

การส่งเสริมการผลิตและการตลาดด้วยหอมทองเพื่อการส่งออกของเกษตรกร
ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

นางสาวพวงชมพู ประเสริฐศรี



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต
วิชาเอกส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2564

**An Extension of Gros Michel Banana Production and Marketing for
Export to Farmers in Chaiya District of Surat Thani Province**

Miss Pongchompoo Prasertsri



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Agricultural Extension and Development

School of Agriculture and Cooperatives

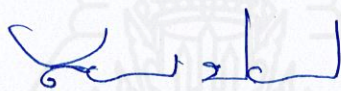
Sukhothai Thammathirat Open University

2021

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกของ
เกษตรกรในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ชื่อและนามสกุล นางสาวพวงชมพู ประเสริฐศรี
วิชาเอก ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
สาขาวิชา เกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันท์ สีสังข์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลสรานู สราญรัมย์

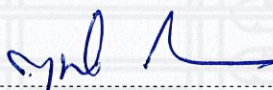
วิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2565

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



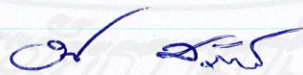
ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.สมสวย ปัญญาสิทธิ์)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันท์ สีสังข์)



กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลสรานู สราญรัมย์)



ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์)

๙๗

ชื่อวิทยานิพนธ์ การส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกของเกษตรกรในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผู้วิจัย นางสาวพวงชมพู ประเสริฐศรี รหัสนักศึกษา 2579002052

ปริญญา เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร)

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันท์ สีสั่งข์ (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลสรานู สราญรมย์

ปีการศึกษา 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร 2) สภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง 3) ความรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก 4) ความต้องการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก และ 5) ปัญหาของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

ประชากรในการวิจัยคือ เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรดีที่เหมาะสม ในเขตอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 122 ราย เก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมดโดยใช้แบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือสูงกว่า อายุเฉลี่ย 42 ปี ประสบการณ์การผลิตกล้วยหอมทองเฉลี่ย 6 ปี ได้รับความรู้ด้านการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองจากเครือข่าย/เพื่อนบ้าน รองลงมาคือ เอกสารจากหน่วยงานของเกษตรกรงานราชการ และเว็บไซต์ ตามลำดับ 2) เกษตรกรปลูกกล้วยหอมทองในพื้นที่ลาดเอียง ไม่ไถเตรียมดินก่อนปลูกกล้วยหอมทอง ใช้พันธุ์กล้วยหอมทองค่อม โดยการซื้อพันธุ์ ระยะปลูก 3 x 3 เมตร ใช้ปุ๋ยหินฟอสเฟตและปุ๋ยอินทรีย์รองกันหลุมก่อนปลูก นิยมปลูกกล้วยหอมทองในเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายน ใส่ปุ๋ยในระยะก่อนการเก็บผลผลิต มีการปลูกพืชแซมสวนกล้วยหอมทอง ตัดแต่งในฤดูร้อน กำจัดวัชพืชโดยใช้แรงงานคนจำนวน 2 ครั้ง/รอบการผลิต การเก็บเกี่ยวเมื่ออายุ 5 – 10 เดือน กำจัดโรคและแมลงด้วยชีววิธี และได้รับผลผลิตน้อยกว่า 100 กิโลกรัม/รอบการผลิต 3) เกษตรกรมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกอยู่ในระดับดีมาก โดยจำนวนเกษตรกรตอบอย่างถูกต้องเกินกว่าร้อยละ 70 เกือบทุกข้อ ยกเว้น ประเด็นเดียวคือ ความลึกในการปลูกกล้วยหอมเท่านั้น 4) เกษตรกรมีความต้องการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองจากสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสิ่งพิมพ์ โดยต้องการให้มีการสาธิต บรรยาย ฝึกปฏิบัติ และทัศนศึกษา และ 5) ปัญหาเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง ได้แก่ ดินขาดความอุดมสมบูรณ์ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ พื้นที่ไม่เหมาะสม การเก็บเกี่ยวผลผลิต การปลูกพืชร่วม การขาดน้ำในฤดูแล้ง การขาดการรวมกลุ่มเกษตรกร และไฟไหม้สวน นอกจากนี้ เกษตรกรมีปัญหาในการปลูกและดูแลรักษา การป้องกันและกำจัดศัตรูพืช และเงินทุนการผลิต

คำสำคัญ การส่งเสริมการผลิตผลไม้เพื่อการส่งออก การผลิตกล้วยหอมทอง การตลาดกล้วยหอมทอง

Thesis title: An Extension of Gros Michel Banana Production and Marketing for Export to Farmers in Chaiya District of Surat Thani Province

Researcher: Miss Pongchompoo Prasertsri; **ID:** 2579002052

Degree: Master of Agriculture (Agricultural Extension and Development);

Thesis advisors: (1) Dr. Sunan Seesang, Associate Professor;

(2) Dr. Ponsaran Saranrom, Assistant Professor; **Academic year:** 2021

Abstract

The purpose of this research was to study 1) socio-economic status of farmers, 2) conditions of Gros Michel banana production and marketing, 3) farmers' knowledge of Gros Michel banana production and marketing, 4) farmers' needs in an extension of Gros Michel banana production and marketing for export, and 5) the problems of farmers in Gros Michel banana production and marketing for export.

The population consisted of 122 Gros Michel banana farmers. All of them were included in the data collection. The data were collected by a questionnaire and analyzed to determine frequency, percentage, maximum value, minimum value, mean, and standard deviation.

The results revealed that 1) majority of farmers were male with an average age of 42 years old and finished secondary education or higher. They had experience in Gros Michel banana production for an average of six years. They gained knowledge from relatives or neighbors, government brochures, and website, respectively. 2) The plantation area was sloping type, unprepared soil, spacing of 3x3 meters, phosphate and organic fertilizer application for the lowest layer of planting holes, planting in May to June, fertilizer application before harvesting, inter-cropping plantation, trimming in summer, weed control by labor for two times/crop, harvesting at age from five to ten months, disease and insect control by biological method, and less than 100 kilograms per crop of produce. 3) They had very good basic knowledge of Gros Michel banana production and marketing for export. There were over 70 percent of farmers gave the answers correctly, except only one aspect was lower this percentage that was the depth of planting hole. 4) The farmers needed an extension of Gros Michel banana production and marketing from personal media at the most level, followed by electronic media, and print media. They also needed extension methods in the form of demonstration, lecture, practice, and field trip. Furthermore 5) problems of Gros Michel banana production and marketing for export, lack of soil fertility was considered at the highest level. They also had problems of unsuitable plantation area, harvesting, multiple cropping, no water in dry season, lack of farmer grouping, and fire in plantation area. Moreover, they also had problems of planting and maintenance, pest control, and investment fund.

Keywords: Extension of fruit production for export, Gros Michel banana production, Gros Michel banana marketing

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.สุนันท์ สีสังข์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลสรานู ทรายูรัมย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่กรุณาให้คำปรึกษา เสนอแนะ แนวคิดในการเรียบเรียง และอาจารย์ ดร.สมสวย ปัญญาสิทธิ์ ประธานกรรมการสอบที่ได้ให้ข้อเสนอแนะและแนะนำให้ถูกต้อง สมบูรณ์ยิ่งขึ้นผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีทุกท่าน ที่ให้การสนับสนุนข้อมูล และขอขอบคุณเกษตรกรทุกท่านที่ให้ข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ของคุณเพื่อนนักศึกษาปริญญาโทวิชาเอกส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่ให้การสนับสนุนและกำลังใจ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดาและมารดาที่ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจเสมอ ทำให้ฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ จนสำเร็จลุล่วงด้วยดีมาโดยตลอด ซึ่งผู้วิจัยถือว่าเป็นกำลังใจที่มีคุณค่าเป็นอย่างยิ่งต่อการนำไปสู่ความสำเร็จในการทำวิทยานิพนธ์

สุดท้ายนี้ คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่ บิดา มารดา ครูบาอาจารย์ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่านไว้ ณ ที่นี้

พวงชมพู ประเสริฐศรี

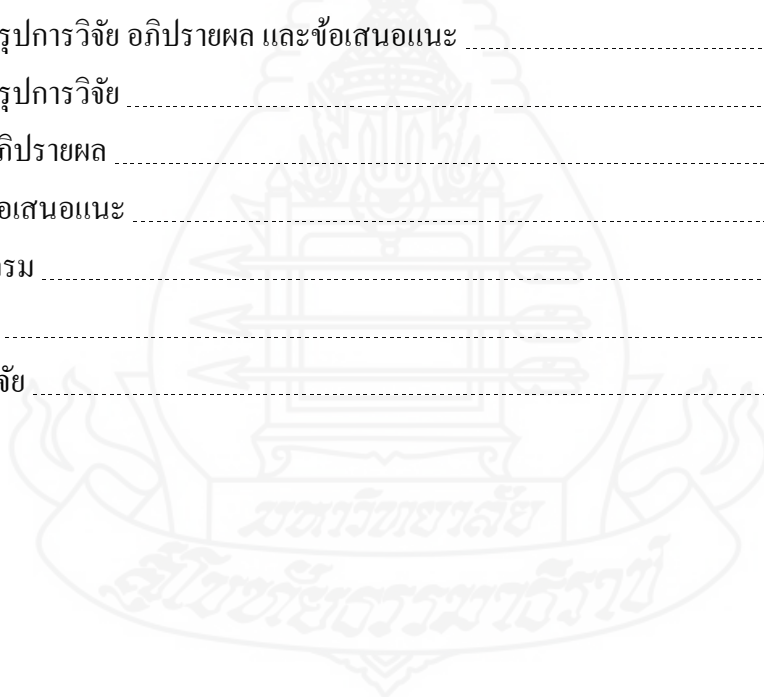
กุมภาพันธ์ 2565

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
สภาพทั่วไป เศรษฐกิจ และสังคมของจังหวัดสุราษฎร์ธานีและอำเภอไชยา	7
การจัดการการผลิตทางการเกษตรที่ดีสำหรับกล้วยหอมทอง	13
การจัดการคุณภาพและมาตรฐานกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก	17
แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร	21
ทฤษฎีความต้องการ	29
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
การวิเคราะห์ข้อมูล	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
ตอนที่ 1 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร	41
ตอนที่ 2 สภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองของเกษตรกร	50
ตอนที่ 3 ความรู้พื้นฐานของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาด กล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก	60
ตอนที่ 4 ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิต กล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก	63
ตอนที่ 5 ปัญหาของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาด กล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก	66
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	69
สรุปการวิจัย	69
อภิปรายผล	72
ข้อเสนอแนะ	76
บรรณานุกรม	77
ภาคผนวก	80
ประวัติผู้วิจัย	94



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1	สภาพทางสังคมของเกษตรกร..... 43
ตารางที่ 4.2	สภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกร..... 47
ตารางที่ 4.3	สภาพการผลิตกล้วยหอมทองของเกษตรกร..... 52
ตารางที่ 4.4	สภาพการตลาดกล้วยหอมทองของเกษตรกร..... 58
ตารางที่ 4.5	ความรู้พื้นฐานของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาด กล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก..... 61
ตารางที่ 4.6	ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิต กล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก..... 64
ตารางที่ 4.7	ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดเพื่อการส่งออก..... 65
ตารางที่ 4.8	ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมด้านช่องทาง การส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก..... 65
ตารางที่ 4.9	ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิต กล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก..... 66
ตารางที่ 4.10	ปัญหาของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาด กล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก..... 67



ญ

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	4
ภาพที่ 2.1 แผนที่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี	7



บทที่ 1

บทนำ

1. ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

กล้วยหอมทอง เป็นพืชเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่มีศักยภาพในการส่งออก โดยเฉพาะตลาดประเทศญี่ปุ่นมีความต้องการสูง และด้วยคุณลักษณะของกล้วยหอมทองพันธุ์แท้ที่มีน้ำหนักรวมสูง ลักษณะของกล้วยหอมทองแต่ละลูกที่เรียงตัวกันอยู่ในหวีอย่างสวยงาม สีสวย รสชาติดี มีกลิ่นหอม นำมารับประทาน อีกทั้งกล้วยหอมทองของไทยมีความปลอดภัยไร้สารเคมีและสารพิษตกค้างปนเปื้อน จึงทำให้กล้วยหอมทองของไทยได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในตลาดประเทศญี่ปุ่น ซึ่งนับวันแนวโน้มความต้องการของตลาดยิ่งเพิ่มสูงขึ้น ประเทศไทยมีการส่งออกกล้วยหอมทองกับคู่ค้าอย่างประเทศญี่ปุ่นมานานกว่าสิบปี ซึ่งคนญี่ปุ่นเองนิยมบริโภคกล้วยหอมทองจากประเทศไทยมากกว่ากล้วยหอมจากประเทศอื่น ๆ เช่น ฟิลิปปินส์ เอกวาดอร์ และโคลอมเบีย ที่มีการส่งออกกล้วยหอมไปประเทศญี่ปุ่นเหมือนกัน เนื่องจากกล้วยหอมทองของไทยมีรสชาติหอมหวาน เปลือกบาง เนื้อไม่เหนียว จึงทำให้สามารถขายได้ในราคาที่สูงกว่ากล้วยหอมจากประเทศคู่แข่ง แต่ประเทศไทยก็สามารถส่งออกได้เพียง 0.2 เปอร์เซ็นต์ เท่านั้น ทำให้ความต้องการนำเข้ากล้วยหอมทองจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งที่ประเทศญี่ปุ่นต้องนำเข้ามากถึงปีละ 1 ล้านตัน จากความต้องการของตลาดที่มีมากขึ้นนี้ ทำให้ประเทศไทยต้องมีการเพิ่มฐานการผลิต โดยเพิ่มพื้นที่การปลูกกล้วยหอมทองให้มากขึ้น แต่ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ทำให้การเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกเป็นไปได้อย่างล่าช้า (สำนักงานเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2562: 11)

กล้วยหอมทองที่ปลูกในประเทศไทย ลักษณะทั่วไปของกล้วยหอมทองจะมีลำต้นสูง 2.5 - 3.5 เมตร เส้นผ่านศูนย์กลางมากกว่า 20 เซนติเมตร กาบลำต้นด้านนอกมีประจำ ด้านในสีเขียวอ่อนและมีเส้นลายสีชมพู ก้านใบมีร่องค่อนข้างกว้างและมีปีก เส้นกลางใบสีเขียว ส่วนของดอก ก้านเครือมีขนปปลีรูปไข่ ค่อนข้างยาว ปลายแหลม ด้านบนสีแดงอมม่วง ด้านในสีแดงซีด กล้วยเครือหนึ่งมี 4-6 หวี หวีหนึ่งมี 12-16 ผล ผลกว้าง 3-4 เซนติเมตร และยาว 21-25 เซนติเมตร ปลายผลมีจุดเห็นชัด เปลือกบาง

เมื่อสุกเปลี่ยนเป็นสีเหลืองทอง แต่ที่ปลายจุกจะมีสีเขียว แล้วเปลี่ยนสีภายหลัง เนื้อสีเหลืองเข้ม กลิ่นหอม รสหวาน (สำนักงานเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2562: 11)

การเพาะปลูกกล้วยหอมทองจะมีระยะเวลาการให้ผลผลิตนับตั้งแต่การเพาะปลูกจนกระทั่งเก็บเกี่ยวผลผลิตได้นั้นจะใช้เวลาประมาณ 9-11 เดือน เพราะฉะนั้นการเพาะปลูกจะต้องวางแผนล่วงหน้าประมาณ 1 ปี โดยพื้นที่ 1 ไร่จะสามารถปลูกกล้วยหอมทองได้ประมาณ 400 ต้น ซึ่งจะให้ผลผลิตประมาณ 3 ตัน แต่มีความต้องการที่จะส่งออกอย่างน้อยเดือนละ 30 ตัน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วในการผลิตกล้วยหอมทองไม่สามารถให้ผลผลิตตามขนาดที่ต้องการได้พร้อมกันทุกต้น ดังนั้น ในการผลิตจะเลือกต้นที่มีผลผลิตที่เหมาะสมเพื่อการผลิตเท่านั้น แต่ในพื้นที่ 1 ไร่ สามารถตัดกล้วยหอมทองได้หมดภายใน 3 เดือน เพราะฉะนั้นเพื่อให้ได้ผลผลิตตามปริมาณที่ต้องการ จะต้องมีการวางแผนในการปลูกกล้วยหอมทองให้ได้ประมาณ 30 ไร่ ในแต่ละเดือน (สำนักงานเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2562: 11)

ส่วนพื้นที่ที่เหมาะสมในการปลูก คือ ต้องเป็นพื้นที่ที่ไม่มีลมแรง ถ้ามีลมแรงความเร็วประมาณ 40-50 กิโลเมตรต่อชั่วโมง จะทำให้เกิดความเสียหายบริเวณโคนต้นกล้วยได้ ถ้าความเร็วลมตั้งแต่ 95 กิโลเมตรต่อชั่วโมงขึ้นไป จะทำให้ต้นกล้วยหักล้มลงทันที สภาพของดินที่ใช้ในการเพาะปลูกจะต้องมีความอุดมสมบูรณ์ และมีแหล่งน้ำที่สามารถนำมาใช้การได้ในกรณีฝนทิ้งช่วง หรือกรณีฝนตกมากเกินไปต้องมีทางระบายน้ำได้ด้วย อุณหภูมิที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตไม่ควรต่ำกว่า 15 องศาเซลเซียส และไม่ควรสูงกว่า 35 องศาเซลเซียส ดินพันธุ์ควรใช้พันธุ์พื้นเมืองในการเพาะปลูก ซึ่งเป็นพันธุ์ที่ให้ผลผลิตที่สูง มีรสชาติอร่อย หอมหวาน ผลโต และได้รับความนิยมจากตลาด นอกจากนี้ แม้ตลาดของกล้วยหอมทองในพื้นที่อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีตลาดที่แน่นอน แต่เป็นตลาดที่รับซื้อเฉพาะหน้า ไม่มีการทำสัญญาซื้อล่วงหน้า และไม่มีการรับประกันราคาที่รับซื้อ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรูปแบบการผลิตของเกษตรกร ซึ่งถ้าเกษตรกรผลิตกล้วยหอมทองแบบคุณภาพ แต่ไม่ได้ราคาที่คุ้มทุนจะทำให้เกษตรกรไม่มีแรงจูงใจในการผลิตกล้วยหอมทองคุณภาพได้ (สำนักงานเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2562: 12)

พื้นที่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีหลายพื้นที่ที่มีศักยภาพในการปลูกและผลิตกล้วยหอมทอง และจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่า พื้นที่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการปลูกกล้วยหอมทองในหลายแห่งหลายอำเภอ เช่น อำเภอท่าชนะ อำเภอบ้านนาสาร อำเภอบ้านนาเดิม อำเภอดอนสัก และอำเภอไชยา แต่การเพาะปลูกยังไม่ค่อยได้รับความนิยมกันมากนัก ทั้ง ๆ ที่กล้วยหอมทองเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีอนาคต (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะเข้าไปศึกษาวิจัย

สภาพการผลิตและรูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานกล้วยหอมทองของจังหวัดสุราษฎร์ธานีว่า สภาพการผลิตอย่างไร และรูปแบบในการจัดการตลาดและห่วงโซ่อุปทานอย่างไร

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร
- 2.2 เพื่อศึกษาสภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองของเกษตรกร
- 2.3 เพื่อศึกษาความรู้พื้นฐานของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก
- 2.4 เพื่อศึกษาความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก
- 2.5 เพื่อศึกษาปัญหาของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยในการศึกษา เรื่อง การส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกของเกษตรกรในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีตัวแปรดังนี้

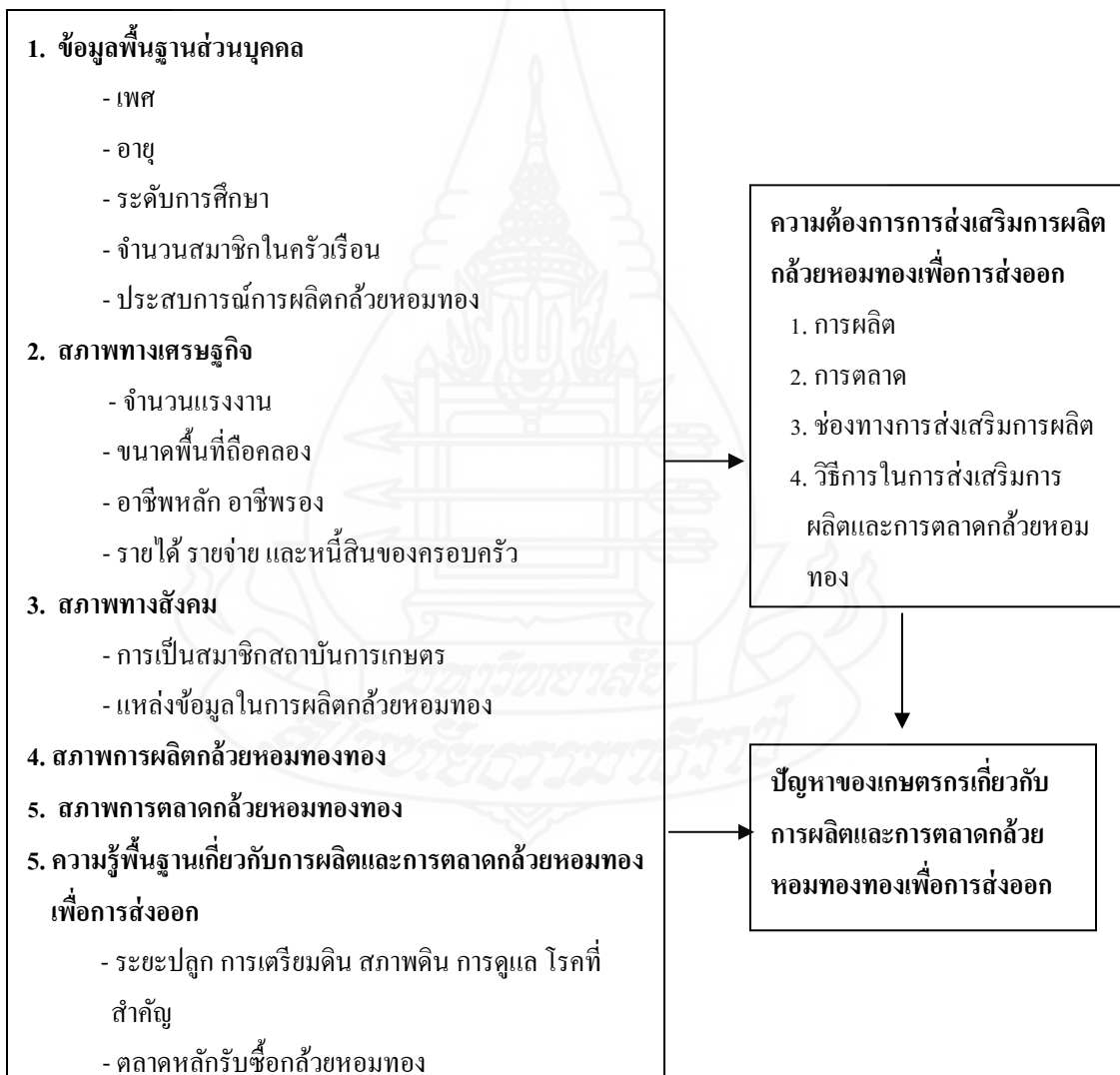
- 3.1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และประสบการณ์การผลิตกล้วยหอมทอง
- 3.2 สภาพทางเศรษฐกิจ ได้แก่ จำนวนแรงงาน ขนาดพื้นที่ถือครอง อาชีพหลัก อาชีพรอง รายได้ของครอบครัว รายจ่ายของครอบครัว และหนี้สินของครอบครัว
- 3.3 สภาพทางสังคม ได้แก่ การเป็นสมาชิกสถาบันการเกษตรและแหล่งข้อมูลในการผลิตกล้วยหอมทอง
- 3.4 สภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง ได้แก่ สภาพการผลิตกล้วยหอมทอง ด้านสภาพพื้นที่ ลักษณะของดิน เตรียมดิน พันธุ์กล้วยหอมทอง ระยะเวลาปลูก การใช้ปุ๋ย การตัดแต่งกิ่ง การ

กำจัดวัชพืช การเก็บเกี่ยว และ สภาพการตลาดกล้วยหอมทอง ด้านการแปรรูป รูปแบบการขาย การกำหนดราคา การรวมกลุ่ม

3.5 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก ได้แก่ ระยะเวลาปลูก การเตรียมดิน สภาพดิน การดูแล โรคที่สำคัญ และตลาดหลักรับซื้อกล้วยหอมทอง

3.6 ความต้องการการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก ได้แก่ การผลิต การตลาด ช่องทางการส่งเสริมการผลิต และวิธีการในการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง

3.7 ปัญหาของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 ขอบเขตเชิงพื้นที่ ทำการศึกษาข้อมูลจากเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองเป็นพืชเศรษฐกิจในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

4.2 ขอบเขตเชิงเนื้อหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล สภาพทางเศรษฐกิจ สภาพทางสังคม. สภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง ความต้องการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทอง และปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง

4.3 ขอบเขตเชิงเวลา การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะศึกษาข้อมูลจากเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนมีนาคม – ธันวาคม 2562

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 เกษตรกร หมายถึง เกษตรกรผู้ผลิตกล้วยหอมทองในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

5.2 การผลิตกล้วยหอมทอง หมายถึง การผลิตกล้วยหอมทองส่งออกในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

5.3 กล้วยหอมทองส่งออก หมายถึง ผลผลิตกล้วยหอมทองที่มีการผลิตที่ได้มาตรฐานและคุณภาพตามมาตรฐานที่กรมวิชาการเกษตรรับรอง

5.4 เทคโนโลยีการผลิตกล้วยหอมทองส่งออก หมายถึง การนำความรู้ ทักษะประสบการณ์ต่าง ๆ นำมาใช้ในการกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

5.5 ความรู้การผลิต หมายถึง องค์ความรู้ในการผลิตกล้วยหอมทองของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองในพื้นที่ อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

5.6 ความต้องการการส่งเสริมการผลิต หมายถึง ความต้องการการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองคุณภาพเพื่อการส่งออกของเกษตรกร ในพื้นที่ อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

5.7 ปัญหา หมายถึง ปัญหาในการผลิตกล้วยหอมทองคุณภาพเพื่อการส่งออกของเกษตรกรในพื้นที่ อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

6.8 การตลาดกล้วยหอมทอง หมายถึง ตลาดของกล้วยหอมทองคุณภาพ ซึ่งเป็นทั้ง การตลาดท้องถิ่น ตลาดทั่วไป และตลาดส่งออกของเกษตรกร ในพื้นที่ อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

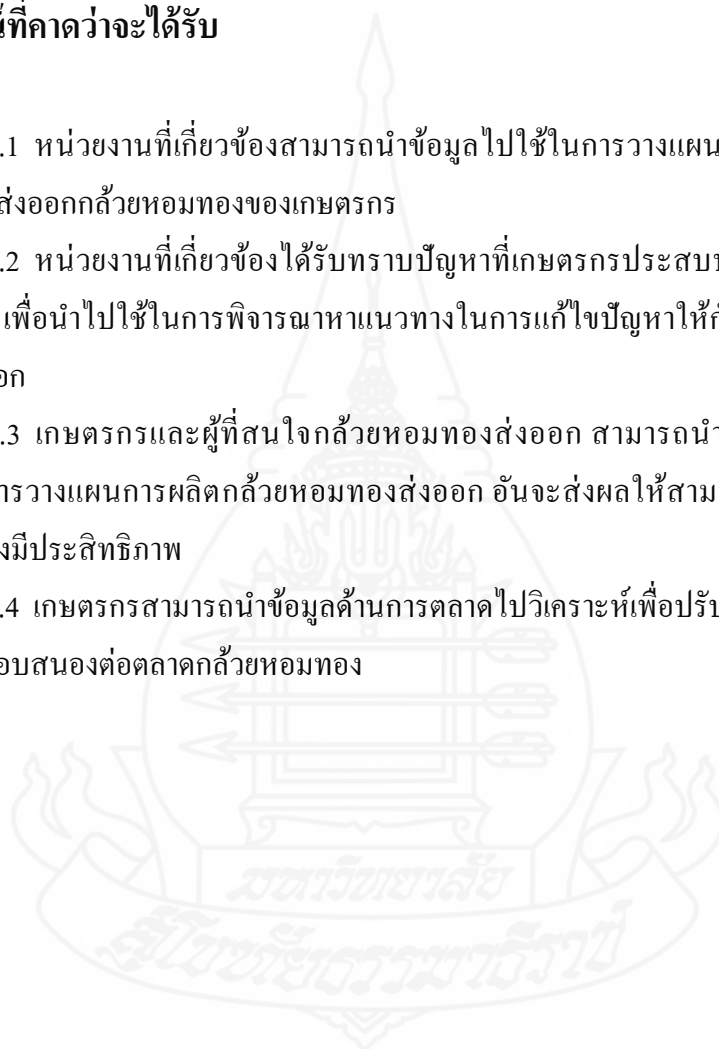
6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนพัฒนาส่งเสริมการผลิต และตลาดการส่งออกกล้วยหอมทองของเกษตรกร

6.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบปัญหาที่เกษตรกรประสบปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกร เพื่อนำไปใช้ในการพิจารณาหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้กับเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองส่งออก

6.3 เกษตรกรและผู้ที่สนใจกล้วยหอมทองส่งออก สามารถนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจในการวางแผนการผลิตกล้วยหอมทองส่งออก อันจะส่งผลให้สามารถผลิตกล้วยหอมทองส่งออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.4 เกษตรกรสามารถนำข้อมูลด้านการตลาดไปวิเคราะห์เพื่อปรับเปลี่ยนวางแผนรูปแบบการผลิตเพื่อตอบสนองต่อตลาดกล้วยหอมทอง



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกของเกษตรกรในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี” ผู้วิจัยได้ตรวจเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

1. สภาพทั่วไป เศรษฐกิจ และสังคมของจังหวัดสุราษฎร์ธานีและอำเภอไชยา
2. การจัดการการผลิตทางการเกษตรที่ดีสำหรับกล้วยหอมทอง
3. การจัดการคุณภาพและมาตรฐานกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก
4. แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร
5. ทฤษฎีความต้องการ
6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. สภาพทั่วไป เศรษฐกิจ และสังคมของจังหวัดสุราษฎร์ธานีและอำเภอไชยา

1.1 สภาพทั่วไปของจังหวัดสุราษฎร์ธานี



ภาพที่ 2.1 แผนที่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2562

ข้อมูลสภาพทั่วไปของจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีดังนี้ (สำนักงานเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2562)

1.1.1 ที่ตั้งและอาณาเขต จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตั้งอยู่บนฝั่งตะวันออกของภาคใต้ ห่างจากกรุงเทพมหานคร โดยทางรถยนต์ ประมาณ 645 กิโลเมตร อาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดชุมพรและอำเภอไทย

ทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดกระบี่

ทิศตะวันออก ติดต่อกับทะเลอ่าวไทย และจังหวัดนครศรีธรรมราช

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดพังงาและจังหวัดระนอง

1.1.2 ลักษณะภูมิประเทศ พื้นที่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีส่วนใหญ่เป็นภูเขา ประมาณร้อยละ 49 ของพื้นที่ทั้งหมด โดยเฉพาะท้องที่อำเภอคีรีรัฐนิคมและอำเภอพนมเต็มไปด้วย ป่าและภูเขาอยู่บ้าง ในเขตท้องที่อำเภอกาญจนดิษฐ์ อำเภอเวียงสระ และอำเภอบ้านนาสาร อุดมไปด้วยป่าไม้และภูเขาเช่นกัน พื้นที่โดยทั่วไปถ้าไม่เป็นป่าเขาก็มีเนินสูง ๆ ต่ำ ๆ กระจายอยู่ทั่วไป ที่ราบลุ่มมีทางตอนเหนือ ใกล้ชายฝั่งทะเล ได้แก่ท้องที่อำเภอท่าชนะ อำเภอไชยา และอำเภอท่าฉาง ประชาชนแถบนี้จะมีอาชีพทำนาเป็นหลัก นอกจากนี้บริเวณที่ราบลุ่มได้แก่ชายฝั่งแม่น้ำตาปี คลองพุมดวงและท่าทองอุแท นอกจากนี้พื้นที่ดังกล่าวแล้ว ยังมีพื้นที่เกาะในทะเลอ่าวไทยอีกด้วย เกาะที่มีผู้คนอยู่หนาแน่น ได้แก่ เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า สภาพทั่วไปของเกาะคือบริเวณตอนกลางเป็นภูเขาเป็นแหล่งต้นน้ำลำธาร มีที่ราบอยู่บ้างคือบริเวณชายฝั่งทะเล

1.1.3 ลักษณะภูมิอากาศ จังหวัดสุราษฎร์ธานีตั้งอยู่ในเขตร้อนบริเวณใกล้ศูนย์สูตร จึงมีอากาศแบบโซนร้อน ได้รับอิทธิพลของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ จากอิทธิพลของลมมรสุมทั้งสอง ทำให้ในปีหนึ่ง ๆ จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีเพียง 2 ฤดู คือ ฤดูฝน อยู่ในช่วงเดือน พฤษภาคม - ตุลาคม และ เดือนพฤศจิกายน - กุมภาพันธ์ และฤดูแล้งจะเริ่มเดือนกุมภาพันธ์ - เมษายน

1.1.4 ประชากร จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีประชากรทั้งสิ้น 893,534 คน เป็นชาย 446,265 คน เป็นหญิง 447,269 คน (ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2543) อัตราการเพิ่มของประชากร เฉลี่ยร้อยละ 1.6 ประชากรส่วนใหญ่ ตั้งถิ่นฐานอยู่ในชนบทถึงประมาณร้อยละ 73 อำเภอที่มีประชากรมากที่สุดคือ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ส่วนอำเภอที่มีประชากรน้อยที่สุด คือ อำเภอบ้านตาขุน

1.1.5 การแบ่งเขตการปกครอง จังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งการปกครองออกเป็น 18 อำเภอ 1 กิ่งอำเภอ 13 1 ตำบล 1,032 หมู่บ้าน 255,988 หลังคาเรือน เทศบาล 2 1 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 1 19 แห่ง (ข้อมูลปี 2544) อำเภอต่างๆ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอกาญจนดิษฐ์ อำเภอดอนสัก อำเภอเกาะสมุย อำเภอเกาะพะงัน อำเภอไชยา อำเภอท่าชนะ อำเภอคีรีรัฐนิคม อำเภอบ้านตาขุน อำเภอพนม อำเภอท่าฉาง อำเภอบ้านนาสาร อำเภอบ้านนาเดิม อำเภอเคียนซา อำเภอเวียงสระ อำเภอพระแสง อำเภอพุนพิน อำเภอชัยบุรี กิ่งอำเภอวิภาวดี

1.1.6 สภาพทางเศรษฐกิจ

1) *สภาพทางเศรษฐกิจโดยทั่วไป* จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีสภาพเศรษฐกิจค่อนข้างดี กล่าวคือ รายได้หลักมาจากการดำเนินกิจการด้านเกษตร การอุตสาหกรรม การประมง การเหมืองแร่ การพาณิชย์ และการท่องเที่ยว โดยที่ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี 59,793 บาท จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีธนาคารทั้งหมด 15 ธนาคาร 68 สาขา มีสำนักงานด้านบริการด้านหลักทรัพย์ และสำนักงานอำนวยการสินเชื่อ 7 แห่ง สินค้านำเข้าเป็นเงิน 1,488,5 17.39 บาท สินค้าส่งออกช่วงเวลาเดียวกัน เป็นเงิน 2,64 1,958.40 บาท

2) *การผลิตการเกษตร* จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 8.057 ล้านไร่ มีพื้นที่ถือครองทำการเกษตรประมาณ 3,682,835 ไร่ มีสภาพพื้นดินและแหล่งน้ำเหมาะแก่การเกษตร พื้นที่ส่วนใหญ่ปลูกยางพารา ปาล์มน้ำมัน มะพร้าว เงาะ ข้าว กาแฟ ไม้ผลและไม้ยืนต้นอื่นๆ ซึ่งเป็นพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของจังหวัด และสามารถนำผลผลิตไปใช้เป็นวัตถุดิบในการป้อนอุตสาหกรรม

3) *การประมง* การทำประมงของจังหวัด มีทั้งการทำประมงน้ำเค็ม น้ำกร่อย น้ำจืด และการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง สัตว์น้ำที่สำคัญได้แก่ การเลี้ยงกุ้งกุลาดำ พื้นที่ที่มีสภาพชายฝั่งที่เหมาะสมได้แก่ อำเภอดอนสัก กาญจนดิษฐ์ ไชยา ท่าฉาง ท่าชนะ พุนพิน และอำเภอเมือง แต่ละปีผลผลิตทางการประมงทำรายได้ให้จังหวัดปีละหลายล้านบาท

4) *การปศุสัตว์* การปศุสัตว์ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่สำคัญได้แก่ การเลี้ยงโค กระบือ เป็ด ไก่ แพะ ฯลฯ จังหวัดมีรายได้จากผลผลิตด้านปศุสัตว์ เป็นเงิน 1,546,127,700 บาท มีพื้นที่เลี้ยงสัตว์ 156,534 ไร่

5) *การอุตสาหกรรม* จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 720 โรงงาน ถึงแม้ว่าประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านเกษตร และการประมงก็ตาม แต่ภาคเกษตรเป็นฐานการผลิตและถือได้ว่าเป็นโครงสร้างการผลิต ภาคอุตสาหกรรมที่สำคัญ เป็นทุนรวมของโรงงานอุตสาหกรรม 16, 184,70 1,6 16 บาท สามารถจ้างแรงงานได้ 21,807 คน จำนวน 13 แห่ง นอกจากนี้ จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทางวัฒนธรรมประเพณี รายได้จากจากการท่องเที่ยว เป็นเงิน 6,941.43 ล้านบาท

1.1.7 *การสื่อสาร* จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีหนังสือพิมพ์ในท้องถิ่น 8 ฉบับ สถานีวิทยุ คลื่น A.M. 4 สถานี คลื่น F.M. 6 สถานี สถานีโทรทัศน์ส่วนภูมิภาค 1 สถานี หมู่บ้านประชาสัมพันธ์ 9 แห่ง อาสาสมัครประจำหมู่บ้าน 102 คน หอกระจายข่าว 568 แห่ง ไปรษณีย์โทรเลข มีสำนักงานบริการโทรศัพท์ 8 สำนักงาน มีชุมสาย 23 ชุมสาย

1.1.8 การคมนาคม การคมนาคมของจังหวัดสุราษฎร์ธานีสะดวกมาก ทั้งการติดต่อภายในจังหวัด และกับจังหวัดอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้เคียง มีเส้นทางคมนาคม ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

1) **การคมนาคมทางบก** ใช้ทางรถไฟและรถยนต์ ทางรถไฟจากสถานีสุราษฎร์ธานี (พุนพิน) ระยะทางประมาณ 650 กิโลเมตร รถไฟวิ่งระหว่างกรุงเทพฯ - สุราษฎร์ธานี วันละ 20 เที่ยว (ไป 10 เที่ยว กลับ 10 เที่ยว) ใช้เวลาเดินทางประมาณ 11 ชั่วโมง มีทั้งรถเร็วและรถด่วน ส่วนทางรถยนต์ จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางสายพุทธมณฑล - นครปฐม - เพชรบุรี หรือเส้นทางสายธนบุรี-ปากท่อ ทางหลวงหมายเลข 4 จนถึงจังหวัดชุมพร ถึงสี่แยกปฐมพร เข้าทางหลวง หมายเลข 41 จนถึงหมายเลข 401 สามแยกหนองขรี เข้าสู่ตัวเมืองสุราษฎร์ธานี

2) **การคมนาคมทางน้ำ** แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ทางแม่น้ำ มีเรือโดยสารรับส่ง ในแม่น้ำตาปี และทางทะเล มีการรับส่ง ไปยัง เกาะสมุย และเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีท่าเรือประมง 6 ท่า ท่าเรือโดยสาร และขนส่ง 3 ท่า ท่าเรือขนส่งน้ำมัน 5 ท่า และของเอกชน 2 ท่า

3) **การคมนาคมทางอากาศ** จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีสนามบินพาณิชย์ 2 แห่ง คือ ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ตั้งอยู่ในอำเภอพุนพิน และท่าอากาศยานเกาะสมุย ตั้งอยู่ในอำเภอเกาะสมุย ท่าอากาศยานทั้งสอง ขณะนี้เป็นท่าอากาศยานศุลกากร สามารถให้บริการกับสายการบินต่างประเทศได้

1.1.9 สาธารณูปโภค

1) **การไฟฟ้า** จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแหล่งผลิตไฟฟ้าที่สำคัญ 2 แห่ง ได้แก่ โรงไฟฟ้าพลังน้ำเขื่อนรัชชประภา ตั้งอยู่ที่อำเภอบ้านตาขุน สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าได้ 2,950, 151.3 ล้านกิโลวัตต์/ชั่วโมง และ โรงไฟฟ้าความร้อนสุราษฎร์ธานี ตั้งอยู่ที่ตำบลเขาหัวควาย อำเภอพุนพิน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ใน จังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดใกล้เคียง ได้พลังงานไฟฟ้าปีละประมาณ 170 กิโลวัตต์/ชั่วโมง

2) **การประปา** มีจำนวนผู้ใช้น้ำประปาทั้งหมด 25,690 ครัวเรือน ปริมาณการจำหน่าย 614,662 ลูกบาศก์เมตร มีอัตราการล้างการผลิต 1,360 ลูกบาศก์เมตร/ชั่วโมง วันละ 32,640 ลูกบาศก์เมตรเนื่องจากมีผู้ใช้เพิ่มขึ้นจำนวนมาก การประปากำลังมีโครงการปรับปรุงขยายการผลิตเพิ่มเป็นวันละ 44,400 ลูกบาศก์เมตร/วัน

1.1.10 สังคมและวัฒนธรรม ลักษณะโครงสร้างทางสังคม ส่วนใหญ่เป็นสังคมด้านการเกษตร ความเป็นครอบครัวมีสูง โครงสร้าง เป็นครอบครัวใหญ่ ตั้งถิ่นฐานกระจุกกระจายออกไปตามชนบท แหล่งที่ออกไปประกอบอาชีพไม่ค่อยมีการรวมกลุ่ม ยกเว้นในเขตเทศบาลและสุขาภิบาล หากเป็นการรวมกลุ่มจะเป็นลักษณะกลุ่มเครือญาติ ลักษณะ การปกครองในสังคม จึงยัง

เคารพเชื่อฟังผู้นำ ประเพณี และวัฒนธรรมดั้งเดิม ส่งเสริมความสามัคคีและการพัฒนาจิตใจในการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข ดังความหมายของคำว่า "สุราษฎร์ธานี" คือ "เมืองคนดี" แต่ในภาวะปัจจุบัน มีการขยายตัวของการลงทุนภาคอุตสาหกรรมที่มากขึ้น สังคมมีสภาพความเป็นเมืองสูง ค่าครองชีพสูงขึ้น ทำให้วิถีการดำรงชีวิตเปลี่ยนแปลงไป มีความซับซ้อน ลักษณะต่างคนต่างอยู่ และเป็นสังคมปัจเจกบุคคลมากขึ้น

1.2 อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

อำเภอไชยา เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เคยเป็นเมืองเก่าแก่มาแห่งหนึ่งในทางใต้ของภูมิภาคนี้ เชื่อกันว่าเคยเป็นที่ตั้งของอาณาจักรศรีวิชัยในสมัยโบราณ โดยมีหลักฐานทั้งโบราณวัตถุและโบราณสถานจำนวนมาก (สำนักงานเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2562)

1.2.1 ลักษณะภูมิประเทศ

ท้องที่อำเภอไชยาแบ่งออกเป็นสามตอน คือทางทิศตะวันออกซึ่งติดกับทะเลเป็นที่ราบน้ำเค็ม มีป่าไม้ชายเลน ไม้เบญจพรรณ และทุ่งหญ้าที่ไม่สามารถเลี้ยงสัตว์ได้ ตอนกลางเป็นที่ราบลุ่ม เดิมมีน้ำไหลผ่านตลอดทั้งปี แต่ปัจจุบันน้ำจะแห้งในระหว่างเดือน 5 และเดือน 6 ทางทิศตะวันตกเป็นที่ราบสูง ประกอบด้วยภูเขาและป่าไม้ พื้นที่ตอนนี้เป็นสวนยางและสวนผลไม้ยืนต้นทั่วไป

1.2.2 ลักษณะภูมิอากาศ

ฝนตกชุกเกือบตลอดปี เพราะตั้งอยู่ในคาบสมุทรจึงได้รับลมมรสุมเต็มที่ มีเพียง 2 ฤดู คือ ฤดูแล้งและฤดูฝน ซึ่งเริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนเมษายนและเดือนพฤษภาคมถึงเดือนธันวาคมตามลำดับ

1.2.3 สำน้ำสำคัญ อำเภอไชยามีลำน้ำสำคัญ 2 สาย ได้แก่

1) **คลองไชยา** ต้นกำเนิดจากแพรกหรือแควต่าง ๆ ในทิวเขาแดนซึ่งเป็นทิวเขากั้นระหว่างอำเภอเกาะเปอร์ (จังหวัดระนอง) กับอำเภอไชยา ไหลผ่านตำบลโมถ่าย ตำบลป่าเว ตำบลเวียง แล้วไหลผ่านแยกกลางทะเลที่ปากน้ำท่าปูนและปากน้ำไชยา ตำบลเลม็ด เมื่อ 100 ปีก่อนเรือใบสามารถแล่นมาถึงวัดพระบรมธาตุได้

2) **คลองตะเคียน** ต้นกำเนิดจากทิวเขาจอมสีในอำเภอท่าชนะ ไหลเข้าสู่อำเภอไชยาที่ตำบลป่าเว ผ่านตำบลตลาด ตำบลทุ่ง และไหลออกปากน้ำที่ตำบลพุมเรียง

1.2.4 สภาพทางเศรษฐกิจ

1) **การทำนา** เนื้อที่เพื่อการทำนามีไม่ถึงครึ่งหนึ่งของเนื้อที่ ทั้งหมดแต่การทำนาก็นับว่าเป็นอาชีพหลัก โดยทั่วไปส่วนใหญ่ทำกันรอบ ๆ บริเวณตัวเมือง (อำเภอและตลาด) ยิ่งห่างออกไปก็มีเนื้อที่เพาะปลูกน้อยลงตามลำดับ ปัจจุบันเริ่มมีการทำนาปีละ 2 ครั้งกันหลายตำบลสำหรับการเกี่ยวข้าวนั้น แต่เดิมชาวไชยาใช้วิธีลงแขกกัน คือนัดกันไปเก็บเกี่ยวของคนนั้นในวันหนึ่ง

ของคนนี้อีกวันหนึ่งสลบกันไป ซึ่งปัจจุบันยังมีให้เห็นในหลายหมู่บ้าน เครื่องมือเก็บเกี่ยวนั้น แต่เดิม ชาวไชยาใช้ "ตรูด" ปัจจุบันกำลังสูญหายไปและมีคนใช้น้อยมาก บางคนไม่สามารถใช้ตรูดได้แล้ว เพราะหันไปใช้เคียวสำหรับเก็บเกี่ยวเกือบทั่วไป

2) *การทำไร่* แต่เดิมทำกันประปรายทางแถบที่เป็นที่ราบสูงทางตะวันตก บริเวณเชิงเขา แต่ส่วนใหญ่เป็นการทำไร่แบบเลื่อนลอย

3) *การทำสวน* การทำสวนของชาวไชยาที่กำลังขยับขยายและกำลังทำกัน อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ปัจจุบันคือการทำสวนยางพารา ซึ่งทำกันมากทางตะวันตกและเขตติดต่อ อำเภอ ท่าฉาง

4) *การทำสวนกล้วยหอม* ปัจจุบันการผลิตกล้วยหอมทองของจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีพื้นที่เพาะปลูก จำนวน 3,041 ไร่ ส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอพนม มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 16,900 บาท/ไร่ (เริ่มให้ผลผลิตในเดือนที่ 8-10 และเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ประมาณ 2 ปี) ระยะเวลาเก็บเกี่ยวสามารถเก็บผลผลิตได้ตลอดทั้งปี ให้ผลผลิตเฉลี่ย 3,600 กก./ไร่ คิดเป็นผลตอบแทนสุทธิ (กำไร) 28,100 บาท/ไร่ (ณ ราคาที่เกษตรกรขายได้ 12.50 บาท/กก.) ด้านการจำหน่ายผลผลิต สหกรณ์การเกษตรบ้านนาสาร จำกัด เป็นผู้รวบรวมผลผลิต แล้วส่งผ่านบริษัท แพนแปซิฟิค ฟู้ด คอร์ปอเรชั่น จำกัด เพื่อส่งต่อไปยังประเทศญี่ปุ่น ประมาณ 1,500 กก./สัปดาห์ ส่วนการส่งขายในประเทศห่างหุ้นส่วนจำกัด แก้วมีณา (2015) เป็นผู้รวบรวมผลผลิตส่งให้กับเซเว่นอีเลฟเว่น เกษตรกรส่วนใหญ่จะปลูกกล้วยหอมทองเป็นพืชแซม เมื่อพืชหลักเติบโตเต็มที่จึงต้องเลิกปลูกกล้วยหอมทอง ทำให้ปริมาณผลผลิตไม่แน่นอน อีกทั้ง บางพื้นที่ประสบปัญหาขาดแคลนแหล่งน้ำ และประสบภัยธรรมชาติ ทั้งภัยแล้ง อุทกภัย และवादภัย ส่งผลกระทบต่อคุณภาพและปริมาณของผลผลิตไม่ตรงกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ เกษตรกรที่ต้องการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น ต้องให้ความสำคัญในการบันทึกข้อมูลและผลิตสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อรองรับการตรวจสอบย้อนกลับของประเทศญี่ปุ่น

5) *การเลี้ยงสัตว์* สัตว์ที่เลี้ยงกันมากและมีอยู่เกือบทุกตำบล คือ หมู เป็ด ไก่ วัว และควาย โดยเฉพาะการเลี้ยงไก่ เป็ดมีการเลี้ยงเป็นฟาร์มขนาดใหญ่และขนาดกลางอยู่หลายแห่ง ซึ่งนอกเหนือจากการเลี้ยงเป็นประจำบ้านจำนวนน้อยที่มีอยู่ไปทั่ว

6) *การประมง* เนื่องจากอาณาเขตทางด้านทางด้านตะวันออกของอำเภอไชยา ติดต่อกับทะเลคืออ่าวบ้านดอน ดังนั้นอาชีพอีกอย่างหนึ่งของชาวไชยาคือการประมง ซึ่งนับได้ว่าเป็นอาชีพที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการประกอบอาชีพการเกษตรเลย โดยเฉพาะราษฎรที่อาศัยอยู่ริมทะเล ตั้งแต่เขตติดต่ออำเภอท่าชนะจนถึงเขตอำเภอท่าฉาง ต่างก็ยึดอาชีพการประมงเป็นอาชีพหลักคือราษฎรตำบลตะกรบ พุมเรียง และเสม็ด แต่ที่หนาแน่นที่สุดได้แก่ราษฎรตำบลพุมเรียง ชาวไชยาทำการประมงด้วยวิธีต่าง ๆ กันออกไป ตั้งแต่แห อวน ขนาดเล็กริมน้ำตื้น จนถึงขนาดใหญ่ใช้เครื่องมือที่

เกิดจากเทคโนโลยีสมัยใหม่เหมือนกับการประมงทั่วไปของไทย ปัจจุบันอาชีพใหม่ของชาวประมงคือ การเลี้ยงหอยแครง หอยแมลงภู่ และที่ได้รับผลแล้วที่ปากน้ำพุมเรียง อีกอย่างหนึ่งคือการทำนากุ้ง

2. การจัดการการผลิตทางการเกษตรที่ดีสำหรับกล้วยหอมทอง

การจัดการการผลิตทางการเกษตรที่ดีสำหรับกล้วยหอมทอง มีรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งปลูก รูปแบบการผลิต แหล่งน้ำ การเก็บเกี่ยว ดังนี้ (สำนักงานเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 256/2)

2.1 แหล่งปลูก

2.1.1 ดิน ดินที่เหมาะสมต่อการปลูกกล้วย ควรเป็นดินที่มีค่าความเป็นกรดต่ำ (pH) อยู่ระหว่าง 4.5-7 ที่เหมาะสมที่สุดคือ (pH) = 6 เป็นดินร่วนซุยมีความอุดมสมบูรณ์สูงระบายน้ำดี

2.1.2 ความชื้น พื้นที่ที่เหมาะสมในการปลูกกล้วย ควรมีความชื้นระหว่าง 500-1,000 มิลลิเมตร/ปี จำนวนวันที่ฝนตกควรยาวนาน หากมีฝนตกในช่วงสั้น การปลูกกล้วยจะต้องให้น้ำชลประทานช่วยเพิ่มรักษาความชุ่มชื้นของดินเพิ่มขึ้น แต่ในพื้นที่มีฝนตกชุกควรทำการระบายน้ำให้แกกล้วย

2.1.3 ลม พื้นที่ที่เหมาะสมในการปลูกกล้วย ไม่ควรเป็นแหล่งที่มีลมแรงตลอดปี นอกจากจะทำให้ใบกล้วยฉีกขาดแล้ว อาจจะมีผลทำให้กล้วยหักกลางต้น (หักคอ) หรือโคนล้มได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่กล้วยออกเครือแล้ว

2.2 แหล่งน้ำ

เป็นน้ำสะอาด ไม่มีสารที่เป็นพิษปนเปื้อน ค่าความเป็นกรดเป็นด่างที่เหมาะสมประมาณ 6.0 - 7.5 น้ำเพียงพอโดยเฉพาะในระยะพัฒนาการของผล

2.3 พันธุ์

ควรเป็นพันธุ์ที่ตลาดต้องการ สามารถปลูกแล้วเจริญเติบโตดี ให้ผลผลิตสูง และคุณภาพได้แตกต่างกันและมีอิทธิพลต่อคุณภาพ เป็นต้นมาตรฐานตรงตามพันธุ์ เป็นที่ต้องการของตลาด

2.3.1 กล้วยหอมทอง เป็นกล้วยที่มีลักษณะลำต้นใหญ่ แข็งแรง กาบใบชั้นในมีสีเขียวหรือชมพูอ่อน เครือได้รูปทรงมาตรฐาน มีน้ำหนักมาก ผลยาวเรียวยาวปลายผลคอดเป็นแบบคอขวด เปลือกหนา ผลสุกผิวมีสีเหลืองทอง เนื้อมีรสชาดหอมหวาน

2.3.2 พันธุ์ที่นิยมปลูก ได้แก่ คุณลักษณะเฉพาะ ได้แก่

1) มีหลายสายพันธุ์ เช่น แกรนเนน. หอมจันทร์. หอมทองไต้หวัน

2) สายพันธุ์นิยมมี 2 สายพันธุ์ คือ หอมทอง. หอมเขียว.

2.4 การปลูก การเตรียมพื้นที่ ดำเนินการดังนี้

2.4.1 การเตรียมดิน ไถดะ 1 ครั้ง ตากดินแล้วไถพรวน 1-2 ครั้ง ให้ดินร่วนซุย ไม่มีวัชพืช ถ้ามีวัชพืชมากกว่าร้อยละ 20 ต้องไถพรวนใหม่

2.4.2 การเตรียมหลุมปลูก

1) ระยะปลูกระหว่างแถวและต้น 2×2 เมตร

2) ขนาดหลุมปลูก กว้าง ยาว ลึก 30×30×30 เซนติเมตร

3) รองก้นหลุมด้วยดินผสมปุ๋ยอินทรีย์ ด้วย 5 กิโลกรัมต่อหลุม

2.4.3 การเตรียมพันธุ์และการปลูก

1) ใช้หน่อพันธุ์ที่สมบูรณ์ ปราศจากศัตรูพืช มีความยาวหน่อ 25-35 เซนติเมตร มีใบแคบ 2-3 ใบ

2) วางหน่อพันธุ์ที่ก้นหลุม จัดวางให้ด้านที่ติดต้นแม่อยู่ในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้มีการออกดอกไปในทิศทางเดียวกัน และสะดวกในการดูแลรักษา

3) กลบดินและกดดินบริเวณโคนต้นให้แน่น คลุมดินด้วยฟางข้าวหรือหญ้าแห้ง และรดน้ำให้ชุ่ม

2.5 การดูแลรักษา

2.5.1 การให้น้ำ ต้องให้น้ำอย่างสม่ำเสมอตลอดฤดูปลูก เมื่อน้ำดินแห้งต้องให้น้ำ โดยเก็บตัวอย่างดินจากผิวดินลึก 15 เซนติเมตร กำเป็นก้อน ถ้าแบมือแล้วแตกร่วงควรรีบน้ำเพิ่มแก้ต้นกล้วย

2.5.2 การให้ปุ๋ย

1) ใส่ปุ๋ยครั้งที่ 1 และ 2 เมื่อกล้วยหอมอายุ 1 และ 3 เดือน ด้วยสูตร 20-10-10 หรือ 15-15-15 หรือสูตร ไกล์เคียงอัตรา 125-250 กรัมต่อต้นต่อครั้ง

2) ใส่ปุ๋ยครั้งที่ 3 และ 4 เมื่ออายุ 5 และ 7 เดือน ด้วยสูตร 13-13-21 หรือสูตร ไกล์เคียง อัตรา 125-250 กรัมต่อต้นต่อครั้ง

3) ใส่ปุ๋ยอินทรีย์ (ปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยหมัก) ปีละ 1-2 ครั้ง

2.5.3 การแต่งหน่อ หลังจากปลูกกล้วยประมาณ 5 เดือน ให้แต่งหน่อ เพื่อให้ต้นแม่มีความสมบูรณ์

2.5.4 การค้ำยันต้น ต้องใช้ไม้ค้ำยันหรือตามกล้วยทุกต้น ที่ออกปลีแล้ว เพื่อป้องกันลำต้นหักล้ม และตรวจดูการค้ำยันให้อยู่ในสภาพที่มั่นคงแข็งแรง

2.6 โรคแมลงและการป้องกันกำจัดกล้วยหอมทอง

2.6.1 โรคตายพราย (panama disease) เกิดจากเชื้อรา *Fusarium oxysporum* f. *cubense* ลักษณะอาการ:มักเป็นกับกล้วยที่มีอายุ 4-5 เดือนขึ้นไป ลักษณะอาการของกล้วยที่เพิ่งจะเป็นโรคนี้อาจสังเกตเห็นได้ยาก เนื่องจากเชื้อของโรคจะทำลายลำต้นด้านรากก่อน และเจริญอย่างรวดเร็วไปตามท่อน้ำของลำต้น อาการในช่วงนี้จะสังเกตเห็นเป็นทางสีเหลืองอ่อนตามก้านใบของใบล่างหรือใบแก่ปลายหรือขอบใบจะเริ่มเหลืองและขยายไปอย่างรวดเร็วจะเหลืองหมดทั้งใบใบอ่อนจะมีสีเหลืองไหม้หรือตายนิ่ง และบิดเป็นคลื่นในที่สุดจะหักพับตรงบริเวณโคนก้านใบ ส่วนใบยอดอาจจะเหลืองตั้งตรงเขียวอยู่ในระยะแรกแต่ในที่สุดก็จะแห้งตายไปเช่นกัน

อาการที่บริเวณลำต้น โดยเฉพาะตรงส่วนโคนต้นหรือเหล่าของกล้วย เมื่อผ่าดูภายในจะพบแผลเน่าเป็นจุดสีเหลืองอ่อนจนถึงน้ำตาลแก่หรือแดงส้มและมีกลิ่นเหม็น ส่วนบริเวณลำต้นที่เรียกว่า กาบกล้วย เมื่อนำมาตัดขวางจะพบเป็นรอยชำ เน่า สีน้ำตาลเข้มหรือดำ อาการดังกล่าวจะค่อย ๆ ลามเข้าไปข้างในต้นกล้วยจะยืนต้นแห้งตาย หากเป็นกล้วยที่ให้ผลแล้ว เครือจะเหี่ยวผลลีบเล็กไม่สม่ำเสมอ และแก่ก่อนกำหนด เนื้อจะจืดชืดและเปลี่ยนเป็นสีดำ

การป้องกันกำจัด

- คัดเลือกหน่อพันธุ์กล้วยจากบริเวณที่ไม่เป็นโรคไปปลูก
- มีการปรับสภาพของดินที่เป็นกรดโดยการใส่ปูนขาว อัตราที่ใช้ประมาณไร่ละ 4-5 ตัน
- หมั่นทำความสะอาดแปลงปลูกและเครื่องมือเครื่องใช้อยู่เสมอ เนื่องจากเชื้อชนิดนี้สามารถแพร่ กระจายได้ง่าย
- ทำลายต้นกล้วยที่เป็นโรค โดยการสุ่มไฟเผาหรือขุดหลุมฝังให้ลึกอย่างน้อย 3-4 ฟุต
- หลีกเลี่ยงการปลูกในหลุมเดิมที่เคยปลูกมาแล้ว
- ควรลดธาตุไนโตรเจนให้น้อยลง การใส่ปุ๋ยไนโตรเจนมากจะทำให้พืชอ่อนแอเชื้อโรคเข้าทำลายได้ง่าย
- ทำความสะอาดโคนกอกล้วยอย่าให้เกิดกรุงรัง และทำทางระบายน้ำให้ดี และราดโคนต้นให้ชุ่มด้วย สารเคมี เช่น แคลแพน 40 กรัมต่อน้ำ 20 ลิตร

2.6.2 โรคใบจุด เกิดจากเชื้อราหลายชนิด เช่น *Cecospora musae*, *Phyllosticma musarum*, *Guignardia musae* ฯลฯ ลักษณะอาการ:เมื่อเริ่มเป็นจะเป็นจุดขนาดเล็ก สีเหลือง สีแดงดำ หรือน้ำตาลขึ้นอยู่กับเชื้อสาเหตุ แล้วจะขยายใหญ่ขึ้นทำให้กล้วยชะงักการเจริญเติบโต ผลผลิตลดลง ผลสุกก่อนกำหนดรสชาติหรือคุณภาพเสียไป

การป้องกันกำจัด ใช้สารเคมีป้องกันกำจัดเชื้อรา เช่น เบนโนมิล อัตรา 8 กรัมต่อน้ำ 20 ลิตร หรือแคปแทน อัตรา 30 กรัมต่อน้ำ 20 ลิตร หรือ คาร์เบนดาซิม อัตรา 10 กรัมต่อน้ำ 20 ลิตร เป็นต้น ตัดใบที่เป็นโรคมามากออกมาเผาทำลาย

