



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

แนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดลิ้นจี่ในจังหวัดพะเยา

Guidelines for the Development Production and Marketing of Lychee in Phayao Province

จาดูรันต์ หงษ์หิน (Chaturan Honghin)¹ บำเพ็ญ เขียวหวาน (Bumpen Keowan)²เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ (Benchamas Yooprasert)³

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล สังคม เศรษฐกิจ ความรู้และแหล่งความรู้ในการผลิตลิ้นจี่ของเกษตรกร (2) สภาพการผลิตและการตลาดลิ้นจี่ของเกษตรกร (3) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติตามหลักวิชาการในการผลิตลิ้นจี่ของเกษตรกร (4) ปัญหา ข้อเสนอแนะของเกษตรกร (5) แนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดของลิ้นจี่ ประชากรที่ศึกษาคือเกษตรกรผู้ปลูกลิ้นจี่ที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรในจังหวัดพะเยา จำนวน 1,599 ราย กลุ่มตัวอย่าง 237 ราย ได้จากการสุ่มแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์ที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.97 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า (1) เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 55.17 ปี เกษตรกรมีความรู้ในการผลิตลิ้นจี่อยู่ในระดับมาก มีแหล่งข้อมูลและระดับการได้รับข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง (2) สภาพทั่วไปในการผลิตลิ้นจี่มากกว่าครึ่งปลูกลิ้นจี่ในพื้นที่ราบ เกือบทั้งหมดปลูกลิ้นจี่พันธุ์ฮงฮวย มีระดับการนำการผลิตตามหลักวิชาการไปปฏิบัติในระดับมากที่สุด (3) ระดับของปัญหาด้านการผลิตมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามหลักวิชาการในการผลิตลิ้นจี่อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 ปริมาณพื้นที่การเกษตรทั้งหมด ระดับการได้รับความรู้ และแรงงานทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามหลักวิชาการในการผลิตลิ้นจี่อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 (4) ปัญหาด้านการผลิต คือ ด้านปัจจัยการผลิตและด้านการผลิตลิ้นจี่ ข้อเสนอแนะ คือ ควรสนับสนุนปัจจัยการผลิต ควรส่งเสริมให้ผลิตลิ้นจี่ได้คุณภาพ ปัญหาด้านการตลาด คือ ด้านการจัดการตลาด และด้านอื่นๆ ข้อเสนอแนะ คือ ภาครัฐควรมีการประชาสัมพันธ์ และมีจุดจำหน่ายในพื้นที่ ควรมีการคัดเกรดตามมาตรฐาน (5) ด้านการผลิต ส่งเสริมการผลิตตามหลักวิชาการ (GAP) การรวมกลุ่มโดยมีระบบการสื่อสารแบบออนไลน์ อบรมให้ความรู้พัฒนาวิธีการผลิต การใช้งานแอปพลิเคชัน และการใช้สื่อออนไลน์ ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการผลิต สนับสนุนปัจจัยการผลิตให้แก่เกษตรกร สนับสนุนงบประมาณในการวิจัยเทคโนโลยีการผลิต ส่งเสริมเกษตรกรรุ่นใหม่ Young Smart Farmer ด้านการตลาด การรวมกลุ่มทำตลาดออนไลน์ ให้ความรู้การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ และการตลาดแบบออนไลน์ พัฒนาลิ้นจี่ให้เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ “Geographical Indication - GI” การส่งเสริมการจัดการสินค้าเกษตรทั้งห่วงโซ่อุปทาน

คำสำคัญ แนวทางการพัฒนา การผลิตและการตลาดลิ้นจี่ จังหวัดพะเยา

¹ นักศึกษาหลักสูตรเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช sodajack@hotmail.com² รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช bumpen.keo@stou.ac.th³ รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช yoobench@hotmail.com



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

Abstract

The objective of this research were: (1) basic condition of person, social, economic, knowledge and knowledge resources of lychee production of farmers (2) the production and marketing conditions of lychee farmers (3) factors influencing the Good Agricultural Practices of lychee production by farmers. (4) farmer's problem and suggestions (5) guidelines for the Development Production and Marketing of lychee. The study population was 1,599, who had registered farmers in phayao province; a total of 237 were selected by using the simple random sampling method. The data collection was a interview with a consistency Index of item objective congruence 0.97. Statistics used to data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, multiple regression analysis. The results showed that: (1) Most of the farmers were male, with the average age of 55.17 years. The farmers had a high level of knowledge in lychee production. Data resources and receive all sources, at medium level; (2) general conditions for producing more than half of lychee in lychee land. Almost all lychee cultivars are "Honghuai". Has the highest level of implementation of Good Agricultural Practices; (3) level of production problems related to on the Good Agricultural Practices of lychee production significantly at 0.01; Total area of agricultural land, Level of Knowledge And all labor related to on the Good Agricultural Practices of lychee production significantly at 0.05; (4) the production problem is tactors of production and lychee production. The recommendation is to support the tactors of production. Lychee quality should be promoted. The marketing problem is market management and other. The recommendation is public sector should have public relations and local market. Should be graded according to standard product; (5) production: extension good agricultural practices (GAP), or production based on academic principles (GAP). Grouping to develop social online methods. Training to develop production methods. Use of application and social media. Promote the use of innovation in production. Supporting tactors of production for farmers. Supports the budget in research, production technology. Make for young smart farmers. Marketing: grouping to online market, educate the media creation and online market, development of lychee as a geographical indication or GI, extention of agricultural supply chain management.

Keywords: Development, Production and marketing of lychee, Phayao Province



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

บทนำ

ลั่นจี่เป็นไม้ผลกิ่งเมืองหนาว มีถิ่นกำเนิดอยู่ทางตอนใต้ของจีนและกล่าวกันว่ามีการปลูกลั่นจี่ในประเทศจีนมากกว่า 2,000 ปีมาแล้ว ต่อมาลั่นจี่ได้แพร่ขยายตัวออกไปยังประเทศต่างๆ หลายแห่ง เช่น อินเดีย พม่า ไต้หวัน ออสเตรเลีย แอฟริกาใต้ ญี่ปุ่นตอนใต้ เวียดนาม เขมร และไทยสำหรับประเทศไทย ไม่มีหลักฐานยืนยันว่ามีการปลูกลั่นจี่เมื่อไรแต่มีการเขียนถึงลั่นจี่ในหนังสือของชาวฝรั่งเศสในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 เมื่อ พ.ศ.2397 แสดงว่าลั่นจี่มีการปลูกมาก่อนนั้นประมาณว่าราวต้นสมัยรัตนโกสินทร์ความจริงลั่นจี่ป่าที่ขึ้นอยู่ตามจังหวัดต่างๆ เช่น ระยอง จันทบุรี ตราด และในป่าภาคเหนือมีต้นคอแลนหรือในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเรียก “หมากแงว” มีลักษณะคล้ายคลึงกับลั่นจี่ ขึ้นอยู่กระจัดกระจายทั่วไป จึงอาจกล่าวได้ว่าภาคเหนือของประเทศไทยสามารถปลูกลั่นจี่ได้ถ้าหากได้รับการคัดเลือกพื้นที่ดิน อากาศ และการปฏิบัติที่เหมาะสม ลั่นจี่นับเป็นผลไม้ที่มีรสดี ราคาแพง คนนิยมบริโภคกันมากและเป็นผลไม้ที่เหมาะสมแก่การบรรจุกระป๋องมากกว่าลำไย เพราะสามารถคว้านเมล็ดออกได้ง่ายกว่า มีรสเปรี้ยวอมหวานและกลิ่นหอม ชวนรับประทาน ลั่นจี่เป็นผลไม้ที่เหมาะสมแก่การปลูกในภาคเหนือมากที่สุด ในด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยนั้น พบว่า ปริมาณการใช้ภายในประเทศ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2560) พ.ศ.2555 มีจำนวนผลผลิต 35,967 ตัน พ.ศ.2556 มีจำนวนผลผลิต 38,959 พ.ศ.2557 มีจำนวนผลผลิต 53,103 ตัน ซึ่งประเทศไทยได้ส่งออกลั่นจี่ 2 ลักษณะ คือ ลั่นจี่สด และลั่นจี่บรรจุภาชนะ อัดลม สำหรับลั่นจี่สด ประเทศไทยมีประเทศคู่ค้าที่สำคัญคือ จีน มาเลเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ การส่งออกในปี พ.ศ.2557 มีมูลค่า 137 ล้านบาท ส่วนลั่นจี่บรรจุภาชนะอัดลมนั้นมีประเทศมาเลเซีย สหรัฐอเมริกา และอินโดนีเซีย มีการส่งออกในปี พ.ศ. 2557 มูลค่า 429 ล้านบาท

