

นวัตกรรมภูมิปัญญาการทำนาข้าวในพื้นที่สูงของชาวนา  
ในจังหวัดพะเยา\*  
Wisdom Innovations for Highland Rice Planting of the  
Peasants in Phayao Province, Thailand

ณวินย เสริฐไพลา  
Nawin Serthpol  
มหาวิทยาลัยพะเยา  
University of Phayao, Thailand  
E-mail: nawin\_serth@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานวัตกรรมภูมิปัญญาการทำนาข้าวในพื้นที่สูงของชาวนาในจังหวัดพะเยา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล การสัมภาษณ์กลุ่ม การสนทนากลุ่ม การสำรวจ และการสังเกตกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คน โดยใช้เครื่องมือการวิจัยคือ แนวทางการสัมภาษณ์

ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมภูมิปัญญาการทำนา ประกอบด้วย 1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์คือ ข้าวอินทรีย์ บัญอินทรีย์ ข้าวแปรรูป การบริการความรู้ และนวัตกรรมชาวนา 2) นวัตกรรมด้านกระบวนการ คือ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างของดินให้เหมาะสม การทำนาข้าวแปลงใหญ่ การเป็นผู้ประกอบการชาวนา การร่วมกลุ่ม การสร้างเครือข่าย และการลดต้นทุนการผลิต 3) นวัตกรรมด้านการตลาดคือ การประชาสัมพันธ์ และการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ 4) นวัตกรรมด้านองค์กร คือ การเชื่อมโยงกับภายนอก การบริหารจัดการ และการเพิ่มขีดความสามารถ

คำสำคัญ: นวัตกรรมภูมิปัญญา; การทำนา; ชาวนา



## Abstract

The purpose of this research is to study the wisdom innovations for highland rice planting of the peasants in Phayao province, Thailand. Methodology is qualitative. Data were collected by individual in-depth-interview, group interview, focus group, survey, and observation. The target group is 30 key informants. Interview guideline is tool research.

**The research result finds that:** Wisdom innovations for highland rice planting consist of 1) product innovation consisting of organic rice, organic fertilizer, processed rice, knowledge service, and farmer innovator, 2) process innovation consists of soil optimization, large-scale rice farming, peasant entrepreneurship, grouping, networking, and cost reduction, 3) marketing innovation consists of public relations, and product differentiation making and 4) organizational innovation consists of external links, management, and empowerment.

**Keywords:** wisdom innovations; rice planting; peasant

### 1. บทนำ

ชาวนาเป็นเกษตรกรกลุ่มใหญ่ที่สุดในภาคเกษตรและเป็นทรัพยากรที่สำคัญของประเทศที่สำคัญชาวนาเป็นผู้สร้างความมั่นคงทางอาหาร (food security) และยังสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมหาศาล เช่น ในปี พ.ศ. 2559-2560 ประเทศไทยมีรายได้จากการขายข้าวสารจำนวน 154,434 ล้านบาท และ 174,506 ล้านบาทหรือร้อยละ 13.00 และ 17.71 ตามลำดับ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2561, หน้า 4) ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) ด้านการเกษตรขยายตัวร้อยละ 6.2 ในปี พ.ศ. 2560 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561, หน้า 6) แต่ในปัจจุบันชาวนากลับเป็นกลุ่มคนที่ถูกละเลย เพิกเฉยและถูก

ผลักดันให้เป็นคนขายของทั้งในระบบเศรษฐกิจและสังคม (ยส สันตสมบัติ, 2546, หน้า 272; กุลภา วจนสาระ, 2550, หน้า 27; สุรสุม ฤกษ์ฉะ, สมชัย ภัทรธนาพันธ์ และชยันต์ วรรณชฎา, 2558, หน้า 61-88) ส่งผลให้ชาวนากลายเป็นกลุ่มคนที่ยากจนที่สุดของโครงสร้างทางสังคม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560, หน้า 2) เพราะชาวนามีหนี้สินจำนวนมากทั้งในระบบและนอกระบบที่ชาวนากฎีมีมาลงทุนในการทำนา ซึ่งเป็นไปตามนโยบายของรัฐที่พยายามตอบสนองความต้องการของระบบทุนนิยม ส่งผลให้ชาวนาไม่สามารถควบคุมปัจจัยการผลิต และที่สำคัญชาวนาจำนวนมากได้เข้าสู่ระบบการทำนาแบบพันธะสัญญา (contract farming) มากขึ้น ซึ่งเป็นกระบวนการผลิตแบบ



ผูกมัด ขาดอิสรภาพ และพึ่งพาปัจจัยภายนอก ส่งผลให้ชาวนาเสียเปรียบ ขาดความมั่นใจ ละทิ้ง ภูมิปัญญาซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญและเหมาะสม กับพื้นที่และบริบททางสังคม ส่งผลให้การทำนา ประสบความล้มเหลว เช่น ต้นทุนสูง ขาดทุน เลิกทำนาและสุขภาพเสื่อมโทรมจากการทำนา สารเคมี กลายเป็นปัญหาการพึ่งตนเอง ความไม่มั่นคง และความไม่ยั่งยืนของชาวนา

อย่างไรก็ตาม ภายใต้กระแสทุนนิยม ชาวนาส่วนมากยังคงทำนาเพื่อขายเป็นหลักแต่ ชาวนาบางส่วนได้พยายามพึ่งตนเอง และสร้างความเข้มแข็ง โดยการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาในการทำนาทุกกระบวนการ เช่น ชาวนาในชุมชนหมู่บ้านแม่ทะลาย หมู่ 2 ตำบลพระธาตุเชิงแกง และชุมชน หมู่บ้านศรีจอมแจ้ง หมู่ 1 ตำบลหงส์หิน อำเภอจุน จังหวัดพะเยา ชุมชนทั้ง 2 แห่งอยู่ติดกับภูเขาและเป็นพื้นที่สูงแห่งหนึ่งในจังหวัดพะเยา ถึงแม้ชาวนา เหล่านี้ยังคงทำนาภายใต้กระแสทุนนิยมเป็นหลัก คือ การผลิตเพื่อขาย แต่ชาวนาเหล่านี้ได้เรียนรู้การปรับตัวและสามารถประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาร่วมกับ องค์ความรู้สมัยใหม่ในการทำนาทุกขั้นตอน ตั้งแต่ ต้นน้ำ คือ ก่อนเริ่มทำนา (การเตรียมตัว) กลางน้ำ คือ ระหว่างการทำนา (การเพาะปลูก การบำรุงรักษาและการเก็บเกี่ยว) และปลายน้ำ คือ หลังจกเก็บเกี่ยวผลผลิต (การเก็บเมล็ดพันธุ์ การจำหน่าย และการแปรรูปข้าว) ซึ่งกลายเป็นการทำนาในรูปแบบใหม่ หรือนวัตกรรมภูมิปัญญาในการทำนา จนทำให้ชาวนาสามารถพึ่งตนเองได้และกลายเป็นต้นแบบการทำนาแบบพึ่งตนเองหรือนวัตกรรม ภูมิปัญญาที่มีความโดดเด่น ทั้งในระดับจังหวัดและ

ประเทศ ดังนั้น คำถามของการวิจัย คือ นวัตกรรม ภูมิปัญญาการทำนาในพื้นที่สูงเป็นอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดนวัตกรรมขององค์การ เพื่อความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD), 2005, pp. 16-17) ซึ่งกำหนดไว้ 4 ด้าน คือ 1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ 2) นวัตกรรมด้านกระบวนการ 3) นวัตกรรมด้านการตลาด 4) นวัตกรรมขององค์กร

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษา นวัตกรรมภูมิปัญญาการทำนา ในพื้นที่สูงของชาวนาในจังหวัดพะเยา

## 3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาแบบย้อนกลับ (retrospective study) หรือการศึกษากระบวนการที่ชุมชน ได้ดำเนินการจนประสบความสำเร็จ หน่วยในการ วิเคราะห์ เป็น ระดับครัวเรือนและชุมชน เก็บรวบรวมข้อมูล 2 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) โดยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ภูมิปัญญาและการทำนา 2) ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เป็นรายบุคคล การสัมภาษณ์กลุ่ม (group interview) การสนทนากลุ่ม (focus group) การสำรวจ (survey) และการสังเกต (observation) ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม กลุ่มเป้าหมายเป็นชาวนาทั้งหมดจำนวน 30 คน จาก 2 ชุมชน คือ ชุมชนหมู่บ้านแม่ทะลาย



หมู่ 2 ตำบลพระธาตุเชิงแกง และชุมชนหมู่บ้านศรีจอมแจ้ง หมู่ 1 ตำบลหงส์หิน อำเภอจุน จังหวัดพะเยา ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้เป็นผู้ที่สำคัญ (key informants) และถูกเลือกอย่างเจาะจง เพราะมีคุณสมบัติที่เหมาะสมและสามารถตอบคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย คือ 1) ประกอบอาชีพชาวนาเป็นหลัก 2) เป็นชาวนามาแล้วไม่ต่ำกว่า 10 ปี 3) ที่นาอยู่บริเวณเชิงเขาหรือห่างจากภูเขาไม่เกิน 1,000 เมตร 4) ใช้ภูมิปัญญาและองค์ความรู้สมัยใหม่ในการจัดการเชิงพื้นที่และการปลูกข้าว สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) โดยเปรียบเทียบคำตอบในประเด็นเดียวกัน การใช้แนวคิดและทฤษฎีหลากหลายมาวิเคราะห์และการให้ผู้ทรงช่วยตรวจสอบความถูกต้อง ตลอดถึงการซักถามกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติมในประเด็นที่ผู้วิจัยได้ตีความว่าถูกต้องตามที่กลุ่มเป้าหมายต้องการสื่อสารอย่างแท้จริงหรือไม่ และผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลโดยการพรรณนา (descriptive) ตามความเป็นจริงในรูปแบบของตาราง การสร้างคำ (wording) และการอ้างอิงคำพูด (wording quote) ของกลุ่มเป้าหมาย

#### 4. สรุปผลการวิจัย

นวัตกรรมภูมิปัญญาการทำนาในพื้นที่สูงเป็นความสามารถในการปรับตัว และการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาในการทำนาในบริบทสมัยใหม่ที่ชาวนาได้มีความสัมพันธ์กับภายนอกสูง โดยแบ่งนวัตกรรมภูมิปัญญาในการทำนาเป็น 4 ด้าน

1. นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (product innovation) คือ ผลผลิตที่เกิดขึ้นจากกระบวนการทำนา แบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ

1.1 ข้าวอินทรีย์ เป็นผลผลิตที่เกิดจากการปรับตัวของชาวนา ที่ต้องการแก้ปัญหาจากการทำนา เช่น ต้นทุนสูง และปัญหาสุขภาพจากการทำนาสารเคมี ข้าวอินทรีย์จึงเป็นผลผลิตของภูมิปัญญาในการทำนาของชาวนา เพราะมีลักษณะที่สำคัญ และมีผลสืบเนื่อง คือ 1) ข้าวมีกลิ่นหอม 2) ความปลอดภัยจากการผลิตและการบริโภค 3) กำไรสูงกว่าข้าวสารเคมี และ 4) ความต้องการของตลาดสูง

1.2 ปุ๋ยอินทรีย์ เป็นผลผลิตที่เกิดจากการปรับตัวของชาวนา ที่ต้องการแก้ปัญหาจากการทำนาเช่นเดียวกับข้าวอินทรีย์ ชาวนาจึงได้รวมกลุ่มผลิตปุ๋ยอินทรีย์ โดยใช้วัสดุในชุมชนเป็นหลัก คือ การนำซากพืชและซากสัตว์มาหมัก และเศษอาหารที่เหลือจากการบริโภค

1.3 ผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูป พบว่าชาวนาได้แปรรูปข้าวหลากหลายทั้งเพื่อการบริโภคในครัวเรือนและการขาย เช่น ข้าวกล้อง ข้าวต้มมัด ข้าวโป่ง ข้าวแตนและข้าวหลาม

1.4 การบริการความรู้ พบว่าชาวนาได้ให้บริการความรู้เกี่ยวกับการทำนา โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับข้าวอินทรีย์ ซึ่งมีผู้สนใจจำนวนมากได้เข้ามาศึกษาในชุมชนอย่างต่อเนื่องตลอดปี เช่น นิสิต นักศึกษา นักวิจัย ประชาชนทั่วไปและหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ชาวนาจึงบริการความรู้ 2 ลักษณะ คือ 1) การให้ความรู้ในภาคทฤษฎี 2) การสาธิตหรือการเยี่ยมชมนาข้าวอินทรีย์



1.5 นวัตกรรมชาวนา คือ ลักษณะของความกล้า พบว่า ชาวนาหลายคนมีความรู้ความสามารถและกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงเพื่อบรรลุเป้าหมายของการทำนาอย่างชัดเจน แบ่งเป็น 4 กล้า คือ 1) กล้าเปลี่ยนแปลง 2) กล้าเรียนรู้สิ่งใหม่ 3) กล้าต่อกร และ 4) กล้าเสี่ยงหรือกล้าลงทุน

2. นวัตกรรมด้านกระบวนการ (process innovation) คือ ความสามารถของชาวนาในการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ เทคนิค กระบวนการและวิธีคิดใหม่ในการทำนาให้เกิดผลผลิตในรูปแบบใหม่และมีประสิทธิภาพสูงสุด แบ่งออกเป็น 6 อย่าง คือ

2.1 การปรับเปลี่ยนโครงสร้างของดินให้เหมาะสม พบว่า มี 2 วิธี คือ 1) การไถประกอบด้วย การไถตะ 1 ครั้ง การไถแปร 2 ครั้ง และการไถปั้นหรือไถพรวน 1 ครั้ง 2) การบำรุงดินด้วยปุ๋ย เพื่อให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์และเหมาะสมต่อการปลูกข้าว และการใส่ปุ๋ยยังช่วยให้ดินมีความอ่อนตัวและไม่จับตัวกันแน่น เพื่อให้น้ำและอากาศสามารถถ่ายเทได้สะดวก และยังช่วยลดความเป็นกรดและต่างของดิน

2.2 การทำนาข้าวแปลงใหญ่ พบว่า แนวทางหนึ่งในการแก้ปัญหาการป้องกันการแพร่กระจายของสารเคมีในการทำนา คือ การรวมกลุ่มทำนาแปลงใหญ่ ซึ่งมีที่นาประมาณ 6 พันกว่าไร่ (ชุมชนหมู่บ้านศรีจอมแจ้ง) นอกจากนี้ การรวมกลุ่มทำนาข้าวแปลงใหญ่ยังช่วยให้ชาวนาสามารถขายสินค้าได้เร็วขึ้น และยังมีอำนาจต่อรองกับกลุ่มนายทุน

2.3 การเป็นผู้ประกอบการชาวนา พบว่า ในปัจจุบันชาวนาส่วนมากได้ปรับตัวมาเป็น

“ผู้ประกอบการชาวนา” มากขึ้น คือ การทำนาที่มีการจ้างงานเข้ามาเกี่ยวข้องกับทุกกระบวนการ ซึ่งเป็นการทำนาโดยใช้วิธีการจัดการเป็นหลัก และลดการใช้แรงงานของเจ้าของที่นา สามารถแบ่งผู้ประกอบการชาวนาออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1) ชาวนาเป็นผู้ทำนาคด้วยตนเองเป็นหลัก 2) ชาวนาที่ให้ผู้อื่นทำนาแทน 3) ชาวนาอนุญาตให้ผู้อื่นเช่าที่นาเพื่อทำนา และ 4) ชาวนาผู้เช่าที่ดิน

2.4 การร่วมกลุ่ม มี 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มทำนาข้าวอินทรีย์ 2) กลุ่มทำนาข้าวแปลงใหญ่ และ 3) กลุ่มผลิตปุ๋ยอินทรีย์

2.5 เครือข่าย พบว่า มี 3 ประเภท คือ 1) เครือข่ายในระดับชุมชน คือ ชุมชนใกล้เคียง 2) เครือข่ายในระดับองค์กร เช่น มหาวิทยาลัยร้านค้าเกี่ยวกับการเกษตร และธนาคาร 3) เครือข่ายแนวตั้ง คือ หน่วยงานภาครัฐ เช่น เทศบาล สำนักงานพัฒนาชุมชนและอำเภอ ซึ่งเครือข่ายทำหน้าที่ในการเอื้อประโยชน์ต่อการทำนา เช่น การสนับสนุนทุนและอุปกรณ์ การส่งเสริมการเรียนรู้และการแบ่งปันความรู้ร่วมกัน

2.6 การลดต้นทุนการผลิต พบว่า วิธีการลดต้นทุนในการทำนาแบ่งเป็น 4 วิธี คือ 1) การไม่เผาตอข้าวและวัชพืชในนาข้าว 2) การผลิตปุ๋ยอินทรีย์ด้วยตนเอง 3) การปลูกข้าวพันธุ์เดิมในพื้นที่เดิม 4) การปลูกข้าวพันธุ์เดิมในพื้นที่เดิม เช่น นายแดง (นามสมมุติ) กล่าวว่า “...ต้องปลูกข้าวอย่างเดียวตลอดไป คือ ถ้าจะปลูกอะหยังกี่ปลูกอันนั้นไปเลย จะเปลี่ยนบ่อยบ่าค่อยดี เพราะจะทำให้ข้าวผสมกัน คือ ข้าวที่มีน้หน่นตามตั้งนาที่เขาบ่าสามารถเก็บได้หมด ถ้าเอาไปขาย เป็นจะผ่อว่า



มันเป็นข้าวผสมกันก่อน คือ ถ้าผสมกันเป็นจะหักราคาเขาโดย ก็เท่ากับว่า ต้นทุนเขาหายไปเหมือนกัน แต่ถ้าบ่อ้อกราคา หรือเขาได้ราคาตลาด คืออย่างน้อยเขากำบ่อขาดทุนแล้ว...” (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม พ.ศ. 2564)

3. นวัตกรรมด้านการตลาด (marketing innovation) เป็นวิธีการใหม่ที่ชาวนาใช้ในการส่งเสริมด้านการตลาด โดยแบ่งออกเป็น 2 คือ

3.1 การประชาสัมพันธ์ พบว่ามี 2 วิธี คือ 1) สื่อออนไลน์ (online) หรือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยผ่านช่องทางเฟซบุ๊กของกลุ่มข้าวอินทรีย์ทุ่งล่อ และเว็บไซต์ของเทศบาลตำบลหงส์หิน 2) การจัดนิทรรศการหรือการออกร้านร่วมกับหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ทั้งในระดับอำเภอ จังหวัด และประเทศ เช่น โครงการ “แอ่วจูน อุ่นใจ” ซึ่งเป็นงานศิลปวัฒนธรรมของดีอำเภอจุน จังหวัดพะเยา โดยมีอำเภอจุนเป็นผู้จัดงาน ซึ่งกลุ่มผลิตข้าวอินทรีย์ศรีจอมแจ่มได้เข้าร่วมโครงการดังกล่าวเป็นประจำ

3.2 การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ พบว่า ตั้งแต่ชาวนาได้เปลี่ยนเป้าหมายการผลิตเพื่อการบริโภคเป็นการผลิตเพื่อขายเป็นหลัก ชาวนาได้เริ่มสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ข้าวให้มีความแตกต่างจากเดิมทั้งในด้านปริมาณและคุณค่า ผ่านกระบวนการต่างๆ คือ 1) การบำรุงข้าว 2) การแปรรูปข้าว และ 3) การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาร่วมสมัย

4. นวัตกรรมด้านองค์กร (organizational innovation) เป็นความสามารถในการปรับตัวของชาวนาที่จะนำแนวคิดและเทคนิคต่างๆ มาใช้ใน

กระบวนการทำนา โดยสามารถจำแนกเป็น 3 ประการ คือ

4.1 การเชื่อมโยงกับภายนอกเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้ชาวนาสามารถพัฒนากระบวนการทำนาได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างมาก พบว่ามี 3 ลักษณะ คือ 1) การเชื่อมโยงแบบผูกมัด 2) การเชื่อมโยงแนวราบ และ 3) การเชื่อมโยงแนวตั้ง

