

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปผลการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ

1.1 การค้าพืชผักระหว่างไทยและจีนก่อนและหลังการเปิดการค้าเสรี

ผลจากการเปิดการค้าเสรีพืชผักระหว่างไทยและจีนตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 เป็นต้นมาส่งผลให้ปริมาณและมูลค่าการค้าระหว่างกันเพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก โดยพืชผักกลุ่มที่ไทยนำเข้ามากเป็นอันดับหนึ่ง คือ พืชผักแห้ง ทั้งต้นหรือทั้งหัว ตัด ผาน ทำให้แตกหรือเป็นผง ซึ่งส่วนใหญ่ ได้แก่ เห็ดหอม (ตระกูลอะกาวิคัส) เห็ดหูหนู และเห็ดอื่นๆ นอกจากนี้ ไทยยังมีการนำเข้าพืชผักบางชนิดที่ไทยมีการผลิตอยู่แล้วเป็นปริมาณมาก เช่น หอมหัวใหญ่ กระเทียม เนื่องจากสินค้าจากจีนมีราคาถูก สัดส่วนการนำเข้าพืชผักจากจีนได้สูงขึ้นจากร้อยละ 26.59 ในปี 2544 เป็นร้อยละ 72.88 ของมูลค่าการนำเข้าพืชผักรวมในปี 2549

ส่วนในด้านมูลค่าส่งออกพืชผักของไทยหลังจากเปิดการค้าเสรีแล้วมีแนวโน้มสูงขึ้นมากเช่นกัน แต่เมื่อพิจารณาสินค้าที่ส่งออกแล้วส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในสินค้าประเภทมันสำปะหลังที่มูลค่าการส่งออกสูงถึงร้อยละ 99 ของมูลค่าการส่งออกพืชผักทั้งหมดไปยังประเทศจีน

เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้าพืชผักระหว่างปี 2544 – 2549 แล้วพบว่ามูลค่าการนำเข้าพืชผักจากจีนเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 62.66 ขณะที่มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 31.17 ทั้งนี้ไทยเป็นฝ่ายได้ดุลการค้าสินค้าพืชผักกับจีน โดยมีอัตราเพิ่มของดุลการค้าเฉลี่ยร้อยละ 28.30 อย่างไรก็ดี ดุลการค้าที่เกินดุลนี้มาจากสินค้ามันสำปะหลังเป็นหลัก แต่หากไม่รวมสินค้ามันสำปะหลังแล้วจะพบว่าไทยเป็นฝ่ายขาดดุลการค้าสินค้าพืชผักกับจีน

1.2 การค้าผลไม้ระหว่างไทยและจีนก่อนและหลังการเปิดการค้าเสรี

หลังจากเปิดการค้าเสรีผลไม้ระหว่างไทยและจีนแล้วปริมาณและมูลค่าการค้าระหว่าง

กันได้มีแนวโน้มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก โดยกลุ่มสินค้าที่ไทยนำเข้ามากเป็นอันดับหนึ่งได้แก่ แอปเปิ้ลและแพร์ รองลงมาคือ กลุ่มลูกนัตอื่น สดหรือแห้ง และอันดับสามคือ องุ่นสด/แห้ง ทั้งนี้สัดส่วนการนำเข้าผลไม้จากจีนสูงขึ้นจากร้อยละ 37.61 ในปี 2544 เป็นร้อยละ 56.36 ของมูลค่าการนำเข้าผลไม้รวมในปี 2549

ส่วนในด้านมูลค่าส่งออกผลไม้ของไทยหลังจากเปิดการค้าเสรีแล้วมีแนวโน้มสูงขึ้นมากเช่นกัน โดยหลังจากเปิดการค้าเสรีแล้วผลไม้ประเภทที่ไทยส่งออกมากเป็นอันดับหนึ่งคือ ผลไม้สด ที่สำคัญคือ ลำไย ทุเรียน และลิ้นจี่ อันดับสองคือผลไม้แห้ง ซึ่งส่วนใหญ่คือ ลำไยแห้ง และอันดับสามคือ กลุ่มสับปะรด ฝรั่ง มังคุด และอื่นๆ สดหรือแห้ง ซึ่งส่วนใหญ่คือ มังคุด ทั้งนี้สัดส่วนของมูลค่าส่งออกผลไม้ไปยังจีนมีแนวโน้มสูงขึ้นจากร้อยละ 15.21 ในปี 2544 เป็นร้อยละ 29.02 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้รวมในปี 2549

เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกและนำเข้าผลไม้ระหว่างไทยและจีนในปี 2544 – 2549 แล้วพบว่า มูลค่าการนำเข้าผลไม้จากจีนเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 32,27 ขณะที่มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 26.07 ทั้งนี้ไทยเป็นฝ่ายได้ดุลการค้าในสินค้าผลไม้กับจีนมาโดยตลอด โดยมีอัตราเพิ่มของดุลการค้าเฉลี่ยร้อยละ 42.58 อย่างไรก็ตาม หลังเปิดการค้าเสรีแล้วการเกินดุลมีแนวโน้มลดลง ยกเว้นในปี 2548 ที่การเกินดุลการค้ามีมูลค่าสูงซึ่งพบว่าในปีดังกล่าวมีการส่งออกลำไยสด/แห้ง และทุเรียนสดสูงขึ้นมากจากปีก่อนหน้า

1.3 การค้าผักและผลไม้ระหว่างไทยและจีนก่อนและหลังการเปิดการค้าเสรี

จากข้อมูลการค้าสินค้าผักและผลไม้ระหว่างไทยและจีนเมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วพบว่า มูลค่าการนำเข้าผักและผลไม้จากจีนเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 40.37 ขณะที่มูลค่าการส่งออกรวมเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 28.91 โดยที่ไทยเกินดุลการค้ากับจีนมาโดยตลอด อย่างไรก็ตามหากไม่นำสินค้าประเภทมันสำปะหลังที่ไทยมีการส่งออกไปจีนเป็นปริมาณมากและเป็นสินค้าที่ใช้เพื่อการอุตสาหกรรมเป็นหลักมารวมด้วยแล้วกลับพบว่าไทยมีการขาดดุลการค้ากับจีน โดยการขาดดุลการค้าในสินค้าทั้ง 2 ประเภทมีแนวโน้มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก

1.4 การผลิตและราคาพืชผักและผลไม้บางชนิดก่อนและหลังการเปิดการค้าเสรีไทย-จีน

จากการศึกษาข้อมูลสินค้าพืชผักที่เกี่ยวข้องกับการค้าเสรีไทย-จีน คือกระเทียมและหอมหัวใหญ่พบว่าหลังจากเปิดการค้าเสรีแล้วพื้นที่ปลูกมีแนวโน้มลดลงเป็นอย่างมาก โดยในปี 2547

หลังจากเปิดการค้าเสรีไปแล้ว 1 ปีการนำเข้ากระเทียมและหอมหัวใหญ่จากจีนมีปริมาณเพิ่มขึ้นมาก เนื่องจากสินค้าจากจีนมีราคาถูก ส่งผลให้ราคาที่เกี่ยวข้องตกต่ำลง อย่างไรก็ตาม จากการผลิตที่มีปริมาณผลผลิตภายในประเทศลดลงทำให้ในปี 2549 ราคาสินค้าทั้งสองสูงขึ้นจากปีก่อนหน้าซึ่งเป็นไปตามหลักของอุปสงค์และอุปทานของสินค้าโดยทั่วไป

ในด้านการนำเข้าผลไม้จากจีนได้แก่ แอปเปิ้ล แพร์และควินซ์ และองุ่นสดที่ปริมาณนำเข้าเพิ่มขึ้นมากหลังจากเปิดการค้าเสรีพบว่าราคาสินค้านำเข้าลดลงจากก่อนเปิดการค้าเสรี

2. สรุปผลการสำรวจผู้บริโภคสินค้าเกษตร

จากการสำรวจผู้บริโภคด้วยแบบสอบถาม มีผลสรุปที่น่าสนใจในด้านการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการบริโภคผักและผลไม้ ทั้งที่ผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ พฤติกรรมการซื้อและความคิดเห็นที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปดังนี้

2.1 การรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีด้านการบริโภคสินค้าเกษตร

2.1.1 ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี ซึ่งปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี โดยเพศชายจะรับทราบมากกว่าเพศหญิง ระดับการศึกษาสูงจะรับทราบได้มากกว่าระดับการศึกษาน้อย ส่วนอาชีพราชการ อาชีพอิสระ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ จะรับรู้เกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีมากกว่าเกษตรกรและพ่อบ้านแม่บ้าน

2.1.2 ผู้บริโภครับรู้เกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีได้จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือหนังสือพิมพ์

2.1.3 ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าผักและผลไม้ที่ตนซื้อ มีแหล่งที่มา (ประเทศ) จากที่ใด

2.1.4 ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นด้วยที่ประเทศไทยทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีในภาคการเกษตร แต่ก็ยังมีผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยที่ไม่แน่ใจ และไม่เห็นด้วย

2.1.5 ผู้บริโภคเห็นว่าผลดีของการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีก็คือ มีสินค้าให้เลือกหลากหลายมากขึ้น ส่วนผลเสียคือ เกษตรกรไทยจะเสียเปรียบทางการค้ามากขึ้น

2.1.6 ปัจจัยที่สำคัญในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรของผู้บริโภคหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีคือ คุณภาพสินค้า

2.1.7 ผู้บริโภคมีความเห็นว่า สินค้าเกษตรไทยควรปรับปรุงคุณภาพในด้านความปลอดภัยต่อผู้บริโภค เพื่อจะได้สามารถแข่งขันภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีได้

2.2 พฤติกรรมการบริโภคผัก

2.2.1 ความรู้สึกของผู้บริโภคต่อปริมาณการบริโภคผักที่ผลิตในประเทศหลังจากทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี ส่วนใหญ่คิดว่าปริมาณการบริโภคไม่เปลี่ยนแปลง รองลงมาคิดว่าบริโภคเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน (อายุ 20 – 39 ปี) และผู้ที่มีรายได้สูง ซึ่งสาเหตุหลักที่ซื้อผักในประเทศเพิ่มขึ้นเพราะหาซื้อได้ง่าย ส่วนประเภทผักที่ซื้อเพิ่มขึ้นมาก ได้แก่ ผักบุ้ง กระเทียม หอม กระเทียม หอม คะน้า ผักชี

2.2.2 ความรู้สึกของผู้บริโภคต่อปริมาณการบริโภคผักที่ผลิตจากต่างประเทศหลังจากทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี ส่วนใหญ่คิดว่าปริมาณการบริโภคไม่เปลี่ยนแปลง รองลงมาคิดว่าบริโภคลดลง โดยสาเหตุหลักที่ซื้อผักที่ผลิตจากต่างประเทศลดลงเพราะราคาแพง แต่ก็ยังมีผักบางประเภทที่ซื้อเพิ่มขึ้น ได้แก่ แครอท บร็อคโคลี่ กระเทียม เห็ดหอมสด และเห็ดหอมแห้ง

2.2.3 ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการซื้อผักในประเทศและผักต่างประเทศของผู้บริโภค มีดังนี้

- 1) ผู้บริโภคที่ซื้อผักต่างประเทศเพิ่มขึ้น มีแนวโน้มซื้อผักในประเทศเพิ่มขึ้นด้วย
- 2) ผู้บริโภคที่ซื้อผักต่างประเทศลดลง มีแนวโน้มซื้อผักในประเทศเพิ่มขึ้น
- 3) ผู้บริโภคที่ซื้อผักต่างประเทศคงที่ มีแนวโน้มซื้อผักในประเทศคงที่ด้วย

2.2.4 ผักในประเทศที่ผู้บริโภคซื้อบ่อย ได้แก่ ผักชี ต้นหอม ผักบุ้ง กระเทียม และหอมแดง ส่วนผักต่างประเทศที่ซื้อบ่อย ได้แก่ กระเทียม แครอท บร็อคโคลี่ เห็ดหอมสด และมันฝรั่ง

2.3 พฤติกรรมการบริโภคผลไม้

2.3.1 ความรู้สึกของผู้บริโภคต่อปริมาณการบริโภคผลไม้ที่ผลิตในประเทศหลังจากทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี ส่วนใหญ่คิดว่าบริโภคเพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับผู้บริโภคที่คิดว่าไม่เปลี่ยนแปลง ปริมาณการบริโภค โดยสาเหตุหลักที่ซื้อผลไม้ที่ผลิตในประเทศเพิ่มขึ้นเพราะราคาถูก ส่วนประเภทผลไม้ที่ซื้อเพิ่มขึ้น ได้แก่ ส้ม มะม่วง เงาะ แดงโม และมังคุด

2.3.2 ความรู้สึกของผู้บริโภคต่อปริมาณการบริโภคผลไม้ที่ผลิตจากต่างประเทศหลังจากทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี ส่วนใหญ่คิดว่าปริมาณการบริโภคไม่เปลี่ยนแปลง รองลงมาคิดว่าบริโภคลดลง โดยสาเหตุหลักที่ซื้อผลไม้ที่ผลิตจากต่างประเทศลดลงเพราะราคาแพง แต่ก็ยังมีผลไม้จากต่างประเทศบางประเภทที่คิดว่าซื้อเพิ่มขึ้น ได้แก่ แอปเปิ้ล องุ่น สาลี่ และส้มจีน

2.3.3 ผลไม้ในประเทศที่ผู้บริโภครีบอบอย ได้แก่ ส้ม มะม่วง แดงโม กกล้วย และเงาะ ส่วนผลไม้ต่างประเทศที่ผู้บริโภครีบอบอย ได้แก่ แอปเปิ้ล องุ่น สาลี่ ส้มจีน และพลับ

