ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร)

ปริญญา

ธุรกิจการเกษตร	เศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร
สาขา	**ภาควิชา**

เรื่อง แผนธุรกิจสำหรับกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงจังหวัดนครปฐม

Business Plan for Ban-Nong-Ma-Muang Community Rice Group in Nakhon Pathom Province

นามผู้วิจัย นายมนตรี กองมงคล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก .....

(รองศาสตราจารย์ศานิต เก้าเอี้ยน, วท.ม)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม .....

(อาจารย์จักรกฤษณ์ พจนศิลป์, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา .....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิศิษฐ์ ลิ้มสมบุญชัย, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

.....

(รองศาสตราจารย์กัญจนา ธีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ..... **เดือน** ..... **พ.ศ.** .....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจสำหรับกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงจังหวัดนครปฐม

Business Plan for Ban-Nong-Ma-Muang Community Rice Group in Nakhon Pathom Province

โดย

นายมนตรี กองมงคล

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร)
พ.ศ. 2555

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มนตรี กองมงคล 2555: แผนธุรกิจสำหรับกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงจังหวัดนครปฐม ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร) สาขาธุรกิจการเกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์ศานิต เก้าเอี้ยน, วท.ม. 131 หน้า

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต ช่องทางการตลาด การดำเนินงานผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูก และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคของกลุ่มเพื่อจัดทำแผนธุรกิจของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การศึกษานี้ได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงจำนวน 27 ตัวอย่าง พ่อค้าคนกลางและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์พันข้าวปลูกจำนวน 100 ตัวอย่าง และได้นำค่าใช้จ่ายพื้นฐานทางเศรษฐกิจ การวิเคราะห์ผลตอบแทน การวิเคราะห์ช่องทางตลาด แผนธุรกิจ และ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของกลุ่ม มาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์

ผลการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกที่ผลิตโดยกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงร้อยละ 59.15 ของต้นทุนทั้งหมดเป็นต้นทุนผันแปร ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนที่สำคัญคือต้นทุนค่าน้ำมันและต้นทุนค่าแรงงาน และร้อยละ 40.85 เป็นต้นทุนคงที่ ผลการวิเคราะห์ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์พบว่าต้นทุนทางการตลาดและกำไรโดยเฉลี่ยของพ่อค้าคนกลางคิดเป็นร้อยละ 3 และร้อยละ 17 ของราคาที่ผู้บริโภคจ่ายตามลำดับ ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคพบว่าเกณฑ์ในการเลือกซื้อที่สำคัญที่สุดของผู้บริโภคคือคุณภาพของผลิตภัณฑ์และกลุ่มผู้บริโภคมีความพึงพอใจตัวผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก การกำหนดช่องทางการตลาดและการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับปานกลาง การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มพบว่าทางกลุ่มได้อาศัยกลยุทธ์กลยุทธ์ที่เป็นจุดแข็งและโอกาสของกลุ่มมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติในขณะที่หลีกเลี่ยงในสิ่งที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของกลุ่ม เพื่อที่จะให้กลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงมีผลการดำเนินงานที่ดีและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

_____ _____ ___ / ___ / ___

ลายมือชื่อนิสิต ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Montree Kongmongkon 2012: Business Plan for Ban-Nong-Ma-Muang Community Rice Group in Nakhon Pathom Province. Master of Arts (Agribusiness), Major Field: Agribusiness, Department of Agricultural and Resource Economics. Thesis Advisor : Associate Professor Sanit Kao-ian, M.S. 131 pages.

The objectives of this study were to analyze the production cost, marketing channel and to analyze strengths, weaknesses, opportunities, threats and business plan for Ban-Nong-Ma-Muang community rice group Banglane District Nakhon Pathom Province. The study used secondary data obtained from the group that interview 27 samples from Ban-Nong-Ma-muang Community Rice Group member. In addition, 100 samples from merchants and consumers of cultivated rice varieties. In conclusion, A basic economic cost and return analysis, maketing channel analysis, business plan and SWOT analysis were as the analytical tools to achieve the objectives.

The results showed that the cultivated rice production from Ban-Nong-Ma-muang Community Rice Group, 59.15 percentage of total cost that was variable cost that included running cost and operating cost and 40.85 percentage was fixed cost. The marketing channel analysis found that the marketing cost and profit mean of intermediaries were 3 and 17 percentage respectively, it was consumer expense. The consumer behavior indicated that the product quality was the most effective criteria factor affecting the buying decision. Moreover the satisfaction assessment of the consumers associated with the product, price, place and promotion contents of the cultivated rice varieties were done and analysed. It was found that the consumers were hightly satisfied by the product content of the cultivated rice varieties while the price, marketing outlets and marketing promotion of cultivated rice varieties were able to moderately satisfy the consumers. The SWOT analysis of the group also indicated that the group could make use of some strategies focusing on them strengths and opportunities, while avoiding them weakness and threats in order to achieve the better business performance of the Ban-Nong-Ma-Muang community rice group

_____ _____ ___ / ___ / ___

Student's signature Thesis Advisor's signature

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ลุล่วงไปด้วยดี โดยความดูแลและให้คำแนะนำโดยอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์ศานิต เก้าเอี้ยน ที่คอยให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำอย่างดียิ่ง พร้อมทั้งคอยช่วยเหลือในด้านต่างๆทั้งในเรื่องการให้ข้อมูลและคอยแก้ไขข้อผิดพลาดของการทำงาน และขอขอบพระคุณ ดร. จักรกฤษณ์ พจนศิลป์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมที่ได้ร่วมในการให้คำแนะนำ รองศาสตราจารย์นงนุช อังยุรีกุล อาจารย์กรรมการสอบที่ช่วยแก้ไขบางส่วนที่ผิดพลาดในการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณคณาจารย์ทุกๆท่านที่ได้ให้ความรู้และข้อเสนอแนะในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ คุณอำพัน ลิ้มสกุล และสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงทุกๆท่านที่ได้ให้การต้อนรับและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ เกษตรกรทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสัมภาษณ์ และขอขอบคุณเพื่อนๆปริญญาโทธุรกิจการเกษตรรุ่น 9 ทุกๆท่าน ที่คอยช่วยเป็นกำลังใจในการทำงาน ขอบคุณกลุ่มเลอเกวียนที่ช่วยคลายเครียดในช่วงเวลาที่ศึกษาอยู่ ขอบคุณพี่ๆบุคลากรของทางภาควิชาทุกๆท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกตลอด

สุดท้ายนี้ผู้เขียนขอกราบขอขอบพระคุณ พ่อสมจิตร แม่ยุพิน กองมงคล และน้องวิทยา น้องชายที่ได้ให้กำลังใจในการศึกษา โดยเฉพาะคุณพ่อคุณแม่ที่คอยช่วยเหลือดูแลเอาใจใส่ทุกๆด้าน ทั้งด้านกำลังทรัพย์ ค่าใช้จ่ายต่างๆ การเอาใจใส่ อีกทั้งผู้เขียนขอขอบพระคุณ คุณปู่ คุณตา คุณยาย ผู้ล่วงลับไปแล้วที่คอยให้ความรักให้ความดูแล ขอบคุณ คุณย่า คุณลุง คุณป้า คุณน้า คุณอา และญาติมิตรทุกท่านที่ให้การสนับสนุนและให้แรงใจ ขอขอบคุณ คุณอรุโณทัย ที่คอยช่วยเหลือในการจัดทำและเป็นกำลังใจที่ดีให้เสมอขอบคุณหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกๆหน่วยงาน ที่ทำให้การจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

มนตรี กองมงคล

เมษายน 2555

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง (3)

สารบัญภาพ (6)

บทที่ 1 บทนำ 1

ความสำคัญของปัญหา 1

วัตถุประสงค์ของการศึกษา 7

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 8

ขอบเขตของการศึกษา 8

บทที่ 2 การตรวจเอกสาร 9

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 9

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 14

วิธีการศึกษา 22

บทที่ 3 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจ สังคม และการผลิต 28

สภาพทั่วไปทางภูมิศาสตร์ 28

ประวัติความเป็นมาและการบริหารจัดการของกลุ่มข้าวชุมชน
บ้านหนองมะม่วง 29

สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกกลุ่ม 34

สภาพทั่วไปของการผลิตพันธุ์ข้าวปลูก 40

บทที่ 4 ผลการศึกษา 48

ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ 48

การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค 56

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค 71

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

กลยุทธ์การดำเนินงานของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง	81
บทที่ 5 แผนธุรกิจ	83
บทสรุปผู้บริหาร	83
แผนการผลิต	84
การวิเคราะห์การตลาด	87
แผนการตลาด	88
แผนการเงิน	92
บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะ	94
สรุป	94
ข้อเสนอแนะ	98
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	101
ภาคผนวก	103
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	131

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	รายได้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนจำแนกตามปี พ.ศ. 2547	4
2	จำนวนศูนย์ข้าวชุมชนจำแนกตามภาค ปี พ.ศ. 2550/2551	6
3	แสดงลักษณะพันธุ์ข้าวที่ได้รับการรับรอง	9
4	เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือนและบุตรที่อยู่ในอุปการะของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	36
5	จำนวนครัวเรือนและจำนวนแรงงานในครัวเรือนที่ประกอบอาชีพหลักและอาชีพรองของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐมปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	38
6	ลักษณะการถือครองที่ดินของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐมปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	37
7	ที่มาของรายได้โดยเฉลี่ยของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐมปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	40
8	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงจังหวัดนครปฐมปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	42

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
9	อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	44
10	ต้นทุนการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	51
11	สรุปผลต้นทุนการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	55
12	แสดงความต้องการใช้พันธุ์ข้าวของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร	58
13	ส่วนเหลื่อมการตลาดผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกระหว่างกลุ่มข้าวชุมชนกับเกษตรกรผู้บริโภคในพื้นที่ใกล้เคียงบ้านหนองมะม่วง (กรณีผ่านพ่อค้าคนกลาง) ในปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	61
14	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง	63
15	เกณฑ์การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ในปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	66

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	ระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้บริโภคในการใช้ผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ในปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	67
17	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเกษตรกรผู้บริโภคที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ในปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	69
18	ตาราง SWOT Matrix	76
19	กลยุทธ์จุดแข็งและโอกาส	77
20	กลยุทธ์จุดแข็งและอุปสรรค	78
21	กลยุทธ์จุดอ่อนและโอกาส	79
22	กลยุทธ์จุดอ่อนและอุปสรรค	80
23	การแบ่งส่วนตลาดของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง ในปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	89

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	สถิติการส่งออกข้าวไทยระหว่างปี พ.ศ. 2470 – 2546	2
2	รายได้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนและจำนวนหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือน ทั้งสิ้นรายภาค ปี 2554	5
3	รูปแบบการวิเคราะห์ TOWS Matrix	20
4	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษากลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐมในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกปีการผลิต พ.ศ 2553-2554	22
5	แผนผังการบริหารงานกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงจังหวัดนครปฐมปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	30
6	รูปแบบการดำเนินงานของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ในปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	33
7	กระบวนการผลิตพันธุ์ข้าวปลูก	47
8	ช่องทางการตลาดพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐมปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	58

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
9	ส่วนเหลื่อมการตลาดและส่วนแบ่งการตลาดที่กลุ่มได้รับในการจำหน่ายพันธุ์ข้าวไปสู่เกษตรกรผู้บริโภคที่อยู่ใกล้เคียงบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐมปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554	60

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

เมล็ดพันธุ์เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการผลิตพืชและพัฒนาการเกษตรของประเทศการเพิ่มผลผลิตต่อพื้นที่โดยการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมเป็นสิ่งจำเป็น ในสภาพปัจจุบันและอนาคต ในบรรดาเทคโนโลยีในการผลิตที่เหมาะสม เช่น การใช้พันธุ์พืชที่ดี ปุ๋ยเคมี สารเคมีกำจัดศัตรูพืช การเขตกรรมต่างๆนั้น การเลือกใช้พันธุ์ที่ดีเป็นวิธีที่จะช่วยเพิ่มผลผลิตของเกษตรกร โดยที่เสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดและเหมาะสมกับสภาพชาวนาไทยซึ่งส่วนใหญ่ยังมีข้อจำกัดในการลงทุน นอกจากนี้พันธุ์พืชที่ดียังส่งผลถึงคุณภาพของผลิตผลที่ดีขึ้นทำให้ชาวนาจำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้นด้วย และเนื่องจากพื้นที่ปลูกข้าวของไทยมีทั้งสิ้น 66.5 ล้านไร่ ต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ในการปลูกทั้งสิ้น 1.018 ล้านตัน แยกเป็นนาปี 57.5 ล้านไร่ ใช้เมล็ดพันธุ์ในการปลูกทั้งสิ้น 0.838 ล้านตัน แบ่งเป็นการปลูกโดยวิธีทำนาดำ พื้นที่ 24 ล้านไร่ ซึ่งต้องใช้อัตราเมล็ดพันธุ์โดยเฉลี่ย 7 กิโลกรัมต่อไร่ใช้เมล็ดพันธุ์ในการปลูกทั้งสิ้น 0.168 ล้านตัน ปลูกโดยวิธีนาหว่านพื้นที่ 33.5 ล้านไร่ ซึ่งใช้อัตราเมล็ดพันธุ์โดยเฉลี่ย 20 กิโลกรัมต่อไร่ ใช้เมล็ดพันธุ์ในการปลูกทั้งสิ้น 0.67 ล้านตัน และนาปรัง 9 ล้านไร่ซึ่งใช้อัตราเมล็ดพันธุ์เฉลี่ย 20 กิโลกรัมต่อไร่ ใช้เมล็ดพันธุ์ในการปลูกทั้งสิ้น 0.18 ล้านตัน (กรมการข้าว, 2553)

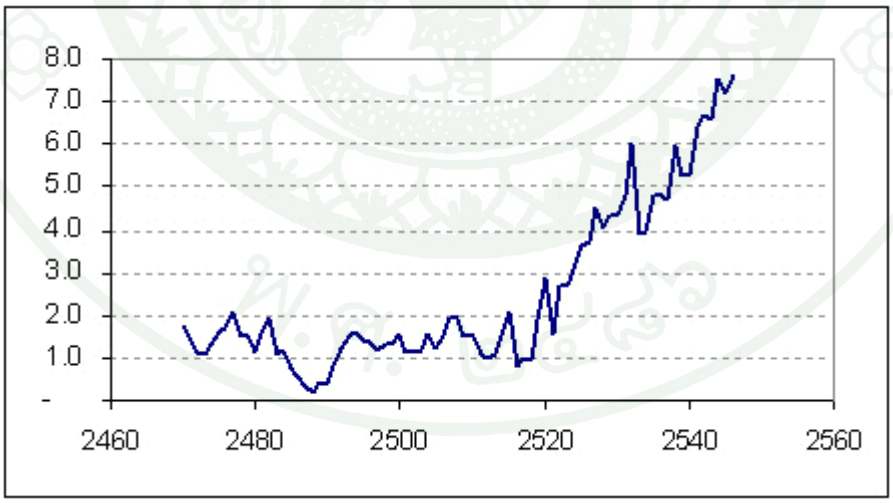
อย่างไรก็ตามเนื่องจากข้าวเป็นพืชที่ผสมตัวเอง ทำให้มีโอกาสในการกลายพันธุ์ต่ำ ชาวนาจึงสามารถเก็บพันธุ์ที่ปลูกไว้ใช้เองได้อย่างน้อย 3 ฤดูปลูกโดยที่ยังมีความบริสุทธิ์ได้มาตรฐานหากมีวิธีการปลูกและดูแลคัดพันธุ์อย่างถูกต้อง ความต้องการในการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวในการเพาะปลูกของชาวนาจึงมีประมาณ 571,000 ตัน แบ่งเป็นความต้องการใช้ในนาปี จำนวน 391,000 ตัน และความต้องการใช้ในนาปรังจำนวน 180,000 ตัน (กรมการข้าว, 2553)

ขณะที่ปริมาณการผลิตเมล็ดพันธุ์ดีของภาครัฐโดยศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว 23 แห่ง ของกรมการข้าวมีกำลังการผลิตปีละประมาณ 100,000 ตัน ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวคุณภาพดีของชาวนา กรมการข้าวได้ให้ความสำคัญของการส่งเสริมการผลิตและกระจายเมล็ดพันธุ์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ข้าวในชุมชน การใช้เทคโนโลยีที่ถูกต้อง การบริหารการจัดการร่วมกันของชาวนา เพื่อให้ชาวนามีรายได้ที่เพิ่มขึ้น สร้างความเข้มแข็งของชุมชน และเป็นศูนย์กลางในการ พัฒนาอาชีพและคุณภาพของชาวนาในอนาคต จึงได้ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์ข้าวชุมชนที่จัดตั้งขึ้นโดยกรมส่งเสริมการเกษตรไว้แล้วจำนวนกว่า 4,000 แห่งและพยายามขยายการจัดตั้งให้ได้ 7,000 ศูนย์ ในอนาคต เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ปลูกข้าว 56 ล้านไร่ โดยชื่อ “ศูนย์ข้าวชุมชน” เป็นชื่อที่เรียก “ศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์ข้าวชุมชน” นั่นเอง (กรมการข้าว, 2553)

ในขณะที่การส่งออกข้าวไทยในอดีตมีสถิติสูงขึ้นตามลำดับ (ภาพที่ 1) และเป็นการค้าแบบเสรีในลักษณะที่ผู้ส่งออกตกลงกับผู้ซื้อในต่างประเทศนอกจากนี้ยังมีลักษณะการส่งออกข้าวแบบรัฐบาลต่อรัฐบาลแต่ก็ไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับเอกชน โดยในปี พ.ศ. 2544 เอกชนส่งออกถึง 7,237,708 ตัน คิดเป็น 96.24 เปอร์เซ็นต์ของการส่งออกข้าวทั้งหมด ขณะที่รัฐบาลส่งออกเพียง 282,970 ตัน คิดเป็น 3.76 เปอร์เซ็นต์ของการส่งออก และในปี พ.ศ. 2546 ปริมาณการส่งออกข้าวไทยทำสถิติสูงที่สุดถึง 7.597 ล้านตัน ทำรายได้ให้ประเทศ 76,368 ล้านบาท โดยส่งไปขายทั่วโลก 173 ประเทศ ตลาดหลักของ ข้าวไทยอยู่ในทวีปเอเชีย แอฟริกา ตะวันออกกลาง อเมริกา ยุโรป และโอเชียเนีย ตามลำดับ



ภาพที่ 1 สถิติการส่งออกข้าวไทยระหว่างปี พ.ศ. 2470 - 2546
ที่มา: สมาคมผู้ส่งออกข้าวต่างประเทศ (1 สิงหาคม 2554)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปัจจุบันการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนเป็นนโยบายหลักของรัฐบาลเพื่อที่จะกระจายความเจริญและความอยู่ดีกินดีไปยังภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ การพัฒนาอาชีพและความเป็นอยู่ของเกษตรกรจึงเป็นหน้าที่ของทางภาครัฐที่จะต้องดำเนินการ เพื่อให้เกษตรกรมีความเป็นอยู่ที่ดี มีรายได้จากการประกอบอาชีพเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นหนทางที่จะทำให้เกษตรกรในชนบทมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว แต่จากการสำรวจทางเศรษฐกิจและสังคมและครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กลับพบว่าในปี พ.ศ. 2547 ประชากรในประเทศมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน เท่ากับ 4,401 บาท เมื่อพิจารณาตามรายภาคเห็นได้ว่าภาคกลางมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน เท่ากับ 4,810 บาท (ตารางที่ 1) สอดคล้องกับข้อมูล 6 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2554 (ภาพที่ 2) เมื่อพิจารณารายได้ ค่าใช้จ่ายและหนี้สินของครัวเรือนเป็นรายภาคพบว่ากรุงเทพฯและ 3 จังหวัดคือนนทบุรีปทุมธานี และสมุทรปราการ มีรายได้ต่อครัวเรือนเฉลี่ยสูงกว่าภาคอื่นมาก คือ 43,669 บาทโดยมีค่าใช้จ่ายและจำนวนหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือนสูงสุดเช่นเดียวกัน คือ 29,031และ 220,226 บาทตามลำดับและมีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายต่อรายได้ร้อยละ 66.5 และพบว่าครัวเรือนในภาคกลางเป็นภาคที่มีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายต่อรายได้สูงสุดถึงร้อยละ 83.4ซึ่งจะทำให้เกิดการออมหรือชำระหนี้ได้น้อยมากซึ่งถ้าดูเพียงผิวเผินอาจคิดได้ว่ารายได้ของประชากรในภาคกลางถ้าเทียบกับรายได้กับประชากรในภาคอื่นๆยกเว้นกรุงเทพฯและปริมณฑลมีรายได้ต่อคนต่อเดือนที่ดีกว่า แต่หากความเป็นจริงแล้วรายได้ของประชากรในภาคกลางหรือภาคอื่นๆสามารถเพิ่มขึ้นได้กว่านี้หากมีการแนะนำและส่งเสริมอาชีพให้กับประชากร โดยเฉพาะประชากรในภาคกลางซึ่งส่วนใหญ่ก็อยู่ในส่วนของการทำการเกษตรกรรม ซึ่งพื้นที่การทำเกษตรกรรมในภาคกลางนั้นมีความพร้อม ทั้งในเรื่องของดินที่อุดมสมบูรณ์ เรื่องของน้ำในการผลิตการเกษตรก็พร้อม ส่งผลให้มีการเพาะปลูกที่ดีโดยเฉพาะการทำนาข้าวปัจจุบันสามารถทำได้ปีละ 3 ครั้งแต่ว่าในปัจจุบันนี้ เกษตรกรผู้ทำนาข้าวต้องประสบปัญหาในเรื่องการจัดหาพันธุ์ข้าวที่บริสุทธิ์มาเพราะปลูก เพราะพ่อค้าที่ผลิตพันธุ์ข้าวที่ออกมาจำหน่ายไม่คำนึงถึงเมล็ดวัชพืชที่ปนมากับพันธุ์ข้าว อีกทั้งการซื้อพันธุ์ข้าวปลูกจากบริษัทยักษ์ใหญ่ก็อยู่ในราคาที่ค่อนข้างสูง

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นเพื่อช่วยส่งเสริมกิจกรรมของกลุ่มชาวบ้านหนองมะม่วงโดยเน้นการวางแผนธุรกิจของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงอย่างเป็นระบบรวมถึงการวิเคราะห์ให้ทราบถึงข้อมูลความต้องการที่ในการดำเนินงานของกลุ่มข้าวชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกรในพื้นที่ให้มากที่สุดและศึกษาจุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรคของกลุ่มเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อการวางแผนธุรกิจทั้งด้านการผลิตการตลาดแผนการบริหารบุคคล องค์กรและ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การเงินในการดำเนินงานของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเพื่อที่จะสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุได้สูงสุด

ตารางที่ 1 รายได้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนจำแนกตามปี พ.ศ. 2547

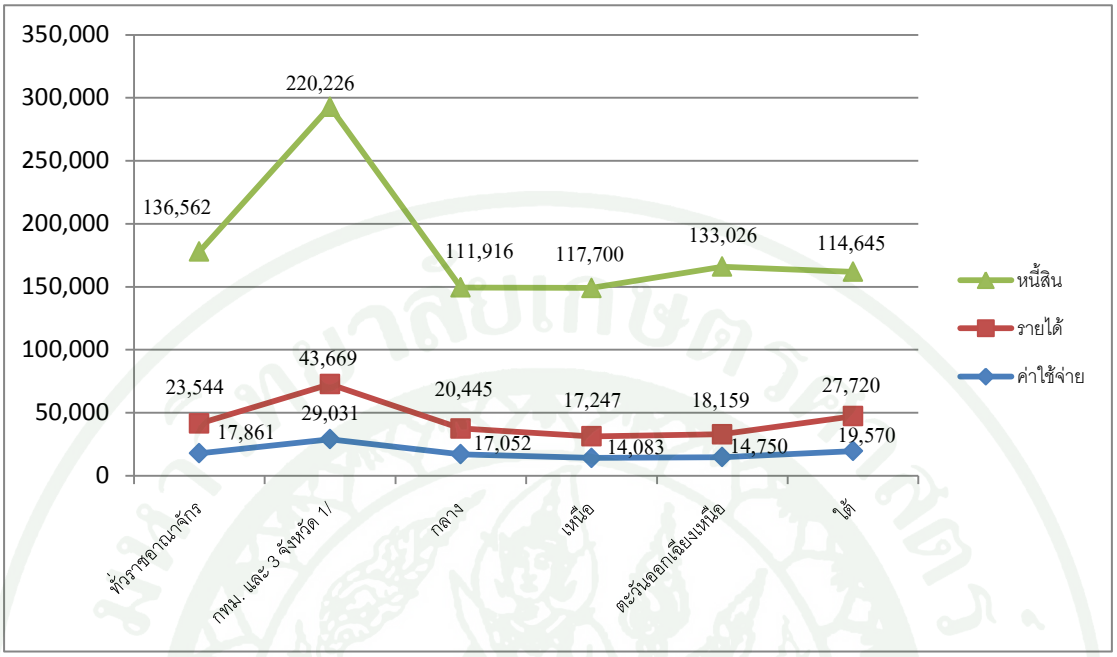
ภาค	ขนาดของครัวเรือนโดยเฉลี่ย (คน)	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน บาท		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน บาท	
		ต่อครัวเรือน	ต่อคน	ต่อครัวเรือน	ต่อคน
ทั่วราชอาณาจักร	3.4	14,963	4,401	12,297	3,617
กรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล[1/]	3.2	28,135	8,792	21,716	6,786
กลาง	3.4	16,355	4,810	13,270	3,903
เหนือ	3.2	10,855	3,402	9,361	2,925
ตะวันออกเฉียงเหนือ	3.7	10,139	2,740	8,484	2,293
ใต้	3.7	14,469	3,911	12,891	3,484

หมายเหตุ: [1/]รวมจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2549)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

(หน่วย: บาท)



ภาพที่ 2 รายได้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนและจำนวนหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือนทั้งสิ้นรายภาค ปี 2554

หมายเหตุ: [1/]รวมจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2554)

ในปี พ.ศ. 2554 การทำนาข้าวได้มีวิถีการเพาะปลูกเปลี่ยนแปลงจากอดีตไป ทั้งในเรื่องฤดูที่เพาะปลูก เพราะในปัจจุบันพฤติกรรมการหว่านข้าวจะเป็นในลักษณะที่ต่อเนื่อง เมื่อถึงเวลาการเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วก็จะไถแปลงปลูกแล้วนำน้ำเข้านาเพื่อเตรียมจะเพาะปลูกเป็นการเริ่มฤดูใหม่ทั้งนี้เพื่อเป็นการประหยัดเวลาและทำให้สามารถเพิ่มรอบการผลิตในแต่ละปีให้เพิ่มมากยิ่งขึ้นทำให้เวลาในการพักหน้าดินและปรับสภาพดินไม่มี อีกทั้งการทำนาในเขตภาคกลางยังถือว่าเป็นการปลูกพืชชนิดเดียวแบบต่อเนื่องทำให้ ต้นหญ้าบางชนิดดื้อยาแล้วทิ้งเมล็ดไว้งอกขึ้นมาพร้อมข้าวปลูกของเกษตรกร ทำให้เกิดการปะปนไปกับพันธุ์ข้าวไม่สามารถนำไปเพาะปลูกต่อได้ อีกทั้งในช่วงเวลาที่ผ่านมาโดยเริ่มตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2544 มีการแพร่ระบาดของข้าววัชพืชในนาหว่านน้ำตมเริ่มแรกที่ตำบลเขาสามสิบหาบอำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี และในนาหว่านข้าวแห้ง ในเขตจังหวัดนครนายกและปราจีนบุรี พื้นที่การระบาดเริ่มต้นเพียง 500 ไร่ และขยายวงกว้างออกไปเรื่อยๆ จนถึงปัจจุบันปี พ.ศ. 2554 ข้าววัชพืชกลายเป็นปัญหาร้ายแรงที่พบในพื้นที่ทำนาหว่านน้ำตมจำนวนหลายแสนไร่ ทั่วเขตภาคกลางจนถึงเหนือตอนล่างรวม 21 จังหวัดได้แก่ กรุงเทพมหานคร

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สมุทรปราการ กาญจนบุรี สุพรรณบุรี ราชบุรี นครปฐม ปทุมธานี นนทบุรี สิงห์บุรี ลพบุรี อ่างทอง ชัยนาท อยุธยา นครนายก ปราจีนบุรี สระบุรี นครสวรรค์ พิจิตร กำแพงเพชร อุตรดิตถ์ และพิษณุโลก นอกจากนั้น ยังแพร่กระจายไปสู่แหล่งปลูกข้าวคุณภาพ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ร้อยเอ็ด มหาสารคาม และหนองคาย

ทางหน่วยงานราชการโดยกรมการข้าว จึงได้กำหนดแผนและนโยบายสำหรับผลิตพันธุ์ข้าวให้เกษตรกรผลิตเพื่อใช้กันเองในชุมชน โดยกระจายทั่วประเทศ (ตารางที่ 2) อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดอาชีพสำหรับผลิตพันธุ์ข้าวไว้เพื่อขายเป็นรายได้แก่ชุมชนอีกทางหนึ่งให้เป็นธุรกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาให้มีความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างแท้จริง

ตารางที่ 2 จำนวนศูนย์ข้าวชุมชนจำแนกตามภาค ปี พ.ศ. 2550/2551

ภาค	จำนวนศูนย์	สถานภาพศูนย์		จำนวนสมาชิก (คน)
		ดำเนินงานอยู่	ยกเลิกการดำเนินงาน	
ทั้งประเทศ	4,717	4,531	186	117,938
เหนือ	1,110	1,078	32	29,632
กลาง	498	477	21	9,749
ตะวันออก	259	250	9	6,806
ตะวันตก	394	381	13	8,236
ใต้	129	106	23	4,028

หมายเหตุ: ยังไม่รวมข้อมูลศูนย์ข้าวชุมชนของจังหวัดอ่างทอง มหาสารคาม และศรีษะเกษ
ที่มา: จุลมณี ไพฑูรย์เจริญลาภ และคณะสำนักส่งเสริมการผลิตข้าวกรมการข้าว

จังหวัดนครปฐมเป็นหนึ่งในจังหวัดของภาคกลางซึ่งประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมกระจายอยู่ทุกอำเภอ และในหลายๆพื้นที่ก็ได้รับการส่งเสริมให้มีกลุ่มข้าวชุนชนของตนเอง โดยเฉพาะในกลุ่มศูนย์ข้าวชุมชน บ้านหนองมะม่วง ได้ดำเนินงานมา 2 ปีแต่ก็เป็นที่น่าพอใจของสมาชิกจึงเริ่มมีการขยายรับสมาชิกเพิ่มเติมโดยเริ่มก่อตั้งมีสมาชิกเพียง 10 คนเท่านั้น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปัจจุบันมีสมาชิกเพิ่มเป็น 27 คนและต้องการขยายงานเป็นลักษณะการบรรจุพันธุ์ข้าวขายให้พื้นที่ใกล้เคียงให้อยู่ในรูปแบบของธุรกิจชุมชน แต่ทางกลุ่มยังไม่เคยได้ทำการวิเคราะห์ทางด้านต้นทุนการผลิต การตลาด และการประเมินผลจากการดำเนินงานของการผลิตพันธุ์ข้าว

ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินงานของกลุ่มมีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงควรมีการศึกษาและวิเคราะห์การดำเนินงาน ในเรื่องการผลิต ต้นทุนการผลิต การตลาด ของพันธุ์ข้าวปลูกรวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆของกลุ่มข้าวชุมชน บ้านหนองมะม่วง ตลอดจนแผนการดำเนินงาน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของกลุ่มข้าวชุมชน เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขปัญหา ด้านการผลิต การจัดจำหน่าย และผลการดำเนินงานของกลุ่มข้าวชุมชน บ้านหนองมะม่วงให้มีประสิทธิภาพ สามารถปรับตัวและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดพันธุ์ข้าวปลูกได้ในระยะยาวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงโดยมุ่งเน้นการจัดการการผลิต การตลาด การจัดจำหน่าย การกระจายผลผลิต

2. ศึกษาต้นทุนผลตอบแทนของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง

3. ศึกษาความต้องการของเกษตรกรทั่วไปทั้งในและนอกพื้นที่ถึงความต้องการ ในการดำเนินงานของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง และพันธุ์ข้าวปลูกโดยทั่วไปที่มีการจัดจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด

4. ศึกษาและวิเคราะห์การดำเนินงาน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเพื่อจัดทำแผนธุรกิจ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาในครั้งนี้ทำให้ได้รับทราบถึงข้อมูลการผลิต การตลาดพันธุ์ข้าวปลูก และปัญหาในด้านต่างๆที่เกิดขึ้น ฉะนั้นทางกลุ่มสามารถนำผลการศึกษา รวมทั้งผลการดำเนินงานของกลุ่มข้าวชุมชน บ้านหนองมะม่วง โดยการนำกลยุทธ์และข้อเสนอแนะต่างๆไปปรับใช้ในกระบวนการผลิต การตลาด และการดำเนินงานของกลุ่มเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว นอกจากนี้ทางหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องก็สามารถนำผลการศึกษาไปประกอบพิจารณาในการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกในเชิงการค้าของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง และกลุ่มอื่นๆที่มีลักษณะดำเนินกิจกรรมที่ใกล้เคียงกันนี้ได้ต่อไปในอนาคต

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตการศึกษาด้านเวลา

ในการศึกษากลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงครั้งนี้จะใช้ข้อมูลการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวปลูกในปี พ.ศ. 2553 ที่ได้จากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กำหนดช่วงระยะเวลาของข้อมูลของการผลิตตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนปี พ.ศ. 2553 จนถึงสิ้นเดือนพฤศจิกายนปี พ.ศ. 2554

