

การพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก่่น้อยเชิงพาณิชย์
ในจังหวัดเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
The Potential development of farmers on Rice Grow in
Xiang Khouang Province, Lao People's Democratic Republic

อุดร วงสมหมาย¹ และ รภัสสรณ์ คงธนจารูณันต์²
Oudone Vongsommy¹ and Raphassorn Kongtanajaruanun²

Received: 09 June 2025; Revised: 03 September 2025; Accepted: 05 September 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการผลิต แนวโน้มการตลาดของข้าวไก่่น้อย และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่่น้อยในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยทำการสำรวจข้อมูลจากเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก่่น้อยในอำเภอปาก อำเภอคำ อำเภอคูน อำเภอผาไซ และ อำเภอภูคุด ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 400 ราย ด้วยแบบสอบถามและจัดเวทีสนทนากลุ่ม จากตัวแทนเกษตรกร เจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอ และ ผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์ข้าวไก่่น้อย จำนวนทั้งสิ้น 45 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า 1) เกษตรกรมีจำนวนแรงงานเฉลี่ย 3.56 คนต่อครัวเรือนมีประสบการณ์การทำเกษตรเฉลี่ย 8.46 ปี และมีพื้นที่ถือครองเฉลี่ย 0.86 เฮกตาร์ ส่วนใหญ่ใช้ดินเหนียวและน้ำชลประทานในการผลิต โดยเกษตรกรนิยมใช้รถไถเดินตามและเมล็ดพันธุ์ข้าวไก่่น้อยเหลือง เนื่องจากคุณภาพดีและเป็นที่ต้องการของตลาด ส่วนใหญ่ใช้ทุนส่วนตัวในการผลิตและปลูกข้าวแบบนาดำ ซึ่งช่วยเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุน ปัญหาที่พบคือโรคพืช ผลผลิตต่ำ และความยากลำบากในการดูแลพื้นที่ สำหรับวิถีทางการตลาด พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ขายผลผลิตให้พ่อค้าในชุมชน รองลงมาคือขายให้หน่วยงานรัฐวิสาหกิจและโรงสี ข้าวไก่่น้อยเมื่อแปรรูปแล้วจะถูกจัดจำหน่ายไปยังตลาดท้องถิ่น นครหลวงเวียงจันทน์ และผู้ประกอบการที่ใช้ในการผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลการวิเคราะห์ความต้องการเสริมการตลาดตามปัจจัย 4P พบว่า เกษตรกรมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือการกำหนดราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยต้องการพัฒนาคุณภาพข้าว เพิ่มมูลค่าและสร้างช่องทางจำหน่ายที่สะดวกและมีประสิทธิภาพ 2) แนวทางการพัฒนาศักยภาพการผลิตและการตลาดข้าวไก่่น้อยประกอบด้วย 3 มิติหลัก ได้แก่

^{1 2} คณะผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้; Faculty of Agricultural Production, Maejo University
Corresponding author, e-mail: phassy77@gmail.com

1. การสนับสนุนองค์ความรู้และปัจจัยการผลิต เช่น การฝึกอบรม การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ 2. การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น การรวมกลุ่มเกษตรกร พัฒนาระบบชลประทาน และส่งเสริมการวิจัยพันธุ์ข้าว 3. การบริหารจัดการผลผลิตและตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การประกันราคา ขยายตลาดภายในและต่างประเทศ และพัฒนาช่องทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์

คำสำคัญ: เกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก่น้อย; การพัฒนาศักยภาพ; การเกษตรเชิงพาณิชย์

Abstract

This study aimed to examine the production capacity, market trends, and strategies for enhancing the production of Kai Noi rice in Xiang Khouang Province, Lao People's Democratic Republic. Data were collected from 400 Kai Noi rice farmers in Pak, Kham, Khoun, Phasay, and Phou Koud districts using questionnaires and from 45 key informants—including farmer representatives, district agricultural officers, and rice product entrepreneurs—through focus group discussions. Data were analyzed using descriptive statistics and content analysis.

The results revealed that farmers had an average of 3.56 laborers per household, 8.46 years of farming experience, and 0.86 hectares of land. Most farmers used clay soil and irrigation systems, preferred walking tractors, and cultivated yellow Kai Noi rice due to its high quality and market demand. Production was primarily self-financed, using traditional transplanting methods, which helped reduce costs and increase yield. Major challenges included crop diseases, low yield, and difficulties in managing scattered plots. Regarding marketing, most farmers sold their products to local traders, followed by state enterprises and rice mills. Processed Kai Noi rice was distributed to local markets, Vientiane, and beverage manufacturers. Analysis of marketing needs using the 4Ps framework indicated the highest priority was product development, followed by pricing, distribution, and promotion, emphasizing quality improvement, value addition, and convenient marketing channels. The study proposed three main strategies to enhance production and marketing: 1) supporting knowledge and production inputs, including training, technology adoption, and product processing; 2) government support, including farmer group formation, irrigation system development, and rice variety research; and 3) effective management of production and marketing, including price guarantees, domestic and international market expansion, and innovative marketing channels.

Keywords: Kai Noi Rice Farmers; Capacity Development; Commercial Agriculture

บทนำ

การเกษตรเป็นพื้นฐานเศรษฐกิจที่สำคัญของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ในปี ค.ศ. 2021 ภาคการเกษตรสามารถสร้างรายรับเข้าประเทศ คิดเป็นร้อยละ 2.2 ของ GDP (ศูนย์สถิติแห่งชาติ กระทรวงแผนการและการลงทุน, 2564) ประชาชนลาวกับการเกษตรเป็นวัฒนธรรมคู่กันมาแต่โบราณมาจนถึงปัจจุบัน ประชาชนลาวส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม (ทำการผลิตทางการเกษตร: เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ เกษตรกรรมและป่าไม้) รวม 644,098 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 52 ในนั้นข้าวถือเป็นพืชหลักที่ประชาชนลาวนิยมปลูกและบริโภค โดยเฉลี่ยคนลาวบริโภคข้าวเป็นอาหารหลัก คิดเป็น ร้อยละ 60 (FAO, 2021) ในปีงบประมาณ 2019/2020 พบว่าครัวเรือนเกษตรปลูกข้าวคิดเป็นร้อยละ 90 ของครัวเรือนทั้งหมดใน สปป.ลาว การกระจายของครัวเรือนปลูกข้าวคือครัวเรือนปลูกข้าวฤดูฝน ได้แก่ แขวงสะหวันนะเขต จำปาสัก ซายะบุรี และเวียงจันทน์

แม้ว่าข้าวจะเป็นพืชอาหารหลักสำหรับลาว แต่เนื่องจากลาวเป็นประเทศที่มีภูเขาจึงมีพื้นที่เพาะปลูกเพียงร้อยละ 4 ของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศ การผลิตข้าวส่วนใหญ่เกิดขึ้นในพื้นที่ราบลุ่มของประเทศ มีเพียงประมาณร้อยละ 11 ที่ทำการผลิตในพื้นที่เนินสูง โดยการปลูกข้าว แต่อย่างไรก็ตามการปลูกข้าวยังเป็นอาชีพที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับคนลาวเพราะคนลาวจะบริโภคข้าวเป็นหลัก (ศูนย์สถิติแห่งชาติ กระทรวงแผนการและการลงทุน, 2564) จากการรายงานของ Global Agricultural Information Network พบว่าคนลาวบริโภคข้าวเฉลี่ย 60 กิโลกรัมต่อคนต่อปี และคนลาวส่วนใหญ่นิยมรับประทานข้าวเหนียวมากกว่าข้าวพันธุ์อื่น ข้าวเหนียวบางพันธุ์มีลักษณะพิเศษเพราะมีถิ่นกำเนิดและสามารถปลูกได้ในพื้นที่เฉพาะเท่านั้น โดยเกษตรกรในถิ่นนั้นๆ ได้ทำการเพาะปลูกและคัดเลือกพันธุ์ที่มีความทนทานต่อสภาพแวดล้อมในพื้นที่ของตนและเก็บเมล็ดพันธุ์ไว้ปลูกสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ข้าวไก่น้อยลักษณะพิเศษ คือ มีกลิ่นหอมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ข้าวไก่น้อยร้อยละ 10 ของผลผลิตทั้งหมดถูกนำไปแปรรูปเป็นอาหารและผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ทำเส้นหมี่ ก๋วยจั๊บ สาโท เหล้าไห เหล้าขาว และยังเป็นวัตถุดิบหลักสำหรับผลิตเบียร์ลาวโกลด์ (Ministry of Agriculture and Forestry, 2017) เนื่องจากเป็นที่นิยมของผู้บริโภคจึงส่งผลทำให้ข้าวไก่น้อยมีราคาแพงกว่าข้าวเหนียวชนิดอื่น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าแขวงเชียงขวางจะมีศักยภาพทางพื้นที่ในการผลิตข้าวไก่น้อย แต่ในแง่ของการส่งเสริมด้านเทคนิคการผลิตและคุณภาพของผลผลิตข้าวไก่น้อยยังมีจำกัด เกษตรกรส่วนใหญ่ยังใช้พันธุ์ข้าวปีต่อปี ขาดเทคนิคการคัดเลือกพันธุ์ ทำให้สูญเสียความบริสุทธิ์ของเมล็ดพันธุ์อันเป็นเหตุให้ปริมาณและคุณภาพผลผลิตตกต่ำ การใช้เครื่องจักรกลเข้าในกระบวนการผลิตยังจำกัด บรรดาโรงสีต่างๆ ยังเป็นไม้ทันสมัย ไม่สามารถสีข้าวให้มีคุณภาพ และ ไม่สามารถแยกเกรดได้ ส่วนด้านการแปรรูปผลผลิตข้าวไก่น้อยก็ยังเป็นลักษณะการผลิตแบบครอบครัว และรูปแบบการขายผลผลิตยังจำกัดภายในระดับท้องถิ่น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นข้อจำกัดในการยกระดับศักยภาพการผลิตข้าว

ไถ่ถอนและผลิตภัณฑ์จากข้าวไถ่ถอนให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดภายในประเทศ และ
กร้าวสู่ภายนอกไปต่างประเทศได้

ดังนั้น จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจว่าเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถ่ถอนมีปัจจัยการผลิตใดบ้างที่บ่งชี้ถึง
ศักยภาพในการผลิต รูปแบบและแนวโน้มการตลาดข้าวไถ่ถอนมีลักษณะอย่างไรบ้าง การพัฒนา
ศักยภาพในการผลิตและการตลาดควรเป็นไปในทิศทางใดเพื่อให้ข้าวไถ่ถอนสามารถแข่งขันในเชิง
พาณิชย์ได้ และเพื่อเป็นการการต่อยอดนโยบายภาครัฐในการผลิตข้าวไถ่ถอนเพื่อการค้าให้มี
ปริมาณที่เพียงพอและคุณภาพเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการผลิต และแนวโน้มการตลาดของข้าวไถ่ถอนในแขวงเชียงขวาง
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไถ่ถอนในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาว

วิธีดำเนินงานวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถ่ถอนเชิงพาณิชย์ใน
จังหวัดเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นการวิจัยที่ใช้รูปแบบการวิจัยแบบ
ผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และคุณภาพ โดยมีขั้นตอนการ
ดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณศึกษาจากเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถ่ถอนใน อำเภอปาก อำเภอคำ อำเภอ
คูน อำเภอผาไซ และ อำเภอภูคุด ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งมี
จำนวนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวทั้งหมด 20,093 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคำนวณตามสูตร Taro
Yamane (1970) โดยได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ราย

การวิจัยเชิงคุณภาพใช้กระบวนการจัดเวทีสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) เพื่อ
หาแนวทางพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ข้าวไถ่ถอน ได้แก่ ตัวแทนเกษตรกร อำเภอละ 4 คน เจ้าหน้าที่
เกษตรอำเภอละ 2 คน และ ผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์ข้าวไถ่ถอน อำเภอละ 3 คน โดยการใช้
เทคนิคการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง รวมกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการสนทนากลุ่มทั้งสิ้น 45 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลหลัก
เป็นแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ซึ่งออกแบบให้ครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล
ของกลุ่มตัวอย่าง สภาพการผลิตข้าวไถ่ถอน สภาพการตลาดข้าวไถ่ถอน และความต้องการส่งเสริม
ด้านการผลิตและการตลาด นอกจากนี้ ยังใช้กระบวนการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)
เพื่อรวบรวมความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไถ่ถอนในแขวงเชียงขวาง

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการวัดความสอดคล้องของเครื่องมือ (Index of Consistency: IOC) มีค่าเท่ากับ 0.80 แสดงถึงความเหมาะสมในการใช้งาน ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Coefficient Alpha) อยู่ระหว่าง 0.846 – 0.993 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือมีความเชื่อถือได้สูง สามารถสะท้อนข้อมูลจริงของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างแม่นยำ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการจากสองแหล่งหลัก ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งรวบรวมโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเกษตรกรและผู้มีส่วนได้เสียในกระบวนการผลิตและการจำหน่ายผลผลิตข้าวไถ่น้อย และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ได้จากการศึกษาจากเอกสาร หนังสือ รายงาน และข้อมูลออนไลน์ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการค้าข้าวไถ่น้อย ระดับราคา ต้นทุนการผลิต และแนวโน้มตลาด ข้อมูลทั้งสองประเภทนี้ช่วยให้ได้มุมมองที่ครบถ้วนทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลจากแบบสอบถามจะถูกสรุปและนำเสนอในรูปแบบตารางโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อแสดงลักษณะทั่วไปและแนวโน้มของตัวแปรต่าง ๆ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสรุปแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไถ่น้อยในพื้นที่ศึกษา ทั้งนี้ การใช้เครื่องมือและวิธีการวิเคราะห์อย่างมีระบบและรอบคอบ ทำให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไถ่น้อยเชิงพาณิชย์ในจังหวัดเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาตามขั้นตอนดังนี้

1. สภาพการผลิตข้าวไถ่น้อย ในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าจำนวนแรงงานในครัวเรือนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 คน โดยครอบครัวที่มีจำนวนแรงงานสูงที่สุดคือ 8 คน และน้อยที่สุดคือ 1 คน เกษตรกรมีประสบการณ์ในการทำเกษตรเฉลี่ย 8.46 โดยประสบการณ์สูงสุดอยู่ที่ 35 ปี และต่ำสุดอยู่ที่ 1 ปี ซึ่งเกษตรกรมีการสั่งสมประสบการณ์ สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ในการผลิตเกษตรได้ว่าควรผลิตสินค้าประเภทใดจึงจะทำให้ได้รับผลผลิตที่ดี และมีกำไรสูง โดยเฉลี่ยเกษตรกรมีพื้นที่ถือครองประมาณ 0.86 เฮกตาร์ต่อครัวเรือน โดยเกษตรกรมีที่ดินถือครองมากที่สุดคือ 3 เฮกตาร์ และน้อยที่สุดคือ 0.06 เฮกตาร์ ทั้งนี้การได้มาของที่ดินส่วนใหญ่ได้มาจากการสืบทอดมรดกจากบรรพบุรุษหรือจากรุ่นสู่รุ่นจึงทำให้พื้นที่ทำการเกษตรลดลงเรื่อย ๆ อีกทั้งปัจจุบันการเพิ่มขึ้นของประชากร ทำให้มีการขยายพื้นที่เพื่อการอยู่อาศัย การขยายโรงงานอุตสาหกรรม ทำให้พื้นที่การผลิตทางการเกษตรถูกรุกล้ำ

สำหรับในส่วนประเภทของดินในพื้นที่ที่ใช้ในการปลูกข้าวไก่น้อยส่วนมากเป็นดินเหนียว ซึ่งดินเหนียวเป็นดินที่มีเนื้อละเอียดที่สุด โดยเป็นดินที่มีการระบายน้ำ และอากาศได้ไม่ดี แต่สามารถอุ้มน้ำได้ดี เหมาะที่จะใช้ดินเหนียวในการทำนาปลูกข้าว รวมถึงปลูกพืชชนิดต่างๆ แหล่งน้ำที่ใช้ทำการผลิตข้าวไก่น้อย ส่วนมากเป็นน้ำชลประทาน จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.20 เนื่องจากปัจจุบันรัฐบาลได้มีการขยายระบบชลประทานทุกภูมิภาค เพราะระบบชลประทานเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนศักยภาพการผลิตและเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร สะท้อน จากข้อมูลสถิติที่พบว่าครัวเรือนภาคการเกษตรในพื้นที่ชลประทานมีรายได้สูงกว่าครัวเรือนที่อยู่นอกเขตชลประทาน เนื่องจากมีน้ำเพียงพอต่อการทำเกษตรกรรม การใช้เครื่องมือในการผลิตข้าวไก่น้อย พบว่าเกษตรกรเกือบทั้งหมดมีการใช้รถไถเดินตาม ร้อยละ 98.50 และมีเกษตรกรเพียงส่วนน้อยที่ใช้รดดำนา และเครื่องนวดข้าว ที่มีสัดส่วนการใช้เท่ากัน คือ ร้อยละ 0.8 จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ารถไถเดินตามเป็นเครื่องทุ่นแรงสำคัญของการทำเกษตรในปัจจุบัน เพราะธุรกิจการเกษตรมีการแข่งขันที่สูงขึ้น เกษตรกรที่เลือกใช้รถไถเพื่อทำงานเกษตรได้ง่ายขึ้น เร็วขึ้น สร้างผลกำไรได้ตั้งใจหวัง

นอกจากนี้การเลือกใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เลือกใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวไก่น้อยเหลือง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 94.50 รองลงมาคือใช้พันธุ์ข้าวไก่น้อยแดง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 14.90 ใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวไก่น้อย 50 – 100 กิโลกรัม และมีเกษตรกรที่ใช้พันธุ์ข้าวไก่น้อยลาย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวไก่น้อยเหลืองมากกว่าเมล็ดพันธุ์ข้าวไก่น้อยชนิดอื่น ทั้งนี้เนื่องจากเมล็ดพันธุ์ข้าวไก่น้อยเหลืองเป็นเมล็ดพันธุ์ที่มีรสชาติหอม นุ่ม และตลาดมีความต้องการสูง จึงทำให้เกษตรกรนิยมปลูก และส่วนมากเป็นเมล็ดพันธุ์ที่เกษตรกรเก็บไว้ใช้เอง จำนวน 373 คน คิดเป็นร้อยละ 93.30 แสดงให้เห็นว่าส่วนมากเกษตรกรใช้เมล็ดพันธุ์ของตัวเองเก็บรักษาไว้จากปีที่ผ่านมา ทั้งนี้เนื่องจากการเก็บเมล็ดพันธุ์ไว้ใช้เองจะช่วยให้เกษตรกรประหยัดต้นทุน และยังมีมั่นใจว่าได้ใช้เมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพอีกด้วย

สำหรับแหล่งเงินทุนในการผลิตข้าวไก่น้อยของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรเกือบทั้งหมดใช้ทุนตัวเอง จำนวน 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.60 ส่วนมากเกษตรกรใช้เงินทุน 5,001 – 10,000 บาท เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีพื้นไม่มาก ทำให้ต้องการเงินทุนไม่สูง ประกอบกับเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่นิยมสร้างหนี้สินให้แก่ตนเอง จึงอาศัยเงินออมของตนเองที่ได้จากการขายผลผลิตทางการเกษตร แต่ก็ยังมีเกษตรกรอีกจำนวนหนึ่งที่มีการกู้ยืมเงินทุนจากแหล่งอื่นมาใช้ในการผลิตข้าวสาเหตุที่มีเกษตรกรกู้ยืมเงินเพื่อมาลงทุนจำนวนน้อยเนื่องจากปัญหาในการกู้ยืมคือมีขั้นตอนที่ยุ่งยากและยังต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน เลยทำให้เกษตรกรส่วนมากไม่ค่อยสนใจที่จะกู้ยืมจากแหล่งทุนต่าง ๆ แต่แหล่งทุนดังกล่าวเป็นแหล่งทุนที่ให้การกู้ยืมในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ทำเกษตรกรสามารถชำระคืนได้ในระยะเวลาที่กำหนด ปริมาณการใช้เงินทุนจะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็นจำนวนที่ดิน แรงงาน และ ปัจจัยการผลิต จากการสัมภาษณ์และการสังเกตตัวจริงเกษตรกรที่มีต้นทุนมากจะมีพื้นที่การผลิตมาก ประกอบกับการมีเงินทุนในการผลิต จึงทำให้ได้ผลผลิตที่สูงกว่าเกษตรกรที่มีทุนน้อย ที่ไม่สามารถซื้อปัจจัยการผลิตได้เช่น ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง ยากำจัดวัชพืช

โดยในขั้นตอนของการปลูกข้าวปลูกข้าวไถน้อย พบว่า วิธีการที่เกษตรกรส่วนมากเลือกใช้ ในการปลูกข้าวไถน้อยเกือบทั้งหมดเป็นนาดำ จำนวน 386 คน คิดเป็นร้อยละ 96.50 เนื่องจาก ส่วนมากเกษตรกรนิยมการปลูกแบบนาดำมากกว่านาหว่าน เหตุผลหลักที่ทำให้เป็นเช่นนั้นมาจาก ความเคยชินที่สืบเนื่องกันมาจากบรรพบุรุษ ทั้งนี้การดำเนินงานดังช่วยลดต้นทุน เพิ่มผลผลิตได้ มากกว่าการนาหว่าน และปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจปลูกข้าวไถน้อย คือ ราคาข้าวไถน้อยสูงกว่า ราคาข้าวชนิดอื่น จึงเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้เกษตรกรตัดสินใจปลูกข้าวไถน้อย รองลงมาคือชอบ บริโภค นอกจากนี้ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจปลูกเพราะพื้นที่เพาะปลูกมีความเหมาะสม มีการสนับสนุน จากภาครัฐ และเนื่องจากมีบริษัทรับซื้อผลผลิต เนื่องจากว่าราคาข้าวไถน้อยจะสูง โดยปัญหาในการ ปลูกข้าวไถน้อยที่เกษตรกรส่วนใหญ่ต้องเผชิญคือปัญหาโรคพืช รองลงมาคือปัญหาผลผลิตต่ำ และมี เกษตรกรที่มีปัญหาการดูแลพื้นที่ปลูกข้าว ตามลำดับ

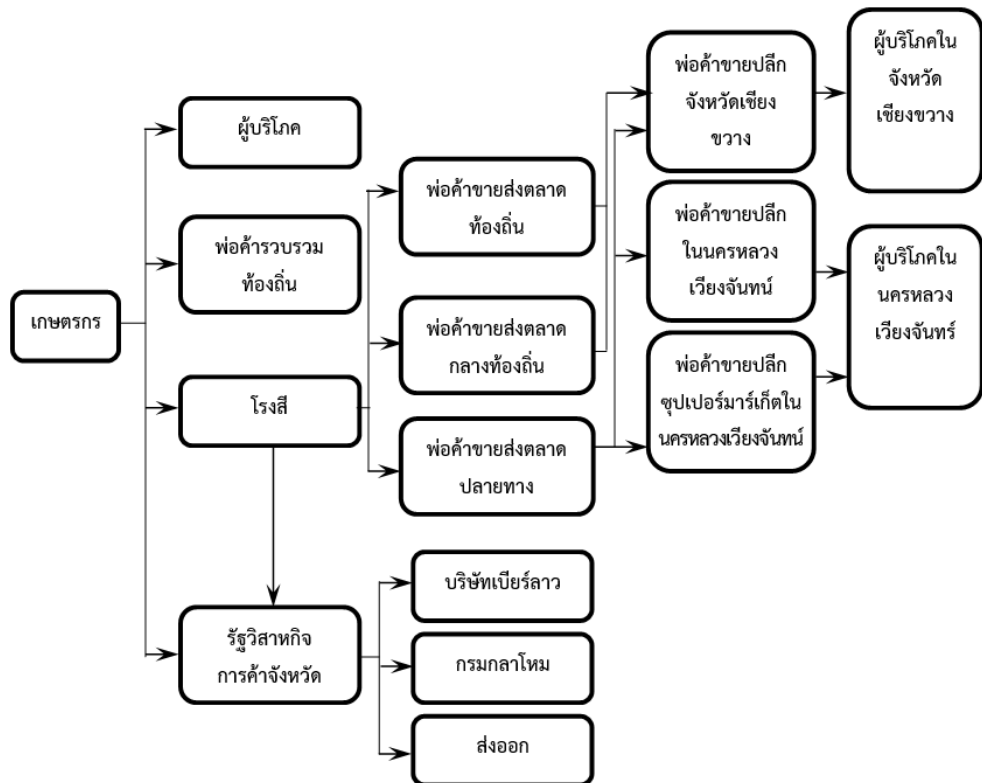
อย่างไรก็ดี การจำหน่ายผลผลิตข้าวไถน้อยของเกษตรกรส่วนมากขายผลผลิตของตนให้กับ พ่อค้าในชุมชน เนื่องจากการจำหน่ายผลผลิตให้กับพ่อค้าในชุมชนเป็นวิธีการที่สะดวก ไม่มีต้นทุนใน การขาย พ่อค้าในชุมชนมารับซื้อผลผลิตถึงบ้านทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลา รองลงมาคือ เกษตรกรเก็บไว้บริโภคในครัวเรือน จำหน่ายให้กับพ่อค้าต่างถิ่น จำหน่ายให้แก่โรงสีข้าว และ จำหน่ายไปยังตลาดต่างจังหวัด ตามลำดับ โดยเกษตรกรส่วนมากยังไม่มีการรวมกลุ่มการผลิต เนื่องจากว่าพื้นที่ของเกษตรกรส่วนมากมีขนาดเล็ก ประกอบกับพื้นที่การผลิตอยู่ใกล้กัน การขาย ผลผลิตในจำนวนไม่มากจึงทำให้มีความยุ่งยากในการรวมกลุ่ม

2. วิถีทางการตลาดข้าวไถน้อย

การตลาดข้าวไถน้อยเป็นช่องทางการเคลื่อนย้ายผลผลิตข้าวจากเกษตรกรไปสู่มือของ ผู้บริโภคโดยผ่านผู้มีส่วนได้เสียทางการตลาดหลายกลุ่ม โดยกระบวนการส่งต่อผลผลิตข้าวเปลือก คือ เกษตรกรจะนำผลผลิตส่วนหนึ่งไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในท้องถิ่นแต่มีสัดส่วนที่น้อยมาก จากนั้นจะนำผลผลิตส่วนใหญ่ไปขายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น หรือโรงสี หรือขายให้กับหน่วยงาน รัฐวิสาหกิจการค้าจังหวัด อย่างไรก็ตาม พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจการค้าจังหวัด จะถูกนำไปจำหน่ายให้กับโรงสีในที่สุด

เมื่อมีการแปรรูปข้าวไถน้อยจากข้าวเปลือกเป็นข้าวสารเรียบร้อยแล้ว จากนั้น ผู้ประกอบการโรงสีจะดำเนินการสีข้าวไถน้อยให้เป็นข้าวสาร เพื่อนำไปจำหน่ายโดยกระจายสู่พ่อค้าขายส่งตลาดท้องถิ่น พ่อค้าขายส่งตลาดกลางท้องถิ่น และพ่อค้าขายส่งตลาดปลายทาง และส่วน หนึ่งจะนำกลับไปจำหน่ายให้กับรัฐวิสาหกิจการค้าจังหวัด ทั้งนี้แต่ละหน่วยจะมีการกระจายผลผลิต ข้าวสารข้าวไถน้อยที่แตกต่างกัน กล่าวคือ พ่อค้าขายส่งตลาดท้องถิ่น พ่อค้าขายส่งตลาดกลาง ท้องถิ่น จะขายผลผลิตข้าวสารให้กับพ่อค้าขายปลีกในแขวงเชียงขวางและนครหลวงเวียงจันทน์ ส่วนพ่อค้าขายส่งตลาดปลายทาง จะนำผลผลิตข้าวสารขายให้กับพ่อค้าขายปลีกในแขวงเชียงขวาง และนครหลวงเวียงจันทน์ รวมถึงขายให้กับพ่อค้าขายปลีกร้านซูเปอร์มาร์เก็ตในนครหลวง เวียงจันทน์ ขณะที่หน่วยงานรัฐวิสาหกิจการค้าจังหวัดจะเป็นผู้ผูกขาดในการจำหน่ายข้าวสารข้าวไถ

น้อยให้กับบริษัทเปียร์ลาวเพื่อผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีลักษณะเฉพาะตัว และยังเป็นผู้รวบรวมส่งให้กับกรมกลาโหมและเป็นผู้ส่งออกต่างประเทศที่ 1



ภาพ 1 วิธีการตลาดข้าวไก่น้อย

3. แนวโน้มการส่งเสริมการตลาดของข้าวไก่น้อย โดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P พบว่า

1. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.51$, $S.D.=0.39$) โดยต้องการพัฒนาคุณภาพข้าว ความสมบูรณ์ของเมล็ดข้าว ความนุ่มของข้าว การเก็บรักษาไว้ได้นาน ความสะอาดของข้าว ตามลำดับ

2. ด้านการกำหนดราคา ความต้องการพัฒนาการกำหนดราคาเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$, $S.D.=1.22$) โดยเกษตรกรมีความต้องการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ กำหนดราคาให้เหมาะสมกับปริมาณ และกำหนดราคาให้แพงกว่าข้าวชนิดอื่น ตามลำดับ

3. ด้านสถานที่ในการจำหน่าย พบว่า เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาด้านสถานที่จำหน่ายเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.06$, $S.D.=1.41$) โดย

เกษตรกรต้องการสถานที่จอดรถสะดวก ต้องการให้สามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวก ต้องการให้มีสถานที่จำหน่ายสะอาดและถูกหลักอนามัย ต้องการให้สามารถซื้อตลอดเวลา/ไม่ขาดตลาด สามารถทำการสั่งซื้อผ่านโทรศัพท์ และควรมีการจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ ตามลำดับ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาดเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก๋น้อยเชิงพาณิชย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.72$, S.D.=1.16) โดยมีความต้องการให้มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองชิม ต้องการให้มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ต้องการให้มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น ทีวี วิทยุ หนังสือพิมพ์ ต้องการให้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด แคมเปญสินค้า และต้องการให้มีช่องทางในโอกาสพิเศษ หรือเทศกาล ตามลำดับ

ประเด็นความต้องการเสริมการผลิตข้าวไก๋น้อย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	4.51	0.39	มากที่สุด
ด้านการกำหนดราคา	4.17	1.22	มาก
ด้านสถานที่ในการจำหน่าย	4.06	1.41	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.72	1.16	มาก
รวม	4.11	0.54	มาก

ตารางที่ 1 ระดับความต้องการพัฒนาด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก๋น้อยเชิงพาณิชย์

4. แนวทางการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก๋น้อยในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประกอบด้วย 3 แนวทาง คือ

1. การสนับสนุนองค์ความรู้และปัจจัยการผลิตที่จำเป็นในการผลิตข้าวไก๋น้อย มี 6 ประเด็น ได้แก่ การจัดฝึกอบรม หรือการศึกษาดูงานด้านการผลิตข้าวไก๋น้อย การส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตข้าวให้มีคุณภาพ การส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันโรคและแมลงศัตรูพืช การส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการเก็บเกี่ยวผลผลิต และการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เข้าสู่ภาคการเกษตรให้มากขึ้น ด้วยการส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ทันสมัย และการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปข้าวไก๋น้อยเพื่อเพิ่มมูลค่า

2. การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ มี 9 ประเด็น ได้แก่ การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงพันธุ์ข้าวไก๋น้อย การส่งเสริมการรวมกลุ่ม และการสร้างเครือข่าย การพัฒนาระบบชลประทาน การเพิ่มมูลค่าผลผลิตข้าวไก๋น้อยภายใต้ระบบความปลอดภัยอาหาร การขยายพื้นที่เพาะปลูกข้าวไก๋น้อย การขยายช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร การประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับข้าวไก๋น้อย การส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อทดแทนการขาดแคลนแรงงานและลดต้นทุนการผลิต และการเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับดินด้วยนวัตกรรมต่างๆ

3. ส่งเสริมการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาดข้าวไก๋น้อยอย่างมีประสิทธิภาพ มี 6 ประเด็น ได้แก่ การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการตลาด และการขยายการขายตลาดข้าวไก๋น้อยทั้ง

ภายใน และต่างประเทศ การพัฒนาช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดข้าวไก่น้อย การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตข้าวไก่น้อยเพื่อเพิ่มมูลค่า และการประกันราคาข้าวไก่น้อย

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ ในจังหวัดเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1) วิเคราะห์วิถีทางการตลาดข้าวไก่น้อยในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป. ลาว) ซึ่งพบว่า กระบวนการตลาดข้าวไก่น้อยมีความซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่ม ตั้งแต่เกษตรกรผู้ผลิต พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น โรงสีข้าว หน่วยงานรัฐวิสาหกิจการค้าจังหวัด ไปจนถึงพ่อค้าขายส่งและผู้ค้าปลีกในตลาดต่างประเทศ เช่น นครหลวงเวียงจันทน์และนครหลวงเวียงจันทน์ กระบวนการนี้สะท้อนถึงความเชื่อมโยงระหว่างการผลิตและการตลาดที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและการสร้างความมั่นคงทางอาหารในระดับชาติ เมื่อพิจารณาแนวโน้มการส่งเสริมการตลาดของข้าวไก่น้อยโดยใช้กรอบของส่วนประสมการตลาด (Product, Price, Place, Promotion) พบว่า เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาในทุกด้าน โดยเฉพาะด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การปรับปรุงคุณภาพข้าว ความสะอาด และความสามารถในการเก็บรักษา. ในด้านการกำหนดราคา เกษตรกรต้องการให้ราคาสอดคล้องกับคุณภาพและปริมาณผลผลิต. ด้านสถานที่จำหน่าย เกษตรกรต้องการสถานที่จำหน่ายที่สะดวก สะอาด และสามารถเข้าถึงได้ง่าย. ในด้านการส่งเสริมการตลาด เกษตรกรต้องการให้มีการโฆษณา การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และการให้ส่วนลดหรือของสมนาคุณในโอกาสพิเศษ การตอบสนองต่อความต้องการเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของข้าวไก่น้อยในตลาดทั้งในและต่างประเทศ. การวิจัยก่อนหน้านี้ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพข้าวและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจจิมา จันทวี (2564) พบว่า โรงสีข้าวที่ต้องการเข้าสู่ตลาดที่มีมูลค่าสูง เช่น การส่งออก จำเป็นต้องมีข้าวที่มีคุณภาพสม่ำเสมอและปริมาณมาก ซึ่งสามารถทำได้โดยการจัดกลุ่มเกษตรกรและให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตข้าวคุณภาพสูง นอกจากนี้ การศึกษาโดย พิชญ์สินี เสรีโรจนกุล และ ปิยากร หวังมหาพร (2565) ยังได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกร เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งในห่วงโซ่คุณค่าและเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร แนวทางและผลการศึกษาก่อนหน้านี้ โดยเน้นการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาที่เหมาะสม การสร้างช่องทางจำหน่ายที่เข้าถึงง่าย และการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ การดำเนินการตามข้อเสนอแนะเหล่านี้จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของข้าวไก่น้อยในตลาดทั้งในและต่างประเทศ และส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2) แนวทางการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่น้อยในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพการผลิต

ข้าวไก่น้อยในแขวงเชียงขวาง โดยมีแนวทางหลัก 3 ประการ ได้แก่ การสนับสนุนองค์ความรู้และปัจจัยการผลิตที่จำเป็น การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และการส่งเสริมการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาดข้าวไก่น้อยอย่างมีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลการวิจัยในแต่ละด้านสามารถนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ 1) การสนับสนุนองค์ความรู้และปัจจัยการผลิตที่จำเป็น การจัดฝึกอบรมและศึกษาดูงานด้านการผลิตข้าวไก่น้อยเป็นการเสริมสร้างความรู้และทักษะให้กับเกษตรกร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Thepnikorn, E., 2024) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ที่เน้นการเสริมสร้างศักยภาพของบุคคลในการทำงาน การส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตข้าวให้มีคุณภาพ การป้องกันโรคและแมลงศัตรูพืช การเก็บเกี่ยวและการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว รวมถึงการแปรรูปข้าวไก่น้อยเพื่อเพิ่มมูลค่า เป็นการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ (พรแก้ว อานุศักดิ์ และคณะ 2567) นอกจากนี้ การส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เข้าสู่ภาคการเกษตรด้วยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย เป็นการสร้างแรงจูงใจและความยั่งยืนในอาชีพเกษตรกรรม 2) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงพันธุ์ข้าวไก่น้อย การส่งเสริมการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่าย การพัฒนาระบบชลประทาน และการเพิ่มมูลค่าผลผลิตภายใต้ระบบความปลอดภัยอาหาร เป็นการสร้างพื้นฐานที่มั่นคงสำหรับการผลิตข้าวไก่น้อยอย่างยั่งยืน (วรดา นาคเกษม และศศิธรดา พันธุ์วิเศษศักดิ์, 2568) การขยายพื้นที่เพาะปลูก การขยายช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้าวไก่น้อย เป็นการเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ดังนั้นการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อทดแทนการขาดแคลนแรงงานและลดต้นทุนการผลิต เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันของภาคการเกษตร และการเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับดินด้วยนวัตกรรมต่าง ๆ เป็นการรักษาสีเขียวและความยั่งยืนของการผลิต 3) การส่งเสริมการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาดข้าวไก่น้อยอย่างมีประสิทธิภาพ การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการตลาดและการขาย การขยายตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ การพัฒนาช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตข้าวไก่น้อยเพื่อเพิ่มมูลค่า เป็นการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร (Chutrakun, Suksan, & Sanposh, 2022) การประกันราคาข้าวไก่น้อยเป็นการสร้างความมั่นคงและลดความเสี่ยงในการผลิต การบริหารจัดการผลผลิตและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาภาคการเกษตรให้ยั่งยืนและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพการผลิตข้าวไก่น้อยในแขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ต้องการการสนับสนุนจากหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน โดยการเสริมสร้างองค์ความรู้และทักษะ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และการส่งเสริมการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นแนวทางที่สำคัญในการพัฒนาภาคการเกษตรให้ยั่งยืนและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ การดำเนินการตามแนวทางเหล่านี้จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตและการตลาดของข้าวไก่น้อย และส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชนและประเทศอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ที่ได้สังเคราะห์จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก่ น้อยเชิงพาณิชย์ในจังหวัดเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นแนวทางในการ เพิ่มศักยภาพทางการผลิตและการตลาดให้กับเกษตรกรเพื่อให้เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นผ่าน ผลผลิตข้าวไก่ น้อยที่มีคุณภาพ สามารถแข่งขันทางการตลาดได้ภายใต้ราคาที่ยังคงมีความผันผวน โดยมีหน่วยงานภาครัฐและนักวิชาการเป็นส่วนสนับสนุนให้เกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก่ น้อยมีศักยภาพ ทางการผลิตและการตลาดที่สูงขึ้น ทำให้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ สังเคราะห์เป็นแผนภาพดังนี้



ภาพ 2 องค์ความรู้ที่ได้สังเคราะห์จากการวิจัย
ที่มา: สังเคราะห์โดยผู้วิจัย

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก่ น้อยในแขวงเชียงขวางมีแรงงานในครัวเรือนเฉลี่ย 3.56 คน มีประสบการณ์ทำการเกษตรเฉลี่ย 8.46 ปี และถือครองพื้นที่เฉลี่ย 0.86 เฮกตาร์ ส่วนใหญ่ใช้ดินเหนียวและน้ำชลประทานในการเพาะปลูก มีการใช้เครื่องมือทันสมัย เช่น รถไถเดินตาม และนิยมใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวไก่ น้อยเหลืองที่เก็บรักษาไว้เองเพื่อประหยัดต้นทุนและควบคุมคุณภาพ การปลูกข้าวส่วนใหญ่ทำแบบนาดำเพื่อเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุน ปัญหาที่พบ ได้แก่ โรค

พืช ผลผลิตต่ำ และการดูแลพื้นที่ปลูก ส่วนการจำหน่ายผลผลิต ส่วนใหญ่ขายให้พ่อค้าในชุมชนและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ โดยยังไม่รวมกลุ่มเกษตรกรเนื่องจากพื้นที่การผลิตกระจายและมีขนาดเล็ก ในด้านการตลาด เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ การพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรควรดำเนินใน 3 แนวทางหลัก ได้แก่ 1) สนับสนุนองค์ความรู้และปัจจัยการผลิต เช่น การฝึกอบรม การใช้เทคโนโลยี และการแปรรูปข้าวเพื่อเพิ่มมูลค่า 2) สนับสนุนจากภาครัฐ เช่น การวิจัยและพัฒนาพันธุ์ การขยายพื้นที่เพาะปลูก ระบบชลประทาน และการรวมกลุ่มเครือข่าย 3) ส่งเสริมการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการขยายตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการประกันราคา ซึ่งแนวทางเหล่านี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต รายได้ และความยั่งยืนของอาชีพเกษตรกรอย่างชัดเจน

จากผลการศึกษาการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ในจังหวัด เชียงขวาง สปป.ลาว ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะสำคัญแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตข้าวไก่น้อย เช่น การฝึกอบรม การศึกษาดูงาน การถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิต และการส่งเสริมการใช้เครื่องจักรทันสมัย นอกจากนี้ควรสนับสนุนการรวมกลุ่มเกษตรกร การสร้างเครือข่ายการตลาด การพัฒนาระบบชลประทาน และการขยายพื้นที่เพาะปลูก รวมถึงการประกันราคาผลผลิต การสร้างมาตรฐานคุณภาพ และการขยายช่องทางการตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของภาคเกษตร

2. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ เกษตรกรสามารถปรับใช้แนวทางการจัดการผลผลิตและการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เช่น การวางแผนการปลูก การเลือกใช้เมล็ดพันธุ์คุณภาพ การจัดการดิน น้ำ และปัจจัยการผลิตอย่างเหมาะสม การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวไก่น้อยให้มีมูลค่าเพิ่ม เช่น การแปรรูป การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ และการทำตลาดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของตลาดและเพิ่มรายได้แก่เกษตรกรอย่างยั่งยืน

3. ข้อเสนอสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาแนวทางการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์แบบยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการใช้สารเคมี การเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดิน และการจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการผลิตข้าวไก่น้อยเชิงพาณิชย์ เพื่อให้เกิดข้อมูลสนับสนุนการวางนโยบาย การตัดสินใจของเกษตรกร และการพัฒนาภาคเกษตรอย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ชมภูษ หุ่นาค. (2563). แนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดข้าวไทย. วารสารผู้ตรวจการแผ่นดิน, 13(1), 91–115.
- ณัฐวัฒน์ ทองคำ. (2556). เศรษฐกิจการผลิตและการตลาดข้าวเปลือกในจังหวัดพัทลุง. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- พรแก้ว อานุกัณฑ์, พุฒิสรรค์ เครือคำ, สายสกุล ฟองมูล และกังสดาล กนกหงส์. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อสืบสานการผลิตข้าวเหนียวพันธุ์ไก่อ้น้อยตามวัฒนธรรมพื้นบ้านของเกษตรกร แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. วารสารบัณฑิตแสงโคมคำ, 9(1), 90–107.
- พรแก้ว อานุกัณฑ์, พุฒิสรรค์ เครือคำ, สายสกุล ฟองมูล และกังสดาล กนกหงส์. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อสืบสานการผลิตข้าวเหนียวพันธุ์ไก่อ้น้อยตามวัฒนธรรมพื้นบ้านของเกษตรกร แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. วารสารบัณฑิตแสงโคมคำ, 9(1), 90–107.
- พิชญ์สินี เสรีโรจนกุล และปิยากร หวังมหาพร. (2565). การพัฒนาความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ในการดำเนินงานพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองพนัสนิคม. วารสารมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 7(4), 277–297.
- วรดา นาคเกษม และศศิธรดา พันธุ์วิเศษศักดิ์. (2568). การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน : กรณีศึกษาพื้นที่ ต. นกออก อ. ปักธงชัย จ. นครราชสีมา. วารสารสถาปัตยกรรม การออกแบบและการก่อสร้าง, 7(1), 143–153.
- ศูนย์สถิติแห่งชาติ กระทรวงแผนการและการลงทุน. (2564). การสำรวจสถิติกิจกรรมทั่วประเทศ ครั้งที่ 3. นครหลวงเวียงจันทน์: ศูนย์สถิติแห่งชาติ กระทรวงแผนการและการลงทุน.
- อัจจิมา จันทวี. (2564). ยุทธศาสตร์ข้าวไทย (ปี 2563 - 2567) : ด้านการตลาดต่างประเทศ. (สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- อัมพร วิชาสาร และชัยชาญ วงศ์สามัญ. (2558). ความต้องการการส่งเสริมการผลิตและการตลาดของเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิในจังหวัดกาฬสินธุ์. แก่นเกษตร, 43(พิเศษ 1), 1039–1044.
- Champagne, E. T. (2008). Rice aroma and flavor: A literature review. Cereal Chemistry, 85(4), 445–454.
- FAO. (2021). Assessment report on the national agricultural innovation system in Lao PDR. Lao PDR: FAO.
- hutrakun, p., suksan, b., & sanposh, k. (2022). strategy for the development of the modern organic rice market of organic rice farmers in udon thani province. journal of buddhist anthropology, 7(8), 41–54.

- Kim, S., Kim, D., Cho, S. W., Kim, J., & Kim, J. S. (2014). Highly efficient RNA-guided genome editing in human cells via delivery of purified Cas9 ribonucleoproteins. *Genome Research*, 24(6), 1012–1019.
- Ministry of Agriculture and Forestry. (2017). Profile of Lao Agro-Biodiversity Products: Profile No. 1: Khao Kai Noi. Department of Planning and Cooperation, Vientiane, Lao PDR.
- Thepnikorn, E., Meenongwah, S., & Pakdeejit, R. (2024). Guidelines for Human Resource Development for Migrant workers. *SSRU Journal of Public Administration*, 7(1), 1–11.
- Vilayheuang, K., Machida-Hirano, R., Bounphanousay, C., & Watanabe, K. N. (2016). Genetic diversity and population structure of ‘Khao Kai Noi’, a Lao rice (*Oryza sativa* L.) landrace, revealed by microsatellite DNA markers. *Breeding Science*, 66(2), 204–212.
- Yamane, T. (1970). *Statistics: An introductory analysis*. (2nd ed.). New York: Harper & Row.