



ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม: กรณีศึกษา
การเลี้ยงกุ้งก้ามกราม อำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี

โดย

นางสาวอารดา เทพณรงค์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม: กรณีศึกษาการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม
อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

โดย

นางสาวอารดา เทพณรงค์



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



FACTORS CONTRIBUTING TO GIANT FRESHWATER PRAWN FARM
INVESTMENT YIELD IN THE BANG PLA MA DISTRICT,
SUPHAN BURI PROVINCE, THAILAND

BY

MISS ARADA THEPNARONG



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2016
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวอารดา เทพนรงค์

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม กรณีศึกษาการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม
อำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี

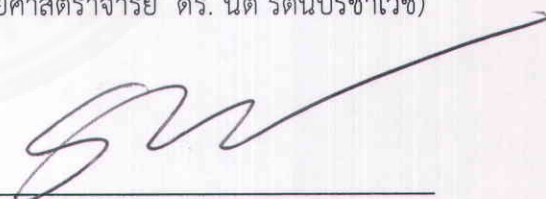
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 106 ส.ค. 2560

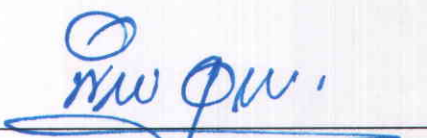
ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิติ รัตนปริชาเวช)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ


(อาจารย์ ดร. สุทธิกร กิ่งแก้ว)

คณบดี


(รองศาสตราจารย์ ดร. พิภพ อุดร)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม:
กรณีศึกษาการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม อำเภอบางปลาหม้อ
จังหวัดสุพรรณบุรี

ชื่อผู้เขียน

นางสาวอารดา เทพณรงค์

ชื่อปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะ/มหาวิทยาลัย

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

อาจารย์ ดร. สุทธิกร กิ่งแก้ว

ปีการศึกษา

2559

บทคัดย่อ

ความต้องการกุ้งก้ามกรามในตลาดของผู้บริโภคมีขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกันเกษตรกรผู้ผลิตกุ้งก้ามกรามกลับมีปริมาณลดลง เนื่องจากต้นทุนที่สูงขึ้นซึ่งส่งผลกระทบต่อผลกำไรที่น้อยลงของเกษตรกร ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาในธุรกิจเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม และวิเคราะห์หาแนวทางที่สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าจากการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกจากเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 10 คน และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม 2 คน จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ถึงห่วงโซ่คุณค่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรม และสภาพการณ์ทางธุรกิจเพื่อนำมาสรุปเป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการลงทุน

โดยจากการศึกษาพบว่า ธุรกิจการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามซึ่งเป็นธุรกิจต้นน้ำในระบบอุตสาหกรรมเป็นส่วนที่มีอำนาจในการต่อรองต่ำที่สุด ซึ่งส่งผลให้มูลค่าผลตอบแทนที่ได้รับในการดำเนินธุรกิจมีผลกำไรที่น้อยตามไปด้วย และผลประโยชน์ส่วนใหญ่จะตกเป็นของพ่อค้าคนกลาง/แพกุ้ง ดังนั้นจากการวิเคราะห์สภาพการณ์ต่าง ๆ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจได้จากการใช้จุดแข็งที่มีในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการรับรองมาตรฐาน GAP ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มมูลค่าผลผลิตและสร้างมาตรฐานในการส่งออกให้กับผลผลิตกุ้งก้ามกรามของเกษตรกรไทยได้ ขณะเดียวกันเทคโนโลยีการสื่อสารที่ดีที่สามารถช่วยให้การกระจายข้อมูลเป็นไปได้อย่างราบรื่นและทั่วถึงจะทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามสามารถเข้าถึงและเข้าใจผู้บริโภคได้มากขึ้น

คำสำคัญ: ห่วงโซ่คุณค่า , การสร้างมูลค่าเพิ่ม , กลุ่มต้นน้ำ

Independent Study Title	FACTORS CONTRIBUTING TO GIANT FRESHWATER PRAWN FARM INVESTMENT YIELD IN THE BANG PLA MA DISTRICT, SUPHAN BURI PROVINCE, THAILAND
Author	Miss Arada Thepnarong
Degree	Master of Business Administration
Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Suthikorn Kingkaew, Ph.D.
Academic Year	2016

ABSTRACT

Market demand for giant freshwater prawn (GFP) is continuously increasing in Thailand, while high production costs have caused a decrease in yield. The causes for this difficulty were studied, and value chain analyzed to add value to the industry. Data was collected by in-depth interviews. Samples were GFP experts and farmers from Bang Pla Ma, a district in the southern part of Suphan Buri Province, central Thailand. Data was evaluated by Porter's value chain and five forces analysis, as well as the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) matrix.

Results were that GFP farms located upstream had the lowest bargaining power, affecting company profits accordingly. Most profits were skimmed by middlemen who bought goods from producers and sold them to retailers or consumers. These findings suggest that to create added value, GFP farms must emphasize their competitive strengths, such as certification by the Good Agricultural Practices (GAP) standard, a key for industrial export. In addition to boosting profits, efficient communication technology can help farmers to access essential information and fully understand consumer needs.

Keywords: Value chain, Value added, Upstream

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้จัดทำขึ้นเสร็จสมบูรณ์ บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้ศึกษาได้รับความร่วมมือ และความอนุเคราะห์จากผู้ให้ความอนุเคราะห์หลายฝ่าย จึงขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

โครงการปริญญาโททางบริหารธุรกิจ (MBA) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่เปิดโอกาสในการเข้าศึกษาเรียนรู้เครื่องมือที่นำไปใช้ในการประกอบธุรกิจ ตลอดจนการศึกษาดูงานนอกสถานที่ต่าง ๆ การเรียนรู้จากองค์กรธุรกิจและปัญหาที่เกิดขึ้นจริง รวมถึงโอกาสถึงการศึกษาอิสระ จึงทำให้เกิดงานวิจัยฉบับนี้ขึ้นเพื่อประโยชน์สำหรับภาคการศึกษา ภาครธุรกิจ และผู้อื่นที่มีความสนใจ

ขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. สุทธิกร กิ่งแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระที่ได้ให้ความกรุณาสละเวลาในการคำให้แนะนำ คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางในกระบวนการวิเคราะห์และจัดทำ ระหว่างการดำเนินการจนกระทั่งบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้จนสมบูรณ์

ขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิตติ รัตนปรีชาเวช กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระสำหรับคำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุงให้งานวิจัยมีข้อมูล และการวิเคราะห์ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอบพระคุณ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอำเภอบางปลาหม่า จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้ง 10 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกรามอีก 2 ท่าน สำหรับการสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ และยินดีให้ข้อมูลต่าง ๆ เป็นอย่างดี จนสามารถทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้

ขอบคุณ เพื่อนนักศึกษาโครงการปริญญาโททางบริหารธุรกิจ (MBA) สำหรับคำแนะนำ ความช่วยเหลือ และการติดต่อประสานงานผู้ที่สามารถให้ข้อมูลสำหรับการทำงานวิจัยฉบับนี้ได้ ตลอดจนเจ้าหน้าที่โครงการทุกท่านที่ให้ข้อมูลข่าวสาร และการติดต่อประสานงานต่าง ๆ

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณทุกคนในครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อนสนิท และคนที่คอยเป็นกำลังใจ อยู่เคียงข้างกันตลอดการศึกษาทั้งหลักสูตร รวมถึงการให้คำแนะนำแก้ไขปัญหาดังต่าง ๆ จนกระทั่งงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และขอมอบงานวิจัยฉบับนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีความสนใจต่อไปในอนาคต

นางสาวอารดา เทพณรงค์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	4
1.3 ขอบเขตงานวิจัย	4
1.4 กรอบการสัมภาษณ์	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.6 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม	6
2.1.1 โครงสร้างอุตสาหกรรมกึ่งกำกวม	6
2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ (Five-Force Model)	8
2.1.3 ทฤษฎีองค์การและการจัดการเชิงกลยุทธ์ขั้นสูง (SWOT Analysis)	9
2.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า	11
2.2.1 ความหมายของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)	11
2.2.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)	12

2.2.3 บทบาทการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า	13
2.2.4 ขอบเขตสำหรับการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า	14
2.3 แนวคิดทางการตลาดเกษตร	15
2.3.1 ความหมายของตลาด	15
2.3.2 ระดับของตลาดสินค้าเกษตร	16
2.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตร	17
2.3.4 การกำหนดราคาสินค้าเกษตร	19
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	23
3.1 วิธีการวิจัย	23
3.2 คำถามงานวิจัย	23
3.3 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง	24
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	24
3.5 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	25
3.5.1 ทดสอบด้านความเที่ยงตรง (Validity)	26
3.5.2 การทดสอบด้านความเชื่อมั่น (Reliability)	26
3.5.3 การทดสอบด้านความยากง่าย (Difficulty)	26
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	27
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	27
บทที่ 4 ผลการศึกษาและการอภิปรายผล	28
4.1 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม	28
4.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)	29
4.2.1 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)	29
4.2.1.1 กลุ่มต้นน้ำ	29
4.2.1.2 กลุ่มกลางน้ำ	30
4.2.1.3 กลุ่มปลายน้ำ	31

4.2.2 กิจกรรมของผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)	31
4.2.2.1 กิจกรรมหลัก (Primary Activities)	31
4.2.2.2 กิจกรรมสนับสนุน (Primary Activities)	32
4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five Force Analysis)	33
4.4 การวิเคราะห์สภาพการณ์ทางธุรกิจจากภายในและภายนอก (SWOT Analysis)	36
4.4.1 การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร	36
4.4.1.1 จุดแข็ง (Strengths)	36
4.4.1.2 จุดอ่อน (Weak)	36
4.4.2 การประเมินสถานการณ์ภายนอกองค์กร	37
4.4.2.1 โอกาส (Opportunities)	37
4.4.2.2 อุปสรรค (Threats)	37
4.5 แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม	38
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	41
5.1 สรุปผลการวิจัย	41
5.1.1 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจเลี้ยงกุ้งก้ามกราม	41
5.1.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)	42
5.1.2.1 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)	42
5.1.2.2 กิจกรรมของผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)	42
5.1.3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five Force Analysis)	42
5.1.4 การวิเคราะห์สภาพการณ์ทางธุรกิจจากภายในและภายนอก (SWOT Analysis)	43
5.1.5 แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม	43
5.2 ข้อจำกัดงานวิจัย	44
5.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	44
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต	45
รายการอ้างอิง	46

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกึ่งกำกราม	48
ภาคผนวก ข	แนวคิดและวิธีการเลี้ยงกึ่งกำกราม	50
ภาคผนวก ค	บันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้เลี้ยงกึ่งกำกราม ในอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี	56
ภาคผนวก ง	บันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับ อุตสาหกรรมกึ่งกำกราม	67
ภาคผนวก จ	คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง	72
ประวัติผู้เขียน		73

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ราคาผลผลิตกุ้งก้ามกรามขนาดใหญ่/กลาง/เล็ก ปี 2558-2559	2
1.2 ผลผลิต มูลค่า พื้นที่ และจำนวนฟาร์มกุ้งก้ามกราม ปี 2549-2559	3
4.1 แสดงผลสรุปการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรม	36
4.2 แสดงแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม	40



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของประเทศไทย	8
2.2 ภาพแสดงการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า	13



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีการเพาะเลี้ยงกุ้งเพื่อการบริโภคภายในประเทศและการส่งออกมาเป็นระยะเวลายาวนาน โดยตลอดช่วงระยะเวลากว่า 20 ปี กุ้งเป็นสินค้าส่งออกในกลุ่มประมงที่สร้างรายได้สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย สำหรับกุ้งก้ามกรามหรือเป็นที่รู้จักกันในชื่อกุ้งแม่น้ำก็ถือเป็นกุ้งน้ำจืดขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับประเทศแม้ว่าจะมีสัดส่วนการส่งออกที่น้อยกว่ากุ้งขาวอยู่หลายเท่าตัว แต่ก็เป็นที่นิยมในการบริโภคภายในประเทศเป็นอย่างมาก โดยตลาดผู้บริโภคจะนิยมการบริโภคกุ้งก้ามกรามที่มีโครงร่างสวยงาม เพราะมีขนาดใหญ่และรสชาติดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งกุ้งก้ามกรามเพศผู้ที่จะมีขนาดใหญ่กว่าเพศเมียในระยะเจริญเต็มวัย จึงทำให้กุ้งเนื้อเพศผู้ขนาดใหญ่และขนาดรองมีราคาสูงตามลำดับ แต่ขณะเดียวกันกุ้งเพศเมียสมบูรณ์พันธุ์และระยะฟักไข่กลับไม่เป็นที่ยอมรับในตลาดเพราะมีเนื้อน้อยและรสชาติไม่อร่อย ส่งผลให้มีราคาที่ต่ำมาก ทั้งนี้ความนิยมในการบริโภคอาจแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละตลาด (นิตยสารเพื่อนชาวกุ้ง อ้างอิงใน การเลี้ยงกุ้งก้ามกราม, 2545)

สถานการณ์การของตลาดการนำเข้า-ส่งออกกุ้งก้ามกรามในปี 2559 การส่งออกใน 5 เดือนแรกของปี 2559 ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์กุ้งก้ามกรามมีปริมาณทั้งหมด 614.80 ตัน คิดเป็นมูลค่าการส่งออก 151.20 ล้านบาท ซึ่งเมื่อเทียบกับปี 2558 ในช่วงเดียวกัน พบว่ามีปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น +15.20% คิดเป็นมูลค่า +52.30% ตามลำดับ โดยผลิตภัณฑ์กุ้งก้ามกรามที่มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุด คือ กุ้งก้ามกรามแช่แข็ง คิดเป็น 99.96% และกุ้งก้ามกรามปรุงแต่ง คิดเป็น 0.04% มูลค่าการส่งออกส่วนใหญ่เป็นมูลค่าการส่งออกไปยังประเทศเวียดนามมากที่สุด คิดเป็น 59.10% จีน 25.50% และประเทศอื่น ๆ 15.40% ตามลำดับ ส่วนสถานการณ์การนำเข้า ใน 5 เดือนแรกของปี 2559 ปริมาณการนำเข้าผลิตภัณฑ์กุ้งก้ามกรามมีปริมาณทั้งหมด 148.10 ตัน คิดเป็นมูลค่าการนำเข้า 30.90 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2558 ในช่วงเดียวกัน +17.00% คิดเป็นมูลค่า +1.90% ตามลำดับ โดยเป็นการนำเข้าผลิตภัณฑ์กุ้งก้ามกรามแช่แข็ง คิดเป็น 62.90% และกุ้งก้ามกรามแช่เย็น 37.10% เป็นการนำเข้าจากประเทศอินเดียมากที่สุด คิดเป็น 72.40% ศรีลังกา 23.80% และประเทศอื่น ๆ 3.80% ตามลำดับ (วชิราภรณ์ ไกรอำ, 2559)

การเปรียบเทียบราคากุ้งก้ามกรามราคาขายส่งกุ้งก้ามกราม (เลี้ยง) ณ ตลาดไท ในปี 2558-2559 พบว่า ในปี 2558 กุ้งก้ามกรามขนาดใหญ่มีราคาเฉลี่ย 549 บาทต่อกิโลกรัม กุ้งก้ามกรามขนาดกลาง 410 บาทต่อกิโลกรัม และกุ้งก้ามกรามขนาดเล็ก 304 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนในปี 2559

กุ้งก้ามกรามขนาดใหญ่มีราคาเฉลี่ย 568 บาทต่อกิโลกรัม กุ้งก้ามกรามขนาดกลาง 418 บาทต่อกิโลกรัม และกุ้งก้ามกรามขนาดเล็ก 303 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งจะเห็นได้ว่าราคากุ้งก้ามกราม (เลี้ยง) มีการปรับตัวของราคาทั้ง 3 ขนาด โดยกุ้งก้ามกรามขนาดใหญ่มีอัตราการปรับราคาขึ้น +3.51% กุ้งก้ามกรามขนาดกลางมีอัตราการปรับราคาขึ้น +1.80% ในขณะที่กุ้งก้ามกรามขนาดเล็กมีอัตราการปรับราคาลดลง -0.19% (ตลาดไท, 2559)

ตารางที่ 1.1

ราคาผลผลิตกุ้งก้ามกรามขนาดใหญ่/กลาง/เล็ก ปี 2558-2559

เดือน	ปี 2558			ปี 2559		
	กุ้งก้ามกรามเลี้ยง ขนาดใหญ่/กก.	กุ้งก้ามกรามเลี้ยง ขนาดกลาง/กก.	กุ้งก้ามกรามเลี้ยง ขนาดเล็ก/กก.	กุ้งก้ามกรามเลี้ยง ขนาดใหญ่/กก.	กุ้งก้ามกรามเลี้ยง ขนาดกลาง/กก.	กุ้งก้ามกรามเลี้ยง ขนาดเล็ก/กก.
มกราคม	551	385	264	551	385	264
กุมภาพันธ์	532	375	258	525	375	258
มีนาคม	534	388	256	504	381	264
เมษายน	502	385	270	508	389	258
พฤษภาคม	514	385	264	491	385	256
มิถุนายน	515	386	267	494	385	254
กรกฎาคม	517	386	264	503	384	259
สิงหาคม	514	385	267	521	384	262
กันยายน	516	386	266	536	386	258
ตุลาคม	515	385	265	537	387	265
พฤศจิกายน	515	381	266	533	383	260
ธันวาคม	524	384	255			
ราคาเฉลี่ย	521	384	264	518.4545455	384	260
อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาจากปี 2558				-0.44	-0.07	-1.40

ที่มา: <http://talaadthai.com/>

ในส่วนของผลผลิตกุ้งก้ามกรามสำหรับสถานการณ์ประมาณการการผลิตที่ได้จากการเพาะเลี้ยงในปี 2559 มีปริมาณ 17,000 ตัน เป็นมูลค่า 5,440 ล้านบาท ซึ่งเป็นปริมาณที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2558 ร้อยละ 1.45 แต่มูลค่าที่ได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 8.76 ขณะที่พื้นที่ในการเพาะเลี้ยงกุ้งก้ามกรามในประเทศอยู่ประมาณ 85,000 ไร่ ซึ่งลดลงจากปี 2558 ร้อยละ 1.45 สำหรับฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามในปี 2559 มีจำนวนประมาณการ 5,784 ฟาร์ม ซึ่งเป็นฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP จำนวน 1,094 ฟาร์ม (มิถุนายน 2559) คิดเป็นร้อยละ 18.91 ของจำนวนฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามทั้งหมด (ตารางที่ 1.1) (กองวิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืด, อ้างถึงใน วชิราภรณ์ ไกรอำ, 2559)

ตารางที่ 1.2

ผลผลิต มูลค่า พื้นที่ และจำนวนฟาร์มกุ้งก้ามกราม ปี 2549-2559

ปี	(ตัน)	เปลี่ยนแปลง (ล้านบาท)	เปลี่ยนแปลง พื้นที่ (ไร่)	เปลี่ยนแปลง ฟาร์ม (ราย)	เปลี่ยนแปลง
2549	25,353	3,302	79,403	6,353	
2550	32,148	26.8	3,989	20.81	96,628
2551	33,189	3.24	4,178	4.74	97,991
2552	26,790	-19.3	3,511	-15.96	95,891
2553	22,350	-16.56	3,438	-2.08	94,477
2554	21,080	-5.68	4,094	19.08	86,188
2555	18,702	-11.28	4,094	0	89,351
2556	18,168	-2.86	4,475	3.91	85,399
2557	18,000	-0.92	4,770	6.59	86,538
2558	17,250	-4.17	5,003	4.86	86,250
2559	17,000	-1.45	5,440	8.76	85,000

ที่มา: กลุ่มวิจัยและวิเคราะห์สถิติการประมง ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมประมง
หมายเหตุ: ข้อมูลในปี 2557-2559 เป็นข้อมูลแบบประมาณการ

ผลผลิตโดยรวมของกุ้งก้ามกรามทั้งหมดในประเทศไทยคิดเป็นประมาณ 2% ของผลผลิตสัตว์น้ำจากการเพาะเลี้ยงทั้งหมด ซึ่งประเทศไทยมีผลผลิตจากการเพาะเลี้ยงกุ้งก้ามกรามมากที่สุดในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน ในปี 2554 คิดเป็นผลผลิต 19.347 พันตัน มีมูลค่าต่อหน่วยเป็น 4.92 เหรียญสหรัฐต่อกิโลกรัม ซึ่งเป็นประเทศที่มีผลผลิตกุ้งก้ามกรามถึงหลักหมื่นอยู่เพียงประเทศเดียว

การเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของเกษตรกรไทยมีผลผลิตโดยเฉลี่ย คิดเป็น 300-400 กิโลกรัมต่อไร่ ใช้ต้นทุนในการเพาะเลี้ยงประมาณ 103-104 บาทต่อกิโลกรัม ทั้งนี้ต้นทุนจะแตกต่างกันไปตามพื้นที่ โดยต้นทุนเกือบครึ่งหนึ่งของต้นทุนรวมคือ ต้นทุนค่าอาหาร รองลงมาคือ ค่าแรงงาน คิดเป็นเกือบ 1 ใน 5 ของต้นทุนรวม ซึ่งการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของเกษตรกรส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาการขาดแคลนพันธุ์กุ้งที่ดีส่งผลให้การเลี้ยงกุ้งมีอัตราการรอดตายต่ำ การแกว่งขึ้นลงของราคา และถูกกดราคาในการรับซื้อ ทำให้เกษตรกรหลายรายได้รับผลตอบแทนที่ไม่คุ้มค่าแก่การลงทุน จึงมีการชะลอการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามหรือเปลี่ยนไปเลี้ยงกุ้งขาวแวนนาไมแทนซึ่งใช้ระยะเวลาในการได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนที่สั้นกว่า อันส่งผลให้ปริมาณผลผลิตกุ้งก้ามกรามที่อยู่ในท้องตลาดเริ่มมีปริมาณที่ลดลง (เรืองโร โตกฤษณะ และคณะ, 2558, น. 75-78)

แต่อย่างไรก็ตามการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามยังคงเป็นอาชีพที่สามารถสร้างรายได้หลักให้กับเกษตรกรและสามารถสร้างผลตอบแทนที่สูงขึ้นให้กับเกษตรกรได้ หากเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจในหลักการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามที่ถูกต้อง และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ ได้ เช่น ด้านการตลาด ด้านการผลิต เป็นต้น เพื่อให้การลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามประสบความสำเร็จได้สูงสุด

ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จในการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่สามารถเพิ่มมูลค่าและผลตอบแทนที่คุ้มค่าจากการลงทุนในธุรกิจการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ดังนั้นผลของการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยหวังว่าจะเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร หรือผู้ที่มีความสนใจในการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอนาคต เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงพัฒนาการจัดการและการตัดสินใจต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและสามารถสร้างรายได้ที่คุ้มค่าต่อการลงทุนและสร้างความยั่งยืนให้กับอาชีพการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในธุรกิจเลี้ยงกุ้งก้ามกราม
2. เพื่อศึกษาห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์แนวทางที่สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าจากการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามให้กับเกษตรกร

1.3 ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิเคราะห์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของประชากรในอำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยประเด็นหลักที่ทำการศึกษาคือการวิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ลักษณะห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม และแนวทางในการจัดการเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มจากการลงทุนอันส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของผู้ลงทุน โดยศึกษาว่าจะมีแนวทางอย่างไรที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ลงทุนประสบความสำเร็จในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม

ลักษณะของกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาจะศึกษากลุ่มประชากรที่ทำอาชีพเป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม การศึกษาข้อมูลจะเป็นการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ โดยวิธีเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี และ

ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม และการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ บทความ งานวิชาการ รวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยอยู่ในช่วงระหว่างเดือนกันยายน 2559 - กุมภาพันธ์ 2560

1.4 กรอบการสัมภาษณ์

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จในการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม จะใช้วิธีในการลงพื้นที่สัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในบางปทุมมา จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อทราบถึงข้อมูลในการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ของฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามในแต่ละฟาร์มโดยละเอียด และการสัมภาษณ์จากผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกรามเพื่อทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจที่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เพื่อการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลงานวิจัยฉบับนี้สามารถเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้สนใจลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม
2. เป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าสำหรับเกษตรกรหรือผู้ที่ต้องการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม

1.6 นิยามศัพท์

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขต และความหมายของคำศัพท์ไว้เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังต่อไปนี้

กุ้งก้ามกราม หมายถึง กุ้งน้ำจืดชนิดหนึ่งมีเปลือกสีเขียวอมฟ้า หรือม่วงเข้มตลอดทั้งก้าม เป็นกุ้งที่มีขนาดใหญ่เมื่อถึงระยะโตเต็มวัย พบได้ตามแม่น้ำลำคลองโดยเฉพาะในภาคกลาง และภาคใต้ของประเทศไทย

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยฉบับนี้มีเนื้อหาภายในที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม: กรณีการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากบทความ งานวิชาการ งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทางแนวคิดและทฤษฎี อีกทั้งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบเครื่องมือในงานวิจัย โดยผู้วิจัยได้นำเสนอวรรณกรรมและแนวคิดดังต่อไปนี้

- 2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม
- 2.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)
- 2.3 แนวคิดทางการตลาดเกษตร
- 2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

2.1.1 โครงสร้างอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม

อุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงกุ้งในประเทศไทยมีการดำเนินการมาเป็นระยะเวลากว่า 20 ปี โดยการเพาะเลี้ยงกุ้งก้ามกรามนั้นเริ่มมีการเพาะเลี้ยงมาก่อนการเพาะเลี้ยงกุ้งกุลาดำหรือกุ้งขาวแวนนาไม และมีการส่งเสริมให้เกษตรกรมีการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามในรูปแบบพัฒนาขึ้นมาเรื่อยๆ ใช้ลูกกุ้งสายพันธุ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้วแทนการเลี้ยงสายพันธุ์ดั้งเดิม เพื่อปริมาณผลผลิต และลดปัญหาหรือสารเคมีตกค้างต่าง ๆ โดยโครงสร้างของอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกรามตั้งแต่จุดเริ่มต้นของกระบวนการผลิตจนถึงกระบวนการส่งออกจำหน่ายมีธุรกิจต่าง ๆ เกี่ยวข้องหลายธุรกิจ นิติ ชูเชิด (ม.ป.ป.) ได้อธิบายไว้ดังต่อไปนี้

1. โรงเพาะฟัก เป็นสถานที่ที่นำแม่กุ้งทั้งหมดมาทำการเพาะฟักเพื่อผลิตลูกกุ้ง จำนวนของโรงเพาะฟักจะขึ้นอยู่กับความต้องการลูกกุ้งในขณะนั้น หากเป็นช่วงที่การเลี้ยงกุ้งได้ผลผลิตดี มีการขยายการเลี้ยงกันมากขึ้น ก็จะมีจำนวนโรงเพาะฟักกระจายอยู่ทั่วไปในจังหวัดต่าง ๆ แต่หากสถานการณ์การเลี้ยงกุ้งซบเซาลง จำนวนโรงเพาะฟักก็จะลดจำนวนลงตามไปด้วย

2. ฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกราม เป็นสถานที่เลี้ยงกุ้งที่กระจายอยู่ในภาคต่าง ๆ ของประเทศ โดยนำลูกกุ้งจากโรงเพาะฟักมาเลี้ยง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นฟาร์มเลี้ยงขนาดเล็ก มีจำนวนบ่อเลี้ยง 1-4 บ่อ ส่วนฟาร์มเลี้ยงขนาดใหญ่ที่มีจำนวนบ่อเลี้ยงมากกว่า 40 บ่อ ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนน้อย ฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามจะเป็นส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจอื่นในโครงสร้างอุตสาหกรรมมาก ไม่ว่าจะเป็น

ธุรกิจโรงเพาะฟักพันธุ์กุ้ง ธุรกิจอาหารกุ้ง ธุรกิจขายเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ในการเลี้ยงสัตว์น้ำ แรงงานจับกุ้ง พ่อค้าคนกลาง เป็นต้น ดังนั้นหากฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามสามารถสร้างผลผลิต และทำกำไรได้ดี ก็จะส่งผลที่ดีต่อธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยเช่นกัน

3. แพจับกุ้ง หรือตลาดกลาง เมื่อเลี้ยงกุ้งก้ามกรามได้ขนาดตามที่ตลาดต้องการ แล้วเกษตรกรก็จะจับกุ้งเพื่อนำไปขาย โดยรูปแบบการขายมีหลายรูปแบบทั้งการประมูลขายที่ปากบ่อ การนำมาขายที่แพจับกุ้ง หรือตลาดกลาง เป็นต้น

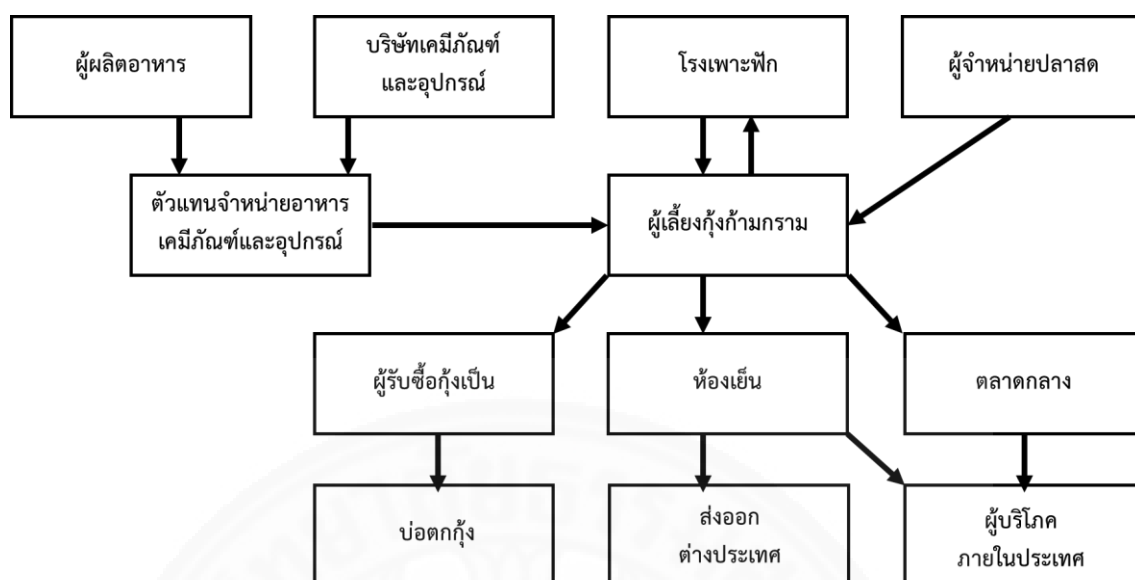
4. โรงงานแปรรูปหรือห้องเย็น เป็นสถานที่แปรรูปเพื่อการบริโภคส่วนหนึ่ง และเพื่อการส่งออกส่วนหนึ่ง โดยผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกประกอบไปด้วยกุ้งก้ามกรามสดแช่เย็น กุ้งก้ามกรามสดแช่แข็ง และกุ้งก้ามกรามแปรรูปพร้อมบริโภค

5. ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ในการเพาะเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ได้แก่

5.1 บริษัทผู้ผลิตอาหารกุ้ง สำหรับอุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนาอาหารที่ใช้จะเป็นอาหารแบบสำเร็จรูปเกือบทั้งหมด เมื่อเกษตรกรมีการเลี้ยงกุ้งเพิ่มมากขึ้น บริษัทผลิตอาหารที่ขึ้นทะเบียนกับกรมประมงก็มีจำนวนมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตอาหารนั้นก็มีเป็นจำนวนมาก เริ่มตั้งแต่คนงานที่ทำงานในโรงงานจนถึงนักวิชาการที่ทำการตรวจสอบวัตถุดิบ คุณค่าทางโภชนาการ และการส่งเสริมการขายในแหล่งเลี้ยงกุ้ง

5.2 ผู้ค้าปัจจัยการผลิต คือบริษัทต่าง ๆ ที่ทำการผลิตและจำหน่ายวัสดุ อุปกรณ์ และเคมีภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการเพาะพันธุ์ลูกกุ้งจนถึงกุ้งที่ขนาดใหญ่พร้อมขาย โดยมีทั้งบริษัทที่เป็นสมาชิกของสมาคมการค้าปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำไทย และบริษัทที่ไม่ได้เป็นสมาชิกซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทที่เป็นขนาดเล็ก (สมาคมการค้าปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำไทย, อ้างถึงใน คณะประมง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ม.ป.ป.)

5.3 บริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการเลี้ยงกุ้งแบบพัฒนาจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพในการทำงานสูง เช่น เครื่องตีน้ำแบบยาว ทุ่นวางใบพัดตีน้ำ กล่องเกียร์ เครื่องสูบน้ำในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับขนาดของฟาร์ม เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทเหล่านี้ก็จะต้องมีพนักงานผู้ออกแบบ และพนักงานที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมากหากการเลี้ยงกุ้งเป็นไปได้ดี



ภาพที่ 2.1 แสดงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการเพาะเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของประเทศไทย
ที่มา: คณะประมง, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ (Five-Force Model)

ปัจจัยแรงกดดัน 5 ประการ (Five-Force Model) ที่ส่งผลต่อสภาวะการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมเป็นแนวคิดของ Michael E. Porter โดย มณีรัตน์ สุวรรณวารี (2555) ได้อธิบายไว้ว่า ในการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ความรุนแรงในการแข่งขันและอิทธิพลอันเกิดขึ้นจากการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่องค์กรนั้นอยู่ หากปัจจัยแรงกดดันทั้ง 5 ประการ มีความเข้มแข็ง ก็จะแสดงถึงโอกาสในการได้กำไรของธุรกิจ在该อุตสาหกรรมนั้น ๆ ทั้งนี้สภาวะอุตสาหกรรมมักมีการพัฒนาอยู่เสมอ ปัจจัยแรงกดดันทั้ง 5 ประการนี้จึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้เช่นกัน โดยองค์กรจะต้องหาตำแหน่งในอุตสาหกรรมที่จะสามารถมีอิทธิพลเหนือปัจจัยแรงกดดันทั้ง 5 ประการ เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งซึ่งประกอบไปด้วย

1. ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งใหม่ (Threat of New Entrants)
คู่แข่งใหม่ หมายถึงองค์กรธุรกิจอื่นที่ในขณะนั้นอยู่ภายนอกอุตสาหกรรมแต่มีแนวโน้มที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรม ซึ่งตามปกติองค์กรเดิมที่อยู่ในอุตสาหกรรมจะพยายามกีดกันการเข้ามาของคู่แข่งใหม่ เนื่องจากองค์กรใหม่ ๆ ที่เข้ามาจะส่งผลต่อสภาวะการแข่งขัน ต้องการส่วนแบ่งทางการตลาด อันส่งผลกระทบต่อองค์กรเดิมที่อยู่ในอุตสาหกรรมนั้น ๆ โดยปัจจัย 2 ประการที่สำคัญในการพิจารณาการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งใหม่ ได้แก่ ต้นทุนในการเข้าสู่อุตสาหกรรมและการได้ตอบจากองค์กรธุรกิจเดิม

2. ความรุนแรงของสภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry Among Existing Competitors) สภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจจะมีความรุนแรงมากขึ้นเมื่อองค์กรใดองค์กรหนึ่งในอุตสาหกรรมสามารถสร้างช่องทางในการสร้างผลกำไรให้กับองค์กรที่มากขึ้นได้ หรือถูกกระทำจากองค์กรอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น การลดราคาสินค้า การแนะนำสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด การเพิ่มบริการหลังการขายให้กับลูกค้า หรือการต่อสู้ด้านอื่น ๆ ทางการตลาด เป็นต้น แต่ถ้าในอุตสาหกรรมมีสภาวะการแข่งขันที่ไม่รุนแรงก็มีโอกาสที่องค์กรธุรกิจจะขึ้นราคาสินค้าและบริการเพื่อให้องค์กรได้กำไรที่มากขึ้นก็มีมากขึ้น

3. การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ (Threat of Substitutes) ในอุตสาหกรรมหนึ่งอาจมีการแข่งขันทางธุรกิจกับอุตสาหกรรมอื่นที่สามารถผลิตสินค้าที่มีลักษณะสามารถทดแทนกันได้ โดยอาจจะเป็นสินค้าคนละชนิดกัน แต่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เหมือนกัน ซึ่งสินค้าทดแทนจะก่อให้เกิดข้อจำกัดของการตั้งราคาทำให้ไม่สามารถตั้งราคาที่สูงได้ เพราะอาจส่งผลให้ผู้บริโภคเปลี่ยนไปใช้สินค้าทดแทนอื่นได้ เช่น ชาเป็นสินค้าทดแทนของกาแฟ เป็นต้น ซึ่งหากค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนสินค้า (Switching Cost) ต่ำแล้วก็จะยิ่งมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมมากขึ้น ดังนั้นธุรกิจที่สามารถผลิตสินค้าที่ไม่มีสินค้าทดแทนได้ย่อมมีผลตอบแทนที่สูงกว่าเนื่องจากสามารถตั้งราคาสินค้าได้สูงโดยไม่ต้องคำนึงถึงสินค้าทดแทน

4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customers) ถ้าผู้ซื้อที่มีอำนาจในการต่อรองในการกำหนดราคาของสินค้าและบริการต่ำ หรือมีอำนาจในการต่อรองให้องค์กรธุรกิจเพิ่มคุณภาพของสินค้าและบริการให้มากขึ้นจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมด้านต้นทุนในการดำเนินงานที่สูงขึ้น ในขณะที่หากผู้ซื้อไม่มีอำนาจในการต่อรองย่อมเปิดโอกาสให้องค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมสามารถขึ้นราคาสินค้าและบริการได้โดยง่าย ดังนั้นการที่ผู้ซื้อจะมีอำนาจในการต่อรองมากหรือน้อยจึงขึ้นอยู่กับอำนาจการต่อรองที่ผู้ซื้อมีต่อองค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรม

5. อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers) ผู้ขายวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมจะสามารถกำหนดราคาวัตถุดิบที่สูงหรือต่ำได้ รวมไปถึงการเพิ่มหรือลดคุณภาพสินค้าลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนและผลกำไรขององค์กรธุรกิจนั้น ๆ ในทางกลับกันหากผู้ขายวัตถุดิบมีอำนาจในการต่อรองต่ำก็ส่งผลให้ถูกกดราคาและเรียกร้องสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้นจากผู้ซื้อ

2.1.3 ทฤษฎีองค์การและการจัดการเชิงกลยุทธ์ขั้นสูง (SWOT Analysis)

เอกวิanit พรหมรักษา (2555) ได้อธิบายเกี่ยวกับแนวคิด SWOT ว่าเป็นแนวคิดของ Albert Humphrey ซึ่งใช้ในการวิเคราะห์สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอกองค์กร เป็นการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งจะทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่

เกิดขึ้นภายในองค์กรและแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงผลกระทบต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งองค์ประกอบของ SWOT ประกอบด้วย ดังนี้

S มาจาก Strengths หมายถึง จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร เช่น จุดแข็งด้านการผลิต จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล เป็นต้น โดยองค์กรจะต้องนำจุดแข็งนี้ไปเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์

W มาจาก Weak หมายถึง จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรต้องหาวิธีในการแก้ไข

O มาจาก Opportunities หมายถึง โอกาส เป็นสิ่งที่สภาพแวดล้อมภายนอกเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร เช่น การเมือง กฎหมาย ค่าเงินบาท คู่แข่ง เป็นต้น

T มาจาก Threats หมายถึง อุปสรรคหรือข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งการจำแนกทั้งโอกาสและอุปสรรคเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากสามารถเกิดการเปลี่ยนแปลงได้อยู่เสมอหรือบางสถานการณ์โอกาสอาจกลับกลายเป็นอุปสรรคได้ เช่น คู่แข่ง ค่าเงินบาท เป็นต้น

การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมปัจจัยในเรื่องของจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ทำให้องค์กรสามารถกำหนดเป้าหมาย สร้างจุดแข็ง และแสวงหาประโยชน์ต่าง ๆ จากสภาพแวดล้อมภายนอกได้อย่างเหมาะสม รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเอาชนะอุปสรรคและแก้ไขจุดอ่อนขององค์กรด้วยเช่นกัน ดังนั้นสำหรับการใช้ SWOT วิเคราะห์สถานการณ์จะทำให้องค์กรสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงแนวคิดในการวางแผนงานเพื่อสร้างโอกาสในการสำเร็จให้มากยิ่งขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องประเมินความสามารถหลักขององค์กร และปัจจัยหลัก (Key Success Factors) ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานให้ถูกต้อง โดยภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้น จะต้องวิเคราะห์สถานการณ์ภายในและภายนอกองค์กร โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร จะเกี่ยวข้องกับการพิจารณาทรัพยากรภายในองค์กรในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อน ทั้งในด้านโครงสร้าง ระเบียบวิธีการปฏิบัติงาน บรรยากาศการทำงานและทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึงการพิจารณาการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมาเพื่อให้เกิดความเข้าใจในสถานการณ์มากยิ่งขึ้นด้วย

- จุดแข็ง (Strengths) วิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรว่าปัจจัยใดสร้างข้อได้เปรียบและสามารถนำมาพัฒนาองค์กรได้

- จุดอ่อน (Weak) วิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรว่าปัจจัยใดเป็นข้อเสียเปรียบหรือจุดด้อยที่องค์กรควรจะปรับปรุงหรือขจัดให้หมดไป

2. การประเมินสถานการณ์ภายนอกองค์กร เพื่อค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการดำเนินงานขององค์กรที่ได้รับผลจากสถานการณ์ภายนอก เช่น อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ นโยบาย สภาพแวดล้อมทางสังคม (ระดับการศึกษา การตั้งถิ่นฐาน ลักษณะชุมชน ค่านิยม

ความเชื่อ) สภาพแวดล้อมทางการเมือง (พระราชบัญญัติ มติคณะรัฐมนตรี พระราชกฤษฎีกา) และ สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีการพัฒนาการทางด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นต้น

- โอกาส (Opportunities) วิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกใดที่สามารถสร้าง ประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อองค์กร รวมถึงสามารถนำมาเสริมสร้างให้องค์กรมีความเข้มแข็ง เพิ่มมากขึ้นได้

- อุปสรรค (Threats) วิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกใดที่ส่งผลกระทบและ สร้างความเสียหายต่อองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรควรที่จะหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพ องค์กรให้สามารถเผชิญกับแรงกระทบได้

3. ระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อม เพื่อนำจุดแข็งและจุดอ่อน ภายในองค์กรมาเปรียบเทียบกับโอกาสและอุปสรรคจากภายนอกองค์กร โดยการวิเคราะห์จะอยู่ใน สถานการณ์ 4 รูปแบบดังนี้

- สถานการณ์ จุดแข็ง : โอกาส เป็นสถานการณ์ที่ผู้บริหารขององค์กรควรจะ กำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาใช้พร้อมกับการฉกฉวย โอกาสต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ขององค์กร

- สถานการณ์ จุดอ่อน : อุปสรรค ทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับองค์กรใน สถานการณ์นี้คือการตั้งรับและการป้องกัน (Defensive Strategy) เพื่อการหลีกเลี่ยงอุปสรรคต่าง ๆ ที่ จะเกิดขึ้นและลดการสูญเสียให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด

- สถานการณ์ จุดอ่อน : โอกาส องค์กรควรเลือกกลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround Oriented) เพื่อจัดการกับจุดอ่อนภายในต่าง ๆ พร้อมกับการฉกฉวยโอกาสต่าง ๆ ที่เข้ามา

- สถานการณ์ จุดแข็ง : อุปสรรค องค์กรควรเลือกกลยุทธ์การแตกตัวหรือ การขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีอยู่ในการสร้าง โอกาสในระยะยาวด้านอื่น ๆ แทน

2.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

2.2.1 ความหมายของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เป็นแนวคิดหนึ่งของ Porter ที่ต้องการสร้าง ความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness) ให้กับองค์กร เป็นกระบวนการในการจัดการ กิจกรรมที่เปลี่ยนปัจจัยนำเข้า (Input) ให้เป็นผลผลิต (Output) โดยเป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกัน ทั้งภายในและภายนอกองค์กร กล่าวคือ เมื่อดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง กิจกรรมนั้นจะมี ผลกระทบต่อต้นทุนหรือประสิทธิภาพของกิจกรรมอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงกันอยู่ด้วย ดังนั้นเพื่อให้มั่นใจว่า

กิจกรรมโดยรวมสามารถสร้างประโยชน์ได้สูงสุด จึงจำเป็นต้องมีการเปรียบเทียบ (Trade-off) การทำงานของแต่ละกิจกรรม เพื่อเป้าหมายในประสิทธิภาพการผลิตหรือการให้บริการแก่ลูกค้า (บุรณะศักดิ์ มาดหมาย, 2552)

2.2.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)

ตามแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของ Porter ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ การแปรรูป ตลอดจนกระบวนการในการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้า ซึ่งมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร และสร้างความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจ ด้วยการวิเคราะห์คุณค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนของกิจกรรม และสามารถวัดผลได้จากการพิจารณาของผู้บริโภคในการยินยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการมาน้อยเพียงใด ซึ่งโดยทั่วไปกิจกรรมของแต่ละองค์กรจะมีความหลากหลาย แต่ Porter ได้จำแนกกิจกรรมในองค์กรออกเป็น 2 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยกิจกรรมทุกประเภทมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการขององค์กร ดังนี้

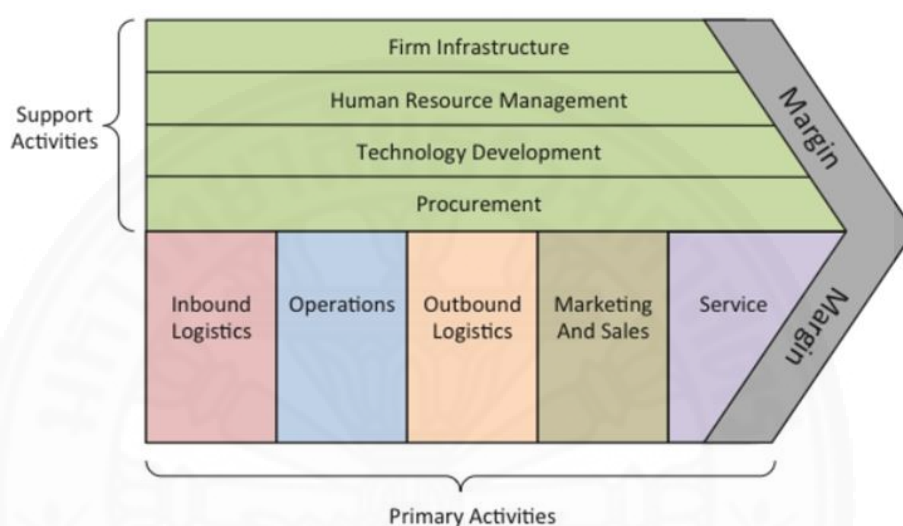
1. กิจกรรมหลัก (Primary Activities) ซึ่งประกอบด้วย 5 กิจกรรม เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการ การตลาดและขนส่งสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค ได้แก่

- โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับสินค้า การจัดเก็บ และการแจกจ่ายวัตถุดิบ
- การปฏิบัติการ (Operations) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือการแปรรูปวัตถุดิบ หรือเรียกว่าขั้นตอนของการผลิต เพื่อให้วัตถุดิบแปรรูปออกมาเป็นสินค้าและบริการ
- โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดเก็บ รวบรวม ส่งมอบ จัดจำหน่ายสินค้าและบริการไปยังลูกค้า
- การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) เป็นกิจกรรมที่จำแนกความต้องการของลูกค้าเพื่อการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ
- การบริการ (Customer Services) เป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า ตลอดจนการบริการหลังการขาย

2. กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมกิจกรรมหลัก ได้แก่

- การจัดซื้อ/จัดหา (Procurement) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดหาทรัพยากร (Input) เพื่อมาใช้ในการกิจกรรมหลัก
- การวิจัยและพัฒนา (Technology Development) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มความสามารถเหนือคู่แข่ง และเพิ่มคุณค่าสินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต

- การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสรรหา คัดเลือก พัฒนา ประเมินผล ฝึกอบรม การจ่ายค่าตอบแทน และแรงงาน
- โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure) เป็นปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร



ภาพที่ 2.2 แสดงการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

ที่มา <http://www.businesssetfree.com/porters-value-chain/>

การเชื่อมโยงของแต่ละกิจกรรมย่อมทำให้ทราบถึงแหล่งที่มาของการสร้างคุณค่าในกระบวนการนั้น ๆ และเป็นส่วนหนึ่งที่ใช้สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทำให้สามารถสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ขององค์กรได้ ตามแบบจำลองห่วงโซ่คุณค่าของ Porter ได้แสดงถึงผลกำไร (Profit Margin) ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานโดยขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรมผลิตส่วนใหญ่จะมีการร่วมมือกันระหว่างองค์กรในแบบของอุตสาหกรรมต้นน้ำไปยังอุตสาหกรรมปลายน้ำ เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มและส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้า ดังนั้นแนวคิดนี้จึงเป็นการเพิ่มความได้เปรียบเชิงการแข่งขันขององค์กรภายใต้กรอบของกลยุทธ์การแข่งขันที่องค์กรยึดถือ โดยมุ่งลดต้นทุน (Cost Leadership) และสร้างความแตกต่าง (Differentiation) (เอกกมล เอี่ยมศรี, 2555)

2.2.3 บทบาทการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

ห่วงโซ่คุณค่าเป็นการเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมภายในองค์กรและภายนอกองค์กรตั้งแต่ระดับต้นน้ำและปลายน้ำ รวมถึงลูกค้าปลายทาง การพัฒนาความได้เปรียบทางการ

แข่งขันจึงไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะภายในองค์กร แต่ต้องเป็นการเชื่อมโยงกันตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า เช่น การใช้กลยุทธ์ด้านราคาด้วยการสั่งซื้อปัจจัยนำเข้าที่เสนอราคาต่ำ (Low Cost Suppliers) และใช้ผู้กระจายสินค้าที่มีต้นทุนการขนส่งต่ำ (Low Cost Distributors) เพื่อให้องค์กรสามารถแข่งขันได้ด้วยระดับราคา ซึ่งจะเห็นได้ว่า องค์กรเป็นเพียงส่วนหนึ่งของห่วงโซ่คุณค่าที่มุ่งเพิ่มคุณค่าให้กับกระบวนการ ดังนั้นการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าจึงทำให้องค์กรเข้าใจถึงปัจจัยที่สามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันได้ เช่น ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel) ความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) เป็นต้น อีกทั้งยังสามารถจำแนกปัญหาหรือความสูญเปล่าที่เกิดขึ้น เช่น ปัญหาคอขวด เป็นต้น เพื่อให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

2.2.4 ขอบเขตสำหรับการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่ามีขอบเขตที่ครอบคลุม ดังนี้

1. วิเคราะห์การเชื่อมโยงทางแนวนราบ (Horizontal Linkage Analysis) เน้นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยธุรกิจ (Analyzing Business Unit Interrelationships) เพื่อกำหนดกลยุทธ์แนวนราบ (Horizontal Analysis) โดยเป็นการร่วมกันระหว่างหน่วยธุรกิจในการจัดหาจัดซื้อวัสดุร่วมระหว่างหน่วยธุรกิจเพื่อลดต้นทุนการจัดซื้อ แต่หากองค์กรไม่มีความพร้อมในโครงสร้างพื้นฐานหรือระบบสนับสนุน การเชื่อมโยงเช่นนี้อาจส่งผลให้เกิดต้นทุนจากการประสานความร่วมมือ (Cost of Coordination) และความล่าช้าในการดำเนินการ ดังนั้นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์จึงเป็นแนวทางเลือกในการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ดังกล่าว

2. วิเคราะห์การเชื่อมโยงตามแนวตั้ง (Vertical Linkage Analysis) เน้นการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันด้วยการเชื่อมโยงกิจกรรมที่สร้างคุณค่าเพิ่มระหว่างองค์กรกับธุรกิจต้นน้ำและปลายน้ำ ดังนั้นการวิเคราะห์จึงเป็นการประเมินประสิทธิผลด้วยผลตอบแทนตลอดห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรม (Industry's Value Chain) เช่น ต้นทุนแลผลผลิตในแต่ละกระบวนการ เป็นต้น รวมไปถึงการวิเคราะห์ความสามารถหลักของธุรกิจ (Core Competency Analysis) ด้วยการศึกษาถึงจุดอ่อนและจุดแข็งของแต่ละกิจกรรมโดยวัดจากต้นทุนการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม และความสามารถในการสร้างความแตกต่าง (Ability to Differentiate) เพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมที่องค์กรควรจะทำเองหรือควรจ้างการดำเนินการจากภายนอก (Outsourcing) เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินการลงซึ่งอาจจะก่อให้เกิดการเพิ่มการรับรู้ให้กับลูกค้า (Customer-Perceived Value) จากการร่วมมือกันระหว่างองค์กรตั้งแต่ระดับต้นน้ำและปลายน้ำ

3. วิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรม (Industry Structure Analysis) เป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรในระดับอุตสาหกรรม โดยใช้แบบจำลอง Porter's Five Force ซึ่งประกอบไปด้วย

- อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

- อำนาจการต่อรองของผู้ส่งมอบ (Bargaining Power of Suppliers)
- ภัยคุกคามจากสินค้า / บริการที่สามารถทดแทนได้ (Threat of Substitute Products / Services)
- ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ที่มีศักยภาพ (Threat of New Entrants)
- การแข่งขันระหว่างธุรกิจในอุตสาหกรรม (Intensity of Rivalry)

สำหรับปัจจัยและแรงผลักดันมีผลกระทบต่อการแข่งขันนั้น เพื่อตอบสนองต่อแรงดังกล่าวสามารถพัฒนาให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันได้จากกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) เพื่อการนำเสนอสินค้าและบริการที่เหนือคู่แข่ง โดยมุ่งสร้างสรรค์นวัตกรรม พัฒนาระบบการเพื่อนำสินค้าและบริการออกสู่ตลาดและตอบสนองความต้องการให้ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และกลยุทธ์ผู้นำต้นทุน (Cost Leadership Strategy) ด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งด้วยการมุ่งปรับปรุงและควบคุมต้นทุน

4. วิเคราะห์การแบ่งส่วน (Segmentation Analysis) โดยวิเคราะห์ลักษณะโครงสร้างของแต่ละส่วนอุตสาหกรรม (Industry Segments) เพื่อทราบถึงความได้เปรียบ / เสียเปรียบในแต่ละส่วน และนำผลมาเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจในการเข้า / ออกหรือการปรับสัดส่วนการลงทุน และกำหนดกลยุทธ์สำหรับการแข่งขันต่อไป (โกศล ดีศีลธรรม, 2548, น. 64-71)

2.3 แนวคิดทางการตลาดเกษตร

2.3.1 ความหมายของตลาด

การตลาด (Marketing) คือ “การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้ทางธุรกิจที่มีผลให้เกิดการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการนั้น ๆ ให้ได้รับความพอใจ ขณะเดียวกันก็บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ” ซึ่งการที่ผู้ผลิตแต่ละรายจะสามารถขายสินค้าในตลาดได้อย่างยั่งยืนนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับ การซื้อขายสินค้าหรือบริการและผลตอบแทนที่ผู้ผลิตได้รับตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้มีตลาดเกิดขึ้นนั้นคือ การโอนเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการ (Ownership Transfers) และตัวสินค้าและตลาดที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ (Product-Market Interrelationship) ซึ่งถ้าขาดองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งไปจะไม่นับว่าเป็นการซื้อขายและถือว่าไม่มีการตลาดเกิดขึ้น (สุดาตวง เรืองรุจิระ, 2543, น. 2-3)

การตลาดสินค้าเกษตร (Agricultural Products Marketing) คือ “กิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจที่ทำให้ผลผลิตทางเกษตรกรรมและการบริการ โยกย้ายผ่านมือจากเกษตรกรจนถึงมือผู้บริโภค คนสุดท้ายในลักษณะของสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการในเวลาและในสถานที่ที่ถูกต้องตลอดจนในระดับ

ราคาที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายเพื่อให้ได้สินค้านั้น ๆ มา” โดยกิจกรรมทางการตลาดของสินค้าเกษตรอาจแบ่งได้ทั้งหมด 6 ขั้นตอน ได้แก่

1. การผลิต (Production) เป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดผลผลิตทางการเกษตร โดยใช้ปัจจัยการผลิตได้แก่ ทุน ที่ดิน แรงงาน พันธุ์พืช ฯลฯ

2. การรวบรวม (Assembly) เกษตรกรจะเป็นผู้รวบรวมผลผลิตหลังจากเก็บเกี่ยวมาขายให้กับพ่อค้าคนกลางหรือพ่อค้าคนกลางอาจจะเป็นผู้ที่เข้าไปซื้อผลผลิตจากเกษตรกรเองโดยตรง

3. การแปรรูป (Processing) เป็นการนำผลผลิตไปผ่านกรรมวิธีจะเกิดเป็นสินค้าชนิดใหม่ เช่น การนำเงาะสดมาผ่านกรรมวิธีกลายเป็นเงาะกระป๋อง โดยจะสามารถเก็บไว้รับประทานได้นานมากยิ่งขึ้น

4. การขายส่ง (Wholesaling) เป็นการนำผลผลิตที่รวบรวมจากแหล่งผลิตไปขายต่อคนกลาง (พ่อค้าปลีก) ซึ่งจะสะดวกต่อเกษตรกรในการกระจายผลผลิตได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

5. การขายปลีก (Retailing) เป็นการขายสินค้าต่อให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่อนำไปบริโภค

6. การบริโภค เป็นความต้องการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่ง ถ้าผลผลิตมีการบริโภคกันเป็นจำนวนมากความต้องการในผลผลิตก็จะมาไปด้วย

สินค้าเกษตรแต่ละชนิดไม่จำเป็นจะต้องผ่านขั้นตอนของกิจกรรมทางการตลาดของสินค้าเกษตรครบทุกขั้นตอน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และ ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา, ม.ป.ป., น. 1-3)

2.3.2 ระดับของตลาดสินค้าเกษตร

การตลาดเกิดขึ้นจากผู้ซื้อและผู้ขายที่มีความเสรีมาทำกิจกรรมซื้อขายกัน โดยอาจมีสถานที่หรือไม่มีก็ได้ มีรูปแบบการขายที่แน่นอนหรือไม่ก็ได้ เพื่อทราบถึงจำนวนพ่อค้าคนกลางในตลาดและปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จึงแบ่งสินค้าเกษตรออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. ตลาดผู้รวบรวมในท้องถิ่น (Local Assembly Market) มีพ่อค้าเป็นผู้รวบรวมขั้นต้นในท้องถิ่นเรียกว่า ผู้รวบรวมท้องถิ่น (Local Assemblers) ซึ่งมักจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีเงินทุนจำนวนน้อย อยู่ใกล้แหล่งผลิตและทำธุรกิจโดยตรงกับเกษตรกรหรือผู้ผลิต ในตลาดระดับนี้ประกอบไปด้วยคนกลางหลายประเภท เช่น พ่อค้าอิสระขนาดเล็ก นายหน้า โรงงานขนาดเล็ก หรือเป็นเกษตรกรเป็นต้น โดยผู้รวบรวมท้องถิ่นเหล่านี้จะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของกำไรซึ่งขึ้นอยู่กับการเจรจาตกลงกันระหว่างพ่อค้าผู้รวบรวมส่ง หรือพ่อค้าขายปลีก

2. ตลาดกลางหรือผู้รวบรวมในจังหวัด (Assembly Market or Central Markets) มักจะอยู่ในจุดที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง โดยจะรับซื้อผลผลิตจากผู้รวบรวมท้องถิ่นหรือจาก

เกษตรกรโดยตรง จะดำเนินธุรกิจโดยการรวบรวมสินค้าหลาย ๆ ชนิดส่งต่อไปยังกรุงเทพฯ จึงต้องมีโกดังสินค้าในการเก็บสินค้า และมีความชำนาญในเรื่องราคาสินค้าแต่ละชนิด คนกลางในตลาดระดับนี้มีหลายประเภท เช่น สหกรณ์ พ่อค้าขนาดเล็กและขนาดใหญ่ นายหน้า โรงงานขนาดเล็กและขนาดใหญ่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการให้สินเชื่อแก่เกษตรกรและพ่อค้าท้องถิ่น ตลาดระดับนี้จึงถือเป็นตัวแทนที่สำคัญในการรับซื้อสินค้า

3. ตลาดปลายทาง (Terminal Market) เป็นตลาดขนาดใหญ่ที่เป็นทั้งผู้ขายภายในประเทศและผู้ส่งสินค้าออกต่างประเทศ โดยจะเป็นผู้รวบรวมผลผลิตทางการเกษตรจากตลาดกลางเพื่อนำผลผลิตไปแปรรูปและจัดมาตรฐานสินค้าจากนั้นจึงส่งออกจำหน่ายต่อผู้บริโภค โดยส่วนหนึ่งจะส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ พ่อค้าในตลาดประเภทนี้ประกอบด้วย ผู้ขายส่ง ผู้ส่งออก ผู้ขายปลีก ตัวแทนหรือนายหน้า เป็นต้น ซึ่งจะเป็นผู้นำทางด้านราคา (Price Leader) เป็นผู้กำหนดราคาและส่งข่าวสารไปยังตลาดกลาง ดังนั้นพ่อค้าในตลาดนี้จึงมีอำนาจและมีผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

ระดับของตลาดจะทำให้ทราบว่าพ่อค้าคนกลางในตลาดสินค้าเกษตรมากน้อยเพียงใดและมีปัญหาอะไรบ้าง เพราะการมีพ่อค้าคนกลางในตลาดมากจนเกินไปอาจทำให้ต้นทุนแพงสูง อาจต้องลดจำนวนพ่อค้าคนกลางออกเพื่อให้เกษตรกรได้รับประโยชน์มากขึ้น (พิทักษ์สิทธิ์ ฉายะภูดี, 2527, น. 110-112)

2.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตร

การจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรมีความซับซ้อนและต้องการคนกลางในการจำหน่ายประเภทผู้ค้าส่งมากกว่าอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ โดยผู้ค้าส่งจะต้องรวบรวมสินค้าเกษตรจากผู้ผลิตในแต่ละราย แล้วจำหน่ายให้กับผู้ค้าส่งอีกกลุ่มหนึ่งเพื่อกระจายผลผลิตไปยังผู้บริโภคต่อไป ซึ่งระบบการจัดจำหน่ายสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. จำหน่ายพ่อค้าส่งท้องถิ่น มักเป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่การผลิต หรือเป็นสหกรณ์ผู้ซื้อที่รวบรวมซื้อผลผลิตจากเกษตรกรเพื่อส่งต่อผลผลิตไปครั้งละมาก ๆ เพื่อให้เกษตรกรได้มีโอกาสจำหน่ายผลผลิตของตน

2. จำหน่ายตลาดกลาง โดยตลาดกลางจะเป็นผู้รับซื้อผลผลิตจากตลาดพ่อค้าท้องถิ่น เพื่อส่งจำหน่ายต่อยังโรงงานในแหล่งเดียวกันหรือแหล่งใกล้เคียง และแบ่งส่วนหนึ่งขายส่งยังผู้ค้าปลีก ซึ่ง ศุภชัย นิลาวณิช (2543: 99-103) อธิบายเกี่ยวกับตลาดกลางสำหรับการจำหน่ายสัตว์น้ำว่า ช่องทางนี้ถือเป็นช่องทางการจำหน่ายที่สำคัญต่อเกษตรกรรายย่อย โดยสำหรับการซื้อขายสัตว์น้ำแล้วตลาดมหาชัยถือเป็นตลาดกลางที่มีความสำคัญแห่งหนึ่ง ซึ่งจะประกอบไปด้วยแพรับซื้อสัตว์น้ำจำนวนมาก ทำหน้าที่เป็นเหมือนตัวกลางในการประสานงานระหว่างเกษตรกรและโรงงานแปรรูปหรือธุรกิจส่งออก โดยราคาการซื้อขายจะขึ้นลงตามราคาของตลาดและการส่งออก ถ้าผลผลิตเป็นที่

ต้องการของตลาดมากแต่สินค้ากลับมีจำนวนน้อยราคาก็จะปรับสูงขึ้น ในทางตรงกันข้ามถ้าผลผลิตมีเป็นจำนวนมากราคาก็จะปรับลงเช่นกัน

3. จำหน่ายผลผลิตการเกษตรเพื่อการบริโภคโดยตรง

3.1 จำหน่ายผ่านคนกลาง เช่น พ่อค้าส่งที่ทำหน้าที่รวบรวม ผู้รับประมูล ราคา นายหน้า โดยคนกลางเหล่านี้จะทำหน้าที่จำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภคซึ่งคนกลางเหล่านี้จะไม่มีกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้าเลย แต่เป็นเพียงผู้ที่ทำหน้าที่ส่งผ่านให้สินค้าจากผู้ผลิตเคลื่อนไปยังผู้บริโภคเท่านั้น

3.2 จำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เกษตรกรบางส่วนขายผลผลิตโดยตรงแก่ผู้บริโภค พ่อค้าปลีก หรือผู้นำไปใช้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร แต่อย่างไรก็ตามวิธีการจำหน่ายนี้แม้จะทำให้เกษตรกรไม่ถูกกดราคาจากคนกลางแต่ก็ทำให้มีความใช้จ่ายที่สูงมากขึ้น เช่น ค่าขนส่ง เป็นต้น และยังมีความเสี่ยงต่อวิธีการที่ไม่มีประสิทธิภาพ (สุมนา อยู่โพธิ์, 2524, น. 345-346)

4. จำหน่ายโดยการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Contract Farming) พัทธ์สิทธิ์ ฉายะภูดี (2527, น. 117-118) เป็นการค้าที่มีการทำข้อตกลงการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าจำนวนหนึ่งไว้เพื่อการส่งมอบในอนาคต โดยกำหนดมาตรฐานคุณภาพสินค้าที่จะต้องส่งมอบตามราคาที่ตกลงไว้ กำหนดเวลาส่งมอบและกำหนดสถานที่ส่งมอบ โดยสำหรับการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าในสินค้าเกษตรประเภทสัตว์น้ำ (กุ้ง) นั้น ธนากรแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ (2552, น. 46-47) จะทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าระหว่างเกษตรกรผู้เลี้ยงกับโรงงาน โดยมีการศึกษาลักษณะการเลี้ยง ความสามารถในการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตตามความต้องการของลูกค้า โรงงานจะต้องมีคำสั่งซื้อจากต่างประเทศเพื่อรองรับการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า โดยจะกำหนดเงื่อนไขการรับซื้อและตกลงราคาขายล่วงหน้า ซึ่งราคาขายจะมีอยู่ 2 รูปแบบ ได้แก่ Fixed price และ Market price รวมถึงกำหนดมาตรฐานคุณภาพสินค้าที่ต้องการ บางครั้งอาจจะมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่ปากบ่อ ทั้งนี้การทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากับโรงงานเกษตรกรควรรวมตัวกันเป็นกลุ่มสหกรณ์ เนื่องจากคำสั่งซื้อจากโรงงานแปรรูปและตลาดส่งออกมีเป็นจำนวนมาก ในกรณีเกิดปัญหาเกี่ยวกับผลผลิตสมาชิกในกลุ่มสหกรณ์จะสามารถนำผลผลิตมาจำหน่ายทดแทนกันได้ การทำกลยุทธ์ในตลาดเช่นนี้เกษตรกรจะต้องเป็นผู้เลี้ยงกุ้งที่อยู่ในฟาร์มของบริษัท หรือเป็นกลุ่มที่มีการทำสัญญาซื้อขายโดยตรงกับบริษัท

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ที่ใช้รูปแบบของการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Contract Farming) เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการเลี้ยงสัตว์ให้กับเกษตรกร คุยกับซี.พี. (2557) โดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

4.1 รูปแบบการประกันรายได้ เป็นรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับเกษตรกรรายย่อยและไม่มีความรู้เรื่องการเลี้ยงสัตว์มาก่อน โดยเกษตรกรต้องเป็นผู้ลงทุนก่อสร้างโรงเรือนและใช้อุปกรณ์ในการเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสม เป็นผู้รับผิดชอบด้านแรงงาน ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าที่เกิดขึ้น แต่ใน

ส่วนของพันธุ์สัตว์ อาหารสัตว์และวัคซีนป้องกันโรคบริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบเกษตรกรเพียงแต่เลี้ยงสัตว์ให้ได้มาตรฐานและส่งมอบให้กับบริษัท โดยจะมีการทำข้อตกลงกำหนดรายได้ที่เหมาะสม

4.2 รูปแบบการประกันราคา เหมาะสำหรับเกษตรกรขนาดกลางหรือรายใหญ่ที่มีความรู้เรื่องการเลี้ยงสัตว์เป็นอย่างดี โดยเกษตรกรต้องเป็นผู้ลงทุนก่อสร้างโรงเรือนอุปกรณ์ในการเลี้ยงสัตว์เอง รวมไปถึงปัจจัยในด้านที่เป็นทรัพย์สินหมุนเวียนทั้งหมด เช่น อาหารสัตว์ พันธุ์สัตว์ เป็นต้น เกษตรกรในกลุ่มนี้จะไม่มีความเสี่ยงในเรื่องราคาที่ผันผวน เนื่องจากมีการกำหนดราคาล่วงหน้า ทำให้เกษตรกรสามารถคำนวณต้นทุนและกำไรจากการผลิตได้

4.3 รูปแบบการประกันตลาด เหมาะสำหรับเกษตรกรรายใหญ่ที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการเลี้ยงสัตว์เป็นอย่างดีซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นฟาร์มเลี้ยงที่ไม่มีตลาดรองรับจึงทำการตกลงกับบริษัท โดยจะลงทุนและใช้เทคโนโลยีของบริษัทและยินดีซื้อพันธุ์สัตว์และอาหารสัตว์ของบริษัทในราคาขึ้นลงตามสภาวะตลาดและตกลงขายผลผลิตในราคาขึ้นลงตามสภาวะตลาดโดยบริษัทต้องรับซื้อผลผลิตทั้งหมด

2.3.4 การกำหนดราคาสินค้าเกษตร

การกำหนดราคาสินค้าเกษตรกรรมโดยส่วนใหญ่ผู้ผลิตรายย่อยมักจะไม่มียุทธวิธีในการตั้งราคา มีจำนวนผู้ซื้อจำกัดโดยเฉพาะตลาดท้องถิ่น ส่งผลให้ไม่มีการแข่งขันด้านอุปทาน (Supply) จากตลาดหนึ่งไปยังอีกตลาดหนึ่ง แต่ในบางประเทศผู้ผลิตรายย่อยอาจมียุทธวิธีในการตั้งราคาด้วยวิธีการรวมกลุ่มในรูปแบบของสหกรณ์เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าและใช้ตราเป็นเครื่องหมายเพื่อแยกความแตกต่างของสินค้า แต่สินค้าบางชนิด เช่น สินค้าปศุสัตว์ ซึ่งมักจะมีการเสื่อมเสียช้ากว่าสินค้าประเภทผักและผลไม้จึงมักถูกกำหนดราคาโดยตลาดกลาง

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเศรษฐกิจการผลิตการตลาดกึ่งกึ่งกรรมของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2554) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงสถานการณ์การผลิตกึ่งกึ่งกรรม 2) ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการเลี้ยงกึ่งกึ่งกรรม 3) ศึกษาด้านการตลาด วิธีการตลาด ส่วนเหลือการตลาดและโลจิสติกส์กึ่งกึ่งกรรม 4) ศึกษารูปแบบการเลี้ยงและการจัดการที่เหมาะสม 5) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตการตลาด ตลอดจนแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาธุรกิจเลี้ยงกึ่งกึ่งกรรม โดยผลของการศึกษาพบว่าผลผลิตกึ่งกึ่งกรรมที่ได้จากการเพาะเลี้ยงในปี 2551 ลดจำนวนลงจากปี 2550 ร้อยละ 8.33 โดยมีสาเหตุมาจากต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น และลูกพันธุ์กึ่งกึ่งที่นำมาเลี้ยงมีคุณภาพต่ำ ส่วนของต้นทุนการผลิตของโรงเพาะฟักในบ่อซีเมนต์ขนาด 2 x 2 x 1 เมตร มีต้นทุนเฉลี่ยทั้งหมด 15,520 บาทต่อไร่ต่อรุ่น กำไรสุทธิเฉลี่ย 12,479.82 บาทต่อไร่ต่อรุ่น ในด้านการตลาดการขายกึ่งกึ่งกรรมพ่อค้าท้องถิ่นจะ

เป็นผู้รวบรวมกุ้งก้ามกรามจากเกษตรกรแล้วจำหน่ายให้กับพ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีก โดยร้อยละ 70 ของผลผลิตจะถูกนำไปส่งให้กับร้านอาหาร โดยส่วนเหลือมล้ำการตลาดที่แพกุ้งได้รับคือ 34.30 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนเหลือมล้ำการตลาดที่พ่อค้าขายส่งได้รับคือ 19.80 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนเหลือมล้ำการตลาดที่พ่อค้าขายปลีกได้รับคือ 33.10 บาทต่อกิโลกรัม โดยรูปแบบการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามที่เหมาะสมนั้นแบ่งออกเป็น 1) การเลี้ยงแบบมีการรวมกลุ่มกันในรูปสหกรณ์ เพื่อดำเนินกิจกรรมด้านการเลี้ยง การขาย และการซื้อปัจจัยการผลิตต่าง ๆ เพื่อให้ผลผลิตกุ้งก้ามกรามไม่ออกสู่ตลาดในช่วงเดียวกัน มากเกินไป และสามารถจัดลำดับการหมุนเวียนจับกุ้งในแต่ละฟาร์มได้อย่างสะดวก ซึ่งมีผลให้ราคากุ้ง ก้ามกรามที่ขายหน้าฟาร์มมีราคาที่ดีขึ้น 2) การเลี้ยงกุ้งก้ามกรามร่วมกับกุ้งขาวแวนนาไม เพื่อการลงทุนที่ คุ่มค่ามากขึ้นโดยอาศัยพฤติกรรมการกินอาหารที่แตกต่างกันของกุ้งทั้งสองชนิด กล่าวคือกุ้งขาวแวน นามาไมจะกินอาหารบริเวณท้องน้ำด้านบน ซึ่งเมื่อกินไม่ทันอาหารจะตกลงมาที่ก้นบ่อด้านล่าง ในขณะที่ กุ้งก้ามกรามมีพฤติกรรมการกินอาหารอยู่ที่ก้นบ่อ จึงทำให้สามารถลดปริมาณการสูญเสียปัจจัยการผลิต ลงได้ซึ่งถือเป็นการช่วยลดต้นทุนวิธีหนึ่งหากนำกุ้งทั้งสองชนิดมาเลี้ยงร่วมกัน 3) การเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ร่วมกับปลาตะเพียน พบว่าสภาพแวดล้อมในบ่อดีขึ้นเนื่องจากการว่ายน้ำของปลาจะเป็นการช่วยเพิ่ม ออกซิเจนในบ่อ รวมกับการกินอาหารที่ร่วงอยู่บริเวณก้นบ่อของกุ้งก้ามกรามจะสามารถช่วยลดปัญหา เรื่องสถานะน้ำเน่าเสียลงได้

การพัฒนาระบบลอจิสติกส์ธุรกิจกุ้งก้ามกรามในพื้นที่จังหวัดนครปฐม ของ กิตตินันท์ บุญรอด และ สมพงษ์ ธงไชย (2549) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับระบบ ลอจิสติกส์ของธุรกิจกุ้งก้ามกราม และเพื่อพัฒนาระบบลอจิสติกส์ธุรกิจสินค้ากุ้งก้ามกรามและ การสนับสนุนให้เป็นสินค้าที่สำคัญระดับประเทศ โดยผลของการศึกษาพบว่า ผลการศึกษาภายใน องค์การธุรกิจสามารถแบ่งกลุ่มการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามการ นำเข้าวัตถุดิบนำเข้ามาจากโรงเพาะฟักที่อยู่นอกเขตจังหวัดนครปฐม โดยมากที่สุดคือจังหวัดสุพรรณบุรี และรองลงมาคือจังหวัดชลบุรี ชนิดพันธุ์ส่วนใหญ่ที่ใช้เป็นสายพันธุ์ดั้งเดิม มีเพียงน้อยรายที่ใช้สายพันธุ์ ใหม่ (CPF) ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวเฉลี่ยขนาด 15 ตัวต่อกิโลกรัม มีการจัดการด้านตลาดโดยนำผลผลิตไปขาย ให้กับผู้รับซื้อเองที่ตลาดมหาชัย จะมีบางรายที่ขายตรงให้กับผู้รับซื้อที่ฟาร์มหรือการติดต่อมารับซื้อ ประมูลที่ปากบ่อ โดยการจัดส่งผลผลิตส่วนใหญ่จะจัดส่งในลักษณะของกุ้งมีชีวิต 2) ผู้ประกอบกิจการ แพรับซื้อกุ้งก้ามกราม เป็นกิจการที่คล้ายคลึงกับตลาดค้าส่ง โดยแพกุ้งแต่ละรายจะให้ราคาซื้อแก่ เกษตรกรที่ใกล้เคียงกันซึ่งเป็นไปตามกลไกของตลาด และในช่วงที่กุ้งก้ามกรามขาดตลาดก็จะมีเพียง เกษตรกรรายใหญ่ ๆ เท่านั้นที่สามารถส่งกุ้งได้ตามปริมาณและคุณภาพที่แพกุ้งต้องการ ส่วนผู้ที่มารับ ซื้อกุ้งก้ามกรามจากแพกุ้งที่มหาชัยมีทั้งพ่อค้าแม่ค้าจากตลาดสดจากทั้งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และจังหวัดที่อยู่ไกล เช่น ลพบุรี ระยอง เป็นต้น โดยจะมาซื้อเพื่อนำไปเก็บไว้ขาย 3) โรงงานแปรรูปสินค้า สัตว์น้ำกุ้งก้ามกราม จะดำเนินการแปรรูปตลอดทั้งปี ยกเว้นในกรณีที่กุ้งก้ามกรามไม่เพียงพอในการ

เป็นวัตถุดิบเพื่อการผลิต หรือไม่มีคำสั่งซื้อสินค้า โดยการนำเข้าวัตถุดิบนั้นจะนำเข้าจากฟาร์มที่ได้รับมาตรฐาน GAP เท่านั้นและต้องมีใบรับรองมาตรฐานพันธุ์กุ้ง รวมถึงใบขนย้ายด้วย ซึ่งกุ้งก้ามกรามที่นำเข้ามาร้อยละ 50 มาจากจังหวัดนครปฐม รองลงมาร้อยละ 30 มาจากจังหวัดสุพรรณบุรี โดยการดำเนินการผลิตจะเริ่มต้นจากการรับคำสั่งซื้อจากตลาดรับซื้อและส่งต่อมายังฝ่ายจัดซื้อหาวัตถุดิบในการผลิต แต่มีเงื่อนไขในการจัดส่งกุ้งคือจะต้องเป็นกุ้งมีชีวิตเพื่อคงความสด เมื่อกุ้งมาถึงโรงงานจะทำการแช่แข็งทันทีเพื่อให้กุ้งตาย แล้วจึงนำเข้าสายการผลิตต่อไป สำหรับด้านการตลาดกุ้งแช่แข็งทั้งหมดทั้ง กุ้งเด็ดหัว เนื้อกุ้งบด กุ้งผ่าหลัง และกุ้งแช่แข็งทั้งตัว ร้อยละ 95 จะถูกส่งออกจำหน่ายนอกประเทศในแถบทวีปเอเชียและออสเตรเลีย เช่น อินโดนีเซีย เกาหลี ออสเตรเลีย เป็นต้น ส่วนที่เหลือร้อยละ 5 จะจำหน่ายภายในประเทศแต่ก็ไม่ค่อยได้รับความนิยมเท่าที่ควร

ส่วนผลการศึกษาระหว่างองค์กรภายในโซ่อุปทานธุรกิจกุ้งก้ามกรามพบปัญหาที่เกิดขึ้นจริงดังนี้ 1) หน่วยงานราชการ มีปัญหาด้านขีดจำกัดในการพัฒนาธุรกิจกุ้งก้ามกราม คือ ข้อมูลและเทคนิคด้านการเพาะพันธุ์ยังขาดการเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องส่งผลให้ปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ รวมถึงแม้หน่วยงานราชการจะมีการศึกษาค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามเพื่อให้เกษตรกรได้พัฒนาวิธีการเลี้ยงแต่ปริมาณผลผลิตและคุณภาพกลับไม่เป็นที่น่าพอใจเนื่องจากเกษตรกรไม่สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับฟาร์มของตนได้อย่างเหมาะสม 2) ผู้ค้าปัจจัยการผลิต ปัญหาที่พบคือวัตถุดิบปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร โดยเฉพาะอย่างยิ่งพันธุ์กุ้งก้ามกรามที่ไม่สามารถผลิตให้เพียงพอกับความต้องการของเกษตรกรตลอดทั้งปีได้ ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรไม่สามารถวางแผนการผลิตได้ตลอดทั้งปี รวมถึงผู้ส่งออกและโรงงานแปรรูปสัตว์น้ำก็ไม่สามารถวางแผนการผลิตและการส่งออกได้เช่นกัน 3) เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกราม ปัญหาที่มีต่อแพกุ้ง คือ ต้นทุนค่าจัดส่งผลผลิตโดยรวมค่อนข้างสูงเนื่องจากจะต้องขนส่งในแบบกุ้งมีชีวิตเพราะสามารถขายได้ราคาดีกว่า แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องประสบกับความไม่แน่นอนของราคา ทำให้เกษตรกรบางรายเลือกที่จะติดต่อให้ผู้รับซื้อมาประมูลที่ปากบ่อมากกว่า ปัญหาที่มีต่อโรงงานแปรรูปกุ้งที่นำมาต้องเป็นกุ้งที่ได้รับมาตรฐาน GAP แต่กุ้งก้ามกรามในจังหวัดนครปฐมหลายฟาร์มไม่ได้รับมาตรฐาน GAP จึงทำให้ผลผลิตที่นำมาส่งมาจำนวนจำกัด โรงงานแปรรูปจึงจำเป็นต้องนำเข้าผลผลิตกุ้งก้ามกรามมาจากจังหวัดอื่น ๆ ที่ไกลออกไป เช่น สุพรรณบุรี ราชบุรี เป็นต้น 4) แพกุ้งก้ามกรามผลผลิตที่นำมาขายแพกุ้งส่วนใหญ่จะมีจุดอ่อนในเรื่องระบบมาตรฐานคุณภาพ ผลผลิตเกือบทั้งหมดจึงถูกส่งจำหน่ายในตลาดภายในประเทศ ส่วนผลผลิตที่ส่งออกก็มีปริมาณที่ลดลง ซึ่งจะส่งผลในกรณีที่โรงงานแปรรูปไม่สามารถจัดหาผลผลิตจากเกษตรกรได้เพียงพอและจำเป็นต้องนำเข้าผลผลิตจากแพกุ้งไปทำการแปรรูป ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปก็จะจำหน่ายได้เพียงแต่ในประเทศเท่านั้น 5) โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูป ไม่ค่อยได้รับความนิยมในตลาดภายในประเทศ แต่สำหรับตลาดภายนอก

ประเทศผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปยังไม่มีหลากหลายพอ อีกทั้งยังเป็นการส่งออกจำหน่ายในวงแคบคือเฉพาะในประเทศที่ไม่มีความเข้มงวดเรื่องมาตรฐานมากนัก

จากการศึกษาค้นคว้าวรรณกรรมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ในการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยปัจจัยหลาย ๆ ด้านร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต การตลาด และการบริหารต้นทุนต่าง ๆ ซึ่งเกษตรกรหรือผู้ลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการฟาร์มที่ดีในทุก ๆ กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เข้าใจในโครงสร้างอุตสาหกรรมและการค้าสำหรับตลาดเกษตร เพื่อทำให้เกิดความคุ้มค่าและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและยั่งยืนให้กับผู้ลงทุนได้



บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม: กรณีศึกษาการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม อำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี วิธีการดำเนินงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ดำเนินงานโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้น เพื่อนำมาซึ่งแนวทางในการศึกษา และการตั้งคำถามเพื่อสัมภาษณ์ในลักษณะเชิงลึก (In-depth Interview) ถึงปัจจัยต่าง ๆ ในประเด็นที่ต้องการศึกษานั้น ๆ โดยไม่มีการตั้งสมมติฐาน และไม่มีการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะของตัวแปร ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบของวิธีดำเนินงานวิจัยดังนี้

- 3.1 วิธีการวิจัย
- 3.2 คำถามงานวิจัย
- 3.3 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.5 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยวิธีการในการวิจัย 2 วิธี คือ การทบทวนวรรณกรรมที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) และตลาดการเกษตร การศึกษาใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มประชากรเป้าหมาย เพื่อทำการศึกษาและทำความเข้าใจในแต่ละประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของเกษตรกรในอำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งถือเป็นส่วนของข้อมูลที่สำคัญในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม จากนั้นจึงเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มาวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย

3.2 คำถามงานวิจัย

การตั้งคำถามสำหรับการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ มีจุดประสงค์ในการตั้งคำถามอยู่ 3 ประเด็นสำคัญหลัก ได้แก่ ปัญหาและอุปสรรคในธุรกิจเลี้ยงกุ้งก้ามกราม กิจกรรมในการบริหารจัดการฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของเกษตรกรแต่ละราย ความสัมพันธ์ของธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรม โดยจะนำผลลัพธ์ที่ได้จากการตอบคำถามมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการเพิ่มมูลค่าให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามต่อไป

3.3 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยจะเลือกเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอำเภอบางปลาหม่า จังหวัดสุพรรณบุรี และผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม โดยการเก็บข้อมูลจากเกษตรกรจะเก็บข้อมูลจากทั้งเพศชายและเพศหญิง รวมจำนวน 10 ราย เนื่องจาก ประชากรส่วนใหญ่ในจังหวัดสุพรรณบุรีประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรมเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็น การปลูกข้าว เลี้ยงสัตว์ต่าง ๆ เช่น สุกร กุ้ง ไก่ เป็ด ปลาน้ำจืด เป็นต้น (รุ่งเรืองเกษตรกรรม, 2557) โดยการทำเกษตรกรรมในส่วนของการประมงนั้นส่วนใหญ่จะเป็นการทำประมงน้ำจืด ได้แก่ การเพาะเลี้ยงกุ้งก้ามกรามและกุ้งขาวแวนนาไม ซึ่งการเพาะเลี้ยงกุ้งก้ามกรามจะมีมากแถบอำเภอบางปลาหม่า โดยประกอบไปด้วยฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอำเภอบางปลาหม่าทั้งหมดประมาณ 3,095 ฟาร์ม (องค์การบริหารส่วนจังหวัด สุพรรณบุรี, ม.ป.ป.) เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มเหมาะกับการทำเกษตรกรรม รวมถึงมีแม่น้ำ ลำคลอง หนอง บึง กระจายอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการไหลผ่านของแม่น้ำท่าจีนหรือแม่น้ำสุพรรณบุรีซึ่งถือเป็นแม่น้ำที่สำคัญต่อเศรษฐกิจ จึงทำให้อำเภอบางปลาหม่ามีแหล่งน้ำธรรมชาติที่สามารถใช้ได้ตลอดทั้งปี รวมไปถึงระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ดีมีการชลประทานอย่างทั่วถึง (องค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหม่า, ม.ป.ป.) จึงเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมและสะดวกแก่การเพาะเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ซึ่งการสัมภาษณ์ครั้งนี้ผู้วิจัยจะเลือกสัมภาษณ์เกษตรกรที่มีอายุตั้งแต่ 25-65 ปี เนื่องจากเป็นช่วงอายุของเกษตรกรที่เริ่มมีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม เข้าใจวิธีการจัดการและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ในระหว่างการเลี้ยงพอสมควร ซึ่งจะสามารถตอบคำถามผู้วิจัยในประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่ต้องการได้ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม จะเก็บข้อมูลจำนวน 2 ราย เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมจะสามารถให้ข้อมูลในทุกประเด็นของความสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมเพื่อให้ผู้วิจัยนำบทสัมภาษณ์ในประเด็นต่าง ๆ มาเป็นแนวทางในการสรุปและวิเคราะห์ผลของงานวิจัยได้ต่อไป

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีลักษณะเป็นการสนทนาตอบคำถามกันระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ในประเด็นหัวข้อต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ โดยมีการจัดเรียงคำถามให้เป็นไปตามลำดับขั้นตอนเพื่อความต่อเนื่องของเนื้อหาในประเด็นต่าง ๆ อีกทั้งคำถามในแต่ละคำถามต้องได้รับเหตุผลประกอบที่เหมาะสมกับประเด็นนั้น ๆ จากผู้ให้สัมภาษณ์ รวมไปถึงมุมมอง ทักษะ ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถเชื่อมโยงเหตุผลในประเด็นต่าง ๆ ในการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ได้

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) นี้จะเป็นการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแบบหนึ่งต่อหนึ่ง โดยเกษตรกรผู้เลี้ยงกิ้งก่ามกรามที่เป็นกลุ่มเป้าหมายนั้นจะเลือกจากคนรู้จัก เพื่อน ญาติ และการอ้างอิงจากเกษตรกรผู้เลี้ยงกิ้งก่ามกรามด้วยกันเอง สถานที่นัดหมายในการสัมภาษณ์จะเป็นสถานที่ที่สะดวกต่อผู้ให้สัมภาษณ์ เช่น ที่บ่อเลี้ยงกิ้งก่ามกรามของผู้ให้สัมภาษณ์ บ้านของผู้ให้สัมภาษณ์ ร้านอาหาร ร้านกาแฟ เป็นต้น โดยมีการติดต่อนัดหมายกันผ่านโปรแกรมแชททางเฟสบุ๊คไลน์ และโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้ก่อนเริ่มต้นการสัมภาษณ์ผู้สัมภาษณ์จะแนะนำตัว พูดคุย อธิบายถึงงานวิจัยและวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ในการสัมภาษณ์ พร้อมกับสอบถามประวัติของผู้ให้สัมภาษณ์พอสังเขปก่อนเริ่มการสัมภาษณ์จริง โดยสร้างบรรยากาศในระหว่างการสัมภาษณ์ให้รู้สึกเป็นกันเองเพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์จะได้ไม่รู้สึกเกร็งในขณะตอบคำถาม นอกจากนี้ยังมีเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสัมภาษณ์ ได้แก่ อุปกรณ์ที่ใช้ในการบันทึกเสียงและการจดบันทึก เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง อย่างไรก็ตามการบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์นี้ต้องได้รับการยินยอมและอนุญาตจากผู้ให้สัมภาษณ์ในแต่ละรายก่อนการสัมภาษณ์ทุกครั้ง สำหรับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ในอุตสาหกรรมกิ้งก่ามกราม จะใช้วิธีนัดสัมภาษณ์ในสถานที่ที่สะดวกต่อผู้ให้สัมภาษณ์เช่นกัน หรือในกรณีที่ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่สะดวกในการนัดพบอาจจะใช้วิธีการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์

ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ในส่วนของเนื้อหา ผู้วิจัยจะกำหนดคำถามให้อยู่ในขอบเขตของงานวิจัยที่ได้กำหนดไว้ อาจจะมีการทำรายละเอียดเพิ่มเติมบ้างในบางครั้งเพื่อให้การตอบคำถามมีความละเอียดและชัดเจนขึ้น

สุดท้ายในขั้นตอนของการจบสัมภาษณ์ จะมีการกล่าวขอบคุณและอธิบายถึงการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ต่อไป รวมถึงการขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ในการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวบางส่วน เช่น ชื่อ นามสกุล อายุ เป็นต้น

3.5 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือสำหรับงานวิจัยในลักษณะของการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้หลักการทดสอบด้านความเที่ยงตรง (Validity) ความเชื่อมั่น (Reliability) และความยากง่าย (Difficulty) ในการตรวจสอบ โดยวิธีดังต่อไปนี้

3.5.1 ทดสอบด้านความเที่ยงตรง (Validity)

คือ การทดสอบที่สามารถวัดได้ตรงและถูกต้องตามกรอบที่ต้องการจะศึกษา โดยสามารถทดสอบความเที่ยงตรงได้จากความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งเป็นการทดสอบเกี่ยวกับความตรงและการครอบคลุมเนื้อหาของการสัมภาษณ์ทั้งหมดที่ต้องการจะศึกษา โดยการตรวจสอบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์อย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อให้คำถามที่ใช้สามารถหาคำตอบในงานวิจัยได้ในทุกประเด็น อีกทั้งการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) เป็นการทดสอบถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ของเรื่องที่ต้องการจะศึกษาว่าเป็นไปตามโครงสร้างหรือรูปแบบที่ควรจะเป็นหรือไม่ โดยการนำประเด็นคำถามต่าง ๆ ที่สร้างขึ้น ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบโครงสร้างและความเชื่อมโยง ให้ตรงกับขอบเขตของงานวิจัยและครอบคลุมประเด็นปัญหาทั้งหมด

3.5.2 การทดสอบด้านความเชื่อมั่น (Reliability)

คือ การทดสอบว่าเครื่องมือที่นำมาใช้สามารถวัดผลได้คงที่และแน่นอน โดยการนำประเด็นคำถามที่ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องจากอาจารย์ที่ปรึกษาและได้รับการแก้ไขแล้ว นำไปทดลองสัมภาษณ์จริง (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้ง ก้ามกรามจำนวน 2-3 คน แล้วนำมาวิเคราะห์แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนกว่าจะได้ผลลัพธ์ที่คงที่แน่นอน เพื่อให้ได้ผลลัพธ์จากการใช้เครื่องมือเหมือนเดิมหรือใกล้เคียงของเดิมให้มากที่สุด

3.5.3 การทดสอบด้านความยากง่าย (Difficulty)

คือ การทดสอบถึงความยากง่ายที่พอเหมาะของเนื้อหาต่อความสามารถของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยการพิจารณาจากเนื้อหาและคำถามในการสัมภาษณ์ที่ไม่ยากจนเกินไป ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถเข้าใจในประเด็นคำถามได้โดยง่ายใช้คำถามที่เข้าใจง่ายเหมาะสมกับผู้ให้สัมภาษณ์ การทดสอบทำการทดลองสัมภาษณ์จริง (Pretest) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 คน เพื่อทดสอบว่าผู้ให้สัมภาษณ์เข้าใจถึงประเด็นคำถามที่ผู้สัมภาษณ์ต้องการศึกษาหรือไม่

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเริ่มการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จในการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลต่าง ๆ มาเป็นแนวทางในการตั้งประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ในอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม ซึ่งก่อนการสัมภาษณ์แบบสัมภาษณ์ที่นำไปถามนั้นต้องได้รับการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จากนั้นจึงเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งรูปแบบการให้สัมภาษณ์จะเป็นไปในบรรยากาศที่ไม่เป็นทางการ เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ไม่รู้สึกรู้สียงเครียดและมีความยืดหยุ่นในการสัมภาษณ์ ข้อมูลที่สัมภาษณ์จะอยู่ในของเขตวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ได้แก่ การบริหารจัดการฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามในกิจกรรมต่าง ๆ ความสัมพันธ์ในแต่ละกิจกรรมของห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรม และลักษณะของตลาดกุ้งก้ามกราม นอกจากนี้ก่อนการสัมภาษณ์จะมีการขออนุญาตในการบันทึกเสียงบทสัมภาษณ์ก่อนทุกครั้งเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการเรียบเรียงและวิเคราะห์ต่อไป

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เมื่อได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว จะทำการถอดเสียงจากการสัมภาษณ์เพื่อแปลงเป็นข้อมูลที่มีความถูกต้อง จากนั้นจึงนำข้อมูลทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์โดยเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลรายละเอียดของปัญหาและอุปสรรคในธุรกิจ การบริหารจัดการในกิจกรรมต่าง ๆ ในฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามให้เกิดประสิทธิภาพ และการจัดการความสัมพันธ์กับธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมให้ดีที่สุด จากนั้นจึงนำประเด็นสำคัญต่าง ๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์มาทำการสรุปผลลัพธ์เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามสร้างประสิทธิผลที่ดีต่อไป

บทที่ 4

ผลการศึกษาและการอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม: กรณีศึกษาการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม อำเภอบางปลาหม่า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามจำนวน 10 คน และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม จำนวน 2 คน โดยผลจากการสัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยสามารถรวบรวมและสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้

4.1 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม

4.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

4.2.1 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

4.2.2 กิจกรรมของผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกราม

4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five Force Analysis)

4.4 การวิเคราะห์สภาพการณ์ทางธุรกิจจากภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

4.5 แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม

4.1 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม

ผลการจากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอำเภอบางปลาหม่า จังหวัดสุพรรณบุรี และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

“ปัญหาผลผลิตล้นตลาด ซึ่งเกิดจากช่วงเวลาในการจับกุ้งขายของแต่ละบ่อเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน เพราะบางช่วงตลาดก็ไม่ได้ต้องการผลผลิตจำนวนมาก” (หมายเลข 4)

“ลูกพันธุ์กุ้งไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าซื้อลูกพันธุ์จากฟาร์มเพาะแล้วจำเป็นจะต้องซื้ออาหารจากฟาร์มเพาะด้วย เพื่อเป็นการจูงใจการซื้อลูกพันธุ์ในครั้งหน้า หากไม่ซื้ออาหารระยะเวลาในการรอคิวลูกพันธุ์จะค่อนข้างนาน เพราะเจ้าของจะนำลูกพันธุ์ให้กับเจ้าที่ซื้ออาหารจากฟาร์มเพาะก่อน” (หมายเลข 5)

“ปัญหาด้านแรงงาน เนื่องจากเป็นธุรกิจครอบครัวแรงงานจึงเป็นแรงงานของคนภายในครอบครัวช่วยกันดูแล จึงไม่สามารถแบ่งงานเป็นคนดูแลบ่อ คนหาตลาดหาช่องทางการจำหน่าย นำผลผลิตไปขายได้ จึงทำได้แค่จัดการด้านการเลี้ยงให้กุ้งมีคุณภาพ” (หมายเลข 6)

“การรับข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับกุ้งก้ามกราม ส่วนใหญ่จะเป็นการแบ่งปันเพียงข้อมูลด้านราคาเท่านั้น ซึ่งดูได้จากในเฟซบุ๊กเป็นหลัก ส่วนข้อมูลอื่น ๆ ทั่วไป เช่น วิธีการเลี้ยง แนวทางการพัฒนา กรมประมงจะกระจายข่าวผ่านทางผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งบางครั้งข้อมูลก็ไม่ค่อยชัดเจนและครบถ้วน” (หมายเลข 10)

“การกำหนดราคาโดยพ่อค้าคนกลาง ถึงแม้ว่าจะมีราคากลางกำหนดอยู่แต่เมื่อพ่อค้าคนกลางมารับซื้อจะมีการคัดแยกเกรดและคุณภาพกุ้ง ซึ่งราคาก็จะถูกหักไปตามคุณภาพที่พ่อค้ากำหนด ซึ่งบางครั้งก็มีการบิดเบือนในการชั่ง บดลง ก็ต้องให้ตามนั้นไป” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 1)

“ปัญหาด้านช่องทางทางการตลาด ไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น ๆ นอกจากพ่อค้าคนกลาง เพราะมีปัญหาเรื่องการจัดการผลผลิตที่ไม่สามารถนำส่งได้ตามที่ตลาดต้องการในแต่ละสัปดาห์ เนื่องจากการจับกุ้ง 1 ครั้งต้องจับยกบ่อไม่สามารถจับทีละชนิดแล้วปล่อยกุ้งคืนลงบ่อได้ ไม่เช่นนั้นกุ้งจะเกิดอาการซ้ำ คุณภาพไม่ดี” (ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 2)

พบว่าปัญหาที่เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามประสบคือปัญหาด้านช่องทางการตลาด เกษตรกรไม่สามารถหาช่องทางการจัดจำหน่ายได้ด้วยตนเองจำเป็นต้องขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งการกำหนดราคาในการซื้อขายดังกล่าวจะต้องขึ้นอยู่กับพ่อค้าคนกลางเป็นหลัก เกษตรกรไม่สามารถกำหนดราคาขายเองได้เนื่องจากไม่มีทางเลือกสำหรับช่องทางการขายมากนัก ซึ่งถ้าเกษตรกรต้องการที่จะหาช่องทางการขายหรือแหล่งรับซื้อกุ้งก้ามกรามด้วยตนเอง เกษตรกรจำเป็นต้องเพิ่มจำนวนแรงงาน เพื่อให้การแบ่งหน้าที่ด้านการผลิต การตลาด/การจัดจำหน่ายเป็นไปอย่างเป็นระบบและทั่วถึง อีกทั้งการไหลของข้อมูลข่าวสาร และการประสานงานในด้านต่าง ๆ ยังมีความขัดข้อง โดยสื่อสารในการสื่อสารยังคงไม่มีประสิทธิภาพที่ดีพอ

4.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

4.2.1 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

ผลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอำเภอบางปลาหม่า จังหวัดสุพรรณบุรี และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับโครงสร้างของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าได้ 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มต้นน้ำ กลุ่มกลางน้ำ และกลุ่มปลายน้ำ ดังนี้

4.2.1.1 กลุ่มต้นน้ำ

เป็นกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตกุ้งก้ามกราม ทั้งในส่วน of เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ลูกพันธุ์ อาหาร และกระบวนการเลี้ยง โดยจะจำหน่ายกุ้งก้ามกรามตั้งแต่มีการเลี้ยงได้ระยะเวลาประมาณ 4-5 เดือนในครั้งแรก และในส่วนที่เหลือก็จะเลี้ยง

ต่อไปจนมีขนาดใหญ่ขึ้นตามที่ท้องตลาดต้องการ ซึ่งจะสามารถรวบรวมผลผลิตได้อีก 4-5 ครั้ง รวมเป็นระยะเวลาทั้งหมดประมาณ 1 ปี

1. ฟาร์มเพาะลูกพันธุ์กุ้งก้ามกราม เป็นสถานที่ในการเพาะพันธุ์กุ้งก้ามกรามเพื่อจำหน่ายให้กับเกษตรกรซึ่งมีจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากกุ้งก้ามกรามไม่ได้รับสนับสนุนและส่งเสริมจากรัฐบาลมากนัก การพัฒนาคุณภาพพันธุ์จึงยังไม่ดีพอ

2. ผู้จำหน่ายปัจจัยในการผลิตต่าง ๆ จำหน่ายอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามรวมถึงอาหารสำเร็จรูป

3. เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามรายย่อย เป็นกลุ่มเกษตรกรกลุ่มหลักแรงงานที่ใช้ในการผลิตเป็นแรงงานในครอบครัว มีจำนวนพื้นที่ในการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามไม่เกิน 15 ไร่ และจำนวนบ่อเลี้ยงไม่มากนัก

4. เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามรายใหญ่ จะมีพื้นที่ในการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามตั้งแต่ 50 ไร่ขึ้นไป มีจำนวนบ่อเลี้ยงหลายบ่อ ต้องจ้างแรงงานจากภายนอกมาช่วยดูแลจัดการฟาร์ม และสามารถส่งผลผลิตให้กับผู้รวบรวมผลผลิตได้อย่างต่อเนื่อง

4.2.1.2 กลุ่มกลางน้ำ

เป็นกลุ่มธุรกิจที่ซื้อกุ้งก้ามกรามจากกลุ่มต้นน้ำ ใน 2 ลักษณะ ได้แก่ กุ้งก้ามกรามเป็น และกุ้งก้ามกรามตาย (เนื้อกุ้งแช่แข็งทันทีในช่วงรวบรวมผลผลิต) เพื่อนำมาจำหน่ายในรูปแบบค้าส่งให้กับกลุ่มปลายน้ำ

1. พ่อค้าคนกลาง เป็นตัวกลางระหว่างธุรกิจกลุ่มต้นน้ำและปลายน้ำ โดยการตระเวนรับซื้อกุ้งก้ามกรามจากฟาร์มของเกษตรกรเพื่อส่งขายต่อยังร้านอาหาร หรือในบางครั้งอาจจะมีการนำไปขายยังแพกุ้งหรือโรงงานแปรรูปบ้าง ขึ้นอยู่กับการคัดแยกขนาดและคุณภาพของกุ้ง ซึ่งกุ้งก้ามกรามส่วนใหญ่จะถูกส่งไปขายในร้านอาหาร 90% ส่วนที่เหลือ 10% จะส่งโรงงานแปรรูปเพื่อทำการแช่แข็งและการส่งออกต่อไป

2. แพกุ้ง เป็นตัวกลางธุรกิจต้นน้ำและปลายน้ำ ซึ่งส่วนใหญ่แพกุ้งจะรับซื้อผลผลิตกุ้งก้ามกรามในปริมาณมาก ๆ เพื่อนำผลผลิตไปคัดแยกเกรดและคุณภาพกุ้ง โดยกุ้งที่มีคุณภาพดีได้รับมาตรฐาน GAP จะถูกส่งไปยังโรงงานแปรรูปเพื่อทำการแช่แข็งส่งออกขายในต่างประเทศ หรือส่งขายในร้านอาหารประเภทภัตตาคาร ส่วนกุ้งก้ามกรามที่ไม่มีมาตรฐานรับรองจะถูกส่งยังร้านอาหารทั่วไป หรือร้านค้าปลีกต่าง ๆ

3. โรงงานแปรรูป ฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามที่ได้รับมาตรฐาน GAP ส่วนใหญ่จะส่งกุ้งมาขายยังโรงงานแปรรูปเพื่อส่งออกยังต่างประเทศ ซึ่งกุ้งก้ามกรามเป็นที่นิยมในการนำไปทำต้มยำกุ้งเป็นอย่างมาก เช่น สหรัฐอเมริกา จีน เป็นต้น ดังนั้น กุ้งก้ามกรามจึงต้องผ่านกรรมวิธีของการแช่แข็งก่อนส่งออกโดยจะต้องคงรูปร่างของกุ้งก้ามกรามให้สมบูรณ์ที่สุด

4.2.1.3 กลุ่มปลายน้ำ

เป็นกลุ่มธุรกิจที่ซื้อส่งกึ่งก้ามกรามาจากกลุ่มกลางน้ำ เพื่อนำมาขายต่อให้กับผู้บริโภครายสุดท้ายในรูปแบบของกึ่งก้ามกรมตาย (กึ่งก้ามกรมนื้อคน้ำแข็ง)

1. ผู้ค้าปลีก (ตลาดสด / ร้านขายกึ่งก้ามกรมริมถนน) ส่วนใหญ่จะรับซื้อมาจ้างพ่อค้าคนกลาง เนื่องจากผู้ค้าปลีกส่วนใหญ่จะซื้อกึ่งในปริมาณที่ไม่มากนักเมื่อเทียบกับร้านอาหารใหญ่ ๆ หรือบางครั้งอาจจะซื้อผ่านแพกซ์ โดยการซื้อขายจะเลือกซื้อจากแหล่งที่ไม่ไกลมากนักเพื่อลดต้นทุนค่าขนส่งต่าง ๆ เช่น จังหวัดอยุธยา-สุพรรณบุรี เป็นต้น

2. ร้านอาหาร ร้านอาหารในท้องถิ่นทั่วไปมักจะส่งกึ่งก้ามกรมจากพ่อค้าคนกลาง หรือถ้าเป็นร้านที่ใช้ในปริมาณไม่มากนักก็อาจจะซื้อประจำจากผู้ค้าปลีกในตลาด แต่ในกรณีของร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ มีหลายสาขาจะใช้วิธีการผูกขาดการซื้อขายกับแพกซ์เจ้าประจำ เนื่องจากจะมีการดำเนินการกันมานานมีข้อมูลในการซื้อขายและมีความเข้าใจในมาตรฐานที่ต้องการเป็นอย่างดี

4.2.2 กิจกรรมของผู้เลี้ยงกึ่งก้ามกรมในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

ผลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงกึ่งก้ามกรมในอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมกึ่งก้ามกรม เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องทำสำหรับการประกอบธุรกิจลงทุนเลี้ยงกึ่งก้ามกรม สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้ โดยแบ่งกิจกรรมภายในธุรกิจออกเป็น 2 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Primary Activities)

4.2.2.1 กิจกรรมหลัก (Primary Activities)

1. โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) กิจกรรมการนำเข้าวัตถุดิบนั้นเป็นการนำวัตถุดิบเข้ามาจาก 2 แหล่ง ได้แก่ ตัวแทนจำหน่ายของบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) และโรงเพาะพันธุ์ในท้องถิ่น ซึ่งมีปัญหาการนำเข้าในส่วนของความไม่แน่นอนของวัตถุดิบ โดยผู้เลี้ยงที่ไม่ได้ทำการสั่งจองวัตถุดิบล่วงหน้าอาจจะได้รับวัตถุดิบล่าช้า ไม่ตรงตามกำหนดเวลาที่ตกลงกันได้

2. การปฏิบัติการ (Operations) เป็นกิจกรรมด้านการเลี้ยงกึ่งก้ามกรมเพื่อให้ได้ผลผลิตตรงตามปริมาณ ขนาด และคุณภาพที่ตลาดต้องการ เช่น การอนุบาล การให้อาหาร การตรวจเช็คคุณภาพน้ำและค่าความเป็นกรด-ด่าง เป็นต้น

3. โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เป็นกิจกรรมด้านการกระจายออกของผลผลิตจากคำสั่งซื้อของพ่อค้าคนกลางซึ่งค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งต่าง ๆ พ่อค้าคนกลางจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด และการขนส่งผลผลิตไปขายยังตลาดกลาง ร้านอาหาร และร้านค้า ซึ่งการกระจายผลผลิตในช่องทางนี้ผู้เลี้ยงจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง แต่ทั้งนี้การ

กระจายผลผลิตโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางยังถือเป็นเรื่องค่อนข้างลำบากเนื่องจากผู้เลี้ยงไม่สามารถดำเนินการหาช่องทางการจำหน่ายเองได้

4. การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) กิจกรรมด้านการตลาดและการขาย ผู้เลี้ยงกึ่งก้ามกรามจะต้องทำการติดต่อพ่อค้าคนกลาง / ผู้รวบรวมผลผลิตด้วยตนเอง ซึ่งการกำหนดราคาขายผู้กำหนดราคาคือพ่อค้าคนกลาง ผู้เลี้ยงไม่มีอำนาจในการต่อรอง แต่ถ้าเป็นในกรณีที่ผู้เลี้ยงกึ่งก้ามกรามหาแหล่งในการกระจายผลผลิตด้วยตนเอง เช่น จัดส่งที่ร้านอาหาร ร้านค้าปลีก เป็นต้น ก็จะสามารถดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดและการขายเองได้ทั้งในส่วนองราคา วิธีในการเสนอขายผลผลิต

5. การบริการ (Customer Services) ลูกค้าที่เข้ามาซื้อผลผลิตส่วนใหญ่คือพ่อค้าคนกลาง ซึ่งจะเป็นผู้เดินทางเข้ามาซื้อผลผลิตถึงฟาร์มเลี้ยงกึ่งก้ามกรามด้วยตนเอง จึงทำให้ไม่มีค่าใช้จ่ายในการให้บริการ แต่ถ้าเป็นกรณีที่ผู้เลี้ยงกึ่งก้ามกรามขายกึ่งก้ามกรามให้กับร้านอาหาร ร้านค้าปลีกจะมีบริการด้านค่าขนส่ง หรือกรณีการขายผลผลิตในลักษณะของกึ่งตายให้กับผู้บริโภคโดยตรงจะมีการบริการในการปรุงอาหาร เช่น บริการเผาไก่ พร้อมน้ำจิ้ม เป็นต้น

4.2.2.2 กิจกรรมสนับสนุน (Primary Activities)

1. การจัดซื้อ/จัดหา (Procurement) เป็นกิจกรรมด้านการดูแลจัดหาวัตถุดิบที่ใช้สำหรับผลผลิตกึ่งก้ามกราม ซึ่งก็คือ ลูกพันธุ์ อาหารกึ่งก้ามกราม ยารักษาโรค และสั่งซื้อในส่วนเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องในขั้นตอนการผลิตและการเตรียมส่งจำหน่ายสำหรับลูกค้าที่มารับซื้อ สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นในการจัดหาวัตถุดิบคือ สถานที่ในการจัดจำหน่ายมีอยู่เพียงไม่กี่แห่ง ทำให้การจัดหาวัตถุดิบต้องใช้ระยะเวลาถ้าอยู่ในช่วงที่วัตถุดิบขาดตลาด

2. การวิจัยและพัฒนา (Technology Development) เป็นส่วนของการหาความรู้ทางการเลี้ยงกึ่งก้ามกรามเพิ่มเติม เพื่อพัฒนาการเลี้ยงให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ สำหรับการเลี้ยงกึ่งก้ามกรามที่ช่วยทุ่นแรงหรือสามารถดำเนินงานได้ดีมากยิ่งขึ้น แต่การเข้าถึงข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ยังคงไม่ทั่วถึง ผู้เลี้ยงกึ่งก้ามกรามไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกราย และช่องทางในการเผยแพร่ที่ผู้เลี้ยงสามารถเข้าถึงได้ยังมีเพียงไม่กี่ช่องทาง เช่น กลุ่มเฟซบุ๊ก ผู้เลี้ยงกึ่งก้ามกราม การรับข้อมูลจากผู้มีประสบการณ์

3. การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) เป็นการจ้างแรงงานสำหรับการรวบรวมผลผลิต (คิดค่าจ้างแรงงานเป็นครั้งโดยรวมค่ารับประทานอาหารด้วย) ส่วนแรงงานในการจัดการดูแลฟาร์มเลี้ยงกึ่งก้ามกราม เป็นแรงงานในครอบครัวจัดแบ่งหน้าที่กันในการดูแล ซึ่งบุคลากรที่มีไม่เพียงพอหากจะต้องจัดการในด้านการขาย/การขนส่ง/การบริการลูกค้า ด้วย จะเพียงพอแต่สำหรับการดูแลการผลิตเท่านั้น

4. โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure) ระบบบริหารจัดการไม่มีความเป็นรูปแบบที่แน่นอนและชัดเจน การบริหารจัดการเป็นไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมถึงการจัดการด้านบัญชีรายรับ-รายจ่าย ไม่มีการจัดบันทึกอย่างเป็นรูปแบบที่แน่นอน เป็นเพียงการจัดจำและอาศัยประสบการณ์ในการประเมินคาดคะเนรายได้และต้นทุนที่เกิดขึ้น

จากการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) จะเห็นได้ว่าในส่วนของกิจกรรมหลัก (Primary Activities) ขั้นตอนของการนำเข้าวัตถุดิบยังมีความล่าช้าไม่ตรงกำหนดเวลา ไม่มีความแน่นอน ในส่วนของการตลาดและการขายผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามมีช่องทางการขายหลักเพียงช่องทางเดียว อีกทั้งยังไม่มีอำนาจในการกำหนดราคาถึงแม้จะเป็นผู้ผลิตเอง ซึ่งหากผู้เลี้ยงต้องการจะสร้างมูลค่าเพิ่มจำเป็นจะต้องมีการวางแผนการบริหารจัดการด้านการตลาดและการขายให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคปลายทางให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้จำเป็นจะต้องเพิ่มกิจกรรมด้านการบริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจจากลูกค้าด้วย

สำหรับในส่วนของกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) กิจกรรมในการจัดหาวัตถุดิบยังไม่สมบูรณ์พอ เนื่องจากบางครั้งผู้เลี้ยงไม่สามารถจัดซื้อวัตถุดิบได้ตามที่ต้องการ ทำให้ไม่สามารถดำเนินการในด้านการผลิตได้ตามแผนระยะเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งอาจจะต้องเลื่อนการผลิตออกไป ในส่วนของการวิจัยและพัฒนาผู้เลี้ยงยังขาดการเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องพอสำหรับการช่วยสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการดำเนินงาน ในส่วนของการบริหารทรัพยากรบุคคลเนื่องด้วยเป็นธุรกิจที่ช่วยกันทำในครอบครัวจึงทำให้ แรงงานไม่สามารถรับหน้าที่การทำงานในหลาย ๆ ด้านพร้อมกันได้ ทำให้เฉพาะงานด้านการผลิตเป็นหลัก จึงทำให้แรงงานที่จะช่วยบริหารจัดการเรื่องการตลาดและการขายไม่เพียงพอ ส่วนโครงสร้างพื้นฐานยังมีการบริหารจัดการที่ไม่เป็นระบบ เพราะไม่มีแบบแผนที่ชัดเจนในการจัดการด้านรายรับ-รายจ่ายของธุรกิจ และการบริหารจัดการ

4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five Force Analysis)

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรม ดังนี้

1. ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งขันใหม่ (Threat of New Entrants) สำหรับกลุ่มต้นน้ำการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามเป็นสิ่งที่ทำได้ไม่ยากมากนัก แต่จำเป็นต้องมีเงินทุนในการลงทุนและศึกษาความรู้ในด้านการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามจากผู้มีประสบการณ์หรือแหล่งความรู้ต่าง ๆ ให้ละเอียดในทุกประเด็น จึงจะสามารถเลี้ยงกุ้งให้มีอัตราการตายต่ำได้ แต่ทั้งนี้คุณภาพของพันธุ์

ของกุ้งก้ามกรามยังไม่ได้ได้รับการพัฒนาให้ได้มาตรฐานจากภาครัฐให้มีคุณภาพที่ดีพอ ในการลงทุนทุก ครั้งจึงมีความเสี่ยง รวมถึงปัจจุบันราคาอาหารกุ้งก้ามกรามมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นคู่แข่งชั้น รายใหม่จะต้องพบกับปัญหาด้านต้นทุนที่สูงเพิ่มขึ้นด้วย

สำหรับกลุ่มกลางน้ำไม่เพียงแต่จะต้องมีแหล่งรับซื้อกุ้งก้ามกราม แต่ยังจำเป็นต้องมี แหล่งที่สามารถขายกุ้งก้ามกรามที่รับซื้อมาได้ด้วย ซึ่งโดยปกติแล้วการขายยังกลุ่มปลายน้ำ เช่น ร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น มักจะมีการขายผูกขาดกับแพกุ้งเจ้าประจำ ซึ่งเจ้าใหม่ที่จะเข้ามา อาจจะถูกกดราคาซื้อขายจากกลุ่มปลายน้ำได้ จึงเป็นไปได้ยากสำหรับคู่แข่งใหม่ในกลุ่มกลางน้ำ

ในส่วนของกลุ่มปลายน้ำ กุ้งก้ามกรามเป็นสัตว์น้ำเพื่อการบริโภคที่เป็นที่ต้องการ ของตลาด เนื่องจากว่ามีขนาดตัวที่ใหญ่ รสชาติอร่อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกุ้งตัวผู้ นิยมนำไปประกอบ อาหารและเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติ เช่น ต้มยำกุ้ง กุ้งเผา เป็นต้น จึงมีความน่าสนใจในการเข้า มาลงทุน

2. ความรุนแรงของสภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry Among Existing Competitors) การแข่งขันสำหรับกลุ่มต้นน้ำพบว่ามี ความรุนแรงไม่มากนัก เนื่องจากจำนวนฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามมีอยู่ไม่มากเมื่อเทียบกับฟาร์มเลี้ยงกุ้งขาวแวนนาไม ผลผลิตกุ้งก้ามกรามจึงไม่ค่อยประสบกับปัญหาผลผลิตล้นตลาด

กลุ่มกลางน้ำมีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากจำนวนการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามที่มี ไม่มากนัก แต่ในทางกลับกันความต้องการของผู้บริโภคกลับมีมากขึ้น การแข่งขันกันในเรื่องของ ปริมาณผลผลิตและคุณภาพจึงเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งในแต่ละเจ้าก็จะมีวิธีการในการแข่งขันที่แตกต่างกัน ไป เช่น การขนส่งที่รวดเร็ว คุณภาพกุ้งที่สดใหม่ เป็นต้น

ส่วนความรุนแรงทางการแข่งขันของกลุ่มปลายน้ำนั้นขึ้นอยู่กับว่ากลุ่มเป้าหมายของ ธุรกิจเป็นใคร เช่น กลุ่มผู้มีรายได้สูง กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มแม่บ้าน เป็นต้น ซึ่งการจำหน่ายก็จะ แตกต่างกันไป จึงอาจจะมีผลอยู่ในระดับกลาง เพราะกุ้งก้ามกรามมีการคัดแยกหลายเกรดหลายราคา ตามความต้องการของผู้ซื้อ

3. การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ (Threat of Substitutes) สาเหตุ ของการเพาะเลี้ยงกุ้งก้ามกรามเกิดจากการลดลงของกุ้งแม่น้ำ (กุ้งก้ามกรามสายพันธุ์ที่อยู่ตามแหล่ง ธรรมชาติ) ซึ่งเป็นสัตว์น้ำเพื่อการบริโภคที่เป็นที่ต้องการของตลาด เนื่องจากกุ้งก้ามกรามเป็นกุ้งน้ำจืด ที่มีขนาดใหญ่ มีเนื้ออร่อย เป็นที่นิยมสำหรับนำมาประกอบอาหาร เช่น ต้มยำกุ้ง หรือกุ้งก้ามกราม เผา ดังนั้นภัยที่เกิดขึ้นจากสินค้าทดแทนจึงเป็นไปได้ยาก

4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customers) สำหรับอำนาจการต่อรอง ระหว่างกลุ่มต้นน้ำ-กลางน้ำ พบว่ากลุ่มต้นน้ำซึ่งเป็นผู้ผลิตมีจำนวนมากกว่ากลุ่มธุรกิจกลางน้ำที่เป็น

ผู้ซื้อ จึงทำให้อำนาจในการต่อรองเป็นของกลุ่มกลางน้ำ แต่ในกรณีที่ผู้ผลิตมีผลผลิตที่ได้รับมาตรฐาน GAP ก็จะสามารถใช้การรับรองมาตรฐานดังกล่าวเป็นข้อต่อรองในเรื่องของคุณภาพได้

ส่วนอำนาจการต่อรองระหว่างกลุ่มกลางน้ำ-ปลายน้ำ พบว่าจำนวนกลุ่มปลายน้ำซึ่งเป็นผู้ซื้อ มีจำนวนมากกว่ากลุ่มธุรกิจกลางน้ำซึ่งเป็นผู้ขายหรือซัพพลายเออร์ อีกทั้งจำนวนผลผลิตที่มีไม่มากเมื่อเทียบกับผลผลิตของกุ้งขาวแวนนาไมจึงทำให้อำนาจในการต่อรองเป็นของกลุ่มกลางน้ำเช่นกัน

5. อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers) อำนาจการต่อรองภายในกลุ่มต้นน้ำระหว่างผู้ผลิตและผู้ขายปัจจัยการผลิต โดยวัตถุดิบนำเข้าหลักสำหรับผลผลิตกุ้งก้ามกรามคือลูกพันธุ์ ซึ่งฟาร์มเพาะลูกพันธุ์ในบริเวณใกล้เคียงส่วนใหญ่จะมีอยู่เพียงไม่กี่ฟาร์ม และจะต้องใช้ระยะเวลาในการส่งจองล่วงหน้าจึงทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามมีอำนาจในการต่อรองด้านราคาซื้อขายวัตถุดิบไม่มากนัก

สำหรับปริมาณผู้ผลิตกุ้งก้ามกรามเมื่อเทียบกับจำนวนผู้รวบรวมผลผลิตแล้วมีจำนวนที่สูงกว่า ผู้รวบรวม/รับซื้อผลผลิตจึงมีช่องทางในการเลือกซื้อ มากกว่า ดังนั้นระหว่างอำนาจการต่อรองของกลุ่มต้นน้ำ - กลางน้ำ กลุ่มกลางน้ำซึ่งเป็นผู้รวบรวม/รับซื้อ จึงมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า

ส่วนอำนาจการต่อรองระหว่างกลุ่มกลางน้ำ - ปลายน้ำ กลุ่มกลางน้ำซึ่งเป็นผู้ขายมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า แต่สำหรับกรณีของผู้ขายที่เป็นรายใหม่จะมีอำนาจในการต่อรองกับกลุ่มปลายน้ำน้อยกว่าเนื่องจากการซื้อขายส่วนใหญ่จะเป็นการซื้อขายจากเจ้าประจำ หากมีผู้ขายรายใหม่มาเสนอขายจึงเกิดการกดราคาซื้อขายขึ้น

จะเห็นได้ว่าสำหรับอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกรามการเข้าสู่อุตสาหกรรมสำหรับกลุ่มต้นน้ำเป็นเรื่องไม่ยากแต่จำเป็นจะต้องมีเงินทุนและความรู้ความเข้าใจที่เพียงพอ ในขณะเดียวกันความรุนแรงทางการแข่งขันก็มีไม่มากนัก แต่จะเป็นผู้ที่มิอำนาจทางการต่อรองในอุตสาหกรรมต่ำที่สุดสำหรับกลุ่มกลางน้ำการเข้าเป็นคู่แข่งรายใหม่ในอุตสาหกรรมเป็นไปได้ยาก เนื่องจากคู่แข่งรายเก่ามักจะมีการรับซื้อผู้ขายกับผู้ผลิตและอุตสาหกรรมปลายน้ำอยู่แล้ว อีกทั้งความเข้มข้นในการแข่งขันในเรื่องของคุณภาพและปริมาณที่สามารถตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าได้อย่างครบถ้วน กลุ่มต้นน้ำจึงเป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการต่อรองมากที่สุดในอุตสาหกรรม ในส่วนของกลุ่มปลายน้ำการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่ไม่ยากมากนัก ซึ่งความเข้มข้นทางการแข่งขันก็ขึ้นอยู่กับลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจแต่ละประเภท โดยอาจจะมิข้อได้เปรียบเสียเปรียบในเรื่องของซัพพลายเออร์สำหรับการคัดเกรดคัดคุณภาพของกุ้งก้ามกราม ซึ่งอำนาจในการต่อรองของกลุ่มปลายน้ำนี้ก็ขึ้นอยู่กับซัพพลายเออร์ ถ้าเป็นเจ้าใหม่กลุ่มปลายน้ำที่อยู่มาก่อนจะได้เปรียบ ในทางตรงถ้าซัพพลายเออร์เป็นผู้ค้าเจ้าใหญ่รายเก่าอำนาจในการต่อรองของกลุ่มธุรกิจปลายน้ำก็จะน้อยกว่า

ตารางที่ 4.1

แสดงผลสรุปการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรม	กลุ่มธุรกิจต้นน้ำ			กลุ่มธุรกิจกลางน้ำ			กลุ่มธุรกิจปลายน้ำ		
	มาก	กลาง	น้อย	มาก	กลาง	น้อย	มาก	กลาง	น้อย
1. ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งใหม่		/		/			/		
2. ความรุนแรงของสภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน			/	/			/		
3. การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้			/			/			/
4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ			/	/			/		
5. อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ			/	/			/		

ที่มา: จากการสัมภาษณ์

4.4 การวิเคราะห์สภาพการณ์ทางธุรกิจจากภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอำเภอบางพลาม จังหวัดสุพรรณบุรี และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม สามารถนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์สภาพการณ์ทางธุรกิจสำหรับผู้ลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามเพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจได้ ดังนี้

4.4.1 การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

4.4.1.1 จุดแข็ง (Strengths)

1. จังหวัดสุพรรณบุรีผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามเป็นจำนวนมากและส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามมากกว่า 10 ปี
2. กุ้งก้ามกรามมีคุณภาพดี มีการเลี้ยงแบบอินทรีย์ ไม่ฉีดสารเคมีเร่งโต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงรวบรวมผลผลิต
3. สามารถแสดงการรับรองมาตรฐานทางคุณภาพในการส่งออกได้สำหรับฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP

4.4.1.2 จุดอ่อน (Weak)

1. ขาดการประสานงานที่ดีระหว่างหน่วยธุรกิจ และหน่วยงานภาครัฐในการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลมาจากการขาดเครื่องมือ/ช่องทางการสื่อสารในการประสานงานที่ดี

เนื่องจากการกระจายข้อมูลข่าวสารยังคงใช้การฝากประกาศผ่านทางผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งบางครั้งอาจมีการตกหล่นของข้อมูลหรือกระจายข้อมูลที่ไม่ทั่วถึง

2. แรงงานมีจำนวนจำกัดเนื่องจากส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัวจึงไม่สามารถดำเนินการในด้านอื่น ๆ ทางธุรกิจได้ เช่น การตลาด การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย เป็นต้น

3. ลูกพันธุ์ยังมีคุณภาพที่ไม่ดีพอ ส่งผลให้เป็นโรคง่าย

4. เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดแรงจูงใจในการทำธุรกิจและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการดำเนินงาน

5. มีช่องทางในการจัดจำหน่ายไม่เพียงพอ โดยส่วนใหญ่จะจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางเป็นหลัก

4.4.2 การประเมินสถานการณ์ภายนอกองค์กร

4.4.2.1 โอกาส (Opportunities)

1. เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมในการบริโภคจากผู้บริโภคภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง

2. เป็นสินค้าที่เป็นที่ต้องการของร้านอาหารไทยในต่างประเทศ

3. นโยบายการเลี้ยงกึ่งกักขังแบบอินทรีย์ตามมาตรฐาน GAP เพื่อสนับสนุนการสร้างมาตรฐานคุณภาพกึ่งกักขังที่สามารถส่งออกต่างประเทศได้

4. กรมประมงประจำจังหวัดให้การช่วยเหลือและให้คำแนะนำสำหรับเกษตรกร

5. การส่งเสริมการรวมกลุ่มเป็นสหกรณ์เพื่อลดต้นทุนการซื้อวัตถุดิบและการต่อรองในการซื้อขายผลผลิต

6. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้การเข้าถึงข้อมูลของเกษตรกรง่ายขึ้นกว่าเดิม

4.4.2.2 อุปสรรค (Threats)

1. การเจ็บป่วยของสารเคมีในแหล่งน้ำตามธรรมชาติที่ใช้ในการเลี้ยงกึ่งกักขัง ส่งผลให้กึ่งกักขังเกิดโรคและมีอัตราการตายสูงขึ้น

2. ประเทศในแถบอาเซียนมีการส่งออกกึ่งกักขังเช่นเดียวกันกับประเทศไทยนอกจากนี้ยังมีสัดส่วนการนำเข้ากึ่งกักขังจากประเทศในแถบอาเซียนด้วย

3. ปัจจัยในการผลิตมีราคาปรับตัวขึ้น เช่น อาหาร ลูกพันธุ์ เป็นต้น

4. รัฐบาลให้การส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อการพัฒนาพันธุ์กึ่งกักขังในระดับต่ำเมื่อเทียบกับกึ่งขาวแวนนาไม เนื่องจากเป็นกึ่งกักขังเป็นกึ่งที่บริโภคในประเทศเป็นหลัก

5. ในอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกรามผู้เลี้ยงเป็นผู้ที่แบกรับภาระด้านราคา ไม่มีอำนาจในการต่อรองและถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง / แพกุ้ง

4.5 แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม

จากการนำข้อมูลต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอำเภอบางปลาหม่า จังหวัดสุพรรณบุรี และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม มาทำการวิเคราะห์เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค จากการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามแล้ว สามารถนำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมากำหนดแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามได้ดังนี้

1. สามารถทำได้โดยการสนับสนุนส่งเสริมให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามตามมาตรฐาน GAP โดยฟาร์มทุก ๆ ฟาร์มจะต้องได้รับการตรวจสอบมาตรฐานจากภาคีรัฐบาลเพื่อการรับรองคุณภาพกุ้งก้ามกรามที่สามารถส่งออกยังต่างประเทศได้ เนื่องจากในปัจจุบันสัดส่วนการส่งออกของกุ้งก้ามกรามมีเพียง 10% ในขณะที่กุ้งก้ามกรามเป็นผลผลิตที่เป็นที่ต้องการในร้านอาหารในต่างประเทศเป็นอย่างมาก ทั้งนี้กุ้งก้ามกรามที่ส่งออกจำเป็นต้องมีรูปร่างดี ไม่มีสารเคมีเจือปน มีขนาดใหญ่ ซึ่งถ้าฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของเกษตรกรได้รับมาตรฐาน GAP ก็จะเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการจำหน่ายได้ เพราะกุ้งก้ามกรามสำหรับการส่งออกจะมีราคาการรับซื้อจากกลุ่มธุรกิจกลางน้ำที่สูงกว่ากุ้งก้ามกรามจากฟาร์มที่ไม่ได้รับมาตรฐาน (S3, O2, O3, O4)

2. ปัจจุบันเกษตรกรหันมาใช้สารเคมีในการทำเกษตรกรรมกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการทำไร่ ทำสวน ปลูกผัก ทำนา เป็นต้น ซึ่งสารเคมีที่เกษตรกรใช้กับพืชผลเหล่านั้นจะมีการกระจายและเจือปนไปในสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ เช่น อากาศ แหล่งน้ำ เป็นต้น โดยส่งผลให้น้ำซึ่งเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญสำหรับกิจกรรมทางการเกษตรเกิดการเจือปนของสารเคมี เมื่อเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามสูบน้ำจากแหล่งน้ำทางธรรมชาติเข้าสู่บ่อเลี้ยงจึงส่งผลให้เกิดอันตรายต่อกุ้งในบ่อ และเป็นการทำให้ต้นทุนในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นการสนับสนุนและร่วมกันทุกภาคส่วนในการทำการเกษตรแบบอินทรีย์ หรือลดการใช้สารเคมีลง จะส่งผลดีต่อทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคในระยะยาว (S2, T1)

3. สำหรับฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามที่ได้รับมาตรฐาน GAP ต้องรักษามาตรฐานดังกล่าวไว้เพื่อเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันกับตลาดการส่งออก และการต่อรองด้านราคาสำหรับการส่งขายยังโรงงานแปรรูปเพื่อการส่งออก ในขณะเดียวกันฟาร์มที่ยังไม่มีมาตรฐาน GAP รับรองก็ควรศึกษาแนวทางปรับปรุงวิธีการจัดการฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกรามให้เป็นไปตามมาตรฐานเช่นเดียวกัน (S3, T2, T5)

4. การรวมกลุ่มในลักษณะของชมรมหรือสหกรณ์เพื่อเป็นศูนย์กลางในการแบ่งปันข้อมูล แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกึ่งก้ำมกราม เพื่อให้เกษตรกรสามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในตลาดสินค้าเกษตรกรรม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเทคโนโลยี ความต้องการของผู้บริโภค การวิจัยและพัฒนาต่าง ๆ เป็นต้น (W5, O1, O2, O4, O5)

5. ลดตัวกลางในการจัดจำหน่าย สามารถทำได้โดยการรวมตัวกันในกลุ่มของเกษตรกรเพื่อขายกึ่งก้ำมกรามให้กับกลุ่มปลายน้ำโดยตรง เช่น ร้านอาหาร ร้านค้าปลีก เป็นต้น แต่จำเป็นต้องมีการจัดการด้านการกระจายผลผลิตที่ดีเพื่อลดปัญหาคอขวดจากการจัดส่ง ซึ่งการรวมกลุ่มกันเช่นนี้จำเป็นต้องมีประธานสหกรณ์ และผู้บริหารงานในหน้าที่ต่าง ๆ ของสหกรณ์ โดยต้องมีความเสียสละ มีความซื่อสัตย์ จริยธรรม และสามารถบริหารงานให้เกิดผลกำไรแก่สมาชิกได้ การรวมกลุ่มสหกรณ์จึงจะเกิดประสิทธิภาพอย่างแท้จริง นอกจากนี้หากการรวมกลุ่มสหกรณ์เป็นเรื่องยากต่อการประสานงานร่วมกันก็สามารถทำได้โดยการจำกัดพื้นที่ในการเลี้ยงกึ่งก้ำมกรามลงให้มีปริมาณเพียงพอสำหรับการขายส่งรายสัปดาห์เพื่อการติดต่อขายส่งให้กับร้านอาหาร หรือร้านค้าปลีกต่าง ๆ เป็นต้น (W5, O1, O2, O4, O5), (W5, T5)

6. ในปัจจุบันเกษตรกรรุ่นใหม่มีความสนใจในการเรียนรู้และทดลองการทำเกษตรกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากรูปแบบดั้งเดิมกันมากขึ้น ดังนั้นจึงควรมีตัวแทนที่มีทักษะและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมกึ่งก้ำมกรามประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ กับภาครัฐ เพื่อปรับปรุง แก้ไข พัฒนาทั้งวิธีการบริหารจัดการ สายพันธุ์กึ่งก้ำมกราม ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น (W3, W4), (W1, T4)

7. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ทุกคนเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้นกว่าสมัยก่อน ซึ่งหากสามารถใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ได้ก็จะเป็นสิ่งที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มให้กับผู้ใช้ได้ สำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงกึ่งก้ำมกรามก็เช่นกัน จึงควรส่งเสริมให้เกษตรกรทั้งรุ่นใหม่และรุ่นเก่ารู้จักการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์เพื่อการเข้าถึงลูกค้าให้มากที่สุด ยกตัวอย่างเช่น เกษตรกรสามารถใช้เฟสบุ๊คในการแบ่งปันข้อมูล/ขายกึ่งก้ำมกรามเผาแบบบริการจัดส่งถึงที่ได้อีก โดยต้องมีการแจ้งพื้นที่บริเวณที่บริการจัดส่ง และต้องทำให้ผู้บริโภครับรู้ได้ถึงความสะดวกใหม่ของกึ่งก้ำมกรามเผาที่เสนอขาย ทั้งนี้การจะทำเช่นนี้ได้ก็ต้องมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับวิธีการเลี้ยงที่ให้ได้สามารถจับกึ่งก้ำมกรามมาขายได้ตามคำสั่งซื้อของผู้บริโภค เป็นต้น (W5, O6)

ตารางที่ 4.2

แสดงแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม

External Factors Internal Factors	Opportunities	Threats
	1) ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศมีอย่างต่อเนื่อง 2) เป็นที่ต้องการของร้านอาหารไทยในต่างประเทศ 3) นโยบายส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามแบบอินทรีย์ตามมาตรฐาน GAP 4) การบริการให้ความช่วยเหลือจากกรมประมงประจำจังหวัด 5) การส่งเสริมการรวมสหกรณ์กลุ่มอาชีพกุ้งก้ามกราม 6) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร	1) สารเคมีที่เจือปนในแหล่งน้ำ ส่งผลต่อการเกิดโรคและอัตราการตายของกุ้งก้ามกราม 2) ประเทศอื่นในอาเซียนก็มีการส่งออกกุ้งก้ามกรามเช่นเดียวกัน 3) การขึ้นราคาของปัจจัยการผลิต เช่น อาหารลูกพันธุ์ เป็นต้น 4) ภาครัฐให้การสนับสนุน วิจัยและพัฒนาพันธุ์กุ้งก้ามกรามน้อยกว่ากุ้งชนิดอื่น ๆ 5) ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง / แพกุ้ง
Strengths	SO	ST
1) สุพรรณบุรีเป็นพื้นที่ที่มีการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามเป็นจำนวนมาก 2) การเลี้ยงแบบอินทรีย์ 3) ได้รับรองมาตรฐาน GAP	S3,O2,O3,O4 ส่งเสริมการผลิตตามมาตรฐาน GAP เพื่อการส่งออกจำหน่ายที่เพิ่มมากขึ้น	S2,T1 ร่วมกันให้ความรู้และสนับสนุนการทำเกษตรแบบอินทรีย์ / ลดการใช้สารเคมี เพื่อลดสารเจือปนในกระบวนการผลิต S3,T2,T5 รักษามาตรฐานการเลี้ยงตาม GAP เพื่อการแข่งขันในการส่งออกและอำนาจการต่อรองด้านคุณภาพกับธุรกิจกลางน้ำ
Weak	WO	WT
1) ขาดช่องทางการประสานงานที่ดีระหว่างหน่วยงานภาครัฐ 2) แรงงานมีจำนวนจำกัดทำให้ไม่สามารถจัดการด้านอื่น ๆ ของธุรกิจได้ เช่น การตลาด 3) ลูกพันธุ์มีคุณภาพไม่ดีพอ 4) ผู้เลี้ยงส่วนใหญ่ขาดแรงจูงใจในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการทำธุรกิจ 5) ช่องทางในการจัดจำหน่ายมีจำกัด	W1,O5 การรวมกลุ่มสำหรับแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับอาชีพกุ้งก้ามกราม W5,O1,O2 ,O4,O5 เน้นเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้ถึงมือผู้บริโภคโดยไม่ต้องผ่านตัวกลาง W3,O4 ประสานความร่วมมือพัฒนาและวิจัยพันธุ์กุ้งก้ามกราม W5,O6 ส่งเสริมการเรียนรู้ทักษะการใช้เทคโนโลยีเพื่อให้เกิดช่องทางการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ	W1,T4 การบริหารจัดการร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้เรียนที่มีทักษะความรู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อเผยแพร่ให้กับผู้เลี้ยงรายอื่น ๆ ต่อไป W5,T5 ลดตัวกลางในการจำหน่าย

ที่มา: จากการสัมภาษณ์

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม 2) วิเคราะห์แนวทางที่สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าจากการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามให้กับเกษตรกร เพื่อนำไปสู่ปัจจัยในความสำเร็จสำหรับการลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกราม โดยวิเคราะห์สรุปผลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม ด้วยเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งไม่มีการตั้งสมมติฐานก่อนล่วงหน้า

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

5.1.1 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจเลี้ยงกุ้งก้ามกราม

ผลจากการศึกษาพบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นมีทั้งปัญหาในส่วนของการเลี้ยง การจัดการ ด้านแรงงาน ด้านการตลาด กล่าวคือปัญหาด้านการเลี้ยงส่วนใหญ่มีสาเหตุเกิดจากปัญหาของลูกพันธุ์ที่ไม่แข็งแรง หรือสาเหตุทางธรรมชาติทั้งเรื่องคุณภาพน้ำ สภาพอากาศ หรืออุทกภัย เป็นต้น โดยจะส่งผลกระทบต่ออัตราการรอดตายของกุ้งก้ามกราม ซึ่งถ้าในช่วงแรกกุ้งก้ามกรามมีอัตราการรอดตายต่อก็จะส่งผลต่อต้นทุนในการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากต้องซื้อลูกพันธุ์มาใส่เพิ่มปัญหาด้านแรงงานเนื่องจากเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามส่วนใหญ่มีการดูแลจัดการแบบธุรกิจครอบครัวจึงทำให้ไม่มีการจ้างแรงงานจากภายนอกมาช่วยจัดการดูแลด้านต่าง ๆ จะไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ เช่น ด้านต้นทุน/การเงิน การตลาด เป็นต้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะสามารถจัดการได้เพียงแต่ในส่วนของการผลิตเท่านั้น ส่วนปัญหาด้านการตลาดก็เป็นผลกระทบมาจากแรงงานในการจัดการไม่เพียงพอ อีกทั้งผู้เลี้ยงขาดความรู้ และแรงสนับสนุนในการดำเนินการด้านการตลาดที่เพียงพอจึงทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามส่วนใหญ่ยอมเสียเปรียบพ่อค้าคนกลางในด้านราคาการซื้อขาย

5.1.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

5.1.2.1 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

สำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มต้นน้ำ เป็นกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการในการผลิต/การจัดการดูแลฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ซึ่งประกอบด้วย ฟาร์มเพาะลูกพันธุ์กุ้งก้ามกราม ผู้จำหน่ายปัจจัยในการผลิตต่าง ๆ เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามรายย่อย เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามรายใหญ่ 2) กลุ่มกลางน้ำ เป็นกลุ่มธุรกิจที่ทำหน้าที่รับซื้อ/รวบรวมกุ้งก้ามกรามจากกลุ่มต้นน้ำเพื่อนำไปขายต่อให้กับกลุ่มปลายน้ำ ซึ่งประกอบด้วย พ่อค้าคนกลาง แพกุ้ง โรงงานแปรรูป 3) กลุ่มปลายน้ำ เป็นกลุ่มธุรกิจที่รับซื้อผลผลิตจากกลุ่มกลางน้ำเพื่อขายต่อให้กับผู้บริโภคปลายทาง ซึ่งประกอบด้วย ผู้ค้าปลีก (ตลาดสด/ร้านขายกุ้งก้ามกรามริมถนน) ร้านอาหาร

5.1.2.2 กิจกรรมของผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

จากการศึกษาแนวคิดในการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการสร้างคุณค่าในธุรกิจ จึงนำมาทำการวิเคราะห์ธุรกิจการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ผลจากการวิเคราะห์พบว่า กิจกรรมหลักของธุรกิจ ประกอบด้วย 1) การนำเข้าวัตถุดิบ 2) การเลี้ยงกุ้งก้ามกราม 3) การขนส่งผลผลิตออกจากฟาร์ม 4) การขายผลผลิต 5) การบริการเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งปัญหาหลักในทั้ง 5 กิจกรรมคือปัญหาด้านช่องทางการขาย และการถูกกดราคา รวมถึงความล่าช้าในการนำเข้าวัตถุดิบ ส่วนกิจกรรมสนับสนุนธุรกิจ ประกอบด้วย 1) การจัดซื้อ/จัดหา 2) การวิจัยและพัฒนา 3) การบริหารทรัพยากรบุคคล 4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ซึ่งธุรกิจยังมีการจัดการที่ไม่ดีในกิจกรรมสนับสนุนทั้งในเรื่องของความไม่แน่นอนในการจัดซื้อวัตถุดิบ ขาดการวิจัยและพัฒนา แรงงานไม่เพียงพอต่อความต้องการที่แท้จริง รวมถึงการบริหารงานขั้นพื้นฐานต่าง ๆ เช่น การจัดการต้นทุน เป็นต้น

5.1.3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five Force Analysis)

จากการศึกษาแนวคิดในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five Force Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกใดที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ จึงนำมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจในการอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม ผลจากการวิเคราะห์พบว่า 1) ปัจจัยด้านคู่แข่งรายใหม่ สำหรับกลุ่มต้นน้ำและปลายน้ำสามารถเข้ามาในอุตสาหกรรมได้ง่าย แต่สำหรับกลุ่มกลางน้ำเป็นไปได้ยาก เนื่องจากการค้าขายส่วนใหญ่เป็นการผูกขาดผู้ค้ารายเก่าในอุตสาหกรรม 2) ความรุนแรงในการแข่งขัน การแข่งขันของกลุ่มต้นน้ำไม่มีความรุนแรงในการแข่งขัน กลุ่มกลางน้ำมีความรุนแรงในการแข่งขันสูงในเรื่องของคุณภาพความสดใหม่ และปริมาณผลผลิตที่สามารถตอบสนองต่อคำสั่งซื้อได้ ส่วนกลุ่ม

ปลายน้ำความรุนแรงของการแข่งขันอยู่ระดับกลางขึ้นอยู่เกรดความต้องการของกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ 3) การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันในระดับน้อยเนื่องจากกึ่งก้ำกักรามีลักษณะที่แตกต่างจากกึ่งอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด และรูปแบบในการนำไปประกอบอาหารก็ต่างแตกต่างกัน 4) อำนาจการต่อรองผู้ซื้อ สำหรับกลุ่มต้นน้ำ - กลางน้ำ พบว่า กลุ่มกลางน้ำมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า ส่วนกลุ่มกลางน้ำ-ปลายน้ำ พบว่า ในกรณีที่กลุ่มกลางน้ำเป็นผู้ขายรายเก่า กลุ่มกลางน้ำจะมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า แต่ถ้ากลุ่มกลางน้ำเป็นผู้ขายรายใหม่กลุ่มปลายน้ำที่เป็นเจ้าใหญ่จะมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า 5) อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ พบว่า อำนาจการต่อรองภายในกลุ่มต้นน้ำระหว่างผู้ผลิตกับผู้ขายปัจจัยการผลิต ผู้ผลิตมีอำนาจในการต่อรองน้อยกว่า ส่วนกลุ่มต้นน้ำ-กลางน้ำ กลุ่มกลางน้ำมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า และในส่วนของกลุ่มกลางน้ำ-ปลายน้ำ พบว่า ในกรณีที่กลุ่มกลางน้ำเป็นผู้ขายรายเก่ากลุ่มกลางน้ำจะมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า แต่ถ้ากลุ่มกลางน้ำเป็นผู้ขายรายใหม่กลุ่มปลายน้ำที่เป็นเจ้าใหญ่จะมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า

5.1.4 การวิเคราะห์สภาพการณ์ทางธุรกิจจากภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

จากการศึกษาแนวคิดการวิเคราะห์องค์การจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (SWOT Analysis) เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กร จึงนำมาทำการวิเคราะห์เพื่อดูสภาพการณ์ทางธุรกิจของธุรกิจเลี้ยงกึ่งก้ำกักรามีพบว่า 1) จุดแข็ง ได้แก่ มีเกษตรกรเลี้ยงกึ่งก้ำกักรามีจำนวนมาในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยเป็นการเลี้ยงแบบอินทรีย์ และได้การรับรองมาตรฐาน GAP 2) จุดอ่อน ได้แก่ ขาดช่องทางในการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ, ขาดแรงงานที่เพียงพอในการบริหารจัดการฟาร์ม, ผู้เลี้ยงส่วนใหญ่ขาดแรงจูงใจในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจ, ช่องทางการจัดจำหน่ายมีจำกัด และลูกค้ายังไม่มีคุณภาพที่ดีพอ 3) โอกาส ได้แก่ ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศมีอย่างต่อเนื่องรวมถึงผู้บริโภคในต่างประเทศก็เช่นเดียวกัน, รัฐบาลมีการส่งเสริมการเลี้ยงกึ่งตามมาตรฐาน GAP, ส่งเสริมการรวมกลุ่มสหกรณ์, การให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้กับเกษตรกรที่ต้องการคำปรึกษา และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร 4) อุปสรรค ได้แก่ การเจือปนของสารเคมีในแหล่งน้ำตามธรรมชาติ, การส่งออกกึ่งก้ำกักรามีของประเทศในแถบอาเซียน, การขึ้นราคาของปัจจัยการผลิต, ขาดการสนับสนุนที่จริงจังจากรัฐบาลในการวิจัยและพัฒนา และการกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง/แพกิ้ง

5.1.5 แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ลงทุนเลี้ยงกึ่งก้ำกักรามี

ผลจากการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ตามแนวคิดต่าง ๆ พบว่า แนวทางที่ผู้ลงทุนเลี้ยงกึ่งก้ำกักรามีสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้คือการเลี้ยงกึ่งก้ำกักรามีให้เป็นไปตามมาตรฐาน GAP เพื่อให้สามารถส่งเสริมการขายกึ่งก้ำกักรามีในต่างประเทศได้ซึ่งจะสามารถสร้างรายได้ที่ดีกว่า

การเลี้ยงกุ้งก้ามกรามที่มีคุณภาพขายได้เฉพาะภายในประเทศ ซึ่งถือเป็นการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ (Differentiation Strategy) ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการพัฒนาช่องทางการสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามด้วยกัน เพื่อเป็นพื้นที่ในการแบ่งปันข้อมูล ตอบคำถาม-แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการบริหารจัดการฟาร์ม ซึ่งกรณีของการรวมกลุ่มในรูปแบบชมรมหรือสหกรณ์ก็ถือว่าเป็นศูนย์กลางที่สามารถกระจายข่าวสารให้สมาชิกได้ อีกทั้งตัวเกษตรกรเองควรมีการเรียนรู้ในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ให้เกิดประโยชน์เพื่อการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายในอนาคต นอกจากนี้การลดตัวกลางในการจัดจำหน่ายลงก็ถือเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามได้ด้วยผลกำไรที่เพิ่มมากขึ้น

5.2 ข้อจำกัดงานวิจัย

1. งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นเพียงเกษตรกรกลุ่มหนึ่งในบรรดาจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามอีกจำนวนมาก เช่น เกษตรกรผู้เลี้ยงในจังหวัดสมุทรสาคร อยุธยา เป็นต้น ดังนั้น จึงอาจจะเป็นข้อจำกัดของข้อมูลในกลุ่มต้นน้ำ และกลางน้ำในบางประเด็น ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ส่งผลให้ผลการวิเคราะห์อาจจะไม่สามารถนำไปอ้างอิงกับกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามได้ทั้งหมด
2. ผลการวิเคราะห์ด้านอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกรามเป็นการวิเคราะห์ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม และมีความรู้ความเข้าใจการทำธุรกิจเลี้ยงกุ้งก้ามกรามรวม 2 คนเท่านั้น ซึ่งมุมมองของผู้เชี่ยวชาญท่านอื่น ๆ อาจจะมีรายละเอียดที่แตกต่างกันออกไปโดยขึ้นอยู่การประสบการณ์ และการศึกษาค้นคว้าที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นจึงไม่สามารถนำไปข้อมูลที่ได้ไปเป็นข้อสรุปได้ทั้งหมด

5.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ผลงานวิจัยครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามสำหรับการสร้างแรงจูงใจในการสร้างมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการลงทุน โดยสามารถนำแนวทางต่าง ๆ จากผลการวิเคราะห์ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานจริงตามความเป็นไปได้ของสถานการณ์นั้น ๆ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีความสนใจจะเข้ามาในธุรกิจการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม เพื่อประโยชน์สำหรับการวิเคราะห์ความได้เปรียบเสียเปรียบในการตัดสินใจลงทุน หรือการวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ก่อนการเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด และนำมาซึ่งความสำเร็จในธุรกิจในอนาคต

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

1. งานวิจัยนี้เลือกศึกษาเฉพาะกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามเป็นสำคัญ โดยเพื่อให้รายละเอียดของข้อมูลในแต่ละกลุ่มธุรกิจในอุตสาหกรรมมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาการดำเนินงานในกลุ่มกลางน้ำ และปลายน้ำเพิ่มเติม เพื่อให้เข้าใจกลไกการทำงาน และระบบความสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกรามได้ละเอียดมากขึ้น

2. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์ข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบ หรือจุดอ่อน-จุดแข็ง ของธุรกิจในแต่ละกลุ่มของอุตสาหกรรมเพิ่มเติม เพื่อเป็นแนวทางในการเรียนรู้และวางแผนการเข้าสู่อุตสาหกรรมสำหรับผู้ที่ต้องการลงทุนทำธุรกิจในส่วนอื่น ๆ ของอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม



รายการอ้างอิง

หนังสือ

- กองเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง และกองส่งเสริมการประมง. (ม.ป.ป.) *การเลี้ยงกุ้งก้ามกราม*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม.
- โกศล ดีศีลธรรม. (2548). *การบริหารแบบโลจิสติกส์*. กรุงเทพฯ: นำอักษรการพิมพ์.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และ ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (ม.ป.ป.). *การตลาดสินค้าเกษตร*. กรุงเทพฯ: พิธีกรรมการพิมพ์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้. (2552). *ทิศทางการพัฒนาระบบตลาดและกลไกราคาของกุ้ง*. ม.ป.ท.
- พิทักษ์สิทธิ์ ฉายะภูติ. (2527). *การตลาดเกษตร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานครการพิมพ์.
- ยุพินท์ วิวัฒน์ชัยเศรษฐ์ และ รัชนิบูลย์ ทิพย์เนตร. (ม.ป.ป.) *การเลี้ยงกุ้งก้ามกราม*. กรุงเทพฯ: กรมประมง สำนักพัฒนาและ ถ่ายทอดเทคโนโลยีการประมง ส่วนเผยแพร่การประมง.
- ยนต์ มุสิก. (2529). *การเพาะเลี้ยงกุ้งก้ามกราม*. สระบุรี: โรงพิมพ์ปาทเพรียวการช่าง 2.
- เรืองโร โตกฤษณะ, กุลภา กุลดิลก, กุลภา บุญชูวงศ์, เบญจวรรณ คงชน และธัญธาดา มะวงศ์ไผ่. (2558). *สถานภาพการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำไทยในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. กรุงเทพฯ: ซีโน พับลิชชิ่ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง.
- ศุภชัย นิลวานิช (2543). *กลเม็ดสร้างอนาคตกับกุ้งก้ามกราม*. กรุงเทพฯ: มติชน
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- สุนา อยู่โพธิ์. (2524). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2555). *คู่มือวิชาการ เรื่อง แนวทางการประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพประเภท การเลี้ยงสัตว์น้ำ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ ทหารผ่านศึก.

เอกสารอื่น ๆ

- กิตตินันท์ บุญรอด และ สมพงษ์ ธงไชย. (2549). *การพัฒนาโลจิสติกส์ธุรกิจกุ้งก้ามกรามในพื้นที่จังหวัด นครปฐม*. (การประชุมวิชาการประมง). คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2554). *เศรษฐกิจการผลิตกุ้งก้ามกราม*. (เอกสารวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร). กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- คุยกับซี.พี. (2557). *โครงการ Contract Farming*. สืบค้นจาก <http://www.cpthailand.com/%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%A1%E0%B8%84%E0%B8%AD%E0%B8%A5%E0%B8%A1%E0%B8%99/tabid/129/articleType/ArticleView/articleid/234/-Contract-Farming--.aspx>
- shrimp เซนเตอร์ดอทคอม. (2545). *การเลี้ยงกุ้งก้ามกราม*. สืบค้นจาก <http://www.shrimppcenter.com/t-shrimp004.html>
- ตลาดไทย. (2559). *ราคา*. สืบค้นจาก http://talaadthai.com/price_page/thai
- นิติ ชูเชิด. (2559). *อุตสาหกรรมกุ้งไทย*. สืบค้นจาก http://www.thailandshrimp.org/industrial_element3.html
- บุรณะศักดิ์ มาตหมาย. (2552). *บริหารโซ่แห่งคุณภาพ (Value Chain) อย่างไรให้เกิดผล*. สืบค้นจาก <http://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/FQ%20139%20p35-39.pdf>
- มณีนีรัตน์ สุวรรณวาริ. (2555). *แนวคิดและทฤษฎี Five-Force Model*. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/460692>
- วชิราภรณ์ ไกรอำ. (2559). *รายงานสถานการณ์สินค้ากุ้งก้ามกราม*. สืบค้นจาก <http://fishco.fisheries.go.th/fisheconomic/pages/fish%20macro.html#>
- องค์การบริหารส่วนตำบลบางปลาหมอ. (2559). *ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปขององค์การบริหารส่วนตำบล*. สืบค้นจาก <http://www.bangplama.go.th/main.php?page=pageinfo&page name=general>
- เอกกมล เอี่ยมศรี. (2556). *การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า*. สืบค้นจาก <https://eiamsri.wordpress.com/2013/10/05/>
- เอกวินิติ พรหมรักษา. (2555). *Value Chain Analysis: A Tool for Planning*. สืบค้นจาก <http://promrucsa-dba04.blogspot.com/2012/10/value-chain-analysis-tool-for-planning.html>

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกุ้งก้ามกราม

กุ้งก้ามกรามเป็นกุ้งน้ำจืดขนาดใหญ่มีชื่อภาษาอังกฤษว่า Giant freshwater prawn เป็นกุ้งที่มีเปลือกหุ้มลำตัวเป็นสีฟ้าอมคราม มีก้ามใหญ่ยาว มีลำตัวเป็นปล้อง ส่วนหัวและอกจะคลุมด้วยเปลือกชั้นเดียวกัน ส่วนของลำตัวเปลือกจะแยกเป็นปล้อง ๆ ทั้งหมด 6 ปล้อง มีหนวด 2 คู่ ขาเดิน 5 คู่ และขาว่ายน้ำ 5 คู่ ปลายหางจะมีลักษณะเป็นหนามแหลม และมีแพนหาง 2 ข้าง ขาเดินคู่ที่ 1 และ 2 จะมีปลายเป็นก้าม ส่วนคู่ที่ 3, 4 และ 5 มีลักษณะเป็นปลายแหลมธรรมดา ขาเดินคู่ที่ 2 โดยเฉพาะตัวผู้จะมีลักษณะเป็นก้ามที่ใหญ่และยาวมาก กุ้งตัวผู้และตัวเมียจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน ตัวผู้จะมีขนาดใหญ่กว่าตัวเมียเมื่อถึงระยะโตเต็มวัยที่มีอายุเท่ากัน

ถิ่นกำเนิดของกุ้งก้ามกรามอยู่ในทวีปเอเชีย ในประเทศไทยสามารถพบได้แพร่กระจายอยู่ทั่วไปบริเวณแหล่งน้ำจืดที่มีทางเชื่อมต่อกับทะเล และแหล่งน้ำกร่อย ในภาคกลางพบชุกชุมได้แก่ บริเวณ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำแม่กลอง แม่น้ำท่าจีน และแม่น้ำบางปะกง ภาคตะวันออก ได้แก่ แม่น้ำจันทบุรี แม่น้ำระยอง แม่น้ำเวฬุ และแม่น้ำตราด ภาคใต้ ได้แก่ แม่น้ำหลังสวน แม่น้ำกระบือ แม่น้ำตาปี และทะเลสาบสงขลา ส่วนภาคเหนือพบในแม่น้ำเนยซึ่งเป็นสาขาของแม่น้ำสาละวินของประเทศพม่า

กุ้งก้ามกรามจะอพยพย้ายถิ่นเมื่อมีไข่ โดยจะอพยพมาตรงบริเวณที่เป็นน้ำกร่อย เพื่อทำการผสมพันธุ์และวางไข่ โดยไข่จะฟักเป็นลูกกุ้งบริเวณน้ำกร่อยและมีการเจริญเติบโตเรื่อย ๆ จนมีลักษณะเป็นกุ้งโต จึงจะเข้าไปหากินในบริเวณแหล่งน้ำจืด ซึ่งกุ้งก้ามกรามนั้นสามารถผสมพันธุ์และวางไข่ได้ตลอดทั้งปี โดยจะเริ่มผสมพันธุ์ได้เมื่อมีขนาดลำตัวยาวประมาณ 10-12 เซนติเมตร และมีอายุ 5-6 เดือนขึ้นไป ในภาคกลางกุ้งก้ามกรามจะผสมพันธุ์และวางไข่ในช่วงเดือนพฤษภาคม-ตุลาคม และในภาคใต้จะผสมพันธุ์และวางไข่ในช่วงเดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์ โดยการผสมพันธุ์นี้จะเกิดขึ้นหลังจากที่ตัวเมียลอกคราบใหม่ ๆ ซึ่งกุ้งก้ามกรามตัวผู้จะใช้ก้ามป่ายไปมาตามลำตัวและส่วนหัวของตัวเมีย จากนั้นตัวเมียจะหงายท้องขึ้นและเคลื่อนตัวเข้าสู่ใต้ท้องตัวผู้เพื่อรับน้ำเชื้อ เมื่อรับน้ำเชื้อเรียบร้อยแล้วตัวเมียมักจะคว่ำตัวลง ซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 2-3 นาที เมื่อไข่ได้รับการผสมกันแล้วก็จะเคลื่อนไปติดกับขนอ่อนของขาว่ายน้ำคู่ที่ 1, 2, 3 และ 4 โดยสีของไข่จะเริ่มจากสีเหลืองแล้วเปลี่ยนเป็นสีเทาหรือสีน้ำตาลปนเทา ใช้ระยะเวลาประมาณ 17-19 วัน ก็จะฟักเป็นตัวอ่อน

พัฒนาการของกุ้งก้ามกรามวัยอ่อนจะเริ่มจากการว่ายน้ำหางย้อยลอยตัวในกระแสน้ำ และจะต้องอยู่ในน้ำกร่อย หากอยู่ในน้ำจืดจะตายภายในไม่กี่วัน ระยะในการพัฒนามีทั้งหมด 11 ระยะ จึงจะคว่ำเหมือนกุ้งโตซึ่งลักษณะที่ใช้แยกลูกกุ้งก้ามกรามในแต่ละระยะ อุโน และชู (ยนต์ มุสิก, 2529) ดังนี้

ระยะที่ 1 ไม่มีก้านตา ตาจะติดอยู่ด้านข้าง แพนหางเป็นแผ่นเดียวกับส่วนหาง

ระยะที่ 2 ตามีก้านตา แพนหางยังติดอยู่เป็นแผ่นเดียวกับส่วนหาง

ระยะที่ 3 แพนหางเริ่มแยกออกจากส่วนหาง ส่วนหางปลายยังแผ่กว้าง

ระยะที่ 4 กรีด้านบนมีหนาม 2 ซี่

ระยะที่ 5 ส่วนหางปลายแคบเข้าและยาวออก

ระยะที่ 6 ขาว่ายน้ำเริ่มโผล่ให้เห็นเป็นปุ่ม ๆ

ระยะที่ 7 ส่วนปลายขาว่ายน้ำแยกออกเป็น 2 แขนง ไม่มีขน

ระยะที่ 8 ขาว่ายน้ำเริ่มมีขนเล็ก ๆ

ระยะที่ 9 แขนงด้านในของขาว่ายน้ำจะมีติ่งเล็ก ๆ เกิดขึ้น

ระยะที่ 10 กรีด้านบนมีหนาม 3 ถึง 4 ซี่

ระยะที่ 11 กรีด้านบนมีหนาม 7 ถึง 9 ซี่

กึ่งกำมกรามเมื่อคว่ำแล้วจะมีลักษณะเหมือนกึ่งโตทุกประการ รวมถึงการว่ายน้ำที่มีการคว่ำหน้าลงตามปกติ และจะเริ่มอยู่ตามขอบบ่อหรือพื้นบ่อ โดยการเจริญเติบโตของกึ่งกำมกรามขึ้นอยู่กับอัตราความถี่ในการลอกคราบ การลอกคราบจะทำให้ตัวของกึ่งมีขนาดโตขึ้น ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการลอกคราบของกึ่ง ได้แก่ ปัจจัยภายใน เช่น ขนาดกึ่ง การผสมพันธุ์ เป็นต้น และปัจจัยภายนอก เช่น อุณหภูมิ แสง เป็นต้น ซึ่งอุณหภูมิถือว่าเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการลอกคราบของกึ่งมากที่สุด ดังนั้นการเพิ่มอุณหภูมิของน้ำในช่วงที่กึ่งกำมกรามสามารถอยู่ได้โดยปกติ จะช่วยเพิ่มอัตราความถี่ในการลอกคราบของกึ่ง (ยนต์ มุสิก, 2529, น. 5-14)

ภาคผนวก ข

แนวคิดและวิธีการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม

1. รูปแบบการเลี้ยง

สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2555, น. 27-36) ได้อธิบายถึงรูปแบบการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม สามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1.1 การเลี้ยงกุ้งก้ามกรามแบบดั้งเดิม เป็นการเลี้ยงแบบไม่มีบ่อพักน้ำ เกษตรกรจะสูบน้ำจากคลองชลประทานหรือแม่น้ำโดยตรงเมื่อต้องการเปลี่ยนถ่ายน้ำ โดยน้ำที่ทำการสูบน้ำทั้งหมดจะไม่สูบเข้ามาพักไว้ในบ่อตกตะกอนก่อนที่จะปล่อยสู่แหล่งน้ำสาธารณะ ซึ่งในกรณีที่น้ำจากภายนอกมีคุณภาพไม่ดีหรือมีการระบาดของโรคกุ้งก้ามกรามจากบริเวณใกล้เคียงอาจจะส่งผลกระทบต่อกุ้งในบ่อเลี้ยงได้ อีกทั้งบ่อเลี้ยงยังไม่มีเครื่องให้อากาศ ซึ่งระยะเวลาในการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามจนกระทั่งทยอยจับกุ้งจนหมดใช้ระยะเวลาประมาณ 8-10 เดือน บ่อเลี้ยงที่ไม่มีเครื่องให้อากาศจะทำให้เกิดการเน่าเสียอันเนื่องมาจากของเสียที่สะสมอยู่บริเวณพื้นบ่อ ส่งผลให้กุ้งอ่อนแอ การเจริญเติบโตช้ากว่าปกติ คุณภาพไม่ดี ในส่วนของอัตราความหนาแน่นในการปล่อยกุ้งนั้นจะอยู่ที่ประมาณ 100,000 ตัวต่อไร่ เพื่อเผื่อการตายของลูกกุ้งในบางส่วน การให้อาหารจะเป็นอาหารที่เกษตรกรผู้เลี้ยงผลิตขึ้นมาเอง คุณภาพจึงไม่ค่อยแน่นอน เนื่องจากวัตถุดิบอาจจะไม่สดหรือคุณภาพไม่ดี ส่งผลให้กุ้งไม่กินอาหารหรือกินอาหารได้น้อยลง ซึ่งถ้ากุ้งกินอาหารน้อย อาหารที่เหลืออยู่ในบ่อเลี้ยงก็จะส่งผลให้คุณภาพน้ำเสียได้ง่าย นอกจากนี้สายพันธุ์กุ้งก้ามกรามที่เกษตรกรใช้ในการเลี้ยงยังคงเป็นกุ้งสายพันธุ์ดั้งเดิม ไม่มีการปรับปรุงสายพันธุ์ใหม่ โดยส่วนมากจะมาจากพ่อแม่พันธุ์ที่มีรูปร่างลักษณะดีที่อยู่ในบ่อเลี้ยง ซึ่งเมื่อเลี้ยงผ่านหลายปีจะเห็นได้ชัดเจนว่ากุ้งก้ามกรามมีขนาดตัวที่เล็กลงและยังคงมีปัญหาเรื่องยาตกค้าง อันเกิดจากเกษตรกรใช้ยาปฏิชีวนะผสมในอาหารกุ้งให้กุ้งกินเพื่อป้องกันไม่ให้กุ้งป่วยก่อนการจับไปขาย

1.2 การเลี้ยงกุ้งก้ามกรามแบบพัฒนา เป็นการเลี้ยงแบบมีบ่อพักน้ำ ซึ่งจะช่วยปรับสภาพน้ำที่สูบเข้าบ่อเลี้ยงให้ดีขึ้นและยังช่วยรักษาสีสิ่งแวดล้อมสภาพของแม่น้ำลำคลองให้เกิดการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด ทำให้ฟาร์มมีมาตรฐานการผลิตเพื่อการส่งออกที่ผ่านการรองรับจากกรมประมง และยังมีการติดตั้งเครื่องให้อากาศ เนื่องจากอาหารที่หลงเหลืออยู่ที่พื้นบ่อซึ่งเป็นสารอินทรีย์ต่าง ๆ ได้รับการย่อยสลายโดยแบคทีเรียซึ่งต้องใช้ออกซิเจนเป็นส่วนประกอบสำคัญในกระบวนการ โอกาสในการเน่าเสียของน้ำในบ่อก็จะลดลง การให้อาหารจะใช้อาหารสำเร็จรูปที่มีขายทั่วไปตามท้องตลาดที่ผลิตโดยบริษัทผู้ผลิตอาหารที่มีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานและได้รับการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ ส่วนอัตราในการปล่อยลูกกุ้งลงบ่อเลี้ยงจะปล่อยในปริมาณที่เหมาะสม คือ 50,000-60,000 ตัวต่อไร่ ในบ่อที่มีเครื่องให้อากาศ 1 เครื่อง แล้วอนุบาล

ประมาณ 60-70 วัน จึงย้ายไปเลี้ยงในบ่อใหม่ที่อัตราความหนาแน่น 10,000 ตัวต่อไร่ หลังจากนั้นอีก 2-2.5 เดือน จึงจับตัวเมียที่สมบูรณ์แยกออกไว้เป็นแม่พันธุ์และย้ายตัวผู้ที่แข็งแรงไปเลี้ยงในบ่อใหม่ในอัตราความหนาแน่น 6,000-8,000 ตัวต่อไร่ หลังจากนั้นอีกประมาณ 2 เดือน จึงจับขายได้ ซึ่งการเลี้ยงกุ้งด้วยวิธีนี้จะทำให้กุ้งมีโอกาสในการป่วยน้อยลง คุณภาพผลผลิตได้จะได้มาตรฐานเพื่อการบริโภคทั้งภายในและเพื่อการส่งออก

2. การพิจารณาเลือกสถานที่เลี้ยงกุ้งก้ามกราม

การเลือกสถานที่ที่เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามเพราะพื้นที่บางแห่งอาจจะไม่สามารถเลี้ยงสัตว์น้ำได้หรือบางแห่งสามารถเลี้ยงแต่ไม่สะดวกต่อการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น ชูศักดิ์ แสงธรรม (2542) ได้กล่าวถึงการพิจารณาเลือกสถานที่ที่ดีต้องมีองค์ประกอบคือ บริเวณพื้นที่ที่ขุดบ่อเลี้ยงกุ้งก้ามกรามไม่ควรจะเป็นที่ลุ่มหรือที่ดอนเกินไป เพราะอาจจะเป็นสาเหตุของน้ำไหลท่วมในช่วงฤดูฝนได้ ดินบริเวณที่ใช้ขุดบ่อเลี้ยงต้องเป็นดินเหนียวหรือดินร่วนที่สามารถเก็บกักน้ำได้ดี ค้นดินไม่พังทลายได้ง่าย และไม่เป็นดินเปรี้ยวเพราะจะมีผลต่อการเจริญเติบโตของกุ้ง บ่อเลี้ยงควรอยู่ในใกล้แหล่งน้ำจืดที่มีคุณภาพดี เข้าถึงได้สะดวก ไม่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งโรงงานอุตสาหกรรมและมีน้ำใช้สอยได้ตลอดทั้งปี นอกจากนี้ควรเป็นแหล่งที่มีการคมนาคมที่สะดวกโดยพื้นที่ในการเลี้ยงควรจะอยู่ใกล้แหล่งที่เป็นโรงเพาะพันธุ์กุ้งก้ามกรามและตลาด เนื่องจากจะสามารถช่วยลดต้นทุนในการขนส่งกุ้งก้ามกรามและสร้างความสะดวกสบายในการเดินทางเพื่อขายกุ้งออกสู่ตลาดหรือการซื้อปัจจัยในการผลิตอื่น ๆ

3. ขั้นตอนการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม

ยุพินท์ วิวัฒน์ชัยเศรษฐ์ และรัชนิบูลย์ ทิพย์เนตร (ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ซึ่งมีขั้นตอนที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

3.1 การเตรียมบ่อ สูบน้ำออกจากบ่อให้แห้งและกำจัดศัตรูกุ้ง เช่น เชียด ปลา กบ ปู เป็นต้น หากไม่สามารถระบายน้ำได้หมดให้ใช้โล่ดินสดทุบให้ละเอียดแช่น้ำ 2 กิโลกรัม ต่อน้ำ 1 ปีบทิ้งไว้ 1 คืน ขยำให้น้ำสีขาวออกมาจนหมดแล้วนำไปสาดให้ทั่วบ่อทิ้งไว้ประมาณ 7 วัน โดยใช้โล่ดิน 2-4 กิโลกรัม ต่อน้ำในบ่อ 100 ลูกบาศก์เมตร จากนั้นให้หว่านปูนขาวขณะที่ดินยังเปียก ในกรณีที่มีเลนมากให้ปาดเลนออกก่อนหว่านปูนขาวและตากบ่อเพราะความร้อนจะช่วยให้แก๊สพิษบางตัวถูกทำลาย กำจัดเชื้อโรค รวมถึงศัตรูกุ้ง

สำหรับดินที่มีสภาพเป็นกรดหรือดินเปรี้ยว ซึ่งส่วนใหญ่จะเกิดบริเวณพื้นที่ที่เคยเป็นนาข้าวเก่าควรเพิ่มปริมาณการใส่ปูนขาว โดยปริมาณปูนขาวนั้นจะขึ้นอยู่กับสภาพความเป็นกรดของดิน แต่ถ้าส่วนใหญ่บ่อที่ขุดขึ้นใหม่ความเป็นกรดจะยังมีไม่มากจะใส่ปูนขาวในอัตรา 160-200 กิโลกรัมต่อไร่ ถ้าเป็นบ่อที่เคยผ่านการเลี้ยงกุ้งมาก่อนมีความเป็นกรดไม่มากจะใส่ปูนขาวในอัตรา 80-

100 กิโลกรัมต่อไร่ จากนั้นจะตากบ่อทิ้งไว้ประมาณ 2-4 สัปดาห์ แต่ในกรณีที่ดินมีความเป็นกรดสูง จำเป็นต้องใส่ปูนขาวถึง 800 กิโลกรัมต่อไร่

3.2 การเตรียมน้ำ หลังจากใส่ปูนขาวและตากบ่อจนครบ 2-4 สัปดาห์ จึงสูบน้ำเข้าบ่อ โดยใช้วนในลอนกรองเพื่อป้องกันศัตรูกุ้งที่ปนมากับน้ำ หากน้ำที่ใช้มีคุณภาพดีก็จะมีปัญหาเกี่ยวกับการปนเปื้อนของยาฆ่าแมลงแต่หากในบริเวณใกล้เคียงกับบ่อเลี้ยงกุ้งมีการใช้ยาฆ่าแมลงควรงดการสูบน้ำเข้าบ่อในช่วงนั้น เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของยาฆ่าแมลงที่จะส่งผลทำให้กุ้งตาย หลังจากที่สูบน้ำเข้าบ่อควรกักน้ำไว้ 2-3 วัน เพื่อเป็นการปรับสภาพน้ำให้มีความสมดุลจากนั้นให้ใส่ปุ๋ยเคมีสูตร 15-15-15 ในอัตรา 3 กิโลกรัมต่อไร่ ละลายน้ำแล้วสาดให้ทั่วบ่อ ปลอยทิ้งไว้ 1 สัปดาห์ เพื่อให้เกิดอาหารธรรมชาติ เช่น แพลงก์ตอน โดยดูได้จากสีของน้ำ หากน้ำมีสีเขียวอมเหลืองหรือสีน้ำตาลแสดงว่ามีอาหารธรรมชาติสมบูรณ์จึงปล่อยกุ้งลงเลี้ยง

3.3 การเลือกพันธุ์กุ้งก้ามกราม พันธุ์กุ้งก้ามกรามที่ดีต้องมีลักษณะการว่ายน้ำที่ปราดเปรียว แข็งแรง ลำตัวใส เป็นลูกกุ้งที่คว่ำแล้ว อายุประมาณ 25-30 วันขึ้นไป และต้องได้อยู่ในน้ำจืดเพื่อทำการปรับสภาพมาแล้วไม่น้อยกว่า 1-2 วัน

3.4 การลำเลียงพันธุ์กุ้งก้ามกราม การขนส่งนิยมใส่ถุงพลาสติกขนาด กว้าง 14 นิ้ว ยาว 24 นิ้ว (35x60 เซนติเมตร) บรรจุน้ำ 2.5 ลิตร อัดออกซิเจน 3 ส่วนต่อปริมาตรน้ำ 1 ส่วน บรรจุลูกกุ้งคว่ำแล้วประมาณ 2,000 ตัวต่อถุง โดยการขนส่งจะนิยมขนส่งในช่วงเช้ามืดเนื่องจากมีอากาศที่ไม่ร้อนจัด แต่หากขนส่งในตอนกลางวันถ้าต้องใช้ระยะเวลาในการขนส่งหลายชั่วโมงจำเป็นจะต้องใช้รถขนส่งที่มีห้องเย็นและปรับอุณหภูมิอยู่ที่ 25 องศาเซลเซียส เพราะกุ้งอาจตายได้หากอยู่ในอุณหภูมิที่ต่ำกว่า 20 องศาเซลเซียส เป็นเวลานาน

3.5 การปล่อยพันธุ์กุ้งก้ามกราม การปล่อยพันธุ์กุ้งลงเลี้ยงไม่ควรเกิน 7 วันหลังจากสูบน้ำเข้าบ่อและทำสีน้ำเรียบร้อยแล้ว จะนิยมปล่อยในช่วงเช้าหรือเย็นเนื่องจากสภาพอากาศไม่ร้อนเกินไป โดยการนำถุงพลาสติกที่บรรจุพันธุ์กุ้งมาแช่ไว้ในบ่อเลี้ยงประมาณ 20 นาที เพื่อปรับสภาพอุณหภูมิในถุงและน้ำในบ่อให้เท่ากัน จากนั้นจึงเปิดปากถุงออกแล้วตักน้ำจากบ่อมาผสมกับน้ำในถุงอย่างช้า ๆ ก่อนปล่อยพันธุ์กุ้งลงบ่อ ซึ่งจะช่วยให้กุ้งสามารถปรับสภาพได้ส่งผลให้มีอัตราการรอดตายที่มากขึ้น

3.6 อาหารและการให้อาหาร ในระยะแรกของการปล่อยลูกกุ้งก้ามกรามลงบ่อลูกกุ้งสามารถกินอาหารธรรมชาติที่เกิดจากการใส่ปุ๋ยขณะเตรียมน้ำได้ แต่ถ้าจำนวนที่ปล่อยมีเป็นจำนวนมากจนอาหารธรรมชาติไม่เพียงพอจึงจำเป็นต้องให้อาหารเพิ่มเติม โดยอาหารที่ให้จะต้องเป็นอาหารชนิดเม็ดจมน้ำ มีโปรตีน 30-40 เปอร์เซ็นต์ สภาพความคงทนของอาหารจะต้องอยู่ในน้ำได้ไม่ต่ำกว่า 4 ชั่วโมง เพราะถ้าอาหารละลายน้ำได้ง่ายจะทำให้กุ้งไม่ได้รับอาหารอย่างเต็มที่และเกิดน้ำเน่าเสียในบ่อเลี้ยงได้

อัตราการให้อาหารในช่วง 1-2 เดือนแรก ให้ประมาณ 30-40 เปอร์เซ็นต์ของน้ำหนักตัว กุ้งต่อวัน หรือประมาณ 1 กิโลกรัมต่อไร่ในเดือนแรกและ 2 กิโลกรัมต่อไร่ในเดือนที่ 2 หลังจากนั้นจึงลด เหลือ 5 เปอร์เซ็นต์ของน้ำหนักตัวต่อกุ้งต่อวันในเดือนที่ 3 และลดปริมาณลงเรื่อย ๆ เหลือ 3 เปอร์เซ็นต์ใน เดือนต่อ ๆ มา โดยการให้อาหารจะให้อาหารวันละ 2 ครั้ง ให้ช่วงเช้าเป็นส่วนน้อยประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ และช่วงเย็นประมาณ 70 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากกุ้งจะสามารถกินอาหารได้ดีในเวลากลางคืน ใน ขณะเดียวกันต้องมีการสุมชั่งน้ำหนักกุ้งเพื่อหาน้ำหนักเฉลี่ย เพื่อปรับปริมาณการให้อาหารกุ้งในทุก ๆ 2-3 สัปดาห์ และถ้ามีการจับกุ้งได้ออกจากบ่อก็ต้องลดปริมาณอาหารลงด้วยเช่นกัน

การตรวจสอบความพอดีในการให้อาหารกุ้งเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากอาหารกุ้งคิดเป็น ต้นทุนที่ให้ในการเลี้ยงกุ้งมากกว่าครึ่งหนึ่ง การให้อาหารกุ้งในปริมาณที่มากเกินไปจะส่งผลให้น้ำในบ่อ เลี้ยงเน่าเสียและเพิ่มต้นทุนในการเลี้ยงโดยเปล่าประโยชน์ แต่ถ้าให้อาหารกุ้งในปริมาณที่น้อยเกินไปก็ จะทำให้กุ้งมีการเจริญเติบโตที่ช้าลงได้ผลผลิตที่ไม่ดี ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการตรวจสอบปริมาณ อาหารหลังจากการให้อาหารกุ้งครั้งสุดท้ายไปแล้ว 3 ชั่วโมง โดยอาจจะใช้ยอตินล่อนมุ้งเขียวตรวจสอบดู หรือพายเรือสังเกตดูในบ่อ ถ้าปริมาณอาหารเหลือหรือหมดให้ปรับปริมาณอาหารครั้งละไม่เกิน 10 เปอร์เซ็นต์ของปริมาณอาหารที่ให้ แต่ถ้าปริมาณอาหารไม่พอควรเพิ่มปริมาณอาหารซึ่งสาเหตุของ อาหารไม่พอมักจะเกิดจากการมีปลาที่เป็นศัตรูของกุ้งอาศัยอยู่ในบ่อเลี้ยงก็ได้

3.7 การถ่ายเทน้ำในบ่อเลี้ยง กุ้งเป็นสัตว์น้ำที่เจริญเติบโตโดยการลอกคราบ การเปลี่ยนถ่ายน้ำจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการเจริญเติบโตของกุ้งเพราะจะช่วยกระตุ้นให้กุ้งเกิดการลอก คราบ แต่สำหรับกุ้งที่มีอายุช่วง 1-2 เดือนแรก ยังอาจไม่จำเป็นต้องถ่ายเทน้ำเนื่องจากน้ำยังมี คุณสมบัติที่ดีอยู่เพราะอาหารที่ให้อาหารยังเป็นปริมาณน้อย แต่เมื่อกุ้งมีอายุมากกว่า 2 เดือนขึ้นไป ควรมี การถ่ายเทน้ำเดือนละ 2-4 สัปดาห์ต่อครั้ง ประมาณครั้งละ 1 ใน 3 หรือครึ่งบ่อ ขึ้นอยู่กับสภาพน้ำใน บ่อเลี้ยง แต่ในกรณีที่ใช้อาหารสดในการเลี้ยงกุ้ง เช่น มีส่วนผสมของอาหารเป็นปลาสด ควรจะมีการ ถ่ายเทน้ำที่บ่อยขึ้นเพราะอาหารสดจะทำให้เน่าเสียได้ง่าย

3.8 ระยะเวลาในการเลี้ยงและการจับกุ้งก้ามกราม เวลาในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ขึ้นอยู่กับขนาดของกุ้งที่ตลาดต้องการ โดยทั่วไปสามารถคัดขนาดและจับกุ้งขายได้หลังจากเลี้ยงได้ 4-6 เดือน หลังจากนั้นจึงทยอยจับกุ้งเดือนละครั้งจะได้ระยะเวลาการเลี้ยงทั้งหมดประมาณ 8-12 เดือน การจับกุ้งจะนิยมจับในช่วงเช้าเพราะอากาศไม่ร้อนจัดและการจับกุ้งให้ได้ผลดีนั้นควรลด ปริมาณน้ำในบ่อเลี้ยงให้เหลือประมาณ 50 เซนติเมตร และใช้อวนช้อนตาขนาด 4 เซนติเมตรในการ จับเพื่อให้กุ้งตัวเล็กสามารถรอดออกได้

4. อัตราความหนาแน่นในการปล่อยกุ้งก้ามกราม

การปล่อยลูกกุ้งก้ามกรามลงบ่อควรทำในกระชังในล่อนมุ้งเขียวก่อนประมาณ 7 วัน เพื่อตรวจนับอัตราการรอดตายของลูกกุ้ง หากมีอัตราการรอดตายต่ำต้องปล่อยลูกกุ้งเสริมเข้ามาใหม่

โดยในแต่ละกระชังจะนำลูกกุ้งมาปล่อยกระชังละประมาณ 200 ตัว โดยวิธีนี้จะทำให้ไม่ต้องปล่อยลูกกุ้งเพื่อตายลงไปบ่อเลี้ยง อันเป็นสาเหตุให้กุ้งมีอัตราความหนาแน่นมากเกินไป กรมประมง กองเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง และกรมประมง กองส่งเสริมการประมง (ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึงอัตราความหนาแน่นในการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามนั้นมีอยู่ 3 แบบด้วยกัน ได้แก่

4.1 อัตราความหนาแน่นน้อย เป็นการปล่อยกุ้งก้ามกรามในอัตรา 20,000-24,000 ตัวต่อไร่ แล้วจึงคัดแยกกุ้งตัวเมียออกเมื่อเลี้ยงได้อายุประมาณ 3.5 เดือน หลังจากนั้นก็จะทยอยจับกุ้งขายได้อีก 5 ครั้ง โดยเฉลี่ยกุ้งที่จับได้ทั้งหมด 510-540 กิโลกรัมต่อไร่

4.2 อัตราความหนาแน่นปานกลาง เป็นการปล่อยกุ้งก้ามกรามในอัตรา 75,000-80,000 ตัวต่อไร่ แล้วจึงคัดแยกกุ้งตัวเมียออกเมื่อเลี้ยงได้อายุประมาณ 3.5 เดือน หลังจากนั้นก็จะทยอยจับกุ้งขายได้อีก 10 ครั้ง โดยเฉลี่ยกุ้งที่จับได้ทั้งหมด 848-910 กิโลกรัมต่อไร่ การเลี้ยงกุ้งด้วยอัตราความหนาแน่นนี้จะส่งผลกระทบต่อกุ้งมากหากสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลง เช่น อากาศร้อนอบอ้าว หรือมีฝนตกชุก เนื่องจากกุ้งจะไม่สามารถปรับตัวได้ทัน ทำให้เกิดปัญหากุ้งตายตามมา

4.3 อัตราความหนาแน่นมาก เป็นอัตราความหนาแน่นที่ดีที่สุดในการเลี้ยง โดยปล่อยกุ้งก้ามกรามในอัตรา 150,000-200,000 ตัวต่อไร่ และใช้บ่อเลี้ยงตั้งแต่ 2 บ่อขึ้นไป โดยบ่อหนึ่งจะเป็นบ่อชำที่ปล่อยกุ้งในระดับที่หนาแน่น มีเครื่องตีน้ำ 4 ใบ ใช้เครื่องตีเซล 2.5 แรงม้า เมื่อกุ้งมีอายุได้ 2 เดือน จึงจับกุ้งตัวโตไปเลี้ยงในบ่อเลี้ยงที่เตรียมไว้ โดยใช้วนตาลี่ขนาดช่องตา 1-2 เซนติเมตร ในกรณีที่เตรียมบ่อเลี้ยงไว้หลายบ่อให้แบ่งเลี้ยงกุ้งในแต่ละบ่ออย่างละเท่า ๆ กัน และเมื่อกุ้งที่นำมาเลี้ยงในบ่อเลี้ยงมีอายุได้ประมาณ 4 เดือน ก็จะสามารถจับไปขายได้ โดยจะจับขายในทุก ๆ 35 วัน ส่วนย้ายกุ้งจากบ่อชำมาปล่อยในบ่อเลี้ยงก็จะทำทุก ๆ 35 วันเช่นเดียวกัน โดยอัตราในการย้ายกุ้งจากบ่อชำมาเลี้ยงในบ่อเลี้ยงจะไม่เกิน 30,000 ตัวต่อไร่

5. การควบคุมรักษาคุณภาพน้ำในบ่อเลี้ยง

ศุภชัย นิลวานิช (2543, น. 18-19) ได้กล่าวว่า คุณภาพน้ำถือเป็นปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งในการเลี้ยงกุ้งซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลผลิต การเจริญเติบโต อัตราการรอดตายและความต้านทานต่อโรค โดยค่าความเป็นกรดเป็นด่างควรอยู่ในระดับ 7-9 แต่ระดับที่เหมาะสมที่สุดคือระดับ 7.5-8.5 ซึ่งจะทำให้กุ้งสามารถรับประทานอาหารได้ดี การที่ค่าความเป็นกรดเป็นด่างสูงเกินไปจะทำให้แพลงก์ตอนที่อยู่ในน้ำเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและเมื่อแพลงก์ตอนตายลงจะส่งผลให้น้ำในบ่อเลี้ยงเน่าเสีย ในขณะที่ค่าความเป็นกรดเป็นด่างต่ำเกินไปแพลงก์ตอนก็จะเจริญเติบโตช้า การคายออกซิเจนก็จะน้อยลงทำให้ต้องใส่ปูนขาวลงไปประมาณ 1-1.15 กิโลกรัมต่อไร่ เป็นเวลา 3-4 วัน ซึ่งปริมาณออกซิเจนที่ละลายในน้ำที่เหมาะสมสำหรับการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามแบบหนาแน่นในสภาพน้ำที่เขียวควรอยู่ในระดับที่สูงกว่า 3 PPM (ส่วนในล้าน) และค่าออกซิเจนต่ำสุดที่กุ้งทนได้คือ 0.35-0.9 PPM (ส่วนในล้าน) โดยค่าออกซิเจนที่ละลายในน้ำจะต่ำที่สุดในช่วงเวลา 02.00-05.00 น. เนื่องจากกุ้งและ

สิ่งมีชีวิตที่อยู่ในน้ำใช้ออกซิเจนในการหายใจ ซึ่งในเวลากลางคืนแพลงก์ตอนไม่มีการสังเคราะห์แสงจึงไม่มีการเพิ่มปริมาณออกซิเจนในน้ำ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องควบคุมปริมาณแพลงก์ตอนให้เหมาะสมหรืออาจใช้เครื่องตีน้ำช่วยในการเพิ่มปริมาณออกซิเจนในช่วงเวลากลางคืนด้วย ในส่วนของอุณหภูมิของน้ำหากอยู่ในช่วงที่ไม่เหมาะสมอาจทำให้กุ้งอ่อนแอหรือตายได้ โดยช่วงอุณหภูมิที่เหมาะสมที่สุดคือ 25-30 องศาเซลเซียส ถ้าอุณหภูมิของน้ำสูงเกินไปแสดงว่าระดับน้ำในบ่อเลี้ยงต่ำเกินไปควรเพิ่มปริมาณน้ำ แต่ถ้าอุณหภูมิของน้ำต่ำเกินไปควรลดระดับน้ำเพื่อให้แดดส่องแล้วจึงเพิ่มระดับน้ำขึ้นในช่วงบ่าย เพราะถ้าแสงแดดสามารถส่องลงไปบ่อเลี้ยงได้ลึกเป็นเวลานานจะทำให้แพลงก์ตอนเจริญเติบโตได้เร็วและตายกลายเป็นขี้แดดอยู่ที่ก้นบ่อ ซึ่งขี้แดดจะไปเกาะที่ตัวกุ้งก้ามกรามส่งผลให้กุ้งไม่ลอกคราบ จึงควรทำให้น้ำในบ่อมีสีที่ไม่ใสหรือเข้มจนเกินไป ซึ่งสีของน้ำที่เหมาะสมควรเป็นสีเขียวอมน้ำตาล ถ้าน้ำมีสีอ่อนเกินไปอันเกิดจากการขาดธาตุอาหารจำเป็นต้องใส่ปุ๋ยสูตร 15-15-15 ปริมาณ 3 กิโลกรัมต่อไร่ ลงไปในบ่อเลี้ยง หากน้ำมีสีเขียวเข้มเกินไปต้องระบายน้ำเก่าออกแล้วสูบน้ำใหม่เข้าแทนที่หรือใส่ปูนขาวในอัตรา 10 กิโลกรัมต่อไร่ ละลายน้ำสาดให้ทั่วบ่อ

ภาคผนวก ค

**บันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกราม
ในอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี**

หมายเลข 1 นางสาวบุปผา หมอยาดี อายุ 35 ปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม 5 ปี

- เป็นอาชีพที่เห็นพ่อแม่ทำมาตั้งแต่เด็ก ก็เลยลองทำดูเป็นรายได้อีกช่องทางหนึ่งจากหลัก ๆ ที่เราทำกับข้าว ทำปลาเผาขาย
- มีพื้นที่ 11 ไร่
- แรงงานก็ทำกันเอง ไม่มีใครดูแลป้อนได้ดีกว่าเราเองอยู่แล้วใช้ไหม บางทีก็ช่วยกันกับแฟนบ้างใครว่างก็มาดู แต่อย่างตอนกลางวันวันไหนไปขายของที่ตลาดไม่ได้อยู่ป้อน บางทีก็จะให้น้องชายมาคอยดูให้ ก็ไม่ได้จ่ายค่าแรงเพราะเป็นพี่น้องกัน ก็ช่วย ๆ กันไป แต่ถ้าเป็นวันจับกุ้งขายจะจ้างคนที่เขาเลี้ยงกุ้งด้วยกันมาช่วยจับ ก็จะมีเลี้ยงข้าวตอบแทนเขาด้วย
- เงินกู้
- พวกข่าวสารก็เปิดจากกลุ่มในเฟซบุ๊กบ้าง ตามร้านขายลูกพันธุ์ขายอาหาร เวลาเมื่อไรเขาก็จะบอกเรา
- ลูกพันธุ์สั่งซื้อจากร้านที่เขาเพาะเลี้ยง แต่ไม่ได้ใช้ลูกพันธุ์ของ CP นะ เพราะลูกพันธุ์ CP เหมือนมันเลี้ยงแล้วมันไม่รอดถ้าเราไม่เลี้ยงตามที่เขากำหนดมา และเวลาจะซื้อต้องโทรศัพท์บอกร้านก่อนล่วงหน้า เพราะมันไม่ได้เลยทันทีที่ต้องรอ บางทีก็รอนาน 2 เดือน 3 เดือน แล้วแต่ ส่วนพวกอาหารก็ซื้อจากร้านนั้นแหละเขามีขายก็สั่งซื้อทีนึ่งเป็นตัน ๆ เลย
- กุ้งก้ามกรามเราก็เลี้ยงให้มันมีคุณภาพที่สุด ให้มาออกมาไซส์ดี เพื่อเวลาขายมันจะได้ราคา ตลาดส่วนใหญ่เขาก็ไม่ได้กำหนดมาให้แต่เราก็เลี้ยงให้มันดีไว้ก่อนจะได้ไม่ถูกตัดราคามาก
- ขายกุ้งที่ไหน ก็ขายเองบ้างบางพ่อค้าบ้าง คือพอถึงเวลาจับกุ้งขายก็แบ่งกุ้งเอาไว้ขายเองส่วนหนึ่งประมาณ 100 กิโลกรัม เพื่อเอาไปขายตามตลาด แต่ถ้าเป็นช่วงที่มีงานเทศกาล งานฟุตบอลประเพณีจะแบ่งกุ้งเอาไว้ขายจำนวนมากหน่อย เพราะเวลาเราขายเองเราก็จะได้ราคาเพิ่มขึ้นมาก็คือได้กำไรเพิ่มขึ้นมากกว่าขายให้พ่อค้า ก็จะมีทำน้ำจิ้มซีฟู้ดเผากุ้งขาย แต่จะทำแบบนี้ไม่ค่อยได้บ่อยเพราะว่ากุ้งมันจับทุก 45 - 60 วัน แล้วแต่ไซส์ ก็จะทำให้ไม่มีกุ้งไปขายให้ลูกค้าทุกวัน ส่วนพวกกุ้งที่เหลือที่จับมาก็จะขายพ่อค้าคนกลางหมดเลย
- ผลตอบแทนที่ได้แต่ละครั้งก็แล้วแต่ขึ้นอยู่กับราคาตลาด ราคาที่พ่อค้าเขาให้ ที่สำคัญก็อยู่ที่กุ้งที่เราเลี้ยงด้วย

- ถ้าขายกุ้งเป็นที่พึ่งจับมาจากบ่อราคาจะตามพ่อค้ามารับซื้อ ส่วนใหญ่ราคาเป็นราคาเหมือนตลาดเพราะว่าเปิดดูจากอินเทอร์เน็ต แต่ถ้าเป็นกุ้งที่เอาไปขายตลาดก็จะขายเป็นกุ้งที่ถูกค้าสั่งทำกุ้งเผา อันนี้ก็จะกำหนดราคาขายเอง
- ก็มีคนที่เขาปลูกข้าวแล้วไม่ดี ก็จะเปลี่ยนมาเลี้ยงกุ้งกันแต่ถ้าคนไม่เคยเลี้ยงไม่ศึกษาให้ดีบางคนเขาก็เลี้ยงไม่รอด
- ปัญหาทั้งปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาเรื่องตลาดเคยหาตลาดที่จะขายกุ้งเองแต่พวกแม่ค้าเขาไม่รับของเราเพราะเราไม่สามารถส่งของให้เขาได้ทุกวันก็เลยทำอะไรไม่ได้ บางครั้งเลยเอามาขายเองบ้าง เพราะเราก็เป็นแม่ค้าอยู่แล้วเวลามือออกงานถ้าจับกุ้งพอดีก็แบ่งไปขายบ้าง
- เราต้องดูแลกุ้งอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ผลมันออกมาดี คอยสังเกต คุณน้ำ คุณกุ้ง เพราะถ้าเลี้ยงไม่ดีก็จะขายได้และมันต้องมองถึงคุณภาพไปด้วย

หมายเลข 2 นายคมสรณ์ โพธิ์สุชา อายุ 50 ปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม 28 ปี

- ก็ไม่จั่งจะทำอะไร เพราะทำมาตั้งนานแล้ว
- มีพื้นที่ 10 ไร่
- ทำเอง นองเฝ้าบ่อเอง มีแฟนก็มาช่วยด้วย แต่ถ้าจั่งจะจั่งตอนจับกุ้ง จั่งบ้างเอาแรงกันบ้างแล้วแต่รอบ
- สมัยนั้นก็กู้เงินนอกระบบมาลงทุน
- ตามร้านขายพันธุ์ขายอาหาร หรือไม่ก็รื้อผู้ใหญ่บ้านมาแจ้ง
- พวกอุปกรณ์ก็ซื้อตามร้านขายพวกอุปกรณ์เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้ง ลูกพันธุ์ก็สั่งจากร้านที่เขาเพาะชำพอได้แล้วเขาก็โทรศัพท์มาบอกให้ไปรับ
- เลี้ยงไปขนาดมาตรฐาน 10 ตัวโล หรือ 15 ตัวโล ประมาณนี้ เดี่ยวพ่อค้าที่มารับจะถามเองว่าตอนนี้มีกุ้งไซส์ประมาณเท่าไร
- ขายพ่อค้าที่เขามารับซื้อ ก็จะมีอยู่ไม่กี่เจ้า เจ้าใหญ่ ๆ ก็เงินดีหน่อย
- ค่าตอบแทนขึ้นอยู่กับปริมาณกุ้งที่ขายได้ตอนนั้น ถ้าวบหลัง ๆ กุ้งใหญ่หนอยก็สองแสนได้
- พ่อค้าที่มารับซื้อจะเป็นคนกำหนดราคาเอง เขาบอกว่ารับซื้อราคาเท่าไรก็ต้องขายเขาตามราคานั้น ต่อรองไม่ได้ ไม่งั้นก็ไม่ว่าจะเอากุ้งไปขายที่ไหน เพราะเจ้าอื่นราคาก็พอ ๆ กันมีอยู่ไม่กี่เจ้า
- ก็มีบ้าง แต่ส่วนใหญ่จะเป็นลูกหลานที่เข้ามาทำใหม่
- คุณภาพของน้ำในบ่อ มีทั้งเกิดจากน้ำจากคลองที่สูบเข้าบ่อไม่ดีและน้ำเน่าที่เกิดจากเศษซากอาหารกุ้งที่เหลือกันบ่อทำให้คุณภาพน้ำในบ่อลดลงส่งผลให้กุ้งเริ่มลอยตัวแล้วตายได้ ดังนั้นใน

ทุกๆ วันจะต้องมีการตรวจเศษอาหารที่เหลือในบ่อ ถ้าเห็นว่ามีเศษอาหารเหลือกันบ่อมากก็จะลดปริมาณอาหารลง ที่สำคัญจะต้องคอยตรวจวัดค่า pH ของน้ำอยู่ตลอดด้วย

- สิ่งสำคัญน่าจะเป็นเรื่องต้นทุน ต้องคุมต้นทุนให้ดี จดเอาไว้ใช้จ่ายไปเท่าไรจะได้ไม่ใช้เกิน และจะได้รู้ว่าทำครั้งนี้จ่ายค่าอะไรไปแล้วบ้าง

หมายเลข 3 นายกนก วัฒนพันธ์ อายุ 47 ปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม 20 ปี

- เลี้ยงมาตั้งนานแล้ว มันเป็นอาชีพที่สร้างรายได้พอเลี้ยงชีพอยู่ได้ ตอนไหนที่ขายดีมันก็ได้เงินดีเลย
- มีพื้นที่ 10 ไร่
- อันนี้ทำเองทำคนเดียวเลย ดูแลทุกอย่าง เฉพาะวันจับกุ้งถึงจะจ้างให้เขามาช่วย โดยก่อนวันจับสักวันสองวันเราก็โทรศัพท์ไปบอก บอกให้เขาบอกต่อ ๆ กันไปสักประมาณ 10-15 คน
- เงินลงทุนครั้งแรกยืมญาติมาก่อน พอได้กำไรคืนทุนก็ค่อย ๆ ทอยคืนเขาไป
- ขาวสารต่าง ๆ รับจากผู้ใหญ่บ้าน กรมประมงจะส่งขาวผ่านมาทางผู้ใหญ่บ้านให้มาบอกต่อ หรือไม่ก็จะเป็นกลุ่มคนเลี้ยงกุ้งในเฟสบุ๊ค
- สั่งซื้อวัตถุดิบจากร้านขายอุปกรณ์เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งซึ่งเป็นร้านประจำ พวกลูกพันธุ์ อาหารก็สั่งจากร้านที่เขาเพาะพันธุ์ขาย แต่บางคนก็มีสั่งซื้อจากตัวแทนจำหน่ายของ CP บ้าง แต่น้อยเพราะ CP เขาจะบังคับให้ใช้อาหารของเขาตามจำนวนเท่านี้ ๆ บางครั้งต้นทุนมันสูงเกินไป
- ส่วนใหญ่ที่พ่อค้าอยากได้ก็ต้องเป็นกุ้งตัวใหญ่หน่อย ต้องเป็นกุ้งตัวผู้ ตัวเมียไม่ค่อยเป็นที่ต้องการเท่าไร เพราะมันไม่ค่อยอร่อย บางครั้งมีไข่เพราะบางคนเขาไม่ชอบกินกุ้งที่มีไข่
- ส่วนใหญ่ก็จะจับกุ้งขายพ่อค้าคนกลาง พอถึงเวลากำหนดจับกุ้งแต่ละครั้งก็จะโทรศัพท์นัดพ่อค้าคนกลางมารับกุ้งจากบ่อไป แต่ในบางครั้งหากเป็นช่วงที่ตลาดต้องการกุ้งเป็นจำนวนมากพ่อค้าคนกลางก็จะตระเวนมาถามเพื่อขอซื้อกุ้งจากบ่อเองเลย ถ้าตัวกุ้งมีขนาดพอดีกับที่ตลาดต้องการเขาก็จะรับซื้อไป
- ผลตอบแทนบอกไม่ค่อยได้เพราะมันไม่เท่ากัน มันแล้วแต่ว่าครั้งนี้เราขายกุ้งได้กี่กิโล แต่รายได้ขายแต่ละครั้งก็เป็นหลักแสนอันนี้ยังไม่ได้หักต้นทุนออก
- ผู้กำหนดราคาส่วนใหญ่ก็พ่อค้า แต่ตอนนี้เขาจะเปิดดูราคากลางจากตลาดเป็นหลัก
- ก็ไม่ค่อยเท่าไรนะ มีบ้าง ๆ แต่ก็ไม่ใช่เยอะมากส่วนใหญ่เป็นพวกญาติ ๆ กันมากกว่า มาช่วยกันทำหน้าใหม่ ๆ ไม่ค่อยมาก
- ปัญหาก็คือบางครั้งกุ้งที่เราเลี้ยงมันขายไม่ได้ ก็เป็นช่วง ๆ ไม่ได้เป็นตลอด อย่างตอนนี้ก็ควรจะจับได้แล้วแต่พ่อค้าเขาไม่รับ เหมือนกุ้งมันล้นตลาด ก็ต้องเลี้ยงรอ ๆ ไปก่อน

- สิ่งสำคัญก็ต้องเอาใจใส่ทุกขั้นตอนของการเลี้ยงเลย ทั้งต้นทุนทั้งวัตถุดิบต้องควบคุมให้ดีมันก็จะได้อะไรดี

หมายเลข 4 นายประวิทย์ ขวัญแพ อายุ 61 ปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม 30 ปี

- สมัยก่อนตอนหนุ่ม ๆ ปลูกข้าว แต่มั่นขาดทุนบ้าง ได้กำไรไม่ดี และเห็นเขาเลี้ยงกุ้งกันก็เลยเปลี่ยนมาเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ซึ่งตอนแรก ๆ ที่ทำก็ทำไม่เป็นก็อาศัยประสบการณ์ค่อย ๆ ปรับค่อย ๆ เปลี่ยน ถามคนที่เขาเคยทำบ้างก็อยู่ได้
- มีพื้นที่ 7 ไร่
- ช่วยกันสองคนกับแฟน แต่ส่วนใหญ่เราจะเป็นคนไปนอนเฝ้าบ่อเองตอนกลางคืน
- กู้เงินมา สมัยนั้นเหมือนจะดอกเบี้ยละ 7 ร้อยละ 8 กว่าจะใช้ต้นใช้ดอกหมดรวม 10 ปี 15 ปี
- ผู้ใหญ่บ้านเขาจะเป็นคนมาแจ้งข่าว เวลาที่มีประกาศอะไร หรือไม่ก็ถามเอาจากพวกร้านขายพันธุ์ขายอาหาร คุยกันบ้างกับกลุ่มคนที่เลี้ยงกุ้งด้วยกัน
- โทรศัพท์สั่งจากร้านขายประจำ เป็นร้านที่เขาเพาะลูกพันธุ์ขายต้องโทรศัพท์ไปสั่งก่อนล่วงหน้า และเราเป็นลูกค้าประจำบางครั้งเราขอเครดิตอาหารกุ้งจากเขามาก่อนก็ได้ ส่วนพวกอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ มันก็จะมีขายบ้างแล้วแต่ร้านที่ขายอุปกรณ์พวกนี้โดยเฉพาะเลยก็มี
- ขึ้นอยู่กับพ่อค้าถ้าเขาบอกครั้งนี้ต้องการไซส์ใหญ่หน่อยนะ เราก็บอกว่าเรามีไซส์เท่านี้ใช้ได้ไหม ถ้าได้เขาก็จะมารับไป แต่ส่วนใหญ่ก็เลี้ยงต่อสัก 45 วัน หรือ 50 วันก็ขายได้แล้ว
- ขายพ่อค้าคนกลาง เพราะเราไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอะไรเขาบริการเราถึงที่ แค่วันไหนจะจับกุ้งโทรศัพท์ไปบอก ไม่ต้องเสียค่าขนส่ง ถ้าจะไปขายเองมันก็ไม่ดีตลาดไม่รู้จะเอาไปขายให้ใคร
- ครั้งนี้ก็รายได้ประมาณแสนกว่า ๆ สองแสน แล้วแต่ ไม่เท่ากัน
- ราคาที่ขายก็เป็นราคาตลาดทั่วไป พ่อค้าเขาอาจจะขอลดราคาลงบ้างถ้ากุ้งมันไม่ได้ขนาด หรือดูเกรดแล้วมันไม่ค่อยดี
- ส่วนใหญ่ก็เป็นหน้าเดิม ๆ นะ นอกจากว่าพ่อแม่เขาจะเลิกทำแล้วให้ลูก ๆ มาทำแทน
- ปัญหาผลผลิตล้นตลาด ซึ่งเกิดช่วงเวลาในการจับกุ้งขายของแต่ละบ่อเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน เพราะบางช่วงตลาดก็ไม่ได้ต้องการผลผลิตจำนวนมาก
- เรื่องน้ำเป็นสิ่งสำคัญควรมีการถ่ายน้ำ เลี้ยงกุ้งก้ามกรามน้ำในบ่อจะต้องสะอาดมีการถ่ายเทน้ำอยู่เสมอ ถ้าเป็นไปได้ต้องถ่ายน้ำในบ่อทุกวัน และการถ่ายน้ำจะช่วยกระตุ้นให้กุ้งกินอาหารเพราะหากไม่มีการถ่ายน้ำกุ้งก็จะไม่กินอาหาร ทำให้กุ้งมันไม่โต

หมายเลข 5 นายอรรถการ มาตรวิจิตร อายุ 32 ปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม 5 ปี

- ที่ทำเพราะว่าเป็นอาชีพที่ญาติพี่น้องก็ทำ มันก็สามารถสร้างรายได้เลี้ยงตัวเองเลี้ยงครอบครัวได้
- มีพื้นที่ 15 ไร่
- ไม่ได้จ้างแรงงาน ดูแลคนเดียว แต่ตอนวันจับกุ้งจะจ้างนะเพราะทำคนเดียวไม่ได้ จะจ้างประมาณ 10-15 คน แล้วแต่ว่าใครจะมาได้หรือมาไม่ได้
- เงินลงทุนก็ยืมเขามาลงทุน
- ตอนนี้ใช้ข้าวได้ตามเพลย์คัมมันจะมีมาอัพเดทตลอด หรือไม่ก็คุยกับพวกร้านขายพันธุ์ขายอาหารบ้าง ถ้าเป็นจากหน่วยงานราชการก็จะมีกรมประมงในจังหวัดแต่เขาจะบอกผ่านผู้ใหญ่บ้านให้มาแจ้งเราอีกที
- ถ้าวัตถุดิบพวกลูกพันธุ์จะซื้อจากฟาร์มเพาะบ้าง แต่จะต้องรอหน่อยนะ บางครั้งเลยต้องซื้อจากเซลล์ของ CP ซึ่งลูกพันธุ์ CP นี่แข็งแรงดีดีเลยแต่มันติดว่าต้องซื้ออาหารจาก CP ด้วย ซึ่งค่าอาหารมันแพงและต้องใช้ตามจำนวนที่เขากำหนดไว้ แต่ก็เคยลองเลี้ยงผสมกันกับพันธุ์ทั่วไป มันก็ได้อยู่ ส่วนพวกอาหารเครื่องมือก็ซื้อตามร้านขายอุปกรณ์ทั่วไป
- ตลาดต้องการส่วนใหญ่ก็ตัวผู้ ขนาดประมาณ 15 ตัวโลได้ อยู่ประมาณนี้ โดยช่วงที่จะขายออกดี ๆ ก็ปีใหม่ สงกรานต์นี้ขายดี แยะ ๆ หน่อยก็ช่วงหน้าฝน ช่วงน้ำท่วม
- หลัก ๆ ก็ขายพ่อค้า เพราะพ่อค้าเขาบริการมาถึงที่เราไม่ต้องเอาไปส่ง แต่ก็เคยขายเองนะ อย่างช่วงปีใหม่คนจะซื้อกันเยอะ ใครจะซื้อให้ส่งเอาไว้ก่อนตอนจับก็แอบแบ่งเอาไว้ไม่ให้พ่อค้าเขารู้เพราะพ่อค้าเขาจะเอาหมดบ่ออยู่แล้ว พอจับเสร็จก็เอาส่วนที่แอบไว้มาให้คนที่สั่งก็บวกราคาเพิ่มไปบ้างแต่ก็ไม่สูงเท่าที่แม่ค้าเขาขายกันตามข้างทาง
- จับครั้งนึงรายได้ก็ได้เป็นแสนนะยังไม่ได้หักค่าใช้จ่าย หักแล้วก็โอเคอยู่
- ขายพ่อค้าก็เป็นราคาตลาดกลาง แต่ก็โดนเขาโกงแหละ ปิดเศษกิโบบ้าง แต่ถ้าเราขายเองเราก็บวกได้นิดหน่อยไม่บวกเยอะ
- ก็เห็นมีคนหนุ่ม ๆ เหมือนทำต่อจากพ่อแม่มากกว่าเพราะคนรุ่นเก่า ๆ ที่ทำมาก็ 50-60 แล้วอายุ
- ลูกพันธุ์กุ้งไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าซื้อลูกพันธุ์ฟาร์มเพาะแล้วจำเป็นจะต้องซื้ออาหารจากฟาร์มเพาะด้วย เพื่อเป็นการจูงใจการซื้อลูกพันธุ์ในครั้งหน้า หากไม่ซื้ออาหารระยะเวลาในการรอคิวลูกพันธุ์จะค่อนข้างนาน เพราะเจ้าของจะนำลูกพันธุ์ให้กับเจ้าที่ซื้ออาหารจากฟาร์มเพาะก่อน
- สิ่งสำคัญก็สำคัญทุกอย่าง ก็เริ่มจากต้องเลี้ยงให้ดีเพื่อให้คุณภาพกุ้งออกมาดีเวลาขายมันก็ส่งผลต่อราคา คือเราจะไม่โดนพ่อค้าเขาหักราคา แต่ทีนี้ถ้าเราอยากได้กำไรเพิ่มหน่อยก็ต้องเอามาขายเองบ้างแต่มันก็ยากใจ

หมายเลข 6 นายสินชัย เกิดสิน อายุ 65 ปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม 31 ปี

- เพราะเลี้ยงกุ้งมันได้ราคาดี เมื่อก่อนนี้ก็ปลูกข้าวแต่มันได้ราคาไม่ค่อยดีเท่าไร แล้วมันมีช่วงหนึ่ง ที่คนแถวนี้เขาเริ่มหันมาเลี้ยงกุ้งกันเราก็เลยลองเลี้ยงตามเขาบ้าง
- มีพื้นที่ 10 ไร่
- ไม่ได้จ้างแรงงานที่ไหนใช้แรงงานตัวเองกับแรงงานแฟนช่วยกันดูแล เพราะบ่อมันก็มีแค่ 10 ไร่ ไม่จำเป็นต้องจ้าง ถ้าจ้างแล้วมันก็จะไม่มีอะไรให้เขาทำ แต่ถ้าจะจ้างจริง ๆ จะจ้างช่วงวันที่จับกุ้ง ประมาณ 10 คน 11 คน ซึ่งบางคนที่มาก็ไม่ได้จ้างนะเขาเรียกเอาแรง เพราะเดี๋ยวพอตอนบ่อเขา จับกุ้งบ้างเราก็ไปช่วยเขาคืน
- กุ้งเข้ามาเมื่อก่อนกุ้งมาลงทุน ดอกแพงมากแต่ก็ต้องยอม
- พวกข้อมูลนี้ผู้ใหญ่บ้านเขาจะประกาศเวลาที่มีข้อมูลอะไรใหม่ ๆ มา หรือบางทีก็จากพวกเลี้ยงกุ้งด้วยกันก็บอก ๆ ต่อ ๆ กันมา
- ถ้าเป็นเครื่องมืออุปกรณ์ก็จะมีขายตามรายที่เขาเครื่องมือสำหรับเลี้ยงกุ้งโดยเฉพาะ อาหารกุ้งด้วยอะไรแบบนี้ แต่ถ้าเป็นพันธุ์ก็ต้องไปสั่งจากฟาร์มเพาะลูกพันธุ์ก่อนล่วงหน้า ชื่อพันธุ์ที่เคยไม่ได้โดยซื้อกันประจำมานานก็จะมีให้เครดิตเวลาจ่ายเงิน
- กุ้งที่ตลาดต้องการก็จะเป็นกุ้งตัวผู้ ตัวก็จะใหญ่หน่อย ส่วนใหญ่ตัวเมียขายได้จะราคาไม่ค่อยดี ร้านอาหารเขาจะไม่ค่อยชอบเท่าไร แล้วที่ขายได้ในช่วงใกล้เทศกาลนี้พ่อค้ามาถามแล้วว่าเรามีกุ้งไหม ไซส์ประมาณเท่าไร
- ขายพ่อค้าที่เขามารับซื้อคั้มสุดแล้ว เพราะที่เคยเอากุ้งไปขายที่ตลาดมหาชัยเหมือนกัน เอาไปขาย เพราะตอนนั้นพ่อค้าเขาไม่รับซื้อยังงี้ไม่รู้ เอาไปขายมันก็ต้องเสียค่าจ้างรถขนไปต้องเป็นรถที่มีห้องเย็นด้วยนะ เพราะถ้าไม่แช่เย็นเดี๋ยวกุ้งมันจะไม่สด แล้วเวลาที่แพกุ้งตีราคาก็จะคั้ดตามเกรดตามไซส์ราคาที่ได้มันก็จะไม่ค่อยคั้มเท่าไร
- บางทีก็เป็นสืบทอดแล้วแต่รอบ ถ้าขายรอบแรก ๆ นี้ยังได้ไม่ค่อยดีเท่าไรเพราะรอบแรกตัวมันยังเล็กอยู่ สักรอบสองรอบสามนี้เริ่มดีแล้ว
- พ่อค้าที่มารับซื้อเป็นคนกำหนดราคา เขาจะบอกมาเลยว่าตอนนี้ราคาขายในตลาดไซส์นี้ ๆ อยู่ที่ราคาเท่าไร ถ้าเราไม่เชื่อก็จะเปิดจากโทรศัพท์ให้เราดู แต่มันก็จะหักลดได้ตามเกรดกุ้งที่มันไม่ดีด้วย
- ส่วนใหญ่ก็เป็นคนแถวนี้แหละที่เลี้ยงบางคนเขาก็ทำสลับไปสลับมาก เช่น ถ้าราคาข้าวขึ้นก็เปลี่ยนไปทำนา ราคาข้าวตกก็กลับมาเลี้ยงกุ้งอีก แต่เราเลี้ยงกุ้งอย่างเดียวซึ่งเคยสลับไปสลับมาเดี๋ยวมันก็ไม่ได้เรื่องสักอย่าง

- ปัญหาด้านแรงงาน เนื่องจากเป็นธุรกิจครอบครัวแรงงานจึงเป็นแรงงานของคนภายในครอบครัว ช่วยกันดูแล จึงไม่สามารถแบ่งงานเป็นคนดูแลบ่อ คนหาตลาดหาช่องทางการจำหน่าย นำผลผลิตไปขายได้ จึงทำได้แค่จัดการด้านการเลี้ยงให้กุ้งมีคุณภาพ
- มันก็สำคัญทุกอย่างไม่มีอะไรไม่สำคัญ เพราะเราก็ต้องคอยดูคอยเฝ้ามันอยู่ตลอดมันถึงจะเลี้ยงได้ดี

หมายเลข 7 นายวินัย ศรีหิรัญ อายุ 52 ปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม 30 ปี

- ทำนาได้รายได้ไม่ค่อยดี เลยมีคนแนะนำให้เปลี่ยนมาเลี้ยงกุ้งแทน
- มีพื้นที่ 13 ไร่
- ไม่ได้จ้างแรงงานทำกันในครอบครัว แพนกับลูก ๆ ใครว่างก็ช่วยกันดูแล เพราะแพนก็มีปลูกผักขายด้วยอะไรด้วย
- เงินทุนก็ไปกู้เขามา กู้ธนาคารตอนนั้นไม่ได้กู้ธนาคาร
- พวกข่าวสารก็มีทั้งที่เขาบอกต่อ ๆ กันมา ละก็มีผู้ใหญ่บ้านบ้าง พ่อค้าที่มารับซื้อบ้าง แต่เห็นตอนนี้เขาบอกมีกลุ่มในเฟซบุ๊กด้วย
- วัตถุดิบถ้าเป็นลูกพันธุ์ก็มีทั้งไปซื้อจากบ่อที่เขาเพาะพันธุ์กุ้งก้ามกราม หรือบางครั้งก็สั่งซื้อจากตัวแทนจำหน่ายของ CP เพราะเห็นคนขายเขาบอกว่าพันธุ์เขาดีแต่จะต้องเลี้ยงหรือให้อาหารตามที่เขาก็บอกเอาไว้ คือเขาจะรับประกันว่าลูกพันธุ์ที่ปล่อยลงบ่อไปเนี่ยรอดตายแน่นอน ถ้าสมมติกุ้งตามก็สามารถไปแจ้งเขาได้
- ส่วนใหญ่จะเป็นไซส์ 10 ตัวโล เป็นไซส์ที่พ่อค้าเขาจะรับเอาไปส่งตามร้านอาหารหรือร้านขายตามข้างถนน ซึ่งถ้าไม่มีจริง ๆ ก็ให้เต็มที่ได้ไม่เกิน 15 ตัวโล
- วันจับกุ้งก็จะให้พ่อค้าคนกลางมารับที่บ่อเลย เขาจะบริการไม่คิดค่าขนส่ง เพราะขายให้พ่อค้านี้คุ้มที่สุดแล้วไม่ต้องเสียค่าขนส่งเอง คัดกุ้งเป็น 2 ราคา ตัวผู้กับตัวเมีย เพราะถ้าเราไปขายมหาชัยเขาจะให้คะแนนข้างกตราคาเรา และคัดกุ้งหลายเกรดหลายราคา ไม่ค่อยคุ้มทุนเท่าไร ส่วน CP เขาจะแค่ขายลูกพันธุ์กับอาหารให้เราอย่างเดียว ไม่ได้รับซื้อ เหมือนเขาจะไม่ค่อยเล่นตลาดนี้หรือป่าวไม่รู้
- ผลตอบแทนก็ค่อนข้างดี อยู่ได้เลย ขึ้นอยู่กับคุณภาพและขนาดกุ้งที่เราเลี้ยงด้วยว่าจะขายได้ราคาดีหรือไม่
- คนกำหนดราคาก็คือพ่อค้าคนกลาง เขาบอกว่าเป็นราคาตามเน็ตเลย นอกจากว่าตอนช่วงที่เขาซื้อแล้วกุ้งก้ามกรามขาดตลาดพอดีเป็นช่วงที่บ่อเรามีกุ้งเราก็จะขอต่อรองราคาเขาขึ้นมาได้ กิโลละ 3 บาท 5 บาท แล้วแต่

- คนที่เลี้ยงมันก็เป็นหน้าเก่าหน้าใหม่สลับกันไปเป็นช่วง ๆ เพราะบางคนทำนาไม่ดีก็เปลี่ยนมาทำกุ้ง ทำกุ้งไม่ดีก็กลับไปทำนา ปลุกบัว เป็นอย่างนี้สลับกันไป แต่เราเลี้ยงกุ้งก็เลี้ยงตลอดเลย
- เหมือนตอนนี้คนเปลี่ยนมาทำกุ้งกันเยอะราคาเลยไม่ค่อยดีเท่าไร เพราะพ่อค้าที่มารับซื้อเขาก็มีทางเลือกเราก็จะต้องจ้อเขาเพราะเราหาตลาดเองไม่ได้ ทุกอย่างต้องพึ่งดวงด้วยอยู่ที่ตลาดด้วยถ้าเป็นช่วงที่เขาจะรับซื้อเยอะ ๆ ก็ได้เงินดีมาก แต่ถ้าไม่ได้ก็ลำบาก
- น่าจะเป็นเรื่องคุณภาพ และขนาดที่ต้องเลี้ยงให้ดี อีกอย่างต้องมีการจดรายได้รายจ่ายเพื่อจะรู้ว่าครั้งที่ลงทุนไปเท่าไร ได้กำไรเท่าไร รู้ที่มาที่ไปของมัน

หมายเลข 8 นายบุญนำ คงสวัสดิ์ อายุ 40 ปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม 10 ปี

- เพราะรายได้มันโอเค ถ้าไม่ฟุ่มเฟือยนะคันทุนแล้วมีเงินเก็บแน่นอน แต่ช่วงแยะ ๆ ก็มันะไม่ใช่ไม่มี
- มีพื้นที่ 4 ไร่
- เป็นแรงงานตัวเองแต่จะใช้แรงงานจ้างตอนจับกุ้งขาย ช่วงนั้นต้องจ้าง 7-8 คนก็ว่ากันไป
- ขอยืมญาติพี่น้องมาก่อน
- ข้อมูลต่าง ๆ ตอนนี้รู้ได้จากอินเทอร์เน็ต เพราะตอนนี้มือถือมันเล่นเน็ตได้หมดแล้ว เขาก็จะมีเป็นกลุ่มเอาไว้บอกข่าว ไลน์บ้าง เฟสบุ๊คบ้าง หรือบางครั้งก็มีผู้ใหญ่บ้านมาประกาศบ้าง
- พันธุ์กุ้งซื้อจากฟาร์มเพาะพันธุ์ ต้องเสี่ยงนะเรื่องคุณภาพเพราะบางที่ซื้อมาไม่ติด (กุ้งตาย) ก็มีเยอะ เราต้องเสียเงินสั่งซื้อพันธุ์มาลงเพิ่มก็เป็นการเพิ่มต้นทุนอีก ส่วนพวกอุปกรณ์ก็มีขายทั่วไปไม่ค่อยมีปัญหา อาหารราคาก็ขึ้นอยู่กับงานโปรตีนว่าที่เปอร์เซ็นต์ ถ้าโปรตีนสูงก็จะราคาสูง
- 15 ตัวโล 20 ตัวโล แล้วแต่ แต่ต้องเป็นตัวผู้เท่านั้นนะ ถ้าตัวเมียเขาจะไม่ค่อยอยากได้เท่าไร ขายได้ก็ราคาไม่ดี ถ้าตัวเมียมีไม่เยอะนี้ก็จับมากินเองเลย
- ขายพ่อค้าคนกลางแค่โทรศัพท์ไปแจ้งเขาก่อนล่วงหน้าว่าจะจับวันไหน พอวันจับก็จะขับรถมารับเลย แต่ถ้าวันไม่ได้เขาก็จะบอกเลื่อนรอนะ เพราะเขามารับที่ก็จะรับเจ้าอื่น ๆ ด้วย
- ผลตอบแทนโอเค
- เป็นราคาจากอินเทอร์เน็ตราคาตลาด พ่อค้าที่มาซื้อเขาจะเปิดราคาให้ดูก่อนว่าวันนี้กุ้งราคาขายได้เท่านี้ ๆ ส่วนถ้าคัดแยกกุ้งที่มันเกรดต่ำก็จะตกลงกันว่าเป็นราคาเท่านี้ ๆ
- มีบ้างที่แต่ไม่ได้มีบ่อย ๆ ที่เป็นหน้าใหม่ ๆ มาเลี้ยง ส่วนมากเป็นพวกลูกหลานกันมากกว่า
- ก็มีปัญหากุ้งไม่ติด (กุ้งตาย) เหมือนพันธุ์มันยังไม่ดีพอ และก็อาจจะเป็นเรื่องราคาบางเวลาคัดเกรดกุ้ง แต่ก็ไม่ใช่ปัญหาใหญ่โตอะไร ยังรับได้อยู่

- คุณภาพเป็นสิ่งสำคัญ พวกยาพวกสารเคมีนี้ห้ามฉีดเลย เพราะกุ้งที่อื่นบางที่ก่อนที่จะจับกุ้งเขาจะฉีดยาเร่งกันมันก็อันตรายคนกินเข้าไปมันก็อันตราย

หมายเลข 9 นายอดุล ฤทธิยา อายุ 51 ปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม 25 ปี

- เลี้ยงกุ้งมันเงินดีกว่าปลูกข้าว เพราะเมื่อก่อนเป็นชาวนาขายได้มันกำไรไม่ดี ขาดทุนบ้าง
- มีพื้นที่ 15 ไร่
- แรงงานก็ได้จ้างแรงงาน เลี้ยงเองดูแล
- เงินลงทุนก็เข้ามา
- พวกข้าวเกี่ยวกับกุ้งตอนนี้ดูได้จากมือถือ เปิดอินเทอร์เน็ต เปิดเฟซบุ๊ก ส่วนผู้ใหญ่บ้านก็จะมาให้มาแจ้งข่าวบ้าง แต่ในเฟซบุ๊กก็จะดูเป็นประจำพวกราคาขาย บางทีก็มีคุยไลน์กับคนที่เลี้ยงกุ้งบ้าง
- ถ้าเป็นพวกเครื่องมืออุปกรณ์มันจะมีร้านที่ขายของพวกนี้โดยเฉพาะ ขายพวกอาหารกุ้งอาหารปลา แต่ถ้าเป็นพวกลูกพันธุ์ก็ซื้อจากฟาร์มส่งเขาไว้ก่อน เคยซื้อลูกพันธุ์ของ CP มาครั้งนึง แล้วก็ต้องเลิกเพราะมันแพงแถมยังบังคับให้ซื้ออาหารของ CP ด้วย ถ้าไม่ใช้อาหาร CP เขาก็ไม่การันตีไม่รับรองในคุณภาพลูกพันธุ์เขา เวลามันไม่ติดเนื้อก็จะไม่รับผิดชอบ
- ไม่เกิน 20 ตัวโล ส่วนใหญ่กุ้งที่ตลาดต้องการเป็นกุ้งตัวผู้คนซื้อจะชอบมาก เพราะตัวมันใหญ่เวลาเราขายก็ขายได้ราคาดีกว่าตัวเมียด้วย แล้วก็ช่วงที่ขายกุ้งดี ๆ ก็เป็นช่วงปลายปีต้นปี ช่วงสงกรานต์
- พ่อค้าคนกลางเขาจะมารับซื้อไป มีอยู่ไม่กี่เจ้านะพ่อค้า ถ้าเจ้าใหญ่ ๆ เงินดี หมายความว่าเขาจะจ่ายเงินให้เราทันทีไม่ค่อยติดค้าง ราคาก็ดี
- แล้วแต่นาจะบอกตรง ๆ ไม่ได้มันไม่แน่นอน สิบหมื่นยี่สิบหมื่นแล้วแต่ บางทีก็ได้มาก
- พ่อค้าเขาจะบอกราคาเราเองเป็นราคาตลาด แต่ถ้าเราไม่เชื่อเราก็เปิดดูราคาเองได้ เพราะเดี๋ยวนี้เปิดดูได้จากโทรศัพท์มือถือ แต่เวลาซึ่งขายอาจจะเกินก็โลกก็ต้องหยวน ๆ
- ถ้าแถวนี้ส่วนใหญ่เขาก็จะเลี้ยงกันประจำอยู่แล้ว บางคนก็เลี้ยงบ้างเปลี่ยนไปทำอย่างอื่นบ้าง เหมือนประมาณว่าอะไรได้ราคาดีก็ไปทำอันนั้นมากกว่า แต่ตอนนี้คนก็ไปเลี้ยงกุ้งขากันเยอะนะ กุ้งก้ามกรามลูกพันธุ์มันเลี้ยงไม่ค่อยติดดี
- ปัญหาที่พวกเรื่องโรคกุ้ง คุณภาพน้ำต่าง ๆ ซึ่งก่อนหน้านี้ก็มีน้ำท่วมกุ้งก็จะหลุดออกไปบ้าง ตรงนี้ต้องระวังเพราะมันจะไม่คุ้มทุน และก็เรื่องซังก็โลกก็ต้องพิเศษให้พ่อค้าเขาไปทวงไม่ได้
- คุณภาพลูกพันธุ์สำคัญถ้ามันดีมันก็จะเลี้ยงติด นอกนั้นก็เป็นเรื่องทั่วไปเรื่องน้ำ อาหาร ต้องดูแลให้ดีให้หมดทุกอย่าง เลี้ยงครั้งแรกอาจจะติดขัดหน่อยแต่ทำครั้งสองครั้งสามก็จะเรื่องได้แล้ว

หมายเลข 10 นายชูศักดิ์ โพธิ์สุขา อายุ 48 ปี ประสบการณ์ในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม 30 ปี

- เริ่มจากพี่ชายเลี้ยงก่อนแล้วเห็นว่ามันโอเคก็เลยชวนให้ลองมาทำบ้าง ถ้าแม้ว่าราคามันจะมีขึ้น ๆ ลง ๆ บ้างแต่มันก็อยู่ได้ เพราะตอนนี้ถ้าจะให้ไปทำอย่างอื่นก็ไม่ว่าจะทำอะไรแล้ว
- มีพื้นที่ 15 ไร่
- ทำเองครับ ดูแลเองหมดเลยอาจจะมีภรรยาช่วยบ้าง แต่ส่วนใหญ่เราจะเป็นคนคอยดูคอยนอนเฝ้าบ่อเป็นหลัก ส่วนถ้าเรื่องจ้างแรงงานมีเฉพาะวันที่จับขายพ่อค้าแค่นั้น
- เงินลงทุนก็ยังไม่มาครับ นอกระบบ
- ข้อมูลต่าง ๆ รู้ผ่านทางผู้ใหญ่บ้านถ้าเป็นข้อมูลพวกโครงการต่าง ๆ จากกรมประมง นอกนั้นพวกราคาพวกตลาดมันเปิดดูจากอินเทอร์เน็ตได้ หรือจะถามพวกคนขายพันธุ์ขายอาหารพวกนี้เขาก็จะรู้
- วัตถุดิบถ้าหมายถึงพันธุ์กุ้งจะซื้อจากฟาร์มเพาะ เขาจะเพาะพันธุ์ขายเลย หรือบางคนเขาก็จะซื้อจากเซล CP นะ แต่ที่เห็น ๆ ส่วนใหญ่หลัง ๆ มานี้คนไม่ค่อยซื้อจาก CP กันเท่าไร ก็ซื้อธรรมดาทั่วไปเพราะมันราคาถูกกว่ากันเยอะ บางคนก็เอามาผสมกันเลี้ยง ส่วนพวกอาหารเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ มันก็มีร้านขายของพวกนี้อยู่
- ก็ 10-15 ตัวโล ก็ตัวใหญ่อยู่ ส่วนใหญ่จะเป็นไซส์ประมาณนี้ และก็ต้องเป็นเพศผู้ด้วยที่เขานิยมกินกัน
- ขายพ่อค้าคนกลาง เมื่อก่อนเคยเอาไปขายตลาดมหาชัยจ้างรถไปโดนกดราคาจนไม่คุ้มเลย ก็เลยขายพ่อค้าดีกว่าไม่ต้องเสียค่ารถด้วย เขาก็คิดราคาแค่ตัวผู้ตัวเมียไม่ได้แบ่งแยกราคาเป็นกุ้งตัวผู้ กุ้งจิ๊กโก่ ไม่มีแบบนั้นราคาเลยจะคุ้มกว่าเยอะ
- เป็นแสนนะ แต่ว่าแต่ละครั้งรายได้ก็ไม่เท่ากันขึ้นจะอยู่กับจำนวนที่เราจับขาย
- ราคาก็เปิดจากอินเทอร์เน็ต แต่อาจจะโดนลดหน่อยถ้ากุ้งมันไม่ค่อยดี แต่บางครั้งที่พ่อค้าเขาต้องการกุ้งแล้วเขามาตระเวนถามถ้าที่บ่อเรามีก็อาจจะต่อรองราคาได้ 5 บาทประมาณ เพราะตลาดเขาต้องการ
- เป็นพัก ๆ นะ ช่วงไหนที่ดี ๆ ก็จะมาเลี้ยงกุ้งกันหมดเลยบางครั้งขายไม่ได้ก็มีนะคนเลี้ยงมันเยอะขึ้น แต่ถ้าช่วงราคาไม่ดีคนที่ไม่อดทนก็มีก็เลิกไป
- ก็คงจะมีปัญหาคุณภาพ ปัญหาสิ่งแวดล้อมเพราะเดี๋ยวนี้น้ำมันไม่ค่อยสะอาดเหมือนเมื่อก่อนแล้ว ปัญหาขายกุ้งไม่ได้บ้างบางครั้งก็ต้องเลี้ยงปล่อยทิ้งไว้ในบ่อไป รอจนกว่าเขาจะรับซื้อ
- จุดแข็งเลยคือเรื่องคุณภาพ ถ้าเราเลี้ยงกุ้งให้คุณภาพดีพ่อค้าก็อยากได้กุ้งของเราเพราะเวลาเขาเอาไปขายเขาก็จะพูดได้ว่าเอือกุ้งล็อตนี้มันดีนะ



ภาคผนวก ง
บันทึกการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับ
อุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม

ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 1 นายวณัฐพล โพธิ์ทอง (เจ้าของฟาร์มกุ้งก้ามกรามแบบครบวงจร จบการศึกษาจากคณะประมง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

- อุตสาหกรรมกุ้งก้ามกรามโครงสร้างต้นน้ำถึงปลายน้ำจะประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องไม่ค่อยมากนัก เพราะว่ามันเป็นกุ้งที่กินในประเทศเป็นส่วนใหญ่ โดยต้นน้ำก็คือผู้ผลิต/เกษตรกร กลางน้ำก็คือพ่อค้าคนกลาง/แพร์ซื้อกุ้ง ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเกษตรกรรายย่อยจะส่งผลผลิตขายพ่อค้าคนกลางเป็นหลัก และส่วนปลายน้ำก็คือร้านอาหาร/ร้านค้าปลีกในตลาด/ร้านค้าปลีกริมทาง
- กรณีความได้เปรียบเสียเปรียบถ้าจากประสบการณ์ส่วนใหญ่แล้วผู้เลี้ยงหรือเกษตรกรจะเป็นฝ่ายที่เสียเปรียบที่สุดในอุตสาหกรรม เพราะไม่มีอำนาจในการต่อรองใด ๆ เลย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราคา ถ้าพ่อค้าผู้รับซื้อบอกว่าจะซื้อราคาเท่าไรก็ต้องขาย เพราะพ่อค้าที่มีรับซื้อหลัก ๆ จะมีอยู่เพียงไม่กี่ราย จึงจำเป็นต้องยอม แต่อย่างไรก็ตามก็ไม่ใช่ว่าเกษตรกรจะได้ราคาที่ทำให้เขาทุน มันเพียงแต่ให้ผลกำไรที่ไม่สูงเท่านั้นเอง
- สำหรับอำนาจการต่อรองถ้าดูจากต้นน้ำ-กลางน้ำ แนนอนเลยว่ากลางน้ำมีอำนาจการต่อรองมากกว่า เพราะว่าจำนวนผู้ที่อยู่ในส่วนนี้มีไม่มาก และส่วนใหญ่อีกจะเป็นรายที่ต้องมีเงินมาก เขาก็จะมีอำนาจในการซื้อ เกษตรกรจะไม่สามารถต่อรองมาก ๆ ได้ เพราะว่ามันอาจจะส่งผลถึงการค้าขายในอนาคต ส่วนถ้าเป็นกลางน้ำ-ปลายน้ำ คือส่วนใหญ่แล้วกลางน้ำจะนำไปขายต่อให้กับปลายน้ำที่เป็นร้านอาหาร ซึ่งคนกำหนดราคาก็จะเป็นกลางน้ำโดยจะบวกราคาจากราคาขายปากบ่อสัก 40-50 บาทต่อกิโลกรัม ขึ้นอยู่กับคุณภาพของกุ้ง แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจร้านอาหาร (ปลายน้ำ) ก็ยังจำเป็นต้องพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง (กลางน้ำ) ในการหาผลผลิตมาให้อยู่เรื่อย ๆ จึงจำเป็นต้องยอมในราคาที่พ่อค้าคนกลางกำหนด
- ความเข้มข้นในการแข่งขันมีไม่มากสำหรับกลุ่มต้นน้ำเพราะว่าส่วนใหญ่แล้วเป็นผู้เลี้ยงรายเดิม มีจำนวนพื้นที่ในการเลี้ยงเท่าเดิม ซึ่งผู้เลี้ยงบางรายก็ไม่ใช่ว่าผู้เลี้ยงที่ตั้งใจเลี้ยงแต่กุ้งก้ามกรามเพียงประเภทเดียวบางรายก็เลี้ยงกุ้งชนิดอื่น หรือสัตว์น้ำชนิดอื่นผสมอยู่ด้วย แต่ถ้าเป็นกลุ่มกลางน้ำเหล่าพ่อค้าคนกลางจะต้องรวบรวมผลผลิตให้สามารถนำไปตอบสนองต่อคำสั่งซื้อทั้งหมดจากร้านอาหาร เพื่อการรักษาลูกค้าเอาไว้จึงต้องพยายามรวบรวมผลผลิตให้ได้มากที่สุดตามที่ต้องการ และต้องมีคุณภาพที่ดีพอด้วย ซึ่งในส่วนของปลายน้ำก็จะแข่งขันกันไม่สูงมากนัก เพราะส่วนใหญ่จะเป็นการนำไปประกอบอาหารก็จะแตกต่างกันไปตามกลุ่มลูกค้าของตน

- เป็นส่วนน้อยมากที่ผลผลิตจะล้นตลาดเพราะว่ากึ่งก้ามกรามเป็นกึ่งที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งสำหรับผู้เลี้ยงกึ่งก้ามกรามจะมีช่วงที่ผลผลิตจำหน่ายไม่ค่อยได้จะเป็นช่วงฤดูฝน ซึ่งเป็นผลกระทบมาจากการบริโภคของลูกค้า ยอดคำสั่งซื้อจะลดลง ส่งผลต่อการขายกึ่งของเกษตรกรเหมือนกัน ดังนั้นเกษตรกรผู้เลี้ยงจึงต้องมีการวางแผนจัดการที่ดีเพื่อไม่ให้มีต้นทุนที่เพิ่มสูงเกินไป
- กึ่งก้ามกรามเป็นกึ่งน้ำจืดขนาดใหญ่ซึ่งไม่เหมือนกึ่งชนิดอื่น ๆ ทั้งในเรื่องของรสชาติ โครงร่างขนาด และรูปแบบในการนำไปประกอบอาหาร ดังนั้น กึ่งที่สามารถมาแทนกึ่งก้ามกรามได้ทั้งหมดจึงไม่มี แต่อาจจะนำกึ่งชนิดอื่น ๆ มาประกอบอาหารแทนได้ แต่ผู้บริโภคก็อาจจะยังรู้สึกว่าการอาหารชนิดนี้ควรจะต้องเป็นกึ่งก้ามกราม
- ภาครัฐสนับสนุนให้มีการเลี้ยงแบบอินทรีย์ ในอินทรีย์ในการบำบัด ลดและเลิกใช้สารเคมีในการเลี้ยงทั้งหมด ซึ่งถ้าเกษตรกรหรือผู้เลี้ยงทุกฟาร์มทำได้ ก็สามารถไปยื่นเจตจำนงในการขอมาตรฐานฟาร์ม GAP ได้ ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่ของกรมประมงมาตรวจสอบและให้เอกสารรับรอง
- ตอนนี้อยู่ข้อมูลต่าง ๆ ระหว่างผู้ค้าขายจะกระจายข่าวสารกันในกลุ่มเฟสบุ๊ค หรือไลน์ และเกษตรกรผู้เลี้ยงบางรายที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็น ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้เลี้ยงรุ่นใหม่จะมีการประกาศขาย ไม่ว่าจะเป็นลูกพันธุ์ หรือผลผลิตกึ่งก้ามกรามผ่านที่สื่อ (Social Media) ต่าง ๆ แต่สำหรับข้อมูลข่าวสารที่มาจากทางรัฐบาลก็สามารถติดต่อสอบถามได้จากกรมประมงโดยตรง หรือหากทางกรมประมงต้องการประกาศข่าวสารก็จะเรียกผู้ใหญ่บ้านประชุมเพื่อนำข่าวสารมาประกาศต่อให้กับลูกบ้านอีกทีหนึ่ง
- สำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่ม การขายผลผลิตให้กับร้านอาหารโดยตรงสามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรได้ ซึ่งในวิธีเช่นนี้จำเป็นจะต้องแบ่งสัดส่วนการเลี้ยงกึ่งก้ามกรามออกตามจำนวนผลผลิตที่ต้องการจำหน่ายในแต่ละสัปดาห์เพื่อให้สามารถเกษตรกรสามารถส่งกึ่ง (เป็น) ไปจำหน่ายให้กับร้านอาหารได้ในทุก ๆ สัปดาห์ โดยเกษตรกรเองก็จะได้รับรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นโดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง แต่เกษตรกรจำเป็นจะต้องติดต่อประสานงานกับร้านอาหารเอง และจะต้องมีแรงงานและการจัดการที่ดีพอที่จะสามารถทำให้เป็นที่ไว้วางใจจากร้านอาหารว่าจะสามารถส่งผลผลิตให้ได้ไม่ขาด

ผู้เชี่ยวชาญหมายเลข 2 นายกฤษณะ จันทะนารักษ์ (นักวิชาการผลิตภัณฑอาหาร กองวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมสัตว์น้ำ กรมประมง)

- โครงสร้างของอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกรามเป็นกุ้งน้ำจืด ก็เริ่มแรกก็จะประกอบไปด้วยคนเลี้ยงซึ่งก็คือเกษตรกรโดยส่วนใหญ่เขาจะเลี้ยงกันในภาคกลางเป็นจำนวนมาก พวกสุพรรณบุรี นครปฐม โดยเกษตรกรเมื่อเลี้ยงจนสามารถขายได้แล้วเขาจะส่งขายให้กับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งโดยส่วนใหญ่พ่อค้าคนกลางก็จะส่งต่อยังร้านอาหาร หรือถ้าเป็นพ่อค้าคนกลางที่เป็นเจ้าใหญ่จริง ๆ ก็จะเอาไปส่งที่แพกุ้ง เพื่อให้แพกุ้งที่ทำหน้าที่เป็นซัพพลายเออร์ให้กับร้านอาหารใหญ่ ๆ อีกที่ส่งต่อยังร้านอาหาร เช่น พวกร้านแหลมเจริญฯ หรือบางครั้งแพกุ้งก็อาจจะไปซื้อจากเกษตรกรเองแล้วแต่กรณี แต่ทีนี้ก็จะมีการกุ้งที่ได้รับมาตรฐาน GAP ด้วย พวกนี้จะเป็นกุ้งที่ได้รับมาตรฐานการส่งออก แพกุ้งที่เป็นซัพพลายเออร์ให้กับโรงงานแปรรูปก็จะรับกุ้งจากฟาร์มที่มีมาตรฐาน GAP เพื่อส่งขายต่อให้กับโรงงานแปรรูป โดยงานแปรรูปจะนำกุ้งไปแช่แข็งซึ่งการแช่แข็งนี้จะต้องไม่ทำให้กุ้งเสียรูปร่าง ต้องให้สวย และมีสภาพเหมือนเดิมที่สุดเพื่อส่งออกไปขาย โดย 30% ส่งไปอเมริกา และก็มีประเทศจีน ส่วนใหญ่ก็คือจะเอาไปทำอาหารไทยเป็นหลัก
- ความได้เปรียบเสียเปรียบกันส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องราคาซื้อขาย เพราะมันแน่นอนว่าเกษตรกรคือคนที่แบกรับภาระทั้งหมด เป็นคนที่ได้รับผลประโยชน์น้อยที่สุดแต่ว่าไม่สามารถทำอะไรได้เลย ส่วนคนกลางกับร้านอาหารส่วนใหญ่เขาจะมีการซื้อขายกันมายาวนาน จะไม่ค่อยมีปัญหากันเท่าไร นอกจากรายได้ใหม่ที่ยังเข้ามาเล่นเท่านั้น
- ทั้งหมดในอุตสาหกรรมคนกลางเป็นคนที่มีความมากที่สุด คนกลางนี้ก็คือพ่อค้าคนกลางหรือแพรับซื้อกุ้ง เพราะว่ารายใหญ่จริง ๆ มันก็มีอยู่เพียงไม่กี่เจ้า ถ้าเกษตรกรไปต่อรองราคาเขามากเขาก็มีสิทธิ์ไม่รับซื้อแล้วทีนี้จะไปขายใคร ส่วนร้านอาหารเขาก็จะดูกันที่คุณภาพสำหรับร้านที่รับกับแพรับซื้อนะ เช่น แหลมเจริญฯ แต่ถ้าเป็นร้านทั่วไปก็ซื้อจากพ่อค้าคนกลาง ซึ่งคนกลางก็จะเป็นคนที่กำหนดราคาซื้อขายเอง ดังนั้น กลุ่มกลางน้ำจะเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลที่สุดในอุตสาหกรรม
- ความเข้มข้นถ้าโดยรวมแล้วก็ไม่ค่อยเท่าไร แต่ถ้าเป็นแยกเป็นต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ ต้นน้ำจะแข่งขันกันไม่รุนแรง เกษตรกรเล็กเลี้ยงกุ้งก้ามกรามไปหลายราย เพราะว่ากุ้งก้ามกรามเป็นกุ้งที่รัฐบาลไม่ค่อยสนับสนุนเท่าไร ส่วนใหญ่จะไปสนับสนุนกุ้งขาว กุ้งทะเลมากกว่า เพราะว่ากุ้งก้ามกรามหลัก ๆ จะใช้บริโภคภายในประเทศไม่ค่อยส่งออก มีสัดส่วนการส่งออกเพียงแค่ 10% เท่านั้น และพันธุ์ก็ยังไม่ค่อยดี ไม่มีการส่งเสริมวิจัยเพื่อพัฒนาสายพันธุ์ โดยพันธุ์ของกรมประมงจะสูญเสียพันธุ์จาก CPF ไม่ได้ แต่มันติดที่ถ้าซื้อสายพันธุ์ CPF เกษตรกรจะต้องจ่ายแพงกว่า และก็ต้องซื้ออาหารของ CPF มาใช้ด้วย และที่สำคัญคือเขาไม่รับซื้อผลผลิตนะ เพราะ CPF ก็ไม่ได้เล่นกุ้งก้ามกรามเท่าไร ส่วนใหญ่จะเป็นกุ้งขาว เขาจะทำให้พันธุ์กับอาหารเป็นหลัก ส่วนกลางน้ำถือว่ามีการแข่งขันสูงมากเพราะจะต้องแข่งกันว่ากุ้งของใครสดใหม่กว่ากัน คุณภาพดีกว่ากัน

หาได้ครบตามออร์เดอร์หรือไม่ ซึ่งบางครั้งธุรกิจกลางน้ำสามารถส่งผลผลิตให้ตามร้านอาหารได้ภายใน 1 วัน ซึ่งแต่ละเจ้าเขาก็จะมีเทคนิควิธีที่แตกต่างกันไป ส่วนปลายน้ำก็แล้วแต่ธุรกิจว่าเขาจะเล่นตลาดไหนเพราะมันก็ขายแบ่งแยกกันไปตามขนาดตามคุณภาพของกุ้ง แต่ถ้าเป็นร้านใหญ่เขาก็จะมีสิ่งจองเอาไว้เป็นประจำอยู่แล้ว

- กรณีผลผลิตล้นตลาดถือว่าไม่ค่อยมีเท่าไร เนื่องจากว่าผู้เลี้ยงก็น้อยลงแต่ว่ากุ้งก้ามกรามกลับมีผู้บริโภคต้องการสูงมากขึ้น ทั้งคนในประเทศและต่างประเทศ ถ้าต่างประเทศจะเป็นพวกร้านอาหารเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งตอนนี้กุ้งก้ามกรามที่บริโภคก็มีการนำเข้าจากแถบประเทศเพื่อนบ้านบ้าง เช่น พม่า เวียดนาม แต่ว่าเป็นสัดส่วนที่ไม่มากนัก เพราะว่าเรากำลังพยายามควบคุมให้การผลผลิตมีปริมาณเพียงพอสำหรับผู้บริโภคภายในประเทศ
- สำหรับสินค้าทดแทนถือว่าเป็นเรื่องยาก เนื่องจากว่ากุ้งก้ามกรามมันเป็นกุ้งน้ำจืดที่มีลักษณะตัวใหญ่ไม่เหมือนกุ้งอื่น ทั้งขนาดทั้งเนื้อมันจะเอากุ้งทะเลมาทดแทนมันก็ไม่ใช่ เวลาเอามาประกอบอาหารพวกบั้ง-ย่าง รสชาติ ความรู้สึกต่าง ๆ ของผู้บริโภคมันก็จะไม่ได้ ซึ่งการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม (เพาะเลี้ยง) กรมประมงพัฒนาสายพันธุ์ขึ้นมาเพื่อทดแทนกุ้งแม่น้ำ เพราะกุ้งแม่น้ำก็คือกุ้งก้ามกรามสายพันธุ์หนึ่งที่มันอยู่ในธรรมชาติโดยทุกวันที่มันลดน้อยลงไปมาก กรมประมงจึงต้องเพาะเลี้ยงพัฒนาสายพันธุ์ขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
- นโยบายภาครัฐที่สนับสนุนผู้เลี้ยง ณ ปัจจุบันยังไม่มีอะไรที่จริงจัง เนื่องจากว่าส่วนใหญ่จะไปสนับสนุนกุ้งขาวมากกว่าเพราะกุ้งขาวสามารถขายได้ในปริมาณที่มากกว่ากุ้งก้ามกรามหลายเท่าตัว แต่นโยบายที่สนับสนุนมาเรื่อย ๆ ก็คือเรื่องมาตรฐาน GAP สิ่งนี้มันดีตรงที่เป็นการสร้างคุณภาพในมาตรฐานการเลี้ยง กุ้งก้ามกรามที่เลี้ยงในฟาร์มที่มีมาตรฐาน GAP จะมีราคาซื้อขายที่สูงกว่าในฟาร์มธรรมดาทั่วไปเพราะว่าเป็นกุ้งก้ามกรามในเกรดที่สามารถส่งออกจำหน่ายต่างประเทศได้ ซึ่งการตรวจรับมาตรฐานนี้ก็ดำเนินการไม่ยาก เพียงแค่เกษตรกรไปดำเนินการที่กรมประมงประจำจังหวัดยื่นเจตจำนงขอมาตรฐาน GAP ก็จะมีเจ้าหน้าที่มาตรวจสอบที่ฟาร์มเพื่อดูว่ามีอะไรตรงจุดไหนบกพร่องและต้องปรับปรุงแก้ไขอย่างไร จากนั้นก็จะมีตรวจสอบมาตรฐานอยู่เสมอ ซึ่งเจ้าของฟาร์มก็ต้องคงความเป็นมาตรฐานเอาไว้เช่นกัน
- ปัจจุบันการส่งข้อมูลจากกรมประมงให้กับเกษตรกรต้องยอมรับว่ายังมีการสื่อสารที่ไม่ดีพอ แต่บางครั้งสำหรับท้องถิ่นต่าง ๆ มันก็เป็นเรื่องยากที่จะพัฒนาการสื่อสารต่าง ๆ จึงยังคงใช้วิธีการเรียกประชุมผู้ใหญ่บ้านที่กรมประมงประจำจังหวัดอยู่แล้วให้ผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้กระจายข่าวให้เกษตรกรอีกทีหนึ่ง ซึ่งก็รู้ว่าบางครั้งผู้ใหญ่บ้านที่อาจจะไม่มีความรู้ความเข้าใจในทุกเรื่องทุกหัวข้ออาจจะมีการกระจายข่าวที่ขาดตกบกพร่องไปบ้าง แต่วิธีนี้ก็เป็นวิธีที่ดีที่สุดที่จะเข้าถึงเกษตรกรในท้องถิ่นต่าง ๆ ได้

- สำหรับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ดีที่สุดให้กับเกษตรกรการได้มาตรฐาน GAP คิดว่าเป็นสิ่งที่ดีที่สุด ณ ตอนนี้ เนื่องจากถ้าเกษตรกรรายใหญ่ หรือเป็นเกษตรกรที่หาตลาดในการส่งจำหน่ายให้กับโรงงานแปรรูปเองก็จะสามารถขายได้ในราคาดีขึ้น ซึ่งมันอาจจะดีกว่าการรวมตัวกันเป็นสหกรณ์เพราะสหกรณ์ส่วนใหญ่ไม่ค่อยประสบความสำเร็จเหลือเพียงไม่กี่สหกรณ์เท่านั้นที่ประสบความสำเร็จอย่างจริง ๆ เพราะส่วนใหญ่มันจะมีการไม่ซื่อสัตย์เกิดขึ้น และเกิดการเรียกร้องเรียนจากเกษตรกรทำให้สหกรณ์ไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ ซึ่งถ้าจะมีการรวมตัวเพื่อการแชร์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่ายถือว่าเป็นสิ่งที่ดีกว่า เพราะว่าตอนนี้เกษตรกรเขาก็คิดว่าการทำคนเดียวไม่ต้องไปรวมกลุ่มแล้วก็ขายต่อให้กับพ่อค้าคนกลางก็ถือว่าคุ้มที่สุดแล้ว

ภาคผนวก จ

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

ประเด็นคำถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามในอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ เช่น ชื่อ ระยะเวลาของประสบการณ์ เป็นต้น
2. เหตุผลที่เลือกลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามคืออะไร
3. ฟาร์มที่ลงทุนเลี้ยงกุ้งก้ามกรามมีขนาดเท่าไร
4. แรงงานที่ใช้ในการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามเป็นแรงงานประเภทไหน ใช้จำนวนเท่าไร
5. แหล่งที่มาของเงินทุนที่ใช้ในการลงทุนมาจากที่ใด
6. การรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับกุ้งก้ามกรามมาจากแหล่งใด
7. การนำเข้าวัตถุดิบต่าง ๆ มาจากที่ใด อย่างไร
8. ขนาดของกุ้งก้ามกรามที่ตลาดต้องการมีขนาดเท่าไร
9. เมื่อจับกุ้งก้ามกรามแล้วนำไปจำหน่ายที่ใด
10. การจับกุ้งก้ามกรามเพื่อจำหน่ายในแต่ละครั้งได้ผลตอบแทนเท่าไร (ราคาต่อตันหรือต่อกิโลกรัม)
11. ใครเป็นผู้กำหนดราคาในการซื้อขายกุ้งก้ามกราม
12. ในบริเวณใกล้เคียงมีคนหันมาเลี้ยงกุ้งก้ามกรามกันมากขึ้นหรือไม่
13. ปัญหาที่พบในการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามมีอะไรบ้าง
14. สิ่งที่เป็นหัวใจสำคัญที่สุดหรือจุดแข็งในการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามและนำมาซึ่งความสำเร็จคืออะไร

ประเด็นคำถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกราม

1. โครงสร้างของอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกรามประกอบด้วยอะไรบ้าง
2. ความได้เปรียบเสียเปรียบของธุรกิจอุตสาหกรรมคืออะไร (ต้นทุน-ปลายน้ำ)
3. ผู้มีอำนาจในการต่อรองการซื้อ/ขายในอุตสาหกรรมคือใคร (ต้นทุน-ปลายน้ำ)
4. ความเข้มข้นทางการแข่งขันของธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมเป็นอย่างไรบ้าง (ต้นทุน-ปลายน้ำ)
5. สถานการณ์ผลผลิตกุ้งก้ามกรามขาด/ล้นตลาดเป็นอย่างไรบ้าง
6. กุ้งก้ามกรามมีสินค้าทดแทนได้หรือไม่
7. ภาครัฐมีนโยบายอะไรที่ช่วยสนับสนุนและส่งเสริมเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามบ้างหรือไม่ อย่างไร
8. การส่งผ่านข้อมูลระหว่างกันในอุตสาหกรรมเป็นไปในรูปแบบใด
9. แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกุ้งก้ามกรามควรเป็นอย่างไร

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวอารดา เทพณรงค์
วันเดือนปีเกิด	5 กันยายน 2533
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2556: อักษรศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน บริษัท เทคโนโลยี อินฟราสตรัคเจอร์ จำกัด
ประสบการณ์ทำงาน	2559-ปัจจุบัน: เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน บริษัท เทคโนโลยี อินฟราสตรัคเจอร์ จำกัด 2556-2559: ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย บริษัท ทาการ่า แพลนนิ่ง จำกัด