

การจัดการธุรกิจกุ้งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย Giant Freshwater Prawn Business Management in Thoeng District Chiang Rai Province

ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี* ธนินุช เรืองการ** กรปภา จันทาพูน***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจกุ้งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย จำนวน 50 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า การจัดการธุรกิจกุ้งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การจัดการธุรกิจกุ้งก้ามกราม อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยส่วนใหญ่ คือ ด้านการจัดการผลิต รองลงมา ได้แก่ การจัดการการเงิน/บัญชี การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการจัดการตลาด ตามลำดับ ในส่วนของผลการเปรียบเทียบการจัดการธุรกิจกุ้งก้ามกราม ในอำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามพื้นที่เลี้ยงกุ้งก้ามกราม และระยะเวลาในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม พบว่า ธุรกิจกุ้งก้ามกรามที่มีพื้นที่เลี้ยงกุ้งก้ามกราม 10 ไร่ หรือต่ำกว่า มีการจัดการธุรกิจกุ้งก้ามกรามมากกว่า ธุรกิจที่มีพื้นที่ขนาด 11-20 ไร่ 21-30 ไร่ และ มากกว่า 31-40 ไร่ สำหรับธุรกิจกุ้งก้ามกรามที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี มีการจัดการธุรกิจมากกว่า ธุรกิจที่มีระยะเวลา 5 ปีหรือต่ำกว่า และ 6-10 ปี

คำสำคัญ : การจัดการธุรกิจ กุ้งก้ามกราม

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

** อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

*** อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

Abstract

The main purpose of this research was to study the giant freshwater prawn business management in Thoeng district, Chiang Rai province. The questionnaire was employed to gather data form 50 giant freshwater prawn farmer in Thoeng district, Chiang Rai province. The statistics used for analyzing data were percentage, mean and standard deviation.

The finding revealed that the giant freshwater prawn business management in Thoeng district, Chiang Rai province as at a high level. When consider each aspect was production management that followed by financial/accounting management, human resource management and marketing management respectively. In part of the comparison of the giant freshwater prawn business management classify by farming area and business duration, it revealed that 10 rais or less, the farming area had business management more than 11-12 rais, 21-30 rais and more than 31-40 rais. For the business duration more than 10 had business management more than 5 years and 6-10 years.

Keywords : Business Management, Giant Freshwater Prawn

บทนำ

กุ้งก้ามกรามเป็นกุ้งน้ำจืด เป็นสัตว์น้ำที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และเป็นที่ยอมรับในระดับโลกและมีความต้องการในตลาดสูงมาก ซึ่งในปัจจุบันมีการเพาะเลี้ยงกุ้งกันอย่างแพร่หลาย ตลอดจนสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยง เนื่องจากมีราคาสูง การเลี้ยงกุ้งเพื่อจำหน่ายนั้น จะใช้เวลาในการเลี้ยง ประมาณ 6 เดือน จึงเริ่มจับกุ้งที่ได้ขนาดมาจำหน่าย หลังจากนั้นทุกช่วงเวลาประมาณ 1 เดือน จึงทำการจับกุ้งไปจนถึงเดือนที่ 12 โดยจะทยอยขายไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะสิ้นสุดการดำเนินงานในแต่ละรอบการผลิต ซึ่งอาจจะใช้ระยะเวลาในการเลี้ยงนานประมาณ 8-10 เดือน และมีรายได้ 8-12 ครั้งในแต่ละ

รอบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด (สันธิวัฒน์ พิทักษ์ผล และจิราพร คำมูล, 2550)

