

การจัดการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ธุรกิจแปรรูปข้าวจังหวัดอุบลราชธานี

Strategic marketing planning management of rice processing business in Ubon Ratchathani Province

กานต์ วัฒนะประทีป (Karn Wattanaprateep)¹ สุภาวดี สมศรี (Supawadee Somsri)²

ทิพย์สุดา หมื่นหาญ (Thipsuda Muenham)³

Received: July 11, 2024

Revised: August 20, 2024

Accepted: October 15, 2024

² Corresponding author, Email: supawadees@siamtechno.ac.th

บทคัดย่อ

การจัดการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ธุรกิจแปรรูปข้าวจังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพภูมิศาสตร์พื้นที่การปลูกข้าวหอมมะลิในเขตอำเภอเมือง เขื่องใน วารินชำราบ เดชอุดม บุนทริก และพิบูลมังสาหาร สำโรง ส่วนข้าวเหนียวในพื้นที่เขื่องใน พิบูลมังสาหาร เดชอุดม บุนทริก ตระการพืชผล ศรีเมืองใหม่ ตาลชุม การออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด เกษตรกรเรียนรู้กลไกการตลาด ร่วมกับองค์กรภาครัฐจัดตั้งกองทุนค้ำประกันราคาข้าวถึงยังฉาง เพื่อให้เกษตรกรกู้ยืมเงินไปใช้หนี้สินก่อนรอเวลาข้าวขึ้นราคาจึงนำข้าวไปจำหน่าย การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ธุรกิจแปรรูปข้าวจังหวัดอุบลราชธานี เกษตรกรหรือผู้ประกอบการ ได้วิเคราะห์ถึงความคาดหวัง ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองความพึงพอใจในการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ

คำสำคัญ: การจัดการ, วางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ธุรกิจแปรรูปข้าว

Abstract

Strategic marketing planning for the rice processing business in Ubon Ratchathani Province consists of analyzing the geography of jasmine rice growing areas in Mueang District, Khueang Nai, Warin Chamrap, Det Udom, Buntharik, and Phibun Mangsahan, Samrong, and sticky rice in the Khueang Nai area. Phibun Mangsahan Det-Udom Buntharik Trakam Phuet Phuet Sri Mueang Mai Tansum Marketing Strategy Design Farmers learn about marketing mechanisms together with government organizations to set up a fund to guarantee rice prices to the granary. To allow farmers to borrow money to pay off debt first Waiting for the rice price to increase, then selling the rice. Strategic marketing planning for rice processing business in Ubon Ratchathani Province. Farmer or entrepreneur it has analyzed the expectations, needs, and behavior of consumers that are constantly changing. To respond to satisfaction in deciding to purchase a product or service.

Keywords: Management, Strategic marketing, Planning rice processing business

^{1,3} อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

Lecturer of bachelor of business administrator program in management, Siam Technology College

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

Lecturer of bachelor of accountancy program in accountancy, Siam Technology College

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อก่อนข้าวเป็นอาหารที่ใช้บริโภคหลักในชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ โดยเฉพาะคนไทยในทวีปเอเชียนิยมบริโภคข้าวเป็นอาหารหลัก และมีประเทศที่ผลิตปลูกข้าวเพื่อการส่งออกเป็นรายได้หลักมีเพียงไม่กี่ประเทศ ซึ่งประเทศไทยก็เป็นอีกหนึ่งในจำนวนประเทศผู้ผลิตปลูกข้าวเพื่อการส่งออกเป็นรายได้หลัก ต่อมาวัฒนธรรมการบริโภคข้าวเป็นอาหารหลักของมนุษย์ทั่วโลกได้เปลี่ยนแปลงไปและลดจำนวนการบริโภคลง ดังนั้นการปลูกข้าวในปีและนาปรังเพื่อการผลิตข้าวสารบริโภคจึงต้องทบทวนกันใหม่ว่า “...อัตราการผลิตข้าวของคนไทยลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ ลดลงเหลือคนละ 72 กิโลกรัมต่อปี เมื่อเทียบกับปี 61 ที่เคยบริโภคคนละ 100 กิโลกรัมต่อปี และที่สำคัญในพื้นที่กรุงเทพฯ มีอัตราการผลิตแบบนาตากแห้งเหลือเพียง 50 กก.ต่อปีเท่านั้น...” (เดลินิวส์, 2566, น.1) จากสภาพปัญหาการผลิตข้าวลดลงนี้ส่งผลกระทบต่อระบบการผลิตข้าวมาก จึงพบปัญหาการวิจัยและวิเคราะห์ทางการตลาดผลิตข้าวสารและข้าวเปลือกในตลาดโลกเกิดความผันผวนอยู่ตลอดเวลา แม้ว่าประเทศไทยเป็นผู้ผลิตข้าวมากอันดับ 6 ของโลก และเป็นผู้ส่งออกข้าวมากอันดับ 2 ของโลก แต่จำต้องมาทบทวนการผลิตและการแปรรูปข้าวสารกันใหม่

สถิติข้อมูลการปลูกข้าวและแปรรูปข้าวสาร พบว่าประเทศไทยมีพื้นที่การปลูกข้าวทั่วประเทศเกือบ 70 ล้านไร่ ซึ่งสามารถแบ่งเป็นข้าวนาปี 61.19 ล้านไร่ และข้าวนาปรัง 7.32 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 46.40 ของพื้นที่การเกษตรกรรมทั้งหมดของประเทศ จากจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวจำนวน 4.16 ล้านครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 65 ของเกษตรกรทั่วประเทศ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566) เนื่องจากมีการแข่งขันทางการตลาดข้าวค่อนข้างสูง เพราะเกษตรกรผู้ผลิตข้าวของประเทศไทยยังจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพข้าวอีกมากเพื่อสามารถการแข่งขันทางการตลาดโลกเสรี โดยเฉพาะการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การลดต้นทุน และการพัฒนาคุณภาพของกระบวนการผลิตและผลผลิตข้าวให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับทางการตลาดโลก หรือผู้บริโภคข้าวทั้งในประเทศและต่างประเทศอีกด้วย นอกจากการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันแล้ว ยังต้องสร้างความปลอดภัยให้กับ

เกษตรกรผู้ผลิตข้าว ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม (โชติรส นพพลกรัง และคณะ, 2566, น.22) ถือเป็นขบวนการคุณภาพชีวิตทางการตลาดข้าวของสังคมโลกใหม่ที่ต้องพึ่งพาอาศัยกัน ไม่ควรละเลยแนวคิดการจัดการวางแผนจัดการตลาดเชิงกลยุทธ์ ด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด กำหนดโปรแกรมการตลาด เพื่อดำเนินการและควบคุมการตลาดธุรกิจแปรรูปข้าวของเกษตรกรเป็นสำคัญ

