

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออก
ของประเทศไทย

The Adoption of Marketing Technology among Independent Finishing Pig Farmers
in Eastern Thailand

โดย

นายชัชวาลย์ เลียงผา

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร-การผลิตสัตว์
ภาควิชาครุศาสตร์เกษตร
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

รฟ.

ร.558ก

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพฯ ฯ

เลขหน้ 2543

เลขทะเบียน 40350

วัน, เดือน, ปี 1.1.พ.ย. 2544

b. 111 04697
i.

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ

ปีการศึกษา 2543

ชื่อเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

The Adoption of Marketing Technology among Independent Finishing Pig Farmers in Eastern Thailand

ชื่อ-สกุล นายชัชวาลย์ เลียงผา

สาขาวิชา เทคโนโลยีการเกษตร-การผลิตสัตว์

ภาควิชา วิศวกรรมเกษตร

คณะ วิศวกรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์จำลอง ศรีสุวรรณ

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์ภักทวงศ์ ปวงสุข

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานบางประการของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มเป้าหมายที่ทำการศึกษาคือ เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย จำนวน 49 คน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในปี 2542 และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยปรากฏว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จะมีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีอายุเฉลี่ย 48.42 ปี ประสบการณ์การเลี้ยงสุกรขุนเฉลี่ย 13.85 ปี รายได้เฉลี่ยในปี 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่าย 529,642.85 บาท เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระ ส่วนใหญ่จะประกอบธุรกิจเป็นฟาร์มขนาดย่อมมีสุกรขุนในฟาร์มน้อยกว่า 100 ตัว และจะมีการจำหน่ายผ่านทางบริษัทและพ่อค้าคนกลาง มีผู้น้อยรายที่มีการจำหน่ายถึงผู้บริโภคโดยตรง และเกษตรกรส่วนมากไม่ค่อยได้รับคำแนะนำทางวิชาการเลย

การยอมรับเทคโนโลยีในด้านการตลาดของเกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับปานกลาง ยกเว้น 3 ประเด็นต่อไปนี้คือ การอดอาหารสุกรขุนก่อนจำหน่าย

การเช็คราคาติดตามข่าวราคาสุกรขุนตลอดระยะเวลาการเลี้ยงสุกรขุน และรับค่าตอบแทนจำหน่ายสุกรขุนเป็นเงินสด ซึ่งมีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับสูง การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับปานกลาง 4 รายการ ได้แก่ การขายสุกรขุนโดยการชั่งน้ำหนัก การเช็คราคาขึ้นลงของสุกรขุน การคัดขนาดสุกรขุนก่อนจำหน่าย และราคาสุกรขุนมีราคาสูงในช่วงเดือนเมษายนแลถุมภาพันธุ์ การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับพอใช้มี 3 รายการ ได้แก่ การจำหน่ายสุกรขุน ซึ่งเกษตรกรจำหน่ายให้กับพ่อค้าในท้องถิ่น และพ่อค้าคนกลาง การขายสุกรขุนภายในฟาร์มเกษตรกรจะขายภายในจังหวัดที่ตั้งฟาร์ม และจังหวัดใกล้เคียง การนำสุกรเข้าพัก ในโรงพักสุกรขุนก่อนจำหน่าย ส่วนใหญ่เกษตรกรไม่เคยปฏิบัติ แต่มีบางส่วนที่ปฏิบัติประจำ



กิตติกรรมประกาศ

ในการทำปัญหาพิเศษ เรื่องการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยง
สุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย สำเร็จลงได้ด้วยดีเพราะได้รับความช่วยเหลือ
จากท่านอาจารย์จำลอง ศรีสุวรรณ อาจารย์ภัคพงศ์ ปวงสุข และ อาจารย์รัชชัช สุภคิษฐ์ ที่ได้
กรุณา สละเวลาในการตรวจเอกสารและได้ให้คำแนะนำต่างๆ พร้อมทั้งท่าน อาจารย์ผศ.ดร.เลิศ
ลักษณ์ กลิ่นหอม ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์ และ ดร.วิไลพร วรจิตตานนท์ ที่กรุณาแนะนำและอธิบายค่า
สถิติต่างๆ ในการทำปัญหาพิเศษในครั้งนี้ ตลอดจนผู้ให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม คือ
เกษตรกรในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย รวมถึงเพื่อนๆ และที่ขาดไม่ได้คือ บิดา- มารดา
พี่ชาย ที่ให้ความช่วยเหลือในเรื่องของเงินทุนในการทำปัญหาพิเศษในครั้งนี้ และคนที่รักยังเพียร
ให้กำลังใจในการเรียนอีกด้วย ซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

คุณงามความดีทั้งหมดนี้ที่ได้เพียรพยายามในการทำปัญหาพิเศษเล่มนี้ ผู้จัดทำขอ
มอบให้แก่ บิดา- มารดา พี่ชาย เกษตรกร เพื่อนๆ ตลอดจน ครูอาจารย์ ที่คอยให้การช่วยเหลืออบ
รมสั่งสอนตัวผู้จัดทำมาจนทำให้ประสบความสำเร็จในการจัดทำปัญหาพิเศษและหวังว่าความดีของ
ปัญหาพิเศษฉบับนี้คงจะมีประโยชน์ต่อผู้ที่จะนำไปศึกษา และเป็นแนวทางในการทำปัญหาพิเศษต่อ
ไป

นายชัชวาลย์ เลียงผา

มีนาคม 2544

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อปัญหาพิเศษ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่	1
1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	2
1.3 ขอบเขตของปัญหา.....	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.5 นิยามศัพท์.....	3
2 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ.....	5
2.2 หลักสำคัญในด้านการตลาดสุกรขุน.....	10
2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
3 วิธีการดำเนินการ	18
3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	18
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	18
3.3 การทดสอบแบบสอบถาม.....	20
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	21
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	22
4.1 ข้อมูลสภาพพื้นฐานของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระ.....	22
4.2 การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด.....	27
4.3 ปัญหาและข้อเสนอแนะด้านการตลาด.....	33
4.4 วิจารณ์ผล.....	33
5 สรุปและข้อเสนอแนะ	35
5.1 สรุป.....	35
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	37
บรรณานุกรม.....	39
ภาคผนวก.....	42
ภาคผนวก ก หนังสือรับรอง.....	43
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	45

สารบัญญัตินำ

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงเพศของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนในเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย.....	22
4.2 แสดงอายุของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนในเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย.....	23
4.3 แสดงระดับการศึกษาของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนในเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย.....	23
4.4 แสดงประสบการณ์ในการเลี้ยงสุกรขุนของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนในเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย.....	24
4.5 แสดงจำนวนสุกรขุนภายในฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนในเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้.....	25
4.6 แสดงโอกาสในการได้รับคำแนะนำทางวิชาการด้านการตลาด ของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้.....	25
4.7 แสดงรายได้จากฟาร์มในปี 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่ายของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย.....	26
4.8 แสดงวิธีการขายสุกรขุนในฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย.....	27
4.9 แสดงการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย.....	28
4.10 แสดงระดับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด ของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทยเป็นคะแนนรวม.....	32

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

ในช่วงระยะเวลา 15 ปี ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการเลี้ยงสุกรของประเทศไทยนับว่ามีความเจริญก้าวหน้าไปมากเกษตรกรมีการใช้เทคโนโลยีการเลี้ยงสุกรสมัยใหม่ในทุกๆ ด้าน เช่น ด้านพันธุ์สุกร อาหารและการให้อาหารสุกร การตลาด การควบคุมและป้องกันโรคอย่างเต็มประสิทธิภาพ จนทำให้ธุรกิจการเลี้ยงสุกรมีความมั่นคงมากขึ้น ทำให้การเลี้ยงสุกรของประเทศไทยก้าวหน้าเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มประเทศอาเซียนและทัดเทียมกับการเลี้ยงสุกรของอารยประเทศหลายประเทศในโลก (อุทัย คัน โธ, 2537 : 106) การพัฒนาการเลี้ยงสุกรนั้นเกิดขึ้นตลอดเวลา มีผลทำให้เกษตรกรต้องมีการปรับปรุงโรงเรือน การให้อาหาร การจัดการ การควบคุมป้องกันโรคให้เหมาะสมตลอดเวลา ดังนั้นเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรจึงจำเป็นต้องเปิดใจกว้างพร้อมรับความรู้ และวิชาการใหม่ๆ เพื่อจะได้นำไปพัฒนาการเลี้ยงสุกรของตน ซึ่งเมื่อเกษตรกรสามารถเลี้ยงสุกรได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว นอกจากจะทำได้ให้แก่ครอบครัว ยังจะเป็นการใช้ทรัพยากรของประเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วย (นิรนาม, 2542 : 39)

การตลาดเป็นปัจจัยที่มีขอบเขตกว้างขวางมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับหลายปัจจัย เช่น การก่อสร้างโรงเรือน การปฏิบัติเลี้ยงดู การจัดการด้านวัตถุดิบอาหารสัตว์หรือแม้แต่การซื้อพันธุ์สัตว์ที่จะให้ผลผลิตมากที่สุด ซึ่งผู้เลี้ยงสุกรจะต้องมีความรู้อย่างเพียงพอ เพื่อที่จะทำให้การเลี้ยงสุกรนั้นมีประสิทธิภาพสูงขึ้น (สุชีพ รัตนสาร, 2537 : 9) ด้านการตลาดนั้นเราต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ เพราะจะส่งผลกระทบต่อการผลิตสุกร และผลกำไรในอนาคต การตลาดนั้นเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญในการเลี้ยงสุกรเพื่อผลผลิตที่ดี หากเรามีการบริหารการตลาดที่ดีผลผลิตที่ขายได้จะได้ราคาคู่แข่งกับการลงทุน จากเหตุผลดังกล่าวเราสามารถที่จะให้คำแนะนำแก่เกษตรกรในการใช้เทคโนโลยีทางการตลาดใหม่ๆ รวมทั้งให้เกษตรกรติดตามข่าวสาร การเปลี่ยนแปลงทางด้านวิชาการและเทคโนโลยีด้านการตลาดอยู่ตลอดเวลา เพื่อนำมาใช้ในการเลี้ยงสัตว์และปรับปรุงแก้ไขวิธีการตลาดที่ไม่ดีหรือปฏิบัติไม่ถูกต้อง ซึ่งทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้าปศุสัตว์ได้ เพื่อการแข่งขันด้านการตลาดต่อไปในอนาคต จึงเป็นเหตุที่น่าสนใจในการทำการวิจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในครั้งนี้

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานบางประการของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดในการผลิตสุกรขุนของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

1.3 ขอบเขตของปัญหา

1. กลุ่มประชากรคือเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระที่มีสถานที่ตั้งฟาร์มอยู่ในเขตภาคตะวันออก 7 จังหวัดโดยทำการส่งแบบสอบถามไปที่เจ้าของฟาร์มสุกรขุนทั้งหมดตามรายชื่อทะเบียนผู้เลี้ยงสุกรขุนของกรมปศุสัตว์
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นชุดแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและนำส่งทางไปรษณีย์ เพื่อสอบถามกับเกษตรกรและเกษตรกรส่งแบบสอบถามกลับและเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ของประชากรที่ใช้ในการศึกษา แบบสอบถาม (Questionnaire) มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended question) และคำถามปลายเปิด (Open-ended question) (บุญเรียง ขจรศิลป์, 2539 : 241) โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอนคือ
 1. สอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุน
 2. สอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุน
 3. สอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคตลอดจนข้อเสนอแนะของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุน

3.วิธีการวิจัย

3.1 จัดทำแบบสอบถามและตรวจสอบโดยให้คณะผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไขแบบสอบถามให้ตรงตามวัตถุประสงค์ และนำแบบสอบถามไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นกับเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนจังหวัดนครปฐม ซึ่งมีลักษณะการเลี้ยงและสภาพแวดล้อมที่ใกล้เคียงกัน

3.2 เก็บรวบรวมข้อมูลทุกข้อมูจากข้อมูลเอกสารต่างๆ และข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามส่งถึงเกษตรกรโดยตรง

3.3 วิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS โดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (รวิชัย งามสันติวงษ์, 2538 : 103)

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงการเลี้ยงสุกรขุนของเกษตรกรผู้เลี้ยงอิสระให้ได้ผลผลิตดียิ่งขึ้น
2. เพื่อเป็นแนวทางให้แก่หน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชนในการปรับปรุงวิธีการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้ได้ผลดีและเหมาะสมกับสภาพการผลิตของเกษตรกร
3. เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของเกษตรกรและใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาการเลี้ยงสุกรขุนของเกษตรกรต่อไปในอนาคต

1.5 นิยามศัพท์

“การยอมรับเทคโนโลยีทางการตลาด” หมายถึง การที่เกษตรกรนำเทคโนโลยีด้านการตลาดมาใช้ในการปฏิบัติหรือไม่

“เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระ” หมายถึง ผู้เลี้ยงสุกรขุนที่ลงทุนสร้างโรงเรือนและอุปกรณ์ ซึ่งถูกสุกรหรือสุกรสาว อาหารและเวชภัณฑ์ต่างๆ ได้ตามความพึงพอใจ โดยไม่มีข้อผูกพันใดๆ กับบริษัท ผู้จำหน่ายและมีอิสระในการเลือกตลาดจำหน่ายผลผลิตเอง

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

“สภาพลักษณะส่วนบุคคล” หมายถึง อายุ การศึกษาและประสบการณ์

“โอกาสในการได้รับคำแนะนำ รายได้ ขนาดของฟาร์มและแนวทางในการดำเนินการทางการตลาด

“ระดับการศึกษา” หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดของเกษตรกรที่ได้รับจากสถาบันการศึกษาต่างๆ

“แนวทางในการดำเนินการทางการตลาด” หมายถึง วิธีการในการจำหน่ายสุกรโดยเกษตรกรจะเป็นผู้จำหน่ายเองโดยตรงหรือจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง

“อายุของเกษตรกร” หมายถึง จำนวนปีที่เกษตรกรเกิดมาจนถึงวันที่ตอบแบบสอบถาม

“โอกาสในการได้รับคำแนะนำ” หมายถึง จำนวนครั้งที่เกษตรกร ได้รับคำแนะนำทางวิชาการด้านการตลาดการเลี้ยงสุกรขุนจากนักวิชาการในระยะเวลาหนึ่งเดือนในเดือนสุดท้ายก่อนกรอกแบบสอบถาม

“ประสบการณ์ในการเลี้ยงสุกรขุน” หมายถึง จำนวนปีที่เกษตรกรเริ่มต้นเลี้ยงสุกรขุน มาจนถึงวันที่ตอบแบบสอบถาม

“ขนาดของฟาร์ม” หมายถึง ขนาดของกิจการฟาร์ม โดยพิจารณาจำนวนสุกรขุนที่เลี้ยงทั้งหมดในฟาร์มขณะตอบแบบสอบถาม

“รายได้รวมจากการเลี้ยงสุกรขุน” หมายถึง รายได้ทั้งหมดจากการขายผลผลิตในฟาร์มตลอดปี 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่ายใดๆ ออก

“นักวิชาการ” หมายถึง ผู้มีความรู้ ในด้านการเลี้ยงสุกรขุน ทั้งจากภาครัฐบาล และภาคเอกชน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุน อีสระเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทยผู้วิจัย ได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนผลงานวิจัย อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้คือ

2.1 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ

2.2 หลักสำคัญในด้านการตลาดสุกรขุน

2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการยอมรับ

บุญสม วราเอกศิริ (2529 : 159) ได้กล่าวว่า ในการส่งเสริมการเกษตรนั้นมุ่งหวังที่จะ พัฒนาด้านการเกษตรให้มีความเจริญก้าวหน้าแต่การที่จะเจริญก้าวหน้า หรือพัฒนาได้แค่นั้น เพียงไรนั้นขึ้นอยู่กับว่าตัวผู้ประกอบการคือ เกษตรกรจะรับรู้ ยอมรับ ศรัทธาในความรู้ และนำเอา ความรู้ที่แพร่กระจายจากเจ้าหน้าที่ไปปฏิบัติตาม ได้ผลมากน้อยแค่ไหนและยังได้กล่าวต่อไปอีกว่า “ การยอมรับ” หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเกษตรกรหลังจากที่ได้เรียนรู้แนวความคิด ความรู้,ความชำนาญ,และประสบการณ์ใหม่ๆ และยึดถือปฏิบัติตาม

ซูพหเทพ พงศ์ร้อยเพชร (2531 : 271) ได้กล่าวไว้ว่า การยอมรับหรือการรับเอาวิทยาการ แขนใหม่เป็นกระบวนการที่หลังจากเกษตรกรคนหนึ่งคนใดรับเอาการแนะนำส่งเสริมพิจารณาแล้ว ในที่สุดก็อาจจะไม่รับหรือเอาวิทยาการแขนใหม่มาใช้ปฏิบัติต่อไปก็ได้

บุญธรรม จิตตอนันต์. (2536 : 300) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการยอมรับว่าเป็นกระบวนการทาง จิตใจของบุคคลซึ่งเริ่มต้นด้วยการเริ่มรู้หรือ ได้ยินเกี่ยวกับแนวคิดใหม่แล้ว ไปสิ้นสุดลงด้วยการตัดสินใจยอมรับการนำไปปฏิบัติ

กระบวนการยอมรับแตกต่างจากกระบวนการแพร่กระจายแนวความคิดใหม่ (diffusion process) กล่าวคือ กระบวนการแพร่กระจายนั้นเป็นการแพร่แนวความคิดระหว่างบุคคลต่อบุคคล หรือระหว่างแหล่งที่มาของความคิดกับบุคคลที่จะรับแนวความคิดนั้นซึ่งเป็นการสัมพันธ์ระหว่าง

ผู้ส่งกับผู้รับ โดยเฉพาะส่วนกระบวนการยอมรับนั้นแต่ละขั้นตอนของกระบวนการเกิดขึ้นในตัว ของบุคคลเดียวกัน

กระบวนการยอมรับ เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และการตัดสินใจจากการ วิจัยพบว่าการที่บุคคลจะรับแนวความคิดใหม่ไปปฏิบัติจะผ่านขั้นตอนที่สำคัญ 5 ขั้นตอนด้วยกันคือ

ขั้นที่ 1. ขั้นเริ่มรู้หรือรับรู้ (Awareness) เป็นขั้นแรกที่บุคคลเริ่มรู้เกี่ยวกับเรื่องใหม่หรือ ความคิดใหม่ แต่ขาดรายละเอียดคือ รู้ว่าเรื่องนี้เกิดขึ้นแล้วหรือทำได้แล้วแต่เป็นเรื่องใหม่สำหรับ ตนเอง เพราะไม่เคยได้ยินหรือเคยเห็นมาก่อนการรับรู้อาจเกิดขึ้น โดยบังเอิญด้วยการพบเห็นด้วย ตนเองหรือโดยการเผยแพร่ของเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลหรือเอกชนขั้นนี้นับว่าสำคัญเพราะเป็นขั้นแรก ที่บุคคลเริ่มสัมผัสหรือรับรู้เกี่ยวกับแนวความคิดใหม่หรือสิ่งใหม่ๆ ต้องมีการจัดจุดหรือกระตุ้นให้ เกิดความสนใจอันนำไปสู่ขั้นสุดท้ายคือ การยอมรับหรือปฏิเสธ

ขั้นที่ 2. ขั้นสู่ความสนใจ (Interest) เป็นขั้นที่เริ่มมีความสนใจแสวงหารายละเอียดเกี่ยวกับ วิทยาการใหม่ๆ เพิ่มเติม พฤติกรรมนี้เป็นไปในลักษณะที่ตั้งใจแน่วแน่ และใช้กระบวนการคิดมากกว่า ขั้นแรกซึ่งในขั้นนี้จะทำให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ หรือวิธีการใหม่มากขึ้นบุคลิกภาพหรือค่านิยมตลอดจนบรรทัดฐานทางสังคม หรือประสบการณ์เก่าๆ จะมีผลต่อบุคคลนั้นและมีผลต่อการ ติดตามข่าวสารหรือรายละเอียดของสิ่งใหม่หรือวิทยาการใหม่ๆ นั้นด้วย

ขั้นที่ 3. ขั้นไตร่ตรอง (Evaluation) ในขั้นนี้บุคคลศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับแนวความคิด ใหม่ แล้วคิดเปรียบเทียบกับงานที่ทำอยู่ในปัจจุบันว่าถ้ารับเอาแนวความคิดใหม่ๆ มาปฏิบัติจะเกิด ผลดีหรือไม่อย่างไรบ้างในขณะนี้ และในอนาคตควรหรือไม่ที่จะทดลองดูก่อนถ้าเขาตั้งใจ ไตร่ตรองดูแล้วรู้สึกว่าจะมีมากกว่าผลเสียเขาจะต้องตัดสินใจที่จะทดลองดู เพื่อให้เกิดความแน่ว แน่ใจก่อนที่จะรับไปปฏิบัติจริงๆ และในขั้นนี้เขาต้องการที่จะปรึกษาหารือจากผู้รู้หรือเพื่อนบ้านที่คุ้นเคย หรือมีประสบการณ์เพื่อให้ความแน่ใจว่าเขาคิดถูกต้อง และตัดสินใจถูกต้องแล้วที่ควรทำการ ทดลองดูเพื่อให้รู้แจ้งเห็นจริง

ขั้นที่ 4. ขั้นทดลองทำ (Trial) ขั้นนี้เป็นขั้นที่บุคคลทดลองทำตามแนวความคิดใหม่โดยทำ การทดลอง แต่เพียงเล็กน้อยเพื่อดูว่าจะเข้ากันหรือไม่กับสภาวะการณ์ในปัจจุบันของตนและผลจะ ออกมาตามที่คาดไว้หรือไม่

ขั้นที่ 5. ขั้นนำไปปฏิบัติ (Adoption) ขั้นนำไปปฏิบัติหรือขั้นยอมรับเป็นขั้นที่บุคคลได้ตัดสินใจยอมรับแนวความคิดใหม่ไปปฏิบัติหลังจากที่ได้ทดลองปฏิบัติดู และทราบผลเป็นที่พอใจแล้ว

วิทยา คำรงค์เกียรติศักดิ์ (2529 : 39) กล่าวว่าในปัจจุบันทฤษฎีกระบวนการยอมรับของ บุญธรรม จิตต์อนันต์ นั้นมีจุดบกพร่องกระบวนการในกระบวนการยอมรับดังกล่าวหลายประการด้วยกันคือ

1. กระบวนการนี้มักจะจบด้วยการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้นซึ่งตามความจริงแล้วเมื่อบุคคลใดบรรลุถึงขั้นประเมินผลแล้วอาจจะปฏิเสธก็ได้
2. ขั้นตอนที่ 5 กระบวนการอาจไม่เป็นไปตามขั้นตอนที่ได้บางขั้นตอนอาจถูกข้ามไปได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งขั้นทดลอง และขั้นประเมินผลอาจจะสามารถทำได้กระบวนการก็ได้
3. กระบวนการนี้มักจะจบลงโดยการยอมรับนวัตกรรมนั้นแต่หากเขามีโอกาสในการที่จะแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อยืนยันหรือสนับสนุนการตัดสินใจในการยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมก็ได้ดังนั้นจึงไม่มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขกระบวนการยอมรับดังกล่าวและได้เสนอแบบจำลองของกระบวนการตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมแทน (Innovation decision process) ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ
 - 3.1 ขั้นความรู้ (Knowledge) ขั้นนี้บุคคลจะรับทราบเกี่ยวกับนวัตกรรมและมีความเข้าใจบางอย่างเกี่ยวกับที่การทำงานของนวัตกรรม
 - 3.2 ขั้นชักชวนสนใจ (Interest) บุคคลจะรู้สึกชอบหรือไม่ชอบการยอมรับนวัตกรรมนั้นหรือมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อนวัตกรรมนั่นเอง
 - 3.3 ขั้นตัดสินใจ (Decision) บุคคลจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม
 - 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 : 116-121) ได้กล่าวถึงกรณีที่เกษตรกรจะเรียนรู้ได้คืออย่างไรมีหลายสิ่งหลายประการในการมุ่งใจที่จะทำให้ผู้ใหญ่หรือเกษตรกรนั้นอยากเรียนอยากรู้ตาม

Wilson และ Gallup ได้กล่าวถึงหลัก 4 ประการที่เกษตรกรสนใจในการเรียนรู้ซึ่งนักส่งเสริมควรทราบคือ

1. Adults learn best most rapidly when they have a strong desire to learn หมายถึง เกษตรกรจะสามารถเรียนรู้และรับรู้และจำได้ดีเมื่อเขามีความปรารถนาที่อยากจะเรียนรู้เหมือนกับ เกษตรกรไปหาเจ้าหน้าที่ทำการสอบถามปัญหาการเกษตรนั้นย่อมหมายถึงเขาปรารถนาอยากรู้ อยากฟังดังนั้นถ้าได้มีการให้ความรู้และการกระตุ้นจะทำให้รับรู้ และเข้าใจง่ายขึ้นตรงกันข้ามถ้าเขา ไม่ต้องการเขาจะไม่ปรารถนาทำต่อให้เจ้าหน้าที่นั้นเก่งเพียงใดก็ตามจะทำให้เสียเวลาเปล่า

2. Adults learn best when they have clear goals หมายถึง เกษตรกรสามารถเรียนรู้ได้ดี เมื่อเขาเอาความรู้นั้นไปทำให้เกิดประโยชน์กับเขาบ้าง เขาจะต้องทราบถึงจุดประสงค์ที่เด่นชัดเสีย ก่อนถึงเป้าหมาย ถึงจะรับรู้ที่นักส่งเสริมจะหอบยื่นให้ไม่ใช่จะให้เขาฟังเพียงอย่างเดียว

3. Adults learn best when they put forth an effort to learn หมายถึง เกษตรกรสามารถจะเรียนรู้ได้ดีเมื่อเขา ได้ทุ่มเทความสนใจ แล้วเขาก็สามารถเรียน ได้ดีโชว์ว่าเขาจะเรียนรู้ไม่ได้และอย่า พยายามทำให้เกิดช่องว่างนานไปจะทำให้เขาเกียจคร้านเบื่อหน่าย

4. Adults learn best when they receive satisfaction from what they have learned หมายถึง เกษตรกรจะสามารถเรียนรู้ได้ดีและตั้งใจเรียนเมื่อเขาเรียนรู้เรื่องควรให้กำลังใจและเดินหน้าส่งเสริมต่อไป

การแบ่งเกษตรกรออกเป็น 6 จำพวกคือ

1. พวกหัวไวใจสู้ (ผู้นำการเปลี่ยนแปลง Innovator) เกษตรกรพวกนี้คิดเด่นอยากรู้อยากเห็น ชอบการศึกษา กล้าเสี่ยง ชอบทดลองของใหม่ๆ เป็นคนที่มีการศึกษาดี ฐานะดีและติดต่อกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมอยู่บ่อยๆ มีอยู่ประมาณ 2.5 เปอร์เซ็นต์

2. พวกขอลูที่ทำ (ผู้รับการเปลี่ยนแปลงเร็ว Early adopter) เกษตรกรกลุ่มนี้คล้ายกลุ่มที่ 1 แต่ขอลูที่ทำก่อนหรือดูผลงานของพวกเขาแรกก่อนถ้าได้ผลมีประโยชน์แน่นอนก็จะเอาด้วยมีอยู่ ประมาณ 13.5 เปอร์เซ็นต์

3. พวกเบิ่งตาลังเล (ผู้รับการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วพอใช้ Early majority) เกษตรกรกลุ่มนี้เป็นกลุ่มใหญ่ถึง 34 เปอร์เซ็นต์ มีทัศนคติที่ติดอวิชาการศึกษาใหม่แต่จะไม่ค่อยมั่นใจตัวเองนักฐานะทางเศรษฐกิจปานกลาง การศึกษาน้อย ความรู้รอบตัวค่อนข้างจำกัดจึงทำให้ต้องมีการกระตุ้น บ่อยๆ และมีสิ่งจูงใจ

4. พวกหันเหหัวคือ (ผู้รับการเปลี่ยนแปลงช้า Late majority) กลุ่มเกษตรกรกลุ่มนี้มีมากถึง 34 เปอร์เซ็นต์เช่นเดียวกับกลุ่มที่ 3 แต่มีทัศนคติที่ไม่ค่อยยอมรับวิชาการสมัยใหม่ ยึดมั่นในสิ่งเก่าๆ และสิ่งที่เคยปฏิบัติมักจะเป็นพวกชักใบให้เรือเสียวิธีกั้นจะพวกนี้คือ ต้องทำให้เห็นกับตา เห็นของจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9.เป็นคนทันสมัย ไม่ล่าหลังยอมรับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถปรับตัวเองได้ทันทั่วทั้งที่

10.ขนบธรรมเนียมประเพณี การจะเชื่ออะไรบางอย่าง เกษตรกรมักจะนึกการขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณี หรือความเคยชินมาก่อน กลัวเพื่อนบ้านจะหาว่าทำอะไรที่ผิดประเพณีและความเชื่อเก่าๆ

2.2 หลักสำคัญในด้านการตลาดสุกรขุน

สุชีพ รัตนสาร (2537 : 11) อธิบายความหมายของตลาดสุกรขุนว่า หมายถึง ทางผ่านของสุกรขุนจากผู้ผลิต ไปจนถึงผู้บริโภค ซึ่งต้องผ่านคนกลาง (middlemen) หลายขั้นตอน ดังได้กล่าวในตอนต้นแล้วว่าในอดีตการขายสุกรขุนทำกันอย่างง่าย ๆ คือ จากผู้ผลิตก็ไปถึงผู้บริโภคเลย หรือผ่านคนกลางก็ผ่านเพียงคนเดียวคือพ่อค้าที่มาซื้อถึงบ้าน ผิดกับการเลี้ยงสุกรขุนเป็นการค้าในปัจจุบันที่มีทางผ่านหลายทางกว่าจะถึงผู้บริโภค และไปถึงผู้บริโภคในรูปแบบที่เป็นสินค้าที่น่าซื้อ

การตลาด หมายถึง กิจกรรมการซื้อขายระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายทั้งสิ้นของผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง

การตลาด หมายถึง กลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้ขายโดยทั่วไป เป็นผู้ผลิตและผู้บริโภคมาทำการต่อรองเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ

การตลาด หมายถึง ตลาดที่ถูกจำแนกประเภทตามพฤติกรรมผู้ผลิต ผู้ซื้อและพฤติกรรมระหว่างผู้ผลิตด้วยกัน รวมทั้งการดูชนิดของสินค้าที่ขายในตลาดนั้นด้วย

ตลาดในทางเศรษฐศาสตร์จึงแบ่งออกเป็นตลาดต่างๆ ดังนี้

1. ตลาดแข่งขันอย่างสมบูรณ์
2. ตลาดผูกขาด
3. ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด
4. ตลาดที่ผู้ขายน้อยราย

ความคิดที่สาม ตลาดตามความหมายทางการตลาดมีความหมายดังนี้

ก. ตลาด หมายถึง บุคคลที่มีความจำเป็นหรือต้องการผลิตภัณฑ์ มีอำนาจซื้อ หรือมีเงิน และมีความพอใจที่จะจับจ่ายใช้สอย

ข. ตลาด หมายถึง กลุ่มของบุคคล และองค์การซึ่งมีอำนาจซื้อและมีการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ค. ตลาด หมายถึง ความต้องการรวม (Aggregate Demand) ของผู้ซื้อจะเห็นว่านักการ

ตลาด กำหนดขอบเขตของตลาดเฉพาะด้านผู้ซื้อด้านเดียวโดยศึกษาถึงขนาด อำนาจการซื้อ และความพอใจของผู้ซื้อ ส่วนด้านผู้ขายนักการตลาดจะเรียกอุตสาหกรรม (industry) หรือ การแข่งขัน (competition) ส่วนนักเศรษฐศาสตร์นั้นกำหนดขอบเขตตลาดทั้ง 2 ฝ่ายผู้ซื้อและผู้ขาย

ตลาดตามความหมายของนักการตลาดจึงแบ่งเป็นตลาดต่างๆ ดังนี้

1. ตลาดผู้บริโภค
2. ตลาดองค์กร แบ่งได้ดังนี้
 - 2.1 ตลาดผู้ผลิตหรือตลาดอุตสาหกรรม
 - 2.2 ตลาดคนกลางหรือตลาดผู้ขายต่อ
 - 2.3 ตลาดรัฐบาล
3. ตลาดต่างประเทศ

อุทัย คัน โธ (2537 : 72) กล่าวว่าตลาดนับได้ว่ามีบทบาทสำคัญและเป็นขั้นตอนสุดท้ายในการเลี้ยงสุกรขุน ซึ่งจะเป็นตัวชี้ว่าธุรกิจการเลี้ยงสุกรขุนจะประสบผลสำเร็จมากน้อยแค่ไหน โดยทั่วไปแล้วสามารถที่จะจัดแบ่งได้ 3 ประเภท คือ

1. การขายปลีก ลักษณะการขายแบบนี้มักเกิดจากฟาร์มสุกรขุนที่อยู่ใกล้เมืองใหญ่ ใกล้แหล่งชุมชน ทั้งนี้เพราะว่าสามารถที่จะขายให้กับผู้บริโภคได้ และสามารถขายได้ในราคาที่สูง การขายแบบนี้อาจทำได้โดยชำแหละเอง นำไปขายในตลาดสด ขายตามบ้าน
2. การขายส่ง ลักษณะการขายแบบนี้จะได้ราคาที่ดีว่าการขายปลีก การขายส่งอาจทำได้โดยการนำไปขายให้กับตลาดกลางสุกรขุน หรือส่งขายตามร้านค้าขายปลีก หรือ ร้านค้าขายส่งในท้องที่ ซึ่งอาจจะเป็นร้านขายสุกรขุนในท้องถิ่น ราคาที่ขายได้จะขึ้นหรือลงย่อมขึ้นอยู่กับราคาที่ในกรุงเทพฯ และบริษัทขนาดใหญ่เป็นผู้กำหนดราคา
3. การขายประมูลราคา ผู้เลี้ยงสุกรขุนบางรายอาจขายสุกรขุนในรูปของการประมูลราคากับพ่อค้าหรือบริษัทผลิตอาหารสัตว์โดยที่บริษัทดังกล่าวจะขายพันธุ์สุกรขุน อาหารและยาให้กับทางฟาร์ม

การตลาด (Marketing)

ตลาดสุกรขุน หมายถึง ทางผ่านของสุกรขุนจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภค ซึ่งต้องผ่านคนกลาง (middlemen) หลายขั้นตอน จากผู้ผลิตไปถึงผู้บริโภคจะต้องผ่านอย่างน้อย 4 แห่ง คือ

1. พ่อค้าสุกรขุน ซึ่งส่วนมากได้แก่ เอเยนต์อาหารสัตว์ที่จะให้บริการไปรับซื้อสุกรขุนถึงฟาร์มหรือให้ผู้เลี้ยงนำไปส่งให้ จากนั้นก็จะเก็บรวบรวมสุกรขุนส่งไปยังตลาดกลาง
2. พ่อค้าสุกรขุนรายย่อย เป็นพ่อค้ารายย่อยที่ซื้อสุกรขุนจากฟาร์มเพื่อส่งตลาดกลาง หรือส่งให้กับร้านขายปลีก

3.ตลาดกลางสุกรขุน ตลาดกลางสุกรขุนจะรับสุกรขุนจากพ่อค้าสุกรขุน พ่อค้าสุกรขุนรายย่อยหรือจากฟาร์มสุกรขุนโดยตรง บริษัทอาจทำหน้าที่เป็นตลาดกลาง

4.ร้านขายปลีก ร้านขายปลีกและอื่นๆ เช่น ร้านเชิงหมู เป็นต้นผู้เลี้ยงสุกรขุนบางรายอาจขายโดยการชำแหละเองขายภายในพื้นที่

การส่งตลาด (Marketing)

งานสุดท้ายของการขุนสุกรก็คือ นำสุกรส่งตลาด ซึ่งอาจจะถือว่าเป็นงานขั้นสำคัญของการเลี้ยงสุกร ผู้เลี้ยงอาจขายให้พ่อค้าคนกลาง หรือขายให้ผู้ชำแหละโดยตรง โดยปราศจากการแทรกแซงของคนกลาง หรืออาจจะใช้วิธีประมูลแบบให้ราคาสูงสุดต่อน้ำหนักเป็น 1 กก. หรือต่อตัวก็ได้

สุกรขุนก่อนส่งตลาด

โดยทั่วไปแล้ว สุกรขุนเพศผู้ที่ตอน และสุกรขุนเพศเมียที่สาว จะมียาซื้อขายเท่ากัน ถ้าเป็นสุกรขุนเพศเมียที่ให้ลูกมาแล้วจะได้ราคาต่ำกว่าสุกรสาว ถ้าสุกรเพศผู้ไม่ได้ตอนตลาดจะไม่รับซื้อเลย เพราะเนื้อสุกรขุนจะมีกลิ่นไม่พึงประสงค์ และเป็นที่รังเกียจของผู้บริโภคทั่วไป

สำหรับขนาดของสุกรขุนที่เหมาะสมสำหรับตลาดจำหน่าย เป็นสุกรชำแหละนั้นควรจะมีขนาดตั้งแต่ 90 กิโลกรัมขึ้นไป และไม่เกิน 130 กิโลกรัม เพราะจะทำให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดี คือสุกรมีขนาดโตมากขึ้น จะมีการสะสมไขมันสูงขึ้น แต่มีการสะสมเนื้อแดงต่ำลง การให้อาหารก็มากขึ้นเป็นพิเศษ เมื่อสุกรขุนอ้วนขึ้นจะได้ซากที่มีการสะสมไขมันสูงขึ้น ซึ่งเป็นผลทำให้การขายสุกรขุนได้ราคาต่ำ

การจำหน่ายสุกรขุน เจ้าของฟาร์มจะต้องรับเป็นเงินสด บางฟาร์มอาจมีเครดิต 10-15 วัน แต่ไม่นิยมรับเป็นเครดิต เพราะต้องนำเงินมาใช้จ่ายภายในฟาร์ม

การเช็คราคาสุกรขุน

การเลี้ยงสุกรขุน ก่อนมีการจำหน่ายและตลอดระยะเวลาการเลี้ยงสุกรขุน จะต้องทราบความเคลื่อนไหวของตลาดตลอดเวลา ก่อนจำหน่ายสุกรขุนทุกครั้งต้องมีการตรวจเช็คราคาขึ้นลงของสุกรขุน โดยสามารถเช็คได้ทุกสัปดาห์จะดีมาก หรือทำการเช็คทุกเดือน สามารถเช็คได้จากแหล่งที่เชื่อถือได้เช่น

1. เช็คจากสื่อพิมพ์ หรือวารสาร
2. เช็คโดย โทรศัพท์ถามบริษัทขนาดใหญ่ หรือสหกรณ์สุกร
3. เช็คจากการดูโทรทัศน์ หรือฟังข่าวจากวิทยุ

การเพิ่มราคาจำหน่ายให้สูงขึ้น

ผู้เลี้ยงสุกรจะได้กำไรจากการเลี้ยงสุกร สามารถทำการลดต้นทุนในการผลิต และเพิ่มราคาจำหน่ายสุกรให้สูงขึ้น วิธีการลดต้นทุนในการผลิต ผู้เลี้ยงก็สามารถที่จะทำได้เช่นกัน ถ้าผู้เลี้ยงสามารถทำการค้าเสียเอง หรือตั้งเลี้ยงชำแหละเนื้อสุกรขายเองแทนที่จะขายให้คนกลาง หรือพ่อค้าชำแหละ ถ้าผู้เลี้ยงไม่สามารถทำได้ หรือผู้เลี้ยงทุกๆ คนมาทำการค้าเสียเองหมดก็จะเป็นปัญหายุ่งยาก ทางหลีกเลี่ยงที่ดีที่จะสามารถเพิ่มราคาจำหน่ายสุกรให้สูงขึ้นนั้นทำได้โดยผู้เลี้ยงจัดกลุ่มผู้เลี้ยงสุกร เพื่อทำการค้าร่วมกันหรือจัดตั้งสหกรณ์ผู้เลี้ยงสุกรขึ้นแทนตัวผู้เลี้ยงเอง เพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายสุกรมีชีวิต ถ้าสามารถจัดตั้งสหกรณ์ผู้เลี้ยงสุกรได้ สหกรณ์สามารถดำเนินธุรกิจอื่นๆ นอกเหนือจากการจำหน่ายสุกรมีชีวิตได้อีกมากมาย เช่นการจัดหาหรือซื้ออาหารให้ผู้เลี้ยงสุกรได้ด้วยราคาถูก สามารถจัดตั้งโรงงานอาหารสัตว์ โรงฆ่า โรงงานแปรรูปและผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่จะสามารถลดต้นทุนในการผลิต และเพิ่มราคาจำหน่ายสุกรให้สูงขึ้น รวมทั้งประกันราคาให้แก่สมาชิกผู้เลี้ยงสุกรได้ด้วย แต่ทั้งนี้และทั้งนั้น ผู้เลี้ยงสุกรทุกคนต้องมีความรู้หรือศึกษาเรื่องสหกรณ์ให้เข้าใจด้วย เพื่อไม่ให้เป็นปัญหาในการดำเนินงานสหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้น คิดว่าถึงเวลาแล้วที่ผู้เลี้ยงจะต้องหันหน้าเข้าหากัน สามัคคีกันเพื่อปรึกษากันแก้ปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับการเลี้ยงสุกรที่จะให้การเลี้ยงสุกรเป็นอาชีพหลัก และเป็นปึกแผ่นเช่นเดียวกับประเทศต่างๆ ในยุโรปและสหรัฐอเมริกา

ตลาดสุกรในประเทศไทย

ปัจจุบันสุกรที่ถูกฆ่าเพื่อบริโภคภายในประเทศประมาณปีละ 2-3 ล้านตัว ความจริงความต้องการของตลาดควรจะสูงกว่านี้ แต่เนื่องด้วยเนื้อสุกรมีราคาค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ของพลเมือง อำนาจการซื้อของประชาชนมีน้อย ถ้าคนไทยบริโภคเนื้อสุกรเฉลี่ยคนละ 20 กิโลกรัมต่อปี ตลาดจะต้องใช้สุกรปีละประมาณ 8 ล้านตัว ราคาสุกรมีชีวิตที่ตลาดรับซื้อมีหลายราคา สุดแท้แต่ท้องที่ การตั้งราคาของพ่อค้าคนกลาง และวิธีรับซื้อ รวมทั้งการจำหน่ายปัจจุบันในตลาดใหญ่ๆ เช่นตลาดกรุงเทพฯ เริ่มมีการพิจารณาคุณภาพของสุกรกันมากขึ้น ขนาดของสุกรที่ตลาดต้องการสำหรับตลาดกรุงเทพฯ ขนาด 90-130 กก. และสำหรับตลาดต่างจังหวัดอาจจะถึง 150 กก.

การขนย้ายสุกรขุน

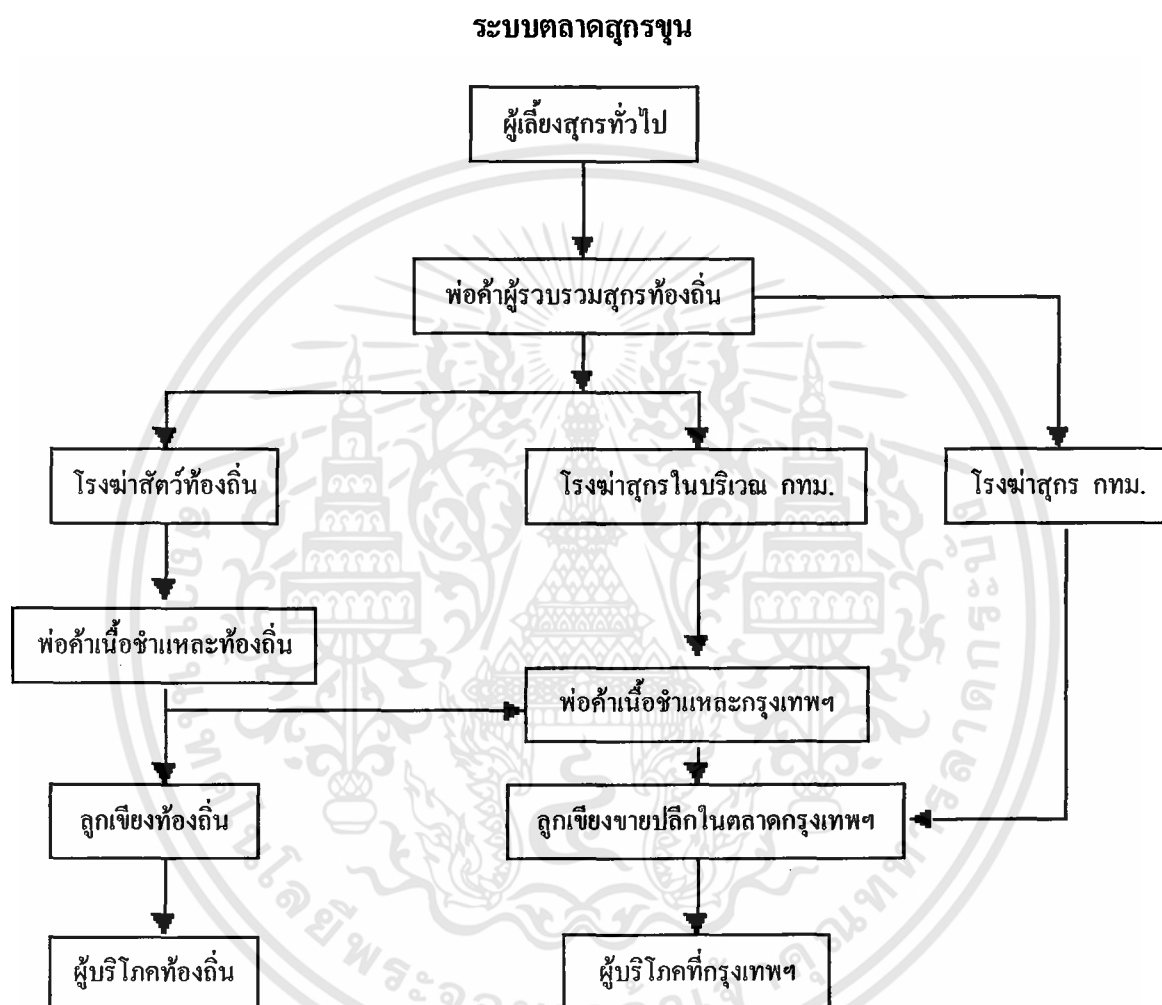
ในการขนย้ายสุกรขุนไปยังตลาดรับซื้อ ควรกระทำในเวลาตอนเย็น หรือช่วงที่มีอากาศเย็น เนื่องจากสุกรเป็นสัตว์ที่ไม่มีต่อมเหงื่อ การระบายความร้อนออกจากร่างกายจึงมีจำกัด หากทำการขนย้ายในช่วงมีอากาศร้อนจัด จะมีการสะสมความร้อนในตัวสุกรมากเกินไป จะทำให้สุกรขุนมีโอกาสตายได้มาก ถ้ามีความจำเป็นต้องขนย้ายสุกรในช่วงนี้ ควรฉีดยาระงับความเครียดหรือยากล่อมประสาท และใช้น้ำหรือน้ำเย็นช่วยลดความร้อนที่เกิดขึ้นก็จะช่วยลดอัตราการตายจากการขนย้ายได้ดี

การขนย้ายต้องมีการทำการอดอาหารของสุกรขุนทุกครั้ง ก่อนจำหน่ายและก่อนขนย้ายอย่างน้อย 12 ชั่วโมง เพื่อลดความเครียดและทำให้คุณภาพซากสุกรดี ในการจำหน่ายถ้ามีการคัดขนาดก่อนขายได้ทุกครั้ง จะเป็นสิ่งที่ดีสำหรับฟาร์มเอง และต้องทำการพักสุกรขุนในโรงพักก่อนจำหน่ายทุกครั้ง เพื่อลดความเครียดในสุกร ซึ่งจะส่งผลถึงคุณภาพซากด้วย

การขนส่งสุกรจะต้องทำอย่างถูกต้อง และระมัดระวัง เพื่อลดความสูญเสียให้เหลือน้อยที่สุด ความสูญเสียนี้อาจเกิดจากน้ำหนักลด การขีดข่วน เป็นแผลหรือตาย ข้อเสนอแนะให้การขนส่งคือ

1. การขนสุกรจากฟาร์มสู่โรงฆ่า ควรขังสุกรรวมกันเป็นกลุ่ม โดยแยกออกตามน้ำหนัก คือตัวใหญ่อยู่กับตัวใหญ่ ตัวเล็กอยู่กับตัวเล็ก
2. มีทางขึ้นรถบรรทุก
3. พื้นรถควรปูด้วยฟาง จี้เลื่อยที่เปียกเพื่อช่วยลดความร้อน และรถต้องมีหลังคา
4. ให้พนักงานขับรถขับด้วยความระมัดระวังตอนทางโค้ง อย่างจอด-ออกกระทันหัน เพื่อป้องกันสุกรกระแทกกระแทกกับรถ
5. พยายามกำจัดพวกของมีคม หรือสิ่งต่างๆ ในกระบะรถ เพื่อป้องกันการทิ่มแทงตัวสุกร
6. อย่าบรรทุกมาก หรือน้อยเกินไป
7. อย่าตะหรือตีสุกร ในระหว่างขึ้น หรือลงรถ เพราะจะทำให้เกิดจุดเลือด หรือช้ำ ซึ่งจะเห็นได้ชัดจากซากสุกร ถ้าเกิดบริเวณตะโพก (ham) หรือไหล่ จะต้องคัดออกทำให้ดูไม่งาม แต่ถ้าไม่คัดออกเอาไปรมควันเลย เนื้อส่วนนั้นจะมีรสเปรี้ยว
8. อย่าทำให้สุกรตกใจ หรือตากแดดนานเกินไป เมื่อเอาเนื้อไปทำผลิตภัณฑ์จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีรสเปรี้ยวได้เช่นกัน

9. สุกจะสุญเสียน้ำหนักมากขึ้น ถ้าระหว่างการขนส่งนั้นอุณหภูมิสูงกว่า 20°C และจะสุญเสียน้ำหนักมากขึ้นไปอีก ถ้ามีความชื้นสูง และระยะเวลาในการขนส่งนาน



2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ได้มีผู้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีต่างๆ จำนวนได้ดังนี้ ภูวดล สาลีเกษตร (2536 : 111) ได้ทำการศึกษาเรื่องผลของการนำนวัตกรรมไปสู่ชุมชนชนบท ศึกษากรณียอมรับการผสมเทียมโค พบว่า เกษตรกรที่มีการยอมรับการผสมเทียมโคจะมีการศึกษาสูงกว่าและมีทัศนคติต่อการผสมเทียมโคที่ดีกว่าผู้ไม่ยอมรับการผสมเทียมโค

เอกพงษ์ วรากุล (2532 : 84) ได้ศึกษาปัจจัยการยอมรับการปลูกไม้ดอกเพื่อเป็นรายได้เสริมของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ระดับการศึกษาของเกษตรกรมีผลต่อการยอมรับ

บุญเกิด บุตุกะ (2524 : 16-23) ได้ทำการวิจัยเรื่องลักษณะที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีการเกษตรในประเทศไทย พบว่าปัจจัยอันหนึ่งที่มีผลทำให้เกษตรกรยอมรับการเปลี่ยนแปลงพืชใหม่ คือ ระดับการศึกษา

อรุณ ชังอญุติ (2531 : 81) ได้ทำการศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมการเลี้ยงโคนมของเกษตรกร อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ระดับการศึกษาและรายได้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ นวัตกรรมการเลี้ยงโคนม

เลอภ ศิริสันติกุล (2536 : 94) ได้ศึกษาถึงเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับคำแนะนำวิถีปฏิบัติ การปลูกกาแฟอาราบิก้าของชาวเขาเผ่าม้ง ในจังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาหมู่บ้านขุนช่างเคียนและหมู่บ้านม่อนเงาะ พบว่า ประสบการณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับคำแนะนำวิธีการปฏิบัติการปลูกกาแฟอาราบิก้า แต่รายได้และโอกาสในการได้รับคำแนะนำมีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับคำแนะนำวิธีการปฏิบัติการปลูกกาแฟอาราบิก้า

ไพบุลย์ สุทรสุภา และคณะ (2527 : 100) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการปลูกกาแฟพันธุ์สูง พบว่า ประสบการณ์มีผลต่อการตัดสินใจในการปลูกกาแฟพันธุ์สูง

ทนุ ชื่นฟูวุฒิ (2531 : 45) ได้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการปลูกถั่วเหลืองหลังการทำนาของเกษตรกรบ้านแม่ใจ และบ้านหม้อ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ารายได้ของเกษตรกรไม่มีความสัมพันธ์กัน การยอมรับเทคโนโลยีการปลูกถั่วเหลืองหลังทำนา

จันทวรรณ ชมวัน (2535 : 57) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อ ในพื้นที่อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมาซึ่ง พบว่า จำนวนโคที่เลี้ยงไม่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อ แต่การติดต่อเจ้าหน้าที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อ

สมภพ เพชรรัตน์ (2523 : 88) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับและไม่ยอมรับเทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกรในโครงการปฏิบัติการพัฒนาสังคม อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่าขนาดพื้นที่ทำการเกษตร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการยอมรับเทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกร

จะเห็นได้ว่าปัจจัยต่างๆ ต่อไปนี้คือปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนั้น มีการศึกษาประสบการณ์ รายได้ ขนาดของฟาร์ม และโอกาสในการได้รับคำแนะนำ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย และกำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัยครั้งนี้ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุน

จะเห็นได้ว่าปัจจัยต่างๆ ต่อไปนี้คือปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนั้น มีการศึกษา ประสพการณ์ รายได้ ขนาดของฟาร์ม และโอกาสในการได้รับคำแนะนำ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะ ได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย และกำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัยครั้งนี้ ซึ่งมี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุน อีตระเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรในการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดสุกรขุนของการเลี้ยงสุกร ขุนตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะและอุปสรรคบางประการในด้านการตลาดสุกรขุนของ เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอีตระเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย



บทที่ 3

วิธีการดำเนินงาน

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามหัวข้อต่อไปนี้

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

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ เกษตรกรผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการฟาร์มสุกรขุนประเภทอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2542 จากเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย จำนวน 750 คน*

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล โดยการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์จำนวน 750 ชุด ซึ่งได้รับแบบสอบถามกลับคืนทั้งหมด จำนวนทั้งสิ้น 611 ชุด เป็นแบบสอบถามของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระจำนวน 49 ชุด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นเพื่อนำไปสอบถามกับเกษตรกร เพื่อจะได้เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ มีลักษณะเป็นคำถามแบบเปิด (Open-ended question) และ คำถามแบบปิด (Close-ended question) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

* กองแผนงาน กรมปศุสัตว์, 2542

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ของเกษตรกร ผู้เลี้ยงสุกรขุน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการเลี้ยงสุกรขุน รายได้จากฟาร์ม จากการเลี้ยงสุกรขุนตลอดทั้งปี และโอกาสในการได้รับคำแนะนำทางวิชาการด้านการเลี้ยงสุกรขุน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระ มีลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended question) มีคำถามทั้งหมด 10 ข้อ ในแต่ละข้อมี 4 ตัว ให้คะแนนในการวัดระดับการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการตลาดสุกรขุน ให้คะแนนแบ่งตามลักษณะการปฏิบัติของเกษตรกรดังนี้

ลักษณะการปฏิบัติของเกษตรกร	ระดับคะแนน
(1) ปฏิบัติในระดับดีมาก	4
(2) ปฏิบัติในระดับปานกลาง	3
(3) ปฏิบัติในระดับพอใช้	2
(4) ปฏิบัติน้อยหรือไม่ปฏิบัติ	1

นำคะแนนการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระทั้ง 49 คน มาหาค่าคะแนนเฉลี่ยเป็นรายข้อ จากนั้นนำค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้ มาปรับเป็นระดับของการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการตลาด ได้ดังนี้

คะแนน 3.28 - 4.00	คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับสูง
คะแนน 2.52 - 3.27	คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับปานกลาง
คะแนน 1.76 - 2.51	คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับพอใช้
คะแนน 1.00 - 1.75	คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับน้อย/ไม่ยอมรับ

คะแนนที่ได้จะนำมาแปลค่า เพื่อพิจารณาคะแนนการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนประเภทอิสระ โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน, 2527 : 29)

$$\text{อันตรภาคชั้น (Class Interval)} = \text{Range} / k$$

$$= (X_{\max} - X_{\min}) / k$$

เมื่อ	Range	=	พิสัย
	X_{\max}	=	คะแนนสูงสุด
	X_{\min}	=	คะแนนต่ำสุด
	k	=	จำนวนชั้น

ในการวิจัยครั้งนี้ เทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนประเภทอิสระ ได้กำหนด

คะแนนสูงสุด	=	4	คะแนน
คะแนนต่ำสุด	=	1	คะแนน
จำนวนชั้น	=	4	ชั้น

$$\text{แทนค่าสูตรในอันตรภาคชั้น} = (4-1)/4 = 0.75$$

นำคะแนนการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงสุกรขุนของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระด้านการตลาด รวมทั้งสิ้น 40 คะแนน มาปรับระดับการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยง สุกรขุนด้านการตลาด ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ระดับได้ดังนี้

คะแนน 32.53 – 40.00 คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับสูง
 คะแนน 25.02 – 32.52 คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับปานกลาง
 คะแนน 17.51 – 25.01 คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับพอใช้
 คะแนน 10.00 – 17.50 คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับน้อย/ไม่ยอมรับ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคตลอดจนข้อเสนอแนะบางประการด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนประเภทอิสระ โดยเป็นคำถามเปิด (Open-ended question)

3.3 การทดสอบแบบสอบถาม

ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบเพื่อความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสอบถาม (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ช่วยในการตรวจสอบ และได้้นำแบบสอบถาม ไปทดลองใช้ (Try Out) กับเกษตรกร ผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในจังหวัดนครปฐม ซึ่งมีลักษณะพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม ใกล้เคียงกับประชากรที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 20 ราย แล้วหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach) (ถ้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ, 2538 : 200)

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อ	α	=	แทนค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
	S^2_i	=	แทนคะแนน ความแปรปรวนแต่ละข้อ
	S^2_t	=	แทนคะแนนความแปรปรวนของเครื่องมือทั้งฉบับ
	n	=	แทนจำนวนข้อของเครื่องมือวัด

แทนค่าในสูตร ได้คุณภาพของแบบทดสอบทั้งฉบับ = 0.1463

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำหนังสือจากงานธุรการ ภาควิชาครุศาสตร์เกษตร คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้รับรองการทำการวิจัย แล้วส่งถึงเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการกรอกแบบสอบถามและส่งแบบสอบถามกลับตามเวลาที่กำหนด (ระหว่าง วันที่ 15 มกราคม 2544 ถึงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2544) ซึ่งผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปยัง เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ทางไปรษณีย์ จำนวน 750 ชุด เท่ากับจำนวนเกษตรกรที่มีรายชื่อและที่อยู่ ตามข้อมูลของกรมปศุสัตว์ ซึ่งได้รับแบบสอบถามคืน จำนวน 611 ชุด คิดเป็นจำนวนร้อยละ 81.46

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows วิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วยสถิติดังนี้

ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายเชิงพรรณนาข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ ในการเลี้ยงสุกรขุนรายได้รวมของเกษตรกรทั้งปี จำนวนสุกรขุนภายในฟาร์ม และโอกาสในการได้รับคำแนะนำวิชาการด้านการเลี้ยงสุกรขุนและการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานทางลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 ข้อมูลสภาพพื้นฐานทางลักษณะส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระ

ตารางที่ 4.1 แสดงเพศของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	43	87.76
หญิง	6	12.24
รวม	49	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงเพศของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทยทั้งหมดจำนวน 49 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 87.76) และเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 12.24)

ตารางที่ 4.2 แสดงอายุของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
20 – 30	4	8.20
31 – 40	10	20.40
41 – 50	15	30.60
51 – 60	11	22.40
61 – 70	5	10.20
71 – 80	4	8.20
รวม	49	100.00
อายุดำสุด 28 ปี		อายุเฉลี่ย 48.42 ปี
อายุสูงสุด 72 ปี		ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 12.85

จากตารางที่ 4.2 แสดงอายุของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมีอายุเฉลี่ย 48.42 ปี มีอายุน้อยที่สุด 28 ปี อายุมากที่สุด 72 ปี ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี (ร้อยละ 30.60) รองลงมา คือ อายุระหว่าง 51-60 ปี (ร้อยละ 22.40) และมีอายุน้อยที่สุด อยู่ระหว่าง 20-30 ปี และ 71-80 ปี (ร้อยละ 8.20 เท่ากัน)

ตารางที่ 4.3 แสดงระดับการศึกษาของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระใน เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ระดับประถมศึกษา	9	18.37
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	22	44.90
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	10	20.40
ระดับปริญญาตรี	7	14.29
ระดับปริญญาโท	0	0.00
ระดับปริญญาเอก	1	2.04
รวม	49	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.6 แสดงโอกาสในการได้รับคำแนะนำจากนักวิชาการทางด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระส่วนใหญ่ไม่ได้รับคำแนะนำจากนักวิชาการ (ร้อยละ 77.55) รองลงมาได้รับคำแนะนำ 1 ครั้ง (ร้อยละ 16.33) ได้รับคำแนะนำ 2 ครั้ง (ร้อยละ 4.08) และ ได้รับคำแนะนำ 4 ครั้ง (ร้อยละ 2.04)

ตารางที่ 4.7 แสดงรายได้จากฟาร์มในปี พ.ศ. 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่ายของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย

รายได้ (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
น้อยกว่า 80,000	16	32.65
80,001-160,000	9	18.37
160,001-240,000	3	6.12
240,001-320,000	5	10.20
320,001-400,000	4	8.16
มากกว่า 400,000	12	24.49
รวม	49	100.00

รายได้ต่ำสุด 30,000 บาท

รายได้สูงสุด 3,864,000 บาท

รายได้เฉลี่ย 529,642.85 บาท

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 976,138

จากตารางที่ 4.7 แสดงรายได้จากฟาร์มในปี พ.ศ. 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่ายของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย พบว่า เกษตรกรมีรายได้เฉลี่ย 529,642.85 บาท มีรายได้ต่ำสุด 30,000 บาท รายได้สูงสุด 3,864,000 บาท ส่วนใหญ่มีรายได้จากการเลี้ยงสุกรขุนน้อยกว่า 80,000 บาท (ร้อยละ 32.65) รองลงมา มีรายได้มากกว่า 400,000 บาท (ร้อยละ 24.49) และมีรายได้อยู่ในช่วง 80,001-160,000 บาท (ร้อยละ 18.37)

ตารางที่ 4.8 แสดงวิธีการขายสุกรขุนในฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

วิธีการขายสุกรขุน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ขายถึงผู้บริโภคโดยตรง	8	16.33
ขายผ่านพ่อค้า-แม่ค้าในตลาดหรือสหกรณ์	12	24.49
ขายผ่านพ่อค้าคนกลางหรือบริษัท	29	59.18
รวม	49	100.00

จากตารางที่ 4.8 แสดงวิธีการขายสุกรขุนในฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนเกินกว่าครึ่งขายสุกรขุนโดยขายผ่านพ่อค้าคนกลางหรือบริษัท (ร้อยละ 59.18) ขายสุกรขุนผ่านพ่อค้า-แม่ค้าในตลาดหรือสหกรณ์ (ร้อยละ 24.49) ขายสุกรขุนถึงผู้บริโภคโดยตรง (ร้อยละ 16.33)

4.2 การยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงสุกรขุนด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงอิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

จากการวัดระดับการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงสุกรขุนด้านตลาดของเกษตรกรอิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นการวัดระดับการยอมรับเทคโนโลยี เป็นรายชื่อแสดงเป็นค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อพิจารณา ระดับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.9 แสดงการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงสุกรขุนด้านการตลาดของเกษตรกรผู้
เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	ค่าคะแนน เฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน
N=49				
1. ท่านมีการจำหน่ายสุกรอย่างไร				
- ขายให้กับบริษัท	5	10.20		
- ขายให้พ่อค้าท้องถิ่น, พ่อค้าคนกลาง	43	87.76		
- ขายผ่านสหกรณ์	1	2.04		
- เชื้อด ชำแหละขายเอง	0	0.00	1.92	0.33
(ยอมรับระดับพอใช้)				
2. ท่านมีการเช็คราคาสุกรอย่างไร				
- ไม่มีการเช็คเลย	0	0.00		
- มีการเช็คเดือนละครั้ง	2	4.08		
- เช็คทุกสัปดาห์	27	55.10		
- เช็คทุกครั้งเมื่อขาย	20	40.82	3.14	1.64
(ยอมรับระดับปานกลาง)				
3. ถ้าท่านต้องการขายสุกรท่านขายอย่างไร				
- แบบเหมาซื้อ	0	0.00		
- ใช้แบบชั่งน้ำหนัก	100	100		
- อย่างไม่รู้ก็ได้ที่ขายได้	0	0.00		
- ใช้การประมูลราคา	0	0.00	3.00	0.00
(ยอมรับระดับปานกลาง)				
4. ท่านขายสุกรในฟาร์มอย่างไร				
- ขายภายในประเทศหรือต่างประเทศ	1	2.04		
- ขายในจังหวัดที่ตั้งฟาร์มและใกล้เคียง	30	61.22		
- ขายเฉพาะในจังหวัดและหลายอำเภอ	9	18.37		
- ขายเฉพาะภายในอำเภอที่ตั้งฟาร์ม	9	18.37	2.47	0.81
(ยอมรับระดับพอใช้)				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน) N=49	ร้อยละ (%)	ค่าคะแนน เฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน
5.ก่อนท่านจะจำหน่ายสุกรท่านมีการให้สุกรอด				
อาหารอย่างไร				
-อด 3 ชั่วโมง	0	0.00		
-อด 6 ชั่วโมง	9	18.37		
-อด 12 ชั่วโมง	33	67.34		
-ไม่อดเลย	7	14.29	3.39	1.05
(ยอมรับระดับสูง)				
6.ท่านนำสุกรเข้าพักโรงพักก่อนการจำหน่ายหรือไม่				
-ไม่เคยเลย	24	48.98		
-ทำบางครั้ง	6	12.24		
-ทำเกือบทุกครั้ง	6	12.24		
-นำสุกรเข้าโรงพักทุกครั้ง	13	26.54	2.16	1.28
(ยอมรับระดับพอใช้)				
7.ท่านมีการคัดขนาดสุกรขายหรือไม่				
-มีการคัดขนาดเกือบทุกครั้ง	6	12.24		
-มีการคัดขนาดทุกครั้ง	17	34.70		
-ขายยกเล้าทีเดียว	24	48.98		
-ไม่ได้คำนึงถึงเรื่องนี้เลย	2	4.08	3.14	0.78
(ยอมรับระดับปานกลาง)				
8.ท่านคิดว่าราคาลูกสุกรเดือนใดมีราคาแพงที่สุด				
-เมษายน	18	36.73		
-กรกฎาคม	6	12.24		
-กุมภาพันธ์	18	36.73		
-ตุลาคม	7	14.30	2.96	1.09
(ยอมรับระดับปานกลาง)				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน) N=49	ร้อยละ (%)	ค่าคะแนน เฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน
9. ท่านเช็คราคาขายสุกรโดยวิธีการใด				
- เช็คจากหนังสือพิมพ์ หรือ วารสาร	2	4.08		
- โทรศัพท์ถามบริษัท, สหกรณ์	36	73.48		
- ดูจากโทรทัศน์ หรือ วิทยุ	6	12.24		
- ไม่มีการเช็ค	5	10.20	3.49	0.97
			(ยอมรับระดับสูง)	
10. ในการขายสุกรท่านเก็บเงินอย่างไร				
- เครดิต 10 วัน	7	14.29		
- เงินสด	35	71.43		
- เครดิตไม่เกิน 15 วัน	3	6.12		
- เครดิตมากกว่า 15 วัน	4	8.16	3.49	0.92
			(ยอมรับระดับสูง)	

ตารางที่ 4.9 แสดงการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย สามารถสรุปได้ดังนี้

การจำหน่ายสุกรขุน จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ มีการจำหน่ายสุกรขุนให้กับพ่อค้าในท้องถิ่นและพ่อค้าคนกลาง (ร้อยละ 87.76) รองลงมาขายให้กับบริษัท (ร้อยละ 10.20) และขายผ่านสหกรณ์ (ร้อยละ 2.04) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.92 สรุปได้ว่ามีการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับพอใช้

เกษตรกรมีการเช็คราคาสุกรขุน จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรมีการตรวจเช็คราคาทุกสัปดาห์มากที่สุด (ร้อยละ 55.10) รองลงมา มีการเช็คราคาทุกครั้งเมื่อขาย (ร้อยละ 40.82) และเช็คทุกเดือน (ร้อยละ 4.08) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.14 สรุปได้ว่ามีการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับปานกลาง

การขายสุกรขุน จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรทุกรายมีการขายแบบซั้่งน้ำหนัก (ร้อยละ 100) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.00 สรุปได้ว่ามีการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับปานกลาง

การขายสุกรขุนภายในฟาร์ม จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ ขายในจังหวัดที่ตั้งฟาร์มและจังหวัดใกล้เคียง (ร้อยละ 61.22) รองลงมาขายเฉพาะจังหวัดและหลายอำเภอ ขายเฉพาะภายในอำเภอและที่ตั้งฟาร์ม (ร้อยละ 18.37) เท่ากัน และขายภายในประเทศและต่างประเทศ (ร้อยละ 2.09) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.47 สรุปได้ว่าการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับพอใช้

การลดอาหารสุกรขุนก่อนจำหน่าย จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ ทำการมีการลดอาหารสุกรขุนก่อนจำหน่ายเป็นเวลา 12 ชั่วโมง (ร้อยละ 67.35) รองลงมาทำการลดอาหารสุกรขุน 6 ชั่วโมง (ร้อยละ 18.37) และไม่ทำการลดอาหารสุกรขุนเลย (ร้อยละ 4.08) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.39 สรุปได้ว่าการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับสูง

การนำสุกรขุนเข้าพักโรงพักก่อนจำหน่าย จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ ไม่เคยนำสุกรขุนเข้าพักโรงพักก่อนจำหน่าย (ร้อยละ 48.98) รองลงมามีการนำเข้าพักโรงพักทุกครั้ง (ร้อยละ 26.53) มีการพักสุกรขุนเกือบทุกครั้งและบางครั้ง (ร้อยละ 12.24) เท่ากัน โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.16 สรุปได้ว่าการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับพอใช้

การคัดขนาดสุกรขุนก่อนจำหน่าย จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรขายยกแบบเล้าทีเดียวมากที่สุด (ร้อยละ 48.98) รองลงมามีการคัดขนาดทุกครั้ง (ร้อยละ 34.70) มีการคัดขนาดเกือบทุกครั้ง (ร้อยละ 12.24) และไม่คำนึงถึงเรื่องการคัดขนาดเลย (ร้อยละ 4.08) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.14 สรุปได้ว่าการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับปานกลาง

ราคาลูกสุกรขุนในแต่ละเดือน จากการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ลูกสุกรขุนจะมีราคาแพงในช่วงเดือนเมษายนและเดือนกุมภาพันธ์ (ร้อยละ 36.73 เท่ากัน) รองลงมาเดือนตุลาคม (ร้อยละ 14.30) และเดือนกรกฎาคม (ร้อยละ 12.24) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.96 สรุปได้ว่าการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับปานกลาง

วิธีเช็คราคาสุกรขุน จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ โทรศัพท์ถามบริษัทและสหกรณ์ (ร้อยละ 73.47) รองลงมาดูจากโทรทัศน์ หรือฟังจากวิทยุ (ร้อยละ 12.24) และไม่มีการเช็คเลย (ร้อยละ 10.20) ทำการเช็คจากสื่อพิมพ์ หรือวารสาร (ร้อยละ 4.08) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.49 สรุปได้ว่าการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับสูง

การรับเงินจากการจำหน่ายสุกรขุน จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรรับเป็นเงินสดมากที่สุด (ร้อยละ 71.43) รองลงมาเป็นเครดิต 10 วัน (ร้อยละ 14.29) เครดิตเกิน 15 วัน (ร้อยละ 8.14) และรับเป็นเครดิตไม่เกิน 15 วัน (ร้อยละ 6.12) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.49 สรุปได้ว่าการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับสูง

ส่วนที่ 2 การวัดระดับการยอมรับเทคโนโลยีแสดงเป็นคะแนนรวมของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ตารางที่ 4.10 แสดงระดับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นคะแนนรวม

ระดับการยอมรับเทคโนโลยี	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	ค่า คะแนน เฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน
มีการยอมรับเทคโนโลยีระดับสูง (32.53 – 40.00 คะแนน)	7	14.29		
มีการยอมรับเทคโนโลยีระดับปานกลาง (25.02 – 32.52 คะแนน)	30	61.22		
มีการยอมรับระดับพอใช้ (17.51 – 25.01 คะแนน)	12	24.49		
มีการยอมรับเทคโนโลยีระดับน้อย (10.00 – 17.50 คะแนน)	0	0.00		
รวม	49	100.00	27.24	1.03
			(ยอมรับปานกลาง)	

ตารางที่ 4.10 แสดงระดับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นคะแนนรวม พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงสุกรขุนด้านการตลาดในระดับปานกลาง (ร้อยละ 61.22) รองลงมา มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับพอใช้ (ร้อยละ 24.49) และมีการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับสูง (ร้อยละ 14.29) เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนรวมของการยอมรับได้ค่าคะแนนเฉลี่ย 27.24 สรุปได้ว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมีการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับปานกลาง

4.3 ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

จากการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ และข้อเสนอแนะในการเลี้ยงสุกรขุนด้านการตลาด พบว่า เกษตรกรที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดไม่ได้แสดงปัญหาและข้อเสนอแนะด้านการตลาดของสุกรขุน

4.4 วิจารณ์ผล

จากการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

4.4.1 ทางด้านสภาพพื้นฐานของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีอายุเฉลี่ย 48.42 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีประสบการณ์ในการเลี้ยงสุกรขุนเฉลี่ย 13.85 ปี ซึ่งจะเห็นได้ว่า เกษตรกรที่รับผิดชอบในการดูแลกิจการฟาร์มอิสระส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่มียุทธศาสตร์ค่อนข้างมาก และดำเนินกิจการเลี้ยงสุกรขุนอิสระมานาน โดยพิจารณาจากประสบการณ์ ในการเลี้ยงสุกรขุนแสดงให้เห็นว่า เกษตรกรที่เลี้ยงสุกรขุนอิสระนั้น ถึงแม้เกษตรกรจะมีการศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น แต่ก็ยังสามารถที่จะดำเนินกิจการให้มีรายได้สูงตลอดปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ลักษณะพื้นฐานที่กล่าวมาข้างต้นนั้นมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระนั้นสามารถดูแลกิจการมาได้จนถึงปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับ เทพ พงษ์พานิช (2527 : 116-121) ที่กล่าวว่า เกษตรกรสามารถเรียนรู้ รับรู้ ได้ดีก็ต่อเมื่อเขามีความปรารถนา และนำเอาความรู้นั้นไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์กับตัวของเกษตรกรเอง และเมื่อเกษตรกรมองเห็นคุณค่าหรือประโยชน์ ในสิ่งที่ทำแล้วเกษตรกรยอมที่จะพยายามเรียนรู้ ความผิดพลาดแล้วทำการแก้ไข จนมีความชำนาญ และนอกจากนี้ยังมีปัจจัยอีกมากมายที่ทำให้เกษตรกรมีการยอมรับ มาก น้อย ช้า เร็ว แตกต่างกันไป เช่น การศึกษา อายุ ฐานะทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

โอกาสของการได้รับคำแนะนำทางด้านวิชาการในการเลี้ยงสุกรขุนจากการศึกษา พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระส่วนใหญ่ไม่ได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการเลี้ยงสุกรขุน แต่เมื่อพิจารณาการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรด้านการตลาด พบว่า เกษตรกรมีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับสูง 3 รายการ แสดงให้เห็นว่า โอกาสในการได้รับคำแนะนำทางด้านวิชาการไม่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับ รัชดา ตูวินันท์ (2539 : 90) ที่ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ทางการเกษตร ของชาวนา อำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า โอกาสในการได้รับคำแนะนำไม่มีความแตกต่างกัน ทางด้านการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ทางการเกษตรของชาวนา

4.4.2 ทางด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย จากผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระมีการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง แต่มีอยู่ 3 รายการ ที่มีการยอมรับในระดับสูงจึงเป็นที่น่าสังเกตดังต่อไปนี้คือ

การจำหน่ายสุกรขุน จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ ทำการรออาหารสุกรขุน ก่อนจำหน่ายทุกครั้งเป็นเวลา 12 ชั่วโมง (ร้อยละ 67.35) โดยแสดงว่า เกษตรกรมีความรู้ ในเรื่องของการลดความเครียด และทำให้คุณภาพซากสุกรขุนดี ซึ่งสอดคล้องกับ สุชีพ รัตนสาร (2522 : 462) ที่กล่าวว่า การขนย้ายสุกรขุนต้องทำการรออาหารสุกรขุนทุกครั้งก่อนจำหน่าย เป็นเวลาอย่างน้อย 12 ชั่วโมง เพื่อลดความเครียด และส่งผลทำให้คุณภาพซากดีด้วย และยังสอดคล้องกับ วินัย ประถมภ์กาญจน์ (2527 : 335) ที่กล่าวว่า ก่อนการฆ่าสุกร ควรกักสุกรไว้ในคอกและไม่ให้กินอาหาร ไม่ต่ำกว่า 12 ชั่วโมง จะทำให้ระบบการย่อยอาหารสุกร ย่อยอาหารได้หมดไม่ตกค้าง และขับถ่ายของเสียออกจากร่างกายจนหมด ทำให้การผ่าซากสะดวก และสะอาด ส่งผลทำให้ซากมีคุณภาพดี

การเชีคราคาสุกรขุน จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ มีการเชีคราคาสุกรขุนตลอด (ร้อยละ 73.47) ซึ่งสอดคล้องกับ เทพ พงษ์พานิช (2527 : 116-121) ที่กล่าวว่า เกษตรกรที่มีความสนใจที่จะแสวงหาความรู้อยู่ตลอดเวลาจะมีการยอมรับเทคโนโลยีที่ดีกว่าเกษตรกรที่ไม่ขวนขวายหาความรู้ เช่นเดียวกับการที่เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุน มีการเชีคราคาของผลผลิตอยู่ตลอดเวลา ก็แสดงว่าเกษตรกรมีการสนใจ ว่าควรจะมีผลผลิตผลิตมากน้อยเท่าใด ผลิตแล้วจะมีตลาดมารับเพียงพอหรือไม่ แสดงว่าเกษตรกรมีความเข้าใจ ในเรื่องของกลไกทางการตลาด

การขายสุกรขุนเกษตรกรส่วนใหญ่ มีการขายโดยรับเงินสด (ร้อยละ 71.13) ซึ่งแสดงว่า เกษตรกรมีอำนาจในการต่อรองราคา โดยไม่ต้องมีภาระผูกพันซ์ทางการตลาด อาศัยความชำนาญ กำหนดราคาตามการเคลื่อนไหวของตลาด พร้อมทั้งใช้วิจารณ์ญาณพิจารณาวางแผนการผลิตด้วยตนเองซึ่งสอดคล้อง กับ อุทัย คันโร (2537 : 323) ที่กล่าวว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุน ต้องทำการรับค่าจำหน่าย สุกรขุน เป็นเงินสด เพื่อนำเงินนั้นมาใช้จ่ายในฟาร์ม ตลอดระยะเวลาการเลี้ยงสุกรขุน เช่น จ่ายค่าอาหาร ค่ายา และยังสอดคล้องกับ นาม สิริเสถียร และ สุกัญญา จัตตุพรพงษ์ (2537 : 275) กล่าวว่า เกษตรกรควรรับเงินสด ในการจำหน่ายสุกร เพราะจะต้องนำเงินมาใช้ ในการปรับปรุงฟาร์มและซื้ออาหาร เพื่อเลี้ยงสุกรจนขายเป็นรายได้ต่อไป

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

การศึกษารุ่นนี้ เป็นการศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกร ผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานทางด้านลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมเพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดสุกรขุนและเพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคในด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ประชากรที่ใช้ศึกษารุ่นนี้ เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยจำนวน 49 คน ตามข้อมูลของกองแผนงาน กรมปศุสัตว์

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1.1 การศึกษาข้อมูลทางด้านลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมสามารถสรุปได้ดังนี้ จากการศึกษ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 87.76) มีอายุระหว่าง 41-50 ปี (ร้อยละ 30.60) มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 44.90) มีประสบการณ์จากการเลี้ยงสุกรขุนระหว่าง 1-9 ปี (ร้อยละ 46.94) การเลี้ยงสุกรขุน ในแต่ละฟาร์มน้อยกว่า 100 ตัว (ร้อยละ 81.63) และส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้รับคำแนะนำ ในด้านวิชาการไม่ว่าจะเป็นแหล่งใดก็ตาม (ร้อยละ 77.55) มีรายได้จากการจำหน่ายสุกรขุนตลอดทั้งปี 2542 น้อยกว่า 80,000 บาท (ร้อยละ 32.65) และขายสุกรขุนภายในฟาร์ม ผ่านพ่อค้าคนกลาง หรือบริษัท

5.1.2 ข้อมูลด้านการยอมรับเทคโนโลยีทางการเกษตรในด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนประเภทอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยโดยสรุปได้ ดังนี้

จากวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงสุกรขุนของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระ พบว่าเกษตรกรยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาการยอมรับเทคโนโลยีเป็นรายชื่อสามารถสรุปได้สามารถอธิบายได้ดังนี้

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระที่อยู่ในระดับสูง ได้แก่

การลดอาหารสุกรขุนก่อนจำหน่าย จากการศึกษา พบว่า เกษตรส่วนใหญ่มีการลดอาหารสุกรขุน 12 ชั่วโมง (ร้อยละ 67.35) ทำการลดอาหารสุกรขุน 6 ชั่วโมง (ร้อยละ 18.37) และไม่ทำการลดอาหารสุกรขุนเลย (ร้อยละ 4.08) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.39

วิธีเช็คราคาสุกรขุน จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่โทรศัพท์ถามบริษัท และสหกรณ์ (ร้อยละ 73.47) ดูจากโทรทัศน์ หรือฟังจากวิทยุ (ร้อยละ 12.24) ไม่มีการเช็คราคาเลย (ร้อยละ 10.20) และทำการเช็คจากสื่อพิมพ์ หรือวารสาร (ร้อยละ 4.08) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.49

การรับเงินจากการจำหน่ายสุกรขุน จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่รับเป็นเงินสด (ร้อยละ 71.43) เป็นเครดิต 10 วัน (ร้อยละ 14.29) เครดิตเกิน 15 วัน (ร้อยละ 8.14) และรับเป็นเครดิตไม่เกิน 15 วัน (ร้อยละ 6.12) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.49

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่

เกษตรกรมีการเช็คราคาสุกรขุน จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีการตรวจเช็คราคาทุกสัปดาห์ (ร้อยละ 55.10) มีการเช็คราคาทุกครั้งเมื่อขาย (ร้อยละ 40.82) และเช็คราคาทุกเดือน (ร้อยละ 4.08) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.14

การขายสุกรขุน จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรทั้งหมดมีการขายแบบชั่งน้ำหนัก (ร้อยละ 100) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.00

การคัดขนาดสุกรขุนก่อนจำหน่าย จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ขายแบบยกเล้าทีเดียว (ร้อยละ 48.98) มีการคัดขนาดทุกครั้ง (ร้อยละ 34.70) มีการคัดขนาดเกือบทุกครั้ง (ร้อยละ 12.24) และไม่คำนึงถึงเรื่องนี้เลย (ร้อยละ 4.08) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.14

ราคาสุกรขุนในแต่ละเดือน จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ซื้อสุกรขุนแพงในเดือนเมษายนและเดือนกุมภาพันธ์ (ร้อยละ 36.73) เดือนตุลาคม (ร้อยละ 14.30) และเดือนกรกฎาคม (ร้อยละ 12.24) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.96

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระที่อยู่ในระดับพอใช้ ได้แก่

การจำหน่ายสุกรขุน จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีการจำหน่ายสุกรขุนให้กับพ่อค้าในท้องถิ่นและพ่อค้าคนกลาง (ร้อยละ 87.76) ขายให้กับบริษัท (ร้อยละ 10.20) และขายผ่านสหกรณ์ (ร้อยละ 2.04) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.92

การขายสุกรขุนภายในฟาร์ม จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ขายในจังหวัดตั้งฟาร์มและจังหวัดใกล้เคียง (ร้อยละ 61.22) ขายในเฉพาะจังหวัดและหลายอำเภอ (ร้อยละ 18.37) ขายในเฉพาะอำเภอและที่ตั้งฟาร์ม (ร้อยละ 2.09) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.47

การนำสุกรขุนเข้าพักโรงพักก่อนจำหน่าย จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่เคยนำสุกรขุนเข้าพักโรงพักก่อนจำหน่าย (ร้อยละ 48.98) มีการนำเข้าพักโรงพักทุกครั้ง (ร้อยละ 26.53) มีการพักสุกรขุนเกือบทุกครั้งและบางครั้ง (ร้อยละ 12.24) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.16

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาการวิจัย

จะเห็นว่า เกษตรกรไม่ได้รับคำแนะนำทางวิชาการมากเพียงพอ ควรจะมีหน่วยงานที่คอยส่งเสริมและแนะนำแนวทางวิธีแก้ปัญหาการตลาด ซึ่ง ชูพหเทพ พงศ์สร้อยเพชร (2531 : 271) ที่กล่าวว่า หลังจากเกษตรกรคนหนึ่งคนใด รับเอาการแนะนำส่งเสริม พิจารณาแล้วอาจรับวิชาการใหม่ๆ มาใช้ปฏิบัติต่อไปก็ได้ จึงควรจัดหน่วยงานของภาครัฐบาลเข้าไปดำเนินการเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนในด้านราคาให้สูงขึ้น และจัดหาตลาดรองรับผลผลิตของเกษตรกร โดยสร้างแผนงานด้านการตลาดเพื่อให้ผลผลิตสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และเพื่อให้เกษตรกรผู้ค้าสุกรขุนและผู้บริโภคมีความเป็นธรรมทางด้านราคา รวมทั้งแปรรูปสุกรขุนเป็นผลิตภัณฑ์เพิ่ม จัดตั้งโรงงานแปรรูปหรือส่งเสริมการลงทุน เพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ และจัดเก็บรักษาไว้ในระยะเวลานานขึ้น ซึ่งเป็นเหตุผลหนึ่งที่เกษตรกรไม่ได้กำไรเนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้บางชนิดต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูง ภาครัฐควรลดภาษี นำเข้าสำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสุกรขุน เพื่อลดต้นทุนในการส่งออก และสามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ ที่สำคัญต้องพัฒนาตัวเกษตรกรเอง โดยให้การสนับสนุนด้านการศึกษา อาจเป็นการศึกษานอกระบบการศึกษา ซึ่ง บุญสม วราเอกศิริ (2529 : 159) ที่กล่าวว่า ความเจริญก้าวหน้า จะพัฒนาได้มากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับตัวผู้ประกอบการเองคือ เกษตรกรจะรับรู้ และนำคำแนะนำนั้นไปยึดปฏิบัติตามมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ การศึกษา และ ตัวเกษตรกรเอง หรือจัดตั้งสหกรณ์รวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือกันในการผลิต รวมทั้งสร้างอำนาจ การต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลาง จึงควรมีแนวทางที่จะให้ภาครัฐบาลเข้าไปส่งเสริม ด้านความรู้ทางการตลาดให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อจะได้ให้เกษตรกรมีความรู้ และเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดที่ถูกต้อง

5.2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัย ว่าขนาดของฟาร์มที่เลี้ยงสุกรขุนมีผลอย่างไรกับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด เพื่อนำมาปรับปรุงฟาร์มให้มีเทคโนโลยีด้านการตลาด ต่อไป
2. ควรมีการศึกษาและเปรียบเทียบรายได้ของฟาร์มในแต่ละปีที่ผ่านมา กับเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระ สหกรณ์ กับ บริษัท ว่ามีความเป็นอยู่กันอย่างไร รายได้ที่แท้จริงนั้นเป็นอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไป
3. สำหรับการเก็บข้อมูลควรมีการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง เพื่อเป็นการทราบถึงปัญหากับเกษตรกร และชี้แนะวิธีการแก้ไขให้กับเกษตรกรด้วย
4. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่นที่มีผลกระทบต่อการตลาดสุกรขุน และปัญหาอุปสรรคและวิธีการแก้ปัญหาของเกษตรกรด้วย เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไป



บรรณานุกรม

- กองแผนงาน กรมปลัดศตวรรษ. 2542. รายชื่อเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : กรมปลัดศตวรรษ. (อัครา)
- จันทวรรณ ชมวัน. 2535. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา. เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 120 น.
- ชูศรี วงศ์รัตนา. 2537. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : บริษัท บีเอฟ ไอ จำกัด. 29 น.
- ชูพหเทพ พงศ์สร้อยเพชร. 2531. การส่งเสริมการเกษตรเบื้องต้น. กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ องค์การค้ำของครุสภา. กรุงเทพฯ : 150 น.
- ทนุ ชื่นฟูวุฒิ. 2531. การยอมรับเทคโนโลยีการปลูกถั่วเหลืองหลังการทำนาของเกษตรกรบ้านแม่ใจ ตำบลบ้านเป้าและบ้านบวกหม้อ ตำบลจี้เหล็กอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่ใจ. 121 น.
- เทพ พงษ์พานิช. 2527. การส่งเสริมการเกษตร. เชียงใหม่ : สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่ใจ. 310 น.
- ธวัชชัย งามสันติวงษ์. 2538. หลักการและวิธีการใช้คอมพิวเตอร์ในทางผลิตเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4. สำนักพัฒนาเทคนิคการศึกษา. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. 601 น.
- นาม สิริเสถียร และ กัญญา จัตตพรพงษ์. 2537. การผลิตสุกรเชิงอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : ที พี พริน. 323 น.
- นิรนาม. “การเลี้ยงสุกร”. สารสินไก่อ. 47 (พฤศจิกายน 2542). น. 36-42 .
- บุญเกิด บุตทะ. “ลักษณะที่ดีมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีเกษตรกรในประเทศไทย”. วารสารเศรษฐกิจการเกษตร. (สิงหาคม 2542). น. 16-23.
- บุญธรรม จิตต์อนันต์. 2536. จิตวิทยาในการส่งเสริมเกษตร. กรุงเทพฯ : สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 300 น.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. 2539. วิธีวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ทีเอ็นการพิมพ์ : 241 น.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- บุญสม วราเอกศิริ. 2529. หลักและส่งเสริมการเกษตร. เชียงใหม่ : สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้. 159 น.
- ไพบุลย์ สุทรสุภา, นรินทร์ชัย พัฒนหงสา และสนธิ วงศ์ประเสริฐ. 2527. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการปลูกกาแฟบนที่สูง. รายงานการวิจัยโครงการศูนย์วิจัยและพัฒนากาแฟบนที่สูง คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 100 น.
- ภูวดล สาลีเกษตร. 2536. ผลของการนำนวัตกรรมไปสู่ชนบท : ศึกษากรณีการยอมรับการผสมเทียมโค. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 111 น.
- รัชดา ตูวินันท์. 2539. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเกษตรของชาวนาอำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต รัฐศาสตร์ (สังคมวิทยาและมนุษยวิทยา)
- เลอกพ ศิริสันติกุล. 2536. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับคำแนะนำวิธีปฏิบัติการปลูกกาแฟอราบิก้าของชาวเขาเผ่าม้งในจังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษาหมู่บ้านขุนช่างเคี่ยนและหมู่บ้านม่อนเงาะ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 122 น.
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2538. เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น จัดพิมพ์. 200 น.
- วิทยา ดำรงค์เกียรติศักดิ์. 2529. การสื่อสารทางการเกษตร. เชียงใหม่ : สถาบันการเกษตรแม่โจ้. 129 น.
- วินัย ประลมภ์กาญจน์. 2527. การผลิตสุกร. กรุงเทพฯ : กรุงเทพมหานครพิมพ์. 335 น.
- สมกพ เพชรรัตน์. 2523. “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับ – ไม่ยอมรับ เทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกรในเขตโครงการปฏิบัติการพัฒนาสังคมอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง”. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 175 น.
- สุชีพ รัตนสาร. 2537. การจัดการฟาร์มสุกรพ่อแม่พันธุ์ : การผลิตสุกรเชิงอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยและฝึกอบรมการเลี้ยงสุกรแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน นครปฐม. 462 น.

บรรณานุกรม (ต่อ)

เอกพงศ์ วารกุล.2532. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกไม้ดอก เพื่อเป็นรายได้เสริมของเกษตรกร ในจังหวัดเชียงใหม่.เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.130 น.

อุทัย คัน โธ. 2537. การผลิตสุกรเชิงอุตสาหกรรม.กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยและฝึกอบรมการเลี้ยง สุกรแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน นครปฐม. 323 น.

อรุณ ชัยอยู่ดี. 2531 . การยอมรับนวัตกรรมการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหา วิทยาลัยเชียงใหม่. 145 น.





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับอาร์ใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำชี้แจงแบบสอบถาม

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการกรอกแบบสอบถาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงสุกรขุน 1 ชุด (15 หน้า)

เนื่องด้วยนักศึกษาภาควิชาครุศาสตร์เกษตร สาขาเทคโนโลยีการเกษตร - การผลิตสัตว์ ได้จัดทำกรวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงสุกรขุนของเกษตรกรผู้เลี้ยงอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต ทางคณะผู้จัดทำกรวิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการกรอกแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริงในฟาร์มของท่านซึ่งทางคณะผู้วิจัยคัดเลือกท่านในการกรอกแบบสอบถามดังกล่าว

อนึ่ง ทางคณะผู้จัดทำจะเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับและใคร่ขอความกรุณาจากท่านส่งแบบสอบถามกลับภายในวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2544 โดยใส่ซองจดหมายที่แนบมาด้วยและไม่ต้องติดแสตมป์เพิ่มเติม จักขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์
คณะผู้วิจัย

(อาจารย์จำลอง ศรีสุวรรณ)
อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย

(อาจารย์กัทพงศ์ ปวงสุข)
อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

เรื่อง

การยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงสุกรขุนของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออก
ของประเทศไทย

The Adoption of Marketing Technology among Independent Finishing Pig Farmers
in Eastern Thailand.

คำชี้แจง

1. กรุณาอ่านคำถามแต่ละข้ออย่างละเอียดและกรุณาตอบคำถามทุกข้อ
2. กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ซึ่งจะเป็นคำตอบที่ดีที่สุดและผู้วิจัยจะใช้คำตอบของท่านเป็นข้อมูลในการวิจัยเท่านั้น และจะเก็บเป็นความลับจะไม่ทำให้เกิดผลเสียหายแก่ผู้ตอบ
3. แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงสุกรขุน
 - ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงสุกรขุน

คณะผู้จัดทำ

แบบสอบถาม

เรื่อง

การยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรขุนอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
ที่อยู่

ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

ท่านเป็นผู้เลี้ยงสุกรขุนประเภทใด

- () อิสระและไม่ผูกพันกับบริษัท
() 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. ประสบการณ์ในการเลี้ยงสุกรขุน..... ปี
5. จำนวนสุกรขุนภายในฟาร์ม ตัว
6. โอกาสการได้รับการแนะนำจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐหรือเอกชนกี่ครั้ง (ในเดือนที่ผ่านมา)ครั้ง
7. รายได้จากฟาร์มในปี พ.ศ. 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่าย บาท
8. ท่านมีวิธีการขายสุกรขุนในฟาร์มอย่างไร (ที่ขายเป็นส่วนใหญ่)
() ขายถึงผู้บริโภคโดยตรง
() ขายผ่านพ่อค้าแม่ค้าหรือสหกรณ์
() ขายผ่านคนกลางหรือบริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด

1. ท่านมีการจำหน่ายสุกรอย่างไร

- () ขายให้กับบริษัท
- () ขายให้พ่อค้าท้องถิ่น, พ่อค้าคนกลาง
- () ขายผ่านสหกรณ์
- () เชือด ซ้ำแหละขายเอง

2. ท่านมีการเช็คราคาสุกรอย่างไร

- () ไม่มีการเช็คเลย
- () มีการเช็คเดือนละครั้ง
- () เช็คทุกสัปดาห์
- () เช็คทุกครั้งเมื่อขาย

3. ถ้าท่านต้องการขายสุกรท่านขายอย่างไร

- () แบบเหมาซื้อ
- () ใช้แบบชั่งน้ำหนัก
- () อย่างไม่รู้ได้ที่ขายได้
- () ใช้การประมูลราคา

4. ท่านขายสุกรในฟาร์มอย่างไร

- () ขายภายในประเทศหรือต่างประเทศ
- () ขายในจังหวัดที่ตั้งฟาร์มและจังหวัดใกล้เคียง
- () ขายเฉพาะในจังหวัดและหลายอำเภอ
- () ขายเฉพาะภายในอำเภอที่ตั้งฟาร์ม

5. ก่อนท่านจะจำหน่ายสุกรท่านมีการให้สุกรอดอาหารอย่างไร

- () อด 3 ชั่วโมง
- () อด 6 ชั่วโมง
- () อด 12 ชั่วโมง
- () ไม่อดเลย

6. ท่านนำสุกรเข้าพักโรงพักก่อนการจำหน่ายหรือไม่

- () ไม่เคยเลย
- () ทำบางครั้ง
- () ทำเกือบทุกครั้ง
- () นำสุกรเข้าโรงพักทุกครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 (ต่อ) การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด

7. ท่านมีการคัดขนาดสุกรขายหรือไม่

- () มีการคัดขนาดเกือบทุกครั้ง
- () มีการคัดขนาดทุกครั้ง
- () ขายยกเล้าทีเดียว
- () ไม่ได้คำนึงถึงเรื่องนี้เลย

8. ท่านคิดว่าราคาสุกรเดือนใดมีราคาแพงที่สุด

- () เมษายน
- () กรกฎาคม
- () กุมภาพันธ์
- () ตุลาคม

9. ท่านซื้อราคาขายสุกร โดยวิธีการใด

- () ซื้อจากหนังสือพิมพ์ หรือ วารสาร
- () โทรศัพท์ถามบริษัท, สหกรณ์
- () ดูจากโทรทัศน์ หรือ วิทยุ
- () ไม่มีวิธีการซื้อ

10. ในการขายสุกรท่านเก็บเงินอย่างไร

- () เครดิต 10 วัน
- () เงินสด
- () เครดิตไม่เกิน 15 วัน
- () เครดิตมากกว่า 15 วัน

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ท่านคิดว่าฟาร์มท่านมีปัญหาด้านการตลาดอย่างไร

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....