จังหวัดเชียงรายเป็นอีกหนึ่งจังหวัดในภาคเหนือ โดยเฉพาะอำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย ให้ความสำคัญกับการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม เนื่องจากเป็นพื้นที่เหมาะสมและสามารถหาพันธุ์กุ้งได้ง่าย โดยเริ่มมีเกษตรกรบุกเบิกในการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2538 และประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากจึงได้มีการขยายพื้นที่เลี้ยงกุ้งก้ามกรามมากขึ้นเรื่อยๆ จนในปัจจุบัน พบว่ามีจำนวนฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกราม อยู่ประมาณ 50 ฟาร์ม คิดเป็นพื้นที่ประมาณ 1,500 ไร่ และจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอีกโดยใช้น้ำจากแม่น้ำลาว (อำเภอเวียง) โดยมีการขายส่งกุ้งขนาด 30-35 ตัว/กิโลกรัม กิโลกรัมละ 200 บาท ขายปลีกกิโลกรัมละ 250 บาท ส่วนกุ้งขนาดใหญ่ตั้งแต่ 16 ตัว/กิโลกรัมลงมา มีราคาขายส่งกิโลกรัมละ 300 บาท ราคาขายปลีกกิโลกรัมละ 350 บาท (สำนักงานประมงจังหวัดเชียงราย, 2559) ทั้งนี้ จึงกล่าวได้ว่า กุ้งก้ามกรามเป็นสัตว์น้ำทางเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย ที่สร้างอาชีพสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรอย่างยิ่ง ทางเกษตรกรหรือผู้เลี้ยงกุ้งจึงให้ความสำคัญกับการจัดการธุรกิจกุ้งก้ามกรามเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด อันนำไปสู่ความเติบโตและความยั่งยืนของธุรกิจกุ้งก้ามกรามต่อไป

การจัดการธุรกิจ (Business Management) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการประสานงาน การดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เนื่องจากการจัดการธุรกิจเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การจัดการตลาด การจัดการการเงิน การจัดการการผลิต และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (พินดา พานิชกุล, 2554) อย่างไรก็ตาม จุดเริ่มต้นที่ว่า ธุรกิจกุ้งก้ามกรามเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่จำเป็นต้องมีกระบวนการจัดการที่เหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพเพื่อให้องค์การประสบผลสำเร็จ โดยที่องค์การนั้นสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่าและผลผลิตเป็นไปตามที่กำหนดไว้ ตลอดจนมีรายได้ที่ดี อันทำให้คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและทำให้ผลการดำเนินงานเติบโตต่อไป

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจกุ้งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย เพื่อตอบคำถามการวิจัยว่า การจัดการธุรกิจกุ้งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับใด เป็นอย่างไร ผลที่ได้จากการวิจัย นำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการธุรกิจกุ้งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตลอดจนนำไปสู่ความเติบโตของธุรกิจ และมีศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจกึ่งกำกวม อำเภอกิ่ง จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจกึ่งกำกวม อำเภอกิ่ง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามพื้นที่เลี้ยงกึ่งกำกวม และระยะเวลาในการเลี้ยงกึ่งกำกวม

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจ (Business Management) เป็นแนวทางในการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การจัดการ (Management) เป็นกระบวนการในการนำหลักการทางการบริหาร มาใช้ให้เกิดประโยชน์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลซึ่งกระบวนการการจัดการ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การชี้นำ และการควบคุม (พินดา พานิชกุล, 2554) ทั้งนี้ การจัดการธุรกิจในองค์การ สามารถจัดการได้หลายรูปแบบ ได้แก่

1. การจัดการตลาด (Marketing Management) เป็นกิจกรรมการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ได้แก่ กิจกรรมทางการซื้อขาย การจัดเก็บรักษา การบรรจุหีบห่อ การส่งเสริมการจัดจำหน่าย เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างสูง ซึ่งเครื่องมือทางการตลาดที่กำหนดขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีดังนี้

- 1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่นำเสนอต่อผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสร้างความพึงพอใจ กล่าวคือ เป็นการกำหนดลักษณะ รูปแบบบรรจุภัณฑ์และคุณภาพของสินค้าให้ตรงตามความต้องการลูกค้าได้มากที่สุด

- 1.2 ราคา (Price) หมายถึง การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการ โดยปกติการกำหนดราคาสินค้าจะคำนึงถึงสภาวะการแข่งขันของธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาสินค้าที่แตกต่างกัน ได้แก่ การกำหนดราคาที่มีการแข่งขันกันสูง ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย และตลาดผูกขาด เป็นต้น

1.3 การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการจากธุรกิจไปยังกลุ่มผู้บริโภคโดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง ตัวแทนคนกลาง หรือขายโดยตรงแก่ผู้บริโภค เป็นต้น

1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง วิธีการสื่อสารที่องค์กรนำมาใช้ระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงหรือโน้มน้าวให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด เช่น การขายโดยบุคคล การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

2. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ กิจกรรมด้านการวางแผน การสรรหา การคัดเลือก การบรรจุ การฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการจ่ายผลตอบแทนแก่พนักงาน เป็นต้น ดังนี้

2.1 การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ เป็นกระบวนการวิเคราะห์องค์ประกอบของงาน ลักษณะของบุคลากรที่จำเป็นในแต่ละงาน และความต้องการด้านบุคลากรเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของกิจการ

2.2 การสรรหาบุคลากร เป็นทางแสวงหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติตรงกับคำบรรยายและตำแหน่งของงาน เพื่อให้ได้จำนวนคนที่มาสมัครมากพอสำหรับการคัดเลือกคนที่มีความสามารถและเหมาะสมกับงาน

2.3 การคัดเลือกบุคลากร เป็นการเลือกสรรบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ บุคลิกภาพที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กร

2.4 การพัฒนาบุคลากร เป็นกิจกรรมการเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ ความสามารถแก่ผู้ปฏิบัติงานเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานในองค์กร

2.5 การให้ผลตอบแทน เป็นกิจกรรมการจ่ายค่าจ้างหรือเงินเดือน ตลอดจนสิ่งจูงใจ และผลประโยชน์พิเศษอื่นที่จ่ายให้กับบุคลากร เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่บุคลากรในองค์กร

2.6 การประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นประเมินผลการปฏิบัติงานเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงการปฏิบัติงานของบุคลากรตลอดจนนำไปใช้ในการพิจารณาความดีความชอบของบุคลากร

3. การจัดการเงินและบัญชี เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาเงินทุน การเก็บรักษา การจัดสรรเงินทุน ตลอดจนเป็นการรวบรวม วิเคราะห์ จัดประเภทและสรุปข้อมูลรายการต่าง ๆ ให้อยู่ในรูปของตัวเลข โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้สำหรับการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

4. การจัดการผลิต เป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดสินค้าหรือบริการ ตั้งแต่การวางแผนทำเลที่ตั้ง การวางแผนโรงงาน การออกแบบสินค้าและบริการ การกำหนดระยะเวลาการผลิตและการตรวจสอบสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าที่มีคุณภาพ และมีต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม โดยการจัดการผลิตต้องอาศัยหลักการ ดังต่อไปนี้

4.1 การวางแผนการผลิต หมายถึง กระบวนการใบความรู้วางแผนเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรในการผลิตให้ตรงตามเป้าหมายที่ต้องการ

4.2 การดำเนินการผลิต เป็นการกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับปริมาณและเวลาที่ใช้ในการผลิตสำหรับช่วงระยะเวลาในการผลิต

4.3 การควบคุมคุณภาพสินค้าหรือบริการ เป็นกระบวนการที่ทำให้สินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมีความเหมาะสมต่อการใช้งานให้ตรงตามเป้าหมายที่ต้องการ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษารู้งานจัดการธุรกิจกึ่งกำมกราม ซึ่งกึ่งกำมกรามเป็นกึ่งน้ำจืดที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ ที่สามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร ตลอดจนไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดี ดังนั้น สิ่งที่สำคัญที่เกษตรกรผู้เลี้ยงกึ่งกำมกรามจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการจัดการธุรกิจเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจเพื่อนำไปสู่ศักยภาพทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงกึ่งกำมกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย จำนวนทั้งสิ้น 50 ราย (สำนักงานประมงจังหวัดเชียงราย, 2559)

เครื่องมือที่มีที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยทำการทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจกึ่งกำมกราม จำนวน 25 ราย จากนั้นวิเคราะห์หาค่าความเชื่อ

มันของแบบสอบถาม (Reliability Test) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alfa Coefficient : α) ของครอนบาช (Cronbach) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.87 ดังนั้น แบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้จึงมีความน่าเชื่อถือและนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง การจัดการธุรกิจกุ้งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย สามารถนำเสนอผลการศึกษา ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้ประกอบการกุ้งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.00 อายุระหว่าง 35-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.00 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 84.00 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 100,000-150,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.00

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจกุ้งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย พบว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจเป็นรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 100.00 ราคาจำหน่ายกุ้งก้ามกรามอยู่ระหว่าง 251-300 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 48.00 พื้นที่เลี้ยงกุ้งก้ามกรามต่อไร่อยู่ระหว่าง 11-20 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 36.00 ลักษณะการขายกุ้งก้ามกรามขายส่งโดยส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 100.00 หรือดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.00

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจกุ้งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการธุรกิจกึ่งกำกรวม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย

การจัดการธุรกิจ	μ	σ	ระดับการจัดการธุรกิจ
การจัดการการทรัพยากรมนุษย์	4.18	0.48	มาก
การจัดการการผลิต	4.43	0.29	มาก
การจัดการการตลาด	4.10	0.58	มาก
การจัดการการเงิน/บัญชี	4.34	0.37	มาก
รวม	4.26	0.43	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า การจัดการธุรกิจกึ่งกำกรวม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการจัดการธุรกิจกึ่งกำกรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ ด้านการจัดการผลิต มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมา ได้แก่ การจัดการการเงิน/บัญชี มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.34 ถัดมาคือ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.18 และ การจัดการการตลาด มีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.10

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการธุรกิจกึ่งกำกรวม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย แยกตามพื้นที่เลี้ยงกึ่งกำกรวม

การจัดการธุรกิจ	10 ไร่ หรือต่ำกว่า		11-20 ไร่		21-30 ไร่		31—40 ไร่	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ	μ	σ
การจัดการการทรัพยากรมนุษย์	4.36	0.52	4.30	0.54	4.24	0.79	3.94	0.73
การจัดการการผลิต	4.48	0.60	4.50	0.60	4.30	0.50	4.50	0.60
การจัดการการตลาด	4.43	0.71	4.32	0.65	4.40	0.73	4.45	0.58
การจัดการการเงิน/บัญชี	4.50	0.91	4.33	0.72	3.75	0.84	4.16	0.84
รวม	4.44	0.69	4.36	0.63	4.33	0.72	4.26	0.54

จากตารางที่ 2 พบว่า ธุรกิจที่มีพื้นที่เลี้ยงกุ้งก้ามกรามที่มีพื้นที่ 10 ไร่ หรือต่ำกว่า ($\mu = 4.44$) มีการจัดการธุรกิจมากกว่าธุรกิจที่มีพื้นที่เลี้ยงกุ้งก้ามกราม 11-20 ไร่ ($\mu = 4.36$), 21-30 ไร่ ($\mu = 4.33$) และ 31-40 ไร่ ($\mu = 4.26$)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการธุรกิจกุ้งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามระยะเวลาเลี้ยงกุ้งก้ามกราม

การจัดการธุรกิจ	5 ปีหรือต่ำกว่า		6-10 ปี		มากกว่า 10 ปี	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
การจัดการการทรัพยากรมนุษย์	3.67	0.65	3.78	0.63	4.43	0.58
การจัดการการผลิต	4.46	0.53	4.37	0.63	4.43	0.61
การจัดการการตลาด	3.88	0.61	4.10	0.74	4.21	0.72
การจัดการการเงิน/บัญชี	4.04	0.75	3.85	0.95	4.28	0.77
รวม	4.01	0.67	4.02	0.72	4.34	0.67

จากตารางที่ 3 พบว่า ธุรกิจที่มีระยะเวลาเลี้ยงกุ้งก้ามกราม มากกว่า 10 ปี ($\mu = 4.34$) มีการจัดการธุรกิจมากกว่าธุรกิจที่มีระยะเวลาเลี้ยงกุ้งก้ามกราม 5 ปี หรือต่ำกว่า ($\mu = 4.01$) และ 6-10 ปี ($\mu = 4.02$)

อภิปรายผลวิจัย

จากการศึกษาการจัดการธุรกิจกุ้งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งก้ามกรามมีการจัดการธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การจัดการธุรกิจกุ้งก้ามกรามอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยส่วนใหญ่ คือ ด้านการผลิต รองลงมา ได้แก่ การจัดการการเงิน/บัญชี, การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการจัดการตลาด ตามลำดับ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าการจัดการผลิตเป็นปัจจัยสำคัญที่เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งต้องให้ความสำคัญเพื่อให้ผลผลิตออกมาได้คุณภาพ มีมาตรฐาน มีขนาดของกุ้งที่เหมาะสม ได้กุ้งที่มีสุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ เพื่อนำไปสู่ราคาที่ดี ดังนั้น ธุรกิจต้องให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพทางการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พินดา พานิชกุล