ขอบเขตการศึกษาด้านการตลาด

ในการศึกษาด้านการตลาด จะทำการศึกษาถึงวิถีการตลาดของผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวบรรจุถุงของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม และสถานการณ์ตลาดของผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกบรรจุถุง ในปี พ.ศ. 2553 โดยการสัมภาษณ์กลุ่มพ่อค้าที่รับซื้อพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง ตลอดจนสัมภาษณ์เกษตรกรที่ซื้อพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงในพื้นที่ใกล้เคียงและเกษตรกรผู้อาศัยอยู่ตำบลบางหลวง โดยกำหนดระยะเวลาในการสัมภาษณ์ ขอข้อมูลในช่วง พฤศจิกายนปี พ.ศ. 2553 ถึง พฤศจิกายนปี พ.ศ. 2554

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความสำคัญของพันธุ์ข้าว

สำนักงานวิจัยและพัฒนา กรมการข้าว (2552) พันธุ์ข้าวเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญอันดับแรกในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าว โดยไม่ต้องเพิ่มต้นทุนการผลิต ถ้าหากว่ามีพันธุ์ข้าวที่ให้ผลผลิตสูงและมีคุณภาพ ทั้งข้าวคุณภาพดี ข้าวคุณภาพปานกลาง ข้าวคุณภาพต่ำ และข้าวคุณภาพพิเศษ ที่ตรงกับความต้องการของตลาดและเพื่อทำผลิตภัณฑ์มีความต้านทานต่อโรคแมลงและมีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในแต่ละท้องถิ่นแล้วจะเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการผลิตข้าวหรือเป็นการลดต้นทุนการผลิตข้าวได้เป็นอย่างดีจากอดีต ถึงปี พ.ศ. 2551 สำนักวิจัยและพัฒนาข้าว กรมการข้าว ได้ดำเนินงานปรับปรุงพันธุ์ข้าวมาอย่างต่อเนื่องจนได้ข้าวพันธุ์รับรอง จำนวน 105 พันธุ์ ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงลักษณะพันธุ์ข้าวที่ได้รับการรับรอง

ลักษณะของพันธุ์ข้าวรับรอง	จำนวนสายพันธุ์
พันธุ์ข้าวนาสวนไวต่อช่วงแสง	39
พันธุ์ข้าวนาสวนไม่ไวต่อช่วงแสง	35
พันธุ์ข้าวขึ้นน้ำไวต่อช่วงแสง	5
พันธุ์ข้าวน้ำลึกไวต่อช่วงแสง	5
พันธุ์ข้าวน้ำลึกไม่ไวต่อช่วงแสง	1
พันธุ์ข้าวไร่ไวต่อช่วงแสง	8
พันธุ์ข้าวไร่ไม่ไวต่อช่วงแสง	1

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ลักษณะของพันธุ์ข้าวรับรอง	จำนวนสายพันธุ์
พันธุ์ข้าวแดงไวต่อช่วงแสง	2
พันธุ์ข้าวแดงไม่ไวต่อช่วงแสง	1
พันธุ์ข้าวญี่ปุ่น	2
พันธุ์ข้าวสาลี	4
พันธุ์ข้าวบาร์เลย์	2

ที่มา: สำนักวิจัยและพัฒนา กรมการข้าว

พันธุ์ข้าวเหล่านี้มีทั้งชนิดข้าวเจ้าและข้าวเหนียว มีทั้งพันธุ์ที่ปลูกเฉพาะนาปีและปลูกได้ตลอดปี และมีบางพันธุ์เป็นข้าวหอม พันธุ์ข้าวส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูง มีความต้านทานต่อโรคและแมลงที่สำคัญ มีคุณภาพการหุงต้มตามความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนทนทานต่อสภาพแวดล้อมที่เป็นปัญหาสำคัญ อย่างไรก็ตามงานปรับปรุงพันธุ์ข้าวยังคงต้องดำเนินการต่อไปอย่างต่อเนื่อง เพราะพันธุ์ที่ออกแนะนำแล้วปัจจุบันบางพันธุ์เกษตรกรอาจจะยังคงนิยมปลูกอยู่ แต่บางพันธุ์เกษตรกรอาจเลิกปลูก เนื่องจากมีข้อด้อยบางประการ การนำเอาพันธุ์ข้าวเหล่านั้นไปใช้ของเกษตรกรจึงเป็นไปในลักษณะของการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในระยะที่ออกพันธุ์ข้าวนั้นเท่านั้น รวมทั้งบางพันธุ์เมื่อแนะนำให้ปลูกไปในช่วงระยะเวลาหนึ่งแล้วอาจไม่มีความเหมาะสมในระยะเวลาต่อมา เนื่องจากสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลง หรือโรค แมลงศัตรูข้าวมีการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งต้องหาพันธุ์ที่มีคุณภาพดีตามความต้องการของตลาดโลก และมีศักยภาพในการแข่งขันกับตลาดโลกได้ จึงต้องดำเนินงานปรับปรุงพันธุ์โดยไม่มีที่สิ้นสุด (www.ricethailand.go.th, 2552)

จากพันธุ์ข้าวที่ทางราชการให้การรับรองทั้งหมดนี้ ทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงได้คัดเลือกสายพันธุ์ที่จะทำการผลิตทั้งสิ้นในเบื้องต้นทั้งหมด 4 สายพันธุ์คือ พันธุ์ข้าว กข 31 กข 41 กข 47 ซึ่งเป็นข้าวพันธุ์ไวแสงมีเพียงพันธุ์สุพรรณ 1 เพียงพันธุ์เดียวเท่านั้นที่ไม่ไวแสง เพื่อให้ตรงกับความต้องการในการส่งเสริมการผลิตพันธุ์ข้าวของทางกรมการข้าวและความต้องการของเกษตรกรในพื้นที่ที่จะเพาะปลูกด้วย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การปรับปรุงพันธุ์ข้าว

การปรับปรุงพันธุ์ข้าวในประเทศไทยชาวนาผู้ปลูกข้าวได้ดำเนินการคัดเลือกหาพันธุ์ที่เหมาะกับสภาพพื้นที่ปลูกและรสชาติตามที่ตนต้องการมาเป็นเวลานานแล้วแต่การปรับปรุงพันธุ์ตามหลักวิชาการของทางราชการได้เริ่มเมื่อปี พ.ศ.2450 เมื่อพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดเกล้าฯให้มีการประกวดพันธุ์ข้าวขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่เมืองธัญญบุรี (ปัจจุบันเขียนเป็นธัญบุรี) และพันธุ์ข้าวจากเมืองธัญบุรีและในปี พ.ศ. 2453 ได้จัดงานการแสดงกสิกรรมและพาณิชยการครั้งที่ 1 รวมทั้งการประกวดพันธุ์ข้าวทั่วราชอาณาจักรขึ้นที่สระปทุมวัน (วังสระปทุมในปัจจุบัน)และครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2454 (รัชกาลที่ 6) ข้าวจากเมืองธัญญบุรีก็ยังเป็นพันธุ์ข้าวที่ชนะเลิศอีกพันธุ์ข้าวที่ชนะการประกวดครั้งหลังๆมีคุณภาพดีกว่าครั้งแรกๆแสดงว่าชาวนาได้หันมาปลูกข้าวพันธุ์ดีกันมากขึ้น

ในปี พ.ศ. 2459 ทางราชการได้จัดตั้งสถานีทดลองข้าวรังสิตหรือนาทดลองคลองรังสิตขึ้นนับเป็นสถานีทดลองข้าวแห่งแรกของประเทศไทยการจัดตั้งนาทดลองคลองรังสิต(ศูนย์วิจัยข้าวปทุมธานีในปัจจุบัน)นั้นเป็นพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมาช้านานแล้วแต่มีหลายสาเหตุทำให้จัดตั้งไม่ได้และได้จัดตั้งสำเร็จในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวงานด้านการปรับปรุงพันธุ์ในระยะแรกมีแต่การคัดพันธุ์โดยปลูกคัดเลือกแบบรวงต่อแถว (head to row selection) จากผลการดำเนินงานของพระยาโภชากร (ตริ มิลินทสูตร) ในปี พ.ศ.2476ข้าวไทยชนะเลิศในการประกวดพันธุ์ข้าวทั่วโลก (World's Grain Exhibition Conference) ที่เมืองเรจินา (Regina) ประเทศแคนาดาพันธุ์ข้าวไทยที่ชนะเลิศเป็นที่หนึ่งของโลกคือพันธุ์ปิ่นแก้ว ซึ่งเป็นข้าวเจ้านาสวนเมล็ดยาวใสแกร่งเลื่อมมันไม่เป็นท้องไข่เปลือกและเยื่อหุ้มเมล็ดบางเมล็ดไม่บิดโค้งไม่มีเมล็ดแดงปนและน้ำหนักเมล็ดดีและได้รางวัลอื่นๆ อีกรวม11รางวัลทำให้ข้าวไทยเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

การปรับปรุงพันธุ์ข้าวนาสวน เริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2454-2465 ด้วยการรวบรวมข้าวพันธุ์ดีจากทั่วประเทศจำนวน 4,764 ตัวอย่าง คัดเลือกเอาเฉพาะตัวอย่างที่มีลักษณะดีไว้เพียง 482 ตัวอย่าง สำหรับปลูกศึกษาคัดเลือกพันธุ์ หลังจากปลูกทดสอบอยู่ 3 ปี จึงได้พันธุ์ข้าวดีเยี่ยมเพียง 8 พันธุ์ ได้แก่ พันธุ์ พวงเงิน ทองระย้าดำ ขาวทดลอง จำปาซ้อน ปิ่นแก้ว บางพระ น้ำดอกไม้ และนางตานี สำหรับขยายพันธุ์ให้เกษตรกรปลูก พันธุ์ข้าวทั้ง 8 พันธุ์นี้เป็นพันธุ์ข้าวชุดแรกที่ขยายพันธุ์และแนะนำให้เกษตรกรปลูกอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2478 ด้วยวิธีการประเมินผลผลิตของสายพันธุ์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ดีเด่นจากการคัดเลือก โดยคัดเลือกพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ดีและมีคุณภาพของเมล็ดเป็นที่ยอมรับ วิธีการคัดเลือกเป็นวิธีการที่ใช้ในการบำรุงพันธุ์ข้าวในยุคต้นๆการคัดเลือกพันธุ์ข้าวโดยการพัฒนาพันธุ์ข้าวท้องถิ่นซึ่งมีทั้งข้าวนาสวนและข้าวขึ้นน้ำยังคงดำเนินการต่อมาและมีการรับรองและแนะนำพันธุ์ข้าวมาเรื่อยๆ เช่น พันธุ์ข้าวนาสวนที่รู้จักกันดี ได้แก่ พันธุ์นางมล เอส -4 ขาวตาแห้ง 17 หรือพันธุ์ที่มีคุณภาพเป็นที่นิยมอย่างสูง เช่น ขาวดอกมะลิ 105 และพันธุ์เหนียวสันป่าตอง เป็นต้น พันธุ์ข้าวขึ้นน้ำ ได้แก่ มะลิทอง มะลิอ่อง จำปา และ กอดพ้อม ก่อนที่จะมีการผสมพันธุ์ข้าวในไทย มีการส่งพันธุ์ข้าวไปผสมพันธุ์ที่เมือง Cuttack ประเทศอินเดีย สำหรับในประเทศไทย การผสมพันธุ์เริ่มครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2497 ที่สถานีทดลองข้าวสันป่าตอง และปีต่อมา พ.ศ. 2498 ที่สถานีทดลองข้าวบางเขนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับผลผลิตให้สูงขึ้นโดยใช้พันธุ์ข้าวพื้นเมืองของไทย แต่ก็ไม่ค่อยประสบผลสำเร็จ จนกระทั่งปี พ.ศ. 2509 ได้นำข้าวรูปแบบต้นเตี้ยจากสถาบันวิจัยข้าวนานาชาติ (IRRI, International Rice Research Institute) เช่น ข้าว IR8 ซึ่งให้ผลผลิตสูง มาเป็นพันธุ์พ่อในการผสมพันธุ์ ทำให้ได้พันธุ์ผสม (เดิมเรียกข้าวลูกผสม แต่เมื่อมีการค้นพบข้าวลูกผสม คือ hybrid rice จึงเรียกข้าวลูกผสมเฉพาะข้าวชั่วที่ 1 หรือ F1 hybrid rice เท่านั้น) ที่ให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นอย่างน่าพอใจ รวมทั้งมีความต้านทานโรคและแมลงศัตรูข้าวที่สำคัญ ถึงแม้คุณภาพเมล็ดและคุณภาพในการหุงต้มยังไม่เป็นที่น่าพอใจ แต่ก็ได้พันธุ์ข้าวในรูปแบบใหม่ และใช้แก้ปัญหาการระบาดของโรค เช่น ปี พ.ศ. 2518 ได้พันธุ์ข้าว กข 7 ใช้แก้ปัญหาโรคขอบใบแห้งและพันธุ์ กข 23 ใช้แก้ปัญหาการระบาดของเพลี้ยกระโดดน้ำตาลและยังมีพันธุ์ผสมอีกมากมายรวมทั้งพันธุ์ข้าวที่ไม่ไวต่อช่วงแสงให้ผลผลิตสูงมีลักษณะความต้านทานโรคและแมลงหลากหลายชนิดเป็นข้าวหอมมีคุณภาพดีพิเศษตามลักษณะของข้าวไทยและอายุเหมาะสำหรับการปลูกนอกจากนี้การปรับปรุงพันธุ์ข้าวยังได้ใช้วิธีการชักนำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกรรมพันธุ์ โดยใช้กัมมันตภาพรังสี โดยเริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2498 ปรากฏว่าในปี พ.ศ. 2520 มีการรับรองพันธุ์ข้าวนาน้ำฝน 2 พันธุ์ คือ กข 6 และ กข 15 และในปี 2524 รับรองอีก 1 พันธุ์ คือ กข 10 ซึ่งเป็นพันธุ์ข้าวเหนียวไม่ไวต่อช่วงแสงสำหรับนาชลประทานและยังมีงานวิจัยข้าวลูกผสม (hybrid rice) ได้เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2522 รวมทั้งในปี พ.ศ. 2525 มีการใช้เทคโนโลยีชีวภาพช่วยในการปรับปรุงพันธุ์เช่นการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การปรับปรุงพันธุ์ข้าวได้มีการพัฒนามาตามลำดับโดยส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. มีศักยภาพในการให้ผลผลิตสูง เช่น รวงต่อกอมาก รวงใหญ่ ระแง้ถี่ เมล็ดต่อรวงมาก และเมล็ดมีน้ำหนักดี

2. มีคุณภาพเมล็ดดี ตามความต้องการของตลาด เช่น เมล็ดเรียวยาว คุณภาพการสีดี คุณภาพหุงต้มเป็นที่ต้องการของตลาด

3. ต้านทานต่อโรคและแมลงที่สำคัญ เช่น โรคไหม้ โรคขอบใบแห้ง เพลี้ยกระโดดสี น้ำตาลและแมลงบั่วเป็นต้น

4. ทนทานต่อสภาพแวดล้อมที่มีปัญหา เช่น ทนแล้ง ทนดินเปรี้ยว ทนดินเค็ม ทนน้ำท่วม ฉับพลัน เป็นต้น

5. มีลักษณะรูปแบบต้นที่ดี เหมาะสมกับการปลูกในนิเวศน์ต่าง ๆ ได้แก่ ข้าวนาชลประทาน ข้าวนาน้ำฝน ข้าวไร่ ข้าวขึ้นน้ำและข้าวน้ำลึก (www.ricethailand.go.th, 2554)

จินตนา จารุเสมา อ้างถึง อรวรรณ จุลลัษเฐียร (2551) ในปัจจุบันนี้กล่าวได้วาบุคคลมีความตระหนักถึงสิทธิเสรีภาพของตนในการประกอบอาชีพ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกันมากขึ้นดังรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2540 มาตรา 45- 46 และ 50 ก็ได้กล่าวถึงสิทธิเสรีภาพการคุ้มครองบุคคลการรวมกันในชุมชนท้องถิ่นเพื่ออนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญา ท้องถิ่นการจัดการการบำรุงรักษาการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืนการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรมการจัดระเบียบการคุ้มครองผู้บริโภค การผังเมืองสวัสดิภาพของประชาชนการป้องกันการผูกขาดหรือขจัดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน ซึ่งจะเห็นได้วาบุคคลใช้สิทธิ ดังกล่าวมากขึ้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 -2549) ข้อ 5.2 ก็ได้กล่าวถึงการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากเน้นพัฒนาธุรกิจชุมชนร่วมแก้ไขปัญหาของตนมีการสร้างความมั่นคงด้านอาชีพเพิ่มรายได้ด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสมสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้เชื่อมโยงสู่ตลาดภายในและตลาดในต่างประเทศได

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประกอบกับมีการตระหนักร่วมกันเพื่อเร่งสร้างความรู้สึกที่เป็น “ประชาสังคม” ให้เกิดขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสามารถเผชิญกับอนาคตเพื่อดำรงไว้ซึ่งความเป็น “ชุมชนเข้มแข็ง” และ “ประชาสังคม” เป็นแนวคิดที่คนในสังคมตระหนักถึงปัญหาของสังคมร่วมกันไม่ใช่ปล่อยปัญหาให้เกิดขึ้นแล้วต่างปฏิเสธหรือโทษซึ่งกันและกันอันจะทำให้ปัญหามิได้รับการใส่ใจแก้ไขเพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับเผชิญหน้ากับอนาคตมิใช่เพื่อประโยชน์ตนเท่านั้นยังมีประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่นและประเทศชาติด้วย

บรรพต ชมพูศรี (2542) การวิเคราะห์ธุรกิจข้าวโพดหวานกระป๋องในประเทศไทยโดยใช้ SWOT เพื่อวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกโดยที่จุดแข็งคือการที่มีการผลิตและการแปรรูปที่สามารถตอบสนองลูกค้าได้ตลอดทั้งปีจุดอ่อนคือเทคโนโลยีการผลิต และการแปรรูปซึ่งจะส่งผลต่อต้นทุนที่สูงกว่าคู่แข่งสำหรับสิ่งแวดล้อมภายนอกมีจุดแข็งคือ เทคโนโลยีการสื่อสาร จุดอ่อนคือสิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ และยังได้ศึกษาถึงแนวโน้มการส่งออก ของประเทศไทยไปยังประเทศต่างๆที่สำคัญโดยใช้อนุกรมเวลา (Time Series Model) พบว่าประเทศเกาหลีใต้และประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือประเทศเนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และเยอรมันนี

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและรายได้

การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและรายได้เป็นการวิเคราะห์ต่อหน่วยของพื้นที่การผลิตเพื่อทำให้ทราบถึงต้นทุนและรายได้ในการผลิตตลอดจนผลกำไรที่เกษตรกรจะได้รับอันเป็นการแสดงถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการผลิต (จินตนา จารุเสมา, 2550)

การวิเคราะห์ด้านต้นทุน

การวิเคราะห์ในครั้งนี้จะพิจารณาถึงต้นทุนการผลิตทั้งที่เป็นเงินสด และไม่เป็นเงินสด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. ต้นทุนที่เป็นเงินสด (Cash Cost) หมายถึง ต้นทุนที่ผู้ผลิตจ่ายออกไปเป็นเงินสด เช่น ค่าจ้างแรงงาน ค่าปุ๋ย ค่าสารเคมี ฯลฯ

2. ต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสด (Non - Cash Cost) หมายถึง ต้นทุนที่ผู้ผลิตไม่ได้จ่ายเป็นเงินสด เช่น แรงงานเจ้าของที่ไม่ได้จ้าง และได้ประเมินค่าปัจจัยต่างๆ ที่เป็นของผู้ผลิต

3. ต้นทุนทั้งหมดในการผลิตแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ ต้นทุนผันแปร และต้นทุนคงที่

ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) หมายถึง ต้นทุนการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้ปัจจัยผันแปรในการผลิต คือปัจจัยการผลิตที่ผู้ผลิตสามารถเปลี่ยนแปลงปริมาณการใช้ได้ในช่วงระยะเวลาการผลิตหนึ่งๆ ในที่นี้ประกอบด้วย ค่าแรงงาน ค่าวัสดุปัจจัย เช่น เมล็ดพันธุ์ สารเคมี ปุ๋ย ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์ ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนระยะสั้น

ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) หมายถึง ต้นทุนการผลิตที่ไมเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้ปัจจัยคงที่ในการผลิตและไมสามารถเปลี่ยนแปลงปริมาณปัจจัยที่ใช้ในช่วงระยะเวลาของการผลิตในการศึกษาครั้งนี้ต้นทุนคงที่ประกอบด้วย ค่าภาษีที่ดิน ค่าเสียโอกาสการใช้ที่ดิน ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์การเกษตร ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนระยะยาว

การวิเคราะห์ผลตอบแทน

1 รายได หมายถึงรายรับที่เกษตรกรได้รับจากการประกอบอาชีพโดยเฉพาะรายได ที่เกิดจากการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวชุมชน

2 กำไรหมายถึงผลตอบแทนที่เกษตรกรได้รับหลังจากหักค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดซึ่งเป็นผลตอบแทนจากการที่เกษตรกรลงทุนลงแรงไปในการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวชุมชน

แนวคิดทางการตลาด

วิถีการตลาด (Marketing Channels) เป็นการศึกษาถึงลักษณะการเคลื่อนย้ายของสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้ค้าประเภทใดและผู้ค้าแต่ละประเภทได้รับปริมาณเท่าใดก่อนที่จะไปถึงมือผู้บริโภค

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คนสุดท้ายซึ่งวิธีการตลาดจะแสดงถึงลักษณะการกระจายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคในที่สุด (สมคิด ทักษณาวิสุทธิ์, 2531)

สวนเหลื่อมการตลาด (Marketing Margin) หมายถึงความแตกต่างระหว่างราคาสินค้าที่ผู้บริโภคจ่ายกับราคาที่ผู้ผลิตได้รับซึ่งเกิดจากการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตมายังผู้บริโภคทำให้เกิดค่าใช้จ่ายหรือค่าบริการทางการตลาดต่างๆ (Marketing Services) เช่นค่าขนส่งค่าเก็บรักษาค่าภาชนะบรรจุซึ่งค่าบริการเหล่านี้รวมกันคือต้นทุนการตลาด (Marketing Cost) และเมื่อรวมกับผลกำไรของพ่อค้าก็จะเป็นส่วนเหลื่อมการตลาดดังนั้นส่วนเหลื่อมการตลาดจะประกอบด้วย 2 สวนด้วยกันคือต้นทุนการตลาดและกำไรของผู้ค้า (สมคิด ทักษณาวิสุทธิ์, 2531)

ลักษณะช่องทางการตลาดนั้นขึ้นอยู่กับจำนวนของระดับช่องทางการตลาดโดยช่องทางการตลาดจะเริ่มจากผู้ผลิตซึ่งเป็นเจ้าของหรือผู้รับผิดชอบต่อการขายความยาวช่องทางการตลาดขึ้นอยู่กับประเภทของสมาชิกในช่องทางการตลาดนั้นๆโดยลักษณะของช่องการตลาดมีดังนี้ (อัจจิมา เศรษฐบุตรและคณะ, 2537)

2 ระดับผู้ผลิต ⟶ ผู้บริโภค
3 ระดับผู้ผลิต ⟶ พ่อค้าปลีก ⟶ ผู้บริโภค
4 ระดับผู้ผลิต ⟶ พ่อค้าส่ง ⟶ พ่อค้าปลีก ⟶ ผู้บริโภค
5 ระดับผู้ผลิต ⟶ พ่อค้าส่ง ⟶ พ่อค้าส่งย่อย ⟶ พ่อค้าปลีก ⟶ ผู้บริโภค

สวนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจ (Marketing Mix – 4P's) ซึ่งกล่าวไว้โดย Philip Kotler ว่าส่วนผสมการตลาดนี้จะถูกสร้างขึ้นโดยคำนึงถึงความจำเป็นและความต้องการของตลาดส่วนต่างๆเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ทางการตลาดและเพื่อเป็นการตอบสนองและสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้กับผู้บริโภคด้วยมีองค์ประกอบดังนี้คือ (อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2541)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งประกอบด้วยตัวผลิตภัณฑ์บริการที่ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ตรา ยี่ห้อและหีบห่อซึ่งจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเพื่อที่จะสามารถออกสินค้า และบริการที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. ราคา (Price) เป็นการผสมหรือการรวมระหว่างราคาเบื้องต้น (Basic Price) ตัวปรับราคา สินเชื่อและข้อตกลงเกี่ยวกับการถือครองและการขนส่งสินค้าส่วนผสมทางด้านราคาจะแตกต่างกันไปแล้วแต่ข้อเสนอของแต่ละบริษัทและเป็นราคาที่ผู้บริโภคยินดีจ่าย

3. การจัดจำหน่าย (Place) เป็นส่วนผสมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Marketing Channels) เครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆในการจัดเก็บรักษาสินค้า (Storage Facilities) วิธีการควบคุมสินค้าคงคลังและเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆในการส่งสินค้าความสะดวกในการซื้อหาเพื่อให้เกิดอรรถประโยชนทางด้านเวลาและสถานที่

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อทำการแจ้งข่าวสารและชักชวนสมาชิกของตลาดส่วนที่เป็นเป้าหมายซึ่งเป็นการผสมผสานกันระหว่างโฆษณาการเสนอขายโดยใช้พนักงานการส่งเสริมการขายและกิจกรรมต่างๆทางด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อจะนำไปสูการตอบสนองความพอใจให้แก่วัตถุประสงค์ของระบบการซื้อและการขาย (Philip Kotler, 2547)

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึงพฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อการใช้การประเมินผลและการใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการซึ่งคาดว่าสนองความต้องการของเขา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัย เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมการบริโภคเกี่ยวกับสาเหตุการใช้เกณฑ์การพิจารณาเลือกซื้อตลอดจนความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้ผลิตภัณฑ์โดยจะใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคด้านความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกซึ่งจะเน้นที่ส่วนผสมทางการตลาด (4P's) คือผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะใช้มาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) ซึ่งผู้ที่สร้างมาตรวัดอันนี้คือ R.A.Likert โดยเป็นการอาศัยหลักการวัดค่ารวม (Summative Scale) มาตรวัด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ทัศนคติของลิเคิร์ทเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันมากที่สุดวิธีหนึ่งเพราะง่ายกว่าวิธีอื่นๆวิธีการของลิเคิร์ทนั้นมีคุณสมบัติของการวัดในด้านความเป็นมิติเดียว (Unidimensionality) กล่าวคือข้อความที่นำมาประกอบกันเพื่อใช้วัดความคิดเห็นในแต่ละด้านของเรื่องที่ต้องการศึกษานั้นต้องเป็นข้อความที่ใช้วัดในเรื่องเดียวกัน (เพ็ญแข แสงแกว, 2540) โดยรายละเอียดของการให้คะแนนสำหรับคำถามมีดังนี้

ผู้ตอบเลือกความพึงพอใจมากที่สุด	5	คะแนน
ผู้ตอบเลือกความพึงพอใจมาก	4	คะแนน
ผู้ตอบเลือกความพึงพอใจปานกลาง	3	คะแนน
ผู้ตอบเลือกความพึงพอใจน้อย	2	คะแนน
ผู้ตอบเลือกความพึงพอใจน้อยที่สุด	1	คะแนน

ซึ่งในการทดสอบระดับทัศนคติหรือความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกใช้วิธีการคำนวณค่าถ่วงน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย (Weight Mean Score: WMS) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ (อังค์วรา สวนศิลป์พงศ์, 2545)

$$WMS = \frac{5f1 + 4f2 + 3f3 + 2f4 + 1f5}{TNR}$$

กำหนดให้ WMS = น้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจ

f1 = จำนวนความถี่ที่ระบุว่าพึงพอใจมากที่สุด

f2 = จำนวนความถี่ที่ระบุว่าพึงพอใจมาก

f 3 = จำนวนความถี่ที่ระบุว่าพึงพอใจปานกลาง

f4 = จำนวนความถี่ที่ระบุว่าพึงพอใจน้อย

f5 = จำนวนความถี่ที่แสดงว่าความพึงพอใจน้อยมาก

TNR = จำนวนตัวอย่างหรือจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ยใช้เกณฑ์เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับค่าคะแนนที่คำนวณได้ดังนี้

คาคะแนนเฉลี่ย	4.21 - 5.00	=	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
คาคะแนนเฉลี่ย	3.41 - 4.20	=	ระดับความพึงพอใจมาก
คาคะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	=	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
คาคะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	=	ระดับความพึงพอใจน้อย
คาคะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	=	ระดับความพึงพอใจน้อยมาก

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันตรภาคชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

แนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรคหรือ SWOT Analysis ซึ่งย่อมาจาก S: Strengths (จุดแข็ง), W: Weakness(จุดอ่อน),O: Opportunities (โอกาส) และT: Threat (อุปสรรค) เป็นแนวคิดที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร โดยพยายามใช้จุดแข็งและโอกาสในขณะที่พยายามแกจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงวิกฤติที่องค์กรประสบอยู่รายละเอียดการวิเคราะห์มีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

1. จุดแข็ง (Strengths) หมายถึง การวิเคราะห์การดำเนินงานภายในองค์กร เช่น การบริหารงานการตลาด การผลิต การวิจัยและพัฒนาเพื่อพิจารณาถึงจุดแข็งของการดำเนินงานภายในองค์กรที่บรรลุความสำเร็จหรือเป็นผลดีมากำหนดกลยุทธ์ขององค์กร โดยใช้ประโยชน์จาก จุดแข็งจากการดำเนินงานภายในเหล่านี้

2. จุดอ่อน (Weakness) หมายถึงการวิเคราะห์การดำเนินงานภายในด้านต่างๆขององค์กรได้แกการบริหารการเงินการตลาดการผลิตการวิจัยและพัฒนาที่องค์กรไมสามารถกระทำได เพื่อพิจารณาถึงอุปสรรคที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรองค์กรจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อองค์กรทำการกำหนดกลยุทธ์ที่สามารถลบล้างหรือปรับปรุงจุดอ่อนของการดำเนินงานภายใน เหล่านี้ให้ดีขึ้น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. โอกาส (Opportunities) หมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กรองค์กรจะต้องคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเช่น เศรษฐกิจสังคมการเมืองเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของประชากรการเปลี่ยนแปลงค่านิยมและทัศนคติของสมาชิกองค์กรและการแข่งขันจากต่างประเทศที่รุนแรงขึ้นเป็นต้น การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อาจทำให้ความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปจะทำให้ผลิตภัณฑ์บริการและกลยุทธ์ขององค์กรต้องเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

4. อุปสรรค (Threats) หมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่คุกคามต่อการดำเนินงานของกลุ่มสภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้อาทิเช่นเศรษฐกิจสังคมการเมืองเทคโนโลยี การแข่งขัน ความเข้มแข็งของคู่แข่งขันและอัตราดอกเบี้ยเป็นต้น

ในการศึกษาโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ที่เรียกว่าการวิเคราะห์ TOWS Matrix ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่ไดจากการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมข้างต้นมาจับคู่กันแล้วพิจารณากำหนดเป็นกลยุทธ์ต่างๆ 4 กลุ่มได้แก่กลยุทธ์กลุ่ม SO กลยุทธ์กลุ่ม ST กลยุทธ์กลุ่ม WO และกลยุทธ์กลุ่ม WT เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สามารถช่วยให้องค์กรสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินกิจการให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการซึ่งมีรายละเอียดดังภาพที่ 3

	จุดแข็ง(Strenghts: S)	จุดอ่อน(Weakness: W)
โอกาส (Opportunities:O)	SO strategies กลยุทธ์ที่ใช้ประโยชน์จากโอกาสโดยอาศัยจุดแข็งขององค์กร	WO strategies กลยุทธ์ที่นำเอาโอกาสที่มีไปลบล้างจุดอ่อนของกลุ่ม
อุปสรรค (Threats: T)	ST strategies กลยุทธ์ที่หลีกเลี่ยงข้อจำกัดหรืออุปสรรคโดยอาศัยจุดแข็งขององค์กร	WT strategies กลยุทธ์ที่ลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงข้อจำกัดขององค์กร

ภาพที่ 3 รูปแบบการวิเคราะห์ TOWS Matrix

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากภาพสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. กลยุทธ์จุดแข็ง+โอกาส (SO strategies) เป็นการกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกในการบริหารองค์กรโดยใช้จุดแข็งขององค์กรสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส

2. กลยุทธ์จุดแข็ง+อุปสรรค (ST strategies) เป็นการกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกในการบริหารองค์กรโดยใช้จุดแข็งขององค์กรเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคหรือเอาชนะอุปสรรคให้ได้

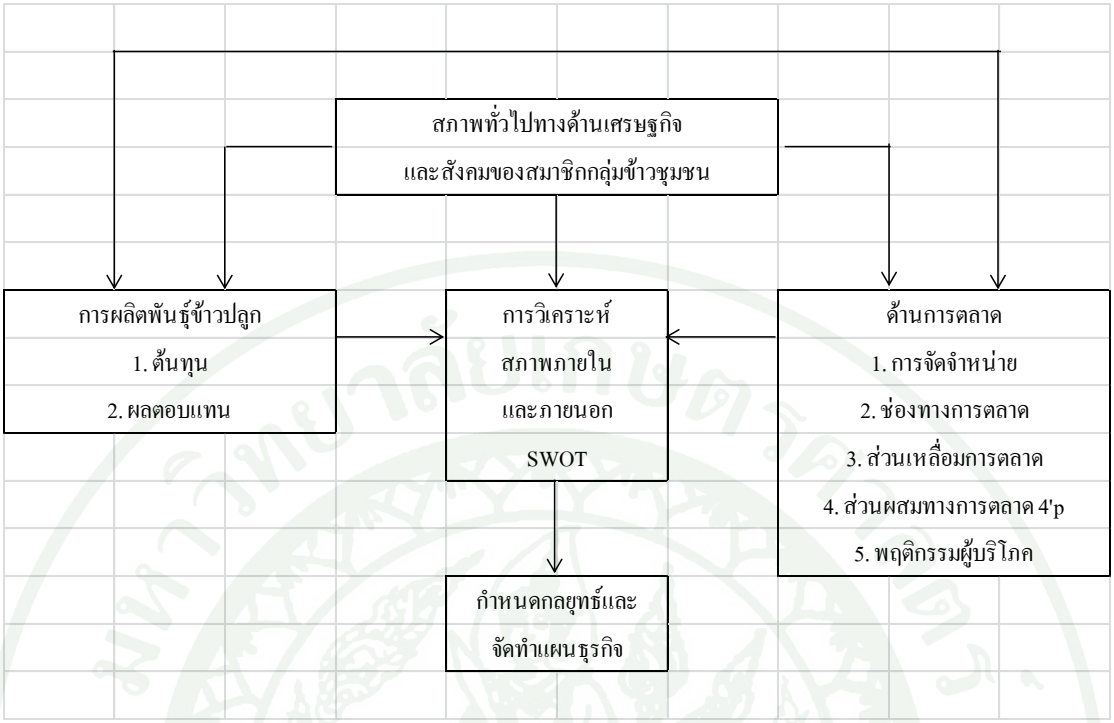
3. กลยุทธ์จุดอ่อน+โอกาส (WO strategies) เป็นการกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกในการบริหารองค์กรโดยพยายามแก้ไขสิ่งที่เป็นจุดอ่อนแล้วจึงปรับกลยุทธ์เพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส

4. กลยุทธ์จุดอ่อน+อุปสรรค (WT strategies) เป็นการกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกในการบริหารองค์กรโดยลดจุดอ่อนขององค์กรเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้นโดยใช้กลยุทธ์ตัดทอนเช่นการเลิกกิจการการถอนผลิตภัณฑ์การรวมบริษัทเป็นต้น

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ในการวางแผนเพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงสามารถจัดทำได้โดยการวางแผนการศึกษาดังภาพที่ 4

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษากลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

ที่มา: จากการสัมภาษณ์

จากแผนภาพแสดงแนวคิดในการทำการศึกษา อธิบายได้ดังนี้ ในการศึกษาเพื่อที่จะนำมากำหนดแผนกลยุทธ์และเพื่อวางแผนการตลาดนั้นต้องกำหนดกรอบการศึกษาโดยต้องศึกษาสภาพโดยทั่วไปของสภาพเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเพื่อให้ได้ข้อมูลทางด้านการผลิต ต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตข้าวชุมชนการวางแผนการตลาด ผลการดำเนินงานเพื่อที่จะได้นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาวิเคราะห์ SWOT เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของกลุ่มข้าวชุมชน เพื่อจะนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาจัดวางแผนการธุรกิจ ที่สำคัญในการศึกษาและวิเคราะห์ในแต่ละหัวข้อนั้นสามารถที่จะนำมาเชื่อมโยงกันได้เพื่อที่จะหาผลสรุปของการศึกษาในครั้งนี้

วิธีการศึกษา

วิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)ได้จากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงออกแบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3 ชุดคือสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงกลุ่มสมาชิกที่นำพันธุ์ข้าวไปขายนอกชุมชนและกลุ่มสมาชิกผู้ใช้พันธุ์ข้าวในชุมชนเอง

1.1 กลุ่มผู้ผลิตในที่นี้จะใช้วิธีการสำมะโน (หรือเก็บข้อมูลทั้งหมด) คือจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลสมาชิกโดยการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงและเนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน(Finite Population)จึงใช้จำนวนสมาชิกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงทั้งหมดในการศึกษา

1.2 กลุ่มพ่อค้าที่รับซื้อพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มสมาชิกข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงซึ่งเป็นกลุ่มสมาชิกบางคนที่นำพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนไปจำหน่ายนอกพื้นที่ชุมชนของกลุ่ม

1.3 กลุ่มเกษตรกรในที่นี้จะใช้วิธีการสุ่มแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sample) คือจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลสมาชิกโดยการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มผู้ที่เคยใช้และกลุ่มที่ยังไม่เคยใช้พันธุ์ข้าวปลูกของข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงและ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite Population) จึงใช้วิธีการสุ่มแบบจำเพาะเจาะจง (บุญธรรม จิตต์อนันต์, 2546) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ข้อมูลจากกลุ่มเกษตรกรที่เคยใช้ทั้งสิ้น 50 ตัวอย่างและกลุ่มเกษตรกรที่ไม่เคยใช้อีกทั้งหมด 50 ตัวอย่าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากเอกสารบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าของกลุ่มชุมชนตลอดจนข้อมูลจากสถิติของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องเช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการข้าว สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร เป็นต้น

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในการอธิบายถึงสภาพทั่วไปทางด้านการดำเนินงานและสภาพสังคมของกลุม

1.1 ในการด้านการดำเนินงานในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงจะใช้วิธีการพรรณนาอธิบายให้เห็นถึงสภาพการดำเนินงานขององค์กร

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.2 ในด้านสภาพสังคมของกลุ่มจะใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยอาศัยวิธีการทางสถิติ มาใช้ เช่นการแจกแจงความถี่ค่าร้อยละและแสดงตารางประกอบคำอธิบายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก อาชีพรอง รายได้ของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง เพราะเป็นข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกกลุ่ม ซึ่งเป็นพื้นฐานที่แสดงถึงความสามารถในการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม รวมทั้งการตลาดที่กลุ่มจะสามารถดำเนินการได้ อีกทั้งจะศึกษาและวิเคราะห์ถึงการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าของกลุ่มโดยจะเป็นการแสดงถึงลักษณะการกระจายผลผลิตจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภคโดยใช้ 4P's เพื่อให้การตลาดมีความเข้มแข็งขึ้น

2. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาการใช้วิธีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตซึ่งในการวิเคราะห์จะแยกวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตออกเป็นต้นทุนผันแปร และต้นทุนคงที่ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกตลอดจนผลตอบแทนในรูปของกำไร อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน โดยมีรายละเอียดในการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตผลิตพันธุ์ข้าวปลูกดังนี้

2.1 ต้นทุนได้จากค่าใช้จ่ายในการลงทุนและการดำเนินการในองค์ประกอบของต้นทุนการผลิตแบงออกไดเป็น 2 ประเภทคือต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร

2.1.1 ต้นทุนคงที่หมายถึงต้นทุนการผลิตที่ไมเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณผลผลิตซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้ปัจจัยคงที่ในการผลิตหรือไมสามารถเปลี่ยนแปลงปริมาณการใช้ได้ภายในระยะเวลาของการผลิตนอกจากนี้ยังสามารถแบ่งต้นทุนคงที่ออกได้เป็น 2 ประเภทคือต้นทุนคงที่เป็นเงินสดและที่ไมเป็นเงินสด

2.1.1.1 ต้นทุนคงที่ที่เป็นเงินสดหมายถึงค่าใช้จ่ายที่ผู้ผลิตจะต้องจ่ายในรูปของเงินสดในจำนวนที่คงที่ไดแกคาภาษีที่ดินและค่าเช่าที่ที่ดินเป็นต้น

2.1.1.2 ต้นทุนคงที่ที่ไม่เป็นเงินสดหมายถึงค่าใช้จ่ายที่ผู้ผลิตไม่ได้จ่ายออกไปจริงในของเงินสดหรือเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ที่ประเมินได้แก่ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักรและอุปกรณ์และค่าเสียโอกาสของเงินทุนในการซื้ออุปกรณ์ ค่าเช่าที่ดินในกรณีที่เป็นของตนเองแต่ประเมินตามราคาในท้องถิ่นนั้นๆ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คาเสื่อมราคาของอุปกรณ์ที่มีอายุการใช้งานมากกว่า1 ปีการคำนวณค่าเสื่อมราคาใช้วิธีคิดค่าเสื่อมราคาแบบเป็นเส้นตรง (Straightline Method) โดยคำนวณจาก

$$\text{ค่าเสื่อมราคา} = \frac{\text{มูลค่าทรัพย์สิน} - \text{มูลค่าซาก}}{\text{จำนวนปีที่ใช้งาน}}$$

2.1.1.3 ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในอุปกรณ์คงทนเป็นค่าเสียโอกาสที่คิดจากเงินลงทุนในปัจจัยต่างๆโดยคิดในอัตราร้อยละ 0.75 ต่อปีตามอัตราดอกเบี้ยฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ในปี พ.ศ. 2554 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2554) ทั้งนี้สมมติให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคารพาณิชย์เป็นผลตอบแทนต่ำสุดที่ผู้ลงทุนจะได้รับ สูตรในการคำนวณค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์คงทนต่อหน่วยนั้นคือ

$$\text{ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์ (ต่อหน่วย)} = \frac{(\text{ราคาซื้ออุปกรณ์}+\text{มูลค่าซาก})}{2} \times \text{อัตราค่าเสียโอกาสต่อปี(\%)}$$

2.1.2 ต้นทุนผันแปรหมายถึงต้นทุนการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณของผลผลิตซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้ปัจจัยในการผลิตและปัจจัยผันแปรจะใช้หมดไปในช่วงการผลิตนั้นๆต้นทุนผันแปรสามารถแยกออกเป็น 2 ประเภทคือต้นทุนผันแปรที่เป็นเงินสดและที่ไม่เป็นเงินสด

2.1.2.1 ต้นทุนผันแปรที่เป็นเงินสดหมายถึงต้นทุนผันแปรที่ผู้ผลิตจะต้องจ่ายในรูป ของเงินสดจากการใช้ปัจจัยผันแปรต่างๆได้แก่ค่าวัตถุดิบค่าอุปกรณ์ในการแปรรูปค่าไฟฟ้าค่าน้ำตลอดจนค่าซ่อมแซมอุปกรณ์ต่างๆ

2.1.2.2 ต้นทุนผันแปรที่ไม่เป็นเงินสดหมายถึง ต้นทุนผันแปรที่ผู้ผลิตไม่ได้จ่าย ออกไปจริงในของเงินสดเป็นค่าใช้จ่ายที่ที่คิดให้กับปัจจัยการผลิตผันแปรต่างๆที่เป็นของผู้ผลิตเองหรือไดรับมาแล้วก็ใช้ไปในรูปของสิ่งของได้แก่ค่าแรงของบุคคลในครอบครัวค่าวัสดุอุปกรณ์ที่เกษตรกร ผลิตไดเองหรือไดรับมาฟรี และค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน (ระยะสั้น)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2.1.2.3 ค่าเสียโอกาสของเงินค่าใช้จ่ายในการผลิตซึ่งเป็นค่าเสียโอกาสที่เกิดจากการที่นำเงินมาลงทุนในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกแทนที่จะทำนาขายข้าวตามปกติทั่วไปซึ่งไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นสมมติว่าถ้าไม่นำเงินมาลงทุนในธุรกิจผลิตพันธุ์ข้าวแล้วนำเงินส่วนดังกล่าวไปฝากธนาคารพาณิชย์โดยใช้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำปีของธนาคารพาณิชย์ในปี พ.ศ. 2554 ในอัตราร้อยละ 0.75 ต่อปี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2554)

2.2 ผลตอบแทน

2.2.1 รายได้ทั้งหมด = ผลรวมของผลคูณระหว่างปริมาณผลผลิตกับราคาที่ได้รับของผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูก

2.2.2 ผลตอบแทนสุทธิ = ผลตอบแทนทั้งหมด – ต้นทุนผันแปรทั้งหมด

2.2.3 ต้นทุนทั้งหมด = ต้นทุนผันแปรทั้งหมด + ต้นทุนคงที่ทั้งหมด

2.2.4 ต้นทุนผันแปรทั้งหมด = ค่าวัตถุดิบ + ค่าวัสดุเกษตร + ค่าแรง + ค่าไฟฟ้า + ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนระยะสั้น + ค่าเชื้อเพลิง + ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

2.2.5 ต้นทุนคงที่ทั้งหมด = คาเตรียมดิน + คาพันธุ์ข้าว + คาเสื่อมราคาอุปกรณ์ + คาเครื่องมือและอุปกรณ์ + ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนระยะปานกลางและระยะยาว

2.2.6 กำไร = รายได้ทั้งหมด - ต้นทุนทั้งหมด

3. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 จะศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคถึงสาเหตุของการใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจในการใช้พันธุ์ข้าวปลูกจะใช้วิธีการวิเคราะห์แบบสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งใช้สเกลให้คะแนนถึงความพอใจในการใช้พันธุ์ข้าวชุมชนที่ผลิตโดยกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4. เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 จะใช้วิธีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค(SWOT Analysis) การวิเคราะห์ SWOT ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งในการวางแผนกลยุทธ์และจัดทำแผนธุรกิจในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 3

สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจ สังคม และการผลิต

การศึกษาถึงข้อมูลพื้นฐานของสภาพทั่วไปทางสังคมและเศรษฐกิจจากสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง ในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกเป็นส่วนหนึ่งที่ใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่ออธิบายพื้นฐานทั่วไปและสภาพการผลิตของสมาชิกกลุ่ม

สภาพทั่วไปทางภูมิศาสตร์

อาณาเขตที่ตั้งและการแบ่งการปกครอง

จังหวัดนครปฐม ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ภาคกลางบริเวณลุ่มแม่น้ำท่าจีนซึ่งเป็นพื้นที่ราบลุ่มของภาคกลางมีพื้นที่ 2,168.327 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,355,204 ไร่ เท่ากับ ร้อยละ 0.42 ของประเทศ และมีพื้นที่เป็นอันดับที่ 62 ของประเทศ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปตามเส้นทางถนนเพชรเกษม 56 กิโลเมตร หรือตามเส้นทางถนนบรมราชชนนี (ถนนปิ่นเกล้า – นครชัยศรี) 51 กิโลเมตร และตามเส้นทางรถไฟ 62 กิโลเมตร การปกครองส่วนภูมิภาคแบ่งการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ คือ อ.เมืองนครปฐม อ.กำแพงแสน อ.นครชัยศรี อ.ดอนตูม อ.บางเลน อ.สามพราน อ.พุทธมณฑล

อำเภอบางเลน เป็นอำเภอที่มีพื้นที่มากที่สุดในจังหวัดนครปฐมและไกลจากที่ตั้งจังหวัดมากที่สุดโดยตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัด มีพื้นที่ทั้งหมด 588,836 ตารางกิโลเมตร อำเภอบางเลนแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 15 ตำบล 180 หมู่บ้าน มีประชากร 90,845 คน (กรมการปกครอง, 2552)

ตำบลบางหลวงเป็นที่ราบเรียบ มีความลาดเทเล็กน้อย มีพื้นที่มี 21 หมู่บ้าน มีการปกครองท้องถิ่นทั้งเทศบาล และ องค์การบริหารส่วนตำบล ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือการทำนา ส่วนอาชีพเสริมคือการเลี้ยงสัตว์ มีอาณาเขตตำบลดังต่อไปนี้ (องค์การบริหารส่วนตำบลบางหลวง, 2554)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ทิศเหนือ	ติดต่อกับตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี
ทิศใต้	ติดต่อกับตำบลตำบลหินมูล อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับตำบลบัวปากท่า อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับตำบลสระสี่มุม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ประวัติความเป็นมาและการบริหารจัดการของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง

จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มถึงประวัติความเป็นมาของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง สรุปได้ว่า มีการรวมกลุ่มกันขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2552 โดยผู้ก่อตั้งกลุ่มคือ นางอัมพัน ลิ้มสกุล ประธานกลุ่ม ซึ่งแต่เดิมก็ได้ประกอบอาชีพทำนาอยู่แล้วและจากประสบการณ์ตรงของประธานกลุ่มเองในการทำนามักจะเกิดปัญหาด้านต่างๆและปัญหาส่วนหนึ่งก็มาจากเมล็ดพันธุ์ข้าวซึ่งส่วนใหญ่จะพบปัญหาก็คือเมล็ดพันธุ์จากท้องตลาดไม่บริสุทธิ์มีสิ่งเจือปนเช่นเมล็ดข้าววัชพืช เมล็ดพันธุ์ตามท้องตลาดมีราคาแพง เปอร์เซ็นต์ความงอกไม่ดีเท่าที่ควรเป็นต้น ทางประธานกลุ่มจึงเกิดแนวความคิดที่จะรวมกลุ่มขึ้นมาเพื่อทำการผลิตเมล็ดพันธุ์ไว้ใช้กันภายในกลุ่มเอง โดยจำนวนสมาชิกแรกจัดตั้งนั้นมีเพียงจำนวน 10 ราย ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 27 ราย โดยเริ่มแรกนั้นมีการให้สมาชิกลงหุ้นกันหุ้นละ 100 บาท และอีกส่วนหนึ่งได้รับการสนับสนุนจาก กรมส่งเสริมการเกษตรเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน และจากผลการดำเนินงานที่ดีและผลิตพันธุ์ข้าวปลูกได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้ในปีต่อมาทางกลุ่มจึงมีจำนวนสมาชิกเพิ่มซึ่งอาจจะเป็นการเริ่มต้นที่ดีในการที่จะทำให้ประสิทธิภาพในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นผลิตพันธุ์ข้าวได้ดีขึ้น เพื่อให้ชุมชนมีพันธุ์ข้าวที่ดีใช้เพิ่มโอกาสในการทำผลผลิตที่ดีภายในท้องถิ่นตนเองและพื้นที่ใกล้เคียงได้ใช้ และสามารถที่จะพัฒนาเป็นธุรกิจของชุมชนให้ก้าวหน้าสู่อนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่ม

1. เพื่อผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวคุณภาพดี
2. เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตข้าวให้กับเกษตรกร
3. เพื่อยกระดับรายได้ของครอบครัวสมาชิกกลุ่ม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4. เพื่อเป็นองค์กรหลักในการพัฒนาเป็นรากฐานที่ดีแก่ชุมชน

5. เพื่อให้โอกาสสำหรับผู้ว่างงานในท้องถิ่น

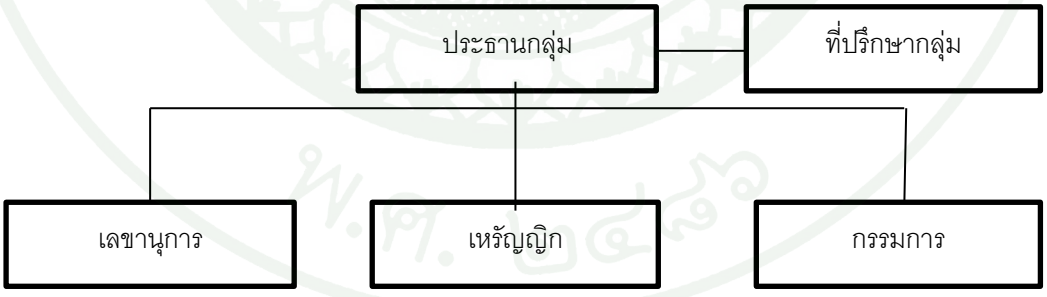
งบประมาณที่รับการสนับสนุน

ในการประกอบกิจกรรมและการดำเนินงานนั้นสิ่งที่ขาดไม่ได้และถือเป็นปัจจัยหนึ่งในการผลิตคือปัจจัยทุน กลุ่มจึงจำเป็นต้องหาทุนเพื่อมาใช้ในการดำเนินการผลิต โดยแหล่งเงินทุนของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงได้มาดังนี้

1. สมาชิกกลุ่มโดยการซื้อหุ้น ราคาต่อหุ้นคือหุ้นละ 100 บาท ระยะเริ่มแรกได้ทุนจากส่วนนี้มา 10,000 บาท

2. กรมส่งเสริมการเกษตร ได้รับงบสนับสนุนเพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียน (ได้รับฟรี) จำนวน 100,000 บาท เมื่อมีการดำเนินการจัดตั้งกลุ่มข้าวชุมชนในปี พ.ศ. 2552

รูปแบบการบริหารงานของกลุ่ม



ภาพที่ 5 แผนผังการบริหารงานกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554
ที่มา: จากการสัมภาษณ์

กลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงได้ดำเนินการบริหารงานการจัดการภายในกลุ่มเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์ต่อสมาชิกกลุ่มมากที่สุดโดยมีรูปแบบการบริหารงานภายในกลุ่มดังแผนภาพ ที่ 1 โดยได้มีการเลือกคณะกรรมการขึ้นมาดำเนินการของกลุ่มข้าวชุมชนบ้าน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

หนองมะม่วง เพื่อเข้ามาบริหารงานกลุ่ม โดยใช้ระเบียบว่าด้วยการบริหารงานกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงซึ่งคณะกรรมการประกอบด้วยบุคลากรในกลุ่มทั้งสิ้น 6 คน ประกอบด้วย

นางอำพัน ลิ้มสกุล	ประธานกลุ่ม
นายสุทธิพงษ์ ลิ้มสกุล	เลขานุการกลุ่ม
นางสาวศิริพร ลิ้มสกุล	เหรัญญิกกลุ่ม
นายถวิล ลิ้มสกุล	กรรมการ
นายประเสริฐ ดอกไม้ขาว	กรรมการ
นายประเทือง ดาวเรือง	กรรมการ

คณะกรรมการบริหารกลุ่มจะมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. พิจารณารับสมัครบุคคลเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม

2. ดูแลกิจกรรมของกลุ่มให้เป็นไปตามข้อกำหนด และมติของที่ประชุมกลุ่ม รวมถึงระเบียบคำสั่ง และมติที่ประชุมคณะกรรมการดำเนินงานของกลุ่ม

3. เป็นผู้แทนกลุ่มในการติดต่อประสานงานกลุ่ม หน่วยงานราชการหรือเอกชนอื่นๆ

4. พิจารณาจัดทำข้อกำหนดต่างๆ และแผนการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ของกลุ่ม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ลักษณะและวิธีการดำเนินงานของกลุ่ม

กลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงนั้นเป็นกลุ่มที่เพิ่งเริ่มในการดำเนินงานเพราะรวมกลุ่มกันได้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 แต่ในการบริหารกลุ่มนั้นได้มีการวางแผนงานอย่างเป็นระบบสมาชิกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงมีสถานะเป็นผู้ปฏิบัติงานทุกคนแต่ก็จะจัดสรรงานให้แก่สมาชิกกลุ่มได้ช่วยกันปฏิบัติงานในแต่ละหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายการดำเนินงานของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงนั้นสามารถแบ่งส่วนได้ดังนี้

1. ส่วนผู้บริหารกลุ่ม

1.1 ประธานกลุ่ม นางอำพัน ลิ้มสกุล ทำหน้าที่ในการประสานงานกลุ่มสั่งงานและติดต่อประสานงานกับหน่วยงานของภาครัฐ

1.2 เลขานุการกลุ่ม นายสุทธิพงษ์ ลิ้มสกุล ทำหน้าที่ดูแลความเป็นอยู่และปัญหาต่างๆของสมาชิก

1.3 เหรัญญิกกลุ่ม นางสาวศิริพร ลิ้มสกุล ทำหน้าที่ในการจัดเก็บข้อมูลและทำบัญชีรายรับรายจ่ายของกลุ่มเพื่อทำสรุปผลการดำเนินงานในแต่ละปีการผลิต

1.4 กรรมการประกอบด้วย 3 ท่านคือ นายถวิล ลิ้มสกุล นายประเสริฐ ดอกไม้ขาว นายประเทือง ดาวเรือง ทำหน้าที่ในการช่วยบริหารกลุ่มช่วยประธานในการตัดสินใจในแผนการดำเนินงานของกลุ่ม

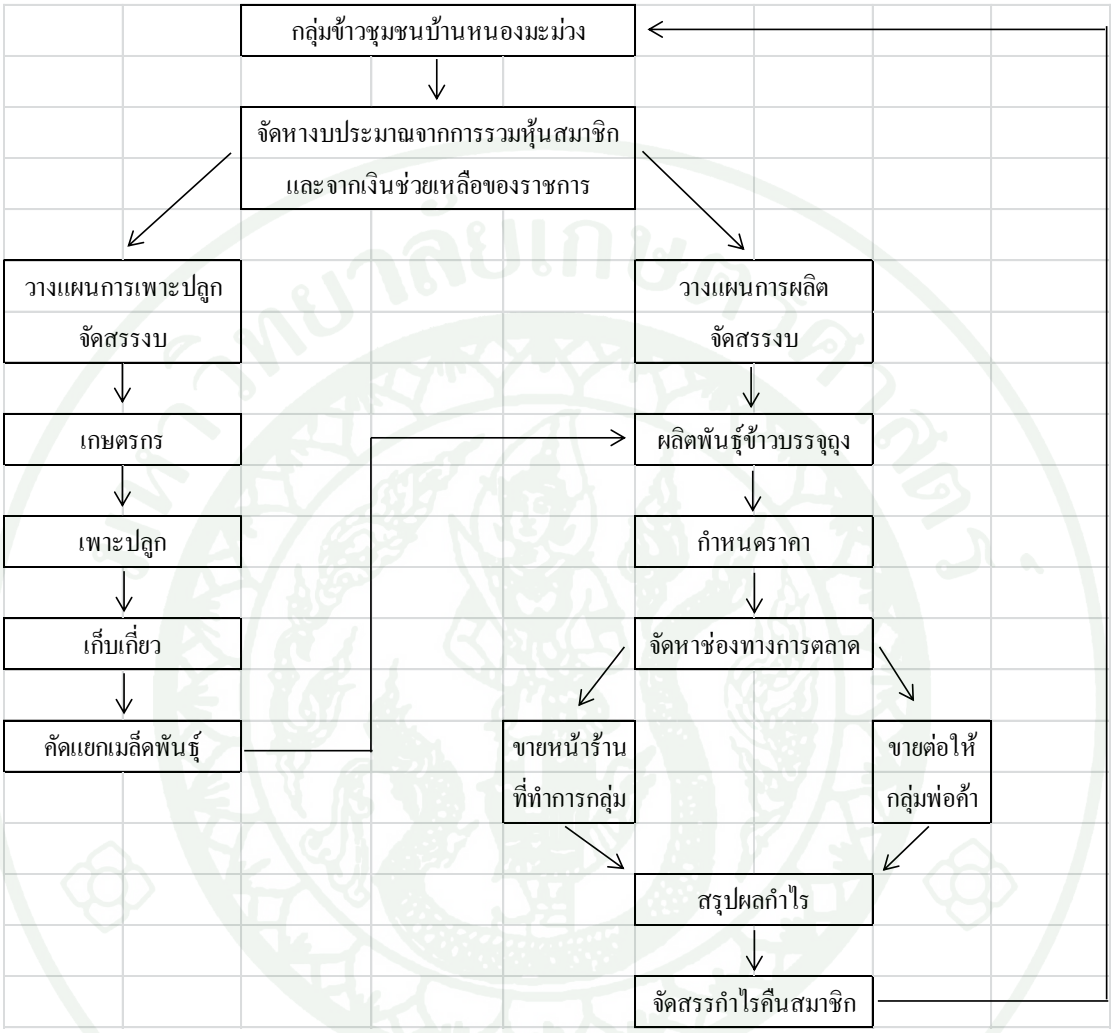
2. ส่วนสมาชิกผู้ปฏิบัติงาน

2.1 สมาชิกที่ปฏิบัติงานด้านการปลูกข้าวเพื่อนำมาผลิตเป็นเมล็ดพันธุ์ข้าวของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง

2.2 สมาชิกที่ปฏิบัติงานด้านการนำข้าวที่ได้จากการเก็บเกี่ยวมาทำการผลิตเป็นเมล็ดพันธุ์ข้าวปลูกบรรจุถุงพร้อมจำหน่าย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รูปแบบการดำเนินงานของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง



ภาพที่ 6 รูปแบบการดำเนินงานของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

ที่มา: จากการสัมภาษณ์

การดำเนินงานผลิต

การดำเนินงานของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงในการผลิตพันธุ์ข้าวจะมีการวางแผนงานและแบ่งงานกันเป็นขั้นตอนในการผลิตแต่ละปีการผลิตสามารถแบ่งขั้นตอนได้ดังนี้คือ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. ประธานกลุ่มเรียกประชุมเพื่อวางแผนการผลิตในปีผลิตนั้นๆว่าจะทำการผลิตพันธุ์ข้าวจำนวนใด จะเลือกผลิตพันธุ์ข้าวสายพันธุ์ใดเพื่อให้ตรงกับความต้องการของเกษตรกรให้มากที่สุด

2. กระจายงานโดยแบ่งพื้นที่การปลูกข้าวไปให้กับพื้นที่ของสมาชิกกลุ่มในแต่ละรายเพื่อทำการปลูกและดูแลในส่วนรับผิดชอบของสมาชิกแต่ละรายจนกระทั่งถึงช่วงการเก็บเกี่ยว

3. การผลิตพันธุ์ข้าวปลูกหลังจากเกษตรกรสมาชิกได้นำผลผลิตที่ได้จากการเก็บเกี่ยวมารวมกันไว้ที่ที่ทำการของกลุ่ม แล้วจ้างแรงงานโดยแรงงานก็คือสมาชิกกลุ่มเพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตตั้งแต่ขั้นตอนการตากข้าวเพื่อไล่ความชื้น การนำเมล็ดข้าวที่ไล่ความชื้นเสร็จแล้วนำเข้าสู่เครื่องคัดแยกเมล็ดพันธุ์เพื่อกำจัดสิ่งเจือปนและเมล็ดที่เสียออก สุดท้ายนำเมล็ดพันธุ์ที่ได้ไปบรรจุถุงสำหรับพร้อมขาย

สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกกลุ่ม

การศึกษาสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงแสดงให้เห็นพื้นฐานทางเศรษฐกิจของกลุ่มและสภาพพื้นฐานทั่วไปทางด้านต่างๆ ของ สมาชิก ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา และการศึกษาของสมาชิกกลุ่ม อาชีพหลักอาชีพรองและรายได้ เพราะในการที่จะพิจารณาการผลิต การตลาด ตลอดจนแก้ไขปัญหาต่างๆ นั้น จำเป็นที่จะต้องทราบข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกกลุ่ม เนื่องจากมีส่วนเกี่ยวข้องกับความสามารถในการจัดการกิจกรรมการพัฒนาการผลิต การตลาด ตลอดจนแก้ไขปัญหาต่างๆ จากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มสามารถแสดงในตารางที่ 4 – ตารางที่ 7 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

เพศ อายุ ระดับการศึกษา

จากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงทั้งหมด 27 คนนั้นเป็นเพศหญิง12 คน เพศชาย 15 คน และพบว่าส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41–50 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.03 รองลงมาคือช่วง อายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.62 และ ช่วงอายุ 51-60 ปีคิดเป็นร้อยละ 18.55 ช่วงอายุ 15-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.4 และช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.4 โดยเฉลี่ยอายุสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเท่ากับ 45 ปี ส่วนทางด้านระดับการศึกษา สวนใหญ่ได้รับ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 37.04 และต่ำกว่าระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 3.70 (ตารางที่ 4) ซึ่งแสดง ว่าสมาชิกส่วนใหญ่นั้น สามารถอ่านออกเขียนได้ ดังนั้นในการที่จะส่งเสริมและพัฒนาความรู้ใน การผลิตและทำกิจกรรมด้านต่างๆไม่น่าที่จะเป็นปัญหาแก่สมาชิกกลุ่ม

สมาชิกในครัวเรือนและบุตรในอุปการะ

ขนาดของครัวเรือนหรือจำนวนสมาชิกในครัวเรือนของสมาชิกกลุ่มที่ทำการศึกษา มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4 คนต่อครัวเรือน โดยส่วนใหญ่แล้วครัวเรือนมีสมาชิก 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 37.03 รองลงมามีครัวเรือนที่มีสมาชิก 4-5 คน คิดเป็นร้อยละ 25.92 ส่วน ครัวเรือนที่มีสมาชิกมากกว่า 5 คนและน้อยกว่า 3 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 และ 18.50 ตามลำดับ ส่วนบุตรและธิดาที่สมาชิกยังต้องอุปการะเลี้ยงดูเฉลี่ยครอบครัวละ 1.12 คนเป็นเพศชาย 12 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15 และ เพศหญิง 14 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 (ตารางที่ 4)

อาชีพหลักและอาชีพรอง

อาชีพหลักคืออาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้เป็นส่วนใหญ่จากรายได้ทั้งหมด ในการศึกษาพบว่าสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง ประกอบอาชีพหลักคือ การทำนา 27 ครัวเรือน โดยคิดเป็นร้อยละ 100 (ตารางที่ 5) อาชีพรองคืออาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้เสริมเพิ่มจากการประกอบอาชีพหลักในการศึกษา พบว่าสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง ประกอบอาชีพรองคือ การเลี้ยงสัตว์ 10 ครัวเรือน โดยคิดเป็นร้อยละ 37.04 รองลงมาคือ การค้าขาย 2 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 7.41 (ตารางที่ 5) โดยสรุปแล้วอาจกล่าวได้ว่า สมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ หลัก คือ การทำนา และประกอบอาชีพรองคือ การเลี้ยงสัตว์ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสมาชิกนั้นให้ความสำคัญกับการทำนา และการเลี้ยงสัตว์เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่สมาชิกกลุ่มอีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้การประกอบอาชีพการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกช่วยให้คนว่างงานในท้องถิ่นให้ได้มีงานทำเพิ่มมากขึ้น โดยไม่ต้องละทิ้งครอบครัวย้ายไปทำงานยังถิ่นฐานอื่นด้วย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4 เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือนและบุตรที่อยู่ในอุปการะของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนตัวอย่าง(ราย)		
<u>เพศ</u>		
ชาย	15	55.56
หญิง	12	44.44
<u>ช่วงอายุ(ปี)</u>		
อายุ 15-30	2	7.40
อายุ 31-40	8	29.62
อายุ 41-50	10	37.03
อายุ 51-60	5	18.55
อายุ 61ปีขึ้นไป	2	7.40
รวม	27	100
อายุเฉลี่ยของกลุ่มสมาชิก(ปี)	45	
<u>ระดับการศึกษา</u>		
ต่ำกว่า ป.6	10	37.04
จบ ป.6	10	37.04
ป.6-ม.6	6	22.22
ปริญญาตรีขึ้นไป	1	3.70
รวม	27	100

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน(คน)		
น้อยกว่า 3	5	18.52
3-4	10	37.04
4-5	7	25.92
มากกว่า 5	5	18.52
รวม	27	100
สมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย(คนต่อครัวเรือน)		4(คน)
บุตรที่อุปการะ		
ชาย	12	46.15
หญิง	14	53.85
รวม	26	100
บุตรที่อยู่ในอุปการะเฉลี่ยครอบครัว(คน)		1.12(คน)

ที่มา: จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 5 จำนวนครัวเรือนและจำนวนแรงงานในครัวเรือนที่ประกอบอาชีพหลักและอาชีพรองของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐมปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

รายการ	อาชีพหลัก			อาชีพรอง	
	ทำนา	เลี้ยงสัตว์	อื่นๆ	เลี้ยงสัตว์	อื่นๆ
<u>เพศ (คน)</u>					
ชาย	15	0	0	4	0
(ร้อยละ)	55.56	0	0	40	0
หญิง	12	0	0	6	2
(ร้อยละ)	44.44	0	0	60	100
รวม (คน)	27	0	0	10	2
ครัวเรือน (หลัง)	27	0	0	10	2
(ร้อยละ)	100	0	0	83.33	16.67

ที่มา: จากการสำรวจ

จำนวนแรงงานในครัวเรือน

จำนวนแรงงานในครัวเรือนของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงที่ช่วยในการประกอบอาชีพหลักคือการทำนานั้นโดยเฉลี่ยแล้วเป็นเพศชายร้อยละ 55.56 เพศหญิงร้อยละ 44.44 (ตารางที่ 5) ส่วนจำนวนแรงงานในครัวเรือนของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงที่ช่วยในการประกอบอาชีพรองคือการเลี้ยงสัตว์โดยเฉลี่ยแล้วเป็นเพศชายร้อยละ 40 เพศหญิงร้อยละ 60 ส่วนแรงงานในครัวเรือนที่ช่วยในการทำอาชีพอื่นๆ (การค้าขาย) โดยเฉลี่ยแล้วเป็นเพศชายร้อยละ 0 เพศหญิงร้อยละ 100 (ตารางที่ 5)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ลักษณะของการถือครองที่ดินและการใช้ที่ดิน

จากการศึกษาลักษณะการถือครองที่ดินและการใช้ที่ดินของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงพบว่าขนาดเนื้อที่ถือครองที่ดินทั้งหมดเฉลี่ย 25 ไร่ต่อครัวเรือนมีที่ดินเป็นของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 43.20 เป็นที่ดินของบิดา มารดา คิดเป็นร้อยละ 10.80 และ ที่ดินเช่า สำหรับทำนา ทำสวน คิดเป็นร้อยละ 46.00 (ตารางที่ 6)

ด้านการใช้ที่ดินของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงพบว่าสมาชิกกลุ่มมีที่ดินไว้เป็นที่อยู่อาศัยโดยเฉลี่ย 1.1 ไร่ต่อครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 4.4 มีที่ดินสำหรับการทำนาโดยเฉลี่ย 20 ไร่ต่อครัวเรือนคิดเป็นร้อยละ 80 และ ที่ดินที่ใช้ทำประโยชน์ เช่น การทำสวน แตงไทย การปลูกสมุนไพร และการเลี้ยงสัตว์ 3.9 ไร่ต่อครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 15.60 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ลักษณะการถือครองที่ดินของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

(หน่วย : ไร่ต่อครัวเรือน)

ลักษณะการถือครองที่ดิน	การใช้ประโยชน์ที่ดิน			รวม	ร้อยละ
	ที่อยู่อาศัย	ทำนา	อื่นๆ		
ที่ดินถือครองเป็นของตนเอง	1.10	9.70	0	10.80	43.20
ที่ดินของบิดามารดา	0	0	2.70	2.70	10.80
ที่ดินถือครองเช่า	0	10.30	1.20	11.50	46.00
รวมขนาดถือครองที่ดินเฉลี่ย	1.10	20.00	3.90	25.00	100.00
ร้อยละ	4.40	80.00	15.60	100.00	

ที่มา: จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รายได้

จากการศึกษาที่มาของรายได้แสดงให้เห็นว่าที่มาของรายได้โดยเฉลี่ยของสมาชิกกลุ่มจาก 3 ทางด้วยกัน คือ รายได้จากการผลิตพันธุ์ข้าวปลูก รายได้จากการทำนา และรายได้อื่นๆ เช่น การค้าขาย เป็นผลให้ครัวเรือนมีรายได้เฉลี่ยทั้งหมด 130,856 บาทต่อครัวเรือนต่อปี โดยมีรายได้จากการผลิตพันธุ์ข้าวปลูก 26,500 บาทต่อครัวเรือนต่อปี คิดเป็นร้อยละ 20.25 รายได้ที่เกิดจากการทำนา 84,326 บาทต่อครัวเรือนต่อปี คิดเป็นร้อยละ 64.44 และรายได้ที่เกิดจากการประกอบอาชีพอื่นๆ 20,030 บาทต่อครัวเรือนต่อปี คิดเป็นร้อยละ 15.31 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ที่มาของรายได้โดยเฉลี่ยของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

ที่มาของรายได้	รายได้ (บาท/ครัวเรือน/ปี)	ร้อยละ
การผลิตพันธุ์ข้าวปลูก	26,500	20.25
การทำนา	84,326	64.44
อื่นๆ	20,030	15.31
รวม	130,856	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

สภาพทั่วไปของการผลิตพันธุ์ข้าวปลูก

ในการศึกษาการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกนั้นได้ทำการศึกษาถึงกระบวนการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ในการตัดสินใจเข้าร่วมของสมาชิกกลุ่มและประสบการณ์จากการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกเพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาและเพื่อเป็นการเผยแพร่กิจการการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกให้เป็นที่แพร่หลายดังแสดงในตารางที่ 8 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประสบการณ์ในการผลิต

สำหรับประสบการณ์ในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงพบว่าร้อยละ 18.52 มีประสบการณ์ในการผลิตมากกวา 5 ปีขึ้นไปตั้งแต่ยังไม่มีการจัดตั้งกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการผลิต 2-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.44 ส่วนผู้ที่มีประสบการณ์ในการผลิตน้อยกว่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.52 ตามลำดับ จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าสมาชิกกลุ่มมีประสบการณ์ในการผลิตอยู่ในเกณฑ์ปานกลางและถ้าพิจารณาประสบการณ์ในการทำพันธุ์ข้าวปลูกโดยเฉลี่ย 3.5 ปีต่อคน

เหตุผลที่เข้ามารวมกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเพื่อผลิตพันธุ์ข้าวปลูก

จากผลการศึกษาพบว่า สมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนมีเหตุผลในการผลิต คือ การทำเป็นอาชีพหลักคิดเป็นร้อยละ 37.04 รองลงมาคือ เพื่อนบ้านแนะนำและชักชวนมาทำ คิดเป็นร้อยละ 29.62 และทำเพราะเจ้าหน้าที่รัฐแนะนำคิดเป็นร้อยละ 18.52 ส่วนเหตุผลในการทำเพราะอยากทดลองทำและต้องการมีรายได้เสริมเพื่อที่จะได้ไม่ต้องจากถิ่นฐานไปไกล คิดเป็นร้อยละ7.41 และร้อยละ 7.41 ตามลำดับแสดงให้เห็นว่าสมาชิกกลุ่มได้รับรู้การผลิตพันธุ์ข้าวปลูกจากหลายทางแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 8 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประสบการณ์ในการผลิต(ปี)		
น้อยกว่า 2 ปี	10	37.04
2-5 ปี	12	44.44
5 ปีขึ้นไป	5	18.52
รวม	27	100.00
ประสบการณ์ของสมาชิกโดยเฉลี่ย(ปี)		3.5(ปี)
เหตุผลในการผลิต*		
ทำเป็นอาชีพ	10	37.04
เจ้าหน้าที่แนะนำ/ชักชวน	5	18.52
เพื่อนบ้านแนะนำ/ชักชวน	8	29.62
อยากทดลองทำ	2	7.41
อื่นๆเช่นหารายได้เสริม	2	7.41

หมายเหตุ:* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ

กระบวนการผลิตพันธุ์ข้าวปลูก

การผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงมีกระบวนการผลิตหลายขั้นตอนแต่โดยหลักๆแล้วก็จะมีวิธีการและขั้นตอนเหมือนกับการปลูกข้าวโดยทั่วไปโดยสามารถสรุปกระบวนการผลิตได้ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งถึงการเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ดังนี้

1. การเตรียมเมล็ดพันธุ์แรกเริ่มสุดทางกลุ่มได้รับการสนับสนุนพันธุ์ข้าวมาจากกรมการข้าว ซึ่งเป็นเมล็ดพันธุ์รับรองและได้ผ่านกระบวนการตรวจสอบมาแล้วว่าเป็นเมล็ดพันธุ์บริสุทธิ์ไร้สิ่งเจือปน(เมล็ดวัชพืช)และต่อมาหลังจากที่กลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงสามารถที่ผลิตพันธุ์ไว้ใช้เองได้แล้วจึงได้มีการเตรียมพันธุ์จากผลผลิตของกลุ่มเองการเตรียมพันธุ์ข้าวทำโดยใช้พันธุ์ข้าวที่ต้องการมาแช่น้ำทิ้งไว้หนึ่งคืนเพื่อให้เมล็ดพันธุ์ข้าวงอกก่อนนำไปหว่าน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. การเตรียมแปลงข้าว เป็นการเตรียมผืนแปลงให้มีสภาพที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของต้นข้าวที่ปลูกโดยการเตรียมแปลงนั้นสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนย่อยดังนี้

2.1 การกำจัดวัชพืช เป็นการกำจัดวัชพืชตามคันนาและรอบๆบริเวณแปลงข้าวโดยใช้วิธีการฉีดพ่นสารเคมีกำจัดวัชพืชหรือใช้วิธีการถางหญ้าแล้วแต่สะดวกทั้งนี้การกำจัดวัชพืชตามหัวคันนาและรอบๆแปลงเป็นการทำความสะอาดไม่ให้แปลงรกอันจะเป็นสาเหตุให้เป็นที่อยู่อาศัยของเพลี้ยและแมลงศัตรูพืช

2.2 การเตรียมหน้าแปลง ประกอบด้วย การไถหน้าดินเป็นการใช้รถแทรคเตอร์หรือรถไถลงในแปลงเพื่อทำการพลิกหน้าดินเมื่อทำการพลิกหน้าดินเรียบร้อยแล้วให้ตากหน้าดินทิ้งไว้ให้โดนแดดประมาณ 2 วันเพื่อทำลายตัวอ่อนแมลงศัตรูพืช หลังจากตากหน้าดินเรียบร้อยแล้วจะมีการสูบน้ำจากคลองส่งน้ำเข้ามาขังไว้ในผืนนาเพื่อทำการหมักหน้าดินขั้นตอนต่อไปคือการตีหน้าดินโดยใช้รถแทรคเตอร์ติดใบพัดเพื่อทำการตีหน้าดินประโยชน์ที่ได้จากการตีหน้าดินคือช่วยให้ดินที่จับตัวเป็นก้อนแตกกระจายสามารถทำการปรับหน้าดินได้ง่ายขั้นตอนต่อไปคือการทำเทือกขั้นตอนนี้คือการทำให้หน้าแปลงมีความสม่ำเสมอสามารถรักษาระดับน้ำได้ดีถ้ามีการทำเทือกที่ดีหน้าแปลงจะมีความเสมอกันของหน้าดินทำให้ไม่มีน้ำขังไม่เท่ากันของแปลงวิธีการคือใช้ไม้กระดานผูกติดหลังรถแทรคเตอร์ขับวนทั่วหน้าแปลงจะทำให้หน้าแปลงเรียบและสม่ำเสมอขั้นตอนสุดท้ายคือการทำร่องน้ำตื้นๆให้มีการกระจายจนทั่วแปลง

3. การปลูกการดูแลและการเก็บเกี่ยว คือกิจกรรมที่จะต้องดำเนินงานต่อหลังจากมีการเตรียมแปลงเรียบร้อยแล้ววิธีการคือระบายน้ำออกจากแปลงให้เหลือเพียงน้ำแฉะแล้วน้ำพันธุ์ข้าวที่มีการแช่น้ำจนงอกแล้ว โดยใช้อัตราการหว่าน 20 กิโลกรัม/ไร่ หลังจากหว่านข้าวแล้วใช้ระยะเวลาประมาณ 7 วันเพื่อให้ต้นข้าวได้ตั้งตัวจนลำต้นแข็งแรงแล้วจึงจะฉีดพ่นสารเคมีควบคุมและกำจัดวัชพืชระหว่างนี้ให้หมั่นตรวจตราไม่ให้หน้าดินแห้งจนแตกระแหงหน้าดินควรมีความชื้นจนแฉะอยู่เสมอ การให้ปุ๋ยโดยส่วนใหญ่เกษตรกรจะมีการให้ปุ๋ยอยู่ 2 ระยะ คือ

3.1 ระยะแรกเมื่อต้นข้าวมีอายุ 25-30 วันโดยใช้ปุ๋ยสูตร 46-0-0 หรือ สูตร 16-20-0 โดยใช้ในอัตราเฉลี่ย 25 กิโลกรัม/ไร่

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3.2 ระยะที่ 2 เมื่อต้นข้าวมีอายุ 45-50 วัน โดยส่วนใหญ่ใช้ปุ๋ยสูตร 16-16-8 หรือสูตร 16-20-0 โดยที่จะใช้ในอัตรา 25 กิโลกรัม/ไร่หลังจากมีการให้ปุ๋ยแล้วเกษตรกรเองต้องคอยดูแลว่ามีสิ่งรบกวนจากศัตรูพืชหรือไม่ถ้าหากพบการระบาดของวัชพืชหรือแมลงควรรีบกำจัด โดยการเก็บทิ้งหรือวิธีฉีดพ่นด้วยสารเคมีกำจัดศัตรูพืช จนกระทั่งถึงอายุที่จะสามารถเก็บเกี่ยวข้าวก็ใช้รถเกี่ยวข้าวที่มีใช้ในศูนย์ข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเก็บเกี่ยวผลผลิตเองเพื่อป้องกันเมล็ดวัชพืชและเมล็ดข้าวพันธุ์อื่นมาเจือปนซึ่งจะทำให้ได้เมล็ดพันธุ์ที่ไม่บริสุทธิ์

4. นำเมล็ดพันธุ์ที่ได้มาตากแห้งเพื่อไล่ความชื้น คัดแยกเมล็ดพันธุ์ที่มีลักษณะเมล็ดลีบฝ่อทิ้งไป ทำการสุ่มนำเมล็ดพันธุ์บางส่วนไปทดสอบเปอร์เซ็นต์ความงอกพร้อมทั้งส่งตัวอย่างสุ่มบางส่วนให้กรมการข้าวทำการวิเคราะห์และรับรองพันธุ์ เมื่อผ่านขั้นตอนตรวจสอบรับรองพันธุ์แล้วก็สามารถนำไปบรรจุถุงเพื่อจำหน่ายต่อไป

อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง

ในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงมีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการเตรียมพันธุ์ที่จะใช้ปลูก อุปกรณ์การเตรียมแปลง อุปกรณ์การดูแล ตลอดจนอุปกรณ์ในขั้นตอนของการบรรจุถุงขายหลายชนิด ปรากฏว่ามีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงแบ่งได้ดังนี้

1. อุปกรณ์ที่ใช้ในการแช่เมล็ดพันธุ์ข้าว เพื่อให้เมล็ดข้าวงอกก่อนนำไปปลูกในแปลงปลูกมีอุปกรณ์ดังนี้

1.1 ถังขนาดใหญ่ใช้เพื่อแช่พันธุ์ข้าว

1.2 เครื่องชั่งเพื่อตรวจสอบน้ำหนักข้าวปลูกก่อนนำลงแช่

1.3 ขันน้ำใช้ตักน้ำใส่ถัง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. อุปกรณ์ในการเตรียมแปลงและปลูกข้าว

2.1 เครื่องสูบน้ำและท่อส่งน้ำสำหรับการสูบน้ำเข้ามาใช้ในแปลงปลูก

2.2 รถไถหรือรถแทรคเตอร์เดินตามเอาไว้ใช้สำหรับไถหน้าดิน การตีหน้าดินใช้เป็นพาหนะในการขนส่ง

2.3 เครื่องพ่นปุ๋ยสะพายหลังเพื่อใช้ในการพ่นหว่านปุ๋ยและพ่นหว่านเมล็ดพันธุ์

2.4 เครื่องพ่นยาใช้ฉีดพ่นสารเคมีกำจัดวัชพืชและแมลง

2.5 จอบ เสียมเอาไว้ใช้ขุดร่องระบายน้ำ

3. อุปกรณ์ที่ใช้หลังเก็บเกี่ยวตลอดการบรรจุขาย

3.1 รถบรรทุกใช้เคลื่อนย้ายผลผลิตจากแปลงปลูก

3.2 ลานตาก คือลานคอนกรีตเป็นลานกว้างเอาไว้ใช้สำหรับผึ่งและตากไล่ความชื้นของผลผลิตพันธุ์ข้าวปลูก

3.3 เครื่องคัดแยกเมล็ดพันธุ์ข้าว

3.4 เครื่องเย็บกระสอบเพื่อเย็บปิดบรรจุภัณฑ์

3.5 โรงเก็บสินค้า

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

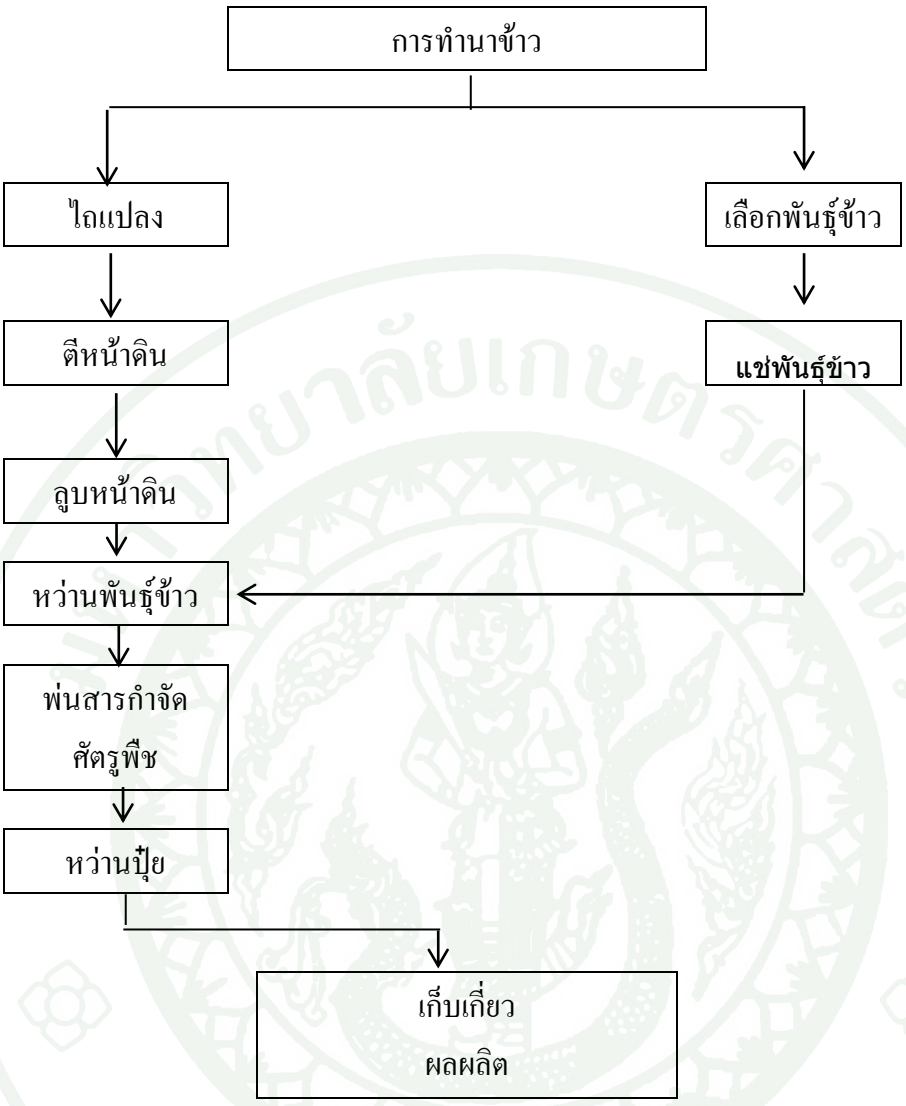
ตารางที่ 9 อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

อุปกรณ์	ราคาเฉลี่ย (บาท/หน่วย)	ใช้มาแล้ว (ปี)	มูลค่า ณ สิ้นปีที่ใช้งาน (บาท)	ค่าเสื่อมราคา (บาท/ปี)	อายุการใช้งานเฉลี่ย (ปี)
1. ถังขนาดใหญ่	400	2	0	80	5
2.เครื่องชั่ง	5,000	2	0	500	10
3.ขันน้ำ	50	2	0	16.67	3
4.เครื่องสูบน้ำ+ท่อส่งน้ำ	10,000	2	2,000	800	10
5.รถไถเดินตาม	55,000	2	5,000	3,333.33	15
6.เครื่องพ่นปุ๋ย	3,000	2	0	600	5
7.เครื่องพ่นยา	3,000	2	0	600	5
8.จอบเสียม	150	2	0	30	5
9.รถบรรทุก	700,000	7	400,000	20,000	15
10.ลานตาก	100,000	2	0	5,000	20
11.เครื่องคัดแยกเมล็ด	60,000	1	0	4,000	15
12.เครื่องเย็บกระสอบ	2,500	2	0	250	10
13. โรงเก็บผลิตภัณฑ์	250,000	2	0	12,500	20
รวม	1,188,200			49,980	

หมายเหตุ: คำนวณจากการสอบถามกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



ภาพที่ 7 กระบวนการผลิตพันธุ์ข้าวปลูก

ที่มา: จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาในด้านทางเศรษฐกิจการผลิตและการตลาดเมล็ดพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ได้ผลการศึกษาและวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

1 ด้านการผลิต โดยวิเคราะห์ถึงต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์

2 ด้านการตลาด โดยศึกษาถึงช่องทางการตลาด ส่วนเหลื่อมการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

3 ด้านการวางแผน โดยจะวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคการผลิตและการตลาดของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง

ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิตผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกนั้น จะพิจารณาถึงต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนเฉลี่ยต่อหน่วยการผลิตที่ได่จากการผลิตโดยจะพิจารณา การผลิตพันธุ์ข้าวในปัจจุบันทางกลุม ได่ทำการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกอย่างต่อเนื่อง โดยในการคิดต้นทุนและผลตอบแทนของการ ผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงนั้น จะเป็นการคิดต้นทุน และผลตอบแทนการผลิตของกลุม เนื่องจากทางกลุ่มเป็นผู้รับผิดชอบต้นทุนในการผลิตทั้งหมดดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จะคิดต้นทุนที่ทางกลุ่มได้จ่ายไปและผลตอบแทนการผลิตที่กลุ่มได้รับในการผลิตซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ต้นทุนการผลิต

พันธุ์ข้าวปลูกจำนวน 1 กิโลกรัมจากการศึกษาพบว่าการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าว

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชุมชนบ้านหนองมะม่วง มีต้นทุนการผลิตทั้งหมดเท่ากับ 7.0136 บาทต่อกิโลกรัม ประกอบด้วยต้นทุนที่เป็นตัวเงิน 5.658 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 80.67 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดและต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน 1.3556 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 19.33 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ดังตารางที่ 10 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) ได้แก่ ค่าแรงงาน ค่าไถแปลง ค่าตีแปลง ค่าแรงพ่นสารกำจัดศัตรูพืช ค่าแรงหว่านปุ๋ย ค่ารถเกี่ยว และค่าเสียโอกาสของเงินค่าใช้จ่ายในการดำเนินการผลิต จากการศึกษาพบว่า ต้นทุนผันแปรทั้งหมด โดยประกอบด้วยต้นทุนที่เป็นตัวเงิน 3.458 บาทต่อกิโลกรัม และต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน 0.6906 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับต้นทุนผันแปรดังนี้

1.1 ค่าแรงงาน ประกอบด้วยค่าแรงงานในการเตรียมแปลง ค่าไถตีแปลง ค่าหว่านข้าว ค่าพ่นสารเคมีกำจัดศัตรูพืช ค่าหว่านปุ๋ย ค่ารถเกี่ยว จาการศึกษาพบว่าค่าแรงงานในกระบวนการผลิตต่างๆ เท่ากับ 1.018 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 14.51 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดโดยค่าแรงในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกประกอบด้วยค่าแรงงานดังต่อไปนี้

1.1.1 ค่าแรงงานในการไถ คือ ค่าแรงงานในการจ้างรถไถเตรียมดิน โดยค่าแรงงานในการไถนาจะคำนวณจากอัตราค่าแรงงานในท้องถิ่นของเกษตรกรหรือคิดจากการตั้งราคาของผู้รับจ้างไถคิดราคาต่อไร่ไร่ละ 120 บาท แล้วนำมาเฉลี่ยเป็นค่าแรงในการไถต่อผลผลิต 1 กิโลกรัม โดยค่าแรงในการไถเท่ากับ 0.13 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 1.85 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.1.2 ค่าแรงงานในการตีแปลง เป็นการตีหน้าดินที่เกิดจับก้อนจากการไปให้มีความเรียบสม่ำเสมอโดยค่าแรงในท้องถิ่นจะคิดค่าจ้าง 45 บาท ต่อไร่แล้วนำมาเฉลี่ยเป็นค่าแรงในการตีแปลงต่อผลผลิตข้าวต่อ 1 กิโลกรัม โดยค่าแรงในการไถเท่ากับ 0.05 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.71 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.1.3 ค่าแรงค่าแรงงานในการหว่านข้าว เป็นการหว่านเมล็ดพันธุ์ลงบนแปลงปลูกโดยสม่ำเสมอโดยค่าแรงในท้องถิ่นจะคิดค่าจ้าง 45 บาท ต่อไร่แล้วนำมาเฉลี่ยเป็นค่าแรงในการ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

หว่านข้าวต่อผลผลิตข้าวต่อ 1 กิโลกรัม โดยค่าแรงในการหว่านเท่ากับ 0.05 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.71 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.1.4 ค่าแรงงานในการพ่นสารเคมี เป็นการพ่นสารเคมีลงบนแปลงปลูกเพื่อป้องกันกำจัดศัตรูพืชโดยค่าแรงในท้องถิ่นจะคิดค่าจ้าง 45 บาท ต่อไร่แล้วนำมาเฉลี่ยเป็นค่าแรงในพ่นสารต่อผลผลิตข้าวต่อ 1 กิโลกรัม โดยค่าแรงในการพ่นสารเท่ากับ 0.05 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.71 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.1.5 ค่าแรงค่าแรงงานในการหว่านปุ๋ย เป็นการหว่านปุ๋ยลงบนแปลงปลูกเพื่อเสริมสร้างธาตุอาหารเพิ่มให้ต้นข้าวทำให้ช่วยในเรื่องการเจริญเติบโตโดยค่าแรงในท้องถิ่นจะคิดค่าจ้าง 45 บาท ต่อไร่แล้วนำมาเฉลี่ยเป็นค่าแรงในการหว่านปุ๋ยต่อผลผลิตข้าวต่อ 1 กิโลกรัม โดยค่าแรงในหว่านปุ๋ยเท่ากับ 0.05 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.71 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.1.6 ค่าแรงงานในการเกี่ยว คือ ค่าแรงงานในการจ้างรถเกี่ยวเกี่ยวข้าว โดยค่าแรงงานในการเกี่ยวข้าวจะคำนวณจากอัตราค่าแรงงานในท้องถิ่นของเกษตรกรหรือคิดจากการตั้งราคาของผู้รับจ้างเกี่ยวคิดราคาต่อไร่ไร่ละ 550 บาท แล้วนำมาเฉลี่ยเป็นค่าแรงในการเกี่ยวต่อผลผลิต 1 กิโลกรัม โดยค่าแรงในการเกี่ยวเท่ากับ 0.61 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 8.70 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.1.7 ค่าแรงงานในการตากพันธุ์ข้าว คือค่าจ้างแรงงานในการทำการตากพันธุ์ข้าวให้แห้งโดยคิดค่าจ้างวันละ 250 บาทต่อวันแล้วนำมาคิดเป็นค่าแรงเฉลี่ยต่อการตากข้าวเพื่อผลิตเป็นสินค้าต่อ 1 กิโลกรัม โดยค่าแรงการตากเท่ากับ 0.026 บาทต่อกิโลกรัมซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.37 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.1.8 ค่าแรงงานในการคัดแยกพันธุ์ข้าว คือค่าจ้างแรงงานในการทำการคัดแยกพันธุ์ข้าวให้ได้พันธุ์ข้าวบริสุทธิ์โดยคิดค่าจ้างวันละ 250 บาทต่อวันแล้วนำมาคิดเป็นค่าแรงเฉลี่ยต่อการคัดแยกพันธุ์ข้าวเพื่อผลิตเป็นสินค้าต่อ 1 กิโลกรัม โดยค่าแรงการคัดแยกเท่ากับ 0.026 บาทต่อกิโลกรัมซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.37 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 10 ต้นทุนการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง ปีการผลิต พ.ศ. 2553

(หน่วย: บาทต่อกิโลกรัม)

รายการ	ต้นทุนที่เป็นตัวเงิน	ต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน	ต้นทุนรวม	ร้อยละ
ต้นทุนผันแปร	**3.458**	**0.6906**	**4.1486**	**59.15**
1. ค่าแรงงาน	1.018	-	1.018	14.51
- การไถ	0.13	-	0.13	1.85
- การตีแปลง	0.05	-	0.05	0.71
- การหว่านข้าว	0.05	-	0.05	0.71
- การพ่นสารเคมี	0.05	-	0.05	0.71
- การหว่านปุ๋ย	0.05	-	0.05	0.71
- ค่ารถเกี่ยว	0.61	-	0.61	8.70
- ค่าตากเมล็ดพันธุ์	0.026	-	0.026	0.37
- ค่าคัดแยกเมล็ดพันธุ์	0.026	-	0.026	0.37
- ค่าบรรจุถุง	0.026	-	0.026	0.37
2. ค่าปุ๋ย	1.00	-	1.00	14.26
3. ค่าน้ำมัน	1.10	-	1.10	15.68
4. ค่าสารกำจัดวัชพืช	0.11	-	0.11	1.57
5. ค่าสารกำจัดแมลง	0.11	-	0.11	1.57
6. ค่าสารป้องกันกำจัดโรคพืช	0.06	-	0.06	0.86
7. ค่าอาหารเสริมพืช	0.06	-	0.06	0.86
8. ค่าเมล็ดพันธุ์	-	0.69	0.69	9.83
9. ค่าเสียโอกาสลงทุนดำเนินการผลิต	-	0.0006	0.0006	0.009
ต้นทุนคงที่	**2.20**	**0.665**	**2.865**	**40.85**
1. ค่าเช่าที่ดิน	2.20	-	2.20	31.37
2. ค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตร	-	0.65	0.65	9.27
3. ค่าเสียโอกาสอุปกรณ์คงทน	-	0.015	0.015	0.21
ต้นทุนรวม	**5.658**	**1.3556**	**7.0136**	**100**
ร้อยละ	80.67	19.33		

หมายเหตุ: 1ปีมี 2 ฤดูปลูก

ที่มา: จากการคำนวณ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.1.9 ค่าแรงงานในการบรรจุถุงพันธุ์ข้าว คือค่าจ้างแรงงานในการทำการบรรจุถุงพันธุ์ข้าวให้พร้อมจำหน่ายโดยคิดค่าจ้างวันละ 250 บาทต่อวันแล้วนำมาคิดเป็นค่าแรงเฉลี่ยต่อการบรรจุข้าวเพื่อผลิตเป็นสินค้าต่อ 1 กิโลกรัม โดยค่าแรงการบรรจุเท่ากับ 0.026 บาทต่อกิโลกรัมซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.37 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.2 ค่าปุ๋ย ไดแก ค่าปุ๋ยสูตรต่างๆสำหรับบำรุงต้นข้าว โดยซื้อจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านซึ่งใน 1 ฤดูปลูกเกษตรกรจะใช้หลายๆครั้งในการให้ปุ๋ย โดยเฉลี่ยแล้วปกติเกษตรกรจะใช้ปุ๋ยในการบำรุงต้นข้าวเฉลี่ยต่อ 1 ฤดูปลูกคิดเป็นจำนวนเงิน ไร่ละ 900 บาท เฉลี่ยต้นทุนต่อผลผลิต 1 กิโลกรัม คิดเป็นต้นทุนค่าปุ๋ย 1 บาท ต่อผลผลิต 1 กิโลกรัม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 14.26 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.3 ค่าน้ำมัน ไดแก ค่าน้ำมันสำหรับใช้ในกิจกรรมต่างๆเพื่อดูแลต้นข้าวต้นข้าว อาทิ เช่น ค่าน้ำมันสำหรับการสูบน้ำซึ่งใน 1 ฤดูปลูกเกษตรกรจะใช้หลายๆครั้งและตลอดเวลาที่มีการดูแลแปลง โดยเฉลี่ยแล้วปกติเกษตรกรจะใช้น้ำมันในการทำกิจกรรมดูแลต้นข้าวเฉลี่ยต่อ 1 ฤดูปลูกคิดเป็นจำนวนเงิน ไร่ละ 1000 บาท เฉลี่ยต้นทุนต่อผลผลิต 1 กิโลกรัมคิดเป็นต้นทุนค่าน้ำมัน 1.1 บาท ต่อผลผลิต 1 กิโลกรัม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15.68 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.4 ค่าสารเคมีกำจัดวัชพืช ไดแก ค่าสารเคมีกำจัดวัชพืชชนิดต่างๆสำหรับกำจัดพวกวัชพืชศัตรูต้นข้าว โดยซื้อจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านซึ่งใน 1 ฤดูปลูกเกษตรกรจะใช้สารประเภทควบคุมและกำจัดวัชพืชและบางกรณีอาจจะต้องใช้สารเคมีประเภทฉีดเก็บพวกวัชพืชที่ตกค้างอยู่ในแปลง โดยเฉลี่ยแล้วปกติเกษตรกรจะใช้สารเคมีกำจัดวัชพืช ในการดูแลต้นข้าวเฉลี่ยต่อ 1 ฤดูปลูกคิดเป็นจำนวนเงิน ไร่ละ 100 บาท เฉลี่ยต้นทุนต่อผลผลิต 1 กิโลกรัมคิดเป็นต้นทุนค่าสารเคมีกำจัดวัชพืช 0.11 บาท ต่อผลผลิต 1 กิโลกรัม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 1.57 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.5 ค่าสารเคมีกำจัดแมลง ไดแก ค่าสารเคมีกำจัดแมลงชนิดต่างๆทีสำคัญจะเป็นแมลงจำพวกเพลี้ยชนิดต่างๆเช่นเพลี้ยกระโดด เพลี้ยสีน้ำตาลเป็นต้น โดยซื้อจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านซึ่งใน 1 ฤดูปลูกเกษตรกรจะใช้สารประเภทควบคุมและกำจัดแมลง และบางกรณีอาจจะต้องใช้สารเคมีประเภทฉีดเก็บพวกแมลงที่ตกค้างอยู่ในแปลงเช่นตัวหนอนและไข่ โดยเฉลี่ยแล้วปกติเกษตรกรจะใช้สารเคมีกำจัดแมลงในการดูแลต้นข้าวเฉลี่ยต่อ 1 ฤดูปลูกคิดเป็นจำนวนเงิน ไร่ละ 100 บาท เฉลี่ย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ต้นทุนต่อผลผลิต 1 กิโลกรัมคิดเป็นต้นทุนค่าสารเคมีกำจัดแมลง 0.11 บาท ต่อผลผลิต 1 กิโลกรัม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 1.57 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.6 ค่าสารเคมีป้องกันและกำจัดโรคพืช ไดแก ค่าสารเคมีป้องกันและกำจัดโรคพืช ชนิดต่างๆที่สำคัญจะเป็นโรคที่มากับการระบาดเช่นโรคใบจุด โรคใบขีด โรคกาบใบไหม้ เป็นต้น โดยซื้อจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านซึ่งใน 1 ฤดูปลูกเกษตรกรจะใช้สารประเภทป้องกันและกำจัดโรคพืชโดยเฉลี่ยแล้วต่อ 1 ฤดูปลูกคิดเป็นจำนวนเงิน ไร่ละ 50 บาท เฉลี่ยต้นทุนต่อผลผลิต 1 กิโลกรัมคิดเป็นต้นทุนค่าสารเคมีป้องกันและกำจัดโรคพืช 0.06 บาท ต่อผลผลิต 1 กิโลกรัม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.86 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.7 ค่าอาหารเสริมสำหรับต้นข้าว ไดแก ค่าอาหารเสริมพืชหรือฮอร์โมนพืช ชนิดต่างๆเพื่อเป็นการฉีดพ่นให้การบำรุงต้นทางใบ โดยส่วนใหญ่เกษตรกรจะให้อาหารเสริมในกลุ่มแมกนีเซียม หรือกลุ่มน้ำตาล เพื่อจะทำให้ต้นข้าวมีความเขียวแข็งแรง เป็นต้น โดยซื้อจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านซึ่งใน 1 ฤดูปลูกเกษตรกรจะใช้อาหารเสริมสำหรับต้นข้าว โดยเฉลี่ยแล้วต่อ 1 ฤดูปลูกคิดเป็นจำนวนเงิน ไร่ละ 50 บาท เฉลี่ยต้นทุนต่อผลผลิต 1 กิโลกรัมคิดเป็นต้นทุนค่าอาหารเสริมสำหรับต้นข้าว 0.06 บาท ต่อผลผลิต 1 กิโลกรัม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.86 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.8 ค่าพันธุ์ข้าวปลูก ไดแก ค่าพันธุ์ข้าวปลูก พันธุ์ต่างๆที่เกษตรกรเลือกใช้ โดยเฉลี่ยเกษตรกรใช้ใช้ข้าวปลูกจำนวน 25 กิโลกรัมต่อพื้นที่ 1 ไร่ ราคาพันธุ์ข้าวปลูกราคากิโลกรัมละ 25 บาทดังนั้นในพื้นที่ 1 ไร่เกษตรกรต้องเสียค่าพันธุ์ข้าวปลูกเป็นจำนวนเงิน 625 บาทเฉลี่ยต้นทุนต่อผลผลิต 1 กิโลกรัมคิดเป็นต้นทุนค่าพันธุ์ข้าวปลูก 0.69 บาท ต่อผลผลิต 1 กิโลกรัม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 9.38 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.9 ค่าเสียโอกาสของเงินค่าใช้จ่ายในการดำเนินการผลิต เป็นค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนจากการที่กลุ่มฯนำเงินของตนเองมาลงทุนทำให้เสียโอกาสในการนำเงินไปลงทุนอย่างอื่น โดยค่า เสียโอกาสจากการลงทุนดำเนินการ ผลิตจะคิดจากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ใน พ.ศ. 2555 ในอัตราร้อยละ 0.75 บาทต่อปี ดังนั้นในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกมีต้นทุนผันแปรที่เป็นตัวเงิน 3.458 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีค่าเสียโอกาสการลงทุนดำเนินการผลิตเท่ากับ 0.0006 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 0.009 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ซึ่งเป็นต้นทุนที่ไมเป็นตัวเงิน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) ได้แก่ ค่าเช่าที่ดินในการทำนาข้าว ค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตร และค่าเสียโอกาสการลงทุนอุปกรณ์คงทน จากการศึกษาการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกพบว่าต้นทุนคงที่ทั้งหมดเท่ากับ 2.865 บาทต่อ 1 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 40.85 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับต้นทุนคงที่ดังนี้

2.1 ค่าเช่าที่ดินทำนาข้าว ได้แก่ ค่าเช่าพื้นที่เพื่อปลูกข้าวของเกษตรกรซึ่งราคาเช่าพื้นที่นาข้าวในพื้นที่ของบ้านหนองมะม่วงจะตกลงราคากันที่ 2,000 บาทต่อไร่ต่อปีและในระยะเวลา 1 ปี มี 2 ฤดูปลูก ดังนั้นการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกมีต้นทุนคงที่ค่าเช่าที่ดินเฉลี่ยเท่ากับ 2.20 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 31.37 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

2.2 คาเสื่อมราคาอุปกรณ์การเกษตร ไดแก คาเสื่อมราคาอุปกรณ์การเกษตรที่มีอายุการใช้งานเกิน 1 ป (ตารางที่ 9) ดังนั้นในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกมีค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์การเกษตรเท่ากับ 0.65 บาท ต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 9.27 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดซึ่งเป็นต้นทุนที่ไมเป็นตัวเงิน

2.3 ค่าเสียโอกาสการลงทุนอุปกรณ์คงทน คิดจากมูลค่าปัจจุบันของอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตคูณกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ในปี พ.ศ. 2555 ในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 0.75 บาทต่อปีซึ่งจากการศึกษาพบว่า ต้นทุนการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกมีค่าเสียโอกาสในการลงทุนเครื่องมืออุปกรณ์คงทนเท่ากับ 0.015 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 0.21 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดซึ่งเป็นต้นทุนที่ไมเป็นตัวเงิน

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในผลิตพันธุ์ข้าวปลูกต่อกิโลกรัม

จากการศึกษาพบว่าผลิตพันธุ์ข้าวปลูกทุกๆสายพันธุ์ของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงมีต้นทุนการผลิตรวมทั้งหมดเท่ากับ 7.0136 บาทต่อกิโลกรัม โดยประกอบด้วยต้นทุนที่เป็นตัวเงิน 5.658 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 80.67 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด และต้นทุนที่ไมเป็นตัวเงิน 1.3556 บาทต่อกิโลกรัมคิดเป็นร้อยละ 19.33 ของต้นทุนการผลิต ทั้งหมดดังตารางที่ 11 จะเห็นได วาต้นทุนการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกทุกๆสายพันธุ์จะแบ่งออกเป็น ต้นทุนผันแปรเท่ากับ 4.1486 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 59.15 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด และต้นทุนคงที่เท่ากับ 2.865 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 40.85 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด โดยจะเห็นได ว่าค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เป็นค่าน้ำมันคิดเป็นร้อยละ 15.68 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด รองลงมาไดแกค่าแรงงานคิดเป็นร้อยละ 14.51 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

สรุปจากการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงพบว่าต้นทุนที่เป็นตัวเงินเงินโดยเฉลี่ยร้อยละ 80.67 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด และเป็นต้นทุนที่ไมเป็นตัวเงินเฉลี่ยร้อยละ 19.33 ต้นทุนการผลิตทั้งหมด ซึ่งแสดงผลสรุปไวในตารางที่ 11 จากการ พิจารณาในส่วนของต้นทุนที่เป็นตัวเงินแล้วพบว่าค่าน้ำมันและค่าแรงงานในการผลิตเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงมากต้นทุนที่เป็นตัวเงิน ดังนั้นถ้าได้ มีการศึกษาถึงต้นทุนอย่างแท้จริงแลวจะทำให้การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ข้าวปลูกของกลุ่มมีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 11 สรุปต้นทุนการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐมปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

ผลผลิต	เป็นตัวเงิน บาท/กก.	ไม่เป็นตัวเงิน บาท/กก.	รวม บาท/กก.
<u>ต้นทุนผันแปร</u>			
พันธุ์ข้าวทุกสายพันธุ์	3.458	0.6906	4.1486
(ร้อยละ)	49.3	9.85	59.15
<u>ต้นทุนคงที่</u>			
พันธุ์ข้าวทุกสายพันธุ์	2.2	0.665	2.865
(ร้อยละ)	31.37	9.48	40.85
<u>ต้นทุนรวม</u>			
พันธุ์ข้าวทุกสายพันธุ์	5.658	1.3556	7.0136
(ร้อยละ)	80.67	19.33	100

ที่มา: สรุปผลจากตารางที่ 10

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กำไรและผลตอบแทน

กำไรและผลตอบแทนในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงนั้นขึ้นอยู่กับราคาที่ทางกลุ่มได้รับหักด้วยต้นทุนการผลิตทั้งหมดดังนั้นสิ่งสำคัญในการพิจารณาถึงผลตอบแทนที่กลุ่มผู้ผลิตจะได้รับคือ การกำหนดราคาโดยการกำหนดราคานั้นทางกลุ่มจะพิจารณาจากต้นทุนต่างๆ ที่เป็นตัวเงินที่ทางกลุ่มได้จ่ายออกไป ได้แก คาแรงงานซึ่งจะกำหนดตามอัตราค่าแรงที่ได้กำหนดกันไว้ใน หลังจากที่คำนวณถึงต้นทุนแล้วก็จะมีคำนึงถึงราคาที่กลุ่มควรจะได้รับหรือราคาที่กลุ่มขายได ดังนั้นในการ ศึกษาครั้งนี้จะคำนวณถึงกำไรและผลตอบแทนโดยจะคิดกำไรต่อ1 กิโลกรัม และใช้ราคาที่กลุ่มได้รับเป็นตัวคำนวณ

จากผลการศึกษาถึงต้นทุนการผลิต และผลตอบแทนข้างต้นของสมาชิกข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงแสดงให้เห็นว่า ทางกลุ่มมีการกำหนดราคาของพันธุ์ข้าวปลูกโดยกำหนดราคาตามราคาท้องตลาดทั่วไปเนื่องด้วยในปัจจุบันมีกลุ่มที่ผลิตพันธุ์ข้าวปลูกไว้เพื่อขายอย่างแพรหลาย จึงทำให้เกิดการตัดราคากันขึ้น และในผลผลิตไม่มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นจึงทำให้การกำหนดราคาที่สูงจึงทำได้ยากแต่ขณะเดียวกันทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเองก็จะเน้นการผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐานต่างจากกลุ่มอื่นเพื่อที่จะได้มีเมล็ดพันธุ์สินค้าที่มีคุณภาพสูงไว้จำหน่ายและมีความสามารถในแข่งขันที่สูงขึ้น

การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

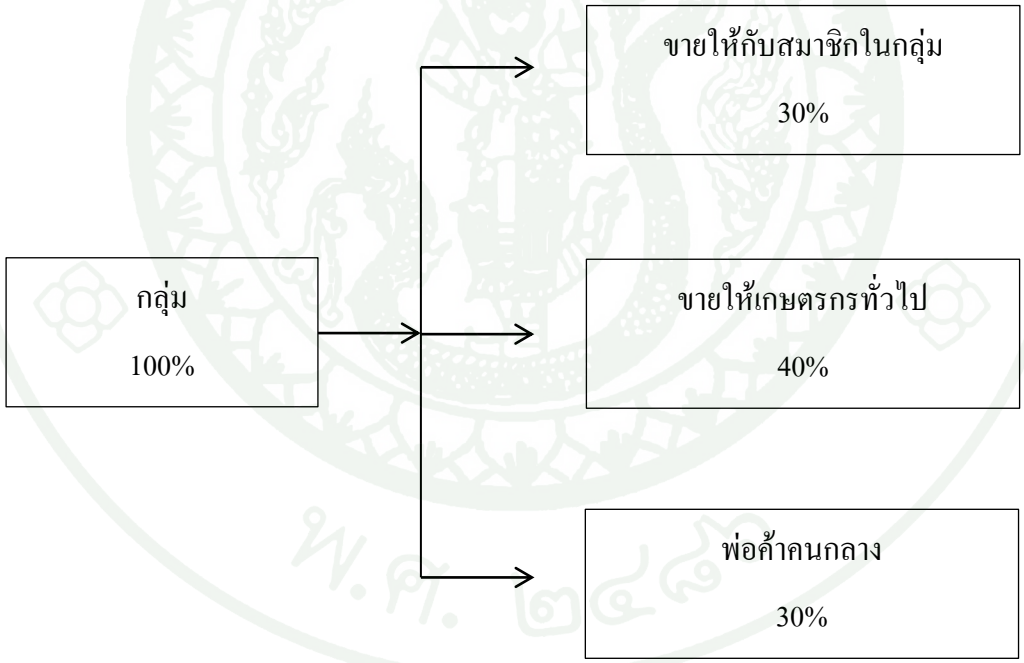
ในการศึกษาของส่วนนี้จะศึกษาถึงลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง โดยจะศึกษาถึงช่องทางการตลาด สวนเหลื่อมการตลาด ตลอดจนพฤติกรรมผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อพันธุ์ข้าวปลูกทีผลิตโดยกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเพื่อที่จะได้นำไปใช้เป็นแนวทางใน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคลองกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

ช่องทางการตลาด

ในการศึกษาช่องทางการตลาดหรือชองทางการจัดจำหน่ายกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูก ซึ่งเป็นการแสดงถึงลักษณะการกระจายผลิตภัณฑ์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากผู้ผลิตไปถึงผู้บริโภค ดังแสดงในภาพที่ 8 จากการศึกษาถึงช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงพบว่าสมาชิกกลุ่มจะทำการผลิตผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกที่ทางกลุ่มสั่งให้สมาชิกทำการผลิตให้กับกลุ่มแล้วสมาชิกจะได้รับเงินค่าพันธุ์ข้าวปลูกทันทีเมื่อนำพันธุ์ข้าวปลูกมาส่งให้กับทางกลุม โดยทางกลุ่มจะเป็นผู้ดำเนินการด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกให้กับทางกลุ่มโดยช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงสามารถกระจายได 3 ช่องทางด้วยกัน ดังแสดงไวในแผนภาพที่ 7 โดยมีรายละเอียดดังนี้ ชองทางแรกขายให้กับสมาชิกกลุ่มที่มีรายชื่อเป็นสมาชิกแต่ไม่ได้ทำการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกคิดเป็นร้อยละ 30 ชองทางที่สองเป็นการขายพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มให้กับเกษตรกรในพื้นที่โดยทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 40 ชองทางที่สามเป็นการขายสินค้าให้กับพ่อค้าคนกลางหรือเกษตรกรรายใหญ่ที่จะนำพันธุ์ข้าวปลูกไปขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 30



ภาพที่ 8 ช่องทางการตลาดพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

ที่มา: จากการสัมภาษณ์นางอัมพันธ์ ลิ้มสกุล ประธานกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปริมาณการจำหน่ายและความต้องการใช้พันธุ์ข้าวของเกษตรกร

จากการศึกษาทำให้ทราบปริมาณการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และรายรับจากการขายผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกในปีการผลิต 2554 พบว่าปริมาณการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงในปีการผลิต พ.ศ. 2554 จะเห็นได้ว่ากลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงมีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกรวมทั้งสิ้น 1,540,000.00 บาท โดยได้รับกำไรแล ะรายได้เหนือต้นทุนเงินสดเท่ากับ 1,104,334.00 บาท และ 999,952.80 บาทตามลำดับและจากการสอบถามเกษตรกรผู้ใช้พันธุ์ข้าวปลูกทำให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกพันธุ์ใดที่สามารถสร้างรายได้ให้แกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการผลิต และการตลาดของกลุ่มต่อไปดังแสดงในตารางที่ 12

จากตารางที่ 12 โดยข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์หากพิจารณาจากความต้องการของเกษตรกรผู้ทำนาข้าวแล้วนั้นสามารถจำแนกความต้องการใช้พันธุ์ข้าวเพื่อนำไปเป็นแนวทางการผลิตเพื่อสร้างรายได้ให้กับทางกลุมมากที่สุดคือจากกลุ่มเกษตรกรผู้เคยใช้พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงและกลุ่มเกษตรกรผู้ไม่เคยใช้พันธุ์ข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงจำนวนทั้งสิ้น 100 ตัวอย่าง เกษตรกรมีความต้องการใช้พันธุ์ข้าว สุพรรณ 1 จำนวน 40 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 40 ต้องการใช้พันธุ์ข้าว กข 31 จำนวน 25 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25 ต้องการใช้พันธุ์ข้าว กข 41 จำนวน 22 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 22 ต้องการใช้พันธุ์ข้าว กข 47 จำนวน 13 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13

ตารางที่ 12 แสดงความต้องการใช้พันธุ์ข้าวของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

	จำนวนที่ต้องการใช้เป็นอันดับที่ 1	**ร้อยละ**
<u>พันธุ์ข้าวที่ต้องการใช้</u>		
สุพรรณ 1	40	40
กข 31	25	25
กข 41	22	22
กข 47	13	13
รวม	100	100

ที่มา: จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ส่วนเหลื่อมการตลาด

ส่วนเหลื่อมการตลาดของผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกหมายถึง ความแตกต่างของราคาผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงได้รับกับราคาที่เกษตรกรผู้บริโภคจ่ายซึ่งส่วนเหลื่อมการตลาดนี้เป็นผลรวมของค่าใช้จ่ายในการตลาดทั้งหมดและกำไรของผู้ค้าทุกระดับดังนั้นการที่ทราบถึงส่วนเหลื่อมการตลาดทั้งหมดจึงควรต้องทราบส่วนเหลื่อมหรือส่วนแบ่งการค้าที่ผู้ค้าในแต่ละระดับได้รับเสียก่อน ในการศึกษาครั้งนี้จะเลือกช่องทางการจำหน่ายช่องทางที่สาม คือ กลุ่มเกษตรกรรายใหญ่หรือกลุ่มพ่อค้าคนกลางโดยจะศึกษาของกลุ่มเกษตรกรผู้บริโภคในพื้นที่บ้านหนองมะม่วงและพื้นที่ใกล้เคียง(ตำบลบางหลวง)โดยการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง และพ่อค้าคนกลางที่นำพันธุ์ข้าวของกลุ่มไปจำหน่ายดังแสดงไว้ในตารางที่ 13

จากภาพที่ 9 แสดงให้เห็นถึงส่วนเหลื่อมการตลาดจากการจำหน่ายพันธุ์ข้าวจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภคในพื้นที่ใกล้เคียงบ้านหนองมะม่วงจากการพิจารณาช่องทางการจำหน่ายใน ชองทางที่สาม คือ ตัวของกลุ่มเองไปขายให้กับกลุ่มพ่อค้าคนกลางนั้นพันธุ์ข้าวในราคากิโลกรัมละ 25 บาท ที่ผู้บริโภคจ่ายจะเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ทางกลุมฯไดรับ คิดเป็นร้อยละ 80 และอีกร้อยละ 20 เป็นส่วนเหลื่อมการตลาด โดยส่วนเหลื่อมการตลาด นี้แบง ออกค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 3 ซึ่งในกำไรทั้งหมดกลุ่มจะไดรับกำไรมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 51.95

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาพที่ 9 ส่วนเหลื่อมการตลาดและส่วนแบ่งการตลาดที่กลุ่มได้รับในการจำหน่ายพันธุ์ข้าวไปสู่เกษตรกรผู้บริโภคมีพื้นที่นาข้าวอยู่ใกล้เคียงบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ในปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

ที่มา: จากการสรุปในตารางที่ 13

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 13 ส่วนเหลื่อมการตลาดผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกระหว่างกลุ่มข้าวชุมชนกับเกษตรกรผู้บริโภคในพื้นที่ใกล้เคียงบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม(กรณีผ่านพ่อค้าคนกลาง) ในปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

(หน่วย: บาทต่อหน่วยการผลิต)

ผลิตภัณฑ์	กลุ่ม		ราคาที่กลุ่มได้รับ	ส่วนเหลื่อมการตลาดของพ่อค้าคนกลาง			ราคาที่พ่อค้าคนกลางได้รับ (ราคาที่เกษตรกรผู้บริโภคจ่าย)
	ต้นทุนการผลิต	กำไร		ต้นทุนการตลาด	กำไร	ส่วนเหลื่อมการตลาด	
พันธุ์ข้าว	7.0136	12.99	20	0.75	4.25	5	25
(ร้อยละ)	28.05	51.95	80	3	17	20	100
เฉลี่ย(ร้อยละ)	28.05	51.95	80	3	17	20	100
กำไร/ต้นทุน		1.85			5.67		

ที่มา: จากการคำนวณ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พฤติกรรมผู้บริโภค

ในการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของเกษตรกร เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรสาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูก เกณฑ์พิจารณาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกและระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้บริโภคตลอดจนข้อเสนอแนะของเกษตรกรผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกเพื่อที่จะได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกให้สอดคลองกับความต้องการของเกษตรกรผู้บริโภคโดยในการศึกษาครั้งนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้บริโภคจำนวน 100 ตัวอย่าง ซึ่งแบงออกเป็น 2 ประเภทคือ ประเภทที่หนึ่งเกษตรกรทั่วไปที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงจำนวน 50 ตัวอย่าง และประเภทที่สองเกษตรกรทั่วไปที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จำนวน 50 ตัวอย่าง ตามหมู่บ้านต่างๆได้แก่บ้านหนองมะม่วงและหมู่บ้านในตำบลบางหลวงที่อยู่ใกล้เคียงกับบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

ประเภทที่หนึ่ง : เกษตรกรทั่วไปที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง

ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้บริโภค

จากการเก็บรวมรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้บริโภคพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อย ละ 74 และเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 26 ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 40 – 49 ป คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาคือ ชวงอายุ 30-39 ป คิดเป็นร้อยละ 24 และช่วงอายุ 50-59 ป คิดเป็นร้อยละ 22 ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 14 และช่วงอายุ 20-29 ป คิดเป็นร้อยละ 6 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแล้วคิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือ หย่า/หม้าย/ แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 24 และโสดคิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ ส่วนในด้านระดับการศึกษานั้นโดยส่วนใหญ่จะจบการศึกษาไม่เกินมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 82 รองลงมา ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 14 และสุดท้ายอนุปริญญา/ปวส.คิดเป็นร้อยละ 4 ดัง แสดงในตารางที่ 14

รายไดของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าโดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62 รองลงมาคือ มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18 รายได้อยู่ในช่วง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14 และมีรายได้อยู่ในช่วง 15,001 – 20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 6 ดังแสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม

ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
<u>เพศ</u>		
ชาย	37	74
หญิง	13	26
รวม	50	100
<u>อายุ</u>		
ไม่เกิน 20 ปี	-	-
20-29 ปี	3	6
30-39 ปี	12	24
40-49 ปี	17	34
50-59 ปี	11	22
60 ปีขึ้นไป	7	14
รวม	50	100

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
<u>สถานภาพ</u>		
โสด	3	6
สมรส	35	70
หย่า,หม้าย,แยกกันอยู่	12	24
รวม	50	100
<u>ระดับการศึกษา</u>		
ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนต้น	41	82
มัธยมศึกษาตอนปลาย	7	14
อนุปริญญา/ปวส.	2	4
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-	-
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-
รวม	50	100
<u>ระดับรายได้ต่อเดือน</u>		
ไม่เกิน 5,000 บาท	9	18
5,001-10,000 บาท	31	62
10,001-15,000 บาท	7	14
15,001-20,000 บาท	3	6
20,001-25,000 บาท	-	-
25,001 บาทขึ้นไป	-	-
รวม	50	100

ที่มา: จากการสำรวจ

พฤติกรรมของเกษตรกรผู้บริโภคที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ในการศึกษาเพื่อต้องการทราบถึงพฤติกรรมเกษตรกรผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกโดยเป็นกลุ่มตัวอย่างของเกษตรกรผู้บริโภคที่เคยซื้อพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง

1. เกณฑ์ในการเลือกซื้อจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของเกษตรกรผู้บริโภคเพื่อศึกษาถึงสาเหตุในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกสามารถสรุปไดวาสาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มตัวอย่างของเกษตรกรผู้บริโภคในลำดับแรกคือ คุณภาพในตัวผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความอยากซื้อคิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาคือการที่เกษตรกรผู้บริโภค เล็งเห็นว่าตัวผลิตภัณฑ์มีราคาถูกคิดเป็นร้อยละ52 ส่วนลำดับที่สามคือชื่อเสียงของแหล่งผลิตคิดเป็นร้อยละ 40 ลำดับที่สี่คือรูปแบบของบรรจุภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 38 ลำดับที่ห้าคือการบริการของผู้ขายคิดเป็นร้อยละ36 ดังแสดงในตารางที่ 15

2. ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคจากการที่ศึกษาระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้บริโภคในการใช้ผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้างชุมชนบ้านหนองมะม่วงไดศึกษาถึงส่วนผสม ทางการตลาด ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ดังแสดงในตารางที่ 16 ด้านผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกพบว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์เกษตรกรผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากในเรื่องของบรรจุภัณฑ์และถุงบรรจุเนื่องจากมีตรารับรองจากกรมการข้าวเน้นให้เกษตรกรมีความมั่นใจในคุณภาพของพันธุ์ข้าวส่วนในเรื่องของความหลากหลายของพันธุ์ข้าวก็มีความพึงพอใจในระดับสูงแต่ก็น่าจะมีการผลิตสายพันธุ์ใหม่ๆเพื่อเพิ่มความหลากหลายให้มากยิ่งขึ้น

ด้านราคาของผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงตัวเกษตรกรผู้ใช้ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเพราะมีราคาค่อนข้างถูกและทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงใช้ราคาที่ชาวบ้านกลุ่มอื่นที่ผลิตพันธุ์ข้าวไว้จำหน่ายเป็นมาตรฐานราคาของท้องตลาดและทางกลุ่มก็ใช้ราคาเดียวกันนี้เป็นราคาของกลุ่มด้วยทำให้เกษตรกรผู้บริโภคมีความพึงพอใจ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงตัวเกษตรกรผู้ใช้ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจน้อยเพราะว่าการหาซื้อไม่ค่อยจะสะดวกเพราะว่าสินค้า

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ไม่มีวางจำหน่ายอย่างแพร่หลายและต้องอาศัยที่ทำการกลุ่มเป็นร้านขายส่วนที่มีพ่อค้านำไปขายต่อก็มีวางขายบางจุดเท่านั้นทำให้เกษตรกรผู้ใช้หาซื้อได้ยากและไม่ค่อยสะดวก

ด้านการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงตัวเกษตรกรผู้ใช้ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการรับประกันสินค้ามากที่สุดเพราะถือว่าให้ความมั่นใจแก่ตัวเกษตรกรผู้บริโภครองลงไปได้แก่การให้ข้อมูลของพันธุ์ข้าวและบริการการขายส่วนการประชาสัมพันธ์ทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงยังมีการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างน้อยและอันดับสุดท้ายคือเรื่องของส่วนลดเพราะสินค้ามีราคาค่อนข้างถูกอยู่แล้วแต่เกษตรกรส่วนใหญ่ยังไม่มีความเข้าใจในส่วนนี้และยังอยากจะได้ส่วนลดในการซื้อแต่ละครั้งซึ่งก็จะต้องแก้ไขโดยการพูดคุยในการซื้อขายในแต่ละครั้ง

ตารางที่ 15 เกณฑ์การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ในปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

พฤติกรรมผู้บริโภค	การจัดลำดับความสำคัญ						ร้อยละของความสำคัญในลำดับแรก
	ลำดับ 1	ลำดับ 2	ลำดับ 3	ลำดับ 4	ลำดับ 5	รวม	
เกณฑ์ในการเลือกซื้อ							
คุณภาพ	**40**	1	5	1	3	50	80
ราคา	3	**26**	4	10	7	50	52
รูปแบบของบรรจุภัณฑ์	4	15	7	**19**	5	50	38
การบริการของผู้ขาย	2	4	14	12	**18**	50	36
ชื่อเสียงของแหล่งผลิต	1	4	**20**	8	17	50	40

ที่มา: จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 16 ระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้บริโภคในการใช้ผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ในปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

ส่วนผสมทางการตลาด		ระดับความพึงพอใจ								ระดับพฤติกรรม
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	คะแนนรวม	จำนวน (ราย)	คะแนนเฉลี่ย	
ผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูก	คุณภาพ	40	9	1	0	0	239	50	4.78	พอใจมากที่สุด
	ได้รับการรับรองจากกรมการข้าว	35	11	3	1	0	230	50	4.60	พอใจมากที่สุด
	มีหลายพันธุ์ให้เลือก	25	19	3	2	1	215	50	4.30	พอใจมากที่สุด
	บรรจุภัณฑ์	16	18	10	2	4	190	50	3.80	พอใจมาก
ราคา	มีความเหมาะสม	35	9	3	2	1	225	50	4.50	พอใจมากที่สุด
	มีมาตรฐาน	24	13	7	5	1	204	50	4.08	พอใจมาก
การจัดจำหน่าย	หาซื้อได้สะดวก	16	11	15	6	2	183	50	3.66	พอใจมาก
	การจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ	8	9	13	12	8	147	50	2.94	พอใจปานกลาง
การส่งเสริมการขาย	การรับประกันคุณภาพ	10	10	11	11	8	153	50	3.06	พอใจปานกลาง
	การโฆษณา ประชาสัมพันธ์	5	6	16	12	11	132	50	2.64	พอใจปานกลาง
	การให้ส่วนลด	5	8	14	19	4	141	50	2.82	พอใจปานกลาง
	การให้ข้อมูลเกี่ยวกับพันธุ์ข้าวปลูก	29	17	3	1	0	224	50	4.48	พอใจมากที่สุด
	การบริการของผู้ขาย	27	19	4	0	0	223	50	4.46	พอใจมากที่สุด

ที่มา: จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประเภทที่สอง: เกษตรกรผู้บริโภคที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง

ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้บริโภค

จากการเก็บรวมรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้บริโภคพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อย ละ 70 และเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 30 ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 40 – 49 ป คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาคือ ชวง อายุ 50 – 59 ป คิดเป็นร้อยละ 34 และช่วงอายุ 30 - 39 ป คิดเป็นร้อยละ 16 อายุ 60 ปีขึ้นไปร้อยละ 12 และช่วงอายุ 20-29 ปีร้อยละ 2 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสแล้วคิดเป็นร้อยละ 78 รองลงมาคือ หย่า/หม้าย/ แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 14 และโสดร้อยละ 4 ตามลำดับ ส่วนในด้านระดับการศึกษานั้นโดยส่วนใหญ่จะจบการศึกษาไม่เกินมัธยมต้นคิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมา8ไม่เกินมัธยมปลาย คิดเป็นร้อยละ 26 ปวส.ร้อยละ 2 ดัง แสดงในตารางที่ 17

รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าโดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000บาทคิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาคือมีรายได้ไม่เกิน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34 รายได้อยู่ในช่วง 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20 และมีรายได้อยู่ในช่วง 15,001 – 20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 4 ดังแสดงในตารางที่ 17

พฤติกรรมของเกษตรกรผู้บริโภคที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูก

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้บริโภคถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไมซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกพบว่าในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคานั้นไม่ใช่ปัจจัยในการตัดสินใจที่ไม่ซื้อ เพราะในเรื่องของคุณภาพเมล็ดพันธุ์ได้มีการรับรองจากหน่วยงานราชการคือกรมการข้าวอีกทั้งในเรื่องของราคาก็มีความย่อมเยาอยู่แล้วแต่ปัจจัยหลักๆอยู่ที่เกษตรกรผู้บริโภคที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงนั้นติดขัดทางช่องทางการจัดจำหน่ายคือเวลาหาซื้อไม่ค่อยมีร้านค้าจำหน่ายไว้บริการทำให้ไม่สะดวกในการหาซื้อ ส่วนในด้านของการส่งเสริมการขายนั้นเนื่องจากทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงนั้นมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์น้อยมากส่วนใหญ่อาศัยการบอกกล่าวแบบปากต่อปากทำให้เกษตรกรผู้บริโภคได้รับรู้ข่าวสารน้อยทำให้ขาดโอกาสในการขาย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 17 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเกษตรกรผู้บริโภคที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
<u>เพศ</u>		
ชาย	35	70
หญิง	15	30
รวม	50	100
<u>อายุ</u>		
ไม่เกิน 20 ปี	-	-
20-29 ปี	1	2
30-39 ปี	8	16
40-49 ปี	18	36
50-59 ปี	17	34
60 ปีขึ้นไป	6	12
รวม	50	100
<u>สถานภาพ</u>		
โสด	4	8
สมรส	39	78
หย่า,หม้าย,แยกกันอยู่	7	14
รวม	50	100

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 17 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
<u>ระดับการศึกษา</u>		
ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนต้น	36	72
มัธยมศึกษาตอนปลาย	13	26
อนุปริญญา/ปวส.	1	2
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-	-
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-
รวม	50	100
<u>ระดับรายได้ต่อเดือน</u>		
ไม่เกิน 5,000 บาท	19	38
5,001-10,000 บาท	17	34
10,001-15,000 บาท	10	20
15,001-20,000 บาท	4	8
20,001-25,000 บาท	-	-
25,001 บาทขึ้นไป	-	-
รวม	50	100

ที่มา: จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค

ในการดำเนินงานขององค์กรหรือกลุ่มจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกกลุ่ม เพื่อให้ทราบถึงสภาวะการแข็งขันภายในธุรกิจนั้นๆ จึงสามารถที่จะนำข้อมูลทั้งหมดมาใช้ในการวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ของกลุ่ม ดังนั้นในการศึกษา ครั้งนี้จำเป็นจะต้องศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง เพื่อนำมาวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์และจัดทำแผนธุรกิจให้กับกลุ่มในการดำเนินงานต่อไป

จุดแข็ง (Strengths: S)

1. ถุงบรรจุพันธุ์ข้าวของกลุ่มได้รับตรารับรองจากกรมการข้าวประทับอยู่ที่ข้างถุงทำให้ผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงมีความน่าเชื่อถือ (S1)

2. เมล็ดพันธุ์ที่พร้อมขายมีความบริสุทธิ์และคุณภาพสูงเนื่องจากมีการคัดเลือกเมล็ดข้าวอย่างดีและที่สำคัญมีตัวแทนของทางหน่วยงานราชการคือกรมการข้าวส่งบุคลากรเข้ามาร่วมตรวจสอบในการคัดแยกเมล็ดพันธุ์อีกทั้งยังมีการสุ่มตรวจของเมล็ดพันธุ์อีกด้วย (S2)

3. กลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงมีการดำเนินงานที่ดีเป็นขั้นตอนเนื่องจากมีการวางแผนงานอย่างง่ายๆแต่เป็นขั้นตอนจึงมีแผนงานที่ดีดำเนินงานได้สะดวกสมาชิกมีความเข้าใจในแผนงานและปฏิบัติงานอย่างเป็นขั้นตอน (S3)

4. ประธานกลุ่มมีความเป็นผู้นำสูงถึงแม้ว่าจะเป็นผู้นำหญิงแต่มีความเด็ดขาดกล้าตัดสินใจมีความรู้ผ่านการฝึกอบรมจากภาครัฐและเอกชนมามากทำให้เป็นที่น่าไว้วางใจของสมาชิก (S4)

5. มีบริการส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อในระยะทางใกล้พื้นที่ทางกลุ่มมีการบริการส่งผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกให้แก่เกษตรกรผู้บริโภคด้วยทำให้เกิดความประทับใจ (S5)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

6. ราคาสินค้าไม่แพงเนื่องจากกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงได้ใช้ราคาเมล็ดพันธุ์ข้าวปลูกของท้องตลาดทั่วไปเป็นมาตรฐานราคาของสินค้าทำให้ผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของทางกลุ่มมีราคาที่ถูกเกษตรกรมีความพอใจ (S6)

7. พนักงานขายหน้าร้านมีบริการดีเนื่องจากได้มีการวางบุคลากรที่ใช้ในการดูแลการขายหน้าร้านที่ดีมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีจึงสร้างความประทับใจแก่เกษตรกรผู้บริโภค (S7)

8. ช่วยทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น สร้างงานสร้างอาชีพให้เกษตรเป็นการช่วยทำให้เกษตรกรมีรายได้เสริมหรือมีรายได้เพิ่มขึ้นส่งผลให้กลุ่มบุคลากรของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (S8)

จุดอ่อน (Weaknesses: W)

1. เงินทุนหมุนเวียนมีน้อยเนื่องจากทางกลุ่มเพิ่งเป็นกลุ่มที่ก่อตั้งขึ้นใหม่การระดมทุนจึงมีน้อยอีกทั้งงบประมาณช่วยเหลือจากทางหน่วยงานของราชการก็มีอย่างจำกัด (W1)

2. ไม่มีการส่งเสริมการขายเนื่องจากการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกมีราคาที่ต่ำทำให้ขาดงบประมาณมาทำเป็นงบส่งเสริมการขายอีกทั้งทางกลุ่มยังขาดความรู้และประสบการณ์ทางด้านการส่งเสริมการขายด้วย (W2)

3. บรรจุภัณฑ์ (กระสอบ) ไม่เป็นที่สะดุดตาเนื่องจากการบรรจุกระสอบของผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงใช้กระสอบที่ไม่มีสีสันสะดุดตาทำให้ตัวผลิตภัณฑ์อาจจะไม่ค่อยเป็นที่น่าต้องตาต้องใจเกษตรกรผู้บริโภคเท่าไรนัก (W3)

4. มีปัญหาเรื่องสถานที่ไม่เพียงพอ ต้องฝากผลผลิตไว้กับบ้านสมาชิกเนื่องจากการก่อตั้งกลุ่มยังเป็นกลุ่มใหม่อาคารสถานที่ที่ก่อสร้างไว้จึงมีขนาดเล็กไม่เพียงพอต่อการเก็บผลิตพันธุ์ข้าวปลูกได้มากพอ (W4)

5. ไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายเพราะว่าตัวแทนผู้จำหน่ายมีน้อยมากทำให้กลุ่มไม่สามารถขายสินค้าได้เต็มที่และฉับไวอย่างที่ต้องการ (W5)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

6. ไม่มีพันธุ์ข้าวที่ทางราชการไม่รับรองพันธุ์จำหน่ายซึ่งในบางกรณีเกษตรกรผู้ใช้อยากจะปลูกข้าวพันธุ์เบาซึ่งเป็นข้าวพันธุ์ที่ใช้เวลาในการปลูกน้อยคือใช้เวลาประมาณ 90 วันในการเพาะปลูก ซึ่งพันธุ์ข้าวเหล่านี้บางครั้งเกษตรกรต้องการปลูกเพื่อหนีภัยคุกคามของธรรมชาติแต่ทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงไม่มีการผลิตเพราะทางราชการไม่รับรองสายพันธุ์ด้วยสภาพการณ์เช่นนี้จึงอาจทำให้ทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเสียโอกาสในการเรียกลูกค้าไปบ้างไม่มากก็น้อย (W6)

โอกาส (Opportunities: O)

1. ได้รับการการสนับสนุนช่วยเหลือจากทางหน่วยงานราชการเพราะทางกิจการด้านข้าวชุมชนเป็นนโยบายของทางภาครัฐอยู่แล้วทำให้ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างสม่ำเสมอไม่ว่าจะทางเงินช่วยเหลือการลงทุน การฝึกอบรมบุคลากรเป็นต้น (O1)

2. เกษตรกรในพื้นที่ให้ความเชื่อมั่นเพราะว่ากลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงมีสถานที่ทำการตั้งอยู่กลางที่ชุมชนทำให้เกษตรกรที่ได้รับทราบลักษณะของการดำเนินงานได้รับรู้อย่างใกล้ชิดและมีความมั่นใจในผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของทางกลุ่มอย่างสูง (O2)

3. ที่ทำการตั้งอยู่กลางชุมชน สะดวกต่อการติดต่อกับเกษตรกรซึ่งเกษตรกรผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็อาศัยอยู่ในชุมชนที่กลุ่มข้าวชุมชนตั้งอยู่จึงทำให้สะดวกต่อการติดต่อกับกลุ่มเกษตรกร (O3)

4. กลุ่มได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะด้านต่างๆจากหลายๆหน่วยงานของภาครัฐเพราะว่าถือเป็นนโยบายของภาครัฐอยู่แล้วในการให้การฝึกอบรมแก่สมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนกลุ่มต่างๆทำให้สมาชิกมีความรู้และมีความชำนาญมากยิ่งขึ้น (O4)

5. เกษตรกรในพื้นที่ให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อเนื่องจากคุณภาพของเมล็ดพันธุ์ที่ผลิตโดยกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงมีคุณภาพสูงได้รับการรับรองจากกรมการข้าวจึงทำให้เกษตรกรผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความเชื่อมั่นและกล้าที่จะช่วยประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อๆกันไปในหมู่เพื่อนฝูงและญาติมิตร (O5)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

6. สมาชิกบางรายมีความพร้อมที่จะยกที่ดินให้กับทางกลุ่มอย่างเช่นตัวของประธานกลุ่มเองที่มีปณิธานอันแรงกล้าและได้กล่าวในข้อมูลจากการสัมภาษณ์ว่าพร้อมจะยกที่ดินบางส่วนให้กับทางกลุ่มทันทีที่มีทุนมาทำโรงเก็บสินค้าใหม่ (O6)

อุปสรรค (Threats: T)

1. เกษตรกรบางส่วนหันไปใช้ข้าวพันธุ์อื่นที่กลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงไม่ได้ผลิตเนื่องจากในบางฤดูการผลิตเกษตรกรผู้บริโภคต้องการใช้พันธุ์ข้าวในสายพันธุ์ที่มีอายุเก็บเกี่ยวสั้นแต่ทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงไม่มีการผลิตเพราะว่าข้าวสายพันธุ์อายุสั้นไม่ได้การรับรองสายพันธุ์จากกรมการข้าว (T1)

2. มีการแข่งขันกับผู้ค้ารายอื่นสูงเนื่องจากบางกรณีก็จะมีเกษตรกรในท้องถิ่นบางรายที่ปลูกข้าวไว้ทำพันธุ์ข้าวขายโดยเฉพาะจึงทำให้เกิดการแข่งขันกันบ้างและในขณะเดียวกันก็มีบริษัทใหญ่บางรายเข้ามาทำธุรกิจพันธุ์ข้าวขายด้วยซึ่งบริษัทเหล่านี้เข้าถึงตัวเกษตรกรผู้บริโภคได้มากกว่าเพราะมีพนักงานขายและมีกำลังทรัพย์ในการทำการส่งเสริมการขายอีกด้วย (T2)

3. แรงงานมีค่าจ้างสูงซึ่งค่าจ้างแรงงานรายวันในพื้นที่มีอัตราค่าจ้างที่สูงทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณของทางกลุ่มไปพอสมควร (T3)

4. อุปกรณ์และค่าปุ๋ยค่าสารเคมีกำจัดศัตรูพืชมีราคาสูงในการทำการเกษตรไม่ว่าประเภทใดในปัจจุบันไม่สามารถหลีกเลี่ยงในการใช้สารเคมีปุ๋ยและอุปกรณ์ทางการเกษตรได้ไม่มากก็น้อยแต่สิ่งของประเภทนี้ในการซื้อหามักจะมีราคาที่สูง (T4)

5. ปริมาณการผลิตพันธุ์ข้าวในแต่ละครั้งได้จำนวนไม่แน่นอนซึ่งก็แล้วแต่การดูแลรักษาแปลงปลูกของเกษตรกรในแต่ละรายถ้าเอาใจใส่ดีก็จะได้ผลผลิตสูงแต่ถ้าการดูแลแปลงปลูกมีการติดขัดบางประการปริมาณผลผลิตก็จะลดน้อยลงตามลำดับส่วน (T5)

6. ปัญหาความไม่แน่นอนของสภาพดินฟ้าอากาศซึ่งเป็นปัญหาที่อยู่คู่กับเกษตรกรมาช้านานในเรื่องของฝนฟ้าบางทีก็ไม่ตกต้องตามฤดูกาลเกษตรกรต้องทำการสูบน้ำทำให้สิ้นเปลืองเงินค่าน้ำมันอีกบางครั้งเกษตรกรก็ประสบกับปัญหาน้ำท่วมขังทำให้ผลผลิตเสียหายไปเลยก็มี (T6)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงพบว่ากลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงควรมีการวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานและการแข่งขัน โดยใช้ SWOT Matrix ดังแสดงในตารางที่ 18

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 18 ตาราง SWOT Matrix

	จุดแข็ง(Strengths: S)	**จุดอ่อน (Weaknesses: W)**
	S1…	W1…
	S2…	W2…
	S3…	W3…
	S4…	W4…
	S5…	W5…
	S6…	W6…
	S7…	
	S8…	
โอกาส (Opportunities)	<u>กลยุทธ์เพิ่มศักยภาพทางการตลาด</u>	<u>กลยุทธ์เสริมสร้างและพัฒนา</u>
O1…		
O2…	ตารางที่ 33	ตารางที่ 35
O3…	1. (S1,2,6-O2)	1. (W1,3-O1,4)
O4…	2. (S3,4,8-O3,5)	2. (W2,5-O2,3,5)
O5…		
O6…		
อุปสรรค (Threats)	<u>กลยุทธ์การสร้างแนวทางป้องกัน</u>	<u>กลยุทธ์การแก้วิกฤต</u>
T1…		
T2…	ตารางที่ 34	ตารางที่ 36
T3…	1. (S4,5,6,7-T1,2)	1. (W2,3,5-T2)
T4…	2. (S3,4-T5,6)	2. (W1-T6)
T5…		
T6…		

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 19 กลยุทธ์จุดแข็งและโอกาส

	<u>จุดแข็ง</u> (S1)ถุงบรรจุพันธุ์ข้าวของกลุ่มได้รับตรารับรองจากกรมการข้าว (S2)เมล็ดพันธุ์ที่พร้อมขายมีความบริสุทธิ์และคุณภาพสูง (S3)กลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงมีการดำเนินงานที่ดีเป็นขั้นตอน (S4)ประธานกลุ่มมีความเป็นผู้นำสูง (S5)มีบริการส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อ (S6)ราคาสินค้าไม่แพง (S8)ช่วยทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น สร้างงานสร้างอาชีพให้เกษตรกร
<u>โอกาส</u> (O2)เกษตรกรในพื้นที่ให้ความเชื่อมั่น (O3)ที่ทำการตั้งอยู่กลางชุมชน สะดวกต่อการติดต่อกับเกษตรกร (O5)เกษตรกรในพื้นที่ให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ	<u>กลยุทธ์จุดแข็งและโอกาส</u> S1,2,6-O2 วางแผนการตลาดบูรณาการขยายฐานลูกค้าโดยอาศัยฐานตลาดจากกลุ่มเกษตรกรผู้บริโภคในพื้นที่เป็นผู้ขยายและเป็นผู้ประชาสัมพันธ์บอกต่อๆกันไป ของเมล็ดพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถืออีกทั้งยังมีตรารับรองจากกรมวิชาการอีกด้วย S3,4,8-O3,5 วางแผนการตลาดโดยอย่างมีระบบเนื่องจากทางกลุ่มมีการวางแผนงานที่ดีมีหัวหน้ากลุ่มที่มีภาวะผู้นำสูงจึงน่าจะเป็นจุดเริ่ม ในการนำสิ่งที่มีเหล่านี้มาช่วยกระตุ้นกลุ่มในการร่วมกันวางแผนงาน กระจายช่องทางการขายโดยอาศัยการที่กลุ่มมีที่ตั้งอยู่ท่ามกลางชุมชน และเกษตรกรในพื้นที่เองก็ให้ความร่วมมือในเรื่องการประชาสัมพันธ์ อยู่แล้ว

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 20 กลยุทธ์จุดแข็งและอุปสรรค

	<u>จุดแข็ง</u> (S3)กลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงมีการดำเนินงานที่ดีเป็นขั้นตอน (S4)ประธานกลุ่มมีความเป็นผู้นำสูง (S5)มีบริการส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อ (S6)ราคาสินค้าไม่แพง (S7)พนักงานขายหน้าร้านมีบริการดี
<u>อุปสรรค</u> (T1)เกษตรกรบางส่วนหันไปใช้ข้าวพันธุ์อื่นที่กลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงไม่ได้ผลิต (T2)มีการแข่งขันกับผู้ค้ารายอื่นสูง (T5)ปริมาณการผลิตพันธุ์ข้าวในแต่ละครั้งได้จำนวน ไม่แน่นอน (T6)ปัญหาความไม่แน่นอนของสภาพดินฟ้าอากาศ	<u>กลยุทธ์จุดแข็งและอุปสรรค</u> S4,5,6,7-T1,2 จัดทำแผนการฝึกอบรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและเกษตรกรเพื่อป้องกันคู่แข่งทางการตลาดเนื่องจากสมาชิกมีความเชื่อมั่นในตัวผู้นำฉะนั้นผู้นำควรจะกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิก จัดการฝึกอบรมด้านการบริการและให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้บริโภคในด้านต่างๆเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่เกษตรกร S3,4-T5,6 แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกันเพื่อพัฒนาทักษะ บุคลากรให้เป็นผู้เชี่ยวชาญในการผลิตซึ่งการฝึกอบรมและแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างองค์กรที่คล้ายคลึงกันจะช่วย พัฒนาเทคนิคการผลิตใหม่ๆให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรด้วย

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 21 กลยุทธ์จุดอ่อนและโอกาส

	จุดอ่อน (W1) เงินทุนหมุนเวียนมีน้อย (W2)ไม่มีการส่งเสริมการขาย (W3) บรรจุภัณฑ์ (กระสอบ) ไม่เป็นที่สะดุดตา (W5) ไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย
โอกาส (O1) ได้รับการการสนับสนุนช่วยเหลือจากทางหน่วยงานราชการ (O2)เกษตรกรในพื้นที่ให้ความเชื่อมั่น (O3)ที่ทำการตั้งอยู่กลางชุมชน สะดวกต่อการติดต่อกับเกษตรกร (O4) กลุ่มได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะด้านต่างๆจากหลายๆหน่วยงานของภาครัฐ (O5)เกษตรกรในพื้นที่ให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ	กลยุทธ์จุดอ่อนและโอกาส W1,3-O1,4 วางแผนนำเสนอต่อหน่วยงานราชการหาทางแก้ไขทั้งในเรื่องของทุนหมุนเวียนขององค์กรในด้านต่างๆเช่นแหล่งเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เป็นต้น ทางด้านการบรรจุภัณฑ์ควรจะให้ผู้ที่มีความชำนาญในหน่วยงานราชการเป็นผู้ออกแบบให้ใหม่เพื่อให้มีความโดดเด่นมากยิ่ง W2,5-O2,3,5 ผลักดันให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเกษตรกรเนื่องจากพื้นที่ของกลุ่มตั้งอยู่กลางชุมชนสะดวกต่อการติดต่อและในส่วนของเกษตรกรผู้บริโภค ก็มีความเชื่อมั่นในตัวพันธุ์ข้าวของกลุ่มอยู่แล้วฉะนั้นทางกลุ่มจึงควรจัดประชุมตัวแทนกลุ่มเกษตรกรผู้บริโภคและจัดตั้งตัวแทนให้เป็นกระบอกเสียงให้กับทางกลุ่ม

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 22 กลยุทธ์จุดอ่อนและอุปสรรค

	จุดอ่อน
	(W1) เงินทุนหมุนเวียนมีน้อย (W2)ไม่มีการส่งเสริมการขาย (W3) บรรจุภัณฑ์ (กระสอบ) ไม่เป็นที่สะดุดตา (W5) ไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย
อุปสรรค (T2)มีการแข่งขันกับผู้ค้ารายอื่นสูง (T6)ปัญหาความไม่แน่นอนของสภาพดินฟ้าอากาศ	กลยุทธ์จุดอ่อนและอุปสรรค W2,3,5-T2 จัดหาวิทยากรแหล่งฝึกอบรมเรืองการส่งเสริมการขายอย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากทางกลุ่มไม่มีการส่งเสริมการขายและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเองก็มีน้อยอีกทั้งบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเองก็ไม่เป็นที่สะดุดตาประกอบกับสถานการณ์การแข่งขันค่อนข้างสูงทางกลุ่มควรเร่งทำการฝึกอบรมให้แก่สมาชิกเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องให้หมดไป W1-T6 เร่งหาการสนับสนุนจากภาครัฐแก้ไขปัญหาขาดแคลนน้ำและพัฒนาการขนส่งเพื่อลดต้นทุนการผลิตโดยให้หัวหน้าเป็นตัวแทนในการเจรจาปรึกษากับหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

ที่มา: จากการวิเคราะห์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กลยุทธ์การดำเนินงานของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง

กลยุทธ์ทางด้านการตลาด

1. วางแผนการตลาดบูรณาการขยายฐานลูกค้าโดยอาศัยฐานตลาดจากกลุ่มเกษตรกรผู้บริโภคในพื้นที่เป็นตัวขยายและเป็นตัวประชาสัมพันธ์บอกต่อๆกันไปเพราะในด้านของราคาและคุณภาพของเมล็ดพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถืออีกทั้งยังมีตรารับรองจากกรมวิชาการอีกด้วย (S1,2,6-O2)

2. วางแผนการตลาดโดยอย่างมีระบบเนื่องจากทางกลุ่มมีการวางแผนงานที่ดีมีหัวหน้ากลุ่มที่มีภาวะผู้นำสูงจึงน่าจะเป็นจุดเริ่มในการนำสิ่งที่มีเหล่านี้มาช่วยกระตุ้นกลุ่มในการร่วมกันวางแผนงานกระจายช่องทางการขายโดยอาศัยการที่กลุ่มมีที่ตั้งอยู่ท่ามกลางชุมชนและเกษตรกรในพื้นที่เองก็ให้ความร่วมมือในเรื่องการประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว (S3,4,8-O3,5)

3. ผลักดันให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเกษตรกรเนื่องจากพื้นที่ของกลุ่มตั้งอยู่กลางชุมชนสะดวกต่อการติดต่อและในส่วนของเกษตรกรผู้บริโภคก็มีความเชื่อมั่นในตัวพันธุ์ข้าวของกลุ่มอยู่แล้วฉะนั้นทางกลุ่มจึงควรจัดประชุมตัวแทนกลุ่มเกษตรกรผู้บริโภคและจัดตั้งตัวทนให้เป็นกระบอกเสียงให้กับทางกลุ่ม (W2,5-O2,3,5)

กลยุทธ์ด้านการพัฒนาองค์กร

1. จัดทำแผนการฝึกอบรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและเกษตรกรเพื่อป้องกันคู่แข่งทางการตลาดเนื่องจากสมาชิกมีความเชื่อมั่นในตัวผู้นำฉะนั้นผู้นำควรจะกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกจัดการฝึกอบรมด้านการบริการและให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้บริโภคในด้านต่างๆเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่เกษตรกร (S4,5,6,7-T1,2)

2. แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกันเพื่อพัฒนาทักษะบุคลากรให้เป็นผู้เชี่ยวชาญในการผลิตซึ่งการฝึกอบรมและแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างองค์กรที่คล้ายคลึงกันจะช่วยพัฒนาเทคนิคการผลิตใหม่ๆให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรด้วย (S3,4-T5,6)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. จัดหาวิทยากรแหล่งฝึกอบรมเรื่องการส่งเสริมการขายอย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากทางกลุ่มไม่มีการส่งเสริมการขายและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเองก็มีน้อยอีกทั้งบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเองก็ไม่เป็นที่สะดุดตาประกอบกับสถานการณ์การแข่งขันค่อนข้างสูงทางกลุ่มควรเร่งทำการฝึกอบรมให้แก่สมาชิกเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องให้หมดไป (W2,3,5-T2)

กลยุทธ์การจัดการแก้ไขปัญหาองค์กร

1. วางแผนนำเสนอต่อหน่วยงานราชการหาทางแก้ไขทั้งในเรื่องของทุนหมุนเวียนขององค์กรในด้านต่างๆเช่นแหล่งเงินกู้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เป็นต้นทางด้านการบรรจุภัณฑ์ควรจะให้ผู้ที่มีความชำนาญในหน่วยงานราชการเป็นผู้ออกแบบให้ใหม่เพื่อให้มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น (W1,3-O1,4)

2. เร่งหาการสนับสนุนจากภาครัฐแก้ไขปัญหาขาดแคลนน้ำและพัฒนาการขนส่งเพื่อลดต้นทุนการผลิตโดยให้หัวหน้าเป็นตัวแทนในการเจรจาปรึกษากับหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง (W1-T6)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 5

แผนธุรกิจ

บทสรุปผู้บริหาร

กลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเป็นกลุ่มที่ผลิตผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกโดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักส่งเสริมการผลิตข้าว กรมการข้าวในการพัฒนากลุ่มอาชีพขึ้นมาจนถึงปัจจุบันเพื่อยกระดับรายได้ให้กับเกษตรกรได้มีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากประกอบอาชีพเกษตรกรรมโดยทากลุ่มได้มีผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกที่มีคุณภาพสูงออกสู่ตลาดที่อย่างมากมายเป็นที่ชื่นชอบและต้องการของเกษตรกรผู้บริโภคในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง โดยเฉพาะทางกลุ่มได้มีการเอาใจใส่ทุกขั้นตอนการผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งเมล็ดพันธุ์ที่มีความบริสุทธิ์สูงไร้สิ่งเจือปนไม่ว่าจะเป็นเมล็ดพันธุ์ข้าวแปลกปลอมและเมล็ดวัชพืชทำให้พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเป็นที่ต้องการของเกษตรกรผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ และด้วยระบบการทำงานของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงที่จะมีการมอบหมายงานกันในแต่ละหน้าที่และเป็นขั้นตอนกันอย่างชัดเจน มีการแบ่งงานกันทำตามความเหมาะสมและความถนัดของสมาชิกแต่ละคน ทั้งฝ่ายการผลิต การตลาด และบัญชี ซึ่งจุดนี้เองจะทำให้สามารถตรวจสอบได้ว่าผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกจะเสียตรงจุดไหนเพื่อที่จะนำไปปรับปรุงระบบคุณภาพให้ดีขึ้น

ในปัจจุบันการผลิตข้าวเพื่อการส่งออกยังถือว่าเป็นผลผลิตทางการเกษตรอันดับต้นๆของประเทศไทย สร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมากมายมหาศาลฉะนั้นเกษตรกรผู้ทำนาข้าวจึงมีความเอาใจใส่ดูแลแปลงปลูกของตัวเองอย่างดีแต่ถึงอย่างไรก็ตามการทำนาข้าวของเกษตรกรในปัจจุบันนี้ก็ประสบปัญหามากมายทั้งปัญหาสภาพดินฟ้าอากาศ ปัญหาศัตรูพืชในรูปแบบต่างๆ เช่น โรค แมลง และวัชพืช และล่าสุดเกิดปัญหาข้าววัชพืชระบาดซึ่งมีสาเหตุมาจากหลากหลายประการสาเหตุหนึ่งเกิดมาจากเมล็ดของข้าววัชพืชเกิดปะปนมากับพันธุ์ข้าวปลูก ดังนั้นเกษตรกรผู้ทำนาจึงเริ่มให้ความสำคัญกับพันธุ์ข้าวปลูกและต้องการพันธุ์ที่บริสุทธิ์ไร้สิ่งปลอมปนมาใช้ในแปลงปลูกของเกษตรกรเอง ทางภาครัฐโดยกรมการข้าวจึงเล็งเห็นความสำคัญจึงได้มีการส่งเสริมการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นกลุ่มข้าวชุมชนขึ้นเพื่อให้เกษตรกรในท้องถิ่นได้ผลิตพันธุ์ข้าวปลูกไว้ใช้เอง ซึ่งกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงก็เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ได้จัดตั้งขึ้นเพื่อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกไว้ใช้กันเองภายในชุมชนและหลังจากการดำเนินการก็เริ่มได้รับความนิยมเพราะได้ผลิตพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพดี

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ในการตลาดปัจจุบันการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกในท้องตลาดมีความแข่งขันกันค่อนข้างสูง นอกจากจะมีกลุ่มข้าวชุมชนกลุ่มต่างๆที่ผลิตพันธุ์ข้าวออกมาแข่งกันแล้ว เกษตรกรรายย่อยบางรายก็สามารถผลิตพันธุ์ข้าวปลูกไว้เพื่อขายโดยเฉพาะเหมือนกันการผลิตของเกษตรกรรายย่อยเหล่านี้ถือเป็นตลาดล่างเพราะตั้งราคาพันธุ์ข้าวปลูกไว้ในราคาต่ำและอีกคู่แข่งนั้นก็คือบริษัทเมล็ดพันธุ์รายต่างๆที่เล็งเห็นผลประโยชน์จากการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกขายแต่การขายพันธุ์ข้าวปลูกของบริษัทเหล่านี้มีการตั้งราคาค่อนข้างสูงเพราะการดำเนินงานของบริษัทมีค่าใช้จ่ายสูงแต่บริษัทเหล่านี้ก็มีสิ่งที่จูงใจเกษตรกรผู้บริโภคมาทดแทนจุดด้อยในเรื่องของราคาเช่น การส่งเสริมการขาย การมีนักวิชาการคอยให้คำปรึกษาแนะนำเกษตรกรเป็นต้น โดยกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงนั้นจะต้องเน้นในส่วนของการตลาด จะมองถึงตลาดในแต่ละระดับเพื่อที่จะสามารถผลิตพันธุ์ข้าวปลูกตรงกับความต้องการของตลาดนั้นๆ ไดอย่างแท้จริง โดยไดทำการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของทางกลุ่มเพื่อที่จะนำมาใช้ในการวางแผนธุรกิจในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกเนื่องจากการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกนั้นต้องใช้เงินในการลงทุนที่ค่อนข้างสูง และต้องมีการวางแผนในการวัตถุดิบให้ไดประโยชน์สูงสุด จึงต้องมีแผนงานที่แน่นอนในการปฏิบัติงาน ซึ่งในแผนธุรกิจจะประกอบไปด้วยการสรุปภาพรวมของการบริหารจัดการสำหรับกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง แผนการผลิต จัดทำแผนการผลิตเพื่อที่จะให้ไดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาด การวิเคราะห์ ตลาดเพื่อที่จะกำหนดเป้าหมายของผู้บริโภคและศึกษาปัจจัยที่จะเอื้อประโยชน์ให้กลุ่มสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆได รวมถึงการวางแผนการตลาดโดยที่กลุ่มสามารถเลือกใช้กลยุทธ์ตลาด กลยุทธ์การพัฒนาองค์กร กลยุทธ์แก้ไขปัญหาองค์กร และช่องทางการตลาด เพื่อที่จะสามารถขยายตลาด เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ในการวางแผนการเงินของกลุ่มข้าวชุมชนในแต่ละปีต้องใช้เงินลงทุนสูงทั้งในด้านการจัดการสินค้าคงคลัง จึงต้องมีเงินทุนหมุนเวียน อยู่ตลอดเพื่อใช้ในการดำเนินงาน อีกทั้งทางกลุ่มยังต้องการเงินลงทุนในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงต้องมีการวางแผนทางด้านการเงินที่ดี ซึ่งแผนเหล่านี้จะสามารถทำให้ผู้ที่ลงทุนผลิตพันธุ์ข้าวปลูกมีแผนการปฏิบัติงานที่ดี เพื่อที่จะสามารถพัฒนากลุ่มให้มีความเข้มแข็งและประสบผลสำเร็จได้ด้วยดี

แผนการผลิต

การผลิตผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกขอกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงนั้นทางกลุ่มต้องมีความรู้เกี่ยวกับพันธุ์ข้าวเพื่อที่จะไดมีข้อมูลไว้ใช้ในการผลิตไดอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด อีกทั้งทางกลุ่มต้องมีความพร้อมในด้านวัตถุดิบเช่นพันธุ์ข้าวที่จะใช้ปลูก เครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ อาคาร และแรงงานด้วย เพื่อสามารถสนองตอบต่อความต้องการใน ด้านกระบวนการในการปฏิบัติงานให้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เป็นไปอย่างต่อเนื่อง โดยทางกลุ่มต้องมีแผนการจัดการที่ดีที่ เหมาะสมในการผลิตในแต่ละฤดูปลูก ซึ่งทางกลุ่มจะทำการวางแผนการผลิตให้ทันต่อความการของเกษตรกรผู้บริโภค ซึ่งจะมีรายละเอียดในการจัดการกระบวนการผลิตดังนี้

กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ

โดยในแผนการจัดหาวัตถุดิบทางกลุ่มจะจัดทำบัญชีเพื่อควบคุมดูแลค่าใช้จ่ายต่างๆ รวมทั้งการบันทึกข้อมูลในการใช้วัตถุดิบ ซึ่งในการจัดหาวัตถุดิบของกลุ่มมีรายละเอียดดังนี้

1. วัตถุดิบประเภทพันธุ์ข้าว ในระยะเริ่มแรกนั้นทางกลุ่มจะได้รับแจกพันธุ์ข้าวมาจากกรมการข้าวเพื่อนำมาปลูกในแปลงของทางกลุ่ม หลังจากการปลูกดำเนินไปได้ 1 ฤดูปลูกแล้วทางกลุ่มก็จะได้ทำการคัดแยกเมล็ดพันธุ์ที่ดีเก็บไว้ขายและส่วนหนึ่งก็เก็บไว้ใช้เป็นเมล็ดพันธุ์ของทางกลุ่มใช้ต่อไป ซึ่งพันธุ์ข้าวที่ผ่านการคัดแยกของกลุ่มนั้นจะถูกกำหนดโดยหน่วยงานของภาครัฐด้วยวิธีการสุ่มตรวจสอบให้ได้มาตรฐานคือ พันธุ์ข้าวที่คัดแยกได้ต้องมีพันธุ์อื่นปนได้ไม่เกินร้อยละ 0.5 สิ่งเจือปนได้ไม่เกินร้อยละ 2 ความชื้นไม่เกินร้อยละ 14 ความงอกไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 โดยทางกลุ่มจะจัดเก็บเมล็ดพันข้าวปลูกไว้ตามปริมาณการผลิตที่คาดการไว้

2. จัดหาอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการแช่เมล็ดพันธุ์ข้าวปลูก เช่น ขันน้ำ ถัง 200 ลิตร ถังน้ำ น้ำยาเร่งราก โดยทางกลุ่มจะจัดซื้อเครื่องมืออุปกรณ์เหล่านี้มาเตรียมไว้ใช้ในกระบวนการผลิต เพราะในการปลูกข้าวแต่ละครั้งนั้นก่อนทำการหว่านเมล็ดจำเป็นต้องแช่ให้งอกก่อนนั่นเอง

3. เครื่องมือและอุปกรณ์ในการปลูก เช่น จอบ เสียม ถังหว่าน เครื่องหว่านปุ๋ย เครื่องพ่นยา เครื่องสูบน้ำอุปกรณ์เหล่านี้ทางกลุ่มจะให้สมาชิกเตรียมไว้ใช้ในกระบวนการผลิต ส่วนอุปกรณ์การเกษตรที่มีขนาดใหญ่เช่น รถไถ หรือรถเกี่ยว ทางกลุ่มได้ทำการว่าจ้างให้มาทำให้ซึ่งในบางกรณีก็จะว่าจ้างในกลุ่มสมาชิกที่มีอุปกรณ์เหล่านี้อยู่แล้ว

4. เครื่องมือในการผลิตและบรรจุเช่น เครื่องคัดเมล็ด ถุง จักรเย็บปากถุง อุปกรณ์เหล่านี้ทางกลุ่มก็ได้จัดหาซื้อมาเตรียมไว้พร้อมสำหรับการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกไว้เพื่อจำหน่าย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

5. แรงงาน ซึ่งก็นับว่าเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการผลิตและปฏิบัติงานให้สำเร็จโดยในส่วนของแรงงานนั้นสมาชิกกลุ่มของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงจะเป็นแรงงานหลักในกระบวนการผลิตซึ่งแรงงานเหล่านี้สามารถปฏิบัติงานได้ทันที และในแรงงานบางส่วนก็ใช้วิธีการจัดจ้างในอัตราค่าจ้างแรงงานทั่วไปซึ่งก็จะใช้แรงงานในพื้นที่เป็นหลัก

6. โรงเก็บและลานตาก ทางกลุ่มได้มีการเตรียมโดยการสร้างโรงเก็บและลานตากขนาดเล็กไว้เพื่อผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของทางกลุ่ม และถ้ามีการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกมีจำนวนมากทำให้ไม่มีพื้นที่ในการเก็บสินค้านั้นทางกลุ่มก็แก้ไขปัญหาด้วยการนำพันธุ์ข้าวปลูกที่ผลิตได้เหล่านั้นไปฝากไว้กับบ้านสมาชิกของทางกลุ่ม

กำลังการผลิต

ทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงสามารถผลิตพันธุ์ข้าวปลูกได้ปีละ 2 ฤดูปลูก ซึ่งทางกลุ่มมีสมาชิกในการผลิตทั้งสิ้นจำนวน 27 คน และสามารถที่จะจัดจ้างแรงงานเพิ่มเติมในกรณีที่มีการสั่งซื้อข้าวปลูกล่วงหน้าในปริมาณสูง

การผลิตสินค้า

ทางกลุ่มได้มีการจัดการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกโดยจะแบ่งหน้าที่เป็นส่วนต่างๆ ในการทำงานในกลุ่ม เช่นการคัดแยก การจัดโรงเก็บ การบรรจุ ส่วนการปลูกนั้น ส่วนใหญ่ทางกลุ่มจะแบ่งให้สมาชิกทำในแปลงของแต่ละคนเลย ส่วนชั่วโมงในการทำงานโดยเฉลี่ยสมาชิกจะมีชั่วโมงทำงานวันละ 8 ชั่วโมง ในกรณีที่มีความต้องการสินค้าเพิ่มมากขึ้นหรือมีการสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้าเพิ่มมากขึ้นทางกลุ่มก็จะใช้วิธีในการจ้างแรงงานในการผลิตเพิ่มมากขึ้น

การจัดการผลิตและการจัดการสินค้าคงคลัง

ทางกลุ่มได้ใช้หลักในการวางแผนการผลิตโดยจะดูจากผลของยอดการผลิตและยอดการขายจากฤดูที่แล้ว รวมทั้งกระแสความนิยมในการบริโภคว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ต้องการใช้พันธุ์ข้าวสายพันธุ์ใดกระแสเศรษฐกิจและนโยบายของรัฐมาเป็นเกณฑ์ในการวางแผนการผลิตในฤดูการผลิตถัดมาในการจัดซื้อวัตถุดิบต่างๆอีกทั้งถ้ามีการสั่งซื้อนอกเหนือจากนี้ ทางกลุ่มก็จะซื้อวัตถุดิบ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

และทำการผลิตเพิ่มขึ้น โดยทางกลุ่มจะต้องจัดการกับ สินค้าที่มีอยู่ในสต็อกโดยสมาชิกกลุ่มจะต้องวิ่งหาเกษตรกรรายใหม่ๆเพื่อจัดการปล่อยสินค้าให้ได้มากที่สุดเพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิตจะไม่เป็นต้นทุนจมและเงินที่ได่มาต้องมาใช้ในการบริหารงานกลุ่มต่อไปเพื่อให้การดำเนินงานของกลุ่มอยู่รอด

การวิเคราะห์การตลาด

ในปัจจุบันเกิดกลุ่มที่ทำการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกไว้เพื่อจำหน่ายเป็นจำนวนมาก อันเนื่องมาจากการสนับสนุนจากหน่วยของรัฐเช่นการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนกลุ่มต่างๆ จึงและส่วนหนึ่งก็เป็นเกษตรกรรายย่อยบางรายที่ผลิตพันธุ์ข้าวปลูกไว้ขายเองจึงทำให้เกิดกลุ่มเกษตรกร แต่ในหลายๆกลุ่มหรือบางรายที่ทำการผลิตก็ไม่มีการศึกษาตลาด ไม่มีการบริหารการจัดการที่ดี ทำการผลิตอย่างเดียวไม่เคยมองถึงความต้องการของผู้ซื้อ หรือบางรายก็ไม่มีความตั้งใจจริงในการผลิต จึงทำให้กลุ่มเหล่านี้บางกลุ่มได้ปิดตัวลงไปหลายราย ดังนั้นทางข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงนั้นจึงมีการจัดระบบการทำงานด้วยตนเองตั้งแต่กระบวนการจัดหาวัตถุดิบใช้วัตถุดิบการผลิต และการตลาด โดยมองถึงตลาดบนและตลาดล่างแตกต่างกันอย่างไร เพื่อไดเข้าใจถึงตลาดอย่างแท้จริงและทำให้กลุ่มดำเนินงานได้อย่างมั่นคงและมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง

1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยทากลุ่มจะเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง โดยจะคำนึงถึงความพึงพอใจของเกษตรกรผู้บริโภคเป็นสำคัญซึ่งทางกลุ่มจะใช้ความละเอียดในการผลิตจนผ่านเกณฑ์มาตรฐานทำให้ช่วยสร้างความโดดเด่นในตัวผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกที่จะสามารถดึงดูดให้เกษตรกรผู้บริโภคเลือกซื้อใช้รวมทั้งการทำบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นและได้ตรารับรองคุณภาพเมล็ดพันธุ์จากกรมการข้าวซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับต้องการของตลาดมากขึ้น

2. ราคาทางกลุ่มไดเสนอราคาผลิตภัณฑ์ในราคาถูกโดยทางกลุ่มจะกำหนดราคาตามกำลังการซื้อของตลาดนั่นก็คือเกษตรกรผู้บริโภคทั่วไปซึ่งส่วนใหญ่ต้องการของดีราคาถูกนอกจากเกษตรกรผู้บริโภคจะพิจารณาจากคุณภาพและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เป็นหลักแล้วในเรื่องของราคาก็เป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อด้วย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. การบริการและความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า ทางกลุ่มจะเน้นบริการที่ดีให้กับลูกค้า มีมารยาท สุภาพเรียบร้อย อัธยาศัยดี ซึ่งจะสร้างความสัมพันธ์ไมตรีที่ดีระหว่างลูกค้า ซึ่งทางกลุ่มจะซื้อใจลูกค้าเป็นส่วนใหญ่โดยจะบอกถึงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ความต้องการใช้พันธุ์ข้าวในฤดูนั้นๆ อีกทั้งจะเน้นผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวที่ดีและมีคุณภาพเสนอให้กับลูกค้ามากกว่าที่จะให้ลูกค้าซื้อพันธุ์ข้าวปลูกบางสายพันธุ์ที่ไม่เป็นที่ต้องการของตลาดในฤดูนั้นๆไป

ความเสี่ยงในธุรกิจ

1. มีการแข่งขันสูงจากกลุ่มข้าวชุมชนกลุ่มอื่นๆ ที่มีการเปิดดำเนินกิจการก่อนที่ทางกลุ่มจะทำการผลิตและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก จึงอาจเป็นสาเหตุให้ เกิดการตัดราคากันขึ้นระหว่างผู้ค้าด้วยกันเอง

2. มีความเสี่ยงจากสภาพดินฟ้าอากาศทำให้กำหนดผลผลิตได้ไม่แน่นอน บางครั้งการผลิตก็ต้องอาศัยน้ำในการผลิตที่เพียงพอ

3. กระแสจากการเห่อสินค้าจากบริษัทชั้นนำ เพราะมีการแข่งขันของหลายๆบริษัทอาจทำให้ยอดขายของทางกลุ่มลดลง

แผนการตลาด

จุดประสงค์ในการวางแผนการตลาดเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุดการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับลูกค้าและการบริการลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าไดกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงอีกในครั้งต่อๆไปซึ่งจะใช้ข้อมูลจากการทำ SWOT Analysis มากำหนดกลยุทธ์

การแบ่งส่วนตลาด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ซึ่งจะ เป็นตัวสะท้อนให้เห็นถึงอำนาจการซื้อของตลาดโดยสามารถแบ่งตลาดไดดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 23 การแบ่งส่วนตลาดของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง จังหวัดนครปฐม ปีการผลิต พ.ศ. 2553-2554

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	เพศ	อายุ (ปี)	รายได้เฉลี่ย บาท/เดือน
กลุ่มที่1: เกษตรกรที่เคยซื้อ	ชาย 74% หญิง 28%	30 ปีขึ้นไป	5000 บาทขึ้นไป
กลุ่มที่2: เกษตรกรที่ไม่เคยซื้อ	ชาย 70% หญิง 30%	30 ปีขึ้นไป	5000 บาทขึ้นไป

ตลาดเป้าหมายหลักก็คือกลุ่มประชากร 2 กลุ่มนี้ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ระดับล่างขึ้นไปเพราะเกษตรกรส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยค่อนข้างต่ำแต่ก็เป็นกลุ่มที่มีอำนาจการซื้อถึงจะอย่างไรก็มีอาชีพในการทำนาข้าวอยู่แล้ว

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการผลิตและคัดเลือกพันธุ์มาอย่างดีทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพสูงและมีการผลิตข้าวสายพันธุ์ใหม่ๆให้เลือกซื้อมากพอสมควร

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวมีหลากหลายสายพันธุ์ให้เลือก

2. ทางกลุ่มจะเน้นผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ กรรมวิธีในการผลิตของกลุ่มมีคุณภาพมาตรฐาน

3. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับการรับรองสายพันธุ์จากกรมการข้าว

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4. ราคาถูกได้มาตรฐานตามท้องตลาด

การวิจัยและพัฒนา

เพื่อที่จะสนองตอบความต้องการของเกษตรกรผู้บริโภคไดอย่างทั่วถึงทางกลุ่มจึงไดมีการคิดค้นปรับปรุงและพัฒนาสายพันธุ์ข้าวและการบริการ เช่น

1. การพัฒนาสายพันธุ์ใหม่ๆเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกร

2. มีการให้การฝึกอบรมแก่สมาชิกกลุ่มเพื่อให้เกิดทักษะการทำงาน

3. พยายามพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจและดึงดูดลูกค้า

4. หาทุนในการดำเนินการโดยการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของ

แผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

1. ขอความร่วมมือจากหน่วยงานของรัฐ อย่างเช่น มหาวิทยาลัยที่มีความชำนาญด้านการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์และมีความสวยงามดึงดูดความสนใจ

2. ขอความร่วมมือจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่มีความรู้ในด้านเทคนิคการผลิตการพัฒนาพันธุ์ข้าว

บรรทัดฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. ทางกลุ่มจะใช้บรรทัดฐานจากความนิยมในตัวพันธุ์ข้าวแต่ละสายพันธุ์ซึ่งสามารถดูได้จากรายงานการขายหรือยอดการสั่งซื้อ ในการที่จะพิจารณาเพิ่มหรือลดการผลิตพันธุ์ข้าวสายพันธุ์ชนิดนั้น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. ทางกลุ่มได้ใช้หลักเกณฑ์การผลิตพันธุ์ข้าวโดยใช้มาตรฐานที่ออกโดยกรมการข้าวในการผลิตและคำนึงถึงประโยชน์ของเกษตรกรผู้บริโภคเป็นหลัก

กลยุทธ์การขาย

พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และสายพันธุ์ข้าวปลูกให้ตรงกับความต้องการของเกษตรกรผู้บริโภคซึ่งเกษตรกรผู้บริโภคนั้นต้องการพันธุ์ข้าวที่ดีและเป็นที่นิยมของท้องตลาดฉะนั้นทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงจึงเอาใจใส่ทุกขั้นตอนในการผลิตให้ได้พันธุ์ข้าวที่ดีมีคุณภาพเพื่อใช้ชื่อเสียงของตัวผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกที่ผลิตโดยกลุ่มเป็นตัวนำในความต้องการของตลาด

กลยุทธ์การสร้างภาพพจน์

เน้นผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เสนอให้กับเกษตรกรผู้บริโภคมากกว่าที่จะให้เกษตรกรผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกที่ไม่ได้คุณภาพไป และมีจัดพิมพ์ข้อความบ่งบอกถึงคุณภาพของเมล็ดพันธุ์ข้าวปลูก อีกทั้งยังประทับตรารับรองคุณภาพเมล็ดพันธุ์ไว้บนถุงบรรจุเพื่อให้เกษตรกรผู้บริโภคได้มั่นใจในคุณภาพของเมล็ดพันธุ์ที่ผลิตโดยกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงอีก

การตั้งราคาสินค้า

ทางกลุ่มมีการกำหนดราคาโดย คำนึงถึงราคาพันธุ์ข้าวปลูกที่ผลิตโดยกลุ่มต่างๆที่มีวางขายในท้องตลาดเป็นหลัก ในการตั้งราคาอย่างนี้อาจจะทำให้ทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงมีกำไรเพียงนิดเดียว แต่ก็มีสิ่งทดแทนคือสามารถขายสู้ตลาดได้ ซึ่งถ้าจะว่ากันในเรื่องราคาและคุณภาพแล้วการตั้งราคาของทางกลุ่มเองก็เป็นที่ถูกใจของเกษตรกรผู้บริโภคโดยทั่วไป

การให้ส่วนลดและการให้เชื่อ

การให้ส่วนลดของผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงนั้นโดยส่วนใหญ่ทางกลุ่มจะไม่เน้นการให้ส่วนลดแต่ทางกลุ่มจะขายเชื่อกับเกษตรกรลูกค้ารายบางราย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ที่มีการสั่งซื้ออยู่เป็นประจำซึ่งการขายเชื่อนั้นจะอยู่ประมาณ 30 % ของการขายทั้งหมดโดยจะให้เชื่ออยู่ประมาณ 120 วันหรือ 1 ฤดูปลูก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกมีช่องทางการตลาดที่ค่อนข้างจำกัดส่วนใหญ่การขายจะเป็นการขายพันธุ์ข้าวปลูกให้กับเกษตรกรผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกและเกษตรกรทั่วไปที่อยู่ในชุมชนบ้านหนองมะม่วงแต่ก็มีบางส่วนแต่น้อยที่ขายให้กับพ่อค้าคนกลางซึ่งรับไปขายต่อ เกษตรกรผู้บริโภคจะมาซื้อพันธุ์ข้าวปลูกได้ที่ทำการกลุ่มกันเอง แต่ก็มีบ้างที่ทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงต้องทำการจัดส่งหากว่าเป็นคำสั่งซื้อที่มีจำนวนเช่นคำสั่งซื้อจากเกษตรกรรายใหญ่หรือกลุ่มพ่อค้าคนกลาง

การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์

ทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงได้พยายามจัดเป็น “ศูนย์การเรียนรู้” ในเรื่องการผลิตเพื่อเป็นการเผยแพรความรูเพื่อที่จะได้ให้เกษตรกรผู้สนใจในการทำพันธุ์ข้าวไว้ใช้เองได้ศึกษาเรียนรูเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาเพื่อให้แก่เยาวชนรุ่นต่อๆไป และทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยการผ่านเกษตรกรที่ให้ความสนใจเรียนรู้เหล่านี้โดยการฝากประชาสัมพันธ์ต่อๆกันไป โดยเน้นรายละเอียดของพันธุ์ข้าว และราคาผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูก เพื่อความสะดวกในการดำเนินการทางธุรกิจการตลาดของกลุม

แผนการเงิน

แหล่งที่มาของเงินทุน

ทางกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงไดรับเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐโดยกรมส่งเสริมการเกษตรในรูปแบบของพันธุ์ข้าว คิดเป็นมูลค่าจำนวน 100,000 บาท เงินทุนจากการระดมเงินหุ้นแรกเขาของสมาชิกกลุ่มให้สมาชิกหุ้นๆ ละ 100 บาทต่อหุ้น ซึ่งนำมาใช้ในการก่อสร้างอาคาร สถานที่ในการปฏิบัติงานของกลุม จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือและเป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การบริหารการเงิน

ทางกลุ่มได้บริหารการเงินโดยจะมีเงินสดในธนาคารที่จะนำมาใช้เป็นทุนหมุนเวียน (รวมทั้งเงินกู้ยืม) ทางกลุ่มจะเบิกเงินมาทำการผลิตผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกซึ่งจะแบ่งเป็น 2 สวน คือ สวนแรกจะเป็นทุนในการซื้อวัตถุดิบ ต่างๆ และส่วนที่สองทางกลุ่มจะใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการปลูกข้าวรวมทั้งขั้นตอนการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวปลูกซึ่งในการผลิตทางกลุ่มจะมองถึงกระแสเศรษฐกิจนโยบายของรัฐ กระแสนิยมของผู้บริโภคและตลาดในปัจจุบันเพื่อที่จะบริหารเงินในการลงทุนทำการผลิตซึ่งจะมีการประมาณการโครงสร้างต้นทุนดังนี้

โครงสร้างต้นทุน

ต้นทุนคงที่	
ค่าอาคาร สถานที่	30%
ค่าอุปกรณ์คงทนและเครื่องมือเครื่องใช้	25%
ต้นทุนผันแปร	
ค่าจ้างแรงงาน	12%
ค่าสาธารณูปโภค(น้ำ ไฟ โทรศัพท์)	2%
ค่าบริหารงาน	10%
ค่าใช้จ่ายด้านวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์เครื่องใช้	20%
ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์	1%
รวม	100%

การบริหารการขายในรูปแบบชำระเงิน

1. เงินสดประมาณ 60%
2. ให้เครดิตกับลูกค้า 30% ทางกลุ่มจะให้เครดิตแก่เกษตรกรผู้บริโภคจำนวน 120 วัน
3. ส่วนพ่อค้าคนกลาง 10% ทางกลุ่มให้ระยะเวลาเครดิต 90 วัน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนเป็นหน้าที่หนึ่งของรัฐบาล เพื่อที่จะกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศ โดยการพัฒนาสร้างอาชีพให้กับประชากรในชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้ประชากรมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นคุณภาพชีวิตและสังคมที่ดีและสามารถพึ่งพาตนเองได้นอกเหนือจากอาชีพหลักคือการปลูกข้าวขายซึ่งการทำเมล็ดพันธุ์ข้าวปลูกขายนั้นก็เป็นอาชีพเสริมอย่างหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้เสริมให้กับเกษตรกรได้ดังนั้นการรวมกลุ่มกันขึ้นเพื่อจัดการผลิตผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกจึงเป็นธุรกิจชุมชนหนึ่งที่น่าจะสนับสนุนให้เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อศึกษากระบวนการผลิตและวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนในการผลิตผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกขอกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน โดยเฉลี่ยต่อหน่วยการผลิตพันธุ์ข้าวปลูก ตลอดจนการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการดำเนินการผลิตและการตลาดของกลุ่มเพื่อที่จะจัดทำแผนธุรกิจให้กับกลุ่มอีกทั้งการประเมินผลกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงอีกด้วยซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้จากการทำการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงจำนวน 27 รายและจากการสอบถามเกษตรกรผู้บริโภคอีก 100 ราย มาใช้ในการวิเคราะห์

สรุป

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง มีศูนย์การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกตั้งอยู่เลขที่ 38 หมู่ที่ 19 ตำบลหนองบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2552 โดยผู้ริเริ่มก่อตั้งกลุ่มคือ นางอำพัน ลิ้มสกุล ซึ่งปัจจุบันทำหน้าที่เป็นประธานกลุ่มปัจจุบันมีสมาชิก 27 คน ด้านการบริหารกลุ่มนั้นจัดให้มีคณะกรรมการบริหารกลุ่มไดแก ประธาน เลขานุการ เหรัญญิก และกรรมการ โดยกลุ่มจะมีการประชุมกลุ่มเพื่อแจ้งข่าวสาร การดำเนินงาน และพูดคุยกันถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้งเพื่อให้สมาชิกกลุ่มไดรับทราบทั่วกัน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงทำการผลิตผลิตพันธุ์ข้าวปลูกปีละ 2 ฤดูปลูกโดยในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาถึงการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกทุกๆสายพันธุ์ซึ่งการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกไม่ว่าจะสายพันธุ์ใดก็ตามจะใช้ต้นทุนเดียวกันในการผลิตทั้งหมดซึ่งจะเริ่มจาก การเตรียมพันธุ์ การเตรียมแปลงไม่ว่าจะเป็นการไถการตีหน้าดิน การหว่านข้าว การดูแลแปลง เช่นการจัดการศัตรูพืชการบำรุงต้นข้าวจนกระทั่งการเก็บเกี่ยวตลอดจนถึงขั้นตอนการผลิตการบรรจุพันธุ์ข้าวปลูกเพื่อพร้อมจำหน่าย

จากการศึกษากลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงพบว่า สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปซึ่งจะจบการศึกษาต่ำกว่าระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4 คนต่อครัวเรือนมีการถือครองที่ดินเฉลี่ยครอบครัวละ 25 ไร่ต่อครัวเรือนส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือการทำนาและอาชีพเสริมคือการเลี้ยงสัตว์ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการผลิตมากกว่าการจัดจำหน่าย และรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย 130,856 บาทต่อครัวเรือนต่อปีซึ่งที่มาของรายได้ส่วนใหญ่มาจากการประกอบอาชีพการทำนา

การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูก ทั้งที่เป็นต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร ทั้งในกรณีที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินโดยคิดเฉลี่ยต่อหน่วยการผลิตทำให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกมีต้นทุนรวมเท่ากับ 7.0136 บาทต่อกิโลกรัม และจากการพิจารณาถึงต้นทุนรวมทั้งหมดพบว่าโดยเฉลี่ยร้อยละ 59.15 เป็นต้นทุนผันแปร ส่วนต้นทุนคงที่เฉลี่ยร้อยละ 40.85 จากต้นทุนการผลิตทั้งหมด ดังนั้นถือได้ว่าต้นทุนผันแปร เป็นต้นทุนที่มีความสำคัญมากเปรียบเสมือนว่าจะเป็นต้นทุนรวมกว่าครึ่งของทั้งหมด และถ้าพิจารณาในส่วนต้นทุนผันแปรทั้งหมดแล้วพบว่า ค่าแรงงานและค่าน้ำมันเป็นต้นทุนผันแปรที่สำคัญสูงที่สุด และถ้าพิจารณาถึงต้นทุนที่เป็นตัวเงินและต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงินพบว่าร้อยละ 80.67 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดเป็นต้นทุนที่เป็นตัวเงินและร้อยละ 19.33 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดเป็นต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน

จากการศึกษาผลตอบแทนการผลิตผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกพบว่าพันธุ์ข้าวปลูกที่ผลิตได้มีกำไรเท่ากับ 12.99 บาทต่อกิโลกรัม รายได้สุทธิเท่ากับ 15.85 บาทต่อกิโลกรัม และรายได้เหนือต้นทุนเงินสด 14.342 บาทต่อกิโลกรัม

จากการศึกษาถึงช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกพบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงสามารถกระจายได้ 2 ชองทางคือช่องทางแรกทางกลุ่มจะนำผลผลิตที่ได้วางขาย ณ ที่ทำการของกลุ่มซึ่งจัดหน้าร้านไว้เพื่อขาย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

โดยเฉพาะซึ่งคิดเป็นร้อยละ 70 ชองทางที่สองคือ กลุ่มเกษตรกรตัวแทนหรือพ่อค้าคนกลางนำไปขายต่อคิดเป็นร้อยละ 30

ปริมาณการจำหน่ายในปีการผลิต พ.ศ. 2554 พบว่ากลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงมียอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกรวมทั้งสิ้น 1,540,000.00 บาท คิดเป็นมูลค่ากำไรเท่ากับ 1,104,334.00 บาท และมูลค่ารายได้เหนือต้นทุนเงินสดเท่ากับ 999,952.8 บาทและเมื่อทำการศึกษาถึงส่วนเหลื่อมการตลาดจากผู้ผลิตไปสู่เกษตรกรผู้บริโภคที่อยู่ในพื้นที่ต่างที่(ในกรณีการจัดจำหน่ายของกลุ่มพ่อค้าคนกลาง) พบว่าโดยเฉลี่ย 100 บาทที่ผู้บริโภคจ่ายจะเป็นต้นทุนการผลิตคิดเป็นร้อยละ 80 และอีกร้อยละ 20 โดยให้กับกลุ่มพ่อค้าคนกลางมีต้นทุนทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 3 สวนทางด้านผลตอบแทนหรือกำไรของทั้งหมดนั้นทางกลุ่มได้กำไรคิดเป็นร้อยละ 51.59 และร้อยละ17 เป็นกำไรที่พ่อค้าคนกลางไดรับ

จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกโดยในการศึกษาครั้งนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้บริโภคจำนวน 100 ตัวอย่าง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ประเภทที่หนึ่งเกษตรกรผู้บริโภคทั่วไปที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงจำนวน 50 ตัวอย่าง และ ประเภทที่สองเกษตรกรผู้บริโภคที่ไมเคยซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงจำนวน 50 ตัวอย่าง เพื่อใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจากการสำรวจผู้บริโภคทั่วไปที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุในช่วง 40 – 49 ป มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000 บาทขึ้นไป จากการสอบถามสาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วง โดยส่วนใหญ่เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพ ถูกใจในตัวผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความอยากซื้อโดยเกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจซื้อคือจะพิจารณาจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก

ทางด้านระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้บริโภคในการใช้ผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงทำให้ทราบว่าเกษตรกรผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูก และพึงพอใจระดับปานกลาง ด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อในส่วนที่เกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกพบว่าเกษตรกรผู้บริโภคมีความพึงพอใจระดับสูง เพราะมีความเหมาะสมของราคาและความมาตรฐานของราคา ในส่วนของสถานที่ที่ใช้ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการของผู้ขาย และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เกษตรกรผู้บริโภคมีความพึงพอใจมาก แต่ในส่วนการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการให้ส่วนลดในการซื้อกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงน้อย

สวนการสำรวจเกษตรกรผู้บริโภคที่ไมเคยซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุในช่วง 40 – 49 ปีมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000 บาทขึ้นไปจากการสอบถามถึงปัจจัยที่มีอิทธิผลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงพบว่าในด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีการหาซื้อค่อนข้างยากไม่มีวางขายทั่วไปการไปซื้อที่กลุ่มค่อนข้างไกล รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไม่มีความโดดเด่น ส่วนในด้านราคาเกษตรกรผู้บริโภคให้ความเห็นว่าผลิตภัณฑ์มีราคาที่สมเหตุสมผลแล้วและไม่แพงเกินไป ในด้านสถานที่การจัดจำหน่ายเกษตรกรผู้บริโภคให้ความเห็นว่าหาซื้อได้ไม่สะดวก การจัดเรียงโชว์สินค้าไม่น่าสนใจ ด้านการส่งเสริมการขายเกษตรกรผู้บริโภคให้ความคิดเห็นว่าไม่ค่อยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไมมีการให้ส่วนลดในการซื้อในแต่ละครั้ง

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงและทำการวิเคราะห์ SWOT Matrix ทำให้ทราบถึงกลยุทธ์ในการดำเนินงานกลุ่มซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

กลยุทธ์ทางด้านการตลาดวางแผนการตลาดบูรณาการขยายฐานลูกค้าโดยอาศัยฐานตลาดจากกลุ่มเกษตรกรผู้บริโภคในพื้นที่เป็นตัวขยายและเป็นตัวประชาสัมพันธ์บอกต่อๆกันไปเพราะในด้านของราคาและคุณภาพของเมล็ดพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถืออีกทั้งยังมีตรารับรองจากกรมวิชาการอีกด้วยวางแผนการตลาดโดยอย่างมีระบบเนื่องจากทางกลุ่มมีการวางแผนงานที่ดีมีหัวหน้ากลุ่มที่มีภาวะผู้นำสูงจึงน่าจะเป็นจุดเริ่มในการนำสิ่งที่มีเหล่านี้มาช่วยกระตุ้นกลุ่มในการร่วมกันวางแผนงานกระจายช่องทางการขายโดยอาศัยการที่กลุ่มมีที่ตั้งอยู่ท่ามกลางชุมชนและเกษตรกรในพื้นที่เองก็ให้ความร่วมมือในเรื่องการประชาสัมพันธ์อยู่แล้วผลักดันให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเกษตรกรเนื่องจากพื้นที่ของกลุ่มตั้งอยู่กลางชุมชนสะดวกต่อการติดต่อและในส่วนของเกษตรกรผู้บริโภคก็มีความเชื่อมั่นในตัวพันธุ์ข้าวของกลุ่มอยู่แล้วฉะนั้นทางกลุ่มจึงควรจัดประชุมตัวแทนกลุ่มเกษตรกรผู้บริโภคและจัดตั้งตัวทนให้เป็นกระบอกเสียงให้กับทางกลุ่ม

กลยุทธ์ด้านการพัฒนาองค์กรจัดทำแผนการฝึกอบรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและเกษตรกรเพื่อป้องกันคู่แข่งทางการตลาดเนื่องจากสมาชิกมีความเชื่อมั่นในตัวผู้นำฉะนั้นผู้นำ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ควรจะกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกจัดการฝึกอบรมด้านการบริการและให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้บริโภคในด้านต่างๆเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่เกษตรกรแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกันเพื่อพัฒนาทักษะบุคลากรให้เป็นผู้เชี่ยวชาญในการผลิตซึ่งการฝึกอบรมและแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างองค์กรที่คล้ายคลึงกันจะช่วยพัฒนาเทคนิคการผลิตใหม่ๆให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรด้วยอีกทั้งจัดหาวิทยากรแหล่งฝึกอบรมเรื่องการส่งเสริมการขายอย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากทางกลุ่มไม่มีการส่งเสริมการขายและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงเองก็มีน้อยอีกทั้งบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเองก็ไม่เป็นที่สะดุดตาประกอบกับสถานการณ์การแข่งขันค่อนข้างสูงทางกลุ่มควรเร่งทำการฝึกอบรมให้แก่สมาชิกเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องให้หมดไป

กลยุทธ์การจัดการแก้ไขปัญหาองค์กรวางแผนนำเสนอต่อหน่วยงานราชการหาทางแก้ไขทั้งในเรื่องของทุนหมุนเวียนขององค์กรในด้านต่างๆเช่นแหล่งเงินกู้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เป็นต้นทางด้านการบรรจุภัณฑ์ควรจะให้ผู้ที่มีความชำนาญในหน่วยงานราชการเป็นผู้ออกแบบให้ใหม่เพื่อให้มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น เร่งหาการสนับสนุนจากภาครัฐแก้ไขปัญหาขาดแคลนน้ำและพัฒนาการขนส่งเพื่อลดต้นทุนการผลิตโดยให้หัวหน้าเป็นตัวแทนในการเจรจาปรึกษากับหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ได้ข้อเสนอแนะซึ่งอาจเป็นแนวทางในการปฏิบัติกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงผู้ผลิตพันธุ์ข้าวปลูกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. จากการศึกษาถึงต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตผลิตภัณฑ์พันธ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงทำให้ทราบว่าในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกมีการใช้ต้นทุนที่แท้จริงเท่าใดซึ่งอาจจะเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการใช้ในการตัดสินใจในการตั้งราคาในอนาคตหรือช่วยในการตัดทอนค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นบางส่วนออกไป

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. กลุ่มควรจัดทำแผ่นใบปลิวนำเสนอสินค้าของกลุ่มโดยมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกทุกๆสายพันธุ์ที่กลุ่มได้ทำการผลิตและราคาผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกเพื่อความสะดวกในการดำเนินการทางธุรกิจการตลาดของกลุ่ม

3. กลุ่มควรจะติดต่อหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน เช่น มหาวิทยาลัยที่มีความชำนาญในด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบ ออกแบบลวดลายและการให้สีสันของบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามสอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรผู้บริโภคเพื่อช่วยในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

4. กลุ่มควรจะติดต่อหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จัดทำเว็บไซต์ของทางกลุ่มขึ้นหรือขอคำแนะนำในการจัดทำ เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดในการขายสินค้าให้มีเพิ่มมากยิ่งขึ้น

5. กลุ่มควรมีการจัดทำโครงการสาธิตและสอนการทำผลิตพันธุ์ข้าวปลูกให้แก่เกษตรกรในท้องถิ่น หรือเยาวชนในโรงเรียนเพื่อเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาในท้องถิ่น โดยนำสมาชิกกลุ่มผู้ที่มีความชำนาญและเชี่ยวชาญในการผลิตมาสอน

6. จากการศึกษาทำให้ทราบว่ากลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองมะม่วงยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญทางด้านการตลาดที่จะมาช่วยวางแผนงานนอกเหนือจากประธานกลุ่มดังนั้นจึงจำเป็นอย่างมากที่กลุ่มต้องหาทางพัฒนาหรือสร้างบุคลากรที่มีความรู้ด้านการตลาดโดยขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนในการจัดส่งเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความชำนาญด้านการตลาดให้มาอบรมให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการตลาดที่เป็นประโยชน์ในการผลิต ผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกอีกทั้งต้องประสานงานในการขยายตลาดให้กว้างขึ้น

7. กลุ่มควรมีการสร้างความร่วมมือและขยายเครือข่ายระหว่างกลุ่มข้าวชุมชนให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เกิดความร่วมมือและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในการดำเนินการงานทั้งในด้านการผลิตในด้านการตลาด (เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

8. กลุ่มควรจะมีการประชุมหารือกันเกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึกรักองค์กรเพื่อสร้างความภาคภูมิใจในการเป็นสมาชิกกลุ่มข้าวชุมชนโดยจะนำไปสู่การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และประสิทธิภาพในการดำเนินงานของกลุ่มได้ต่อไป

ขอเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาแนวทางในการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์พันธุ์ข้าวปลูกเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคอย่างแท้จริงซึ่งจะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการประสบความสำเร็จของกลุ่ม

2 . ควรมีการศึกษาต่อเนื่องโดยนำการศึกษาในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ปรับปรุงปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มให้กลุ่มมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

จุลมณี ไพฑูรย์เจริญลาภ และ คณะ. 2553. **ศูนย์ข้าวชุมชนแหล่งผลิตพันธุ์ข้าวคุณภาพดีของชุมชนโดยชาวนา.....เพื่อชาวนา**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

จินตนา จารุเสมา. 2550. **การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานและจัดทำแผนธุรกิจของกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านหนองบัวแดง ผู้ผลิตหัตถกรรมจากฝ้าย จังหวัดชัยภูมิ.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จินตนา จารุเสมา. 2550. อ้างถึง สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2549. **สถิติรายได้รายจ่ายและหนี้สินของครัวเรือน** (Online).
http://service.nso.go.th/data/data23/data23_7.html,30 กรกฎาคม 2549.

นิรนาม. 2554. **อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสำหรับบุคคลธรรมดา ของธนาคารพาณิชย์ ประจำวันที่ 16 กันยายน 2554.** ธนาคารแห่งประเทศไทย(Online)
http://www.bot.or.th/thai/statistics/financialmarkets/interestrate/_layouts/application/interest_rate/in_rate.aspx

นิรนาม. 2552. **เอกสารความสำคัญของพันธุ์ข้าว**(Online).
http://www.ricethailand.go.th/rice%20web/Index.html 2554.

บรรพต ชมพูศรี. 2542. **การวิเคราะห์ระบบธุรกิจข้าวโพดหวานกระป๋องในประเทศไทย.** การศึกษาค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บุญธรรม จิตต์อนันต์. 2546. **การวิจัยทางสังคมศาสตร์.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เพ็ญแข แสงแก้ว. 2540. **การวิจัยทางสังคมศาสตร์.** กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาคณิตศาสตร์และสถิติ, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: บริษัทธีรฟิล์มและไซเทค จำกัด.

สมคิด ทักษณาวิสุทธิ์. 2531. **หลักการตลาดสินค้าเกษตร.** กรุงเทพฯ: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2541. **หลักการตลาด.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัจจิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ วัฒนพานิช. 2537. **การบริหารการตลาด.** กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อังค์วรา สวนศิลป์พงศ์. 2545. **ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว.** การศึกษาค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Kotler, P. 2547. **Marketing Management.** Bangkok: SE-EDUCATION PUBLIC COMPANY LIMITED.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แบบสอบถาม

สมาชิกกลุ่มข้าวชุมชน

เรื่อง แผนธุรกิจสำหรับกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองม่วง จังหวัดนครปฐม

แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ จำนวน 12 หัวข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการผลิต จำนวน 9 หัวข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการตลาด จำนวน 11 หัวข้อ

ส่วนที่ 4 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค จำนวน 18 หัวข้อ

วัน เดือน ปี ที่สอบถาม .....

ชื่อ – สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์ .....

สถานภาพ ☐ สมาชิกกลุ่ม☐ กรรมการบริหารกลุ่ม(โปรดระบุตำแหน่ง) .....

ที่อยู่ บ้านเลขที่ ..... หมู่ ..... ตำบล ..... อำเภอ ..... จังหวัด .....

ชื่อผู้สัมภาษณ์ .....

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาขีดเครื่องหมาย √ ลงใน ☐ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริงหรือความคิดเห็นของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ

<u>ตอนที่ 1</u> ข้อมูลทางด้านสภาพสังคม

1. อายุ ..... ปี

2. ระดับการศึกษา

☐ 1.ไม่ได้เรียน ☐2. ต่ำกว่า ป.4 ☐3. จบ ป.4

☐4. ป.5-ม.3 ☐5. ม.4 - ม.6 ☐6. ปวช.

☐7. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ☐8. ปริญญาตรี ☐9. สูงกว่าปริญญาตรี

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. ศาสนา

☐ 1. พุธ ☐ 2. คริสต์ ☐ 3. อิสลาม ☐ 4. อื่นๆ.....

4. สถานภาพ

☐ 1.โสด ☐ 2. สมรส ☐ 3. หย่าร้าง ☐ 4. หม้าย

5. จำนวนสมาชิกในครัวเรือนทั้งหมด.....คน (นับรวมผู้ให้สัมภาษณ์ด้วย) จำแนกเป็น

☐ 1. เพศชาย .....คน ☐ 2. เพศหญิง.....คน

6. จำนวนบุตรที่อยู่ในความอุปการะเลี้ยงดูทั้งหมด.....คน จำแนกเป็น

☐ 1. เพศชาย .....คน ☐ 2. เพศหญิง.....คน

7. ท่านเป็นสมาชิกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองม่วงมาแล้ว .....ปี

<u>ตอนที่ 2</u> ข้อมูลด้านสภาพเศรษฐกิจ

1. จำนวนที่ดินถือครองทั้งหมด

การใช้ /ลักษณะการถือครอง	ของตนเอง (ไร่)	เช่า (ไร่)	อื่นๆ(จำนวน) ตามรหัส ก	รวม
ที่นา				
ที่ไร่ / สวน				
ที่อยู่อาศัย				
ที่ใช้ทำประโยชน์อื่นๆ				
รวม				

รหัส ก ☐ ที่ดินของบิดามารดา ☐ ที่ดินของญาติพี่น้อง ☐ อื่นๆระบุ.....

2. อาชีพหลัก

☐ 1. ผลิตพันธุ์ข้าวปลูก ☐ 2. ทำนา..... ☐ 3. ทำไร่.....

☐ 4. ทำสวน ☐ 5. ไร่นาสวนผสม ☐ 6. รับจ้างทั่วไป

☐ 7. รับราชการ ☐ 8. อื่นๆ ระบุ.....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. อาชีพรอง

☐ 1. ผลิตพันธุ์ข้าวปลูก ☐ 2. ทำนา..... ☐ 3. ทำไร่.....

☐ 4. ทำสวน ☐ 5. ไร่นาสวนผสม ☐ 6. รับจ้างทั่วไป

☐ 7. รับราชการ ☐ 8. อื่นๆ ระบุ.....

4. จำนวนแรงงานในครัวเรือนที่ช่วยประกอบอาชีพหลัก.....คน จำแนกเป็น

☐ 1. เพศชาย .....คน ☐ 2. เพศหญิง.....คน

5. จำนวนแรงงานในครัวเรือนที่ช่วยประกอบอาชีพรอง.....คน จำแนกเป็น

☐ 1. เพศชาย .....คน ☐ 2. เพศหญิง.....คน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการผลิต

1.ท่านผลิตพันธุ์ข้าวปลูกมาแล้ว.....ปี

2. เหตุผลสำคัญที่หันมาประกอบอาชีพทำเมล็ดพันธุ์ข้าวปลูก

☐ 1. มีความตั้งใจไว้ก่อนแล้ว ☐ 2. เจ้าหน้าที่แนะนำ/ชักชวน

☐ 3. เพื่อนบ้านแนะนำ/ชักชวน ☐ 4. อยากทดลองทำ

☐ 5. ราคาพืชผลเกษตรตกต่ำ ☐ 6. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. เงินทุนที่ท่านนำมาใช้ในการลงทุนทำการผลิต ท่านได้รับมาจากที่ใด

ที่มาของเงินทุน	จำนวนเงิน	ระยะเวลา	อัตราดอกเบี้ย	วิธีการกู้	เงื่อนไขการชำระคืน	ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย
☐ 1. เงินเก็บของตนเองและครอบครัว						
☐ 2. กู้เงินจาก ธกส						
☐ 3. กู้จากธนาคาร						
☐ 4. กู้จากกองทุนหมู่บ้าน						
☐ 5. กู้จากนายทุน						
☐ 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)						

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4. วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูก ได้แก่

รายการ	จำนวน(หน่วย)	บาท/หน่วย	รวม	อายุการใช้งาน	ใช้มาแล้วกี่ปี	มูลค่าซาก	แหล่งซื้อ	หมายเหตุ
1.ถังขนาดใหญ่								
2. เครื่องชั่ง								
3. ขันน้ำ								
4. เครื่องสูบน้ำ+ท่อ								
5. รถไถ								
6. เครื่องพ่นปุ๋ย								
7. เครื่องพ้นยา								
8. จอบเสียม								
9. รถเกี่ยวข้าว								
10. รถบรรทุก								
11. ลานตาก								
12. กระสอบ								
13. เครื่องเย็บ								

* หมายเหตุ แหล่งซื้อ ก. ผลิตเอง ข.พ่อค้า/แม่ค้า ค.อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

5. ค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ ในกระบวนการผลิต

พันธุ์	จำนวนผลผลิตต่อปี (ถัง)	จำนวนครั้งในการปลูกต่อปี	ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/รุ่น								
			แรงงานจ้าง								
			การไถ			ที่ดินเตรียมแปลง			ค่าพ่นสารกำจัดศัตรูพืช + ค่าหว่านปุ๋ย		
			จำนวน (คน)	ชม.ทำ/คน/วัน	จำนวน ชม. ทำ (ชม.)	จำนวน (คน)	ชม.ทำ/คน/วัน	จำนวน ชม. ทำ (ชม.)	จำนวน (คน)	ชม.ทำ/คน/วัน	จำนวน ชม. ทำ (ชม.)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

5. ค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ ในกระบวนการผลิต (ต่อ)

พันธุ์	จำนวนผลผลิตต่อปี (ถัง)	จำนวนครั้งในการปลูกต่อปี	ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/รุ่น								
			แรงงานจ้าง								
			ค่ารถเกี่ยว			ค่าแรงดูแลตลอดฤดู			อื่นๆ.....(ระบุ)		
			จำนวน (คน)	ชม.ทำ/คน/วัน	จำนวน ชม. ทำ (ชม.)	จำนวน (คน)	ชม.ทำ/คน/วัน	จำนวน ชม. ทำ (ชม.)	จำนวน (คน)	ชม.ทำ/คน/วัน	จำนวน ชม. ทำ (ชม.)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

5. ค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ ในกระบวนการผลิต (ต่อ)

พันธุ์	จำนวนผลผลิตต่อปี (ถัง)	จำนวนครั้งในการปลูกต่อปี	ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/รุ่น								
			แรงงานจ้าง								
			ค่าแรงงานตาก			ค่าแรงคัดแยกเมล็ดพันธุ์			ค่าแรงบรรจุถุง		
			จำนวน (คน)	ชม.ทำ/คน/วัน	จำนวน ชม. ทำ (ชม.)	จำนวน (คน)	ชม.ทำ/คน/วัน	จำนวน ชม. ทำ (ชม.)	จำนวน (คน)	ชม.ทำ/คน/วัน	จำนวน ชม. ทำ (ชม.)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

5. ค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ ในกระบวนการผลิต (ต่อ)

พันธุ์	จำนวนผลผลิตต่อปี (ถัง)	จำนวนครั้งในการปลูกต่อปี	ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/รุ่น								
			วัสดุ								
			ค่าเมล็ดพันธุ์			ค่าปุ๋ย			ค่าสารเคมี		
			จำนวนใช้	ราคา/หน่วย	รวม	จำนวนใช้	ราคา/หน่วย	รวม	จำนวนใช้	ราคา/หน่วย	รวม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

6. ราคาและลักษณะการจำหน่าย

พันธุ์	จำนวนผลิตต่อปี (ถัง)	การจำหน่าย							
		กลุ่ม		พ่อค้า		ผู้บริโภค		อื่นๆ.....	
		จำนวน (ถัง)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน (ถัง)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน (ถัง)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน (ถัง)	ราคาต่อหน่วย (บาท)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

7. กลุ่มของท่านเคยได้มีการจัดฝึกอบรมการผลิตพันธุ์ข้าวปลูกหรือไม่

☐ ไม่เคย (ข้ามไปตอบส่วนที่ 3)

☐ เคย (ระบุ).....

8. หากมีการฝึกอบรมข้างต้น ใครเป็นผู้ดำเนินการ

☐ 1. กลุ่มผู้ผลิตจัดฝึกอบรมเอง

☐ 2. หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยฝึกอบรมให้โปรดระบุ.....

☐ 3. อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. การฝึกอบรมดังกล่าวข้างต้นได้ผลอย่างไร

☐ 1. ได้ผลดีมาก ☐ 2. ได้ผลดี ☐ 3. ได้ผลปานกลาง

☐ 4. ไม่ได้ผล โปรดระบุสาเหตุ.....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการตลาด

1. ท่านคิดว่าพันธุ์ข้าวที่ท่านทำการผลิตในปัจจุบันมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด

☐ 1. เหมาะสม

☐ 2. ไม่เหมาะสม

ก.....

ข.....

ค.....

ง.....

ท่านคิดว่ามีแนวทางในการปรับปรุงอย่างไร

ก.....

ข.....

ค.....

ง.....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. พันธุ์ข้าวปลูกที่ท่านผลิตต่างจากพันธุ์ข้าวทั่วไปตามท้องตลาดหรือไม่ อย่างไร

☐ 1. ไม่แตกต่าง

☐ 2. แตกต่าง (ระบุ)

.....

.....

3. ท่านคิดว่าสินค้าของท่านมีข้อเด่นหรือดีอย่างไร

☐ 1. คุณภาพดี ☐ 2. ราคาถูก

☐ 3. บรรจุสวยงาม ☐ 3. หาซื้อง่าย

☐ 4. อื่นๆ (ระบุ) .....

4. พันธุ์ข้าวปลูกที่ท่านผลิตออกไปมีการตีกลับมาบ้างหรือไม่

☐ 1. ไม่เคยมีการตีคืน

☐ 2. มีการตีคืน เพราะ

.....

5. โดยปกติท่านมีการผลิตสินค้ามากกว่าที่คาดว่าจะขายใช่หรือไม่

☐ 1. ไม่ใช่

☐ 2. ใช่ เพราะ .....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

6. ท่านมีวิธีการจำหน่ายผลผลิตของท่าน.....ช่องทางประกอบด้วยอะไรบ้าง (ตอบได้มาก 1 ข้อ)

ช่องทางการจำหน่าย	ปริมาณการขายของการผลิตได้ทั้งหมด (%)
☐ 1. ขายให้กับพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อถึงกลุ่ม	
☐ 2. ขายให้กับพ่อค้าคนกลาง โดยนำไปขายที่บ้านพ่อค้า	
☐ 3. ขายให้กับกลุ่มสมาชิก	
☐ 4. ไปตระเวนขายเอง ☐ ทุกวัน ไปอย่างไร เสียค่าใช้จ่ายอย่างไร .... ☐ เดือนละ.....ครั้ง ไปอย่างไร เสียค่าใช้จ่ายอย่างไร .... ☐ อื่นๆ (ระบุ) เช่นไปออกร้านในงานต่างๆ ไปอย่างไร เสียค่าใช้จ่ายอย่างไร	
☐ 5. ขายให้กับผู้มาหาซื้อที่กลุ่ม	
☐ 6. อื่นๆ (ระบุ)	

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

7. เมื่อมีผู้สั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก ท่านสามารถผลิตได้ทันและตรงต่อเวลาในการขนส่งหรือไม่

☐ 1. ทันเวลา

☐ 2. ไม่ทันต่อเวลา เนื่องจาก.....

8. วิธีกำหนดราคาผลิตภัณฑ์.....

9. ท่านขายผลิตภัณฑ์โดยกำหนดรูปแบบการชำระเงินแบบใด

☐ 1. เงินสด.....%

☐ 2. ขายเชื่อ.....% โดยให้เชื่อปริมาณ.....วัน มูลค่าที่เชื่อต่อครั้ง.....บาท

ท่านเคยประสบกับปัญหาหนี้สูญหรือไม่

☐ ก. เคย ☐ ข. ไม่เคย

☐ 3. ฝากขายกับกลุ่ม .....% ระยะเวลานาน .....วัน กว่าจะได้รับเงินคืน

10. ท่านทราบสาเหตุหรือไม่ว่า ลูกค้าของท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ของท่านได้อย่างไร

☐ 1. ไม่เคยทราบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ของท่านได้อย่างไร

☐ 2. ทราบว่าลูกค้ารู้จักโดย(ระบุ).....

11. ท่านคิดว่าในสาตาของลูกค้าท่าน ผลิตภัณฑ์ของท่านมีลักษณะเป็นเช่นไร

1. ด้านคุณภาพ ☐ 1.1 ดีมาก ☐ 1.2 ดี

☐ 1.3 ปานกลาง ☐ 1.4 พอใช้

2 . ด้านราคา ☐ 1.1 แพงมาก ☐ 1.2 แพง

☐ 1.3 ย่อมเยา ☐ 1.4 ถูกมาก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูก

ตอนที่ 1 ปัญหาและอุปสรรค

1. จงระบุปัญหาและอุปสรรคในการผลิตพันธุ์ข้าวปลูก

☐ 1. ไม่มีปัญหา

☐ 2. มีปัญหา (โปรดระบุ) ตอบได้มากว่า 1 ข้อ

2.1 ปัญหาเกี่ยวกับแรงงาน

☐ ก. แรงงานในครัวเรือมีจำจัด

☐ ข. ขาดแขลนแรงงานที่มีความชำนาญ

☐ ค. ปัญหาค่าจ้างแรงงานสูง

☐ ง. สมาชิกในครอบครัวขาดความสนใจในอาชีพทำนา

☐ จ. อื่นๆ (ระบุ).....

2.2 ปัญหาด้านเงินลงทุน

☐ ก. ปัญหาเกี่ยวกับการไม่เพียงพอของเงินทุน

☐ ข. ปัญหาเกี่ยวกับแหล่งเงินทุนเพื่อการกู้ยืมมีน้อย

☐ ค. ดอกเบี้ยสูงเกินไป

☐ ง. ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน

☐ จ. ขาดความรู้ในการกู้ยืม

☐ ฉ. ขาดการสนับสนุนเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐ

☐ ช. อื่นๆ (ระบุ).....

2.3 ปัญหาเกี่ยวกับเครื่องมือ

☐ ก. ความไม่ทันสมัยของเครื่องมือที่ใช้

☐ ข. เครื่องมือที่ใช้มีราคาแพง

☐ ค. อื่นๆ (ระบุ).....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2.4 ปัญหาอื่นๆ ด้านการผลิต

☐ ก. ขาดทักษะในการพัฒนารูปแบบใหม่ๆ

☐ ข. ขาดความรู้ในการวางแผนการผลิตให้ได้รับประโยชน์สูงสุด

☐ ค. สมาชิกในกลุ่มไม่ยอมรับกับรูปแบบการผลิตแบบใหม่

☐ ง. อื่นๆ (ระบุ).....

2. จงระบุปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดของพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่ม

☐ 1. ไม่มีปัญหา

☐ 2. มีปัญหา (โปรดระบุ) ตอบได้มากว่า 1 ข้อ

2.1 ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์

☐ ก. พันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มไม่เป็นที่ต้องการของตลาด

☐ ข. มีพันธุ์ข้าวให้เลือกน้อยชนิด

☐ ค. อื่นๆ (ระบุ).....

2.2 ปัญหาเกี่ยวกับราคา

☐ ก. มีการตัดราคากันระหว่างผู้ขาย

☐ ข. จำหน่ายได้ในราคาที่ต่ำ

☐ ค. ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง

☐ ง. อื่นๆ (ระบุ).....

2.3 ปัญหาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย

☐ ก. ขาดสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แน่นอน

☐ ข. ไม่มีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ที่แน่นอน

☐ ค. ขาดแคลนผู้มีความชำนาญด้านการตลาด

☐ ง. ขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์

☐ จ. ปริมาณการจำหน่ายไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาล

☐ ฉ. ขาดข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด

☐ ช. อื่นๆ (ระบุ).....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. จงระบุปัญหาด้านการประสานงานติดต่อกับหน่วยงาราชการ

☐ 1. ไม่มีปัญหา และหน่วยงานใดเข้ามาช่วยเหลือบ้าง

1. .....

2. .....

3. .....

☐ 2. มีปัญหา โปรดระบุ ชื่อหน่วยงาน ปัญหาและอุปสรรคที่ประสบ

1. .....

2. .....

3. .....

4. นอกเหนือจากปัญหาด้านการผลิต การตลาด และการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานราชการแล้วยังมีปัญหาและอุปสรรคอื่นๆใดอีกหรือไม่

☐ 1. ไม่มี

☐ 2. มี (ระบุ) .....

.....

.....

ตอนที่ 2 จุดแข็งและจุดอ่อน

ด้านการผลิต	จุดแข็ง	ปานกลาง	จุดอ่อน
1. อุปกรณ์ทันสมัย			
2. ความสามารถของกำลังคนในการผลิตให้ตรงเวลา			
3. ทักษะด้นเทคนิคและการผลิต			
4. ความได้เปรียบทางด้านพันธุ์ข้าว			
5. ความมั่นคงทางการเงิน			
6. ต้นทุนการผลิตต่ำ			

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ด้านการตลาด	จุดแข็ง	ปานกลาง	จุดอ่อน
7. เป็นที่เชื่อถือและรู้จักของบุคคล			
8. ชื่อเสียงด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์			
9. ต้นทุนในการจัดจำหน่ายต่ำ			
10. การวิจัยและพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์			
11. ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์			
12. ความสามารถในการสร้างกำไร			
13. ภาวะความเป็นผู้นำของกลุ่ม			

14. ปัจจุบันกลุ่มท่านต้องการให้หน่วยงานของรัฐช่วยเหลือด้านใดบ้าง

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แบบสอบถาม

ผู้บริโภคที่ซื้อพันธุ์ข้าวข้าวปลูกของกลุ่มข้าว

ชุมชน

แบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้พันธุ์ข้าวข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองม่วง จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อพันธุ์ข้าวข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองม่วง จำนวน 7 ข้อ

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาขีดเครื่องหมาย √ ลงใน ☐ หรือเขียนข้อความ หมายเลขลงในบริเวณที่กำหนด

<u>ส่วนที่ 1</u>. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้พันธุ์ข้าวข้าวปลูกของกลุ่มชุมชนบ้านหนองม่วง

1. เพศ

☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. ไม่เกิน 20 ปี ☐ 2. 20-29 ปี

☐ 3. 30-39 ปี ☐ 4. 40-49 ปี

☐ 5. 50-59 ปี ☐ 6. 60 ขึ้นไป

3. สถานภาพ

☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส

☐ 3. หย่า, หม้าย, แยกกันอยู่

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4. ระดับการศึกษา

☐ 1. ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนต้น ☐ 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย

☐ 3. อนุปริญญา /ปวส. ☐ 4. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

☐ 5. สูงกว่าปริญญาตรี

5. ท่านมีพื้นที่การทำนาทั้งหมดจำนวน ..... ไร่

6. พันธ์ข้าวที่ท่านใช้ในการปลูก.....(ระบุ)

7. พันธุ์ข้าวที่อยากทดลองปลูกในอนาคต.....(ระบุ)

8. รายได้ของท่านเฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1. ไม่เกิน 5,000 บาท ☐ 2. 5,001 – 10,000 บาท

☐ 3. 10,001 – 15,000 บาท ☐ 4. 15,001 – 20,000 บาท

☐ 5. 20,001 – 25,000 บาท ☐ 6. 25,001 บาท ขึ้นไป

<u>ส่วนที่ 2</u> ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อพันธุ์ข้าวข้าวปลูกของกลุ่มชุมชนบ้านหนองม่วง จำนวน 7 ข้อ

1. ท่านเคยซื้อพันธุ์ข้าวของกลุ่มชุมชนบ้านหนองม่วงมาก่อนหน้านี้บ้างหรือไม่

☐ 1. ซื้อครั้งแรก (ไปที่ข้อ 3)

☐ 2. เคยซื้อ (ไปที่ข้อ 3)

☐ 3. ไม่เคยซื้อ (ไปที่ข้อ 2)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. เหตุผลที่ท่านไม่เคยซื้อพันธุ์ข้าวของกลุ่มชุมชนบ้านหนองม่วงเนื่องมาจาก (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

☐ 1. ไม่มีพันธุ์ข้าวปลูกที่ต้องการ

☐ 2. รูปแบบกระสอบไม่น่าใช้

☐ 3. มีราคาแพง

☐ 4. หาซื้อไม่สะดวก

☐ 5. ไม่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์

☐ 6. อื่นๆ (ระบุ) .....

3. ก่อนตัดสินใจซื้อพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองม่วงท่านได้มีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของกลุ่มบ้างหรือไม่

☐ 1. ไม่ศึกษา

☐ 2. ศึกษา

4. จำนวนที่ซื้อพันธุ์ข้าวปลูกต่อครั้ง

4.1 ประมาณ ..... กิโลกรัม

5. เกณฑ์ในการเลือกซื้อพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองม่วง (โปรดใส่หมายเลขเรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย)

☐ 1. ราคาแพง

☐ 2. ราคา

☐ 3. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์

☐ 4. การบริการของผู้ขาย

☐ 5. ชื่อเสียงของแหล่งผลิต

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

6. ระดับความพึงพอใจในพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองม่วง (ทำเครื่องหมาย √ ในช่องที่ท่านคิดว่าตรงกับความพอใจมากที่สุด)

รายการ	ระดับความพอใจ					หมายเหตุ
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	
1. พันธุ์ข้าวปลูก						
□ คุณภาพ						
□ ได้รับการรับรองจากกรมการข้าว						
□ มีหลายพันธุ์ให้เลือก						
□ บรรจุพันธุ์ หีบห่อ						
2. ราคา						
□ มีความเหมาะสม						
□ มีมาตรฐาน						
3. ช่องทางการจำหน่าย						
□ หาซื้อได้สะดวก						
□ การจัดเรียงโชว์สินค้าน่าสนใจ						
4. การส่งเสริมการขาย						
□ การรับประกันคุณภาพ						
□ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์						
□ การให้ส่วนลดในการซื้อ						
□ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับพันธุ์ข้าวปลูก						
□ การบริการของผู้ขาย						

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

7. ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองม่วง

ด้าน	ข้อเสนอแนะ
ด้านพันธุ์ข้าว	
ด้านราคา	
ด้านช่องทางการจำหน่าย	
ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณา ส่งเสริมการขาย เป็นต้น	
อื่นๆ (โปรดระบุ)	

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แบบสอบถาม

ผู้บริโภคที่ไม่ซื้อพันธุ์ข้าวข้าวปลูกของกลุ่มข้าว

ชุมชน

แบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคซื้อพันธุ์ข้าวข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองม่วง จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อพันธุ์ข้าวข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองม่วง จำนวน 2 ข้อ

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาขีดเครื่องหมาย √ ลงใน ☐ หรือเขียนข้อความ หมายเลขลงในบริเวณที่กำหนด

<u>ส่วนที่ 1</u>. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้พันธุ์ข้าวข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองม่วง

1. เพศ

☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. ไม่เกิน 20 ปี ☐ 2. 20-29 ปี ☐ 3. 30-39 ปี

☐ 4. 40-49 ปี ☐ 5. 50-59 ปี ☐ 6. 60 ขึ้นไป

3. สถานภาพ

☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส ☐ 3. หย่า, หม้าย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4. ระดับการศึกษา

☐ 1. ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนต้น ☐ 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย ☐ 3. อนุปริญญา/ปวส.

☐ 4. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ☐ 5. สูงกว่าปริญญาตรี

5. ปัจจุบันท่านใช้ข้าวพันธุ์อะไรในการเพาะปลูก.....(ระบุ)

6. ข้าวพันธุ์อะไรที่ท่านอยากปลูกในอนาคต.....(ระบุ)

7. ท่านมีพื้นที่นาข้าวทั้งหมด.....ไร่

8. ปริมาณพันธุ์ข้าวปลูกในแต่ละครั้งที่ประมาณ..... กิโลกรัม/ฤดู ปีละ..... ครั้ง

9. รายได้ของท่านเฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1. ไม่เกิน 5,000 บาท ☐ 2. 5,001 – 10,000 บาท

☐ 3. 10,001 – 15,000 บาท ☐ 4. 15,001 – 20,000 บาท

☐ 5. 20,001 – 25,000 บาท ☐ 6. 25,001 บาท ขึ้นไป

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<u>ส่วนที่ 2</u> ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อพันธุ์ข้าวข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองม่วง จำนวน 2 ข้อ

1. เหตุผลที่ท่านไม่ซื้อพันธุ์ข้าวปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองม่วง (เขียน √ ลงใน ช่องที่ท่านพอใจมากที่สุด ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัจจัย	เครื่องหมาย	เหตุผล
1. ด้านพันธุ์ข้าว		
● เมล็ด		
▯ ไม่มีขนาด		
▯ ซีดจาง		
▯ มีความชื้นเยอะ		
▯ ไม่มั่นใจในคุณภาพ		
● อื่นๆ (โปรดระบุ)		
2. ด้านราคา		
● ราคาส่ง / แพง		
● ราคมไม่สมเหตุสมผล		
● อื่นๆ (โปรดระบุ)		

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปัจจัย	เครื่องหมาย	เหตุผล
3. ด้านการจัดจำหน่าย ● หาซื้อได้ไม่สะดวก		
● การจัดเรียง(โชว์) สินค้าไม่น่าสนใจ		
● สถานที่ไม่สะดวก		
● อื่นๆ (โปรดระบุ)		
4. ด้านการส่งเสริมการขาย ● ไม่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์		
● ไม่มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า		
● ไม่การให้ส่วนลดในการซื้อ		
● ไม่มีบริการซื้อขายแบบจัดส่งถึงบ้าน		
● การบริการของผู้ขายไม่เป็นไปตามที่น่าพอใจ		
● ไม่มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า		
● อื่นๆ (โปรดระบุ)		

2. ในอนาคตท่านจะใช้พันธุ์ข้างปลูกของกลุ่มข้าวชุมชนบ้านหนองม่วงหรือไม่

☐ ใช้เพราะ .....

☐ ไม่ใช้เพราะ.....

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ – นามสกุล	นายมนตรี กองมงคล
วัน เดือน ปี ที่เกิด	วันที่ 7 เดือนกุมภาพันธุ์ พ.ศ. 2520
สถานที่เกิด	จังหวัดแพร่
ประวัติการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต (การจัดการศัตรูพืช) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายและการตลาด
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท ป.เคมีเทค จำกัด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์