาเป็นไร่ มีต้นทุนการผลิตรวมเฉลี่ย 3,490.21 บาทต่อไร่ โดยเป็นต้นทุนผันแปร เท่ากับ 3,391 บาท และต้นทุนคงที่ เท่ากับ 99.21 บาท ต่อไร่ รายได้จากการผลิตเฉลี่ย 5,268.93 บาท ต่อไร่ กำไรสุทธิเท่ากับ 1,778.72 บาท ต่อไร่ ผลผลิตและราคาขายเฉลี่ยเท่ากับ 369.49 บาท ต่อไร่ และ 14.26 บาท ต่อเกวียน ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวร้อยละ 33.33 จำหน่ายที่กลุ่มแปรรูปข้าวเหนียวเขาวงรองลงมาร้อยละ 20 เก็บไว้บริโภค เมื่อแปรรูปข้าวสารเหนียว บรรจุถุง 1 กิโลกรัม ภายใต้ชื่อข้าวเหนียวเขาวง จะสามารถขายได้ในราคา กิโลกรัมละ 55 บาท หากขายเป็นข้าวสาร ตามท้องตลาดจะขายได้ กิโลกรัมละ 35 บาท ดังนั้น เกษตรกรมีกำไร 20 บาทต่อกิโลกรัม ปัญหาในการจัดการ ผลิตขาดแคลนน้ำ ปัญหาเรื่องโรคแมลง ปัญหาต้นทุนการผลิตสูง (กัญญรัตน์ ไบยพฤษ และคณะ, 2560)

ข้าวเหนียวเขาวงเป็นสินค้าเกษตรที่สำคัญของจังหวัดกาฬสินธุ์ ที่ต้องมีความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ให้มีผลผลิตต่อไร่ให้สูงขึ้น ลดต้นทุนการผลิต จึงให้เกษตรกรหันมาปลูกและให้ความสำคัญต่อการจัดการระบบห่วงโซ่อุปทานมากขึ้น การผลิตควรส่งเสริมให้มีการปลูกแบบเกษตรอินทรีย์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกันก็สามารถเพิ่มมูลค่าข้าวเหนียวเขาวงได้อีกด้วย เนื่องจากกระแสจากการรักษาสุขภาพ และความต้องการบริโภคข้าวอินทรีย์สูง เพราะมีคุณค่าทางโภชนาการ ปลอดภัยจากสารเคมี ขณะเดียวกันหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควร

ส่งเสริมให้เกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับ มาตรฐานตราสินค้า การรวมกลุ่ม เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองทางการตลาด เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิต การจัดหาปัจจัยการผลิต การลดต้นทุนร่วมกันในกลุ่มสมาชิก ตลอดจนง่ายต่อการขอรับการสนับสนุนและ ส่งเสริมจากภาครัฐอีกด้วย

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาของ มนปพร ภูนาเมือง และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2563 : บทคัดย่อ) พบว่า ด้านการดำเนินงาน มิติภายใน เกษตรกรมีการรวมกลุ่มเพื่อผลิตข้าวเขาวงที่มีคุณภาพสูง อีกทั้งผู้นำกลุ่มมีความรู้ในการปลูกข้าวให้มีคุณสมบัติที่มีความนุ่ม มีกลิ่นหอม และได้ผลผลิตในราคาที่สูงกว่าที่ปลูกในพื้นที่อื่น รวมถึงยังเป็นที่ต้องการของตลาดด้วย มิติภายนอก พาณิชย์จังหวัดและสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด ให้การช่วยเหลือด้านการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของข้าวให้มีคุณสมบัติตรงตามมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง ปัญหาอุปสรรคภายใน คือ คุณภาพของข้าวเหนียวเขาวง พื้นที่เพาะปลูกลดน้อยลง แรงงานที่มีจำนวนลดลง และสภาพภูมิอากาศที่ไม่สามารถควบคุมได้ ในส่วนปัญหภายนอก คือ นโยบายของภาครัฐยังขาดการความต่อเนื่องในด้านการส่งเสริมการผลิตข้าวเหนียวอินทรีย์และขาดความต่อเนื่องด้านนโยบายของจังหวัด ดังนั้น แนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวเหนียวเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ คือ กลุ่มเกษตรกร จำเป็นต้องรวมกลุ่มให้เป็นหนึ่งเดียวเพื่อการสนับสนุนทางงบประมาณการผลิต การถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับสมาชิก และคนรุ่นใหม่ หน่วยงานราชการจำเป็นต้องให้การสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ข้าวที่เพียงพอ และทางจังหวัดจำเป็นต้องสนับสนุนนโยบายให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชนได้อย่างพอเพียง และมีความสุขยั่งยืนต่อไป

การศึกษาของ มานพ ชุ่มอุ่น และคณะ (2563 : บทคัดย่อ) พบว่า ห่วงโซ่อุปทานของงา ถั่วเหลืองและข้าวที่เพาะปลูกส่วนใหญ่เป็นของเกษตรกร พันธุ์พืชที่ใช้ปลูกใช้พันธุ์ที่เก็บไว้จากปีก่อนด้วยแรงงานของครอบครัวส่วนผลผลิตจะจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางที่เป็นผู้กำหนดราคา แต่มีบางรายนำไปแปรรูป ทำการตลาดและกำหนดราคาขายเอง แต่ทั้งนี้ต้องพัฒนาระบบการผลิตและใช้เทคโนโลยีในการช่วยลดต้นทุน ผลการศึกษาโมเดลธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม พบว่า ต้องขยายตลาดให้กว้างขึ้น และนำเอาตำแหน่งผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์สินค้ามาเป็นกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์เพื่อเข้าถึงลูกค้ามากขึ้น ด้านการส่งเสริมการตลาดต้องมีพนักงานขายที่แสวงหากลูกค้าใหม่ ๆ ร่วมกับการประชาสัมพันธ์ถึงการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และดำเนินการค้าที่เป็นธรรม

การศึกษาของ ยุทธกร ฤทธิ์โธสง และคณะ (2561 : บทคัดย่อ) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดการข้อมูลสารสนเทศ ปัจจัยด้านการจัดการสินค้าคงคลัง ปัจจัยด้านการจัดการขนส่ง และปัจจัยด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ ผลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่า แนวทางเพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานข้าวหอมมะลิทุ่งสัหมุติสำหรับสหกรณ์นั้น จะประกอบด้วย 1) การรักษาคุณภาพของข้าวสารให้คงที่ 2) การกำหนดราคาข้าวสารตามคุณภาพและมีความยืดหยุ่น 3) การกำหนดนโยบายเปลี่ยนคืนผลิตภัณฑ์ข้าวสารทันทีหากพบปัญหา 4) การส่งเสริมการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการภายในหน่วยงาน 5) การมีนโยบายจัดจ้างรถขนส่งจากเครือข่ายสหกรณ์การเกษตรด้วยกัน 6) การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของเครือข่ายสหกรณ์ 7) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด 8) การกำหนดนโยบายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน และ 8) การสอบถามความต้องการในอนาคตจากลูกค้าโดยสม่ำเสมอ

การศึกษาของ ณัฐเศรษฐี น้ำคำ และสุรัชย์ บุญเจริญ (2560) พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ขาดการจัดการด้านห่วงโซ่อุปทานข้าวให้เป็นไปตามระบบ ผู้วิจัย ผู้นำกลุ่ม และสมาชิกกลุ่มได้พัฒนาองค์ความรู้ห่วงโซ่อุปทานข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลุ่มน้ำเจ้าพระยาขึ้น ดำเนินกิจกรรมตามกระบวนการไปใช้กับสมาชิก

ในกลุ่มเมื่อสมาชิกได้ดำเนินการเห็นได้ว่าสามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตข้าว มีการเพิ่มมูลค่าของข้าว โดยการแปรรูปข้าวให้มีมูลค่าที่สูงขึ้น ทำให้สังคมของชุมชนเปลี่ยนแปลงใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในกลุ่มชุมชนมาใช้ ประโยชน์ สามารถลดรายจ่ายและเพิ่มรายได้ซึ่งทำให้ในกลุ่มสมาชิกแต่ละครัวเรือน เกิดการสร้างภาคีเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยานำไปสู่ความสำเร็จจึงนำไปถ่ายทอดและเรียนรู้ขยายผลให้เป็นระบบเครือข่ายที่พึ่งพาตนเองได้ต่อไป

การศึกษาของ Rana et al. (2016) พบว่า การจัดการสินค้าคงคลัง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการการขนส่ง และการประสานความร่วมมือ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานธุรกิจค้าปลีก ในขณะที่บทบาทของซัพพลายเออร์มีผลกระทบในเชิงลบ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบด้วยว่า กลยุทธ์สินค้ามีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการการขนส่งและการประสานความร่วมมือกับประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานธุรกิจค้าปลีก

รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ที่มา : Lambert และ Cooper (2000)

1. การรวมกันภายนอก (External Integration) คือ การร่วมมือกันหรือทำงานร่วมกันภายในห่วงโซ่อุปทาน ในการดำเนินงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ เพื่อผลิตและจัดส่งสินค้าได้ใน จำนวนที่ถูกต้อง สถานที่ถูกต้องและเวลาที่ถูกต้องโดยใช้ต้นทุนที่ต่ำที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็สามารถสร้างความพึงพอใจ หรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

2. การไหล (Flow) คือ การกำหนดกระบวนการบูรณาการ การวางแผน การจัดหา การผลิต การจัดส่ง และการคืนสินค้า ตั้งแต่ผู้ขายสินค้าทุกระดับจนถึงลูกค้าทุกระดับ รวมทั้งแนวทางกลยุทธ์ การปฏิบัติการขององค์กรให้เกิดการไหลเพื่อลดต้นทุนรวมให้ต่ำที่สุด สร้างความพอใจสูงสุดให้ผู้บริโภคและเกิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ประกอบด้วย การไหลของข้อมูล (Information Flow) การไหลของสินค้า (Product Flow) และการไหลของการบริการ (Service Flow)

3. กิจกรรมในการบริหารจัดการ คือ กระบวนการในการทำให้ระบบห่วงโซ่อุปทานประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย

1) การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) เป็นการวิเคราะห์ลูกค้าที่มีความสำคัญและมีผลกระทบกับผลประกอบการหรือผลกำไรของบริษัทโดยตรงการพัฒนาสินค้าและบริการจากการให้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการ เพื่อช่วยในการลดความหลากหลายของความต้องการที่เกิดขึ้น และสามารถสร้างความสัมพันธ์ดีเพื่อให้เกิดความซื่อซื่อ

2) การจัดการการให้บริการกับลูกค้า (Customer Service Management) เป็นการให้บริการแก่ลูกค้าเปรียบเสมือนจุดเชื่อมต่อในการให้บริการและข้อมูลแก่ลูกค้าอย่างทันเวลาตามความต้องการของลูกค้า จะเห็นได้ว่าการจัดการการให้บริการกับลูกค้าสามารถช่วยให้รับรู้ความต้องการของลูกค้าได้

3) การจัดการความต้องการ (Demand Management) เป็นการสร้างสมดุลระหว่างความต้องการของลูกค้าให้สอดคล้องกับกำลังการผลิต เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าได้ ซึ่งจะช่วยสร้างประสิทธิภาพการทำงานภายในห่วงโซ่อุปทานด้วย

4) การเติมเต็มความต้องการ (Order Fulfillment) การตอบสนองความต้องการโดยการจัดส่งให้ตรงตามคำสั่งซื้อจากลูกค้าอย่างทันเวลา โดยการทำงานร่วมกันระหว่างการผลิต การจัดจำหน่ายและการขนส่งสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการเติมเต็มความต้องการ นอกจากนี้การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่สามารถช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานและช่วยลดต้นทุนการขนส่ง เนื่องจากช่วยลดความซับซ้อนของกระบวนการทำงาน

5) การจัดการกระบวนการผลิต (Manufacturing Flow Management) การผลิตที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้น กระบวนการผลิตแบบตามคำสั่งซื้อ (Make-to-Order) เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงได้ หรือแนวคิดการผลิตแบบ Just-In-Time (JIT) เพื่อลดต้นทุนการจัดเก็บ

6) การจัดหาวัตถุดิบ (Procurement) การคัดเลือกผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Supplier) การสั่งซื้อ วัตถุดิบ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์อันดีต่อในผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Supplier) ระยะยาว

7) การพัฒนาสินค้าใหม่ที่สามารถจำหน่ายได้จริง (Product Development and Commercialization) การเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคซึ่งทำให้สามารถผลิตสินค้าได้ตรงกับความต้องการ

8) การจัดการสินค้าส่งกลับ (Return Management) การบริหารปลายทาง (Outbound) ที่สามารถช่วยสร้างความสามารถในการแข่งขันได้โดยจัดการสินค้าส่งกลับให้ใช้ต้นทุนที่น้อยที่สุด เพราะเป็นกิจกรรมที่ไม่สร้างรายได้ให้แก่ห่วงโซ่อุปทาน

4. การจัดการห่วงโซ่อุปทาน เป็นการจัดลำดับของกระบวนการทั้งหมดที่มีต่อการสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งกระบวนการทั้งหมดนี้จะจัดระบบให้ประสานกันอย่างคล่องตัว นอกจากนี้ การจัดการห่วงโซ่อุปทานยังสร้างความสัมพันธ์เชื่อมต่อกับต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายทาง อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ผู้จัดหาวัตถุดิบ/สินค้า (Suppliers) ผู้ผลิต (Manufactures) ผู้จำหน่าย (Distribution) รวมถึงลูกค้า หากสมาชิกในห่วงโซ่อุปทานประสานงานสอดคล้องกันทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ ตลอดจนบูรณาการสารสนเทศ โดยเชื่อมโยงและแบ่งปันข้อมูล

สารสนเทศ และข้อมูลต่าง ๆ ที่มีผลกระทบการดำเนินงานให้เป็นระบบเดียวกัน เพื่อช่วยปรับปรุงความสามารถหลักของแต่ละฝ่ายอีกทั้งเพื่อให้เกิดความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ก็จะสามารถส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้าในรูปแบบที่ต่างจากเดิม

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง วิธีการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากสินค้าและบริการ เนื่องจากสิ่งที่ลูกค้าต้องการไม่ใช่แค่คุณค่า แต่เป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจ
2. ห่วงโซ่อุปทาน หมายถึง ระบบการจัดการและการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบและผลิตให้เกิดสินค้า ไปจนถึงการนำส่งให้ถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย
3. ข้าวเขาวง หมายถึง ข้าวเหนียวพันธุ์กอกเดียว และข้าวเหนียวพันธุ์ กข6 ที่ปลูกในดินบริเวณอำเภอน้ำขาวที่มีลักษณะนิ่มและหอมเฉพาะตัวที่ไม่พบในข้าวซึ่งปลูกจากแหล่งอื่น
4. ระบบห่วงโซ่อุปทาน หมายถึง การเชื่อมต่อของหน่วยต่าง ๆ ในการผลิตสินค้าหรือบริการ ที่เริ่มต้นจากวัตถุดิบไปยังจุดสุดท้าย ได้แก่ เกษตรกรที่ปลูกข้าวเขาวง โรงสีข้าวเขาวง และผู้จำหน่ายข้าวสารเขาวง
5. บทบาทห่วงโซ่อุปทาน หมายถึง การที่ได้มีส่วนร่วมกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งในระบบห่วงโซ่อุปทานข้าวเขาวง ของผู้ผลิตข้าวเขาวง โรงสีข้าว และผู้ค้าข้าวเขาวงในจังหวัดกาฬสินธุ์
6. ปัญหาเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน หมายถึง สิ่งที่เป็นอุปสรรคและต้องพิจารณาแก้ไขในระบบห่วงโซ่อุปทานข้าวเขาวง

จากที่กล่าวมาข้างต้น การศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเขาวงในจังหวัดกาฬสินธุ์ จึงมีสมมติฐานการวิจัยดังนี้

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้เชี่ยวชาญข้าวเขาวง ที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานในปัจจุบันได้ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง จะใช้วิธีการเลือกแบบยึดจุดมุ่งหมายของการศึกษาวิจัยเป็นหลัก เลือกผู้ที่สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (Key Informants) เกี่ยวกับข้าวเขาวงได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยได้ศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ จำนวน 42 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้ตารางเลขสุ่ม (Random Number Table) (สำนักงานชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์, 2559) โดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) เป็นเทคนิควิธีที่นำความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญข้าวเขาวงมาใช้ประโยชน์อย่างมีระบบ โดยมีหลักการสำคัญ คือ รวบรวมความคิดเห็นที่กระจัดกระจายของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญให้มีความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับเลือกนั้น จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้าวเขาวงเป็นอย่างดี จึงจะทำให้ผลการวิจัยถูกต้องมีความเชื่อถือได้ ผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ในการวิจัยได้มีการกำหนดจำนวนแน่นอนทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของกลุ่มเป็นสำคัญ กล่าวคือ ถ้ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเป็นเอกพันธ์ (Homogeneous Group) ใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 10 – 15 คน ก็เพียงพอ แต่ถ้ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีคุณลักษณะแตกต่างกันมาก ก็ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญในจำนวนมากขึ้น ผลการศึกษาพบว่า เมื่อจำนวนผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่ 18 คนขึ้นไปค่าความคลาดเคลื่อน

จะลดลง (บุญมี พันธุ์ไทย, 2542) แสดงการลดลงของค่าความคลาดเคลื่อน

ตาราง 1 แสดงการลดลงของค่าความคลาดเคลื่อนของการเลือกผู้เชี่ยวชาญ ตามเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) (บุญมี พันธุ์ไทย, 2542)

จำนวนผู้เชี่ยวชาญ	ความคลาดเคลื่อน	ความคลาดเคลื่อนลดลง
1-5	1.20-0.70	0.5
5-8	0.70-0.58	0.12
8-13	0.58-0.54	0.4
13-17	0.54-0.50	0.4
17-21	0.50-0.48	0.2
21-25	0.48-0.46	0.2
25-28	0.46-0.44	0.2

ตาราง 2 แสดงรายละเอียดประชากร กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในการวิจัยนี้

รายละเอียดประชากร	จำนวนประชากร	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ	ความคลาดเคลื่อน	ความคลาดเคลื่อนลดลง
ผู้ผลิตข้าวเขาวง/ ปราชญ์ชาวบ้าน	8,088	30	0.46-0.44	0.20
โรงสีข้าวในอำเภอ เขาวง ขนาดกลาง – ขนาดใหญ่	18	6	0.70-0.58	0.12
ผู้ประกอบการค้าข้าว ในจังหวัดกาฬสินธุ์	21	6	0.70-0.58	0.12

ขอบเขตในการวิจัย

พื้นที่ในการดำเนินการวิจัย คือชาวจังหวัดกาฬสินธุ์ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยตั้งแต่วันที่ ๑๕ ธันวาคม ๒๕๕๘ ถึงเดือนมีนาคม ๒๕๖๑

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ สัมภาษณ์ปลายเปิด (Open-Ended Question) เกี่ยวกับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานข้าวเขาวง โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงานของห่วงโซ่อุปทานข้าวเขาวงในปัจจุบันรวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้นตามกรอบการวิจัยในข้อ 3.2 ได้แก่ เรื่องที่ 1 การรวมกันภายนอก (External Integration) เรื่องที่ 2 การไหล (Flow) ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย การไหลของข้อมูล (Information Flow) การไหลของสินค้า (Product Flow) และการไหลของการบริการ (Service Flow) เรื่องที่ 3 กิจกรรมในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ทั้ง 8 กิจกรรม ประกอบด้วย การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) การจัดการการให้บริการกับลูกค้า

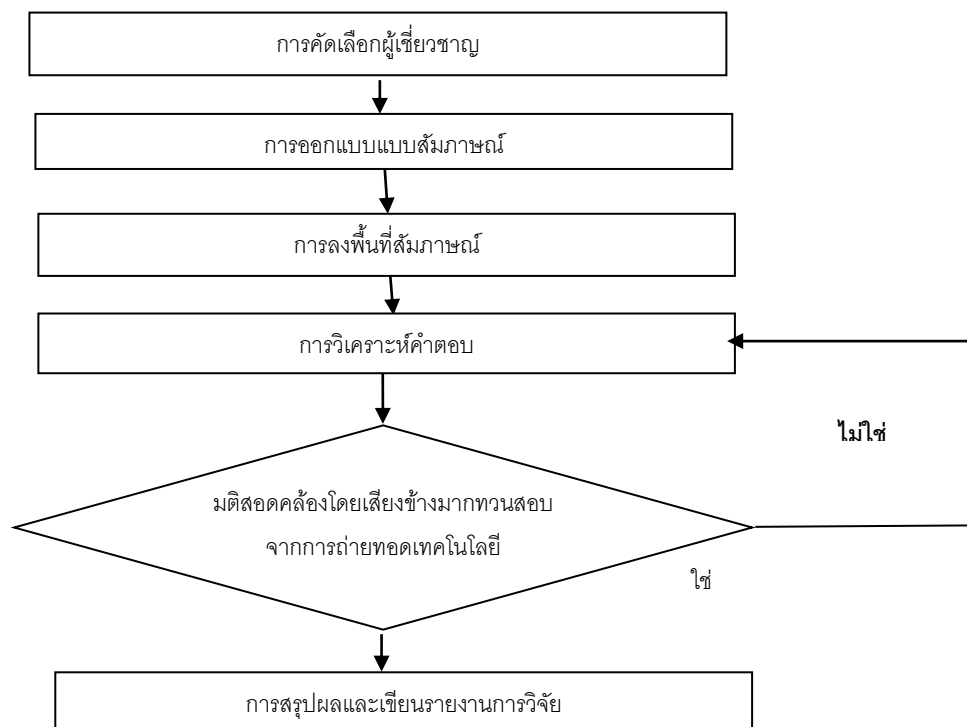
(Customer Service Management) การจัดการความต้องการ (Demand Management) การเติมเต็มความต้องการ (Order Fulfillment) การจัดการกระบวนการผลิต (Manufacturing Flow Management) การจัดหาวัตถุดิบ (Procurement) การพัฒนาสินค้าใหม่ที่สามารถจำหน่ายได้จริง (Product Development and Commercialization) และการจัดการสินค้าส่งกลับ (Return Management)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับกิจกรรมที่มีปัญหา (จากการสอบถามคำถาม ส่วนที่ 1) หรือกิจกรรมที่สมาชิกในห่วงโซ่อุปทานยังไม่มีความพึงพอใจในการดำเนินงาน

ส่วนที่ 3 คำถามเปิดเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจะถามเกี่ยวกับหน้าที่การทำงานในปัจจุบันและประสบการณ์ทำงาน

รูปภาพประกอบ 2
แสดงขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย



โดยผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ อาจารย์ ดร.อาจรี แสงเสถียร หัวหน้าโปรแกรมวิชาวิศวกรรมโลจิสติกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ เป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ (Content Validity) และผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์มาทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ผลิตข้าวเขาวงที่ไม่ได้รับเลือกเป็นผู้เชี่ยวชาญ 6 ราย โรงสีข้าวในอำเภอเขาวง ขนาดกลาง – ขนาดใหญ่ ที่ไม่ได้รับเลือกเป็นผู้เชี่ยวชาญ 2 ราย และผู้ประกอบการค้าข้าวในจังหวัดกาฬสินธุ์ ที่ไม่ได้รับเลือกเป็นผู้เชี่ยวชาญ 2 ราย รวมจำนวน 10 ราย เพื่อตรวจสอบในเรื่องของความเข้าใจ ความหมาย เวลาที่ใช้ และการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง เมื่อทดลองใช้แล้วได้นำมาปรับแก้ไข เพื่อใช้กับกลุ่มตัวอย่างในลำดับต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Method) ซึ่งเป็นวิธีการวิจัยหรือตัดสินใจปัญหาต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ โดยไม่มีการเผชิญหน้ากันโดยตรงระหว่างผู้เชี่ยวชาญ เช่นเดียวกันกับการระดมสมอง (Brain Storming) ทำให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนสามารถแสดงความคิดเห็นของตนเองอย่างเต็มที่และอิสระ โดยไม่ต้องคำนึงถึงความคิดเห็นของผู้อื่น นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญยังมีโอกาสกลั่นกรองความคิดเห็นของตนเองอย่างรอบคอบทำให้ได้ข้อมูลที่เชื่อถือและนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ได้ (ใจทิพย์ เชื้อรัตน์พงษ์, 2550) โดยมีวิธีการเก็บข้อมูล ดังนี้

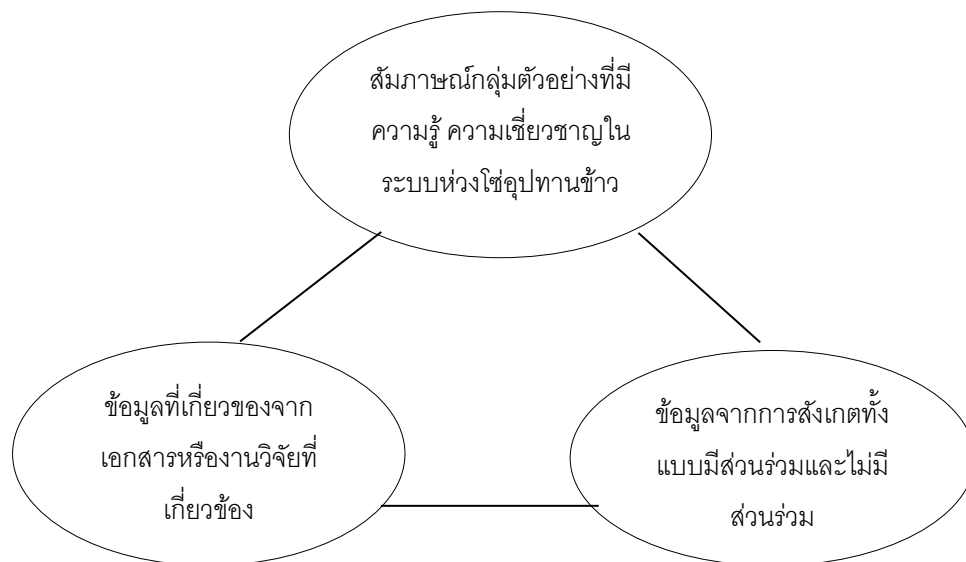
1. การนำวิธีการสัมภาษณ์ในรอบแรก เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในรอบแรก ด้วยการสัมภาษณ์โดยไม่มีการจำกัดขอบเขตของแนวคิดของผู้เชี่ยวชาญ โดยกระบวนการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและไม่ชี้แนะ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญที่ถูกสัมภาษณ์มีโอกาสปรับปรุง เปลี่ยนแปลงและแก้ไขข้อมูลเพื่อให้สัมภาษณ์จึงทำให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือ
2. การประชุมแบบเดลฟาย (Delphi Conference) ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการประชุมซึ่งในระหว่างที่ทำการประชุมจะเก็บข้อมูลซ้ำด้วยการถามคำถามเดิมในรอบแรก และนำเสนอข้อมูลย้อนกลับสู่เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลพิจารณาและตรวจสอบความคิดเห็นของตนเองซ้ำอีกครั้ง พร้อมทั้งกระตุ้นให้เกิดการอภิปรายภายในที่ประชุมและผู้วิจัยจะสามารถสังเกตพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูลร่วมด้วยได้
3. การถ่ายทอดเทคโนโลยี เป็นการนำข้อมูลจากรอบที่ 1 และรอบที่ 2 มาวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อถ่ายทอดให้ผู้เชี่ยวชาญฟังเพื่อเป็นการทวนสอบข้อมูลดังกล่าวอีกครั้ง โดยงานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจาก 3 แหล่ง ดังนี้
 1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานและแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับสินค้าเกษตรไทย
 2. การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant Interview) โดยการสอบถามผู้เชี่ยวชาญต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ จำนวน 42 คน ที่มีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับข้าวขาวอย่างน้อย 5 ปี ซึ่งสามารถให้ข้อมูลหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับข้าวขาวได้เป็นอย่างดี
 3. การสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม (Participation and Non-Participation Observation) ซึ่งการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในกิจกรรมของข้าวขาวที่สามารถเข้าไปสังเกตได้ เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้นและซักถามข้อสงสัยได้ โดยการศึกษาครั้งนี้ได้เข้าไปสังเกตแบบมีส่วนร่วมในกิจกรรมการดำเนินงาน การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมต้นน้ำ เช่น การปลูกข้าว การสำรวจการทำนา ในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2560 พบว่า การทำนายังเป็นรูปแบบดั้งเดิมต้องพึ่งพาน้ำฝนจากธรรมชาติ และมีการใช้สารเคมีในการทำนาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของกลางน้ำธุรกิจโรงสีข้าว โดยเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการโรงสีข้าว เช่น การผลิตตามคำสั่งของลูกค้า การจัดซื้อข้าวเปลือก การให้บริการลูกค้า พบว่า การผลิตข้าวสารตามคำสั่งซื้อมีอย่างสม่ำเสมอ และไม่พบปัญหาในการจัดซื้อข้าวเปลือกและการบริการลูกค้าแต่อย่างใด และในส่วนของกลางน้ำและปลายน้ำ สํารวจในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 พบว่า การจัดจำหน่ายข้าวสาร ยังเป็นไปในทิศทางที่ดี เนื่องจากในปีที่ผ่านมาประสบปัญหาน้ำท่วมพื้นที่ทำการเกษตร จึงทำให้ราคาข้าวสารเป็นไปในทิศทางที่ดี ยอดขาย และปริมาณเพิ่มขึ้นมากปีที่ผ่านมา เป็นต้น

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการตรวจสอบ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เลือกใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Triangulation) โดยเลือกใช้ “การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation)” โดยการวิเคราะห์ข้อมูล และการตรวจสอบ

ความถูกต้องของข้อมูล จากแหล่งบุคคลที่ต่างกัน 3 แหล่งดังที่กล่าวในข้างต้น เพื่อพิจารณาความถูกต้อง (Accuracy) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของข้อมูล (อรุณี อ่อนสวัสดิ์, 2551)

รูปภาพประกอบ 3 แสดงวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Triangulation)



4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ผลลัพธ์การวิจัย

1. การรวมกันภายนอก (External Integration)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ จากการสัมภาษณ์ การสังเกต และการประชุม พบว่า สมาชิกในห่วงโซ่อุปทานข้าวเขาวงต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ยังไม่มีความร่วมมือกันระหว่างกัน เนื่องจากความสัมพันธ์เป็นเพียงความสัมพันธ์แบบคู่ค้าเท่านั้น ซึ่งแต่ละสมาชิกภายในห่วงโซ่อุปทานต่างดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของตัวเอง และยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างดี โดยสมาชิกส่วนใหญ่ยังไม่มีความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงยังไม่ตระหนักถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

2. การไหล (Flow)

2.1 การไหลของข้อมูล (Information Flow) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ พบว่า ปัจจุบันสมาชิกมีการเก็บข้อมูลแต่ยังไม่ละเอียด โดยเก็บบันทึกข้อมูลที่จำเป็น เช่น รายรับ รายจ่าย บันทึกการรายการลูกหนี้ เป็นต้น โดยการไหลของข้อมูลจะเป็นการไหลภายในเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการไหลของข้อมูลระหว่างกันยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรนอกจากนี้การทำงานหรือการวางแผน ยังไม่มีการเลือกข้อมูลที่เป็นประโยชน์มาใช้วิเคราะห์เพื่อวางแผนงาน

2.2 การไหลของสินค้า (Product Flow) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ พบว่า ปัจจุบันการไหลของสินค้าสามารถดำเนินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แต่จะมีเพียงปัญหาที่เกิดจากผลกระทบจากปัจจัยภายนอก โดยเฉพาะราคาเชื้อเพลิงที่เพิ่มขึ้น และราคาข้าว ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนด้านการขนส่งเพิ่มขึ้น ทั้งการเคลื่อนย้ายข้าวเปลือก และเคลื่อนย้ายข้าวสารและส่งผลถึงต้นทุนโดยรวมของสินค้า

2.3 การไหลของการบริการ (Service Flow) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ พบว่า อุตสาหกรรมข้าวเขาวง ไม่ได้เน้นเรื่องการบริหารบริการมาก ดังนั้น การไหลของการบริการในปัจจุบันสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่น่าพึงพอใจ

3. กิจกรรมในการบริหารจัดการการดำเนินงาน 8 กิจกรรม จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ พบว่า

3.1 การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) ในด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ไม่ได้มุ่งเน้นมากนัก เนื่องจาก ใช้ความคุ้นเคยกันเนื่องจากมีการติดต่อกันมานาน แต่ก็มีปัญหาจากคู่แข่งที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน จึงทำให้ปัจจุบันก็มีปัญหาเรื่องการสูญเสียลูกค้าให้แก่คู่แข่ง เนื่องจากบางรายคิดว่าข้าวเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ดังนั้น ลูกค้าก็จะมาซื้อข้าวเป็นประจำทำให้ผู้ประกอบการยังไม่ได้เน้นในเรื่องการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างเป็นระบบ

3.2 การจัดการการให้บริการกับลูกค้า (Customer Service Management) เนื่องจาก ข้าวเป็นสินค้าที่ไม่เน้นในเรื่องการบริหารบริการมากนัก มีเพียงแค่ส่วนน้อย เช่น การขนส่งได้อย่างทันเวลา ซึ่งผลการดำเนินงานในปัจจุบันสามารถตอบสนองความต้องการในเรื่องของการบริการได้อย่างน่าพึงพอใจ

3.3 การจัดการความต้องการ (Demand Management) การดำเนินงานในปัจจุบันยังไม่มีมีการนำข้อมูลมาวิเคราะห์และวางแผนคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าในอนาคต มีแต่จะเป็นเพียงการวางแผนระยะสั้น ดังนั้น จึงมีปัญหาเรื่องอุปทาน (Supply) และอุปสงค์ (Demand) ที่ไม่สอดคล้องกัน ซึ่งส่งผลต่อราคาของข้าว และความพึงพอใจของผู้บริโภค

3.4 การเติมเต็มความต้องการ (Order Fulfillment) การวางแผนการทำงานในเรื่องการเติมเต็มความต้องการ หรือการตอบสนองความต้องการ ประกอบกับการร่วมมือกันที่ดี ทำให้ข้าวเขาวงในปัจจุบันสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถจัดส่งให้ตรงตามคำสั่งซื้อจากลูกค้าอย่างทันเวลา

3.5 การจัดการกระบวนการผลิต (Manufacturing Flow Management) ปัจจุบันการผลิตสามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบ เนื่องจากการผลิตไม่มีความซับซ้อน เทคโนโลยีในการผลิตไม่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และสินค้าไม่มีความหลากหลาย ในส่วนของการจัดเก็บสินค้าคงคลัง ปัจจุบันได้มีการบริหารจัดการดี เนื่องจากระยะเวลาในการจัดเก็บส่งผลต่อคุณภาพของข้าว จึงทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สามารถจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าพึงพอใจ

3.6 การจัดหาวัตถุดิบ (Procurement) เนื่องจากข้าวเป็นสินค้าที่แยกความแตกต่างได้ยากการจัดซื้อจำเป็นต้องใช้ผู้ที่มีความรู้มีทักษะและประสบการณ์ในการจัดซื้อข้าวเปลือก เนื่องจากชนิดของข้าว ความชื้นของข้าว และความสมบูรณ์ของข้าวส่งผลต่อ คุณภาพของข้าวสารที่ผลิตหรือสีข้าวได้ ซึ่งปัจจุบันการจัดการในส่วนของการจัดหาวัตถุดิบของข้าวเขาวงยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เนื่องจากความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบเป็นแบบคู่ค้า และขาดความจริงจังต่อกันทำให้บางครั้งมีปัญหาในเรื่องคุณภาพและปริมาณของข้าวเปลือกยังไม่ตรงกับความต้องการ

3.7 การพัฒนาสินค้าใหม่ที่สามารถจำหน่ายได้จริง (Product Development and Commercialization) การพัฒนาสินค้าใหม่ในปัจจุบันเป็นเพียงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการซื้อแก่ผู้บริโภค ซึ่งถือว่าการดำเนินงานในเรื่องของการพัฒนาสินค้าใหม่ยังไม่น่าพึงพอใจ เนื่องจากปัจจุบันสมาชิกในห่วงโซ่อุปทาน

ของข้าว เขาวงส่วนใหญ่จะเก็บข้อมูล แต่ขาดการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ จึงทำให้ไม่สามารถทราบความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่มีแนวโน้มตลาด และยังไม่ตระหนักในเรื่องการพัฒนาสินค้าใหม่ส่งผลให้การพัฒนาศักยภาพสินค้าใหม่ในปัจจุบันยังไม่ได้เท่าที่ควร

3.8 การจัดการสินค้าส่งกลับ (Return Management) เนื่องจากปัญหาในเรื่อง สินค้าส่งกลับมีน้อย และปัจจุบันก็มีการจัดการสินค้าส่งกลับโดย การรับสินค้าส่งกลับเมื่อมีการส่งสินค้าล็อตใหม่ให้แก่ลูกค้า ซึ่งการดำเนินงานสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าพึงพอใจ

สรุปกิจกรรมที่จำเป็นต้องหาแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจในการดำเนินงานประกอบด้วย 6 กิจกรรม ดังนี้

1. การรวมกันภายนอก (External Integration)
2. การไหลของข้อมูล (Information Flow)
3. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)
4. การจัดการความต้องการ (Demand Management)
5. การจัดหาวัตถุดิบ (Procurement)
6. การพัฒนาสินค้าใหม่ที่สามารถจำหน่ายได้จริง (Product Development and Commercialization)

ผลจากการค้นพบข้อมูลดังกล่าวมาจากการสัมภาษณ์ต้นน้ำ ได้แก่ ผู้ผลิตข้าวเขาวง/ปราชญ์ชาวบ้าน กลางน้ำ ได้แก่ โรงสีข้าวในอำเภอเขาวง ขนาดกลาง – ขนาดใหญ่ และปลายน้ำ ได้แก่ ตัวแทนผู้ค้าข้าวเขาวงในจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งแหล่งข้อมูลทั้งสามแหล่งให้ข้อมูลในทิศทางเดียวกัน และมีความสอดคล้องกันทั้งสองครั้งจากการสัมภาษณ์และการประชุมผู้เชี่ยวชาญข้าวเขาวง

4. ปัญหาในห่วงโซ่อุปทานของข้าวเขาวงในปัจจุบันจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมข้าว จากต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ พบว่า ปัญหาในห่วงโซ่อุปทานข้าว มีดังนี้

4.1 สมาชิกในห่วงโซ่อุปทานยังขาดความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

4.2 ขาดบุคลากรจากหน่วยงานของรัฐ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรที่มีความรู้มารีเริ่มและประสานงานในการดำเนินงานเพื่อสร้างประสิทธิภาพในระบบห่วงโซ่อุปทาน

4.3 ภาครัฐบาลยังขาดความจริงจังและจริงจังในการดำเนินนโยบายต่าง ๆ ทำให้การดำเนินงานยังไม่เกิดประสิทธิภาพและไม่มีความต่อเนื่อง เช่น ในการทำโครงการต่าง ๆ ลงพื้นที่ดำเนินงานแล้วก็ยุติไป ไม่มีการติดตามผล หรือความคืบหน้าอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

4.4 ปัญหาราคาข้าว ในช่วงผลผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวเขาวงออกพร้อมกันในเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคมของทุกปี เกิดสภาวะอุปสงค์น้อยกว่าอุปทาน และการกดราคาของผู้รับซื้อข้าวเปลือกจากคุณภาพและความชื้นของข้าวเปลือก

การอภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. ศึกษากระบวนการ บทบาท และปัญหาเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน ของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเขาวงในจังหวัดกาฬสินธุ์ สามารถอธิบาย ระบบ บทบาท และปัญหาเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน ดังต่อไปนี้ บทบาทหน้าที่ของแต่ละส่วน

1. ต้นน้ำ

1.1 ผู้จัดหาวัตถุดิบ ลำดับที่ 1 หมายถึง ผู้จำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าว ปุ๋ย และยาฆ่าแมลง รวมถึงวัสดุอุปกรณ์ในการทำนา เพื่อสร้างความสะดวกแก่เกษตรกรหรือชาวนาในการหาพันธุ์ข้าว และกระบวนการผลิตข้าวของตนเอง

1.2 ผู้จัดหาวัตถุดิบ ลำดับที่ 2 หมายถึง เกษตรกรหรือชาวนา ซึ่งชาวนาในอำเภอเขาวงมีที่ดินในการทำนาจำนวนมาก อาชีพทำนาเป็นอาชีพดั้งเดิมที่สืบทอดมาอย่างอนุชนรุ่นหลัง โดยส่วนใหญ่แล้วชาวนาจะใช้ชีวิตอยู่โดยสงบเงียบในชนบท ซึ่งชาวนามีหน้าที่ทำนา หรือปลูกข้าว โดยการนำเมล็ดพันธุ์ที่เก็บไว้ในแต่ละปีมาเป็นเมล็ดพันธุ์ หรือซื้อมาจากผู้จัดหาวัตถุดิบ ลำดับที่ 1 มาปลูกแล้วจึงนำไปขายให้แก่พ่อค้าคนกลาง

1.3 ผู้จัดหาวัตถุดิบ ลำดับที่ 3 หมายถึง พ่อค้าคนกลาง ซึ่งมีหน้าที่ในการซื้อขายเปลือกจากเกษตรกรหรือชาวนา แล้วนำข้าวเปลือกเหล่านั้นมาขายให้แก่โรงสีข้าว เพื่อสร้างความสะดวกแก่เกษตรกรหรือชาวนาในการขายข้าวเปลือกนั่นเอง

2. กลางน้ำ โรงสีข้าว มีหน้าที่แปรสภาพจากข้าวเปลือกที่ซื้อมาจากเกษตรกร หรือพ่อค้าคนกลางมาเป็นข้าวสารและผลพลอยได้จากการผลิต เช่น รำข้าว ปลายข้าว แกลบ เป็นต้น แล้วนำผลผลิตต่างดังกล่าวจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายและจำหน่ายโดยตรง

3. ปลายน้ำ ลูกคาลำดับที่ 1 หมายถึง ผู้ค้าส่ง โดยจะมีหน้าที่เป็นตัวกลางในการจำหน่ายหรือกระจายสินค้าให้แก่ตัวแทนจำหน่าย หรือ หมายถึง มีหน้าที่เป็นตัวกลางในการจำหน่ายหรือกระจายสินค้าให้แก่ผู้ค้าปลีกในประเทศ ลูกคาลำดับที่ 2 หมายถึง ผู้ค้าปลีก มีหน้าที่จำหน่ายสินค้าโดยตรงแก่ผู้บริโภค ลูกคาลำดับที่ 3 หมายถึง ผู้บริโภคชาวไทยทั้งในจังหวัดกาฬสินธุ์และในประเทศไทย

ปัญหาในห่วงโซ่อุปทานของข้าวเขาวงในปัจจุบัน

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเขาวงในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า มีปัญหาที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. สมาชิกในห่วงโซ่อุปทานข้าวเขาวงยังขาดความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน
2. อุปนิสัยของคนเขาวงซึ่งเป็นคนไทยชอบอยู่แบบเรียบง่าย สงบสุข ไม่ชอบความยุ่งยาก วุ่นวายจึงทำให้ในบางครั้งก็ยากในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในแบบเดิม ๆ
3. ขาดบุคลากรที่มีความรู้มาริเริ่มและประสานงานในการดำเนินงานเพื่อสร้างประสิทธิภาพ
4. ภาครัฐบาลยังขาดความจริงใจและจริงจังในการดำเนินนโยบายต่าง ๆ ทำให้การดำเนินงานยังไม่เกิดประสิทธิภาพและไม่มีความต่อเนื่อง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ มนปพร ภูนาเมือง และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2563 : บทคัดย่อ) พบว่า ปัญหาอุปสรรคภายใน คือ คุณภาพของข้าวเหนียวเขาวง พื้นที่เพาะปลูกลดน้อยลง แรงงานที่มีจำนวนลดลง และสภาพภูมิอากาศที่ไม่สามารถควบคุมได้ ในส่วนปัญหภายนอก คือ นโยบายของภาครัฐยังขาดการความต่อเนื่องในด้านการส่งเสริมการผลิตข้าวเหนียวอินทรีย์และขาดความต่อเนื่องด้านนโยบายของจังหวัด ดังนั้น แนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของกลุ่ม เกษตรกรปลูกข้าวเหนียวเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ คือ กลุ่มเกษตรกร จำเป็นต้องรวมกลุ่มให้เป็นหนึ่งเดียวเพื่อการสนับสนุนทางงบประมาณการผลิต การถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับสมาชิก และคนรุ่นใหม่ หน่วยงานราชการจำเป็นต้องให้การสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ข้าวที่เพียงพอ และทางจังหวัดจำเป็นต้องสนับสนุนนโยบายให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชนได้อย่างพอเพียง และมีความสุขยั่งยืนต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธันยธร ติณภาพ ศิริลักษณ์ เมฆสังข์ และฉันทนา จันทร์บรรจง (2559 : 234) พบว่า วิเคราะห์สภาพและปัญหาของการจัดการห่วงโซ่อุปทานของวิสาหกิจชุมชนผลิตข้าวอินทรีย์ในเขตภาคกลาง โดยพิจารณาจากกระบวนการ

จัดการแบบ SCOR Model พบว่า มีความเชื่อมโยงของกระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตข้าวตั้งแต่ต้นน้ำ แสดงให้เห็นความเชื่อมโยงของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเกษตรกรผู้ผลิตข้าว (ต้นน้ำ) ต้องวางแผนการจำหน่าย การผลิตจากทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการผลิต และส่งไปแปรรูปยังโรงสี (กลางน้ำ) และสุดท้ายคือการส่งมอบให้กับลูกค้า (ปลายน้ำ) จะเห็นได้ว่าทุกกระบวนการมีการวางแผนอย่างเชื่อมโยงและสัมพันธ์กัน ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และเมื่อนำข้อมูลมาสรุปสภาพและปัญหาของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน พบว่า กระบวนการจัดการโดยใช้ SCOR Model ของทั้ง 3 จังหวัดในเขตภาคกลาง มีลักษณะการจัดการและปัญหาที่เหมือนกันและแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มุขวิ วัชรพงษ์ และนพปฎล สุวรรณทรัพย์ (2560 : 60) พบว่า โครงสร้างต้นทุนการผลิตข้าวเจ้ากิโลกรัมละ 12-26 บาท ปัญหาการดำเนินงานที่พบส่วนใหญ่เป็นปัจจัยภายนอก คือ สภาพอากาศ และคู่แข่งทางตรงที่เพิ่มมากขึ้น รูปแบบและกิจกรรมของห่วงโซ่อุปทานที่ประสบความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเจ้าในเขตภาคกลางนั้น พบว่า เกษตรกรจะมีส่วนร่วมในทุก ๆ กิจกรรมของห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การเพาะปลูก การแปรรูป ผลผลิต และการจัดจำหน่าย ส่งผลให้เกษตรกรสามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ทั้งนี้การดำเนินงานที่ดีและประสบความสำเร็จคือความร่วมมือของสมาชิกภายในกลุ่ม เพื่อร่วมมือกันดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยความจริงใจต่อกัน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานของข้าวเขาวง ของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเขาวงในจังหวัดกาฬสินธุ์ ได้แนวทางพัฒนา ดังต่อไปนี้

1. การรวมกันภายนอก (External Integration)

1.1 สมาชิกห่วงโซ่อุปทานควรร่วมมือกับองค์กรภาครัฐในการรับความรู้และคำแนะนำต่าง ๆ เกี่ยวกับการดำเนินงานให้ได้ผลผลิตที่มีน้ำหนักดีและลดต้นทุนการเพาะปลูก พร้อมทั้งเข้าร่วมการประชุมของเกษตรกรที่องค์กรรัฐจัดขึ้น เช่น การประชุมที่เกษตรอำเภอจัดขึ้น ซึ่งจะจัดประมาณปีละ 3-4 ครั้ง เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน เข้าใจปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและร่วมกันสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมถึงการให้คำแนะนำเกี่ยวกับความต้องการของตลาดในขณะนั้น เพื่อและสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันภายในห่วงโซ่อุปทาน

1.2 สร้างความสัมพันธ์อันดีกับปลายน้ำ และร่วมกันนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ

2. การไหลของข้อมูล (Information Flow) ควรเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ โดยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณและราคาของทั้งข้าวเปลือกและข้าวสารหลังจากนั้นต้องสร้างระบบข้อมูลแบบออนไลน์โดยสร้างเว็บไซต์เพื่อให้สมาชิกสามารถลงทะเบียนเข้าสู่ระบบ เพื่อเก็บข้อมูลและถ่ายโอนข้อมูลระหว่างสมาชิกในห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังนำข้อมูลที่จัดเก็บไว้มาใช้ประโยชน์ในการประเมินผลการดำเนินงานและพยากรณ์ผลผลิตและความต้องการในอนาคต

3. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) วิเคราะห์และแบ่งกลุ่มลูกค้าโดยใช้เกณฑ์การทำการค้าจากช่วงชีวิตของลูกค้า (Customer Lifetime Value) เพื่อสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการสร้างความสัมพันธ์ สร้างโปรแกรม และบุคลากรเพื่อทำหน้าที่ดูแล พร้อมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และรู้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับลูกค้ามากขึ้น

4. การจัดการความต้องการ (Demand Management) การจัดการความต้องการสามารถทำได้โดยการเก็บข้อมูลและนำข้อมูลนั้นมาพยากรณ์ปริมาณการซื้อ-ขายล่วงหน้าและกำหนดระยะเวลาในการส่งโดยนับตั้งแต่การสั่งซื้อ (Lead Time) เพื่อช่วยในการวางแผนการผลิตให้ทันกับคำสั่งซื้อ เพื่อดำเนินการจัดเก็บ (Carrying Cost) และต้นทุนจากการขาดสินค้า (Back Ordering Cost)

5. การจัดหาวัตถุดิบ (Procurement) เนื่องจากปัจจุบันมีปัญหาเรื่องต้นทุนของข้าวเปลือกที่สูงขึ้น ประกอบกับคุณภาพข้าวเปลือกไม่มีมาตรฐาน ดังนั้น ภาครัฐจึงควรส่งเสริมการทำเกษตรที่เกื้อกูลกับระบบนิเวศโดยการปลูกข้าวอินทรีย์ เพื่อลดต้นทุนการผลิต ลดผลกระทบต่อสุขภาพของเกษตรกรและผู้บริโภคจากการใช้สารเคมีตลอดจนลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อสังคม โดยเริ่มต้นจากการจัดอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรเกี่ยวกับการปลูกข้าวเพื่อเพิ่มผลผลิต และส่งเสริมการทำเกษตรที่เกื้อกูลกับระบบนิเวศโดยลดการใช้สารเคมี เนื่องจาก ต้นทุนส่วนใหญ่ในการปลูกข้าว คือ ปุ๋ยเคมี ฮอร์โมนเร่งผลผลิต และยากำจัดศัตรูพืชและวัชพืช ซึ่งการใช้ปุ๋ยอินทรีย์จะช่วยลดต้นทุนเหล่านี้ นอกจากนี้ ควรสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรและโรงสี โดยเปิดโอกาสให้ตัวแทนผู้ประกอบการ (โรงสีข้าว) เข้าร่วมประชุมกับเกษตรกรที่จัดโดยองค์กรภาครัฐ เช่น เกษตรอำเภอ เป็นต้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเกษตรกรและเข้าใจปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนการร่วมกันหาแนวทางแก้ไข

6. การพัฒนาสินค้าใหม่ที่สามารถจำหน่ายได้จริง (Product Development and Commercialization) ปัญหาเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าใหม่ในปัจจุบัน คือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ตระหนักในเรื่องนี้และไม่มีความรู้หรือแนวทางการพัฒนาสินค้า อีกทั้งยังไม่เข้าใจความต้องการและแนวโน้มของตลาด ดังนั้น องค์กรภาครัฐ เช่น กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น ควรให้ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ความต้องการและแนวโน้มตลาดเพื่อสร้างสินค้าใหม่แก่ผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ปัจจุบันสภาพอากาศมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาหรือปัญหาสภาพอากาศเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น การพัฒนาพันธุ์ข้าวปลูกที่มีความแข็งแรงและทนต่อความเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศและโรคต่าง ๆ ก็เป็นอีกหนึ่งเรื่องที่มีความสำคัญ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธกร ฤทธิ์ไธสง (2561 : 124) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดการข้อมูลสารสนเทศ ปัจจัยด้านการจัดการสินค้าคงคลัง ปัจจัยด้านการจัดการการขนส่ง และปัจจัยด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก โดยปัจจัยด้านการจัดการข้อมูลสารสนเทศจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการจัดการสินค้าคงคลัง ปัจจัยด้านการจัดการการขนส่ง ปัจจัยด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ผลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่า แนวทางเพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานข้าวหอมมะลิทุ่งสมุญห์สำหรับสหกรณ์นั้น จะประกอบด้วย 1) การรักษาคุณภาพของข้าวสารให้คงที่ 2) การกำหนดราคาข้าวสารตามคุณภาพและมีความยืดหยุ่น 3) การกำหนดนโยบายเปลี่ยนคืนผลิตภัณฑ์ข้าวสารทันทีหากพบปัญหา 4) การส่งเสริมการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการภายในหน่วยงาน 5) การมีนโยบายจัดจ้างรถขนส่งจากเครือข่ายสหกรณ์การเกษตรด้วยกัน 6) การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของเครือข่ายสหกรณ์ 7) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด 8) การกำหนดนโยบายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน 9) การสอบถามความต้องการในอนาคตจากลูกค้าโดยสม่ำเสมอ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัตน์ ตรงวัฒนาวุฒิ ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์และชัยวัฒน์ ไบไม้ (2561 : 159-160) พบว่า กระบวนการหลักที่ควรปรับปรุง ได้แก่ การวางแผนโซ่อุปทาน การจัดหาตามคำสั่งซื้อ การจัดส่งข้าวเปลือกเพื่อเก็บและการผลิตเพื่อจำหน่าย ส่วนกระบวนการสนับสนุนที่ควรปรับปรุง ได้แก่ การวางแผนประสิทธิภาพคลังสินค้า การประเมินประสิทธิภาพในการจัดหาข้าวเปลือก การจัดการขนส่งข้าวเปลือก และการประเมินประสิทธิภาพในการผลิต ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงแนวทางการปรับปรุงกิจกรรมที่สำคัญตลอดห่วงโซ่อุปทานของโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็กให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการวิจัยไปใช้

5.1.1.1 สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น โรงเรียน โรงสีข้าว สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาข้าวเขาวงกาฬสินธุ์ ให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานได้

5.1.1.2 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น หรือ หน่วยงานภาครัฐ ควรมีการอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ ให้ตระหนักถึงประโยชน์จากการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและลดต้นทุนในการดำเนินงานได้

5.1.1.3 ชุมชนควรมีการรวมกลุ่มเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การสร้างคุณค่าและเพิ่มประสิทธิภาพ ในการทำงานให้กับกลุ่มเกษตรกรข้าวเขาวงในจังหวัดกาฬสินธุ์

5.1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.1.2.1 สินค้าเกษตรในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีหลากหลายชนิดที่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจในจังหวัดกาฬสินธุ์ ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาของจังหวัดกาฬสินธุ์ สำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคตควรศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรชนิดอื่น ๆ เช่น ห่วงโซ่อุปทานอาหารพื้นบ้านตลาดเกษตร ไก่สามสายพันธุ์ ปลาจากแหล่งน้ำธรรมชาติ เป็นต้น

5.1.2.2 ควรที่จะมีการเปลี่ยนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีอื่น เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อที่จะข้อมูลที่เกิดประโยชน์สูงสุดในการนำมาวิจัยไปใช้

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ส่งเสริมการอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ ให้ตระหนักถึงประโยชน์จากการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของข้าวเขาวง

5.2.2 สร้างเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในระบบห่วงโซ่อุปทานและเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารหรือสร้างความร่วมมือในการทำงานให้กับกลุ่มเกษตรกรข้าวเขาวงในจังหวัดกาฬสินธุ์

6. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเขาวงในจังหวัดกาฬสินธุ์ ในปัจจุบันสามารถทำได้โดยการสร้างความร่วมมือระหว่างสมาชิกภายในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อร่วมมือกันดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพด้วยความจริงใจต่อกัน และสร้างความรู้โดยการจัดอบรมให้ความรู้ใหม่ ๆ ให้แก่สมาชิกในห่วงโซ่อุปทานเพื่อพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพและเกิดความพึงพอใจยิ่งขึ้น โดยภาครัฐควรให้ความสำคัญ สนับสนุนและช่วยประสานงานในการพัฒนา นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มมูลค่าโดยการทำการเกษตรอินทรีย์เพื่อลดต้นทุนการผลิตแปรรูปเพิ่มมูลค่าในมุมมองลูกค้าและใส่ใจสิ่งแวดล้อม พร้อมกับมุ่งพัฒนาสินค้าใหม่แนวโน้มความต้องการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และสุดท้ายมุ่งพัฒนาการเก็บข้อมูลสารสนเทศอย่างเป็นระบบ และสร้างข้อมูลออนไลน์เพื่อสะดวกในการนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อพยากรณ์วางแผนงานในอนาคต

ระบบ บทบาท ของกลุ่มผู้ผลิตข้าวเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ ประกอบด้วย 1) ต้นน้ำ คือ ผู้จัดหาวัตถุดิบ ลำดับที่ 1 หมายถึง ผู้จำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าว ปุ๋ย และยาฆ่าแมลง รวมถึงวัสดุอุปกรณ์ในการทำนา ผู้จัดหาวัตถุดิบ ลำดับที่ 2 หมายถึง เกษตรกรหรือชาวนา ผู้จัดหาวัตถุดิบ ลำดับที่ 3 หมายถึง พ่อค้าคนกลาง ซึ่งมีหน้าที่ในการรับซื้อขายเปลือกจากเกษตรกรหรือชาวนา แล้ว นำข้าวเปลือกเหล่านั้นมาขายให้แก่โรงสีข้าว 2) กลางน้ำ คือ โรงสีข้าว มีหน้าที่

แปรสภาพจากข้าวเปลือกที่ซื้อเข้ามาให้เป็นข้าวสาร และได้ผลผลิต เช่น ข้าวขาว ปลายข้าว แกลบ และ 3) ปลายน้ำ คือ ลูกค้ายกระดับที่ 1 หมายถึง ผู้ค้าส่ง เป็นตัวกลางในการกระจายสินค้าให้แก่ตัวแทนจำหน่ายใน ลูกค้ายกระดับที่ 2 หมายถึง ผู้ค้าปลีก มีหน้าที่จำหน่ายสินค้าโดยตรงแก่ผู้บริโภค ลูกค้ายกระดับที่ 3 หมายถึง ผู้บริโภคชาวไทย ทั้งในจังหวัดและในประเทศ

ปัญหาในห่วงโซ่อุปทานของข้าวเขาวงในปัจจุบัน พบว่า สมาชิกในห่วงโซ่อุปทานข้าวเขาวงยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยอุปนิสัยของชาวเขาวงซึ่งเป็นคนไทยชอบอยู่แบบเรียบง่ายสงบสุข ไม่ชอบความยุ่งยาก วุ่นวายจึงทำให้ในบางครั้งก็ยากในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในแบบเดิม ๆ รวมถึงขาดบุคลากรที่มีความรู้เริ่มและประสานงานในการดำเนินงานเพื่อสร้างประสิทธิภาพ และ ภาครัฐบาลยังขาดความจริงจังและจริงจังในการดำเนินนโยบายต่าง ๆ ทำให้การดำเนินงานยังไม่เกิดประสิทธิภาพและไม่มีความต่อเนื่อง

แนวทางการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานข้าวเขาวงในจังหวัดกาฬสินธุ์ สามารถสร้างนโยบายในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวเขาวง เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิกในห่วงโซ่อุปทาน ได้ดังนี้ 1) การสร้างความร่วมมือของสมาชิกภายในห่วงโซ่อุปทาน 2) การส่งเสริมการปลูกข้าวอินทรีย์ 3) การบันทึกข้อมูลสารสนเทศและนำข้อมูลมาวิเคราะห์และพยากรณ์เพื่อวางแผนในอนาคตและ 4) การขับเคลื่อนโดยใช้ตลาดออนไลน์

เอกสารอ้างอิง

- กัญญาภัทร ไบยฤทธิ์, เพียรศักดิ์ ภักดี และ สราจิต อติโต. (2560). การจัดการการผลิตและการตลาดข้าวเหนียวเขาวงของเกษตรกร กลุ่มฮักแพงแบ่งปัน อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารแก่นเกษตร*, 45(ฉบับพิเศษ 1), 1454-1458.
- กรมส่งเสริมการส่งออก. (2553). *อุตสาหกรรมการเกษตร*. กรุงเทพฯ : สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม.
- ใจทิพย์ เชื้อรัตนพงษ์. (2550). *การพัฒนาหลักสูตรหลักการและแนวปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ : อลิ้นเพชร.
- ชัยวัช ไชยเจริญสุข. (2565). *แนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรม 2565-2567 : อุตสาหกรรมข้าว*. กรุงเทพฯ : วิจัยกรุงศรี.
- ณัฐเศรษฐี นาคำ และสุรัช บุญเจริญ. (2560). การจัดการห่วงโซ่อุปทานข้าวกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา. *วารสารวิชาการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 1(10), 40-48.
- ธนวัฒน์ ศรีติสาร. (2561). *ห่วงโซ่อุปทานการผลิตข้าวหอมมะลิจากทุ่งกุลาร้องไห้*. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรีเสนอภาควิชาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คณะเกษตรศาสตร์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. พิษณุโลก มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ธันยธร ติณภพ ศิริลักษณ์ เมฆสังข์ และ ฉันทนา จันทร์บรรจง. (2559). การจัดการห่วงโซ่อุปทานโดยวิสาหกิจชุมชนผลิตข้าวอินทรีย์ในเขตภาคกลางของประเทศไทย. *วารสารวิจัยและพัฒนาโดยองค์กร*
ในพระบรมราชูปถัมภ์ : สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 11(3), 319-330.
- บุญมี พันธุ์ไทย. (2542). *การประเมินผลวิทยาศาสตร์*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- แผนยุทธศาสตร์จังหวัดกาฬสินธุ์. (2565). *การผลิตข้าวเขาวง*. สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์, ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2565.
จาก <https://www.kalasin.go.th/>
- มานพ ชุ่มอุ้น วิ นยาภรณ์ พรหมณโชติ อาชวิน ใจแก้ว และ จินดาภา ศรีสำราญ. (2563). การจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพืชเศรษฐกิจ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(3), 48-62.

- มูขรวี วัชรพงศ์ธร และ นพปฎล สุวรรณทรัพย์. (2560). การจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ผลิตข้าวเจ้าขนาดย่อม : กรณีศึกษาเกษตรกรผู้ผลิตข้าว เจ้าในเขตภาคกลาง. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 12 ปี การศึกษา 2560. จัดโดยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต, 60-70.
- ยุทธกร ฤทธิไธสง เอกรัตน์ เอกศาสตร์ เบญจมาศ อภิสิทธิ์ภิญโญ และ สุวิมล ตั้งประเสริฐ. (2561). การปรับปรุงประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานข้าวหอมมะลิทุ่งสัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสหกรณ์การเกษตรพิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 7(1), 123-145.
- ศิริรัตน์ ตรวงวัฒนาวุฒิ ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์ และ ชัยวัฒน์ ไบไม่. (2561). การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็กจังหวัดเชียงใหม่ โดยตัวแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานโซ่อุปทาน. *วารสารร่วมพฤษ มหาวิทยาลัยเกริก*, 36(1), 157-180
- ศิริธรรมเจริญ กมลลัมสกุล ทวี วัชรเกียรติศักดิ์ ดวงพร กิจอาทร และ สุวรรณา เตชะธีระปรีดา. (2561). การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานข้าวจังหวัดนครราชสีมา: สถานการณ์ปัจจุบัน ความเชื่อมโยง ปัญหา และแนวทางการพัฒนา. *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*, 11(2), 119-143
- สมาคมการส่งออกข้าวไทย. (2565). *กรมศุลกากร การส่งออกข้าวในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2565*. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2565. จาก <http://www.thairiceexporters.or.th/>.
- สิริยา คงสมพงษ์. (2565). *การสร้างมูลค่าจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ*. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2565. จาก http://sesc.ocsc.go.th/uploads/km/121/OCSC_Value%20Chain_28042014.pdf
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์. (2558). *ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดกาฬสินธุ์*. (ออนไลน์). ค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2558. จาก <http://www.kalasin.go.th>.
- อรุณี อ่อนสวัสดิ์. (2551). *ระเบียบวิธีวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- Lambert, D. M., & Cooper, M.C. (2000). Issues in Supply Chain Management. *Industrial Marketing Management*, 28, 65-83.
- Rana, S. S. M., Abdullah, O., Arman, H. A. M., Mohd, S. A. H., & Mohammad, S. (2016). Drivers of Retail Supply Chain Efficiency: Moderating Effect of Lean Strategy. *International Journal of Supply Chain Management*, 5(1), 52-62.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2001). *Supply Chain Management : Strategy, Planning, and Operation*. California : Prentice Hall.