

การมีส่วนร่วมในการสร้างมูลค่าเมล็ดพันธุ์ข้าว หมู่บ้านราชมงคลอีสาน “บ้านศาลา” จังหวัดนครราชสีมา

บทความวิจัย

วันที่รับบทความ:

25 เมษายน 2562

วันที่แก้ไขบทความ:

28 มิถุนายน 2562

วันที่ตอบรับบทความ:

7 กรกฎาคม 2562



ดุขฎิ เทียมเทศ บุญมาสูงทรง^{1*} พรทิพย์ รอดพัน² ไกรสิทธิ วสุเพ็ญ³ เดือนเพ็ญ วงศ์สอน³
นันทวันทนั ดุสันเทียะ⁴ อรุณี มณที⁴ และ เพลงพิน เพียรภูมิพงค์⁵

¹สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000

²สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000

³สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและสิ่งแวดล้อม คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000

⁴งานบริการวิชาการ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000

⁵สาขาวิชาวิศวกรรมหลังการเก็บเกี่ยวและแปรรูป คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000

*ผู้เขียนหลัก อีเมล: skycrow_ann@hotmail.com

บทคัดย่อ

หมู่บ้านราชมงคลอีสาน บ้านศาลา เกิดจากการบริการวิชาการรับใช้สังคม ที่มีการดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 จนถึงปัจจุบัน เพื่อแก้ปัญหาให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวของชุมชนบ้านศาลา โดยการมีส่วนร่วมระหว่างนักวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานและเกษตรกรชุมชนบ้านศาลา เพื่อลดปัญหาในกระบวนการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลผลิตข้าวของชุมชนบ้านศาลา รวมถึงยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น งานวิจัยนี้เป็นการบูรณาการศาสตร์แห่งพระราชฯ ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีด้านการบริหารธุรกิจ เช่น การจัดการการตลาด และการบัญชี ในการแก้ไขปัญหาของชุมชน ในรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และผลการดำเนินการวัดจากผลผลิต ความพึงพอใจของชุมชน และคุณภาพชีวิตของชุมชน ซึ่งพบว่า ชุมชนมีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจเมล็ดพันธุ์ข้าวบ้านศาลา มีรายได้จากการ

จำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวจากปี พ.ศ. 2558–2561 จำนวน 540 ตัน รวม 12,020,000 บาท และมีความต้องการซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวภายใต้ชื่อบ้านศาลาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี การลดปัญหาในกระบวนการผลิตมี 2 มิติคือ การเพิ่มผลผลิตและการลดต้นทุนการผลิตด้วยการลดรายจ่าย โดยใช้สารชีวภาพในการป้องกันศัตรูพืช การทำปุ๋ยอินทรีย์ การประดิษฐ์เครื่องจักรกลการเกษตรที่มีความเหมาะสมตามวิถีเกษตรกร ซึ่งทำให้ผลผลิตข้าวต่อไร่เพิ่มสูงขึ้น จากเดิมไร่ละ 400 กิโลกรัม เป็นไร่ละ 600–800 กิโลกรัม ในปัจจุบันสมาชิกของชุมชนบ้านศาลามีความพึงพอใจในการดำเนินโครงการ เนื่องจากสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และสร้างเกษตรกรต้นแบบด้านเศรษฐกิจพอเพียงผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้ชุมชนมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: จังหวัดนครราชสีมา บ้านศาลา หมู่บ้านราชมงคล เมล็ดพันธุ์ข้าว การบริการวิชาการรับใช้สังคม



Community Participation in Adding Value to Rajamangala Isan

Village's Rice Paddy Seeds: Ban Sala, Nakhon Ratchasima Province

Research Article

Received:

25 April 2019

Revised:

28 June 2019

Accepted:

7 July 2019



Dusadee Teimtes Boonmasongsung^{1,*}, Porntip Rodpon², Kraisit Vasupen³, Duanpen Wongsorn³, Nantawan Doosanthia⁴, Arunee Montee⁴ and Plengpin Pianpumepong⁵

¹Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan, Muang District, Nakhon Ratchasima Province, Thailand 30000

²Department of Management, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan, Muang District, Nakhon Ratchasima Province, Thailand 30000

³Department Agricultural Technology and Environment, Faculty of Science and Liberal Arts Rajamangala University of Technology Isan, Muang District, Nakhon Ratchasima Province, Thailand 30000

⁴Academic service Research and Development Institute, Rajamangala University of Technology Isan, Muang District, Nakhon Ratchasima Province, Thailand 30000

⁵Department of Post-Harvest and Processing Engineering, Faculty of Engineering and Architecture, Rajamangala University of Technology Isan, Muang District, Nakhon Ratchasima Province, Thailand 30000

*Corresponding author's E-mail: skycrow_ann@hotmail.com

Abstract

Established in 2012 from the RMUTI's academic outreach service, Rajamangala Isan Village "Ban Sala", has operated to support the local community and farmers. The objectives of this project are to encourage collaboration between RMUTI's scholars and Ban Sala community members in mitigating problems in rice production processes, and increasing rice's added-value and productivity, as well as enhancing the locals' quality of life. The King's Philosophy and business administration theory and concept (i.e., management, marketing, and accounting approach based on the participatory action research model) are integrated for problem-solving process. Project outcomes are measured by productivity, community satisfaction, and life quality of community's members. By conducting the project, the proposed model has reportedly increased Ban Sala community's income, as indicated by the statistical data from

2015 to 2018, showing a total of 540 tons of rice, accounting for an income of 12,020,000 Baht. Moreover, customers' demand for Ban Sala brand's rice paddy seeds is constantly increasing annually. Two ways to reduce farming process problems include 1) increasing productivity, and 2) reducing the process costs by using biological substances to prevent insects, using organic fertilizers, and inventing agricultural machinery suitable for the locals. As a result of this operation, the rice yield increases from 400 kg/rai to 600–800 kg/rai. Ban Sala community's members are satisfied with the proposed model which has also enhanced their quality of life. Furthermore, the implementation of this project has also created farmer model for sufficiency economy through community participation, resulting in sustainable community development.

