



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11
The 11th STOU National Research Conference

การจัดการการผลิตและการตลาดของกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ลองกองตำบลปริก

อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

Production and Marketing Management for Collaborative Farms of Longkong Farmer Group
in Prik Subdistrict, Sadao District, Songkhla Province

อติทยา มณีคุณ (Atitaya Maneedul)¹¹ ภวัต เจียมจินนวัต (Bhawat Chiamjinnawat)²² อัจฉรา โพธิ์ดี (Ajchara Pothidee)³³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ลองกอง ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา 2) สภาพการผลิตและการตลาดลองกองของสมาชิกกลุ่ม 3) การดำเนินงานของกลุ่ม 4) แนวทางการพัฒนาการจัดการการผลิตและการตลาดของกลุ่ม ซึ่งการศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการศึกษาประชากรทั้งหมดจากสมาชิกกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่ขึ้นทะเบียนปี 2559 จำนวน 31 ราย เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลจำนวน 4 คน คือ ประธานกลุ่ม เลขานุการกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 คน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา โดยผลการวิจัยพบว่า 1) เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 54.74 ปี มีสมาชิกครัวเรือนเฉลี่ย 4 คน ปลูกยางพาราเป็นอาชีพหลัก และทำสวนลองกองและไม้ผลอื่นๆเป็นอาชีพรอง มีพื้นที่ทำการเกษตรเฉลี่ย 15 ไร่ พื้นที่ปลูกลองกองเฉลี่ย 3 ไร่ ประสบการณ์ในการปลูกลองกองเฉลี่ย 13 ปี ทำสวนลองกองเพราะสืบทอดบรรพบุรุษ รายได้เฉลี่ยจากการทำสวนลองกองอยู่ที่ 17,376 บาท/ครัวเรือน/ปี ต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 5,031.48 บาท/ปี 2) เกษตรกรทุกรายปลูกลองกองพันธุ์ต้นหยงมัส นิยมปลูกเป็นสวนผสม ด้วยวิธีเพาะเมล็ด อายุต้นลองกองส่วนใหญ่อยู่ที่ 10-20 ปี ใช้ระยะปลูก 7×7 เมตร มีการตัดแต่งกิ่ง ช่อดอก และช่อผล โดยใช้แรงงานในครัวเรือน การดูแลรักษาสวนลองกองส่วนใหญ่เลือกใช้ปุ๋ยเคมีร่วมกับปุ๋ยอินทรีย์ และเกษตรกรมีปัญหาเรื่องโรคราสีชมพู และผีเสื้อมวนหวนเป็นแมลงศัตรูสำคัญของสวนลองกอง ซึ่งเกษตรกรมีการป้องกันด้วยการตัดแต่งกิ่ง การตลาดของสมาชิกมีการจำหน่าย 3 รูปแบบ คือ เหมาสวน ขายปลีกหน้าสวนและตลาดในชุมชน และการขายออนไลน์ แบ่งเกรดการขายเป็น 3 เกรด คือ A B และ C 3) การดำเนินงานของกลุ่ม สมาชิกมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของกลุ่มในด้านต่างๆอยู่ที่ระดับปานกลาง กลุ่มมีการดำเนินงานตามโครงสร้างองค์การ และมีการพัฒนาบรรจุกฎของของกลุ่ม สมาชิกส่วนใหญ่ต้องการให้กลุ่มแก้ปัญหาเรื่องการขาดแคลนแรงงานรุ่นใหม่ในการตัดแต่งกิ่ง ช่อดอกและช่อผล 4) แนวทางการพัฒนาการจัดการการผลิตและการตลาด ได้แก่ การลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพให้มี GAP ทุกปี มีคนรุ่นใหม่บริหารจัดการกลุ่ม การสร้างบรรจุกฎที่หลากหลาย และการแปรรูปผลผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่า

คำสำคัญ การจัดการการผลิตและการตลาดลองกอง เกษตรแปลงใหญ่

¹ นักศึกษาหลักสูตรเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช beach_2bay@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. แชนงการจัดการการเกษตร สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช bhawat.chi@stou.ac.th

³ รองศาสตราจารย์ ดร. แชนงการจัดการการเกษตร สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ajchara.pot@stou.ac.th



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

Abstract

This research aimed to study 1) socio-economic status of collaborative farm members of the longkong farmer group in Prik Subdistrict, Sadao District, Songkhla Province, 2) the state of longkong production and marketing of the farmer group, 3) operations of the farmer group, and 4) development guidelines for longkong production and marketing of the farmer group. This study was both quantitative and qualitative research. The quantitative research was a survey of all 31 members of the longkong farmer group in Prik Subdistrict, Sadao District, Songkhla Province, using a questionnaire as the research instrument. For the qualitative research, an interview form was used to interview 4 informants, i.e. the group president and secretary and 2 relevant government officers. Statistical analysis methods used for the quantitative data analysis were descriptive statistics, and for the qualitative data was content analysis. The finding showed that 1) most of the longkong farmers were male with the average age 54.74 years. The average number of household members was 4. The farmers worked as rubber farmers as their main career, and planted longkong and other fruits as their supplementary career. The average land ownership was 15 rai (2.4 hectares) and longkong were planted on average on 3 rai (4,800 m²). The farmers had an average of 13 years of experience in longkong plantations and inherited the occupation from ancestors. Their average income from longkong was 17,376 baht a year, and average cost was 5,031.48 baht a year. 2) All farmers planted Tan Yong Mat variety. They planted it by seed together with other crops. The age of longkong trees was 10-20 years old. The planting space was 7×7 meters, and they did the trimming of branches, flowers and fruits, using household labor. Chemical fertilizers were applied together with organic fertilizers. The farmers had problems with Pink Disease and fruit piercing moth, which were the main pests of longkong farms. Farmers protected from the problems by pruning. Marketing of members comprised of three types of distribution channels, i.e. selling of all farm produce, retail selling at their farms or at community markets, and online selling. The sold produce was divided into 3 grades, A, B and C. 3) In terms of the group's operations, the satisfaction of members with the group's operations in various fields was at a moderate level. The group operated according to the organization structure and developed their own packaging for produce. Most of the members wanted the group to address the shortage of young workers for pruning. 4) Development guidelines for production and marketing were: reducing production costs, increasing productivity, and improving quality to the GAP standard every year. Group members wanted to have new generations to manage the group, create more diverse packages and process the produce to add more value.

Keyword: Production and marketing management, Collaborative farm



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

บทนำ

ลองกองหรือดุกู เป็นไม้ผลเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างหนึ่งของพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง ซึ่งเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในเรื่องรสชาติหอมหวานมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จึงเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศที่สามารถผลิตลองกองที่มีคุณภาพดีที่สุดในปี 2562 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกลองกองที่ให้ผลผลิตแล้ว จำนวนเนื้อที่ทั้งหมด 251,814 ไร่ อยู่ในพื้นที่ภาคใต้ จำนวน 171,675 ไร่ และปลูกมากที่สุดที่จังหวัดนราธิวาสประมาณ 42,725 ไร่ รองลงมาคือจังหวัดยะลา 24,561 ไร่ และจังหวัดสงขลา 18,644 ไร่ ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมแล้วลองกองให้ผลผลิตเฉลี่ย 446 กิโลกรัม/ไร่ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562)

สภาพการผลิตลองกองของเกษตรกรทั่วไปในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง มักปลูกเป็นพืชแซมร่วมกับไม้ผลชนิดอื่นๆ เนื่องจากลองกองมีข้อจำกัดในด้านการขนส่งในระยะทางไกล ผลผลิตเก็บได้ไม่นานและเน่าเสียง่าย ในช่วงที่ผ่านมามีการผลิตลองกองของเกษตรกรยังไม่มีความเหมาะสมเท่าที่ควร เป็นเกร็ดคละส่วนใหญ่ โดยผลผลิตที่ได้มีคุณภาพเพียงร้อยละ 30 ของผลผลิตทั้งหมด ซึ่งไม่เพียงพอต่อการตลาดระดับบน ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดเทคโนโลยีการผลิตลองกองให้มีคุณภาพ และต้นลองกองส่วนใหญ่ลำต้นมีอายุเกิน 30 ปี ทำให้ลำต้นสูงใหญ่ จึงมีปัญหาในการดูแลรักษา การตัดแต่งช่อดอก ช่อผล และการเก็บเกี่ยว จึงทำให้ในช่วงที่ผ่านมามีผลผลิตลองกองที่ไม่มีคุณภาพออกมาจำนวนมาก ส่งผลให้ราคาผลผลิตตกต่ำ เกษตรกรจึงไม่มีแรงจูงใจในการพัฒนาสวนลองกองให้มีคุณภาพ (สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 5, 2559) อีกทั้งยังมีปัญหาด้านโรคและแมลง ประกอบกับเกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดการจัดการสวนลองกองที่ถูกต้องและเหมาะสม จึงทำให้ผลผลิตมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ซึ่งนอกจากการจัดการดูแลที่เหมาะสมแล้ว ความเหมาะสมของพื้นที่ ลักษณะดิน สภาพแวดล้อม และการกระจายของฝนยังมีความสำคัญต่อคุณภาพผลผลิตของลองกองด้วยเช่นกัน (มงคล แซ่หลิม และคณะ, 2543)

กรมส่งเสริมการเกษตร (2562) ได้ดำเนินแผนการส่งเสริมการเกษตร ยุทธศาสตร์สินค้าในรูปแบบแปลงใหญ่ เพื่อปรับโครงสร้างการผลิตสินค้าเกษตร โดยการรวมแปลงการผลิตของเกษตรกรเป็นแปลงใหญ่ วัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการรวมกลุ่มของเกษตรกร ลดต้นทุนการผลิต ใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่เหมาะสม เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ตลอดจนการจัดการด้านการตลาด การดำเนินโครงการมีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกร ซึ่งในการดำเนินการส่งเสริมนโยบายเกษตรแปลงใหญ่นั้น ก่อให้เกิดกิจกรรมการลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิตต่อพื้นที่ รวมทั้งผลผลิตที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ตรงตามความต้องการของตลาด มีการเชื่อมโยงกับตลาดเพื่อบริหารจัดการให้เกิดสมดุลระหว่างอุปทานและอุปสงค์ของสินค้า ดังนั้นภายใต้แนวคิดการส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ เกษตรกรจะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการรวมกลุ่มและการบริหารจัดการร่วมกัน เพื่อให้เกิดการร่วมกันผลิตและร่วมกันจำหน่าย มีตลาดรองรับที่แน่นอน รวมถึงสามารถลดต้นทุนการผลิตและมีผลผลิตต่อหน่วยที่เพิ่มขึ้น แก้ปัญหาเรื่องสินค้าล้นตลาดและราคาสินค้าเกษตรตกต่ำได้

พื้นที่อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา มีการปลูกไม้ผลเป็นอาชีพรองจากการทำสวนยางพารา ชนิดไม้ผลที่สำคัญที่นิยมปลูก ได้แก่ ทุเรียน ลองกอง มังคุด เป็นต้น ลักษณะการปลูกแบบเป็นสวนเดี่ยวและปลูกแบบสวนผสมหลังบ้าน มีการผลิตลักษณะเชิงการค้า และการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน โดยข้อมูลจากฐานข้อมูลทะเบียนเกษตรกรของอำเภอสะเตา พบว่ามีเกษตรกรปลูกลองกอง จำนวน 241 ครัวเรือน มีเนื้อที่ปลูก จำนวน 395 ไร่ ซึ่งเป็นเกษตรกรเข้าร่วมโครงการระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ ชนิดไม้ผลลองกองซึ่งเป็นเกษตรกรในตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา จำนวน 31 ราย มีพื้นที่รวม 79 ไร่ (สำนักงานเกษตรอำเภอสะเตา, 2563) ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่ของการผลิตลองกองในพื้นที่อำเภอสะเตา คือ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ผลผลิตมีปริมาณน้อย อีกทั้งปัญหาการขาดแรงงานในการผลิต ในส่วนของการตลาดเกษตรกรยังมีการจำหน่ายในรูปแบบดั้งเดิม ไม่มีระบบการจัดการสินค้าให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังขาดความรู้ในการจัดระบบกลุ่มเพื่อจำหน่ายสินค้า

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเพื่อต้องการทราบถึง การจัดการการผลิตและการตลาดของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ลองกอง ตำบลปรัก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา และการดำเนินงานของกลุ่ม ตลอดจนเป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตลองกองให้มีคุณภาพ มีผลผลิตสูงขึ้น และเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่ม อันจะทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ลองกอง ตำบลปรัก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาสภาพการผลิตและการตลาดของ และความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินการของกลุ่ม

เกษตรกรแปลงใหญ่ลองกอง

3. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ลองกอง
4. เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาการจัดการการผลิตและการตลาดของกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ลองกอง

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยใช้วิธีการดำเนินการวิจัยแบบผสม (mixed method) ซึ่งเป็นการใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มาร่วมกันศึกษาหาคำตอบของงานวิจัย โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ สมาชิกกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ลองกองตำบลปรัก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำนวน 31 ราย โดยศึกษาจากประชากรทั้งหมด และคณะกรรมการกลุ่มจำนวน 2 ราย เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ราย

ผู้วิจัยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกษตรกร ลักษณะคำถามเป็นทั้งการกำหนดคำตอบไว้ให้เลือกและเป็นคำถามแบบปลายเปิด เป็นข้อคำถามที่ต้องการตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งเป็น 4 ตอน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ขั้นที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยทำการสัมภาษณ์ประธานและเลขานุการกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ภาครัฐจำนวน 2 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาตามประเด็นที่กำหนดไว้

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยผู้วิจัยนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ลองกอง สมาชิกกลุ่มเกษตรกรทั้งหมดจำนวน 31 ราย มีอายุเฉลี่ย 54.74 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศชายนับถือศาสนาอิสลาม ระดับการศึกษาส่วนมากจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าปวช. จำนวนสมาชิกในครอบครัว มีจำนวน 3-4 คน สถานภาพในกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่จะไม่ใช่สมาชิกกลุ่มอื่นๆ สมาชิกทุกคนได้รับมาตรฐาน GAP อย่างน้อย 3-4 ปี สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการทำสวนยางพาราเป็นอาชีพ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

หลัก มีอาชีพรองทำสวนลองกอง ซึ่งมีพื้นที่ทำการเกษตรรวมเฉลี่ย 15 ไร่ ซึ่งเป็นพื้นที่สวนลองกองเฉลี่ย 3 ไร่ โดยมีผู้ร่วมตัดสินใจในการปลูกลองกองของสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่ คือภรรยา/สามี และมีประสบการณ์ปลูกลองกองเฉลี่ย 13 ปี ลักษณะการถือครองที่ดินเป็นของตนเองทุกราย และส่วนใหญ่ต้องการจะทำสวนลองกองเพื่อสืบทอดจากบรรพบุรุษ ในรอบปีที่ผ่านมา มีรายได้จากการทำสวนลองกองเฉลี่ย 17,376 บาท/ปี รายได้นอกภาคเกษตรเฉลี่ย 86,967 บาท/ปี

2. สภาพการผลิตและการตลาดลองกอง และความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินงานของกลุ่ม

2.1 สภาพการผลิตลองกองของสมาชิกกลุ่ม สมาชิกส่วนใหญ่ปลูกลองกอง 41-80 ต้น โดยระยะปลูกที่นิยมคือ 7x7 เมตร อายุต้นลองกอง 10-20 ปี ซึ่งทำสวนลองกองเป็นแบบสวนผสม พันธุ์ที่ใช้ปลูกเป็นพันธุ์ต้นหมงมัสทั้งหมด โดยใช้ต้นพันธุ์จากการเพาะเมล็ด ผลผลิตอยู่ในเกรด B เป็นหลัก ในรอบปีที่ผ่านมาเกษตรกรส่วนใหญ่มีการตัดแต่งกิ่ง ช่อดอกและช่อผล โดยจะใช้แรงงานภายในครัวเรือน มีการใส่ปุ๋ยจำนวน 1 ครั้งช่วงหลังเก็บเกี่ยว เป็นปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอินทรีย์ เกษตรกรมีการกำจัดวัชพืชภายในสวน มีระบบการให้น้ำในสวนลองกองของตนเอง ซึ่งจะให้ในรูปแบบสปริงเกอร์ แต่ก็ยังมีการพบการระบาดของโรคราสีชมพูมากที่สุด ซึ่งสมาชิกมีการตัดแต่งกิ่งเป็นประจำเพื่อป้องกันโรคเป็นการเบื้องต้น แมลงที่พบมากที่สุดในลองกองส่วนใหญ่จะพบผีเสื้อมวนหวาน การเก็บเกี่ยวส่วนใหญ่จะใช้แรงงานในครัวเรือนเป็นหลัก

2.2 สภาพการตลาดลองกองของสมาชิกกลุ่ม การขายของสมาชิกแบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ การเหมาสวน การขายปลีกหน้าสวนและตลาดในชุมชน และการขายออนไลน์ ซึ่งสมาชิกกลุ่มมีการจำหน่ายผลผลิตส่วนใหญ่เป็นการขายปลีกพบว่า ขนาดช่อผลลองกองที่เป็นที่ต้องการของตลาดคือน้ำหนักช่อ 600-800 กรัม โดยสมาชิกส่วนใหญ่จะมีการทราบราคาขายจากสมาชิกด้วยกัน ในการขายแต่ละครั้งเกษตรกรจะเป็นผู้ต่อรองกับผู้ซื้อโดยตรงเพื่อกำหนดราคาขาย โดยการขายแบบเหมาสวน โดยราคาขายเกรด A โดยราคาขายเฉลี่ยกิโลกรัมละ 31 บาท เกรด B ราคาขายเฉลี่ยกิโลกรัมละ 21 บาท และเกรด C ราคาขายเฉลี่ยกิโลกรัมละ 13 บาท ในส่วนของการขายปลีก ราคาขายเกรด A โดยราคาขายเฉลี่ยกิโลกรัมละมากกว่า 41 บาท เกรด B ราคาขายเฉลี่ยกิโลกรัมละ 27 บาท และเกรด C ราคาขายเฉลี่ยกิโลกรัมละ 19 บาท การขายแบบออนไลน์ราคาขายเกรด A ราคาขายเฉลี่ยกิโลกรัมละมากกว่า 43 บาท เกรด B ราคาขายเฉลี่ยกิโลกรัมละ 36 บาท และเกรด C ราคาขายเฉลี่ยกิโลกรัมละ 21 บาท ในการรวบรวมผลผลิตแต่ละครั้งที่ผ่านมามีสมาชิกทุกคนจะไม่รวบรวมผลผลิตที่กลุ่ม มีการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มโดยการบอกต่อและการใช้สื่อออนไลน์

สภาพปัญหาการผลิตและการตลาดลองกอง ปัญหาเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดลองกองของกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ โดยภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง แบ่งเป็นปัญหาเกี่ยวกับด้านความรู้ พบว่า สมาชิกกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ลองกองส่วนใหญ่มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง 5 ประเด็น คือ ขาดความรู้ทางเทคโนโลยี ขาดความรู้เรื่องโรคพืชและแมลงศัตรูพืช ขาดความรู้ในการดูแลระยะออกดอก และขาดความรู้ในการใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมี ปัญหาด้านการผลิต พบว่าโดยภาพรวมมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางโดยมีปัญหาในเรื่องของต้นทุนการผลิตสูง ขาดแคลนแหล่งเงินทุนในการจัดซื้อปัจจัยการผลิต ในบางปีที่ประสบปัญหาภัยแล้งและภัยธรรมชาติจะขาดแคลนน้ำในการให้แก่อต้นลองกอง ทั้งยังขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิตมีไม่เพียงพอ ปัญหาด้านการเก็บเกี่ยว พบว่า สมาชิกส่วนใหญ่มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด คือการขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยวและค่าจ้างในการจ้างแรงงานมีราคาสูง และปัญหาด้านการตลาด พบว่า ปัญหาที่มากที่สุดคือราคาผลผลิตไม่แน่นอน รองลงมาคือการถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง

2.3 ความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มต่อการดำเนินงานของกลุ่ม ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน 1. ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม โดยภาพรวมสมาชิกมีความพึงพอใจในเรื่องการบริหารจัดการกลุ่มอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่ากลุ่มมีการ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

ประชุมของสมาชิกและการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงาน/องค์กรอื่นๆ เป็นประจำ มีการแบ่งหน้าที่ชัดเจน 2. ด้านการบริหารทุนและทรัพยากร สมาชิกมีความพึงพอใจในการบริหารทุนและทรัพยากรของกลุ่มอยู่ในระดับปานกลางทุกหัวข้อ ทั้งเรื่องความพร้อมของอาคาร/สถานที่ การบริหารทุนและทรัพยากรสอดคล้องกับแผนงานของกลุ่ม การจัดบันทึกการเงินและบัญชีและมีการตรวจสอบบัญชีหลักฐานการเงิน โดยสมาชิกอยากให้กลุ่มจัดหาทุนให้แก่สมาชิกเพิ่มขึ้น 3. ด้านการจัดการการผลิตสินค้าเกษตร พบว่า สมาชิกมีการวางแผนการผลิตร่วมกัน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การเชื่อมโยงเครือข่ายสินค้า/ผลิตภัณฑ์กับกลุ่มอื่นๆ มีการควบคุมคุณภาพสินค้า และวิเคราะห์รายรับ ต้นทุน กำไรของกลุ่มร่วมกัน ซึ่งสมาชิกมีความพึงพอใจในระดับปานกลางโดยอยากให้กลุ่มมีการพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้คุณภาพอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย 4. ด้านการจัดการการตลาดสินค้า โดยภาพรวม สมาชิกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งเรื่องการวิเคราะห์ความต้องการตลาด การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ การส่งเสริมการตลาด การกำหนดราคาเปรียบเทียบคู่แข่ง ซึ่งยังมีไม่มากเท่าที่ควร และการเปิดโอกาสให้เป็นแหล่งศึกษาดูงานในทุกๆ ปี ซึ่งตอนนี้ยังดำเนินการไม่ครบทุกแปลง

3. การดำเนินงานของกลุ่ม จากผลการวิจัยพบว่า สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่จะให้ความคิดเห็นต่างๆ ที่หลากหลายต่อการดำเนินงานของกลุ่มในช่วงที่ผ่านมา โดยส่วนใหญ่ต้องการให้กลุ่มมีการแก้ปัญหาเรื่องการขาดแคลนแรงงานตัดแต่งกิ่งลองกอง สมาชิกต้องการให้กลุ่มสร้างแบรนด์สินค้า โดยผ่านทางกระบวนการสร้างเรื่องราวความเป็นมา เอกลักษณ์ของลองกองตำบลปรัก เพื่อสร้างมูลค่าของสินค้าให้มากขึ้น กลายเป็นพืชอัตลักษณ์ของอำเภอสะเดา และเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่สมาชิก เช่น ตลาดออนไลน์, ศูนย์คัดแยกไม้ผลอำเภอสะเดา และการจัดแสดงสินค้าเกษตรผ่านทางร้านต่างๆ เช่น การจัดงานลองกองของอำเภอ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกษตรกรหันมาสนใจในการบริหารจัดการสวนลองกองให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังต้องการให้คณะกรรมการกลุ่มแปลงใหญ่มีการสนับสนุนการพัฒนาผลผลิตของสมาชิกให้ได้มาตรฐาน GAP แบบนี้ทุกปี มีการประสานงานกับภาครัฐในการสนับสนุนปัจจัยการผลิตและการจัดหาตลาดรองรับให้สมาชิก อีกทั้งการประกันราคาผลผลิตที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต และต้องการให้คณะกรรมการมีเป้าหมายที่จะสานต่อให้คนรุ่นหลังหันมาทำสวนลองกองอย่างจริงจัง เนื่องจากปัจจุบันเกษตรกรผู้ปลูกลองกองกันไปปลูกไม้ผลชนิดอื่น เช่นทุเรียน เพิ่มขึ้น

4. แนวทางการพัฒนาการจัดการการผลิตและการตลาดของกลุ่ม

ผลจากการสัมภาษณ์ประธานและเลขานุการกลุ่มและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ พบว่าจุดเริ่มต้นของกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ลองกองตำบลปรัก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เริ่มต้นจากชมรมชาวสวนผลไม้อำเภอสะเดา โดยในปี พ.ศ.2542 และเกิดศูนย์คัดแยกไม้ผลอำเภอสะเดา เพื่อทำหน้าที่เป็นศูนย์รวมผลผลิตลองกองของอำเภอสะเดา ออกจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้บริโภค โดยมีการดำเนินกิจการเรื่อยมาจนในปี พ.ศ.2559 ได้มีการตั้งกลุ่มแปลงใหญ่ลองกองปรักขึ้นตามนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในขณะนั้น โดยมีสมาชิกในการรวมกลุ่มแปลงใหญ่เฉพาะเกษตรกรในตำบลปรักเท่านั้น จำนวน 31 ราย พื้นที่เข้าร่วมโครงการ 79 ไร่ ซึ่งเป็นสมาชิกของศูนย์คัดแยกไม้ผลอำเภอสะเดาเดิมทั้งหมด

โครงสร้างของคณะกรรมการกลุ่ม ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และฝ่ายการตลาดจำนวน 3 คน การบริหารจัดการกลุ่ม มีการบริหารจัดการโดยคณะกรรมการแต่ละฝ่าย มีการประชุมร่วมกันเดือนละครั้ง โดยจัดการประชุมตามสวนต่างๆของสมาชิก เพื่อเป็นการกระตุ้นให้สมาชิกได้ดูแลจัดการสวนของตนเองอยู่เป็นประจำ ในด้านการจัดการการผลิตของกลุ่มที่มีต่อสมาชิก กลุ่มได้มีการหาวิทยากรมาสอนเทคนิคการตัดแต่งกิ่ง ตัดแต่งช่อดอกให้แก่สมาชิก เพื่อเป็นการเพิ่มผลผลิตให้แก่ลองกอง และได้มีการพาสมาชิกไปดูงานเพื่อเพิ่มพูนความรู้เป็นประจำทุกปี



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

สำหรับการจัดการการตลาดที่กลุ่มได้มีการดำเนินการนั้น มีการหาตลาดให้แก่สมาชิกและการประกันราคาให้แก่สมาชิก ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการจัดจำหน่าย ผลผลิตไปยังตลาดไท(ปทุมธานี) ราชบุรี พืชณุโลก นครราชสีมา เชียงใหม่ และจำหน่ายตลาดในพื้นที่จังหวัดสงขลา ทั้งนี้กลุ่มช่วยประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคคลทั่วไปรับรู้ นอกจากนี้ยังมีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้แก่สมาชิกเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและสะดวกในการจัดส่งสินค้ามากขึ้น

แนวทางการจัดการการผลิตและการตลาด กลุ่มได้มีการจัดการผลิตโดยการดำเนินการดังนี้

1) ลดต้นทุนการผลิต มีการตรวจวิเคราะห์ดินให้แก่สมาชิก เพื่อส่งเสริมการใช้อยู่ตามค่าวิเคราะห์ดิน ทำให้สมาชิกสามารถประหยัดต้นทุนในการซื้อปุ๋ย นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนองค์ความรู้ในเรื่องการใช้สารชีวภัณฑ์จากสำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา เช่น การผลิตเชื้อราไตรโคเดอร์มา เพื่อป้องกันโรคราต่างๆที่เกิดขึ้นในต้นลองกอง ซึ่งเป็นการลดการใช้สารเคมีที่ต้องไปซื้อตามท้องตลาดซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง

2) การเพิ่มผลผลิต โดยให้สมาชิกมีองค์ความรู้ในการป้องกันและกำจัดโรคและแมลง และการดูแลการจัดการสวน เช่น การตัดแต่งกิ่ง ตัดแต่งช่อดอกและช่อผลอย่างเหมาะสมก็จะสามารถทำให้ผลผลิตเพิ่มมากขึ้น

3) การพัฒนาคุณภาพผลผลิต โดยสมาชิกทุกราย มีผลผลิตที่ได้รับมาตรฐาน GAP และในปี 2564 สมาชิกได้มีการต่อ GAP ทุกคน

4) ด้านการบริหารจัดการ โดยการพยายามพัฒนาคนรุ่นใหม่เข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานของกลุ่ม

5) ด้านการตลาด มีการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ให้แก่สมาชิก อีกทั้งการพยายามพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษามีอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ลองกอง จากการศึกษาพบว่า สมาชิกส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 54.74 ปี มีพื้นที่ทำสวนลองกองเฉลี่ยคนละประมาณ 1-2 ไร่ สภาพสวนเป็นสวนผสม แรงงานที่มีเป็นแรงงานในครัวเรือน ร้อยละ 70.97 มีภาวะหนี้สิน รายได้ที่ได้จากการทำสวนลองกองเฉลี่ยอยู่ที่ 17,376 บาทต่อปี สอดคล้องงานวิจัยของ วิจิตรา แก้วสุข (2546) ที่ศึกษาเรื่องการทำสวนลองกองในจังหวัดนราธิวาส โดยได้อธิบายว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีอิทธิพลต่อการทำสวนลองกองในจังหวัดนราธิวาสได้แก่ การถือครองที่ดินส่วนใหญ่เป็นที่ดินของตนเองที่เป็นมรดกสืบทอดกันมา ทำให้การถือครองมีขนาดลดลง พื้นที่ปลูกลองกองมีน้อย ภาวะหนี้สินที่เกษตรกรมีทำให้ไม่มีทุนในการปรับปรุงสวนตนเองและจัดซื้อปัจจัยการผลิตต่างๆ แนวโน้มแรงงานในการทำสวนลองกองของมีจำนวนลดลงเนื่องจากสมาชิกมีการศึกษาดีจะออกไปทำงานนอกบ้าน จึงจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีมาใช้ และการที่จะทำสวนลองกองให้มีคุณภาพนั้นเกษตรกร ต้องมีความรู้ความสามารถ ความชำนาญ และทักษะเฉพาะที่จะสามารถจัดการสวนลองกองได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งการทำสวนลองกองเป็นอาชีพที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ แต่หากขาดการสานต่อจากเยาวชนรุ่นใหม่

2. สภาพการผลิตและการตลาดลองกองของสมาชิก ผลการศึกษาพบว่า สภาพต้นลองกองส่วนใหญ่มีอายุมาก หากที่จะบริหารจัดการสวนและสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี การจัดการโรคและแมลงศัตรูลองกอง การจัดการสวนลองกองที่ดี ซึ่งสามารถศึกษาได้จากผลงานของยุพินพรรณ ศรีวิธนนกุล และคณะ (2550) ให้ไว้เพื่อให้ผลผลิตลองกองมีคุณภาพยิ่งขึ้น โดยการใส่ปุ๋ยตามหลักวิชาการ คือ ใส่ปุ๋ยทางดินสูตร 15-15-15 หรือ 16-16-16 ในอัตรา 1-2



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

กิโกรัมต่อต้น ร่วมกับปุ๋ยคอกในอัตรา 20-30 กิโลกรัมต่อต้นในช่วงเวลาหลังเก็บเกี่ยวหรือช่วงเวลาเดียวกับการตัดแต่งกิ่ง เพื่อเร่งการแตกใบอ่อนของลองกองและเสริมความสมบูรณ์ของใบระหว่างการพัฒนาการของใบอ่อนชุดที่สอง และก่อนที่จะเข้าสู่ระยะพักตัวก่อนออกดอก ระยะก่อนออกดอกควรใส่ปุ๋ยเคมีสูตร 8-24-24 ในอัตราส่วน 1-2 กิโลกรัมต่อต้น ก่อนออกดอก 1-2 เดือน ระยะติดผลอ่อนหรือก่อนเก็บเกี่ยว 1 เดือน ควรใส่ปุ๋ยสูตร 13-13-21 ในอัตราส่วน 1-2 กิโลกรัมต่อต้นร่วมกับการรดให้น้ำ และควรมีระบบการจัดการน้ำที่ดี ซึ่งเกษตรกรจะต้องมีการตัดแต่งกิ่ง ช่อดอกและช่อผล นอกจากนี้เกษตรกรสามารถศึกษาวิธีการทำสวนลองกองจากสำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 5 จังหวัดสงขลา (2559) ที่ให้ข้อมูลไว้ว่า สภาพต้นลองกองในจังหวัดชายแดนใต้ เกือบทั้งหมดอายุเกิน 30 ปี ทำให้มีปัญหาในการจัดการดูแลรักษาและการเก็บเกี่ยวผลผลิต ทำให้ผลผลิตที่ได้ด้อยคุณภาพ ดังนั้น วิธีการทำสวนลองกองจึงเป็นการพัฒนาคุณภาพผลผลิต และเป็นวิธีการที่เหมาะสมที่เกษตรกรสามารถนำไปปฏิบัติได้ง่าย ในส่วนของสภาพการตลาด สมาชิกกลุ่มประสบปัญหาการตลาดคือราคาผลผลิตค่อนข้างต่ำ และผลผลิตที่ได้ไม่มีตลาดรองรับที่แน่นอน สิ่งเหล่านี้เกิดจากหลายสาเหตุด้วยกัน โดยหลักๆ คือระยะผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อมกันผนวกกับอายุการเก็บรักษาลองกองสั้น จึงจำเป็นที่จะต้องมีการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ลองกอง โดยส่งเสริมให้กลุ่มมีการแปรรูปผลผลิตลองกองในช่วงที่ผลผลิตล้นตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคลินิกเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ (2561) ที่ได้ส่งเสริมให้เกษตรกรชาวสวนลองกองในอำเภอระแงะ จังหวัดนราธิวาส นำผลผลิตลองกองเกรด C ซึ่งมีปริมาณ 70-80% ของผลผลิตทั้งหมดในช่วงที่ล้นตลาด มาแปรรูปเป็นน้ำส้มสายชูลองกอง และต่อยอดเป็นสบู่จากน้ำส้มลองกอง

3. แนวทางการจัดการการผลิตและการตลาด พบว่า กลุ่มได้มีการพัฒนาการจัดการการผลิตตามหลักแนวทางการพัฒนาแปลงใหญ่ทั้ง 5 ด้านซึ่งสอดคล้องกับกรมส่งเสริมการเกษตร (2560) คือ 1. ด้านการลดต้นทุน มีการส่งเสริมการใช้ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน การผลิตปุ๋ยอินทรีย์ สารชีวภัณฑ์ต่างๆ เพื่อทดแทนการใช้สารเคมี 2. ด้านการเพิ่มผลผลิต ควรมีการนำองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้ โดยมีการถ่ายทอดความรู้จากสำนักงานเกษตรอำเภอหรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง 3. ด้านการพัฒนาคุณภาพผลผลิต มีการยกระดับคุณภาพผลผลิตด้วยการมีมาตรฐาน GAP 4. ด้านการตลาด มีการส่งเสริมให้ขยายช่องทางการตลาด และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 5. ด้านการบริหารจัดการ มีการพัฒนาคณะทำงานให้มีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยส่งเสริมให้มี Young smart farmer เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่ม ส่วนแนวทางพัฒนาการตลาด มีการส่งเสริมการขายออนไลน์ให้แก่สมาชิกในกลุ่ม โดยใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีเป็นตัวบอกเล่าเรื่องราวผ่านบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นการสร้างการจดจำให้เกิดขึ้นในใจผู้บริโภค สร้างอัตลักษณ์และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคหลากหลายระดับ เพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรวิมล มงคล (2557) ได้ศึกษาความต้องการส่งเสริมการเกษตรแปลงใหญ่ของเกษตรกรในจังหวัดสกลนคร พบว่า เกษตรกรมีความสนใจในภาพรวมเรื่องการตลาด โดยเรียงลำดับดังนี้ ช่องทางการจัดจำหน่ายและการจัดสินค้า การเพิ่มมูลค่าสินค้า การจัดสถานที่จำหน่ายผลผลิต

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะจากการวิจัยดังนี้

1. ข้อเสนอแนะต่อกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ด้านการจัดการการผลิต



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

1.1 คณะกรรมการกลุ่มควรมีประชุมและการบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาสนับสนุนองค์ความรู้และปัจจัยการผลิต หรือเงินทุนอย่างต่อเนื่อง เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้แก่กลุ่มในการเพิ่มอำนาจการต่อรอง

1.2 ส่งเสริมให้สมาชิกผลิตลอกกองตามมาตรฐาน GAP และดำเนินการต่อ GAP ทุกครั้งทุกครั้ง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

1.3 แนะนำให้สมาชิกมีการค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งความรู้ต่างๆ เช่น เจ้าหน้าที่ สื่อความรู้วิชาการจากกรมส่งเสริมการเกษตร

1.4 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ควรมีการส่งเสริมให้ความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการสวนลองกองให้มีคุณภาพ มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีการป้องกันและกำจัดศัตรูลองกองแบบผสมผสาน นอกจากนี้ยังต้องถ่ายทอดความรู้เรื่องการเก็บเกี่ยว และการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวที่ถูกต้องและเหมาะสมให้แก่เกษตรกรเป็นประจำทุกปี

1.5 ภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือในเรื่องแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ หรือการสนับสนุนแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ เป็นการกระตุ้นให้เกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีใจ แต่ขาดเงินทุนได้มีโอกาสในการหันมาปลูกลองกองและพัฒนาสวนลองกองของตนเองให้มีคุณภาพ

2. ข้อเสนอแนะต่อกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ด้านการจัดการการตลาด

2.1 สร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ให้ความหลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

2.2 ส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มนำสินค้ามาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้า เช่น การทำสับลองกอง การทำน้ำส้มลองกอง เพื่อลดปัญหาเรื่องราคาตกต่ำและสร้างงานให้แก่สมาชิกอีกช่องทางหนึ่ง

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทนการจัดการสวนลองกองให้มีประสิทธิภาพ ในอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

3.2 ควรมีการศึกษาถึงความยั่งยืนและความต่อเนื่อง ในการดำเนินงานของกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ ภายหลังจากสิ้นสุดโครงการส่งเสริมการเกษตรตามระบบแปลงใหญ่ เนื่องจากผลการดำเนินงานต่างๆ ภายหลังจากส่งเสริมนั้นขาดความต่อเนื่อง และขาดหายไปเมื่อสิ้นสุดโครงการ

3.3 ควรมีการศึกษาในกลุ่มแปลงใหญ่อื่นๆ เพื่อนำปัจจัยที่ได้มาเปรียบเทียบกับการศึกษาครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2560). คู่มือการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่กระทรวง

เกษตรและสหกรณ์ (ฉบับปรับปรุง เมษายน 2560). (พิมพ์ครั้งที่ 1) สงขลา: สำนักงานเกษตรจังหวัดสงขลา.

คลินิกเทคโนโลยี. (2561). หมู่บ้านผลิตลองกองคุณภาพสูง. นราธิวาส: มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์.

จิรุตม์ มงคล. (2557). ความต้องการส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ของเกษตรกรในจังหวัด สกลนคร

วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ยุพินพรรณ ศรีวิธนนกุล ยุทธนา ศรีวิธนนกุล มงคล แซ่หลิม อามร อินนุรักษ์. (2550). การยอมรับ

เทคโนโลยีด้านการจัดการสวนลองกองของเกษตรกรในอำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส.

วารสารมหาวิทยาลัยทักษิณ, 10(2), 32-49.



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11
The 11th STOU National Research Conference

วิจิตรา แก้วสุข. (2546). ศึกษาการทำสวนลองกองในจังหวัดนราธิวาส. (ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยทักษิณ,สงขลา.

สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่5. (2559). องค์ความรู้เรื่องลองกอง. (พิมพ์ครั้งที่1). สงขลา: กรมส่งเสริมการเกษตร.

