



ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษาทุ่งจอม
ตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์
COST AND REVENUE OF COMMUNITY PRODUCT : CASE
STUDY OF KUNGJOM PRAKHONCHAI TAMBON,
PRAKHONCHAI DISTRICT,
BURIRAM PROVINCE

วิทยานิพนธ์
ของ
ธงชัย เพิ่มงาม

เลขท
วันที่.....
เลขเรียกหนังสือ.....	ด.....

ด 11๗ ๓
น. 2

เสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา

พฤศจิกายน 2547

ลิขสิทธิ์เป็นของสถาบันราชภัฏบุรีรัมย์

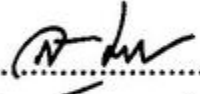
ISBN 974-692-242-4

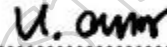
เลขทะเบียนหนังสือ.....	139521..
Bib. Id.....	71263
Barcode.....	1000 1613 27
เลขเรียกหนังสือ.....	ด 11๗ ๓ น. 2

๒๐๔๗

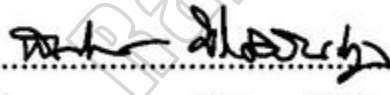


คณะกรรมการควบคุมและคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของ
นายธงชัย เพิ่มงาม แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

..........ประธานกรรมการควบคุม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณ พวงประโคน)

..........กรรมการควบคุม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หาญชัย อัมภพล)

..........กรรมการควบคุม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนาวัลย์ วิเชียรศิลป์)

..........กรรมการสอบ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิชรินทร์ ศิริอำพันธ์กุล)

..........กรรมการสอบ
(ดร.พยอม รอดมงคลดี)

บัณฑิตวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

..........คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ดร.พยอม รอดมงคลดี)

วันที่ 30 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2547

ชื่อเรื่อง	ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษาทุ้งจ่อม ตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์		
ผู้วิจัย	ธงชัย เพิ่มงาม		
กรรมการควบคุม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณ พวงประโคน ประธานกรรมการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หาญชัย อัมภผล กรรมการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ลัดดาวัลย์ วิเชียรศิลป์ กรรมการ
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	สาขา	สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา
สถานศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	ปีที่พิมพ์	2547

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตทุ้งจ่อม ศึกษา ส่วนผสมการตลาดการผลิตทุ้งจ่อม ในด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริม การตลาด ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ สมาชิกชมรมทุ้งจ่อม-กระยาสารทประ โคนชัย ตำบล ประโคนชัย อำเภอประ โคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 19 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม ข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์ เกี่ยวกับสถานภาพผู้ประกอบการผลิต ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิต ส่วนผสมการตลาด ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตทุ้งจ่อม ผลการวิจัยพบว่า

1. การผลิตทุ้งจ่อมมีต้นทุนกิโลกรัมละ 45.20 บาท ราคาจำหน่ายของผู้ประกอบการ ขายส่งและขายปลีก กิโลกรัมละ 68 บาท ส่วนผู้ประกอบการขายปลีกอย่างเดียว ขายกิโลกรัมละ 75 บาท ถ้าไรส่วนเกินของผู้ประกอบการขายส่งและขายปลีกอยู่ที่กิโลกรัมละ 22.80 บาท ของ ผู้ประกอบการขายปลีกเพียงอย่างเดียวอยู่ที่กิโลกรัมละ 29.80 บาท จุดคุ้มทุนของผู้ประกอบการ ขายส่งและขายปลีกอยู่ที่ 118 กิโลกรัม คิดเป็นเงิน 8,024 บาท จุดคุ้มทุนของผู้ประกอบการขายปลีก เพียงอย่างเดียวอยู่ที่ 91 กิโลกรัม คิดเป็นเงิน 6,825 บาท
2. ส่วนผสมการตลาดทุ้งจ่อม ปริมาณการผลิตขึ้นอยู่กับคำสั่งซื้อของลูกค้า การกำหนด ราคา ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดราคาเอง มีช่องทางการจัดจำหน่ายให้ลูกค้าโดยตรง มีการส่งเสริม การตลาดโดยการออกข่าวเผยแพร่
3. มีปัญหาและอุปสรรคในด้านการขาดแคลนทุ้งฝอยน้ำจืดที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต ทุ้งจ่อม

TITLE Cost and Revenue of Community Product : Case Study of Kungjom
Prakhonchai Tambon, Prakhonchai District, Buriram Province

AUTHOR Thongchai Permngam

ADVISORS Assistant Professor Suwan Puangprakhon, Ph.D., Chair
Assistant Professor Hanchai Umpapol, Ph.D., Co-advisor
Assistant Professor Laddawan Vichiansil, Co-advisor

DEGREE Master of Arts **MAJOR** Social Sciences for Development

SCHOOL Rajabhat University Buriram **YEAR** 2004

ABSTACT

This research aimed to study the cost and the revenue of kungjom (preserved shrimps) and to study its marketing mix : product, price, place and promotion. The informants purposively selected were 19 members of Prakonchai Kungjom-Krayasat Club at Prakonchai Tambon, Prakonchai District, Buriram. The data were collected by means of interviewing regarding kungjom producing, the producers' status, the cost and the benefit, the marketing mix and the difficulties in producing kungjom. The results were as the follows :

1. The cost of kungjom was 45.20 Baht/kg; the wholesale and retail shops' prices were set at 68 Baht/kg; the retail shops' prices were set at 75 Baht/kg; the profit for the wholesale and retail shops was 22.80 Baht/kg, and for the retail ones was at 29.80 Baht/kg; and the cost-effectiveness of wholesaling and retailing was at 118 kgs or 8.024 Baht and the one of retailing was at 91 kgs or 6,825 Baht.
2. Regarding the marketing mix, for the product, its quantities depended upon the customers' orders; for the price, it was set by the producers; for the place, kungjom was directly sold to the customers, and for the promotion, sales promotion and publicity were used.
3. The difficulty was the shortage of freshwater shrimps.

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีเพราะความกรุณาให้คำปรึกษาแนะนำข้อคิดเห็น ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างดียิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณ พวงประโคน ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หาญชัย อัมภาสถ กรรมการควบคุม วิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ลัดดาวัลย์ วิเชียรศิลป์ กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัทธรินทร์ ศิริอำพันธ์กุล และ ดร.พยอม รอดมงคลดี กรรมการสอบ รองศาสตราจารย์ ดร.จรีพร จันทรพานิชย์ และอาจารย์ชาญณรงค์ ศิริอำพันธ์กุล ศึกษาพิเศษ 9 ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสัมภาษณ์

ขอขอบคุณสมาชิกชมรมกึ่งจ่อม-กระยาสารทประ โคนชัย ตำบลประ โคนชัย อำเภอ ประ โคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ในการให้ความร่วมมือช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกในการรวบรวม ข้อมูลเป็นอย่างดียิ่ง

ประ โยชน์และคุณค่าอันพึงเกิดขึ้นจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบเป็นเครื่องบูชา พระคุณแด่บิดา มารดา บุรพจารย์ คณาจารย์และผู้มีส่วนในการฟูมฟัก เกื้อกูลให้กำลังใจใน การศึกษาแก่ผู้วิจัยทุกท่าน

ธงชัย เพิ่มงาม

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล.....	5
แนวความคิดเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนการผลิต.....	11
แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาด.....	14
บริบทอำเภอประโคนชัย.....	18
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกุ้งฝอย.....	24
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกุ้งจ่อม.....	27
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	34
ประชากร.....	34
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	34
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	36

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	54
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	54
วิธีดำเนินการวิจัย.....	54
สรุปผลการวิจัย.....	58
อภิปรายผล.....	61
ข้อเสนอแนะนำไปใช้.....	63
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป.....	64
บรรณานุกรม.....	65
ภาคผนวก.....	69
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เพื่อการศึกษา.....	70
ภาคผนวก ข แผนที่จังหวัดบุรีรัมย์ แผนที่ประเทศไทยแสดงพิกัดภูมิศาสตร์ แผนที่ ที่ตั้งสถานที่ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อม.....	85
ภาคผนวก ค ลักษณะความแตกต่างของกุ้งฝอยกับกุ้งก้ามกราม.....	89
ภาคผนวก ฉ แหล่งรวบรวม และเครื่องมือประมงพื้นบ้านดักจับกุ้งฝอย.....	91
ภาคผนวก ง ขั้นตอนและภาพกิจกรรมการผลิตกุ้งจ่อม.....	93
ภาคผนวก จ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน กุ้งจ่อม (มผช. 147/2546).....	96
ภาคผนวก ฉ รายนามผู้ให้สัมภาษณ์.....	102
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	104

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ประกอบการสมาชิกชมรม กึ่งจ่อม-กระยาสารทประ โคนชัย ตำบลประ โคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์.....	39
2 ต้นทุนผันแปรการผลิตกึ่งจ่อมต่อกิโลกรัม.....	41
3 ต้นทุนคงที่รวมการผลิตกึ่งจ่อม.....	42
4 ปริมาณการผลิตกึ่งจ่อม.....	42
5 มูลค่าการขายกึ่งจ่อมของผู้ประกอบการขายส่งและขายปลีกที่ราคาขายส่งกิโลกรัมละ 65 บาท ราคาขายปลีกกิโลกรัมละ 70 บาท ผู้ประกอบการขายปลีกที่ราคาขายปลีก กิโลกรัมละ 75 บาท.....	43
6 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลด้านการผลิตกึ่งจ่อม.....	46
7 ราคาขายส่งและขายปลีกกึ่งจ่อม.....	47
8 จำนวน ร้อยละของวิธีกำหนดราคาและสาเหตุที่ทำให้ราคาผลิตภัณฑ์ เปลี่ยนแปลง.....	48
9 จำนวน ร้อยละของช่องทางการจัดจำหน่ายกึ่งจ่อม.....	49
10 จำนวน ร้อยละของการส่งเสริมการตลาด.....	51
11 จำนวน ร้อยละของ / อุปสรรคการผลิตกึ่งจ่อม.....	53

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงแผนที่จังหวัดบุรีรัมย์.....	86
2 แสดงแผนที่ประเทศไทยแสดงพิกัดภูมิศาสตร์.....	87
3 แสดงแผนผังที่ตั้งสถานที่ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อม.....	88
4 แสดงลักษณะความแตกต่างของกุ้งฝอยกับกุ้งก้ามกราม.....	90
5 แสดงแหล่งรวบรวมและเครื่องมือประมงพื้นบ้านดักจับกุ้งฝอย.....	92
6 แสดงขั้นตอนการผลิตกุ้งจ่อม.....	94
7 แสดงกิจกรรมเกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่ายกุ้งจ่อม.....	95

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรกเมื่อ พ.ศ. 2504 นโยบายการพัฒนาประเทศมุ่งการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นหลัก โดยเร่งการพัฒนาอุตสาหกรรม การส่งออกเพื่อนำเงินตราเข้าประเทศ เนื่องจากในขณะนั้นประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านวัตถุดิบ และแรงงานราคาต่ำ ผลพวงของการพัฒนาทำให้เกิดความไม่สมดุลระหว่างกิจกรรมภาค เกษตรกรรมและนอกภาคเกษตรกรรม มีการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้อย่างไม่คำนึงถึงคุณค่า เพราะคิดว่าไม่ใช่ต้นทุนการผลิต จึงเกิดการบุกรุกพื้นที่ป่าบกและป่าชายเลนเพื่อขยายฐานการผลิต นำวัตถุดิบการเกษตรป้อนกิจกรรมนอกภาคเกษตรกรรม ส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลง

ในปี พ.ศ. 2540 เกิดวิกฤติเศรษฐกิจ (Economic Crisis) ในประเทศไทยและหลาย ประเทศในเอเชีย เป็นวิกฤติทางการเงิน (Financial Crisis) เกิดขึ้นพร้อมกันทั้ง 3 ด้าน คือ วิกฤติ ค่าเงิน (Currency Crisis) วิกฤติธนาคาร (Banking Crisis) และวิกฤติหนี้ระหว่างประเทศ (International Debt Crisis) ทำให้ประเทศไทยตกอยู่ในภาวะการล้มละลายทางเศรษฐกิจ มีสภาพหนี้ สาธารณะสิ้นพันตัว ธุรกิจเอกชนล้มละลาย คนว่างงานและคนจนเพิ่มขึ้น เป็นอุปสรรคต่อ การพัฒนาประเทศ ดังนั้นความยากจนจึงเป็นปัญหาที่ต้องดำเนินการแก้ไข โดยเร่งด่วน ซึ่งต้องอาศัย ทุกภาคส่วนร่วมมือกัน โดยภาครัฐให้ความช่วยเหลือด้านวิชาการ สนับสนุนด้านแหล่งเงินทุน ภาคประชาชนบริหารจัดการทรัพยากรท้องถิ่น โดยใช้ข้อดีรู้คุณค่า นำภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับ เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อสร้างธุรกิจชุมชนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เกิดสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นแนวทางหนึ่งที่จะส่งผลสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของประชาชน โดยการผลิตหรือ บริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสามารถจำหน่ายทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล การพึ่ง ตนเอง คิดอย่างสร้างสรรค์และการสร้างทรัพยากรมนุษย์

กุ้งจ่อมเป็นผลิตภัณฑ์โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาอาหารพื้นบ้านให้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนจำหน่ายตลาดท้องถิ่นและส่งจำหน่ายตลาดต่างจังหวัด เป็นการสร้างอาชีพ สร้างรายได้และสร้างชื่อเสียงให้กับอำเภอประโคนชัยและจังหวัดบุรีรัมย์ นอกจากนี้ยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกุ้งฝอยซึ่งเป็นสัตว์น้ำท้องถิ่นของประเทศอีกทางหนึ่งด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตกุ้งจ่อม ตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อม หน่วยงานราชการและผู้สนใจทั่วไป นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจประกอบธุรกิจ การผลิตกุ้งจ่อม พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปกุ้งจ่อม วางแผนการตลาด ส่งเสริมการขาย การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้า ความปลอดภัยด้านอาหาร พัฒนาคุณภาพและปริมาณวัตถุดิบ โดยเฉพาะกุ้งฝอยและเป็นแนวทางสำหรับการแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำอื่น ๆ ต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตกุ้งจ่อมของผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาส่วนผสมการตลาดการผลิตกุ้งจ่อม ด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตกุ้งจ่อม เป็นข้อมูลที่จะได้นำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับการผลิตกุ้งจ่อม
2. ทำให้ทราบส่วนผสมการตลาดของกุ้งจ่อม ด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด เป็นข้อมูลในการพัฒนาการตลาดของการผลิตกุ้งจ่อม
3. นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์สำหรับการวางแผนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย ปรับปรุงช่องทางการตลาด การส่งเสริมการตลาด การบริหารจัดการทรัพยากรท้องถิ่น การรับรองและควบคุมมาตรฐานสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน การแปรรูปผลิตภัณฑ์และเป็นแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าประมง เป็นต้น ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาชนและผู้สนใจทั่วไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเฉพาะกรณี ชมรมกุ้งจ่อม-กระยาสารทประ โคนชัย ตำบลประ โคนชัย อำเภอประ โคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

2. ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาได้แก่ สมาชิกชมรมกุ้งจ่อม-กระยาสารทประ โคนชัย ตำบลประ โคนชัย อำเภอประ โคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 19 คน

3. เนื้อหาที่ศึกษา

3.1 ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตกุ้งจ่อม ด้านต้นทุนการผลิต ปริมาณการผลิต ปริมาณการขาย ผลตอบแทนและจุดคุ้มทุนการผลิตกุ้งจ่อม

3.2 ศึกษาส่วนผสมการตลาดการผลิตกุ้งจ่อม ด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

4. เวลาที่ศึกษา

การศึกษานี้ใช้เวลาศึกษาดังแต่เดือนพฤษภาคม 2547 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2547

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการผลิตหรือบริหารจัดการทรัพยากรในท้องถิ่น ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น เกิดเป็นสินค้าหรือบริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถจำหน่ายหรือให้บริการแก่ผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กุ้งจ่อม หมายถึง การถนอมอาหารประเภทหมักดอง โดยนำกุ้งฝอยคลุกเคล้าเกลือหรือน้ำปลา หมักในภาชนะที่ปิดมิดชิดระยะเวลาหนึ่งแล้วเติมน้ำคั่วแล้วหมักต่ออีกระยะเวลาหนึ่งจะเกิดกลิ่น สี รสชาติเฉพาะตัวของกุ้งจ่อม สามารถบริโภคสดหรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์กุ้งจ่อม

ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อม หมายถึง ผู้ผลิตกุ้งจ่อมเพื่อขายส่ง หรือขายส่งและขายปลีก ตำบลประ โคนชัย อำเภอประ โคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

ส่วนผสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดการผลิตกุ้งจ่อม

การตลาด หมายถึง ช่องทางที่จะนำสินค้าไปสู่ผู้บริโภค

การผลิต หมายถึง กรรมวิธีในการผลิตกุ้งจ่อมให้มีคุณภาพ

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่หรือช่องทางการขายสินค้าโดยผู้ผลิต พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีกและตัวแทนคนกลาง

ราคา หมายถึง มูลค่าของสินค้าที่ผู้ขายกำหนดขึ้นในการขายส่งและขายปลีก
 การกำหนดราคา หมายถึง การกำหนดมูลค่าของสินค้าหรือบริการในการแลกเปลี่ยน
 การซื้อขายสินค้าหรือการบริการระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ

ต้นทุนการผลิต หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการแปรรูปกิ่งฝอยสดให้เป็นกิ่งจอม
 จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ ต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่

ต้นทุนผันแปร หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง โดยมีส่วนสัมพันธ์โดยตรงกับ
 ปริมาณผลผลิต คือ วัตถุดิบทางตรง ได้แก่ กิ่งฝอย น้ำปลา ข้าวคั่ว ภาชนะบรรจุ น้ำประปา แรงงาน
 ในครอบครัวและแรงงานจ้าง

ต้นทุนคงที่ หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่จะเป็นจำนวนคงที่ สำหรับปริมาณการผลิตจนถึงระดับ
 หนึ่งภายในระดับการผลิตนั้น ไม่ว่าปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นหรือลดลง มีการนำมาใช้ในการผลิต
 มากกว่า 1 ครั้ง ได้แก่ ตู้แช่ (พลาสติก) โอง ตะแกรง กะละมังและผ้าคลุม

แรงงานในครอบครัว หมายถึง สมาชิกในครอบครัวที่ใช้แรงงานในการผลิตกิ่งจอม

แรงงานจ้าง หมายถึง แรงงานจ้างชั่วคราว เพื่อทำการผลิตกิ่งจอม

ค่าเสื่อมราคา หมายถึง การแบ่งปันต้นทุนของสินทรัพย์ที่คิดค่าเสื่อมราคาหลังจาก
 หักค่าซากแล้ว โดยแบ่งตามอายุการใช้งาน ค่าเสื่อมราคาจะคิดเป็นต้นทุนคงที่

ปริมาณขาย หมายถึง จำนวนยอดขายหรือรายได้จากการขายกิ่งจอม

ผลตอบแทน หมายถึง ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการผลิตกิ่งจอม ซึ่งมีมูลค่าหรือราคา
 เกินกว่าต้นทุนการผลิตกิ่งจอม

จุดคุ้มทุน หมายถึง ยอดขายอยู่ในระดับที่ไม่ทำให้มีกำไรหรือขาดทุน

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมสนับสนุนให้กิ่งจอมสามารถกระตุ้นหรือสร้าง
 สิ่งเร้าใจและจงใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจซื้อกิ่งจอม

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษาทุ่งจ่อม ตำบล ประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัย ได้ศึกษาจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับความหมาย แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนการผลิต ส่วนผสมการตลาด จากเอกสาร ตำรา เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาประกอบการวิจัย ดังรายละเอียดตาม หัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล
2. แนวความคิดเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนการผลิต
3. แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาด
4. บริบทอำเภอประโคนชัย
5. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับทุ่งจ่อม
6. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับทุ่งจ่อม
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล

ถ้าแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี (2544 : 1 - 2) โดยพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาว่าประชาชนทุกระดับได้รับความเดือดร้อนอันเกิด มาจากมีรายได้น้อยไม่เพียงพอกับรายจ่าย ซึ่งเป็นผลมาจากการตกงาน ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ กำลังซื้อ ของคนในประเทศลดลง รัฐบาลจึงตั้งเป้าที่จะดำเนินนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน โดย การสร้างงาน สร้างรายได้ ลดค่าใช้จ่ายให้แก่ประชาชน ให้มีรายได้น้อยเพียงพอกับรายจ่าย นำไปสู่ การพอมีพอกินและเหลือจากนั้นจึงนำไปสู่การสร้างชีวิตใหม่โดยใช้กลไกทุกส่วนของภาครัฐ ใน การสร้างโอกาสให้ประชาชน ใช้ทุนทางปัญญา ศักยภาพส่วนตัวและสินทรัพย์ที่มีอยู่ทำงานอย่าง เต็มที่ เมื่อประชาชนมีรายได้น้อยก็จะทำให้ครอบครัวมีรายได้และประเทศชาติมีรายได้ ซึ่งจะกลายเป็น ฐานภาษีใหม่ให้กับรัฐ รัฐบาลมีรายได้มากขึ้นนำไปสู่การลดภาระหนี้สินของประเทศในโอกาส ต่อไป รัฐบาลจะเป็นผู้ลงทุนทางสังคม ไม่ใช่เป็นเพียงผู้จ่ายเงิน โดยไร้เป้าหมาย เพราะการใช้จ่ายเงิน เพียงอย่างเดียวมักจะก่อให้เกิดการสูญเปล่าไม่ได้ผล นโยบายของรัฐบาล เช่น กองทุนหมู่บ้าน

การจัดตั้งธนาคารประชาชนจึงเป็นส่วนหนึ่งของการลงทุนเพื่อสร้างรายได้ใหม่ให้กับประชาชน และให้กับรัฐ ในที่สุด ดังนั้นภารกิจเร่งด่วนและสำคัญอย่างยิ่งของรัฐบาลคือการเร่งแก้ไขปัญหา เศรษฐกิจ ปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตของระบบเศรษฐกิจ การบริหารสังคมและการเมือง โดย จะต้องดำเนินการ ไปพร้อม ๆ กันเพื่อให้สามารถแก้ปัญหาได้ทันการณ์ ซึ่งปัญหามี 2 ส่วน คือ การหดตัวของเศรษฐกิจที่กำลังก่อปัญหาทางสังคมให้กับประเทศและการแก้ไข ปรับเปลี่ยน โครงสร้างใหม่ให้กับระบบเศรษฐกิจและสังคมไปสู่ความมีเสถียรภาพและความมั่นคงอันยั่งยืนของ ประเทศชาติ การแก้ปัญหาทั้ง 2 ส่วนนี้จะไม่เป็นเพียงหยุดการทรุดตัวของเศรษฐกิจเท่านั้นแต่จะ เป็นการกระจายโอกาสให้กับชีวิตของประชาชน ไม่ใช่เป็นเพียงการกระจายเงิน นอกจากนี้ยังเป็นการ ใช้สิทธิประโยชน์ที่สำคัญคือ ภูมิปัญญาเพื่อก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจใหม่ซึ่งเป็นเพียงเศรษฐกิจที่อาศัย ความรู้เป็นฐานของการหารายได้ เพราะประเทศไทยมีความหลากหลายทางชีวภาพ มีวัฒนธรรม อันเก่าแก่ นอกจากนั้นคนไทยยังมีทักษะ ฝีมือ ความมานะและความขยันหมั่นเพียร ซึ่งถ้าได้รับการ ส่งเสริมก็จะเกิดการ ใช้พลังในแผ่นดิน ซึ่งเป็นพลังทั้งจากมันสมองของประชาชนและพลังจาก การบริหารทรัพย์สินของแผ่นดิน จะสร้างให้ประเทศไทยกลับขึ้นมาแข็งแกร่งได้อีกครั้ง ให้คนไทย ทุกคนกลับมาขยันบนลำแข้งตัวเองได้อย่างมีเกียรติ มีศักดิ์ศรีและมีความภาคภูมิใจในความเป็น คนไทยอีกครั้งหนึ่ง ดังนั้นรัฐบาลจึงได้กำหนดนโยบายบริหารราชการแผ่นดิน 16 นโยบาย ในที่นี้ จะกล่าวถึงเฉพาะนโยบายการสร้างรายได้ ก็คือการแก้ปัญหานี้สินของประเทศซึ่งต้องแก้ด้วยการ สร้างรายได้ ดังนั้นรัฐบาลจะต้องสนับสนุนและผลักดันให้มีกระบวนการสร้างรายได้ให้กับ ประชาชนทุกระดับ โดยจะส่งเสริมตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ตามศักยภาพของทรัพยากร ธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทักษะที่โดดเด่นของชุมชน ในระดับฐานรากของประเทศ โดยผลิตสินค้าเพื่อการบริโภค นำผลผลิตที่เหลือออกจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ในระดับครอบครัว ส่งเสริมการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินเศรษฐกิจระดับชุมชน เร่งพัฒนาผู้ประกอบการขนาดกลางและ ขนาดเล็กให้มีการเชื่อมโยงกันกับธุรกิจขนาดใหญ่ ครอบคลุมทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีแนวนโยบายครอบคลุม 3 ด้าน คือ ด้านการเกษตร ด้านอุตสาหกรรม และด้านการบริการ

1. ด้านการเกษตร

ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

1.1 พื้นฟูและเสริมสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกร รัฐบาลดำเนินการ ดังนี้

1.1.1 ปรับโครงสร้างสินเชื่อและเงินทุนภาคเกษตรให้สอดคล้องกับวงจร

การผลิต เร่งรัดการแก้ไขหนี้สินของเกษตรกร พักชำระหนี้และยกเว้นดอกเบี้ยเป็นเวลา 3 ปี ให้ เกษตรกรรายย่อย

1.1.2 ส่งเสริมการทำเกษตรผสมผสาน เกษตรทางเลือก และเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้แก่เกษตรกร

1.1.3 ส่งเสริมให้เกษตรกรมีที่ดินทำกินอย่างพอเพียง โดยการวางแผนการใช้ที่ดินอย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดการใช้ที่ดินรกร้างว่างเปล่าให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำในทุกระดับ ให้เหมาะสมต่อระบบการผลิตและสอดคล้องกับสภาพพื้นที่ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างเต็มที่ในการฟื้นฟู อนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ดินน้ำและลุ่มน้ำ แหล่งกักเก็บน้ำ อูกลองส่งน้ำ คุณภาพน้ำและชลประทานระบบท่อ รวมทั้งควบคุมดูแลการใช้น้ำผิวดินและน้ำใต้ดินให้เกิดประสิทธิภาพและเป็นระบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโครงการพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่

จากนโยบายด้านการเกษตรแปลงสู่แผนปฏิบัติการเกิดเป็นโครงการต่างๆ ของรัฐบาล เช่น โครงการฟื้นฟูอาชีพเกษตรกรหลังการพักชำระหนี้ โครงการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน ทำให้เกษตรกรมีโอกาสพักฟื้นตัวและกำลังใจที่จะประกอบอาชีพเกษตรกรรม เกิดการร่วมมือทั้งภาคราชการ ภาคประชาชน องค์กรอิสระ ในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแบบมีส่วนร่วม ก่อเกิดประโยชน์สูงสุด

1.2 การพัฒนาตลาดในประเทศและการปฏิรูปชนบท รัฐบาลดำเนินการ ดังนี้

1.2.1 มุ่งพัฒนาการผลิตภาคชนบทและสร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจชุมชน โดยเชื่อมโยงการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านแห่งละ 1 ล้านบาท เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนระยะยาวสำหรับการลงทุนและสร้างรายได้แก่ประชาชนในชนบท

1.2.2 พัฒนาระบบการตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่ สนับสนุนการจัดตั้งศูนย์กลางตลาดของกลุ่มเกษตรกรในชุมชน รวมทั้งส่งเสริมระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทางการเกษตร และความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศด้านการตลาดสินค้าเกษตร เพื่อให้สามารถวางแผนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2.3 ส่งเสริมการสหกรณ์ ธุรกิจชุมชน สถาบันเกษตรกร และองค์กรชุมชนให้เข้มแข็ง มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายด้านการเกษตร และการวิจัยพัฒนาด้านการเกษตร

1.2.4 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้วยการส่งเสริมการวิจัยและการเรียนรู้จากภูมิปัญญาไทยและวิทยาการสมัยใหม่

1.2.5 ส่งเสริมและสนับสนุนการทำเกษตร รวมทั้งเกษตรอุตสาหกรรมให้เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และสอดคล้องความต้องการของตลาดและศักยภาพของประชาชนในพื้นที่

สินค้าเกษตร โดยทั่วไปจะเก็บรักษาไว้ได้ไม่นาน จำเป็นต้องมีการถนอมอาหารหรือการแปรรูปผลิตภัณฑ์ หน่วยงานภาครัฐต้องศึกษาวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับสถาบันเกษตรกร ด้านการส่งเสริมการตลาดจัดให้มีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการประชาสัมพันธ์สื่อต่างๆของรัฐบาล เช่น สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมทั้งผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อให้บริการด้านการตลาดและเป็นการนำระบบสารสนเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในระบบการตลาด การเกษตร

1.3 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตรในตลาดโลก รัฐบาล
ดำเนินการ ดังนี้

1.3.1 ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการแปรรูปผลผลิตการเกษตร และพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน รูปแบบ และบรรจุภัณฑ์ของสินค้าเกษตรและเกษตรอุตสาหกรรม

1.3.2 ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งส่งเสริมการจดทะเบียนสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตทางการเกษตรในทุกด้าน เพื่อรองรับการเปิดเสรีสินค้าเกษตรในอนาคต

1.3.3 พัฒนาการตรวจสอบคุณภาพ มาตรฐานและความปลอดภัยของสินค้าเกษตร ทั้งการนำเข้าและส่งออก รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อยกระดับผลผลิตทางการเกษตรให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ

1.3.4 ส่งเสริมการประมงชายฝั่งและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ รวมทั้งการทำประมงนอกน่านน้ำ ด้วยการสร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน การพัฒนาองเรือประมง การแปรรูปสินค้าประมง อุตสาหกรรมห้องเย็น รวมทั้งส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรและระบบนิเวศทางทะเล

กระแสนิยมบริโภคอาหารปลอดภัยทั้งในและต่างประเทศ รัฐบาลเล็งเห็นว่าจะเกิดประโยชน์กับประเทศไทย จึงสนับสนุนให้มีโครงการเกษตรอินทรีย์ทั้งด้านพืช ปศุสัตว์และประมง โครงการความปลอดภัยด้านอาหารเพื่อผลิตสินค้าเกษตรที่ได้มาตรฐานทั้งระบบตั้งแต่ฟาร์มสู่โต๊ะอาหาร (From Farm to Table) โดยผู้ผลิตรับผิดชอบ ผู้บริโภคปลอดภัย สินค้าเกษตรมีมาตรฐานเดียวกันทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดสินค้าการเกษตรของประเทศไทย

2. ด้านอุตสาหกรรม

รัฐบาลดำเนินการดังนี้

2.1 ปรับโครงสร้างการผลิตในภาคอุตสาหกรรมและการส่งเสริมการลงทุนให้สอดคล้องกับเป้าหมายและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ โดยคำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติ

ทักษะ ฝีมือ ภูมิปัญญาไทย ศักยภาพในการผลิตและการตลาด และการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ ให้สอดคล้องกับการพึ่งพาจากต่างประเทศ

2.2 เสริมสร้างให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมพื้นฐาน และเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่จะก่อให้เกิดผลต่อการปรับ โครงสร้างการผลิตภาคอุตสาหกรรม

2.3 พัฒนาบุคลากรและแรงงานภาคอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนา อุตสาหกรรมในอนาคต สนับสนุนมาตรการเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าอุตสาหกรรม รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนากระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานและไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ โดยจัดการให้มีความโปร่งใสและมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ

2.4 พัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กให้มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของประเทศ โดยให้การสนับสนุน ส่งเสริมความร่วมมือในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีระหว่างภาครัฐ เอกชนและสถาบันการศึกษา รวมทั้งผลักดันให้เกิดเครือข่ายสารสนเทศเกี่ยวกับปัจจัยการผลิตและการตลาด

2.5 ส่งเสริมบทบาทของสถาบันการเงิน รวมถึงสนับสนุนการดำเนินงานและจัดตั้งของกองทุนร่วมทุน ตลอดจนระบบการค้าประกันสินเชื่อ เพื่อพัฒนาธุรกิจขนาดเล็กและอุตสาหกรรมขนาดกลาง

2.6 สนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ ๆ ในธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก สำหรับเศรษฐกิจใหม่ที่ใช้ความรู้เป็นฐาน

การพัฒนาภาคการเกษตรสู่ภาคอุตสาหกรรมเกษตร โดยนำองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นให้เกิดสินค้าและบริการก่อให้เกิดการสร้างงาน เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และจะต้องดำรงไว้ซึ่ง ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมของสังคมไทยและความหลากหลายทางชีวภาพ การพัฒนาด้านอุตสาหกรรมที่ผ่านมาถือว่าทรัพยากรธรรมชาติไม่ใช่ต้นทุนการผลิตจึงเกิดการทำลายป่าไม้ ป่าชายเลน ทำให้ภาวะสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลง ดังนั้นการพัฒนายังต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาสมดุลของธรรมชาติ

3. ด้านการบริการและการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว คือ หนทางสำคัญของการนำรายได้กระแสเงินสดเข้าสู่ประเทศ ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการและการท่องเที่ยว การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการและการท่องเที่ยว ดังนี้

3.1 ด้านการพัฒนาภาคบริการ

3.1.1 ปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานอันจำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการ ทั้งด้านการผลิตและพัฒนาบุคลากรภาคบริการ การพัฒนารูปแบบการให้บริการ การพัฒนาเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน

3.1.2 จัดให้หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อให้เกิดการใช้ศักยภาพภาคบริการอย่างเต็มที่ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศและรายได้ท้องถิ่น อาทิ การท่องเที่ยว การศึกษา การรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ การกีฬาและนันทนาการ

3.1.3 เร่งรัดพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการให้มีความรู้และทักษะ ทั้งด้านภาษามาตรฐานการบริการและการจัดการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของความตกลงระหว่างประเทศด้านการค้าบริการ

3.2 ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

3.2.1 เร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้ไทยเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวในภูมิภาค ทั้งด้านการตลาด การขนส่ง การลงทุน การบริหารจัดการ รวมถึงการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

3.2.2 บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดเล็ก และธุรกิจชุมชน พัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยวและยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุม การสัมมนา การแสดงสินค้าและแฟชั่นของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

3.2.3 เร่งพัฒนาบูรณะฟื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมืองและนอกเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจำหน่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยจะส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

3.2.4 เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยวและการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

3.2.5 เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กำลังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ การนำทรัพยากรท้องถิ่นที่มีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวมาสร้างสินค้าและบริการก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชน

จากนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล เพื่อการสร้างรายได้ รัฐบาลจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product หรือ OTOP) เป็นแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการ การดูแล การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การค้ำชูภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก จากกระแสนิยมบริโภคอาหารปลอดภัยเนื่องจากประเทศในยุโรปได้ตรวจสอบพบสารตกค้างในสินค้าเกษตร ทั้งพืช ปศุสัตว์ สัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์อื่นๆ เป็นอันตรายต่อสุขภาพผู้บริโภค เช่น สารเคมี ยาปฏิชีวนะ ก่อเกิดการคือยาของจุลชีพ สารก่อมะเร็ง ดังนั้นเพื่อสร้างความมั่นใจและรับรองความปลอดภัยของอาหาร สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรมรับมอบภารกิจจัดทำโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้น เพื่อสนับสนุนในด้านมาตรฐานและการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้จากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับและสร้างความมั่นใจ การประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ของชุมชนสู่ตลาดผู้บริโภคทั้งในประเทศ และต่างประเทศ การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจะกำหนดมาตรฐาน โดยมีข้อกำหนดที่เหมาะสมกับสภาพของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มีแนวทางปฏิบัติไม่ซับซ้อนเพื่อให้ผู้ผลิตเข้าถึงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ง่ายและคำนึงถึงระยะเวลาในการกำหนดมาตรฐาน โดยใช้ข้อมูลจากการประชุมสัมมนาเพื่อจัดทำมาตรฐาน โดยการจัดจ้างกลุ่มนักวิชาการหรือสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและให้ผ่านการพิจารณาพิจารณาจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายก่อนประกาศใช้ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจะให้การรับรองและการตรวจติดตามผลเพื่อสนับสนุนผู้ผลิตให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพเป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค โดยการเก็บตัวอย่างทดสอบ กำหนดรูปแบบเครื่องหมายรับรองและประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้กับผู้บริโภครับทราบและยอมรับอย่างทั่วถึง

แนวความคิดเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนการผลิต

ผลตอบแทนจากการดำเนินธุรกิจอาจเป็นกำไรหรือขาดทุนทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการประกอบกัน ผู้ประกอบธุรกิจมุ่งหวังที่จะได้กำไรจากการลงทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณการผลิต ปริมาณการขาย ผลตอบแทนหรือกำไร และจุดคุ้มทุน เป็นเครื่องมือสำคัญที่นำมาใช้ในการวางแผนการประกอบธุรกิจซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจการวางแผน เช่น การวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุนด้านปริมาณหรือหน่วยการผลิตจะทำให้ทราบว่ากำไรหรือขาดทุนจากการผลิตสินค้าหรือบริการปริมาณเท่าไรจึงจะคุ้มทุน และถ้าต้องการกำไรจะต้องผลิตปริมาณเท่าไรจึงจะทำให้ได้กำไรตามที่ต้องการ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการวางแผนกำไร ประกอบด้วย

1. ต้นทุนการผลิต

นภาพร ณ เชียงใหม่ และคนอื่น ๆ (ม.ป.ป. : 4) ได้แบ่งต้นทุนการผลิต ตามพฤติกรรม แยกเป็น 2 ประเภท คือ ต้นทุนผันแปร และต้นทุนคงที่

ต้นทุนผันแปร (Variable Cost = VC หรือ Total Variable Cost = TVC) คือ ต้นทุนหรือ ค่าใช้จ่ายที่มีลักษณะผันแปรได้ตามระดับของกิจกรรมหรือผลผลิต การคิดต้นทุนสินค้าขายมีเพียงต้นทุนผันแปรเท่านั้นที่คิดเป็นต้นทุนสินค้า ได้แก่ วัตถุดิบทางตรงและค่าแรงทางตรง เป็นต้น ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการ ได้ดังนี้

ต้นทุนผันแปร	TVC	=	VQ
เมื่อ	TVC	=	ต้นทุนผันแปร
	V	=	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย
	Q	=	ปริมาณการผลิต

ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost = FC หรือ Total Fixed Cost = TFC) คือ ต้นทุน หรือ ค่าใช้จ่าย ซึ่งในจำนวนรวมไม่เปลี่ยนแปลงตามระดับของกิจกรรมหรือปริมาณการผลิต ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยจะเปลี่ยนแปลงไปตามระดับของกิจกรรมหรือปริมาณการผลิต ต้นทุนคงที่จะไม่นำไปรวมกับต้นทุนสินค้าที่ผลิต เพราะต้นทุนคงที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับเวลามากกว่าการผลิต เช่น ค่าเสื่อมราคา มีหลายวิธีแล้วแต่ธุรกิจจะเลือกใช้ ที่นิยมกันมาก คือ การคิดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง (Straight Line Method) ดังสมการ

$$\text{ค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง} = \frac{\text{มูลค่าของทรัพย์สิน - ราคาซาก}}{\text{จำนวนปีที่ใช้ประโยชน์}}$$

2. ผลตอบแทนการผลิต

นภาพร ณ เชียงใหม่ และคนอื่น ๆ (ม.ป.ป. : 1-4) กล่าวถึง ผลตอบแทนการผลิตว่า เกิดจากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจ ผลตอบแทนอาจเป็นกำไรหรือขาดทุน ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบธุรกิจนั้นมีการวางแผนการผลิตและการตลาดได้ถูกต้องเหมาะสมเพียงใด ซึ่งการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณและกำไร จะทำให้ผู้ประกอบธุรกิจตัดสินใจเพื่อวางแผนกำไรและวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์กำไรส่วนเกิน (Contribution Margin Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาส่วนเกินระหว่างยอดขายหรือรายได้กับ ต้นทุนผันแปร รายได้หรือส่วนเกินที่เหลือนั้นคือส่วนที่เป็นกำไรให้กับกิจการ การวิเคราะห์กำไรส่วนเกินสามารถกระทำได้ 3 ลักษณะ คือ กำไรส่วนเกินรวม (Total Contribution Margin) กำไรส่วนเกินต่อหน่วย (Unit Contribution Margin) และอัตรากำไรส่วนเกิน (Contribution Margin Ratio) สามารถเขียนเป็นสมการ ได้ดังนี้

$$\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย} = \text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}$$

3. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

นภาพร ณ เชียงใหม่ และคนอื่น ๆ (ม.ป.ป. : 5-10) กล่าวว่า การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Analysis) คือ จุดที่ปริมาณการขาย หรือยอดขาย ณ ระดับที่ไม่ทำให้มีกำไร หรือขาดทุน มีความสำคัญต่อธุรกิจเพราะถ้าปริมาณการขาย หรือยอดขายเลขจุดนี้ขึ้นไปธุรกิจนั้นจะเกิดกำไรและถ้าปริมาณการขาย หรือยอดขายไม่ถึงจุดนี้ก็จะเกิดการขาดทุน ซึ่งเสนาะ ดิยาวี และ กิ่งกนก พิทยานุกุล (2537 : 129) กล่าวว่า การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนมี 3 วิธี คือ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนด้วยแผนภูมิ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนโดยสมการและการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนโดยใช้กำไรส่วนเกิน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนโดยใช้กำไรส่วนเกิน สามารถเขียนเป็นสมการ ดังนี้

$$\text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$\text{หรือ จุดคุ้มทุน (บาท)} = \text{จำนวนหน่วยที่ขาย} (\text{ณ จุดคุ้มทุน}) \times \text{ราคาขายต่อหน่วย}$$

แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาด

การบริหารการตลาด เป็นการนำเอาตัวแปรทางการตลาดทั้ง 4 ตัว หรือที่นักการตลาด นิยมเรียกว่า 4Ps มารวมกันให้ได้สัดส่วนพอเหมาะตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย จากนั้นจึงนำออกไปเสนอเพื่อสร้างความพอใจแก่ผู้ซื้อ ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด

1. ผลิตภัณฑ์ นับว่าเป็นส่วนสำคัญที่สุดของส่วนผสมการตลาดซึ่งสุปัญญา ไชยชาญ (2534 : 2-16) ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ (Product = P1) ว่าเป็นสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมาเพื่อขายให้แก่ผู้ซื้อ ผลิตภัณฑ์มีองค์ประกอบสำคัญ 3 อย่าง คือ

1.1 หัวใจผลิตภัณฑ์ หมายถึง ประโยชน์หรือบริการที่ผลิตภัณฑ์สามารถทำงานให้หรือมอบให้แก่ผู้ซื้อหรือผู้ใช้

1.2 ตัวตนของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่สัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสของมนุษย์ ได้แก่ คุณภาพ ตรา บรรจุภัณฑ์ และแบบ

1.3 ส่วนเพิ่มของผลิตภัณฑ์ คือ ประโยชน์หรือบริการที่ผู้ขายเสนอหรือมอบให้แก่ผู้ซื้อ ได้แก่ การติดตั้ง การนำส่ง การรับประกัน และการให้บริการหลังการขาย

2. ราคา กำหนดขึ้นเพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ สุปัญญา ไชยชาญ (2534 : 37-56) ให้ความหมายของราคา (Price = P2) ว่าเป็นราคาทางการตลาดซึ่งแสดงมูลค่าของผลิตภัณฑ์แก่ผู้ขายและผู้ซื้อ การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ จะต้องวิเคราะห์ปัจจัยหลายอย่าง ที่สำคัญ ดังนี้

2.1 ผู้บริโภค มีผลกระทบต่อราคาและสัมพันธ์กันตามกฎหมายของอุปสงค์ คือ ผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่มากขึ้นถ้าราคาต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ต่ำลง

2.2 รัฐบาล มีหน้าที่สนับสนุนและให้การคุ้มครองธุรกิจ ผู้บริโภคและสังคม หากการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ส่งผลกระทบต่อทางลบของธุรกิจ ผู้บริโภคหรือสังคม โดยส่วนรวม ย่อมทำให้รัฐบาลเข้ามาแทรกแซงราคาตามหน้าที่เพื่อให้เกิดความเหมาะสม

2.3 สมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก มักจะขัดแย้งกันเสมอเกี่ยวกับนโยบายราคาผลิตภัณฑ์ เพราะความอยากได้ของสมาชิก ผู้ผลิตต้องการได้ราคาคุ้ม

ต้นทุนการผลิตและมีกำไรเป็นที่พอใจ ผู้ขายส่งมีความต้องการให้ผู้ค้าปลีกจำหน่ายราคาผลิตภัณฑ์ตามราคาที่ตนกำหนดเพื่อให้คุ้มต้นทุนการขายและกำไรในระดับที่พอใจ การกำหนดราคาส่งย่อมขึ้นอยู่กับต้นทุน เป้าประสงค์ และจุดแข็งของผู้ขายส่งแต่ละราย ส่วนผู้ค้าปลีกซึ่งเป็นราคาสุดท้ายของผลิตภัณฑ์การกำหนดราคาขึ้นอยู่กับจินตภาพของผู้ค้าปลีก วัตถุประสงค์ วิธีดำเนินงานและต้นทุนการดำเนินงาน

2.4 การแข่งขัน สภาพการแข่งขันในตลาดถ้าอยู่ในระดับสูงราคาผลิตภัณฑ์ย่อมตกอยู่ในอำนาจกลไกของการตลาด มิใช่อำนาจของผู้ผลิตหรือของผู้จำหน่ายรายใดรายหนึ่ง ถ้าสภาพการแข่งขันอยู่ในระดับกลาง ผู้ผลิตแต่ละรายจะมีอำนาจในการควบคุมราคามากขึ้น และถ้าสภาพการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำจนถึงกับเป็นตลาดผูกขาด ผู้ผลิตจะเป็นผู้มีอำนาจในการควบคุมราคามากที่สุด กรณีเช่นนี้ผู้ผลิตจะต้องคำนึงถึงอำนาจการซื้อของผู้บริโภคเป็นหลักในการกำหนดราคาเพราะถึงแม้ว่าสามารถกำหนดให้ราคาสูงมากได้แต่ผู้ซื้อไม่มีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์ก็ขายไม่ได้เช่นกัน

2.5 ต้นทุน การดำเนินธุรกิจมีต้นทุนบางอย่างที่อยู่นอกการควบคุมของผู้ผลิต เช่น ต้นทุนวัตถุดิบ วัสดุสิ้นเปลือง ค่าจ้าง ค่าโฆษณา และค่าขนส่ง มีผลกระทบต่อราคาของผลิตภัณฑ์ มีเทคนิคการกำหนดราคาซึ่งเป็นการคำนวณเพื่อกำหนดราคาให้กับผลิตภัณฑ์ต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ มาเป็นฐานในการคำนวณ เช่น ต้นทุนอุปสงค์ การแข่งขัน เป็นต้น

2.6 การกำหนดราคาโดยอาศัยต้นทุนเป็นฐาน เป็นการกำหนดราคาโดยอาศัยต้นทุนและกำไรเป็นหลัก มีวิธีการกำหนดราคาที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

2.6.1 วิธีกำหนดราคาแบบ Cost-Plus ใช้ในสถานการณ์ที่ไม่สามารถทราบต้นทุนของผลิตภัณฑ์ได้ล่วงหน้าจึงต้องกำหนดกำไรที่อยากได้ขึ้นก่อนเมื่อทราบต้นทุนแล้วจึงนำมาบวกกับกำไรที่อยากได้ ผลลัพธ์จึงใช้เป็นราคา มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\text{ราคาต่อหน่วย} = \text{กำไรต่อหน่วยที่อยากได้} - \text{ต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดขึ้น}$$

2.6.2 วิธีกำหนดราคาแบบ Markup ใช้ในสถานการณ์ที่ผู้กำหนดราคา ทราบต้นทุนของผลิตภัณฑ์และนำกำไรที่อยากได้มาบวกเข้า ผลลัพธ์ที่ได้กำหนดเป็นราคา มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

ราคาต่อหน่วย = ต้นทุนต่อหน่วย - กำไรต่อหน่วยที่อยากได้

2.6.3 วิธีกำหนดราคาแบบ Markdown วิธีนี้ผู้ค้าปลีกนิยมใช้กันมากที่สุดเป็นการลดราคาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์มีตำหนิ ราคาเดิมสูงเกินไป หรือเป็นการลดราคาในโอกาสต่าง ๆ การกำหนดราคามีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\text{ราคาที่ลดลงไปคิดเป็นร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนเงินที่ลดลงไป}}{\text{ราคาขาย}} \times 100$$

2.6.4 วิธีกำหนดราคาตามเป้าหมาย (Target Pricing) ใช้ในสภาพที่กำหนดผลตอบแทนจากการลงทุนเอาไว้ล่วงหน้า แล้วจึงคำนวณหาราคาต่อหน่วยให้กับผลผลิต สูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\text{ราคา} = \text{ต้นทุนต่อหน่วย} + \frac{\text{อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่ต้องการ} \times \text{เงินลงทุน}}{\text{จำนวนหน่วยผลิตภัณฑ์ที่จะขายได้}}$$

2.6.5 วิธีกำหนดราคาโดยการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-even Analysis) การคำนวณหาจุดคุ้มทุนอาจคำนวณหาในรูปของจำนวนผลิตภัณฑ์ หรือรูปของจำนวนเงินก็ได้ สูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\text{จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่ทั้งหมด}}{\text{ราคาต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}}$$

$$\text{หรือ จำนวนเงินที่ขายได้ ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่ทั้งหมด}}{\frac{\text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}}{\text{ราคาต่อหน่วย}}}$$

3. สถานที่ โดยทั่วไปผู้ผลิตสามารถที่จะเป็นผู้จำหน่ายตรงให้กับผู้ซื้อหรือใช้ขบวนการกระจายผลิตภัณฑ์ออกไปเพื่อที่ผู้ซื้อได้รับโอกาสผลิตภัณฑ์ในเวลาและสถานที่ตามต้องการ สุปัญญา ไชยชาญ (2534 : 79-69) ให้ความหมายของสถานที่(Place = P3) ว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการตลาดหรือช่องทางการค้า เป็นช่องทางให้ผลิตภัณฑ์ถึงผู้ซื้อ โดยอาศัยคนกลางการตลาด ได้แก่ พ่อค้าคนกลาง คนกลางประเภทตัวแทน ผู้อำนวยการความสะดวก คนกลางการตลาดนั้นมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อ ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นพันธกิจที่ผู้ผลิตมีต่อตลาดในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ให้ถึงมือผู้บริโภค มีผลต่อราคาต้นทุนของผู้ผลิต ดังนั้นผู้ผลิตจะต้องคำนึงถึงคนกลางการตลาดที่จะเข้ามาสู่ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ช่องทางจัดจำหน่ายที่ยาวการบริหารยิ่งยาก เพื่อให้ช่องทางการจัดจำหน่ายมีประสิทธิภาพจำเป็นจะต้องมีการออกแบบช่องทางการจำหน่ายให้มีความเหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมการตลาด ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายสามารถแบ่งเป็นระดับศูนย์ ผู้ผลิตจะจำหน่ายให้ผู้ซื้อ โดยตรง ระดับหนึ่ง สองและสามจะมีคนกลางการตลาดเข้ามามากขึ้นตามลำดับ ดังนั้นการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย ควรพิจารณา ดังนี้

3.1 การเลือกสมาชิกเข้าช่องทางการจัดจำหน่าย โดยพิจารณาจากผลงานที่ผ่านมา การเงินและชื่อเสียงของพ่อค้าคนกลาง

3.2 การจูงใจสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการฝึกอบรม การให้กำลังใจ การเป็นหุ้นส่วนกับผู้จัดจำหน่ายการผลิต และการวางกำหนดการจัดจำหน่ายร่วมกัน เป็นต้น

3.3 การประเมินผลสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตจะต้องทำเป็นระยะๆ โดยวัดผลตามข้อตกลง เช่น โควตาการขาย ปริมาณสินค้าคงคลัง เป็นต้น

3.4 การตัดแปรช่องทางการจัดจำหน่าย ระบบการตลาดย่อมมีการแข่งขัน และช่วงอึดตัว ผู้ผลิตจะต้องปรับปรุงช่องทางการตลาดเป็นระยะๆ เพื่อให้ทันสิ่งแวดล้อมการตลาด เช่น การเพิ่ม หรือ ลดจำนวนสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย หรือพัฒนาวิธีการขายใหม่

4. การส่งเสริมการตลาด เป็นวิธีการที่ช่วยให้สามารถขายสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้น สุปัญญา ไชยชาญ (2534 : 99-116) ให้ความหมายของการส่งเสริมการตลาด (Promotion = P4) ว่าเป็นการสื่อสารทุกรูปแบบ เพื่อส่งข่าว ชักชวนและเตือนความจำของผู้บริโภคให้ทราบ การสื่อสารนักการตลาดนิยมใช้การสื่อสาร 4 ประเภท คือ

4.1 การโฆษณา เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่มีลักษณะไม่เป็นการส่วนตัวระหว่างผู้ส่งข่าวสารและผู้รับข่าวสาร เป้าหมายเนื้อหาสาระจะเป็นข้อมูลของผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์ ใช้ช่องทางการสื่อสารมวลชน โดยผู้ออกข่าวสารจะต้องชำระค่าตอบแทนให้กับเจ้าของสื่อ การโฆษณาสามารถเพิ่มจำนวนผู้รับฟังข่าวสารได้มากขึ้น และทำให้ใช้เทคนิคศิลป์ในการผลิตขึ้นโฆษณาเพื่อสร้างความประทับใจเกี่ยวกับผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์ได้ การโฆษณาสามารถใช้สื่อใน

การนำเข้าสู่เป้าหมายได้หลายทาง เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งสามารถประเมินการโฆษณาว่าเกิดผลกระทบด้านการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย หรือยอดขายอย่างไร

4.2 การออกข่าวเผยแพร่ เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อข่าวเผยแพร่ทางสื่อมวลชน แต่ผู้ส่งข่าวไม่ต้องชำระค่าตอบแทนให้กับเจ้าของสื่อ ซึ่งจะมีลักษณะเป็นข่าว หรือ บทความ ซึ่งคนส่วนใหญ่จะให้ความเชื่อถือมากกว่าการโฆษณา การออกข่าวเผยแพร่จึงสามารถเข้าถึงผู้รับข่าวสารเป้าหมายได้ดีกว่า การออกข่าวสารเผยแพร่สามารถออกได้ในรูปของข่าวแจก บทความ สารคดี ภาพประกอบคำอธิบาย หรือการประชุมแถลงข่าว ซึ่งจะต้องเป็นระบบและมีความต่อเนื่อง

4.3 การขายโดยบุคคล เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่มีลักษณะเป็นการส่วนตัวระหว่างผู้ส่งข่าว และผู้รับข่าวสาร อีกทั้งยังเป็นการสื่อสารที่มีความยืดหยุ่นมากที่สุด สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับข่าวสารดีที่สุดในขั้นสามารถตกลงซื้อสินค้าอันเป็นการสร้างรายได้ให้กับผู้ผลิต การขายจะเกิดประสิทธิภาพเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับการบริหารการขาย ดังนี้

4.3.1 การกำหนดวัตถุประสงค์ของการขายที่ชัดเจน สามารถวัดได้ในเรื่องปริมาณที่กำกับด้วยเวลา และอาณาเขตการขาย

4.3.2 การสรรหาและคัดเลือกพนักงานขาย

4.3.3 การฝึกอบรมพนักงานขาย

4.3.4 การจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนพนักงานขาย

4.3.5 การจูงใจพนักงานขาย

4.3.6 การกำหนดอาณาเขตการขาย การควบคุมและการประเมินผลงานพนักงานขาย

4.4 การส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมที่กระตุ้นให้ผู้ขายต่อพนักงานขาย และผู้บริโภคทำการซื้อขายให้มากขึ้น เครื่องมือส่งเสริมการขายมีอยู่ 4 ประเภท จะมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน คือ

4.4.1 เครื่องมือส่งเสริมการขายสำหรับผู้ขายปลีก ได้แก่ คู่มือ การสาธิต แสตมป์การค้า และการตั้งแสดง ณ จุดขาย

4.4.2 เครื่องมือส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ การแจกตัวอย่าง คู่มือ การคืนเงินให้บางส่วน

4.4.3 เครื่องมือส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เดิม ได้แก่ ของแถม สิทธิพิเศษ การลดราคา การแข่งขัน การจับฉลากชิงรางวัล

4.4.4 เครื่องมือส่งเสริมการค้า ได้แก่ ส่วนลดการค้า ส่วนลดที่คืนให้ภายหลัง การซื้อ การให้สินค้าโดยไม่คิดราคา ส่วนลดการค้าส่งเสริมผลิตภัณฑ์ และการให้ของขวัญ เป็นต้น

บริบทอำเภอประโคนชัย

1. ประวัติอำเภอประโคนชัย

อำเภอประโคนชัย เดิมชื่อว่า เมืองตะลุง คำว่า ตะลุง หมายถึง เสาใหญ่หรือเสาหิน สำหรับผูกช้าง เปลี่ยนชื่อเป็น อำเภอประ โคนชัยในปี พ.ศ. 2482 ซึ่งได้ใช้ชื่อนี้ตั้งแต่นั้นมา

2. สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานของอำเภอประโคนชัย

2.1 ลักษณะที่ตั้ง

อำเภอประ โคนชัย ห่างจากตัวจังหวัดบุรีรัมย์มาทางทิศใต้ระยะทางประมาณ 44 กิโลเมตร (ภาพประกอบ 1) ห่างจากกรุงเทพมหานคร 390 กิโลเมตร (ภาพประกอบ 2)

2.2 พื้นที่อำเภอประ โคนชัย

สำนักงานอำเภอประ โคนชัย (ม.ม.ป. : 1) กล่าวว่าอำเภอประ โคนชัย มีพื้นที่ประมาณ 890.121 ตารางกิโลเมตร

2.3 สภาพทางภูมิศาสตร์

ทิศเหนือ ติดต่อเขตอำเภอเมืองบุรีรัมย์ และอำเภอพลับพลาชัย จังหวัดบุรีรัมย์
 ทิศใต้ ติดต่อเขตอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์
 ทิศตะวันออก ติดต่อเขตอำเภอพลับพลาชัย จังหวัดบุรีรัมย์ และอำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์

ทิศตะวันตก ติดต่อเขตอำเภอเฉลิมพระเกียรติ และอำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์

2.4 ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่ทั่วไปเป็นที่ราบสูง ลาดต่ำจากทิศตะวันตกเฉียงใต้ไปทางทิศ ตะวันออกเฉียงเหนือ ไม่มีแม่น้ำหรือลำน้ำสำคัญไหลผ่านนอกจากลำน้ำขนาดเล็กซึ่งจะมีน้ำเฉพาะฤดูฝน ในฤดูแล้งแหล่งน้ำดังกล่าวจะแห้งขอด

2.5 ลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศของอำเภอประ โคนชัยเป็นแบบมรสุม มี 3 ฤดู คือ

ฤดูร้อน ประมาณเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมิถุนายน

ฤดูฝน ประมาณเดือนกรกฎาคมถึงเดือนตุลาคม

ฤดูหนาว ประมาณเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนมกราคม

2.6 การปกครอง

อำเภอประ โคนชัย แบ่งการปกครองออกเป็น การปกครองส่วนภูมิภาค และการปกครองส่วนท้องถิ่น

2.6.1 การปกครองส่วนภูมิภาค

ตามพระราชบัญญัติลักษณะการปกครองท้องที่ พ.ศ. 2547 อำเภอ
ประโคนชัยมี 16 ตำบล 182 หมู่บ้าน ดังนี้

2.6.1.1 ตำบลประโคนชัย มี 14 หมู่บ้าน

2.6.1.2 ตำบลบ้านไทร มี 12 หมู่บ้าน

2.6.1.3 ตำบลโคกม้า มี 9 หมู่บ้าน

2.6.1.4 ตำบลปังกู มี 14 หมู่บ้าน

2.6.1.5 ตำบลจรเข้มาก มี 18 หมู่บ้าน

2.6.1.6 ตำบลละเวียง มี 13 หมู่บ้าน

2.6.1.7 ตำบลโคกย่าง มี 9 หมู่บ้าน

2.6.1.8 ตำบลแสงโสม มี 7 หมู่บ้าน

2.6.1.9 ตำบลเขาคอก มี 15 หมู่บ้าน

2.6.1.10 ตำบลไพศาล มี 16 หมู่บ้าน

2.6.1.11 ตำบลตะโกตาพิ มี 11 หมู่บ้าน

2.6.1.12 ตำบลหนองบอน มี 11 หมู่บ้าน

2.6.1.13 ตำบลโคกมะขาม มี 7 หมู่บ้าน

2.6.1.14 ตำบลโคกตูม มี 10 หมู่บ้าน

2.6.1.15 ตำบลประทัดบุ มี 8 หมู่บ้าน

2.6.1.16 ตำบลสีห์เหลี่ยม มี 8 หมู่บ้าน

2.6.2 การปกครองส่วนท้องถิ่น

อำเภอประโคนชัยมีเทศบาลตำบล 1 แห่ง คือ เทศบาลตำบลประโคนชัย
รับผิดชอบหมู่ที่ 1-7 ตำบลประโคนชัย และมีองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 16 แห่ง ดังนี้

2.6.2.1 องค์การบริหารส่วนตำบลประโคนชัย

2.6.2.2 องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านไทร

2.6.2.3 องค์การบริหารส่วนตำบลโคกม้า

2.6.2.4 องค์การบริหารส่วนตำบลปังกู

2.6.2.5 องค์การบริหารส่วนตำบลจรเข้มาก

2.6.2.6 องค์การบริหารส่วนตำบลละเวียง

2.6.2.7 องค์การบริหารส่วนตำบลโคกย่าง

2.6.2.8 องค์การบริหารส่วนตำบลแสงโสม

2.6.2.9 องค์การบริหารส่วนตำบลเขาคอก

2.6.2.10 องค์การบริหารส่วนตำบลไพศาล

2.6.2.11 องค์การบริหารส่วนตำบลตะโกตาพิ

2.6.2.12 องค์การบริหารส่วนตำบลหนองบอน

2.6.2.13 องค์การบริหารส่วนตำบลโคกมะขาม

2.6.2.14 องค์การบริหารส่วนตำบลโคกตูม

2.6.2.15 องค์การบริหารส่วนตำบลประทัดบุ

2.6.2.16 องค์การบริหารส่วนตำบลสี่เหลี่ยม

2.7 ประชากร

มีประชากรทั้งสิ้น 123,040 คน เป็นชาย 61,672 คน หญิง 61,368 คน

2.8 การคมนาคม

การคมนาคมระหว่างอำเภอและตำบลต่างๆเป็นทางหลวงจังหวัดส่วนใหญ่เป็น
ลูกรัง และทางหลวงแผ่นดินที่เป็นลาดยางใช้ได้ตลอดฤดูกาล ดังนี้

2.8.1 ทางหลวงแผ่นดินประโคนชัย - อำเภอบ้านกรวด ระยะทาง 22 กิโลเมตร

2.8.2 ทางหลวงแผ่นดินประโคนชัย - อำเภอนางรอง ระยะทาง 30 กิโลเมตร

2.8.3 ทางหลวงแผ่นดินประโคนชัย - อำเภอเมืองบุรีรัมย์ ระยะทาง 44

กิโลเมตร

2.8.4 ทางหลวงแผ่นดินประโคนชัย - อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์

ระยะทาง 22 กิโลเมตร

2.8.5 ทางหลวงแผ่นดินประโคนชัย - อำเภอพลับพลาชัย ระยะทาง 16

กิโลเมตร

2.8.6 ทางหลวงแผ่นดินประโคนชัย - อำเภอละหานทราย ระยะทาง 55

กิโลเมตร

3. สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ

3.1 การเกษตร

ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 80 ประกอบอาชีพทำนา จำนวน 17,258 ครัวเรือน
ใช้พื้นที่ปลูกข้าวประมาณ 394,496 ไร่ มีผลผลิตเฉลี่ย 440 กิโลกรัมต่อไร่ต่อปี พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ
รองลงมาได้แก่ อ้อย แดงโมและมันสำปะหลัง ตามลำดับ

3.2 พื้นที่และการใช้ประโยชน์

การถือครองที่ดินมีการออกเอกสารสิทธิ ดังนี้

- 3.2.1 โฉนดที่ดิน จำนวน 27,684 แปลง
- 3.2.2 หนังสือรับรองการทำประโยชน์ (น.ส.3 ก.) จำนวน 4,134 แปลง
- 3.2.3 หนังสือรับรองการทำประโยชน์ (น.ส.3) จำนวน 2,784 แปลง
- 3.2.4 หนังสือสำคัญสำหรับที่หลวง จำนวน 387 แปลง
- 3.2.5 ใบจอง (น.ส.2) จำนวน 4,437 แปลง
- 3.2.6 ส.ค.1 จำนวน 10,092 แปลง

3.3 ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรม

ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ใช้ภาษาเขมรถิ่นไทยในชีวิตประจำวัน งานเทศกาลที่ถือเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอประโคนชัย คือ งานเทศกาลข้าวมะลิหอม ปลาจ่อมกุ้ง ชมทุ่งนกกประโคนชัย จัดขึ้นช่วงสงกรานต์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่ของทุกปี การละเล่นพื้นบ้านที่สำคัญ คือ กั้นตริมคณะบุญถึง บ้านโลกดาดวง ตำบลประโคนชัย ติกคณะป.มีศิลป์ บ้านตะแบก ตำบลโลก่าง และรำตรด มีทั่วไป เป็นต้น

3.4 โบราณสถาน โบราณวัตถุ

ปราสาทเมืองดำ ตั้งอยู่หมู่ที่ 6 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก ห่างจากที่ตั้งอำเภอประโคนชัยไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ระยะทางประมาณ 18 กิโลเมตร ลักษณะเป็นหินทรายปรangk 5 องค์ มีสระน้ำพญานาค 4 ทิศล้อมรอบด้วยสระเบียงคด เป็นศิลปะแบบปาปวน

3.5 สถาบันการเงิน

อำเภอประโคนชัยมีสถาบันการเงินที่เป็นธนาคารจำนวน 4 แห่ง คือ

- 3.5.1 ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)
- 3.5.2 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)
- 3.5.3 ธนาคารออมสิน
- 3.5.4 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

3.6 ไฟฟ้า

สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จำนวน 1 แห่ง

3.7 ประปา

ระบบประปามีทั้งระดับอำเภอเป็นของเทศบาลตำบลประโคนชัย จำนวน 1 แห่ง และประปาระดับตำบล หมู่บ้าน จำนวน 80 แห่ง

3.8 การสื่อสารและโทรคมนาคม

ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขอำเภอประโคนชัย จำนวน 1 แห่ง และสำนักงานบริการโทรศัพท์อำเภอประโคนชัย จำนวน 1 แห่ง

4. การศึกษาและศาสนา

4.1 การศึกษา

อำเภอประโคนชัยจัดการศึกษาเป็น 2 ระบบ

4.1.1 ระบบการศึกษาในโรงเรียน มีสถานศึกษาทั้งสิ้น 84 แห่ง จำนวนครูและอาจารย์จำนวน 1,156 คน จำนวนนักเรียน 26,753 คน

4.1.2 ระบบการศึกษานอกโรงเรียน มีศูนย์บริการศึกษานอกโรงเรียนอำเภอประโคนชัย 1 แห่ง แบ่งเป็น 77 กลุ่ม จำนวนครูและอาจารย์ 77 คน จำนวนนักเรียน 2,340 คน

4.2 ศาสนา

ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธมี 2 นิกาย คือนิกายธรรมยุติกมี 14 วัด และมหานิกายมี 90 วัด

5. สาธารณสุข

การให้บริการด้านสาธารณสุข อำเภอประโคนชัยมีสถานบริการดังนี้

5.1 โรงพยาบาล ขนาด 60 เตียง จำนวน 1 แห่ง

5.2 สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ จำนวน 1 แห่ง

5.3 สถานีอนามัยประจำตำบล จำนวน 18 แห่ง

5.4 สำนักงานส่วนมาตเรีย จำนวน 1 แห่ง

5.5 สถานพยาบาลของเอกชน จำนวน 13 แห่ง

5.6 ร้านขายยาแผนปัจจุบัน จำนวน 12 แห่ง

6. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

6.1 ทรัพยากรดิน

โครงสร้างของดินในอำเภอประโคนชัยมีลักษณะเป็นดินร่วนปนทราย ความสามารถอุ้มน้ำปานกลาง ธาตุอาหารในดินค่อนข้างต่ำ การระบายน้ำค่อนข้างไม่ดี

6.2 ทรัพยากรน้ำ

แหล่งน้ำสำหรับทำการเกษตร อุปโภค และบริโภคได้จากน้ำฝน และแหล่งน้ำผิวดินที่ปรับปรุงขุดลอกลำน้ำ ลำห้วย หนองน้ำ และแหล่งน้ำก่อสร้างเพื่อเก็บกักน้ำไว้ใช้

6.3 ทรัพยากรป่าไม้

พื้นที่บางส่วนอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติ พื้นที่ป่าที่สำคัญได้แก่ ป่าสงวนแห่งชาติปรีชม ป่าสงวนแห่งชาติป่าเขาคอก และป่าสงวนแห่งชาติป่าละเวีย - หนองน้ำขุ่น และป่าสงวนแห่งชาติพนมรุ้งบางส่วน

7. ผลิตภัณฑ์ชุมชน

การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนดีเด่นของอำเภอประโคนชัยแบ่งเป็น 2 ระดับ ดังนี้

- 7.1 ผลิตภัณฑ์ชุมชนดีเด่นระดับอำเภอ มี 5 ผลิตภัณฑ์
 - 7.1.1 กุ้งจ่อม
 - 7.1.2 กระจยสารท
 - 7.1.3 ผลิตภัณฑ์จากลือเกวียน
 - 7.1.4 ผลิตภัณฑ์ตะเกียบจากไม้ตาลและไม้มะพร้าว
 - 7.1.5 ปราสาทเมืองต่ำ
- 7.2 ผลิตภัณฑ์ชุมชนดีเด่นระดับตำบล มี 12 ผลิตภัณฑ์
 - 7.2.1 ปุยชีวภาพ-น้ำเอ็นไซม์ ตำบลบ้านไทร
 - 7.2.2 เส้นหมี่ ตำบลโคกม้า
 - 7.2.3 ผลิตภัณฑ์จักสาน ตำบลปิงกู
 - 7.2.4 ผักปลอดสารพิษ ตำบลตะโกตาพิ
 - 7.2.5 ขนมหิน ตำบลโคกคูม
 - 7.2.6 พรหมเข็ดเห่า ตำบลละเวีย
 - 7.2.7 ผ้าไหมพื้นบ้าน ตำบลเขาคอก
 - 7.2.8 ผ้าไหม ตำบลโคกย่าง
 - 7.2.9 ข้าวเกรียบ ตำบลประทัดหนู
 - 7.2.10 ดอกไม้จันทร์และดอกไม้ประดิษฐ์จากใยบัว ตำบลสีเหล็ก
 - 7.2.11 ผ้าขาวม้า ตำบลโคกมะขาม
 - 7.2.12 พรหมเข็ดเห่า ตำบลแสงโตน

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกุ้งฝอย

1. อนุกรมวิธานของกุ้งฝอย

กุ้งเป็นสัตว์ที่ไม่มีกระดูกสันหลังพบทั่วไปในแหล่งน้ำธรรมชาติ แหล่งน้ำก่อสร้าง และบ่อเลี้ยงสัตว์น้ำ (ภาพประกอบ 3) มีทั้งในแหล่งน้ำจืด และแหล่งน้ำชายฝั่ง พบกุ้งหลายชนิด เช่น กุ้งก้ามกราม กุ้งตะกาด กุ้งหัวแข็ง กุ้งหัวโชน และกุ้งฝอย กุ้ง ภาษาเขมร เรียกว่า คำพีก (Kampeus) ภาษาอังกฤษ เรียกว่า Lanchester's Freshwater Prawn หรือเรียกว่า Rice Prawn กุ้งฝอย เป็นคำใช้เรียก กุ้งฝอยทั้งชนิดที่พบในแหล่งน้ำจืดและชนิดที่พบในแหล่งน้ำชายฝั่ง ชนิดที่พบในแหล่งน้ำจืด



199521

วท
641.4
ธ 117 ๗
2๕๖๗

นักวิจัยได้ศึกษา ปัจจุบันพบว่ามี 2 ชนิด คือ กุ้งฝอยชนิด *Macrobrachium lanchesteri* de Man และ กุ้งฝอยชนิด *Caridina laevis*

อนุกรมวิธานของกุ้งฝอยชนิด *Macrobrachium lanchesteri* de Man นภาพร ศรีพุดนิพนธ์ และสุริยา จงโยธา (2540 : 10) จำแนกตามคู่มือของ Holthius (1950) ดังนี้

Phylum Arthropoda

Class Crustacea

Subclass Malacostraca

Order Decapoda

Suborder Natanita

Family Palaemonidae

Genus *Macrobrachium*

Species *lanchesteri*

อนุกรมวิธานของกุ้งฝอยชนิด *Caridina laevis* ทิวรัตน์ เถลิงเกียรติลีลา, วิรัช จิวแหยม และสุทธิพงษ์ เป็รื่องคำ (ม.ป.ป. : 5) จำแนกตามคู่มือของ Holthius (1993) ดังนี้

Phylum Arthropoda

Class Crustacea

Order Decapoda

Suborder Natanita

Infrasuborder Caridea

Superfamily Atyoide

Family Atyinac

Subfamily Atyinac

Genus *Caridina*

Species *laevis*

2. ลักษณะรูปร่างทั่วไปของกุ้งฝอย

กุ้งฝอยตัวเต็มวัย แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนหัว ประกอบด้วย เปลือกหุ้มหัว (Carapace) กรี (Rostrum) ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญที่ใช้แยกชนิดกุ้ง ตา (Eye) เป็นแบบตารวม (Compound Eye) มีก้านตา ขนาดแบ่งเป็นหนวดคู่ที่ 1 (Antennule) และหนวดคู่ที่ 2 (Antenna)

ฟัน (Mandible) แบ่งเป็นฟันบด (Molar) และฟันตัด (Incisor) Maxilla มี 2 คู่ทำหน้าที่จับอาหารและ
 โบกพัดน้ำเข้าสู่เหงือก Maxilliped มี 3 คู่ ขาเดิน (Pereiopod) มี 5 คู่ ลักษณะเป็นข้อปล้อง 7 ข้อ
 ขาเดินคู่ที่ 1-2 ปลายข้อเปลี่ยนเป็นก้ามหนีบ ก้ามหนีบขาเดินคู่ที่ 2 ใหญ่กว่าขาเดินคู่ที่ 1

ส่วนลำตัว แบ่งเป็นปล้องมี 6 ปล้อง ประกอบด้วย ขาวายน้ำ (Pleopod) มี 5 คู่อยู่
 ด้านล่างของลำตัวปล้องละ 1 คู่ ลักษณะขาวายน้ำแต่ละข้างแบ่งเป็น 2 แผ่น คือ Exopodite ซึ่งมี
 ขนาดใหญ่กว่า Endopodite

ส่วนหาง ประกอบด้วย Telson เป็นรูปสี่เหลี่ยมเรียวยาวสอดเข้าทางปลาย ปลายสุด
 เรียวแหลมยื่นตรง และ Uropod ประกอบด้วย Exopod ซึ่งมีขนาดใหญ่กว่า Endopod

ลักษณะความแตกต่างที่สำคัญสำหรับการแยกชนิดกุ้ง

กุ้งน้ำจืดและกุ้งทะเล จะมีความแตกต่างกันบริเวณลำตัวปล้องที่ 2 ของกุ้งน้ำจืดจะยื่น
 ทับปล้องที่ 1 และ 3 เพื่อเป็นที่เก็บและพักไข่ ส่วนในกุ้งทะเลลักษณะเช่นนี้จะไม่มี

กุ้งฝอยน้ำจืดและกุ้งก้ามกรามที่มีขนาดเท่ากันลักษณะรูปร่างทั่วไปจะคล้ายกันมาก
 ความแตกต่างที่เด่นชัด คือ ลักษณะกรี กรีด้านบนของกุ้งก้ามกรามมีฟันหยักของกรี 12-15 หยัก
 ปลายกรีโค้งขึ้น ส่วนลักษณะกรีของกุ้งฝอยมีฟันหยักของกรีด้านบน 4-7 หยัก ฟันหยักของกรี
 ด้านล่าง 2-4 หยัก ปลายกรีตรง (ภาพประกอบ 4)

กุ้งฝอยชนิด *Macrobrachium lanchesteri* de Man และ กุ้งฝอยชนิด *Caridina laevis*
 มีความแตกต่างของปลายขาเดินคู่ที่ 1 และ 2 ในกุ้งฝอยชนิด *Caridina laevis* เป็นก้ามหนีบลักษณะ
 คล้ายช้อนที่ปลายมีพูชน ปลายค้ส่วนปาก (Mandible) ไม่มีแขนง (Pulp) ลักษณะดังกล่าวพบเฉพาะ
 กุ้งชนิด *Caridina laevis*

กุ้งฝอยน้ำจืดเพศผู้และกุ้งฝอยน้ำจืดเพศเมีย สังเกตที่ขาวายน้ำคู่ที่ 2 ของเพศเมียมีตั้ง
 ยื่นออกมาเพียงดั่งเดียว ในเพศผู้จะมี 2 ดั่งยื่นออกมา

3. วงจรชีวิตและการสืบพันธุ์

กุ้งฝอยถึงวัยเจริญพันธุ์เมื่ออายุ 60-70 วัน เพศเมียมีความดกไข่ประมาณ 70-200 ฟอง
 ต่อตัว การวิวัฒนาการของไข่กุ้งฝอยเริ่มจากไข่อ่อนมีสีเขียว พัฒนาเป็นไข่แก่มีสีเหลือง ซึ่งกุ้งฝอย
 เพศเมียจะเก็บไข่และพักไข่ที่บริเวณขาวายน้ำ ตัวอ่อนจะพัฒนาฟักเป็นตัวใช้เวลาประมาณ 21 วัน
 ลูกกุ้งวัยอ่อนที่ออกจากไข่ใช้เวลาประมาณ 30 วันจึงจะเป็นตัวเต็มวัย ฤดูผสมพันธุ์ มีการสืบพันธุ์
 และวางไข่ตลอดทั้งปี

4. คุณค่าทางโภชนาการของกุ้งฝอย

ทิวรัตน์ เถลิงเกียรติสิลา, วิรัช จิวแหยม และสุทธิพงษ์ เป็รื่องคำ (น.ป.ป. : 2)
 กล่าวว่า กุ้งฝอย ประกอบด้วยโปรตีน 15.46 เปอร์เซ็นต์ ไขมัน 0.88 เปอร์เซ็นต์ และแคลเซียม 91

00230

เปอร์เซ็นต์ ซึ่งกุ้งฝอยชนิด *Macrobrachium lanchesteri* de Man น้ำหนัก 100 กรัม มีคุณค่าทางโภชนาการ ประกอบด้วย พลังงาน 88 กิโลแคลอรี (Kcal) โปรตีน 15.40 กรัม ไขมัน 2.70 กรัม คาร์โบไฮเดรต 0.60 กรัม เถ้า 3.70 กรัม แคลเซียม 1,339 มิลลิกรัม ฟอสฟอรัส 247 มิลลิกรัม เหล็ก 28 มิลลิกรัม เบต้า-คาโรทีน 53 เอ็มซีจี (mcg) วิตามินเอรวม 9 อาร์อี (RE) ไทอามีน 0.07 มิลลิกรัม ไรโบฟลาวิน 0.70 มิลลิกรัม และไนอะซิน 2.90 มิลลิกรัม

5. การใช้ประโยชน์จากกุ้งฝอย

อาหารพื้นบ้านอีสาน นิยมบริโภคทั้งสดและทำให้สุกก่อนบริโภค เช่น กุ้งเต้น หรือ ก้อยกุ้ง จะใช้กุ้งฝอยสดคั่วกับเครื่องปรุงรสรับประทานสด ซึ่งพฤติกรรมการบริโภคดังกล่าวเสี่ยงต่อโรคพยาธิที่ติดมากับกุ้งฝอย ส่วนการทำให้สุกก่อนบริโภค เช่น ทอดมันกุ้ง โดยนำกุ้งฝอยสดหรือแช่เย็น มาล้างให้สะอาดใช้ทั้งตัวหรือสับละเอียดผสมแป้งและเครื่องปรุงรสทำเป็นแผ่นแล้วทอดในน้ำมันร้อนให้สุก นำมาบริโภค นอกจากนี้ยังมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์กุ้ง เช่น ข้าวเกรียบกุ้ง โดยนำกุ้งฝอยมาบดหรือสับให้ละเอียดผสมเครื่องปรุงรสปั้นเป็นแท่งทรงกระบอกนำไปนึ่งให้สุกปล่อยให้เย็นหรือผึ่งลมแล้วหั่นเป็นแผ่นบางๆ ตากแดดให้แห้ง นำข้าวเกรียบกุ้งทอดในน้ำมันร้อนๆ แล้วนำมาบริโภค ส่วนการถนอมอาหาร โดยการหมักดอง นำกุ้งฝอยคลุกเกล้าน้ำปลาหรือเกลือและข้าวคั่ว หมักไว้ระยะเวลาหนึ่งสามารถนำมาบริโภคได้ อาหารชนิดนี้ เรียกว่า กุ้งจ่อม สามารถเก็บรักษาได้นาน ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกุ้งฝอย กุ้งจ่อมเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญอย่างหนึ่งของอำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกุ้งจ่อม

1. ความหมายกุ้งจ่อม

ศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชนเขตที่ 11 (ม.ป.ป. : 4) ได้ให้ความหมาย กุ้งจ่อม หมายถึง อาหารหมักพื้นบ้านจากการเอากุ้งตัวเล็กๆ เช่น กุ้งฝอย กุ้งท้องถิ่น มาผสมคลุกเกล้าน้ำเกลือหรือน้ำปลาและข้าวคั่ว แล้วหมักทิ้งไว้ในภาชนะมิดชิด เวลาประมาณ 3-5 วัน

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน กุ้งจ่อม (2546 : 1) ได้ให้ความหมาย กุ้งจ่อม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่นำกุ้งน้ำจืดขนาดเล็กที่เรียกว่า กุ้งฝอย หมักกับเกลือหรือทั้งเกลือและน้ำปลา แล้วผสมข้าวคั่วหมักไว้ระยะเวลาที่เหมาะสมจะมีรสเปรี้ยวจึงนำมารับประทาน ควรนำไปปรุงให้สุกก่อนการบริโภค

อุษา คีรี และภาวิณี ศิลาเกษ (2545 : 5-6) ได้ให้ความหมาย กุ้งจ่อม หรือ ปลาจ่อม หมายถึง อาหารหมักพื้นเมืองที่ได้จากการนำกุ้งตัวเล็กๆ เช่น กุ้งฝอย กุ้งท้องถิ่น มาผสมคลุกเกล้าน้ำเกลือ และข้าวคั่ว แล้วหมักทิ้งไว้ในภาชนะที่ มิดชิด เป็นเวลาประมาณ 5-8 วัน หลังจากครบระยะ

เวลาในการหมักแล้วจะเกิดกุ้งจ่อมที่มีลักษณะดังนี้ คือ ตัวกุ้งมีสีน้ำตาลอมส้ม มีกลิ่นของกรด มีรสเปรี้ยวและเค็ม

2. ประวัติการผลิตกุ้งจ่อม

ทรัพยากรธรรมชาติในอดีตของประเทศไทยมีความมั่งคั่งดังคำว่า ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว ในฤดูฝนช่วงที่มีน้ำหลากสัตว์น้ำจะมีการเคลื่อนย้ายเพื่อการสืบพันธุ์ หรืออพยพย้ายถิ่นตามวงจรชีวิตของแต่ละเผ่าพันธุ์ ช่วงนี้จะพบสัตว์น้ำจำนวนมาก ชาวบ้านจะใช้เครื่องมือประมงพื้นบ้าน (ภาพประกอบ 5) เช่น ตี ลอบ และกระป๋องดักกุ้ง เพื่อดักจับสัตว์น้ำ สัตว์น้ำที่จับได้จำนวนมากจะถูกคัดแยกประเภทสัตว์น้ำเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ กุ้งฝอยและปลาขนาดเล็กจะถูกนำไปหมักกับเกลือแล้วบรรจุในไหหรือโอ่ง เรียกว่า ปลาจ่อม ซึ่งเป็นวิธีการแบบดั้งเดิม ต่อมาเมื่อมีคนคิดค้นดัดแปลงใช้กุ้งฝอยส่วนๆ ผสมเกลือหรือน้ำปลา และข้าวคั่ว เรียกว่า กุ้งจ่อม หรือเรียกว่า กุ้งจ่อมทิพรส ตามยี่ห้อน้ำปลาที่ใช้เป็นส่วนผสมในกระบวนการผลิต

3. การผลิตกุ้งจ่อม

การผลิตกุ้งจ่อมส่วนใหญ่จะทำการผลิตบริเวณที่พักอาศัย โดยแบ่งพื้นที่ส่วนหนึ่งสำหรับผลิตและเก็บกุ้งจ่อม บริเวณหน้าบ้านจะเป็นที่จำหน่าย บางรายจะแยกออกจากที่พัก โดยมีโรงเรือนสำหรับผลิตและเก็บกุ้งจ่อม โดยเฉพาะ สูตรหรือคำหรับการผลิตกุ้งจ่อมส่วนใหญ่จะคล้ายกัน แตกต่างกันบ้างเพื่อให้เกิดเป็นสูตรลับหรือสูตรเด็ดเฉพาะตัว แต่ส่วนใหญ่มีส่วนผสมหลักที่สำคัญ คือ กุ้งฝอยน้ำจืด น้ำปลาหรือเกลือ และข้าวคั่ว สูตรที่ใช้ผลิตกุ้งจ่อมมีดังนี้

สูตรที่ 1 ไทศล สุดใจ (2544 : 4) ใช้ส่วนผสมของวัตถุดิบและอัตราส่วน ประกอบด้วย กุ้งฝอย 1,000 กรัม เกลือป่น 200 กรัม ข้าวบดหยาบ 1 ถ้วยตวง น้ำคั้นสุก 1 ถ้วยตวง

สูตรที่ 2 สูตรแม่แป ใช้ส่วนผสมของวัตถุดิบและอัตราส่วน ประกอบด้วย กุ้งฝอย 20 กิโลกรัม น้ำปลา 16 ขวด ข้าวคั่ว 4 กิโลกรัม

สูตรที่ 3 สูตรแม่บุหงา ใช้ส่วนผสมของวัตถุดิบและอัตราส่วน ประกอบด้วย กุ้งฝอย 20 กิโลกรัม น้ำปลา 16 ขวด ข้าวคั่ว 10 กิโลกรัม

สูตรที่ 4 สูตรครูสาคร ใช้ส่วนผสมของวัตถุดิบและอัตราส่วน ประกอบด้วย กุ้งฝอย 10 กิโลกรัม น้ำปลา 9 ขวด ข้าวคั่ว 3 กิโลกรัม

สูตรที่ 5 สูตรแม่แก้ว ใช้ส่วนผสมของวัตถุดิบและอัตราส่วน ประกอบด้วย กุ้งฝอย 20 กิโลกรัม น้ำปลา 16 ขวด ข้าวคั่ว 3.5 กิโลกรัม

สูตรที่ 6 สูตรแม่สินธุ ใช้ส่วนผสมของวัตถุดิบและอัตราส่วน ประกอบด้วย กุ้งฝอย 50 กิโลกรัม น้ำปลา 36 ขวด ข้าวคั่ว 10 กิโลกรัม เกลือ 1 ถ้วยเล็ก

สูตรที่ 7 สูตรกึ่งทอง ใช้ส่วนผสมของวัตถุดิบและอัตราส่วน ประกอบด้วย กุ้งฝอย 50 กิโลกรัม น้ำปลา 44 ขวด ข้าวคั่ว 10 กิโลกรัม เกลือ 1 ถ้วยเล็ก

สูตรที่ 8 สูตรแม่สมบุรณ์ ใช้ส่วนผสมของวัตถุดิบและอัตราส่วน ประกอบด้วย กุ้งฝอย 50 กิโลกรัม น้ำปลา 36 ขวด ข้าวคั่ว 6 กิโลกรัม

สูตรที่ 9 กุ้งจ่อมนครนายก ใช้ส่วนผสมของวัตถุดิบและอัตราส่วน ประกอบด้วย กุ้งฝอย 1 กิโลกรัม เกลือ 300 กรัม กระเทียม 3 หัว ข้าวคั่ว 300 กรัม

กรรมวิธีการผลิต (ภาพประกอบ 6 และ 7) มีขั้นตอน ดังนี้

1. ล้างทำความสะอาด คัดและแยกสิ่งแปลกปลอมออกจากกุ้งฝอย ประมาณ 5 ครั้ง
2. พักกุ้งไว้ในตะแกรงให้สะเด็ดน้ำ ประมาณครึ่งชั่วโมง ใช้ผ้าสะอาดคลุมกัน

แมลงวัน

3. นำกุ้งที่เตรียมไว้ใส่โถง

4. ใส่น้ำปลาหรือเกลือตามสูตรที่กำหนด

5. คลุกเคล้ากุ้งฝอยและน้ำปลาหรือเกลือให้เข้ากันอย่างทั่วถึง ข้อสำคัญหากใช้น้ำปลาจะต้องให้กุ้งฝอยจมอยู่ในน้ำปลา

6. ใช้พลาสติกปิด 1 ชั้น และปิดทับด้วยผ้าสะอาด 2 ชั้น แล้วรัดด้วยยางทิ้งไว้ 2-3

วัน

7. เปิดผ้าคลุมออกแล้วเติมน้ำข้าวคั่วตามที่กำหนด ผสมคลุกเคล้าให้ทั่วถึงแล้วปิด

ผ้าคลุมรัดด้วยยาง ทิ้งไว้ ประมาณ 3-7 วัน จะได้กุ้งจ่อมที่ผ่านกระบวนการหมักโดยจุลินทรีย์ตามธรรมชาติสามารถรับประทานได้ หรือนำไปแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มต่อไป

การแปรรูปผลิตภัณฑ์กุ้งจ่อม

วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีบุรีรัมย์ (ม.ป.ป. : ไม่มีเลขหน้า) กล่าวถึงผลิตภัณฑ์กุ้งจ่อมว่าเป็นกิจกรรมต่อเนื่องจากการผลิตกุ้งจ่อม โดยผู้ผลิตและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้คิดค้นและพัฒนาเพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างแรงจูงใจในการซื้อ สะดวกในการลำเลียง และเก็บรักษาได้นาน มีการแปรรูปกุ้งจ่อมเป็นผลิตภัณฑ์กุ้งจ่อม ดังนี้

1. กุ้งจ่อมอบแห้ง โดยนำกุ้งจ่อมกรองเอาเฉพาะส่วนเนื้อ นำไปอบที่อุณหภูมิ 80 องศาเซลเซียส นาน 2 ชั่วโมง แล้วย้ายไปอบบนตะแกรงมุ้งลวดอบที่อุณหภูมิ 60 องศาเซลเซียส จนแห้ง ปล่อยให้เย็น แล้วบรรจุในภาชนะ ในการผลิตกุ้งจ่อมอบแห้งโดยใช้กุ้งจ่อมสด 10 กิโลกรัม อบแห้งแล้วจะได้น้ำหนักกุ้งจ่อมอบแห้งประมาณ 2 กิโลกรัม การบริโภคใช้เป็นอาหารขบเคี้ยวหรือนำไปคั้นรูปแล้วปรุงเป็นอาหาร

2. น้ำกุ้งจ่อมเข้มข้น นำน้ำที่แยกในการผลิตกุ้งจ่อมอบแห้งนำไปเคี่ยวให้ข้นคล้ายน้ำมะขามเปียกข้น นำไปบรรจุในภาชนะ วิธีการบริโภคโดยเติมน้ำร้อนลงในน้ำกุ้งจ่อมเข้มข้น อัตรา 1 : 1

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาจากเอกสารเกี่ยวกับการผลิตกุ้งจ่อมมีไม่มากนัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ค้นคว้าข้อมูลที่คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ในการวิจัยเรื่องการผลิตกุ้งจ่อมที่มีนักวิจัยได้ศึกษาไว้ ดังต่อไปนี้
 นภาพร ศรีพุดนิพนธ์ และสุริยา จงโยธา (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาชีววิทยาบางประการของกุ้งฝอยในบึงทุ่งสร้างจังหวัดขอนแก่น พบว่า เป็นกุ้งฝอยชนิด *Macrobrachium lanchesteri* de Man กินอาหารจำพวกแมลงและไคอะคอม กุ้งฝอยที่พบในบึงทุ่งสร้างมีอัตราส่วนเพศเท่ากับ 1 : 1 ตัวเมียมีไข่เฉลี่ย 204.20 ± 54.60 ฟอง ไข่กุ้งฝอยมีพัฒนาการฟักเป็นตัวใช้เวลาประมาณ 18-21 วัน และจากตัวอ่อนเป็นตัวเต็มวัยใช้เวลา 30-35 วัน ที่อุณหภูมิ 27.50 - 28.50 องศาเซลเซียส ในอนาคตอันใกล้กุ้งฝอยน่าจะเป็นสัตว์น้ำเศรษฐกิจตัวใหม่ชนิดหนึ่ง เนื่องจากมีผู้นิยมบริโภค ซึ่งสามารถบริโภคได้หลายรูปแบบ บางพื้นที่นิยมบริโภคสุก ๆ ดิบ ๆ ทำให้ไม่ปลอดภัยเรื่องโรคและพยาธิ นอกจากนี้ยังมีการนำกุ้งฝอยไปแปรรูปถนอมอาหารประเภทหมักดอง หรือที่รู้จักกันทั่วไปที่เรียกว่า กุ้งจ่อม

ทิวรัตน์ เถลิงเกียรติสิลา, วิรัช จิวแหยม และสุทธิพงศ์ เป็รื่องคำ (ม.ป.ป. : บทคัดย่อ) ศึกษาชีววิทยาบางประการของกุ้งฝอยชนิด *Caridina laevis* ในกุดกระทิงใหญ่ จังหวัดหนองคาย พบว่ามีกุ้งฝอยชนิด *Caridina laevis* มากที่สุด ลักษณะเด่นของกุ้งฝอยชนิดนี้ที่ต่างจากกุ้งฝอยชนิด *Macrobrachium lanchesteri* คือ กริตรงแบนข้าง ปลายโค้งลงเล็กน้อย ด้านบนของกริมมีฟันเล็ก ๆ 12-18 ซี่ ด้านล่าง 10-24 ซี่ เปลือกคลุมหัวมีร่องพาดระหว่างอกและเหงือก มีหนามบริเวณหนวด ถัดจากส่วนของตาลงมาเล็กน้อย ปลายขาเดินคู่ที่ 1 และ 2 เป็นก้ามหนีบมีลักษณะคล้ายช้อน ปลายมีพู่ขน ปล้องที่ 5 ของขาเดินคู่ที่ 1 เท่านั้นที่มีลักษณะเว้าแหลม ขาเดินคู่ที่ 3-5 ปลายเรียบแหลม ไม่มีหนามบนลำตัว ปลายของส่วนหางมีหนามแหลม 4-5 คู่ ส่วนด้านหลังจะมีหนาม 3 คู่ อัตราส่วนเพศผู้ต่อเพศเมียเท่ากับ 1 : 1.39 มีความสามารถวางไข่ทั้งปี เพศเมียมีความดกไข่ประมาณ 19 ฟอง
 รุ่งวิทย์ มาสงามเมือง (2541 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องอาหาร การกิน และการเป็นหนอนพยาธิในมุมมองนักมานุษยวิทยา จากการศึกษาโดยสุ่มตัวอย่างประชากรจากกลุ่มแม่บ้านอำเภอป่าพอง จังหวัดขอนแก่น อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ และอำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี อำเภอละ 20 คน โดยใช้แบบสอบถามและการสังเกต ผลการศึกษาสรุปได้ว่า อาหารจำพวกปลาามีวิธีการปรุง 3 ประเภท 19 ชนิด คือ

1. ประเภทสุก ได้แก่ แกง คัม ปัน นึ่ง หมก อ่อม อุหรืออ้อ ทอด ผัด ปิ้ง ย่าง และเผา เป็นต้น

2. ประเภทสุก ๆ ดิบ ๆ ได้แก่ ลาบปลา ปลาต้ม ส้มปลาน้อยหรือปลาจ่อม หม้าปลา ปลาร้า เป็นต้น

3. ประเภทดิบ ได้แก่ ก้อยปลา (ก้อยฟัก และก้อยวงแหวนหรือซึก) ปลาดิบ (จู้)

จากพฤติกรรมการบริโภคปลาแบบสุก ๆ ดิบ ๆ ผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างประชากรจากบ้านหัวดง อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 250 คน มาสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม พร้อมทั้งเก็บตัวอย่างอุจจาระตรวจสอบพบว่าร้อยละ 53.60 พบพยาธิใบไม้ในตับ

เสาวนิต ทองพิมพ์ และคนอื่นๆ (2528 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการทนเกลือของเชื้อซัลโมเนลล่าในปลาร้า โดยทำการเก็บตัวอย่างจากตลาดสดจังหวัดขอนแก่นแล้วทำการแยกเชื้อและนำไปทดสอบความทนเกลือพบว่าเชื้อ *Salmonella agona* และเชื้อ *Salmonella lexington* สามารถรอดชีวิตได้ อาจเป็นเพราะว่ารำข้าวช่วยปกป้องแบคทีเรียได้ดีจากสภาพแวดล้อมที่มีเกลือสูงและค่าความเป็นกรด-ด่าง ไม่ต่ำกว่า 6 ซึ่งผลจากการทดลองสรุปได้ว่าปลาร้าที่ผ่านการหมักมาอย่างดีจนมีความเป็นกรด-ด่างต่ำกว่า 5 และมีเกลือมากกว่า 10 เปอร์เซ็นต์ จะปราศจากเชื้อแบคทีเรียชนิดนี้

นารถพี ดันโซ (2535 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมครัวเรือนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยศึกษา ต้นทุน รายได้และกำไรจากการประกอบอุตสาหกรรมครัวเรือน รวมทั้งผลตอบแทนแรงงานและทุน ทำการศึกษาเฉพาะอุตสาหกรรมทอผ้าไหม อุตสาหกรรมทอผ้าจากด้าย อุตสาหกรรมทอเสื่อ พบว่าอุตสาหกรรมทอผ้าไหม มีการผลิตทุกจังหวัดและมีคนทำงานมาก มีรายได้สุทธิเฉลี่ย 4,544 บาทต่อครัวเรือนต่อปี อุตสาหกรรมทอผ้าจากด้ายทำกันมากที่สุดในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดกาฬสินธุ์ มีรายได้สุทธิเฉลี่ย 2,494 บาทต่อครัวเรือนต่อปี อุตสาหกรรมทอเสื่อมีรายได้สุทธิเฉลี่ย 5,093 บาทต่อครัวเรือนต่อปี ส่วนอุตสาหกรรมเจียรไนพลอยมีรายได้สุทธิ 23,102 บาทต่อครัวเรือนต่อปี พิจารณารายได้เฉลี่ยของราษฎรจากอุตสาหกรรมต่าง ๆ แล้วค่อนข้างจะน้อยทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าขาดแคลนวัตถุดิบและตลาดไม่กว้าง

อภิญา บางมณีนิล (2537 : บทคัดย่อ) ศึกษาโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมของจังหวัดนครราชสีมาในระดับมหภาคด้านอุตสาหกรรมการผลิตและพัฒนาพื้นที่อุตสาหกรรมการผลิตจากการศึกษาพบว่าจังหวัดนครราชสีมา มีความสำคัญทางด้านอุตสาหกรรมเป็นอันดับหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับจังหวัดอื่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเชื่อมต่อโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งตะวันออก ตั้งอยู่ในทำเลที่ได้เปรียบมีการคมนาคมสะดวก ทั้งทางรถยนต์และรถไฟ มีความพร้อมของระบบบริการพื้นฐาน มีความชำนาญการผลิตเฉพาะอย่าง

ของอุตสาหกรรมถึง 48 ชนิด ซึ่ง 24 ชนิดมีโอกาพัฒนาในอนาคต ครอบคลุมอุตสาหกรรม 7 ประเภท ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม สิ่งทอ ไม้ เคมีภัณฑ์ อโลหะ โลหะ และสิ่งประดิษฐ์จากโลหะ บทบาทของอุตสาหกรรมมีความสำคัญต่อการจ้างงานและรายได้ จังหวัดนครราชสีมาเป็นเป้าหมายของการขยายตัวทางอุตสาหกรรมมีความสำคัญรองจากกรุงเทพมหานครและปริมาณพล ดังนั้น ผู้วิจัยได้เสนอแนะว่าควรมีการศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรมการผลิตที่ก่อให้เกิดโอกาสในการจ้างงาน และการขยายตลาดหรือการผลิต เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

ดวงพร อัจฉริยวิธิช (2529 : บทคัดย่อ) ศึกษาสถานภาพและศักยภาพของอุตสาหกรรม การผลิตสินค้าพื้นเมืองในกรณีอุตสาหกรรมการผลิตข้าวเกรียบงาของจังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษา พบว่าอุตสาหกรรมการผลิตข้าวเกรียบงาใช้แรงงานเป็นปัจจัยหลักในการผลิตมีการจ้างงานตาม หน้าที่ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ แรงงานฝีมืออัตราจ้าง 13 บาทต่อ 1,000 แผ่น (แรงงาน 1 คน ผลิตได้ 3,500 แผ่นต่อวัน) และแรงงานไร้ฝีมืออัตราจ้าง 40 บาทต่อวัน การจ้างงานของอุตสาหกรรม การผลิตข้าวเกรียบงา คิดเป็นร้อยละ 17.93 ในระดับโรงงาน และร้อยละ 12 ในระดับครัวเรือนของ ต้นทุนการผลิตทั้งหมด ส่วนการศึกษาด้านมูลค่าเพิ่มพบว่าการผลิตในระดับโรงงานมีมูลค่าเพิ่ม 8.30 บาทต่อกิโลกรัม ในระดับครัวเรือนที่ใช้เครื่องจักรมีมูลค่าเพิ่ม 6.94 บาท และในระดับ ครัวเรือนที่ไม่ใช้เครื่องจักรมีมูลค่าเพิ่ม 5.54 บาท และยังพบว่าต้นทุนการผลิตข้าวเกรียบงาทั้ง 2 ระดับที่เป็นค่าวัตถุดิบและค่าจ้างแรงงานมีอัตราส่วนร้อยละ 80 นั้นล้วนเป็นนำทรัพยากรท้องถิ่น มาใช้ทั้งสิ้น ถ้าอุตสาหกรรมประเภทนี้มีการขยายตัวมากขึ้นก็จะเกิดการสร้างงาน สร้างมูลค่าเพิ่ม และเพิ่มรายได้แก่ราษฎร ส่งผลถึงการเพิ่มรายได้ให้กับประเทศชาติอีกทางหนึ่งด้วย ผู้วิจัยได้ เสนอแนะว่าควร ได้ศึกษาความสำคัญของอุตสาหกรรมในชนบทของจังหวัด อื่น ๆ จะได้เป็น แนวทางในการวางแผนพัฒนาชนบทต่อไป

พิทยา มณีเทพ (2538 : บทคัดย่อ) ศึกษาต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนของ อุตสาหกรรมการผลิตกระดาษสาในครัวเรือนในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีต้นทุน การผลิตรวมเฉลี่ย (ATC) 10.95 บาทต่อแผ่น ซึ่งแบ่งเป็นต้นทุนคงที่เฉลี่ย(AFC) 0.34 บาทต่อแผ่น และต้นทุนแปรผันเฉลี่ย (AVG) 10.61 บาทต่อแผ่น กระดาษสาที่ผลิตสามารถจำหน่ายได้ในราคา 12 บาทต่อแผ่น ทำให้มีกำไร 1.05 บาทต่อแผ่น ซึ่งแบ่งเป็นต้นทุนคงที่เฉลี่ยได้วันละ 300 แผ่นต่อ ราย จุดคุ้มทุนในการผลิต คือ 74 แผ่นต่อวัน ทำให้เกิดรายได้จากการผลิตกระดาษสา 315 บาทต่อวัน แรงงานที่ใช้ในการผลิตเฉลี่ยครัวเรือน 3 คน ทำให้เกิดรายได้เฉลี่ยครัวเรือนละ 9,350 บาทต่อเดือน จากการศึกษาผู้วิจัยได้พบปัญหาและเสนอแนะว่า คุณภาพและปริมาณวัตถุดิบของปอสาไม่ สม่าเสมอ ซึ่งจะส่งผลให้กระดาษสาไม่ได้มาตรฐาน แนวทางแก้ไขส่งเสริมให้มีการปลูกปอสาใน เิงการค้า คัดขนาดอายุของเปลือกปอสา ส่วนการตลาดพบว่าการซื้อขายต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง

ทำให้ไม่สะดวกต่อกลุ่มลูกค้าใหม่ที่จะนำกระดาษสาไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ดังนั้นการจัดระบบการจำหน่ายสามารถซื้อได้ง่ายสะดวกต่อการซื้อของกลุ่มลูกค้าที่คิดจะใช้กระดาษสาในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ถ้าหากมีการสนับสนุนที่จริงจังจะก่อให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมกระดาษสาในครัวเรือนของไทยมีอนาคตไปไกล

อิสริยา บุญราศรี (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาต้นทุนผลตอบแทนผลิตภัณฑ์จากไม้เพื่อการพัฒนาธุรกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ ตำบลหนองบอน อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าผลิตภัณฑ์ด้านปริมาณการผลิตและลักษณะผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับคำสั่งซื้อของลูกค้า ราคาสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่ายกำหนดโดยพ่อค้าคนกลาง การส่งเสริมการตลาดใช้วิธีประชาสัมพันธ์ การดำเนินธุรกิจของกลุ่มมีกำไรและมีส่วนแบ่งการตลาด 27.22 เปอร์เซ็นต์ ด้านปัญหาและอุปสรรค วัตถุประสงค์หายากและมีราคาสูงขึ้น

จิต้าวรรณ คงรัตนสมบุรณ์ (2531 : บทคัดย่อ) ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำพลาสติกเค็ม พบว่า การทำพลาสติกเค็มวิธีธรรมชาติโดยตากแดดเดียว มีต้นทุนการผลิต 39.26 บาทต่อกิโลกรัม ราคาจำหน่าย 43.55 บาทต่อกิโลกรัม ได้กำไร 4.29 บาทต่อกิโลกรัม จุดคุ้มทุน 67.43 กิโลกรัม หรือ ยอดขาย 1,166.06 บาท การทำพลาสติกเค็มวิธีอบด้วยเครื่องไฟฟ้า มีต้นทุนการผลิต 36.45 บาทต่อกิโลกรัม ราคาจำหน่าย 43.41 บาทต่อกิโลกรัม ได้กำไร 7.93 บาทต่อกิโลกรัม จุดคุ้มทุน 3.06 กิโลกรัม หรือ ยอดขาย 83.22 บาท การทำพลาสติกเค็มวิธีรมควันมีต้นทุนการผลิต 53.12 บาทต่อกิโลกรัม ราคาจำหน่าย 56.80 บาทต่อกิโลกรัม ได้กำไร 3.68 บาทต่อกิโลกรัม จุดคุ้มทุน 17.17 กิโลกรัม หรือ ยอดขาย 1,789.05 บาท

อุษา ศิริ และภาวิณี ศิลาเกษ (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาแนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษาอาหารหมักพื้นบ้าน (กึ่งจ่อม) อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า การผลิตกึ่งจ่อมใช้วัตถุดิบประกอบด้วย กุ้งฝอย 50 - 100 กิโลกรัม ๆ ละ 40-60 บาท ข้าวคั่ว 50 - 100 กิโลกรัม ๆ ละ 25 บาท น้ำปลา 17 - 34 ขวด ๆ ละ 22 บาท เกลือ 1.53 กิโลกรัม ๆ ละ 5 บาท และแรงงาน 2 คน ๆ ละ 70 บาทต่อวัน เมื่อเป็นกึ่งจ่อมขายกิโลกรัมละ 60 - 70 บาท บรรจุในถุงพลาสติกน้ำหนัก 0.50 และ 1.00 กิโลกรัม จัดจำหน่ายทั้งขายส่งและขายปลีก ปัญหาที่พบ คือ ขาดแคลนกึ่งจ่อม เสนอแนะให้มีการศึกษาวิจัยเพาะเลี้ยงกุ้งฝอยเพื่อเป็นฐานขยายกำลังการผลิตกึ่งจ่อมต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากร
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมชมรมกุ้งจ่อม-กระยาสารทประ โคนชัย ตำบลประ โคนชัย อำเภอประ โคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 19 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์จากการศึกษาเรื่องต้นทุนผลตอบแทนผลิตภัณฑ์จากไม้ ตำบลหนองบอน อำเภอประ โคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ของอิสริยา บุญราศรี (2546 : 121-135) แล้วนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบโดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ประกอบการ ลักษณะแบบสัมภาษณ์เป็นแบบเลือกตอบจากคำถามที่กำหนดให้ โดยให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือช่องว่างที่กำหนดให้ เป็นข้อความเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว สถานภาพการเป็นผู้ประกอบการ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจกุ้งจ่อม ลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจกุ้งจ่อม

ตัวอย่าง การตอบแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ประกอบการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () เพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อ และเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด

1. เพศ

 ชาย หญิง

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์แบบปลายปิดและปลายเปิด เกี่ยวกับข้อมูลต้นทุนและผลตอบแทน ข้อคำถามด้านต้นทุนการผลิต ปริมาณการขายและผลตอบแทน

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสัมภาษณ์แบบปลายปิดและปลายเปิด เกี่ยวกับข้อมูลส่วนผสมการตลาด ข้อคำถามด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การกำหนดราคาและการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด ข้อคำถามด้านปัญหาและอุปสรรค

2. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ได้ดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสาร ตำรา รายงาน การวิจัยเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี หลักการที่เกี่ยวข้อง ด้านต้นทุน ผลตอบแทนและส่วนผสมการตลาดของธุรกิจ
2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้า มาสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ของอิสริยา บุญราศรี (2546 : 121-135)
3. นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ
4. นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงสมบูรณ์แล้วใช้ในการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลดังนี้

1. ขอความร่วมมือชมรมกึ่งจ่อม-กระยาสารทประ โคนชัย ตำบลประ โคนชัย อำเภอประ โคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์
2. ผู้วิจัยเข้าพื้นที่ทำความเข้าใจในประเด็นที่จะเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการผลิตกึ่งจ่อม
3. ดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์และสังเกตประชากรเป้าหมายในพื้นที่ศึกษา
4. ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของแบบสัมภาษณ์ทั้งในระหว่างที่เก็บข้อมูลและหลังการเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสัมภาษณ์แล้วนำข้อมูลที่ได้นำประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ดังนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่ออธิบายสถานภาพของผู้ประกอบการ ใช้สถิติพื้นฐานคำนวณหาค่าร้อยละ นำเสนอรูปแบบตารางและความเรียง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และผลตอบแทน โดยใช้สมการ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต

การคิดต้นทุนสินค้าขายมีเพียงต้นทุนผันแปรเท่านั้นที่คิดเป็นต้นทุนสินค้า

ดังสมการ

$$\begin{array}{l}
 \text{ต้นทุนผันแปร} \\
 \text{เมื่อ}
 \end{array}
 \begin{array}{l}
 \text{TVC} \\
 \text{TVC} \\
 \text{V} \\
 \text{Q}
 \end{array}
 = \begin{array}{l}
 \text{VQ} \\
 \text{ต้นทุนผันแปร} \\
 \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} \\
 \text{ปริมาณการผลิต}
 \end{array}$$

2. การวิเคราะห์ต้นทุนคงที่

ต้นทุนคงที่จะไม่นำไปรวมกับต้นทุนสินค้าที่ผลิตเพราะต้นทุนคงที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับเวลา มากกว่าการผลิต เช่น ค่าเสื่อมราคา ดังสมการ

$$\text{ค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง} = \frac{\text{มูลค่าของทรัพย์สิน} - \text{ราคาซาก}}{\text{จำนวนปีที่ใช้งาน}}$$

3. รายได้จากการขาย ดังสมการ

$$TR = PQ$$

โดย $TR =$ รายได้จากการขาย

$P =$ ราคาขายต่อหน่วย

$Q =$ ปริมาณขาย

4. การวิเคราะห์ผลตอบแทน

ผลตอบแทนอาจเป็นกำไรหรือขาดทุน ได้จากการวิเคราะห์กำไรส่วนเกินเป็นการวิเคราะห์เพื่อหาส่วนเกินระหว่างยอดขายหรือรายได้กับต้นทุนผันแปร รายได้หรือส่วนเกินที่เหลือนั้นคือส่วนที่เป็นกำไรให้กับกิจการ ดังสมการ

$$\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย} = \text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}$$

5. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน เพื่อหาจุดที่ปริมาณการขาย หรือยอดขาย ณ ระดับที่ไม่ทำให้มีกำไรหรือขาดทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน โดยใช้สมการกำไรส่วนเกิน ดังสมการ

$$\text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$\text{หรือ จุดคุ้มทุน (บาท)} = \text{จำนวนหน่วยที่ขาย} (\text{ณ จุดคุ้มทุน}) \times \text{ราคาขายต่อหน่วย}$$

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่ออธิบายส่วนผสมการตลาด ใช้สถิติพื้นฐานคำนวณค่าร้อยละ นำเสนอรูปแบบตารางและอธิบาย

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคการผลิตกึ่งอัตโนมัติด้วยค่าสถิติพื้นฐาน การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ชุมชน กรณีศึกษาทุ่งจ่อม ตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูล
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อสัมภาษณ์ ข้อมูลด้านสถานภาพผู้ประกอบการ ข้อมูลด้านต้นทุนและผลตอบแทน ข้อมูลด้านส่วนผสมการตลาด และข้อมูลด้านปัญหาและอุปสรรค แล้วนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ทำการวิเคราะห์และจำแนกผลการวิเคราะห์เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานภาพผู้ประกอบการของสมาชิกชมรมทุ่งจ่อม-กระยาสารทประโคนชัย ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว สถานภาพผู้ประกอบการ ระยะเวลาที่ดำเนินการผลิตทุ่งจ่อม ลักษณะการประกอบธุรกิจการผลิตทุ่งจ่อมเป็นอาชีพ โดยใช้สถิติร้อยละ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน โดยใช้สูตรหรือสมการ ต้นทุนผันแปร ต้นทุนคงที่ ผลตอบแทนและจุดคุ้มทุน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ส่วนผสมการตลาดทุ่งจ่อม โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรค

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอเป็นตารางและความเรียง จำแนกผลการวิเคราะห์เป็นส่วน ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานภาพของผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกชมรม
กึ่งจ่อม-กระยาสารทประ โคนชัย

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ประกอบการสมาชิกชมรมกึ่งจ่อม-
กระยาสารทประ โคนชัย ตำบลประ โคนชัย อำเภอประ โคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

สถานภาพของผู้ประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	2	10.53
หญิง	17	89.47
2. ช่วงอายุ		
26-35 ปี	2	10.53
36-45 ปี	5	26.32
46-55 ปี	3	15.79
56 ปีขึ้นไป	9	47.37
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าประถม - ประถมศึกษา	8	42.11
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	5.26
มัธยมศึกษาตอนปลาย	7	36.84
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	2	10.53
ปริญญาตรี หรือ สูงกว่า	1	5.26
4. จำนวนสมาชิกในครอบครัว		
1-3 คน	4	21.05
4-6 คน	14	73.68
7-9 คน	1	5.26

ตาราง 1 (ต่อ)

สถานภาพของผู้ประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
5. สถานภาพเป็นผู้ประกอบการ		
ผู้ผลิตและขายปลีก	6	31.58
ผู้ผลิตขายส่งและขายปลีก	13	68.42
6. ระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจการผลิต		
กึ่งจ่อม		
1-3 ปี	6	31.58
4-6 ปี	6	31.58
7-9 ปี	4	21.05
10 ปีขึ้นไป	3	15.79
7. ลักษณะการประกอบธุรกิจการผลิต		
กึ่งจ่อมเป็นอาชีพ		
อาชีพหลัก	13	68.42
อาชีพเสริม	6	31.58

จากตาราง 1 พบว่าสมาชิกชมรมกึ่งจ่อม-กระยาสารทประ โคนชัย จำนวน 19 คน ส่วนใหญ่ร้อยละ 89.47 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 10.53 เป็นเพศชาย ช่วงอายุ ส่วนใหญ่ร้อยละ 47.37 มีช่วงอายุ 56 ปีขึ้นไป รองลงมาร้อยละ 26.32 มีช่วงอายุระหว่าง 36-45 ปี ร้อยละ 15.79 มีช่วงอายุ 46-55 ปี และร้อยละ 10.53 มีช่วงอายุ 26-35 ปี ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ร้อยละ 42.11 ได้รับการศึกษาในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่าประถมศึกษา รองลงมาร้อยละ 36.84 ได้รับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 10.53 ได้รับการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และร้อยละ 5.26 ได้รับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว ส่วนใหญ่ร้อยละ 73.68 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน รองลงมา ร้อยละ 21.05 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน และร้อยละ 5.26 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว

7-9 คน สถานภาพการเป็นผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ร้อยละ 68.42 เป็นผู้ผลิตเพื่อขายส่งและขายปลีก ร้อยละ 31.58 เป็นผู้ผลิตและขายปลีก ระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจการผลิตกุ้งจ่อม ร้อยละ 31.58 มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 1-3 ปี และ 4-6 ปี รองลงมา ร้อยละ 21.05 มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 7-9 ปี และ ร้อยละ 15.79 มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไป ลักษณะการประกอบธุรกิจการผลิตกุ้งจ่อม เป็นอาชีพ ส่วนใหญ่ร้อยละ 68.42 เป็นอาชีพหลัก และร้อยละ 31.58 เป็นอาชีพเสริม

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ต้นทุนการผลิต ผลตอบแทนและจุดคุ้มทุน ปรากฏในตาราง ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต

ตาราง 2 ต้นทุนผันแปรการผลิตกุ้งจ่อมต่อกิโลกรัม

รายการ	จำนวน	หน่วยนับ	ราคา (บาท)
กุ้งฝอย	570	กรัม	28.73
น้ำปลา	0.46	ขวด	8.37
ข้าวคั่ว	130	กรัม	2.57
ภาชนะบรรจุ	1	ชุด	1.83
น้ำประปา	143	ลิตร	0.86
แรงงาน	2	คน	2.86
	รวม		45.20

จากตาราง 2 พบว่าการผลิตกุ้งจ่อมมีต้นทุนผันแปร ประกอบด้วย ค่ากุ้งฝอย ค่าน้ำปลา ค่าข้าวคั่ว ค่าภาชนะบรรจุ ค่าน้ำประปา และค่าแรงงาน รวมเป็นเงิน 45.20 บาทต่อกิโลกรัม

ตาราง 3 ต้นทุนคงที่รวมการผลิตกุ้งจ่อม

รายการ	จำนวน	หน่วยนับ	ราคา (บาท)
คู้แซ่	1	คู้	687.28
คู้เขิน	1	คู้	967.11
โอ่ง	6	ใบ	465.79
เครื่องรีดดูง	1	อัน	216.14
ตะแกรง	4	อัน	170.53
กะละมัง	3	ใบ	159.05
ผ้าคลุม	5	อัน	33.16
รวม			2,699.05

จากตาราง 3 พบว่าการผลิตกุ้งจ่อมมีต้นทุนคงที่รวม ที่เป็นค่าเสื่อมราคา ประกอบด้วย ค่าคู้แซ่ ค่าคู้เขิน ค่าโอ่ง ค่าเครื่องรีดดูง ค่าตะแกรง ค่ากะละมัง และค่าผ้าคลุม รวมเป็นเงิน 2,699.05 บาท

ตาราง 4 ปริมาณการผลิตกุ้งจ่อม

การประกอบการ (ประเภท/ราย)	การผลิตกุ้งจ่อม รายสัปดาห์ (กก.)			การผลิตกุ้งจ่อม รายเดือน (กก.)			การผลิตกุ้งจ่อม รายปี (กก.)			
	จำนวน	ขายส่ง	ขายปลีก	รวม	ขายส่ง	ขายปลีก	รวม	ขายส่ง	ขายปลีก	รวม
ขายส่งและขายปลีก	11	1,070	413	1,483	4,280	1,652	5,932	51,360	19,824	71,184
ขายปลีก	8	0	318	318	0	1,272	1,272	0	15,264	15,264

ตาราง 4 (ต่อ)

การประกอบการ (ประเภท/ราย)		การผลิตกุ้งจ่อม รายสัปดาห์ (กก.)			การผลิตกุ้งจ่อม รายเดือน (กก.)			การผลิตกุ้งจ่อม รายปี (กก.)		
ประเภท	จำนวน	ขายส่ง	ขายปลีก	รวม	ขายส่ง	ขายปลีก	รวม	ขายส่ง	ขายปลีก	รวม
รวม	19	1,070	731	1,801	4,280	2,924	7,204	51,360	35,088	86,448

จากตาราง 4 พบว่ามีผู้ประกอบการประเภทขายส่งและปลีก จำนวน 11 รายและ
ผู้ประกอบการขายปลีก จำนวน 8 ราย ปริมาณการผลิตกุ้งจ่อมของผู้ประกอบการขายส่งและ
ขายปลีก จำนวน 1,483 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ หรือ 5,932 กิโลกรัมต่อเดือน หรือ 71,184 กิโลกรัมต่อปี
ปริมาณการผลิตกุ้งจ่อมของผู้ประกอบการขายปลีก จำนวน 318 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ หรือ 1,272
กิโลกรัมต่อเดือน หรือ 15,264 กิโลกรัมต่อปี ปริมาณการผลิตกุ้งจ่อมรวมทั้งสิ้น 86,448 กิโลกรัม
ต่อปี

ตาราง 5 มูลค่าการขายกุ้งจ่อมของผู้ประกอบการขายส่งและขายปลีกที่ราคาขายส่งกิโลกรัมละ 65
บาท ราคาขายปลีกกิโลกรัมละ 70 บาท ผู้ประกอบการขายปลีกที่ราคาขายปลีกกิโลกรัมละ
75 บาท

การประกอบการ	การขายกุ้งจ่อม รายสัปดาห์ (บ.)			การผลิตกุ้งจ่อม รายเดือน (บ.)			การผลิตกุ้งจ่อม รายปี (บ.)		
	ขายส่ง	ขายปลีก	รวม	ขายส่ง	ขายปลีก	รวม	ขายส่ง	ขายปลีก	รวม
ขายส่งและขายปลีก	69,550	28,910	98,460	278,200	115,640	393,840	3,338,400	1,387,680	4,726,080
ขายปลีก	0	23,850	23,850	0	95,400	95,400	0	1,144,800	1,144,800

ตาราง 5 (ต่อ)

การประกอบการ	การขายกิ่งจอม รายสัปดาห์ (บ.)			การผลิตกิ่งจอม รายเดือน (บ.)			การผลิตกิ่งจอม รายปี (บ.)		
	ขายส่ง	ขายปลีก	รวม	ขายส่ง	ขายปลีก	รวม	ขายส่ง	ขายปลีก	รวม
รวม	69,550	52,760	122,310	278,200	211,040	489,240	3,338,400	2,523,480	5,870,880

จากตาราง 5 พบว่าปริมาณการขายส่งและขายปลีก มีปริมาณการขายส่งเป็นเงิน 69,550 บาท และขายปลีกเป็นเงิน 28,910 บาท รวมเป็นเงิน 98,460 บาทต่อสัปดาห์ หรือ ปริมาณการขายส่งเป็นเงิน 278,200 บาท และขายปลีกเป็นเงิน 115,640 บาท รวมเป็นเงิน 393,840 บาทต่อเดือน หรือ ปริมาณการขายส่งเป็นเงิน 3,338,400 บาท และขายปลีกเป็นเงิน 1,387,680 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 4,726,080 บาทต่อปี ส่วนปริมาณการขายปลีก มีปริมาณการขายเป็นเงิน 23,850 บาทต่อสัปดาห์ หรือ มีปริมาณการขายเป็นเงิน 95,400 บาทต่อเดือน หรือ มีปริมาณการขายเป็นเงิน 1,144,800 บาทต่อปี รวมยอดปริมาณการขายทั้งสิ้น เป็นเงิน 5,870,880 บาทต่อปี

2. การวิเคราะห์ผลตอบแทน

การวิเคราะห์ผลตอบแทน โดยใช้การวิเคราะห์กำไรส่วนเกินต่อหน่วย(กิโลกรัม)

กำไรส่วนเกินต่อหน่วยการขายส่งและขายปลีก = ราคาขายต่อหน่วย - ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

ราคาขายต่อหน่วย(ราคาเฉลี่ยของการขายส่งและขายปลีก) = 68 บาท

= 68 - 45.20

= 22.80

กำไรส่วนเกินต่อหน่วยการขายปลีก = ราคาขายต่อหน่วย - ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

ราคาขายต่อหน่วย (ราคาเฉลี่ยของการขายปลีก) = 68 บาท

= 75 - 45.20

= 29.80

การผลิตกุ้งจ่อมมีผลตอบแทนที่เป็นกำไรส่วนเกินต่อหน่วยขายส่งและขายปลีกเป็นเงิน 22.80 บาทต่อกิโลกรัม และกำไรส่วนเกินต่อหน่วยขายปลีกเป็นเงิน 29.80 บาทต่อกิโลกรัม

3. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

$$\text{จุดคุ้มทุน(หน่วย)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุนขายส่งและขายปลีก(หน่วย)} &= \frac{2,699.80}{68 - 45.25} \\ &= 118 \text{ กิโลกรัม} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุนขายปลีก(หน่วย)} &= \frac{2,699.80}{75 - 45.20} \\ &= 91 \text{ กิโลกรัม} \end{aligned}$$

หรือ จุดคุ้มทุน = จำนวนหน่วยที่ขาย (ณ จุดคุ้มทุน) \times ราคาขายต่อหน่วย (กิโลกรัม)

$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุนขายส่งและขายปลีก} &= 118 \text{ กิโลกรัม} \times 68 \text{ บาทต่อกิโลกรัม} \\ &= 8,024 \text{ บาท} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{จุดคุ้มทุนขายปลีก} &= 91 \text{ กิโลกรัม} \times 75 \text{ บาทต่อกิโลกรัม} \\ &= 6,825 \text{ บาท} \end{aligned}$$

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนการผลิตกุ้งจ่อมพบว่า จุดคุ้มทุนขายส่งและขายปลีกที่ปริมาณการขาย 118 กิโลกรัม หรือยอดขาย 8,024 บาท และจุดคุ้มทุนขายปลีกที่ปริมาณการขาย 91 กิโลกรัม หรือยอดขาย 6,825 บาท

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ส่วนผสมการตลาด ใช้ค่าสถิติร้อยละเพื่อศึกษาส่วนผสมการตลาด ประกอบด้วย ผลผลิตกัญชง การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด การนำเสนอผลการวิเคราะห์ใช้รูปแบบตารางและความเรียง ดังนี้

1. ข้อมูลด้านผลผลิตกัญชง

ตาราง 6 จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลด้านการผลิตกัญชง

ข้อมูลด้านผลผลิตกัญชง	จำนวน	ร้อยละ
1. ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการผลิต		
ปริมาณการสั่งซื้อของลูกค้า	4	21.05
ปริมาณวัตถุดิบ	13	68.42
ฤดูกาล	2	10.53
2. เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อวัน		
ไม่เกิน 3 ชั่วโมง	4	21.05
มากกว่า 3 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 6 ชั่วโมง	14	73.68
มากกว่า 6 ชั่วโมง	1	5.26
3. สาเหตุการผลิตไม่ต่อเนื่อง		
ไม่มีวัตถุดิบ	19	100.00
4. ตัวกำหนดลักษณะผลผลิตกัญชง		
ลูกค้า	5	26.32
ฤดูกาล	1	5.26
ตลาด	3	15.79
ผู้ผลิต	10	52.63

จากตาราง 6 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการผลิตกุ้งจ่อม ส่วนใหญ่ร้อยละ 68.42 ขึ้นอยู่กับปริมาณวัตถุดิบ รองลงมาร้อยละ 21.05 ขึ้นอยู่กับ การตั้งชื่อของลูกค้า และร้อยละ 10.53 ขึ้นอยู่กับฤดูกาล การเลือกวัตถุดิบหรือส่วนผสมในการผลิต ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมเป็นผู้กำหนด ขั้นตอนการผลิต ไม่มีความแตกต่างกัน เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อวัน ส่วนใหญ่ร้อยละ 73.68 ใช้เวลามากกว่า 3 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 6 ชั่วโมง รองลงมาร้อยละ 21.05 ใช้เวลาไม่เกิน 3 ชั่วโมง และร้อยละ 5.26 ใช้เวลามากกว่า 6 ชั่วโมง สาเหตุการผลิตกุ้งจ่อมไม่ต่อเนื่อง เพราะ ไม่มีวัตถุดิบตัวกำหนดลักษณะ ผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.63 ขึ้นอยู่กับผู้ผลิต รองลงมาร้อยละ 26.32 ขึ้นอยู่กับลูกค้า ร้อยละ 15.79 ขึ้นอยู่กับตลาด และร้อยละ 5.26 ขึ้นอยู่กับฤดูกาล

2. ข้อมูลด้านราคา

ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดขึ้นเพื่อเป็นเกณฑ์ในการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้า จากการศึกษาข้อมูลด้านราคา รายละเอียด ดังตาราง 7

ตาราง 7 ราคาขายส่งและขายปลีกกุ้งจ่อม

ผู้ประกอบการ	ราคาจำหน่าย (บาท/กิโลกรัม)						เฉลี่ย
	ขายส่ง			ขายปลีก			
	ต่ำสุด	สูงสุด	เฉลี่ย	ต่ำสุด	สูงสุด	เฉลี่ย	
ขายส่งและขายปลีก	60	70	65	60	80	70	68
ขายปลีก	-	-	-	70	80	75	75

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมขายส่งและขายปลีก กำหนดราคาขายส่ง กุ้งจ่อมต่ำสุดกิโลกรัมละ 60 บาท สูงสุดกิโลกรัมละ 70 บาท เฉลี่ยกิโลกรัมละ 65 บาท ราคาขายปลีกต่ำสุดกิโลกรัมละ 60 บาท สูงสุดกิโลกรัมละ 80 บาท เฉลี่ยกิโลกรัมละ 70 บาท ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมขายส่งและขายปลีกกำหนดราคาขายเฉลี่ยกิโลกรัมละ 68 บาท และ

ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมขายปลีก กำหนดราคาขายปลีกค้าสดกิโลกรัมละ 70 บาท สูงสุดกิโลกรัม
ละ 80 บาท เฉลี่ยกิโลกรัมละ 75 บาท

ตาราง 8 จำนวน ร้อยละของวิธีกำหนดราคาและสาเหตุที่ทำให้ราคาผลิตภัณฑ์เปลี่ยนแปลง

ข้อมูลด้านราคา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. วิธีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์วิธีใดเกี่ยวข้องมากที่สุด		
กำหนดตามตลาด/ราคาตามความพอใจ	4	21.05
กำหนดราคาเท่ากันหมด/ราคาที่ไม่แตกต่างกัน	1	5.26
กำหนดราคาแบบขยับขึ้น/ขยับลง	14	73.68
2. สาเหตุที่ทำให้ราคาผลิตภัณฑ์สูงขึ้นมากที่สุด		
กุ้งฝอยมีราคาสูงขึ้น	19	100.00
3. สาเหตุที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ราคาคงต่ำมากที่สุดคือ		
เรื่องใด		
ผู้ผลิตเพิ่มมากขึ้น	7	36.84
ผู้บริโภคน้อยลง	12	63.16
4. ผู้กำหนดราคากุ้งจ่อม		
ผู้ผลิต	19	100.00
5. กำหนดการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์		
ทุกวัน	17	89.47
ทุกสัปดาห์	2	10.53

จากตาราง 8 พบว่าวิธีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ร้อยละ 73.68 กำหนดราคาแบบขยับขึ้น/ขยับลง รองลงมาร้อยละ 21.05 กำหนดราคาตามตลาด/ราคาตามความพอใจ และร้อยละ 5.26 กำหนดราคาเท่ากันหมด/ราคาไม่แตกต่าง สาเหตุที่ทำให้ราคาผลิตภัณฑ์สูงขึ้น เนื่องจากกุ้งฝอยมีราคาสูงขึ้น สาเหตุที่ทำให้ราคาผลิตภัณฑ์ตกต่ำ ส่วนใหญ่ร้อยละ 63.16 มีสาเหตุมาจากผู้ซื้อมีน้อยลง รองลงมาร้อยละ 36.84 มีสาเหตุมาจากผู้ผลิตเพิ่มมากขึ้น ผู้กำหนดราคาจำหน่ายกุ้งจ่อม ผู้ประกอบการผลิตเป็นผู้กำหนด การกำหนดจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ร้อยละ 89.47 จำหน่ายทุกวัน และร้อยละ 10.47 จำหน่ายทุกสัปดาห์

3. ข้อมูลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ตาราง 9 จำนวน ร้อยละของช่องทางการจัดจำหน่ายกุ้งจ่อม

ช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
1. วิธีการสั่งซื้อ		
ลูกค้าสั่งโดยตรง	19	100
2. ช่องทางการขายในรอบปีที่ผ่านมา		
ขายปลีกด้วยตนเอง	14	73.68
ขายส่งสินค้า	5	26.32
3. ในรอบ 1 เดือนมีลูกค้าสั่งซื้อผลิตภัณฑ์		
ไม่เกิน 5 ครั้ง	11	57.89
ระหว่าง 6-10 ครั้ง	5	26.32
ระหว่าง 11-15 ครั้ง	1	5.26
ระหว่าง 16-20 ครั้ง	1	5.26
มากกว่า 20 ครั้งขึ้นไป	1	5.26
4. ช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มอยู่ในระดับ		
มั่นคงแน่นอน	14	73.68
ไม่ค่อยมั่นคงแน่นอนแล้วแต่โอกาส	5	26.32

ตาราง 9 (ต่อ)

ช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
5. สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มากที่สุด		
ในหมู่บ้าน	16	84.21
ต่างจังหวัด	3	15.79

จากตาราง 9 พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายของกุ้งจ่อม วิธีการสั่งซื้อ ลูกค้าสั่งซื้อ โดยตรง ช่องทางการขายในรอบปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ร้อยละ 73.68 ขายปลีกด้วยตนเอง และร้อยละ 26.32 ขายส่ง ในรอบ 1 เดือนมีลูกค้าสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ร้อยละ 57.89 ไม่เกิน 5 ครั้ง รองลงมาร้อยละ 26.32 อยู่ระหว่าง 6-10 ครั้ง และร้อยละ 5.26 อยู่ระหว่าง 11-15 ครั้ง, 16-20 ครั้ง และมากกว่า 20 ครั้งขึ้นไป ช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม ส่วนใหญ่ร้อยละ 73.68 มีความมั่นคงแน่นอน และร้อยละ 26.32 ไม่ค่อยมั่นคงแน่นอนแล้วแต่โอกาส สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มากที่สุด ส่วนใหญ่ร้อยละ 84.21 จำหน่ายในหมู่บ้าน และร้อยละ 15.79 ส่งจำหน่ายต่างจังหวัด

4. ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาดของการผลิตกุ้งจ่อม รายละเอียด

ดังตาราง

ตาราง 10 จำนวน ร้อยละของการส่งเสริมการตลาด

ส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
1. การอบรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดครั้งแรก		
ก่อนเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม	6	31.58
ภายหลังการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม	8	42.11
อื่น ๆ	5	26.32
2. จำนวนครั้งที่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของสมาชิก		
น้อยกว่า 3 ครั้ง	11	57.89
3-6 ครั้ง	3	15.79
มากกว่า 6 ครั้ง	5	26.32
3. ลำดับความสำคัญของการฝึกอบรมหลักสูตรการส่งเสริมการตลาด		
การตลาด	1	5.62
บรรจุภัณฑ์	13	68.42
อื่น ๆ	5	26.32
4. วิธีการส่งเสริมการตลาดของสมาชิก		
การโฆษณา	4	21.05
การขายโดยบุคคล	5	26.32
การออกเอกสารเผยแพร่	2	10.53
การส่งเสริมการขาย (ให้ชิม)	8	42.11
5. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของกลุ่ม		
การโฆษณา	2	10.53
การขายโดยบุคคล	5	26.32
การออกเอกสารเผยแพร่	10	52.63
การส่งเสริมการขาย (ให้ชิม)	2	10.53

ตาราง 10 (ต่อ)

ส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
6. ปัจจัยที่มีผลผลิตต่อการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์		
ขนาดของเงินทุนหรืองบประมาณ	2	10.53
ลักษณะของผลิตภัณฑ์	15	78.95
ลักษณะของตลาด	2	10.53

จากตาราง 10 พบว่าการอบรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดครั้งแรก ส่วนใหญ่ร้อยละ 42.11 ได้รับการอบรมหลังการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม รองลงมาร้อยละ 31.58 ได้รับการอบรมก่อนเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม และร้อยละ 26.32 อื่น ๆ จำนวนครั้งที่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของสมาชิก ส่วนใหญ่ร้อยละ 57.89 อบรมน้อยกว่า 3 ครั้ง รองลงมาร้อยละ 26.32 อบรม 3-6 ครั้ง และร้อยละ 15.79 มากกว่า 6 ครั้ง ลำดับความสำคัญของการฝึกอบรมหลักสูตรการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่ร้อยละ 68.42 อบรมหลักสูตรการบรรจุภัณฑ์ รองลงมาร้อยละ 26.32 อบรมหลักสูตรการตลาด และอื่น ๆ ร้อยละ 5.62 วิธีการส่งเสริมการตลาดของสมาชิก ส่วนใหญ่ร้อยละ 42.11 ใช้วิธีการส่งเสริมการขาย(ให้ชิม) รองลงมาร้อยละ 26.32 ใช้วิธีการขายโดยบุคคล ร้อยละ 21.05 ใช้วิธีการโฆษณา และร้อยละ 10.53 ใช้วิธีการออกเอกสารเผยแพร่ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของกลุ่ม ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.63 โดยการออกเอกสารเผยแพร่ รองลงมาร้อยละ 26.32 การขายโดยบุคคล และร้อยละ 10.53 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ร้อยละ 78.95 ขึ้นกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ รองลงมาร้อยละ 10.53 ขึ้นกับขนาดของเงินทุนและลักษณะของตลาด

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ปัญหา / อุปสรรค จากการศึกษาพบว่า การผลิตกุ้งก้ามกรามมีปัญหา และอุปสรรค มีรายละเอียดดังตาราง 11

ตาราง 11 จำนวน ร้อยละของปัญหา / อุปสรรคการผลิตกุ้งจ่อม

ปัญหา / อุปสรรค	จำนวน	ร้อยละ
1. ปัญหาด้านวัตถุดิบ		
กุ้งฝอยมีปริมาณไม่เพียงพอและคุณภาพไม่สม่ำเสมอ	19	100.00
2. ปัญหาด้านการผลิต		
การแปรรูปผลิตภัณฑ์กุ้งจ่อมยังไม่หลากหลาย	15	78.95
การบรรจุภัณฑ์	4	21.05
3. ปัญหาด้านการเงิน		
ไม่มีปัญหา	11	57.89
ขาดเงินทุนหมุนเวียน	8	42.11
4. ปัญหาด้านการตลาด		
พ่อค้าคนกลางกำหนดราคาขายกุ้ง	13	68.42
เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้า	6	31.58
5. ปัญหาด้านแรงงาน		
ไม่มีปัญหา	19	100.00

จากตาราง 11 พบว่าการผลิตกุ้งจ่อมมีปัญหาและอุปสรรคด้านวัตถุดิบ กุ้งฝอยมีปริมาณไม่เพียงพอ และคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิต ส่วนใหญ่ร้อยละ 78.95 การแปรรูปผลิตภัณฑ์กุ้งจ่อมยังไม่หลากหลาย และร้อยละ 21.05 ด้านการบรรจุภัณฑ์ ปัญหาและอุปสรรคด้านการเงิน ส่วนใหญ่ร้อยละ 57.98 ไม่มีปัญหา และร้อยละ 42.11 ขาดเงินทุนหมุนเวียน ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาด ส่วนใหญ่ร้อยละ 68.42 พ่อค้าคนกลางกำหนดราคาขายกุ้งฝอย และร้อยละ 31.58 ด้านเครื่องหมายรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษาทุ้งจ่อม ตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้เสนอการสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ตามลำดับ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. วิธีดำเนินการวิจัย
3. สรุปผลการวิจัย
4. อภิปรายผล
5. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตทุ้งจ่อมของผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. เพื่อศึกษาส่วนผสมการตลาดของทุ้งจ่อม ด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา

การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ประกอบการผลิตทุ้งจ่อมชมรมทุ้งจ่อม-กระยาสารทประโคนชัย ตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 19 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยศึกษาจากเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และปรับปรุงแบบสัมภาษณ์จากการศึกษาเรื่องต้นทุนผลตอบแทน ผลิตภัณฑ์จากไม้ ตำบลหนองบอน อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ ของอิสริยา บุญราศรี แล้วนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิดและปลายปิดเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ประกอบการ ข้อคำถามประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว สถานภาพการเป็นผู้ประกอบการ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจกึ่งจ่อม ลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจกึ่งจ่อม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิดและปลายปิดเกี่ยวกับข้อมูลต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน ข้อคำถามประกอบด้วยต้นทุนผันแปร ต้นทุนคงที่ ปริมาณการผลิต ปริมาณการขายและผลตอบแทน

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิดและปลายปิดเกี่ยวกับข้อมูลส่วนผสมการตลาด ข้อคำถามประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคการผลิตกึ่งจ่อม

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การศึกษาจาก เอกสาร ตำรา บทความ และรายงานการวิจัย เป็นการค้นคว้าเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี หลักการต้นทุนการผลิต ผลตอบแทนและส่วนผสมการตลาด
2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา มาสร้างแบบสัมภาษณ์ภายใต้คำแนะนำของคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์
3. นำแบบสัมภาษณ์มาปรับปรุงถ้อยคำ เนื้อหาและรูปแบบ เพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์ที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
4. หลังจากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง แล้วจึงนำแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวมาปรับปรุง แล้วนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลดังนี้

- 3.1 ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับชมรมกึ่งจ่อม-กระยาสารทระ โคนชัย
- 3.2 ผู้วิจัยเข้าพื้นที่เพื่อทำความเข้าใจในประเด็นที่จะเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการผลิตกึ่งจ่อมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดและความน่าเชื่อถือและเป็นไปในทิศทางที่ใกล้เคียงกัน

3.3 ดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์จากแบบสัมภาษณ์กับประชากรเป้าหมายในพื้นที่ศึกษา

3.4 ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของแบบสัมภาษณ์ทั้งในระหว่างที่เก็บข้อมูลและหลังจากเก็บข้อมูลแล้วเพื่อที่จะกรอกข้อมูลลงคู่มือรหัส

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องของแบบสัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ลงรหัสในคู่มือลงรหัส จากนั้นจึงนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Version 10) ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพผู้ประกอบการ วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐาน การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของประชากร

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต ผลตอบแทนและจุดคุ้มทุน ดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต

$$\begin{aligned} \text{สมการ ต้นทุนผันแปร} & \quad TVC = VQ \\ \text{เมื่อ} & \quad TVC = \text{ต้นทุนผันแปร} \\ & \quad V = \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย} \\ & \quad Q = \text{ปริมาณการผลิต} \end{aligned}$$

4.2.2 การวิเคราะห์ต้นทุนคงที่รวม

$$\text{สมการ ค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง} = \frac{\text{มูลค่าของทรัพย์สิน} - \text{ราคาซาก}}{\text{จำนวนปีที่ใช้ประโยชน์}}$$

4.2.3 รายได้จากการขาย

$$\begin{aligned} \text{สมการ} \quad TR &= PQ \\ \text{โดย} \quad TR &= \text{รายได้จากการขาย} \\ P &= \text{ราคาขายต่อหน่วย} \\ Q &= \text{ปริมาณขาย} \end{aligned}$$

4.2.4 การวิเคราะห์ผลตอบแทน

$$\text{สมการ} \quad \text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย} = \text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย}$$

4.2.5 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

$$\text{จุดคุ้มทุน (หน่วย)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่รวม}}{\text{กำไรส่วนเกินต่อหน่วย}}$$

$$\text{หรือ จุดคุ้มทุน (บาท)} = \text{จำนวนหน่วยที่ขาย (ณ จุดคุ้มทุน)} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย}$$

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่ออธิบายส่วนผสมการตลาด ใช้สถิติพื้นฐานคำนวณ
หาค่าร้อยละ นำเสนอรูปแบบตารางและความเรียง

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคการผลิตกึ่งจุ่มด้วยค่าสถิติพื้นฐาน
การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาค้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษาทุ่งจ่อม ตำบล ประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ สรุปผลการศึกษา ดังนี้

1. สถานภาพผู้ประกอบการผลิตทุ่งจ่อม

สมาชิกชมรมทุ่งจ่อม-กระยาสารทประโคนชัย จำนวน 19 คน ส่วนใหญ่ร้อยละ 89.47 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 10.53 เป็นเพศชาย ช่วงอายุ ส่วนใหญ่ร้อยละ 47.37 มีช่วงอายุ 56 ปีขึ้นไป รองลงมาร้อยละ 26.32 มีช่วงอายุระหว่าง 36-45 ปี ร้อยละ 15.79 มีช่วงอายุระหว่าง 46-55 ปี และร้อยละ 10.53 มีช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ร้อยละ 42.11 ได้รับความศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษา รองลงมาร้อยละ 36.84 ได้รับความศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 10.53 ได้รับความศึกษาระดับอนุปริญาหรือเทียบเท่า และร้อยละ 5.26 ได้รับความศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและระดับปริญาตรีหรือสูงกว่า จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ส่วนใหญ่ร้อยละ 73.68 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4-6 คน รองลงมาร้อยละ 21.05 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1-3 คน และร้อยละ 5.26 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 7-9 คน สถานภาพการเป็นผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ร้อยละ 68.42 เป็นผู้ผลิตเพื่อขายส่งและขายปลีก และร้อยละ 31.58 เป็นผู้ผลิตเพื่อขายปลีก ระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจการผลิตทุ่งจ่อม ร้อยละ 31.58 มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 1-3 ปี และ 4-6 ปี รองลงมา ร้อยละ 21.05 มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 7-9 ปี และร้อยละ 15.79 มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 10 ปีขึ้นไป ลักษณะการประกอบธุรกิจการผลิตทุ่งจ่อมเป็นอาชีพ ส่วนใหญ่ร้อยละ 68.42 ประกอบธุรกิจเป็นอาชีพหลัก และร้อยละ 31.58 ประกอบธุรกิจเป็นอาชีพเสริม

2. ต้นทุนการผลิต ผลตอบแทน และจุดคุ้มทุน

2.1 ต้นทุนผันแปร การผลิตทุ่งจ่อมมีต้นทุนผันแปรการผลิตต่อกิโลกรัม ประกอบด้วย กุ้งฝอย จำนวน 570 กรัม เป็นเงิน 28.73 บาท น้ำปลา 0.32 ลิตร เป็นเงิน 8.37 บาท ข้าวคั่ว 130 กรัม เป็นเงิน 2.57 บาท ภาชนะบรรจุ จำนวน 1 ชุด เป็นเงิน 1.83 บาท น้ำประปา จำนวน 143 ลิตร เป็นเงิน 0.86 บาท และแรงงาน จำนวน 2 คน เป็นเงิน 2.86 บาท รวมเป็นเงิน 45.20 บาท

2.2 ต้นทุนคงที่รวม การผลิตทุ่งจ่อมมีต้นทุนคงที่รวม ประกอบด้วย ตู้แช่ จำนวน 1 ตู้ เป็นเงิน 687.28 บาท ตู้เย็น จำนวน 1 ตู้ เป็นเงิน 967.11 บาท โถง จำนวน 6 ใบ เป็นเงิน 465.79 บาท เครื่องรีดถุง จำนวน 1 เครื่อง เป็นเงิน 216.14 บาท ตะแกรง จำนวน 4 อัน เป็นเงิน 170.53 บาท กะละมัง จำนวน 3 อัน เป็นเงิน 159.05 บาท และผ้าคลุม จำนวน 5 ชุด เป็นเงิน 33.16 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 2,699.05 บาท

2.3 ปริมาณการผลิตทุ่งจ่อม ผู้ประกอบการผลิตทุ่งจ่อมมี 2 ประเภท คือ ผู้ประกอบการผลิตทุ่งจ่อมเพื่อขายส่งและขายปลีก จำนวน 11 ราย มีกำลังการผลิตทุ่งจ่อมจำนวน 1,483

กิโกรัมต่อสัปดาห์ หรือจำนวน 5,932 กิโลกรัมต่อเดือน หรือจำนวน 71,184 กิโลกรัมต่อปี และมีผู้ประกอบการขายปลีก จำนวน 8 ราย มีกำลังการผลิตกุ้งจ่อม จำนวน 318 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ หรือจำนวน 1,272 กิโลกรัมต่อเดือน หรือจำนวน 15,214 กิโลกรัมต่อปี ปริมาณการผลิตกุ้งจ่อม รวมทั้งสิ้น จำนวน 86,448 กิโลกรัมต่อปี

2.4 ปริมาณการขายกุ้งจ่อม ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมขายส่งและขายปลีกมีปริมาณการขายส่งกุ้งจ่อมเป็นเงิน 69,550 บาท และขายปลีกเป็นเงิน 28,910 บาท รวมเป็นเงิน 98,460 บาทต่อสัปดาห์ หรือ มีปริมาณการขายส่งกุ้งจ่อมเป็นเงิน 278,200 บาท และขายปลีกเป็นเงิน 115,640 บาท รวมเป็นเงิน 393,840 บาทต่อเดือน หรือ มีปริมาณการขายส่งกุ้งจ่อมเป็นเงิน 3,338,400 บาท และขายปลีกเป็นเงิน 1,387,680 บาท รวมเป็นเงิน 4,726,080 บาทต่อปี ส่วนผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมขายปลีกมีปริมาณการขายปลีกเป็นเงิน 23,850 บาทต่อสัปดาห์ หรือมีปริมาณการขายปลีกเป็นเงิน 95,400 บาทต่อเดือน หรือมีปริมาณการขายปลีกเป็นเงิน 1,144,800 บาทต่อปี ปริมาณการขายกุ้งจ่อมรวมทั้งสิ้นเป็นเงิน 5,870,880 บาทต่อปี

2.5 ผลตอบแทนหรือกำไรส่วนเกินต่อหน่วย ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมเพื่อขายส่งและขายปลีก มีกำไรส่วนเกินขายส่งต่อกิโลกรัมเป็นเงิน 19.80 บาท มีกำไรส่วนเกินขายปลีกต่อกิโลกรัมเป็นเงิน 24.80 บาท หรือมีกำไรส่วนเกินขายส่งและขายปลีกต่อกิโลกรัมเฉลี่ยเป็นเงิน 22.80 บาท ส่วนผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมเพื่อขายปลีก มีกำไรส่วนเกินต่อกิโลกรัมเป็นเงิน 29.80 บาท

2.6 จุดคุ้มทุน ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมเพื่อขายส่งและขายปลีก มีจุดคุ้มทุนที่ระดับการผลิต 118 กิโลกรัม หรือมีปริมาณการขายเป็นเงิน 8,024 บาท ส่วนผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมเพื่อขายปลีก มีจุดคุ้มทุนที่ระดับการผลิต 91 กิโลกรัม หรือมีปริมาณการขายเป็นเงิน 6,825 บาท

3. การวิเคราะห์ส่วนผสมการตลาดของการผลิตกุ้งจ่อม

การวิเคราะห์ส่วนผสมการตลาด ใช้ค่าสถิติร้อยละมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ทราบว่าการผลิตกุ้งจ่อมมีส่วนผสมการตลาดอย่างไร ข้อมูลที่ศึกษาประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

3.1 ผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการผลิตกุ้งจ่อม ส่วนใหญ่ร้อยละ 68.42 ขึ้นอยู่กับปริมาณวัตถุดิบ รองลงมาร้อยละ 21.05 ขึ้นอยู่กับการสั่งซื้อของลูกค้า และร้อยละ 10.53 ขึ้นอยู่กับฤดูกาล การเลือกวัตถุดิบหรือส่วนผสมในการผลิต ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมเป็นผู้กำหนดคิดเป็นร้อยละ 100 ขั้นตอนการผลิต ไม่มีความแตกต่างกัน เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อวัน ส่วนใหญ่ร้อยละ 73.68 ใช้เวลามากกว่า 3-6 ชั่วโมง รองลงมาร้อยละ 21.05 ใช้เวลาไม่เกิน 3 ชั่วโมง และร้อยละ 5.26 ใช้เวลามากกว่า 6 ชั่วโมง สาเหตุการผลิตกุ้งจ่อมไม่ต่อเนื่องเพราะไม่มีวัตถุดิบ

คิดเป็นร้อยละ 100 ตัวกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.63 ขึ้นอยู่กับผู้ผลิต รองลงมา ร้อยละ 26.32 ขึ้นอยู่กับลูกค้า ร้อยละ 15.79 ขึ้นอยู่กับตลาด และร้อยละ 5.26 ขึ้นอยู่กับฤดูกาล

3.2 ราคา และการกำหนดราคา พบว่า ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมเพื่อขายส่งและขายปลีก กำหนดราคาขายส่งต่ำสุดกิโลกรัมละ 60 บาท ราคาขายส่งสูงสุดกิโลกรัมละ 70 บาท ราคาขายส่งเฉลี่ยกิโลกรัมละ 65 บาท และกำหนดราคาขายปลีกต่ำสุดกิโลกรัมละ 60 บาท ราคาขายปลีกสูงสุดกิโลกรัมละ 80 บาท ราคาขายปลีกเฉลี่ยกิโลกรัมละ 70 บาท ราคาขายส่งและขายปลีกเฉลี่ยกิโลกรัมละ 68 บาท ส่วนผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมเพื่อขายปลีก กำหนดราคาขายปลีกต่ำสุดกิโลกรัมละ 70 บาท ราคาขายปลีกสูงสุดกิโลกรัมละ 80 บาท ราคาขายปลีกเฉลี่ยกิโลกรัมละ 75 บาท วิธีการกำหนดราคาขาย ส่วนใหญ่ร้อยละ 73.68 กำหนดราคาแบบขยับขึ้น/ขยับลง รองลงมา ร้อยละ 21.05 กำหนดราคาตามตลาด/ราคาตามความพอใจ และร้อยละ 5.26 กำหนดราคาเท่ากัน คือราคาไม่แตกต่างกัน สาเหตุที่ทำให้ราคากุ้งจ่อมสูงขึ้น เนื่องจากกุ้งฝอยมีราคาสูงขึ้น สาเหตุที่ทำให้ราคากุ้งจ่อมตกต่ำ ส่วนใหญ่ร้อยละ 63.16 มีสาเหตุมาจากผู้ซื้อมีน้อยลง รองลงมา ร้อยละ 36.84 มีสาเหตุมาจากผู้ผลิตเพิ่มมากขึ้น ผู้กำหนดราคากุ้งจ่อม ผู้ประกอบการผลิตเป็นผู้กำหนดเอง คิดเป็นร้อยละ 100 การกำหนดจัดจำหน่ายกุ้งจ่อม ส่วนใหญ่ร้อยละ 89.47 จำหน่ายทุกวัน และร้อยละ 10.47 จำหน่ายทุกสัปดาห์

3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า วิธีการสั่งซื้อ ลูกค้าสั่งซื้อโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 100 ช่องทางการขายในรอบปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ร้อยละ 73.68 ขายปลีกด้วยตนเอง และร้อยละ 26.32 ขายส่ง การสั่งซื้อกุ้งจ่อมของลูกค้าในรอบ 1 เดือน ส่วนใหญ่ร้อยละ 57.89 ไม่เกิน 5 ครั้ง รองลงมา ร้อยละ 26.32 อยู่ระหว่าง 6-10 ครั้ง และร้อยละ 5.26 อยู่ระหว่าง 11-15 ครั้ง ระหว่าง 16 - 20 ครั้ง และมากกว่า 20 ครั้งขึ้นไป ความมั่นคงของช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม ส่วนใหญ่ร้อยละ 73.68 มีความมั่นคงแน่นอน และร้อยละ 26.32 ไม่ค่อยมั่นคงแน่นอนแล้วแต่โอกาส สถานที่จำหน่ายกุ้งจ่อมมากที่สุด ส่วนใหญ่ร้อยละ 84.21 จำหน่ายในหมู่บ้าน และร้อยละ 15.79 ส่งจำหน่ายต่างจังหวัด

3.4 การส่งเสริมการตลาด พบว่า การอบรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดครั้งแรก ส่วนใหญ่ร้อยละ 42.11 ได้รับการอบรมหลังการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม รองลงมา ร้อยละ 31.58 ได้รับการอบรมก่อนเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม และร้อยละ 26.32 ไม่เคยอบรม จำนวนครั้งที่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของสมาชิก ส่วนใหญ่ร้อยละ 57.89 อบรมไม่เกิน 3 ครั้ง รองลงมา ร้อยละ 26.32 อบรม 3-6 ครั้ง และร้อยละ 15.79 มากกว่า 6 ครั้ง ลำดับความสำคัญของการฝึกอบรมหลักสูตรการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่ร้อยละ 68.42 ต้องการหลักสูตรการบรรจุภัณฑ์ รองลงมา ร้อยละ 26.32 ต้องการหลักสูตรการตลาด และร้อยละ 5.62 อื่น ๆ คือต้องการหลักสูตรการแปรรูป

ผลิตภัณฑ์ วิธีการส่งเสริมการตลาดของสมาชิก ส่วนใหญ่ร้อยละ 42.11 การส่งเสริมการขาย (ให้ชิม) รองลงมาร้อยละ 26.32 การขายโดยบุคคล ร้อยละ 21.05 การโฆษณา และร้อยละ 10.53 การออกเอกสารเผยแพร่ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของกลุ่ม ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.63 โดยการออกเอกสารเผยแพร่ รองลงมาร้อยละ 26.32 การขายโดยบุคคล และร้อยละ 10.53 การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย (ให้ชิม) ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ร้อยละ 78.95 ขึ้นกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ รองลงมาร้อยละ 10.53 ขึ้นกับขนาดของเงินทุนและลักษณะของตลาด

4. ปัญหา / อุปสรรคการผลิตกุ้งจ่อม

- 4.1 ปัญหาด้านวัตถุดิบ พบว่ากุ้งฝอยมีปริมาณไม่เพียงพอและคุณภาพไม่สม่ำเสมอ
- 4.2 ปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิต ส่วนใหญ่ร้อยละ 78.95 การแปรรูปผลิตภัณฑ์ กุ้งจ่อมยังไม่หลากหลายและร้อยละ 21.05 การบรรจุภัณฑ์
- 4.3 ปัญหาและอุปสรรคด้านการเงิน ส่วนใหญ่ร้อยละ 57.98 ไม่มีปัญหาด้านการเงิน และร้อยละ 42.11 ขาดเงินทุนหมุนเวียน
- 4.4 ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาด ส่วนใหญ่ร้อยละ 68.42 พ้อค้าคนกลาง กำหนดราคากุ้งฝอยที่เป็นวัตถุดิบหลัก และร้อยละ 31.58 เครื่องหมายรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า

อภิปรายผล

จากการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชุมชน : ภูมิศึกษากุ้งจ่อม ตำบล ประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ มีประเด็นที่น่าสนใจนำไปสู่การอภิปรายผล ดังนี้

1. สถานภาพผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อม หากพิจารณาด้านบทบาทชายหญิง พบว่าผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย แสดงให้เห็นว่าเพศหญิงของสมาชิกชมรมกุ้งจ่อม-กระษาสารทประโคนชัยมีบทบาทสำคัญในการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับครอบครัว ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตกุ้งจ่อมยึดเป็นอาชีพหลักสูงถึงร้อยละ 68.42 ทำให้ครอบครัวมีรายได้ นำไปสู่ประเทศชาติมีรายได้ แก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของประเทศไทยได้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ยังพบว่าภูมิปัญญาการผลิตกุ้งจ่อม ได้ถ่ายทอดให้กับคนรุ่นใหม่ ดังจะเห็นได้จากการกระจายจำนวนผู้ประกอบการผลิตหลายช่วงอายุของผู้ประกอบการ
2. การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตกุ้งจ่อม
 - 2.1 ผลการวิเคราะห์กำไร พบว่า การผลิตกุ้งจ่อมของผู้ประกอบการผลิตขายส่งและขายปลีก มีกำไร 22.80 บาทต่อกิโลกรัม ผู้ประกอบการขายปลีก มีกำไร 29.80 บาทต่อกิโลกรัม

ดังนั้นการประกอบธุรกิจการผลิตกุ้งจ่อมยังสามารถที่จะยึดเป็นอาชีพหลักที่จะทำรายได้ให้กับผู้ประกอบการผลิต

2.2 ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน เพื่อให้ผู้ประกอบการกิจการผลิตกุ้งจ่อมทราบว่า จะต้องผลิตกุ้งจ่อมปริมาณการผลิตเท่าไร หรือปริมาณการขายเท่าไร จึงจะคุ้มค่าต่อการลงทุน พบว่า ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมเพื่อขายส่งและขายปลีก มีจุดคุ้มทุนที่ระดับปริมาณการผลิตกุ้งจ่อม จำนวน 118 กิโลกรัม หรือมีปริมาณการขายที่ระดับ 8,024 บาท ส่วนผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมเพื่อขายปลีก มีจุดคุ้มทุนที่ระดับปริมาณการผลิตกุ้งจ่อมจำนวน 91 กิโลกรัม หรือมีปริมาณการขายที่ระดับ 6,825 บาท เมื่อทราบจุดคุ้มทุนแล้วผู้ประกอบการผลิตสามารถนำไปวางแผนการผลิตเพื่อ ดำเนินธุรกิจให้ได้กำไรตามที่ต้องการ

3. ส่วนผสมการตลาดการผลิตกุ้งจ่อม

3.1 ผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการผลิตขึ้นอยู่กับปริมาณวัตถุดิบ คือ กุ้งฝอย ซึ่งเป็นวัตถุดิบส่วนผสมหลัก มีปริมาณไม่สม่ำเสมอและไม่เพียงพอตามที่ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมต้องการ ทำให้การผลิตไม่ต่อเนื่อง เกิดผลกระทบต่อรายได้ ซึ่งสอดคล้องกับ อุษา กิริ และภาวิณี ศิลาเกษ (2545 : 56) พบว่าปัญหาในการผลิตกุ้งจ่อม คือ ขาดแคลนวัตถุดิบที่เป็นกุ้งฝอย ปัญหาดังกล่าวจะต้องหาแนวทางแก้ไข โดยการวิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยง กุ้งฝอย แล้วส่งเสริมให้เกษตรกรเพาะเลี้ยงกุ้งฝอยที่มีคุณภาพ ปริมาณและได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์ม การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ เพื่อให้การผลิตกุ้งจ่อมเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีความปลอดภัยด้านอาหารทั้งระบบ ตั้งแต่ฟาร์มสู่โต๊ะอาหาร (From Farm to Table) เมื่อกุ้งจ่อมได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าก็จะสร้างความเชื่อถือให้กับผู้บริโภคนำไปสู่การขายการตลาดต่อไป

3.2 ราคา จากการศึกษาพบว่า การกำหนดราคาขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมเป็นผู้กำหนดราคา วิธีการกำหนดราคาส่วนใหญ่กำหนดราคาแบบขยับขึ้น/ขยับลง สาเหตุที่ทำให้ราคากุ้งจ่อมสูงขึ้นมาจากกุ้งฝอยมีราคาสูงขึ้นซึ่งพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคา ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อมจำเป็นต้องซื้อกุ้งฝอยตามราคาที่พ่อค้าคนกลางกำหนดเพราะปริมาณวัตถุดิบไม่เพียงพอ และพ่อค้าคนกลางมีจำนวนจำกัด ทำให้ผู้ผลิตกุ้งจ่อมมีข้อจำกัดในการเลือกซื้อวัตถุดิบ แนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรกำหนดและควบคุมราคากลางสินค้าวัตถุดิบทางการเกษตร เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมทั้งผู้ผลิต พ่อค้าคนกลาง และผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาดของ สุปัญญา ไชยชาญ (2534 : 43) รัฐบาลสนับสนุนและให้การคุ้มครองธุรกิจ ผู้บริโภค และสังคม การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผู้บริโภคและสังคมโดยส่วนรวม

3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่จำหน่ายให้กับผู้ซื้อโดยตรงและมีความมั่นคงแน่นอน ช่องทางการจัดจำหน่ายกึ่งจ่อมจัดอยู่ในระดับศูนย์ เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ สุปัญญาไชยชาญ (2534 : 79-97) ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นพันธกิจที่ผู้ผลิตมีต่อตลาดในการเคลื่อนย้ายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค มีผลต่อราคาต้นทุนการผลิต ทักษะของนักการตลาดช่องทางการตลาดที่ยาวการบริหารยิ่งยาก เพื่อให้ช่องทางการจัดจำหน่ายมีประสิทธิภาพจะต้องออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความเหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมทางการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งเป็นระดับ คือ ระดับศูนย์ ผู้ผลิตจะจำหน่ายให้ผู้ซื้อโดยตรง ระดับหนึ่ง ระดับสองและระดับสามจะมีคนกลางการตลาดเข้ามามากขึ้นตามลำดับ

3.4 การส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าวิธีการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ใช้วิธีส่งเสริมการขาย โดยการชิมและวิธีออกข่าวเผยแพร่ การส่งเสริมการตลาดกึ่งจ่อมโดยวิธีดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวความคิดของสุปัญญาไชยชาญ (2534 : 137-153) การส่งเสริมการขายเป็นกิจกรรมที่กระตุ้นให้ผู้ขายและผู้บริโภคทำการซื้อขายให้มากขึ้น เครื่องมือส่งเสริมการขายสำหรับผู้ค้าปลีก ได้แก่ การสาธิต แสตามปีการค้าและการจัดแสดง ณ จุดขาย วิธีออกข่าวเผยแพร่ผู้ส่งข่าวไม่ต้องชำระค่าตอบแทนให้กับเจ้าของสื่อ คนส่วนใหญ่ให้ความเชื่อถือมากกว่าการโฆษณาและเข้าถึงผู้รับข่าวสารได้ดีกว่า

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาผู้วิจัยได้มีโอกาสสอบถามข้อมูลจากผู้ประกอบการผลิต รวมทั้งผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจการผลิตกึ่งจ่อม เช่น ผู้ค้าส่งกึ่งจ่อม มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 จากผลการศึกษาการวิเคราะห์กำไร ผู้ประกอบการผลิตกึ่งจ่อม ควรจะเรียนรู้การคิดต้นทุนการผลิต เพื่อให้สามารถคำนวณต้นทุนที่แท้จริงจากการประกอบธุรกิจกึ่งจ่อม นำไปวางแผนและตัดสินใจในปัญหาต่างๆ เช่น ควรจะกำหนดราคาสินค้าเท่าไร ที่ไม่เอาเปรียบผู้บริโภคและการวางแผนกำไร เป็นต้น

1.2 ผลจากการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ทำให้ทราบถึงจุดที่เริ่มจะทำให้เกิดกำไรหรือจุดที่นำไปสู่การขาดทุน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการผลิตกึ่งจ่อมที่ดำเนินการและผู้ที่จะลงทุนธุรกิจการผลิตกึ่งจ่อมนำข้อมูลไปใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจเพราะจุดคุ้มทุนเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จทั้งด้านการเงิน การตลาดและการบริหารจัดการ

1.3 ผลการศึกษาส่วนผสมการตลาด ทำให้ทราบข้อมูลการดำเนินงานที่ผ่านมา มีปัจจัยอะไรที่มีผลต่อการดำเนินงานอย่างไร สามารถนำข้อมูลไปวางแผนเพื่อหาแนวทางแก้ไข ป้องกันและพัฒนาให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นต่อไป

1.4 ผลการศึกษาด้านปัญหาและอุปสรรค พบว่า ขาดแคลนวัตถุดิบกุ้งฝอย ทั้งด้าน ปริมาณวัตถุดิบไม่เพียงพอในการผลิต โดยเฉพาะช่วงเทศกาลต่างๆ มีความต้องการกุ้งจ่อมสูงกว่าปกติหลายเท่า และด้านคุณภาพวัตถุดิบกุ้งฝอยไม่สม่ำเสมอทั้งน้ำหนักการบรรจุ ความสดและชนิด กุ้งฝอย เนื่องจากแหล่งที่มาของกุ้งฝอยหลายแห่ง และความรับผิดชอบของพ่อค้าคนกลาง จึงเห็น ควรให้มีการส่งเสริมการเพาะเลี้ยงกุ้งฝอย และบริหารจัดการแหล่งน้ำในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ และ จังหวัดอื่นๆ ให้มีปริมาณและคุณภาพวัตถุดิบกุ้งฝอยเพียงพอต่อการการผลิตกุ้งจ่อม ซึ่งจะ ทำให้ เกิดอาชีพหรือกิจกรรมต่อเนื่องนำไปสู่ การสร้างอาชีพ การสร้างรายได้ระดับครอบครัว ขยายผลสู่ ระดับประเทศ ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ไขปัญหาค่าความยากจนของประเทศได้ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตหรือการแปรรูปผลิตภัณฑ์ สัตว์น้ำประเภทอื่น เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับการวางแผนการผลิตและการพัฒนาต่อไป

2.2 ควรมีการศึกษาส่วนผสมการตลาดของการผลิตหรือการแปรรูปผลิตภัณฑ์ สัตว์น้ำประเภทอื่น เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับการวางแผนการผลิตและการพัฒนาต่อไป

2.3 ควรมีการศึกษาวิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงกุ้งฝอย รวมถึงการบริหารจัดการ แหล่งน้ำธรรมชาติและแหล่งก่อสร้างให้เอื้อต่อการเพิ่มประชากรกุ้งฝอยและสัตว์น้ำอื่น

2.4 การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร จากกระแสนิยมบริโภคอาหาร ปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและผู้ผลิตมีความรับผิดชอบ จึงควรที่จะมีการศึกษา วิจัยการกำหนดมาตรฐานและติดตามตรวจสอบควบคุมคุณภาพสินค้าเกษตรที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะ นำไปสู่การขยายตลาดต่างประเทศ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Buriram Rajabhat University

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- “คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี” (2544). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : [http :
www.thaigov.go.th/general/policy.policy_thakin_html](http://www.thaigov.go.th/general/policy.policy_thakin_html).
- ฐิตำวรรณ กงรัตนสมบูรณ์. (2531). ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำปลาสดเค็ม. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงพร อัจฉริยวิรัช. (2529). สถานภาพและศักยภาพของอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าพื้นเมือง : ศึกษาในกรณีอุตสาหกรรมข้าวเกรียบงา. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิวรัตน์ เถลิงเกียรติลีลา, วิรัช จิวแหยม และสุทธิพงศ์ เป็รื่องคำ. (ม.ป.ป.). ชีวิตวิทยาบางประการของกุ้งฝอยชนิด *Caridina laevis* ในฤดูกระตังใหญ่ จังหวัดหนองคาย. ม.ป.ท. : ม.ป.ท.
- นภาพร ณ เชียงใหม่ และคนอื่น ๆ. (ม.ป.ป.). การบัญชีบริหาร. ม.ป.ท. : ม.ป.ท.
- นภาพร ศรีพุดนิพนธ์ และสุรียา จงโยธา. (2540). ชีวิตวิทยาบางประการของกุ้งฝอย *Macrobrachium lanchesteri* de Man ใน บึงทุ่งสว่าง จังหวัดขอนแก่น. ม.ป.ท. : สำนักงานประมงน้ำจืดจังหวัดยโสธร
- นาถพี คันโซ. (2535). การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมครัวเรือนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิทยา มณีเทพ. (2538). การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของอุตสาหกรรมผลิตกระดาศในครัวเรือนในอำเภอต้นกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพศล สุดใจ. (2544). การบ่งชี้ข้อถกของแบคทีเรียทนเกลือ ในขณะหมักกุ้งจ่อม. บุรีรัมย์ : โปรแกรมวิชาชีววิทยาประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์.

- “มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน กุ้งจ่อม” (2546). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : [http :
www.tisi.go.th/otop/pdf_file/tcp147_46.pdf](http://www.tisi.go.th/otop/pdf_file/tcp147_46.pdf)
- รุ่งวิทย์ มาศงามเมือง. (2541). อาหาร การกิน และการเป็นหนอนพยาธิ : มุมมองทาง
มานุษยวิทยา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีบุรีรัมย์. (ม.ป.ป.). กุ้งจ่อมสำเร็จรูป. (แผ่นพับ). บุรีรัมย์ :
คณะวิชา อุตสาหกรรมเกษตร วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีบุรีรัมย์.
- ศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชน เขตที่ 11. (ม.ป.ป.). บันทึกภูมิปัญญาท้องถิ่น
กุ้งจ่อม. นครราชสีมา : โรงพิมพ์ทัศน์ทองการพิมพ์.
- สำนักงานอำเภอประโคนชัย. (ม.ป.ป.). เอกสารประกอบการบรรยายสรุป อำเภอ
ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์. บุรีรัมย์ : สำนักงานอำเภอประโคนชัย จังหวัด
บุรีรัมย์.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2534). การบริหารการตลาด : ภาคสอง การวางแผนส่วนประสมการ
ตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พี.เอ.ดีฟวิ่ง.
- เสาวนิต ทองพิมพ์, งามนิจ นนทโส และสุธา ภูสิทธิศักดิ์. (2528). การศึกษาการทน
เกลือของเชื้อซัลโมเนลล่าในปลาร้า. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เสนาะ ดิยาว และกิ่งกนก พิทยานพคุณ. (2537). การบัญชีบริหาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิญา บางมณีนิล. (2537). การศึกษาโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมของจังหวัด
นครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ ผ.ม. (การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อิสริยา บุญราศรี. (2546). การศึกษาต้นทุนการผลิตผลตอบแทนผลิตภัณฑ์จากไม้เพื่อ
การพัฒนาธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ ตำบลหนองบอน
อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต).
บุรีรัมย์ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์.

อุษา คีรี และภาวิณี ศีลาเกษ. (2545). รายงานการวิจัยโครงการวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางการ
ยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น : กรณีศึกษาอาหารหมักพื้นบ้าน (กุ่มจ่อม) อำเภอ
ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์. บุรีรัมย์ : สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และ
เทคโนโลยีแห่งชาติ.

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Buriram Rajabhat University

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Buriram Rajabhat University

ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์เพื่อการศึกษา

เรื่อง ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษาทุ่งจ่อม ตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

คำชี้แจงสำหรับผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

1. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ต้องการศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตทุ่งจ่อม ตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วยข้อมูล 4 ส่วน ดังนี้

1.1 ส่วนที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ผลิตทุ่งจ่อม ลักษณะแบบสัมภาษณ์เป็นแบบเลือกตอบจากคำตอบที่กำหนดให้ คำถามนี้ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน สถานภาพการเป็นผู้ประกอบการ ระยะเวลาที่ดำเนินการประกอบธุรกิจทุ่งจ่อม ระยะเวลาที่เข้าเป็นสมาชิก ประเภทธุรกิจการผลิตทุ่งจ่อม

ลักษณะแบบสัมภาษณ์ เป็นลักษณะปลายปิด แบบเลือกคำตอบเดียว และลักษณะปลายเปิด แบบเติมคำลงในช่องว่างของข้อคำถาม

1.2 ส่วนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลด้านส่วนผสมการตลาด คำถามนี้จะครอบคลุมเรื่อง ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ลักษณะแบบสัมภาษณ์ เป็นลักษณะปลายปิด แบบเลือกคำตอบเดียว และลักษณะปลายเปิด แบบเติมคำลงในช่องว่างของข้อคำถาม

1.3 ส่วนที่ 3 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลด้านต้นทุนและผลตอบแทน เป็นคำถามเรื่องต้นทุนผันแปร ต้นทุนคงที่

ลักษณะแบบสัมภาษณ์ เป็นลักษณะปลายปิด แบบเลือกคำตอบเดียว และลักษณะปลายเปิด แบบเติมคำลงในช่องว่างของข้อคำถาม

1.4 ส่วนที่ 4 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลปัญหาและอุปสรรค เป็นคำถามปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานการผลิตทุ่งจ่อมเรื่อง วัตถุดิบ การผลิต เงินทุน การตลาดและแรงงาน

ลักษณะแบบสัมภาษณ์ ลักษณะปลายเปิด แบบเติมข้อความลงในช่องว่างของข้อคำถาม

2. วิธีตอบแบบสัมภาษณ์ ให้ฟังคำอธิบายหรืออ่านข้อความแต่ละข้ออย่างละเอียดแล้ว
เลือกตอบให้ตรงกับความเป็นจริงหรือแสดงความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ในการวิจัยครั้งนี้ ใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามตามความ
เป็นจริง ผู้วิจัยขอรับรองว่าการตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้จะไม่มีผลกระทบต่องานในหน้าที่และ
ตัวท่านแต่อย่างไร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่าน และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความร่วมมือ
จากท่านด้วยดี จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

ลงชื่อ.....

(นายธงชัย เพิ่มงาม)

นักศึกษาปริญญาโท สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา รุ่นที่ 1

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ตัวอย่าง การตอบแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อม
คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับความจริงของท่าน

1. เพศ
 - () ชาย
 - (✓) หญิง
2. อายุ
 - () อายุ 15-25 ปี
 - (✓) 26 - 35 ปี
 - () 36 - 45 ปี
 - () 46-55 ปี
 - () 56 ปี ขึ้นไป

ความหมายของคำตอบ

- ข้อ 1 หมายถึง ผู้ตอบเป็นเพศหญิง
ข้อ 2 หมายถึง ผู้ตอบมีอายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์ เกี่ยวกับข้อมูลด้านต้นทุนและผลตอบแทนการผลิต เป็น คำถามเรื่อง
ต้นทุนผันแปร ต้นทุนคงที่ ปริมาณการผลิต และปริมาณการขายกุ้งจ่อม

คำชี้แจง ท่านมีความคิดเห็นหรือการกระทำเกี่ยวกับต้นทุนผันแปร ต้นทุนคงที่ ปริมาณการผลิต และ
ปริมาณการขายของท่านว่าอยู่ในเกณฑ์ใด โดยให้ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หรือ เติม
ข้อความลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความคิดเห็นหรือการกระทำของท่านมากที่สุด

ตัวอย่าง

1. ต้นทุนผันแปรด้านวัตถุดิบ ที่ใช้ในการผลิตกุ้งจ่อม

รายที่	กุ้งฝอย	ราคา	น้ำปลา	ราคา	ข้าวคั่ว	ราคา	ภาชนะบรรจุ	น้ำประปา	แรงงาน
	กก.	บ.	ขวด	บ.	กก.	บ.	บ.	บ.	บ.
2	10	500	8	137	2	41	29	15	83

ความหมายของคำตอบ

ข้อ 1 หมายถึง รายที่ 2 มีต้นทุนผันแปรการผลิตกึ่งจุ่มประกอบด้วย กึ่งฝอยจำนวน 10 กิโลกรัม ราคา 500 บาท น้ำปลาจำนวน 8 ขวด ราคา 137 บาท ข้าวคั่วจำนวน 2 กิโลกรัม ราคา 41 บาท ค่าภาชนะบรรจุ ราคา 29 บาท ค่าน้ำประปา 15 บาท และค่าแรงงาน 83 บาท

ส่วนที่ 3 แบบสัมภาษณ์ เกี่ยวกับข้อมูลด้านส่วนผสมการตลาด คำถามนี้จะครอบคลุมเรื่องผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

คำชี้แจง ให้ท่านพิจารณาว่าท่านมีความคิดเห็นหรือการกระทำของท่านที่เกี่ยวกับแบบสัมภาษณ์ ข้อมูลด้านส่วนผสมการตลาด คำถามนี้จะครอบคลุมเรื่อง ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของท่านว่าอยู่ในเกณฑ์การประเมินมากน้อยเพียงใด โดยให้ใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความคิดเห็น หรือการกระทำของท่านมากที่สุด

ตัวอย่าง

1. ปริมาณการผลิตกึ่งจุ่มขึ้นอยู่กับ
 - (✓) ปริมาณการสั่งซื้อของลูกค้า
 - () ปริมาณวัตถุดิบ
 - () ฤดูกาล
 - () อื่น ๆ (ระบุ).....

ความหมายของคำตอบ

ผู้ตอบ ได้มีความคิดเห็นว่าปริมาณการผลิตขึ้นอยู่กับปริมาณการสั่งซื้อของลูกค้า

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสัมภาษณ์ เกี่ยวกับข้อมูลด้านปัญหาและอุปสรรค เป็นคำถามปัญหาและอุปสรรค การดำเนินงานด้านวัตถุดิบ การผลิต การเงิน การตลาด และแรงงาน

ลักษณะแบบสัมภาษณ์ ลักษณะปลายเปิด แบบเติมคำลงในช่องว่างของข้อความ ที่ตรงกับความคิดเห็นหรือการกระทำของท่านมากที่สุด

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษาทุ่งจ่อม ตำบลประโคนชัย

อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

ชื่อผู้ตอบแบบสัมภาษณ์.....นามสกุล.....

ที่อยู่.....

ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ประกอบการผลิตทุ่งจ่อม

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน () เพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด

1. เพศ

 ชาย หญิง

2. อายุ

 15-25 ปี 26-35 ปี 36-45 ปี 46-55 ปี 56 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

 ต่ำกว่าประถมศึกษา-ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ปริญญาตรีหรือสูงกว่า อื่น ๆ (ระบุ).....

4. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

 1-3 คน 4-6 คน 7-9 คน 10 คนขึ้นไป

9. ต้นทุนผันแปรด้านแรงงานที่ใช้ในการผลิต

ประเภทแรงงาน	จำนวน(คน/วัน)	เวลาที่ใช้(ชม./วัน)	ค่าจ้าง(บาท/กก.)
แรงงานในครัวเรือน			
แรงงานจ้าง			
รวม			

ต้นทุนคงที่

10. สินทรัพย์ถาวรที่มีมูลค่าซาก

ชนิด	จำนวน (ชิ้น)	ราคาซื้อ (บาท)	จำนวนปีที่ ใช้มาแล้ว	คาดว่าจะใช้ ได้อีกกี่ปี	เมื่อสิ้นอายุการใช้ งานคาดว่าจะขาย ได้ราคากี่บาท	ค่าเสื่อม ราคา
1. ตู้แช่ (พลาสติก)						
2. ตู้เย็น						
3. โถง						
4. เครื่องรีดถุง						
5. ตะแกรง						
6. กะละมัง						
7. ฝักคลุม						
8. อื่น ๆ ให้ ระบุชื่อ อุปกรณ์อื่น ๆ						
1.						
2.						

ส่วนที่ 3 ข้อมูลส่วนผสมการตลาดประกอบด้วยดังนี้

ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์

12. ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการผลิตมากที่สุด

- () ปริมาณการสั่งซื้อของลูกค้า
- () ปริมาณวัตถุดิบ
- () ฤดูกาล
- () อื่น ๆ (ระบุ).....

13. ใครเป็นผู้เลือกวัตถุดิบหรือส่วนผสม ในการผลิตผลิตภัณฑ์กึ่งจ่อม

- () ลูกค้า / ผู้สั่งซื้อ
- () ผู้ประกอบการผลิต
- () ฤดูกาล
- () อื่น ๆ (ระบุ).....

14. ขั้นตอนการผลิตกึ่งจ่อมแต่ละชนิดแตกต่างกันหรือไม่

- () ต่าง
- () ไม่ต่าง

15. ท่านใช้เวลาในการผลิตวันละกี่ชั่วโมง (โดยประมาณ)

- () ไม่เกิน 3 ชั่วโมง
- () มากกว่า 3 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 6 ชั่วโมง
- () มากกว่า 6 ชั่วโมง

16. การผลิตกึ่งจ่อมไม่ต่อเนื่องเกิดจากสาเหตุใดมากที่สุด

- () ไม่มีเวลา
- () ไม่มีทุน
- () ไม่มีคนสั่งซื้อ
- () ไม่มีวัตถุดิบ
- () อื่น ๆ (ระบุ).....

17. ปัจจัยใดบ้างที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือเป็นตัวกำหนดให้ผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์แบบชนิดนั้น ๆ มากที่สุด

- () ลูกค้านั่ง
- () ราคาของผลิตภัณฑ์
- () ฤดูกาล
- () ตลาด
- () ผู้ผลิต

ข้อมูลด้านราคา

18. วิธีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ วิธีใดเกี่ยวข้องมากที่สุด

- () กำหนดราคาตามตลาด / ราคาตามความพอใจ
- () กำหนดราคาเป็นแบบราคาสูงไว้ก่อน
- () กำหนดราคาเท่ากันหมด / ราคาที่ไม่มีความแตกต่าง
- () กำหนดราคาแบบขยับขึ้น / ขยับลง

19. สาเหตุข้อใดที่ทำให้ราคาผลิตภัณฑ์สูงขึ้นมากที่สุด

- () คู่แข่งมีราคาสูงขึ้น
- () ผลิตได้น้อย
- () ค่าแรงงานสูงขึ้น
- () อื่น ๆ (ระบุ).....

20. สาเหตุที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ราคาตกต่ำ มากที่สุดคือเรื่องใด

- () ผู้ผลิตเพิ่มมากขึ้น
- () ผู้รับซื้อมีน้อยลง
- () อื่น ๆ (ระบุ).....

ข้อมูลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

24. วิธีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ วิธีใดมากที่สุด

- () ถูกคำสั่งโดยตรง
- () ถูกคำสั่งผ่านกลุ่ม
- () ถูกคำสั่งผ่านนายหน้า/คนกลาง
- () อินเทอร์เน็ต
- () อื่น ๆ (ระบุ).....

25. ช่องทางการขายของท่านในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมามากที่สุด คือ

- () ขายปลีกด้วยตัวเอง
- () ขายส่งร้านค้า
- () ขายส่งเครือข่าย
- () พ่อค้าคนกลาง
- () กลุ่มจัดหาให้

26. ในรอบ 1 เดือน มีลูกค้าสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ท่านกี่ครั้ง

- () ไม่เกิน 5 ครั้ง
- () ระหว่าง 6-10 ครั้ง
- () ระหว่าง 11-15 ครั้ง
- () ระหว่าง 16-20 ครั้ง
- () ระหว่าง 20 ครั้ง ขึ้นไป

27. ท่านมีตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในระดับใด

- () มั่นคงแน่นอน
- () ไม่ค่อยมั่นคงแน่นอนแล้วแต่โอกาส
- () ไม่แน่นอนแล้วแต่จะหาได้

28. สถานที่จัดจำหน่ายมากที่สุด

- () ในหมู่บ้าน
- () ต่างจังหวัด
- () กรุงเทพมหานคร
- () อื่นๆ.....

ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาด

29. ท่านได้รับการอบรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดครั้งแรกเมื่อใด

- () ก่อนเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม
- () ภายหลังจากเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม
- () อื่น ๆ (ระบุ).....

30. ท่านได้รับฝึกอบรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดแล้วกี่ครั้ง

- () น้อยกว่า 3 ครั้ง
- () 3-6 ครั้ง
- () มากกว่า 6 ครั้ง

31. การฝึกอบรมหลักสูตรใดที่ท่านคิดว่ามีความจำเป็นและสำคัญที่สุด

- () รูปแบบผลิตภัณฑ์
- () การตลาด
- () การบรรจุภัณฑ์
- () การบริหารจัดการ
- () อื่น (ระบุ).....

32. ท่านมีวิธีการส่งเสริมการตลาดอย่างไร

- () การโฆษณา
- () การขายโดยบุคคล
- () การออกเอกสารเผยแพร่
- () การส่งเสริมการขาย

33. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของกลุ่มใช้วิธีใดมากที่สุด

- () การโฆษณา
- () การขายโดยบุคคล
- () การออกเอกสารเผยแพร่
- () การส่งเสริมการขาย

34. ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มากที่สุดคืออะไร

- () ขนาดของเงินทุนหรืองบประมาณ
- () ลักษณะของผลิตภัณฑ์
- () ลักษณะของตลาด
- () ระยะของวัฏจักรผลิตภัณฑ์

35. กำหนดการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างไร

- () ทุกวัน
- () ทุกสัปดาห์
- () ทุกเดือน

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรค

36. ท่านมีปัญหาขัดข้องด้านวัตถุดิบอย่างไร โปรดอธิบาย.....

.....

37. ท่านมีปัญหาขัดข้องด้านการผลิตอย่างไร โปรดอธิบาย.....

.....

38. ท่านมีปัญหาขัดข้องด้านเงินทุนอย่างไร โปรดอธิบาย.....

.....

39. ท่านมีปัญหาขัดข้องด้านการตลาดอย่างไร โปรดอธิบาย.....

.....

40. ท่านมีปัญหาขัดข้องด้านแรงงานอย่างไร โปรดอธิบาย.....

.....

41. ข้อเสนอแนะอื่นๆ.....

.....

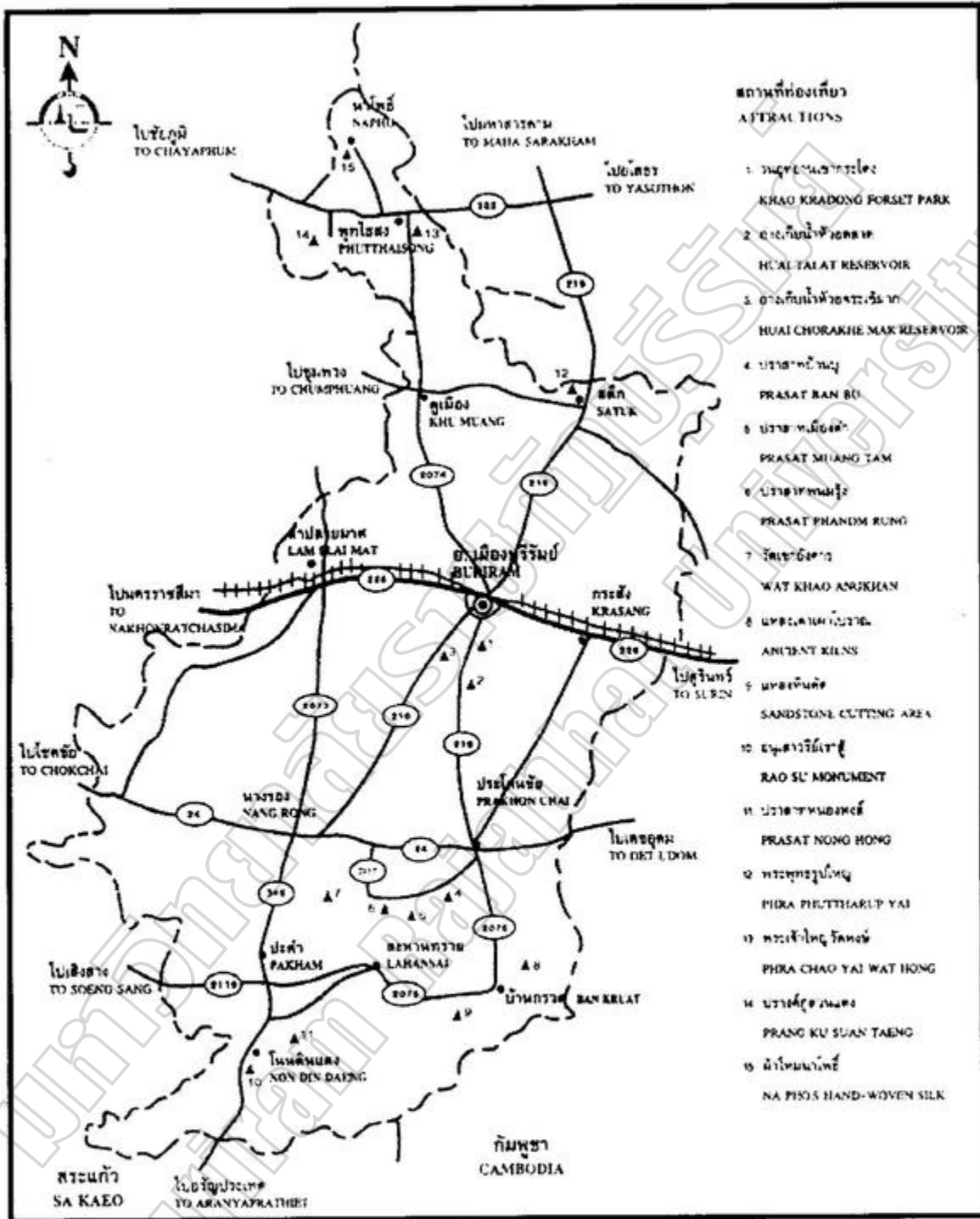
ผู้สัมภาษณ์ชื่อ.....นามสกุล.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ภาคผนวก ข

แผนที่จังหวัดบุรีรัมย์ แผนที่ประเทศไทยแสดงพิกัดภูมิศาสตร์

แผนผังที่ตั้งสถานที่ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อม

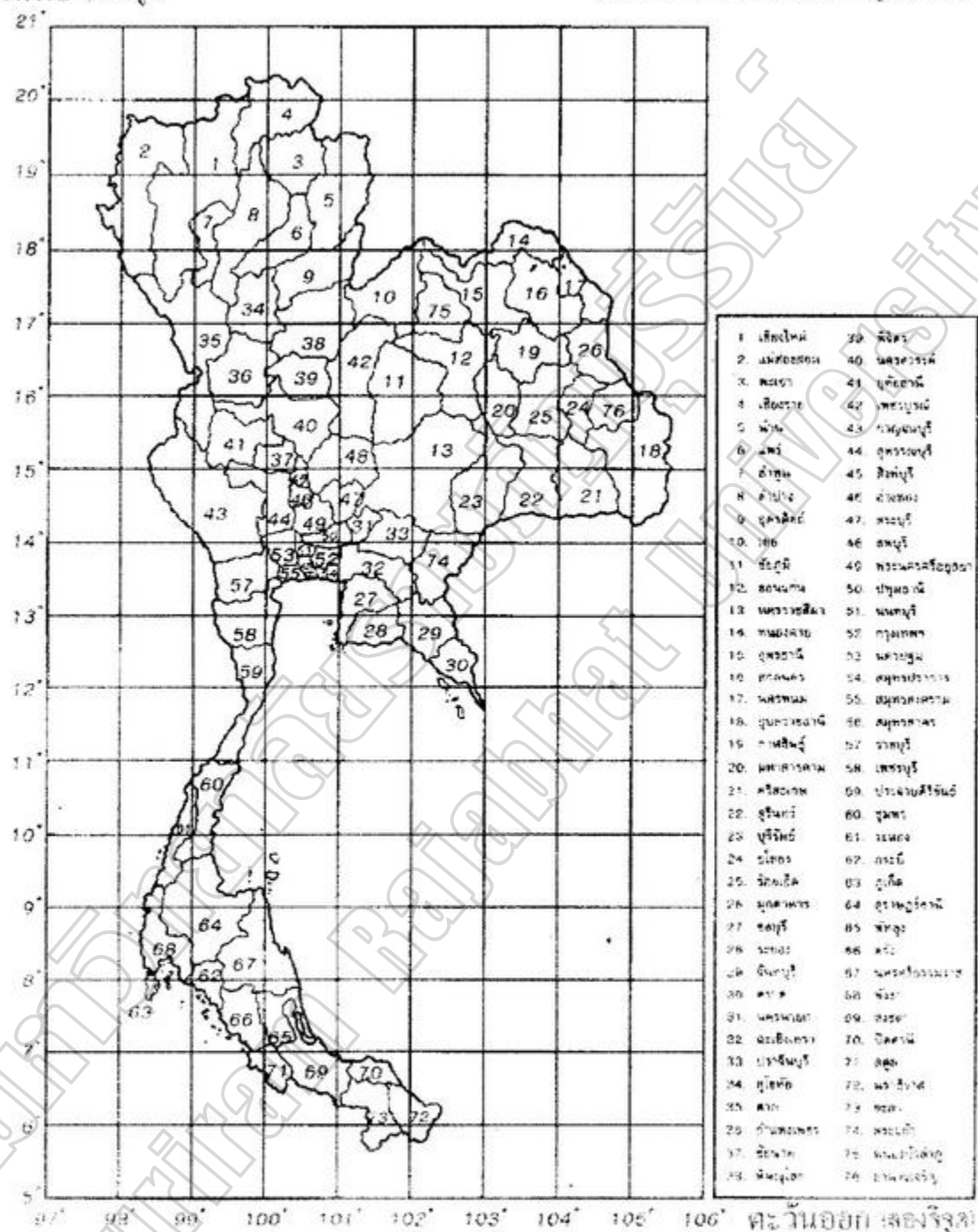


ภาพประกอบ 1 แสดงแผนที่จังหวัดบุรีรัมย์

ที่มา : http://www.buriram.go.th/picture/map_2_1029461278_burirammaptravelb.gif

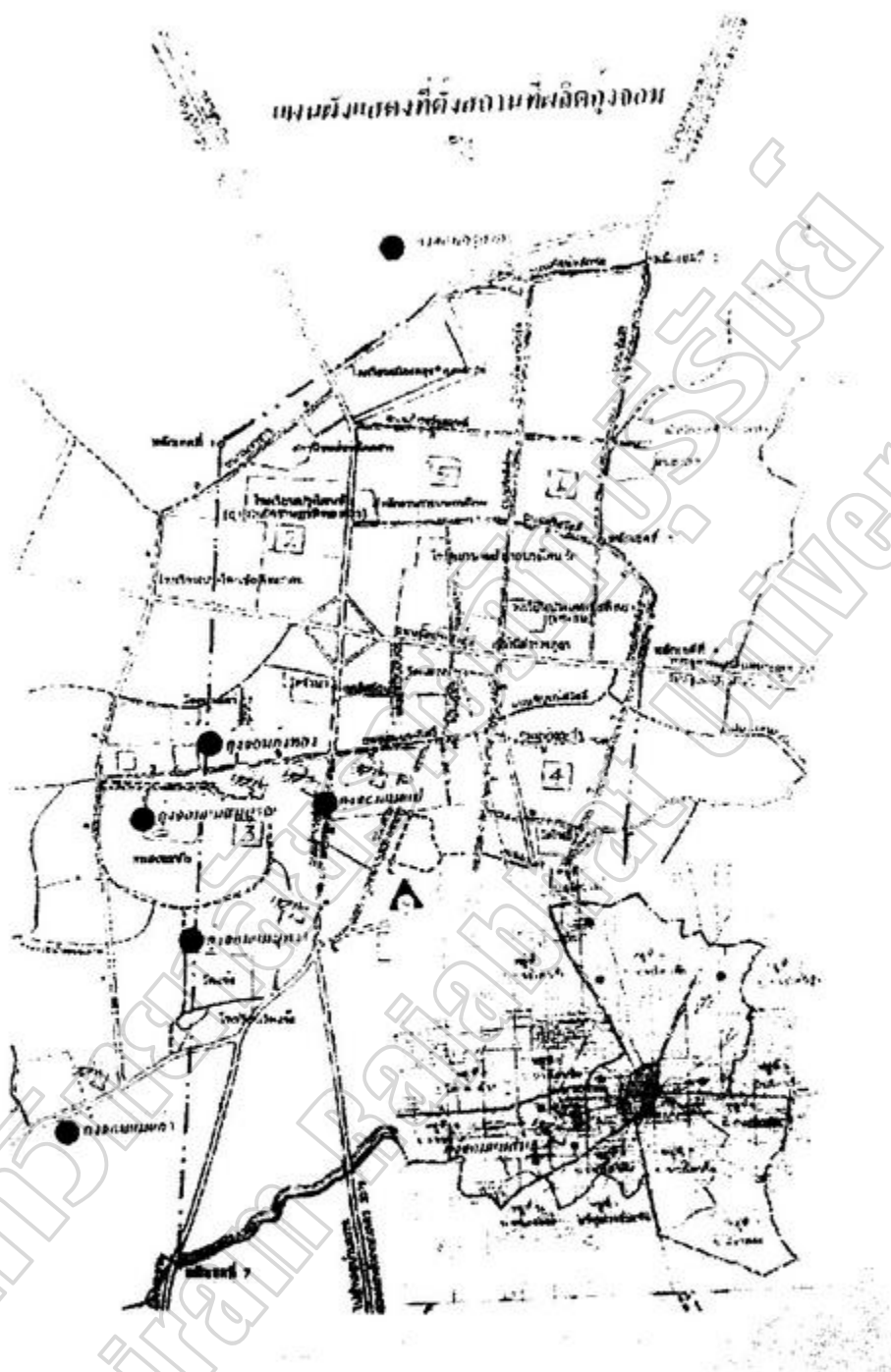
เหนือ (ละติจูด)

แผนที่ประเทศไทยแสดงพิกัดภูมิศาสตร์



ภาพประกอบ 2 แสดงแผนที่ประเทศไทยแสดงพิกัดภูมิศาสตร์

ที่มา : <http://www.gocities.com/Area51/Shire/1567/thaimap.gif>

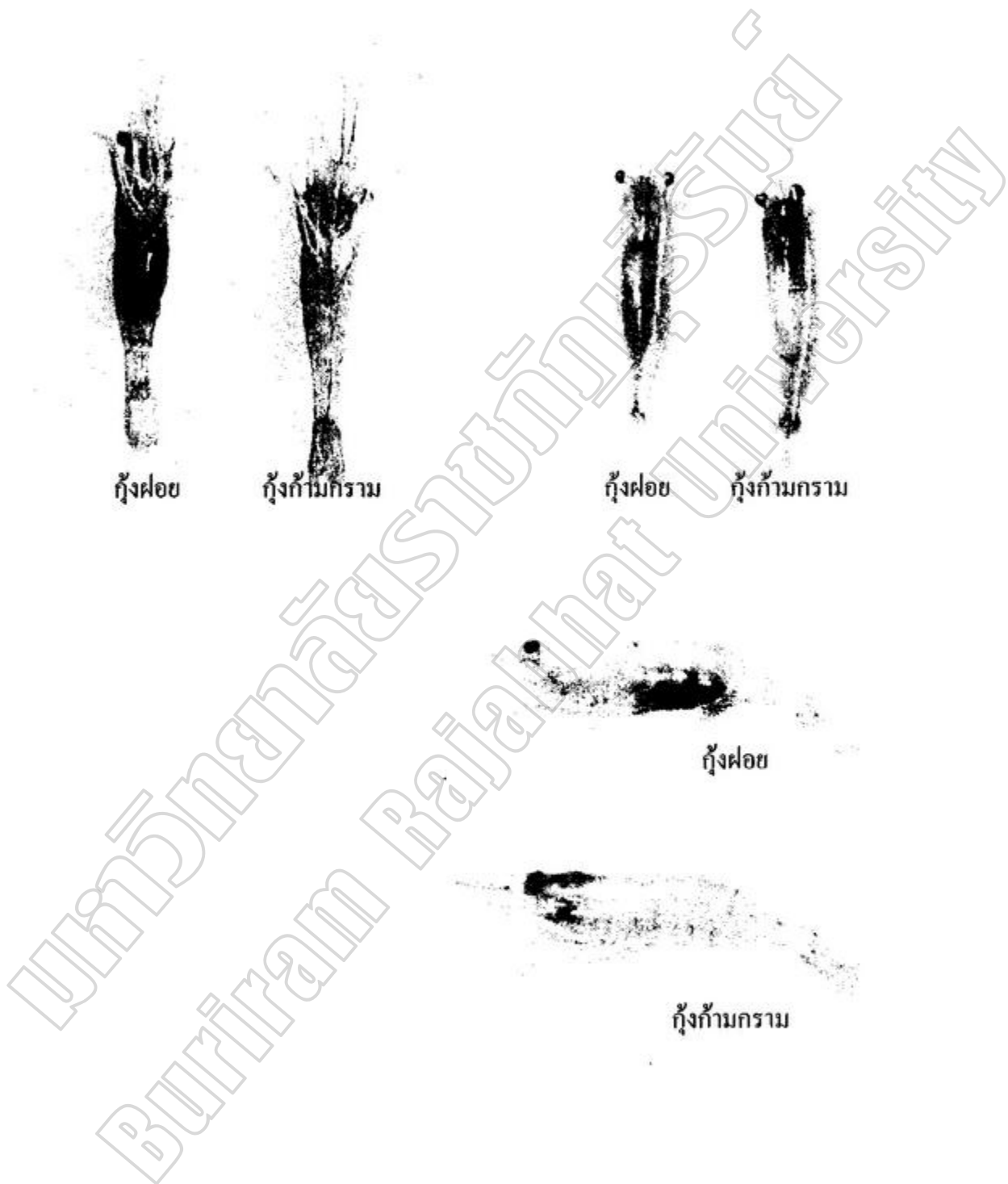


ภาพประกอบ 3 แสดงแผนผังที่ตั้งสถานที่ผู้ประกอบการผลิตกุ้งจ่อม
ที่มา : ศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชน เขตที่ 11 (ม.ป.ป. : 47)

ภาคผนวก ค

ลักษณะความแตกต่างของกึ่งฝอยกับกึ่งกำมกราม

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
Rajabhat Ramphat University



ภาพประกอบ 4 แสดงลักษณะความแตกต่างของกึ่งฝอยกับกึ่งกำมGRAM

ภาคผนวก ข

แหล่งรวบรวม และเครื่องมือประมงพื้นบ้านดักจับกุ้งฝอย

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Buriram Rajabhat University



แหล่งน้ำธรรมชาติ



แหล่งน้ำก่อสร้าง



บ่อเลี้ยงสัตว์น้ำ



๖๖.



กระป๋องดักกิ้ง



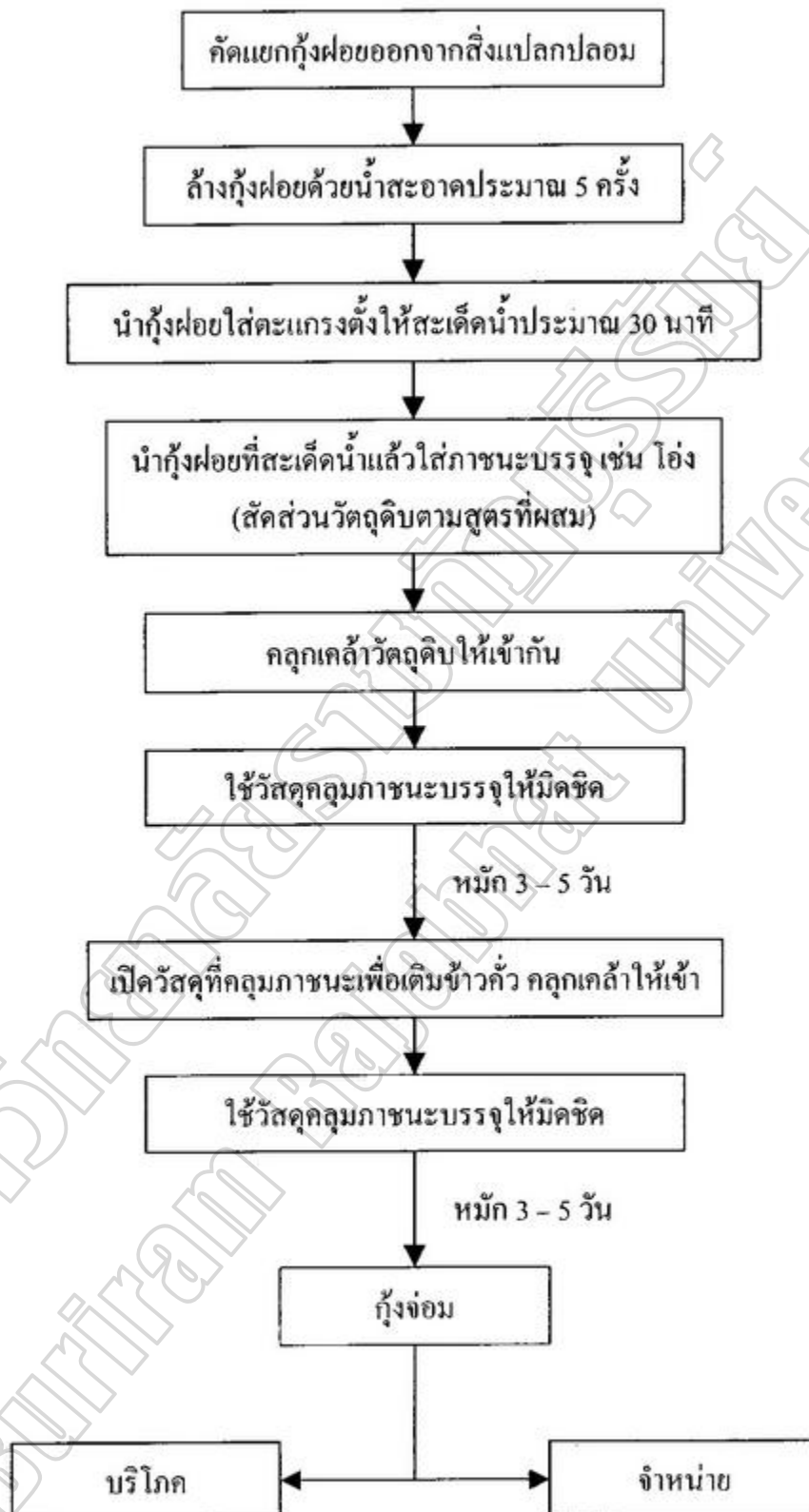
ลอบดักกิ้ง

ภาพประกอบ 5 แสดงแหล่งรวบรวมและเครื่องมือประมงพื้นบ้านดักจับกุ้งฝอย

ภาคผนวก ง

ขั้นตอน และภาพกิจกรรมการผลิตกุ้งจ่อม

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Buriram Rajabhat University



ภาพประกอบ 6 แสดงขั้นตอนการผลิตกึ่งจอม



คัดแยกและล้างถุงฟอย



ตั้งให้สะเด็ดน้ำ



ใส่ภาชนะบรรจุ



คลุกเคล้าส่วนผสม



การหมัก



เค็มข้าวคั่ว



ตากชายตามลูกค้าตั้งซื้อ



บรรจุถุงขายหน้าร้าน

ภาพประกอบ 7 แสดงกิจกรรมเกี่ยวกับการผลิตและจำหน่ายถุงจอม

ที่มา : คัดแปลงจากศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชน เขตที่ 11 (ม.ป.ป. : ไม่มีเลขหน้า)

ภาคผนวก จ

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน กุ้งจ่อม (มคอ. 147/2546)

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
Buri Ram Rajabhat University

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน กุ้งจ่อม (มผช.147/2546)

1. ขอบข่าย มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ครอบคลุมเฉพาะกุ้งจ่อมที่ผ่านการหมักจนได้ที่แล้ว บรรจุในภาชนะบรรจุ
 2. บทนิยาม กุ้งจ่อม หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่นำกุ้งน้ำจืดขนาดเล็กที่เรียกกันว่า “กุ้งฝอย” หมักกับเกลือหรือทั้งเกลือและน้ำปลาแล้วผสมข้าวคั่ว หมักในระยะเวลาที่เหมาะสมจนมีรสเปรี้ยวจึงนำมารับประทาน ควรนำไปปรุงให้สุกก่อนการบริโภค
 3. คุณภาพที่ต้องการ
 - 3.1 ลักษณะทั่วไป ต้องมีส่วนของกุ้งฝอยทั้งตัวผสมข้าวคั่วและมีส่วนเนื้อมากกว่าส่วนน้ำ
 - 3.2 สี ต้องมีสีส้มหรือน้ำตาลอมส้มตามธรรมชาติของกุ้ง ไม่มีสีน้ำตาลคล้ำ
 - 3.3 กลิ่น ต้องมีกลิ่นหอมเฉพาะตัวของกุ้งจ่อม และปราศจากกลิ่นอื่นที่ไม่พึงประสงค์ เช่น กลิ่นอับ กลิ่นหืน กลิ่นสาบ
 - 3.4 รส ต้องมีรสเปรี้ยวเต็มกลมกล่อมเมื่อตรวจสอบโดยวิธีให้คะแนนตามข้อ 8.1 แล้ว ต้องได้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละลักษณะจากผู้ตรวจสอบทุกคนไม่น้อยกว่า 3 คะแนน และไม่มีลักษณะใด ได้ 1 คะแนน จากผู้ตรวจสอบคนใดคนหนึ่ง
 - 3.5 สิ่งแปลกปลอม ต้องไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่ไม่ใช่ส่วนประกอบที่ใช้ เช่น เส้นผม ขนสัตว์ ดิน ทราข ทราย ชันส่วนหรือสิ่งปฏิกูดจากสัตว์
 - 3.6 วัตถุเจือปนอาหาร ห้ามใช้วัตถุกันเสียและสีทุกชนิด
 - 3.7 โปรรตีน ต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 8 โดยน้ำหนัก
 - 3.8 เกลือ ต้องอยู่ระหว่างร้อยละ 5 โดยน้ำหนัก ถึง ร้อยละ 10 โดยน้ำหนัก
 - 3.9 ความเป็นกรด - ด่าง ต้องอยู่ระหว่าง 4.0 – 5.0
 - 3.10 จุลินทรีย์
 - 3.10.1 ชาติ โมเนลลา ต้องไม่พบในตัวอย่าง 25 กรัม
 - 3.10.2 สตาฟีโลค็อกคัส ออเรียส โดยวิธีเอ็มพีเอ็น ต้องน้อยกว่า 3 ต่อตัวอย่าง 1 กรัม
 - 3.10.3 เอสเชอริเชีย โคไล โดยวิธีเอ็มพีเอ็น ต้องน้อยกว่า 3 ต่อตัวอย่าง 1 กรัม
 - 3.10.4 ยีสต์และรา ต้องไม่เกิน 200 โคลิโคนิตต่อตัวอย่าง 1 กรัม
 - 3.11 พยาธิ จีองไม่พบ
4. สุขลักษณะ สุขลักษณะในการทำกุ้งจ่อม ให้เป็นไปตามภาคผนวก ก.
 5. การบรรจุ

5.1 ให้บรรจุกุ้งจ่อมในภาชนะบรรจุที่สะอาด แห้ง ผนึกได้เรียบร้อย และสามารถป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรกภายนอกได้

5.2 น้ำหนักสุทธิของกุ้งจ่อมในแต่ละภาชนะบรรจุ ต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ที่ฉลาก

6. เครื่องหมายและฉลาก ที่ภาชนะบรรจุกุ้งจ่อมทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้

6.1 ชื่อผลิตภัณฑ์

6.2 น้ำหนักสุทธิ

6.3 วัน เดือน ปีที่ทำ และวัน เดือน ปีที่หมดอายุ หรือข้อความว่า “ควรบริโภคก่อน (วัน เดือน ปี)” ในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

7. การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน

7.1 รุ่น หมายถึง กุ้งจ่อมที่มีส่วนประกอบเดียวกัน ทำโดยวิธีเดียวกัน ในระยะเวลาเดียวกัน

7.2 การชักตัวอย่างและการยอมรับ ให้เป็นไปตามแผนการชักตัวอย่างที่กำหนดต่อไปนี้

7.2.1 การชักตัวอย่างและการยอมรับ สำหรับการทดสอบสิ่งแปลกปลอม การบรรจุ และเครื่องหมายและฉลาก ให้ชักตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มจากรุ่นเดียวกัน จำนวน 3 หน่วยภาชนะบรรจุ เมื่อตรวจสอบแล้วทุกตัวอย่างต้องเป็นไปตามข้อ 3.5 ข้อ 5. และข้อ 6. จึงจะถือว่ากุ้งจ่อมรุ่นนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

7.2.2 การชักตัวอย่างและการยอมรับ สำหรับการทดสอบลักษณะทั่วไป สี กลิ่น และรส ให้ใช้ตัวอย่างที่ผ่านการทดสอบตามข้อ 7.2.1 แล้ว จำนวน 3 หน่วยภาชนะบรรจุ เมื่อตรวจสอบแล้ว ตัวอย่างต้องเป็นไปตามข้อ 3.1 ถึงข้อ 3.4 จึงจะถือว่ากุ้งจ่อมรุ่นนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

7.2.3 การชักตัวอย่างและการยอมรับ สำหรับการทดสอบวัตถุเจือปนอาหาร โปรีดีน เกลือความเป็นกรด-ด่าง จุลินทรีย์ และพยาธิ ให้ชักตัวอย่างโดยวิธีสุ่มจากรุ่นเดียวกัน จำนวน 5 หน่วยภาชนะ นำมาทำเป็นตัวอย่างรวม โดยมีน้ำหนักรวมไม่น้อยกว่า 500 กรัม เมื่อตรวจสอบแล้ว ตัวอย่างต้องเป็นไปตามข้อ 3.6 ถึงข้อ 3.11 จึงจะถือว่ากุ้งจ่อมรุ่นนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

7.3 เกณฑ์ตัดสิน ตัวอย่างกุ้งจ่อมต้องเป็นไปตามข้อ 7.2.1 ข้อ 7.2.2 และข้อ 7.2.3 ทุกข้อ จึงจะถือว่ากุ้งจ่อมรุ่นนั้นเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้

8. การทดสอบ

8.1 การทดสอบลักษณะทั่วไป สี กลิ่น และรส

8.1.1 ให้แต่งตั้งคณะผู้ตรวจสอบ ประกอบด้วยผู้ที่มีความชำนาญในการตรวจสอบ กุ้งจ่อมอย่างน้อย 5 คน แต่ละคนจะแยกกันตรวจและให้คะแนน โดยอิสระ

8.1.2 นำตัวอย่างกุ้งจ่อมมาตรวจสอบโดยพิจารณาจากกุ้งจ่อมคิบ และตัวอย่างกุ้งจ่อมที่อบให้สุกที่อุณหภูมิและเวลาที่เหมาะสม ตรวจสอบโดยการตรวจพินิจและชิม

8.1.3 หลักเกณฑ์การให้คะแนน ให้เป็นไปตามตารางที่ 1

ตาราง 1 หลักเกณฑ์การให้คะแนน (ข้อ 8.1.3)

ลักษณะที่ตรวจสอบ	เกณฑ์ที่กำหนด	ระดับการตัดสิน (คะแนน)			
		ดีมาก	ดี	พอใช้	ต้องปรับปรุง
ลักษณะทั่วไป	ต้องมีส่วนกุ้งฝอยทั้งตัวผสมข้าวคั่วและมีส่วนเนื้อมากกว่าส่วนน้ำ	4	3	2	1
สี	ต้องมีสีส้มหรือน้ำตาลอมส้มตามธรรมชาติของกุ้ง ไม่มีสีน้ำตาลคล้ำ	4	3	2	1
กลิ่น	ต้องมีกลิ่นหอมเฉพาะตัวของกุ้งจ่อมและปราศจากกลิ่นอื่นที่ไม่พึงประสงค์ เช่น กลิ่นอับ กลิ่นหืน กลิ่นสาบ	4	3	2	1
รส	ต้องมีรสเปรี้ยวเค็มกลมกล่อม	4	3	2	1

8.2 การทดสอบสิ่งแปลกปลอม ภาชนะบรรจุ และเครื่องหมายและฉลากให้ตรวจพินิจ

8.3 การทดสอบวัตถุเจือปนอาหาร โพรตีน เกลือ และความเป็นกรด - ด่าง ให้ใช้วิธีทดสอบตาม AOAC หรือวิธีทดสอบอื่นที่เป็นที่ยอมรับ

8.4 การทดสอบจุลินทรีย์ ให้ใช้วิธีทดสอบตาม AOAC หรือ BAM หรือวิธีทดสอบอื่นที่เป็นที่ยอมรับ

8.5 การทดสอบพยาธิ ให้ใช้กล้องจุลทรรศน์

8.6 การทดสอบน้ำหนักสุทธิ ให้ใช้เครื่องชั่งที่เหมาะสม

ภาคผนวก ก.

สัญลักษณ์ (ข้อ 4.1)

ก.1 สถานที่ตั้งและอาคารที่ทำ

ก.1.1 สถานที่ตั้งตัวอาคารและที่ใกล้เคียง อยู่ในที่ที่จะไม่ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่เกิดการปนเปื้อนได้ง่าย โดย

ก.1.1.1 สถานที่ตั้งตัวอาคารและบริเวณโดยรอบ สะอาด ไม่มีน้ำขังและและสกปรก

ก.1.1.2 อยู่ห่างจากบริเวณหรือสถานที่ที่มีฝุ่น เหม่า ควัน มากผิดปกติ

ก.1.1.3 ไม่อยู่ใกล้เคียงสถานที่น่ารังเกียจ เช่น บริเวณเพาะเลี้ยงสัตว์ แหล่งเก็บหรือกำจัด

ขยะ

ก.1.2 อาคารที่ทำมีขนาดเหมาะสม มีการออกแบบและก่อสร้างในลักษณะที่ง่ายแก่การบำรุงรักษา การทำความสะอาด และสะดวกในการปฏิบัติงาน โดย

ก.1.2.1 พื้น ฝาผนัง และเพดานของอาคารที่ทำ ก่อสร้างด้วยวัสดุที่ทนเรียบ ทำความสะอาด และซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพที่ดีตลอดเวลา

ก.1.2.2 แยกบริเวณที่ทำออกเป็นสัดส่วน ไม่อยู่ใกล้ห้องสุขา ไม่มีสิ่งของที่ไมใช้แล้วหรือไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานอยู่ในบริเวณที่ทำ

ก.1.2.3 พื้นที่ทำปฏิบัติงาน ไม่แออัด มีแสงสว่างเพียงพอ และมีการระบายอากาศที่เหมาะสม

ก.2 เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ในการทำ

ก.2.1 ภาชนะหรืออุปกรณ์ในการทำที่สัมผัสกับผลิตภัณฑ์ ทำจากวัสดุมีผิวเรียบ ไม่เป็นสนิมล้างทำความสะอาดได้ง่าย

ก.2.2 เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ใช้ สะอาด เหมาะสมกับการใช้งาน ไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อน ติดตั้งได้ง่าย มีปริมาณเพียงพอ รวมทั้งสามารถทำความสะอาดได้ง่ายและทั่วถึง

ก.3 การควบคุมกระบวนการทำ

ก.3.1 วัตถุดิบและส่วนผสมในการทำ สะอาด มีคุณภาพดี มีการล้างหรือทำความสะอาดก่อนนำไปใช้

ก.3.2 การทำ การเก็บรักษา การขนย้าย และการขนส่ง ให้มีการป้องกันการปนเปื้อนและการเสื่อมเสียของผลิตภัณฑ์

ก.4 การสุขาภิบาล การบำรุงรักษา และการทำความสะอาด

ก.4.1 น้ำที่ใช้ล้างทำความสะอาดเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ และมือของผู้ทำ เป็นน้ำสะอาด และมีปริมาณเพียงพอ

ก.4.2 มีวิธีการป้องกันและกำจัดสัตว์นำเชื้อ แมลง และฝุ่นผง ไม่ให้เข้าบริเวณที่ทำตามความเหมาะสม

ก.4.3 มีการกำจัดขยะ สิ่งสกปรก และน้ำทิ้ง อย่างเหมาะสมเพื่อไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนกลับลงสู่ผลิตภัณฑ์

ก.4.4 สารเคมีที่ใช้ล้างทำความสะอาด และใช้กำจัดสัตว์นำเชื้อและแมลง ใช้ในปริมาณที่เหมาะสม และเก็บแยกจากบริเวณที่ทำ เพื่อไม่ให้ปนเปื้อนลงสู่ผลิตภัณฑ์ได้

ก.5 บุคลากรและสุขลักษณะของผู้ทำ ผู้ทำทุกคน ต้องรักษาความสะอาดส่วนบุคคลให้ดี เช่น สวมเสื้อผ้าที่สะอาด มีผ้าคลุมผมเพื่อป้องกันไม่ให้เส้นผมหล่นลงในผลิตภัณฑ์ ไม่ไว้เล็บยาว ล้างมือให้สะอาดทุกครั้งก่อนปฏิบัติงาน หลังการใช้ห้องสุขาและเมื่อมือสกปรก

ภาคผนวก จ

รายนามผู้ให้สัมภาษณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
Buriram Rajabhat University

รายนามผู้ให้สัมภาษณ์

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ที่อยู่				
		บ้านเลขที่	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด
1	นางชีวิน จารวงศ์เสถียร	194	3	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
2	นางบุหงา ชาณนวงศ์	45/2	1	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
3	นางประคอง วงศ์ประสิทธิ์	245	1	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
4	นางประทีน บาลโสง	231/1	1	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
5	นางพนารัตน์ เพชรดี	129	1	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
6	นางพรรณิณี เฮ่ประโคน	22/3	1	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
7	นางยุพดี วงศ์ประนุท	142	1	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
8	นางวาสนา ลึกประโคน	105	3	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
9	จ. ส.อ. วีระ เทียมผล	166/2-3	1	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
10	นางสมพร แรงประโคน	70	2	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
10	นางสาคร พลวัน	35	4	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
12	นางสายทอง บุญพ่วงสัมฤทธิ์	8	1	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
13	นางสำราญ วารี	77	14	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
14	นางสินธุ สมนานสารกิจ	101	8	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
15	นางสุกัญญา ไชยอินทร์	44/2	1	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
16	นางสุภาพร แพ้วผลส่ง	129	1	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
17	นางอรุณ ธรรมเสนา	74/1	2	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
18	นายอัครเดช แจ่มเดชะศักดิ์	12	5	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์
19	นายเอกภัทร แสงสุวรรณ	102	2	ประโคนชัย	ประโคนชัย	บุรีรัมย์



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

199521

ประวัติย่อของผู้วิจัย

00200

วท

641.6

5117 ก

2547

ชื่อ นายธงชัย เพิ่มงาม

วันเดือนปีเกิด 28 เมษายน 2506

สถานที่เกิด 121 สุขุมวิท 13 ตำบลก้งแอน อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์

สถานที่อยู่ปัจจุบัน 185/58 ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์

ตำแหน่งหน้าที่การงาน นักวิชาการประมงระดับ 7 หัวหน้าฝ่ายพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี

สถานที่ทำงานปัจจุบัน สำนักงานประมงจังหวัดบุรีรัมย์

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2519 ประถมศึกษาปีที่ 7 โรงเรียนอมรินทร์ราวี ตำบลทมอ
อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์

พ.ศ. 2522 ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สัตวศาสตร์
วิทยาลัยเกษตรกรรมบุรีรัมย์ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

พ.ศ. 2528 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สัตวศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีการเกษตร วิทยาเขตสุรินทร์ อำเภอเมือง
จังหวัดสุรินทร์

พ.ศ. 2530 เทคโนโลยีการเกษตรบัณฑิต (ทษ.บ.) สัตวศาสตร์
สาขาประมงน้ำจืด สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

พ.ศ. 2547 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขาสังคมศาสตร์
เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์