

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์	การจัดการและปัจจัยที่มีผลต่อระบบธุรกิจของข้าวกล้องในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง	
ชื่อผู้เขียน	นางสาวรัตนา ก้วยเจริญพานิชก์	
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต	สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ผศ.ดร. พัฒนา เจียรวิริยะพันธ์	ประธานกรรมการ
	อ.ดร. กมล งามสมสุข	กรรมการ
	อ. เขาวเรศ เขาวนพูนผล	กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการวิเคราะห์การจัดการด้านการผลิตและการตลาดของโรงสีที่ทำการผลิตข้าวกล้อง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อระบบธุรกิจข้าวกล้อง และเพื่อทราบถึงนโยบายในด้านการผลิตการตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจข้าวกล้อง ข้อมูลในการศึกษานี้ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ ข้อมูลปฐมภูมิซึ่งครอบคลุมข้อมูลด้านปริมาณการผลิตข้าวกล้องของโรงสีที่ทำการผลิตข้าวกล้องในจังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ สุรินทร์ และยโสธร รวมทั้งหมด 45 โรง และครอบคลุมถึงข้อมูลด้านการบริหารจัดการ ต้นทุนและรายได้จากการทำธุรกิจข้าวกล้อง ซึ่งเป็นข้อมูลเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินธุรกิจข้าวกล้อง 5 กลุ่มได้แก่ กลุ่มเกษตรกรทำนาบ้านนาโสี และกลุ่มเกษตรกรทำนาบ้านบากเรือจังหวัดยโสธร ชุมชนสหกรณ์การเกษตรอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี สหกรณ์การเกษตรปราสาทจังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มศรีษะอโศกจังหวัดศรีสะเกษ นอกจากนี้ข้อมูลปฐมภูมิแล้วยังทำการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิซึ่งเป็นการรวบรวมนโยบายของรัฐบาลที่ให้การสนับสนุนด้านต่างๆทั้งด้านการผลิตและการตลาดข้าวกล้อง

การบริหารจัดการโรงสีที่ทำการผลิตข้าวกล้องสามารถแบ่งพิจารณาได้เป็น 4 ส่วนคือ 1) การจัดการด้านบุคคลพบว่ากรรมการผู้บริหารกลุ่มเกษตรกร และกลุ่มศรีษะอโศกได้มาจากการเลือกตั้งสมาชิกภายในกลุ่มที่ไม่มีความรู้ความชำนาญ แต่ผู้บริหารสหกรณ์ได้มาจากการรับสมัครผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะในด้านการจัดการ ทำให้กลุ่มสหกรณ์มีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและเป็นระบบมากกว่า 2) ด้านการบริหารจัดการด้านการเงินพบว่ากลุ่มเกษตรกรทำนาบ้านนาโสี กลุ่มเกษตรกรทำนาบ้านบากเรือ และกลุ่มศรีษะอโศกมีเงินทุนหมุนเวียนน้อยกว่ากลุ่มสหกรณ์

