

## ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ

ในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

The Adoption of Marketing Technology among Independent Layer Farmers  
in Eastern Thailand



โดย

นางสาววิลาวัลย์ ไตรยศักดา

ร/พ.

๑๗/๑๓

เลขหมู่..... 2543

เลขทะเบียน..... 40355

วัน, เดือน, ปี 1 ก.ย. 2544

b. ๗๑๐๗๕๐
i. ....

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร-การผลิตสัตว์

ภาควิชาครุศาสตร์เกษตร

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพฯ ๑

## บทคัดย่อปัญหาพิเศษ

ปีการศึกษา 2543

ชื่อเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย  
The Adoption of Marketing Technology among Independent Layer Farmers in Eastern Thailand

ชื่อ - สกุล นางสาววิลาวัลย์ ไตรยศักดา

สาขาวิชา สาขาเทคโนโลยีการเกษตร - การผลิตสัตว์ ภาควิชา วิทยาศาสตร์เกษตร คณะ วิทยาศาสตร์อุตสาหกรรม

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. คณิศ คิมขบุตร

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์ ภัคพงศ์ ปวงสุข

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานบางประการของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยและศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้ที่เป็นเจ้าของฟาร์มไก่ไข่อิสระจากเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2542 จำนวน 840 คน ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยการจัดส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์ ซึ่งได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมดจำนวน 524 ชุด เป็นแบบสอบถามเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระจำนวน 44 ชุด

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาสภาพพื้นฐานทางลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม พบว่า เกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 84.10) มีอายุเฉลี่ย 47.31 ปีมากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มีประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่ไข่เฉลี่ย 12.25 ปี จำนวน

ไก่ไข่ที่เลี้ยงภายในฟาร์มเฉลี่ย 19,919 ตัว โอกาสที่เกษตรกรได้รับคำแนะนำจากนักวิชาการด้านการตลาดในเดือนที่ผ่านมามากที่สุด คือ 2 ครั้ง ซึ่งส่วนใหญ่เกษตรกรไม่ได้รับคำแนะนำจากนักวิชาการ (ร้อยละ 79.50) รายได้ของเกษตรกรที่เลี้ยงไก่ไข่ในปี พ.ศ. 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 783,938.6 บาท และเกษตรกรมีการขายไข่ไก่ผ่านพ่อค้าคนกลางมากที่สุด (ร้อยละ 65.90)

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย มีการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับสูงมี 3 รายการ ได้แก่ การซื้อขายไข่ไก่ อุปกรณ์ที่ใช้ในการบรรจุไข่ไก่ และการเช็คราคาไข่ การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับปานกลางมี 4 รายการ ได้แก่ การซื้อขายไข่ไก่ แหล่งซื้อขายไข่ไก่ของฟาร์ม วิธีการคัดเกรดไข่ในฟาร์ม และการทำความสะอาดไข่ไก่ก่อนขาย ส่วนการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับน้อย มี 3 รายการ ได้แก่ การแปรรูปไข่ภายในฟาร์ม การเข้าร่วมประชุมกำหนดราคาไข่ไก่ และการเข้ารับอบรมด้านการตลาดไข่ไก่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

ในการทำปัญหาพิเศษ การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ อีสาระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย สำเร็จลงได้ด้วยดีเพราะได้รับความช่วยเหลือ จากท่าน อาจารย์ ดร. ดนัย คิชฌบุตร อาจารย์ภักพงส์ ปวงสุข และอาจารย์รัชชัย สุภคิชฐ์ ที่ได้กรุณา ระยะเวลาในการตรวจเอกสารและได้ให้คำแนะนำต่างๆ ในการทำปัญหาพิเศษในครั้งนี้ ตลอดจน ผู้ที่ให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงของ ประเทศไทย

ขอกราบขอบคุณ บิดา-มารดา อาจารย์ ที่ให้ความช่วยเหลือในการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ให้ เสร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอบคุณคุณพิเชษฐ ไตรยศักดา และเพื่อนๆ ที่ให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจในการทำ ปัญหาพิเศษครั้งนี้

คุณงามความดีทั้งหมดนี้ที่ได้เพียรพยายามในการทำปัญหาพิเศษเล่มนี้ ผู้จัดทำขอมอบให้ แก่ บิดา- มารดา ตลอดจน ครู-อาจารย์ ที่คอยให้การช่วยเหลืออบรมสั่งสอนตัวผู้จัดทำจนทำให้ ประสบความสำเร็จในการศึกษา และหวังว่าความดีของปัญหาพิเศษฉบับนี้คงจะมีประโยชน์ต่อผู้ที่ จะนำไปศึกษา และเป็นแนวทางในการทำปัญหาพิเศษต่อไป

วิลาวัลย์ ไตรยศักดา

ตุลาคม 2543

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ .....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
<b>บทที่</b>	
1 บทนำ .....	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ .....	2
1.3 ขอบเขตของปัญหา .....	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	3
1.5 นิยามศัพท์.....	4
2 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง .....	5
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ .....	5
2.2 หลักสำคัญในด้านการตลาดไก่ไข่ .....	10
2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	16
3 วิธีการดำเนินการ .....	18
3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	18
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	18
3.3 การทดสอบแบบสอบถาม.....	20
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	21
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	21
4 ผลการวิจัยและวิจารณ์.....	22
4.1 ข้อมูลสภาพพื้นฐานของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ.....	22
4.2 การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด.....	26
4.3 ปัญหาและข้อเสนอแนะด้านการตลาด.....	31
4.4 วิจารณ์ผล.....	32

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5	34
5.1	34
5.2	36
บรรณานุกรม	38
ภาคผนวก	41
ภาคผนวก ก หนังสือรับรอง	42
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	44



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1	แสดงเพศของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย.....22
4.2	แสดงอายุของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย .....22
4.3	แสดงระดับการศึกษาของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย.....23
4.4	แสดงประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่ไข่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย.....23
4.5	แสดงจำนวนไก่ไข่ภายในฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย.....24
4.6	แสดงโอกาสในการได้รับคำแนะนำทางวิชาการด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย.....25
4.7	แสดงรายได้จากฟาร์มในปี 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่ายของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย.....25
4.8	แสดงวิธีการขายไข่ไก่ในฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย.....26
4.9	แสดงการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่ไข่ด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย.....27
4.10	แสดงค่าระดับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยเป็นคะแนนรวม.....31

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่มีศักยภาพในการผลิตอาหารเลี้ยงประชากรโลกมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานและการเลี้ยงไก่ไข่เป็นอุตสาหกรรมทางการเกษตรประเภทหนึ่งที่สำคัญ โดยตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ได้มีการเจริญเติบโตและพัฒนารายการเลี้ยงไก่ไข่ไปมากทั้งทางด้านอาหาร พันธุ์ไก่ โรงเรือนและอุปกรณ์การจัดการและการสุขภาพไก่ไข่ (ธวัชชัย สุภดิษฐ์, 2539 : 1-2) ในด้านปริมาณการบริโภคไข่ไก่เพียง 129 ฟอง/คน/ปี ส่วนในปี 2540 มีการบริโภคเพิ่มขึ้นเป็น 140 ฟอง/คน/ปี (กองบรรณาธิการ, 1998 : 20) ทางด้านการส่งออกไข่ไก่ไปยังตลาดต่างประเทศของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยในปี 2533 มีการส่งออก 7,424 ล้านฟอง แต่ในปี 2539 สามารถส่งออกได้ถึง 64,427 ล้านฟอง (กรมศุลกากร, 2541 : 40) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มที่ดีในการส่งออกและนำเงินตราเข้าสู่ประเทศในสถานะเศรษฐกิจตกต่ำเช่นนี้ โดยตลาดที่สำคัญในการรับซื้อไข่ไก่ของประเทศไทยคือประเทศญี่ปุ่น ออสเตรเลีย แคนาดา และเม็กซิโก โดยมีการนำเข้าไข่ไก่ของไทยจำนวน 1,741 ล้านฟอง 1,661 ล้านฟอง และ 217 ล้านฟอง ตามลำดับ (กองบรรณาธิการ, 1998 : 20)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตไข่ไก่ แต่มีข้อจำกัดว่าจะไม่มีปัญหา เพราะการผลิตไข่ไก่ของประเทศไทยเองมีประเทศที่เป็นคู่แข่งในการผลิตที่สำคัญคือประเทศจีน อินโดนีเซีย และอินเดีย (ธีรพงศ์ ทรัพย์บำรุง, 2532 : 11) โดยเฉพาะจีนเป็นประเทศที่มีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์มีวัตถุดิบและค่าแรงงานถูกกว่าของไทย โดยประเทศไทยมีต้นทุนในการผลิตไข่ไก่ในปี 2540 เฉลี่ย 1.29 บาท/ฟอง ในขณะที่สามารถส่งออก (FOB) ได้ราคาเฉลี่ยเพียง 1.63 บาท/ฟอง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2541 : 41-43)

ซึ่งจากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ประเทศไทยมีข้อจำกัดทางการตลาดในด้านต้นทุนที่สูงกว่าประเทศคู่แข่งจนถึงประเทศคู่แข่งยังมีการอุดหนุนการส่งออกโดยรัฐบาลประมาณฟองละ 30-50 สตางค์และปริมาณการส่งออกของไทยก็ยังไม่สม่ำเสมอ รวมถึงปัญหาการตลาดภายในประเทศบางครั้งประสบปัญหาที่เกิดจาก

1. เกษตรกรขาดความเข้าใจในเรื่องตลาด ส่วนใหญ่ใช้ราคาไข่ที่ขายได้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจในการขยายกำลังการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ปัญหาการผลิตการตลาดไข่ยังต้องอาศัยตลาดในประเทศเป็นหลัก เมื่อผลผลิตในตลาดมีปริมาณมากก็จะทำให้ราคาไข่ตกต่ำ

3. เกษตรกรผู้ผลิตไม่สามารถรวมตัวกันได้ ทำให้ขาดพลังในการต่อรองราคาและมักตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบพ่อค้าอยู่เสมอ

4. ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อราคาได้แก่ การปิดภาคเรียน ฤดูผลไม้ ออก เป็นต้น

จากปัญหาดังกล่าวเราสามารถที่จะแก้ไขได้โดยให้คำแนะนำแก่เกษตรกรในด้านการตลาดที่เหมาะสมรวมทั้งมีการติดตามข่าวสารในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงด้านการตลาดอยู่ตลอดเวลา (อาวุธ ต้น โฆ, 2540 : 325)

ในสภาพการเลี้ยงไก่ไข่ในปัจจุบันสามารถแบ่งรูปแบบเลี้ยงไก่ไข่ออกเป็น 4 รูปแบบ คือ แบบรับจ้างเลี้ยง แบบประกันราคา แบบร่วมเลี้ยง และแบบอิสระ การเลี้ยงใน 3 กรณีแรกผู้เลี้ยงจะได้รับเทคโนโลยีทางการตลาดที่ทันสมัยรวมทั้งการรับซื้อผลผลิตกลับคืนจากบริษัทฯ อันเนื่องมาจากมีผลประโยชน์ร่วมกัน ในมุมมองกลับกันเป็นที่น่าสนใจว่า ผู้เลี้ยงไก่ไข่ประเภทอิสระจะได้รับเทคโนโลยีด้านการตลาดหรือไม่ และถ้าได้รับจะได้รับจากที่ใด ดังนั้นการศึกษาด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในการเลี้ยงไก่ไข่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย จึงมีความจำเป็นว่า เกษตรกรมีการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดมาปฏิบัติอย่างไร และมีปัญหาและอุปสรรคอะไรบ้าง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีทางการตลาดและเป็นแนวทางไปสู่การแข่งขันด้านการตลาดต่อไปในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานบางประการของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดในการผลิตไข่ไก่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

### 1.3 ขอบเขตของปัญหา

1. กลุ่มประชากร คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระที่มีสถานที่ตั้งฟาร์มอยู่ในเขตภาคตะวันออก 7 จังหวัด โดยทำการส่งแบบสอบถามไปที่เจ้าของฟาร์มไก่ไข่ทั้งหมดตามรายชื่อทะเบียนผู้เลี้ยงไก่ไข่ของกองแผนงาน กรมปศุสัตว์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นชุดแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและนำส่งทางไปรษณีย์ เพื่อสอบถามกับเกษตรกรและเกษตรกรส่งแบบสอบถามกลับและเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ของประชากรที่ใช้ในการศึกษา แบบสอบถาม (Questionnaire) มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close – ended question) และคำถามปลายเปิด (Open – ended question) (บุญเรือง ขจรศิลป์, 2539 : 38) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ

ตอนที่ 2 เป็นสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ

ตอนที่ 3. สอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคตลอดจนข้อเสนอแนะของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ

#### 3. วิธีการวิจัย

- จัดทำแบบสอบถามและตรวจสอบ โดยให้คณะผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไขแบบสอบถามให้ตรงตามวัตถุประสงค์ และนำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่นกับเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีลักษณะการเลี้ยงและสภาพแวดล้อมที่ใกล้เคียงกัน

- เก็บรวบรวมข้อมูลทุกข้อมูจากข้อมูลเอกสารต่างๆ และข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามส่งถึงเกษตรกรโดยตรง

- วิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS for window โดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงการเลี้ยงไก่ไข่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงอิสระให้ได้ผลผลิตดียิ่งขึ้น

2. เพื่อเป็นแนวทางให้แก่หน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชนในการปรับปรุงวิธีการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้ได้ผลดีและเหมาะสมกับสภาพการผลิตของเกษตรกร

3. เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของเกษตรกร และใช้เป็นแนวทางในการแก้ไข  
ปัญหาการเลี้ยงไก่ไข่ของเกษตรกรต่อไปในอนาคต
4. เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

### 1.5 นิยามศัพท์

“การยอมรับเทคโนโลยีทางการตลาด” หมายถึง การที่เกษตรกรนำเทคโนโลยีด้านการตลาดมาใช้ปฏิบัติหรือไม่

“เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ” หมายถึง ผู้เลี้ยงไก่ไข่ที่ลงทุนด้านโรงเรือน ซื้อมูลไก่หรือไก่สาว อาหารและเวชภัณฑ์ต่างๆ ได้ตามความพึงพอใจ โดยไม่มีข้อผูกพันใดๆ กับบริษัทผู้จำหน่าย และมีอิสระในการเลือกตลาดจำหน่ายผลผลิตเอง

“เขตภาคตะวันออก” หมายถึง จังหวัดที่ตั้งอยู่ในเขตภาคตะวันออก คือ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ฉะเชิงเทรา สระแก้ว นครนายก รวมทั้งสิ้น 7 จังหวัด

“สภาพพื้นฐานบางประการของเกษตรกร” หมายถึง สภาพลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและประสบการณ์ เป็นต้น สภาพเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ โอกาสในการได้รับคำแนะนำ รายได้ ขนาดของฟาร์มและแนวทางในการดำเนินการทางการตลาด เป็นต้น

“ระดับการศึกษา” หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดของเกษตรกรที่ได้รับจากสถาบันการศึกษาต่างๆ

“แนวทางในการดำเนินการทางการตลาด” หมายถึง วิธีการในการจำหน่ายไข่ไก่ โดยเกษตรกรจะเป็นผู้จำหน่ายเองโดยตรงหรือจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง

“โอกาสในการได้รับคำแนะนำ” หมายถึง จำนวนครั้งที่เกษตรกรได้รับคำแนะนำทางวิชาการการตลาดการเลี้ยงไก่ไข่ในระยะเวลาหนึ่งเดือนในเดือนสุดท้ายก่อนกรอกแบบสอบถาม

“ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่ไข่” หมายถึง จำนวนปีที่เกษตรกรเริ่มต้นเลี้ยงไก่ไข่ มาจนถึงวันตอบแบบสอบถาม

“ขนาดของฟาร์ม” หมายถึง ขนาดของกิจการฟาร์ม โดยพิจารณาจำนวนไก่ไข่ที่เลี้ยงทั้งหมดในฟาร์มขณะตอบแบบสอบถาม

“รายได้รวมจากการเลี้ยงไก่ไข่” หมายถึง รายได้รวมทั้งหมดจากการขายผลผลิตในฟาร์มตลอดปี 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่ายใดๆ

“นักวิชาการ” หมายถึง ผู้มีความรู้ในด้านการเลี้ยงไก่ไข่ ทั้งจากภาครัฐบาลและภาคเอกชน

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นดังนี้ คือ

- 2.1 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ
- 2.2 หลักสำคัญในการตลาดไก่ไข่
- 2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการยอมรับ

บุญสม วราเอกศิริ (2529 : 159) ได้กล่าวว่า ในการส่งเสริมการเกษตรนั้นมุ่งหวังที่จะพัฒนาด้านการเกษตรให้มีความเจริญก้าวหน้าแต่การที่จะเจริญก้าวหน้า หรือพัฒนาได้แค่ไหนเพียงไรนั้นขึ้นอยู่กับว่าตัวผู้ประกอบการ คือ เกษตรกรจะรับรู้ ยอมรับ ศรัทธาในความรู้ และนำเอาความรู้ที่แพร่กระจายจากเจ้าหน้าที่ไปปฏิบัติตามได้ผลมากน้อยแค่ไหนและยังได้กล่าวต่อไปอีกว่า “การยอมรับ” หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเกษตรกรหลังจากที่ได้เรียนรู้แนวความคิด ความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ใหม่ๆ และยึดถือปฏิบัติตาม

บุพเพเทพ พงศ์ร้อยเพชร (2531 :150) ได้กล่าวไว้ว่า การยอมรับหรือการรับเอาวิทยาการ แขนงใหม่เป็นกระบวนการที่หลังจากเกษตรกรคนหนึ่งคนใดรับเอาการแนะนำส่งเสริมพิจารณาแล้ว ในที่สุดก็อาจจะไม่รับหรือเอาวิทยาการแขนงใหม่มาใช้ปฏิบัติต่อไปก็ได้

บุญธรรม จิตต่อนันต์ (2536 : 300) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการยอมรับว่าเป็นกระบวนการทางจิตใจของบุคคลซึ่งเริ่มต้นด้วยการเริ่มรู้หรือ ได้ยินเกี่ยวกับแนวคิดใหม่แล้ว ไปสิ้นสุดลงด้วยการตัดสินใจยอมรับการนำไปปฏิบัติ

กระบวนการยอมรับแตกต่างจากกระบวนการแพร่กระจายแนวความคิดใหม่ (Diffusion process) กล่าวคือ กระบวนการแพร่กระจายนั้นเป็นการแพร่แนวความคิดระหว่างบุคคลกับบุคคล หรือระหว่างแหล่งที่มาของความคิดกับบุคคลที่จะรับแนวความคิดนั้นซึ่งเป็นการสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ โดยเฉพาะส่วนกระบวนการยอมรับนั้นแต่ละขั้นตอนของกระบวนการเกิดขึ้นในตัว ของบุคคลเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการยอมรับ เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และการตัดสินใจจากการวิจัย พบว่า การที่บุคคลจะรับแนวความคิดใหม่ไปปฏิบัติจะผ่านขั้นตอนที่สำคัญ 5 ขั้นตอนด้วยกัน คือ

ขั้นที่ 1 ขั้นเริ่มรู้หรือรับรู้ (Awareness) เป็นขั้นแรกที่บุคคลเริ่มรู้เกี่ยวกับเรื่องใหม่หรือความคิดใหม่ แต่ขาดรายละเอียดคือ รู้ว่าเรื่องนี้เกิดขึ้นแล้วหรือทำได้แล้วแต่เป็นเรื่องใหม่สำหรับตนเอง เพราะไม่เคยได้ยินหรือเคยเห็นมาก่อนการรับรู้อาจเกิดขึ้น โดยบังเอิญด้วยการพบเห็นด้วยตนเองหรือโดยการเผยแพร่ของเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลหรือเอกชนขั้นนี้นับว่าสำคัญเพราะเป็นขั้นแรกที่บุคคลเริ่มสัมผัสหรือรับรู้เกี่ยวกับแนวความคิดใหม่หรือสิ่งใหม่ๆ ต้องมีการจับจุดหรือกระตุ้นให้เกิดความสนใจอันนำไปสู่ขั้นสุดท้ายคือ การยอมรับหรือปฏิเสธ

ขั้นที่ 2 ขั้นสู่ความสนใจ (Interest) เป็นขั้นที่เริ่มมีความสนใจแสวงหารายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ๆ เพิ่มเติม พฤติกรรมนี้เป็นไปในลักษณะที่ตั้งใจแน่ชัด และใช้กระบวนการคิดมากกว่าขั้นแรกซึ่งในขั้นนี้จะทำให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ หรือวิธีการใหม่มากขึ้นบุคลิกภาพหรือค่านิยมตลอดจนบรรทัดฐานทางสังคม หรือประสบการณ์เก่าๆ จะมีผลต่อบุคคลนั้นและมีผลต่อการติดตามข่าวสารหรือรายละเอียดของสิ่งใหม่หรือวิทยาการใหม่ๆ นั้นด้วย

ขั้นที่ 3 ขั้นไตร่ตรอง (Evaluation) ในขั้นนี้บุคคลศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับแนวความคิดใหม่ แล้วคิดเปรียบเทียบกับงานที่ทำอยู่ในปัจจุบันว่าถ้ารับเอาแนวความคิดใหม่ๆ มาปฏิบัติจะเกิดผลดีหรือไม่อย่างไรบ้างในขณะนี้ และในอนาคตควรหรือไม่ที่จะทดลองดูก่อนถ้าเขาตั้งใจไตร่ตรองแล้วรู้สึกว่าการดีจะมีมากกว่าผลเสียเขาจะต้องตัดสินใจที่จะทดลองดู เพื่อให้เกิดความแน่ใจก่อนที่จะรับไปปฏิบัติจริงๆ และในขั้นนี้เขาต้องการที่จะปรึกษาหารือจากผู้รู้หรือเพื่อนบ้านที่คุ้นเคย หรือมีประสบการณ์เพื่อให้ความแน่ใจว่า เขาคิดถูกต้องและตัดสินใจถูกต้องแล้วที่ควรทำการทดลองดูเพื่อให้รู้แจ้งเห็นจริง

ขั้นที่ 4 ขั้นทดลองทำ (Trial) ขั้นนี้เป็นขั้นที่บุคคลทดลองทำตามแนวความคิดใหม่โดยทำการทดลอง แต่เพียงเล็กน้อยเพื่อดูว่า จะเข้ากันหรือไม่กับสภาวะการณ์ในปัจจุบันของตนและผลจะออกมาตามที่คาดไว้หรือไม่

ขั้นที่ 5 ขั้นนำไปปฏิบัติ (Adoption) ขั้นนำไปปฏิบัติหรือขั้นยอมรับเป็นขั้นที่บุคคลได้ตัดสินใจยอมรับแนวความคิดใหม่ไปปฏิบัติหลังจากที่ได้ทดลองปฏิบัติดู และทราบผลเป็นที่พอใจแล้ว

วิชา คำรงค์เกียรติศักดิ์ (2529 : 39) กล่าวว่า ปัจจุบันทฤษฎีกระบวนการยอมรับของบุญธรรม จิตต์อนันต์นั้นมีจุดบกพร่องในกระบวนการยอมรับดังกล่าวหลายประการด้วยกันคือ

1. กระบวนการนี้มักจะจบด้วยการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้นซึ่งตามความจริงแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อบุคคลใดบรรลุถึงขั้นประเมิณผลแล้วอาจจะปฏิเสธก็ได้

2. ขั้นตอนที่ 5 กระบวนการอาจไม่เป็นไปตามขั้นตอนก็ได้บางขั้นตอนอาจถูกข้ามไปได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งขั้นทดลอง และขั้นประเมิณผลอาจจะสามารถทำได้ตลอดกระบวนการก็ได้

3. กระบวนการนี้มักจะจบลงโดยการยอมรับนวัตกรรมนั้นแต่หากเขามีโอกาสในการที่จะแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อยืนยันหรือสนับสนุนการตัดสินใจในการยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมก็ได้ดังนั้นจึงไม่มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขขบวนการยอมรับดังกล่าวและได้เสนอแบบจำลองของกระบวนการตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมแทน (Innovation decision process) ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

3.1 ขั้นความรู้ (Knowledge) ขั้นนี้บุคคลจะรับทราบเกี่ยวกับนวัตกรรมและมีความเข้าใจบางอย่างเกี่ยวกับหน้าที่การทำงานของนวัตกรรม

3.2 ขั้นชักชวนสนใจ (Interest) บุคคลจะรู้สึกชอบหรือไม่ชอบการยอมรับนวัตกรรมนั้นหรือมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อนวัตกรรมนั้นเอง

3.3 ขั้นตัดสินใจ (Decision) บุคคลจะเข้าไปเกี่ยวข้องในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจะไปสู่การตัดสินใจที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม

3.4 ขั้นยืนยัน (Confirmation) ในขั้นนี้บุคคลจะแสวงหาแรงเสริม (Reinforcement) เพื่อยอมรับการใช้นวัตกรรมต่อไปแต่เขาอาจเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจหากพบข้อมูลขัดแย้งเกี่ยวกับนวัตกรรมก็ได้

การยอมรับนวัตกรรมของบุคคลนั้น บุญสม วราเอกศิริ (2522 : 162) ได้จำแนกลักษณะการยอมรับของบุคคลออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. Continuous Adoption หมายถึง เกิดการยอมรับแล้วนำไปปฏิบัติตามตลอด
2. Discontinuous Adoption หมายถึง เกิดการยอมรับแล้วนำไปปฏิบัติตามหรืออาจจะปฏิบัติไปได้ระยะหนึ่งแล้วหยุดปฏิบัติต่อ

เทพ พงษ์พานิช (2527 : 310-311) ได้กล่าวถึงการศึกษาที่เกษตรกรจะเรียนรู้ได้คืออย่างไรมีหลายสิ่งหลายประการในการจงใจที่จะทำให้ผู้ใหญ่หรือเกษตรกรนั้นอยากเรียนอยากรู้ตาม

Wilson และ Gallup ได้กล่าวถึงหลัก 4 ประการที่เกษตรกรสนใจในการเรียนรู้ซึ่งนักส่งเสริมควรทราบคือ

1. Adults learn best most rapidly when they have a strong desire to learn หมายถึงเกษตรกรจะสามารถเรียนรู้และรับรู้และจำได้ดีเมื่อเขามีความปรารถนาที่อยากจะเรียนรู้เหมือนกับเกษตรกรไปหาเจ้าหน้าที่ทำการสอบถามปัญหาการเกษตรนั้นย่อมหมายถึงเขาปรารถนาอยากรู้

อยากฟังดังนั้นถ้าได้มีการให้ความรู้และการกระตุ้นจะทำให้รับรู้ และเข้าใจง่ายซึ่งตรงกันข้ามถ้าเขาไม่ต้องการเขาจะไม่ปรารถนาทำต่อให้เจ้าหน้าที่นั้นเก่งเพียงใดก็ตามจะทำให้เสียเวลาเปล่า

2. Adults learn best when they have clear scales หมายถึง เกษตรกรสามารถเรียนรู้ได้ดีเมื่อเขาเอาความรู้นั้นไปทำให้เกิดประโยชน์กับเขาบ้าง เขาจะต้องทราบถึงจุดประสงค์ที่เด่นชัดเสียก่อนถึงเป้าหมาย ถึงจะรับรู้ที่นักส่งเสริมจะหยิบยื่นให้ไม่ใช่จะให้เขาฟังเพียงอย่างเดียว

3. Adults learn best when they put forth are effort to learn หมายถึง เกษตรกรสามารถจะเรียนรู้ได้ดีเมื่อเขาได้ทุ่มเทความสนใจ แล้วเขาก็สามารถเรียนรู้ได้ดีกว่าเขาจะเรียนรู้ไม่ได้และพยายามทำให้เกิดช่องว่างนานไปจะทำให้เขาเกียจคร้านเบื่อหน่าย

4. Adults learn best when they receive satisfaction from when they have learned หมายถึง เกษตรกรจะสามารถเรียนรู้ได้ดีและตั้งใจเรียน เมื่อเขาเรียนรู้เรื่องควรให้กำลังใจและเดินหน้าส่งเสริมต่อไป