2.6.3 โรคใบเหี่ยว (bacterial wilt) เกิดจากเชื้อแบคทีเรีย *Pseudomonas solanacearum* อยู่ทั้งในดินบริเวณโคนต้นและในส่วนของกล้วยเป็นโรค จะแพร่กระจายไปกับน้ำและติดไปกับหน่อพันธุ์ ลักษณะอาการ: ใบกล้วยจะเป็นสีเหลือง เหี่ยวเฉา และอาจห้อยลงมา แต่เมื่อพบเห็นอาการนี้โรคจะอยู่ในระยะรุนแรงมากแล้ว โดยทั่วไปเมื่อโรคเริ่มเป็นจะพบว่าเนื้อเยื่อของกาบลำต้น เหง้า (ลำต้นแท้) ก้านใบ ก้านเครือมีท่อน้ำที่อาการถูกทำลาย เป็นสีน้ำตาล เมื่อผ่าออกจะมีของเหลวเหนียวเป็นยางไหลออกมา โรคนี้จะทำให้ต้นกล้วยค่อย ๆ ตายไป ถ้าเป็นในระยะออกเครือจะทำให้ผลอ่อนสุกก่อนกำหนด ขนาดเล็กเท่านี้ว่ามีปะปนกับผลอ่อนที่ยังเขียวอยู่ เมื่อเป็นในระยะต้นอ่อน ใบจะเป็นสีเหลืองมีขอบใบแห้ง อยู่โดยรอบ แคระแกรน ไม่เจริญเติบโต

การป้องกันกำจัด ทำความสะอาดเครื่องมือเกษตรกร เช่น มีด จอบ เสียม ต้องระมัดระวังอย่าใช้มีดที่ตัดแต่งจากกล้วยกอหนึ่งไปยังอีกกอหนึ่งเพราะจะเพิ่มการระบาดของโรค กล้วยที่เป็นโรคต้องขุดทิ้ง นำไปเผาไฟแล้วราดหลุมด้วยฟอรัมาลิน 5 เปอร์เซ็นต์แช่หน่อพันธุ์ปลูกด้วยฟอรัมาลิน 5 เปอร์เซ็นต์

2.6.4 ตัวงวง (stock weevil) ตัวงวงจะเข้าทำลายที่รากและเหง้ากล้วยทำให้ต้นกล้วยชะงักการเจริญเติบโต ใบเหี่ยวเฉา และตายในที่สุดควรถางบริเวณโคนของกล้วยให้สะอาดอย่าให้รกหรือมีวัชพืช

2.6.5 หนอนม้วนใบ (leaf roller) ผีเสื้อจะมาวางไข่ในใบยอดที่ยังไม่คลี่หลังจากนั้นไข่จะฟักเป็นตัวอ่อนเจริญอยู่ในใบอ่อนที่ยังม้วนอยู่ ตัวหนอนจะกัดกินใบอ่อน ทำให้ใบแห้ง เป็นรูพรุน หรือฉีกขาด และม้วนตัวอย่างรวดเร็วจึงควรตัดใบที่ถูกทำลายมาเผาไฟให้หมด

2.6.6 โรคยอดม้วน เกิดจากเชื้อไวรัส พาหนะนำเชื้อคือ เพลี้ย เชื้อโรคจะแพร่กระจายติดไปกับหน่อหรือส่วนขยายพันธุ์ต่างๆ อาการที่พบ คือในระยะแรกๆ จะปรากฏรอยขีดสีเขียวและจุดเล็กๆ ตามเส้นใบและก้านใบ ใบถัดๆ ไปจะมีขนาดเล็กลงสีเหลือง ใบม้วนที่ปลายเมื่อโรคนี้ระบาดมากขึ้นต้นกล้วยจะแคระแกร็น ใบขึ้นร่วมกันเป็นกระจุกดอกและปลีของต้นที่เป็นโรคเจริญเติบโตอย่างช้าๆ เมื่อเกือบจะโผล่จะพองโตขึ้น บางคราวเมื่อโผล่ออกมาที่ยอด ทำให้ยอดปริแตกเล็กจะใช้ประโยชน์ไม่ได้ถ้าต้นกล้วยเป็นโรคทุกๆ หน่อที่เกิดมาก็จะเป็นโรคด้วย

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า การจัดการการผลิตทางการเกษตรที่ดีสำหรับกล้วยหอมทอง ต้องมีความเหมาะสม ทั้งดิน แหล่งน้ำ พันธุ์ การเตรียมพันธุ์และการปลูก รวมถึงการดูแลรักษาที่เหมาะสม

3. การจัดการคุณภาพและมาตรฐานกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

กล้วยหอมทอง เป็นพันธุ์ที่ได้รับการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกกันมากในปัจจุบันและเป็นที่นิยมของผู้บริโภคและต่างประเทศ กล้วยหอมทองมีลักษณะลำต้นใหญ่แข็งแรง กาบชั้นในมีสีเขียวหรือสีชมพูอ่อน เครือได้รูปทรงมาตรฐานดี มีน้ำหนักมาก ผลยาวเรียวยาวปลายผลคอดแบบคอบวอดมีเปลือกหนา ผลสุกจะเป็นสีเหลือง มีกลิ่นหอม รสชาติหวานและเนื้อแน่น กล้วยหอมทองเครือหนึ่งๆ เฉลี่ยแล้วมีลูกประมาณ 6 หวี เป็นพันธุ์ที่ไม่ต้านทานโรคตาพรายและโรคใบจุดการปลูกกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกของกลุ่มเกษตรกรทำสวนทุ่งควายวัด เกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร จะต้องแจ้งความประสงค์ที่จะปลูกกล้วยหอมทองต่อหัวหน้าหน่วยเกษตรกรรม เพื่อจะได้ทราบพื้นที่ปลูกและเป็นการกำหนดปริมาณการเพาะปลูกให้สอดคล้องกับแผนการผลิตของกลุ่มเกษตรกร ฤดูกาลที่ปลูกกล้วยหอมทองสามารถปลูกได้ตลอดปี แต่นิยมปลูกในช่วงกลาง ถึงปลายฝน ในการเตรียมดินจะต้องวัดความเป็นกรดเป็นด่างในแปลงปลูกก่อน ซึ่งอย่างน้อยต้องมีค่า pH ไม่ต่ำกว่า 5.5-7.0 หากทำการตรวจแล้วไม่อยู่ในเกณฑ์ดังกล่าว ควรทำการปรับปรุงดินโดยใช้ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยคอก ปูนขาว หรือวัสดุอื่นๆ และหน่อพันธุ์ที่จะนำมาปลูกจะต้องมีลักษณะต้นแม่สมบูรณ์ ได้ผลผลิตที่มีน้ำหนักและคุณภาพดี ไม่มีอาการของโรคใดๆ อายุหน่อไม่เกิน 2 เดือน และมีใบไม่เกิน 5 ใบ อัตราส่วนระหว่างหัว (เส้นผ่าศูนย์กลาง) ลำต้น (ความยาวถึงยอด) จะอยู่ระหว่าง 1 : 5 ส่วน ไม่พบอาการของโรคและแมลงในหน่อใบเพื่อเตรียมขั้นตอนดินแล้วก็ต้องมีการจัดการระบบการปลูกให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ โดยคำนึงถึงการวางแผนการปลูกทิศทาง แสงแดด ทางลม และการวางระบบ (สำนักงานเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2562)

หลักการจัดการการผลิตกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก มีดังนี้

3.1 คุณภาพและมาตรฐานกล้วยหอมในการส่งออก

จะต้องมีลักษณะดังนี้

- 1) กล้วยหอมทองที่ส่งออก จะต้องเป็นการผลิตที่ไม่ใส่ปุ๋ยเคมีและไม่ฉีดพ่นสารเคมีโดยเด็ดขาด ซึ่งจะทำให้ได้กล้วยที่ปราศจากสารมีพิษ
- 2) ขนาดของผลผลิตกล้วยหอมทอง ต้องมีขนาดลูกละไม่ต่ำกว่า 100 กรัม สีผิวของกล้วยไม่ซ้ำ
- 3) กล้วยหอมทองที่ส่งออกจะต้องไม่สุกก่อนที่จะส่งไปถึงประเทศปลายทาง ถ้ากล้วยสุกจะถูกห้ามนำเข้าและต้องนำไปทิ้ง ซึ่งเป็นมาตรการในการป้องกันศัตรูพืชของประเทศปลายทาง ความแก่ของกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก ควรจะต้องมีความแก่ประมาณ 70%

4) กล้วยหอมทองต้องปราศจากศัตรูพืชหรือโรคแมลง ซึ่งหากเจ้าหน้าที่ด่านกักพืชของประเทศปลายทาง ตรวจพบแม้เพียงกล่องเดียว จะต้องรรมควันทิ้งทิ้งหมด ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อการรรมควัน โดยทั้งสองฝ่ายต้องรับภาระฝ่ายละ 50% ของค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแต่ละครั้ง

5) ห้ามปลูกพืชชนิดอื่นในแปลงปลูกกล้วยหอมทอง

6) แปลงปลูกกล้วยหอมทองต้องมีระยะห่างจากแปลงปลูกพืชที่ใช้สารเคมีไม่น้อยกว่า 10 เมตร

3.2 การตัดคุณภาพกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

การตัดคุณภาพจะทำการตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นเกี่ยวกับรูปร่างความสมบูรณ์ ขนาดของผล หากกล้วยหอมทองเครือที่ไม่สมบูรณ์ มีขนาดเล็กหรือใหญ่เกินไปมีตำหนิ จะถูกคัดออกเพื่อนำไปแปรรูป แยกเครือที่สมบูรณ์ มีขนาดพอเหมาะ และไม่มียอดตำหนิเพื่อทำการขายสดหรือเพื่อการส่งออกต่อไป โดยกลุ่มเกษตรกรทำสวนทุ้งควัด จะทำการตัดคุณภาพผลผลิตเมื่อสมาชิกนำกล้วยหอมทอง โดยพนักงานจะทำการตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้น โดยปาดดูเนื้อว่ามีความแก่ประมาณ 75-80 % สีเนื้อเป็นสีมันปู หากสมาชิกขนส่งเป็นเครือจะชำแหละกล้วยเป็นหวีพร้อมทำการปาดดูเนื้อ จากนั้นนำกล้วยที่ชำแหละเป็นหวีไปใส่ในอ่าง โดยนำกล้วยที่ชำแหละนั้นจะนำมาตากแห้ง ตรวจสอบดูรอยชำ หากมีรอยชำจะทำการตัดกล้วยออกเป็นผลๆ ออกไป และคัดรูปร่างตรวจดูความสมบูรณ์และขนาดของผล กล้วยที่ส่งออกจะต้องมีน้ำหนักต่อลูกอย่างน้อย 100 กรัมขึ้นไปจึงจะได้มาตรฐาน และนำไปใส่ในอ่างครั้งที่ 2 และนำกล้วยที่อยู่ในอ่างมาชั่งน้ำหนัก ซึ่งจะเป็นน้ำหนักที่สมาชิกได้รับ หลังจากนั้นนำกล้วยไปทำความสะอาดด้วยน้ำสบู่อัดล้างสิ่งสกปรก แล้วล้างด้วยน้ำสะอาด 2 ครั้ง จากนั้นนำผ้าสะอาดเช็ดที่หวีกล้วยหอมทองให้หมาด ๆ พร้อมนำสู่สายพานลำเลียงเข้าแปาพัสดลม พร้อมทั้งตรวจเช็คแมลงและความเรียบร้อยของผลผลิตแล้วทำการบรรจุหีบห่อ โดยจะต้องจัดเรียงแต่ละหวี และใช้วัสดุกันกระแทกสอดระหว่างหวีและระหว่างผล เพื่อป้องกันการเสียดสีและเคลื่อนไหวยระหว่างขนส่ง และน้ำหนักสุทธิไม่ต่ำกว่า 10 กิโลกรัมต่อกล่องหลังจากบรรจุกล่องเรียบร้อยแล้วทำการชั่งน้ำหนักพร้อมทั้งบันทึกน้ำหนัก ที่ชั่งได้ โดยเขียนน้ำหนักสุทธิข้างกล่องโดยหัก 1.5 กิโลกรัม จากน้ำหนักกล่องที่ชั่งได้ และเพื่อป้องกันการผลกล้วยสุกในระหว่างการขนส่งต้องใส่สารละลายอิมมูติวต่างทับทิมบรรจุในซองเล็ก ๆ ใส่ในกล่องบรรจุกล้วย ต่างทับทิมจะช่วยดูดซับก๊าซเอทิลินที่กล้วยผลิตออกมา แล้วนำกล่องที่บรรจุเก็บรักษาไว้ในห้องเย็น

คุณภาพของกล้วยหอมทองที่ประเทศญี่ปุ่นต้องการมีลักษณะดังนี้

1) เนื้อแน่น มีความแก่ของผลผลิตกล้วยหอมทองระหว่าง 70-80 %

- 2) ผลกล้วยหอมทองต้องสะอาด ไม่มีสิ่งแปลกปลอม เมื่อสังเกตด้วยตาเปล่า
- 3) ผลกล้วยหอมทองต้องไม่มีรอยขีด หรือรอยตำหนิ
- 4) ไม่มีความเสียหายอันเนื่องมาจากการทำลายของศัตรูพืช หรือปราศจากศัตรูพืช

เมื่อสังเกตด้วยตาเปล่า

- 5) ก้านผลมีลักษณะสมบูรณ์ ไม่มีเชื้อราเข้ามาทำลาย
- 6) ไม่มีเกสรตัวเมียปะปนอยู่บริเวณผลกล้วย
- 7) ผลผลิตของกล้วยหอมทอง เมื่อถึงปลายทางต้องอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์และ

สามารถบ่มให้สุกได้ตามต้องการ

3.3 การตัดแต่งและทำความสะอาด

เพื่อป้องกันไม่ให้ผลกล้วยช้ำ จะนำเอาเครือกล้วยที่ตัดไว้เพื่อการส่งออก ชำแหละพร้อมกับเป็นการจัดวางกล้วยออกด้วย โดยการหย่อนกล้วยลงในน้ำสะอาด สำหรับกล้วยแต่ละหวีที่ชำแหละออกมาจะมีก้านหวีติดไว้ด้วย และสำหรับผลที่ไม่สมบูรณ์ มีตำหนิ หรือเรียงตัวไม่ดีก็ควรตัดออกด้วยลำหวีที่แต่งเรียบร้อยแล้วด้วยน้ำสะอาด ขจัดดอกที่แห้งมีสีดำที่ติดอยู่ที่ปลายผลออก ตลอดจนสิ่งสกปรกที่ติดมากับหวีออกให้หมด จากนั้นนำกล้วยที่ล้างสะอาดแล้วจุ่มในน้ำยากันเชื้อรา เพื่อป้องกันเชื้อราในโรงคัดบรรจุเพื่อการส่งออกโดยเฉพาะ

3.4 การบรรจุหีบห่อและการเก็บรักษาหีบห่อกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

กล้วยหอมทองที่ผ่านขั้นตอนคัดคุณภาพเบื้องต้นและการทำความสะอาดแล้ว นำมาบรรจุในภาชนะบรรจุซึ่งโดยปกติแล้วจะใช้กระดาษลูกฟูกเพื่อป้องกันไม่ให้กล้วยหอมทองเหี่ยวระหว่างการเก็บรักษาและมักมีการรองพื้นกล่องและคลุมหวีกล้วยที่บรรจุกล่องเรียบร้อยแล้วด้วยพลาสติกบางสิ่งสำคัญในการบรรจุคือ ต้องบรรจุให้แน่นพอดี อย่าให้กล้วยขยับเขยื้อนได้เพราะจะทำให้กล้วยช้ำระหว่างการขนส่ง เมื่อบรรจุกล้วยหอมทองเรียบร้อยแล้วจะนำหีบห่อบรรจุกล้วยหอมทองแช่ตู้เย็นโดยเก็บรักษาไว้ที่อุณหภูมิ 13-16 องศา โดยต้องทำบรรจุในตู้เย็นทุก 1 ชั่วโมง และระยะเวลาเริ่มบรรจุกล้วยหอมทองเสร็จสิ้นไม่ควรเกิน 8 ชั่วโมง เพราะจะทำให้กล้วยอยู่ในอุณหภูมิปกติจะทำให้กล้วยสุกเร็วขึ้น เมื่อครบตามสัญญาซื้อขายแต่ละงวด กลุ่มเกษตรกรทำสวนทุ่งควาวัดจะทำการจ้างรถคอนเทนเนอร์เพื่อขนส่งหีบห่อที่บรรจุกล้วยหอมทองไปยังท่าเรือเพื่อส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น

การจัดเรียงในการส่งออกกล้วยหอมทอง ดำเนินการดังนี้

- 1) ความสม่ำเสมอ กล้วยหอมทองที่จะบรรจุลงในกล่องต้องเป็นกล้วยพันธุ์เดียวกัน แหล่งเดียวกัน มีขนาดและรูปร่างที่สม่ำเสมอ มีคุณภาพเหมือนกัน

2) การบรรจุหีบห่อ ภาชนะที่ใช้ในการบรรจุห่อต้องเก็บรักษากล้วยได้เป็นอย่างดี วัสดุที่ใช้ในการบรรจุกล้วยต้องใหม่ สะอาด ได้มาตรฐาน เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น การปิดฉลากภาชนะบรรจุต้องใช้หมึกพิมพ์หรือกาวที่ไม่มีอันตราย

3) ลักษณะของภาชนะบรรจุ ต้องได้มาตรฐาน ถูกสุขลักษณะ ถ่ายเทอากาศได้ดี มีความทนทานต่อการขนส่ง และรักษากล้วยได้ดี กล่องบรรจุต้องปราศจากกลิ่นและสิ่งแปลกปลอม

4) สารปนเปื้อนหรือสารกำจัดศัตรูพืช ผลกล้วยหอมทองต้องปราศจากโลหะหนัก หรืออยู่ในระดับที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและมีสารปนเปื้อนอยู่ในระดับที่ไม่เกินมาตรฐานที่กำหนด

3.5 การขนส่งผลผลิตให้แก่สหกรณ์ผู้บริโภคประเทศญี่ปุ่น

การขนส่งกล้วยหอมทองที่บรรจุกล่องเพื่อส่งไปประเทศญี่ปุ่น ใช้วิธีการขนส่งทางเรือใช้เวลาประมาณ 10-14 วัน ซึ่งต้องบรรจุในตู้เย็นตลอด เนื่องจากกล้วยทั้งหวียังเป็นสิ่งมีชีวิต แม้จะตัดเครือมาจากต้นแล้วก็ตาม ดังนั้นเพื่อเป็นการยืดอายุการเก็บรักษากล้วยระหว่างขนส่งจึงมีความจำเป็นต้องชะลอกิจกรรมขั้นพื้นฐาน เช่น การคายน้ำ การหายใจ การสร้างและปล่อยสารบางอย่าง เป็นต้น ให้ช้าลง หรือให้มีเพียงเล็กน้อย โดยควรระวังอย่างยิ่งสำหรับการขนส่ง คือ ต้องหมั่นตรวจสอบอยู่เสมอ อย่าให้อุณหภูมิต่ำกว่าที่กำหนดไว้ เพราะจะทำให้เกิดการสูญเสีย ส่งผลให้สีไม่สวยและภายในกล้วยหอมทองไม่ดีด้วย

4. แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร

4.1 ความหมายของการส่งเสริมการเกษตร

พงษ์ศักดิ์ อังกะสิทธิ์ (2563) กล่าวว่า การส่งเสริมการเกษตร หมายถึง การนำความรู้ วิธีการ และเทคนิคใหม่ ๆ ทางเกษตรไปแนะนำเผยแพร่ให้แก่ประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกร แล้วติดตามให้คำแนะนำช่วยเหลือจนบังเกิดผลสำเร็จ ขณะเดียวกันก็นำเอาปัญหาต่างๆ ทางเกษตรมาวิเคราะห์หาหนทางแก้ไข

การส่งเสริมการเกษตร คือ กระบวนการในการให้การศึกษาออกโรงเรียน ซึ่งรวมทั้งการบริการแก่บุคคลเป้าหมายที่เป็นเกษตรกรและครอบครัวโดยให้บุคคลเป้าหมายเหล่านี้เรียนรู้ โดยการกระทำด้วยตนเองและช่วยตนเองเพื่อให้บรรลุถึงการกินดีอยู่ดี ของคนในชุมชนโดยส่วนรวม ทั้งนี้โดยมีพื้นฐานตั้งอยู่บนการพัฒนาประชาชนในชุมชน”

การส่งเสริมการเกษตรเป็นกิจกรรมเสริมหรือการแพร่ขยายความรู้ทางการเกษตร ในระบบการศึกษาลักษณะหนึ่ง ที่นำมาจากสถาบันการศึกษาสู่บุคคลเป้าหมายหรือผู้ที่ได้รับการส่งเสริม ในที่นี้ได้แก่ ผู้ประกอบการเกษตร ซึ่งอยู่นอกสถาบันการศึกษา จึงจัดเป็นการศึกษาออกโรงเรียน (out of school education) หรือการศึกษานอกระบบโรงเรียน (non- formal education)”

การส่งเสริมการเกษตรโดยทั่วไปแล้วหมายถึง งานพัฒนาด้านการเกษตร ซึ่งเป็น การให้การศึกษาแก่เกษตรกรในลักษณะของการให้การศึกษาแบบนอกระบบโรงเรียน (out of school education) โดยให้เกษตรกรได้เรียนรู้โดยการปฏิบัติจริงนอกจากนี้การส่งเสริมการเกษตร ยังเป็นงานขององค์กรที่ทำหน้าที่ในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของเกษตรกรแม่บ้าน เกษตรกร และบุคคลอื่นๆ ในชนบท โดยการสอนให้เขาเหล่านั้นรู้จักการทำเกษตรที่ถูกต้องมีการ ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยผสมผสานกับภูมิปัญญาของเกษตรกรการพัฒนาด้านเคหะกิจเกษตร และการ ดำรงชีวิตในชุมชนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมการส่งเสริมการเกษตรควรจะเริ่มต้นจากความต้องการ ของเกษตรกรและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่เกษตรกรมีอยู่ในการส่งเสริมการเกษตรสิ่งที่ต้องการ ให้บรรลุเป้าหมาย ก็คือการช่วยให้เกษตรกรและครอบครัวมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และเป็นกำลัง สำคัญในการสร้างผลผลิตมวลรวมของประเทศชาติความหมายของการส่งเสริมการเกษตรนั้น ค่อนข้างจะกว้างขวางและแตกต่างกันไปตามกลุ่มประชากรเป้าหมายที่องค์กรส่งเสริมการเกษตรเข้า ไปเกี่ยวข้อง แต่โดยทั่วไปแล้วหมายถึง การให้การศึกษาแก่เกษตรกร โดยขึ้นอยู่กับความจำเป็น และความต้องการของเกษตรกรเป็นสำคัญองค์กรและหน่วยงานต่างๆทั้งของรัฐและเอกชนจะเข้าไปมี บทบาทในการส่งเสริมการเกษตรงานส่งเสริมการเกษตรในปัจจุบันเกี่ยวข้องกับการให้ข้อมูลข่าวสาร ต่างๆด้านการเกษตรเศรษฐกิจและสังคม แก่เกษตรกรและชี้แนะแนวทางในการใช้ข้อมูลข่าวสาร ต่างๆ ให้เกิดประโยชน์ต่อเกษตรกร

โดยสรุปแล้ว การส่งเสริมการเกษตรเป็นการนำความรู้และวิทยาการที่ทันสมัยที่ ได้มาจากการค้นคิดและวิจัยของนักวิชาการไปสู่เกษตรกร โดยมีองค์กรส่งเสริมการเกษตรเป็น ตัวกลางในการถ่ายทอดและแพร่กระจายความรู้ดังกล่าวการส่งเสริมการเกษตรยังเป็นการให้ การศึกษาแก่เกษตรกรในรูปแบบของการให้ศึกษานอกระบบโรงเรียน โดยมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริม เป็นครูผู้ให้ความรู้นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการนำข้อมูลข่าวสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพ ทางการเกษตรไปสู่เกษตรกรเช่น เรื่องปัจจัยการผลิตการผลิตพืช-สัตว์การตลาดสินค้าเกษตรการ แปรรูปผลผลิตการเกษตรและแหล่งสินเชื่อการเกษตร เป็นต้นโดยที่เป้าหมายสูงสุดของการส่งเสริม การเกษตรก็คือการพัฒนาสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรให้ดีขึ้น สามารถอยู่ในสังคมได้อย่าง มีศักดิ์ศรี และมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ โดยเท่าเทียมกัน

4.2 หลักการส่งเสริมการเกษตร

พงษ์ศักดิ์ อังกะสิทธิ์ (2563) กล่าวว่า กิจกรรมทางส่งเสริมการเกษตรเพื่อพัฒนา เกษตรกรและการเกษตรของประเทศมีอย่างมากมาย รัฐบาลต้องมีการวางรูปแบบและโครงสร้าง ของแผนงานและโครงการส่งเสริมการเกษตร เพื่อให้บริการแก่เกษตรกร ในทางปฏิบัติรัฐบาลจะ ดำเนินการจัดสรรทรัพยากรต่างๆ เช่น งบประมาณ สำนักงาน บุคลากร และปัจจัยการผลิตต่างๆ เพื่อใช้ในงานส่งเสริม โดยต้องยึดหลักการของการส่งเสริมการเกษตรที่รวบรวมจากผู้ที่มี

ประสบการณ์ในการทำงานด้านส่งเสริมการเกษตรในประเทศต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งหลักการต่างๆ เหล่านี้ นำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับองค์กรส่งเสริม ในการวางแผนแก้ไขปัญหาให้แก่เกษตรกรอย่างมีประสิทธิภาพ หลักการของการส่งเสริมการเกษตรที่สำคัญ มีดังต่อไปนี้

4.2.1 งานส่งเสริมการเกษตรต้องทำร่วมกับเกษตรกร (extension works with its clients) การส่งเสริมการเกษตรเป็นการสอนเกษตรกรในชนบท ไม่ใช่เป็นการให้บริการแก่เกษตรกรเท่านั้น แต่เป็นการทำงานร่วมกับเกษตรกรเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถปฏิบัติในสิ่งที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมได้ด้วยตนเอง การตัดสินใจต่าง ๆ ในการทำการเกษตรควรเป็นการตัดสินใจของเกษตรกรเอง เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรไม่ใช่ผู้ที่มีบทบาทในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง หรือยึดเยียดความคิดเห็นของตนเองให้แก่เกษตรกร เกษตรกรต้องเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลง บทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม ก็คือ การให้ข้อมูลข่าวสารแก่เกษตรกร ให้คำแนะนำแก่เกษตรกรในการทำกิจกรรมต่างๆ ในทิศทางที่ถูกต้อง เกษตรกรจะเป็นผู้กำหนดวิธีการต่างๆ ที่จะทำ ให้สามารถบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ตัวอย่างเช่น ถ้าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมประชุมร่วมกับเกษตรกร ในการวิเคราะห์ปัญหาของเกษตรกร ต้องให้เกษตรกรระบุปัญหา วิเคราะห์ปัญหา และกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง เพื่อให้เกษตรกรเกิดความมั่นใจในตนเอง

4.2.2 การส่งเสริมการเกษตรต้องทำงานร่วมกับองค์กรพัฒนาอื่น ๆ ในชนบท (extension cooperates and coordinates with other development organizations) ถ้า การส่งเสริมการเกษตรเป็นการให้ความรู้ตามความจำเป็นและความต้องการตลอดจนเป้าหมายของ เกษตรกรในชนบท จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องร่วมมือและประสานงานกับองค์กรพัฒนาอื่นๆ ทั้งองค์กรของรัฐและเอกชนที่ให้บริการ มีความชำนาญและมีทรัพยากรต่างๆ ที่สามารถช่วยเกษตรกร ได้ ตัวอย่างเช่น เจ้าหน้าที่ปกครอง พัฒนาการ สาธารณะสุข ประมง ปศุสัตว์ องค์กรพัฒนาของ เอกชน ตลอดจนหน่วยวิชาการที่ทำหน้าที่สร้างความรู้ เทคโนโลยีใหม่ๆ

4.2.3 การส่งเสริมการเกษตรเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารแบบบุคคลวิถี (extension is a two-way exchange of information) เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการผลิตพืชและ สัตว์ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการแก้ปัญหาในการทำการเกษตรของเกษตรกร แต่ในขณะเดียวกัน ภูมิปัญญาของเกษตรกรก็มีความสำคัญต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรและนักวิจัย ดังนั้นการ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกันระหว่างนักวิจัย เจ้าหน้าที่ส่งเสริม และเกษตรกร จะทำให้ งานส่งเสริมเป็นไปอย่างผสมกลมกลืนกัน วิธีการแบบนี้อาจเรียกว่าเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร แบบบุคคลวิถี ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1) การกำหนดปัญหา เริ่มต้นจากการพบปะกับเกษตรกรเจ้าหน้าที่ส่งเสริม สามารถช่วยนักวิจัยให้เข้าใจปัญหาทางการเกษตรของเกษตรกรในพื้นที่ได้ ถ้าจะให้ดีไปกว่านั้น

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมควรจะนำนักวิจัยเข้าไปในพื้นที่ติดต่อกับเกษตรกรโดยตรง เพื่อให้แน่ใจว่าคำแนะนำจากผลงานวิจัยสามารถใช้ได้อย่างแท้จริงในพื้นที่ของเกษตรกรที่ตนเองรับผิดชอบ

2) การทดสอบเทคโนโลยีในพื้นที่ การปฏิบัติในฟาร์มหรือพันธุ์พืชใหม่ๆ อาจจะทำให้ผลดีในแปลงทดลองของนักวิจัย แต่เมื่อนำมาปฏิบัติในแปลง ของเกษตรกร มีบ่อยครั้งที่ไม่ค่อยได้ผล การทดสอบในแปลงของเกษตรกรจะทำให้เกิดความมั่นใจว่าความรู้ใหม่ๆ เหล่านั้น เกษตรกรสามารถที่จะนำไปปฏิบัติได้ผลอย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังเป็นข้อมูลสะท้อนกลับไปยังนักวิจัยให้มีการพัฒนาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

3) เกษตรกรยอมรับ บางครั้งหลังจากที่เกษตรกรยอมรับความรู้ใหม่ๆ ไปปฏิบัติแล้วและพบปัญหาอุปสรรคต่างๆ ในการปฏิบัติเกษตรกรจะเป็นตัวที่ส่งข้อมูลนั้นๆ ไปให้นักวิจัยได้ปรับปรุงแก้ไข

4.2.4 การส่งเสริมการเกษตรทำงานกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน (*extension works with different targets groups*) การทำงานส่งเสริมในพื้นที่ต่างๆ ต้องเผชิญกับปัญหาของเกษตรกรมากมายหลายอย่าง ตามกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย เช่นเกษตรกรกลุ่มที่มีที่ดินมาก ปานกลาง น้อย ทำให้เกิดความแตกต่างกันในการที่จะทำงานส่งเสริม ดังนั้นการส่งเสริมในพื้นที่ใด ๆ จึงไม่ควรจะกำหนดรูปแบบของการส่งเสริมเพียงแบบเดียว (Single package) เพื่อนำไปใช้กับเกษตรกรทุกคนเหมือนกัน เกษตรกรกลุ่มต่างๆ มีปัญหาและความจำเป็นแตกต่างกันไป เจ้าหน้าที่ส่งเสริมจึงควรที่จะพัฒนาโครงการส่งเสริมให้เหมาะสมกับปัญหา ความต้องการ และทรัพยากรที่เกษตรกร แต่ละกลุ่มมีแตกต่างกันไป

