

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของสมาชิกศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์ข้าวชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี 2) ความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของสมาชิกศูนย์ฯ 3) การปรับใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของสมาชิกศูนย์ฯ 4) ปัญหาและข้อเสนอแนะของสมาชิกศูนย์ฯ เกี่ยวกับ การนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไปปรับใช้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ สมาชิกศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์ข้าวชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีการดำเนินงานอยู่ 85 ศูนย์ สมาชิกรวมทั้งสิ้น 1,208 คน สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สมาชิกศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์ข้าวชุมชนในอำเภอเมืองสุพรรณบุรี 7 ศูนย์ สมาชิกจำนวน 126 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่าสมาชิกส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 50.08 ปี จบประถมศึกษา มีสถานภาพเป็นสมาชิกกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีพื้นที่ในการประกอบอาชีพการเกษตรเฉลี่ย 25.99 ไร่ ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพการเกษตรเฉลี่ย 28.13 ปี มีรายได้ในการประกอบอาชีพการเกษตรเฉลี่ยปีละ 257,661.90 บาท โดยมีแหล่งเงินทุนจากการปล่อยสินเชื่อจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงส่วนใหญ่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร สมาชิกส่วนใหญ่มีความเข้าใจปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อันประกอบด้วย ความพอประมาณ, ความมีเหตุผล และภูมิคุ้มกัน โดยมีการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปรับใช้ มีการลดรายจ่ายในครัวเรือน ลดต้นทุนการผลิต พัฒนาอาชีพให้มีประสิทธิภาพ ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆ และทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเหมาะสม สืบสานประเพณีอันดีงามและภูมิปัญญาชาวบ้าน เสริมสร้างความอบอุ่นในครอบครัว มีการออมทรัพย์ รวมถึงมีการติดตามข่าวสารเพื่อความรอบรู้และทันต่อเหตุการณ์

ข้อเสนอแนะ พบว่าสมาชิกศูนย์ฯ มีความต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐเป็นหลัก โดยเฉพาะการสนับสนุนปัจจัยการผลิต เช่นเมล็ดพันธุ์ข้าวพันธุ์ดีให้เพียงพอและส่งเสริมการตลาดของเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ผลิตโดยชุมชน ซึ่งเป็นกิจกรรมหลัก เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการผลิต แทนการซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวราคาแพง และเป็นการเพิ่มรายได้ในการขายเมล็ดพันธุ์ข้าวของสมาชิกต่อไป

The objectives of research were to study (1) a social status and economic of the Community Rice Seed Promotion and Production Centers' Members in Suphan Buri Province (2) understanding about Sufficiency Economy Philosophy (3) adjusting to Sufficiency Economy Philosophy and (4) problem and suggestion of about using Sufficiency Economy Philosophy

Population investigated in this study was the Community Rice Seed Promotion and Production Centers' Members registered to Agricultural office of Suphan Buri Province. There were 85 centers with 1,208 members. Purposive random was the Community Rice Seed Promotion and Production Centers' Members registered to Agricultural office of Mueang District, Suphan Buri Province. There were 7 centers with 126 members. Data were collected from all members by analyzing interview using statistical software such as frequency, percentage, minimum, maximum, average and standard deviation.

The research showed that most of members were male with an average age of 50.08 years old. They graduated from primary school with status of the Community Rice Seed Promotion and Production Centers Members, especially the Small and Micro Community Enterprise. They had fields for agriculture as 25.99 rai and experiences for their own works about 28.13 years. The members had an income of 257,661.90 baht per year. Financial source was Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC). A detail of news information about Sufficiency Economy Philosophy almost received from extension workers. The most of members have understood Sufficiency Economy Philosophy composed of sufficient, reason and immunity. The adjusting of Sufficiency Economy Philosophy reduce expenses, reduce operation cost, develop career to the best efficiency by new technology and the resource management, the conservation of traditional and wisdom of local, increase happiness in family, saving money and update news and information accession

The suggestion for this research was the members wanted to receive the information and help from government, especially supporting factors of production such as rice grains and promotion for marketing of rice grains produced by community. These activities were used for reducing the budget of the production instead of buying expensive grains and increasing an income from buying rice of the members.