

การพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถ่น้อยเชิงพาณิชย์ใน
จังหวัดเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว



Oudone Vongsommy

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการและพัฒนาทรัพยากร
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2568

การพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถ่น้อยเชิงพาณิชย์ใน
จังหวัดเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว



Oudone Vongsommy

ดุษฎีนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการและพัฒนาทรัพยากร

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2568

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

การพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถน้อยเชิงพาณิชย์ใน
จังหวัดเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

Oudone Vongsommy

คณะนิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการและพัฒนาทรัพยากร

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.รภัศรณ คงธนจารุอนันต์)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร.วีณา นิลวงศ์)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร.พุดิสสรค์ เครือคำ)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ประธานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
(รองศาสตราจารย์ ดร.พุดิสสรค์ เครือคำ)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล)

รองอธิการบดี

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ใน จังหวัดเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ชื่อผู้เขียน	Mr. Oudone Vongsommy
ชื่อปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและพัฒนาทรัพยากร
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	รองศาสตราจารย์ ดร.รภัศรณ คงธนจารูนันต์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการผลิต และแนวโน้มการตลาดของข้าวไก่น้อย 2) เพื่อพัฒนาการผลิตและการตลาดของข้าวไก่น้อย และ 3) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยใช้แนวคิดด้านการส่งเสริมการเกษตร ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรในแขวงเชียงขวางมีแรงงานเฉลี่ย 3.56 คนต่อครัวเรือน และมีประสบการณ์ทำการเกษตรเฉลี่ย 8.46 ปี พื้นที่ถือครองเฉลี่ยอยู่ที่ 0.86 เฮกตาร์ ส่วนใหญ่ใช้ดินเหนียวและน้ำชลประทานในการเพาะปลูก เครื่องมือหลักที่ใช้คือรถแทรกเตอร์ แหล่งทุนหลักมาจากเงินทุนส่วนตัวประมาณ 5,001–10,000 บาทต่อรอบเวียน เกษตรกรนิยมใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวไก่น้อยเหลือง โดยส่วนมากเก็บเมล็ดพันธุ์ไว้ใช้เอง วิธีการปลูกที่นิยมคือการดำนา มีการเตรียมดินด้วยการไถสองครั้ง และใช้ปุ๋ย รวมถึงมีการกำจัดวัชพืชและแมลงศัตรูพืช การเก็บเกี่ยวส่วนใหญ่ใช้แรงงานคนและมักเก็บข้าวเปลือกไว้ในยุ้งข้าว การจำหน่ายผลผลิตส่วนใหญ่อยู่ในชุมชน โดยไม่มีการรวมกลุ่มการผลิต

ศักยภาพการผลิตข้าวไก่น้อยยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากพื้นที่ปลูกจำกัด (0.86 เฮกตาร์/ครัวเรือน) เกษตรกรเลือกปลูกเพราะพื้นที่เหมาะสม และราคาสูง โดยใช้เมล็ดพันธุ์เดิมมากกว่า 4 ปี ส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนเมล็ดพันธุ์จากหน่วยงานภาครัฐ แต่ขาดความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของข้าวไก่น้อย และไม่ได้รับนโยบายส่งเสริมจากภาครัฐ ปัญหาหลักคือโรคพืช อย่างไรก็ตามแม้ว่าเกษตรกรส่วนใหญ่รวมกลุ่มกันขายผลผลิต แต่ยังพึ่งพาพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อถึงบ้านและขายให้พ่อค้าเดิมที่เคยซื้อในปีก่อน โดยเลือกผู้ให้ราคาสูงสุด แต่เกษตรกรยังขาดข้อมูลตลาดจากแหล่งที่หลากหลาย

สำหรับความต้องการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ ขั้นตอนที่

เกษตรกรต้องการการส่งเสริมมากที่สุด ได้แก่ การเตรียมดิน เมล็ดพันธุ์ การปลูก การจัดการน้ำ การเก็บเกี่ยว และการเก็บรักษาข้าวเปลือก ส่วนด้านการตลาด เน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นหลัก รองลงมา คือการกำหนดราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ทั้งนี้ในแนวทางในการพัฒนาศักยภาพควรสนับสนุนองค์ความรู้และปัจจัยการผลิต เช่น ฝึกอบรมด้านการผลิต ป้องกันศัตรูพืช และเพิ่มมูลค่าข้าว ควรสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ เช่น วิจัย ปรับปรุงพันธุ์ ส่งเสริมการรวมกลุ่ม ขยายระบบชลประทาน และใช้เทคโนโลยีลดต้นทุน และบริหารจัดการผลผลิตและตลาด เช่น ขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ พัฒนาผลิตภัณฑ์ และประกันราคา

คำสำคัญ : ข้าวไก่น้อย, การพัฒนาการตลาด, การผลิตข้าว



Title THE POTENTIAL DEVELOPMENT OF FARMERS
ON RICE GROW FOR COMMERCIAL IN XIENG
KHOUANG PROVINCE, LAO PDR

Author Mr. Oudone Vongsommy

Degree Doctor of Philosophy in Resources
Management and Development

Advisory Committee Chairperson Associate Professor Dr. Raphassorn
Kongtanajaruanun

ABSTRACT

The objectives of this study were to: 1) investigate production potential and marketing trends of Kai Noi rice; 2) develop Kai Noi rice production and marketing; and 3) purpose guidelines for developing potential in Kai Noi rice production in Xieng Khouang province, Laos PDR. Based on agricultural extension concepts. Data collection was done by using interview schedule and focus group discussion conducted with a sample group of 400 Kai Noi rice farmers. Obtained data were analyzed by using descriptive statistics and content analysis.

Results of the study revealed that the informants had 3.56 workforce per household on average. They had 8.46 years of experience in farming with 0.86 hectares of land holding. Most of the informants used clay and irrigation water for cultivation. The main tool they used for rice cultivation was the tractor. The informants used their own capital for rice cultivation for 5,001-10,000 baht per each rice cultivation. They preferred to use yellow Kai Noi rice varieties and mostly saved the seeds for their own use. The informants preferred rice planting and the soil was prepared by ploughing twice. There were fertilizer application and weed/pest control. Harvest was mostly done by human workforce and paddy was stored in the granary. The rice yield was mostly sold in their community. However, there was no group forming for Kai Noi rice production. Potential in Kai Noi rice production in Xieng Khouang province was low because rice growing areas were limited (0.86

hectare/household). The informants had been using traditional Kai Noi rice seeds for more than 4 years. The area used for Kai Noi rice cultivation was suitable but the price was high. Most of them received seed support from government agencies. However, they lacked of knowledge about benefits of Kai Noi rice and there was no promotional policies from the government. The main problem of Kai Noi rice production was plant diseases. However, the informants did not form a group for selling Kai Noi rice, just relied on the middleman. The informants lacked of marketing information from a variety of sources.

Findings showed that the informants needed for the promotion most in terms of soil preparation, seeds, cultivation, water management, harvest, and paddy storage. For marketing, it mainly focused on product development and followed by pricing, distribution place, and market promotion. The following were guidelines for potential development: 1) knowledge and input support (e.g. training on production, pest prevention and adding value to Kai Noi rice; 2) support from government agencies (e.g. breeding research, group forming encouragement, expansion of irrigation system and using technology to reduce production costs); and good management of yields and marketing (e.g. expansion of domestic and abroad markets, product development and price guarantee).

Keywords : Kai Noi rice, market development, rice production

กิตติกรรมประกาศ

ดุขุณินิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์เป็นอย่างดี ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.รภัสสรณ์ คงธนจารอนันต์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่คอยให้คำปรึกษา ชี้แนะ สนับสนุนแนวทางในการทำวิจัยมาโดยตลอด และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.วิภา นิลงค์ และ รองศาสตราจารย์ ดร.พุดิสสรค์ เครือคำ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ร่วมที่ได้ให้คำปรึกษา ชี้แนะ แนวทาง ให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขในการทำดุขุณินิพนธ์ จนทำให้ดุขุณินิพนธ์ฉบับนี้ มีเนื้อหาที่ชัดเจน ครบถ้วน สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ทุกประการ

ขอกราบขอบพระคุณมายังคณาจารย์และบุคลากร สาขาการจัดการและพัฒนาทรัพยากรคณะ ผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ทุกท่าน ที่ได้อำนวยความสะดวก และให้ความช่วยเหลือในด้าน การศึกษา การทำงานวิจัย จนทำให้ดุขุณินิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ไปด้วยดี

ทั้งนี้ขอขอบพระคุณประธานกรรมการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และกรรมการสอบดุขุณินิพนธ์ทุกท่านที่ ได้ให้คำแนะนำให้ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะจนดุขุณินิพนธ์นี้เสร็จสมบูรณ์ และขอกราบขอบพระคุณ เป็นอย่างมากต่อมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่ได้สนับสนุนการศึกษาพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับ การศึกษาในครั้งนี้

เหนือสิ่งอื่นใด ผู้ศึกษาขอน้อมระลึกถึงพระคุณของบิดา มารดา ญาติมิตร เพื่อนร่วมชั้นเรียน มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และผู้มีส่วนช่วยสนับสนุนทุกท่าน ที่คอยให้กำลังใจสนับสนุนจนการศึกษาครั้งนี้ สำเร็จ สมบูรณ์ตามความมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้

Oudone Vongsommy

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ซ
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของการวิจัย.....	1
วัตถุประสงค์.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
ขอบเขตการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร.....	7
สถานการณ์ผลิตข้าวในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	7
ข้าวไถ่น้อย.....	8
สภาพทางภูมิศาสตร์ของ แขวงเชียงขวาง.....	11
ทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร	12
วิธีการส่งเสริมการเกษตร.....	16
ทฤษฎีการพัฒนาชนบทโดยการส่งเสริมการเกษตร	20
แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต	24
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด	31

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
กรอบแนวคิดในการวิจัย	49
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	50
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	50
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	53
การตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล	57
การวิเคราะห์ข้อมูล	57
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	60
ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม และความรู้ความเข้าใจ ของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตข้าวไถ่น้อยเชิงพาณิชย์	60
ตอนที่ 4 ผลการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการผลิต และการตลาดของของข้าวไถ่น้อย ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	82
ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไถ่น้อย ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	94
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	102
สรุปผลการวิจัย	102
อภิปรายผลการวิจัย	105
ข้อเสนอแนะ	110
บรรณานุกรม	113
ภาคผนวก	119
ประวัติผู้วิจัย	128

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	แสดงพื้นที่การผลิตและจำนวนครัวเรือนที่ปลูกข้าวไถน้อยใน แขวงเชียงขวาง.....	11
ตารางที่ 2	จำนวนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถน้อยใน แขวงเชียงขวาง.....	50
ตารางที่ 3	จำนวนประชากรผู้ผลิตข้าวไถน้อยและสัดส่วนขนาดกลุ่มตัวอย่างแยกตามแต่ละอำเภอ	52
ตารางที่ 4	ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	56
ตารางที่ 5	จำนวน และร้อยละลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของเกษตรกร	63
ตารางที่ 6	จำนวน และร้อยละเกี่ยวกับสถานการณ์การผลิตข้าวไถน้อยของเกษตรกร.....	71
ตารางที่ 7	จำนวน และร้อยละของข้อมูลศักยภาพในการผลิต และแนวโน้มการผลิตข้าวไถน้อย ..	77
ตารางที่ 8	ระดับความต้องการพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไถน้อยเชิงพาณิชย์ ของเกษตรกรในแขวงเชียงขวาง.....	85
ตารางที่ 9	ระดับความต้องการพัฒนาด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไถน้อยเชิงพาณิชย์	87
ตารางที่ 10	ความต้องการในการพัฒนาการตลาดผลผลิตข้าวไถน้อยในแขวงเชียงขวาง	90
ตารางที่ 11	สรุปแนวทางการพัฒนาการตลาดผลผลิตข้าวไถน้อยในแขวงเชียงขวาง	96

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แผนที่เมืองและ แขวงเชียงขวาง	12
ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	49
ภาพที่ 3 วิธีการตลาดข้าวไก่น้อย.....	84
ภาพที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ในจังหวัดเชียงขวาง สปป. ลาว	95



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของการวิจัย

การเกษตรเป็นพื้นฐานเศรษฐกิจที่สำคัญของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ในปี ค.ศ. 2021 ภาคการเกษตรสามารถสร้างรายรับเข้าประเทศ คิดเป็นร้อยละ 2.2 ของ GDP (ศูนย์สถิติแห่งชาติ กระทรวงแผนการและการลงทุน, 2564ก) ประชาชนลาวกับการเกษตรเป็นวัฒนธรรมคู่กันมาแต่โบราณมาจนถึงปัจจุบัน ประชาชนลาวส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม (ทำการผลิตทางการเกษตร: เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ เกษตรกรรมและป่าไม้) รวม 644,098 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 52 ในนั้นข้าวถือเป็นพืชหลักที่ประชาชนลาวนิยมปลูกและบริโภค โดยเฉลี่ยคนลาวบริโภคข้าวเป็นอาหารหลัก คิดเป็น ร้อยละ 60 (FAO, 2564) ในปีงบประมาณ 2019/2020 พบว่าครัวเรือนเกษตรปลูกข้าวคิดเป็นร้อยละ 90 ของครัวเรือนทั้งหมดใน สปป.ลาว การกระจายของครัวเรือนปลูกข้าวคือครัวเรือนปลูกข้าวฤดูฝน ได้แก่ แขวงสะหวันนะเขต จำปาสัก ไชยะบุรี และเวียงจันทน์ ร้อยละ 19.7 ร้อยละ 9.6 ร้อยละ 9.3 ร้อยละ 8.2 และร้อยละ 7.8 ตามลำดับ การปลูกข้าวฤดูแล้งมากที่สุด ได้แก่ แขวงสะหวันนะเขต คำม่วน และสาร์วัน อัตราส่วนการปลูกข้าวของเกษตรกรทั้งหมดอยู่ที่ร้อยละ 24.3 ร้อยละ 15.2 และร้อยละ 14 ตามลำดับ การปลูกข้าวไร่ (ข้าวบนพื้นที่สูง) มากที่สุดได้แก่ แขวงอุดไซและหลวงพระบาง มีอัตราร้อยละ 21 และ 15 ตามลำดับ ผลผลิตข้าวในประเทศโดยเฉลี่ย 3 ตันต่อเฮกตาร์ (ข้าวนาปี 3 ตันต่อเฮกตาร์ ข้าวนาปรัง 4 ตันต่อเฮกตาร์ และ ข้าวไร่ 2.2 ตันต่อเฮกตาร์) (ศูนย์สถิติแห่งชาติ กระทรวงแผนการและการลงทุน, 2564ข)

แม้ว่าข้าวจะเป็นพืชอาหารหลักสำหรับลาว แต่เนื่องจากลาวเป็นประเทศที่มีภูเขาจึงมีพื้นที่เพาะปลูกเพียงร้อยละ 4 ของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศ การผลิตข้าวส่วนใหญ่เกิดขึ้นในพื้นที่ราบลุ่มของประเทศ มีเพียงประมาณร้อยละ 11 ที่ทำการผลิตในพื้นที่เนินสูง โดยการปลูกข้าว แต่อย่างไรก็ตามการปลูกข้าวก็ยังเป็นอาชีพที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับคนลาวเพราะคนลาวจะบริโภคข้าวเป็นหลักจากการรายงานของ Global Agricultural Information Network พบว่าคนลาวบริโภคข้าวเฉลี่ย 60 กิโลกรัมต่อคนต่อปี และคนลาวส่วนใหญ่นิยมรับประทานข้าวเหนียวมากกว่าข้าวพันธุ์อื่น และข้าวเหนียวเกือบทั้งหมดที่ผลิตในลาวจะใช้เพื่อการบริโภคภายในประเทศ จากข้อมูลสถิติ ในฤดูผลิต 2021/2022 ประเทศลาวมีพื้นที่ปลูกข้าว 940,817 เฮกตาร์ แบ่งเป็น ภาคเหนือ 180,976 เฮกตาร์ ภาคกลาง 535,665 เฮกตาร์ และภาคใต้ 224,176 เฮกตาร์ สามารถผลิตข้าวได้ 3,660,050 ตัน แยกเป็นข้าวนาปี 3,102,323 ตัน และข้าวนาปรัง 332,490 ตัน ผลผลิตเฉลี่ย 3.90 ตัน/เฮกตาร์

ในนั้น (ศูนย์สถิติแห่งชาติ กระทรวงแผนการและการลงทุน, 2564ก) เนื่องจากข้าวมีความสำคัญต่อรายได้ในชนบทและความมั่นคงทางอาหาร รัฐบาลจึงควบคุมห่วงโซ่มูลค่าของข้าวอย่างใกล้ชิด เช่น การกำหนดราคาขั้นต่ำสำหรับการซื้อข้าวเปลือกจากหน้าฟาร์มรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการเพิ่มการผลิตและการส่งออกข้าวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มการผลิตข้าวเปลือกทั้งหมดเป็น 5 ล้านเมตริกตันโดยมีการส่งออก 1 ล้านเมตริกตัน เพื่อสนับสนุนวัตถุประสงค์นี้ ในเดือนมกราคม 2560 ลาวได้บรรลุข้อตกลงกับจีนในการส่งออกข้าวอินทรีย์ 20,000 ตันต่อปี อย่างไรก็ตาม การส่งออกจริงไม่เป็นไปตามข้อตกลงนี้ (Welcher, 2019)

ข้าวที่ปลูกในประเทศลาวมีความหลากหลายทางชนิดพันธุ์ โดยเฉพาะพันธุ์ข้าวเหนียวพื้นเมืองที่คนลาวนิยมปลูกเพื่อบริโภค ข้าวเหนียวบางพันธุ์มีลักษณะพิเศษเพราะมีถิ่นกำเนิดและสามารถปลูกได้ในพื้นที่เฉพาะเท่านั้น โดยเกษตรกรในถิ่นนั้นๆ ได้ทำการเพาะปลูกและคัดเลือกพันธุ์ที่มีความทนทานต่อสภาพแวดล้อมในพื้นที่ของตนและเก็บเมล็ดพันธุ์ไว้ปลูกสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ข้าวเหนียวพันธุ์พื้นเมืองที่กำลังเป็นที่นิยมของตลาดปัจจุบัน ทั้งในด้านการบริโภค และการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เนื่องจากข้าวไก่น้อยมีลักษณะพิเศษ คือ มีกลิ่นหอมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ข้าวไก่น้อยร้อยละ 10 ของผลผลิตทั้งหมดถูกนำไปแปรรูปเป็นอาหารและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น ทำเส้นหมี่ ก๋วยจั๊บ สาโท เหล้าไห เหล้าขาว และยังเป็นวัตถุดิบหลักสำหรับผลิตเบียร์ลาวโกลด์ (Ministry of Agriculture and Forestry, 2017) เนื่องจากเป็นที่นิยมของผู้บริโภคจึงส่งผลทำให้ข้าวไก่น้อยมีราคาแพงกว่าข้าวเหนียวชนิดอื่น โดยข้าวสารไก่น้อยจะมีราคาสูงถึง 9,000 กีบ/กิโลกรัม ขณะที่ข้าวสารเหนียวชนิดอื่นมีราคา 6,000 กีบ/กิโลกรัม เท่านั้น (แขวงปลูกฝัง แขวงเชียงขวาง 2013 อ้างถึงใน Ministry of Agriculture and Forestry, 2017) นอกจากนี้ข้าวไก่น้อยเป็นพันธุ์แรกที่ได้รับการรับรองถิ่นกำเนิด (Geographical Indications: GI) โดยการขอขึ้นทะเบียนจากสมาคมส่งเสริมข้าวไก่น้อย แขวงห้วยพันและสมาคมข้าวไก่น้อย แขวงเชียงขวางในวันที่ 21 เมษายน 2017 และได้รับการรับรองในวันที่ 18 พฤศจิกายน 2018

แขวงเชียงขวางเป็นที่ราบสูงนับว่าเป็นแหล่งผลิตข้าวสำคัญอีกแห่ง ทั้งแขวงมีพื้นที่ปลูกข้าว 25,479 เฮกตาร์ ผลผลิต 97,747 ตันผลผลิตเฉลี่ย 3.83 ตัน/เฮกตาร์ (ศูนย์สถิติแห่งชาติ กระทรวงแผนการและการลงทุน, 2564ก) จากความเหมาะสมทางภูมิประเทศจึงเหมาะแก่การปลูกข้าวไก่น้อยมากที่สุด เนื่องจากข้าวไก่น้อยจะมีการเจริญเติบโตและให้ผลผลิตดีในพื้นที่สูงจากระดับน้ำทะเล 300-1,200 เมตร แต่จะมีคุณภาพดีที่สุดเมื่อปลูกในพื้นที่ที่มีความสูงจากระดับน้ำทะเล 700-1,100 เมตร ถ้าปลูกในพื้นที่สูงกว่าระดับน้ำทะเล 1,100 เมตรจะให้ผลผลิตต่ำ และถ้าปลูกในพื้นที่ต่ำกว่าระดับน้ำทะเล 300 เมตร ความหอมจะหายไป ในปี 2013 ทั้งแขวงมีพื้นที่ปลูกข้าวไก่น้อยถึงร้อยละ 57 ของพื้นที่ปลูกข้าวทั้งหมด 19,550 เฮกตาร์ โดยข้าวไก่น้อยส่วนใหญ่ที่ผลิตได้เพื่อบริโภคในครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 60 เก็บไว้เป็นพันธุ์เพื่อปลูกในปีถัดไป คิดเป็นร้อยละ 5 และอีกร้อยละ 35

เพื่อจำหน่าย โดยความต้องการบริโภคข้าวไก๋น้อยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปี (Ministry of Agriculture and Forestry, 2017)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าแขวงเชียงขวางจะมีศักยภาพทางพื้นที่ในการผลิตข้าวไก๋น้อย แต่ในแง่ของการส่งเสริมด้านเทคนิคการผลิตและคุณภาพของผลผลิตข้าวไก๋น้อยยังมีจำกัด เกษตรกรส่วนใหญ่ยังใช้พันธุ์ข้าวปีต่อปี ขาดเทคนิคการคัดเลือกพันธุ์ ทำให้สูญเสียความบริสุทธิ์ของเมล็ดพันธุ์อันเป็นเหตุให้ปริมาณและคุณภาพผลผลิตตกต่ำ การใช้เครื่องจักรกลเข้าในกระบวนการผลิตยังจำกัด บรรดาโรงสีต่าง ๆ ยังเป็นไม่ทันสมัย ไม่สามารถสีข้าวให้มีคุณภาพ และ ไม่สามารถแยกเกรดได้ ส่วนด้านการแปรรูปผลผลิตข้าวไก๋น้อยก็ยังเป็นลักษณะการผลิตแบบครอบครัว และรูปแบบการขายผลผลิตยังจำกัดภายในระดับท้องถิ่น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นข้อจำกัดในการยกระดับศักยภาพการผลิตข้าวไก๋น้อยและผลิตภัณฑ์จากข้าวไก๋น้อยให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดภายในประเทศ และก้าวสู่การส่งออกต่างประเทศได้ (Ministry of Agriculture and Forestry, 2017)

จากความสำคัญและปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นจึงเห็นความจำเป็นถึงการถึงการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก๋น้อย ซึ่งเริ่มแต่กระบวนการคัดเลือกพันธุ์ข้าวไก๋น้อยที่บริสุทธิ์ให้กับเกษตรกรได้ใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อให้เกษตรกรมีโอกาสเลือกพันธุ์ที่เหมาะสมกับท้องถิ่นมากที่สุด การจัดการและพัฒนการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวไก๋น้อยมีนอกจากช่วยในการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพด้านการเกษตรแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมให้เกษตรกรการฟื้นฟูระบบการผลิตข้าวในท้องถิ่น เพื่อการอนุรักษ์ระบบนิเวศอย่างยั่งยืนควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพของการผลิตในเชิงพาณิชย์ เพื่อเป็นการการต่อยอดนโยบายภาครัฐในการผลิตข้าวไก๋น้อยเพื่อการค้าให้มีปริมาณที่เพียงพอและคุณภาพเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการผลิต และแนวโน้มการตลาดของข้าวไก๋น้อยในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. เพื่อพัฒนาการผลิตและการตลาดของของข้าวไก๋น้อยในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
3. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก๋น้อยในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยการพัฒนาศักยภาพของการผลิตข้าวไถ่น้อยเชิงพาณิชย์ใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คาดว่าจะเป็นประโยชน์ ดังนี้

1. เกษตรกรสามารถนำผลการวิจัยเพื่อไปพัฒนาการผลิตข้าวไถ่น้อยในพื้นที่ทำนาของตนให้มีคุณภาพดี
2. เกษตรกรสามารถรับรู้ถึงการตลาดและแนวทางการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ข้าวไถ่น้อย
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำเอาผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนเพื่อพัฒนาพัฒนาการผลิตข้าวไถ่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวให้มีประสิทธิภาพ
4. เกษตรกรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำเอาผลการวิจัยไปใช้เป็นรูปแบบเพื่อพัฒนาพัฒนาการผลิตข้าวไถ่น้อยในพื้นที่อื่น ที่สามารถปลูกข้าวไถ่น้อยได้
5. ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลให้แก่หน่วยงานภาครัฐในการกำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมการผลิตข้าวไถ่น้อย และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ข้าวไถ่น้อยให้มีคุณภาพสูงขึ้น

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถ่น้อย ใน 5 อำเภอ ของแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้แก่ อำเภอปาก อำเภอดำ อำเภอคูน อำเภอผาไซ และ อำเภอภูฎ กลุ่มที่ 2 เจ้าหน้าที่เกษตรจังหวัดและเจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอปาก อำเภอดำ อำเภอคูน อำเภอผาไซ และ อำเภอภูฎ และกลุ่มที่ 3 คือผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์ข้าวไถ่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดพื้นที่เพื่อทำการศึกษารวม 5 อำเภอ ใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้แก่ อำเภอปาก อำเภอดำ อำเภอคูน อำเภอผาไซ และ อำเภอภูฎ ซึ่งเป็นอำเภอที่มีเกษตรกรปลูกข้าวไถ่น้อยเป็นจำนวนมาก

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงสถานภาพข้าวไถ่น้อย การผลิต การตลาด แนวทางการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไถ่น้อย สภาวะการส่งเสริมการผลิตข้าวไถ่น้อยใน แขวงเชียงขวาง

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตลอดถึงศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริม และ แนวคิดการพัฒนาการส่งเสริมการเกษตร และ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการ วิเคราะห์เพื่อพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ จะเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ค.ศ. 2023 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ ค.ศ. 2024 ใช้ ระยะเวลาทั้งสิ้น 10 เดือน โดยแบ่งการวิจัยเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาศักยภาพและการตลาดข้าวไก่่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาการตลาดของของผลิตภัณฑ์ข้าวไก่่น้อยใน แขวงเชียงขวางสาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว

ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว

นิยามศัพท์เฉพาะ

ข้าวไก่่น้อย หมายถึง ข้าวเหนียวพื้นเมืองที่เกษตรกรปลูกใน 5 อำเภอ ของ แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้แก่ อำเภอปาก อำเภอคำ อำเภอคูน อำเภอผาไซ และ อำเภอภูกูด

เกษตรกร หมายถึง เกษตรกรที่ปลูกข้าวไก่่น้อยในอำเภอปาก อำเภอคำ อำเภอคูน อำเภอ ผาไซ และ อำเภอภูกูดของ แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่่น้อย หมายถึง การปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตข้าวไก่่น้อยให้ ได้ปริมาณและคุณภาพตรงกับต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์ข้าวไก่่น้อย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรหรือผู้ประกอบการใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวผลิตขึ้นมาโดยนำใช้ข้าวไก่่น้อยเป็นวัตถุดิบในการผลิต

ศักยภาพของเกษตรกร หมายถึง ความสามารถและทรัพยากรที่เกษตรกรมี ได้แก่ ความรู้ ทักษะ แรงงาน ทุนที่ดิน และเทคโนโลยี เพื่อให้สามารถผลิตข้าวไก่่น้อยได้อย่างมีประสิทธิภาพและ ยั่งยืน รวมถึงการสร้างรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

การแปรรูป หมายถึง การนำผลผลิตข้าวสารไก่น้อยมาใช้ในการผลิตสินค้าที่ผ่านกรรมวิธีต่างๆ เพื่อให้ได้สินค้าใหม่ที่มีวัตถุดิบหลักจากข้าวไก่น้อย ซึ่งสินค้าที่ได้รับความนิยมในการแปรรูปจากข้าวไก่น้อยคือเปี๊ยะ



บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

เพื่อเป็นแนวทางดำเนินการวิจัย เรื่อง การพัฒนาศักยภาพของการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และผลงานวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพของการผลิตข้าว ซึ่งประกอบมี ดังนี้

1. สถานการณ์ผลิตข้าวในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. ข้าวไก่น้อย
3. สภาพทางภูมิศาสตร์ของ แขวงเชียงขวาง
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร
5. วิธีการส่งเสริมการเกษตร
6. ทฤษฎีการพัฒนาชนบทโดยการส่งเสริมการเกษตร
7. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต
8. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
10. กรอบแนวคิดในการวิจัย

สถานการณ์ผลิตข้าวในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ข้าวเป็นพืชสำคัญในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เนื่องจากครัวเรือนเกษตรกรส่วนใหญ่ปลูกพืชชนิดนี้มานานแล้วและต่อเนื่องมาจนถึงทุกวันนี้ ในปี 2019/2020 สปป.ลาว ผลิตข้าวได้ 3 ล้านตัน โดยระบบการผลิตข้าวใน สปป.ลาว แบ่งออกได้เป็น 3 ระบบ คือ การทำนาฤดูฝน ข้าวฤดูแล้ง และข้าวบนที่สูง การทำนาฤดูฝนมีอิทธิพลอย่างมากต่อการปลูกข้าวใน สปป.ลาว เนื่องจากครอบคลุมพื้นที่เพาะปลูกค่อนข้างมาก ตัวอย่างเช่น ในปี 2018 พื้นที่ทำนาปีรวม 757,640 เฮกตาร์ ให้ผลผลิต 3.3 ล้านตัน พื้นที่ทำนาฤดูแล้ง 101,525 เฮกตาร์ ให้ผลผลิต 520,000 ตัน และพื้นที่ทำนาบนที่สูง 91,060 เฮกตาร์ ให้ผลผลิต 224,360 ตัน (กระทรวงวางแผนและการลงทุน, 2559) การสำมะโนการเกษตรลาวปีงบประมาณ 2019/2020 รายงานว่า ทั่วประเทศมีพื้นที่ 639,182 เฮกตาร์สำหรับปลูกข้าวฤดูฝน ในขณะที่ใช้พื้นที่เพียง 40,699 เฮกตาร์สำหรับปลูกข้าวฤดูแล้ง พื้นที่เก็บเกี่ยวข้าวฤดูฝนและฤดูแล้ง 620,411 เฮกตาร์และ 39,897 เฮกตาร์ตามลำดับ ในนั้นข้าวเหนียวมี

สัดส่วนสูงของผลผลิตข้าวทั้งหมดทั้งในฤดูฝนและฤดูแล้ง ในฤดูฝนปี 2019/2020 ผลิตข้าวเหนียวได้รวม 1,185 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 84 ของผลผลิตทั้งหมด และในฤดูแล้ง ปีผลิตข้าวเหนียวได้รวม 120 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 96 ของผลผลิตรวมของฤดูกาลนั้น ๆ ผลผลิตข้าวในที่ตอนคิดเป็นร้อยละ 9 ของผลผลิตทั้งหมดของฤดูฝนและร้อยละ 3 ของผลผลิตทั้งหมดของฤดูแล้ง การสำรวจสำมะโนการเกษตรลาว 2019/20 รายงานอีกว่า มีการผลิตข้าวทุกชนิดและทุกฤดูกาลรวม 1,536 ล้านตัน ในปี 2019/20 คราวเรือนเกษตรกรรมผลิตข้าวเพื่อวัตถุประสงค์สามประการ 1) เพื่อบริโภค 2) เพื่อบริโภคและการขาย และ 3) เพื่อจำหน่าย ในฤดูกาลผลิตปี 2019/20 สปบ.ลาว จำหน่ายข้าว 221.6 พันตัน (คิดเป็นร้อยละ 16 ของผลผลิตทั้งหมดของฤดูกาล) ส่วนที่เหลือเก็บไว้เพื่อบริโภค ข้าวที่เกษตรกรส่วนใหญ่ผลิตจะเป็นข้าวข้าวเหนียว ซึ่งเป็นข้าวพันธุ์พื้นเมือง เกษตรกรจำนวนน้อยมากใช้ข้าวพันธุ์ปรับปรุง โดยเกษตรกรส่วนใหญ่ใช้พันธุ์ข้าวจากผลผลิตปีที่แล้ว อย่างไรก็ตาม แขวงที่ผลิตข้าวเป็นอันดับต้น ๆ หลายแห่งตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขง เมื่อพิจารณาจากพื้นที่ทั้งหมดที่ใช้ปลูกข้าวทั้งในฤดูฝนและฤดูแล้ง ได้แก่ แขวงเวียงจันทน์ แขวงคำม่วน สหวั่นนะเขต สหวั่นนะเขต และจำปาสัก นอกจากจะปลูกข้าวเพื่อบริโภคแล้ว สปบ. ลาวยังส่งออกข้าวไปต่างประเทศ ซึ่งช่วยสร้างรายได้จากต่างประเทศและค่อย ๆ เพิ่มปริมาณการส่งออกข้าวไปยังจีนมากขึ้นในแต่ละปี โดย สปบ.ลาว ส่งออกข้าวมูลค่า 5.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2017 เพิ่มขึ้นเป็น 7.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2018 และเพิ่มขึ้นเป็น 14.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2019 การส่งออกข้าวของ สปบ.ลาว มีปลายทางหลัก คือ ประเทศจีน นั้นแสดงให้เห็นว่าข้าวเป็นสินค้าภายในประเทศที่มีศักยภาพของ สปบ.ลาว ที่จะช่วยเพิ่มรายได้เข้าสู่ประเทศ (Welcher, 2019)

ข้าวไก๋น้อย

ความเป็นมาของข้าวไก๋น้อย

การสำรวจแหล่งผลิตข้าวไก๋น้อยในเดือนพฤศจิกายน 2013 ถึง มกราคม 2014 จากการสัมภาษณ์ผู้เฒ่าผู้แก่ที่เคยปลูกข้าวมันไก๋ในพื้นที่ต่าง ๆ ใน 6 อำเภอของแขวงหัวพัน ทำให้ทราบว่าข้าวไก๋น้อยเมืองหัวพันมีการปลูกกันมาตั้งแต่สมัยโบราณไม่มีใครสามารถยืนยันและทราบได้อย่างละเอียดว่าผู้คนปลูกกันในศตวรรษที่เท่าใดชาวบ้านได้เล่าสืบต่อกันมารุ่นต่อรุ่นว่า ก่อนปี พ.ศ. 1900 ข้าวไก๋น้อยถูกเรียกว่า ข้าวหวาน เพราะสมัยนั้นมีเพียงผู้เป็นเจ้าพะยาเท่านั้นที่มีสิทธิ์ปลูก ผู้คนธรรมดาไม่มีสิทธิ์ปลูกกิน จากการสัมภาษณ์ผู้เฒ่าใน แขวงหัวพันทำให้ทราบอีกว่า ในช่วงปี พ.ศ. 1915 พยาสุวรรณ ในเมืองซำเหนือทรงเห็นว่าข้าวมีสีต่าง ๆ กัน พยาสุวรรณจึงเลือกข้าวแต่ละชนิดมาปลูกปี พ.ศ. 1947 พยาสุวรรณ ถึงแก่อนิจกรรม นายผาง ซึ่งเป็นชาวบ้านซำเหนือได้ขยายพันธุ์ต่อไป

จนกระทั่ง ปี พ.ศ. 1951 ประชาชนจึงเรียกชื่อว่า ข้าวไก่น้อยเหลือง ข้าวไก่น้อยลาย ข้าวไก่น้อยแดง ตามสีของเมล็ดข้าว (Ministry of Agriculture and Forestry, 2017)

ลักษณะของข้าวไก่น้อย

ข้าวไก่น้อยเป็นข้าวเหนียวพื้นเมือง มีลักษณะพิเศษ คือ มีกลิ่นหอม ซึ่งนิยมปลูกใน แหวงหัวพัน และ แหวงเชียงขวาง ลักษณะของข้าวไก่น้อยจัดอยู่ในกลุ่มพันธุ์ข้าวญี่ปุ่นเขตร้อน (tropical japonica) ซึ่งแตกต่างจากข้าวหอมชนิดอื่นที่ปลูกในประเทศลาว (Vilayheuang et al., 2016) โดยข้าวหอมชนิดอื่นจัดอยู่ในกลุ่ม Indica เช่น ข้าวนา ข้าวหอม และพันธุ์อื่น ๆ ข้าวไก่น้อยเป็นข้าวหอมพิเศษ เหนียวน้อยกว่าข้าวหอมพันธุ์อื่น และคงความหอมไว้ได้นาน ซึ่งแตกต่างจากข้าวหอมพันธุ์อื่นที่ปลูกในลาว (Champagne, 2008)

สถานการณ์การผลิตข้าวไก่น้อย

ในปี ค.ศ. 2013 แหวงหัวพันมีพื้นที่ปลูกข้าวไก่น้อย 11,388 เฮกตาร์ คิดเป็นร้อยละ 60 ของพื้นที่ปลูกข้าวทั้งหมดในแหวงและแหวงเชียงขวางมีพื้นที่ปลูกข้าวไก่น้อย 19,550 เฮกตาร์ คิดเป็นร้อยละ 57 ของพื้นที่ปลูกข้าวทั้งหมดในแหวง (แผนงปลูกฝั่งจังหวัดเชียงขวาง, 2556) โดยข้าวไก่น้อยที่ได้ประมาณร้อยละ 90 จะใช้เพื่อบริโภคภายในครอบครัว อีกร้อยละ 10 นำไปแปรรูปเป็นอาหารและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น ทำเส้นหมี่ ก๋วยจั๊บ สาโท เหล้าไห และเหล้าขาว ตามตัวเลขการรายงานของโครงการ Tabi ในปี ค.ศ. 2013 การปลูกข้าวไก่น้อยใน 4 อำเภอของ แหวงเชียงขวาง มีพื้นที่รวม 13,338 เฮกตาร์ ได้ผลผลิตรวม 46,683 ตัน (ผลผลิตเฉลี่ย 3.5 ตัน/เฮกตาร์) และใน 2 อำเภอของ แหวงหัวพัน มีพื้นที่รวม 6,192 เฮกตาร์ ได้มีผลผลิต 23,530 ตัน (ผลผลิตเฉลี่ย 3.8 ตัน/เฮกตาร์) เกษตรกรแบ่งผลผลิตร้อยละ 60 เพื่อบริโภคในครอบครัวร้อยละ 5 เก็บไว้เป็นเมล็ดพันธุ์ และอีกร้อยละ 35 เพื่อจำหน่าย ราคาขายข้าวเปลือกข้าวไก่น้อยในทั้งสองแหวงอยู่ที่ประมาณ 5,500 กีบ/กิโลกรัม ในพื้นที่ 1 เฮกตาร์จะสามารถผลิตข้าวไก่น้อยเฉลี่ย 3.6 ตัน/เฮกตาร์ คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 19,800,000 กีบ/เฮกตาร์ (2,300 เหรียญสหรัฐ) ต่อมาในปี ค.ศ. 2017 ราคาข้าวไก่น้อยที่ขายในตลาดได้เพิ่มขึ้นเป็น 9,000 กีบ/กิโลกรัม เมื่อเทียบกับข้าวชนิดอื่น ราคาข้าวอยู่ที่ 6,000 กีบ/กิโลกรัม สำหรับราคาขายข้าวบางสายพันธุ์จะอยู่ที่ประมาณ 3,000 กีบ/กิโลกรัม เท่านั้น ดังนั้น ข้าวไก่น้อยจึงเป็นสินค้าที่ส่งออกมากที่สุดของแหวงหัวพันและแหวงเชียงขวาง แต่ละปีข้าวไก่น้อยมากกว่า 300 ตัน ถูกส่งออกไปยังเวียดนามและจีน มากกว่า 150 ตันขายไปยังนครหลวงเวียงจันทน์และ แหวงอื่น ๆ และส่งออกไปยังฝรั่งเศสและญี่ปุ่น (Ministry of Agriculture and Forestry, 2017)

สถานการณ์ข้าวไถน้อยใน แขวงเชียงขวาง

ข้าวไถน้อยใน แขวงเชียงขวางสามารถปลูกได้ในหลายอำเภอ แต่อำเภอที่ปลูกข้าวไถน้อยคุณภาพดี ได้แก่ อำเภอคูน อำเภอคำ อำเภอผาไซ และอำเภอภูฏาด โดยการผลิตข้าวไถน้อยในพื้นที่ตำบลพันเส็ง อำเภอคูน มีข้าวไถน้อยขาว ร้อยละ 52 ข้าวไถน้อยแดง ร้อยละ 25 ข้าวไถน้อยสีเหลือง ร้อยละ 14 ข้าวไถน้อยดำ ร้อยละ 5 และข้าวไถน้อยลาย ร้อยละ 4 การผลิตข้าวไถน้อยของอำเภอคูนเส็ง อำเภอคำ มีการปลูกข้าวไถน้อยเหลือง ร้อยละ 62 ข้าวไถน้อยขาว ร้อยละ 20 ข้าวไถน้อยแดงร้อยละ 12 ข้าวไถน้อยดำ ร้อยละ 5 และข้าวไถน้อยลาย ร้อยละ 1 การผลิตข้าวไถน้อยในพื้นที่ตำบลพันเส็ง อำเภอภูฏาด มีการปลูกข้าวไถน้อยเหลือง ร้อยละ 82 ข้าวไถน้อยแดง ร้อยละ 17 และข้าวมันไถน้อยดำ ร้อยละ 1 การผลิตข้าวไถน้อยของอำเภอผาไซ ซึ่งในอำเภอนี้มีการปลูกข้าวไถน้อยขาว ร้อยละ 36 ข้าวไถน้อยแดง ร้อยละ 27 ข้าวไถน้อยเหลือง ร้อยละ 27 ข้าวไถน้อยดำ ร้อยละ 6 และ ข้าวมันไถน้อยลายร้อยละ 4 (แผนงปลูกฝังจังหวัดเชียงขวาง, 2556)

นอกจากนี้ใน ผลการสำรวจการปลูกข้าวไถน้อยใน 4 อำเภอ ของแขวงเชียงขวางในปี ค.ศ.2013 พบว่า มี 182 หมู่บ้าน 15,560 ครอบครัว มีครอบครัวที่ปลูกข้าวไถน้อย จำนวน 11,762 ครอบครัว หรือ ร้อยละ 75 ของจำนวนครอบครัวทั้งหมด มีพื้นที่ปลูกข้าวไถน้อยทั้งหมด 7,277 เฮกตาร์ หรือ ร้อยละ 73 ของพื้นที่ปลูกข้าวทั้งหมดที่สำรวจ 10,203 เฮกตาร์ โดยอำเภอแปกเป็นอำเภอที่ปลูกข้าวไถน้อยมากที่สุด คือ (2,406 เฮกตาร์) อำเภอคูน (2,110 เฮกตาร์) อำเภอภูฏาด (1,891 เฮกตาร์) และอำเภอผาไซ (1,377 เฮกตาร์) ซึ่งเฉลี่ยแล้วจะได้ผลผลิตข้าวประมาณ 3.5 ตัน/เฮกตาร์ แต่สูงสุดอยู่ที่อำเภอคูนผลผลิตเฉลี่ย 3.7 ตัน/เฮกตาร์ และต่ำสุดอยู่ที่อำเภอผาไซ 3 ตันต่อเฮกตาร์ รวม 4 อำเภอนี้ มีผลผลิตข้าวมันไถน้อย 25,456 ตันต่อปี (ในพื้นที่ 7,277 8 เฮกตาร์ ข้าวไถน้อยที่ให้ผลผลิตสูงสุด ได้แก่ อำเภอแปก 8,143 ตัน อำเภอคูน 7,766 ตัน อำเภอภูฏาด 5,043 ตัน และอำเภอผาไซ 4,504 ตัน

มาถึงปี ค.ศ. 2022 แขวงเชียงขวางมีพื้นที่ปลูกข้าวไถน้อย 12,500 เฮกตาร์ ผลผลิตได้ 55,240 ตัน ในนั้นมีหมู่บ้านที่ผลิตข้าวไถน้อยทั้งหมด 219 หมู่บ้าน และมีจำนวนครัวเรือนเกษตรกรผลิตข้าวไถน้อยทั้งหมด 20,093 ครัวเรือน ดังตารางที่ 1