4.2 การบริหารจัดการ เป็นกระบวนการและวิธีการที่ชาวนาได้นำมาใช้ในการทำนาสมัยใหม่ โดยการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ภูมิปัญญาและความรู้สมัยใหม่เข้าด้วยกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำนา สามารถแบ่งได้ 3 ด้าน คือ 1) การวิเคราะห์ปัญหา 2) การมีส่วนร่วมของชาวนา 3) การใช้ทรัพยากรในชุมชนเป็นหลัก เช่น นายทองมี (นามสมมุติ) กล่าวว่า “...สมาชิกทุกคนจะมาช่วยกันตลอด คือ มีอะหยังก็จะมาอู้กัน จะมีการประชุมกันประจำ ถ้ามีปัญหาอะหยังสมาชิกก็มาช่วยกันก็คิดว่าจะยะจะตาย มันเป็นอะหยัง แล้วจะแก้จะตายเหมือนข้าว คือ จ่าวบ้านอู้สึกว่า การขายข้าวหื้อบ่อค่าที่เป็นมาฮับซื้อในชุมชน เป็นมีกฎเกณฑ์นัก บางเตื่อจ่าวบ้านก็ลำบากที่จะยะตาม จ่าวบ้านก็จะมาปรึกษากันว่า จะยะจะตาย จะขายข้าวจะตายดีหรือเขาจะไปขายตีไหนดี แต่พอขายข้าวได้แล้วก็แบ่งหื้อเป็นไปหมด...” (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม พ.ศ. 2564)

4.3 การเพิ่มขีดความสามารถเป็นวิธีการส่งเสริมการทำนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ สามารถจำแนกเป็น 3 วิธีการ คือ 1) การจัดการความรู้ 2) การ





สร้างความสามารถด้านเทคนิค 3) การส่งเสริมเทคโนโลยี

สรุปได้ว่า ถึงแม้ว่าชาวนายังคงทำนาภายใต้ กระแสนิยมเป็นหลัก คือ การทำนาเพื่อขาย ซึ่งมีความสัมพันธ์กับภายนอกตลอดเวล แต่ชาวนาเหล่านี้สามารถปรับตัวและเรียนรู้การประยุกต์ใช้ ภูมิปัญญาในการทำอย่างเหมาะสม จนทำให้เกิด นวัตกรรมใหม่ๆ ที่ชาวนาสามารถพึ่งตนเองได้ทุก กระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำ คือ ก่อนเริ่มทำนา (การเตรียมตัว) กลางน้ำ คือ ระหว่างการทำนา (การเพาะปลูก การบำรุงรักษาและการเก็บเกี่ยว) และปลายน้ำ คือ หลังจากเก็บเกี่ยวผลผลิต (การเก็บเมล็ดพันธุ์ การจำหน่ายและการแปรรูปข้าว)

## 5. อภิปรายผลการวิจัย

นวัตกรรมภูมิปัญญาการทำนาในพื้นที่สูงของชาวนาในจังหวัดพะเยา เกิดจากความสามารถในการปรับตัวและประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา เพื่อลดปัญหาในการทำนาทุกด้าน เช่น ต้นทุนสูง ปัญหาสุขภาพจากสารเคมีในนาข้าว และการพึ่งพาภายนอก จนเกิดการรวมกลุ่มเกี่ยวกับการทำนา คือ กลุ่มข้าวอินทรีย์ กลุ่มผลิตปุ๋ยอินทรีย์ และกลุ่มทำนาข้าวแปลงใหญ่ ซึ่งสอดคล้องและแตกต่างจากงานวิจัยของกรม ทพแก้ว และฉัตรวรัญช์ องค์กร (2563, หน้า 1-13) ส่วนที่สอดคล้อง คือ กลุ่มเริ่มคิดระดมสมองทบทวนถึงปัญหาที่เกิดขึ้นโดยรวมตัวกันทำปุ๋ยอินทรีย์เป็นอย่างแรก และพัฒนาต่อยอดเป็นข้าวอินทรีย์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของภารดี พึ่งสำราญ และเสาวนีย์ วรรณประภา (2558, หน้า 40-54) พบว่า รูปแบบและประเภท

นวัตกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น จะเริ่มตั้งแต่เป็น นวัตกรรมกระบวนการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ และนวัตกรรมบริการในลักษณะศูนย์เรียนรู้ตามแนวพระราชดำริ ส่วนที่แตกต่าง คือ นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ไม่ใช่ผลผลิตที่เป็นวัตถุเท่านั้น เช่น ข้าวแปรรูป และปุ๋ยอินทรีย์ แต่ยังมีนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่วัตถุ คือ นวัตกรรมชาวนาซึ่งเป็น นวัตกรรมด้านความคิด ที่เกิดจากความสามารถ และความกล้าหาญ ตลอดถึงการให้บริการความรู้ของชาวนา อย่างไรก็ตาม การรวมกลุ่มข้าวอินทรีย์ เป็นนวัตกรรมที่สำคัญ เพราะส่งผลให้ชาวนามีศักยภาพมากขึ้น ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การระดมทุนและการสร้างเครือข่ายทางสังคม ซึ่งกลายเป็นทุนทางสังคมที่สำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของอภิชาติ กิตติศักดิ์ นาวิน และธีรศักดิ์ อุ่ณอารณณ์เลิศ (2559, หน้า 103-115) พบว่า ทุนทางสังคมมีบทบาทและมีความสำคัญต่อนวัตกรรมภูมิปัญญาการจัดการ ความรู้มีบทบาท และมีความสำคัญต่อนวัตกรรม ภูมิปัญญาความคิดสร้างสรรค์มีบทบาทและมีความสำคัญต่อนวัตกรรมภูมิปัญญา

## 6. ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

แม้ชาวนายังคงทำนาภายใต้ทุนนิยม คือ การผลิตเพื่อขาย แต่ชาวนายังสามารถสร้าง นวัตกรรมภูมิปัญญาที่ส่งผลต่อการพึ่งตนเอง เช่น แนวคิดการแปรรูปข้าว การรวมกลุ่มเกี่ยวกับการทำนา การเป็นผู้ประกอบการชาวนาและ นวัตกรรมชาวนา ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการ



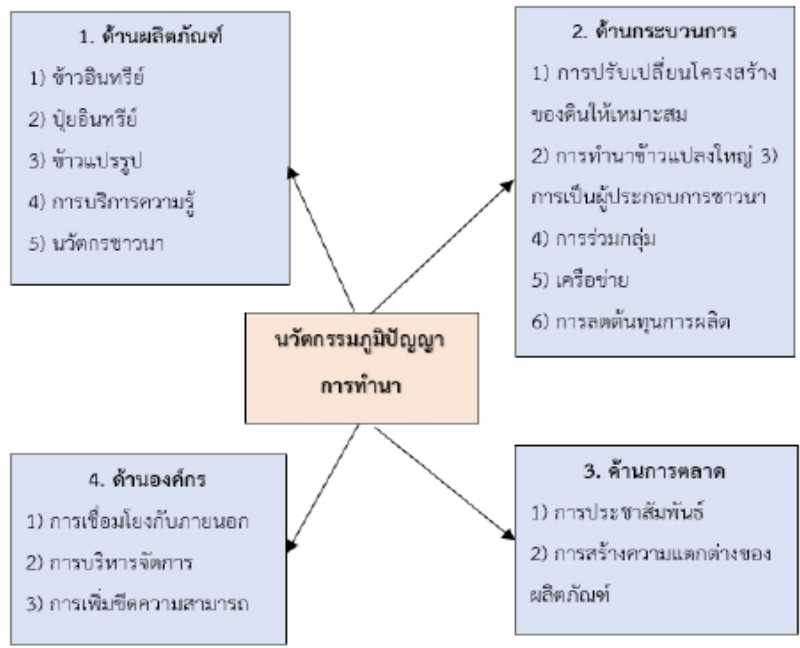
กำหนดนโยบายที่มีความสัมพันธ์กับการทำนา โดยเฉพาะหน่วยงานระดับท้องถิ่น เช่น เทศบาล ตำบลหรือเทศบาลอำเภอ ควรส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาในการทำนาให้กับชาวนาอย่างจริงจังจ้ตามรูปแบบดังกล่าว

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากชาวนายังคงทำนาภายใต้ กระแสทุนนิยมเป็นหลัก ส่งผลให้เกิดการพึ่งพาภายนอกอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการขายข้าวให้กับกลุ่มนายทุน ดังนั้น ควรศึกษาขบวนการลดการพึ่งพาภายนอกหรือนวัตกรรมลดต้นทุนการผลิตในแต่ละกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งจะทำให้ชาวนาสามารถพึ่งตนเองได้และมีความยั่งยืน

7. องค์ความรู้ที่ได้รับ

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า นวัตกรรมภูมิปัญญาการทำนาเป็นการปรับตัวของชาวนาและการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาในการทำนาทุกขั้นตอน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ จึงเกิดเป็นนวัตกรรมแต่ละด้าน คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ข้าวอินทรีย์ ปุ๋ยอินทรีย์ ข้าวแปรรูป การบริการความรู้ และนวัตกรรมชาวนา 2) ด้านกระบวนการ ได้แก่ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างของดินให้เหมาะสม การทำนาข้าวแปลงใหญ่ การเป็นผู้ประกอบการชาวนา การร่วมกลุ่ม เครือข่าย และการลดต้นทุนการผลิต 3) ด้านการตลาด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ 4) ด้านองค์กร ได้แก่ การเชื่อมโยงกับภายนอก การบริหารจัดการ และการเพิ่มขีดความสามารถ ซึ่งสามารถเขียนเป็นรูปภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ที่ได้รับ





## เอกสารอ้างอิง

- กฤษภา วจนสาระ (2550). *มองหาความเป็นธรรมในสังคมไทยผ่านคนชายขอบ*. เข้าถึงได้จาก [http://www2.ipsr.mahidol.ac.th/ConferenceVIII/Download/Article\\_Files/1-SocialJustice-Kulapa.pdf](http://www2.ipsr.mahidol.ac.th/ConferenceVIII/Download/Article_Files/1-SocialJustice-Kulapa.pdf)
- ภาวดี พิงสำราญ และเสาวนีย์ วรรณประภา. (2558). กระบวนการสื่อสารปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการแพร่กระจายนวัตกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษา ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ. *วารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 10(2), 40-54.
- ยศ สันตสมบัติ. (2546). *พลวัตและความยืดหยุ่นของสังคมชานนา: เศรษฐกิจชุมชนภาคเหนือและการปรับกระบวนการที่ค้นคว้าด้วยชุมชนในประเทศโลกที่สาม*. เชียงใหม่: วิทอนดีไซน์ จำกัด.
- ศรมณ เทพแก้ว และฉัตรวรวิทย์ องค์กรสิงห์. (2563). การสร้างสรรค์นวัตกรรมสังคมในวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวบ้านอุ่มแสง จ.ศรีสะเกษ. *วารสารนวัตกรรมกรรมการบริหารและการจัดการ*, 8(1), 1-13.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *รายงานการวิเคราะห์สถานการณ์ความยากจนและความเหลื่อมล้ำในประเทศไทย 2559*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *ข่าวเศรษฐกิจและสังคม*. เข้าถึงได้จาก [http://www.nesdb.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7641](http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7641)
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). *สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2560*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงการเกษตร.
- สุรสุม กฤษณะจุฑา, สมชัย ภัทรธนานันท์ และชยันต์ วรรณนะภูติ. (2558). การหันกลับมาศึกษาที่ดินกับชานนาและพลวัตสังคมชนบทอีสานในศตวรรษที่ 21. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 6(1), 61-88.
- อภิชาติ กิตติศักดิ์ดิโนวิน และธีรศักดิ์ อุ่่นอารมณ์เลิศ. (2559). การพัฒนาตัวแบบการจัดการนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงของปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อเสริมสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์*, 8(2), 103-115.
- Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD). (2005). *Oslo manual: guidelines for collecting and interpreting innovation data*. (3rd ed). France: OECD Publications.

