

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มสธ. ครั้งที่ 3
The 3rd STOU Graduate Research Conference

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวจากศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ของเกษตรกร
ในเขตพื้นที่อำเภอปึงนาราง จังหวัดพิจิตร

**Factors Affecting Farmers Decision towards Buying Rice Seed form Huaikaew
Community Rice Center by Farmer in Buengnarang Destrict, Phichit province**

พรชัย แก้วเพชร (Pronchai Kaewphet)* สินีนาถ กรุทเมือง แสนเสริม (Sineenuch Khrutmuang Sanserm)**

เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ (Benchamas Yooprasert)***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1)สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร (2)สภาพการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร (3)ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร (4)ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรต่อการดำเนินงานของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว อำเภอปึงนาราง จังหวัดพิจิตร

ประชากรที่ศึกษา คือ เกษตรกรผู้ทำนาในอำเภอปึงนารางที่ซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวจากศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว จำนวน 300 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 172 คน สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ และทำการจับฉลากจากรายชื่อเกษตรกรจนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า เกษตรกร (1)มีอายุเฉลี่ย 47.12 ปี ส่วนมากจบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีพื้นที่ทำนาเฉลี่ย 33.82 ไร่ มีต้นทุนการทำนาเฉลี่ย 3,629.17 บาท ต่อไร่ มีรายได้จากการทำนาเฉลี่ย 7,573.30 บาท ต่อไร่ (2)ส่วนมาก ปลูกข้าวด้วยวิธีหว่านน้ำตามโดยใช้อัตราเมล็ดพันธุ์เฉลี่ย 28.91 กิโลกรัมต่อไร่ ต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวในเดือน มกราคม และ พฤษภาคม ต้องการปลูกข้าวพันธุ์ กข31 กข47 และ กข41 ได้รับข้อมูลลักษณะประจำพันธุ์ข้าวจากเพื่อนบ้าน และซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวจากศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว (3)ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ในการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวจากศูนย์ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับที่ 1 ให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยด้านราคาเป็นลำดับที่ 2 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเป็นลำดับที่ 3 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับที่ 4 (4) เกษตรกรมีปัญหา ชนิดพันธุ์ข้าวที่ศูนย์ผลิตไม่ตรงกับช่วงเวลาที่ต้องการใช้ เมล็ดพันธุ์ข้าวของศูนย์ไม่พอกับความต้องการ และไม่รู้ข้อมูลข่าวสารของศูนย์ที่เป็นปัจจุบัน จึงเสนอแนะให้ศูนย์ ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวให้ตรงกับช่วงเวลาที่ต้องการใช้ ให้เพียงพอต่อความต้องการ และให้ศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการผลิตและการจำหน่ายให้เกษตรกรรู้ล่วงหน้า

คำสำคัญ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าว ศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว

*นักศึกษาลัทธิเกษตรกรรมมหาบรรณกิจ แขนงวิชาส่งเสริมการเกษตร สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช pon_ch08@hotmail.com

**รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช sineenuch.san@stou.ac.th

***รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช benchamas.yoo@stou.ac.th

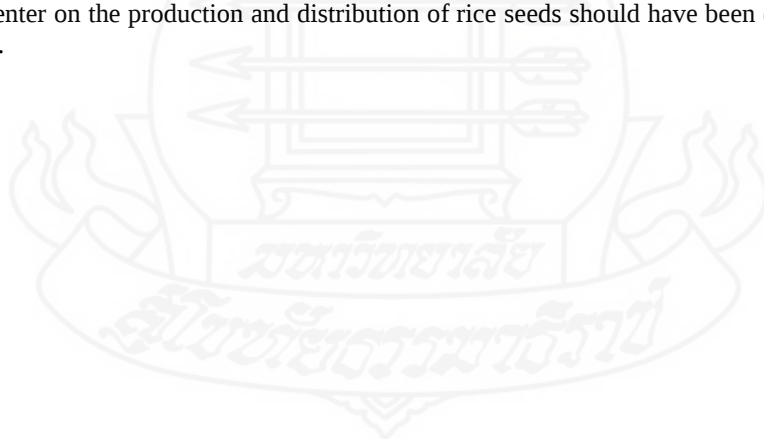
การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มสธ. ครั้งที่ 3
The 3rd STOU Graduate Research Conference

Abstract

The objectives of this study were (1) to study social and economic state of farmers in Bueng Na Rang District, Phichit Province; (2) to study the state of their rice seed utilization; (3) to study the marketing factors of Huaikaew Community Rice Center which affected the farmers' decision to buy rice seeds from the center; and (4) to study their problems and suggestions on the operation of the center.

The population in this study was 300 farmers who had done rice farming in Bueng Na Rang District, Phichit Province and bought rice seeds from Huaikaew Community Rice Center. The samples were selected by using stratified random sampling methodology and drawing lots from the farmer list up to 172 persons. The data collecting process was interviewing by using an interview form. The statistical methodology used to analyze the data by computer programs were frequency, percentage, minimum value, maximum value, mean, and standard deviation.

The findings of this study were as follows: (1) the average age of the studied farmers was 47.12 years. Most of them were educated at primary level. The average size of their area used for doing rice farming was 33.82 Rai. The average cost of doing their rice farming was 3,629.17 Baht/Rai, while the average income obtaining from doing their rice farming was 7,573.30 Baht/Rai. (2) most of the studied farmers had done their rice farming by using rice seed sowing method with the average proportion at 28.91 kg of rice seed per Rai. They generally needed rice seeds in January and May, and they mostly planted RD31, RD47, and RD41 rice Varieties. They mostly received information on the characteristics of each rice tribe from their neighbors, and they mostly bought rice seeds from Huaikaew Rice Center. (3) the marketing factors of Huaikaew Community Rice Center affected the farmers' decision to buy rice seeds from the center at medium level. The first factor which affected their decision to buy at much level was the products themselves, the second factor which also affected their decision to buy at much level was the product price, the third factor which affected their decision to buy at medium level was the product distribution, and the fourth factor which also affected their decision to buy at medium level was the marketing extension. And (4) the studied farmers had problems that rice seeds from the center were not produced at the right period of time, the quantity of rice seeds produced from the center did not meet demand, and the information disseminated from the center was not updated. They suggested that the center should have produced rice seeds at the right period of time, the quantity of rice seeds should have met demand, and the information disseminated from the center on the production and distribution of rice seeds should have been disseminated to them in advance.



Keywords: Factor, Affecting, Decision to Buy, Rice Seed, Huaikaew Rice Center

*นักศึกษาลัทธิศาสตร์เกษตรศาสตร์มหาบัณฑิต แผนกวิชาส่งเสริมการเกษตร สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช pon_ch08@hotmail.com

**รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช sineenuch.san@stou.ac.th

***รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช benchamas.yoo@stou.ac.th

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มสธ. ครั้งที่ 3 The 3rd STOU Graduate Research Conference

บทนำ

เมล็ดพันธุ์ข้าวพันธุ์ดีเป็นปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญต่อการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพข้าว ซึ่งในแต่ละปีเกษตรกรต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวจากการจัดซื้อ ประมาณ 600,000 ตัน แต่หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการผลิตได้ ประมาณ 300,000 ตัน ต่อปี (กลุ่มศึกษาข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคประชาชน 2555: เว็บไซต์) ซึ่งไม่เพียงพอความต้องการของเกษตรกร จากปัญหาดังกล่าว หน่วยงานภาครัฐได้แก้ไขปัญหาโดยการส่งเสริมให้มีการจัดตั้ง ศูนย์ข้าวชุมชน ขึ้นครั้งแรกในปี 2543 ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มเพื่อผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวพันธุ์ดี ภายใต้การให้คำปรึกษาแนะนำของนักวิชาการจากกรมส่งเสริมการเกษตร และกรมการข้าว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีเมล็ดพันธุ์ข้าวพันธุ์ดีกระจายไปสู่เกษตรกรในแหล่งผลิตข้าวที่สำคัญมากยิ่งขึ้น ซึ่งปัจจุบัน (ปี 2555) มีศูนย์ข้าวชุมชนที่มีการดำเนินงานต่อเนื่อง จำนวน 2,015 ศูนย์ และหน่วยงานภาครัฐยังมีการจัดตั้งเพิ่มขึ้น แต่การส่งเสริมศูนย์ข้าวชุมชนที่ผ่านมายังไม่ค่อยได้ผล เนื่องจากเกษตรกรขาดความมั่นใจด้านการตลาด จึงไม่มีแรงจูงใจให้มีการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวเพิ่มขึ้น แต่ศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร เป็นศูนย์ข้าวชุมชนแห่งหนึ่งที่สามารถผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวได้เพิ่มขึ้น โดยในปีการผลิต 2555 สามารถผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวได้ 515 ตัน และ ปัจจุบันสมาชิกทั้งหมดจำนวน 27 คน ได้มีการระดมทุน จำนวน 1,855,000 บาท เพื่อทำธุรกิจร่วมกันด้วยการจดทะเบียนเป็นผู้รวบรวมเมล็ดพันธุ์ข้าวจากสมาชิก และจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวเอง แต่เนื่องจากสมาชิกศูนย์ยังมีความรู้ด้านการตลาดไม่เพียงพอ ทำให้ขาดความมั่นใจในการวางแผนพัฒนาการผลิตและการตลาด ซึ่งมีผลทำให้เกษตรกรไม่มีความมั่นใจที่จะขยายผลการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรต้องการความรู้ด้านการตลาดเพื่อวางแผนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นเกษตรกรตำบลห้วยแก้ว จึงศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวจากศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้วของเกษตรกร โดยศึกษาสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ สภาพการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด รวมถึง ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกร ผู้ซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวจากศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ซึ่งเป็นแนวทางในการเพิ่มองค์ความรู้ด้านการตลาดให้กับสมาชิกศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว สำหรับใช้วางแผนการผลิตและการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เป็นศูนย์กลางหลักในการส่งเสริมและถ่ายทอดความรู้ให้กับศูนย์ข้าวชุมชนแห่งอื่นๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา

1. สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ของเกษตรกรผู้ทำนาในเขตพื้นที่อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร
2. สภาพการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกรผู้ทำนาในเขตพื้นที่อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้วที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกรใน อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร
4. ปัญหา และข้อเสนอแนะของเกษตรกรผู้ทำนาในเขตพื้นที่อำเภอบึงนาราง ต่อการดำเนินงานของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มสธ. ครั้งที่ 3 The 3rd STOU Graduate Research Conference

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ เกษตรกรผู้ทำนาในเขตพื้นที่อำเภอบึงนาราง ที่ซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวจากศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ในปีการผลิต 2554 / 55 จำนวน 300 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง กำหนดหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 172 คน แล้วทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิจากประชากร 4 ตำบล โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นสัดส่วนกับจำนวนประชากรของแต่ละตำบล (Disproportional to Size) แล้วทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับสลาก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การสร้างเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร

ตอนที่ 2 สภาพการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร โดยแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน ผลผลิต ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดในด้าน การประชาสัมพันธ์ และการขายโดยสมาชิกศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร เป็น 5 ระดับ ตามแบบมาตราลิเคิร์ต (Likert Scale) คือ มากที่สุด มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน มาก มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน ปานกลาง มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน น้อย มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน และน้อยที่สุด มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรต่อการดำเนินงานของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ซึ่งเป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้เกษตรกรตอบได้โดยอิสระ

2.2 การทดสอบเครื่องมือ โดยการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และตรวจสอบความเชื่อถือได้ของแบบสัมภาษณ์จากเกษตรกรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรที่ศึกษา จำนวน 20 ราย ในแบบสัมภาษณ์ ตอนที่ 3 ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น ของชุดคำถามด้าน ผลผลิต ราคา การจัดจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ และการขายโดยสมาชิกศูนย์ เท่ากับ 0.918 0.916 0.849 0.801 และ 0.922 ตามลำดับ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์เกษตรกรด้วยตนเอง จำนวน 172 คน ในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ ถึง มีนาคม 2556

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาตรวจสอบความถูกต้อง และประมวลผลข้อมูล ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ข้อมูลพื้นฐาน สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร สภาพการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร และปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรต่อการดำเนินงานของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว วิเคราะห์ข้อมูลด้วยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มสธ. ครั้งที่ 3 The 3rd STOU Graduate Research Conference

4.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติขั้นพื้นฐาน คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2.2 การแปลความหมาย แปลความหมายระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร ตามเกณฑ์การประเมิน คือ ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. สภาพทางสังคม และเศรษฐกิจของเกษตรกร

1.1 สภาพทางสังคมของเกษตรกร พบว่าเกษตรกรร้อยละ 77.9 เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 47.12 ปี เกษตรกรร้อยละ 62.8 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา

1.2 สภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรมีพื้นที่ทำนาเฉลี่ย 33.82 ไร่ เกษตรกรเกือบทั้งหมดมีพื้นที่ทำนาของตนเอง โดยมีพื้นที่ทำนาของตนเองเฉลี่ย 25.05 ไร่ เกษตรกรกว่าหนึ่งในสามมีพื้นที่ทำนาเช่า โดยมีพื้นที่ทำนาเช่าเฉลี่ย 8.77 ไร่ เกษตรกรมีต้นทุนการทำนาเฉลี่ย 280,937.8 บาท ต่อปี และเฉลี่ย 3,629.17 บาท ต่อไร่ มีต้นทุนค่าเมล็ดพันธุ์ข้าวเฉลี่ย 42,212.94 บาท ต่อปี และเฉลี่ย 566.32 บาท ต่อไร่ เกษตรกรมีการจำหน่ายผลผลิตเฉลี่ย 51,440 กิโลกรัม ต่อปี เกษตรกรกว่าหนึ่งในสามมีการเก็บผลผลิตไว้ทำพันธุ์ โดยเก็บผลผลิตไว้ทำพันธุ์เฉลี่ย 544.71 กิโลกรัม ต่อปี เกษตรกรร้อยละ 13.4 มีการเก็บผลผลิตไว้บริโภค โดยเก็บผลผลิตไว้บริโภคเฉลี่ย 119.19 กิโลกรัม ต่อปี เกษตรกรมีรายได้จากการทำนายน้อยที่สุด 54,000 บาท ต่อปี และ 5,400 บาท ต่อไร่ มากที่สุด 1,800,000 บาทต่อปี และ 14,000 บาท ต่อไร่ โดยมีรายได้จากการทำนาเฉลี่ย 582,504.8 บาท ต่อปี และเฉลี่ย 7,573.30 บาท ต่อไร่

2. สภาพการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร

2.1 อัตราการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าว เกษตรกรกว่าสามในห้ามีการทำนา 2 ครั้ง ต่อปี เกษตรกรเกือบทั้งหมดปลูกข้าวด้วยวิธีหว่านน้ำตามโดยใช้อัตราเมล็ดพันธุ์เฉลี่ย 28.91 กิโลกรัม ต่อไร่ มีเกษตรกรเพียงร้อยละ 11.0 ที่ปลูกข้าวด้วยวิธีใช้รถปักดำ โดยใช้อัตราเมล็ดพันธุ์เฉลี่ย 13.48 กิโลกรัม ต่อไร่

2.2 ช่วงเวลาที่ต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าว เกษตรกรครึ่งหนึ่งต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวในเดือน มกราคม และ พฤษภาคม เกษตรกรสองในห้าต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวในเดือน กันยายน เกษตรกรมากกว่าหนึ่งในห้าต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวในเดือน ตุลาคม เกษตรกรหนึ่งในห้าต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวในเดือน ธันวาคม และ เมษายน

2.3 ชนิดพันธุ์ข้าวที่เกษตรกรต้องการปลูก การทำนาในช่วงเดือน มกราคม - เมษายน เกษตรกรต้องการปลูกข้าวพันธุ์ กข31 และ กข41 ตามลำดับ เดือน พฤษภาคม - สิงหาคม เกษตรกรต้องการปลูกข้าวพันธุ์ กข

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มสธ. ครั้งที่ 3 The 3rd STOU Graduate Research Conference

47 พืชโลก2 และ กข41 ตามลำดับ เดือน กันยายน - ธันวาคม เกษตรกรมากกว่าสี่ในห้าต้องการปลูกข้าวพันธุ์ กข 31 โดยเลือกใช้พันธุ์ข้าวที่ให้ผลผลิตสูง ลำต้นแข็งแรงไม่ล้มง่าย ทนต่อสภาพอากาศหนาว และ ด้านทานโรคแมลงที่สำคัญในพื้นที่

2.4 แหล่งข้อมูลด้านเมล็ดพันธุ์ข้าว

2.4.1 การได้รับข้อมูลด้านลักษณะประจำพันธุ์ข้าว โดยเกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจาก เพื่อนบ้าน ญาติพี่น้อง และศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ตามลำดับ รองลงมาได้รับข้อมูลจาก เจ้าหน้าที่เกษตร และ สื่อโทรทัศน์ มีเกษตรกรส่วนน้อยที่ได้รับข้อมูลจาก ร้านค้าผู้จำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าว และ สื่อสิ่งพิมพ์

2.4.2 การได้รับข้อมูลข่าวสารของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว โดยเกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากสมาชิกศูนย์ เพื่อนบ้าน และเจ้าหน้าที่เกษตร ตามลำดับ รองลงมาได้รับข้อมูลจาก ญาติพี่น้อง วิทยุชุมชน และ ผู้นำชุมชน มีเกษตรกรส่วนน้อยที่ได้รับข้อมูลจาก หอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน

2.5 แหล่งเมล็ดพันธุ์ข้าว เกษตรกรส่วนใหญ่ซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวจาก ศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว และ ร้านค้า มีเพียงส่วนน้อยที่ซื้อจาก เพื่อนบ้าน สหกรณ์การเกษตร และหน่วยงานราชการ

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร

3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เกษตรกรเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกรในระดับมาก โดยเกษตรกรให้ความสำคัญกับ ชนิดพันธุ์ข้าวที่ศูนย์ผลิตเป็นที่นิยมของเกษตรกร เมล็ดพันธุ์ที่จำหน่ายมีเฉพาะที่ศูนย์ผลิตได้เองไม่ได้นำมาจากที่อื่น และเมล็ดพันธุ์ของศูนย์มีความน่าเชื่อถือ ด้านความบริสุทธิ์ของสายพันธุ์ (ไม่ปลอมปน)

3.2 ปัจจัยด้านราคา เกษตรกรเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกรในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และ ราคาถูกกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น

3.3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เกษตรกรเห็นว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกรในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับ สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน

3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เกษตรกรเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกรในระดับปานกลาง โดยเกษตรกรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดในแต่ละด้าน ดังนี้

3.4.1 ด้านการโฆษณาทางวิทยุชุมชน เกษตรกรให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

3.4.2 ด้านการประชาสัมพันธ์ เกษตรกรให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับ การให้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว และเครือข่ายจุฑาชาผลศูนย์ฯพัฒนาการเกษตรสโรธร ด้านการผลิตเมล็ดพันธุ์ (ห้วยแก้ว โพธิ์ไทรงาม บึงนาราง) และ การให้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานเกษตรอำเภอ

3.4.3 ด้านการขายโดยสมาชิกศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว เกษตรกรให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับ สมาชิกผู้ขาย มีอรรถาศัยที่ดี จริ่งใจ และซื่อสัตย์ และ สมาชิกผู้ขายจำหน่ายสินค้าด้วยความถูกต้องรวดเร็ว

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มสธ. ครั้งที่ 3 The 3rd STOU Graduate Research Conference

4. ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรต่อการดำเนินงานของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ที่เกษตรกรเห็นว่ามีปัญหา ได้แก่ ศูนย์ผลิตพันธุ์ข้าวแต่ละสายพันธุ์ไม่ตรงกับช่วงเวลาที่ต้องการใช้ข้าวพันธุ์นั้นๆ จึงเสนอแนะให้ศูนย์ผลิตพันธุ์ข้าวให้ตรงกับช่วงเวลาที่ต้องการ และให้หลากหลายสายพันธุ์ยิ่งขึ้น

4.2 ด้านราคา มีเกษตรกรเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 8.72) ที่เห็นว่าศูนย์ควรจำหน่ายในราคาต่ำกว่าราคาปัจจุบัน แม้ว่าเกษตรกรเกือบทั้งหมดเห็นว่าศูนย์กำหนดราคาเมล็ดพันธุ์ข้าวเหมาะสมแล้ว และไม่ควรรายแพงกว่านี้ เพราะไม่ได้ผ่านพ่อค้าคนกลาง เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร

4.3 ด้านการจัดจำหน่าย ที่เกษตรกรเห็นว่ามีปัญหา ได้แก่ เมล็ดพันธุ์ข้าวไม่เพียงพอต่อความต้องการ และไม่มีสมาชิกผู้ขายอยู่ประจำจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ทำให้ติดต่อซื้อขายยาก จึงเสนอแนะให้ ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวให้เพียงพอต่อความต้องการ ให้มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารที่มีสมาชิกผู้ขายอยู่ประจำศูนย์ ให้ศูนย์มีเบอร์โทรศัพท์ส่วนกลาง และมีพนักงานขายทางโทรศัพท์

4.4 ด้านการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลการผลิต และการจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ของศูนย์ที่เป็นปัจจุบัน จึงเสนอแนะให้ ประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรรู้ล่วงหน้า ผ่านทางป้ายประชาสัมพันธ์ และ หอกระจายข่าว

4.5 ด้านการขายโดยสมาชิกศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ได้แก่ เกษตรกรมีปัญหาการติดต่อกับสมาชิกผู้ขายที่มีเพียงคนเดียวและไม่ได้อยู่ประจำจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ จึงเสนอแนะให้มีสมาชิกผู้ขาย 2-3 คน และอยู่ประจำจำหน่ายเมล็ดพันธุ์

4.6 ด้านการเพิ่มสมาชิก และเพิ่มพื้นที่การผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว เกษตรกรเสนอแนะให้เพิ่มสมาชิกและพื้นที่จัดทำแปลงพันธุ์ เพื่อผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวให้เพียงพอต่อความต้องการ โดยการแนะนำให้เกษตรกรที่มีความตั้งใจได้ทดลองจัดทำแปลงพันธุ์แล้วรับซื้อผลผลิตเช่นเดียวกับสมาชิก และเข้าเป็นสมาชิกโดยสมัครใจ

4.7 ด้านการยอมรับขั้นตอนการปฏิบัติของศูนย์ ความต้องการสมัครเป็นสมาชิก เกษตรกรยอมรับขั้นตอนการปฏิบัติของศูนย์แต่ไม่ต้องการเป็นสมาชิก มีเกษตรกรร้อยละ 5.23 ที่ต้องการสมัครเป็นสมาชิก และต้องการคำแนะนำจากศูนย์

4.8 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ 1) ให้มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารที่มีเจ้าหน้าที่อยู่ประจำศูนย์ 2) ให้สำรวจความต้องการเมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร 3) ให้ศูนย์จัดประชุมชี้แจงถึงกฎระเบียบ และขั้นตอนการเข้าเป็นสมาชิกศูนย์แก่ผู้สนใจ 4) ให้ศูนย์มีลานตากเมล็ดพันธุ์ข้าวของตนเอง 5) ให้ศูนย์จัดทำเอกสารวิชาการด้านการทำนาให้กับเกษตรกร

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร

1.1 สภาพทางสังคมของเกษตรกร

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 47.12 ปี และจบการศึกษาระดับประถมศึกษา ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ สุชาติณี คิชฐสมบุญ (2552: 39) ที่พบว่า เกษตรกรผู้ทำนาของ จังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับประถมศึกษา และมีอายุเฉลี่ย 53.31 ปี จะเห็นว่ามีความสอดคล้องกันในส่วนของการศึกษาระดับการศึกษา แต่มีความแตกต่างกันในส่วนของการ เพศ และอายุ ของ

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มสธ. ครั้งที่ 3 The 3rd STOU Graduate Research Conference

เกษตรกร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เงื่อนไขของการตัดสินใจในครัวเรือนที่เป็นที่มาของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกัน โดยการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างเป็นเกษตรกรผู้ซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าว ที่มีเงื่อนไข คือ เป็นการซื้อปัจจัยการผลิตที่ต้องมีความคล่องตัวในการใช้พาหนะ การเดินทาง และอาจต้องใช้กำลังจากแรงงานของครัวเรือน แต่กลุ่มตัวอย่างของ สุชาสินี ดิษฐสมบูรณ์ เป็นเกษตรกรผู้ขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวกับสำนักงานเกษตรอำเภอ ที่มีเงื่อนไข เช่น ผลประโยชน์จากการขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ความคล่องตัวและเวลาที่ใช้ในการติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ และผู้ถือกรรมสิทธิ์ในเอกสารที่ดินของครัวเรือน เป็นต้น

1.2 สภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกร

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรมีพื้นที่ทำนาเฉลี่ย 33.82 ไร่ มีรายได้จากการทำนาเฉลี่ย 7,573.30 บาทต่อไร่ และมีต้นทุนการทำนาเฉลี่ย 3,629.17 บาทต่อไร่ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิจัยของ สุชาสินี ดิษฐสมบูรณ์ (2552 : 42) ที่พบว่า เกษตรกรผู้ทำนาใน จังหวัดราชบุรี มีขนาดพื้นที่ทำนาเฉลี่ย 30.21 ไร่ และมีรายได้จากการทำนาเฉลี่ย 6,623.60 บาทต่อไร่ และผลการวิจัยของ สุภาพ หลิมอัคระ (2551 : 44) ที่พบว่า เกษตรกรผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวของศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวราชบุรี มีต้นทุนเฉลี่ย 4,793 บาทต่อไร่ จะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกันในส่วนของคุณภาพพื้นที่ทำนาซึ่งมีขนาดใกล้เคียงกัน แต่มีความแตกต่างกันในส่วนของคุณภาพการทำนา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการศึกษาครั้งนี้ (ปี 2555) ราคาข้าวเปลือกค่อนข้างสูงจากการรับจำนำข้าวเปลือกของรัฐ และต้นทุนการทำนาที่แตกต่างกันอาจเป็นเพราะว่า การศึกษาของ สุภาพ หลิมอัคระ เป็นการศึกษาต้นทุนการจัดทำแปลงผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว ซึ่งอาจทำให้มีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าผลการศึกษาครั้งนี้

2. สภาพการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร

การศึกษาสภาพการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร ผลการศึกษาพบว่า

2.1 เกษตรกรทำนาด้วยวิธีหว่านน้ำตามโดยใช้อัตราเมล็ดพันธุ์ 28.91 กิโลกรัม ต่อไร่ ซึ่งแตกต่างผลการศึกษาของ สุภาพ หลิมอัคระ (2551 : 45) ที่พบว่า เกษตรกรผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวของศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวราชบุรี ใช้อัตราเมล็ดพันธุ์เฉลี่ย 22.47 กิโลกรัมต่อไร่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เมล็ดพันธุ์ข้าวที่ใช้จัดทำแปลงพันธุ์เป็นเมล็ดพันธุ์ชั้นพันธุ์ขยาย ที่มีคุณภาพสูงกว่าเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ศึกษาในครั้งนี้ ที่เมล็ดพันธุ์ข้าวบางส่วนได้จากการเก็บไว้ใช้เอง และ ซื้อจากเพื่อนบ้าน ซึ่งเป็นเมล็ดพันธุ์ที่ไม่ได้ผ่านการคัดแยกทำความสะอาด หรือการปรับปรุงสภาพเมล็ดพันธุ์ จึงมีเปอร์เซ็นต์ความงอกที่ต่ำกว่า และทำให้เกษตรกรต้องใช้เมล็ดพันธุ์ในปริมาณที่เพิ่มขึ้น

2.2 เกษตรกรต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวในเดือน มกราคม พฤษภาคม และ กันยายน ตามลำดับ ซึ่งมีทั้งส่วนที่สอดคล้องและแตกต่างจากผลการศึกษาของ สุชาสินี ดิษฐสมบูรณ์ (2552: 57) ที่พบว่า เกษตรกรผู้ทำนาในจังหวัดราชบุรี ต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวในเดือน มกราคม กรกฎาคม และ กุมภาพันธ์ ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ช่วงฤดูกาลทำนาของแต่ละพื้นที่ขึ้นกับ แหล่งน้ำ และ สภาพพื้นที่

2.3 เกษตรกรต้องการเมล็ดพันธุ์ข้าวพันธุ์ กข31 กข47 และ กข41 ตามลำดับ ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของ สุชาสินี ดิษฐสมบูรณ์ (2552: 53) ที่พบว่า เกษตรกรในจังหวัดราชบุรี ต้องการเมล็ดพันธุ์ข้าวพันธุ์ สุพรรณบุรี1 สุพรรณบุรี3 และชัยนาท1 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เกษตรกรใน อำเภอบึงนาราง ต้องการใช้พันธุ์ข้าวพันธุ์ใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับฤดูกาล และ สภาพพื้นที่ โดยเกษตรกรนิยมปลูกข้าวพันธุ์ กข31 เนื่องจากให้ผลผลิตสูงในช่วงฤดูหนาว และปลูกข้าวพันธุ์ กข47 และ กข41 ในช่วงฤดูฝน เนื่องจากมีลำต้นแข็งแรงไม่ล้มง่าย

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มสธ. ครั้งที่ 3 The 3rd STOU Graduate Research Conference

2.4 เกษตรกรส่วนมากได้รับข้อมูลด้านลักษณะประจำพันธุ์ข้าว และ ได้รับข่าวสารของศูนย์ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้วจาก เพื่อนบ้าน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุชาสินี ดิษฐสมบูรณ์ (2552 : 68) ที่พบว่า เกษตรกรใน จังหวัดราชบุรี ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวราชบุรีจาก เพื่อนบ้าน เนื่องจากเพื่อนบ้านมีความใกล้ชิด และมีประสบการณ์การใช้พันธุ์ข้าว และการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวของ ศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว

2.5 เกษตรกรซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวจากศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว และร้านค้า ในอำเภอบึงนาราง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศรีัญญา เมืองสุวรรณ (2546: 50) และ ประเสริฐ วานิชนาม (2546: 42) ที่พบว่า เกษตรกรนิยมซื้อสารกำจัดวัชพืช และปุ๋ยเคมีจากร้านค้าที่อยู่ใกล้บ้าน

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ในแต่ละด้าน มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวจาก ศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ของเกษตรกร ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เกษตรกรเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับ ชนิดพันธุ์ข้าวที่ศูนย์ผลิตเป็นที่นิยมของเกษตรกร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ประเสริฐ วานิชนาม (2546 : 41) และ ศรีัญญา เมืองสุวรรณ (2546 : 52) ที่พบว่า ผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อ ปุ๋ยเคมี และสารกำจัดวัชพืช โดยให้ความสำคัญกับ คุณภาพสินค้า และ ราคาสินค้า ซึ่งอาจเป็นเพราะว่า การซื้อปัจจัยการผลิตทั้งสามชนิดมีวัตถุประสงค์เพื่อการเพิ่มผลผลิต ดังนั้น เกษตรกรจึงให้ความสำคัญกับชนิดพันธุ์ข้าว เนื่องจากการเลือกใช้พันธุ์ข้าวให้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศและพื้นที่เป็นการตัดสินใจเบื้องต้นในการเพิ่มผลผลิต

3.2 ปัจจัยด้านราคา เกษตรกรเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิริกานต์ จิรวัดน์จำเริญ (2550 : 71) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ โดยให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ

3.3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เกษตรกรเห็นว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับ สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของ ศรีัญญา เมืองสุวรรณ (2546: 52) และ สิริกานต์ จิรวัดน์จำเริญ (2550: 71) ที่พบว่า การจัดจำหน่าย มีความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช และ ปุ๋ยอินทรีย์ แต่ให้ความสำคัญกับ สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน เช่นเดียวกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว มีเมล็ดพันธุ์ข้าวจำหน่ายไม่เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร และไม่มีเมล็ดพันธุ์ข้าวจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง

3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เกษตรกรเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดด้าน การขายโดยสมาชิกศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาทางวิทยุชุมชน ตามลำดับ ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของ ศรีัญญา เมืองสุวรรณ (2546 : 52) และ ชาญชัย คำภูแสน (2551: 42) ที่พบว่า การใช้พนักงานขายมีความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช และ สารบ่งคับการออกดอกของ

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มสธ. ครั้งที่ 3

The 3rd STOU Graduate Research Conference

สับปะรด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การขายโดยสมาชิกศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว มีความแตกต่างจากการขายโดยพนักงานขาย เนื่องจากสมาชิกศูนย์ต้องใช้เวลาส่วนใหญ่ในการทำแปลงพันธุ์ข้าวของตนเอง เพียงแต่ต้องมาทำหน้าที่ผู้ขายในเวลาที่มีเกษตรกรมาซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว

ศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโดยสมาชิกเป็นผู้จัดทำแปลงพันธุ์เองในบริเวณพื้นที่ชุมชน และรวบรวมผลผลิตเฉพาะที่สมาชิกผลิตได้เองเท่านั้น ผลจากการศึกษาพบว่าการดำเนินงานดังกล่าวมีทั้ง จุดแข็ง และจุดอ่อน ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ที่เป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงแก้ไข ดังนี้

1.1.1 ผลผลิต เกษตรกรนิยมใช้ชนิดพันธุ์ข้าวที่ศูนย์ผลิต และให้ความเชื่อถือต่อคุณภาพเมล็ดพันธุ์ข้าวของศูนย์ ซึ่งเป็น **จุดแข็ง** ดังนั้น ศูนย์ควรผลิตพันธุ์ข้าวแต่ละพันธุ์ให้ตรงกับช่วงเวลาที่เกษตรกรต้องการปลูก และมีการผลิตพันธุ์ข้าวพันธุ์ใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกร รวมทั้งดูแลควบคุมกระบวนการผลิตเมล็ดพันธุ์ให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อให้ได้ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ที่เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

1.1.2 ราคา ศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้วมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ จึงสามารถจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ในราคาที่ต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น ซึ่งเป็น **จุดแข็ง** ดังนั้น ศูนย์ควรใช้ความรู้และประสบการณ์ในการพัฒนาแปลงพันธุ์ และ เครื่องมืออุปกรณ์การผลิต เพื่อการเพิ่มผลผลิต และลดต้นทุนการผลิต อย่างต่อเนื่อง

1.1.3 การจัดจำหน่าย ศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว จำหน่ายเฉพาะเมล็ดพันธุ์ที่ศูนย์ผลิตได้เองซึ่งไม่พอกับความต้องการของเกษตรกร ซึ่งเป็น **จุดอ่อน** ดังนั้น ศูนย์ควรหาวิธีการที่เหมาะสมในการเพิ่มสมาชิก และพื้นที่จัดทำแปลงพันธุ์เพื่อ เพิ่มผลผลิต แต่รักษาไว้หรือเพิ่มคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น

1.1.4 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เนื่องจากศูนย์ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวได้ในจำนวนที่จำกัด จึงไม่มีเมล็ดพันธุ์ข้าวจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ศูนย์ควรใช้สื่อที่สามารถให้ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและเป็นปัจจุบัน เช่น โทรศัพท์ หอกระจายข่าว ป้ายประชาสัมพันธ์ ตัวแทนหรือลูกค้าประจำ เป็นต้น

1.1.5 การขายโดยสมาชิกศูนย์ ในภาพรวมสมาชิกผู้ขายควรที่จะ มีธรรมาภิบาล มีเวลาพอสำหรับให้บริการ มีข้อมูล มีความรู้จึกค้นเกี่ยวกับเกษตรกร และมีสถานที่จำหน่ายประจำ เพื่อให้บริการเกษตรกร

1.2 ข้อเสนอแนะต่อการส่งเสริมศูนย์ข้าวชุมชน

การส่งเสริมให้ศูนย์ข้าวชุมชนมีความเชื่อมั่นด้านการผลิตและการตลาดที่สามารถบริหารจัดการได้ด้วยตนเอง เป็นแนวทางหนึ่งที่จะทำให้ศูนย์ข้าวชุมชนมีการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวมากยิ่งขึ้น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะองค์กรบริหารส่วนตำบล ควรสร้าง **โอกาส** ให้ศูนย์ข้าวชุมชนสามารถเรียนรู้การผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวด้วยตนเอง โดยการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานด้านการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพให้เพียงพอกับการใช้งานและการขยายผล และช่วยลด **อุปสรรค** ที่เกิดจากความขัดแย้งทางสังคม และการใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐาน โดยการสนับสนุนกิจกรรมการมีส่วนร่วม และการให้บริการของศูนย์ข้าว

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มสธ. ครั้งที่ 3 The 3rd STOU Graduate Research Conference

ชุมชน ที่เป็นประโยชน์กับเกษตรกร ซึ่งน่าจะทำให้ศูนย์ข้าวชุมชนได้รับการสนับสนุนจากชุมชนมากยิ่งขึ้น
เนื่องจาก เกษตรกรต้องการเมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ ราคาถูก และสามารถตรวจสอบกระบวนการผลิตได้

2. ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

ผลจากการศึกษาผู้วิจัยคิดว่าศูนย์ข้าวชุมชนควรมีการดำเนินงานแบบ ธุรกิจชุมชน จึงควรมีความรอบรู้เกี่ยวกับ ชุมชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น การตลาด และเทคโนโลยีการผลิต ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรศึกษาเกี่ยวกับ (1) ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อการดำเนินงานวิสาหกิจศูนย์ข้าวชุมชน (2) ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจศูนย์ข้าวชุมชน (3) ความสำคัญและบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการส่งเสริมวิสาหกิจศูนย์ข้าวชุมชน (4) ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวของวิสาหกิจศูนย์ข้าวชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร (2554) ศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์ข้าวชุมชน กรุงเทพมหานคร กลุ่มข้าว กองส่งเสริมพืชไร่ นา กรมการข้าว (2552) การผลิตข้าวคุณภาพดีเพื่อการส่งออก กรุงเทพมหานคร
- วิไล ปาละวิสุทธิ การผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวในนาเกษตรกร เอกสารประกอบการฝึกอบรม โครงการส่งเสริมการผลิตข้าวต้นแบบตามระบบความปลอดภัยด้านอาหาร จังหวัดพิจิตร ปี 2552 วันที่ 3 เมษายน 2552 ณ ศูนย์วิจัยข้าวพิษณุโลก
- ศรัณญา เมืองสุวรรณ (2546) "ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชของเกษตรกรใน อำเภอบ้านไธสง จังหวัดลำพูน" วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ประเสริฐ วานิชนาม (2546) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีเพื่อการปลูกข้าวของเกษตรกรในเขตอำเภอมือง จังหวัดอุดรธานี " วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- วิกานดา ศรีกอก (2549) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ของหมู่บ้านอุตสาหกรรมเพื่อการท่องเที่ยวบ้านดอนหลวง อำเภอบ้านฝาง จังหวัดลำพูน " วิทยานิพนธ์ ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สิริกานต์ จิรวรรณจำเริญ (2550) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอมืองพะเยา จังหวัดพะเยา " การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- พิมพ์ชนก กล้าทำ (2554) ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำเสาวรสตราใบธงของผู้บริโภคในเขตอำเภอมืองเชียงใหม่ " การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มสธ. ครั้งที่ 3
The 3rd STOU Graduate Research Conference

ชายชัย คำภูแสน (2551) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารบั้งกับการออกดอกของ
สับปะรดของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด ในอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์" การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สุชาลีณี ดิษฐสมบุญ (2552) ความต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวที่ผลิตโดยศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวราชบุรี ของเกษตรกร
จังหวัด ราชบุรี ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สุภาพ หลิมอัคระ (2552) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเมล็ดพันธุ์ดีของเกษตรกรผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวของศูนย์
เมล็ดพันธุ์ข้าว ราชบุรี ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

<http://www.ricethailand.go.th> สืบค้นข้อมูลวันที่ 18 พฤษภาคม 2555 กรมการข้าว (2555) “สถานการณ์
การปลูกข้าวและเมล็ดพันธุ์ข้าว” ปี 2555 ” เว็บไซต์

<http://www.ftwatch.org> สืบค้นข้อมูล วันที่ 18 พฤษภาคม 2555 กลุ่มศึกษาข้อตกลงเขตการค้าเสรี
ภาคประชาชน (2555) “เพิ่มศักยภาพศูนย์ข้าวชุมชนต้นขั้นชั้นแหล่งเรียนรู้ครบวงจร ปี 2555” เว็บไซต์