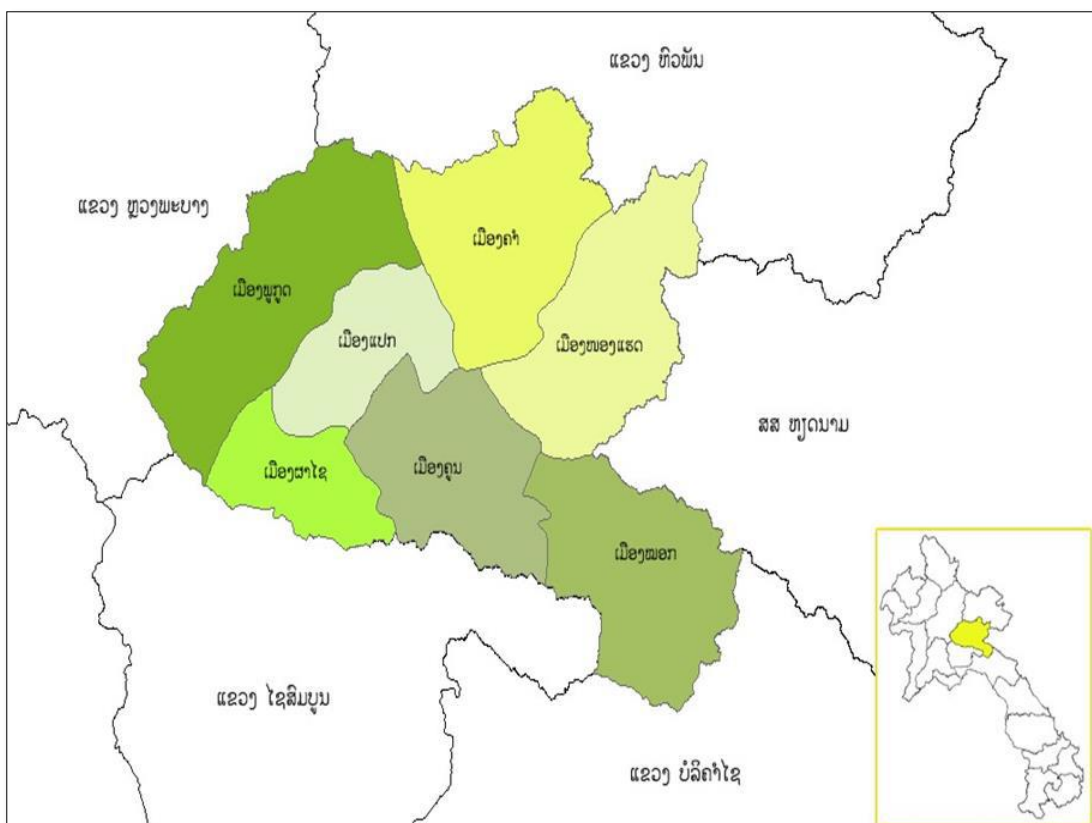
ตารางที่ 1 แสดงพื้นที่การผลิตและจำนวนครัวเรือนที่ปลูกข้าวไถ่น้อยใน แขวงเชียงขวาง

อำเภอ	พื้นที่เพาะปลูก (เฮกตาร์)	ผลผลิต (ตัน)	จำนวน บ้าน	จำนวน ครัวเรือน
1. อำเภอปาก	4,21	17,850	72	7,017
2. อำเภอดำ	3,110	15,500	43	4,443
3. อำเภอหนองแฮด	-	-	-	-
4. อำเภอคูน	1,950	8,580	48	3,250
5. อำเภอภูกูด	1,860	7,610	31	3,100
6. อำเภอผาไซ	1,370	5,700	25	2,283
7. อำเภอหมอก	-	-	-	-
รวม	12,500	55,240	219	20,093

ที่มา: สำนักงานเกษตรและป่าไม้ จังหวัดเชียงขวาง (2565)

สภาพทางภูมิศาสตร์ของ แขวงเชียงขวาง

แขวงเชียงขวางตั้งอยู่ทางตอนเหนือของประเทศลาว มีพื้นที่ภูเขา 7 อำเภอ มีอาณาเขตติดต่อกับ 4 แขวง ทิศเหนือติดกับ แขวงหัวพัน ทิศตะวันตกติดกับ แขวงหลวงพระบาง ทิศใต้ติดกับแขวงไชยบุรีและ แขวงบอลิคำไซ และทิศตะวันออกติดกับประเทศเวียดนาม



ภาพที่ 1 แผนที่เมืองและ แขวงเชียงใหม่

ที่มา: ศูนย์สถิติจังหวัดเชียงใหม่ (2563)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร

พงษ์ศักดิ์ อังกลสิทธิ์ (2527) ได้ให้ความหมายของการส่งเสริมการเกษตร คือ การนำผลการศึกษาทดลองค้นคว้าในวิธีการเกษตรหรือเทคโนโลยีการเกษตรไปเผยแพร่ให้เกษตรกรนำไปปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการแพร่ผลผลิตและทำไร่อย่างสูงสุดและการนำเอาปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติสิ่งใหม่ ๆ นั้นออกมาวิเคราะห์วินิจฉัยหาทางแก้ไขให้ดีขึ้นและเหมาะสมกับสภาพการยิ่งขึ้นอันเป็นผลให้เกิดภาวะพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการปกครองตนเองของเกษตรกรอันก็ให้เกิดการพัฒนาในสถานะชีวิตและความเป็นอยู่ของครอบครัวเกษตรกรและชุมชนให้เจริญยิ่งขึ้นในที่สุด

วิจิตร อวระกุล (2527) ให้ความหมายการส่งเสริมการเกษตรว่า เป็นงานที่เกี่ยวกับการศึกษา ให้ความรู้ทางการเกษตรแก่เกษตรกรและประชาชน ไม่ได้จำกัดแต่การเรียนการสอน เท่านั้นยังเกี่ยวกับกิจกรรมและบริการต่าง ๆ ของรัฐและเอกชนอย่างกว้างขวาง โดยเพื่อให้เห็นถึงลักษณะและความสำคัญของการส่งเสริมการเกษตรจึงให้ความหมายของการส่งเสริมการเกษตรไว้ดังนี้

1. การส่งเสริมการเกษตรเป็นการหยิบยื่นวิชาความรู้ เทคนิค สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพและดำรงชีพให้แก่เกษตรกรเป็นความพยายามของสถาบันวิชาการที่จะบริการความรู้แก่เกษตรกรและประชาชน
2. การส่งเสริมการเกษตรเปรียบเหมือนสะพานเชื่อมโยงระหว่างสถาบันค้นคว้าวิชาการ เพื่อให้ความรู้วิชาการและเทคโนโลยีต่าง ๆ ไปสู่เกษตรกรและประชาชน
3. การส่งเสริมการเกษตรเป็นสื่อกลางที่ประสานปัญหาของเกษตรกรกับกับวิชาการใหม่ ๆ ของสถาบันที่ค้นคว้าวิจัยและเผยแพร่ออกมา นำวิชาการไปสู่เกษตรกรและปัญหาของเกษตรกรกับมา ให้สถาบันการศึกษาค้นคว้าวิจัยแก้ไขและนำผลการค้นคว้าไปสู่เกษตรกรอีกครั้งหนึ่ง
4. การส่งเสริมการเกษตรเป็นเหมือนแสงสว่างที่คอยส่องให้เกษตรกรได้มองเห็นประโยชน์ของสถาบันวิชาการและเทคโนโลยีใหม่เพื่อนำไปใช้ขณะเดียวกันก็ทำให้สถาบัน นักวิชาการได้มองเห็นถึงปัญหา อุปสรรคของเกษตรกรได้อย่างชัดเจน เพื่อดำเนินการแก้ไข ปัญหาและอุปสรรคของเกษตรกรให้หมดสิ้นไป ทั้งนี้โดยอาศัยระบบการส่งเสริมการเกษตร

วรทัศน์ อินทรคัมพร (2546) ได้ให้ความหมายของการส่งเสริมการเกษตรคือการวางแผนโครงการใดโครงการหนึ่ง โดยการนำเอาความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและการวิจัยต่าง ๆ ออกไปสู่ประชาชนในชนบท เพื่อให้พวกเขาได้รับรู้และนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและความเป็นอยู่ของประชาชนในแต่ละท้องถิ่น การถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีนั้นต้องมีความเหมาะสม เป็นประโยชน์ต่อชุมชน เพื่อให้ประชาชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นพร้อมทั้งมีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและจริยธรรมควบคู่กันไป

วรภา คุญพร (2549) ให้ความหมายของการส่งเสริมการเกษตรไว้ว่า การส่งเสริมการเกษตร คือ การถ่ายทอดหรือเผยแพร่ ประกอบกับการแนะนำหรือให้บริการความรู้ ประสบการณ์ทางด้านศิลปะและการทางการเกษตรแผนใหม่ให้แก่เกษตรกรที่ยังไม่รู้ไม่เข้าใจที่ถูกต้องรวมถึงการให้คำปรึกษาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อให้เข้าใจปัญหาต่าง ๆ โดยให้เกษตรกรนำไปคิดทบทวนให้เกิดการยอมรับด้วยความสมัครใจและนำไปปฏิบัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและรายได้

พรณพิมล ชัยญานุวัตร (2556) การส่งเสริมการเกษตร คือกระบวนการให้การศึกษาอบรมระบบเพื่อบริการด้านความรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ ทางด้านการเกษตรรวมทั้งการบริการแก่เกษตรกรเป้าหมาย และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ให้เรียนรู้ในการปฏิบัติด้วยตนเอง เพื่อให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้ในการพัฒนาการผลิตและยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน

บุญธรรม จิตตอนันต์ (2536) การส่งเสริมการเกษตรหมายถึง การนำเอาความรู้ วิธีการและเทคนิคใหม่ ๆ เกี่ยวกับกับการเกษตรไปสู่กลุ่มคนเป้าหมายเช่น เกษตรกร แม่บ้านเกษตรกร เยาวชน เกษตรหรือบุคคลอื่น ๆ และรับฟังปัญหา ความคิดเห็นของกลุ่มคนเป้าหมายเพื่อมาปรับปรุงกระบวนการส่งเสริมต่อไป

พงษ์ศักดิ์ อังสิทธิ์ (2537) ระบุว่า “การส่งเสริมการเกษตร” หมายถึง กระบวนการที่จะช่วยพัฒนาความรู้แก่เกษตรกรในลักษณะการศึกษานอกระบบ ให้รู้จักวิเคราะห์ปัญหาของตนเอง นำเอาวิทยาการความรู้หรือเทคโนโลยีที่เหมาะสมไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการเกษตรตามสภาพที่พิจารณาแล้วว่ามีเหมาะสมอันเป็นผลให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและเป็นผลต่อรายได้สามารถพัฒนาวิถีชีวิตของเกษตรกรให้เกิดการอยู่ดีกินดี มีสุข ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของการพัฒนาการเกษตร

กล่าวโดยสรุป การส่งเสริมการเกษตร คือ กระบวนการในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตของเกษตรกรในชนบท รวมทั้งวิถีชีวิตให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อีกทั้งเป็นการให้บริการแก่ประชาชนด้านการเกษตร โดยให้คำปรึกษา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้เกษตรกรได้รับความรู้นำไปปฏิบัติด้วยตัวเองจนสามารถช่วยเหลือตัวเองได้

การส่งเสริมการเกษตรเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้การศึกษา ให้ความรู้ทางการเกษตรแก่เกษตรกรและประชาชนทั่วไปที่สนใจเรื่องการเกษตร แต่ไม่ได้จำกัดเฉพาะเพียงการสอนเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับกิจกรรมและบริการต่าง ๆ ของรัฐและเอกชนอย่างกว้างขวาง ซึ่งงานส่งเสริมการเกษตรที่นักส่งเสริมการเกษตรต้องมีความรู้ความเข้าใจถึงปัญหาที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อช่วยให้เกษตรกรได้ช่วยเหลือตนเองโดยการเพิ่มความรู้ ประสบการณ์ และทักษะในด้านอาชีพทางการเกษตร ดังนั้น วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการเกษตร คือ

1. เพื่อกระตุ้นและสนับสนุนให้เกษตรกรมีความสามารถในการผลิตทางการเกษตรเพื่อใช้บริโภคในครัวเรือนและทำเป็นอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อแนะนำส่งเสริมให้เกษตรกรเข้าใจถึงกระบวนการพัฒนาการผลิตที่สมบูรณ์แบบโดยมีการจัดให้มีการร่วมมือและประสานกับสถาบันของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องและเกื้อกูลกัน อันจะอำนวยประโยชน์ต่อการพัฒนาการผลิตและรายได้
3. เพื่อช่วยเหลือให้เกษตรกรได้เข้าใจสภาวะต่างๆ เกี่ยวกับตนเอง ทราบถึงปัญหา ความต้องการที่แท้จริง อันจะยังผลให้มีการพัฒนาการผลิตได้ผลตรงตามความต้องการ
4. เพื่อจัดสร้างบรรยากาศให้เกษตรกรมีโอกาสในการพัฒนาปัญญาหรือความรู้ ความสามารถเพื่อรู้จักปฏิบัติตนให้มีค่าทางเศรษฐกิจและสังคม มีวิธีการทำงาน ศิลปะปฏิบัติตนในการครองชีพและสังคม
5. เพื่อช่วยให้สมาชิกในครัวเรือนเกษตรกรมีส่วนร่วมในการพัฒนามากขึ้น โดยรู้จักจัดการใช้แรงงานและทรัพยากรให้ได้ผลสูงสุด เพื่อความเป็นอยู่ของเกษตรกรที่ดีขึ้น
6. เพื่อสร้างความภาคภูมิใจ ความเป็นอยู่และอาชีพ ความมีอิสระและพึ่งตนเอง มีความรักต่อถิ่นที่อยู่ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับตนเอง

ปัญญา ทิรัณศรี (2529) ได้เสนอแนวทางการพัฒนาการเกษตรไว้ว่ารัฐควรเป็นผู้มีส่วนช่วยเกษตรกรมากที่สุดเพราะการส่งเสริมการเกษตรถือเป็นหน้าที่ของรัฐ ดังนั้นรัฐควรจะทำนโยบายที่แน่นอนเป็นหลักไว้ ถึงแม้จะมีผลกระทบจากปัจจัยบางอย่างมาทำให้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงก็คงเปลี่ยนแปลงไม่มากนักการกำหนดนโยบายของรัฐอาจกำหนด 3 ด้านคือ

1. นโยบายการส่งเสริมการผลิต รัฐควรวางแผนแนวทางการผลิตทางการเกษตรไว้โดยศึกษาความต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศพิจารณาจากราคาในขณะนั้น ๆ พิจารณาความรู้ความสามารถของเกษตรกรว่ามีความสามารถผลิตอย่างไรบ้าง ควรมีการกำหนดเขตเศรษฐกิจอย่างแน่นอน โดยรัฐพร้อมที่จะเข้าไปช่วยเหลือทุกด้านเมื่อเกิดปัญหา เช่น ถ้าเกษตรกรได้ผลิตตามที่รัฐกำหนดไว้แล้ว หากมีปัญหาด้านราคา ด้านตลาด รัฐจะเข้าดำเนินการแก้ไขปัญหาโดยทันที

2. นโยบายด้านรัฐกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมรัฐ ได้จัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมโดยตรง คือกรมส่งเสริมรัฐให้อัตรากำลังของเจ้าหน้าที่ต่าง ๆ เข้าทำการส่งเสริมถึงระดับตำบลโดยมีการคัดเลือกมาเป็นอย่างดีแต่อาจไม่มีความรู้มากนักในบางเรื่อง ซึ่งรัฐควรสนับสนุนโดยการจัดให้มีการปฐมนิเทศ ส่งเสริมให้ไปประชุมสัมมนา จัดฝึกอบรม วิธีการไปดูงาน วิธีศึกษาต่อนโยบาย

3. ด้านการส่งเสริมด้านการอำนวยความสะดวกต่อการส่งเสริม การส่งเสริมจะประสบผลสำเร็จได้นั้นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องมีความพร้อมด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น ยานพาหนะ เครื่องมือสื่อสาร เครื่องมือจัดทำเอกสาร ตลอดจนเงินงบประมาณ ค่าน้ำมัน เบี้ยเลี้ยง ค่าที่พัก เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวเป็นเครื่องช่วยเสริมให้งานส่งเสริมการเกษตรประสบผลสำเร็จทางด้านการติดต่อสื่อสาร การติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญมากส่วนหนึ่งในงานส่งเสริมการเกษตร ในการติดต่อสื่อสารนั้นประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารกับผู้รับสารจะต้องมีทักษะ ความรู้ ทักษะ และวัฒนธรรมที่เข้าใจกันได้ ในกรณีของงานส่งเสริมการเกษตรเจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะต้องเข้าใจสภาพของเกษตรกรก่อนว่าเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจในข่าวสารที่ได้รับอย่างไร และมีความรู้มากน้อยเพียงใด

วิธีการส่งเสริมการเกษตร

วิธีการส่งเสริมการเกษตร การที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจะช่วยให้บุคคลเป้าหมายยอมรับความรู้ใหม่หรือวิทยาการใหม่ ๆ จำเป็นอย่างยิ่งที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะต้องพิจารณาเลือกใช้วิธีการส่งเสริม หรือวิธีการถ่ายทอดความรู้ไปสู่บุคคลเป้าหมายอย่างเหมาะสม

Bradfield (1966 อ้างใน วรทัศน์ อินทรคัมพร, 2546) ได้แบ่งวิธีการส่งเสริมออกเป็น 3 ลักษณะด้วยกัน ดังนี้

วิธีการส่งเสริมรายบุคคล (Individual Methods)

เป็นการส่งเสริมบุคคลเป้าหมายในครั้งหนึ่งเพียงคนเดียว เป็นวิธีการส่งเสริมที่ช่วยให้บุคคลเป้าหมายยอมรับได้มาก และจะได้รับประโยชน์มากหากบุคคลเป้าหมายเป็นผู้นำ ท้องถิ่นประชาชนกลุ่มต่าง ๆ การส่งเสริมรายบุคคล อาจใช้วิธีการดังต่อไปนี้

1. การเยี่ยมเยียนที่บ้านหรือไร่นา (Farm visits) เป็นการที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมออกไปเยี่ยมเยียนบุคคลเป้าหมายถึงบ้าน หรือที่ไร่นาเกษตรกร การเยี่ยมเยียนที่บ้านหรือไร่นา เป็นวิธีการส่งเสริมที่ได้ผลมากที่สุด และใช้อย่างแพร่หลายในประเทศที่ด้อยพัฒนา หรือกำลังพัฒนา วิธีการส่งเสริมวิธีนี้มีข้อเสียคือ ต้องใช้เวลามากและลงทุนสูง และได้บุคคลเป้าหมายน้อย
2. การติดต่อที่สำนักงาน (Office Calls) โดยเจ้าหน้าที่ส่งเสริมนัดหมายบุคคลเป้าหมายไปติดต่อที่สำนักงานของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเพื่อขอคำ แนะนำ หรือเอกสารเผยแพร่ต่าง ๆ การติดต่อแบบนี้บุคคลเป้าหมายต้องมีความกระตือรือร้นและมีความสนใจในการเฝ้าหาความรู้ เพราะบุคคลเป้าหมายทั้งกิจกรรมที่ไร่นาและต้องเสียเวลาจากการเดินทางไปที่สำนักงานด้วยตนเอง
3. การติดต่อทางจดหมาย (Letters) การเขียนจดหมายติดต่อกันก็เป็นอีกวิธีหนึ่งของการส่งเสริมรายบุคคล เกษตรกรอาจเขียนจดหมายไปยังเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือนักวิชาการเกษตร ณ สำนักงาน เพื่อขอคำแนะนำหรือถามปัญหาเกี่ยวกับการเกษตร อาจเป็นด้านการปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ การประมงหรือด้านอื่น นอกจากกรมส่งเสริมการเกษตรแล้ว ยังมีหน่วยราชการอีกหลายหน่วยงานซึ่งจัดบริการทางด้านนี้ แต่วิธีนี้จะเข้าไปบ้างเพราะต้องผ่านขั้นตอนการดำเนินงานและการจัดส่งไม่รวดเร็วเหมือนการพบด้วยตนเอง
4. การติดต่อทางโทรศัพท์ (Telephone calls) การใช้โทรศัพท์ติดต่อสอบถามปัญหาหรือขอความช่วยเหลือต่าง ๆ นับว่าเป็นวิธีการที่สะดวกรวดเร็วและใช้กันมากในประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่สำหรับประเทศไทยยังมีขีดจำกัดอยู่มากทั้งในด้านความสะดวกในการขอติดตั้ง และราคาที่ยังสูงอยู่ มีการใช้กันในเขตเมืองซึ่งรวมถึงตำบลที่พัฒนาแล้วเป็นส่วนใหญ่ สำหรับชนบทที่ห่างไกลในบางตำบลนั้นโทรศัพท์ยังเข้าไปไม่ถึง

วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม (Group Methods)

วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่มจะแตกต่างกับการส่งเสริมแบบรายบุคคล เนื่องจากต้องกระทำกับบุคคลเป้าหมายตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ซึ่งเจ้าหน้าที่ส่งเสริมต้องใช้เทคนิคการส่งเสริมเพื่อทำความเข้าใจและถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลเป้าหมายเป็นจำนวนมากมีความเข้าใจอาจจะทำกับกลุ่มแม่บ้าน ผู้นำท้องถิ่น กลุ่มเยาวชน เป็นต้น การส่งเสริมแบบกลุ่มมีข้อดีคือเข้าถึงบุคคลเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก ประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลา ส่วนข้อเสียคือ นักส่งเสริมอาจไม่สามารถจูงใจให้บุคคลเป้าหมายทั้งหมดนำความรู้ไปปฏิบัติได้ และไม่สามารถเข้าไปแก้ไขปัญหของบุคคลเป้าหมายได้ทุกคน วิธีการส่งเสริมการเกษตรแบบกลุ่มมีหลายวิธี เช่น

1. การประชุม (Meetings) เป็นวิธีที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมปฏิบัติเพื่อแนะแนวทางในการประกอบอาชีพ และเพื่อรับทราบปัญหาของบุคคลเป้าหมาย เพื่อจะหาแนวทางในการแก้ปัญหาและติดตามผล ส่วนใหญ่จะจัดขึ้นเฉพาะกลุ่มอาชีพ เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มผู้นำ หมู่บ้าน หรือกลุ่มผู้ทำนา เป็นต้น ซึ่งรูปแบบการประชุมอาจจะใช้การบรรยาย (Lecture) การอภิปรายกลุ่ม (Group Discussion) การอภิปรายเป็นคณะ (Panel Discussion) หรือการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ก็ได้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการประชุม นั้น ๆ

2. การสาธิต (Demonstration) เป็นวิธีที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมใช้เพื่อถ่ายทอดความรู้โดยการแสดงให้เห็นแก่กลุ่มบุคคลได้ชมพร้อมกับบรรยายประกอบ ทำให้บุคคลเป้าหมายได้เข้าใจเรื่องที่จะส่งเสริม ตลอดจนทราบขั้นตอนต่าง ๆ ได้ชัดเจนยิ่งขึ้นการสาธิตอาจแบ่งได้เป็น 2 วิธี คือ การสาธิตวิธี (Methods Demonstration) และการสาธิตผล (Result Demonstration)

3. การจัดทัศนศึกษา (Field Trip) เป็นวิธีที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจัดบุคคลเป้าหมาย อาจจะเป็นกลุ่มอาชีพ ไปดูกิจกรรม หรือเหตุการณ์ที่มีอยู่จริง ที่อยู่ต่างสถานที่ เพื่อให้บุคคลเป้าหมายได้เกิดความรู้และนำ มาประยุกต์ใช้ในไร่นาของตนเอง เช่น การนำเกษตรกรแกนนำผู้ปลูกข้าวจากอำเภอหนึ่ง ไปดูงานการใช้ปุ๋ยชีวภาพในไร่นาของเกษตรกรตัวอย่างที่อำเภอหนึ่ง เป็นต้น ข้อดีของการส่งเสริมวิธีนี้คือ บุคคลเป้าหมายสามารถเห็นในสภาพความเป็นจริงซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้เกิดการยอมรับนำไปปฏิบัติ ส่วนข้อเสียคือ ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาก

4. การจัดฝึกอบรมพิเศษ (Special Training Course) การจัดหาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อฝึกอบรมเกษตรกร แม่บ้าน หรือกลุ่มที่สนใจเฉพาะเรื่องก็เป็นวิธีหนึ่งของการส่งเสริมแบบกลุ่ม อาจใช้เวลา 1 วัน หรือ 2 - 3 วัน หัวข้อที่นำมาพูดหรือบรรยายต้องเหมาะสม เป็นที่สนใจ ตรงกับความต้องการของกลุ่ม อาจมีการฝึกภาคปฏิบัติในเรื่องที่ได้แนะนำ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและเชื่อมั่นว่าสามารถทำได้

5. การทดสอบในท้องถื่น (Verification Trials) การทดสอบในท้องถื่นเป็นกระบวนการวิจัยที่ทดลองทำ สิ่งหนึ่งสิ่งใดหลาย ๆ วิธีในไร่นาของเกษตรกรท้องถื่น เพื่อจะหาว่าวิธีไหนจะดีที่สุดหรือให้ผลดีที่สุด เช่น ทดลองปลูกพืชโดยใช้เมล็ดพันธุ์ต่างกัน การใช้ปุ๋ยต่างกัน หรือการเลือกวันหว่านพืชต่างกัน

6. การจัดงานวันเกษตร (Field Days) การจัดงานวันเกษตร โดยปกติอาจจัดในบริเวณไร่นาของเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จตามคำแนะนำ ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม ที่สถานีทดลองเกษตร หรือบริเวณศูนย์ทำการของทางราชการในท้องถื่น โดยหวังจะเผยแพร่ผลแห่งความสำเร็จไปยังบุคคลอื่น การจัดงานวันเกษตรขึ้น ก็เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการสาธิต เพื่อตรวจสอบดูผลความก้าวหน้า หรือเพื่อให้ประชาชนสังเกตการสาธิตผล (Result Demonstration) เรามักจัดงานวันเกษตรสำหรับกลุ่มเป้าหมาย ไม่ใหญ่โตนัก ทั้งนี้เพื่อให้มีเวลาสำหรับการอภิปราย ชักถามและชมกิจการด้านเกษตรของฟาร์มหรือสถานีทดลองโดยทั่วถึง

วิธีการส่งเสริมมวลชน (Mass Methods)

วิธีการส่งเสริมแบบนี้ เป็นวิธีที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่บุคคลเป้าหมายได้ครั้งละมาก ๆ โดยไม่จำกัดจำนวนและไม่จำเพาะเจาะจงว่าเป็นบุคคลใด เราสามารถแยกวิธีการส่งเสริมมวลชนโดยผ่านสื่อต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. สิ่งพิมพ์ (Publications) ซึ่งสามารถแยกออกเป็น หนังสือพิมพ์ (Newspaper) บทความในหนังสือพิมพ์ แผ่นปลิวหรือใบปลิว (Leaflets) เอกสารเผยแพร่แบบเล่ม (Pamphlets) โบรชัวร์ (Brochure) หรือ буклет (Booklet) หนังสือเวียน จดหมายเวียน (Circular Letters) หนังสือพิมพ์ติดผนัง (Wall Newspapers)

2. นิทรรศการ (Exhibits) นิทรรศการ หมายถึง การจัดแสดงสิ่งของอาจจะเป็นของจริงของจำลอง เช่น วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ สัตว์ พืช ฯลฯ หรือแสดงแนวความคิด ความเห็น มีความมุ่งหมายที่จะสร้างความสนใจ ให้ความรู้ ความเข้าใจ อาจเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของหน่วยงานหรือโฆษณาขายสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง

3. วิทยุกระจายเสียง (Radio Programs) วิทยุกระจายเสียงทำหน้าที่คือเป็นแหล่งเผยแพร่ข่าวสารและเป็นเครื่องกระตุ้นความสนใจให้เกิดความเปลี่ยนแปลง การจัดทำ รายการวิทยุกระจายเสียงที่นิยมกัน ได้แก่ จัดทำ ข่าวที่ให้ความรู้ทางด้านเกษตร ในปัจจุบันมักจัดทำรายการให้ความรู้ทางด้านการเกษตรกับเปิดเพลงลูกทุ่ง ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูงจากบุคคลเป้าหมาย ข้อเสียของการใช้วิทยุกระจายเสียง คือผู้ฟังไม่สามารถซักถามปัญหาได้ในขณะนั้น ข้อควรระวังในการใช้สื่อประเภทนี้คือ หากมีการสัมภาษณ์สดและถ่ายทอดความรู้ ผู้ที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ต้องมีข้อมูลที่

ถูกต้อง เพราะหากให้ความรู้ที่ไม่ถูกต้องแก่บุคคลเป้าหมาย อาจทำให้บุคคลเป้าหมายจดจำสิ่งที่ผิด ๆ ไปปฏิบัติได้จะทำให้เกิดผลเสียหายในการส่งเสริมการเกษตรเป็นอย่างมาก

4. รายการโทรทัศน์ (Television Programs) การจัดทำรายการโทรทัศน์ คล้ายกับวิทยุกระจายเสียง เพียงแต่เพิ่มส่วนรับรู้ในการมองเห็นเข้าไปด้วย ทำให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น

5. ภาพยนตร์ (Films) มีใช้กันแพร่หลายในอดีต ส่วนปัจจุบันมักนิยมใช้เทปโทรทัศน์หรือวีดิทัศน์ (Video Tape) เนื่องจากการผลิตภาพยนตร์ต้องใช้ต้นทุนสูง

6. การประกวด (Contest) การประกวดหรือการแข่งขันในด้านใดด้านหนึ่ง เป็นกิจกรรมที่สร้างความสนใจและความตื่นตัวให้กับผู้มาร่วมงานตลอดทั้งผู้ชมด้วย ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นในการจัดนิทรรศการที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เช่น การประกวดพืช ประภคสดร หรือการประกวดแข่งขันอื่น ๆ เป็นวิธีการส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ที่นิยมใช้กันมากในปัจจุบัน

7. การรณรงค์ (Campaigns) การรณรงค์ เป็นการประสานการใช้วิธีการส่งเสริมหลาย ๆ อย่างรวมกัน ตามแผนและกำหนดที่วางไว้ มีความมุ่งหมายที่จะดึงดูดความสนใจของเกษตรกรหรือประชาชนมาแก้ปัญหาใดปัญหาหนึ่งโดยเฉพาะที่กระทบคนหมู่มาก และวิธีที่จะแก้ปัญหาโดยปกติจะมีการวางแผนการรณรงค์และการสั่งการจากระดับชาติ ระดับภาค หรือ แหวงวิธีการรณรงค์จะถูกนำมาใช้เมื่อมีปัญหาสำคัญเกิดขึ้นกับประชาชนส่วนมากและเป็นปัญหาที่สามารถแก้ไขได้โดยที่เกษตรกรไม่ต้องไปคิดปรับแก้กันตามลำพัง ด้วยวิธีการที่ต้องลงทุนลงแรงมากการรณรงค์ต้องอาศัยคนจำนวนมาก เนื่องจากวัตถุประสงค์ของการรณรงค์มีเฉพาะงานชั่วระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ตัวอย่างการรณรงค์ด้านส่งเสริมการเกษตร ได้แก่ การรณรงค์การปราบตักแตนป่าทงก้า การปราบหนูนที่ระบาดอย่างชุกชุม การส่งเสริมการใช้ปุ๋ย การปลูกป่า เป็นต้น

Chang (1974) ได้กล่าวไว้ว่า การส่งเสริมแต่ละวิธีจะทำให้เกษตรกรยอมรับในชั้นที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ถ้าใช้วิธีส่งเสริมแบบมวลชน จะทำให้เกษตรกรยอมรับในขั้นต้นตัวและสนใจ แต่ถ้าใช้วิธีส่งเสริมแบบรายบุคคลนั้น สามารถทำให้เกษตรกรยอมรับถึงขั้นการยอมรับหรือนำไปใช้ในการปฏิบัติดังนี้

วิธีการส่งเสริมมวลชน มุ่งที่จะเผยแพร่สร้างการรับรู้ (Awareness) ความสนใจ (Interest) ในเรื่องใหม่ ๆ แนวความคิดใหม่ ๆ ให้บุคคลเป้าหมายรู้ว่าเรื่องนี้เกิดขึ้นแล้ว หากสนใจก็จะหารายละเอียดต่อไป

วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม จะช่วยบุคคลเป้าหมายให้ได้รายละเอียดในเรื่องที่เขาสนใจมากขึ้น และนำไปสู่การไตร่ตรอง (Evaluation) ว่าจะลองทำดู (Trial) หรือไม่ หากทดลองทำก็เป็นการพิสูจน์ด้วยตนเองว่าผลจะออกมาดีหรือไม่ดีอย่างไร

วิธีการส่งเสริมรายบุคคล มุ่งส่งเสริม ช่วยเหลือ แนะนำ เฉพาะบุคคลแต่ละรายในด้านเทคนิค และรายละเอียดเฉพาะอย่าง เมื่อเกษตรกรตัดสินใจรับวิธีการใหม่ ๆ ไปปฏิบัติ (Adoption) เจ้าหน้าที่ส่งเสริมก็ต้องช่วยเหลือติดตามแนะนำ เพื่อให้งานเป็นไปอย่างถูกวิธีและแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เขาบรรลุผลสำเร็จ และเกิดความพอใจเมื่องานสำเร็จตามที่คาดหวัง

ทฤษฎีการพัฒนาชนบทโดยการส่งเสริมการเกษตร

การพัฒนาชนบทโดยเน้นการพัฒนาการเกษตร (Rural Development as Agricultural Development) แนวความคิดนี้เป็นผลมาจากทฤษฎีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ด้วยความเชื่อว่าการเกษตรเป็นสาขาหลักของชนบท หากมีการพัฒนาการเกษตรก็ย่อมทำให้ประชาชนในชนบท มีรายได้ และมาตรฐานความเป็นอยู่ดีขึ้นได้ ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาทรัพยากร ในทัศนะของ Mosher (1966 อ้างใน วรทัศน์ อินทรคัมพร, 2546) มี 2 ประการ คือ ปัจจัยจำเป็น (Essential Factor) และปัจจัยตัวเร่ง (Accelerated Factor) ปัจจัยจำเป็นของการ พัฒนา ได้แก่ การตลาดสินค้าการเกษตร การนำเทคนิคใหม่เข้าไปใช้อย่างต่อเนื่อง จัดการเครื่องมือและปัจจัยการผลิตในท้องถิ่น สนับสนุนการผลิตแก่เกษตรกร และมีการขนส่ง ส่วนปัจจัย ตัวเร่งของการพัฒนา ได้แก่ การศึกษาเพื่อการพัฒนา สินเชื่อเพื่อการเกษตร การปฏิบัติงาน ของกลุ่มเกษตรกร การปรับปรุงและขยายเนื้อที่เพาะปลูก และการวางแผนระดับชาติเพื่อการพัฒนาการเกษตรการพัฒนาการเกษตร ถือเป็นวิธีการ (Means) ของการพัฒนาชนบท แต่ผู้ได้รับประโยชน์ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายใหญ่ เพราะมีทุนมากและใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ แม้จะมีการปฏิวัติเขียว (Green Revolution) เกิดขึ้นเกษตรกรรายย่อย (Small Farmers) ก็ไม่ได้รับผลประโยชน์แต่อย่างใด

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเกษตร

Mosher (1978 อ้างใน วรทัศน์ อินทรคัมพร, 2546) กล่าวว่าปัจจัยที่จำเป็น 5 ประการ และปัจจัยตัวเร่งอีก 5 ประการ ในการพัฒนาการเกษตร ดังนี้

ปัจจัยที่จำเป็น 5 ประการ (Essential Factor)

1. การตลาดสำหรับผลผลิตการเกษตร (Markets for Farm Prod) สภาพการตลาดสินค้าเกษตรบางชนิดยังไม่พัฒนาเท่าที่ควรคือ “อยู่ในลักษณะซื้อมาขายไป” ไม่มีการเพิ่มคุณค่าสินค้าและการตลาดที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาการเกษตรเป็นไปได้อย่างล่าช้า

- การพัฒนาระบบการตลาด
- การบริการด้านข่าวสารการตลาดแก่เกษตรกร
- การคมนาคมขนส่งผลิตผลการเกษตร

- การบริการการเงินของตลาด

- การแปรรูปผลผลิต

2. เทคโนโลยีที่เหมาะสม (Constantly Changing Technology) การเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีหรือ กรรมวิธีใหม่ ๆ ที่เหมาะสมเข้าช่วยในการดำเนินงาน

- เน้นการรวมเทคนิคต่าง ๆ ใช้ในเวลาเดียวกัน (packages of practices)

- เทคนิคใหม่ ๆ จะต้องให้ความมั่นใจในผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นแก่เกษตรกรผู้ปฏิบัติตาม

- แหล่งของเทคนิคและวิธีการ (Source of new technology) เพื่อนบ้าน สถานีวิทยุ การศึกษา ลองผิดลองถูก การสังเกต ด้วยตัวของเกษตรกรเอง สถาบันการศึกษา เอกชนอย่างไรก็ตาม การใช้เทคโนโลยีจะต้องความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของแต่ละเทคโนโลยี ที่จะนำไปสู่การพัฒนาการเกษตรที่ถูกทาง และเกิดผลดีด้วย

3. วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่มีบริการแก่เกษตรกรในท้องถิ่น (Local Availability of Supplies and Equipment) เทคนิคหรือวิธีการใหม่ ๆ ที่จะนำมาใช้ในการเพิ่มผลผลิตอันจำเป็นจะต้องใช้ร่วมกับเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีความเหมาะสมต่อท้องถิ่น (รวมถึงเมล็ดพันธุ์/พันธุ์สัตว์ ปุ๋ย สารเคมีกำจัดศัตรูพืช อาหารสัตว์ ฯลฯ) ลักษณะที่ดีของวัสดุอุปกรณ์ทางการเกษตรที่จะใช้ในการเกษตร มีดังนี้ สามารถนำไปใช้อย่างได้ผล คุณภาพดี ราคา สามารถจัดซื้อมาใช้ได้ง่ายเมื่อมีความต้องการ ขนาดของหีบห่อที่ใช้บรรจุปัจจัยการผลิตคุ้มค่ากับการลงทุนบรรจุในปริมาณที่เหมาะสมกับกำลังเงิน และความต้องการใช้ของเกษตรกรเป็นสำคัญ

4. สิ่งจูงใจในการผลิตสำหรับเกษตรกร (Production Incentives for Farmers) ธรรมชาติของเกษตรกร มีความปรารถนาที่จะจัดการและดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง ต้องการให้ครอบครัวมีความสุขสิ่งกระตุ้นให้เกษตรกรเพิ่มผลผลิต

- ราคาผลผลิตที่น่าพอใจ ช่วยตัดสินใจเลือกชนิดพืช/ชนิดสัตว์ช่วยตัดสินใจปริมาณการผลิต เป็นต้น

- การจัดสรรและแบ่งปันผลผลิตทางการเกษตร เกษตรกรบางส่วนทำการเกษตรบนพื้นที่เช่า ผลตอบแทนที่ได้จึงไม่เต็มที่ ดังนั้นต้องจัดสรรแบ่งปันผลผลิตหรือผลตอบแทนที่เป็นธรรม

- การจัดสินค้าและบริการสำหรับครอบครัวเกษตรกร

ถ้าครอบครัวเกษตรกรสามารถซื้อหาสินค้าที่จำเป็นและบริการต่าง ๆ ที่เขาปรารถนาในท้องถิ่น เกษตรกรเหล่านั้นจะได้รับแรงกระตุ้นให้มีการผลิตเพื่อจำหน่ายสู่ตลาดเช่นกัน

5. การคมนาคมขนส่ง (Transportation) ถ้าการคมนาคมขนส่งไม่มีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่กล่าวมาทั้ง 4 ข้อจะไม่สามารถดำเนินการได้ เพราะผลผลิตทางการเกษตร จะต้องถูกนำไปจำหน่ายแก่ผู้บริโภคที่อาศัยในพื้นที่ต่าง ๆ อย่างกว้างขวางสิ่งที่ต้องคำนึงถึง ก็คือ “ต้นทุนของการขนส่ง”(ถ้าเกษตรกรจ่ายค่าขนส่งถูกที่สุดก็จะเป็นแรงจูงใจในการพัฒนาต่อไป) ต้นทุนของการขนส่งประกอบด้วย

- ระยะทางที่ขนส่ง
- ปริมาณผลผลิต ที่สามารถบรรทุกได้ในการขนส่งแต่ละครั้ง
- ประเภทของการคมนาคมขนส่งที่ใช้

ปัจจัยตัวเร่ง 5 ประการ (Accelerated Factor)

การพัฒนาการเกษตรจะให้ผลดีต้องมีปัจจัยเสริมที่เป็นตัวเร่งที่จะพัฒนาให้ไปถึงเป้าหมาย
ดังนี้

1. การศึกษาวิจัย เพื่อการพัฒนา (Education for Development) การศึกษาวิจัยด้านการเกษตรนี้จะต้อง เป็นลักษณะที่ชี้แนะและชักนำให้เกษตรกรได้รับรู้ถึงความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และแนวทางหรือวิธีการใหม่ ๆ เพื่อนำไปปรับใช้ให้เกิดการพัฒนาต่อไป ลักษณะการให้การศึกษาแก่เกษตรกร จะต้องมามีลักษณะที่ประกอบด้วย

- ต้องเป็นการนำการศึกษาไปให้ถึงเกษตรกรทุกท้องที่
- ต้องเป็นการศึกษาที่มีเรื่องหรือเนื้อหาสาระที่มีลักษณะเฉพาะ ตรงตามปัญหาและความต้องการของเกษตรกรในพื้นที่นั้น ๆ
- ต้องเป็นการศึกษาที่เหมาะสมกับวัยเกษตรกร (ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัยผู้ใหญ่)
- ต้องเหมาะสมกับเวลาของเกษตรกร และไม่ใช้เวลายาวนานเกินไป
- เนื้อหาสาระจะต้องเฉพาะเจาะจงถึงการเปลี่ยนแปลงในวิธีการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้นหรือเป็นเรื่องใหม่โดยเฉพาะ
- ต้องเป็นเทคนิคหรือวิธีการใหม่ ๆ ที่เปิดโอกาสให้เกษตรกรผู้รับการอบรมได้ทดลองปฏิบัติได้ทันที
- เรื่องวิธีการ และเนื้อหาที่จะเสนอแก่เกษตรกร จะต้องมีความถูกต้องในเชิงวิชาการ ประหยัดในการลงทุน และได้ผลตอบแทนสูง

- ควรสนับสนุนเปิดโอกาสให้เกษตรกรได้มีการทดลองเพื่อเสริมสร้างทักษะ และความชำนาญใหม่ ๆ

2. สินเชื่อเพื่อการผลิต (Production Credit) การผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตมากขึ้นเกษตรกรก็ย่อมลงทุนมากขึ้นการบริการสินเชื่อเพื่อการผลิตที่มีการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพนับว่าเป็นตัวเร่งที่สำคัญอย่างหนึ่งการให้สินเชื่อในแง่ปัจจัยการผลิตจำเป็นที่จะต้องมีการติดตาม และให้คำแนะนำที่ถูกต้องเหมาะสมจึงจะก่อให้เกิดการพัฒนาการเกษตรแท้จริง

3. การรวมกลุ่มของเกษตรกร (Group Action for Farmers) เกษตรกรส่วนใหญ่ตัดสินใจทำการเกษตรด้วยตัวเอง ไม่มีการรวมกลุ่มทำกิจกรรม (ทางการและไม่เป็นทางการ) ทำให้ขาดพลังต่อการรวมกลุ่มกันของเกษตรกรที่เป็นองค์การ จะดำเนินกิจกรรมบางอย่างไม่น้อยกว่า 1 ใน 4 ในการเร่งให้เกิดการพัฒนาการเกษตร คือ

- การขายผลผลิตการเกษตร
- การซื้อขายปัจจัยการผลิต
- การจัดหาทุนให้เกษตรกรแต่ละคน
- การดำเนินงานผลิตร่วมกันของสมาชิก

4. การปรับปรุงและขยายพื้นที่การเกษตร (Improvement and Expanding Agricultural Land) ขนาดของแปลงเพาะปลูกของเกษตรกรโดยเฉลี่ยนับวันจะยิ่งลดลงเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากรในครัวเรือน (จัดสรรที่ดินให้บุตร) ทำให้การลงทุนด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ เครื่องจักรกลเครื่องมือและปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ลดน้อยลงด้วยเช่นกัน (ไม่คุ้มกับการลงทุน)

5. การวางแผนพัฒนาการเกษตรระดับชาติ (National Planning for Agricultural Development) นโยบายและการดำเนินงานต่าง ๆ ของรัฐบาล ล้วนมีผลเป็นอย่างมากต่ออัตราการพัฒนาการเกษตร (ที่ดิน ภาษีอากร ราคาและตลาด การลงทุนของรัฐ) การวางแผนด้านการพัฒนาการเกษตร จะต้องเรียงลำดับก่อน-หลังของสำคัญของปัญหา ความต้องการ และนโยบาย/โครงการต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นและจำต้องมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้นการวางแผนระดับชาติจึงต้องดำเนินอยู่เรื่อยไปเพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่จำเป็นของการพัฒนาการเกษตรต่อไป

สรุปทฤษฎีการพัฒนาชนบทโดยเน้นการพัฒนาการเกษตร เชื่อว่า การเกษตรเป็นสาขาหลักของชนบท หากมีการพัฒนาการเกษตรก็ย่อมทำให้ประชาชนในชนบทมีรายได้ และมาตรฐานความเป็นอยู่ดีขึ้นได้ โดยมีปัจจัย 2 ประการ คือ ปัจจัยจำเป็น (Essential Factor) ได้แก่ 1) การตลาดสินค้าการเกษตร 2) การนำเทคนิคใหม่เข้าไปใช้อย่างต่อเนื่อง 3) จัดการเครื่องมือและปัจจัยการผลิตในท้องถิ่น 4) สิ่งจูงใจในการผลิตสำหรับเกษตรกร 5) การพัฒนาการขนส่ง และปัจจัยตัวเร่ง (Accelerated Factor) ได้แก่ 1) การศึกษาเพื่อการพัฒนา 2) สินเชื่อเพื่อการเกษตร 3) การปฏิบัติงานของกลุ่มเกษตรกร 4) การปรับปรุงขยายเนื้อที่เพาะปลูก 5) การวางแผนระดับชาติเพื่อการพัฒนาการเกษตรการพัฒนาการเกษตร

จากที่ศึกษาทฤษฎีการพัฒนาชนบทโดยการส่งเสริมการเกษตรของ Mosher สรุปได้ว่า ความสำคัญของทฤษฎีขึ้นกับ ปัจจัยจำเป็น (Essential Factor) และปัจจัยตัวเร่ง (Accelerated Factor) จุดเด่นของทฤษฎี คือการวางแผนทางที่ชัดเจน โดยแยกปัจจัยที่จำเป็น และปัจจัยตัวเร่งเพื่อสนับสนุนปัจจัยจำเป็น จุดด้อยของทฤษฎีคือ ถ้านโยบายของภาครัฐไม่สอดคล้อง และผู้นำการ

เปลี่ยนแปลงไม่มีความชำนาญการดำเนินงานจะทำให้ไม่ได้รับผลเท่าที่ควร หรือบางอย่างอาจไม่สามารถดำเนินการได้

แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต

จรัญ ไทยานนทร์ (2536) กล่าวว่า การผลิต หมายถึง “การสร้างเศรษฐกิจ (Economic goods) และบริการ (Service) ต่าง ๆ ขึ้นมา” เนื่องจากเศรษฐกิจเป็นของมีมูลค่า มนุษย์จึงทำการผลิตเศรษฐกิจขึ้นมาเพื่อนำใช้ในการซื้อขายแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ยังรวมถึงการบริการต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนมือในการเป็นเจ้าของโดยพ่อค้าให้บริการด้วยการนำสินค้าจากเกษตรกรมาขายให้แก่ผู้บริโภค นอกจากนั้น การผลิต อาจหมายถึงการสร้างหรือเพิ่มอรรถประโยชน์ทางเศรษฐกิจขึ้น โดยการเพิ่มอรรถประโยชน์ในทางเศรษฐกิจนั้นมีหลายรูปแบบด้วยกัน เช่น อรรถประโยชน์เวลา จะทำให้ผู้บริโภคได้มีสินค้าไว้ในยามที่ผู้บริโภคต้องการ อรรถประโยชน์สถานที่ที่เกิดจากการนำสินค้าจากมือผู้ผลิตมาถึงมือผู้บริโภคในสถานที่ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ อรรถประโยชน์รูปร่างเป็นอรรถประโยชน์ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงรูปร่างให้เหมาะสมและให้ได้สินค้าตรงตามความต้องการ อรรถประโยชน์บริการต่าง ๆ เป็นอรรถประโยชน์ที่เกิดจากการให้บริการในด้านต่าง ๆ

จรัญ ไทยานนทร์ (2536) ยังกล่าวอีกว่า การผลิต (Production) โดยเน้นการเกษตร หมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปร่างของปัจจัยการผลิต (Input, Factor, Resource) ตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไปให้เป็นผลผลิต (Product Output, Goods) ชนิดหนึ่งหรือมากกว่า ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้อาจประกอบด้วย ที่ดิน พืช แรงงาน หรือการจัดการที่นำมาผสมผสานกันแล้วก่อให้เกิดผลผลิตต่าง ๆ ปัจจัยการผลิตทาง การเกษตรหรือทรัพยากรในที่นี้ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน พืช และการจัดการ ซึ่งจะสรุปได้ ดังนี้

ที่ดิน หมายถึง สถานที่ที่ใช้ในการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ นอกจากนี้ยังใช้ในการตั้งโรงงานอุตสาหกรรมอีกด้วย ซึ่งรวมไปถึง ดิน น้ำ แร่ธาตุ และอากาศซึ่งอยู่ในที่นั้นด้วย ที่ดินเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการผลิตผลผลิตเกษตร

แรงงาน เป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ แรงงานในที่นี้รวมถึงแรงงานคน และแรงงานสัตว์ แต่เน้นที่แรงงานคน ลักษณะสำคัญของแรงงานนั้นเน้นถึงบุคคลที่มีสุขภาพดี มีกำลังความคิด มีความรู้ความสามารถที่จะประกอบอาชีพแล้วก่อให้เกิดผลดี มีประสิทธิภาพ

ทุน หมายถึง ทรัพย์สินต่าง ๆ หรือเครื่องมือเครื่องใช้ ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการ ผลิตสินค้าและบริการ

การจัดการ หมายถึง การกระทำหรือศิลปะในการกระทำต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง การจัดการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจะทำให้เกิดการเพิ่มผลผลิตและได้กำไรสูงสุด ดังนั้นการจัดการจึงขึ้นอยู่กับผู้จัดการว่ามีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการหรือไม่

ขั้นตอนการทำนา

กระบวนการทำนา หมายถึง ขั้นตอนและวิธีการต่าง ๆ ในการทำนา (สุภาวดี สุตคณิง, 2550) โดยที่การทำนาในแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกันในด้านพันธุ์ข้าว ช่วงเวลาที่ปลูก และวิธีการปลูก ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะภูมิประเทศในแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกัน เช่น บางแห่งมีลักษณะเป็นแอ่งกระทะ บางแห่งเป็นที่ลอนลาด หรือเป็นที่ราบขั้นบันไดทำให้เกิดความลุ่ม-ดอนของพื้นที่แตกต่างกัน และจากลักษณะที่มีเทือกเขาพาดผ่าน ทำให้การรับน้ำฝนและปริมาณฝนในแต่ละพื้นที่แตกต่างกัน ในการทำนาจึงทำได้ทั้งในฤดูฝน ซึ่งเป็นฤดูทำนาปีและทำนาปรังในฤดูแล้งในเขตพื้นที่ที่มีการชลประทานหรือที่มีการสูบน้ำด้วยไฟฟ้าเพื่อการเกษตร อย่างไรก็ตาม การปลูกข้าวนาปีส่วนใหญ่เป็นการทำโดยอาศัยน้ำฝน ดังนั้นเวลาในการปลูกจึงขึ้นอยู่กับการตกของฝนในแต่ละปี การเริ่มตกของฝนแต่ละปีจะไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ร่วมกัน เช่น อิทธิพลจากพายุโซนร้อนในมหาสมุทรความกดอากาศสูงจากประเทศจีน เป็นต้น

การผลิตข้าวนาปีมีกระบวนการทำนาแบ่งได้เป็น 5 ขั้นตอนใหญ่ ๆ (อัมมาร สยามวาลา และวิโรจน์ ณ ระนอง, 2553) เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมดิน การปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว และการนวดข้าว หลังจากนั้นข้าวเปลือกจะถูกนำไปเก็บหรือนำไปสีเป็นข้าวสาร หรือเข้าสู่วิธีการตลาดต่อไป ฤดูการทำนาปีโดยปกติเริ่มช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคมของทุกปี ซึ่งขึ้นอยู่กับปริมาณน้ำฝน เมื่อ 3 เดือนผ่านไป ข้าวที่ปักดำหรือหว่านเอาไว้สุกงอมเต็มที่แล้วพร้อมเก็บเกี่ยว ส่วนนาปรังสามารถทำได้ตลอดทั้งปีเพราะพันธุ์ข้าวที่ใช้ปลูกไม่ไวต่อช่วงแสง เมื่อข้าวเจริญเติบโตครบตามกำหนดอายุก็สามารถเก็บเกี่ยวได้ ซึ่งในที่นี่จะกล่าวถึงขั้นตอนการทำนาปี ทั้ง 5 ขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1. การเตรียมดิน

การเตรียมดินมีวัตถุประสงค์เพื่อทำลายวัชพืชและทำให้ดินร่วนซุย การเตรียมดินมีความแตกต่างกันบ้างในวิธีการปลูกข้าวที่ต่างกัน อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปแล้วการเตรียมดินประกอบด้วยกระบวนการต่อไปนี้

การไถตะ เป็นการไถครั้งแรกตามแนวยาวของพื้นที่ การไถตะเป็นการพลิกกลับดินเพื่อทำให้ดินชั้นล่างได้สัมผัสกับออกซิเจนในอากาศ การไถตะมักเริ่มทำเมื่อฝนตกครั้งแรกในปีการเพาะปลูกใหม่ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม และตากดินเอาไว้ 1 – 2 สัปดาห์

การไถแปร เป็นการไถหลังจากการไถตะและตากดินไว้แล้วระยะหนึ่ง การไถครั้งนี้มักไถตดรอยเดิมและพลิกดินกลับขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง การไถแปรมีวัตถุประสงค์เพื่อทำลายวัชพืชที่ขึ้นใหม่ หลังจากการไถตะและเพื่อย่อยดินให้มีขนาดเล็กลง จำนวนครั้งของการไถแปรจึงขึ้นอยู่กับปริมาณของวัชพืช ลักษณะของดินและระดับน้ำในพื้นที่ซึ่งขึ้นอยู่กับปริมาณและความซุกของฝนด้วย

การคราด มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเศษดินและวัชพืชออกจากผืนนาและย่อยดินให้มีขนาดเล็กลงอีก เพื่อให้เหมาะสมกับการเจริญของข้าวและเป็นการปรับระดับพื้นที่ทำให้สม่ำเสมอเพื่อสะดวกในการจัดการเรื่องน้ำ ในกรณีที่ปลูกข้าวโดยใช้วิธีการหว่าน (นาหว่าน) มักหว่านเมล็ดข้าวก่อนที่จะไถแปรครั้งสุดท้าย และจึงคราดกลับที่หลังซึ่งเรียกว่า “การหว่านคราดกลับ” ส่วนการทำนาคำและนาหว่านตามต้องมีการคราดก่อนเสมอ โดยทั่วไปการทำนาคำมีการทำการคราดถึงสามครั้งแล้วจึงเปิดน้ำเข้าแปลงนาให้ท่วมหน้าดิน เพื่อให้ดินตกตะกอน ดินที่เตรียมในแปลงนาที่เสร็จแล้วพร้อมจะตกกล้าหรือปักดำ เรียกว่า “เทือก”

2. การปลูกข้าว

การปลูกข้าวแบ่งออกได้เป็น 2 วิธี คือ วิธีแรกเป็นการปลูกข้าวด้วยเมล็ดโดยตรง ซึ่งได้แก่การทำนาหยอดและการทำนาหว่าน วิธีที่สอง เป็นการเพาะเมล็ดในที่หนึ่งก่อนแล้วจึงนำต้นอ่อนไปปลูกในที่อื่นซึ่งได้แก่ การทำนาคำ การเลือกวิธีปลูกข้าวขึ้นอยู่กับลักษณะของที่นา (สภาพพื้นที่ เช่น ที่สูง ที่ลุ่ม ที่น้ำลึก) ปริมาณและความสม่ำเสมอของน้ำฝน (สภาพน้ำ เช่น อาศัยน้ำฝนและเขตชลประทาน) ตลอดจนแรงงานที่สามารถนำมาใช้ในการทำนา และสภาพเศรษฐกิจของครัวเรือน ว่ามีทุนมากหรือน้อยในการทำนา วิธีการปลูกข้าวแต่ละวิธีมีดังนี้ (สุภาวดี สุดคณิง, 2550)

2.1 การทำนาหยอด นิยมทำในสภาพพื้นที่สูง พื้นที่ไร่ หรือสภาพที่ฝนไม่ตกต้องตามฤดูกาล ใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวแห้งที่ไม่ได้เพาะให้งอกหยอดลงในหลุมที่เตรียมไว้ โดยใช้จอบเสียบหรือไม้กระทุ้ง ตลอดจนใช้เครื่องหยอด หรืออีกวิธีหนึ่งโดยการโรยเป็นแถวในร่องที่ทำเตรียมเอาไว้แล้วกลบดินฝังเมล็ดข้าว ขนาดความลึกของหลุม 3 – 5 เซนติเมตร หรือทำร่องซึ่งมีความลึก 4 – 5 เซนติเมตร แล้วจึงหยอดเมล็ดลงในหลุมหรือร่อง ใช้เมล็ดพันธุ์ประมาณ 8 – 10 กิโลกรัมต่อไร่ เมื่อฝนตกลงมาเมล็ดข้าวจะงอก การปลูกข้าวอาจปลูกเดี่ยว ๆ หรือปลูกสลับกับพืชไร่ชนิดอื่นก็ได้ เมื่อข้าวงอกก็ต้องมีการดูแล กำจัดวัชพืชและศัตรูพืชเช่นเดียวกับการปลูกข้าวโดยวิธีอื่น

2.2 การทำนาหว่าน มักทำในพื้นที่ซึ่งควบคุมระดับน้ำได้ลำบาก เช่น มีน้ำหลากมาท่วมในฤดูฝนหรือในพื้นที่ ซึ่งปริมาณน้ำฝนไม่แน่นอนตลอดจนกรณีที่ขาดแคลนแรงงานในช่วงต้นฤดูทำนา พันธุ์ข้าวที่ใช้อาจเป็นพันธุ์ขึ้นน้ำ สำหรับพื้นที่ซึ่งมักมีน้ำหลากอย่างรวดเร็ว หรือพันธุ์ข้าวนาสวนสำหรับที่นาทั่วไป วิธีการหว่านแยกได้เป็น 2 แบบหลัก ๆ คือ การหว่านข้าวแห้งและการหว่านข้าวงอก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 การหว่านข้าวแห้ง สามารถแบ่งตามระยะเวลาการหว่านออกเป็น 3 วิธีคือ

1) การหว่านคราดกลับ เป็นวิธีที่นิยมที่สุดในกรณีที่ฝนตกตามฤดูกาล มีการกระจายของฝนสม่ำเสมอและฝนตกไม่หนักมาก ทำให้มีความชื้นในดินพอเหมาะ การหว่านจะทำการหลังจากการไถแปรครั้งสุดท้ายแล้วคราดกลับ ซึ่งทำให้เมล็ดข้าวเปลือกตกลงไปในดินตามรอยซี้คราด และทำให้ต้นข้าวงอกสม่ำเสมอ ใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวประมาณ 10 – 15 กิโลกรัมต่อไร่

2) การหว่านหลังซีไถ มักใช้ในกรณีที่มีฝนตกล่าช้ากว่าฤดูปกติและตกชุก ทำให้มีเวลาในการเตรียมดินน้อยและดินอาจแฉะ จึงมีการไถตะเพียงครั้งเดียว หรือไถแปรอีกครั้งหนึ่ง แล้วหว่านเมล็ดข้าวแห้งทั้งซีไถเลย วิธีนี้เมล็ดพันธุ์อาจเสียหายได้จากนกหนูและอาจมีวัชพืชในแปลง นาจำนวนมากจะขึ้นท่วมต้นกล้าได้ ใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวประมาณ 10 – 15 กิโลกรัมต่อไร่

3) การหว่านไถกลบ การหว่านด้วยวิธีนี้มักต้องทำเมื่อถึงระยะเวลาที่ต้องหว่านกล้า แต่ฝนยังไม่ตกและดินมีความชื้นพอสมควร วิธีการนี้มักหว่านเมล็ดข้าวหลังซีไถแล้วไถแปรกลบอีกครั้งหนึ่ง เมล็ดที่ได้รับการหว่านจากวิธีนี้อยู่ลึกโดยอาศัยความชื้นที่มีอยู่ในดินช่วยในการงอก อย่างไรก็ตาม ถ้าฝนไม่ตกเป็นเวลานานเมล็ดที่หว่านไว้ก็จะเสียหายได้ ใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวประมาณ 10 – 15 กิโลกรัมต่อไร่

2.2.2 การหว่านข้าววงอก เป็นการหว่านเมล็ดข้าวซึ่งถูกเพาะให้รากงอกก่อนที่หว่านในที่ที่มีน้ำท่วมขัง ทั้งนี้เนื่องจากถ้าไม่เพาะเมล็ดเสียก่อน เมื่อหว่านแล้วข้าวอาจเน่าเสียได้ การหว่านข้าววงอกแบ่งเป็น 2 แบบดังนี้

1) การหว่านเทือก หรือการหว่านน้ำตามแผนใหม่ วิธีนี้สามารถทำได้ในนาที่สามารถควบคุมระดับน้ำได้ดี การทำนาหว่านวิธีนี้มีการเตรียมดินแบบเดียวกับการทำนาดำ แต่เมื่อทำเทือกแล้วต้องปล่อยน้ำออกจากแปลงแล้วปรับเทือกให้สม่ำเสมอ จากนั้นก็ทำร่องหรือซักร่องเป็นแปลงย่อย ๆ ที่มีความกว้าง 3 – 4 เมตร เพื่อเป็นร่องระบายน้ำ เมื่อเสร็จแล้วนำเมล็ดข้าววงอก (ซึ่งเตรียมโยวิธีเดียวกับเมล็ดที่ใช้สำหรับเพาะกล้าในการทำนาดำ) มาหว่านลงบนแปลงย่อย ๆ ถ้าฝนตกในช่วงนี้ต้องระบายน้ำออกจากแปลงเพื่อกันเมล็ดเน่าหลังจากข้าววงอกได้ 5 – 6 วัน แล้วจึงเริ่มนำน้ำเข้ามาขังในนาได้ แต่ต้องระวังไม่ให้น้ำท่วมต้นกล้า การหว่านเทือกใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวประมาณ 15 – 20 กิโลกรัมต่อไร่

2) การหว่านนาตามแบบเดิม วิธีนี้ทำมาเป็นเวลานานแล้วในพื้นที่ลุ่มที่มีน้ำท่วมขัง และไม่สามารถระบายน้ำออกได้ ก่อนการหว่านต้องมีการเตรียมดินเช่นเดียวกับนาดำแล้วทิ้งไว้ให้ดินตกตะกอนจนหมดหรือเกือบหมด แล้วจึงหว่านเมล็ดข้าววงอกเพราะถ้าหว่านเมล็ดข้าวก่อนที่ดินจะตกตะกอนเมล็ดข้าวจะถูกตะกอนทับถมและเน่าเสียได้ง่าย ในบริเวณที่เป็นดินเปรี้ยวดินที่แขวนลอยมักตกตะกอนเร็วกว่าปกติจึงนิยมใช้วิธีนี้เช่นกัน ใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวประมาณ 15-20 กิโลกรัมต่อไร่

หลังจากการหว่านไม่ว่าจะด้วยวิธีใดก็ตาม เมื่อต้นกล้างอกแล้วชาวนาต้องคอยดูแลระดับน้ำไม่ให้สูงจนเกินไป โดยทั่วไปแล้วในช่วงเดือนแรกต้องพยายามรักษาระดับน้ำให้อยู่ระดับเดียวกับแปลงนา หลังจากนั้นอาจปล่อยน้ำขังในนาได้บ้าง การกำจัดวัชพืชมักนิยมใช้ยากำจัดวัชพืชเมื่อข้าวอายุประมาณ 1 เดือน หลังจากนั้นก็ต้องคอยดูแลป้องกันหรือกำจัดโรคแมลงจนกว่าต้นข้าวโตและออกรวง

2.3 การทำนาคำ เป็นการปลูกข้าวโดยการเพาะเมล็ดในหังอกและเจริญเติบโตในที่หนึ่งก่อนแล้วจึงย้ายไปปลูกในที่หนึ่ง ทำให้สามารถกำหนดระยะห่างของการปลูกข้าวได้อย่างเหมาะสมและสะดวกในการควบคุมวัชพืช พื้นที่ที่สามารถทำนาคำได้ต้องมีคันนาที่แข็งแรงในการควบคุมระดับน้ำได้และต้องมีฝนตกในปริมาณมากในช่วงเวลาที่นานพอ นอกจากนี้ดินต้องเป็นชนิดที่สามารถกักเก็บน้ำได้ดีพอสมควร ขั้นตอนการทำนาคำแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนหลัก ๆ ดังนี้

1) การตกลำ หลังจากเตรียมดินในแปลงกล้าเรียบร้อยแล้วชาวนามักยกแปลงให้สูงกว่าระดับน้ำในผืนนา 3-5 เซนติเมตร เพื่อไม่ให้เมล็ดที่หว่านจมน้ำและในขณะเดียวกันก็รักษาดินให้มีความชื้นอยู่ตลอดเวลา จากนั้นจึงนำเมล็ดพันธุ์ที่ผ่านการแช่น้ำและปล่อยให้ลมโกรกโดยยังคงความชุ่มชื้นตลอดเวลา จนกระทั่งรากงอก 3-5 มิลลิเมตร มาหว่านในแปลงกล้า ในช่วง 7 วันแรกต้องคอยรักษาระดับน้ำไม่ให้เข้าท่วมแปลงกล้า หลังจากนั้นเมื่อต้นกล้าเริ่มแตกใบแล้ว อาจเพิ่มระดับน้ำขึ้นได้ โดยระดับน้ำต้องต่ำกว่าความสูงของต้นกล้าไม่น้อยกว่า 5 เซนติเมตร ต้นกล้าสามารถถอนไปปักดำได้เมื่ออายุประมาณ 25-30 วัน สำหรับพันธุ์ข้าวหนัก หรือ 20-25 วันสำหรับพันธุ์ข้าวเบา

2) การปักดำ หลังจากถอนกล้าออกจากแปลงกล้าแล้ว ชาวนาส่วนใหญ่ มักมัดกล้ารวมไว้เป็นกองเพื่อนำไปปักดำในแปลงปักดำ วิธีปักดำมักใช้วิธีเดินถอยหลัง ซึ่งช่วยให้เห็นแถวที่ปักดำไปแล้วด้วย การดำมักดำเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าหรือสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน โดยใช้กล้า 3-5 ต้นต่อหนึ่งหลุม และเว้นระยะห่างระหว่างหลุมประมาณ 20-30 เซนติเมตร ถ้าเว้นระยะห่างมากจะทำให้เกิดความสะดวกในการกำจัดและคอยควบคุมวัชพืช โดยทั่วไปแล้วในกรณีที่ดินดีเกษตรกรมักเว้นระยะห่างระหว่างหลุมไว้มาก (อาจถึง 50 เซนติเมตร) แต่ในกรณีที่ดินไม่ดีหรือปลูกข้าวล่ำช้าเกษตรกรมักเว้นระยะระหว่างหลุมไว้น้อย หลังจากปักดำแล้วต้องคอยดูแล ถ้าพบว่าต้นข้าวบางส่วนลอยน้ำหรือถูกพัดเสียหายต้องทำการปักดำซ่อมแซมส่วนที่เสียหาย (ซึ่งมักทำภายใน 7 วัน) นอกจากนี้ยังต้องคอยควบคุมระดับน้ำไม่ให้สูงเกินไปจนกว่าต้นข้าวตั้งตัวคือมีการสร้างรากและใบชุดใหม่ หลังจากนั้นก็ต้องดูแลกำจัดวัชพืชและใส่ปุ๋ยตามปกติ

3. การดูแลรักษา

การดูแลรักษาแปลงข้าวหลังจากปลูกข้าวประกอบด้วยงานหลัก 3 ประการคือ การควบคุมระดับน้ำ การใส่ปุ๋ย และการกำจัดวัชพืช ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 การควบคุมระดับน้ำ สำหรับนาหว่านในช่วงเดือนแรก ถ้าเป็นไปได้เกษตรกรมักพยายามรักษาระดับน้ำให้อยู่ในระดับเดียวกับแปลงนา แต่หลังจากนั้นจึงค่อย ๆ ปล่อยให้ น้ำขังในนาตามการเจริญเติบโตของต้นข้าว โดยพยายามรักษาระดับน้ำไม่ให้ต่ำกว่า 5-10 เซนติเมตร จากแปลงนา แต่ต้องอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าความสูงของต้นข้าวประมาณ 5 เซนติเมตร โดยทั่วไปแล้วในกรณีที่ สามารถควบคุมระดับน้ำได้เกษตรกรจะรักษาระดับน้ำให้สูงจากแปลงนาไม่เกิน 30 หรือ 50 เซนติเมตร (ขึ้นอยู่กับความสูงของพันธุ์ข้าวที่ใช้ปลูก) และรักษาระดับน้ำเอาไว้จนข้าวเข้าสู่ระยะนํานม

จึงเริ่มระบายน้ำออกเพื่อรอการเก็บเกี่ยวต่อไป สำหรับพื้นที่นาดำก่อนปักดำเกษตรกรมักควบคุมระดับน้ำให้สูงกว่าแปลงนาประมาณ 5 เซนติเมตร เพื่อเลี้ยงต้นกล้าและป้องกันศัตรูพืช เช่น ปูนา หลังจากนั้นก็ค่อยๆ เพิ่มระดับน้ำตามระดับความเจริญเติบโตของต้นข้าว

3.2 การใส่ปุ๋ย ในนาหว่านอาจมีการใส่ปุ๋ย 1-2 ครั้ง ถ้าใส่ปุ๋ย 2 ครั้ง ครั้งแรกมักใส่ในช่วง 15-30 วัน หลังจากข้าวงอก โดยมักใช้ปุ๋ยที่มีทั้งไนโตรเจน (N) และฟอสฟอรัส (P) หลังจากนั้น 30-40 วัน ซึ่งเป็นระยะที่ข้าวกำลังตั้งท้อง อาจมีการใส่ปุ๋ยอีกครั้งหนึ่งแต่เป็นปุ๋ยแต่งหน้า การใส่ปุ๋ยครั้งนี้มักใช้ปุ๋ยที่มีแต่ไนโตรเจนอย่างเดียว เช่น ปุ๋ยแอมโมเนีย (ซิลเฟตหรือคอลลอยด์) หรือปุ๋ยยูเรียในนาดำ การใส่ปุ๋ยครั้งแรกมักทำก่อนการปักดำ 1-2 วัน เรียกว่าปุ๋ยรองพื้น สำหรับการใส่ปุ๋ยครั้งที่สองหรือปุ๋ยแต่งหน้า มักใส่ในช่วงที่ข้าวตั้งท้องเช่นเดียวกันซึ่งมักเป็นระยะ 40 - 45 วันหลังจากปักดำ

3.3 การกำจัดวัชพืช การกำจัดวัชพืชในนาหว่านนิยมใช้สารเคมีควบคุมกำจัดวัชพืช เนื่องจากวัชพืชมักงอกแซมต้นข้าว ทำให้การกำจัดวัชพืชโดยวิธีอื่นทำได้ลำบาก การใช้สารเคมีควบคุมกำจัดวัชพืชในนาหว่านมักทำหนึ่งหรือสองครั้งเมื่อน้ำยังไม่ท่วม (หลังจากน้ำท่วมแล้ววัชพืชส่วนใหญ่มักถูกน้ำท่วมตายเอง) สำหรับนาดำเนื่องจากการเจริญเติบโตของต้นข้าวเป็นระเบียบ จึงอาจทำการกำจัดวัชพืชโดยวิธีถอนหรือคราดได้ด้วย โดยมักทำเมื่อต้นข้าวตั้งลำได้แล้ว ในกรณีที่มีการใส่ปุ๋ยปุ๋ยมักทำให้วัชพืชเจริญเติบโตได้เร็วขึ้นและแย่งอาหารกับต้นข้าว ดังนั้นการกำจัดวัชพืชมักทำก่อนการใส่ปุ๋ยแต่งหน้า

4. การเก็บเกี่ยว

หลังจากที่ข้าวออกดอกหรือออกรวงได้ประมาณ 20 วัน ในพื้นที่ที่สามารถระบายน้ำออกได้สะดวก เกษตรกรมักระบายน้ำออกให้แห้ง ซึ่งเป็นการเร่งให้ข้าวสุกพร้อม ๆ กัน และช่วยให้เมล็ดข้าวมีความชื้นไม่สูงมากเกินไป นอกจากนี้ในการเก็บเกี่ยวช่วงที่พื้นนาแห้งก็จะสะดวกกว่าพื้นนาที่น้ำท่วมอยู่ การเก็บเกี่ยวสามารถทำได้หลังจากระบายน้ำออกแล้วประมาณ 10 วัน ระยะเวลาที่เหมาะสมกับการเกี่ยวข้าวนี้เรียกว่าระยะพลับพลึง ในระยะนี้สังเกตเห็นได้ว่าเมล็ดข้าวแทบทั้งรวงเกือบสุกหมดแล้ว ยังเหลืออยู่ตรงโคนรวง 5-6 เมล็ดเท่านั้น ที่มีสีเหลืองปนเขียว เพราะเมล็ดข้าวยังอ่อนอยู่ ส่วนตรงกลางรวงคือเมล็ดข้าวที่อยู่ในระยะพลับพลึง ถ้าเก็บเมล็ดข้าวตรงโคนรวงดังกล่าวมาแกะเปลือกแล้วเอาข้าวกลิ้งมากัดดู ถ้ากัดเป็นสองท่อนได้ก็เริ่มทำการเก็บเกี่ยวได้ แต่ถ้ากัดแล้วเมล็ดข้าวยังนิ่มอยู่ต้องรองนกว่าเมล็ดข้าวจะแข็งพอกัดเป็นท่อนได้จึงจะทำการเก็บเกี่ยว ข้อดีของการเก็บเกี่ยวข้าวในระยะพลับพลึงคือ เมล็ดข้าวจะแข็งแรงดีมีคุณภาพในการสีดีและน้ำหนักดี ถ้าต้องการเก็บเกี่ยวข้าวไว้ทำพันธุ์ต้องเก็บเกี่ยวเมื่อข้าวสุกหมดทั้งรวงเพื่อที่จะได้เมล็ดข้าวที่มีความสมบูรณ์ขึ้นและแห้งดียิ่งขึ้น

ในระหว่างการเก็บเกี่ยวอาจมีการสูญเสียข้าวเกิดขึ้นความสูญเสียดังกล่าวอาจเกิดจากสาเหตุหลายประการด้วยกัน เช่น การสูญเสียเนื่องจากพันธุ์ข้าวมีลักษณะร่วงง่าย การสูญเสียจากข้าวที่รวงสุกงอมเกินไปจนร่วงจากต้นข้าว การสูญเสียจากศัตรูและภัยธรรมชาติ เช่น นก หนู ฝน หรือน้ำค้าง การสูญเสียที่เกิดจากภัยธรรมชาตินั้นมักเป็นการสูญเสียทางด้านคุณภาพ นอกจากนี้การสูญเสียขณะเก็บเกี่ยวยังมีสาเหตุเนื่องมาจากอุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวไม่สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว ประกอบกับแรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวไม่เพียงพอ ทำให้ข้าวมักตกค้างอยู่ในแปลงนาเป็นสัปดาห์ ถ้าสามารถระดมแรงงานทำการเก็บเกี่ยวให้เสร็จภายใน 1-3 วัน ช่วยลดการสูญเสียลงไปได้

5) การนวดข้าว

การนวดข้าว หมายถึง การเอาเมล็ดข้าวออกจากรวง แล้วทำความสะอาดเพื่อแยกเมล็ดข้าวลีบและเศษฟางข้าวออกไป เหลือไว้เฉพาะเมล็ดข้าวเปลือกที่ต้องการเท่านั้น ขั้นแรกต้องนวดข้าวที่เกี่ยวข้องจากนาไปกองไว้บนลานสำหรับนวด การกองข้าวสำหรับนวดก็มีหลายวิธี แต่หลักสำคัญ คือการกองให้เป็นระเบียบ เพื่อไม่ทำให้เมล็ดข้าวได้รับความเสียหายและคุณภาพต่ำ ซึ่งปกติมักกองไว้เป็นรูปวงกลม

เกษตรกรในอดีตมักนวดข้าวหลังจากที่ได้ตากข้าวให้แห้งเป็นเวลา 5-7 วัน ซึ่งเมล็ดข้าวเปลือกมีความชื้นประมาณ 13-15 เปอร์เซ็นต์ เมล็ดที่ได้เกี่ยวมาใหม่ ๆ มีความชื้นประมาณ 20-25 เปอร์เซ็นต์ การนวดข้าวก็ใช้แรงสัตว์ เช่น วัว ควาย ขึ้นไปเหยียบย่ำเพื่อขยี้ให้เมล็ดหลุดออกจากรวงข้าว รวงข้าวที่เอาเมล็ดออกหมดแล้ว เรียกว่า ฟางข้าว ที่กล่าวนี้เป็นวิธีหนึ่งของการนวดข้าว ซึ่งที่จริงแล้วการนวดข้าวมีหลายวิธี เช่น การนวดแบบฟาดก้าข้าว การนวดแบบใช้ควายย่ำ การนวดโดยใช้เครื่องทุ่นแรงย่ำ แต่ปัจจุบันชาวนาใช้วิธีการนวดแบบใช้เครื่องเกี่ยวและนวดไปพร้อมกันหรือใช้คนเกี่ยวและเครื่องนวดแทนการใช้แรงงานแบบในอดีต

นอกจากขั้นตอนกระบวนการผลิตข้าวที่กล่าวมาข้างต้น มลนิธิข้าวไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2549) ยังให้ความหมายของการทำนาว่า คือ การปลูกข้าว และการดูแลรักษาต้นข้าวในนา ตั้งแต่ปลูกไปจนถึงเก็บเกี่ยว การปลูกข้าวในแต่ละท้องถิ่นจะแตกต่างกันไปตามสภาพของดินฟ้าอากาศ และสังคมของท้องถิ่นนั้นๆ ในแหล่งที่ต้องอาศัยน้ำจากฝนเพียงอย่างเดียวต้องประเมินระยะเวลาการปลูกข้าวให้เหมาะสมกับช่วงที่มีฝนตกสม่ำเสมอ และเก็บเกี่ยวในช่วงที่ฤดูฝนหมดพอดี เนื่องจากแต่ละท้องถิ่นมีสภาพดินฟ้าอากาศที่แตกต่างกัน การทำนานั้นคนไทยรู้จักการปลูกข้าวมาหลายพันปี ภูมิปัญญาด้านการทำนาจึงพัฒนามาโดยลำดับ สามารถใช้พันธุ์ข้าวได้เหมาะสมกับที่พื้น ลักษณะดินและปริมาณน้ำถ้าเป็นนาลุ่ม หรือนาหนอง มักใช้พันธุ์ข้าวหนัก ปลูกโดยใช้วิธีปักดำ แต่ถ้าเป็นนาโคกนาจีน (นาในที่สูง) มีปริมาณน้ำน้อยหรือไม่ได้อยู่ใกล้แหล่งน้ำ ก็มักใช้ข้าวพันธุ์เบา มีช่วงระยะการเก็บเกี่ยวสั้น โดยใช้วิธีไถหว่านแทนการไถคราดแล้วจึงปักดำ ในอดีตขั้นตอนในการทำนาตั้งแต่ต้นจนจบเป็นกระบวนการใช้แรงงานคนและสัตว์ คือ วัว ควาย ซึ่งต้องพึ่งพากัน ด้วยเมตตาธรรม สามัคคีธรรมและความกตัญญู นอกจากสัตว์จะช่วยเป็นแรงงานให้แล้ว มูลสัตว์ยังเป็นธรรมชาติช่วยบำรุงดิน

ไปในตัวด้วย แต่ปัจจุบันวิถีชีวิตเกษตรกรไทยเริ่มเปลี่ยน โดยเปลี่ยนการทำนาแบบยังชีพเป็นการทำนาแบบใช้สารเคมี และอาศัยปัจจัยการผลิตที่ต้องซื้อหาจากภายนอกชุมชนและต่างประเทศมากขึ้น ทั้งปุ๋ย พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ และสารเคมีต่าง ๆ ไม่เว้นแม้แต่เครื่องจักรกลการเกษตร กระทั่งผลพวงจากการพึ่งพิงปัจจัยภายนอกเริ่มปรากฏปัญหา เช่น สภาวะต้นทุนที่สูงขึ้นขณะที่ผลผลิตราคาตกต่ำ สุขภาพชาวนาล้มป่วย สิ่งแวดล้อมทรุดโทรม ราคาพันธุ์ข้าวสูงขึ้น ซึ่งปัญหาเหล่านี้ได้ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรไทยอย่างรุนแรงรวดเร็วและขยายวงกว้างครอบคลุมทั่วประเทศ

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่องการทำนา สามารถสรุปได้ว่า การทำนาหมายถึง ขั้นตอนกระบวนการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ปฏิบัติในพื้นที่นาข้าวซึ่งมีขั้นตอนที่สรุปได้ดังนี้คือ ขั้นตอนการเตรียมดิน การปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว และการนวดข้าว ซึ่งขั้นตอนดังกล่าวมีลักษณะคล้ายคลึงกันและต่างกันไปบ้างขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่และความสนใจของผู้ปลูกข้าวเอง โดยเฉพาะขั้นตอนในการปลูกที่มีความต่างกันกล่าวคือ ในแต่ละสภาพพื้นที่มีวิธีการปลูกที่แตกต่างกันไป เช่น การทำนาดำ นาหว่าน หรือแบบการหยอดเมล็ด เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด

วิวัฒน์ ไม้แก่นสาร (2553) กล่าวว่า การตลาดหมายถึง กิจกรรมทั้งหมดในการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการจากจุดกำเนิดไปตามกระแสของความต้องการของตลาดจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการบริหารด้านการเงิน การประกันภัย การกำหนดราคา การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การโฆษณา การจัดจำหน่ายอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ สถาบัน และองค์กรต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่ในระบบการตลาดและผู้บริโภคคนสุดท้าย ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การตลาดสินค้าเกษตรหมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าเกษตรและบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตซึ่งก็คือเกษตรกร ไปตามกระแสของความต้องการของตลาดกระทั่งถึงมือผู้บริโภคตรงตามที่ต้องการ โดยการตลาดมีความสำคัญต่อผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบเศรษฐกิจ ดังนี้

1. ความสำคัญต่อผู้บริโภค คือการสร้างความปลอดภัยหรืออรรถประโยชน์ต่อผู้บริโภคในด้านรูปร่าง สถานที่ เวลา และความเป็นเจ้าของ
2. ความสำคัญต่อผู้ผลิต คือทำให้มูลค่าของสินค้าเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการสร้างงาน ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด ทำให้เกิดธุรกิจต่อเนื่อง และทำให้เกิดรายได้จากการส่งออก
3. ความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ คือการตลาดทำให้เกิดการหมุนเวียนของเงินตราในระบบเศรษฐกิจซึ่งทำให้เกิดรายได้และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ
4. ความสำคัญต่อสังคมส่วนรวม คือ ช่วยยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ของประชาชน และการพัฒนาการตลาดเกิดขึ้นพร้อมกับการพัฒนาสังคม

ส่วนผสมการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2534) ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนผสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดส่วนผสมการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เราสามารถเรียกส่วนผสมทางการตลาดได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4'Ps ส่วนประกอบทั้ง 4 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน P แต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารการตลาดแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ P ไหนมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมจะหาธุรกิจได้ กิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ ความคิด (Idea) ที่จะตอบสนองความต้องการได้ การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น นักการตลาด มักจะศึกษาผลิตภัณฑ์ในรูปของผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ (Total Product) ซึ่งหมายถึง ตัวสินค้า บวกกับความพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น ผู้บริหารการตลาดจะต้องมีการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นถึงการสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคและสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จะต้องศึกษาปัญหาต่าง ๆ ที่ครอบคลุมถึงการเลือกตัวผลิตภัณฑ์ หรือ สายผลิตภัณฑ์ การเพิ่มหรือลดชนิดของสินค้าในสายผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในเรื่องคุณภาพ ประสิทธิภาพ สี ขนาด รูปทรง การให้บริการ ประกอบการขาย การรับประกัน ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมาจำหน่ายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มใด วงจรผลิตภัณฑ์ของสินค้ามีระยะเวลานานเท่าใด ในแต่ละช่วง เวลาของวงจรผลิตภัณฑ์นั้น นักบริหารการตลาดควรจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไร และเมื่อต้องการที่จะสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่กิจการ ธุรกิจจะต้องมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้อย่างไร ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคให้ความสนใจและพิถีพิถันในการเลือกซื้อสินค้ามากกว่าแต่ก่อน บทบาทของการบรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญต่อตัวผลิตภัณฑ์อย่างยิ่ง การบรรจุภัณฑ์จะก่อให้เกิดประโยชน์หลักอยู่ 2 ประการด้วยกัน คือ เป็นการป้องกันคุณภาพของสินค้าและช่วยส่งเสริมการจำหน่าย ดังนั้น รูปร่างของภาชนะบรรจุหรือหีบห่อในปัจจุบันจึงมีสีสันสะดุดตาและวัสดุที่ใช้หีบห่อแปลกใหม่กว่าเดิม บ่อยครั้งที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงตัวบรรจุภัณฑ์มากกว่าตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาจำหน่ายในตลาดจะต้องมีการกำหนดตราสินค้าและเครื่องหมายการค้า เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นของผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งอย่างชัดเจน ตราสินค้าเป็นสิ่งมีประโยชน์แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้าชนิดนั้น เป็นของผู้ผลิต

รายได้ ผู้บริโภคจะสามารถใช้ประสบการณ์ในอดีตมาช่วยในการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น โดยมีต้อง สอบถามข้อมูลอยู่ตลอดเวลาและเกิดความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น

2. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ผลผลิตที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมาได้นั้น ถึงแม้ว่าจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตาม ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อและไม่สามารถจะจัดหาได้เมื่อเกิดความ ต้องการผลผลิตที่ผลิตขึ้นมา ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ ดังนั้น นักการตลาดจึง จำเป็นต้องพิจารณาว่าที่ไหนเมื่อไร และโดยใครที่จะเสนอขายสินค้า การจัดจำหน่ายเป็นเรื่องที่ ซับซ้อน แต่ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องศึกษา (Distribution) เน้นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจำหน่าย ว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลางต่าง ๆ บทบาทของสถาบันคนกลางต่าง ๆ เช่น พ่อค้าส่ง (Wholesalers) พ่อค้าปลีก (Retailers) และ ตัวแทนคนกลาง (Agent Middleman) ที่มีต่อตลาด อีกส่วนหนึ่งของกิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้า คือ การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical Distribution) การกระจายสินค้าเข้าสู่ตัวผู้บริโภค การเลือกใช้ วิธีการขนส่ง (Transportation) ที่เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายสินค้า สื่อการขนส่งได้แก่ การขนส่ง ทางอากาศ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางท่อ ผู้บริหารการตลาดจะต้องคำนึงว่าจะเลือกใช้ สื่ออย่างใดถึงจะดีที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำและสินค้านั้นไปถึงลูกค้าทันเวลา ขั้นตอนที่สำคัญอีก ประการหนึ่งในการแจกจ่ายตัวสินค้า คือ ขั้นตอนของการจัดเก็บรักษาสินค้า (Storage) เพื่อรอการ จำหน่ายให้ทันเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ

3. การกำหนดราคา (Price) เมื่อธุรกิจได้มีการพัฒนาผลผลิตขึ้นมา รวมทั้งหาช่องทางการ จัดจำหน่ายและวิธีการแจกจ่ายตัวสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการต่อไป คือ การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลผลิตที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจ ต้องมีเป้าหมายว่าจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด (Market Share) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจาก ตลาดเป้า หมายและสู้กับคู่แข่งได้ในการแข่งขันในตลาด กลยุทธ์ราคาเป็นเครื่องมือที่คู่แข่งนำมา ใช้ได้ ผลรวดเร็วกว่าปัจจัยอื่น ๆ เช่น การลดราคา หรืออาจตั้งราคาสินค้าให้สูงสำหรับสินค้าที่มี ลักษณะพิเศษในตัวของมันเอง เพื่อแสดงภาพพจน์ที่ดี อาจใช้ผลทางจิตวิทยามาช่วยเสริมการตั้งราคา การตั้งราคาสินค้าอาจมีนโยบายการให้สินเชื่อหรือนโยบายการให้ส่วนลดเงินสดส่วนลดการค้า หรือ ส่วน ลดปริมาณ ฯลฯ

นอกจากนั้นธุรกิจจะต้องคำนึงถึงกฎข้อบังคับทางกฎหมายที่จะมีผลกระทบต่อราคาด้วย ราคามูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์การตลาดด้านราคาต้องคำนึงถึงประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- คุณค่าที่รับรู้ ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคานั้น ผลิตภัณฑ์นั้น

- ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

- การแข่งขัน

- ปัจจัยอื่น ๆ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาดพยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญที่จะใช้อยู่ 4 ชนิดด้วยกันที่เรียกว่าส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ได้แก่

4.1 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการเสนอขายสินค้าแบบเผชิญหน้ากัน (Face-to-Face) พนักงานขายต้องเข้าพบปะกับผู้ซื้อโดยตรงเพื่อเสนอขายสินค้า การส่งเสริมการตลาดโดยวิธีนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุด แต่เสียค่าใช้จ่ายสูง

4.2 การโฆษณา (Advertising) หมายถึงรูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อการส่งเสริมการตลาด โดยมีได้อาศัยตัวบุคคลในการนำเสนอหรือช่วยในการขาย แต่เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต (Internet) สื่อโฆษณาเหล่านี้จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคเป็นกลุ่มใหญ่ เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการกระจายตลาดกว้าง

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมที่ทำหน้าที่ช่วยพนักงานขายและการโฆษณาในการขายสินค้า การส่งเสริมการขายเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า การส่งเสริมการขายจัดทำในรูปของการแสดงสินค้า การแจกของตัวอย่าง แจกคู่มือ ของแถม การใช้แถมเพื่อแลกสินค้าการชิงโชคแจกรางวัลต่าง ๆ ฯลฯ

4.4 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) ในปัจจุบันธุรกิจมักสนใจภาพพจน์ของกิจการ ธุรกิจได้ใช้เงินจำนวนมากเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ ปัจจุบันองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้เน้นที่การแสวงหากำไร (Maximize Profit) เพียงอย่างเดียว ต้องเน้นที่วัตถุประสงค์ของการให้บริการแก่สังคมด้วย (Social Objective) เพราะความอยู่รอด

ขององค์การธุรกิจจะขึ้นอยู่กับ การยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคในสังคม ถ้าหากกลุ่มผู้บริโภคต่อ ด้านหรือ มีความคิดว่าองค์การธุรกิจแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนมากจนไม่คำนึงถึงสังคม หรือผู้บริโภคจะ สร้างภาพพจน์ที่ไม่ดีขององค์การธุรกิจ บริษัทบุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เป็นกิจการขายเบียร์ ซึ่งมีส่วนใน การเสนอสิ่งที่เป็นพิษภัยต่อประชาชน จึงพยายามทาบป้ายโฆษณาเพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ ด้วยการ เสนอเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย เป็นการชดเชย เบี่ยงเบนความรู้สึกต่อต้านของ สังคม หากกลุ่มผู้บริโภคไม่พอใจและไม่ต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้ผลิต ย่อมเป็นสาเหตุที่จะ จำกัดการเจริญเติบโตของธุรกิจได้

4.5 กระบวนการ (Process) เป็นการสร้างสรรค์และการส่งมอบส่วนประกอบของ ผลิตภัณฑ์โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการบริการ คือ เวลา และประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้นกระบวนการบริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วและ มีประสิทธิภาพในกาส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ เพื่อที่พนักงานจะได้ไม่เกิดความสับสน ทางงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผนเดียวกันและงานที่ได้ต้องดีมีประสิทธิภาพและคุณภาพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อภิชาติ โพธิ์ศรี และคณะ (2562) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาการผลิตข้าวของเกษตรกรจังหวัด อำนาจเจริญ ผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรได้ผลิตข้าวเฉลี่ย 347.2 กิโลกรัมต่อไร่ ต้นทุนเฉลี่ย 4.02 บาทต่อกิโลกรัม ขายในราคาเฉลี่ย 10.71 บาทต่อกิโลกรัม ได้ผลกำไรเฉลี่ย 6.69 บาทต่อกิโลกรัม รายได้เฉลี่ย 3,718.51 บาทต่อไร่ ได้ผลกำไรเฉลี่ย 2,322.51 บาทต่อไร่ โดยภาพรวมการบริหาร จัดการการผลิตข้าวทั้งจังหวัดอยู่ในระดับปานกลาง และเสนอแนวทางการพัฒนาการผลิตข้าวของ เกษตรกรออกเป็น 3 ยุทธศาสตร์ คือ 1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรการผลิต 2) การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว และ 3) การเพิ่มความสามารถในการ แข่งขันด้านการตลาดและการบริหารจัดการสินค้าและผลิตภัณฑ์จากข้าว

พิจิตรา โกติรัมย์ และคณะ (2563) ได้ศึกษาการส่งเสริมการผลิตข้าวอินทรีย์ของเกษตรกร ในตำบลกันทรารมย์ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรร้อยละ 64.6 เป็นเพศ หญิง อายุเฉลี่ย 53.09 ปี และมีพื้นที่ปลูกข้าวเฉลี่ย 20.11 ไร่ มีความเคร่งครัดในการปฏิบัติตามเกณฑ์ กำหนดการผลิตข้าวอินทรีย์มาก มีความรู้และความคิดเห็นต่อการผลิตข้าวอินทรีย์เฉลี่ยมากที่สุด ประสบปัญหาขาดแคลนแหล่งน้ำ แหล่งรับซื้อข้าวอินทรีย์ได้รับและต้องการความรู้มากที่สุดทุก ประเด็น จากสื่อบุคคล (ราชการ) วิธีการส่งเสริมแบบทัศนศึกษา และแนวทางการส่งเสริมการผลิต ข้าวอินทรีย์ ถ่ายทอดความรู้โดยนักส่งเสริมการเกษตร ด้วยช่องทางและวิธีการที่เหมาะสม เช่น

การบรรยายร่วมกับการทัศนศึกษาและฝึกปฏิบัติ เพื่อให้เกษตรกรเกิดความเข้าใจยิ่งขึ้น นำไปสู่การปฏิบัติตามมาตรฐานได้อย่างถูกต้อง

ณัฐพร อุดมพงษ์ และคณะ (2562) ได้ศึกษาการส่งเสริมการผลิตข้าวของเกษตรกรนาแปลงใหญ่อำเภอนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์พบว่า 1) สมาชิกส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีประสบการณ์ในการปลูกข้าว 21-30 ปี และมีรายได้จากการทำอาชีพภาคการเกษตรต่อปี 124,000 บาท 2) เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้เมล็ดพันธุ์จากร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 69.0 พันธุ์ข้าวที่นิยมปลูกกันส่วนใหญ่ คือ กข 29 คิดเป็นร้อยละ 49.0 ใช้วิธีปลูกข้าวด้วยการหว่านข้าวนาแห้ง ใส่ปุ๋ยข้าว 2 ครั้ง คือ หลังหว่านข้าว 15-20 วัน และเมื่อ ข้าวอายุ 45-50 วัน วิธีป้องกันกำจัดศัตรูพืชด้วยการใช้สารเคมี 3) เกษตรกรมีความต้องการการส่งเสริมการผลิตข้าวด้านวิทยากรส่งเสริมจากกรมการข้าว ด้านสื่อส่งเสริมเป็นโปสเตอร์/ไวนิล และด้านเนื้อหาส่งเสริม คือ ความรู้เรื่องการจัดการดูแลรักษาข้าวในนา 4) การส่งเสริมการผลิตข้าวให้แก่เกษตรกรนาแปลงใหญ่ ดำเนินการส่งเสริม โดยมีวิทยากรส่งเสริมจากกรมการข้าว สื่อถ่ายทอดเป็นโปสเตอร์/ไวนิล และเนื้อหาส่งเสริมเรื่องการจัดการดูแลรักษาการปลูกข้าวในนา 5) ความพึงพอใจและความเป็นประโยชน์เกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตข้าวในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านวิทยากรส่งเสริม ในประเด็นการสร้างบรรยากาศในการบรรยาย ด้านสื่อส่งเสริม ในประเด็นการใช้สื่อเหมาะสมกับเนื้อหา และด้านเนื้อหาส่งเสริม ในประเด็นเนื้อหามีความตรงตามความต้องการ สำหรับความเป็นประโยชน์เกี่ยวกับการส่งเสริม ในระดับมากที่สุด ในประเด็นสามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการผลิตข้าวต่อไปได้

ศราวุธ จันทรมณี และสุนันท์ สีสังข์ (2559) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการผลิตข้าวของเกษตรกรอำเภอสว่างมุง จังหวัดพิจิตรผลการวิจัยพบว่า 1) เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 50.81 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวนแรงงานเฉลี่ย 2.17 คน 2) เกษตรกรทั้งหมดมีการทำนาปีครั้งที่ 1 มีเกษตรกรส่วนน้อยที่ทำนาปีครั้งที่ 2 และนาปรัง แหล่งเมล็ดพันธุ์ได้จากการซื้อจากร้านจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ และการเก็บเมล็ดพันธุ์ไว้เองอัตราเมล็ดพันธุ์ที่ใช้เฉลี่ย 26.94 กิโลกรัมต่อไร่ แนวทางในการลดต้นทุนการผลิตข้าวของ เกษตรกรทั้ง 3 กลุ่ม ไม่ปฏิบัติในด้านปรับปรุงดินโดยการใช้ปุ๋ยคอก หรือปุ๋ยหมัก และการทำบัญชีฟาร์ม แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี เกษตรกรทั้ง 3 กลุ่มปฏิบัติได้แนวทางการจัดการผลผลิตและการตลาดข้าว เกษตรกรทั้ง 3 กลุ่ม ไม่ปฏิบัติแนวทางการเพิ่มรายได้ภาคการเกษตรโดยการปลูกพืชตระกูลแตงหลังการทำนาเกษตรกรปฏิบัติได้ 3) ปัญหา ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี การจัดการผลผลิตและการตลาด การเพิ่มรายได้ภาคการเกษตรโดยการปลูกพืชตระกูลแตงหลังนาอยู่ในระดับมาก และเกษตรกรมีข้อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการผลิตข้าวในระดับความจำเป็นมาก คือ ภาครัฐควรมีการสนับสนุนเมล็ด

พันธุ์ข้าวคุณภาพดีให้แก่เกษตรกร สนับสนุนระบบสูบน้ำ จากพลังงานธรรมชาติ เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ ส่งเสริมให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด เพิ่มปริมาณแหล่งน้ำ สำรองในธรรมชาติโดยการเจาะบ่อบาดาล และ 4) กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนอกเขตชลประทานที่ปลูกข้าวเป็นพืชหลัก และมีการปลูกพืชตระกูลแตงเป็นพืชหมุนเวียน มีแนวทางการพัฒนาการผลิตข้าวที่ดีที่สุด

ทศพล เมืองฮาม และคณะ (2561) ได้ศึกษาการพัฒนารูปแบบการจัดการเทคโนโลยีศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวชุมชน ผลการวิจัย พบว่า สภาพการดำเนินงานของศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวชุมชนทั้ง 3 ศูนย์ พบว่า สมาชิกกลุ่มมีความสามัคคี และให้ความร่วมมือในการบริหารกลุ่มค่อนข้างน้อย จึงทำให้กลุ่มมีกิจกรรมไม่ค่อยต่อเนื่อง สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีการจัดทำแปลงพันธุ์ การผลิตเมล็ดพันธุ์ค่อนข้างน้อย ไม่มีการกระจายพันธุ์ให้กับเกษตรกรทั้งในกลุ่มและ นอกกลุ่มและเมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพดีมีปริมาณไม่เพียงพอกับความต้องการ ด้านการพัฒนารูปแบบเมล็ดพันธุ์ข้าวชุมชนออกเป็น 6 ขั้นตอน คือ 1) กำหนดตัวชี้วัดของการพัฒนา 2) ประเมินสภาพความเข้มแข็งของศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวชุมชน ก่อนการพัฒนา 3) จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวชุมชน 4) การสัมมนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 5) นาแผนปฏิบัติการไปปฏิบัติเพื่อพัฒนาศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวชุมชนและ 6) ประเมินสภาพความเข้มแข็งของศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวชุมชนหลังการพัฒนา ด้านการนำรูปแบบไปทดลองใช้กับศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวชุมชนทั้ง 3 ศูนย์ พบว่า องค์ประกอบตัวชี้วัดการพัฒนาศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวมีความเข้มแข็งเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ย (37.20) และปัญหาการขาดแคลนเมล็ดพันธุ์ข้าวลดลงเหลือร้อยละ 28.30 การประเมินรูปแบบโดยสมาชิกศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวชุมชนทั้ง 3 ศูนย์พบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบ อยู่ในระดับมากทั้ง 3 ศูนย์ และด้านความพึงพอใจของสมาชิกศูนย์ข้าวชุมชนทั้ง 3 ศูนย์อยู่ในระดับมากที่สุด (4.71)

วิรุญา ครองยุดิ และคณะ (2560) ได้ศึกษารูปแบบการพัฒนาการผลิตข้าวเพื่อการส่งออกของ แขวงจำปาสักสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการวิจัย พบว่า สภาพการผลิต การจำหน่ายและการส่งเสริมข้าวของ แขวงจำปาสัก อยู่ในระดับปานกลาง รูปแบบการพัฒนาการผลิตข้าวเพื่อการส่งออกของ แขวงจำปาสัก สปป.ลาว ประกอบด้วย การพัฒนาความรู้ในกระบวนการผลิต โดยการพัฒนาความรู้ที่เกี่ยวกับเมล็ดพันธุ์ การเตรียมพื้นที่ปลูก การปลูก การปฏิบัติดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวและการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิต โดยการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและกระจายเมล็ดพันธุ์ข้าว การผลิตข้าวอย่างครบวงจร การทำนาแปลงรวม การผลิตข้าวที่มีราคาสูง การผลิตตามศักยภาพของพื้นที่ การลดต้นทุน การเตือนภัยป้องกัน การจัดทำฐานข้อมูล และการรับรองมาตรฐานคุณภาพข้าว การสร้างเสริมศักยภาพชาวนา โดยปลูกฝังการพึ่งตนเอง การพัฒนาเครือข่าย การสร้างชาวนารุ่นใหม่ การตั้งกองทุนพัฒนาชาวนา และการตั้งศูนย์เรียนรู้ชาวนา การพัฒนาตลาดส่งออก โดยการพัฒนาตลาดส่งออกข้าวคุณภาพสูง การตั้งหน่วยงานรับผิดชอบ การพัฒนาผลผลิตข้าว การพัฒนาเอกลักษณ์ข้าว การกำหนดตำแหน่งในตลาด

การสร้างตราสินค้า การลดอุปสรรคการส่งออก การลดข้อกีดกันทางการค้า และการอำนวยความสะดวกผู้ส่งออกและการวิจัยและพัฒนาข้าว โดยการวิจัยลดความสูญเสียผลผลิต การเพิ่มผลผลิต การผลิตตามศักยภาพพื้นที่ การใช้ประโยชน์จากพันธุกรรม การป้องกันกำจัดศัตรูข้าว การผลิตเชิงพาณิชย์ การเพิ่มมูลค่า และการจัดตั้งศูนย์วิจัยในชุมชน 3) ผลการประเมินรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิพบว่า รูปแบบมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ในระดับมาก

นภาพร เวชกามา และคณะ (2561) ได้ศึกษาการพัฒนาการทำนาข้าวอินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกรผสมผสาน 4 หมู่บ้านห้วยหลาว อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการทำนาในปัจจุบันของสมาชิกกลุ่มกลุ่มเกษตรกรผสมผสาน 4 หมู่บ้านห้วยหลาว ส่วนใหญ่เป็นการทำนาอินทรีย์ใช้สารอินทรีย์เพื่อการบำรุงดินและป้องกันกำจัด ศัตรูพืชเป็นหลัก กลุ่มผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการพัฒนาโดยใช้กลยุทธ์ในการพัฒนา คือ การศึกษาดูงาน การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ และการมอบหมายงาน พบว่า กลุ่มผู้ร่วมวิจัยเกิดความตื่นตัวในการทำนา อินทรีย์และมีความรู้ความสามารถในการทำนาข้าวอินทรีย์ในแต่ละขั้นตอนได้เป็นอย่างดี สามารถทำนาข้าวอินทรีย์ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและมีความมั่นใจมากยิ่งขึ้น การดำเนินงานของกลุ่มต่อเกษตรกรด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงถึงความสำเร็จของการดำเนินงานของกลุ่มที่สามารถพัฒนาทั้งสามด้านควบคู่กันไป ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของกลุ่ม พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ได้แก่ จำนวนเกษตรกรในครัวเรือน ปริมาณการได้รับการส่งเสริม และคุณภาพของเจ้าหน้าที่ของกลุ่มกล่าวโดยสรุป การพัฒนาการทำนาอินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกรผสมผสาน 4 หมู่บ้านห้วยหลาว อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้กลยุทธ์ในการพัฒนา ได้แก่ การศึกษาดูงานและการนิเทศ ติดตาม การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การมอบหมายงานและการนิเทศติดตาม พบว่า เป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสม เนื่องจากสามารถช่วยพัฒนากลุ่มผู้ร่วมวิจัยให้มีความรู้และความเข้าใจในการทำนาอินทรีย์มากขึ้น สามารถนำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติได้ด้วยตนเอง มีความมั่นใจในการทำนาอินทรีย์มากยิ่งขึ้นดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรหาการส่งเสริมให้มีการพัฒนาการทำนาข้าวอินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกร ผสมผสาน 4 หมู่บ้านห้วยหลาว อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สมาชิกสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาการทำนาข้าวอินทรีย์ของกลุ่มและใช้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับการทำนาข้าวอินทรีย์ของตัวเองหรือสมาชิกกลุ่มต่อไป

วีระ อ่างทอง และคณะ (2564) ได้ศึกษาพันธุ์ข้าวพื้นถิ่นทุ่งกุลาร้องไห้: ภูมิปัญญาการผลิตและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ของชุมชนและการสร้างระบบข้อมูลทางภูมิศาสตร์ของแหล่งกำเนิดจังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัย พบว่า ในอดีตชาวนาจะมีการผลิตข้าวพันธุ์พื้นเมืองที่แตกต่างกันตามสภาพของนาที่รับน้ำฝน มีการใช้แรงงานจากคนและควายเป็นหลัก ทำนาพอให้ได้ ข้าวเก็บไว้บริโภคเป็นหลัก ไม่ค่อยมีการลงทุนมากนัก ส่วนพันธุ์ข้าวจะมีเก็บไว้เอง หรือขอมากับ

เพื่อนบ้าน การทำนาจะหาตามความเชื่อ ตามบรรพบุรุษ ตามประเพณี ลองผิดลองถูก โดยใช้ภูมิปัญญาแบบดั้งเดิม การเลือกพันธุ์ข้าวมีสองลักษณะคือ ข้าวหนักและข้าวเบา เพื่อให้เหมาะสมกับที่นาของตนเอง เพื่อให้ได้ผลผลิตสูง ในสภาพปัจจุบันสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปโดยชาวนาส่วนใหญ่เป็นผู้มีภูมิรู้มิได้ผลิตไว้กินเท่านั้นแต่จะมีการผลิตเพื่อจำหน่ายเป็นหลัก จึงมีการใช้แรงงานจากเครื่องจักรกลเข้ามาช่วย และมีการศึกษาวิธีการและช่องทางการทำเกษตรสมัยใหม่ จึงนิยมปลูกข้าวพันธุ์ที่มีความต้องการของตลาดและขายได้ราคาสูง มีการจัดตั้งเป็นกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ กลุ่มเกษตรกรนาข้าวแปลงใหญ่ มีการพัฒนาสายพันธุ์พื้นถิ่นที่ทนทานและให้ผลผลิตสูง ผลผลิตนำมาต่อยอดและพัฒนาเป็นสินค้าที่มีมูลค่า ซึ่งพันธุ์พื้นถิ่นที่ยังมีปลูก อาทิ ข้าวมะลิ ข้าวหอมนิล ข้าวลิ้มผัว ข้าวเหนียวเขี้ยวงู ข้าวนางนวล ข้าวหอมอัม โดยรูปแบบการแปรรูปพันธุ์ข้าวพื้นถิ่นทุ่งกุลาร้องไห้ เป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ของชุมชน ซึ่งเริ่มแรกมีวิธีการรวมกลุ่มกันของเกษตรกรเพื่อให้มีจำนวนมากพอ สำหรับขายได้อย่างต่อเนื่อง มีวิธีการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน และเป็นกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ จากนั้นนำข้าวพื้นถิ่นมาแปรรูปในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ อาทิ ข้าวฮางอก 101 สายพันธุ์ แบ่งข้าวหอมนิล แบ่งข้าวเหนียวลิ้มผัว แบ่งข้าวไรซ์เบอร์รี่ เครื่องดื่มจากใบข้าวหอมมะลิต้นอ่อนที่ปลูกในท้องถิ่น อาหารจากธัญพืชข้าวหอมมะลิ (Breakfast Cereal) ชูปครีมข้าวหอมมะลิสำหรับผู้สูงอายุ (Crispy Rice Bar) ผงนมข้าวสำหรับชงดื่ม ขนมวอฟเฟิล กรอบ ขนมกลีบลำดวนรูปแบบการพัฒนาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ของชุมชน คือ ข้าวฮางอกขนม ตราทุ่งกุลาร้องไห้

อมรพิมล พัทธ์ชัย (2563) ได้ศึกษาการพัฒนาเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยและวิธีการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร ประกอบด้วย ปัจจัยภายใน ได้แก่ การมีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพ คุณลักษณะ ได้แก่ การรู้จักตนเอง รักการเรียนรู้ มุ่งมั่นอดทนไม่ย่อท้อ เห็นโอกาส กล้าเปลี่ยนแปลง ริเริ่มสร้างสรรค์ ซื่อสัตย์ รอบคอบ กระตือรือร้น และมีมนุษยสัมพันธ์ ที่ดี ทักษะ และความสามารถ ได้แก่ ทักษะการคิดที่เป็นระบบ ทักษะในการวางแผน ความสามารถในการจัดการฟาร์มของตนเอง ความสามารถในการบริหารธุรกิจของตนเอง และความสามารถในการใช้สื่อและเทคโนโลยีที่ทันสมัย แรงบันดาลใจหรือแรงผลักดันมาจากความจำเป็นของครอบครัว วิกฤตต่าง ๆ ความใฝ่ฝันและความชอบในการเกษตร และความคิดที่อยากจะมีธุรกิจเป็นของตัวเอง ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนครอบครัว หน่วยงานภาครัฐเอกชน เครือข่ายและชุมชน และพันธมิตรทางธุรกิจและลูกค้า การมีตัวแบบ ได้แก่ พ่อแม่ และบุคคลที่ประสบความสำเร็จ วิธีการเรียนรู้ ได้แก่ การเรียนรู้ด้วยการชี้แนะตนเอง การเรียนรู้จากประสบการณ์ และการเรียนรู้จากการแก้ไขปัญหาที่พบแนวทางการพัฒนาเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร พบว่ามี 6 องค์ประกอบที่เรียกว่า FARMER ดังนี้ กำหนดจุดมุ่งหมาย (F: focus and goal setting) วิเคราะห์ตนเอง (A: Analysis and planning) ศึกษาหาข้อมูล ลงมือปฏิบัติ และพัฒนาธุรกิจ (R: research, action and development) สร้างเครือข่าย (M: make

connection) การประเมิน (E: evaluation) และความรับผิดชอบ (R: Responsibility) และความรับผิดชอบต่อสังคม

ธนพัฒน์ จงมีสุข และคณะ (2560) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาข้าวและการแปรรูปข้าวไทยกับการแข่งขันในตลาดโลก ผลการวิจัย พบว่า เพื่อให้ข้าวที่ผลิตในประเทศไทยมีคุณภาพและสามารถส่งออกแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ที่ส่งออกข้าวได้ เนื่องจากปัจจุบันไทยประสบปัญหาในเรื่องการส่งออกข้าวซึ่งเหตุมาจากการแข่งขันในกลุ่มประเทศที่มีการส่งออกข้าวเป็นต้นว่าการแข่งขันจากประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่าไทย ทำให้ประเทศไทยต้องปรับกลยุทธ์ในการส่งออกโดยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริโภคเป็นอาหาร และกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลพลอยได้จากข้าว นับว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ข้าวไทยได้รับความสนใจมากขึ้นนับว่าเป็นการช่วยเหลือกลุ่มชาวนาและช่วยให้เศรษฐกิจไทยเดินหน้าต่อไป

ชุดิมา เมฆวัน (2563) ได้ศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ข้าวพื้นบ้านที่สอดคล้องกับบริบทและวิถีบริโภคของผู้บริโภคในปัจจุบัน ในพื้นที่ อำเภอราชไศล จังหวัดศรีสะเกษ ด้านการศึกษาภูมิปัญญาดั้งเดิมเกี่ยวกับการผลิตและแปรรูปข้าวพื้นบ้าน ผลการวิจัย พบว่า ข้าวพื้นที่บ้านในอำเภอราชไศล ประกอบด้วยหลากหลายสายพันธุ์ มีการปลูก และบริโภคพร้อมทั้งจัดจำหน่ายหลายสายพันธุ์ และยังมีผู้ผลิตข้าวพื้นบ้านครอบคลุม ในหลายตำบลและมีพื้นที่ผลิตที่หลากหลาย และมีภูมิปัญญาเกี่ยวกับความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรมที่ใช้ข้าวมาประกอบพิธี รวมทั้งอาหารคาวหวานที่ใช้ข้าวใน การผลิต นอกจากนี้กระบวนการผลิตข้าวพื้นบ้าน ยังประกอบไปด้วยการคัดเลือกและเก็บรักษาพันธุ์ การเตรียมการปลูก การปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวการเก็บรักษา และการแปรรูปข้าว ด้านการแปรรูปข้าวพื้นบ้านที่ตอบสนองการบริโภคในยุคปัจจุบัน และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด พบว่าสามารถนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป ที่มีความสะดวก ทันสมัย และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค จำนวน 12 ชนิด ที่เน้นชนิดที่มีสารพฤกษเคมีสูง รวมถึงข้าวที่มีลักษณะสี และรูปร่าง ที่สอดคล้องกับการแปรรูปเพื่อการบริโภค และด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และสร้างช่องทางการตลาดข้าวพื้นบ้านตามวิถีบริโภคในยุคปัจจุบัน และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด พบว่าสามารถพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้วยการค้นหาอัตลักษณ์และความโดดเด่นของพื้นที่ ที่พบว่าพื้นที่เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำริมฝั่งแม่น้ำมูลและเกษตรกรรมมีภูมิปัญญาในการทำนาบนพื้นที่ชุ่มน้ำจนสามารถปลูกข้าวพื้นบ้านได้หลากหลายสายพันธุ์ และลักษณะของสายพันธุ์ที่ผลิตได้จะมีคุณสมบัติเฉพาะที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่เพาะปลูก (ลักษณะเมล็ดของข้าว ลักษณะสีของข้าวสาร ลักษณะเคมี และสารอาหารในข้าว) ซึ่ง สามารถนำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์และนำอัตลักษณ์มาสร้างช่องทางการตลาดของข้าวพื้นบ้านพร้อมสร้างผลิตภัณฑ์แปรรูปของข้าวพื้นบ้าน และยังสามารถพัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้ภูมิปัญญาการผลิตและการแปรรูปข้าวพื้นบ้าน ที่เหมาะสมกับบริบทสอดคล้องกับความต้องการของพื้นที่โดยสามารถพัฒนาหลักสูตรได้จำนวน 3 หลักสูตร ประกอบด้วย 1) หลักสูตร

เรื่องการปลูกข้าว 2) หลักสูตรเรื่อง การแปรรูปข้าวพื้นบ้านเป็นขนมเค้กข้าว ขนมโดนัทพุดดิงข้าว และขนมเทียนข้าว และ 3) หลักสูตร เรื่อง การแปรรูปข้าวพื้นบ้านเป็น สบู่ และสครับจากข้าวพื้นบ้าน

ปราโมทย์ ยอดแก้ว (2561) ได้ศึกษาการพัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทย ผลการวิจัย พบว่า 1) กระบวนการผลิตข้าวอินทรีย์ ต้องปฏิบัติตามระบบการรับรอง ไม่ใช่สารสังเคราะห์ ทำให้ได้คุณภาพมาตรฐานจากสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) ตอบสนองตลาดต่างประเทศ ส่วนในสังคมไทยมาตรฐานกรมวิชาการเกษตร ตราออร์แกนิกไทยแลนด์หรือไม่มีการรับรอง แต่ปัจจุบันเริ่มมีการส่งเสริมการรับรองแบบมีส่วนร่วม (พีจีเอส) เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วค่าใช้จ่ายน้อยในการรับรองมาตรฐานเพิ่มมากขึ้น 2) การบริโภคเกิดจากแรงจูงใจในเรื่องสุขภาพ จากคุณประโยชน์พิเศษ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ จึงควรมีฉลากคำแนะนำที่ชัดเจนถึงคุณค่าคุณประโยชน์ การเลือกซื้อให้ความสำคัญแบบระบบสัญญาภาคปริมาณ 1 กิโลกรัม เพราะสะดวกในการซื้อ และการเก็บรักษา ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพการจัดจำหน่ายยังมีการกระจายตัวได้น้อย เพราะลูกค้ามีเฉพาะกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการตลาดมีน้อยมาก 3) การพัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทย ต้องรู้จักการหาโอกาสทางการตลาด เพื่อการพัฒนาการตลาด 3 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นแรกเป็นการพัฒนาชาวนาให้มีจิตวิญญาณเกษตรอินทรีย์ มีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งเรียนรู้หรือเพื่อการท่องเที่ยวได้ 2) ขั้นที่สองเป็นการผลิตที่เน้นคุณภาพ ให้ถึงคุณค่าต่อความคิดสร้างสรรค์ และ 3) ขั้นที่สามเป็นการบูรณาการส่งเสริมการตลาดอินทรีย์เชิงรุกอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยการมีตลาดนัดสีเขียว การจำหน่ายกับองค์กรหน่วยงานของรัฐ หรือการพัฒนาการตลาดร่วมกันของทุกภาคส่วนตามวิถีสังคมไทย

พระมหาปรัชญ์ อุตถพร (2564) ได้ศึกษารูปแบบการสร้างวิถีการผลิตข้าวสู่ผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มผู้บริโภคข้าวในปัจจุบันเป็นผู้กำหนดการเปลี่ยนแปลงวิถีการผลิตข้าวแบบอินทรีย์ของเกษตรกรชาวนาเพื่อลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลผลิต โดยมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อสร้างมาตรฐานความปลอดภัยให้กับผลิตภัณฑ์และสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มผู้บริโภคข้าวอันเป็นกลยุทธ์ ในการตลาดข้าว 2) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์สินค้าข้าวให้ได้มาตรฐานต้องมีการวิเคราะห์กิจกรรมภายในห่วงโซ่คุณค่าข้าวตั้งแต่กระบวนการผลิต การแปรรูปและการตลาดอันเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมีกิจกรรมที่ประกอบด้วย การขนส่งสินค้า การส่งเสริมการขายและบริการ การจัดการระบบการผลิตและแปรรูปสินค้า การพัฒนาเทคโนโลยีและบุคลากร ดังนั้น รูปแบบการสร้างวิถีการผลิตข้าวสู่ผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจึงมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านการผลิต การแปรรูปและการตลาดข้าวที่พัฒนารูปแบบการผลิตโดยอาศัยเทคนิคและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยสร้างมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์สินค้าข้าวให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน

วุฒินันท์ ไตรยางค์ และคณะ (2558) ได้ศึกษาการพัฒนา รูปแบบการส่งเสริมการผลิตข้าว คุณภาพดีในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรที่ได้ใบรับรอง 9 ข้าว มี อายุเฉลี่ย 50.29 ปี ส่วนเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ทัวไป มีอายุเฉลี่ย 19.01 ปี มีปัญหาในด้านการผลิตใน ภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยมีปัญหาในระดับมาก คือ รั้งจ้างเก็บเกี่ยวหายาก อัตราค่าจ้าง แรงงานสูงและราคาผลผลิตตกต่ำ และพึงพอใจในการรับบริการการส่งเสริม การปฏิบัติที่ดีทาง การเกษตรสำหรับข้าวในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ประเด็นที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือ ตลาดข้าว คุณภาพ ส่วนเกษตรกรทัวไปมีปัญหในระดับมาก คือ บัญชีราคาแพง เกษตรกรทั้งสองกลุ่มไม่มีปัญหา ในการนำ ผลผลิตไปจำหน่าย เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีอายุเฉลี่ย 50.50 ปี ประสบการณ์ในการ ทำงานเฉลี่ย 21.28 ปี ด้านกระบวนการส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพดีนั้น พบว่า มีการปฏิบัติในการ ส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพดีแก่ เกษตรกรในทุกประเด็นและมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

3) รูปแบบการส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพดี ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐต้องมีความชัดเจนด้าน นโยบาย จัดให้มีการประชาสัมพันธ์และฝึกอบรมอย่าง ต่อเนื่องเพิ่มปัจจัยในการปฏิบัติงานให้เพียงคน และทันสมัย เกษตรกรต้องมีแรงจูงใจทำงานเป็นกลุ่ม และพื้นที่ไม่ กระจัดกระจาย และประเด็น สำคัญที่สุดคือ ต้องเน้นการพัฒนาระบบตลาดทัวไป เพื่อให้ราคาผลผลิตข้าวที่ได้รับรอง GAP สูงกว่า ราคา ผลผลิตข้าวทัวไป นอกจากนี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเห็นด้วยกับรูปแบบการส่งเสริมการผลิตข้าว คุณภาพดีนี้

สุพจน์ บุญวิเศษ และสิริพัฒน์ ลาภจิตร (2561) ได้ศึกษาแนวทางการเพิ่มศักยภาพชาวนา อีสานใต้เพื่อคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน ผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาชาวนาไทยเขตพื้นที่อีสานใต้ พบปัญหา สำคัญดังนี้ปัญหาปัจจัยการผลิต ได้แก่ ขาดแคลนแหล่งน้ำระบบชลประทาน สภาพดินแห้งแล้ง ขาด ความอุดมสมบูรณ์ ขาดแคลนเมล็ดพันธุ์คุณภาพ ต้นทุนการผลิตสูง ค่าแรงงานแพง ไม่มีที่ดินทำกิน ถือ ครองที่น้าน้อยปัญหาภายใน ได้แก่ ชาวนายากจนมีหนี้สิน ไม่มีเงินทุน ไม่มีผู้สืบทอดอาชีพ ชาวนามี อายุมาก สุขภาพไม่แข็งแรง เกษตรกรไม่พึ่งตนเองจ้างแรงงานแทน ขาดความรู้และประสบการณ์ ปัญหาภายนอก ได้แก่ ราคาข้าวไม่แน่นอน การเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง ขาดตลาดรองรับ ผลผลิต สารพิษตกค้าง ค่าครองชีพสูง ขาดกลุ่มหรือเครือข่ายที่เข้มแข็งเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ปัญหาจากภัยธรรมชาติ ได้แก่ ภัยแล้ง น้ำท่วม แมลงศัตรูพืชและโรคระบาด และ นโยบายรัฐ ได้แก่ นโยบายรัฐไม่แน่นอน ขาดความต่อเนื่อง นโยบายรัฐโอบอ้อม ขาดการส่งเสริมกำกับติดตาม บุคลากร ไม่เพียงพอ และการแทรกแซงทางการเมือง แนวทางการเพิ่มศักยภาพชาวนาอีสานใต้เพื่อคุณภาพ ชีวิตที่มั่นคง ควรดำเนินการดังนี้การจัดการความรู้ (ดิน น้ำ จัดสรรพื้นที่เพาะปลูก คัดเลือกชนิดพืช ปลูกและเลี้ยงสัตว์) พัฒนาพลังร่วมของปราชญ์และท้องถิ่น รวมกลุ่มการผลิตตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง นำเอกลักษณ์วิถีดั้งเดิมมาสร้างมูลค่าเพิ่ม ส่งเสริมอาชีพที่ต้องอนุรักษ์ การพัฒนา พันธุ์ข้าว ตลาดการเกษตร และการออมและการจัดการทุน

Sysavanh Vonglorkham (2560) ได้ศึกษาการตอบสนองของตลาดข้าวไก๋น้อยใน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการศึกษา พบว่า สภาพการตลาดข้าว ไก๋น้อยเริ่มจาก เกษตรกรผู้ปลูกข้าวจนถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงข้าวไก๋น้อยมีส่วน เหลื่อมการตลาดที่ น้อย ส่วนแบ่งของเกษตรกรที่มาก และประสิทธิภาพทางการตลาดที่สูง ซึ่งให้เห็นถึง ผู้บริโภคมีความ ต้องการข้าวไก๋น้อย และเกษตรกรมีรายได้ที่สูงขึ้น สำหรับความพึงพอใจของผู้บริโภคข้าวไก๋น้อยโดย เฉลี่ยของส่วนประสมทางการตลาดอยู่ใน ระดับมีความพึงพอใจมาก โดยเฉพาะด้านช่องทางการจัด จำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ขณะที่ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจปานกลาง นอกจากนี้ ราคาข้าวไก๋น้อย ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้านความหอม และการ กำหนดราคาข้าวยังมีความเหมาะสมกับขนาดที่ใช้บรรจุ มีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อข้าวไก๋น้อยใน ทิศทางที่ลดลง ขณะที่การกำหนดราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อข้าว ไก๋น้อยที่มากขึ้น เห็นได้ว่าการตลาดข้าวไก๋น้อยมีขนาดเล็กควรมุ่งไปที่ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อ นำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ

ชมภูษ หนุนาค (2563) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดข้าวไทย จาก การรวบรวมข้อมูลเอกสารต่าง ๆ พบว่า 1 รัฐบาลในแต่ละประเทศมุ่งให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือ เกษตรกรภายในประเทศเป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งดำเนินนโยบายหรือมาตรการเกี่ยวกับการรักษา ราคาข้าวในประเทศให้มีราคาสูงเป็นหลัก ประกอบกับพยายามลดการนำเข้าข้าวจากต่างประเทศ 2) นับจากปี พ.ศ. 2559-2561 ประเทศไทยผลิตข้าวได้เป็นอันดับ 6 ของต่างประเทศส่วนการส่งออกข้าว ไทย ปี 2561 มีทั้งปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยสามารถส่งออกข้าวเป็นอันดับสองรองจากประเทศ อินเดีย 1) สถานการณ์การผลิตและการตลาดข้าวต่างประเทศโดยภาพรวมมีแนวโน้มสูงขึ้น 3) นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการตลาดมีทั้งส่งผลในแง่บวกและแง่ลบซึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่า บาง นโยบายไม่สอดคล้องกับสภาพบริบท วิถีชีวิต และวิถีการผลิตของชาวนา และ 4) แนวทางการ พัฒนาการผลิตและการตลาดข้าวไทย เช่น การจัดการน้ำที่ใช้ในการผลิตอย่างเป็นระบบ พัฒนาเมล็ด พันธุ์ข้าวพันธุ์ดีสู่เกษตรกร และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งมีกฎหมายว่าด้วย ข้าวเพื่อส่งเสริมการผลิตและการตลาดข้าวไทย เป็นต้น

กทอง อินทะลาด และคณะ (2561) ได้ศึกษาการส่งเสริมการปลูกข้าวอินทรีย์ของ ประชาชนเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประชาชนลาว ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการส่งเสริมการปลูกข้าวอินทรีย์ของประชาชนเมืองปากเซ โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการประสานงาน รองลงมา ด้านการส่งเสริมการ ปลูกข้าวในระดับพื้นที่ ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยี และด้านการติดตามประเมินผล ตามลำดับ 2) แนวทางการส่งเสริมการปลูกข้าวอินทรีย์ของประชาชนเมืองปากเซ ได้แก่ (1) แนว ทางการส่งเสริม การปลูกข้าวในระดับพื้นที่ มีเจ้าหน้าที่ในระดับพื้นที่ ให้ความรู้การปลูกข้าวอินทรีย์แก่เกษตรกรอย่าง

สม่ำเสมอ จัดหาเมล็ดพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงแก่เกษตรกร ศึกษาดูงานในพื้นที่ที่มีการปลูกข้าวอินทรีย์ และจัดตั้งเครือข่ายงานส่งเสริมการ เพาะปลูกข้าวอินทรีย์ (2) แนวทางการถ่ายทอดเทคโนโลยี จัดอบรมเรื่องการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ให้ผลผลิตสูง การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ การเก็บรักษาเมล็ดพันธุ์ และการคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ที่เหมาะสม (3) แนวทางการประสานงาน ประสานงานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านประกันราคาข้าว ด้านการตลาด และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ แนวทางการติดตามประเมินผล ดำเนินการสม่ำเสมอและต่อเนื่อง จัดประชุมเกษตรกรที่ปลูกข้าวอินทรีย์ อย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง ได้แก่ ช่วงการเตรียมความพร้อม การเพาะปลูกข้าว การเก็บเกี่ยว และหลังการเก็บเกี่ยว ตามลำดับ

ชาญณรงค์ ไชยโสภา (2557) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าการผลิตและการตลาดข้าวเหนียวเขาวงกาศพันธุ์อย่างยั่งยืนผลการศึกษา พบว่า ชาวนาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีประสิทธิภาพเต็มที่จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.37 มีประสิทธิภาพไม่เต็มที่จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.63 ปัจจัยการผลิตที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงผลผลิตข้าวเหนียวเขาวงกาศพันธุ์ คือ ปริมาณปุ๋ยอินทรีย์ แรงงานที่ใช้ในการทำ และต้นทุนเครื่องจักรที่ใช้ในการทำ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อข้าวเหนียวเขาวงกาศพันธุ์ ได้แก่ อายุ การลดราคา และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ส่วนระดับการศึกษา สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตราสัญลักษณ์ที่รู้จักในตลาดข้าว และการที่เพื่อนหรือญาติแนะนำ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการใช้ปัจจัยการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้เต็มที่ และสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการตลาดด้วยการสื่อสารคุณค่าให้ผู้บริโภคได้ตัดสินใจซื้อข้าวเหนียวเขาวงกาศพันธุ์ต่อไป

ธนาภรณ์ อธิปัญญากุล และคณะ (2556) ได้ศึกษาการจัดการการผลิตและการตลาดข้าวไร่อ้อยอย่างยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผลการศึกษาด้านการจัดการการผลิต พบว่า เกษตรกรจะปลูกข้าวไร่อ้อยหลังจากที่มีการเก็บเกี่ยวผลผลิตอ้อยต่อแล้ว (ขึ้นอยู่กับว่าเกษตรกรจะไว้ตอหรือไม่) จะปลูกข้าวไร่อ้อยและเก็บเกี่ยวผลผลิตในช่วงต้นและปลายฤดูฝน ตามลำดับ พันธุ์ที่ใช้ในการเพาะปลูกในปัจจุบันเกษตรกรส่วนใหญ่ คือ ข้าวเหนียวพันธุ์สกลนคร ต้นทุนการผลิตข้าวไร่อ้อยเฉลี่ยเท่ากับ 3,201.77 บาทต่อไร่ ประกอบด้วย ต้นทุนเฉลี่ยที่เป็นเงินสดและไม่เป็นเงินสดเท่ากับ 1,837.48 บาทต่อไร่ และ 1,364.29 บาทต่อไร่ ตามลำดับ จากผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพเชิงเทคนิค พบว่า ค่าเฉลี่ยของประสิทธิภาพเชิงเทคนิคของการผลิตข้าวไร่อ้อยเท่ากับ 0.698 แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรสามารถเพิ่มระดับประสิทธิภาพเชิงเทคนิคของการผลิตข้าวไร่อ้อยร้อยละ 30.20 และเมื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อความด้อยประสิทธิภาพ พบว่า การที่เกษตรกรผลิตข้าวไร่อ้อยเพื่อการจำหน่าย และเพื่อการบริโภคในครัวเรือน และการได้รับการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการจัดการการผลิตข้าวไร่อ้อยจากหน่วยงานภาครัฐ มีผลในทางลบต่อค่าความด้อยประสิทธิภาพ จากผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็น

ว่า เกษตรกรที่มีเป้าหมายการผลิตในเชิงการค้ามักจะดูแลและจัดการการผลิตได้ดีกว่าเกษตรกรที่ผลิตเพื่อการบริโภคอย่างเดียว นอกจากนี้ยังพบว่า การส่งเสริมของภาครัฐด้านการให้ความรู้ที่เกี่ยวกับการกระบวนการผลิตข้าวไร่ยังส่งผลให้ประสิทธิภาพการผลิตของเกษตรกรเพิ่มขึ้นด้วย สำหรับผลการศึกษาด้านการจัดการการตลาด พบว่า เกษตรกรจำหน่ายข้าวไร่ในรูปของข้าวเปลือกเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการกำหนดราคาสินค้าในตลาดที่เป็นข้าวเปลือกนั้นพ่อค้าจะเป็น ผู้กำหนดราคาสินค้า โดยดูจากคุณภาพของเมล็ดข้าวเปลือก ราคาข้าวเหนียวพันธุ์สกลนคร ที่เกษตรกรขายได้อยู่ที่ราคากิโลกรัมละ 13.01 บาท ซึ่งจะต่ำกว่าข้าวเหนียวพันธุ์ กข. 6 อยู่กิโลกรัมละ 0.5 - 1 บาท มีเกษตรกรเพียงส่วนน้อยที่ขายในรูปของเมล็ดพันธุ์ ราคาขายในรูปของเมล็ดพันธุ์ ที่เกษตรกรขายได้เท่ากับ 20.75 บาทต่อกิโลกรัม อย่างไรก็ตาม เกษตรกรส่วนใหญ่มีข้อมูลทางการตลาดที่ไม่สมบูรณ์ ทำให้ราคาขายที่ได้รับมักอยู่ในรูปของข้าวเปลือกมากกว่าในรูปของเมล็ดพันธุ์ โดยพ่อค้าจะนำข้าวเปลือกที่รับซื้อไปผ่านกระบวนการคัดแยกเพื่อขายออกในรูปของเมล็ดพันธุ์ในราคากิโลกรัมละ 24 บาท

รุ่งฤทัย ทะนันใจ (2559) ได้ศึกษาการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังประเทศจีนและประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2559-2563 จากการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิต การตลาด และการส่งออกข้าวของประเทศไทยไปยังประเทศจีนและประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า การผลิตข้าวของไทย ในปีการผลิต 2557/58 มีพื้นที่เพาะปลูกลดลงจากปีการผลิต 2556/57 ร้อยละ 3.83 ซึ่งผลผลิตลดลงจากปีการผลิต 2556/57 ร้อยละ 3.04 เนื่องจากเกิดจากผลกระทบจากภัยแล้งและการผลิตข้าวไทยที่มีต้นทุนเฉลี่ยในการผลิตสูงขึ้นทุกปี จาก 10,399 บาทต่อตัน ในปี พ.ศ. 2554 ถึง ปี พ.ศ. 2557 10,885 บาทต่อตัน และต้นทุนเริ่มลดลงในปี พ.ศ. 2558 10,292 บาทต่อตัน โดยรายได้จากผลผลิตข้าวลดลงอย่างต่อเนื่อง จำนวน 301,898 ล้านบาท ในปีพ.ศ. 2554 และ ปี พ.ศ. 2558 ลดลง 193,215 ล้านบาท โดยวิธีการตลาดการค้าข้าวไทยในปี พ.ศ. 2558 การจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในประเทศจะจำหน่ายผ่านทางสหกรณ์การเกษตรบริษัทพ่อค้าในท้องถิ่น โรงสีข้าว โรงงานแปรรูป พ่อค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 51.31 สำหรับการส่งออกต่างประเทศจะผ่านโรงสีไปยังผู้ส่งออกและโรงงานแปรรูป ทั้งนี้ประเทศไทยจัดส่งไปขายที่ประเทศจีนร้อยละ 3.05 ประเทศสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 1.38 และประเทศอื่น ๆ ร้อยละ 41.39 ส่วนพยากรณ์แนวโน้มการส่งออกข้าวที่สีแล้ว และปลายข้าวไทยไปยังประเทศจีน พบว่า เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุก ๆ ไตรมาส โดยเฉพาะไตรมาสที่ 4 ตั้งแต่เดือน ตุลาคม-ธันวาคม เพิ่มขึ้นมากที่สุด สำหรับไตรมาสที่เพิ่มขึ้นน้อยที่สุด คือ ไตรมาสที่ 3 เดือน กรกฎาคม-สิงหาคม ของทุกปีและการพยากรณ์แนวโน้มการส่งออกข้าวกล้อง ข้าวที่สีแล้ว และปลายข้าวไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่ามีแนวโน้มมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุก ๆ ไตรมาส โดยเฉพาะไตรมาสที่ 4 ตั้งแต่เดือน ตุลาคม-ธันวาคม เพิ่มขึ้นมากที่สุด สำหรับไตรมาสที่เพิ่มขึ้นน้อยที่สุด คือ ไตรมาสที่ 3 เดือน กรกฎาคม-สิงหาคม ของทุกปี แต่อย่างไรก็ตามข้าวกล้องมี

