สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัด ฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี

The Adoption of Broiler Marketing Technology Among Independent In Chacherngsao and Chonburi Provices

โดย

นายเสกสรร พิศเพ็ง

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร-การผลิตสัตว์

ภาควิชาครุศาสตร์เกษตร

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพ ฯ

วพ. สธธ ก)
เลขหมู่ 2542
เลขทะเบียน 40361
วัน, เดือน, ปี 11 ก.ย. 2544
b.1110501X
i.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่อนุญาตให้ทำสำเนาดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ
ปีการศึกษา 2543

ชื่อเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี

The Adoption of Broiler Marketing Technology Among Independent Farmer Broiler farmer in Chachernesao and Chonburi Provinces

ชื่อ–สกุล นายเสกสรร พิศเพ็ง

สาขาวิชา สาขาเทคโนโลยีการเกษตร – การผลิตสัตว์ **ภาควิชา** ครุศาสตร์เกษตรกร

คณะ ครุศาสตร์อุตสาหกรรม

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ภัคพงศ์ ปวงสุข

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานบางประการของเกษตรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรีการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาคือ เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี จำนวน 1,000 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งจัดส่งทางไปรษณีย์และได้รับแบบสอบถามคืนทั้งหมดจำนวน 560 ชุด สามารถแยกเป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระจำนวน 16 คน และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ซึ่งมีร้อยละ 62.50 ส่วนใหญ่จะมีการศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษา อายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 40 ปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่ เฉลี่ย 7 ปี รายได้เฉลี่ย ในปี 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่ายเท่ากับ 282,875 บาท เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระส่วนใหญ่ จะประกอบธุรกิจฟาร์ม ขนาดเล็กมีไก่เนื้อในฟาร์มไม่เกิน 4,000 ตัว และมีการจำหน่ายผ่านทางบริษัทและพ่อค้าคนกลาง มีอยู่น้อยรายที่มีการจำหน่ายถึงผู้บริโภคโดยตรง และเกษตรกรส่วนมากไม่ค่อยได้รับคำแนะนำทางวิชาการเลย

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการยอมรับในระดับที่เท่ากันคือ ในระดับสูงกับระดับต่ำ เท่ากัน สำหรับปัญหาและอุปสรรค ด้านการตลาดนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนมากจะมีปัญหาเกี่ยวกับราคาไก่เนื้อ และก็ข้อมูลข่าวสารในเรื่องการตลาด ปัญหาพ่อค้าคนกลาง สาเหตุเนื่องมาจากเกษตรกรไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย

ข้อเสนอแนะจากเกษตรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรีเกษตรกรส่วนใหญ่ต้องการให้ราคาไก่เนื้อนั้นคงที่และให้ตั้งหน่วยงานหรือรวบรวมเกษตรกรผู้เลี้ยงรายย่อยให้เป็นกลุ่มเดียวกันเพื่อที่จะได้ต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลางได้ และเกษตรกรบางรายอยากให้ไปช่วยแนะนำวิธีการเลี้ยงไก่เนื้อ ทั้งจากภาครัฐและเอกชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ในการทำปัญหาพิเศษ การยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตร ผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี สำเร็จลงได้ด้วยดีเพราะได้รับความช่วยเหลือ จากท่าน อาจารย์ ภัคพงศ์ ปวงสุข ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาติดตามแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยได้ให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์จนทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ธวัชชัย ศุภดิษฐ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาในการตรวจเอกสารและได้ให้คำปรึกษาแนะนำด้านต่างๆ ในการทำปัญหาพิเศษในครั้งนี้ ตลอดจนผู้ที่ให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม คือ เกษตรกรในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี

ขอกราบขอบคุณ อาจารย์ เพื่อนๆ และน้องๆ ที่ภาควิชาครุศาสตร์เกษตรทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ให้เสร็จลุล่วงไปด้วยดี

คุณงามความดีทั้งหมดนี้ที่ได้เพียรพยายามในการทำปัญหาพิเศษเล่มนี้ผู้จัดทำขอมอบให้แก่ บิดา- มารดา พี่ น้องของข้าพเจ้า เกษตรกร เพื่อนๆ ตลอดจน ครูอาจารย์ ที่คอยให้การช่วยเหลืออบรมสั่งสอนในด้านการเรียนจนทำให้ผู้จัดทำมาจนทำให้ประสบความสำเร็จในการศึกษา และหวังว่าความดีของปัญหาพิเศษฉบับนี้คงจะมีประโยชน์ต่อผู้ที่จะนำไปศึกษา และเป็นแนวทางในการทำปัญหาพิเศษต่อไป

เสกสรร พิศเพ็ง

ตุลาคม 2543

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ ..... ก
กิตติกรรมประกาศ ..... ง
สารบัญ ..... จ
สารบัญตาราง ..... ช
สารบัญภาพ..... ซ
บทที่
1 บทนำ 1
1.1 ความสำคัญของปัญหา 1
1.2 วัตถุประสงค์ 2
1.3 ขอบเขตของปัญหา 2
1.4 นิยามศัพท์ 3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 4
2 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง 5
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ 5
2.2 หลักสำคัญในด้านการตลาดไก่เนื้อ 10
2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 17
3 วิธีการดำเนินการ 20
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 20
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 21
3.2.1 การทดลองใช้แบบสอบถาม (Try out) 23
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล 24
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล 24
4 ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล 25
5 สรุปและข้อเสนอแนะ 36
บรรณานุกรม 40
ภาคผนวก 43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

3.1 แสดงจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระประเภทต่างๆ ในท้องที่จังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี.....21
4.1 แสดงเพศ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในท้องที่จังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี 25
4.2 แสดงอายุของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในท้องที่จังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี..... 26
4.3 แสดงระดับการศึกษาของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี 26
4.4 แสดงประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่เนื้อ ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี..... 27
4.5 แสดงจำนวนไก่เนื้อภายในฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี..... 27
4.6 แสดงโอกาสในการได้รับคำแนะนำจากนักวิชาการของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี.....28
4.7 แสดงรายได้รวมทั้งหมดตลอดปี 2542 ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี.....29
4.8 แสดงวิธีการจำหน่ายไก่เนื้อภายในฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อประเภทอิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี 29
4.9 แสดงการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี.....30
4.10 แสดงการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่เนื้อด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรีเป็นคะแนนรวม.....34

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ภาคผนวก ก หนังสือรับรอง 44

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม 45

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่

1. โครงสร้างอุตสาหกรรมไก่เนื้อ 12
2 แสดงวิธีการตลาดไก่เนื้อแบบการเลี้ยงอิสระ 17
3. วิถีการตลาดไก่เนื้อแบบมีสัญญาผูกพัน 18

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการเลี้ยงไก่เนื้อได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางเพราะเป็นอาชีพหนึ่งที่มีศักยภาพทำกำไรได้ระดับสูงดังที่ ปฐม เลาหะเกษตร (2538 : 420) ได้กล่าวไว้เมื่อ 30 ปีก่อนไก่เนื้อที่ใช้บริโภคส่วนใหญ่เป็นไก่พื้นเมืองที่เลี้ยงกันแบบหลังบ้านในชนบทต่อมาเมื่อเริ่มมีผู้นิยมรับประทานกันมากขึ้นเพราะเนื้อนุ่มน่ารับประทานมากกว่าไก่แก่จึงได้ผลิตไก่ลูกผสมขึ้นเพื่อเลี้ยงเป็นไก่เนื้อโดยเฉพาะทั้งตัวผู้และตัวเมียจนในที่สุดปี พ.ศ. 2506 ได้มีผู้นำไก่เนื้อพันธ์ลูกผสมไฮ–บรีด (hybrid)เข้ามาเริ่มเลี้ยงในไทยครั้งแรก แต่ว่า ในระยะแรกนั้นไก่พันธ์เนื้อพันธุ์ไฮ-บรีด ยังไม่เป็นที่ยอมรับของตลาดโดยเฉพาะย่านที่คนจีนอาศัยกันอยู่เพราะว่า เป็นไก่ที่มีขนสีขาวแต่ทว่าไก่พันธุ์ไฮ–บรีด ก็ได้รับการยอมรับในเวลาต่อมาเพราะว่า ไก่พันธุ์ไฮ–บรีดนี้เป็นไก่ที่มีการเจริญเติบโตเร็วเนื้อมากและนุ่ม ตัวผู้ยังสามารถนำไปเลี้ยงเป็นไก่ตอนแบบฝังฮอร์โมนได้ผลดีจนเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย

ในปัจจุบันนี้การตลาดของไก่เนื้อถือว่า มีความสำคัญมากเพราะว่า การตลาดไก่เนื้อที่ผ่านมานั้นมีปัญหามากพอสมควร ดังนั้นการศึกษาทางด้านการตลาดนับว่า เป็นปัจจัยหลักปัจจัยหนึ่งที่ถือว่าน่าจะมีการศึกษาให้ดีก่อนการเลี้ยงประเทศไทยเริ่มส่งออกเนื้อไก่แช่แข็ง (frozen–chicken) ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เป็นครั้งแรกในปี 2516 โดยบริษัทกรุงเทพค้าสัตว์ จำกัด เป็น ผู้ส่งออกเป็นรายแรกประมาณ 135 เมตริกตันมูลค่า 5,34๐ พันบาท ต่อมามีผู้ส่งออกอีกรายเข้ามาดำเนินกิจการเพิ่มขึ้นจนถึงปัจจุบันมีผู้ส่งออกรายใหญ่ประมาณ 7 ราย อาทิเช่น บริษัทกรุงเทพค้าสัตว์จำกัด บริษัทสหฟาร์มจำกัดบริษัทไก่สดเซนทาโก จำกัดเป็นต้น (ลิขิต เอียดแก้ว, 2537 : 89)

ตลาดการส่งออกเนื้อไก่แช่แข็งที่สำคัญของไทยคือญี่ปุ่น ส่วนประเทศคู่แข่งที่ส่งเนื้อไก่แช่แข็งไปขายยังญี่ปุ่นคือ สหรัฐอเมริกา บราซิล และจีนดังนั้นการตลาดไก่เนื้อของไทยได้มีการแข่งขันในการแบ่งส่วนการตลาดโลกอยู่มากจึงควรมีการปรับปรุงคุณภาพของเนื้อไก่ของไทยไม่ว่า จะเป็นด้าน คุณภาพอาหารสัตว์ โรคระบาด และอื่นๆ เป็นต้น ถ้าเราสามารถปรับปรุงสิ่งที่กล่าวมาได้อย่างมีประสิทธิภาพการตลาดของไก่เนื้อในตลาดโลกของไทยก็น่าจะไม่มีปัญหาอย่างแน่นอน ที่สำคัญประเทศไทยต้องนำวัตถุดิบมาจากต่างประเทศ จึงต้องขาดดุลการค้ากับต่างประเทศปีละจำนวนมากส่งผลทำให้ประเทศไทยต้องปรับปรุงด้านการผลิต และการนำเอาวัตถุดิบชนิดอื่นที่มีอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในประเทศเข้ามาทดแทนตลอดจนขยายตลาดการส่งออกไก่เนื้อออกยังประเทศอื่นๆ จึงจะทำการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศ (เกษม อุปราสิทธิ์, 2537 : 2)

ซึ่งในปัจจุบันความรู้ทางด้านการตลาดของสินค้าไก่เนื้อเกษตรจะมีความรู้ที่แตกต่างกันมากน้อยขึ้นอยู่กับการติดตามข่าวสารหรือการได้รับการถ่ายทอดความรู้จากแหล่งวิชาการต่างๆดั้งนั้นความรู้เรื่องการตลาดของไก่เนื้อจึงสมควรได้รับความสนใจจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการเลี้ยงไก่ต้องวางแผนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยที่เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระจะต้องมีเป้าหมายให้ชัดเจนว่า ปริมาณไก่เนื้อที่พอเหมาะในแต่ละปีปริมาณจะอยู่ในปริมาณเท่าไรมีการจัดการทุกด้านอย่างรอบคอบระมัดระวังรวมทั้งเรื่องการตลาดด้วยเพื่อให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระสามารถผลิตไก่เนื้อได้อย่างครบวงจรมีรายได้อย่างพอเพียงและสามารถพัฒนาการเลี้ยงไก่เนื้อให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นและขยายการจำหน่ายผลผลิตได้มากขึ้นด้วย จึงมีความคิดที่จะศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรีเพื่อนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงเทคโนโลยีและแนวทางการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้เหมาะสมซึ่งจะทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระสามารถผลิตไก่เนื้อได้อย่างครบวงจรและมีประสิทธิภาพสูงขึ้นต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานบางประการของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี

2. เพื่อศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่เนื้อด้านการตลาดของเกษตรกร ผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี

3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี

1.3 ขอบเขตของปัญหา

1.3.1 ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา การยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรีจำนวน 350 คนและจังหวัดชลบุรี 650 คน รวม 1,000 คน

1.3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทดั้งนี้

ก. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) มีทั้ง 3 ปัจจัยประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ปัจจัยทางด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาของเกษตรกร ประสบการณ์ในด้านการเลี้ยงไก่เนื้อ

2. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ทั้งหมด จำนวนไก่เนื้อในฟาร์ม วิธีการขายไก่เนื้อ

3. ปัจจัยทางด้านสังคม ได้แก่ โอกาสในการได้รับคำแนะนำทางด้านวิชาการด้านการตลาดของไก่เนื้อ

ข. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ การยอมรับเทคโนโลยีในการเลี้ยงไก่เนื้อด้านการตลาด

1.4 นิยามคำศัพท์

"สภาพพื้นฐานบางประการของเกตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อ" หมายถึง สภาพลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่เนื้อเป็นต้นและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมได้แก่ โอกาสในการได้รับคำแนะนำรายได้ ขนาดของฟาร์มและแนวทางในการดำเนินการทางด้านการตลาดเป็นต้น

"ระดับการศึกษา" หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดของเกษตรกรที่ได้รับจากสถาบันการศึกษาต่างๆ

"การยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่เนื้อในด้านการตลาด" หมายถึง การที่เกษตรกรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาจัดการและวางรูปแบบทางด้านการตลาดของไก่เนื้อและนำมาปฏิบัติใช้ในการเลี้ยงไก่เนื้อของตนเอง

"โอกาสได้รับคำแนะนำทางด้านวิชาการทางด้านการตลาดของผู้เลี้ยงไก่เนื้อ" หมายถึง โอกาสครั้งที่เกษตรกรได้รับคำแนะนำทางด้านวิชาการด้านการตลาดของการเลี้ยงไก่เนื้อก่อนทำการสัมภาษณ์

"เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระ" หมายถึง ผู้เลี้ยงไก่เนื้อที่ลงทุนเองทั้งหมดที่ทำการก่อสร้างโรงเรือน ซื้อพันธุ์ไก่ อาหาร การจัดการเรื่องการตลาด และเวชภัณฑ์ต่างๆ โดยที่ไม่ผูกพันธ์กับบริษัทและมีอิสระในการจัดการงานฟาร์มเองทุกอย่าง

"ขนาดของฟาร์ม" หมายถึง ขนาดของกิจการฟาร์มโดยพิจารณาจากจำนวนไก่เนื้อที่เลี้ยงทั้งหมดขณะที่ทำแบบสอบถาม

"การตลาด" หมายถึง ช่องทางในการจัดจำหน่ายผลผลิตไก่เนื้อของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีทางด้านการตลาดของไก่เนื้อให้ได้ผลยิ่งขึ้นกว่าเดิมสามารถผลิตไก่เนื้อที่มีคุณภาพถูกหลักวิชาการได้

2. เพื่อเป็นแนวทางให้แก่หน่วยงานของรัฐบาลและเอกชนในการปรับปรุงวิธีการหรือกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการตลาดตลอดจนให้เหมาะสมกับสภาพการผลิตของเกษตรกร

3. เพื่อเป็นแนวทางในการให้เกษตรกรทำการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการเลี้ยงไก่เนื้อของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระและผู้เลี้ยงไก่เนื้อประเภทอื่นๆ ในอนาคตต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดไก่เนื้อของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนผลงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ

2.2 การศึกษาการตลาดไก่เนื้อ

2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ

บุญธรรม จิตต์อนันต์ (2536 : 300) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการยอมรับว่า เป็นกระบวนการทางจิตใจของบุคคลซึ่งเริ่มต้นด้วยการเริ่มรู้หรือได้ยินเกี่ยวกับแนวความคิดใหม่ แล้วไปสิ้นสุดลงด้วยการตัดสินใจยอมรับไปปฏิบัติ

กระบวนการยอมรับแตกต่างจากกระบวนการแพร่กระจายแนวความคิดใหม่ (diffusion process) กล่าวคือ กระบวนการแพร่กระจายนั้นเป็นการแพร่แนวความคิดระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือระหว่างแหล่งที่มาของความคิดกับบุคคลที่จะรับแนวความคิดนั้นซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งกับผู้รับโดยเฉพาะส่วนกระบวนการยอมรับนั้น แต่ขั้นตอนของกระบวนการเกิดขึ้นในตัวบุคคลคนเดียว

กระบวนการยอมรับ เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และการตัดสินใจจากการวิจัยพบว่า การที่บุคคลจะรับแนวความคิดใหม่ไปปฏิบัติจะผ่านขั้นตอนที่สำคัญ 5 ขั้นตอนด้วยกัน คือ

ขั้นที่ 1 ขั้นเริ่มรู้หรือรับรู้ (awareness) เป็นขั้นแรกที่บุคคลเริ่มรู้เกี่ยวกับเรื่องใหม่หรือความคิดใหม่ แต่ขาดรายละเอียด คือ รู้ว่าเรื่องนั้น เรื่องที่เกิดขึ้นแล้วหรือทำได้แล้ว แต่เป็นเรื่องใหม่สำหรับตน เพราะไม่เคยได้ยินหรือเคยเห็นมาก่อน การรับรู้อาจเกิดขึ้นโดยความบังเอิญด้วยการพบเห็นด้วยตนเอง หรือโดยการเผยแพร่ของเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลหรือเอกชน ขั้นนี้นับว่าสำคัญ เพราะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นขั้นแรกที่บุคคลเริ่มสัมผัสหรือรับรู้เกี่ยวกับแนวความคิดใหม่หรือสิ่งใหม่ๆ ต้องมีการจี้จุด หรือกระตุ้นให้เกิดความสนใจ อันนำไปสู่ขั้นสุดท้าย คือการยอมรับหรือปฏิเสธ

ขั้นที่ 2 ขั้นสู่ความสนใจ (interest) เป็นขั้นที่เริ่มมีความสนใจแสวงหารายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ๆ เพิ่มขึ้น พฤติกรรมนี้เป็นไปในลักษณะที่ตั้งใจแน่ชัด และใช้กระบวนการคิดมากกว่าขั้นแรกซึ่งในขั้นนี้จะทำให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ หรือวิธีการใหม่มากขึ้น บุคลิกภาพและค่านิยม ตลอดจนบรรทัดฐานทางสังคม หรือประสบการณ์เก่าๆ จะมีผลต่อบุคคลนั้น และมีผลต่อการติดตามข่าวสารหรือรายละเอียดของสิ่งใหม่ๆ หรือวิทยาการใหม่นั้นด้วย

ขั้นที่ 3 ขั้นไตร่ตรอง (evealualtion) ในขั้นนี้บุคคลศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับแนวความคิดใหม่ แล้วคิดเปรียบเทียบดูกับงานที่ทำอยู่ในปัจจุบันว่า ถ้ารับเอาแนวความคิดใหม่มาปฏิบัติจะเกิดผลดีหรือไม่ดีอย่างไรบ้าง ในขณะนี้และในอนาคตควรหรือไม่ที่จะทดลองดูก่อนถ้าเขาชั่งใจไตร่ตรองดูแล้วรู้สึกว่าผลดีจะมีมากกว่าผลเสียเขาก็จะต้องตัดสินใจทดลองดู เพื่อให้เกิดความแน่ใจก่อนที่จะรับไปปฏิบัติจริงๆ ในขั้นนี้เขาต้องการคำปรึกษาหารือจากผู้รู้หรือเพื่อนบ้านที่คุ้นเคยหรือมีประสบการณ์เพื่อให้ความแน่ใจว่า เขาคิดถูกต้องและตัดสินใจถูกแล้วที่ควรทดลองดูเพื่อให้รู้แจ้งเห็นจริง

ขั้นที่ 4 ขั้นทดลองทำ (trial) ขั้นนี้เป็นขั้นที่บุคคลทดลองทำตามแนวความคิดใหม่ โดยทำการทดลองแต่เพียงเล็กน้อย เพื่อดูว่า จะเข้ากันหรือไม่กับสภาวะการณ์ปัจจุบันของตนและผลจะออกมาตามที่คาดไว้หรือไม่

ขั้นที่ 5 ขั้นนำไปปฏิบัติ (adoption) ขั้นนำไปปฏิบัติหรือขั้นยอมรับเป็นขั้นที่บุคคลตัดสินใจรับแนวความคิดใหม่ไปปฏิบัติหลังจากที่ได้ทดลองปฏิบัติดูและทราบผลเป็นที่พอใจแล้ว

วิทยา ดำรงค์เกียรติศักดิ์ (2529 : 39) ได้กล่าวว่า ในปัจจุบันทฤษฎีกระบวนการยอมรับของ บุญธรรม จิตต์อนันต์ นั้นมีจุดบกพร่องในกระบวนการยอมรับดังกล่าวหลายประการด้วยกัน คือ

1. กระบวนการนี้มักจะจบด้วยการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้น ซึ่งตามความเป็นจริงแล้ว เมื่อบุคคลใดบรรลุถึงขั้นประเมินผลแล้วอาจจะปฏิเสธได้

2. ขั้นตอนทั้ง 5 กระบวนการ อาจไม่เป็นไปตามขั้นตอนก็ได้ บางขั้นตอนอาจถูกข้ามไปก็ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งขั้นทดลองทำ และขั้นประเมินผลอาจจะสามารถทำได้ตลอดกระบวนการก็ได้

3. กระบวนการนี้มักจะจบลงโดยการยอมรับนวัตกรรมนั้น แต่หากเขามีโอกาสในการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อยืนยันหรือสนับสนุนการตัดสินใจในการยอมรับ หรือไม่ยอมรับนวัตกรรมนั้นก็ได้ ดังนั้นจึงได้มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขขบวนการการยอมรับดังกล่าว และได้เสนอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบจำลองของกระบวนการตัดสินใจยอมรับ หรือไม่ยอมรับนวัตกรรมแทน (innovation decision process) ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

3.1 ขั้นความรู้ (knowledge) ขั้นนี้บุคคลจะรับทราบเกี่ยวกับนวัตกรรมและมีความเข้าใจบางอย่างเกี่ยวกับหน้าที่การทำงานของนวัตกรรม

3.2 ขั้นชักชวน สนใจ (interest) บุคคลจะรู้สึกชอบหรือไม่ชอบการยอมรับนวัตกรรม หรือมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อนวัตกรรมนั้นเอง

3.3 ขั้นตัดสินใจ (decision) บุคคลจะเข้าใจเกี่ยวข้องในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม

3.4 ขั้นยืนยัน (confirmation) ในขั้นนี้บุคคลจะแสวงหาแรงเสริม (reinforcement) เพื่อยอมรับการใช้นวัตกรรมต่อไปแต่เขาอาจจะเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจหากพบข้อมูลขัดแย้งเกี่ยวกับนวัตกรรมก็ได้

การยอมรับนวัตกรรมของบุคคลนั้น บุญสม วราเอกศิริ (2522 : 162) ได้จำแนกลักษณะการยอมรับของบุคคลออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. continuous adoption หมายถึง เกิดการยอมรับแล้วนำไปปฏิบัติตามตลอด

2. discontinuous adoption หมายถึง เกิดการยอมรับแล้วไปปฏิบัติตามหรืออาจจะปฏิบัติไปได้ระยะหนึ่งแล้วก็หยุดทำ

เทพ พงษ์พานิช (2527 : 310) ได้แบ่งเกษตรกรออกเป็น 6 จำพวกด้วยกัน คือ

1. พวกหัวไวใจสู้ (ผู้นำการเปลี่ยนแปลง innovator) เกษตรกรจำพวกนี้ดีเด่น อยากรู้อยากเห็น ชอบการศึกษา กล้าเสี่ยง ชอบทดลองของใหม่ๆ เป็นคนที่มีการศึกษาดีฐานะดี และติดต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมบ่อยๆ มีอยู่ประมาณ 2.5%

2. พวกขอดูท่าที่ (ผู้รับการเปลี่ยนแปลงเร็ว eary adoptor) เกษตรกรพวกนี้คล้ายกลุ่มที่ 1 แต่ขอดูท่าที่ก่อนรีรอผลงานของพวกแรกก่อนถ้าได้ผลมีประโยชน์แน่นอนก็เอาด้วยมีประมาณ 13.5%

3. พวกเบิ่งตาลังเล (ผู้รับการเปลี่ยนแปลงพอใช้ eary majority) เกษตรกรพวกนี้เป็นกลุ่มใหญ่มีถึง 34% มีทัศนคติที่ดีต่อการวิชาการสมัยใหม่ แต่จะไม่ค่อยมั่นใจตัวเองนัก ฐานะทางเศรษฐกิจปานกลาง การศึกษาน้อย ความรู้รอบตัวค่อนข้างจำกัด จึงทำให้ต้องมีการกระตุ้นบ่อยๆ และมีสิ่งจูงใจ

4. พวกหัวเหหัวดื้อ (ผู้รับการเปลี่ยนแปลงช้า late majority) เกษตรกรกลุ่มนี้เป็นกลุ่มใหญ่มีถึง 34% เช่นเดียวกับกลุ่ม 3 แต่มีทัศนคติไม่ค่อยยอมรับวิชาการสมัยใหม่ ยึดมั่นในสิ่งเก่าๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และสิ่งที่เคยปฏิบัติมักจะเป็นพวกชักใบให้เรือเสีย วิธีให้ชนะพวกนี้ต้องทำให้เห็นกับตา เห็นของจริง

5. พวกงอมือจับเจ่า (ผู้รับการเปลี่ยนแปลงช้ามาก late adoptor) เกษตรกรกลุ่มนี้เป็นพวกมีการศึกษาน้อย ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมด้อยกว่ากลุ่มต่างๆ ที่กล่าวมา ส่วนมากเป็นพวกใช้แรงงาน รอแต่ความช่วยเหลือมากกว่าจะช่วยตนเองการส่งเสริมและเอาใจชนะพวกนี้ ต้องใช้ความอดทน ความพยายามสูงมาก ค่อยเป็นค่อยไปเป็นขั้นๆ มีอยู่ประมาณ 13.5%

6. พวกไม่เอาไหนเลย (ผู้ล้าหลัง laggards) เกษตรกรพวกนี้ล้าหลังไม่สนใจอะไรทั้งสิ้น ตามเวรตามกรรม ไม่ค่อยต้องการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้ที่มีปมด้อยในความสำเร็จจึงยากในการส่งเสริมมาก มักเป็นในรูปปล่อยให้ "สังคมพาไป"

ปัจจัยที่เป็นส่วนประกอบในการยอมรับของเกษตรกร

มีปัจจัยมากมายหลายอย่างที่เป็นส่วนประกอบในการที่จะทำให้เกษตรกรนั้นมีอัตราการยอมรับมากน้อย ช้า ไวต่างกันไป พอสรุปได้ ดังนี้

1. การศึกษา เกษตรกรที่มีการศึกษาสูงกว่าย่อมมีความเข้าใจและยอมรับวิทยาการสมัยใหม่ ได้ง่ายกว่า ดีกว่า มีทัศนคติในการเปลี่ยนแปลงได้ไว และรู้แนวทางในการจะรับรู้

2. อายุ จากการวิจัยด้านนี้หลายเรื่องปรากฏว่า คนที่มีอายุรุ่นหนุ่มสาวรับการเปลี่ยนแปลงได้ไว และง่ายกว่าคนวัยชรา

3. เพศ ในสังคมชนบทเกษตรกรนั้น เพศหญิงมีแนวโน้มจะเชื่อและยอมรับการเปลี่ยนแปลง เปลี่ยนทัศนคติได้ง่ายกว่าเพศชาย

4. ฐานทางเศรษฐกิจ เกษตรกรที่มีรายได้สูงหรือฐานะดีอยู่ก่อนแล้วจะมีการสนใจในการยอมรับ การเรียนรู้จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมได้ง่ายกว่า เพราะเขามีฐานะดี ย่อมจะทำอะไรได้ง่ายโดยไม่ต้องพะวงและมีความคิดที่จะยกฐานะให้ดีขึ้นไปอีกโดยใช้วิธีการเป็นแกนนำ

5. ขนาดของไร่นา สิ่งนี้มีอิทธิพลต่อตัวเกษตรกรในการดำเนินกิจการของตัวเอง ฟาร์มที่ใหญ่กว่าย่อมต้องดิ้นรนในการจะปรับปรุงให้กิจการดีขึ้นไป พยายามหาวิชาการเพิ่มเติมในฟาร์มของตนเอง ดังนั้นเกษตรกรที่มีฟาร์มขนาดใหญ่กว่าย่อมจะรับการเรียนรู้และเสาะแสวงหาวิทยาการใหม่ๆ ได้ไว และเก่งกว่าฟาร์มหรือไร่ขนาดเล็ก

6. ทัศนคติ ทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อการศึกษาหาความรู้ต่อตัว เจ้าหน้าที่ส่งเสริมต่อวิทยาการใหม่ๆ ของตนเองและเกษตรกรผู้นำถ้ามีไปในทางบวกก็จะรับรู้และเปลี่ยนแปลงได้ง่ายและได้ดีกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. เป็นคนที่มีเหตุผลไม่เชื่องมงายอะไรง่ายๆ รับฟังอะไรวิเคราะห์ให้แท้จริงว่าถูกต้องหรือไม่ชั่งน้ำหนักถึงความเป็นไปได้และเป็นไปไม่ได้ผลเสียผลดีอย่างไรคนมีเหตุผลจะรับฟังและรับวิชาการของงานส่งเสริมได้ง่ายและชัดเจนกว่าคนที่ไร้เหตุผล

8. เชาว์ปัญญา คนที่มีเชาว์ปัญญาไวและความจำดี สามารถจะเรียนรู้อะไรได้ไวกว่า

9. การเข้าสังคม เกษตรกรที่เข้าสังคมบริการเข้าสังคมย่อมจะให้การสนใจงานส่งเสริมได้มากกว่าและง่ายกว่า

10. เป็นคนทันสมัยไม่ล้าหลัง ยอมรับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถปรับตัวเองได้ทันท่วงที

11. ขนบธรรมเนียมประเพณี การจะเชื่ออะไรบางอย่างเกษตรกรมักจะเป็นการขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณีหรือความเคยชินมาก่อน กลัวเพื่อนบ้านจะหาว่าทำอะไรที่ผิดในประเพณี และความเชื่อเก่าๆ

2. 2 ขอบเขตของการศึกษาการตลาดไก่เนื้อ

คณะกรรมการสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American marketing association หรือ AMA) ได้ให้ความหมายไว้ว่า "Marketing is the performance of business activities which direct the flow of goods and services from producer of user in order to satisfy customer and accomplish the company,s objectives จากความหมายดังกล่าวข้างต้นจะให้ได้ว่า AMA ได้ให้ความหมายของการตลาดว่า เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคเพื่อว่าผู้บริโภคจักได้รับความพึงพอใจและขณะเดียวกันก็เพื่อสามารถประสบความสำเร็จในวัตถุประสงค์ขององค์การด้วย (วรนารถ แสงมณี, 2542 : 193)

2.2.1 การตลาดไก่เนื้อ (Poultry marketing channels)

ผู้ผลิต ผู้ผลิตไก่เนื้อมี 4 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ผู้ผลิตครบวงจร (Vertical integration) ได้แก่ ผู้ผลิตที่เป็นบริษัทอาหารสัตว์ทำธุรกิจแบบครบวงจรหรือเริ่มตั้งแต่การผลิตลูกไก่เนื้อเอง เลี้ยงไก่เนื้อเองมีโรงฆ่าไก่เองและทำตลาดเอง ทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ

2. ผู้ผลิตประกันราคา (Contract growers) ผู้เลี้ยงไก่เนื้อประเภทนี้จะทำสัญญากับโรงงานฆ่าไก่หรือบริษัทอาหารสัตว์ที่จะผลิตไก่เนื้อให้ในราคาประกันตลาดทั้งปี

3. ผู้ผลิตรับจ้าง (Contract grower – on wage basis) โดยทางบริษัทอาหารสัตว์หรือโรงฆ่าไก่หรือตัวแทนอาหารไก่ในต่างจังหวัดทำสัญญาจ้างให้ผู้เลี้ยงไก่เนื้อที่มีโรงเรือนและอุปกรณ์การเลี้ยงอยู่แล้วผลิตไก่เนื้อให้โดยที่ทางบริษัทจะให้ลูกไก่อาหารและบริการอื่นๆ แล้วจ่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าแรงงานที่เลี้ยงไก่ต่อตัวถ้าเลี้ยงไก่ได้น้ำหนักดีและมีอัตราการเลี้ยงรอดสูงก็จะจ่ายพิเศษให้อีกตามข้อสัญญาที่จะตกลงกัน

4. ผู้ผลิตไก่เนื้ออิสระ (Independent growers) ผู้ผลิตจะเป็นผู้ซื้อลูกไก่อาหารและยาเองเมื่อไก่เนื้อได้น้ำหนักส่งตลาดก็จะหาตลาดเองตามราคาขึ้นลงของตลาดปัจจุบันผู้ผลิตไก่เนื้อประเภทนี้ลดน้อยลงเรื่อยๆ เหลือไม่ถึง 20% เพราะมีปัญหาเรื่องราคาไม่แน่นอนทำให้ขาดทุนบ่อยๆ ต้องหันไปทำสัญญาแบบประกันหรือแบบรับจ้างเลี้ยงกับโรงงานอาหารสัตว์แทน

5. ผู้รวบรวมไก่เนื้อ เมื่อไก่ได้น้ำหนักส่งตลาด ผู้ผลิตก็ขายผ่านผู้รวบรวมไก่เนื้อ ซึ่งอาจจะเป็นผู้รวบรวมไก่เนื้อที่ทำงานอิสระเพื่อนำไก่ไปขายให้แก่ตลาดกลาง หรือตลาดขายส่งในเมืองต่างจังหวัด หรือในกรุงเทพฯ หรือผู้รวบรวมไก่เนื้ออาจจะเป็นตัวแทนอาหารสัตว์ หรือบริษัทอาหารสัตว์ หรือโรงฆ่าไก่ หรือตลาดกลางไก่เนื้อก็ได้ ตลาดกลางไก่เนื้อไก่เนื้อที่ได้จากผู้ผลิตก็จะถูกส่งต่อไปยังตลาดกลางไก่เนื้อในต่างจังหวัดหรือตลาดกลางไก่เนื้อในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นตลาดกลางไก่เนื้อที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยอยู่ที่คลองตัน คลองเตยและที่เยาวราช ที่ตลาดกลางจะทำหน้าที่ทั้งขายและขายปลีกและส่วนใหญ่จะมีโรงฆ่าไก่เองด้วย โรงฆ่าไก่เกือบทั้งหมดเป็นของบริษัทอาหารสัตว์และจะรับไก่มาจากผู้ผลิตโดยตรงที่ตกลงทำสัญญากันไว้เป็นส่วนใหญ่ ไก่ที่ฆ่าแล้วก็จะส่งไปขายร้านขายปลีก และส่งออกไปขายต่างประเทศ (ปฐม เลาหะเกษตร, 2540 : 312 – 322)

2.2.2 ขอบเขตของการศึกษาการตลาดไก่เนื้อ

เนื้อไก่เป็นอาหารประเภทเนื้อสัตว์ที่ให้คุณค่าทางอาหารที่สำคัญทางด้านโปรตีนและกรดอะมิโนที่สูงกว่าและมีไขมันที่ต่ำกว่าเนื้อสัตว์ประเภทอื่นๆ รวมทั้งเป็นที่นิยมบริโภคกันทุกชาติเพราะว่า ไม่ขัดต่อหลักศาสนาใดๆ เนื้อไก่นอกจากจะเป็นอาหารที่ให้ประโยชน์ต่อร่างกายแล้วยังเป็นสินค้าที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศโดยเป็นแหล่งที่นำเงินตราเข้าประเทศเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้ว่า มูลค่าของเนื้อไก่ที่ส่งออกทั้งในอดีตและปัจจุบันโดยเฉพาะในช่วง 3-4 ปี ที่ผ่านมานี้มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างมาก สำหรับการส่งออกเนื้อไก่ในปี 2532 มีมูลค่าถึง 5,884 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 92 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ที่ส่งออกทั้งหมด ซึ่งเป็นมูลค่าที่สูงสุดในบรรดาผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ทุกชนิดที่ส่งออกดังนั้นเนื้อไก่จึงเป็นสินค้าเศรษฐกิจการเกษตรที่สำคัญยิ่งในปัจจุบัน และจะทวีความสำคัญยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

เนื้อไก่ที่บริโภคกันในอดีตเป็นเนื้อไก่ที่ได้จากไก่พันธุ์พื้นเมือง ซึ่งไก่เหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นไก่ที่เลี้ยงไว้สำหรับเป็นอาหารในครัวเรือน เลี้ยงในลักษณะปล่อยให้หาอาหารกินเอง จึงทำให้อัตราการเจริญเติบโตเป็นไปอย่างเชื่องช้าและมีอัตราเสียงต่อการเป็นโรคสูง ต่อมาได้มีการวิวัฒนาการในการเลี้ยงไก่โดยบริษัทเอกชนได้นำพันธุ์ไก่เนื้อมาจากต่างประเทศ ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตที่รวด

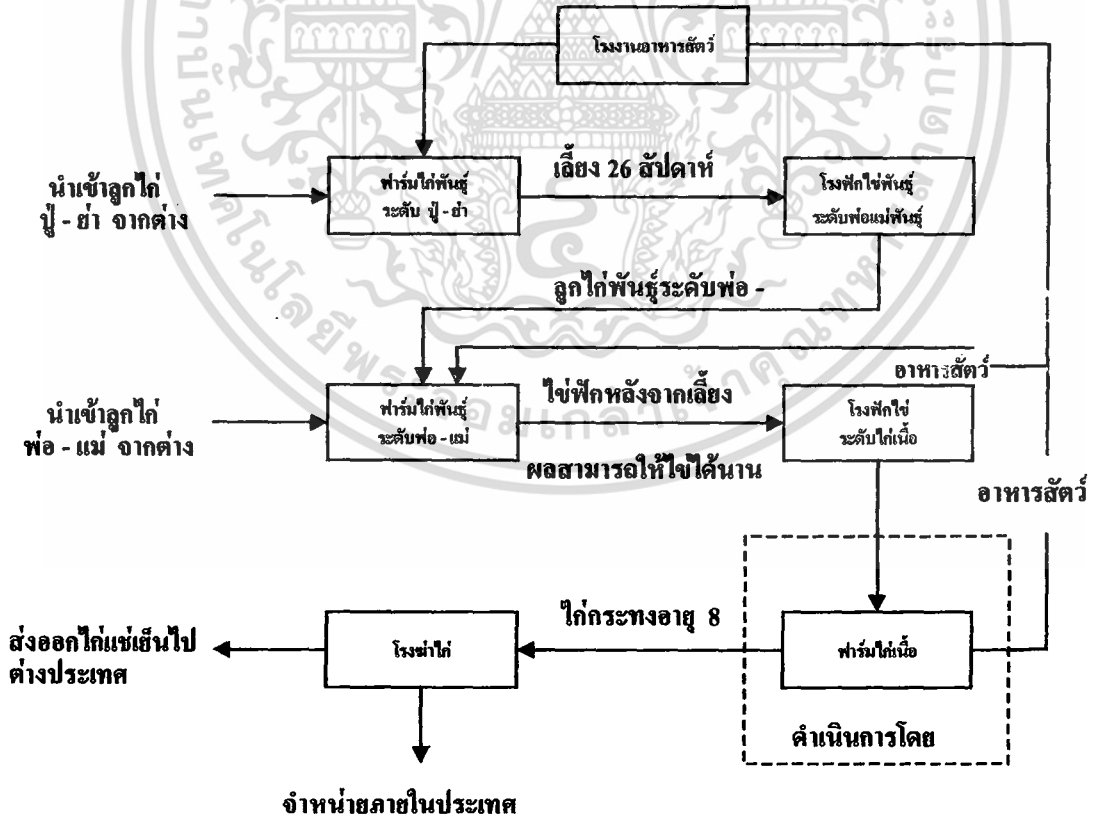
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เร็วมีความทนทานต่อโรค เข้ามาผลิตไก่เนื้อเพื่อจำหน่ายกันอย่างกว้างขวางและกลายเป็นอุตสาหกรรมการเกษตร (Agro–Industry) ที่สำคัญ ซึ่งใช้แรงงานเป็นส่วนมากในการผลิต (Labour Intensive) และยังก่อให้เกิดอุตสาหกรรมเชื่อมโยงเพิ่มขึ้นอีกหลายประเภท (Forward and backward linkages) อาทิ อุตสาหกรรมโรงฆ่าและชำแหละไก่ อุตสาหกรรมแปรรูป อุตสาหกรรมการส่งออก อุตสาหกรรมการฟักไข่ อุตสาหกรรมการผลิตลูกไก่ อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ อุตสาหกรรมยารักษาโรค และอุตสาหกรรมเครื่องมือและอุปกรณ์ในการเลี้ยงอีกด้วย เนื้อไก่ที่ผลิตได้มานำมาใช้หรือการบริโภคภายในประเทศ (domestic demand) และเพื่อการส่งออก (export demand) (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2534 : 1)

2.2.3 โครงสร้างอุตสาหกรรมไก่เนื้อ

โครงสร้างอุตสาหกรรมไก่เนื้อดังภาพที่ 1 ประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

1. โรงอาหารสัตว์
2. ฟาร์มไก่ปู่ย่าพันธุ์ และพ่อแม่พันธุ์
3. โรงฟักไข่ พ่อแม่พันธุ์และลูกไก่เนื้อ
4. โรงฆ่าไก่



ภาพที่ 1 โครงสร้างอุตสาหกรรมไก่เนื้อ

ที่มา : อาวุธ ตันโช, 2538

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ไก่รุ่นปู่ – ย่าพันธุ์ เลี้ยงประมาณ 6 เดือน ไก่ย่าพันธุ์จะเริ่มให้ไข่และจะให้ไข่เป็นระยะเวลา 9 เดือนจึงปลด นำไข่ไปฟักนานประมาณ 21 วัน จะได้ลูกไก่เป็นแม่พันธุ์ (PS) เลี้ยงไก่พ่อ – แม่พันธุ์อีก 6 เดือน ไก่แม่พันธุ์จึงเริ่มให้ไข่และให้ไข่เป็นระยะเวลา 9 เดือนจึงปลดออก นำไข่ไปฟักนานประมาณ 21 วัน จะได้ลูกไก่เนื้อ เลี้ยงประมาณ 2 เดือน จะสามารถนำออกขายได้รวมระยะเวลาตั้งแต่นำลูกไก่พ่อ–แม่พันธุ์ จากต่างประเทศเข้ามาจนกระทั่งพอเป็นไก่เนื้อ (Broiler) ใช้เวลาประมาณ 9 เดือน ซึ่งแม่พันธุ์ไก่เนื้อ 1 ตัวจะให้ลูกไก่เนื้อได้ประมาณ 140 ตัว (อาวุธ ตันโช, 2538 : 237 – 238)

สิ่งที่สำคัญที่สุดของงานเลี้ยงไก่ เพื่อบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายก็คือ ด้านการตลาดถ้าตลาดดีขายได้ราคางามย่อมหมายถึง ผลกำไรที่ผู้เลี้ยงจำต้องพิจารณาเรื่องตลาดจำหน่ายไว้ให้ดีก่อนและเริ่มงานเลี้ยงไก่ต่อไป การจำหน่ายไก่เนื้อออกสู่ตลาดมีหลายวิธีคือ

1. ฆ่าแล้วจำหน่ายสดๆ

2. ฆ่าแล้วตกแต่งแช่เย็นจนแข็ง ส่งจำหน่ายตามร้านหรือโรงแรมต่างๆ

3. ฆ่าตกแต่งแล้วแช่เย็นจนแข็ง ฆ่าครั้งละมากๆ แช่ในห้องเย็นหรือตู้แช่สำหรับส่งจำหน่ายไกล ๆ

4. ฆ่าแล้วตัดส่วนต่างๆ แยกจำหน่ายโดยแยกเป็นส่วนหัว อก ขา สะโพก เครื่องใน วิธีนี้ได้เงินเพิ่มแต่งานจุกจิก (กรมอาชีวศึกษา, 2523 : 75)

2.2.4 ปัญหาการจำหน่ายผลิตผลจากการเลี้ยงไก่

ประเทศไทยเรามีทางที่จะพัฒนาอาชีพการเลี้ยงไก่ให้เจริญก้าวหน้าได้มาก เพราะอาหารสัตว์ที่ปลูกหรือทำได้ภายในประเทศมีมากพอ ดินฟ้าอากาศเหมาะ ปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับการผลิตมีไม่มากนัก แต่ปัญหาการตลาดหรือการจัดจำหน่ายผลิตผลเป็นปัญหาและอุปสรรคใหญ่ที่สุดในการเลี้ยงไก่นั้นเป็นปัญหาที่ผู้เลี้ยงจะต้องพบและเผชิญหน้าก็คือ ปัญหาการตลาด การแก้ไขปัญหาเรื่องการตลาดจำหน่ายผลิตผลนี้ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคคลหลายฝ่าย คือ พ่อค้าคนกลาง เกษตรกรผู้ผลิต และทางราชการ โดยพ่อค้าคนกลางจะต้องไม่เอารัดเอาเปรียบมากนัก เกษตรกรผู้ผลิตต้องขยันขันแข็งและข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ต้องช่วยประชาชนโดยสุจริต ดังที่กรมอาชีวศึกษา (2523 : 119 – 110) กล่าวไว้ว่า ในส่วนที่เกี่ยวกับผู้ผลิตหรือผู้เลี้ยงไก่นั้น เมื่อมีปัญหาการตลาดจำหน่ายผลผลิตยังเป็นปัญหาอยู่เช่นนี้ผู้เลี้ยงไก่จำเป็นต้องคิดหรือระวังในสิ่งต่างๆ ต่อไปนี้เสมอ คือ

1. ผู้เลี้ยงไก่ต้องคิดว่าจะเลี้ยงไก่ประเภทใดจะจำหน่ายที่ไหน ฤดูไหนจำหน่ายได้ราคาดี ทำอย่างไรจึงจะผลิตให้ตรงเวลาที่สินค้านั้นๆ ในตลาดกำลังราคาดี

2. ระยะทางจากฟาร์มถึงตลาดขายส่งหรือขายปลีกเองและโดยวิธีเงินสด หรือเงินเชื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ขายในเวลาที่สิ่งผลิตในตลาดไม่ถึงล้นตลาดเข้าใจต่อไปว่า เมื่อของล้นตลาดไม่มีทางออกก็จะมีการควบคุมปริมาณการผลิตบ้าง

4. ทำแบบไร่นาสวนผสมโดยมีการปลูกพืชหรือเลี้ยงสัตว์อื่นช่วยรายรับรายจ่ายของฟาร์ม หากสิ่งหนึ่งขาดทุกสิ่งอื่นอาจช่วยผ่อนการขาดทุนลงได้ เช่น สวนมะพร้าว สวนผลไม้ บ่อปลา ไม้ดอก ฯลฯ

5. เลี้ยงไก่ให้ยืดหยุ่นได้และผู้เลี้ยงไก่ทุกคนต้องไวต่อภาวะตลาดโดยควรหาทางจัดหลีกที่จะเพิ่มหรือลดจำนวนได้ตามความต้องการอย่าให้มีสิ่งผลิตมากในเวลาตลาดราคาตกต่ำสมัยนี้บางแห่งจะไม่เร่งให้ไก่ไข่เร็วเมื่ออายุไม่ถึง 5 เดือน หรือ 5 เดือนครึ่ง เพราะไข่เล็กราคาตกโดยจะลดโปรตีนลงบ้างในตั้งแต่อายุ 4–6 สัปดาห์ ไปจนถึงอายุเริ่มไข่และจึงไปเพิ่มให้เมื่อไก่โตดีพอถึงเวลาไม่มีราคาผู้เลี้ยงจะเพิ่มแสงไฟในคอกและอาหารเปียก ช่วยให้ไก่กินอาหารมากขึ้น

6. วิธีทำให้ไก่หยุดไข่ชั่วคราว เช่น ที่ปฏิบัติอยู่ในต่างประเทศก็เป็นของดีแต่สำหรับเมืองไทยยังต้องศึกษาทดลองปัญหานี้ดูก่อนวิธีนี้ทำได้โดยการลดอาหารป่นให้กินแต่น้ำและเมล็ดธัญพืช เช่น ข้าวเปลือก ข้าวโพด สักหนึ่งสัปดาห์ ข้อเสียของวิธีนี้คือเมื่อไก่หยุดไข่แล้วก็จะทำให้มันเริ่มไข่พร้อมๆ กันยากสักหน่อย ผลการทดลองวิธีนี้จากแหล่งต่างๆ ยังแตกต่างกันมากฉะนั้นทางที่ดีอยู่ในขณะนี้จึงยังต้องให้อาหารดีเพื่อให้ไก่สมบูรณ์ดีตลอดเวลาการลดอาหารป่นลงชั่วขณะอาจช่วยได้บ้าง

7. บัญชีการเงินและการบันทึกสถิติเป็นของจำเป็นมากสำหรับใช้ประกอบการพิจารณาปรับปรุงงานของตนให้ดีขึ้นในคราวต่อไปอย่างนี้ก็อาจเป็นสถิติต้นทุนในการผลิตราคาอาหารราคาไก่ ราคาไก่ในเดือนต่างๆ และให้รู้กำลังรายจ่ายและกำลังรายรับไว้เป็นข้อเตือนใจ

8. พยายามผลิตให้ถึงผู้บริโภคโดยตรงสมัยนี้การเลี้ยงไก่ในฟาร์มเป็นอุตสาหกรรมใหญ่จำเป็นต้องใกล้ชิดกับตลาดหรือแหล่งการค้าให้มากไว้เพื่อให้มีช่องว่างที่จะติดต่อขายสิ่งผลิตโดยตรง มีฟาร์มหลายแห่งที่เชือดชำแหละไก่และส่งขายถึงร้าน หรือผู้บริโภคเองโดยตรงรายได้จะกำไรมีมากกว่าที่ผ่านคนกลาง

9. การรวมกลุ่มผลผลิตเพื่อรักษาผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น เป็นรูปสมาคม สหกรณ์ ฯลฯ ข้อนี้อาจแย้งกับหลักเศรษฐกิจเกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่ายแต่ขณะนี้ใครเล่าจะช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้แก่ผู้เลี้ยงไก่ นอกจากผู้เลี้ยงไก่ พ่อค้า และทางการจะร่วมมือกันสร้างกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่จะส่งเสริมอาชีพนี้ให้ดำรงอยู่ได้โดยปกติ เช่นเดียวกับอาชีพหลักอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.5 สถานการณ์การผลิตและการตลาดเนื้อไก่

1. สถานการณ์ด้านการผลิตเนื้อไก่ของโลก

ปริมาณการผลิตเนื้อไก่ของโลกในช่วงปี 2528 – 2531 มีปริมาณเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 5.00 ต่อปี กล่าวคือในปี 2528 มีปริมาณการผลิต 19,490 พันเมตริกตัน ได้เพิ่มขึ้นเป็น 22.422 พันเมตริกตัน ในปี 2531โดยมีประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศผู้ผลิตเนื้อไก่ที่สำคัญที่สุด รองลงมาได้แก่ ประเทศบราซิล ประเทศสหภาพโซเวียต และประเทศญี่ปุ่นซึ่งในปี 2531 สหรัฐอเมริกาผลิตได้ 7,339 พันเมตริกตัน บราซิลผลิตได้ 1,947 พันเมตริกตัน สหภาพโซเวียตผลิตได้ 1,760 พันเมตริกตัน และญี่ปุ่น ผลิตได้ 1,346 พันเมตริกตัน คิดเป็นร้อยละ 32.73 8.68 7.85 และ 6.00 ของปริมาณการผลิตทั้งหมดซึ่งปริมาณการผลิตรวมของประเทศเหล่านี้คิดเป็นร้อยละ 55.26 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด

สำหรับแนวโน้มปริมาณการผลิตเนื้อไก่ของโลกในปี 2532 คาดว่า จะผลิตได้ประมาณ 23,163 พันเมตริกตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2531 ร้อยละ 3.30 และในปี 2533 ผลิตได้ 24, 252 พันเมตริกตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2532 ร้อยละ 4.70

2. สถานการณ์ด้านการตลาดเนื้อไก่ของโลก

การนำเข้า

ปริมาณการนำเข้าเนื้อไก่ของโลกในช่วงปี 2528 – 2531 มีปริมาณเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 10.15 ต่อปี กล่าวคือในปี 2528 มีปริมาณการนำเข้า 1,048 พันเมตริกตัน ได้เพิ่มขึ้นเป็น 1,382 พันเมตริกตันในปี 2531 โดยมีประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศผู้นำเข้าเนื้อไก่ที่สำคัญที่สุดรองลงมาได้แก่ ประเทศสหภาพโซเวียตประเทศซาอุดิอาระเบียประเทศเยอรมันตะวันตกและฮ่องกง โดยในปี 2531 ญี่ปุ่นนำเข้า 261 พันเมตริกตัน สหภาพโซเวียต นำเข้า 199 พันเมตริกตัน ซาอุดิอาระเบีย 193 พันเมตริกตัน เยอรมันตะวันตกนำเข้า 190 พันเมตริกตัน และฮ่องกงนำเข้า 127 พันเมตริกตัน คิดเป็นร้อยละ 18.89 14.40 13.97 13.75 และ 9.19 ของปริมาณการนำเข้าทั้งหมดสำหรับแนวโน้มการนำเข้าไก่ของโลกในปี 2532 คาดว่าจะนำเข้าได้ประมาณ 1,424 พันเมตริกตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2531 ร้อยละ 3.04 และในปี 2533 นำเข้า 1,441 พันเมตริกตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2532 ร้อยละ 1.19

2.2.6 สถานการณ์การตลาดไก่เนื้อของไทย

1. ความต้องการภายในประเทศ

สำหรับปริมาณการบริโภคเนื้อไก่ในปี 2532 ประมาณคนละ 10 กิโลกรัม โดยเฉลี่ยส่วนเนื้อไก่ที่นิยมบริโภคนั้นจะมีน้ำหนักตัวละประมาณ 1.8 กิโลกรัม ชำแหละแล้วจะมีส่วนที่บริโภคได้ประมาณร้อยละ 71.90 โดยแบ่งออกเป็นส่วนซากที่บริโภคได้ประมาณร้อยละ 62.20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้แก่ ขาและน่อง 28.04% หน้าอก 21.50% หนังและคอ 19.63% ปีก 10.28% หนัง 6.2% และมันหน้าท้อง 1.03% และส่วนเครื่องในที่บริโภคได้ประมาณร้อยละ 9.70 ได้แก่ หัวใจ 0.63% ตับ 2.94% กึ๋น 4.16% และคอ 4.87% นอกนั้นเป็นส่วนที่สูญเสียประมาณร้อยละ 28.10

สำหรับปริมาณการบริโภคเนื้อไก่ในช่วงปี 2520 – 2532 มีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 6.52 ต่อปี โดยเพิ่มขึ้นจากปริมาณ 150.94 ล้านตัวในปี 2520 เป็นปริมาณ 359.18 ล้านตัว ในปี 2532 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2534 : 4 - 35)

ปัจจุบันประเทศไทยนับเป็นประเทศที่ส่งออกไก่เนื้อที่สำคัญประเทศหนึ่งสามารถนำรายได้เข้าประเทศปีละกว่าพันล้านบาท ตลาดต่างประเทศที่สำคัญของประเทศไทยได้แก่ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และฮ่องกง เป็นต้น โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดไก่เนื้อที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่นต้องการเนื้อไก่ปีละกว่าแสนตันและซื้อไก่จากประเทศไทยมากเป็นที่ 2 รองจากสหรัฐอเมริกา ไก่จากสหรัฐเป็นเนื้อไก่ติดกระดูก ส่วนไก่ของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเนื้อไก่ถอดกระดูกจึงขายได้ดีกว่าไก่เนื้อจากประเทศอื่นๆ (ปฐม เลาหะเกษตร, 2528 : 11)

ปริมาณการผลิตไก่เนื้อในช่วงปี 2520 – 2532 มีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 9.88 ต่อปี โดยเพิ่มขึ้นจากปริมาณ 158.52 ล้านตัว ในปี 2520 เป็นปริมาณ 551.85 ล้านตัว ในปี 2532 ซึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มปริมาณการส่งออกไก่สดแช่แข็งที่จูงใจให้มีการนำไก่พันธุ์เข้ามาผลิตไก่เนื้อกันมากยิ่งขึ้น โดยในช่วงปี 2520 – 2532 มีการนำเข้าปู่ – ย่าพันธุ์ไก่เนื้อในอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 16.92 ต่อปี โดยเพิ่มขึ้นจากปริมาณ 15,690 ตัว ในปี 2520 เป็นปริมาณ 179,458 ตัว ในปี 2532 และนำเข้าพ่อ – แม่พันธุ์ไก่เนื้อในอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.78 ต่อปี โดยเพิ่มขึ้นจากปริมาณ 781,835 ตัว ในปี 2520 เป็นปริมาณ 1,720,159 ตัว ในปี 2532 และปริมาณรวมทั้ง 2 ระดับ มีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3.59 ต่อปี โดยเพิ่มขึ้นจากปริมาณ 797,525 ตัว ในปี 2520 เป็นปริมาณ 1,899,619 ตัว ในปี 2532 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปี 2529 – 2532 มีปริมาณนำเข้าทั้งปู่ย่าพันธุ์ และพ่อแม่พันธุ์ไก่เนื้อมามากโดยเฉลี่ยประมาณปีละ 161,648 ตัว และ 1,453,157 ตัว ตามลำดับ ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดรับซื้อเนื้อไก่แช่แข็งที่สำคัญของประเทศไทยประมาณร้อยละ 80–90 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมดประกาศลดภาษีนำเข้าเนื้อไก่แช่แข็งชนิดถอดกระดูก (boneless) จากไทยลงจากร้อยละ 18 เหลือร้อยละ 14 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ต้นปี 2529 เป็นต้นมา และปัจจุบันเรียกเก็บในอัตราร้อยละ 12 (ลิขิต เอียดแก้ว, มปป. : 23)

2. การผลิตไก่เนื้อของไทย

พันธุ์ พันธุ์ไก่เนื้อที่เลี้ยงกันส่วนใหญ่ ได้แก่ พันธุ์อาร์เบอร์ เอเคอร์ (Arbor Acre) พันธุ์ฮับบาร์ด (Hubbard) พันธุ์ไฮโปร (Hybro) และพันธุ์รอสวัน (Ross one) เป็นต้น ซึ่งลักษณะที่สำคัญของพันธุ์ไก่เหล่านี้คือ เป็นพันธุ์ลูกผสม (Cross – breed) มีอัตราการเจริญเติบโตที่รวดเร็ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้เนื้อที่มากเลี้ยงง่าย กินอาหารน้อย และมีอัตราการแลกเนื้อที่สูงมากและนอกจากนี้ยังทนต่อโรคอีกด้วย พันธุ์ไก่เหล่านี้ได้นำเข้ามาจากประเทศแถบยุโรปแล้วสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีด้านการเลี้ยงและปรับปรุงพันธุ์ตลอดมา สำหรับพันธุ์ไก่ที่นำเข้ามาจะเป็นไก่รุ่น ปู่ – ย่าพันธุ์ (Grand Parent Stock) และไก่รุ่นพ่อ – แม่พันธุ์ (Parent Stock) แต่ส่วนมากจะนิยมนำเข้าไก่รุ่นพ่อ - แม่พันธุ์มากกว่า เพราะว่ามีความสะดวกในการขอซื้อจากประเทศผู้ผลิต และให้ผลตอบแทนเร็วกว่ารุ่นปู่ – ย่าพันธุ์ (ลิขิต เอียดแก้ว : ม.ป.ป, 11 – 12)

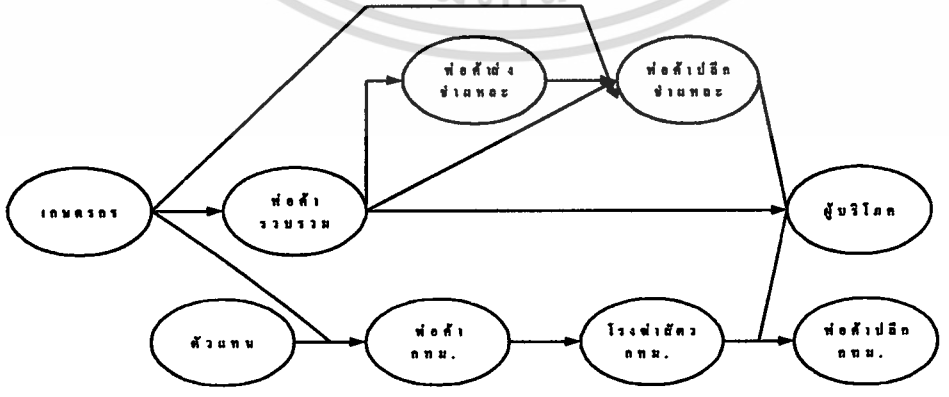
3. การส่งออก

ประเทศไทยเริ่มส่งออกเนื้อไก่แช่แข็ง (Frozen Chicken) ไปจำหน่ายยังต่างประเทศเป็นครั้งแรกในปี 2516 โดยบริษัทกรุงเทพค้าสัตว์ จำกัด เป็นผู้ส่งออกเป็นรายแรกประมาณ 135 เมตริกตัน มูลค่า 5,349 พันบาทต่อมาได้มีบริษัทผู้ส่งออกอีกหลายรายเข้ามาดำเนินกิจการเพิ่มขึ้น สำหรับเนื้อไก่แช่แข็งที่ส่งออกนั้นสามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ ไก่ชำแหละทั้งตัว (Whole chicken) และเป็นชิ้นชำแหละไก่แช่แข็งได้แก่ เนื้ออก (boneless breast) เนื้อสันใน (fillet) ส่วนขา (leg) สะโพก (thigh) น่อง (drumstick) ปีก (wing) ปีกบน (wing stick) และปีกส่วนร่างกาย (tulip) ส่วนมากจะส่งออกในรูปของชิ้นส่วนชำแหละแช่แข็งมากกว่าไก่ชำแหละแช่แข็งทั้งตัว โดยในปี 2532 ประเทศไทยได้ส่งออกไก่ชำแหละแช่แข็งทั้งตัวประมาณร้อยละ 1 และชิ้นส่วนชำแหละแช่แข็งประมาณร้อยละ 99 ของปริมาณการส่งออกทั้งหมด

2.2.7 วิธีการตลาดไก่เนื้อ

อาวุธ ตันโช (2540 : 367 – 369) กล่าวดังนี้ วิธีการตลาดไก่เนื้อแบ่งออกเป็น 2 ระบบด้วยกันคือ

1. วิธีการตลาดไก่เนื้อสำหรับผู้เลี้ยงแบบอิสระ ผู้เลี้ยงจะขายไก่เนื้อที่มีชีวิตให้กับพ่อค้ารวบรวม พ่อค้าปลีกไก่ชำแหละ ตัวแทนบริษัทและพ่อค้ากรุงเทพฯ



ภาพที่ 2 แสดงวิธีการตลาดไก่เนื้อแบบการเลี้ยงอิสระ

ที่มา : อาวุธ ตันโช, 2540

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

จากแผนภาพจะเห็นว่าพ่อค้าที่เกี่ยวข้องมีอยู่ด้วยกันดังนี้

1. พ่อค้ารวบรวม หมายถึง พ่อค้าที่ทำหน้าที่ซื้อไก่มีชีวิตจากเกษตรกรโดยตรงแล้วจำหน่ายต่อไปให้กับพ่อค้าระดับอื่นๆ

2. พ่อค้าส่งชำแหละ หมายถึง พ่อค้าที่รับซื้อไก่มีชีวิตจากพ่อค้ารวบรวมแล้วชำแหละขาย ต่อไปให้พ่อค้าขายปลีกเนื้อไก่ชำแหละ

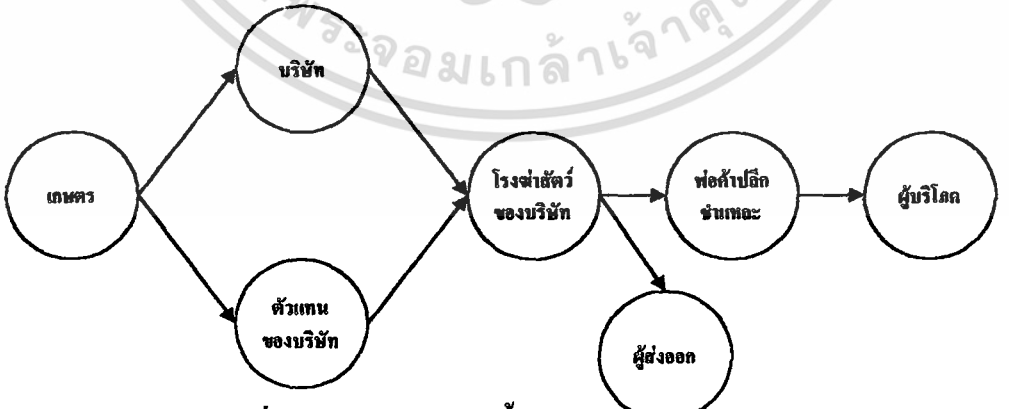
3. พ่อค้าขายปลีกชำแหละ หมายถึง พ่อค้าที่ซื้อไก่มีชีวิตจากเกษตรกรโดยตรงหรือจากพ่อค้าผู้รวบรวม นำมาชำแหละเนื้อขายให้กับผู้บริโภคต่อไป

4. พ่อค้ากรุงเทพฯ หมายถึง พ่อค้าที่ซื้อไก่มีชีวิตจากเกษตรกรโดยตรงหรือจากตัวแทนบริษัทเพื่อนำไปชำแหละแล้วจำหน่ายต่อให้กับพ่อค้าขายส่งหรือขายปลีกต่อไป

5. บริษัทอาหารสัตว์ ทำหน้าที่ขายลูกไก่ อาหาร และยารักษาโรค ให้กับผู้เลี้ยงประเภทต่างๆ ตลอดจนการให้บริการคำแนะนำและความช่วยเหลือต่างๆ และจับซื้อไก่จากผู้เลี้ยงอิสระไปขายต่อให้พ่อค้ากรุงเทพฯ

6. ตัวแทนบริษัทอาหารสัตว์ เป็นตัวแทนของบริษัทอาหารสัตว์ที่อยู่ในท้องถิ่นจำหน่ายอาหารสัตว์ พันธุ์สัตว์ และยา ให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงทั่วไป ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการตกลงระหว่างผู้รับจ้างเลี้ยงกับบริษัทอาหารสัตว์ และรับซื้อไก่จากผู้เลี้ยงอิสระไปขายต่อให้พ่อค้ากรุงเทพฯ เพื่อส่งโรงงานฆ่าชำแหละต่อไป

2. วิธีการตลาดไก่เนื้อสำหรับผู้เลี้ยงแบบมีสัญญาผูกพัน ผู้เลี้ยงไก่ซึ่งมีสัญญาผูกพันการซื้อขายไว้กับบริษัทหรือตัวแทนบริษัทจะต้องขายไก่มีชีวิตทั้งหมดให้กับบริษัท หรือตัวแทนจำหน่าย อาหารสัตว์ ตามข้อตกลง ไก่มีชีวิตจะถูกส่งเข้าโรงฆ่าเพื่อทำการชำแหละไก่ส่วนหนึ่งจะส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศและอีกส่วนหนึ่งจะจำหน่ายให้กับพ่อค้าปลีกชำแหละในกรุงเทพฯ



ภาพที่ 3 วิถีการตลาดไก่เนื้อแบบมีสัญญาผูกพัน

ที่มา : อาวุธ ตันโช, 2540

2.2.8 สภาพของปัญหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

40361

ปัญหาด้านการผลิต

1. พันธุ์ไก่เนื้อยังต้องสั่งซื้อไก่พันธุ์ปู่ – ย่าพันธุ์ และพ่อแม่พันธุ์ มาจากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาแพง

2. โรคระบาดที่สำคัญ เช่น โรคนิวคลาสเซิล อหิวาต์ กัมโปโร หวัดเรื้อรังมีผลทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น เพราะต้องใช้ยาปฏิชีวนะและสารเคมีในการป้องกันและรักษา ซึ่งส่งผลทำให้เกิดการตกค้างของยาและสารเคมีในเนื้อไก่ทำให้ไม่เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศซึ่งใช้เป็นข้ออ้างในการกีดกันการนำเข้าเนื้อไก่จากต่างประเทศไทย เช่น อังกฤษ ออสเตรเลีย

3. ปัญหาการตกค้างของสารเคมีในเนื้อไก่ โดยเฉพาะสารเคมีจำพวก dieldrin และ heptachlor ที่ปนเปื้อนมากับวัตถุดิบอาหารสัตว์รวมทั้งสารประเภทดีดีทีที่ใช้ในการกำจัดแมลงและปลวกในเรือนไก่ซึ่งมีระดับสูงกว่ามาตรฐาน ซึ่งมีผลกระทบต่อคุณภาพเนื้อไก่ทำให้ไม่เป็นที่ยอมรับ

4. ต้นทุนการผลิตที่สูงอันมีสาเหตุมาจาก

4.1 อาหารสัตว์มีราคาแพงเนื่องจากเกิดภาวะขาดแคลนวัตถุดิบอาหารและวัตถุดิบอาหารแต่ละชนิดมีราคาสูง

4.2 ลูกไก่มีราคาแพงเนื่องจากกลุ่มผู้ผลิตลูกไก่พันธุ์เนื้อและพันธุ์ไข่ได้มีการรวมตัวกันควบคุมปริมาณการผลิตลูกไก่และกำหนดราคาการจำหน่ายลูกไก่ไว้ในราคาสูง เช่น ในช่วงปี 2537 – 2538 ลูกไก่เนื้อมีราคาตัวละ 10 – 12 บาท และลูกไก่ไข่ราคาตัวละ 15.17 บาท ทั้งๆที่ต้นทุนการผลิตลูกไก่เนื้ออยู่ที่ตัวละ 6.00 – 6.50 บาท และลูกไก่ไข่อยู่ที่ตัวละ 8.50 – 9.50 บาท ซึ่งวิธีการที่กลุ่มผู้ผลิตลูกไก่ใช้ในการจำกัดปริมาณลูกไก่เนื้อมีดังนี้คือ

4.2.1 นำลูกไก่แรกเกิดอายุ 1 วันไปทำลาย

4.2.2 นำไข่มีเชื้อที่จะนำเข้าฟักไปขายเป็นไข่สดเพื่อการบริโภค

4.2.3 นำไข่ที่มีอายุใกล้ครบกำหนดการฟักออกจากตู้เกิด

4.2.4 ปลดแม่ไก่พันธุ์ก่อนกำหนด

4.2.5 ปิดตู้ฟัก

4.3 การขาดแคลนแรงงานและค่าแรงที่กำลังเพิ่มสูงขึ้น

4.4 การสูญเสียอันเนื่องมาจากการระบาดของโรค

4.5 การขาดแคลนวัคซีนป้องกันโรคระบาดในไก่

4.6 วัตถุดิบอาหารมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน

2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้มีผู้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในเรื่องต่างๆ สามารถจำแนกได้ดังนี้

สมภพ เพชรรัตน์ (2523 : 88) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับ–ไม่ยอม รับเทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกรในเขตโครงการปฏิบัติการพัฒนาสังคม อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า เพศไม่มีความแตกต่างในการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรในโครงการปฏิบัติการพัฒนาสังคมและอายุของเกษตรกรนั้นอายุของเกษตรกรนั้นมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้สิ่งบริการสิ่งตีพิมพ์เกษตรของเกษตรกรและยังกล่าวอีกว่าขนาดของพื้นที่ทำการเกษตรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการยอมรับเทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรกร

พงศ์ศักดิ์ อังกสิทธิ์ (2526 : 109) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับสิ่งปฏิบัติใหม่ๆ ในการดำเนินการเกษตรที่สูงของชาวไทยภูเขาเผ่าม้ง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าระดับการศึกษาชาวไทยภูเขาเผ่าม้ง ไม่มีความแตกต่างในการยอมรับสิ่งปฏิบัติใหม่ๆ

เลอภพ คีรีสันติกุล (2536 : 94) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับคำแนะนำวิธีปฏิบัติการปลูกกาแฟอราบิก้าของชาวเขาเผ่าม้งจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาหมู่บ้านขุนช่างเคียนร่มม่อน พบว่า ประสบการณ์การปลูกกาแฟมีผลต่อการปฏิบัติการปลูกกาแฟอราบิก้าของชาวเขาเผ่าม้ง

สหัส นิลพันธ์ (2528 : 74) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับการใช้ปูนมาร์ล เพื่อปรับปรุงดินเปรี้ยวของเกษตรกรในตำบลศรียะกระบือ อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการใช้ปูนมาร์ลของเกษตรกร

อรุณ ยังอยู่ดี (2537 : 84) ที่ได้ศึกษา การยอมรับนวัตกรรมการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่ารายได้มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมการเลี้ยงโคนม

จันทวรรณ ชมวัน (2535 : 57) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อ ในพื้นที่อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งพบว่า จำนวนโคที่เลี้ยงไม่มีผลต่อการความสำเร็จในการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อ และยังได้กล่าวไว้อีกว่าการติดต่อเจ้าหน้าที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการส่งเสริมการเลี้ยงโค

วิทัศน์ เตชะบุญ (2534 : 69) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับงานส่งเสริมการปลูกกาแฟอราบิก้า ของชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง อำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่าขนาดพื้นที่ปลูกกาแฟของชาวเขามีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับงานส่งเสริมการปลูกกาแฟอราบิก้า

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยต่างๆ ต่อไปนี้ คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนั้น มีการศึกษาถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ รายได้ ขนาดของฟาร์ม การตลาด และโอกาสในการได้รับคำแนะนำ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ จะได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และกำหนดวัตถุประสงค์ ของการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระ ในจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรในการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดไก่เนื้อตลอดจนปัญหา ข้อเสนอแนะ และอุปสรรคบางประการในการเลี้ยงไก่เนื้ออิสระในเขตท้องที่ในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการ

การวิจัยเรื่องนี้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดไก่เนื้อของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังรายละเอียดดังต่อไปนี้ต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการฟาร์มไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี ในปี พ.ศ. 2542 จากเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี จำนวน 1,000 คน*

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ซึ่งได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวนทั้งสิ้น 562 ฉบับ แยกเป็นแบบสอบถามที่เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระ จำนวน 16 คน

3.2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นมาเพื่อนำไปสอบถามกับเกษตรกร เพื่อจะได้เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ มีลักษณะเป็นคำถามแบบปิด (Close – ended question) และคำถามแบบเปิด (Open – ended question) และโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ ในการเลี้ยงไก่เนื้อจำนวนไก่เนื้อภายในฟาร์ม รายได้จากฟาร์มจากการเลี้ยงไก่เนื้อตลอดทั้งปี วิธีการจำหน่ายไก่เนื้อภายในฟาร์ม และโอกาส

---

* กองแผนงาน กรมปศุสัตว์, 2542

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการได้รับคำแนะนำทางวิชาการด้านการเลี้ยงไก่เนื้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระ มีลักษณะของคำถามเป็นคำถามแบบปิด (Close–ended question) มีคำถามทั้งหมด 10 ข้อ ในแต่ละข้อมี 3 ตัว ให้คะแนนในการวัดระดับการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการตลาดไก่เนื้อ ให้คะแนนแบ่งตามลักษณะการปฏิบัติของเกษตรกรดังนี้

ลักษณะการปฏิบัติของเกษตรกร	ระดับคะแนน
ปฏิบัติในระดับดีมาก	3
ปฏิบัติในระดับปานกลาง	2
ปฏิบัติน้อย	1

นำคะแนนการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระทั้ง 16 คน มาหาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้ มาปรับเป็นระดับของการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการตลาดไก่เนื้อได้ดังนี้

คะแนน 2.36 - 3.00 คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับสูง
คะแนน 1.68 - 2.35 คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับปานกลาง
คะแนน 1.00 - 1.67 คะแนน มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับน้อย

คะแนนที่ได้จะนำมาดัดแปลงเป็นช่วงๆ เพื่อพิจารณาคะแนนการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระ โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ , 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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการวิจัยครั้งนี้ เทคโนโลยีด้านการตลาดไก่เนื้อของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระ ได้กำหนด

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

แทนค่าสูตรอันตรภาคชั้น = (3 - 1) / 3 = 0.67

นำคะแนนการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่เนื้อของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระ ด้านการตลาดไก่เนื้อ รวมทั้งสิ้น 30 คะแนน มาปรับระดับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดไก่เนื้อ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้ดังนี้

คะแนน 23.42 - 30.00 คะแนน มีการยอมเทคโนโลยีในระดับสูง

คะแนน 16.71 - 23.41 คะแนน มีการยอมเทคโนโลยีในระดับปานกลาง

คะแนน 10.00 - 16.70 คะแนน มีการยอมเทคโนโลยีในระดับน้อย

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคตลอดจนข้อเสนอแนะบางประการด้านการตลาดไก่เนื้อของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระ โดยเป็นคำถามเปิด (Open–ended question)

3.2.1 การทดลองใช้แบบสอบถาม (Try Out)

ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบเพื่อความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสอบถาม (Contest Validity)โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ช่วยในการตรวจสอบ ไปทดลองใช้ (Try Out) กับเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดนครปฐม ซึ่งมีลักษณะพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมใกล้เคียงกับประชากรที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 10 ราย แล้วเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cron back) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2538 : 40)

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

เมื่อ α = แทนค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

$S^2 i$ = แทนคะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$S^2 t$ = แทนคะแนนความแปรปรวนของเครื่องมือทั้งฉบับแต่ละข้อ

n = แทนจำนวนข้อของเครื่องมือวัด

แทนค่าในสูตร ได้คุณภาพของแบบทดสอบทั้งฉบับ = 0.67

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำหนังสือจากงานธุรการ ภาควิชาครุศาสตร์เกษตร คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้รับรองการทำการวิจัย แล้วส่งถึงเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการกรอกแบบสอบถามและส่งแบบสอบถามกลับตามเวลาที่กำหนด (ระหว่าง วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2543 ถึงวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2543) ซึ่งผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยัง เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดชลบุรี ทางไปรษณีย์จำนวน 1,000 ชุด เท่ากับจำนวนเกษตรกรที่มีรายชื่อและที่อยู่ ตามข้อมูลของกองแผนงานกรมปศุสัตว์

3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ชื่อ SPSS for Windowns วิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วยสถิติดังนี้

ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงแบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายการวิจัยเชิงพรรณาข้อมูลในด้านลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่เนื้อ รายได้รวมของเกษตรกรทั้งปี จำนวนไก่เนื้อภายในฟาร์ม วิธีการจำหน่ายไก่เนื้อในฟาร์ม และโอกาสในการได้รับคำแนะนำทางวิชาการด้านการตลาดไก่เนื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัย ที่เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการตลาดของเกษตรกร ผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระ ในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น ดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลลักษณะพื้นฐานทางลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4.1 แสดงเพศของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
ชาย	10	62.50
หญิง	6	37.50
รวม	16	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงเพศของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี เกษตรกรที่เลี้ยงไก่เนื้ออิสระ ทั้งหมด 16 คน พบว่า เกินครึ่งเป็นเพศชาย (ร้อยละ 62.50) รองลงมาเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 37.50)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 แสดงอายุของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
ต่ำกว่า 30	3	18.75
31 - 40	5	31.25
41 - 50	4	25.00
มากกว่า 50	4	25.00
รวม	16	100.00

อายุ ต่ำสุด 18 ปี อายุเฉลี่ย 39.94

อายุ สูงสุด 56 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตร 11.44

จากตารางที่ 4.2 แสดงอายุของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี พบว่า เกษตรกรมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 39.94 ปี มีอายุมากที่สุด 56 ปี อายุน้อยที่สุด 18 ปี ซึ่งเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระที่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 31.25) รองลงมามีอายุอยู่ระหว่าง อายุ 41 - 50 ปี และมากกว่า 50 ปี มีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 25.00)

ตารางที่ 4.3 แสดงระดับการศึกษาของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
ประถมศึกษา	9	56.25
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	18.75
มัธยมศึกษาตอนปลาย	2	12.50
ปริญญาตรีขึ้นไป	2	12.50
รวม	16	100.00

จากตารางที่ 4.3 แสดงระดับการศึกษาของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระ ในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระมากกว่าครึ่งหนึ่งมีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 56.25) รองลงมาจะมีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 18.75) และมีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีจำนวนเท่ากันกับเกษตรกรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป (ร้อยละ 12.50)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 แสดงประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่เนื้อของผู้เลี้ยงอิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี

ประสบการณ์ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1 – 5	10	62.5
6 –10	3	18.75
11 –15	1	6.25
มากกว่า 15	2	12.25
รวม	16	100.00

ประสบการณ์ต่ำสุด 1 ปี ประสบการณ์เฉลี่ย 7 ปี
ประสบการณ์สูงสุด 20 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.53

จากตารางที่ 4.4 แสดงประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่เนื้อของผู้เลี้ยงอิสระในท้องที่จังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี พบว่า เกษตรกรมีประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่เนื้อเฉลี่ยเท่ากับ 7 ปี มีประสบการณ์น้อยที่สุด คือ เพียง 1 ปี ในขณะที่มากที่สุด คือ 20 ปี เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระส่วนใหญ่ มีประสบการณ์จากการเลี้ยงไก่เนื้อระหว่าง 1-5 ปี (ร้อยละ 62.50) รองลงมามีประสบการณ์ระหว่าง 6-10 ปี (ร้อยละ 18.75)

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนไก่เนื้อของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี

จำนวนไก่เนื้อ (ตัว)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
น้อยกว่า 1,001	1	6.25
1,001- 3,000	8	50.00
3,001 – 5,000	4	25.00
5,001 – 7,000	1	6.25
มากกว่า 7,000	2	12.50
รวม	16	100.00

จำนวนไก่เนื้อต่ำสุด 1,000 ตัว จำนวนไก่เนื้อเฉลี่ย 5,569 ตัว
จำนวนไก่เนื้อมากที่สุด มีจำนวน 40,000 ตัว ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 9,488.2

จากตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนไก่เนื้อของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี พบว่า จำนวนไก่เฉลี่ยที่เกษตรกรเลี้ยงในฟาร์ม เท่ากับ 5,569 ตัว จำนวนไก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในฟาร์มมากที่สุด มีจำนวน 40,000 ตัว ในขณะที่รายต่ำสุดมีเพียง 1,000 ตัว โดยกลุ่มที่เลี้ยงไก่ในฟาร์มจำนวน 1,001-3,000 ตัว มีมากที่สุด (ร้อยละ 50.00) รองลงมามีจำนวนไก่เนื้อภายในฟาร์มระหว่าง 3,001-5,000 ตัว (ร้อยละ 25.00)

ตารางที่ 4.6 แสดงโอกาสที่ได้รับคำแนะนำทางวิชาการของผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี

การได้รับคำแนะนำทางวิชาการ (ครั้ง)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1-3	2	12.50
4-6	1	6.25
ไม่ได้รับคำแนะนำ	13	81.25
รวม	16	100.00

จากตารางที่ 4.6 แสดงโอกาสที่ได้รับคำแนะนำทางวิชาการของผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี พบว่า เกษตรกรส่วนมากไม่ได้รับคำแนะนำทางวิชาการด้านการตลาด (ร้อยละ 81.25) รองลงมา ได้รับคำแนะนำทางวิชาการ ระหว่าง 1-3 ครั้ง (ร้อยละ 12.50) และได้รับคำแนะนำทางวิชาการระหว่าง 4-6 ครั้ง มีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 6.25)

ตารางที่ 4.7 แสดงรายได้จากฟาร์ม ปี 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่าย ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระ ในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี

รายได้ ปี 2542	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
น้อยกว่า 84,000	3	18.75
84,001 – 134,000	1	6.25
134,001 – 184,000	2	12.50
184,001 – 234,000	2	12.50
234,001 – 284,000	4	25.00
มากกว่า 284,000	4	25.00
รวม	16	100.00

รายได้ ต่ำสุด 1,000 บาท

รายได้ สูงสุด 400,000 บาท

รายได้เฉลี่ย 282,875 บาท

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 234,071.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่4.7 แสดงรายได้จากฟาร์มปี 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่าย ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระมีรายได้ในปี 2542 เฉลี่ย เท่ากับ 282,875 บาท เกษตรกรมีรายได้สูงสุด 400,000 บาท มีรายได้ต่ำสุด 1,000 บาท และพบว่า เกษตรกรมีรายได้ระหว่าง 234,000-284,000 บาท กับมากกว่า 284,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 25.00) รองลงมามีรายได้ระหว่าง น้อยกว่า 84,001 บาท กับ 184,001-234,000 บาท (ร้อยละ 18.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงวิธีการขายไก่เนื้อในฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทรากับชลบุรี

วิธีการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ขายถึงผู้บริโภคโดยตรง	2	12.50
ขายผ่านพ่อค้าคนกลางหรือบริษัท	14	87.5
รวม	16	100.00

จากตารางที่ 4.8 แสดงวิธีการจำหน่ายไก่เนื้อในฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทรากับชลบุรี พบว่า เกษตรกรส่วนมากจะขายผ่านพ่อค้าคนกลางหรือบริษัท (ร้อยละ 87.50) รองลงมาเกษตรกรขายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง (ร้อยละ 12.50)

4.2 การยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่เนื้อด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงอิสระใน จังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี

ระดับการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่เนื้อของเกษตรกรผู้เลี้ยงอิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นค่าระดับการยอมรับเทคโนโลยี เป็นรายข้อ ซึ่งแสดงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีรายละเอียด ของคะแนนที่ได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็นช่วงๆ เมื่อพิจารณาระดับค่าการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี

รายการ	จำนวน (N=16)	ร้อยละ (%)	เฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐาน (S.D)
1. การสำรวจราคาของเกษตรกร				
- ไม่เคยสำรวจ	1	6.25		
- สำรวจทุกครั้ง	6	37.5		
- แล้วแต่โอกาส	9	56.25	1.5 (ยอมรับน้อย)	0.63
2. แหล่งซื้อขายไก่เนื้อของเกษตรกรของเกษตรกร				
- ขายให้ผู้บริโภคโดยตรง	12	75		
- ขายผ่านพ่อค้าคนกลาง	3	18.75		
- ขายให้พ่อค้าแม่ค้าในตลาด	1	6.25	2.68 (ยอมรับสูง)	0.60
3. การขายไก่เนื้อของเกษตรกร				
- ขายบริเวณรอบๆ ฟาร์ม	1	6.25		
- ขายภายในจังหวัด	11	68.75		
- ขายในจังหวัดใกล้เคียง	4	25.00	1.18 (ยอมรับต่ำ)	0.54
4. การกำหนดราคาไก่เนื้อของเกษตรกร				
-กำหนดราคาไก่เนื้อกันเอง	10	6.25		
-แล้วแต่ข้อตกลงกับพ่อค้า	5	31.25		
- แล้วแต่พ่อค้าคนกลางกำหนด	1	6.25	2.56 (ยอมรับสูง)	0.39

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่4.9 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (N=16)	ร้อยละ (%)	เฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐาน (S.D)
5. การขายไก่เนื้อของเกษตกร				
-ขายส่งให้แม่ค้าในตลาด	2	12.5		
- ขายส่งให้บริษัท	4	25.00		
-ขายส่งผู้บริโภค	10	62.50	1.50 (ยอมรับต่ำ)	0.53
6. การสุ่มคัดขนาดและสุ่มชั่งไก่เนื้อ				
-สุ่มคัดขนาดและสุ่มชั่งไก่ทุกครั้ง	1	6.25		
-สุ่มคัดขนาดและสุ่มชั่งไก่เป็นบางครั้ง	3	18.75		
-ไม่เคยสุ่มคัดขนาดและสุ่มชั่งไก่เลย	12	75.00	1.31 (ยอมรับต่ำ)	0.60
7. การเช็คราคาไก่ของเกษตรกร				
- เช็คตลอด	-	-		
- เช็คบางครั้ง	6	37.50		
-ไม่เคยเช็คเลย	10	62.50	1.37 (ยอมรับต่ำ)	0.50
8. การเช็คราคาไก่ของเกษตรกร				
- เช็คตลอด	-	-		
- เช็คบางครั้ง	6	37.50		
-ไม่เคยเช็คเลย	10	62.50	1.37 (ยอมรับต่ำ)	0.50
9. การแปรรูปเนื้อไก่ภายฟาร์ม				
-มีการแปรรูปเป็นบางครั้ง	13	81.25		
-แปรรูปเป็นบางครั้ง	2	12.50		
-ไม่แปรรูปเลย	1	6.25	2.62 (ยอมรับสูง)	1.02

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่4.9 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (N=16)	ร้อยละ (%)	เฉลี่ย $(\bar{X})$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐาน (S.D)
10. การเข้าร่วมกำหนดราคาไก่เนื้อ				
- เข้าร่วมประชุมเป็นบางครั้ง				
- บางครั้ง	14	87.5		
- ไม่เคยเข้าร่วมเลย	-	-		
	2	-12.5	2.62 (ยอมรับสูง)	1.08

จากตารางที่ 4.9 แสดงการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อ อิสระจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดชลบุรี สามารถอธิบายได้ดังนี้

การตลาด การสำรวจราคาไก่ก่อนทำการเลี้ยง ของเกษตรกรพบว่า (ร้อยละ 56.25) จะสำรวจราคาไก่ก่อนทำการเลี้ยงแล้วแต่โอกาสของเกษตรกร และเกษตรกรที่สำรวจราคาไก่เนื้อก่อนการเลี้ยงทุกครั้งแต่โอกาสของเกษตรกร และเกษตรกรที่สำรวจราคาไก่เนื้อก่อนทำการเลี้ยงทุกครั้งจากเกษตรกรทั้งหมดมี ร้อยละ (37.50) ในขณะที่ก่อนทำการเลี้ยงไก่เนื้อนั้น (ร้อยละ 6.25) ไม่เคยสำรวจราคาไก่เนื้อก่อนทำการเลี้ยงเลยเมื่อพิจารณาคะแนนค่าเฉลี่ยในการยอมรับได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.50 สรุปได้ว่าเกษตรกรมีการยอมรับเทคโนโลยีในด้านนี้ในระดับน้อย

การขายไก่เนื้อในฟาร์มเกษตรกรส่วนใหญ่นั้นพบว่า ขายให้ผู้บริโภคโดยตรงมีมากที่สุดถึงร้อยละ 75.00 และขายไก่เนื้อผ่านพ่อค้าคนกลางมี (ร้อยละ 18.75) และเกษตรกรที่ขายไก่เนื้อให้พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมีเพียง (ร้อยละ 6.25) เท่านั้น เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนการยอมรับเทคโนโลยีเฉลี่ยเท่ากับ 6.25 สรุปได้ว่าเกษตรกรยอมรับเทคโนโลยีด้านนี้ในระดับที่สูง

แหล่งขายไก่เนื้อที่เกษตรกรนำไก่เนื้อมาขายมากที่สุด คือ ขายภายในจังหวัดของตนเองมีมากที่สุดคือ (ร้อยละ 68.75) และอีก(ร้อยละ 25.00) จะขายบริเวณรอบๆ ฟาร์มและจังหวัดใกล้เคียงของตนเองและต่ำที่สุด (ร้อยละ 6.25) นั้นเกษตรกรจะขายไก่เนื้อบริเวณรอบๆ ฟาร์มเลี้ยงไก่เนื้อของตนเองและเมื่อพิจารณาเป็นคะแนนการยอมรับเทคโนโลยีได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.18 สรุปได้ว่าเกษตรกรมีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับน้อย

การกำหนดราคาไก่เนื้อของเกษตรกรพบว่า กำหนดราคาไก่เนื้อขึ้นกันเองมีมากถึง (ร้อยละ 62.50) รองลงมาคือ (ร้อยละ 31.25) แล้วแต่ข้อตกลงกับพ่อค้าคนกลางกำหนดคือ (ร้อยละ 6.25) เมื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณาจากคะแนนการยอมรับได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 สรุปได้ว่า มีการยอมรับเทคโนโลยีด้านนี้ในระดับที่สูง

การขายไก่เนื้อที่เกษตรกรเลี้ยง (ร้อยละ 62.50) จะขายส่งผู้บริโภคโดยตรง รองลงมาร้อยละ 25.00 จะขายส่งบริษัท และต่ำสุด คือ ขายส่งให้แม่ค้าในตลาดมีเพียง (ร้อยละ 12.50) เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนการยอมรับเทคโนโลยีได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.50 สรุปได้ว่าเกษตรกรยอมรับเทคโนโลยีด้านนี้ในระดับน้อย

การสุ่มคัดขนาดไก่และชั่งน้ำหนักไก่ก่อนทำการขาย จากการสำรวจพบว่า (ร้อยละ 75.00) นั้น จะไม่มีการสุ่มคัดขนาดหรือสุ่มชั่งไก่เลย รองลงมาคือ (ร้อยละ 18.75) นั้นจะมีการสุ่มคัดขนาดและสุ่มชั่งไก่เป็นบางครั้ง และต่ำสุดคือ (ร้อยละ 6.25) จะสุ่มคัดขนาดและสุ่มชั่งไก่ทุกครั้ง เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนการยอมรับได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.31 สรุปได้ว่า มีการยอมรับเทคโนโลยีด้านนี้ในระดับปานกลาง

การเช็คราคาไก่เนื้อของเกษตรกร จากการสำรวจ พบว่า เกษตรกรไม่มีการสำรวจราคาไก่ก่อนทำการเลี้ยงที่พบมากที่สุดคือ (ร้อยละ 62.50) คือไม่มีการเช็คเลยและเช็คบางครั้งคือ (ร้อยละ 37.50) เมื่อพิจารณาคะแนนการยอมรับได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.30 สรุปได้ว่ามีการยอมรับเทคโนโลยีด้านนี้ในระดับน้อย

การแปรรูปเนื้อไก่ภายในฟาร์มเพื่อให้มีราคาสูงขึ้น พบว่า (ร้อยละ 81.25) จะมีการแปรรูปเป็นบางครั้ง รองลงมาคือ (ร้อยละ 12.50) แปรรูปเป็นบางครั้ง และ (ร้อยละ 6.25) จะไม่มีการแปรรูปเลย เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนการยอมรับได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62สรุปได้ว่ามีการยอมรับเทคโนโลยีด้านนี้ในระดับปานกลาง

การเข้าร่วมการอบรมด้านการตลาดไก่เนื้อของเกษตรกร จากการศึกษาพบว่า (ร้อยละ 87.50) นั้นเข้าอบรมทุกครั้งที่ทราบและ (ร้อยละ 12.50) นั้นไม่เคยเข้าอบรมเลย และการเข้าอบรมบ่อย ๆ ครั้งของเกษตรกรนั้นไม่มีเลยเมื่อพิจารณาค่าคะแนนการยอมรับได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 สรุปได้ว่ามีการยอมรับเทคโนโลยีด้านนี้ในระดับสูง

การเข้าร่วมในการกำหนดราคาไก่เนื้อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง จากการสำรวจพบว่าร้อยละ 87.50 เข้าร่วมกำหนดทุกครั้งและที่ไม่เคยเข้าร่วมเลยมี (ร้อยละ 12.50) เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนการยอมรับได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 สรุปได้ว่าเกษตรกรมีการยอมรับเทคโนโลยีด้านนี้ในระดับสูง

ส่วนที่ 2 การวัดระดับการรับ โดยแสดงเป็นคะแนนรวมของการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระด้านการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 แสดงระดับการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่เนื้อด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี เป็นคะแนนรวม

ระดับการยอมรับเทคโนโลยี	จำนวน	ร้อยละ (%)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D)
มีการยอมรับเทคโนโลยีระดับสูง (23.42 - 30.00 คะแนน)	1	6.25		
มีการยอมรับเทคโนโลยีระดับปานกลาง (16.71 - 23.41 คะแนน)	14	87.5		
มีการยอมรับระดับต่ำ (10.00 - 16.70 คะแนน)	1	6.25		
รวม	16	100.00	18.88 ยอมรับปานกลาง	3.4617

ตารางที่ 4.10 แสดงระดับการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่เนื้อด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี เป็นคะแนนรวม พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ ร้อยละ 87.50 มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับปานกลาง โดยมีแค่ ร้อยละ 6.25 เท่านั้นที่มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับสูงกับระดับต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นคะแนนรวมของการยอมรับได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 18.88 จึงสรุปได้ว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี มีการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่เนื้อด้านการตลาดในระดับปานกลาง

4.3 ปัญหาอุปสรรคและข้อแนะนำด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี

จากการศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อแนะนำด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี สามรถสรุปได้ดังนี้

ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระด้านการตลาดในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นเรื่องของปัญหาและอุปสรรค ส่วนที่ 2 เป็นข้อเสนอแนะจากการสำรวจการยอมรับเทคโนโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรีพบว่าเกษตรกรมีปัญหาและอุปสรรค ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.1 ปัญหาด้านการตลาดที่เกษตรกรพบ คือ

1.ในการขายไก่แต่ละครั้งนั้นต้องผ่านพ่อค้าคนกลางดั้งนั้นต้องมีการคัดขนาดไก่ที่มีน้ำหนักเบาออก

2. ในบางครั้งที่มีการเลี้ยงไก่กันมากเกินไปนั้นจะทำให้ราคาไก่ตกต่ำไปด้วย

3.ในการขายไก่นั้นในบางครั้งก็ไม่เป็นที่น่าพอใจเพราะว่าพ่อค้าคนกลางนั้นกดราคาไก่แต่ในบางครั้งก็จำเป็นต้องขายเพราะว่าไม่มีใครซื้อ

4.เกษตรกรไม่สามารถกำหนดราคาไก่ได้เองจึงต้องถูกกดราคา

5. พอเลี้ยงไก่ไปนานๆไก่ราคาตกต่ำ

6. ค่าอาหารไก่แพงมากในบางครั้งขายไก่ขาดทุนแล้วยังไม่คุ้มค่าลูกไก่

7. ราคาไก่นั้นขึ้นอยู่กับพ่อค้าแม่ค้าไม่สามารถต่อรองราคาได้

8. ราคาไก่นั้นไม่คงที่

9. ไม่สามารถขายไก่ได้ตามกำหนดอายุการเลี้ยง

10. ไม่ค่อยได้ติดตามข่าวด้านราคาของไก่เนื้อ

4.3.2 ข้อเสนอแนะของเกษตรกรที่พบในขณะที่เลี้ยงไก่

1. ราคาไก่ควรที่จะคงที่ประมาณ 28-29 บาท

2. ควรจะมีการพยุงราคาไก่เพื่อที่จะให้ไก่มีราคาสม่ำเสมอ

3. ราคาพันธุ์ลูกไก่ ค่าอาหาร ค่าอุปกรณ์ในการเลี้ยงไก่น่าจะมีการลดลงมากกว่านี้

4. ให้ตั้งหรือรวมกลุ่มสมาชิกเกษตรกรผู้ลี้ยงไก่รายย่อยเข้าเป็นกลุ่มเวลาซื้อขายจะได้มีการต่อรองราคากับพ่อค้าแม่ค้าได้ในราคาที่สูงขึ้น

4.4 วิจารณ์ผล

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจควรนำมาวิเคราะห์และวิจารณ์ผล ดังนี้

แหล่งซื้อขายไก่เนื้อในฟาร์มของเกษตรกร จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรีมีวิธีกาขายไก่เนื้อโดยขายให้ผู้บริโภคโดยตรง คิดเป็น (ร้อยละ 75.00) โดยมีการยอมรับเทคโนโลยีในด้านนี้ในระดับที่สูง คือ 2.68 ทำให้เกษตรกรสามารถกำหนดราคาไก่เนื้อในการจัดจำหน่ายเองได้ ดังที่ อาวุธ ตันโช (2538 : 243) กล่าวว่า วิธีการตลาดไก่เนื้อสำหรับผู้เลี้ยงแบบอิสระผู้เลี้ยงจะขายไก่เนื้อให้กับพ่อค้ารวบรวม พ่อค้าขายปลีกไก่ชำแหละ ตัวแทนบริษัทและพ่อค้ากรุงเทพซึ่งไม่สอดคล้องกับเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรีเลย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดงให้ เห็นว่า ลักษณะพื้นฐานที่กล่าวมาข้างต้นนั้นมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระนั้นสามารถดูแลกิจการมาได้จนถึงปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับ เทพ พงษ์พานิช (2527 : 310-311) ที่กล่าวว่า เกษตรกรสามารถเรียนรู้ รับรู้ ได้ดีก็ต่อเมื่อเขามีความปรารถนา และนำเอาความรู้นั้นไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์กับตัวของเกษตรกรเอง จนมีความชำนาญ และนอกจากนี้ยังมีปัจจัยอีกมากมายที่ทำให้เกษตรกรมีอัตราการยอมรับ มาก น้อย ช้า เร็ว แตกต่างกันไป เช่น การศึกษา อายุ เพศ ฐานะทางเศรษฐกิจ เป็นต้น และ

โอกาสของการได้รับคำแนะทางด้านวิชาการในการเลี้ยงไก่เนื้อจากการศึกษา พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระส่วนใหญ่ไม่ได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการเลี้ยงไก่เนื้อ แต่เมื่อพิจารณาการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรด้านการตลาด พบว่า เกษตรกรมีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับต่ำ 5 รายการ จาก 10 รายการ แสดงให้เห็นว่า โอกาสในการได้รับคำแนะนำทางด้านวิชาการไม่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับ รัชดา ตุวินันท์ (2538 : 90) ที่ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ทางการเกษตรของชาวนา อำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า โอกาสในการได้รับคำแนะนำไม่มีความแตกต่างกันทางด้านการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ทางการเกษตรของชาวนา

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจควรนำมาวิเคราะห์และวิจารณ์ผล ดังนี้

แหล่งซื้อขายไก่เนื้อในฟาร์มของเกษตรกร จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรีมีวิธีการขายไก่เนื้อโดยขายให้ผู้บริโภคโดยตรง คิดเป็น (ร้อยละ 75.00) โดยมีการยอมรับเทคโนโลยีในด้านนี้ในระดับที่สูง คือ 2.68 ทำให้เกษตรกรสามารถกำหนดราคาไก่เนื้อในการจัดจำหน่ายเองได้ ดังที่ อาวุธ ตันโช (2538 : 243) กล่าวว่า วิธีการตลาดไก่เนื้อสำหรับผู้เลี้ยงแบบอิสระผู้เลี้ยงจะขายไก่เนื้อให้กับพ่อค้ารวบรวม พ่อค้าขายปลีกไก่ชำแหละ ตัวแทนบริษัทและพ่อค้ากรุงเทพซึ่งไม่สอดคล้องกับเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรีเลย

การขายไก่เนื้อที่เกษตรกรเลี้ยง จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรจะขายไก่เนื้อส่งให้ผู้บริโภค เพราะว่า เกษตรกรส่วนใหญ่นั้น (ร้อยละ 25.00) นั้นเป็นเกษตรกรที่เลี้ยงไก่เนื้ออิสระสามารถที่จะขายไก่เนื้อในราคาที่ต้องการหรือราคาที่สูงได้ ดัง ที่ อาวุธ ตันโช (2538 : 243) กล่าวว่า วิธีการตลาดไก่เนื้อแบ่งออกเป็น 2 ระบบด้วยกันคือ

4.4.1 วิธีการตลาดไก่เนื้อสำหรับผู้เลี้ยงแบบอิสระ ผู้เลี้ยงจะขายไก่เนื้อมีชีวิตให้กับพ่อค้ารวบรวม พ่อค้าปลีกไก่ชำแหละ ตัวแทนบริษัทและพ่อค้ากรุงเทพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4.2 วิธีการตลาดไก่เนื้อสำหรับผู้เลี้ยงแบบมีสัญญาผูกพัน ผู้เลี้ยงไก่ซึ่งมีสัญญาผูกพันการซื้อขายไว้กับบริษัทหรือตัวแทนบริษัทจะต้องขายไก่มีชีวิตทั้งหมดให้กับบริษัท หรือ ตัวแทนจำหน่ายอาหารสัตว์ตามข้อตกลง

การเข้าอบรมด้านการตลาดของเกษตรกร จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ (ร้อยละ 87.50) มีความสนใจในเรื่องการตลาดไก่เนื้อเพราะว่า เกษตรกรจะเข้าอบรมด้านการตลาดไก่เนื้อทุกครั้งที่ทราบ เท่า 2.60 ถ้าเกษตรกรเข้าอบรมด้านการตลาดไก่เนื้อทุกครั้งที่ทราบจะทำให้เกษตรกรมีความรู้เรื่องการตลาดมากขึ้น ดังที่ อาวุธ ตันโช (2538 : 247) กล่าวไว้ว่า ปัญหาด้านการตลาดภายในประเทศ เกษตรกรจะใช้ราคาไก่เนื้อเป็นปัจจัยในการตัดสินว่า จะผลิตมากหรือน้อยซึ่งส่งผลให้กับราคาซื่อขายมีความเคลื่อนไหวมาก และ เกษตรกรขาดข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับปริมาณความต้องการไก่เนื้อทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ จึงอาจทำให้ไม่อาจกำหนดแผนการผลิตหรือเป้าหมายที่จะยึดถือเป็นเกณฑ์ และที่สำคัญเกษตรกรขาดความรู้ในเรื่องการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่เนื้อทางด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรีมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพพื้นฐานบางประการของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี 2) การยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกรทางด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระ 3) ปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะ ในการเลี้ยงไก่เนื้อของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี

กลุ่มประชากรที่ศึกษาเป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี จำนวน 16 ราย ตามข้อมูลของกองแผนงานกรมปศุสัตว์กรุงเทพมหานคร

เกษตรกรส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62.50) เป็นเพศชายมากว่าเพศหญิง (ร้อยละ 37.50) อาจเนื่องมาจากเพศชายส่วนใหญ่มีความรู้ความสามารถและความอดทนมากกว่า เพศหญิงและที่สำคัญเพศชายเป็นหัวหน้าครอบครัวเพศชายจึงต้องรับผิดชอบที่จะประกอบอาชีพเพื่อที่จะเลี้ยงครอบครัวดังนั้น จากการสำรวจจึงพบว่า เกษตรกรเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ (ร้อยล่ะ 31.25) มีอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง36-44 ปี และ 45-53 ปี เกษตรกรที่มีอายุมากที่สุดคือ 56 ปี และเกษตรกรที่มีอายุต่ำสุดคือ 18 ปีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 39.94 ปี เนื่องจากเกษตรที่มีอายุระหว่าง 36-44 ปี และ 45-53 ปี ส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรที่จะต้องประกอบอาชีพเพื่อเลี้ยงครอบครัว จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56.25) มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา รองลงมาคือ (ร้อยละ 18.75) มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จะพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มากถึง 56.25 มีการศึกษาระดับประถมศึกษาซึ่งจะมีการศึกษาในระดับที่ต่ำมาก คงจะเป็นเพราะว่าอาชีพการเลี้ยงไก่เนื้อนั้นเป็นอาชีพที่ต้องใช้ความอดทน ความชำนาญในการเลี้ยงการลงมือปฏิบัติและสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ จากการศึกษาพบว่า (ร้อยละ 43.75) เป็นเกษตรกรส่วนใหญ่ที่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่ระหว่าง 1-4 ปี โดยเกษตรกรที่มีประสบการณ์มากที่สุดคือ 20 ปี และเกษตรที่มีประสบการณ์น้อยที่สุดคือ 1 ปี โดยสรุปคือมีประสบการณ์เฉลี่ย 7 ปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่ของเกษตรกรนั้นยังน้อยอยู่มาก จึงทำให้เกษตรกรส่วนมากเลี้ยงไก่ไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร จากการศึกษาพบว่า (ร้อยละ 50) มีจำนวนไก่เนื้อภายในฟาร์ม 1,001- 3,000 ตัว จำนวนไก่เนื้อที่มากที่สุดในฟาร์มคือ 40,000 ตัว ต่ำสุดคือ 1,000 ตัว จำนวนเฉลี่ยเท่ากับ 5,569 สาเหตุที่เกษตรกร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลี้ยงไก่เนื้อในฟาร์มไม่มากนักอาจเป็นเพราะว่า ราคาไก่เนื้อไม่แน่นอนและการเลี้ยงไก่เป็นการลงทุนที่ค่อนข้างสูงและที่สำคัญนั้นถ้าเราเลี้ยงไก่เนื้อมากเมื่อใดโดยที่ไม่ศึกษาการตลาดให้ดีจะทำให้เกษตรกรขาดทุนได้ จากการศึกษาพบว่า (ร้อยละ 12.50) เป็นกลุ่มเกษตรกรที่มีโอกาสได้รับคำแนะนำจากนักวิชาการเพียง 1 ครั้งและร้อยละ 6.25 ได้รับคำแนะนำเพียง 5 ครั้ง จากข้อมูลในการสำรวจจะเห็นได้ว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีโอกาสที่จะได้รับคำแนะนำน้อยมากและ (ร้อยละ 81.25) แทบจะไม่ได้รับคำแนะนำทางด้านวิชาการเลยแต่โดยส่วนใหญ่เกษตรกรจะได้รับคำแนะนำจากบริษัทเอกชนมากกว่าเพราะว่า จะมีการติดต่อซื้อขายเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการเลี้ยงไก่กันตลอด

รายได้ภายในฟาร์มในปี พ. ศ. 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่าย จากการศึกษาพบว่า เกษตรส่วนใหญ่ (ร้อยละ 25) มีรายได้ตลอดปีอยู่ในช่วง 234,000 – 284,000 บาท และมากกว่า 28,400บาท เกษตรกรที่มีรายได้สูงสุดคือ 900,000 บาท และเกษตรที่มีรายได้ต่ำสุดคือ 84,000 บาท รายได้รวมเฉลี่ยเท่ากับ 282,875 บาท แต่รายได้รวมนั้นเป็นรายได้ที่ยังไม่หักค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด เกษตรกรบางรายนั้นมีรายได้จากการเลี้ยงไก่ในระดับที่สูงมากแต่บางครั้งอาจประสบกับปัญหาการขาดทุนสิ่งเหล่านี้จะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ เช่น ราคาอาหาร ราคาไก่ และอื่นๆ เป็นต้นจากการศึกษาพบว่า วิธีการขายไก่เนื้อของเกษตรกร (ร้อยละ12.50) ขายโดยผ่านพ่อค้าคนกลางหรือบริษัทและ (ร้อยละ 18.75) เกษตรกรจะขายให้กับผู้บริโภคโดยตรง สาเหตุนั้นก็คงจะเกิดจากราคาไก่เนื้อที่ไม่แน่นอนจะมีการหมุนเวียนเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาวะการณ์ตลาด

5.2 ข้อมูลด้านการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่เนื้อด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงอิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี

จากการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรี ปรากฏว่า เกษตรกรยอมรับเทคโนโลยีทางด้านการเลี้ยงไก่เนื้อ ทางด้าน การขายไก่เนื้อ การกำหนดราคาไก่เนื้อ การแปรรูปเนื้อไก่ การเข้าอบรมด้านการตลาด การกำหนดราคาไก่เนื้อ โดยสูงสุดเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 แต่เมื่อพิจารณาการยอมรับเทคโนโลยีแล้วพบว่าเทคโนโลยีที่มีการยอมรับในระดับที่สูง ได้แก่ การขายไก่เนื้อ การทราบช่องทางในการจัดจำหน่ายไก่เนื้อที่เลี้ยง (ค่าเฉลี่ย 2.68) เพราะว่า เกษตรกรได้ขายไก่เนื้อให้กับผู้บริโภคโดยตรง การกำหนดราคาไก่เนื้อ เกษตรกรกำหนดราคาไก่เนื้อในการจัดจำหน่ายกันเอง (เฉลี่ย 2.62) ทำให้เกษตรกรสามารถบอกราคาขายไก่แก่พ่อค้าแม่ค้าได้ มีการแปรรูปเนื้อไก่ การแปรรูปเนื้อไก่ (เฉลี่ย 2.62) การแปรรูปเนื้อไก่ภายในฟาร์มนั้นนอกจากที่เกษตรกรจะขายไก่เนื้อทั้งตัวและเกษตรกรบางรายยังได้มีวิธีการแปรรูปเนื้อไก่ภายในฟาร์มทำให้ราคาไก่มีราคาขึ้นไปด้วย การเข้าอบรมทางด้านการตลาด การเข้าอบรมทางด้านการตลาดของเกษตรกรนั้น (เฉลี่ย 2.62) การเข้าอบรมทางด้านการตลาดของเกษตรกรนั้นเกษตรกรจะเข้าอบรมทุกครั้งที่ทราบ เพราะว่า การเข้าอบรมทุกครั้งที่ทราบเพราะว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเข้ารับการอบรมทุกครั้งนั้นทำให้เกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับการตลาดมากขึ้นด้วย การเข้าร่วมกำหนดราคาไก่เนื้อ การเข้าร่วมกำหนดราคาไก่เนื้อ (เฉลี่ย 2.62) การเข้าร่วมกำหนดราคาไก่เนื้อนั้นจะทำให้เกษตรกรได้รับความรู้เกี่ยวกับราคาไก่เนื้อที่มีการเปลี่ยนแปลงทุกครั้ง เทคโนโลยีที่มีการยอมรับในระดับปานกลางได้แก่ สำรวจราคาไก่เนื้อก่อนทำการเลี้ยงทุกครั้ง แหล่งขายไก่เนื้อที่ท่านเลี้ยง การขายไก่เนื้อที่ท่านเลี้ยง การสุ่มคัดขนาดและสุ่มชั่ง การเช็คราคาไก่ การสำรวจราคาไก่เนื้อก่อนทำการเลี้ยง การสำรวจราคาไก่เนื้อก่อนทำการเลี้ยง (ค่าเฉลี่ย 1.5) เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระนั้นเมื่อจะทำการเลี้ยงไก่จะไม่สำรวจราคาไก่เนื้อก่อนทำการเลี้ยง จึงทำให้เวลาการขายไก่เนื้อจึงทำให้ไม่ได้ราคาดี

แหล่งขายไก่เนื้อที่เลี้ยง แหล่งขายไก่เนื้อที่เลี้ยง (เฉลี่ย 1.18) เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อจะทำการขายไก่เนื้อที่เลี้ยงส่วนมากจะขายภายในจังหวัด การขายไก่เนื้อที่เลี้ยง การขายไก่เนื้อที่เลี้ยง (เฉลี่ย 1.5) ผู้เลี้ยงส่วนใหญ่จะขายไก่เนื้อโดยส่วนใหญ่จะขายส่งผู้บริโภคภายในจังหวัดการสุ่มคัดขนาดและสุ่มชั่ง การสุ่มชั่งคัดขนาดและสุ่มชั่ง (เฉลี่ย 1.31) เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อส่วนมากไม่ค่อยสุ่มคัดขนาดและสุ่มชั่งไก่เลย การเช็คราคาไก่ การเช็คราคาไก่ (1.37) เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระนั้นก่อนที่จะทำการเลี้ยงไก่นั้นหรือในขณะที่ทำการเลี้ยงไก่นั้นจะไม่เคยเช็คราคาไก่เลย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ควรจะมีการศึกษาวิจัยว่า ไก่เนื้อของผู้เลี้ยงอิสระที่มีขนาดเล็กที่มีจำนวนไก่น้อยกว่า 5,000 ตัว ว่า จะมีการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดแตกต่างจากฟาร์มที่เลี้ยงไก่มากกว่า 5,000 ตัว หรือไม่ เพื่อที่จะได้นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาฟาร์มที่มีการเลี้ยงไก่จำนวนน้อยต่อไป

5.3.2 ควรมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบระหว่างเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อประเภทอิสระ ประเภทประกันราคา และประเภทรับจ้างเลี้ยงกับบริษัทว่า มีการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาดแตกต่างกันอย่างไร

5.3.3 ควรจะมีการศึกษาพื้นที่การเลี้ยงไก่เนื้อในจังหวัดอื่นๆ เพิ่มเติมเนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเฉพาะเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและชลบุรีเท่านั้นถ้าเราทำการวิจัยได้ครอบคลุมก็จะได้รับรู้ปัญหาของเกษตรกรอย่างทั่วถึงและจะได้ดำเนินการแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องรวดเร็วและแม่นยำ

5.3.4 ควรจะมีการศึกษาวิจัยการยอมรับ เทคโนโลยีด้านการตลาดของการเลี้ยงสัตว์ประเภทอื่นๆ ควบคู่ไปด้วย เช่น การเลี้ยงไก่ไข่ สุกร โคนม เพื่อเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด และสาเหตุของความแตกต่างกันในการยอมรับเทคโนโลยีด้านการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กรมอาชีวศึกษา. 2527. คู่มือการเรียนการสอนโรคและพยาธิปศุสัตว์. หลักสูตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส). กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ .152น.

เกษม อุปราสิทธิ์. 2537. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับคำแนะนำการปลูกเสาวรสของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ .วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จันทวรรณ ชมวัน. 2535 . ปัจจัยที่มีผลต่อการความสำเร็จในการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา . เชียงใหม่ :วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาร์มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 120 น.

ชูศรี วงศ์รัตนา. 2527. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย .กรุงเทพ : บริษัทบีเอฟโอจำกัด. 48 น.

เทพ พงษ์พานิช. 2527 . การส่งเสริมการเกษตร . เชียงใหม่ : สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้ . 310 น.

แนวทางพัฒนาการผลิตและการตลาดไก่เนื้อกองนโยบายและวางแผนพัฒนาการเกษตร. 2543. สำนักงานพัฒนาการเกษตกร. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรกรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

บุญธรรม จิตต์อนันต์ . 2536 . ส่งเสริมการเกษตร . กรุงเทพ ฯ : สำนักส่งเสริมและฝึกอบรบ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 300 น.

บุญสม วราเอกสิริ. 2529. หลักและส่งเสริมการเกษตร . เชียงใหม่ : สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้ . 159 น.

ปฐม เลาหะกุล. 2540 . ธุรกิจไก่เนื้อ . กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์. 80 น.

————— . 2538. การเลี้ยงสัตว์ปีก . กรุงเทพฯ : ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. 430 น

พงศ์ศักดิ์ อังกสิทธิ์. 2526 . ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับสิ่งปฏิบัติใหม่ๆ ในการ ดำเนิน การเกษตรที่สูงของชาวไทยภูเขาเผ่าม้ง จังหวัดเชียงใหม่ . เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 109 น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รัชดา ตุวินันทน์. 2538. "ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ทางการเกษตรของชาวอำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี." รายงานผลการวิจัยสถาบันจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย. 90น.

ลิขิต เอียดแก้ว. 2534 . ธุรกิจไก่เนื้อ . พิมพ์ครั้งที่ 4 . นนทบุรี : เอเชีย แปซิฟิค ฟริ้นติ้ง . 118 น.

_____. มปป. ธุรกิจไก่เนื้อ. มปพ. 119 น.

ล้วน สายยศและอังคณาสายยศ. 2538. เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่4. กรุงเทพ : สุวีริยาสาส์นจัดพิมพ์. 150 น.

เลอภพ คีรีสันติกุล. 2536. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับคำแนะนำวิธีปฏิบัติการปลูกกาแฟอราบิก้าของชาวเขาเผ่าม้งในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาหมู่บ้านช่างเคี่ยน. เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 123 น.

วรนาถ แสงมณี . 2542. การบริหารธุรกิจ . โครงการตำราคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง . 193 น

วิทัศน์ เตชะบุญ . 2534. "ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับส่งเสริมการปลูกกาแฟราบิก้า ของชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง อำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน" . วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 69น.

วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์. 2529 . การสื่อสารทางการเกษตร . เชียงใหม่ . สถาบันเทคโนโลยีการ เกษตรแม่โจ้

สมภพ เพชรรัตน์. 2523 . ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับ - ไม่ยอมรับเทคโนโลยีการเกษตรของเกษตรในเขตโครงการปฏิบัติการพัฒนาสังคม อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 175 น.

สหัส นิลพันธ์. 2528 . ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับขบวนการยอมรับการใช้ปูนมาร์ลเพื่อปรับปรุงดินเปรี้ยวของเกษตรกรในตำบลศรีษะกระบือ อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 120 น.

อรุณ ยังอยู่ดี. 2531 . การยอมรับนวัตกรรมการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 145 น.

อาวุธ ตันโช . 2538 . การผลิตสัตว์ปีก . กรุงเทพ ฯ : เอเชีย แปซิฟิค ฟริ้นติ้ง . 256 น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

_____. 2540 . การผลิตสัตว์ปีก . พิมพ์ครั้งที่ 2 . กรุงเทพฯ . สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์. ภาควิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. 552 น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

หนังสือรับรอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำชี้แจ้งแบบสอบถาม

เรียน เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการออกแบบสอบถาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่เนื้อ 1 ชุด(12หน้า)

เนื่องด้วยนักศึกษาวิชาครุศาสตร์เกษตร สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร-การผลิตสัตว์ ได้จัดทำวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่เนื้อของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระในจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต ทางคณะผู้จัดทำการวิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการออกแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริงในฟาร์มของท่าน ซึ่งทางคณะผู้วิจัยคัดเลือกท่านในการกรอกแบบสอบถามดังกล่าว

อนึ่ง ทางคณะผู้จัดทำจะใช้ข้อมูลเพื่อการวิจัยเท่านั้น และจะเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับและใคร่ขอความกรุณาจากท่าน **ส่งแบบสอบถามกลับมาภายในวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ.2543** โดยใส่ซองจดหมายที่แนบมาด้วยและไม่ต้องติดแสตมป์เพิ่มเติม จักขอบพระคุณอย่างยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อขอความมอนุเคราะห์

คณะผู้วิจัย

.....

(อาจารย์ภัคพงศ์ ปวงสุข)

อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย

.....

(อาจารย์ธวัชชัย ศุภดิษฐ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย

โทร. (02) 7072500-47 ต่อ 3700,3659

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บบสอบถาม

เรื่อง

การยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงไก่เนื้อของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้ออิสระ

จังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดชลบุรี

<u>คำชี้แจ้ง</u>

1. จงกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) หน้าข้อความที่ท่านคิดว่าท่านปฏิบัติอยู่เพียง 1 ข้อ

2 แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม

ตอนที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีในการเลี้ยงไก่เนื้อ

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

3. ข้อมูลที่ท่านกรอกมาทั้งหมดจะเก็บเป็นความมลับและใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น ซึ่งจะไม่เกิดผล เกิดผลเสียหายใดๆ

ขอขอบคุณอย่างยิ่ง ที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้

คณะผู้จัดทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อำเภอ ..... จังหวัด .....

ท่านเป็นผู้เลี้ยงไก่เนื้อประเภทใด

( ) ผู้เลี้ยงอิสระและไม่ผูกพันธ์กับบริษัท

( ) รับจางเลี้ยงกับบริษัท

( ) รับจ้างเลี้ยงกับสหกรณ์ผู้เลี้ยงไก่เนื้อ

( ) ประกันราคากับบริษัท

( ) ร่วมเลี้ยงกับบริษัท

.....

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง
2. อายุ .....ปี
3. ระดับการศึกษา ( ) ประถม ( ) มัธยม ( ) มัธยมปลาย
   ( ) ปริญญาตรี ( ) ปริญญาโท ( ) ปริญญาเอก
4. ประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่เนื้อ .....ปี
5. จำนวนไก่เนื้อภายในฟาร์ม .....ตัว
6. ท่านได้รับคำแนะนำจากนักวิชาการกี่ครั้ง(ในเดือนที่ผ่านมานี้) .....ครั้ง
7. รายได้จากฟาร์มใน ปี พ.ศ. 2542 โดยไม่หักค่าใช้จ่าย .....บาท
8. ท่านมีวิธีการขายไก่เนื้อในฟาร์มอย่างไร (ที่ขายเป็นส่วนใหญ่)
   ( ) ขายถึงผู้บริโภคโดยตรง
   ( ) ขายผ่านพ่อค้าแม่ค้าหรือสหกรณ์
   ( ) ขายผ่านคนกลางหรือบริษัท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีในการเลี้ยงไก่เนื้อ

1. ด้านการตลาดไก่เนื้อ

1.1 ท่านมีการสำรวจราคาไก่ก่อนทำการเลี้ยงหรือไม่

( ) ไม่เคยสำรวจ

( ) สำรวจทุกครั้ง

( ) แล้วแต่โอกาส

1.2 ท่านขายไก่เนื้อในฟาร์มโดยวิธีใด

( ) ขายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง

( ) ขายผ่านพ่อค้าคนกลาง

( ) ขายให้พ่อค้าแม่ค้าในตลาด

1.3 แหล่งใดคือแหล่งขายไก่เนื้อที่ท่านเลี้ยงมากที่สุด

( ) ขายบริเวณรอบๆฟาร์ม

( ) ขายภายในจังหวัด

( ) ขายบริเวณรอบๆ ฟาร์มและจังหวัดใกล้เคียง

1.4 ท่านกำหนดราคาไก่เนื้อในการจำหน่ายอย่างไร

( ) กำหนดราคาไก่เนื้อกันเอง

( ) แล้วแต่ข้อตกลงกับพ่อค้า

( ) แล้วแต่พ่อค้าคนกลางกำหนด

1.5 ท่านขายไก่เนื้อที่ท่านเลี้ยงอย่างไร

( ) ขายส่งให้แม่ค้าในตลาด

( ) ขายส่งบริษัท

( ) ขายส่งผู้บริโภค

1.6 ท่านขายไก่เนื้อท่านมีการสุ่มคัดขนาดไก่และสุ่มชั่งน้ำหนักก่อนการขายหรือไม่

( ) สุ่มคัดขนาดและสุ่มชั่งไก่ทุกครั้ง

( ) สุ่มคัดขนาดและสุ่มคัดไก่เป็นบ้างครั้ง

( ) ไม่เคยสุ่มคัดหรือสุ่มชั่งไก่เลย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 ท่านมีการเช็คราคาไก่บ่อยแค่ไหน

( ) เช็คตลอด

( ) เช็คบางครั้ง

( ) ไม่เคยเช็คเลย

1.8 ท่านมีการแปรรูปเนื้อไก่ในฟาร์มเพื่อให้มีราคาขายสูงขึ้นหรือไม่

( ) มีการแปรรูปทุกครั้ง

( ) แปรรูปเป็นบ้างครั้ง

( ) ไม่แปรรูปเลย

1.9 ท่านได้เข้าร่วมอบรมด้านการตลาดไก่เนื้อหรือไม่

( ) เข้าอบรมทุกครั้งที่ทราบ

( ) บ่อยครั้ง

( ) ไม่เคยเข้าอบรมเลย

1.10 ท่านได้เข้าร่วมในการกำหนดราคาไก่เนื้อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาหรือไม่

( ) เข้าร่วมประชุมทุกครั้ง

( ) บางครั้ง

( ) ไม่เคยเข้าร่วมเลย

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

3.1 ท่านคิดว่าฟาร์มท่านมีปัญหาด้านการตลาดไก่เนื้ออย่างไร

.....

.....

3.2 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้