Keywords: Nakhon Ratchasima province, Ban Sala, Rajamangala village, Rice paddy seeds, Academic outreach service

บทนำ

จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญและเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวเด่น โดยมีสถิติข้าวนาปีและผลผลิตที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรเป็นอย่างมาก สามารถปลูกได้ทั้งข้าวเจ้าและข้าวเหนียว พื้นที่ปลูกข้าวนาปี 3,485,040 ไร่ เป็นพื้นที่ปลูกข้าวเจ้า 3,200,043 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 91.82 สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ 1,062,414 ตัน ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 354 กิโลกรัม ปริมาณการใช้เมล็ดพันธุ์ 71,665 ตัน อัตราการใช้เมล็ดพันธุ์ 20.56 กิโลกรัมต่อไร่ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2561) ในปัจจุบัน จังหวัดนครราชสีมาเป็นแหล่งผลิตข้าว 10 อันดับแรกของประเทศ สามารถผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพดี จากการจัดทำเขตเหมาะสม (Zoning) พบว่าจังหวัดนครราชสีมาที่มีพื้นที่เหมาะสมในการปลูกข้าว ประมาณ 3.26 ล้านไร่ โดยมีพื้นที่ที่มีความเหมาะสมมาก (S1) จำนวน 0.65 ล้านไร่ พื้นที่เหมาะสมปานกลาง (S2) จำนวน 2.61 ล้านไร่ (ศิริสรณ์เจริญ กมลลัมสกุล และคณะ, 2561)

อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา เป็นเขตพื้นที่ที่มีความเหมาะสมมาก มีกลุ่มชุดดินที่มีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีพื้นที่ปลูกข้าวถึง 183,706 ไร่ และเป็นอำเภอที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ที่สุดจาก 32 อำเภอ และปลูกข้าวเป็นอันดับ 2 ของจังหวัด รองจากอำเภอโนนสูง ซึ่งมีพื้นที่ปลูกข้าว 287,283 ไร่ และเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ 96,952 ตัน ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 354 กิโลกรัม (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2561)

หมู่บ้านศาลาเป็นชุมชนกลุ่มเป้าหมายของโครงการหมู่บ้านราชมงคล และมีปัญหาคือ อาชีพทำนาของเกษตรกรสร้างรายได้ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในครัวเรือน ทำให้เกษตรกรต้องการพัฒนาตนเอง เพิ่มพูนความรู้ในการปลูกข้าวเพื่อให้สามารถสร้างรายได้ที่เพียงพอในครอบครัว จึงเข้าร่วมโครงการหมู่บ้านราชมงคลอีสาน ซึ่งโครงการหมู่บ้านราชมงคลเป็นการดำเนินงานในลักษณะงานบริการวิชาการในรูปแบบวิจัยชุมชน เริ่มจากการศึกษาและวิเคราะห์บริบทชุมชนโดยอาจารย์ บุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานร่วมกับเกษตรกร และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหาปัญหาสำคัญ และหาแนวทางการแก้ไขปัญหา และดึงศักยภาพที่โดดเด่นของชุมชน เพื่อนำมาวิเคราะห์จัดทำแผนพัฒนาแบบมีส่วนร่วม และขับเคลื่อนการพัฒนาหมู่บ้านตามแผนพัฒนา โดยการประสานองค์ความรู้จากหลากหลายศาสตร์ของอาจารย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน และนำไปถ่ายทอดเทคโนโลยี พัฒนาต่อยอดเพื่อประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ด้วยการสร้างคน สร้างงาน สร้างรายได้ สร้างคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น อย่างยั่งยืน สามารถเป็นหมู่บ้านราชมงคลอีสานต้นแบบสำหรับ

ชุมชนอื่นๆ ซึ่งมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องกว่า 8 ปี เกิดผลการดำเนินงานในเชิงประจักษ์ทำให้หมู่บ้านศาลาเป็น 1 ใน 5 ของหมู่บ้านราชมงคลอีสานต้นแบบของโครงการยกระดับคุณภาพชีวิตของหมู่บ้านชุมชนแบบมีส่วนร่วมของ 84 หมู่บ้าน ชุมชนเฉลิมพระเกียรติ

สถานการณ์ที่เป็นอยู่เดิม

หมู่บ้านศาลาตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 3 ตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ก่อตั้งมาประมาณ 200 ปี มีชื่อว่าบ้านศาลา เนื่องจากในสมัยโบราณมีศาลาตั้งอยู่ฝั่งแม่น้ำมูล เป็นที่พักแรมของพ่อค้าเรือกลไฟที่ค้าขายระหว่างนครราชสีมากับอุบลราชธานี แต่ภายหลังถูกน้ำเซาะศาลาพังทลายจึงได้ชื่อว่าบ้านศาลา หรือเรียกว่าท่าศาลา ซึ่งปัจจุบันเป็นที่ตั้งโรงเรียนบ้านศาลา ประชากรส่วนใหญ่มีเชื้อชาติไทย นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 220 ครัวเรือน ประชากร 814 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร สภาพพื้นที่เป็นที่ราบลุ่ม มีพื้นที่ทั้งหมด 6,516 ไร่ ภูมิประเทศเหมาะสมสำหรับการปลูกข้าวเนื่องจากมีแหล่งน้ำอุดมสมบูรณ์ มีพื้นที่อยู่อาศัยจำนวน 400 ไร่ น้ำที่ใช้เพื่อการเกษตรและอุปโภคมาจากคลองส่งน้ำชลประทานและแม่น้ำมูล น้ำที่ใช้เพื่อการบริโภคมาจากธรรมชาติ คือ น้ำฝน พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นนาข้าว บ่อปลา และหนองน้ำสาธารณะ จำนวน 3 แห่ง

