



การประเมินผล

โครงการส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ (Niche Market)



ศูนย์ประเมินผล

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ธันวาคม 2559

CENTRE FOR PROJECT AND PROGRAMME EVALUATION

OFFICE OF AGRICULTURAL ECONOMICS

MINISTRY OF AGRICULTURE AND COOPERATIVES

DECEMBER 2559

การประเมินผล

โครงการส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ (Niche Market)

ภายใต้โครงการปรับโครงสร้างการผลิตข้าว ปีงบประมาณ 2559

โดย

ศูนย์ประเมินผล

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ (Niche Market) เป็นโครงการย่อยหนึ่งภายใต้โครงการปรับโครงสร้างการผลิตข้าว ปี 2559 ซึ่ง กรมการข้าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้รับงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 มาดำเนินงาน และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ได้รับมอบหมายให้ประเมินผลโครงการดังกล่าว โดยเป็นการประเมินผลระหว่างมีโครงการ สํารวจข้อมูลเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานโครงการ ผู้นำหรือตัวแทนกลุ่ม/องค์กร/สถาบันเกษตรกรที่ร่วมโครงการ เกษตรกร ชวนนาสมาชิกกลุ่ม ผู้บริโภคข้าวของกลุ่ม ที่ตกเป็นตัวอย่าง รวม 323 ราย ในพื้นที่ 18 จังหวัด

ผลการประเมินผล พบว่า 1) การส่งเสริมและพัฒนาการผลิตสินค้าข้าวตลาดเฉพาะอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่ การผลิต การแปรรูป การตรวจรับรองมาตรฐานสินค้า การเชื่อมโยงตลาด โดยมีกลุ่มที่ร่วมโครงการ 80 กลุ่ม ตามเป้าหมาย แต่บางกิจกรรมสามารถดำเนินการได้ในบางกลุ่มที่มีความพร้อม และโครงการสามารถให้การสนับสนุนได้ เช่น การผลิต โดยสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ได้ ร้อยละ 85 ของเป้าหมาย ส่วนที่เหลือร้อยละ 15 ไม่ได้รับการสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ข้าว เนื่องจาก กลุ่มมีความต้องการชนิดเมล็ดพันธุ์ที่ยังไม่ได้รับการรับรองพันธุ์จากกรมการข้าว ฯลฯ 2) การส่งเสริม สนับสนุนการผลิตสินค้าข้าวตลาดเฉพาะให้ได้มาตรฐานยังไม่สามารถวัดผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ เนื่องจาก กิจกรรมย่อยบางรายการยังไม่แล้วเสร็จ เช่น การจัดหาบรรจุภัณฑ์ข้าวถุง การตรวจรับรองคุณภาพการผลิต การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลการผลิตและการตลาด ฯลฯ ต้องดำเนินงานต่อไปในปีงบประมาณ 2560 ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกด้วย เช่น การจัดหาผู้รับจ้างในกระบวนการวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) ฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิต เป็นต้น อย่างไรก็ตาม หน่วยงานรับผิดชอบโครงการได้บริหารจัดการให้มีการดำเนินงานทุกกิจกรรมที่กำหนดในโครงการ

ผลเบื้องต้น/ผลกระทบระยะสั้น จากการดำเนินกิจกรรมบางส่วนที่แล้วเสร็จ เช่น การอบรม การสัมมนา การสนับสนุนเครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ การเชื่อมโยงตลาดและประชาสัมพันธ์ ก่อให้เกิดผลเบื้องต้น ได้แก่

1) ปริมาณข้าวตลาดเฉพาะที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้น จากการสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ในโครงการ 177,325 กิโลกรัม เกษตรกรปลูกข้าวใช้เมล็ดพันธุ์เฉลี่ย 12.09 กิโลกรัมต่อไร่ ปลูกข้าวได้ในพื้นที่ 14,666 ไร่ ประมาณการผลิตเฉลี่ย 400 กิโลกรัมต่อไร่ จะได้ผลผลิต 5,866 ตัน และคาดว่าจะได้ผลผลิตคุณภาพ ร้อยละ 90 คิดเป็นปริมาณ 5,279 ตัน ออกสู่ตลาด

2) มูลค่าข้าวและผลิตภัณฑ์ จากการสนับสนุนเครื่องสีลปากถุงระบบสุญญากาศให้ทุกกลุ่ม พบว่า ร้อยละ 83.33 ได้นำไปใช้สีลถุงผลผลิตข้าวแจกจ่ายผู้ที่มาดูงานของกลุ่ม ร้อยละ 16.67 ยังไม่ได้นำไปใช้ เนื่องจาก รอบรรจุภัณฑ์ ซึ่งอยู่ระหว่างออกแบบ โดยเกษตรกรบางรายได้รับถุงสุญญากาศจากกลุ่มที่มีอยู่ แต่เดิม ร้อยละ 47.83 นำไปใช้แล้ว ทำให้มีผู้สั่งซื้อข้าวมากขึ้น ได้รับราคาสูงขึ้น 5 -10 บาทต่อกิโลกรัม

สำหรับ กลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมต่อยอดผลิตภัณฑ์แปรรูป ทั้ง 4 กลุ่ม ได้นำเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ ที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการไปใช้ประโยชน์แล้ว สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบมาก

3) ปริมาณและมูลค่าการค้า กลุ่มร้อยละ 58.33 มีสินค้าข้าวตลาดเฉพาะจำหน่ายในปี 2558 และ 2559 ในจำนวนนี้ แบ่งเป็น กลุ่มใหญ่ กลุ่มขนาดกลาง และกลุ่มขนาดเล็ก โดยในปี 2559 มีปริมาณการค้าข้าวตลาดเฉพาะ เฉลี่ย 930 24 และ 4 ตันต่อกลุ่ม มูลค่า 27.39 1.39 และ 0.21 ล้านบาทต่อกลุ่ม

ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2558 กลุ่มใหญ่ กลุ่มขนาดกลาง และกลุ่มขนาดเล็ก ปริมาณการค้าเพิ่มขึ้น 322 ตันต่อกลุ่ม ลดลง 14.83 และ 1.30 ตันต่อกลุ่ม มูลค่าเพิ่มขึ้น 9.37 ล้านบาทต่อกลุ่ม ลดลง 0.85 ล้านบาทต่อกลุ่ม และเพิ่มขึ้น 6,675 บาทต่อกลุ่ม ตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องจาก บางกลุ่มขายข้าวในปี 2559 ได้ในราคาที่สูงขึ้น จากการขายในงาน เทศกาลต่าง ๆ ที่หน่วยงานจัด ขายตรงให้ผู้บริโภคมากขึ้น โดยภาพรวมกลุ่มร้อยละ 36.36 มีปริมาณการค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ทั้งหมด กลุ่มขนาดกลางและเล็กบางกลุ่ม และกลุ่มร้อยละ 54.55 ปริมาณการค้าลดลง และร้อยละ 9.09 มีปริมาณการค้าคงเดิม ปริมาณและมูลค่าการค้าภาพรวมของโครงการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 46 และ 41 ตามลำดับ

4) **ผู้บริโภค** รู้จักและเลือกซื้อข้าวที่มีคุณสมบัติพิเศษหลายช่องทางจากการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ และกลุ่มเกษตรกร ทางอินเทอร์เน็ต สื่อโทรทัศน์ มีความเชื่อมั่นในคุณภาพข้าวคุณสมบัติเฉพาะในระดับมาก ที่คะแนนเฉลี่ย 2.62 คะแนน

5) **เกษตรกร ผู้นำกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ที่พึงพอใจ** ต่อการดำเนินงานในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.84 เนื่องจากมีการสนับสนุนปัจจัยการผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว ช่วยเพิ่มช่องทางด้านการตลาด

ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะจากการประเมินผล

1) ส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะอย่างเป็นระบบ มีกิจกรรมที่ครอบคลุมและเหมาะสม ควรได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการต่อเนื่อง โดยส่งเสริมด้านการตลาดอย่างจริงจัง ขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้ง สนับสนุน อำนวยความสะดวก และลดราคาค่าบริการจัดส่งสินค้าข้าวทางไปรษณีย์ การขายสินค้าข้าวออนไลน์

2) ส่งเสริมให้กลุ่มมีการบริหารจัดการภายในกลุ่มที่เข้มแข็ง โดยมีผู้รับผิดชอบด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาดที่ชัดเจน รวมทั้ง สนับสนุนการพัฒนาให้แต่ละกลุ่มมีสินค้าและตราสัญลักษณ์ ตลอดจนให้มีการสร้างเครือข่ายใช้ตราสัญลักษณ์ร่วมกันระหว่างกลุ่ม

3) ประสานความร่วมมือสถาบันการศึกษา เข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจรับรองแปลง การตรวจรับรองสินค้าเบื้องต้น เพิ่มการศึกษาวิจัยและเผยแพร่ผลงานการแปรรูปข้าวที่มีคุณสมบัติพิเศษทางโภชนาการสูง ขยายผลไปในเชิงธุรกิจ เชิงพาณิชย์มากยิ่งขึ้น

4) ฤดูกาลผลิตข้าว คาบเกี่ยวในสองปีงบประมาณ ทำให้การดำเนินงานโครงการบางกิจกรรมจะเกิดผลสัมฤทธิ์ในปีต่อไป เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการควรติดตาม แนะนำ และส่งเสริมเกษตรกรจัดทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้จะสิ้นสุดโครงการแล้ว

5) ผลักดันให้มาตรฐาน Organic Thailand ได้รับการยอมรับในระดับสากล และเร่งสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักให้แก่ เกษตรกร กลุ่มเกษตรกรในการผลิตสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน และนำตราสัญลักษณ์ เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้า ไปใช้อย่างถูกต้อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ ผู้บริโภค

6) เร่งจัดทำและพัฒนาฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดข้าวตลาดเฉพาะ ให้เข้าถึงได้ง่าย ทันสมัย อยู่เสมอ และเผยแพร่ แนะนำให้เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร นำไปใช้ประโยชน์

7) เพิ่มการประชาสัมพันธ์คุณค่าข้าวที่มีลักษณะพิเศษทางโภชนาการ ข้าวอินทรีย์ ให้แพร่หลายยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทางสื่อโทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์

คำนำ

การประเมินผลโครงการส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ (Niche Market) ภายใต้โครงการปรับโครงสร้างการผลิตข้าว ปีงบประมาณ 2559 เป็นรายงานที่ได้จัดทำขึ้นประกอบด้วย รายละเอียดที่ครอบคลุมสาระสำคัญตามประเด็นการประเมินผล ได้แก่ การบริหารจัดการ ปัจจัยนำเข้า ผลได้/ผลผลิต ผลเบื้องต้นหรือผลกระทบระยะสั้น ทั้งนี้ ได้มีรายละเอียดในตัวชี้วัดต่างๆ ค่อนข้างมาก และเป็นการประเมินผลระหว่างมีโครงการ ปี 2559 เพื่อผู้เกี่ยวข้อง ได้ศึกษาและใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการดำเนินโครงการข้าวตลาดเฉพาะต่อไป

ศูนย์ประเมินผล ร่วมกับ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 1 4 5 8 9 11 และ 12 ได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ เกษตรกร ประธาน/ผู้นำกลุ่ม เจ้าหน้าที่กรมการข้าว ในพื้นที่ รวมทั้ง ผู้บริโภคสินค้าข้าวของกลุ่มที่ร่วมโครงการ ในจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งได้ให้ข้อมูลและความร่วมมืออย่างดียิ่ง จึงขอขอบคุณบุคคลดังกล่าวไว้ ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และบุคคลที่สนใจศึกษาต่อไป

ศูนย์ประเมินผล
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ก
คำนำ	ค
สารบัญ	ง
1. สาระสำคัญของโครงการ	1
1.1 หลักการและเหตุผลโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
1.3 เป้าหมาย	1
1.4 วิธีการดำเนินงาน	1
1.5 ระยะเวลาดำเนินการ	1
1.6 งบประมาณ	3
1.7 หน่วยงานที่รับผิดชอบ	3
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
2. ระเบียบวิธีการประเมิน	7
2.1 หลักการและเหตุผลของการประเมินผล	7
2.2 วัตถุประสงค์ของการประเมินผล	7
2.3 ขอบเขตของการประเมินผล	7
2.4 แนวคิดและทฤษฎี	7
2.5 วิธีการประเมินผล	8
2.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	11
2.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	12
2.8 งบประมาณการประเมินผลโครงการ	12
2.9 หน่วยงานที่รับผิดชอบ	12
2.10 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	12
3. ผลการประเมินผล	13
3.1 การบริหารจัดการ (Management)	13
3.2 ปัจจัยนำเข้า (Input)	21
3.3 ผลได้/ผลผลิต (Output)	27
3.4 ผลเบื้องต้น/ผลกระทบระยะสั้น (Effect)	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4. สรุป และข้อเสนอแนะ	45
4.1 สรุป	45
4.2 ข้อเสนอแนะ	49
บรรณานุกรม	50

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1	ระดับความเหมาะสมของหลักเกณฑ์ เงื่อนไข การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย	14
2	ระดับความเหมาะสมของคู่มือโครงการ และเอกสารคำแนะนำ	15
3	ความเห็นของเจ้าหน้าที่ต่อการชี้แจงการปฏิบัติงานโครงการ	15
4	ระดับความเข้าใจจุดมุ่งหมายโครงการของผู้เกี่ยวข้อง	17
5	ความเห็นของเจ้าหน้าที่ต่อการบริหารจัดการโครงการในระดับพื้นที่	18
6	ความเห็นของเจ้าหน้าที่ต่อระดับความร่วมมือของผู้เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการโครงการ และการปฏิบัติงานในกลุ่ม	18
7	การมีส่วนร่วมในการบริหารงานภายในกลุ่ม	19
8	การติดตามการปฏิบัติงานโครงการ	20
9	ผลการเบิกจ่ายงบประมาณโครงการ	21
10	ความเห็นของเจ้าหน้าที่ต่อความเพียงพอและความทันเวลาของงบประมาณโครงการ	21
11	จำนวนศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว และศูนย์วิจัยข้าว ที่รับผิดชอบกลุ่มที่ร่วมโครงการ	22
12	การจัดตั้งและทำธุรกิจข้าวตลาดเฉพาะของกลุ่มเกษตรกรที่ร่วมโครงการ	23
13	ร้อยละของกลุ่มในโครงการที่ดำเนินธุรกิจแต่ละประเภท	23
14	เกษตรกรและพื้นที่ถือครอง	25
15	ความเห็นของเกษตรกร ผู้นำกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ ต่อหลักสูตรการอบรมในโครงการ	27
16	การสนับสนุนเมล็ดพันธุ์	28
17	คุณภาพเมล็ดพันธุ์	29
18	กลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ต่อยอดผลิตภัณฑ์แปรรูป	32
19	กลุ่มเป้าหมายในโครงการที่ส่งเสริมเพื่อตรวจรับรองคุณภาพ	33
20	ปริมาณและมูลค่าการค้าของกลุ่มในโครงการ	36
21	แหล่งที่ผู้บริโภคซื้อข้าวเป็นประจำ	38
22	การซื้อข้าวตลาดเฉพาะของผู้บริโภค ในปี 2559 เปรียบเทียบ	40
23	ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานโดยรวม	41
24	ปัญหาด้านการผลิตสินค้าตามโครงการ	41

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 ร้อยละของกลุ่มที่จัดเวทีชุมชนในช่วงเดือนต่าง ๆ	16
2 การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ กติกา กลุ่ม	19
3 การเข้าร่วมกิจกรรมโครงการของเกษตรกรสมาชิกกลุ่ม	20
4 ร้อยละของกลุ่มที่มีโรงสี	24
5 การมีเครื่องสีลปากถุงของกลุ่มที่ร่วมโครงการ	24
6 ร้อยละของเกษตรกรที่ได้รับการอบรมด้านการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ	28
7 การใช้เครื่องสีลปากถุงที่โครงการสนับสนุน	30
8 การใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์ ข้าว GI ข้าว Q	33
9 ปริมาณการค้าข้าวตลาดเฉพาะของกลุ่ม	36
10 ร้อยละของกลุ่มจำหน่ายสินค้าข้าวตลาดเฉพาะในแต่ละช่องทาง	37
11 ปริมาณสินค้าข้าวตลาดเฉพาะที่กลุ่มจำหน่ายแต่ละช่องทาง	37
12 ชนิดข้าวสินค้าตลาดเฉพาะที่จำหน่ายในแหล่งผู้บริโภคซื้อประจำ	38
13 ช่องทางการเข้าถึงสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ	39
14 ความเชื่อมั่นในสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ	39
15 ความพึงพอใจราคาข้าวตลาดเฉพาะ	40

บทที่ 1

สาระสำคัญของโครงการ

โครงการส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ (Niche Market)

1.1 หลักการเหตุผลของโครงการ

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตข้าวที่สำคัญของโลก และมีความหลากหลายทางชีวพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพและคุณลักษณะพิเศษทางโภชนาการที่โดดเด่น อยู่คู่ชื่อเสียงของประเทศมายาวนาน ประกอบกับปัจจุบันความนิยมในการบริโภคข้าวเพื่อสุขภาพมีมากขึ้นทำให้เป็นโอกาสให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาข้าวที่มีคุณสมบัติพิเศษโดดเด่นดังกล่าวเป็นสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ (Niche Market) เช่น กลุ่มข้าวสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือข้าวจีไอ (Geographical Indication : GI) กลุ่มข้าวโภชนาการสูงซึ่งมีคุณลักษณะเพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์เฉพาะ การส่งเสริมการผลิตและการพัฒนาข้าวสินค้าตลาดเฉพาะครบวงจรจะเป็นการสนับสนุนให้ประเทศไทยสามารถผลิตสินค้าข้าวตลาดเฉพาะที่มีคุณภาพ และคุณสมบัติพิเศษเป็นการรักษาชื่อเสียง และยกระดับราคาข้าวสินค้าพิเศษเหล่านี้ ซึ่งจะเป็นผลให้ชาวนา ผู้ประกอบการ ชุมชน ผู้ผลิตสินค้าข้าวตลาดเฉพาะดังกล่าวให้มีรายได้และมีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีและมั่นคงขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์โครงการ

1.2.1 ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตสินค้าข้าวตลาดเฉพาะอย่างเป็นระบบ

1.2.2 ส่งเสริมสนับสนุน การผลิตสินค้าข้าวตลาดเฉพาะให้ได้มาตรฐาน

1.3 เป้าหมาย

ส่งเสริมการผลิตสินค้าข้าวตลาดเฉพาะและพัฒนาตราสินค้าข้าว 4 กลุ่ม จำนวนเกษตรกร 2,400 ราย 80 กลุ่ม

1.3.1 ข้าวอินทรีย์ จำนวนเกษตรกร 1,050 ราย 35 กลุ่ม

1.3.2 ข้าว GI จำนวนเกษตรกร 900 ราย 30 กลุ่ม

1.3.3 ข้าวโภชนาการสูงจำนวนเกษตรกร 330 ราย 11 กลุ่ม

1.3.4 ข้าว Q จำนวนเกษตรกร 120 ราย 4 กลุ่ม

1.4 วิธีการดำเนินงาน

1.4.1 วางแผนและคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย

- 1) คัดเลือกพื้นที่และเกษตรกรเป้าหมายโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในส่วนภูมิภาคและส่วนกลาง
 - คัดเลือกพื้นที่ที่มีศักยภาพในการดำเนินงานตามมาตรฐานการผลิตสินค้าตลาดเฉพาะ เช่น ข้าวอินทรีย์ ข้าว GI ข้าวโภชนาการสูง และข้าว Q
 - คัดเลือกเกษตรกรเป้าหมายที่มีความสมัครใจและสนใจเข้าร่วมกิจกรรมในการผลิตข้าวตามมาตรฐานที่ตรวจรับรอง มาตรฐานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทั้งในรูปแบบรายเดี่ยวและรายกลุ่ม
- 2) จัดเวทีชุมชนเพื่อชี้แจงโครงการแก่กลุ่มเกษตรกรเป้าหมายและวางแผนการผลิตร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่ในการร่วมสร้างสินค้าของชุมชน เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น

1.4.2 การผลิตข้าวตลาดเฉพาะ

- 1) การถ่ายทอดความรู้การผลิตข้าวสำหรับตลาดเฉพาะ
 - การอบรมเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง หลักสูตรการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ ข้าวอินทรีย์ ข้าวจีไอ และข้าวโภชนาการสูง เพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าข้าวตามมาตรฐานการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า และการเชื่อมโยงการตลาดข้าว
 - การจัดเวทีเรียนรู้ในพื้นที่กลุ่มเป้าหมายเพื่อถ่ายทอดความรู้สู่การปฏิบัติด้านการเพิ่มมูลค่าข้าว บรรจุภัณฑ์ และการเชื่อมโยงตลาด
- 2) การสนับสนุนบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มผู้ผลิตข้าวตลาดเฉพาะที่มีศักยภาพในการพัฒนาสินค้าข้าวคุณภาพและเชื่อมโยงด้านการตลาด โดยการสนับสนุนบรรจุภัณฑ์ และเครื่องซีลสุญญากาศ
- 3) การสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ข้าวให้กับกลุ่มผู้ผลิตข้าวตลาดเฉพาะ
- 4) การวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการข้าวสำหรับตลาดเฉพาะ

1.4.3 การส่งเสริมการต่อยอดผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว

- เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรกรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวที่เป็นอาหารและไม่ใช่อาหาร ดังนี้
- การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่สนใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวจำนวน 4 กลุ่ม 4 ภาค
 - การอบรมถ่ายทอดความรู้และพัฒนาทักษะในการผลิตผลิตภัณฑ์ แก่กลุ่มเป้าหมาย
 - สนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว และบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มเป้าหมาย
 - ดำเนินการสนับสนุนให้กลุ่มได้รับเอกสารอนุญาตสถานประกอบการ GMP และขอ อย. ให้กับกลุ่ม
 - สร้างเครือข่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว โดยการสัมมนาผู้ที่เกี่ยวข้อง และการอบรมความรู้ให้เจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยข้าว และศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวเพื่อเป็นเครือข่ายการปฏิบัติงานในพื้นที่
 - สำรวจข้อมูลผู้ประกอบการแปรรูปข้าว

1.4.4 การส่งเสริมเกษตรกรและการตรวจรับรองมาตรฐานอินทรีย์ GAP GI

- 1) การส่งเสริมเกษตรกรให้มีความพร้อมสำหรับการตรวจรับรองตามมาตรฐานอินทรีย์ GAP และ GI ในกลุ่มข้าว 4 สินค้า คือ ข้าวอินทรีย์, ข้าว GI, ข้าวโภชนาการสูง และข้าว Q โดยการส่งเสริมเกษตรกรให้มีการรวมกลุ่ม ผลิตข้าวคุณภาพและจำแนกกลุ่มเกษตรกรตามศักยภาพและความพร้อมของกลุ่ม ในการตรวจรับรองแบบรายเดี่ยวหรือรายกลุ่ม โดยมีการส่งเสริมการจัดทำระบบควบคุมภายในให้ทุกกลุ่มเป้าหมาย
- 2) การตรวจรับรองระบบกลุ่มและรายเดี่ยวตามมาตรฐานอินทรีย์ GAP และ GI ดำเนินการโดยกองตรวจสอบรับรองมาตรฐานข้าวและผลิตภัณฑ์ กรมการข้าว
 - มาตรฐานข้าวอินทรีย์ตรวจรับรองแบบรายเดี่ยวสำหรับกลุ่มที่ยังไม่มีความพร้อม และตรวจรับรองแบบกลุ่มสำหรับกลุ่มที่ได้จัดทำระบบควบคุมภายในแล้ว
 - มาตรฐานข้าว GI โดยการตรวจรับรองตามมาตรฐาน GAP หรืออินทรีย์ในการผลิตสินค้าข้าวจีไอไทย โดยตรวจรับรองแบบกลุ่มสำหรับกลุ่มที่ได้รับการจัดทำระบบควบคุมภายในแล้ว
 - มาตรฐานข้าว GAP ในการตรวจสอบรับรองแปลงรายเดี่ยว สำหรับเกษตรกรผลิตข้าว Q และเกษตรกรผลิตข้าวโภชนาการสูงที่ยังไม่มีความพร้อมในการรวมเป็นกลุ่ม แต่มีความสมัครใจเข้าร่วมการผลิตสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ ซึ่งจะมีกรายกระดับเป็นระบบกลุ่มเมื่อมีความพร้อม
 - มาตรฐานสากลในการตรวจสอบรับรองกลุ่มผู้ผลิตข้าวสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

1.4.5 การเชื่อมโยงตลาดและประชาสัมพันธ์

- 1) การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดข้าวตลาดเฉพาะ
- 2) จัดทำฐานข้อมูลข้าวตลาดเฉพาะ
- 3) การส่งเสริมและพัฒนาตราสินค้าข้าวสำหรับตลาดเฉพาะให้กับกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย
- 4) การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ เอกสาร ชูตินิเทศการ และแผ่นพับ
- 5) สัมมนาเชิงปฏิบัติการเจ้าหน้าที่ ผู้ผลิตข้าวและผู้ประกอบการข้าวตลาดเฉพาะ
- 6) พัฒนากลุ่มเกษตรกรเพื่อจำหน่ายสินค้าออนไลน์
 - จัดทำ web site สินค้าข้าวของกลุ่มเกษตรกร
 - อบรมถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มเกษตรกรเป้าหมายในการจัดทำ Web site

1.4.6 การบริหารจัดการโครงการ

- 1) จัดทำคู่มือโครงการและคู่มือปฏิบัติงานในแต่ละกิจกรรม สำหรับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรซึ่งทำหน้าที่ผู้จัดการในพื้นที่
- 2) การจัดจ้างเจ้าหน้าที่เสริมการปฏิบัติงานโครงการทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค
- 3) การติดตามงานและประเมินผลโครงการ เพื่อรายงานผลการดำเนินงานให้ทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง

1.5 ระยะเวลาดำเนินการ

ตุลาคม 2558 ถึง กันยายน 2559

1.6 งบประมาณ

วงเงินงบประมาณ 52,406,500 บาท แยกเป็น งบดำเนินงาน 48,026,500 บาท และงบลงทุน 4,380,000 บาท

1.7 หน่วยงานที่รับผิดชอบ

1.7.1 หน่วยงานหลัก กรมการข้าว

1.7.2 หน่วยงานสนับสนุน กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมส่งเสริมการเกษตร องค์การปกครองในท้องถิ่น กรมการค้าภายใน สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.8.1 เกษตรกรได้รับการพัฒนาการผลิตข้าวคุณภาพอย่างเป็นระบบได้มาตรฐาน และสร้างรายได้เพิ่มขึ้น