เนื่องจากกลุ่มสหกรณ์เป็นกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกมากและมีการระดมเงินทุนสูง อีกทั้งมีหน่วยงานของรัฐที่ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ ในด้านการจัดทำบัญชีกลุ่มเกษตรกรและกลุ่มสหกรณ์มีการจัดทำระบบบัญชีทั้งบัญชีรายรับ รายจ่าย งบกำไรขาดทุนและงบดุลตามหลักการทำบัญชีเพื่อประเมินผลการดำเนินงานที่ผ่านมา แต่กลุ่มศรีระอโศกทำบัญชีเฉพาะรายรับ รายจ่ายแบบง่ายๆเท่านั้น 3) ในด้านการบริหารจัดการด้านการผลิตทุกกลุ่มมีลักษณะคล้ายกันคือข้าวเปลือกที่รับซื้อเป็นข้าวเปลือกหอมมะลิที่มีความชื้นไม่เกินร้อยละ 16-17 โดยการเก็บรักษาข้าวเปลือกที่รับซื้อจะบรรจุในกระสอบและเก็บไว้ในฉางข้าวที่ปิดมิดชิด หลังจากสีเป็นข้าวกล้องแล้วจะถูกนำส่งให้ลูกค้าในเวลาอันสั้นเนื่องจากข้าวกล้องไม่สามารถเก็บได้นาน (ประมาณ 1 เดือน) 4) ในการจัดการด้านการตลาดข้าวกล้องของกลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์ที่ผลิตข้าวกล้องมีลักษณะเป็นการรับจ้างผลิตคือเมื่อมีปริมาณการสั่งซื้อหรือมีตลาดรองรับผลผลิตที่แน่นอนจึงค่อยทำการผลิตดังนั้นจึงไม่มีการจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาด ส่วนกลุ่มศรีระอโศกไม่ทำตลาดเนื่องจากการผลิตเพื่อบริโภคในกลุ่ม ไม่ได้มุ่งผลิตเพื่อการค้า

จากผลการศึกษาพบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2533-2537 จำนวนโรงสีที่ทำการผลิตข้าวกล้องและปริมาณการผลิตข้าวกล้องรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราคงที่ ส่วนปริมาณการผลิตข้าวกล้องเฉลี่ยต่อโรงมีปริมาณการผลิตค่อนข้างคงที่ สำหรับในช่วง พ.ศ. 2538-2543 ซึ่งเป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจข้าวกล้องอันเป็นผลจากการส่งเสริมให้มีการบริโภคข้าวกล้องของรัฐบาลพบว่าจำนวนโรงสีที่ทำการผลิตข้าวกล้องมีจำนวนเพิ่มขึ้นโดยเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง ในด้านปริมาณการผลิตข้าวกล้องพบว่าปริมาณการผลิตข้าวกล้องรวมทั้ง 4 จังหวัดมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราที่เพิ่มขึ้นและปริมาณการผลิตข้าวกล้องเฉลี่ยต่อโรงสีมีแนวโน้มลดลงในอัตราที่เพิ่มขึ้นในช่วงแรกและเพิ่มขึ้นในอัตราที่เพิ่มขึ้นในช่วงหลัง ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดที่มีผลกระทบต่อการผลิตข้าวกล้องของโรงสีคือ ปริมาณการสั่งซื้อข้าวกล้องของลูกค้าซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและไม่ผลิตข้าวกล้องของโรงสีคือ กรณีโรงสีที่ยังคงทำการผลิตเป็นโรงสีที่ได้รับปริมาณการสั่งซื้อที่ต่อเนื่องและมีปริมาณการสั่งซื้อที่มาก กรณีโรงสีที่เลิกทำการผลิตข้าวกล้องพบว่าโรงสีไม่มีปริมาณการสั่งซื้อข้าวกล้องหรือมีปริมาณการสั่งซื้อในปริมาณน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการผลิตข้าวขาว ปัจจัยรองลงมาได้แก่ ตลาดข้าวกล้องยังเป็นตลาดที่ไม่มีความแน่นอนเหมือนตลาดข้าวขาว การผลิตข้าวกล้องมีความยุ่งยากในการเปลี่ยนขั้นตอนและกระบวนการผลิตในการผลิตข้าวขาวมาทำการผลิตข้าวกล้องซึ่งก่อให้เกิดการเสียโอกาสในการผลิตข้าวขาวที่ต่อเนื่อง อีกทั้งเสียเวลาและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้นในการเปลี่ยนขั้นตอนการผลิต ถึงแม้การสีข้าวกล้องจะมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าการสีข้าวขาวเนื่องจากโรงสีข้าวกล้องประหยัดไฟฟ้ามากกว่าการสีข้าวขาวถึง 5 เท่า แต่การผลิตข้าวกล้องจะก่อให้เกิดการประหยัดไฟฟ้าได้ในกรณีที่มีการผลิตข้าวกล้องอย่างต่อเนื่องแต่ในกรณีของโรงสีที่ทำการผลิตทั้งข้าวกล้องและข้าวขาว พบว่าการผลิตข้าวกล้องจะต้องมีการปรับเปลี่ยนขั้นตอนการผลิตซึ่งก่อให้เกิด

เกิดการเสียโอกาสในการผลิตข้าวขาว เสียเวลาและต้นทุนเพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนขั้นตอนการผลิต รวมทั้งตลาดข้าวกล้องยังเป็นตลาดแคบเมื่อเทียบกับตลาดข้าวขาว ซึ่งปัจจัยต่างๆดังกล่าวทำให้โรงสีจำนวนหนึ่งที่เคยผลิตข้าวกล้องตัดสินใจเลิกทำการผลิต ส่วนปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อระบบธุรกิจข้าวกล้องคือ ผู้บริโภคข้าวกล้องมีเพียงกลุ่มผู้สูงอายุและผู้ที่สนใจด้านสุขภาพเท่านั้นซึ่งยังคงเป็นกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเล็กเมื่อเทียบกับประชาชนที่บริโภคข้าวทั้งประเทศ การสนับสนุนที่ลดลงของรัฐบาลเมื่อปลายปี พ.ศ. 2542 และการลดการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้าวกล้องในเวลาเร็วเกินไปทำให้ปริมาณการบริโภคลดลงแสดงให้เห็นถึงความไม่มั่นคงของตลาด ทำให้โรงสีที่ผลิตข้าวกล้องเกิดความไม่มั่นใจในการดำเนินงาน

เนื่องจากความไม่แน่นอนของปริมาณการผลิตและความไม่มั่นคงของตลาดข้าวกล้อง ทำให้โรงสีที่ทำการผลิตข้าวกล้องเพียงอย่างเดียวมีความเสี่ยงสูงกว่าโรงสีที่ทำการผลิตทั้งข้าวขาวและข้าวกล้อง ดังนั้นโรงสีที่ทำการผลิตข้าวกล้องจึงทำการผลิตข้าวขาวควบคู่ไปด้วยเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว และเนื่องจากข้าวกล้องไม่สามารถเก็บได้นาน โรงสีจึงควรมีตลาดรองรับผลผลิตที่แน่นอนก่อนที่จะตัดสินใจทำการผลิต ด้านโรงสีที่ทำการผลิตข้าวกล้องควรมีการจัดการและวางแผนการผลิตที่ต่อเนื่อง โดยกำหนดวันในการผลิตข้าวขาวและกำหนดวันในการผลิตข้าวกล้องเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากการประหยัดไฟฟ้าในการผลิตข้าวกล้อง และโรงสีที่ทำการผลิตข้าวกล้องควรรวมตัวกันและประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับข้าวกล้องเพื่อเป็นการสร้างอุปสงค์การบริโภคข้าวกล้องให้ต่อเนื่อง และด้วยนโยบายของรัฐบาลที่ลดการสนับสนุนทั้งด้านการผลิตและการตลาดในขณะที่ตลาดข้าวกล้องยังไม่เข้มแข็งพอทำให้เกิดความผันผวนของอุปสงค์ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานของโรงสีต่อไปและเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนหันมาบริโภคข้าวกล้องเพื่อสุขภาพที่ดีขึ้น

<b>Thesis Title</b>	Management and Factors Affecting Brown Rice Business System in Lower Northeastern Region.	
<b>Author</b>	Miss Rattana Guayjaranpanishk	
<b>M.S.</b>	Agricultural Economics	
<b>Examining Committee</b>	Asst. Prof Dr.Pattana Jierwiriypant	Chairman
	Lect. Dr. Kamol Ngamsomsuke	Member
	Lect. Yaovarate Chaovanapoonphol	Member

### Abstract

The objective of this study was to analyze production and marketing management of rice mill that produced brown rice. Analysis of factors effecting brown rice business system and to understand production and marketing policies related to brown rice business. Data use in this study compose of 2 parts, primary data which covered quantity of brown rice produce by 45 rice mills in Ubon Ratchathani, Si Sa Ket, Surin and Yasothon. Specific data about administration, production cost and revenue from five brown rice business groups namely Ban Na So farmers' group and Ban Barg Reau farmers' group in Yasothon, Ubon Ratchathani agricultural cooperative in Ubon Ratchathani province, Prashat agricultural cooperative in Surin and Si Sa Asoke group in Si Sa Ket. In addition to primary data, secondary data included government policies that supported both production and marketing of brown rice were collected.

Administrative management of brown rice mill was considered in 4 sections. 1) Personal management. It was found that manager and committee of Farmers' groups, and Asoke group were chosen from members who are not keen and inexperience. While management team of Cooperative groups were hired from those who is knowledgeable and experience in management practice. Therefore, cooperatives operation are more organized and efficient. 2) Financial

management, Ban Na So farmers' group, Ban Barg Reau farmers' group and Si Sa Asoke group had limited working capital compared to cooperative groups because cooperative group had a large number members and high capital raising. They also received government supported for loan at low interest rate. Accounting system of Farmers' group and cooperatives group were prepared according to accounting principle to assess past operation. Their accounting information including revenues, expenses, income statement and balance sheet. The Asoke group only recorded simple revenues and expenses information. 3) Production management, Hom Ma li paddy with 16-17 % of moisture content was used in all group. Storage of rice paddy usually packed in gunny bag and stored in completely seal silo. Brown rice usually been delivered to customer right after milling or in a very short period of time because brown rice has short storage life time (about one month) 4) Marketing management, brown rice was produced only when there are purchasing order or certain market to absorb. Therefore rice mills do not have marketing strategy. However, production of Asoke group is for own consumption and not for commercial market.

The result of this study showed that from 1990-1994, the trend of number of brown rice mills and total production of brown rice were increasing at constant rate. However, the average brown rice production per mill during this period was relatively stable. From 1995 to 2000 there exist a shift in demand of brown rice due to government promotional program, the number of brown rice mills was increasing but at a decreasing rate, while the trend of brown rice production in 4 provinces was increasing at increasing rate. Besides the trend of average brown rice production per mills was decreasing at increasing rate at initial period, and later increasing at increasing rate.

The most important factor that affected brown rice production decision was the continuity of quantity demand of brown rice. This study found that the mills, that received regular and large orders will keep on producing, while the mills which received small and irregular brown rice order or had previously show low demand form consumer is now stopped producing brown rice. The other factors were uncertainty of brown rice markets and the complexity of changing production process from white rice to brown rice production. For regular and continuing process, brown rice production could used as low as one fifth of the electricity needed compare to white rice. However, in the case of producing both white and brown rice together, the switching of

production process from white to brown rice or vice versa would incurred higher management cost. Therefore, there mill would have high opportunity cost for not producing only white rice which had larger market size. The external factors that affected brown rice business system were small portion of brown rice consumers (only elderly and health concerned groups) and decreasing of government subsidy for brown rice advertising and promotion since the end of 1999. These factors have cause instability of brown rice market, therefore, some of the rice millers have lost their confidence on brown rice businesses and discontinue their production.

Therefore, the instability of both production volume and brown rice market make rice mills which produce only brown rice have higher risk than rice mills which produce both white rice and brown rice. Therefore in order to reduce this risk rice mills which produce brown rice should produce white rice along with brown rice. According to short storage life of brown rice, producer should secure the market before deciding to produce brown rice. Brown rice mills should plan for good management and consistent production in order to enjoy cost reduction through electricity saving. It is strongly recommended, that many of rice mills should form an organization in order to carry out promotional program that would continuously increase demand for brown rice. As the decline of government support on production and marketing at too early stage when the market was still unstable resulted in fluctuation of demand. Therefore, continuation of this support is suggested for a longer period of time in order to encourage people to consume more brown rice for their better health.