การสำรวจบริบทหมู่บ้านศาลาและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) สนทนากลุ่ม (Focus group discussion) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation) เป็นการศึกษาชุมชนเพื่อการวางแผนพัฒนาการเกษตร ข้อมูลพื้นฐานของบ้านศาลาและการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนพบว่า ชุมชนบ้านศาลามีปัญหาหลักคือ การประกอบอาชีพในการทำนาปลูกข้าว เกษตรกรมีต้นทุนในการผลิตสูง แต่ได้รับผลตอบแทนน้อย จึงทำให้มีหนี้สิน เนื่องจากใช้สารเคมีในการเกษตรและใช้เมล็ดพันธุ์ด้อยคุณภาพ และเกษตรกรไม่สามารถกำหนดราคาขายข้าวได้ มีผลผลิตตกต่ำคือ 350-400 กิโลกรัม ในขณะที่ใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวในการปลูกข้าวนาหว่านต่อไร่สูงถึง 20-25 กิโลกรัม ซึ่งสูงกว่ามาตรฐาน (มาตรฐานต่อไร่ 15-20 กิโลกรัม) และพบการใช้สารเคมีในการปลูกข้าว ส่งผลถึงปัญหาด้านสุขภาพของเกษตรกร ปัญหาในการผลิตข้าว ได้แก่ ขาดเงินทุน ฝนทิ้งช่วง ขาดแหล่งน้ำ คัดรูปพืช หนูกินข้าวในนา ผลผลิตราคาตกต่ำ และผลิตได้ในปริมาณน้อย โรคเชื้อราในข้าว โรคใบไหม้ ปัญหาค่าแรงงาน ปุ๋ยเคมีมีราคาสูง และต้นทุนการผลิตข้าวสูงขึ้น ปัญหาทางการตลาด ได้แก่ ราคาขายไม่เป็นธรรม โรงสีกีดราคา แหล่งรับซื้อไม่ซื่อสัตย์ ไม่มีรถขนส่งไปจำหน่าย ไม่มี

ความรู้ในการขายทำให้จำเป็นต้องขายให้กับโรงสี (ดุขฎี เทียมเทศ บุญมาสูงทรง และ เพลงพิน เพียรภูมิพงศ์, 2558) ดังนั้นสิ่งที่เกษตรกรต้องการแก้ปัญหาในหมู่บ้านศาลา คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลผลิตข้าว การลดต้นทุนการผลิต การตลาดสมัยใหม่ที่เพิ่มช่องทางการจำหน่ายและตัดคนกลางจากช่องทางการตลาด

จากการศึกษาร่วมกับชุมชน จึงมีแนวคิดร่วมกันในการส่งเสริมและพัฒนาการประกอบอาชีพทำนา การลดต้นทุนการทำนา ได้แก่ ค่าเมล็ดพันธุ์ ค่าปุ๋ยเคมี ค่าสารเคมีกำจัดศัตรูพืช การเพิ่มประสิทธิภาพการปลูกข้าวและเพิ่มมูลค่าข้าวแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้ได้ผลผลิตข้าวมากขึ้นและน้ำหนักเมล็ดสูงขึ้น และปลูกข้าวให้เป็นเมล็ดพันธุ์ข้าวชั้นจำหน่าย สร้างตรายี่ห้อ สร้างช่องทางการจำหน่ายและสร้างการรับรู้ข้าวสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สร้างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเมล็ดพันธุ์ข้าว เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจนสามารถเป็นหมู่บ้านราชมงคลอีสานต้นแบบสำหรับชุมชนอื่นๆต่อไป ด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยเน้นการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม (Participatory development) เป็นรูปแบบการพัฒนาที่เน้นให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการแก้ปัญหาในชุมชน เพื่อให้ผลการพัฒนาไปถึงประชาชนและชุมชนอย่างแท้จริง ดังภาพที่ 1

กระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงและการยอมรับของชุมชนเป้าหมาย

กระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงเกษตรกรบ้านศาลา เพื่อแก้ปัญหาในกระบวนการเพาะปลูก การลดต้นทุนจากการลดใช้สารเคมี ปัญหาการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และช่องทางการจำหน่าย ในด้านราคาข้าวที่สมาชิกไม่สามารถกำหนดราคาขายได้ และช่องทางการจำหน่ายที่ไม่ซื่อสัตย์และไม่มีความเป็นธรรมในการรับซื้อ โดยสร้างกลุ่มหรือรวมกลุ่มเพื่อให้เกิดกิจกรรมที่ชัดเจนและเกิดความยั่งยืนดังนี้

1) **ศึกษาปัญหาที่ต้องแก้ไข** ผ่านการพัฒนาผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทำให้กลไกการพัฒนาฝังในตนเองด้วยข้อมูลและความรู้ ผ่านกระบวนการเรียนรู้อย่างจริงจัง มีการจัดการทรัพยากรให้สอดคล้องกับเป้าหมายและผลลัพธ์ คือ การพัฒนาพื้นที่ (สุธีระ ประเสริฐสรรพ, 2556)



ภาพที่ 1 การศึกษาชุมชนเพื่อการวางแผนพัฒนาการเกษตร

2) ออกแบบแผนการพัฒนาหมู่บ้านร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยสร้างแผนการพัฒนาด้านการเกษตร พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม

3) พัฒนาร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการอบรมเชิงปฏิบัติการและการศึกษาดูงานในด้านต่างๆ เช่น การเกษตร พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม โดยการอบรมเชิงปฏิบัติการในด้านการเพิ่มผลผลิต การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ การจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจ การจัดการสมัยใหม่และการตลาดสมัยใหม่ เพื่อให้เห็นถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน ได้แก่