ซึ่งสามารถแบ่งเกษตรกรออกเป็น 6 จำพวกด้วยกันคือ

1. พวกหัวไวใจสู้ (ผู้นำการเปลี่ยนแปลง Innovator) เกษตรกรพวกนี้ดีเด่นอยากรู้ อยากเห็น ชอบการศึกษา กล้าเสี่ยง ชอบทดลองของใหม่ๆ เป็นคนที่มีการศึกษาดี ฐานะดี และคิดต่อกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมอยู่บ่อย ๆ มีอยู่ประมาณ 2.5 เปอร์เซ็นต์

2. พวกขอดูที่ท่า (ผู้รับการเปลี่ยนแปลงเร็ว Early adopter) เกษตรกรกลุ่มนี้คล้ายกลุ่มที่ 1 แต่ขอดูที่ท่าก่อนริ่รอดูผลงานของพวกแรกก่อนถ้าได้ผลมีประโยชน์แน่นอนก็จะเอาด้วยมีอยู่ประมาณ 13.5 เปอร์เซ็นต์

3. พวกเบิ่งตาลังเล (ผู้รับการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วพอใช้ Early majority) เกษตรกรกลุ่มนี้เป็นกลุ่มใหญ่ถึง 34 เปอร์เซ็นต์ มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาการสมัยใหม่แต่จะไม่ค่อยมั่นใจตัวเองนักฐานะทางเศรษฐกิจปานกลาง การศึกษาน้อย ความรู้รอบตัวค่อนข้างจำกัดจึงทำให้ต้องมีการกระตุ้นบ่อยๆ และมีสิ่งจูงใจ

4. พวกหันเหหัวคือ (ผู้รับการเปลี่ยนแปลงช้า Late majority) กลุ่มเกษตรกรกลุ่มนี้มีมากถึง 34 เปอร์เซ็นต์เช่นเดียวกับกลุ่มที่ 3 แต่มีทัศนคติที่ไม่ค่อยยอมรับวิชาการสมัยใหม่ ยึดมั่นในสิ่งเก่าๆ และสิ่งที่เคยปฏิบัติมักจะเป็นพวกชักใบให้เรือเสียวิธีแก่ขณะพวกนี้คือ ต้องทำให้เห็นกับตาเห็นของจริง

5. พวกอมมือจับเจ้า (ผู้รับการเปลี่ยนแปลงช้ามาก Late adoption) เกษตรกรกลุ่มนี้เป็นพวกมีการศึกษาน้อย ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมด้อยกว่ากลุ่มต่างๆ ที่กล่าวมา ส่วนมากเป็นพวกใช้แรงงานรอแต่ความช่วยเหลือมากกว่าจะช่วยตัวเองการส่งเสริมและเอาชนะพวกนี้ จะต้องใช้ความอดทน ความพยายามสูง ค่อยเป็นค่อยไปเป็นขั้นๆ พวกนี้มีอยู่ประมาณ 13.5 เปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. พวกเขาไม่เอาไหนเลย (ผู้ล่าหัง Laggards) เกษตรกรพวกนี้ล่าหังไม่สนใจ อะไรทั้งสิ้น ตามเวรตามกรรมไม่ต้องการเปลี่ยนแปลงเป็นผู้ที่มีปมด้อยในความสำเร็จ จึงยากมากในการส่งเสริม มักจะเป็นในรูปปล่อยยให้สังคมไป

ปัจจัยที่เป็นส่วนประกอบในการยอมรับของเกษตรกร

ปัจจัยที่เป็นส่วนประกอบในการที่จะทำให้เกษตรกรนั้นมีอัตราการยอมรับมากขึ้นหรือไวต่างกันไปพอสรุปได้ คือ

1. การศึกษา เกษตรกรที่มีการศึกษาสูงกว่าย่อมมีความเข้าใจและยอมรับวิชาการสมัยใหม่ๆ ได้ง่ายกว่าดีกว่า มีทัศนคติในการเปลี่ยนแปลงได้ไว และรู้แนวโน้มในการที่จะรับรู้ได้ดีกว่า
2. อายุ จากผลการวิจัยด้านนี้หลายเรื่องปรากฏว่าคนที่มีอายุรุ่นหนุ่มสาวรับการเปลี่ยนแปลงได้ไวและง่ายกว่าคนในวัยชรา
3. เพศ ในสังคมของเกษตรกรนั้น เพศหญิงมีแนวโน้มจะเชื่อและยอมรับการเปลี่ยนทัศนคติได้ง่ายกว่าเพศชาย
4. สถานะทางเศรษฐกิจ เกษตรกรที่มีรายได้สูงหรือมีฐานะคืออยู่ก่อนแล้วจะมีความสนใจในการยอมรับการเรียนรู้จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมได้ง่ายกว่าเพราะเขามีฐานะคือยอมจะทำให้ทำอะไรก็ได้โดยง่ายโดยไม่ต้องพะวงและมีความคิดที่จะยกฐานะให้ดีขึ้นไปอีกโดยใช้วิชาการเป็นแกนนำ
5. ขนาดของไร่นา สิ่งนี้มีอิทธิพลต่อตัวเกษตรกรในกิจการดำเนินการของตนเองฟาร์มที่ใหญ่กว่าย่อมต้องคิดรนในการปรับปรุงให้กิจการดีขึ้นไปพยายามหาวิชาการมาเพิ่มเติมในฟาร์มของตนเองดังนั้นเกษตรกรที่มีฟาร์มขนาดใหญ่กว่ายอมจะรับการเรียนรู้และเสาะแสวงหาวิชาการใหม่ๆ ได้ไวและเก่งกว่าฟาร์มหรือไร่นาขนาดเล็ก
6. ทัศนคติ ของเกษตรกรที่มีต่อการศึกษาหาความรู้ต่อตัวเจ้าหน้าที่ส่งเสริม ต่อวิชาการใหม่ๆ ต่อตัวเองและเกษตรกรถ้ามีทัศนคติไปในทางบวกก็จะรับรู้และเปลี่ยนแปลงได้ง่ายและได้ดีกว่า
7. เป็นคนที่มีเหตุผล ไม่เชื่อมงายอะไรง่ายๆ รับฟังอะไรให้วิเคราะห์ให้แท้จริงว่าถูกต้องหรือไม่ ชั่งน้ำหนักถึงความเป็นไปได้และความเป็นไปไม่ได้ ผลเสียผลดีอย่างไร คนมีเหตุผลมักจะรับฟังและรับวิชาการของงานส่งเสริมได้ง่ายและชัดเจนกว่าคนที่ไร้เหตุผล
8. ชาวปัญญา คนที่มีชาวปัญญาไวและความจำดีสามารถจะเรียนรู้อะไรได้ดีกว่า
9. การเข้าสังคม เกษตรกรที่เข้าสังคม บริการสังคม ย่อมจะให้ความสนใจงานส่งเสริมได้มากกว่าและง่ายกว่า
10. เป็นคนทันสมัย ไม่ล่าหังยอมรับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถปรับเอง ได้ทันที่วงที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. ขนบธรรมเนียมประเพณี การจะเชื่ออะไรบางอย่าง เกษตรกรมักจะถูกฝึกให้คิดว่าเป็น การขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณี หรือความเคยชินมาก่อน กลัวเพื่อนบ้านจะหาว่าทำอะไรที่ผิด ประเพณีและความเชื่อเก่าๆ

## 2.2 หลักสำคัญในด้านการตลาด

ปฐม เลาหะเกษตร (2540 : 298) กล่าวถึง การเลี้ยงไก่ในประเทศไทยเมื่อ 40 ปีก่อน เป็น การเลี้ยงไก่แบบหลังบ้าน หรือแบบเป็นงานอดิเรก วัตถุประสงค์หลักเป็นการเลี้ยงเพื่อใช้เนื้อและไข่ สำหรับบริโภคเอง ถ้ามีเหลือเกินบริโภคเอง ถ้ามีเหลือเกินบริโภคก็ขายเป็นรายได้เล็กๆน้อยๆ สำหรับครอบครัว การขายไข่และไก่เนื้อในสมัยนั้นมี 2 วิธี คือ ขายให้แก่พ่อค้าที่มารับซื้อถึงบ้าน และนำไปขายโดยตรงให้แก่ผู้บริโภคที่ตลาดนัดในหมู่บ้านหรือตลาดสดในเมือง

ต่อมาเมื่อมีการเลี้ยงไก่มากขึ้น จนผู้เลี้ยงไก่บางรายเลี้ยงไก่เป็นหลัก หรือเลี้ยงไก่เป็นอาชีพ การทำตลาดไก่และไข่ก็ค่อยๆ จัดเป็นระบบมากขึ้น จนปัจจุบันซึ่งจะ ได้กล่าวต่อไป

ภูวนาท นนทรีย์ (ม.ป.ป. : 72) แบ่งวิธีการตลาดไก่ไข่ในปัจจุบันเป็น 2 ลักษณะ คือ วิธี การตลาดไข่ไก่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียงรอบๆ ที่เป็นแหล่งเลี้ยง และวิธีการตลาดไข่ไก่ในท้องถิ่น

1. วิธีการตลาดไข่ไก่ในกรุงเทพมหานคร พ่อค้ารวบรวมหรือผู้ค้าส่งในกรุงเทพฯ จะรับซื้อ ไข่ไก่จากฟาร์มเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่โดยตรง จะมีบ้างที่รับซื้อจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น จากนั้นจะ นำไปส่งให้กับผู้ค้าปลีกในตลาดกรุงเทพฯ เป็นส่วนใหญ่ที่เหลือจะส่งไปจำหน่ายต่างจังหวัดบ้าง นอกจากนี้พ่อค้ารวบรวมรายใหญ่จะส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศด้วย สำหรับผู้ค้าปลีก ในตลาดกรุงเทพฯ จะมีบางส่วนที่เกษตรกรผู้เลี้ยงซึ่งมักจะเป็นรายใหญ่จะนำไข่ไก่มาส่งให้โดยตรง

2. วิธีการตลาดไข่ไก่ในท้องถิ่น (ตลาดต่างจังหวัด) พ่อค้ารวบรวมหรือผู้ค้าส่งในท้องถิ่นจะ รวบรวมไข่จากเกษตรกรเพื่อจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกในจังหวัดหรือส่งไปจำหน่ายยังจังหวัดที่ไม่ใช่ เป็นแหล่งผลิตไข่ไก่ รวมทั้งส่งไปจำหน่ายยังตลาดกรุงเทพฯ ด้วย

ภูวนาท นนทรีย์ (ม.ป.ป. : 71) กล่าวว่า การตลาดนับได้ว่ามีบทบาทสำคัญและเป็นขั้นตอนสุดท้ายในการเลี้ยงไก่ไข่ ซึ่งจะเป็นตัวชี้ว่าธุรกิจการเลี้ยงไก่ไข่จะประสบผลสำเร็จมากน้อยแค่ไหน โดยทั่วไปแล้วสามารถที่จะจัดแบ่งได้ 3 ประเภท คือ

1. การขายปลีก ลักษณะการขายแบบนี้มักเกิดจากฟาร์มไก่ไข่ที่อยู่ใกล้เมืองใหญ่ ใกล้แหล่ง ชุมชน หรืออยู่ใกล้ถนนใหญ่ ทั้งนี้เพราะว่าสามารถที่จะขายให้กับผู้บริโภคได้ และสามารถขายได้ ในราคาที่สูง การขายไข่แบบนี้อาจทำได้โดย การนำไข่ไปวางขายในตลาดสด ขายตามบ้าน หรือ อาจมีบางฟาร์มที่ตั้งร้านขายไข่ไว้ริมถนนที่มีรถยนต์วิ่งผ่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การขายส่ง ลักษณะการขายแบบนี้จะได้ราคาต่ำกว่าการขายปลีก การขายส่งอาจทำได้โดยการนำไปขายให้กับตลาดกลางไข่ไก่หรือลิงไก่ หรือส่งขายตามร้านค้าขายปลีก หรือร้านค้าขายส่งในท้องที่ ซึ่งอาจจะเป็นร้านขายอาหารสัตว์หรือร้านรวบรวมไข่ในท้องถิ่น ราคาที่ขายได้จะขึ้นหรือลงขึ้นอยู่กับราคาตลาดไข่ไก่ในกรุงเทพฯ เป็นผู้กำหนดราคา

3. การขายประกันราคา ผู้เลี้ยงไก่ไข่บางรายอาจขายไข่ในรูปของการทำสัญญา กับบริษัทผลิตอาหารสัตว์โดยที่บริษัทดังกล่าวจะขายพันธุ์ไก่ อาหารและยาสัตว์ให้แล้วทางบริษัทจะรับซื้อไข่ทั้งหมด ในราคาประกันตลอดทั้งปีและผู้เลี้ยงมีกำไรพอสมควร และไม่ต้องเสี่ยงกับการขาดทุน เมื่อราคาไข่ตกต่ำเหมือนกับผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระที่อาจจะมีโอกาสขายไข่ได้ราคาสูงเมื่อไข่ราคาขึ้น แต่จะขาดทุน เมื่อราคาไข่ตกต่ำ

อาวุธ ดันโซ (2540 : 323) อธิบายถึง โครงสร้างอุตสาหกรรมไก่ไข่ไว้ว่า การเลี้ยงไก่ไข่เพื่อผลิตไข่ขายมีขั้นตอนการผลิตเช่นเดียวกับธุรกิจการผลิตไก่เนื้อซึ่งต้องอาศัยไก่พันธุ์ไข่ที่สั่งซื้อเข้ามาขายพันธุ์ ดังนั้นธุรกิจการเลี้ยงไก่ไข่ในประเทศ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. เลี้ยงไก่พ่อแม่พันธุ์ (Parent stock) สำหรับผลิตไข่มีเชื้อ เพื่อฟักออกมาเป็นไก่ไข่ต่อไป
2. เลี้ยงไก่พันธุ์ไข่ สำหรับผลิตไข่ไว้บริโภคโดยตรง

### รูปแบบการเลี้ยงไก่ไข่

รูปแบบการเลี้ยงไก่ไข่แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ

1. การเลี้ยงไก่ไข่แบบอิสระ เกษตรกรผู้เลี้ยงมีอิสระในการตัดสินใจ ไม่ว่าด้านการผลิตหรือด้านการซื้อปัจจัยการผลิต เช่น พันธุ์ไก่ อาหารและยาจากบริษัทหรือร้านค้า ส่วนผลผลิตไข่ที่ได้สามารถเลือกขายได้อิสระเช่นกัน เพราะผู้เลี้ยงใช้เงินทุนของตนเองทั้งหมด
2. การเลี้ยงไก่ไข่แบบมีสัญญาผูกพัน ผู้เลี้ยงจะต้องใช้เงินทุนของตนเองลงทุนสร้างโรงเรือนอุปกรณ์และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ส่วนค่าใช้จ่ายทางด้านลูกไก่ อาหารและยาบริษัทหรือตัวแทนเป็นผู้ลงทุนทั้งหมดและรับซื้อไข่ไก่ถึงฟาร์ม

ราคาที่เกี่ยวข้องจะได้รับ แบ่งออกเป็น 2 กรณี เช่นเดียวกับไก่เนื้อ

1. การเลี้ยงแบบอิสระ
2. การเลี้ยงแบบประกันราคา

ซึ่งราคาไข่ในเมืองไทยขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 3 ประการด้วยกัน ปฐม เล่าหะเกษตร (2540 : 310) กล่าวคือ

1. อุปสงค์และอุปทาน คือ ความต้องการของตลาด และปริมาณการผลิต ราคาไข่จะสูง เมื่อความต้องการมีมากกว่าปริมาณการผลิต ตรงกันข้าม ราคาไข่จะต่ำเมื่อปริมาณการผลิตมีมากกว่าปริมาณความต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ตลาดต่างประเทศ ตลาดฮ่องกงนับว่ามีบทบาทสำคัญต่อราคาไข่ในประเทศมากเมื่อใด ราคาไข่ในตลาดฮ่องกงสูง พ่อค้าส่งออกไข่ก็จะกว้านซื้อไข่ในราคาสูง เพื่อส่งไปขายมีผลให้ราคาไข่ในประเทศราคาสูงขึ้นไปด้วย ตรงกันข้าม ถ้าราคาไข่ในตลาดฮ่องกงตกต่ำ พ่อค้าส่งไข่ออกก็จะกดราคาไข่ภายในประเทศให้ต่ำลงด้วย โดยที่พ่อค้าส่งออก ยังคงมีกำไรแต่ผู้เลี้ยงอาจจะขาดทุน

อย่างไรก็ดีปัจจุบันกลุ่มผู้เลี้ยงไก่ไข่และไข่เป็ดรายใหญ่ๆ ได้รวมตัวกันเพื่อควบคุมราคาไข่ให้อยู่ในระดับที่ไม่ขาดทุนได้ โดยการระบายไข่ส่งออกไปตลาดฮ่องกง ในขณะที่ไข่ภายในประเทศมีปริมาณเกินความต้องการ แม้ว่าราคาไข่ในตลาดฮ่องกงจะตกต่ำก็ตาม โดยที่กลุ่มผู้เลี้ยงยอมขาดทุนบ้าง เพื่อดึงให้ราคาไข่ภายในประเทศสูงขึ้น เพราะกำไรจะได้จากตลาดภายในประเทศมากกว่าตลาดต่างประเทศ ซึ่งจะต้องแข่งขันกับไข่จากประเทศอื่นด้วย

3. ฤดูกาล ฤดูกาลเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อราคาไข่ ในทุกๆ ปี ราคาไข่จะเริ่มสูงเมื่อเข้าสู่ฤดูฝน และราคาไข่จะสูงสุดในฤดูหนาว หลังจากนั้นราคาไข่มักจะลดลง โดยเฉพาะราคาไข่ในตลาดกรุงเทพฯ และตลาดใกล้เคียงกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ สาเหตุสำคัญก็เพราะโรงเรียนและมหาวิทยาลัย จะเริ่มเปิดในฤดูฝน ความต้องการจึงมีมากขึ้น และความต้องการของไข่จะยิ่งมากขึ้นในฤดูหนาวใกล้ปีใหม่ เนื่องจากในช่วงนี้มีงานเทศกาลต่างๆ ไปจนถึงวันตรุษจีน เมื่อเข้าหน้าร้อนโรงเรียนและมหาวิทยาลัยก็ปิด คนส่วนใหญ่จะหนีออกนอกเมืองไปชายทะเล ประกอบกับเป็นฤดูผลไม้ ซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญของไข่ ทำให้ความต้องการไข่ในฤดูนี้ลดลง

#### การจัดชั้นมาตรฐานและการบรรจุหีบห่อ

การจัดชั้นมาตรฐานมีประโยชน์ในธุรกิจการค้าไข่ไก่ เพราะมีจุดมุ่งหมายเพื่อกำหนดราคาซื้อขายให้เหมาะสม ช่วยในการจำหน่ายให้สะดวกยิ่งขึ้น การจัดชั้นและมาตรฐานของไข่ไก่หรือการคัดไข่โดยการแยกไข่ไก่ออกเป็นขนาดต่างๆ กัน ปัจจุบันส่วนใหญ่จะแยกขนาดของไข่ไก่โดยการชั่งน้ำหนัก จะมีบ้างซึ่งใช้ความชำนาญด้วยการใช้มือและสายตาในการคัดขนาด หรืออาจใช้ตาชั่งหรือเครื่องคัดไข่อัตโนมัติ สำหรับน้ำหนักมาตรฐานของไข่ไก่ในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 7 ขนาดดังนี้

เบอร์ 0	น้ำหนักฟองละ	70-75	กรัม
เบอร์ 1	น้ำหนักฟองละ	65-70	กรัม
เบอร์ 2	น้ำหนักฟองละ	60-65	กรัม
เบอร์ 3	น้ำหนักฟองละ	55-60	กรัม
เบอร์ 4	น้ำหนักฟองละ	50-55	กรัม
เบอร์ 5	น้ำหนักฟองละ	45-50	กรัม
เบอร์ 6	น้ำหนักฟองละ	45	กรัมลงมา

อาวุธ ดันโซ (2540 : 248) ได้อธิบายว่า หลังจากที่ได้ทำการคัดไข่แต่ละเกรดออกตามขนาดน้ำหนักแล้ว ไข่จะถูกนำมาบรรจุหีบห่อก่อนส่งออกไปขายทุกหีบห่อจะต้องมีตราหรือเครื่องหมายของผู้ผลิตเป็นภาษาอังกฤษ แสดงชื่อสินค้าคุณภาพและขนาด ซึ่งแสดงว่า ได้ผลิตขึ้นตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด จากนั้นจะทำการฉีกให้แน่นสนิทเรียบร้อย

ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพไข่สามารถสรุปออกได้ตามลำดับ ดังนี้

1. การขนถ่ายไข่ที่ลำเลียงจากฟาร์ม ป้อนเข้าเครื่องคัดเกรด
2. เครื่องคัดเกรดแยกไข่แตกออก
3. ส่องคัดไข่เสียไข่แตกออก
4. ล้างทำความสะอาดไข่ด้วยน้ำยาล้างไข่
5. เป่าลมไข่ให้แห้งจนน้ำมัน หากจะเก็บไข่ไว้เป็นเวลานานๆ
6. บรรจุหีบห่อเข้าเก็บรักษาในห้องเย็น เตรียมส่งตลาดต่อไป

#### การตลาดไข่ ( Eggs Marketing)

ปทุม เลาหะเกษม (2540 : 298) อธิบายความหมายของตลาดไข่ไก่ว่า หมายถึง ทางผ่านของไข่จากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภค ซึ่งต้องผ่านคนกลาง (Middlemen) หลายขั้นตอน ดังได้กล่าวในตอนต้นแล้วว่าในอดีตการขายไข่ทำกันอย่างง่าย ๆ คือ จากผู้ผลิตก็ไปถึงผู้บริโภคเลย หรือผ่านคนกลางก็ผ่านเพียงคนเดียวคือ พ่อค้าที่มาซื้อไข่ถึงบ้าน ผิดกับการเลี้ยงไก่ไข่เป็นการค้าในปัจจุบันที่มีทางผ่านหลายทางกว่าจะถึงผู้บริโภค และไปถึงผู้บริโภคในรูปแบบที่เป็นสินค้าที่น่าซื้อ คือมีการบรรจุกล่องที่สวยงาม และเป็นไข่ที่สะอาด มีคุณภาพดีตามมาตรฐานสากล และตลาดไข่ไก่ในประเทศไทยเริ่มจำหน่ายจากผู้ผลิตไปถึงผู้บริโภคจะต้องผ่านอย่างน้อย 4 แห่ง คือ

1. พ่อค้าเก็บไข่ ซึ่งส่วนมากได้แก่ เอเยนต์อาหารสัตว์ที่จะให้บริการ ไปรับซื้อไข่ถึงฟาร์ม หรือให้ผู้เลี้ยงนำไปส่งให้ จากนั้นก็จะเก็บรวบรวมไข่ส่งไปยังตลาดกลางไข่หรือล้งไข่
2. พ่อค้าไข่รายย่อย เป็นพ่อค้ารายย่อยที่ซื้อไข่จากฟาร์มเพื่อส่งตลาดกลาง หรือส่งให้กับร้านขายปลีก
3. ตลาดกลางไข่ไก่หรือล้งไข่ ตลาดกลางไข่ไก่จะรับไข่จากพ่อค้าเก็บไข่ พ่อค้าไข่รายย่อย หรือจากฟาร์มไข่ไก่โดยตรง บริษัทอาจทำหน้าที่เป็นตลาดกลาง
4. ร้านขายปลีกและอื่นๆ เช่น ร้านอาหาร โรมแรม โรงพยาบาล หรือร้านทำขนม เป็นต้น ผู้เลี้ยงไก่ไข่บางรายอาจขายไข่ในรูปแบบของการทำสัญญา กับบริษัทผลิตอาหารสัตว์ โดยทางบริษัทจะกำหนดราคาขายตัวตลอดทั้งปีให้ ซึ่งผู้เลี้ยงก็จะไม่เสี่ยงต่อการขาดทุน และมีรายได้แน่นอน แม้ว่าราคาที่กำหนดตามสัญญาจะค่อนข้างต่ำ

### การทำความสะอาด ตรวจสอบภาพและคัดขนาดไข่

ไข่จะถูกนำไปทำความสะอาด ตรวจสอบภาพและคัดขนาดจากนั้นก็ให้นำลงบรรจุลงหรือกล่อง เพื่อส่งไปให้ลูกค้าต่อไป

การทำความสะอาด การทำความสะอาดไข่นั้นว่าสำคัญมาก เพราะนอกจากให้ดูสวยงามน่าซื้อไปบริโภคแล้ว ยังช่วยให้เก็บไว้ได้นานอีกด้วย ในอดีตการทำความสะอาดนิยมการทำ ความสะอาดแบบแห้ง โดยการใช้ผ้าแห้งที่สะอาดเช็ดหรือใช้กระดาษทรายเช็ดดูส่วนที่สกปรกออก ที่ โรงงานบรรจุไข่ในต่างประเทศจะมีเครื่องทำความสะอาดไข่แบบแห้ง โดยให้ไข่ผ่านเข้าไปในเครื่อง ภายในเครื่องจะมีหัวกระดาษทราย หรือแปรงหมุนทำความสะอาดไข่ เมื่อไข่ผ่านออกมาจากเครื่อง ก็จะสะอาดและไม่ใช้วิธีทำความสะอาดแบบเปียก โดยวิธีล้างน้ำ เพราะจะทำให้ไข่เสียเร็ว เนื่องจากการล้างน้ำจะทำให้หุ้มไข่ (Cuticle) ที่เคลือบปิดรู (Pore) บนผิวไข่ที่ทำหน้าที่ป้องกันเชื้อไม่ให้เข้าไปในไข่และป้องกันไม่ให้น้ำในไข่และแก๊สคาร์บอนไดออกไซด์ออกจากไข่เร็วเกินไป

### การแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ (egg products)

ในกรณีที่ผลิตไข่มีปริมาณมาก ไม่สามารถจำหน่ายไข่สดทั้งเปลือกได้หมด จำเป็นต้องนำไข่บางส่วนไปทำเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งไข่ที่นำไปทำผลิตภัณฑ์นี้ส่วนมากอาจไม่เหมาะที่จะนำไปบริโภคเป็นไข่สดได้ แต่ยังเป็นไข่ที่มีส่วนประกอบครบถ้วน และมีคุณค่าทางอาหารที่คืออยู่ทุกประการ ผลิตภัณฑ์ไข่ที่สำคัญคือไข่แช่แข็ง ไข่ผง และไข่คั้น นอกจากนี้จะใช้ประกอบเป็นอาหารเพื่อบริโภคได้โดยตรงแล้ว ยังสามารถนำไปใช้เป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมต่างๆ ซึ่งอาจแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 3 ประเภท คือ

1. อุตสาหกรรมอาหาร ได้แก่ การทำขนมต่างๆ โรงงานทำขนมที่ใช้ไข่เป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น ขนมเค้ก โดนัท ขนมฝรั่ง ไอศกรีม ของหวานแบบไทยๆ ประเภท ทองหยิบ ฝอยทอง ขนมหม้อแกง ฯลฯ ซึ่งนับว่าอุตสาหกรรมประเภทนี้จะขยายตัวใหญ่โตกว้างขวางขึ้นตาม การขยายตัวของบ้านเมือง และอีกไม่นานโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ ของเราก็คงต้องการไข่แช่เย็น หรือแช่แข็ง (Frozen) และไข่ผงกันบ้าง เพราะสะดวกในการใช้

2. ทางการแพทย์และวิทยาศาสตร์ ได้แก่ การใช้ไข่ผสมในน้ำมันที่ใช้เป็นยาการทำวัคซีน นำมาละลายเชื้อในการผสมเทียม กาวหรือสารพริกในการทำสไลด์ ฯลฯ

3. การประดิษฐ์กรรมต่างๆ การทำกาว การทำแชมพู และเครื่องประทินผิว การทำปุ๋ย นอกจากนี้ในสมัยก่อนยังนิยมในการใช้ทำสี การย้อมหนังและการทำเป็นใยเทียม

ผลิตภัณฑ์ใหม่ : ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ไข่ใหม่ๆ อีกหลายชนิดที่กำลังอยู่ในระหว่างการพัฒนา ที่โรงงานทำขนม ภัตตาคาร และผู้บริโภคสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ไข่ที่บรรจุกล่องแบบนม ซึ่ง

สามารถเก็บไว้ได้โดยไม่ต้องใส่ไว้ในตู้เย็น ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่มีขายแล้วขณะนี้ ได้แก่ Yogurt , cottage cheese ที่ทำจากไข่ และ egg custard ที่ผสมกับเชลลี่ เป็นต้น (ปฐุม เถาหะเกษตร, 2540 : 309)

### ตลาดต่างประเทศ

อาวฐ ดันโซ (2540 : 325) กล่าวว่า ตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยยังจำกัดอยู่เฉพาะในประเทศไทยแถบเอเชีย คือ ฮองกง สิงคโปร์ เวียดนาม และบรูไน โดยมีฮ่องกงเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญที่สุด คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 90 ของการส่งออกไข่ทั้งหมด ตลาดฮ่องกงต้องการไข่ปีละ 100 ล้านฟอง ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเพียง 10% และมีคู่แข่งที่สำคัญ คือ อเมริกา จีน เนเธอร์แลนด์ และฝรั่งเศส สภาพการส่งออกโดยทั่วไปของไทยอยู่ในภาวะถดถอย การส่งออกมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องและยุติเกือบสิ้นเชิงในปี 2536 สาเหตุเกิดจากต้นทุนการผลิตไข่ของไทยยังอยู่ในอัตราสูงและประสบปัญหาการสนับสนุนการส่งออกจากประเทศผู้ส่งออกรายอื่นๆ ทำให้ไม่สามารถสู้ราคาได้ แต่อย่างไรก็ตามระบบการค้าเสรีกำลังจะเข้ามาบีบบาท โดยห้ามรัฐบาลให้เงินสนับสนุนเกษตรกรผู้ส่งออก ปล่อยให้เกษตรกรในแต่ละประเทศแข่งขันกันเอง ดังนั้นไข่ไก่ของไทยสามารถเข้าแข่งขันในตลาดโลกได้มากขึ้น แนวโน้มการส่งออกจะเพิ่มขึ้น

### ปัญหาด้านการตลาด

#### ปัญหาการตลาดภายในประเทศ มีดังนี้

1. เกษตรกรขาดความเข้าใจในเรื่องตลาด ส่วนใหญ่ใช้ราคาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจในการขายกำลังการผลิต
2. ปัญหาการผลิตการตลาดไข่ยังต้องอาศัยตลาดในประเทศเป็นหลัก เมื่อเกิดผลผลิตในตลาด ก็จะเกิดราคาไข่ตกต่ำ
3. เกษตรกรผู้ผลิตไม่สามารถรวมตัวกันได้ ทำให้ขาดพลังในการต่อรองราคาและมักตกอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบพ่อค้าอยู่เสมอ
4. ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อราคาได้แก่ การปิดภาคเรียน ฤดูผลไม้ ออก

#### ปัญหาการตลาดต่างประเทศ

1. ต้นทุนการผลิตสูง โดยมีสาเหตุมาจากอาหาร
2. ตลาดต่างประเทศจำกัดอยู่ในวงแคบ
3. การแข่งขันทางการค้าระหว่างผู้ส่งออกทั้งหลาย ไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานทางการค้าในระบบเสรี และในความเป็นธรรม

## 2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ได้มีผู้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในเรื่องต่างๆ จำนวน  
ได้ ดังนี้

มีผลจากการรายงานการทดลองที่บ่งว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ  
เทคโนโลยี เช่น (เอกพงศ์ วรกุล, 2532 : 84) ที่ได้ศึกษาปัจจัยการยอมรับการปลูกไม้ดอกเพื่อเป็นราย  
ได้เสริมของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าระดับการศึกษาของเกษตรกรมีผลต่อการยอมรับ  
ส่วน (บุญเกิด บุตกะ, 2524 : 16 – 23) ได้ทำการวิจัยเรื่องลักษณะที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ  
เทคโนโลยีการเกษตรในประเทศไทย พบว่าปัจจัยอันหนึ่งที่มีอิทธิพลทำให้เกษตรกรยอมรับการ  
เปลี่ยนแปลงพืชใหม่ คือระดับการศึกษานอกจากนี้ (เกษม อุปราสิทธิ์, 2537 : 104) ได้ศึกษาเรื่อง  
ปัจจัย ที่มีผลต่อการยอมรับคำแนะนำ การปลูกเสาวรสของเกษตรกรอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่  
พบว่า การศึกษาของเกษตรกรไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับคำแนะนำการปลูกเสาวรสดและใน  
ขณะเดียวกัน (พงศศักดิ์ อังกสิทธิ์, 2526 : 109) ได้ศึกษาถึงปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับ  
สิ่งปฏิบัติใหม่ๆ ในการดำเนินการเกษตรกรที่สูงของชาวไทยภูเขาเผ่าม้ง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า  
ระดับการศึกษาของเกษตรกรชาวไทยภูเขาเผ่าม้ง ไม่มีความแตกต่าง ในการยอมรับสิ่งปฏิบัติใหม่ๆ

สหัส นิลพันธ์ (2528 : 74) เรื่อง ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับการใช้  
ปูนมาร์ล เพื่อปรับปรุงดินเปรี้ยวของเกษตรกรในตำบลศรีษะกระบือ อำเภอองครักษ์ จังหวัด  
นครนายก พบว่ารายได้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้ปูนมาร์ลของเกษตรกร และ  
(ทนุ ชื่นพูนุฒิ, 2531 : 45) ได้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการปลูกถั่วเหลืองหลังการทำนาของ  
เกษตรกรบ้านแม่ใจ จังหวัดเชียงใหม่ และบ้านหมวกหม้อ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า  
รายได้ของเกษตรกร ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีการปลูกถั่วเหลืองหลังทำนา  
(สมภพ เพชรรัตน์, 2523 : 76) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวกับการยอมรับและไม่ยอมรับเทคโนโลยี  
การเกษตรของเกษตรกรในโครงการปฏิบัติการพัฒนาสังคม อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า เพศ  
ไม่มีความแตกต่างในการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรในโครงการปฏิบัติการพัฒนาสังคม  
ศึกษาถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับการยอมรับ ไม่ยอมรับเทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกรในเขต  
โครงการปฏิบัติการพัฒนาสังคม อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า อายุของเกษตรกรในจังหวัด  
สกลนคร มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการสิ่งตีพิมพ์เกษตรของเกษตรกรและได้ศึกษาถึง  
เรื่องปัจจัยที่เกี่ยวกับการยอมรับ ไม่ยอมรับเทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกรในเขต  
โครงการปฏิบัติการพัฒนาสังคม อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งพบว่า ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร มี  
ความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการยอมรับเทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกร ซึ่งขัดแย้งกับ  
(จันทวรรณ ชมวัน, 2535 : 57) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งเสริมการเลี้ยงโค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื้อ ในพื้นที่ อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งพบว่าจำนวนโคที่เลี้ยงไม่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งเสริมการเลี้ยงโคนเนื้อ

รัชดา ศุวีนันท์ (2538 : 90) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ทางการเกษตรของชาวนาอำเภอกำแพง จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า โอกาสในการได้รับคำแนะนำจะไม่มี ความแตกต่างกัน ทางด้านการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ทางการเกษตรของชาวนา

ไพบูลย์ สุทธสุภา และคณะ (2527 : 100) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการปลูกกาแฟบนที่สูง พบว่า ประสบการณ์มีผลต่อการตัดสินใจในการปลูกกาแฟบนที่สูง

เลอภพ ศิริสันติกุล (2536 : 94) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับคำแนะนำวิธีปฏิบัติการปลูกกาแฟอาราบิก้าของชาวเขาเผ่าม้งในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาหมู่บ้านขุนช่างเคียน ร่มม่อน พบว่า ประสบการณ์การปลูกกาแฟมีผลต่อการปฏิบัติการปลูกกาแฟอาราบิก้าของชาวเขาเผ่าม้งใจ และ ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับคำแนะนำวิธีปฏิบัติการปลูกกาแฟอาราบิก้าของชาวเขาเผ่าม้งในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาหมู่บ้านขุนช่างเคียนร่มม่อน พบว่า ขนาดพื้นที่ไม่ มีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับคำแนะนำวิธีปฏิบัติการปลูกกาแฟอาราบิก้า

จะเห็นได้ว่าปัจจัยต่างๆ ต่อไปนี้คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนั้น มีการศึกษา ประสบการณ์ รายได้ ขนาดของฟาร์ม และโอกาสในการได้รับคำแนะนำปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ซึ่ง จะได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย และกำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัยครั้งนี้ ซึ่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ อีสระเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรในการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดไก่ไข่ ตลอดจนปัญหา ข้อเสนอแนะ และอุปสรรคบางประการในการเลี้ยงไก่ไข่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อีสระเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินงาน

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามหัวข้อต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการฟาร์มไก่ไข่อิสระ จากเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2542 จำนวนทั้งสิ้น 840 คน\*

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล โดยการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ซึ่งได้รับแบบสอบถามกลับคืนทั้งหมด จำนวนทั้งสิ้น 524 ชุด เป็นแบบสอบถามของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ จำนวน 44 ชุด

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นมาเพื่อนำไปสอบถามกับเกษตรกร เพื่อจะได้เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ มีลักษณะเป็นคำถามแบบเปิด (Open-ended question) และคำถามแบบปิด (Close-ended question) และโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่

---

\* กองแผนงาน กรมปศุสัตว์, 2542

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ มีลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended question) มีคำถามทั้งหมด 10 ข้อ ในแต่ละข้อมี 3 ตัวเลือก โดยการให้คะแนนในการวัดระดับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด ไก่ไข่ให้คะแนนแบ่งตามลักษณะการปฏิบัติของเกษตรกรดังนี้

ลักษณะการปฏิบัติของเกษตรกร	ระดับคะแนน
ปฏิบัติในระดับดีมาก	3
ปฏิบัติในระดับปานกลาง	2
ปฏิบัติน้อย	1

นำคะแนนการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระทั้ง 44 คน มาหาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้ มาปรับเป็นระดับของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด ได้ดังนี้

คะแนน 2.36 - 3.00 คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับสูง

คะแนน 1.68 - 2.35 คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับปานกลาง

คะแนน 1.00 - 1.67 คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับน้อย

คะแนนที่ได้จะนำมาคิดแปลงเป็นช่วงๆ เพื่อพิจารณาคะแนนการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ โดยใช้สูตร (ซูศรี วงศ์รัตนา, 2527 : 29)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น (Class Interval)} &= \text{Range} / k \\ &= (X_{\max} - X_{\min}) / k \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{เมื่อ Range} &= \text{พิสัย} \\ X_{\max} &= \text{คะแนนสูงสุด} \\ X_{\min} &= \text{คะแนนต่ำสุด} \\ k &= \text{จำนวนชั้น} \end{aligned}$$

ในการวิจัยครั้งนี้ เทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ ได้กำหนด

คะแนนสูงสุด	=	3	คะแนน
คะแนนต่ำสุด	=	1	คะแนน
จำนวนชั้น	=	3	ชั้น

$$\text{แทนค่าสูตรในอันตรภาคชั้น} = (3 - 1) / 3 = 0.67$$

นำคะแนนการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่ไข่ด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระรวมทั้งสิ้น 30 คะแนน มาปรับระดับการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่ไข่ด้านการตลาด ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับได้ดังนี้

คะแนน 23.42 – 30.00	คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับสูง
คะแนน 16.71 – 23.41	คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับปานกลาง
คะแนน 10.00 - 16.70	คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับน้อย

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคตลอดจนข้อเสนอแนะบางประการด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ โดยเป็นคำถามเปิด (Open-ended question)

### 3.3 การทดสอบแบบสอบถาม

ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบเพื่อความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสอบถาม (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ช่วยในการตรวจสอบ และได้นำแบบสอบถาม ไปทดลองใช้ (Try Out) กับเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในจังหวัดนครปฐม ซึ่งมีลักษณะพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม ใกล้เคียงกับประชากรที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 20 คน แล้วหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cron back) (ถ้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2538 : 200)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[ 1 - \frac{\sum S^2_i}{S^2_t} \right]$$

เมื่อ  $\alpha$  = แทนค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

$S^2_i$  = แทนคะแนน ความแปรปรวนแต่ละข้อ

$S^2_t$  = แทนคะแนนความแปรปรวนของเครื่องมือทั้งฉบับ

$n$  = แทนจำนวนข้อของเครื่องมือวัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แทนค่าในสูตร ได้คุณภาพของแบบทดสอบทั้งฉบับ = 0.8750

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำหนังสือจากงานธุรการ ภาควิชาครุศาสตร์เกษตร คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้รับรองการทำการวิจัย แล้วส่งถึงเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการกรอกแบบสอบถามและส่งแบบสอบถามกลับตามเวลาที่กำหนด (ระหว่าง วันที่ 20 กันยายน 2543 ถึงวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2543) ซึ่งผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปยัง เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย ทางไปรษณีย์ จำนวน 840 ชุด เท่ากับจำนวนเกษตรกรที่มีรายชื่อและที่อยู่ ตามข้อมูลของกองแผนงาน กรมปศุสัตว์ ซึ่งได้รับแบบสอบถามคืนจำนวน 524 ชุด คิดเป็นจำนวน (ร้อยละ 62.38)

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows วิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วยสถิติดังนี้

ค่าความถี่ (Frequency) ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายเชิงพรรณนาข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่ไข่ รายได้รวมของเกษตรกรทั้งปี จำนวนไก่ไข่ภายในฟาร์ม และโอกาสในการได้รับคำแนะนำวิชาการด้านการเลี้ยงไก่ไข่ และการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและวิจารณ์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลสภาพพื้นฐานทางลักษณะส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ

ตารางที่ 4.1 แสดงเพศของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	37	84.10
หญิง	7	15.90
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงเพศของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยทั้งหมดจำนวน 44 คน พบว่า เป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 84.10 และ ร้อยละ 15.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงอายุของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
20 – 30	4	9.10
31 – 40	10	22.72
41 – 50	12	27.27
51 - 60	12	27.27
61 - 70	5	11.36
71 - 80	1	2.28
รวม	44	100.00

อายุต่ำสุด 22 ปี

อายุเฉลี่ย 47.31 ปี

อายุสูงสุด 75 ปี

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 12.53

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.2 แสดงอายุของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทยมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 47.31 ปี มีอายุน้อยที่สุด 22 ปี อายุมากที่สุด 75 ปี ซึ่งเกษตรกรมีอายุอยู่ในกลุ่มอายุระหว่าง 41-50 ปี และ 51-60 ปี มีมากที่สุด (ร้อยละ 27.27) รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 22.72) และมีช่วงอายุน้อยที่สุด อยู่ระหว่าง 71-80 ปี (ร้อยละ 2.28)

**ตารางที่ 4.3** แสดงระดับการศึกษาของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระใน เขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	25	56.80
ระดับสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	19	43.20
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 4.3 แสดงระดับการศึกษาของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นศึกษา (ร้อยละ 56.80) รองลงมา มีการศึกษาสูงกว่าในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 43.20)

**ตารางที่ 4.4** แสดงประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่ไข่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

ประสบการณ์ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
1-9	19	43.18
10-19	14	31.82
20-29	7	15.90
30-39	2	4.55
40-49	2	4.55
รวม	44	100.00

ประสบการณ์ต่ำสุด 1 ปี

ประสบการณ์เฉลี่ย 12.25 ปี

ประสบการณ์สูงสุด 45 ปี

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 10.12



**ตารางที่ 4.6 แสดงโอกาสในการได้รับคำแนะนำทางวิชาการด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย**

โอกาสในการได้รับคำแนะนำ (ครั้ง)	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
0	35	79.50
1	7	15.90
2	1	2.30
3	0	0.00
4	1	2.30
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 แสดงโอกาสในการได้รับคำแนะนำทางวิชาการด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระส่วนใหญ่ไม่ได้รับคำแนะนำจากนักวิชาการ (ร้อยละ 79.50) รองลงมาเกษตรกรได้รับคำแนะนำ 1 ครั้ง (ร้อยละ 15.90) และได้รับคำแนะนำจากนักวิชาการจำนวน 2 และ 4 ครั้งเท่ากัน (ร้อยละ 2.30)

**ตารางที่ 4.7 แสดงรายได้จากฟาร์มในปี พ.ศ. 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่ายของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย**

รายได้ (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
น้อยกว่า 80,000	16	36.36
80,001-160,000	5	11.36
160,001-240,000	3	6.84
240,001-320,000	1	2.27
320,001-4,000,000	2	4.54
มากกว่า 4,000,000	17	38.63
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100.00</b>

รายได้ต่ำสุด 4,000 บาท

รายได้เฉลี่ย 783,938.6 บาท

รายได้สูงสุด 9,000,000 บาท

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1,751,281

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.7 แสดงรายได้จากฟาร์มในปี พ.ศ. 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่ายของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ ไช้อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย พบว่า เกษตรกรมีรายได้เฉลี่ยเท่ากับ 783,938.6 บาท มีรายได้ต่ำสุดเท่ากับ 4,000 บาท รายได้สูงสุดเท่ากับ 9,000,000 บาท เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ ไช้อิสระจะมีรายได้ในช่วง มากกว่า 400,000 มีมากที่สุด (ร้อยละ 38.63) รองลงมา มีรายได้ น้อยกว่า 80,000 บาท (ร้อยละ 36.36) และมีรายได้ในช่วง 80,001-160,000 บาท (ร้อยละ 11.36)

**ตารางที่ 4.8 แสดงวิธีการขายไข่ไก่ในฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ ไช้อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย**

วิธีการขายไข่ไก่	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
ขายถึงผู้บริโภคโดยตรง	15	34.10
ขายผ่านพ่อค้าคนกลางหรือบริษัท	29	65.90
รวม	44	100.00

จากตารางที่ 4.8 แสดงวิธีการขายไข่ไก่ในฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ ไช้อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ ไช้อิสระเกินกว่าครึ่งขายไข่ไก่โดยขายผ่านพ่อค้าคนกลางหรือบริษัท (ร้อยละ 65.90) และขายไข่ไก่ถึงผู้บริโภคโดยตรง (ร้อยละ 34.10)

#### 4.2 การยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่ไข่ด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย

จากการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีด้านการเลี้ยงไก่ไข่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยี เป็นรายชื่อแสดงเป็นค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการตลาดโดยมีรายละเอียดของคะแนนที่ได้มีการตัดแปลงเป็นช่วงๆ เพื่อพิจารณาระดับการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ ไช้อิสระ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกร  
ผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	ค่าเฉลี่ย (คะแนน) X	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)
<b>1. วิธีขายไข่ไก่โคย</b>				
- ขายส่งถึงผู้บริโภคโดยตรง	13	29.55		
- ขายผ่านพ่อค้าคนกลาง	23	52.27		
- ขายให้พ่อค้าแม่ค้าในตลาด	8	18.18	1.77	0.88
(ยอมรับปานกลาง)				
<b>2. แหล่งซื้อขายไข่ไก่ของฟาร์ม</b>				
- ซื้อขายบริเวณรอบๆฟาร์ม	12	27.27		
- ซื้อจังหวัดข้างเคียง	15	34.09		
- ซื้อขายภายในจังหวัด	17	38.64	2.07	0.79
(ยอมรับปานกลาง)				
<b>3. การซื้อขายไข่ไก่</b>				
- ซื้อขายหน้าฟาร์มโดยใช้เงินสด	24	54.54		
- ซื้อขายแล้วแต่ซื้อตกลง	13	29.55		
- แล้วแต่พ่อค้าคนกลางจะกำหนด	7	15.91	2.39	0.75
(ยอมรับสูง)				
<b>4. วิธีการคัดเกรดไข่ในฟาร์ม</b>				
- เครื่องคัดไข่อัตโนมัติ	17	38.64		
- ใช้ตราชั่ง	14	31.82		
- ไม่มีการคัดไข่	13	29.54	2.09	0.83
(ยอมรับปานกลาง)				
<b>5. การทำความสะอาดไข่ไก่ก่อนขาย</b>				
- ทำความสะอาดทุกครั้ง	14	31.82		
- ทำบางครั้ง	15	34.09		
- ไม่ทำความสะอาดเลย	15	34.09	1.98	0.82
(ยอมรับปานกลาง)				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	ค่าเฉลี่ย (คะแนน) X	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)
<b>6.อุปกรณ์ที่ใช้ในการบรรจุไข่ไก่</b>				
- แพงไข่	42	95.46		
- กล่องกระดาษ	1	2.27		
- ถุงพลาสติก	1	2.27	2.93	0.33
			(ยอมรับสูง)	
<b>7.การแปรรูปไข่ภายในฟาร์ม</b>				
- มีการแปรรูป	4	9.10		
- แปรรูปบางครั้ง	5	11.36		
- ไม่มี	35	79.54	1.29	0.63
			(ยอมรับน้อย)	
<b>8.การเช็คราคาไข่</b>				
- เช็คตลอด	26	59.10		
- เช็คบางครั้ง	16	36.36		
- ไม่ค่อยเช็คเลย	2	4.54	2.54	0.59
			(ยอมรับสูง)	
<b>9.การเข้าร่วมประชุมกำหนดราคาไข่ไก่</b>				
- เข้าร่วมประชุมทุกครั้ง	5	11.36		
- บางครั้ง	8	18.18		
- ไม่เข้าร่วมเลย	31	70.46	1.41	0.69
			(ยอมรับน้อย)	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	ค่าเฉลี่ย (คะแนน) X	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)
<b>10. การเข้ารับการอบรมด้านการตลาด</b>				
<b>ไก่ไข่</b>				
- เข้าร่วม	5	11.36		
- บ่อยครั้ง	4	9.10		
- ไม่ค่อยเข้ารับการอบรม	35	79.54	1.29	0.63
			(ยอมรับน้อย)	

จากตารางที่ 4.9 แสดงค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกร ผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย พบว่า

การซื้อขายไข่ไก่ จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรจำหน่ายโดยวิธีการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง (ร้อยละ 52.27) วิธีการขายส่งถึงผู้บริโภคโดยตรง (ร้อยละ 29.55) และเกษตรกรวิธีการขายให้พ่อค้าแม่ค้าใน (ร้อยละ 18.18) เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนการยอมรับได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.77 สรุปได้ว่า มีการยอมรับเทคโนโลยีในด้านการตลาดระดับปานกลาง

แหล่งซื้อขายไข่ไก่ของฟาร์ม จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรซื้อขายจังหวัดข้างเคียง (ร้อยละ 38.64) รองลงมาซื้อขายภายในจังหวัด (ร้อยละ 34.09) และเกษตรกรซื้อขายบริเวณรอบๆ ฟาร์ม (ร้อยละ 27.27) เมื่อพิจารณาคะแนนการยอมรับได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.07 สรุปได้ว่า มีการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับปานกลาง

การซื้อขายไข่ไก่ จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรซื้อขายโดยการขายหน้าฟาร์มโดยใช้เงินสด (ร้อยละ 54.54) รองลงมาซื้อขายแล้วแต่ช้อดกลาง (ร้อยละ 29.55) และเกษตรกรซื้อขายแล้วแต่พ่อค้าคนกลางจะกำหนด (ร้อยละ 15.91) เมื่อพิจารณาคะแนนการยอมรับได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.39 สรุปได้ว่า มีการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับสูง

วิธีการคัดกรวดไข่ในฟาร์ม จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรไม่มีการคัดไข่ (ร้อยละ 38.64) รองลงมาใช้ตราหังในการคัดไข่ (ร้อยละ 31.82) และเกษตรกรใช้เครื่องคัดไข่อัตโนมัติ (ร้อยละ 29.54) เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนการยอมรับ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.09 สรุปได้ว่า มีการยอมรับเทคโนโลยีในด้านการตลาดในระดับปานกลาง

การทำความสะอาดไขไก่ก่อนขาย จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรไม่ทำความสะอาดไขไก่ก่อนจำหน่ายและทำความสะอาดบางครั้ง เท่ากัน (ร้อยละ 34.09) และเกษตรกรทำความสะอาดไขไก่ก่อนจำหน่าย (ร้อยละ 31.82) เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนการยอมรับ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.98 สรุปได้ว่า มีการยอมรับเทคโนโลยีในด้านการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

อุปกรณ์ที่ใช้การบรรจุไขไก่ จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรใช้แผงไข่ในการบรรจุไขไก่ (ร้อยละ 95.46) รองลงมาเกษตรกรใช้กล่องกระดาษและถุงพลาสติกเท่ากัน (ร้อยละ 2.27) เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนการยอมรับ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 สรุปได้ว่า มีการยอมรับเทคโนโลยีในด้านการตลาดอยู่ในระดับสูง

การแปรรูปไข่ในฟาร์ม จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรไม่มีการแปรรูปไข่ (ร้อยละ 79.54) รองลงมามีการแปรรูปบางครั้ง (ร้อยละ 11.36) และเกษตรกรมีการแปรรูปไข่ (ร้อยละ 9.10) เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนการยอมรับ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.29 สรุปได้ว่า มีการยอมรับเทคโนโลยีในด้านการตลาดอยู่ในระดับต่ำ

เกษตรกรมีการเช็คราคาไข่ จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรมีการเช็คราคาตลอด (ร้อยละ 59.10) รองลงมามีการเช็คราคาบางครั้ง (ร้อยละ 36.36) และเกษตรกรไม่คอยเช็คราคาเลย (ร้อยละ 4.54) เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนการยอมรับ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 สรุปได้ว่า มีการยอมรับเทคโนโลยีในด้านการตลาดอยู่ในระดับสูง

เกษตรกรเข้าร่วมการประชุมกำหนดราคาไขไก่ จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรไม่เคยเข้าร่วมเลย (ร้อยละ 70.46) รองลงมาเข้าร่วมบางครั้ง (ร้อยละ 18.18) และเกษตรกรเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง (ร้อยละ 11.36) เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนการยอมรับ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.41 สรุปได้ว่า มีการยอมรับเทคโนโลยีในด้านการตลาดอยู่ในระดับต่ำ

เกษตรกรได้เข้ารับการอบรมด้านการตลาด จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรไม่ค่อยเข้ารับการอบรม (ร้อยละ 79.54) รองลงมาเข้ารับการอบรม (ร้อยละ 11.38) และเกษตรกรบ่บ่อยครั้งที่เข้ารับการอบรม (ร้อยละ 9.10) เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนการยอมรับ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.29 สรุปได้ว่า มีการยอมรับเทคโนโลยีในด้านการตลาดระดับต่ำ

**ส่วนที่ 2 การวัดระดับการยอมรับ โดยแสดงเป็นคะแนนรวมของการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระด้านการตลาด**

**ตารางที่ 4.10 แสดงระดับการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่ไข่ด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยง  
ไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย เป็นคะแนนรวม**

ระดับการยอมรับเทคโนโลยี	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)
มีการยอมรับเทคโนโลยีระดับสูง (23.42 – 30.00 คะแนน)	5	11.36		
มีการยอมรับเทคโนโลยีระดับปานกลาง (16.71 – 23.41 คะแนน)	35	79.55		
มีการยอมรับระดับต่ำ (10.00 – 16.70 คะแนน)	4	9.09		
รวม	44	100.00	19.80	2.76
			ยอมรับปานกลาง	

ตารางที่ 4.10 แสดงระดับการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่ไข่ด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย เป็นคะแนนรวม พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับปานกลาง (ร้อยละ 79.55) รองลงมามีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับสูง (ร้อยละ 11.36) และเกษตรกรที่มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับต่ำ (ร้อยละ 9.09) เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนรวมของการยอมรับ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 19.80 จึงสรุปได้ว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย มีการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่ไข่ด้านการตลาดในระดับปานกลาง

#### 4.3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย

จากการศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อแนะนำด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ประเภทอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย สามารถสรุปได้ดังนี้ คือ ราคาไข่ตกต่ำ เนื่องจากพ่อค้าคนกลางเอารัดเอาเปรียบ และต้นทุนในการผลิตสูง แต่ขายได้ราคาต่ำ ส่งผลให้มีรายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่ายรวมถึงคู่แข่งที่มีอำนาจในการกำหนดราคาไข่สูงกว่า

