ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำในเขตกรุงเทพมหานคร

Consumer Behavior of Giant Tiger Prawn in Bangkok

ของ

นางสาวดวงดาว โชคมงคลกิจ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ. 2537

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ _____ 24/พ.ย./37

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

กรรมการปัญหาพิเศษ _____ 24/พ.ย./37

(อาจารย์บรรเลง ศรีพัฒโนทัย)

หัวหน้าภาควิชาฯ _____ 24/พ.ย./37

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิทธิโชค)

9 ส.ค. 54

ฝพ.
ว141พ
2537

ACC. NO.....
Date Received 27 ธ.ค. 2538
Call No.....

14585

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำในเขตกรุงเทพมหานคร

Consumer Behavior of Giant Tiger Prawn in Bangkok

T097800

โดย

นางสาวดวงดาว โชคมงคลกิจ

ปพ.
ด๗๒๓พ
๒๕๓๗

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน...97800.....
วัน,เดือน,ปี...- 9 JUN 2009.....

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2537

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย : นางสาวดวงดาว โชคมงคลกิจ

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ : _____ ,24, มี.ค., 2537

(อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

กุ้งกุลาดำเป็นสัตว์น้ำเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย มีมูลค่าการส่งออกสูง แต่ปัจจุบันการส่งออกกุ้งกุลาดำประสบปัญหา ดังนั้นทางผู้ผลิตควรจะให้ความสนใจตลาดภายในประเทศสำหรับรองรับผลผลิตกุ้งกุลาดำที่เพิ่มขึ้น ซึ่งการบริโภคภายในประเทศยังนับได้ว่ามีปริมาณที่น้อย จึงเห็นความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำ เพื่อจะได้นำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาการผลิต การตลาดกุ้งกุลาดำให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ ศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภค ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการบริโภค และทัศนคติของผู้บริโภค โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 120 คน เป็นเพศหญิง 81 คน เพศชาย 39 คน พบว่าผู้บริโภคมีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 8,001-12,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบบริโภคกุ้งกุลาดำ โดยให้เหตุผลว่าชอบรสชาติของกุ้งกุลาดำ และบริโภคกุ้งกุลาดำนาน ๆ ครั้ง ในช่วงเย็นที่บ้าน ส่วนใหญ่นำกุ้งกุลาดำมาประกอบอาหารโดยวิธีผัด ผู้บริโภคนิยมซื้อกุ้งกุลาดำจากตลาดสด เนื่องจากสะดวก โดยที่ผู้บริโภคจะเป็นผู้ซื้อกุ้งกุลาดำด้วยตนเองในรูปกุ้งสดและนำมาปรุงอาหารทันที สำหรับความสดของกุ้งกุลาดำมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกุ้งกุลาดำของผู้บริโภคในระดับมาก ส่วนราคากุ้งกุลาดำ รายได้ของผู้บริโภค สถานที่จำหน่ายกุ้งกุลาดำ ความต้องการบริโภคกุ้งกุลาดำของสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกุ้งกุลาดำ

ของผู้บริโภคในระดับปานกลาง ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าราคากุ้งกุลาดำ สถานที่จำหน่ายกุ้งกุลาดำ ความสดของกุ้งกุลาดำ ความสะอาดของกุ้งกุลาดำ อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม ส่วนสิ่งเจือปนในกุ้งกุลาดำ อยู่ในเกณฑ์ที่ไม่เหมาะสม ปัญหาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยพบ คือกุ้งกุลาดำไม่สด

จากการศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้ ควรปรับปรุงคุณภาพกุ้งกุลาดำ ในเรื่องสิ่งเจือปนในเนื้อกุ้ง เช่น กลิ่นดินและสารปฏิชีวนะ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค ควรมีการปรับปรุงเรื่องการขนส่ง และการจำหน่าย เป็นการลดปัญหากุ้งกุลาดำไม่สด นอกจากนี้ควรมีปริมาณการจำหน่ายที่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค และมีปริมาณสม่ำเสมอ โดยผู้ผลิตควรให้ความสนใจกับตลาดภายในประเทศเพิ่มขึ้น ควรมีการปรับปรุงเรื่องราคากุ้งกุลาดำ โดยการลดค่าส่วนเหลื่อมการตลาด และควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกุ้งกุลาดำให้ผู้บริโภคได้รับทราบเพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

คำนิยม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และท่านอาจารย์บรรเลง ศรีพัฒโนทัย กรรมการปัญหาพิเศษ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทั้งสองท่านเป็นอย่างสูงที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ เพื่อให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการทำปัญหาพิเศษนี้ รวมทั้งขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาปัญหาพิเศษได้เป็นผลสำเร็จ

ดวงดาว โชคมงคลกิจ

พฤศจิกายน 2537

สารบาญ

	หน้า
สารบาญตาราง	(3)
สารบาญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
ตรวจเอกสาร	4
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 สภาพทั่วไปของกุ้งกุลาดำ	10
สภาพการผลิต	11
แหล่งเพาะเลี้ยง	11
ลักษณะการเพาะเลี้ยง	11
ปริมาณการผลิต	13
สภาพการตลาด	16
ตลาดภายในประเทศ	16
ตลาดต่างประเทศ	19
บทที่ 3 ผลการศึกษา	21
ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	21
พฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำ	26
ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริโภคกุ้งกุลาดำ	35
ปัญหาและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคกุ้งกุลาดำ	40

สารบาญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ	45
สรุป	45
ข้อเสนอแนะ	45
เอกสารอ้างอิง	48
ภาคผนวก	51

สารบาญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณการจับกุ้งทะเล จำแนกตามวิธีการประมง พ.ศ. 2520-2535	14
2	ผลผลิตกุ้งจากการเลี้ยง จำแนกตามชนิดกุ้ง พ.ศ. 2520-2535	15
3	เพศของผู้บริโภค	21
4	อายุของผู้บริโภค	22
5	สถานภาพของผู้บริโภค	23
6	ระดับการศึกษาชั้นสูงสุดของผู้บริโภค	24
7	อาชีพของผู้บริโภค	25
8	รายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค	26
9	ความชอบหรือไม่ชอบรับประทานกุ้งกุลาดำของผู้บริโภค	27
10	เหตุผลที่ผู้บริโภคไม่ชอบรับประทานกุ้งกุลาดำ	28
11	เหตุผลที่ผู้บริโภครับประทานกุ้งกุลาดำ	29
12	ความถี่ในการรับประทานกุ้งกุลาดำของผู้บริโภค	30
13	ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภครับประทานกุ้งกุลาดำ	30
14	สถานที่ที่ผู้บริโภครับประทานกุ้งกุลาดำ	31
15	วิธีการนำกุ้งกุลาดำมาประกอบอาหาร	32
16	แหล่งที่ผู้บริโภคเลือกซื้อกุ้งกุลาดำ	32
17	เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกซื้อกุ้งกุลาดำ	33
18	ผู้ซื้อกุ้งกุลาดำ	34
19	รูปแบบของกุ้งกุลาดำที่ผู้บริโภคนิยมซื้อเพื่อบริโภค	35
20	การปฏิบัติหลังจากผู้บริโภคซื้อกุ้งกุลาดำ	35
21	ราคากุ้งกุลาดำที่มีผลต่อการตัดสินใจ	36
22	รายได้ของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจ	37
23	สถานที่จำหน่ายกุ้งกุลาดำที่มีผลต่อการตัดสินใจ	38
24	ความสดของกุ้งกุลาดำที่มีผลต่อการตัดสินใจ	39

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
25	ความต้องการบริโภคกุ้งกุลาดำของสมาชิกในครอบครัวที่มีผลต่อการตัดสินใจ	39
26	ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับราคากุ้งกุลาดำ	40
27	ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายกุ้งกุลาดำ	41
28	ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับความสดของกุ้งกุลาดำ	41
29	ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับความสะอาดของกุ้งกุลาดำ	42
30	ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสิ่งเจือปนในกุ้งกุลาดำ	43
31	ปัญหาที่ผู้บริโภคเคยพบเกี่ยวกับการบริโภคกุ้งกุลาดำ	44

สารบาญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	วิถีการตลาดของผลผลิตกุ้งกุลาดำจากการเพาะเลี้ยงชายฝั่ง	18

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของการศึกษา

การประมงและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำของประเทศไทย ได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา ทำให้ประเทศไทยมีบทบาทสำคัญด้านการประมงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็น 1 ใน 10 ประเทศแรกของโลกที่มีผลผลิตทางการประมงสูง ในขณะเดียวกันอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำได้พัฒนาอย่างรวดเร็วทั้งเพื่อใช้บริโภคภายในประเทศและส่งออก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ประมงมีความสำคัญในการนำเงินตราเข้าประเทศ และมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างยิ่ง

กุ้งกุลาดำเป็นสัตว์น้ำเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย โดยใน พ.ศ. 2536 มีมูลค่าการส่งออก 37,838 ล้านบาท และใน พ.ศ. 2537 คาดว่าจะสามารถส่งออกกุ้งกุลาดำเป็นมูลค่าสูงถึงประมาณ 40,000 ล้านบาท (นิรนาม , 2537ก : 3) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าเกษตรกรรมอื่น ๆ ของไทย กุ้งกุลาดำนับว่าเป็นสินค้าที่นำเงินตราเข้าประเทศได้มากที่สุด และเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้ให้กับประเทศสูงเป็นอันดับที่ 3 รองจากสิ่งทอและชิ้นส่วนประกอบคอมพิวเตอร์

ประเทศไทยมีการส่งออกกุ้งกุลาดำในรูปกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ตั้งแต่ พ.ศ. 2508 เป็นต้นมา กุ้งกุลาดำที่ทำการส่งออกในระยะแรก เป็นกุ้งที่ได้จากทะเลกว่าร้อยละ 90 อย่างไรก็ตามผลผลิตกุ้งที่ได้จากทะเลมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากการขยายเขตน่านน้ำเศรษฐกิจจำเพาะ 200 ไมล์ทะเลทำให้การประมงไทยถูกจำกัด และปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง คือปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรทางทะเล ดังนั้นรัฐบาลไทยจึงเริ่มมีนโยบายเกี่ยวกับการเพาะเลี้ยงกุ้งอย่างจริงจังเมื่อเริ่มแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2515-2519) มีแผนการพัฒนาการเพาะเลี้ยงชายฝั่งและได้ทำการพัฒนาการเพาะเลี้ยงเรื่อยมาอย่างต่อเนื่อง ใน พ.ศ. 2535 มีผู้ประกอบการเพาะเลี้ยง

ทั้งสิ้น 19,403 ราย เนื้อที่เพาะเลี้ยง 454,975 ไร่ (นิรนาม , 2537ง : 6)

การเลี้ยงกุ้งกุลาดำ ทำให้เกิดการพัฒนาอาชีพและความเป็นอยู่ของคนในภาคเกษตรกรรมของไทยให้ดีขึ้น มีรายได้เพิ่มมากขึ้นและเป็นการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้ยังได้รวมถึง การฟื้นฟูสภาพแวดล้อม ป่าไม้ชายเลน และการรวมกลุ่มพัฒนาด้านเทคนิควิธีการเลี้ยง ทำให้ได้มาซึ่งผลผลิตตามความต้องการของตลาดด้วยต้นทุนการผลิตที่ต่ำ ส่งผลให้การเพาะเลี้ยงกุ้งกุลาดำของไทยได้กลายมาเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก และจัดเป็นสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดของภาคเกษตรกรรม ซึ่งนับวันจะทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากกุ้งกุลาดำเป็นอาหารทะเลที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง มีรสชาติดี เป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