จังหวัดพะเยานั้นลั่นจี่ถือว่าเป็นผลไม้อีกชนิดหนึ่งที่สร้างชื่อเสียงให้ท้องถิ่นด้วยรสชาติที่หวานหอม กรอบ อร่อย โดยพื้นที่ปลูกลั่นจี่ของจังหวัดพะเยามีทั้งหมด ประมาณ 15,814 ไร่ ผลผลิตประมาณ 8,824 ตันโดยเฉพาะที่อำเภอแม่ใจ และปลูกมากในตำบลศรีถ้อย อำเภอแม่ใจ โดยมีพื้นที่การปลูกรวม 12,528 ไร่ สำหรับสภาพดินที่ปลูกลั่นจี่ของจังหวัดพะเยา พบว่ามีความอุดมสมบูรณ์มาก พื้นที่ส่วนใหญ่ปลูกบนที่ราบเชิงเขาและหุบเขา อากาศมีความหนาวเย็นตลอดปี พื้นที่ที่มีความลาดเอียงเล็กน้อยทำให้ระบายน้ำได้ดี และที่สำคัญดินส่วนใหญ่เป็นดินชุด 29 (ชุดบ้านจ้อง) ซึ่งเป็นชุดดินที่มีโพแทสเซียม (K) สูง และมีความเหมาะสมกับการปลูกลั่นจี่ สำหรับการปลูกลั่นจี่ให้ได้คุณภาพต้องอาศัยประสบการณ์ ความเป็นเกษตรกรมืออาชีพในการดูแลสวนลั่นจี่ เกษตรกรต้องคอยใส่ใจควบคุมคุณภาพลั่นจี่ ฝักระวัง และดูแลจนกว่า จะเก็บเกี่ยวผลผลิตออกสู่ตลาดสำหรับการพัฒนาคุณภาพผลผลิตลั่นจี่ ถึงแม้กรมส่งเสริมการเกษตรจะมีการดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยีและพัฒนาคุณภาพลั่นจี่ด้วยการปฏิบัติตามแนวทางเกษตรที่ดีที่เหมาะสม (GAP) โดยเน้นการห่อช่องผล เพื่อให้ได้คุณภาพตรงตามความต้องการของตลาดในปัจจุบัน แต่ปัจจุบันพบว่าปัญหาการผลิตที่สำคัญคือ การขาดแคลนแรงงาน จากการเคลื่อนย้ายแรงงาน และภาวะสูงวัยของเกษตรกร ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิธีการผลิตลั่นจี่ โดยเฉพาะวิธีการตลาดจากเดิมที่ต้องจำหน่ายให้พ่อค้าคนกลาง “ล้ง” ซึ่งมักจะเผชิญกับปัญหาราคาผลผลิตที่ผันผวนตลอดเวลา มาสู่ยุคการตลาดออนไลน์ซึ่งอาศัยสื่อสังคมและเครือข่ายสังคม อาทิองค์การบริหารส่วนตำบลแม่สุกได้เริ่มดำเนินการจำหน่ายลั่นจี่คุณภาพในตลาดออนไลน์ผ่าน Facebook ก็ทำให้เกิดกระแสการบริโภคลั่นจี่คุณภาพของจังหวัดพะเยาเพิ่มมากขึ้น ภายใต้ภาวะการเปลี่ยนแปลงทั้งการผลิตและการตลาดการนี้เองส่งผลให้การผลิตรายการลั่นจี่คุณภาพเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นในทุกปีนั้น ต้องมีการพัฒนาการผลิตและการตลาดที่เหมาะสมและเป็นปัจจุบัน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

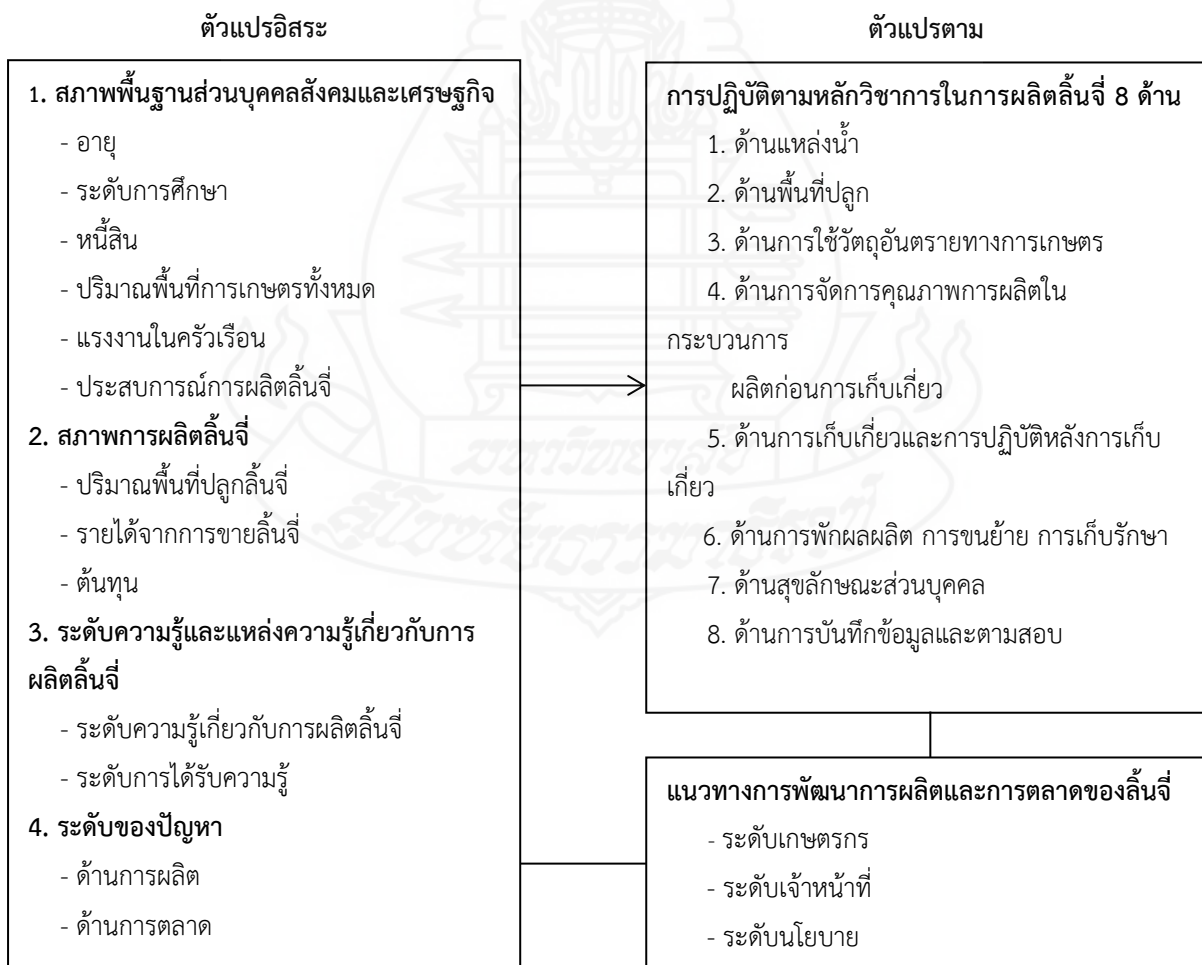
The 8th STOU National Research Conference

จากสถานการณ์ดังกล่าวจึงมีความจำเป็นที่จะศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการผลิตและการตลาดของสินค้า ในจังหวัดพะเยา ปัญหา ข้อเสนอแนะ และแนวทางแก้ไข เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดสินค้าของจังหวัด พะเยาต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานส่วนบุคคล สังคม เศรษฐกิจ ความรู้และแหล่งความรู้ในการผลิตสินค้าของเกษตรกร
2. เพื่อศึกษาสภาพการผลิตและการตลาดสินค้าของเกษตรกร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติตามหลักวิชาการในการผลิตสินค้าของเกษตรกร
4. เพื่อศึกษาปัญหา ข้อเสนอแนะของเกษตรกร
5. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดของสินค้า

กรอบแนวคิด





การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ประชากรที่ศึกษาคือเกษตรกรผู้ปลูกลิ้นจี่ที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรในจังหวัดพะเยา ปี พ.ศ. 2560 จำนวน 1,599 ราย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 237 ราย ได้จากการกำหนดขนาดโดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane ความคลาดเคลื่อนที่ 0.06 และสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย 5 ส่วนคือ (1) สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล สังคมและเศรษฐกิจ (2) ความรู้ แหล่งความรู้ ระดับการได้รับข้อมูลข่าวสาร (3) สภาพการผลิตลิ้นจี่ (4) สภาพการตลาดลิ้นจี่ (5) ปัญหาและข้อเสนอแนะ กำหนดเกณฑ์ในการประเมิน ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.20 - 5.00 = มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 = มาก ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 = ปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 = น้อย ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 = น้อยที่สุด แบบสัมภาษณ์มีค่าความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of item objective congruence, IOC) เท่ากับ 0.97 และมีค่าความเชื่อถือได้ เท่ากับ 0.945 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis)

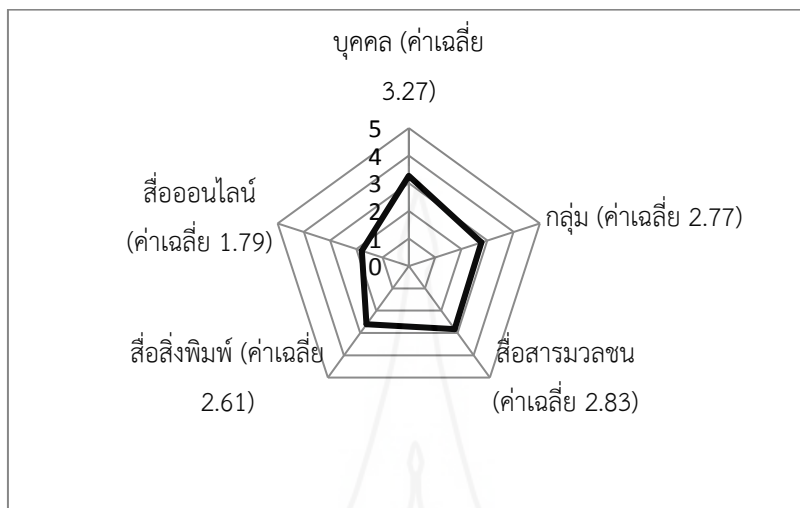
ผลการวิจัย

1. สภาพพื้นฐานส่วนบุคคล สังคม เศรษฐกิจ ความรู้และแหล่งความรู้ของเกษตรกร เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 50-59 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 49.8 มีหนี้สินเฉลี่ย 104,185.65 บาท มีแรงงานทางการเกษตรในครัวเรือนเฉลี่ย 2.41 คน มีประสบการณ์ในการปลูกลิ้นจี่เฉลี่ย 19.50 ปี จำนวนมากร้อยละ 54.4 ไม่มีสถานะทางสังคมการเป็นผู้นำ จำนวนมากร้อยละ 63.3 เป็นสมาชิกกลุ่มผู้ปลูกลิ้นจี่ และกลุ่มลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำนวนมากร้อยละ 92.0 กู้ยืมเงินจากแหล่งเงินทุนในการผลิตลิ้นจี่ โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 62.9 กู้เงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เกษตรกรมีความรู้ในการผลิตลิ้นจี่ร้อยละ 52.3 อยู่ในระดับมาก และร้อยละ 32.5 อยู่ในระดับปานกลาง มีแหล่งข้อมูลและระดับการได้รับข้อมูลข่าวสารทั้งที่เป็นแหล่งบุคคล (เรียนรู้เอง เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร สอบถามเกษตรกรผู้นำ และพ่อแม่ ญาติ พี่น้อง) แหล่งกลุ่ม (การประชุม การอบรม การศึกษาดูงาน/การทัศนศึกษา สัมมนา การจัดนิทรรศการ และโรงเรียนเกษตรกร) แหล่งสื่อสารมวลชน (โทรทัศน์ หอกระจายข่าว วิทยุกระจายเสียง และวิทยุชุมชน) แหล่งสิ่งพิมพ์ (เอกสารราชการ แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ และวารสาร) และแหล่งสื่อออนไลน์ (ไลน์ Line เฟซบุ๊ก Facebook เว็บไซต์ Website ยูทูบ Youtube อินสตาแกรมInstagram แอปพลิเคชัน Application และทวิตเตอร์ Twitter) ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแหล่งความรู้แต่ละประเภทพบว่า ได้รับจากแหล่งบุคคลสูงกว่าแหล่งอื่นๆ รองลงมาคือ แหล่งสื่อสารมวลชน และแหล่งแหล่งกลุ่ม



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference



ภาพที่ 1 แผนผังใยแมงมุมแสดงระดับการได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้ในการผลิตสินค้าจากแต่ละแหล่งข้อมูล

2. สภาพการผลิตและการตลาดสินค้าของเกษตรกร

2.1 สภาพทั่วไปในการผลิตสินค้า เกษตรกรมากกว่าครึ่งปลูกลิ้นจี่ในพื้นที่ราบ รองลงมาปลูกพื้นที่เชิงเขา และพื้นที่ดอน ลักษณะดินมากกว่าครึ่งเป็นดินร่วนปนทราย และดินร่วน เกือบทั้งหมดปลูกลิ้นจี่พันธุ์ฮวงฮวย รองลงมาพันธุ์นครพนม1 และโอเอียะ ส่วนใหญ่ปลูกระยะ 8x8 เมตร เกือบหนึ่งในสามปลูกระยะ 6x6 เมตร เกือบครึ่งให้น้ำด้วยระบบสปริงเกอร์ โดยระยะเตรียมต้นใส่ปุ๋ยอินทรีย์เฉลี่ย 105.36 กิโลกรัมต่อไร่ ใส่ปุ๋ยเคมีสูตร 15-15-15 เฉลี่ย 56.34 กิโลกรัมต่อต้น ระยะออกดอกใส่ปุ๋ยอินทรีย์เฉลี่ย 92.70 กิโลกรัมต่อไร่ ใส่ปุ๋ยเคมีสูตร 15-15-15 เฉลี่ย 51.70 กิโลกรัมต่อไร่ ระยะสร้างผลใส่ปุ๋ยอินทรีย์เฉลี่ย 97.20 กิโลกรัมต่อต้น ใส่ปุ๋ยเคมีสูตร 13-13-21 เฉลี่ย 58.19 กิโลกรัมต่อไร่ โดยเกือบทั้งหมดใส่ปุ๋ยด้วยการหว่าน และเกือบทั้งหมดมีการใช้สารเคมีในการป้องกันกำจัดโรคและแมลง ส่วนในการกำจัดวัชพืชนั้นกว่าครึ่งใช้เครื่องตัดหญ้า และหนึ่งในสามใช้สารเคมี เริ่มควั่นกิ่งเดือนกันยายนและตุลาคม มากกว่าครึ่งไม่มีการตัดแต่งข้อผล และส่วนใหญ่ทำการห่อผล ในการเก็บเกี่ยวเกือบทั้งหมดจะการใช้การสังเกตสีผิวที่เปลี่ยนไป และเกือบทั้งหมดมีการคัดขนาดผลผลิตก่อนจำหน่าย ในการเก็บรวบรวมผลผลิตเกือบทั้งหมดจะรวบรวมใส่ตะกร้าพลาสติกโดยเก็บรวบรวมไว้ได้ต้น เกษตรกรมากกว่าครึ่งมีพื้นที่ปลูกระหว่าง 4-10 ไร่ ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ของตนเองหรือของครัวเรือน แบ่งเป็นพื้นที่ที่มีเอกสารสิทธิ์เฉลี่ย 5.93 ไร่ เป็นพื้นที่ที่ไม่มีเอกสารสิทธิ์เฉลี่ย 7.42 ไร่ และเป็นที่เช่าเฉลี่ย 6.32 ไร่ แบ่งเป็นพื้นที่ที่มีเอกสารสิทธิ์ 6.04 ไร่ และไม่มีเอกสารสิทธิ์เฉลี่ย 6.33 ไร่ ในปี 2560 ที่ผ่านมามีรายได้เฉลี่ย 17,630.80 บาท ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 3,765.40 บาท ผลผลิตที่ได้แบ่งเป็นเกรด AA เฉลี่ย 278.17 กิโลกรัมต่อไร่ เกรด A เฉลี่ย 298.11 กิโลกรัมต่อไร่ สภาพการผลิตตามหลักวิชาการในการผลิตลิ้นจี่ 8 ด้าน ประกอบด้วยข้อปฏิบัติ 49 ข้อ พบว่า ระดับการนำการผลิตตามหลักวิชาการไปปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 67.5 โดยปฏิบัติ 41-49 ข้อ รองลงมาคือ อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 24.9 ปฏิบัติ 31-40 ข้อ

2.2 สภาพการตลาดสินค้าของเกษตรกร เกษตรกรเกือบทั้งหมดเก็บผลผลิตขายเอง โดยเกือบทั้งหมดขายส่ง ณ จุดรับซื้อ และมากกว่าครึ่งขายปลีก มากกว่าครึ่งไม่มีการติดตราระบุชื่อสวน ส่วนเกษตรกรที่ขายเหมานั้นทำสัญญาทั้งเป็นลายลักษณ์อักษรและสัญญาด้วยวาจา เหตุผลที่ขายเหมาเนื่องจากลดความเสี่ยงในด้านราคา และส่วนใหญ่ขายเหมาให้คนที่



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

คุ้นเคยกัน เช่น พ่อค้าประจำ โดยราคาผลผลิตที่จำหน่ายในปี 2560 แบ่งเป็นเกรด AA เฉลี่ย 33.27 บาท และเกรด A เฉลี่ย 20.76 บาท

3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการปฏิบัติตามหลักวิชาการในการผลิตลิ้นจี่ของเกษตรกร

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับการปฏิบัติตามหลักวิชาการในการผลิตลิ้นจี่ 8 ด้าน ได้แก่ ระดับการได้รับความรู้ และแรงงานทั้งหมด

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับการปฏิบัติตามหลักวิชาการในการผลิตลิ้นจี่ 8 ด้าน ได้แก่ ปริมาณพื้นที่การเกษตรทั้งหมด

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับการปฏิบัติตามหลักวิชาการในการผลิตลิ้นจี่ 8 ด้าน ได้แก่ ระดับของปัญหาด้านการผลิต ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุระหว่างตัวแปรอิสระกับการปฏิบัติตามหลักวิชาการในการผลิตลิ้นจี่ 8 ด้าน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	t	Sig.
ค่าคงที่	32.246	6.022	0.000
X ₁ = อายุ (ปี)	0.105	1.656	0.099
X ₂ = ระดับการศึกษา (ปี)	0.146	1.053	0.293
X ₃ = หนี้สิน (บาท)	-1.543E-07	-0.051	0.959
X ₄ = ปริมาณพื้นที่การเกษตรทั้งหมด (ไร่)	-0.107	-2.240*	0.026
X ₅ = แรงงานทั้งหมด (คน)	0.250	2.461*	0.015
X ₆ = ประสบการณ์การผลิตลิ้นจี่ (ปี)	0.067	1.151	0.251
X ₇ = ปริมาณพื้นที่ปลูกลิ้นจี่ (ไร่)	-0.046	-0.444	0.658
X ₈ = รายได้จากการขายลิ้นจี่ (บาท)	8.337E-05	1.816	0.071
X ₉ = ต้นทุน (บาท)	0.000	-0.616	0.538
X ₁₀ = ระดับความรู้เกี่ยวกับการผลิตลิ้นจี่ (คะแนน)	0.234	1.374	0.171
X ₁₁ = ระดับการได้รับความรู้	0.056	2.468*	0.014
X ₁₂ = ระดับของปัญหาด้านการผลิต	-0.105	-3.703**	0.000
X ₁₃ = ระดับของปัญหาด้านการตลาด	0.063	1.256	0.210
R ² = 0.230	SEE = 6.011	F = 5.130	Sig. Of F = 0.000

4. ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกร

4.1 ปัญหาด้านการผลิต โดยภาพรวมเกษตรกรมีปัญหาด้านการผลิต ในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่เกษตรกรมีปัญหามาก คือ ด้านปัจจัยการผลิต และด้านการผลิตลิ้นจี่ ข้อเสนอแนะด้านปัจจัยการผลิตควรให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบสารเคมีป้องกันกำจัดโรคและแมลงไม่มีคุณภาพ และจำหน่ายเกินราคา ควรมีมาตรการให้สารเคมีป้องกันกำจัดแมลง



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

มีราคาถูกลง และควรสนับสนุนปุ๋ยและสารเคมี อุปกรณ์ เครื่องมือแก่เกษตรกร ด้านความรู้ควรอบรมความรู้ด้านปุ๋ย และสารเคมีป้องกันกำจัดโรคและแมลง อบรมให้ความรู้เรื่องการผลิตปุ๋ยและยากำจัดแมลงแก่เกษตรกรเพื่อลดต้นทุน และอบรมเรื่องการแต่งกิ่งที่ถูกต้อง ด้านการผลิตควรมีการส่งเสริมให้สามารถผลิตล้นจี่ได้คุณภาพ อย่างสม่ำเสมอ และให้นักวิชาการเกษตรมาดูแลติดตามให้คำแนะนำตลอดช่วงฤดูการผลิต ด้านโรคและแมลงควรให้เจ้าหน้าที่หมั่นตรวจในพื้นที่เป็นประจำ หากพบการทำลายเกษตรกรจะได้เรียนรู้เพื่อสามารถสังเกตได้เอง และให้เจ้าหน้าที่แก้ปัญหาหนอนเจาะข้าวล้นจี่ ด้านอื่นๆ เมื่อประสบภัยธรรมชาติรัฐบาลควรให้การช่วยเหลือเพื่อลดปัญหาหนี้สินที่จะเกิดขึ้น ส่งเสริมการแปรรูปล้นจี่บรรจุกระป๋อง และให้หน่วยงานภาครัฐมาควบคุมเรื่องราคา และการคัดเกรดผลผลิต



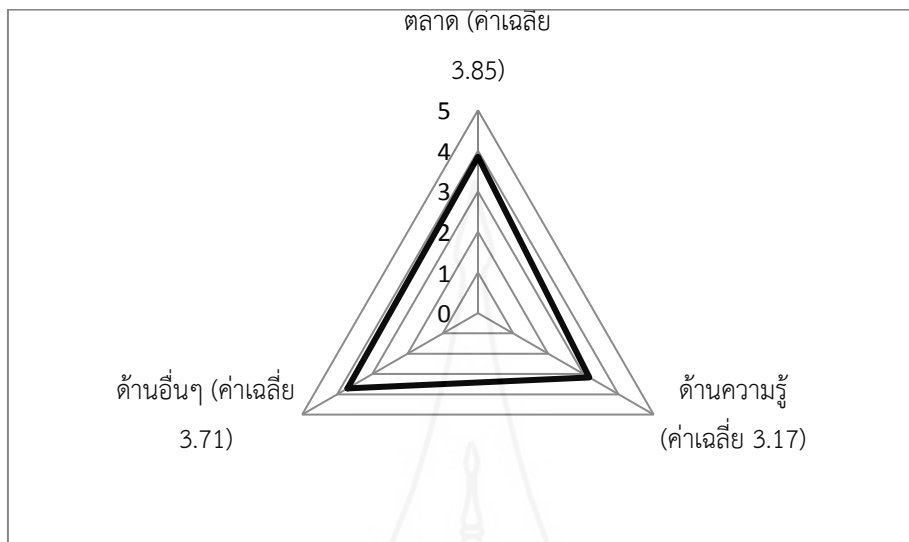
ภาพที่ 2 แผนผังใยแมงมุมแสดงระดับความรุนแรงของปัญหาการผลิตในแต่ละด้าน

4.2 ปัญหาด้านการตลาด ภาพรวมเกษตรกรมีปัญหาด้านการตลาด ในระดับมาก โดยประเด็นที่เกษตรกรมีปัญหามาก คือ ด้านการจัดการตลาด และด้านอื่นๆ ข้อเสนอแนะด้านการคัดเกรดควรให้มีการคัดเกรดตามเกณฑ์ที่มีมาตรฐาน ด้านการขนส่งควรให้ผู้รับซื้อมารับผลผลิตเองที่สวน ให้รัฐควบคุมความเร็วของรถที่ขนส่งผลผลิตเพื่อป้องกันความเสียหาย และให้รัฐบาลสนับสนุนค่าขนส่งปีละ 5,000 บาทต่อพื้นที่ 10 ไร่ ด้านการเก็บเกี่ยวควรให้รัฐออกมาตรการการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่สุกแก่เกิน 80 เปอร์เซ็นต์ ด้านผลผลิตควรให้เจ้าหน้าที่ช่วยดูแลเรื่องราคาผลผลิตในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาด ด้านความรู้ควรอบรมความรู้เพิ่มเติมด้านการตลาด และอบรมความรู้เพิ่มเติมด้านการคัดเกรด และการจัดการหลังเก็บเกี่ยว ด้านส่งเสริมการตลาดควรเพิ่มช่องทางการจำหน่าย และจุดวางจำหน่ายภายในจังหวัดให้มากขึ้น ควรจะมีการส่งเสริมด้านการตลาดให้มากกว่านี้ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และให้มีตลาดส่งออกมากขึ้น ราคาล้นจี่จะไม่ตกต่ำ ด้านอื่นๆ ควรออกมาตรการลดค่าแรงงานในภาคการเกษตร



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference



ภาพที่ 3 แผนผังใยแมงมุมแสดงระดับความรุนแรงของปัญหาการตลาดในแต่ละด้าน

5. แนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดสินค้าของเกษตรกร

5.1 แนวทางการพัฒนาการผลิต

ศักยภาพ/จุดเด่น	ปัญหา/ข้อจำกัด	แนวทางการพัฒนา
- เกษตรกรมีประสบการณ์ในการผลิตสินค้าสูง - มีการรวมกลุ่มผู้ปลูกสินค้า - แหล่งความรู้เรียนรู้ด้วยตนเองและเจ้าหน้าที่ส่งเสริม - การปรับปรุงคุณภาพผลผลิตโดยการห่อหุ้มผลผลิต - มีการนำการผลิตตามหลักวิชาการไปปฏิบัติในการผลิตสินค้าอยู่ในระดับมากที่สุด - เกษตรกรมีการใช้สื่อเว็บไซต์ (website) ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) - ระดับการได้รับความรู้และแรงงานทั้งหมดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับ	- เกษตรกรอายุระหว่าง 50 - 59 - ต้นทุนการผลิตสูงจากการใช้สารเคมีในการป้องกันกำจัดโรคและแมลงมาก - ขาดแคลนเงินทุน - การเก็บเกี่ยวใช้การสังเกตสีผิวที่เปลี่ยนไป - ขาดแคลนแรงงาน - หนองเจาะข้าวผล โรคเปลือกผลไหม้และโรคผลแตก - ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิต - การใช้สารเคมีที่ถูกต้อง - ปุ๋ยและสารเคมีป้องกันกำจัดโรคและแมลงมีราคาแพง - ผลผลิตไม่มีคุณภาพ	ระดับเกษตรกร - การรวมกลุ่มโดยใช้แอปพลิเคชัน Line เพื่อช่วยเหลือและให้คำแนะนำในการผลิต - การลดการใช้สารเคมี เกษตรกรใช้สารเคมีอย่างเดียวในการป้องกันกำจัด รมรังสีให้เกษตรกรหันมาใช้ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยชีวภาพ หรือสารชีวภัณฑ์เพื่อลดต้นทุนการผลิต และผลิตสินค้าปลอดภัยตามหลักวิชาการ - การใช้นวัตกรรมเพื่อทดแทนแรงงาน ระดับเจ้าหน้าที่ - การทำงานแบบบูรณาการในหลายหน่วยงานทั้งกรมวิชาการเกษตรในการสนับสนุนความรู้หน่วยงานระดับจังหวัดสนับสนุนปัจจัยการผลิตและแหล่งเงินทุนสนับสนุนเกษตรกรมีเงินทุนหมุนเวียนในการเกษตร - การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเกษตรกรรุ่นใหม่กับเกษตรกรรุ่นเก่า เพื่อจัดเก็บเป็นองค์



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

การผลิตตามหลักวิชาการ	- ปริมาณพื้นที่การเกษตรทั้งหมด และระดับของปัญหาด้านการผลิตมี ผลในเชิงลบต่อการผลิตตามหลัก วิชาการ	ความรู้ในการผลิตสินค้า - พัฒนางานวิจัย ทั้งในด้านพันธุ์ เทคโนโลยีการ ผลิต และวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยว - พัฒนาระบบสารสนเทศแบบออนไลน์การผลิต สินค้าเพื่อให้เกษตรกรได้ศึกษาหาความรู้
		ระดับนโยบาย - ส่งเสริมการผลิตพืชปลอดภัยหรือการผลิตตาม หลักวิชาการ (GAP) - ส่งเสริมอาชีพด้านการเกษตรให้กับบัณฑิตที่จบ ใหม่เพื่อให้เป็น Young Smart Farmer - ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการผลิตพืชโดยเน้นลด การใช้แรงงานภาคการเกษตร - รมรณรงค์ให้ผู้บริโภคเน้นบริโภคผลผลิต การเกษตรที่ได้รับมาตรฐานการผลิตตามหลัก วิชาการ (GAP) - สนับสนุนงบประมาณในการวิจัย ทั้งในด้าน พันธุ์ เทคโนโลยีการผลิต และวิทยาการหลังการ เก็บเกี่ยว

5.2 แนวทางการพัฒนาการตลาด

ศักยภาพ/จุดเด่น	ปัญหา/ข้อจำกัด	แนวทางการพัฒนา
- มีการรวมกลุ่มผู้ปลูกสินค้า - แหล่งความรู้เรียนรู้ด้วยตนเองและ เจ้าหน้าที่ส่งเสริม - เกษตรกรมีการใช้สื่อเว็บไซต์ (website) ไลน์ (Line) เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube)	- ราคาผลผลิตตกต่ำ - ขาดอำนาจต่อรองราคากับผู้ซื้อ - ขาดข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด - ขาดการช่วยเหลือด้านการตลาด จากภาครัฐ	ระดับเกษตรกร - การรวมกลุ่มเพื่อลดความเสี่ยงด้าน การตลาดสร้างอำนาจต่อรอง - ศึกษาความรู้ด้านการตลาดแบบออนไลน์ ระดับเจ้าหน้าที่ - สร้างช่องทางการส่งข้อมูลข่าวสารด้าน การตลาดโดยใช้ระบบการสื่อสารแบบ ออนไลน์ - ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้บริโภคสินค้าที่มี คุณภาพ - ส่งเสริมการขึ้นทะเบียน GI สินค้าจังหวัด



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

พะเยาเพื่อเพิ่มมูลค่า

- พัฒนางานวิจัยแปรรูปผลผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่า

ระดับนโยบาย

- ส่งเสริมผู้ประกอบการแปรรูปผลผลิต

การเกษตรในพื้นที่

- สนับสนุนงบประมาณในการวิจัยด้านการ

แปรรูปผลผลิตการเกษตร

- เพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลผลิตการเกษตร

ของประเทศในการเจรจาข้อตกลงการค้าใน

ระดับภูมิภาค

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาระดับความเข้าใจของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตลิ้นจี่โดยนำผลจำนวนข้อที่ตอบถูกของเกษตรกรทั้งหมดมาพิจารณา พบว่า ส่วนมากอยู่ในระดับมาก แต่ยังมีถึงร้อยละ 36.29 ที่มีความรู้เกี่ยวกับการผลิตลิ้นจี่อยู่ในระดับปานกลางกับน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเกษตรกร 1 ใน 3 ยังขาดความรู้ในการผลิตลิ้นจี่ที่ถูกต้อง

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตลิ้นจี่ จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เกษตรกรตอบผิดมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ การสวมหน้ากากอนามัยหรือใช้ผ้าปิดจมูกสามารถป้องกันอันตรายจากสารพิษทางการเกษตรได้ การเตรียมสารป้องกันกำจัดศัตรูพืชหากใช้ไม่หมดในคราวเดียวให้ปิดฝาถังแล้วนำไปใช้ฉีดพ่นต่อไปได้ไม่เกิน 7 วัน และการสวมถุงมือในการฉีดพ่นสารเคมีต้องสวมได้แน่นหนา ซึ่งจะเห็นได้ว่าเกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการใช้สารเคมีในการป้องกันกำจัดศัตรูพืชอย่างมาก โดยเฉพาะเป็นข้อปฏิบัติที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับตัวเกษตรกรเอง ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพของเกษตรกรที่เกิดจากสารพิษในการฉีดพ่นสารเคมีดังกล่าว สอดคล้องกับ วิทญา ตันอารีย์ (2554) ที่พบว่าเกษตรกรบางส่วนมีพฤติกรรมการใช้และการปฏิบัติยังไม่ถูกต้อง จะพบปัญหาด้านสุขภาพ ได้แก่ ปัญหาด้านระบบกล้ามเนื้อ เส้นเอ็น กระดูกและข้อมากขึ้น ร้อยละ 78.6 มีปัญหาหรืออาการทางระบบประสาทมากขึ้น ร้อยละ 63.8 ปัญหาระบบทางเดินหายใจ ร้อยละ 54.3 และปัญหาอาการทางผิวหนัง ร้อยละ 46.4

ในด้านแหล่งความรู้และระดับการได้รับข้อมูลข่าวสาร พบว่า เกษตรกรในจังหวัดพะเยามีแหล่งความรู้และระดับการได้รับข้อมูลข่าวสารทั้งที่เป็น บุคคล กลุ่ม สื่อสารมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะแหล่งความรู้สื่อออนไลน์พบว่าอยู่ในระดับน้อย หากพิจารณาจากอายุเฉลี่ยของเกษตรกรพบว่ามีความเฉลี่ย 55.17 ปี นั้น อาจจะเป็นไปได้ว่าเกษตรกรอยู่ในกลุ่มผู้สูงอายุไม่สามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ดังกล่าวได้ แต่ในการได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องการผลิตลิ้นจี่นั้นในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับปานกลาง อาจมีผลให้เกษตรกรถึง 1 ใน 3 ขาดความรู้ที่ถูกต้องในการผลิตลิ้นจี่

ด้านการผลิต ปัจจุบันเกษตรกรร้อยละ 18.1 มีการปลูกลิ้นจี่พันธุ์นครพนม1 จากสัมภาษณ์เกษตรกรพบว่า ลิ้นจี่พันธุ์ดังกล่าวออกผลผลิตประมาณเดือนมีนาคมถึงกลางเดือนเมษายน ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดสกลนคร (2555, น.18) ให้ข้อมูลว่าลิ้นจี่พันธุ์นครพนม1 จะเก็บเกี่ยวผลผลิตช่วงเดือนเมษายน ซึ่งในช่วงระยะเวลา



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

ดังกล่าวจะมีผลผลิตล้นจื๊อออกสู่ตลาดน้อย ส่งผลให้เกษตรกรสามารถจำหน่ายผลผลิตได้ในราคาที่สูง จึงเริ่มมีการขยายพื้นที่ปลูกพันธุ์ดังกล่าวมาขึ้นทดแทนพันธุ์ฮวงฮิงซึ่งผลผลิตจะออกสู่ตลาดมากในช่วงเดือนพฤษภาคมทำให้ราคาผลผลิตตกต่ำ

ในการปฏิบัติตามหลักวิชาการ พบว่า เกษตรกรมีการปฏิบัติน้อยที่สุด 3 ข้อคือ เก็บตัวอย่างน้ำอย่างน้อย 1 ครั้งในระยะเวลาเริ่มการผลิตและในช่วงเวลาที่มีสภาวะแวดล้อมเสี่ยง บันทึกข้อมูลการปฏิบัติงานและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานไว้เป็นอย่างดีอย่างน้อย 2 ปีย้อนหลัง และจัดทำรหัสแปลงปลูกและข้อมูลประจำแปลงปลูก จากข้อเสนอแนะด้านการผลิตของเกษตรกร พบว่า ต้องการให้นักวิชาการเกษตรมาดูแลติดตามให้คำแนะนำตลอดช่วงฤดูการผลิต ซึ่งการขาดการติดตามอย่างต่อเนื่องของเจ้าหน้าที่อาจส่งผลให้เกิดปัญหาดังกล่าว

การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามหลักวิชาการ ในการผลิตล้นจื๊อของเกษตรกรในจังหวัดพะเยา พบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ปริมาณพื้นที่การเกษตรทั้งหมดโดยมีผลในเชิงลบ สอดคล้องกับผลการวิจัยของศุภชญา พุแสง (2547, น.85) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีการผลิตล้นจื๊อของเกษตรกรตำบลศรีถ้อย อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา พบว่าจำนวนพื้นที่การเกษตรทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีการผลิตล้นจื๊อ ซึ่งการจัดการพื้นที่การเกษตรในปัจจุบันจะต้องใช้หลักการจัดการพื้นที่ของเกษตรทฤษฎีใหม่เนื่องจากปัญหาการขาดแคลนแรงงานด้านการเกษตรเป็นสำคัญ เน้นการปรับเปลี่ยนการเกษตรเชิงเดี่ยวไปสู่ระบบการเกษตรที่มีความหลากหลายลดความเสี่ยงด้านราคาผลผลิตที่ตกต่ำ ยังส่งผลให้เกิดระบบภูมิคุ้มกันด้านการเกษตรอีกด้วย อีกประการคือการนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อให้สามารถลดจำนวนแรงงานในการจัดการ อาทิ การวางระบบให้น้ำและปุ๋ยอัตโนมัติ เพื่อให้เกษตรกรสามารถที่จะหันมาเน้นการผลิตล้นจื๊อตามหลักวิชาการได้อย่างเหมาะสม

ระดับความรู้จากแหล่งความรู้มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการปฏิบัติตามหลักวิชาการที่ระดับ 0.05 โดยมีผลในเชิงบวก สอดคล้องกับเจริญ ทาระเปียบ (2555, น.77) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเกษตรที่ดีที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกล้นจื๊อ อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าความรู้เรื่องระบบ GAP สำหรับล้นจื๊อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางวารสาร การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางเอกสาร ใบปลิวต่างๆ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางเกษตรกรรายอื่นๆ เพื่อนบ้าน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่เกษตร มีความสัมพันธ์หรือส่งผลต่อการปฏิบัติตามหลักวิชาการในการผลิตล้นจื๊ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะการที่เกษตรกรได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องนั้นส่งผลให้เกษตรกรสามารถปฏิบัติตามหลักวิชาการได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับ Williams (1966, pp.17) “การสื่อสาร คือ การถ่ายทอดความคิด ข่าวสาร และทัศนคติต่างๆ จากบุคคลไปสู่บุคคล”

แรงงานทั้งหมดมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการปฏิบัติตามหลักวิชาการที่ระดับ 0.05 โดยมีผลในเชิงบวก สอดคล้องกับ เจริญ ทาระเปียบ (2555, น.79) พบว่าตัวแปรอิสระจำนวนแรงงานที่มีความสัมพันธ์หรือส่งผลต่อ GAP ด้านการจัดการเครื่องมือและอุปกรณ์การเกษตรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการทำการเกษตรนั้นแรงงานมีส่วนสำคัญมากเนื่องจากการพัฒนาการเกษตรในประเทศไทยนั้นยังขาดการพัฒนาด้านวิทยาการเครื่องจักรที่สามารถทดแทนแรงงานคนทำให้การทำการเกษตรในปัจจุบันนั้นต้องอาศัยแรงงานคนเป็นส่วนสำคัญทำให้การจะดำเนินการพัฒนาคุณภาพการผลิตด้านการเกษตรต้องพิจารณาแรงงานเป็นอันดับแรก

ระดับของปัญหาด้านการผลิตมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการปฏิบัติตามหลักวิชาการที่ระดับ 0.01 โดยมีผลเป็นลบ นั่นคือหากกระดับปัญหาด้านการผลิตมีมากการที่เกษตรกรจะปฏิบัติตามหลักวิชาการในการผลิตล้นจื๊อก็จะลดลง ในทางกลับกันถ้าระดับปัญหาด้านการผลิตมีน้อยเกษตรกรก็จะปฏิบัติตามหลักวิชาการในการผลิตล้นจื๊อเพิ่มขึ้น หากมองในทาง



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

ตรงกันข้ามพบว่าเกษตรกรที่ปฏิบัติตามหลักวิชาการในการผลิตเพิ่มมากขึ้นระดับปัญหาด้านการผลิตก็จะลดลงตามไปด้วย ดังนั้นการปฏิบัติตามหลักวิชาการทั้ง 8 ด้าน คือ 1) ด้านแหล่งน้ำ 2) ด้านพื้นที่ปลูก 3) ด้านการใช้วัตถุดิบทรายทางการเกษตร 4) ด้านการจัดการคุณภาพการผลิตในกระบวนการผลิตก่อนการเก็บเกี่ยว 5) ด้านการเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว 6) ด้านการพักผลผลิต การขนย้าย การเก็บรักษา 7) ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล 8) ด้านการบันทึกข้อมูลและตามสอบ เกษตรกรที่ปฏิบัติตามแนวทางการปฏิบัติได้ครบทั้ง 8 ด้าน จะสามารถลดปัญหาในการผลิต เนื่องจากในการปฏิบัติแต่ละด้านนั้นสามารถกำหนดแนวทางการปฏิบัติครบถ้วน ตั้งแต่การจัดการดิน การจัดการน้ำ การดูแลพืช การเก็บเกี่ยว และการทำบัญชีบันทึกข้อมูล รายรับ-จ่ายในการผลิต เพื่อให้สามารถวางแผนการผลิตในฤดูกาลต่อไป

แนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาด

1. แนวทางการพัฒนาการผลิต

1.1 ระดับเกษตรกร เกษตรกรผู้ปลูกลิ้นจี่ในจังหวัดพะเยา มีอายุระหว่าง 50-59 ปี ซึ่งเป็นเกษตรกรที่มีประสบการณ์ในการปลูกลิ้นจี่สูง พร้อมทั้งยังมีการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้ปลูกลิ้นจี่ จากที่ได้สัมภาษณ์เกษตรกร พบว่า ในการรวมกลุ่มของเกษตรกรนั้นรวมกลุ่มผู้ปลูกลิ้นจี่เป็นตำบลโดยมีโครงสร้างของประธานกลุ่ม และคณะกรรมการ วัตถุประสงค์ของกลุ่มเพื่อช่วยด้านการผลิตและการตลาดของสมาชิก อีกทั้งยังเป็นตัวแทนของกลุ่มในการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐและเอกชน หากทุกกลุ่มได้ทำงานแบบบูรณาการโดยอาศัยการติดต่อสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน Line จะทำให้การส่งข้อมูลข่าวสารความรู้ และข้อมูลการผลิตลิ้นจี่ของเกษตรกร สามารถสื่อสารผ่านสื่อชนิดนี้ได้ถูกต้องและรวดเร็ว

1.2 ระดับเจ้าหน้าที่ เกษตรกรผู้ปลูกลิ้นจี่ในจังหวัดพะเยามีการปรับปรุงคุณภาพการผลิตโดยการห่อหุ้มผล โดย จิรพันธ์ เสนานาญ และคณะ (2555) ได้เข้ามาทำการวิจัยการห่อผลลิ้นจี่ในตำบลห้วยเจริญราษฎร์ อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา พบว่า การห่อผลลิ้นจี่ที่ระยะเวลาก่อนเก็บเกี่ยว 45 วันจะช่วยลดการทำลายของหนอนเจาะขั้วผลลิ้นจี่ได้ จากงานวิจัยดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกษตรกรผู้ปลูกลิ้นจี่ของจังหวัดพะเยาเกิดความเชื่อมั่น การห่อหุ้มผลนี้เองทำให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีเพื่อป้องกันกำจัดหนอนชนิดดังกล่าวส่งผลให้ระดับการนำการผลิตตามหลักวิชาการไปปฏิบัติในการผลิตลิ้นจี่ของเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด แต่ในการห่อหุ้มผลนั้นเกษตรกรต้องอาศัยแรงงานจำนวนมากในการห่อ อีกทั้งต้นลิ้นจี่มีความสูงมากทำให้ยากต่อการห่อ และจากที่ได้สัมภาษณ์เกษตรกร พบว่า เกษตรกรหลายรายต้องการห่อผลลิ้นจี่แต่ขาดวัสดุ คือ กระดาษที่ใช้สำหรับการห่อ การใช้หนังสือพิมพ์นั้นไม่มีความคงทนหากฝนตกก็จะเปียกทำให้ไม่ได้ผลในการป้องกัน ดังนั้นเจ้าหน้าที่เองต้องมีการทำงานบูรณาการในหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อช่วยด้านความรู้ พัฒนาวิธีการหรือนวัตกรรมในการลดแรงงานในการห่อ และช่วยสนับสนุนเงินทุนหรือวัสดุการเกษตรให้แก่เกษตรกร

จากการใช้สื่อออนไลน์ของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรแม้จะมีอายุมากแต่ก็มีความสนใจในเทคโนโลยี และข้อมูลข่าวสาร ดังเจ้าหน้าที่ต้องใช้กระบวนการเสวนาเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พร้อมทั้งบันทึกองค์ความรู้การผลิตลิ้นจี่ให้แก่เกษตรกรรุ่นใหม่ เพิ่มทักษะการใช้สื่อออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลความรู้ การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ เช่น ไลน์(Line) เพชบุ๊ค (Facebook) เว็บไซต์(Website) ยูทูบ(Youtube) และแนะนำแอปพลิเคชันที่สามารถพัฒนาการผลิตลิ้นจี่ให้แก่เกษตรกร

1.3 ระดับนโยบาย จากผลการวิจัย พบว่า ปริมาณพื้นที่การเกษตรทั้งหมดและระดับของปัญหาด้านการผลิตมีผลในเชิงลบกับการปฏิบัติตามหลักวิชาการ 8 ด้าน จากผลการวิจัยดังกล่าว การปรับเปลี่ยนวิธีการจัดการสวนโดยเน้นนวัตกรรมในการลดแรงงานในการจัดการโดยสนับสนุนงบประมาณในการวิจัย ทั้งในด้านพันธุ์ เทคโนโลยีการผลิต และวิทยาการหลัง



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

การเก็บเกี่ยว และการส่งเสริมอาชีพด้านการเกษตรให้กับบัณฑิตที่จบใหม่เพื่อให้เป็น Young Smart Farmer เกษตรกรรุ่นใหม่เข้ามาทดแทน

2. แนวทางการพัฒนาการตลาด

2.1 ระดับเกษตรกร ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรผู้ปลูกลิ้นจี่ในจังหวัดพะเยามีการรวมกลุ่ม และการใช้สื่อออนไลน์ ถึงจะอยู่ในระดับที่น้อยแต่ก็ถือว่าเกษตรกรก็มีการใช้ ในการรวมกลุ่มของเกษตรกรนั้นส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นไปที่การผลิตในการจัดการเรื่องตลาดนั้นจะเห็นชัดเพียงกลุ่มเดียวคือกลุ่มผู้ปลูกลิ้นจี่ตำบลแม่สุก ซึ่งมีองค์การบริหารส่วนตำบลแม่สุกที่เป็นแกนหลักของกลุ่มทำการตลาดโดยใช้การตลาดแบบออนไลน์ ซึ่งสามารถสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคเป็นอย่างมากทำให้สามารถกำหนดราคาลิ้นจี่ที่ขายจากเดิมกิโลกรัมละ 45 บาท เป็นกิโลกรัมละ 150 บาท โดยสั่งซื้อผ่าน Facebook ใช้ชื่อว่า “ลิ้นจี่คุณภาพ ส่งตรงจากชาวสวนในตำบลแม่สุก อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา” ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลแม่สุกเป็นผู้ริเริ่มจัดทำเพจดังกล่าวขึ้นและร่วมมือกับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลิ้นจี่ตำบลแม่สุก ตั้งแต่ปี พ.ศ.2560 ในการจัดการคุณภาพผลผลิตนั้นนอกจากจะมีเจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตร และกรมส่งเสริมการเกษตรที่เข้ามาติดตามคุณภาพของผลผลิตแล้ว ทางกลุ่มเองก็มอบหมายให้คณะกรรมการกลุ่มติดตามการจัดการคุณภาพผลผลิตของสมาชิกทุกราย ถือว่าเป็นหนึ่งแนวทางที่สามารถแก้ปัญหาได้รอบด้าน

2.2 ระดับเจ้าหน้าที่ ผลการวิจัยพบว่า แหล่งความรู้ในการผลิตลิ้นจี่นอกจากเกษตรกรจะเรียนรู้ด้วยตนเองแล้ว เจ้าหน้าที่ส่งเสริมก็มีบทบาทสำคัญในการให้ความรู้ นอกจากความรู้เรื่องการผลิตเพียงอย่างเดียวมันคงไม่เพียงพอในการที่สามารถจัดการผลผลิตการเกษตรจนครบทั้งห่วงโซ่อุปทานได้ “การตลาดนำการผลิต” จึงเป็นอีกหนึ่งวิธีที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้กำหนดนโยบายไว้ เพื่อแก้ปัญหาภาคการเกษตร เช่น ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ ผลผลิตล้นตลาด ต้นทุนการผลิตสูง ประสบภัยแล้งหรือน้ำท่วม เป็นต้น อีกทั้งยังมีสาเหตุมาจากไม่มีตลาดรองรับ ซึ่งจะเป็นแนวทางให้เกษตรกรและกลุ่มเกษตรกร วางแผนการผลิตเพื่อตอบสนองกับความต้องการของตลาด โดยความร่วมมือระหว่างกระทรวงเกษตรฯ กระทรวงพาณิชย์ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องบูรณาการการทำงานร่วมกัน เจ้าหน้าที่เองจึงต้องดำเนินการส่งเสริมทั้งการผลิตกับการตลาดควบคู่กัน อาทิ ความรู้การทำการตลาดแบบออนไลน์ การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์ และพัฒนาลิ้นจี่ให้เก๋จุดเด่น เช่น สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ “Geographical Indication - GI” ของผลผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่า เป็นต้น

2.3 ระดับนโยบาย การดำเนินนโยบายนั้นมีความสำคัญมากเนื่องจากหากสามารถกำหนดได้ครอบคลุมทุกมิติแล้วสามารถแก้ไขปัญหาได้ในระยะยาว การส่งเสริมการจัดการสินค้าเกษตรทั้งห่วงโซ่อุปทานก็เป็นอีกหนึ่งนโยบายที่สามารถดำเนินการได้และเห็นเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจนเป็นการสร้างมูลค่าของผลผลิตการเกษตรที่ในหลายประเทศนำมาใช้เป็นนโยบายหลัก ประเทศญี่ปุ่นเป็นอีกประเทศหนึ่งที่นำนโยบายนี้มาใช้และประสบความสำเร็จโดยกระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมงของประเทศญี่ปุ่นจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมเพื่อเร่งการพัฒนา “อุตสาหกรรมที่ 6” หมายถึงการผสมผสานของอุตสาหกรรมในแนวตั้ง ตั้งแต่การผลิต แปรรูปและจำหน่าย ($1 \times 2 \times 3 = 6$) เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากขึ้นในสินค้าและบริการ โดยผ่านความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม วัตถุประสงค์เพื่อให้โอกาสแก่บุคคลจากหลากหลายสาขา เช่น เกษตรกร การเงิน ผู้บริโภค และนักวิจัยเพื่อสนับสนุนและแบ่งปันความรู้ให้แก่กลุ่ม แนวทางการพัฒนาในด้านนโยบายนี้ต้องเน้นให้เกษตรกรเปลี่ยนเป็นผู้ประกอบการโดยอาศัยทุกหน่วยงานสนับสนุน ทั้งความรู้ ทุน นวัตกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจำหน่าย



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะต่อเกษตรกร เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ด้านความรู้เกษตรกรตอบผิดมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การสวมหน้ากากอนามัยหรือใช้ผ้าปิดจมูก สามารถป้องกันอันตรายจากสารพิษทางการเกษตรได้ การเตรียมสารป้องกันกำจัดศัตรูพืช หากใช้ไม่หมดในคราวเดียว ให้ปิดฝาถังแล้วนำไปใช้ฉีดพ่นต่อไปได้ไม่เกิน 7 วัน และการสวมถุงมือในการฉีดพ่นสารเคมีต้องสวมได้แน่นสนิท ด้านการจัดการตลาดในการตลาดล้นจี่ เกษตรกรมีปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ประเด็น คือ ราคาผลผลิตตกต่ำ และขาดอำนาจต่อรองกับราคาผู้ซื้อ

1.1 ด้านการผลิต ควรศึกษาความรู้เรื่องการใช้สารเคมีที่ถูกต้อง และเข้ารับการอบรมความรู้เรื่องการผลิตล้นจี่เพิ่มเติม

1.2 ด้านการตลาด ควรศึกษาความรู้เพิ่มเติมเรื่องการค้าการตลาดตามเกณฑ์ มาตรฐานการเก็บเกี่ยวผลผลิต และการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองและการขยายตลาดผู้บริโภค

2. ข้อเสนอแนะต่อเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1 ด้านการผลิต เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ระดับการได้รับข้อมูลข่าวสารจากบุคคล พบว่า อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 แหล่ง ได้แก่ เรียนรู้อย่าง และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และจากกลุ่ม พบว่า อยู่ในระดับน้อย จำนวน 3 แหล่ง ได้แก่ สัมมนา การจัดนิทรรศการ และโรงเรียนเกษตรกร จากสื่อออนไลน์ พบว่า อยู่ในระดับน้อย จำนวน 4 แหล่ง ได้แก่ ไลน์(Line) เฟซบุ๊ก(Facebook) เว็บไซต์(Website) และยูทูบ(Youtube) เกษตรกรส่วนใหญ่มีการใช้สารเคมีในการป้องกันกำจัดโรคและแมลง และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ระดับการได้รับความรู้โดยมีผลในเชิงบวก

2.1.1 ควรมีการส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถผลิตล้นจี่ได้คุณภาพ อย่างสม่ำเสมอ และให้เจ้าหน้าที่ดูแลติดตามให้คำแนะนำตลอดช่วงฤดูการผลิต

2.1.2 ควรมีการดำเนินการโรงเรียนเกษตรกรล้นจี่ เพื่อไขปัญหาให้เกษตรกรทั้งระบบตั้งแต่การดูแล การจัดการโรคและแมลง และการเก็บเกี่ยวผลผลิต

2.1.3 ควรอบรมให้ความรู้เรื่องป้องกันกำจัดศัตรูพืชแบบชีววิธี แก่เกษตรกรเพื่อลดต้นทุน

2.1.4 ควรดำเนินการระบบสารสนเทศแบบออนไลน์การผลิตล้นจี่เพื่อให้เกษตรกรได้ศึกษาหาความรู้

2.2 ด้านการตลาด เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ด้านการจัดการตลาดระดับของปัญหาอยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ประเด็น คือ ผลผลิตล้นจี่ล้นตลาด ขาดการสร้างเครือข่าย และตลาดรับซื้อผลผลิตมีน้อย ด้านความรู้ในการตลาดล้นจี่ พบว่า มีระดับของปัญหาอยู่ในระดับมาก คือ ขาดข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ประเด็น คือ ขาดความรู้ในการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม และขาดความรู้การคัดเกรด ด้านอื่นๆ พบว่า มีระดับของปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ขาดการช่วยเหลือด้านการตลาดจากภาครัฐ และมีระดับของปัญหาอยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ประเด็น คือ ขาดแคลนแรงงาน ขาดจุดวางจำหน่ายผลผลิต และขาดการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการดังนี้

2.2.1 ควรอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมด้านการตลาด และอบรมความรู้เพิ่มเติมด้านการคัดเกรด และการจัดการหลังเก็บเกี่ยว



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

2.2.2 ควรเพิ่มช่องทางการจำหน่าย และจุดวางจำหน่ายภายในจังหวัดให้มากขึ้น

2.2.3 ควรจะมีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดให้เพิ่มขึ้นกว่าเดิม

2.2.4 ควรส่งเสริมให้ลันจี่ฮองฮวยของจังหวัดพะเยา หรืออำเภอแม่ใจซึ่งเป็นแหล่งผลิตใหญ่ของจังหวัดพะเยา เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ “Geographical Indication - GI” เพื่อแสดงให้เห็นชื่อหรือผู้บริโภคได้ทราบถึงแหล่งที่มาของลันจี่ที่มีคุณภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลันจี่ฮองฮวยของจังหวัดพะเยา

3. ข้อเสนอแนะตอนนโยบาย

3.1 ด้านการผลิต เนื่องจากการศึกษาค้นคว้าพบว่า ระดับของปัญหาด้านการผลิตมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลเป็นลบ นั่นคือ ถ้าเกษตรกรที่ปฏิบัติตามหลักวิชาการในการผลิตเพิ่มมากขึ้นระดับปัญหาด้านการผลิตก็จะลดลง และที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ปริมาณพื้นที่การเกษตรทั้งหมดมีผลในเชิงลบต่อการปฏิบัติตามหลักวิชาการ แสดงให้เห็นว่าปริมาณพื้นที่การเกษตรยิ่งน้อยลงการปฏิบัติตามหลักวิชาการก็จะมากขึ้น และแรงงานทั้งหมดโดยมีผลในเชิงบวกกับการปฏิบัติตามหลักวิชาการ ดังนั้นการดำเนินการด้านนโยบายควรดำเนินการ ดังนี้

3.1.1 นโยบายด้านบุคคล ส่งเสริมให้เกิดเกษตรกรรุ่นใหม่ (Young Smart Farmer) ส่งเสริมการผลิตลันจี่ตามหลักวิชาการ (GAP)

3.1.2 นโยบายด้านนวัตกรรม เพิ่มงบประมาณการวิจัยและพัฒนาด้านพืช สนับสนุนการใช้เครื่องจักรกลการเกษตร และนวัตกรรมเพื่อลดต้นทุนการผลิต

3.2 ด้านการตลาด เนื่องจากการศึกษาค้นคว้าพบว่า ระดับปัญหาด้านการจัดการตลาดพบว่า มีระดับความรุนแรงของปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ประเด็น คือ ราคาผลผลิตตกต่ำ และขาดอำนาจต่อรองกับราคาผู้ซื้อ ด้านอื่นๆในการตลาดลันจี่ พบว่า มีระดับความรุนแรงของปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ขาดการช่วยเหลือด้านการตลาดจากภาครัฐ

3.2.1 ส่งเสริมการรวมกลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรในพื้นที่

3.2.2 เจริญการค้าในระดับอาเซียนเพื่อเพิ่มช่องทางในการส่งออกผลผลิต

3.2.3 ลดการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศในช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาด

เอกสารอ้างอิง

กรมวิชาการเกษตร. (2550). ระบบจัดการคุณภาพ : GAP ลันจี่. กรุงเทพฯ. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

จิรนนท์ เสนานานู และคณะ. (2555). การพัฒนาคุณภาพผลลันจี่โดยการห่อหุ้มผลไม้. (รายงานผลการวิจัย). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.

เจริญ ทาระเปียบ. (2555). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเกษตรที่ดีที่เหมาะสมของเกษตรกรผู้ปลูกลันจี่ อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่.

(วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต(เกษตรศาสตร์) ส่งเสริมการเกษตร). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

บุญเลิศ อรุณพิบูลย์. (2555). *Social Media และ Social Network*. สืบค้นจาก <http://www.thailibrary.in.th/2012/01/10/social-media-social-network/>

เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ. (2557). ตัวแปร ประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยทางส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร.



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

ในประมวลสาระชุดวิชาการวิจัยและสถิติเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร (หน่วยที่ 6). นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ปิ่น จันจุฬา. (2541). เกษตรทฤษฎีใหม่: ระบบเกษตรกรรมเพื่อเกษตรกร. วารสารรัฐสมิแล.

วิทยา ตันอารีย์. (2554). การประเมินผลกระทบสุขภาพจากการใช้สารเคมีทางการเกษตรในการปลูกพืชไร่ เขตเทศบาลเมือง เมืองแกนพัฒนา อำเภอมะแม่ง จังหวัดเชียงใหม่. (รายงานงานวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, เชียงใหม่.

ศุภัญญา พุแสง. (2547). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีการผลิตลิ้นจี่ ของเกษตรกรตำบลศรีถ้อย อำเภอมะแม่ง จังหวัดพะเยา. (วิทยานิพนธ์เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพาน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดสกลนคร. (2555). คู่มือที่ 7 ลิ้นจี่ นพ.1. กรุงเทพฯ. สำนักงาน คณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2559. กรุงเทพฯ

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). สืบค้นจาก [http://impexp.oae.go.th/service/export.php?S_YEAR=](http://impexp.oae.go.th/service/export.php?S_YEAR=2557&E_YEAR=2561&PRODUCT_GROUP=5252&PRODUCT_ID=4994&wf_search=&WF_SEARCH=Y)

2557&E_YEAR=2561&PRODUCT_GROUP=5252&PRODUCT_ID=4994&wf_search=&WF_SEARCH=Y

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). สืบค้นจาก <http://www.oae.go.th/fruits/index.php/2013-01-25-03-34-09?id=153>

หลวงบุเรศบำรุงการ. (2516). การปลูกลิ้นจี่ กรุงเทพฯ บริษัท ผดุงพิทยา จำกัด

Ministry of Agriculture Forestry and Fisheries. MAFF Announces Creation of Networking Organization to Encourage 'Sixth' Industrialization. *Japan for Sustainability*. Retrieved from https://www.japanfs.org/en/news/archives/news_id031890.html

Williams, Ramond. (1966). Communication. London: Penguin book.