การส่งออกเพิ่มขึ้นสูงสุดในไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2559 และลดลงทุกปี จนถึง ปี พ.ศ. 2563 ไตรมาสที่ 4

ณัชภัทร พิษณุหมุต์ม (2558) การพัฒนาเศรษฐกิจการผลิตและการตลาดข้าวกล้องเพื่อสุขภาพกรณีศึกษา: ตำบลสำนักบก อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า 1) ผลผลิตข้าวที่เกษตรกรได้รับทั้งหมด โดยผลผลิตข้าวเปลือกมี 3 พันธุ์ ได้แก่ ข้าวเหลืองปทุม ข้าวหอมมะลิ และข้าวไรซ์เบอร์รี่ ปริมาณผลผลิต 1 ไร่ ได้ข้าวเปลือก 500 กิโลกรัม (50 ถัง) ราคาข้าวเปลือกต่อ 1,000 กิโลกรัม ที่เกษตรกรขายได้แต่ละพันธุ์ ได้แก่ ข้าว เหลืองปทุม 10,000 บาท ข้าวหอมมะลิ 15,000 บาท และข้าวไรซ์เบอร์รี่ 20,000 บาท ผลผลิต ข้าวสารที่เกษตรกรขายได้แต่ละพันธุ์ ได้แก่ ข้าวเหลืองปทุม 25 บาท/กก. ข้าวหอมมะลิ 30 บาท/กก. และข้าวไรซ์เบอร์รี่ 60 บาท/กก. 2) การเปลี่ยนแปลงผลผลิตข้าวเปลือกมีความยืดหยุ่นต่อการใช้ ปัจจัยแรงงานมากที่สุดคือเท่ากับ 0.35 หมายถึง การเปลี่ยนแปลงการใช้แรงงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ผลผลิตเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.35 รองลงมาคือ ปุ๋ยเคมี น้ำมันเชื้อเพลิงและสารเคมี กำจัดศัตรูพืช โดยที่ปัจจัยดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้ผลผลิตเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.28, 0.15 และ 0.12 ตามลำดับ โดยกำหนดให้ปัจจัยที่ไม่ได้พิจารณาในสมการนี้คงที่ ระดับการใช้ปัจจัยการผลิตของเกษตรกรยังไม่อยู่ในระดับที่เหมาะสมทางด้านเศรษฐกิจ เพราะ ระดับการใช้ปัจจัยน้อยกว่าจุดที่เหมาะสม 3) วิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนที่เกษตรกรได้รับ ของการผลิตข้าว ต้นทุนทั้งหมด 70,789 บาท แบ่งเป็นต้นทุนไม่เป็นเงินสด 16,391 บาท และต้นทุน เป็นเงินสด 54,398 บาท รายได้จากการขาย 397,500 บาท กำไรสุทธิ 326,711 บาท และข้าวกล้อง เพื่อสุขภาพ ต้นทุนทั้งหมด 15,620 บาท แบ่งเป็นต้นทุน ไม่เป็นเงินสด 3,320 บาท และต้นทุนเป็น เงินสด 12,300 บาท รายได้จากการขาย 11,500 บาท ขาดทุนสุทธิ 4,120 บาท เพราะ ได้ประเมิน ค่าแรงงานของสมาชิกไปก่อนแล้ว 4) การจำหน่ายข้าวเปลือกและข้าวกล้องเพื่อสุขภาพยังคงขายแบบตัวต่อตัว ไม่ได้มีการรวมตัวหรือผ่าน ตัวแทนโดยผ่านคนรู้จักและสื่อออนไลน์แบบปากต่อปาก โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ ร้อยละ 30 และ 5) เกษตรกรและสมาชิกกลุ่มข้าวกล้อง ได้เข้าร่วมโครงการอบรมเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง และการพัฒนาชุมชนของหน่วยงานราชการ โดยเฉพาะหน่วยงานท้องถิ่น เพื่อการวางแผนให้มีการผลิตข้าวอินทรีย์ และข้าวกล้องปลอดสารพิษ

สันติ พ้าคุ้ม (2557) ได้ศึกษาการจัดการการผลิตและการตลาดข้าวของสมาชิกและวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวชุมชนบ้านหนองหว้า อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า 1) สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 53.50 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา อาชีพค้าขาย รายได้ครัวเรือนสูงกว่า 500,000 บาทต่อปี 2) สมาชิกที่ปลูกข้าวส่วนใหญ่ปลูกข้าวพันธุ์ขาวดอกมะลิ 105 มีพื้นที่ปลูกเฉลี่ย 12.50 ไร่ ส่วนใหญ่มีการวางแผนการผลิต ด้านการปฏิบัติการส่วนใหญ่ปลูกข้าวโดยวิธีหว่านน้ำ ตมและใช้น้ำ ชลประทาน ด้านการควบคุมส่วนใหญ่มีการปฏิบัติใน

บางกิจกรรม ได้ผลผลิตข้าวเฉลี่ย 536.00 กิโลกรัมต่อไร่ ต้นทุนการผลิตรวม รายได้รวม และกำไร เท่ากับ 4,947.41 6,834.00 และ 1,886.59 บาทต่อไร่ตามลำดับ ผลผลิตส่วนใหญ่จา หน่ายให้โรงสี เอกชน ส่วนหนึ่งเก็บไว้บริโภคและทำพันธุ์ 3) การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนใช้รูปแบบ คณะกรรมการ ระดมทุนจากสมาชิก และแหล่งทุนอื่น ๆ สมาชิกมีความเห็นว่าคณะกรรมการมีความ เสียสละและสมาชิกให้ความร่วมมือดี 4) วิสาหกิจชุมชนรับซื้อผลผลิตข้าวจากสมาชิกมาแปรรูปได้แก่ ข้าวขาวดอกมะลิ 105 ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวหอมมะลิแดง ให้บริการ สีข้าวมีการวางแผนการผลิตและ การตลาดข้าวสาร ควบคุมการผลิตและเก็บรักษา มีการควบคุมปริมาณการขายและการผลิตให้สมดุล กำหนดราคาขายต่ำกว่าคู่แข่งและเน้นการขายปลีกแก่ผู้บริโภค 5) จุดแข็งคือผลผลิตมีคุณภาพ ราคา ถูก สถานที่จำหน่ายอยู่ในชุมชนจุดอ่อน คือบรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัย พื้นที่เก็บข้าวเปลือกไม่เพียงพอ โอกาสคือผู้บริโภคนิยมบริโภคข้าวเพื่อสุขภาพมากขึ้น รัฐและเอกชนสนับสนุน อุปสรรคคือมีคู่แข่งมาก และภัยธรรมชาติ แนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดที่สำคัญคือ เน้นปลูกข้าวพันธุ์ที่ตลาด ต้องการ ขอรับรองมาตรฐานการผลิต วิสาหกิจชุมชนควรเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ พัฒนา บรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย และหาช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น

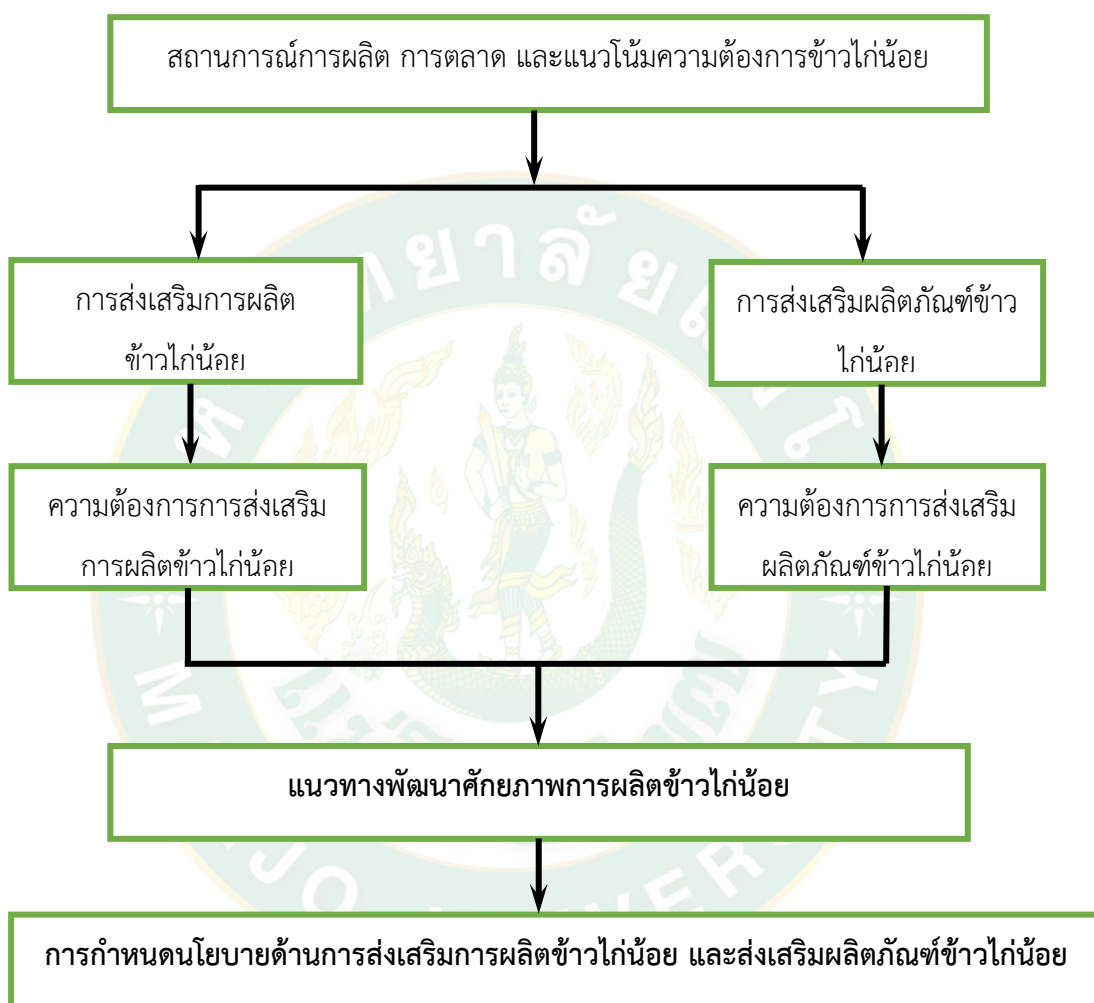
ปราโมทย์ ยอดแก้ว และคณะ (2560) การพัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทย ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการผลิตข้าวอินทรีย์ เป็นระบบการทำงานที่ไม่ใช้สารสังเคราะห์และการแปรรูปที่ผ่านการรับรองอินทรีย์ การทำนาอินทรีย์จึงไม่ใช้ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง และสารเร่งการเจริญเติบโต ทำให้ช่วยลดต้นทุนด้วยการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ น้ำหมักชีวภาพ และใช้เทคนิคธรรมชาติกับการดูแลรักษา ด้วยความตั้งใจ ทำให้ได้คุณ ภาพมาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ IFOAM ยุโรป สวิสเซอร์แลนด์ แคนาดา อเมริกา และสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ตามความต้องการของลูกค้าต่างประเทศ ส่วนการบริโภคข้าวอินทรีย์ในสังคมไทย มาจากระบบมาตรฐานกรมวิชาการเกษตร トラออ์แกนิก ไทยแลนด์และไม่ได้การรับรองมาตรฐาน ปัจจุบันเริ่มมีการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ระบบการรับรอง แบบมีส่วนร่วม (พีจีเอส) หรือ “ชุมชนรับรอง” มากขึ้น เพื่อให้เกิดความสะดวก ทำให้ข้าวอินทรีย์มี มาตรฐานขายได้ราคาสูงขึ้น ชาวนามีคุณภาพชีวิตที่ดี สามารถพึ่งตนเองได้จากธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมการบริโภคเกิดจากแรงจูงใจในเรื่องสุขภาพ การแบ่งปัน และการได้มีส่วนช่วยเหลือสังคม ซึ่งส่วนมากนิยมบริโภคเพราะมีคุณประโยชน์พิเศษ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ จึงควรมีฉลาก คำแนะนำที่ชัดเจนถึงคุณค่า คุณประโยชน์ ในการตัดสินใจซื้อ การเลือกขนาดควรให้ความสำคัญแบบ ระบบสุญญากาศ ปริมาณ 1 กิโลกรัม เพราะสะดวกในการซื้อ และการเก็บรักษา ด้านราคาต้อง ยุติธรรมเหมาะสมกับคุณภาพและไม่แตกต่างจากราคาข้าวทั่วไปมาก ด้านการจัดจำหน่ายยังมีการ กระจายตัวได้น้อย มีลูกค้าเฉพาะกลุ่ม จึงต้องการให้มีการจำหน่ายในตลาดสดทั่วไปเพิ่มขึ้น ด้านการ ส่งเสริมการตลาดมีน้อยมาก โดยเฉพาะการสื่อสารที่ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในความเป็นข้าว อินทรีย์ จึงควรมีการสื่อสารเล่าเรื่อง กระบวนการแห่งคุณค่า คุณประโยชน์ เพื่อสร้างจิตสำนึกให้

ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีความรับผิดชอบร่วมกันในสังคมไทย ดังนั้นการพัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทย จึงต้องรู้จักการหาโอกาสทางการตลาดเพื่อการพัฒนาการตลาด 3 ขั้นตอนคือ 1) ขั้นแรกเป็นการพัฒนาชาวนาให้มีจิตวิญญาณเกษตรอินทรีย์ มีความรู้ความเชี่ยวชาญในกระบวนการปลูกแบบมาตรฐาน และสามารถพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งเรียนรู้หรือเพื่อการท่องเที่ยวได้ 2) ขั้นที่สองเป็นการผลิตที่เน้นคุณภาพ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ถึงคุณค่าต่อความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาการตลาดไปสู่การตลาดดิจิทัล และ 3) ขั้นที่สามเป็นการบูรณาการส่งเสริมการตลาดอินทรีย์เชิงรุกอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยการมีตลาดนัดสีเขียวการจำหน่ายกับองค์การหน่วยงานของรัฐ กระตุ้นให้ผู้บริโภคในสังคมไทยเกิดความรู้ความเข้าใจด้วยการพัฒนาการตลาดร่วมกันของทุกภาคส่วนตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ตามสภาพแวดล้อมของวิถีสังคมไทย



กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยการพัฒนาศักยภาพของการผลิตข้าวไก่่น้อยเชิงพาณิชย์ใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้วิจัยได้เสนอกรอบการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาศักยภาพของการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) มีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีวิธีดำเนินการ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการผลิต และแนวโน้มการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวไก่น้อยในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อพัฒนาการผลิต และการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวไก่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ขั้นตอนที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาศักยภาพการผลิต และแนวโน้มการตลาดของผลิตข้าวไก่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ประชากรเป้าหมายในกานวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก่น้อยใน อำเภอแบก อำเภอคำ อำเภอคูน อำเภอผาไซ และ อำเภอภูคุด ใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจำนวน 20,093 ราย (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 จำนวนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก่น้อยใน แขวงเชียงขวาง

อำเภอ	เกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก่น้อย (ราย)
1. อำเภอแบก	7,017
2. อำเภอคำ	4,443
3. อำเภอคูน	3,250
4. อำเภอภูคุด	3,100
5. อำเภอผาไซ	2,283
รวม	20,093

ที่มา: สำนักงานเกษตรและป่าไม้ จังหวัดเชียงขวาง (2565)

จากจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถ่น้อยทั้งหมด 20,093 ราย ทำการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยปรับใช้สูตรคำนวณของ Yamane (1970) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05 (บุญธรรม จิตต์อนันต์, 2536) ดังนี้

$$N = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา

N = จำนวนเกษตรกรผู้ผลิตข้าวไถ่น้อยทั้งหมดทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (0.05)

แทนค่า

$$n = \frac{20,093}{1 + 20,093(0.05)^2}$$

$$n = 399.98$$

ดังนั้น ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

หลังจากคำนวณได้ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ราย ผู้วิจัยได้ทำการคำนวณสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม (Proportional allocation) ตามจำนวนประชากรผู้ผลิตข้าวไถ่น้อยในแต่ละอำเภอ โดยใช้วิธีการเทียบบัญญัติไตรยางศ์ ตามสูตรการคิดคำนวณของ กัลยา วานิชย์บัญชา และ จุฑา วานิชย์บัญชา (2561) ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรในแต่ละตำบลดังแสดงใน (ตารางที่ 3)

$$n_i = \frac{N_i n}{N}$$

โดยที่

n_i = ขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละอำเภอ

N_i = จำนวนเกษตรกรผู้ผลิตข้าวไถ่น้อย

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

N = จำนวนเกษตรกรผู้ผลิตข้าวไถ่น้อยทั้งหมด

ตารางที่ 3 จำนวนประชากรผู้ผลิตข้าวไถ่น้อยและสัดส่วนขนาดกลุ่มตัวอย่างแยกตามแต่ละอำเภอ

อำเภอ	เกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถ่น้อย (ราย)	สัดส่วนเกษตรกร (%)	ขนาดตัวอย่าง (ราย)
1. อำเภอปาก	7,017	34.92	140
2. อำเภอดำ	4,443	22.11	88
3. อำเภอคูน	3,250	16.17	65
4. อำเภอภูผาด	3,100	15.43	62
5. อำเภอผาไซ	2,283	11.36	45
รวม	20,093	100.00	400

การสุ่มตัวอย่าง เนื่องจากมีบัญชีรายชื่อของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถ่น้อย ดังนั้นหลังจากที่คำนวณได้ขนาดตัวอย่างในแต่ละหมู่บ้านใน 5 อำเภอ แล้วจึงทำการสุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถ่น้อยโดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) ด้วยการจับสลากแบบไม่ใส่กลับคืน (Lottery sampling technique) ให้ได้จำนวนตัวอย่างเกษตรกรครบตามจำนวนที่ได้ทำการคำนวณไว้

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไถ่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

จัดเวทีสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) เพื่อหาแนวทางพัฒนาศักยภาพผลิตข้าวไถ่น้อย โดยเชิญทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเข้าร่วม โดยการเลือกตัวอย่างจะใช้วิธีไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยเทคนิคการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ตัวแทนเกษตรกร อำเภอละ 4 ท่าน เจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอละ 2 ท่าน และผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์ข้าวไถ่น้อย อำเภอละ 3 ท่าน โดยการใช้เทคนิคการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง รวมกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทั้งสิ้น 45 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

นำใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview schedules) มีทั้งคำถามลักษณะปลายปิด (Close-ended questions) และคำถามลักษณะปลายเปิด (Open-ended questions) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถ่น้อย

ตอนที่ 2 สภาพการผลิตข้าวไถ่น้อย

เป็นการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการผลิต ลักษณะและวิธีการการเพาะปลูกข้าวไถ่น้อยของเกษตรกรในพื้นที่เชิงขวาง เช่น จำนวนแรงงานในครัวเรือน พื้นที่การเพาะปลูก ประเภทของดิน พันธุ์ข้าวไถ่น้อยที่ใช้ แหล่งน้ำในการผลิต เงินทุนในการผลิต เหตุผลในการเพาะปลูกข้าวไถ่น้อย เป็นต้น

ตอนที่ 3 สภาพการตลาดข้าวไถ่น้อย เป็นการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการตลาดข้าวไถ่น้อยของเกษตรกรในพื้นที่เชิงขวาง เช่น ช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยในการเลือกสถานที่จำหน่าย การเปลี่ยนแปลงของระดับราคา เป็นต้น

ตอนที่ 4 ความต้องการการส่งเสริมการผลิตข้าวไถ่น้อย ได้ทำการสำรวจระดับความต้องการส่งเสริมจากแต่ละขั้นตอนการผลิตข้าวไถ่น้อยตั้งแต่เริ่มเริ่มเตรียมดิน เพาะปลูก ดูแลรักษา จนกระทั่งถึงการเก็บเกี่ยว โดยแบ่งความต้องการการส่งเสริมด้านการผลิตออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง ต้องการการส่งเสริมมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ต้องการการส่งเสริมมาก

คะแนน 3 หมายถึง ต้องการการส่งเสริมปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ต้องการการส่งเสริมน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ต้องการการส่งเสริมน้อยมาก

ตอนที่ 5 ความต้องการการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผลิตข้าวไถ่น้อย โดยใช้หลัก 4P ประกอบด้วย ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการกำหนดราคา ด้านสถานที่ในการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแบ่งระดับความต้องการการส่งเสริมออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง ต้องการการส่งเสริมมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ต้องการการส่งเสริมมาก

คะแนน 3 หมายถึง ต้องการการส่งเสริมปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ต้องการการส่งเสริมน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ต้องการการส่งเสริมน้อยมาก

2. เครื่องมือที่ใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. นำใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างในการสัมภาษณ์เชิงลึกถึง (In-depth Interview) ถึงแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดของของผลิตภัณฑ์ข้าวไก่น้อยกับผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้าวไก่น้อย โดยประเด็นการสัมภาษณ์ประกอบด้วย การดำเนินงานของผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ข้าวไก่น้อย ความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชน วัตถุประสงค์ กฎระเบียบ โครงสร้าง การดำเนินงาน ผลประกอบการ

2. ใช้การสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตข้าวไก่น้อย ได้แก่ ตัวแทนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก่น้อยและเจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอ

การตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เพื่อให้แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นมีความครบถ้วนสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา และมีความน่าเชื่อถือได้ จึงทำการทดสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้ผลิตข้าวไก่น้อย โดยมีขั้นตอนปฏิบัติ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content validity) ว่าข้อคำถามที่สร้างขึ้นในแบบสัมภาษณ์ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยหรือไม่และควบคุมในทุกประเด็นสำคัญที่ต้องการวัดแล้วหรือไม่ เพื่อนำมาปรับแก้

ขั้นตอนที่ 2 จัดพิมพ์แบบสัมภาษณ์แล้วนำไปทดสอบ (Try out) กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสัมภาษณ์ด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha

1. การตรวจสอบความถูกต้อง (Validity)

ผู้ศึกษาทำการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาปรีกษาต่อคณะกรรมการที่ปรึกษา จำนวน 5 ท่าน เพื่อทำการพิจารณาตรวจสอบว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยนั้นเหมาะสม หรือวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาวิจัยหรือไม่ โดยการประเมินความตรงของข้อคำถามตามเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

+1 คือ แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นตรงตามสิ่งที่ต้องการวัด

0 คือ ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นตรงตามสิ่งที่ต้องการวัด

-1 คือ แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่ตรงตามสิ่งที่ต้องการวัด

เมื่อประเมินความตรงของแบบทดสอบและแบบสอบถามแล้ว ให้นำค่าคะแนนที่ได้มาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence : IOC) จากสูตรของ (Rovinelli and Hambleton, 1977) ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน มาใช้ในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency หรือ IOC) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ให้คะแนน	+1	หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา
ให้คะแนน	0	หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา
ให้คะแนน	-1	หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา

ค่า IOC มีค่าระหว่าง -1 ถึง 1 ข้อคำถามที่ดีจะต้องมีค่า IOC ใกล้เคียงกับ 1 โดยจะพิจารณาคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป แสดงว่า ข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงจุดประสงค์ หรือตรงตามเนื้อหา สามารถนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างได้ (อารยา องค์เอี่ยม และ พงศ์ธรา วิจิตเวชไพศาล, 2561) ซึ่งผลการวัดความสอดคล้องของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีค่าเท่ากับ 0.80 ดังนั้น เครื่องมือที่สร้างขึ้นสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือได้ (Reliability)

โดยนำเครื่องมือหรือแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความตรงแล้ว ผู้ศึกษาได้นำไปทดสอบกับเจ้าหน้าที่ที่มีลักษณะใกล้เคียง แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงในการวิจัย จำนวน 30 คน จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือว่ามีลักษณะเชื่อถือได้เพียงใด โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) (Cronbach, 1951) ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

โดย	α	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแบบสอบถาม
	n	แทน	จำนวนข้อคำถามของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	S_i^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนคำถามแต่ละข้อ
	S_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวมของผู้ตอบทั้งหมด

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงตามสูตรดังกล่าวข้างต้น จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของข้อคำถามทั้งหมดในแบบสอบถามแต่ละชุด เมื่อนำไปใช้ทดสอบกับกลุ่มทดลอง 30 ชุด พบว่า มีค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.846-0.993

ในการวิจัยโดยทั่วไปได้กำหนดให้ค่าความเชื่อมั่นที่ได้นั้นจะต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจึงจะมีความเชื่อมั่นที่น่าเชื่อถือได้ ตามเกณฑ์ของ Nunnally (1978); ไพศาลวรคำ (2559) ดังนั้นแบบสอบถามดังกล่าวจึงสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยหรือกลุ่มตัวอย่าง เวลา และสถานที่อื่น ๆ ที่มีความใกล้เคียงกันได้ (ดังตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปรที่ใช้วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
1. ข้อมูลส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถน้อย	0.864 – 0.982
2. สภาพการผลิตข้าวไถน้อย	0.848 – 0.967
3. สภาพการตลาดข้าวไถน้อย	0.846 – 0.991
4. ความต้องการการส่งเสริมการผลิตข้าวไถน้อย	0.846 – 0.991
5. ความต้องการการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผลิตข้าวไถน้อย	0.873 – 0.993
1) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	0.873 – 0.972
2) ด้านการกำหนดราคา	0.955 – 0.993
3) ด้านสถานที่ในการจำหน่าย	0.896 – 0.945
4) ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.992 – 0.937
รวม	0.846 – 0.993

ที่มา: จากการวิเคราะห์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลสำคัญ 2 แหล่ง คือ

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)** ซึ่งได้จากการเก็บรวบรวมด้วยแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับศักยภาพการผลิต และแนวโน้มการตลาดของของผลิตภัณฑ์ข้าวไก๋น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตลอดจนรวบรวมข้อเสนอแนะทางการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก๋น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ใช้เทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) กลับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตข้าวไก๋น้อย ได้แก่ ตัวแทนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก๋น้อย เจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอ และผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์ โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)** เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นและรวบรวมข้อมูลแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด สถานการณ์ผลิตข้าวไก๋น้อย สภาพภูมิศาสตร์ และเศรษฐกิจของ แขวงเชียงขวาง และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้งในหอสมุดและสืบค้นจากฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ตำรา รายงาน บทความวิจัย และวิทยานิพนธ์ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลแยกตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีขั้นตอนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาศักยภาพการผลิต และแนวโน้มการตลาดของข้าวไก๋น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม สภาพการผลิตข้าวไก๋น้อยบางประการของเกษตรกร ข้อมูลด้านการผลิตข้าวไก๋น้อย เช่น เช่น จำนวนแรงงานในครัวเรือน พื้นที่การเพาะปลูก ประเภทของดิน พันธุ์ข้าวไก๋น้อยที่ใช้ แหล่งน้ำในการผลิต เงินทุนในการผลิต เหตุผลในการเพาะปลูกข้าวไก๋น้อย เป็นต้น และข้อมูลด้านวิธีการตลาดข้าวไก๋น้อยของเกษตรกรในพื้นที่แขวงเชียงขวาง เช่น ช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยในการเลือกสถานที่จำหน่าย การเปลี่ยนแปลงของระดับราคา เป็นต้น โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ใช้ในการวิเคราะห์และอธิบาย รวมทั้งอธิบายระดับความรู้และการปฏิบัติในการผลิตข้าวไก๋น้อยของเกษตรกร ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าสูงสุด (Max) ค่าต่ำสุด (Min) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การพัฒนาการผลิต และการตลาดของข้าวไก่น้อยใน แขวง เวียงขวางสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

วิเคราะห์ระดับความต้องการในการส่งเสริมการผลิตและการตลาดข้าวไก่น้อยของเกษตรกร ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ในการวิเคราะห์และอธิบาย ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาด้านการผลิตข้าวไก่น้อย การแปรความหมายความต้องการการส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยของเกษตรกร นำระดับความคิดเห็นของเกษตรกร ต่อกับการส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยมาหาค่าเฉลี่ย แล้วเทียบกับเกณฑ์คะแนนในการแปรความหมาย ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ช่วงคะแนนเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

ช่วงคะแนน 4.21 - 5.00 หมายถึง ความต้องการการส่งเสริมระดับมากที่สุด

ช่วงคะแนน 3.41 - 4.20 หมายถึง ความต้องการการส่งเสริมระดับมาก

ช่วงคะแนน 2.61 - 3.40 หมายถึง ความต้องการการส่งเสริมระดับปานกลาง

ช่วงคะแนน 1.81 - 2.60 หมายถึง ความต้องการการส่งเสริมระดับน้อย

ช่วงคะแนน 1.00 - 1.80 หมายถึง ความต้องการการส่งเสริมระดับน้อยที่สุด

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาด้านการตลาดข้าวไก่น้อย การแปรความหมายความต้องการการส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยของเกษตรกร นำระดับความคิดเห็นของเกษตรกร ต่อกับการส่งเสริมการตลาดข้าวไก่น้อย โดยพิจารณาแยกในแต่ละด้านตามหลัก 4P ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) ด้านการกำหนดราคา 3) ด้านสถานที่ในการจำหน่าย และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด มาหาค่าเฉลี่ย แล้วเทียบกับเกณฑ์คะแนนในการแปรความหมาย ดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนนเฉลี่ย} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ช่วงคะแนน 4.21 - 5.00 หมายถึง ความต้องการการส่งเสริมระดับมากที่สุด

ช่วงคะแนน 3.41 - 4.20 หมายถึง ความต้องการการส่งเสริมระดับมาก

ช่วงคะแนน 2.61 - 3.40 หมายถึง ความต้องการการส่งเสริมระดับปานกลาง

ช่วงคะแนน 1.81 - 2.60 หมายถึง ความต้องการการส่งเสริมระดับน้อย

ช่วงคะแนน 1.00 - 1.80 หมายถึง ความต้องการการส่งเสริมระดับน้อยที่สุด

3. เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

สรุปรวบรวมประเด็นที่ได้จากการสนทนากลุ่มร่วมกันระหว่างเกษตรกร เกษตรอำเภอ และผู้ประกอบการแปรรูปข้าวไก่น้อย แล้ววิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่น้อยโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยวิธีการจำแนกแนวทางการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่น้อยออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่

- 1) การสนับสนุนองค์ความรู้และปัจจัยการผลิตที่จำเป็นในการผลิตข้าวไก่น้อย
- 2) การส่งเสริมการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาดข้าวไก่น้อยอย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ

ซึ่งในแต่ละองค์ประกอบจะมีการนำเสนอประเด็นในการพัฒนาพร้อมทั้งแนวทางในการปฏิบัติเพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้เสียได้นำไปใช้เป็นต้นแบบในการส่งเสริมให้กับเกษตรกรและสนับสนุนองค์ภาครัฐให้มีการประสานความร่วมมือระหว่างกันอย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

ผลการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพของการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว” จะเสนอผลการวิจัย เป็น 5 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม และความรู้ความเข้าใจของเกษตรกร เกี่ยวกับการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์

ตอนที่ 2 สภาพการผลิตข้าวไก่น้อย ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตอนที่ 3 ศักยภาพการผลิต และแนวโน้มการตลาดของข้าวไก่น้อย ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตอนที่ 4 การพัฒนาการผลิต และการตลาดของข้าวไก่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม และความรู้ความเข้าใจ ของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์

เพศ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เกษตรกรกลุ่มเป้าหมายส่วนมากเป็นเพศชาย จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 และเพศหญิง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 (ตารางที่ 5) จากผล การศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรเพศชายเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจทำการเกษตรในการผลิต ข้าวไก่น้อยมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้เนื่องจากการปลูกข้าวเป็นกิจกรรมหลักของเกษตรกรใน สปป.ลาว ถึงแม้ว่าการปลูกข้าวจะไม่ใช่วิถีกรรมที่สร้างรายได้หลักให้แก่ครัวเรือนก็ตาม แต่ข้าวก็เป็นพืชอาหาร หลักที่เกษตรกรบริโภคในแต่ละวัน อีกนัยก็คือวัฒนธรรมของลาวจะถือเพศชายเป็นผู้นำของครอบครัว และเป็นบุคคลสำคัญในการตัดสินใจปัญหาของครอบครัว และผู้นำในการปฏิบัติทางการเกษตร

อายุ

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 40.39 ปี โดยมีอายุต่ำสุดอยู่ที่ 16 ปี และสูงสุดอยู่ที่ 72 ปี เกษตรกรส่วนมาก มีอายุในช่วง 31 – 40 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 รองลงมา มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 เกษตรกรที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 เกษตรกรที่มีอายุ 51 – 60 ปี มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และกลุ่มที่น้อยที่สุดคือเกษตรกรที่มีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 (ตารางที่ 5) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงาน ซึ่งเป็นวัยที่มีการสะสมประสบการณ์ความรู้ไว้นาน ดังนั้นจึงมีโอกาสนำประสบการณ์และความรู้ไปปรับใช้ในการผลิตข้าวไถน้อยได้ดีกว่าวัยอื่น ทั้งนี้เกษตรกรเหล่านี้เป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงได้ง่าย

ระดับการศึกษา

ด้านการศึกษาพบว่า เกษตรกรเกือบทั้งหมด (คิดเป็นร้อยละ 99.0) ได้รับการศึกษา มีเพียง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 เท่านั้นที่ไม่ได้รับการศึกษา ผู้ที่ได้รับการศึกษาส่วนมากเรียนจบชั้นมัธยมปลาย หรือ ปวช. จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือมีระดับการศึกษาในชั้นมัธยมต้น จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 เกษตรกรที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา (ปวส.) มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 จบการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และต่ำสุดคือระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือสูงกว่า ซึ่งมีเพียง 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 (ตารางที่ 5) จากผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างได้รับการศึกษาอย่างน้อยในระดับภาคบังคับขึ้นไป ทั้งนี้เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการศึกษาในเขตชนบทก่อนหน้านี้ได้กำหนดให้พลเมืองลาวต้องจบการศึกษาภาคบังคับในระดับชั้นประถม ดังนั้นคนในชนบทส่วนมากเมื่อจบการศึกษาในระดับประถมจึงไม่ค่อยเรียนต่อในระดับที่สูงขึ้น อีกทั้งการที่จะเรียนต่อในระดับที่สูงต้องใช้งบประมาณที่สูง ซึ่งครอบครัวไม่มีงบประมาณที่จะส่งบุตรหลานมาเรียนจึงตัดสินใจยุติการเรียนแต่อย่างไรก็ตามยังมีเกษตรกรส่วนหนึ่งที่มีอายุไม่มากจบการศึกษาในระดับมัธยมตอนต้น มัธยมตอนปลาย และ ปวช. เนื่องจากเกษตรกรเหล่านี้เป็นคนยุคใหม่ที่มีความใส่ใจการศึกษา ส่วนของเกษตรกรผู้จบการศึกษาในระดับอนุปริญญาและระดับปริญญาตรี ก็เนื่องจากเป็นเกษตรกรที่มีอาชีพครูสอนในโรงเรียนมัธยมศึกษาในพื้นที่เป้าหมาย

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ยอยู่ที่ 5 คน โดยครอบครัวที่มีจำนวนสมาชิกมากที่สุดคือ 12 คน และน้อยที่สุดคือ 2 คน ซึ่งมากกว่าครึ่งมีจำนวนสมาชิกอยู่ในระหว่าง 4-5 คน จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือมีจำนวนสมาชิกน้อยกว่า 6 - 7 คน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 ครัวเรือนที่มีสมาชิกมากกว่า 7 คน และไม่เกิน 3 คน มีจำนวนเท่ากัน คือ 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 (ตารางที่ 5) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าจำนวนสมาชิกในครัวเรือนมีมากพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากสังคมชนบทของลาวนั้นมีความเชื่อว่าการมีบุตรหลายคนนั้นจะสามารถช่วยแบ่งเบาภาระในการทำการเกษตรได้เมื่อบุตรหลานเติบโตจนเข้าสู่วัยแรงงาน นอกจากนี้แนวโน้มแรงงานภาคเกษตรมีแรงงานงานรุ่นใหม่ลดลง เนื่องจากความไม่มั่นคงด้านรายได้ของการทำอาชีพทางการเกษตร และปริมาณผลผลิตที่ตกต่ำ

รายได้รวมของครัวเรือน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ารายได้รวมของครัวเรือนเฉลี่ยอยู่ที่ 63,270 บาทต่อปี โดยรายได้ต่ำสุดอยู่ที่ 30,000 บาท และรายได้สูงสุด 285,714 บาท ส่วนมากเกษตรกรมีรายได้อยู่ระหว่าง 30,001 – 60,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.30 รองลงมาคือ เกษตรกรที่มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 เกษตรกรที่มีรายได้ 60,001 – 90,000 บาท มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 เกษตรกรที่มีรายได้มากกว่า 120,000 บาท มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และน้อยสุดคือเกษตรกรที่มีรายได้มากกว่า 90,001 – 120,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 ตามลำดับ (ตารางที่ 5) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ที่แตกต่างกันมากระหว่างรายได้ต่ำสุด และรายได้สูงสุด ซึ่งชี้ให้เห็นว่ารายได้ของเกษตรกรจะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึงที่ดิน ทุน แรงงาน และตลาด จากการสัมภาษณ์และการสังเกตพบว่าเกษตรกรที่มีรายได้สูงจะมีพื้นที่การผลิตมาก ประกอบกับการมีเงินทุนในการผลิต จึงทำให้ได้ผลผลิตที่สูงกว่าเกษตรกรที่มีทุนน้อย ทำให้ไม่สามารถซื้อปัจจัยการผลิตได้ เช่น ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง ยากำจัดวัชพืช

การเป็นสมาชิกกลุ่ม

ด้านการเป็นสมาชิกกลุ่ม พบว่าเกษตรกรส่วนมากไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่ม จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 86.80 และเป็นสมาชิกกลุ่มเพียง 122 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 เท่านั้น (ตารางที่ 5) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ยังไม่มีความสนใจที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มการผลิตในชุมชน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเข้าร่วมกลุ่มยังไม่ทำให้เกษตรกรได้รับประโยชน์ตามที่คาดหวังไว้ เช่น การสนับสนุนต้นทุนหรือปัจจัยการผลิต เงินทุน เป็นต้น

ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลของเกษตรกร

(n = 400)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	286	71.50
หญิง	114	18.50
อายุ (ปี)		
ต่ำกว่า 30 ปี	92	23.0
31 – 40 ปี	116	29.0
41 – 50 ปี	100	25.0
51 – 60 ปี	54	13.5
มากกว่า 60 ปี	38	9.5
$\bar{X} = 40.39$ $SD = 14.15$ Min - Max = 16 – 72		
ระดับการศึกษา		
ไม่ได้รับการศึกษา	4	1.00
ได้รับการศึกษา	396	99.00
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	54	13.50
มัธยมต้น	114	28.50
มัธยมปลาย หรือ ปวช.	140	35.00
อนุปริญญา หรือ ปวส.	61	15.30
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	24	6.80
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)		
ไม่เกิน 3 ปี	25	6.30
4 – 5 ปี	222	55.50
6 – 7 ปี	128	32.00
มากกว่า 7 ปี	25	6.30
$\bar{X} = 5.29$ $SD = 1.45$ Min - Max = 2 – 12		

ตารางที่ 5 (ต่อ)

(n = 400)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้รวมของครัวเรือน (บาท/ปี)		
ไม่เกิน 30,000 บาท/ปี	109	27.30
30,001 – 60,000 บาท/ปี	129	32.30
60,001 – 90,000 บาท/ปี	95	23.80
90,001 – 120,000 บาท/ปี	33	8.30
มากกว่า 120,000 บาท/ปี	34	8.50
$\bar{X} = 63,270$ $SD = 44,528$ $Min - Max = 30,000 - 285,714$		
การเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร		
ไม่เป็นสมาชิกกลุ่ม	278	86.90
เป็นสมาชิกกลุ่ม	122	23.20

ที่มา: จากการสำรวจ

สภาพการผลิตข้าวไถน้อย ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**จำนวนแรงงานในครัวเรือน**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าจำนวนแรงงานในครัวเรือนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 คน โดยครอบครัวที่มีจำนวนแรงงานที่สุดคือ 8 คน และน้อยที่สุดคือ 1 คน ซึ่งมากกว่าครึ่งมีจำนวนสมาชิกอยู่ในระหว่าง 3-4 คน เป็นจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือมีจำนวนสมาชิกไม่เกิน 2 คน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 ครัวเรือนที่มีจำนวนแรงงาน 5 - 6 คน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และครัวเรือนที่มีมากกว่า 6 คน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 (ตารางที่ 6) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าจำนวนสมาชิกในครัวเรือนมีมากพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากสังคมชนบทของลาวนั้นมีความเชื่อว่าการมีบุตรหลายคนจะสามารถช่วยแบ่งเบาภาระในการทำการเกษตรได้เมื่อบุตรเติบโตจนเข้าสู่วัยแรงงาน นอกจากนี้แนวโน้มแรงงานภาคเกษตรมีแรงงานงานรุ่นใหม่ลดลง เนื่องจากความไม่มั่นคงด้านรายได้ของการทำอาชีพทางการเกษตร และปริมาณผลผลิตที่ตกต่ำ

ประสบการณ์ในการทำการเกษตร

จากผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรมีประสบการณ์ในการทำการเกษตรเฉลี่ย 8.46 ปี โดยประสบการณ์ต่ำสุดอยู่ที่ 35 ปี และสูงสุดอยู่ที่ 1 ปี เกษตรกรเกือบครึ่งมีประสบการณ์อยู่ในช่วง

6- 10 ปี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือมีประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80 เกษตรกรที่มีประสบการณ์ในช่วง 11 - 15 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 เกษตรกรที่มีประสบการณ์ในช่วง 16 - 20 ปี และมากกว่า 20 ปี มีจำนวน 27 คน และ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 และ 2.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 6) การที่ผลปรากฏออกมาเช่นนี้แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรส่วนมากมีประสบการณ์ในการทำเกษตรมาเป็นเวลานาน ดังนั้นทำให้เกษตรกรเหล่านี้สั่งสมประสบการณ์ และรู้จักคิด พิจารณาถึงความถูกต้องและเหมาะสม สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ในการผลิตเกษตรได้ว่าควรผลิตสินค้าประเภทใดจึงจะทำให้ได้รับผลผลิตที่ดี และมีกำไรสูง

จำนวนพื้นที่ถือครอง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า โดยเฉลี่ยเกษตรกรมีพื้นที่ถือครองประมาณ 0.86 เฮกตาร์ต่อครัวเรือน โดยเกษตรกรที่มีดินถือครองมากที่สุดคือ 3 เฮกตาร์ และน้อยที่สุดคือ 0.06 เฮกตาร์ เกษตรกรมากกว่าครึ่งมีที่ดินถือครอง 0.6 - 1 เฮกตาร์ จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมาคือน้อยกว่า 0.5 เฮกตาร์ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 เกษตรกรที่มีพื้นที่ถือครอง 1.1 - 1.5 เฮกตาร์ จำนวน 64 คิดเป็นร้อยละ 16.00 เกษตรกรที่มีพื้นที่ถือครอง 1.6 - 2.0 เฮกตาร์ จำนวน 18 คิดเป็นร้อยละ 4.5 และน้อยสุดจะมีพื้นที่ถือครองน้อยกว่า 2 เฮกตาร์ ซึ่งมีเพียง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 (ตารางที่ 6) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรส่วนมากมีที่ดินทำการเกษตรในระดับปานกลาง ทั้งนี้การได้มาของที่ดินส่วนใหญ่ได้มาจากการสืบทอดมรดกจากบรรพบุรุษหรือจากรุ่นสู่รุ่นจึงทำให้พื้นที่ทำการเกษตรลดลงเรื่อย ๆ อีกทั้งปัจจุบันการเพิ่มขึ้นของประชากร ทำให้มีการขยายพื้นที่เพื่อการอยู่อาศัย การขยายโรงงานอุตสาหกรรม ทำให้พื้นที่การผลิตทางการเกษตรถูกรุกล้ำ

ประเภทของดินในพื้นที่ปลูกข้าว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ประเภทของดินในพื้นที่ที่ใช้ในการปลูกข้าวไถน้อยส่วนมากเป็นดินเหนียว จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาเป็นพื้นที่ดินร่วน จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 และกลุ่มที่น้อยสุดเป็นเกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกข้าวแบบดินทราย จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 (ตารางที่ 6) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าดินส่วนมากเป็นดินเหนียว ซึ่งดินเหนียวเป็นดินที่มีเนื้อละเอียดที่สุด โดยเป็นดินที่มีการระบายน้ำ และอากาศได้ไม่ดี แต่สามารถอุ้มน้ำได้ดี เหมาะที่จะใช้ดินเหนียวในการทำนาปลูกข้าว รวมถึงปลูกพืชน้ำชนิดต่าง ๆ

แหล่งน้ำที่ใช้ทำการผลิตข้าวไถน้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า แหล่งน้ำที่ใช้ทำการผลิตข้าวไถน้อย ส่วนมากเป็นน้ำชลประทาน จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.20 และมีเกษตรกรที่ใช้น้ำฝน จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 (ตารางที่ 6) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าส่วนมากเกษตรกรใช้น้ำชลประทานในการผลิต

ข้าวไถ่น้อย เนื่องจากปัจจุบันรัฐบาลได้มีการขยายระบบชลประทานทุกภูมิภาค เพราะระบบชลประทานเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนศักยภาพการผลิตและเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร สะท้อนจากข้อมูลสถิติที่พบว่าครัวเรือนภาคการเกษตรในพื้นที่ชลประทานมีรายได้สูงกว่าครัวเรือนที่อยู่นอกเขตชลประทานเนื่องจากมีน้ำเพียงพอต่อการทำเกษตรกรรม

การใช้เครื่องมือในการผลิตข้าวไถ่น้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้เครื่องมือในการผลิตข้าวไถ่น้อย พบว่า เกษตรกรเกือบทั้งหมดมีการใช้รถไถเดินตาม ร้อยละ 98.50 และมีเกษตรกรเพียงส่วนน้อยที่ใช้รถดำนนา และเครื่องนวดข้าว ที่มีสัดส่วนการใช้เท่ากัน คือ ร้อยละ 0.8 (ตารางที่ 6) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ารถไถเดินตามเป็นเครื่องทุ่นแรงสำคัญของการทำเกษตรในปัจจุบัน เพราะทุกวันนี้ธุรกิจการเกษตรมีการแข่งขันที่สูงขึ้นมาก เกษตรกรที่เลือกใช้รถไถเพื่อการเกษตรใหม่ ๆ จะยังได้เปรียบ ทำงานเกษตรได้ง่ายขึ้น เร็วขึ้น สร้างผลกำไรได้ตั้งใจหวัง

แหล่งเงินทุนในการผลิตข้าวไถ่น้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแหล่งเงินทุนในการผลิตข้าวไถ่น้อย พบว่า เกษตรกรเกือบทั้งหมดใช้ทุนตัวเอง จำนวน 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.60 รองลงมาคือใช้ทั้งทุนตัวเองและกู้ยืมบางส่วน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และมีเกษตรกรเพียงรายเดียวที่ต้องใช้เงินทุนจากการกู้ยืมทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 0.4 (ตารางที่ 6) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรใช้เงินทุนของตนเองเป็นหลักในการผลิตข้าวไถ่น้อย เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีพื้นไม่มาก ทำให้ต้องการเงินทุนไม่สูง ประกอบกับเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่นิยมสร้างหนี้สินให้แก่ตนเอง จึงอาศัยเงินออมของตนเองที่ได้จากการขายผลผลิตทางการเกษตร แต่ก็ยังมีเกษตรกรอีกจำนวนหนึ่งที่มีการกู้ยืมเงินทุนจากแหล่งอื่นมาใช้ในการผลิตข้าว สาเหตุที่มีเกษตรกรกู้ยืมเงินเพื่อมาลงทุนจำนวนน้อยเนื่องจากปัญหาในการกู้ยืมคือมีขั้นตอนที่ยุ่งยากและยังต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน เลยทำให้เกษตรกรส่วนมากไม่ค่อยสนใจที่จะกู้ยืมจากแหล่งทุนต่าง ๆ แต่แหล่งทุนดังกล่าวเป็นแหล่งทุนที่ให้การกู้ยืมในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ทำเกษตรกรรมสามารถชำระคืนได้ในระยะเวลาที่กำหนด

จำนวนเงินทุนในการผลิตข้าวไถ่น้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนมากเกษตรกรใช้เงินทุน 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือเกษตรกรที่ใช้เงินทุนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 เกษตรกรที่ใช้เงินทุน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 เกษตรกรที่ใช้เงินทุน 10,001 – 15,000 บาท มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และน้อยสุดคือเกษตรกรที่ใช้เงินทุนมากกว่า 20,000 บาท มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 (ตารางที่ 6) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ต้นทุนการผลิตที่แตกต่างกันนี้ชี้ให้เห็นว่าต้นทุนของเกษตรกรจะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็นจำนวนที่ดิน แรงงาน และ ปัจจัยการผลิต

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตตัวจริงเกษตรกรที่มีต้นทุนมากจะมีพื้นที่การผลิตมาก ประกอบกับการมีเงินทุนในการผลิต จึงทำให้ได้ผลผลิตที่สูงกว่าเกษตรกรที่มีทุนน้อย ที่ไม่สามารถซื้อปัจจัยการผลิตได้เช่น ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง ยากำจัดวัชพืช

เมล็ดพันธุ์ข้าว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการแหล่งเงินทุนในการผลิตข้าวไถน้อย พบว่า เกษตรกรมากกว่าครึ่งใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อยเหลือง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 94.50 รองลงมาคือใช้พันธุ์ข้าวไถน้อยแดง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 14.90 และมีเกษตรกรที่ใช้พันธุ์ข้าวไถน้อยลาย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 (ตารางที่ 6) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อยเหลืองมากกว่าเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อยชนิดอื่น ทั้งนี้เนื่องจากเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อยเหลืองเป็นเมล็ดพันธุ์ที่มีรสชาติหอม นุ่ม และตลาดมีความต้องการสูง จึงทำให้เกษตรกรนิยมปลูก

แหล่งเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า แหล่งเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อย ส่วนมากเป็นเมล็ดพันธุ์ที่เกษตรกรเก็บไว้ใช้เอง จำนวน 373 คน คิดเป็นร้อยละ 93.30 และเกษตรกรซื้อเมล็ดพันธุ์จากแหล่งอื่น จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 (ตารางที่ 6) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าส่วนมากเกษตรกรใช้เมล็ดพันธุ์ของตัวเองเก็บรักษาไว้จากปีที่ผ่านมา ทั้งนี้เนื่องจากการเก็บเมล็ดพันธุ์ไว้ใช้เองจะช่วยให้เกษตรกรประหยัดต้นทุน และยังมีมั่นใจว่าได้ใช้เมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพอีกด้วย

จำนวนเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อยที่ใช้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนมากเกษตรกรใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อย 50 – 100 กิโลกรัม จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 รองลงมาคือ ใช้เมล็ดพันธุ์น้อยกว่า 50 กิโลกรัม จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 เกษตรกรที่ใช้เมล็ดพันธุ์ตั้งแต่ 101 – 150 กิโลกรัม มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 เกษตรกรที่ใช้เมล็ดพันธุ์ตั้งแต่ 151 – 200 กิโลกรัม จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และเกษตรกรที่ใช้เมล็ดพันธุ์มากกว่า 200 กิโลกรัม มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 (ตารางที่ 6) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ต้นทุนการผลิตที่แตกต่างกันนี้ชี้ให้เห็นว่าจำนวนเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อยที่เกษตรกรใช้จะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็นจำนวนที่ดิน ความอุดมสมบูรณ์ของดิน และระยะห่างของการปักดำกล้าข้าว

วิธีการปลูกข้าวไถน้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า วิธีการที่เกษตรกรส่วนมากที่ใช้ในการปลูกข้าวไถน้อย เกือบทั้งหมดเป็นนาดำ จำนวน 386 คน คิดเป็นร้อยละ 96.50 และมีเพียง 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ที่ปลูกข้าวแบบนาหว่าน (ตารางที่ 6) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าส่วนมากเกษตรกรนิยมการปลูกแบบนาดำมากกว่านาหว่าน เหตุผลหลักที่ทำให้เป็นเช่นนั้น น่าจะมาจากความเคยชิน ทั้งนี้การทำงานดำยังช่วยลดต้นทุน เพิ่มผลผลิตได้มากกว่าการทำนาหว่าน

วิธีการเตรียมต้นกล้าข้าวไถน้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เกษตรกรส่วนมากมีการเตรียมเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อยด้วยการแยกสิ่งเจือปนก่อน จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ ใช้วิธีนำเมล็ดข้าวแช่น้ำแล้วหว่าน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 มีเกษตรกรที่นำเมล็ดข้าวมาแช่น้ำแล้วนำไปบ่มก่อนที่จะหว่าน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 และมีเกษตรกรที่ทำการทดสอบความงอกก่อนหว่าน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 (ตารางที่ 6) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรใช้วิธีการเตรียมต้นกล้าข้าวไถน้อยที่ต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจ ความสะดวกของเกษตรกรต่างกัน

ช่วงเวลาในการเตรียมต้นกล้าข้าวไถน้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เกษตรกรมากกว่าครึ่งมีการเตรียมต้นกล้าข้าวไถน้อยในเดือนพฤษภาคม จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.70 รองลงมาคือเตรียมต้นกล้าในเดือนมิถุนายน และเดือนเมษายน จำนวน 152 คน และ 29 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 และ 7.30 ตามลำดับ (ตารางที่ 6) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรมีการเตรียมต้นกล้าข้าวไถน้อยในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละพื้นที่ได้รับน้ำฝนไม่พร้อมกัน จึงเป็นสาเหตุทำให้เกษตรกรตกกล้าไม่พร้อมกัน

การไถเตรียมดิน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เกษตรกรส่วนมากมีการไถเตรียมดินปลูกข้าวไถน้อยด้วยการไถดิน 2 ครั้ง มีจำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.80 และมีเกษตรกรที่ทำการไถดินเพียงครั้งเดียว จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 (ตารางที่ 6) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจถึงประโยชน์จากการไถดิน ทั้งนี้เนื่องจากการไถเตรียมดินมีวัตถุประสงค์ เพื่อกำจัดวัชพืชและทำให้ดินมีสภาพเหมาะแก่การปลูกข้าว การไถครั้งแรกพลิกดินขึ้นมาแล้วเว้นช่วงให้เมล็ดวัชพืชงอก ยิ่งงอกมากยิ่งดี แล้วไถครั้งที่ 2 หรือไถแปรฝังกลบต้นวัชพืชลงในดิน จะช่วยลดปริมาณวัชพืชได้มาก ช่วงเวลาระหว่างไถครั้งแรกกับครั้งที่ 2 ขึ้นกับปัจจัยในการงอกของเมล็ดวัชพืชโดยเฉพาะความชื้น ถ้ามีความชื้นพอเหมาะจะทำให้งอกได้ดีและใช้เวลาไม่นาน แต่ก็มีเกษตรกรบางรายที่มีการไถเพียงครั้งเดียวเนื่องจากการประหยัดต้นทุนในการผลิต

ช่วงเวลาในการดำนา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เกษตรกรเกือบครึ่งมีการดำนาในช่วงเดือนกรกฎาคม จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20 รองลงมาคือดำนาในเดือนมิถุนายน และเดือนสิงหาคม จำนวน 191 คน และ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 และ 3.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 6) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรมีการดำนาในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละพื้นที่ได้รับน้ำฝนไม่พร้อมกัน จึงเป็นสาเหตุทำให้เกษตรกรมีการเตรียมต้นกล้าไม่พร้อมกัน เลยส่งผลให้ดำนาไม่พร้อมกัน

การใส่ปุ๋ย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เกษตรกรเกือบทั้งหมดได้จำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 มีการใส่ปุ๋ยในการผลิตข้าว และมีเพียง 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ไม่ได้ใส่ปุ๋ยบำรุงดิน ซึ่งส่วนมากเกษตรกรได้ใส่ปุ๋ยเคมี จำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 84.5 และใส่ปุ๋ยอินทรีย์เพียง 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 (ตารางที่ 6) ที่ผลปรากฏออกมาเช่นนี้เนื่องจากการใส่ปุ๋ยเคมีจะสามารถเพิ่มผลผลิตในนาข้าวของเกษตรกรได้ ซึ่งจะทำให้เกษตรกรได้รับผลผลิตข้าวที่สูงขึ้น

การรักษาระดับน้ำในนาข้าว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เกษตรกรเกือบทั้งหมดได้รักษาระดับน้ำในนาข้าว จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 91.00 และมีเพียง 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ที่ไม่ได้รักษาระดับน้ำในนาข้าว (ตารางที่ 6) ที่ผลปรากฏออกมาเช่นนี้เนื่องจากการจัดการระดับน้ำในนาข้าวจะช่วยกำจัดวัชพืชและยังช่วยทำให้ผลผลิตข้าวเพิ่มขึ้นอีกด้วย

การกำจัดหญ้าในนาข้าว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เกษตรกรเกือบทั้งหมดได้กำจัดหญ้าในนาข้าว จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 94.5 มีเพียงร้อยละ 5.5 ที่ไม่ได้กำจัดหญ้าในนาข้าว ซึ่งส่วนมากเกษตรกรได้กำจัดหญ้าด้วยการถอน จำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 86.00 มีการกำจัดหญ้าด้วยเครื่องจักรกล จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 และกำจัดหญ้าด้วยการใช้สารเคมี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 (ตารางที่ 6) ที่ผลปรากฏออกมาเช่นนี้เนื่องจากการกำจัดหญ้าในนาข้าวจะช่วยกำจัดวัชพืชที่มาแย่งธาตุอาหารของข้าวออกไป ซึ่งจะทำให้ข้าวได้รับธาตุอาหารเต็มที่ ช่วยให้ข้าวเจริญเติบโตได้ดี และยังช่วยทำให้ผลผลิตข้าวเพิ่มขึ้นอีกด้วย

การป้องกัน และกำจัดแมลง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ส่วนมากเกษตรกรมีการป้องกันและกำจัดแมลงในนาข้าว จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 โดยใช้สารเคมีเพื่อป้องกันและกำจัดวัชพืช จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 และใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 ส่วนเกษตรกรอีก 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 ไม่ได้มีการป้องกันและกำจัดแมลง (ตารางที่ 6) ที่ผลปรากฏออกมาเช่นนี้เนื่องจากการกำจัดแมลงด้วยการใช้สารเคมีเป็นวิธีที่ง่ายและเห็นผลได้เร็วกว่าวิธีอื่น ถึงแม้ว่าจะทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นก็ตาม แต่จะช่วยให้ประหยัดแรงงานและเวลาได้มากกว่า

วิธีการเกี่ยวข้าว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เกี่ยวข้าวโดยใช้แรงงานคน จำนวน 386 คน คิดเป็นร้อยละ 96.5 และมีเพียง 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ที่ใช้เครื่องเกี่ยวข้าว (ตารางที่ 6) ที่ผลปรากฏออกมาเช่นนี้เนื่องจากว่าพื้นที่ของเกษตรกรส่วนใหญ่มีพื้นที่ปลูกข้าวขนาดเล็ก ประกอบ

กับบางพื้นที่เป็นเขตพื้นที่สูง ซึ่งไม่เหมาะสมที่จะใช้เครื่องเกี่ยวข้าวจึงต้องอาศัยแรงงานคนเป็นหลักในการเกี่ยวเกี่ยว

วิธีการตากข้าว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เกษตรกรเกือบทั้งหมดมีการตากข้าวก่อนนวด จำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 92.7 มีเกษตรกรที่ไม่ได้ตากข้าว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และมีเกษตรกรที่ตากข้าวหลังนวด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 (ตารางที่ 6) ที่ผลปรากฏออกมาเช่นนี้เนื่องจากเกษตรกรมีความเคยชินกับวิธีการตากข้าวก่อนนวด ทั้งนี้จะทำให้สามารถรักษาคุณภาพเมล็ดข้าวให้ได้มาตรฐานอยู่เป็นเวลานาน หลังจากนวดจึงไม่จำเป็นต้องเอาข้าวเปลือกไปตากอีก

วิธีการเก็บรักษาผลผลิตข้าว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เกษตรกรส่วนมากนิยมเก็บข้าวเปลือกไว้ในยุ้งข้าว จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 และมีเกษตรกรที่เลือกเก็บข้าวไว้ในกระสอบ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 (ตารางที่ 6) ที่ผลปรากฏออกมาเช่นนี้เนื่องจากเกษตรกรมีความเคยชินกับวิธีการเก็บผลผลิตข้าวไว้ในยุ้งฉาง เนื่องจากเป็นวิธีที่สะดวก และประหยัดต้นทุน ไม่จำเป็นต้องซื้อกระสอบจำนวนมาก ทั้งนี้จะทำให้สามารถรักษาคุณภาพเมล็ดข้าวให้ได้มาตรฐานอยู่เป็นเวลานานอีกด้วย

การจำหน่ายผลผลิตข้าวไถ่น้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เกษตรกรส่วนมากขายผลผลิตของตนให้กับพ่อค้าในชุมชน จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาคือเกษตรกรเก็บไว้บริโภคในครัวเรือนจึงไม่ได้ขาย จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 จำหน่ายให้กับพ่อค้าต่างถิ่น จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 นอกจากนี้ยังมีเกษตรกรที่เลือกจำหน่ายให้แก่โรงสีข้าว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และจำหน่ายไปยังตลาดต่างจังหวัด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 (ตารางที่ 6) ที่ผลปรากฏออกมาเช่นนี้เนื่องจากการจำหน่ายผลผลิตให้กับพ่อค้าในชุมชนเป็นวิธีการที่สะดวก ไม่มีต้นทุนในการขาย พ่อค้าในชุมชนมารับซื้อผลผลิตถึงบ้านทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย และเวลา

การรวมกลุ่มการผลิต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ส่วนมากเกษตรกรไม่มีการรวมกลุ่มการผลิต จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0 และมีเพียง 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ที่มีการรวมกลุ่มในการผลิตข้าวไถ่น้อย (ตารางที่ 6) ที่ผลปรากฏออกมาเช่นนี้เนื่องจากว่าพื้นที่ของเกษตรกรส่วนมากมีขนาดเล็ก ประกอบกับพื้นที่การผลิตอยู่ไกลกัน การขายผลผลิตในจำนวนไม่มากจึงทำให้มีความยุ่งยากในการรวมกลุ่ม

ตารางที่ 6 จำนวน และร้อยละเกี่ยวกับสถานภาพการผลิตข้าวไถ่น้อยของเกษตรกร

(n = 400)

ปัจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนแรงงานในการผลิตข้าวไถ่น้อย (คน)		
ไม่เกิน 2 คน	93	23.30
3 – 4 คน	229	57.30
5 – 6 คน	70	17.50
มากกว่า 6 คน	8	2.00
$\bar{X} = 3.57$ $SD = 1.31$ Min - Max = 1 – 12		
ประสบการณ์ในการทำการเกษตร (ปี)		
ไม่เกิน 5 ปี	127	31.80
6 – 10 ปี	192	48.00
11 – 15 ปี	46	11.50
16-20 ปี	27	6.80
มากกว่า 20 ปี	8	2.00
$\bar{X} = 8.46$ $SD = 5.32$ Min - Max = 1 - 35		
พื้นที่ถือครอง (เฮกเตอร์)		
ไม่เกิน 0.5 เฮกเตอร์	87	21.80
0.6 – 1 เฮกเตอร์	226	56.50
1.1 – 1.5 เฮกเตอร์	64	16.00
1.6 – 2 เฮกเตอร์	18	4.50
มากกว่า 2 เฮกเตอร์	5	1.30
$\bar{X} = 0.86$ $SD = 0.43$ Min - Max = 0.06 - 3		
ประเภทของดินในพื้นที่ปลูกข้าว		
ดินเหนียว	190	47.50
ดินทราย	72	18.00
ดินร่วน	138	34.50
แหล่งน้ำที่ใช้ทำการผลิตข้าวไถ่น้อย		
น้ำฝน	163	40.80
ชลประทาน	237	59.20

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n = 400)

ปัจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การใช้เครื่องมือในการผลิตข้าวไถ่น้อย		
รถไถเดินตาม	394	98.5
รถดำนา	3	0.8
เครื่องนวดข้าว	3	0.8
แหล่งเงินทุนในการผลิตข้าวไถ่น้อย		
ทุนตัวเอง	391	97.6
กู้	1	0.4
ทั้งสอง	8	2.0
เงินทุนในการผลิตข้าวไถ่น้อย (บาท)		
ไม่เกิน 5,000 บาท	111	27.8
5,001 – 10,000 บาท	172	43.0
10,0001 – 15,000 บาท	38	9.5
15,0001 – 20,000 บาท	68	17.0
มากกว่า 20,000 บาท	11	2.8
เมล็ดพันธุ์ข้าวไถ่น้อย		
เหลือ	286	54.5
แดง	78	14.9
ลาย	36	6.9
แหล่งเมล็ดพันธุ์ข้าวไถ่น้อย		
เก็บไว้เอง	373	93.3
ซื้อ	27	6.7
จำนวนเมล็ดพันธุ์ข้าวไถ่น้อยที่ใช้ (กิโลกรัม)		
ไม่เกิน 50 กิโลกรัม	82	20.6
51 – 100 กิโลกรัม	153	38.3
101 – 150 กิโลกรัม	59	14.8
151 – 200 กิโลกรัม	55	13.8
มากกว่า 200 กิโลกรัม	50	12.5

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n = 400)

ปัจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิธีการปลูกข้าวไถน้อย		
นาดำ	386	96.5
นาหว่าน	14	3.5
การเตรียมเมล็ดพันธุ์ข้าว		
แยกสิ่งเจือปน	144	36.0
ทดสอบความงอก	12	3.0
แช่น้ำแล้วหว่าน	137	34.3
แช่น้ำแล้วนำไปบ่มก่อนที่จะหว่าน	107	26.8
ช่วงเวลาในการเตรียมต้นกล้า		
เมษายน	29	7.3
พฤษภาคม	219	54.7
มิถุนายน	152	38.0
การเตรียมดิน		
ไถ 1 ครั้ง	145	36.2
ไถ 2 ครั้ง	255	63.8
ระยะเวลาในการดำนา		
มิถุนายน	191	47.8
กรกฎาคม	197	49.2
สิงหาคม	12	3.0
การใส่ปุ๋ย		
ไม่ได้ใส่	40	10.0
ใส่	360	90.0
ปุ๋ยเคมี	338	84.5
ปุ๋ยอินทรีย์	22	5.5
การรักษาระดับน้ำในนาข้าว		
ได้ทำ	364	91.0
ไม่ได้ทำ	36	9.0

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n = 400)

ปัจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การกำจัดหญ้าในนาข้าว		
ไม่มีการกำจัดหญ้า	22	5.50
มีการกำจัดหญ้า	378	94.5
ถอน	344	86.0
เครื่องจักรกล	29	7.25
ใช้สารเคมี	5	1.25
การป้องกัน และ กำจัดแมลง		
ไม่ได้ทำ	187	46.8
ได้ทำ	213	53.3
ภูมิปัญญาชาวบ้าน	75	18.8
ใช้สารเคมี	138	34.5
วิธีการเกี่ยวข้าว		
ใช้แรงงานคน	386	96.5
ใช้เครื่องเกี่ยวข้าว	14	3.5
การตากข้าว		
ไม่ได้ตาก	18	4.5
ตากข้าวก่อนนวด	371	92.7
นวดก่อนตากข้าว	11	2.8
การเก็บผลผลิตข้าว		
เก็บในกระสอบ	105	26.2
เก็บในยุ้งข้าว	295	73.8
การจำหน่ายผลผลิตข้าวไถน้อย		
ไม่ได้ขาย	47	11.8
จำหน่ายพ่อค้าในชุมชน	276	69.0
จำหน่ายให้พ่อค้าต่างถิ่น	46	11.5
จำหน่ายให้โรงสีข้าว	19	4.8
จำหน่ายไปตลาดนอกชุมชน	12	3.0

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n = 400)

ปัจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การรวมกลุ่มในการผลิตข้าวไถ่น้อย		
มี	88	22.0
ไม่มี	312	78.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ศักยภาพการผลิต และแนวโน้มการตลาดของข้าวไถ่น้อย ในแขวงเชียงขวาง**สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว****จำนวนพื้นที่ในการผลิตข้าวไถ่น้อย**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า โดยเฉลี่ยเกษตรกรมีพื้นที่ผลิตข้าวไถ่น้อย 0.86 เฮกตาร์ต่อครัวเรือน โดยเกษตรกรมีพื้นที่ผลิตข้าวไถ่น้อย มากสุดคือ 3 เฮกตาร์ และน้อยที่สุดคือ 0.06 เฮกตาร์ เกษตรกรมากกว่าครึ่งมีพื้นที่ผลิตข้าวไถ่น้อย 0.6 - 1 เฮกตาร์ จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมาคือไม่เกิน 0.5 เฮกตาร์ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 ถัดมาคือเกษตรกรที่มีพื้นที่ผลิตข้าวไถ่น้อย 1.1 - 1.5 เฮกตาร์ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 เกษตรกรที่มีพื้นที่ผลิตข้าวไถ่น้อย 1.6 - 2.0 เฮกตาร์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และน้อยสุดจะมีพื้นที่ผลิตข้าวไถ่น้อยมากกว่า 2 เฮกตาร์ ซึ่งมีเพียง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 (ตารางที่ 7) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรส่วนมากมีพื้นที่ผลิตข้าวไถ่น้อยในระดับปานกลาง ทั้งนี้การได้มาของที่ดินส่วนใหญ่ได้มาจากการสืบทอดมรดกจากบรรพบุรุษหรือจากรุ่นสู่รุ่นจึงทำให้พื้นที่ทำการเกษตรลดลงเรื่อย ๆ อีกทั้งปัจจุบันการเพิ่มขึ้นของประชากร ทำให้มีการขยายพื้นที่เพื่อการอยู่อาศัย การขยายโรงงานอุตสาหกรรม ทำให้พื้นที่การผลิตทางการเกษตรถูกรุกล้ำ

เหตุผลที่ปลูกข้าวไถ่น้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เหตุผลที่เกษตรกรปลูกข้าวไถ่น้อยเนื่องจากพื้นที่ปลูกมีความเหมาะสม จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมาคือต้องการใช้พื้นที่ว่างเปล่าให้เกิดประโยชน์ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.20 และมีเกษตรกรที่เลือกปลูกข้าวไถ่น้อยตามเพื่อนบ้าน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 (ตารางที่ 7) ที่ผลปรากฏออกมาเช่นนี้เนื่องจากว่าพื้นที่ในแขวงเชียงขวางเป็นพื้นที่ราบสูง มีอากาศหนาวเย็นตลอดปี ซึ่งมีความเหมาะสมในการผลิตข้าวไถ่น้อย

ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจปลูกข้าวไถน้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เกษตรกรปลูกข้าวไถน้อยมากที่สุด คือ ราคาข้าวไถน้อยสูง จำนวน 353 คน คิดเป็นร้อยละ 88.3 รองลงมาคือชอบบริโภค จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 นอกจากนี้ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจปลูกเพราะพื้นที่เพาะปลูกมีความเหมาะสม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ยังมีเกษตรกรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และเนื่องจากมีบริษัทรับซื้อผลผลิต จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 (ตารางที่ 7) ที่ผลปรากฏออกมาเช่นนี้เนื่องจากว่าราคาข้าวไถน้อยจะสูงกว่าราคาข้าวชนิดอื่น จึงเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้เกษตรกรตัดสินใจปลูกข้าวไถน้อย

ระยะเวลาที่ใช้ในการปลูกข้าวไถน้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ส่วนมากระยะเวลาที่เกษตรกรใช้ในการปลูกข้าวไถน้อย อยู่ระหว่าง 4 – 5 เดือน จำนวน 372 คน คิดเป็นร้อยละ 93.0 ขณะที่เกษตรกรบางรายต้องใช้ระยะเวลาในการปลูก 6 – 7 เดือน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7 (ตารางที่ 7) ที่ผลปรากฏออกมาเช่นนี้เนื่องจากว่าพื้นที่ในการศึกษามีหลายพื้นที่ แต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างกันทางด้านภูมิศาสตร์ การเข้าถึงแหล่งทุน แรงงาน และ ทุนไม่เหมือนกัน ทำให้ใช้ระยะเวลาการผลิตที่แตกต่างกัน

การใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ส่วนมากเกษตรกรมีการใช้เมล็ดพันธุ์ในการปลูกข้าวไถน้อยมากกว่า 4 ปี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาคือใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวมาแล้ว 1 – 2 ปี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 เกษตรกรที่ใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวมาแล้ว 3 – 4 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และมีเกษตรกรที่ใช้พันธุ์ข้าวปีแรก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 (ตารางที่ 7) เนื่องจากการใช้เมล็ดพันธุ์ของตนเองช่วยให้เกษตรกรลดต้นทุนลงได้ แต่เกษตรกรยังมีความกังวลต่อการกลายพันธุ์ของเมล็ดข้าวเพราะการใช้เมล็ดพันธุ์ต่อเนื่องกันหลายปีจะทำให้ข้าวไม่ใช้พันธุ์ดั้งเดิม

การสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เกษตรกรเกือบทั้งหมดได้รับการสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 366 คน คิดเป็นร้อยละ 91.5 และเกษตรกรที่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 (ตารางที่ 7) เนื่องจากข้าวไถน้อยกำลังเป็นที่ต้องการของตลาดเฉพาะกลุ่มทำให้รัฐเข้ามาให้การสนับสนุนด้านการผลิต

วิธีการผลิตข้าวไถน้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ส่วนมากเกษตรกรมีการผลิต และเก็บเกี่ยวข้าวด้วยตัวเอง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือทำการเพาะปลูกข้าวด้วยตัวเองแต่มีการจ้างแรงงานบางส่วน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ขณะที่มิเกษตรกรที่ใช้การจ้างแรงงานทั้งหมดจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 (ตารางที่ 7)

การได้รับข้อมูลข่าวสารในการผลิตข้าวไถน้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ส่วนมากเกษตรกรได้รับข้อมูลข่าวสารในการผลิตข้าวไถน้อยจากผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือได้รับข้อมูลข่าวสารจากเกษตรกรอำเภอ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 รับข้อมูลข่าวสารจากนักพัฒนาชุมชน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ได้รับข้อมูลข่าวสารจากทีวี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ได้รับข้อมูลข่าวสารจากวิทยุ จำนวน 16 คนร้อยละ 4.0 และได้รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 โดยมีเกษตรกรที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเลย จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 (ตารางที่ 7)

ปัญหาในการปลูกข้าวไถน้อย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัญหาในการปลูกข้าวไถน้อยที่เกษตรกรส่วนใหญ่ต้องเผชิญคือ ปัญหาโรคพืช จำนวน 374 คน คิดเป็นร้อยละ 93.5 รองลงมาคือปัญหาผลผลิตต่ำ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และมีเกษตรกรที่มีปัญหาการดูแลพื้นที่ปลูกข้าว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 จำนวน และร้อยละของข้อมูลศักยภาพในการผลิต และแนวโน้มการผลิตข้าวไถน้อย

(n = 400)

ปัจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนพื้นที่ในการผลิตข้าวไถน้อย (ha)		
ไม่เกิน 0.5 ha.	87	21.80
0.6 – 1 ha.	226	56.50
1.1 – 1.5 ha.	64	16.00
1.6 – 2 ha.	18	4.50
มากกว่า 2 ha.	5	1.30
$\bar{X} = 0.86$ $SD = 0.43$ $Min - Max = 0.06 - 3$		
เหตุผลที่ปลูกข้าวไถน้อย		
พื้นที่ปลูกมีความเหมาะสม	308	77.0
ใช้พื้นที่ว่างเปล่าให้เกิดประโยชน์	65	16.20
ทำตามเพื่อนบ้าน	27	6.80

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n = 400)

ปัจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจปลูกข้าวไถน้อย		
ราคาดี	353	88.3
พื้นที่ปลูกมีความเหมาะสม	15	3.8
นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ	4	1.0
มีบริษัทรับซื้อผลผลิต	3	.80
ชอบบริโภค	25	6.3
เวลาที่ใช้ในการปลูกข้าวไถน้อย (เดือน)		
4 – 5	372	93.0
6 – 7	28	7.0
เมล็ดพันธุ์ที่ใช้ในปัจจุบันใช้มากี่ปีแล้ว		
ใช้ปีแรก	20	5.0
1 ปี	49	12.30
2 ปี	78	19.5
3 ปี	26	6.5
4 ปี	35	8.8
5 ปี	138	34.5
มากกว่า 5 ปี	54	13.5
การสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง		
ได้รับ	366	91.5
ไม่เคยได้รับ	34	8.5
การเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อย		
ไม่ได้เปลี่ยน	107	26.8
เปลี่ยนทุกปี	293	73.3
เนื่องจากผลผลิตข้าวลดลง	157	39.3
เนื่องจากโรคพืช	136	34

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n = 400)

ปัจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิธีการผลิตข้าวไถน้อย		
ผลิต และเก็บเกี่ยวด้วยตัวเอง	248	62.0
จ้างแรงงานทั้งหมด	50	12.5
ทำด้วยตัวเอง และจ้างแรงงาน	102	25.5
การได้รับข้อมูลข่าวสารในการผลิตข้าวไถน้อย		
ผู้ใหญ่บ้าน	222	55.5
เกษตรอำเภอ	64	16.0
นักพัฒนาชุมชน	31	7.75
การได้รับข้อมูลข่าวสารในการผลิตข้าวไถน้อย (ต่อ)		
วิทยุ	16	4.0
ทีวี	17	4.25
หนังสือพิมพ์	12	3.0
ไม่ได้รับสื่อ	38	9.5
การรับรู้ประโยชน์ข้าวไถน้อย		
ไม่มีความรู้เลย	285	71.3
รู้	115	28.7
นโยบายของรัฐในการส่งเสริมการผลิตข้าวไถน้อยที่ใช้		
ไม่มี	383	95.8
มี	17	4.3
ปัญหาในการปลูกข้าวไถน้อย		
โรค	374	93.5
แมลง	12	3.0
ผลผลิตต่ำ	14	3.5
การรวมกลุ่มในการผลิตข้าวไถน้อย (ha)		
ไม่มี	98	24.50
มี	302	75.50

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n = 400)

ปัจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การจำหน่ายผลผลิตข้าวไถน้อย		
มีพ่อค้ามาซื้อที่บ้าน	314	78.5
ขายให้โรงสี	27	6.8
ขายให้โรงงานเปียร์	3	0.8
นำไปขายเองที่ตลาดใกล้บ้าน	25	6.3
ไม่ได้จำหน่าย เก็บไว้บริโภคเอง	31	7.8
ขายผลผลิตข้าวไถน้อยให้ใคร		
ขายให้พ่อค้าคนเดิมที่เคยมาซื้อ	321	80.2
ขายให้คนใหม่	79	19.8
ปัจจัยที่เลือกสถานที่ขายผลผลิตข้าวไถน้อย		
ให้ราคาสูง	350	87.5
ใกล้บ้าน	9	2.3
มีสัญญาณผูกมัด	1	0.3
ได้รับเงินไว	4	1.0
ไม่มีเงื่อนไขในการซื้อที่ยุ่งยาก	10	2.5
เชื่อถือได้ และยุติธรรม	26	6.5
ราคาผลผลิตข้าวไถน้อยมีการเปลี่ยนแปลงจากปีที่ผ่านมาหรือไม่		
ไม่เปลี่ยน	28	7.0
เปลี่ยน	372	93.0
ท่านรู้เกณฑ์ในการกำหนดราคาข้าวไถน้อย		
รู้	397	99.2
ไม่รู้	3	0.8

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n = 400)

ปัจจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การได้รับข้อมูลข่าวสารการตลาดข้าวไก่น้อย		
ผู้ใหญ่บ้าน	178	44.5
หนังสือพิมพ์	4	1.0
สื่อออนไลน์	58	14.5
วิทยุ/ทีวี	4	1.0
กลุ่มผู้ผลิตข้าวไก่น้อย	16	4.0
พ่อค้า	140	35.0
ปัญหาในการผลิตข้าวไก่น้อย		
ปัญหาโรคพืช	374	93.5
ปัญหาผลผลิตต่ำ	14	3.5
ปัญหาการดูแลพื้นที่ปลูกข้าว	12	3.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ตอนที่ 4 ผลการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการผลิต และการตลาดของของข้าวไถน้อย ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การผลิตข้าวไถน้อย

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถน้อยจึงได้นำมาสรุปเป็นขั้นตอนการปลูกข้าวไถน้อย ซึ่งพบว่าขั้นตอนมีความคล้ายคลึงกับการปลูกข้าวเหนียวทั่วไป โดยมีขั้นตอนและช่วงเวลาดังนี้

1. การเตรียมดิน จะต้องเริ่มจากการไถตะเพื่อพลิกดินและทำลายวัชพืช จากนั้นตากดินไว้ประมาณ 1 – 2 สัปดาห์ แล้วจึงทำการไถแปรเพื่อย่อยดินและกำจัดวัชพืชเพิ่มเติม วิธีการนี้จะทำให้วัชพืชในแปลงข้าวไถน้อยลง ช่วยให้ต้นข้าวเจริญเติบโตได้ดีและมีผลผลิตสูงกว่าพื้นที่เพาะปลูกที่มีวัชพืชขึ้นหนาแน่น อีกทั้งยังเสียต้นทุนในการกำจัดวัชพืชภายหลังน้อยกว่าอีกด้วย

ทั้งนี้ ลักษณะดินในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเป็นดินเหนียวเหมาะกับการเพาะปลูกข้าวและดินมีคุณภาพดีมีความอุดมสมบูรณ์ เนื่องจากมีสารอินทรีย์จำนวนมาก จึงช่วยการใส่ปุ๋ยเคมีลงได้ ลักษณะเชิงพื้นที่เป็นที่ราบทำให้น้ำสามารถถูกกักเก็บไว้ได้ดี ไม่ระบายเร็วจนเกินไป

2. การเพาะกล้าและการปลูก เกษตรกรจะนำเมล็ดข้าวมาแช่น้ำเพื่อคัดเลือกเมล็ดที่สมบูรณ์ จากนั้นเพาะในแปลงเพาะจนกล้ามีอายุประมาณ 25-30 วัน แล้วจึงย้ายกล้าลงแปลงนาโดยปักดำหรือหากใช้วิธีการหว่าน เกษตรกรสามารถนำเมล็ดข้าวลงลงในแปลงที่เตรียมไว้ได้เลยโดยไม่ต้องเพาะในแปลงเพาะ แต่เกษตรกรส่วนใหญ่จะเลือกใช้วิธีนาดำเพราะเป็นเกษตรกรรายย่อยที่มีขนาดพื้นที่เพาะปลูกขนาดเล็ก จึงทำให้สามารถปักดำกล้าข้าวได้ อีกทั้งยังช่วยให้เกษตรกรกำจัดวัชพืชในนาข้าวได้สะดวก และด้วยพื้นที่เพาะปลูกข้าวมีขนาดเล็กสามารถใช้แรงงานคนในการเก็บเกี่ยวได้ การทำนาแบบปักดำจึงทำให้เก็บเกี่ยวง่ายด้วย

3. การดูแลรักษา เกษตรกรมีการควบคุมระดับน้ำในนาข้าว กำจัดวัชพืช และป้องกันโรคและแมลง ซึ่งพื้นที่เพาะปลูกข้าวส่วนใหญ่อยู่ในเขตชลประทานเกษตรกรจึงสามารถควบคุมระดับน้ำในแปลงนาข้าวได้ดี การควบคุมระดับน้ำนั้นนอกจากจะช่วยให้ต้นข้าวเจริญเติบโตได้ดีแล้วยังช่วยให้เกษตรกรลดปัญหาวัชพืชขนาดเล็กลงได้เพราะน้ำที่มากพอจะทำให้วัชพืชขนาดเล็กเน่าตายและย่อยสลายกลายเป็นปุ๋ยอินทรีย์ในนาข้าว สำหรับการป้องกันโรคและแมลงเกษตรกรส่วนใหญ่จะเลือกใช้สารอินทรีย์มากกว่าสารเคมีเพื่อลดปัญหาสารเคมีตกค้างและเพิ่มราคาผลผลิต ประกอบกับการกำจัดวัชพืชแบบถอนหญ้าด้วยแรงงานเพราะใช้การปลูกข้าวแบบนาดำทำให้จัดการวัชพืชง่าย

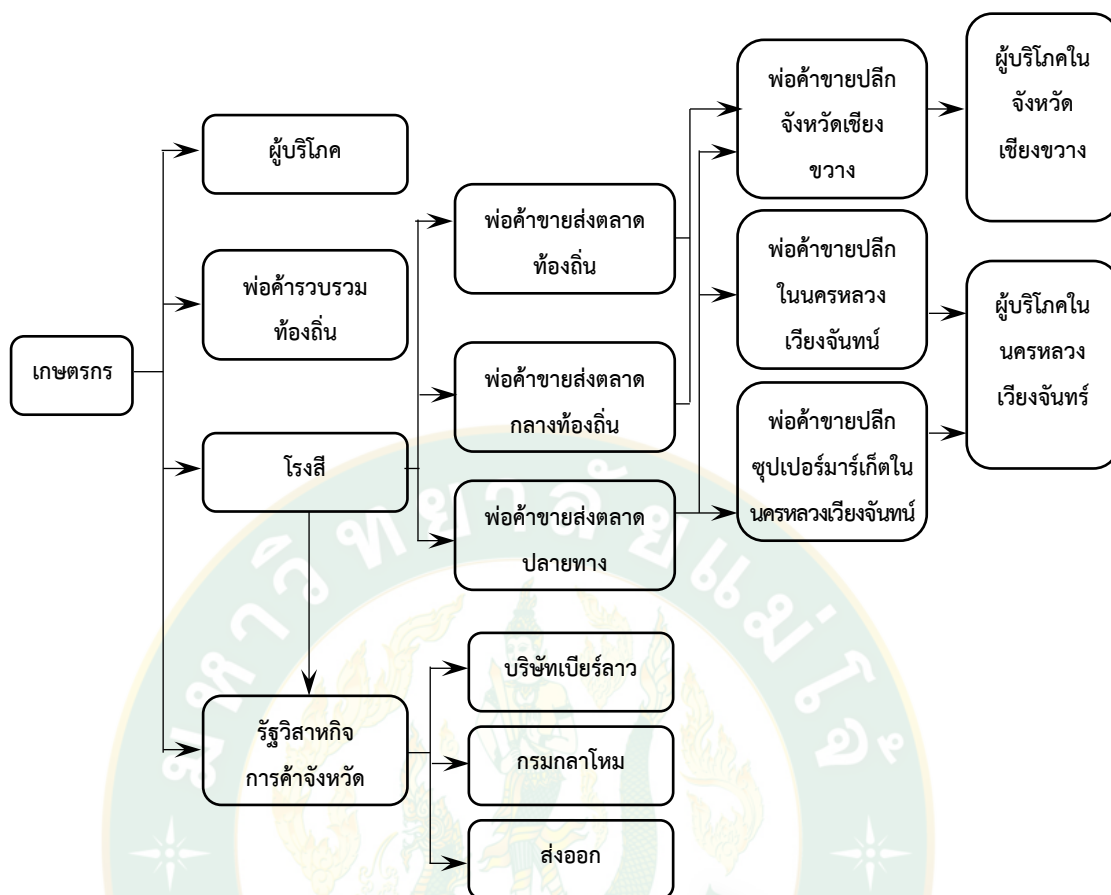
4. การเก็บเกี่ยว เมื่อข้าวสุกเต็มที่ จึงทำการเก็บเกี่ยวและนำไปตากแห้งรอการจำหน่ายไปยังพ่อค้ารับซื้อหรือผู้บริโภคต่อไป

สำหรับช่วงเวลาการปลูก ข้าวเหนียวมักปลูกในช่วงฤดูฝน โดยเริ่มเตรียมดินตั้งแต่เดือน พฤษภาคม-มิถุนายน และเก็บเกี่ยวในเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน

การตลาดข้าวไก่น้อย

การตลาดข้าวไก่น้อยเป็นช่องทางการเคลื่อนย้ายผลผลิตข้าวจากเกษตรกรไปสู่มือของผู้บริโภคโดยผ่านผู้มีส่วนได้เสียทางการตลาดหลายกลุ่ม โดยกระบวนการส่งต่อผลผลิตข้าวเปลือก คือ เกษตรกรจะนำผลผลิตส่วนหนึ่งไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในท้องถิ่นแต่มีสัดส่วนที่น้อยมาก จากนั้นจะนำผลผลิตส่วนใหญ่ไปขายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น หรือโรงสี หรือขายให้กับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ การค้าจังหวัด อย่างไรก็ตาม พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจการค้าจังหวัดจะถูกนำไปจำหน่ายให้กับโรงสีในที่สุด

เมื่อมีการแปรรูปข้าวไก่น้อยจากข้าวเปลือกเป็นข้าวสารเรียบร้อยแล้ว จากนั้นผู้ประกอบการโรงสีจะดำเนินการสีข้าวไก่น้อยให้เป็นข้าวสาร เพื่อนำไปจำหน่ายโดยกระจายสู่พ่อค้าขายส่งตลาดท้องถิ่น พ่อค้าขายส่งตลาดกลางท้องถิ่น และพ่อค้าขายส่งตลาดปลายทาง และส่วนหนึ่งจะนำกลับไปจำหน่ายให้กับรัฐวิสาหกิจการค้าจังหวัด ทั้งนี้แต่ละหน่วยจะมีการกระจายผลผลิตข้าวสารข้าวไก่น้อยที่แตกต่างกัน กล่าวคือ พ่อค้าขายส่งตลาดท้องถิ่น พ่อค้าขายส่งตลาดกลางท้องถิ่น จะขายผลผลิตข้าวสารให้กับพ่อค้าขายปลีกในแขวงเชียงขวางและนครหลวงเวียงจันทน์ ส่วนพ่อค้าขายส่งตลาดปลายทาง จะนำผลผลิตข้าวสารขายให้กับพ่อค้าขายปลีกในแขวงเชียงขวางและนครหลวงเวียงจันทน์ รวมถึงขายให้กับพ่อค้าขายปลีกร้านซูเปอร์มาร์เก็ตในนครหลวงเวียงจันทน์ ขณะที่หน่วยงานรัฐวิสาหกิจการค้าจังหวัดจะเป็นผู้ผูกขาดในการจำหน่ายข้าวสารข้าวไก่น้อยให้กับบริษัทเปียร์ลาวเพื่อผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีลักษณะเฉพาะตัว และยังเป็นผู้รวบรวมส่งให้กับกรมกลาโหมและเป็นผู้ส่งออกดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 วิธีการตลาดข้าวไก่น้อย

ความต้องการพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการในการส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ พบว่าโดยรวมเกษตรกรมีความต้องการในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าเกษตรกรมีความต้องการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ในระดับมากที่สุดมี 6 ด้าน ซึ่งสามารถจัดเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการเตรียมดิน ด้านการเตรียมเมล็ดพันธุ์ ด้านการปลูก การจัดการน้ำในนาข้าว วิธีการเก็บเกี่ยว และ ด้านการเก็บรักษาข้าวเปลือก มีค่าเฉลี่ย 4.57, 4.48, 4.44, 4.36, 4.36 และ 4.31 ตามลำดับ ส่วนที่เหลืออีก 4 ด้าน เกษตรกรมีความต้องการในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็น ด้านการกำจัดวัชพืช ด้านการป้องกันกำจัดโรคแมลง ด้านการนวด และ ด้านการใส่ปุ๋ย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09, 4.05, 4.00 และ 3.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ระดับความต้องการพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวแก่น้อยเชิงพาณิชย์ของเกษตรกรในแขวงเชียงขวาง

(n = 400)

ประเด็นความต้องการเสริมการผลิต	ระดับความต้องการ					S.D.	แปลผล
	ข้าวแก่น้อย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. การเตรียมดิน		278 (69.5)	84 (21.0)	32 (8.0)		6 (1.5)	มากที่สุด
2. การเตรียมเมล็ดพันธุ์		234 (58.5)	140 (35.0)	18 (4.5)	2 (0.5)	6 (1.5)	มากที่สุด
3. การปลูก		202 (50.5)	174 (43.5)	22 (5.5)	2 (0.5)		มากที่สุด
4. การใส่ปุ๋ย		136 (34.0)	148 (37.0)	95 (23.8)	16 (4.0)	5 (1.3)	มาก
5. การจัดการน้ำในนาข้าว		213 (53.3)	130 (32.5)	50 (12.5)	5 (1.3)	2 (0.5)	มากที่สุด
6. การกำจัดวัชพืช		159 (39.8)	147 (36.8)	73 (18.3)	14 (3.5)	7 (1.8)	มาก

ตารางที่ 8 (ต่อ)

(n = 400)

ประเด็นความต้องการการเสริมการผลิต ข้าวไถน้อย	ระดับความต้องการ					S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
7. การป้องกันกำจัดโรคแมลง	159 (39.8)	142 (35.5)	70 (17.5)	21 (5.3)	8 (2.0)	4.05 0.98	มาก
8. วิธีการเก็บเกี่ยว	204 (51.0)	145 (36.3)	43 (10.8)	5 (1.3)	3 (0.8)	4.36 0.79	มาก
9. การนวด	149 (37.2)	159 (39.8)	60 (15.0)	10 (2.5)	22 (5.5)	4.00 1.05	มาก
10. การเก็บรักษาข้าวเปลือก	210 (52.5)	131 (32.8)	41 (10.2)	12 (3.0)	6 (1.5)	4.31 0.88	มากที่สุด
ภาพรวม						4.26 0.56	มากที่สุด

ความต้องการพัฒนาด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า โดยรวมเกษตรกรมีความต้องการพัฒนาด้านการตลาด เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาการตลาดเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวเชิงพาณิชย์ในระดับมากที่สุดมีเพียงด้านเดียว คือ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.57 ส่วนที่เหลืออีก 3 ด้าน เกษตรกรมีความต้องการในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็น ด้านการกำหนดราคา ด้านสถานที่ในการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17, 4.06 และ 3.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ระดับความต้องการพัฒนาด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์

(n = 400)

ประเด็นความต้องการเสริมการผลิตข้าวไก่น้อย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	4.51	0.39	มากที่สุด
ด้านการกำหนดราคา	4.17	1.22	มาก
ด้านสถานที่ในการจำหน่าย	4.06	1.41	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.72	1.16	มาก
เฉลี่ยรวม	4.11	0.54	มาก

1. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า โดยรวมเกษตรกรมีความต้องการพัฒนาด้านการตลาด (ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์) เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาการตลาด (ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์) เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวเชิงพาณิชย์ในระดับมากที่สุด 6 ประเด็น ได้แก่ คุณภาพ ความสมบูรณ์ของเมล็ดข้าว ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.52) ความนุ่มของข้าว ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.59) การเก็บรักษาไว้ได้นาน ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.65) ความสะอาดของข้าว ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.58) ความน่าเชื่อถือตราสินค้า/ยี่ห้อ ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.64) รูปแบบบรรจุที่ปลอดภัย คงทน แข็งแรง ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.65) และมีเพียงประเด็นเดียวที่เกษตรกรมีความต้องการในระดับมาก คือ ผลิตภัณฑ์ควรมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.56)

2. ด้านการกำหนดราคา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า โดยรวมเกษตรกรมีความต้องการพัฒนาด้านการตลาด (ด้านการกำหนดราคา) เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D.= 1.22) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาการตลาด (ด้านการกำหนดราคา) เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวเชิงพาณิชย์ในระดับมากที่สุดมี 3 ประเด็น ได้แก่ กำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.70) กำหนดราคาให้เหมาะสมกับปริมาณ ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.69) กำหนดราคาให้แพงกว่าข้าวชนิดอื่น ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.77) และมีเพียงประเด็นเดียวที่เกษตรกรมีความต้องการในระดับมาก คือ ควรมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.80)

3. ด้านสถานที่ในการจำหน่าย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า โดยรวมเกษตรกรมีความต้องการพัฒนาด้านการตลาด (ด้านสถานที่จำหน่าย) เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D.= 1.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาการตลาด (ด้านสถานที่จัดจำหน่าย) เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวเชิงพาณิชย์ในระดับมากที่สุดมี 3 ประเด็น ได้แก่ ต้องการสถานที่จอดรถสะดวก ($\bar{X} = 4.33$, S.D.= 0.76) ต้องการให้สามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวก ($\bar{X} = 4.23$, S.D.= 0.85) ต้องการให้มีสถานที่จำหน่ายสะอาดและถูกหลักอนามัย ($\bar{X} = 4.22$, S.D.= 1.52) สำหรับความต้องการพัฒนาการตลาด (ด้านสถานที่จัดจำหน่าย) เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวเชิงพาณิชย์ในระดับมากมี 2 ประเด็น ได้แก่ ต้องการให้สามารถซื้อตลอดเวลา/ไม่ขาดตลาด ($\bar{X} = 4.14$, S.D.= 0.94) สามารถทำการสั่งซื้อผ่านโทรศัพท์ ($\bar{X} = 4.01$, S.D.= 0.81) และมีเพียงประเด็นเดียวที่เกษตรกรมีความต้องการในระดับปานกลาง คือ ควรมีการจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ ($\bar{X} = 3.40$, S.D.= 0.73)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า โดยรวมเกษตรกรมีความต้องการพัฒนาด้านการตลาด (ด้านการส่งเสริมการตลาด) เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D.= 1.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาการตลาด (ด้านการส่งเสริมการตลาด) เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวเชิงพาณิชย์ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถจัดเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ต้องการให้มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองชิม ($\bar{X} = 3.99$, S.D.= 1.10) ต้องการให้มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ($\bar{X} = 3.83$, S.D.= 1.41) ต้องการให้มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยุ หนังสือพิมพ์ ($\bar{X} = 3.77$, S.D.= 1.28) ต้องการให้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด แคมเปญสินค้า ($\bar{X} = 3.55$, S.D.= 1.25) และต้องการให้มีของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ หรือเทศกาล ($\bar{X} = 3.46$, S.D.= 1.44)



ตารางที่ 10 ความต้องการในการพัฒนาการตลาดผลผลิตข้าวไถ่ในแขวงเชียงขวาง

(n = 400)

ประเด็นความประเด็นความต้องการเสริมการผลิตข้าวไถ่ น้อยต้องการเสริมการผลิตข้าวไถ่น้อย	ระดับความต้องการ					S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์							
1. คุณภาพ ความสมบูรณ์ของเมล็ดข้าว	304 (76.0)	81 (20.3)	15 (3.7)			4.51 0.39	มากที่สุด มากที่สุด
2. ความนุ่มของข้าว	271 (67.8)	125 (31.2)	4 (1.0)			4.72 0.52	มากที่สุด มากที่สุด
3. ความสะอาดของข้าว	257 (64.2)	127 (31.8)	14 (3.5)	2 (0.5)		4.64 0.59	มากที่สุด มากที่สุด
4. ความน่าเชื่อถือตราสินค้า/ยี่ห้อ	255 (63.8)	123 (30.7)	17 (4.2)	4 (1.0)	1 (0.3)	4.56 0.64	มากที่สุด มากที่สุด
5. รูปแบบบรรจุที่ปลอดภัย คงทน แข็งแรง	252 (63.0)	116 (29.0)	31 (7.7)	1 (0.3)		4.54 0.65	มากที่สุด มากที่สุด
6. การเก็บรักษาไว้ได้นาน	257 (64.2)	132 (33.0)	9 (2.3)	2 (0.5)		4.61 0.65	มากที่สุด มากที่สุด
7. ผลิตภัณฑ์ควรมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน	159 (39.7)	125 (31.3)	73 (18.3)	3 (0.7)	40 (10.0)	3.90 0.56	มาก

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ตารางที่ 10 (ต่อ)

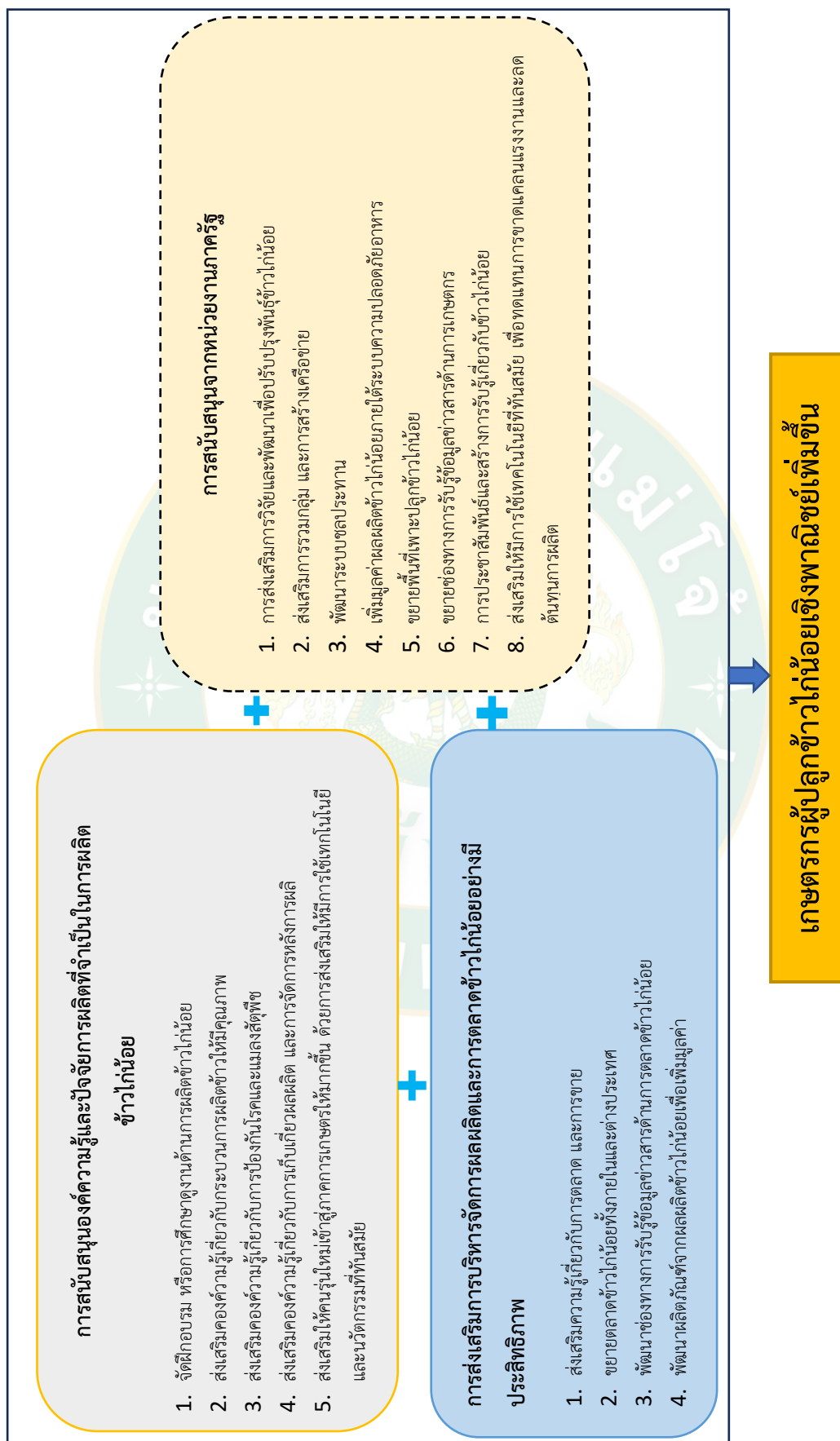
(n = 400)

ประเด็นความประเด็นความต้องการเสริมการผลิตข้าว ไถน้อยต้องการเสริมการผลิตข้าวไถน้อย	ระดับความต้องการ					S.D.	แปลผล
	มาก ที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
ด้านการส่งเสริมการตลาด							
1. มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	144 (36.0)	136 (34.0)	46 (11.5)	35 (8.8)	39 (9.8)	3.72	1.16 มาก
2. มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองชิม	141 (35.2)	190 (47.5)	20 (5.0)	23 (5.8)	26 (6.5)	3.99	1.10 มาก
3. มีการส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด แคมเปญ	80 (20.0)	188 (47.0)	61 (15.2)	15 (3.8)	56 (14.0)	3.55	1.25 มาก
4. มีของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ หรือเทศกาล	104 (26.0)	153 (38.2)	51 (12.8)	7 (1.8)	85 (21.2)	3.46	1.44 มาก
5. มีพนักงานขายแนะนำสินค้า	179 (44.8)	115 (28.8)	22 (5.5)	29 (7.3)	55 (13.7)	3.83	1.41 มาก

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก๋น้อย ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก๋น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประกอบมี 3 องค์ประกอบหลัก คือ

1. การสนับสนุนองค์ความรู้และปัจจัยการผลิตที่จำเป็นในการผลิตข้าวไก๋น้อย มี 6 ประเด็น ได้แก่ การจัดฝึกอบรม หรือการศึกษาดูงานด้านการผลิตข้าวไก๋น้อย การส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตข้าวให้มีคุณภาพ การส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันโรคและแมลงศัตรูพืช การส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการเก็บเกี่ยวผลผลิต และการจัดการหลังการผลิ ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เข้าสู่ภาคการเกษตรให้มากขึ้น ด้วยการส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ทันสมัย และการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปข้าวไก๋น้อยเพื่อเพิ่มมูลค่า
2. การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ มี 9 ประเด็น ได้แก่ การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงพันธุ์ข้าวไก๋น้อย การส่งเสริมการรวมกลุ่ม และการสร้างเครือข่าย การพัฒนาระบบชลประทาน การเพิ่มมูลค่าผลผลิตข้าวไก๋น้อยภายใต้ระบบความปลอดภัยอาหาร การขยายพื้นที่เพาะปลูกข้าวไก๋น้อย การขยายช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรกร การประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับข้าวไก๋น้อย การส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อทดแทนการขาดแคลนแรงงานและลดต้นทุนการผลิต และการเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับดินด้วยนวัตกรรมต่าง ๆ
3. ส่งเสริมการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาดข้าวไก๋น้อยอย่างมีประสิทธิภาพ มี 6 ประเด็น ได้แก่ การส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการตลาด และการขยายการขยายตลาดข้าวไก๋น้อยทั้งภายใน และต่างประเทศ การพัฒนาช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดข้าวไก๋น้อย การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตข้าวไก๋น้อยเพื่อเพิ่มมูลค่า และการประกันราคาข้าวไก๋น้อย (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการผลิตข้าวโพดเชิงพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ สปป. ลาว

ตารางที่ 11 สรุปแนวทางการพัฒนาการตลาดผลผลิตข้าวไถ่น้อยในแขวงเชียงขวาง

การพัฒนาการผลิตข้าวไถ่น้อย	แนวทางการปฏิบัติ
1. การสนับสนุนองค์ความรู้และปัจจัยการผลิตที่จำเป็นในการผลิตข้าวไถ่น้อย	
1) จัดฝึกอบรม หรือการศึกษาดูงานด้านการผลิตข้าวไถ่น้อย	• จัดให้มีการศึกษาดูงานในแปลงเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จด้านการปลูกข้าวไถ่น้อย
2) ส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตข้าวไถ่น้อยให้มีคุณภาพ	• รัฐควรส่งเสริมการผลิตทุกขั้นตอนอย่างจริงจัง และจริงจัง • จัดฝึกอบรมเกี่ยวกับกระบวนการผลิตข้าวไถ่น้อยที่มีคุณภาพแก่เกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจมากขึ้น • ผลิตคู่มือแนะนำกระบวนการผลิตข้าวไถ่น้อยที่มีคุณภาพแก่เกษตรกร • จัดระบบการติดตาม และ ประเมินผล
3) ส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันโรคและแมลงศัตรูพืช	• รัฐควรส่งเสริมการเตือนภัยให้เพียงพอ • พัฒนาคู่มือความรู้ในการป้องกัน และกำจัดโรคและแมลงศัตรูพืช
4) ส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการเก็บเกี่ยวผลผลิต และการจัดการหลังการผลิต	รัฐควรส่งเสริม สนับสนุน ให้มีการลงแขกเกี่ยวข้าว และดำนาเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน
5) ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เข้าสู่ภาคการเกษตรให้มากขึ้น	• ภาครัฐต้องดูแล ส่งเสริม และสนับสนุนเกษตรกรรุ่นใหม่ทั้งในส่วนการประกันภัย การดูแลสวัสดิการและการเพิ่มรายได้นอกภาคเกษตร ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจและความมั่นใจของเกษตรกรรุ่นใหม่ให้หันมาประกอบอาชีพเกษตรกรรม • การสร้างค่านิยมที่ดี เพื่อให้เกษตรกรรุ่นใหม่เห็นคุณค่าและความสำคัญของอาชีพ เกษตรกรรมว่าเป็นอาชีพที่มีรายได้ดี มีศักดิ์ศรี และเกษตรกรเป็นผู้ที่มีคุณค่าต่อการพัฒนาประเทศในภาคเศรษฐกิจ

ตารางที่ 11 (ต่อ)

การพัฒนาการผลิตข้าวไก่น้อย	แนวทางการปฏิบัติ
6) ส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปข้าวไก่น้อยเพื่อเพิ่มมูลค่า	รัฐควรส่งเสริมการให้ความรู้เรื่องการแปรรูป การบรรจุภัณฑ์ และเครื่องมือ อุปกรณ์ในการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะโรงสีข้าวชุมชนขนาดเล็กที่สามารถพัฒนาเข้าสู่ระบบ GMP ได้
2. การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ	
1) การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงพันธุ์ข้าวไก่น้อย	• รัฐควรวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงพันธุ์ข้าวไก่น้อย ที่สามารถให้ผลผลิตที่สูงและต้านทานต่อโรค และแมลง • รัฐควรส่งเสริมการผลิตทุกขั้นตอนอย่างจริงจัง และจริงจัง • ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการผลิตและการใช้เมล็ดพันธุ์ดีให้เกิดการรับรู้อย่างทั่วถึง
2) ส่งเสริมการรวมกลุ่ม และการสร้างเครือข่าย	• รัฐควรส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่ม และการสร้างเครือข่ายอย่างจริงจัง • ภาครัฐ จะต้องมีการติดตามให้สม่ำเสมอ จะต้องกำหนดยุทธศาสตร์และวิธีการปฏิบัติให้ชัดเจน โดยชี้แจงในเรื่องประโยชน์ และผลรับในทุกมิติ • การรวมกลุ่มเป็นการสนับสนุนองค์ความรู้ ปักจายการผลิต และการตลาด • การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้ และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ ระหว่างสมาชิกในกลุ่มด้วยกัน • การรวมกลุ่มเกิดขึ้นหลายกลุ่มควรมีการส่งเสริมการ สร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มเพื่อเป็นภาคีคอยช่วยเหลือกัน ซึ่งอาจเป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ปักจายการผลิต การตลาด และแสวงหาแนวทางการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน
3) พัฒนาระบบชลประทาน	• รัฐควรพัฒนาระบบชลประทาน ให้การสนับสนุนแหล่งน้ำขนาดเล็กในไร่นา และสำรวจแหล่งน้ำเพื่อการขุดลอก เพื่อให้สามารถสูบน้ำมาใส่ในนาข้าวในกรณีฝนทิ้งช่วง

ตารางที่ 11 (ต่อ)

การพัฒนาการผลิตข้าวไถน้อย	แนวทางการปฏิบัติ
4) เพิ่มมูลค่าผลผลิตข้าวภายใต้ระบบความปลอดภัยอาหาร	• ส่งเสริม สนับสนุนและยกระดับมูลค่าข้าวไถน้อย สู่ระบบความปลอดภัยทางอาหาร เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค และขยายผลผลิตข้าวไถน้อยไปสู่ตลาดต่างประเทศ • ภาครัฐควรมีการประเมิน และตรวจสอบคุณภาพข้าวไถน้อยอย่างเป็นปกติ และต่อเนื่อง พร้อมนี้ก็ควรมีการรับรองข้าวที่ได้คุณภาพตามมาตรฐานสากล
5) ขยายพื้นที่เพาะปลูกข้าวไถน้อย	เนื่องจากเพาะปลูกข้าวไถน้อยของเกษตรกรเฉลี่ยต่อครัวเรือนมีน้อย ดังนั้นรัฐบาลควรมีการจัดสรรที่ดินให้แก่เกษตรกรใหม่ เพื่อให้เกษตรกรนำมาเพาะปลูกข้าวไถน้อย
6) ขยายช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร	• รัฐจะต้องจัดให้มีสื่อ/ เอกสาร ที่น่าสนใจ • คู่มือเกษตรกรในการปฏิบัติการผลิตข้าวไถน้อยที่ปลอดภัย • รัฐจะต้องจัดให้มีหลักสูตรการส่งเสริมการปลูกข้าวไถน้อยคุณภาพดี/ เอกสาร วิชาการเกี่ยวกับการปลูกข้าวไถน้อย • ส่งเสริมการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และรวดเร็ว เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเตรียมพร้อมในการทำการเกษตร เช่น การพยากรณ์สภาพอากาศที่แม่นยำ การคำนวณระดับน้ำ รวมไปถึง ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการให้ข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การบริหารและการตลาด
7) การประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับข้าวไถน้อย	• รัฐจะต้องสนับสนุนโสตทัศนูปกรณ์เช่น เครื่องฉายภาพ เครื่องคอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายภาพดิจิทัล และอุปกรณ์อื่นที่ทันสมัย และจำเป็นอย่างยิ่งให้แก่นักหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร • การประชาสัมพันธ์และการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน เพื่อให้เข้าถึง ประชาชนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เช่น Facebook YouTube TikTok และอื่น ๆ

ตารางที่ 11 (ต่อ)

การพัฒนาการผลิตข้าวไถ่น้อย	แนวทางการปฏิบัติ
7) การประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับข้าวไถ่น้อย (ต่อ)	- เมื่อประชาชนรับรู้ถึงการคงอยู่ของข้าวสายพันธุ์นี้ น่าจะนำมาซึ่งความต้องการในการบริโภค เนื่องด้วยคุณสมบัติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและโดดเด่นของข้าวไถ่น้อย - เมื่อปริมาณความต้องการ (Demand) ของตลาดมากขึ้น ย่อมจะส่งผลต่อการผลิตที่มากขึ้นด้วย
8) ส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อทดแทนการขาดแคลนแรงงาน และลดต้นทุนการผลิต	- รัฐควรมีการขยายแหล่งเงินทุนให้กว้างขวางมากขึ้น ทั้งธนาคารของภาครัฐและธนาคารพาณิชย์เพื่อให้เกษตรกรมีเงินในการลงทุนซื้อเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการเกษตร - ควรมีการสนับสนุนอัตราดอกเบี้ยต่ำและมีระยะเวลาผ่อนชำระหนี้ยาว - ควรอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยี และนวัตกรรมทางการเกษตรหรือสร้างแรงจูงใจให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการสนับสนุน และพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้แก่เกษตรกรมากขึ้น
9) เพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับดิน ด้วยนวัตกรรมต่าง ๆ	- รัฐควรส่งเสริมสนับสนุนให้เกษตรกรผลิตเมล็ดพันธุ์พืชปุ๋ยสดเอง และควร - ส่งเสริมการเลี้ยงวัว ควาย โดยสนับสนุนพันธุ์ และเครื่องอัดฟางข้าว เพื่อเก็บเป็นอาหารสำรองให้กับวัว ควาย - สนับสนุนเครื่องตรวจวัดดินเพื่อให้เกษตรกรสามารถทราบค่าแปลงของตนเองขาดธาตุอาหารใด เพื่อจะได้ใส่ปุ๋ยได้ถูกต้องตามหลักวิชาการและตรงตามความต้องการของข้าวไถ่น้อย
3. ส่งเสริมการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาดข้าวไถ่น้อยอย่างมีประสิทธิภาพ	
1) ส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการตลาด และการขาย	ภาครัฐควรส่งเสริมความรู้เรื่องช่องทางการตลาดใหม่ ๆ ให้กับเกษตรกร โดยเฉพาะการขายสินค้าเกษตรผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce)

ตารางที่ 11 (ต่อ)

การพัฒนาการผลิตข้าวไถน้อย	แนวทางการปฏิบัติ
1) ส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการตลาด และการขาย (ต่อ)	- ส่งเสริมการเพิ่มรายได้ของเกษตรกรจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น และภาคเอกชน - จัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรอย่างต่อเนื่อง เช่น เรื่อง ตลาดข้าวไถน้อย การจัดการสินค้าข้าวคุณภาพดี การเข้าสู่ระบบการส่งเสริมมาตรฐานสินค้า (GMP) ข้าว - จัดให้มีเวทีสัมมนาเชื่อมโยงเครือข่ายทางการตลาดข้าว
2) ขยายตลาดข้าวไถน้อยทั้งภายในและต่างประเทศ	- รัฐควรจัดหาตลาด หรือจัดหาจุดจำหน่ายผลผลิต และผลิตภัณฑ์จากข้าว - พัฒนาตลาดข้าวไถน้อยในชุมชน เพื่อจำหน่ายผลผลิต และผลิตภัณฑ์จากข้าวไถน้อย - ส่งเสริมช่องทางทางการตลาดสำหรับผลผลิตและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากข้าวไถน้อย - จัดให้มีการประชาสัมพันธ์การณรงค์การบริโภคข้าวไถน้อย - ควรสนับสนุนพาหนะ ค่าขนส่งในการขนส่งผลผลิตและผลิตภัณฑ์ข้าวไถน้อยไปจำหน่าย
3) พัฒนาช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดข้าวไถน้อย	- รัฐจะต้องจัดให้มีสื่อ/เอกสาร เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดข้าวไถน้อย เพื่อให้เกษตรกรสามารถรับรู้ข้อมูลแบบเรียลไทม์ - ส่งเสริมการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และรวดเร็ว เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการทำการปลูกข้าวไถน้อย เช่น ราคาปัจจัยการผลิต ราคาผลผลิต รวมไปถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการให้ข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การบริหารและการตลาด

ตารางที่ 11 (ต่อ)

การพัฒนาการผลิตข้าวไถน้อย	แนวทางการปฏิบัติ
4) พัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตข้าวไถน้อยเพื่อเพิ่มมูลค่า	ส่งเสริม สนับสนุนและยกระดับคุณภาพสินค้า เกษตรสู่มาตรฐานและขยายไปสู่สากล ซึ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพ/มาตรฐานสินค้าเกษตรและเพิ่มมูลค่า ด้วยผลงานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อให้สามารถแข่งขันในระดับสากลได้
5) การประกันราคาข้าวไถน้อย	รัฐควรมีนโยบายในการประกันราคาข้าวไถน้อย เพื่อเป็นหลักประกันรายได้ขั้นต่ำในการประกอบอาชีพการเกษตร สร้างความมั่นคงด้านอาหาร รักษาเสถียรภาพราคาข้าวไถน้อย และเป็นการแทนนโยบายแทรกแซงระดับราคาข้าวไถน้อย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพของการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการผลิต และแนวโน้ม การตลาดของข้าวไก่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2) เพื่อพัฒนาการผลิต และการตลาดของข้าวไก่น้อยใน แขวงเชียงขวางสาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว และ 3) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่น้อยใน แขวงเชียง ขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นการวิจัยเชิงประสม (Mixed Method) คือ ปริมาณ และ คุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยใน ครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกคือ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก่น้อยใน 6 เมือง ของแขวงเชียงขวาง จำนวน 400 ราย กลุ่มที่สองคือ ตัวแทนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก่น้อย เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ระดับอำเภอและระดับจังหวัด รวม 11 ราย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการผลิตข้าวไก่น้อย และจัดกลุ่มสนทนาเพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติม จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เช่น ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม และความรู้ความเข้าใจของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิต ข้าวไก่น้อย

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรส่วนมากเป็นเพศชายมากกว่าเพศชาย อายุเฉลี่ยอยู่ที่ 40 ปี เกษตรกรเกือบทั้งหมดได้รับการศึกษา ซึ่งส่วนมากเรียนจบชั้นมัธยมปลายหรือ ปวช. มีจำนวนสมาชิก ในครัวเรือนเฉลี่ยอยู่ที่ 5 คน มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 63,270 บาทต่อปี และเกษตรกรส่วนมากไม่ได้เป็น สมาชิกกลุ่ม คือร้อยละ 86.80

สถานการณ์การผลิตข้าวไถน้อย ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลการศึกษาพบว่า จำนวนแรงงานในครัวเรือนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 คน มีประสบการณ์ในการทำการเกษตรเฉลี่ย 8.46 ปี โดยเฉลี่ยเกษตรกรมีพื้นที่ถือครองประมาณ 0.86 เฮกตาร์ต่อครัวเรือน ประเภทของดินนาที่ใช้ในการปลูกข้าวไถน้อยส่วนมากเป็นดินเหนียว แหล่งน้ำที่ใช้ทำการผลิตข้าวไถน้อย ส่วนมากเป็นน้ำชลประทาน การใช้เครื่องมือในการผลิตข้าวไถน้อยพบว่าเกษตรกรเกือบทั้งหมดใช้รถแทรกเตอร์ เกษตรกรเกือบทั้งหมดใช้ทุนตัวเองในการผลิตข้าวไถน้อย โดยส่วนมากใช้เงินทุนอยู่ที่ 5,001 – 10,000 บาทต่อรอบเวียน เกษตรกรมากกว่าครึ่งใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อยเหลือง แหล่งเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อย ส่วนมากเป็นเมล็ดพันธุ์ที่เกษตรกรเก็บไว้ใช้เอง ส่วนมากเกษตรกรใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อย 50 – 100 กิโลกรัมต่อปี วิธีการที่เกษตรกรส่วนมากที่ใช้ในการปลูกข้าวไถน้อย เกือบทั้งหมดเป็นนาดำ เกษตรกรส่วนมากมีการเตรียมเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อยด้วยการแยกสิ่งเจือปนก่อน เกษตรกรมากกว่าครึ่งมีการเตรียมต้นกล้าข้าวไถน้อยในเดือนพฤษภาคม ส่วนมากมีการไถเตรียมดินปลูกข้าวไถน้อยด้วยการไถ 2 ครั้ง เกษตรกรเกือบครึ่งมีการดำนาในช่วงเดือนกรกฎาคม เกษตรกรเกือบทั้งหมดได้ใส่ปุ๋ยในการผลิตข้าวไถน้อย เกษตรกรเกือบทั้งหมดได้รักษาระดับน้ำในนาข้าว เกษตรกรเกือบทั้งหมดได้กำจัดหญ้าในนาข้าว ส่วนมากเกษตรกรมีการป้องกันและกำจัดแมลงในนาข้าว เกษตรกรเกือบทั้งหมดเกี่ยวข้าวโดยใช้แรงงานคน เกือบทั้งหมดมีการตากข้าวก่อนนวด ส่วนมากนิยมเก็บข้าวเปลือกไว้ในยุ้งข้าว เกษตรกรส่วนมากขายผลผลิตของตนให้กับพ่อค้าในชุมชน และเกษตรกรส่วนมากไม่มีการรวมกลุ่มการผลิต

ศักยภาพการผลิต และแนวโน้มการตลาดของข้าวไถน้อย ในแขวงเชียงขวาง

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพการผลิต และแนวโน้มการตลาดของข้าวไถน้อย ในแขวงเชียงขวาง ยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากโดยเฉลี่ยเกษตรกรมีพื้นที่ผลิตข้าวไถน้อย 0.86 เฮกตาร์ต่อครัวเรือน เหตุผลที่เกษตรกรปลูกข้าวไถน้อยเนื่องจากพื้นที่ปลูกมีความเหมาะสม คือ ร้อยละ 77 ปัจจัยที่ทำให้เกษตรกรปลูกข้าวไถน้อยมากที่สุด คือ ราคาข้าวไถน้อยสูง ร้อยละ 88.3 ส่วนมากระยะเวลาที่เกษตรกรใช้ในการปลูกข้าวไถน้อย อยู่ระหว่าง 4 – 5 เดือน ร้อยละ 93.0 ส่วนมากเกษตรกรมีการใช้เมล็ดพันธุ์ในการปลูกข้าวไถน้อย มากกว่า 4 ปี คือ ร้อยละ 48 เกษตรกรเกือบทั้งหมดได้รับการสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 91.5 ส่วนมากเกษตรกรมีการผลิต และเก็บเกี่ยวข้าวด้วยตัวเอง คือ ร้อยละ 62 ส่วนมากเกษตรกรได้รับข้อมูลข่าวสารในการผลิตข้าวไถน้อย จากผู้ใหญ่บ้าน คือ ร้อยละ 67.1 เกษตรกรส่วนมากไม่รู้ประโยชน์ข้าวไถน้อย ร้อยละ 71.3 พบว่า เกษตรกรเกือบทั้งหมดตอบว่าไม่ได้รับนโยบายของรัฐในการส่งเสริมการผลิตข้าวไถน้อย

คือ ร้อยละ 95.8 ปัญหาในการปลูกข้าวไถน้อยที่เกษตรกร ส่วนมากพบก็คือปัญหาโรคพืช ร้อยละ 93.5

การพัฒนาการผลิต และการตลาดของของข้าวไถน้อยใน แขวงเชียงขวางสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

เกษตรกรส่วนมากมีการรวมกลุ่มในการขายผลผลิตข้าวไถน้อย ร้อยละ 75.50 ผลผลิตข้าวไถน้อยของเกษตรกรส่วนมากมีพ่อค้ามารับซื้อผลผลิตข้าวที่บ้าน คือ ร้อยละ 78.50 เกษตรกรส่วนมากขายผลผลิตข้าวไถน้อยให้กับพ่อค้าคนเดิมที่เคยมาซื้อในปีที่ผ่านมา ร้อยละ 80.2 ปัจจัยที่เกษตรกรเลือกขายผลผลิตข้าวไถน้อย คือ ให้ราคาสูง ร้อยละ 87.50 เกษตรกรส่วนมากตอบว่าราคาข้าวไถน้อยมีการเปลี่ยนแปลงจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 93.0 เกษตรกรเกือบทั้งหมดรับรู้เกณฑ์ในการกำหนดราคาข้าวไถน้อย คือ ร้อยละ 99.2 เกษตรกรส่วนมากรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดข้าวไถน้อยจากผู้ใหญ่บ้าน ร้อยละ 44.50 เกษตรกรเกือบทั้งหมดไม่พบปัญหาในการจำหน่ายผลผลิตข้าวไถน้อยคือ ร้อยละ 90.3

ความต้องการในการส่งเสริมการผลิตข้าวไถน้อยเชิงพาณิชย์ พบว่าโดยรวมเกษตรกรมีความต้องการในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวเชิงพาณิชย์ ในระดับมากที่สุดมี 6 ด้าน ได้แก่ด้านการเตรียมดิน ด้านการเตรียมเมล็ดพันธุ์ ด้านการปลูก การจัดการน้ำในนาข้าว วิธีการเก็บเกี่ยว และ ด้านการเก็บรักษาข้าวเปลือก ส่วนที่เหลืออีก 4 ด้าน เกษตรกรมีความต้องการในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็น ด้านการกำจัดวัชพืช ด้านการป้องกันกำจัดโรคแมลง ด้านการนวด และด้านการใส่ปุ๋ย

ความต้องการพัฒนาด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไถน้อยเชิงพาณิชย์ พบว่าโดยรวมเกษตรกรมีความต้องการพัฒนาด้านการตลาด เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไถน้อยเชิงพาณิชย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาการตลาดเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวเชิงพาณิชย์ ในระดับมากที่สุดมีเพียงด้านเดียว คือ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่วนที่เหลืออีก 3 ด้าน เกษตรกรมีความต้องการในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็น ด้านการกำหนดราคา ด้านสถานที่ในการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประกอบมี 3 องค์ประกอบหลัก คือ 1) การสนับสนุนองค์ความรู้และปัจจัยการผลิตที่จำเป็นในการผลิตข้าวไก่น้อย มี 6 ประเด็น ได้แก่ การจัดฝึกอบรมหรือการศึกษา ศึกษาดูงานด้านการผลิตข้าวไก่น้อย การส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตข้าวให้มีคุณภาพ การส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันโรคและแมลงศัตรูพืช การส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการเก็บเกี่ยวผลผลิตและการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เข้าสู่ภาคการเกษตรให้มากขึ้น และการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปข้าวไก่น้อยเพื่อเพิ่มมูลค่า 2) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ มี 9 ประเด็น ได้แก่ การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงพันธุ์ข้าวไก่น้อย การส่งเสริมการรวมกลุ่ม และการสร้างเครือข่าย การพัฒนาระบบชลประทาน การเพิ่มมูลค่าผลผลิตข้าวไก่น้อยภายใต้ระบบความปลอดภัยอาหาร การขยายพื้นที่เพาะปลูกข้าวไก่น้อย การขยายช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร การประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับข้าวไก่น้อย การส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อทดแทนการขาดแคลนแรงงานและลดต้นทุนการผลิต และการเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับดินด้วยนวัตกรรมต่าง ๆ และ 3) ส่งเสริมการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาดข้าวไก่น้อยอย่างมีประสิทธิภาพ มี 6 ประเด็น ได้แก่ การส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการตลาด และการขาย การขยายตลาดข้าวไก่น้อยทั้งภายใน และต่างประเทศ การพัฒนาช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดข้าวไก่น้อย การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตข้าวไก่น้อยเพื่อเพิ่มมูลค่า และการประกันราคาข้าวไก่น้อย

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ ได้นำเสนอตามประเด็นสำคัญคือ 1) สถานภาพการผลิตข้าวไก่น้อย ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2) ศักยภาพการผลิต และแนวโน้มการตลาดของข้าวไก่น้อย ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 3) การพัฒนาการผลิต และการตลาดของของข้าวไก่น้อยใน แขวงเชียงขวางสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และ 4) ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ดังนี้

สถานการณ์การผลิตข้าวไถ่น้อย ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลการศึกษาพบว่า การผลิตข้าวไถ่น้อยของเกษตรกรในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ยังเป็นการผลิตแบบพื้นบ้าน ไม่มีการใช้วิธีการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ส่วนมากเป็นการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน และขายในปริมาณที่น้อยมาก ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลผลิตข้าวไถ่น้อยของเกษตรกรมีจำกัด ทั้งนี้เพราะถูกจำกัดด้วยสภาพภูมินิเวศของพื้นที่ที่เพาะปลูก ประมาณว่าผลผลิตข้าวไถ่น้อยในแต่ละปีมีไม่เกิน 10,000 ตันข้าวเปลือก หรือประมาณ 6,500 ตันข้าวสาร ในจำนวนนี้มีการส่งออกในรูปของข้าวสารปีละประมาณ 500 ตัน ซึ่งประเทศที่นำเข้าสำคัญ ได้แก่ เวียดนาม จีน และสหภาพยุโรป ส่วนที่เหลือใช้บริโภคและอุตสาหกรรมในประเทศ เป็นสำคัญ ซึ่งข้อมูลพบว่าเกษตรกรรายย่อยส่วนใหญ่มักทำฟาร์มที่มีพื้นที่น้อยกว่า 1 เฮกตาร์ โดยอาศัยรายได้จากการปลูกข้าวไถ่น้อยเพื่อยังชีพ การผลิตข้าวไถ่น้อยได้กระจายและไม่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมแปรรูปและตลาด การแยกตัวทางภูมิศาสตร์และสังคมในแขวงเชียงขวาง (เชื้อชาติ ความหลากหลายทางภาษา ความแตกต่างทางเศรษฐกิจ โครงสร้างพื้นฐานด้านถนนและการสื่อสารที่ไม่ดี) ในอดีตทำให้เกษตรกรไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลและแลกเปลี่ยนความรู้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Manivong et al. (2014) ที่พบว่าเกษตรกรรายย่อยต้องเผชิญกับความท้าทายด้านสถาบัน นโยบาย และสังคมมากมายเมื่อเปลี่ยนมาผลิตสินค้าเกษตรในเชิงพาณิชย์ ตัวอย่างเช่น ผลผลิตที่ต่ำ อาจเป็นผลมาจาก 1) แนวทางปฏิบัติ – พื้นที่เพาะปลูกขนาดเล็ก การใช้เครื่องจักรที่จำกัด ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ การเป็นเจ้าของที่ดินและปศุสัตว์ การใช้น้ำชลประทาน การใส่ปุ๋ยและยาฆ่าแมลงที่จำกัด แนวทางปฏิบัติที่ไม่ยั่งยืน (ผลผลิตของที่ดินลดลงและดินถูกกัดเซาะ) 2) สถาบันและองค์กร การขาดการวิจัยและพัฒนา การขยายการเกษตรที่ไม่มีประสิทธิภาพ วิชาทฤษฎีขนาดกลางและขนาดย่อมมีน้อย ขาดการเชื่อมโยงบริการ การขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานในชนบท การเข้าถึง/การเชื่อมต่อกับตลาดที่ไม่ดี การเข้าถึงสินเชื่อที่จำกัด เงื่อนไขการค้าที่ไม่เป็นธรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บที่จำกัด (Manivong et al., 2016) 3) ทัศนคติ – ความชอบและแนวทางปฏิบัติทางชาติพันธุ์ (กลุ่มชาติพันธุ์มากกว่า 150 กลุ่ม) การรับรู้ทางเพศ ทักษะแรงงานที่ไม่ตรงกัน สภาพการทำงานที่ยากลำบากและอัตราค่าตอบแทนที่ต่ำ ความคาดหวังที่ไม่สอดคล้องกันต่อผลผลิตทางการเกษตรสำหรับผู้ผลิต ผู้ซื้อ และผู้ให้บริการ และทางเลือกในการย้ายถิ่นฐาน (Molland, 2010) และ (4) นโยบายของรัฐบาล – สิทธิในทรัพย์สิน การถือครองที่ดิน สิทธิของผู้ใช้ และสัมปทานที่ดิน (Kaegi and Fallin, 2024) เมื่อไม่นานมานี้ เพื่อตอบสนองต่ออุปสรรคและข้อจำกัดที่อาจเอาชนะได้ในการผลิต เกษตรกรได้กระจายแหล่งทำกินและยอมรับทางเลือกในการหารายได้นอกฟาร์ม โดยเงินที่ส่งกลับมาจากแรงงานข้ามชาติกลายเป็นส่วนสนับสนุนรายได้ของชนบทที่เพิ่มมากขึ้น (Estudillo et al., 2013; Manivong et al., 2014)

ศักยภาพการผลิต และแนวโน้มการตลาดของข้าวไถน้อย ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลการศึกษาพบว่า โดยเฉลี่ยเกษตรกรมีพื้นที่ผลิตข้าวไถน้อย 0.86 เฮกตาร์ต่อครัวเรือน เหตุผลที่เกษตรกรปลูกข้าวไถน้อยเนื่องจากพื้นที่ปลูกมีความเหมาะสม ปัจจัยที่ทำให้เกษตรกรปลูกข้าวไถน้อยมากที่สุด คือ ราคาข้าวไถน้อยสูง ส่วนมากระยะเวลาที่เกษตรกรใช้ในการปลูกข้าวไถน้อยอยู่ระหว่าง 4 – 5 เดือน โดยเกษตรกรมีการใช้เมล็ดพันธุ์ในการปลูกข้าวไถน้อย มากกว่า 4 ปี เกือบทั้งหมดได้รับการสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่วนมากเกษตรกรมีการผลิต และเก็บเกี่ยวข้าวด้วยตัวเอง ส่วนมากได้รับข้อมูลข่าวสารในการผลิตข้าวไถน้อยจากผู้ใหญ่บ้าน เกษตรกรส่วนมากไม่รู้ประโยชน์ข้าวไถน้อย เกือบทั้งหมดตอบว่าไม่ได้รับนโยบายของรัฐในการส่งเสริมการผลิตข้าวไถน้อย ปัญหาในการปลูกข้าวไถน้อยที่เกษตรกรส่วนมากที่พบก็คือ ปัญหาโรคพืช โดยในระยะที่ผ่านมาภาครัฐได้มีความพยายามในการส่งเสริมการผลิตข้าวไถน้อยเพื่อการค้าให้มากขึ้นด้วยรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการฝึกอบรมวิธีการผลิต การหาตลาด และราคาข้าวไถน้อยที่สูงกว่าราคาข้าวชนิดอื่น จึงทำให้เกษตรกรหันมาปลูกข้าวไถน้อยมากขึ้น ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kim et al. (2014) ที่พบว่า การผลิตข้าวเชิงพาณิชย์ โรงสีข้าวควรมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับเกษตรกรและมีปฏิสัมพันธ์กับสำนักงานการเกษตรและป่าไม้อำเภอ บริษัทเกษตรของรัฐบาล ธนาคารในพื้นที่ และด้วยเหตุนี้จึงมีความรับผิดชอบในการให้บริการที่หลากหลายในรูปแบบที่ซับซ้อนมากขึ้น โรงสีข้าวในพื้นที่จางและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่สำนักงานการเกษตรและป่าไม้อำเภอ เพื่อให้การฝึกอบรมทางเทคนิค โรงสีข้าวบางแห่งเข้าถึงเมล็ดพันธุ์จากผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ของรัฐบาล และพันธุ์ที่ผลิตได้ก็เป็นพันธุ์ที่ได้รับการอนุมัติจากรัฐบาล โรงสีข้าวเข้าถึงเงินทุนจากธนาคารในพื้นที่ และพยายามหาตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ของตน พวกเขาทำซ้ำชุดบริการที่ผู้ให้บริการที่หลากหลายอาจต้องการสำหรับเกษตรกร: การเข้าถึงปัจจัยการผลิต เทคโนโลยีและแนวทางปฏิบัติด้านการผลิต ความต้องการของตลาด และแม้แต่การจัดตั้งกลุ่มการผลิตพื้นฐานเพื่อติดตามความคืบหน้าของการผลิต จัดระเบียบความต้องการปัจจัยการผลิต และประสานงานการจัดหาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาการผลิต และการตลาดของของข้าวไถน้อยใน แขวงเชียงขวางสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลการศึกษา พบว่า ความต้องการในการส่งเสริมการผลิตข้าวไถน้อยเชิงพาณิชย์ พบว่าโดยรวมเกษตรกรมีความต้องการในระดับมากที่สุด ที่ผลเป็นเช่นนี้เนื่องจากการผลิตข้าวไถน้อยกำลังเป็นที่นิยมของเกษตรกรในภาคเหนือของ สปป. ลาว ข้าวไถน้อยเป็นข้าวที่มีความต้องการของตลาดสูง ดังนั้นเกษตรกรจึงมีความสนใจให้หน่วยงานภาครัฐลงไปส่งเสริมความรู้ และวิธีการผลิตที่จะสามารถเพิ่มผลผลิตข้าวต่อไร่มากขึ้น เนื่องจากการส่งเสริมการเกษตรครอบคลุมกิจกรรมของภาครัฐ

และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดเทคโนโลยี การศึกษา การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการเผยแพร่และรวบรวมข้อมูล ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะเป็นการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี อุปกรณ์ต่างๆ เช่น เครื่องจักร ปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยและยาฆ่าแมลง แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการเพาะปลูก (การปลูก และการกำจัดวัชพืช) การขายผลผลิต (เช่น ผ่านผู้ค้าหรือการขายตรงในตลาดท้องถิ่น) และการซื้อปัจจัยการผลิต (เช่น จากร้านค้าในท้องถิ่น ผ่านสัญญากับธุรกิจการเกษตร) การทำความเข้าใจจุดแข็งและจุดอ่อนของผู้มีส่วนร่วม ปฏิสัมพันธ์ และสถาบันต่างๆ ที่ส่งมอบระบบบริการเทคโนโลยีที่หลากหลายช่วยให้สามารถออกแบบบริการและระบุความต้องการการสนับสนุนได้ดีขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของอาจารย์ วันเมือง และคณะ (2564) ที่พบว่า ความต้องการการผลิตข้าวอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า โดยภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.51$) เมื่อพิจารณาความต้องการแต่ละด้าน พบว่า ด้านความรู้เกี่ยวกับหลักการการผลิตข้าวอินทรีย์มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.57$) ด้านวิธีการส่งเสริมการผลิตข้าวอินทรีย์มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.55$) และด้านการสนับสนุนจากภาครัฐมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.42$) ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรารัตน์ จันทรทอง (2563) ที่พบว่า ภาพรวมเกษตรกรมีความต้องการการส่งเสริมการผลิตข้าว อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่เกษตรกร มีความต้องการมากคือ การคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ การป้องกันกำจัดโรคข้าว การควบคุมวัชพืช การป้องกันกำจัดแมลง การเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดิน การป้องกันกำจัดศัตรูข้าว การป้องกันการสูญเสียหน้าดิน การใช้อินทรีย์วัตถุทดแทน การใช้อินทรีย์วัตถุจากธรรมชาติ การไถกลบตอซัง การใช้ปุ๋ยเคมี การปลูกพืชหมุนเวียน การเตรียมพื้นที่ปลูก การเตรียมดินปลูกข้าว การจัดการหลังเก็บเกี่ยวและการเก็บรักษาผลผลิต เนื่องจากการผลิตข้าวของเกษตรกรในพื้นที่ยังประสบปัญหาทั้งด้านการผลิต การป้องกันกำจัดโรคและแมลง และด้านการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว เกษตรกรยังยึดกับวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม

ผลการศึกษา พบว่า ความต้องการพัฒนาด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ พบว่า โดยรวมเกษตรกรมีความต้องการพัฒนาด้านการตลาด เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) ที่ผลเป็นเช่นนี้เนื่องจากว่า ข้าวไก่น้อยเป็นสินค้าที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร และยังเป็นสินค้าส่งออก และได้รับความสนใจจากผู้บริโภค ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าแก่ข้าวไก่น้อยจึงเป็นสิ่งที่ต้องการของเกษตรกร เพื่อที่จะทำให้เกษตรกรมีโอกาสที่จะเพิ่มการส่งออก หากมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการตลาดมากขึ้น ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัมพร วิสาสาร และชัยชาญ วงศ์สามัญ (2558) ที่พบว่า เกษตรกรมีความต้องการด้านความรู้ในการผลิตและการตลาดข้าวหอมมะลิในระดับมาก

ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไถ่ใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลการศึกษา พบว่า แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไถ่ใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประกอบมี 3 องค์ประกอบหลัก คือ 1) การสนับสนุนองค์ความรู้และปัจจัยการผลิตที่จำเป็นในการผลิตข้าวไถ่ 2) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และ 3) ส่งเสริมการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาดข้าวไถ่อย่างมีประสิทธิภาพ ที่ผลเป็นเช่นนี้ เนื่องจากเขตภาคเหนือของ สปป. ลาว เป็นแหล่งปลูกข้าวไถ่ที่สำคัญและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรและผลิตรายการค้าต่างประเทศ ปัจจุบันเป็นศูนย์กลางของการศึกษาวิจัยพันธุ์ข้าวไถ่ เรียกได้ว่าแขวงเชียงขวางมีบทบาทของผู้สร้างตำนานแห่งข้าวไถ่ แต่ในมุมกลับกันพบว่า เกษตรกรต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ ทั้งราคาข้าวไถ่ที่ไม่แน่นอน ขาดข้าวไถ่ได้ราคาต่ำ ปัจจัยการผลิตที่มีราคาสูง ความแปรปรวนของสภาพอากาศ และภัยธรรมชาติ ซึ่งนำไปสู่ความยากจน การเป็นหนี้สิน มีคุณภาพชีวิตที่ไม่ดีมากนัก และความภาคภูมิใจในอาชีพของตนเองลดลง ขยายที่ดินจากนั้นไปเช่าที่ดินที่เคยเป็นของตนเองมาทำกินมากขึ้น รวมถึงไม่มีคนรุ่นลูกหลานสานต่อในอาชีพเกษตรกร นับได้ว่าเกษตรกรในแขวงเชียงขวางประสบปัญหาตั้งแต่การผลิตจนถึงเรื่องการตลาด ซึ่งชุมชนฯ หุ่นนา (2563) ได้เสนอแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดข้าวไทย ได้แก่ 1) ควรมีการพัฒนาข้าวไทยทั้งระบบต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิต แก้ปัญหาสภาพดิน น้ำไม่เหมาะสมต่อการปลูกข้าว ชาวนาได้เมล็ดพันธุ์ที่ดี ทำให้ข้าวมีคุณภาพสูง และยังเป็นการเพิ่มผลผลิต 2) การจัดการน้ำอย่างเป็นระบบ จัดตั้งสหกรณ์ผู้ใช้น้ำ เนื่องจากแนวทางดังกล่าว นำไปสู่การใช้น้ำในการปลูกข้าวอย่างเต็มประสิทธิภาพผ่านการใช้กฎกติกาของกลุ่มและมาตรการทางสังคมควบคุมกันในการดำเนินงาน 3) การผลิตข้าวภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือต้องมีการศึกษาหาพันธุ์ ข้าวเหนียวและข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพสูง เนื่องจากสองภูมิภาคนี้มีพื้นที่ที่เหมาะสมกับการผลิตข้าวสองชนิดนี้ ซึ่งจะทำให้ได้ข้าวที่มีคุณภาพและปริมาณเพิ่มสูงขึ้น 4) การวางแผนการใช้น้ำร่วมกัน ส่งเสริมการปลูกข้าวที่ใช้น้ำน้อยในช่วงฤดูแล้ง และสนับสนุนการผลิตข้าวอินทรีย์ เนื่องจากวิธีการดังกล่าว ช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนน้ำในการทำนารสำหรับการปลูกข้าวนาปรังในภาคกลาง และทำให้ส่งออกข้าวได้ราคาสูงขึ้น และ 5) ในพื้นที่ภาคใต้ปลูกข้าวได้ผลผลิตน้อยกว่าภาคอื่น ๆ ควรส่งเสริมการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน เน้นการสร้างอัตลักษณ์ผ่านผลิตผลข้าวและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวและยังสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนผ่านกิจกรรมอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงกับข้าวและวิถีชีวิตชาวนา รวมถึงกระตุ้นให้การท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ คึกคักขึ้นด้วย และแนวทางการพัฒนาการตลาดข้าวไทย ได้แก่ 1) เปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศมากขึ้น เนื่องจากเป็นการส่งเสริมให้ประเทศไทยมีตลาดข้าวที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น และสร้างเครือข่ายทางการค้าเพิ่มขึ้น 2) รัฐบาลใช้มาตรการกระตุ้นการส่งออก

เพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งส่งผลให้ข้าวไทยทุกชนิดเป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้น 3) วางแผนการผลิตให้มีข้าวเพียงพอในการอุปโภคบริโภคภายในประเทศและส่งออกตลอดทั้งปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรมีข้าวในสต็อกในช่วงที่ข้าวเป็นที่ต้องการของตลาดเพื่อเป็นการรักษาราคาข้าวไว้ และยังเป็น การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว 4) เน้นการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทันสมัย ตอบโจทย์แนวโน้มความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มคนรักสุขภาพ เพื่อให้สามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังประเทศต่าง ๆ ได้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง 5) รัฐบาลควรมีมาตรการช่วยเหลือคนจนให้สามารถซื้อข้าวจากรัฐบาลในอัตราที่ต่ำกว่าท้องตลาดจากร้านค้าที่เป็นเครือข่ายของรัฐบาลในภาวะวิกฤตต่าง ๆ เพื่อเป็นการช่วยเหลือประชาชนให้ผ่านพ้นวิกฤติต่าง ๆ และเป็นการส่งเสริมร้านค้าชุมชนและเอกชน และ 6) มาตรการเกี่ยวกับการรักษาราคาข้าวในประเทศให้มีราคาสูงเป็นหลัก ซึ่งแนวทางดังกล่าวทำให้เกษตรกรผู้ปลูกข้าวมีสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ลดปัญหาหนี้สิน ตลอดจนรัฐบาลควรผลักดันร่างพระราชบัญญัติข้าว เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการผลิตและการตลาดข้าวไทยต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาศักยภาพของการผลิตข้าวไก่่น้อยเชิงพาณิชย์ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการวิจัยในครั้งนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนในการส่งเสริมการผลิตข้าวไก่่น้อยเชิงพาณิชย์ต่อไป จากผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะบางประการดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลของการวิจัยในเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีการผลิตข้าวไก่่น้อยเชิงพาณิชย์ของเกษตรกรในอำเภอจำพอน จังหวัดสะหวันนะเขต สปป.ลาว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. เนื่องจากการผลิตข้าวไก่่น้อยของเกษตรกรในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ยังเป็นการผลิตแบบพื้นบ้าน ไม่มีการใช้วิธีการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ส่วนมากเป็นการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน และขายในปริมาณที่น้อยมาก ดังนั้นกรมส่งเสริมการเกษตร และกรมวิชาการเกษตร กระทรวงกสิกรรมและป่าไม้ ควรมีจัดการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่เกษตรกรคือ ช่วงก่อนฤดูการผลิตควรจัดฝึกอบรมในเรื่องของการเตรียมพื้นที่ การใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ การใช้ปุ๋ยและธาตุอาหารบำรุงดินที่เหมาะสม ในช่วงระหว่างการผลิต ควรฝึกอบรมในเรื่อง การใช้ปุ๋ย และยากำจัดวัชพืช การบริหารจัดการน้ำ การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์เก็บเกี่ยวอย่างถูกต้องและเหมาะสม และช่วงหลัง

การเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้ว ควรจัดฝึกอบรมให้ความรู้ในเรื่องการเก็บรักษา การขนส่งผลผลิต และการตลาด เพื่อจะทำให้เกษตรกรมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการกระบวนการผลิต และการตลาด มากขึ้นซึ่งจะช่วยให้ผลผลิตข้าวไถ่ไม่น้อยได้มีมาตรฐานมากขึ้น

2. รัฐควรมีการส่งเสริมเกษตรกรด้วยการจัดการฝึกอบรมและให้ความรู้ในเรื่องการผลิต และการตลาดข้าวไถ่ไม่น้อยให้มากขึ้น เนื่องจากศักยภาพการผลิต และแนวโน้มการตลาดของข้าวไถ่ไม่น้อย ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ยังอยู่ในระดับต่ำ

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรลงไปส่งเสริมความรู้ และวิธีการผลิตที่จะสามารถเพิ่มผลผลิตข้าวต่อไร่มากขึ้น ซึ่งการส่งเสริมควรครอบคลุมการถ่ายทอดเทคโนโลยี การศึกษา การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการเผยแพร่และรวบรวมข้อมูล ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะเป็นการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี อุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องจักร ปัจฉัยการผลิต เช่น ปุ๋ยและยาฆ่าแมลง แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการเพาะปลูก (การปลูก และการกำจัดวัชพืช) การขายผลผลิต (เช่น ผ่านผู้ค้าหรือการขายตรงในตลาดท้องถิ่น) และการซื้อปัจฉัยการผลิต (เช่น จากร้านค้าในท้องถิ่น ผ่านสัญญากับธุรกิจการเกษตร) การทำความเข้าใจจุดแข็งและจุดอ่อนของผู้มีส่วนร่วม ปฏิสัมพันธ์ และสถาบันต่าง ๆ ที่ส่งมอบระบบบริการเทคโนโลยีที่หลากหลายช่วยให้สามารถออกแบบบริการและระบุความต้องการการสนับสนุนได้ดีขึ้น

4. เนื่องจากแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไถ่ไม่น้อยใน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีหลายองค์ประกอบ ดังนั้นจึงควรมีการจัดกองประชุมเสวนาทางวิชาการเพื่อระดมแนวคิด และบทบาท ในการเข้ามามีส่วนร่วมของหน่วยงานต่างๆ ที่จะนำไปสู่การพัฒนาการผลิต และการตลาดข้าวไถ่ไม่น้อยที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

5. สำนักงานเกษตรจังหวัด และอำเภอ ควรมีการส่งเสริม และติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงก่อน ระหว่าง และหลังฤดูการผลิตข้าวไถ่ไม่น้อย เพื่อจะช่วยเหลือกระตุ้นให้เกษตรกรได้รู้ถึงสำคัญของการใช้เทคโนโลยีในการผลิตข้าว และเกิดการยอมรับมากขึ้น

6. กรมส่งเสริมการเกษตรควรส่งเสริมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการผลิตข้าวไถ่ไม่น้อยผ่านช่องทางของชุมชน เช่น เครือข่ายเสียงตามของชุมชน การสื่อสารผ่านสัญญาณวิทยุ เนื่องจากเกษตรกรมีการรับข้อมูลข่าวสารจากช่องทางดังกล่าวมากที่สุด

7. สำนักงานเกษตรจังหวัด และอำเภอควรจัดหาแหล่งเงินทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ เช่น ธนาคารส่งเสริมการเกษตร หรือสร้างกองทุนในหมู่บ้าน เพื่อให้เกษตรกรนำมาใช้เป็นเงินทุนในการผลิตข้าว เนื่องจากปัจจุบันเกษตรกรยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้เพียงพอต่อการนำไปใช้ลงทุนทางการเกษตร

8. กรมวิชาการเกษตรควรจัดทำศูนย์เรียนรู้เกี่ยวกับการผลิตข้าวไถน้อยเชิงพาณิชย์บนพื้นที่ของรัฐในชุมชน เพื่อให้เกษตรกรและประชาชนทั่วไปที่สนใจได้เข้ามาเรียนรู้ และทำการปฏิบัติจริง ซึ่งจะทำให้เกษตรกรสามารถนำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติตาม และเกิดการยอมรับการผลิตข้าวไถน้อยเชิงพาณิชย์ได้ง่ายขึ้น

9. กรมวิชาการเกษตรควรจัดทำข้อมูลการผลิตและการตลาดข้าวไถน้อย เช่น จำนวนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถน้อย จำนวนพื้นที่เพาะปลูก ปริมาณผลิตข้าวไถน้อยในแต่ละปี ปริมาณความต้องการบริโภค ระดับราคาข้าวไถน้อย เพื่อให้ในการวิเคราะห์และสนับสนุนส่งเสริมการเพาะปลูกข้าวไถน้อย เนื่องจากปริมาณการปลูกข้าวไถน้อยใน สปป.ลาว ยังมีปริมาณน้อย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ดำเนินการวิจัยในเขตพื้นที่แขวงเชียงขวางเท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้เกิดการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการปลูกข้าวคุณภาพดีที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ควรทำการวิจัยซ้ำโดยทำการวิจัยในจังหวัดอื่นที่มีการผลิตข้าวไถน้อย เพื่อให้ทราบถึงสภาพการผลิตข้าวไถน้อยในพื้นที่อื่นด้วย

2. ควรศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการเพิ่มพูนความรู้ เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาความรู้สำหรับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และเกษตรกร ในเรื่องเกี่ยวกับการปลูกข้าวไถน้อยเพื่อให้ได้ข้าวคุณภาพดีและการลดต้นทุนการผลิต

3. ควรศึกษาการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรสามารถเลือกใช้สื่อได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่

4. ควรศึกษาบทบาทและความคาดหวังของเกษตรกรที่มีต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ในการเข้ามาส่งเสริมการปลูกข้าวไถน้อย เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบการส่งเสริมให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่และเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถน้อย ในแต่ละท้องถิ่นต่อไป

5. ควรศึกษาการพัฒนา รูปแบบในการส่งเสริมการปลูกข้าวไถน้อยเชิงพาณิชย์ เพื่อจะได้เป็นรูปแบบในการส่งเสริมให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่และตรงกับความต้องการของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถน้อย ต่อไป

บรรณานุกรม

- กองทอง อินทะลาด, ศศิธร เยาวรัตน์ และ อุทัย โคตรดก. 2561. การส่งเสริมการปลูกข้าวอินทรีย์ของประชาชนเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวประชาชนลาว. น. 932-941. ใน การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 47 โดยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. 6 ธันวาคม 2561 ณ โรงแรมพูลแมน ขอนแก่น ราชา ออคิด, จังหวัดขอนแก่น.
- กระทรวงวางแผนและการลงทุน. 2559. **สถานการณ์การผลิตข้าว**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://mpi.gov.la/> (6 กรกฎาคม 2567).
- กัลยา วานิชย์บัญชา และ ฐิตา วานิชย์บัณฑิต. 2561. การใช้ SPSS FOR Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- แขนงปลูกฝังจังหวัดเชียงใหม่. 2556. **บทสรุปการสำรวจข้าวไถ่น้อยที่จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: แขนงปลูกฝังจังหวัดเชียงใหม่.
- จรัญ ไทยานนทร์. 2536. **เศรษฐศาสตร์การผลิต**. ขอนแก่น: ขอนแก่นการพิมพ์.
- ชมภูษ หุ่นนาค. 2563. แนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดข้าวไทย. **วารสารผู้ตรวจการแผ่นดิน**, 13(1), 91-115.
- ชาญณรงค์ ไชยโสภา. 2557. **การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าการผลิตและการตลาดข้าวเหนียวขาวกาฬสินธุ์อย่างยั่งยืน**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชุติมา เมฆวัน. 2563. แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ข้าวพื้นบ้านที่สอดคล้องกับบริบทและวิถีบริโภคของผู้บริโภคในปัจจุบัน ในพื้นที่ อำเภอราชไศล จังหวัดศรีสะเกษ. **วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น**, 12(1), 154-178.
- ณภัทร พิษณุมฤตม์. 2558. **การพัฒนาเศรษฐกิจการผลิตและการตลาดข้าวกล้องเพื่อสุขภาพกรณีศึกษา: ตำบลสำนักบก อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี**. ชลบุรี: รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก.
- ณัฐพร อุดมพงษ์, พลสรายุ สราญรมย์ และ สินีขุ ครุฑเมือง แสนเสริม. 2562. การส่งเสริมการผลิตข้าวของเกษตรกรนาแปลงใหญ่อำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์. น. 3090-3098. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 16 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. 3-4 ธันวาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.
- ทศพล เมืองฮาม, สมสุข เข้มคา และ ไชยรัตน์ เพ็ชรชลาวัฒน์. 2561. การพัฒนารูปแบบการ

จัดการเทคโนโลยีศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวชุมชน. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 11(1), 3765-3716.

ธนพัฒน์ จงมีสุข, ภัทรพล ทศมาศ และ ไพวรรณ วรปรีดา. 2560. การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาข้าวและการแปรรูปข้าวไทยกับการแข่งขันในตลาดโลก. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 4(2), 14-26.

ธนาภรณ์ อธิปัญญากุล, วีระ ภาควุฑุฑ, พัทธนี บุญเอก, นภา พงษ์กะพันธ์ และ ภาณุศักดิ์ จิตแสง.

2556. โครงการ "การจัดการการผลิตและการตลาดข้าวไร่อย่างยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน". ขอนแก่น: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

นภาพร เวชกามา, สาราญ พิมราช และ ชีระรัตน์ ชินแสน. 2561. การพัฒนาการทำนาข้าวอินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกรผสมผสาน 4 หมู่บ้านห้วยหลาว อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม. มหาสารคาม: ศูนย์ทุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

บุญธรรม จิตต่อนันต์. 2536. *ส่งเสริมการเกษตร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปราโมทย์ ยอดแก้ว. 2561. การพัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทย. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 5(พิเศษ), 407-420.

ปราโมทย์ ยอดแก้ว, กิตติศักดิ์ วสันตวิทย์, พนม สุวรรณประเทศ, กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ, สุชาติพิทย์ เลิศวิวัฒน์ชัยพร และ สุรพงษ์ วงศ์พลับ. 2560. *การพัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

ปัญญา หิรัญศรี. 2529. *ความรู้พื้นฐานการส่งเสริมการเกษตร*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พงษ์ศักดิ์ อังกลสิทธิ์. 2527. *วิธีส่งเสริมการเกษตร*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

_____. 2537. *การนิเทศงานส่งเสริมการเกษตร*. เชียงใหม่: ภาควิชาส่งเสริมและเผยแพร่การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรรณพิมล ชัญญานุวัตร. 2556. *การทำงานส่งเสริมการเกษตรกับชุมชน คู่มือปฏิบัติงานเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร*. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย

พระมหาปรัชญ์ อรรถพร. 2564. รูปแบบการสร้างวิถีการผลิตข้าวสู่ผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(1), 70-84.

พิจิตร โกติรัมย์, เฉลิมศักดิ์ ตุ่มหิรัญ และ จินดา ขลิบทอง. 2563. การส่งเสริมการผลิตข้าวอินทรีย์ของเกษตรกรในตำบลกันทรารมย์ อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์. น. 1495-1504. ใน *การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 10*.

- 27 พฤศจิกายน 2563 ณ อาคารเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ไพศาล วรคำ. 2559. **การวิจัยทางการศึกษา (Education Research)**. มหาสารคาม: ตักสิลาการพิมพ์.
- มูลนิธิข้าวไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. 2549. **การทำนา**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://thairice.org/?p=573> (1 มีนาคม 2567).
- รุ่งฤทัย ทะนันใจ. 2559. **การพยากรณ์แนวโน้มการส่งออกข้าวไทยไปยังประเทศจีนและสหรัฐอเมริกา ปี 2559-2563**. พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา.
- วรทัศน์ อินทรคัมพร. 2546. **การส่งเสริมการเกษตรกับการพัฒนาชนบท**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรภาณุ คุญพร. 2549. **หลักการส่งเสริมการเกษตรเบื้องต้น**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิจิตร อาวะกุล. 2527. **หลักการส่งเสริมการเกษตร**. กรุงเทพฯ: โอเอสพริ้นติ้งเฮาส์.
- วิรญา ครองยุติ, มาลี ไชยเสนา และ อำนวย เอื่องวงษา. 2560. รูปแบบการพัฒนาการผลิตข้าวเพื่อการส่งออกของแขวงจำปาสัก. **วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร**, 8(1), 108-120.
- วิวัฒน์ ไม้แก่นสาร. 2553. **เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการตลาดสินค้าเกษตร**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วีระ อ่างทอง, ทรงคุณ จันทจ และ รังสรรค์ สิงห์เลิศ. 2564. พันธุ์ข้าวพื้นถิ่นทุ่งกุลาร้องไห้ : ภูมิปัญญาการผลิตและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ของชุมชนและการสร้างระบบข้อมูลทางภูมิศาสตร์ของแหล่งกำเนิด จังหวัดร้อยเอ็ด. **วารสารบัณฑิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย**, 19(2), 103-117.
- วุฒินันท์ ไตรยางค์, สีนินุช ครุฑเมือง แสนเสริม, สุนันท์ สีสังข์ และ ลัดดาวรรณ กรรณนุช. 2558. การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพดี. **แก่นเกษตร**, 43(2), 365-378.
- ศราวุธ จันทรมณี และ สุนันท์ สีสังข์. 2559. **แนวทางการพัฒนาการผลิตข้าวของเกษตรกรอำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร**. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์. 2534. **กลยุทธ์การตลาด**. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษ.
- ศูนย์สถิติจังหวัดเชียงใหม่. 2563. **สถิติขั้นท้องถิ่นประจำปี 2018 จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: ศูนย์สถิติจังหวัดเชียงใหม่.
- ศูนย์สถิติแห่งชาติ กระทรวงแผนการและการลงทุน. 2564ก. **การสำรวจสถิติกิจกรรมทั่วประเทศ ครั้งที่ 3**. นครหลวงเวียงจันทน์: ศูนย์สถิติแห่งชาติ กระทรวงการวางแผนและการลงทุน.
- _____. 2564ข. **บทรายงานสภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจของ สปป. ลาว ปี 2021 และ**

- แนวโน้มปี 2022.** นครหลวงเวียงจันทน์: ศูนย์สถิติแห่งชาติ กระทรวงแผนการและการลงทุน.
- สันติ ฟาคุ่ม. 2557. **การจัดการการผลิตและการตลาดข้าวของสมาชิกและวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวชุมชน.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักงานเกษตรและป่าไม้ จังหวัดเชียงใหม่. 2565. **บทรายงานการผลิตข้าวในปี.** เชียงใหม่: สำนักงานเกษตรและป่าไม้ จังหวัดเชียงใหม่.
- สุรารัตน์ จันทร์ทอง. 2563. **ความต้องการส่งเสริมการผลิตข้าวของเกษตรกรในอำเภอปัว จังหวัดน่าน.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุพจน์ บุญวิเศษ และ สิริพัฒน์ ลาภจิตร. 2561. แนวทางการเพิ่มศักยภาพชาวนาอีสานใต้เพื่อคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน. **วารสารเกษมบัณฑิต**, 19(2), 77-89.
- สุภาวดี สุดคณิง. 2550. **การพัฒนาคุณภาพบริการของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย : กรณีศึกษาศูนย์ธุรกิจสุพรรณบุรี.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิชาติ โพธิ์ศรี, มาลี ไชยเสนา และ สังวาล สมบูรณ์. 2562. การพัฒนาการผลิตข้าวของเกษตรกรจังหวัดอำนาจเจริญ. **มนุษยสังคมสาร**, 17(1), 237-251.
- อมรพิมล พัทธ์ชัย. 2563. **การพัฒนาเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อัมพร วิชาสาร และ ชัยชาญ วงศ์สามัญ. 2558. ความต้องการส่งเสริมการผลิตและการตลาดของเกษตรกรผู้ผลิต ข้าวหอมมะลิในจังหวัดกาฬสินธุ์. **แก่นเกษตร**, 43(ฉบับพิเศษ 1), 1039-1044.
- อัมมาร สยามวาลา และ วิโรจน์ ณ ระนอง. 2553. **ประมวลความรู้เรื่อง ข้าว.** กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- อาจรีย์ วันเมือง, วรทัศน์ อินทรคัมพร, ภาณุพันธุ์ ประภาติกุล และ แสงทิวา สุริยงค์. 2564. ความต้องการส่งเสริมการผลิตข้าวอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่. **วารสารผลิตภัณฑ์เกษตร**, 3(3), 57-66.
- อารยา องค์เอี่ยม และ พงศ์ธรา วิจิตเวชไพศาล. 2561. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย. **วิสัยทัศน์สาร**, 44(1), 36-42.
- Champagne, E. T. 2008. Rice aroma and flavor: a literature review. **Cereal Chem**, 85(4), 445-454.
- Chang, C. W. 1974. **Extension Education for Agricultural and Rural Development.** Bangkok: FAO, UN, Regional office for Asia and the Far East.
- Cronbach, L. J. 1951. Coefficient alpha and the internal structure of tests.

- Psychometrika**, 16(3), 297-334.
- Estudillo, J., Matsumoto, T., Zia, C., Hayat, U., Kumanayake, N. & Otsuka, K. 2013. Labor markets, occupational choice, and rural poverty in four Asian countries. 50(23-44).
- FAO. 2564. **บทรายงานการประเมินระบบนวัตกรรมด้านกลไกกรรมแห่งชาติใน สปป. ลาว. สปป. ลาว: FAO.**
- Kaegi, A. & Fallin, L. 2024. **Empathy Matters: Inclusive Co-design. Presented at RAISE Conference 2024: Equity in Attainment & Student Success.** University of Leicester.
- Kim, S., Kim, D., Cho, S. W., Kim, J. & Kim, J. S. 2014. Highly efficient RNA-guided genome editing in human cells via delivery of purified Cas9 ribonucleoproteins. **Genome Res.**, 24(6), 1012-1019.
- Manivong, V., Cramb, R. & Newby, J. 2014. Rice and remittances: crop intensification versus labour migration in Southern Laos. **Human ecology**, 42, 367-379.
- Manivong, V., Souvannavong, P., Souliyavongsa, K., Ouansamone, P., Sengphaxaiyalath, K. & Ingxay, P. 2016. **Rice Value Chain Finance in Lao PDR.** Vientiane, Lao PDR: National Agriculture and Forestry Research Institute.
- Ministry of Agriculture and Forestry. 2017. **Profile of Lao Agro-Biodiversity Products: Profile Nr. 1: Khao Kai Noi, Department of Planning and Cooperation, Vientiane, Lao PDR.** Vientian: Ministry of Agriculture and Forestry.
- Molland, S. 2010. 'The Perfect Business': Human Trafficking and Lao-Thai Cross-Border Migration. **Development and Change**, 41(5), 831-855.
- Nunnally, J. C. 1978. **Psychometric Theory.** New York: McGraw-Hill.
- Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K. 1977. On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. **Tijdschrift voor Onderwijsresearch**, 2(2), 49-60.
- Sysavanh Vonglorkham. 2560. **การตอบสนองของตลาดข้าวไก่น้อยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.**
- Vilayheuang, K., Machida-Hirano, R., Bounphanousay, C. & Watanabe, K. N. 2016. Genetic diversity and population structure of 'Khao Kai Noi', a Lao rice (*Oryza sativa* L.) landrace, revealed by microsatellite DNA markers. **Breeding Science**,

66(2), 204-212.

Welcher, P. 2019. **Laos Rice Report MY 2018-2019**. Bagkok: n.p.

Yamane, T. 1970. **Statistic : an Introductory Analysis**. 2nd ed. New York: Harper & Row.





แบบสัมภาษณ์

วิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถน้อยเชิงพาณิชย์ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ กรรณการออกแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่าน แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการวิจัย เรื่อง การพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถน้อยเชิงพาณิชย์ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะนำไปใช้กับงานวิจัยเท่านั้น เพื่อความสมบูรณ์ของการศึกษาระดับปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและพัฒนาทรัพยากร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบบสอบถาม จะเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถน้อย

ตอนที่ 2 สภาพการผลิตข้าวไถน้อย

ตอนที่ 3 สภาพการตลาดข้าวไถน้อย

ตอนที่ 4 ความต้องการการส่งเสริมการผลิตข้าวไถน้อย

ตอนที่ 5 ความต้องการการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผลิตข้าวไถน้อย โดยใช้หลัก 4P

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถน้อย

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อมูลลงในช่องว่าง และใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ตามความเป็นจริง

1. เพศ

☐ 1.ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ 1. ประถมศึกษา หรือเทียบเท่า
เทียบเท่า

☐ 2. มัธยมศึกษาตอนต้น หรือ

☐ 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.

☐ 4. อนุปริญญา หรือ ปวส.

☐ 5. ปริญญาตรี

☐ 6. สูงกว่าปริญญาตรี

4. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน.....คน

5. รายได้.....บาทต่อปี

6. การเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร

☐ 1. เป็นสมาชิกกลุ่ม

☐ 2. ไม่เป็นสมาชิกกลุ่ม

ตอนที่ 2 สภาพการผลิตข้าวไถน้อย

1. จำนวนแรงงานในครัวเรือน.....คน

2. ประสบการณ์ในการทำการเกษตร.....ปี

3. ขนาดพื้นที่ถือครอง.....แเอ็กเตอร์

4. ประเภทดินในพื้นที่ปลูกข้าว

☐ 1. ดินเหนียว

☐ 2. ดินทราย

☐ 3. ดินร่วน

5. แหล่งน้ำที่ใช้ในการเพาะปลูกข้าว

☐ 1. น้ำฝน

☐ 2.ชลประทาน

6. การใช้เครื่องมือในการเกษตร

☐ 1. รถไถเดินตาม

☐ 2. รถดำนา

☐ 3. เครื่องนวดข้าว

7. แหล่งเงินทุนในการผลิตข้าวไถน้อย

☐ 1. พึ่งตัวเอง

☐ 2. กู้ยืมเพื่อลงทุน

8. เงินทุนในการผลิตข้าวไถน้อย.....บาท

9. เมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อย

☐ 1. เหลือง

☐ 2. แดง

☐ 3. ลาย

10. แหล่งเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อย

☐ 1. เก็บไว้เอง

☐ 2. ซื้อ

11. จำนวนเมล็ดพันธุ์ที่ใช้.....กิโลกรัม

12. วิธีการปลูกข้าว

☐ 1. นาดำ

☐ 2. นาหว่าน

13. การเตรียมเมล็ดพันธุ์ข้าว

☐ 1. แยกสิ่งเจือปน

☐ 2. ทดสอบความงอก

☐ 3. แช่น้ำแล้วหว่าน

☐ 4. แช่น้ำแล้วนำไปป้อนก่อนที่จะหว่าน

14. เริ่มปลูกเดือน.....

15. ช่วงเวลาในการปักดำ เดือน.....

16. การเตรียมดิน

☐ 1. ไถ 1 ครั้ง

☐ 2. ไถ 2 ครั้ง

17. การใส่ปุ๋ย

- ☐ 1. ไม่ใส่ปุ๋ย ☐ 2. ใส่ปุ๋ยอินทรีย์ ☐ 3. ใส่ปุ๋ยเคมี

18. มีการรักษาระดับน้ำหรือไม่

- ☐ 1. มี ☐ 2. ไม่มี

19. การป้องกันและกำจัดแมลงศัตรูพืช

- ☐ 1. ไม่มีการป้องกัน ☐ 2. ใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน ☐ 3. ใช้สารเคมี

20. วิธีการเก็บเกี่ยว

- ☐ 1. แรงงานคน ☐ 2. ใช้เครื่องเกี่ยวข้าว

21. การตากข้าว

- ☐ 1. ไม่มีการตาก ☐ 2. ตากก่อนนวด ☐ 3. นวดก่อนตาก

22. การจำหน่ายผลผลิตข้าวไถน้อย

- ☐ 1. ไม่ได้ขาย ☐ 2. จำหน่ายในชุมชน
☐ 2. จำหน่ายให้พ่อค้าต่างถิ่น ☐ 4. จำหน่ายให้โรงสีข้าว
☐ 5. จำหน่ายไปตลาดนอกชุมชน

ตอนที่ 3 สภาพการตลาดข้าวไถน้อย

1. ขนาดพื้นที่เพาะปลูก.....แเอ็กเตอร์

2. เหตุผลที่ปลูกข้าวไถน้อย

- ☐ พื้นที่ปลูกมีความเหมาะสม
☐ ใช้พื้นที่ว่างเปล่าให้เกิดประโยชน์
☐ ทำตามเพื่อนบ้าน

3. ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจปลูกข้าวไถน้อย

- ☐ ราคาดี
☐ พื้นที่ปลูกมีความเหมาะสม
☐ นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ
☐ มีบริษัทรับซื้อผลผลิต
☐ ชอบบริโภค

4. ระยะเวลาที่ใช้การปลูก.....เดือน

5. เมล็ดพันธุ์ที่ใช้ในปัจจุบันใช้มาแล้ว.....ปี

6. การสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ข้าวไถน้อยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- ☐ ได้รับการสนับสนุน
- ☐ ไม่ได้รับการสนับสนุน

7. การเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์ข้าวไถ่น้อย

- ☐ ไม่ได้เปลี่ยน
- ☐ เปลี่ยนทุกปี สาเหตุที่เปลี่ยน.....

8. วิธีการผลิตข้าวไถ่น้อย

- ☐ ผลิต และเก็บเกี่ยวด้วยตัวเอง
- ☐ จ้างแรงงานทั้งหมด
- ☐ ใช้ทั้งแรงงานจ้างและเก็บเกี่ยวเอง

9. การได้รับข้อมูลข่าวสารในการผลิตข้าวไถ่น้อย

- ☐ ผู้ใหญ่บ้าน
- ☐ เกษตรอำเภอ
- ☐ นักพัฒนาชุมชน
- ☐ วิทยุ
- ☐ โทรทัศน์
- ☐ หนังสือพิมพ์
- ☐ ไม่ได้รับสื่อ

10. การจำหน่ายผลผลิตข้าวไถ่น้อย

- ☐ มีพ่อค้ามาซื้อที่บ้าน
- ☐ ขายให้โรงสี
- ☐ ขายให้โรงงานเปียร์
- ☐ นำไปขายเองที่ตลาดใกล้บ้าน
- ☐ ไม่ได้จำหน่าย เก็บไว้บริโภคเอง

11. ปัจจัยที่เลือกสถานที่ขายผลผลิตข้าวไถ่น้อย

- ☐ ให้ราคาสูง
- ☐ ใกล้บ้าน
- ☐ มีสัญญาผูกมัด
- ☐ ได้รับเงินไว
- ☐ ไม่มีเงื่อนไขในการซื้อที่ยุ่งยาก
- ☐ เชื่อถือได้ และยุติธรรม

12. การได้รับข้อมูลข่าวสารการตลาดข้าวไก่น้อย

- ☐ ผู้ใหญ่บ้าน
- ☐ หนังสือพิมพ์
- ☐ สื่อออนไลน์
- ☐ วิทยุ/ทีวี
- ☐ กลุ่มผู้ผลิตข้าวไก่น้อย
- ☐ พ่อค้า

13. ปัญหาในกานผลิตข้าวไก่น้อย

- ☐ ปัญหาโรคพืช
- ☐ ปัญหาผลผลิตต่ำ
- ☐ ปัญหาการดูแลพื้นที่เพาะปลูก

14. ราคาผลิตข้าวไก่น้อยมีการเปลี่ยนแปลงจากปีที่ผ่านมาหรือไม่

- ☐ เปลี่ยนแปลง
- ☐ ไม่เปลี่ยนแปลง



ตอนที่ 4 ความต้องการการส่งเสริมการผลิตข้าวไถน้อย

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสอดคล้องต่อไปนี้

ต้องการมากที่สุด	หมายถึง	5 คะแนน
ต้องการมาก	หมายถึง	4 คะแนน
ต้องการปานกลาง	หมายถึง	3 คะแนน
ต้องการน้อย	หมายถึง	2 คะแนน
ต้องการน้อยที่สุด	หมายถึง	1 คะแนน

ความต้องการด้านการผลิต	ระดับความต้องการ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. การเตรียมดิน					
2. การเตรียมเมล็ดพันธุ์					
3. การปลูก					
4. การใส่ปุ๋ย					
5. การจัดการน้ำในนาข้าว					
6. การกำจัดวัชพืช					
7. การป้องกันกำจัดโรคแมลง					
8. วิธีการเก็บเกี่ยว					
9. การนวด					
10. การเก็บรักษาข้าวเปลือก					

ตอนที่ 5 ความต้องการการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผลิตข้าวไถน่อย โดยใช้หลัก 4P

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสอดคล้องต่อไปนี้

ต้องการมากที่สุด	หมายถึง	5 คะแนน
ต้องการมาก	หมายถึง	4 คะแนน
ต้องการปานกลาง	หมายถึง	3 คะแนน
ต้องการน้อย	หมายถึง	2 คะแนน
ต้องการน้อยที่สุด	หมายถึง	1 คะแนน

ความต้องการด้านการตลาด	ระดับความต้องการ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์					
1. คุณภาพ ความสมบูรณ์ของเมล็ดข้าว					
2. ความนุ่มของข้าว					
3. ความสะอาดของข้าว					
4. ความน่าเชื่อถือตราสินค้า/ยี่ห้อ					
5. รูปแบบบรรจุที่ปลอดภัย คงทน แข็งแรง					
6. การเก็บรักษาไว้ได้นาน					
7. ผลิตภัณฑ์ควรมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน					
2. ด้านการกำหนดราคา					
1. กำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ					
2. กำหนดราคาให้เหมาะสมกับปริมาณ					
3. กำหนดราคาให้แพงกว่าข้าวชนิดอื่น					
4. ควรมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน					
3. ด้านสถานที่ในการจำหน่าย					
1. ควรมีการจำหน่ายผ่านทางออนไลน์					
2. มีสถานที่จำหน่ายสะอาดและถูกหลักอนามัย					
3. สามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวก					
4. สามารถทำการสั่งซื้อผ่านโทรศัพท์					

ความต้องการด้านการตลาด	ระดับความต้องการ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
5. สถานที่จอดรถสะดวก					
6. มีให้ซื้อตลอดเวลา/ไม่ขาดตลาด					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์					
2. มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองชิม					
3. มีการส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด แคมเปญสินค้า					
4. มีของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ หรือเทศกาล					
5. มีพนักงานขายแนะนำสินค้า					

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	Mr. Oudone Vongsommy
เกิดเมื่อ	20 ธันวาคม 2523
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2548 ปริญญาตรี สาขาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งชาติลาว สปป. ลาว พ.ศ. 2553 ปริญญาโท สาขาสังคมวิทยา University of Pune ประเทศอินเดีย
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2549-2550 อาจารย์ประจำภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งชาติลาว สปป.ลาว พ.ศ. 2554-2557 เจ้าหน้าที่แผนกค้นคว้าวิทยาศาสตร์ และบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2558-2562 รองหัวหน้าแผนกการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