1.8.2 ประเทศไทยสามารถสร้างตลาด รักษาชื่อเสียงและเพิ่มมูลค่าข้าวคุณภาพที่ทำให้ชาวนาผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องมีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

1.8.3 ประเทศไทยมีทางเลือกสำหรับสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ ลดความกดดันต่อสถานการณ์การผลิตข้าวและการส่งออกของประเทศได้อย่างยั่งยืน

1.8.4 ผู้บริโภคทราบความแตกต่างในคุณภาพสินค้าและสามารถเข้าถึงสินค้าข้าวคุณภาพที่มีคุณสมบัติพิเศษเฉพาะและคุณค่าทางโภชนาการ

1.8.5 จำนวนสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ 4กลุ่ม ได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบในพื้นที่ 24,000 ไร่

1.8.6 จำนวนสินค้าข้าวตลาดเฉพาะทั้ง 4 กลุ่มสินค้าได้การรับรองมาตรฐานไม่น้อยกว่าร้อยละ 75

1.8.7 สินค้าข้าวตลาดเฉพาะที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน และสินค้าข้าวมีมูลค่าสูงกว่าเดิมไม่น้อยกว่า 10 %

บทที่ 2

ระเบียบวิธีการประเมินผล

2.1 หลักการและเหตุผลของการประเมินผล

โครงการส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ (Niche Market) เป็นโครงการย่อยหนึ่งในสามโครงการย่อย ภายใต้โครงการปรับโครงสร้างการผลิตข้าว ซึ่งเป็นโครงการตามนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่มีเป้าประสงค์ในการแก้ไขปัญหาการผลิตข้าวในระยะยาวให้กับชาวนาทั่วประเทศ เพื่อให้มีรายได้มากขึ้น เกิดความมั่นคงในอาชีพและสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยโครงการส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ เป็นโครงการที่มีกิจกรรมด้านข้าวอย่างครบวงจร ส่งเสริมสินค้าข้าวไปสู่การตลาดที่ชัดเจน และเฉพาะเจาะจงข้าวที่มีคุณสมบัติพิเศษแตกต่างจากข้าวทั่วไป ซึ่งนับเป็นโครงการแรก ๆ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จึงเป็นโครงการที่ควรศึกษาเพื่อเป็นแบบอย่างในการจัดทำโครงการอื่น สินค้าอื่นต่อไป ประกอบกับ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ได้รับมอบหมายให้ประเมินผลโครงการดังกล่าว และได้รับจัดสรรงบประมาณจากกรมการข้าว ในการประเมินผลโครงการ ในปี ๒๕๕๙

2.2 วัตถุประสงค์ของการประเมินผล

2.2.1 ประเมินผลสำเร็จด้านผลผลิต (Outputs) และผลเบื้องต้นหรือผลกระทบระยะสั้น (Effects) ของโครงการ

2.2.2 ประเมินความพึงพอใจของเกษตรกรในพื้นที่โครงการ

2.3 ขอบเขตของการประเมินผล

2.3.1 ด้านพื้นที่ ครอบคลุมพื้นที่เป้าหมายของโครงการ 25 จังหวัด

2.3.2 กลุ่มเป้าหมายที่ทำการประเมินผล

- เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานของโครงการ ได้แก่ กรมการข้าว กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมส่งเสริมการเกษตร

- ผู้นำหรือตัวแทนกลุ่ม/องค์กร/สถาบันเกษตรกรที่ร่วมโครงการ ในกลุ่มส่งเสริมการผลิตสินค้าข้าว 4 ชนิดสินค้า ได้แก่ (1) ข้าวอินทรีย์ 35 กลุ่ม (2) ข้าว GI 29 กลุ่ม (3) ข้าวโภชนาการสูง 12 กลุ่ม (4) ข้าว Q 4 กลุ่ม รวม 80 กลุ่ม

- เกษตรกร/ชาวนาสมาชิกกลุ่ม

- ผู้บริโภคข้าว ใน 4 กลุ่มสินค้า

2.3.3 ระยะเวลาของข้อมูลที่ทำการประเมินผล ปีงบประมาณ 2559 (1 ต.ค. 2558 - 30 ก.ย. 2559)

2.4 แนวคิดและทฤษฎี

2.4.1 ประเภทของการประเมินผล (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2551)

ในการดำเนินงานโครงการ หากต้องการให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่มุ่งหวังไว้ โครงการนั้นจำเป็นต้องได้รับการวางแผนมาเป็นอย่างดี เพื่อให้โครงการนั้นมีความสอดคล้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและความต้องการที่แท้จริง ในขณะเดียวกันถึงแม้โครงการจะได้รับการวางแผนมาเป็นอย่างดีแล้วก็ตาม แต่ในช่วงระหว่างการทำงานโครงการอาจมีปัญหา หรือสิ่งที่ไม่คาดคิดไว้เกิดขึ้น

ทำให้ผลลัพธ์ของโครงการมีโอกาสเบี่ยงเบนไปจากวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ดังนั้น เพื่อเป็นการป้องกันปัญหาต่างๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของโครงการ การประเมินผลจึงถูกนำมาใช้ในช่วงเวลาต่างๆ ของโครงการ ดังนี้

1) การประเมินผลก่อนการดำเนินงานโครงการ (Pre Evaluation) เป็นการประเมินก่อนที่จะทำโครงการ ได้แก่ การประเมินความต้องการ หรือความจำเป็นในเบื้องต้นก่อนที่จะทำโครงการ การประเมินแบบนี้เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การประเมินความต้องการจำเป็น (Needs Assessment) และการประเมินเพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของโครงการ หรือสิ่งที่จะดำเนินการ โดยศึกษาวิเคราะห์ถึงปัจจัย ที่จำเป็นต่อความสำเร็จ ได้แก่ ความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสภาพแวดล้อม เป็นต้น การประเมินผลแบบนี้ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การประเมินความเป็นไปได้ (Feasibility Study)

2) การประเมินผลระหว่างดำเนินโครงการ (Ongoing Evaluation) เป็นการประเมินผลโครงการในขณะที่มีการดำเนินงานโครงการ หลังจากที่มีการดำเนินโครงการไประยะหนึ่ง เพื่อทราบความก้าวหน้าหรือปัญหาในการดำเนินโครงการ นำผลไปใช้แก้ไขปรับปรุงโครงการให้สามารถดำเนินโครงการได้ตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่วางไว้ การประเมินผลแบบนี้ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่าการประเมินความก้าวหน้า (Formative Evaluation)

3) การประเมินผลเมื่อเสร็จสิ้นโครงการ (Post Evaluation) เป็นการประเมินผลเมื่อโครงการเสร็จสิ้นแล้ว เพื่อตัดสินว่าการดำเนินโครงการประสบความสำเร็จบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายหรือไม่ มากน้อยเพียงใด ผลของการประเมินจะช่วยในการตัดสินใจสำหรับโครงการใหม่ๆ ซึ่งมีลักษณะเหมือนหรือใกล้เคียงกับโครงการที่เราทำการประเมินผลแล้ว การประเมินผลแบบนี้เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การประเมินผลสรุปของโครงการ (Summative Evaluation) ในการดำเนินการของโครงการใดโครงการหนึ่งประกอบด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อมองวัตถุประสงค์ของโครงการประเมิน โดยอาจทำในรูปของการกำกับติดตามหรือประเมินโครงการ แนวคิดของการดำเนินงานดังกล่าวนี้ก็คือ ภาพรวม หรือมโนทัศน์ของการติดตามและประเมินผลโครงการ นั่นเอง

2.4.2 การวิเคราะห์ทัศนคติและความพึงพอใจ ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยช่วงคะแนนสร้างตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งเป็นเครื่องมือการวัดข้อมูลเชิงคุณภาพที่นิยมใช้กันทั่วไป เพื่อใช้วัดตัวแปร อาทิ ทัศนคติ ความเข้าใจ ความคิดเห็น และความพึงพอใจ เป็นต้น วิธีการสร้างมาตรวัดของลิเคิร์ต คือ

1) ผู้วิจัยจะต้องเขียนข้อความหรือคำถามเกี่ยวกับตัวชี้วัดที่ต้องการวัดจำนวนหนึ่ง โดยการเขียนให้มีจำนวนคำถามมากกว่าที่ต้องการใช้จริงประมาณครึ่งหนึ่ง คำถามที่เขียนนั้นให้มีปนกันทั้งที่มองในด้านดีและในด้านไม่ดี แต่ไม่ควรมียคำถามที่มีความหมายกลางๆ

2) กำหนดระดับของการแสดงความคิดเห็นในแต่ละข้อถาม เช่น หากแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ พึงพอใจอย่างยิ่ง พึงพอใจ ไม่แน่ใจ ไม่พึงพอใจ และไม่พึงพอใจอย่างยิ่ง กำหนดระดับคะแนนตามระดับความคิดเห็นที่กำหนด ดังนี้ 5 คะแนน สำหรับ พึงพอใจอย่างยิ่ง 4 คะแนน สำหรับพึงพอใจ 3 คะแนน สำหรับไม่แน่ใจ 2 คะแนน สำหรับไม่พอใจ และ 1 คะแนน สำหรับไม่พึงพอใจอย่างยิ่ง

ต่อจากนั้นกำหนดเกณฑ์คะแนนเป็นช่วงๆ ซึ่งมีวิธีคำนวณหาช่วงคะแนนได้ดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนมาก} - \text{คะแนนน้อย}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

โดยที่

คะแนนมาก คือ คะแนนที่กำหนดมากที่สุด

คะแนนน้อย คือ คะแนนที่กำหนดน้อยที่สุด

จำนวนระดับ คือ กำหนดระดับการวัดไว้ 5 ระดับ คือ พึงพอใจอย่างยิ่ง พึงพอใจ ไม่แน่ใจ ไม่พึงพอใจ ไม่พึงพอใจอย่างยิ่ง

เมื่อแทนค่าในสูตร จะได้ช่วงคะแนน = $(5 - 1) / 5 = 0.80$ จากนั้นนำช่วงคะแนนไปคำนวณช่วงคะแนนเฉลี่ยของแต่ละระดับชั้นความคิดเห็น ได้ดังนี้

<u>ช่วงค่าเฉลี่ยคะแนน</u>	<u>ผลการประเมิน</u>
1.00 - 1.80	พึงพอใจอย่างยิ่ง
1.81 - 2.60	พึงพอใจ
2.61 - 3.40	ไม่แน่ใจ
3.41 - 4.20	ไม่พึงพอใจ
4.21 - 5.00	ไม่พึงพอใจอย่างยิ่ง

2.4.2 แบบจำลองการติดตามและประเมินผล หรือรูปแบบการประเมินผล

แบบจำลองการติดตามและประเมินผล มีหลายรูปแบบ เช่น IPOO MIOI MIOE ฯลฯ ซึ่งแต่ละรูปแบบมีจุดเน้นการจำแนกองค์ประกอบของโครงการแตกต่างกัน เช่น

รูปแบบ IPOO จำแนกองค์ประกอบของโครงการเป็น ดังนี้

I = Inputs ปัจจัยนำเข้า พิจารณาถึงองค์ประกอบของโครงการ เช่น คุณสมบัติผู้เข้าร่วมโครงการ วิทยากร สิ่งอำนวยความสะดวก และงบประมาณ

P = Process กระบวนการ พิจารณาการออกแบบ วิธีการดำเนินงาน ในระหว่างที่มีการปฏิบัติหรือดำเนินการตามแผน

O = Outputs ผลได้ พิจารณาถึงผลที่ได้รับเพิ่มขึ้น

O = Outcomes ผลลัพธ์ พิจารณาผลระยะยาวที่เกิดขึ้น เช่น ผลกำไร ความสามารถในการแข่งขัน ความอยู่รอด เป็นต้น

รูปแบบ MIOI จำแนกองค์ประกอบของโครงการเป็น ดังนี้ (เกษม, 2550)

M = Management การบริหารจัดการ ได้แก่ การดำเนินงานตามแผน การติดตามกำกับงาน การประสานงานระหว่างหน่วยงานและภายในหน่วยงาน การประสานงานกับกลุ่ม ประชาชน เป้าหมาย ซึ่งเป็นกระบวนการที่ทำช่วงเริ่มดำเนินการโครงการใหม่ ๆ และระหว่างดำเนินการโครงการ

I = Inputs ปัจจัยนำเข้า คือ ทรัพยากรที่นำมาใช้ในกระบวนการของแต่ละกิจกรรม เช่น งบประมาณ บุคลากร เครื่องมือ ฯลฯ ทั้งนี้ รวมถึงการดำเนินกิจกรรมด้วย

O = Outputs ผลได้ คือ ผลลัพธ์เบื้องต้นที่เกิดจากกิจกรรมใด กิจกรรมหนึ่งในโครงการ ผลได้อาจเป็นผลได้เชิงปริมาณ (Quantitative Outputs) หรือผลได้เชิงคุณภาพ (Qualitative Outputs)

I = Impact ผลกระทบ ซึ่งได้รวมทั้ง Effect คือ ผลกระทบในระยะสั้น เป็นผลที่ต่อเนื่องจาก Outputs ซึ่งในทัศนะของการประเมินผล เมื่อมีการใช้ประโยชน์จาก Outputs แล้ว ผลที่เกิดต่อเนื่องจาก Outputs จะเป็น Effect หรือประสิทธิผลโครงการ และ Impact คือ ผลกระทบในระยะยาว ซึ่งจะเกิดต่อเนื่องจาก Effect ผลกระทบในระยะยาวนี้จะเกิดขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนา ซึ่งถือว่าเป็นผลระดับสุดท้าย

รูปแบบ MIOE ซึ่งจำแนกองค์ประกอบของโครงการคล้ายกับ MIOI โดยต่างกันในเรื่ององค์ประกอบ ตัวสุดท้าย คือ E = ผลกระทบ (Effect) คือ ผลที่ติดตามมาภายหลังการนำผลผลิตมาใช้แล้ว เช่น รายได้ที่เพิ่มขึ้น หรือผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ซึ่งส่งผลต่อความยั่งยืนของโครงการ

2.5 วิธีการประเมินผล

2.5.1 รูปแบบการประเมินผล

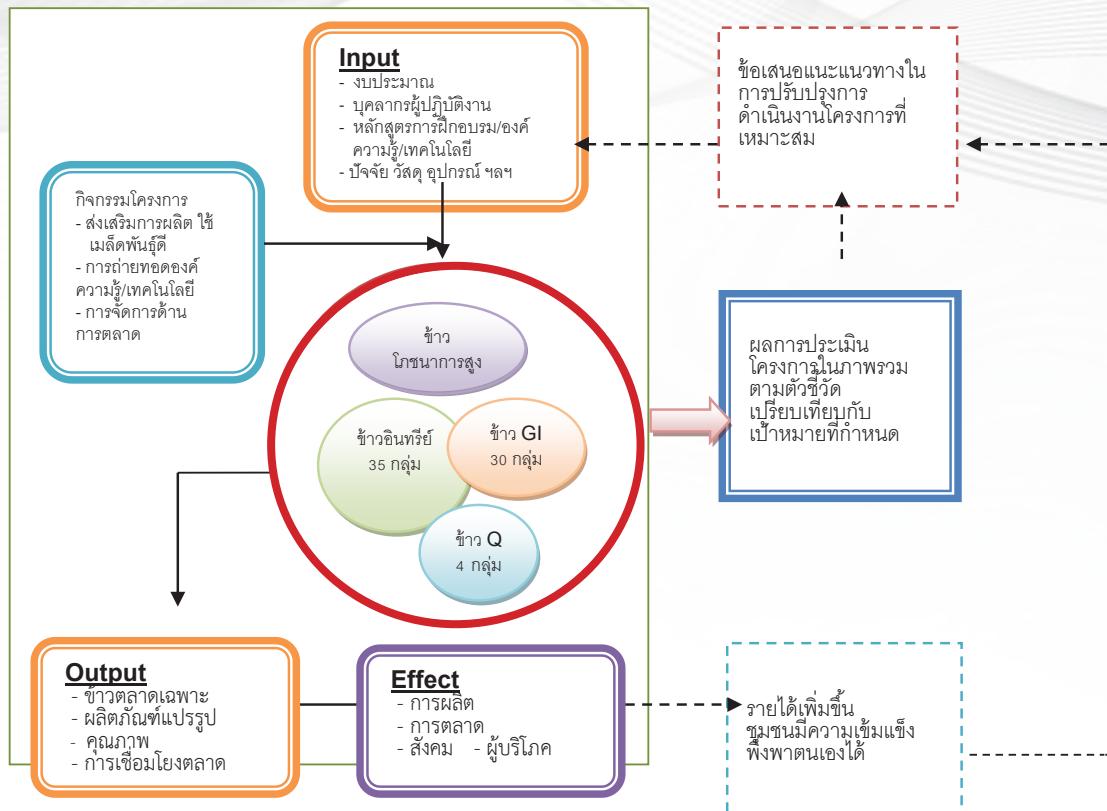
การประเมินผลโครงการในครั้งนี้ ได้คำนึงถึงช่วงเวลา และกระบวนการดำเนินงานตามขั้นตอนของโครงการฯ โดยใช้รูปแบบการประเมิน MIOE หรือประเมินในประเด็นของ (1) การบริหารจัดการโครงการ (Management: M) คือ กระบวนการคิดวางแผน และดำเนินการให้งานบรรลุเป้าหมายที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (2) ปัจจัยนำเข้า (Inputs: I) คือ ปัจจัยหรือทรัพยากรที่ใช้ในการจัดทำโครงการ (3) ผลได้ (Outputs: O) คือ ผลที่ได้รับจากการใส่ปัจจัยเข้าไปในกิจกรรมต่างๆ ของโครงการ และ (4) ผลเบื้องต้น/ผลกระทบระยะสั้น (Effect: E) คือ ผลที่เกิดจากการใช้ประโยชน์จากผลได้ในกิจกรรมของโครงการที่เป็นได้ทั้งผลกระทบตามที่วางแผนไว้และผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้วางแผนไว้ และทำการวัดความสำเร็จโดยเปรียบเทียบผลกับเป้าหมาย หรือเปรียบเทียบกับก่อนมีโครงการ

2.5.2 ประเภทการประเมินผล

การประเมินผลในครั้งนี้ เป็นการประเมินผลประเภท ระหว่างการดำเนินงานโครงการ (On-going Evaluation) เพื่อนำผลที่ได้ไปในการประกอบการพิจารณาปรับปรุงแก้ไข ปัญหาอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น

2.5.3 กรอบแนวคิดในการประเมินผล

สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการประเมินผลโครงการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต และคุณภาพผลผลิต ปี 2559 ได้ดังนี้ (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการประเมินผล โครงการส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ (Niche Market) ภายใต้โครงการปรับโครงสร้างการผลิตข้าว ปีงบประมาณ 2559

2.5.4 ประเด็นและตัวชี้วัดที่สำคัญ

จากรูปแบบและกรอบการประเมินผลในประเด็นต่างๆ กำหนดตัวชี้วัดที่สำคัญโดยใช้เกณฑ์เปรียบเทียบผลกับเป้าหมายของโครงการ เพื่อตัดสินผลสำเร็จของโครงการในภาพรวม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ประเด็น	ตัวชี้วัด
1) การบริหารจัดการ (Management)	
- การเตรียมการ	1.1 ระดับความเหมาะสมของหลักเกณฑ์ เงื่อนไข การคัดเลือกพื้นที่และเกษตรกรเข้าร่วมโครงการ
	1.2 ระดับความเหมาะสมของคู่มือโครงการ เอกสารคำแนะนำเกษตรกร
- การประชุมชี้แจง การประชาสัมพันธ์	1.3 ระดับความเข้าใจโครงการของผู้เกี่ยวข้อง
	1.4 ระดับความร่วมมือของผู้เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการโครงการและการปฏิบัติงานในกลุ่ม
- การติดตามโครงการ	1.5 จำนวนครั้งของการติดตามการปฏิบัติงานในพื้นที่ของหน่วยงานส่วนกลาง เขต จังหวัด

ประเด็น	ตัวชี้วัด
2) ปัจจัยนำเข้า (Input)	
- งบประมาณ	2.1 ร้อยละของงบประมาณที่ใช้จ่ายจริง
	2.2 ระดับความพร้อม ความทันเวลาของงบประมาณ
- องค์กร/หน่วยงานดำเนินงาน โครงการ	2.3 จำนวนหน่วยงาน/องค์กรที่ร่วมดำเนินงานโครงการ/ คณะกรรมการระดับต่าง ๆ ศูนย์ข่าวชุมชน /องค์การ บริหารส่วนตำบล
- เกษตรกร	2.4 จำนวนเกษตรกรที่ร่วมโครงการ
- พื้นที่	2.5 จำนวนพื้นที่ที่มีศักยภาพในการผลิตข้าวในโครงการ
- ความรู้	2.6 ระดับความเหมาะสมของหลักสูตรการอบรม
3) ผลได้/ผลผลิต (Output)	
- การผลิตข้าวตลาดเฉพาะ	3.1 ร้อยละของเกษตรกรที่ได้รับการอบรม ถ่ายทอดความรู้ ได้รับเอกสารความรู้
	3.2 ร้อยละของกลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนปัจจัยการผลิต/วัสดุ อุปกรณ์
- การต่อยอดผลิตภัณฑ์แปรรูป	3.3 จำนวนกลุ่มเกษตรกรที่จัดตั้งและเข้าร่วมการจัดเวทีชุมชน
	3.4 จำนวนกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมการต่อยอดผลิตภัณฑ์ (ได้รับการอบรม เข้าร่วมสัมมนา การสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ บรรจุภัณฑ์)
- การตรวจรับรองคุณภาพ	3.5 ร้อยละของกลุ่มที่ผลิตข้าวตลาดเฉพาะได้รับการตรวจรับรองตาม มาตรฐาน (แบบกลุ่ม แบบเดี่ยว)
	3.6 ร้อยละของกลุ่มได้รับเอกสารอนุญาตเป็นสถาน ประกอบการ GMP/อย.
- การเชื่อมโยงตลาดและ ประชาสัมพันธ์	3.7 ระดับความครบถ้วนสมบูรณ์ของฐานข้อมูล (ผู้ประกอบการ ข้อมูลข้าวตลาดเฉพาะ)
	3.8 ระดับการใช้ประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์
4) ผลเบื้องต้น/ผลกระทบระยะสั้น (Effect)	
- การผลิต	4.1 ปริมาณข้าวตลาดเฉพาะที่มีคุณภาพตามระบบมาตรฐาน
	4.2 มูลค่าข้าวและผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้น (value added)
- การตลาด	4.3 ปริมาณและมูลค่าการค้าข้าวตลาดเฉพาะและผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้น
- สังคม	4.4 ร้อยละของกลุ่มที่จัดตั้งแล้วมีกิจกรรมต่อเนื่อง
- ผู้บริโภค	4.5 ช่องทางการเข้าถึงสินค้าข้าวคุณภาพ (ข้อมูลข่าวสาร สื่อต่างๆ)
	4.6 ระดับความเชื่อมั่นในสินค้าข้าวคุณภาพ
- ความพึงพอใจต่อโครงการ	4.7 ระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ต่อการดำเนินงานโครงการ

2.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการประเมินผล มีทั้งข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ สำหรับข้อมูลปฐมภูมิ ใช้วิธีการสำรวจด้วยตัวอย่าง โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การสังเกตการณ์ในพื้นที่ โครงการ การประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ดังนี้

2.6.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

1) หน่วยตัวอย่างเกษตรกร

- ขนาดตัวอย่าง กำหนดขนาดตัวอย่างจากกลุ่มประชากรเป้าหมายกลุ่มส่งเสริมการผลิตสินค้าข้าวทั้งหมด 80 กลุ่ม เนื่องจากประชากรกลุ่มไม่ถึงหลักร้อย การประเมินผลครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่ร้อยละ 30 ได้จำนวนตัวอย่าง 24 กลุ่ม จัดสรรจำนวนกลุ่ม ลงในกลุ่มส่งเสริมการผลิตสินค้าข้าว 4 ชนิดสินค้า ตามสัดส่วนจำนวนประชากรแต่ละกลุ่ม ได้จำนวนตัวอย่างแต่ละกลุ่มสินค้า คือ 1) ข้าวอินทรีย์ จำนวน 10 กลุ่ม 2) ข้าว GI จำนวน 9 กลุ่ม 3) ข้าวโภชนาการสูง จำนวน 4 กลุ่ม 4) ข้าว Q จำนวน 1 กลุ่ม รวม 24 กลุ่ม และเนื่องจากเกษตรกรสมาชิกแต่ละกลุ่มมีลักษณะเหมือนกัน (Homogeneous) จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเกษตรกรของแต่ละกลุ่ม ๆ ละ 5 ราย ได้เกษตรกรตัวอย่าง 120 ราย

- การสุ่มตัวอย่าง สุ่มกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพวกจากรายชื่อกลุ่ม โดยวิธีการสุ่มอย่างง่ายแบบไม่ทดแทน (Simple Random without Replacement) ได้กลุ่มตัวอย่างตกอยู่ใน 17 จังหวัด จากประชากร 25 จังหวัด และในแต่ละกลุ่มจะสุ่มเลือกเกษตรกร/สมาชิกกลุ่ม โดยใช้แผนแบบการเลือกสุ่มอย่างง่ายแบบไม่ทดแทน (Simple Random Sampling without Replacement)

2) หน่วยตัวอย่างผู้นำกลุ่ม/ประธานกลุ่ม ใช้แผนแบบการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling Method) โดยเลือกผู้นำทุกกลุ่มที่ตกเป็นตัวอย่าง รวม 24 ราย

3) หน่วยตัวอย่างเจ้าหน้าที่ หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการในระดับพื้นที่ และส่วนกลาง ใช้แผนแบบการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling Method) ผู้ที่รับผิดชอบงานโครงการ 17 จังหวัด ๆ ละ 1 ราย และเจ้าหน้าที่ส่วนกลาง 3 ราย รวม 20 ราย

4) ผู้บริโภค ใช้การเลือกตัวอย่างโดยใช้วิจารณญาณ (Judgment Selection) จากลูกค้าของกลุ่มตัวอย่างในโครงการ (โดยขอชื่อ ที่อยู่ จากกลุ่มที่ไปสัมภาษณ์ หรือลูกค้าที่ซื้อสินค้าในการจัดงาน ผู้บริโภคข้าว 4 กลุ่มสินค้าในโครงการ)

2.6.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการทบทวน รวบรวมเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ได้แก่ เอกสารประกอบการประชุม สรุปผลการประชุมคณะกรรมการเอกสารโครงการ รายงานความก้าวหน้าผลการดำเนินงานโครงการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารรายงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากเว็บไซต์ เป็นต้น

2.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

2.7.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data Analysis) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ค่าเฉลี่ย ค่าผลรวม ค่าร้อยละ เป็นต้น เพื่ออธิบายผลการประเมินและประกอบอยู่ในตาราง

2.7.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data analysis) โดยสรุปข้อมูลที่เป็นคำถามเปิด คำอธิบาย ประเด็น ปัญหา ข้อเสนอแนะ และทัศนคติ จัดเป็นกลุ่ม การวิเคราะห์โดยใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ได้แก่ การให้คะแนนและคำนวณผลการประเมิน โดยแบ่งช่วงของระดับคะแนนการประเมินข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งมีคะแนนเต็ม 3 ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ การให้คะแนนความคิดเห็น ความเหมาะสม ความพึงพอใจ ซึ่งหากเป็นข้อถามที่มองในด้านดี ข้อความเชิงทางบวก เกณฑ์การให้คะแนนเรียงลำดับคะแนนมากไปน้อย เช่น คะแนน 3 2 และ 1 จากการตอบเห็นด้วยหรือพึงพอใจมาก ปานกลาง และน้อย ตามลำดับ สำหรับ ข้อความที่เป็นการมองในด้านไม่ดี ด้านลบ คะแนนที่กำหนดให้จะมีทิศทางกลับกัน เช่น คะแนน 1 2 และ 3 จากการตอบ มาก ปานกลาง และน้อย ตามลำดับ

การกำหนดเกณฑ์คะแนนเป็นช่วง ๆ มีวิธีคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงคะแนนเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนมาก} - \text{คะแนนน้อย}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ \text{แทนค่า} &= \frac{3 - 1}{3} = 0.67 \end{aligned}$$

โดยที่ คะแนนมาก คือ คะแนนที่กำหนดมากที่สุดตามแบบคำถาม ซึ่งกำหนดไว้ 3 คะแนน
คะแนนน้อย คือ คะแนนที่กำหนดน้อยที่สุดตามแบบคำถาม กำหนดไว้ 1 คะแนน
จำนวนระดับ คือ ระดับการวัดที่กำหนด ซึ่งในที่นี้กำหนดไว้ 3 ระดับ

เกณฑ์การตัดสินช่วงค่าคะแนน โดยคะแนนเต็ม 3 จัด 3 ระดับ ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ยแต่ละระดับ คือ

ระดับคะแนน 1.00 - 1.66 จัดอยู่ในช่วง “น้อย/ควรปรับปรุง”

ระดับคะแนน 1.67 - 2.33 จัดอยู่ในช่วง “ปานกลาง”

ระดับคะแนน 2.34 - 3.00 จัดอยู่ในช่วง “มาก/ดี”

2.8 งบประมาณการประเมินผลโครงการ

เบิกจ่ายจากค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการจำนวน 500,000 บาท (งบดำเนินงานกรมการข้าว)

2.9 หน่วยงานรับผิดชอบ

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โดย ศูนย์ประเมินผล (ศปผ.) และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 1 - 12 (สศท. 1 - 12)

2.10 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

มีข้อมูลผลการประเมินผลประกอบการพิจารณาในการปรับปรุงแก้ไข และขยายผลโครงการต่อไป

บทที่ 3

ผลการประเมินผล

การประเมินผลโครงการส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ (Niche Market) เป็นการประเมินระหว่าง การดำเนินงานโครงการ โดยเน้นการพิจารณาตามรูปแบบการประเมินผล MIOE ได้แก่ การบริหารจัดการ (Management) ปัจจัยนำเข้า (Input) ผลได้/ผลผลิต (Output) ผลเบื้องต้น/ผลกระทบระยะสั้น (Effect) ดังนี้

3.1 การบริหารจัดการ (Management)

การบริหารจัดการโครงการ มีทั้งในระดับภาพรวม โดยหน่วยงานส่วนกลาง และการบริหารจัดการ ในระดับพื้นที่ ซึ่งเป็นหน่วยงานในภูมิภาคหรือหน่วยงานส่วนกลางที่ตั้งอยู่ในส่วนภูมิภาค ได้ร่วมกันบริหารจัดการและดำเนินงานโครงการในขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

3.1.1 การเตรียมการ กรมการข้าวได้เตรียมการในการดำเนินงานโครงการ ได้แก่

1) **หลักเกณฑ์ เงื่อนไขการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย** ซึ่งกำหนดให้เจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยข้าว และศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวในพื้นที่รับผิดชอบคัดเลือกตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

- กลุ่มเกษตรกรต้องมีการผลิตสินค้าข้าวเพื่อการจำหน่าย
- พื้นที่ปลูกข้าวของเกษตรกรอยู่ใกล้เคียงกัน ปลูกข้าวในระบบเดียวกันไม่ว่าจะเป็นมาตรฐาน GAP หรืออินทรีย์
- เกษตรกรมีความสนใจ สนับสนุน และมีความพร้อมที่จะร่วมมือปฏิบัติตามคำแนะนำของกรมการข้าว รวมทั้ง ยินดีปฏิบัติตามหลักการและกิจกรรมของโครงการ
- เกษตรกรมีการรวมกลุ่ม และจัดทำโครงสร้างของกลุ่ม ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม คณะกรรมการกลุ่มฝ่ายต่างๆ และสมาชิกภายในกลุ่มมีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบชัดเจน
- เกษตรกรที่เข้าร่วมกลุ่ม จะต้องยอมรับในกฎเกณฑ์กติกา ข้อกำหนดและข้อบังคับของกลุ่ม
- กลุ่มมีสมาชิกหรือเครือข่ายรวมกันจำนวนไม่น้อยกว่า 30 ราย หรือพื้นที่การปลูกข้าวไม่น้อยกว่า 300 ไร่

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว ทำการคัดเลือกกลุ่มเข้าร่วมโครงการได้ครบถ้วนตามเป้าหมายโครงการ และจากการสำรวจความเห็นของผู้นำ/ประธานกลุ่ม เกษตรกรสมาชิกกลุ่มที่ร่วมโครงการ และเจ้าหน้าที่เห็นว่า หลักเกณฑ์ เงื่อนไขการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายมีความเหมาะสมในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.74 โดยมีคะแนนในระดับใกล้เคียงกันทุกภาคส่วน ได้แก่ 2.78 2.73 และ 2.71 ตามลำดับ สำหรับ เหตุผลที่เห็นว่าเหมาะสมระดับมาก เนื่องจาก เกษตรกรเกิดการรวมกลุ่ม สร้างระบบกลุ่มให้เข้มแข็ง ต้องมีการเตรียมความพร้อม โดยการส่งเสริมคัดเลือกเกษตรกรที่สนใจและมีความเข้มแข็ง สามารถคัดเลือกกลุ่มที่มีความพร้อม มีการผลิตแบบครบวงจร ส่วนที่เห็นว่า เหมาะสมระดับปานกลาง เนื่องจาก หลักเกณฑ์บางอย่างยังไม่สามารถปฏิบัติตามได้ บางกลุ่มใช้หลักเกณฑ์และคัดเลือกจากส่วนกลาง (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ระดับความเหมาะสมของหลักเกณฑ์ เงื่อนไข การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	ระดับความเห็นของผู้เข้าร่วมอบรม				คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม		
1) เกษตรกรสมาชิกกลุ่ม	72.57	27.43	-	100.00	2.73	มาก
2) ผู้นำกลุ่ม	78.26	21.74	-	100.00	2.78	มาก
3) เจ้าหน้าที่	73.33	26.67	-	100.00	2.71	มาก
รวม	73.51	26.49	-	100.00	2.74	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

2) คู่มือโครงการ เอกสารความรู้

การดำเนินงานโครงการ หน่วยงานที่รับผิดชอบได้จัดทำคู่มือปฏิบัติงาน สำหรับเจ้าหน้าที่ หน่วยงานในระดับภูมิภาค และผู้เข้าร่วมโครงการ เพื่อให้มีความเข้าใจในกิจกรรมและ แนวทางการปฏิบัติงานโครงการ และแจกจ่ายในการประชุมชี้แจงโครงการ เมื่อวันที่ 22 - 24 ธันวาคม 2558 ณ โรงแรมเอปี่น่า เฮาส์ กรุงเทพฯ โดยในคู่มือดังกล่าว จะประกอบด้วยรายละเอียดโครงการ งบประมาณ แผนการปฏิบัติงาน ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานโครงการ แบบฟอร์มต่าง ๆ รายละเอียด คุณลักษณะเฉพาะของวัสดุ ครุภัณฑ์ที่จัดซื้อจัดหาในโครงการ ซึ่งค่อนข้างละเอียด นอกจากนั้น จะมีคู่มือ สำหรับเกษตรกรกลุ่มผลิตสินค้าข้าวอินทรีย์ ข้าวสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และข้าว Q เอกสาร หนังสือเกี่ยวกับ มาตรฐาน GAP และ GMP เอกสารประกอบการฝึกอบรมในแต่ละหลักสูตร เช่น คู่มือการผลิตข้าว Pre GAP โดย กองพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว กรมการค้าข้าว คู่มือระบบควบคุมภายใน การพัฒนาผู้ตรวจประเมินระบบการผลิต ข้าว GAP เป็นต้น ทั้งนี้ หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการในระดับพื้นที่ ได้แจกจ่ายให้ผู้นำกลุ่ม เกษตรกรสมาชิก กลุ่มในช่วงการประชุมชี้แจง การฝึกอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ

จากการสำรวจ ผู้นำกลุ่ม ร้อยละ 91.30 ได้รับเอกสารความรู้ เห็นว่า เอกสารมีความ เหมาะสมในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.85 โดยมีบางรายเห็นว่า เหมาะสมระดับปานกลาง เนื่องจาก เอกสารมีเนื้อหาเป็นวิชาการมากเกินไป เอกสารที่ผู้นำแต่ละกลุ่มได้รับจะแตกต่างกัน ตามที่แต่ละหน่วยงาน ในพื้นที่จัดการอบรม ส่งเสริม เช่น คู่มือการจัดการระบบควบคุมภายใน การตรวจสอบภายใน ข้อตกลง ร่วมกันในการผลิตแบบอินทรีย์ เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตรการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ หลักสูตร การเชื่อมโยงตลาด คู่มือการผลิตข้าวอินทรีย์ แผ่นพับ คู่มือโรคพืชชนิดต่างๆ ตำราการทำนา เอกสารการปลูก ข้าว การใช้สารเคมี การตรวจแปลงข้าว กฎระเบียบของกลุ่ม เป็นต้น

เกษตรกร ร้อยละ 78.95 ที่ได้รับเอกสารความรู้จากการอบรม โดยรวมเห็นว่า เอกสาร มีความเหมาะสมระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.77 ที่เหลือ 21.05 ไม่ได้รับ เนื่องจาก ไม่ได้เข้าร่วมอบรม การอบรมบางครั้งไม่มีเอกสารประกอบ เป็นการอบรมเชิงปฏิบัติการ ทดลองทำไปด้วย โดยมีแผ่นโปสเตอร์ แสดงประกอบการอบรม เอกสารอยู่ระหว่างดำเนินการ สำหรับ เอกสารที่เกษตรกรได้รับ เช่น สมุดบันทึก บัญชี คู่มือการผลิตข้าว สมุดบันทึก/เอกสารแนะนำ คู่มือการผลิตข้าวอินทรีย์ แบบบันทึกระบบการจัดการ คุณภาพข้าวสำหรับเกษตรกร เอกสารสนับสนุนระบบการจัดการคุณภาพ GAP ข้าว คู่มือการจัดการระบบ

ควบคุมภายใน GAP 02 GAP 05 การผลิตข้าวปลอดภัย/โรคข้าว มาตรฐาน GAP ข้าว คู่มือการผลิตข้าว GAP ขั้นตอนการเพาะปลูกข้าวฯ ขั้นตอนการทำข้าวเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น

เจ้าหน้าที่ ส่วนใหญ่ได้รับคู่มือโครงการส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ ปี 2559 คู่มือการจัดการระบบควบคุมภายใน (แบบบันทึก) การเชื่อมโยงตลาด การผลิตพันธุ์ข้าว ซึ่งเห็นว่า มีความเหมาะสมระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.57 โดยมีแนวทางการปฏิบัติงาน และชี้แจงรายละเอียดการเบิกจ่ายเงินในแต่ละกิจกรรม สามารถนำไปปฏิบัติงานได้ ทั้งนี้ โดยภาพรวมเจ้าหน้าที่ ผู้นำกลุ่ม และเกษตรกร เห็นว่า เหมาะสมระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.76 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ระดับความเหมาะสมของคู่มือโครงการ และเอกสารคำแนะนำ

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	ไม่ได้เอกสาร	ได้เอกสาร	ระดับความเหมาะสม				คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
			มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม		
1) เกษตรกร	21.05	78.95	78.57	20.24	1.19	100.00	2.77	มาก
2) ผู้นำกลุ่ม	8.70	91.30	85.00	15.00	-	100.00	2.85	มาก
3) เจ้าหน้าที่	6.67	93.33	64.29	28.57	7.14	100.00	2.57	มาก
รวม	17.76	82.24	77.97	20.34	1.69	100.00	2.76	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

3.1.2 การประชุมชี้แจง การประชาสัมพันธ์

1) การประชุมชี้แจง และการประชาสัมพันธ์โครงการ ซึ่งมีการดำเนินงานทั้งในระดับส่วนกลาง และในระดับพื้นที่ โดยเจ้าหน้าที่ในพื้นที่ เห็นว่า การชี้แจงโครงการ การประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติงานของหน่วยงานส่วนกลางต่อหน่วยงานในพื้นที่ และการชี้แจงของผู้ปฏิบัติงานระดับพื้นที่ต่อกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการ มีความเหมาะสมในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.64 และ 2.79 ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ความเห็นของเจ้าหน้าที่ต่อการชี้แจงการปฏิบัติงานโครงการ

หน่วย : ร้อยละ

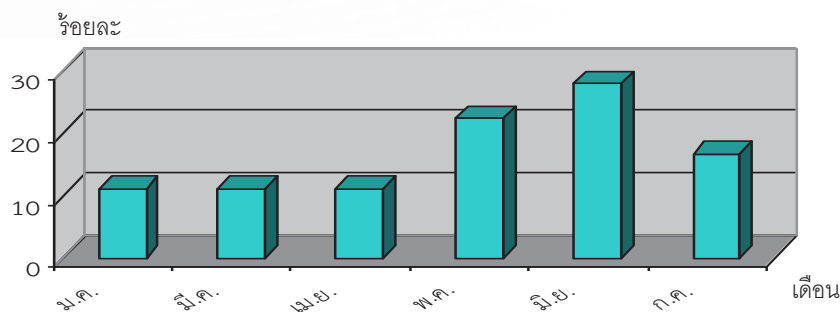
การชี้แจง	ระดับความเหมาะสม				คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม		
1) หน่วยงานระดับพื้นที่	64.29	35.71	-	100.00	2.64	มาก
2) กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการ	78.57	21.43	-	100.00	2.79	มาก
รวม	71.43	28.57	-	100.00	2.71	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

2) การจัดเวทีชุมชน ศูนย์วิจัยข้าว และศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว ที่รับผิดชอบกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ ได้ถ่ายทอดความรู้ให้เกษตรกรในรูปแบบการจัดเวทีเรียนรู้ ซึ่งกำหนดไว้ 2 ครั้ง ครั้งแรก เพื่อชี้แจงรายละเอียดโครงการ กำหนดแผนการผลิตของกลุ่ม และจัดทำแผนเพื่อสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ วางแผนการผลิตร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่เพื่อร่วมสร้างสินค้าของชุมชน เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น และการจัดครั้งที่สอง เพื่อการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าข้าว การเชื่อมโยงการตลาด

จากการสำรวจ พบว่า ผู้นำกลุ่มทุกรายได้เข้าร่วมการจัดเวทีชุมชน ซึ่งจัดคล้ายกับการประชุมทั่วไป โดยเจ้าหน้าที่เข้าชี้แจงรายละเอียดโครงการ ข้อมูลโครงการฯ บางกลุ่มจัดประชุมและจัดเวทีเรียนรู้ เพื่อพัฒนา ประชุมกลุ่มสมาชิกปลูกข้าว จัดเป็นงานรวมพลคนพอเพียง ระดมความคิดเห็น บอกเล่ากิจกรรมภายในกลุ่มให้ทราบทั่วกัน โดยมีเจ้าหน้าที่ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เข้าร่วม

การจัดเวทีชุมชน เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม 2559 โดยกลุ่มร้อยละ 33.33 ได้มีการจัดในช่วงเวลาเริ่มต้นโครงการ ตั้งแต่เดือนมกราคม - เมษายน แต่ส่วนใหญ่ ร้อยละ 50.00 จะจัดในช่วงเดือน พฤษภาคม ถึง มิถุนายน 2559 มีบางกลุ่มจัดในช่วงเดือนกรกฎาคม ซึ่งค่อนข้างล่าช้า อย่างไรก็ตามจากรายงานผลการดำเนินงานโครงการ เมื่อสิ้นสุดโครงการทุกกลุ่มได้จัดเวทีชุมชนแล้ว โดยมีเพียงกลุ่มเดียวที่ไม่ได้จัดครั้งที่ 2 (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ร้อยละของกลุ่มที่จัดเวทีชุมชนในช่วงเดือนต่าง ๆ

ที่มา : จากการสำรวจ

จากการจัดเวทีชุมชน และประชาสัมพันธ์โครงการ ทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่ ร้อยละ 87.72 เข้าใจจุดมุ่งหมายของโครงการ และร้อยละ 12.28 ยังไม่เข้าใจชัดเจน เนื่องจากเพิ่งเข้าร่วมโครงการภายหลัง ไม่ได้เข้าร่วมในเวทีชุมชน การประชุมทุกครั้ง โดยเกษตรกรมีความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ เช่น 1) การมีกฎ ระเบียบ กติกาของกลุ่มหรือโครงการ 2) การผลิตภายในกลุ่มให้มีคุณภาพ ได้ผลผลิตข้าวที่มีคุณภาพข้าวปลอดภัยขาย การผลิตอาหารปลอดภัย การทำข้าวโภชนาการสูงสำหรับผู้บริโภคที่รักสุขภาพ 3) พันธุ์ข้าวที่ใช้ต้องเป็นข้าวจากการปลูกผ่านมาตรฐาน GAP พันธุ์จากศูนย์วิจัยข้าว กรมการข้าว 4) การขายข้าวด้วยตนเอง หรือรวมกลุ่มกันไปขาย โดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง เกิดการต่อรองราคาได้ราคาดีขึ้น 5) การขายในตลาดเฉพาะต้องได้รับมาตรฐานสินค้า 6) การมุ่งเน้นให้เกษตรกรผลิตเพื่อแปรรูปจำหน่ายเอง ดำเนินการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เพื่อความยั่งยืนในการทำงาน การแปรรูปจำหน่ายได้โดยตรง 7) การระดมทุนสมาชิกกลุ่ม เพื่อการผลิตข้าวคุณภาพ 8) การดูแลรักษาระบบนิเวศ เป็นต้น

ผู้นำกลุ่ม ร้อยละ 95.65 เข้าใจจุดมุ่งหมายของโครงการ มีบางส่วนร้อยละ 4.35 ที่ไม่เข้าใจจุดมุ่งหมายของโครงการ เนื่องจากเป็นพื้นที่ในสามจังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งจะใกล้ชิดเจ้าหน้าที่และกลุ่มอื่น ๆ ค่อนข้างน้อย ผู้ที่มีความเข้าใจจุดมุ่งหมายโครงการ โดยภาพรวมมีความเข้าใจอยู่ในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.73 เข้าใจในเรื่องต่าง ๆ เช่น 1) พื้นที่แหล่งปลูกข้าว ปลอดภัย 2) ทำให้ชุมชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหันมา ดูแลสุขภาพ และดูแลซึ่งกันและกัน เกิดความรักสามัคคีกัน แบ่งปันกัน 3) ด้านการผลิต เกิดความประณีตทุกระบวนการผลิต ยกกระดับคุณภาพสินค้าที่ผลิตได้ ผลิตข้าวคุณภาพเพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือก 4) เน้นผลิตเอง จำหน่ายเอง บริโภคเอง 5) คีนกำไรให้สังคม โดยแบ่งปันข้าวให้ชาวบ้านที่ขาดแคลน 6) เพื่อยกระดับราคาสินค้าข้าว ทำให้ขายได้ในระดับราคาที่สูง สร้างอาชีพสร้างรายได้ที่มั่นคงแก่เกษตรกร

7) ยกระดับมาตรฐาน พัฒนาการผลิตข้าวสู่ตลาดเฉพาะ ผลิตข้าวให้ได้มาตรฐาน แตกต่างจากข้าว GAP ทั่วไป มีข้อบ่งชี้เฉพาะ 8) การส่งเสริมการตลาดข้าวให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น 9) รวมกลุ่มแปรรูป ตามคำสั่งซื้อ (order) ผลิตข้าวให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และเป็นการหาตลาดเฉพาะ

เจ้าหน้าที่ที่ถูกรายเข้าใจจุดมุ่งหมายของโครงการ และมีความเข้าใจโดยรวมในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.71 ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่บางส่วนที่มีความเข้าใจในระดับปานกลาง เนื่องจาก ไม่ได้เข้าร่วมในโครงการตั้งแต่ต้น เป็นระดับปฏิบัติการ เพิ่งบรรจุเข้าทำงานได้ไม่นาน โดยความเข้าใจจุดมุ่งหมายของโครงการของเจ้าหน้าที่ ได้แก่ การวางแผนให้ปริมาณผลผลิตเพียงพอ มีการควบคุมคุณภาพภายในกลุ่ม เชื่อมโยงตลาดได้ ความต้องการพัฒนาสินค้าข้าวเฉพาะให้มีมาตรฐาน ส่งเสริมการรวมกลุ่มผลิตและแปรรูปจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่า เพื่อช่วยให้เกษตรกรสามารถขายข้าวให้ได้ราคาที่สูงขึ้น มีรายได้เพิ่มขึ้น เกิดการกระจายส่วนแบ่งรายได้ที่เป็นธรรม เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าสินค้า และช่วยการรวมกลุ่มของเกษตรกรให้เข้มแข็ง ส่งเสริมให้เกษตรกรตระหนัก ถึงสุขภาพมากยิ่งขึ้น

กล่าวได้ว่า ผู้เกี่ยวข้องในโครงการ ได้แก่ เกษตรกรสมาชิก ผู้นำกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ ส่วนใหญ่เข้าใจจุดมุ่งหมายโครงการได้อย่างลึกซึ้ง จดจำและสามารถบอกถึงเรื่องที่เข้าใจตรงตามเจตนารมณ์ของโครงการ โดยรวมมีความเข้าใจในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.65 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ระดับความเข้าใจจุดมุ่งหมายโครงการของผู้เกี่ยวข้อง

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	ไม่เข้าใจ	เข้าใจ	ระดับความเข้าใจ			รวม	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
			มาก	ปานกลาง	น้อย			
1) เกษตรกร	12.28	87.72	67.71	27.08	5.21	100.00	2.63	มาก
2) ผู้นำกลุ่ม	4.35	95.65	72.73	27.27	-	100.00	2.73	มาก
3) เจ้าหน้าที่	-	100.00	71.43	28.57	-	100.00	2.71	มาก
รวม	9.74	90.26	68.94	27.27	3.79	100.00	2.65	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

3.1.3 ความร่วมมือในการบริหารจัดการโครงการและการปฏิบัติงานภายในกลุ่ม

1) การบริหารจัดการโครงการในภาพรวม ซึ่งเป็นภาระรับผิดชอบของหน่วยงานในส่วนกลางของกรมการข้าว ได้แก่ กองพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว นับเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนภาพรวมโครงการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินกิจกรรมโครงการและงบประมาณให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ โดยในการดำเนินงานจำเป็นต้องประสานกับศูนย์ สำนักต่าง ๆ ในสังกัดกรมการข้าว ซึ่งได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานเหล่านั้นด้วยดี ทำให้กิจกรรมการดำเนินงานในภาพรวมโครงการส่วนใหญ่แล้วเสร็จตามเป้าหมาย มีบางขั้นตอน บางกิจกรรมมีความล่าช้าไปบ้าง ไม่สามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จในปีงบประมาณ 2559 ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกหน่วยงาน เช่น การจัดซื้อจัดจ้างในระบบ e - Bidding การตรวจรับรองแปลงซึ่งต้องใช้ผู้ตรวจประเมินภายนอก (Outsource) ตามแต่ละประเภทมาตรฐานสินค้า เป็นต้น

สำหรับ การบริหารจัดการโครงการในระดับพื้นที่ ได้กำหนดบุคลากร ขั้นตอนการปฏิบัติงาน เช่น ให้มีผู้จัดการโครงการ ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของศูนย์วิจัยข้าวและศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวที่รับผิดชอบกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ ดูแลกิจกรรมในโครงการให้ดำเนินการไปได้ด้วยดี แล้วเสร็จตามแผน และให้จัดจ้างเจ้าหน้าที่เป็นผู้ช่วยปฏิบัติงานโครงการ โดยวิธีการจ้างเหมารายเดือน มีการกำหนดหน้าที่ชัดเจน ได้แก่ ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาเกษตรกร มีหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนากลุ่มเกษตรกรโดยการจัดทำระบบควบคุมภายใน และการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับมาตรฐาน GAP GI และอินทรีย์ เป็นต้น ทั้งนี้ จากการสำรวจความเห็นของเจ้าหน้าที่ในพื้นที่ ถึงการบริหารจัดการโครงการในขั้นตอนต่าง ๆ การแก้ไขปัญหาการทำงาน และการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนงาน พบว่า โดยภาพรวมการบริหารจัดการมีความเหมาะสม ในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.67 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ความเห็นของเจ้าหน้าที่ต่อการบริหารจัดการโครงการในระดับพื้นที่

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	ระดับความเหมาะสม				คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม		
1) การแต่งตั้งผู้จัดการโครงการแต่ละพื้นที่	71.43	28.57	-	100.00	2.71	มาก
2) การแต่งตั้งผู้ช่วยผู้จัดการโครงการ	85.71	14.29	-	100.00	2.86	มาก
3) การส่งต่อข้อมูลระหว่างส่วนกลางกับในพื้นที่	50.00	50.00	-	100.00	2.50	มาก
4) การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเพื่อให้งานลุล่วงในแต่ละกิจกรรม	64.29	35.71	-	100.00	2.64	มาก
5) การปฏิบัติงานในพื้นที่ให้เป็นไปตามแผน	64.29	35.71	-	100.00	2.64	มาก
รวม	67.14	32.86	-	100.00	2.67	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบโครงการในพื้นที่ มีความเห็นว่า ผู้ปฏิบัติงานในระดับพื้นที่ กับกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการ ผู้ปฏิบัติงานในส่วนกลางกับระดับพื้นที่ และผู้นำกลุ่มกับสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการ มีความร่วมมือกันในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.79 2.64 และ 2.64 ตามลำดับ และโดยเฉลี่ยทุกฝ่ายให้ความร่วมมือต่อกันในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.69 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ความเห็นของเจ้าหน้าที่ต่อระดับความร่วมมือของผู้เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการโครงการและการปฏิบัติงานในกลุ่ม

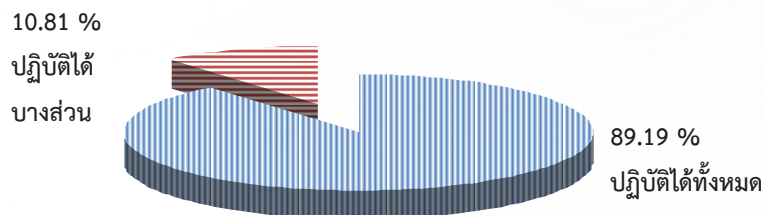
หน่วย : ร้อยละ

รายการ	ระดับความร่วมมือของผู้เกี่ยวข้อง				คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม		
1) ผู้ปฏิบัติงานส่วนกลางกับระดับพื้นที่	64.29	35.71	-	100.00	2.64	มาก
2) ผู้ปฏิบัติงานระดับพื้นที่กับกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการ	78.57	21.43	-	100.00	2.79	มาก
3) ผู้นำกลุ่มกับสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการ	64.29	35.71	-	100.00	2.64	มาก
รวม	69.05	30.95	-	100.00	2.69	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

2) การปฏิบัติงานภายในกลุ่มเกษตรกรที่ผลิตสินค้าข้าวตลาดเฉพาะในโครงการ

กลุ่มส่วนใหญ่มีการกำหนดกฎเกณฑ์ กติกา ซึ่งสมาชิกร้อยละ 89.19 เห็นว่า สามารถปฏิบัติตามได้ทุกกรณี เช่น การเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง การเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ การกำหนดให้ขึ้นทะเบียนกับสหกรณ์ ขั้นตอน/กระบวนการผลิตข้าว โดยไกลบตอซัง ไม่ใช่สารเคมี การตรวจแปลง การตัดพันธุ์ปนร่วมกัน การร่วมกันทำปุ๋ยอินทรีย์ ปลูกพืชตระกูลถั่วหลังเก็บเกี่ยว มีบันทึกการทำงาน ส่วนที่เหลือร้อยละ 10.81 เห็นว่า ปฏิบัติตามได้เป็นบางกรณี บางรายยังไม่ทราบกติกา เพราะเพิ่งเข้าร่วมกลุ่ม (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ กติกา กลุ่ม
ที่มา : จากการสำรวจ

การมีส่วนร่วมหรือความร่วมมือระหว่างสมาชิกในกลุ่ม พบว่า ทุกกลุ่มมีกิจกรรมการประชุม พูดคุย ปรึกษากัน และร้อยละ 95.83 มีการวางแผนการผลิตการตลาดร่วมกัน ร้อยละ 60.87 มีการศึกษาดูงานในพื้นที่กลุ่มอื่น ๆ ทั้งนี้ เกษตรกรสมาชิกกลุ่ม ร้อยละ 92.52 เห็นว่า มีส่วนร่วมในการกำหนดบทบาทหน้าที่ภายในกลุ่ม มีการแบ่งงาน แยกภารกิจภายในกลุ่มชัดเจน ได้แก่ 1) แบ่งงานตามตำแหน่ง เช่น ที่ปรึกษา ประธาน รองประธาน กรรมการกลุ่ม เลขากลุ่ม ผู้ดูแลเอกสาร เหมืองโยก สมาชิกกลุ่ม 2) แบ่งตามภารกิจ เช่น ประสานงาน ประชาสัมพันธ์ ผู้ตรวจแปลงผลิต/ปลูกข้าวของสมาชิก ฝ่ายสีข้าว ผู้แปรรูปข้าว ผู้ช่วยในขั้นตอนการผลิตสินค้า คัดเมล็ดข้าว/คัดข้าว รับรองคุณภาพข้าว ดูแลส่งเสริมด้านการตลาด จัดหาตลาด ที่เหลือร้อยละ 7.48 เห็นว่า ไม่ได้มีส่วนร่วม เนื่องจาก มีการแบ่งหน้าที่กันเองตามความเหมาะสม เป็นสมาชิกกลุ่มที่ไม่ได้ร่วมในกิจกรรมมากนัก ผลิตแล้วต่างคนต่างขาย (ตารางที่ 7)

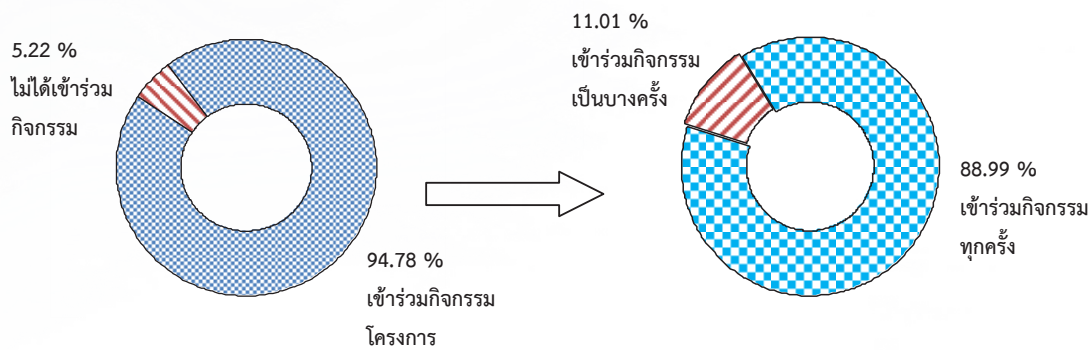
ตารางที่ 7 การมีส่วนร่วมในการบริหารงานภายในกลุ่ม

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	ปฏิบัติตามทั้งหมด	ปฏิบัติตามบางส่วน	ไม่ได้ปฏิบัติ
สมาชิกกลุ่ม	90.83	5.05	4.12
1) การมีส่วนร่วมในการกำหนดบทบาทหน้าที่ภายในกลุ่ม	92.52	-	7.48
2) การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ กติกา กลุ่ม	89.19	9.91	0.90
ผู้นำกลุ่ม	84.72		15.28
3) การประชุม พูดคุย ปรึกษากัน	100.00	-	-
4) การวางแผนการผลิตและการตลาด	95.83	-	4.17
5) การศึกษาดูงานในพื้นที่กลุ่มอื่น ๆ	58.33	-	41.67

ที่มา : จากการสำรวจ

เกษตรกรสมาชิกกลุ่มได้เข้าร่วมประชุมกลุ่ม ในปี 2559 เฉลี่ยคนละประมาณ 3.67 ครั้ง (ข้อมูล ณ เดือน กรกฎาคม 2559) น้อยกว่าปี 2558 ที่มีการประชุมเฉลี่ย 5.05 ครั้งต่อปี อย่างไรก็ตาม คาดว่าเมื่อถึงสิ้นปีงบประมาณ 2559 จะมีการเข้าร่วมประชุมในจำนวนใกล้เคียงกัน เกษตรกร ร้อยละ 94.78 ได้เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ ในจำนวนนี้ ร้อยละ 88.99 ได้เข้าร่วมทุกครั้ง ร้อยละ 11.01 เข้าเป็นบางครั้ง ส่วนที่ไม่ได้เข้าร่วม ร้อยละ 5.22 เนื่องจาก บางรายเพิ่งสมัครเข้าร่วมกลุ่ม ติดตามกิจกรรมเพิ่งจัดตั้งในปี นี้ เพิ่งมีกิจกรรมไม่มากนัก (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 การเข้าร่วมกิจกรรมโครงการของเกษตรกรสมาชิกกลุ่ม

ที่มา : จากการสำรวจ

3.1.4 การติดตามให้คำแนะนำการปฏิบัติงานโครงการ โดยหน่วยงานทั้งในส่วนกลาง และในระดับพื้นที่ ได้แก่ กองพัฒนาผลิตภัณฑ์ ศูนย์วิจัยข้าว และศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว จัดประชุมเพื่อติดตามความก้าวหน้า และแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน จัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานโครงการรายเดือน ตามแบบฟอร์มที่กำหนด โดยในปี 2559 ผู้นำกลุ่มเกษตรกร ได้รับการติดตาม แนะนำ ประมาณ 4 ครั้ง (ข้อมูล ณ กรกฎาคม 2559) ส่วนปี 2558 ได้รับการติดตาม แนะนำ ประมาณ 7 ครั้ง โดยเฉลี่ยประมาณ 2 เดือน เข้าติดตาม 1 ครั้ง สำหรับเกษตรกร ในปี 2559 ได้ร่วมรับทราบการส่งเสริม ติดตามงาน จากเจ้าหน้าที่ จำนวน 2 - 3 ครั้ง (ข้อมูล ณ กรกฎาคม 2559) ปี 2558 ประมาณ 5 ครั้ง อย่างไรก็ตาม คาดว่าเมื่อถึงสิ้นปีงบประมาณจะมีการติดตาม แนะนำ ในจำนวนใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ ในปี 2558 เจ้าหน้าที่เข้าส่งเสริมเพื่อเตรียมวางแผนการจัดทำโครงการ ค่อนข้างบ่อยครั้ง (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 การติดตามการปฏิบัติงานโครงการ

หน่วย : ครั้ง

รายการ	ได้รับการติดตามแนะนำ		หมายเหตุ
	ปี 2558	ปี 2559	
1) เกษตรกรสมาชิก	5	2-3	ปี 2559 ข้อมูล ณ กรกฎาคม 2559
2) ผู้นำกลุ่ม	7	4	ยังไม่สิ้นสุดโครงการ

ที่มา: จากการสำรวจ

3.2 ปัจจัยนำเข้า (Input)

3.2.1 งบประมาณ

งบประมาณสำหรับดำเนินงานโครงการ เป็นงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 จำนวน 52,406,500 บาท ซึ่งนับว่าเป็นปีแรกที่หน่วยงานได้รับงบประมาณในวงเงินที่ค่อนข้างสูง โดยได้รับประมาณเดือนมกราคม 2559 และต้องใช้จ่ายให้แล้วเสร็จภายในเดือนกันยายน 2559 ทำให้มีระยะเวลาการใช้จ่ายค่อนข้างสั้นกว่าโครงการอื่น ๆ และได้โอนงบประมาณให้สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร เบิกจ่ายแทนกัน สำหรับการประเมินผลโครงการ จำนวน 500,000 บาท ผลการใช้จ่ายงบประมาณ ณ เดือนกันยายน 2559 รวมจำนวน 38,987,290.72 บาท คิดเป็นร้อยละ 74.39 ของงบประมาณที่ได้รับ โดยรวมเงินกันไว้เบิกเหลือมีหนี้ผูกพันด้วยแล้ว ที่เหลือส่งคืนคลัง ทั้งนี้ กิจกรรมการตรวจรับรองแปลงไม่สามารถดำเนินการได้ทันภายในปีงบประมาณ เนื่องจาก มีปัญหาการจัดหาผู้รับจ้างในกระบวนการวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) ไม่สามารถจัดหาเมล็ดพันธุ์ตามที่กลุ่มต้องการได้ บางกิจกรรมสามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จแต่ใช้งบประมาณน้อยกว่าประมาณการ (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ผลการเบิกจ่ายงบประมาณโครงการ

หน่วยงาน	งบประมาณ (บาท)		ร้อยละ
	ได้รับ	เบิกจ่าย	
1) กรมการข้าว	51,906,500	38,736,067.13	74.63
2) สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร	500,000	251,223.59	50.24
รวม	52,406,500	38,987,290.72	74.39

ที่มา : รายงานผลการดำเนินงานรายไตรมาส กรมการข้าว

ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่ ร้อยละ 92.86 เห็นว่า งบประมาณเพียงพอในระดับมาก ที่เหลือ เห็นว่าเพียงพอในระดับปานกลาง และร้อยละ 53.85 เห็นว่า ได้รับทันเวลาในระดับมาก ร้อยละ 38.46 ได้รับทันเวลาในระดับปานกลาง และร้อยละ 7.69 ได้รับช้า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาโดยรวม นับว่า มีความเพียงพอและความทันเวลาอยู่ในระดับมาก ที่คะแนน 2.70 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 ความเห็นของเจ้าหน้าที่ต่อความเพียงพอและความทันเวลาของงบประมาณโครงการ

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	ระดับความเหมาะสม				คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม		
1) ความเพียงพอ	92.86	7.14	-	100.00	2.93	มาก
2) ความทันเวลา	53.85	38.46	7.69	100.00	2.46	มาก
รวม	74.07	22.22	3.70	100.00	2.70	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

3.2.2 องค์กร/หน่วยงานดำเนินงานโครงการ

กรมการข้าว โดย กองพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว เป็นหน่วยงานหลักรับผิดชอบโครงการ โดยมีหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ กองเมล็ดพันธุ์ข้าว กองวิจัยและพัฒนาข้าว สำนักส่งเสริมการผลิตข้าว กองตรวจสอบรับรองมาตรฐานข้าวและผลิตภัณฑ์ โดยมีการแบ่ง/กำหนดหน่วยงานรับผิดชอบชัดเจนในแต่ละกิจกรรมของโครงการ ที่สอดคล้องหรือตรงกับภารกิจของหน่วยงานนั้น ๆ สำหรับหน่วยงานปฏิบัติงานในระดับพื้นที่ ได้แก่ ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว จำนวน 12 แห่ง ศูนย์วิจัยข้าว จำนวน 14 แห่ง รวม 26 แห่ง ดูแลกลุ่มในโครงการ โดยเฉลี่ยศูนย์ละ 3 กลุ่ม อย่างไรก็ตาม มีบางศูนย์ดูแลเพียงกลุ่มเดียว บางศูนย์ดูแล 6 - 7 กลุ่ม และไม่อยู่ในจังหวัดพื้นที่ตั้งศูนย์ ทำให้การประสานงาน จัดทำกิจกรรมโครงการมีความล่าช้า ไปบ้าง (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 จำนวนศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว และศูนย์วิจัยข้าว ที่รับผิดชอบกลุ่มที่ร่วมโครงการ

หน่วยงาน	แห่ง	กลุ่ม	เฉลี่ย (กลุ่ม/แห่ง)
1) ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว	12	35	2.92
2) ศูนย์วิจัยข้าว	14	45	3.21
รวม	26	80	3.07

ที่มา: กรมการข้าว

การปฏิบัติงานในระดับพื้นที่ นอกเหนือจากหน่วยงานของกรมการข้าว ยังมีหน่วยงาน อื่น ๆ สถาบันการศึกษา เข้าร่วมการปฏิบัติงานในโครงการ จุดละ 2 - 5 หน่วยงาน และหากกลุ่มมีโครงการ อื่น ๆ ที่สนับสนุนในพื้นที่อยู่แล้ว จะมีหน่วยงานร่วมเข้าไปส่งเสริมดูแลค่อนข้างมาก เช่น สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด สำนักงานสหกรณ์จังหวัด สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์จังหวัด สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ องค์กรบริหารส่วนตำบล เป็นต้น

3.2.3 กลุ่มเกษตรกร/องค์กร/สถาบันเกษตรกร

กลุ่มเกษตรกรที่ร่วมโครงการ จัดตั้งมานานเฉลี่ย 10 ปี บางกลุ่มเพิ่งจัดตั้งในปี 2559 บางกลุ่มจัดตั้งมานานนับ 30 ปี และก่อนปี 2559 กลุ่มร้อยละ 66.67 ดำเนินธุรกิจข้าวตลาดเฉพาะ มานานโดยเฉลี่ยประมาณ 8 ปี กลุ่มที่ทำธุรกิจข้าวตลาดเฉพาะมานานมากที่สุด ประมาณ 19 ปี และร้อยละ 33.33 เพิ่งเริ่มดำเนินธุรกิจข้าวตลาดเฉพาะในปี 2559 เป็นปีแรก จำนวนสมาชิกกลุ่ม เฉลี่ย 152 ราย/กลุ่ม โดยมีทั้งกลุ่มใหญ่ และกลุ่มเล็ก มีสมาชิกตั้งแต่ 18 ราย ถึง 1,258 ราย (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 การจัดตั้งและทำธุรกิจข้าวตลาดเฉพาะของกลุ่มเกษตรกรที่ร่วมโครงการ

หน่วยงาน	ร้อยละ	เฉลี่ย (ปี)
1) จัดตั้งกลุ่มมานาน	100.00	10.67
- 1 ปี	8.33	1.00
- 2-10 ปี	50.00	6.50
- มากกว่า 10 ปี	41.67	17.60
2) ทำธุรกิจข้าวตลาดเฉพาะ	100.00	5.54
- ก่อนปี 2559	66.67	7.81
- ในปี 2559	33.33	1.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ลักษณะการดำเนินธุรกิจ/กิจกรรมกลุ่ม แต่ละกลุ่มจะมีธุรกิจหลายด้าน เช่น จัดหาวัสดุและปัจจัยการผลิตทางการเกษตรจำหน่ายแก่สมาชิก แปรรูปข้าวออกขาย รวบรวมข้าวและทำเป็นสินค้าตลาดเฉพาะขาย การออมทรัพย์ของสมาชิก ให้เงินกู้หรือสินเชื่อแก่สมาชิก ร่วมกันผลิตปุ๋ย ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวใช้ในกลุ่ม ฯลฯ โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 70.83 แปรรูปข้าวออกขาย โดยเฉพาะกลุ่มที่มีโรงสี ร้อยละ 66.67 รวบรวมข้าวจากสมาชิก มาบรรจุและจัดทำเป็นข้าวตลาดเฉพาะขาย (ตารางที่ 13) ลักษณะ/รูปแบบการขายข้าวของกลุ่มบางกลุ่มสมาชิกต่างเก็บผลผลิตข้าวไว้ที่บ้าน/ยุ้งฉางตนเอง เมื่อมีคำสั่งซื้อ จึงนำมาสี บรรจุถุง ส่งขายให้ผู้ซื้อ บางกลุ่มเป็นเครือข่ายของสหกรณ์ จะผลิตข้าวเปลือกส่งขายให้แก่สหกรณ์ สหกรณ์จะส่งกลุ่มแปรรูป จากนั้นสหกรณ์จะรับซื้อข้าวที่สีและบรรจุถุงแล้วขายที่สหกรณ์ต่อไป กลุ่มที่ไม่ใหญ่มากจะผลิตและขายสินค้าข้าวปีต่อปี กลุ่มไม่เก็บสต็อกข้าว และการขายข้าวตลาดเฉพาะ กลุ่มร้อยละ 55 รวมกลุ่มกันผลิตและขาย มีระบบซื้อขายของกลุ่มชัดเจน ร้อยละ 45 ต่างคนต่างผลิตขายในนามกลุ่ม ขายเป็นครั้งคราวตามคำสั่งซื้อ

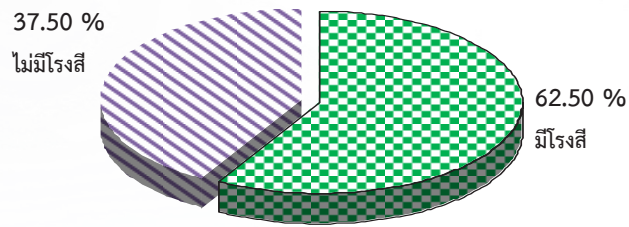
ตารางที่ 13 ร้อยละของกลุ่มในโครงการที่ดำเนินธุรกิจแต่ละประเภท

รายการ	ร้อยละ
1) จัดหาวัสดุ ปัจจัยการผลิตทางการเกษตร จำหน่ายแก่สมาชิก	41.67
2) รวบรวมข้าวและทำเป็นสินค้าตลาดเฉพาะขาย	66.67
3) แปรรูปข้าวออกขาย	70.83
4) การออมทรัพย์ของสมาชิก	20.83
5) ให้เงินกู้หรือสินเชื่อแก่สมาชิก	8.33
6) อื่น ๆ เช่น ร่วมกันผลิตปุ๋ย เมล็ดพันธุ์ข้าวใช้ในกลุ่ม ฯลฯ	25.00

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : หนึ่งกลุ่มทำธุรกิจหลายประเภท (ตอบได้หลายคำตอบ)

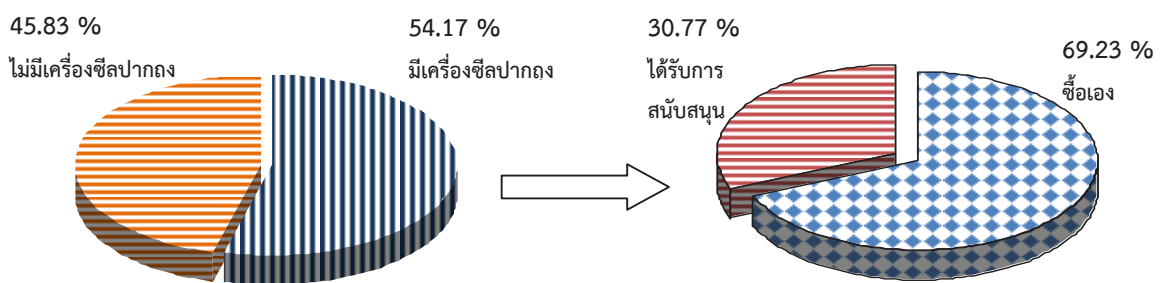
กลุ่มร้อยละ 62.50 มีโรงสีเป็นของกลุ่มเอง ซึ่งมีทั้งที่เป็นโรงสีขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ กำลังการผลิต ตั้งแต่ 3 ถึง 80 ตันต่อวัน ร้อยละ 37.50 ไม่มีโรงสีของกลุ่มเอง โดยเป็นกลุ่มเครือข่ายของสหกรณ์ นำข้าวไปสีที่สหกรณ์ เครือข่ายหรือกลุ่มอื่นที่มีโรงสี นอกจากนั้น ยังมีวัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ทำธุรกิจข้าว ได้แก่ โรงเรือน เครื่องเย็บกระสอบ เครื่องสีลปากถุง โดยได้รับการสนับสนุนจากโครงการต่าง ๆ และหน่วยงานภาครัฐ เช่น อบต. เป็นต้น (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 ร้อยละของกลุ่มที่มีโรงสี

ที่มา : จากการสำรวจ

กลุ่มที่ทำธุรกิจข้าวมาหลายปี ส่วนใหญ่จะมีวัสดุ อุปกรณ์ในการบรรจุสินค้าข้าวขายครบถ้วน เช่น เครื่องสีลปากถุง บรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์สินค้า เป็นต้น โดยกลุ่มร้อยละ 54.17 มีเครื่องสีลปากถุงอยู่แล้ว ในจำนวนนี้ ร้อยละ 69.23 ซื้อเครื่องสีลปากถุงมาใช้เองก่อนหน้ามีโครงการ และส่วนที่เหลือร้อยละ 30.77 ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เป็นต้น และกลุ่มร้อยละ 55 จัดซื้อถุงบรรจุภัณฑ์ ข้าวจำหน่ายด้วยตนเอง ร้อยละ 45 ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด เป็นต้น (ภาพที่ 5)



ภาพที่ 5 การมีเครื่องสีลปากถุงของกลุ่มที่ร่วมโครงการ

ที่มา : จากการสำรวจ

3.2.4 เกษตรกรและพื้นที่ถือครอง

จากกลุ่มเกษตรกรที่ร่วมโครงการตามเป้าหมาย 80 กลุ่ม มีสมาชิกกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการรวม 2,514 ราย คิดเป็นร้อยละ 104.75 เกินเป้าหมายที่กำหนด 2,400 ราย เกษตรกรหรือสมาชิกกลุ่มที่ร่วมโครงการส่วนใหญ่ มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4 – 5 รายต่อครัวเรือน เป็นวัยแรงงานประมาณ 3 รายต่อครัวเรือน และทำงานภาคเกษตร 2 – 3 รายต่อครัวเรือน โดยมีพื้นที่ถือครองเฉลี่ย 20.83 ไร่ต่อครัวเรือน เป็นพื้นที่ทำนาเฉลี่ย 17.75 ไร่ต่อครัวเรือน ปลูกข้าวที่มีคุณสมบัติเฉพาะ ประมาณ 8.63 ไร่ต่อครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 85.21 และ 41.43 ของพื้นที่ถือครองตามลำดับ ลักษณะการถือครอง เกษตรกรส่วนใหญ่มีพื้นที่เป็นของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 94.64 เฉลี่ย 16.73 ไร่ต่อครัวเรือน ร้อยละ 26.79 เช่าที่ดินทำกิน เฉลี่ย 16.35 ไร่ต่อครัวเรือน และร้อยละ 8.93 ได้ทำฟรี เป็นที่ดินของญาติ เฉลี่ย 9.90 ไร่ต่อครัวเรือน (ตารางที่ 12)

เกษตรกรเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มเพื่อผลิตข้าวที่มีคุณสมบัติเฉพาะ มานานประมาณ 5 ปี บางรายเพิ่งรวมกลุ่มกันเพื่อปลูกข้าวที่มีคุณสมบัติเฉพาะ ตามโครงการในปี 2559 บางรายรวมกลุ่ม รวมตัวกัน มานานนับ 10 - 20 ปี เช่น กลุ่มในพื้นที่จังหวัดสตูล พัทลุง ชัยภูมิ เป็นต้น ทั้งนี้ เกษตรกรที่ปลูกข้าวในระบบรับรองมาตรฐาน ร้อยละ 42.48 ปลูกข้าวในระบบมาตรฐาน GAP มานานเฉลี่ย 3.18 ปี ร้อยละ 61.06 ปลูกในระบบอินทรีย์ มานานเฉลี่ย 4.52 ปี นับว่า เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการได้รับการส่งเสริมการผลิตข้าวที่มีคุณภาพตามมาตรฐานต่าง ๆ เป็นพื้นฐานอยู่ด้วยแล้ว (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 เกษตรกรและพื้นที่ถือครอง

รายการ	หน่วยนับ	จำนวน	ร้อยละ
1) ครัวเรือนสมาชิกกลุ่มที่ร่วมโครงการ			
- สมาชิกในครัวเรือน	ราย/ครัวเรือน	4.41	
- วัยแรงงาน	ราย/ครัวเรือน	3.24	
- ทำงานภาคเกษตร	ราย/ครัวเรือน	2.52	
2) พื้นที่ถือครองเฉลี่ย	ไร่/ครัวเรือน	20.83	100.00
- ปลูกข้าวรวมทุกชนิด	ไร่/ครัวเรือน	17.75	85.21
- ปลูกข้าวที่มีคุณสมบัติพิเศษ	ไร่/ครัวเรือน	8.63	41.43
3) ลักษณะการถือครอง			100.00*
- ตนเอง	ไร่/ครัวเรือน	16.73	94.64*
- เช่า	ไร่/ครัวเรือน	16.35	26.79*
- ทำฟรี	ไร่/ครัวเรือน	9.90	8.93*

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : * ร้อยละของจำนวนเกษตรกร ตอบได้หลายคำตอบ (นับซ้ำ)

3.2.5 ความรู้ / หลักสูตรในการอบรม

การดำเนินกิจกรรมโครงการ ได้กำหนดให้มีกิจกรรมย่อยการอบรมหลักสูตรต่าง ๆ ซึ่งเป็นการถ่ายทอดความรู้แก่กลุ่มเกษตรกรในโครงการ ดังนี้

1) กิจกรรมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ มีการถ่ายทอดความรู้การผลิตข้าวตลาดเฉพาะ ครอบคลุม ทั้งข้าวอินทรีย์ ข้าว GI ข้าวโภชนาการสูง และข้าว Q เน้นระบบการผลิตข้าวคุณภาพตามมาตรฐานอินทรีย์ GAP และ GI กระบวนการผลิตข้าวตั้งแต่แปลงผลิตข้าวจนถึงผู้บริโภค โดยกองพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวดำเนินการจัดอบรมถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้นำกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย เจ้าหน้าที่ศูนย์ที่เป็นผู้จัดการโครงการ และเจ้าหน้าที่โครงการ การจัดอบรมแต่ละครั้งจะรวมหลายเรื่อง หลายหัวข้อ โดยในการอบรมประกอบด้วยหลักสูตรการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ ได้แก่

- ระบบการผลิตข้าวคุณภาพมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ ข้าว GAP ข้าว GI และข้าว Q
- ระบบควบคุมภายในสำหรับกลุ่มผู้ผลิตข้าว
- ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์
- การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มผลิตข้าวอินทรีย์ ข้าวGI ข้าวโภชนาการสูง และข้าว Q
- การแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าข้าว
- การเชื่อมโยงตลาด การวางแผนธุรกิจ การประชาสัมพันธ์ข้าวตลาดเฉพาะ
- การสร้างตราสินค้าข้าวของกลุ่มเกษตรกร

นอกจากนั้น ศูนย์วิจัยข้าว และศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวในพื้นที่กลุ่มเป้าหมายถ่ายทอดความรู้ให้เกษตรกรในรูปแบบการจัดเวทีชุมชน 2 ครั้ง โดยมีองค์ความรู้ที่บรรจุไว้ในการจัดเวทีชุมชนแต่ละครั้ง ดังนี้
ครั้งที่ 1 ชี้แจงรายละเอียดโครงการ กำหนดแผนการผลิตของกลุ่ม และจัดทำแผนเพื่อสนับสนุนเมล็ดพันธุ์
ครั้งที่ 2 การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าข้าว การเชื่อมโยงการตลาด

2) กิจกรรมส่งเสริมการต่อยอดผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว จัดอบรมให้กับกลุ่มที่มีความพร้อมตามเป้าหมายโครงการ 4 กลุ่ม เพื่อส่งเสริมการต่อยอดผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว แบ่งเป็น 4 รุ่น ความรู้หรือเนื้อหาที่อบรม เป็นการอบรมพร้อมการสาธิตอุปกรณ์แปรรูปข้าวที่สนับสนุนในโครงการ เพื่อให้กลุ่มเกษตรกรสามารถนำไปใช้ได้ต่อไป โดยแต่ละรุ่นได้จัดอบรมในช่วงเวลา ดังนี้

- | | |
|---|---|
| รุ่นที่ 1 ระหว่างวันที่ 2 - 3 มีนาคม 2559 | รุ่นที่ 2 ระหว่างวันที่ 22 - 23 มีนาคม 2559 |
| รุ่นที่ 3 ระหว่างวันที่ 20 - 21 เมษายน 2559 | รุ่นที่ 4 ระหว่างวันที่ 27 - 28 เมษายน 2559 |

3) กิจกรรมการเชื่อมโยงตลาดและประชาสัมพันธ์

ความรู้ / หลักสูตร ที่กำหนดภายใต้กิจกรรมการเชื่อมโยงตลาดและประชาสัมพันธ์ จัดทำเป็นโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการต่าง ๆ ได้แก่ 1) หลักสูตรการเชื่อมโยงตลาด ซึ่งจัดระหว่างวันที่ 31 พฤษภาคม - 4 มิถุนายน 2559 ณ โรงแรม เค ยู โฮม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน กรุงเทพฯ โดยกลุ่มเกษตรกรได้นำตัวอย่างสินค้าพร้อมข้อมูลสินค้า ประมาณ 3 ชิ้น เพื่อนำมาเสนอในการเชื่อมโยงตลาดระหว่างผู้ผลิตและผู้ประกอบการ 2) หลักสูตร การพัฒนาเกษตรกรในการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ มีผู้แทนที่รับผิดชอบด้านการตลาดหรือธุรกิจการจำหน่ายสินค้าข้าวของกลุ่ม เข้าร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ซึ่งจัดในช่วงวันที่ 8 - 10 สิงหาคม 2559 ณ สถาบันเกษตรกรวิชาการ กรุงเทพมหานคร 3) หลักสูตร พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว ระหว่างวันที่ 18 - 21 กันยายน 2559 ณ โรงแรมมารวย การ์เด็นท์ กรุงเทพมหานคร

ทั้งนี้ นับว่าโครงการได้มีการกำหนดหลักสูตรเนื้อหาความรู้ในการอบรม เป็นหลักสูตรที่น่าสนใจและเข้ากับสถานะการณ์มากขึ้น โดยภาพรวมผู้นำกลุ่ม เจ้าหน้าที่ และเกษตรกรสมาชิก เห็นว่าหลักสูตรการอบรม มีความเหมาะสมในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.90 2.76 และ 2.74 ตามลำดับ (ตารางที่ 15) อย่างไรก็ตาม มีบางหลักสูตร บางหัวข้อที่เนื้อหาเป็นวิชาการ ค่อนข้างยาก มีเวลาน้อย เช่น การจัดระบบควบคุมภายในของกลุ่ม กระบวนการผลิตข้าวคุณภาพตลอดห่วงโซ่การผลิต การใช้เครื่องหมายรับรองคุณภาพ เป็นต้น ผู้นำกลุ่มทุกรายเคยผ่านการอบรมหลักสูตรต่าง ๆ ที่โครงการจัดอบรมมาก่อนมากบ้าง น้อยบ้าง เช่น บางราย 1 หลักสูตร บางรายเคยได้รับการอบรมแล้วทุกหลักสูตร เป็นต้น โดยหน่วยงานที่ได้เข้าไปส่งเสริม อบรมก่อนมีโครงการ เช่น สำนักงานเกษตรอำเภอ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการข้าว องค์การส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด กรมพัฒนาชุมชน สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยทักษิณ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ศูนย์วิจัยข้าว สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) เป็นต้น

ตารางที่ 15 ความเห็นของเกษตรกร ผู้นำกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ ต่อหลักสูตรการอบรมในโครงการ

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	เหมาะสมระดับ			รวม	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย			
1) เกษตรกร	75.60	22.50	1.90	100.00	2.74	มาก
2) ผู้นำกลุ่ม	89.76	10.24	-	100.00	2.90	มาก
3) เจ้าหน้าที่	83.45	9.36	7.19	100.00	2.76	มาก
เฉลี่ย	79.10	18.69	2.20	100.00	2.77	มาก

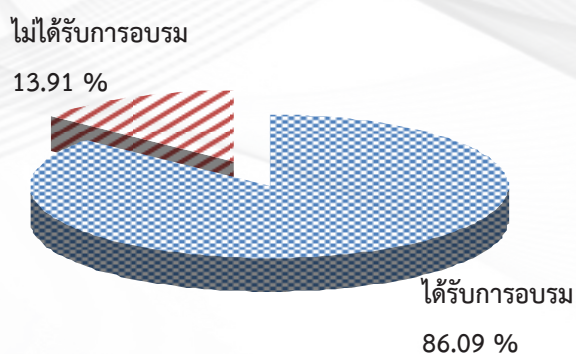
ที่มา : จากการสำรวจ

3.3 ผลได้/ผลผลิต (Output)

3.3.1 การผลิตข้าวตลาดเฉพาะ

จากการดำเนินงานภายใต้กิจกรรมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ โดยการอบรม ถ่ายทอดความรู้ และการสนับสนุนปัจจัยการผลิต พบว่า

1) การอบรม ถ่ายทอดความรู้ หน่วยงานรับผิดชอบโครงการได้จัดอบรม หลักสูตรการผลิตข้าวตลาดเฉพาะมาตรฐานอินทรีย์ โดยมีผู้นำกลุ่ม และเกษตรกร เข้ารับการอบรม 229 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.42 ของเป้าหมาย 265 ราย (กรมการข้าว: รายงานผลการดำเนินงาน) และเกษตรกรบางส่วนได้รับการอบรม ถ่ายทอดความรู้ ผ่านการจัดเวทีเรียนรู้ในระดับพื้นที่ 2 ครั้ง ทั้งนี้ จากการสำรวจเกษตรกร ร้อยละ 86.09 ได้รับการอบรมถ่ายทอดความรู้ด้านการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลการจัดอบรมของหน่วยงาน และร้อยละ 13.91 ไม่ได้รับการอบรม เนื่องจาก มีปัญหาด้านสุขภาพ และเพิ่งเข้าร่วมกลุ่ม บางจุดจะมีการอบรม จัดเวทีชุมชนในช่วงเดือนสิงหาคม 2559 (หลังช่วงการสำรวจข้อมูล) (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 ร้อยละของเกษตรกรที่ได้รับการอบรมด้านการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ

ที่มา : จากการสำรวจ

2) การสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ข้าว การส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตข้าวที่มีคุณสมบัติพิเศษหรือข้าวตลาดเฉพาะ จำเป็นต้องใช้เมล็ดพันธุ์ที่ดีมีคุณภาพใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวที่ผลิตจากแหล่งที่เชื่อถือได้ จึงจะผลิตข้าวคุณภาพได้มาตรฐานการผลิตตามที่ต้องการ โครงการจึงได้สนับสนุนเมล็ดพันธุ์ข้าว โดยได้สำรวจข้อมูลการผลิตข้าวของกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย ประกอบด้วย จำนวนและรายชื่อสมาชิก พันธุ์ข้าวที่ปลูก พื้นที่ปลูก ช่วงเวลาปลูก ช่วงเก็บเกี่ยว และแผนการตลาด ดำเนินการจัดหาเมล็ดพันธุ์ตามแผนการใช้เมล็ดพันธุ์ของกลุ่มเป้าหมาย โดยการผลิตจากศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวหรือศูนย์วิจัยข้าว และไม่ได้สนับสนุนให้กลุ่มเกษตรกรในกรณีเมล็ดพันธุ์ที่กรมการข้าวไม่ได้ทำการผลิต

ตามเป้าหมายการสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ 80 กลุ่ม การจัดสรรเมล็ดพันธุ์แต่ละกลุ่มจะสนับสนุนสมาชิกจำนวน 30 ราย หรือไม่เกิน 300 ไร่ต่อกลุ่ม ในอัตรา 12 กิโลกรัมต่อไร่ จำนวน 3,600 กิโลกรัมต่อกลุ่ม ในช่วงเวลาที่สอดคล้องกับแผนการผลิตของกลุ่ม รวมเมล็ดพันธุ์เป้าหมาย 288,000 กิโลกรัม ผลการดำเนินงาน สามารถสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ได้ 68 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 85 จากเป้าหมาย และจัดหาเมล็ดพันธุ์ได้ 177,325 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 61.57 ไม่ได้สนับสนุนเมล็ดพันธุ์ 12 กลุ่ม เนื่องจาก ชนิดเมล็ดพันธุ์ที่กลุ่มมีความต้องการยังไม่ได้รับการรับรองพันธุ์จากกรมการข้าว หรือเป็นชนิดพันธุ์ที่กรมการข้าวไม่ได้ผลิต เป็นข้าวพันธุ์พื้นเมือง หรือสายพันธุ์ใหม่ๆ (ในช่วงการจัดหาเมล็ดพันธุ์ในโครงการ) ทำให้โครงการไม่สามารถจัดหาเมล็ดพันธุ์สนับสนุนกลุ่มได้ เช่น พันธุ์ไรซ์เบอร์รี่ หอมนิลสุรินทร์ ทับทิมชุมแพ ดอกข่า พญาสีมแกง อัลฮัมลิละฮ์ เป็นต้น (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 การสนับสนุนเมล็ดพันธุ์

รายการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผล	ร้อยละ
1) กลุ่มเกษตรกร	กลุ่ม	80.00	68.00	85.00
2) จำนวนเมล็ดพันธุ์	ก.ก.	288,000.00	177,325.00	61.57
3) อัตราสนับสนุน	ก.ก./ไร่	12.00	11.10	92.50

ที่มา : จากการสำรวจ

ทั้งนี้ ผู้นำ/ประธานกลุ่ม และเกษตรกร เฉลี่ยร้อยละ 86.67 เห็นว่า คุณภาพเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ได้รับดีกว่าที่ผ่านมา เพราะได้รับเมล็ดพันธุ์ที่ผลิตจากศูนย์วิจัยข้าว หรือศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวโดยตรง ร้อยละ 11.43 เห็นว่า เหมือนกับปีที่ผ่านมา อย่างไม่มีความแตกต่างกัน ร้อยละ 1.90 ซึ่งมีเพียงเล็กน้อย เห็นว่า แย่กว่าเดิม เพราะเมล็ดพันธุ์ที่ได้รับปลูกในพื้นที่ดินไม่สมบูรณ์ การตรวจรับรองพันธุ์ทำได้ไม่ทั่วถึง กลุ่มที่ได้รับเมล็ดพันธุ์จากโครงการ ร้อยละ 95 ได้แจกจ่ายให้กับสมาชิกแล้ว ที่เหลือรอให้ได้เมล็ดพันธุ์ครบถ้วนจึงแจกสำหรับเกษตรกร ร้อยละ 82.61 ได้รับเมล็ดพันธุ์ เฉลี่ย 95.76 กิโลกรัม ปลูกในพื้นที่ 8.66 ไร่ต่อราย ส่วนใหญ่นำไปปลูกแล้ว มีบางรายรอฝนตก ปลูกช่วงเดือนสิงหาคม 2559 ตามฤดูกาล (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 คุณภาพเมล็ดพันธุ์

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	คุณภาพ				การใช้ประโยชน์	
	ดีกว่าเดิม	เหมือนเดิม	แย่กว่าเดิม	รวม	ใช้	ยังไม่ได้ใช้
1) ผู้นำ	90.00	5.00	5.00	100.00	95.00	5.00
2) เกษตรกร	85.88	12.94	1.18	100.00	87.50	12.50
เฉลี่ย	86.67	11.43	1.90	100.00	87.27	12.73

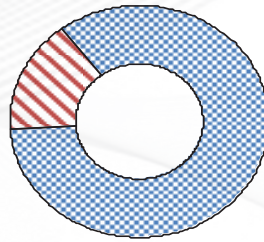
ที่มา : จากการสำรวจ

3) การสนับสนุนเครื่องสีลปากถูระบบสุญญากาศ

การสนับสนุนเครื่องสีลปากถูระบบสุญญากาศเพื่อการผลิตข้าวบรรจุถุงแบบสุญญากาศให้กลุ่มเกษตรกรเป้าหมายจะช่วยเพิ่มศักยภาพให้กลุ่มผู้ผลิตข้าวตลาดเฉพาะ สามารถผลิตสินค้าข้าวคุณภาพทั้งในด้านคุณภาพข้าวที่บรรจุภายในถุง และบรรจุภัณฑ์ข้าวถุงที่สวยงาม ทั้งนี้ การบรรจุข้าวถุงแบบสุญญากาศสามารถป้องกันการซึมผ่านของออกซิเจนได้เป็นอย่างดี สามารถช่วยยืดอายุการเก็บรักษาข้าวให้ได้นานเป็นการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าข้าวของกลุ่ม กองพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว ได้จัดตั้งคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องตามระเบียบพัสดุในการจัดซื้อเครื่องสีลปากถูระบบสุญญากาศ จำนวน 80 เครื่อง โดยแต่งตั้งคณะกรรมการตามระเบียบพัสดุ จำนวน 4 คณะ ประกอบด้วย 1) คณะกรรมการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะ 2) คณะกรรมการกำหนดราคากลาง 3) คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ 4) คณะกรรมการตรวจรับและรับมอบงาน

การดำเนินงานตามขั้นตอนระเบียบพัสดุในการจัดซื้อ และจัดสรรเครื่องสีลปากถูระบบสุญญากาศให้กับศูนย์วิจัยข้าว และศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวที่รับผิดชอบกลุ่มเกษตรกรเป้าหมายโครงการกลุ่มเกษตรกรเป้าหมายแจ้งความประสงค์ขอยืมเครื่องสีลปากถูระบบสุญญากาศจากศูนย์วิจัยข้าวหรือศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว ตามแบบฟอร์ม ทั้งนี้ ทุกกลุ่มได้รับเครื่องสีลปากถูระบบสุญญากาศแล้ว กลุ่มละ 1 เครื่อง กลุ่มร้อยละ 83.33 ได้นำไปใช้แล้ว โดยใช้สีลผลผลิตข้าวแจกจ่ายผู้มาตุ้งานของกลุ่ม บางกลุ่มเห็นว่า ช่องว่างระหว่างขอบมาก ร้อยละ 16.67 ยังไม่ได้นำไปใช้ เนื่องจาก ครอบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งอยู่ระหว่างออกแบบ จัดทำปลอกตราสัญลักษณ์ มีเครื่องเดิมซึ่งมีขนาดใหญ่กว่าใช้อยู่แล้ว (ภาพที่ 7)

16.67 %
ยังไม่ใช้



83.33 %
ใช้แล้ว

ภาพที่ 7 การใช้เครื่องซีลปากถุงที่โครงการสนับสนุน

ที่มา : จากการสำรวจ

4) การสนับสนุนบรรจุภัณฑ์ข้าว (ถุง)

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญสำหรับการแข่งขันทางการตลาดและสามารถเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ข้าวถุงมีหลากหลายรูปแบบ นอกจากความสวยงามแล้วบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะต้องมีคุณสมบัติรักษาคุณภาพของสินค้าให้เสียหายน้อยที่สุดจากผู้ผลิตถึงมือผู้บริโภค การสนับสนุนบรรจุภัณฑ์สินค้า (ถุง) สำหรับการผลิตสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาสินค้าข้าวคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ สามารถผลิตข้าวออกสู่ตลาดได้อย่างมีคุณภาพ และได้มาตรฐาน การดำเนินการจัดหาและว่าจ้างการผลิตบรรจุภัณฑ์สินค้า (ถุง) สำหรับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ จำนวน 80 กลุ่ม ตามขั้นตอน ดังนี้

4.1) สำรวจความต้องการบรรจุภัณฑ์สินค้า โดย (1) สำรวจบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย (2) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่ม (3) กลุ่มเกษตรกรเป้าหมายให้ความคิดเห็น และประเมินความพึงพอใจในแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า (4) ปรับปรุงแบบบรรจุภัณฑ์ และรายละเอียดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเกษตรกร ทั้งนี้ กระบวนการดังกล่าวได้ดำเนินการในการอบรมสัมมนาเมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2559 ณ จังหวัดนครนายก โดยได้ถ่ายทอดความรู้และวิธีการผลิตข้าวถุงให้กับผู้นำ หรือตัวแทนกลุ่มเกษตรกรผลิตข้าวตลาดเฉพาะที่เข้าอบรม เพื่อให้กลุ่มเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจด้านบรรจุภัณฑ์ และสามารถผลิตข้าวถุงเพื่อการจำหน่ายได้ มีการออกแบบ พัฒนาตราสัญลักษณ์ ปรับเปลี่ยนแบบให้สวยงาม และเหมาะสม โดยผู้แทนกลุ่มที่เข้าร่วมสัมมนาได้ร่วมกันออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับใช้ในการจัดหา

4.2) จัดหาบรรจุภัณฑ์ตามระเบียบพัสดุ โดยแต่งตั้งคณะกรรมการ จำนวน 4 คณะ ประกอบด้วย (1) คณะกรรมการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะ (2) คณะกรรมการกำหนดราคากลาง (3) คณะกรรมการพิจารณาผลการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (4) คณะกรรมการตรวจรับและรับมอบงาน

4.3) ดำเนินการจ้างเหมาผลิตบรรจุภัณฑ์สินค้า โดยวิธีตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (e-Market) และผู้รับจ้างจะต้องจัดส่งของให้กับศูนย์วิจัยข้าวและศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวในพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 80 กลุ่ม

4.4) การสนับสนุนบรรจุภัณฑ์สินค้า (ถุง) สำหรับกลุ่มเกษตรกรตามเป้าหมาย 80 กลุ่ม โดยมอบหมายให้ผู้จัดการในพื้นที่ คือ ศูนย์วิจัยข้าว และศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว ดำเนินการมอบบรรจุภัณฑ์สินค้าให้กับกลุ่มเกษตรกร พร้อมหลักฐานการรับมอบ เพื่อให้เกษตรกรใช้ในกิจกรรมการผลิตสินค้าข้าวเฉพาะ โดยมีกระบวนการใช้บรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เจ้าหน้าที่กรมการข้าวสามารถติดตามข้อมูลและรายงานความก้าวหน้าได้

แต่เนื่องจากในการประกวดราคาครั้งแรก ในระบบตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ไม่สามารถหาผู้รับจ้างได้ ไม่มีบริษัทยื่นเอกสารประกวดราคา ต้องดำเนินการจัดหาผู้รับจ้างใหม่โดยใช้วิธีพิเศษ ทำให้กระบวนการจัดซื้อไม่แล้วเสร็จภายในระยะเวลาโครงการ ยังไม่ได้แจกจ่ายกลุ่ม ทั้งนี้ ตามสัญญาจ้างกำหนดส่งมอบบรรจุภัณฑ์ ภายในวันที่ 12 ธันวาคม 2559 อย่างไรก็ตาม มีบางกลุ่มที่มีบรรจุภัณฑ์ใช้อยู่ก่อนมีโครงการแล้ว

5) การตรวจวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการข้าว ดำเนินการได้ครบตามเป้าหมาย โดยข้าวที่ตรวจมี 10 พันธุ์ ได้แก่ 1) ข้าวเหนียวดำพันธุ์สีมั่ว 2) ข้าวทับทิมชุมแพ 3) ข้าวขาวดอกมะลิ 105 4) ข้าวมะลินิลสุรินทร์ 5) ข้าวไรเบอร์รี่ 6) ข้าวเหนียว กข6 7) ข้าวเจ้าเกษมสาไห้ 8) ข้าวอัลบั้มคูิลละห์ 9) ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง 10) ข้าวดอกข่า เป็นการตรวจวิเคราะห์หาส่วนประกอบต่าง ๆ ในข้าว เช่น แคลลอรี่ โปรตีนคาร์โบไฮเดรต ธาตุโซเดียม แคลเซียม ธาตุเหล็ก สารต่อต้านอนุมูลอิสระ สารแกมมาออริซานอล สารแกมมาออริไรซานอล โดยใช้วิธีการทางห้อง LAB หลาย ๆ วิธีทดสอบ

3.3.2 การต่อยอดผลิตภัณฑ์แปรรูป มีเป้าหมาย 4 กลุ่ม โดยคัดเลือกกลุ่มที่สนใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว จาก 4 ภาค ภาคละ 1 กลุ่ม เพื่อเป็นต้นแบบ ดังนี้

- (1) ภาคกลาง จังหวัดสระบุรี : กลุ่มข้าวเจ้าเกษมสาไห้
- (2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดศรีสะเกษ : วิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนอุ่มแสง
- (3) ภาคเหนือ จังหวัดพะเยา : วิสาหกิจชุมชนกลุ่มชาข้าวกำ
- (4) ภาคใต้ จังหวัดพัทลุง : กลุ่มข้าวอินทรีย์วิถีพนาตุง

โดยได้ให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว ได้แก่

- 1) การอบรมหลักสูตรการส่งเสริมการต่อยอดผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว โดยการจัดอบรมกลุ่มเกษตรกร ในพื้นที่ 4 จังหวัด 4 กลุ่ม จำนวน 120 ราย
- 2) การสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องสกัดน้ำมันแบบบีบเย็น จำนวน 2 เครื่อง เครื่องโรยเส้นขนมจีน เครื่องอบแห้งลมร้อน เครื่องตีเยื่อกระดาษ เครื่องโม่แบบเปียกและแบบแห้ง ชนิดละ 1 เครื่อง รวม 6 เครื่อง สนับสนุนกลุ่มเป้าหมาย 4 กลุ่ม และสำรวจไว้ส่วนกลาง (กรมการข้าว) ตามความจำเป็นและความต้องการใช้ของกลุ่มในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด โดยมีการส่งมอบให้กลุ่มยืมไปใช้ประโยชน์ ในการอบรมตั้งแต่ช่วงเดือนมีนาคม – เมษายน 2559 นับเป็นช่วงกลางๆ ปีโครงการ กลุ่มได้นำไปใช้แล้วทุกกลุ่ม (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 กลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ต่อ ยอดผลิตภัณฑ์แปรรูป

กลุ่ม/หน่วยงาน	เครื่องมือที่สนับสนุน	วันที่มอบ
1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มชาข้าวเก่า จ. พะเยา	เครื่องตีเยื่อกระดาษ	20 เม.ย. 2559
2) วิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนอุ่มแสง จ. ศรีสะเกษ	เครื่องสกัดน้ำมันแบบบีบเย็น	2 มี.ค. 2559
3) กลุ่มข้าวเจ้าเกษมเสาไห้ จ. สระบุรี	เครื่องอบแห้งลมร้อน เครื่องโรยเส้นขนมจีน	31 มี.ค. 2559
4) กลุ่มข้าวอินทรีย์วิถีพนางตุง จ. พัทลุง	เครื่องสกัดน้ำมันรำข้าวแบบบีบเย็น	27 เม.ย. 2559
5) กรมการข้าว (สำรองส่วนกลาง)	เครื่องโม่แบบเปียกและแห้ง	

ที่มา : กรมการข้าว

3) การสนับสนุนบรรจุภัณฑ์แปรรูป ให้กลุ่มเป้าหมาย 4 กลุ่ม เนื่องจาก กระบวนการจัดซื้อไม่แล้วเสร็จภายในระยะเวลาโครงการ โดยกำหนดส่งมอบบรรจุภัณฑ์ เดือนตุลาคม 2559 จึงยังไม่ได้แจกจ่ายให้กลุ่มเกษตรกรเป้าหมายดังกล่าวในช่วงระยะเวลาโครงการ นอกจากนี้ ได้สนับสนุนวัสดุอื่น ๆ เพิ่มเติมสำหรับใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เช่น ขวด ฝาขวด ตลับพลาสติก กล่องกระดาษบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

4) อบรมสร้างเครือข่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีผู้นำกลุ่ม/ผู้แทนกลุ่ม รวม 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 93 ของเป้าหมายผู้เข้าร่วมอบรม การสัมมนาเครือข่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว มีผู้เข้าร่วมสัมมนา 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 75 ของเป้าหมาย ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายบางรายไม่สามารถเข้าร่วมอบรม และสัมมนาเนื่องจาก ติดภารกิจอื่น มีโครงการและกิจกรรมที่ต้องร่วมดำเนินการในช่วงใกล้สิ้นปีงบประมาณค่อนข้างมาก

3.3.3 การส่งเสริมเกษตรกรและการตรวจรับรองมาตรฐาน

1) การส่งเสริมเกษตรกรตามระบบควบคุมภายในแบบกลุ่ม เป็นระบบจัดการคุณภาพสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่ม มีการตรวจสอบกันเองภายในกลุ่ม เตรียมความพร้อมก่อนการตรวจรับรองจากหน่วยตรวจภายนอก โดยผู้จัดการโครงการจัดประชุมกลุ่มเป้าหมาย ดำเนินการได้ 77 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 96.25 ของกลุ่มเป้าหมาย 80 กลุ่ม โดยกำหนดจัดประชุมกลุ่มละ 3 ครั้ง ดำเนินการได้ รวม 233 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 97.08 ของเป้าหมาย 240 ครั้ง โดยมีบางกลุ่มประชุมน้อยกว่า หรือมากกว่า 3 ครั้ง ตามความจำเป็น สำหรับกลุ่มที่ไม่ได้ประชุม เนื่องจากเป็นกลุ่มใหม่ เริ่มทำกิจกรรมอื่น ๆ ก่อน ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายที่ส่งเสริมเพื่อตรวจรับรองคุณภาพ ได้แก่ มาตรฐาน GAP จำนวน 43 กลุ่ม เกษตรกร 1,236 ราย ครอบคลุมพื้นที่ 12,035.75 ไร่ และมาตรฐานอินทรีย์ 37 กลุ่ม เกษตรกร 1,278 ราย พื้นที่ 15,395.55 ไร่ โดยมีทั้งการตรวจรับรองแบบกลุ่มและแบบเดี่ยว (ตารางที่ 19)

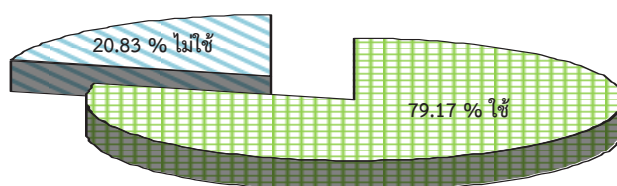
ตารางที่ 19 กลุ่มเป้าหมายในโครงการที่ส่งเสริมเพื่อตรวจรับรองคุณภาพ

รายการ	มาตรฐาน GAP			มาตรฐานอินทรีย์			รวม		
	กลุ่ม	ราย	พื้นที่ (ไร่)	กลุ่ม	ราย	พื้นที่ (ไร่)	กลุ่ม	ราย	พื้นที่ (ไร่)
1) รายเดี่ยว	26	805	8,503.50	20	642	8,028.30	46	1,447	16,531.80
2) รายกลุ่ม	17	431	3,532.25	17	636	7,367.25	34	1,067	10,899.50
รวม	43	1,236	12,035.75	37	1,278	15,395.55	80	2,514	27,431.30

ที่มา : เอกสารโครงการ กรมการข้าว

2) การตรวจรับรองมาตรฐาน กลุ่มได้เสนอชื่อขอรับการตรวจรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์ GAP ซึ่งมีทั้งแบบกลุ่ม และแบบเดี่ยว รวม 63 กลุ่ม มาตรฐาน GI จำนวน 4 กลุ่ม ซึ่งอยู่ระหว่างการตรวจประเมินแปลง โดยกลุ่มที่ได้มาตรฐานอยู่แล้ว บางกลุ่มเสนอขอให้กับสมาชิกบางรายเพิ่มเติม ทั้งนี้ กรมการข้าว ได้ว่าจ้างบริษัท ซึ่งเป็นผู้ตรวจประเมินภายนอก ค่อนข้างมีปัญหา ผู้รับจ้างไม่มีความพร้อมรับงาน และดำเนินการได้ทันภายในปีงบประมาณ ประกอบกับ ยังไม่ถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยว จึงยังไม่สิ้นสุดกระบวนการตรวจประเมิน

จากการสำรวจ กลุ่มเกษตรกรร้อยละ 79.17 มีการใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์ ข้าว GI ข้าว Q แล้ว อย่างไรก็ตาม บางกลุ่มเป็นการใช้ตราสัญลักษณ์เดิมที่ยังไม่ได้มีการต่ออายุ บางกลุ่มใช้ตราสัญลักษณ์ที่ผ่านเพียงกระบวนการผลิต/แหล่งผลิต ซึ่งอาจมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนกรณีนำมาใช้สำหรับติดตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือผ่านมาตรฐานอื่นที่ไม่ใช่ Organic Thailand เช่น มกท. (IFOAM) เป็นต้น ที่เหลือร้อยละ 20.83 ยังไม่ได้ใช้ เนื่องจาก อยู่ระหว่างยื่นขอใบรับรอง (ภาพที่ 8)



ภาพที่ 8 การใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์ ข้าว GI ข้าว Q

ที่มา : จากการสำรวจ

3.3.4 การเชื่อมโยงตลาดและประชาสัมพันธ์

1) สำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลการผลิตและการตลาดข้าวตลาดเฉพาะ อยู่ระหว่างดำเนินการ จัดจ้าง 2 สัญญา ได้แก่ (1) สำรวจด้านการผลิต อนุมัติจัดจ้างแล้ว เช่นสัญญา เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2559 วงเงิน 478,000 บาท กำหนดตรวจรับงาน วันที่ 16 ธันวาคม 2559 (2) สำรวจด้านการตลาด อนุมัติจัดจ้าง โดยเช่นสัญญา เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2559 วงเงิน 470,000 บาท กำหนดตรวจรับงาน วันที่ 20 ธันวาคม 2559 ดังนั้น จึงไม่ทราบถึงความครบถ้วนสมบูรณ์ของฐานข้อมูลผู้ประกอบการ ข้อมูลข้าวตลาดเฉพาะ

2) การจัดทำฐานข้อมูลข้าวตลาดเฉพาะ สำหรับใช้เป็นข้อมูลในการเชื่อมโยงและการวางแผนการผลิตและการตลาด ให้แก่ เกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยจ้างเหมาเอกชนในการจัดทำฐานข้อมูลข้าวเพื่อตลาดเฉพาะ จากการนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจข้าวเพื่อตลาดเฉพาะ ปี 2558 และ 2559 ประมวลผล ดำเนินการได้แล้วเสร็จ จำนวน 1 ฐานข้อมูล

จัดทำทะเบียน/ข้อมูลผู้ประกอบการข้าวตลาดเฉพาะในโครงการหรือกลุ่มที่ร่วมโครงการ ซึ่งได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานโครงการ ประกอบด้วยข้อมูล ชื่อ ที่อยู่ ของกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการ สินค้าที่กลุ่มผลิต โดยกลุ่มร้อยละ 79.17 ทราบเกี่ยวกับทะเบียน/ข้อมูลดังกล่าว และได้รับการประสานจากกรมการค้าข้าวเพื่อขอรายละเอียดกลุ่มไปจัดทำทะเบียนดังกล่าว ในจำนวนนี้ ร้อยละ 42.11 ได้เข้าถึง และนำไปใช้ประโยชน์ ใช้ติดต่อกลุ่มที่ต้องการเมล็ดพันธุ์ข้าวมาปลูก โดยเห็นว่าทะเบียนมีความครบถ้วนสมบูรณ์ระดับมาก ค่อนข้างปานกลาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.43 ส่วนกลุ่ม ร้อยละ 57.89 ยังไม่ได้ใช้ทะเบียน ฐานข้อมูล ไม่ได้ดูรายละเอียดมากนัก ไม่ได้ใช้ประโยชน์ ส่วนกลุ่ม ร้อยละ 20.83 ไม่ทราบเกี่ยวกับทะเบียน ฐานข้อมูลดังกล่าว กลุ่มเพิ่งเริ่มดำเนินการ

3) การส่งเสริมและพัฒนาตราสินค้าข้าวสำหรับตลาดเฉพาะ

เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงข้อมูลข้าวตลาดเฉพาะได้อย่างทั่วถึงและเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มของสินค้าและเพิ่มช่องทางการดำเนินการทางธุรกิจ โดยมีขั้นตอน (1) ให้กลุ่มเกษตรกรที่สนใจยื่นใบสมัครในการเข้าร่วมกิจกรรม (2) ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มเกษตรกรเบื้องต้น ที่มียอดการจำหน่ายสินค้าข้าวอย่างน้อยปีละ 20 ตัน และมีการบริหารกลุ่มในการจำหน่ายสินค้าข้าวที่เข้มแข็ง

จัดจ้างเหมาบริษัทเอกชนที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการตลาดมาดำเนินการพัฒนาตราสินค้าร่วมกับกลุ่มเกษตรกร จำนวน 20 กลุ่ม โดยมีการวิเคราะห์กลุ่มในพื้นที่ จัดทำข้อมูลและเรื่องราวของกลุ่มและสินค้า พร้อมทั้ง ประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มให้ผู้บริโภครับรู้ในรูปแบบต่างๆ เช่น ทาง Youtube Facebook ดำเนินการได้ 21 ตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 105 ของเป้าหมาย 20 ตราสินค้า ตรวจรับแล้ว ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2559 ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2559 (หลังสิ้นสุดโครงการ)

4) การสัมมนาเชิงปฏิบัติการหลักสูตรการเชื่อมโยงการตลาดข้าวเพื่อตลาดเฉพาะ ระหว่างผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผู้บริโภค เพื่อระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการจัดการ นำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินการจัดทำแผนธุรกิจของกลุ่มและสร้างเครือข่ายและความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างผู้ผลิต และผู้ประกอบการ โดยจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ 2 ครั้ง

ครั้งที่ 1 สัมมนาเชิงปฏิบัติการหลักสูตรการเชื่อมโยงตลาด เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม - 4 มิถุนายน 2559 ณ KU HOME กรุงเทพฯ โดยมีตัวแทนกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตข้าวตลาดเฉพาะและเจ้าหน้าที่ของศูนย์ฯ เข้าร่วมสัมมนา 170 ราย คิดเป็นร้อยละ 113.33 ของเป้าหมาย 150 ราย เพื่อจัดทำแผนธุรกิจและระดมความคิดเห็นเรื่องการวางแผนการผลิต การตลาด รวมทั้ง ศึกษาดูงานการตลาดการค้าสมัยใหม่ (Modern Trade)

ครั้งที่ 2 ผู้ประกอบการด้านข้าว โรงสี สมาคมผู้ส่งออก และองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมด้วยตัวแทนกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตข้าวตลาดเฉพาะ เข้าร่วมสัมมนาเพื่อระดมความคิดเห็นในเรื่องการเชื่อมโยงตลาดข้าวตลาดเฉพาะ รวมทั้ง การศึกษาดูงานแปลงการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ

5) การพัฒนาเกษตรกรในการจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ เพื่อจัดทำเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าข้าวออนไลน์ และประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างทั่วถึง เกิดมูลค่าเพิ่มของสินค้าและเพิ่มช่องทางการดำเนินการทางธุรกิจ โดยมีขั้นตอน (1) ให้กลุ่มเกษตรกรที่สนใจในการจำหน่ายสินค้าข้าวออนไลน์ยื่นใบสมัครในการเข้าร่วมกิจกรรม (2) ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มเกษตรกร ที่มียอดการจำหน่ายสินค้าข้าวอย่างน้อยปีละ 20 ตัน มีการบริหารกลุ่มในการจำหน่ายสินค้าข้าวที่เข้มแข็ง มีความพร้อมด้านเจ้าหน้าที่ IT และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (3) จ้างเหมาบริษัทเอกชนที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ มาดำเนินการจัดทำเว็บไซต์ จำนวน 1 เว็บไซต์ ของกลุ่มเกษตรกรจำนวน 5 กลุ่ม โดยกลุ่มเกษตรกร

สามารถบริหารจัดการเพื่อการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ของกลุ่มอย่างอิสระ รวมทั้ง ติดตาม ให้คำปรึกษา ปรับปรุงเว็บไซต์และโฆษณาส่งเสริมการขายเป็นระยะเวลา 6 เดือน (4) จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่กลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย ได้จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.50 ของเป้าหมาย จำนวน 40 ราย เมื่อวันที่ 8 - 10 สิงหาคม 2559 รวม 3 วัน ณ โรงแรมรีคอร์ฟ และสถาบันเกษตรกรการ กทม. โดยมีหัวข้อต่าง ๆ ได้แก่ การใช้สื่อ IT เพื่อการค้าออนไลน์ และการเชื่อมโยงด้านการตลาด ทำให้ผู้เข้าร่วมการอบรม ซึ่งเป็นผู้แทนกลุ่มที่มีความพร้อม สามารถจัดทำเว็บไซต์ของกลุ่ม นำไปใช้เป็นช่องทางการขายสินค้าต่อไป

3.4 ผลเบื้องต้น/ผลกระทบระยะสั้น (Effect)

3.4.1 การผลิตข้าวตลาดเฉพาะ

1) ปริมาณข้าวตลาดเฉพาะที่มีคุณภาพ เนื่องจาก ในช่วงสิ้นสุดโครงการ ปี 2559 ยังไม่ถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิต และการตรวจรับรองยังไม่แล้วเสร็จกระบวนการ แต่จากการสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ในโครงการ 177,325 กิโลกรัม เกษตรกรปลูกข้าวเฉลี่ยใช้เมล็ดพันธุ์ 12.09 กิโลกรัม/ไร่ (ข้อมูลจากการสำรวจในโครงการ) สามารถปลูกข้าวได้ในพื้นที่ 14,665.93 ไร่ ประมาณการผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับเฉลี่ย 400 กิโลกรัมต่อไร่ ได้ผลผลิต 5,866,370.08 กิโลกรัม และจากการส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะให้มีมาตรฐานตามโครงการ จัดระบบควบคุมภายใน และระบบการตรวจประเมินแปลง ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จเดือนธันวาคม 2559 ทั้งกลุ่มที่ได้การรับรองมาตรฐาน อยู่เต็มแล้ว และกลุ่มที่จัดตั้งใหม่ จึงประมาณการ ได้ว่าปริมาณข้าวตลาดเฉพาะที่มีคุณภาพตามระบบมาตรฐานในโครงการ จะออกสู่ตลาดประมาณร้อยละ 90 ของผลผลิต คิดเป็นปริมาณ 5,279,733.07 กิโลกรัม หรือ 5,279 ตัน

2) มูลค่าข้าวและผลิตภัณฑ์ (value added) จากการแปรรูปและขายข้าวของเกษตรกร โดยตรง ทำให้เกิดมูลค่าข้าวเพิ่มขึ้น โดยเกษตรกรบางรายได้รับอนุญาตจากกลุ่มที่มีอยู่แต่เดิม ร้อยละ 47.83 นำไปใช้แล้ว ทำให้มีผู้สั่งซื้อข้าวมากขึ้น ขายได้เร็วขึ้น ได้รับราคาสูงขึ้น 5 -10 บาทต่อกิโลกรัม

สำหรับกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมต่อยอดผลิตภัณฑ์แปรรูป ทั้ง 4 กลุ่ม ได้นำเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ ที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการไปใช้ประโยชน์แล้ว เช่น เครื่องตีเยื่อกระดาษ ได้นำไปใช้ โดยนำฟางข้าวมาทำเป็นกระดาษ ผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นงานประดิษฐ์ ศิลปะ หัตถศิลป์ต่าง ๆ เพิ่มมูลค่าได้มาก ได้แก่ รูปภาพ ภาพวาดลายเส้น ตราสัญลักษณ์หน่วยงาน ตราสินค้า ดอกไม้ประดิษฐ์ อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมียอดขายในปี 2559 ลดลงจากปีที่ผ่านมา เนื่องจาก ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม ความนิยมของผู้บริโภค ทั้งนี้ หลายกลุ่มได้ประสานเครือข่าย สถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาสร้างผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวสี เช่น ขนมคุกกี้ ขนมเค้ก สบู่ ฯลฯ ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าได้มากขึ้น

3.4.2 การตลาด

1) ปริมาณและมูลค่าการค้า กลุ่มที่มีสินค้าข้าวตลาดเฉพาะจำหน่ายในปี 2558 และ 2559 คิดเป็นร้อยละ 58.33 ของกลุ่มเป้าหมายในโครงการ ในจำนวนนี้ จำแนกออกได้เป็น 3 พวก ตามขนาดธุรกิจ ได้แก่

(1) กลุ่มใหญ่ซึ่งมีปริมาณการค้าข้าวตลาดเฉพาะเกิน 100 ตันต่อปี คิดเป็นร้อยละ 21.43 โดยในปี 2559 มีปริมาณการค้าข้าวตลาดเฉพาะ เฉลี่ยประมาณ 930.23 ตันต่อกลุ่ม มูลค่า 27,390,299.00 บาทต่อกลุ่ม เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ประมาณ 322.16 ตันต่อกลุ่ม มูลค่า 9,369,692.74 บาทต่อกลุ่ม

(2) กลุ่มขนาดกลาง ที่มีปริมาณการค้าตั้งแต่ 20 ตันต่อปี แต่ต่ำกว่า 100 ตันต่อปี คิดเป็นร้อยละ 21.43 โดยในปี 2559 มีปริมาณการค้าข้าวตลาดเฉพาะ เฉลี่ยประมาณ 24.00 ตันต่อกลุ่ม มูลค่า 1,386,666.67 บาทต่อกลุ่ม ลดลงจากปี 2558 ประมาณ 14.83 ตันต่อกลุ่ม มูลค่าลดลง 845,000 บาทต่อกลุ่ม

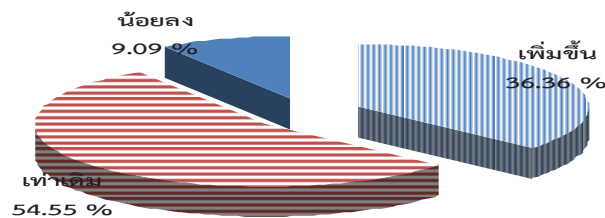
(3) กลุ่มขนาดเล็ก ที่มีปริมาณการค้าต่ำกว่า 20 ตันต่อปี คิดเป็นร้อยละ 57.14 โดยในปี 2559 มีปริมาณการค้าข้าวตลาดเฉพาะ เฉลี่ยประมาณ 3.83 ตันต่อกลุ่ม มูลค่า 212,275.00 บาทต่อกลุ่ม ลดลงจากปี 2558 ประมาณ 1.30 ตันต่อกลุ่ม แต่มูลค่าเพิ่มขึ้น 6,675 บาทต่อกลุ่ม ทั้งนี้ เนื่องจากบางกลุ่มขายข้าวในปี 2559 ได้ในราคาที่สูงขึ้น จากการขายในงานเทศกาลต่าง ๆ ที่หน่วยงานจัดค่อนข้างมาก และเป็นการขายตรงให้ผู้บริโภคมากขึ้น (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 ปริมาณและมูลค่าการค้าของกลุ่มในโครงการ

รายการ	สัดส่วน ของกลุ่ม (ร้อยละ)	ปี 2558		ปี 2559		เพิ่ม (+) /ลด (-)	
		ปริมาณ (ตัน/กลุ่ม)	มูลค่า (บาท/กลุ่ม)	ปริมาณ (ตัน/กลุ่ม)	มูลค่า (บาท/กลุ่ม)	ปริมาณ (ตัน/กลุ่ม)	มูลค่า (บาท/กลุ่ม)
1) กลุ่มขนาดใหญ่	21.43	608.07	18,020,606.26	930.23	27,390,299.00	322.16	9,369,692.74
2) กลุ่มขนาดกลาง	21.43	38.83	2,231,666.67	24.00	1,386,666.67	-14.83	- 845,000.00
3) กลุ่มขนาดเล็ก	57.14	5.13	205,600.00	3.83	212,275.00	-1.30	6,675.00
รวม/เฉลี่ย	100.00	141.55	4,457,258.48	206.67	6,287,792.64	65.11	1,830,534.16
						(46.00%)	(41.07%)

ที่มา : จากการสำรวจ

ทั้งนี้ โดยภาพรวมกลุ่มร้อยละ 36.36 มีปริมาณการค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ทั้งหมด กลุ่มขนาดกลางและเล็กบางกลุ่ม และกลุ่มร้อยละ 54.55 ปริมาณการค้าลดลง และร้อยละ 9.09 มีปริมาณการค้าคงเดิม (ภาพที่ 9) ปริมาณและมูลค่าการค้าภาพรวมของโครงการ นับว่าเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 46.00



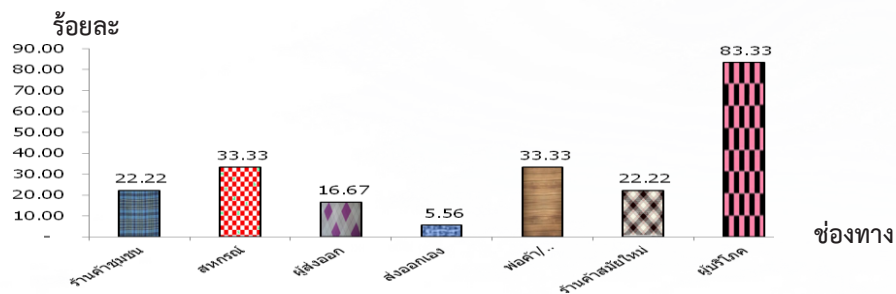
ภาพที่ 9 ปริมาณการค้าข้าวตลาดเฉพาะของกลุ่ม

ที่มา : จากการสำรวจ

2) คู่ค้าและช่องทางการจำหน่ายสินค้า การดำเนินธุรกิจของกลุ่มในปี 2559 เฉพาะกลุ่มที่มีสินค้าจำหน่ายตลอดทั้งปี โดยกลุ่มร้อยละ 57.14 มีคู่ค้าข้าวตลาดเฉพาะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 42.86 มีปริมาณคงเดิม ไม่มีกลุ่มใดที่มีคู่ค้าลดลง จากปี 2558 โดยในปี 2559 กลุ่มมีคู่ค้าเฉลี่ย 10 รายต่อกลุ่ม เพิ่มขึ้นจากในปี 2558 ประมาณ 2 รายต่อกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 25

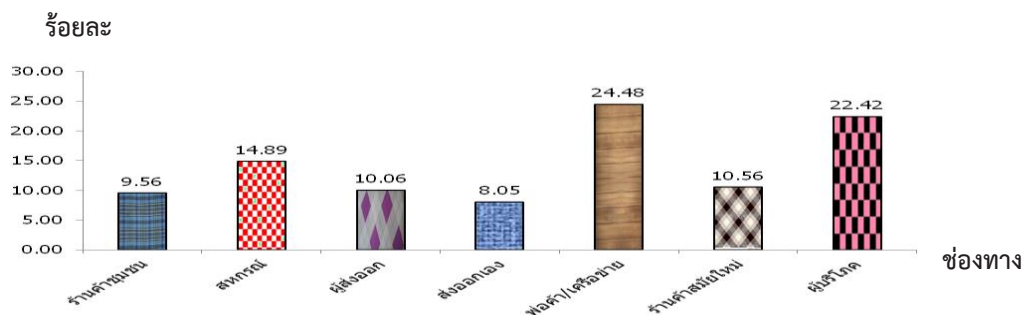
กลุ่มมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ จำแนกออกได้เป็น 7 ช่องทาง แต่ละกลุ่มมีช่องทางการจำหน่ายหลายช่องทางกระจายกันไป ได้แก่ (1) กลุ่มร้อยละ 22.22 ส่งร้านค้าย่อยในชุมชนตามบรรจุกิจของกลุ่ม (2) ร้อยละ 33.33 ส่งสหกรณ์/กลุ่มเครือข่าย ซึ่งมีทั้งที่ส่งให้สหกรณ์นำไปใช้บรรจุกองและส่งสินค้าตามบรรจุกิจของกลุ่มจำหน่าย (3) ร้อยละ 16.67 ส่งผู้ส่งออกนำไปใช้บรรจุกิจของผู้ส่งออก (4) ร้อยละ 5.56 ส่งออกเองโดยตรง (5) ร้อยละ 33.33 ส่งพ่อค้าในพื้นที่จังหวัดต่างๆ นำไปจำหน่ายตามบรรจุก

ภักดิ์ของพ่อค้า เช่น กรุงเทพฯ นครปฐม สุราษฎร์ธานี เป็นต้น (6) ร้อยละ 22.22 ส่งร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trend) ร้านค้าตามห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้าต่าง ๆ ตามบรรจุกฎเกณฑ์ของกลุ่ม ซึ่งบางร้านเป็นการจำหน่ายแบบฝากขายแบ่งผลกำไรเป็นเปอร์เซ็นต์ของยอดขาย และหากสินค้าเหลือจากการจำหน่ายนานเกินไปก็จะให้เก็บกลับคืน (7) ร้อยละ 83.33 จำหน่ายผู้บริโภคโดยตรงที่กลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยว ข้าราชการ คนในพื้นที่ ฯลฯ ส่งตัวแทนกลุ่มนำไปจำหน่ายตามงาน การจัดเทศกาล วาระ ต่าง ๆ ของหน่วยงาน และจากการสั่งซื้อโดยโทรศัพท์ ใช้สื่อสังคมสมัยใหม่ เช่น Application Line Face book เป็นต้น โดยใช้วิธีจัดส่งทางไปรษณีย์ (ภาพที่ 10)



ภาพที่ 10 ร้อยละของกลุ่มจำหน่ายสินค้าชาวตลาดเฉพาะในแต่ละช่องทาง
ที่มา : จากการสำรวจ

ปริมาณสินค้าที่กลุ่มจำหน่ายแต่ละช่องทางกระจายกันไป โดยสัดส่วนปริมาณสินค้า ร้อยละ 24.48 ส่งพ่อค้าในพื้นที่จังหวัดต่างๆ ร้อยละ 22.42 จำหน่ายผู้บริโภคโดยตรง และร้อยละ 14.89 ส่งสหกรณ์/กลุ่มเครือข่าย ส่วนช่องทางอื่นๆ จะมีสัดส่วนลดหลั่นกันไป ไม่แตกต่างกันมากนัก (ภาพที่ 11)



ภาพที่ 11 ปริมาณสินค้าชาวตลาดเฉพาะที่กลุ่มจำหน่ายแต่ละช่องทาง
ที่มา : จากการสำรวจ

3.4.3 กิจกรรมต่อเนื่องของกลุ่ม

กลุ่มที่ร่วมโครงการทุกกลุ่มมีกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เช่น การประชุมกลุ่ม การวางแผนการผลิต การศึกษาดูงาน เป็นต้น โดยเกษตรกรสมาชิกกลุ่ม ร้อยละ 94.78 เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม ส่วนที่ไม่ได้เข้าร่วม เนื่องจาก ติดภารกิจอื่น

3.4.4 ผู้บริโภค

1) แหล่งที่ผู้บริโภคซื้อข้าวเป็นประจำ ผู้บริโภคหลากหลายอาชีพมีแหล่งซื้อข้าวเป็นประจำ หลายแหล่งกระจายกันไป ตามความสะดวก และแตกต่างกันในแต่ละอาชีพ โดยจากการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ผู้บริโภคซื้อข้าวจาก ร้านค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด สหกรณ์หรือร้านสวัสดิการหน่วยงาน การจัดงาน เทศกาลของหน่วยงานต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 35.54 34.34 22.89 19.88 และ 13.25 ตามลำดับ (ตารางที่ 21)

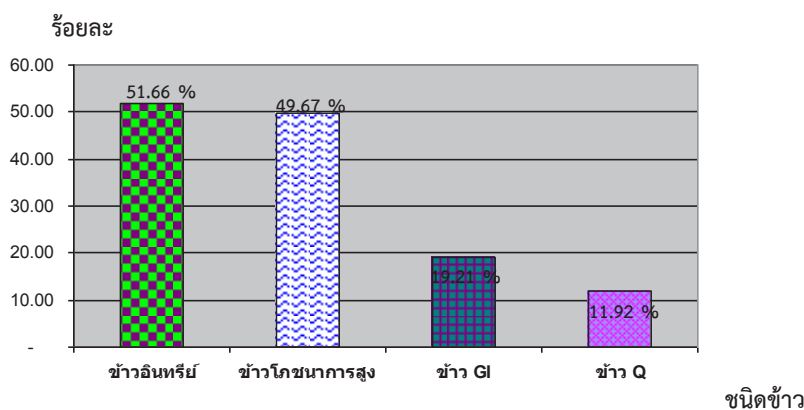
ตารางที่ 21 แหล่งที่ผู้บริโภคซื้อข้าวเป็นประจำ

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	แหล่งที่ผู้บริโภคซื้อข้าวเป็นประจำ					รวม
	ห้างสรรพสินค้า	ร้านค้า	สหกรณ์	ตลาดนัด	เทศกาล/งานที่จัด	
1) ข้าราชการ	23.38	22.08	12.98	24.68	16.88	100.00
2) ลูกจ้างบริษัท	26.67	33.34	24.44	13.33	2.22	100.00
3) ผู้ประกอบการ	30.30	24.24	21.21	18.19	6.06	100.00
4) แม่บ้าน/นักศึกษา	50.00	20.00	6.67	3.33	20.00	100.00
5) เกษตรกร	8.33	54.17	12.50	25.00	-	100.00
เฉลี่ย	34.34	35.54	19.88	22.89	13.25	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

2) ชนิดข้าวตลาดเฉพาะที่มีจำหน่าย ในแหล่งที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำมีการขายข้าวหลายชนิด พบว่า มีข้าวอินทรีย์ขายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.66 รองลงมาเป็นข้าวโภชนาการสูง ร้อยละ 49.67 และข้าว GI ร้อยละ 19.21 ข้าว Q ยังมีผู้ขายน้อย หรือผู้บริโภคยังรู้จักค่อนข้างน้อย คิดเป็นร้อยละ 11.92 ประชาชนส่วนมากยังไม่เข้าใจในตราสัญลักษณ์ หรือมาตรฐานที่รับรองมากพอ (ภาพที่ 12)

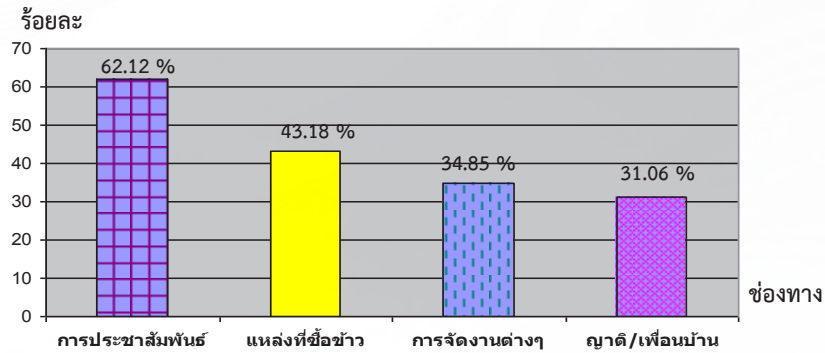


ภาพที่ 12 ชนิดข้าวสินค้าตลาดเฉพาะที่จำหน่ายในแหล่งผู้บริโภคซื้อประจำ

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตอบได้หลายคำตอบ

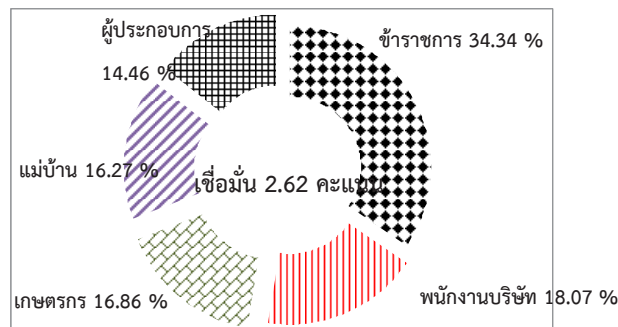
3) ช่องทางการเข้าถึงสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ จากการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานและกลุ่มต่าง ๆ ในโครงการ ทำให้ผู้บริโภครู้จักข้าวที่มีคุณสมบัติพิเศษหลากหลายช่องทาง โดยร้อยละ 62.12 รู้จักจากการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ หน่วยงาน และกลุ่ม ทางอินเทอร์เน็ต การประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 43.18 ทราบจากแหล่งที่ซื้อข้าว ร้อยละ 34.85 ทราบจากการจัดงานในวาระ/โอกาสต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ และร้อยละ 31.06 ทราบจากญาติหรือเพื่อนบ้าน (ภาพที่ 13)



ภาพที่ 13 ช่องทางการเข้าถึงสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ

ที่มา : จากการสำรวจ

4) ความเชื่อมั่นในสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ จากการสำรวจผู้บริโภคหลากหลายอาชีพ ได้แก่ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ พนักงานบริษัท/ภาคเอกชน เกษตรกร แม่บ้าน ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ ร้อยละ 34.34 18.07 16.86 16.27 และ 14.46 ตามลำดับ มีความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าข้าวที่มีคุณสมบัติเฉพาะในระดับมาก ที่คะแนนเฉลี่ย 2.62 (ภาพที่ 13)



ภาพที่ 14 ความเชื่อมั่นในสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ

ที่มา : จากการสำรวจ

5) การซื้อข้าวตลาดเฉพาะของผู้บริโภค ในปี 2559 เปรียบเทียบกับการซื้อในปี 2558 ผู้บริโภคร้อยละ 45.79 ซื้อข้าวตลาดเฉพาะเพิ่มขึ้น เนื่องจากต้องการดูแลสุขภาพตนเองมากขึ้น เพิ่งเริ่มซื้อทานในปี 2559 ร้อยละ 40.19 ซื้อเท่าเดิม มีเพียงบางส่วน คิดเป็นร้อยละ 14.02 ซื้อลดลง เนื่องจาก หาซื้อยาก ราคาค่อนข้างสูง ชนิดข้าวที่ผู้บริโภคซื้อลดลงมากที่สุด คือ ข้าว Q ซึ่งจะมีความเข้าใจและรู้จักตราสัญลักษณ์ดังกล่าวค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 22)

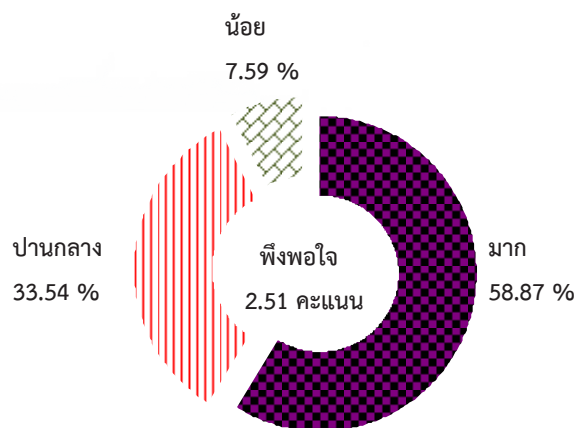
ตารางที่ 22 การซื้อข้าวตลาดเฉพาะของผู้บริโภค ในปี 2559 เปรียบเทียบกับปี 2558

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	เพิ่มขึ้น	ลดลง	เท่าเดิม	รวม
1) อินทรีย์	52.94	8.24	38.82	100.00
2) ข้าวโภชนาการสูง	49.35	7.79	42.86	100.00
3) ข้าว GI	39.39	9.09	51.52	100.00
4) ข้าว Q	10.53	73.68	15.79	100.00
เฉลี่ย	45.79	14.02	40.19	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

6) **ราคาข้าวตลาดเฉพาะ** ผู้บริโภคพึงพอใจราคาข้าวตลาดเฉพาะ โดยเฉลี่ยในระดับมาก ที่คะแนน 2.51 โดยร้อยละ 58.87 พึงพอใจมาก เนื่องจาก เห็นว่า ข้าวอร่อย ราคาเหมาะสมกับขั้นตอนกระบวนการผลิต ที่ค่อนข้างยากเพื่อให้ได้ข้าวอินทรีย์ เหมาะสมกับคุณภาพ โดยราคาที่รับได้ประมาณ 45 - 120 บาทต่อกิโลกรัม ร้อยละ 33.54 และ 7.59 พึงพอใจปานกลาง และน้อย ตามลำดับ เนื่องจาก เห็นว่า ราคาแพงเกินไป ผู้บริโภคบางรายไม่ได้พิจารณาด้านคุณภาพ (ภาพที่ 15)



ภาพที่ 15 ความพึงพอใจราคาข้าวตลาดเฉพาะ

ที่มา : จากการสำรวจ

3.4.5 ความพึงพอใจต่อโครงการ

เกษตรกร ผู้นำกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานโครงการโดยรวมในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.84 เนื่องจากมีการสนับสนุนปัจจัยการผลิต มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว สามารถเพิ่มช่องทางด้านการตลาดได้ สำหรับผู้ที่พึงพอใจระดับปานกลาง เห็นว่า เมล็ดพันธุ์ที่สนับสนุนยังไม่เพียงพอ ตลาดรองรับข้าวเหนียวยังมีน้อย เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ มีงานรับผิดชอบหลายโครงการ โดยไม่มีผู้ไม่ พึงพอใจในระดับน้อย (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานโดยรวม

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
1) เกษตรกร	84.07	15.93	-	100.00	2.84	มาก
2) ผู้นำกลุ่ม	95.65	4.35	-	100.00	2.96	มาก
3) เจ้าหน้าที่	66.67	33.33	-	100.00	2.67	มาก
เฉลี่ย	84.11	15.89	-	100.00	2.84	มาก

ที่มา : จากการสำรวจ

3.5 ปัญหาด้านการผลิตสินค้าของเกษตรกรในโครงการ

ด้านปัจจัยการผลิต เกษตรกร ร้อยละ 72 มีปัญหาค่าจ้างเครื่องจักรกลการเกษตร ที่มีไม่เพียงพอ และค่าเช่ามีราคาสูง รองลงมาเป็น ร้อยละ 60 ขาดแคลนเงินทุน ร้อยละ 56 มีปัญหาค่าจ้างแรงงานคนที่คิดตามประเภทงานที่ทำ ซึ่งบางครั้งสูงกว่าค่าแรงขั้นต่ำ ประกอบกับ แรงงานจ้างหายากขึ้น ร้อยละ 48 ราคาน้ำมันยังเป็นปัญหาของเกษตรกรผู้ใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตร สำหรับ ปัจจัยการผลิตอื่น เกษตรกรไม่มากนักที่มีปัญหาบ้าง เช่น ปุ๋ยเคมี ปุ๋ยอินทรีย์ การขาดแคลนน้ำ ฯลฯ นอกจากนั้น เกษตรกรร้อยละ 64.38 และ 52.05 ที่มีปัญหาวัชพืช และแมลงศัตรูพืช ตามลำดับ (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 ปัญหาด้านการผลิตสินค้าตามโครงการ

หน่วย: ร้อยละ

รายการ	มีปัญหา	ไม่มีปัญหา	รวม
ด้านปัจจัยการผลิต			
1) ราคาน้ำมัน	48.00	52.00	100.00
2) ปุ๋ยเคมี	26.26	73.74	100.00
3) ปุ๋ยอินทรีย์	20.00	80.00	100.00
4) สารเคมี	8.00	92.00	100.00
5) ค่าจ้างแรงงาน	56.00	44.00	100.00
6) ค่าจ้างเครื่องจักรกล	72.00	28.00	100.00
7) น้ำ (ภัยแล้ง)	17.33	82.67	100.00
8) ขาดแคลนเงินทุน	60.00	40.00	100.00
โรค แมลงศัตรูข้าว			
1) แมลงศัตรูพืช	52.05	47.95	100.00
2) วัชพืช	64.38	35.62	100.00
3) หอยเชอรี่	10.96	89.04	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตอบได้หลายคำตอบ

3.6 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ

3.6.1 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะของเกษตรกรสมาชิกกลุ่ม

1) สมาชิกบางกลุ่มต้องการการสนับสนุนอุปกรณ์ต่าง ๆ ปัจจัยการผลิต เพิ่มเติม เช่น เครื่องคัดแยกข้าว เครื่องสีล เครื่องจักรเย็บกระสอบ เครื่องหยอด รถไถ รถดำนา รถเกี่ยว โรงสี โรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดใหญ่ เครื่องอบข้าว รถเกี่ยว/ตัดข้าว พาหนะขนส่งระยะไกล เป็นต้น

2) ขอให้หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่

2.1) ด้านการตลาด

(1) ให้ความสนใจให้มากขึ้น ขยายตลาดให้กว้างขวางกว่าเดิม

(2) ให้มีการรับซื้อข้าวอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง ดูแลราคาข้าวอินทรีย์ โดยเพิ่มราคาข้าวให้เหมาะสม ซึ่งควรสูงกว่าราคาข้าวทั่วไปในท้องตลาด เพราะปลอดภัยและคุณภาพดีกว่า

(3) บริหารจัดการด้านการตลาดโดยหน่วยงานภาครัฐ และส่งเสริมให้กลุ่มขายโดยตรง ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง

(4) ส่งเสริมให้มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับท้องตลาด และส่งเสริมให้สามารถแข่งขันกับเกษตรกรนอกโครงการได้

(5) เร่งรัดการออกใบรับรองมาตรฐาน ให้ทันฤดูกาลเก็บเกี่ยวข้าวของเกษตรกร เพื่อนำมาใช้ประกอบการขายข้าว หากล่าช้าแต่เกษตรกรจำเป็นต้องขายก่อน จะทำให้ต้องขายในราคาถูก

2.2) ด้านการผลิต โดยจัดหาแหล่งน้ำ ระบบชลประทาน เพื่อใช้ในการเพาะปลูก ให้มีน้ำใช้ตลอดปี ส่งเสริมแนะนำการทำปุ๋ยหมัก ทำปุ๋ยพืชสด ช่วยเหลือด้านต้นทุน สนับสนุนพันธุ์ข้าวที่มีความหอม

2.3) เงินทุนหมุนเวียนในกลุ่ม เนื่องจาก บางกลุ่มมีทุนสนับสนุนน้อย ขาดเงินทุน

3) เจ้าหน้าที่ควรติดตามงานเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง อย่างน้อยเดือนละหนึ่งครั้ง ให้ความรู้แก่สมาชิกกลุ่มเกี่ยวกับวิธีการ/ขั้นตอน การใช้เทคโนโลยีต่างๆ ให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องข้าวอินทรีย์มากขึ้น

4) ต้องการให้มีโครงการต่อไปอีก

3.6.2 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะของผู้นำกลุ่ม

1) บางกลุ่มไม่มีโรงสี ต้องนำผลผลิตไปแปรรูปที่กลุ่มอื่น ทำให้มีต้นทุนสูง

2) กระบวนการรับรอง ต้องการการส่งเสริมรับรองมาตรฐานที่สูงกว่า Organic Thailand เพื่อให้สามารถเทียบเท่ามาตรฐานของต่างประเทศ และได้รับการยอมรับส่งออกสินค้าได้

3) ด้านการตลาด บางกลุ่มมีปัญหาด้านการตลาด ยังไม่กว้างขวางมากนัก ไม่มีแหล่งรับซื้อที่ชัดเจนเกรงว่าสมาชิกจะเกิดความท้อแท้ เนื่องจาก ยังไม่เห็นผลประโยชน์ที่จะได้รับ

4) ด้านการผลิต บางกลุ่มมีปัญหา ต้องการการสนับสนุนและแก้ไขปัญหาจากภาครัฐเพิ่มเติม เช่น ภาวะภัยแล้ง โรคระบาดพืช เครื่องมือเครื่องจักรกลการเกษตร (รถไถนา รถเก็บเกี่ยวข้าว เครื่องดำนา เครื่องหยอดข้าว ลานตากข้าว) การให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง

5) การติดต่อประสานระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม มีปัญหาสมาชิกบางคนไม่มีเวลาประชุม การสัมมนาของหน่วยงาน ส่วนใหญ่จะส่งตัวแทนกลุ่มเข้าร่วม จึงต้องส่งเสริมความรู้ให้สมาชิกกลุ่มได้รับทราบทั่วกันเพิ่มขึ้น

6) การทำบรรจุภัณฑ์ล่าช้า การดำเนินงานมีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลา

3.6.3 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะของเจ้าหน้าที่

1) ด้านการผลิต ควรสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ให้มีการผลิตข้าวคุณภาพมากขึ้น ควบคุมการผลิตให้ได้คุณภาพตามมาตรฐาน ใช้แรงงานคนในการผลิต ต้นทุนการผลิตยังค่อนข้างสูง พื้นที่บางส่วนได้รับภัยธรรมชาติ บางรายผลิตไม่เข้าหลักเกณฑ์เกษตรอินทรีย์ สินค้า/ผลิตภัณฑ์บางตัวไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ผลผลิตไม่ตรงตามสายพันธุ์ยังมีพันธุ์อื่นปนอยู่

2) ด้านการแปรรูป

- 2.1) กลุ่มขาดความรู้ด้านการแปรรูป ควรจัดการศึกษาดูงานเพื่อให้กลุ่มนำมาพัฒนาปรับปรุง
- 2.2) ควรจัดหาหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และงบประมาณสนับสนุน ควบคุมการแปรรูปให้ได้คุณภาพตามมาตรฐาน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เพื่อเป็นทางเลือกของผู้บริโภค
- 2.3) บางกลุ่มบรรจุภัณฑ์ยังไม่พร้อม ขาดเครื่องมือ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการแปรรูป
- 2.4) การแปรรูปยังไม่แพร่หลาย ในโครงการส่วนใหญ่เป็นการแปรรูปขั้นต้น เริ่มบรรจุถุงเท่านั้น

3) ด้านการตลาด

3.1) การเชื่อมโยงตลาดยังไม่สามารถให้เห็นผลจริง ควรสร้างการเชื่อมโยงตลาดเฉพาะมากขึ้น เพิ่มแหล่งรับซื้อระดับนโยบายระหว่างประเทศ เช่น จีน ฯลฯ สนับสนุนเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าข้าวเหนียวประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ยกระดับสินค้าข้าวให้มีคุณภาพสู่มาตรฐาน อินทรีย์ GI GAP และ Q มากขึ้น

3.2) ในช่วงปี 2559 บางพื้นที่ขายข้าวที่มีคุณสมบัติพิเศษทางโภชนาการได้ลดน้อยลง เป็นการฝากขาย ให้ส่วนต่างเป็นกำไรกับผู้ขาย หากขายไม่ได้ต้องเก็บสินค้ากลับคืน

3.6.4 ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะของผู้บริโภค

1) รณรงค์ให้ประชาชนหันมารับประทานข้าวที่มีคุณสมบัติพิเศษทางโภชนาการ ได้บริโภคข้าวที่ดีมีคุณภาพ อร่อย ปลอดภัย ส่งผลดีต่อสุขภาพ และดูแลเรื่องราคา เพราะราคาค่อนข้างแพงสำหรับคนไทย จะต้องมีกำลังซื้อ

2) ส่งเสริม ศึกษาวิจัย ในด้านต่าง ๆ เช่น ให้ข้าวมีคุณภาพ หุงเป็นข้าวสุกแล้วนุ่ม ไม่กระด้าง วิธีการเก็บรักษา ยืดอายุข้าวโดยไม่ใช้สารเคมี พัฒนาคุณภาพของข้าวให้ได้มาตรฐาน แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายเพิ่มขึ้น (ทำขนม ขายเป็นข้าวสวย) ส่งเสริมจัดอบรมการออกแบบรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับท้องถิ่นเพิ่มขึ้น มีความทันสมัยและการเก็บรักษาที่ดี

3) ส่งเสริม สนับสนุนให้เกษตรกรผลิตข้าวอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น มีความซื่อสัตย์ต่อการผลิต ให้ผู้ผลิตมีความรู้ สามารถอธิบายกระบวนการผลิตได้ และผลิตเป็นอินทรีย์อย่างจริงจัง รวมทั้ง ดูแลคุณภาพข้าวไม่ให้มีสิ่งปลอมปน เช่น หิน ตัวมอด ฯลฯ

4) ประชาสัมพันธ์การตลาด จัดหาแหล่งจำหน่ายให้แพร่หลายมากขึ้น เพราะเป็นประโยชน์กับผู้บริโภคอย่างแท้จริง ตลาดสินค้าข้าวกลุ่มนี้ยังมีน้อย มีแหล่งขายเฉพาะ และราคาสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้าวอินทรีย์แหล่งจำหน่ายค่อนข้างหายาก ให้มีการจัดงานส่งเสริมการขายตามสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดต่างๆ อยู่เสมอ

5) ควรตรวจสอบเครื่องหมายรับรองมาตรฐานที่ใช้ติดสินค้าว่าถูกต้อง สินค้าได้มาตรฐานตรงกับเครื่องหมายรับรองอย่างแท้จริง การให้ความรู้เรื่องการใช้เครื่องหมายตราสัญลักษณ์ที่ถูกต้องแก่ผู้ผลิต เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคด้วย

6) ส่งเสริมการปลูกแบบใช้เครื่องจักรกล เพื่อลดต้นทุนการผลิต

7) ขยายเครือข่าย เพิ่มแรงจูงใจในการทำข้าวอินทรีย์ให้มากขึ้น

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการประเมินผลในบทที่ 3 ตามรูปแบบการประเมินผล MIOE ได้แก่ การบริหารจัดการ ปัจจัยนำเข้า ผลได้/ผลผลิต ผลเบื้องต้น/ผลกระทบระยะสั้น สรุปผลการประเมิน ได้ดังนี้

4.1 สรุป

4.1.1 การบริหารจัดการโครงการ เริ่มตั้งแต่ขั้นตอน การเตรียมการ โดยกำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีความเหมาะสมในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.74 และเลือกกลุ่มเข้าร่วมโครงการได้ครบถ้วนตามเป้าหมาย การจัดทำคู่มือโครงการ เอกสารความรู้ สำหรับเจ้าหน้าที่และผู้เข้าร่วมโครงการ ทุกภาคส่วนได้รับเอกสารและคู่มือที่แตกต่างกัน และเห็นว่า มีความเหมาะสมระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.76 สำหรับการประชุมชี้แจง การประชาสัมพันธ์โครงการ และการจัดเวทีชุมชน ทำให้ผู้เกี่ยวข้องเข้าใจ จุดมุ่งหมายโครงการได้อย่างลึกซึ้ง จดจำและสามารถบอกถึงเรื่องที่เข้าใจตรงตามเจตนารมณ์ได้ในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.65 เกิดความร่วมมือในการบริหารจัดการโครงการ ทำให้กิจกรรมการดำเนินงานในภาพรวมโครงการส่วนใหญ่แล้วเสร็จตามเป้าหมาย ยกเว้น บางขั้นตอน บางกิจกรรมมีความล่าช้าไปบ้าง ไม่สามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จในปีงบประมาณ 2559 ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกหน่วยงาน เช่น การจัดซื้อจัดจ้างในระบบ e – Bidding การตรวจรับรองแปลงต้องใช้ผู้ตรวจประเมินภายนอก (Outsource) ตามแต่ละประเภทมาตรฐานสินค้า เป็นต้น เกิดความร่วมมือและการปฏิบัติงานภายในกลุ่มเกษตรกรที่ร่วมโครงการ มีการประชุมหารือ วางแผนการผลิต การตลาด และศึกษาดูงานในพื้นที่กลุ่มอื่น ๆ บ้าง นอกจากนี้ มีการติดตามให้คำแนะนำการปฏิบัติงานโครงการเป็นระยะ ๆ

4.1.2 ปัจจัยนำเข้า จากงบประมาณโครงการที่ได้รับ 52,406,500 บาท ในเดือนมกราคม 2559 หน่วยงานรับผิดชอบโครงการมีระยะเวลาการใช้จ่ายค่อนข้างสั้นกว่าโครงการอื่น ๆ มีผลการใช้จ่ายรวม 38,987,290.72 บาท คิดเป็นร้อยละ 74.39 ของงบประมาณที่ได้รับ ที่เหลือส่งคืนคลัง ทั้งนี้ ผู้เกี่ยวข้องเห็นว่า งบประมาณโครงการเพียงพอ และทันเวลาในระดับมาก แต่ค่าคะแนนแตกต่างกัน คือ 2.93 และ 2.46 ตามลำดับ โดยความทันเวลาคะแนนค่อนข้างไปทางระดับปานกลาง

หน่วยงานดำเนินงานโครงการมีทั้งในระดับส่วนกลางและพื้นที่ โดยในพื้นที่มีศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว ศูนย์วิจัยข้าว ซึ่งดูแลกลุ่มในโครงการ บางศูนย์ต้องดูแลหลายกลุ่ม และที่ตั้งสำนักงานอยู่ต่างจังหวัดกับที่ตั้งกลุ่ม ทำให้การประสานงาน จัดทำกิจกรรมโครงการมีความล่าช้าไปบ้าง

กลุ่มเกษตรกรที่ร่วมโครงการ จัดตั้งมานานเฉลี่ย 10 ปี ดำเนินธุรกิจข้าวตลาดเฉพาะมานานเฉลี่ย 8 ปี มีทั้งกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็ก สมาชิกตั้งแต่ 18 ราย ถึง 1,258 ราย บางกลุ่มมีธุรกิจหลายด้าน ส่วนใหญ่ร้อยละ 70.83 แปรรูปข้าวออกขาย ลักษณะ/รูปแบบการขายข้าวของกลุ่มร้อยละ 55 รวมกลุ่มกันผลิตและขาย มีระบบซื้อขายของกลุ่มชัดเจน ร้อยละ 45 ต่างคนต่างผลิตขายในนามกลุ่มขายเป็นครั้งคราวตามคำสั่งซื้อ กลุ่มร้อยละ 62.50 มีโรงสีเป็นของกลุ่มเอง ซึ่งมีทั้งที่เป็นโรงสีขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ ร้อยละ 37.50 ไม่มีโรงสีของกลุ่มเอง กลุ่มที่ทำธุรกิจข้าวมาหลายปี ส่วนใหญ่จะมีวัสดุ อุปกรณ์ในการบรรจุสินค้าข้าวขายครบถ้วน เช่น เครื่องสีปอกถุง บรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์สินค้า เป็นต้น โดยกลุ่มร้อยละ 54.17 มีเครื่องสีปอกถุงอยู่แล้ว ในจำนวนนี้ ร้อยละ 69.23 ซื้อเครื่องสีปอกถุงมาใช้เองก่อนหน้ามีโครงการ และส่วนที่เหลือร้อยละ 30.77 ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ

ข้าว เช่น การอบรมหลักสูตรการส่งเสริมการต่อยอดผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว ให้กับกลุ่มและสมาชิก จำนวน 120 ราย การสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องสกัดน้ำมันแบบบีบเย็น เครื่องโรยเส้นขนมจีน เครื่องอบแห้งลมร้อน เครื่องตีเยื่อกระดาษ เครื่องโม่แบบเปียกและแบบแห้ง รวม 6 เครื่อง ซึ่งกลุ่มได้นำไปใช้แล้วทุกกลุ่ม สำหรับ การสนับสนุนบรรจุภัณฑ์แปรรูปกระบวนการจัดซื้อไม่แล้วเสร็จภายในระยะเวลาโครงการ กำหนดส่งมอบ เดือนตุลาคม 2559

การส่งเสริมเกษตรกรตามระบบควบคุมภายในแบบกลุ่ม ดำเนินการได้ 77 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 96.25 ของกลุ่มเป้าหมาย โดยกำหนดจัดประชุมกลุ่มละ 3 ครั้ง ดำเนินการได้ ร้อยละ 97.08 ของเป้าหมาย มีบางกลุ่มประชุมน้อยกว่า หรือมากกว่า 3 ครั้ง ตามความจำเป็น สำหรับกลุ่มที่ไม่ได้ประชุม เนื่องจากเป็นกลุ่มใหม่ เริ่มทำกิจกรรมอื่น ๆ ก่อน ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายที่ส่งเสริมเพื่อตรวจรับรองคุณภาพ ได้แก่ มาตรฐาน GAP จำนวน 43 กลุ่ม เกษตรกร 1,236 ราย ครอบคลุมพื้นที่ 12,035.75 ไร่ และมาตรฐานอินทรีย์ 37 กลุ่ม เกษตรกร 1,278 ราย พื้นที่ 15,395.55 ไร่ โดยมีทั้งการตรวจรับรองแบบกลุ่มและแบบเดี่ยว

การตรวจรับรองมาตรฐาน กลุ่มได้เสนอชื่อขอรับการตรวจรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์ และ GAP ซึ่งมีทั้งแบบกลุ่ม และแบบเดี่ยว รวม 63 กลุ่ม มาตรฐาน GI จำนวน 4 กลุ่ม ซึ่งอยู่ระหว่างการตรวจประเมินแปลง โดยกลุ่มที่ได้มาตรฐานอยู่แล้ว บางกลุ่มเสนอขอให้สมาชิกบางรายเพิ่มเติม ทั้งนี้ กรมการข้าว ได้ว่าจ้างบริษัท ซึ่งเป็นผู้ตรวจประเมินภายนอก ค่อนข้างมีปัญหา ผู้รับจ้างไม่มีความพร้อมรับงาน และดำเนินการได้ทันภายในปีงบประมาณ ประกอบกับ เมื่อสิ้นสุดโครงการปี 2559 ยังไม่ถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยว จึงยังไม่สิ้นสุดกระบวนการตรวจประเมิน ทั้งนี้ กลุ่มเกษตรกรร้อยละ 79.17 มีการใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์ ข้าว GI ข้าว Q แล้ว อย่างไรก็ตาม บางกลุ่มเป็นการใช้ตราสัญลักษณ์เดิมที่ยังไม่ได้มีการต่ออายุ บางกลุ่มใช้ตราสัญลักษณ์ที่ผ่านเพียงกระบวนการผลิต/แหล่งผลิต ซึ่งอาจมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนกรณีนำมาใช้สำหรับติดตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือผ่านมาตรฐานอื่นที่ไม่ใช่ Organic Thailand เช่น มกท. (IFOAM) เป็นต้น ที่เหลือร้อยละ 20.83 ยังไม่ได้ใช้ เนื่องจาก อยู่ระหว่างยื่นขอใบรับรอง

การเชื่อมโยงตลาดและประชาสัมพันธ์ โดยการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลการผลิตและการตลาดข้าวตลาดเฉพาะ 1) สำรวจด้านการผลิต กำหนดตรวจรับงาน วันที่ 16 ธันวาคม 2559 2) การจัดทำฐานข้อมูลข้าวตลาดเฉพาะ กำหนดตรวจรับงาน วันที่ 20 ธันวาคม 2559 สำหรับการจ้างเหมาเอกชนจัดทำฐานข้อมูลข้าวเพื่อตลาดเฉพาะ จำนวน 1 ฐานข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจข้าวเพื่อตลาดเฉพาะ ปี 2558 และ 2559 ประมวลผลดำเนินการได้แล้วเสร็จ จัดทำทะเบียน/ข้อมูลผู้ประกอบการข้าวตลาดเฉพาะ ในโครงการหรือกลุ่มที่ร่วมโครงการ ซึ่งได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานโครงการ โดยกลุ่มร้อยละ 79.17 ทราบเกี่ยวกับทะเบียน/ข้อมูลดังกล่าว ในจำนวนนี้ ร้อยละ 42.11 ได้เข้าถึง และนำไปใช้ประโยชน์ ใช้ติดต่อกลุ่มที่ต้องการเมล็ดพันธุ์ข้าวมาปลูก โดยเห็นว่าทะเบียนมีความครบถ้วนสมบูรณ์ระดับมากค่อนข้างปานกลาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.43 ส่วนกลุ่ม ร้อยละ 57.89 ยังไม่ได้ใช้ทะเบียน ฐานข้อมูล ไม่ได้ดูรายละเอียดมากนัก ไม่ได้ใช้ประโยชน์ ส่วนกลุ่ม ร้อยละ 20.83 ไม่ทราบเกี่ยวกับทะเบียน ฐานข้อมูลดังกล่าว กลุ่มเพิ่งเริ่มดำเนินการ

การส่งเสริมและพัฒนาตราสินค้าข้าวสำหรับตลาดเฉพาะ ได้จัดจ้างเหมาบริษัทเอกชนที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการตลาดมาดำเนินการร่วมกับกลุ่มเกษตรกร ได้ 21 ตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 105 ของเป้าหมาย นอกจากนั้น ได้มีการสัมมนาเชิงปฏิบัติการหลักสูตรการเชื่อมโยงการตลาดข้าวเพื่อตลาดเฉพาะ ระหว่างผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผู้บริโภค เพื่อระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการ

จัดการ การนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการจัดทำแผนธุรกิจของกลุ่ม สร้างเครือข่าย และความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างผู้ผลิต และผู้ประกอบการ

การพัฒนากลุ่มเกษตรกรในการจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ กลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย ได้จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.50 ของเป้าหมาย โดยมีหัวข้อต่าง ๆ ได้แก่ การใช้ สื่อ IT เพื่อการค้าออนไลน์ และการเชื่อมโยงด้านการตลาด ทำให้ผู้เข้ารับการอบรม ซึ่งเป็นผู้แทนกลุ่มที่มีความ พร้อม สามารถจัดทำเว็บไซต์ของกลุ่ม นำไปใช้เป็นช่องทางการขายสินค้าต่อไป

4.1.4 ผลเบื้องต้น/ผลกระทบระยะสั้น

1) ปริมาณข้าวตลาดเฉพาะที่มีคุณภาพ จากการสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ในโครงการ 177,325 กิโลกรัม เกษตรกรปลูกข้าวเฉลี่ยใช้เมล็ดพันธุ์ 12.09 กิโลกรัม/ไร่ สามารถปลูกข้าวได้ในพื้นที่ 14,665.93 ไร่ ประมาณการ ผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับเฉลี่ย 400 กิโลกรัมต่อไร่ ได้ผลผลิต 5,866,370.08 กิโลกรัม และประมาณการได้ว่าปริมาณ ข้าวตลาดเฉพาะที่มีคุณภาพตามระบบมาตรฐานในโครงการ จะออกสู่ตลาดประมาณร้อยละ 90 ของผลผลิต คิดเป็น ปริมาณ 5,279,733.07 กิโลกรัม หรือ 5,279 ตัน

2) มูลค่าข้าวและผลิตภัณฑ์ (value added) จากการแปรรูปและขายข้าวของเกษตรกร โดยตรง ทำให้เกิดมูลค่าข้าวเพิ่มขึ้น โดยเกษตรกรบางรายได้รับอนุญาตจากกลุ่มที่มีอยู่แต่เดิม ร้อยละ 47.83 นำไปใช้แล้ว ทำให้มีผู้สั่งซื้อข้าวมากขึ้น ขายได้เร็วขึ้น ได้รับราคาสูงขึ้น 5 -10 บาทต่อกิโลกรัม

สำหรับกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมต่อยอดผลิตภัณฑ์แปรรูป ทั้ง 4 กลุ่ม ได้นำเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ ที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการไปใช้ประโยชน์ ผลิตสินค้าแปรรูปจำหน่ายแล้ว

3) ปริมาณและมูลค่าการค้า กลุ่มที่มีสินค้าข้าวตลาดเฉพาะจำหน่ายในปี 2558 และ 2559 คิดเป็นร้อยละ 58.33 ของกลุ่มเป้าหมายในโครงการ ในจำนวนนี้ จำแนกออกได้เป็น 3 พวก ตามขนาดธุรกิจ ได้แก่ (1) กลุ่มใหญ่ ซึ่งมีปริมาณการค้าข้าวตลาดเฉพาะเกิน 100 ตันต่อปี คิดเป็นร้อยละ 21.43 โดยในปี 2559 มีปริมาณการค้าข้าวตลาดเฉพาะ เฉลี่ยประมาณ 930.23 ตันต่อกลุ่ม มูลค่า 27,390,299.00 บาทต่อกลุ่ม เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ประมาณ 322.16 ตันต่อกลุ่ม มูลค่า 9,369,692.74 บาทต่อกลุ่ม (2) กลุ่มขนาดกลาง ที่มี ปริมาณการค้าตั้งแต่ 20 ตันต่อปี แต่ต่ำกว่า 100 ตันต่อปี คิดเป็นร้อยละ 21.43 โดยในปี 2559 มีปริมาณ การค้าข้าวตลาดเฉพาะ เฉลี่ยประมาณ 24.00 ตันต่อกลุ่ม มูลค่า 1,386,666.67 บาทต่อกลุ่ม ลดลงจากปี 2558 ประมาณ 14.83 ตันต่อกลุ่ม มูลค่าลดลง 845,000 บาทต่อกลุ่ม (3) กลุ่มขนาดเล็ก ที่มีปริมาณการค้าต่ำ กว่า 20 ตันต่อปี คิดเป็นร้อยละ 57.14 โดยในปี 2559 มีปริมาณการค้าข้าวตลาดเฉพาะ เฉลี่ยประมาณ 3.83 ตันต่อกลุ่ม มูลค่า 212,275.00 บาทต่อกลุ่ม ลดลงจากปี 2558 ประมาณ 1.30 ตันต่อกลุ่ม แต่มูลค่าเพิ่มขึ้น 6,675 บาทต่อกลุ่ม ทั้งนี้ เนื่องจากบางกลุ่มขายข้าวในปี 2559 ได้ในราคาที่สูงขึ้น จากการขายในงานเทศกาล ต่าง ๆ ที่หน่วยงานจัดค่อนข้างมาก และเป็นการขายตรงให้ผู้บริโภคมากขึ้น

ทั้งนี้ โดยภาพรวมกลุ่มร้อยละ 36.36 มีปริมาณการค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ทั้งหมด กลุ่มขนาดกลางและเล็กบางกลุ่ม และกลุ่มร้อยละ 54.55 ปริมาณการค้าลดลง และร้อยละ 9.09 มีปริมาณ การค้าคงเดิม ปริมาณและมูลค่าการค้าภาพรวมของโครงการ นับว่าเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 46.00

4) คู่ค้าและช่องทางการจำหน่ายสินค้า การดำเนินธุรกิจของกลุ่มในปี 2559 เฉพาะกลุ่มที่มี สินค้าจำหน่ายตลอดทั้งปี โดยกลุ่มร้อยละ 57.14 มีคู่ค้าข้าวตลาดเฉพาะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 42.86 มีปริมาณคง เดิม ไม่มีกลุ่มใดที่มีคู่ค้าลดลง จากปี 2558 โดยในปี 2559 กลุ่มมีคู่ค้าเฉลี่ย 10 รายต่อกลุ่ม เพิ่มขึ้นจากในปี

2558 ประมาณ 2 รายต่อกลุ่ม ช่องทางการจำหน่ายสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ จำแนกออกได้เป็น 7 ช่องทาง ได้แก่ (1) ร้านค้าย่อยในชุมชน ตามบรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม (2) สหกรณ์/กลุ่มเครือข่าย ซึ่งมีทั้งที่ส่งให้สหกรณ์นำไปใช้บรรจุเอง และส่งสินค้าตามบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มจำหน่าย (3) ผู้ส่งออกนำไปใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้ส่งออก (4) ส่งออกเองโดยตรง (5) พ่อค้าในพื้นที่จังหวัดต่างๆ นำไปจำหน่ายตามบรรจุภัณฑ์ของพ่อค้า (6) ส่งร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trend) ร้านค้าตามห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้าต่าง ๆ ตามบรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม (7) จำหน่ายผู้บริโภคโดยตรงที่กลุ่ม ส่งตัวแทนกลุ่มนำไปจำหน่ายตามงาน การจัดเทศกาล วาระ ต่าง ๆ ของหน่วยงาน และจากการสั่งซื้อโดยโทรศัพท์ ใช้สื่อสังคมสมัยใหม่ เช่น Application Line Face book เป็นต้น

ปริมาณสินค้าที่กลุ่มจำหน่ายแต่ละช่องทางกระจายกันไป โดยสัดส่วนปริมาณสินค้า ร้อยละ 24.48 ส่งพ่อค้าในพื้นที่จังหวัดต่างๆ ร้อยละ 22.42 จำหน่ายผู้บริโภคโดยตรง และร้อยละ 14.89 ส่งสหกรณ์/กลุ่มเครือข่าย ส่วนช่องทางอื่นๆ จะมีสัดส่วนลดหลั่นกันไป ไม่แตกต่างกันมากนัก

กลุ่มที่ร่วมโครงการทุกกลุ่มมีกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เช่น การประชุมกลุ่ม การวางแผนการผลิต การศึกษาดูงาน เป็นต้น โดยเกษตรกรสมาชิกกลุ่ม ร้อยละ 94.78 เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม ส่วนที่ไม่ได้เข้าร่วม เนื่องจาก ติดภารกิจอื่น

5) ผู้บริโภค หลากหลายอาชีพมีแหล่งซื้อข้าวเป็นประจำหลายแหล่งกระจายกันไป ตามความสะดวก และแตกต่างกันในแต่ละอาชีพ โดยจากการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ผู้บริโภคซื้อข้าวจากร้านค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด สหกรณ์หรือร้านสวัสดิการหน่วยงาน การจัดงานเทศกาลของหน่วยงานต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 35.54 34.34 22.89 19.88 และ 13.25 ตามลำดับ ชนิดข้าวตลาดเฉพาะที่มีจำหน่าย ในแหล่งที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำมีการขายข้าวหลายชนิด พบว่า มีข้าวอินทรีย์ขายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.66 รองลงมาเป็นข้าวโภชนาการสูง ร้อยละ 49.67 และข้าว GI ร้อยละ 19.21 ข้าว Q ยังมีผู้ขายน้อย หรือผู้บริโภคยังรู้จักค่อนข้างน้อย คิดเป็นร้อยละ 11.92 ประชาชนส่วนมากยังไม่เข้าใจในตราสัญลักษณ์ หรือมาตรฐานที่รับรองมากพอ จากการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานและกลุ่มต่าง ๆ ในโครงการ ทำให้ผู้บริโภครู้จักข้าวที่มีคุณสมบัติพิเศษหลากหลายช่องทาง โดยร้อยละ 62.12 รู้จักจากการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ หน่วยงาน และกลุ่มทางอินเทอร์เน็ต การประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 43.18 ทราบจากแหล่งที่ซื้อข้าว ร้อยละ 34.85 ทราบจากการจัดงานในวาระ/โอกาสต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ และร้อยละ 31.06 ทราบจากญาติหรือเพื่อนบ้าน

ความเชื่อมั่นในสินค้าข้าวตลาดเฉพาะ ผู้บริโภค มีความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าข้าวที่มีคุณสมบัติเฉพาะในระดับมาก ที่คะแนนเฉลี่ย 2.62 โดยการซื้อข้าวตลาดเฉพาะในปี 2559 เปรียบเทียบกับการซื้อในปี 2558 ผู้บริโภคร้อยละ 45.79 ซื้อข้าวตลาดเฉพาะเพิ่มขึ้น เนื่องจากต้องการดูแลสุขภาพตนเองมากขึ้น และเริ่มซื้อทานในปี 2559 ร้อยละ 40.19 ซื้อเท่าเดิมคิดเป็นร้อยละ 14.02 ที่ซื้อลดลง เนื่องจาก หาซื้อยาก ราคาค่อนข้างสูง ชนิดข้าวที่ผู้บริโภคซื้อลดลงมากที่สุด คือ ข้าว Q ซึ่งจะมีความเข้าใจและรู้จักตราสัญลักษณ์ดังกล่าวค่อนข้างน้อย ผู้บริโภคพึงพอใจราคาข้าวตลาดเฉพาะ โดยเฉลี่ยในระดับมาก ที่คะแนน 2.51 เนื่องจากเห็นว่า ข้าวอร่อย ราคาเหมาะสมกับขั้นตอน กระบวนการผลิต ที่ค่อนข้างยากเพื่อให้ได้ข้าวอินทรีย์ โดยราคาที่รับได้ประมาณ 45 -120 บาทต่อกิโลกรัม มีผู้บริโภคบางส่วน พึงพอใจปานกลาง และน้อย เนื่องจาก เห็นว่าราคาแพงเกินไป โดยไม่ได้พิจารณาด้านคุณภาพ

6) ความพึงพอใจต่อโครงการ เกษตรกร ผู้นำกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานโครงการโดยรวมในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.84 เนื่องจากมีการสนับสนุนปัจจัยการผลิต มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว สามารถเพิ่มช่องทางด้านการตลาดได้ สำหรับผู้ที่พึงพอใจระดับปานกลาง เห็นว่า เมล็ด

พันธุ์ที่สนับสนุนยังไม่เพียงพอ ตลาดรองรับข้าวเหนียวยังมีน้อย เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ มีงานรับผิดชอบหลายโครงการ และไม่มีผู้ไม่พึงพอใจในระดับน้อย

4.2 ข้อเสนอแนะ

4.2.1 เชีงนโยบาย

1) การส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะอย่างเป็นระบบ ซึ่งมีกิจกรรมที่ครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ (การผลิต การแปรรูป การตรวจรับรองมาตรฐานสินค้า การเชื่อมโยงตลาด) มีความเหมาะสม และเห็นควรได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการต่อเนื่อง โดยกรมการข้าว ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบโครงการ ควรเร่งพัฒนาบุคลากรของหน่วยงานรองรับงานด้านการตลาด หรือศึกษาช่องทาง/ประสานหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการตลาดสินค้าเกษตร ส่งเสริมด้านการตลาดสินค้าข้าวตลาดเฉพาะอย่างจริงจังและเข้มข้นยิ่งขึ้น ขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

2) ผลักดันให้มาตรฐาน Organic Thailand ได้รับการยอมรับในระดับสากล ใช้ประกอบการส่งออกสินค้าได้ทุกตลาด โดยไม่ต้องใช้มาตรฐานอื่นร่วมด้วย

3) สนับสนุน ส่งเสริม อำนวยความสะดวก และลดราคาค่าบริการจัดส่งสินค้าข้าวทางไปรษณีย์ การขายสินค้าข้าวออนไลน์

4) หน่วยตรวจสอบรับรองแปลงและสินค้า มีไม่เพียงพอ ควรประสานความร่วมมือ สถาบันการศึกษา เข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจรับรองแปลง การตรวจรับรองสินค้าเบื้องต้น เพิ่มการศึกษาวิจัย และเผยแพร่ผลงานการแปรรูปข้าวที่มีคุณสมบัติพิเศษทางโภชนาการสูง ขยายผลไปในเชิงธุรกิจ เชิงพาณิชย์ มากยิ่งขึ้น

4.2.2 สำหรับหน่วยปฏิบัติงานโครงการ

1) ฤดูกาลผลิตข้าว คาบเกี่ยวในสองปีงบประมาณ ทำให้การดำเนินงานโครงการบางกิจกรรมจะเกิดผลสัมฤทธิ์ในปีต่อไป เช่น การตรวจรับรองผลผลิต ปริมาณและราคาผลผลิต เป็นต้น ดังนั้น เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการควรได้รับงบประมาณสำหรับการติดตาม แนะนำ และส่งเสริมเกษตรกรจัดทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้จะสิ้นสุดโครงการแล้ว

2) ควรสนับสนุนการพัฒนาให้แต่ละกลุ่มเกิดความเข้มแข็งมีสินค้าและตราสัญลักษณ์เฉพาะของกลุ่ม รวมทั้ง ส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายขยายผลระหว่างกลุ่ม ให้ใช้ตราสัญลักษณ์เดียวกัน เพื่อลดต้นทุนการสร้างตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ เพิ่มฐานการตลาดที่กว้างขวางขึ้น และมีปริมาณสินค้ารองรับตลาดได้แน่นอน

3) เร่งจัดทำและพัฒนาฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดข้าวตลาดเฉพาะ ให้เข้าถึงได้ง่าย ทันสมัยอยู่เสมอ และเผยแพร่ แนะนำให้เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร นำไปใช้ประโยชน์

4) การส่งเสริมให้กลุ่มมีความเข้มแข็ง สามารถผลิตสินค้าข้าวตลาดเฉพาะได้อย่างยั่งยืน ควรมีการบริหารจัดการภายในกลุ่ม มีผู้รับผิดชอบด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาดที่ชัดเจน

5) เร่งสร้างความรู้ความเข้าใจ ความตระหนักให้แก่ เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร ในการผลิตสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน และนำตราสัญลักษณ์ เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้า ไปใช้อย่างถูกต้อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

6) เพิ่มการประชาสัมพันธ์ ถึงคุณค่าข้าวที่มีลักษณะพิเศษทางโภชนาการ ข้าวอินทรีย์ ให้แพร่หลายยิ่งขึ้น โดยเฉพาะทางสื่อโทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์

บรรณานุกรม

กรมการข้าว. 2559. คู่มือการดำเนินงาน ปี 2559 โครงการส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ (Niche Market). กองพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว.

กรมการข้าว. 2559. โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตรการพัฒนาผู้ประกอบการในการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ ภายใต้โครงการส่งเสริมการผลิตข้าวตลาดเฉพาะ (Niche Market). เอกสารประกอบการอบรม. กองพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว.

บรรเทิง มาแสง. 2546. การวางแผนและการจัดการโครงการ. เอกสารประกอบการบรรยาย.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2551. คู่มือวิทยากรการฝึกอบรม หลักสูตรการติดตามและประเมินผล. ศูนย์ประเมินผล สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2559. รายงานการติดตามผลการดำเนินงานแผนงาน/โครงการสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. ศูนย์ประเมินผล สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