#### 4.4 วิจารณ์ผล

จากการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

##### 4.4.1 ทางด้านสภาพพื้นฐานของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 47.31 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาค่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่ไข่เฉลี่ย 12.25 ปี ซึ่งจะเห็นว่า เกษตรกรที่รับผิดชอบในดูแลกิจการฟาร์มไก่ไข่อิสระส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และเป็นผู้ที่มียุเฉลี่ยค่อนข้างมาก และดำเนินกิจการเลี้ยงไก่ไข่อิสระมานาน โดยพิจารณาจากประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่ไข่ แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรที่เลี้ยงไก่ไข่อิสระนั้น ถึงแม้เกษตรกรจะมีการศึกษาในระดับต่ำกว่าชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ยังสามารถที่จะดำเนินกิจการและมีรายได้ตลอดปีสูง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ลักษณะพื้นฐานที่กล่าวมาข้างต้นนั้นมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระนั้นสามารถดูแลกิจการมาได้จนถึงปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับ เทพ พงษ์พานิช (2527 : 310-311) ที่กล่าวว่า เกษตรกรสามารถเรียนรู้ รับรู้ ได้ดีก็ต่อเมื่อเขามีความปรารถนา และนำเอาความรู้นั้นไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์กับตัวของเกษตรกรเอง และเมื่อเกษตรกรมองเห็นคุณค่าหรือประโยชน์ในสิ่งที่ทำแล้วเกษตรกรย่อมที่จะพยายามเรียนรู้ความผิดพลาดแล้วทำการแก้ไข จนมีความชำนาญ และนอกจากนี้ยังมีปัจจัยอีกมากมายที่ทำให้เกษตรกรมีอัตราการยอมรับ มาก น้อย ช้า เร็ว แตกต่างกันไป เช่น การศึกษา อายุ เพศ สถานะทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

โอกาสของการได้รับคำแนะนำทางด้านวิชาการในการเลี้ยงไก่ไข่ จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระส่วนใหญ่ไม่ได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการเลี้ยงไก่ไข่ แต่เมื่อพิจารณาการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรด้านการตลาด พบว่า เกษตรกรมีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับน้อย 3 รายการและสูง 3 รายการเท่ากัน แสดงให้เห็นว่า โอกาสในการได้รับคำแนะนำทางด้านวิชาการไม่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับ รัชดา ตูวินันท์ (2538 : 90) ที่ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ทางการเกษตรของชาวนา อำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า โอกาสในการได้รับคำแนะนำไม่มีความแตกต่างกันทางด้าน การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ทางการเกษตรของชาวนา

4.4.2 การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดไก่ไข่ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยจากผลการศึกษาเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระมีการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ที่ระดับปานกลางแต่มีอยู่ 3 รายการ ที่มีการยอมรับในระดับสูงจึงเป็นที่น่าสังเกตว่าทำไมสามประการดังต่อไปนี้ คือ

ประการแรกเรื่องของอุปกรณ์ที่ใช้ในการบรรจุไข่ไก่เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้แผงไข่ในการบรรจุไข่ไก่ (ร้อยละ 95.46) ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่สะดวกต่อการขนส่งและผู้ซื้อสามารถมองเห็นผลผลิตหรือสินค้าได้อย่างชัดเจนก่อนที่จะตัดสินใจซื้อโดยสอดคล้องกับ ปฐม เกษะเกษตร (2540 : 298) กล่าวว่า การบรรจุผลิตภัณฑ์ต้องบรรจุในกล่องที่สวยงามดึงดูดผู้ซื้อให้ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ประการที่สองการซื้อขายไข่ไก่เกษตรกรส่วนใหญ่มีการซื้อขายหน้าฟาร์มโดยใช้เงินสด (ร้อยละ 54.54) ซึ่งแสดงว่าเกษตรกรมีอำนาจในการต่อรองราคาโดยไม่ต้องมีภาระผูกพันซ์ทางการตลาด อาศัยความชำนาญ กำหนดราคาตามการเคลื่อนไหวของตลาดพร้อมทั้งใช้วิจรรย์วางแผนพิจารณาวางแผนการผลิตด้วยตนเองซึ่งสอดคล้องกับ ปฐม เกษะเกษตร (2540 : 298) ที่กล่าวว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่บางรายที่ไม่ความมั่นใจในการวางแผนการผลิตและไม่มีตลาดรองรับผลผลิต อาจขายไข่ในรูปของการทำสัญญากับบริษัทผลิตอาหารสัตว์ โดยทางบริษัทจะกำหนดราคาขายตัวตลอดทั้งปีให้เอง ซึ่งผู้เลี้ยงก็จะได้รับราคาที่กำหนดตามสัญญาที่ค่อนข้างต่ำ

ประการสุดท้ายคือเรื่องของการเชีคราคาไข่ จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีการเชีคราคาไข่ตลอด (ร้อยละ 59.10) ซึ่งก็สอดคล้องกับเทพ พงษ์พานิชย์ (2527 : 310) ที่กล่าวว่าเกษตรกรที่มีความสนใจที่จะแสวงหาความรู้อยู่ตลอดเวลาจะมีการยอมรับเทคโนโลยีที่ดีกว่าเกษตรกรที่ไม่ขวนขวายหาความรู้เช่นเดียวกันที่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระมีการเชีคราคาของผลผลิตอยู่ตลอดเวลาที่แสดงว่าเกษตรกรมีการสนใจว่าควรจะผลิตผลผลิตมากน้อยเท่าใด ผลิตออกมาแล้วจะมีตลาดมารองรับเพียงพอหรือไม่ แสดงว่าเกษตรกรมีความเข้าใจในเรื่องของกลไกทางการตลาดเป็นอย่างดีใหม่ๆ ต่อตัวเองและเกษตรกรถ้ามีทัศนคติไปในทางบวกก็จะรับรู้และเปลี่ยนแปลงได้ง่ายและได้ดี

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุป

การศึกษารังนี้ เป็นการศึกษาดำเนินการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง สภาพพื้นฐานทางด้านลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดไก่ไข่และปัญหาอุปสรรค รวมทั้งข้อเสนอแนะในด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย

ประชากรที่ใช้ศึกษารังนี้ เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทยจำนวน 44 ชุด ตามข้อมูลของกองแผนงาน กรมปศุสัตว์

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการวิจัยสามารถสรุปไปดังนี้

##### 5.1.1 การศึกษาข้อมูลทางด้านลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม

จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ปรากฏว่าเป็นเพศชายมากที่สุด คือ (ร้อยละ 84.10) และ (ร้อยละ 15.90) เป็นเพศหญิง อายุเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระส่วนใหญ่ (ร้อยละ 27.27) มีอยู่ในอายุระหว่าง 41-50 ปี และ อายุระหว่าง 51-60 ปี มากที่สุดเท่ากัน ระดับการศึกษาเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 56.80) ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่ไข่ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระส่วนใหญ่ (ร้อยละ 43.18) มีประสบการณ์จากการเลี้ยงไก่ไข่ระหว่าง 1 - 9 ปี รองลงมา (ร้อยละ 31.82) มีประสบการณ์ 10-19 ปี ส่วนผู้ที่มีประสบการณ์ระหว่าง 20-29 ปี คือ (ร้อยละ 15.90) ทั้งนี้ สำหรับเกษตรกรที่มีประสบการณ์การเลี้ยงที่ระหว่าง 30-39 ปี และ 40-49 ปี มีจำนวนเท่ากันคือ (ร้อยละ 4.55) จากการสำรวจพบว่ามีเกษตรกรที่มีประสบการณ์น้อยที่สุด คือเพียง 1 ปี ในขณะที่มากที่สุด คือ 45

จำนวนไก่ไข่ภายในฟาร์ม เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 52.28) เลี้ยงไก่ไข่ในแต่ละฟาร์มอยู่ในระหว่าง มากกว่า 5,000 ตัว โอกาสในการได้รับคำแนะนำจากนักวิชาการการเก็บข้อมูลในพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาจากการเลี้ยงไก่ไข่ในเดือนที่ผ่านมา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ได้รับคำแนะนำในด้านวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งใดก็

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาม คิดเป็น (ร้อยละ 79.50) มากที่สุด ที่เหลือออกนั้นได้รับคำแนะนำมาก่อน ซึ่งมีจำนวนครั้งแตกต่างกันออกไป กล่าวคือ ได้รับคำแนะนำ 1 ครั้ง คิดเป็น (ร้อยละ 15.90) ส่วนที่ได้รับคำแนะนำน้อยที่สุด คือ 2 และ 4 ครั้ง คิดเป็น (ร้อยละ 2.30) เกษตรกรมีรายได้จากการจำหน่ายไก่ไข่ตลอดปี 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่าย พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง มากกว่า 4,000,000 บาท คือ (ร้อยละ 38.63) รองลงมาได้แก่กลุ่มที่มีรายได้รวม น้อยกว่า 84,000 บาท คิดเป็น (ร้อยละ 36.36) สำหรับเกษตรกรที่มีรายได้ระหว่าง 80,001-160,000, 160,001-240,000, 240,001-320,000 และ 320,001-400,000 (ร้อยละ 11.36 ,6.84 ,2.27 และ 4.54) ตามลำดับรายได้รวมต่ำสุด และสูงสุด คือ 4,000 บาท กับ 9,000,000 บาท ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 783938.6 วิธีการขายไข่ไก่ในฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระที่ใหญ่ (ร้อยละ 65.90) คือ ขายผ่านพ่อค้าคนกลางหรือบริษัท ส่วนวิธีการขายไข่ไก่ถึงมือผู้บริโภคโดยตรง คิดเป็น (ร้อยละ 34.10)

#### 5.1.2 การศึกษาข้อมูลด้านการยอมรับเทคโนโลยีทางการเกษตรในด้านการตลาดไก่ไข่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ประเภทอิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

จากการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่ไข่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ โดยพิจารณาคะแนนรวม พบว่า เกษตรกรยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับที่ปานกลาง เมื่อพิจารณาการยอมรับเทคโนโลยีเป็นรายข้อสามารถสรุปได้ดังนี้

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระที่อยู่ในระดับสูง ได้แก่ การซื้อขายไข่ไก่ จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรซื้อขายโดยการขายหน้าฟาร์ม โดยใช้เงินสด (ร้อยละ 54.54) รองลงมาซื้อขายแล้วแต่ขอตกลง (ร้อยละ 29.55) และเกษตรกรซื้อขายแล้วแต่พ่อค้าคนกลางจะกำหนด (ร้อยละ 15.91) โดยมีค่าเฉลี่ยการยอมรับอยู่ที่ 2.39

อุปกรณ์ที่ใช้ในการบรรจุไข่ไก่ จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรใช้แผงไข่ในการบรรจุไข่ไก่ (ร้อยละ 95.46) รองลงมาเกษตรกรใช้กล่องกระดาษและถุงพลาสติกเท่ากัน (ร้อยละ 2.27) โดยมีค่าเฉลี่ยการยอมรับอยู่ที่ 2.93

การเช็คราคาไข่ จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรมีการเช็คราคาตลอด (ร้อยละ 59.10) รองลงมามีการเช็คราคาบางครั้ง (ร้อยละ 36.36) และเกษตรกรไม่ค่อยเช็คราคาเลย (ร้อยละ 4.54) โดยมีค่าเฉลี่ยการยอมรับอยู่ที่ 2.54

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่

การซื้อขายไข่ไก่ จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรจำหน่ายโดยวิธีการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง (ร้อยละ 52.27) วิธีการขายส่งถึงผู้บริโภคโดยตรง (ร้อยละ 29.55) และเกษตรกรวิธีการ

ขายให้พ่อค้าแม่ค้าใน (ร้อยละ 18.18) โดยมีค่าเฉลี่ยการยอมรับอยู่ที่ 1.77

แหล่งซื้อขายไข่ไก่ของฟาร์ม จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรซื้อขายจังหวัดข้างเคียง (ร้อยละ 38.64) รองลงมาซื้อขายภายในจังหวัด (ร้อยละ 34.09) และเกษตรกรซื้อขายบริเวณรอบๆ ฟาร์ม(ร้อยละ 27.27) โดยมีค่าเฉลี่ยการยอมรับอยู่ที่ 2.07

วิธีการคัดเกรดไข่ในฟาร์ม จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรไม่มีการคัดไข่ (ร้อยละ 38.64) รองลงมาใช้ตราชั่งในการคัดไข่ (ร้อยละ 31.82) และเกษตรกรใช้เครื่องคัดไข่อัตโนมัติ (ร้อยละ 29.54) โดยมีค่าเฉลี่ยการยอมรับอยู่ที่ 2.09

การทำความสะอาดไข่ไก่ก่อนขาย จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรไม่ทำความสะอาดไข่ไก่ก่อนจำหน่ายและทำความสะอาดบางครั้ง เท่ากัน (ร้อยละ 34.09) และเกษตรกรทำความสะอาดไข่ไก่ก่อนจำหน่าย (ร้อยละ 31.82) โดยมีค่าเฉลี่ยการยอมรับอยู่ที่ 1.98

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระที่อยู่ในระดับน้อยได้แก่

การแปรรูปไข่ในฟาร์ม จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรไม่มีการแปรรูปไข่ (ร้อยละ 79.54) รองลงมามีการแปรรูปบางครั้ง (ร้อยละ 11.36) และเกษตรกรมีการแปรรูปไข่ (ร้อยละ 9.10) โดยมีค่าเฉลี่ยการยอมรับอยู่ที่ 1.29

การเข้าร่วมการประชุมกำหนดราคาไข่ไก่ จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรไม่เคยเข้าร่วมเลย (ร้อยละ 70.45) รองลงมาเข้าร่วมบางครั้ง (ร้อยละ 18.18) และเกษตรกรเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง (ร้อยละ 11.36) โดยมีค่าเฉลี่ยการยอมรับอยู่ที่ 1.41

การเข้ารับการอบรมด้านการตลาดไข่ไก่ จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรไม่ค่อยเข้ารับการอบรม (ร้อยละ 79.54) รองลงมาเข้ารับการอบรม (ร้อยละ 11.38) และเกษตรกรบ่อยครั้งที่เข้ารับการอบรม (ร้อยละ 9.10) โดยมีค่าเฉลี่ยการยอมรับอยู่ที่ 1.29

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาการวิจัย

จะเห็นว่า เกษตรกรไม่ได้รับคำแนะนำทางวิชาการมากเพียงพอ ควรที่จะมีหน่วยงานที่คอยส่งเสริมและแนะนำแนวทางวิธีการแก้ปัญหาการตลาด โดยจัดหน่วยงานให้ภาครัฐเข้าช่วยแทรกแซงราคาให้สูงขึ้น โดยจัดหาตลาดเพื่อรองรับผลผลิตที่ล้นตลาด โดยสร้างแผนงานด้านการตลาด เพื่อให้การผลิตไข่ไก่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและให้เกษตรกรผู้ค้าและผู้บริโภคไข่ไก่ได้รับความเป็นธรรมทางด้านราคา รวมทั้งการแปรรูปไข่ไก่เป็นผลิตภัณฑ์เพิ่ม โดยสนับสนุนการ

จัดตั้งโรงงานแปรรูปหรือการขยายโรงงานโดยให้รับการส่งเสริมการลงทุน เพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ และจัดเก็บรักษาไว้ในระยะยาวนานขึ้น อีกนัยหนึ่ง ซึ่งเป็นเหตุที่เกษตรกรไม่ได้กำไร เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจำเป็นต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตสูง รัฐควรลดภาษีการนำเข้าสำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตไข่ไก่ เพื่อลดต้นทุนในการส่งออกและทำให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ ที่สำคัญต้องพัฒนาตัวเกษตรกรโดยให้การสนับสนุนด้านศึกษาแก่เกษตรกรโดยอาจจะเป็นการศึกษานอกระบบการศึกษา และจัดตั้งสหกรณ์หรือรวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือกันในการผลิต รวมถึงเป็นการสร้างอำนาจในการต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลาง จึงควรมีแนวทางที่จะให้ภาครัฐเข้าไปส่งเสริมความรู้ด้านการตลาดเพิ่มขึ้น เพื่อจะได้ให้เกษตรกรมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับด้านการตลาดอย่างถูกต้อง

### 5.2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาและเปรียบเทียบรายได้ของฟาร์มในแต่ละปีที่ผ่านมา กับเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ ประกันราคา รับจ้างเลี้ยงกับบริษัทว่า มีความเป็นอยู่กันอย่างไร รายได้ที่แท้จริงนั้นเป็นอย่างไร
2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่นที่มีผลกระทบต่อตลาดไข่ไก่ และปัญหาอุปสรรค และวิธีการแก้ปัญหาของเกษตรกรด้วย เพื่อเป็นข้อมูลหรือเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการเลี้ยงไก่ไข่อิสระให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นสามารถแข่งขันในตลาดได้
3. ควรมีการศึกษาหาแนวทางในการให้ความรู้หรือถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสมด้านการตลาด แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระเพิ่มมากขึ้น
4. ควรศึกษาสาเหตุของการลดจำนวนผู้ประกอบการเลี้ยงไก่ไข่อิสระ เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาการเลี้ยงไก่ไข่อิสระต่อไป

## บรรณานุกรม

- กองบรรณาธิการ. 1998. การบริโภคไข่ไก่ต่อคนต่อปีของบางประเทศ. สารันไก่. 47 (เมษายน) 20.
- กองแผนงาน กองปลูสัตว์. 2542. รายชื่อเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : กรมปลูสัตว์. (สำเนา).
- เกษม อุปราสิทธิ์. 2537. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับคำแนะนำการปลูกสาวรของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 110 น.
- จันทวรรณ ชมวัน. 2535. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา. เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 120 น.
- ชูพหเทพ พงศ์สร้อยเพชร. 2531. การส่งเสริมการเกษตรเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : องค์การค้ำของคุรุสภา. แปลจาก 1998 An Introduction to Agricultural Extension ของ A.T. Mosher. 271 p.
- ชูศรี วงศ์รัตน. 2537. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : บริษัท บีเอฟ ไอ จำกัด. หน้า 29.
- ทนุ ชื่นฟูวุฒิ. 2531. การยอมรับเทคโนโลยีการปลูกถั่วเหลืองหลังการทำนาของเกษตรกรบ้านแม่ใจ ตำบลบ้านเป้าและบ้านบวกหม้อ ตำบลขี้เหล็กอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่ใจ. 121 น.
- เทพ พงษ์พานิช. 2527. การส่งเสริมการเกษตร. เชียงใหม่ : สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่ใจ. 311 น.
- ธวัชชัย ศุกคิชฐ์. 2539. การยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่เนื้อของเกษตรกรผู้เลี้ยงอิสระจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน. การค้นคว้าแบบอิสระสาขาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 108 น.
- ธำรงค์ดี พลบำรุง. 2532. การเลี้ยงไก่พันธุ์ไข่. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท ไทยวัฒนาพานิช จำกัด. 49 น.
- บุญธรรม จิตค่อนันต์. 2536. จิตวิทยาในการส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพมหานคร : สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 300 น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- บุญสม วราเอกศิริ. 2529. หลักและวิธีการส่งเสริมการเกษตร. เชียงใหม่ : สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้. 159 น.
- บุญเกิด บุคคะ. 2524. “ลักษณะที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีการเกษตรในประเทศไทย”. วารสารเศรษฐกิจการเกษตร. (สิงหาคม) : 16-23.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. 2539. วิธีวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร. หจก. พีเอ็นการพิมพ์. 328 น.
- ปฐม เลาหะเกษตร. 2540. การเลี้ยงสัตว์ปีก. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สมมิตรออฟเซต. 328 น.
- พงศ์ศักดิ์ อังกสิทธิ์. 2526 . ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับสิ่งปฏิบัติใหม่ ๆ ในการดำเนิน การเกษตรที่สูงของชาวไทยภูเขาเผ่าม้ง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 109 น.
- ไพบุลย์ สุทธสุภาและคณะ. 2527. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการปลูกกาแฟบนที่สูง. รายงานการวิจัยโครงการศูนย์วิจัยและพัฒนากาแฟบนที่สูง คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 100 น.
- ภูวดล สาลีเกษตร. 2536. ผลการนำนวัตกรรมไปสู่ชนบท : ศึกษากรณีการยอมรับการผสมเทียมโค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการจัดการสิ่งแวดล้อม คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 210 น.
- ภูวนาท นนทธีชัย. ม. ป.ป. การเลี้ยงไก่ไข่. กรุงเทพฯ : โครงการหนังสือเกษตรชุมชน. 78 น.
- รัชดา ตูวินันท์. 2539. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเกษตรของชาวอำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต รัฐศาสตร์ (สังคมวิทยาและมนุษยวิทยา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 120 น.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538. เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น จัดพิมพ์. 200 น.
- เลอภพ คีรีสันติกุล. 2536. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับคำแนะนำ วิธีการปฏิบัติการผลิตกาแฟอาราบิก้าของชาวเขาเผ่าม้งในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาหมู่บ้านช่างเคียน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 123 น.
- วิทยา คำรงค์เกียรติศักดิ์. 2539. การสื่อสารทางการเกษตร. เชียงใหม่ : สถาบันการเกษตรแม่โจ้.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศุทธการ, กรม. 2541. ปริมาณและมูลค่าการส่งออกไข่ไก่ปี 2521-2540. สารส้มไก่. 46 (มกราคม-กุมภาพันธ์) : 40
- สมภพ เพชรรัตน์. 2523. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับ – ไม่ยอมรับ เทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกรในเขตโครงการปฏิบัติการพัฒนาสังคมอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 175 น.
- สหัส นนิตพันธ์. 2528. ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับขบวนการยอมรับการใช้ปุ๋ยในมาร์ลเพื่อปรับปรุงดินเปรี้ยวของเกษตรกรในตำบลศรียะกระบือ อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 120 น.
- อาวุธ ต้นโช. 2540. การผลิตสัตว์ปีก. พิมพ์ครั้งที่ 2 : ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. 507 น.
- เอกพงษ์ วรากุล. 2532. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกไม้ดอกเพื่อเป็นรายได้เสริม ของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 130 น.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำชี้แจงแบบสอบถาม

เรียน                    เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระเขตภาคตะวันออกเฉียง

เรื่อง                    ขอความอนุเคราะห์ในการกรอกแบบสอบถาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย    แบบสอบถามการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดการเลี้ยงไก่ไข่ 1 ชุด

เนื่องด้วยนักศึกษาภาควิชาครุศาสตร์เกษตร สาขาเทคโนโลยีการเกษตร-การผลิตสัตว์ ได้จัดทำการศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต ทางผู้จัดทำวิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการกรอกแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริงในฟาร์มของท่าน ซึ่งทางผู้วิจัยคัดเลือกท่านในการกรอกแบบสอบถามดังกล่าว

อนึ่ง ทางผู้จัดทำจะเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับและใคร่ขอความกรุณาจากท่านส่งแบบสอบถามกลับภายในวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2543 โดยใส่ซองจดหมายที่แนบมาด้วยและไม่ต้องติดแสตมป์เพิ่มเติม จักขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์  
ผู้วิจัย

(อาจารย์คณัช ดิษขบุตร)  
อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย

(อาจารย์กศพงษ์ ปวงสุข)  
อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบสอบถาม

### เรื่อง

การยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่ไข่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อิสระ  
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

### คำชี้แจง

1. กรุณาอ่านคำถามแต่ละข้ออย่างละเอียดและกรุณาตอบคำถามทุกข้อ
2. กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ซึ่งจะเป็นคำตอบที่ดีที่สุดและผู้วิจัยจะใช้คำตอบของท่านเป็นข้อมูลในการวิจัยเท่านั้น และจะเก็บเป็นความลับจะไม่ทำให้เกิดผลเสียหายแก่ผู้ตอบ
3. แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน คือ
  - ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดไก่ไข่
  - ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการตลาดไก่ไข่

ผู้จัดทำ

ที่อยู่

ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

ท่านเป็นผู้เลี้ยงไก่ไข่ประเภทใด

- ( ) ผู้เลี้ยงอิสระและไม่ผูกพันกับบริษัท
- ( ) รับจ้างเลี้ยงกับบริษัท
- ( ) ประกันราคากับบริษัท
- ( ) ร่วมเลี้ยงกับบริษัท

หมายเหตุ กรุณาตอบตามสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นภายในฟาร์ม

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง
2. อายุ .....ปี
3. ระดับการศึกษา ( ) ประถม ( ) มัธยมต้น ( ) มัธยมปลาย  
( ) ปริญญาตรี ( ) ปริญญาโท ( ) ปริญญาเอก
4. ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่ไข่ ..... ปี
5. จำนวนไก่ไข่ภายในฟาร์ม ..... ตัว
6. โอกาสการได้รับการแนะนำจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐหรือเอกชนกี่ครั้ง (ในเดือนที่ผ่านมา) .....ครั้ง
7. รายได้จากฟาร์มในปี พ.ศ. 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่าย ..... บาท
8. ท่านมีวิธีการขายไข่ในฟาร์มอย่างไร (ที่ขายเป็นส่วนใหญ่)
  - ( ) ขายถึงผู้บริโภคโดยตรง
  - ( ) ขายผ่านพ่อค้าแม่ค้าหรือสหกรณ์
  - ( ) ขายผ่านคนกลางหรือบริษัท

## ตอนที่ 2 . การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด

- 1 ท่านขายไข่ไก่ในฟาร์มโดยวิธีใด
  - ( ) ขายส่งถึงผู้บริโภคโดยตรง
  - ( ) ขายผ่านพ่อค้าคนกลาง
  - ( ) ขายให้พ่อค้าแม่ค้าในตลาด
- 2 แหล่งซื้อขายไข่ไก่ของฟาร์มท่านเป็นอย่างไร
  - ( ) ซื้อขายบริเวณรอบๆฟาร์ม
  - ( ) ซื้อจังหวัดข้างเคียง
  - ( ) ซื้อขายภายในจังหวัด
- 3 ท่านซื้อขายไข่ไก่อย่างไร
  - ( ) ซื้อขายหน้าฟาร์มโดยใช้เงินสด
  - ( ) ซื้อขายแล้วแต่ข้อตกลง
  - ( ) แล้วแต่พ่อค้าคนกลางจะกำหนด
- 4 ท่านมีวิธีการคัดเกรดไข่ในฟาร์มอย่างไร
  - ( ) เครื่องคัดไข่อัตโนมัติ
  - ( ) ใช้ตราซั้ง
  - ( ) ไม่มีวิธีการคัดไข่
- 5 ท่านทำความสะอาดไข่ไก่ก่อนขายหรือไม่
  - ( ) ทำความสะอาดทุกครั้ง
  - ( ) ทำบางครั้ง
  - ( ) ไม่ทำความสะอาดเลย
- 6 อุปกรณ์ที่ฟาร์มของท่านใช้ในการบรรจุไข่ไก่เพื่อนำไปขายคือ
  - ( ) แผงไข่
  - ( ) กล่องกระดาษ
  - ( ) ถูพลาสติก

7 ท่านมีการแปรรูปไข่ภายในฟาร์มให้มีราคาสูงขึ้นหรือไม่

- ( ) มีการแปรรูป
- ( ) แปรรูปบางครั้ง
- ( ) ไม่มี

8 ท่านมีการเชีคราคาไข่บ่อยแค่ไหน

- ( ) เชีคตลอด
- ( ) เชีคบางครั้ง
- ( ) ไม่ค่อยเชีคเลย

9 ท่านได้เข้าร่วมการกำหนดราคาไข่ไก่ในทุกครั้งหรือไม่

- ( ) เข้าร่วมประชุมทุกครั้ง
- ( ) บางครั้ง
- ( ) ไม่เข้าร่วมเลย

10 ท่านได้เข้ารับการอบรมด้านการตลาดไข่ไก่หรือไม่

- ( ) เข้ารับ
- ( ) บ่อยครั้ง
- ( ) ไม่ค่อยเข้ารับการอบรม

**ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ**

ท่านคิดว่าฟาร์มท่านมีปัญหาด้านการตลาดอย่างไร

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....