

แนวทางการจัดการลดต้นทุนเพิ่มผลผลิตโดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ

Management Guidelines to Reduce Costs and Increase Productivity by Applying Information Technology to Increase the Market Competitiveness of Jasmine Rice in Sisaket Province

ศิริกมล ประภาสพงษ์¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาในการผลิตข้าวของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตพื้นที่ จังหวัดศรีสะเกษ 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์การลดต้นทุนและการเพิ่มผลการผลิต ปัญหาและอุปสรรค ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิต และการจัดการคุณภาพข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ 3) เพื่อวิเคราะห์วิธีการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และบทบาทของตลาดในการกำหนดคุณภาพของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ และ 4) เพื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัย เชิงปฏิบัติการ โดยมีแนวคิดการลดต้นทุน คือ การเพิ่มผลผลิตภาพมาใช้เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการโดยใช้ปัจจัยการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนการนำแนวคิดการประยุกต์ใช้สารสนเทศประเภทโซเชียลมีเดียประเภท Facebook มาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมมะลินทรีย์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) จำนวน 50 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 329 คน และกลุ่มผู้รับการอบรมการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และแบบการประเมินผลการอบรม การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงปริมาณ ทั้งค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัย และทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์สถิติและคณิตศาสตร์ และสนทนากลุ่มย่อยจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 15 คน นำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์และวิเคราะห์เพื่อนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาความ

ผลการวิจัยพบว่า

1) เกษตรกรในจังหวัดศรีสะเกษที่เป็นผู้ผลิตข้าวมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการยังชีพ จึงรวมกลุ่มให้เกิดกิจกรรมด้านการสร้างแหล่งทุนชุมชน เพื่อขยายพันธุ์ข้าวและผลิตข้าวที่ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างอำนาจต่อรองและกำหนดราคาได้เอง แต่ในขณะเดียวกันก็ประสบปัญหาต่างๆ ประกอบด้วย(1) ปัญหาการขยายตลาดการส่งออกในระดับประเทศและต่างประเทศ (2) ปัญหาการพัฒนาพื้นที่นาข้าวและผลผลิตให้ได้รับเครื่องหมายบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) (3) ปัญหากระบวนการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด (4) ปัญหาโรงเรือนกักเก็บข้าวไม่เพียงพอ (5) ปัญหาการขาดความรู้ทางด้านบัญชี (6) ปัญหาการขาดความรู้เรื่องการแปรรูป (7) ปัญหาองค์ความรู้ด้านการลดต้นทุนการผลิต (8) ปัญหาการขาดความรู้ด้านการจัดการช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (9) ปัญหาด้านทัศนะ

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

คติและพฤติกรรมของเกษตรกรผู้ผลิตข้าว (10) ปัญหาเรื่องเงินทุน (11) ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดจากจากหน่วยงานรัฐ ไม่สอดคล้องกับช่องทางการจำหน่าย และ (12) ปัญหาการขาดเครื่องจักรในการแปรรูปข้าวหอมมะลิ

2) ปัจจุบันเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ มีต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตข้าวทุกกระบวนการ ซึ่งพบว่าค่าใช้จ่ายที่สร้างภาระให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวมากที่สุด คือ ภาระการกู้ยืมเงินเพื่อมาลงทุนในการผลิตข้าว และต้องชำระดอกเบี้ยเงินกู้จากแหล่งกู้ยืมมากกว่า 1 แหล่ง ในขณะที่เมื่อคำนวณจุดคุ้มทุนของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนการผลิต 5,856.14 บาท / ไร่ สามารถขายผลผลิตทางเกษตรเฉลี่ยเท่ากับ 19.04 บาท/กิโลกรัม มีปริมาณผลผลิตทางเกษตรเท่ากับ 416.45 กิโลกรัม/ไร่ รายได้จากการขายผลผลิต 7,929.20 บาท / ไร่ กำไรสุทธิ 825.86 บาทต่อไร่ โดยปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อไร่คุ้มทุนเท่ากับ 12.08 กิโลกรัม/ไร่ ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วยต้นทุน 14.06 บาท/กิโลกรัม และในส่วนช่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณของผลผลิตข้าวของเกษตรกรมี 6 ตัวแปร ได้แก่ จำนวนครัวเรือนที่มีสมาชิกเป็นเกษตรกร ประสบการณ์ทำการเกษตร การจ้างแรงงานในการทำ การทดสอบเมล็ดพันธุ์ข้าว อัตราการใช้เมล็ดพันธุ์ต่อไร่ และวิธีการปลูกข้าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงปริมาณการผลิตข้าวได้ดีที่สุด คือ ประสบการณ์ทำการเกษตร

3) วิธีการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และมาตรฐานของข้าวหอมมะลิในจังหวัด ศรีสะเกษ ประกอบด้วย (1) การส่งเสริมศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกข้าว (2) การส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (3) การเพิ่มผลผลิตในการจำหน่ายของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว (4) การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและสร้างสรรค์ (5) การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์การผลิตของกลุ่มฯ (6) การสร้างเครือข่ายการผลิตข้าวอินทรีย์ (7) การจัดทำบัญชีการผลิตข้าว

4) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การสร้างเพจผ่าน Facebook เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ พบว่า (1) ผลรวมระดับความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมอบรมและปฏิบัติการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศฯ มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับน้อย (2) ผลรวมของความรู้ความเข้าใจด้านวิทยากรและสื่อการอบรมอยู่ในระดับมาก และ (3) ผลรวมความรู้ความเข้าใจด้านความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมฯ อยู่ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ : การจัดการลดต้นทุน การเพิ่มผลผลิต การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการผลิตข้าว

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the conditions and problems in rice production of rice growers in the area; 2) to study and analyze the reducing of the costs and the increasing of the production, and barrier factors affecting the production and quality management of jasmine rice in Sisaket province; 3) to analyze marketing methods, distribution channels, and the role of the market in determining the quality of jasmine rice in Sisaket province; and 4) to apply information technology to increase the market competitiveness of jasmine rice according to the suitability of the area in Sisaket province. The research methodology is a mixed method of a quantitative research, a qualitative research and an action research with the concept of cost

reduction by increasing productivity and using production factors efficiently and effectively, and by applying the concepts of information in the category of social media such as Facebook to increase the distribution channels of the products of the group. The population used in this study is Organic Jasmine Rice Community Enterprise, Sisaket province. The target group is 50 key informants, sampling of 329 people and 30 IT trained people using information systems. The tools used in the study consisted of interview forms, questionnaires and training evaluation forms. The analysis used quantitative statistics (Quantitative Method) including statistics, percentage, average analysis, factor analysis and theories of economics, statistics and mathematics, and focus group discussions of 15 target groups. The data obtained were synthesized and analyzed to present as the descriptive data.

The research found that:

1) The farmers did not have enough income, they combined groups to create activities for creating community funding sources to expand rice varieties and produce rice that is standardized by the community with the bargaining power and the pricing. However, there were various problems including (1) problems of expanding the export market at the national and international levels; (2) problems of the development of paddy fields and products to receive geographical indications or GI; (3) problems of insufficient production system; (4) insufficient storage houses; (5) lack of accounting knowledge; (6) problems of lack of knowledge on privatization; (7) problems of knowledge of production cost reduction; (8) problems of lack of knowledge in product distribution channel management; (9) problems of attitude and behavior of rice farmers; (10) capital or budget problems; (11) marketing promotion problems from government agencies irrelevant to distribution channels; and (12) the problem of lack of machines for processing jasmine rice.

2) Presently, the jasmine rice farmers in Sisaket province with labor costs for rice production in all processes found that the expenses that caused the burden for rice farmers are the most burden of borrowing money to invest in rice production, and having to pay interest on the loan more than 1 source of loan while calculating the break-even point of organic jasmine rice production cost of 5,856.14 baht/rai; sale of agricultural products with an average of 19.04 baht/kilogram; the agricultural production of 416.45 kilograms/rai; sales revenue 7,929.20 baht/rai with net profit 825.86 baht per rai; 14.06 baht/kg average selling price per unit. There are six factors affecting the quantity of rice production; agriculture families, farming experience, hiring labor in farming, rice seed testing, seed use rate per rai with statistical significance at the level of .05. When considering the independent variables that have the power to predict the change in the amount of rice production, the best is farming experience.

3) Marketing methods, distribution channels, and standards of jasmine rice in Sisaket province consisted of (1) promoting the potential of rice growers; (2) promoting distribution channels with electronic commerce systems; (3) increasing productivity in the sale of rice growers; (4) product

design; (5) creation of the image and production identity of the group; (6) creating a network of organic rice production; and (7) production accounting preparation.

4) Application of information technology such as creating a page via Facebook to increase the market competitiveness of jasmine rice according to suitability of areas in Sisaket province found that (1) the total level of knowledge and understanding before attending training and operating using information technology was at a low level; (2) the satisfaction of lecturers and training media was at a high level; and (3) the overall satisfaction of knowledge and understanding after the training was at the medium level.

Keywords: Management to reduce costs, Productivity, Application of information technology in rice production

วันที่รับบทความ : 9 มีนาคม 2563

วันที่แก้ไขบทความ : 15 พฤษภาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 15 มิถุนายน 2563

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

จังหวัดศรีสะเกษเป็นแหล่งปลูกข้าวเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยพื้นที่ส่วนใหญ่ใช้สำหรับการทำนา พ.ศ. 2557 มีพื้นที่ปลูกข้าวรวม 3,413,646 ไร่ แยกเป็นพื้นที่ปลูกข้าวเจ้า (ข้าวหอมมะลิ) 3,268,386 ไร่ พื้นที่ปลูกข้าวเหนียว 145,260 ไร่ ผลผลิตข้าวรวม 1,528,624 ตัน แยกเป็นผลผลิต ข้าวเจ้า 1,466,468 ตัน ผลผลิตข้าวเหนียว 62,156 ตัน เป็นพื้นที่นาผลิตข้าวหอมมะลิที่ดีที่สุด ออกสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ ปัจจุบันข้าวหอมมะลิอินทรีย์เป็นที่ต้องการของตลาดมาก และกลุ่มผู้ผลิตข้าวหอมมะลิจังหวัดศรีสะเกษได้มีการตรวจรับรองระบบการผลิตข้าวหอมมะลิที่ปลอดภัยจากสารพิษ ในปี 2555 ได้ขึ้นทะเบียนเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ จำนวน 3,690 ราย และผ่านการตรวจรับรองระบบการผลิตข้าวหอมมะลิที่ปลอดภัยจากสารพิษ จำนวน 3,490 ราย ในปี 2556 ได้ขึ้นทะเบียนเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ จำนวน 1,800 ราย และผ่านการตรวจรับรองระบบการผลิตข้าวหอมมะลิที่ปลอดภัยจากสารพิษ จำนวน 1,620 ราย (องค์การบริหารส่วนจังหวัดศรีสะเกษ, 2555) ในขณะเดียวกันความต้องการยกระดับและพัฒนาการผลิต และการส่งออกข้าวหอมมะลิในพื้นที่ยังคงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น แต่เกษตรกรยังขาดทักษะในการประชาสัมพันธ์ และขาดเครื่องมือในการสนับสนุนการตัดสินใจในการบริหารจัดการผลิตข้าวที่มี

ประสิทธิภาพ โดยหากเกษตรกรสามารถใช้ระบบสารสนเทศในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาด ข้าวหอมมะลิได้ จะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของเกษตรกรและยกระดับการผลิตข้าวหอมมะลิได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้น การพัฒนาระบบสารสนเทศการตลาดข้าวหอมมะลิมีความสำคัญต่อการสนับสนุนการตัดสินใจในการบริหารจัดการการผลิตข้าว ระหว่างผู้เกี่ยวข้องเพื่อบูรณาการความรู้ และการวางระบบเครือข่ายสารสนเทศด้านการตลาดข้าวหอมมะลิ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาไปสู่ระบบสารสนเทศ “ข้าว” คณะผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาสภาพการผลิต ต้นทุนการผลิต และพฤติกรรมของเกษตรกรที่ปลูกข้าวหอมมะลิในแหล่งผลิตที่สำคัญ จะระบุถึงต้นทุนการผลิตที่แท้จริงและรูปแบบการจัดการคุณภาพข้าวของเกษตรกรที่เปลี่ยนแปลงไป การรักษาตลาดข้าวหอมมะลิ คุณภาพดี ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเสริมสร้างนโยบายการจัดการรูปแบบข้าวหอมมะลิได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอีกทั้งยังร่วมมือกับสถาบัน หน่วยงานราชการ ผู้ประกอบการโรงสีเอกชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว องค์การบริหารส่วนตำบล และเกษตรกร เพื่อให้ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมพัฒนาระบบเครือข่ายข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ “ข้าว” สนับสนุน ส่งเสริมในการประกอบอาชีพการค้าในธุรกิจวิถีทางการใช้ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นอันจะช่วยให้เกิดประโยชน์และ

นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และนำข้อมูลของข้าวหอมมะลิ มาพัฒนาให้อยู่ในรูปแบบระบบฐานข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มช่องทางด้านการตลาดข้าวหอมมะลิไทยในวงกว้างมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาในการผลิตข้าวของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตพื้นที่ จังหวัดศรีสะเกษ

1.2.2 เพื่อศึกษาวิเคราะห์การลดต้นทุนและการเพิ่มผลการผลิต ปัญหาและอุปสรรค ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลผลิตและการจัดการคุณภาพข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ

1.2.3 เพื่อวิเคราะห์วิธีการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และบทบาทของตลาดในการกำหนดคุณภาพของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ

1.2.4 เพื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) ศึกษาสภาพและปัญหาในการผลิตข้าวของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตพื้นที่ จังหวัดศรีสะเกษ

2) ศึกษาวิเคราะห์การลดต้นทุนและการเพิ่มผลการผลิต ปัญหาและอุปสรรค ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลผลิตและการจัดการคุณภาพข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ

3) ศึกษาวิธีการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และบทบาทของตลาดในการกำหนดคุณภาพของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ

4) ศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ

1.3.2 ขอบเขตพื้นที่การวิจัย

กำหนดพื้นที่เป้าหมาย โดยศึกษาเฉพาะกรณี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพันธุ์ข้าวผักไหม ตำบลผักไหม อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ ศูนย์ข้าวชุมชนบ้านมะยาง ตำบลหนองแค อำเภอราศีไศล จังหวัดศรีสะเกษ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง ตำบลดู่ อำเภอราศีไศล จังหวัดศรีสะเกษ

1.3.3 ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ประชากรทั้งเพศชายเพศหญิงที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชนพันธุ์ข้าวผักไหม ตำบลผักไหม อำเภอห้วยทับทัน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมขยายผลพันธุ์ข้าวตำบลหนองแค (ศูนย์ข้าวชุมชนบ้านมะยาง) ตำบลหนองแค และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง ตำบลดู่ อำเภอราศีไศล จังหวัดศรีสะเกษ จำนวนทั้งสิ้น 1,867 คน

1.3.4 กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง

1) กลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 50 คน ประกอบด้วย 1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 15 คน 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติจำนวน 20 คน และ 3) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป จำนวน 15 คน และตัวแทนการประชุมสนทนากลุ่มย่อย จำนวน 15 คน

2) กลุ่มตัวอย่าง การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ตำบลผักไหม อำเภอห้วยทับทัน จำนวน 474 คน ตำบลหนองแค จำนวน 135 คน และตำบลดู่ จำนวน 1,258 คน อำเภอราศีไศล จังหวัดศรีสะเกษ จำนวนทั้งสิ้น 1,867 คน โดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 329 คน

3) กลุ่มผู้เข้าฝึกอบรมฯ จำนวน 30 คน โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นสมาชิกกลุ่มฯ อ่านออกเขียนได้ มีความพร้อม ความเข้าใจในการใช้โซเชียลมีเดียประเภท Facebook และมีอุปกรณ์การสื่อสารที่เข้าถึงเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือหรืออุปกรณ์อื่นๆ ที่สามารถรองรับระบบอินเทอร์เน็ตได้

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method) โดยดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 50 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 329 คน และผู้รับการอบรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และแบบการประเมินผลการอบรม การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงปริมาณทั้งค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ปัจจัยและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ สถิติและคณิตศาสตร์ และสนทนากลุ่มย่อยจาก

กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 15 คน นำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์ และวิเคราะห์เพื่อนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาความ

3. สรุปผลการวิจัย

3.1 เกษตรกรในจังหวัดศรีสะเกษที่เป็นผู้ผลิตข้าวมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการยังชีพ จึงรวมกลุ่มให้เกิดกิจกรรมด้านการสร้างแหล่งทุนชุมชน เพื่อขยายพันธุ์ข้าวและผลิตข้าวที่ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างอำนาจต่อรองและกำหนดราคาได้เอง แต่ในขณะเดียวกันก็ประสบปัญหาต่างๆ ประกอบด้วย (1) ปัญหาการขยายตลาดการส่งออกในระดับประเทศและต่างประเทศ (2) ปัญหาการพัฒนาพื้นที่นาข้าวและผลผลิตให้ได้รับเครื่องหมายบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) ถือเป็นสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าส่งออกของประเทศไทยให้มีมูลค่าสูงขึ้น (3) ปัญหาระบบการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ขาดกำลังเครื่องจักรในการผลิตที่มีปริมาณมาก (4) ปัญหาโรงเรือนกักเก็บข้าวไม่เพียงพอ ต่อการจัดเก็บเมล็ดพันธุ์ข้าวหอมมะลิที่เกษตรกรผู้ปลูกข้าวนำมารวมกันเพื่อจำหน่าย (5) ปัญหาการขาดความรู้ทางด้านบัญชี (6) ปัญหาการขาดความรู้เรื่องการแปรรูป (7) ปัญหาเรื่องการลดต้นทุนการผลิต (8) ปัญหาการขาดความรู้ด้านการจัดการช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (9) ปัญหาด้านทัศนคติและพฤติกรรมของเกษตรกรผู้ผลิตข้าว เพื่อให้เกษตรกรผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มฯ ได้ปรับเปลี่ยนความคิดเกษตรให้หันมาทำเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (10) ปัญหาเรื่องเงินทุนหรืองบประมาณ ในการซื้อข้าวหอมมะลิจากสมาชิกกลุ่มฯ เก็บไว้เพื่อจำหน่าย บางครั้งข้าวมีไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากโรงเรือนที่จัดเก็บข้าวมีไม่เพียงพอ (11) ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดจากจากหน่วยงานรัฐ ไม่สอดคล้องกับช่องทางการจำหน่าย ควรคำนึงถึงปลายทางผู้บริโภคเป็นแหล่งที่ใด และมีการประสานความร่วมมือที่จะรับซื้อผลผลิตของเกษตรกรจริงหรือไม่ ควรให้ความชัดเจน (12) ปัญหาการขาดเครื่องจักรในการแปรรูปข้าวหอมมะลิ โดยเครื่องจักรยังมีขนาดเล็กแต่ปริมาณการรับซื้อสูง

3.2 ปัจจุบันเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ มีต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตข้าวทุกกระบวนการ ซึ่งพบว่าค่าใช้จ่ายที่สร้างภาระให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวมากที่สุด คือ ภาระการกู้ยืมเงินเพื่อมาลงทุนในการผลิตข้าว และต้องชำระดอกเบี้ยเงินกู้จากแหล่งกู้ยืมมากกว่า 1 แห่ง ในขณะที่เมื่อคำนวณ

จุดคุ้มทุนของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนการผลิต 5,856.14 บาท / ไร่ สามารถขายผลผลิตทางเกษตรเฉลี่ยเท่ากับ 19.04 บาท/กิโลกรัม มีปริมาณผลผลิตทางเกษตรเท่ากับ 416.45 กิโลกรัม/ไร่ รายได้จากการขายผลผลิต 7,929.20 บาท / ไร่ กำไรสุทธิ 825.86 บาทต่อไร่ โดยปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อไร่ คุ้มทุนเท่ากับ 12.08 กิโลกรัม/ไร่ ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วยต้นทุน 14.06 บาท/กิโลกรัม และในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณของผลผลิตข้าวของเกษตรกรมี 6 ตัวแปร ได้แก่ จำนวนครัวเรือนที่มีสมาชิกเป็นเกษตรกร ประสบการณ์ทำการเกษตร การจ้างแรงงานในการทำนา การทดสอบเมล็ดพันธุ์ข้าว อัตราการใช้เมล็ดพันธุ์ต่อไร่ และวิธีการปลูกข้าว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการเปลี่ยนแปลงปริมาณการผลิตข้าวได้ดีที่สุดคือ ประสบการณ์ทำการเกษตร

3.3 วิธีการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตข้าวฯ โดยช่องทางการจัดจำหน่าย และมาตรฐานของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ ประกอบด้วย (1) การส่งเสริมศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกข้าว การส่งเสริมให้เกษตรกรมีองค์ความรู้และพัฒนาศักยภาพให้มีความเชี่ยวชาญจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มที่สามารถพัฒนาพื้นที่ทำการเกษตรอินทรีย์ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ และสามารถพัฒนาต่อยอดพื้นที่ให้กลายเป็นศูนย์การเรียนรู้ที่สามารถเปิดรับนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่ต้องการศึกษาดูงานนำไปพัฒนาต่อผลผลิตในพื้นที่อื่นได้ (2) การส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันกลุ่มฯ สามารถจำหน่ายข้าวให้กับผู้รับซื้อที่เป็นผู้ประกอบการค้าข้าวระดับประเทศหลายบริษัท ซึ่งรับซื้อตามรอบที่กำหนด ในขณะที่ข้าวของเกษตรกรในบางปีมีปริมาณเกินความต้องการรับซื้อ ดังนั้นเกษตรกรจึงต้องหาช่องทางการตลาดอื่นในการจำหน่ายผลผลิต โดยส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการไปออกจำหน่ายตามงานต่างๆ ที่รัฐจัด และการนำข้อมูลของกลุ่มขึ้นเว็บไซต์หน่วยงานต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภค ที่สนใจสามารถสั่งซื้อสินค้าได้โดยตรงจากเกษตรกร หรือการทำเพจ Facebook ของกลุ่มฯ แต่ยังคงมีปัญหาและอุปสรรค คือ เกษตรกรผู้ผลิตยังไม่มีองค์ความรู้ในการจัดการเพจให้น่าสนใจเพียงพอ หรือ การติดต่อของผู้บริโภคบางรายไม่สามารถติดต่อกับกลุ่มได้เนื่องจากขาดความต่อเนื่องในการเคลื่อนไหวบนเพจ เพราะเกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจและขาด

ทักษะในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคโดยตรง (3) การเพิ่มผลผลิตในการจำหน่ายของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว สำหรับการรับซื้อข้าวอินทรีย์จากเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในฐานะที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจฯ จะมีเงื่อนไขข้อกำหนดของการรับซื้อข้าวอินทรีย์ เช่น หากมีการปนเปื้อนของเมล็ดข้าวที่ต่ำกว่ามาตรฐาน โดยการปนเปื้อนห้ามเกิน 2 เม็ด และราคาซื้อของกลุ่มฯ จะมีการกำหนดราคาการรับซื้อต่ำกว่ามาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ เพราะข้าวอินทรีย์มีตลาดรองรับเฉพาะกลุ่ม เพราะฉะนั้นมาตรฐานการผลิตต้องได้มาตรฐานกว่าตลาดข้าวทั่วไป โดยหากต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนดทางกลุ่ม จะรับซื้อในราคาระดับโลกริมละ 17 – 19 บาท แต่หากเกษตรกรสามารถผลิตได้ตามมาตรฐานกำหนดกลุ่มฯ จะรับซื้อในราคาระดับโลกริมละ 23 – 25 บาท (4) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นและสร้างสรรค์ ปัจจุบันกลุ่มได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นสวยงามจึงช่วยให้สินค้ามีความน่าสนใจและช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มฯ ได้เพิ่มขึ้น (5) การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์การผลิตของกลุ่มฯ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ ช่วยให้ผลผลิตสามารถจำหน่ายได้เพิ่มขึ้น เมื่อไปออกงานจำหน่ายตามสถานที่จัดงานต่างๆ ในขณะที่เดียวกันกลุ่มสามารถกำหนดราคาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ (6) การสร้างเครือข่ายการผลิตข้าวอินทรีย์ช่วยเสริมสร้างขยายฐานการผลิตของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวให้เกิดความเข้มแข็งและเป็นการส่งเสริมให้เกิดตลาดรับซื้อข้าวภายใต้กระบวนการของกลุ่มเกษตรกร นอกจากนี้หัวใจสำคัญของการรวมกันของเกษตรกรในการผลิตข้าวด้วยรูปแบบนาแปลงใหญ่ คือให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรองเรื่องราคาผลผลิตให้กับสมาชิกกลุ่มได้เพิ่มขึ้น ถือว่าเป็นอีกหนึ่งบทบาทสำคัญที่จะทำให้เกษตรกรมีบทบาทในการกำหนดราคาผลผลิตในตลาดรับซื้อข้าวได้มากขึ้น (7) การจัดทำบัญชีการผลิตข้าว สมาชิกกลุ่มฯ มีความรู้ในด้านบัญชีการผลิตข้าวน้อยมาก จึงควรส่งเสริมและสนับสนุนการอบรมเพื่อให้ความรู้แก่เกษตรกรฯ และเกษตรกรควรมีการทำบัญชีการผลิตข้าว เพื่อให้ทราบรายละเอียดรายรับ รายจ่าย ในการผลิตข้าว เพื่อสามารถคำนวณต้นทุนการผลิตได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และเป็นการช่วยลดต้นทุนผลิตของการปลูกข้าวให้เกษตรกร และช่วยให้เกษตรกรสามารถกำหนดราคาผลผลิตในตลาดรับ

ซื้อข้าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถยกระดับทางเศรษฐกิจครัวเรือนสูงขึ้น

3.4 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรีสะเกษ มาจากแนวคิดเพื่อการลดต้นทุนการเพิ่มผลผลิตภาพมาในการทำงานระบบกลุ่ม หรือ การทำงานในระบบทีม สร้างการมีส่วนร่วมและความเป็นหนึ่งเดียวกันในกลุ่มกับสมาชิกทุกคน และมีการแบ่งบทบาทหน้าที่ในการดำเนินงานใช้เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการโดยใช้ปัจจัยการผลิตหรือต้นทุนของกลุ่มที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนการนำแนวคิดการประยุกต์ใช้สารสนเทศประเภทโซเชียลมีเดียประเภท Facebook มาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ซึ่งปัจจุบัน Facebook เป็นระบบสารสนเทศประเภทสื่อโซเชียลที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดในโลก เฉพาะในประเทศไทยมีผู้ใช้มากกว่า 14 ล้านคน หรือร้อยละ 80 ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วประเทศ การเปิดเพจขายสินค้าบน Facebook จึงเป็นช่องทางการตลาดที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะใช้งานง่ายและมีความหลากหลายให้ผู้ใช้ได้เลือกสร้างสรรค์เพื่อผลิตภัณฑ์ของตนเอง โดย Facebook แบ่งประเภทของเพจเป็น 6 ประเภทตามการใช้งานคือ (1) Local Business or Place เหมาะสำหรับธุรกิจหรือกิจการที่มีหน้าร้านเป็นของตนเอง มีข้อดีคือคนที่มาร้านของคุณสามารถทำการ Check-in สถานที่ได้ (2) Company, Organization or Institution หรือ รูปแบบเพจสำหรับบริษัทหรือองค์กร หรือสถาบันต่างๆ ซึ่งสามารถตั้งเป็นสถานที่ Check In ได้เหมือนประเภทแรก (3) Brand or Product หรือ การสร้างเพจแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เหมาะสำหรับธุรกิจที่มีสินค้าผลิตภัณฑ์ของตัวเองในการส่งจำหน่าย (4) Artist, Band or Public Figure หรือ เพจสำหรับ ศิลปิน วงดนตรี หรือบุคคลสาธารณะ เช่น นักเขียน นักการเมือง ศิลปิน หรือ ทำ เพจ เกี่ยวกับ แฟนคลับ (5) Entertainment หรือ สื่อบันเทิง เช่น รายการทีวี รายการวิทยุ เป็นต้น และ (6) Cause or Community หรือเป็นการสร้างเพจขึ้นในรูปแบบเพจที่มีความเฉพาะสำหรับกลุ่มคนที่ชอบ หรือสนใจในสิ่งเดียวกัน ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือกใช้ตามประเภทและความเหมาะสมของกลุ่มนั้นๆ ได้ โดยในปัจจุบันกลุ่มผู้ผลิตข้าวฯ ได้มีการสร้างเพจ Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่สมาชิกกลุ่มยัง

