

# ข้าวจากหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ

ฉบับวันพฤหัสบดีที่ 16 เมษายน พ.ศ.2563

คอลัมน์ หน้ามองฟ้า เท้าเหยงดิน : ผักบุ้ง...ดีที่สุด



ผักบุ้ง เป็น 1 ใน 7 พืชผักใช้น้ำน้อย ยอดฮิตตลอดกาล นอกจากจะใช้น้ำน้อยแค่ไร่ละ 300 ลบ.ม. ยังสร้างรายได้หลังหักต้นทุนสูงถึงไร่ละ 36,400 บาท แม้จะน้อยกว่าพริก แต่ด้วยใช้ระยะเวลาแค่ 20-25 วัน เก็บเกี่ยวได้แล้ว...ถ้านับช่วงเวลาที่เท่ากัน ผักบุ้งจะทำกำไรมากกว่าพริกถึง 2 เท่าตัว ที่

สำคัญปลูกง่าย ไม่ต้องดูแลอะไรมากมาย และแทบไม่มีโรคแมลงรบกวนเท่าใดนัก แถมตลาดยังต้องการตลอด ขายได้ทั้งแบบต้นแก่และต้นอ่อน จึงถือเป็นไฮไลต์ของพืชใช้น้ำน้อย ที่บริษัท ฮีลท์ เวสท์ ซีด แนะนำให้ปลูกในหน้าแล้งนี้

พื้นที่ 1 ไร่ สามารถปลูกได้ถึง 450,000-1,350,000 ต้น แต่ก่อนจะลงมือปลูกให้เตรียมดินด้วยการหว่านปุ๋ยสูตร 15-15-15 จำนวน 60 กรัม ปุ๋ยคอก 3 กก. คลุกเคล้ากับดินทุก 2 เมตร กำหนดระยะห่างระหว่างแถวและระหว่างต้น โดยใช้ไม้กำหนดระยะ ส่วนใหญ่ใช้ระยะห่างตั้งแต่ 5-10 ซม. แต่หากพื้นที่จำกัดหรือทำแบบต้นอ่อน อาจใช้ระยะน้อยกว่านี้ได้ แล้วหว่านเมล็ดบางๆ หว่านเมล็ดได้ 4-7 วัน จะเริ่มเห็นต้นอ่อน

การดูแล บำรุงรักษาไม่ยุ่งยาก...หลังลงปลูกได้ 7 วัน ใส่ปุ๋ยสูตรเสมอ 15-15-15 ปริมาณ 5 กรัม ที่ปลายรากบริเวณโคนต้น ลึกประมาณ 2.5 ซม. จากนั้นเมื่ออายุ 14 วัน ให้ใส่อีกครั้งในปริมาณเท่าเดิม รออีกประมาณ 1 สัปดาห์ สามารถเก็บเกี่ยวได้

โรคแมลงมีแค่โรคเดียวที่พบบ่อย โรคราสนิมขาว...จะพบตุ่มนูนสีขาวด้าน เกาะติดใบล่าง ด้านหน้าใบมีหย่อมเขียวปนเหลืองหรือซีดกระจายเป็นหย่อมๆ พบแผลเช่นนี้ได้ใบทุกระยะ

ป้องกันและควบคุม...หมั่นตรวจแปลงอย่างสม่ำเสมอ หากพบให้พ่นสารป้องกันโรคคลุกกลาม โดยสารที่ได้ผลดี ได้แก่ แมนโคเซบ หรือ ซัลเฟอร์

## ตราฉัตรอุ้มร้านข้าวแกง ขายออนไลน์ฝ่าโควิด-19



สถานการณ์การระบาดไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่อธุรกิจหลายประเภท หากปรับเปลี่ยนไม่ทัน เสี่ยงหยุดกิจการ หนึ่งในนั้นที่ได้รับผลกระทบหนัก คือผู้ประกอบการร้านอาหาร จนแทบไม่มียอดขายเข้ามา เนื่องจากการบริการยังคงชะงักกับการค้าในรูปแบบเดิมๆ ให้ลูกค้านั่งรับประทานในร้าน แม้ร้านอาหารหลายแห่งมีจุดแข็งด้านความถนัดเรื่องทำอาหารอร่อยก็ตาม ต่างจากธุรกิจร้านอาหารออนไลน์ “ดีลิเวอรี” ที่กลับเติบโตอย่างรวดเร็ว

เพื่อช่วยร้านอาหารไทยให้สามารถผ่านวิกฤติสามารถขยายช่องทาง การจำหน่ายอาหารเพิ่มขึ้น นายสุเมธ เหล่าโมราพร ประธานคณะผู้บริหาร กลุ่มธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ เครือเจริญโภคภัณฑ์ (ข้าวตราฉัตร) เผยว่า ในฐานะที่บริษัท ซีพี.ข้าวตราฉัตร มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาดออนไลน์ จึงสนับสนุนเปิดช่องทางการจำหน่ายอาหารผ่านระบบออนไลน์ ให้กับ 50 ร้านค้าพันธมิตร ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ขายในรูปแบบพู้ดดีลิเวอรีผ่านช่องทาง LINE MAN พร้อมกับสนับสนุนพื้นที่สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร และโปรโมชันของร้านอาหารให้กับผู้บริโภค ผ่านทุกช่องทาง ให้กับร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการฟรี



“นอกจากผู้บริโภคจะได้รับประทานอาหารไทยอร่อยๆ จากเจ้าประจำ เมนูทุกจานใช้ข้าวหอมมะลิจากพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ และข้าวฉัตรโลโก้ (กข.43) ข้าวเพื่อสุขภาพ ที่ปลูกโดยชาวนาไทย ส่งตรงถึงผู้บริโภคแล้ว แต่ละร้านค้ายังนำเทคนิควิธีการปรุงอาหาร มาจัดทำเป็นคลิปวิดีโอ สอนทำอาหารแบบง่ายๆ ภายใต้มenu Social Distancing เมนูสุขไม่เว้นระยะห่าง เป็นการส่งต่อความสุขเล็กๆ ให้กับสมาชิกที่ร่วมกันอยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ ได้ทำเมนูอาหารอร่อยๆ ได้ไม่เบื่อผ่าน Facebook: ตราฉัตร Family

<https://www.facebook.com/KhaoTraChat> และในอนาคต เมื่อวิกฤติโควิด-19 จะผ่านพ้นไปแล้ว ทางข้าวตราฉัตรจะยังคงพัฒนารูปแบบการซื้อขายผ่านทางออนไลน์ในระบบนี้ต่อไป ทั้งนี้ เพื่อสร้างผู้ประกอบการร้านอาหารไทยให้สามารถทำมาค้าขายในโลกออนไลน์ของอนาคตไปได้ อย่างเข้มแข็ง โดยธุรกิจร้านค้าอาหารที่สนใจเข้าร่วมโครงการนี้ สามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่ 0-2646-7200” ประธานคณะผู้บริหารข้าวตราฉัตรกล่าว