4.2.5 เกษตรกรควรมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของงานส่งเสริม (*people should be involved in all aspects of extension education activities*) เพื่อให้วัตถุประสงค์ระยะยาวของการช่วยเหลือและฝึกอบรมเกษตรกร ให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้ หลังจากทีโครงการส่งเสริมสิ้นสุดลง เกษตรกรไม่ควรเป็นเพียงผู้รับการส่งเสริมเท่านั้น แต่ควรมีส่วนร่วมในทุกกิจกรรมของการส่งเสริม เช่น การวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดแผนงานและโครงการ การทดสอบ และการปฏิบัติงานตามแผน ในขณะที่เดียวกันเกษตรกรควรมีส่วนร่วมในการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับศักยภาพของตนเองด้วย นอกจากนี้การมีส่วนร่วมของเกษตรกรยังเป็นการเสริมสร้างเกษตรกรให้ ใ้สติปัญญาของตนเอง คิดเป็น ตัดสินใจได้ด้วยตนเอง และสามารถปฏิบัติได้ด้วยตนเอง การทำงานของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมและเกษตรกรต้องทำร่วมกันไปในทุกขั้นตอน ไม่ควรให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเป็นเพียงผู้ถ่ายทอด (extending) และเกษตรกรเป็นเพียง ผู้รับการส่งเสริมเท่านั้น (client)

4.3 ขอบเขตงานส่งเสริมการเกษตร

พงษ์ศักดิ์ อังกะสิทธิ์ (2563) กล่าวว่า ขอบเขตของงานส่งเสริมการเกษตร อาจแบ่งพิจารณาได้ดังนี้

1) กลุ่มประชาชนที่จะให้บริการ ได้แก่เกษตรกรและประชาชนทั่วไป ผู้ที่ไม่ได้เข้าศึกษาในระบบโรงเรียน เน้นการให้บริการแก่เกษตรกรและชาวชนบท รวมทั้งผู้ประกอบการอาชีพเกี่ยวกับการเกษตรอื่น ๆ เช่น พ่อค้าอาหารสัตว์ ปุ๋ย หรือผู้ค้าขายผลผลิตการเกษตร

2) วิชาที่สอน วิชาที่บรรจุเป็นหลักสูตรของโครงการต้องเป็นวิชาที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร คหเศรษฐศาสตร์ และวิชาที่เกี่ยวข้องกัน วิชาดังกล่าวมีขอบเขตที่กว้างยากแก่การพิจารณา อาจจะอาศัยการพิจารณาจากงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร โดยยึดหน่วยงานเป็นหลัก เองงานที่สังกัดหน่วยงานนั้น ๆ ถือเป็นงานที่เกี่ยวข้องเอามาเป็นวิชาที่สอนได้

3) วิธีที่ใช้ในการส่งเสริม มีวิธีการถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกรมากมายหลายวิธี ซึ่งต้องเลือกใช้ตามความเหมาะสมของ กลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย วิชาที่จะสอน สถานที่ที่จะสอน เป็นต้น

นอกจากนี้ขอบข่ายของงานส่งเสริมการเกษตร ที่ผู้เกี่ยวข้องจะต้องรับผิดชอบ มีดังนี้ คือ

1) เรื่องประสิทธิภาพการผลิตทางเกษตร เช่น การทำให้เกิดผลกำไรจากการประกอบกิจกรรมเกษตร การใช้ทรัพยากรและปัจจัยการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตสูง การรวมกลุ่มกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต เป็นต้น

2) เรื่องประสิทธิภาพการตลาด เช่น การขาย การตลาดผลผลิต การดำเนินการเตรียมแหล่งระบายสินค้าหรือตลาด การตั้งราคาผลผลิต การลดต้นทุนการผลิต การรวมกลุ่มเพื่อการตลาด เป็นต้น

3) เรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากร เช่น การพัฒนาและการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างฉลาดและประหยัด การแสวงหาแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ เช่น แหล่งน้ำ ดิน เป็นต้น การดำเนินการสงวนทรัพยากรธรรมชาติไว้ให้ใช้ได้ยาวนาน และการรวมกลุ่มเพื่ออนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากร เป็นต้น

4) เรื่องการบริหารและการจัดการ เช่น การปรับปรุงแก้ไขการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพทั้งครัวเรือนเกษตรกรและไร่นา ให้การศึกษา การวิเคราะห์ การร่วมกันแก้ปัญหาการเกษตร การเลือกและตัดสินใจลงทุนทำการเกษตร เป็นต้น

5) เรื่องครอบครัวและความเป็นอยู่ เช่น การจัดการบ้านเรือน โภชนาการ การเลือกเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม การวางแผนครอบครัวและการเลี้ยงดูบุตร การใช้แรงงานในครอบครัวให้มีประสิทธิภาพ และการใช้ประโยชน์จากวัสดุในท้องถิ่น การแก้ไข และตัดสินใจหาร่วมกัน เป็นต้น

6) เรื่องการพัฒนาเยาวชน เช่น การส่งเสริมเยาวชนด้านกิจกรรมเกษตร การส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ การจัดกลุ่มและกิจกรรมเยาวชนอื่นๆ เป็นต้น

7) เรื่องการพัฒนาความเป็นผู้นำ เช่น การเสริมสร้างลักษณะความเป็นผู้นำในระบอบประชาธิปไตย การประชุม การพูด การแสดงออกในสังคม สร้างเสริมบุคลิกภาพ การทำงานกลุ่ม เป็นต้น

8) เรื่องการพัฒนาชุมชน เช่น การพัฒนาชนบท การปรับปรุงชุมชน การพัฒนาด้านสาธารณสุขโรค และปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เป็นต้น

9) เรื่องการสังคมสงเคราะห์ เช่น การช่วยเหลือสงเคราะห์อื่นๆ นอกเหนือจากการเกษตร การช่วยเหลือแก้ปัญหาของหน่วยงาน และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในกรณีเกิดภัยธรรมชาติ เป็นต้น

4.4 รูปแบบการส่งเสริมการเกษตร

องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ได้ประมวลรูปแบบของการส่งเสริมการเกษตรที่ดำเนินการอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก แบ่งเป็น 8 รูปแบบ ดังนี้

4.4.1 การส่งเสริมการเกษตรแบบทั่วไป การส่งเสริมแบบนี้ ถือว่าเทคโนโลยีและข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการปลูกพืชหรือเลี้ยงสัตว์มีอยู่พร้อมมูลแล้ว ดังนั้นหากนำข้อมูลและเทคโนโลยีที่จำเป็นนี้ ไปให้เกษตรกรได้เรียนรู้ จะมีผลทำให้เกษตรกรสามารถปรับปรุงการทำการเกษตรของตนได้ วัตถุประสงค์ของการทำการเกษตรรูปแบบนี้ คือ ต้องการให้เกษตรกรสามารถเพิ่มผลผลิตการเกษตรได้มากขึ้น การวางแผนการส่งเสริมโดยทั่วไปกำหนดโดยรัฐ ลำดับความสำคัญของการส่งเสริมการเกษตรอาจมีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับสถานการณ์และเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป ในเบื้องต้นการวางแผนการส่งเสริมอาจจะทำครอบคลุมทั้งประเทศ แต่เมื่อนำไปปฏิบัติในพื้นที่ต่าง ๆ สามารถปรับปรุงแก้ไขให้เข้ากับลักษณะของพื้นที่นั้นๆ ได้ ลักษณะเด่นของการส่งเสริมการเกษตรในรูปแบบนี้ก็คือ มีพนักงานระดับสนามจำนวนมาก ทำให้เกิดความสิ้นเปลือง เพราะจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรต่างๆ เป็นจำนวนมาก โดยปกติจะได้รับการสนับสนุนด้านทรัพยากรต่างๆ จากรัฐ มีศูนย์กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ทำหน้าที่ควบคุมการดำเนินงาน ความสำเร็จของการส่งเสริมแบบนี้ วัดโดยศึกษาระดับการยอมรับ คำแนะนำส่งเสริมและการเพิ่มของผลผลิตทางการเกษตร

4.4.2 การส่งเสริมการเกษตรเฉพาะอย่าง หลักการของการส่งเสริมแบบนี้ คือ การที่จะเพิ่มสมรรถภาพการผลิตและผลผลิตของพืชหรือสัตว์ชนิดใดชนิดหนึ่งนั้น จำเป็นต้องรวมเอาสิ่งที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้เข้าด้วยกัน เช่น ปัจจัยการผลิต การตลาด การวิจัย การควบคุมราคา ตลอดจนการส่งเสริม ให้อยู่ภายใต้การบริหารของหน่วยงานเพียงหน่วยเดียวเท่านั้น การวางแผนการส่งเสริมการเกษตรและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมอยู่ภายใต้การควบคุมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับพืชหรือสัตว์ชนิดนั้น ๆ หน่วยงานจะเป็นผู้จัดหาทรัพยากรที่จำเป็นในการดำเนินงาน เช่นเดียวกับการ

ส่งเสริมการเกษตรแบบทั่วไป ตัวชี้วัดความสำเร็จของการส่งเสริมแบบนี้ คือผลผลิตรวมของพืชหรือสัตว์ที่ได้รับการส่งเสริม

4.4.3 การส่งเสริมการเกษตรระบบการฝึกอบรมและเยี่ยมเยียน เกิดขึ้นมาจากปัญหาที่ นักส่งเสริมการเกษตรหรือเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ไม่ได้รับการฝึกอบรมที่ดี ขาดการให้คำแนะนำปรึกษาและสนับสนุนจากหน่วยเหนืออย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เจ้าหน้าที่ไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ ไม่ได้ออกไปพบปะกับเกษตรกร ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ งานส่งเสริมการเกษตรขาดการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพกับฝ่ายวิจัยและฝ่ายฝึกอบรม ทำให้เจ้าหน้าที่ขาดข้อมูลที่จำเป็นในการส่งเสริมแนะนำเกษตรกร ดังนั้นการส่งเสริมลักษณะนี้จึงพยายามที่จะแก้ปัญหาดังกล่าว โดยการวางแผนการส่งเสริมการเกษตรดำเนินงานร่วมกันโดยฝ่ายส่งเสริมและฝ่ายวิจัย จะมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเป็นจำนวนมาก ทำให้เสียค่าใช้จ่ายสูง การดำเนินงานมีแผนการเยี่ยมเกษตรกรที่แน่นอน เจ้าหน้าที่ระดับสนามจะได้รับการฝึกอบรมทุกๆ สองสัปดาห์ เพื่อเรียนรู้สิ่งที่จำเป็นในการแก้ไขปัญหาของเกษตรกร การวัดความสำเร็จของการส่งเสริมวัดจาก การเพิ่มผลผลิตของพืชหรือสัตว์ที่ได้รับการส่งเสริม รูปแบบการส่งเสริมแบบนี้ประเทศไทยได้นำมาใช้เมื่อประมาณ 20 ปีมาแล้ว และมีการปรับปรุงให้เหมาะสมกับสถานการณ์เป็นระยะๆ

4.4.4 การส่งเสริมการเกษตรโดยเกษตรกรมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ รูปแบบนี้ยอมรับว่า เกษตรกรมีความรู้ด้านการเกษตรเป็นอย่างดี เนื่องจากทำการเกษตรมาเป็นเวลานาน ดังนั้นระดับความเป็นอยู่ของเกษตรกรสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ถ้าเกษตรกรได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ มากขึ้น การมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี ตลอดจนมีส่วนร่วมในการวางแผนการส่งเสริม มีความสำคัญอย่างยิ่ง สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การวางแผนการส่งเสริมต้องอยู่บนพื้นฐานของความต้องการของเกษตรกรอย่างแท้จริง การเข้าถึงเกษตรกรใช้กระบวนการเข้าถึงกลุ่มเกษตรกร ไม่นิยมใช้การเข้าถึงเกษตรกรรายบุคคล วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมรูปแบบนี้ก็คือ การเพิ่มผลผลิตและการบริโภค ตลอดจนปรับปรุงคุณภาพชีวิตด้านต่างๆ ของประชาชนในชนบท องค์กรส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้ควบคุมการส่งเสริม เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรทำหน้าที่เป็นที่เล็งเกษตรกรในการวางแผนการดำเนินงาน ส่วนใหญ่ใช้เจ้าหน้าที่เป็นคนภายในท้องถิ่น ทำให้เสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่ารูปแบบอื่น วิธีการส่งเสริมที่นิยมใช้ คือ การสาธิต การศึกษาดูงานแบบกลุ่ม การใช้เทคโนโลยีร่วมกันระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม เป็นต้น ความสำเร็จของการส่งเสริมแบบนี้ วัดจากจำนวนเกษตรกรที่เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ตลอดจนความยั่งยืนขององค์กรเกษตรกรที่จัดตั้งขึ้น

4.4.5 การส่งเสริมการเกษตรแบบโครงการ เนื่องจากการส่งเสริมการเกษตรรูปแบบเดิม ๆ ให้ผลไม่เป็นที่น่าพอใจ ในแง่ของการเพิ่มผลผลิตและการยกระดับความเป็นอยู่ของเกษตรกร จึงมีแนวคิดว่าการจัดทำโครงการเฉพาะขึ้นมา เพื่อแก้ปัญหาในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง โดยการ

หาทรัพยากรที่จำเป็นจากแหล่งภายนอกจะช่วยแก้ปัญหาได้ ส่วนใหญ่รัฐจะเป็นผู้ควบคุมการวางแผนการดำเนินงาน โดยได้รับความช่วยเหลือด้านการเงินจากต่างประเทศ ดังนั้นลักษณะของการส่งเสริมการเกษตรแบบโครงการนี้ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานจะได้รับอัตราเบี้ยเลี้ยงที่สูงกว่าปกติที่เคยได้รับ มียานพาหนะ เครื่องมือ ตลอดจนอาคารสถานที่ค่อนข้างสมบูรณ์ การวัดความสำเร็จของโครงการ คือ ศึกษาความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาสั้นๆ ในพื้นที่ภายใต้โครงการ

4.4.6 การส่งเสริมการเกษตรแบบเกษตรกรมีส่วนร่วมในค่าใช้จ่าย หลักการของการส่งเสริมแบบนี้ก็คือ ให้เกษตรกรในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมในการเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการดำเนินงานบ้าง งานส่งเสริมทำให้ตรงกับความต้องการของเกษตรกรในพื้นที่นั้นๆ จุดประสงค์ของการส่งเสริมแบบนี้ ต้องการให้เกษตรกรมีการเรียนรู้และนำความรู้ที่ได้รับไปปรับปรุงตนเอง ปรับปรุงการทำเกษตรให้มีผลผลิตเพิ่มมากขึ้น การวางแผนการส่งเสริมเกิดขึ้นจากความร่วมมือประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ในท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการออกค่าใช้จ่าย เจ้าหน้าที่ส่งเสริมส่วนใหญ่เป็นบุคคลในท้องถิ่น จึงไม่ค่อยจะมีการโยกย้ายไปทำงานที่อื่น ความสำเร็จของงานส่งเสริมวัดโดยการศึกษาระดับความร่วมมือในการออกค่าใช้จ่ายของเกษตรกรมีมากน้อยเพียงใด

4.4.7 การส่งเสริมการเกษตรโดยสถาบันการศึกษา การส่งเสริมลักษณะนี้ดำเนินการโดย สถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยและวิทยาลัย ต่างๆ ที่มีการสอนด้านการเกษตร จุดประสงค์คือต้องการถ่ายทอดความรู้ด้านการเกษตรแผนใหม่ ให้เกษตรกรนำไปปฏิบัติ วิธีการส่งเสริมก็ใช้วิธีการให้การศึกษาแบบนอกระบบโรงเรียน นับว่าเป็นการใช้ทรัพยากรด้านการศึกษาในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพ ความสำเร็จของการส่งเสริม ก็คือ จำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมในโครงการต่างๆ

4.4.8 การส่งเสริมการเกษตรโดยการวิจัยระบบการทำฟาร์ม เนื่องจากนักวิชาการตระหนักว่า เทคโนโลยีที่มีอยู่บางอย่างไม่เหมาะสมกับเกษตรกรรายย่อย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับระบบฟาร์มของเกษตรกรรายย่อย การดำเนินงานส่งเสริมการเกษตร มีความคู่ไปกับกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ของการวิจัยระบบการทำฟาร์ม ที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ขึ้นอยู่กับสภาพทางการเกษตรนิเวศของพื้นที่ เจ้าหน้าที่ระดับสนามจะมีความชำนาญเฉพาะอย่างสูง มีการดำเนินงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด ระหว่างงานวิจัยทางการเกษตรกับงานส่งเสริมการเกษตร การวัดความสำเร็จ ทำได้โดยศึกษาการยอมรับปฏิบัติของเกษตรกร โดยพิจารณาว่าเกษตรกรได้นำเอาเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นมา โดยกระบวนการวิจัยระบบการทำฟาร์มไปปฏิบัติมากน้อยแค่ไหน

5. ทฤษฎีความต้องการ

สำหรับทฤษฎีลำดับความต้องการของอับราฮัม มาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) เป็นทฤษฎีที่แสดงให้เห็นระดับความต้องการตามแรงจูงใจของมนุษย์ 5 ชั้น ซึ่งเรียงลำดับตั้งแต่ขั้นที่ต่ำที่สุดไปจนถึงขั้นที่สูงที่สุด โดยระดับความต้องการทั้ง 5 ชั้นนี้จะสามารถพัฒนามนุษย์ให้ไปถึงความเป็นมนุษย์โดยสมบูรณ์ (Self-actualization) อันเป็นเป้าหมายสูงสุดตามแนวความคิดของมาสโลว์ เขาได้กำหนดระดับความต้องการของมนุษย์ 5 ชั้น ดังต่อไปนี้ (ประภัสสร วัฒนา, 2560)

ขั้นที่ 1 ความต้องการด้านร่างกาย (physiological needs) คือ ความต้องการทางสรีรวิทยาหรือความต้องการด้านร่างกาย มาสโลว์ อธิบายว่า มนุษย์จะต้องได้รับการตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวนี้เป็นพื้นฐานก่อน โดยระดับความต้องการในขั้นนี้ ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำดื่ม อากาศ การพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ความต้องการความอบอุ่น ต้องการขจัดความเจ็บป่วยและต้องการรักษาความสมดุลของร่างกาย มนุษย์ทุกคนต้องการสิ่งเหล่านี้เหมือนกัน แต่อาจแตกต่างกันเป็นรายบุคคล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเพศ วัยและสถานการณ์

ขั้นที่ 2 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (safety needs) คือ การที่มนุษย์ชอบอยู่อย่างสงบ มีระเบียบวินัย และไม่รุกรานผู้อื่น ความต้องการในระดับนี้อาจแยกย่อยได้ ดังต่อไปนี้

- 1) ความมั่นคงในครอบครัว เช่น การมีบ้านที่แข็งแรงปลอดภัยและมีความรักใคร่ปรองดองกันในครอบครัว เป็นต้น
- 2) ความมั่นคงปลอดภัยในอาชีพ เช่น มีรายได้ยุติธรรม ไม่ถูกไล่ออก งานไม่เสี่ยงอันตรายและผู้บังคับบัญชาดีมีความยุติธรรม เป็นต้น
- 3) การมีหลักประกันชีวิต เช่น มีผู้ดูแลเอาใจใส่ยามชราและยามเจ็บไข้ เป็นต้น

ขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (belonging and love needs) คือ แรงจูงใจที่มนุษย์ต้องการจะแสดงความเป็นเจ้าของ ทั้งจากสถานะของผู้มอบความรักและผู้ที่ได้รับความรัก ความรักในที่นี้ คือ ความรัก ความเอ็นดู ความเอาใจใส่ที่ได้รับจากบุคคลรอบข้าง ได้แก่ พ่อ แม่ เพื่อน ภรรยา สามี รวมทั้งจากคนรอบข้าง เป็นต้น โดยความรักจากพ่อและแม่คือ ความรัก ความห่วงใย ความเอาใจใส่ การอบรมสั่งสอน การให้อภัยและความเมตตาที่มีต่อลูก ความรักจากเพื่อน คือ ความรักที่ช่วยเหลือกัน เข้าใจในทุกเรื่องโดยไม่มีปัญหาเรื่องช่องว่างระหว่างวัยเดียว

ส่วนความรักของภรรยาและสามี คือ ความรักที่พร้อมที่จะดูแลคนที่ใช้ชีวิตด้วยเป็นคู่ร่วมกันทั้งในยามสุขและยามทุกข์ ซึ่งความรักในที่นี้แตกต่างจากความรักที่เกี่ยวข้องกับเพศ หากเป็นเรื่องเพศ จะเป็นความต้องการทางสรีระระหว่างหญิงชาย ชายชายและหญิงหญิง อีกทั้งมนุษย์ยังมีความต้องการได้รับการยกย่องจากผู้อื่นเพื่อความมั่นคงในชีวิต ความต้องการการยอมรับจากกลุ่มรวมทั้งต้องการแสดงความคิดเห็นในกลุ่ม ต้องการรักคนอื่นและได้รับความรักจากคนอื่น ต้องการ

ความรู้สึกว่าสังคมเป็นของตนและเห็นคุณค่าของการมีชีวิตของตนเอง ว่าสามารถทำประโยชน์ให้กับผู้อื่นได้มากเพียงใดและความต้องการมีเพื่อน

ขั้นที่ 4 ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงและความภาคภูมิใจ (self-esteem needs) คือ แรงจูงใจที่จะแสวงหาและเกียรติยศศักดิ์ศรีทั้งโดยตนเองสำนึกและผู้อื่นกล่าวยกย่องเชิดชู เช่น ความต้องการมีเกียรติยศ การได้รับยกย่อง การได้รับการยอมรับ ได้รับความสนใจจากคนในสังคม มีสถานภาพที่ดีทางสังคม มีชื่อเสียง และมีความต้องการที่จะได้รับคำชมเชยจากสิ่งที่ตนกระทำ เป็นต้นสิ่งเหล่านี้ทำให้มนุษย์รู้สึกถึงการมีคุณค่าในความสามารถที่ตนได้รับการยอมรับจากผู้อื่น ซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติของลำดับขั้นเรื่องความต้องการด้านแรงจูงใจตามหลักทฤษฎีของมาสโลว์ ที่แต่ละบุคคลมักจะแสวงหาความต้องการได้รับการยกย่องจากผู้อื่น เมื่อตนทำสิ่งต่าง ๆ ได้จนตนเองพึงพอใจ นำเสนอผลงานของตนให้ผู้อื่นได้เห็น ได้สัมผัสจนปราศจากคำติในที่สุด ส่งผลให้กลายเป็นมนุษย์ที่มีความสุขทางใจมากคนหนึ่ง เพราะได้รับความยอมรับจากผู้อื่นในสังคม ในขณะเดียวกัน มาสโลว์ ได้กล่าวว่า ศักดิ์ศรีที่สำคัญต่อความมีสุขภาพจิตดี คือ ความรู้สึกนับถือและเคารพตนเองรวมทั้งการได้รับการนับถือจากผู้อื่นที่มีใช้ลักษณะที่ฉาบฉวยหรือจอมปลอม

ขั้นที่ 5 ความต้องการตระหนักในตนเอง (self-actualization needs) คือ แรงจูงใจเพื่อตระหนักถึงความสามารถของตน ประพฤติหรือปฏิบัติตนตามความสามารถและขีดความสามารถ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสิ่งสำคัญด้วย เช่น รู้จักตนเอง ยอมรับตนเอง เปิดใจรับฟังคำวิจารณ์โดยไม่มีอคติกับผู้วิจารณ์รู้จักแก้ไขตนเองในส่วนที่ยังบกพร่อง ต้องการพัฒนาตนเอง พร้อมทั้งจะรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นเกี่ยวกับตนเอง ต้องการค้นพบความจริง พร้อมทั้งจะเปิดเผยตนเองโดยไม่มี การปกป้อง ต้องการเป็นตัวของตัวเองและประสบความสำเร็จด้วยตัวเอง เป็นต้น

มาสโลว์ เชื่อว่ามนุษย์ทุกคนมีความมุ่งหมายในชีวิต เพื่อที่จะบรรลุต่อการเป็นมนุษย์โดยสมบูรณ์หรือต้องการก้าวขึ้นมาในขั้นที่ 5 ซึ่งเป็นขั้นสูงสุดตามแนวความคิดของเขากันทุกคน แต่การที่มนุษย์ทุกคนจะบรรลุความปรารถนาในระดับนี้นั้น จะต้องได้รับการตอบสนองของความต้องการในลำดับขั้นต่าง ๆ ทั้ง 4 ลำดับเบื้องต้นอย่างเพียงพอก่อน

อย่างไรก็ตาม มาสโลว์ ยอมรับว่าทฤษฎีลำดับความต้องการ 5 ขั้นของเขานั้นมีข้อบกพร่องอยู่บางประการ บุคคลที่มีบุคลิกเข้มแข็ง มีคุณสมบัติสร้างสรรค์สูงและมีแรงจูงใจที่จะพัฒนาตนเองให้มาถึงจุดความเป็นมนุษย์โดยสมบูรณ์ บุคคลเหล่านี้ แม้ว่าจะได้รับการตอบสนองความพึงพอใจในระดับเบื้องต้นอย่างไม่สมบูรณ์ เช่น อาจต้องเผชิญหน้ากับการดูถูกและเหยียดหยามตลอดจนไม่มีความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น แต่ก็สามารถพัฒนาตนมาถึงจุดความเป็นมนุษย์โดยสมบูรณ์ได้ เช่น มหาตมะ คานธี (Mahatma Gandhi) และอับราฮัม ลินคอล์น (Abraham Lincoln) เป็นต้น

6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 ต้นทุนและผลตอบแทน

นิกข์นิภา บุญช่วย (2560) ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกกล้วยน้ำว้า ในเขตอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัย พบว่า ในส่วนของสภาพและข้อมูลทั่วไป พบว่าเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 90.00 มีอายุระหว่าง 50-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ คิดเป็นร้อยละ 40.00 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 7 ราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 70.00 มีสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน และ 4-6 คน ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ คิดเป็นร้อยละ 50.00 ข้อมูลการปลูกกล้วยน้ำว้า พบว่า เกษตรกรมีที่ดินที่ใช้ในการปลูกกล้วยน้ำว้าเป็นของตนเองทุกคน มีประสบการณ์ในการปลูกกล้วยน้ำว้ามากกว่า 5 ปี ถึงร้อยละ 60 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีความชำนาญในการปลูกกล้วยน้ำว้าพอสมควรและใช้เงินทุนส่วนตัวในการปลูกกล้วย คิดเป็นร้อยละ 80.00 และร้อยละ 20.00 ที่ใช้ทั้งทุนส่วนตัวและเงินกู้ยืม ซึ่งแหล่งเงินทุนที่เกษตรกรกู้ยืม คือ สหกรณ์ยูเนี่ยนและสหกรณ์อำเภอท่ายาง และข้อมูลของต้นทุนและผลตอบแทนในการปลูกกล้วยน้ำว้าพบว่า การปลูกกล้วยน้ำว้าต่อไร่ต่อปีมีเงินลงทุนครั้งแรกในระยะเวลา 1 ปี จึงจะสามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร เท่ากับ 33,884.55 บาท หลังจากเกษตรกรมีรายได้จากการขายกล้วยน้ำว้าแล้ว พบว่า มีค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมด 20,184.55 บาท และรายได้ เป็นเงิน 25,728.57 บาท ซึ่งผลผลิตกล้วยน้ำว้าในแต่ละไร่ได้ไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์ของต้นกล้วยและโรคตายพราย และมีกำไรสุทธิ 5,544.02 บาท และอัตราผลตอบแทนจากการปลูกกล้วยน้ำว้าเฉลี่ยต่อไร่ต่อปี พบว่า อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย 21.55% และอัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุน (ROI) 16.36% และจากการปลูกกล้วยน้ำว้าแต่ละครั้งซึ่งทำรายได้ให้เกษตรกรประมาณ 7 ถึง 10 ปีนั้น เกษตรกรต้องใช้เวลา 6 ปี 1 เดือน จึงจะได้คืนเงินลงทุนที่จ่ายไป จากผลการวิจัย พบว่า ผลผลิตกล้วยน้ำว้า ต่อไร่ต่อปีค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับต้นทุนในการลงทุนปลูกกล้วยน้ำว้าแม้ว่าการปลูกกล้วยน้ำว้าจะปลูกง่ายดูแลรักษาไม่ยาก เป็นที่ต้องการของตลาดเพราะนำไปใช้ประโยชน์และแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย ซึ่งปัจจัย ดังกล่าวเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกษตรกรเลือกอาชีพปลูกกล้วยน้ำว้าดังนั้นเกษตรกรควรคำนึงถึงผลผลิตที่จะได้ต่อไร่ให้มีสัดส่วนที่เท่ากัน และเกษตรกรควรได้รับการแนะนำจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดบันทึกค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ใช้ในการลงทุนและรายได้ที่แท้จริงจากการปลูกกล้วยน้ำว้า ซึ่งจะส่งผลให้เกษตรกรสามารถทราบถึงกำไรสุทธิที่เกิดขึ้นจริง

อริสทิษฐ์ นุชเนตร (2559) ศึกษา กล้วยหอมทองบ้านลาด: ต้นทุนการผลิตและความคุ้มค่าในการลงทุน ผลการศึกษา พบว่า อำเภอบ้านลาด การผลิตและตลาดกล้วยหอมทองของ

ตำบลถ้ำรงค์ให้ผลตอบแทนสูงสุดทั้งปริมาณและมูลค่า มีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 6 เดือน 19 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 1,431,845.62 บาท อัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 42.78 ตำบลหนองกระเจ็ด ระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 9 เดือน 18 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 734,872.21 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน ร้อยละ 31.42 ตำบลตำบอกระยะคืนทุน 2 ปี 2 เดือน 3 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 294,775.16 บาท อัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 18.79 ส่วนตำบลไร่สะอาดก่อนมีระยะเวลาคืนทุนมากกว่า 3 ปี ประสิทธิภาพกล้วยหอมทองอยู่ที่การใช้จ่ายชีวภาพในการผลิตและขายกล้วยหอมทองผ่านสหกรณ์ การเกษตรบ้านลาด

5.2 รูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการโซ่อุปทาน

ศรารุท ทองเนื้อห้า (2562) ศึกษาในรูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการโซ่อุปทาน กล้วยหอมปลอดสารพิษของจังหวัดสุราษฎร์ธานี : กรณีศึกษาอำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษา พบว่า ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการโซ่อุปทานแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ ระดับต้นน้ำของกล้วยหอมปลอดสารพิษ เกษตรกรต้องมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตและลดต้นทุนการผลิต โดยเกษตรกรต้องใช้การสั่งซื้อปัจจัยการผลิตจากสหกรณ์การเกษตร บ้านนาสาร ระดับกลางน้ำของกล้วยหอมปลอดสารพิษการตลาดจะเชื่อมโยงเกษตรกรไปยังผู้บริโภค ซึ่งการดำเนินการทางการตลาดนั้น จะต้องมีส่วนการเกษตรบ้านนาสารเข้ามามีส่วนร่วมในการถ่ายทอดความรู้ด้านการตลาด และความรู้เกี่ยวกับ การรวบรวม การคัดแยก การทำความสะอาด เพื่อให้เกษตรกรสามารถพึ่งตนเองได้ระดับปลายน้ำ ปัจจัยการขนส่งไปยังต่างประเทศขึ้นอยู่กับ การรวบรวม การคัดแยก ทำความสะอาด บรรจุหีบห่อ และการขนส่ง ได้ภายในเวลาจำกัด สรุปได้ว่า รูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการโซ่อุปทานกล้วยหอมปลอดสารพิษของจังหวัดสุราษฎร์ธานีจะต้องมีการเชื่อมโยงกันของเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร และผู้บริโภค โดยองค์การของรัฐและหน่วยงาน เอกชน ให้ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับ การเก็บรวบรวม การคัดแยก การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง แก่เกษตรกรเพื่อใช้ในการวางแผนรูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

5.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิต

อรพิมพ์ สุริยา (2560) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตกล้วยหอมของเกษตรกรใน อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษา 1) ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 66.51 ได้รับการศึกษาต่ำกว่าระดับประถมศึกษาร้อยละ 34.43 อายุเฉลี่ย 52.61 ปี จำนวนแรงงานในครัวเรือนเฉลี่ย 2.17 คน และจำนวนแรงงานจ้างเฉลี่ย 0.41 คน 2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 69.81 มีรายได้จากกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากการปลูกกล้วยหอม รายได้สุทธิจากการปลูกกล้วยหอมเฉลี่ย 771,990.57 บาทต่อปี และต้นทุนการ

ผลิตกล้วยหอมเฉลี่ย 19,349.53 บาทต่อไร่ 3) ปัจจัยด้านสังคม พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 85.85 ไม่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการผลิตกล้วยหอม และร้อยละ 78.77 เป็นสมาชิกกลุ่มหรือสหกรณ์ และ 4) ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการผลิตกล้วยหอม พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมปลูกกล้วยหอมพันธุ์หอมทองร้อยละ 77.83 มีประสบการณ์ปลูกกล้วยหอมเฉลี่ย 6.12 ปี และได้คะแนนความรู้เกี่ยวกับการผลิตกล้วยหอมให้ได้มาตรฐานเฉลี่ย 23.26 คะแนน จากคะแนนเต็ม 25 คะแนน สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตกล้วยหอม ได้แก่ จำนวนแรงงานในครัวเรือน จำนวนแรงงานจ้าง รายได้สุทธิจากการผลิตกล้วยหอม รายได้จากกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากการปลูกกล้วยหอม ต้นทุนการผลิตกล้วยหอม และความรู้เกี่ยวกับการผลิตกล้วยหอมให้ได้มาตรฐาน

5.4 ศักยภาพการผลิต

เฉลิมพล อังศุสิงห์ (2559) ศึกษาศักยภาพการผลิตกล้วยไข่ของเกษตรกรให้ได้มาตรฐานการส่งออกใน จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัย พบว่า 1) เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่ทั้งสองกลุ่มคือ เกษตรกรที่ได้รับรับรองแปลงเกษตรดีที่เหมาะสม (GAP) กล้วยไข่ และเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่ทั่วไป จระดับประถมศึกษา รายได้ในภาคการเกษตรของครัวเรือนเฉลี่ย 33,323.08 บาท ต่อไร่ต่อปี และเฉลี่ย 35,408.72 บาท ต่อไร่ต่อปี ตามลำดับ รายจ่ายจากการทำการเกษตรต่อปี เฉลี่ย 14,441.74 บาท ต่อไร่ต่อปีและเฉลี่ย 17,019.20 บาท ต่อไร่ต่อปี ตามลำดับ 2) การผลิตและการตลาดกล้วยไข่ของเกษตรกร การผลิตกล้วยไข่เกษตรกรส่วนใหญ่ในภาพรวมเกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับการเลือกพื้นที่ปลูก การจัดการพื้นที่ในการปลูกพืชปุ๋ยที่ใช้ในการปลูกกล้วยไข่ มีวิธีการป้องกันและกำจัดแมลงศัตรู กำจัดโรค และการตลาดกล้วยไข่อยู่ในระดับสูง การปฏิบัติของเกษตรกรที่สอดคล้องกับมาตรฐานการส่งออก การตลาดกล้วยไข่เกษตรกร มีรายจ่ายจากการทำสวนกล้วยไข่เฉลี่ย 5,979.10 บาท ต่อไร่ต่อปี และเฉลี่ย 2,216.67 บาท ต่อไร่ต่อปี ตามลำดับ รายได้จากการทำสวน กล้วยไข่ต่อปี เฉลี่ย 16,077.06 บาท ต่อไร่ต่อปี และเฉลี่ย 5,190.72 บาท ต่อไร่ต่อปี ตามลำดับ 3) เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่ทั้งสองกลุ่ม ปฏิบัติไม่แตกต่างกัน เกษตรกรมีการปฏิบัติอย่างเหมาะสมและมีความรู้ความเข้าใจในการผลิตกล้วยไข่ตามมาตรฐานการส่งออก 4) การผลิตกล้วยไข่ให้ได้มาตรฐานการส่งออก เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่ทั้งสองกลุ่ม โดยภาพรวมมีปัญหาอยู่ในระดับมากเพียง 1 ประเด็น คือ ความแรงของลมในพื้นที่ และมีปัญหาในระดับปัญหาปานกลางอยู่ 2 ประเด็น คือ รายได้และผลตอบแทน โรคและแมลง ดังนั้น การดำเนินงานตามการผลิตกล้วยไข่ตามมาตรฐานการส่งออก จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงสภาพทางเศรษฐกิจ ความรู้ การปฏิบัติ และปัญหาของเกษตรกร เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้องกับข้อเท็จจริงและความต้องการของตลาดเพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุด

5.5 ความพึงพอใจของเกษตรกร

วนาลี เทียมไธสง (2561) ศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทอง ปลอดภัยต่อการปฏิบัติงานของสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด อำเภอบ้านลาด จังหวัด เพชรบุรี

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกร(ร้อยละ 51.9) เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 48.41 ปี มีการศึกษาใน ระดับต่ำหรือประถมศึกษา(ร้อยละ48.0) มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.63 คน มี ประสบการณ์ในการปลูกกล้วยหอมทองปลอดภัยเฉลี่ย 7. 23 ปี มีพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด เฉลี่ย 5.56 ไร่ มีพื้นที่การปลูกกล้วยหอมทองปลอดภัยเฉลี่ย 3.80 ไร่ มีแรงงานเฉลี่ย 3.05 คน มีรายได้เฉลี่ย 61,653.88 บาท/ปี มีรายจ่ายเฉลี่ย 24,405.61 บาท/ปี มีแหล่งเงินทุนจากทุน ส่วนตัว (ร้อยละ52.7) มีอาชีพหลักคือการปลูกกล้วยหอมทองปลอดภัย (ร้อยละ 62.0) มีอาชีพ รองคือปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ (ร้อยละ 48.8) มีสภาพการถือครองที่ดินเป็นที่ของตนเอง (ร้อยละ 70.5) มีแหล่งซื้อปัจจัยในการปลูกกล้วยหอมทองปลอดภัยจากสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด (ร้อยละ 72.0) เกษตรกรมีความรู้ในการปลูกกล้วยหอมทองปลอดภัยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 69.7) เกษตรกรได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคลมาจากเจ้าหน้าที่สหกรณ์การเกษตร (ร้อยละ 69.8) ได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนจากโทรทัศน์ (ร้อยละ 38.0) ได้รับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์จาก วารสารและแผ่นพับ (ร้อยละ 21.7) และได้รับข่าวสารจากสื่อกิจกรรมจากการอบรม(ร้อยละ 51.9) เกษตรกรได้รับสวัสดิการช่วยเหลือสมาชิกโครงการปลูกกล้วยหอมทอง (ร้อยละ 46.5) เกษตรกรมี ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (เฉลี่ย 96.67) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เกษตรกรที่มีประสบการณ์ในการปลูกกล้วยหอม ทองปลอดภัย พื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมดรายได้ รายจ่าย แหล่งเงินทุนในการปลูกกล้วยหอม ทองปลอดภัย อาชีพหลัก แหล่งซื้อปัจจัยในการปลูกกล้วยหอมทองปลอดภัย การเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อมวลชน การอบรมจากภาครัฐ และสวัสดิการสมาชิกที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ต่อการปฏิบัติงานของสหกรณ์การเกษตรบ้านลาดจำกัด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

5.6 ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ

สันติพงษ์ ศุภกิจเจริญ (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกล้วยไข่ ของเกษตรกรในจังหวัดกำแพงเพชร ผลการศึกษา เกษตรกรตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรสเป็นส่วนใหญ่สมรส ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ชั้น ประถมศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัวส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 3-5 คน แรงงานทางการเกษตรส่วนใหญ่ 3-5 คน ประสบการณ์ในการทำเกษตรส่วนใหญ่อยู่ที่น้อยกว่า 10 ปี จำนวนพื้นที่ทาง การเกษตรส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 6-10 ไร่และด้านรายได้เฉลี่ยของครัวเรือนประมาณ 190,000 บาท/ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกล้วยไข่ของเกษตรกรในจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า วิธีการ

ปลูกกล้วยไข่เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดมีผลต่อโอกาสที่จะปลูกกล้วยไข่เพิ่มขึ้นร้อยละ 28.17 รองลงมา ได้แก่ การส่งเสริมการปลูกจากภาครัฐ ภาครัฐให้ความรู้ในการปลูกอย่างชัดเจน การจัดหาตลาดโดยภาครัฐ วิธีการดูแลรักษากล้วยไข่ ราคามีผลต่อการปลูกกล้วยไข่ และการสืบทอดต่อกันจากรุ่นบุรุษ ปัจจัยเหล่านี้ มีผลต่อโอกาสที่จะปลูกกล้วยไข่เพิ่มขึ้นระหว่างร้อยละ 20-28 ตามลำดับ ส่วนผลตอบแทน(กำไร)มีผลต่อการปลูกกล้วยไข่ความต้องการบริโภคมีผลต่อการปลูกกล้วยไข่จำนวนแรงงานทางการเกษตร โดยปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อโอกาสที่เกษตรกรจะปลูกกล้วยไข่เพิ่มขึ้นระหว่างร้อยละ 9-17 นอกจากนี้ยังพบว่าอายุของเกษตรกรมีผลต่อโอกาสที่จะปลูกกล้วยไข่เพิ่มขึ้นน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 1.19 เท่านั้น นอกจากนี้ยังพบปัญหา และอุปสรรคของเกษตรกรที่จะปลูกกล้วยไข่ในจังหวัดกำแพงเพชรได้แก่ ปัญหาความเสี่ยงทางภัยธรรมชาติสูง ปัญหาการขาดแคลนตลาดรองรับผลผลิต ปัญหาความต้องการของผู้บริโภค ปัญหาด้านราคา ปัญหาต้นทุนสูง ปัญหาขาดแคลนน้ำ ปัญหา ด้านเงินทุน ปัญหาเรื่องการดูแลรักษา และปัญหาขาดความรู้ความเข้าใจในการปลูกที่ถูกต้อง ในขณะที่เดียวกันเกษตรกรได้มีข้อเสนอแนะต่างๆได้แก่ควรมีการจัดหาตลาดรองรับผลผลิตหรือขยายตลาดเพิ่มขึ้นโดยรัฐ ควรมีการรับประกันราคา เงินช่วยเหลือจากรัฐ ควรมีระบบชลประทานเพิ่มขึ้นในบางพื้นที่และควรจัดให้มีการแนะนำการปลูกกล้วยไข่อย่างชัดเจน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกของเกษตรกรในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี การศึกษาในครั้งนี้จะใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจตามระเบียบ วิธีการวิจัย รายละเอียดมีดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ เกษตรกรผู้ผลิตหอมทอง ในเขตอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 2 กลุ่ม จำนวนรวมทั้งหมด 122 ราย ได้แก่ เกษตรกรที่ได้รับใบรับรองแปลงเกษตรดีที่เหมาะสม (GAP) กล้วยหอมทอง และเกษตรกรผู้ผลิตกล้วยหอมทองทั่วไป

1.2 กลุ่มตัวอย่าง เก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด โดยไม่มีการสุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ทั้งชนิดปลายปิดและปลายเปิดสร้างขึ้นโดยศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสมกับการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร ประกอบด้วย

- ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และประสบการณ์การผลิตกล้วยหอมทอง

- สภาพทางเศรษฐกิจ ได้แก่ จำนวนแรงงาน ขนาดพื้นที่ถือครอง อาชีพหลัก อาชีพรอง รายได้ของครอบครัว รายจ่ายของครอบครัว และหนี้สินของครอบครัว

- สภาพทางสังคม ได้แก่ การเป็นสมาชิกสถาบันเกษตรกรและแหล่งข้อมูลในการผลิตกล้วยหอมทอง

ตอนที่ 2 สภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองของเกษตรกร ได้แก่ สภาพการผลิตกล้วยหอมทอง และสภาพการตลาดกล้วยหอมทอง

ตอนที่ 3 ความรู้พื้นฐานของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก ได้แก่ ระยะเวลาปลูก การเตรียมดิน สภาพดิน การดูแล โรคที่สำคัญ และตลาดหลักรับซื้อกล้วยหอมทอง

ตอนที่ 4 ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านช่องทางการส่งเสริมการผลิต และด้านวิธีการในการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง

เป็นคำถามที่มีลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกตามระดับความต้องการ ซึ่งกำหนดคะแนน เป็น 5 ระดับคือ

- 1 คะแนน หมายถึง ต้องการน้อยมาก
- 2 คะแนน หมายถึง ต้องการน้อย
- 3 คะแนน หมายถึง ต้องการปานกลาง
- 4 คะแนน หมายถึง ต้องการมาก
- 5 คะแนน หมายถึง ต้องการมากที่สุด

ตอนที่ 5 ปัญหาของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก เป็นคำถามที่มีลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกตามระดับปัญหาที่พบ แบ่งระดับปัญหาออกเป็น 5 ระดับ คือ

- 1 คะแนน หมายถึง มีปัญหาน้อยมาก
- 2 คะแนน หมายถึง มีปัญหาน้อย
- 3 คะแนน หมายถึง มีปัญหาปานกลาง
- 4 คะแนน หมายถึง มีปัญหามาก
- 5 คะแนน หมายถึง มีปัญหามากที่สุด

2.2 การตรวจสอบแก้ไขและปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ เมื่อสร้างแบบสัมภาษณ์แล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบแก้ไขและปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้การวิจัยมีความถูกต้อง สมบูรณ์ก่อนนำไปสัมภาษณ์ไปใช้จริง ดังนี้

2.2.1 การตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้การวิจัยมีความถูกต้องสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณา

ตรวจสอบความถูกต้อง และให้คำแนะนำแก้ไข เพื่อให้แบบสัมภาษณ์มีความถูกต้องสมบูรณ์และเที่ยงตรงตามเนื้อหา

2.2.2 การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (reliability) โดยการนำแบบสัมภาษณ์ทดสอบกับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 30 ราย จากนั้นจึงนำผลที่ได้ไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (reliability consistency) ตามวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (coefficient of alpha หรือ Cronbach) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์ เท่ากับ 0.880

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ดังนี้

3.1 ขั้นเตรียมการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเตรียมการก่อนออกภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ในเรื่องต่อไปนี้

3.1.1 การกำหนดวัน เวลา และสถานที่สัมภาษณ์ ผู้วิจัยมีการกำหนดวัน เวลา สถานที่ที่จะไปสัมภาษณ์ รวมทั้งมีการนัดหมายล่วงหน้ากับผู้ให้สัมภาษณ์

3.1.2 การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้เพื่อการสัมภาษณ์และการเดินทาง เช่น ดินสอ ปากกา กระดาษช่วยจดบันทึก แบบสัมภาษณ์ และยานพาหนะ

3.1.3 ประสานงานกับอาสาสมัครเกษตรหมู่บ้านของแต่ละตำบล เพื่อนัดหมายกลุ่มตัวอย่างที่จะให้สัมภาษณ์

3.2 ขั้นการสัมภาษณ์ ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนในการสัมภาษณ์ คือ

3.2.1 แนะนำตัวผู้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยแนะนำตัวว่าเป็นใคร ทำอะไร ที่ไหน และมาทำอะไร เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์รู้จักก่อนที่จะทำการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นการสร้างความไว้วางใจและเป็นกันเองกับผู้ให้สัมภาษณ์

3.2.2 ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยว่าเป็นอย่างไร เกี่ยวข้องกับผู้ให้สัมภาษณ์อย่างไร และชี้แจงความสำคัญของข้อมูลงานวิจัยแก่ผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงและครบถ้วน

3.2.3 **เริ่มดำเนินการสัมภาษณ์** ผู้วิจัยเริ่มถามคำถามที่เตรียมไว้โดยใช้คำถามที่ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบอย่างง่าย พยายามให้ผู้สัมภาษณ์ตอบในประเด็นที่ต้องการถามทุกข้อตามลำดับ

3.3 **บันทึกผลการสัมภาษณ์** ในขณะที่ให้ผู้สัมภาษณ์ผู้วิจัยได้บันทึกผลการสัมภาษณ์ไปพร้อมกัน ซึ่งการบันทึกผู้วิจัยมีหลักปฏิบัติดังนี้

3.3.1 **บันทึกผลทันทีระหว่างการสัมภาษณ์** ทั้งคำถามปลายเปิดและปลายปิด

3.3.2 **บันทึกตามความเป็นจริงโดยไม่มีอคติ** ข้อมูลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้บันทึกตามความเป็นจริงโดยไม่มีอคติ

3.4 **ขั้นสิ้นสุดของการสัมภาษณ์** มีแนวทางปฏิบัติดังต่อไปนี้

3.4.1 **ทบทวนความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูล** ผู้วิจัยได้ทบทวนความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

3.4.2 **กล่าวขอบคุณ** ผู้วิจัยกล่าวขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์และผู้เกี่ยวข้องที่ให้ความร่วมมือและสนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลที่รวบรวมมาได้ ทำการลงรหัสข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าสถิติ ประกอบด้วย ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation: S.D.) ค่าต่ำสุด (minimum value) และค่าสูงสุด (maximum value)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการผลิตและการตลาดด้วยหอมทองเพื่อการส่งออกของเกษตรกรในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างสมาชิกศูนย์จัดการศัตรูพืชชุมชนในจังหวัดพิจิตร จำนวน 122 ราย นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตอนที่ 1 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร

ตอนที่ 2 การผลิตและการตลาดด้วยหอมทองของเกษตรกร

ตอนที่ 3 ความรู้พื้นฐานของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดด้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

ตอนที่ 4 ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตด้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

ตอนที่ 5 ปัญหาของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดด้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

ตอนที่ 1 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร

1.1 สภาพทางสังคม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1) **เพศ** เกษตรกรร้อยละ 78.7 เป็นเพศชาย รองลงมาคือ ร้อยละ 21.3 เป็นเพศหญิง ตามลำดับ

2) **อายุ** เกษตรกรมีอายุเฉลี่ย 42 ปี โดย ร้อยละ 29.4 อายุ 51 – 60 ปี รองลงมาคือ ร้อยละ 24.5 อายุ 20 - 30 ปี และ อายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 16.4 อายุมากกว่า 60 ปี และร้อยละ 4.9 อายุ 41 – 50 ปี ตามลำดับ

3) **สถานภาพการสมรส** เกษตรกรร้อยละ 49.2 มีสถานภาพสมรส รองลงมาคือ ร้อยละ 41.0 สถานภาพโสด และร้อยละ 9.8 สถานภาพหย่าร้าง/หม้าย ตามลำดับ

4) **ระดับการศึกษา** เกษตรกรร้อยละ 34.4 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ป.4 , 6 รองลงมาคือ ร้อยละ 24.6 จบมัธยมศึกษาตอนปลาย ม.ศ.5, ม.6, ปวช. ร้อยละ 19.7 จบมัธยมศึกษาตอนต้น ม.ศ.3, ม.3 ร้อยละ 16.4 จบ ปวศ. หรืออนุปริญญา และ ร้อยละ 4.9 จบปริญญาตรี ตามลำดับ

5) **ประสบการณ์การผลิตด้วยหอมทอง** เกษตรกรมีประสบการณ์การผลิตด้วยหอมทอง เฉลี่ย 6 ปี โดยร้อยละ 55.8 มีประสบการณ์การผลิตด้วยหอมทอง 1 - 5 ปี รองลงมาคือ ร้อยละ 24.6 มีประสบการณ์การผลิตด้วยหอมทอง 5 - 10 ปี และ ร้อยละ 19.7 มีประสบการณ์การผลิตด้วยหอมทอง มากกว่า 10 ปี ตามลำดับ

6) **จำนวนสมาชิกในครัวเรือน** เกษตรกรมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4 คน โดยร้อยละ 45.9 มีสมาชิกลดกว่า 3 คน รองลงมาคือ 34.4 มี 5-6 คน ร้อยละ 14.7 มี 3-4 คน และ ร้อยละ 4.9 มีมากกว่า 6 คนขึ้นไป

7) **การเป็นสมาชิกสถาบันเกษตรกร** เกษตรกรร้อยละ 100 เป็นสมาชิกสถาบันเกษตรกร

8) **การเป็นสมาชิกสถาบันเกษตรกร** เกษตรกรร้อยละ 75.4 เป็นสมาชิกลูกค้านาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร รองลงมาคือ ร้อยละ 19.7 เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตด้วยหอมทอง และร้อยละ 4.9 เป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตร

9) **การได้รับความรู้ด้านการผลิตและการตลาดด้วยหอมทอง** เกษตรกรร้อยละ 80.3 ได้รับการได้รับความรู้ด้านการผลิตและการตลาดด้วยหอมทอง รองลงมาคือ ร้อยละ 19.7 ไม่ได้รับการได้รับความรู้ด้านการผลิตและการตลาดด้วยหอมทอง ตามลำดับ

10) **สื่อบุคคล** ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรร้อยละ 85.2 ได้รับความรู้จากเครือข่าย/เพื่อนบ้าน รองลงมาคือ ร้อยละ 9.8 ได้รับความรู้จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรของรัฐและ ร้อยละ 4.9 ได้รับความรู้จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรของเอกชน ตามลำดับ

11) **สื่อสิ่งพิมพ์** เกษตรกรร้อยละ 44.3 ได้รับความรู้จากใบปลิว แผ่นพับ จากทางราชการ รองลงมาคือ ร้อยละ 24.6 ได้รับความรู้จากวารสาร ร้อยละ 21.3 ได้รับความรู้จากใบปลิว แผ่นพับ จากบริษัทเอกชน และร้อยละ 9.8 ได้รับความรู้จากหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ

12) **สื่ออิเล็กทรอนิกส์** เกษตรกรร้อยละ 34.4 ได้รับความรู้จากเว็บไซต์ รองลงมาคือ ร้อยละ 24.6 ได้รับความรู้จากวิทยุ ร้อยละ 14.6 ได้รับความรู้จากเฟสบุ๊ก และร้อยละ 9.8 ได้รับความรู้จากไลน์ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.1 สภาพทางสังคมของเกษตรกร

N = 122		
สภาพทางสังคม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	96	78.7
หญิง	26	21.3
2. อายุ		
20 - 30 ปี	30	24.5
31 - 40 ปี	30	24.5
41 - 50 ปี	6	4.9
51 - 60 ปี	36	29.4
มากกว่า 60 ปี	20	16.4
Min = 23 ปี Max = 64 ปี \bar{X} = 42 ปี S.D. = 14.36 ปี		
3. สถานภาพการสมรส		
โสด	50	41.0
สมรส	60	49.2
หย่าร้าง/หม้าย	12	9.8
4. ระดับการศึกษา		
จบการศึกษาภาคบังคับ ป.4 , 6	42	34.4
จบมัธยมศึกษาตอนต้น ม.ศ.3, ม.3	24	19.7
จบมัธยมศึกษาตอนปลาย ม.ศ.5, ม.6, ปวช.	30	24.6
จบ ปวส. หรืออนุปริญญา	20	16.4
จบปริญญาตรี	6	4.9
5. ประสบการณ์การผลิตกล้วยหอมทอง		
1 - 5 ปี	68	55.8
5 - 10 ปี	30	24.6
มากกว่า 10 ปี	24	19.7
Min = 2 ปี Max = 8 ปี \bar{X} = 6 ปี S.D. = 7.06 ปี		

ตารางที่ 4.1 ต่อ

N = 122

สภาพทางสังคม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
6. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน		
น้อยกว่า 3 คน	56	45.9
3-4 คน	18	14.7
5-6 คน	42	34.4
มากกว่า 6 คนขึ้นไป	6	4.9
Min = 1 คน Max = 10 คน \bar{X} = 4.1 คน S.D. = 1.56 คน		
7. การเป็นสมาชิกสถาบันการเกษตร		
เป็นสมาชิกสถาบันการเกษตร	122	100.0
8. การเป็นสมาชิกสถาบันการเกษตร		
สมาชิกกลุ่มเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตกล้วยหอมทอง	24	19.7
สมาชิกลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	92	75.4
สมาชิกสหกรณ์การเกษตร	6	4.9
9. การได้รับความรู้ด้านการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง		
ไม่ได้รับ	24	19.7
ได้รับ	98	80.3
10. แหล่งความรู้		
สื่อบุคคล		
เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรของรัฐ	12	9.8
เครือข่าย/เพื่อนบ้าน	104	85.2
เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรของเอกชน	6	4.9
สื่อสิ่งพิมพ์		
หนังสือพิมพ์	12	9.8
ใบปลิว แผ่นพับ จากทางราชการ	54	44.3
ใบปลิว แผ่นพับ จากบริษัทเอกชน	26	21.3
วารสาร	30	24.6

ตารางที่ 4.1 ต่อ

N = 122

สภาพทางสังคม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สื่ออิเล็กทรอนิกส์		
วิทยุ	30	24.6
โทรทัศน์	18	14.8
เว็บไซต์	42	34.4
เฟซบุ๊ก	20	16.4
ไลน์	12	9.8

1.2 สภาพทางเศรษฐกิจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1) **จำนวนแรงงานในครัวเรือน** ครอบครัวเกษตรกรร้อยละ 29.5 มีจำนวนแรงงานในครัวเรือน 3 คน รองลงมาคือ ร้อยละ 26.2 มีจำนวนแรงงานในครัวเรือน 2 คน ร้อยละ 19.7 มีจำนวนแรงงานในครัวเรือน 1 คน ร้อยละ 14.8 มีจำนวนแรงงานในครัวเรือน 4 คน และ ร้อยละ 9.8 มีจำนวนแรงงานในครัวเรือน 5 คน ตามลำดับ

2) **ขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง** ครอบครัวเกษตรกรร้อยละ 78.7 มีขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง 1-5 ไร่ รองลงมาคือ ร้อยละ 16.4 มีขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง 5 - 10 ไร่ และ ร้อยละ 4.9 มีขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง มากกว่า 10 ไร่ ตามลำดับ

3) **ขนาดพื้นที่ให้ผลผลิตกล้วยหอมทอง** ครอบครัวเกษตรกรร้อยละ 78.7 มีขนาดพื้นที่ให้ผลผลิตกล้วยหอมทอง 1-5 ไร่ รองลงมาคือ ร้อยละ 16.4 ขนาดพื้นที่ให้ผลผลิตกล้วยหอมทอง 5 - 10 ไร่ และ ร้อยละ 4.9 ขนาดพื้นที่ให้ผลผลิตกล้วยหอมทอง มากกว่า 10 ไร่ ตามลำดับ

4) **ลักษณะการถือครองพื้นที่** ครอบครัวเกษตรกรร้อยละ 95.1 มีพื้นที่ปลูกเป็นของตนเอง รองลงมาคือ ร้อยละ 4.9 เป็นพื้นที่เช่า ตามลำดับ

5) **การมีเอกสารสิทธิ์ที่ดิน** ครอบครัวเกษตรกรร้อยละ 100.0 มีเอกสารสิทธิ์

6) **ประเภทของเอกสารสิทธิ์** ครอบครัวเกษตรกรร้อยละ 44.3 มีเอกสารสิทธิ์ สปก.4 - 01 รองลงมาคือ ร้อยละ 29.5 เป็น โฉนด ร้อยละ 21.3 เป็น นส. 3 ก และ ร้อยละ 4.9 เป็น สทก ตามลำดับ

7) **อาชีพหลัก** ครอบครัวเกษตรกรร้อยละ 45.9 มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร รองลงมาคือ ร้อยละ 34.43 มีอาชีพหลักเป็นรับจ้าง ร้อยละ 9.84 มีอาชีพหลักเป็นค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ ตามลำดับ

8) **การมีอาชีพรอง** ครอบครัวเกษตรกรร้อยละ 75.4 มีอาชีพรอง รองลงมาคือ ร้อยละ 24.6 ไม่มีอาชีพรอง ตามลำดับ โดยร้อยละ 29.5 มีอาชีพรองอื่น ๆ รองลงมาคือ ร้อยละ 24.6 มีอาชีพรองเป็นเกษตรกร และรับจ้าง ร้อยละ 21.3 มีอาชีพหลักเป็นค้าขาย ตามลำดับ

9) **รายได้จากการขายกล้วยหอมทอง** ครอบครัวเกษตรกรร้อยละ 70.5 มีรายได้จากการขายกล้วยหอมทอง 10,000 – 50,000 บาท รองลงมาคือ ร้อยละ 24.6 มีรายได้จากการขายกล้วยหอมทอง น้อยกว่า 10,000 บาท และ ร้อยละ 21.3 มีรายได้จากการขายกล้วยหอมทอง 50,000 – 100,000 บาท ตามลำดับ

10) **รายได้จากการรับจ้างทั่วไป** ครอบครัวเกษตรกรร้อยละ 48.4 มีรายได้จากการรับจ้างทั่วไป 30,000 – 60,000 บาท รองลงมาคือ ร้อยละ 38.5 มีรายได้จากการรับจ้างทั่วไป 10,000 – 30,000 บาท และ ร้อยละ 13.2 มีรายได้จากการรับจ้างทั่วไปน้อยกว่า 10,000 บาท ตามลำดับ

11) **รายได้จากการค้าขาย** ครอบครัวเกษตรกรร้อยละ 39.2 มีรายได้จากการค้าขาย 10,000 – 30,000 บาท รองลงมาคือ ร้อยละ 14.7 มีรายได้จากการค้าขาย 30,000 – 60,000 บาทและ น้อยกว่า 10,000 บาท ตามลำดับ

12) **รายจ่ายในการผลิตกล้วยหอมทอง** ครอบครัวเกษตรกรร้อยละ 80.2 มีรายจ่ายในการผลิตกล้วยหอมทอง น้อยกว่า 10,000 บาท รองลงมาคือ ร้อยละ 14.7 มีรายจ่ายในการผลิตกล้วยหอมทอง 10,000 – 30,000 บาทและ ร้อยละ 4.9 มีรายจ่ายในการผลิตกล้วยหอมทอง 30,000 – 60,000 บาทตามลำดับ

13) **รายจ่ายในครอบครัว ค่าอุปโภค และบริโภค** ครอบครัวเกษตรกรร้อยละ 67.21 มีรายจ่ายในครอบครัว ค่าอุปโภคและบริโภค 30,000 – 60,000 บาท รองลงมาคือ ร้อยละ 24.59 มีรายจ่ายในครอบครัว ค่าอุปโภคและบริโภค 10,000 – 30,000 บาทและ ร้อยละ 8.2 มีรายจ่ายในครอบครัว ค่าอุปโภคและบริโภค น้อยกว่า 10,000 บาท ตามลำดับ

14) **รายจ่ายอื่น ๆ** ครอบครัวเกษตรกรร้อยละ 44.26 มีรายจ่ายอื่น ๆ 10,000 – 30,000 บาท รองลงมาคือ ร้อยละ 38.52 มีรายจ่ายอื่น ๆ 30,000 – 60,000 บาท และ ร้อยละ 17.21 มีรายจ่ายอื่น ๆ น้อยกว่า 10,000 บาท ตามลำดับ

15) การกู้เงิน ครอบครัวเกษตรกรร้อยละ 60.7 กู้เงิน รองลงมาคือ ร้อยละ 39.3 ไม่กู้เงิน ตามลำดับ โดยร้อยละ 45.9 กู้เงินจากธนาคารพาณิชย์ รองลงมาคือ ร้อยละ 34.4 กู้เงินจากสหกรณ์ ร้อยละ 14.8 กู้เงินจากสหกรณ์การเกษตร และ ร้อยละ 4.9 กู้เงินจากกองทุนต่าง ๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 สภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกร

N = 122		
สภาพทางเศรษฐกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. จำนวนแรงงานในครัวเรือน		
1 คน	24	19.7
2 คน	32	26.2
3 คน	36	29.5
4 คน	18	14.8
5 คน	12	9.8
2. ขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง		
1 - 5 ไร่	96	78.7
5 - 10 ไร่	20	16.4
มากกว่า 10 ไร่	6	4.9
Min = 1 ไร่ Max = 12 ไร่ \bar{X} = 3.44 ไร่ S.D. = 2.44 ไร่		
3. ขนาดพื้นที่ให้ผลผลิตกล้วยหอมทอง		
1 - 5 ไร่	96	78.7
5 - 10 ไร่	20	16.4
มากกว่า 10 ไร่	6	4.9
Min = 1 ไร่ Max = 12 ไร่ \bar{X} = 3.44 ไร่ S.D. = 2.44 ไร่		
4. ลักษณะการถือครองพื้นที่		
ของตนเอง	116	95.1
ทั้งของตนเองและเช่าผู้อื่น	6	4.9
5. การมีเอกสารสิทธิ์		
มีเอกสารสิทธิ์	122	100.0

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

N = 122		
สภาพทางเศรษฐกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประเภทของเอกสารสิทธิ์		
โฉนด	36	29.5
นส. 3 ก	26	21.3
สทก	6	4.9
สปก.4 – 01	54	44.3
6. อาชีพหลัก		
เกษตรกร	56	45.90
ค้าขาย	12	9.84
7. การมีอาชีพรอง		
มีอาชีพรอง	92	75.4
ไม่มีอาชีพรอง	30	24.6
อาชีพรอง		
เกษตรกร	30	24.6
ค้าขาย	26	21.3
รับจ้าง	30	24.6
อาชีพอื่น ๆ	36	29.5
8. รายได้ในครอบครัวจากภาคเกษตรในรอบปี 2558		
รายได้จากการขายกล้วยหอมทอง		
น้อยกว่า 10,000 บาท	30	24.6
10,000 – 50,000 บาท	86	70.5
50,000 – 100,000 บาท	6	4.9
Min = 1,000 บาท Max = 60,000 บาท		
\bar{X} = 14,233 บาท S.D. = 12,163 บาท		

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

N = 122

สภาพทางเศรษฐกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
9. รายได้ของครอบครัวนอกภาคเกษตรในรอบปี 2558		
รายได้จากการรับจ้างทั่วไป		
น้อยกว่า 10,000 บาท	12	13.2
10,000 – 30,000 บาท	35	38.5
30,000 – 60,000 บาท	44	48.4
Min = 1,000 บาท Max = 56,000 บาท		
$\bar{X} = 16,700$ บาท S.D. = 14,666 บาท		
รายได้จากการค้าขาย		
น้อยกว่า 10,000 บาท	18	14.7
10,000 – 30,000 บาท	48	39.2
30,000 – 60,000 บาท	18	14.7
Min = 1,000 บาท Max = 60,000 บาท		
$\bar{X} = 16,900$ บาท S.D. = 16,666 บาท		
10. รายจ่ายของครอบครัวในรอบปี 2558		
รายจ่ายในการผลิตกล้วยหอมทอง		
น้อยกว่า 10,000 บาท	98	80.2
10,000 – 30,000 บาท	18	14.7
30,000 – 60,000 บาท	6	4.9
Min = 1,000 บาท Max = 67,200 บาท		
$\bar{X} = 12,206$ บาท S.D. = 17,326 บาท		
รายจ่ายในครอบครัว ค่าอุปโภคและบริโภค		
น้อยกว่า 10,000 บาท	10	8.20
10,000 – 30,000 บาท	30	24.59
30,000 – 60,000 บาท	82	67.21
Min = 1,000 บาท Max = 60,000 บาท		
$\bar{X} = 16,900$ บาท S.D. = 16,666 บาท		

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

N = 122

สภาพทางเศรษฐกิจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รายจ่ายอื่น ๆ		
น้อยกว่า 10,000 บาท	21	17.21
10,000 – 30,000 บาท	54	44.26
30,000 – 60,000 บาท	47	38.52
Min = 1,000 บาท Max = 58,000 บาท		
\bar{X} = 14,060 บาท S.D. = 13,802 บาท		
11. การกู้เงิน		
ไม่กู้	48	39.3
กู้	74	60.7
แหล่งเงินกู้		
ธกส.	42	34.4
ธนาคารพาณิชย์	56	45.9
สหกรณ์การเกษตร	18	14.8
กองทุนต่าง ๆ	6	4.9

ตอนที่ 2 สภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองของเกษตรกร

2.1 สภาพการผลิตกล้วยหอมทอง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1) **สภาพพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง** ครอบคลุมเกษตรกรร้อยละ 59.0 ปลูกกล้วยหอมทองในพื้นที่ลาดเอียง รองลงมาคือ ร้อยละ 16.4 ปลูกกล้วยหอมทองในพื้นที่ดอน ร้อยละ 14.8 พื้นที่ราบ และร้อยละ 9.8 พื้นที่ราบ ตามลำดับ ทั้งนี้ ร้อยละ 49.2 ลักษณะของดินเป็น ดินร่วนปนดินเหนียว ร้อยละ 31.1 เป็น ดินร่วนปนดินเหนียว ดินทรายและดินร่วนปนทราย ร้อยละ 9.8 เท่ากัน

2) **การไถเตรียมดินก่อนปลูกกล้วยหอมทอง** ครอบคลุมเกษตรกรร้อยละ 54.1 ไม่ไถเตรียมดินก่อนปลูกกล้วยหอมทอง และร้อยละ 45.9 มีการไถเตรียมดินก่อนปลูกกล้วยหอมทอง

โดยร้อยละ 34.4 มีการไถพลิกดิน และไถพรวนดิน รองลงมาคือ ร้อยละ 31.1 มีการไถทั้งสองวิธีตามลำดับ

3) **พันธุ์กล้วยหอมทอง** ครอบครัวยุทธกรรมร้อยละ 85.2 ใช้พันธุ์กล้วยหอมทองคำม รองลงมาคือ ร้อยละ 12.0 ใช้พันธุ์กล้วยหอมทองพันธุ์อื่น ๆ และร้อยละ 4.9 ใช้พันธุ์กล้วยหอมทองต้นสูง ตามลำดับ โดยร้อยละ 59.8 ซื้อพันธุ์เอง รองลงมาคือ ร้อยละ 35.2 ขยายพันธุ์เอง และร้อยละ 4.9 ได้รับสนับสนุนจากภาครัฐ ตามลำดับ

4) **ระยะปลูก** ครอบครัวยุทธกรรมร้อยละ 54.1 มีระยะปลูก 3 x 3 เมตร รองลงมาคือ ร้อยละ 36.1 มีระยะปลูก 2.5 x 2.5 เมตร และร้อยละ 9.8 มีระยะปลูก 3 x 7 เมตร ตามลำดับ

5) **การใช้ปุ๋ยรองก้นหลุมก่อนปลูก** ครอบครัวยุทธกรรมร้อยละ 65.6 มีการใช้ปุ๋ยรองก้นหลุมก่อนปลูก รองลงมาคือ และร้อยละ 34.4 ไม่มีการใช้ปุ๋ยรองก้นหลุมก่อนปลูก โดย ร้อยละ 47.5 มีการใช้ปุ๋ยหินฟอสเฟตและปุ๋ยอินทรีย์ รองลงมาคือ ร้อยละ 37.5 มีการใช้ปุ๋ยหินฟอสเฟต และร้อยละ 15.0 มีการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ตามลำดับ

6) **ช่วงเดือนในการปลูกกล้วยหอมทอง** ครอบครัวยุทธกรรมร้อยละ 63.9 ปลูกในเดือน พ.ค.-มิ.ย. รองลงมาคือ ร้อยละ 21.3 ปลูกในเดือน ก.ย.-ต.ค. และร้อยละ 14.8 ปลูกในเดือน ก.ค.-ส.ค. ตามลำดับ

7) **การใส่ปุ๋ยเคมีในระยะก่อนการเก็บผลผลิต** ครอบครัวยุทธกรรมทั้งหมดมีการใส่ปุ๋ยในระยะก่อนการเก็บผลผลิต โดย

(1) **สูตรปุ๋ย** ครอบครัวยุทธกรรมร้อยละ 54.1 ใช้ปุ๋ยสูตรอื่น ๆ รองลงมาคือ ร้อยละ 30.3 สูตร 15-15-15 ร้อยละ 10.7 สูตร 13-13-21 และร้อยละ 4.9 สูตร 20-10-10 ตามลำดับ

(2) **จำนวนครั้งในการใส่ปุ๋ย** ครอบครัวยุทธกรรมร้อยละ 34.4 ใส่ปุ๋ย 3 ครั้ง/รอบการผลิต รองลงมาคือ ร้อยละ 24.6 ใส่ปุ๋ย 4 ครั้ง/รอบการผลิต ร้อยละ 14.8 ใส่ปุ๋ย 2 ครั้ง/รอบการผลิต และร้อยละ 9.8 ใส่ปุ๋ย 1 ครั้ง/รอบการผลิต ตามลำดับ

(3) **วิธีการใส่ปุ๋ย** ครอบครัวยุทธกรรมร้อยละ 68.9 ใส่ปุ๋ยด้วยวิธีหว่าน รองลงมาคือ ร้อยละ 16.4 ใส่ด้วยวิธีหยอดเป็นหลุม และร้อยละ 14.7 ใส่ปุ๋ยด้วยวิธีโรยเป็นแถว ตามลำดับ

(4) **ช่วงเดือนในการใส่ปุ๋ย** ครอบครัวยุทธกรรมร้อยละ 40.2 ใส่ปุ๋ยในเดือน พ.ค.-มิ.ย. รองลงมาคือ ร้อยละ 24.6 ใส่ปุ๋ยในเดือน ต.ค. – เม.ย. ร้อยละ 20.5 ใส่ปุ๋ยในเดือน ก.ค.-ส.ค. และ ร้อยละ 14.8 ใส่ปุ๋ยในเดือน ก.ย.-ต.ค. ตามลำดับ

8) **การปลูกพืชแซมสวนกล้วยหอมทอง** ครอบครัวยุทธกรรมร้อยละ 59.0 มีการปลูกพืชแซมสวนกล้วยหอมทอง และร้อยละ 41.1 ไม่มีการปลูกพืชแซมสวนกล้วยหอมทอง

9) การตัดแต่งกล้วยหอมทอง ครอบครัวยุทธกรรมร้อยละ 65.6 มีการตัดแต่งกล้วยหอมทอง และร้อยละ 34.4 ไม่มีการตัดแต่งกล้วยหอมทอง สำหรับฤดูกาลตัดแต่ง ร้อยละ 44.3 มีการตัดแต่งในฤดูร้อน รองลงมาคือ ร้อยละ 34.4 มีการตัดแต่งในฤดูหนาว และร้อยละ 16.4 มีการตัดแต่งในฤดูฝน ตามลำดับ

10) การกำจัดวัชพืชในสวนกล้วยหอมทอง ครอบครัวยุทธกรรมร้อยละ 59.0 ไม่มีการกำจัดวัชพืชในสวนกล้วยหอมทอง และร้อยละ 41.0 มีการกำจัดวัชพืชในสวนกล้วยหอมทอง สำหรับวิธีการกำจัดวัชพืช ร้อยละ 31.1 ใช้แรงงานคน รองลงมาคือ ร้อยละ 9.8 ใช้รถไถกลบ และร้อยละ 4.9 ใช้สารกำจัดวัชพืช ตามลำดับ นอกจากนี้ จำนวนครั้งในการกำจัดวัชพืช โดยร้อยละ 34.4 จำนวน 2 ครั้ง/รอบการผลิต รองลงมาคือ ร้อยละ 21.3 จำนวน 2 ครั้ง/รอบการผลิต และร้อยละ 4.9 จำนวน 1 และ 4 ครั้ง/รอบการผลิต ตามลำดับ

11) อายุเก็บเกี่ยวผลผลิตเมื่อกล้วยหอมทอง ครอบครัวยุทธกรรมร้อยละ 50.8 เก็บเกี่ยวผลผลิตเมื่อกล้วยหอมทองเมื่ออายุ 5 – 10 เดือน รองลงมาคือ ร้อยละ 44.2 เมื่ออายุ 1 - 5 เดือน และร้อยละ 4.9 เมื่ออายุมากกว่า 10 เดือน ตามลำดับ

12) การป้องกันกำจัดโรคและแมลง ครอบครัวยุทธกรรมร้อยละ 90.2 กำจัดโรคและแมลงด้วยชีววิธี รองลงมาคือ และร้อยละ 4.9 กำจัดโรคและแมลงด้วยสารเคมีและวิธีกล

13) ผลผลิตเฉลี่ยต่อรอบการผลิต ครอบครัวยุทธกรรมร้อยละ 65.5 มีผลผลิตน้อยกว่า 100 กิโลกรัม/รอบการผลิต รองลงมาคือ ร้อยละ 29.4 มีผลผลิต 100 – 1,000 กิโลกรัม/รอบการผลิต และ ร้อยละ 4.9 มีผลผลิต 1,000 – 2,000 กิโลกรัม/รอบการผลิต ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 สภาพการผลิตกล้วยหอมทองของเกษตรกร

N = 122		
สภาพการผลิต	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. สภาพพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง		
พื้นที่ราบ	18	14.8
พื้นที่ดอน	20	16.4
พื้นที่เชิงเขา	12	9.8
พื้นที่ลาดเอียง	72	59.0
2. ลักษณะของดินที่ปลูกกล้วยหอมทอง		
ดินทราย	12	9.8

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

N = 122		
สภาพการผลิต	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ดินร่วนปนทราย	12	9.8
ดินร่วน	38	31.1
ดินร่วนปนดินเหนียว	60	49.2
3. การไถเตรียมดินก่อนปลูกกล้วยหอมทอง		
ไม่ไถ	66	54.1
ไถ	56	45.9
วิธีการไถ		
ไถพลิกดิน	42	34.4
ไถพรวนดิน	42	34.4
ไถทั้งสองวิธี	38	31.1
4. พันธุ์กล้วยหอมทอง		
กล้วยหอมทองคั้นสูง	6	4.9
กล้วยหอมทองค่อม	104	85.2
พันธุ์อื่น ๆ	12	9.8
แหล่งพันธุ์		
ขยายพันธุ์เอง	43	35.2
ซื้อ	73	59.8
ได้รับสนับสนุนจากภาครัฐ	6	4.9
5. ระยะปลูก		
3 x 3 เมตร	66	54.1
2.5 x 2.5 เมตร	44	36.1
3 x 7 เมตร	12	9.8
6. การใช้ปุ๋ยรองก้นหลุมก่อนปลูก		
ไม่ใช้	42	34.4
ใช้	80	65.6

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

N = 122		
สภาพการผลิต	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชนิดปุ๋ย		
ปุ๋ยหินฟอสเฟต	30	37.5
ปุ๋ยอินทรีย์	12	15
ทั้งสองชนิด	38	47.5
7. ช่วงเดือนในการปลูกกล้วยหอมทอง		
พ.ค.-มิ.ย.	78	63.9
ก.ค.-ส.ค.	18	14.8
ก.ย.-ต.ค.	26	21.3
8. การใส่ปุ๋ยเคมีระยะก่อนการเก็บผลผลิต		
ใส่	122	100.0
สูตรปุ๋ย		
สูตร 15-15-15	37	30.3
สูตร 20-10-10	6	4.9
สูตร 13-13-21	13	10.7
สูตรอื่นๆ	66	54.1
จำนวนครั้งในการใส่ปุ๋ย		
1 ครั้ง/รอบการผลิต	12	9.8
2 ครั้ง/รอบการผลิต	18	14.8
3 ครั้ง/รอบการผลิต	42	34.4
4 ครั้ง/รอบการผลิต	30	24.6
วิธีการใส่ปุ๋ย		
หยอดเป็นหลุม	20	16.4
หว่าน	84	68.9
โรยเป็นแถว	18	14.7

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

N = 122

สภาพการผลิต	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ช่วงเดือนในการใส่ปุ๋ย		
พ.ค.-มิ.ย.	49	40.2
ก.ค.-ส.ค.	25	20.5
ก.ย.-ต.ค.	18	14.8
ต.ค. – เม.ย.	30	24.6
9. การปลูกพืชแซมสวนกล้วยหอมทอง		
ไม่ได้ปลูก	50	41
ปลูก	72	59
10. การตัดแต่งกล้วยหอมทอง		
ไม่ได้ตัดแต่ง	42	34.4
ตัดแต่ง	80	65.6
ฤดูกาลตัดแต่งกล้วยหอมทอง		
ฤดูฝน	20	16.4
ฤดูร้อน	54	44.3
ฤดูหนาว	48	39.4
11. การกำจัดวัชพืชในสวนกล้วยหอมทอง		
ไม่กำจัด	72	59
กำจัด	50	41
วิธีการกำจัดวัชพืช		
ใช้แรงงานคน	38	31.1
ใช้รถไถกลบ	12	9.8
ใช้สารกำจัดวัชพืช	6	4.9
จำนวนครั้งในการกำจัดวัชพืช		
1 ครั้ง/รอบการผลิต	6	4.9
2 ครั้ง/รอบการผลิต	42	34.4

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

N = 122		
สภาพการผลิต	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
3 ครั้ง/รอบการผลิต	26	21.3
4 ครั้ง/รอบการผลิต	6	4.9
12. อายุเก็บเกี่ยวผลผลิตเมื่อกล้วยหอมทอง		
1- 5 เดือน	54	44.2
5 – 10 เดือน	62	50.8
มากกว่า 10 เดือน	6	4.9
13. การป้องกันกำจัดโรคและแมลง		
1 ครั้ง/รอบการผลิต	6	4.9
2 ครั้ง/รอบการผลิต	104	85.2
3 ครั้ง/รอบการผลิต	6	4.9
14. วิธีการป้องกันกำจัดโรคและแมลง		
ชีววิธี	110	90.2
สารเคมี	6	4.9
วิธีกล	6	4.9
15. ผลผลิตเฉลี่ยต่อรอบการผลิต		
น้อยกว่า 100 กิโลกรัม/รอบการผลิต	80	65.5
100 – 1,000 กิโลกรัม/รอบการผลิต	36	29.4
1,000 – 2,000 กิโลกรัม/รอบการผลิต	6	4.9

2.2 สภาพการตลาดกล้วยหอมทอง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) **สถานที่จำหน่ายผลผลิตกล้วยหอมทอง** ครอบคลุมเกษตรกรร้อยละ 90.2 จำหน่ายกับสหกรณ์กล้วยหอมทองละแม รองลงมาคือ ร้อยละ 6.5 จำหน่ายกับแม่ค้ารวบรวมในท้องถิ่น และร้อยละ 3.3 จำหน่ายกับสถาบันเกษตรกร ตามลำดับ

2) **การจำหน่ายผลผลิตกล้วยหอมทอง** ครอบครัวยุทธกรร้อยละ 78.7 เกษตรกรนำไปขายที่สถานรับซื้อเอง รองลงมาคือ ร้อยละ 11.5 รวมกลุ่มและมีการประมูลราคากล้วยหอมทองและร้อยละ 9.8 รวมกลุ่มขายโดยตรงกับพ่อค้า ตามลำดับ

3) **การตรวจสอบราคาผลผลิตกล้วยหอมทองก่อนจำหน่าย** ครอบครัวยุทธกรทั้งหมดมีการตรวจสอบราคาผลผลิตกล้วยหอมทองก่อนจำหน่าย โดยแหล่งตรวจสอบราคาผลผลิตคือ ร้อยละ 85.2 ตรวจสอบราคากับสหกรณ์กล้วยหอมทองละแม และร้อยละ 14.8 ตรวจสอบราคากับสถาบันเกษตรกร

4) **ผู้กำหนดราคาซื้อ-ขายกล้วยหอมทอง** ครอบครัวยุทธกรร้อยละ 45.9 ไม่ทราบ รองลงมาคือ ร้อยละ 29.5 พ่อค้าเป็นผู้กำหนดราคา และร้อยละ 24.6 เกษตรกรเป็นผู้กำหนดราคา ตามลำดับ

5) **ระบบตลาดกล้วยหอมทองในท้องถิ่น** ครอบครัวยุทธกรร้อยละ 95.1 ซื้อขายผ่านสหกรณ์กล้วยหอมทองละแม และร้อยละ 4.9 ซื้อขายกับพ่อค้าหลายราย

6) **การรวมกลุ่มกันเพื่อขายผลผลิตกล้วยหอมทอง** ครอบครัวยุทธกรร้อยละ 80.3 มีการรวมกลุ่มกันเพื่อขายผลผลิตกล้วยหอมทอง และร้อยละ 19.5 ไม่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อขายผลผลิตกล้วยหอมทอง ทั้งนี้ ร้อยละ 55.7 มีการรวมกลุ่มแบบถาวร และร้อยละ 29.5 มีการรวมกลุ่มแบบชั่วคราว

7) **รูปแบบเงินที่ได้รับหลังการจำหน่าย** ครอบครัวยุทธกรร้อยละ 78.7 ใช้ระบบเครดิต และร้อยละ 21.3 ใช้ระบบจ่ายเงินสด

8) **ลักษณะยานพาหนะขนส่งผลผลิตกล้วยหอมทอง** ครอบครัวยุทธกรร้อยละ 90.2 ใช้พาหนะของตนเอง และร้อยละ 9.8 ใช้พาหนะเช่า สำหรับชนิดยานพาหนะขนส่ง ร้อยละ 90.2 ใช้รถยนต์ 4 ล้อ และร้อยละ 4.9 ใช้พาหนะจักรยานยนต์ และจักรยานยนต์ต่อพ่วง ตามลำดับ

9) **การแปรรูปผลผลิตกล้วยหอมทอง** ครอบครัวยุทธกรร้อยละ 63.9 มีการแปรรูปผลผลิตกล้วยหอม และร้อยละ 36.1 ไม่มีการแปรรูปผลผลิตกล้วยหอม สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูป ร้อยละ 29.5 แปรรูปเป็นกล้วยฉาบ รองลงมาคือ ร้อยละ 19.7 แปรรูปเป็นกล้วยตาก ร้อยละ 9.8 แปรรูปเป็นกล้วยหอมอบเนย และร้อยละ 4.9 แปรรูปเป็นเค้กกล้วยหอม ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 สภาพการตลาดกล้วยหอมทองของเกษตรกร

N = 122		
สภาพการตลาด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. สถานที่จำหน่ายผลผลิตกล้วยหอมทอง		
แม่ค้ารวบรวมในท้องถิ่น	12	6.5
สถาบันเกษตรกร	6	3.3
สหกรณ์กล้วยหอมทองละแม	166	90.2
2. การจำหน่ายผลผลิตกล้วยหอมทอง		
เกษตรกรนำไปขายที่สถานรับซื้อเอง	96	78.7
รวมกลุ่มและมีการประมูลราคากวัญหอมทอง	14	11.5
รวมกลุ่มขายโดยตรงกับพ่อค้า	12	9.8
3. การตรวจสอบราคาผลผลิตกล้วยหอมทองก่อนจำหน่าย		
มีการตรวจสอบ	122	100
แหล่งตรวจสอบ		
สถาบันเกษตรกร	18	14.8
สหกรณ์กล้วยหอมทองละแม	104	85.2
4. ผู้กำหนดราคา ซื้อ-ขาย กล้วยหอมทอง		
เกษตรกรเป็นผู้กำหนดราคา	30	24.6
พ่อค้าเป็นผู้กำหนดราคา	36	29.5
ไม่ทราบ	56	45.9
5. ระบบตลาดกล้วยหอมทองในท้องถิ่น		
ซื้อขายกับพ่อค้าหลายราย	6	4.9
ซื้อขายสหกรณ์กล้วยหอมทองละแม	116	95.1
6. การรวมกลุ่มกันเพื่อขายผลผลิตกล้วยหอมทอง		
ไม่มี	24	19.7
มี	98	80.3

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

N = 122		
สภาพการตลาด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประเภทของการรวมกลุ่ม		
รวมกลุ่มขายกล้วยหอมทองแบบถาวร	68	55.7
รวมกลุ่มขายกล้วยหอมทองแบบชั่วคราว	36	29.5
7. รูปแบบเงินที่ได้รับหลังการจำหน่าย		
เครดิต	96	78.7
เงินสด	26	21.3
8. ลักษณะยานพาหนะขนส่งผลผลิตกล้วยหอมทอง		
ของตนเอง	110	90.2
เช่า	12	9.8
ชนิดยานพาหนะ		
จักรยานยนต์	6	4.9
จักรยานยนต์ต่อพ่วง	6	4.9
รถยนต์ 4 ล้อ	110	90.2
9. การแปรรูปผลผลิตกล้วยหอม		
ไม่ได้แปรรูป	44	36.1
แปรรูป	78	63.9
ผลิตภัณฑ์แปรรูป		
กล้วยหอมอบเนย	12	9.8
กล้วยตาก	24	19.7
เค้กกล้วยหอม	6	4.9
กล้วยฉาบ	36	29.5

ตอนที่ 3 ความรู้พื้นฐานของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ความรู้พื้นฐานของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง มีดังนี้

3.1 ความรู้เกี่ยวกับการผลิตกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

3.1.1 เกษตรกรทั้งหมดตอบถูกต้อง เรียงลำดับ ได้แก่

1) ดินที่เหมาะสมต่อการปลูกกล้วย ควรเป็นดินที่มีค่าความเป็นกรดค่า pH อยู่ระหว่าง 4.5-7 ที่เหมาะสมที่สุด คือ pH = 6 และ ดินร่วนซุยมีความอุดมสมบูรณ์สูง ระบายน้ำดี

2) โรคที่สำคัญของกล้วยหอมทอง คือ โรคใบจุดวงแหวน

3.1.2 เกษตรกรตอบถูกต้อง ร้อยละ 90.0 – 99.9 เรียงลำดับ ได้แก่

1) ระยะเวลาปลูกกล้วยหอมทอง ใช้ระยะเวลาปลูก 3x3 เมตร ปลูกได้ 177 ต้น/ไร่ เกษตรกรตอบถูกต้องร้อยละ 95.1

2) ช่วงที่ยังไม่ออกเครือ ให้เลี้ยงใบไว้ทั้งหมด แต่ช่วงที่ออกเครือแล้วให้ไว้ใบ 9-10 ใบ จะทำต้นไม้เพื่อใบ ไหม้โรต และให้ได้ผลผลิตดี เกษตรกรตอบถูกต้องร้อยละ 95.1

3) การเตรียมดินปลูก ผานเจ็ด 2 ครั้ง ตากดินแล้วไถพรวน 1-2 ครั้ง ให้ดินร่วนซุยจนหมดวัชพืช ถ้ามียังวัชพืชอยู่มากกว่าร้อยละ 20 ต้องไถพรวนใหม่ เกษตรกรตอบถูกต้องร้อยละ 90.2

3.1.3 เกษตรกรตอบถูกต้อง ร้อยละ 70.0 – 79.9 เรียงลำดับ ได้แก่

1) การดูแลหลังจากตัดปลีแล้ว เว้นระยะ 60 วัน ให้ห่อเครือด้วยถุงโป๊วรังแสง ขนาดใหญ่ เปิดก้นถุง เพื่อให้ลมผ่านและอากาศถ่ายเท เกษตรกรตอบถูกต้องร้อยละ 78.7

2) การใช้ไม้ค้ำยันหรือค้ำกล้วยทุกต้น เกษตรกรตอบถูกต้องร้อยละ 75.4

3) การหุ้มเครือและตัดใบชง การหุ้มเครือกระทำหลังจากตัดปลีไม่เกิน 3 เดือน เพื่อให้ผิวกล้วยสวย และป้องกันแมลงทำลายด้วยถุงพลาสติกสีฟ้าแบบปิดด้านล่าง โดยหุ้มทั้งเครือและหุ้มทุกเครือ ส่วนการตัดใบชง ตัดเมื่อใบชงเริ่มหักก่อนที่จะเสียดสีกับผิวกล้วย เกษตรกรตอบถูกต้องร้อยละ 75.4

4) การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ใส่ปุ๋ยคอก หรือปุ๋ยหมัก ปีละ 1-2 ครั้ง เกษตรกรตอบถูกต้องร้อยละ 75.4

5) การใส่ปุ๋ยเคมีบำรุง จะใส่ปีละ 2 ครั้ง ซึ่งสามารถใส่ทุกเวลา เกษตรกรตอบ ถูกต้องร้อยละ 70.5

3.1.4 เกษตรกรตอบถูกต้อง ร้อยละ 60.0 – 69.9 คือ ประเด็นเกี่ยวกับ การดูแล กล้วยหอมปลูกต้น ระบบรากมีน้อย อาจรับน้ำหนักเครื่องขนาดใหญ่ได้จึงจำเป็นต้องใช้ไม้ค้ำต้นเพื่อ ป้องกันต้นล้ม เกษตรกรตอบถูกต้องร้อยละ 68.9

3.2 ความรู้เกี่ยวกับการผลิตกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

เกษตรกรส่วนใหญ่ตอบคำถามได้อย่างถูกต้องในทุกประเด็น เรียงลำดับดังนี้

1) มาตรฐานผลผลิตกล้วยหอมทองที่ตลาดต้องการ คือ กล้วยจะต้องปลอดสารเคมี เกษตรกรตอบถูกต้องร้อยละ 95.1

2) คู่แข่งทางด้านการตลาดกล้วยหอมทองของไทย คือ สหรัฐอเมริกา เกษตรกร ตอบถูกต้องร้อยละ 85.2

3) ตลาดหลักรับซื้อกล้วยหอมทอง คือ ทุ่งคาวิคอำเภอละแม เกษตรกรตอบถูก ร้อยละ 80.3

ตารางที่ 4.5 ความรู้พื้นฐานของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการ ส่งออก

ประเด็นความต้องการ	ผู้ตอบได้ถูกต้อง	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. ระยะเวลาปลูก ระยะเวลาปลูกกล้วยหอมทองใช้ระยะเวลาปลูก 3x3 เมตร ปลูกได้ 177 ต้น/ไร่	116	95.1
2. เตรียมดิน การเตรียมดินปลูก ผานเจ็ด 2 ครั้ง ตากดินแล้วไถพรวน 1-2 ครั้ง ให้ดิน ร่วนซุยจนหมดวัชพืช ถ้ามีวัชพืชอยู่มากกว่าร้อยละ 20 ต้องไถพรวน ใหม่	110	90.2

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

N = 122

ประเด็นความต้องการ	ผู้ตอบได้ถูกต้อง	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
3. ดิน		
ดินที่เหมาะสมต่อการปลูกกล้วย ควรเป็นดินที่มีค่าความเป็นกรดต่าง pH อยู่ระหว่าง 4.5-7 ที่เหมาะสมที่สุด คือ pH = 6 และ ดินร่วนซุยมีความอุดมสมบูรณ์สูง ระบายน้ำดี	122	100.0
4. การดูแล		
ช่วงที่ยังไม่ออกเครือให้เลี้ยงใบไว้ทั้งหมด แต่ช่วงที่ออกเครือแล้วให้ไว้ใบ 9-10 ใบ จะทำต้นไม้เพื่อใบ ไม่โทรม และให้ได้ผลผลิตดี	116	95.1
4.1. การดูแลหลังจากตัดปลีแล้วเว้นระยะ 60 วัน ให้ห่อเครือด้วยถุงโปร่ง แสงขนาดใหญ่ เปิดก้นถุง เพื่อให้ลมผ่านและอากาศถ่ายเท	96	78.7
4.2. การดูแลกล้วยหอมปลุกต้น ระบบรากมีน้อย อาจรับน้ำหนักเครือขนาดใหญ่ได้จึงจำเป็นต้องใช้ไม้ค้ำต้นเพื่อป้องกันต้นล้ม	84	68.9
4.3. ต้องใช้ไม้ค้ำยันหรือค้ำกล้วยทุกต้น ที่ออกปลีแล้ว เพื่อป้องกันลำต้นหักล้ม และตรวจดูการค้ำยันให้อยู่ในสภาพที่มั่นคงแข็งแรง	92	75.4
4.4. การหุ้มเครือ และตัดใบธง: การหุ้มเครือกระทำหลังจากตัดปลีไม่เกิน 3 เดือน เพื่อให้ผิวกล้วยสวย และป้องกันแมลงทำลายด้วยถุงพลาสติกสีฟ้าแบบปิดด้านล่าง โดยหุ้มทั้งเครือและหุ้มทุกเครือ ส่วนการตัดใบธง ตัดเมื่อใบธงเริ่มหักก่อนที่จะเสียดสีกับผิวกล้วย	92	75.4
4.5. การใช้ปุ๋ยคอก ใส่ปุ๋ยอินทรีย์ ปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยหมัก ปีละ 1-2 ครั้ง	92	75.4
4.6. การใส่ปุ๋ยเคมีบำรุงจะใส่ปีละ 2 ครั้ง ซึ่งสามารถใส่ทุกเวลา	86	70.5
5. โรคที่สำคัญของกล้วยหอมทอง		
โรคใบจุดวงแหวน	122	100.0
6. ตลาดหลักรับซื้อกล้วยหอมทอง		
ทุ่งคาวัดอำเภอสะเม	98	80.3

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

N = 122

ประเด็นความต้องการ	ผู้ตอบได้ถูกต้อง	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
7. มาตรฐานผลผลิตกล้วยหอมทองที่ตลาดต้องการ กล้วยจะต้องปลอดสารเคมี	116	95.1
8. คู่แข่งของไทยทางด้านการตลาดกล้วยหอมทอง สหรัฐอเมริกา	104	85.2

ตอนที่ 4 ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองเพื่อ การส่งออก

ความต้องการการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก โดยมี
เกณฑ์การประเมิน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง ระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง ระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง ระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง ระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง ระดับมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ดังนี้

2.1 ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความต้องการของเกษตรกรทางด้านการส่งเสริมการ
ผลิตกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

2.1.1 ระดับมากที่สุด ได้แก่

1) วิธีการปลูกกล้วยหอมทอง และการคัดเลือกพันธุ์กล้วยหอมทอง มีค่าเฉลี่ย
เท่ากันคือ 4.393

2) การเตรียมพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง ค่าเฉลี่ยคือ 4.344

2.1.2 ระดับมาก ได้แก่

- 1) การขนส่ง ค่าเฉลี่ยคือ 4.246
- 2) การเก็บผลผลิตกล้วยหอมทอง ค่าเฉลี่ยคือ 4.148
- 3) การใส่ปุ๋ยสวนกล้วยหอมทอง ค่าเฉลี่ยคือ 4.098
- 4) การห่อผลกล้วยหอมทอง ค่าเฉลี่ยคือ 3.951
- 5) การกำจัดวัชพืชในสวนกล้วยหอมทอง และการป้องกัน โรคและแมลงที่ทำลายต้นกล้วยหอมทอง มีค่าเฉลี่ยคือ 3.754 เท่ากัน
- 6) การป้องกันไฟไหม้สวนกล้วยหอมทอง ค่าเฉลี่ยคือ 3.705
- 7) การป้องกัน โรคและแมลงที่ทำลายต้นกล้วยหอมทอง ค่าเฉลี่ยคือ 3.574

ตารางที่ 4.6 ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

N = 122

ประเด็นความต้องการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1.1 การเตรียมพื้นที่	4.344	0.572	มากที่สุด
1.2 การคัดเลือกพันธุ์กล้วยหอมทอง	4.393	0.491	มากที่สุด
1.3 วิธีการปลูก	4.393	0.491	มากที่สุด
1.4 การให้น้ำ	4.344	0.572	มากที่สุด
1.5 การใส่ปุ๋ย	4.098	0.827	มาก
1.6 การตัดแต่งกิ่ง	3.902	1.040	มาก
1.7 การกำจัดวัชพืช	3.754	1.255	มาก
1.8 การป้องกันไฟไหม้	3.705	1.377	มาก
1.9 การป้องกัน โรคและแมลงที่ทำลายต้น	3.574	1.504	มาก
1.10 การห่อผล	3.951	1.067	มาก
1.11 การเก็บผลผลิต	4.148	0.724	มาก
1.12 การขนส่ง	4.246	0.696	มากที่สุด

2.2 ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความต้องการของเกษตรกรทางด้านการส่งเสริมการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก ทุกประเด็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

- 1) การตรวจสอบราคากวัญหอมทอง ค่าเฉลี่ยคือ 4.459

- 2) การรักษามาตรฐานคุณภาพผลผลิตตามตลาดต้องการ ค่าเฉลี่ยคือ 4.361
- 3) แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยหอมทอง ค่าเฉลี่ยคือ 4.312

ตารางที่ 4.7 ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดเพื่อการส่งออก

N = 122

ประเด็นความต้องการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
2.1. การตรวจสอบราคา	4.459	0.591	มากที่สุด
2.2 แหล่งรับซื้อผลผลิต	4.312	0.717	มากที่สุด
2.3 การรักษามาตรฐานคุณภาพผลผลิตตามตลาดต้องการ	4.361	0.728	มากที่สุด

2.3 ความต้องการเกี่ยวกับช่องทางการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เกษตรกรมีความต้องการเกี่ยวกับช่องทางการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่

- 1) สื่อบุคคล ความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.312
- 2) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ความต้องการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.164
- 3) สื่อสิ่งพิมพ์ ความต้องการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยคือ 4.115

ตารางที่ 4.8 ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมด้านช่องทางการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

N = 122

ประเด็นความต้องการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
สื่อบุคคล	4.312	0.783	มากที่สุด
สื่อสิ่งพิมพ์	4.115	0.706	มาก
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	4.164	0.660	มาก

2.4 ความต้องการเกี่ยวกับวิธีการในการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เกษตรกรมีความต้องการวิธีการในการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก โดยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่

- 1) การสาธิต ค่าเฉลี่ยคือ 4.115
- 2) การบรรยาย ค่าเฉลี่ยคือ 4.066
- 3) การฝึกปฏิบัติ ค่าเฉลี่ยคือ 3.918
- 4) การทัศนศึกษา ค่าเฉลี่ยคือ 3.820

ตารางที่ 4.9 ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

N = 122

ประเด็นความต้องการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
การสาธิต	4.115	0.706	มาก
การบรรยาย	4.066	0.677	มาก
การฝึกปฏิบัติ	3.918	0.778	มาก
การทัศนศึกษา	3.820	0.823	มาก

ตอนที่ 5 ปัญหาของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก โดยมีเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด การแปลความหมาย แสดงผลการวิเคราะห์ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เกษตรกรมีปัญหาเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก โดยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

- 1) ดินขาดความอุดมสมบูรณ์ ค่าเฉลี่ยคือ 4.203
- 2) พื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองไม่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยคือ 4.115
- 3) การเก็บผลผลิต ค่าเฉลี่ยคือ 3.847
- 4) การปลูกพืชแซมและพืชร่วม ค่าเฉลี่ยคือ 3.723
- 5) การขาดน้ำในฤดูแล้ง ค่าเฉลี่ยคือ 3.672
- 6) การขาดการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทอง ค่าเฉลี่ยคือ 3.623
- 7) ไฟไหม้สวนกล้วยหอมทอง ค่าเฉลี่ยคือ 3.623
- 8) การปลูกซ่อมกล้วยหอมทอง ค่าเฉลี่ยคือ 3.574
- 9) การป้องกันและกำจัด โรคและแมลง ค่าเฉลี่ยคือ 3.574
- 10) การขาดเงินทุนเพื่อการผลิต ค่าเฉลี่ยคือ 3.525
- 11) การขาดแคลนแรงงาน
- 12) การปลูกและการดูแลรักษาสวนกล้วยหอมทอง ค่าเฉลี่ยคือ 3.525
- 13) การป้องกันและกำจัดวัชพืช ค่าเฉลี่ยคือ 3.426
- 14) การใส่ปุ๋ยในสวนยาง ค่าเฉลี่ยคือ 3.279

ตารางที่ 4.10 ปัญหาของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

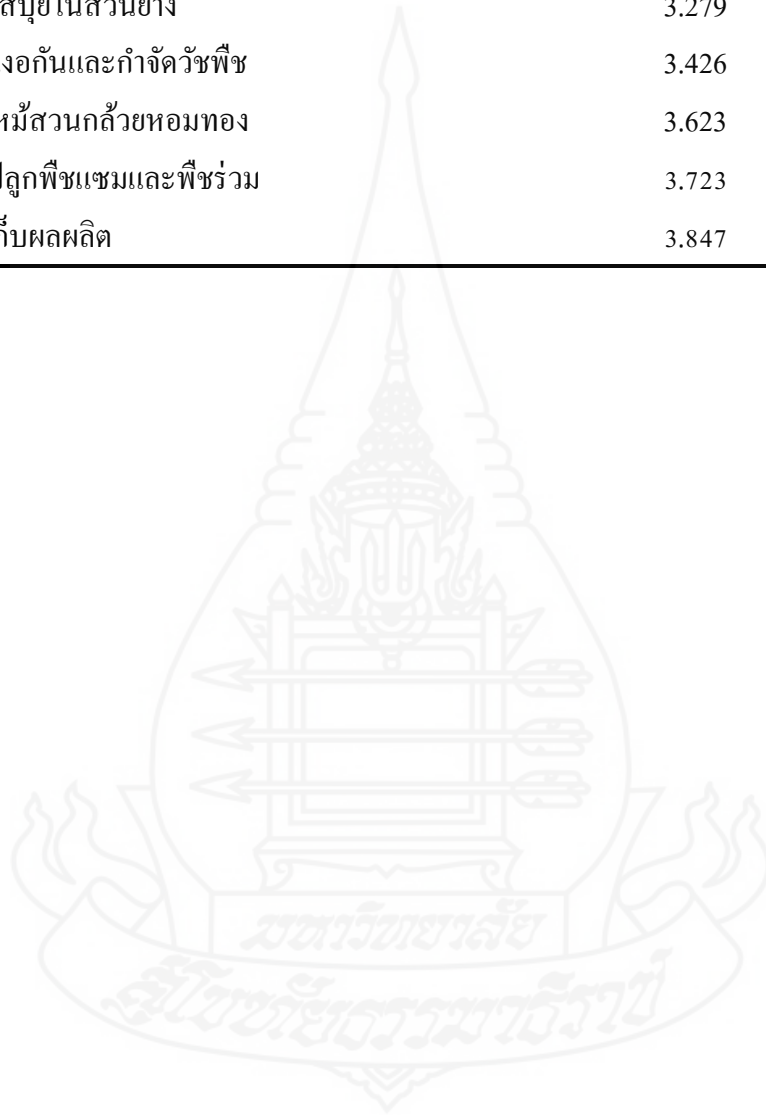
N = 122

ประเด็นความต้องการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ดินขาดความอุดมสมบูรณ์	4.203	0.752	มาก
2. พื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองไม่เหมาะสม	4.115	0.632	มาก
3. การขาดน้ำในฤดูแล้ง	3.672	1.071	มาก
4. การขาดเงินทุนเพื่อการผลิต	3.574	1.083	มาก
5. การขาดการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทอง	3.623	1.031	มาก
6. การปลูกและการดูแลรักษาสวนกล้วยหอมทอง	3.525	0.938	มาก
7. การปลูกซ่อมกล้วยหอมทอง	3.574	0.935	มาก
8. การขาดแคลนแรงงาน	3.525	0.938	มาก

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

N = 122

ประเด็นความต้องการ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
9. การป้องกันและกำจัดโรคและแมลง	3.574	0.935	มาก
10. การใส่ปุ๋ยในสวนยาง	3.279	1.194	มาก
11. การแฉกกันและกำจัดวัชพืช	3.426	0.987	มาก
12. ไฟไหม้สวนกล้วยหอมทอง	3.623	0.982	มาก
13. การปลุกพืชแซมและพืชร่วม	3.723	0.977	มาก
14. การเก็บผลผลิต	3.847	0.999	มาก



บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกของเกษตรกรในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร
- 2) เพื่อศึกษาสภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองของเกษตรกร
- 3) เพื่อศึกษาความรู้พื้นฐานของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก
- 4) เพื่อศึกษาความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก
- 5) เพื่อศึกษาปัญหาของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ศึกษา คือ เกษตรกรผู้ผลิตหอมทอง ในเขตอำเภอไชยา จังหวัด สุราษฎร์ธานี จำนวน 2 กลุ่ม คือ เกษตรกรที่ได้รับใบรับรองแปลงเกษตรดีที่เหมาะสม (GAP) กล้วยหอมทอง และเกษตรกรผู้ผลิตกล้วยหอมทองทั่วไป จำนวนรวมทั้งหมด 122 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด โดยไม่มีการสุ่มตัวอย่าง และใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ทดสอบความเชื่อมั่นจากเกษตรกรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ศึกษา จำนวน 20 คน ตามวิธีการหาค่าของ Cronbach's alpha โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการคำนวณ มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือในภาพรวม ได้ค่า reliability coefficient เท่ากับ 0.880 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.3 สรุปผลการวิจัย

1.3.1 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร

1) สภาพทางสังคม เกษตรกรร้อยละ 78.7 เป็นเพศชาย ร้อยละ 29.4 อายุ 51 – 60 ปี ร้อยละ 49.2 สถานภาพสมรส ร้อยละ 34.4 จบการศึกษาภาคบังคับ ร้อยละ 55.8 มีประสบการณ์การผลิตกล้วยหอมทอง 1 - 5 ปี ร้อยละ 80.3 ได้รับการได้รับความรู้ด้านการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง ร้อยละ 85.2 ได้ความรู้จากเครือข่าย/เพื่อนบ้าน ร้อยละ 44.3 ได้ความรู้จากใบปลิว แผ่นพับ จากทางราชการ และร้อยละ 34.4 ได้ความรู้จากเว็บไซต์

2) สภาพทางเศรษฐกิจ เกษตรกรร้อยละ 29.5 มีจำนวนแรงงานในครัวเรือน 3 คน ร้อยละ 78.7 มีขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง 1-5 ไร่ ร้อยละ 78.7 ขนาดพื้นที่ให้ผลผลิตกล้วยหอมทอง 1-5 ไร่ ร้อยละ 95.1 มีพื้นที่ปลูกเป็นของตนเอง ร้อยละ 100.0 มีเอกสารสิทธิ์ ร้อยละ 44.3 มีเอกสารสิทธิ์ สปก.4 – 01 ร้อยละ 45.9 มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร ร้อยละ 75.4 มีอาชีพรอง ร้อยละ 70.5 มีรายได้จากการขายกล้วยหอมทอง 10,000 – 50,000 บาท ร้อยละ 48.4 มีรายได้จากการรับจ้างทั่วไป 30,000 – 60,000 บาท ร้อยละ 39.2 มีรายได้จากการค้าขาย 10,000 – 30,000 บาท ร้อยละ 80.2 มีรายจ่ายในการผลิตกล้วยหอมทอง น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 67.21 มีรายจ่ายในครอบครัว ค่าอุปโภคและบริโภค 30,000 – 60,000 บาท ร้อยละ 44.26 มีรายจ่ายอื่นๆ 10,000 – 30,000 บาท ร้อยละ 60.7 กู้เงิน และ ร้อยละ 45.9 กู้เงินจากธนาคารพาณิชย์

1.3.2 สภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง

1) สภาพการผลิตกล้วยหอมทอง เกษตรกรร้อยละ 59.0 ปลูกกล้วยหอมทองในพื้นที่ลาดเอียง ร้อยละ 54.1 ไม่ไถเตรียมดินก่อนปลูกกล้วยหอมทอง ร้อยละ 34.4 มีการไถพลิกดิน และไถพรวนดิน ร้อยละ 85.2 ใช้พันธุ์กล้วยหอมทองค่อม ร้อยละ 59.8 ซื่อพันธุ์เอง ร้อยละ 54.1 มีระยะปลูก 3 x 3 เมตร ร้อยละ 47.5 มีการใช้ปุ๋ยหินฟอสเฟตและปุ๋ยอินทรีย์รองกันหลุมก่อนปลูก ร้อยละ 63.9 ปลูกกล้วยหอมทองในเดือน พ.ค.-มิ.ย. ร้อยละ 100 ใส่ปุ๋ยในระยะก่อนการเก็บผลผลิต ร้อยละ 54.1 ใช้ปุ๋ยสูตรอื่น ๆ ร้อยละ 34.4 ใส่ปุ๋ย 3 ครั้ง/รอบการผลิต ร้อยละ 68.9 ใส่ปุ๋ยด้วยวิธีหว่าน ร้อยละ 40.2 ใส่ปุ๋ยในเดือน พ.ค.-มิ.ย. ร้อยละ 59.0 มีการปลูกพืชแซมสวนกล้วยหอมทอง ร้อยละ 65.6 มีการตัดแต่งกล้วยหอมทอง ร้อยละ 44.3 มีการตัดแต่งกล้วยหอมทองในฤดูร้อน ร้อยละ 59.0 ไม่มีการกำจัดวัชพืชในสวนกล้วยหอมทอง ร้อยละ 31.1 มีวิธีการกำจัดวัชพืชในสวนกล้วยหอมทองโดยใช้แรงงานคน ร้อยละ 34.4 มีการกำจัดวัชพืชในสวนกล้วยหอมทอง 2 ครั้ง/รอบการผลิต ร้อยละ 50.8 มีอายุเก็บเกี่ยวผลผลิตเมื่อกล้วยหอมทอง 5 – 10 เดือน ร้อยละ 90.2 กำจัดโรคและแมลงด้วยชีววิธี ร้อยละ 65.5 มีผลผลิตน้อยกว่า 100 กิโลกรัม/รอบการผลิต

2) สภาพการตลาดกล้วยหอมทอง เกษตรกรร้อยละ 63.9 มีการแปรรูปผลผลิตกล้วยหอม ร้อยละ 29.5 แปรรูปกล้วยหอมทองเป็นกล้วยฉาบ จำหน่ายกับสหกรณ์กล้วยหอมทองละแม ร้อยละ 78.7 เกษตรกรนำไปขายที่สถานรับซื้อเอง เกษตรกรทั้งหมดมีการตรวจสอบราคาผลผลิตกล้วยหอมทองก่อนจำหน่าย ธานี ร้อยละ 85.2 มีการตรวจสอบราคากับสหกรณ์กล้วยหอมทองละแม ร้อยละ 45.9 ไม่ทราบผู้กำหนดราคา ชื่อ-ขาย กล้วยหอมทอง ร้อยละ 95.1 ชื่อขายสหกรณ์กล้วยหอมทองละแม ร้อยละ 80.3 มีการรวมกลุ่มกันเพื่อขายผลผลิตกล้วยหอมทอง ร้อยละ 55.7 รวมกลุ่มขายกล้วยหอมทองแบบถาวร ร้อยละ 78.7 ได้รับเงินแบบเครดิต ร้อยละ 90.2 ใช้พาหนะของตนเอง และร้อยละ 90.2 ใช้รถยนต์ 4 ล้อ

1.3.3 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก พบว่า เกษตรกรร้อยละ 95.1 สามารถตอบคำถามถูกต้องในประเด็นเกี่ยวกับระยะปลูกกล้วยหอมทองใช้ระยะปลูก 3x3 เมตร ปลูกได้ 177 ต้น/ไร่

เกษตรกรทั้งหมดสามารถตอบคำถามถูกต้องในประเด็นเกี่ยวกับดินที่เหมาะสมต่อการปลูกกล้วย ควรเป็นดินที่มีค่าความเป็นกรดต่าง (pH) อยู่ระหว่าง 4.5-7 ที่เหมาะสมที่สุด คือ (pH) = 6 และ ดินร่วนซุยมีความอุดมสมบูรณ์สูง ระบายน้ำดี นอกจากนี้ ยังตอบได้ถูกต้องในประเด็นเกี่ยวกับโรคที่สำคัญของกล้วยหอมทอง คือ โรคใบจุดวงแหวน

เกษตรกรร้อยละ 95.1 สามารถตอบคำถามถูกต้องในประเด็นเกี่ยวกับช่วงที่ยังไม่ออกเครือให้เลี้ยงใบไว้ทั้งหมด แต่ช่วงที่ออกเครือแล้วให้ไว้ใบ 9-10 ใบ จะทำต้นไม่เฟือใบ ไม่โทรม และให้ได้ผลผลิตดี และยังสามารถตอบคำถามถูกต้องในประเด็นเกี่ยวกับมาตรฐานผลผลิตกล้วยหอมทองที่ตลาดต้องการ คือ กล้วยจะต้องปลอดสารเคมี

1.3.4 ความต้องการการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

1) ด้านการผลิต พบว่า เกษตรกรมีความต้องการการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองด้านการผลิต โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ อันดับ 1 คือ วิธีการปลูกกล้วยหอมทอง และการคัดเลือกพันธุ์กล้วยหอมทอง (ระดับมากที่สุด และ $\bar{X} = 4.393$ เท่ากัน) รองลงมาคือ การเตรียมพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง (ระดับมากที่สุด และ $\bar{X} = 4.344$) การขนส่ง (ระดับมาก และ $\bar{X} = 4.246$) และอันดับสุดท้ายคือ การป้องกันโรคและแมลงที่ทำลายต้นกล้วยหอมทอง (ระดับมาก และ $\bar{X} = 3.574$)

2) ด้านการตลาด เกษตรกรมีความต้องการการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองด้านการตลาดโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การตรวจสอบราคากล้วยหอมทอง (ระดับมากที่สุด และ $\bar{X} = 4.459$) รองลงมาคือ คือ การรักษามาตรฐานคุณภาพผลผลิตตามตลาดต้องการ (ระดับมากที่สุด และ $\bar{X} = 4.361$) และอันดับสุดท้ายคือ แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยหอมทอง (ระดับมากที่สุด และ $\bar{X} = 4.312$)

3) ด้านช่องทางการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก เกษตรกรมีความต้องการโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ สื่อบุคคล (ระดับมากที่สุด และ $\bar{X} = 4.312$) รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ระดับมาก และ $\bar{X} = 4.164$) และสื่อสิ่งพิมพ์ (ระดับมาก และ $\bar{X} = 4.115$)

4) ด้านวิธีการในการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก เกษตรกรมีความต้องการ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การสาธิต (ระดับมาก และ $\bar{X} = 4.115$) รองลงมา คือ บรรยาย (ระดับมาก และ $\bar{X} = 4.066$) และการฝึกปฏิบัติ (ระดับมาก และ $\bar{X} = 3.918$)

1.3.5 ปัญหาเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

เกษตรกรมีปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ดินขาดความอุดมสมบูรณ์ (ระดับมาก และ $\bar{X} = 4.203$) รองลงมาคือ พื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองไม่เหมาะสม (ระดับมาก และ $\bar{X} = 4.115$) และด้านการเก็บผลผลิต (ระดับมาก และ $\bar{X} = 3.847$)

2. การอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกของเกษตรกรในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

2.1 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร

จากผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 51 – 60 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาคณะบังคับ ป.4 , 6 ธานี มีประสบการณ์การผลิตกล้วยหอมทอง 1 - 5 ปี ได้รับการได้รับความรู้ด้านการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง ได้ความรู้จากเครือญาติ/เพื่อนบ้าน ได้ความรู้จากใบปลิว แผ่นพับ จากทางราชการ และ ได้ความรู้จากเว็บไซต์ สอดคล้องกับงานวิจัยของนิพนธ์ นุญช่วย (2560) ที่ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกกล้วยน้ำว้า ในเขต

อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัย พบว่า ในส่วนของสภาพและข้อมูลทั่วไป พบว่าเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 90.00 มีอายุระหว่าง 50-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ คิดเป็นร้อยละ 40.00 จบการศึกษาระดับประถมศึกษาจำนวน 7 ราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 70.00 มีสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน และ 4-6 คน ในสัดส่วนที่เท่ากัน และสอดคล้องกับอรพิมพ์ สุริยา (2560) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตกล้วยหอมของเกษตรกรในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษา 1) ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 66.51 ได้รับการศึกษาต่ำกว่าระดับประถมศึกษาร้อยละ 34.43 อายุเฉลี่ย 52.61 ปี จำนวนแรงงานในครัวเรือนเฉลี่ย 2.17 คน และจำนวนแรงงานจ้างเฉลี่ย 0.41 คน

ส่วนใหญ่ มีจำนวนแรงงานในครัวเรือน 3 คน มีขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง 1-5 ไร่ มีขนาดพื้นที่ให้ผลผลิตกล้วยหอมทอง 1-5 ไร่ มีพื้นที่ปลูกเป็นของตนเอง มีเอกสารสิทธิ์ สปก.4-01 มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร มีอาชีพรอง มีรายได้จากการขายกล้วยหอมทอง 10,000 – 50,000 บาท มีรายได้จากการรับจ้างทั่วไป 30,000 – 60,000 บาท มีรายได้จากการค้าขาย 10,000 – 30,000 บาท มีรายจ่ายในการผลิตกล้วยหอมทอง น้อยกว่า 10,000 บาท มีรายจ่ายในครอบครัว ค่าอุปโภคและบริโภค 30,000 – 60,000 บาท มีรายจ่ายอื่นๆ 10,000 – 30,000 บาท และกู้เงินจากธนาคารพาณิชย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของนิกข์นิภา บุญช่วย (2560) ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกกล้วยน้ำว้า ในเขตอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีความชำนาญในการปลูกกล้วยน้ำว้าพอสมควรและใช้เงินทุนส่วนตัวในการปลูกกล้วย คิดเป็นร้อยละ 80.00 และร้อยละ 20.00 ที่ใช้ทั้งทุนส่วนตัวและเงินกู้ยืม ซึ่งแหล่งเงินทุนที่เกษตรกรกู้ยืม คือ สหกรณ์ยูเนี่ยนและสหกรณ์อำเภอท่ายาง และข้อมูลของต้นทุนและผลตอบแทนในการปลูกกล้วยน้ำว้า พบว่า การปลูกกล้วยน้ำว้าต่อไร่ต่อปีมีเงินลงทุนครั้งแรกในระยะเวลา 1 ปี จึงจะสามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร เท่ากับ 33,884.55 บาท หลังจากเกษตรกรมีรายได้จากการขายกล้วยน้ำว้าแล้ว พบว่า มีค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมด 20,184.55 บาท และรายได้ เป็นเงิน 25,728.57 บาท และสอดคล้องกับอรพิมพ์ สุริยา (2560) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตกล้วยหอมของเกษตรกรในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษา ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 69.81 มีรายได้จากกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากการปลูกกล้วยหอม รายได้สุทธิจากการปลูกกล้วยหอมเฉลี่ย 771,990.57 บาทต่อปี และต้นทุนการผลิตกล้วยหอมเฉลี่ย 19,349.53 บาทต่อไร่

2.2 สภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองของเกษตรกร

จากผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรมีการไถพลิกดิน และไถพรวนดิน ใช้พันธุ์กล้วยหอมทองค่อม ชื่อพันธุ์เอง มีระยะปลูก 3 x 3 เมตร มีการใช้ปุ๋ยหินฟอสเฟตและปุ๋ยอินทรีย์รองกันหลุมก่อนปลูก ปลูกกล้วยหอมทองในเดือน พ.ค.-มิ.ย. ใส่ปุ๋ยในระยะก่อนการเก็บผลผลิต ใช้ปุ๋ยสูตร

อื่น ๆ ใ้ปลูก 3 ครั้ง/รอบการผลิต ใ้ปลูกด้วยวิธีหว่าน ใ้ปลูกในเดือน พ.ค.-มิ.ย. มีการปลูกพืชแซมสวนกล้วยหอมทอง มีการตัดแต่งกล้วยหอมทอง มีการตัดแต่งกล้วยหอมทองในฤดูร้อน ไม่มี การกำจัดวัชพืชในสวนกล้วยหอมทอง มีวิธีการกำจัดวัชพืชในสวนกล้วยหอมทองโดยใช้แรงงานคน ร้อยละ 34.4 มีการกำจัดวัชพืชในสวนกล้วยหอมทอง 2 ครั้ง/รอบการผลิต มีอายุเก็บเกี่ยวผลผลิตเมื่อกล้วยหอมทอง 5 – 10 เดือน กำจัดโรคและแมลงด้วยชีววิธี มีผลผลิตน้อยกว่า 100 กิโลกรัม/รอบการผลิต มีการแปรรูปผลผลิตกล้วยหอม แปรรูปกล้วยหอมทองเป็นกล้วยฉาบ จำหน่ายกับสหกรณ์กล้วยหอมทองละแม เกษตรกรนำไปขายที่สถานีรับซื้อเอง มีการตรวจสอบราคาผลผลิตกล้วยหอมทองก่อนจำหน่าย ธานี มีการตรวจสอบราคากับสหกรณ์กล้วยหอมทองละแม ไม่ทราบผู้กำหนดราคา ซื้อ-ขาย กล้วยหอมทอง ซื้อขายสหกรณ์กล้วยหอมทองละแม มีการรวมกลุ่มกันเพื่อขายผลผลิตกล้วยหอมทอง ร้อยละ 55.7 รวมกลุ่มขายกล้วยหอมทองแบบถาวร ได้รับเงินแบบเครดิต ใช้พาหนะของตนเองเป็นรถยนต์ 4 ล้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิมพล อังศุสิงห์ (2559) ศึกษาศักยภาพการผลิตกล้วยไข่ของเกษตรกรให้ได้มาตรฐานการส่งออกใน จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า การผลิตและการตลาดกล้วยไข่ของเกษตรกร การผลิตกล้วยไข่เกษตรกรส่วนใหญ่ในภาพรวมเกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับการเลือกพื้นที่ปลูก การจัดการพื้นที่ในการปลูกพืชปลูกที่ใช้ในการปลูกกล้วยไข่ มีวิธีการป้องกันและกำจัดแมลงศัตรู กำจัดโรค และการตลาดกล้วยไข่อยู่ในระดับสูง การปฏิบัติของเกษตรกรที่สอดคล้องกับมาตรฐานการส่งออก การตลาดกล้วยไข่เกษตรกร

2.3 ความรู้พื้นฐานของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

จากผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง ถูกต้องมากกว่า ร้อยละ 80 สอดคล้องกับอรพิมพ์สุริยา (2560) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตกล้วยหอมของเกษตรกรในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการผลิตกล้วยหอม พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมปลูกกล้วยหอมพันธุ์หอมทองร้อยละ 77.83 มีประสบการณ์ปลูกกล้วยหอมเฉลี่ย 6.12 ปี และได้คะแนนความรู้เกี่ยวกับการผลิตกล้วยหอมให้ได้มาตรฐานเฉลี่ย 23.26 คะแนน จากคะแนนเต็ม 25 คะแนน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วนาลี เทียมไชสง (2561) ศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองปลอดภัยต่อการปฏิบัติงานของสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรมีความรู้ในการปลูกกล้วยหอมทองปลอดภัยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 69.7)

2.4 ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

จากผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรมีความต้องการช่องทางการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง คือ สื่อบุคคล มากที่สุด รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ สื่อสิ่งพิมพ์ ด้วยวิธี สานิต มากที่สุด รองลงมาคือ บรรยาย ฝึกปฏิบัติ และ ทักษะศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัย วานาลี เทียมไธสง (2561) ศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองปลอดภัยต่อการปฏิบัติงานของสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคลมาจากเจ้าหน้าที่สหกรณ์การเกษตร (ร้อยละ 69.8) ได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนจากโทรทัศน์ (ร้อยละ 38.0) ได้รับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์จากวารสาร และแผ่นพับ (ร้อยละ 21.7) และได้รับข่าวสารจากสื่อกิจกรรมจากการอบรม(ร้อยละ 51.9)

2.5 ปัญหาของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

จากผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรมีปัญหาเรื่อง ดินขาดความอุดมสมบูรณ์ มากที่สุด รองลงมาคือ พื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองไม่เหมาะสม ด้านการเก็บผลผลิต ด้านพืชแซมและพืชร่วม ขาดน้ำในฤดูแล้ง การรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทอง ไฟไหม้สวนกล้วยหอมทองกล้วยหอมทองและปัญหาในการปลูกซ่อม ด้านการป้องกันและกำจัด โรคและแมลง ด้านการป้องกันและกำจัด โรคและแมลง เงินทุนเพื่อการผลิต ด้านการปลูกและการดูแลรักษาสวนกล้วยหอมทอง ด้านการป้องกันและกำจัดวัชพืช และด้านการใช้ปุ๋ยเคมีในสวน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉลิมพล อังสุสิงห์ (2559) ศึกษาศักยภาพการผลิตกล้วยไข่ของเกษตรกรให้ได้มาตรฐานการส่งออก ใน จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัย พบว่าการผลิตกล้วยไข่ให้ได้มาตรฐานการส่งออก เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่ ทั้งสองกลุ่ม โดยภาพรวม มีปัญหาอยู่ในระดับมากเพียง 1 ประเด็น คือ ความแรงของลมในพื้นที่ และมีปัญหาในระดับปัญหาปานกลางอยู่ 2 ประเด็น คือ รายได้และผลตอบแทน โรคและแมลง ดังนั้น การดำเนินงานตามการผลิตกล้วยไข่ตามมาตรฐานการส่งออก จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงสภาพทางเศรษฐกิจ ความรู้ การปฏิบัติ และปัญหาของเกษตรกร เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ สอดคล้องกับข้อเท็จจริงและความต้องการของตลาดเพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุด และสอดคล้องกับงานสันติพงษ์ สุภกิจเจริญ (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกล้วยไข่ของเกษตรกรในจังหวัดกำแพงเพชร ผลการศึกษา พบว่า ปัญหา และอุปสรรคของเกษตรกรที่จะปลูกกล้วยไข่ในจังหวัดกำแพงเพชร ได้แก่ ปัญหาความเสี่ยงทางภัยธรรมชาติสูง ปัญหาการขาดแคลนตลาดรองรับผลผลิต ปัญหาความต้องการของผู้บริโภค ปัญหาด้านราคา ปัญหาต้นทุนสูง ปัญหาขาดแคลนน้ำ ปัญหา ด้านเงินทุน ปัญหาเรื่องการดูแลรักษา และปัญหาขาดความรู้ความเข้าใจในการปลูกที่ถูกต้อง ในขณะที่เดียวกันเกษตรกรได้มีข้อเสนอแนะต่างๆ ได้แก่ควรมีการจัดหาตลาดรองรับ

ผลผลิตหรือขยายตลาดเพิ่มขึ้น โดยรัฐ ควรมีการรับประกันราคา เงินช่วยเหลือจากรัฐ ควรมีระบบชลประทานเพิ่มขึ้นในบางพื้นที่และควรจัดให้มีการแนะนำการปลูกกล้วยอย่างชัดเจน

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรบูรณาการในการให้การสนับสนุนการส่งเสริมการปลูกกล้วยหอมทองคุณภาพทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรให้การสนับสนุน งบประมาณ แก่กลุ่มเกษตรกรเพื่อให้สามารถพัฒนา การผลิตกล้วยหอมทองคุณภาพ ตลอดจนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรให้การสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องควรสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับเกษตรกรทั่วไปที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตกล้วยหอมทองคุณภาพ

2) ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรลงทุนและพัฒนาเทคโนโลยีด้านการผลิตกล้วยหอม โดยเฉพาะเทคโนโลยีเพื่อทดแทนแรงงานที่ยังขาดแคลนและค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากแรงงานเป็นปัจจัยสำคัญต่อการผลิตกล้วยหอมในระดับสูง เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาถึงแนวทางการเพิ่มมูลค่ากล้วยหอมทอง เป็นเป็นความรู้ที่เกษตรกรต้องการ ควบคู่กับความรู้เกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาดินเสื่อมโทรมเพราะเป็นปัญหาที่สวนใหญ่เกษตรกรประสบเป็นอันดับแรก



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- เฉลิมพล อังสุสิงห์. (2559). *ศักยภาพการผลิตกล้วยไข่ของเกษตรกรให้ได้มาตรฐานการส่งออกในจังหวัดจันทบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- นิกข์นิภา บุญช่วย. (2560). *ต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกกล้วยน้ำว้า ในเขตอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- ประภัสสร วัฒนา. (2560) *แนวความคิดมนุษยนิยมของมาสโลว์ (Maslow) และแนวความคิดอัตถิภาวนิยม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- พงษ์ศักดิ์ อังกะสิทธิ์. (2563). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร ในประมวลสาระชุดวิชาการส่งเสริมการเกษตรเพื่อการพัฒนา หน่วยที่ 4*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วนาลี เทียมไธสง. (2561). *ความพึงพอใจของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองปลอดสารพิษต่อการปฏิบัติงานของสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- ศราวุธ ทองเนื้อห้า. (2562). *รูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการโซ่อุปทานกล้วยหอมปลอดสารพิษของจังหวัดสุราษฎร์ธานี: กรณีศึกษาอำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี* จาก gknowledge.arda.or.th/cavendishbanana/?page_id=46 ค้นคืนวันที่ 30 กันยายน 2562.
- สันติพงษ์ สุกกิจเจริญ. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกล้วยไข่ของเกษตรกรในจังหวัดกำแพงเพชร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- สำนักงานเกษตรจังหวัด สุราษฎร์ธานี. (2562). *การปลูกกล้วยหอมทองคุณภาพเพื่อการส่งออก*. จาก <http://www.suratthani.doae.go.th>. ค้นคืนวันที่ 25 พฤศจิกายน 2562.
- _____. (2562). *ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดสุราษฎร์ธานี*. จาก <http://www.suratthani.doae.go.th>. ค้นคืนวันที่ 21 กันยายน 2562.

อริสทิธี นุชเนตร (2559) กล้วยหอมทองบ้านลาด: ต้นทุนการผลิตและความคุ้มค่าในการลงทุน จาก <https://readgur.com/doc/2060303>. ค้นคืนวันที่ 24 ตุลาคม 2562.

อรพิมพ์ สุริยา. (2560). รูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการโซ่อุปทานกล้วยหอมปลอดสารพิษของ จังหวัดสุราษฎร์ธานี : กรณีศึกษาอำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.





ภาคผนวก

สภามหาวิทยาลัย

สโชนาลัยราชภัฏนครราชสีมา

เลขที่

แบบสัมภาษณ์สำหรับการวิจัย

เรื่อง การส่งเสริมการผลิตและการตลาดด้วยหอมทองเพื่อการส่งออกของ เกษตรกรในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา การส่งเสริมการผลิตและการตลาดด้วยหอมทองเพื่อการส่งออกของเกษตรกรในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช คำตอบในแบบสัมภาษณ์นี้จะนำไปใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านได้กรุณาตอบคำถามทุกข้อ ตามความเป็นจริงและตามความคิดเห็นของท่าน

2. เลขที่แบบสัมภาษณ์มีไว้เพื่อการติดตามแบบสัมภาษณ์เท่านั้น

3. แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร

ตอนที่ 2 สภาพการผลิตและการตลาดด้วยหอมทองของเกษตรกร

ตอนที่ 3 ความรู้พื้นฐานของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดด้วยหอมทองเพื่อ

การส่งออก

ตอนที่ 4 ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตด้วยหอมทองเพื่อ

การส่งออก

ตอนที่ 5 ปัญหาของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดด้วยหอมทองเพื่อการ

ส่งออก

คำชี้แจงสำหรับเกษตรกร

ผู้สัมภาษณ์อ่านคำถามให้ผู้ให้สัมภาษณ์ฟัง แล้วให้ผู้สัมภาษณ์ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ผู้ให้สัมภาษณ์ต้องการ และเติมข้อความลงในช่องว่างตามที่เกษตรกรผู้ให้สัมภาษณ์ระบุ

ตอนที่ 1 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร

1. ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

- 1.1 เพศ () 1 หญิง () 2 ชาย
- 1.2 ปัจจุบันท่านมีอายุ.....ปี
- 1.3 สถานภาพสมรส
() 1 โสด () 2 สมรส () 3 หย่าร้าง / หม้าย
- 1.4 ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน
() 1 ไม่ได้เรียนหนังสือ
() 2 การศึกษาภาคบังคับ (ป.4 , 6)
() 3 มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.ศ.3, ม.3)
() 4 มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.ศ.5, ม.6, ปวช.)
() 5 ปวส. หรืออนุปริญญา
() 6 ปริญญาตรี
() 7 สูงกว่าปริญญาตรี ระบุ.....
- 1.5 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน.....คน (รวมตัวท่านด้วย)
- 1.6 ประสบการณ์การผลิตกล้วยหอมทอง.....ปี

2. สภาพทางเศรษฐกิจ

- 2.1 จำนวนแรงงานในครัวเรือน.....คน (รวมตัวท่านเองด้วย)
- 2.2 ขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองของท่าน
1) ปลูกกล้วยหอมทองทั้งหมด.....ไร่ 2) ให้ผลผลิตแล้ว.....ไร่
- 2.3 ลักษณะการถือครองพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง
() 1 ของตนเอง () 2 เช่าผู้อื่น () 3 ทั้งของตนเองและเช่าผู้อื่น
- 2.4 พื้นที่ผลิตกล้วยหอมทองของท่านมีเอกสารสิทธิ์หรือไม่
() 1 ไม่มี () 2 มี
ถ้ามี เป็นเอกสารสิทธิ์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
() 2.4.1 โฉนด () 2.4.2 นส. 3 ก () 2.4.3 สทก
() 2.4.4 สปก.4 – 01 () 2.4.5 อื่น ๆ ระบุ.....

2.5 อาชีพหลักของท่าน

- () 2.5.1 การเกษตร () 2.5.2 ค้าขาย () 2.5.3 รับจ้าง
 () 2.5.4 ราชการ, รัฐวิสาหกิจ () 2.5.5 อื่น ๆ ระบุ.....

2.6 อาชีพรองของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1 ไม่มี () 2 มี
 ถ้ามี ท่านประกอบอาชีพอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 2.6.1 การเกษตร () 2.6.2 ค้าขาย
 () 2.6.3 รับจ้าง () 2.6.4 อื่น ๆ ระบุ.....

2.7 รายได้ในครอบครัวจากภาคเกษตรในรอบปีที่ผ่านมา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 2.7.1 รายได้จากการขายกล้วยหอมทอง.....บาท/ไร่
 () 2.7.2 รายได้จากการขายผลผลิตการเกษตรอื่น ๆบาท

2.8 รายได้ของครอบครัวนอกภาคเกษตรในรอบปี 2561 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 2.8.1 รายได้จากการรับจ้างทั่วไป.....บาท
 2.8.2 รายได้จากการค้าขาย.....บาท
 2.8.3 รายได้จากการรับราชการ.....บาท
 2.8.4 อื่น ๆ ระบุ.....บาท

2.9 รายจ่ายของครอบครัวในรอบปี 2561 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 2.9.1 รายจ่ายในการผลิตกล้วยหอมทอง.....บาท/ไร่
 2.9.2 รายจ่ายในการทำเกษตรอื่น ๆบาท
 2.9.3 รายจ่ายในครอบครัว ค่าอุปโภคและบริโภค.....บาท
 2.9.4 รายจ่ายอื่นๆ ระบุ.....บาท

2.10 ท่านได้กู้เงินมาใช้จ่ายในการปลูกกล้วยหอมทองหรือไม่

- () 1 ไม่กู้ () 2 กู้
 ถ้าท่านกู้ จากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 () 2.10.1 ธกส () 2.10.2 ธนาคารพาณิชย์
 () 2.10.3 สหกรณ์การเกษตร () 2.10.4 กองทุนต่างๆ
 () 2.10.5 นอกกระบบ () 2.10.6 เพื่อนบ้าน
 () 2.10.7 อื่น ๆ ระบุ.....

3. สภาพทางสังคม

-3.1 ท่านเป็นสมาชิกสถาบันการเกษตรหรือไม่

() 1 ไม่เป็น () 2 เป็น

ถ้าเป็น ท่านเป็นสมาชิกสถาบันใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 3.1.1 เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตกล้วยหอมทอง

() 3.1.2 เป็นสมาชิกลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

() 3.1.3 เป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตร

() 3.1.4 เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

() 3.1.5 เป็นสมาชิกกลุ่มส่งเสริมอาชีพ

() 3.1.6 เป็นสมาชิกกลุ่มยางพารา

() 3.1.7 อื่น ๆ ระบุ.....

3.2 ท่านได้รับความรู้ด้านการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองมรสวมยางพาราหรือไม่

() 1 ไม่ได้รับ () 2 ได้รับ

ถ้าได้รับ ท่านได้รับความรู้จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

3.2.1 สื่อบุคคล

() 1 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรของรัฐ () 2 เครือญาติ/เพื่อนบ้าน

() 3 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรของเอกชน (บริษัทขายปุ๋ย/สารเคมี

() 4) อื่น ๆ ระบุ

3.2.2 สื่อสิ่งพิมพ์

() 1 หนังสือพิมพ์ () 2 ใบปลิว แผ่นพับ (จากทางราชการ)

() 3 วารสาร () 4 ใบปลิว แผ่นพับ (จากบริษัทเอกชน)

() 5) อื่น ๆ ระบุ

3.2.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์

() 1 วิดีโอ () 2 โทรทัศน์ () 3 เว็บไซต์

() 4 เฟสบุ๊ก () 5 ไลน์ () 6) อื่น ๆ ระบุ

ตอนที่ 2 สภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองของเกษตรกร

1. สภาพการผลิตกล้วยหอมทอง

1.1 สภาพพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองของท่านเป็นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1.1.1 พื้นที่ราบ () 1.1.2 พื้นที่ดอน

() 1.1.3 พื้นที่เชิงเขา () 1.1.4 พื้นที่ลาดเอียง

() 1.1.5 อื่น ๆ ระบุ.....

1.2 ลักษณะของดินที่ปลูกกล้วยหอมทองเป็นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1.2.1 ดินทราย () 1.2.2 ดินร่วนปนทราย

() 1.2.3 ดินร่วน () 1.2.4 ดินร่วนปนดินเหนียว

() 1.2.5 ดินศิลาแลง (ดินปนกรวด)

() 1.2.6 อื่น ๆ ระบุ.....

1.3 ท่านไถเตรียมดินก่อนปลูกกล้วยหอมทองหรือไม่

() 1 ไม่ไถ () 2 ไถ

ถ้าไถ ท่านไถอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1.3.1 ไถพลิกดิน () 1.3.2 ไถพรวนดิน

() 1.3.3 ไถทั้งสองวิธี () 1.3.4 อื่น ๆ ระบุ.....

1.4 พันธุ์กล้วยหอมทองที่ท่านใช้ปลูกเป็นพันธุ์อะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1.4.1 กล้วยหอมทองต้นสูง () 1.4.2 กล้วยหอมทองค่อม

() 1.4.3 อื่น ๆ ระบุ.....

1.5 ท่านได้พันธุ์กล้วยหอมทองจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1.5.1 ขยายพันธุ์เอง () 1.5.2 ซื้อ

() 1.5.3 ได้รับสนับสนุนจากภาครัฐ () 1.5.4 อื่น ๆ ระบุ.....

1.6. ท่านปลูกกล้วยหอมทองระยะเท่าใด (เมตร) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1.6.1 3x3 () 1.6.2. 5x2.5

() 1.6.3 3x7 () 1.6.4 อื่น ๆ ระบุ.....

1.7. ท่านใช้ปุ๋ยรองก้นหลุมก่อนปลูกยางหรือไม่

() 1 ไม่ใช้ () 2 ใช้

ถ้าใช้ ท่านใช้ปุ๋ยอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1.7.1 ปุ๋ยหินฟอสเฟต () 1.7.2 ปุ๋ยอินทรีย์
 () 1.7.3 ทั้งสองชนิด () 1.7.4 อื่น ๆ ระบุ.....
- 1.8 ช่วงเดือนในการปลูกกล้วยหอมทองของท่าน คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 () 1.8.1 พ.ค.-มิ.ย. () 1.8.2 ก.ค.-ส.ค.
 () 1.8.3 ก.ย.-ต.ค. () 1.8.4 อื่น ๆ ระบุ.....
- 1.9 ท่านใส่ปุ๋ยในระยะก่อนการเก็บผลผลิตหรือไม่หรือไม่
 () 1 ไม่ได้ใส่ () 2 ได้ใส่
 ถ้าใส่ ท่านใช้ปุ๋ยเคมีสูตรใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 () 1.9.1 สูตร 15-15-15 () 1.9.2 สูตร 20-10-10
 () 1.9.3 สูตร 13-13-21 () 1.9.4 สูตรอื่น ๆ ระบุ.....
- 1.10 ท่านใส่ปุ๋ยเคมีระยะดูแลในรอบปีการผลิต.....ครั้ง
- 1.11 ท่านใส่ปุ๋ยในระยะก่อนโดยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 () 1.11.1 หยอดเป็นหลุม () 1.11.2 หว่าน
 () 1.11.3 โรยเป็นแถว () 1.11.4 อื่น ๆ ระบุ.....
- 1.12 ช่วงเดือนในการใส่ปุ๋ยกล้วยหอมทองช่วงเดือนไหน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 () 1.12.1 พ.ค.-มิ.ย. () 1.12.2 ก.ค.-ส.ค.
 () 1.12.3 ก.ย.-ต.ค. () 1.12.4 อื่น ๆ ระบุ.....
- 1.13 ท่านปลูกพืชแซมสวนกล้วยหอมทองหรือไม่
 () 1 ไม่ได้ปลูก () 2 ปลูก คือ พืช.....
- 1.14 ท่านตัดแต่งกิ่งกล้วยหอมทองในช่วง 0-3ปี หรือไม่
 () 1 ไม่ได้ตัดแต่ง () 2 ตัดแต่ง
 ถ้าตัดแต่ง ท่านตัดแต่งฤดูใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 () 1.14.1 ฤดูฝน () 1.14.2 ฤดูร้อน
 () 1.14.3 ฤดูหนาว
- 1.15 ท่านกำจัดวัชพืชในแปลงกล้วยหอมทองหรือไม่ (นอกเหนือจากตอนเตรียมดิน)
 () 1 ไม่กำจัด () 2 กำจัด
 ถ้ากำจัดวัชพืชท่านใช้วิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 () 1.15.1 ใช้แรงงานคน () 1.15.2 ใช้รถไถกลบ

- () 1.15.3 ใช้สารกำจัดวัชพืช () 1.15.4 อื่น ๆ ระบุ.....
- 1.16 ท่านกำจัดวัชพืชในการผลิตกล้วยหอมทอง.....ครั้งต่อปี
- 1.17 ท่านเก็บเกี่ยวผลผลิตเมื่อกล้วยหอมทองอายุ.....เดือน / ปี
- 1.18 การป้องกันกำจัดโรคและแมลง
- () 1 ไม่ได้กำจัด () 2 กำจัด
- ถ้ากำจัด ท่านใช้วิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1.18.1 ชีววิธี () 1.18.2 สารเคมี
- () 1.18.3 วิธีกล () 1.18.4 วิธีฟิสิกส์
- () 1.18.5 อื่น ๆ ระบุ.....
- 1.19 ได้ผลผลิตเฉลี่ยในปีที่ผ่านมา.....กิโลกรัมต่อไร่

2. สภาพการตลาดกล้วยหอมทอง

- 2.1 ท่านแปรรูปผลผลิตกล้วยหอมทองเป็นอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1 ไม่ได้แปรรูป () 2 แปรรูป
- ถ้าแปรรูป ท่านแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 2.1.1 กล้วยหอมอบเนย () 2.1.2 กล้วยตาก
- () 2.1.3 เค้กกล้วยหอม () 2.1.4 กล้วยฉาบ
- () 2.1.5 กล้วยกวน () 2.1.6 อื่น ๆ ระบุ.....
- 2.2 ท่านนำผลผลิตกล้วยหอมทองไปขายที่ไหน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 2.2.1 แม่ค้ารวบรวมในท้องถิ่น () 2.2.2 สถาบันเกษตรกร
- () 2.2.3 สหกรณ์กล้วยหอมทองละแม () 2.2.4 โรงงานรับซื้อกล้วย
- () 2.2.5 อื่น ๆ ระบุ.....
- 2.3 ท่านคิดว่าการขายผลผลิตกล้วยหอมทองแบบใดได้ราคาดีที่สุด
- () /2.3.1 เกษตรกรนำไปขายที่สถานรับซื้อเอง
- () 2.3.2 รวมกลุ่มและมีการประมูลราคากวายนหอมทอง
- () 2.3.3 รวมกลุ่มขายโดยตรงกับพ่อค้า
- () 2.3.4 พ่อค้ารับซื้อโดยตรงที่สวน
- () 2.3.5 อื่น ๆ ระบุ.....
- 2.4 รูปแบบการขายผลผลิตกล้วยหอมทองของท่านเป็นแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 2.4.1 เกษตรกรนำไปขายที่สถานรับซื้อเอง
- () 2.4.2 รวมกลุ่มและการการรับซื้อในรูปแบบสหกรณ์
- () 2.4.3 รวมกลุ่มขายโดยตรงกับพ่อค้า
- () 2.4.4 พ่อค้ารับซื้อโดยตรงที่สวน
- () 2.4.5 อื่นๆ ระบุ.....
- 2.5 ก่อนขายกล้วยหอมทองได้สอบถามหรือตรวจสอบราคาหรือไม่
- () 1 ไม่สอบถาม () 2 สอบถาม
- ถ้าสอบถาม ท่านสอบถามจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 2.5.1 แม่ค้ารวบรวมในท้องถิ่น
- () 2.5.2 สถาบันเกษตรกร
- () 2.5.3 สหกรณ์กล้วยหอมทองละแม
- () 2.5.4 เพื่อนบ้าน/เครือญาติ
- () 2.5.5 โรงงานรับซื้อกล้วย
- () 2.5.6 อื่น ๆ ระบุ.....
- 2.6 ใครเป็นผู้กำหนดราคา ซื้อ-ขาย กล้วยหอมทอง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 2.6.1 เกษตรกรเป็นผู้กำหนดราคา () 2.6.2 พ่อค้าเป็นผู้กำหนดราคา
- () 2.6.3 รัฐบาลเป็นผู้กำหนดราคา () 2.6.4 อื่น ๆ ระบุ.....
- 2.7 ระบบตลาดกล้วยหอมทองในท้องถิ่นของท่านเป็นแบบใด
- () 2.7.1 ซื้อขายกับพ่อค้ารายเดียว () 2.7.2 ซื้อขายกับพ่อค้าหลายราย
- () 2.7.3 ซื้อขายสหกรณ์กล้วยหอมทองละแม
- 2.8 ท่านมีการรวมกลุ่มกันเพื่อขายผลผลิตกล้วยหอมทองหรือไม่
- () 1 ไม่มี () 2 มี
- ถ้ามี ท่านมีการรวมกลุ่มแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 2.8.1 รวมกลุ่มขายกล้วยหอมทองแบบถาวร
- () 2.8.2 รวมกลุ่มขายกล้วยหอมทองแบบชั่วคราว
- () 2.8.3 อื่น ๆ ระบุ.....
- 2.9 หลังจากขายกล้วยหอมทองแล้วได้รับเงินสดทันทีหรือไม่
- () 1 ไม่ได้รับ () 2 ได้รับ

2.10 ลักษณะยานพาหนะที่ท่านใช้ขนส่งผลผลิตกล้วยหอมทองเป็นแบบใด

- () 10.1 ของตนเอง
 () 10.2 เช่า
 () 10.3 ทั้งของตนเองและเช่า

11. ชนิดของยานพาหนะที่ท่านใช้ขนส่งผลผลิตกล้วยหอมทองคืออะไร

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1.11.1 จักรยานยนต์ () 1.11.2 จักรยานยนต์ต่อพ่วง
 () 1.11.3 รถยนต์ 4 ล้อ () 1.11.4 รถยนต์ 6 ล้อ
 () 1.11.5 อื่น ๆ ระบุ.....

ตอนที่ 3 ความรู้พื้นฐานของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องคำตอบว่า “ใช่” หรือ “ไม่ใช่” เพียงคำตอบเดียว

ประเด็นความรู้	ผิด	ถูก
1. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการกล้วยหอมทอง		
1.1 ระยะเวลาปลูกที่เหมาะสมของกล้วยหอมทองใช้ระยะเวลาปลูก 3x3 เมตร ปลูกได้ 177 ต้น/ไร่		
1.2 การเตรียมดินปลูก ผานเจ็ด 2 ครั้ง ตากดินแล้ว ไถพรวน 1-2 ครั้ง ให้ดินร่วนซุยจนหมดวัชพืช ถ้ามียังวัชพืชอยู่มากกว่าร้อยละ 20 ต้องไถพรวนใหม่		
1.3 ดินที่เหมาะสมต่อการปลูกกล้วย ควรเป็นดินที่มีค่าความเป็นกรดด่าง (pH) อยู่ระหว่าง 4.5-7 ที่เหมาะสมที่สุดคือ (pH) = 6 เป็นดินร่วนซุยมีความอุดมสมบูรณ์สูงระบายน้ำดี		
1.4 ช่วงที่ยังไม่ออกเครือให้เลี้ยงใบไว้ทั้งหมด แต่ช่วงที่ออกเครือแล้วให้ไว้ใบ 9-10 ใบ จะทำต้นไม่เหี่ยวใบ ไม่โทรม และให้ได้ผลผลิตดี		
1.5 การดูแลหลังจากตัดปลีแล้วเว้นระยะ 60 วัน ให้ห่อเครือด้วยถุงโปร่งแสงขนาดใหญ่ เปิดก้นถุง เพื่อให้ลมผ่านและอากาศถ่ายเท หรือห่อด้วยใบของเขากเอง ใช่หรือไม่		
1.6 การดูแลกล้วยหอมปลูกดิน ระบบรากมีน้อย อาจรับน้ำหนักเครือขนาดใหญ่ได้จึงไม่จำเป็นต้องใช้ไม้ค้ำต้นเพื่อป้องกันต้นล้ม		

ประเด็นความรู้	ผิด	ถูก
1.7 ต้องใช้ไม้ค้ำยันหรือค้ำก้วยทุกต้น ที่ออกปลีแล้ว เพื่อป้องกันลำต้นหักล้ม และ ตรวจสอบการค้ำยันให้อยู่ในสภาพที่มั่นคงแข็งแรง		
1.8 การหุ้มเครือ และตัดใบธง: การหุ้มเครือกระทำหลังจากตัดปลีไม่เกิน 3 เดือน เพื่อให้ ผิวกล้วยสวย และป้องกันแมลงทำลายด้วยถุงพลาสติกสีฟ้าแบบปิดด้านล่าง โดยหุ้ม ทั้งเครือและหุ้มทุกเครือ ส่วนการตัดใบธง ตัดเมื่อใบธงเริ่มหักก่อนที่จะเสียดสีกับ ผิวกล้วย		
1.9 การใช้ปุ๋ยคอก ใส่ปุ๋ยอินทรีย์ (ปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยหมัก) ปีละ 1-2 ครั้ง		
1.10 การใส่ปุ๋ยเคมีบำรุงจะใส่ปีละ 2 ครั้ง ซึ่งสามารถใส่ในช่วงใดก็ได้		
1.11 โรคที่สำคัญของกล้วยหอมทอง คือ โรคใบจุดวงแหวน		
2. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดกล้วยหอมทอง		
2.1 ตลาดหลักรับซื้อกล้วยหอมทองคือ ห่วงควัดอำเภอละแม		
2.2 มาตรฐานผลผลิตกล้วยหอมทองที่ตลาดต้องการ คือ กล้วยจะต้องปลอดสารเคมี		
2.3 ไทยมีคู่แข่งทางการตลาดกล้วยหอมทอง คือ อเมริกา		

ตอนที่ 4 ความต้องการของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองเพื่อการ ส่งออก

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องทางขวามือเพียงคำตอบเดียวที่ตรงกับระดับความต้องการ
ของท่าน

ประเด็นความต้องการ	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
1. ด้านการผลิต					
1.1 การเตรียมพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง					
1.2 วิธีการปลูกกล้วยหอมทอง					
1.3 การคัดเลือกพันธุ์กล้วยหอมทอง					

ประเด็นความต้องการ	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1.4 การให้น้ำ					
1.5 การใส่ปุ๋ยสวนกล้วยหอมทอง					
1.6 การตัดแต่งกิ่งกล้วยหอมทอง					
1.7 การกำจัดวัชพืชในสวนกล้วยหอมทอง					
1.8 การป้องกันไฟไหม้สวนกล้วยหอมทอง					
1.9 การป้องกันโรคและแมลงที่ทำลายต้นกล้วยหอมทอง					
1.10 การห่อผลกล้วยหอมทอง					
1.11 การเก็บผลผลิตกล้วยหอมทอง					
1.12 การขนส่ง					
1.13 อื่น ๆ ระบุ					
2. ด้านการตลาด					
2.1. การตรวจสอบราคากว๊วยหอมทอง					
2.2 แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยหอมทอง					
2.3 การรักษามาตรฐานคุณภาพผลผลิตตามตลาดต้องการ การส่งเสริมการขาย					
2.4 อื่น ๆ ระบุ					
3. ความต้องการด้านช่องทางการส่งเสริมการผลิต					
3.1 บุคคล					
3.2 สิ่งพิมพ์					
3.3 อิเล็กทรอนิกส์					
3.4 อื่น ๆ ระบุ					

ประเด็นความต้องการ	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
4. วิธีการส่งเสริมการเกษตร					
4.1 การสาธิต					
4.2 การบรรยาย					
4.3 การฝึกปฏิบัติ					
4.4 ทัศนศึกษา					
4.5 อื่น ๆ ระบุ					

ตอนที่ 5 ปัญหาของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก
คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับของปัญหาที่ท่านพบของการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง

ประเด็นปัญหา	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ดินขาดความอุดมสมบูรณ์					
2. พื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองไม่เหมาะสม					
3. ขาดน้ำในฤดูแล้ง					
4. เงินทุนเพื่อการผลิต					
5. ขาดการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทอง					
6. การปลูกและการดูแลรักษาสวนกล้วยหอมทอง					
7. ปัญหาในการปลูกซ่อม					
8. ขาดแคลนแรงงาน					
9. การป้องกันและกำจัดโรคและแมลง					
10. การใช้ปุ๋ยเคมีในสวนยาง					

ประเด็นปัญหา	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
11. การป้องกันและกำจัดวัชพืช					
12. ไฟไหม้สวนกล้วยหอมทอง					
13. ด้านพืชแซมและพืชร่วม					
14. ด้านการเก็บผลผลิต					

ปัญหาอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวพวงชมพู ประเสริฐศรี
วัน เดือน ปีเกิด	2 มิถุนายน 2532
สถานที่เกิด	อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต (เทคโนโลยีการผลิตพืช) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปี พ.ศ. 2554
สถานที่ทำงาน	บริษัท เพิ่มพูน 15 พานิช
ตำแหน่ง	ผู้จัดการ