อย่างไรก็ตาม การผลิตข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย และมีการส่งออกข้าวเป็นสินค้าสร้างรายได้ให้กับประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก จากสถิติข้อมูลการส่งออกผลผลิตข้าวไทยในปี พ.ศ.2566/67 มีปริมาณส่งออกข้าว 8.76 ล้านตัน เพิ่มขึ้น 13.62% เกินกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ 8 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 178,136 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28.43% หรือประมาณ 5,144 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยตลาดข้าวไทยที่สำคัญ 5 ลำดับแรก ได้แก่ อินโดนีเซีย สัดส่วน 16.11% เป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ของไทย รองลงมาตลาดแอฟริกาใต้ สัดส่วน 10.10% อิรัก 9.74% สหรัฐฯ 8.06% และจีน 5.38% ในจำนวนข้าวที่ส่งออก แยกเป็นข้าวขาว สัดส่วน 55.54% ข้าวหอมมะลิไทย 19.17% ข้าวหนึ่ง 15.70% ข้าวหอมไทย 5.97% ข้าวเหนียว 2.97% และข้าวกล้อง 0.65% (กรมการค้าต่างประเทศ, 2567) จะเห็นได้ว่าข้าวเป็นผลผลิตทางการเกษตรหลักของประเทศไทย แต่ในขณะเดียวกันเกษตรกรต้องเผชิญกับปัญหาที่ไม่จบสิ้นเป็นปัญหาที่รัฐบาลพยายามกำหนดนโยบายเพื่อให้การช่วยเหลือและสนับสนุนเกษตรกรไทยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถสรุปปัญหาได้ดังนี้ (กรมประชาสัมพันธ์, 2565)

1. เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตข้าว เนื่องจากมีราคาปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง ยาฆ่าหญ้าที่มีราคาสูง และแรงงานในการทำนาไม่มี จึงต้องใช้เครื่องจักรในการเก็บเกี่ยวผลผลิตข้าวและส่งผลถึงราคาน้ำมันที่สูงเพิ่มขึ้นทั้งหมดนี้จึงเป็นต้นทุนในการปลูกข้าวที่สูงขึ้น
2. เกษตรกรมีคุณภาพข้าวที่ลดลง และไม่สนใจถึงการทานาข้าว เพื่อให้ได้คุณภาพแต่เร่งทำนา เพื่อให้ได้ผลผลิตออกมามากที่สุด มีการใช้สารเคมีปุ๋ยโดยหวังว่าจะได้จำนวนข้าวที่เพิ่มขึ้น ซึ่งไม่ได้นึกถึงคุณภาพและสารพิษที่ตกค้างในข้าวแต่อย่างใด

3. ราคาขายข้าวที่ตกต่ำ จากผลผลิตข้าวที่มีคุณภาพต่ำและปนเปื้อนสารพิษจำนวนมาก ส่งผลให้การส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยการสำรวจการตอบรับจากผู้บริโภค พบว่า คุณภาพข้าวไทยตกต่ำเป็นอย่างมาก ในปัจจุบันจากเป็นผู้นำด้านข้าวอันดับที่ 1 ตกลงเป็นอันดับที่ 3 แล้วประเทศอินเดีย ประเทศเวียดนามขึ้นไปแทน

4. เกษตรกรไม่มีที่ทำกินเป็นของตนเองกว่า 50% โดยทำการเช่าที่ทำกินจึงทำให้ต้นทุนในการปลูกเพิ่มขึ้น และการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ในลักษณะการแจกจ่าย จะไม่ถึงมือเกษตรกร เพราะนายทุนเจ้าของที่นาถึงทะเบียนเป็นเกษตรกรเพื่อรองรับงบประมาณสนับสนุนแจกจ่ายจากทางภาครัฐ

5. เกษตรกรการปลูกข้าวแบบผสมไม่เป็นไปตามความต้องการของตลาดข้าว เพราะเกษตรกรส่วนใหญ่ปลูกข้าวตามๆ กันไม่ได้ดูว่าความต้องการของตลาดคือข้าวอะไร และการคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ไม่มีมาตรฐาน มีการผสมผสานหลายชนิดในพื้นที่ เมื่อถึงเวลาเก็บเกี่ยวข้าวปนเปื้อนจึงทำให้ได้ข้าวที่ไม่มีคุณภาพข้าวปนเปื้อนจึงส่งผลให้ราคาข้าวตกต่ำ

6. เกษตรกรขาดแคลนน้ำในการปลูกข้าว ซึ่งในหลายพื้นที่การปลูกข้าวอยู่นอกเขตชลประทาน มีปัญหาขาดแคลนน้ำในการปลูกข้าว โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือประสบปัญหาด้านนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากปริมาณน้ำฝนน้อยจากการเกิดปรากฏการณ์เอลนีโญ ส่งผลกระทบต่อการงอกของต้นกล้า และการสร้างรวงของต้นข้าวที่กำลังเจริญเติบโตได้ไม่เต็มที่ นอกจากนี้ ยังเสี่ยงต่อการพบโรคและแมลงศัตรูพืชระบาด เช่น ไหม้คอรวง เพลี้ยไฟ เป็นต้น

การวิเคราะห์พื้นที่ตามภูมิประเทศของภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับการปลูกข้าว มีลักษณะภูมิประเทศเป็นพื้นที่แอ่งกระทะหยาบขนาดใหญ่ เป็นที่ราบสูงในบริเวณขอบพื้นที่ของภาค ที่ราบลุ่มอยู่ทางตอนล่างของภาค มีพื้นที่การปลูกข้าวนาปีอยู่ 38,577,000 ไร่ ได้ผลผลิต 12,974,098 ตัน (คิดเป็น 336 กก/ไร่) และข้าวนาปรังอยู่ 1,892,820 ไร่ ได้ผลผลิต 1,080,911 ตัน (คิดเป็น 572 กก/ไร่) ผลการผลิตได้น้อยมาก โดยจังหวัดอุบลราชธานีมีพื้นที่การปลูกข้าวนาปีอยู่ 1,395,640 ไร่ และพื้นที่การปลูกข้าวนาปรังอยู่ 79,618 ไร่ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์,

2565) ตามรายงานของศูนย์ข้าวชุมชน หรือศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์ข้าวชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการผลิตเมล็ดพันธุ์คุณภาพดี เป็นศูนย์กลางการพัฒนาข้าวในชุมชน และพัฒนาเกษตรกรให้มีความรู้ด้านการผลิตข้าวอย่างมีประสิทธิภาพ ในการบริหารจัดการศูนย์ข้าวชุมชนให้มีประสิทธิภาพและได้รับการสนับสนุนในด้านต่างๆ ศูนย์ข้าวชุมชนจึง ต้องมีการจดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อจะได้รับการคุ้มครองและสนับสนุนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 (กรมการข้าว, 2551) ในการดำเนินการวิสาหกิจชุมชนเป็นทางเลือกหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากโดยมีหลักในการดำเนินงาน คือ ชุมชนจะเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการโดยชุมชนเองและให้ความสำคัญเกี่ยวกับการผลิตข้าวอินทรีย์ที่มีคุณค่า คุณภาพ และเกษตรกรผู้ผลิตต้องมีคุณธรรม ความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภคเน้นการพึ่งตนเอง การใช้ภูมิปัญญาและประสบการณ์ควบคู่ไปกับการจัดการสิ่งแวดล้อมในแปลงนาข้าวอินทร์ (สมนึก ปัญญาสิงห์ และเศกสรรค์ ยงวิชัย, 2565, น.4) อีกทั้งยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ได้สนับสนุนให้ชุมชนมีการรวมกลุ่มในรูปแบบกลุ่มอาชีพ โดยสนับสนุนให้นาภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ สนับสนุนให้เกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการลงทุนสร้างอาชีพ จัดสรรรายได้อย่างเป็นธรรมแก่ชุมชน สร้างระบบแบ่งปันวิสาหกิจชุมชนควบคู่กับการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการตลาด และทักษะในการประกอบอาชีพต่อไป และยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดอุบลราชธานี พ.ศ. 2566-2570 การส่งเสริมเกษตรปลอดภัยมูลค่าสูง มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรยกระดับการผลิตให้มีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐาน รวมทั้ง สร้างมูลค่าสินค้าเกษตรเพื่อตอบสนองความต้องการด้วยระบบตลาดนำการผลิตบนพื้นฐานข้อมูล Big Data ด้านการเกษตร และใช้ประโยชน์จากดิจิทัลแพลตฟอร์ม 2) เพื่อสร้างความภาคภูมิใจในอาชีพเกษตรกร สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีการถ่ายทอดความรู้อย่างต่อเนื่อง เกิดการรวมกลุ่มเกษตรกรและเชื่อมโยงเครือข่ายกับภายนอกอย่างเข้มแข็ง และลดความเหลื่อมล้ำทางรายได้ 3) เพื่อ

ส่งเสริมการบริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถปรับตัวและสร้างภูมิคุ้มกันรองรับการเกิดภัยพิบัติธรรมชาติและโรคระบาด

แนวคิดเกี่ยวกับการปลูกข้าวนาปีและนาปรัง

การปลูกข้าวและการดูแลรักษาต้นข้าวในนา โดยเริ่มตั้งแต่การปลูกข้าวไปจนถึงเก็บเกี่ยว ซึ่งการปลูกข้าวในแต่ละท้องถิ่นอาจจะแตกต่างกันไปตามสภาพของดินฟ้าอากาศ ก็ต้องกะระยะเวลาการปลูกข้าวให้เหมาะสมกับช่วงที่มีฝนตกอย่างสม่ำเสมอ ฤดูทำนาปีในจังหวัดอุบลราชธานี คือ การทำนาตามฤดูกาลนิยม จะเริ่มช่วงเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนกรกฎาคมของทุกปี มีการทำนาในช่วงฤดูฝนและสามารถเก็บเกี่ยวในช่วงที่ฤดูฝนหมดพอดี หรือประมาณ 3 เดือน โดยข้าวที่ปักดำหรือหว่านเอาไว้จะสุกงอมเต็มที่พร้อมเก็บเกี่ยวสำหรับการเลือกข้าวมาปลูกนั้น ส่วนมากจะเป็นข้าวที่ไม่ไวต่อแสง สามารถปลูกได้ดีในช่วงที่มีน้ำมาก ไม่จำเป็นต้องใช้แสงในการปลูกเยอะ เป็นช่วงการทำนาที่ได้รับความนิยมมากที่สุด และสามารถรู้วันเก็บเกี่ยวได้แน่นอน เพราะไม่ว่าจะเริ่มปลูกเมื่อไหร่ รวงข้าวก็จะออกมาพร้อมๆ กัน ส่วนการทำนาปรังในจังหวัดอุบลราชธานี คือการทำนานอกฤดูกาล สามารถทำได้ตลอดปี เพราะพันธุ์ข้าวที่ใช้ปลูกเป็นข้าวไวต่อแสง ข้าวก็สามารถออกรวงได้ดีเกษตรกรควรควบคุมระดับน้ำให้พอดีและระบายน้ำออกจากแปลงเมื่อข้าวเริ่มโน้มคอรวงหรือระบายน้ำออกจากแปลงในช่วงก่อนเก็บเกี่ยวข้าว 10 วัน จะได้ผลผลิตข้าวนาปรังที่มีคุณภาพดี และได้ปริมาณผลผลิตสูงเมื่อข้าวเจริญเติบโตครบกำหนดอายุก็สามารถเก็บเกี่ยวได้ เพราะสามารถนับอายุการปลูกข้าวได้ตั้งแต่ขั้นตอนเริ่มต้นส่วนใหญ่จะทำในบริเวณใกล้เขื่อนชลประทาน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจแปรรูปข้าวจังหวัดอุบลราชธานี

แนวคิดสภาพแวดล้อมในเชิงภูมิศาสตร์พื้นที่ของจังหวัดอุบลราชธานี โดยพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นดินร่วนทราย และมีสภาพอากาศเหมาะแก่การปลูกข้าวหอมมะลิ และข้าวหอมมะลิจังหวัดอุบลราชธานีมีความแตกต่างจากข้าวหอมมะลิที่ปลูกในจังหวัดอื่นๆ ซึ่งพื้นที่การปลูกข้าวนาปีมากที่สุดส่วนใหญ่อยู่ในเขตอำเภอเมือง อำเภอเขื่องใน และอำเภวารินชำราบ ส่วนพื้นที่ปลูกข้าวมี

ความเหมาะสมปานกลางอยู่ในเขตอำเภอเดชอุดม บุณฑริก และพิบูลมังสาหาร โดยภาครัฐสนับสนุนการใช้ที่ดินเป็นแหล่งผลิตข้าวของจังหวัดมีการบริหารจัดการน้ำชลประทาน การจัดการดิน ปุ๋ย พันธุ์ข้าว มีการรวมกลุ่มเกษตรกรนาแปลงใหญ่การพัฒนาต่อยอดด้านการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ยังมีการแปรรูปข้าวโดยภาครัฐเข้ามาสนับสนุนคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ GAP ซึ่งข้าวหอมมะลิจังหวัดอุบลราชธานี ขึ้นทะเบียนตัวบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ทะเบียนเลขที่ สช 60100099 วันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2559 ด้วยสภาพภูมิอากาศจังหวัดอุบลราชธานี ทำให้ข้าวหอมมะลิอุบลราชธานีที่ปลูกมีรสชาติและลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างจากข้าวหอมมะลิที่ปลูกในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ ด้วยคุณภาพและชื่อเสียงการยอมรับจากผู้บริโภค เป็นที่ต้องการของโรงสีและพ่อค้าข้าวทั้งตลาดภายในประเทศและภายนอกประเทศ เช่น จีน ฮองกง ไต้หวัน เป็นต้น แต่การส่งออกข้าวหอมมะลิของไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา พบว่าปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิของประเทศจีนมีแนวโน้มที่ลดลงเนื่องจากปัญหาด้านคุณภาพข้าว และปริมาณความหอมที่ต่ำลง ส่งผลต่อภาพลักษณ์และความมั่นใจของผู้บริโภคข้าวหอมมะลิ (ธงชัย สุวรรณสิชณน์, 2560, น.19) อย่างไรก็ตาม กระทรวงพาณิชย์ได้สร้างมาตรฐานคุณภาพข้าวหอมมะลิเพื่อเป็นเกณฑ์ในการซื้อขายได้แก่คุณภาพการสี ความยาวของเมล็ดข้าว ความชื้นของเมล็ดข้าว และปริมาณสิ่งเจือปน ในขณะที่ปริมาณความหอมซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ยังไม่ได้ระบุมาตรฐาน อาจจะเป็นเพราะว่าปริมาณความหอมมีความแปรปรวนสูง ซึ่งความหอมของข้าวหอมมะลิสุก ประกอบด้วยสารระเหยกลุ่ม carbonyl มากกว่า 20 ชนิด (Sunthonvit et al., 2005) แต่สารให้กลิ่นที่สำคัญ คือ 2-acetyl-1-pyrroline (2AP) ซึ่งมีลักษณะกลิ่นคล้ายใบเตย (Yahya et al., 2011) หรือข้าวโพดคั่ว (Champagne, 2008) โดยสารระเหย 2-acetyl-1-pyrroline สารระเหย 2-acetyl-1-pyrroline (2AP) (2AP) เป็นสารที่ระเหยได้ง่าย เนื่องจากมีสมบัติทางกายภาพ เป็นของเหลวใส ไม่มีสี และไม่เสถียร การรักษาความหอมของข้าวหอมมะลิให้อยู่นานนั้นจึงเป็นไปได้ยากมาก (ธงชัย สุวรรณสิชณน์, 2560, น.1)

จากการศึกษาการเพาะปลูกข้าวหอมมะลิในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ในปัจจุบันต้องยอมรับว่า ข้าวหอมมะลิมีปัญหาด้านความหอมที่ต่ำกว่าในอดีตอย่างมาก เริ่มตั้งแต่แหล่งเพาะปลูกจนถึงผู้บริโภคปลายทาง ได้แก่ พันธุกรรมของข้าว การเพาะปลูก (ปุ๋ย สิ่งแวดล้อม วิธีการเพาะปลูก) การเก็บเกี่ยว (วิธีการ เก็บเกี่ยว อายุ ของข้าว ฤดูกาล ปริมาณความชื้น) กระบวนการลดความชื้น (วิธีการ ลดความชื้น สภาพการเก็บรักษา) กระบวนการขัดสี (วิธีการขัด ระดับความขาว) การเก็บข้าวสาร (บรรจุภัณฑ์ อุณหภูมิ ระยะเวลา และสภาวะแวดล้อม) ตลอดจนกระบวนการหุงต้มเพื่อการบริโภค เช่น การข้าวขาว การแช่ข้าว การหุงข้าว และอุณหภูมิของข้าวในระหว่างรับประทาน (Champagne, 2008) อย่างไรก็ตาม ยังมีนักวิชาการหลายท่านได้เสนอถึงแนวทางช่วยลดการสูญเสียกลิ่นหอมของข้าวหอมมะลิได้ เช่น การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกันการแทรกซึมของอากาศ การเคลือบที่ผิวของเมล็ดข้าวด้วย biopolymer ป้องกันการระเหยของสาร 2AP ออกจากเมล็ดข้าว หรือการลดอุณหภูมิ และความดันในระหว่างการเก็บรักษา (Yoshihashi et al., 2004; Shin et al., 1986; Lam & Proctor, 2003; Widjaja et al., 1996; Tulyathan et al., 2008) แต่วิธีการต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมานั้น ยังเป็นวิธีการที่มีต้นทุนในการผลิตสูง และยังไม่สามารถปฏิบัติได้จริงในประเทศไทย จึงทำให้ข้าวหอมมะลิของไทยมีความหอมลดลง และมีแนวโน้มได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคลดลงด้วย ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยข้าวอุบลราชธานี (2563) ได้ให้คำปรึกษากับเกษตรกรที่มีปัญหาในเรื่องดิน การวางแผนการปลูกข้าว วิธีการปลูกข้าวแบบต่าง ๆ การจัดการปุ๋ยในนาข้าว รวมทั้งการตรวจวิเคราะห์หาปริมาณธาตุอาหารพืชในดินทั้งธาตุหลัก ธาตุรอง คุณสมบัติทางเคมีและกายภาพของดิน รวมทั้งการหาปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปลดปล่อยจากนาข้าว โดยธาตุอาหารหลักที่สามารถตรวจวิเคราะห์ได้ ได้แก่ ไนโตรเจน ฟอสฟอรัส โพแทสเซียม ธาตุอาหารรอง ได้แก่ โซเดียม แคลเซียม แมกนีเซียม ซัลเฟอร์ สังกะสี เหล็ก และแมงกานีส (รณชัย ช่างศรี และคณะ, 2558, น.191) สมบัติทางเคมีของดิน ได้แก่ ความเป็นกรดเป็นด่าง สภาพการนำไฟฟ้า และอินทรีย์วัตถุ สมบัติทางกายภาพ ได้แก่ เนื้อดิน ความชื้นในดิน การอุ้มน้ำ การตรวจวิเคราะห์หาปริมาณก๊าซที่ปลดปล่อยจากนา

ข้าว ได้แก่ ก๊าซมีเทน ก๊าซไนตรัสออกไซด์ และก๊าซคาบอนไดออกไซด์ โดยเฉพาะฟอสฟอรัสพบในดินธรรมชาติมีปริมาณสูงกว่าในจังหวัดอื่นๆ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอำนาจเจริญ ยโสธร สุรินทร์ นครราชสีมา มหาสารคาม สกลนคร และหนองคาย นอกจากนั้น ในวิถีชีวิตประชาชนจังหวัดอุบลราชธานีนิยมบริโภคข้าวเหนียวอยู่แล้ว ผนวกกับภูมิศาสตร์พื้นที่เหมาะแก่การปลูกข้าวเหนียวพันธุ์อุบล 2 เกิดจากการผสมพันธุ์ข้าวระหว่างสายพันธุ์ SPT7149-429-3 กับสายพันธุ์ IR21848-65-3-2 ที่สถาบันวิจัยข้าวระหว่างชาติประเทศสาธารณรัฐฟิลิปปินส์ เมื่อปีพ.ศ.2525 ปลูกคัดเลือกสายพันธุ์ข้าวที่ 6 ที่ศูนย์วิจัยข้าวอุบลราชธานี ทำการประเมินผลผลิตตามขั้นตอนการปรับปรุงสายพันธุ์ข้าวของกรมวิชาการเกษตร ระหว่างปี พ.ศ.2526-2540 ให้ผลผลิตประมาณ 463 กิโลกรัมต่อไร่ ถือว่าข้าวเหนียวพันธุ์อุบล 2 มีผลผลิตสูงสุดตลาดข้าวในประเทศและต่างประเทศเป็นจำนวนมาก (กองวิจัยและพัฒนาข้าว กรมการข้าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559)

การออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจแปรรูปข้าวจังหวัดอุบลราชธานี

จังหวัดอุบลราชธานีมีพื้นที่การปลูกข้าวนาปี อยู่ 38,577,000 ไร่ ได้ผลผลิต 12,974,098 ตัน (คิดเป็น 336 กก./ไร่) ผลการผลิตที่น้อยมากทั้งราคาขายข้าวมีความผันผวน ซึ่งในบางปีมีราคาสูงและบางปีมีราคาต่ำมาก จึงเกิดแนวคิดองค์ความรู้ประสบการณ์เกษตรกรจังหวัดอุบลราชธานีในการขายผลผลิตข้าวจากการสำรวจราคาข้าวเปลือกในแต่ละจังหวัดของสมาคมโรงสีข้าวไทย พบว่าราคาข้าวเปลือกมีราคาอยู่ที่ 11 บาทต่อกิโลกรัม หรือตันละ 11,000 บาท ส่งผลให้เกษตรกรเดือดร้อนในเรื่องราคาข้าวเป็นอย่างมาก โดยจังหวัดอุบลราชธานียังต้องเผชิญปัญหาน้ำท่วม น้ำแล้ง ศัตรูพืช และถูกกดราคา ในการกำหนดราคาข้าวเปลือก คือ โรงสี หรือพ่อค้าคนกลาง ที่เป็นผู้ส่งราคารับซื้อให้กับพ่อค้าท้องถิ่นที่รวบรวมผลผลิตข้าวเปลือกมาเสนอขายว่าจะซื้อราคาเท่าไร สำหรับผู้ที่มีบทบาทกำหนดราคาข้าวสาร คือ หยง (ผู้ทำหน้าที่เป็นนายหน้าการซื้อขายข้าวสารระหว่างโรงสีกับพ่อค้าขายส่งและพ่อค้าส่งออก) ใช้ปัจจัยราคาตลาดโลก

เป็นตัวกำหนดแก่โรงสีทำให้เกิดระบบพ่อค้าคนกลางในพื้นที่ท้องถิ่น ซึ่งหลังจากเกษตรกรเก็บเกี่ยวผลผลิตตามฤดูกาลพ่อค้าท้องถิ่นจะทำหน้าที่รับซื้อและรวบรวมข้าวในระดับท้องถิ่นเพื่อนำมาขายให้โรงสี แต่ในปัจจุบันเกษตรกรจังหวัดอุบลราชธานีนำข้าวมาขายให้โรงสีโดยตรงก็ยังเสียเปรียบให้พ่อค้าคนกลางกดราคาอยู่มาก ซึ่งเกษตรกรเรียนรู้กลไกการตลาดร่วมกับองค์กรภาครัฐฯ จัดตั้งกองทุนค่าประกันราคาข้าวถึงยังจางเพื่อให้ความช่วยเหลือเกษตรกรกู้ยืมเงินไปใช้หนี้สินก่อน เพื่อรอเวลาข้าวขึ้นราคาจึงนำข้าวไปจำหน่ายอีกครั้งหนึ่ง

ในปัจจุบันข้าวหอมมะลิอุบลราชธานี เป็นทั้งข้าวเปลือก ข้าวกล้อง และข้าวขาว ที่แปรรูปมาจากข้าวหอมมะลิพันธุ์ ข้าวขาวดอกมะลิ 105 กข15 กข33 กข51 กข75 กข6 ข้าวมีเมล็ดเรียวยาว ถ้าเป็นข้าวขาวจะมีสีขาวใสเป็นเงา มันวาว มีท้องไข่น้อยกว่าร้อยละ 6 เมื่อนำมาหุงจะมีกลิ่นหอม มีความเหนียวนุ่ม มียางข้าวเหนียวปนเล็กน้อย เนื่องจากมีพันธุ์ข้าวเจือปนอยู่ตั้งแต่ในแปลงนา เกษตรกรยังจัดสรรพื้นที่ส่วนหนึ่งไว้สำหรับปลูกข้าวเพื่อไว้บริโภคในครัวเรือน (สารสนเทศท้องถิ่นอีสาน ฅ อุบลราชธานี, 2565) แต่ในปัจจุบันการค้าข้าวในจังหวัดอุบลราชธานี เริ่มมีผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่บางรายได้ดำเนินธุรกิจค้าข้าวอย่างครบวงจรขึ้นมา มีการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกข้าว มีโรงสีของตัวเองรับซื้อข้าวเปลือกทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ และส่งเสริมจากพ่อค้าท้องถิ่นมากขึ้นนำมาเป็นธุรกิจแปรรูปเป็นข้าวสารบรรจุกระสอบ บรรจุถุงขนาดต่างๆ ขายส่งและขายปลีกในประเทศ รวมถึงหาตลาดต่างประเทศเพื่อส่งออกข้าวขายเองอีกด้วย ในระบบตลาดโลกยังมีบริษัทที่เป็นนายหน้าการส่งออกข้าว (Broker) เพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อขายและหาลูกค้าในต่างประเทศ โดยนายหน้าการส่งออกข้าวจะมีความเชี่ยวชาญและมีข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ มีประสิทธิภาพ และรู้ถึงปริมาณการผลิตข้าวและรู้ราคาข้าวแหล่งส่งออกและนำเข้าทุกแหล่ง

การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ธุรกิจแปรรูปข้าวจังหวัดอุบลราชธานี

การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ด้วยการกำหนดกลุ่มเป้าหมายขายผลผลิตข้าวในยุคใหม่ ธุรกิจ

แปรรูปข้าวจังหวัดอุบลราชธานีในเชิงธุรกิจขนาดย่อม (ตัวเกษตรกรแปรรูปขายผลผลิตข้าวเอง) นำมาสู่การวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ธุรกิจแปรรูปข้าว ซึ่งเกษตรกรผู้ประกอบการจดทะเบียน SMEs วิสาหกิจมาตรฐานผลผลิตข้าว ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนข้าวกล้องงอกร่องมาลี (ข้าวกล้องงอกหอมมะลิ) ตำบลสระสมิง อำเภอวารินชำราบ วิสาหกิจชุมชนส่งเสริมอาชีพแม่บ้านน้ำคำแดง (ข้าวไรเบอร์รี่ 100 เปอร์เซนต์) ตำบลเตย อำเภอม่วงสามสิบ วิสาหกิจชุมชนผลิตข้าวกล้องปลอดสารบ้านสร้างมิ่ง (ข้าวกล้องงอก) ตำบลหนองเมือง อำเภอม่วงสามสิบ (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2567) ทั้งยังมีผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ สข 60100099 ข้าวหอมมะลิอุบลราชธานี จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ได้รับอนุญาตส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ตำบลปะอาว อำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี และกระจายอยู่ในเขตอำเภอสำโรง อำเภอเดชอุดม อำเภอโพธิ์ไทร และอำเภอนุชนก ซึ่งผู้ที่ได้รับอนุญาตที่อยู่ในลักษณะของกลุ่มเกษตรกรจะต้องมีการตรวจสอบคุณภาพและต่อรับอนุญาต ได้แก่ (สารสนเทศท้องถิ่นอีสาน ฅ อุบลราชธานี, 2565)

1. กลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวบ้านชำโคม (อนุญาตวันที่ 29 พฤศจิกายน 2561-28 พฤษภาคม พ.ศ.2563)
2. โครงการส่งเสริมเกษตรกรอินทรีย์ บจก.ข้าวพันธุ์ดี (อนุญาตวันที่ 29 พฤศจิกายน 2561-28 พฤษภาคม พ.ศ.2563)
3. กลุ่มข้าวอินทรีย์บ้านโนนสวรรค์ ต.สำโรง อำเภอสำโรง จังหวัดอุบลราชธานี (อนุญาตวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ.2562-3 ธันวาคม พ.ศ.2564)
4. บริษัท ทิพย์อุบล อินเทอร์เน็ตในชั้นแนล จำกัด ต.หนองสิม อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี (อนุญาตวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2562-3 ธันวาคม พ.ศ. 2564)
5. กลุ่มข้าวอินทรีย์บ้านหนองไฮ ตำบลหนองไฮ อำเภอสำโรง จังหวัดอุบลราชธานี (อนุญาตวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ.2562-3 ธันวาคม พ.ศ.2564)
6. กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์แม่สันทิศ ตำบลสมสะอาด อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี (อนุญาตวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ.2562-3 ธันวาคม พ.ศ.2564)

7. กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์บ้านเกาะแกด ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอบึงสามพัน จังหวัดอุบลราชธานี (อนุญาตวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2564-3 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2566)

8. โครงการส่งเสริมเกษตรกรอินทรีย์ โดยบริษัท ข้าวพันธุ์ จำกัด ตำบลบัวงาม อำเภอบุณฑริก จังหวัดอุบลราชธานี (อนุญาตวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564-3 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2566)

อย่างไรก็ตาม สินค้าข้าวนอกจากจะขายเป็นรูปข้าวเปลือกและข้าวสารแล้ว ยังมีการศึกษาและค้นคว้าวิจัยธุรกิจแปรรูปข้าว เพื่อให้เป็นสินค้าที่เพิ่มมูลค่าอีกมากซึ่งผลิตภัณฑ์แปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยส่วนหนึ่งมาจากภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือจากที่มีอยู่ในตลาดท้องถิ่นมานานแล้ว มีการใช้เทคโนโลยีบรรจุกินให้ตลาดสินค้ากว้างขึ้น สามารถส่งออกต่างประเทศได้ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทางการเกษตร และสร้างเครือข่ายองค์กรเกษตรกรที่เชื่อมโยง และพัฒนาความร่วมมือในด้านการผลิตทางการเกษตรกรรม การแปรรูป การตลาด และการบริโภคเพื่อการยังชีพระหว่างเครือข่ายองค์กรเกษตรกรกับภาครัฐ และภาคเอกชน โดยมุ่งเน้นดำเนินการใน 5 เรื่องหลักให้บังเกิดผลแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นรูปธรรม ประกอบด้วย ปัญหาหนี้สิน ปัญหาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร ปัญหาที่ดินทำกิน ปัญหาราคาสินค้าเกษตร เรื่องสวัสดิการเกษตรกรสิทธิเกษตรกรและการไม่ได้รับความเป็นธรรม โดยมีการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ธุรกิจแปรรูปข้าว เกษตรกรมีผลผลิตเหลือจากการบริโภคภายในครัวเรือนก็สามารถนำไปจำหน่าย โดยมีช่องทางการจำหน่าย การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์นอกจากการขายในชุมชนแล้ว ยังมีสื่อ Social สามารถทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ได้แก่ Facebook, Tiktok, Shopee, Lazada และ Line โดยต้องสร้างเรื่องราวเกี่ยวกับความเป็นมา ขั้นตอนการผลิตข้าว ขั้นตอนการแปรรูป และคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

บทสรุป

ธุรกิจแปรรูปข้าวให้มีความสำคัญในการทำเกษตรอินทรีย์ตามแนวพระราชดำริพอเพียงและเป็นการรักษาวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อลดการใช้สารเคมีธุรกิจแปรรูปข้าว เป็นสินค้าที่มีสัดส่วนการส่งออกน้อย

แต่มีการเติบโตที่สูงขึ้น การทำนาข้าวของเกษตรกรจะเปลี่ยนจากการดำนาด้วยมือมาเป็นเครื่องจักร กรมการค้าได้ตั้งศูนย์วิจัยข้าวอุบลราชธานี เพื่อพัฒนาขยายเมล็ดพันธุ์ จึงทำให้เมล็ดพันธุ์ข้าวหอมมะลิในจังหวัดอุบลราชธานีมีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง การผลิต การจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ และการเข้าถึงของเกษตรกร จึงเป็นไปอย่างมีระบบและมีคุณภาพ จึงทำให้เกษตรกรได้รับเมล็ดพันธุ์ที่ดีในการนำไปเพาะปลูก เพื่อเพิ่มอาชีพให้กับกลุ่มเกษตรกรในช่วงที่ไม่ได้ทำนาและยังเป็นการรณรงค์ให้ชุมชนเข้มแข็ง โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น คือ ข้าวหอมมะลิเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์มีรายได้เสริมให้กับครอบครัว และสามารถลดค่าใช้จ่ายในครอบครัวได้ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ โดยมีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต่างๆ เพื่อส่งเสริมและปรับปรุงกิจการของกลุ่มเกษตรกรให้รู้จักวิธีการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ จนเป็นที่มาของโครงการแปรรูป/แปรรูปข้าวหอมมะลิคุณภาพซึ่งเริ่มจากแปรรูปข้าวเปลือกเป็นข้าวสาร โดยโรงสีของสหกรณ์จังหวัด จากนั้นก็มาแปรรูปเป็นข้าวกล้องงอกและผลิตภัณฑ์ต่างๆ การแปรรูปจากข้าวเปลือกเช่น ข้าวซ้อมมือ ข้าวกล้อง ข้าวขาว การแปรรูปจากข้าวมาเป็นแป้งข้าว เช่น ขนมจีน ข้าวเม่า ขนมนางเล็ด กาละแม เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า ข้าวเป็นสินค้าเกษตรที่สำคัญของประเทศไทยโดยส่งออกในรูปข้าวสารเป็นหลักการส่งออกในรูปผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวในกลุ่มอาหารสำเร็จรูปพร้อมบริโภคยังมีน้อยและมีแนวโน้มเป็นที่สนใจและนิยมกันมากขึ้นของผู้บริโภค ซึ่งในจังหวัดอุบลราชธานีมีธุรกิจแปรรูปข้าวจากข้าวหอมมะลิมาแปรรูปเป็นข้าวกล้องงอก เพราะเป็นข้าวที่มีคุณค่าทางอาหารและมีใยอาหาร กรดโฟติก กรดเพรูลิก วิตามินบี วิตามินอี และ GABA ซึ่งจะช่วยป้องกันโรคต่าง ๆ ได้เช่น มะเร็ง เบาหวาน ช่วยในการควบคุมน้ำหนักตัว เป็นต้น ส่วนข้าวเหนียวเป็นข้าวที่นิยมนำมาทำข้าวเม่า เป็นข้าวที่ได้มาจากรวงข้าวใกล้เก็บเกี่ยวสีข้าวไล่มาจนถึงสีข้าวตักน้ำตาล ข้าวเม่าทำได้จากทั้งเมล็ดข้าวเหนียว และเมล็ดข้าวเจ้า แต่ส่วนใหญ่จะทำจากเมล็ดข้าวเหนียว เพราะข้าวเม่าที่ทำมาจากข้าวเหนียวจะมีลักษณะนุ่มนวลรับประทาน ถ้าเป็นข้าวเจ้า

นั้นแข็ง ต่ำยาก และเมล็ดข้าวไม่สวย ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยข้าวอุบลราชธานี ยังได้จัดอบรมการทำธุรกิจแปรรูปข้าว ได้แก่ ข้าวเขียวใบข้าวหอมมะลิ เครื่องดื่มข้าวกล้องงอกสำเร็จรูป สบู่ น้ำมันรำข้าว โลชั่นน้ำมันรำข้าว ลิปปาล์ม น้ำมันรำข้าว และกระดาษสาจากฟางข้าว

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่พัฒนาจนเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยให้ครอบคลุมไปถึงผลิตภัณฑ์ข้าวที่มีอยู่ในตลาดส่งผลกระทบต่อมูลค่าของผลิตภัณฑ์ข้าวจากที่มีอยู่ทำให้ธุรกิจหรือวิสาหกิจต่าง ๆ จะต้องมีการพัฒนากระบวนการผลิต การตลาดสำหรับธุรกิจแปรรูปข้าวให้ยกระดับรายได้ของเกษตรกร เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ มีการผลิตข้าวหอมมะลิ ข้าวเหนียวเพื่อการบริโภคภายในประเทศ และการผลิตเพื่อการพาณิชย์ โดยใช้เทคโนโลยี Digital disruption การออกแบบรูปลักษณ์ของการนำธุรกิจข้าวไปแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหาร เช่น เครื่องดื่ม (เช่น สุราหมัก-แช่) ขนม และส่วนประกอบของอาหาร (Fusion food) ข้าวเหนียวผสมกับข้าวเจ้าเป็นวัตถุดิบในการทำอาหาร และยังคำนึงถึงการแก้ไขปัญหาการตกต่ำของราคาข้าวได้เป็นอย่างดี โดยใช้โมเดลเศรษฐกิจ BCG หรือโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นเศรษฐกิจทฤษฎีใหม่ที่ผสมผสานการพัฒนา 3 ด้านหลัก คือ 1) เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio economy) 2) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) และ 3) เศรษฐกิจสีเขียว (Green economy) เพื่อให้เกิดการพัฒนาในด้านสังคม เศรษฐกิจ ควบคู่ไปกับการรักษาสິงแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable development goals: SDGs ขององค์การสหประชาชาติ (UN) และยังสอดคล้องกับทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 โดยจังหวัดอุบลราชธานี สามารถพัฒนาเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ข้าว โดยเน้นการพัฒนาพันธุ์ข้าว การใช้เทคโนโลยี IoT, Precision agriculture, Drone เครื่องจักรกลการเกษตรสมัยใหม่ มีระบบสื่อสารเพื่อช่วยข้อมูลเรื่องของฝน อุณหภูมิ และเน้นการใช้ประโยชน์ จากวัสดุการเกษตรตกค้างในนาข้าว (Circular economy) และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Methane ในนาข้าวอีกด้วย อีกทั้งยังให้ความสำคัญในเรื่องการจัดการวางแผนการตลาด

เชิงกลยุทธ์ธุรกิจแปรรูปข้าวจังหวัดอุบลราชธานี ช่วยให้เกษตรกรหรือผู้ประกอบการ ได้วิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้าโดยตรงเป็นหนึ่งในจัดการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่สามารถนำมาเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม โดยมุ่งเน้นไปที่ธุรกิจแปรรูปข้าวในมุมมองของผู้บริโภคที่มักมีความคาดหวัง ความต้องการ และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาในการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งส่งผลให้เครื่องมือทางการตลาดแบบดั้งเดิมไม่สามารถทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้ โดยมีการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์มาการประยุกต์ใช้กับกลยุทธ์ทางการตลาด 4C ซึ่งประกอบด้วย

1) ด้านความต้องการของผู้บริโภค (Consumer wants and needs) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณค่าทางโภชนาการ มีพันธุ์ข้าวบอกถึงคุณสมบัติของข้าว ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน มีกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ มีการให้ข้อมูลวิธีการปลูกข้าวแบบอินทรีย์ ผ่านช่องทางทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงการพัฒนาแพ็คเกจให้มีเอกลักษณ์ และสร้างความหลากหลายเหมาะสม

2) ด้านต้นทุนของผู้บริโภค (Consumer's cost to satisfy) ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับราคาจำหน่ายที่ชัดเจน มีให้เลือกหลายระดับราคา

3) ด้านความสะดวกในการซื้อของผู้บริโภค (Convenience to buy) ผู้บริโภคมีความต้องการที่คำนึงถึงความสะดวกสบายของผู้บริโภค เช่น การเพิ่มช่องทางในการค้นหา ช่องทางในการชำระเงิน และช่องทางในการขนส่งให้มากยิ่งขึ้น การขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ มีการถ่ายรูปสินค้า และการเขียนคอนเทนต์ทางการตลาด เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ

4) ด้านการสื่อสาร (Communication) ช่วยทำให้เกิดความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อยอดขายมากยิ่งขึ้น กลยุทธ์การขยายตลาดใหม่ มีการจัดหาความร่วมมือ การขายในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง และหน่วยงานราชการในระดับท้องถิ่น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการข้าว. (2551). ศูนย์ข้าวชุมชน. กลุ่มส่งเสริมการผลิตและจัดการผลผลิต สำนักส่งเสริมการผลิตข้าว.
- กรมการค้าต่างประเทศ. (2567). สรุปปี 66 ไทยส่งออกข้าวทะลุเป้า 8.76 ล้านตัน เพิ่ม 13.62% ปี 67 ลดเหลือ 7.5 ล้านตัน. <https://shorturl.asia/I4Prg>
- กรมประชาสัมพันธ์. (2565). ข้าวรักษ์โลกกับการแก้ไขปัญหาข้าวไทย. <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/39/id/136186>
- กองวิจัยและพัฒนาข้าว กรมการข้าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2559) องค์ความรู้เรื่องข้าว. [https://www.dailynews.co.th/news/2018453/](https://newwebs2.ricethailand.go.th/webmain/rkb3/โซติรส นพพลกรัง และคณะ. (2566) การศึกษาการจัดการโซอุปทานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวหอมมะลิ 105 บ้านยาง โดยใช้ตัวแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานโซอุปทาน วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, 3(1), 22-32.</p>
<p>เดลินิวส์. (2566). น้ำตกใจ! คนไทยเมินกินข้าว อัตรานิโคมลดฮวบ พาณิชย์ ห่วงเกษตรกรเดือดร้อน <a href=)
- ธงชัย สุวรรณสิขณ. (2560ก). ข้าวหอมมะลิ หอม “คงความหอมมะลิข้าวหอมมะลิไทยตลอดห่วงโซ่”. สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธงชัย สุวรรณสิขณ. (2560ข). KU สร้างสรรค์ข้าวไทยศาสตร์แห่งแผ่นดินเพื่อความกินดีอยู่ดี. สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570). สำนักฯ
- ธงชัย ช่างศรี และคณะ. (2558). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพข้าวหอมมะลิไทย. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ ข้าวและธัญพืชเมืองหนาว ประจำปี 2558 หน้า 191-230.
- ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2567) <https://shorturl.asia/gSdte>.
- ศูนย์วิจัยข้าวอุบลราชธานี. (2563). งานบริการเพื่อรองรับเกษตรกรและรองรับงานวิจัย ด้านการวิเคราะห์ปริมาณธาตุอาหารพืชในดิน ปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปลดปล่อยจากนาข้าว และการส่งเสริมการใช้เครื่องจักรกลในการผลิตข้าว. <https://ubn-rrc.ricethailand.go.th/page/3378>
- สมนึก ปัญญาสิงห์ และเศกสรรค์ ยวงนิชัย. (2565). การจัดการของกลุ่มเกษตรกรผลิตข้าวอินทรีย์กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวคุณค่าเกษตรกรคุณธรรมบ้านโนนทรายงาม. วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์, 7(1), 1-20.
- สารสนเทศท้องถิ่นอีสาน ณ อุบลราชธานี. (2565). การแปรรูปผลผลิตด้านการเกษตร ข้าวหอมมะลิอุบลราชธานี สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของจังหวัดอุบลราชธานี. <https://www.esanpedia.oar.ubu.ac.th/esaninfo/?p=6102>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2565). ตารางแสดงรายละเอียดข้าวนาปรัง. <https://shorturl.asia/i1wyx>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2566). วารสารเศรษฐกิจการเกษตร เดือนพฤศจิกายน 2566. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
- Champagne, E.T. (2008). Rice aroma and flavor: A literature review. *Cereal Chemistry*, 85, 445-454.
- Lam, H.S. & Proctor, A. (2003). Milled Rice Oxidation Volatiles and odor Development. *Journal of Food Science*, 68(9), 2676-2681.
- Shin, M.G., Yoon, S.H., Rhee, J.S., & Kwon, T.W. (1986). Correlation between Oxidative Deterioration of Unsaturated Lipid and Normal-Hexanal During Storage of Brown Rice. *Journal of Food Science*, 5, 460-463.
- Sunthonvit, N., George S., & John C. (2005). Comparative Study of Effects of Drying Methods and Storage Conditions on Aroma and Quality Attributes of Thai Jasmine Rice. *Drying Technology*. 23(7), 1407-1418.
- Tulyathan, V., Srisupattarawanich, N., & Suwanagul, A. (2008). Effect of rice flour coating on 2-acetyl-1-pyrroline and n-hexanal in brown rice cv. Jao Hom Supanburi during storage. *Postharvest Biology and Technology*, 47(3), 367-372.

- Widjaja, R., Craske, J.D., & Wootton, M. (1996). Changes in volatile components of paddy, brown and white fragrant rice during storage. *J. Sci. Food Agric*, 71, 218–224.
- Yahya, F., Fryer, P.J., & Bakalis, S. (2011). The absorption of 2-acetyl-1-pyrroline during cooking of rice (*Oryza sativa* L.) with pandan (*Pandanus amaryllifolius* Roxb.) leaves. *Procedia Food Science*, 1, 722-728.
- Yoshihashi, T., Nguyen, T. T. H., & Kabaki, N. (2004). Area dependency of 2-acetyl-1-pyrroline content in an aromatic rice variety, Khao Dawk Mali 105. *Jarq-Japan Agric. Res. Q*, 38, 105–109.