(2554) กล่าวว่า กระบวนการผลิตเป็นกระบวนการในการวางแผนการดำเนินการและการควบคุมระบบการผลิตให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อได้สินค้าที่มีคุณภาพออกสู่ตลาด และนำไปสู่ราคาที่เหมาะสมตลอดจนมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน การศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า การจัดการเงิน/บัญชี เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญสำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงกึ่งกำมกราม เนื่องจากการเลี้ยงกึ่งจะต้องมีทุนในการบริหารจัดการ จัดจ้างงบประมาณการผลิตเพื่อควบคุมการผลิตให้เหมาะสม มีการวางแผนการเงินให้เกิดประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กุลสิรี โค้วสุวรรณ (2552) กล่าวว่าการจัดการการเงิน เป็นการจัดหาทุน การเก็บรักษาและการจัดสรรเงินทุนเพื่อให้การดำเนินงานธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่นและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกิจการ ดังนั้นการจัดการเงินจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดำเนินงานของธุรกิจโดยวางแผนการเงินให้เกิดประสิทธิภาพอันจะทำให้ธุรกิจมีเงินทุนในการบริหารจัดการได้อย่างคล่องตัวและบรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจ นอกจากนี้ การจัดการธุรกิจกึ่งกำมกรามต้องให้ความสำคัญกับองค์การทรัพยากรมนุษย์ด้วย เนื่องจากการเลี้ยงกึ่งต้องอาศัยพนักงานที่มีทักษะและมีความสามารถในการเลี้ยงกึ่ง ในการจัดการธุรกิจกึ่งต้องมีการกำหนดโครงสร้างและหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานให้กับพนักงานอย่างชัดเจนเพื่อให้การดำเนินงานภายในธุรกิจเป็นไปอย่างคล่องตัว เช่นเดียวกับ จรัสศรี เพ็ชรคง (2552) กล่าวว่า ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงความพยายาม ความสามารถ และความเป็นหนึ่งอันเดียวกันเพื่อสร้างความสามัคคีกลมเกลียวกันเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับพนักงานและมุ่งให้เกิดผลผลิตกึ่งอย่างเต็มความสามารถ และขณะเดียวกันการสรรหาคนเข้ามาทำงานต้องเลือกรับบุคคลที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ นอกจากนั้น ผลการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า การจัดการตลาด เป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจกึ่งกำมกราม เนื่องจากการจัดการตลาดเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการนำเสนอสินค้าแก่ผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องตามความต้องการและได้รับความพึงพอใจสูงสุด องค์การเพาะเลี้ยงกึ่งที่มีคุณภาพแข็งแรง ขนาดที่เหมาะสม กำหนดราคาตามท้องตลาดและยุติธรรม มีการจัดจำหน่ายกึ่งแก่ลูกค้าทั้งทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนการส่งสื่อหรือช่องทางติดต่อสื่อสารเพื่อกระตุ้นหรือจูงใจผู้ซื้อกึ่ง ทั้งนี้จึงกล่าวได้ว่า การจัดการตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญตั้งแต่การวางแผนการตลาด การจัดการสินค้า การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างสูงสุด บรรลุตามเป้าหมายของธุรกิจ

ที่กำหนดไว้ได้อย่างถูกต้อง (กุลสิริ โคว์สุวรรณ, 2552)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ ยังได้ศึกษาการเปรียบเทียบการจัดการธุรกิจกึ่งก้ามกราม ในอำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามพื้นที่เลี้ยงกึ่งก้ามกราม และระยะเวลาในการเลี้ยงกึ่งก้ามกราม พบว่า ธุรกิจกึ่งก้ามกรามที่มีพื้นที่เลี้ยงกึ่งก้ามกราม จำนวน 10 ไร่ หรือต่ำกว่า มีการจัดการธุรกิจกึ่งก้ามกรามมากกว่าธุรกิจที่มีพื้นที่ขนาด 11-20 ไร่, 21-30 ไร่ และ มากกว่า 31-40 ไร่ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการที่ธุรกิจที่มีพื้นที่การเลี้ยงกึ่ง จำนวน 10 ไร่ หรือต่ำกว่า มีการจัดการธุรกิจกึ่งก้ามกรามมากกว่าอื่น ๆ นั้น มาจากเกษตรกรผู้เลี้ยงกึ่งที่มีพื้นที่ไม่มากนัก ต่างให้ความสนใจ และใส่ใจในธุรกิจเลี้ยงกึ่งก้ามกรามได้อย่างทั่วถึง เพื่อทำให้กึ่งซึ่งเป็นผลผลิตผลออกมาได้มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของตลาด สำหรับผลการเปรียบเทียบด้านระยะเวลาในการเลี้ยงกึ่ง พบว่า ธุรกิจกึ่งก้ามกรามที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปีมีการจัดการธุรกิจมากกว่าธุรกิจที่มีระยะเวลา 5 ปีหรือต่ำกว่า และ 6-10 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจค่อนข้างระยะยาวนาน มีประสบการณ์ในการเพาะเลี้ยงกึ่ง มีเครือข่ายทางธุรกิจหลายราย จึงมีการจัดการธุรกิจที่มากกว่าและให้ความสำคัญกับการจัดการธุรกิจที่เกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุดอันนำไปสู่ศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดกึ่งก้ามกรามต่อไปตลอดจนสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจกึ่งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงกึ่งมีการจัดการธุรกิจกึ่งก้ามกราม อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การจัดการธุรกิจกึ่งก้ามกรามอยู่ในระดับมากทุกด้าน เว้นส่วนใหญ คือ ด้านการจัดการผลิต รองลงมา ได้แก่ การจัดการการเงิน/บัญชี, การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการจัดการตลาด ตามลำดับ ในส่วนของผลการเปรียบเทียบการจัดการธุรกิจกึ่งก้ามกราม ในอำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามพื้นที่เลี้ยงกึ่งก้ามกราม และระยะเวลาในการเลี้ยงกึ่งก้ามกราม พบว่า ธุรกิจกึ่งก้ามกรามที่มีพื้นที่เลี้ยงกึ่งก้ามกราม จำนวน 10 ไร่ หรือต่ำกว่า มีการจัดการธุรกิจกึ่งก้ามกรามมากกว่าธุรกิจที่มีพื้นที่ขนาดมากกว่า 11-20 ไร่, 21-30 ไร่ และ มากกว่า 31-40 ไร่ สำหรับธุรกิจกึ่ง

ก้ามกรามที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี มีการจัดการธุรกิจมากกว่า ธุรกิจที่มีระยะเวลา 5 ปีหรือต่ำกว่า และ 6-10 ปี อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้กับเกษตรกรหรือผู้เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกึ่งก้ามกรามในการปรับปรุงพัฒนาการจัดการธุรกิจให้เกิดความเติบโตและมีศักยภาพทางการแข่งขันของตลาดกึ่งต่อไป และนอกจากนั้น ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า การจัดการธุรกิจกึ่งก้ามกรามด้านการจัดการตลาดมีระดับการจัดการต่ำสุด ดังนั้นธุรกิจควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดการตลาด ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน การกำหนดราคาที่เหมาะสม ช่องทางการกระจาย เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย ตลอดจนมีการจัดกิจกรรมทางการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกึ่งก้ามกรามให้เป็นที่รู้จักและตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของการจัดการกึ่งก้ามกราม เพื่อนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการสร้างความเติบโตของธุรกิจ และควรทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการธุรกิจกึ่งก้ามกรามเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและมีศักยภาพทางการแข่งขันของตลาดกึ่งต่อไปสู่สากล

เอกสารอ้างอิง

- กุลสิรี โค้วสุวรรณ. (2552). การจัดการทรัพยากรมนุษย์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เอส.ออฟเซ็ทกราฟฟิค.
- จรสศิริ เท็ชรคง. (2552). การพัฒนาทุนมนุษย์ของวิทยาลัยพยาบาลสังกัดสถาบันพระบรมราชชนก. วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พนิดา พานิชกุล. (2554). การจัดการธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- สำนักงานประมงจังหวัดเชียงราย (2559). จำนวนผู้เลี้ยงกึ่ง. เข้าถึงเมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2559. เข้าถึงได้จาก <http://www.fisheries.go.th/fpochiangrai/v2/01statics/001.htm>
- สันธิวิทย์ พิทักษ์พล และจิราพร คำมูล. (2550). ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตกึ่งก้ามกรามในอำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย ปีการผลิต 2547/2548. การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 45 วันที่ 30 ม.ค. - 2 ก.พ. 2550 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ.