

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ประเทศไทยต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงในปี พ.ศ. 2540 ของ วิกฤตการณ์ “ต้มยำกุ้ง” มีสาเหตุหลักมาจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วแบบ “ก้าวกระโดด” (ปรีชา พิบูลสงคราม 2551, 37) ซึ่งเป็นผลจากภาวะฟองสบู่แตกจากการเก็งกำไรในภาคอสังหาริมทรัพย์และ ตลาดหุ้นไทยที่แตกตัว (<http://www.powernetworknews.com/index.php>) นับได้ว่าเป็นช่วงที่มีความรุนแรงที่สุดในประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทย การกู้ยืมเงินจากต่างประเทศของภาคเอกชนเพิ่มขึ้น อย่างรวดเร็วในระยะสองสามปีก่อนที่จะเกิดปัญหา รัฐบาลได้แทรกแซงค่าเงินบาท และนำเงินจาก กองทุนฟื้นฟูออกมาใช้เพื่อช่วยเหลือสถาบันการเงินแต่ไม่ประสบผลสำเร็จ เป็นเพียงการซื้อเวลาในระยะ หนึ่งเท่านั้น และการซื้อเวลาดังกล่าวมีต้นทุนสูงมาก ทำให้เกิดผลกระทบที่เป็นภาระหนักของประชาชน ทั่วประเทศที่ยาวนาน (คณะกรรมการและเสนอแนะมาตรการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ระบบการเงินของประเทศ 2541, 3)

ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการดำเนินการที่ผิดพลาดของสถาบัน การเงินที่ก่อให้เกิดวิกฤตการณ์การเงินอย่างต่อเนื่อง เป็นผลให้เกิดความพลิกผันชีวิตของผู้คนมากมายใน ทุกฐานะ และที่สำคัญคือกับประชาชนทั่วประเทศ ผลของเงินตราต่างประเทศที่หลั่งไหลเข้ามายัง ประเทศไทยอย่างมากในช่วงปี พ.ศ. 2535-2538 เป็นลักษณะของสินเชื่อรยะสั้น ทำให้เศรษฐกิจของ ประเทศไทยขยายตัวอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงขึ้นไปถึง 8.5 % การ ลงทุนในธุรกิจต่างๆ ขยายตัวอย่างรวดเร็ว เงินกู้ระยะสั้นหมุนสะพัดจากการปล่อยกู้ของบริษัทเงินทุน ด้วยความเพเลิดเพลินของสถาบันการเงิน ธุรกิจ และผู้คนในเวลานั้นไม่คาดคิดว่าจะเป็นผลย้อนกลับมาสู่ คนไทยทั้งประเทศอย่างไม่เคยประสบมาก่อนยาวนานมาจนถึงทุกวันนี้ สถาบันการเงินทั้ง 56 แห่งถูกสั่ง ปิดอย่างไม่มีเงื่อนไข และถูกนำสินทรัพย์ออกมาประมูลขาย ในกระบวนการที่เป็นที่สงสัยของประชาชน คนไทยทั้งประเทศ การดำเนินการทั้งส่วนของสถาบันการเงินทั้ง 56 แห่ง และการดำเนินการของรัฐบาล ในเวลานั้นถือเป็นสาเหตุหลักของระบบการเงินที่ล้มเหลว ประกอบกับการทุจริตในวงการธุรกิจ ระดับสูง และรุนแรงมากกว่าการดำเนินการในระบบราชการ (ปรส. 2541, 17-18)

วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ประสบปัญหารุนแรงอย่างต่อเนื่อง แม้รัฐบาลได้ ดำเนินการกู้เงินจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund หรือที่เรียกย่อๆ ว่า IMF) (วุฒิสภาเสวนา 2541, 15) จนเป็นผลให้คนไทยทั้งประเทศต้องแบกภาระหนี้สินร่วมกันทั้ง ประเทศ ทำให้ธุรกิจนับหมื่นรายต้องปิดกิจการลง ส่งผลให้แรงงานไทยทั้งประเทศประมาณ 3 ล้านคน ต้องตกงาน (กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม 2541, 3) ประชาชนขาดกำลังการซื้อเพราะขาด รายได้ ในขณะที่ราคาสินค้าอุปโภคบริโภค และค่าบริการสาธารณสุขบิดเบือน ทะยานสูงขึ้นลิบล้อ ประชาชน บางรายต้องไร้ที่อยู่อาศัย ซึ่งทำให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเมืองต้องเดินทางอพยพกลับภูมิลำเนาไป ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งรัฐบาลได้มีนโยบายในการสนับสนุนการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร การตลาดสินค้าเกษตร อาชีพอุตสาหกรรมเกษตร หัตถกรรมพื้นบ้าน และการเกษตรยั่งยืน (กรมการ พัฒนาชุมชน 2542, 2-5)

จากปัญหาภาวะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอย่างเรื้อรังต่อเนื่องมาจนถึงวิกฤติการณ์ “แฮมเบอร์เกอร์” ซึ่งมีจุดเริ่มต้นจากปัญหาการเก็งกำไรอสังหาริมทรัพย์ที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ (sub-prime) ที่เกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกาและแผ่ขยายวงกว้างไปยังธุรกิจประเภทอื่นๆ ส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วนของประเทศไทย จึงทำให้ประชาชนชาวไทยทุกคนตระหนักถึงการดำรงชีวิตอย่างพอเพียงที่จะทำให้ผ่านพ้นสภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจไปได้ และเมื่อศึกษาพระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่พฤหัสบดีที่ 18 กรกฎาคม 2517 ตอนหนึ่งความว่า “การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับ ต้องสร้างพื้นฐาน คือ ความพอมีพอกิน พอใช้ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเบื้องต้นก่อน โดยใช้วิธีการและอุปกรณ์ที่ประหยัดแต่ถูกต้องตามหลักวิชา” (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, มปป.) จะเห็นได้ว่าจากพระบรมราโชวาทดังกล่าว แม้ล่วงเลยมามากกว่า 30 ปี แล้วก็ตามได้แสดงให้เห็นว่าแนวพระราชดำริเรื่องปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ได้พระราชทานให้เป็นแนวทางในการดำรงชีวิตแก่ปวงชนชาวไทยนั้นเป็นเรื่องที่มีความทันสมัยและมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำรงชีวิตอย่างพอประมาณ มีเหตุผลและมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีในอันที่จะนำพาประเทศผ่านพ้นวิกฤตทางเศรษฐกิจไปได้ และจากกระแสพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้พระราชทานต่อคณะรัฐมนตรี และคณะบุคคลต่างๆ ที่เข้าเฝ้าเนื่องในวันเฉลิมพระชนมพรรษาเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างพอเพียง เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2540 และ “อันนี้เคยบอกว่าคุณพอเพียงนี้ไม่ได้หมายความว่าทุกคนจะต้องผลิตอาหารของตัวเอง จะต้องทอผ้าใส่เอง อย่างนั้นมันเกินไป แต่ว่าในหมู่บ้านหรือในอำเภอ จะต้องมีความพอเพียงพอสมควร บางสิ่งบางอย่างที่ผลิตได้มากกว่าความต้องการก็ขายได้ แต่ขายในที่ไม่ห่างไกลเท่าไร ไม่ต้องเสียค่าขนส่งมากนัก” (<http://www.sufficiencyeconomy.org/detail.swf>) ที่กรมการพัฒนาชุมชน ได้เสนอโครงการอันเนื่องมาจากโครงการพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเฉลิมพระเกียรติ; แผนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง พ.ศ. 2542-2544 หน้า 60-63 ซึ่งแบ่งทฤษฎีใหม่ออกเป็น 3 ขั้น ดังนี้ (กรมการพัฒนาชุมชน 2542, 60-63)

1. ทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 1 “พอมีพอกิน” ซึ่งมีหลักสำคัญให้เกษตรกรมีความพอเพียง โดยเลี้ยงตัวเองได้ (self-sufficiency) ในระดับชีวิตที่ประหยัดก่อน
2. ทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 2 “อยู่ดีกินดี” เมื่อเกษตรกรเริ่มเข้าใจวิธีการ และดำเนินการในที่ดินของตนเองแล้ว เมื่อการดำเนินการเริ่มได้ผลจึงเริ่มขั้นที่ 2 ให้เกษตรกรรวมพลังกันในรูปกลุ่มหรือสหกรณ์ ร่วมแรงกันในเรื่องการผลิต การตลาด การเป็นอยู่ สวัสดิการ การศึกษา สังคม และศาสนา ด้วยความร่วมมือของหน่วยงานราชการ มูลนิธิ และภาคเอกชน
3. ทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 3 “มั่งมีศรีสุข” ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนของการดำเนินการผลิตในเชิงพาณิชย์มากขึ้นเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้สูงขึ้น โดยมีการลงทุนในการผลิต การทำการตลาด และการได้รับสวัสดิการ การศึกษา พัฒนาสังคม และศาสนา

กรมการพัฒนาชุมชน ได้นำพระราชดำริเศรษฐกิจแบบพอเพียง และทฤษฎีใหม่ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนา ซึ่งเศรษฐกิจพอเพียงมีความหมายกว้างกว่าทฤษฎีใหม่ โดยที่เศรษฐกิจพอเพียงเป็นกรอบแนวคิดที่ชี้บอกหลักการและแนวทางปฏิบัติของทฤษฎีใหม่ แนวพระราชดำริเกี่ยวกับทฤษฎีใหม่หรือเกษตรทฤษฎีใหม่ ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาภาคเกษตรอย่างเป็นขั้นเป็นตอนนั้นเป็นตัวอย่างการใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในทางปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมเฉพาะในพื้นที่ที่เหมาะสม (<http://www.sufficiencyeconomy.org/detail.swf>) การดำเนินการตามโครงการดังกล่าวเมื่อถึงจุดที่มีผลผลิตจำนวนมากเกินกว่าความต้องการที่จะใช้เพื่อการบริโภคในแต่ละ

ครัวเรือนแล้ว การดำเนินการทางการตลาดจะเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากทั้งการตลาดในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับโลก เพื่อกระจายผลผลิตไปสู่ตลาดเป้าหมายและนำรายได้มาสู่เกษตรกร ชุมชน และประเทศชาติ นอกจากโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง จะทำให้มีการผลิต เหลือกินเหลือใช้ที่จะต้องนำออกสู่ตลาด เพื่อสร้างรายได้ให้กับประชาชน ชุมชน และประเทศชาติ โดยรวมแล้ว รัฐบาลยังได้มีโครงการกองทุนหมู่บ้าน เป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในหมู่บ้าน 70,000 หมู่บ้าน หมู่บ้านละ 1 ล้านบาท ซึ่งเป็นการเตรียมเงินไว้เพื่อให้ประชาชนในชุมชน มีแหล่งเงินทุนเพื่อ ประกอบอาชีพทั่วประเทศ ซึ่งเป็นเงินจากธนาคารออมสิน โดยให้แต่ละหมู่บ้านเปิดบัญชีกับธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ด้วยโครงการกองทุนหมู่บ้าน หมู่บ้านละ 1 ล้านบาทดังกล่าวเป็นทุนส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอาชีพในระดับท้องถิ่น (ข่าวชุมชน 2544) และโครงการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้าน/ชุมชน (SML) เริ่มดำเนินโครงการเมื่อวันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2547 โดยเริ่มจากการนำแนวคิดสู่การปฏิบัติหมู่บ้านนำร่อง 3 แห่ง จากนั้นได้เกิดการหลอมรวมแนวคิดกำหนด เป็นนโยบายจัดทำหมู่บ้านต้นแบบ 20 แห่ง และหมู่บ้านทดสอบต้นแบบ 1,002 แห่งเพื่อเตรียมความพร้อม และได้ขยายโครงการฯ ให้ครอบคลุมทุกหมู่บ้าน/ชุมชนทั่วประเทศ ซึ่งปัจจุบันภาคประชาชนได้ ช่วยกันขยายเมล็ดพันธุ์ SML โครงการทดลองเพาะชำพร้อมกันทั่วประเทศในปี พ.ศ. 2548 จนก่อให้เกิด “ต้นกล้า SML” จำนวนมากพร้อมที่จะได้รับการดูแลเอาใจใส่นำไปเพาะปลูกด้วยหลักวิชาการที่ถูกต้อง และเหมาะสมตามแนวทางพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว “เศรษฐกิจพอเพียง” อันจะทำให้เกิดต้นไม้งามแห่งการพัฒนาคุณภาพของหมู่บ้าน/ชุมชน ที่จะหยั่งรากลึกช่วยขจัดปัญหาความยากจน ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ขยายโอกาส พอมีพอกิน หากเหลือกินเหลือใช้ก็ขยายก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ เกิดการเสริมสร้างขีดความสามารถเกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ ตามวิถีประชาธิปไตยที่จะนำพา ประเทศชาติให้เจริญพัฒนาสืบไป

จากโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเฉลิมพระเกียรติ โครงการกองทุนหมู่บ้าน และโครงการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้าน/ชุมชน ตลอดจนการส่งเสริมของรัฐบาลในการพัฒนา อาชีพ จะเป็นผลให้เกิดผลิตผลทางการเกษตร ผลิตผลการเกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรม ที่ เหลือกินเหลือใช้ในระดับชุมชน ตำบล อำเภอ จังหวัด ภาค และรวมกันทั้งประเทศเป็นจำนวนมาก ซึ่ง การจำหน่ายผลิตภัณฑ์เหลือกินเหลือใช้ดังกล่าว จะนำรายได้มาสู่ประชาชน ทำให้ประชาชนมีกำลังการ ซื้อ มีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และมีความมั่งคั่งสุขโดยทั่วหน้า การจัดจำหน่ายผลิตผลและสินค้า ดังกล่าวให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามเป้าหมาย จะต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบ ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและทำรายได้ในระดับที่มีกำไรมาสู่ชุมชน ต้องอาศัยข้อมูลและการวิเคราะห์เพื่อกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ในการดำเนินการทางการตลาดอย่างเป็น ระบบ สำหรับท้องถิ่นเพื่อให้ได้รูปแบบกลยุทธ์การตลาดที่เป็นต้นแบบในการกำหนดและดำเนินกลยุทธ์ สำหรับท้องถิ่นได้นำไปประยุกต์ใช้

คณะผู้วิจัยมีเจตนาที่จะดำเนินการวิจัยในเรื่องรูปแบบกลยุทธ์การตลาดผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมที่เกิดจากโครงการเศรษฐกิจแบบพอเพียง โดยศึกษา เฉพาะจังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดตัวอย่างในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีแผน ยุทธศาสตร์การพัฒนาในเรื่องการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน และมีแผนงานการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ภายใต้แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ

(<http://www.surin.go.th/surin.php?type=news&readid=5&status=read&index>) รวมทั้ง เป็น จังหวัดที่มีการพัฒนาและขยายตัวอย่างรวดเร็ว อาชีพหลักของราษฎรส่วนใหญ่ได้แก่การเกษตรกรรม

เมื่อมีเวลาว่างจากการทำไร่ ทำนา ชาวบ้านจะรวมตัวกันสร้างสรรค์งานหัตถกรรมในรูปแบบต่างๆ ดังเช่น ผ้าไหมยกทอง ศิลปะขึ้นเอกบนผืนผ้าของบ้านท่าสว่าง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ที่ใช้เป็นของกำนัลแก่พระราชอาคันตุกะและคู่สมรสในการประชุมเอเปคที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพในปี พ.ศ. 2546 รวมถึงได้รับการคัดเลือกให้เป็นผ้าที่ระลึกในงานพระราชพิธีฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว นอกจากนี้ผ้าไหมแล้วจังหวัดสุรินทร์ยังมีสินค้าเกษตรกรรมที่มีชื่อเสียงอย่างมากคือข้าวหอมมะลิสีฟ้า ซึ่งเป็นความภาคภูมิใจของเกษตรกรชาวสุรินทร์ในสัญลักษณ์ของ “หอม ยาว ขาว นุ่ม” เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2552 (http://www.tnewsnetwork.com/BrowseComplain.php?cat_id=15&) โรงสีโครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดาได้ลงนามกับสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้าธนาการเพื่อการเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้าธนาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (สกต.) เพื่อซื้อ-ขาย ข้าวเปลือกหอมมะลิจังหวัดสุรินทร์เพื่อใช้ในกิจการของโครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดา จำนวน 2,600 ตัน และเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2553 ได้มีพิธีทำสัญญาซื้อขายข้าวเปลือกหอมมะลิอีก 1,900 ตัน (เดลินิวส์ 2553) โดยข้าวหอมมะลิของจังหวัดสุรินทร์เป็นข้าวที่มีคุณภาพดี เมื่อนำมาสีจะได้ข้าวสารที่มีปริมาณกรัมมากกว่าข้าวเปลือกหอมมะลิทั่วไป นอกจากข้าวสารแล้ว จังหวัดสุรินทร์ยังมีสินค้าด้านเกษตรกรรมแปรรูป เช่น หัวผักกาดหวานที่มีรสชาติดีเหมาะสำหรับเป็นของฝากจากจังหวัดสุรินทร์

ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้ เมื่อพิจารณาภายใต้องค์ประกอบของแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 3 องค์ประกอบ ประการแรกคือเป็นระบบเศรษฐกิจที่ยึดหลักการที่ว่า “ตนเป็นที่พึ่งแห่งตน” ประการที่สองเศรษฐกิจแบบพอเพียงให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มของชาวบ้านและประการที่สามตั้งอยู่บนพื้นฐานของการมีเมตตา ความเอื้ออาทรและความสามัคคีของสมาชิกในชุมชนในการร่วมแรงร่วมใจเพื่อประกอบอาชีพต่างๆ ให้บรรลุผลสำเร็จ (<http://www.rdpb.go.th/thai/concept/ecot.html>) การศึกษารูปแบบกลยุทธ์การตลาดผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมที่เกิดจากโครงการเศรษฐกิจแบบพอเพียงของจังหวัดสุรินทร์ จึงได้ศึกษาในเรื่องสินค้าเกษตรคือข้าวสาร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป คือหัวผักกาดหวาน และสินค้าหัตถกรรมคือผ้าไหม เพื่อรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอรูปแบบกลยุทธ์ และการดำเนินการทางการตลาดที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับท้องถิ่นอื่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและในภาคอื่นๆ ของประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการผลิต ปริมาณผลผลิต และการตลาดผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูปและสินค้าหัตถกรรมเหลือกินเหลือใช้ในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ และจังหวัดของจังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมทั้งในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัดสุรินทร์
3. เพื่อศึกษารูปแบบกลยุทธ์การตลาด ผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมที่เป็นอยู่ในจังหวัดสุรินทร์

ขอบเขตของการวิจัย

เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น และภายใต้ข้อจำกัดของเวลาที่จะให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน และได้ผลงานวิจัยที่ทันต่อความต้องการที่จะใช้ประโยชน์ ผู้วิจัยจึงกำหนดขอบเขตของการวิจัยให้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบมีส่วนร่วม (Participation Survey Research) ที่มีความครอบคลุมถึงประเภท ลักษณะการผลิต ปริมาณการผลิต

การดำเนินการทางการตลาด กลยุทธ์การตลาด ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ปัญหาอุปสรรค แนวทางการพัฒนาตลาด ตลอดจนกำหนดรูปแบบกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมตามสภาพการณ์ของตลาดผลิตผลทางการเกษตร ตลาดสินค้าเกษตรกรรมแปรรูป และตลาดสินค้าหัตถกรรมในจังหวัดสุรินทร์

การศึกษาในประเด็นดังกล่าว มีขอบเขตครอบคลุมเฉพาะในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ที่เลือกเป็นเป้าหมายต้นแบบของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เพราะเป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาและขยายตัวอย่างรวดเร็ว อาชีพหลักของราษฎรส่วนใหญ่ ได้แก่ อาชีพเกษตรกรรม และเมื่อว่างจากการประกอบอาชีพหลักราษฎรจะผลิตสินค้าเกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรม ซึ่งในภาพรวมแล้วมีความคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการนำปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงมาเป็นประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด คือ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนโดยมีกลยุทธ์ในการเสริมความความมั่นคงของชีวิตและสังคมภายใต้แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและตามแนวพระราชดำริด้วยแผนงานส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนภายใต้แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและตามแนวพระราชดำริ เช่น การพัฒนาผ้าไหมสุรินทร์และผลิตภัณฑ์ OTOP ให้ก้าวไกลสู่ตลาดโลก ซึ่งจากการสำรวจพื้นที่ของจังหวัดสุรินทร์พบว่าสินค้าหลักของจังหวัดสุรินทร์ในเรื่องของผลิตผลทางการเกษตรคือ ข้าวหอมมะลิเกษตรอินทรีย์ (ข้าวสาร) สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป คือ หัวผักกาดหวาน และ สินค้าหัตถกรรม คือ ผ้าไหม ซึ่งสอดคล้องกับคำขวัญประจำจังหวัดสุรินทร์ คือ “สุรินทร์ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมงาม ประคำสวย ร่ำรวยปราสาท ผักกาดหวาน ข้าวสารหอม งามพร้อมวัฒนธรรม” ทั้งนี้ เมื่อได้สัมภาษณ์เพิ่มเติมพบว่าสินค้าหัตถกรรม คือ “ประคำ” นั้น ปัจจุบันมีการใช้วัตถุดิบคือ “เงิน” จากภายนอกท้องถิ่นและต่างประเทศ (ลาว) ไม่ใช่การใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น จึงไม่ได้ศึกษาสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องเงินในการศึกษาครั้งนี้

คานิยามศัพท์

การตลาด หมายถึง กระบวนการค้นหาความต้องการของตลาด เพื่อเสนอสินค้าและบริการที่สนองความต้องการนั้นด้วยการกระทำกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค

กลยุทธ์การตลาด หมายถึง การกำหนดวิธีการในการดำเนินการว่าจะทำอะไร อย่างไร ในแต่ละองค์ประกอบในส่วนประสมการตลาด

รูปแบบกลยุทธ์การตลาด หมายถึง รูปแบบการดำเนินการตลาดในการจัดจำหน่ายผลิตผลทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมที่เกิดจากโครงการเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคและประชาชนในระดับท้องถิ่น อำเภอ และจังหวัด เป็นรูปแบบกลยุทธ์การตลาดที่ศึกษาจากการผลิตและการตลาดในจังหวัดสุรินทร์เพื่อเป็นรูปแบบ กลยุทธ์การตลาดที่จะนำไปประยุกต์ใช้กับทุกจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคอื่นๆ ของประเทศไทย

สินค้าเกษตรกรรม หมายถึง ข้าวหอมมะลิชีวภาพ (ข้าวสาร)

สินค้าเกษตรกรรมเกษตรกรรมแปรรูป หมายถึง หัวผักกาดหวาน

สินค้าหัตถกรรม หมายถึง ผ้าไหม

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ในการสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ตัวคือ

- ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สินค้าเกษตรกรรม สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป สินค้าหัตถกรรม และบริการแลกเปลี่ยนเหลือใช้ที่จะนำออกมาจำหน่ายในตลาดให้ตรงกับความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับตลาดอย่างแท้จริง

- ราคา (price) หมายถึง ราคาผลผลิตทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมที่เสนอต่อผู้บริโภค

- ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) หมายถึง ระบบการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรม

- การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การโฆษณา (advertising) การขายโดยพนักงานขาย (personal selling) การส่งเสริมการขาย (sales promotion) และการแพร่ข่าวสาร (publicity) เพื่อดึงดูดผู้บริโภคทั้งในระดับหมู่บ้าน ระดับตำบล ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด และระดับภาค ทั้งภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สินค้าแลกเปลี่ยนเหลือใช้ หมายถึง สินค้าเกษตรกรรม สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป สินค้าหัตถกรรมที่ผลิตโดยประชาชนในชุมชน และในตำบลเพื่อใช้ในการดำรงชีวิต แล้วเหลือที่จะออกจำหน่ายในชุมชน ในตำบล ในอำเภอ ในจังหวัด และในภาคทั้งภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อทำรายได้ให้กับประชาชนในชุมชน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รูปแบบกลยุทธ์การตลาดผลผลิตทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมอย่างเป็นระบบสำหรับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เป็นข้อมูลทางการตลาดให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการทางการตลาดได้ใช้ประกอบในการตัดสินใจดำเนินการทางตลาด สินค้าแลกเปลี่ยนเหลือใช้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้สนองความต้องการของตลาดได้อย่างแท้จริง
3. เสริมสร้างศักยภาพทางการตลาดผลผลิตทางการเกษตร สินค้าเกษตรกรรม แปรรูป และสินค้าหัตถกรรมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และประเทศไทยโดยรวม
4. เพิ่มพูนรายได้ สร้างกำลังการซื้อ และสร้างความมั่งมีศรีสุขให้แก่ประชาชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม
5. เป็นแนวทางในการศึกษา วิเคราะห์ และกำหนดยุทธศาสตร์การตลาดสินค้าเกษตรกรรม สินค้าเกษตรกรรมแปรรูป และสินค้าหัตถกรรมแลกเปลี่ยนเหลือใช้ในภาคอื่นๆ ของประเทศไทยต่อไป

หน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์:

หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนและองค์การระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน พัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนการลงทุนในธุรกิจขนาดย่อม ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภาคและระดับประเทศ