

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) สภาพพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจบางประการของเกษตรกร (2) การใช้เกษตรกรที่เหมาะสมสำหรับการผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้เพื่อการส่งออกของเกษตรกร (3) ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้เกษตรกรที่เหมาะสมสำหรับการผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้เพื่อการส่งออกของเกษตรกร

ประชากร คือ สมาชิก GAP ผู้ผลิตมะม่วงจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่ทำการผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้เพื่อการส่งออก จำนวน 120 คน ทำการเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด โดยใช้แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยใช้สถิติ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรมีอายุค่าเฉลี่ย 47.67 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีประสบการณ์ในการผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้เพื่อการส่งออกเฉลี่ย 5.34 ปี ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกือบทั้งหมด เกษตรกรทั้งหมดเป็นสมาชิกสถาบันเกษตรกร มีแรงงานในครอบครัวเฉลี่ย 2.20 คน ใช้แรงงานในการผลิตมะม่วงเฉลี่ย 9.20 คน ส่วนใหญ่ผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้เป็นอาชีพหลัก เกษตรกรมากกว่าครึ่งเล็กน้อยมีรายได้ทั้งหมดของครอบครัวจากการผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้เพื่อการส่งออก ที่ส่วนใหญ่มีพื้นที่ถือครองเป็นของตนเอง มีพื้นที่ปลูกมะม่วงน้ำดอกไม้เพื่อการส่งออกเฉลี่ย 39.17 ไร่ ผลผลิตในการส่งออกเฉลี่ย 6.26 ตัน และมูลค่าเฉลี่ย 201,184.65 บาท มีต้นทุนในการผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้เพื่อการส่งออกเฉลี่ย 261,145.75 บาท เกษตรกรร้อยละ 56.7 ใช้เงินกู้เพื่อดำเนินการผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้เพื่อการส่งออก โดยส่วนใหญ่กู้เงินจากสถาบันการเงิน เกษตรกรร้อยละ 70.0 นำผลผลิตจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ และเกือบครึ่งหนึ่งจำหน่ายผลผลิตที่ตลาดกลางและตลาดท้องถิ่น เกษตรกรส่วนใหญ่ปฏิบัติตามระบบเกษตรกรที่เหมาะสม เกือบทุกประเด็น ตั้งแต่แหล่งปลูก จนถึงการเก็บเกี่ยว แต่มีประเด็นเรื่องวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวการยืดอายุมะม่วงเพื่อรอการจำหน่ายหรือขนส่ง และการบ่มสุกผลผลิตมะม่วง เกษตรกรจะดำเนินการน้อย เนื่องจากขั้นตอนดังกล่าวเป็นส่วนที่บริษัทผู้ส่งออกดำเนินการ สำหรับปัญหาอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ การควบคุมศัตรูมะม่วงในสวน การจดบันทึกข้อมูล และปัญหาด้านการตลาด โดยเกษตรกรมีข้อเสนอแนะว่าควรจัดอบรมการป้องกันกำจัดศัตรูพืชอย่างถูกต้อง การจดบันทึกเฉพาะที่จำเป็น และมีการจัดการด้านการตลาดให้มีความแน่นอน

The objectives of this study were to analyze (1) the socio-economic characteristics (2) the application of Good Agricultural Practices (GAP) for mango production for exporting and (3) problems and suggestions of the mango production for exporting.

The total population of 120 farmer members of GAP for exporting of Namdokmai mangoes grown in the province of Chachoengsao. The research instrument were interviews and analysis were carried out using SPSS for Windows. The employed methods of analyzing statistics were frequencies, percentages, minimum-maximum, means and standard deviations.

The research findings were that the farmers were in average 47.67 years old. The majority had completed only primary education with an average of 5.34 years of experience working for Namdokmai mangoes exporting. The farmers contact extension officers and other related offices, the farmers were members of the farmer's institution. The family members had an average of 2.2 per family accounted for the laboring of the farm, while an average of 9.2 laborers were employed to assist in farming. The majority, 61 %, of farm land was owned by the farmers and an average of 39.17 rai of land per farmer, the total yields and value per farm was 19.15 tons and 362,820 Baht, the yields and value of per farm export was 6.26 tons and value 201,184 Baht, and the total cost per farm was 261,145 Baht. The farmers of : 56.7 percent were acquired the loan obtain through finance agreements with produce dealers (36.9% foreign, 24.1% central market, 23.2% local market). The majority of farmers were able to follow a system that showed good practices and suitability in every stage from planting to harvesting. However there were some who faired poorly: post harvest technology, expand fruit period waiting for selling and transporting, fruit's mature processing. Because farmers were not involved exporters would perform tasks. They have problems with pest control and recording data. Relevant suggestions; increase training for pest management control, recording data and marketing management system.