

เส้นทางพัฒนาการส่งเสริมการเกษตรไทย

นายอรรถ อินทลักษณ์

อธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทำเลที่ตั้งและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติเหมาะสมสำหรับการเกษตรและเป็นศูนย์กลางค้าขายจึงได้สมญานามว่า “สุวรรณภูมิ” พื้นที่และประชากรส่วนใหญ่อยู่ในภาคการเกษตรจึงถือเป็นประเทศเกษตรกรรม ถึงแม้ว่าการพัฒนาปัจจุบันมุ่งเพื่อการแข่งขันเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม การบริการ และเทคโนโลยีมากขึ้นแต่ยังเป็นการพัฒนาที่มีพื้นฐานจากภาคการเกษตร โดยเฉพาะเมื่อประเทศเผชิญภาวะเศรษฐกิจตกต่ำดังเช่น วิกฤติต้มยำกุ้ง พ.ศ. ๒๕๔๐ และ วิกฤติแฮมเบอร์เกอร์ พ.ศ. ๒๕๕๑ ภาคการเกษตรเป็นแหล่งรองรับแรงงานจากภาคอุตสาหกรรมและการบริการ

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช “**กษัตริย์นักพัฒนา**” ทรงตระหนักว่าประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมโดยพื้นฐานและเกษตรกรเปรียบเสมือนกระดูกสันหลังของชาติ พระองค์ได้พระราชทาน “**ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง**” เป็นแนวทางปฏิบัติตั้งแต่ระดับครอบครัว ชุมชน จนถึงระดับรัฐในการพัฒนาและบริหาร เพื่อให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและสามารถพึ่งตนเองได้ ชุมชนและสังคมเข้มแข็งอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข อันเป็นแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืน เห็นได้จากที่ทรงริเริ่มการพัฒนาโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริจำนวนกว่า ๓,๐๐๐ โครงการ

การพัฒนาภายใต้ความกดดันของการเปลี่ยนแปลงของโลก

การพัฒนาภายใต้บริบทกระแสโลกาภิวัตน์ที่การเปลี่ยนแปลงทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นตั้งแต่เกิดการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ เกิดการเปลี่ยนแปลงในตลาดการเงินของโลก เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุน สินค้า บริการ และคนอย่างเสรี การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด สังคมที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การไหล่ป่าของวัฒนธรรมต่างชาติ ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติมีจำนวนลดลงและเสื่อมโทรม เกิดความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ เกิดภัยธรรมชาติ การระบาดและแพร่เชื้อโรคใหม่ๆ เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก่อเกิดทั้งโอกาสและภัยคุกคามที่กระทบต่อเกษตรกรของประเทศไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น ประเทศไทยต้องกำหนดทิศทางการพัฒนาและบริหารประเทศเป็นไปในทางสายกลาง เพื่อการดำรงอยู่ของคนในชาติและการแข่งขันเวทีโลก โดยยึดหลัก “**ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง**”

การพัฒนาการส่งเสริมการเกษตรไทย

กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นองค์กรหลักในการพัฒนาด้านการเกษตร เกษตรกร และองค์กรเกษตรกร ด้วยการเพิ่มศักยภาพเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายในการผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพ

เพื่อสร้างรายได้ ความมั่นคง และภาคภูมิใจในการประกอบอาชีพการเกษตร โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือ เกษตรกรและสังคมเกษตรอยู่ดีมีสุขอย่างยั่งยืน

การส่งเสริมการเกษตร “การทำงานกับเกษตรกร” ภารกิจสำคัญที่สร้างการยอมรับและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการผลิตและการตลาดของเกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการปรับเปลี่ยนทัศนคติให้เข้ามาร่วมกระบวนการตัดสินใจเพื่อการสร้างอำนาจของตนเอง ส่งเสริมและสนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แบ่งปันทรัพยากร เทคโนโลยีการเกษตรที่เหมาะสม และข้อมูลข่าวสาร นอกจากนี้ การส่งเสริมการเกษตรเป็นวิธีหนึ่งของการพัฒนาชนบทและชุมชนเมือง มีความจำเป็นต้องขับเคลื่อนพร้อมกันทุกด้าน เช่น การศึกษา สาธารณสุข และความเป็นประชาธิปไตย เป็นต้น รูปแบบและวิธีการ ของการส่งเสริมการเกษตรจึงหลากหลายขึ้นอยู่กับความเหมาะสมกับความต้องการและความพร้อมของแต่ละชุมชนหรือเป็นเฉพาะพื้นที่

สำหรับภารกิจดังกล่าวนี้ กรมส่งเสริมการเกษตรมีหน่วยงานย่อยรับผิดชอบงานส่งเสริมการเกษตรประจำทั้ง ๗๖ จังหวัด และ ๘๘๐ อำเภอ โดยมีนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจำนวน ๕,๘๗๐ คน เป็นผู้รับผิดชอบงานระดับตำบลจำนวน ๗,๓๐๕ ตำบลทั่วประเทศ ทั้งนี้ โดยมี “ระบบส่งเสริมการเกษตร” เป็นระบบงานหลักในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์การทำงานภายในองค์กร กับเกษตรกร และผู้เกี่ยวข้องทุกระดับของการทำงาน ดังนั้น เส้นทางพัฒนาการส่งเสริมการเกษตร ณ ปัจจุบัน และต่อไปในอนาคต มีปัจจัยความสำเร็จต้องทำไปพร้อมกัน ๓ ส่วนคือ การพัฒนาเกษตรกรและองค์กรเกษตรกร การพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตร และการพัฒนาองค์กรส่งเสริมการเกษตร กล่าวโดยสังเขปดังต่อไปนี้

การพัฒนาเกษตรกรและองค์กรเกษตรกร

“เกษตรกรเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” เป็นจุดเปลี่ยนของการพัฒนาซึ่งได้มีกำหนดในรัฐธรรมนูญและเป็นหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การสร้างการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีและมีประโยชน์ก่อเกิดแก่เกษตรกรกลุ่มเป้าหมายของงานส่งเสริมการเกษตร มีสิ่งที่จะต้องทำ ๔ ประการคือ

1. กำหนดเกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย เป็นสิ่งแรกที่จะทำเพื่อสร้างความชัดเจนในวัตถุประสงค์เป้าหมาย วิธีการทำงาน และความสำเร็จ กลุ่มเป้าหมายอาจจัดแบ่งได้ ๒ รูปแบบ คือ

- ❖ ระดับเศรษฐกิจ คือ ① เกษตรกรรายย่อย อาศัยการเกษตรเพื่อการยังชีพ ② เกษตรกรก้าวหน้ามีศักยภาพพัฒนาสู่เวทีแข่งขันภายในและภายนอกประเทศ
- ❖ ระดับการพัฒนา คือ ① พื้นฐาน คือ ยุวเกษตรกรในโรงเรียน (นักเรียน/นักศึกษา) ② เริ่มพัฒนา คือ ยุวเกษตรกรนอกโรงเรียน (จบการศึกษา/เริ่มอาชีพเกษตร) ③ พัฒนาสู่ธุรกิจ คือ เกษตรกรมืออาชีพ (กลุ่มส่งเสริมอาชีพ/แม่บ้านเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน)

2. แสวงหาเกษตรกรผู้นำ เกษตรกรที่มี “ภาวะผู้นำ” หรือ “เกษตรกรหัวก้าวหน้า” เป็นปัจจัยแรกที่ต้องค้นหาให้พบเพราะเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิด สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงนำสู่การยอมรับของกลุ่ม และเป็นตัวกลางทำงานควบคู่กับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรด้วย

3. สร้างความเข้มแข็งของเกษตรกรและองค์กรเกษตรกร เพื่อให้เกิดการพึ่งพาตนเองได้และสามารถสร้างอำนาจการตัดสินใจและการต่อรองได้ โดยการยึดหลักการสร้างความเข้มแข็งด้วย “๔ก” คือ ① ก - กรรมการ/สมาชิก/เครือข่าย ② ก - กฎระเบียบหรือข้อตกลงร่วม ③ ก - กิจกรรม ④ ก - กองทุนหมุนเวียนเพื่อการเกษตร

4. สร้างประชากรเกษตร จากปัญหาการลดลงของประชากรเกษตรไทย เกษตรกรมีอายุเฉลี่ยมากขึ้น และคนวัยหนุ่มสาวไม่ให้ความสนใจอาชีพเกษตร ดังนั้น ถือเป็นเรื่องวิกฤตที่ต้องมีการสร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่ด้วยการริเริ่มตั้งแต่วัยเด็กจนกระทั่งเข้าสู่วัยทำงาน เพื่อให้มีทัศนคติที่ดีต่อการประกอบอาชีพการเกษตร เชื่อมั่นว่าสามารถสร้างความสุขและความมั่นคงในชีวิต

การพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตร

การผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพเพื่อการเลี้ยงชีพหรือแข่งขันมีความจำเป็นต้องพัฒนาทั้งระบบการผลิตการตลาดควบคู่กัน จึงเป็นประเด็นสำคัญของงานส่งเสริมการเกษตรจำแนกออกเป็น ๔ ประการคือ

1. ตลาดคือเป้าหมายการผลิต ปัจจุบันการผลิตสินค้าเกษตรต้องดำเนินควบคู่ไปกับการตลาด ด้วยการใช้ความต้องการของผู้บริโภคเป็นทิศทางและกำหนดเป้าหมายในการวางแผนการส่งเสริมการผลิต ตั้งแต่การผลิตในแปลงเกษตรกรจนกระทั่งสินค้าถึงมือผู้บริโภค

2. ควบคุมคุณภาพสินค้าเกษตร เพื่อความปลอดภัยต่อผู้ผลิตและผู้บริโภคที่เป็นผู้ผลิตและผู้ซื้อ จึงต้องมีระบบจัดการการผลิตและควบคุมคุณภาพที่ลดต้นทุนแต่เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต มาส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพ มีการตรวจรับรองกระบวนการผลิต สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค สร้างระบบรวบรวม คัดแยก กระจายสินค้า และการขนส่งในระดับชุมชนสู่ระดับประเทศจนถึงต่างประเทศ ทำให้เกษตรกรผู้ผลิตกำหนดราคาและเลือกตลาดได้

3. เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร ด้วยการสนับสนุนกลุ่มเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตสินค้าตามระบบการผลิตแบบปลอดภัย พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ถูกสุขอนามัย ทันสมัย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สามารถใช้ประโยชน์ได้ รูปแบบสวยงามต้องตาผู้บริโภค และนำนวัตกรรมใหม่จากการวิจัยของชุมชนหรือสถาบันต่างๆ และภูมิปัญญาไทยมาสร้างสรรค์และเพิ่มคุณค่าด้วย

4. เสริมสร้างตลาดสินค้าเกษตร เป็นการหาจุดระบายสินค้าเกษตร สร้างและแสวงหาเวทีของการตลาดใหม่ โดยเริ่มตั้งแต่การส่งเสริมตลาดชุมชนเพื่อเป็นแหล่งให้เกษตรกรแลกเปลี่ยน ซื้อขายสินค้า กระจายสินค้าออกสู่ชุมชนไปทั่วประเทศ สนับสนุนการตลาดแบบมีสัญญา ผลักดันสินค้าเกษตรออกสู่ตลาดโลกเพื่อสร้างภาพลักษณ์สินค้า เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เปิดตลาดใหม่และขยายฐานตลาดเดิมด้วยการคัดแยกสินค้าคุณภาพสูงสุดตลาดที่มีกำลังซื้อสูง

การพัฒนาองค์กรส่งเสริมการเกษตร

องค์กรในที่นี้หมายถึงองค์กรใดๆที่มีภารกิจในการส่งเสริมการเกษตรทั้งภาครัฐ ประชาชน เอกชน และองค์กรที่ไม่หวังผลกำไรต่างๆ มีความจำเป็นต้องมีองค์ประกอบสำคัญ ๖ ประการคือ

1. ระบบส่งเสริมการเกษตร เป็นระบบงานที่ทุกคนในองค์กรต้องยึดเป็นระบบงานหลักในการทำงานเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน เป็นระบบที่แสดงถึงความสัมพันธ์เชื่อมโยงการทำงานขององค์กรส่งเสริมการเกษตรกับเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายและผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน โดยแบ่งเป็นระบบปฏิบัติงานในพื้นที่และระบบสนับสนุนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่

2. วิธีการและเครื่องมือส่งเสริมการเกษตร มีความจำเป็นใช้ในการสื่อสารประเด็นงานส่งเสริมให้เข้าถึง รับรู้ เข้าใจ และนำสู่การยอมรับของเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ใช้ศูนย์เรียนรู้ชุมชนและศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลเป็นจุดนัดพบร่วมดำเนินกิจกรรมกระบวนการแบบมีส่วนร่วม มีแผนพัฒนาการเกษตรชุมชน มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้และให้บริการ รวมทั้ง มีการใช้ชนิดของสื่อที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมและผลงานที่เกิดขึ้น เป็นต้น

3. ส่งเสริมการเกษตรบนพื้นฐานของข้อมูลและการวิจัย การวางแผนงานส่งเสริมการเกษตรควรวิเคราะห์ข้อมูลที่มีอยู่และสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการเรียนรู้เพื่อพัฒนางานส่งเสริมการเกษตร จึงจำเป็นต้องมีการเสริมสร้างทัศนคติการใฝ่เรียนรู้ค้นหาปัญหาแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม เพื่อส่งมอบความเป็นนักวิจัยทั้งตัวเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรทุกระดับ

4. บทบาทเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร การเป็นเพื่อนและสนับสนุนเกษตรกร บทบาท “ผู้นำการเปลี่ยนแปลง” จึงมีส่วนสำคัญสูงสุดในการกระตุ้นความสนใจ เสริมสร้างทัศนคติ เกิดจุดเปลี่ยนความศรัทธา ยอมรับตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม ดังนั้น เจ้าหน้าที่ต้องมีการใฝ่เรียนรู้ เข้าใจชุมชนและภูมิสังคม รอบรู้วิชาการเกษตร ให้คำปรึกษาสนับสนุนความต้องการแก้ไขปัญหา บริการข้อมูลข่าวสาร เป็นผู้อำนวยความสะดวกประสานงานกิจกรรม และเป็นนักประชาสัมพันธ์ด้วย

5. ธรรมชาติของกรม เป็นหลักบริหารองค์กรเพื่อประโยชน์สุขของเกษตรกร ก่อเกิดผลสัมฤทธิ์ตามภารกิจของรัฐ อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความคุ้มค่า มีการปรับกระบวนการทำงาน เสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม พัฒนาบุคลากร กระจายภาระงาน ทรัพยากรและอำนาจการตัดสินใจแก่ท้องถิ่นและผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งอำนวยความสะดวกและให้บริการ

6. พัฒนาความร่วมมือระหว่างองค์กร การพัฒนาแบบรวมส่วนเป็นการแสวงหาแนวร่วมหรือภาคีพัฒนาเพื่อรวบรวมความสนใจร่วมคิด แบ่งปัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และตัดสินใจร่วมกันดำเนินกิจกรรมที่มีเป้าหมายเดียวกันและทุกคนได้ประโยชน์ หรือที่เรียกกันว่า “บูรณาการ” ขณะเดียวกันก็เป็นการกระจายอำนาจการบริหารงานส่งเสริมการเกษตรของภาครัฐสู่ภาคประชาสังคม เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งระดับแนวราบและแนวตั้ง นอกจากนี้ ยังเกิดประชาธิปไตยในภาคการเกษตรอีกด้วย ทั้งนี้ อาจจะเป็นความร่วมมือหลายมิติระหว่างภาครัฐกับรัฐ องค์กรเกษตรกร องค์กรประชาชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชน ตลอดจนองค์กรที่ไม่หวังผลกำไรทั้งในและต่างประเทศ