

การศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในจังหวัดนครราชสีมา

The Study of Production and Marketing Potential of Sugar Apple In NakhonRatchasima Province

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เอกรัตน์ เอกศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Asst. Prof. Ekkarat Ekkasart

Assistant Professor of Business Administration Program in Finance and Banking
Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University
E-Mail: nrru.fms@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการนำเสนอการศึกษาเรื่องน้อยหน่าในด้านสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดในระดับต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในด้านการผลิตและการตลาดศักยภาพการผลิตและการตลาด และแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาด้วยกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยมีพื้นที่เป้าหมาย คืออำเภopakchong จังหวัดนครราชสีมาผลการศึกษา พบว่าพื้นที่เพาะปลูกน้อยหน่าในจังหวัดนครราชสีมา ร้อยละ 96.45 อยู่ที่อำเภopakchong โดยการผลิตน้อยหน่ามีความเชื่อมโยงในระดับต้นน้ำกับเจ้าของที่ดินผู้จำหน่ายพันธุ์น้อยหน่า ปุ๋ยและยาปราบศัตรูพืช วัสดุและอุปกรณ์ทางการเกษตร และเกษตรกรผู้ปลูกน้อยหน่า และระดับกลางน้ำกับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งมีช่องทางการตลาด จำนวน 6 ช่องทาง คือพ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าขายส่งในกรุงเทพฯ พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด นายหน้าหรือตัวแทน พ่อค้าขายปลีก และพ่อค้าส่งออกและระดับปลายน้ำกับตลาดรับซื้อน้อยหน่า จำนวน 3 ระดับคือท้องถิ่น จังหวัด และประเทศ ทั้งนี้มีน้อยหน่ามีจุดแข็งและโอกาสหลายประการที่เอื้อต่อการพัฒนาการผลิตและการตลาดน้อยหน่า ซึ่งโดยภาพรวมการผลิตและการตลาดน้อยหน่ามีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: ศักยภาพ, น้อยหน่า, การผลิต, การตลาด

Abstract

The article had presented towards the study of sugar apple of production and marketing aspects together with the relation between the production and marketing processes from the upstream, mid stream to low stream level. Moreover, the study of strengths weaknesses opportunities and threats, Production and Marketing Potential and Guidelines for the development production and marketing had also been explored by using the participatory action research (par) processes. Pakchong, NakhonRatchasima province was assigned as the target area and the results were found as follows; the area in Pakchong contributed to sugar apple cultivation was 96.45%. The production of sugar apple showed particular relation in upstream level between the landlord, sugar apple's species distributors, pesticide and fertilizer distributors, planting tools and sugar apple's farmers. In the mid stream level, it was showed that there was relation between the middlemen who own

6 marketing channels; local vendors, Bangkok's wholesalers, another province's wholesalers, middlemen and export vendors. In the low stream level, the relation occurred between the market in 3 levels; local, provincial and national. Sugar apple possessed many strengths and opportunities which allowed the development in terms of production and marketing aspects. In general, sugar apple's production and marketing aspects was in the highest level

Keywords: Potential, Sugar Apple, Production, Marketing

บทนำ

จังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในสาขาเกษตรกรรม ซึ่งส่วนใหญ่จะคุ้นเคยกันดีกับพืชเศรษฐกิจหลัก 4 ชนิด คือข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และอ้อยโรงงาน ซึ่งเป็นพืชไร่ แต่ถ้าจะกล่าวถึงพืชเศรษฐกิจประเภทพืชสวนที่มีความสำคัญต่อจังหวัดนครราชสีมารวมถึงประเทศไทย จะขาดพืชเศรษฐกิจที่มีชื่อว่า “น้อยหน่า” ไม่ได้ ทั้งนี้ น้อยหน่าถือว่าเป็นไม้ผลที่มีความสำคัญอันดับที่ 1 ของจังหวัดนครราชสีมา(เอกรัตน์ เอกศาสตร์, 2555) นอกจากนี้ยังเป็นจังหวัดที่มีความเหมาะสมเชิงธุรกิจและพื้นที่ เพราะมีพื้นที่ขนาดใหญ่ และสภาพพื้นที่เหมาะสมต่อการเพาะปลูกน้อยหน่า โดยปลูกกันมากที่สุดในพื้นที่อำเภอปากช่อง ซึ่งก่อให้เกิดรายได้จากการสร้างงานในการผลิตน้อยหน่า ทั้งด้านการเพาะต้นพันธุ์ การเพาะปลูก การป้องกันและกำจัดวัชพืช การรับจ้างเก็บน้อยหน่า และการขนส่ง อันเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับฐานราก หรือระดับครัวเรือนที่สำคัญ

อย่างไรก็ตาม เกษตรกรผู้ปลูกน้อยหน่ายังประสบปัญหาต่างๆในการผลิต และการตลาดน้อยหน่าหลายประการ และยังไม่สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดน้อยหน่าได้ ซึ่งหากเกษตรกรได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เกิดการจัดจัดการการผลิตและการตลาดสินค้าในระดับชุมชนที่เหมาะสมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นประกอบกับการได้รับความรู้ที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ จะทำให้เกษตรกรมีศักยภาพในการเพาะปลูกน้อยหน่ามากขึ้นทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ มิฉะนั้นแล้วจังหวัดนครราชสีมาจะสูญเสียโอกาสของการเป็นพื้นที่หลักในการปลูกน้อยหน่าของประเทศ เนื่องจากเกษตรกรบางส่วนหันไปปลูกไม้ผลชนิดอื่นทดแทน

ดังนั้น การดำเนินการวิจัยครั้งนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อให้เกษตรกรได้เรียนรู้ถึงสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาด การเชื่อมโยงการผลิตและการตลาด ซึ่งจะสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค อันนำไปสู่การวิเคราะห์ศักยภาพการผลิตและการตลาด ตลอดจนแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดของน้อยหน่าได้อย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งยังทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การผลิตและตลาดน้อยหน่า ร่วมกับภาคีที่เกี่ยวข้องผ่านระบบการวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ซึ่งมีการประสานงานการปฏิบัติงานร่วมกัน และการพัฒนาการสู่การปฏิบัติจริงกับชุมชน จึงทำให้เกษตรกรสามารถพัฒนาการผลิตและตลาดน้อยหน่าได้ อันส่งผลให้ชาวบ้านมีรายได้เพื่อใช้จ่ายมากขึ้น หรือมีหนี้สินลดลง ทำให้คุณภาพชีวิตของเกษตรกรดีขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ
3. เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา
4. เพื่อศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา
5. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในเรื่องการศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในจังหวัดนครราชสีมาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 เรื่อง ดังนี้

1. ด้านการผลิต พบว่า นักวิจัยได้นำทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ด้านการผลิตทางการเกษตรเข้ามาใช้ในการอธิบาย โดยแบ่งการผลิตออกเป็น 3 ประเด็น คือ ด้านปัจจัยการผลิต ได้แก่ เจ้าของที่ดินหรือนายทุน พันธุ์น้อยหน่า ผู้จำหน่ายปุ๋ยและยาปราบศัตรูพืช ผู้จำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์ทางการเกษตร ผู้ประกอบการซ่อมแซมเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต และเกษตรกรผู้ปลูกน้อยหน่า ด้านกระบวนการผลิต ได้แก่ สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม การเตรียมการเพาะปลูก การเตรียมหลุมปลูก การให้ปุ๋ย การให้น้ำ การตัดแต่งกิ่ง และการออกดอกติดผล และด้านผลผลิตน้อยหน่า เช่น เกรดของน้อยหน่า เป็นต้น

2. ด้านการตลาด พบว่ามีทฤษฎีด้านการตลาดในหลายตำราซึ่งเขียนไว้โดยนักการตลาดโดยเฉพาะชาวอเมริกัน เช่น Kotler (2003), McCarthy (1960), Armstrong and Kotler, (2007), Assael (1998) และคณะ และธนชัย ตันตระกูล, (2556) โดยนักวิจัยได้นำทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ด้านการตลาดทางการเกษตรเข้ามาใช้ในการอธิบายได้แก่คนกลางในการรับซื้อ ผู้รับซื้อระดับต่าง ๆ ทั้งในส่วนระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด และระดับประเทศ และตลาดรับซื้อน้อยหน่า เป็นต้น นอกจากนี้ ยังได้กล่าวถึงลักษณะของการจำหน่ายผลผลิต เช่น ราคา การกำหนดราคา และการชำระเงิน รวมถึงการเก็บรักษาผลผลิตด้วย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างนักวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา กับภาคในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา โดยกระบวนการมีส่วนร่วมมีทั้งในส่วนของ การร่วมคิด ร่วมวิเคราะห์ และร่วมสังเคราะห์ข้อมูล ร่วมกับนักวิจัยตั้งแต่ขั้นตอนเริ่มต้นของการวิจัยจนถึงสิ้นสุดการวิจัย ซึ่งมีจำนวน 9 ขั้นตอน ดังนี้

1. การสำรวจภาคสนามเพื่อรวบรวมข้อมูล

ปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ นักวิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม จำนวน 4 ครั้ง ณ พื้นที่ตำบลปากช่อง ตำบลหนองสาหร่าย และตำบลกลางดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาข้อมูลปฐมภูมิด้านการผลิตและการตลาดน้อยหน่าจากพื้นที่ในเบื้องต้น และการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับน้อยหน่าจากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน

2. การประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจวัตถุประสงค์การทำงานร่วมกัน นักวิจัยได้จัดประชุมจำนวน 1 ครั้ง เพื่อหารือแนวทางการดำเนินโครงการวิจัยร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา คือสำนักงานเกษตรอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ภาคเอกชน ผู้นำชุมชนกลุ่มเกษตรกร และองค์กรอิสระ โดยดำเนินการจัดเวที ณ สำนักงานเกษตรอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

3. การลงพื้นที่เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยกระบวนการแบบมีส่วนร่วม นักวิจัยลงพื้นที่ร่วมกับภาคีเพื่อสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ทำการเพาะปลูกน้อยหน่า ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาข้อมูลการผลิตและการตลาดน้อยหน่าโดยทำการลงพื้นที่ จำนวน 6 ครั้ง ณ พื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

4. การลงพื้นที่จัดทำระบบฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดน้อยหน่า นักวิจัยลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ทำการเพาะปลูกน้อยหน่าในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาโดยทำการลงพื้นที่ จำนวน 1 ครั้ง ณ สำนักงานเกษตรอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

5. การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อเชื่อมโยงการผลิตและตลาดน้อยหน่าทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ นักวิจัยดำเนินการจัดเวทีร่วมกับบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งคนในและนอกพื้นที่ โดยดำเนินการจัดเวที จำนวน 1 ครั้ง เพื่อศึกษาการเชื่อมโยงการผลิตและตลาดน้อยหน่า ณ ห้องประชุมสำนักงานเกษตรอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

6. การจัดเวทีเพื่อวิเคราะห์ SWOT ทั้งด้านการผลิตและตลาด นักวิจัยดำเนินการจัดเวที จำนวน 1 ครั้ง ณ พื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อ

ค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการผลิต และการตลาดน้อยหน้าในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัด นครราชสีมา

7. การลงพื้นที่เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและ ค้นหาแนวทางการพัฒนา นักวิจัยได้ดำเนินการลงพื้นที่ ไปยังภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 8 ครั้ง โดย ลงพื้นที่ในระดับตำบลของอำเภอปากช่อง จังหวัด นครราชสีมา เพื่อศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาด น้อยหน้า รวมทั้งร่วมกันจัดทำแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดน้อยหน้าของจังหวัดนครราชสีมา

8. การจัดเวทีเพื่อถอดบทเรียน นักวิจัยได้ จัดเวทีร่วมกับเกษตรกรผู้ปลูกน้อยหน้าและภาคีในพื้นที่ จำนวน 1 ครั้ง ณ พื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัด นครราชสีมาเพื่อให้ชุมชนร่วมกันตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูล ตลอดจนแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ทั้งด้านการผลิตและการตลาด ที่เกี่ยวข้องกันกับน้อยหน้าและความเป็นไปได้ในการ ดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาการผลิตและการ ตลาด จากนั้นจึงดำเนินการสรุปผลข้อมูลทั้งหมดจาก การดำเนินโครงการวิจัย

9. การจัดเวทีคืนข้อมูลสู่ชุมชน นักวิจัยได้ จัดเวทีร่วมกับเกษตรกรผู้ปลูกน้อยหน้า และภาคีในพื้นที่ จำนวน 1 ครั้ง ณ พื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัด นครราชสีมา เพื่อนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูล

ได้ทั้งหมด รวมทั้งข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ และ สังเคราะห์ผลเรียบร้อยแล้วคืนข้อมูลไปสู่ภาคีในพื้นที่ ในรูปของการบรรยายและจัดทำเอกสารเผยแพร่

สำหรับระเบียบวิธีการวิจัย สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือครัวเรือนของเกษตรกรผู้เพาะ ปลูกน้อยหน้าในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 1,199 ครัวเรือนด้านการคำนวณหาขนาด ตัวอย่าง (n) ได้คำนวณขนาดตัวอย่างตามหลักเกณฑ์ ของ Taro Yamane (บุญใจ ศรีสถิตนรากร, 2550; อรรถพร ไชยมาตย์, 2555; วลภา ดีโรจนเดช, 2557) โดยกำหนดให้ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ ยอมรับให้เกิดขึ้นคือ ร้อยละ 5 จากสูตรคือ $N = \frac{N}{1+Ne^2}$ เมื่อ n หมายถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่าง N หมายถึง ขนาด ของประชากรทั้งหมด และ e หมายถึง ความคลาด เคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (0.05) ทำให้ได้ขนาด ตัวอย่าง จำนวน 300 ครัวเรือนสำหรับวิธีการสุ่ม ตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น โดยแบ่งตามจำนวน ครัวเรือนที่เพาะปลูกน้อยหน้าเพื่อการพาณิชย์ในแต่ละ อำเภอ ดังตารางที่ 1

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างเมื่อจำแนกตามจำนวนครัวเรือนในการเพาะปลูกน้อยหน้าของแต่ละ อำเภอ

ชื่อตำบล	จำนวนประชากร(ครัวเรือน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ครัวเรือน)
โป่งตาลอง	4	1
หนองสาหร่าย	88	22
คลองม่วง	148	37
กลางดง	500	125
ชนงพระ	24	6
วังไทร	91	23
หมูสี	74	18
ปากช่อง	270	68
รวม	1,199	300

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีจำนวน 3 ประเภท ดังนี้

2.1 แบบบันทึกเป็นการออกแบบหัวข้อ สำหรับการจดบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อนำแบบบันทึกมาใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 และข้อที่ 2

2.2 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างโดยใช้คำสำคัญ (Keywords) เป็นเครื่องชี้นำในการตั้งคำถามซึ่ง หัวข้อคำถามสามารถปรับเปลี่ยนไปได้เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเครื่องมือนี้ได้นำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 ถึงข้อที่ 5

2.3 แบบประเมินผลด้วยการใช้ข้อความ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลศักยภาพด้านการผลิตและการตลาดโดยลักษณะคำถามเป็นแบบ ประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับโดย กำหนดให้ 1 หมายถึง ศักยภาพต่ำที่สุด 2 หมายถึง ศักยภาพต่ำ 3 หมายถึง ศักยภาพปานกลาง 4 หมายถึง ศักยภาพสูง และ 5 หมายถึง ศักยภาพสูงที่สุด จากนั้นจึงวิเคราะห์ค่าออกมาในรูปของสถิติ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลความหมายของ ค่าที่ได้ประกอบคำบรรยายโดยเครื่องมือดังกล่าวได้ใช้ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ของการวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งได้จำนวน 6 รูปแบบ อธิบายได้ดังต่อไปนี้

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิด้านลักษณะทั่วไปของพื้นที่ ซึ่งได้นำแบบบันทึกข้อมูลเข้ามามีใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัด อำเภอก และตำบล อาทิ ที่ตั้ง พื้นที่ และอาณาเขต เขตการปกครอง ลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะภูมิอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการใช้ประโยชน์ของพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เป็นต้นสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจะเก็บข้อมูลทั้งในรูปแบบข้อความ รูปภาพ และตารางตัวเลข

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิด้านการผลิตและการตลาดน้อยหน้า เป็นการนำแบบบันทึกข้อมูลเข้ามามีใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการผลิตและการตลาด

น้อยหน้าในระดับจังหวัด อำเภอ และตำบล กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด นครราชสีมา สำนักงานเกษตรอำเภอปากช่อง จังหวัด นครราชสีมา โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เช่น พื้นที่เพาะปลูก ขนาดของพื้นที่เพาะปลูก และจำนวน ครัวเรือนในการเพาะปลูก สำหรับการเก็บรวบรวม ข้อมูลจะเก็บทั้งในรูปแบบข้อความ รูปภาพ และตาราง ตัวเลข

3.3 ข้อมูลปฐมภูมิด้านการผลิตและการตลาดน้อยหน้า และการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาเป็นการนำแบบ สัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างมาใช้ในการรวบรวมข้อมูลกับ กลุ่มตัวอย่างโดยข้อมูลด้านการผลิตน้อยหน้า เช่น พันธุ์ ที่ใช้ในการเพาะปลูก การขยายพันธุ์ สภาพแวดล้อม ที่เหมาะสม ช่วงระยะเวลาสำหรับการเพาะปลูก การเตรียมดิน ระยะปลูกวิธีปลูก การให้ปุ๋ย การให้น้ำ สุขลักษณะและความสะอาด ศัตรูพืชและการป้องกัน แมลงศัตรูและการป้องกัน โรคและการป้องกันโรค การตัดแต่งกิ่ง การออกดอกติดผล การเก็บเกี่ยวผล การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว และต้นทุนการผลิต เป็นต้น และข้อมูลด้านการตลาดน้อยหน้า ได้แก่ช่องทางการตลาด สถานที่รับซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อประเภท ของการซื้อการกำหนดราคารูปแบบการชำระเงินรูปแบบการส่งเสริมการขายและการจัดเกณต์น้อยหน้า เป็นต้น ตลอดจนการเชื่อมโยงด้านการผลิตและการตลาดตั้งแต่ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

3.4 ข้อมูลปฐมภูมิด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคการผลิต และการตลาดน้อยหน้า ในจังหวัดนครราชสีมาโดยการใช้แบบสัมภาษณ์กึ่ง โครงสร้างสอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเรื่อง ปัจจัยบวกและปัจจัยลบของสภาพแวดล้อมภายในและ ภายนอกของการผลิตและการตลาดน้อยหน้า

3.5 ข้อมูลปฐมภูมิด้านศักยภาพการผลิต และการตลาดน้อยหน้าในจังหวัดนครราชสีมาโดยการใช้แบบประเมินผลในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่าง โดยการประเมินศักยภาพด้านการผลิต แบ่ง เป็น 3 ด้าน คือด้านปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิต และผลผลิต ขณะที่การประเมินศักยภาพด้านการตลาด แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ แหล่งรับซื้อผลผลิตลักษณะการ

จำหน่ายผลผลิต และการเก็บรักษาผลผลิต

3.6 ข้อมูลปฐมภูมิด้านแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในจังหวัดนครราชสีมาด้วยการใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสอบถามข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างถึงด้านแนวทางการพัฒนาการผลิต และการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

4.1 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลพฤติกรรมที่เก็บรวบรวมได้จากแบบบันทึกข้อมูล และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย จำนวน 4 ข้อ คือ สภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา และแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

4.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมได้จากแบบประเมินผลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย จำนวน 1 ข้อ คือ ศักยภาพการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาซึ่งได้ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ โดยมีหลักเกณฑ์ในการประเมินผล (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 100) ดังนี้

- ศักยภาพมากที่สุด
มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.20-5.00 คะแนน
- ศักยภาพมาก
มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.40-4.19 คะแนน
- ศักยภาพปานกลาง
มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.60-3.39 คะแนน
- ศักยภาพน้อย
มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.80-2.59 คะแนน
- ศักยภาพน้อยที่สุด
มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.79 คะแนน

สรุปผลการวิจัย

ผลของการวิจัยเรื่องการศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในจังหวัดนครราชสีมา สามารถแบ่งการพิจารณาออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพทั่วไปของการผลิตและการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

การผลิตน้อยหน่าเพื่อการพาณิชย์ของจังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่เพาะปลูก จำนวน 33,311 ไร่ โดยอำเภอที่มีพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุด คืออำเภอปากช่อง จำนวน 32,128 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 96.45 พื้นที่อีกส่วนหนึ่ง จำนวน 982 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 2.95 ปลูกในพื้นที่อำเภอบัวใหญ่ วังน้ำเขียว เมืองนครราชสีมา สูงเนิน เฉลิมพระเกียรติ และโนนแดง และที่เหลืออีกเพียง 201 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.60 ปลูกในพื้นที่อื่นๆ ของจังหวัดนครราชสีมา

เมื่อพิจารณาการผลิตน้อยหน่าในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่ามีพื้นที่เพาะปลูกน้อยหน่า จำนวน 32,128 ไร่ โดยส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ตำบลกลางดง ร้อยละ 45.75 รองลงมา คือ ตำบลปากช่อง ร้อยละ 23.85 ตำบลคลองม่วง ร้อยละ 9.72 ตำบลวังไทร ร้อยละ 9.38 และตำบลหนองสาหร่าย ร้อยละ 7.23 ด้านขนาดของพื้นที่เพาะปลูกพบว่า การเพาะปลูกน้อยหน่าในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่เพาะปลูกกันมากกว่า 15 ไร่มากที่สุด ร้อยละ 91.82 รองลงมา คือพื้นที่เพาะปลูกน้อยหน่าอยู่ระหว่าง 10-15 ไร่ ร้อยละ 5.95 และพื้นที่น้อยกว่า 10 ไร่ ร้อยละ 2.23

ด้านจำนวนครัวเรือนในการเพาะปลูกพบว่า อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มีจำนวนครัวเรือนในการปลูกน้อยหน่า จำนวน 1,199 ครัวเรือน โดยพื้นที่ตำบลกลางดงมีจำนวนครัวเรือนปลูกน้อยหน่ามากที่สุด ร้อยละ 41.70 รองลงมา คือตำบลปากช่อง ร้อยละ 22.52 ตำบลคลองม่วง ร้อยละ 12.34 ตำบลวังไทร ร้อยละ 7.59 และตำบลหนองสาหร่าย ร้อยละ 7.34 (สำนักงานเกษตรจังหวัดนครราชสีมา, 2554)

ในส่วนของ การตลาดน้อยหน่าในจังหวัดนครราชสีมา พบว่าน้อยหน่าที่เกษตรกรผลิตขึ้นในจังหวัดนครราชสีมา สามารถจำหน่ายไปยังผู้บริโภค

โดยมีช่องทางการจำหน่าย 6 ช่องทาง คือ 1) พ่อค้า
ท้องที่ 2) พ่อค้าขายส่งในกรุงเทพฯ 3) พ่อค้าขายส่งต่าง
จังหวัด 4) นายหน้าหรือตัวแทน 5) พ่อค้าขายปลีก และ
6) พ่อค้าส่งออก และมีตลาดรับซื้อ 3 ระดับ คือท้องถิ่น
จังหวัด และประเทศ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การเชื่อมโยง การผลิตและการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่จังหวัด นครราชสีมา ทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำและปลาย น้ำ สามารถอธิบายได้ดังนี้

การผลิตน้อยหน่าในระดับต้นน้ำ ซึ่งหมายถึง
ถึงการเพาะปลูกน้อยหน่าดิบและน้อยหน่าสุกของ
เกษตรกรในพื้นที่เพาะปลูกอำเภอปากช่อง จังหวัด
นครราชสีมา รวมทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิต
น้อยหน่าของเกษตรกรในส่วนของความเชื่อมโยงไปข้าง
หลัง (Backward Linkage) ซึ่งพบว่าการผลิตน้อยหน่า
ในระดับต้นน้ำ มีองค์ประกอบดังนี้

เจ้าของที่ดินหรือนายทุนโดยเกษตรกรที่ไม่มี
ที่ดินเป็นของตนเองจะเกี่ยวข้องกับนายทุน หรือ
เจ้าของที่ดินอย่างมาก เพราะจะเช่าที่ดินกับนายทุน
เหล่านั้นเพื่อเป็นพื้นที่เพาะปลูกน้อยหน่า ทั้งนี้พื้นที่ที่ใช้
สำหรับการเพาะปลูกน้อยหน่าในพื้นที่อำเภอปากช่อง
จังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ของตนเอง โดย
มีขนาดของพื้นที่เพาะปลูกมากกว่า 15 ไร่ อีกส่วนหนึ่ง
เป็นการเช่าพื้นที่เพาะปลูกจากนายทุน

ผู้จำหน่ายพันธุ์น้อยหน่า เกษตรกรบางส่วนที่ไม่
ได้เพาะพันธุ์น้อยหน่าด้วยตนเองจะซื้อพันธุ์น้อยหน่า
จากพ่อค้าร้านจำหน่ายพันธุ์ไม้ต่างๆ ทั้งนี้ เกษตรกร
ส่วนใหญ่ได้เพาะพันธุ์น้อยหน่าด้วยตนเอง โดยใช้การ
เพาะพันธุ์ด้วยเมล็ด

ผู้จำหน่ายปุ๋ยและยาปราบศัตรูพืช เกษตรกรมัก
ซื้อปุ๋ยและยาปราบศัตรูพืชกับผู้ประกอบการจำหน่าย
ปุ๋ยและยาปราบศัตรูพืชในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัด
นครราชสีมาที่มีจำนวนมาก เพราะราคาจำหน่ายก็ไม่ได้
แตกต่างกับผู้ประกอบการในตัวเมืองนครราชสีมา หรือ
จังหวัดใกล้เคียง

ผู้จำหน่ายวัสดุ และอุปกรณ์ทางการเกษตร
ได้แก่ ตะกร้าและเช่ง ซึ่งใช้สำหรับบรรจุภัณฑ์ของ
น้อยหน่า มินิสปริงเกอร์ เพื่อรดน้ำในแปลงเพาะปลูก

น้อยหน่า ถุงพลาสติก ส่วนใหญ่ใช้สำหรับการเพาะพันธุ์
น้อยหน่า กระดาษหนังสือพิมพ์/ใบตอง ใช้สำหรับรอง
เช่งหรือตะกร้าในการขนถ่ายสินค้า ไม่สอย ไว้สำหรับ
เก็บเกี่ยวผลผลิตน้อยหน่า และรถเข็น มีไว้เพื่อลำเลียง
ผลผลิตจากในสวนออกมาคัดเกรดน้อยหน่าเพื่อจัด
จำหน่าย

ผู้ประกอบการซ่อมแซมเครื่องมือและอุปกรณ์
การผลิต เพราะเกษตรกรต้องซ่อมแซมเครื่องมือและ
อุปกรณ์การผลิตอยู่เสมอ เนื่องจากเกษตรกรมักไม่ซื้อ
เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตใหม่ทันที แต่จะดำเนิน
การซ่อมแซมจนหมดอายุการใช้งานก่อน

เกษตรกรผู้ปลูกน้อยหน่า ถือว่าเป็นหัวใจ
สำคัญของการผลิตน้อยหน่าในระดับต้นน้ำ โดยอำเภอ
ปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่เพาะปลูกน้อยหน่า
ที่สำคัญ จำนวน 5 ตำบล คือกลางดง ปากช่อง คลอง
ม่วง วังไทร และหนองสาหร่าย ซึ่งมีผลผลิตรวมกันกว่า
ร้อยละ 90 ของผู้ผลิตน้อยหน่าในพื้นที่อำเภอปากช่อง
จังหวัดนครราชสีมา โดยเกษตรกรผู้ปลูกน้อยหน่า
จะเกี่ยวข้องกับส่วนต่างๆ ทั้งนายทุนเจ้าของที่ดิน ผู้
จำหน่ายพันธุ์น้อยหน่า ผู้จำหน่ายปุ๋ยและยาปราบศัตรู
พืช ผู้จำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์ทางการเกษตร และผู้
ประกอบการซ่อมแซมเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต
ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการผลิตน้อยหน่าในระดับ
ต้นน้ำ

ทั้งนี้ สามารถอธิบายวิธีการผลิตน้อยหน่าใน
พื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ได้ดังนี้ พันธุ์
ที่ใช้ในการเพาะปลูกพบว่ามีพันธุ์หลักจำนวน 3 พันธุ์
คือ พันธุ์พื้นเมือง/ฝ้าย/เนื้อ พันธุ์หนัง/ญวน และพันธุ์
ลูกผสม ในส่วนของการขยายพันธุ์ มีจำนวน 2 รูป
แบบ คือการเพาะเมล็ดลงในสวน หรือแปลงเพาะปลูก
โดยตรง และการเพาะเมล็ดในภาชนะ เช่นกระเบเพาะ
กระถาง และถุงพลาสติกโดยวิธีที่นิยมมากที่สุด คือการ
เพาะลงในถุงพลาสติก และการขยายพันธุ์ในอีกรูปแบบ
หนึ่ง คือการตัดตอกิ่ง

ในส่วนของสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการ
ปลูกน้อยหน่าพบว่าน้อยหน่าปลูกได้ดีในดินเกือบทุก
ประเภทที่มีการระบายน้ำได้ดี โดยเฉพาะดินร่วนปน
ทราย หรือดินดำร่วนซุย สภาพเป็นกรด-ด่าง ระหว่าง

5.5-7.4 สภาพอากาศร้อนแห้งไม่หนาวจัด มีแสงแดดจัดส่องได้ทั่วถึงมีแหล่งน้ำเพียงพอสำหรับใช้ตลอดฤดูกาล สำหรับช่วงระยะเวลาการเพาะปลูก โดยปกติมักปลูกในช่วงต้นฤดูฝนระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมิถุนายนของทุกปี เพราะจะทำให้มีน้อยหน่าเจริญเติบโตและตั้งตัวได้เร็ว

ในด้านของการเตรียมการเพาะปลูก พบว่าการเตรียมพื้นที่เพาะปลูกควรถางพื้นที่ให้โล่งเตียน จากนั้นจึงไถพรวนสัก 1-2 ครั้งเพื่อให้ดินร่วนซุยให้หญ้าและวัชพืชถูกกลบลงไปให้เน่าเปื่อยเพื่อเป็นประโยชน์แก่ดินและพืชพื้นที่บางแห่งที่มีลมพัดแรงควรปลูกต้นไม้ใหญ่ไว้เพื่อช่วยป้องกันลมด้านการขุดหลุมเพาะปลูกพบว่าขนาดหลุมปลูกควรขุดขนาดกว้าง ยาว และลึกประมาณ 50 เซนติเมตร จากนั้นหาปุ๋ยคอก เศษใบไม้หญ้าแห้งใส่คลุมเคล้ากับดินในหลุมเพื่อให้รากเจริญเติบโตได้ดี

เมื่อดำเนินการเตรียมหลุมปลูกเรียบร้อยแล้ว จึงนำต้นกล้าไปเพาะปลูก โดยอายุของต้นกล้าที่เหมาะสมสำหรับจะนำไปปลูกคือ 3-12 เดือนทั้งนี้ต้นกล้าที่เพาะในถุงพลาสติกที่มีอายุประมาณ 12 เดือนจะเหมาะสมที่สุด เพราะต้นกล้ามีขนาดโตมากแล้ว เมื่อนำไปปลูกจะเจริญเติบโตได้เร็ว ทั้งนี้เมื่อนำต้นกล้าลงปลูก ให้วางต้นกล้าตั้งตรงกลางหลุมที่จะปลูก จากนั้นกลบดินให้แน่น นำเศษหญ้า ฟางหรือแกลบคลุมผิวหน้าดินเพื่อกันแดด และรักษาความชื้นโดยในระยะแรกที่ปลูกต้องรดน้ำเพื่อช่วยให้ต้นน้อยหน่าเจริญเติบโต แต่พอพ้นระยะเวลา 1 ปีขึ้นไปน้อยหน่าจะช่วยตัวเองได้

หลังจากปลูกได้ 2-3 เดือนควรใส่ปุ๋ยคอกร่วมกับปุ๋ยวิทยาศาสตร์น้อยหน่าจะเริ่มติดผลในปีที่ 2 แต่ผลผลิตยังไม่มากนัก พออย่างเข้าสู่ปีที่ 3 จะให้ผลผลิตมากขึ้น ในส่วนของระยะการปลูกที่เหมาะสม คือระยะปลูกระหว่างต้น 4 เมตร ระหว่างแถว 4 เมตรโดยในเนื้อที่ 1 ไร่ จะปลูกน้อยหน่าได้จำนวน 100 ต้น หรือระยะปลูกระหว่างต้น 3 เมตร ระหว่างแถว 3 เมตร ซึ่งในเนื้อที่ 1 ไร่ จะปลูกน้อยหน่าได้ 177 ต้นทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสะดวกกับการทำงานภายในสวนของเกษตรกร ในส่วนของการให้ปุ๋ยพบว่าปุ๋ยที่ใช้กับน้อยหน่ามีทั้งปุ๋ยอินทรีย์ และปุ๋ยวิทยาศาสตร์โดยปุ๋ยอินทรีย์ ได้แก่

ปุ๋ยคอกและปุ๋ยหมักจากมูลสัตว์ต่าง ๆ เช่นไก่ สุกร โค และค่างควา รวมทั้งหญ้าหมัก การใช้ปุ๋ยอินทรีย์เหมาะที่จะใช้กับน้อยหน่า เพราะทำให้ดินร่วนซุยช่วยให้ดินเก็บความชื้นได้ดี เหมาะแก่การเจริญเติบโตของต้นน้อยหน่า ส่วนปุ๋ยวิทยาศาสตร์เป็นปุ๋ยที่มีธาตุอาหารที่พืชต้องการในปริมาณมาก และพืชสามารถนำไปใช้ได้อย่างรวดเร็วในกรณีที่ต้นยังไม่ให้ผลผลิตควรใส่ปุ๋ยเคมีสูตร 15-15-15 ส่วนต้นที่ให้ผลผลิตแล้วควรใส่ปุ๋ยเคมีสำหรับการบำรุงต้นด้วยปุ๋ยเคมีสูตร 15-15-15 ส่วนในระยะสร้างตาดอกควรใช้ปุ๋ยเคมีสูตร 8-24-24 หากต้องการบำรุงผลควรใช้ปุ๋ยเคมีสูตร 15-15-15 และการปรับปรุงคุณภาพของผลผลิตควรใช้ปุ๋ยเคมีสูตร 13-13-21

ด้านการให้น้ำพบว่าการให้น้ำระยะที่ปลูกใหม่ๆ จะช่วยให้ต้นน้อยหน่าเจริญเติบโตได้เร็วอัตราการอยู่รอดสูง รากจะแผ่กระจายไปตามหลุมได้อย่างรวดเร็ว และสม่ำเสมอ แต่พอพ้น 1 ปีไปแล้วน้อยหน่าก็จะช่วยตัวเองได้ โดยน้อยหน่าจะเริ่มติดผลได้ในปีที่ 2 การให้น้ำจะช่วยให้ผลเจริญเติบโตดี และเก็บเกี่ยวผลได้เร็วกว่าปกติ โดยสวนที่สามารถให้น้ำได้จะติดผลได้ก่อนทำให้ขายได้ราคาดีและถ้าให้น้ำแก่ต้นน้อยหน่าอย่างสม่ำเสมอ จะทำให้ขนาดของผล จำนวนผลและคุณภาพของผลดี

สำหรับสุขลักษณะและความสะอาด พบว่าการปลูกน้อยหน่าควรมีการกำจัดวัชพืชอยู่สม่ำเสมอเพื่อป้องกันการสะสมของโรคและแมลง อีกทั้งยังสะดวกต่อการเข้าไปเก็บเกี่ยวและไม่ให้เศษวัชพืชติดไปกับผลผลิต ด้านศัตรูพืช และการป้องกันกำจัดพบว่าในขณะที่น้อยหน่ายังเล็กอยู่ ทำได้โดยใช้จอบถางวัชพืชในส่วนของแมลงศัตรู พบว่าแมลงศัตรูพืชที่สำคัญ คือแมลงวันผลไม้ หนอนเจาะกิ่ง ตัวกินใบหรือแมลงค่อมทองตัวงทำลายดอกหอนกินใบอ่อน/ดอกอ่อน ปลวกมด ปลี้ยไฟ เพลี้ยหอย หนอนผีเสื้อเจาะผล เพลี้ยแป้ง สำหรับการป้องกันกำจัดขึ้นอยู่กับประเภทศัตรูพืช ในส่วนของโรคพืช พบว่าโรคที่สำคัญของน้อยหน่า ได้แก่ โรคกิ่งแห้งโรคมัมมี โรครากเน่า โรคผลเน่าดำ และโรคแอนแทรคโนส สำหรับการป้องกันกำจัดขึ้นอยู่กับชนิดของโรคเช่นเดียวกัน

ด้านการตัดแต่งกิ่ง พบว่าน้อยหน่าในระยะ

ปลูกใหม่ๆควรตัดยอดกิ่งหลักออกแล้วปล่อยให้แตกกิ่งแขนงโดยเลือกกิ่งแขนงไว้ เพียง 3-4 กิ่งปล่อยให้เจริญเติบโตไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งอายุ 1-2 ปีจึงทำการตัดแต่งเพื่อให้ดอกติดผล ซึ่งปกติจะตัดแต่งกิ่งกลางเดือนมกราคมของทุกปีโดยตัดแต่งกระโดง กิ่งที่เป็นโรคกิ่งฉีกหักเสียหายและกิ่งแขนงย่อยออกให้เหลือเฉพาะกิ่งที่มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง ขนาด 0.5 เซนติเมตรขึ้นไปไว้ และทำการตัดกิ่ง วัดความยาวของกิ่งจากง่ามกิ่งถึงรอยตัด 20 เซนติเมตร ปลิดใบทิ้งให้หมด ซึ่งน้อยหน่าจะแตกยอด พร้อมออกดอกมาใหม่โดยวิธีการตัดแต่งมี 3 วิธี คือการตัดแต่งจำนวนเล็กน้อยการตัดแต่งแบบทรงปิรามิดและการตัดแต่งแบบทรงปิรามิดแปลง

เมื่อน้อยหน่าอายุได้ 5-6 ปีหลังจากการเพาะปลูก ต้นก็จะเริ่มเสื่อมโทรม ขนาดและรูปร่างของผลจะเล็กลงเรื่อยๆ ผลไม่สวยงามบิดเบี้ยวทำให้ขายไม่ได้ราคา การแก้ไขความเสื่อมโทรมของต้นน้อยหน่าเพื่อสามารถให้ผลที่มีขนาดใหญ่อยู่ได้นานอาจทำได้โดยการบำรุงต้น ใส่ปุ๋ยให้เพียงพอหรือโดยตัดแต่งกิ่ง หรือทำทั้งสองอย่างพร้อมๆ กัน จนเห็นว่าต้นน้อยหน่ามีอายุมากเกินไป และไม่สามารถให้ผลขนาดใหญ่และสวยงามได้แล้วจึงตัดต้นทิ้งไป เพื่อเพาะปลูกต้นใหม่แทน

ในด้านการออกดอกติดผลพบว่าน้อยหน่าจะออกดอกปีละสองครั้งติดต่อกันโดยจะผลัดใบตั้งแต่ปลายเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคมและเริ่มผลิใบและออกดอกเมื่อฝนเริ่มตก ถ้าฝนมาเร็วก็จะผลิใบออกดอกเร็วเล็กน้อยหน่าที่ออกดอกระยะนี้เรียกว่า “น้อยหน่าน้ำค้าง” ซึ่งมักจะติดผลประมาณ 20-30 ผลเมื่อออกรุ่นแรกออกแล้ว รุ่นที่สอง ก็ทยอยออกติดตามมาเรื่อยๆ โดยผลรุ่นแรกจะเก็บได้ราวเดือนมิถุนายนเป็นต้นไป ส่วนรุ่นที่สองผลจะเก็บไปได้เรื่อยๆจนถึงเดือนตุลาคม ซึ่งจะให้ผลประมาณ 150-200 ผล ทั้งนี้ระยะที่มีน้อยหน่ามากที่สุดคือราวเดือนสิงหาคมถึงเดือนกันยายน อย่างไรก็ตามถ้าเกิดมีฝนตกชุกมากจะทำให้หน่าแก่เร็วขึ้น ดังนั้นจึงต้องรีบเก็บผลน้อยหน่า

ในส่วนของการเก็บผลน้อยหน่า จะเก็บผลได้ประมาณกลางเดือนมิถุนายนเป็นต้นไปควรเลือกเก็บผลที่ได้ขนาดและอายุใกล้เคียงกันประมาณ 110-120 วันหลังจากดอกบาน ด้วยการใช้กรรไกรตัดขั้วผลให้ชิดกับไหลผล ถ้าอยู่สูงจะใช้ไม้จุ่มสอยลงมา และปลดผล

ใส่ตะกร้า นำมาคัดขนาดและบรรจุผลใส่ภาชนะบรรจุที่สะอาดและป้องกันการบอบช้ำ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ตะกร้าสานด้วยไม้ไผ่ โดยรองด้วยใบตอง แล้วเก็บไว้ในที่ร่ม ทั้งนี้อายุการเก็บรักษา หลังจากขนส่งน้อยหน่าไปยังตลาด พบว่าผลผลิตจะเริ่มสุกซึ่งขึ้นอยู่กับความแก่ของผลผลิตที่เก็บเกี่ยวปกติโดยอายุการวางขายผลผลิต จะอยู่ที่ประมาณ 1 สัปดาห์เท่านั้น

สำหรับต้นทุนการผลิตน้อยหน่า พบว่ามีต้นทุนการผลิตต่อปี จะอยู่ที่ 5,383.13 บาทต่อไร่ โดยต้นทุนของเกษตรกร อยู่ที่ค่าปุ๋ยเคมีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.62 รองลงมา คือค่าบริการทางการเกษตร เช่นค่าจ้างไถ และค่าจ้างเก็บผล ร้อยละ 17.83 และค่ายากำจัดศัตรู/วัชพืช ร้อยละ 16.78

การผลิตน้อยหน่าในระดับกลางน้ำ หมายถึงผู้ที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงการผลิตระหว่างขั้นต้นน้ำกับขั้นปลายน้ำ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นพ่อค้าคนกลาง โดยพ่อค้าคนกลางจะทำหน้าที่ตะเวนรับซื้อสินค้ากับเกษตรกรถึงสวนน้อยหน่า และเป็นผู้กำหนดราคาขายให้กับเกษตรกร จากนั้นจะนำผลผลิตที่รวบรวมได้ส่งขายต่อไปยังตลาดรับซื้ออีกต่อหนึ่ง หรือจำหน่ายให้กับพ่อค้าปลีก โดยพ่อค้าคนกลางเป็นผู้รวบรวมหน่าและจำหน่ายไปยังพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา และต่างจังหวัด

สำหรับช่องทางการตลาด หรือเส้นทางการตลาดน้อยหน่าในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มีจำนวน 6 ช่องทาง คือ 1) พ่อค้าท้องถิ่น เป็นพ่อค้าคนกลางที่มีภูมิลำเนาอยู่ในบริเวณแหล่งผลิต โดยพ่อค้าเหล่านี้ส่วนหนึ่งจะมีพื้นที่เพาะปลูกน้อยหน่าเป็นของตนเองด้วย โดยพ่อค้าท้องถิ่นมักขายผลผลิตต่อให้กับพ่อค้าปลีกในจังหวัดนครราชสีมา พ่อค้าส่งในตลาดกรุงเทพฯ และพ่อค้าส่งในตลาดจังหวัดนครราชสีมา 2) พ่อค้าขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ เช่นตลาดไท และตลาดสี่มุมเมือง ได้รับซื้อหน่าจากเกษตรกรโดยตรง หลังจากนั้นก็จะขายส่งให้กับพ่อค้าขายส่งต่างจังหวัดทั่วทุกภาคของประเทศ และบางส่วนยังส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศด้วย 3) พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด มักรับซื้อหน่าจากพ่อค้าขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ หรือจากเกษตรกรในจังหวัดนครราชสีมาโดยตรง แล้วนำไปขายต่อให้กับพ่อค้าขายปลีกใน

จังหวัดต่างๆทั่วประเทศ 4) นายหน้าหรือตัวแทนจะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการซื้อขายระหว่างเกษตรกรกับพ่อค้าขายส่งรายใหญ่ตามต่างจังหวัด โดยนายหน้าหรือตัวแทนจะมีค่าใช้จ่ายเพียงการติดต่อเท่านั้น 5) พ่อค้าขายปลีก พ่อค้าประเภทนี้ถ้าอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา จะซื้อน้อยหน้าจากพ่อค้าขายส่งหรือจากเกษตรกรโดยตรงแล้วนำไปขายให้แก่ผู้บริโภค แต่ถ้าเป็นพ่อค้าขายปลีกในกรุงเทพฯและต่างจังหวัดจะรับซื้อน้อยหน้าจากพ่อค้าขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ และพ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด เพื่อนำมาขายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงต่อไป และ6) พ่อค้าส่งออก พ่อค้าประเภทนี้จะทำหน้าที่เป็นทั้งพ่อค้าขายส่ง และพ่อค้าส่งออกด้วย โดยจะรับซื้อน้อยหน้าผ่านนายหน้าหรือตัวแทนจากแหล่งผลิตและซื้อจากพ่อค้าขายส่งในตลาดกรุงเทพฯ แต่มีบางส่วนรับซื้อจากสวนโดยตรงของเกษตรกร ทั้งนี้เมื่อได้รับผลผลิตแล้ว จึงทำการคัดขนาด และบรรจุหีบห่อเพื่อส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศต่อไป

อนึ่ง เกษตรกรบางส่วนในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรถบรรทุกสินค้าเองทั้งรถกระบะ และรถบรรทุก 6 ล้อ มักจะดำเนินธุรกิจโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางแต่จะบรรทุกผลผลิตของตนเองไปขายยังตลาดรับซื้อด้วยตนเอง ซึ่งโดยมากจะนำไปขายยังตลาดสำคัญของจังหวัดนครราชสีมา และกรุงเทพฯหรือจำหน่ายให้กับร้านค้าปลีกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

การผลิตน้อยหน้าในระดับปลายน้ำ หมายถึง ตลาดรับซื้อน้อยหน้าและการเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward Linkage) กับอุตสาหกรรมต่างๆที่ใช้น้อยหน้าเป็นวัตถุดิบ ในส่วนของตลาดน้อยหน้า พบว่าผู้รับซื้อน้อยหน้าประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ดังนี้

ส่วนที่ 1 คือผู้รับซื้อระดับท้องถิ่น เช่นตลาดผลไม้กลางดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ตลาดผลไม้บ้านไผ่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา และตลาดผลไม้หนองสาหร่าย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา นอกจากนี้ยังมีผู้ขายรายย่อยซึ่งเปิดเป็นแผงลอยตามเส้นทางถนนมิตรภาพตั้งแต่ตำบลกลางดง จนถึงตำบลหนองสาหร่าย รวมระยะทางกว่า 40 กิโลเมตร ทั้งนี้ช่วงเวลาที่มีการขายมาก คือช่วงเดือนกรกฎาคมและสิงหาคม เพราะเป็นช่วงฤดูกาลของ

น้อยหน้า โดยพันธุ์ที่นิยมปลูกกันมาก ได้แก่ พันธุ์ฝ้าย พันธุ์หนัง และพันธุ์ออสเตรเลีย

ส่วนที่ 2 คือผู้รับซื้อระดับจังหวัด โดยตลาดสำคัญตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา คือตลาดสุรนคร และตลาดย่าโม ตลอดจนตลาดอื่นๆในจังหวัดนครราชสีมา เช่นตลาดแม่กิมเฮง ตลาดหัวรถไฟ และตลาดประตูชัยณรงค์ ซึ่งรวมถึงผู้รับซื้อในจังหวัดบุรีรัมย์ ชัยภูมิ และขอนแก่น

ส่วนที่ 3 คือผู้รับซื้อระดับประเทศ ส่วนใหญ่เป็นผู้รับซื้อในกรุงเทพฯ เช่น ตลาดปากคลองตลาด ตลาดสี่มุมเมือง และตลาดไท เป็นต้น ซึ่งผู้รับซื้อเหล่านี้ก็จะเป็นผู้กำหนดราคาให้กับเกษตรกรหรือพ่อค้าคนกลางที่นำสินค้ามาขาย

ทั้งนี้ เมื่อตลาดรับซื้อน้อยหน้าได้รับซื้อสินค้าแล้วในส่วนของผู้รับซื้อระดับท้องถิ่น และผู้รับซื้อระดับจังหวัด จะนำน้อยหน้าที่ได้รับซื้อจากเกษตรกรหรือพ่อค้าคนกลางไปขายต่อให้กับผู้บริโภคภายในจังหวัดนครราชสีมาและใกล้เคียงรวมทั้งผู้ที่เข้ามาเยือนในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยเฉพาะกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ทั้งนี้การจำหน่ายของพ่อค้ากลุ่มนี้ได้จำหน่ายทั้งในรูปแบบของการค้าส่งและค้าปลีก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายในรูปแบบของผลดิบและผลสุก ส่วนการแปรรูปนั้นมีน้อยมาก ส่วนผู้รับซื้อระดับประเทศ ส่วนใหญ่จะจำหน่ายต่อไปยังผู้ค้าส่ง ที่เหลือจะจำหน่ายไปยังผู้ค้าปลีก และผู้บริโภคโดยตรง รวมทั้งการส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศด้วย

สำหรับวัตถุประสงค์ของการซื้อน้อยหน้า พบว่าหากเป็นพ่อค้าส่ง และพ่อค้าคนกลาง การซื้อน้อยหน้าจากหน้าสวนของเกษตรกรมักเป็นการซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อไปให้กับพ่อค้าปลีก หรือผู้ส่งออก ในส่วนของประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยว ซึ่งมักซื้อไปโดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือเพื่อการบริโภคกันภายในครัวเรือน และเป็นของฝาก โดยประเภทของการซื้อแบ่งเป็น 2 ประเภท คือการซื้อแบบแบ่งเกรด และการซื้อแบบคละเกรด ด้านการกำหนดราคา สามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ โดยถ้าเป็นพ่อค้าส่ง และพ่อค้าคนกลาง มักเป็นผู้กำหนดราคาขายหน้าสวนให้กับเกษตรกร แต่ถ้าเป็นผู้ค้าปลีกมักจะเป็นผู้กำหนดราคา

ในการจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภครายสุดท้าย ด้านรูปแบบการชำระเงิน พบว่าส่วนใหญ่ชำระเงินด้วยเงินสด ในส่วนของรูปแบบการส่งเสริมการขาย พบว่ามีกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การลดราคาสินค้า การแถมสินค้าประเภทเดียวกันซึ่งอาจจะเกรดเดียวกันหรือคนละเกรด หรือการแถมเป็นสินค้าเกษตรชนิดอื่นๆ เช่น มะม่วง แก้วมังกร และอื่นๆ สำหรับการจัดเกรดน้อยหน้า มักใช้การคัดเกรดด้วยสายตาโดยดูจากขนาดของผลน้อยหน้า ซึ่งแบ่งเป็นขนาดพิเศษใหญ่ กลาง และเล็ก โดยขนาดพิเศษประมาณ 1-3 ลูกต่อกิโลกรัมขนาดใหญ่ประมาณ 4-5 ลูกต่อกิโลกรัมขนาดกลางประมาณ 6-7 ลูกต่อกิโลกรัมและขนาดเล็กประมาณ 9 ลูกต่อกิโลกรัมขึ้นไป

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน

ตารางที่ 2 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการผลิตและการตลาดน้อยหน้าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เหมาะสมสำหรับการปลูกน้อยหน้าทั้งดิน น้ำ และอากาศ 2. มีความเหมาะสมในการเพาะปลูกน้อยหน้าทุกสายพันธุ์ 3. การปลูกน้อยหน้าประสบปัญหาด้านการผลิตน้อยเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าอื่นๆ 4. แหล่งจำหน่ายน้อยหน้ามีหลายแห่ง และอยู่ใกล้กับเส้นทางคมนาคมหลัก คือถนนมิตรภาพ 5. การผลิตน้อยหน้าสามารถบังคับให้ออกดอกติดผลนอกฤดูกาลการผลิตได้ 6. ราคาจำหน่ายน้อยหน้าไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับผลไม้ชนิดอื่นๆ 7. น้อยหน้ามีจุดเด่นในด้านรสชาติ และกลิ่นหอม น่ารับประทาน 8. น้อยหน้าเป็นผลไม้ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ทำให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคโดยทั่วไปเป็นอย่างดี 9. เป็นพื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนการปลูกน้อยหน้าจากหน่วยงานต่างๆ 10. เกษตรกรในพื้นที่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีสำหรับการผลิตน้อยหน้าจากหน่วยงานภาครัฐมากขึ้น	1. ขาดความเท่าเทียมกันในการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมในทุกพื้นที่ 2. ผลผลิตของน้อยหน้ามักออกสู่ตลาดพร้อมๆกันในเวลาใกล้เคียงกัน 3. น้อยหน้ามีอายุการจำหน่ายอยู่ในช่วงระยะเวลาที่สั้นมาก โดยผลที่แก่เต็มที่แล้วจะสุกภายใน 1 สัปดาห์ 4. คุณภาพของผลผลิตไม่สม่ำเสมอ และยังไม่มีการมาตรฐานการคัดเกรดสินค้า 5. ผลผลิตน้อยหน้ายังขาดการแปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มในการจำหน่ายสินค้า 6. เกษตรกรรายย่อยในพื้นที่ยังขาดองค์ความรู้ด้านการจัดการการผลิตและการตลาดน้อยหน้า 7. ประสิทธิภาพการผลิตน้อยหน้าค่อนข้างต่ำโดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อย 8. ปัญหาการขาดแคลนแรงงานเพาะปลูกน้อยหน้าในพื้นที่ 9. เกษตรกรส่วนหนึ่งยังขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนสำหรับการเพาะปลูก

โอกาส และอุปสรรคของการผลิตและการตลาดน้อยหน้าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

ผลของการวิเคราะห์การผลิตและการตลาดน้อยหน้าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ทำให้ทราบถึงจุดแข็งซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายในถึงข้อดีหรือข้อเด่นของการผลิตและการตลาดน้อยหน้าจุดอ่อน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายในถึงข้อเสียหรือข้อด้อยของการผลิตและการตลาดน้อยหน้าโอกาส ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาสในการพัฒนาการผลิตและการตลาดน้อยหน้า และอุปสรรค ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นอุปสรรคต่อการผลิตและการตลาดน้อยหน้าในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการผลิตและการตลาดน้อยหน้าในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา (ต่อ)

โอกาส	อุปสรรค
1. มีสถานีวิจัยปากช่อง สังกัดมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งมีหน้าที่วิจัยและสนับสนุนงานวิจัยพืชสวน 2. มีเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปากช่องซึ่งจัดขึ้นทุกปี คืองานน้อยหน้าและของดีเมืองปากช่อง 3. มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวได้ 4. เป็นประตูสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้มีประชาชนเดินทางสัญจรไปและมาอย่างสม่ำเสมอ 5. ภาครัฐบาลได้กำหนดนโยบายเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกน้อยหน้าในพื้นที่อยู่เสมอ 6. เกษตรกรในจังหวัดนครราชสีมา เริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน 7. การเข้าสู่อุตสาหกรรมการผลิตน้อยหน้าทำได้ง่ายและลงทุนไม่สูงนัก	1. วงจรชีวิตของน้อยหน้าหลังการเก็บเกี่ยวค่อนข้างสั้น ทำให้ไม่สามารถเก็บผลผลิตได้ในระยะเวลานาน 2. การส่งออกน้อยหน้าไปยังต่างประเทศมีปริมาณน้อย 3. ขาดหน่วยงานโดยเฉพาะหน่วยงานจากภาครัฐในด้านการตรวจสอบมาตรฐานสินค้า 4. ราคาปัจจัยการผลิตปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกษตรกรต้องเผชิญกับต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น 5. มีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนการปลูกน้อยหน้าค่อนข้างน้อย 6. ขาดความเชื่อมโยงไปข้างหลัง และเชื่อมโยงไปข้างหน้าที่เข้มแข็ง 7. การเปิดการค้าเสรีในกลุ่มประชาคมอาเซียนจะทำให้มีน้อยหน้าจากประเทศเพื่อนบ้านเข้าสู่ไทยมากขึ้น

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการผลิตและการตลาดน้อยหน้าในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ผลของการศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดน้อยหน้าในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่าการผลิตและการตลาดน้อยหน้าโดยภาพรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.27$ และ $S.D.=0.55$) สามารถพิจารณาได้ดังนี้

ในส่วนของศักยภาพการผลิตน้อยหน้าในภาพรวม พบว่าน้อยหน้ามีศักยภาพด้านการผลิตในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.36$ และ $S.D.=0.49$) โดยแบ่งเป็น 3 ประเด็น ดังนี้ 1) ด้านปัจจัยการผลิตโดยเฉลี่ยมีศักยภาพในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.38$ และ $S.D.=0.52$) 2) ด้านกระบวนการผลิตโดยเฉลี่ยมีศักยภาพในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.19$ และ $S.D.=0.40$) และ 3) ด้านผลผลิตโดยเฉลี่ยมีศักยภาพในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.48$ และ $S.D.=0.50$) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ศักยภาพด้านการผลิตน้อยหน้าในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ความคลาดเคลื่อน	การแปลผล
ปัจจัยการผลิต	4.38	0.52	ศักยภาพมากที่สุด
กระบวนการผลิต	4.19	0.40	ศักยภาพมาก
ผลผลิต	4.48	0.50	ศักยภาพมากที่สุด
รวม	4.36	0.49	ศักยภาพมากที่สุด

ในส่วนของศักยภาพการตลาดน้อยหน้าในภาพรวม พบว่าน้อยหน้ามีศักยภาพด้านการตลาดในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$ และ $S.D.=0.59$) โดยแบ่งเป็น 3 ประเด็น ดังนี้ 1) ด้านแหล่งรับซื้อผลผลิตโดยเฉลี่ยมีศักยภาพในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.27$ และ $S.D.=0.45$)

2) ด้านลักษณะการจำหน่ายผลผลิตโดยเฉลี่ยมีศักยภาพในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$ และ $S.D.=0.55$) และ 3) ด้านการเก็บรักษาผลผลิตโดยเฉลี่ยมีศักยภาพในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$ และ $S.D.=0.72$) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ศักยภาพด้านการตลาดน้อยหน้าในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ความคลาดเคลื่อน	การแปลผล
แหล่งรับซื้อผลผลิต	4.27	0.45	ศักยภาพมากที่สุด
ลักษณะการจำหน่ายผลผลิต	4.18	0.55	ศักยภาพมาก
การเก็บรักษาผลผลิต	4.05	0.72	ศักยภาพมาก
รวม	4.17	0.59	ศักยภาพมาก

ส่วนที่ 5 แนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดน้อยหน้าในพื้นที่อำเภอปากช่องจังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดน้อยหน้าในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่ามีแนวทางการพัฒนาดังต่อไปนี้

1. แนวทางการพัฒนาการผลิตน้อยหน้าในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่ามีจำนวน 7 ประเด็น คือ การถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการผลิตน้อยหน้าให้กับเกษตรกรในพื้นที่การส่งเสริมการผลิตน้อยหน้าออกฤดูกาล การส่งเสริมและสนับสนุนการแปรรูปผลผลิตน้อยหน้าการให้องค์ความรู้เพื่อเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดินและการบำรุงรักษาดิน การส่งเสริมให้ปลูกน้อยหน้าพันธุ์ดี การส่งเสริมการดูแลและรักษาความสะอาดของสวนน้อยหน้า และการส่งเสริมการปลูกน้อยหน้าอินทรีย์และการปลูกในลักษณะพืชผสมผสาน

2. แนวทางการพัฒนาการตลาดน้อยหน้าในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า มีจำนวน 5 ประเด็นคือการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายน้อยหน้าร่วมกับพืชชนิดอื่นๆในพื้นที่อำเภอปากช่องการวางแผนพัฒนาระบบเชื่อมโยงเส้นทางขนส่งน้อยหน้าให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน การจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาการตลาดสำหรับเกษตรกรในพื้นที่ การปรับปรุง

และพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการขายให้กับน้อยหน้าและการประชาสัมพันธ์งานน้อยหน้าและของดีเมืองปากช่องให้เป็นงานเทศกาลระดับชาติ

อภิปรายผล

การดำเนินโครงการวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์จำนวน 5 ข้อ โดยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เป็นอำเภอที่มีปริมาณการผลิตน้อยหน้าเพื่อการพาณิชย์มากที่สุดในจังหวัดนครราชสีมา คิดเป็นร้อยละ 96.45 และสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในพื้นที่มากถึง 1,199 ล้านบาท ดังนั้นอำเภอปากช่อง จึงเป็นอำเภอที่มีความเหมาะสมในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาแนวทางการผลิตและการตลาดน้อยหน้า ด้านวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ได้มีการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดน้อยหน้าแบบครบวงจรตั้งแต่ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ทำให้สามารถพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดน้อยหน้าด้วยการพึ่งพาตนเองในระดับพื้นที่ได้เป็นอย่างดี ขณะที่วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า การผลิตและการตลาดน้อยหน้า มีจุดอ่อนและอุปสรรคอยู่หลายประการ แต่ก็ยังมีจุดแข็งและโอกาสในการพัฒนาการผลิตและการตลาดน้อยหน้าให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืนได้เช่นกัน สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 พบว่า การผลิตน้อยหน้ามีศักยภาพในระดับมากที่สุด ขณะที่การตลาดน้อยหน้ามีศักยภาพในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบ

ว่า การผลิตน้อยหน้ายังต้องได้รับการพัฒนาโดยเฉพาะด้านกระบวนการผลิต ในส่วนของด้านการตลาด พบว่ายังต้องพัฒนาทั้งในด้านของลักษณะของการจำหน่ายผลผลิต และการเก็บรักษาผลผลิต ดังนั้นจึงนำไปสู่การตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 คือ แนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดน้อยหน้า ซึ่งพบว่ามีประเด็นสำคัญในการพัฒนาด้านการผลิต จำนวน 7 ข้อ และด้านการตลาด จำนวน 5 ข้อ ซึ่งหากมีการร่วมมือกันในทุก ๆ ฝ่ายทั้งในส่วนองภาคภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกรผู้ปลูกน้อยหน้าในพื้นที่ รวมถึงสถาบันการศึกษาแล้ว จะทำให้การผลิตและการตลาดน้อยหน้าในพื้นที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา สามารถเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน และมั่นคง

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

1. ควรมีหน่วยงานภาครัฐ คือ สำนักงานเกษตรจังหวัดนครราชสีมา สำนักงานเกษตรอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ที่ว่าการอำเภอปากช่อง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่อำเภอปากช่อง โดยเฉพาะเทศบาลเมืองปากช่อง เทศบาลตำบลกลางดง เทศบาลตำบลสีมามงคล เทศบาลตำบลวังไทร องค์การบริหารส่วนตำบลปากช่อง องค์การบริหารส่วนตำบลคลองม่วง และองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย เข้ามาประชุมวางแผนร่วมกันกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการตลาดน้อยหน้าตั้งแต่ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมถึงเกษตรกรผู้เพาะปลูกน้อยหน้าเพื่อกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ในการเพิ่มศักยภาพการผลิตและการตลาดอย่างต่อเนื่องภายใต้ระบบฐานข้อมูลน้อยหน้าที่ได้ดำเนินการในงานวิจัยครั้งนี้เรียบร้อยแล้ว

2. ควรส่งเสริมและสนับสนุนการนำแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดน้อยหน้าไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งทบทวนและปรับปรุงแนวทางการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยกิจกรรมในส่วนของภาคการผลิต เช่น การจัดตั้งศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและการตลาดน้อยหน้า การจัดทำคู่มือการผลิตน้อยหน้านอกฤดูกาล การหาวิทยากร

ถ่ายทอดการแปรรูปน้อยหน้า การฝึกอบรม ศึกษาดูงาน และให้คำปรึกษาเชิงลึกด้านการใช้ปัจจัยการผลิตต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์น้อยหน้าพันธุ์ดี การประกวดสวนน้อยหน้า และการรณรงค์การปลูกน้อยหน้าอินทรีย์ในส่วนของภาคการตลาด เช่น การจัดตั้งศูนย์จำหน่ายน้อยหน้าครบวงจร การวางแผนด้านโลจิสติกส์น้อยหน้า การจัดตั้งกองทุนพัฒนาการตลาด การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์งานน้อยหน้าของดีเมืองปากช่อง เป็นต้น

3. การดำเนินงานในลักษณะของการทำงานเชิงพื้นที่ ควรมีภาคในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการวิจัย เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสถาบันการศึกษาควรส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการบูรณาการงานวิจัย และการบริการวิชาการ เข้ากับการเรียนการสอนในชั้นเรียน เพื่อให้ นักศึกษาได้เรียนรู้ และสามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้กับสถานการณ์ที่เป็นจริงได้ด้านภาคในพื้นที่ทั้งใน ส่วนองภาคภาครัฐและภาคเอกชนควรเข้ามามีส่วนร่วมใน กระบวนการวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการวิจัย เพื่อที่จะได้ร่วมกันคิด ร่วมกันทำ และร่วมแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการวิจัย รวมถึง การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่ด้วย

กิตติกรรมประกาศ

โครงการ “การศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดน้อยหน้าในจังหวัดนครราชสีมา” สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ที่ได้พิจารณาข้อเสนอโครงการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณสำนักบริหารโครงการวิจัยในอุดมศึกษาและพัฒนามหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา(สกอ.) ที่ให้งบประมาณสนับสนุนการดำเนินโครงการวิจัยในครั้งนี้ รวมทั้งขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาที่เปิดโอกาสให้นักวิจัยได้ดำเนินงานอย่างเป็นอิสระ พร้อมทั้งเอื้ออำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ในการดำเนินโครงการวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

- บุญใจ ศรีสถิตนรากร.2550.**ระเบียบวิธีการวิจัย : แนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จ.** กรุงเทพมหานคร: บริษัท ยูแอนดีไอ อินเตอร์มีเดีย จำกัด.
- บุญชม ศรีสะอาด.2553. **การวิจัยเบื้องต้น ฉบับปรับปรุงใหม่.** พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- รณชัย ตันตระกูล. 2556. นักการตลาดไทยรุ่นใหม่เตรียมพร้อมหรือยังสำหรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558. **วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย.** 2(2) : 32-37.
- วัลลภา ดีโรจนเดช. 2557. ทักษะและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการรถโรงเรียนทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5. **วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย.** 3 (2) : 70-76.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดนครราชสีมา. 2554. **รายงานผลิตภัณฑ์มวลรวม.**นครราชสีมา : สำนักงานเกษตรจังหวัดนครราชสีมา.
- อรวรรณ ไชยมาตย์. 2555. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลและการรับรู้วัฒนธรรมองค์การกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานสายปฏิบัติการร้านสาขา บริษัท ซีพี ออลล์จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. **วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย.** 1 (1) : 85-92.
- เอกรัตน์ เอกศาสตร์. 2555. **เศรษฐศาสตร์จุลภาค.** นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
- Armstrong, G. and Kotler, P. 2007. **Marketing : an introduction.** New Jersey : Pearson Education.
- Assael, Henry. (1998). **Consumer Behavior and Marketing Action.** 6th ed. Cincinnati, Ohio: South – Western College Publishing.
- McCarthy. J. 1960. **Basic Marketing : A Managerial Approach.** Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc.
- Kotler, P. 2003. **Marketing Management.**11th Edition. Pearson Education