ขาดทักษะของการนำเข้าสู่ข้อมูลบนเพจ การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์กลุ่มให้น่าสนใจ และข้อมูลที่มีเพจขาดความทันสมัย และความต่อเนื่อง จึงยังเป็นจุดอ่อน การทำการตลาดการจำหน่ายของกลุ่มผู้ผลิตข้าวฯ ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้จัดทำโครงการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะให้กลุ่มผู้ผลิตข้าวฯ ได้มีความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้ามากขึ้น ซึ่งขั้นแรกได้ดำเนินการสำรวจความต้องการของสมาชิกในกลุ่มฯ มีความต้องการให้ฝึกอบรมทดลองนำระบบโซเชียลมีเดียมาใช้ในการสร้างเพจของกลุ่มฯ โดยใช้ Facebook ที่เป็นเพจของกลุ่มที่มีอยู่แล้วมาดำเนินการอบรมเพิ่มทักษะการใช้งานในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น การอบรมในครั้งนี้มีผู้เข้ารับการฝึกอบรม จำนวน 30 คน มีคุณสมบัติเป็นสมาชิกของกลุ่มฯ มีความต้องการในการเรียนรู้ และมีความพร้อมด้านอุปกรณ์ที่รองรับระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อฝึกปฏิบัติในการเรียนรู้การนำเข้าสู่ข้อมูลของกลุ่มฯ ไปเพจให้มีความทันสมัยตลอดเวลา รวมถึงการจัดการเพจให้น่าสนใจมากขึ้น สามารถใช้งานสื่อสารกับผู้บริโภคที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ได้ ตลอดจนสามารถจำหน่ายสินค้าในเพจได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มผู้ผลิตข้าวฯ หลังจากการฝึกอบรมพบว่า (1) ผลรวมระดับความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมอบรมและปฏิบัติการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศฯ ประเภทเพจ Facebook ผู้เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}$ = 2.16, S.D. = .844) (2) ผลรวมของความพึงพอใจด้านวิทยากรและสื่อการอบรม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศฯ ประเภทโซเชียลมีเดียโดยการจัดการอบรมการทำเพจ Facebook ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มฯ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = .587) และ (3) ผลรวมความพึงพอใจในด้านความรู้ความเข้าใจการใช้เพจ Facebook การนำเข้าสู่ข้อมูลข่าวสารของกลุ่มลงในเพจหลังการอบรมฯ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.46, S.D. = .552)

4. อภิปรายผล

4.1 สภาพทั่วไปของการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์เกิดจากความต้องการพัฒนาและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในตลาดข้าวที่การแข่งขันการค้าข้าวมีแนวโน้มที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เกษตรกรผู้ผลิตยังมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการยังชีพ อีกทั้งต้องประสบกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรโดยตรง การขาดความอุดมสมบูรณ์ของ

ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศน์ที่เสื่อมโทรมลง ทำให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำ ได้ข้าวที่ไม่มีคุณภาพ และถูกกดราคา จึงเกิดการขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจเพื่อการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ในนามกลุ่มต่างๆ ตามบริบทของพื้นที่นั้นๆ โดยวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้สามารถผลิตพันธุ์ข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพได้ตามมาตรฐานส่งต่อไปยังผู้บริโภค มีอำนาจต่อรองและกำหนดราคาได้เอง โดยการบริหารจัดการกลุ่มเป็นไปในรูปแบบของการให้เกษตรกรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มได้มีส่วนร่วมในการช่วยกันคิด วางแผน ปฏิบัติ และรับผลประโยชน์ พร้อมเปิดรับองค์ความรู้สมัยใหม่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันการพัฒนาและขับเคลื่อนกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและเกิดความยั่งยืน สอดคล้องกับกษมาพร พวงประยงค์ และนพพร จันทรนาชู (2556) กล่าวว่า การพัฒนาความสมดุลของชุมชน จะต้องมีการกระตุ้นที่มีฐานภูมิปัญญาและประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ประยุกต์เข้ากับสภาพสังคมมีศักยภาพในการพัฒนาและพึ่งพาตนเอง โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการเกษตรที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ที่มีกลุ่มภาคเกษตรกรรมมาผสมผสานกับการพัฒนาสมัยใหม่ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นกระบวนการที่เริ่มจากสมาชิกชุมชนและผลประโยชน์ที่ได้รับคือสมาชิกในชุมชน

และจากการศึกษาสภาพปัญหาในด้านการผลิตผู้วิจัยเลือกประเด็นที่มีความน่าสนใจมาอภิปราย ดังนี้ (1) ปัญหาการขยายตลาดการส่งออกในระดับประเทศและต่างประเทศซึ่งการเข้าถึงตลาดต่างประเทศยังมีอุปสรรคหลายประการ โดยเฉพาะการพัฒนาให้เมล็ดพันธุ์ข้าวให้ได้รับมาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก ซึ่งยังถือว่าเป็นจุดด้อยที่กลุ่มยังคงต้องพัฒนาและยกระดับคุณภาพพันธุ์ข้าวของกลุ่มให้เป็นที่ยอมรับต่อไปในอนาคต โดยเริ่มจากการพัฒนาเพื่อให้ได้มาตรฐานภายในประเทศซึ่งเริ่มจากการให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มฯ ได้มีบทบาทในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลผลิตร่วมกัน โดยคาดหวังประสบความสำเร็จโอกาสที่จะก้าวเข้าสู่ขั้นตอนของการขยายฐานการส่งออกและได้รับมาตรฐานระดับโลกจะประสบผลสำเร็จในลำดับต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับ ปราโมทย์ ยอดแก้ว (2560) กล่าวว่า การผลิตข้าวอินทรีย์ตามมาตรฐานการผลิตที่ผ่านการรับรองจากมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มกท. มาตรฐานสหพันธ์เกษตร

อินทรีย์นานาชาติ (IFAOM) , มาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ของสหภาพยุโรป (EU) , แผนงานเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (NOP) เป็นต้น ยังมีการผลิตที่น้อยเพื่อสนองความต้องการตลาดต่างประเทศเป็นหลัก ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทยควรเน้นการพัฒนามาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ภายใต้ระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม (พีจีเอส) ซึ่งเป็นกระบวนการรับรองเกษตรอินทรีย์ในระดับชุมชน บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน ภายใต้หลักการความไว้วางใจ เครือข่ายสังคม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาการตลาดในสังคมไทยได้ดีเพื่อการขยายตลาดให้มากขึ้น (2) ปัญหาการพัฒนาพื้นที่นาข้าวและผลผลิตให้ได้รับเครื่องหมายบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) ถือเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าส่งออกของประเทศไทยให้มีมูลค่าสูงขึ้นที่สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศของรัฐบาลที่กำลังเดินหน้าพัฒนา และยกระดับสินค้าไทยให้มีศักยภาพและได้รับการรับรองในเวทีโลก โดยทางกลุ่มจะได้ระดมแนวคิดเพื่อหาจุดเด่นของการผลิตพันธุ์ข้าวหอมมะลินทรีย์ที่มีคุณภาพเพื่อยกระดับสู่การรับรอง การได้มาซึ่งเครื่องหมาย (Geographical Indications: GI) เป็นอีกหนึ่งการพัฒนาการขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มฯ ให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ท้องตลาดมีคุณภาพและเป็นที่รู้จักของแหล่งผลิตในพื้นที่ ซึ่งจะได้รับ ความคุ้มครองชื่อสินค้าให้เป็นสิทธิของชุมชน มีการทำการตลาดและรับรองคุณภาพจากแหล่งผลิตสินค้าที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งจะช่วยขยายฐานตลาดของกลุ่มฯ ข้าวให้เติบโตขึ้น สอดคล้องกับ สหภาพ ไตรยวงศ์ สมใจ ภูมิพันธุ์ และไพศาล แนนอุดร (2560) กล่าวว่า ผลผลิตที่เป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) เป็นการเชื่อมโยงสินค้ากับพื้นที่ผลิตซึ่งจะมีระบบการสอบย้อนกลับถึงแหล่งผลิต ทำให้ผู้บริโภครู้จักแหล่งผลิต และมีความมั่นใจในคุณภาพสินค้าทำให้ข้าวหอมมะลิที่ปลูกได้รับประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น

