

สภาพและปัญหา การผลิตและการตลาด ของเกษตรกรผู้ปลูกหัวจีน อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี
Conditions and problems in production and marketing of The Chinese water chestnut's farmers
in Sriprachan district, Suphanburi province

เบญจมาศ นาควงษ์¹

¹ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

60 หมู่ 3 ตำบล หันตรา อำเภอสรีประจันต์ จังหวัด สุพรรณบุรี 31000

โทรศัพท์: 086-937-6292 E-mail: penda_sky@hotmail.com

บทคัดย่อ

การทำวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพ เศรษฐกิจสังคมบางประการ สภาพและปัญหาการผลิตและการตลาด ของเกษตรกรผู้ปลูกหัวจีน ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้ปลูกหัวจีนในอำเภอสรีประจันต์ จำนวนทั้งสิ้น 56 ครัวเรือน ผลการวิจัยพบว่า 1. สภาพพื้นฐานด้านเศรษฐกิจ สังคมบางประการของเกษตรกรผู้ปลูกหัวจีน ส่วนใหญ่ ระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีสมาชิกในครัวเรือนอยู่ระหว่าง 4 - 5 คน จำนวนแรงงานของครัวเรือนในภาคเกษตร 2 คน และนอกภาคการเกษตร 1 คน มีอาชีพหลักทำนาข้าว อาชีพรองทำสวน และเลี้ยงสัตว์ ส่วนใหญ่เกษตรกรมีที่ดินเป็นของตนเองทั้งหมด โดยถือครองจำนวน 15 ไร่ขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้พื้นที่ทำนาข้าว ซึ่งมีพื้นที่ทำนาหัวจีนถึง 5 ไร่ รายได้ในภาคการเกษตรเฉลี่ยต่อปี 126,827 บาท และรายได้นอกภาคการเกษตรเฉลี่ยต่อปี 313,460 บาท 2. สภาพและปัญหาด้านการผลิต ของเกษตรกรผู้ปลูกหัวจีน ส่วนใหญ่ เกษตรกรผู้ปลูกหัวจีนมีประสบการณ์ของการปลูกไม่เกิน 5 ปี เหตุผลการปลูกหัวจีน คือ มีกิจกรรมต่อเนื่อง เช่น การปลูกข้าว และจำหน่ายหัวจีน มีปริมาณพันธุ์หัวจีนที่ปลูกลงในแปลง 3-4 ถัง/ไร่ เหตุผลในการปลูกหัวจีนคือ มีผู้แนะนำ คัดเลือกตามสายพันธุ์ นายทุนเลือกให้ พันธุ์ปลูกได้มาจากการขยายพันธุ์และซื้อบางส่วน โดยจะปลูกหัวจีนในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน โดยใช้เครื่องจักรในการเตรียมดิน วิธีการเตรียมแปลงสำหรับปลูกคือการไถพรวนดิน แล้วปักดำต้นกล้า มีระยะห่างการปลูก 100 เซนติเมตร ใช้ปุ๋ยจากคลองชลประทาน ใช้ปุ๋ยเคมีร่วมกับปุ๋ยอินทรีย์ในการปลูกหัวจีน ศัตรูที่พบมากที่สุดคือ แมลง ใช้สารเคมีในการกำจัดแมลง/ศัตรู 4 ครั้งต่อเดือน หากเกิดอาการดื้อยาจะทำการเปลี่ยนสารเคมี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่เกิดจากการปลูกหัวจีนมากที่สุดคือ ค่าแรงงาน เก็บเกี่ยวเฉลี่ย 201,528 บาทต่อ 1 รอบการปลูก และมีรายได้จากการจำหน่ายหัวจีนเฉลี่ย 479,651 บาทต่อครัวเรือนต่อปี และจำหน่ายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง 3. สภาพและปัญหาการจัดการด้านการตลาดและสภาพปัญหาด้านการตลาดของเกษตรกรผู้ปลูกหัวจีน พบว่า ในช่วงเดือนกันยายนถึงเดือนธันวาคม เกษตรกรสามารถเก็บผลผลิตหัวจีนได้มากที่สุดประมาณ 3,497 ถัง/รอบการปลูก หัวจีนจะมีราคาสูงในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนสิงหาคม ประมาณ 214 บาท/ถัง แหล่งจำหน่ายผลผลิตหัวจีนมาจากพ่อค้า/แม่ค้าในตลาด โดยจำหน่ายทั้งเปลือก แบบขายส่ง เกษตรกรผู้ปลูกหัวจีนส่วนมากไม่มีการวางแผนการตลาดในการจำหน่ายผลผลิต และมีการกำหนดราคาโดยพ่อค้าคนกลาง ส่วนใหญ่เกษตรกรจะใช้วิธีการทดลองปลูกด้วยตนเอง และหากมีการจัดอบรมเกี่ยวกับการปลูกหัวจีน เกษตรกรส่วนมากต้องการที่จะมีความรู้จากการฝึกอบรมในด้านการเพิ่มผลผลิต

คำสำคัญ: หัวจีน สภาพ ปัญหา การผลิต การตลาด

Abstract

This research have purpose to study in some Conditions and problems of production and marketing of The Chinese water chestnut's farmers. The sample's groups are of 56 households of the Chinese water chestnut's farmers in Sriprachan district by questionnaires to collect data and analyze with Descriptive Statistics. Result of the research was found

1. Base of some Socio-economic in most of the Chinese water chestnut's farmers was graduated in primary school. In 4-5 household's member have 2 for agriculture and 1 for others. The main occupation is growing rice and second occupation is others farming and husbandry. Most of the farmers own their land at least 15 rai(s) and use most of land for growing rice that mean they have land for growing the Chinese water chestnut not more than 5 rai(s). Average per year of agriculture's income is 126,827 baht and average per year of others is 313,460 baht

2. Mostly of conditions and problems of production and marketing of The Chinese water chestnut's farmers is they have experience in growing the Chinese water chestnut not more than 5 years and reasons for make they turn to growing the Chinese water chestnut are its have continuously activities such as peeling the Chinese water chestnut and sale. Water chestnut varieties to grow in plant have 3-4 tank (15 kg.) per rai and reasons why they grow the water chestnut are Advisor, selected by varieties, selected by the entrepreneur, varieties for grow comes from propagation and buying. Cultivation begin on January to April use machine to prepare soil, The method is plowing and transplant in every 100 centimeter, Water comes from The Irrigation canal and fertilizer for apply they used both chemical and organic. Pest is the most problem; they used chemicals for eradicate by 4 times per month. In case of resist action they will change usually chemical to another chemical. Average of cost for growing the Chinese water chestnuts, the most are

cost for harvesting is around 201,528 baht per time and income from sale products to middleman is 479,651 baht per household

3. In period time of September to December, Farmer can harvest around 3,497 tank (15 kg.) per time and the Chinese water chestnuts have highest price in May to August is around 214 baht per tank (15 kg.) by sale both sale and wholesale. Most of the Chinese water chestnut's farmers have no plan for sale they products and price is determined by middleman. For planting most of farmers have to test by them and for training most of them wanted to have train in how to increase products.

Keywords: Conditions, Problems, Production, Marketing, Chinese water chestnut

1. บทนำ

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นดินแดนอยู่ลุ่มน้ำ มีท้องทุ่งนาที่สวยงาม ห้วย หนอง คลอง บึง และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีการทำไร่ไถนาอย่างหนึ่งในประเทศไทย เป็นพื้นที่เดียวในประเทศไทยที่สามารถปลูกหัวได้ผลดีที่สุด มีการทำประมงน้ำจืด การทำอาชีพปศุสัตว์ ซึ่งส่งผลให้จังหวัดสุพรรณบุรีมีความโดดเด่นและมีความรุ่งเรืองทางด้านเกษตรกรรมเป็นที่เลื่องลือไปไกล

หัวจิ้นเป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจท้องถิ่นที่สำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี และเป็นพืชที่ปลูกแล้วได้ผลผลิตดีเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย ที่สำคัญยังสามารถปลูกได้เฉพาะบางตำบลของอำเภอกศรีประจันต์ และอำเภอมืองสุพรรณบุรีเท่านั้น ทั้งนี้เพราะหัวจิ้นเป็นพืชที่เจริญเติบโตได้ดีในดินชุดสระบุรีไฮเพด ดินชุดนี้มีลักษณะพิเศษคือ จะมีลักษณะคล้ายชั้นดินดาน ลึกประมาณ 50 – 70 เซนติเมตร ซึ่งเป็นประโยชน์ในการปลูกหัวจิ้นเป็นอย่างมาก เพราะเมื่อหัวจิ้นลงหัว หัวของหัวจิ้นจะไปกองหรือแผ่ขยายในบริเวณชั้นดินดาน ทำให้สะดวกในการเก็บเกี่ยว แต่ถ้าเป็นดินชุดอื่น จะทำให้หัวจิ้นเจริญ ลงไปเรื่อย ๆ ทำให้ยากต่อการเก็บเกี่ยวและบางครั้งก็ไม่มีอมลงหัว จากข้อมูล ปี 2552 จังหวัดสุพรรณบุรี มีเนื้อที่เพาะปลูกหัวจิ้นทั้งสิ้นประมาณ 2,635 ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยว 1,993 ไร่ ให้ผลผลิตรวมประมาณ 8,237 ตัน มีผลผลิตเฉลี่ย 4,133 กิโลกรัมต่อไร่ [1] แต่ในภาวะการปัจจุบันที่ราคาข้าวขึ้นต้นละหมื่นกว่าบาท จึงสร้างความลี้เลให้กับเกษตรกร "นาหัว" ไม่น้อยไปกว่าเกษตรกรสาขาอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นชาวสวนผลไม้ที่ไม่ได้มีการโค่นสวนผลไม้ลงปรับพื้นที่เป็นนา เพื่อปลูกข้าวรับข้าวราคาแพง เกษตรกรที่ทำนาหัวเองก็มีแนวโน้มจะเปลี่ยนนาหัวเป็นนาข้าวด้วยเช่นกัน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลผลิตหัวที่ได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดในอนาคต ทำให้ตลาดเดิมอาจต้องเปลี่ยนไปสั่งซื้อหัวจากจังหวัดข้างเคียง ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่ควรจะศึกษาเพื่อทราบถึงการจัดการผลผลิตหัวให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาดในสถานการณ์ที่ราคาข้าวยังสูงอยู่เช่นนี้ ซึ่งจะประโยชน์ต่อเกษตรกรในการวางแผนดำเนินการผลิตและการตลาดต่อไปในอนาคต รวมทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจทำธุรกิจเกี่ยวกับหัวอีกด้วย

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาสภาพเศรษฐกิจและสังคมบางประการของเกษตรกรผู้ปลูกหัวจิ้น

2.2 เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการผลิต ของเกษตรกรผู้ปลูกหัวจิ้น

2.3 เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการตลาด ของเกษตรกรผู้ปลูกหัวจิ้น

3. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดปัจจัยในการจัดการ หรือสิ่งจำเป็นในการจัดการมีอยู่ 6 ประการ หรือเรียกสั้น ๆ ว่า 6 M's ประกอบด้วย [2]

1) บุคลากร (Man) เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญมากที่สุด เพราะบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการปัจจัยอื่น เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ คือ เป้าหมายขององค์การ

2) เงิน (Money) เป็นปัจจัยหลักหรือปัจจัยกลางที่จะบันดลให้เกิดการจัดซื้อสิ่งของ วัสดุ ที่ดิน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานขององค์การในรูปแบบต่าง ๆ

3) วัสดุ (Material) เป็นปัจจัยที่ต้องนำไปป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต เพื่อให้ได้มาซึ่งคุณภาพของผลิตภัณฑ์

4) วิธีการ (Method) เป็นวิธีการปฏิบัติงานเป็นขั้นตอนในการทำงานเพื่อเปลี่ยนสภาพของวัสดุ ให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการ

5) เครื่องจักรกล (Machine) เป็นเครื่องมืออุปกรณ์ ใช้สำหรับผลิตสินค้าหรือบริการแก่ลูกค้า

6) การตลาด (Marketing) เป็นการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ เพื่อผลกำไรและความอยู่รอดขององค์การ

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการด้านการตลาดซึ่งเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่ [3]

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้า (Goods) และบริการ (Services) ที่บริษัทได้นำเสนอขายแก่กลุ่มเป้าหมาย (ผู้บริโภค) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย คุณภาพ การออกแบบ ลักษณะตราสินค้า การบรรจุภัณฑ์ และการบริการ เป็นต้น

2) ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ใช้ในการแลกเปลี่ยน เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ราคายังแสดงถึงคุณค่าโดยรวมที่ผู้บริโภคยอมรับและยอมจ่ายเงินเพื่อแลกเปลี่ยนประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้น

3) การจัดจำหน่าย (Place/Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบัน และกิจกรรมที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาดหรือสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี ให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อแจ้งข่าวสาร จูงใจ เกี่ยวกับสินค้าและบริการขององค์กร

4. วิธีการดำเนินงาน

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จากเกษตรกรผู้ปลูกหัวจิ้น ในอำเภอกศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ประชากรทั้งหมด จำนวน 96 ครัวเรือน ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 56

ครัวเรือน (คิดเป็นร้อยละ 58.33 ของประชากรทั้งหมด) เป็นการสูมตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักการน่าจะเป็น เลือกการสูมแบบลูกโซ่ ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ววิเคราะห์เนื้อหา

5. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

5.1 สภาพด้านเศรษฐกิจและสังคมบางประการของเกษตรกรผู้ปลูกหัวจิ้น

พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ขณะที่ระดับการศึกษา ต่ำกว่า ประถมศึกษาปีที่ 6 มีอาชีพทำนาข้าวเป็นอาชีพหลัก ทำนาหัว ทำสวนและเลี้ยงสัตว์เป็นอาชีพรอง มีสมาชิกในครัวเรือน 4 – 5 คน เกษตรกรมีที่ดินเป็นของตนเอง จำนวน 15 ไร่ขึ้นไป โดยใช้เป็นพื้นที่ทำนาหัว 5 ไร่ มีเช่าที่ดินเพิ่มบางส่วน

เมื่อพิจารณาในส่วนของการรายได้ในภาคการเกษตรต่อครัวเรือน พบว่ามีเกษตรกรมีรายได้เฉลี่ย 126,827 บาทต่อปี ขณะที่รายได้นอกภาคการเกษตรต่อครัวเรือน พบว่าเกษตรกรมีรายได้เฉลี่ย 313,460 บาทต่อปี

5.2 สภาพและปัญหาการผลิต

สภาพการผลิต พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกหัวจิ้นทำการผลิต 2 ลักษณะดังนี้

สภาพการผลิต ภาคการเกษตร

1) การปลูก

- การตัดสินใจปลูก พบว่าเหตุผลที่ตัดสินใจปลูก เพราะเป็นรายได้เสริม ราคาข้าวถูกลง และมีกิจกรรมต่อเนื่อง (จากปลูกหัวขายหัว ก็ขายเป็นหัวปลูกหัวเอง ซึ่งเรียกว่ากลยุทธ์ขยายธุรกิจแบบขยายตัวไปข้างหน้า (Backward Integration))

- การคัดเลือกพันธุ์ เกษตรกรจะเลือกหัวที่สมบูรณ์ ขนาดพันธุ์สม่ำเสมอ ไม่มีโรคติด และแหล่งพันธุ์ ได้จากผลผลิตของตนเอง พ่อค้าขายปุ๋ย และเพื่อนบ้าน

- การเพาะกล้า เกษตรกรจะเพาะกล้า ในแปลงเพาะก่อน ใช้เวลาประมาณ 3 – 4 สัปดาห์ ช่วงเดือนมกราคม - เตรียมดิน เกษตรกรใช้รถไถพรวนดิน ฉีดยากำจัดวัชพืช ตากดิน 1 สัปดาห์ ให้น้ำหล่อใส่แปลงนา

- ลงแปลง เกษตรกรใช้วิธีปักดำ เหมือนนาข้าว แต่ระยะห่าง 1 เมตร

- การให้น้ำ เกษตรกรจะให้น้ำหล่อในนาตลอดเวลา ไม่ให้น้ำขาดโดยสังเกตตามความสูงของหัวจิ้น จนถึงกรรมแล้วเสร็จ โดยใช้จากคลองชลประทาน คลองธรรมชาติและจากแม่น้ำ จะไม่ใช้น้ำบาดาล

2) การบำรุง

- การใส่ปุ๋ย เกษตรกรจะนิยมใช้ปุ๋ยเคมี โดยแบ่งเป็น 2 ช่วง คือช่วงที่หัวกำลังแตกกอ และช่วงลงหัว จะใส่ประมาณ 3 ครั้ง ห่างกัน 15-20 วัน

- การป้องกันและกำจัดวัชพืช หลังจากปักดำแล้ว 1 สัปดาห์ เกษตรกรจะพ่นยาคุมหญ้า ประมาณ 3 ครั้ง ห่างกัน 15-20 วัน ถ้าไม่พ่นก็ใช้วิธีถอนหญ้า

- โรคและแมลงศัตรูหัวจิ้น ที่เกษตรกรพบคือ เพลี้ยกระโดด หนอนกอ หอยเชอรี่ เป็นต้น แล้วใช้วิธีการฉีดยาฆ่าแมลงทุก ๆ 7 วัน จนถึงการเก็บเกี่ยว

3) การเก็บเกี่ยว

- กรรมแล้ว เกษตรกรจะจ้างแรงงานมหัวจิ้นละ 50 บาท หรือ 15 กิโลกรัม 50 บาท

- การเก็บรักษา เกษตรกรจะเก็บหัวไว้ในแปลงนาเหมือนเดิม แต่ต้องหล่อน้ำไว้ตลอดเวลา เก็บรักษาเพื่อรอกรรมแล้ว

สภาพการผลิต ภาคอุตสาหกรรม

พบว่าเกษตรกร จะทำการปลูกหัวจิ้นเองหลังจากมขึ้นจากนา เป็นผลผลิตหัวจิ้นก่อนจำหน่าย เพื่อเพิ่มราคาอีก กิโลกรัมละ 5 บาท และเริ่มมีบางราย ผลิตเป็นหัวจิ้นในน้ำเชื่อมเอง ซึ่งเป็นกลยุทธ์การขยายธุรกิจแบบขยายไปข้างหน้า (Forward Integration)

ปัญหาการผลิต

จากการศึกษาสภาพการผลิต ผู้วิจัยได้นำ 5'M สรุปปัญหาการผลิตดังนี้

1) บุคลากร (Man) แรงงาน มหัวจิ้นยากเนื่องจากแรงงานส่วนมากไปทำงานโรงงานในต่างจังหวัดมากขึ้น

2) เงิน (Money) ราคาน้ำมันสูงขึ้น ซึ่งต้องใช้ใส่เครื่องวิดน้ำ ฉีดยา ใส่ปุ๋ย และรถไถเตรียมดิน ถือเป็นต้นทุนที่สำคัญ

3) วัสดุ (Material) ขาดแคลนแหล่งน้ำ คือต้องรอให้ชลประทานปล่อยน้ำ แต่หัวจิ้นต้องใช้น้ำหล่อในแปลงนาตลอดเวลา

4) วัสดุ (Material) ศัตรูพืชระบาด และดื้อยา เช่น เพลี้ยกระโดดที่มีจำนวนมาก ทำลายทั้งข้าวและหัว เกษตรกรแก้ไขโดยเพิ่มตัวยาและเปลี่ยนชนิดยาฆ่าแมลง ประกอบกับราคาสูงขึ้น

5) วิธีการ (Method) เกษตรกรขาดความรู้ในการทำนาหัวจิ้นที่ถูกต้อง ซึ่งเกษตรกรจะทำการทดลองกันเอง และเลือกเปลี่ยนประสบการณ์จากเพื่อนบ้าน

6) เครื่องจักรกล (Machine) เครื่องฉีดยา ขาดแล้วเกษตรกรไม่ทราบ เนื่องจากจ้างคนฉีดแล้วเครื่องฉีดยาเป็นของเกษตรกร

5.3 สภาพและปัญหาด้านการตลาด

สภาพการตลาด

จากการศึกษาสภาพการตลาด ผู้วิจัยนำส่วนประสมทางการตลาด 4'P สรุปสภาพการตลาดดังนี้

พบว่าผลผลิตที่เกษตรกรผู้ปลูกหัวจิ้นเก็บได้ในช่วงเดือนกันยายนถึงเดือนธันวาคม เกษตรกรจำหน่ายผลผลิต (Product) เป็นหัวจิ้น และหัวจิ้นเปลือก ราคา (Price) เกษตรกรไม่ได้เป็นผู้กำหนดราคาซื้อ ผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดราคาซื้อเอง ช่องทางการจำหน่าย (Place) โดยหัวจิ้นจำหน่ายให้โรงงานผลไม้กระป๋อง ส่วนหัวจิ้นเปลือกจำหน่ายให้แก่ พ่อค้าปลีก พ่อค้าคนกลาง และโรงงานผลไม้ต่างจังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครปฐม จังหวัดอ่างทอง และจังหวัดนครสวรรค์ เป็นต้น การส่งเสริมการขาย (Promotion) ไม่มี

ปัญหาการตลาด

พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกหัวจิ้น ไม่ได้เป็นผู้กำหนดราคาขาย ยังไม่มีการรวมกลุ่มจำหน่ายผลผลิต และไม่มีการวางแผนการตลาด

6. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงขอสรุปข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

6.1 ข้อเสนอแนะด้านการผลิต

1). ควรมีการคิดค้นเครื่องมือในการเก็บเกี่ยวผลผลิต เพื่อความสะดวก รวดเร็วและลดต้นทุนด้านแรงงานเก็บเกี่ยว

2) ควรมีการตรวจสอบสารอาหารในดินก่อนใส่ปุ๋ย เพื่อลดปริมาณสารตกค้างในดินและลดต้นทุนค่าปุ๋ย

3) ควรมีการค้นคว้าเกี่ยวกับพันธุ์หัวเงิน เพื่อให้ได้ผลผลิตต่อไร่มากยิ่งขึ้น โดยหัวที่ได้ต้องมีขนาดใหญ่และให้ได้คุณภาพดีกว่าที่เป็นอยู่

6.2 ข้อเสนอแนะด้านการตลาด

1) เกษตรกรควรติดตามความเคลื่อนไหวราคาหัวเงิน เพื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตจำหน่ายในช่วงที่ราคาสูง

2) เกษตรกรควรมีการรวมกลุ่มกัน เพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับพ่อค้าซื้อหัวเงิน

6.3 ข้อเสนอแนะด้านการวิจัย

1) รัฐบาลหรือภาคเอกชนสามารถนำผลการวิจัยไปประกอบการพิจารณาเพื่อช่วยเหลือด้านการให้ความรู้ สำหรับเกษตรกรผู้ปลูกหัวเงิน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์กับภาครัฐหรือภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุน เช่น เกษตรอำเภอ ให้ความรู้ด้านการผลิต พาณิชย์จังหวัด ให้ความรู้ด้านการตลาด ตลอดจนด้านบัญชี ต้นทุน และสถาบันการศึกษาในพื้นที่ คิดค้นเครื่องมือเก็บเกี่ยวและความรู้การจัดการ

2) วิธีการดำเนินการวิจัยสามารถนำไปปรับใช้กับผลผลิตทางการเกษตรอื่น ๆ

3) ผลการวิจัยสามารถนำไปต่อยอดในส่วนของ การนำไปทำการวิจัยเชิงทดลอง เพื่อศึกษาผลการศึกษาในครั้งนี้ สามารถพัฒนาผลผลิตให้กับเกษตรกรได้ไม่น้อยเพียงใด

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

8. เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี. (2552). ค้นหาเมื่อ ธันวาคม 2553, จาก <http://www.suphanburi.doe.go.th>
- [2] สุวิมล ตั้งประเสริฐ. (2542). เอกสารประกอบการสอน รายวิชา องค์การและการจัดการ โปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ. นครราชสีมา: สถาบันราชภัฏนครราชสีมา.
- [3] คณาจารย์สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. (2553). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ทริบเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.