2.4 แหล่งจับจ่ายและการตัดสินใจซื้อ

2.4.1 แหล่งที่ผู้บริโภครีบไปจับจ่ายซื้อผักและผลไม้มากที่สุดคือ ตลาดสด รองลงมาคือ ซูเปอร์มาร์เก็ต

2.4.2 ผู้มีส่วนตัดสินใจในการซื้อผักและผลไม้มากที่สุดคือ สมาชิกทุกคนในบ้าน รองลงมาคือ แม่บ้าน

2.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าเกษตร

2.5.1 ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าเป็นประเทศถูกกว่า สดกว่า และปลอดภัยต่อการบริโภคมากกว่าผักต่างประเทศ

2.5.2 ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าเป็นผลไม้ในประเทศถูกกว่า สดกว่า และปลอดภัยต่อการบริโภคมากกว่าผลไม้ต่างประเทศ และยังเห็นว่าการที่มีผลไม้ต่างประเทศจำหน่ายมากทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกชนิดได้มากขึ้น และสินค้าที่ความแปลกใหม่น่าซื้อ

3 สรุปผลการสัมมนาแบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรและนักวิชาการเกษตร

จากการจัดสัมมนาแบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรและนักวิชาการเกษตร 4 ภาค ได้ข้อสรุป ในด้านความเป็นอยู่ การปรับปรุงการประกอบอาชีพ การปรับปรุงด้านการบริโภค และการสร้างเครือข่ายของเกษตรกร รวมทั้งข้อเสนอแนะด้านนโยบายภาครัฐ ดังนี้

3.1 ความเป็นอยู่ของเกษตรกร

ผู้เข้าร่วมการสัมมนาแบบมีส่วนร่วมในครั้งนี้ให้ทัศนะถึงความเป็นอยู่ของเกษตรกรในระยะเวลา 2 – 3 ปีที่ผ่านมาว่า มีการเปลี่ยนแปลงความเป็นอยู่ทั้งสองทิศทาง บางส่วนมีความเป็นอยู่ดีขึ้น และบางส่วนมีความเป็นอยู่แย่ลง ดังนี้

3.1.1 ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ผู้เข้าร่วมสัมมนาได้ระบุถึงความเป็นอยู่ที่ดีหมายถึง รายได้ที่มากขึ้น และการใช้ชีวิตที่สะดวกสบายมากขึ้นกล่าวคือ มีเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และใช้ในการทำการเกษตร เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสาเหตุที่ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้นเกษตรกรมีข้อคิดเห็นดังนี้

- 1) มีการเพิ่มเนื้อที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้น และมีกิจกรรมการทำฟาร์มเพิ่มขึ้น

- 2) มีการเปลี่ยนมาทำเกษตรอินทรีย์
- 3) ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิต ทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น และช่วยให้ต้นทุนการผลิตลดลง
- 4) มีการรวมกลุ่มเกษตรกร
- 5) มีช่องทางการตลาดผลผลิตเพิ่มขึ้น
- 6) ราคาผลผลิตที่ได้รับดีขึ้น เนื่องจากการปรับปรุงคุณภาพผลผลิต

3.1.2 *ความเป็นอยู่ที่แย่ลง* ตามคิดของผู้เข้าร่วมสัมมนาแบบมีส่วนร่วมหมายถึง รายได้ที่ลดลง และมีภาระรายจ่ายที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเกษตรกรมีความเห็นดังนี้

- 1) มีต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น
- 2) การมีแข่งขันกันขายผลผลิตเพิ่มขึ้น และยังมีผลผลิตจากต่างประเทศมาเข้ามาแข่งขัน
- 3) ผลผลิตตกต่ำลง เนื่องจากสภาพดินฟ้าอากาศไม่อำนวย
- 4) ราคาผลผลิตที่ได้รับไม่แน่นอน
- 5) หนี้สินเพิ่มมากขึ้นจากการขยายการผลิต
- 6) ใช้จ่ายเกินรายได้
- 7) ช่องทางการจำหน่ายผลผลิตมีน้อยลง

3.2 *การปรับปรุงการประกอบอาชีพของเกษตรกร* ผู้เข้าร่วมการสัมมนาได้ให้ข้อคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงการประกอบอาชีพของเกษตรกร ซึ่งสรุปได้ดังนี้

- 1) ควรผลิตสินค้าพอประมาณ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง
- 2) เน้นการผลิตจากสายพันธุ์ที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานที่ดี
- 3) ปลูกพืชหมุนเวียน ปลูกพืชแบบผสมผสาน ทั้งที่สามารถเก็บผลผลิตได้รายวัน รายเดือน รายปี และปลูกเพื่อเป็นบ่านาถั่ว ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงและทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น
- 4) ผลิตให้ตรงตามความต้องการของตลาด โดยการปรับปรุงคุณภาพให้ได้มาตรฐาน
- 5) ปรับปรุงการผลิตโดยเน้นเกษตรที่ปลอดภัย การใช้หลักการปฏิบัติการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agricultural Practice; GAP) และการทำเกษตรอินทรีย์
- 6) วางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในแต่ละช่วงเวลา
- 7) ปรับปรุงดิน และอนุรักษ์น้ำ

8) ลดต้นทุนการผลิตโดยการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม

3.3 การปรับปรุงการบริโภคในครัวเรือนเกษตรกร ข้อคิดเห็นที่ได้จากการสัมมนาในประเด็นของการปรับปรุงการบริโภคในครัวเรือนเกษตรกรมีดังนี้

- 1) ลดการบริโภคสินค้าเกษตรจากต่างประเทศ ควรปลูกพืชไว้กินเอง
- 2) ไม่บริโภคฟุ่มเฟือย กินอยู่อย่างพอเพียง
- 3) บริโภคอาหารที่มีประโยชน์ และปลอดภัยจากสารพิษ รวมถึงการศึกษาหาความรู้ด้านการบริโภคอยู่เสมอ
- 4) ถนอมอาหารไว้บริโภคเองในครัวเรือน และเมื่อเหลือจึงจำหน่าย
- 5) ทำบัญชีครัวเรือนเพื่อหาแนวทางในการลดค่าใช้จ่ายของครัวเรือน

3.4 การสร้างเครือข่ายของเกษตรกร ในด้านการสร้างเครือข่ายของเกษตรกร ผู้เข้าร่วมการสัมมนาให้ข้อคิดเห็นดังนี้

- 1) ควรมีการรวมกลุ่มเกษตรกรตามชนิดของพืช ตามท้องถิ่นทั้งระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด และมีการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจระหว่างเกษตรกรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การรวมกลุ่มควรเป็นกลุ่มที่ถาวรและยั่งยืน
- 2) มีระบบการบริหารจัดการภายในกลุ่มที่เข้มแข็ง
- 3) มีการตั้งศูนย์รวมสินค้าทุกชนิดประจำจังหวัด
- 4) แต่ละกลุ่มควรมีกิจกรรมสัมพันธ์และเกื้อกูลกัน
- 5) ควรจัดให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเกษตรกรทั่วประเทศ
- 6) เครือข่ายควรมีการดูแลกันเองอย่างครบวงจรตั้งแต่การผลิต การตลาด จนกระทั่งการส่งออก

3.5 ข้อเสนอแนะด้านนโยบายภาครัฐ ผู้เข้าร่วมสัมมนาได้ให้ข้อเสนอแนะในการจัดทำนโยบายของรัฐในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 1) จัดให้มีการจัดชั้นมาตรฐานในการซื้อขายผลิตผลแต่ละชนิด
- 2) ลดภาษีปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ย และสารป้องกันกำจัดศัตรูพืช
- 3) มีระบบการประกันราคาสินค้าเกษตรที่ไม่ต่ำกว่าต้นทุนการผลิต และมีการชดเชยพืชผลที่ได้รับความเสียหายจากภัยธรรมชาติและความเสียหายอันเนื่องจากการทำ

- ข้อตกลงเขตการค้าเสรี รวมถึงให้มีการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อใช้เป็นกองทุนผลิตผล
เกษตรแต่ละชนิด โดยให้รัฐ ผู้ประกอบการ และเกษตรกรมีความรับผิดชอบร่วมกัน
- 4) รัฐให้การส่งเสริมเทคโนโลยีการผลิต การปรับปรุงโครงสร้างด้านโลจิสติกส์ และจัดให้มีตลาดกลางสินค้าเกษตรทั่วประเทศ
 - 5) ส่งเสริมความรู้ให้เกษตรกร เช่น การตั้งโรงเรียนเกษตรกร เป็นต้น
 - 6) สร้างจิตสำนึกให้ประชาชนบริโภคสินค้าเกษตรไทย
 - 7) ให้รัฐทำประชาคมติเกี่ยวกับการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี
 - 8) มีการส่งเสริมการแปรรูปเพื่อการส่งออก
 - 9) กำหนดมาตรการกีดกันทางการค้าสินค้าเกษตรจากต่างประเทศแบบแอบแฝง
 - 10) มีการตรวจสอบสินค้าเกษตรนำเข้าอย่างเข้มงวด
 - 11) กำหนดเขตเศรษฐกิจการเกษตร และจัดให้มีการขึ้นทะเบียนเกษตรกร
 - 12) ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มการผลิตเพื่อการปรับปรุงคุณภาพการผลิตร่วมกัน
 - 13) กำหนดให้มีผู้แทนเกษตรกรเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดและการบริหารนโยบาย
เกษตร หรือจัดให้มีสภาการเกษตร ทั้งในระดับท้องถิ่น จนถึงระดับชาติ
 - 14) สนับสนุนงบประมาณให้กับเกษตรกรที่มีผลงานดีเด่น รวมทั้งการออกใบรับรองหรือ
ใบประกอบวิชาชีพการเกษตร

ผลสรุปที่ได้จากการวิจัย

จากสรุปผลการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ การสำรวจผู้ประกอบการ และกำรสัมมนาแบบมี
ส่วนร่วมของเกษตรกรและนักวิชาการ เพื่อให้ได้ข้อสรุปของรูปแบบการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม
บริโภคผักและผลไม้หลังจากทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย-จีน มีประเด็นดังนี้

- 1) พฤติกรรมการบริโภคผักทั้งที่ผลิตในประเทศและผักจากต่างประเทศไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่ง
สอดคล้องกับข้อมูลด้านการนำเข้าและส่งออกผักระหว่างไทย-จีน กล่าวคือการนำเข้าผักจากจีนที่เพิ่ม
สูงขึ้นมากได้แก่ พืชผักแห้ง และผักสดเพียงบางรายการเท่านั้นเช่น หอมหัวใหญ่ และกระเทียม
ประกอบกับการส่งออกผักไปจีน (ไม่นับรวมสินค้ามันสำปะหลัง) ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ซึ่งก็แสดงว่า

การบริโภคผลผลิตผักภายในประเทศยังไม่เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคยังคงเห็นว่าผักในประเทศมีราคาถูกลงกว่า สดกว่า และปลอดภัยต่อการบริโภคมากกว่าผักจากต่างประเทศ

2) พฤติกรรมการบริโภคผลไม้ที่ผลิตในประเทศเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ส่วนการบริโภคผลไม้จากต่างประเทศไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งขัดแย้งกับข้อมูลด้านการนำเข้าและส่งออกล้มระหว่างไทย-จีน พบว่าไทยนำเข้าผลไม้จากจีนเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะแอปเปิ้ลและแพร์ และไทยยังส่งออกไปยังจีนเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกันโดยเฉพาะลำไยและทุเรียน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะปริมาณผลผลิตของผลไม้มีความผันแปรตามฤดูกาลสูง และปริมาณผลผลิตในแต่ละปีมีความแตกต่างกันมาก ทำให้บางปีที่ผลผลิตภายในประเทศมีมากทำให้ราคาต่ำเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการบริโภคเพิ่มขึ้น และในช่วงที่ผลผลิตภายในประเทศยังไม่ออกก็บริโภคผลไม้จากต่างประเทศที่มีผลผลิตออกมาในช่วงเวลานั้น แต่พฤติกรรมโดยรวมแล้วผู้บริโภคไทยก็ยังคงนิยมบริโภคผลไม้ที่ผลิตภายในประเทศเนื่องจากเห็นว่ามีความปลอดภัย สด และปลอดภัยต่อการบริโภค

3) ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงการบริโภคต่อการผลิตสินค้าเกษตร โดยภาพรวมของพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรหลังจากทำข้อตกลงเขตการค้าไทย-จีนแล้ว ยังมีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ทั้งนี้เนื่องจากผลผลิตผักและผลไม้แต่ละชนิดมีคุณสมบัติเฉพาะตัว เช่น รสชาติ และการนำไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดการทดแทนกันได้บ้าง โดยผู้บริโภคบางส่วนอาจให้ความสนใจผักและผลไม้จากต่างประเทศบ้างเพราะความแปลกใหม่และเหตุจูงใจด้านราคาที่ถูกลง แต่จากพฤติกรรมดังกล่าวก็ยังไม่ส่งผลต่อการผลิตสินค้าเกษตรภายในประเทศมากนัก ยกเว้นสินค้าเกษตรบางรายการที่สามารถทดแทนกันได้สูงซึ่งได้แก่ หอมหัวใหญ่และกระเทียม โดยจะเห็นได้จากพื้นที่การปลูกและปริมาณผลผลิตหอมและกระเทียมภายในประเทศลดลงอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตามก็ยังพบว่าราคาผลผลิตหอมและกระเทียมภายในประเทศก็มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นด้วย ซึ่งก็แสดงว่า หอมและกระเทียมที่ผลิตภายในประเทศและที่นำเข้าจากจีนก็ยังคงมีความแตกต่างกันอยู่บ้างในสายตาของผู้บริโภค ดังนั้นผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงการบริโภคสินค้าเกษตรที่มีต่อเกษตรกรโดยภาพรวมจึงยังเกิดขึ้นไม่มาก ซึ่งสอดคล้องกับข้อสรุปของการสัมมนาแบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรและนักวิชาการเกษตร โดยปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ของเกษตรกรที่มีอยู่ก็ยังคงเกิดจากปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น สภาพดินฟ้าอากาศ และหนี้สิน เป็นต้น การแก้ปัญหาของเกษตรกรส่วนใหญ่ก็ยังคงต้องอาศัยนโยบายภาครัฐ โอกาสของทางเลือกในการประกอบอาชีพ และความสามารถเฉพาะตัวในด้านการบริหารจัดการของเกษตรกรแต่ละราย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

ถึงแม้ความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเกษตรหลังจากทำข้อตกลงเขตการค้าระหว่างไทย-จีนยังเกิดขึ้นน้อย และยังไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการอย่างกว้างขวางก็ตาม แต่ผลจากการวิจัยนี้ยังมีอจรับประกันได้ว่า อนาคตอันใกล้ที่จะเกิดขึ้นจะไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงที่จะนำมาซึ่งผลกระทบต่ออันรุนแรงต่อภาคการเกษตรไทย เพราะข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย-จีนเป็นเพียงจุดเริ่มต้นที่ภาคการเกษตรไทยจะต้องเผชิญ ยังมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอื่นๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อมากอีกจำนวนมาก

เมื่อมีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมาสู่สายตาของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น การรู้จักและคุ้นเคยต่อสินค้าเกษตรของต่างประเทศ ประกอบกับราคาที่จูงใจ ย่อมเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคเกิดการทดลองสินค้าใหม่ๆ เกิดการปรับตัวและยอมรับวัฒนธรรมการบริโภคจากต่างประเทศ และเมื่อผู้บริโภคเปิดรับสินค้าเกษตรจากต่างประเทศอย่างกว้างขวางโดยละทิ้งการบริโภคสินค้าเกษตรไทย เมื่อนั้นย่อมทำให้เกษตรกรไทยเกิดความอ่อนแอเนื่องจากขาดทางเลือกในการผลิต เกษตรกรจำเป็นต้องผลิตสินค้าเกษตรเพียงบางชนิดที่สามารถส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้ ซึ่งเป็นการลดโอกาสและลดความสามารถทางการแข่งขันของภาคการเกษตรไทยในเวทีโลกด้วย

ดังนั้นในขณะนี้จึงเป็นโอกาสอันดีที่ประเทศไทยจะได้ถือโอกาสในการเตรียมความพร้อมด้านการบริโภคสินค้าเกษตรไทยเพื่อรองรับผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นอีกในอนาคต โดยการสร้างพื้นฐานด้านการบริโภคและการผลิตภายในประเทศตลอดทั้งระบบแห่งคุณค่า ซึ่งจากผลการวิจัยช่วยให้ได้ข้อเสนอแนะดังนี้

1.1 ข้อเสนอแนะการเตรียมความพร้อมด้านผู้บริโภคสินค้าเกษตร

เหตุที่การบริโภคสินค้าเกษตรไทยยังไม่เปลี่ยนแปลงมากจนส่งผลกระทบต่อการผลิตอย่างเห็นได้ชัดนั้น เป็นเพราะความหลากหลาย และคุณลักษณะเฉพาะของผลผลิต นอกจากนี้ผู้บริโภคยังเห็นว่าสินค้าเกษตรไทยมีราคาถูก สด และปลอดภัย ประเด็นที่สำคัญก็คือเรื่องของราคา หากในอนาคตราคาสินค้าเกษตรที่ผลิตภายในประเทศมีราคาสูงกว่าเมื่อเทียบกับสินค้านำเข้า ผู้บริโภคจะ

ยังคงนิยมสินค้าเกษตรที่ผลิตภายในประเทศอีกต่อไปหรือไม่ ซึ่งหากราคาสินค้าเกษตรไทยยังราคาต่ำ อยู่เช่นนี้ต่อไปก็ย่อมส่งผลกระทบต่อเกษตรกรอย่างแน่นอน

ดังนั้นการเตรียมความพร้อมด้านผู้ประกอบการสินค้าเกษตร จึงควรมีการรณรงค์ปลูกฝังวัฒนธรรม ของการบริโภคแบบไทย และรสนิยมการใช้สินค้าและวัตถุดิบจากผลิตผลเกษตรไทยที่มีคุณค่าและ คุณภาพเฉพาะตัว ควบคู่กับการพัฒนาแนวความคิดและทัศนคติด้านการเลือกซื้อสินค้าเกษตรที่มี คุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัย เพื่อให้ประโยชน์จากพลังผู้บริโภคผลักดันให้เกิดการสร้าง คุณค่าของภาคการผลิต การรณรงค์ดังกล่าวควรใช้การสื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ มีการ รณรงค์ ณ จุดซื้อสินค้าคือ ตลาดสด และซูเปอร์มาร์เก็ต นอกจากนี้ยังควรให้ความรู้ไปยังสถานศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับเยาวชนคนรุ่นใหม่อีกด้วย

1.2 ข้อเสนอแนะการเตรียมความพร้อมด้านผู้ผลิต

จากการสัมมนาแบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรและนักวิชาการเกษตร ช่วยให้ผู้วิจัยทราบว่า เกษตรกรกลุ่มที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นเป็นเกษตรกรที่มีทางเลือกในการผลิตสินค้าเกษตรที่หลากหลาย มีการใช้ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีในการลดต้นทุนการผลิต มีความสามารถในการบริหารจัดการด้าน การตลาดและความสัมพันธ์กับสมาชิกอื่นในระบบแห่งคุณค่า ไม่ว่าจะประสบกับปัญหาและอุปสรรค ประการใดก็ตาม เกษตรกรกลุ่มนี้มักจะเข้าใจปัญหาและหาทางออกได้เสมอ ดังนั้นจึงควรมีการศึกษา เกษตรกรกลุ่มนี้เพื่อใช้เป็นแบบอย่างในการกำหนดแนวทางการพัฒนาให้มีเกษตรกรกลุ่มที่มีความ เป็นอยู่ที่ดีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

อย่างไรก็ตามยังมีเกษตรกรอีกจำนวนไม่น้อยที่มีความเป็นอยู่ที่แย่ง เกษตรกรกลุ่มนี้มักเป็น ผู้มีหนี้สิน มีต้นทุนการผลิตสูง ขาดอำนาจการต่อรองทางการตลาดได้รับราคาผลผลิตต่ำ จึงมีแนวโน้ม ในการได้รับผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีสูงได้ในอนาคต ดังนั้นจึงควรเร่งแก้ไขปัญหาด้าน หนี้สิน ช่วยเหลือให้สามารถดำรงชีพได้สบายมากขึ้น พัฒนาความรู้และความสามารถของเกษตรกรให้ สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ รวมทั้งสร้างโอกาสทางเลือกในการประกอบอาชีพของเกษตรกรให้เพิ่ม สูงขึ้น

การเตรียมความพร้อมของเกษตรกรทั้งสองกลุ่มดังกล่าวจึงเป็นการเพิ่มจุดแข็งและลดจุดอ่อน ของภาคการผลิตสินค้าเกษตรอันจะนำมาซึ่งความสามารถทางการแข่งขันของเกษตรกรไทยให้ สามารถพัฒนากระบวนการผลิตและสินค้าเกษตรที่มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลดีต่อ การยกระดับราคาสินค้าเกษตรไทยได้ในอนาคต

นอกจากนี้ภาครัฐควรส่งเสริมสนับสนุนความรู้ด้านการตลาดแก่เกษตรกร ส่งเสริมการผลิต และการตลาดเกษตรอินทรีย์ และอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร ดังนี้

1) ควรให้ความรู้แก่เกษตรกรเกี่ยวกับเรื่องอุปสงค์และอุปทาน เพื่อผลิตสินค้าสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ เนื่องจากปัจจุบันมีปัญหาเรื่องสินค้าล้นตลาดมาก

2) ควรส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการบริโภค และพยายามส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้เกษตรกรจำหน่ายสินค้าเกษตรให้มีราคาสูงขึ้น

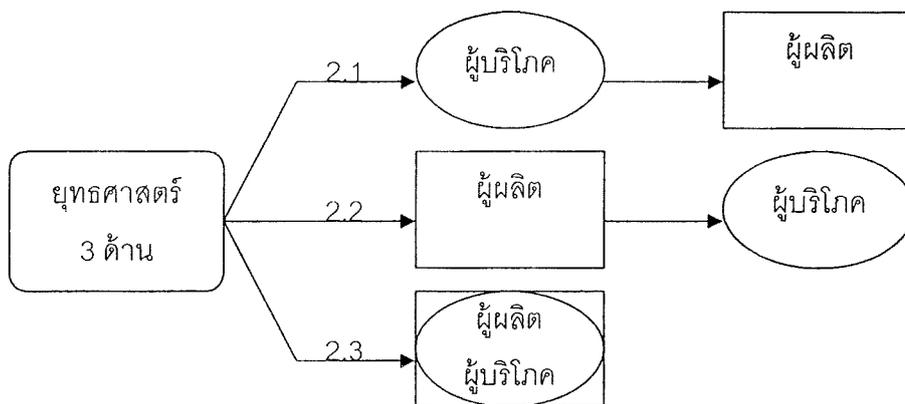
3) ส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรให้เป็นสินค้าอุตสาหกรรม เพื่อส่งออกในรูปแบบสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร จะช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้ามากขึ้น

2 ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมด้านการบริโภคสินค้าเกษตรเพื่อรองรับผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรี

ผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีที่มีต่อผู้บริโภคในระยะที่ผ่านมาโดยส่วนใหญ่จะเป็นไปในทางบวกกล่าวคือ ผู้บริโภคจะมีโอกาสได้เลือกสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น และสินค้ามีราคาถูกลงจากเดิม เป็นเหตุให้ผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคโดยสนใจเลือกหาสินค้าเกษตรจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น และในอนาคตเมื่อไทยต้องเปิดการค้าเสรีกับต่างประเทศในหมวดสินค้าเกษตรเพิ่มขึ้น ก็ย่อมทำให้สินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันมากตามไปด้วย ซึ่งย่อมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการบริโภคสินค้าเกษตรของผู้บริโภคมากขึ้นจากปัจจุบัน และส่งผลต่อเนื่องไปสู่ภาคการเกษตรซึ่งเกี่ยวข้องกับประชาชนจำนวนมากตั้งแต่เกษตรกร ไปจนกระทั่งธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องจำนวนมาก อีกทั้งยังส่งผลต่อความมั่นคงด้านอาหาร และความสามารถด้านการแข่งขันของประเทศ ดังนั้นการบริโภคสินค้าเกษตรของประชาชนภายในประเทศจึงมีความสำคัญอย่างมาก และต้องได้รับการดูแลให้เกิดประโยชน์ต่อภาคการเกษตรและเศรษฐกิจโดยรวม

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อนำมาใช้ในการจัดทำแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการบริโภคสินค้าเกษตรด้วยวิธีการจับคู่แบบ TOWS Matrix ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสรุปได้ว่า แนวทางกลยุทธ์การเตรียมพร้อมด้านการบริโภคสินค้าเกษตรสามารถมุ่งเป้าหมายไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง หรือการปรับปรุงด้านการผลิตเพื่อนำไปสู่การตอบสนองการบริโภค

ภายในประเทศก็ได้ รวมทั้งการประสานรวมด้านการบริโภคและการผลิตเข้าด้วยกันก็ได้ ดังนั้นจึงสรุปเป็นยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมด้านการบริโภคเพื่อการรองรับผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรี ได้ 3 ด้านดังนี้



ภาพที่ 5.1 ข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์ 3 ด้าน

2.1 **ยุทธศาสตร์ผู้บริโภครุ่นใหม่สู่ผู้ผลิต** เป็นการเตรียมความพร้อมด้านผู้บริโภครุ่นใหม่โดยตรง เพื่อให้ความต้องการของผู้บริโภครุ่นใหม่ไปสู่การกระตุ้นการปรับปรุงการผลิต ประกอบด้วยยุทธศาสตร์เชิงรับ และเชิงรุก

ยุทธศาสตร์เชิงรับ คือ การเตรียมความพร้อมของผู้บริโภครุ่นใหม่ภายในประเทศ ได้แก่

- 1) โครงการสืบสานการบริโภคแบบไทย
- 2) โครงการเครือข่ายผู้บริโภครุ่นใหม่-ผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย

ยุทธศาสตร์เชิงรุก คือ ยุทธศาสตร์ที่ส่งผลไปสู่ผู้บริโภครุ่นใหม่ในต่างประเทศ ได้แก่

- 1) โครงการผู้บริโภครุ่นใหม่ต่างประเทศนิยมสินค้าเกษตรไทย
- 2) โครงการเครือข่ายผู้ค้าเกษตรไทยในเวทีโลก

2.2 **ยุทธศาสตร์ผู้ผลิตสู่ผู้บริโภครุ่นใหม่** เป็นการเตรียมความพร้อมด้านการบริโภคโดยการผลักดันผู้ผลิตให้ปรับปรุงแนวคิด กระบวนการผลิต และผลผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภครุ่นใหม่ โดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์เชิงรับ และเชิงรุก ดังนี้

ยุทธศาสตร์เชิงรับ คือ การค้นหาแบบอย่างเกษตรกรที่ดีเยี่ยม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแนวคิด ความรู้ และทักษะของเกษตรกรรายอื่นๆ โครงการพัฒนาตามยุทธศาสตร์นี้ได้แก่

- 1) โครงการเกษตรกรแบบอย่างที่ดีเยี่ยม
- 2) โครงการเกษตรกรไทยพัฒนา

ยุทธศาสตร์เชิงรุก คือ ยุทธศาสตร์ที่นำไปสู่การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกรไทย โครงการตามยุทธศาสตร์นี้ได้แก่

- 1) โครงการการเกษตรเพื่อผู้บริโภค
- 2) โครงการสินค้าเกษตรไทยที่ทรงคุณค่า

2.3 ยุทธศาสตร์ผสมผสาน เป็นการเตรียมความพร้อมด้านการบริโภค ที่พิจารณาโดยองค์รวมของการแก้ปัญหาเชิงระบบ และสามารถดำเนินนโยบายทั้งในเชิงรับและเชิงรุกไปพร้อมกันกล่าวคือ เป็นการดำเนินการที่เชื่อมโยงผู้บริโภคและผู้ผลิต ซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้บริโภคภายในประเทศ การส่งเสริมการบริโภคสินค้าเกษตรไทยในต่างประเทศ การพัฒนาแนวคิด ความรู้ของเกษตรกรไทย การเพิ่มประสิทธิภาพ คุณภาพ และมูลค่าเพิ่มของผลผลิตเกษตรไทย การดำเนินยุทธศาสตร์ดังกล่าว จะนำไปสู่การประสานรวมกันของเครือข่ายวิสาหกิจเกษตร การพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตร ที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทั้งด้านผู้ผลิตและผู้บริโภค รวมทั้งหน่วยงานหรือผู้สนับสนุนที่เกี่ยวข้อง โครงการที่ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ผสมผสาน ได้แก่

- 1) โครงการจุดประกายเครือข่ายวิสาหกิจเกษตร
- 2) โครงการตลาดสินค้าเกษตรอัจฉริยะ

ผลจากแนวทางยุทธศาสตร์ทั้ง 3 ด้าน นำไปสู่ข้อเสนอแนะของการดำเนินโครงการพัฒนาเพื่อตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ดังกล่าว จำนวน 10 โครงการ ดังตารางที่ 5.1

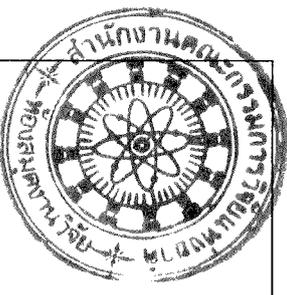
ตารางที่ 5.1 ยุทธศาสตร์ 3 ด้าน และการดำเนินงาน 10 โครงการ

| ยุทธศาสตร์ 3 ด้าน | การดำเนินงาน 10 โครงการ | ยุทธศาสตร์ | |
|-----------------------------|--|------------|---------|
| | | เชิงรับ | เชิงรุก |
| ผู้บริโภค สู่ ผู้ผลิต | 1. โครงการสืบสานการบริโภคแบบไทย | ✓ | |
| | 2. โครงการเครือข่ายผู้บริโภค-ผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย | ✓ | |
| | 3. โครงการผู้บริโภคต่างประเทศนิยมสินค้าเกษตรไทย | | ✓ |
| | 4. โครงการเครือข่ายคู่ค้าเกษตรไทยในเวทีโลก | | ✓ |
| ผู้ผลิต สู่ ผู้บริโภค | 5. โครงการเกษตรกรแบบอย่างที่ดีเยี่ยม | ✓ | |
| | 6. โครงการเกษตรกรไทยพัฒนา | ✓ | |
| | 7. โครงการการเกษตรเพื่อผู้บริโภค | | ✓ |
| | 8. โครงการสินค้าเกษตรไทยที่ทรงคุณค่า | | ✓ |
| ผสมผสาน | 9. โครงการจุดประกายเครือข่ายวิสาหกิจเกษตร | ✓ | ✓ |
| | 10.โครงการตลาดสินค้าเกษตรอัจฉริยะ | ✓ | ✓ |

ยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมด้านการบินสินค้าเกษตร

รายละเอียดของยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมด้านการบินสินค้าเกษตรที่รองรับผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีดังตารางนี้ ตารางที่ 5.2 โครงการ วัตถุประสงค์ แนวทางการดำเนินงาน และหน่วยงานรับผิดชอบตามยุทธศาสตร์ 3 ด้าน

| ชื่อโครงการ | วัตถุประสงค์ | แนวทางการดำเนินงาน | หน่วยงานรับผิดชอบ |
|--|---|---|---|
| 1. โครงการสืบสานการบินไทย | 1. เพื่อสร้างความตระหนักต่อคุณค่าของสินค้าเกษตรไทยให้กับผู้บริโภคภายในประเทศ 2. เพื่อสนับสนุนส่งเสริมการบินสินค้าเกษตรไทย | 1. รณรงค์ให้เห็นถึงคุณค่าของสินค้าเกษตรไทยในด้านคุณประโยชน์ สดสะอาด และปลอดภัย รวมถึงแหล่งผลิตที่มาจากเกษตรกรไทย 2. รณรงค์ผลิตสินค้าเกษตรไทยที่มีเอกลักษณ์ หรือหาบริคจากประเทศอื่นๆ ไม่ง่ายมากนัก และไม่นำมาให้เกิดการใช้ผลิตสินค้าเกษตรไทยในการประกอบอาหารประเภทต่างๆ | กระทรวงวัฒนธรรม กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ |
| 2. โครงการผู้บริโภค-จำหน่ายสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย | 1. เพื่อรวบรวมผู้บริโภคและผู้จำหน่ายที่มีแนวคิดและความตระหนักต่อสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย 2. เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้เครือข่ายผู้บริโภค-จำหน่ายสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย 3. เพื่อให้ผู้ผลิตเกิดความตระหนักในการผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพมาตรฐาน | 1. ศึกษาและรวบรวมผู้บริโภคและผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรที่มีความปลอดภัย และผู้สนใจทั่วไป โดยจัดกิจกรรมให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เช่น การจัดสัมมนา นิทรรศการ การสมัครเป็นสมาชิก และอื่นๆ 2. จัดตั้งกลุ่มหรือองค์กรตั้งระดับท้องถิ่นระดับชาติ มีโครงสร้างการบริหารงาน การเชื่อมโยงเครือข่าย และการทำงานที่เข้มแข็งและต่อเนื่อง วัตถุประสงค์การดำเนินงานของกลุ่มหรือองค์กรดังกล่าว จะมุ่งส่งเสริมแนวคิดของประชาชนโดยทั่วไป และผู้ผลิตสินค้าเกษตร 3. กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัย โดยเครือข่ายผู้บริโภค-จำหน่ายสินค้าเกษตร | กรมการค้าภายใน |

| ชื่อโครงการ | วัตถุประสงค์ | แนวทางการดำเนินงาน | หน่วยงานรับผิดชอบ |
|--|---|---|--|
| 3. โครงการผู้บริโภครู้จักประเทศไทย | <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อศึกษาคุณภาพของตลาดสินค้าเกษตรในต่างประเทศ 2. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรไทยในตลาดต่างประเทศที่มีศักยภาพ 3. เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรไทยในตลาดต่างประเทศ | <ol style="list-style-type: none"> 1. ศึกษาและสำรวจตลาดในเรื่องความรู้จักสินค้าเกษตรไทยของผู้บริโภค และความต้องการสินค้าเกษตรไทยในตลาดต่างประเทศ 2. รวบรวมและสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรไทยในตลาดต่างประเทศที่มีศักยภาพ 3. จัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบในการส่งเสริมและวิจัยตลาดผู้บริโภคในต่างประเทศ | <p>กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงวัฒนธรรม</p> |
| 4. โครงการเครือข่ายคู่ค้าเกษตรไทยในเวทีโลก | <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อขยายตลาดสินค้าเกษตรไทยในต่างประเทศที่มีศักยภาพ 2. เพื่อลดอุปสรรคทางการค้าของสินค้าเกษตรไทยในตลาดต่างประเทศ | <ol style="list-style-type: none"> 1. ศึกษาศักยภาพของตลาด ปัญหา และอุปสรรคทางการค้าระหว่างไทยกับประเทศคู่ค้าเป้าหมาย 2. ผลักดันให้เกิดการเจรจาการค้ากับรัฐบาลต่างประเทศหรือตัวแทนการค้าที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศโดยเน้นการสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน 3. จัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบในการส่งเสริมและเจรจากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ | <p>กรมส่งเสริมการส่งออก กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ</p> |
| 5. โครงการเกษตรกรแบบอย่างที่ดีเยี่ยม | <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อศึกษาวិธีการดำเนินงานของเกษตรกรไทยที่ประสบความสำเร็จในด้านความเป็นแบบอย่างที่ดีในการดำเนินงานที่คำนึงถึงผู้บริโภคเป็นสำคัญ 2. เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรยึดแนววิถีการปฏิบัติตามอย่างเกษตรกรที่ดีเยี่ยมในด้านการค้าจนถึงผู้บริโภคเป็นสำคัญ | <ol style="list-style-type: none"> 1. สสำรวจเกษตรกรไทยแบบอย่างที่ดีเยี่ยมและศึกษาถึงแนวคิดและการปฏิบัติของเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรประจำแต่ละท้องถิ่น ที่มีพัฒนาการดำเนินงานในการผลิตสินค้าเกษตรที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างดี 2. เผยแพร่ความรู้ที่ได้จากเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรแบบอย่างที่ดีเยี่ยม ไปใช้ในการส่งเสริมเกษตรกรรายอื่นๆ ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการผลิตที่คำนึงถึงผู้บริโภคเป็นสำคัญ | <p>กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์</p>  |

| ชื่อโครงการ | วัตถุประสงค์ | แนวทางการดำเนินงาน | หน่วยงานรับผิดชอบ |
|---|--|---|--|
| 6. โครงการเกษตรกรไทยพัฒนา | <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับเกษตรกรไทยในการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม 2. เพื่อปลูกจิตสำนึกในด้านการค้าปลีกถึงผู้บริโภคสินค้าเกษตรเป็นสิ่งสำคัญ | <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดให้มีการอบรมด้านเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมกับเกษตรกรหรือกลุ่มเกษตรกรที่ผลิตสินค้าเกษตรแต่ละชนิด 2. อบรมแนวคิดด้านการตลาด การบริการ และการสร้างคุณค่าสินค้าเกษตร รวมทั้งจริยธรรมวิชาชีพด้านการเกษตร | <p>กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตร</p> |
| 7. โครงการเกษตรเพื่อผู้บริโภค | <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อส่งเสริมการจัดทำการผลิตที่มีประสิทธิภาพ 2. เพื่อส่งเสริมการจัดการค้าคุณภาพการผลิตที่คำนึงถึงผู้บริโภค | <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดตั้งศูนย์อบรมหรือสถาบันการบริหารจัดการเกษตร 2. จัดอบรมเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย 3. ติดตามและประเมินผลดำเนินการประสิทธิภาพและคุณภาพการผลิตที่คำนึงถึงผู้บริโภค | <p>กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการค้าภายใน สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารฯ</p> |
| 8. โครงการสินค้าเกษตรไทยที่ทรงคุณค่า | <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อพัฒนาการแปรรูป การเก็บรักษา และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่า 2. เพื่อการสร้างแบรนด์สินค้าเกษตรไทย 3. เพื่อสร้างคุณค่าด้านการบริการที่รวดเร็ว | <ol style="list-style-type: none"> 1. วิทยากรตลาดสินค้าเกษตร การแปรรูป เก็บรักษา บรรจุภัณฑ์ และโลจิสติกส์ 2. นำผลวิจัยไปใช้ในการพัฒนาคุณค่าสินค้าเกษตรไทยในด้านกายภาพคือ ตัวสินค้า และการบริการที่รวดเร็ว 3. จัดทำและส่งเสริมให้เกิดการสร้างแบรนด์สินค้าเกษตรไทยแต่ละชนิดสู่ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ | <p>กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมการค้าภายใน</p> |
| 9. โครงการจุดประกายเครือข่ายวิสาหกิจเกษตร | <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่เกษตรกร ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค และหน่วยงานสนับสนุนต่างๆ ได้ร่วมกันพัฒนาการผลิตและการจำหน่ายสินค้าเกษตรสู่ผู้บริโภค | <ol style="list-style-type: none"> 1. เริ่มต้นให้เกิดการจัดตั้งเครือข่ายวิสาหกิจเกษตร ตามพื้นที่ โดยการวิเคราะห์วางแผน ทั้งในด้านปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิต และการจำหน่ายร่วมกัน 2. ส่งเสริมการค้าดำเนินงานเพื่อความร่วมมีระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้เชื่อมผลประโยชน์ระหว่างกันอย่างเป็นธรรม | <p>กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมการค้าภายใน กรมส่งเสริมการส่งออก</p> |

| ชื่อโครงการ | วัตถุประสงค์ | แนวทางการดำเนินงาน | หน่วยงานรับผิดชอบ |
|------------------------------------|---|--|-------------------|
| 10. โครงการตลาดสินค้าเกษตรอัจฉริยะ | <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ 2. เพื่อการบริการสารสนเทศการตลาดสินค้าเกษตรที่มีประสิทธิภาพ | <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดให้มีตลาดกลางที่สมบูรณ์ มีระบบซื้อขายที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพในตลาดทุกระดับ 2. จัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่เฝ้าระวังรวม วิเคราะห์ และเผยแพร่สารสนเทศการตลาดสินค้าเกษตร ที่รวดเร็ว ทันสมัย และถูกต้อง | |