4.2 วิเคราะห์การลดต้นทุนและการเพิ่มผล การผลิต ปัญหาและอุปสรรค ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การผลิตและการจัดการคุณภาพข้าวหอมมะลิในจังหวัด ศรีสะเกษ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ที่เป็นผู้ผลิตข้าวหอมมะลินทรีย์ลดต้นทุนการผลิตด้วยวิธีการใช้แรงงาน คราวเรือนเข้ามาช่วยในการทำการเกษตร แต่ใน

ขณะเดียวกันเกษตรกรเองกลับกู้ยืมเงินจากแหล่งทุนเพื่อ มาใช้ในการลงทุนทำการเกษตร ทำให้เกษตรกรเป็นหนี้สิน รายได้จากการผลิตข้าวไม่เพียงพอต่อรายได้ใน การดำรงชีพ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการ ส่งเสริมความรู้ด้านเทคโนโลยีการเกษตรในการช่วยลด ต้นทุนการผลิต เพื่อให้เกษตรกรสามารถผลิตข้าวได้ใน ปริมาณที่เพียงพอต่อการดำรงชีพ และลดรายจ่ายต้นทุน ต่างๆ ลง ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพียงพอต่อการใช้เป็น ทุนในการผลิตข้าวครั้งต่อไป สอดคล้องกับ ดวงกมล เริ่มตระกูล (2555) กล่าวว่า เทคโนโลยีสามารถนำมา ปรับใช้ในการลดต้นทุนการผลิตข้าว โดยสามารถนำ เทคโนโลยีใช้ร่วมกับวิธีการผลิตข้าวแบบเดิมของ เกษตรกรได้ ช่วยทำให้ผลผลิตข้าวมีคุณภาพดีขึ้น สามารถลดต้นทุนด้านต่างๆ ลงได้ และช่วยให้เกษตรกรมี รายได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมกิจกรรมการ พึ่งพาตนเองและการรวมกลุ่มการผลิต และเป็น เทคโนโลยีที่มีคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือ โดยเมื่อ วิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนการผลิตข้าว พบว่า ปัจจุบันเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิในจังหวัดศรี สะเกษ มีต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตข้าว ต้นทุนค่าวัสดุ ที่ใช้ไปในการผลิต และต้นทุนค่าใช้จ่ายประเภทอื่นๆ ซึ่ง พบว่าค่าใช้จ่ายที่สร้างภาระให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าว มากที่สุด คือ ภาระการกู้ยืมเงินเพื่อมาลงทุนในการผลิต ข้าว และต้องชำระดอกเบี้ยเงินกู้จากแหล่งกู้ยืมมากกว่า 1 แหล่ง ในขณะที่เมื่อคำนวณจุดคุ้มทุนของเกษตรกรผู้ ปลูกข้าวหอมมะลินทรีย์พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนการ ผลิต 5,856.14 บาท / ไร่ สามารถขายผลผลิตทาง เกษตรเฉลี่ยเท่ากับ 19.04 บาท/กิโลกรัม มีปริมาณ ผลผลิตทางเกษตรเท่ากับ 416.45 กิโลกรัม/ไร่ รายได้ จากการขายผลผลิต 7,929.20 บาท / ไร่ กำไรสุทธิ 825.86 บาทต่อไร่ โดยปริมาณการผลิตเฉลี่ยต่อไร่คุ้มทุน เท่ากับ 12.08 กิโลกรัม/ไร่ ราคาขายเฉลี่ยต่อหน่วย ต้นทุน 14.06 บาท/กิโลกรัม เมื่อพิจารณาราคาขาย ผลผลิตและจุดคุ้มทุนจากการผลิต พบว่า การผลิตข้าว หอมมะลินทรีย์มีความเสี่ยงต่อการขาดทุนต่ำกว่าการ ปลูกข้าวหอมมะลิแบบช่วงปรับเปลี่ยน ดังนั้นยังเกษตรกร สามารถลดต้นทุนการผลิตได้มากเท่าไรเกษตรกรจะได้ กำไรจากการผลิตมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากกลุ่ม เกษตรกรสามารถคำนวณการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต รายได้ กำไรสุทธิ และจุดคุ้มทุนในการผลิตได้เองก็จะลด ความเสี่ยงในการขาดทุนต่ำ และยังเป็นขั้นตอนสำคัญที่ จะช่วยให้เกษตรกรสามารถกำหนดราคาขายซึ่งเป็นอีก

หนึ่งกลไกสำคัญในการผลิต สอดคล้องกับ ศานิต แก้วเย็น และคณะ (2558) กล่าวว่า การวิเคราะห์ผลผลิตคัมพูนจะช่วยในการตัดสินใจเพิ่มผลผลิตต่อไร่ถ้าหากทราบต้นทุนเฉลี่ยต่อไร่และทราบราคาที่ขายได้ถ้าหากเกษตรกรรายใดมีผลผลิตคัมพูนต่อไร่ที่ต่ำแสดงว่ามีความเสี่ยงต่ำที่จะขาดทุน หมายความว่าชาวสวนคนนี้มีต้นทุนต่อไร่ที่ต่ำหรือขายได้ราคาสูง ในขณะที่เดียวกันถ้าหากชาวสวนมีราคาคัมพูนที่ต่ำก็แสดงว่าชาวสวนนั้นมีต้นทุนต่อไร่ที่ต่ำหรือมีผลผลิตต่อไร่ที่สูงโอกาสที่ชาวสวนคนนี้จะขาดทุนจะมีน้อยกว่าชาวสวนที่มีราคาคัมพูนที่สูงเพราะต้องขายได้ราคาสูงเท่านั้นจึงจะไม่ขาดทุน การที่เกษตรกรชาวสวนทราบราคาคัมพูนทำให้การตัดสินใจขายในราคาที่ขาดทุนได้ถ้าหากต่อรองราคาได้อย่างต่ำที่สุดจะต้องขายในราคาที่คัมพูน

4.3 การส่งเสริมศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกข้าว โดยในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยเลือกประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ดังนี้ (1) การส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยกลุ่มฯ เกษตรกรสามารถประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นำมาเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับกลุ่มฯ จะช่วยให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยปัจจุบันกลุ่มฯ สามารถจำหน่ายข้าวให้กับผู้รับซื้อที่เป็นผู้ประกอบการค้าข้าวระดับประเทศหลายบริษัท ซึ่งรับซื้อตามรอบที่กำหนด ในขณะที่ข้าวของเกษตรกรในบางปีมีปริมาณเกินความต้องการรับซื้อ ดังนั้นเกษตรกรจึงต้องหาช่องทางการตลาดอื่นในการจำหน่ายผลผลิต โดยส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการไปออกจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่หน่วยงานรัฐจัดขึ้น และการนำข้อมูลของกลุ่มขึ้นเว็บไซต์หน่วยงานต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคที่สนใจสามารถสั่งซื้อสินค้าได้โดยตรงจากเกษตรกร หรือการทำเพจ Facebook ของกลุ่มฯ แต่ยังคงมีปัญหาและอุปสรรค คือ เกษตรกรผู้ผลิตยังไม่มีความรู้ในการจัดการเพจให้น่าสนใจ ชื่อของกลุ่มฯ ที่จัดทำบนเพจมีความยาวเกินไป จดจำยาก และการติดต่อของผู้บริโภคบางรายไม่สามารถติดต่อกับกลุ่มได้เนื่องจากขาดความต่อเนื่องในการเคลื่อนไหวบนเพจ เพราะเกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคโดยตรง หากกลุ่มฯ มีความรู้ในการประยุกต์ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น จะช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็น การเพิ่มยอดขาย การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย การได้ช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ที่รวดเร็วขึ้น

การนำเสนอสินค้า/บริการไปยังกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วขึ้น การลดค่าใช้จ่ายทางการตลาดให้กับกลุ่มฯ เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ สุพัตรา กาญจนโณภส (2554) กล่าวว่า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ถูกนำมาใช้ในการสร้างทางเลือกในการช่องทางการตลาดมากขึ้น เพราะสามารถเพิ่มยอดขาย การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย การใช้ช่องทางดังกล่าวนี้ในสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ที่รวดเร็วขึ้น การนำเสนอสินค้า/บริการไปยังกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็วขึ้น ลดค่าใช้จ่ายทางการตลาด ดังนั้น พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ถือว่าเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (2) การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและสร้างสรรค์ ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจฯ ผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ของจังหวัดศรีสะเกษ เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานการผลิตเป็นอย่างสูง ทั้ง เป็นต้น ซึ่งการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์การผลิตของกลุ่มฯ ช่วยให้สินค้าสามารถจำหน่ายได้เพิ่มขึ้นเมื่อไปออกงานจำหน่ายตามสถานที่จัดงานต่างๆ ในขณะเดียวกันกลุ่มสามารถกำหนดราคากำหนดราคาจำหน่ายผลผลิตของตนเองได้ สอดคล้องกับสุภารดี สอนโสภะเชือก ภรณ์ หลาวทอง อัญญา มาลาคา และ ทิพนันตร คงมี (2561) กล่าวว่า การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่รูปแบบปรับปรุงสิ่งเดิมที่เป็นอยู่ให้ดีขึ้นเป็นการสร้างความโดดเด่น/ความแปลกใหม่ของข้าวอินทรีย์ให้มีความโดดเด่นในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ จะเป็นการส่งเสริมการตลาดข้าวอินทรีย์ให้มีภาพลักษณ์ที่ดี โดยการส่งเสริมการตลาดอาศัยการสื่อสารผ่านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับราคาช่วยทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่ม ส่งผลให้กลุ่มสามารถกำหนดราคาสินค้าผ่านภาพลักษณ์สินค้าได้ (3) การสร้างเครือข่ายการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์จะช่วยเสริมสร้างขยายฐานการผลิตของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวให้เกิดความเข้มแข็ง ส่งเสริมศักยภาพการพัฒนาความรู้ด้านการผลิตของเกษตรกร และเป็นการส่งเสริมให้เกิดตลาดรับซื้อข้าวภายใต้กระบวนการของกลุ่มเกษตรกร นอกจากนี้หัวใจสำคัญของการรวมกันของเกษตรกรในการผลิตข้าวด้วยรูปแบบนาแปลงใหญ่ คือให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรองเรื่องราคาผลผลิตให้กับสมาชิกกลุ่มได้เพิ่มขึ้น ถือว่าเป็นอีกหนึ่งบทบาทสำคัญที่จะทำให้เกษตรกรมีบทบาทในการกำหนดราคาผลผลิตในตลาดรับซื้อข้าวได้มากขึ้น สอดคล้องกับยุพิน เกื้อนศรี (2559) กล่าวว่า การพัฒนาเครือข่ายทางด้านการผลิตและด้านการตลาดให้ขยายเพิ่มขึ้นกับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวจะส่งผลต่อการสร้างอำนาจ

ต่อราคาผลผลิต และพัฒนาคุณภาพชีวิตในภาพรวมของเกษตรกรและผู้บริโภค และ (4) การจัดทำบัญชีการผลิตข้าว หน่วยงานรัฐควรส่งเสริมการจัดทำบัญชีข้าวให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าว เพราะจากการศึกษา พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตของการปลูกข้าวค่อนข้างน้อย ซึ่งผู้ผลิตบางกลุ่มได้การอบรมการจัดทำบัญชี โดยผู้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มเป็นตัวแทนการเข้าร่วมอบรม ไม่ใช่สมาชิกหรือเกษตรกรทั้งหมด ขาดความอย่างต่อเนื่อง และระบบบัญชีของเกษตรกรส่วนใหญ่ใช้วิธีการจำโดยไม่ได้นับทึบบัญชีเกี่ยวกับต้นทุนที่เกิดขึ้นครบทุกรายการ ควรมีการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องการจัดทำบัญชีการผลิตข้าว เพื่อนำไปสู่แนวทางในการลดต้นทุนการผลิตการปลูกข้าวของเกษตรกรแต่ละปีได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกษตรกรสามารถคำนวณต้นทุนการผลิตได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และเป็นการช่วยลดต้นทุนผลิตของการปลูกข้าวให้เกษตรกร และช่วยให้เกษตรกรสามารถกำหนดราคาผลผลิตในตลาดรับซื้อข้าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถยกระดับทางเศรษฐกิจครัวเรือนสูงขึ้น สอดคล้องกับไอลัดดา ผุยชา (2554) กล่าวว่า เกษตรกรหลังจากการได้รับการให้บริการวิชาการโดยการสอนการจัดทำบัญชีต้นทุนเกี่ยวกับข้าว ทำให้ผู้เข้าอบรมมีศักยภาพ และทราบถึงต้นทุนที่เกิดจากการปลูกข้าวได้อย่างชัดเจน โดยสังเกตจากการจดบันทึกบัญชีที่เกี่ยวข้องกับการปลูกข้าวของเกษตรกร ทำให้กลุ่มเกษตรกรมีความรู้ และสามารถจัดทำบัญชีได้อย่างถูกต้อง สามารถนำไปใช้ในการวางแผนการลดต้นทุนการปลูกข้าว เพื่อเพิ่มพูนรายได้และยกระดับทางเศรษฐกิจของครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวให้ดีขึ้น

4.4 เกษตรกรที่เข้าอบรมด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรคนรุ่นใหม่ที่มีประสบการณ์ในการทำการเกษตรน้อยแต่มีความเข้าใจในด้านการใช้ระบบสารสนเทศ เพราะเกษตรกรรุ่นก่อนให้เหตุผลที่ไม่เข้าร่วมอบรมเป็นเพราะไม่มีความรู้เรื่องระบบสารสนเทศเพียงพอ จึงให้เกษตรกรรุ่นใหม่เข้าร่วมการอบรมจะสามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรมมาพัฒนาศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดข้าวหอมมะลิได้ดีกว่า สอดคล้องกับ ญัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน (2559) กล่าวว่า เกษตรกรที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มที่มีการปฏิบัติงานด้านการตลาดข้าวอินทรีย์มาก เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก คนที่มีอายุ

น้อยมักจะมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมากกว่าคนอายุมาก และพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุน้อยค่อนข้างมาก จึงจัดอยู่ในกลุ่มที่มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตน้อย เป็นเหตุให้มีการทำการตลาดข้าวอินทรีย์น้อย เหตุผลสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้เกษตรกรที่มีอายุน้อยเข้ามาทำการการผลิตและทำการตลาดข้าวอินทรีย์มากขึ้นคือ ในช่วงปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นมา กระทรวงเกษตรและสหกรณ์มีนโยบายผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางด้านการเกษตรและบริการเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล จึงได้มีการจัดทำโครงการเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart farmer) และเกษตรกรรุ่นใหม่ปราดเปรื่อง (Young smart farmer) ซึ่งเรื่องนี้เป็นแรงผลักดันสำคัญทำให้การผลิตและการตลาดข้าวอินทรีย์ขยายตัว และจากการเข้าร่วมอบรมและปฏิบัติการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ พบว่าเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจหลังการอบรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง การสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการปฏิบัติงานได้ และทำให้มีความมั่นใจการนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ต่อไปอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจุบันหลังการอบรมปฏิบัติการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ โลโก้ ชื่อของเพจให้สามารถค้นหาใน search engine ได้ง่ายขึ้น รวมทั้งการมอบหมายระบบการแบ่งหน้าที่ผู้ดูแลเพจช่วยเพิ่มความมั่นใจ และผู้เข้าอบรมสามารถเพิ่มข้อมูลการส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการออกข่าว และการตลาดทางตรง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของช่องทางการตลาดในการจำหน่ายผลผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ของกลุ่มเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับณฤดี เนตรโสภา และคณะ (2561) กล่าวว่า การเพิ่มความรู้และความมั่นใจในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะช่วยให้ผู้เข้าร่วมอบรม หรือผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจและสามารถทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น อันจะเป็นทางเลือกสำหรับการขยายกิจการในอนาคต โดยการส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์และการออกข่าว และการตลาดทางตรง การทำธุรกรรมในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือร้านค้าออนไลน์ เป็นการทำธุรกรรมที่นำความสามารถของเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการค้าขาย ช่วยประหยัดต้นทุนในการทำ

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

แนวทางการจัดการเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิต และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของข้าวหอมมะลิตามความเหมาะสมของพื้นที่ในจังหวัดศรีสะเกษ ครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อเกษตรกรและหน่วยงาน ดังนี้

1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรหนุนเสริมให้ความรู้ และพัฒนากระบวนการผลิตข้าวและการแปรรูปผลผลิตจากข้าวในรูปแบบต่างๆ เพิ่มขึ้น รวมถึงการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายให้กับกลุ่มฯ ผู้ผลิตที่จะก่อให้เกิดประโยชน์กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอย่างต่อเนื่อง โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและสามารถลดต้นทุนการผลิตได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

2) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้ สนับสนุน และส่งเสริมให้เกษตรกรสร้างเครือข่ายการผลิตข้าวในรูปแบบการผลิตแบบอินทรีย์มากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการผลิตข้าวอินทรีย์ให้กับพื้นที่ใกล้เคียงกับพื้นที่ทำการเกษตรอินทรีย์ในปัจจุบัน เพื่อให้เกษตรกรได้เห็นผลดีของการผลิตข้าวอินทรีย์ได้ประโยชน์และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้ดีขึ้นได้อย่างยั่งยืน

3) หน่วยงานรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้การสนับสนุนการให้ความรู้กับกลุ่มฯ ผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ให้มีขีดความสามารถในการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการกำหนดราคาทั้งการขายปลีก และขายส่งด้วยการขับเคลื่อนของกลุ่มฯ มากขึ้น

4) กลุ่มฯ ผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ควรมีการสร้างเรื่องราว (story) ของการผลิต หรือเรื่องราวของพันธุ์ข้าวที่ผลิตให้เป็นที่น่าสนใจบนสื่อระบบสารสนเทศเพื่อช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจในการซื้อผลผลิตจากเกษตรกรง่ายขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดข้าวหอมมะลิอินทรีย์ในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อตั้งคำถามจากกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคข้าวในกลุ่มอื่นเข้ามาเป็นกลุ่มผู้ซื้อข้าวหอมมะลิอินทรีย์

2) ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาวิเคราะห์เรื่องการทำบัญชีปลูกข้าวของกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ เพื่อให้ทราบข้อมูลความรู้ความเข้าใจของกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิต เพื่อผู้ผลิตจะสามารถกำหนดทิศทาง

การตลาด เพิ่มอำนาจต่อรองราคา รวมถึงเกษตรกรอาจเป็นผู้กำหนดราคาการจำหน่ายข้าวหอมมะลิอินทรีย์ได้

6. เอกสารอ้างอิง

- กษมาพร พวงประยงค์ และนพพร จันทรนาชู. (2556, มกราคม – มิถุนายน). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 5(1), 108-120.
- ณฤดี เนตรโสภะ และคณะ. (2561). การพัฒนาบทฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการสร้างร้านค้าออนไลน์ของกลุ่มอาชีพในจังหวัดยะลา. ใน *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 3 ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 3 “นวัตกรรมที่พลิกโฉมสังคมโลก”*. ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์โกสินทร์, นครปฐม.
- ณัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2559, มีนาคม). การพัฒนารูปแบบการตลาดข้าวอินทรีย์สำหรับเกษตรกรในเขตภาคเหนือตอนบน. *วารสารเกษตร มสธ.*, 1(2), 31-47.
- ดวงกมล เริ่มตระกูล. (2555). การยอมรับเทคโนโลยีการลดต้นทุนการผลิตข้าวของเกษตรกร ในหมู่บ้านชุมชนต้นแบบอำเภอสามโก้ จังหวัดอ่างทอง. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปราโมทย์ ยอดแก้ว. (2560). การพัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- ภารดี สวนโสภะเชือก, ภรณ์ หลาวทอง, อัญญา มาลาคา และทิพนตร คงมี. (2561, กันยายน – ธันวาคม). แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ ข้าวอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์. *วารสารPULINET Journal*, 5(3), 107-117.

ยุพิน เกื่อนศรี. (2559, กรกฎาคม-ธันวาคม).

การพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูก
ข้าวอินทรีย์ในจังหวัดอุดรดิตถ์ : กรณีศึกษา
ตำบลวังกะพ้อ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์.
วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 5(2),
116-132.

ศานิต แก้วเอียน และคณะ. (2558). การยกระดับ

มูลค่าเพิ่มข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่ผลิตโดย
เกษตรกรรายย่อย. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สหภาพ ไตรยว, สมใจ ภูมิพันธุ์ และไพศาล แนนอุดร.

(2560). การยอมรับการปลูกข้าวหอมมะลิ
คุณภาพดีตามการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีของ
เกษตรกรในจังหวัดร้อยเอ็ด. วารสาร
มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 11(2),
230-238.

สุพัตรา กาญจน์ภาส. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อ

ความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ไปใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

องค์การบริหารส่วนจังหวัดศรีสะเกษ. (2555). ข้อมูล

จังหวัดศรีสะเกษ. ศรีสะเกษ : องค์การบริหาร
ส่วนจังหวัดศรีสะเกษ

ไอลัดดา ผุยชา. (2554). การบริการวิชาการเกี่ยวกับ

การบัญชีต้นทุน เพื่อการเพิ่มศักยภาพด้าน
การเงินของเกษตรกรผู้ปลูกข้าว เขตอำเภอ
นาเชือก จังหวัดมหาสารคาม. มหาสารคาม :
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

