



## การจัดการในกระบวนการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหอมหนอง แบบเสียบยอดของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร\*

ศตยากรณ์ บุญ\*\* สัจจา บรรจงศิริ\*\*\* อัจฉรา โพธิ์\*\*\*\*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการจัดการในกระบวนการผลิตและการตลาดของการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหอมหนองแบบเสียบยอดของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร การศึกษาโดยใช้แบบสัมภาษณ์กับเกษตรกรที่เลือกแบบเจาะจง 35 คน จาก ประชากร 70 คน และใช้การสัมภาษณ์แบบมีส่วนร่วมของเกษตรกร และนักวิชาการเกษตร 16 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงบรรยายได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด สูงสุด มัชฌิมฐานและฐานนิยม ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา การจัดหมวดหมู่ การอธิบาย และการเป็นเหตุเป็นผล

ผลการวิจัยพบว่า 1) เกษตรกรที่สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 47.34 ปี สมรสแล้ว มีสถานะเป็นภรรยา ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษาตอนต้น มีประสบการณ์ในการผลิตเฉลี่ย 14.25 ปี จำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.02 คน แรงงานในครัวเรือนเฉลี่ย 2.28 คน ใช้พื้นที่ในการผลิตเฉลี่ย 1.68 ไร่ รายได้ของครอบครัวเฉลี่ย 442,528 บาทต่อปี รายจ่ายของครอบครัวเฉลี่ย 309,571 บาทต่อปี ส่วนใหญ่มีการจ้างแรงงาน ทั้งหมดนิยมจ้างแรงงานชั่วคราว โดยจ้างในขั้นตอนกรอกดินใส่ถุงมากที่สุด เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้เงินทุนของตนเองในการผลิต

\* เป็นผลงานจากการประชุมและนำเสนอผลงานวิชาการ เทคโนโลยีภาคใต้วิจัย “สหวิทยาการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2554

\*\* นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

\*\*\* รองศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์แขงวิชาการจัดการการเกษตร วิชาเอกการจัดการการผลิตพืช สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

\*\*\*\* รองศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์แขงวิชาการจัดการการเกษตร วิชาเอกธุรกิจการเกษตร สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช



2) เกษตรกรส่วนใหญ่มีการจัดการในกระบวนการผลิตถูกต้องตามหลักวิชาการ 3) เกษตรกรมีผลผลิตเพื่อจำหน่าย 2 ชนิด คือชนิดต้นถอน และชนิดต้นเลี้ยง ส่วนใหญ่ไม่มีใบรับรองพันธุ์พืชจากกรมวิชาการเกษตร ผลิตปีละ 2 ครั้ง และผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด การกำหนดราคาส่วนใหญ่ใช้คู่แข่งเป็นเกณฑ์และได้รับเงินจากการขายเป็นเงินสด การจัดจำหน่ายเกือบทั้งหมดขายที่แหล่งผลิต ส่วนใหญ่ขายให้แก่พ่อค้าคนกลาง เกษตรกรทุกรายมีการส่งเสริมการตลาดโดยใช้การส่งเสริมการขายแบบให้ส่วนแถม การส่งเสริมการตลาดโดยวิธีอื่นมีน้อย กลุ่มเกษตรกรส่วนประสมการตลาดที่โดดเด่นกว่าคู่แข่งคือ ผลิตสินค้าคุณภาพดี ราคาถูก ทำเลดี และผู้ขายมีอัธยาศัยดี 4) การผลิตชนิดต้นถอนมีต้นทุน 2.88 บาท/ต้น ผลตอบแทน 3 บาท/ต้น ผลตอบแทนสุทธิ 0.70 บาท/ต้น กำไร 0.12 บาท/ต้น ชนิดต้นเลี้ยงมีต้นทุน 3.81 บาท/ต้น ผลตอบแทน 10 บาท/ต้น ผลตอบแทนสุทธิ 6.82 บาท/ต้น กำไร 6.19 บาท/ต้น 5) ในด้านการพัฒนาการผลิต เกษตรกรร่วมกันเสนอว่าผลิตให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ เพื่อให้ได้ต้นพันธุ์คุณภาพดี ในด้านการตลาดเสนอให้มีการรวมกลุ่ม มีผู้บริหารจัดการด้านการตลาด โดยให้มีการกำหนดราคาขายที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน มีการจัดจำหน่ายโดยให้มีศูนย์กระจายสินค้า และมีการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณาทางสื่อต่างๆ

**คำสำคัญ :** การจัดการการผลิต ต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทอง การเลียบยอด



# Mon Thong Durian (*Durio Zibethinus*) Cleft Grafting Production Process Management by Farmers in Chumphon Province.\*

Ratayaporn Chupu\*\* Sujja Banchongsiri\*\*\* Ajchara Pothidee\*\*\*\*

## Abstract

The research was aimed at studying the management of the production process and the marketing of cleft grafting Mon Tong Durian. By purposive sampling of collecting data with the interview of 35 out of 70 those farmers as population together with the participatory seminar among 16 outstanding farmers and agricultural extension officials, the descriptive analysis was used with quantitative statistics of frequency, mean, standard deviation, max-min value, median and mode. Quantitative data analysis by content analysis, grouping explanation and reasoning was also employed.

The results showed that: 1) Most of the farmers were female, average age 47.34, married, with primary school education, an average of 14.25 years production experience, 4.02 persons per household, 2.28 laborers per household, and average production area of 1.68 rai (2,688 m<sup>2</sup>). Their

---

\* The Work from Meetings and Presentations Scholarly Works Research of Southern Technology “Interdisciplinary for Sustainable Development” January 21, 2011

\*\* Graduate student, School of Agricultural Extension and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University

\*\*\* Associate Professor. Dr. of agricultural management, Major Crop production management, School of Agricultural Extension and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University

\*\*\*\* Associate Professor. Dr of agricultural management, Major Agribusiness, School of Agricultural Extension and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University



average annual income and annual expenditures were 442,528 and 309,571 baht/year, respectively. Most farmers hired temporary workers, mostly for the step of filling bags with soil, and they used their own capital for production. 2) The production process management of most farmers followed recommended guidelines. 3) The farmers produced 2 types of grafted durian plants for sale: bare root and bagged in soil. Most farmers did not have plant breed certificates from the Department of Agriculture. They produced 2 batches of saplings a year, and production quantity was less than market demand. They received their payments in cash and their prices were set based on competitor's prices. Most farmers sold the saplings to a middleman at their farm. The sales promotion tactic they used the most was premiums. The marketing mix factors that differentiated the sellers were product quality, price, location, and personality. 4) The bare root grafted durian saplings cost 2.88 baht/plant to produce and the return was 3.00 baht/plant, with net return of 0.70 baht/ plant and profit of 0.12 baht/plant; The production cost of grafted durian saplings in bags of dirt was 3.18 baht/plant, the return was 10 baht/plant, net return was 6.82 baht/plant and profit was 6.19 baht/plant. 5) For developing the production process, the farmers suggested that all producers should follow recommended procedures to produce uniformly good quality products. For marketing development, they suggested setting up a farmers group with a marketing manager, standardizing prices, using a distribution center, and promoting sales by advertising through various media.

**Key words :** production management process, Mon Thong durian, cleft grafting



## บทนำ

ทุเรียนเป็นผลไม้ไทยชนิดหนึ่งที่ได้รับ  
ความนิยมบริโภคสูงทั้งในประเทศและต่างประเทศ  
ในปี 2551 ประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่ส่งออก  
ทุเรียนและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากทุเรียนเป็น  
อันดับหนึ่งของโลก ครอบคลุมส่วนแบ่งตลาด  
กว่าร้อยละ 89 ตามมาด้วยมาเลเซีย อินโดนีเซีย  
และออสเตรเลีย ตามลำดับ นอกจากนี้ไทยยัง  
เป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปและผลิตภัณฑ์  
แช่แข็งทุเรียนรายเดียวของโลก โดยมีตลาด  
ส่งออกสำคัญ ได้แก่ จีน ใต้หวัน อินโดนีเซีย  
สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ฮองกง และญี่ปุ่น  
(สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2551)

ความต้องการของตลาดทำให้ประเทศไทยมีการขยายพื้นที่ปลูก สถานการณ์การผลิต  
ทุเรียนในประเทศไทยปี 2551 พบว่ามีพื้นที่  
เพาะปลูกทุเรียนประมาณ 847,000 ไร่ เป็นพื้นที่  
ให้ผลผลิตแล้วถึง 627,500 ไร่ ได้ผลผลิต  
ปีละ 900,000 ตัน แหล่งผลิตที่สำคัญ ได้แก่  
ภาคตะวันออก รองลงมาได้แก่ภาคใต้ และ  
ภาคอื่นๆ พันธุ์ที่ได้รับความนิยมบริโภค ได้แก่  
พันธุ์หมอนทองคิดเป็นร้อยละ 65 และพบว่า  
จากอดีตถึงปัจจุบันประเทศไทยมีการขยายพื้นที่  
เพื่อการปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง  
(กองส่งเสริมพืชสวน, 2551)

จังหวัดชุมพรเป็นพื้นที่หนึ่งในภาคใต้  
ที่เหมาะสมแก่การปลูกทุเรียน พื้นที่การปลูกทุเรียน  
ของจังหวัดชุมพรในปี 2551 มีจำนวนทั้งสิ้น  
119,947 ไร่ ซึ่งพื้นที่ที่ให้ผลผลิตแล้ว 115,349  
ไร่ โดยมีพื้นที่ที่ให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นจากปี 2550  
จำนวน 1,705 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 1.47 ให้ผลผลิต  
100,584 ตัน โดยผลผลิตทุเรียนในฤดูจะเริ่มออก  
สู่ตลาดตั้งแต่ช่วงเดือนพฤษภาคม – ตุลาคม โดย  
ช่วงที่ทุเรียนจะออกสู่ตลาดมากที่สุดคือ ช่วง  
เดือนสิงหาคม (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร  
เขต 8, 2552) จากแนวโน้มการขยายพื้นที่ปลูก  
อย่างต่อเนื่องทุกปี เป็นผลให้ความต้องการ  
ต้นพันธุ์ทุเรียนที่ดีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน  
จังหวัดชุมพรนอกจากเหมาะสมแก่การปลูกทุเรียน  
แล้ว ยังเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการผลิต  
ต้นพันธุ์ทุเรียนต่างๆ โดยเฉพาะการผลิต  
ต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอด ซึ่ง  
จัดเป็นแหล่งผลิตต้นพันธุ์อันดับต้นๆ ที่สำคัญ  
ของทางภาคใต้ การที่จะทำให้มีผลผลิตทุเรียน  
ออกมามีคุณภาพดี จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้อง  
จัดหาต้นพันธุ์ที่ดีจากแหล่งที่เชื่อถือได้ ทำให้อาชีพ  
ผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนเป็นอาชีพหนึ่งที่สร้าง  
รายได้ให้แก่เกษตรกร จังหวัดชุมพร อย่างไรก็ตามเมื่อตลาดส่งออกหลักในปัจจุบันยังคง  
ต้องการทุเรียนพันธุ์หมอนทอง และปัญหาที่พบ  
คือต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองคุณภาพดีที่



เกษตรกรผลิตยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ประกอบกับไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรใดได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการจัดการการผลิตพันธุ์ทุเรียนหมอนทองของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร อันเป็นแหล่งผลิตและแหล่งของรายได้ที่สำคัญของเกษตรกรในปัจจุบันและอนาคต และสืบเนื่องจากผลกระทบจากสถานะเศรษฐกิจโลก และสถานะทางการเมืองในประเทศ เป็นผลให้แรงงานภาคอุตสาหกรรมและบริการกลับสู่บ้านเกิด หันมาสู่อาชีพเกษตรกรรม ข้อมูลสิ่งเหล่านี้จะมีความสำคัญ และมีประโยชน์อย่างยิ่ง เป็นช่องทางที่นำไปสู่การตัดสินใจสามารถใช้เป็นฐานข้อมูลในการผลิต การจัดการทรัพยากรทางการเกษตรในการผลิต เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพทางการเกษตรกรรมเพื่อเสริมสร้างรายได้ แก่ผู้ที่สนใจศึกษาต่อไป

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพทางสังคม เศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอดในจังหวัดชุมพร
2. เพื่อศึกษาการจัดการในกระบวนการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอด
3. เพื่อศึกษาการจัดการส่วนประสมการตลาดของต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอด

4. เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอด

5. เพื่อพัฒนาการจัดการในกระบวนการผลิตและการตลาดต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอด

## ระเบียบวิธีการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีวิธีการดำเนินการวิจัย เกี่ยวกับประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การรวบรวมข้อมูล การรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### 1.1 การสัมภาษณ์

1.1.1 ประชากร ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ หมายถึง เกษตรกรผู้ผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอดในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ในปี 2552 เนื่องจากเป็นอำเภอเดียวในจังหวัดชุมพรที่พบว่ามีการผลิต โดยมีจำนวนประชากรทั้งสิ้นประมาณ 70 ราย

1.1.2 กลุ่มตัวอย่างและวิธีการเลือกตัวอย่าง ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 50 ของจำนวนประชากรทั้งหมด



## 1.2 การสัมมนาแบบมีส่วนร่วม

**1.2.1 ประชากร** ได้แก่ เกษตรกร ผู้ผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอด ในอำเภอเมือง จังหวัดชุมพร ในปี 2552 นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจากสำนักงานเกษตร จังหวัดชุมพรและนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร จากสำนักงานเกษตรอำเภอเมืองชุมพร

**1.2.2 กลุ่มตัวอย่างและวิธีการเลือกตัวอย่าง** คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากเกษตรกรที่มีศักยภาพในการผลิตจำนวน 12 ราย นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจากสำนักงานเกษตรจังหวัดชุมพรจำนวน 1 ราย และนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจากสำนักงานเกษตรอำเภอเมืองชุมพรจำนวน 1 ราย รวมทั้งสิ้น 14 ราย

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 2.1 การสัมภาษณ์

**2.1.1 เครื่องมือ** เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

**ตอนที่ 1 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร** ด้านเพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการผลิต ภูมิลำเนา ขนาดพื้นที่ อาชีพหลัก อาชีพรอง รายได้ การจ้างงาน แหล่งเงินทุน และแหล่งน้ำ ลักษณะเป็นแบบมีคำตอบให้เลือกและตอบอิสระ

### ตอนที่ 2 การจัดการในกระบวน

**การผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอดของเกษตรกร** ขั้นตอนการเตรียมต้นตอ ขั้นตอนการเตรียมกิ่งพันธุ์ดี วิธีการเสียบยอดทุเรียน วิธีการดูแล แหล่งความรู้ในการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอด ลักษณะเป็นแบบมีคำตอบให้เลือกและเติมข้อความในช่องว่าง และตอบอิสระ

### ตอนที่ 3 การจัดการส่วนประสม

**การตลาดของต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอด** ลักษณะเป็นแบบมีคำตอบให้เลือกและเติมคำในช่องว่างและตอบอิสระ

### ตอนที่ 4 ต้นทุนและผลตอบแทน

**ในการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอดของเกษตรกร** ด้านต้นทุนทั้งหมดของการผลิตและผลตอบแทน ลักษณะเป็นแบบมีคำตอบให้เลือกและเติมข้อความลงในช่องว่างและตอบอิสระ

### 2.1.2 การพัฒนาแบบสัมภาษณ์

- 1) ตรวจสอบข้อมูลจากเอกสาร
- 2) ทำแบบสัมภาษณ์
- 3) พัฒนาร่างแบบสัมภาษณ์
- 4) การตรวจสอบและทดสอบแบบสัมภาษณ์โดยนำมาใช้สัมภาษณ์กับเกษตรกรจำนวน 10 ราย ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง
- 5) ปรับแบบสัมภาษณ์
- 6) นำแบบสัมภาษณ์ ฉบับสมบูรณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง



## 2.2 การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมี

### ส่วนร่วม

ในการทำวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีจัดสัมมนาแบบมีส่วนร่วม โดยมีประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการในกระบวนการผลิตและการตลาดต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบเสียบยอด ผู้เข้าร่วมสัมมนาได้แก่กลุ่มตัวอย่างเกษตรกร และนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร โดยใช้กล้องถ่ายรูป เครื่องบันทึกเสียง และแบบบันทึกเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

## 3. การรวบรวมข้อมูล

### 3.1 การสัมภาษณ์ การทำวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในเดือนกันยายน พ.ศ.2552 – กรกฎาคม พ.ศ. 2553 โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลเกษตรกรผู้ผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบเสียบยอดในจังหวัดชุมพรเป็นรายบุคคล ซึ่งได้ใช้แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

### 3.2 การสัมมนาแบบมีส่วนร่วมจัด

สัมมนาแบบมีส่วนร่วมเพื่อหาแนวทางการพัฒนาการจัดการในกระบวนการผลิตและการตลาดต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบเสียบยอดในเดือนสิงหาคม 2553 โดยการจัดแบ่งผู้เข้าร่วมสัมมนาเป็น 3 กลุ่ม และให้ผู้ร่วมสัมมนาแต่ละรายแสดงความคิดเห็นลงในแบบบันทึก จากนั้นแต่ละกลุ่มทำการหาข้อสรุปร่วมกัน ส่งตัวแทนกลุ่มนำเสนอ ซึ่งได้ใช้กล้องถ่ายรูป และเครื่องบันทึกเสียงในการรวบรวมข้อมูล

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

### 4.1 ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิง

พรรณนา ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่ามัธยฐาน และค่าฐานนิยม

### 4.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์

เนื้อหา เช่น การอธิบาย การเป็นเหตุเป็นผล เป็นต้น

## ผลการวิจัย

### 1. สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ

สภาพพื้นฐานทางสังคม เกษตรกรร้อยละ 80 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 47.34 ปี ร้อยละ 94.28 สถานภาพสมรสแล้ว ร้อยละ 80 ของผู้ให้สัมภาษณ์มีสถานะเป็นภรรยา ร้อยละ 40 จบการศึกษาระดับประถมศึกษาตอนต้น (ป.1-4) มีประสบการณ์ในการผลิตเฉลี่ย 14.25 ปี มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.02 คน

สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจ พบว่าเกษตรกรมีจำนวนแรงงานในครอบครัวเฉลี่ยจำนวน 2.28 คน พื้นที่ในการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบเสียบยอดเฉลี่ย 1.68 ไร่ ร้อยละ 91.43 มีการถือครองพื้นที่ในการผลิตเป็นของตนเอง ร้อยละ 71.43 ยึดการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองเป็นอาชีพหลัก เกษตรกรมีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ย 442,528.57 บาทต่อปี



มีรายจ่ายของครอบครัวเฉลี่ย 309,571 บาทต่อปี เกษตรกรร้อยละ 91.43 มีการจ้างแรงงาน โดย ร้อยละ 100 จ้างแรงงานชั่วคราว ร้อยละ 40.62 จ้างแรงงานประจำ เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 84.37 จ้างแรงงานชั่วคราวในขั้นตอนกรอกดิน ใส่ถุง เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 80 ใช้เงินทุนของตนเองในการผลิต ร้อยละ 77.14 ใช้แหล่งน้ำธรรมชาติ

## 2. การจัดการในกระบวนการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอด

2.1 การเตรียมต้นตอ เกษตรกรส่วนใหญ่ นิยมทำแปลงเพาะขนาด  $80 \times 120$  เซนติเมตร สูง 20 เซนติเมตร ร้อยละ 62.86 ใช้ขุยมะพร้าวเป็นวัสดุในการเพาะเมล็ด เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 74.28 ได้เมล็ดพันธุ์มาจากอำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร ราคาเมล็ดพันธุ์ทุเรียนต้นต่อประมาณ 18.5 บาทต่อกิโลกรัม จำนวนเมล็ดพันธุ์คือ 40 เมล็ดต่อ 1 กิโลกรัม จำนวนเมล็ดพันธุ์ต่อแปลงเพาะขนาด  $80 \times 120$  เซนติเมตร มีค่าเฉลี่ย 1000 เมล็ดต่อแปลง เกษตรกรร้อยละ 52.4 นิยมวางเมล็ดให้มีลักษณะแนวโค้ง ใช้ส่วนที่เป็นเยื่อสีขาวของเมล็ดสัมผัสกับวัสดุปลูก กดให้ลึกประมาณ 1 เซนติเมตร เรียงแบบชิดติดกัน หลังจากวางเมล็ดพันธุ์ให้ใช้น้ำผสมสารป้องกันเชื้อราราดจนชุ่ม จากนั้นนำขุยมะพร้าวโรยคลุมด้านบนเมล็ดทั้งร่อง ไม่ควรคลุมหนาเพราะอาจทำให้เมล็ดเน่า รดน้ำเข้า เย็น เมื่อครบ 15-20 วัน

หรือพบว่ามีการงอกแล้วให้เอาขุยมะพร้าวที่ปิดอยู่ด้านบนออก สำหรับรายที่ปิดไว้บางๆ อาจไม่ต้องเอาออกแต่ใช้วิธีรดน้ำให้ขุยมะพร้าวลงไปอยู่ด้านล่าง รดน้ำเข้าเย็น โดยสังเกตจากสภาพอากาศ หากมีสภาพความชื้นสูงให้รดเฉพาะช่วงเช้ามืดเพียงพอ การหักเมล็ด นับจากวันที่วางเมล็ดประมาณ 25-30 วัน และพบว่าต้นกล้ามีการเจริญแล้ว ให้ทำการหักเมล็ดออกเพื่อที่ต้นกล้าเจริญแทงยอดขึ้นเต็มที่ โดยยังรดน้ำเข้าเย็น หรือตามสภาพอากาศ และหลังจากหักเมล็ดประมาณ 30 - 40 วัน ก็ทำการเสียบยอดได้ ระยะเวลาโดยรวมในการเตรียมต้นตอ คือ 55 - 70 วัน

2.2 การเตรียมกิ่งพันธุ์ดี ต้องมาจากต้นทุเรียนหมอนทองพันธุ์แท้ ที่เคยติดลูกแล้ว และเป็นต้นที่สมบูรณ์แข็งแรงไม่มีโรคหรือแมลง โดยเลือกกิ่งแขนงในตามลำต้น หรือที่เรียกว่า ยอดน้ำค้าง เกษตรกรจัดหากิ่งพันธุ์ดีมาจากแหล่งในสวนของตนเองหรือของเพื่อนบ้าน เมื่อได้กิ่งพันธุ์มา เกษตรกรทำการตัดแต่งกิ่งโดยการนับจากยอดให้เหลือใบเพียง 3 ใบ หรือสามชั้นจากยอด และทำการตัดส่วนของใบให้เหลือใบเพียง 1 ส่วน ใน 3 ส่วน จากนั้นนำมาใส่ถุงพลาสติกมัดปากถุงไว้พร้อมใช้งาน ซึ่งกิ่งพันธุ์ดี ควรใช้เสียบยอดให้หมดภายใน 1 วันเท่านั้น

2.3 การเสียบยอดทุเรียน วัดเหนือไหลขึ้นมาประมาณ 4-5 นิ้ว แล้วทำการตัดยอด



คล้องต้นตอด้วยเชือกฟางที่เตรียมไว้ โดยผูกคล้องทำเป็นเงื่อนเป็นหลวมๆ ผ่านส่วนยอดสุดของต้นตอที่ทำการตัดยอดออกแล้ว โดยผ่าให้เข้าถึงกลางด้วยใบมีโกน เกษตรกรนิยมใช้ชนิดไม่มีด้าม โดยผ่าให้มีความลึกประมาณ 1.3-1.5 เซนติเมตร เกษตรกรทำการปาดยอดกิ่งพันธุ์โดยเลือกใช้อุปกรณ์ใบมีดโกนชนิดไม่มีด้าม ปาดยอดลักษณะคล้ายลิ้ม จากนั้นนำยอดที่ปาดแล้ว เียบกับต้นตอที่ผ่าไว้ แล้วดึงเชือกฟางที่คล้องไว้มาผูกมัดตรงรอยต่อให้แน่น

#### 2.4 การอนุบาลและดูแลรักษา

ต้นพันธุ์ดีหลังการเสียบยอด ใช้วัสดุไม้ไผ่โค้งครอบแปลง นำพื้นพลาสติกใสมากลุมเป็นลักษณะกระโจม ใช้ระยะเวลาในการคลุมกระโจมทั้งสิ้น 25 วัน โดยหลังจากคลุมกระโจมครบ 7 วัน เปิดกระโจมในช่วงเช้า เปิดด้านหัวเพียงด้านเดียว พันสารป้องกันเชื้อรา แล้วปิดกระโจม ครบ 14 วัน เปิดกระโจมในช่วงเช้า เปิดด้านหัวเพียงด้านเดียว ใช้น้ำรด หากพบว่าต้นทุเรียนเป็นเชื้อรา พันสารป้องกันเชื้อราซ้ำ แล้วปิดกระโจม ครบ 22 วัน เปิดกระโจมด้านหัวและด้านท้าย เปิดทิ้งไว้ทั้งกลางวันและกลางคืน รดน้ำในช่วงเช้า ครบ 25 วัน และพบว่ารอยต่อติดกันดีแล้วถึงเปิดกระโจมทั้งหมด รดน้ำต่ออีก 2-3 วันสามารถถอนจำหน่าย หรือปลูกลงถุงเพาะชำได้ ต้นตอที่เสียบยอดแล้วไม่ติด เกษตรกรจะทำการหายอดมาเสียบใหม่อีกครั้ง

