



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conferenceการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกของเกษตรกรใน
อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีAn Extension of Gros Michel Banana Production and Marketing for Export by Farmers in
Chaiya District of Surat Thani Provinceพิมพ์พิชชา ประเสริฐศรี (Pimpitcha Prasertsri)¹ สุนันท์ สีสังข์ (Sunan Seesang)²พลสรานู สรานูรมย์ (Ponsaran Saranrom)³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร 2) สภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองของเกษตรกร 3) ความรู้พื้นฐานของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก 4) ความต้องการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกของเกษตรกร และ 5) ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก ประชากรคือ เกษตรกรผู้ผลิตกล้วยหอมทอง ในเขตอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 122 ราย เก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมดโดยการสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 42 ปี จบการศึกษามัธยมศึกษา มีประสบการณ์การผลิตกล้วยหอมทอง 1 - 5 ปี ได้รับความรู้ด้านการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง จากเครือข่าย/เพื่อนบ้านมากที่สุด รองลงมาคือ จากใบปลิว แผ่นพับ จากทางราชการ เว็บไซต์ 2) เกษตรกรปลูกกล้วยหอมทองในพื้นที่ลาดเอียง ไม่ไถเตรียมดินก่อนปลูก ใช้พันธุ์กล้วยหอมทองค่อม ระยะปลูก 3 x 3 เมตร ใช้ปุ๋ยหินฟอสเฟตและปุ๋ยอินทรีย์รองกันหลุมก่อนปลูก นิยมปลูกกล้วยหอมทองในเดือน พ.ค.-มิ.ย. ใส่ปุ๋ยในระยะก่อนการเก็บผลผลิต ตัดแต่งกล้วยหอมทอง ในฤดูร้อน การกำจัดวัชพืชในสวนกล้วยหอมทองโดยใช้แรงงานคน จำนวน 2 ครั้ง/รอบการผลิต อายุเก็บเกี่ยวกล้วยหอมทองเมื่ออายุ 5 - 10 เดือน กำจัดโรคและแมลงด้วยชีววิธี ได้รับผลผลิตน้อยกว่า 100 กิโลกรัม/รอบการผลิต 3) เกษตรกรสามารถตอบคำถามถูกต้องในประเด็นเกี่ยวกับระยะปลูกกล้วยหอมมากที่สุด รองลงมาคือ การเตรียมดินปลูก และดินที่เหมาะสมต่อการปลูกกล้วยหอมทอง 4) เกษตรกรมีความต้องการการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองจากสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ สื่อสิ่งพิมพ์ โดยต้องการให้ให้มีการสาธิต บรรยาย ฝึกปฏิบัติ และ ทัศนศึกษา และ 5) ปัญหาเกี่ยวกับการผลิตกล้วยหอมทองที่พบ ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับดินขาดความอุดมสมบูรณ์มากที่สุด รองลงมาคือ พื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองไม่เหมาะสม การเก็บผลผลิตพืชแซมและพืชร่วม และการขาดน้ำในฤดูแล้ง โดยมีข้อเสนอแนะว่า การรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อการปลูกกล้วยหอมทองและการป้องกันไฟไหม้สวนกล้วยหอมทอง นอกจากนี้ ควรมีการให้ความรู้ในเรื่องการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช และการปลูกและการดูแลรักษาสวนกล้วยหอม ตลอดจนการสนับสนุนเงินทุนเพื่อการผลิต

คำสำคัญ ความต้องการของเกษตรกร การส่งเสริมการเกษตร กล้วยหอมทอง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Abstract

The objectives of this research were to study 1) socio-economic condition of farmers, 2) Gros Michel banana production and marketing, -3) basic knowledge of farmers on Gros Michel banana production and marketing for export, 4) needs of farmers in information involved the extension of Gros Michel banana production for export, and 5) problems and suggestions of farmers on an extension of Gros

¹ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต แผนกวิชาส่งเสริมการเกษตร สาขาวิชาส่งเสริมและพัฒนากิจการเกษตร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช Pimlyf@stou.ac.th

² รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช sunan.see@stou.ac.th

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ponsaran.sar@stou.ac.th



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

Michel banana production and marketing for export. The population consisting of 122 Gros Michel banana farmers in Chaiya District, Surat Thani Province were interviewed for collecting data. –Statistics used were to determine frequency, percentage, maximum value, minimum value, mean, and standard deviation. The results revealed that 1) most interviewed farmers were male with the average age of 42 years, married, finished primary education, and had an experience Gros Michel banana of 1-5 years. They gained knowledge from relatives or neighbors at the most level, government brochures, and websites were also the important media. 2) The crop production area was sloping type, unprepared soil, 3x3 meters spacing; phosphate fertilizer and organic fertilizer were used at the layer of planting holes. The crop was usually planted in May to June and trimmed in summer. Weeds were controlled by human 2 times/crop production; harvest date was determined by the age of the crop (5-10 months); diseases and insects were controlled by biological method; crop yield was less than 100 kilograms/crop production. 3) The farmers could answer correctly in the topics of planting space, soil preparation for planting, and suitable soil for Gros Michel banana production respectively. 4) The extension on production and marketing of Gros Michel banana were needed by farmers, personnel media were needed at the highest level followed by the electronic media and print media. Demonstration, lecture, workshop, and field trip were also needed. Furthermore, 5) the problems of Gros Michel banana production were found including soil infertility was at the highest level, followed by unsuitable planning area, multiple cropping harvesting, and drought. The suggested that farmer group for Gros Michel production should be formed. Fire prevention, crop protection, planting and maintaining crop should be educated. Moreover they needs the support of fund for investment.

Keywords: Farmer needs, Agricultural extension, Gros Michel Banana, Surat Thani Province

บทนำ

กล้วยหอมทองเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีศักยภาพในการส่งออก โดยเฉพาะตลาดประเทศญี่ปุ่นมีความต้องการสูง และด้วยคุณลักษณะของกล้วยหอมทองที่มีน้ำหนักมาก ผลกล้วยหอมทองเรียงตัวกันอย่างสวยงาม ผิวสวย รสชาติดี กลิ่นหอม นำรับประทาน และมีความปลอดภัยไร้สารเคมีและสารพิษตกค้างปนเปื้อน จึงทำให้กล้วยหอมทองของไทยได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค โดยเฉพาะในพื้นที่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ถือเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการปลูกและผลิตกล้วยหอมทอง โดยจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่า ในพื้นที่ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการปลูกกล้วยหอมทองในพื้นที่อำเภอท่าชนะ อำเภอบ้านนาสาร อำเภอบ้านนาเดิม อำเภอดอนสัก และอำเภอไชยา แต่การผลิตกล้วยหอมทองยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก เพราะเกษตรกรส่วนใหญ่ยังไม่ทราบวิธีการผลิตกล้วยหอมทองที่เหมาะสมและยังไม่ได้รับการส่งเสริมการปลูก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการผลิตกล้วยหอมทองของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ในการผลักดันให้เกษตรกรในพื้นที่อำเภอไชยามีความรู้เกี่ยวกับสภาพการผลิตกล้วยหอมทองเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

1. เพื่อศึกษาสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตกล้วยหอมทอง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาสภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองของเกษตรกรผู้ผลิตกล้วยหอมทอง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองของเกษตรกรผู้ผลิตกล้วยหอมทอง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
4. เพื่อศึกษาความต้องการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองของเกษตรกรผู้ผลิตกล้วยหอมทอง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
5. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสัมภาษณ์กับเกษตรกรผู้ผลิตหอมทอง ในเขตอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 122 ราย เก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด โดยไม่มีการสุ่มตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย (1) สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร (2) สภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองเกษตรกร (3) ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองของเกษตรกร (4) ความต้องการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทอง และ (5) ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง ค่าความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาจากการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยรวม เท่ากับ 0.912 สถิติที่ใช้ในการวิจัยเพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

กรอบแนวคิดการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- จำนวนสมาชิกในครัวเรือน
- ประสบการณ์การผลิตกล้วยหอมทอง

2. สภาพทางเศรษฐกิจ

- จำนวนแรงงาน
- ขนาดพื้นที่ถือครอง
- อาชีพหลัก อาชีพรอง
- รายได้ของครอบครัว
- รายจ่ายของครอบครัว
- หนี้สินของครอบครัว

3. สภาพทางสังคม

- การเป็นสมาชิกสถาบันการเกษตร
- แหล่งข้อมูลในการผลิตกล้วยหอมทอง

4. สภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง

- สภาพการผลิตกล้วยหอมทอง
- สภาพการตลาดกล้วยหอมทอง

5. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง

- ระยะปลูก การเตรียมดิน สภาพดิน การดูแล โรคที่สำคัญ
- ตลาดหลักรับซื้อกล้วยหอมทอง

ความต้องการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทอง

- ด้านการผลิต
- ด้านการตลาด
- ด้านช่องทางการส่งเสริมการผลิต
- ด้านวิธีการในการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง

องที่ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 78.7 เป็นเพศชาย ร้อยละ 78.7 จบการศึกษามัธยมศึกษา ป.4 , 6 ร้อยละ 55.8 มีประสบการณ์การผลิตกล้วยหอมทอง 1 - 5 ปี ร้อยละ 80.3 มีความรู้ด้านการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง โดยร้อยละ 85.2 ได้ความรู้จากเครือข่าย/เพื่อนบ้าน ร้อยละ 44.3 ได้ความรู้จากใบปลิว แผ่นพับ จากทางราชการ และ ร้อยละ 34.4 ได้ความรู้จากเว็บไซต์

2. สภาพทางเศรษฐกิจ พบว่า เกษตรกรผู้ผลิตกล้วยหอมทอง ร้อยละ 29.5 มีจำนวนแรงงานในครัวเรือน 3 คน ร้อยละ 78.7 มีขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทอง 1-5 ไร่ ร้อยละ 78.7 ขนาดพื้นที่ให้ผลผลิตกล้วยหอมทอง 1-5 ไร่ ร้อยละ 95.1 มีพื้นที่ปลูกเป็นของตนเอง ร้อยละ 44.3 มีเอกสารสิทธิ์ สปก.4 - 01 ร้อยละ 70.5 มีรายได้จากการขายกล้วยหอมทอง 10,000 - 50,000 บาท ร้อยละ 80.2 มีรายจ่ายในการผลิตกล้วยหอมทอง น้อยกว่า 10,000 บาท และ ร้อยละ 45.9 กู้เงินจากธนาคารพาณิชย์

3. สภาพการผลิตกล้วยหอมทอง พบว่า เกษตรกรผู้ผลิตกล้วยหอมทอง ร้อยละ 59.0 ปลูกกล้วยหอมทองในพื้นที่ลาดเอียง ร้อยละ 54.1 ไม่ไถเตรียมดินก่อนปลูกกล้วยหอมทอง ร้อยละ 85.2 ใช้พันธุ์กล้วยหอมทองค่อม ร้อยละ 59.8 ซื้อ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

พันธุ์เอง ร้อยละ 54.1 ใช้ระยะปลูก 3 x 3 เมตร ร้อยละ 47.5 มีการใส่ปุ๋ยหินฟอสเฟตและปุ๋ยอินทรีย์รองกันหลุมก่อนปลูก ร้อยละ 63.9 ปลูกกล้วยหอมทองในเดือน พ.ค.-มิ.ย. ร้อยละ 34.4 ใส่ปุ๋ย 3 ครั้ง/รอบการผลิต ใส่ปุ๋ยด้วยวิธีหว่านในเดือน พ.ค.-มิ.ย. ร้อยละ 59.0 มีการปลูกพืชแซมสวนกล้วยหอมทอง ร้อยละ 44.3 มีการตัดแต่งกล้วยหอมทองในฤดูร้อน 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

4. สภาพการตลาดกล้วยหอมทอง พบว่า เกษตรกรผู้ผลิตกล้วยหอมทอง ร้อยละ 63.9 มีการแปรรูปผลผลิตกล้วยหอม เป็นกล้วยฉาบ ร้อยละ 78.7 เกษตรกรนำไปขายที่สถานรับซื้อเอง ร้อยละ 100.0 มีการตรวจสอบราคาผลผลิตกล้วยหอมทอง ก่อนจำหน่าย ธาณี และ ร้อยละ 95.1 ซื้อขายสหกรณ์กล้วยหอมทองละแม

5. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง พบว่า เกษตรกรผู้ผลิตกล้วยหอมทอง ร้อยละ 95.1 มีความรู้เกี่ยวกับระยะปลูกกล้วยหอมทองใช้ระยะปลูก 3x3 เมตร ปลูกได้ 177 ต้น/ไร่ ร้อยละ 90.2มีความรู้เกี่ยวกับในการเตรียมดินปลูก ผานเจ็ด 2 ครั้ง ตากดินแล้วไถพรวน 1-2 ครั้ง ให้ดินร่วนซุยจนหมดวัชพืช ถ้ามีวัชพืชอยู่มากกว่า ร้อยละ 20 ต้องไถพรวนใหม่ ร้อยละ 100 มีความรู้เกี่ยวกับดินที่เหมาะสมต่อการปลูกกล้วย ควรเป็นดินที่มีค่าความเป็นกรดต่าง (pH) อยู่ระหว่าง 4.5-7.5ที่เหมาะสมที่สุด คือ (pH) = 6 และ ดินร่วนซุยมีความอุดมสมบูรณ์สูง ระบายน้ำดี ร้อยละ 95.1มีความรู้เกี่ยวกับช่วงที่ยังไม่ออกเครือให้เลี้ยงไปไว้ทั้งหมด แต่ช่วงที่ออกเครือแล้วให้ไว้ใบ 9-10 ใบ จะทำต้นไม่เหี่ยวใบ ไม่ไหม้ และให้ได้ผลผลิตดี ร้อยละ 78.7มีความรู้เกี่ยวกับการดูแลหลังจากตัดปลีแล้วเว้นระยะ 60 วัน ให้ท่อเครือด้วยถุงโป่งแสงขนาดใหญ่ เปิดกันถุงเพื่อให้ลมผ่านและอากาศถ่ายเท ร้อยละ 68.9มีความรู้เกี่ยวกับการดูแลกล้วยหอมปลูกต้น ระบบรากมีน้อย อาจรับน้ำหนักเครือขนาดใหญ่ได้จึงจำเป็นต้องใช้ไม้ค้ำต้นเพื่อป้องกันต้นล้ม ร้อยละ 75.4มีความรู้เกี่ยวกับต้องใช้ไม้ค้ำยันหรือตามกล้วยทุกต้น ที่ออกปลีแล้ว เพื่อป้องกันลำต้นหักล้ม และตรวจดูการค้ำยันให้อยู่ในสภาพที่มั่นคงแข็งแรง ร้อยละ 75.4มีความรู้เกี่ยวกับการหุ้มเครือและตัดใบธง: การหุ้มเครือกระทำหลังจากตัดปลีไม่เกิน 3 เดือน เพื่อให้ผิวกล้วยสวย และป้องกันแมลงทำลายด้วยถุงพลาสติกสีฟ้าแบบปิดด้านข้าง โดยหุ้มทั้งเครือและหุ้มทุกเครือ ส่วนการตัดใบธง ตัดเมื่อใบธงเริ่มหักก่อนที่จะเสียดสีกับผิวกล้วย ร้อยละ 75.4มีความรู้เกี่ยวกับการใส่ปุ๋ยคอก ใส่ปุ๋ยอินทรีย์ (ปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยหมัก) ปีละ 1-2 ครั้ง ร้อยละ 70.5มีความรู้เกี่ยวกับการใส่ปุ๋ยเคมีบำรุงจะใส่ปีละ 2 ครั้ง ซึ่งสามารถใส่ทุกเวลา ร้อยละ 100มีความรู้เกี่ยวกับโรคที่สำคัญของกล้วยหอมทอง คือ โรคใบจุดวงแหวน ร้อยละ 80.3 มีความรู้เกี่ยวกับตลาดหลักรับซื้อกล้วยหอมทอง คือ ทุกครัวเรือนอำเภอละแม ร้อยละ 95.1มีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลผลิตกล้วยหอมทองที่ตลาดต้องการ คือ กล้วยจะต้องปลอดสารเคมี และ ร้อยละ 85.2มีความรู้เกี่ยวกับไทยมีคู่แข่งทางการตลาดกล้วยหอมทอง คือ อเมริกา

6. ความต้องการความต้องการการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง

ด้านการผลิต พบว่า เกษตรกรผู้ผลิตกล้วยหอมทอง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความต้องการการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองด้านการผลิต โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ อันดับ 1 คือ วิธีการปลูกกล้วยหอมทอง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.393$, S.D.= 0.491) และการคัดเลือกพันธุ์กล้วยหอมทอง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.393$, S.D.= 0.491) อันดับ 2 คือ การเตรียมพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.344$, S.D.= 0.572) อันดับ 3 คือ การขนส่ง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.246$, S.D.= 0.696) อันดับ 4 คือ การเก็บผลผลิตกล้วยหอมทอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.148$, S.D.= 0.724) อันดับ 5 คือ การใส่ปุ๋ยสวนกล้วยหอมทอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.098$, S.D.= 0.827) อันดับ 6 คือ การห่อผลกล้วยหอมทอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.951$, S.D.= 1.061) อันดับ 7 คือ การกำจัดวัชพืชในสวนกล้วยหอมทอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.754$, S.D.= 1.255) และ การป้องกันโรคและแมลงที่ทำลายต้นกล้วยหอมทอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.754$, S.D.= 1.504) อันดับ 8 คือ การป้องกันไฟไหม้สวนกล้วยหอมทอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} =$



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

3.705, S.D.= 1.377) อันดับ 9 คือ การป้องกันโรคและแมลงที่ทำลายต้นกล้วยหอมทอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.574$, S.D.= 1.504)

7. ความต้องการด้านช่องทางการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง พบว่า เกษตรกรผู้ผลิตกล้วยหอมทอง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความต้องการการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองด้านช่องทางการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่

อันดับ 1 คือ สื่อบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.312$, S.D.= 0.783) อันดับ 2 คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.164$, S.D.= 0.660) อันดับ 3 คือ สื่อสิ่งพิมพ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.115$, S.D.= 0.706)

ตารางที่ 1 ความต้องการด้านช่องทางการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง

n = 122

ช่องทางการส่งเสริม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
บุคคล	4.32	0.783	มาก
สิ่งพิมพ์	4.12	0.706	มาก
อิเล็กทรอนิกส์	4.16	0.660	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.20	0.716	มาก

8. ความต้องการด้านวิธีการในการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง พบว่า เกษตรกรผู้ผลิตกล้วยหอมทอง อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความต้องการการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองด้านวิธีการในการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่

อันดับ 1 คือ สาธิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.115$, S.D.= 0.706) อันดับ 2 คือ บรรยาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.066$, S.D.= 0.667)

อันดับ 3 คือ ฝึกปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.918$, S.D.= 0.778) อันดับ 4 คือ ทักษะศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.820$, S.D.= 0.823)

ตารางที่ 2 ความต้องการด้านช่องทางการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง

n = 122

วิธีการในการส่งเสริมการผลิต	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
สาธิต	4.115	0.706	มาก
บรรยาย	4.066	0.677	มาก
ฝึกปฏิบัติ	3.918	0.778	มาก
ทักษะศึกษา	3.820	0.823	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.98	0.746	มาก

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรที่ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 42 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ประสบการณ์การผลิตกล้วยหอมทอง 1 - 5 ปี และได้รับการได้รับความรู้ด้านการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทองจากเครือข่าย/เพื่อนบ้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของนิพนธ์ภา บุญช่วย (2560) ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรเป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 45 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา และได้รับความรู้ในการผลิตกล้วยจากพ่อแม่ และสอดคล้องกับอรพิมพ์ สุริยา (2560) ผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรเป็นเพศชาย จบการศึกษาระดับประถมศึกษา อายุเฉลี่ย 52.61 ปี และมีประสบการณ์ปลูกกล้วย 4 ปี

2. สภาพการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง พบว่า เกษตรกรปลูกกล้วยหอมทองในพื้นที่ลาดเอียง ไม่ไถเตรียมดินก่อนปลูกกล้วยหอมทอง มีการไถพลิกดิน และไถพรวนดิน ใช้พันธุ์กล้วยหอมทองค่อม ระยะปลูก 3 x 3 เมตร มีอายุ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

เก็บเกี่ยวผลผลิตเมื่อกล้วยหอมทอง 5 – 10 เดือน มีผลผลิตเฉลี่ย 87 กิโลกรัม/รอบการผลิต การแปรรูปผลผลิตกล้วยหอมเป็นกล้วยฉาบ สอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิมพล อังคฺสิงห์ (2559) ผลการวิจัย พบว่า การผลิตกล้วยหอมทองของเกษตรกร ปลูกในพื้นที่ลาดเอียง มีการไถพลิกดิน และไถพรวนดิน ใช้พันธุ์กล้วยหอมทองค่อม ระยะปลูก 3 x 3 เมตร และ มีการแปรรูปผลผลิตกล้วยหอมทอง

3. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง พบว่า เกษตรกรสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับระยะปลูกกล้วยหอมทอง การเตรียมดิน และการตลาด สอดคล้องกับอรรถวิทย์ สุริยา (2560) พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการผลิตกล้วยหอมในด้านการผลิตและการตลาด และสอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิมพล อังคฺสิงห์ (2559) ผลการวิจัย พบว่า การผลิตและการตลาดกล้วยหอมของเกษตรกร ในภาพรวมเกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับการเลือกพื้นที่ปลูก การจัดการพื้นที่ การป้องกันและกำจัดแมลงศัตรู กำจัดโรค และการตลาด

4. ความต้องการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการผลิต เกษตรกรมีความต้องการช่องทางการส่งเสริมการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง คือ สื่อบุคคล มากที่สุด รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ สื่อสิ่งพิมพ์ ด้วยวิธีการสาธิต การบรรยาย การฝึกปฏิบัติ และทัศนศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยวนาลี เทียมไธสง (2561) ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรต้องการข่าวสารจากสื่อบุคคลคือเจ้าหน้าที่สหกรณ์การเกษตรมากที่สุด รองลงมาคือ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และการฝึกอบรม

5. ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดกล้วยหอมทอง พบว่า เกษตรกรมีปัญหาเรื่องดินขาดความอุดมสมบูรณ์มากที่สุด รองลงมาคือ พื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองไม่เหมาะสม ปัญหาเรื่องลม การขาดน้ำ ในฤดูแล้ง และการรวมกลุ่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิมพล อังคฺสิงห์ (2559) ผลการวิจัยพบว่า การผลิตกล้วยมีปัญหาข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ควรบูรณาการร่วมกันให้การสนับสนุนและส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทอง ตลอดจนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรให้การสนับสนุน งบประมาณ แก่กลุ่มเกษตรกรเพื่อให้สามารถพัฒนาการผลิตกล้วยหอมทองคุณภาพ การสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องควรสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับเกษตรกรทั่วไป ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตกล้วยหอมทองคุณภาพและได้มาตรฐานสินค้าเกษตรที่เหมาะสม

1.2 ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรลงทุนและพัฒนาเทคโนโลยีด้านการผลิตกล้วยหอมทอง โดยเฉพาะเทคโนโลยีเพื่อทดแทนแรงงานที่ขาดแคลนและค่าจ้างแรงงานมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากแรงงานเป็นปัจจัยสำคัญต่อการผลิตกล้วยหอมทองในระดับสูงเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาแนวทางการเพิ่มมูลค่ากล้วยหอมทอง แหล่งความรู้ความรู้อย่างไรที่เกษตรกรต้องการ ควบคู่กับความรู้อันการแก้ไขปัญหาดินเสื่อมโทรม เพราะดินเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตกล้วยหอมทอง

เอกสารอ้างอิง

- เฉลิมพล อังคฺสิงห์. (2559). *ศักยภาพการผลิตกล้วยไข่ของเกษตรกรให้ได้มาตรฐานการส่งออกในจังหวัดจันทบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต ส่งเสริมการเกษตร. นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช..
- นิกข์นิภา บุญช่วย. (2560). *ต้นทุนและผลตอบแทนของการปลูกกล้วยน้ำว้าในเขตอำเภอยาง่าง จังหวัดเพชรบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร. นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วนาลี เทียมไธสง. (2561). *ความพึงพอใจของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองปลอดภัยต่อการปฏิบัติงานของสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร. นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สันติพงษ์ ศุภกิจเจริญ. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกล้วยไข่ของเกษตรกรในจังหวัดกำแพงเพชร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต ส่งเสริมการเกษตร. นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 9

The 9th STOU National Research Conference

อรพิมพ์ สุริยา. (2560). รูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการใช้อุปทานกล้วยหอมปลอดสารพิษของจังหวัดสุราษฎร์ธานี
กรณีศึกษาอำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต ส่งเสริม
และพัฒนาการเกษตร. นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

