

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช ครั้งที่ 2

The 2nd STOU Graduate Research Conference**การผลิตและการตลาดพริกขี้นหนูใหญ่ฤดูแล้งของเกษตรกรในอำเภอเกษตรสมบูรณ์จังหวัดชัยภูมิ****Production and Marketing of Dry Season Big Chili by Farmers
in Kaset Sombun District of Chaiyaphum Province**

กองพันธ์ ยศกิจ (Gongpan Yoskit)* สมจิต โยธะคง (Somchit Yotakhong)**

สินีนุช ครุทเมือง แสนเสริม (Sineenuch Khrutmuang Sanserm)***

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา(1)สภาพสังคมและเศรษฐกิจ(2)ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดพริกขี้นหนูใหญ่ฤดูแล้ง (3)สภาพการผลิตและ สภาพการตลาดพริกขี้นหนูใหญ่ฤดูแล้ง(4)ปัญหาและข้อเสนอแนะในการผลิตและการตลาดพริกขี้นหนูใหญ่ฤดูแล้งของเกษตรกรในอำเภอ และ (5) เปรียบเทียบการผลิตพริกขี้นหนูใหญ่เกษตรกรในเขตชลประทาน และเกษตรกรนอกเขตชลประทาน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้ผลิตพริกขี้นหนูใหญ่ฤดูแล้งในเขตชลประทานจำนวน 75 ราย และเกษตรกรผู้ผลิตพริกขี้นหนูใหญ่ฤดูแล้งนอกเขตชลประทาน ปี 2553/2554 จำนวน 75 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด วิเคราะห์หาความแตกต่าง โดยใช้สถิติ $t - test$ โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรในเขตชลประทาน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 49.52 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่เป็นสมาชิก ธ.ก.ส. มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.67 คน มีแรงงานเฉลี่ย 2.15 คน มีพื้นที่ถือครองทางการเกษตรเฉลี่ย 10.13 ไร่ พื้นที่ปลูกพริกเฉลี่ย 1.46 ไร่ ผลผลิตพริกมีน้ำหนักเฉลี่ย 2,395.60 กิโลกรัม/ไร่ ต้นทุนในการผลิตเฉลี่ย 9,441.93 บาท/ไร่ มีรายได้เฉลี่ย 46,333.33 บาท และราคาผลผลิตเฉลี่ย 14.51 บาท/กิโลกรัม ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตพริกในระดับปานกลาง ความรู้เกี่ยวกับการตลาดในระดับมาก โดยส่วนใหญ่ได้รับความรู้การผลิตพริกจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ สภาพการผลิตพริกมีประสบการณ์การผลิตเฉลี่ย 5.73 ปี ปลูกในดินร่วนปนทราย ใช้พันธุ์ลูกผสมซุเปอร์ฮอท มีการเพาะกล้าก่อนปลูก ปลูกแบบแถวคู่ ใช้วัสดุคลุมดิน ใช้ปุ๋ยสูตร 15-15-15 เฉลี่ย 137.33 กิโลกรัม/ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 42.63 กิโลกรัม/วัน ไม่ได้เก็บเมล็ดไว้ทำพันธุ์ หลังเก็บเกี่ยวนำดินพริกไปทำปุ๋ยหมัก สภาพการตลาดศึกษาจากเพื่อนบ้าน จำหน่ายให้กับพ่อค้าที่มาซื้อที่สวน มีการสอบถามราคาซื้อขาย มีการขายผลผลิตโดยบรรจุถุงละ 10 กิโลกรัม กำจัดโรคและแมลงโดยสารเคมี ปัญหาด้านการผลิตในเรื่องการดูแลรักษาและราคาของพริก ส่วนเกษตรกรนอกเขตชลประทาน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 44.33 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่เป็นสมาชิก ธ.ก.ส. มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.45 คน มีแรงงานเฉลี่ย 2.23 คน มีพื้นที่ถือครองทางการเกษตรเฉลี่ย 9.81 ไร่ พื้นที่ปลูกพริกเฉลี่ย 1.44 ไร่ ผลผลิตพริกมีน้ำหนักเฉลี่ย 2,189.51 กิโลกรัม/ไร่ ต้นทุนในการผลิตเฉลี่ย 9,626.23 บาท/ไร่ มีรายได้เฉลี่ย 44,816.27 บาท และราคาผลผลิตเฉลี่ย 15.37 บาท/กิโลกรัม ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตพริกและการตลาดในระดับมาก โดยส่วนใหญ่ได้รับความรู้การผลิตพริกจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร มีประสบการณ์การผลิตเฉลี่ย 4.81 ปี ดินปลูกเป็นดินร่วนปนทราย ใช้พันธุ์ลูกผสมซุเปอร์ฮอท มีการเพาะกล้าก่อนปลูก ปลูกแบบแถวคู่ ใช้วัสดุคลุมดิน ใช้ปุ๋ยเคมีเฉลี่ย 137.33 กิโลกรัม/ไร่ เก็บพริกได้เฉลี่ย 39.36 กิโลกรัม/วัน ไม่ได้เก็บเมล็ดไว้ทำพันธุ์ หลังเก็บเกี่ยวนำดินพริกไปทำปุ๋ยหมัก สภาพการตลาดศึกษาจากเพื่อนบ้าน จำหน่ายให้กับพ่อค้าที่มาซื้อที่สวน มีการสอบถามราคาซื้อขาย บรรจุถุงละ 10 กิโลกรัม กำจัดโรคและแมลงโดยสารเคมี ปัญหาด้านการผลิตในเรื่องการดูแลรักษาและควบคุมศัตรูพริก ส่วนในเรื่องการตลาดคือ ราคาผลผลิตพริก โดยมีข้อเสนอแนะทั้ง 2 กลุ่ม คือ ทางราชการเข้ามาดูแลและให้ความรู้

คำสำคัญ การผลิต และการตลาด พริกขี้นหนูใหญ่ฤดูแล้ง อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ

* นักศึกษาหลักสูตรเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช orntid@hotmail.com

** รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช dr.somchit@hotmail.com

*** รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช sineenuch.san@stou.ac.th

Abstract

The objectives of this study were to study (1) social and economic state of farmers who had produced dry season big chili in Kaset Sombun District, Chaiyaphum Province; (2) their fundamental knowledge of the production and marketing of dry season big chili. (3) their production state; (4) their marketing state; (5) their problems and suggestions on the production and marketing of dry season big chili, and (6) compare the difference of big chili production between the farmers who had produced big chili inside the irrigation border (Group 1) and the ones who had produced big chili outside the irrigation border (Group 2).

The population in this study were 75 farmers who had produced big chili inside the irrigation border (Group 1) and 75 farmers who had produced big chili outside the irrigation border (Group 2) in 2010/2011. The structured interview was used for data collection. Statistics applied for data analysis were frequency percentage, mean, standard deviation, minimum-maximum and t-test at 0.05 level of significance.

The findings of this study were as follows: Comparing the difference of big chili production between the farmers in Group 1 and Group 2, it was found that most of the studied farmers in Group 1 and Group 2 were female, with average age at 49.52 years and 44.33 years respectively. The farmers in both groups were educated at primary level, and most of them were a member of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperative. The average quantity of members of their family was 4.67 persons and 4.45 persons. The average quantity of their labor was 2.15 persons and 2.23 persons. Their average occupied area for agricultural sections was 10.13 Rai and 9.81 Rai. Their average area for growing big chili was 1.46 Rai and 1.44 Rai. The average quantity of their big chili productivity was 2,395.60 kg/Rai and 2,189.51 kg/Rai. Their average capital spent on big chili production was 9,441.93 Baht/Rai and 9,626.23 Baht/Rai. Their average income was 46,333.33 Baht and 44,816.27 Baht. And the average of the selling price of their big chili was 14.51 Baht/kg and 15.37 Baht/kg respectively. The farmers in Group 1 had fundamental knowledge of big chili production at medium level, and their knowledge of big chili marketing was at much level, while the farmers in Group 2 had fundamental knowledge of big chili production and marketing at much level. The farmers in Group 1 were mostly transferred knowledge of big chili production from officials of Agricultural Extension Department, and radio/television broadcasting, while the farmers in Group 2 were mostly transferred the knowledge only from officials of Agricultural Extension Department. The average duration of their experience in big chili production of the farmers in Group 1 and 2 was 5.73 years and 4.81 years. The soil state of the farmers in both groups was loose and sandy, they produced their big chili by using Super Ho Hybrid Tribe, they usually grew seedlings before growing, they grew their seedlings in parallel type and covered their soil with materials, they applied chemical fertilizer in the formula 15-15-15 to the soil at average 137.33 kg/Rai. The average quantity of big chili they harvested was 42.63 kg/day and 39.63 kg/day, nothing was left to be their tribes. After harvesting, they made compost from chili stems. They knew the marketing state from their neighbors, and they sold their produce to merchants who came to buy at their orchard. Their produce were packed in bags at 10 kg/Rai. They used chemical substances to eliminate plant diseases and insects. The farmers in both groups had problems in the production aspect on how to keep their produce and eliminate pests, including the price of big chili. The farmers in both groups suggested that the government should have supported them and transferred them knowledge of big chili production and marketing. From the hypothesis testing, it was found that the fundamental knowledge of big chili production and marketing of the farmers in Group 1 and 2 was different at 0.01 statistical significance. They suggested that big chili should have been grown in the same area in every season so that they did not have to prepare the soil. The fundamental knowledge of big chili production received from radio broadcasting of the farmers in Group 1 and 2 was different at 0.01 statistical significance, while the knowledge received from television broadcasting and from shops who sold them agricultural materials of the farmers in Group 1 and 2 was different at 0.05 statistical significance.

Keywords: Production, Marketing, Dry season big chili, Kaset Sombun District, Chaiyaphum Province

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกพริกชี้หนูใหญ่ไม่น้อยกว่า 474, 717 ไร่ ต่อปี ซึ่งพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเฉพาะจังหวัดนครราชสีมา ถือเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งมีพื้นที่การปลูกพริก ราว 54,000 ไร่ ((กมล เลิศรัตน์, 2007: 45) โดยมีประเทศคู่ค้าที่สำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย อังกฤษ ฟิลิปปินส์ และ ญี่ปุ่น ทั้งนี้ จังหวัดชัยภูมิมีการปลูกพริกทั้งฤดูฝนและฤดูแล้ง ผลผลิตพริกของจังหวัดชัยภูมิจะเริ่มออกสู่ตลาดตั้งแต่ กลางเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤศจิกายนของทุกๆ ปี และเป็นจังหวัดที่มีการปลูกพริกมากเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศไทย คือมีพื้นที่ปลูกประมาณ 50,000-60,000 ไร่ โดยแยกการปลูกพริกออกเป็น 3 ช่วง คือ พริกฤดูแล้ง พริกกลางฤดูแล้ง พริกฤดู ฝนสำหรับพริกฤดูแล้งมีพื้นที่ปลูกพริกประมาณ 5,000-6,000 ไร่ อำเภอที่มีการปลูกพริกจำนวนมากคือ อำเภอเกษตร สมบูรณ์ อำเภอกอนสาร อำเภอบ้านเขว้า อำเภอหนองบัวระเหว และอำเภอหนองบัวแดง พริกที่ปลูกส่วนมากเป็นพันธุ์ ลูกผสม และพริกพันธุ์พื้นเมือง เช่น พริกส้มหรือพริกป๊อป อำเภอเกษตรสมบูรณ์ อำเภอกอนสาร และอำเภอหนองบัวแดง เป็นพื้นที่ปลูกพริกหลังฤดูการทำนา โดยพื้นที่ปลูกนั้นเป็นพื้นที่นาเดิมอยู่ติดลำน้ำพรม หรือคลองส่งน้ำชลประทาน เกษตรกรเริ่มเพาะกล้าเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน และเริ่มปลูกหลังจากเก็บเกี่ยวข้าวขึ้นปีเสร็จ ประมาณปลายเดือน พฤศจิกายนถึงต้นเดือนกุมภาพันธ์เกษตรกรเริ่มการปลูกพริก ซึ่งพันธุ์พริกที่ปลูกส่วนมากเป็นพันธุ์ลูกผสม ผลผลิตพริกของ เกษตรกรเริ่มออกสู่ตลาดเมื่อประมาณกลางเดือนมีนาคมถึงเดือนกรกฎาคม ของทุกปี ผลผลิตประมาณ 1,000-2,500 กิโลกรัมต่อไร่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การดูแลรักษา ปัญหาการผลิตที่สำคัญคือ หนอนเาะผล หนอนเาะสมอฝ้าย โรคกุ้งแห้ง โรค รากเน่าโคนเน่า โรคเหี่ยวเหี่ยวจากเชื้อแบคทีเรียและอาการใบด่างที่เกิดจากเชื้อไวรัส การปลูกพริกในอำเภอเกษตรสมบูรณ์ ปี 2552/2553 มีพื้นที่ปลูก 4,192 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 2,107 กก./ไร่ เกษตรกรผู้ผลิตพริก 2,403 ราย ช่วงผลผลิตเดือนมีนาคม- มิถุนายน ราคาพริกสดที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ยกิโลกรัมละ 39 บาทมูลค่าผลผลิตในปีการผลิตนี้ ประมาณ 344.46 ล้านบาท ก่อนหน้าที่พริกจังหวัดชัยภูมิจะออกสู่ตลาดพริกจังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดศรีสะเกษ จะออกสู่ตลาดมาก ดังนั้นถ้าพริก ของจังหวัดดังกล่าวไม่เสียหายจะส่งผลให้ราคาพริกจังหวัดชัยภูมิต่ำและช่วงปลายฤดูกาลเก็บเกี่ยวประมาณเดือน กรกฎาคม-สิงหาคม จะเป็นช่วงที่พริกสดมีราคาแพงและเป็นช่วงที่พริกเหี่ยวเหี่ยว ช้ำภูทอง ตำบลแหลมทอง อำเภอภักดีชุม พล ช่วงดังกล่าวถ้าพริกอำเภอขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา ออกสู่ตลาดถ้าเกษตรกรปลูกไม่มากราคาก็จะไม่ตกต่ำ (วีระ ภาคอุทัยและคณะ (2553: 46)

ดังนั้น จึงจำเป็นต้องวิจัยสภาพการผลิตและการตลาดพริกชี้หนูใหญ่ฤดูแล้งของเกษตรกร อำเภอเกษตร สมบูรณ์ เปรียบเทียบการผลิตพริกระหว่างเกษตรกรในเขตชลประทานและเกษตรกรนอกเขตชลประทาน ปัญหาและ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการผลิตพริก เพื่อให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น และมีช่องทางการตลาดของเกษตรกร เป็นการ สนับสนุนยุทธศาสตร์จังหวัดชัยภูมิ รวมทั้งสามารถนำไปใช้วางแผนส่งเสริมการผลิตพริกชี้หนูใหญ่ฤดูแล้ง และเพื่อเป็น แนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์จังหวัดในการผลิตพริกต่อไป

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. สภาพสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตพริกชี้หนูใหญ่ฤดูแล้ง อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ
2. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดพริกชี้หนูใหญ่ฤดูแล้ง อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ
3. สภาพการผลิตพริกชี้หนูใหญ่ฤดูแล้ง อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ
4. สภาพการตลาดพริกชี้หนูใหญ่ฤดูแล้ง อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ
5. ปัญหาและข้อเสนอแนะในการผลิตและการตลาดพริกชี้หนูใหญ่ฤดูแล้ง อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มคือเกษตรกรในเขตชลประทาน มีจำนวน 1,352 ราย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง 75 ราย และนอกเขตชลประทานมีจำนวน 1,051 ราย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง 75 ราย เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างที่มีสัดส่วนเท่ากัน คือ 75:75 ราย ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic random sampling) ทั้งสองกลุ่ม ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างแบ่งคำถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ตอนที่ 2 ความรู้พื้นฐานและแหล่งความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดพริกชี้หนูใหญ่ ตอนที่ 3 สภาพการผลิตพริกชี้หนูใหญ่ ตอนที่ 4 สภาพการตลาดพริกชี้หนูใหญ่ ตอนที่ 5 ปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดพริกชี้หนูใหญ่ และ (6) เปรียบเทียบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติคือ ค่าความถี่ (frequencies) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าต่ำสุด (minimum) ค่าสูงสุด (maximum) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) วิเคราะห์ความแตกต่างการผลิตพริกชี้หนูใหญ่ระหว่างเกษตรกรในเขตชลประทานและเกษตรกรนอกเขตชลประทานโดยใช้สถิติ t – test โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

1. สภาพสังคมและเศรษฐกิจ

1.1 เกษตรกรในเขตชลประทาน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 49.52 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่เป็นสมาชิก ธ.ก.ส. มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.67 คน มีแรงงานเฉลี่ย 2.15 คน มีพื้นที่ถือครองทางการเกษตรเฉลี่ย 10.13 ไร่ พื้นที่ปลูกพริกเฉลี่ย 1.46 ไร่ ผลผลิตพริกมีน้ำหนักเฉลี่ย 2,395.60 กิโลกรัม/ไร่ ต้นทุนในการผลิตเฉลี่ย 9,441.93 บาท/ไร่ มีรายได้เฉลี่ย 46,333.33 บาท และราคาผลผลิตเฉลี่ย 14.51 บาท/กิโลกรัม ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตพริกในระดับปานกลาง ความรู้เกี่ยวกับการตลาดในระดับมาก โดยส่วนใหญ่ได้รับความรู้การผลิตพริกจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร สื่อวิทยุ/โทรทัศน์

1.2 เกษตรกรนอกเขตชลประทาน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 44.33 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่เป็นสมาชิก ธ.ก.ส. มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.45 คน มีแรงงานเฉลี่ย 2.23 คน มีพื้นที่ถือครองทางการเกษตรเฉลี่ย 9.81 ไร่ พื้นที่ปลูกพริกเฉลี่ย 1.44 ไร่ ผลผลิตพริกมีน้ำหนักเฉลี่ย 2,189.51 กิโลกรัม/ไร่ ต้นทุนในการผลิตเฉลี่ย 9,626.23 บาท/ไร่ มีรายได้เฉลี่ย 44,816.27 บาท และราคาผลผลิตเฉลี่ย 15.37 บาท/กิโลกรัม ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตพริกและการตลาดในระดับมาก โดยส่วนใหญ่ได้รับความรู้การผลิตพริกจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

2. สภาพการผลิตพริกชี้หนูใหญ่

2.1 สภาพการผลิตพริกมีประสบการณ์การผลิตเฉลี่ย 5.73 ปี ดินปลูกเป็นดินร่วนปนทราย ใช้พันธุ์ลูกผสมซูเปอร์ฮอท มีการเพาะกล้าก่อนปลูก ปลูกแบบแถวคู่ ใช้วัสดุคลุมดิน ใช้ปุ๋ยสูตร 15-15-15 เฉลี่ย 137.33 กิโลกรัม/ไร่ เก็บพริกได้เฉลี่ย 42.63 กิโลกรัม/วัน ไม่ได้เก็บเมล็ดไว้ทำพันธุ์ หลังเก็บเกี่ยวนำต้นพริกไปทำปุ๋ยหมัก สภาพการตลาดศึกษาจากเพื่อนบ้าน จำหน่ายให้กับพ่อค้าที่มารับซื้อที่สวน มีการสอบถามราคาก่อนขาย บรรจุน้ำหนัก 10 กิโลกรัม/ไร่ กำจัดโรคและแมลงโดยสารเคมี

2.2 มีประสบการณ์การผลิตเฉลี่ย 4.81 ปี ดินมีสภาพเป็นดินร่วนปนทราย ใช้พันธุ์ลูกผสมซูเปอร์ฮอท มีการเพาะกล้าก่อนปลูก ปลูกแบบแถวคู่ ใช้วัสดุคลุมดิน ใช้ปุ๋ยเคมีเฉลี่ย 137.33 กิโลกรัม/ไร่ เก็บพริกได้เฉลี่ย 39.36 กิโลกรัม/วัน ไม่ได้เก็บไว้ทำพันธุ์ หลังเก็บเกี่ยวนำต้นพริกไปทำปุ๋ยหมัก สภาพการตลาดศึกษาจากเพื่อนบ้าน จำหน่ายให้กับพ่อค้าที่มารับซื้อที่สวน มีการสอบถามราคาก่อนขาย บรรจุน้ำหนัก 10 กิโลกรัม/ไร่ กำจัดโรคและแมลงโดยสารเคมี

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 2
The 2nd STOU Graduate Research Conference

3. เปรียบเทียบการผลิตพริกระหว่างเกษตรกรในเขตชลประทานและเกษตรกรนอกเขตชลประทาน

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบความรู้พื้นฐานต่อการผลิตและการตลาดพริกของเกษตรกรในเขตและนอกเขตชลประทาน

ความรู้พื้นฐานต่อการผลิตและการตลาดพริก	นอกเขต		ในเขต		t	Sig.
	ชลประทาน		ชลประทาน			
	(n=75)		(n=75)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตพริก						
1. การปลูกพริกปลูกในพื้นที่เดิมทุกฤดูจะดีเพราะไม่ต้องไปปรับพื้นที่อื่น	0.79	0.41	0.55	0.50	3.202	0.002**
2. การเลือกซื้อเมล็ดพันธุ์พริกต้องเลือกจากแหล่งที่เชื่อถือได้	0.92	0.27	0.99	0.20	-1.703	0.091
3. ไม่จำเป็นการปรับปรุงบำรุงดินก่อนปลูกเพราะยุ่งยากเสียเวลา	0.81	0.39	0.75	0.44	0.982	0.328
4. การปลูกพริกปลูกได้ช่วงฤดูเดียวเท่านั้นคือช่วงเมษายนถึงพฤษภาคม	0.68	0.47	0.75	0.60	-0.762	0.447
5. พริกเป็นพืชที่ดูแลรักษายากเพราะมีโรคแมลงรบกวน	0.95	0.23	0.91	0.29	0.936	0.351
6. การเพิ่มผลผลิตพริกมีการใส่ปุ๋ยเคมีอย่างเดียวยุคที่สูงสุดและเพียงพอ	0.64	0.48	0.59	0.50	0.667	0.506
7. การคลุมแปลงด้วยเศษหญ้า ฟางแห้ง เพื่อรักษาความชื้น และควบคุมวัชพืชได้	0.92	0.27	0.96	0.20	-1.028	0.306
8. ต้องมีการฉีดพ่นสารเคมีเพื่อป้องกัน โรคและแมลงไว้ก่อนทุกครั้ง	0.32	0.47	0.47	0.50	-1.847	0.067
9. ในการผลิตพริกจำเป็นต้องมีการจดบันทึกการรายการเพื่อกันลืมและตรวจสอบได้	0.83	0.38	0.81	0.39	0.211	0.833
10. หลังการเก็บเกี่ยวผลผลิตต้องคัดเกรดก่อนจำหน่ายเพื่อให้ได้ราคาดี	0.65	0.48	0.52	0.50	1.662	0.099
ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดพริก						
1. ก่อนจำหน่ายพริกต้องหาข้อมูลด้านแหล่งจำหน่ายและราคาผลผลิตพริกก่อนตัดสินใจจำหน่าย	0.20	0.40	0.37	0.49	-2.376	0.019*
2. คุณภาพของผลผลิตสามารถเป็นตัวกำหนดราคาในการจำหน่ายได้	0.65	0.48	0.52	0.50	1.662	0.099
3. พริกพันธุ์ลูกผสมรูปเปอร์ฮอทเป็นพันธุ์ที่ใช้สำหรับบริโภคสดและตลาดต้องการ	0.89	0.31	0.81	0.39	1.384	0.168
4. การจำหน่ายผลผลิตต้องจำหน่ายให้กับพ่อค้าหลายรายเพื่อเป็นทางเลือกและต่อรองราคาได้	0.72	0.45	0.67	0.48	0.705	0.482
5. การรับรู้ข่าวสารการตลาดรับรู้จากพ่อค้าที่มารับซื้อเท่านั้น	0.63	0.49	0.56	0.50	0.827	0.409
6. ผลผลิตพริกไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ขึ้นอยู่กับสภาวะตลาด	0.00	0.00	0.15	0.36	-3.566	0.001**
7. การผลิตพริกให้ผลิดออกมาพร้อมกันมากๆ ราคาผลผลิตจึงตกต่ำ	0.96	0.20	0.93	0.25	0.723	0.471
8. การขายพริกต้องมีการรวมกลุ่มกันขายเพื่อต่อรองราคา	0.35	0.48	0.57	0.52	-2.764	0.006**
9. ถ้าผลผลิตสดพริกราคาต่ำควรแปรรูปพริกเพื่อเพิ่มมูลค่าและเก็บไว้ได้นาน	0.91	0.29	0.72	0.45	3.001	0.003**
10. การจำหน่ายผลผลิตต้องมีการจดบันทึกทุกครั้ง	0.88	0.33	0.97	0.33	-1.746	0.083

* ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผู้วิจัยแบ่งจำนวนเกษตรกรในเขตและนอกเขตชลประทานในเขตชลประทาน จำนวน 75 คน และนอกเขตชลประทาน จำนวน 75 คน จากตารางที่ 1 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความรู้พื้นฐานต่อการผลิตของเกษตรกรพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพียงเรื่องเดียวได้แก่ การปลูกพริกปลูกในพื้นที่เดิมทุกฤดูจะดี เพราะไม่ต้องไปปรับพื้นที่อื่น ($t = 3.202$, Sig. = 0.002) และที่เหลือได้แก่ การเลือกซื้อเมล็ดพันธุ์พริกต้องเลือกจากแหล่งที่เชื่อถือได้ ไม่จำเป็นการปรับปรุงบำรุงดินก่อนปลูกเพราะยุ่งยากเสียเวลา การปลูกพริกปลูกได้ช่วงฤดูเดียวเท่านั้นคือ ช่วงเมษายนถึงพฤษภาคม พริกเป็นพืชที่ดูแลรักษายากเพราะมีโรคแมลงรบกวน การเพิ่มผลผลิตพริกมีการใส่ปุ๋ยเคมีอย่างเดียวดีที่สุดและเพียงพอ การคลุมแปลงด้วยเศษหญ้า ฟางแห้ง เพื่อรักษาความชื้น และควบคุมวัชพืชได้ ต้องมีการฉีดพ่นสารเคมีเพื่อป้องกันโรคและแมลงไว้ก่อนทุกครั้ง ในการผลิตพริกจำเป็นต้องมีการจดบันทึกการรายการเพื่อกันลืมและตรวจสอบได้ และหลังการเก็บเกี่ยวผลผลิตต้องคัดเกรดก่อนจำหน่ายเพื่อให้ได้ราคาดีไม่มีความแตกต่างกัน

ส่วนความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดพริกพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 3 เรื่องได้แก่ ผลผลิตพริกไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ขึ้นอยู่กับภาวะตลาด ($t = -3.566$, Sig. = 0.001) ถ้าผลผลิตสดพริกราคาต่ำควรแปรรูปพริกเพื่อเพิ่มมูลค่าและเก็บไว้ได้นาน ($t = 3.001$, Sig. = 0.003) การขายพริกต้องมีการรวมกลุ่มกันขายเพื่อต่อรองราคา ($t = -2.764$, Sig. = 0.006) และ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 เรื่องได้แก่ ก่อนจำหน่ายพริกต้องหาข้อมูลด้านแหล่งจำหน่ายและราคาผลผลิตพริกก่อนตัดสินใจจำหน่าย ($t = 2.376$, Sig. = 0.017) และที่เหลือได้แก่ คุณภาพของผลผลิตสามารถเป็นตัวกำหนดราคาในการจำหน่ายได้ พริกพันธุ์ลูกผสมซูเปอร์ฮอทเป็นพันธุ์ที่ใช้สำหรับบริโภคสดและตลาดต้องการ การจำหน่ายผลผลิตต้องจำหน่ายให้กับพ่อค้าหลายรายเพื่อเป็นทางเลือก และต่อรองราคาได้ การรับรู้ข่าวสารการตลาดรับรู้จากพ่อค้าที่มารับซื้อเท่านั้น การผลิตพริกให้ผลออกมาพร้อมกันมากๆ ราคาผลผลิตจึงตกต่ำ และการจำหน่ายผลผลิตต้องมีการจดบันทึกทุกครั้งไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบแหล่งความรู้พื้นฐานที่ได้รับเกี่ยวกับการผลิตพริกของเกษตรกรผู้ผลิตพริก

ในเขตและนอกเขตชลประทาน

แหล่งความรู้พื้นฐานที่ได้รับเกี่ยวกับการผลิตพริก ของเกษตรกรผู้ผลิตพริก	นอกเขต		ในเขต		t	Sig.
	ชลประทาน		ชลประทาน			
	(n=75)		(n=75)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ญาติ พี่น้อง เพื่อนฝูง	2.36	0.69	2.40	0.62	-0.375	0.708
2. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร	1.88	0.82	1.88	0.81	0.732	1.000
3. เจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตร	1.51	0.76	1.53	0.78	0.729	0.832
4. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรของ อบต.	1.40	0.64	1.27	0.55	1.369	0.173
5. คณะกรรมการบริหารศูนย์ฯ,อาสาสมัครเกษตร	1.33	0.62	1.24	0.54	0.980	0.329
6. ผู้นำชุมชน เช่น กำนัน,ผู้ใหญ่บ้าน,สอบต.	1.33	0.48	1.37	0.56	-0.470	0.639
7. ร้านจำหน่ายวัสดุการเกษตร	1.59	0.52	1.40	0.57	2.092	0.038*
8. เอกสารวิชาการ	1.43	0.64	1.29	0.51	1.406	0.162
9. หนังสือพิมพ์	1.08	0.32	1.05	0.23	0.591	0.556
10. สื่อวิทยุ	1.47	0.58	1.80	0.66	-3.299	0.001**

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 2
The 2nd STOU Graduate Research Conference

ตารางที่ 2 (ต่อ)

แหล่งความรู้พื้นฐานที่ได้รับเกี่ยวกับการผลิตพริก ของเกษตรกรผู้ผลิตพริก	นอกเขต		ในเขต		t	Sig.
	ชลประทาน		ชลประทาน			
	(n=75)		(n=75)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
11. สื่อโทรทัศน์	1.45	0.62	1.68	0.66	-2.164	0.032*
12. วิทยุ	1.04	0.20	1.03	0.16	0.452	0.652
13. สื่ออินเทอร์เน็ต	1.04	0.20	1.00	0.00	1.756	0.083
14. เจ้าหน้าที่บริษัทเอกชน	1.25	0.57	1.19	0.46	0.790	0.431
15. สถาบันการศึกษา	1.20	0.49	1.23	0.58	-0.302	0.763
16. เจ้าหน้าที่จากกระทรวงพาณิชย์	1.01	0.12	1.04	0.20	-1.010	0.314
17. เจ้าหน้าที่จากกระทรวงอุตสาหกรรม	1.00	0.00	1.03	0.16	-1.424	0.159

* ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ศึกษาสามารถแบ่งจำนวนเกษตรกรในเขตและนอกเขตชลประทานได้ดังนี้ ในเขตชลประทาน จำนวน 75 คน และนอกเขตชลประทาน จำนวน 75 คน จากตารางที่ 2 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแหล่งความรู้พื้นฐานที่ได้รับเกี่ยวกับการผลิตพริกของเกษตรกรผู้ผลิตพริกในเขตและนอกเขตชลประทานของเกษตรกร พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 เรื่อง ได้แก่ สื่อวิทยุ ($t = -3.299$, Sig. = 0.001) และมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ($t = -2.164$, Sig. = 0.032) และ ร้านจำหน่ายวัสดุการเกษตร ($t = 2.092$, Sig. = 0.038) ส่วนที่เหลือได้แก่ ญาติ พี่น้อง เพื่อนฝูง เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร เจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตร เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรของ อบต. คณะกรรมการบริหารศูนย์ฯ,อาสาสมัครเกษตร ผู้นำชุมชน เช่น กำนัน,ผู้ใหญ่บ้าน, สออบต. เอกสารวิชาการ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต เจ้าหน้าที่บริษัทเอกชน สถาบันการศึกษา . เจ้าหน้าที่จากกระทรวงพาณิชย์ และเจ้าหน้าที่จากกระทรวงอุตสาหกรรมไม่มีความแตกต่างกัน

3. ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้ศึกษาปัญหาของเกษตรกรในการผลิตพริกและการตลาดพริกขึ้นใหญ่ ผลการวิเคราะห์ปัญหาของเกษตรกรปรากฏ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ปัญหาของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตพริกขึ้นใหญ่

ประเด็น	ระดับปัญหาของเกษตรกรที่เกี่ยวกับการผลิตพริกขึ้นใหญ่								
	ในเขตชลประทาน (n=75)			นอกเขตชลประทาน (n=75)			รวม		
	$\bar{X}$	ความหมาย	อันดับ	$\bar{X}$	ความหมาย	อันดับ	$\bar{X}$	ความหมาย	อันดับ
1. แหล่งปลูก/พื้นที่ปลูก	0.43	น้อย	6	0.60	น้อย	5	1.60	น้อย	4
2. พันธุ์พริก	0.35	น้อย	8	0.45	น้อย	7	1.30	น้อย	6
3. การปลูก	0.48	น้อย	5	0.51	น้อย	6	1.31	น้อย	5
4. การดูแลรักษา	1.69	ปานกลาง	2	1.73	ปานกลาง	2	1.92	ปานกลาง	2

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 2
The 2nd STOU Graduate Research Conference

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ประเด็น	ระดับปัญหาของเกษตรกรที่เกี่ยวกับการผลิตพริกชี้หนูใหญ่								
	ในเขตชลประทาน (n=75)			นอกเขตชลประทาน (n=75)			รวม		
	$\bar{X}$	ความหมาย	อันดับ	$\bar{X}$	ความหมาย	อันดับ	$\bar{X}$	ความหมาย	อันดับ
5. การควบคุมศัตรูพริก	2.52	มาก	1	2.31	ปานกลาง	1	2.51	มาก	1
6. การเก็บเกี่ยว	0.41	น้อย	7	0.64	น้อย	4	1.36	น้อย	4
7. วิทยาการหลังการเก็บเกี่ยว	0.56	น้อย	4	0.49	น้อย	8	1.22	น้อย	7
8. การบันทึกข้อมูล	1.23	น้อย	3	0.93	น้อย	3	1.86	ปานกลาง	3
เฉลี่ย	1.51	น้อย		0.96	น้อย		1.63	น้อย	

กำหนดเกณฑ์ประเมินค่า ดังนี้

2.34 – 3.00 หมายถึง มีปัญหาระดับมาก

1.67 – 2.33 หมายถึง มีปัญหาระดับปานกลาง

1.00 – 1.66 หมายถึง มีปัญหาระดับน้อย

เกษตรกรมีปัญหาเกี่ยวกับการผลิตพริกชี้หนูใหญ่ภาพรวมทั้ง 2 กลุ่มในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.64$) โดยเกษตรกรที่อยู่ในเขตชลประทานมีปัญหาเกี่ยวกับการผลิตพริกชี้หนูใหญ่ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.51$) โดยมีปัญหาเกี่ยวกับการผลิตพริกชี้หนูใหญ่ในระดับมากได้แก่ การควบคุมศัตรูพริก ($\bar{X} = 2.52$) และมีปัญหาเกี่ยวกับการผลิตพริกชี้หนูใหญ่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การดูแลรักษา ($\bar{X} = 1.69$) และที่เหลือมีปัญหาเกี่ยวกับการผลิตพริกชี้หนูใหญ่อยู่ในระดับน้อยเรียงลำดับ ดังนี้ การบันทึกข้อมูล วิทยาการหลังการเก็บเกี่ยว การปลูก แหล่งปลูก / พื้นที่ปลูก การเก็บเกี่ยว และพันธุ์พริก ($\bar{X} = 1.23, 0.56, 0.48, 0.43, 0.41$ และ 0.35 ตามลำดับ)

เกษตรกรที่อยู่นอกเขตชลประทานมีปัญหาเกี่ยวกับการผลิตพริกชี้หนูใหญ่ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 0.96$) โดยมีปัญหาเกี่ยวกับการผลิตพริกชี้หนูใหญ่ในระดับปานกลางได้แก่ การควบคุมศัตรูพริก และการดูแลรักษา ($\bar{X} = 2.52$ และ 1.73) และที่เหลือมีปัญหาเกี่ยวกับการผลิตพริกชี้หนูใหญ่ในระดับน้อยเรียงลำดับ ดังนี้ การบันทึกข้อมูล การเก็บเกี่ยว แหล่งปลูก/พื้นที่ปลูก การปลูก พันธุ์พริก และ วิทยาการหลังการเก็บเกี่ยว ($\bar{X} = 0.93, 0.64, 0.60, 0.51, 0.49$ และ 0.45 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4 ปัญหาของเกษตรกรที่เกี่ยวกับการตลาดพริกชี้หนูใหญ่

ประเด็น	ระดับปัญหาของเกษตรกรที่เกี่ยวกับการตลาดพริกชี้หนูใหญ่								
	ในเขตชลประทาน (n ₁ =75)			นอกเขตชลประทาน (n ₁ =75)			รวม		
	$\bar{X}$	ความหมาย	อันดับ	$\bar{X}$	ความหมาย	อันดับ	$\bar{X}$	ความหมาย	อันดับ
1. แหล่งจำหน่าย	0.80	น้อย	5	1.44	น้อย	3	1.98	ปานกลาง	4
2. ราคาผลผลิต	2.68	มาก	1	2.40	มาก	1	2.61	มาก	1
3. คุณภาพผลผลิต	1.65	น้อย	3	1.44	น้อย	3	1.84	ปานกลาง	6
4. การรวมกลุ่ม	1.88	ปานกลาง	2	1.56	น้อย	2	2.39	มาก	2

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 2
The 2nd STOU Graduate Research Conference

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ประเด็น	ระดับปัญหาของเกษตรกรที่เกี่ยวกับการตลาดพริกชี้หนูใหญ่								
	ในเขตชลประทาน ($n_1=75$)			นอกเขตชลประทาน ($n_1=75$)			รวม		
	$\bar{X}$	ความหมาย	อันดับ	$\bar{X}$	ความหมาย	อันดับ	$\bar{X}$	ความหมาย	อันดับ
5. ระบบการเงิน	1.15	น้อย	4	1.09	น้อย	5	1.91	ปานกลาง	5
6. เงื่อนไขผูกพันกับพ่อค้าคนกลางที่ช่วยเหลือด้านปัจจัยการผลิต	1.15	น้อย	4	1.19	น้อย	4	2.08	ปานกลาง	3
เฉลี่ย	1.80	ปานกลาง		1.52	น้อย		2.14	ปานกลาง	

กำหนดเกณฑ์ประเมินค่า ดังนี้

2.34 – 3.00 หมายถึง มีปัญหาระดับมาก

1.67 – 2.33 หมายถึง มีปัญหาระดับปานกลาง

1.00 – 1.66 หมายถึง มีปัญหาระดับน้อย

เกษตรกรมีปัญหาเกี่ยวกับการตลาดพริกชี้หนูใหญ่ภาพรวมทั้ง 2 กลุ่มในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.14$) โดยเกษตรกรที่อยู่ในเขตชลประทานมีปัญหาเกี่ยวกับการตลาดพริกชี้หนูใหญ่ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 1.80$) โดยมีปัญหาเกี่ยวกับการตลาดพริกชี้หนูใหญ่ในระดับมากได้แก่ ราคาผลผลิต ($\bar{X} = 2.68$) และมีปัญหาเกี่ยวกับการตลาดพริกชี้หนูใหญ่ในระดับปานกลางได้แก่ การรวมกลุ่ม ($\bar{X} = 1.88$) และที่เหลือมีปัญหาเกี่ยวกับการตลาดพริกชี้หนูใหญ่อยู่ในระดับน้อยดังนี้ คุณภาพของผลผลิต ระบบการเงิน และเงื่อนไขผูกพันกับพ่อค้าคนกลางที่ช่วยเหลือ ด้านปัจจัยการผลิต เท่ากันทั้ง 2 จำนวน และแหล่งจำหน่าย ($\bar{X} = 1.65, 1.15$ และ 0.80 ตามลำดับ)

เกษตรกรที่อยู่นอกเขตชลประทานมีปัญหาเกี่ยวกับการตลาดพริกชี้หนูใหญ่ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.52$) โดยมีปัญหาเกี่ยวกับการตลาดพริกชี้หนูใหญ่ในระดับมากได้แก่ ราคาผลผลิต ($\bar{X} = 2.40$) และที่เหลือมีปัญหาเกี่ยวกับการตลาดพริกชี้หนูใหญ่ในระดับน้อยได้แก่ การรวมกลุ่ม แหล่งจำหน่าย และคุณภาพของผลผลิต เท่ากันทั้ง 2 จำนวน เงื่อนไขผูกพันกับพ่อค้าคนกลางที่ช่วยเหลือด้านปัจจัยการผลิต และระบบการเงิน ($\bar{X} = 1.56, 1.44, 1.19$ และ 1.09 ตามลำดับ)

ข้อเสนอแนะ

1. การผลิตพริกชี้หนูใหญ่ (1) ให้ทางราชการเข้ามาดูแลให้ความรู้ในเรื่องพันธุ์พริก วิธีการปลูกดูแลรักษาพริกให้ถูกวิธี (2) ให้จัดอบรมความรู้เรื่องการดูแลรักษาพริก (3) ให้แนะนำวิธีการควบคุมศัตรูพริกโดยไม่ต้องใช้สารเคมี (4) ให้เจ้าหน้าที่เอาใจใส่ดูแลเรื่องการป้องกันกำจัดศัตรูพริก (5) จัดให้มีแหล่งเรียนรู้เรื่องโรค และแมลง (6) หาวิธีการแก้ไขโรคและแมลงศัตรูพริก (7) ให้ทางราชการเข้ามาแนะนำในการจัดบันทึก เพื่อให้ทราบต้นทุน-กำไร (8) ให้ส่งเสริมการค้าเกรด และให้มีราคาแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด

2. การตลาด (1) ส่งเสริมให้มีตลาดหลากหลาย (2) จัดให้มีแหล่งจำหน่ายที่ประกันราคาผลผลิต (3) จัดระบบกลไกตลาดพริก และหาช่องทางให้เกษตรกรนำผลผลิตไปขายตลาดกลางโดยตรง (4) ส่งเสริมการรวมกลุ่มกันขายเพื่อการ

ต่อรองราคาผลผลิต (5) ให้ทางราชการเข้ามาดูแลช่วยเหลือเกษตรกรไม่ให้พ่อค้าคนกลางเอาเปรียบ (6) ให้ทางราชการเข้ามาให้ความรู้ด้านปัจจัยการผลิต เพื่อป้องกันการเอาเปรียบจากพ่อค้า

อภิปรายผล

1. ผลจากการศึกษาสภาพทางเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตพริกขี้นุใหญ่ พบว่า เกษตรกรมีพื้นที่ปลูกพริกเฉลี่ย 1.45 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 2,292.55 กิโลกรัมต่อไร่ มีต้นทุนในการผลิตพริกเฉลี่ย 9,534.08 บาทต่อไร่ มีรายได้เฉลี่ย 45,574.80 บาท ราคาผลผลิตเฉลี่ย 14.94 บาทต่อกิโลกรัม ดังนั้นเมื่อเทียบต้นทุนและรายได้ที่เกษตรกรได้รับถือว่ามิรายได้ค่อนข้างดีเนื่องจากมีรายได้มากกว่าต้นทุนเมื่อหักค่าใช้จ่ายแล้วมีรายได้มากกว่าต้นทุนถึงสามเท่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมยนต์ บุญดี (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการยอมรับเกษตรกรที่เหมาะสมสำหรับการผลิตพริกของเกษตรกรตามโครงการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยและได้มาตรฐานในจังหวัดศรีสะเกษ พบว่า เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีพื้นที่ปลูกพริกเฉลี่ย 1.6 ไร่ ต้นทุนในการผลิตพริกเฉลี่ย 20,171.7 บาท แหล่งเงินทุนในการปลูกพริกส่วนมากใช้ทุนตนเอง รายได้จากการปลูกพริกเฉลี่ย 43,533.7 บาท

2. ผลจากการศึกษาความรู้พื้นฐานและแหล่งความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดพริกพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ มีความรู้ในการเลือกซื้อเมล็ดพันธุ์พริกต้องเลือกจากแหล่งที่เชื่อถือได้ และความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดพริก พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ มีความรู้ว่าการผลิตพริกให้ผลออกมาพร้อมกันมากๆ ราคาผลผลิตจึงตกต่ำ แหล่งความรู้พื้นฐานที่เกษตรกรได้รับเกี่ยวกับการผลิตพริก พบว่า เกษตรกรเกือบครึ่งหนึ่งได้รับความรู้ระดับมากจากแหล่งญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง และได้รับความรู้ระดับน้อยจากวิทยุ สื่ออินเทอร์เน็ต เจ้าหน้าที่บริษัทเอกชน สถาบันการศึกษา เจ้าหน้าที่จากกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ไม่ได้ใกล้ชิดกับเกษตรกรผู้ปลูกพริกในการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ จะส่งผ่านมายังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอเพื่อให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรได้ประชาสัมพันธ์แจ้งข่าวสารให้อีกทั้ง บทบาทภารกิจหน้าที่ของหน่วยงานอุตสาหกรรมไม่มีเจ้าหน้าที่ถึงระดับตำบลเหมือนกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

3. สภาพการผลิตพริกขี้นุใหญ่ของเกษตรกรพบว่า เกษตรกรทั้ง 2 กลุ่ม มีการทำการผลิตแบบผสมผสาน ประสพการณ์เฉลี่ยของกลุ่มในเขตชลประทาน 5.27 ปี และนอกเขตชลประทาน 4.81 ปี และเกษตรกรทั้ง 2 กลุ่ม มีการใช้พันธุ์ลูกผสมซูเปอร์ฮอท ปลูกพริกระยะ 50x50 เซนติเมตร และมีการปลูก 1 ต้นต่อหลุม ส่วนใหญ่มีการใช้ปุ๋ยสูตร 15-15-15 โดยมีการใช้ปุ๋ยเฉลี่ย 137.33 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งสอดคล้องกับพิทักษ์ เทพสมบุญ ที่กล่าวไว้ว่า การปลูกพริกควรมีระยะ 50 X 50 เซนติเมตร และเลือกต้นที่แข็งแรงปลูก 1 ต้นต่อหลุม และมีการใช้ปุ๋ยสูตร 15 – 15 – 15 รองพื้นในการปลูกทุกครั้ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของวีระ ภาคอุทัยและคณะ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสภาพการตลาด การแปรรูป และตลาดผลิตภัณฑ์พริกในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี นครราชสีมา ขอนแก่น เลย ชัยภูมิ กรุงเทพฯ และปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า การปลูกพริกมี 2 ระบบคือ พริกฤดูฝนและพริกฤดูแล้ง พันธุ์พริกที่นิยมปลูกในฤดูฝนคือ พันธุ์ยอดสนและพันธุ์จินดา ส่วนพันธุ์ที่นิยมปลูกในฤดูแล้งคือ พันธุ์ซูเปอร์ฮอท และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของณรงค์ฤทธิ์ วัชรหา (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสภาพการผลิตพริกและพฤติกรรมการใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรผู้ปลูกพริกในแหล่งปลูกที่สำคัญในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และสุชีรา เตชะวงศ์เสถียร ที่กล่าวไว้ว่า เมื่อเกิดโรคระบาด สมควรแช่เมล็ดในยาฆ่าเชื้อราก่อนปลูก พบว่า เกษตรกร ใส่ปุ๋ยสูตร 15-15-15 ทุกรายเพื่อการเตรียมดินในการเพาะปลูกของพริกทั้งเกษตรกรในเขตชลประทานและนอกเขตชลประทาน 4. สภาพการตลาดพริกขี้นุใหญ่ของเกษตรกรพบว่า เกษตรกรมีการศึกษาวิถีตลาด โดยเกษตรกรมีการศึกษาวิถีตลาดจากเพื่อนบ้าน และมีการจำหน่ายพริกให้พ่อค้าที่มารับซื้อที่สวน ส่วน

ใหญ่ มีการสอบถามราคาผลผลิตก่อนขาย มีการจำหน่ายพริกแห้งเดียว เพราะมีผู้มาซื้อรายเดียวและเป็นประจำ และเกษตรกรไม่ได้ต่อรองราคาขายผลผลิตพริก เพราะเคยต่อรองแล้วไม่ได้ผล ไม่ทราบข้อมูลด้านราคา ไม่มีแหล่งข้อมูล ไม่สามารถเปรียบเทียบราคาได้ พ่อค้าเป็นคนกำหนดราคาเอง โดยไม่เคยรวมกลุ่มกันขายผลผลิตพริก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณวี แสงสีดา (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการจัดการผลิตและการตลาดพริกขี้หนูในอำเภอบำเหน็จณรงค์ จังหวัดชัยภูมิ พบว่าในการขายส่วนใหญ่จะขายให้กับพ่อค้าที่มารับซื้อถึงที่แปลงปลูก ไม่มีการต่อรองราคา

เอกสารอ้างอิง

กมล เลิศรัตน์ (2547) “การผลิต การปลูก การแปรรูป และการตลาดของพริกและผลิตภัณฑ์พริกในประเทศไทย” คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

จินตนา เอี่ยมล่อ เขียวรัตน์ ศรีวรนันท์ สาธิต อติโต (2546) การผลิตและการตลาดพริกใหญ่ในจังหวัดเลย :ม.ป.ท.

เชาว์ ไรจนแสง (2542) “การจัดการตลาดและการผลิต” สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช กรุงเทพฯ)

ณรงค์ฤทธิ์ วัชรหา.(2550).สภาพการผลิตและพฤติกรรมการใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรผู้ปลูกพริกในแหล่งปลูกสำคัญในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ชัยชุมพร สุโพภาค.(2547). ความต้องการบริการส่งเสริมการเกษตรของเกษตรกรผู้ปลูกพริกในจังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ปราโมทย์ อุ่นใจ (2548) “สภาพการผลิตและการตลาดพริก: กรณีศึกษาอำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ”

พิทักษ์ เทพสมบูรณ์. (2540).การปลูกพริก. กรุงเทพฯ: อักษรสยามการพิมพ์.

รศ.ดร.กมล เลิศรัตน์ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.การผลิต การปลูก การแปรรูป และการตลาดของพริกและผลิตภัณฑ์พริกในประเทศไทย ค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2554

ลำเขาวี วงศ์สุสิน (2551) “การใช้เทคโนโลยีการผลิตพริกของเกษตรกรในตำบลบ้านขาม อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช