


7

พฤติกรรมการณ์ชื่ออาหารเลี้ยงกุ้งสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำ  
แบบพัฒนาในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม



นายสุวิทย์ พันธ์อานวย

	วท058.8348039543 น738ท
65B0090566	
Title : พฤติกรรมการณ์ชื่ออาหารเลี้ยง กุ้งสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา	
หอสมุดและศูนย์สารสนเทศ มหาวิทยาลัยสุรนารี	

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุรนารี

พ.ศ. 2533

Buying Behavior of Black Tiger Shrimp Intensive Culturist  
for Formulated Feed in Samut Songkram Province

Mr. Nuruth Phanichamnuay

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the  
Requirements for the Degree of Master of Business Administration  
Graduate School  
Dhurakijpundit University

1990



ใบรับรองวิทยานิพนธ์  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต  
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ...

ชื่อ วิทยานิพนธ์ " พฤติกรรมการซื้ออาหารเลี้ยงกุ้งสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำ แบบพัฒนาในเขต  
จังหวัดสมุทรสงคราม "

" Buying Behavior of Intensive Culturist in Black Tiger Shrimp  
for Formulated Feed in Samut Songkram "

โดย นายบุรุษ พลิชย์อำนวย

ภาควิชา บริหารธุรกิจ สาขา การบริหารการตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.ธำรง ช่อไม้ทอง

ให้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... (ประธานกรรมการ)

( ผศ.ดร.สุทิน นพเกตุ )

..... (กรรมการ)

( รศ.ดร.ธำรง ช่อไม้ทอง )

..... (กรรมการ)

( ดร.ปริญ ลัทธิตานนท์ )

..... (กรรมการจากทบวงมหาวิทยาลัย)

( อาจารย์ประสิทธิ์ ยามาดี )

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

..... (คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย)

( ผศ.ดร.สุทิน นพเกตุ )

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทิน นพเกตุ และคณะเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำตรวจรูปแบบจนทำให้วิทยานิพนธ์นี้ มีความถูกต้องยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบพระคุณ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ แห่งสภาวิจัยการศึกษาแห่งชาติ ที่ได้ให้คำปรึกษาในด้านการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ ตลอดจนตรวจสอบความถูกต้องของการวิเคราะห์ทางสถิติ และที่ขาดเสียมิได้ คือ รองศาสตราจารย์ ดร. ธารง ช่อไม้ทอง แห่งคณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ที่ได้กรุณาสละเวลาตรวจแก้ไขพร้อมทั้งให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์จนทำให้วิทยานิพนธ์นี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ผู้เขียนได้รับการอนุเคราะห์ในด้านงบประมาณการวิจัย จากบริษัท อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ไทย จำกัด และคณะผู้บริหารได้แก่คุณจารุพจน์ ใจความันท์ กรรมการผู้จัดการ และคุณวิโรจน์ บุญภัทรวงศ์ ผู้จัดการฝ่ายบริหารการตลาด ซึ่งได้ให้การสนับสนุนและคำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์อย่างมากต่อการเขียนวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ ซึ่งผู้เขียนขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

ท้ายสุดนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อบุพการีที่ส่งเสริมให้มีโอกาสได้ศึกษาแต่ด้วยเยาว์และให้การอบรมสั่งสอนอย่างสม่ำเสมอมาโดยตลอด

นรุธ พนิชย์อำพน

5 มีนาคม 2533

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญตาราง.....	ญ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมา.....	1
2. ระเบียบและขอบเขตการศึกษา.....	5
สมมติฐาน.....	5
ที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	8
ขอบเขตและข้อกำหนดของการทบทวนวรรณคดี.....	10
วิธีการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐาน.....	11
3. การเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา.....	14
ความเป็นมาของการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา.....	14
ลักษณะพื้นที่ที่เหมาะสมกับการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา.....	15
ลักษณะการประกอบการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา.....	16
การผลิตลูกกุ้งกุลาดำ.....	17
รูปแบบฟาร์มเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนาและอุปกรณ์ต่างๆ.....	18
อาหารที่ใช้เลี้ยงกุ้ง.....	19
การพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตอาหารเลี้ยงกุ้งสำเร็จรูป.....	20

ลักษณะการตลาดอาหารสำหรับเลี้ยงกุ้ง.....	22
4. ผลการศึกษา.....	23
ตอนที่ 1 ข้อมูลประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามและลักษณะการประกอบการ..	23
ตอนที่ 2 การตลาดอาหารกุ้งและพฤติกรรมการซื้อขาย.....	35
ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน.....	48
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบ.....	61
5. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	66
ข้อเสนอแนะทางการตลาด.....	68
ข้อเสนอแนะทางวิชาการ.....	79
บรรณานุกรม.....	80
ภาคผนวก.....	81
ประวัติผู้เขียน.....	99

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1	จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการประมวลผล.....25
4.2	จำนวนตัวอย่างแยกตามเพศ และอายุ.....26
4.3	จำนวนตัวอย่างแยกตามสถานภาพสมรส และระดับการศึกษา.....27
4.4	ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม.....28
4.5	ระดับการลงทุน.....31
4.6	ขนาดของฟาร์มที่ประกอบการ.....32
4.7	ผลตอบแทนของการเลี้ยงในอดีต.....32
4.8	ระดับความรู้ทางวิชาการ.....33
4.9	ผลผลิตต่อไร่โดยเฉลี่ยต่อรอบการเลี้ยง.....34
4.10	ส่วนแบ่งตลาดของอาหารแต่ละตรา.....36
4.11	ความคิดในการเปลี่ยนตราอาหาร.....37
4.12	แหล่งซื้ออาหารกึ่งของผู้เลี้ยงกึ่ง.....38
4.13	เหตุผลการเลือกร้านที่ซื้อ.....40
4.14	เงื่อนไขการชำระเงิน.....41
4.15	ข้อเสนอการส่งเสริมการขายที่ผู้ซื้อต้องการจากผู้ขาย.....42
4.16	การได้รับข่าวสารจากสื่อต่างๆ.....43
4.17	การไม่เปลี่ยนตราอาหาร.....45
4.18	จำนวนผู้ที่ต้องการเปลี่ยน/ไม่เปลี่ยนตราอาหาร.....45
4.19	ความพอใจในผลิตภัณฑ์และความต้องการเปลี่ยนตราอาหารเลี้ยงกึ่ง.....47
4.20	ระดับความสำคัญเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออาหารกึ่ง.....50

4.21 การพิจารณาปัจจัยด้านขนาดการลงทุนที่มีความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การตัดสินใจซื้อ อาหารเสี่ยงกุ้ง.....	57
4.22 การพิจารณาปัจจัยด้านขนาดของฟาร์มที่มีความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การตัดสินใจซื้อ อาหารเสี่ยงกุ้ง.....	58
4.23 การพิจารณาปัจจัยด้านระดับผลตอบแทนการเลี้ยงในอดีตที่มีความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์ การตัดสินใจซื้ออาหารเสี่ยงกุ้ง.....	59
4.24 การพิจารณาปัจจัยด้านระดับความรู้ทางวิชาการที่มีความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การตัดสินใจซื้อ อาหารเสี่ยงกุ้ง.....	60
4.25 ความพอใจในผลิตภัณฑ์.....	63
4.26 เกณฑ์การตัดสินใจซื้อ.....	63
4.27 ความคิดที่จะเปลี่ยนตราอาหาร.....	64
4.28 ระดับการลงทุน.....	64
4.29 ผลตอบแทนของการเลี้ยงในอดีต.....	65
4.30 ผลผลิตต่อไร่.....	65



หัวข้อวิทยานิพนธ์      พฤติกรรมการซื้ออาหารเลี้ยงกุ้งสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบ  
 พัฒนาในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม  
 ชื่อผู้ศึกษา      นายนุรุษ พิณชัยอ ถนอม  
 อาจารย์ที่ปรึกษา      รองศาสตราจารย์ ดร. อัครพงษ์ ช่อไม้ทอง คณะบริหารธุรกิจ  
 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
 ภาควิชา      บริหารธุรกิจ  
 ปีการศึกษา      2532

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์นี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้ออาหารเลี้ยงกุ้งสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนาในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาเพื่อทราบถึงเหตุผลที่ผู้เลี้ยงกุ้งใช้เป็นเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเลี้ยงกุ้งแต่ละชนิด นอกจากนั้นการศึกษายังแสดงให้เห็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้ออาหารกุ้งจากแหล่งขายต่างๆ ลักษณะการชำระเงิน ความรู้สึกของผู้ซื้อ การรับรู้ข่าวสารจากแหล่งต่างๆ และองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการจัดการด้านการตลาดของผู้ผลิตอาหารกุ้ง ให้สามารถสนองตอบความต้องการของผู้ซื้อได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ผลการศึกษาจะชี้ให้เห็นถึงระดับการลงมือในอุตสาหกรรมการเกษตรประเภทนี้ ซึ่งจะนำไปสู่โอกาสที่จะพัฒนาธุรกิจต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการผลิตอาหารเลี้ยงกุ้ง ในการวิจัยครั้งนี้ได้ก หนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะในท้องที่จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนาของประเทศไทย เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งมีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งมาเป็นระยะเวลาประมาณ 2 ปีเป็นอย่างน้อย จึงเป็นแหล่งที่สามารถเก็บข้อมูลได้สมบูรณ์มากที่สุด

จากการศึกษาพบว่า ผู้เลี้ยงกุ้งจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพของอาหารเลี้ยงกุ้งเป็นอย่างมาก โดยพิจารณาเลือกอาหารเลี้ยงกุ้งที่ทำให้ผลผลิตต่อไร่สูง มากกว่าที่จะคำนึงถึงคุณสมบัติด้านอื่น ๆ ผู้เลี้ยงกุ้งนิยมเลือกซื้ออาหารกุ้งจากร้านค้าปลีกและเลือกร้านค้าที่ผู้ขายมีคุณสมบัติด้านมนุษยสัมพันธ์ และความรู้ทางด้านการเลี้ยงกุ้ง ผู้เลี้ยงกุ้งส่วนมากมีคว ามพอใจในสินค้าที่ซื

และ ไม้ต้องการ เปลี่ยนตราสินค้า

การวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะที่สาคัญรวมสามประการด้วยกัน ประการแรกผู้ผลิตอาหาร  
กุ้งควรดาเนินการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้เลี้ยงกุ้งยังขาดความรู้  
ด้านการเลี้ยงกุ้งอย่างถูกต้อง ดังนั้นข้อเสนออีกประการก็คือการจัดตั้งฟาร์มสาธิต เพื่อให้เป็น  
ศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงกุ้งสำหรับเกษตรกรและให้คำแนะน้าทางวิชาการอย่างครบถ้วน โดยอาจพิจารณา  
แสวงหาความร่วมมือจากภาครัฐบาลด้วยเช่นกัน ประการสุดท้ายเพื่อประโยชน์ทางการศึกษาควร  
สนับสนุนให้มีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการใช้อาหารเลี้ยงกุ้งในพื้นที่และระยะเวลา  
ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ควรมหาการสังเกตเพิ่มเติมอย่างละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ  
ความจงรักภักดีในผลิตภัณฑ์ของอาหารเลี้ยงกุ้ง

Thesis Title : Buying Behavior of Black Tiger Shrimp Intensive Culturist  
for Formulated Feed in Samut Songkram province  
Name : Mr.Nuruth Phanichamnuay  
Thesis Advisor : Dr.Tamrong Chomaitong, Associate Professor, School  
of Business Administration, National Institute for  
Development and Administration  
Department : Business Administration  
Academic Year : 1989

#### ABSTRACT

The purpose of this thesis is to study the buying behavior toward the formulated feed used for the intensive culture of black tiger shrimp in the Samut Songkram province. Specifically it aims to find out purchasing decision criteria used by the shrimp culturists. In addition, it seeks to explain the choice of retail feed store, payment term, post-purchase satisfaction, sources of information and related marketing aspects. The study is expected to provide the guidelines for the marketing management of the formulated feed which could better fulfill the customer's need. Moreover, the study is expected to indicate the level of investment in this industry which should lead to the development of related business. Due to the fact that the intensive farmings of black tiger shrimp was firstly initiated and developed in Samut Songkram. This province was selected as the study area in this thesis. In this area, most local farmers have at least two years of experience in shrimp raising. This condition

enables shrimp culturists to provide meaningful operational data to be used for the analysis.

Finding from the study show that, the feed quality is the most important decision criteria used by the shrimp's culturists, and the farmers will select the feeds that are expected to generate the highest yield. As a result, other aspects become insignificant in their purchase decision. The culturists prefer to buy shrimp feed from the retail stores where sellers possess good human relations and aquacultural knowledge. The study shows that culturists are satisfied with the brands currently used and they would like to continue using the same brand.

Three main suggestions can be provided from this study. First the feed quality should be upgraded to the acceptable level and should be continuously improved through research and development, since the poor quality brands would finally be unacceptable by these farmers. Secondly, since most culturists do not possess adequate aquacultural knowledge, the technical assistance should be also provided thoroughly to improve their performances. It is recommended that the demonstration farm should be set up in cooperation with related government agencies. Finally, for academic purpose, it is suggested that some studies should be conducted regarding changes in buying, due to differences in geographic area and time periods. In addition, factors influencing brands loyalty should be thoroughly investigated as well.

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมา

กุ้งทะเล เป็นอาหารที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคทั่วโลก ทั้งยังได้รับความนิยมอยู่ในบรรดาชั้นแนวหน้าของอาหารประเภทโปรตีนด้วยกัน ระดับราคากุ้งสดแช่แข็งในตลาดโลกอยู่ในระดับสูงด้วยเช่นกัน

ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ประเทศไทยสามารถผลิตกุ้งสดแช่แข็งไปจำหน่ายยังต่างประเทศเป็นจำนวนโดยเฉลี่ยปีละประมาณ 20,000 - 40,000 เมตริกตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 3,000 ล้านบาท ( GLOBEFISH NEWS, 2532 ) ผลผลิตกุ้งทะเลประมาณร้อยละ 80 ได้มาจากการทำการประมงทั้งในอ่าวไทย ทะเลอันดามัน ตลอดจนท้องทะเลในเขตประเทศอื่น ๆ

เนื่องจากประชากรของสัตว์น้ำได้ลดต่ำลงเป็นลำดับ ตลอดจนความผันผวนของระดับราคาน้ำมันซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการเดินเรือ ทำให้ผลผลิตสัตว์น้ำที่ได้จากการทำประมงลดน้อยลง และมีต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ปัจจัยเหล่านี้เองทำให้บรรดานักวิทยาศาสตร์ทางด้านการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ได้พยายามค้นคว้าหาวิธีการเพาะเลี้ยงกุ้งทะเลขึ้น จากการศึกษาได้พบว่ากุ้งกุลาดำเป็นกุ้งทะเลชนิดที่มีความอดทนต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของธรรมชาติได้ดี มีอัตราการรอดในการเลี้ยงสูง ทนทานต่อโรค ทั้งยังมีอัตราการเจริญเติบโตที่รวดเร็ว มีความเหมาะสมสำหรับการเพาะเลี้ยงชายฝั่งมากที่สุดกว่ากุ้งทะเลชนิดอื่น ๆ ดังนั้นจึงได้มีการทุ่มเทการพัฒนาอาชีพการเลี้ยงกุ้งกุลาดำขึ้นในหลายประเทศ โดยเฉพาะในประเทศไทยซึ่งนับได้ว่า

เป็นประเภทแรกที่มีการพัฒนาอาชีพดังกล่าว โดยที่ประเทศได้ทวีรายได้ระดับความสำเร็จอย่างมากในการเพาะเลี้ยงกุ้งกุลาดำ นับแต่ปี พ.ศ. 2521 เป็นต้นมา และในปี 2529 ได้มีนักธุรกิจชาวไทยตลอดจนเกษตรกรไทยหลายท่านได้เริ่มติดต่อร่วมลงทุนกับชาวไต้หวัน เพื่อดำเนินการเพาะเลี้ยงกุ้งกุลาดำขึ้นในประเทศไทย เนื่องจากการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา จะต้องอาศัยการจัดการและความรู้ทางวิชาการ ตลอดจนอาหารที่มีคุณภาพ เพื่อเร่งการเจริญเติบโตของกุ้งจากการศึกษาพบว่า การนำอาหารสดจำพวกปลา เบ็ดหรือหอยสับมาใช้ในการเลี้ยงกุ้งกุลาดำ จะก่อให้เกิดความสูญเสียตัวของอาหารชนิดดังกล่าวได้ง่าย และก่อให้เกิดสภาพของน้ำเสียในบ่อเลี้ยง ตลอดจนคุณค่าของอาหารที่ใช้ไม่ครบถ้วนตามหลักวิชาการอย่างแท้จริง ดังนั้นจึงได้มีการผลิตอาหารเลี้ยงกุ้งสำเร็จรูปชนิดเม็ดขึ้นทดแทน และเริ่มเป็นที่นิยมกันแพร่หลายในบ่อเพาะเลี้ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตจังหวัดสมุทรสงครามซึ่งจัดได้ว่าเป็นต้นกำเนิดการเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนา โดยมีการร่วมลงทุนระหว่างชาวไทยกับชาวไต้หวัน ซึ่งสามารถประสบความสำเร็จจนเป็นเหตุให้บรรดาผู้ประกอบการชาวไทยได้หันมาสนใจดำเนินการดังกล่าวกันอย่างแพร่หลาย พื้นที่การเลี้ยงกุ้งมีมากกว่า 60,000 ไร่ ในจำนวนพื้นที่ดังกล่าว ได้มีการบุกเบิกทำฟาร์มเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนามากกว่าร้อยละ 30 ซึ่งประมาณการว่าเป็นพื้นที่กว่าร้อยละ 80 ของฟาร์มกุ้งแบบพัฒนาทั้งประเทศ เนื่องจากความต้องการอาหารสำเร็จรูปดังกล่าวมีมากขึ้น จึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้ผลิตทำการผลิตอาหารเลี้ยงกุ้งจำหน่ายมากขึ้น และมีผลให้เกิดสภาพการแข่งขันของตลาดสูงขึ้น จากการสอบถามเจ้าหน้าที่สถานีประมงจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งรับผิดชอบในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามด้วย พบว่าในปี 2529 มีการใช้อาหารกุ้งชนิดเม็ดในพื้นที่จังหวัดประมาณเดือนละ 200 ตัน และปลายปี 2529 ยอดการใช้เพิ่มเป็น 400 ตันต่อเดือนในปี 2530 เมื่อพิจารณาจากการจำหน่ายอาหารกุ้งทั้งสองจังหวัดคือสมุทรสงครามและสมุทรสาครพบว่ามากกว่า 1,000 ตัน ปี 2529 มีผู้ผลิตอาหารกุ้งเพียง 3 ราย แต่ในปี 2530 มีผู้ผลิตเพิ่มเป็น 6 ราย และยังเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อย ๆ ในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตามตลาดอาหารเลี้ยงกุ้ง มีลักษณะพิเศษที่แตกต่างออกไปจากอาหารสัตว์อื่น ๆ เป็นลักษณะตลาดที่อยู่ระหว่างการพัฒนา มูลค่าสินค้าสูงกว่าอาหารสัตว์ประเภทอื่น ๆ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้เลี้ยงกุ้ง และสภาพปัญหาของการจัดการตลาด จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาความเข้าใจในธุรกิจประเภทนี้ ดังนั้นจึงควรที่จะได้มีการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้อย่างจริงจังซึ่งคาด

ว่าผลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบเพื่อป้อนโรงงานอาหารสัตว์ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตอาหารกุ้ง ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตลาด ตลอดจนเจ้าหน้าที่ส่งเสริมของรัฐและผู้สนใจทั่วไป

#### วัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์

1. เพื่อศึกษาเกณฑ์การตัดสินใจของผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา ในการพิจารณาซื้ออาหารเลี้ยงกุ้งสำเร็จรูปและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อข้อกำหนดเกณฑ์การตัดสินใจซื้อ
2. เพื่อศึกษาข้อคิดเห็นของผู้ซื้อต่อการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ผลิตรายใหญ่แต่ละรายและผลกระทบต่อการจัดจำหน่ายและการใช้อาหารเลี้ยงกุ้งสำเร็จรูป
3. เพื่อนำผลการวิจัยมาศึกษาแนวทางการรักษาความรักภักดี ต่อผลิตภัณฑ์อาหารเลี้ยงกุ้งสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงกุ้ง และเสนอแนวทางต่อผู้ประกอบการผลิตอาหารเลี้ยงกุ้งในการบริหารการตลาด

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยคาดว่าจะได้รับประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิจัยจะนำไปสู่การปรับปรุงการจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ผู้ผลิตเดิมหรือผู้ประกอบการรายใหม่สามารถจะทราบถึงแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อได้อย่างถูกต้อง
2. ผู้เลี้ยงกุ้งจะได้รับประโยชน์โดยตรงจากการพัฒนาการจัดการ และการปรับปรุงบริการจากผู้ผลิต+
3. ผลการวิจัยจะทำให้ทราบถึงระดับการลงทุนในการเลี้ยงกุ้งกุลาดำ อันจะนำไปสู่โอกาสในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งกุลาดำ เช่น ธุรกิจก่อสร้างการปรับปรุงที่ดิน

ธุรกิจการขนส่ง กิจกรรมเพาะพันธุ์สัตว์น้ำ ธุรกิจอุตสาหกรรมการแปรรูปสัตว์น้ำเพื่อการส่งออก ตลอดจนกิจการการผลิตอาหารสัตว์ และพืชเกษตรที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตอาหารสัตว์

4. นอกจากประโยชน์ที่เกิดขึ้นในภาคเอกชนแล้ว รัฐบาลโดยคณะกรรมการประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ยังสามารถกำหนดแนวทางในการส่งเสริมเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำ ได้สอดคล้องกับสภาวะการที่ถูกต้อง



## บทที่ 2

### ระเบียบและขอบเขตการศึกษา

ในบทนี้จะได้กล่าวถึงระเบียบและขอบเขตการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงข้อสมมติฐาน วิธีการศึกษา การรวบรวมข้อมูล และขอบเขตการศึกษาซึ่งจะใช้ในการวิจัยครั้งนี้

#### สมมติฐาน

สมมติฐานในงานวิจัยครั้งนี้ได้พิจารณาประเด็นต่าง ๆ ที่นักวิชาการ ตลอดจนนักการตลาดให้ความสำคัญ ซึ่งในส่วนที่เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งกุลาดำจะมีสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารเลี้ยงกุ้งสำเร็จรูปจะเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อของผู้เลี้ยงกุ้ง

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่สำคัญต่อไปนี้จะมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อการกำหนดเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออาหารเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา

- 2.1 ระดับการลงทุนทั้งหมด
- 2.2 ขนาดของฟาร์มที่ประกอบการ
- 2.3 ผลตอบแทนของการเลี้ยงในอดีต
- 2.4 ระดับความรู้ทางวิชาการของผู้ประกอบการ

#### ความหมายและขยายความสมมติฐาน

##### สมมติฐานข้อที่ 1

ในการตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้ซื้อโดยทั่วไปจะอาศัยหลักเกณฑ์ และเหตุผลในประเด็นต่าง ๆ เข้ามาพิจารณาในการตัดสินใจเลือกสินค้าตราใดตราหนึ่ง ดังนั้นแต่ละคนจึงมีการกำหนดเกณฑ์การตัดสินใจที่แตกต่างกันออกไป การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ต้องการค้นหาว่า เหตุผลใดที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญมากที่สุด อาหารเลี้ยงกุ้งเป็นสินค้าจากพวกวัตถุดิบที่จะต้องนำไปใช้เนยขบวนการผลิตโดยการเลี้ยงกุ้งขนาดเล็ก หรือลูกกุ้งให้ได้ผลผลิตคือกุ้งเนื้อ ดังนั้นการตั้งสมมติฐานในครั้งนี้จึงอาศัยแนวคิดที่ว่า การจัดซื้อสินค้าจากพวกวัตถุดิบ ควรจะพิจารณาคุณภาพเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด ความหมายของคุณภาพของอาหารเลี้ยงกุ้งจะได้กล่าวไว้ในบทต่อไป

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้ง เกณฑ์การตัดสินใจซื้ออาหารกุ้งที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. ระดับราคา
2. ความเชื่อถือในคุณภาพ
3. การสนใจจากโฆษณา
4. คำแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก
5. การสนใจจากรูปแบบการบรรจุ
6. การสนใจจากผู้ขาย
7. ความเชื่อถือในภาพพจน์หรือมาตรฐานของผู้ผลิต
8. การสนใจจากการได้รับส่วนลดหรือเครดิตจากผู้ขาย
9. การเสนอบริการขนส่งถึงสถานที่จากผู้ขาย
10. ความต้องการทดลองใช้ตราที่ไม่เคยใช้มาก่อน

## สมมติฐานข้อที่ 2

เพื่อให้การวิเคราะห์เกณฑ์การตัดสินใจซื้ออาหารเลี้ยงกุ้งได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงคาดว่าการนอกจากคุณภาพของอาหารกุ้งแล้ว การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารกุ้งอาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อม เช่น ผู้เลี้ยงกุ้งที่มีการลงทุนระดับต่ำ อาจมีความขาดแคลนด้านเงินทุนและความรู้ทางวิชาการจึงอาจตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าราคาถูกมาใช้ หรือผู้เลี้ยงกุ้งที่มีความรู้มากอาจพิจารณาคุณภาพของอาหารเป็นพิเศษมากกว่าที่จะสนใจเหตุผลด้านอื่น ๆ

จากการสังเกตการณ์ในภาคสนาม และการสำรวจเบื้องต้น (Preliminary Study) ตลอดจนการจัดทดสอบการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 56 ราย (ประมาณร้อยละ 10 ของจำนวนตัวอย่างที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ก่อนดำเนินการวิจัย คือ 563 ราย) สามารถกำหนดปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถวัดและจำแนกกลุ่มประชากรได้ในเชิงปริมาณ ดังต่อไปนี้

1. ระดับการลงทุนทั้งหมด แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับสูง คือกลุ่มผู้เลี้ยงกุ้งที่มีมูลค่าการลงทุน มากกว่า 1,000,000 บาทขึ้นไป

ระดับกลาง มีมูลค่าการลงทุนระหว่าง 500,000 - 1,000,000 บาท

ระดับต่ำ มีมูลค่าการลงทุนต่ำกว่า 500,000 บาท ลงมา

การลงทุนทั้งหมด หมายถึงมูลค่าของที่ดิน ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงและขุดบ่อ สิ่งปลูกสร้างอื่น ๆ และอุปกรณ์ทุกประเภทที่ใช้ในการประกอบการ ทั้งนี้ไม่รวมค่าใช้จ่ายหมุนเวียนอื่น ๆ

2. ขนาดของฟาร์มที่ประกอบการ

หมายถึงพื้นที่ที่ใช้ในการเลี้ยงกุ้งอย่างแท้จริงเท่านั้น ไม่รวมถึงพื้นที่ส่วนเกินที่ใช้ทำประโยชน์อย่างอื่น โดยได้กำหนดออกเป็น 3 ขนาด ดังนี้

กลุ่มผู้เลี้ยงที่มีฟาร์มขนาดใหญ่ พื้นที่ มากกว่า 100 ไร่ขึ้นไป

กลุ่มผู้เลี้ยงที่มีฟาร์มขนาดกลาง พื้นที่ ระหว่าง 31 - 100 ไร่

กลุ่มผู้เลี้ยงที่มีฟาร์มขนาดเล็ก พื้นที่ ตั้งแต่ 30 ไร่ลงมา

3. ผลตอบแทนของการเลี้ยงในอดีต

ได้จัดแบ่งออกเป็น 3 ระดับ โดยพิจารณาจากผลกำไรจากการดำเนินงานเทียบเป็นร้อยละของยอดรายได้จากการขายผลผลิตในปีที่ผ่านมา ดังต่อไปนี้

ระดับสูง ตั้งแต่ ร้อยละ 70 ขึ้นไป

ระดับกลาง ระหว่าง ร้อยละ 30 - 69

ระดับต่ำ ต่ำกว่า ร้อยละ 30 ลงมา

ในการจัดกลุ่มระดับผลตอบแทนของการเลี้ยง ได้สอบถามผู้เชี่ยวชาญเลี้ยงกุ้งถึงผลกาไรที่เกิดขึ้น  
นำมาเทียบเป็นอัตราร้อยละของยอดการขายกุ้ง และหาตัวเลขของแต่ละรายมาจัดกลุ่มต่าง ๆ อีก  
ครั้งหนึ่ง

#### 4. ระดับความรู้ทางวิชาการของผู้ประกอบการ

หมายถึงความรู้ในการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ขึ้นพื้นฐานที่ผู้เลี้ยงกุ้งควรทราบ ซึ่งได้จัด  
แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ระดับมาก ขกกลาง และน้อย ในการจัดแบ่งระดับความรู้นี้ ได้  
สร้างเครื่องมือวัดคว ามรู้ โดยการนำคำตอบที่ เป็นเชิงวิชาการนี้พื้นฐาน จากนั้นจึงพิจารณา  
ให้คะแนนตามความถูกต้องของแต่ละคำตอบ การทดสอบได้กำหนดค่าผู้เลี้ยงกุ้งตอบคำถามเกี่ยวกับ  
คุณภาพของน้ำที่เหมาะสมต่อการเลี้ยงกุ้งกุลาดำ (บรรจง, 2529) รวม 3 ประการ คือ

1. ระดับความเค็ม (คำตอบที่ถูกต้อง คือ 10 - 25 ส่วนในพันส่วน)
2. ระดับความเป็นกรด - ด่าง (คำตอบที่ถูกต้อง คือ 7.8 - 8.3)
3. อุณหภูมิ (คำตอบที่ถูกต้อง คือ 28 - 32 องศาเซลเซียส)

การวัดผลเป็นไปตามข้อกำหนด ดังนี้

กลุ่มความรู้มาก	ตอบถูกทั้งสามข้อ
กลุ่มความรู้ปานกลาง	ตอบข้อ 1 ถูกเป็นอ ย่างน้อย
กลุ่มความรู้น้อย	ไม่อยู่ใน 2 กลุ่มแรก

#### ที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์

##### 1. การรวบรวมข้อมูล

###### 1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

- 1.1.1 เดินทางไปสำรวจ (Field Observation) และศึกษาการค้า เนินกิจ  
การและสภาพการตลาดของการจำหน่ายอาหารสัตว์ ตลอดจนผู้ทำฟาร์ม

เลี้ยงกุ้งกุลาดำในท้องที่จังหวัดสมุทรสงคราม

- 1.1.2 สัมภาษณ์และสอบถามบุคคล (Personal Interview) ที่เกี่ยวข้องในกิจการจำหน่ายอาหารสัตว์ ผู้ทำฟาร์มเลี้ยงกุ้งกุลาดำ เจ้าหน้าที่ของหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องสำนักงานประมงจังหวัด โดยเริ่มทำการเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนตุลาคม - พฤศจิกายน 2531

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ทำการรวบรวมข้อมูลและสถิติประเภทต่าง ๆ เช่น สถิติการทำฟาร์มเลี้ยงกุ้งกุลาดำ การตลาดอาหารเลี้ยงกุ้งทะเล จากหนังสือเอกสารทางวิชาการ บทความจากหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

2. จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ได้ทำการออกแบบสอบถามและสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงกุ้งแบบพัฒนา ซึ่งจากสถิติของจังหวัดสมุทรสงครามพบว่าในปี 2530 มีผู้ประกอบการอาชีพเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนากระจายตัวกันอยู่ในท้องที่ต่าง ๆ จำนวนทั้งสิ้น 563 ราย ต่อมาผู้เลี้ยงเพิ่มขึ้นจึงได้ออกแบบสอบถามไปทั้งสิ้น 612 ราย และได้จำนวนตัวอย่างที่สมบูรณ์สามารถใช้ในการประมวลผลทั้งสิ้น 593 ราย โดยมีผู้เลี้ยงกุ้งกระจายตัวอยู่ตามท้องที่ดังต่อไปนี้

อำเภอเมือง

ตำบล บางแก้ว	184	ราย
บางจะเกร็ง	20	ราย
แหลมใหญ่	10	ราย
คลองโคน	174	ราย

## อาเภออัมพวา

ตำบล ยี่สาร	138	ราย
แพรทนามแดง	67	ราย

### 3. งานสนนาม

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการจัดทำ pre-test ผู้วิจัยได้ออกสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงกุ้งด้วยตนเองโดยรวบรวมตัวอย่างได้ทั้งสิ้น 56 ราย และนำกลับมาประกอบการพิจารณาการออกเก็บข้อมูลจริง

ในการออกเก็บข้อมูลจริงได้พิจารณาว่าจ้างนักศึกษาหญิงซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในระดับ บวส. และมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตจังหวัดสมุทรสงครามจำนวน 5 คนซึ่งเป็นนักศึกษาที่มีประสบการณ์ในการออกสัมภาษณ์เก็บข้อมูลสินค้าอื่น ๆ มาบ้างแล้วออกทำการสัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลจากผู้เลี้ยงกุ้งโดยตรงเฉลี่ยวันละประมาณ 10-15 ราย เนื่องจากแหล่งที่ตั้งฟาร์มกุ้งในจังหวัดสมุทรสงครามมีการกระจายตัวเป็นบริเวณกว้างและการคมนาคมไม่สะดวก สภาพของผิวน้ำยังเป็นดินลูกรังจึงสมควรอาศัยบุคคลที่ชำนาญพื้นที่และทราบเส้นทางในการเดินทางไปพบผู้เลี้ยงกุ้ง ก่อนออกสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ชี้แจงนักศึกษาให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการทาวิจัย ตลอดจนวิธีการและเทคนิคการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สมบูรณ์มากที่สุด ในการออกปฏิบัติกรสัมภาษณ์จำเป็นต้องว่าจ้างรถรับจ้างสองแถว ซึ่งวิ่งรับผู้โดยสารอยู่ในละแวกใกล้เคียงออกรับส่งผู้สัมภาษณ์ตามฟาร์มเลี้ยงกุ้งเป็นประจำทุกวัน การใช้นักศึกษาหญิงท้องถิ่นออกทำการสัมภาษณ์ทำให้สามารถได้รับความร่วมมือจากผู้เลี้ยงกุ้ง ยินยอมเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยอย่างครบถ้วน

### ขอบเขตและข้อกำหนดของการทาวิจยานิพนธ์

1. การศึกษาครั้งนี้มุ่งสำรวจพฤติกรรมการซื้อขายอาหารเลี้ยงกุ้งเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การตัดสินใจซื้อและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ ความพึงพอใจ ส่วนแบ่งตลาด รวมทั้งลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการซื้ออื่น ๆ เช่น แหล่งที่ซื้อ และ ลักษณะการชำระเงิน
2. การเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา หมายถึงรูปแบบการเลี้ยงที่อาศัยเทคโนโลยี และการจัดการที่มีประสิทธิภาพเข้ามาใช้ในการดำเนินงานโดยมีลักษณะการเลี้ยงดังต่อไปนี้
  - 2.1 มีการปล่อยพันธุ์กุ้งกุลาดำซึ่งมีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า "Penaeus monodon" (โดยไม่พึ่งพาลูกกุ้งจากธรรมชาติ) ในอัตราไม่ต่ำกว่า 10 ตัวต่อตารางเมตร
  - 2.2 ใช้อาหารสำเร็จรูปและอาหารสดประกอบในการเลี้ยง
  - 2.3 มีการเพิ่มออกซิเจนในน้ำด้วยอุปกรณ์ชนิดต่าง ๆ เช่น เครื่องตีน้ำ
  - 2.4 มีการใช้สารเคมีทำความสะอาดและความคุมสภาวะแวดล้อมในบ่อเลี้ยง
3. เนื่องจากการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนาได้เริ่มดำเนินการอย่างจริงจัง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 เป็นต้นมา และจังหวัดสมุทรสงครามเป็นจังหวัดที่เริ่มดำเนินการเป็นอันดับแรกของประเทศไทย การศึกษาดังกล่าวจะดำเนินการเฉพาะในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม อำเภอเมือง และอำเภออัมพวาเท่านั้น
4. การศึกษาจะมุ่งสำรวจเฉพาะความคิดเห็นของผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา ตามที่ระบุไว้ในวัตถุประสงค์ จะไม่พิจารณาถึงปัจจัยความเปลี่ยนแปลงสภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติ อันได้แก่ สภาพน้ำ ดิน และภูมิอากาศที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งจะมีผลกระทบต่อ การประกอบการเลี้ยงกุ้ง
5. ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องเป็นผู้ดำเนินการ หรือมีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งกุลาดำมา เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 1 รอบการเลี้ยง
6. คำว่า "คุณภาพ" เป็นที่เข้าใจว่า หมายถึง คุณภาพของอาหารเลี้ยงกุ้ง ในความหมายและ

การรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งหมายถึง อาหารที่กึ่งกินแล้วเตเร็ว แข็งแรง และมี อัตราการรอดสูง มิได้หมายถึง คุณภาพที่พิจารณาในแง่ของหลักโภชนาการ

7. คำว่า "เกณฑ์" หรือ "เกณฑ์การตัดสินใจ" ในที่นี้หมายถึง ข้อกำหนดความรู้หรือเหตุผลที่ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้หรือยึดถือเป็นเครื่องมือในการพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเลี้ยงกุ้ง

#### วิธีการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานรวมถึงการสรุปผลการวิจัยในครั้งนี้ จะแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

##### 1. การวิเคราะห์และสรุปผลแบบอัตราร้อยละ

การวิเคราะห์และสรุปผลโดยวิธีนี้ จะคำนวณเป็นอัตราร้อยละจากคำตอบที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกจากคำตอบทั้งหมดที่กำหนดไว้ให้ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบความถี่หรืออัตราส่วนเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลพื้นฐานโดยทั่วไป

##### 2. การวิเคราะห์โดยอาศัยสถิติการวิจัยเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน จะแยกออกเป็น 2 วิธีการ ดังนี้

2.1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ได้กำหนดให้ผู้ตอบเลือกข้อความ และให้ระดับ ความสำคัญ หรือน้ำหนักของเกณฑ์การตัดสินใจแต่ละข้อ ( โปรดดูแบบสอบถามในภาคผนวก ข ข้อ 10) โดยกำหนดให้ระดับความสำคัญมากที่สุดจนถึงระดับน้อยที่สุด มีค่าลดหลั่นกันลงไตั้งแต่ 5, 4, 3, 2, 1 และไม่มี ความสำคัญ มีค่าเท่ากับ 0 ผลรวมของค่าความสำคัญของแต่ละตัวอย่างจะถูก นำมาหาค่าเฉลี่ย และจัดลำดับค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด เป็นเกณฑ์ที่จะพิจารณา การทดสอบลำดับความ



สำคัญจะใช้การวิเคราะห์ค่าโคสแควร์

2.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 กระทำโดยแยกปัจจัยที่จะมีผลกระทบต่อเกณฑ์การตัดสินใจออกเป็น 4 ประเด็น ดังที่ได้อธิบายไว้ในตอนต้น ในการวิเคราะห์แต่ละประเด็น จะแยกวิเคราะห์ตามการจัดกลุ่มในแต่ละปัจจัยตามที่ระบุไว้ข้างต้น จากนั้นจะหาค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ และทดสอบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนรวมว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ จากนั้นจะดำเนินการทดสอบว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (ศึกษาการคำนวณทางสถิติได้ในภาคผนวก)

### บทที่ 3

#### การเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา

##### ความเป็นมาของการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา

การทำนากุ้งในอดีตเป็นอาชีพที่พัฒนาร่วมกับการทำนาเกลือ โดยที่แต่เดิมชาวนาเกลือจำเป็นต้องสูบน้ำทะเลเข้ามาตากในพื้นที่นา เพื่อทำเป็นเกลือ ขณะที่รอเวลาการแห้งไปของน้ำทะเลนั้น บรรดาลูกสัตว์น้ำวัยอ่อนจากพวก กุ้ง หรือปลา ได้เข้ามาอาศัยเจริญเติบโตอยู่ในบริเวณพื้นที่นาเกลือด้วย ดังนั้นชาวนาเกลือจึงสามารถจับสัตว์น้ำเหล่านั้นมาใช้เป็นอาหาร หรือถ้ามีมากพอก็จะนำไปจำหน่ายต่อไป ต่อมาได้พยายามให้อาหารจากพวกปลาเบ็ดเสริม เพื่อเร่งการเจริญเติบโตของลูกสัตว์น้ำเหล่านั้นแทนที่จะปล่อยให้พึ่งพาอาหารตามธรรมชาติแต่อย่างเดียว เมื่อชาวนาเกลือเห็นว่าการกระทำเช่นนั้นได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่ามากขึ้นเป็นลำดับ จึงได้พัฒนาพื้นที่นาเกลือให้เป็นนากุ้ง โดยการปรับพื้นที่นาให้เป็นบ่อเลี้ยงกุ้งไปในที่สุด และวิธีการนี้เองที่เรียกว่าเป็นการเลี้ยงกุ้งแบบธรรมชาติ ซึ่งจะได้ผลผลิตต่อไร่ประมาณ 30-100 ก.ก. และไม่มีความแน่นอนขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์ของพันธุ์กุ้งในธรรมชาติ

ในอดีตท้องทะเลยังคงอุดมไปด้วยสัตว์น้ำจำนวนมาก ทำให้มีลูกสัตว์น้ำวัยอ่อนอยู่มาก ต่อมาเมื่อสภาพแวดล้อมทรุดโทรมลง ป่าชายเลนถูกทำลาย การทำประมงที่มากเกินไปจนขอบเขตยังผลทำให้ปริมาณสัตว์น้ำเสื่อมโทรมลงพันธุ์กุ้งธรรมชาติจึงลดน้อยลงไปด้วย การทำนากุ้งโดยรูปแบบเดิมจึงไม่ได้ผล ดังนั้นจึงได้มีการจัดซื้อพันธุ์กุ้งที่ได้จากการเพาะเลี้ยงโดยวิชาการสมัยใหม่เข้ามาบ่มสอยลงเลี้ยง จำนวนพันธุ์กุ้งยังไม่หนาแน่นมากนัก ตั้งแต่ 1 ตัวต่อพื้นที่ 1-5 ตารางเมตร มีการให้อาหารเสริมจากพวกปลาเบ็ดหรือหอยสับบ้างเป็นระยะ ไม่ได้ใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ใดๆ เข้ามาช่วยในการประกอบการ วิธีดังกล่าวจัดเป็นการเลี้ยงกุ้งแบบกึ่งพัฒนา ซึ่งได้ผลผลิตต่อไร่เพียง 50-200 ก.ก. พันธุ์กุ้งที่ใช้บ่มสอยลงเลี้ยงจะเป็นจากพวกกุ้งขาว เช่นกุ้งแชบ๊วย

การเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนาในประเทศไทย ได้เริ่มเลี้ยงอย่างจริงจังประมาณกลางปี พ.ศ. 2529 สาเหตุที่ทำให้อาชีพดังกล่าวเป็นที่แพร่หลายและเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วก็เนื่องมาจากผลตอบแทนทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่สูงกว่าอาชีพอย่างอื่น ๆ จากการที่ประเทศไทยได้ประสบความสำเร็จในการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา ซึ่งตรงกับคำทางภาษาอังกฤษเรียกว่า "INTENSIVE METHOD" ในพื้นที่ 10,000 เฮกตาร์ สามารถผลิตกุ้งกุลาดำส่งออกไปจำหน่ายได้ปีละประมาณ 50,000 เมตริกตัน ( ข้าวกุ้ง, 2532 ) เฉลี่ยผลผลิตต่อไร่ถึง 800-1,000 กิโลกรัม

ในปี 2529 ได้มีกลุ่มนักธุรกิจชาวไทยได้ชักชวนผู้ลงทุนชาวไต้หวันเข้ามาจัดตั้งฟาร์มเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนาขึ้นเป็นครั้งแรกที่ ตำบลคลองโคน อำเภอบึงฉลือ จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบการในนามของบริษัทเพรสซิเดนท์ฟีด จำกัด โดยมีกลุ่มนักธุรกิจชาวไทยที่มีขอบข่ายการค้าในกิจการด้านอุตสาหกรรมการเกษตรและอุตสาหกรรมประมงร่วมกับบริษัทเพรสซิเดนท์ฟีดจากประเทศไต้หวัน วัตถุประสงค์หลักในการประกอบการของบริษัทร่วมทุนดังกล่าวก็เพื่อที่จะพัฒนาฟาร์มเลี้ยงกุ้งกุลาดำขึ้นในประเทศไทย อันเป็นการสร้างอุปสงค์ทางด้านอาหารเลี้ยงกุ้งและบริษัทจะได้เปิดตลาดทางการผลิตอาหารเลี้ยงกุ้งเพื่อจำหน่ายต่อไป บริษัทเพรสซิเดนท์ฟีด ได้จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนาขึ้นในบริเวณฟาร์มเลี้ยงที่ประกอบการ และประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก จนเป็นเหตุให้อาชีพดังกล่าวได้แพร่หลายมากขึ้น

#### ลักษณะพื้นที่ที่เหมาะสมกับการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา

การเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนาจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดคือสภาพความเค็มที่เหมาะสมซึ่งอยู่ในระดับ 10 - 20 ppt ( ย่อมาจากคำว่า part per thousand เป็นหน่วยวัดความเค็มของน้ำทะเล ) ลักษณะน้ำดังกล่าวจัดเป็นสภาพน้ำกร่อยที่จะพบมากตามบริเวณป่าชายเลนที่อยู่ใกล้ปากแม่น้ำซึ่งจะไหลออกสู่ทะเล อย่างไรก็ตามการเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนาในประเทศไทยได้อาศัยน้ำจืดจากใต้ดินขึ้นมาผสมกับน้ำทะเลซึ่งมีความเค็มสูงเพื่อลดระดับความเค็มลงไปที่ที่เหมาะสม ดังนั้นฟาร์มเลี้ยงกุ้งในไต้หวันจะไม่ได้ตั้งอยู่ตามป่าชายเลน เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งน้ำกร่อยอยู่มาก ดังนั้นจึงสามารถดำเนินการได้ทันทีโดยไม่ต้องแสวงหาแหล่งน้ำจืด

และแหล่งน้ำเค็มที่เหมาะสม การลงทุนต่อไร่จะต่ำกว่าในประเทศได้หวั่นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม บริเวณภาคแม่ฮ่องสอนมักจะประสบปัญหาภาวะจากโรงงานและบ้านเรือน ตลอดจนสภาพป่าชายเลนที่ถูกทำลายลงไปเรื่อย ๆ ทุกปี ดังนั้นผู้เลี้ยงกุ้งยังคงประสบปัญหาจากมลภาวะอยู่เนืองๆ

จังหวัดที่มีแหล่งน้ำกร่อยและป่าชายเลนอยู่มากและเหมาะสมกับการเลี้ยงกุ้ง ได้แก่ จังหวัดสมุทรสงคราม สมุทรปราการ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด และจังหวัดน่านาคำตั้งตั้งแต่ จังหวัดเพชรบุรี และจวบศิริขันธ์ ลงไป จากสถิติกรมประมงพบว่าประเทศไทยมีพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเพาะเลี้ยงกุ้งประมาณ 1 ล้านไร่ โดยในปัจจุบันพื้นที่ประมาณ 500,000 ไร่ กำลังถูกพัฒนาเพื่อการเลี้ยงกุ้ง

#### ลักษณะของการประกอบการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา

การเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนามีข้อแตกต่างไปจากการเลี้ยงกุ้งแบบธรรมชาติ และกึ่งพัฒนา โดยที่กุ้งกุลาดำเป็นกุ้งที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงกว่ากุ้งชนิดอื่น มีความทนทานต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้ดี อัตราการรอดตายสูง ดังนั้นในการเลี้ยงแบบพัฒนาจึงปล่อยพันธุ์กุ้งที่หนาแน่นกว่าการเลี้ยงแบบอื่น ๆ จำนวนพันธุ์กุ้งที่ปล่อยอาจมีตั้งแต่ 10 ตัวต่อตารางเมตร ขึ้นไปจนถึง 60 ตัวต่อตารางเมตร ซึ่งเป็นที่นิยมกระทำกันในประเทศได้หวั่น ยิ่งเพิ่มความหนาแน่นมากขึ้นเท่าใด ก็จะต้องเพิ่มเทคโนโลยีและวิชาการมากขึ้นเท่านั้น แต่จะให้ผลผลิตสูงมากเช่นกัน ในประเทศไทยนิยมเลี้ยงที่ความหนาแน่นอยู่ในช่วง 15 - 30 ตัวต่อตารางเมตร ปล่อยเลี้ยงที่นิยมทำกันมีขนาด 3 - 8 ไร่ต่อบ่อ

พันธุ์กุ้ง พันธุ์กุ้งที่ใช้เป็นกุ้งกุลาดำซึ่งอยู่ในสกุล Penaeidae มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Penaeus monodon* ขนาดลูกกุ้งที่ใช้ปล่อยได้แก่ระยะ เพสโกโลวาริววันที่ 15 ถึงวันที่ 30 ซึ่งเรียกตามภาษาท้องถิ่นว่า ฟี 15 - 30 ลูกกุ้งระยะ ฟี 30 จะนิยมเรียกกันว่ากุ้งนิ้ว (INCH SHRIMP) กล่าวคือมีขนาดความยาวของลำตัวเท่ากับ 1 นิ้ว ลูกกุ้งระยะฟี 15 เมื่อเจริญเติบโตเป็น ฟี 30 จะมีอัตราการรอด (SURVIVAL RATE) ตั้งแต่ 50 - 80% แล้วแต่ความสามารถของผู้เลี้ยงและสภาพแวดล้อม ลูกกุ้งระยะฟี 30 เมื่อเจริญเติบโตถึงขนาดที่

นิยมจับขาย (ประมาณ 25 - 35 ตัวต่อกิโลกรัม) จะมีอัตราการรอดประมาณร้อยละ 80 ขึ้นไป ดังนั้นการปล่อยจำนวนลูกกุ้งเพื่อให้ได้ความหนาแน่นตามที่ต้องการ จะต้องเผื่อจำนวนไว้สำหรับการตายของลูกกุ้งตามระยะต่าง ๆ ด้วย

การพัฒนาของลูกกุ้งก่อนที่จะเจริญมาถึงระยะโพสท์ ลาวาร์ มีดังนี้

ระยะที่หนึ่ง	ไข่ (Egg)
ระยะที่สอง	นอเพลียส (Nauplius)
ระยะที่สาม	โซเอีย (Zoea)
ระยะที่สี่	ไมซิส (Mysis)
ระยะที่ห้า	โพสท์ลาวาร์ (Post Larva)

ตั้งแต่ไข่และฟักออกเป็นตัว จนถึงระยะ Post larva วันที่ 1 (P1) จะใช้เวลาประมาณ 10 - 20 วัน ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม การจำหน่ายลูกกุ้งระยะพี 15 จะได้ราคาดีมากในระยะ 2 ปี ที่ผ่านมา ทั้งนี้เพราะอุปสงค์ของลูกกุ้งสูงกว่าอุปทาน ราคาอยู่ในเกณฑ์ตั้งแต่ตัวละ 22 - 35 สตางค์สำหรับ พี 15 และ 35 - 70 สตางค์ สำหรับ พี 30 ซึ่งในอดีตก่อนปี 2529 ลูกกุ้งระยะพี 30 เคยมีราคาถึง 0.90 -1.00 บาท การพยากรณ์ของกรมประมงพบว่าความต้องการลูกกุ้งทั่วประเทศในปี 2529 - 2530 ประมาณ 600 ล้านตัวต่อปี และในปี 2531 ซึ่งมีการขยายตัวทางด้าน การเลี้ยงอย่างมากจะถึงระดับ 1,000 ล้านตัวต่อปี เมื่อคำนวณดูแล้วตลาดของลูกกุ้งจะมีมูลค่าในระดับร้อยล้านบาทต่อปี นับว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจมากที่สุด

การผลิตลูกกุ้งกุลาดำ เมื่อกล่าวถึงพันธุ์กุ้งกุลาดำ มีสิ่งที่น่าศึกษาเพิ่มเติมคือ การผลิตลูกกุ้งกุลาดำและขั้นตอนการจำหน่ายพันธุ์กุ้ง การผลิตกุ้งกุลาดำเริ่มต้นจากการจับพ่อแม่

พันธุ์กุ้งตามธรรมชาติจากท้องทะเลลึกตั้งแต่ระดับ 40 เมตร ขึ้นไป ซึ่งจะทำให้ได้พ่อแม่พันธุ์กุ้งที่แข็งแรงให้ปริมาณใช้มาก การจับพ่อแม่พันธุ์จะดำเนินการโดยกลุ่มบุคคลอาชีพที่หาก งบประมาณ อยู่แล้วมาจากนายต๋อให้กับพ่อค้าแพปลาในท้องถิ่น แหล่งจับพ่อแม่พันธุ์กุ้งที่นิยมกันมาก ได้แก่ ท้องทะเลจังหวัดตราด ท้องทะเลอันดามัน จังหวัดภูเก็ต ตรังและสตูล ซึ่งอุณหภูมิตัวพ่อแม่พันธุ์กุ้งตามธรรมชาติ เมื่อได้พ่อแม่พันธุ์กุ้งจำนวนมาก พ่อค้าแพปลาจะนำส่งขายมายังผู้ประกอบการโรงเพาะฟัก ซึ่งโรงเพาะฟักก็จะทำการเพาะฟักลูกกุ้งจากพ่อแม่พันธุ์โดยอาศัยหลักวิชาการได้แก่การติดตามและการอนุบาลที่มีประสิทธิภาพ หลังจากนั้นจึงทำการรวบรวมลูกกุ้งที่เพาะฟักได้มาอนุบาลจนโตอายุตามที่ตลาดต้องการ จึงนำออกจากนายต๋อไปยังผู้เลี้ยงกุ้ง เนื่องจากตลาดลูกกุ้งมีมูลค่าสูงทำให้มีผู้สนใจประกอบการผลิตลูกกุ้งเป็นจำนวนมาก มีผู้ประกอบการอยู่ในวงจระยะต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้เพาะฟักลูกกุ้งตั้งแต่ไข่และอนุบาลลูกกุ้งจนถึงระยะพี 15 ขึ้นไป แล้วนำออกขาย
2. ผู้อนุบาลลูกกุ้งตั้งแต่ระยะเนอเพเลียส โดยทำการซื้อลูกกุ้งระยะเนอเพเลียสจากผู้ประกอบการระดับ 1 มาอนุบาลต่อจนถึงระยะ พี 15 ขึ้นไป แล้วนำออกขาย
3. ผู้อนุบาลลูกกุ้งตั้งแต่ระยะ พี 15 โดยซื้อลูกกุ้งระยะพี 15 มาอนุบาลต่อจนถึงระยะพี 30 แล้วนำออกขาย

ผู้ประกอบการทั้ง 3 ประเภทนี้ จะกระจายตัวกันอยู่ในท้องที่จังหวัดภูเก็ต สงขลา ชลบุรี และเชียงใหม่ สำหรับผู้ประกอบการระดับ 3 นี้มักจะอยู่ใกล้บริเวณแหล่งเลี้ยงกุ้ง

รูปแบบฟาร์มเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนาและอุปกรณ์ต่าง ๆ

ฟาร์มเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนาจะตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งน้ำกร่อยตั้งที่ได้กล่าวนมาแล้ว แต่ปัจจุบันมีผู้

ประกอบการพยายามอาศัยแนวทางจากประเทศไต้หวัน โดยมีได้ประกอบการอยู่ในแหล่งน้ำกร่อย ซึ่งมีเนื้อที่จำกัดเฉพาะบางพื้นที่เท่านั้น เช่น จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และจังหวัดสงขลา อย่างไรก็ตามพารัมแบบพัฒนาจะต้องอยู่ใกล้แหล่งน้ำและมีทางระบายน้ำเสีย ลักษณะบ่อเป็นบ่อสี่เหลี่ยมหรือบ่อกลม มีระดับความลึก 1 - 2 เมตร พื้นบ่อสูงกว่าระดับน้ำขึ้น - น้ำลง มีประตูน้ำสำหรับระบายน้ำเข้าและออก บ่อมีเนื้อที่ขนาดตั้งแต่ 3 - 8 ไร่ ขึ้นไป เนื่องจากเป็นการเลี้ยงอย่างหนาแน่นต้องอาศัยการให้ออกซิเจนเพิ่มเติมขึ้นในน้ำ ดังนั้นจึงต้องมีอุปกรณ์เพิ่มเติมขึ้นได้แก่ เครื่องตีน้ำ หรือเครื่องเป่าอากาศชนิดต่าง ๆ นอกจากนี้ผู้เลี้ยงจะต้องทราบวิธีใช้เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์อย่างง่าย ๆ เช่น เครื่องมือวัดความเค็ม วัดความเป็นกรดเป็นด่าง และวัดระดับออกซิเจนในน้ำ ทั้งนี้เพื่อตรวจสอบคุณภาพน้ำเป็นระยะ ๆ ในบางครั้งหากเกิดสภาพของน้ำหรือดินที่ไม่เหมาะสม ก็จำเป็นต้องอาศัยสารเคมีเพื่อช่วยปรับสภาพดังกล่าว ให้อยู่ในระดับที่ต้องการ เช่น การใช้ปูนขาว กากชา หรือสารเคมีฟ้าเชื้อต่าง ๆ

### อาหารที่ใช้เลี้ยงกุ้ง

กุ้งกุลาดำจะอาศัยอาหาร 3 ประเภท ที่มีอยู่ในบ่อเลี้ยง เป็นปัจจัยในการเจริญเติบโต กล่าวคือ

1. อาหารธรรมชาติ ได้แก่สิ่งมีชีวิตขนาดเล็กที่อาศัยอยู่ในน้ำ
2. อาหารสด ได้แก่พวกปลาเบ็ด หอย
3. อาหารสำเร็จรูป ได้แก่อาหารเม็ดที่ถูกผลิตจากวัตถุดิบชนิดต่าง ๆ โดยอาศัยวิชาการทางโภชนาการเข้ามามีส่วนสนับสนุนการผลิต

เนื่องด้วยเป็นลักษณะการเลี้ยงที่หนาแน่น ทำให้อาหารธรรมชาติหรืออาหารสดไม่เพียงพอและก่อให้เกิดปัญหาการเน่าเสียของน้ำติดตามมากในกรณีของอาหารสด นอกจากนี้อาหารสดยังไม่มีความสะดวกหรือสดเพียงพอ ตลอดจนไม่สะดวกในการเก็บรักษา ดังนั้นอาหารสำเร็จรูปจึงมีบทบาทที่สำคัญมากในปัจจุบัน ซึ่งผู้เลี้ยงกุ้งส่วนใหญ่จะนิยมใช้อาหารสำเร็จรูปมากกว่า

## การพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตอาหารเลี้ยงกุ้งสำเร็จรูป

ความจริงแล้วอาหารสัตว์น้ำจากพวกปลาหรือกุ้งก้ามกรามตลอดจนกุ้งทะเลอื่น ๆ บริษัทคนไทยได้ทำการผลิตมาช้านานแล้ว แต่คุณภาพและชนิดของอาหารยังไม่จัดว่าเป็นอาหารจำเพาะสำหรับการเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนาอย่างแท้จริง ทั้งนี้เพราะเป็นอาหารคุณภาพต่ำและไม่สามารถนำไปใช้ในการเลี้ยงแบบพัฒนาได้ จากที่กล่าวในตอนต้นแล้วว่าบริษัทเพรสซิเดนซ์พีดีได้เริ่มต้นผลิตอาหารเลี้ยงกุ้งสำเร็จรูปชนิดเม็ดสำหรับการเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนาออกวางจำหน่ายเป็นรายแรกของประเทศไทย เนื่องจากมีผู้เลี้ยงกุ้งด้วยอาหารสำเร็จที่มีคุณภาพและประสพผลสำเร็จอย่างมากจึงส่งผลให้การเลี้ยงกุ้งขยายตัวไปอย่างมาก และนี่เองเป็นต้นเหตุให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารสัตว์รายใหญ่ของไทย เริ่มหันมาทำการผลิตอาหารเลี้ยงกุ้งกันอย่างมากมายในปัจจุบัน บางบริษัทฯได้จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมขึ้นมา เพื่อชี้แนะผู้เลี้ยงกุ้งให้ได้รับความรู้ในการเลี้ยง จัดเป็นการสนับสนุนการขายอาหารเลี้ยงกุ้งไปด้วย

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต อาหารเลี้ยงกุ้งมีลักษณะคล้ายกับอาหารสัตว์โดยทั่ว ๆ ไป แต่มีลักษณะเด่นกว่าก็ตรงที่มีคุณค่าทางอาหารสูงกว่า คุณสมบัติที่ดีของอาหารกุ้งจะประกอบด้วย

1. คุณค่าทางอาหารสูง โดยเฉพาะมีระดับโปรตีนและกรดอะมิโน ตลอดจนสารอาหารอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการเจริญเติบโตของกุ้งในอัตราสูง
2. การคงตัวอยู่ในน้ำได้นาน อาหารกุ้งจะมีสารเหนียวเพื่อยึดเกาะผงของอาหารเข้าด้วยกัน ทำให้สามารถคงตัวอยู่ในน้ำได้นาน
3. การมีกลิ่นและรสชาติที่ดี คุณสมบัติข้อนี้จะมีผลสำคัญที่จะทำให้อาหารกุ้งกินอาหารได้มากขึ้น และไม่ก่อให้เกิดสภาพอาหารที่ตกค้างอันจะนำไปสู่การเกิดปัญหาในเสียติดตามมา



การผลิตเพื่อให้ได้อาหารตามคุณสมบัติข้างต้น อาหารกึ่งจึงประกอบด้วยวัตถุดิบหลัก ดังต่อไปนี้

1. กากถั่วเหลือง เป็นวัตถุดิบที่ได้จากการสกัดน้ำมันถั่วเหลือง เป็นกากถั่วซึ่งยังคงอุดมไปด้วยโปรตีนที่มีคุณค่าทางอาหาร
2. ปลาป่น เป็นวัตถุดิบที่สำคัญมากที่สุดตัวหนึ่ง ปลาป่นนอกจากจะมีกรดอะมิโนที่สำคัญหลายชนิดแล้ว ยังทำให้เกิดกลิ่นและรสชาติที่องุ่นใจสัตว์น้ำอีกด้วย
3. วัตถุดิบชนิดต่าง ๆ เช่น ข้าวพุด บลាយข้าว รา และสารเหนียวที่ทำจากแป้งชนิดต่าง ๆ
4. วัตถุดิบชนิดอื่น ๆ เช่น เบดดอกกุง บู ไลป์ลาหมิก หอย เศษเนื้อสัตว์ กระดูกสัตว์ ป่น ฯลฯ เหล่านี้เป็นวัตถุดิบที่สำคัญผสมอยู่ในอาหารกึ่ง ทั้งนี้เพราะมีแร่ธาตุที่จำเป็นต่อการเจริญเติบโตของกุงอยู่ในวัตถุดิบเหล่านี้ด้วย
5. กรดอะมิโนบางชนิดที่ได้จากการสกัดโดยการสังเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์ เช่น ไลซีน ซีแอลเมธอีโอนีน และวิตามินต่าง ๆ

ขั้นตอนการผลิต ในตอนนี้จะได้กล่าวถึงขั้นตอนการผลิตอาหารกึ่งสำเร็จรูปอย่างย่อเพื่อให้ผู้ศึกษาได้ทราบถึงกรรมวิธีและรูปแบบการผลิต ซึ่งจะช่วยให้สามารถเข้าใจในหัวข้อ การศึกษาได้มากขึ้น ขั้นตอนการผลิตที่สำคัญสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ขั้นตอน กล่าวคือ

1. การผสมวัตถุดิบ ขั้นตอนนี้วัตถุดิบต่าง ๆ จะถูกนำมาคลุกเคล้าผสมกันตามสูตรอาหารที่ต้องการและทำการบดหลาย ๆ ครั้ง เพื่อป่นให้เป็นผงละเอียด จากนั้นจะถูกร่อนเอาส่วนที่ไม่ต้องการออก แล้วจึงลำเลียงไปยังขั้นตอนที่ 2

2. การอัดเม็ด ในขั้นตอนนี้ผง วัตถุประสงค์จะถูกทำให้ร้อนโดยการใช้อ่างน้ำ เป็นการทำให้เกิดการเพิ่มอุณหภูมิของผง วัตถุประสงค์ แล้วนำผง ไปใส่ในเครื่องอัดเม็ดพิเศษ ที่เรียกว่า EXTRUDER ซึ่งจะทำให้สุกและถูกรีดออกมาเป็นเส้น จากนั้นจะถึงขั้นตอนการตัดให้ได้เม็ด วัตถุประสงค์ที่มีความยาวตามขนาดที่ต้องการ และถ้าหากต้องการอาหารผง เม็ดอาหารเหล่านี้ก็จะถูกนำไปบดเป็นผงอีกครั้งหนึ่ง
3. การบรรจุ เม็ดอาหารที่ผลิตสำเร็จแล้วจะถูกบรรจุลงในถุงกระดาษ 3 ชั้น ซึ่งมีขนาดตั้งแต่ 5 - 25 กก. ต่อถุง จากนั้นเครื่องจักรจะทำการเย็บปากถุง และนำไปเก็บไว้เพื่อรอการจำหน่ายต่อไป

#### ลักษณะการตลาดอาหารเลี้ยงกุ้ง

ปัจจุบันมีการผลิตอาหารเลี้ยงกุ้งสำเร็จรูปออกจำหน่ายกันอย่างมาก แต่มีผู้ผลิตที่สำคัญอยู่เพียง 4 ราย กล่าวคือ ตราซีพี ตราเนอเน่า ตราเพรสซิเดนท์ และตราสุปรีม นอกนั้นเป็นรายใหม่ที่เพิ่งจะเริ่มดำเนินการในระยะหลัง อาหารเลี้ยงกุ้งจะถูกจัดจำหน่ายไปตามร้านค้าอาหารสัตว์ในท้องถิ่นที่ใกล้เคียงกับจังหวัดชายทะเลที่มีการเลี้ยงกุ้งกุลาดำ คุณภาพของอาหารเลี้ยงกุ้งจะมีหลายระดับ ตั้งแต่คุณภาพต่ำซึ่งใช้กับการเลี้ยงกุ้งแบบกึ่งพัฒนา จนไปถึงคุณภาพสูงซึ่งใช้กับการเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนา เนื่องจากเป็นสินค้าที่ออกจำหน่ายเฉพาะผู้ซื้อเพียงกลุ่มเดียว ดังนั้นจึงไม่ได้รับการโฆษณาในสื่อประเภทโทรทัศน์ แต่จะเป็นการแนะนำจากร้านค้า และป้ายโฆษณา ตลอดจนการประชาสัมพันธ์จากพนักงานขาย

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในบทนี้จะได้กล่าวถึงผลการศึกษาวิจัยโดยแบ่งการบรรยายออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะการประกอบอาชีพ ตั้งแต่ข้อ 1 -3
- ตอนที่ 2 การตลาดอาหารกุ้งและพฤติกรรมผู้บริโภคตั้งแต่ข้อ 4 - 11
- ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานตั้งแต่ข้อ 12 - 13
- ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ ข้อ 14

#### ตอนที่ 1

##### 1. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิจัยครั้งนี้ได้มุ่งเน้นการสัมภาษณ์ผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำ ในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม รวม 2 อำเภอ 6 ตำบลด้วยกัน ได้จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการประมวลผลทั้งสิ้น 593 ราย ทั้งนี้พิจารณาจากจำนวนตัวอย่างที่ใช้จากสถิติผู้เลี้ยงกุ้งทั้งหมดในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม พ.ศ.2530 ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นข้อมูลล่าสุดที่จัดทำได้ในช่วงระยะเวลาวิจัย

จากตัวเลขที่แสดงไว้ในตารางที่ 4.1 จะพบว่าจำนวนผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนาได้กระจายตัวกันอยู่ในห้องที่ 6 ตำบล โดยในตำบลบางแก้วมีถึง 184 ราย รองลงมาเป็นตำบลคลองโคนและยี่สารมีอยู่ 174 ราย และ 138 รายตามลำดับ ตำบลแพะกระหม่อมแดง ตำบลบางกระเจิง และตำบลแหลมใหญ่มีอยู่ 67 ราย, 20 ราย และ 10 ราย ตามลำดับ ผู้เลี้ยงกุ้งในเขตจังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนมากยังประกอบกิจการเลี้ยงกุ้งในลักษณะกึ่งพัฒนาอยู่ เป็นจำนวนมาก ในขณะที่ทำการวิจัยก็มีผู้อยู่ในระหว่างทำการปรับปรุงฟาร์มเลี้ยงกุ้งจากกึ่งพัฒนา มาเป็นฟาร์มแบบพัฒนาเพิ่มขึ้นอยู่เรื่อย ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย 467 ราย และเพศหญิง 120 ราย โดยมีอายุอยู่ในช่วง 25-35 ปี ถึงร้อยละ 41 และอายุ 36-45 ปี ร้อยละ 31 ผู้ที่มีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไปร้อยละ 17.4 และร้อยละ 10.6 เป็นผู้มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (ตัวเลขจากตารางที่ 4.2)

ผู้เลี้ยงกุ้งส่วนมากมีการศึกษาไม่สูงนัก ระดับประถมศึกษาลงมา มีอยู่ถึง 362 ราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 61 ของจำนวนทั้งหมด เมื่อพิจารณาตัวเลขจากตารางที่ 4.3 ต่อไปจะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความรู้ในระดับปริญญาตรีมีอยู่เพียง 40 ราย หรือร้อยละ 6.7 นอกนั้นจะเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า เป็นส่วนมาก ข้อมูลที่ได้ดังกล่าวนี้จะสามารถนำไปพิจารณาในด้านการกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หรือการโฆษณาของผู้ผลิตอาหารกุ้ง ซึ่งจะต้องให้สอดคล้องกับความสามารถในการรับรู้ของผู้ที่มีการศึกษาในแต่ละระดับ

ตารางที่ 4.4 ได้แสดงตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้จากการเจาะจงสัมภาษณ์บุคคลในฟาร์มเลี้ยงกุ้งที่เกี่ยวข้องกับการจัดการฟาร์มโดยตรง และมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจเกี่ยวกับการพิจารณาเลือกซื้ออาหารเลี้ยงกุ้ง ทั้งนี้ เพื่อให้ได้คำตอบที่มีความเที่ยงตรงมากที่สุด จากการสัมภาษณ์ได้คำตอบจากผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการร้อยละ 62 เจ้าของและผู้จัดการร้อยละ 6.6 และร้อยละ 14.5 สำหรับผู้ที่เป็นรองหรือผู้ช่วยผู้จัดการ นอกนั้นจะเป็นเจ้าหน้าที่ที่มีตำแหน่งในระดับนักวิชาการประจำฟาร์มและผู้ควบคุมการเลี้ยงร้อยละ 8 และ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.1  
จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการประมวลผล

ตัวอย่างที่ใช้ในการประมวลผล	ราย	ร้อยละ
จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์	612	
จำนวนตัวอย่างที่นำมาใช้ในการประมวลผล	593	100
จำนวนตัวอย่างแยกสาย อำเภอ/ตำบล		
อำเภออัมพวา		
ตำบลเขายี่สาร	138	23.3
ตำบลแพรกหนามแดง	67	11.3
อำเภอเมือง		
ตำบลบางแก้ว	184	30.6
ตำบลบางจะเกร็ง	20	3.4
ตำบลแหลมใหญ่	10	1.7
ตำบลคลองโคน	174	29.3

ตารางที่ 4.2  
จำนวนตัวอย่างแยกตามเพศและอายุ

เพศและอายุ		ราย	ร้อยละ
เพศ	ชาย	467	78.7
	หญิง	126	21.2
อายุ (ปี)	ต่ำกว่า 25	63	10.6
	25 - 35	243	41.0
	36 - 45	184	31.0
	มากกว่า 45 ขึ้นไป	103	17.4

## ตารางที่ 4.3

จำนวนตัวอย่าง แยกตามสถานภาพการสมรส และระดับการศึกษา

สถานภาพการสมรสและระดับการศึกษา	ราย	ร้อยละ
สถานภาพการสมรส		
สมรส	400	67.4
โสด	193	32.3
ระดับการศึกษา		
ระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	362	61
มัธยมศึกษา	95	16
บวช. หรือเทียบเท่า	64	10.8
บวส. หรือเทียบเท่า	29	4.9
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	40	6.7
ปริญญาโท	3	0.5

ตารางที่ 4.4  
ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่ง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	368	62
เจ้าของและผู้จัดการ	39	6.6
ผู้จัดการฟาร์ม	89	15
นักวิชาการประจำฟาร์ม	8	8
ผู้ช่วยหรือรองผู้จัดการ	86	14.5
ผู้ควบคุมการเลี้ยงกึ่ง	3	0.5
รวม	593	100

ตารางที่ 4.5  
ระดับการลงทุน

ขนาดการลงทุน (บาท)	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
เล็ก (ต่ำกว่า 500,000)	151	25.5
กลาง (500,000 - 1,000,000)	255	43.0
ใหญ่ (มากกว่า 1,000,000)	187	31.5
รวม	593	100



## 2. ลักษณะของการประกอบการ

ในตอนนี้จะได้ศึกษาถึงรูปแบบของการประกอบการซึ่งได้วิเคราะห์และจัดกลุ่มตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และเพื่อให้เข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้น จะขอกล่าวถึงลักษณะฟาร์มเลี้ยงกุ้งที่กำหนดตามขอบเขตของการวิจัยอีกครั้งหนึ่ง ดังต่อไปนี้

- ก. จะต้องเป็นฟาร์มเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา โดยจะต้องปล่อยลูกกุ้งกุลาดำ ซึ่งมีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Penaeus monodon* ไม่ต่ำกว่า 10 ตัวต่อพื้นที่การเลี้ยง 1 ตารางเมตร (โดยไม่พึ่งพาลูกกุ้งจากแหล่งธรรมชาติ)
- ข. ในการเลี้ยงดังกล่าว จะต้องใช้อุณหภูมิเพิ่มปริมาณออกซิเจนในน้ำ
- ค. มีการใช้สารเคมีทำความสะอาด และควบคุมสภาวะแวดล้อมบ่อเลี้ยง
- ง. จะต้องใช้อาหารสำเร็จรูปเป็นส่วนสำคัญในการเลี้ยง หมายถึงกุ้งที่เลี้ยงจะพึ่งพาอาหารสำเร็จรูปที่ให้เป็นหลักมากกว่าอาหารธรรมชาติ

เมื่อได้ทราบถึงลักษณะของฟาร์มแบบพัฒนาแล้ว ก็จำเป็นต้องพิจารณาถึงการจัดกลุ่มตัวอย่างตามปัจจัยต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้นในการศึกษาซึ่งดังที่ได้กล่าวมาแล้วในบทขยายความหัวข้อ สมมติฐาน ในที่นี้จะได้บรรยายถึงลักษณะการจัดกลุ่มตามข้อมูลที่เก็บมาได้ดังต่อไปนี้

### 2.1 ระดับการลงทุน

เพื่อให้ทราบถึงการลงทุนของกิจการประเภทดังกล่าวนี้ จึงได้จัดแบ่งระดับการลงทุนออกเป็น 3 กลุ่ม โดยพิจารณาถึงมูลค่าที่ดิน ค่าทุนบ่อเลี้ยง ค่าวัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จะต้องใช้จ่ายในการลงทุนแรกเริ่มก่อนดำเนินการ จากตัวเลขในตารางที่ 4.5 กลุ่มลงทุนขนาดกลางมี 255 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาเป็นการลงทุนขนาดกลางและขนาดเล็ก

## 2.2 ขนาดของฟาร์มที่ประกอบการ

โดยทั่วไปเจ้าของฟาร์มเลี้ยงกุ้ง จะนิยมจับจองที่ดินไว้มากกว่าบริเวณพื้นที่ที่จะใช้เลี้ยงจริง ทั้งนี้เพื่อการขยายพื้นที่การเลี้ยงในอนาคต หรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ในการศึกษาจึงได้กำหนดการจัดกลุ่มตามเนื้อที่ที่ใช้ทำการเลี้ยงกุ้งอย่างแท้จริง และได้ขนาดของพื้นที่การเลี้ยงมาจัดกลุ่มโดยแบ่งเป็น 3 ขนาดดังที่ได้กล่าวมาแล้ว จากตารางที่ 4.6 ได้พบฟาร์มขนาดเล็กมีจำนวน 382 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.1 ของทั้งหมด รองลงมาเป็นฟาร์มขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ร้อยละ 29.2 และ 6.4 ตามลำดับ

ข้อสังเกตจะเห็นว่าผู้เลี้ยงส่วนใหญ่มีฟาร์มขนาดเล็ก ทั้งนี้เนื่องจากการลงทุนต่อไร่ในการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนาสูงกว่าการปลูกสัตว์ หรือเกษตรกรรมประเภทอื่น ๆ เพราะการเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนานั้นเพิ่มผลผลิตต่อไร่สูงมากกว่าการขยายพื้นที่การเลี้ยง ดังนั้นจึงมีผู้มีศักยภาพในการลงทุนในพื้นที่ขนาดใหญ่ค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับกิจการการเกษตรในด้านอื่น ๆ

## 2.3 ผลตอบแทนของการเลี้ยงในอศิต

ในการศึกษาได้กำหนดสัมภาษณ์เฉพาะฟาร์มซึ่งได้ดำเนินการมาแล้ว ไม่นต่ำกว่า 1 รอบการเลี้ยง ซึ่งหมายถึงระยะเวลาประมาณ 4 - 6 เดือน โดยที่ได้มีการเก็บผลผลิตส่งออกขายไปแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง สามารถหาตัวเลขผลกำไรขั้นต้นเพื่อการประเมินผลได้อย่างแท้จริง เกณฑ์การพิจารณานี้ได้สอบถามตัวเลขผลกำไร ก่อนภาษีและดอกเบี้ย และตัวเลขยอดรายได้จากการขายกุ้งเนื้อ จากนั้นนำมาจัดทำเป็นอัตราส่วนผลกำไรต่อยอดขาย ซึ่งผลการศึกษาปรากฏตามตัวเลขตารางที่ 4.7 มีผู้เลี้ยงกุ้งแยกตามระดับผลตอบแทนกระจายตัวอยู่ในทั้ง 3 กลุ่มใกล้เคียงกัน โดยร้อยละ 37.1 เป็นผู้ที่อยู่ในระดับกลาง รองลงมาเป็นระดับต่ำร้อยละ 33.4 และระดับสูงร้อยละ 29.5 ผลการวิจัยอันประเด็นนี้จะเป็นจุดที่ชี้ให้เห็นว่ากลุ่มที่สามารถทำผลกำไรตั้งแต่ระดับกลางไปจนถึงระดับสูง เป็นจุดดึงดูดความสนใจให้นักลงทุนจากหลายวงการหันเข้ามาทำธุรกิจด้านนี้เป็นอย่างมาก จนเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ดินแดนแถบชายทะเลมีราคาสูงขึ้น

## 2.4 ความรู้ทางวิชาการในการเลี้ยงกุ้ง

เนื่องจากการเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนายังเป็นอาชีพที่ใหม่่มากสำหรับคนไทย กังยังต้องอาศัยอุปกรณ์เครื่องมือ ตลอดจนความรู้ความสามารถในวิชาการด้านการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเข้ามาใช้ในการจัดการ ดังนั้นการพิจารณาเลือกใช้อาหารเลี้ยงกุ้งแต่ละชนิดจะสัมพันธ์กับความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการด้วย จากการศึกษาได้พบว่า ผู้ที่มีความรู้ทางวิชาการสูงมีร้อยละ 32.5 ระดับกลางและระดับต่ำ ร้อยละ 29.8 และ 37.6 ตามลำดับ ดังปรากฏในตารางที่ 4.8 และจากผลการศึกษาครั้งนี้ จะนำไปสัมพันธ์กับการวิเคราะห์ด้านอื่น ๆ ซึ่งจะกล่าวในบทต่อไป

ตารางที่ 4.5  
ระดับการลงทุน

ขนาดการลงทุน (บาท)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เล็ก (ต่ำกว่า 500,000)	151	25.5
กลาง (500,000 - 1,000,000)	255	43.0
ใหญ่ (มากกว่า 1,000,000)	187	31.5
รวม	593	100

ตารางที่ 4.6  
ขนาดของฟาร์มที่ประกอบการ

ขนาดที่ดิน (ไร่)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เล็ก (ต่ำกว่า 30)	382	64.1
กลาง (30 - 100)	173	29.2
ใหญ่ (มากกว่า 100)	38	6.4
รวม	593	100

ตารางที่ 4.7  
ผลตอบแทนของการเลี้ยงในอดีต

ระดับผลตอบแทน (กำไรเริ่มต้นเป็นร้อยละของยอดขาย)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำ (ต่ำกว่า 30)	198	33.4
กลาง (30 - 69)	220	37.1
สูง (70 ขึ้นไป)	175	29.5
รวม	593	100

ตารางที่ 4.8  
ระดับความรู้ทางวิชาการ

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ
น้อย	193	32.5
ปานกลาง	177	29.8
มาก	223	37.6
รวม	593	100

### 3. ปริมาณผลผลิตต่อไร่ต่อรอบการเลี้ยง

โดยทั่วไปการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา จะใช้ระยะเวลาประมาณ 4 เดือน ซึ่งถือว่าเท่ากับหนึ่งรอบการเลี้ยง (crop) ดังนั้นปีหนึ่งจะสามารถเลี้ยงกุ้งได้ 2 รอบ ส่วนระยะเวลาที่เหลือจะใช้ไปในเรื่องการจดทะเบียนบ่อเลี้ยง การทำความสะอาดและตากบ่อเลี้ยง การปรับปรุงฟาร์ม ฯลฯ

ตารางที่ 4.9 ได้แสดงถึงปริมาณผลผลิตต่อไร่ของผู้เลี้ยงกุ้ง จากการสำรวจพบว่า ร้อยละ 35.2 ของตัวอย่าง ได้ผลผลิตอยู่ในระดับตั้งแต่ 501 ก.ก. ต่อไร่ ผู้ที่ได้ระดับ 200-500 ก.ก. ต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 49.4 และร้อยละ 15.0 เป็นผู้ที่ได้ผลผลิตในระดับต่ำกว่า 200 ก.ก. ความแตกต่างในแง่ของผลผลิตต่อไร่ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ อาทิเช่น คุณภาพและความหนาแน่นของพันธุ์กุ้ง คุณภาพของอาหารที่ใช้ ความสามารถในการจัดการฟาร์ม ตลอดจนคุณภาพทางนิเวศวิทยาของพื้นที่ ด้วยปัจจัยที่แปรปรวนเหล่านี้จึงทำให้ผลผลิตต่อไร่ในแต่ละท้องถิ่นแตกต่างกันไปด้วย

ตารางที่ 4.9  
ผลผลิตต่อไร่โดยเฉลี่ยต่อรอบการเลี้ยง

ระดับผลผลิตต่อไร่	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200 ก.ก.	91	15.3
201-500	293	49.4
501 ก.ก. ขึ้นไป	209	35.2
รวม	593	100

## ตอนที่ 2 การตลาดอาหารกุ้งและพฤติกรรมผู้บริโภค

### 4. ส่วนแบ่งตลาดของอาหารแต่ละตรา

จากตารางที่ 4.10 จะเห็นว่าอาหารเลี้ยงกุ้งในกลุ่มผู้ผลิต "ซีพี" ซึ่งประกอบด้วยอาหาร 3 ตราด้วยกัน คือ ซีพี สตาร์ฟีด และมารีน มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 27.3, 19.1 และ 17.0 ตามลำดับ รวมส่วนแบ่งตลาดทั้งสิ้น ร้อยละ 63.4 อาหาร กลุ่ม บ. เจริญพันธ์์คิดตามมาเป็นอันดับสอง คือร้อยละ 11.3 เพรสซิเดนซ์, สุบรีม และนานา มีส่วนแบ่งตลาดเป็นร้อยละ 7.9, 5.6 และ 4.7 ตามลำดับ นอกนั้นเป็นตราอื่น ๆ

ในตารางที่ 4.11 ได้แสดงถึงผลการสอบถามผู้เลี้ยงกุ้งที่ต้องการเปลี่ยนตราอาหารซึ่งมีรวม 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.8 และต้องการเปลี่ยนตราอาหารใหม่ โดยส่วนใหญ่จะเปลี่ยนไปใช้ตราซีพี แสดงให้เห็นว่าอาหารตราซีพีสามารถดึงดูดให้ผู้เลี้ยงกุ้งสนใจซื้อมากที่สุด

## ตารางที่ 4.10

## ส่วนแบ่งตลาดของอาหารแต่ละตรา

ตราอาหาร	จำนวนผู้ใช้ (ราย)	ร้อยละ
นานา	28	4.7
สุปรีม	33	5.6
เพรสซิเดนซ์	47	7.9
ซีพี	162	27.3
สตาร์ฟีด	113	19.1
มารีน	101	17.0
ป. เจริญพันธ์	67	11.3
อื่น ๆ (12 ตรา คือ ปู, โนชสตาร์, เบทราโกร โทพาร์มี, 10-10, 10-12, สามเหลี่ยม, แหลมทอง, ไบโอ, ท็อบมิกซ์, อภิทุน, และรายย่อยอื่นๆ)	42	7.0
รวม	593	100



ตารางที่ 4.11  
ความคิดในการเปลี่ยนตราอาหาร

ความต้องการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เปลี่ยน	76	12.8
ไม่เปลี่ยน	517	87.2
รวม	593	100

### 5. แหล่งซื้ออาหารกุ้งของผู้เลี้ยงกุ้ง

ในงานวิจัยครั้งนี้จึงได้ศึกษาการจำหน่ายสินค้าอาหารเลี้ยงกุ้ง ตัวเลขที่ได้จากการสำรวจ เป็นไปตามตารางที่ 4.12 ซึ่งจะสังเกตเห็นได้ว่า ร้านค้าปลีกมีบทบาทมากในการระบายสินค้า ผู้ซื้อจะนิยมซื้อจากร้านค้ามากกว่าที่จะซื้อโดยตรงจากตัวแทนจำหน่าย ซึ่งมักจะเห็นการจำหน่ายสินค้าตราใดตราหนึ่ง ร้านค้าปลีกมักจะขายสินค้าหลายตราเมื่อพิจารณาเฉพาะผู้เลือกสินค้าตราซีพี ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดก็จะพบว่าร้านค้าปลีกสามารถจำหน่ายสินค้าในปริมาณที่คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.2 ขณะที่ตัวแทนจำหน่ายสามารถขายสินค้าได้เพียงร้อยละ 33.5

ตารางที่ 4.12  
แหล่งซื้ออาหารกุ้งของผู้เลี้ยงกุ้ง

ผู้จำหน่าย	จำนวนความถี่	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
ร้านค้าปลีก	404		62.2
ตัวแทนจำหน่าย	218		33.5
โรงงาน	27		4.1
รวม	649	593	100.00

## 6. ลักษณะการเลือกร้านที่ซื้อ

ในการวิจัยครั้งนี้ได้คาดคะเนไว้ว่าร้านค้าจะเป็นช่องทางระบายสินค้าได้ดีที่สุด ดังนั้นจึงได้สอบถามผู้ซื้อเพิ่มเติมถึงสาเหตุการเลือกร้านที่ซื้อ เพื่อนำสาเหตุดังกล่าวมาประกอบการพิจารณากำหนดคุณสมบัติของร้านที่จะวางจำหน่ายสินค้า โดยข้อมูลดังกล่าวนี้จะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อผู้ผลิต หรือตัวแทนจำหน่าย ผลการศึกษาปรากฏอยู่ในตารางที่ 4.13 ซึ่งจะสังเกตเห็นว่าผู้ซื้อจะสนใจที่จะซื้อสินค้าเพราะมนุษย์สัมพันธ์และชื่อเสียงเจ้าของร้านหรือผู้ขายในร้านค้าดังกล่าว นอกจากนี้ยังต้องอาศัยการบริการด้านอื่น ๆ เช่นการให้คำแนะนำที่ไม่มีประโยชน์ และการบริการด้านการขนส่ง อย่างไรก็ตามเป็นที่สังเกตว่าปัจจัยด้านราคา จำนวนสินค้าที่มีให้เลือกและทำเลที่ตั้งนั้นได้รับความสำคัญน้อยในการตัดสินใจเลือกร้านที่ซื้อ

ตารางที่ 4.13  
เหตุผลการเลือกร้านที่ซื้อ

เหตุผล	จำนวนผู้เลือก (ราย)	ร้อยละ
มนุษย์สัมพันธ์และชื่อเสียง ของเจ้าของร้าน	201	49.6
ผู้ขายให้คำแนะนำที่เป็น ประโยชน์	105	25.8
การบริการขนส่ง	50	12.6
การตั้งราคาขายถูกกว่าร้านอื่น ๆ	23	5.7
ร้านมีสินค้าให้เลือกมาก	14	3.5
ทำเลที่ตั้งร้านค้าอยู่ใกล้	9	2.0
ไม่มีเหตุผลชัดเจน	2	0.3
รวม	404	100.00

### 7. เงื่อนไขในการชำระเงิน

การศึกษาหัวข้อนี้มุ่งที่จะทราบถึงเงื่อนไขการชำระเงิน ที่นิยมกระทำกันในการซื้อขายอาหารเลี้ยงกุ้ง ซึ่งตารางที่ 4.14 ได้แสดงให้เห็นว่าเป็นการซื้อขายเงินสดถึงร้อยละ 50.6 รองลงมาเป็นลักษณะเงินเชื่อ 1 เดือน ร้อยละ 31.2 นอกนั้นเป็นลักษณะการซื้อขายที่เป็นเงินเชื่อมากกว่า 1 เดือน

ตารางที่ 4.14  
เงื่อนไขในการชำระเงินของผู้ซื้อ

เงื่อนไข	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เงินสด	303	50.6
เงินเชื่อ 1 เดือน	185	31.2
เงินเชื่อ 2 เดือน	53	8.9
เงินเชื่อมากกว่า 2 เดือน	52	8.8
รวม	593	100.00

## 8. การส่งเสริมการขาย

แนวทางในการส่งเสริมการขายซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้ซื้อ สามารถพิจารณาข้อมูลได้จากตารางที่ 4.15 ซึ่งจะเห็นได้ว่าการให้เครดิตการชำระเงินและส่วนลดจะได้รับความสนใจอยู่ในระดับสูงถึงร้อยละ 46.7 และ 43.5 ตามลำดับ ดังนั้นหากผู้ขายสามารถผ่อนปรนเรื่องระยะเวลาการชำระเงิน ตลอดจนการให้ส่วนลดด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ก็มีโอกาสจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น

ตารางที่ 4.15

ข้อเสนอการส่งเสริมการขายที่ผู้ซื้อต้องการจากผู้ขาย

ข้อเสนอ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ส่วนลด	258	43.5
ของแถม	3	0.5
บริการทางวิชาการ	48	8.1
เครดิตการชำระเงิน	277	46.7
บริการขนส่งฟรี	4	0.7
ไม่มีค.ตอบชัดเจน	3	0.5
รวม	593	100.00

### 9. การรับรู้ข่าวสาร

จากตารางที่ 4.16 จะสังเกตเห็นว่าข่าวสารการโฆษณาจะแพร่กระจายไปในหมู่ผู้เลี้ยงกุ้งด้วยตนเองมากที่สุดถึงร้อยละ 39.43 นอกจากนี้ผู้เลี้ยงกุ้งยังได้รับข้อมูลข่าวสารจากพนักงานขายหรือผู้ขายอาหารกุ้งร้อยละ 20.52 สื่อโฆษณาประเภทป้ายโฆษณาที่ไปประชาสัมพันธ์ เช่นกัน คือร้อยละ 27.15 ของผู้เลี้ยงกุ้งจะได้รับรู้ข่าวจากสื่อดังกล่าวนี้ ขณะที่สื่อโฆษณาประเภทวิทยุ หรือหนังสือจะมีอิทธิพลน้อยมาก

ตารางที่ 4.16  
การรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ

สื่อโฆษณา	จำนวนหน่วย	จำนวนผู้ตอบ	ร้อยละ
หนังสือ, นิตยสาร	77		6.90
วิทยุ	19		3.49
พนักงานขายและผู้ขาย	229		20.52
หนังสือพิมพ์	24		2.15
เพื่อนบ้าน (ผู้เลี้ยงกุ้ง)	440		39.43
ป้ายโฆษณา	303		27.15
เจ้าหน้าที่หน่วยราชการ	4		0.36
รวม	1,116	593	100.00

## 10. เหตุผลการไม่เปลี่ยนตราอาหาร

นโยบายนี้จะได้กล่าวถึงการศึกษา เพื่อหาเหตุผลที่ผู้เลี้ยงกุ้ง จะพิจารณาเปลี่ยนตราอาหาร กุ้งที่ำใช้ อันเป็นสิ่งสำคัญที่นักบริหารการตลาดจะพึงทราบไว้ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ ในการบริหารการตลาด และการศึกษา เทาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความจงรักภักดีในผลิตภัณฑ์ต่อไปใน อนาคต

ตารางที่ 4.17 และ 4.18 เป็นการแสดงผลที่ได้จากการนับจำนวนผู้ซื้ออาหารกุ้ง ที่มีความประสงค์จะยังคงใช้อาหารเลี้ยงกุ้งตราเดิมที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน เนื่องด้วยสาเหตุต่าง ๆ ที่ได้กำหนดให้ตอบรวม 8 ประการด้วยกัน ผู้ที่ไม่เปลี่ยนตราอาหาร เทียบกับจำนวนตัวอย่าง ทั้งหมดนี้อยู่ถึงร้อยละ 87.2 (517 ราย) และร้อยละ 12.8 (76 ราย) เป็นผู้ที่จะ เปลี่ยนตราอาหาร

ในจำนวนผู้ที่ตอบว่าจะไม่เปลี่ยนตราอาหารทั้ง 517 รายนี้ ได้ระบุสาเหตุไว้ โดยสรุป ได้ตามตารางเดียวกัน โดยนับจำนวนความถี่ได้ทั้งสิ้น 1,387 หน่วย ในจำนวนนี้ผู้ตอบได้ระบุ สาเหตุด้านคุณภาพถึงร้อยละ 34.31 รองลงมาเป็นสาเหตุทางด้านภาพพจน์และชื่อเสียงของผู้ผลิต ร้อยละ 25.66 การบริการหลังการขายมีผู้ระบุเพียงร้อยละ 4.10 เท่านั้น

ผลการวิเคราะห์ที่สามารถนำมาสรุปได้ว่า ผู้ซื้ออาหารกุ้งได้ให้คำตอบถึงสาเหตุที่ยัง คงไม่เปลี่ยนตราอาหารด้วยการระบุไว้ที่เหตุผล "ความพอใจในด้านคุณภาพของอาหาร" โดยให้ ความสำคัญมากที่สุด เมื่อผู้เลี้ยงกุ้งได้รับความพอใจทางด้านคุณภาพของอาหารกุ้งตราที่เลือกซื้อ แล้ว ก็จะซื้ออาหารตราเดิมสำหรับการเลี้ยงครั้งต่อไป นอกจากนี้ยังคำนึงถึงชื่อเสียงของผู้ ผลิต และการคด้อยตามคำแนะนำจากผู้เลี้ยงกุ้งด้วยกันรองลงมา ซึ่งจะเห็นได้ผู้เลี้ยงกุ้งจะให้ ความสนใจในเรื่องการบริการหลังการขายน้อยมาก



ตารางที่ 4.17  
การไม่เปลี่ยนตราอาหาร

เหตุผลการไม่เปลี่ยนตราอาหาร	ความถี่	ร้อยละ
1. คุณภาพอาหาร	476	34.31
2. ภาพพจน์และชื่อเสียงของผู้ผลิต	356	25.66
3. เชื่อถือตามคำแนะนำของผู้อื่น	210	15.14
4. การได้รับส่วนลดหรือเครดิต	155	11.17
5. ระดับราคาต่ำ	74	5.3
6. การบริการหลังการขาย	57	4.10
7. การจูงใจจากการโฆษณา	46	3.31
8. รูปแบบการบรรจุ	13	0.93
รวม	1,387	100

ตารางที่ 4.18  
จำนวนผู้ที่ต้องการเปลี่ยน/ไม่เปลี่ยนตราอาหาร

ผู้เลี้ยงกุ้ง	จำนวน	ร้อยละ
ผู้เลี้ยงกุ้งที่ต้องการเปลี่ยนตราอาหาร	76	12.8
ผู้เลี้ยงกุ้งที่ไม่ต้องการเปลี่ยนตราอาหาร	517	87.2
รวม	593	100

## 11. ความพอใจในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ

ผู้เลี้ยงกุ้งที่ตอบคำถามจำนวนทั้งสิ้น 523 รายมีความพอใจในผลิตภัณฑ์อาหารเลี้ยงกุ้งที่ซื้อคิดเป็นร้อยละ 88.2 ผู้เลี้ยงกุ้งจำนวน 70 ราย ที่ตอบว่า "ไม่พอใจ" (คิดเป็นร้อยละ 11.8) และต้องการเปลี่ยนตราอาหาร เมื่อพิจารณาตัวเลขจากตารางที่ 4.18 และ 4.19 จะเห็นได้ว่ามีผู้เลี้ยงกุ้ง 76 ราย มีความต้องการเปลี่ยนตราอาหารที่ใช้อยู่ ดังนั้นจะสังเกตเห็นได้ว่ามีผู้เลี้ยงกุ้งจำนวน 6 ราย จากกลุ่มที่มีความพอใจในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ แต่ต้องการเปลี่ยนตราอาหารรวมอยู่ใน 76 รายดังกล่าวด้วย

จากการสอบถามผู้เลี้ยงกุ้งที่ต้องการเปลี่ยนตราอาหารโดยมีสาเหตุใหญ่อยู่ 4 ประการ คือ

- 11.1 การคล้อยตามคำแนะนำผู้อื่น
- 11.2 การได้รับทราบชื่อเสียงของสินค้าตราใหม่ที่สวยงาม
- 11.3 ความต้องการทดลองสินค้าใหม่
- 11.4 การสนใจจากการโฆษณาของสินค้าตราใหม่

นอกนั้นเป็นเหตุผลที่สำคัญรองลงมา ซึ่งได้แก่ ด้านคุณภาพ ราคั้บราคา และการไม่ได้รับเครดิตจากผู้ขาย เป็นต้น

ผลการศึกษาในหัวข้อนี้ จะนำไปสู่การพิจารณาให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลทางให้ผู้ซื้อที่มีความคิดที่จะเปลี่ยนไปซื้อสินค้าตราใหม่ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรที่จะได้มีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องนี้

## ตารางที่ 4.19

## ความพอใจในผลิตภัณฑ์และความต้องการเปลี่ยนตราอาหารเลี้ยงกุ้ง

ความพอใจ/ความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ความพอใจในผลิตภัณฑ์</b>		
ความพอใจ	523	88.2
ไม่พอใจ	70	11.8
รวม	593	100
<b>ความต้องการ</b>		
เปลี่ยนตราอาหาร	76	12.8
ไม่เปลี่ยน	517	87.2
รวม	593	100

### ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

#### 12. เกณฑ์การพิจารณาที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้ออาหารเสี่ยงกุ้ง (สมมติฐานข้อ 1)

เนื่องจากผู้ศึกษาได้ทราบ สภาพความเป็นไปทางการตลาดอาหารเสี่ยงกุ้งสำเร็จรูปมาบ้างแล้วจากการศึกษาวิเคราะห์ใบระเห็ดต่าง ๆ ที่ผ่านมา ในบทนี้จะได้กล่าวถึงการทดสอบสมมติฐาน เพื่อค้นหาเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออาหารเสี่ยงกุ้ง ที่ผู้เสี่ยงกุ้งให้ความสำคัญมากที่สุด เหตุผลที่นักวิเคราะห์มีอยู่รวม 10 ประการด้วยกัน โดยทั้ง 10 ประการ ได้รวบรวมจากการสัมภาษณ์ผู้เสี่ยงกุ้งจำนวน 55 ราย ก่อนลงมือดำเนินการสำรวจจริง เหตุผลดังกล่าวมีดังนี้

1. ระดับราคาต่ำ
2. ความเชื่อถือในคุณภาพ
3. การสนใจจากโฆษณา
4. ชื่อเพราะคล้ายตามคำแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก
5. การสนใจจากรูปแบบการบรรจุ
6. การสนใจจากผู้ขาย
7. ความเชื่อถือในภาพพจน์หรือมาตรฐานของผู้ผลิต
8. การสนใจจากการได้รับส่วนลดหรือเครดิตจากผู้ขาย
9. การเสนอบริการขนส่งถึงสถานที่จากผู้ขาย
10. ความต้องการทดลองใช้ครั้ง ที่ไม่เคยใช้มาก่อน

#### การวิเคราะห์

ในแต่ละเหตุผลได้กำหนดให้ผู้ซื้อพิจารณาให้ระดับ หรือน้ำหนักของความสำคัญของแต่ละเหตุผล โดยจัดระดับตั้งแต่ระดับมากที่สุด = 5, 4, 3, 2 และ 1 จนไปถึงไม่มีความสำคัญเลยเท่ากับ 0 จากตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยสำหรับเหตุผลข้อที่ 2 (ความเชื่อถือในคุณภาพ)

เป็นอันดับสูงที่สุดคือ 4.108 รองลงมาได้แก่เหตุผลข้อ 7 ได้ค่าเฉลี่ย 2.617 และ 1.627 ตามลำดับ อันดับสุดท้ายเป็นเหตุผลข้อที่ 5 เรื่องรูปแบบการบรรจุซึ่งผู้เลี้ยงกุ้งให้ความสำคัญน้อยที่สุดได้ค่าเฉลี่ยเพียง 0.153

#### ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์ที่สามารถสรุปได้ว่า ผู้เลี้ยงกุ้งให้ความสำคัญในด้านคุณภาพมากที่สุด ดังนั้นจึงไม่อาจปฏิเสธสมมติฐานข้อนี้ได้ นอกจากนี้ผู้เลี้ยงกุ้งยังให้ความสำคัญในชื่อเสียงหรือมาตรฐานของผู้ผลิตเป็นสำคัญรองลงมา ขณะที่อาศัยการพิจารณาจากคำแนะนำของผู้อื่น เป็นอันดับที่สาม

ในส่วนเหตุผลด้านราคา ซึ่งน่าที่จะเป็นเหตุผลสำคัญในการสนับสนุนการซื้อกลับได้รับความสำคัญน้อยจัดอยู่ในอันดับที่ 5 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเพียง 1.0135 ขณะที่อันดับที่ 4 คือเหตุผลเกี่ยวกับการได้รับส่วนลดและเครดิตจากผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 1.363 ส่วนในด้านการโฆษณาและรูปแบบการบรรจุก็มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อน้อยมากเช่นกัน

ในตารางที่ 4.27 ได้แสดงให้เห็นตัวเลขจากการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ใช้อาหารเลี้ยงกุ้งตราซีพี ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุด และสุปรีม ซึ่งได้ออกวางจำหน่ายในระยะเวลาดำเนินการและมีส่วนแบ่งตลาดเกือบต่ำสุด ได้ข้อสรุปว่า กลุ่มผู้ใช้อาหารตราซีพี ให้ความสำคัญต่อเหตุผลด้านคุณภาพ (ข้อ 2) โดยมีค่าเฉลี่ยของน้ำหนักเท่ากับ 4.086 สำหรับกลุ่มผู้ใช้อาหารสุปรีมซึ่งมีเพียง 33 ราย จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 593 ได้ให้ความสำคัญในเหตุผลเดียวกันนี้และมีค่าเฉลี่ยของน้ำหนักเท่ากับ 3.182 นับว่าเป็นค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดในบรรดาค่าเฉลี่ยของแต่ละเหตุผลลักษณะ เช่นนี้จึงคิดว่าเป็นการสนับสนุนการวิเคราะห์สมมติฐานดังที่กล่าวมา โดยจะสังเกตเห็นได้ว่า ผู้เลี้ยงกุ้งทั้งกลุ่มที่เลือกอาหารตราซีพี และอาหารตราที่มีส่วนแบ่งตลาดในอันดับท้าย ๆ เช่น สุปรีม ก็มีแนวการตัดสินใจในการซื้อที่สอดคล้องกัน นอกจากนี้อาหารเลี้ยงกุ้งตราซีพี ยังได้รับการยอมรับในมาตรฐานของผู้ผลิต โดยผู้เลี้ยงกุ้งได้ให้ระดับความสำคัญคิดเป็นค่าเฉลี่ยแล้วเท่ากับ 3.463 ซึ่งเป็นลำดับที่รองลงมาจากเหตุผลด้านคุณภาพ

## ตารางที่ 4.20

ระดับความสำคัญเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออาหารเลี้ยงกุ้ง

เหตุผล	จัดอันดับความสำคัญ	ค่าเฉลี่ย
1. ระดับราคาต่ำ	5	1.013*
2. ความเชื่อถือในคุณภาพ	1	4.108*
3. การสนใจจากโฆษณา	8	0.324
4. ชื่อเพราะคล้อยตาม คำแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก	3	1.627*
5. การสนใจจากรูปแบบการบรรจุ	10	0.153
6. การสนใจจากผู้ขาย	7	0.398
7. ความเชื่อถือในภาพพจน์ หรือ มาตรฐานของผู้ผลิต	2	2.617*
8. การสนใจจากการได้รับส่วนลด หรือ เครดิตจากผู้ขาย	4	1.363*
9. การเสนอบริการขนส่งถึงสถานที่	6	0.5836
10. ความต้องการทดลองใช้	9	0.293

หมายเหตุ จากการนำค่าเฉลี่ยของเหตุผลข้อที่ 1, 2, 3, 7 และ 8 มาทดสอบด้วยการหาค่าไคส์แควร์พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มากกว่า ค่า  $\chi^2$  ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 0.05 ณ ชั้นความเป็นอิสระเท่ากับ 4 ดังนั้นจึงเป็นยืนยันว่าค่าเฉลี่ยดังกล่าวจึงมีความแตกต่างกัน (วิธีคำนวณหาค่า  $\chi^2$  ได้ในภาคผนวก ก)

### 13. การพิจารณาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์การตัดสินใจซื้อ (สมมติฐานข้อ 2)

จากการศึกษาเพื่อค้นหาเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้ออาหารเสี่ยงกึ่งของผู้เสี่ยงกึ่งกลุ่มตัวอย่างดังที่ได้กล่าวมาในบทที่แล้ว ทำให้ได้ข้อสรุปว่าผู้เสี่ยงกึ่งจะเลือกซื้ออาหารเสี่ยงกึ่งที่เชื่อถือในด้านคุณภาพเป็นสำคัญมากกว่าเหตุผลทางด้านอื่น ๆ ดังนั้นในบทนี้จะแยกพิจารณาปัจจัยที่อาจมีความสัมพันธ์กับเกณฑ์การตัดสินใจซื้อตามที่กำหนดไว้ในการศึกษาตามลำดับคือ

1. ระดับการลงทุน (สมมติฐานข้อ 2.1)
2. ขนาดของฟาร์มที่ประกอบ (สมมติฐานข้อ 2.2)
3. ผลสำเร็จการเลี้ยงในอดีต (สมมติฐานข้อ 2.3)
4. ระดับความรู้ทางวิชาการ (สมมติฐานข้อ 2.4)

โดยแต่ละปัจจัยได้มีการจัดกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในตอนต้น และจะได้นำปัจจัยแต่ละข้อแต่ละกลุ่มไปศึกษาเปรียบเทียบกับเหตุผลในการเลือกซื้ออาหารเสี่ยงกึ่งทั้ง 5 ประการ โดยจะนำเฉพาะเหตุผลที่ค่าเฉลี่ยของการให้ความสำคัญตั้งแต่ 1 ขึ้นไปมาพิจารณาซึ่งได้แก่เหตุผลข้อที่ 1, 2, 4, 7 และ 8 เพื่อค้นหาดูว่าแต่ละกลุ่มจะมีความแตกต่างกันอย่างไรบ้าง โดยจะได้เริ่มต้นจากการศึกษาในด้าน "ระดับการลงทุน" ก่อน ดังต่อไปนี้

#### 13.1 ระดับการลงทุน

##### การวิเคราะห์

ในตารางที่ 4.21 จะสังเกตเห็นได้ชัดเจนว่าในเหตุผลข้อที่ 4 (การซื้อเพราะสะดวกตามคำแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก) ผู้เสี่ยงกึ่งในแต่ละระดับการลงทุน คือ กลุ่มระดับสูง กลาง และต่ำ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าความแปรปรวน (F) ที่คำนวณออกมาเท่ากับ 3.8354 และค่า  $F_{prob} = .0221$  ซึ่งน้อยกว่า .05 แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ จากการทดสอบด้วยวิธี LSD พบว่าผู้ที่มีระดับการลงทุนสูงและปานกลางจะมีความเห็นไม่แตกต่างกัน (ค่าเฉลี่ย 1.7326 และ 1.7843) แต่ทั้งสองกลุ่มนี้จะมีความเห็นแตกต่างจากผู้ที่มีระดับการลงทุนต่ำ (ค่าเฉลี่ย 1.2639).

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

เมื่อได้นำผลการวิเคราะห์ที่มาพิจารณาในการทดสอบสมมติฐานสามารถแสดงผลได้ว่าไม่อาจปฏิเสธสมมติฐานข้อ 2.1 นี้ได้ โดยจะยอมรับเฉพาะในเหตุผลของการตัดสินใจซื้อในข้อ 4 นั้นคือปัจจัยทางด้านระดับการลงทุนของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้ง จะมีความสัมพันธ์กับการกำหนดเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออาหารเลี้ยงกุ้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในเหตุผลเรื่องการซื้อเพราะคล้อยตามคำแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก ผลการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มแสดงได้ดังนี้

- 13.1.1 เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการลงทุนระดับกลางและระดับต่ำ พบว่ามีความแตกต่างกัน กลุ่มการลงทุนระดับกลางจะให้ความสำคัญมากกว่า
- 13.1.2 เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการลงทุนระดับกลางและสูง พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน
- 13.1.3 เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการลงทุนระดับสูงและต่ำ พบว่ามีความแตกต่างกัน กลุ่มการลงทุนระดับสูงจะให้ความสำคัญมากกว่า

ผลการทดสอบสมมติฐานสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

กลุ่มผู้เลี้ยงกุ้งที่ตัดสินใจซื้ออาหารกุ้ง เพราะคล้อยตามคำแนะนำจากผู้อื่น เป็นพวกที่ลงทุนระดับกลางและระดับสูง ส่วนเหตุผลอื่น ๆ ทุกกลุ่มมีความเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

### 13.2 ขนาดของฟาร์มที่ประกอบการ การวิเคราะห์

ตารางที่ 4.22 เป็นตัวเลขที่แสดงผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน ในการตรวจสอบค่าเฉลี่ยของแต่ละเหตุผล เพื่อทราบถึงความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง โดยพิจารณาตาม



ขนาดของฟาร์มสัมพันธ์กับเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออาหารเลี้ยงกุ้ง จากการพิจารณาค่าความแปรปรวน ได้พบว่า เหตุผลการซื้ออาหารเลี้ยงกุ้ง ข้อที่ 8 ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า  $F_{prob}$  เท่ากับ 0.0068 มีค่าน้อยกว่า .05 เมื่อนำค่า เฉลี่ยทั้งสามกลุ่มได้แก่ 1.2474, 1.6994 และ 0.9474 ดังกล่าวมาทดสอบโดย วิธี LSD จะแสดงผลได้ว่า กลุ่มฟาร์มขนาดกลางมีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างไปจากฟาร์มขนาดเล็ก และขนาดใหญ่

#### ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์สามารถนำมาทดสอบสมมติฐานได้ โดยยอมรับสมมติฐานในเหตุผลข้อที่ 8 นั่นคือ ปัจจัยทางด้านขนาดของฟาร์มที่ประกอบการอยู่จริง จะมีความสัมพันธ์อย่างมีนัย สำคัญทางสถิติต่อการกำหนดเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออาหารเลี้ยงกุ้ง ซึ่งสามารถแสดงผลได้ดังต่อ ไปนี้

- 13.2.1 เปรียบเทียบระหว่างฟาร์มขนาดเล็กและขนาดกลาง พบว่ามีความแตกต่าง กัน โดยฟาร์มขนาดกลางจะให้ความสำคัญมากกว่า
- 13.2.2 เปรียบเทียบระหว่างฟาร์มขนาดกลางและขนาดใหญ่ พบว่ามีความแตกต่าง กัน โดยฟาร์มขนาดกลางจะให้ความสำคัญมากกว่า
- 13.2.3 เปรียบเทียบระหว่างฟาร์มขนาดใหญ่และขนาดเล็ก พบว่าไม่มีความแตก ต่างกัน

เพื่อให้เกิดความเข้าใจง่ายขึ้นอาจแปลความหมายการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

ส่วนลดและเครดิตจากผู้ขาย จะมีอิทธิพลสูงใจให้เกิดการซื้อได้จากฟาร์มขนาดกลาง มากกว่าฟาร์มขนาดอื่น ๆ ส่วนเหตุผลอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ทุก ๆ กลุ่มมีความคิดเห็นไม่แตก ต่างกัน

### 13.3 ผลตอบแทนของการเลี้ยงในอศิต

#### การวิเคราะห์

ตารางที่ 4.23 แสดงให้เห็นว่าได้ชัดเจนว่า ผลการคำนวณค่า F สำหรับเหตุผลการใช้อาหารเลี้ยงกุ้ง พบว่าไม่มีเหตุผลข้อใดที่มีความแตกต่างกันในค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มดังอย่าง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าจะปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือปัจจัยทางด้านผลตอบแทนของการเลี้ยงในอศิตไม่มีความสัมพันธ์ต่อการกำหนดเกณฑ์การตัดสินใจใช้อาหารกุ้ง

### 13.4 ระดับความรู้ทางวิชาการเลี้ยงกุ้ง

#### การวิเคราะห์

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการคำนวณค่า F และการทดสอบ LSD จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้จัดแยกกลุ่มตามระดับความรู้ทางวิชาการออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ระดับมาก ปานกลาง และน้อย มีเหตุผล 3 ประการเท่านั้นที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นแตกต่างกัน ดังนี้คือ

13.4.1 เหตุผลข้อที่ 2 (ด้านคุณภาพ) ทั้งสองกลุ่มคือผู้มีความรู้ทางวิชาการระดับมากและปานกลาง จะมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญของเหตุผลข้อนี้ แตกต่างไปจากกลุ่มผู้มีความรู้ต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.7617, 4.3081 และ 4.2466)

13.4.2 เหตุผลข้อที่ 4 (การปล่อยตามคำแนะนำจากผู้อื่น) กลุ่มผู้มีความรู้มากมีค่าเฉลี่ยแตกต่างไปจากผู้มีความรู้ปานกลางและน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.3472 1.2326 และ 2.1614 )

13.4.3 เหตุผลข้อที่ 7 (ภาพพจน์ของผู้ผลิต) กลุ่มความรู้ต่ำจะแตกต่างไปจากกลุ่มอื่น (ค่าเฉลี่ย 2.0518, 2.8140 และ 2.9686)

#### ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์สามารถนำไปทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทาง

ด้านความรู้ทางวิชาการ และการตัดสินใจซื้ออาหารเลี้ยงกุ้งได้โดยสรุปดังต่อไปนี้

- 13.4.1 เหตุผล ความเชื่อถือในคุณภาพ  
 เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มความรู้น้อยและปานกลาง พบว่ามีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มความรู้ปานกลางจะให้ความสำคัญมากกว่า  
 เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มความรู้ปานกลางและมาก พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน  
 เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มความรู้มากและน้อย พบว่ามีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีความรู้มากจะให้ความสำคัญมากกว่า
- 13.4.2 เหตุผล การคล้อยตามคำแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก  
 เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มความรู้น้อยและปานกลาง พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน  
 เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มความรู้ปานกลางและมาก พบว่ามีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีความรู้มากจะให้ความสำคัญมากกว่า  
 เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่มีความรู้มากและน้อย พบว่ามีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีความรู้มากจะให้ความสำคัญมากกว่า
- 13.4.3 เหตุผล ความเชื่อถือในภาพพจน์หรือมาตรฐานของผู้ผลิต  
 เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มความรู้น้อยและปานกลาง พบว่ามีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีความรู้ปานกลางจะให้ความสำคัญมากกว่า  
 เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มความรู้ปานกลางและมาก พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน  
 เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มความรู้มากและน้อย พบว่ามีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีความรู้มากจะให้ความสำคัญมากกว่า

กล่าวโดยสรุปจากผลการทดสอบได้ดังต่อไปนี้

ยอมรับสมมติฐานในเหตุผลข้อที่ 2 , 4 และ 7 นั้นเพื่อปัจจัยทางด้านระดับความรู้ทางวิชาการ การเลี้ยงกุ้งของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์ต่อการกำหนดเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออาหารเลี้ยงกุ้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในขณะเดียวกันก็เกี่ยวกับความเชื่อถือในคุณภาพ การซื้อเพราะคล้อยตามคำแนะนำจากบุคคลอื่น และความเชื่อถือในภาพพจน์หรือมาตรฐานผู้ผลิต

อย่างไรก็ตามอาจแปลความหมายได้ดังนี้

1. กลุ่มที่มีความรู้มาก และปานกลาง จะอาศัยเกณฑ์พิจารณาด้านคุณภาพและภาพพจน์ของผู้ผลิตเป็นสำคัญมากกว่ากลุ่มที่มีความรู้น้อย
2. กลุ่มที่มีความรู้มาก เมื่อเทียบกับกลุ่มที่มีความรู้น้อยและปานกลางจะให้ความสำคัญในเรื่องการได้รับความแนะนำในการซื้อจากบุคคลที่รู้จักมากกว่า

ส่วนเหตุผลอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ทุก ๆ กลุ่มมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21  
 การพิจารณาปัจจัยด้านขนาดการลงทุน  
 ที่มีความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออาหารกุ้ง

เหตุผล ข้อที่	ขนาดการ ลงทุน	ค่า เฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F จากการ คำนวณ	ค่า F จาก ตาราง	ระดับนัย สำคัญ (F <sub>prob</sub> )
1	ต่ำ	1.1528	1.8673			
	กลาง	1.0784	1.7574	2.1895	3.00	0.1129
	สูง	0.7861	1.6582			
2	ต่ำ	3.8542	1.7259			
	กลาง	4.1686	1.4685	2.9193	3.00	0.0548
	สูง	4.2353	1.3671			
4	ต่ำ	1.2639	1.8013			
	กลาง	1.7843	1.9208	3.8354	3.00	(0.0221)*
	สูง	1.7326	1.0017			
7	ต่ำ	2.3194	2.0642			
	กลาง	2.6863	2.0263	2.4345	3.00	.885
	สูง	2.8075	2.0882			
8	ต่ำ	1.4931	1.8586			
	กลาง	1.3686	1.7584	1.4267	3.00	0.2409
	สูง	1.1711	1.7047			

## ตารางที่ 4.22

การพิจารณาปัจจัยด้านขนาดของฟาร์ม  
ที่มีความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออาหารเลี้ยงกุ้ง

เหตุผล ที่	ขนาดการ ฟาร์ม	ค่า เฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F จากการ คำนวณ	ค่า F จาก ตาราง	ระดับนัย สำคัญ (F <sub>prob</sub> )
1	เล็ก	0.9526	1.7153			
	กลาง	1.1676	1.8803	0.9355	3.00	0.3930
	ใหญ่	0.9211	1.7458			
2	เล็ก	4.1553	1.4708			
	กลาง	3.9942	1.5830	0.6774	3.00	0.5083
	ใหญ่	4.1316	1.6303			
4	เล็ก	1.5868	1.8804			
	กลาง	1.7283	1.8959	0.3353	3.00	0.7053
	ใหญ่	1.6579	2.0172			
7	เล็ก	2.6316	2.0626			
	กลาง	2.6416	2.0598	0.0771	3.00	0.9258
	ใหญ่	2.5000	2.1149			
(8)	เล็ก	(1.2474)	1.7258			
	กลาง	(1.6994)	1.8621	5.0296	3.00	(0.0068)**
	ใหญ่	(0.9474)	1.6431			(ระดับ 0.01)

## ตารางที่ 4.23

การพิจารณาปัจจัยด้านระดับผลตอบแทนการเลี้ยงในอศิต  
ที่มีความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออาหารเลี้ยงกุ้ง

เหตุผล ที่	ระดับผล ตอบแทนการ เลี้ยงในอศิต	ค่า เฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F จากการ คำนวณ	ค่า F จาก ตาราง	ระดับนัย สำคัญ ( $F_{prob}$ )
1	ต่ำ	1.1122	1.7996			
	กลาง	1.0273	1.7671	0.7698	3.00	0.4636
	สูง	0.8857	1.7316			
2	ต่ำ	3.9337	1.6857			
	กลาง	4.1864	1.4067	1.9639	3.00	0.1412
	สูง	4.2057	1.4316			
4	ต่ำ	1.6735	1.9042			
	กลาง	1.7091	1.9319	0.7122	3.00	0.4910
	สูง	1.4914	1.8285			
7	ต่ำ	2.3622	2.0597			
	กลาง	2.7864	2.0662	2.3763	3.00	0.0938
	สูง	2.6971	2.0496			
8	ต่ำ	1.4847	1.8549			
	กลาง	1.2545	1.6822	0.8737	3.00	0.4180
	สูง	1.3543	1.7940			

ตารางที่ 4.24  
 การพิจารณาปัจจัยด้านระดับความรู้ทางโภชนาการ  
 ที่มีความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออาหารเลี้ยงกุ้ง

เหตุผล ที่	ระดับ ความรู้ วิชาการ	ค่า เฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F จากการ คำนวณ	ค่า F จาก ตาราง	ระดับนัย สำคัญ
1	น้อย	1.2389	1.8272			
	กลาง	0.8779	1.6622	2.3975	3.00	0.0917
	มาก	0.9193	1.7789			
(2)	น้อย	3.7617	1.7722			
	กลาง	(4.3081)	1.3435	7.6221	3.00	(0.0005)** (ระดับ 0.01)
	มาก	(4.2466)	1.3514			
(4)	น้อย	1.3472	1.8677			
	กลาง	1.2326	1.7782	15.4948	3.00	(0.000)** (ระดับ 0.01)
	มาก	(2.1614)	1.8771			
(7)	น้อย	(2.0518)	2.0935			
	กลาง	2.8140	2.0001	11.7125	3.00	(0.0000)** (ระดับ 0.01)
	มาก	2.9686	1.9782			
8	น้อย	1.3575	1.7975			
	กลาง	1.5058	1.7455	1.1954	3.00	0.3033
	มาก	1.2287	1.7570			



#### ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

#### 14. การวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้เลี้ยงกุ้งที่ใช้อาหารตราที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด และกลุ่มผู้เลี้ยงกุ้งที่ใช้อาหารตราที่มีส่วนแบ่งตลาดในระดับต่ำ

การศึกษานวนบทนี้ จะได้ทำการวิเคราะห์หาค่าเชิงเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้เลี้ยงกุ้งที่ใช้อาหารตรา "ซีพี" ซึ่งเป็นอาหารเลี้ยงกุ้งตราที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดคือร้อยละ 27.3 (จำนวน 162 ราย) และตราที่มีส่วนแบ่งตลาดในระดับต่ำ คือ "สุปรีม" ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ร้อยละ 5.6 (จำนวน 33 ราย) และเป็นผู้ประกอบการมานานใกล้เคียงกับอาหารตราซีพี

อาหารทั้งสองตราได้เข้าวางจำหน่ายในท้องตลาดในระยะเวลาใกล้เคียงกันในปี พ.ศ. 2529 จนกระทั่งปัจจุบัน ดังนั้นผู้เลี้ยงกุ้งที่เลือกใช้อาหารตราดังกล่าวจะมีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งด้วยอาหารแต่ละตรามานานพอสมควร จึงทำให้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีความสมบูรณ์เหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเชิงเปรียบเทียบ

#### การวิเคราะห์

ในการวิเคราะห์ตั้งแต่ข้อ 14.1-14.6 เพื่อความเข้าใจ เมื่อกล่าวถึงผู้ใช้อาหารตราซีพีจะใช้คำแทนว่า "กลุ่มซีพี" และใช้คำว่า "กลุ่มสุปรีม" เมื่อกล่าวถึงผู้ใช้อาหารกุ้งตราสุปรีม

14.1 ความพอใจ ตารางที่ 4.25 แสดงตัวเลขความพอใจ และไม่พอใจในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อของทั้งสองกลุ่ม กลุ่มซีพีมีความพอใจถึงร้อยละ 92.6 ขณะที่กลุ่มสุปรีมพอใจ ร้อยละ 75.8

14.2 เกณฑ์การพิจารณาการซื้ออาหารในระดับด้าน "ความเชื่อถือในคุณภาพ" นั้น ตัวเลขปรากฏในตารางที่ 4.26 กลุ่มซีพีมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญสำหรับเหตุผลที่กล่าวมาถึง 4.086 (สูงกว่าระดับ "มาก") กลุ่มสุปรีมมีค่าเฉลี่ย 3.182 (สูงกว่าระดับ "ปานกลาง")

ข้อมูลข้างต้นสามารถบอกให้ทราบได้ว่ากลุ่มผู้ใช้อาหารกุ้งทั้งสองตรา มีความคิดที่สอดคล้องกันในเหตุผลด้านคุณภาพ ทั้งนี้เพราะค่าเฉลี่ยทั้งสองค่า เป็นค่าสูงที่สุดของแต่ละกลุ่ม

14.3 ความคิดที่จะเปลี่ยนตราอาหาร กลุ่มซีพีร้อยละ 8 คิดเปลี่ยนตราอาหาร และร้อยละ 27.3 ในกลุ่มสุپرริม (ตารางที่ 4.27)

สังเกตได้ว่าอาหารตราซีพีมีบทบาทชักจูงให้ผู้ซื้อจงรักภักดีในผลิตภัณฑ์ ได้ดีกว่าอาหารตราอื่น ๆ

14.4 ระดับการลงทุน กลุ่มซีพีเป็นผู้ที่มีขอบเขตการลงทุน ค่อนข้างกว้างระดับกลางจนถึงระดับสูง จัดเป็นกลุ่มที่มีฐานะทางการเงิน ขณะที่กลุ่มสุپرริมจัดเป็นผู้ลงทุนค่อนข้างระดับกลางและต่ำ ดังตัวเลขที่ปรากฏในตารางที่ 4.28

14.5 ผลตอบแทนของการเลี้ยงในอดีต ตารางที่ 4.29 แสดงถึงการเปรียบเทียบผลตอบแทนของการเลี้ยง ระหว่าง 2 กลุ่ม ซึ่งกลุ่มซีพีจัดได้ว่ามีผลตอบแทนค่อนข้างระดับกลางจนถึงระดับสูง โดยจะเห็นได้ว่าในระดับสูงมีอยู่ร้อยละ 38.9 ระดับกลางและต่ำมีอยู่ร้อยละ 37.0 และ 24.1 กลุ่มสุپرริมที่ได้รับผลตอบแทนระดับสูงมีร้อยละ 27.3 ระดับกลาง 39.4 และ 33.3 สำหรับระดับต่ำ ซึ่งระดับผลตอบแทนค่อนข้างระดับกลางและระดับต่ำ

14.6 ผลผลิตต่อไร่ต่อรอบการเลี้ยง กลุ่มซีพีสามารถทำผลผลิตต่อไร่โดยเฉลี่ยต่อรอบการเลี้ยงได้อยู่ในระดับค่อนข้าง 500 ก.ก. ต่อไร่ขึ้นไป กลุ่มสุپرริมค่อนข้างทางด้านต่ำ คือช่วง 200-500 ก.ก. และต่ำกว่า 200 ก.ก. ต่อไร่ลงมา

ผลการเปรียบเทียบข้อมูลจากผู้ใช้อาหารเลี้ยงกุ้งทั้งสองตราเป็นข้อยืนยันผลการทดสอบสมมติฐานได้ชัดเจนว่า อาหารเลี้ยงกุ้งที่ได้รับการยอมรับในด้านคุณภาพส่งผลให้เกษตรกรประสบความสำเร็จในการเลี้ยงและทำให้สามารถเป็นผู้นำด้านการตลาด จากตารางที่ 4.30 จะเห็นว่า กลุ่มซีพี ที่มีผลผลิตต่อไร่ระดับ 501 ก.ก. ขึ้นไปมีร้อยละ 31.5 และกลุ่มสุپرริม ร้อยละ 18.2 ซึ่งน้อยกว่าอย่างเห็นได้ชัดเจน

ตารางที่ 4.25  
ความพอใจในผลิตภัณฑ์

ความพอใจ/ไม่พอใจ	กลุ่มซีพี		กลุ่มสุปรีม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความพอใจ	150	92.6	25	75.8
ไม่พอใจ	12	7.4	8	24.2
รวม	162	100	33	100

ตารางที่ 4.26  
เกณฑ์การตัดสินใจซื้อ

เหตุผล	กลุ่มซีพี	กลุ่มสุปรีม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ความเชื่อถือในคุณภาพ	4.086	3.182
ภาพพจน์ของผู้ผลิต	3.453	2.121

ตารางที่ 4.27  
ความคิดที่จะเปลี่ยนตราอาหาร

การเปลี่ยนตราอาหาร	กลุ่มซีพี		กลุ่มสุปรีม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เปลี่ยนตรา	12	8	9	27.3
ไม่เปลี่ยนตรา	150	92	24	72.7
รวม	162	100	33	100

ตารางที่ 4.28

ระดับการลงทุน

ระดับการลงทุน	กลุ่มซีพี		กลุ่มสุปรีม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขนาด เล็ก	41	25.3	9	27.2
ขนาด กลาง	68	42.0	19	57.6
ขนาด ใหญ่	53	32.7	5	15.2
รวม	162	100	33	100

ตารางที่ 4.29  
ผลตอบแทนของการเลี้ยงในอดีต

ผลตอบแทน	กลุ่มซีพี		กลุ่มสุปรีม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำ	39	24.1	11	33.3
กลาง	60	37.0	13	39.4
สูง	63	38.9	9	27.3
รวม	162	100	39	100

ตารางที่ 4.30  
ผลผลิตต่อไร่

ผลผลิต (ก.ก./ไร่)	กลุ่มซีพี		กลุ่มสุปรีม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200	21	12.9	10	30.3
200-500	90	55.6	17	51.5
501 ขึ้นไป	51	31.5	6	18.2
รวม	162	100	33	100

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

การเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนาในประเทศไทย เป็นอาชีพที่ถูกพัฒนาขึ้นมาจากการเลี้ยงกุ้งแบบธรรมชาติ โดยได้เริ่มทำการเลี้ยงอย่างจริงจังประมาณกลางปี 2529 สาเหตุที่ทำให้อาชีพดังกล่าว เป็นที่แพร่หลายและเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ก็เนื่องมาจากผลตอบแทนทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่สูงกว่าอาชีพอย่างอื่น จังหวัดสมุทรสงครามเป็นจังหวัดแรกในประเทศไทยที่มีการดำเนินกิจการเลี้ยงกุ้งกุลาดำ

การเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนาต้องอาศัยปัจจัยหลักที่สำคัญคือ สภาพน้ำที่มีความเค็มที่เหมาะสมอยู่ระหว่าง 10-20 พีพีที ซึ่งปรากฏอยู่ตามป่าชายเลนโดยทั่วไป ในประเทศไทยมีพื้นที่เหมาะสมในการทำนากุ้งอยู่ประมาณ 1,000,000 ไร่ นอกจากนี้เรื่องคุณสมบัติของน้ำแล้วการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา ยังต้องอาศัยอาหารสำเร็จรูปชนิดเม็ดเป็นหลักทั้งนี้ เพราะมีอัตราการเลี้ยงที่หนาแน่น โดยอาจปล่อยจำนวนพันธุ์กุ้งตั้งแต่ 10 ตัวต่อพื้นที่ 1 ตารางเมตรขึ้นไป พันธุ์กุ้งที่ใช้มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า Penaeus monodon โดยปัจจุบันมีการเพาะฟักลูกกุ้งจากภาครัฐและเอกชนกระจายตัวอยู่ตามท้องที่จังหวัดชายทะเลทั่วไป

อาหารเลี้ยงกุ้งที่ดีจะต้องมีคุณค่าทางอาหารสูง สามารถคงตัวอยู่ในน้ำได้นานและต้องมีกลิ่นและรสชาติที่ทำให้กุ้งกินอาหารได้มาก ส่วนประกอบของอาหารที่สำคัญได้แก่ กากถั่วเหลือง ปลาป่น ธัญพืช และ กรดอะมิโนสังเคราะห์ ปัจจุบันมีผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตอาหาร

สัตว์หลายรายได้พัฒนาได้พัฒนาการผลิตอาหารกุ้งสำเร็จรูปออกมาจำหน่ายในประเทศ ทำให้การจัดการตลาดในสินค้าประเภทนี้มีบทบาทมากขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูลได้กระทำจากข้อมูลที่เก็บได้จากแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 593 ราย ในท้องที่รวม 2 อำเภอ 6 ตำบล ของจังหวัดสมุทรสงคราม โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำมาแล้ว อย่างน้อย 1 รอบการเลี้ยง เมื่อทำการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐาน ด้วยวิธีการทางสถิติ ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า

1. อาหารเลี้ยงกุ้งตราที่สำคัญมีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุดคือตราซีพี รองลงมาคือ สตราฟีด มาร์ริน บ.เจริญพันธ์ สุปรรม และ นานา
2. การจำหน่ายอาหารกุ้ง โดยผ่านร้านค้าปลีกมากที่สุด และรองลงมาเป็นตัวแทนจำหน่าย นอกจากนี้ผู้เลี้ยงกุ้งจะนิยมเลือกซื้อร้านค้าที่เจ้าของร้านมีชื่อเสียง และมนุษย์สัมพันธ์ดี และให้คำแนะนำในการเลี้ยงกุ้งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เลี้ยงกุ้ง
3. ผู้เลี้ยงกุ้งส่วนมากจะชำระค่าอาหารเลี้ยงกุ้งเป็นเงินสด รองลงมาเป็นการชำระเป็นเงินเชื่อ ซึ่งมีระยะเวลา 1-2 เดือน อย่างไรก็ตามสิ่งที่ต้องการจากผู้ขายคือ ระยะเวลาการชำระเงิน และส่วนลดในด้านราคา
4. ผู้เลี้ยงกุ้งจะรับฟังข่าวลือ เรื่องอาหารกุ้งจากผู้เลี้ยงกุ้งด้วยกันเองมากที่สุด รองลงมาเป็นข่าวสารที่ได้รับจากแผ่นป้ายโฆษณาและคำบอกเล่าจากผู้ขาย
5. ในเรื่องเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออาหารเลี้ยงกุ้งของผู้เลี้ยงกุ้งนั้น ผู้เลี้ยงกุ้งได้พิจารณาความสำคัญด้านคุณภาพของอาหารเลี้ยงกุ้งเป็นสิ่งที่สำคัญ ในการตัดสินใจซื้ออาหารแต่ละตรา และเป็นแนวทางที่จะสร้างให้เกิดความจงรักภักดีในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อด้วยเช่นกัน โดยมุ่งเน้นว่าอาหารเลี้ยงกุ้งชนิดที่เลือกจะต้องให้ผลผลิตต่อไร่สูง การเจริญเติบโตเร็ว และมีอัตราการรอดสูง

6. ในการพิจารณาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการกำหนดเกณฑ์การตัดสินใจซื้อนั้น มีประเด็นสรุปได้ดังนี้

6.1 ปัจจัยด้านขนาดการลงทุน จะมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับเกณฑ์พิจารณา คือการคล้อยตามคำแนะนำของผู้อื่น กล่าวคือ ผู้ที่มีระดับการลงทุนปานกลางและสูงจะให้ความสำคัญแก่ คำแนะนำของผู้อื่นมากกว่าผู้ที่มีขนาดการลงทุนต่ำ

6.2 ปัจจัยด้านขนาดของฟาร์ม จะมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อเกณฑ์พิจารณา คือ การได้รับส่วนลด หรือเครดิตจากผู้ขาย กล่าวคือฟาร์มขนาดกลางจะให้ความสำคัญในเรื่องส่วนลดหรือเครดิตมากกว่าฟาร์มขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่

6.3 ปัจจัยด้านผลตอบแทนของการเลี้ยงในอดีต จะไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อเกณฑ์การตัดสินใจของผู้เลี้ยงกุ้ง

6.4 ปัจจัยด้านระดับความรู้ทางวิชาการของผู้เลี้ยงกุ้ง จะมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อเกณฑ์การตัดสินใจรวม 3 ประการ คือ ด้านคุณภาพของอาหาร การคล้อยตามตามคำแนะนำจากเพื่อนบ้าน และความเชื่อถือในภาพพจน์และมาตรฐานของผู้ผลิต กล่าวคือกลุ่มผู้มีความรู้มากและปานกลางจะอาศัยเกณฑ์พิจารณาด้านคุณภาพและภาพพจน์ของผู้ผลิตมากกว่ากลุ่มผู้มีความรู้น้อย กลุ่มผู้มีความรู้มากเมื่อเทียบกับกลุ่มที่มีความรู้น้อยและปานกลาง จะให้ความสำคัญในเรื่องการได้รับคำแนะนำในการซื้อจากบุคคลที่รู้จักมากกว่า

#### ข้อเสนอแนะทางการตลาด

ในตอนนี้จะได้กล่าวถึงข้อเสนอแนะในด้านการบริหารการตลาดอาหารเลี้ยงกุ้งสำเร็จรูป โดยอาศัยผลการวิจัยครั้งนี้มาประมวลผลสรุปเป็นข้อเสนอแนะสำหรับนักการตลาด กลุ่มเกษตรกร ผู้เลี้ยงกุ้งและผู้สนใจทั่วไป

โดยทั่วไปองค์ประกอบหลักของการตลาดจะประกอบด้วยสินค้า ราคา ช่องทางการจำหน่ายและการส่งเสริมทางการตลาดนักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาให้ต้องแท้ คือ องค์ประกอบแต่ละอย่างต้องแท้ เริ่มต้นตัวสินค้าจะต้องทราบถึงลักษณะคุณประโยชน์ ลักษณะการใช้



หรือการบริโภคตลอดจนลักษณะการบรรจุหีบห่อที่เหมาะสม จากนั้นจำเป็นต้องกำหนดระดับราคาในการขายที่เหมาะสม ภายใต้สภาพการแข่งขัน ระดับราคาของคู่แข่งขั้นและระดับราคาที่ตลาดยอมรับ และสิ่งที่สำคัญจะต้องทราบต้นทุนสินค้าของตน ในอันดับต่อไปนักการตลาดจำเป็นต้องทราบและกำหนดแนวทางการจัดจำหน่ายซึ่งได้แก่ การวางจำหน่ายผ่านช่องทางการขายต่าง ๆ เช่น ตัวแทนการค้า ร้านค้าส่งหรือค้าปลีก ซึ่งสินค้าแต่ละชนิดจะมีหลักการที่คล้ายคลึงกัน แต่จะแตกต่างกันในด้านรายละเอียดของวิธีการ

นอกจากองค์ประกอบ 3 อย่าง ดังที่กล่าวมา การส่งเสริมทางการตลาดก็จำเป็นต้องอย่างมากสำหรับการดำเนินงานทางการตลาด สินค้าที่อยู่ในช่วงเริ่มตั้งวางตลาดต้องการกิจกรรมทางการส่งเสริมการจำหน่ายอย่างมาก การส่งเสริมการจำหน่ายอาจทำได้ในหลายวิธีการ อาทิ เช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา ตลอดจนการให้ส่วนลดด้วยวิธีการต่าง ๆ

ในที่นี้จะได้เสนอแนะการดำเนินงานในแต่ละองค์ประกอบทางการตลาด โดยอาศัยผลการวิจัยเป็นแนวทางในการพิจารณาดังต่อไปนี้

## 1. ตัวสินค้า

1.1 ชนิดของสินค้า เนื่องจากลูกกึ่งที่เลี้ยงจะมีการพัฒนา และเจริญเติบโตเป็นระยะในช่วงเวลาการเลี้ยงในบ่อ 4 เดือน กึ่งจะมีความต้องการขนาดของอาหารที่แตกต่างกัน ดังนั้นเพื่อให้ผู้เลี้ยงกึ่งได้มีการใช้อาหารกึ่งอย่างถูกต้องและต่อเนื่อง ผู้ผลิตควรทำการผลิตอาหารเลี้ยงกึ่งออกจำหน่ายทุกขนาดที่กึ่งต้องการในแต่ละช่วงอายุ และไม่ควรขาดตลาด จากการสำรวจได้พบว่ามีผู้ผลิตหลายรายมุ่งผลิตอาหารเฉพาะใช้กับกึ่งขนาดใหญ่เท่านั้น เนื่องจากมีปริมาณการขายสูงกว่าชนิดอาหารที่ใช้กับกึ่งขนาดเล็ก ซึ่งลักษณะเช่นนี้จะทำให้ผู้ผลิตเหล่านั้นพลาดโอกาสที่จะนำสินค้าของตนเข้าไปถึงผู้ซื้อในช่วงแรกของการเลี้ยง เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตที่มีอาหารกึ่งขนาดเล็กได้เข้าไปถึงผู้ซื้อก่อน และผู้เลี้ยงก็ไม่นิยมเปลี่ยนตราอาหารในช่วงระยะหนึ่งรอบการเลี้ยง จึงเป็นการยากที่ผู้ผลิตดังกล่าวจะนำอาหารของตนเองเข้าตลาดในช่วงระยะนี้ ดังนั้นจะทำให้เสียโอกาสทางการตลาดไป

1.2 คุณภาพของสินค้า นอกจากในเรื่องชนิดของอาหารแล้ว ผู้เลี้ยงกุ้งยังให้ความสำคัญในงานคุณภาพของอาหารด้วย และผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าผู้เลี้ยงกุ้งอาศัยปัจจัยทางด้านคุณภาพเป็นเกณฑ์พิจารณาตัดสินใจในการซื้อ และคุณภาพยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างให้เกิดความจงรักภักดีในผลิตภัณฑ์ เมื่อกล่าวถึงคุณภาพของอาหารมิใช่จะมุ่งเน้นเฉพาะคุณค่าทางอาหารที่ก่อให้เกิดการเจริญเติบโตที่รวดเร็วเท่านั้น ยังต้องคำนึงถึงคุณสมบัติด้านอื่น ๆ ประกอบไปด้วย ดังนั้นอาหารกุ้งที่มีคุณภาพดีจึงควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. มีคุณค่าทางอาหารสูงให้อัตราการเจริญเติบโตสูง ประกอบด้วยกรดอะมิโนที่มีความจำเป็นต่อการเจริญเติบโตของกุ้ง ตลอดจนไขมัน เกลือแร่ และวิตามินที่ส่งเสริมภูมิคุ้มกันต่อโรคต่าง ๆ

2. สามารถคงตัวอยู่ในน้ำได้นานโดยไม่แตกสลายก่อนเวลาที่สมควร เนื่องจากอาหารเลี้ยงกุ้งที่บรยลงไปในบ่อเลี้ยง จะต้องมีความคงตัวในน้ำได้ช่วงระยะเวลาหนึ่งก่อนที่กุ้งจะมากินอาหารนั้น ดังนั้นหากอาหารดังกล่าวแตกสลายตัวเร็วเกินไป ก็จะทำให้เกิดความเสี่ยงและอาจก่อให้เกิดสภาพของน้ำเสียเร็วขึ้น

3. อาหารกุ้งจะต้องมีกลิ่นและรสชาติที่ดึงดูดให้กุ้งสนใจกินอาหารมากขึ้น สัตว์น้ำจากพวกกุ้งจะนิยมกินอาหารที่มีกลิ่นหอมหวาน ดังนั้นผู้ผลิตจะต้องอาศัยส่วนผสมจากพวกสัตว์น้ำปนอย่างดีมาเป็นตัวช่วย ทำให้เกิดกลิ่นและรสชาติที่ถูกอุปนิสัยการกินอาหารของกุ้ง

4. ขนาดเม็ดอาหารจะต้องเหมาะสมกับขนาดและอายุของกุ้ง กุ้งขนาดเล็กที่มีอายุ 1-2 เดือนแรก ในบ่อเลี้ยงจำเป็นต้องได้รับอาหารขนาดเล็ก มีลักษณะเป็นผงหยาบซึ่งพอดีกับขนาดของช่องปาก ขณะที่กุ้งขนาดใหญ่จะสามารถกินอาหารเม็ดได้ โดยทั่วไปจะนิยมผลิตอาหาร 5-6 ขนาดเพื่อเหมาะสมกับอายุของกุ้ง แต่ก็มีหลายรายที่เน้นการผลิตเฉพาะขนาดใหญ่เท่านั้น

5. ปัจจุบันเทคโนโลยีการผลิตอาหารสัตว์ได้ก้าวหน้ามากขึ้น นักโภชนาการอาหารสัตว์ จึงพยายามผลิตอาหารสัตว์ที่มีส่วนผสมของยารักษาโรคหรือที่เรียกว่า MEDICATED FEED อาหารประเภทนี้มีคุณค่าทางโภชนาการสูงกว่าปกติ ซึ่งนอกจากสัตว์จะได้รับแร่ธาตุอาหารที่จำเป็นต่อการเจริญเติบโตแล้ว ยังได้รับวิตามินและตัวยาที่สำคัญต่อการรักษาโรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วย ดังนั้นคุณค่าอาหารประเภทนี้จึงจัดเป็นคุณสมบัติอย่างหนึ่งที่ผู้ผลิตควรจะเพิ่มขึ้น

## ในสายการผลิตอาหารกุ้ง

1.3 คำแนะนำในการให้อาหาร จากการวิจัยได้พบว่าผู้เลี้ยงกุ้งมีระดับการศึกษา อยู่ในชั้นประถมศึกษา หรือต่ำกว่าถึงร้อยละ 61 ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์ต่ำและเมื่อศึกษาถึงความรู้ พื้นฐานในการเลี้ยงกุ้งก็จัดว่ามีความรู้ที่น้อย ดังนั้นการให้คำแนะนำในการให้อาหารเลี้ยงกุ้ง อย่างถูกวิธีจะส่งผลให้การเลี้ยงกุ้งมีโอกาสประสบความสำเร็จมาก อาหารกุ้งกลายคราที่มี คุณภาพดีแต่ผู้เลี้ยงกุ้งขาดความรู้ ตลอดจนการให้อาหารไม่ถูกต้องเป็นผลทำให้ประสบความสำเร็จ เหลวในการเลี้ยง และผู้เลี้ยงกุ้งมักจะเข้าใจว่าเป็นสาเหตุเนื่องมาจากพันธุ์กุ้ง หรือคุณภาพ ของอาหารที่ใช้ส่งผลให้เกิดความไม่แน่ใจในคุณภาพ และอาจเปลี่ยนไปใช้ตราอื่นในที่สุด ดังนั้น ผู้ผลิตจึงจะต้องแสวงหาแนวทางทำความเข้าใจถึงความรู้ในการเลี้ยง ตลอดจนการให้อาหารที่ ถูกวิธี จากประสบการณ์และการสำรวจในครั้งนี้ พบว่าผู้ผลิตหลายรายยังให้ความสนใจใน เรื่องนี้น้อยมาก ดังนั้นจึงควรพัฒนาสนใจเรื่องนี้อย่างจริงจัง โดยอาจพิจารณาดำเนินการตาม ข้อเสนอแนะดังนี้

1.3.1 ปรับปรุงรูปแบบการบรรจุเสียบใหม่ โดยเฉพาะการพิมพ์คำแนะนำในการเลี้ยง และการให้อาหาร ใช้ภาษาที่ง่าย ๆ สามารถรับรู้ได้ในระดับชาวบ้าน การชั่ง-ตวง-วัด ปริมาณอาหารควรมีภาษาที่สำเร็จรูปที่บริษัทผู้ผลิตแจกให้เป็นมาตรฐาน แต่เดียวกัน วิธีที่คนขอระดับ ที่เห็นได้ชัดเจน เพื่อสะดวกต่อผู้เลี้ยงกุ้งที่จะหาคำนวณปริมาณได้ด้วยภาษาที่ง่าย ๆ นอกจากนี้คำแนะนำที่พิมพ์ข้างถุง จะต้องใช้ภาษาที่กระชับ เข้าใจง่าย และไม่ยาวมากจนเกินไป ตัวอักษรใหญ่ อ่านง่ายและไม่ลบเลือนได้ง่าย

1.3.2 ส่งเสริมให้มีการสำรวจการกินอาหารกุ้ง โดยวิธีการต่าง ๆ เช่น การตัดดิน พื้นบ่อมาตรวจสอบหาปริมาณอาหารตกค้าง การดำน้ำสำรวจตลอดจนการใช้ตะข่ายสังเกตุการณ์ (OBSERVATION NET) หรือที่เกษตรกรนิยมเรียกว่า "ยอ" โดยทั้งสามวิธีจะต้องมีแนวทางที่ชัดเจน จากการสำรวจพบว่าเกษตรกรส่วนมากทราบถึงวิธีการดังกล่าว แต่ไม่เข้าใจถึง ประโยชน์และการนำไปแก้ไขปรับปรุง อย่างไรก็ตามจะไม่ขอกล่าวถึงวิธีการทางเทคนิคทั้งสาม วิธี เนื่องจากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเทคโนโลยีของการเลี้ยงกุ้ง ซึ่งไม่ใช่วัตถุประสงค์ หลักของการวิจัยครั้งนี้

1.3.3 จากการวิจัยพบว่ากลุ่มผู้เลี้ยงกุ้งที่มีความรู้ จะให้ความสำคัญในด้านคุณภาพอาหารและภาพพจน์ของผู้ผลิตมาก ดังนั้นจึงควรจัดให้มีการจัดฝึกอบรม และบริการทางวิชาการ ปัจจุบันมีผู้ผลิตเพียงรายเดียวที่มีศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงกุ้ง และการบริการทางวิชาการอย่างพร้อมมูล ศูนย์ฝึกอบรมลักษณะนี้นอกจากผู้ผลิตจะใช้เป็นแหล่งกระจายความรู้ในหมู่ผู้เลี้ยงกุ้งแล้วยังใช้เป็นหน่วยงานวิจัยค้นคว้าเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวกับการจัดการฟาร์มเลี้ยงกุ้งด้วย กลยุทธ์อันนี้มีส่วนสนับสนุนให้ผู้เลี้ยงเกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพของอาหาร และผลักดันให้เกิดผลสำเร็จของการเลี้ยง จากการวิจัยพบว่าผู้เลี้ยงกุ้งที่ใช้อาหารตราซีพีประสบความสำเร็จอยู่ในระดับสูงเป็นส่วนใหญ่ (ตารางที่ 4.29)

อนึ่ง การบริการทางวิชาการในที่นี้หมายความว่า การบริการตรวจสภาพน้ำ ดิน การตรวจโรคกุ้ง การป้องกันและการรักษาโรคให้แก่ผู้เลี้ยงกุ้งอย่างครบถ้วนซึ่งการบริการดังกล่าวมีความจำเป็นมาก เนื่องจากในการบริการดังกล่าวจำเป็นต้องมีเครื่องมือ และอุปกรณ์หลายชนิดตลอดจนบุคคลากรที่มีความรู้มาดำเนินการ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการบริการทางด้านนี้จะ เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะได้เปรียบคู่แข่งขันในตลาดนี้ได้

## 2. การกำหนดราคาจำหน่าย

จากการวิจัยพบว่าผู้เลี้ยงกุ้งส่วนใหญ่ตระหนักในเรื่องระดับราคาของอาหารกุ้งน้อย ซึ่งเป็นผลทำให้ผู้ผลิตที่มุ่งเจาะตลาด โดยอาศัยกลยุทธ์ทางการตั้งราคาต่ำไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ตรงกันข้ามอาหารกุ้งตราซีพีมีราคาสูงกลับเป็นผู้นำด้านการตลาด การตั้งราคาขายต่ำจะส่งผลให้ผู้ผลิตต้องลดต้นทุนการผลิตโดยการลดคุณภาพลงไปด้วย จึงทำให้อาหารราคาต่ำและไม่ได้รับการยอมรับเท่าที่ควร โดยเฉพาะในหมู่ผู้เลี้ยงกุ้งแบบพัฒนา ดังนั้นผู้ผลิตสินค้าคุณภาพต่ำจึงควรพัฒนาสินค้าตราใหม่ขึ้นมาอีกหนึ่งตรา โดยเน้นการผลิตสินค้าคุณภาพสูงและเข้าตลาดในระดับราคาที่ใกล้เคียงกับผู้นำด้านการตลาด จัดเป็นตลาดในอีกระดับหนึ่งนอกเหนือไปจากกลุ่มผู้ซื้อเดิม ขณะเดียวกันมิได้เกิดสภาพการทับถมสินค้าตราเดิม ที่มีคุณภาพและราคาต่ำกว่าเนื่องจากเป็นสินค้าคนละตรา

### 3. ช่องทางการจำหน่าย

โดยที่ผู้เลี้ยงกุ้งจะนิยมเลือกซื้ออาหารจากร้านค้าในบริเวณใกล้เคียง ดังนั้นจากการศึกษาตลาดอาหารกุ้งพบว่าผู้เลี้ยงกุ้งร้อยละ 50.6 ชำระเงินจากร้านค้าเป็นเงินสด บางส่วนเป็นเงินเชื่อ 1 เดือน ซึ่งขอเสนอแนะในเรื่องนี้รวม 2 ประเด็น ดังต่อไปนี้

3.1 ข้อควรพิจารณาคุณสมบัติของร้านค้า โดยปกติร้านค้าจำหน่ายอาหารกุ้งจะวางจำหน่ายสินค้าหลาย ๆ ประเภทในคราวเดียวกัน โดยจะไม่เน้นการขายที่สินค้าตราใดตราหนึ่ง เมื่อผู้ซื้อต้องการตราใดก็สามารถจัดให้ได้ อาศัยการพิจารณาผลการวิจัยจะพบว่าผู้ซื้อร้อยละ 62.15 ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกด้วยเหตุผลที่ว่ารู้จักคุ้นกับเจ้าของร้านร้อยละ 49.6 ทำให้เหตุผลที่ซื้อเพราะคนขายให้ข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ต่อการเลี้ยงกุ้ง ดังนั้นในการเลือกร้านค้าเพื่อวางจำหน่ายสินค้า ผู้ผลิตจะต้องคำนึงถึงปัจจัยสองประการที่กล่าวมา ที่จะมีส่วนสนับสนุนให้ผู้ซื้อหันมาเลือกซื้อสินค้าที่ร้านดังกล่าว การเสนอแนะครั้งนี้ไม่ได้มุ่งจำกัดเฉพาะร้านใดร้านหนึ่งเท่านั้น ผู้ผลิตควรติดต่อวางจำหน่ายในร้านค้าประเภทดังกล่าวในทุก ๆ ร้าน มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ แต่ควรให้ความสนใจหรือให้สิทธิประโยชน์เป็นพิเศษสำหรับร้านค้าที่มีคุณสมบัติดังกล่าว ซึ่งจะเป็นการจูงใจให้เจ้าของร้านชักชวนลูกค้าของตนเลือกซื้ออาหารตราที่ต้องการได้มากขึ้น เจ้าของร้านหรือคนขายของในร้านนั้น ๆ จำเป็นต้องเป็นบุคคลที่มีมนุษยสัมพันธ์สูง เป็นกันเองกับลูกค้า มีความสามารถในการขายตลอดจนสามารถบอกรวมความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เลี้ยงกุ้งได้ ซึ่งจะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้ลูกค้าเพิ่มมากขึ้นและลดโอกาสที่ลูกค้าจะตีจากลงไป

3.2 การตั้งตัวแทนจำหน่าย โดยทั่วไปผู้ผลิตอาหารกุ้งจะตั้งตัวแทนจำหน่ายขึ้นรับผิดชอบในแต่ละท้องที่ แต่ในส่วนพื้นที่การเลี้ยงกุ้งที่ยังห่างไกลจากร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายผู้ผลิตอาจสนับสนุนผู้เลี้ยงกุ้งบางรายที่มีผลการเลี้ยงเป็นที่ ยอมรับของผู้คนในละแวกนั้นเป็นตัวแทนจำหน่าย ตัวแทนจำหน่ายลักษณะนี้จะแตกต่างไปจากร้านค้าตรงที่ตัวแทนจำหน่ายจะมุ่งขายเฉพาะสินค้าตราใดตราหนึ่งเท่านั้น จากการวิจัยพบว่าผู้เลี้ยงกุ้งต้องการแหล่งอ้างอิงจากผู้เลี้ยงด้วยกัน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีระดับการลงทุนสูงและปานกลาง และกลุ่มผู้เลี้ยงกุ้งที่มีความรู้มาก ดังนั้นการ

แต่งตั้งให้ผู้เลี้ยงกุ้งที่บุคคลทั่วไปยอมรับเป็นตัวแทนจำหน่ายจะมีส่วนสนับสนุนการจำหน่ายเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ผู้ผลิตควรสนับสนุนการจัดการในด้านการจัดตั้ง เกตติ้ง เก็บสินค้า การจัดการขนส่ง ตลอดจนการจัดการด้านอื่น ๆ ทั้งนี้ เพื่อให้อำนวยความสะดวกให้ผู้เลี้ยงกุ้งสามารถเริ่มต้นดำเนินกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

#### 4. การส่งเสริมการจำหน่าย

ในแง่ของผู้ผลิตจะต้องดำเนินการทั้งในส่วนของผู้เลี้ยงกุ้งโดยตรง และในส่วนของบริษัทหรือช่องทางจำหน่าย ได้แก่บรรดาร้านค้าหรือตัวแทนทั่วไป

4.1 ในระดับผู้เลี้ยงกุ้ง ถึงแม้ว่าผู้ผลิตจะมีได้ เน้นการขายถึงผู้ซื้อโดยตรงแต่อาศัยการขายผ่านร้านค้าและตัวแทนในท้องที่เป็นหลัก ผู้ผลิตก็ยังจำเป็นต้องดำเนินการส่งเสริมการจำหน่ายไปสู่ผู้เลี้ยงกุ้งเป็นระยะ ๆ ทั้งนี้ในการรับรู้ของผู้เลี้ยงกุ้ง จะคำนึงถึงตราอาหารและชื่อเสียงของผู้ผลิตเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นผู้เลี้ยงกุ้งจะคอยรับฟังข่าวสารการตลาดหรือการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่มาจากผู้ผลิตเป็นระยะ ๆ เช่นกัน ข้อเสนอแนะที่ผู้วิจัยขอเสนอสำหรับกลยุทธ์การส่งเสริมการจำหน่ายในระดับผู้เลี้ยงกุ้ง ซึ่งอาจเลือกใช้อย่างใดอย่างหนึ่งหรือผสมผสานกันดังนี้

4.1.1 ส่วนลดเงินสด จากการวิจัยได้ค้นพบว่า ผู้ซื้อสนใจข้อเสนอส่วนลดและเครดิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งพาร์มเลี้ยงกุ้งขนาดกลาง ดังนั้นเพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อทางผู้ผลิตจึงควรกำหนดให้สำหรับผู้ซื้อเงินสด นับเป็นการกระตุ้นให้ผู้ซื้อตัดสินใจจ่ายเงินสดมากกว่าจะซื้อในลักษณะเครดิต เป็นที่ทราบดีว่าในทางธุรกิจหากได้รับเงินสดเข้ามาเร็วก็จะสนับสนุนให้ธุรกิจมีสภาพคล่องตัวสูงลดปัญหาการเร่งรัดหนี้สินลงได้ ส่วนลดเงินสดจะให้ผลดีในแง่ของการลดการซื้อที่เป็นเครดิตลง ตลอดจนเป็นกลยุทธ์ทางอ้อมที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาขาย การให้ส่วนลดอาจให้ผ่านร้านค้าไปถึงมือผู้ซื้อ หรือจะสร้างกรรมวิธีอย่างใดอย่างหนึ่งไปถึงมือผู้ซื้อโดยตรง เช่น การแจกคูปองส่วนลดเงินสด เป็นต้น กลยุทธ์นี้ควรแพร่กระจายออกเป็นระยะ ๆ และมีกำหนดเวลา ไม่ควรกระทำตลอดเวลาเพราะจะทำให้ผู้ซื้อเกิดความเคยชินและไม่เกิดแรงจูงใจในการซื้อ

4.1.2 การให้เครดิต มีข้อสังเกตที่เห็นได้ชัดว่าผู้เลี้ยงกุ้งแบบพัฒนา จะอาศัยอาหารสำเร็จรูปเป็นหลักในการเลี้ยง โดยต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนในช่วงระยะเวลา 2 เดือนสุดท้ายสูงมาก ถ้าหากมีพื้นที่ในการเลี้ยงใหญ่มากเท่าใดก็ต้องใช้เงินมากขึ้นเท่านั้น และทุนหมุนเวียนส่วนใหญ่มักจะใช้ไปในการซื้ออาหารเลี้ยงกุ้ง ดังนั้นกลยุทธ์การผ่อนปรนด้านเวลาการชำระเงินจึงมีบทบาทไม่แพ้กลยุทธ์ด้านส่วนลด จากการวิจัยพบว่าผู้ซื้อต้องการเครดิตเป็นจำนวนถึงร้อยละ 46.7 เมื่อดูตัวเลขเกี่ยวกับระยะเวลาการชำระเงินจะพบว่าอยู่ในช่วง 1-2 เดือน ดังนั้นผู้วิจัยมีความเห็นว่าน่าที่จะเปิดโอกาสให้ผู้ซื้อได้รับเครดิตการชำระเงิน โดยพิจารณาระยะเวลาไม่เกิน 2 เดือน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายและความสามารถด้านการบริหารการเงินของแต่ละองค์กรธุรกิจนโยบายดังกล่าวควรผลักดันให้ผ่านร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่าย ซึ่งจะสามารถตัดสินใจได้ดีกว่าผู้ผลิตว่าผู้เลี้ยงรายใดมีเครดิตในระดับใด อย่างไรก็ตามผู้ผลิตควรสนับสนุนให้ผู้ขายได้ทราบถึงแนวทางในการวิเคราะห์เครดิตลูกค้า โดยที่มีหลักเกณฑ์นอกเหนือไปจากความคุ้นเคยและความมักสีจริตลูกค้าที่ผู้ขายมีอยู่อย่างเต็มที่แล้ว รวมความแล้วกลยุทธ์ทั้งข้อ 4.1.1 และ 4.1.2 จะต้องเข้าคู่กัน หากจะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงก็ต้องดำเนินการทั้ง 2 ข้อให้สัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

4.1.3 ให้ส่วนลดในรูปแบบบัตรเครดิต ส่วนลดลักษณะนี้จะมีข้อแตกต่างกว่า ส่วนลดเงินสด เพราะจะเพิ่มประสิทธิภาพในการขายยอดขายให้ผู้ผลิตได้มากกว่า ทั้งนี้เพราะการให้ส่วนลดในรูปแบบบัตรเครดิต จะมีข้อจำกัดให้ผู้ซื้อจะต้องนำบัตรดังกล่าวมารวมกับเงินสดบางส่วนเพื่อซื้อสินค้าตราเดิมอีก ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวนี้ไม่ใช่เป็นของใหม่ แต่หากมีการใช้กันอย่างแพร่หลายในสินค้าอุปโภคหลายชนิด ส่วนลดดังกล่าว นอกจากจะดึงดูดและสร้างความพอใจให้ผู้ซื้อแล้ว ยังเป็นการกระตุ้นและผูกมัดให้ผู้ซื้อหวนกลับมาซื้อสินค้าตราเดิมได้อย่างต่อเนื่อง โดยที่ผู้ซื้อจะไม่รู้สึกว่าเป็นการผูกมัด ซึ่งนอกจากจะเพิ่มยอดขายได้อย่างรวดเร็วแล้วยังลดโอกาสให้ผู้ซื้อไปทดลองใช้อาหารตราอื่นอีกด้วย

4.1.4 การเชิญชวนให้เป็นสมาชิกกลุ่มผู้เลี้ยงกุ้ง แนวความคิดนี้จะต้องดำเนินการร่วมกับกลยุทธ์ในเรื่องการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงกุ้ง กล่าวคือผู้ผลิตควรสนับสนุนให้ผู้เลี้ยงกุ้งเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่ม โดยผู้ผลิตเป็นแกนกลางในการจัดตั้ง กลุ่มดังกล่าวจะมี

วัตถุประสงค์ เพื่อประโยชน์ของผู้เลี้ยงอย่างแท้จริง อาจเห็นถึงบริการต่าง ๆ ที่ผู้เลี้ยงกุ้ง จะได้รับความร่วมมือในการป้องกันความเสี่ยงภัยของสภาพแวดล้อม ตลอดจนการใช้แหล่งน้ำ สาธารณะร่วมกัน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยผู้ผลิตจะต้องแสดงให้เห็นว่าการเข้าร่วมเป็น สมาชิกจะได้รับประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน ในขณะที่ผู้ผลิตเองก็จะได้รับทราบความ เคลื่อนไหวข่าวสารการตลาด ข้อเสนอแนะซึ่งจะส่งผลให้ผู้ผลิตสามารถรับกลยุทธ์ของตนเอง ได้อย่างรวดเร็วและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

4.1.5 การจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงกุ้ง กลยุทธ์นี้ได้กล่าวไว้ข้างแล้วในบทต้น านที่นี้จะอธิบายเพิ่มเติมให้เห็นว่ากลยุทธ์ดังกล่าวจะมีส่วนสนับสนุนการขายอย่างมาก ทั้งนี้จะเป็น การสร้างความเชื่อใจในมาตรฐานของผู้ผลิต ตลอดจนลดโอกาสที่ผู้เลี้ยงกุ้งจะเบี่ยงเบนไปใช้ อาหารตราอื่นด้วยสาเหตุจากการไม่ประสบความสำเร็จในการเลี้ยง

อนึ่ง ด้วยเกรงว่าศูนย์ฝึกอบรมดังกล่าว จะก่อให้เกิดความสิ้นเปลืองงบประมาณ ดังนั้นจึงควรกำหนดให้ศูนย์ฝึกอบรมเป็นศูนย์การเรียนรู้ที่ต้องเลี้ยงตัวเองให้ได้ รายได้หลักของศูนย์ จะมาจากการขายผลผลิตที่ได้จากฟาร์มสาธิต ซึ่งต้องมีขนาดใหญ่เพียงพอต่อการประกอบการและ ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ ตลอดจนค่าธรรมเนียมในการอบรมที่เรียกเก็บจากผู้เข้ารับการอบรม

ศูนย์ฝึกอบรมการเลี้ยงกุ้งนอกจากจะให้บริการด้านการฝึกอบรมแล้ว ยังสมควรจัดทำให้ สามารถเป็นสถานที่ให้บริการก่อนและหลังการจำหน่าย โดยมีบทบาทที่สำคัญคือ การบริการทาง วิชาการ เช่น การตรวจคุณภาพน้ำและดิน ตลอดจนการวิเคราะห์โรคของสัตว์น้ำ การให้คำ แนะนำในการใช้ยาและสารเคมี เป็นต้น

#### 4.1.6 การให้สินเชื่อและการรับซื้อคืนผลผลิต

เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกลุ่มเกษตรกรที่ขาดทรัพยากรในการผลิต นอกจากนี้ ดินผู้ผลิตจึงควรเข้าร่วมมือกับสถาบันการเงิน เพื่อจัดโปรแกรมสินเชื่อครบวงจรให้กลุ่มเกษตรกร ดังกล่าวโดยจัดสินเชื่อทั้งระยะสั้นและระยะยาว นับตั้งแต่การลงทุนในด้านการปรับปรุงที่ดิน การ



บุคคล การก่อสร้างฟาร์มสนับสนุนทุนหมุนเวียน ค่าพันธุ์กุ้ง ค่าอาหารเลี้ยงกุ้ง ให้ความช่วยเหลือในด้านวิชาการ ตลอดจนการรับซื้อสินค้าในราคาตลาด อย่างไรก็ตามการดำเนินการนี้ยังไม่มีผู้ผลิตรายใดที่เริ่มดำเนินการ ผู้วิจัยได้ศึกษาธุรกิจด้านนี้มาเป็นเวลากว่า 2 ปี จึงมีความเชื่อมั่นว่า การดำเนินการที่ครบวงจรนอกจากจะกระจายความเสี่ยงในการทำธุรกิจแล้ว ยังเป็นการสนับสนุนให้การจำหน่ายอาหารกุ้งเป็นไปอย่างต่อเนื่องแน่นอนเหลือเกินว่าการลงทุนในโปรแกรมดังกล่าวจะต้องอาศัยฐานการเงินที่มากพอสมควรทั้งนี้เพราะผู้ผลิตอาหารกุ้งมิใช่แต่จะต้องลงทุนในด้านโรงงานผลิตอาหารเท่านั้น หากจะต้องลงทุนจัดสร้างโรงเพาะฟักลูกกุ้ง (HATCHERY) และโรงงานอุตสาหกรรมผลิตกุ้งแช่แข็งเพื่อการส่งออกด้วยเช่นกัน (SHRIMP PROCESSING PLANT) ทั้งนี้ขาดวงจรอย่างหนึ่งอย่างใดมิได้ เพราะจะทำให้กิจกรรมแต่ละส่วนมีโอกาสประสบความสำเร็จน้อยลง โปรแกรมสินเชื่อดังกล่าวตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า "CREDIT IN KIND" คือการให้กู้เป็นทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิต เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการจะไม่ได้รับสินเชื่อนี้ในรูปของเงินสด แต่จะได้รับเป็นพันธุ์กุ้งอาหารเลี้ยงกุ้ง และอุปกรณ์อื่น ๆ ที่ใช้ในฟาร์ม เกษตรกรจะต้องดำเนินการภายใต้คำแนะนำทางวิชาการที่ผู้จัดจำหน่ายอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ เพื่อลดโอกาสความล้มเหลวในการเลี้ยงกุ้ง เมื่อถึงระยะเวลาเก็บเกี่ยวผลผลิตผู้จัดโปรแกรมก็จะบริการการจับกุ้งถึงสถานที่ และรับซื้อสินค้าในราคาตลาดหรือราคาประกันตามแต่จะตกลงกันในตอนแรกจากนั้น ผู้จัดโปรแกรมจะหักเงินค่าผลผลิตไว้ ส่วนหนึ่งจ่ายเงินให้สถาบันการเงินตามที่ได้ตกลงกันไว้ เงินส่วนที่เหลือก็จะจ่ายเงินให้เกษตรกร กระทำเช่นนี้ไปทุก ๆ รอบ การเลี้ยงจนกว่าเกษตรกรจะสามารถจ่ายคืนเงินกู้ได้ทั้งหมด

4.2 การส่งเสริมการตลาดในระดับร้านค้าและตัวแทนจำหน่าย เนื่องจากการขายอาหารเลี้ยงกุ้งจะขายผ่านตัวแทนจำหน่าย และร้านค้าทั่วไป ทั้งนี้เพราะแหล่งดังกล่าวเป็นจุดที่จะสามารถเข้าถึงผู้เลี้ยงกุ้งในแต่ละท้องที่ได้โดยตรงและมีประสิทธิภาพมาก ดังนั้นผู้ผลิตอาหารเลี้ยงกุ้งจึงจำเป็นต้องกำหนดนโยบายส่งเสริมการตลาดให้แก่บรรดาร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายเหล่านี้ด้วย นับเป็นการสนับสนุนให้ร้านค้าสามารถจำหน่ายสินค้าได้ปริมาณที่มากตามที่คาดหวังไว้ การส่งเสริมการตลาด สามารถจัดทำได้หลายรูปแบบหรือผสมผสานกันดังต่อไปนี้

4.2.1 ส่วนลด เป็นส่วนลดที่ผู้ผลิตยอมให้ร้านค้า หรือ ตัวแทนจำหน่าย เพื่อจูงใจให้สามารถดำเนินกิจการขายสินค้าได้และมีผลกำไรตามที่คาดหวัง สำหรับร้านค้า ส่วนลดอาจได้น้อยกว่าผู้ที่เป็นตัวแทนจำหน่าย หรือกำหนดส่วนลดที่มากพอสำหรับตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเขตการขาย โดยจะนำไปใช้ส่วนลดต่อร้านค้าปลีกที่อยู่ในพื้นที่ที่ตนรับผิดชอบ ซึ่งวิธีการดังกล่าวไม่มีกฎหมายตัวเสมอไปขึ้นอยู่กับความสามารถในการขายของแต่ละองค์กร ร้านค้าบางแห่งมีบทบาทการขายที่สำคัญ และแข็งแกร่งยิ่งกว่าตัวแทนจำหน่ายปรากฏให้เห็นอยู่เสมอโดยเฉพาะในภาพธุรกิจเกษตร อย่างไรก็ตามผู้ผลิตควรให้ความสำคัญแก่ผู้ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของตนโดยตรง ทั้งนี้เพราะร้านค้าปลีกไม่นิยมที่จะผูกมัดตัวเองกับการขายสินค้าตราใดตราหนึ่ง แต่จะขายสินค้าหลาย ๆ ตรา ซึ่งวิธีการนี้ไม่เป็นผลดีต่อผู้ผลิตที่ต้องการเอาชนะคู่แข่งขั้วในการตลาด ส่วนผู้ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายจะเน้นการขายสินค้าเฉพาะตราใดตราหนึ่งเท่านั้น ซึ่งผู้ผลิตควรจะให้การสนับสนุนตัวแทนจำหน่ายเหล่านี้ให้มีความแข็งแกร่ง มั่นคง จนสามารถมีอิทธิพลในการตลาดไม่ด้อยกว่าบรรดาร้านค้าที่อยู่ในพื้นที่รับผิดชอบของตน

4.2.2 การฝึกอบรมการขายและการบริการ จากการวิจัยได้ค้นพบว่าผู้เลี้ยงกุ้งนิยมเลือกซื้ออาหารกุ้งจากร้านที่ตนเองรู้จักกับเจ้าของร้าน และหากเจ้าของร้านหรือคนขายสามารถให้ข้อเสนอแนะในการเลี้ยงกุ้งที่เป็นประโยชน์ ก็จะเป็นการจูงใจให้ซื้อสินค้ามากขึ้นและเกิดการผูกพันเป็นระยะยาว ดังนั้นผู้ผลิตอาหารกุ้งจึงควรจัดโปรแกรมการสัมมนา หรือฝึกอบรมบรรดาผู้ขายจากร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายให้มีความรู้ทางวิชาการอย่างถูกต้อง สามารถถ่ายทอดความรู้เหล่านั้นไปสู่ผู้เลี้ยงกุ้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะเป็นการสนับสนุนให้เกิดการขายสินค้าได้มากขึ้น เมื่อผู้เลี้ยงกุ้งนำวิธีการเหล่านั้นไปปฏิบัติ และได้ผลผลิตตามมาผู้เลี้ยงกุ้งก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าตราดังกล่าว และเกิดความผูกพันไม่ตีจากไปซื้อสินค้าตราอื่น การอบรมควรจัดให้มีขึ้นเป็นระยะ ๆ โดยผู้ผลิตควรยินยอมรับภาระค่าใช้จ่ายเกือบทั้งหมด และแสดงความจริงจังในการอบรมไม่ควรถูกจัดอบรมในลักษณะผสมกับการพบปะสังสรรค์ในเชิงการค้าซึ่งมักนิยมกระทำกัน แต่ควรมุ่งเน้นให้ผู้รับการอบรมได้รับความรู้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ควรมีการทดสอบตามมาตรฐานที่ควรจะเป็นและแจกเอกสารรับรองผู้ที่สามารถผ่านการทดสอบ

4.2.3 ใบอนุญาตหรือรางวัลพิเศษ ในการจำหน่ายสินค้า ผู้ผลิตควรกำหนดเป้าหมายให้แก่ บรรดาร้านค้า หรือตัวแทนจำหน่าย หรือเฉพาะตัวแทนจำหน่าย โดยสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันกันเองในระหว่างผู้ขาย สิ่งจูงใจที่เสนอให้ผู้ที่สามารถทำเป้าหมายได้ ควรกำหนดในรูปของใบอนุญาตหรือรางวัลพิเศษอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น สร้อยคอทองคำ อุปกรณ์ไฟฟ้าราคาแพงต่าง ๆ หรือรางวัลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ เป้าการขายอาจกำหนดขึ้นเป็นระยะเวลาไตรมาส ทุกครึ่งปี หรือประจำปี นับเป็นการสร้างบรรยากาศการแข่งขันที่ดี ก่อให้เกิดความมุ่งมั่นในการขาย โดยมีสิ่งล่อใจเป็นรางวัล ในการแจกรางวัลสำหรับผู้ที่สามารถทำเป้าหมายได้ควรจัดให้เป็นพิธีการ เป็นการสร้างเกียรติยศและชื่อเสียงให้กับบุคคลดังกล่าวทำให้ผู้ที่ได้รับรางวัลเกิดความสำนึกที่จะรักษาความสามารถดังกล่าวไว้ให้ยาวนานที่สุด ซึ่งจะส่งผลดีต่อกิจการของผู้ผลิตในอนาคต

#### ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

เพื่อประโยชน์ในเชิงวิชาการผู้วิจัยมีความเห็นสมควรที่จะได้มีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นดังต่อไปนี้

1. ทำการศึกษาเพิ่มเติมในจังหวัดอื่นๆ ที่มีการเลี้ยงกุ้งกุลาดำแบบพัฒนา และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับผลการวิจัยครั้งนี้

2. ทำการศึกษาข้อมูลในจังหวัดสมุทรสงครามในระยะเวลาที่แตกต่างกัน เช่น ระยะเวลา 5 ปี 10 ปี ให้หลัง โดยกำหนดปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกุ้ง เช่นเดียวกับการวิจัยครั้งนี้ และนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์เพื่อทราบความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเมื่อผู้เลี้ยงกุ้งมีการเรียนรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งและการใช้อาหารเลี้ยงกุ้งดีขึ้นกว่าเดิม

3. ศึกษาเพิ่มเติมเพื่อหาปัจจัยที่สร้างและรักษาความจงรักภักดีในผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งกุลาดำ

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

- ประจวบ หล้าอุบล. การเพาะเลี้ยงกุ้งทะเล. พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ , 2530.
- ชैया อัยสูงเนิน. กุ้งทะเล. พิมพ์ครั้งที่ 1, กรุงเทพมหานคร : โครงการหนังสือเกษตรชุมชน, 2530.
- บรรจง เทียนสงรัมย์. การเพาะเลี้ยงกุ้งทะเล. พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ , 2530
- กรมประมง. การเลี้ยงกุ้งทะเลแบบพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 1, กรุงเทพมหานคร : บริษัทจัดการอุตสาหกรรม , 2530

#### วารสารและเอกสารอื่น

- กองบรรณาธิการเฉพาะกิจ. "การเพาะเลี้ยงกุ้งกุลาดำ." สำนักพิมพ์ฐานเกษตรกรรม , 2530
- กองบรรณาธิการ. "อาหารและการให้อาหารกุ้งกุลาดำ." สำนักพิมพ์บริษัทวิทยุผลการเกษตรจำกัด, 2531
- กองบรรณาธิการ. "ข่าวกุ้ง." บริษัทเจริญภาคภัณฑ์ , 2532

### ภาษาอังกฤษ

#### BOOKS

- INFOFISH. "GLOBEFISH NEWS." INFOFISH TRADE NEWS, 1989

הרשות  
מקצועית

ภาคผนวก ก  
วิธีการคำนวณค่าทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การทดสอบค่าไคสแควร์สำหรับกลุ่มตัวอย่างเดียว

ขั้นตอนการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าไคสแควร์

1. ตั้งสมมติฐาน
2. กำหนดค่าความถี่ที่คาดหวังหรือที่ควรจะเป็น ( $E$ )
3. กำหนดค่าไคสแควร์จากสูตร ดังนี้

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

$$V = k - 1$$

เมื่อ  $O_i$  คือ ความถี่ที่ได้จากการสังเกตหรือปฏิบัติจริง

$E_i$  คือ ความถี่ที่คาดหวังหรือที่ควรจะเป็น

$k$  คือ จำนวนกลุ่ม

$V$  คือ ชั้นความเป็นอิสระ

จากตัวเลขทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ได้ค่า  $\chi^2$  จากการคำนวณ = 268.93 ซึ่งมากกว่าค่าที่เปิดจากตาราง ณ ระดับความเชื่อมั่น .05 และ  $V = 4$  ซึ่งเท่ากับ 9.48

4. พิจารณาขอบเขตวิกฤตโดยปฏิเสธ  $H_0$  เมื่อค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับ 9.48

### การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ONE-WAY ANOVA)

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เป็นการทดสอบที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาลักษณะของประชากรที่มีตัวแปรเพียงตัวเดียวเท่านั้น โดยปกติจะจัดข้อมูลในการวิเคราะห์ให้อยู่ในรูปตารางดังนี้

	กลุ่มที่						
	1	2	.....	j	.....	k	
	$X_{11}$	$X_{12}$	.....	$X_{1j}$	.....	$X_{1k}$	
	$X_{21}$	$X_{22}$	.....	$X_{2j}$	.....	$X_{2k}$	
	$X_{31}$	$X_{32}$	.....	$X_{3j}$	.....	$X_{3k}$	
	:	:		:		:	
	:	:		:		:	
	:	:		:		:	
	$X_{n1}$	$X_{n2}$	.....	$X_{nj}$	.....	$X_{nk}$	
ผลรวม	$T_1$	$T_2$	.....	$T_j$	.....	$T_k$	$T$
ขนาดตัวอย่าง	$n_1$	$n_2$	.....	$n_j$	.....	$n_k$	$N$
ค่าเฉลี่ย	$x_1$	$x_2$	.....	$x_j$	.....	$x_k$	$\bar{X}$

เมื่อ  $j$  คือ กลุ่มตัวอย่างที่  $j$   
 $k$  คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง  
 $n_j$  คือ จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่  $j$



N	คือ	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด
$X_{ij}$	คือ	ค่าของตัวอย่างที่ i ในกลุ่มที่ j
$T_j$	คือ	ผลรวมในกลุ่มที่ j
T	คือ	ผลรวมทั้งหมด
$X_j$	คือ	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ j
X	คือ	ค่าเฉลี่ยรวม

เนื่องจากการวิเคราะห์ความแปรปรวน เป็นการแยกความแปรปรวนทั้งหมดออกตามสาเหตุที่ทำให้เกิดความแปรปรวน และในการทดสอบสมมติฐานจะ เปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างกลุ่มกับความแปรปรวนภายในกลุ่ม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องคำนวณหาค่าประมาณความแปรปรวน (Mean Square) ในแต่ละประเภทโดยใช้สูตรดังนี้

$$MS_t = \frac{SS_t}{df_t} \qquad MS_b = \frac{SS_b}{df_b}$$

$$SS_t = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} (X_{ij} - \bar{X})^2 \qquad SS_b = \sum_{j=1}^k n_j (\bar{X}_j - \bar{X})^2$$

$$= \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} X_{ij}^2 - \frac{T^2}{N} \qquad = \sum_{j=1}^k \left( \frac{T_j^2}{n_j} \right) - \frac{T^2}{N}$$

$$df_t = N - 1 \qquad df_b = k - 1$$

$$MS_w = \frac{SS_w}{df_w}$$

$$SS_w = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} (x_{ij} - \bar{X}_j)^2$$

$$= \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij}^2 - \sum_{j=1}^k \left( \frac{T_j^2}{n_j} \right)$$

$$df = N - k$$

- เมื่อ  $MS_t$  คือ ผลรวมกำลังสองเฉลี่ยทั้งหมด (Total Mean Square)  
 $MS_b$  คือ ผลรวมกำลังสองเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม (Between Mean Square)  
 $MS_w$  คือ ผลรวมกำลังสองเฉลี่ยภายในกลุ่ม (Within Mean Square)  
 $SS_t$  คือ ผลรวมกำลังสองทั้งหมด (Total Sum of Square)  
 $SS_b$  คือ ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between Sum of Square)  
 $SS_w$  คือ ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within Sum of Square)  
 $df_t$  คือ ชั้นความเป็นอิสระทั้งหมด  
 $df_b$  คือ ชั้นความเป็นอิสระระหว่างกลุ่ม  
 $df_w$  คือ ชั้นความเป็นอิสระภายในกลุ่ม

โดย  $SS_t$ ,  $SS_b$  และ  $SS_w$  มีความสัมพันธ์กันดังนี้

$$SS_t = SS_b + SS_w$$

สำหรับขั้นตอนการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวมีดังนี้

1. ตั้งสมมติฐาน

$$H_0 : u_1 = u_2 = u_3 = \dots = u_k$$

$$H_1 : u_1 \neq u_2 \neq u_3 \neq \dots \neq u_k$$

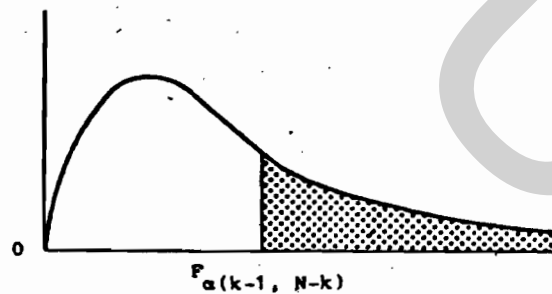
2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบ

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

3. กำหนดระดับความมีนัยสำคัญ

4. พิจารณาขอบเขตวิกฤตโดยจะปฏิเสธ  $H_0$  เมื่อ  $F$  ที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับ  $F_{\alpha}(k-1, N-k)$

จะปฏิเสธ  $H_0$  เมื่อ  $F \geq F_{\alpha}(k-1, N-k)$



ถ้าผลการพิจารณาขอบเขตวิกฤตพบว่า  $F$  ที่คำนวณได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ  $F$  ที่เปิดจากตาราง แสดงว่าผลการเปรียบเทียบมีนัยสำคัญ นั่นคือค่าเฉลี่ยของประชากรเหล่านั้นมีค่าพอ ๆ กัน แต่ถ้า  $F$  ที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับค่า  $F$  ที่เปิดจากตาราง ผลการเปรียบเทียบจะมีนัยสำคัญ แสดงว่าค่าเฉลี่ยของประชากรเหล่านั้นแตกต่างกันโดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งค่าที่แตกต่างจากค่าเฉลี่ยอื่น ๆ

## 5. เขียนตารางสรุปเพื่อเสนอผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนดังนี้

แหล่งความแปรปรวน (Source of Variation)	SS	df	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	$SS_b$	$k-1$	$MS_b$	$MS_b/MS_w$
ภายในกลุ่ม	$SS_w$	$N-k$	$MS_w$	
รวม	$SS_t$	$N-1$		

วิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (LEAST SIGNIFICANT DIFFERENCE)

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (LSD) เป็นการเปรียบเทียบโดยกำหนดค่าที่น้อยที่สุด เพื่อเป็นค่าเปรียบเทียบ ถ้าผลต่างของค่าเฉลี่ยคู่เดิมค่ามากกว่าค่าที่กำหนดขึ้นก็แสดงว่าค่าเฉลี่ยคู่นั้นแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ การเปรียบเทียบวิธีนี้เป็นที่นิยมมากเนื่องจากการคำนวณง่ายและการทดสอบให้ผลเชื่อถือได้มากพอสมควร ลักษณะการเปรียบเทียบมีหลักเกณฑ์เช่นเดียวกับการทดสอบค่าที

## ขั้นตอนในการเปรียบเทียบด้วยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุดมีดังนี้

## 1. คำนวณค่า LSD จากสูตร

$$\begin{aligned}
 LSD &= t_{\alpha/2}(v) \sqrt{S^2 \left( \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)} \\
 &= t_{\alpha/2}(v) \sqrt{MS_w \left( \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}
 \end{aligned}$$

เมื่อ  $t$  คือ ค่าที่ได้จากตารางการแจกแจงที่ ที่ระดับความมีนัยสำคัญ  $\alpha/2$  ชั้น ความเป็นอิสระ  $v$

$S^2$  คือ ความแปรปรวนร่วม (Pooled Variance) และจากการวิเคราะห์ความแปรปรวน  $S^2 = MS_w$

$MS_w$  คือ ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนภายในกลุ่ม ซึ่งได้จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน

$v$  คือ ชั้นความเป็นอิสระของความแปรปรวนภายในประชากร โดย

$$v = N - k$$

$N$  คือ จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

$k$  คือ จำนวนกลุ่มทดลอง

$n_i, n_j$  คือ ขนาดของตัวอย่างในกลุ่มทดลองที่  $i$  และ  $j$  ตามลำดับ

ถ้าขนาดตัวอย่างในกลุ่มทดลองมีจำนวนเท่ากัน ( $n_i = n_j$ ) จะได้

$$\begin{aligned} \text{LSD} &= t_{\alpha/2}(v) \sqrt{S^2 \left(\frac{2}{n}\right)} \\ &= t_{\alpha/2}(v) \sqrt{\frac{2S^2}{n}} \end{aligned}$$

$$\text{หรือ } \text{LSD} = t_{\alpha/2}(v) \sqrt{\frac{2MS_w}{n}}$$

2. หามลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคู่
3. เปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวอย่างแต่ละคู่กับค่า LSD ที่คำนวณได้ ซึ่งผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวอย่างจากประชากรคู่ใดมีค่า

- 3.1 มากกว่าค่า LSD ที่คำนวณได้ แสดงว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ นั้นแตกต่างกัน
- 3.2 น้อยกว่าค่า LSD ที่คำนวณได้ แสดงว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ นั้นไม่แตกต่างกัน

DPU

ภาคผนวก ข  
แบบสอบถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

### แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง พฤติกรรมการซื้ออาหารเสี่ยงกึ่งสำเร็จรูปของผู้เสี่ยงกึ่งกลางตามพัฒนาในเขตจังหวัดสมุทรสงครามตามหลักสูตรบริณญามหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านเกี่ยวกับข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการศึกษา และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

คำแนะนำในการกรอกแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้ แบ่ง เป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับกิจการที่ประกอบการ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการซื้อและการใช้อาหารเสี่ยงกึ่ง

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความรู้ขั้นพื้นฐานในการเสี่ยงกึ่ง

กรุณาตอบคำถามแต่ละหัวข้อตามความเป็นจริง



ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ (ปี)

ต่ำกว่า 25

25-35

36-45

มากกว่า 45

3. สถานภาพ

โสด

สมรส

อื่น ๆ โปรดระบุ .....

4. การศึกษา

ระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

มัธยมศึกษา

บวช. หรือ เทียบเท่า

บวส. หรือเทียบเท่า

ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ตำแหน่งงานในฟาร์มปัจจุบัน

เจ้าของกิจการ

ผู้จัดการฟาร์ม

เจ้าของและผู้จัดการ

นักวิชาการประจำฟาร์ม

ผู้ช่วย/รองผู้จัดการ

อื่น ๆ โปรดระบุ .....

## ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับกิจการที่ประกอบการ

6. บอกขนาดเนื้อที่ที่ใช้เฉพาะในการเลี้ยงกุ้ง (ไร่)

 ต่ำกว่า 31  31-100 มากกว่า 100

7. จำนวนเงินลงทุนที่เข้าบั้งลิ้น (บาท)

 ต่ำกว่า 500,000  500,001-1,000,000 มากกว่า 1,000,000

8. ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านได้รับผลการซื้อขายเท่าไร (x)

 ต่ำกว่า 30  30-69 70 ขึ้นไป

ส่วนที่ 3 ความเกี่ยวกับการซื้อและการใช้อาหารเลี้ยงกุ้ง

9. ปัจจุบันท่านใช้อาหารเลี้ยงกุ้งตราอะไร

(พิจารณาเฉพาะอาหารเม็ดสำหรับกุ้งอายุตั้งแต่ 2 เดือนขึ้นไป)

- ( ) นานา ( ) สุปรีม  
 ( ) เพลสซิเคนซ์ ( ) ซีพี  
 ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

10. ครั้งแรกที่เลือกซื้ออาหารตรานี้เพราะอะไร ขอทราบเหตุผลพร้อมทั้งให้ระดับความสำคัญของแต่ละบุคคล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

	ระดับความสำคัญ					
	5	4	3	2	1	0
	มากที่สุด <-----> ไม่มี					
( ) 10.1 ระดับราคาต่ำ	( )	( )	( )	( )	( )	( )
( ) 10.2 เชื่อถือในคุณภาพ	( )	( )	( )	( )	( )	( )
( ) 10.3 การรูงใจจากโฆษณา	( )	( )	( )	( )	( )	( )
( ) 10.4 ความแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก	( )	( )	( )	( )	( )	( )
( ) 10.5 รูปแบบการบรรจุ	( )	( )	( )	( )	( )	( )
( ) 10.6 การรูงใจจากพนักงานขาย	( )	( )	( )	( )	( )	( )
( ) 10.7 เชื่อถือในภาพพจน์ของผู้ผลิต	( )	( )	( )	( )	( )	( )
( ) 10.8 การได้รับส่วนลดหรือเครดิตจากผู้ขาย	( )	( )	( )	( )	( )	( )
( ) 10.9 การเสนอบริการขนส่งถึงสถานที่	( )	( )	( )	( )	( )	( )
( ) 10.10 ความต้องการทดลองใช้	( )	( )	( )	( )	( )	( )

11. ท่านพอใจอาหารตราที่ซื้ออยู่ในขณะนี้หรือไม่
- ( ) พอใจ ( ) ไม่พอใจ
12. ในการเลี้ยงครั้งต่อไปท่านต้องการจะ เปลี่ยนตราอาหารหรือไม่
- ( ) ไม่เปลี่ยน ด้วยสาเหตุดังนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) ระดับราคาค่า
- ( ) คุณภาพดี
- ( ) การโฆษณาจูงใจ
- ( ) การขึ้นราคาบุคคลที่รู้จัก
- ( ) รูปแบบการบรรจุที่ดึงดูดใจ
- ( ) การบริการจากพนักงาน
- ( ) ชื่อถิ่นกำเนิดและมาตรฐานของผู้ผลิต
- ( ) การได้รับส่วนลดหรือเครดิตจากผู้ขาย
- ( ) เปลี่ยนไปใช้ตรา .... เพราะ
- ( ) ราคาสูงกว่าตราที่จะซื้อใหม่
- ( ) คุณภาพใหม่เป็นที่พอใจ
- ( ) การโฆษณาไม่จูงใจ
- ( ) บุคคลที่รู้จักแนะนำให้เปลี่ยนตราอาหาร
- ( ) รูปแบบการบรรจุไม่ดึงดูดใจ
- ( ) การบริการจากผู้ขายไม่เป็นที่พอใจ
- ( ) ภาพพจน์และมาตรฐานของผู้ผลิตไม่ดี
- ( ) ไม่ได้รับส่วนลดหรือเครดิตจากผู้ขาย
- ( ) ต้องการทดลองใช้ตราใหม่
13. ท่านซื้ออาหารกึ่งจากที่ไหน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) ร้านค้า ( ) โรงงาน
- ( ) ตัวแทนขาย ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

14. บอกลักษณะการชำระเงิน
- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> เงินสด            | <input type="checkbox"/> เงินเชื่อ 1 เดือน        |
| <input type="checkbox"/> เงินเชื่อ 2 เดือน | <input type="checkbox"/> เงินเชื่อมากกว่า 2 เดือน |
15. บอกเกณฑ์ที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อ (ตอบได้เพียงข้อเดียว)
- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้รังเลี้ยง   | <input type="checkbox"/> รู้จักกับเจ้าของร้าน    |
| <input type="checkbox"/> ร้านที่มีราคาถูก                | <input type="checkbox"/> ร้านมีสินค้าให้เลือกมาก |
| <input type="checkbox"/> ผู้ขายให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ .....   |
16. ข้อเสนอใดจากผู้ขายที่ท่านอยากซื้อมากที่สุด (ตอบได้เพียงข้อเดียว)
- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ส่วนลด                | <input type="checkbox"/> ชองแถม            |
| <input type="checkbox"/> การบริการทางวิชาการ   | <input type="checkbox"/> เครดิตการชำระเงิน |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ ..... |  |
17. ท่านรับทราบการโฆษณาอาหารกึ่งจากที่ไหน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> หนังสือ, นิตยสาร       | <input type="checkbox"/> วิทยุ                 |
| <input type="checkbox"/> พนักงานขาย             | <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์          |
| <input type="checkbox"/> เพื่อนบ้าน             | <input type="checkbox"/> ป้ายโฆษณาทั่วไป       |
| <input type="checkbox"/> เจ้าหน้าที่หน่วยราชการ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ ..... |

ส่วนที่ 4 ความรู้เกี่ยวกับความรู้อื่นที่ฐานานการเลี้ยงกุ้ง

18. บอกลักษณะน้ำที่เหมาะสมต่อการเลี้ยงกุ้งกุลาดำ

ความเค็ม .....

ความเป็นกรด-ด่าง .....

อุณหภูมิ .....

DPU

## ประวัติผู้เขียน

นายนุรุต พณิชย์อำนวย เกิดเมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2499 ที่เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขา การจัดการประมง จากคณะประมง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อปีการศึกษา 2521

เมื่อจบการศึกษาได้เข้าปฏิบัติงานทั้งในภาครัฐและเอกชน ทางด้านกิจการประมงและอุตสาหกรรมห้องเย็น ปัจจุบันทำงานที่บริษัทเอสซีซีฟู๊ดแพค จำกัด ในตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป โดยเป็นผู้หนึ่งซึ่งร่วมก่อตั้งบริษัทนี้ขึ้น เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตอาหารแช่แข็งเพื่อการส่งออก ภายได้การส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน