

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ การปรับปรุงการผลิตและการตลาดมะม่วงหิมพานต์ของเกษตรกร
ในนิคมสร้างตนเองลำน้ำน่าน จังหวัดอุตรดิตถ์

ผู้เขียน นายพิชัย ปาประสิทธิ์

ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เกษตรศาสตร์) ส่งเสริมการเกษตร

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคว่ำแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ร้าไพพรรณ อภิชาติพงษ์ชัย ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรทัศน์ อินทรคัมภร กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร. ไพบูลย์ สุทธิสุภา กรรมการ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการผลิตและการตลาดมะม่วงหิมพานต์ของ
เกษตรกรนิคมสร้างตนเองลำน้ำน่าน จังหวัดอุตรดิตถ์ และเพื่อศึกษาปัญหาการผลิตและการตลาด
มะม่วงหิมพานต์ของเกษตรกร ตลอดจนเพื่อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงการผลิตและการ
ตลาดมะม่วงหิมพานต์ในนิคมสร้างตนเองลำน้ำน่าน จังหวัดอุตรดิตถ์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ เกษตรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ จำนวน 133 ครัวเรือน เก็บ
รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่
ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ คือ เกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 51-60 ปี และมากกว่า 60
ปี เป็นจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 27.1) ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษาและสมรสแล้ว มี
จำนวนสมาชิกในครัวเรือนอยู่ระหว่าง 1-5 คน มีรายได้จากการเกษตรส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 300-
10,000 บาท ต่อปี และมีรายได้นอกภาคการเกษตรส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 500-10,000 บาทต่อปี

พื้นที่ปลูกมะม่วงหิมพานต์ ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1-5 ไร่ จำนวน 20-100 ต้น โดยใช้พันธุ์
พื้นเมือง เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้ทุนส่วนตัวในการปลูกมีส่วนน้อยที่กู้เงินจากสหกรณ์การเกษตร ซึ่ง
เป็นการกู้ในระยะสั้น เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้ปุ๋ยเคมีสูตร 16-16-16 โดยใช้จำนวน 0.010-10 กก./ต้น
และเสียค่าใช้จ่ายปุ๋ยระหว่าง 25-400 บาทต่อ ไร่ เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ใช้สารเคมีในการกำจัดศัตรู
พืชและกำจัดวัชพืชโดยใช้แรงคน เกษตรกรมักจะตัดแต่งกิ่งหลังเก็บเกี่ยว มีการให้น้ำก่อนมะม่วง

หิมพานต์ออกดอก ส่วนใหญ่เกษตรกรมีการจ้างแรงงานรายวัน แต่มีการจ้างแรงงานประจำเพียง 2 รายเท่านั้น

ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาด ส่วนใหญ่เกษตรกรขายผลิตผลให้กับพ่อค้าท้องถิ่น เพราะไม่มีเวลาที่จะนำผลิตผลไปขายที่อื่นด้วยตัวเอง โดยชำระเงินทั้งหมดเมื่อตกลงราคาซื้อขายแล้ว เกษตรกรส่วนใหญ่มีการแบ่งเกรดมะม่วงหิมพานต์และเกษตรกรทราบข่าวสารราคาจากกลุ่มเกษตรกรและ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

ปัญหาในการผลิตมะม่วงหิมพานต์ ได้แก่ ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิต ขาดอุปกรณ์ในการผลิต ขาดแคลนเงินทุน และปัญหาคุณภาพผลผลิต ปัญหาในการตลาด ได้แก่ ปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำ ปัญหาความรู้ในการคัดเกรด ปัญหาในการขนส่งและปัญหาการขาดแคลนแรงงาน

ข้อเสนอแนะ แนวทางในการปรับปรุงการผลิตและการตลาดมะม่วงหิมพานต์ คือ ควรจะมีการส่งเสริมและให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ ถึงวิธีการผลิต พันธุ์ที่ตลาดต้องการ การดูแลรักษา การป้องกันกำจัดศัตรูพืช ความรู้เรื่องปุ๋ย หรือหาพันธุ์ใหม่ๆ ที่ต้านทาน โรคและแมลงเพื่อลดต้นทุนการผลิต นอกจากนี้ควรส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงานของกลุ่มผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ โดยให้มีการวางแผนในการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ควรจะมีการเพิ่มผลผลิตต่อต้นของมะม่วงหิมพานต์โดยการปรับปรุงบำรุงดินและมีการเกษตรกรรมที่ถูกต้อง

Independent Study Title	Cashew Nut Production and Marketing Improvement of Farmers in Lam Nam Nan Self-Help Resettlement Project, Uttaradit Province		
Author	Mr. Pichai Papralit		
Degree	Master of Science (Agriculture) Agricultural Extension		
Independent Study Advisory Committee			
	Assoc. Prof. Rampaipan	Apichatpongchai	Chairperson
	Asst. Prof. Dr. Wallatat	Intarucomporn	Member
	Assoc. Prof. Dr. Paiboon	Suthasupa	Member

ABSTRACT

The objectives of this study were to study the production and marketing conditions of farmers in Lam Nam Nan Self-Help Resettlement Project, Uttaradit Province and to explore the problems of production and marketing of cashew nut as well as the improvement.

Population used in this study was 133 cashew nut growing farmers. Data collection was done through questionnaires. Data was analysed by Descriptive Statistics, namely, frequency percentage and arithmetic means.

From research findings, it was found that most farmer's age group ranged from 51-60 years old and over 60 years old. Most of them finished primary school and married. The number of family member was between 1-5 persons. Their farm income and non-farm income were between 300-10,000 Baht per year and 500-10,000 Baht per year.

Most cashew nut growing area was between 1-5 rai and 20-100 trees and most variety was native. Most farmers used their own fund for investment only least of them loaned money from agricultural cooperatives which is short term one. Most chemical fertilizer used was 16-16-16 formula totally 0.10-10 kg./tree. Fertilizer cost was between 25-400 Baht per rai. Most farmers

did not apply chemical and did weeding by manual method. They were pruning cashew nut trees after harvesting but irrigating before flowering. Most farmers employed part-time labors except two of them used full-time labors.

As regards marketing conditions, most farmers sold their products to local merchants because they got no time to bring cashew nuts to sell elsewhere. Total payment was performed after agreement. Grading was done by most farmers and their sources of price movement were from farmers group as well as from extension workers.

Production problems were lack of production technology, equipments, capitals as well as product quality while marketing obstacles included low price, knowledge of grading, transportation and lack of labor.

It is suggested that cultural practices, namely, production methods, cashew nut variety according to market, crop care, crop protection, fertilizer usage and insect and disease resistant variety should be urgently promoted. Additionally, cashew nut growing group's capacity building in terms of production planning in accordance with market demand should be strengthened while crop productivity through soil improvement and good cultural practices are also equally important.