3.1) การอบรมเชิงปฏิบัติการและการศึกษาดูงาน เพื่อให้เห็นความพอเพียงที่เริ่มจากความเข้าใจตนเอง สิ่งแวดล้อม และเห็นความสำคัญของการลงมือทำด้วยตนเอง การลดสารเคมีในการเพาะปลูก ผ่านการศึกษาดูงานที่บ้านปราชญ์ชาวบ้าน พ่อค้าเคื่องภาษี ณ หมู่ที่ 8 ตำบลหัวฝาย กิ่งอำเภอแคนดง จังหวัดบุรีรัมย์ และศึกษาดูงาน ณ พระตำหนักจิตรลดารโหฐาน และพิพิธภัณฑ์ชานาไทย

3.2) การอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

- **เรื่องดินและปุ๋ย** โดยการนำดินไปตรวจคุณสมบัติ เพื่อให้เลือกใช้ปุ๋ยได้เหมาะสมกับสภาพดิน ผ่านเครือข่ายกรมพัฒนาที่ดิน ซึ่งการใช้ปุ๋ยที่เหมาะสมกับสภาพดินจะทำให้ต้นทุนในการปลูกข้าวลดลง ทำให้ผลผลิตข้าวมากขึ้นและน้ำหนักเมล็ดสูงขึ้น และศึกษาดูงานการทำปุ๋ยอินทรีย์ โดยอาจารย์กลม พรหมมาก

- **เรื่องศัตรูพืช** แนวทางป้องกันและลดการใช้สารเคมี โดยนำเชื้อราไตรโคเดอร์มาและเชื้อราเบเวเรีย มาขยายเชื้อแบบง่ายเพื่อให้เกษตรกรสามารถผลิตใช้ได้เอง มีต้นทุนต่ำและไม่เป็นอันตรายกับเกษตรกรและสิ่งแวดล้อม สามารถนำมาใช้ในการป้องกันกำจัดแมลงศัตรูข้าว โดย ดร.เดือนเพ็ญ วงศ์สอน และ ดร.ทศพร ศรีษะภูมิ คณาจารย์จากสาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร และสิ่งแวดล้อม

3.3) การจัดการสมัยใหม่ นำความรู้ในการจัดการห่วงโซ่คุณค่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การบริหารจัดการกลุ่ม และศึกษาดูงานที่สหกรณ์เกษตรอินทรีย์ทัพอไทย จังหวัดสุรินทร์ โดยการสร้างเครื่องมือเครื่องจักรและนำมาใช้ในกระบวนการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว นำองค์ความรู้ด้านวิศวกรรมศาสตร์ มาร่วมพัฒนาเครื่องจักรกลการเกษตร เนื่องจากกระบวนการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวชั้นจำหน่ายต้องมีการคลุกน้ำยาป้องกันเชื้อรา ดังนั้นจึงผลิตเครื่องคลุกเมล็ดพันธุ์ข้าว เพื่อลดการใช้แรงงานคนในการผลิตเมล็ดพันธุ์ และลดปัญหาค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นและแรงงานที่มีจำนวนน้อยลง

3.4) การยกระดับการผลิตเชิงพาณิชย์ โดยการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการสื่อสารการตลาด และการตลาดสมัยใหม่ นำความรู้ในเรื่องการสื่อสารการตลาด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การสื่อสารกับผู้บริโภค การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการทำกา

การตลาดสมัยใหม่ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เช่น

- **อบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม** ด้านการตลาดสมัยใหม่ ส่วนประสมทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การกำหนดราคา การกระจายและช่องทางการจำหน่าย การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการเพิ่มคุณค่า เพิ่มมูลค่า เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค

- **ออกแบบตราสินค้า สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์** โดยภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เพิ่มการรับรู้ และสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน

- **ออกแบบบรรจุภัณฑ์** โดยเน้นเรื่องอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยชุมชนทำงานร่วมกับคณาจารย์สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์ คณะศิลปกรรมและออกแบบอุตสาหกรรม

- **ออกงานจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และศึกษาดูงานตลาดถนนสายข้าวปลูก** โดยศึกษาดูงาน ณ ร้านวรรณษาข้าวปลูก ตำบลนางสี-ท่าชัย อำเภอเมืองชัยนาท จังหวัดชัยนาท เพื่อให้เกิดเครือข่ายการทำตลาดข้าวปลูก

- **สร้างเครือข่ายทางการตลาด** โดยร่วมจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวบ้านศาลา ที่ร้าน ส. เกษตรภัณฑ์ และร้านสมคิดการเกษตร ทำให้กลุ่มมียอดขายเพิ่มสูงขึ้นทุกปี

การบริการวิชาการรับใช้สังคมซึ่งทำให้ผลผลิตข้าวเพิ่มมากขึ้นและมีคุณภาพ ได้ดำเนินการผ่านผู้นำชุมชนคือ ผู้ใหญ่องอาจ กล้าพิมาย และก่อให้เกิดเครือข่ายการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชน และภาคีเครือข่าย ซึ่งเป็นผลดีต่อวิสาหกิจชุมชนผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวบ้านศาลา ดังภาพที่ 2

ความรู้หรือความเชี่ยวชาญที่ใช้

องค์ความรู้ที่ใช้ในการทำโครงการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการแก้ปัญหาของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวชุมชนบ้านศาลา ประกอบด้วย 3 แนวคิดหลัก ได้แก่

แนวคิดที่ 1 หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ปรัชญาขององค์พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช หรือศาสตร์พระราชา โดยเน้นการสร้าง ความพอเพียงกับตัวเอง (Self sufficiency) ดำรงชีพได้โดยไม่ต้องรอน ด้วยการทำแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง 3 ท่วง 2 เงื่อนไข (สุเมธ ตันติเวชกุล, 2544) มาใช้ในการพัฒนาหมู่บ้านราชมงคล



ภาพที่ 2 กระบวนการที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

แนวคิดที่ 2 การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน

การพัฒนาองค์กรชุมชน (สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2540) ได้แบ่งการจัดตั้งกลุ่มเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) การก่อร่างสร้างกลุ่มและแสวงหาทางเลือกในระดับความคิด โดยการวิเคราะห์ชุมชนและแสวงหาทางเลือกในการทำกิจกรรม
- 2) ลงมือปฏิบัติการ เป็นขั้นตอนที่สัมพันธ์กับขั้นแรก คือ หา กลุ่มที่สามารถวิเคราะห์ปัญหาและศักยภาพของตนเองได้ใกล้เคียงความจริงและมีประสบการณ์ในการหาทางออก
- 3) ขยายตัว ลักษณะการขยายตัวของชุมชน
- 4) สร้างพลังความสามัคคีในกลุ่ม เพื่อสร้างความเข้มแข็งและระดมความร่วมมือจากกลุ่มภายนอกหรือองค์กรพันธมิตร

แนวคิดที่ 2 การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน ในการพัฒนาองค์กรชุมชน เพื่อให้กลุ่มผลิตเมล็ดพันธุ์ชาวบ้านศาลามีความเข้มแข็งและประสบความสำเร็จ ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น โดยใช้หลักการ 5 ก ดังนี้ **ก ที่ 1 กลุ่ม/สมาชิก** เป็นการรวมตัวกันของคนที่มีความสมัครใจ พร้อมทั้งจะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มที่มีอาชีพเดียวกัน **ก ที่ 2 กรรมการ** หมายถึง กลุ่มคนซึ่งได้รับมอบหมายและเป็นตัวแทนจากสมาชิกให้บริหารกลุ่มนั้น **ก ที่ 3 กฎ กติกา ระเบียบข้อบังคับกลุ่ม** เพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติร่วมกันระหว่างสมาชิกและคณะกรรมการ **ก ที่ 4 กองทุนของกลุ่ม** มีการระดมทุน เพื่อให้กิจกรรมของกลุ่มดำเนินการได้ และ **ก ที่ 5 กิจกรรม** เพื่อสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนและชุมชน (กรมการพัฒนาชุมชน, 2560)

แนวคิดที่ 3 การตลาด

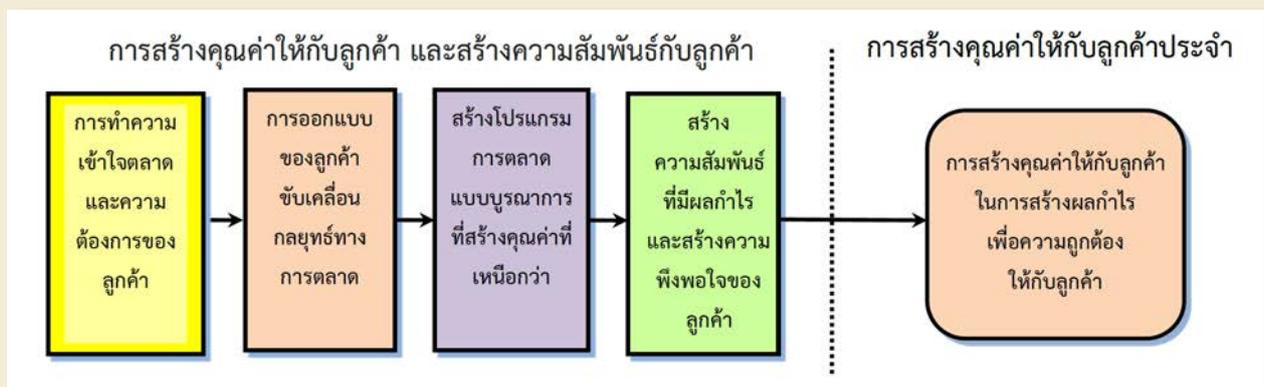
คือ กระบวนการของธุรกิจเพื่อสร้างมูลค่า สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค รวมถึงการจูงใจผู้บริโภคกลุ่มใหม่ให้เห็นถึงคุณค่า

และเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และการดำเนินธุรกิจ โดยธุรกิจได้ผลกำไรในระยะยาวจากความพึงพอใจของผู้บริโภค (คุษฎี เทียมเทศ บุญมาสูงทรง, 2560) การตลาดเป็นสิ่งที่ทำให้เข้าใจตลาดและความต้องการของลูกค้า นักการตลาดออกแบบและใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเป็นตัวขับเคลื่อนให้ลูกค้าเห็นถึงคุณค่า ด้วยการใช้การตลาดแบบบูรณาการ (Kotler & Armstrong, 2000) การใช้ส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นตัวขับเคลื่อน ใช้กลยุทธ์ที่ถูกต้องและเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดสัมพันธภาพที่ดี ลูกค้าพึงพอใจ ธุรกิจก็จะมีผลกำไรตามมา ดังภาพที่ 3

สถานการณ์ใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

จากการนำองค์ความรู้ในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน การพัฒนาองค์กรชุมชน และการตลาด มาประยุกต์ใช้ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับเกษตรกรชุมชนบ้านศาลา ดังนี้

- 1) **เกษตรกรชุมชนบ้านศาลา** ตระหนักถึงการพึ่งพาตนเอง การไม่ฟุ่มเฟือย คำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันให้ตนเอง การใช้ความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต การใช้ปุ๋ยและการใช้สารเคมี มีการนำองค์ความรู้เรื่องการป้องกันศัตรูพืชโดยใช้สารชีวภาพ ทำให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมี และใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น โดยนำเชื้อราภูเวงเรีย มาใช้ปราบศัตรูพืชและทำปุ๋ยอินทรีย์ใช้เอง โดยมีผู้ใหญ่ของอาจกล้าพิมาย เป็นแกนนำ การงดใช้สารเคมีและใช้ปุ๋ยอินทรีย์ติดต่อกัน



ภาพที่ 3 รูปแบบกระบวนการทางการตลาด

ทำให้ผลผลิตข้าวมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น จากไร่ละ 350–400 กิโลกรัม เป็นไร่ละ 600–800 กิโลกรัม

2) **กลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวบ้านศาลา** ขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 โดยมีผู้ใหญ่องอาจ กล้าพิมาย เป็นผู้มีอำนาจแทนวิสาหกิจชุมชน ที่ตั้งคือ 69/1 หมู่ 3 ตำบลดงใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา 30110 เริ่มต้นมีสมาชิก จำนวน 20 คน โดยหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ลงวันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2557 รหัสทะเบียน 4-30-15-10 /0014 และได้รับใบอนุญาตขายเมล็ดพันธุ์ควบคุม เลขที่ นม.1010 /2558 ศวพ. โนนสูง ลงวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2558 โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นำองค์ความรู้ด้านการสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่ม และระดมสมองเพื่อร่วมกันคิด วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ และโครงสร้างองค์กร ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้ผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ข้าว และข้าวสารที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกรและผู้บริโภคให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ด้วยการใช้วิธีเศรษฐกิจชุมชน

พันธกิจ (Mission)

ผู้ผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ข้าว และข้าวสารที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มเกษตรกรและผู้บริโภค โดยกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน ด้วยภูมิปัญญาทางการเกษตร

ดั้งเดิมที่รักษาสีเมล็ดล้าวม เพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกรและผู้บริโภคภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน

วัตถุประสงค์ (Objective)

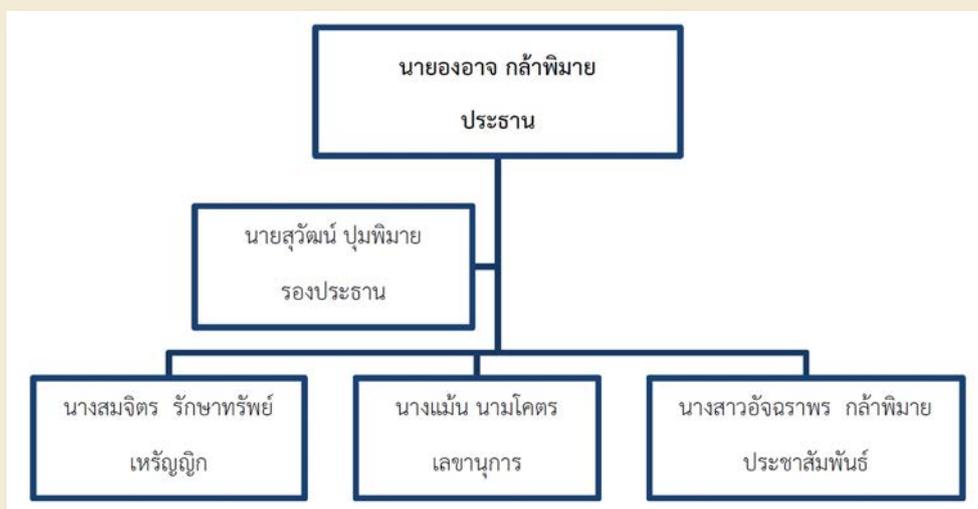
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวบ้านศาลา มีวัตถุประสงค์ของกลุ่ม เพื่อ

- 1) เป็นผู้ผลิต และจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพ
- 2) พัฒนาองค์ความรู้ด้านการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพให้กับสมาชิก
- 3) สร้างรายได้ และลดรายจ่ายให้กับสมาชิก
- 4) สร้างความรักสามัคคีให้เกิดขึ้นในชุมชน
- 5) สร้างเครือข่ายในการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวระหว่างชุมชน
- 6) อนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำเกษตรแบบดั้งเดิม

โครงสร้างองค์กร (Organizational Structure)

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวบ้านศาลาจัดโครงสร้างกลุ่มตามหน้าที่และความคล่องตัวในการปฏิบัติงานให้เหมาะกับองค์กร ตำแหน่งงานหลักที่สำคัญ ได้แก่ ประธาน รองประธาน เกร็ดญิก เลขานุการ และประชาสัมพันธ์ ดังภาพที่ 4

จากแนวคิดการตลาดทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่ม (Value added) ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ในแต่ละขั้นตอนการผลิตไปจนถึงการจำหน่าย โดยนำรูปแบบกระบวนการทางการตลาดมาใช้งานดังนี้



ภาพที่ 4 โครงสร้างองค์กรวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวบ้านศาลา

- **ทำความเข้าใจตลาดและศึกษาความต้องการของลูกค้า** ในการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวชั้นจำหน่ายให้กับเกษตรกร โดยทำการพัฒนากระบวนการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวตามมาตรฐานของกรมการข้าว และมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ เมล็ดพันธุ์ข้าว และข้าวสาร

- **ออกแบบและใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นตัวขับเคลื่อน** โดยใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด สร้างตราสินค้าร่วมกับสมาชิก ภายใต้แบรนด์ “บ้านศาลา” สร้างสโลแกน บรรจุภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อสร้างคุณค่าด้านตราสินค้า (Brand value) และคุณค่าด้านคุณภาพของเมล็ดพันธุ์ข้าว (Appreciation of quality) “บ้านศาลา” ดังภาพที่ 5-7

โดยในปี พ.ศ. 2558 วิสาหกิจชุมชนได้รับอนุญาตขายเมล็ดพันธุ์ข้าวจนถึงปัจจุบัน ทำให้ปริมาณยอดขายจากปี พ.ศ. 2558 จำนวน 30 ตัน มาถึงในปี พ.ศ. 2561 จำนวน 200 ตัน ซึ่ง

ถือว่ามียอดการเจริญเติบโตเป็นที่น่าพอใจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การตลาดในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ กลุ่มวิสาหกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ข้าวทั้งทางตรงและทางอ้อม ช่องทางการจำหน่ายทางตรง (Direct channel) ผ่านทางผู้ใหญ่อาจ กล้าพิมาย ซึ่งปัจจุบันเป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คิดเป็นร้อยละ 30 และช่องทางการจำหน่ายทางอ้อม (Indirect channel) โดยมีเครือข่ายพ่อค้าคนกลางที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในตัวอำเภอพิมาย คือ ร้าน ส. เกษตรภัณฑ์ และร้านสมคิด การเกษตร คิดเป็นร้อยละ 70 อีกทั้งมีการจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ โดยขายผ่าน LAZADA ซึ่งการจัดกิจกรรมทางการตลาดดังกล่าว เป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าในด้านการให้บริการ ทำให้ปริมาณยอดขายเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ดังภาพที่ 8-9

- **การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated marketing communication)** คณะจารย์ได้ร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจ



ภาพที่ 5 ตราสินค้าเมล็ดพันธุ์ข้าว “บ้านศาลา”



ภาพที่ 6 ตราสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวสาร “บ้านศาลา”

ผลิตด้วยภูมิปัญญา เลือค่าแห่งเมล็ดพันธุ์

ภาพที่ 7 สโลแกนผลิตภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ข้าว “บ้านศาลา”



ภาพที่ 8 ปริมาณยอดขายเมล็ดพันธุ์ข้าว “บ้านศาลา”

ภาพที่ 9 การตลาดออนไลน์ ผลิตภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ข้าว “บ้านศาลา”

จัดทำสื่อโฆษณาในรูปแบบโปสเตอร์ ป้ายโฆษณาผลิตภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวสาร บ้านศาลา โดยขายในงานเกษตร ณ ศูนย์วิจัยข้าวพิมาย การประชาสัมพันธ์ผ่านทางเครือข่ายเกษตรกร หน่วยงานของภาครัฐ เช่น การประชุมในอำเภอ ทำให้ผู้บริโภคเกิด

การรับรู้ กระตุ้นให้เกิดความต้องการ และสร้างคุณค่าในผลิตภัณฑ์ รวมถึงการสร้างยอดขายให้เพิ่มมากขึ้น ตามวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด ดังภาพที่ 10 (ดูขุฎี เทียมเทศ บุญมาสูงทรง, 2560)



ภาพที่ 10 สื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ข้าว “บ้านศาลา”

ผลกระทบและความยั่งยืน ของการเปลี่ยนแปลง

จากการทำโครงการร่วมกันทำให้หมู่บ้านศาลาเป็นหมู่บ้านราชชมงคลอีสาน (หมู่บ้านต้นแบบ) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 เป็นต้นมา ด้านเศรษฐกิจและสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลง และสามารถนำองค์ความรู้ต่างๆ ที่ได้รับไปปรับใช้ในการแก้ปัญหาอาชีพในการทำนาและการปลูกข้าว ดังนี้

1) เกษตรกรรู้จักพึ่งตนเอง เข้าใจ เข้าถึง และพร้อมที่จะพัฒนา โดยนำองค์ความรู้เรื่องการป้องกันศัตรูพืชโดยใช้สารชีวภาพมาใช้แทนสารเคมี ทำให้ลดต้นทุนการผลิต หันมาใช้ปุ๋ยอินทรีย์ โดยมีผู้ใหญ่องอาจ กล้าพิมาย เป็นแกนนำ ผลผลิตจากข้าวมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น จากเดิมได้ไร่ละ 350-400 กิโลกรัม เป็นไร่ละ 600-800 กิโลกรัม

2) เกิดกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวบ้านศาลาที่เข้มแข็ง โดยมีการประชุม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกันสร้างกฎระเบียบ ข้อบังคับ และแนวทางในการดำเนินงานของกลุ่มร่วมกัน ทำให้สมาชิกของกลุ่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 125 จากปี พ.ศ. 2557 ที่เป็นปีก่อตั้ง จำนวน 20 คน ปี พ.ศ. 2561 มีสมาชิกเพิ่มมากขึ้นเป็น 45 คน และผลกำไรในปี พ.ศ. 2561 สมาชิกร่วมกันลงความเห็นให้นำเงินจำนวน 71,000 บาท ไปลงทุนในเครื่องมือและเครื่องใช้ เช่น ตาชั่งดิจิทัล รถลากข้าว และตะแกรงกลม เพื่อคัดข้าวให้ได้มาตรฐานสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับปรมาโมทย์ เหลาลากะ และคณะ

(2556) ได้อธิบายกระบวนการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรที่สำคัญ การจัดการของของกลุ่มที่ชัดเจนซึ่งประกอบด้วยประธานกลุ่ม กรอบการบริหาร สมาชิกกลุ่มมีการประชุมอย่างต่อเนื่อง และมีการจัดการความรู้ การพูดคุย สาธิต แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งในระดับชุมชนและระดับกลุ่ม ดังนั้นการส่งเสริมการแข่งขันเศรษฐกิจในระดับฐานรากจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อสนับสนุนและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโดยเฉพาะการส่งเสริมการรวมกลุ่มของประชาชนในการประกอบธุรกิจ เป็นวิสาหกิจชุมชนหรือกลุ่มอาชีพในชุมชนซึ่งมีทรัพยากร และพัฒนาความสามารถและศักยภาพเพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันและให้คนในชุมชนสามารถพึ่งพาตัวเองได้ (สุชานาถ พัฒนวงศ์งาม, 2554) อย่างไรก็ตามจำเป็นต้องส่งเสริมในด้านอื่นควบคู่กันไป เช่น การส่งเสริมการตลาดขายและเพิ่มรายได้ของคนในชุมชน การสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน หรือการสร้างควมสามัคคีในชุมชน โดยปราศจากความขัดแย้ง (วิภาวี กฤษณะภูติ, 2556)

3) จากการออกแบบและใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ทำให้ผลิตภัณฑ์ “บ้านศาลา” เป็นที่ยอมรับของลูกค้าสามารถสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เกิดการซื้อซ้ำ ทำให้รายได้จากการขายเมล็ดพันธุ์ข้าวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558-2561 มีจำนวน 540 ตัน รายได้รวม 12,020,000 บาท คิดเป็นราคาเฉลี่ยตันละ 22,223 บาท ซึ่งถือว่าสามารถขายได้ในราคาที่สูงกว่าราคาขายข้าวเปลือกเฉลี่ยถึงร้อยละ 164 จากเดิมราคาขายข้าวเปลือกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีราคาตั้งนี้ ปี พ.ศ. 2558 ราคาตันละ 13,049 บาท ปี พ.ศ. 2559 ราคาตันละ 13,357 บาท ปี พ.ศ. 2560 ราคาตันละ 12,255 บาท และปี พ.ศ. 2561 ราคาตันละ 15,517 บาท ราคาเฉลี่ยตันละ 13,519

บาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

4) ในด้านของผู้นำ ผู้ใหญ่ของอาจ กล่าวได้ว่าได้นำองค์ความรู้ไปใช้ในการขยายเครือข่ายและให้ความรู้ โดยได้รับเชิญเป็นวิทยากรให้ความรู้ด้านการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการเกษตร การผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวสุขภาพและการงดใช้สารเคมีในการเกษตร การผลิตและวิธีใช้เชื้อราไตรโคเดอร์มาควบคุมโรคพืช และการพัฒนาวิธีการปลูกพืชหลังนา และการพัฒนาเครื่องเก็บข้าวต้นแบบที่มีการอบข้าวเพื่อลดความชื้น ทำให้ได้รับรางวัลผู้นำชุมชนที่มีผลงานด้านการเกษตรและนวัตกรรม สร้างชื่อเสียงให้กับหมู่บ้านศาลา ดังภาพที่ 11 และจากการมุ่งมั่นตั้งใจพัฒนาตนเองและชุมชน ร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีอย่างต่อเนื่อง และจากผลงานเชิงประจักษ์ จึงได้รับการเสนอชื่อเป็นคณาจารย์บัณฑิต กิตติมศักดิ์ สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตรและสิ่งแวดล้อม เพื่อ

เข้ารับพระราชทานปริญญาบัตร ครั้งที่ 33 ประจำปีการศึกษา 2561 ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างทุนมนุษย์ สร้างความภาคภูมิใจให้กับครอบครัวและชุมชนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ รองศาสตราจารย์ ดร. ภาสกร นันทพานิช ที่ให้คำปรึกษาและแนวทางการดำเนินงาน และขอขอบคุณนักวิจัยและแกนนำชุมชนทุกคน ที่ให้ความร่วมมือและให้ข้อคิด ข้อเสนอแนะ จนงานสำเร็จลุล่วง



ภาพที่ 11 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน “บ้านศาลา”

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2560). *แนวทางการจัดตั้งและพัฒนากลุ่มอาชีพ*. กรุงเทพฯ: สโตร์ครีเอทีฟแฮาส์.
- ดุขฎิ เทียมเทศ บุญมาสูงทรง และ เพลงพิณ เพียรภูมิพงค์. (2558). ปัญหา และอุปสรรค เพื่อการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ข้าว (กรณีศึกษา) บ้านศาลา อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา. การประชุมวิชาการการยกระดับคุณภาพชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นอาเซียน ครั้งที่ 2 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา. เชียงใหม่.
- ดุขฎิ เทียมเทศ บุญมาสูงทรง. (2560). *หลักการตลาด*. นครราชสีมา: เอ็กปรีนติ้ง.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). ราคาสินค้าเกษตรสำคัญที่เกษตรกรขายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. สืบค้นเมื่อ 27 เมษายน 2562, จาก <http://www.2.bot.or.th/statistics/ReportPage>.
- ปราโมทย์ เหลลาลาภะ, ศิริบุญ จงวุฒิเวศย์, ภัทรพล มหาจันทร์, และ เฉลิมพล เยื้องกลาง. (2556). การจัดการความรู้ของเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 10(2), 69–81.
- วิภาวี ฤกษ์นะภูติ. (2556). การจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน: การเรียนรู้จากกลุ่มอาชีพทอผ้าฝ้ายในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*, 30(1), 166–168.
- สุชานาถ พัฒนวงศ์งาม. (2554). *รูปแบบการจัดการความรู้เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุษฎิบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์, สาขาวิชาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น.
- สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2540). *องค์การชุมชน: กลไกเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาสังคม (รายงานผลงานวิจัย)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุธีระ ประเสริฐสรรพ. (2556). *กระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาพื้นที่ แนวทางพัฒนางานวิจัยเพื่อรับใช้สังคม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). ข้อมูลผลผลิตการเกษตรข้าวนาปี. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2561, จาก <http://www.oae.go.th>.
- สุเมธ ตันติเวชกุล. (2544). *เศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริในใต้เบื้องพระยุคลบาท*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.
- ศิริสรณ์เจริญ กมลลิมสกุล, ทวี วัชระเกียรติศักดิ์, ดวงพร กิจอาทร, และ สุวรรณ เตชะธีระปรีดา. (2561). การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานข้าวจังหวัดนครราชสีมา: สถานการณ์ปัจจุบัน ความเชื่อมโยง ปัญหา และแนวทางการพัฒนา. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสุรนารี*, 11(2), 119–143.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2000). *Marketing: An introduction* (5th ed.). New Jersey: Prentice Hall.