#### 2.5 การดูแลผลผลิตก่อนจำหน่าย

กรณีผลิตต้นถอน รดน้ำให้ชุ่มแปลงแล้วทำการถอนต้นนำมาจัดเรียงและมัดเป็นกอง จำนวนกองละ 200 ต้น ห่อด้วยกระสอบปุ๋ยโดยเว้นช่วงราก แล้วขนส่งไปจำหน่ายทันที กรณีผลิตต้นเลี้ยง ทำการเตรียมส่วนผสมของวัสดุปลูกไว้ล่วงหน้า วัสดุปลูกได้แก่ดิน ขุยมะพร้าว แกลบ ในอัตราส่วน 30:50:20 เตรียมวัสดุปลูกบรรจุลงถุงเพาะชำ ขนาด 3.5"×10" หรือขนาด 4"×10" ไว้ หลังถอนต้นแล้ว ทำการตัดแต่งเอาแขนงตามลำต้นออก ตัดรากแก้วออกครึ่งส่วน ตัดเชือกฟางออก แล้วปลูกลงในถุงที่ได้เตรียมไว้ นำมาจัดเรียงให้เป็นระเบียบสวยงามในโรงเรือน รดน้ำเช้า เย็น หากมีฝนตกก็ให้เว้นการให้น้ำ เมื่อต้นเจริญดีแล้ว ทำการรดน้ำเฉพาะช่วงเช้า นิดพ่นยากันเชื้อรา ได้แก่สารเมทาแลกซิน สารคาเบนดาซิม สารวาเลนิดาบิล และคอปเปอร์ออกซีคลอไรด์ นิดพ่นสารป้องกันและกำจัดศัตรูพืช ได้แก่ สารอะบาแมคติน สารไซเปอร์เมททิล และสารเมโทลมิท สารซัลเฟอร์ กำจัดวัชพืชโดยวิธีการถอน เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมทำการหว่านปุ๋ยเคมีสูตร 15-15-15

### 3. การจัดการส่วนประสมการตลาดของต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอด

ด้านผลิตภัณฑ์ ต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองที่เกษตรกรผลิตมี 2 ชนิด ได้แก่ชนิดต้นถอน และชนิดต้นเลี้ยง เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 60 ผลิต



ต้นทุนเพื่อขายเป็นชนิดต้นเลี้ยง ส่วนใหญ่ร้อยละ 97.14 ไม่มีใบรับรองพันธุ์พืชจากกรมวิชาการเกษตร ร้อยละ 68.57 ผลิตปีละ 2 ครั้ง ร้อยละ 62.86 ผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ด้านราคา การกำหนดราคาร้อยละ 91.43 ใช้คู่แข่งเป็นเกณฑ์ ในการกำหนดราคา โดยเกษตรกรร้อยละ 80 รับชำระเงินเป็นเงินสดอย่างเดียว ด้านการจัดจำหน่าย ร้อยละ 97.14 ขายที่แหล่งผลิต ช่องทางการจำหน่าย ร้อยละ 80 ขายส่งผ่านพ่อค้าคนกลาง ได้แก่พ่อค้าจากต่างอำเภอและต่างจังหวัด ได้แก่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดตราด จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดนครนายก ด้านการส่งเสริมการตลาด เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 94.29 ไม่มีการโฆษณา ร้อยละ 97.14 มีการขายส่วนบุคคลที่แปลงตนเอง เกษตรกรทั้งหมดมีการจัดโปรมโชันส่วนแถม เพื่อชดเชยต้นทุนร้อยละ 71.43 ไม่มีบริการจัดส่ง กลยุทธ์ด้านการตลาดที่โดดเด่นกว่าคู่แข่งด้าน ผลิตภัณฑ์ เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ดูแล รักษาผลผลิตให้มีคุณภาพดี ในด้านราคาเกษตรกรส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์การขายราคาถูก ในด้านการจัดจำหน่ายเกษตรกรส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ทำเลดีและในด้านการส่งเสริมการตลาดเกษตรกรส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์อัยาศัยดี

#### 4. ต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิต ต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบเสียบยอด

4.1 ต้นทุน พบว่าชนิดต้นถอน มีต้นทุน 2.88 บาทต่อต้น และชนิดต้นเลี้ยงมี ต้นทุน 3.81 บาทต่อต้น

4.2 จำนวนผลผลิต พบว่าในปี 2552 ชนิดต้นถอนมีผลผลิตจำนวน 879,750 ต้น และ ชนิดต้นเลี้ยงมีผลผลิตจำนวน 1,501,950 ต้น

4.3 ราคาที่เกษตรกรขายได้ พบว่า ราคาที่เกษตรกรขายได้ชนิดต้นถอนคือ 3.00 บาท ต่อต้น ชนิดต้นเลี้ยงคือ 10.00 บาทต่อต้น

4.4 รายได้รวม จากการวิเคราะห์ พบว่าชนิดต้นถอนมีรายได้รวมจำนวน 2,639,250 บาท และชนิดต้นเลี้ยงมีรายได้รวมจำนวน 15,019,500 บาท

4.5 ผลตอบแทนสุทธิ จากการ วิเคราะห์ข้อมูล พบว่าชนิดต้นถอนมีผลตอบแทน สุทธิ 0.70 บาทต่อต้น และชนิดต้นเลี้ยงมีผล ต่อตอบแทนสุทธิ 6.82 บาทต่อต้น

4.6 กำไร พบว่าชนิดต้นถอนมีกำไร 0.12 บาทต่อต้น และชนิดต้นเลี้ยง มีกำไร 6.19 บาทต่อต้น

### 5. การพัฒนาการจัดการในกระบวนการ ผลิตและการตลาดต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทอง แบบเสียบยอด

#### 5.1 การพัฒนาการจัดการในกระบวนการ ผลิตพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบเสียบยอด

5.1.1 การเตรียมต้นตอแนวทาง ในการเตรียมต้นตอให้มีคุณภาพ อัตราการ รอดตายสูง และใช้ต้นทุนต่ำที่สุด เริ่มตั้งแต่



จัดหาเมล็ด เตรียมแปลง และเพาะเมล็ด จนกระทั่งเป็นต้นต่อ โดยการหาเมล็ดที่มีคุณภาพ ไม่ลีบ ไม่แห้ง และไม่ตกค้างหลายวัน จัดเตรียมแปลงเพาะที่ไม่ขึ้นแฉะด้วยขุยมะพร้าว หากดินเป็นดินเหนียวให้ใช้เกลบรองพื้นซึ่งขนาดทั่วไปของแปลงเพาะคือ 80 x 120-180 เซนติเมตร ขนาดความสูงประมาณ 20 เซนติเมตร เมล็ดที่ได้มาต้องล้างให้สะอาด วางเมล็ดแนวคิง และเว้นริมร่องประมาณ 2.5" แล้วใช้สารป้องกันเชื้อราหากเป็นชนิดผงใช้โรยหรือชนิดน้ำให้ฉีดพ่นบนเมล็ด แล้วปิดคลุมเมล็ดด้วยการใช้ขุยมะพร้าวโรยกลบด้านบนบางๆ จากนั้นให้รดน้ำให้ชุ่มทุกวันและสม่ำเสมอ หลังจากวางเมล็ดแล้วทิ้งช่วงประมาณ 20 วัน ถึงหักเมล็ดได้และให้หว่านปุ๋ยต้นกล้าโดยใช้ปุ๋ยสูตร 15-15-15 หลังจากหักเมล็ดแล้วประมาณ 25-30 วันให้ตัดต้นเตรียมเสียบยอดได้

#### 5.1.2 การเตรียมกิ่งพันธุ์ดี วิธี

จัดหากิ่งพันธุ์ดี เพื่อให้ต้นพันธุ์มีคุณภาพ และขายได้กำไรดี และลดต้นทุน ผู้เข้าร่วมสัมมนาได้เสนอแนวทางร่วมกัน คือ ให้เลือกกิ่งพันธุ์ที่สมบูรณ์ ไม่เป็นโรค กัดเฉพาะที่เป็นยอดกระโดง กิ่งไม่แก่หรืออ่อนเกินไป และเป็นกิ่งพันธุ์ที่จัดหาจากสวนในท้องถิ่น

#### 5.1.3 การเสียบยอด แนวทาง

ในการเสียบยอดเพื่อให้ต้นพันธุ์มีคุณภาพ อัตราการรอดตายสูง และใช้ต้นทุนต่ำที่สุด โดยการ

ใช้แรงงานแลกเปลี่ยน หรือจ้างเพียงบางโอกาส ในกรณีที่ต้องเร่งเสียบยอดและต้องเตรียมเงินสดสำหรับจ่ายค่าแรงให้พร้อม ก่อนทำการเสียบยอดต้องดูสภาพอากาศ อากาศต้องดี หลีกเลียงการเสียบยอดในขณะที่ฝนตก ให้ตัดยอดต้นต่อเมื่อต้นต่อมีอายุได้ประมาณ 40-50 วัน หรือนับจากหักเมล็ด 25-30 วัน โดยทำการตัดต้นต่อตำแหน่งเหนือโพลประมาณ 4-5" และตัดทิ้งไว้ประมาณ 2 วันก่อนเสียบยอด แต่ไม่ควรตัดทิ้งไว้นานกว่านั้น และยอดที่นำมาเสียบต้องมีความสมดุลกับต้นต่อ

#### 5.1.4 การอนุบาลและดูแลรักษา

ต้นพันธุ์ดีหลังการเสียบยอด ผู้เข้าร่วมสัมมนา มีประเด็นนำเสนอเพื่อการพัฒนา ดังนี้

##### 1) การคลุมกระโจม

ทำการคลุมกระโจมเพื่อเป็นการปรับอุณหภูมิประมาณ 25 วัน โดยครบ 7 วัน เปิดกระโจมในช่วงเช้าเปิดด้านหัวเพียงด้านเดียว พ่นสารป้องกันเชื้อรา แล้วปิดกระโจม ครบ 14 วัน เปิดกระโจมในช่วงเช้า เปิดด้านหัวเพียงด้านเดียวใช้น้ำรด หากพบว่าต้นทุเรียนเป็นเชื้อรา พ่นสารป้องกันเชื้อราซ้ำ แล้วปิดกระโจม ครบ 22 วัน เปิดกระโจมด้านหัวและด้านท้าย เปิดทิ้งไว้ทั้งกลางวันและกลางคืน รดน้ำในช่วงเช้า เมื่อครบ 25 วัน และพบว่ารอยต่อติดกันดีแล้ว เปิดกระโจมทั้งหมด รดน้ำต่ออีก 2-3 วันสามารถถอนจำหน่าย หรือปลูกลงถุงเพาะชำ



## 2) การปลูกในถุงเพาะชำ

แนะนำให้ใช้ดินผสมใส่ถุงในอัตราดิน 30 : ขุยมะพร้าว 50 : แกลบ 20 และทำการกรอกดินผสมใส่ถุง โดยเลือกใช้ถุงขนาด 3.5"×10" กรณีมีความต้องการเลี้ยงข้ามปีตั้งแต่ต้น เลือกใช้ถุงขนาด 4"×10" สำหรับต้นพันธุ์ที่ใส่ถุงขนาดเล็กเมื่อเลี้ยงได้ 90 วันแล้วและยังไม่ได้ขายให้เปลี่ยนถุงเป็นขนาด 5"×12" ซึ่งการเลี้ยงไว้ในถุงเพาะชำควรเลี้ยงจนได้ระยะเวลา 1 เดือนถึงค่อยขาย

5.2 การพัฒนาด้านการตลาดต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบเสียบยอดของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร ผู้เข้าร่วมสัมมนามีประเด็นนำเสนอเพื่อการพัฒนาดังต่อไปนี้

5.2.1. เกษตรกรมีผลผลิตต้นพันธุ์ที่มีคุณภาพดี

5.2.2. เสนอให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่มจำหน่ายผลผลิต

5.2.3 ควรให้มีผู้ทำหน้าที่บริหารจัดการด้านการตลาด โดยการกำหนดให้มี

1) การกำหนดราคาขายที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

2) การจัดจำหน่ายโดยมีศูนย์จำหน่าย หรือแหล่งกระจายสินค้า

3) การส่งเสริมการตลาด โดยการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ

## สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่องการจัดการในกระบวนการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบเสียบยอดของเกษตรกรในจังหวัดชุมพร มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาสรุปและอภิปรายดังนี้

### 1. สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ

จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมีประสบการณ์ในการผลิต 6-7 ปี ซึ่งในการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองเป็นการผลิตที่ใช้ระยะเวลาสั้น แรงงานที่เป็นเพศหญิงสามารถทำได้ และเป็นการผลิตที่ไม่จำเป็นต้องใช้พื้นที่มาก เกษตรกรส่วนใหญ่มีการจ้างงานชั่วคราว โดยจ้างในขั้นตอนกรอกดินใส่ถุงมากที่สุดเนื่องจากเป็นงานที่ต้องใช้แรงงานยก-หามไม่ต้องพื้พันหรือต้องอาศัยทักษะสามารถให้บุคคลใดทำก็ได้ รองลงมาคือขั้นตอนการผสมดินเนื่องจากเป็นงานที่ต้องใช้แรงงานและพบว่าเกษตรกรส่วนน้อยที่จ้างแรงงานในขั้นตอนจัดหากิ่งพันธุ์ เนื่องจากกิ่งพันธุ์ไม่ต้องซื้อ เกษตรกรต้องอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวในการไปหามา และการทำต้นพันธุ์ให้มีคุณภาพขึ้นอยู่กับกิ่งพันธุ์ที่มีลักษณะดี ดังนั้นเกษตรกรจึงให้ความสำคัญโดยจัดหาเอง การผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนเป็นการลงทุนระยะสั้น เกษตรกรส่วนใหญ่จึงใช้เงินทุนของตนเองในการลงทุนผลิต เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้น้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติที่เป็นลำคลองในท้องถิ่น



## 2. การจัดการในกระบวนการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอด

### 2.1 การเตรียมต้นตอ

**2.1.1 การเตรียมแปลงเพาะและแหล่งเมล็ดพันธุ์** เกษตรกรส่วนใหญ่ นิยมทำแปลงเพาะขนาด 80×120 เซนติเมตรและสูงขนาด 20 เซนติเมตร จากการสัมภาษณ์เกษตรกรถึงขนาดของแปลงพบว่า แปลงที่มีความกว้างมากเกินไปทำให้ไม่สะดวกในการปฏิบัติงานและการที่ทำให้แปลงเพาะมีความสูงขนาด 20 เซนติเมตร เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้รากของต้นตอมีการเจริญลงดิน เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้วัสดุเพาะชำเป็นขุยมะพร้าวในการเพาะเมล็ด แต่หากพื้นดินเป็นลักษณะเหมือนดินเหนียวและมีน้ำท่วมขัง ไข่แกลบเป็นวัสดุรองพื้นก่อน ซึ่งสอดคล้องกับพะยงค์ เก่งกาจ (2545) ที่ได้กล่าวไว้ในเอกสารประกอบการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การป้องกันกำจัด โรคพืช และศัตรูพืชแบบผสมผสานในทุเรียนว่า การเพาะเมล็ดให้นำเมล็ดลงเพาะ โดยใช้ขุยมะพร้าวเป็นวัสดุเพาะ และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับนันทิยา วรรณะภูติ (2538:340) ที่ได้กล่าวถึงวัสดุที่ใช้ในการเพาะชำว่า ส่วนผสมของวัสดุเพาะชำไม่มีกฎเกณฑ์บังคับแน่นอน แต่ขอให้คำนึงว่าเมื่อคลุกเคล้าแล้วเป็นเนื้อเดียวกันมีความร่วนโปร่ง ระบายน้ำได้ดี มีธาตุอาหารอุดมสมบูรณ์ ปราศจากโรคและแมลง การที่เกษตรกรเลือกใช้ขุยมะพร้าวอย่างเดียวเป็น

วัสดุเพาะเมล็ดเกษตรกรพบว่าต้นตอสามารถเจริญได้ดีในขุยมะพร้าว และยังเป็นการประหยัดและสะดวกในการปฏิบัติงานอีกด้วย สำหรับเมล็ดพันธุ์เกษตรกรส่วนใหญ่ได้เมล็ดพันธุ์พื้นเมืองมาจากอำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร ซึ่งเป็นแหล่งเมล็ดพันธุ์ที่ใกล้ที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับศิริ อำพันสวัสดิ์ (2540: 84) ที่แนะนำว่าเมล็ดพันธุ์ทุเรียนที่นำมาเพาะ ไม่ควรเก็บไว้นานเกิน 7 วัน จากคำแนะนำของกรมวิชาการเกษตร (2553) เกี่ยวกับการขยายพันธุ์พืช โดยได้กล่าวไว้ใน การขยายพันธุ์มะม่วงว่า การเตรียมเมล็ดเมล็ดที่เอาเนื้อออกแล้ว ให้รีบเพาะภายใน 1 สัปดาห์ ไม่ควรเก็บไว้นานเกิน จะเพาะไม่งอกหรือถ้างอกต้นก็จะไม่ค่อยแข็งแรง ดังนั้นการจัดหาเมล็ดพันธุ์จากแหล่งที่ใกล้นอกจากมีผลต่อต้นทุนในการขนส่งเมล็ดพันธุ์แล้ว ยังมีผลต่อการงอกของเมล็ด

### 2.1.2 เทคนิคและข้อแนะนำใน

**การเพาะเมล็ด** พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่นิยมวางเมล็ดให้มีลักษณะแฉวงโดยใช้ส่วนที่เป็นเยื่อสีขาวของเมล็ดสัมผัสกับวัสดุปลูก แล้วกดให้จมลึกประมาณ 1 เซนติเมตร เพื่อต้องการให้ต้นตอที่งอกมีลำต้นตรง ประหยัดเนื้อที่บนแปลงสอดคล้องกับพะยงค์ เก่งกาจ (2545) ที่ได้กล่าวว่าการวางเมล็ด ควรวางด้านที่มีสีขาว คือ ด้านที่ติดแกนผลไว้ด้านล่าง และกดเมล็ดให้จมลงในวัสดุเพาะประมาณครึ่งเมล็ด และรดน้ำให้ชุ่ม



ซึ่งวิเศษฐ คำสุวรรณ (2543) ได้กล่าวว่าเมล็ดมีส่วนประกอบที่เป็นคัพภะ (Embryo) ซึ่งจะเจริญเติบโตเป็นต้นพืช โดยส่วนล่างเจริญเป็นรากและส่วนบนเจริญเป็นใบเลี้ยง ตา ยอด และต้น ดังนั้นส่วนที่เป็นเยื่อสีขาวของเมล็ดทุเรียนคือส่วนของคัพภะ (embryo) โดยคัพภะ ส่วนด้านที่ติดแกนผลเป็นส่วนที่จะเจริญไปเป็นราก (radical) ส่วนที่อยู่ตรงข้ามคือส่วนยอดอ่อน (plumule) ซึ่งจะเจริญไปเป็นยอดนั่นเอง เมื่อนับจากวันที่วางเมล็ดประมาณ 25-30 วันสังเกตเห็นว่าต้นกล้ามีการเจริญแล้ว เกษตรกรจึงได้ทำการหักเมล็ดออก เพื่อป้องกันการสะสมของเชื้อรา เพื่อให้ลำต้นตรงสวยงาม และเจริญเติบโตพร้อมกัน เกษตรกรสามารถเสียบยอดได้พร้อมกันทั้งแปลง หลังจากหักเมล็ดประมาณ 30-40 วัน ก็ทำการเสียบยอดได้ ระยะเวลาโดยรวมในการเตรียมต้นคือ 55-70 วัน

**2.2 การเตรียมกิ่งพันธุ์ดี** เกษตรกรเลือกกิ่งพันธุ์ดีจากต้นทุเรียนหอมทองพันธุ์แท้ที่เคยติดลูกแล้ว และเป็นต้นที่สมบูรณ์แข็งแรง ไม่มีโรคหรือแมลง โดยเลือกกิ่งกระโดง สอดคล้องกับศิริ อัมพันสวัสดิ์ (2540:84) ที่ได้กล่าวถึงลักษณะของกิ่งพันธุ์ดีว่า กิ่งพันธุ์ดีที่จะนำมาเสียบยอดนั้นควรได้มาจากต้นพันธุ์แท้ที่ให้ผลผลิตแล้วเจริญเติบโตดี สมบูรณ์แข็งแรง ให้ผลดกสม่ำเสมอ ทนทานต่อโรคและแมลง และกิ่งพันธุ์ดียอดน้ำค้างหรือเรียกว่ากิ่งกระโดง

เป็นกิ่งที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงกว่ากิ่งอื่น ดังนั้น โอกาสเกิดรอยเชื่อมประสานระหว่างต้นตอกับกิ่งพันธุ์ดีจะเกิดได้ง่ายและเร็วกว่าการใช้กิ่งชนิดอื่น เมื่อได้กิ่งพันธุ์ดีมา เกษตรกรจะทำการตัดแต่งกิ่ง โดยการนับจากยอดที่เหลือใบเพียง 3 ใบ หรือ สามชั้นจากยอด และทำการตัดส่วนของใบที่เหลือใบเพียง 1 ส่วน ใน 3 ส่วน จากนั้นนำมาใส่ถุงพลาสติกมัดปากถุงไว้ พร้อมใช้งาน ซึ่งกิ่งพันธุ์ดีควรใช้เสียบยอดให้หมดภายใน 1 วันเท่านั้น สอดคล้องกับพะยงค์ เก่งกาจ (2545)

ที่กล่าวถึงการเลือกกิ่งพันธุ์ให้ใช้ยอดที่มีใบแก่หรือกิ่งกิ่งอ่อนกิ่งแก่ มีใบติดอยู่ 3-4 ใบ ความยาวของยอดประมาณ 3 นิ้ว ไม่ควรใช้ยอดที่มีใบอ่อนเพราะมีเปอร์เซ็นต์ติดน้อย และกิ่งพันธุ์ดีควรมีขนาดใกล้เคียงกับต้นตอ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับศิริ อัมพันสวัสดิ์ (2540) ที่ได้กล่าวว่า กิ่งพันธุ์ดีควรขลิบใบทุกใบออกให้เหลือครึ่งหนึ่งของความยาวของใบเพื่อลดการคายน้ำ เมื่อตัดกิ่งพันธุ์ดีได้มากพอกับความ ต้องการแล้ว ให้จุ่มลงในน้ำสะอาดให้ชุ่มแล้วเก็บไว้ในถุงพลาสติกมัดปากถุงให้แน่นเพื่อเป็นการช่วยล้างความสกปรกของกิ่งออกและให้ความชื้นในถุงพลาสติกมีสูง ลดการคายน้ำ กิ่งพันธุ์ดีที่ตัดมานั้นต้องรีบนำไปใช้เสียบยอดให้เร็วที่สุด แต่ในกรณีที่ต้องการนำกิ่งพันธุ์ดีไปยังแหล่งไกลๆ จะต้องมีการควบคุมความชื้น



ภายในถุงพลาสติกให้สูงอยู่เสมอ มิฉะนั้นแล้วกิ่งพันธุ์นี้อาจเหี่ยวเฉาเสื่อมคุณภาพได้

**2.3 การเสียบยอดทุเรียน** เกษตรกรทำการเสียบยอดโดยใช้วิธีการแบบเสียบลิ้ม (cleft grafting) พิจิตร โขควัฒนา (2540: 27) ได้กล่าวถึงการขยายพันธุ์ทุเรียนแบบเสียบยอดหรือเสียบลิ้มว่าเป็นวิธีการขยายพันธุ์ทุเรียนที่ค่อนข้างสะดวก และทำได้จำนวนมาก หรือได้ผลดีกว่าวิธีอื่น คือ สามารถขยายพันธุ์ได้มากถึง 80 เปอร์เซ็นต์ และศิริ อำพันสวัสดิ์ (2540) ได้กล่าวว่า การขยายพันธุ์สามารถทำได้หลายวิธี แต่วิธีที่ดีและเหมาะสมที่สุดในปัจจุบันคือ การเสียบยอด การเสียบยอดเกษตรกรดำเนินการดังนี้ ใช้กรรไกรตัดยอดต้นตอที่อยู่เหนือไหลประมาณ 4-5" จากนั้นผ่าต้นตอกลางรอยแผลที่ตัดประมาณ 0.5" ปาดยอดกิ่งพันธุ์ให้เป็นลักษณะลิ้ม นำยอดที่ปาดแล้วเสียบกับต้นตอที่ผ่าไว้ ดึงเชือกฟางที่คล้องไว้มาผูกมัดตรงรอยต่อให้แน่น แล้วทำการอนุบาลกิ่งพันธุ์หลังการเสียบยอดด้วยการคลุมกระโจม โดยใช้วัสดุไม้ไผ่ไค้จกรอมแปลงนำพื้นพลาสติกใสมาคลุมเป็นลักษณะกระโจมเพื่อเป็นการป้องกันการคายน้ำ ประมาณ 25 วันจึงเปิดกระโจมพลาสติกออก ซึ่งสอดคล้องกับพะยงค์ เก่งกาจ (2545) ได้กล่าวในเอกสารประกอบการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่อง “คำแนะนำการปฏิบัติการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชแบบผสมผสานในทุเรียน” ถึงขั้นตอนการเสียบยอดทุเรียนว่าขั้นตอน

การเสียบยอด ใช้วิธีการแบบเสียบลิ้มเหมือนเกษตรกรปฏิบัติแต่การตัดต้นตอเพื่อเสียบยอดแนะนำว่าให้ตัดเหนือไหลประมาณ 1-2" แต่เกษตรกรตัดเหนือไหลประมาณ 4-5" เนื่องจากว่าป้องกันการเสียบยอดแล้วไม่ติด ยังสามารถตัดส่วนที่เป็นแผลเก่าออกและทำการเสียบยอดซ้ำได้ หลังจากเปิดกระโจมพลาสติกออก จึงย้ายลงถุงเพาะชำ ต้นตอที่เสียบยอดแล้วไม่ติดเกษตรกรจะทำการหายอดมาเสียบใหม่อีกครั้ง

## 2.4 การอนุบาลและดูแลรักษาด้านพันธุ์ดี

### หลังการเสียบยอด

**2.4.1 การคลุมกระโจม** เป็นการปรับอุณหภูมิเพื่อให้รอยแผลมีการสมานติดกันได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับศิริ อำพันสวัสดิ์ (2540) ที่ได้กล่าวว่าเมื่อเสียบยอดแล้วต้องป้องกันการระเหยน้ำจากบริเวณผิวของรอยตัด โดยใช้พลาสติกพัน ใช้ถุงพลาสติกคลุมหรือวางดินที่ต่อกิ่งแล้วในวัสดุขึ้นในโครงสร้างปิด เมื่อเสียบยอดแล้วควรดูแลอย่างใกล้ชิดสักระยะหนึ่ง บางครั้งมีหน่อใหม่เกิดขึ้นจากต้นตอบริเวณใต้รอยต่อและเจริญเร็วมากทำให้กิ่งพันธุ์ดีโตช้า ต้องลิดหน่อใหม่นั้นออก และที่สำคัญหรือต้องคอยสังเกตเชื้อราและคอยฉีดพ่นสารป้องกันเชื้อรา เพราะในระยะของการคลุมกระโจมนี้ เชื้อรายังคงเป็นสาเหตุหลักที่ทำลายต้นพันธุ์

**2.4.2 กรณีเลี้ยงในถุงเพาะชำ**  
ย้ายต้นพันธุ์ที่มีการเสียบยอดและพบว่าติด



ดีแล้ว มาปลูกในถุงเพาะชำ ภายใต้โรงเรือนกันแสง รดน้ำเช้า เย็น หากมีฝนตกก็ให้เว้นการให้น้ำ เมื่อต้นเจริญดีแล้วทำการรดน้ำเฉพาะช่วงเช้า ฉีด ฟันสารกำจัดเชื้อรา และสารป้องกันกำจัดแมลง ศัตรูพืช กำจัดวัชพืชโดยวิธีการถอน เกษตรกร ส่วนใหญ่นิยมทำการหว่านปุ๋ยเคมีสูตร 15-15-15 ซึ่งกรมวิชาการเกษตร (มปป) ได้กล่าวถึงโรค ของทุเรียนและคำแนะนำการใช้สารป้องกัน กำจัดศัตรูพืชว่า ในขณะที่เป็นทุเรียนต้นเล็ก โรคที่ พบมากได้แก่ โรครากเน่าโคนเน่า เกิดจากเชื้อรา ไฟทอปทอรา (*Phytophthora palmivora*) โดย พบว่าระบาดมากในช่วงที่ฝนตกชุก หรือช่วงที่ ความชื้นในอากาศค่อนข้างสูง มักพบอาการที่ใบ ฉีดพ่นด้วยสารเคมีเมทาแลกซิน อัตรา 30-50 กรัมต่อน้ำ 20 ลิตร หรือสารเคมีอีพอไซท์ อลู มิเนียม 80% WP อัตรา 30-50 กรัมต่อน้ำ 20 ลิตร หรือกรดฟอสฟอรัส อัตรา 50 ซีซีต่อน้ำ 20 ลิตร ฉีดพ่นให้ทั่วทั้งภายนอกและภายในทรงพุ่ม แมลงศัตรูพืชที่สำคัญของทุเรียนได้แก่เพลี้ยไก่แจ้ แนะนำฉีดพ่นด้วยสารคาร์บาริล 85% อัตราการใช้ 80 กรัมต่อน้ำ 20 ลิตร หรือ สารไซเปอร์เมท ทริน 6.25 % อัตรา 40 มิลลิกรัมต่อน้ำ 20 ลิตร

### 3. การจัดการส่วนประสมการตลาดของ เกษตรกรผู้ผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบ เลียบยอด

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาด้ว นการตลาด พบว่าที่ผ่านมากษตรกรผู้ผลิตใน

จังหวัดชุมพร ได้จำหน่ายต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทอง ให้แก่ลูกค้าเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในปี 2552 สินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของ ตลาด สำหรับปี 2553 เกษตรกรจึงได้ทำการผลิต เพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการ ของตลาด ซึ่งสอดคล้องกับสุวัฒน์ สิริ นรินทร์ และคณะ (2550) ได้กล่าวว่า การตลาด (Marketing) หมายถึง กระบวนการทำงานของธุรกิจที่ทำให้ เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและการบริการจาก ผู้ผลิต (Product) ไปยังผู้บริโภค(Customer) หรือ ผู้ใช้ (User) เพื่อตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภคหรือผู้ใช้เหล่านั้น จากการศึกษายังพบว่า สินค้าต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบเลียบยอด นั้นมีส่วนประสมของตลาดดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ ต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองซึ่งมี สองชนิดด้วยกัน ได้แก่ชนิดต้นถอน และชนิด ต้นเลี้ยง ผลิตภัณฑ์ที่เป็นชนิดต้นถอน คือ หลังจาก การเปิดกระโจมประมาณ 2-3 วัน เกษตรกร รดน้ำให้ชุ่มแปลง แล้วทำการถอนต้นพันธุ์ดี ตัดแต่งส่วนรากและนำมาจัดเรียง มัดเป็นกอง จำนวนกองละ 200 ต้น ห่อด้วยกระสอบปุ๋ย แล้วขนส่งไปจำหน่ายทันที ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักส่งเสริมและฝึกอบรมมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน (2541) ได้ กล่าวถึงการขนส่งต้นกล้าผักหวานป่า กรณีที่มี การจำหน่ายกล้าเพาะเมล็ดจำนวนมากใช้วิธีการ ย้ายต้นกล้าแบบล้างราก แล้วนำมาจัดเรียงมัด



เป็นกองละ 50 ต้น ห่อด้วยวัสดุรักษาความชื้น เช่นกระดาษหนังสือพิมพ์ต้นกล้าจะทนทานได้นานประมาณ 8-10 วัน และพบว่าเมื่ออัตราการรอดตายสูง การส่งต้นกล้าวิธีนี้เป็นวิธีที่แก้ปัญหาเรื่องการขนส่งเนื่องจากน้ำหนักมากและลดการสิ้นเปลืองพื้นที่ในการขนส่ง ส่วนต้นเลี้ยง คือ ต้นพันธุ์ที่เกษตรกรนำมาปลูกในถุงเพาะชำและเลี้ยงอย่างน้อย 1 เดือนเพื่อรอจำหน่าย 2) ราคา (Price) เกษตรกรส่วนใหญ่อาศัยหลักการใช้คู่แข่งเป็นเกณฑ์ในการกำหนดราคา 3) การจัดจำหน่าย (Place) เกษตรกรส่วนใหญ่มีการจัดจำหน่ายที่แหล่งผลิต โดยขายผ่านพ่อค้าคนกลาง เช่น พ่อค้าจากต่างอำเภอและต่างจังหวัด ได้แก่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดระยอง จังหวัดจันทบุรี จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดนครนายก และจังหวัดนครศรีธรรมราช ขายส่งให้แก่พ่อค้ารายย่อยในจังหวัดเดียวกันและชาวสวนในพื้นที่ใกล้เคียงและต่างอำเภอ และนอกจากนี้พบว่าเกษตรกรยังมีการขายตามใบสั่งซื้อล่วงหน้าโดยผู้ซื้อ ได้แก่พ่อค้าคนกลางจากจังหวัดตราด จังหวัดสุราษฎร์ธานี และที่อื่นๆ ซึ่งนิยมสั่งซื้อชนิดต้นถอน เพื่อนำไปบรรจุใส่ถุงเพาะชำและจำหน่ายต่อไป ซึ่งเกษตรกรเป็นผู้จำหน่ายโดยตรงให้แก่พ่อค้าคนกลาง และผลผลิตเหล่านี้มีพ่อค้าคนกลางในแต่ละภูมิภาคเป็นผู้กระจายสินค้าโดยไม่มีบริการจัดส่งสินค้า 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่าส่วนใหญ่ไม่มีการ

โฆษณา มีการส่งเสริมการขายโดยมีการให้ส่วนแถมเพื่อชดเชยต้นทุน และไม่มีการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับเสาวภา มีถาวรกุล (2551) ที่ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดว่า ส่วนประสมของตลาดต้องประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ที่กิจการจะนำเสนอเข้าสู่ตลาดและเข้าไปดำเนินการการตลาดเพื่อเรียกร้อง สร้างความต้องการ และความสนใจจากผู้บริโภค เป็นการเพิ่มยอดขายและที่จะทำให้กิจการได้รับกำไรมากที่สุด ต้องการขายสิ่งที่ตลาดเป้าหมายต้องการ และสามารถสนองความพอใจ ความต้องการ และก่อให้เกิดอรรถประโยชน์แก่ตลาดเป้าหมายมากที่สุด 2) ราคา (Price) เป็นการแสดงถึงวิธีการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ในตลาดเป้าหมาย ซึ่งสามารถเลือกวิธีการตั้งราคาโดยใช้ต้นทุนเป็นเกณฑ์ หรือใช้อุปสงค์เป็นเกณฑ์ หรือใช้คู่แข่งเป็นเกณฑ์ 3) การจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตไปสู่แหล่งการบริโภคอย่างมีประสิทธิภาพประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้า 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นกิจกรรมทางด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จำหน่ายและตลาดเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้มุ่งหวังในตลาดเป้าหมาย การชักจูงให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายซื้อผลิตภัณฑ์ และการจูงใจให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การ



ตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย ด้านการโฆษณา การขายโดยบุคคล การส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ และจากการศึกษาพบว่าเกษตรกรมีกิจกรรมของส่วนประสมทางการตลาดถูกต้องตามหลักการตลาด เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมผลิตชนิดต้นเลียง เนื่องจากขายแล้วมีกำไรมากกว่าชนิดต้นถอน ผู้ที่ซื้อต้นพันธุ์ชนิดต้นเลียงสามารถนำไปปลูกในพื้นที่สวนได้เลย ส่วนต้นถอนทำกำไรให้แก่ผู้ผลิตได้น้อยกว่าแต่เนื่องจากการผลิตที่ใช้ระยะเวลาสั้นผู้ผลิตสามารถขายและได้รับเงินเร็วกว่าชนิดต้นเลียงซึ่งต้นพันธุ์ชนิดต้นถอนเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการซื้อในปริมาณมากๆ ผู้ที่ซื้อชนิดต้นถอนจะต้องนำต้นพันธุ์ชนิดต้นถอนไปดูแลในเรือนเพาะชำค่อนข้างน้อยเป็นเวลา 1 เดือนถึงจะนำไปปลูกหรือนำไปจำหน่ายต่อไป และในปี 2552 พบว่าผลผลิตมีไม่เพียงพอซึ่งสาเหตุมาจากการขยายพื้นที่ปลูกเพิ่มมากขึ้นมีพ่อค้าคนกลางจากหลายภูมิภาคเข้ามาติดต่อซื้อต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทอง เป็นผลให้เกษตรกรมีการตื่นตัววางแผนเพิ่มปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้น และดังที่ผู้เข้าร่วมสัมมนาได้นำเสนอให้มีการรวมกลุ่มจำหน่ายนั้นเพื่อให้เกษตรกรมีอำนาจด้านการต่อรองราคาจากกลุ่มพ่อค้าคนกลางลดปัญหาการกดราคา และหากเกษตรกรรวมกลุ่มกันและมีศูนย์หรือแหล่งกระจายสินค้าเป็นของกลุ่มตนเองตามภูมิภาคต่างๆ จะสามารถทำ

กำไรได้มากกว่า เพียงแต่ควรปรับเปลี่ยนให้มีการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณาเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพราะจากช่องทางการตลาดจะเห็นว่าต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองยังเป็นที่ต้องการของชาวสวนหลายภูมิภาคทั่วประเทศ

#### 4. ต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอด

จากการศึกษาพบว่า การผลิตชนิดต้นถอนมีต้นทุน 2.88 บาทต่อต้น ได้รับความตอบแทนสุทธิคือ 0.70 บาท ต่อต้น และได้กำไรคือ 0.12 บาทต่อต้น ซึ่งน้อยกว่าชนิดต้นเลียง แต่การที่ยังมีเกษตรกรเลือกผลิตชนิดต้นถอน เนื่องจากชนิดต้นถอนมีตลาดที่แน่นอน ได้รับเงินสดเร็วและอาจเนื่องมาจากการที่เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ได้คิดต้นทุน และผลตอบแทนเกี่ยวกับการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหมอนทองแบบเสียบยอดทำให้เกษตรกรไม่ทราบต้นทุนที่แท้จริง และเกษตรกรไม่ได้ใช้หลักเกณฑ์ของต้นทุนมาเป็นตัวกำหนดราคา ซึ่งเกษตรกรควรลดต้นทุนการผลิตในส่วนของคุณทุนผันแปร ในด้านค่าจ้างแรงงาน ค่าวัสดุ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ จะทำให้ต้นทุนในการผลิตลดลง เกษตรกรจะได้รับผลกำไรเพิ่มขึ้น

การผลิตชนิดต้นเลียงมีต้นทุน 3.81 บาทต่อต้น ได้รับความตอบแทนสุทธิคือ 6.82 บาทต่อต้น ได้กำไร 6.19 บาทต่อต้น ซึ่งจะเห็นว่าได้ว



การผลิตชนิดต้นเล็กลงมีผลกำไรมากกว่าชนิดต้นถอน แต่การผลิตชนิดต้นเล็กลงต้องอาศัยระยะเวลานานกว่าชนิดต้นถอน เป็นการผลิตเพื่อรอลูกค้า จึงมีโอกาสเสี่ยงในการดูแลรักษา ถ้าเกษตรกรดูแลไม่ดี เกิดการระบาดของโรคและศัตรูพืชหรือเกิดภัยธรรมชาติที่ทำให้ผลผลิตเสียหายเกษตรกรอาจต้องมีต้นทุนเพิ่มในการดูแลรักษา

## ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

#### 1.1 ด้านการผลิต

1.1.1 ภาคเกษตรกร เกษตรกรสามารถนำแนวทางการจัดการการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบเสียบยอดจากผลงานวิจัยนี้ไปพัฒนาการผลิตให้มีคุณภาพ เพื่อลดต้นทุนการผลิต ทราบช่องทางทางการตลาดซึ่งจะได้วางแผนในการการผลิตและการจัดจำหน่ายเพื่อให้เกิดรายได้สูงสุด

1.1.2 หน่วยงานภาครัฐ งานวิจัยนี้จะป็นข้อมูลการส่งเสริมการเกษตรแก่หน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะกรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานเกษตรจังหวัด ชุมพร สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองชุมพร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนในด้านการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบเสียบยอด ให้เป็นต้นพันธุ์ที่มีคุณภาพ ส่งผลให้

ผลผลิตทุเรียนมีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาด

#### 1.2 ด้านการตลาด

1.2.1 ภาคเกษตรกร งานวิจัยนี้ส่งผลให้เกษตรกรมองเห็นช่องทางทางการตลาดในภาพรวมได้อย่างชัดเจน เกษตรกรสามารถนำงานวิจัยนี้ไปพัฒนาสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดของต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบเสียบยอดเพื่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น รวมถึงสามารถกำหนดหรือวางแผนการผลิตของตนเองได้ง่ายขึ้น

1.2.2 หน่วยงานภาครัฐ งานวิจัยนี้จะป็นแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนในด้านการตลาดให้แก่เกษตรกร โดยเฉพาะการเข้ามาจับบทบาทในการรวมกลุ่มเกษตรกร ตั้งราคาขายให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อลดปัญหาการตัดราคาหรือการแข่งขันในด้านราคาในท้องถิ่น

### 2. ข้อเสนอแนะในการดำเนินการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาบทบาทของภาครัฐต่อการส่งเสริมการผลิตและการตลาดของเกษตรกรผู้ผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบเสียบยอด

2.2 ควรศึกษาการพัฒนากระบวนการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้ผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบเสียบยอด เพื่อแก้ไขปัญหาทั้งด้านการผลิตและการตลาด



2.3 การศึกษาการจัดการในกระบวนการผลิตต้นพันธุ์ทุเรียนหอมทองแบบเลียบยอดในพื้นที่ต่างกันเพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาการผลิตที่เหมาะสมมีคุณภาพ และลดต้นทุนการผลิต

2.4 การศึกษาการจัดการในกระบวนการผลิตต้นพันธุ์พืชเศรษฐกิจสำคัญชนิดอื่น ที่ใช้วิธีการเลียบยอดในพื้นที่การผลิตอื่น ๆ

### เอกสารอ้างอิง

กรมวิชาการเกษตร. (2553). “การขยายพันธุ์มะม่วง”. ค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2553 จาก, <http://it.doa.go.th/mango/>.....(มปป.). การผลิตทุเรียนอย่างถูกต้องและเหมาะสม Good Agricultural Practice (GAP) for Durian การป้องกันกำจัดศัตรูทุเรียน. ค้นเมื่อ 15 กันยายน 2553 จาก, <http://it.doa.go.th/durian/>.  
..... (2542). *มาตรฐานทุเรียนของประเทศไทยและการผลิตทุเรียนอย่างถูกต้อง และเหมาะสม* กรุงเทพมหานคร กรมวิชาการเกษตร

กองส่งเสริมพืชสวน. (2551). ผลไม้ส่งออกค้นเมื่อ 9 กันยายน 2553 จาก, <http://iam.hunsa.com>.

คีรี อัมพันธ์สวัสดิ์. (2540). *ไม้ผลเศรษฐกิจ*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นันทิยา วรธนะภูติ. (2538). *การขยายพันธุ์พืช*. กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.

พะยงค์ เก่งกาจ. (2545). *เทคนิคการขยายพันธุ์ทุเรียน*. ค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2553 จาก, <http://it.doa.go.th/durian/>.

พิจิตร โชตวัฒน์นา. (2540). *คู่มือการปลูกทุเรียน*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิเชษฐ คำสุวรรณ. (2543). *การขยายพันธุ์พืช*. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

เสาวภา มีถาวรกุล. (2551). “การจัดการธุรกิจเกษตรด้านการตลาด” ใน *ประมวลสาระ ชุติวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร* หน่วยที่ 5 นนทบุรี สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.



- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต 8. (2552).  
ทุเรียน เนื้อที่ ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่  
เป็นรายภาคและรายจังหวัด ปี 2542-2551.  
ค้นเมื่อ 8 กันยายน 2553 จาก,  
<http://www.oae.go.th/zone/zone8>.
- สำนักส่งเสริมและฝึกอบรมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
วิทยาเขตกำแพงแสน. (2541). ผักหวานป่า.  
ค้นเมื่อ 15 กันยายน 2553 จาก,  
<http://web.ku.ac.th/agri/melientha>