อย่างไรก็ตามการส่งออกกุ้งกุลาดำไปยังตลาดต่างประเทศก็ประสบปัญหาด้านต่าง ๆ คือ ปัญหาสารปฏิชีวนะตกค้างในเนื้อกุ้งกุลาดำ คุณภาพกุ้งกุลาดำไม่ได้มาตรฐาน เช่น มีกลิ่นโคลน กุ้งเป็นโรค และปัญหาเรื่องต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นส่งผลให้กุ้งกุลาดำที่ส่งออกจากประเทศไทยมีราคาสูงกว่าประเทศผู้ส่งออกอื่น ๆ เช่น ประเทศเวียดนาม อินเดีย อินโดนีเซีย และสิงคโปร์ ดังนั้นทางผู้ผลิตควรจะให้ความสนใจตลาดภายในประเทศสำหรับรองรับผลผลิตกุ้งกุลาดำที่เพิ่มขึ้น นอกจากตลาดเพื่อการส่งออกกุ้งกุลาดำที่กล่าวแล้ว เพื่อเป็นการส่งเสริมการค้ากุ้งกุลาดำอีกทางหนึ่ง

สำหรับการบริโภคภายในประเทศ นับได้ว่ามีปริมาณน้อยมากเมื่อเทียบกับการผลิต และจากการขยายการเพาะเลี้ยงที่มากขึ้นเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ราคาที่เกษตรกรผู้เลี้ยงได้รับเกิดการชะลอตัว และหากทางรัฐบาลไม่มีมาตรการด้านการตลาดทั้งภายในและต่างประเทศเข้าเสริม จะมีผลกระทบทำให้ราคาที่ผู้ผลิตได้รับตกต่ำ ดังนั้นจึงทำให้เห็นความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำของผู้บริโภคภายในประเทศ โดยทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาจะได้นำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาการผลิต การตลาดกุ้งกุลาดำให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการบริโภคกุ้งกุลาดำในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการบริโภคกุ้งกุลาดำ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการบริโภคกุ้งกุลาดำในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการบริโภคกุ้งกุลาดำ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตและการตลาดกุ้งกุลาดำให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศต่อไป

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำในด้าน ราคา การเลือกซื้อ คุณค่าทางอาหาร รสชาติ ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการบริโภคกุ้งกุลาดำ รวมทั้งทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคกุ้งกุลาดำ โดยทำการสอบถามจากผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 ตัวอย่าง ในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง การกระทำหรือวิธีการที่แสดงออกมาของ

ผู้บริโภคที่มีต่อกุ้งกุลาดำ เช่น ความชอบหรือไม่ชอบรับประทานกุ้งกุลาดำ การเลือกซื้อกุ้งกุลาดำ ลักษณะอาหารที่ปรุงโดยใช้กุ้งกุลาดำ

ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลที่บริโภคกุ้งกุลาดำและอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ตรวจเอกสาร

พรรณิภา หาญวิวัฒนกิจ (2531) กล่าวว่ากุ้งกุลาดำเป็นกุ้งทะเลที่มีบทบาทที่สุดในแผนพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ในรอบ 10 ปีที่ผ่านมาผลผลิตกุ้งจากนากุ้งส่วนใหญ่อาศัยพันธุ์กุ้งจากธรรมชาติ ซึ่งมีปริมาณไม่มากนัก เมื่อประเทศผู้นำเข้ามีความต้องการกุ้งกุลาดำเพิ่มขึ้นผลผลิตจึงไม่เพียงพอ ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือการขาดแคลนพันธุ์กุ้ง สถานีประมงน้ำกร่อย และหน่วยธุรกิจเอกชนหลายแห่งได้พยายามเร่งรัดการผลิตลูกกุ้งกุลาดำ ทำให้สามารถผลิตลูกกุ้งกุลาดำจนเพียงพอกับความต้องการของผู้เลี้ยงกุ้ง แต่เนื่องจากการเพาะขยายพันธุ์กุ้ง และการเลี้ยงกุ้งเป็นงานที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีระดับสูง การลงทุนค่อนข้างมาก มีความเสี่ยงสูงเพราะต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศก่อให้เกิดความไม่แน่นอนในการผลิต จึงมีผู้ดำเนินธุรกิจหลายรายต้องขาดทุนและล้มเลิกไปในที่สุด ขณะเดียวกันบางรายได้รับผลกำไรมากจึงเป็นการจูงใจให้มีนักลงทุนรายใหม่ ๆ เข้ามาสู่ธุรกิจนี้เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

ขจรวรรณ อิฐรัตน์ และวิรวรรณ แจ่มศิลป์ (2536) กล่าวว่า กุ้งทะเลเป็นสินค้าที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจชนิดหนึ่งของประเทศและนับวันจะทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากกุ้งทะเลเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงและรสชาติดี เป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั้งภายในและต่างประเทศ ความต้องการบริโภคกุ้งทะเลในประเทศตอบสนองต่อราคาในระดับขายปลีกมากและพฤติกรรมการบริโภคส่วนหนึ่งเกิดจากพฤติกรรมการบริโภคที่เป็นมาในอดีต ส่วนในระดับขายส่งจากฟาร์มราคาจะขึ้นกับปริมาณการเพาะเลี้ยง สำหรับปริมาณการส่งออก รายได้จากการส่งออกกุ้งทะเลมีผลกระทบต่อการส่งออกค่อนข้างมาก

นิรนาม (2536ก) กล่าวว่า กุ้งทะเลโดยเฉพาะอย่างยิ่งกุ้งกุลาดำ นอกจากจะสามารถส่งออกนำเงินตราเข้าประเทศได้ถึงปีละประมาณ 27,000-30,000 ล้านบาทแล้ว ยังสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงสูงกว่าการทำการเกษตรประเภทอื่น ๆ เนื่องจากราคากุ้งที่เกษตรกรขายได้อยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตามในขณะที่ธุรกิจกุ้งกุลาดำกำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การผลิตและการส่งออกกุ้งของไทยก็ต้องเผชิญกับปัญหามลภาวะน้ำเน่าเสียในบ่อกุ้งและปัญหาการบุกรุกป่าชายเลนอย่างรุนแรง และที่สำคัญสินค้าผลิตภัณฑ์กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย ที่ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศยังประสบกับปัญหาด้านคุณภาพ ที่สำคัญคือมีกลิ่นโคลนและสารปฏิชีวนะเจือปนในเนื้อกุ้ง ทำให้ประเทศผู้นำเข้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศญี่ปุ่นเข้มงวดในการตรวจสอบสินค้ากุ้งสดแช่แข็งจากไทยมากยิ่งขึ้น ดังนั้นทางราชการจึงได้หาทางแก้ไขด้วยการออกมาตรการให้เกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงกุ้งทะเลทุกชนิดโดยเฉพาะผู้เพาะเลี้ยงกุ้งกุลาดำต้องมาจดทะเบียนฟาร์มกุ้งกับทางราชการเพื่อควบคุมพื้นที่เพาะเลี้ยง ปริมาณและคุณภาพผลผลิตกุ้งให้ได้มาตรฐานก่อนที่จะส่งออกไปจำหน่ายตลาดต่างประเทศ

นิรนาม (2536ข) กล่าวถึงการตลาดกุ้งว่าอาหารทะเลแช่แข็งโดยเฉพาะกุ้งเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้นทุกวัน ตลาดซื้อขายสินค้าล่วงหน้า Minneapolis Grain Exchange ในนคร Minneapolis รัฐ Minnesota ได้นำกุ้งแช่แข็งเข้าทำการซื้อขายในตลาดล่วงหน้า หรือที่เรียกว่า Futures Market เนื่องจากในภาวะตลาดปัจจุบัน เป็นช่วงที่เหมาะสมที่จะนำกุ้งเข้าซื้อขายในตลาดล่วงหน้า การบริโภคในสหรัฐฯ สูงถึงประมาณ 900 ล้านปอนด์ต่อปี และการซื้อขายจะมีผลดีในด้าน ทำให้ราคามีเสถียรภาพ เป็นผลดีทั้งผู้นำเข้า ผู้เลี้ยงกุ้ง หรือผู้ประกอบธุรกิจที่ต้องใช้กุ้งเป็นส่วนประกอบ นอกจากนั้นยังเป็นการช่วยส่งเสริมการบริโภคกุ้งให้มากยิ่งขึ้น หากราคาของกุ้งไม่แพง

จันทร์ฉาย แจ้งสว่าง (2537) กล่าวไว้ในการสัมนาเรื่องทิศทางการตลาดและปัญหากุ้ง พ.ศ. 2537 คือการตกค้างของสารปฏิชีวนะในกุ้งกุลาดำส่งออกของไทยไปประเทศญี่ปุ่น เริ่มตั้งแต่ พ.ศ.2534 จนถึงปัจจุบันสถานการณ์ของปัญหาที่เกิดขึ้นเรื้อรังไม่สามารถแก้ไขให้หมดสิ้นได้ เพียงแต่คอยป้องกันไม่ให้สถานการณ์รุนแรงมากขึ้น

เท่านั้น ด้านความปลอดภัยต่อผู้บริโภคนั้น สารปฏิชีวนะเป็นสารที่มีคุณสมบัติในการยับยั้งการเจริญเติบโตหรือทำลายเชื้อจุลินทรีย์อันเป็นสาเหตุของการเกิดโรคในกุ้งกุลาดำ การใช้สารปฏิชีวนะทุกชนิดย่อมมีทั้งคุณและโทษ ถ้าใช้ให้ตรงกับโรคที่เกิดย่อมได้รับผลดี แต่ถ้าใช้ไม่ตรงกับโรคที่เกิดขึ้นย่อมไม่สามารถรักษาโรคให้หายได้ ทั้งยังสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย เกิดการตกค้างและสะสม ซึ่งจะส่งผลต่อผู้บริโภคตามวงจรของอาหาร ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้มีความเข้าใจในการใช้สารปฏิชีวนะอย่างถูกต้อง มีความตระหนักถึงผลเสียหายที่จะเกิดขึ้นต่อวงการเพาะเลี้ยงกุ้งกุลาดำและการส่งออก ตลอดจนคุณภาพความปลอดภัยของผู้บริโภค

พายับ ปั้นเกตุ (2537) กล่าวว่า ปัจจุบันการเพาะเลี้ยงกุ้งกุลาดำของไทยได้กลายมาเป็นอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการส่งออกอย่างเต็มรูปแบบ และจัดเป็นสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดของภาคเกษตรกรรม เนื่องจากมีมูลค่าการส่งออกสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าเกษตรอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง "ข้าว" ซึ่งเป็นสินค้าเศรษฐกิจที่สำคัญอันดับหนึ่งของประเทศมาตั้งแต่อดีต แต่ปัจจุบันการค้าข้าวของไทยในตลาดโลกประสบกับภาวะชบเซาจากปัญหาการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศอย่างรุนแรง ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกข้าวมีแนวโน้มลดลง ราคาข้าวเปลือกภายในประเทศตกต่ำ และเมื่อเปรียบเทียบผลตอบแทนหรือรายได้ต่อไร่แล้วกุ้งกุลาดำจะให้ผลตอบแทนสูงกว่าข้าวมาก นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบผลตอบแทนต่อหน่วยกับสินค้าเกษตรชนิดอื่น ๆ เช่น ไก่สดแช่แข็ง โคนมโคเนื้อ และผลิตภัณฑ์อาหารทะเลชนิดอื่น ๆ กุ้งกุลาดำยังคงเป็นสัตว์น้ำเศรษฐกิจที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าเช่นกัน อย่างไรก็ตามการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย ก็ต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัญหาต้นทุนการผลิตที่เกิดจากค่าอาหารสัตว์ และปัญหาการสนับสนุนการเพาะเลี้ยงกุ้งกุลาดำเพื่อการส่งออกจากรัฐบาลของประเทศคู่แข่งขันกับไทย เช่น จีน อินโดนีเซีย อินเดีย เวียดนาม และบังคลาเทศ ส่งผลให้ประเทศเหล่านี้ได้เปรียบไทยในเรื่องต้นทุนการผลิตและการส่งออกมาก

สิทธิ บุณยรัตผลิน (2537) กล่าวถึงการใช้ยาปฏิชีวนะในการเพาะเลี้ยงกุ้งดังนี้ การเลี้ยงกุ้งกุลาดำโดยทั่วไปพบว่าการเกิดโรคแต่ละครั้ง มีปัจจัยร่วมกัน

หลายอย่าง เช่น คุณสมบัติน้ำ เชื้อโรค ความต้านทานโรคของตัวกุ้งกุลาดำ ดังนั้น การรักษาโรคโดยเน้นเรื่องการใช้ยาเพียงอย่างเดียว จึงไม่สามารถแก้ไขเหตุการณ์ได้ทุกครั้ง การรักษาโรคต้องตรวจสอบคุณสมบัติน้ำควบคู่ไปพร้อมกับปรับปรุงวิธีการจัดการให้ดีขึ้นและตรงจุดที่เป็นปัญหา การใช้ยาปฏิชีวนะเป็นเพียงส่วนหนึ่งในการดำเนินการลดปัญหาการตายเนื่องจากการเกิดโรค ผลเสียที่ตามมาคือ ปัญหาการดื้อยาของเชื้อแบคทีเรียชนิดต่าง ๆ จนทำให้การใช้ยาไม่สัมฤทธิ์ผล ผลสุดท้ายก็คือปัญหาการตกค้างของยาปฏิชีวนะในเนื้อกุ้งกุลาดำซึ่งถูกผลิตขึ้นมาโดยเฉพาะการผลิตเพื่อการส่งออก ทำให้กุ้งกุลาดำที่ส่งออกนั้นถูกส่งกลับหรือถูกทำลายเมื่อตรวจพบว่ามียาปฏิชีวนะตกค้างอยู่ ดังนั้น การใช้ยาปฏิชีวนะควรใช้เมื่อจำเป็นเท่านั้น ไม่ควรใช้โดยไม่ได้พิจารณาให้รอบคอบเสียก่อน การเลี้ยงกุ้งที่ให้ผลควรเน้นเรื่องการจัดการเป็นหลัก ถ้าการจัดการดีแล้ว ปัญหาต่าง ๆ ก็จะไม่เกิดขึ้นจึงไม่จำเป็นต้องใช้ยาปฏิชีวนะ

อุปถัมภ์ ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม (2537) ได้กล่าวถึงนโยบายการส่งเสริมการเพาะเลี้ยงกุ้งว่า ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศที่ทำการเพาะเลี้ยงกุ้งทะเลได้มากที่สุดประเทศหนึ่ง โดยในปีที่ผ่านมาสามารถส่งกุ้งออกจำหน่ายได้ประมาณ 200,000 ตัน มูลค่า 35,000 ล้านบาท เป็นอันดับหนึ่งของโลก จึงต้องมีการรักษาผลผลิตกุ้งให้อยู่ในระดับนี้หรือเพิ่มขึ้น ซึ่งกรมประมงในฐานะส่วนราชการที่รับผิดชอบโดยตรงมีนโยบายเพื่อให้อุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้งเป็นไปตามเป้าหมาย คือ ส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงกุ้งทะเลในระบบยั่งยืน เพื่อให้ได้ผลผลิตสูงและคุณภาพที่ต้องการ โดยให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ตลอดจนช่วยเหลือในด้านการตลาดให้กว้างขวางและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธีคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคกุ้งกุลาดำในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1.1 การสร้างแบบสอบถาม แบบสอบถามที่จัดทำเพื่อการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำในครั้งนี้ แบ่งเป็น 4 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำ

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริโภคกุ้งกุลาดำ

ตอนที่ 4 ปัญหาและความคิดเห็นของผู้บริโภค ที่มีต่อการบริโภคกุ้งกุลาดำ

สำหรับแบบสอบถามนี้ ผู้ศึกษาได้นำไปทดสอบ (Pre - Test) จำนวน 15 ชุด เพื่อเป็นการค้นหาข้อบกพร่อง และทำการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจริง

1.2 การกำหนดขนาดตัวอย่างและเลือกตัวอย่าง จะใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 120 ตัวอย่างจากพื้นที่ 8 เขต ซึ่งทำการสุ่มตัวอย่างเขตละ 15 ราย ได้แก่ เขตตลิ่งชัน เขตปทุมวัน เขตบางกะปิ เขตมีนบุรี เขตดุสิต เขตพญาไท เขตพระโขนง และเขตราชเทวี เนื่องจากเขตที่ทำการสุ่มตัวอย่างเป็นบริเวณชุมชน โดยการสัมภาษณ์ผู้บริโภคใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และแบบความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บข้อมูลให้ครบตามที่กำหนดไว้เบื้องต้น หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลที่มีผู้เก็บรวบรวมไว้แล้ว ในรูปสถิติ ตัวเลข และเนื้อหาเชิงพรรณนา ทั้งที่พิมพ์เผยแพร่ และยังไม่พิมพ์เผยแพร่ จากหน่วยงานรัฐบาล และเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น หอสมุดแห่งชาติ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรมการค้าภายใน กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

และกรมประมง เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามจากผู้บริโภคแล้ว นำไปตรวจความถูกต้อง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นส่วนของการบรรยาย

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้มาแจกแจงแล้ววัดค่าออกมาเป็นร้อยละ ซึ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ทำในรูปตาราง (Table) และค่าร้อยละ (Percentage)

บทที่ 2

สภาพทั่วไปของกุ้งกุลาดำ

กุ้งกุลาดำ หรือกุ้งเสือดำ เป็นกุ้งทะเลที่มีขนาดใหญ่ มีชื่อทางวิทยาศาสตร์แตกต่างกันหลายชื่อ แต่เป็นที่ยอมรับกันเป็นสากลคือ Penaeus monodon fabricius และมีชื่อภาษาอังกฤษที่องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ใช้อยู่ คือ Giant Tiger Prawn แหล่งกำเนิดดั้งเดิมอยู่ในทะเลแถบอินโดแปซิฟิกตะวันตก อาฟริกาตะวันออกและตะวันตกเฉียงใต้ และคาบสมุทรอินเดีย

ลักษณะภายนอกของกุ้งกุลาดำเป็นกุ้งเปลือกหัวเกลี้ยงไม่มีขน ฟันกรีด้านบนมี 7-8 ซี่ ด้านล่างมี 2-3 ซี่ หนวดมีสีดำ ไม่มีลาย สีของลำตัวจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น ที่อยู่อาศัย และอาหาร เป็นต้น กุ้งกุลาดำที่จับได้จากแหล่งน้ำธรรมชาติจะมีสีสดใส เช่น แดงอมน้ำตาล หรือน้ำตาลอ่อน ทางด้านข้างของลำตัวจะเห็นเป็นแถบสีขาว ส่วนกุ้งกุลาดำที่เลี้ยงในบ่อจะมีสีเขียวเข้ม มองเห็นแถบขาวไม่ชัด ขาเดินและขาว่ายน้ำจะมีสีเหลืองสดและฟ้า กุ้งกุลาดำเป็นกุ้งทะเลที่เจริญเติบโตเร็ว มีความแข็งแรง เลี้ยงง่าย กินอาหารจำพวกพืชน้ำ และสัตว์น้ำเล็ก ๆ รวมทั้งเนื้อสัตว์ และสามารถเลี้ยงด้วยอาหารเม็ดสำเร็จรูปได้ อัตราการเจริญเติบโตและอัตราการแลกอาหารเป็นเนื้อดีมาก กุ้งกุลาดำสามารถนำมาเลี้ยงในบ่อได้ ในเวลากลางวันอาศัยตามพื้นที่ก้นบ่อ กลางคืนออกว่ายน้ำและกินอาหารมากกว่าในช่วงเวลากลางวัน กุ้งกุลาดำเป็นกุ้งที่มีขนาดใหญ่ อดทน และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิ และความเค็มของน้ำได้ดี ซึ่งนับได้ว่าเป็นกุ้งที่เลี้ยงง่ายกว่ากุ้งทะเลชนิดอื่น นอกจากนี้กุ้งกุลาดำยังเป็นกุ้งที่มีเนื้อแน่นและมีรสชาติดีด้วย

สภาพการผลิต

แหล่งเพาะเลี้ยง

แหล่งผลิตกุ้งกุลาดำของไทยได้มาจาก 2 แหล่ง คือจากแหล่งน้ำธรรมชาติ และจากการเพาะเลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงที่สำคัญอยู่ในบริเวณฝั่งทะเลอันดามันและอ่าวไทย โดยกระจัดกระจายอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดชายทะเล เช่น สมุทรสาคร สมุทรสงคราม สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ประจวบคีรีขันธ์ สงขลา สุราษฎร์ธานี ชุมพร นครศรีธรรมราช ภูเก็ต และปัตตานี เป็นต้น

การเพาะเลี้ยงกุ้งกุลาดำในประเทศไทย หรือที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่าการทำนากุ้งได้ริเริ่มทำกันมาเป็นเวลานาน โดยได้ดัดแปลงมาจากการทำนาเกลือและนาข้าว หรือผลัดเปลี่ยนกันทำนาข้าวสลับกับการทำนากุ้งตามฤดูกาลที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังได้ใช้ประโยชน์ป่าไม้ชายเลนที่เสื่อมสภาพสำหรับการทำนากุ้งด้วย เริ่มจากจังหวัดชายฝั่งทะเลของอ่าวไทยตอนในตามบริเวณชายฝั่งปากแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำแม่กลอง แม่น้ำบางปะกง และได้ขยายออกไปยังชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกและภาคใต้ด้วย

ลักษณะการเพาะเลี้ยง

สำหรับการเพาะเลี้ยงกุ้งกุลาดำสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือ

1. การเลี้ยงกุ้งแบบพื้นบ้าน (Extensive system) คือ การเลี้ยงกุ้งแบบดั้งเดิม หรือที่เรียกกันว่าการทำนากุ้ง เป็นวิธีการเลี้ยงที่ใช้วิธีการปล่อยหรือดันน้ำทะเลที่มีพันธุ์กุ้งธรรมชาติเข้ามาในนา ระหว่างที่กักน้ำไว้เกษตรกรผู้เลี้ยงจะโกรกน้ำเข้านาอยู่เสมอ เพื่อเป็นการเพิ่มเชื้อกุ้งและให้อาหารกุ้งตามธรรมชาติ ผลผลิตจากการเลี้ยงวิธีนี้ไม่แน่นอน และมักได้ผลผลิตต่ำ ประมาณ 30-60 กิโลกรัมต่อไร่ การเลือกทำเลพื้นที่นากุ้งจะต้องเป็นที่ดินชายทะเล หรือตั้งอยู่บนชายฝั่งปากแม่น้ำลำคลองในแหล่งน้ำกร่อยที่มีอาณาเขตติดต่อกับป่าไม้ชายเลน อันเป็นบริเวณที่มีพันธุ์กุ้งตามธรรมชาติชุกชุม สภาพดินจะ

ต้องไม่เป็นกรด เป็นดินเหนียวหรือดินเหนียวปนทรายละเอียด ทั้งนี้ก็เพื่อความมั่นคงถาวรในการสร้างคันนา ซึ่งสามารถเก็บกักน้ำไม่ให้รั่วซึมได้เป็นอย่างดี และไม่ควรอยู่ห่างไกลจากชายฝั่งมากนัก เพื่อความสะดวกในการชุดคลองส่งน้ำจากทะเลเข้าสู่นากุ้งและสามารถรับน้ำได้โดยสม่ำเสมอ ปัจจัยที่มีความสำคัญยิ่งอีกประการหนึ่ง คือจะต้องเป็นบริเวณที่อยู่ห่างไกลจากโรงงานอุตสาหกรรมอันเป็นต้นเหตุให้เกิดน้ำเสีย น้ำในแหล่งเลี้ยงกุ้งจำเป็นจะต้องมีค่าความเค็มอยู่ในระดับที่เหมาะสมตลอดปี คือ ประมาณ 10-30 ส่วนในพัน บ่อที่ใช้ทำการเลี้ยงกุ้งและทำนากุ้งในปัจจุบันมีขนาดตั้งแต่ 1-500 ไร่ ส่วนใหญ่นากุ้งจะมีขนาด 20-100 ไร่

2. การเลี้ยงกุ้งแบบผสมผสาน (Semi-intensive system) วิธีการเลี้ยงกุ้งแบบนี้รู้จักกันในอีกชื่อหนึ่งว่า การทำนากุ้งแบบปล่อยเสริมหรือการเลี้ยงกุ้งแบบกึ่งพัฒนา มีวิธีการดำเนินงานเช่นเดียวกันกับการเลี้ยงกุ้งแบบพื้นบ้านหรือการทำนากุ้งแบบดั้งเดิม แต่ได้นำหลักวิชาการเพาะเลี้ยงเข้ามาประยุกต์ใช้เป็นบางส่วน ซึ่งเป็นวิธีการเลี้ยงที่มีการควบคุมปัจจัยการผลิตด้วย มีการจัดหาลูกกุ้งที่เป็นผลผลิตจากโรงเพาะพันธุ์มาปล่อยลงเสริมในนากุ้ง เป็นการเพิ่มเติมพันธุ์กุ้งในอัตราที่เหมาะสม ซึ่งเกษตรกรผู้เลี้ยงจะใช้วิธีการเลี้ยงแบบนี้ในพื้นที่ที่พันธุ์กุ้งในธรรมชาติมีความชุกชุมต่ำ พร้อมกับให้อาหารเสริม ซึ่งได้แก่ ปลาสดสับละเอียด เนื้อหอย อาหารผสมและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ กำหนดให้มีการป้องกันและกำจัดศัตรูของกุ้ง ได้แก่ ปลากินเนื้อทุกชนิด โดยการใช้กากชาซึ่งสามารถฆ่าปลาโดยไม่เป็นอันตรายต่อกุ้งแต่อย่างใด ด้วยวิธีการเลี้ยงกุ้งนี้ จะช่วยให้กุ้งเจริญเติบโตเร็ว มีขนาดใหญ่ จำหน่ายได้ราคาดี ตลอดจนได้ผลผลิตต่อไร่ค่อนข้างสูงคุ้มค่ากับการลงทุน เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งได้ให้ความสนใจในการเลี้ยงกุ้งด้วยวิธีนี้มากขึ้น โดยเฉพาะในท้องที่จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สุราษฎร์ธานี และนครศรีธรรมราช เป็นต้น ผลผลิตที่ได้จากการเลี้ยงกุ้งด้วยวิธีนี้อยู่ในระหว่าง 80-240 กิโลกรัมต่อไร่

3. การเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนา (Intensive system) การเลี้ยงกุ้งแบบนี้รู้จักในอีกชื่อหนึ่งว่าการเลี้ยงแบบให้ผลผลิตสูง นับเป็นวิธีการเลี้ยงที่ทันสมัย ต้องใช้ความรู้ตามหลักวิชาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ตลอดจนการบริหารด้านต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน ได้แก่ การเพาะขยายพันธุ์กุ้ง การเตรียมบ่อ การกำจัดศัตรู การใส่ปุ๋ย

การอนุบาลลูกกุ้ง การควบคุมระดับน้ำ การปล่อยลูกพันธุ์กุ้งลงในบ่อเลี้ยง อาหารและการให้อาหาร และกิจกรรมอื่น ๆ ที่จะต้องปฏิบัติค่อนข้างซับซ้อน ต้องอาศัยความรู้และความชำนาญเป็นอย่างมาก ส่วนใหญ่เป็นการเพาะเลี้ยงกุ้งในระดับอุตสาหกรรม ซึ่งดำเนินการโดยเกษตรกรผู้เลี้ยงรายใหญ่เพราะต้องลงทุนสูง แต่ให้ผลผลิตต่อไร่สูงและให้ผลตอบแทนคุ้มค่าแก่การลงทุน

การเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนา นิยมเลี้ยงกุ้งกุลาดำกันเป็นส่วนใหญ่ โดยการสร้างบ่อเลี้ยงตามชายฝั่งทะเลอันเป็นแหล่งน้ำกร่อยซึ่งมีขนาดแตกต่างกันตั้งแต่ 2-7 ไร่ขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่ ลักษณะทั่วไปของบ่อเลี้ยงเป็นเช่นเดียวกันกับบ่อเลี้ยงปลา มีระดับน้ำลึก 1-1.5 เมตร นอกจากนี้ยังประกอบด้วยคลองส่งน้ำ บ่อเลี้ยงทุกบ่อมีประตูน้ำระบายน้ำเข้าและระบายน้ำออก พันธุ์กุ้งที่นำมาปล่อยเลี้ยงจะต้องเพาะพันธุ์ขึ้นเอง หรือจัดซื้อจากโรงเพาะขยายพันธุ์สัตว์น้ำของทางราชการ หรือเอกชน โดยทั่วไปจะมีขนาดความยาว 1-1.5 เซนติเมตร อัตราการปล่อยเลี้ยงประมาณ 15-20 ตัวต่อตารางเมตร อาหารที่เลี้ยงเป็นอาหารเม็ด และบ้างก็เลี้ยงโดยให้อาหารประเภทปลาสด วันละ 2-3 ครั้งต่อจำนวนร้อยละ 3-5 ของน้ำหนักตัว การเปลี่ยนน้ำใหม่กระทำอยู่เป็นประจำทุก 2-3 วันต่อครั้ง ในบ่อเลี้ยงกุ้งบางแห่งใช้เครื่องตีน้ำ (Agitator) เพื่อให้น้ำในบ่อเกิดการหมุนเวียนและเป็นการเพิ่มออกซิเจน ในบางรายจะทำการอนุบาลลูกกุ้งเพื่อให้เติบโตขึ้นสักระยะหนึ่งในบ่ออนุบาลที่จัดไว้โดยเฉพาะ ซึ่งต้องใช้เวลานานประมาณ 1 เดือน จากนั้นจึงรวบรวมลูกกุ้งที่มีขนาดโตขึ้นเป็นกุ้งขนาดเล็ก ปล่อยลงเลี้ยงในบ่อใหญ่จนได้ขนาดที่ตลาดต้องการ ซึ่งต้องใช้เวลานานประมาณ 3-4 เดือน จึงสามารถจับกุ้งส่งจำหน่ายต่อไปได้ โดยผลผลิตกุ้งที่ได้จากการเลี้ยงโดยวิธีนี้เฉลี่ยประมาณ 1,000-2,000 กิโลกรัมต่อไร่

<u>ปริมาณการผลิต</u>

ผลผลิตกุ้งทะเลจากธรรมชาติของประเทศไทย ปัจจุบันได้มีแนวโน้มลดลง แต่การเพาะเลี้ยงกุ้งทะเลตามบริเวณชายฝั่งทะเลกลับมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น (ตารางที่ 1) ซึ่งผลผลิตกุ้งทะเลจากการเพาะเลี้ยงส่วนใหญ่เป็นกุ้งกุลาดำ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 ปริมาณการจับกุ้งทะเล จำแนกตามวิธีการประมง พ.ศ. 2520-2535

(ปริมาณ : ตัน)

พ.ศ.	ปริมาณที่จับจากธรรมชาติ	ปริมาณที่จับจากการเพาะเลี้ยง	ปริมาณที่จับได้ทั้งหมด
2520	117,363	1,590	118,953
2521	121,009	6,395	127,404
2522	109,392	7,064	116,456
2523	110,278	8,063	118,341
2524	122,707	10,728	133,435
2525	156,523	10,091	166,614
2526	127,584	11,550	139,134
2527	104,394	13,007	117,401
2528	91,631	15,841	107,472
2529	102,527	17,886	120,413
2530	106,211	23,566	129,777
2531	85,870	55,633	141,503
2532	85,204	93,495	178,699
2533	83,012	118,227	201,239
2534	106,495	162,070	268,565
2535	84,743 1/	184,884	269,627

หมายเหตุ 1/ ข้อมูลกุ้งธรรมชาติ พ.ศ. 2535 เป็นข้อมูลประมาณการ

ที่มา : (กรมประมง , 2537)

ตารางที่ 2 ผลผลิตกุ้งจากการเพาะเลี้ยง จำแนกตามชนิดกุ้ง พ.ศ. 2530-2535

(ปริมาณ : ตัน)

พ.ศ.	กุ้งกุลาดำ	กุ้งแชบ๊วย	กุ้งโอคัก	กุ้งอื่น ๆ	รวม
2520	20.55	720.78	598.75	249.46	1,589.54
2521	11.95	4,116.80	1,649.76	616.32	6,394.83
2522	24.57	5,048.81	1,350.60	640.10	7,064.08
2523	87.73	5,858.57	1,502.65	614.10	8,063.05
2524	24.90	7,126.83	2,152.51	1,423.63	10,727.87
2525	95.60	6,346.27	2,453.90	1,195.00	10,090.77
2526	146.71	7,835.31	2,416.57	1,151.26	11,549.85
2527	169.67	8,656.97	2,652.81	1,527.30	13,006.75
2528	106.28	10,396.60	3,635.34	1,702.34	15,840.56
2529	897.31	11,031.36	3,671.71	2,285.45	17,885.83
2530	10,544.16	8,843.03	2,703.10	1,476.18	23,566.47
2531	40,773.70	9,225.86	3,560.21	2,073.07	55,632.84
2532	81,491.68	8,269.73	2,497.52	1,235.57	93,494.50
2533	107,968.93	7,665.76	1,872.25	720.11	118,227.05
2534	155,069.29	5,811.75	970.07	218.58	162,069.69
2535	179,357.52	4,752.40	693.40	81.00	184,884.32

ที่มา : (กรมประมง , 2537)

สภาพการตลาด

เนื่องจากกุ้งกุลาดำเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและรสชาติดี ประกอบกับความต้องการบริโภคจากตลาดต่างประเทศมีสูง จึงส่งผลให้ราคากุ้งกุลาดำค่อนข้างแพง เมื่อเปรียบเทียบกับราคาเนื้อสัตว์หรือสัตว์น้ำชนิดอื่น อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบราคากุ้งกุลาดำกับกุ้งทะเลชนิดอื่น ๆ เช่น กุ้งแชบ๊วย นับได้ว่ากุ้งกุลาดำมีราคาที่ไม่สูงเกินไป ดังนั้นกุ้งกุลาดำจึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภคโดยทั่ว ๆ ไป

ตลาดภายในประเทศ

ตลาดรับซื้อ หรือจุดที่มีการซื้อขายกุ้งกุลาดำภายในประเทศกระจายอยู่ทั่วไปตามอำเภอและจังหวัดที่เป็นแหล่งเพาะเลี้ยงที่สำคัญ โดยพ่อค้ารวบรวมกุ้ง แพกุ้ง ห้องเย็น หรือตัวแทน จะมีสำนักงาน ร้านค้า ตั้งเป็นจุดรับซื้อที่แน่นอน หรือเข้าไปติดต่อรับซื้อกุ้งโดยตรงจากเกษตรกรผู้เลี้ยงที่ปากบ่อหรือนากุ้ง แล้วรวบรวมไปส่งให้แก่ผู้ซื้อในระดับต่อไป เช่น ตลาดกรุงเทพมหานคร และตลาดต่างประเทศ

ตลาดภายในประเทศ แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ตลาดท้องถิ่น ประกอบด้วยพ่อค้าหรือตัวแทนไปรวมกันเป็นศูนย์กลางรับซื้อกุ้งใกล้แหล่งผลิต พ่อค้าผู้รับซื้อกุ้งจะเป็นผู้ให้ข่าวสารการตลาดและราคาแก่เกษตรกร แต่ปัจจุบันตลาดท้องถิ่นไม่ค่อยมีบทบาทต่อการค้ากุ้งมากนัก โดยเฉพาะในท้องที่ที่การคมนาคมสะดวก ผู้ผลิตจะนำกุ้งไปขายยังตลาดขายส่งและตลาดขายปลีกด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ เพราะจะได้รับราคาสูงขึ้น นอกจากชาวนากุ้งที่อยู่ห่างไกล ซึ่งการคมนาคมไม่สะดวก มักจะขายให้กับพ่อค้าประจำที่ไปรับซื้อกุ้งถึงบ้าน

2. ตลาดขายส่ง เป็นตลาดรวมผลผลิตกุ้งจากตลาดท้องถิ่นหรือจากชาวนากุ้งโดยตรงก่อนนำไปจำหน่ายยังตลาดอื่น ๆ มักตั้งอยู่ตามท่าเทียบเรือประมงหรือตลาดสด ซึ่งเป็นแหล่งที่มีการคมนาคมสะดวกทั้งทางบกและทางน้ำ ผู้รับซื้อกุ้งเหล่านี้ ได้แก่ พ่อค้าขายส่งหรือแพปลา นายหน้ารับซื้อกุ้ง ผู้ประกอบกิจการแปรรูปหรือห้องเย็น และพ่อค้า

ส่งออก

3. ตลาดขายปลีก ประกอบด้วยพ่อค้า 2 ประเภท คือ พ่อค้าส่งออก และพ่อค้าขายปลีกในตลาดทั่วไป ชาวนากุ้งรายย่อยมักนำผลผลิตมาขายที่ตลาดขายปลีกโดยตรง ทั้งนี้เพื่อให้ได้ราคาสูงกว่าที่ได้รับจากพ่อค้าไปรับซื้อจากแหล่งผลิตโดยตรง

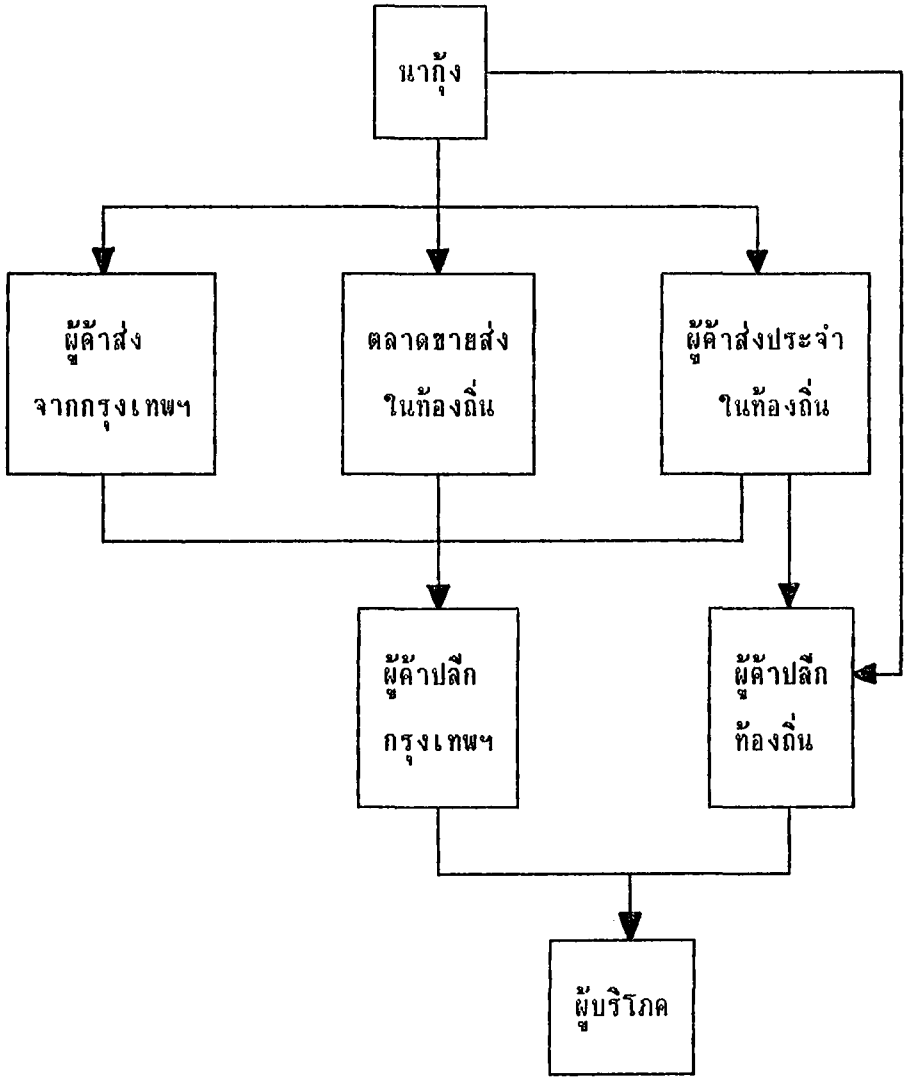
ด้านการค้าปลีกจะเป็นการค้ากุ้งกุลาดำขนาดกลางและขนาดเล็กเป็นส่วนมาก ส่วนกุ้งขนาดใหญ่ปริมาณการค้ามีน้อยมากหรือเกือบไม่มีเลย ทั้งนี้เพราะราคากุ้งขนาดใหญ่สูงมาก ความต้องการบริโภคภายในประเทศจึงมีน้อย ซึ่งจะมีขายก็แต่ในภัตตาคารใหญ่ ๆ เพื่อให้บริการแก่ผู้บริโภคที่มีฐานะค่อนข้างดี

<u>วิถีการตลาดของผลผลิตกุ้งกุลาดำ</u>

ชาวนากุ้งมักจำหน่ายผลผลิตให้กับพ่อค้าคนกลางที่เป็นผู้ซื้อประจำ การกำหนดราคาส่วนใหญ่พ่อค้าเป็นผู้กำหนด ซึ่งเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งมักถูกกดราคารับซื้อ พ่อค้าคนกลางที่รับซื้อกุ้งได้แก่ ผู้ค้าส่งจากกรุงเทพมหานคร ผู้ค้าส่งประจำในท้องถิ่น หรือตลาดขายส่งในท้องถิ่นนั้น ๆ นอกจากนี้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งยังนำผลิตผลกุ้งกุลาดำไปขายให้กับผู้ค้าปลีกในท้องถิ่น กุ้งกุลาดำที่ขายมาถึงพ่อค้าคนกลางระดับแรกจะถูกขายต่อผู้ค้าปลีกกรุงเทพมหานครและผู้ค้าปลีกท้องถิ่น จากนั้นจึงนำไปขายต่อให้กับผู้บริโภค โดยชาวนากุ้งจะจับกุ้งในเวลากลางคืนเพื่อให้ทันจำหน่ายในสภาพสดของเช้าวันรุ่งขึ้น (ภาพที่ 1)

สำหรับการแปรรูปกุ้งนั้น ห้องเย็นหรือโรงงานแช่เย็นสัตว์น้ำทะเลจะทำการแช่เย็นสัตว์น้ำหลาย ๆ ชนิดด้วยกัน ซึ่งอาจจะมีทั้งปลา ปลาหมึก และกุ้ง

97800



<u>ภาพที่ 1</u> วิถีการตลาดของผลผลิตกุ้งกุลาดำจากการเพาะเลี้ยงชายฝั่ง

ที่มา : (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร , 2535)

ตลาดต่างประเทศ

ประเทศไทยมีการส่งออกกุ้งกุลาดำไปจำหน่ายต่างประเทศ 3 ลักษณะ คือ

1. กุ้งเปลือกมีหัว (head-on shell-on)
2. กุ้งเปลือกเด็ดหัว (headless shell-on)
3. กุ้งเนื้อ (peeled shrimp or shrimp meat)

การค้ากุ้งกุลาดำในตลาดต่างประเทศ ประเทศญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดรับซื้อกุ้งที่สำคัญของประเทศไทย นอกจากนี้มีประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรป ประเทศสิงคโปร์ ไต้หวัน เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย อิตาลี สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน และสหราชอาณาจักร

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ภาวะการค้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งส่งออกของไทยประสบปัญหาตลาดต่างประเทศเข้มงวดการนำเข้ามาก เนื่องจากเจ้าหน้าที่ของญี่ปุ่นได้ตรวจพบสารปฏิชีวนะทั้ง Oxytetracycline และ Oxolinic Acid ตกค้างในเนื้อกุ้ง ทำให้อุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้งกุลาดำของไทยได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก นอกจากปัญหาสารปฏิชีวนะตกค้างในเนื้อกุ้งแล้ว การส่งออกกุ้งกุลาดำของไทยยังได้รับผลกระทบจากการแข่งขันจากประเทศผู้ผลิตกุ้งอื่น ๆ ซึ่งมีตลาดเดียวกันกับไทย เช่น อินโดนีเซีย อินเดีย จีน และประเทศเวียตนาม เนื่องจากประเทศคู่แข่งขันของไทยเกือบทุกประเทศต่างมีนโยบายสนับสนุนการเพาะเลี้ยงกุ้งกุลาดำเพื่อการส่งออก ในขณะที่ต้นทุนการผลิตกุ้งกุลาดำของไทยสูงขึ้น อาทิค่าแรง ค่าสาธารณูปโภค ค่าตรวจสอบด้านคุณภาพเนื่องจากสารปฏิชีวนะตกค้าง นอกจากนี้ยังมีการใช้มาตรการทางด้านภาษี และการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษการนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์และมาตรการอื่น ๆ ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นและเสียเปรียบประเทศคู่แข่งขันในตลาดโลกด้วย

ดังนั้นการควบคุมคุณภาพกุ้งกุลาดำ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศจะคำนึงถึงเรื่องตัวสินค้าที่มีคุณภาพ โดยปราศจาก

สารปฏิชีวนะตกค้างและสิ่งปนเปื้อน นอกจากนี้การควบคุมต้นทุนการผลิตก็เป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้ประเทศไทยสามารถส่งออกกุ้งกุลาดำไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้เป็นอย่างดี

14585

บทที่ 3

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำในเขตกรุงเทพมหานครโดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง ด้วยแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้บริโภคจำนวน 120 ตัวอย่าง จากประชากรใน 8 เขต คือ เขตตลิ่งชัน เขตปทุมวัน เขตบางกะปิ เขตมีนบุรี เขตดุสิต เขตพญาไท เขตพระโขนง และเขตราชเทวี

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

เพศของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คือ มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 เพศชายจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 เพศของผู้บริโภค

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	81	67.50
ชาย	39	32.50
รวม	120	100.00

สถาบันเทคโนโลยี
เจ้าหน้าที่

อายุของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 21-30 ปี มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ 31-40 ปี มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 มากกว่า 40 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 น้อยกว่า 21 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 อายุของผู้บริโภค

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 21 ปี	16	13.33
21 - 30 ปี	45	37.50
31 - 40 ปี	35	29.17
มากกว่า 40 ปี	24	20.00
รวม	120	100.00

สถานภาพของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้ที่สมรสแล้ว คือมีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 50.83 รองลงมาคือโสดจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 หย่าร้าง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และอื่น ๆ คือแยกกันอยู่ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 สถานภาพของผู้บริโภค

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมรส	61	50.83
โสด	54	45.00
หย่าร้าง	3	2.50
อื่น ๆ (แยกกันอยู่)	2	1.67
รวม	120	100.00

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คือมีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 30.83 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีจำนวน 26 คนคิดเป็นร้อยละ 21.67 ระดับอนุปริญญา / ปวส. มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ระดับประถมศึกษา จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.17 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดของผู้บริโภค

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี	37	30.83
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	26	21.67
อนุปริญญา / ปวส.	18	15.00
ประถมศึกษา	17	14.17
มัธยมศึกษาตอนต้น	16	13.33
สูงกว่าปริญญาตรี	6	5.00
รวม	120	100.00

อาชีพของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย คือมีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.83 รองลงมาคือรับจ้าง มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 24.17 นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 รับราชการ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 15.83 แม่บ้าน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 และอื่น ๆ คือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 อาชีพของผู้บริโภค

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	31	25.83
รับจ้าง	29	24.17
นักเรียน / นักศึกษา	28	23.33
รับราชการ	19	15.83
แม่บ้าน	11	9.17
อื่น ๆ (รัฐวิสาหกิจ)	2	1.67
รวม	120	100.00

รายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้ 8,001-12,000 บาทต่อเดือน คือมีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 24.16 รองลงมาคือมีรายได้ 4,001-8,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 รายได้ 16,001-20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.17 รายได้น้อยกว่า 4,001 บาทต่อเดือน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 รายได้ 12,001-16,000 บาทต่อเดือน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 และมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 รายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค

รายได้ต่อเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 4,001	20	16.67
4,001 - 8,000	27	22.50
8,001 - 12,000	29	24.16
12,001 - 16,000	11	9.17
16,001 - 20,000	23	19.17
มากกว่า 20,000	10	8.33
รวม	120	100.00

พฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำ

ความชอบหรือไม่ชอบรับประทานกุ้งกุลาดำของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบรับประทานกุ้งกุลาดำมีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 ที่ไม่ชอบรับประทานกุ้งกุลาดำมีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ความชอบหรือไม่ชอบรับประทานกุ้งกุลาดำของผู้บริโภค

ความชอบหรือไม่ชอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชอบ	84	70.00
ไม่ชอบ	36	30.00
รวม	120	100.00

เหตุผลที่ผู้บริโภคไม่ชอบรับประทานกุ้งกุลาดำ

ผู้บริโภคที่ไม่ชอบรับประทานกุ้งกุลาดำส่วนใหญ่ไม่ชอบรับประทาน เพราะรสชาติไม่อร่อย มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 43.34 รองลงมาคือมีราคาแพง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 มีกลิ่นคาว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 อื่น ๆ เช่น เนื้อกุ้งแข็งและมีกลิ่นดิน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 และเกิดอาการแพ้เมื่อรับประทาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 (ตารางที่ 10)

เหตุผลที่ผู้บริโภครับประทานกุ้งกุลาดำ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานกุ้งกุลาดำเพราะชอบรสชาติ มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 53.90 รองลงมาคืออื่น ๆ เช่น รับประทานเพราะราคาถูกกว่ากุ้งชนิดอื่น และเมื่อปรุงอาหารแล้วกุ้งมีสีสวย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 16.88 มีคุณค่าทางโภชนาการสูง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 15.58 และมีแคลอรี่ต่ำ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 13.64 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 10 เหตุผลที่ผู้บริโภคไม่ชอบรับประทานกุ้งกุลาดำ 1/

เหตุผลที่ไม่ชอบรับประทาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รสชาติไม่อร่อย	26	43.34
ราคาแพง	14	23.33
มีกลิ่นคาว	11	18.33
อื่น ๆ (เนื้อกุ้งแข็งและมีกลิ่นดิน)	7	11.67
เกิดอาการแพ้เมื่อรับประทาน	2	3.33
รวม	60	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และตอบเฉพาะผู้บริโภคที่ไม่ชอบรับประทานกุ้งกุลาดำ

ความถี่ในการรับประทานกุ้งกุลาดำของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานกุ้งกุลาดำนาน ๆ ครั้ง มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 44.17 รองลงมาคือรับประทานน้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 รับประทาน 3-5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 21.67 รับประทานทุกวัน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 อื่น ๆ คือไม่แน่นอน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 11 เหตุผลที่ผู้บริโภครับประทานกุ้งกุลาดำ 1/

เหตุผลที่รับประทาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชอบรสชาติ	83	53.90
อื่น ๆ (ราคาถูกกว่ากุ้งชนิดอื่นและเมื่อปรุงอาหารแล้วกุ้งมีสีสวย)	26	16.88
มีคุณค่าทางโภชนาการสูง	24	15.58
มีแคลอรี่ต่ำ	21	13.64
รวม	154	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภครับประทานกุ้งกุลาดำ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมรับประทานกุ้งกุลาดำช่วงเย็น คือมีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาคือช่วงกลางวัน มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ช่วงเช้า จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.34 (ตารางที่ 13)

สถานที่ที่ผู้บริโภครับประทานกุ้งกุลาดำ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานกุ้งกุลาดำที่บ้านบ่อยครั้งมีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 81.66 ที่ร้านอาหารบ่อยครั้ง มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.34 (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 12 ความถี่ในการรับประทานกุ้งกุลาดำของผู้บริโภค

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นาน ๆ ครั้ง	53	44.17
น้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์	28	23.33
3 - 5 ครั้งต่อสัปดาห์	26	21.67
ทุกวัน	10	8.33
อื่น ๆ (ไม่แน่นอน)	3	2.50
รวม	120	100.00

ตารางที่ 13 ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภครับประทานกุ้งกุลาดำ

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงเย็น	64	53.33
ช่วงกลางวัน	40	33.33
ช่วงเช้า	16	13.34
รวม	120	100.00

ตารางที่ 14 สถานที่ที่ผู้บริโภครับประทานกุ้งกุลาดำ

สถานที่ที่รับประทาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่บ้าน	98	81.66
ที่ร้านอาหาร	22	18.34
รวม	120	100.00

วิธีการนำกุ้งกุลาดำมาประกอบอาหาร

ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมรับประทานกุ้งกุลาดำจากการประกอบอาหารโดยการผัด คือมีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 44.17 รองลงมาคือเผา มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.17 ต้ม จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 นึ่ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.16 และอื่น ๆ เช่น ทอด อบ ย่างและแกง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.83 (ตารางที่ 15)

แหล่งที่ผู้บริโภคเลือกซื้อกุ้งกุลาดำ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อกุ้งกุลาดำที่ตลาดสด มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาอื่น ๆ คือร้านอาหาร มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 20.83 ซุปเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 15.84 ซื้อจากผู้มาเสนอขายที่บ้าน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.83 (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 15 วิธีการนำกุ้งกุลาดำมาประกอบอาหาร

วิธีการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผัด	53	44.17
เผา	23	19.17
ต้ม	20	16.67
นึ่ง	17	14.16
อื่น ๆ (ทอด อบ ย่างและแกง)	7	5.83
รวม	120	100.00

ตารางที่ 16 แหล่งที่ผู้บริโภคเลือกซื้อกุ้งกุลาดำ

แหล่งที่เลือกซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตลาดสด	75	62.50
อื่น ๆ (ร้านอาหาร)	25	20.83
ซุปเปอร์มาร์เก็ต	19	15.84
ซื้อจากผู้มาเสนอขายที่บ้าน	1	0.83
รวม	120	100.00

เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกซื้อกุ้งกุลาดำ

เหตุผลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อกุ้งกุลาดำจากแหล่งดังกล่าว เพราะสะดวก มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 49.44 รองลงมาคือซื้อเป็นประจำ มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 23.59 คุณภาพดี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 14.61 ราคาถูกกว่าแหล่งอื่น จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 12.36 (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 เหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกซื้อกุ้งกุลาดำ 1/

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สะดวก	88	49.44
ซื้อเป็นประจำ	42	23.59
คุณภาพดี	26	14.61
ราคาถูกกว่าแหล่งอื่น	22	12.36
รวม	178	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผู้ซื้อกุ้งกุลาดำ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้ซื้อกุ้งกุลาดำด้วยตนเอง มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 71.67 บุคคลอื่น ๆ ในครอบครัวเป็นผู้ซื้อกุ้งกุลาดำ มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 28.33 (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 ผู้ซื้อกุ้งกุลาดำ

ผู้ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	86	71.67
บุคคลอื่น ๆ ในครอบครัว	34	28.33
รวม	120	100.00

รูปแบบของกุ้งกุลาดำที่ผู้บริโภคนิยมซื้อเพื่อบริโภค

ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อกุ้งกุลาดำสดเพื่อนำมาประกอบอาหารเอง มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 55.83 รองลงมาคือปรุงแล้ว (อาหารสำเร็จรูป) มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 39.17 อาหารพร้อมปรุง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 (ตารางที่ 19)

การปฏิบัติหลังจากผู้บริโภคซื้อกุ้งกุลาดำ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เมื่อซื้อกุ้งกุลาดำแล้วจะนำมาประกอบอาหารทันที คือ มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 48.33 รองลงมาอื่น ๆ คือนำมาประกอบอาหารเป็นบางส่วนที่เหลือจะเก็บไว้ในตู้เย็นเพื่อรอการปรุงอาหารต่อไป มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 เก็บไว้ในตู้เย็นเพื่อรอการปรุงอาหารต่อไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 21.67 (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 19 รูปแบบของกุ้งกุลาดำที่ผู้บริโภคนิยมซื้อเพื่อบริโภค

รูปแบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อสดเพื่อมาประกอบอาหารเอง	67	55.83
ปรุงแล้ว (อาหารสำเร็จรูป)	47	39.17
อาหารพร้อมปรุง	6	5.00
รวม	120	100.00

ตารางที่ 20 การปฏิบัติหลังจากผู้บริโภคซื้อกุ้งกุลาดำ

การปฏิบัติหลังการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปรุงอาหารทันที	58	48.33
อื่น ๆ (ปรุงเป็นบางส่วนที่เหลือเก็บไว้ในตู้เย็น)	36	30.00
เก็บไว้ในตู้เย็นเพื่อรอการปรุงอาหารต่อไป	26	21.67
รวม	120	100.00

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริโภคกุ้งกุลาดำ

ปัจจัยทางด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยทางด้านราคากุ้งกุลาดำ ส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกุ้งกุลาดำของผู้บริโภคในระดับปานกลาง คือมีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 49.17 รองลงมาคือระดับมาก มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 21.67 ระดับน้อย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.66 (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 ราคากุ้งกุลาดำที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ผลต่อการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปานกลาง	59	49.17
มาก	26	21.67
น้อย	21	17.50
ไม่มีผล	14	11.66
รวม	120	100.00

ปัจจัยทางด้านรายได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยทางด้านรายได้ของผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกุ้งกุลาดำของผู้บริโภคในระดับปานกลาง คือมีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 45.83 รองลงมาคือระดับน้อย มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.83 ระดับมาก จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.17 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 รายได้ของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ผลต่อการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปานกลาง	55	45.83
น้อย	31	25.83
มาก	23	19.17
ไม่มีผล	11	9.17
รวม	120	100.00

ปัจจัยทางด้านสถานที่จำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยทางด้านสถานที่จำหน่ายกุ้งกุลาดำ ส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกุ้งกุลาดำของผู้บริโภคในระดับปานกลาง คือมีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 39.17 รองลงมาคือระดับมาก จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ระดับน้อย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.66 (ตารางที่ 23)

ปัจจัยทางด้านความสดที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยทางด้านความสดของกุ้งกุลาดำ ส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกุ้งกุลาดำของผู้บริโภคในระดับมาก คือมีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 50.83 รองลงมาคือระดับปานกลาง มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 ระดับน้อย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.83 (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 23 สถานที่จำหน่ายกุ้งกุลาดำที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ผลต่อการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปานกลาง	47	39.17
มาก	33	27.50
น้อย	32	26.67
ไม่มีผล	8	6.66
รวม	120	100.00

ปัจจัยทางด้านความต้องการของสมาชิกในครอบครัวที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยทางด้านความต้องการบริโภคกุ้งกุลาดำของสมาชิกในครอบครัวส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกุ้งกุลาดำของผู้บริโภคในระดับปานกลาง คือมีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 48.33 รองลงมาคือระดับมาก มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 ระดับน้อย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.17 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ จำนวน 10 คน

คิดเป็นร้อยละ 8.33 (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 24 ความสดของกุ้งกุลาดำที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ผลต่อการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาก	61	50.83
ปานกลาง	52	43.33
น้อย	6	5.00
ไม่มีผล	1	0.83
รวม	120	100.00

ตารางที่ 25 ความต้องการบริโภคกุ้งกุลาดำของสมาชิกในครอบครัวที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ผลต่อการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปานกลาง	58	48.33
มาก	35	29.17
น้อย	17	14.17
ไม่มีผล	10	8.33
รวม	120	100.00

ปัญหาและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคกุ้งกุลาดำ

ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับราคากุ้งกุลาดำ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าราคากุ้งกุลาดำในปัจจุบันเหมาะสม คือมีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 55.83 ส่วนที่มีความคิดเห็นว่าไม่เหมาะสม มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 44.17 (ตารางที่ 26)

ตารางที่ 26 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับราคากุ้งกุลาดำ

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหมาะสม	67	55.83
ไม่เหมาะสม	53	44.17
รวม	120	100.00

ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายกุ้งกุลาดำ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสถานที่จำหน่ายกุ้งกุลาดำเหมาะสม คือมีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 78.33 ส่วนที่มีความคิดเห็นว่าไม่เหมาะสม มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 21.67 (ตารางที่ 27)

ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับความสดของกุ้งกุลาดำ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าความสดของกุ้งกุลาดำเหมาะสม มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 55.83 ส่วนที่มีความคิดเห็นว่าไม่เหมาะสม มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 44.17 (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 27 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายกุ้งกุลาดำ

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหมาะสม	94	78.33
ไม่เหมาะสม	26	21.67
รวม	120	100.00

ตารางที่ 28 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับความสดของกุ้งกุลาดำ

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหมาะสม	67	55.83
ไม่เหมาะสม	53	44.17
รวม	120	100.00

ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับความสะอาดของกุ้งกุลาดำ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าความสะอาดของกุ้งกุลาดำเหมาะสม คือมีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 50.83 ส่วนที่มีความคิดเห็นว่าไม่เหมาะสม มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 49.17 (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับความสะอาดของกุ้งกุลาดำ

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหมาะสม	61	50.83
ไม่เหมาะสม	59	49.17
รวม	120	100.00

ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสิ่งเจือปนในกุ้งกุลาดำ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสิ่งเจือปนในกุ้งกุลาดำไม่เหมาะสม คือมีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 68.33 ส่วนที่มีความคิดเห็นว่าเหมาะสม มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 31.67 (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสิ่งเจือปนในกุ้งกุลาดำ

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เหมาะสม	82	68.33
เหมาะสม	38	31.67
รวม	120	100.00

ปัญหาที่ผู้บริโภคเคยพบเกี่ยวกับการบริโภคกุ้งกุลาดำ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยพบปัญหากุ้งกุลาดำไม่สด คือมีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 34.07 รองลงมาคือราคากุ้งกุลาดำสูง มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 มีสิ่งเจือปน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 19.63 สถานที่จำหน่ายมีน้อย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 ปริมาณการจำหน่ายมีไม่เพียงพอกับความต้องการ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.19 (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 31 ปัญหาที่ผู้บริโภคเคยพบเกี่ยวกับการบริโภคกุ้งกุลาดำ 1/

ปัญหาที่พบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่สด	92	34.07
ราคาสูง	75	27.87
มีสิ่งเจือปน	53	19.63
สถานที่จำหน่ายมีน้อย	36	13.33
ปริมาณการจำหน่ายมีไม่เพียงพอกับความต้องการ	14	5.19
รวม	270	100.00

หมายเหตุ 1/ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำในเขตกรุงเทพมหานครจากผู้บริโภค 120 คน สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี โดยประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 8,001-12,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบบริโภคกุ้งกุลาดำ โดยให้เหตุผลว่าชอบรสชาติของกุ้งกุลาดำ และจะบริโภคกุ้งกุลาดำนาน ๆ ครั้ง ในช่วงเย็นที่บ้าน โดยนำมาประกอบอาหารด้วยวิธีการผัด ผู้บริโภคนิยมซื้อกุ้งกุลาดำจากตลาดสด เนื่องจากสะดวก โดยที่ผู้บริโภคจะเป็นผู้ซื้อกุ้งกุลาดำด้วยตนเองในรูปกุ้งสดและนำมาปรุงอาหารทันที สำหรับความสดของกุ้งกุลาดำมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกุ้งกุลาดำของผู้บริโภคในระดับมาก ส่วนราคากุ้งกุลาดำ รายได้ของผู้บริโภค สถานที่จำหน่ายกุ้งกุลาดำ ความต้องการบริโภคกุ้งกุลาดำของสมาชิกในครอบครัว มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกุ้งกุลาดำของผู้บริโภคในระดับปานกลาง ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าราคากุ้งกุลาดำ สถานที่จำหน่ายกุ้งกุลาดำ ความสดของกุ้งกุลาดำ ความสะอาดของกุ้งกุลาดำ อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม ส่วนสิ่งเจือปนในกุ้งกุลาดำ อยู่ในเกณฑ์ที่ไม่เหมาะสม ปัญหาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยพบ คือ กุ้งกุลาดำไม่สด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาและข้อสรุปที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ทราบถึงข้อมูลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจและเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางด้านการตลาดต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ผลิตและผู้บริโภค ดังนี้

1. ควรปรับปรุงคุณภาพกุ้งกุลาดำ ในเรื่องสิ่งเจือปนในเนื้อกุ้ง เช่น กลิ่นดิน และสารปฏิชีวนะ โดยที่หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องต้องให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำ โดยเฉพาะเกษตรกรที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้ยาและเคมีภัณฑ์ในการเลี้ยงกุ้ง หรือไม่รู้ถึงจุดมุ่งหมายและผลลัพธ์ของการใช้ยาอย่างแท้จริง ใช้ยาไม่ถูกสาเหตุ ใช้ยาผิดวิธี ซึ่งมีผลทำให้เกิดการตกค้างของยา ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคได้เพราะเมื่อผู้บริโภครับประทานกุ้งกุลาดำที่มีสารตกค้างอยู่ ก็จะทำให้ผู้บริโภคได้รับสารนั้นเข้าไปในร่างกาย นอกจากนี้หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรจะได้ควรมีการตรวจสอบผลผลิตกุ้งกุลาดำกันอย่างจริงจัง สม่ำเสมอ เพื่อให้คุณภาพกุ้งกุลาดำได้มาตรฐานที่กำหนด ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค

2. ควรมีการปรับปรุงเรื่องการขนส่ง และการจำหน่าย เนื่องจากผู้บริโภคมักจะประสบปัญหาในเรื่องกุ้งกุลาดำไม่สด ซึ่งทางด้านการขนส่งอาจทำโดยการขนส่งตามกรรมวิธี เช่น ต้องมีการแช่เย็นระหว่างการขนส่ง ขนส่งจากแหล่งผลิตไปยังตลาดค้าปลีกอย่างรวดเร็ว ทางด้านการจำหน่ายที่มีผลต่อเนื่องมาจากการขนส่ง เมื่อการขนส่งเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ก็จะส่งผลให้ผู้ขายสามารถนำกุ้งสดมาจำหน่ายให้กับผู้บริโภคได้ ซึ่งถ้าหากได้มีการปรับปรุงในเรื่องการขนส่งและการจัดจำหน่าย จะทำให้สามารถเพิ่มปริมาณการจำหน่ายได้มากขึ้น

3. ควรมีปริมาณการจำหน่ายที่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค และปริมาณการจำหน่ายควรมีสม่ำเสมอ จะทำให้สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น โดยเกษตรกรผู้ผลิตและผู้ขายควรให้ความสนใจกับตลาดภายในประเทศ เนื่องจากปริมาณที่จำหน่ายในประเทศจะขึ้นอยู่กับปริมาณการส่งออก ถ้าหากส่งออกได้น้อย ปริมาณที่จำหน่ายในประเทศก็จะมาก ถ้าการส่งออกมีปริมาณมาก ก็จะส่งผลให้ปริมาณการจำหน่ายในประเทศน้อย ซึ่งทำให้ปริมาณการจำหน่ายไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

4. ควรมีการปรับปรุงเรื่องราคากุ้งกุลาดำ เนื่องจากกุ้งกุลาดำเป็นผลผลิตทางการเกษตรราคากุ้งกุลาดำจึงไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตที่ได้และยังขึ้นอยู่กับความต้องการกุ้งกุลาดำเพื่อการส่งออกด้วย ราคากุ้งกุลาดำที่ขายภายในประเทศสูงกว่าราคาที่ทำการส่งออก เนื่องจากผู้ซื้อกุ้งกุลาดำเพื่อทำการส่งออกซึ่งเป็นผู้ซื้อรายใหญ่มักจะกดราคารับซื้อ สำหรับราคากุ้งกุลาดำที่ขายภายในประเทศที่ค่อนข้างแพง จะส่งผลให้ผู้บริโภค

รับประทานกุ้งกุลาดำน้อย แต่อย่างไรก็ตามผู้บริโภคมักจะนิยมใช้กุ้งกุลาดำมาประกอบอาหารเพราะกุ้งกุลาดำมีราคาถูกกว่ากุ้งทะเลชนิดอื่นและเมื่อปรุงอาหารเสร็จแล้ว เนื้อกุ้งกุลาดำจะมีสีสวย น่ารับประทาน นอกจากนี้กุ้งกุลาดำยังมีราคาต่ำกว่ากุ้งทะเลชนิดอื่น ดังนั้นการปรับปรุงในเรื่องราคานี้ควรทำโดยการลดค่าส่วนเหลื่อมการตลาด โดยที่การจำหน่ายกุ้งกุลาดำควรผ่านคนกลางน้อยลง เพื่อให้สามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น

5. ควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกุ้งกุลาดำโดยหน่วยงานของรัฐ ซึ่งจะเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค เช่น เกี่ยวกับสารปฏิชีวนะตกค้างในกุ้งกุลาดำ ซึ่งถ้าหากผู้บริโภคไม่ทราบแล้วอาจก่อให้เกิดอันตรายกับผู้บริโภคได้

เอกสารอ้างอิง

กรมการค้าภายใน . 2536 . กุ้งทะเล . (อัดสำเนา) .

_____ . 2537ก . สถิติราคาขายปลีกสินค้าในตลาดกรุงเทพมหานคร , 2526 - 2536 . (อัดสำเนา) .

_____ . 2537ข . สถิติราคาขายส่งสินค้าในตลาดกรุงเทพมหานคร . 2526 - 2536 . (อัดสำเนา) .

กรมประมง . 2537 . สถิติการเพาะเลี้ยงกุ้งทะเล ปี 2535 . (อัดสำเนา) .

กองเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง . 2536 . สถิติการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ . (อัดสำเนา) .

กันตา จิตตั้งสมบูรณ์ . 2536 . "ภาวะการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปของไทย" . ผู้ส่งออก . 6(143) : น. 43-50 .

ขจรวรรณ อิฐรัตน์ และวิรวรรณ แจ่มศิลป์ . 2536 . "ความต้องการกุ้งทะเลของไทย" . วารสารเศรษฐกิจการเกษตรวิจัย . 15(48) : น. 51-71 .

จันทร์ฉาย แจ้งสว่าง . 2537 . "ปัญหาสารปฏิชีวนะตกค้างในกุ้งกุลาดำ" . เอกสารประกอบการสัมนา เรื่อง ทิศทางการตลาดและปัญหากุ้ง ปี 2537 , 25-28 พฤษภาคม และ 14-19 มิถุนายน 2537 . (อัดสำเนา) .

ชูศักดิ์ แสงธรรม . 2532 . กุ้งกุลาดำ . กรุงเทพมหานคร : บริษัท สามัคคีสาส์น จำกัด .

นิรนาม . 2536ก . "กุ้ง : จดทะเบียน" . สรุปข่าวธุรกิจ . 24(1) : น. 3-6 .

_____ . 2536ข . "เปลี่ยนไต๋ซื้อขายกุ้ง" . ผู้ส่งออก . 6(143) : น. 76-78 .

_____ . 2537ก . "กุ้งกุลาดำ : ธุรกิจสี่หมื่นล้าน" . สรุปข่าวธุรกิจ . 25(6) : น. 3-6 .

_____ . 2537ข . "ห่วงส่งออกเนื้อไก่ลด กุ้งกุลาดำวิ่งแซงหลายช่วงตัว" . ผู้ส่งออก . 7(154) : น. 58 .

_____ . 2537ค . "ตลาดกุ้งแช่แข็งแจ่มใส นำเข้าจากไทยอันดับหนึ่ง 14,600 ล้าน" . ผู้ส่งออก . 7(163) : น. 21 .

_____ . 2537ง . "ทิศทางการตลาดของกุ้งแช่แข็ง" . เอกสารประกอบการสัมนา เรื่อง ทิศทางการตลาดและปัญหากุ้ง ปี 2537 , 25-28 พฤษภาคม และ 14-19 มิถุนายน 2537 . (อัดสำเนา) .

พรรณิภา หาญวิวัฒนกิจ . 2531 . การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิตกุ้งกุลาดำในประเทศไทย . กรุงเทพมหานคร .

พายับ ปั้นเกตุ . 2537 . "กุ้งกุลาดำ : ถึงเวลาต้องปรับตัว" . มองเศรษฐกิจ . บทความออกอากาศสถานีวิทยุศึกษา FM 92 AM 1197 .

ศูนย์พัฒนาการประมงเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ . 2530 . รายงานผลการสัมนาร่วมภาครัฐบาลและภาคเอกชน เรื่อง อนาคตประมงไทย , 4-6 มิถุนายน 2530 . กรุงเทพมหานคร : บริษัท พลพันธ์การพิมพ์ จำกัด .

สิทธิ บุณยรัตผลิน . 2537 . "การใช้ยาปฏิชีวนะในการเพาะเลี้ยงกุ้งกุลาดำ" . เอกสารประกอบการสัมนา เรื่อง ทิศทางการตลาดและปัญหากุ้ง ปี 2537 , 25-28 พฤษภาคม และ 14-19 มิถุนายน 2537 . (อัดสำเนา) .

สำนักงานพาณิชย์ ณ กรุงโตเกียว . 2537 . "กุ้งกุลาไทย ในญี่ปุ่น" . ผู้ส่งออก . 7(164) : น. 31 .

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร . 2531 . นโยบายการเพาะเลี้ยงกุ้งทะเล . กรุงเทพมหานคร .

_____ . 2534 . การผลิตการตลาดกุ้งกุลาดำ ปี 2533 จังหวัดจันทบุรี . กรุงเทพมหานคร .

_____ . 2535 . รายงานผลการศึกษาวิจัยเรื่องธุรกิจการเพาะเลี้ยงกุ้งกุลาดำของประเทศไทย . (อัดสำเนา) .

อุปถัมภ์ ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม . 2537 . "นโยบายการส่งเสริมการเพาะเลี้ยงกุ้ง" . เอกสารประกอบการสัมนา เรื่อง ทิศทางการตลาดและปัญหากุ้ง ปี 2537 , 25-28 พฤษภาคม และ 14-19 มิถุนายน 2537 . (อัดสำเนา) .

ภาคผนวก

ชุดที่ ....

สถานที่.....

แบบสอบถามปัญหาพิเศษ

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / หน้าคำตอบที่ท่านต้องการ และเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

1. เพศ

   ( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ

   ( ) น้อยกว่า 21 ปี ( ) 21 - 30 ปี

   ( ) 31 - 40 ปี ( ) มากกว่า 40 ปี

3. สถานภาพ

   ( ) โสด ( ) สมรส

   ( ) หย่าร้าง ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

   ( ) ประถมศึกษา ( ) มัธยมศึกษาตอนต้น

   ( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ( ) อนุปริญญา / ปวส.

   ( ) ปริญญาตรี ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

   ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. อาชีพ

( ) นักเรียน / นักศึกษา ( ) รับราชการ

( ) รับจ้าง ( ) ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

( ) แม่บ้าน ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้ต่อเดือนของท่าน (บาท)

( ) น้อยกว่า 4,001 ( ) 4,001 - 8,000

( ) 8,001 - 12,000 ( ) 12,001 - 16,000

( ) 16,001 - 20,000 ( ) มากกว่า 20,000

<u>ตอนที่ 2</u> พฤติกรรมการบริโภคกุ้งกุลาดำ

7. ปกติท่านชอบรับประทานกุ้งกุลาดำหรือไม่

( ) ชอบ (ข้ามไปตอบข้อ 9) ( ) ไม่ชอบ

8. ท่านไม่ชอบรับประทานกุ้งกุลาดำเพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

( ) รสชาติไม่อร่อย ( ) มีกลิ่นคาว

( ) เกิดอาการแพ้เมื่อรับประทาน ( ) ราคาแพง

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9. เหตุผลที่ท่านรับประทานกุ้งกุลาดำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

( ) ชอบรสชาติ ( ) มีคุณค่าทางโภชนาการสูง

( ) มีแคลอรี่ต่ำ ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

10. ปกติท่านรับประทานกุ้งกุลาดำบ่อยครั้งเพียงใด

( ) ทุกวัน

( ) 3 - 5 ครั้งต่อสัปดาห์

( ) น้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์

( ) นาน ๆ ครั้ง

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

11. ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ท่านรับประทานกุ้งกุลาดำคือช่วงใด

( ) ช่วงเช้า ( ) ช่วงกลางวัน

( ) ช่วงเย็น ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

12. สถานที่ใดที่ท่านรับประทานกุ้งกุลาดำบ่อยครั้งที่สุด

( ) ที่ร้านอาหาร ( ) ที่บ้าน

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

13. ท่านนิยมรับประทานกุ้งกุลาดำจากการประกอบอาหารโดยวิธีใดบ่อยครั้งที่สุด

( ) ผัด ( ) เผา

( ) ต้ม ( ) นึ่ง

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

14. ท่านเลือกซื้อกุ้งกุลาดำจากแหล่งใดมากที่สุด

( ) ตลาดสด

( ) ซุปเปอร์มาร์เก็ต

( ) ซื้อจากผู้มาเสนอขายที่บ้าน

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

15. เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อกุ้งกุลาดำจากแหล่งดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

( ) ราคาถูกกว่าแหล่งอื่น ( ) สะดวก

( ) คุณภาพดี ( ) ซื้อเป็นประจำ

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

16. ปกติใครเป็นผู้ซื้อกุ้งกุลาดำในครอบครัวของท่าน

( ) ตัวท่านเอง

( ) บุคคลอื่น ๆ ในครอบครัว

17. กุ้งกุลาดำที่ท่านซื้อเพื่อบริโภคส่วนใหญ่อยู่ในรูปใด

( ) ปรุงแล้ว (อาหารสำเร็จรูป)

( ) อาหารพร้อมปรุง

( ) ซื้อสดเพื่อมาประกอบอาหารเอง

18. หลังจากท่านซื้อกุ้งกุลาดำแล้ว ท่านจัดการอย่างไร

( ) ปรุงอาหารทันที

( ) เก็บไว้ในตู้เย็นเพื่อรอการปรุงอาหารต่อไป

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริโภคกุ้งกุลาดำ

19. ปัจจัยต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกุ้งกุลาดำของท่านเพียงใด

	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล
- ราคากุ้งกุลาดำ	...	...	...	...
- รายได้ของท่าน	...	...	...	...
- สถานที่จำหน่ายกุ้งกุลาดำ	...	...	...	...
- ความสดของกุ้งกุลาดำ	...	...	...	...
- ความต้องการบริโภค กุ้งกุลาดำของสมาชิก ในครอบครัว	...	...	...	...
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)	...	...	...	...

ตอนที่ 4 ปัญหาและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคกุ้งกุลาดำ

20. ความคิดเห็นที่ท่านมีต่อสิ่งต่อไปนี้

	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม
- ราคากุ้งกุลาดำในปัจจุบัน	...	...
- สถานที่จำหน่ายกุ้งกุลาดำ	...	...
- ความสดของกุ้งกุลาดำ	...	...
- ความสะอาดของกุ้งกุลาดำ	...	...
- สิ่งเจือปนในกุ้งกุลาดำ	...	...
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)	...	...

21. ปัญหาที่ท่านเคยพบเกี่ยวกับการบริโภคกุ้งกุลาดำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) ราคาสูง

( ) มีสิ่งเจือปนในกุ้งกุลาดำ ๕

( ) ไม่สด

( ) สถานที่จำหน่ายมีน้อย ๑

( ) ปริมาณการจำหน่ายมีไม่เพียงพอกับความต้องการ ๒

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

22. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการบริโภคกุ้งกุลาดำ

.....

.....

.....

(ขอขอบคุณในความร่วมมือ)

.../.../...