

ศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดในการเลี้ยงกบนาพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

Marketing competitive potential on frog culture in Chiangmai province

จตุพล สามัญ¹ และ ดารชาต์ เทียมเมือง^{2*}

Jatupon Saman¹ and Daracha Thiammueang^{2*}

¹ นักศึกษาปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่ 50290

¹ Bachelor student, Faculty of Fisheries Technology and Aquatic Resources. Maejo University, Chiangmai

² คณะเทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่ 50290

² Faculty of Fisheries Technology and Aquatic Resources. Maejo University, Chiangmai

*Corresponding author: daracha@mju.ac.th

บทคัดย่อ: การศึกษาศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดในการเลี้ยงกบนาพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT ANALYSIS) และหาแนวทางหรือกลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันสำหรับเกษตรกรหรือผู้ประกอบการที่ต้องการประกอบธุรกิจนี้ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้เลี้ยงกบนาในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจกบนา ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยง พ่อค้าคนกลาง และผู้บริโภคกบนา ทั้งหมด 14 ราย ผลการศึกษาพบว่า จุดแข็งคือ ใช้พื้นที่และน้ำน้อยกว่าการเลี้ยงปลา ระยะเวลาการเลี้ยงไม่นาน ทำให้ได้ผลตอบแทนที่รวดเร็ว จุดอ่อนคือ เกษตรกรขาดความเชี่ยวชาญและความรู้เชิงลึกในการเลี้ยง การคัดขนาด การป้องกันโรค และการจัดการในการเลี้ยง ด้านปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ ในช่วงฤดูหนาว กบจำศีลไม่สามารถเพาะพันธุ์ได้ ขาดลูกพันธุ์ และปัญหาราคากบต่ำลง เพราะมีปริมาณกบออกสู่ตลาดมากเกินไปในบางช่วง อีกทั้งปัญหาด้านทัศนคติของผู้บริโภคส่วนหนึ่งที่ไม่นิยมบริโภคเนื้อกบ เพราะเห็นว่าเป็นสัตว์ที่มีรูปลักษณ์ภายนอกที่ไม่น่ามอง ผิวไม่น่าสัมผัส จึงไม่กล้าบริโภค และเมื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ด้วยเทคนิค TOWS matrix พบว่า แนวทางที่ควรจัดทำ คือ จัดฝึกอบรมให้เกษตรกรในเรื่องการจัดการการเลี้ยงเชิงลึก จากนักวิชาการประมงจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เน้นรูปแบบการเลี้ยงที่สามารถลดต้นทุนและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือการทำ Smart farming ส่งเสริมด้านการตลาดเชิงรุกด้วยการพัฒนาและประชาสัมพันธ์เมนูอาหารที่ใช้วัตถุดิบจากกบ และวัตถุดิบอื่นๆ ในท้องถิ่นร่วมด้วย เน้นการนำเสนอถึงคุณค่าทางโภชนาการที่สูงของเนื้อกบส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงให้มีความเข้มแข็ง สร้างเป็นเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร หรือเพื่อขอความร่วมมือจากภาครัฐและหน่วยงานอื่นๆ เป็นต้น แนวทางดังกล่าวจะทำให้เกษตรกรมีการเพาะเลี้ยงกบที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น สามารถผลิตกบนาได้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้

คำสำคัญ: ศักยภาพการแข่งขัน; กบนา; การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร; การเพาะเลี้ยงกบ; เชียงใหม่

ABSTRACT: The competitive marketing potential on frog culture in Chiangmai province was studied to analyze the strength and weakness, opportunities, and obstacles (SWOT analysis) in order to discover the strategy of enhancing competitive potential of farmers and entrepreneurs in frog culture. This study was conducted by in depth interview from the 14 stakeholders in frog business including, farmers, middlemen and consumers. According to the study, it showed that the strengths of frog culture were less area, water and time than fish culture which resulting in quick returns. The weaknesses were that farmers lack of the expertise and in-depth knowledge in frog-raising and sorting, and disease prevention. For the threats, in winter, hibernating frogs cannot be bred which leads to lack of offspring. Besides, oversupply in frog production in the market brings about the problem of lower frog prices. In addition, the consumers attitude of consuming frog meat is not popular enough due to its unattractive appearance. For the analyzing the strategy using TOWS matrix, firstly, in-depth training to farmers should be established especially in terms of management of farming; focusing on farming models that can reduce the costs and application of information technology or "Smart farming". For proactive marketing strategy, could be promoted by developing and promoting food menus using frog meat and other local ingredients, emphasizing the presentation of the high nutritional value of frog meat. Encourage the integration of

farmers' groups to create an information exchange network or to seek cooperation from the government and other agencies. These approaches will allow farmers to raise more potential and able to produce frog production in accordance with market demand.

Keywords: competition potential; *Rana rugulosa*; SWOT analysis; frog culture; Chiangmai province

บทนำ

กบนา (*Rana rugulosa*) เป็นสัตว์น้ำที่คนไทยนิยมนำมาบริโภคเป็นอาหาร ปัจจุบันสภาพแวดล้อมได้เปลี่ยนแปลงไปมาก ทำให้ปริมาณอาหารกบในธรรมชาติมีน้อยลงและไม่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตและสืบพันธุ์ของกบ ส่งผลให้ปริมาณกบในแหล่งธรรมชาติลดน้อยลงด้วย (กรมประมง, 2548) ในขณะที่ความต้องการในการบริโภคกบเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตามจำนวนของประชากรที่เพิ่มขึ้น ปริมาณกบที่จับได้จากแหล่งธรรมชาติไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้กบกลายเป็นอาหารที่มีราคาแพงและหารับประทานได้ยากขึ้น การเลี้ยงกบจึงได้รับความสนใจมากขึ้นซึ่งในปี พ.ศ. 2563 มีผลผลิตมากถึง 1,940 ตัน คิดเป็นมูลค่า 115 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มจากปีก่อน ถึงร้อยละ 32.77 และ 21.09 ต่อปี ตามลำดับ (กรมประมง, 2563) เนื่องจากกบนาเป็นสัตว์ที่เลี้ยงง่าย สามารถเลี้ยงได้ในทุกสภาพท้องถิ่นของประเทศไทย เจริญเติบโตเร็ว ใช้เวลาเลี้ยงสั้น ต้นทุนน้อย ดูแลง่าย ทนทานต่อสภาพแวดล้อม สามารถจำหน่ายได้ง่ายและได้ราคาสูง จากการสำรวจพบว่าราคากบนาที่ตลาดไทยสูงถึงกิโลกรัมละ 100 บาท (ตลาดไท, 2563) ผลผลิตกบส่วนหนึ่งยังสามารถส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศในรูปแบบต่าง ๆ อีกด้วย เพราะเนื้อกบมีรสชาติอร่อย ให้โปรตีนสูง มีไขมันต่ำ นำมาประกอบอาหารได้หลายอย่าง สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร และเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ ซึ่งปัจจุบันได้มีการเลี้ยงหลายรูปแบบเพื่อให้ได้ผลผลิตสูง แต่สิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุดคือ ผู้เลี้ยงจะต้องเข้าใจอุปนิสัยและพฤติกรรมโดยธรรมชาติของกบ และสถานที่เลี้ยงจะต้องดัดแปลงให้มีลักษณะที่ใกล้เคียงกับสภาพธรรมชาติให้มากที่สุด (ศุภชัย, 2544) ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่มีการส่งเสริมให้เกษตรกรหันมาเลี้ยงกบนาเป็นจำนวนมากเพื่อเป็นอาหารในครัวเรือน และจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ ดังนั้นการศึกษาศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดในการเลี้ยงกบนา จะทำให้ทราบถึงข้อมูลทางการตลาด สามารถนำไปใช้เพื่อส่งเสริมสำหรับเกษตรกรหน้าใหม่ที่สนใจและเสนอแนวทางหรือกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาธุรกิจการเลี้ยงกบนาให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้นสำหรับเกษตรกรที่เลี้ยงอยู่แล้ว ซึ่งในจังหวัดเชียงใหม่มีพื้นที่เลี้ยงสัตว์น้ำมากถึง 5,130 ไร่ และในอำเภอสารภีมีสัดส่วนพื้นที่เลี้ยงประมาณร้อยละ 10 ของทั้งจังหวัด มีจำนวนฟาร์มสัตว์น้ำมากถึง 542 ฟาร์ม โดยส่วนใหญ่ เป็นการเลี้ยงแบบยังชีพ (สำนักงานประมงจังหวัดเชียงใหม่, 2563) หากเกษตรกรเหล่านี้สามารถนำกลยุทธ์ที่ได้จากการศึกษาไปปรับใช้ จะส่งผลให้มีผลผลิตกบนาเพิ่มสู่ตลาดมากยิ่งขึ้น เกษตรกรมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

วิธีการศึกษา

การเก็บข้อมูล: 1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลด้านการเลี้ยงต้นทุนในการผลิต และด้านการตลาดจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ การค้นคว้าจากเอกสารงานวิชาการต่างๆ ได้แก่ ตำรา สถิติ การวิจัย และบทความจากวารสารต่างๆ

กลุ่มตัวอย่าง: กลุ่มผู้เลี้ยงกบนาในจังหวัดเชียงใหม่ เน้นพื้นที่อำเภอสารภี เนื่องจากมีการเลี้ยงมากกว่าอำเภออื่นๆ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจกบนา ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงกบนา จำนวน 4 ราย พ่อค้าคนกลาง/พ่อค้าปลีก จำนวน 5 ราย และผู้บริโภคกบนา จำนวน 5 ราย รวมทั้งหมด 14 ราย

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล: นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ และเรียบเรียงข้อมูล ด้วยหลักการวิเคราะห์ SWOT และประเมินกลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพการเลี้ยงด้วยเทคนิค TOWS matrix

ผลการศึกษา

1. สถานการณ์การเพาะเลี้ยงกบนาในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงกบในอำเภอสารภี จำนวน 4 ราย (คิดเป็นร้อยละ 10 จากผู้เลี้ยงกบรายย่อยทั้งหมดประมาณ 40 ราย (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์) หากเป็นฟาร์มเพาะเลี้ยงกบขนาดใหญ่ จากสถิติกรมประมง ปี 2561 พบว่ามีเพียง 5 ฟาร์มเท่านั้น (กรมประมง, 2561) ซึ่งฟาร์มกบนาในพื้นที่อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนมากจะเลี้ยงในบ่อปูนซีเมนต์ และเลี้ยงในบริเวณพื้นที่ของตนเอง ไม่พบการเช่าพื้นที่เพื่อทำฟาร์มเชิงพาณิชย์ พื้นที่เลี้ยงส่วนใหญ่มีขนาดประมาณ 1 ไร่ บ่อเลี้ยงขนาดประมาณ 2.5-3 x 2.5-4 เมตร สูง 1.5 เมตร ซึ่งจะเลี้ยงได้ 15-20 บ่อ สถานที่สร้างบ่อควรเป็นที่สูง ป้องกันศัตรูได้ และป้องกันน้ำท่วม ใกล้แหล่งน้ำ และควรสร้างห่างจากถนน เพื่อป้องกันเสียงรบกวน ด้านการจัดหาลูกพันธุ์กบนา เกษตรกรจะซื้อพ่อแม่พันธุ์จากฟาร์มเครือข่ายหรือกลุ่มผู้เพาะเลี้ยงกบในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ในราคา

2 – 3 บาทต่อตัว ซึ่งเป็นกบที่มีอายุ 1 เดือนขึ้นไป และจะเลี้ยงเป็นพ่อแม่พันธุ์ไว้เองต่อไป สำหรับขั้นตอนการเลี้ยงเกษตรกรจะปล่อยกบที่มีอายุ 1 เดือนขึ้นไป น้ำหนักประมาณ 2-3 กรัม/ตัว ในอัตราความหนาแน่น 100-120 ตัว/ตารางเมตร ดังนั้น 1 บ่อ จะเลี้ยงได้ประมาณ 1,000-1,200 ตัว โดยเติมน้ำให้ได้ระดับ 10-15 เซนติเมตร และต้องเตรียมไม้กระดาน หรือแผ่นโฟมเพื่อให้ลูกกบได้ไปอาศัยอยู่ ด้านการจัดการระหว่างการเลี้ยง ต้องเปลี่ยนถ่ายน้ำ ล้างและขัดบ่อ ทำความสะอาดที่ให้อาหารโดยเปลี่ยนถ่ายน้ำ สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง คัดขนาดกบในแต่ละบ่อให้มีขนาดใกล้เคียงกัน บันทึกข้อมูลระหว่างการเลี้ยง ได้แก่ วันที่เพาะฟัก ความหนาแน่นต่อบ่อ จำนวนกบที่ตาย ปริมาณอาหารที่ให้ในแต่ละวัน ปริมาณอาหารที่ใช้ทั้งหมด จำนวนปริมาณกบที่จับได้ทั้งหมด ขนาดกบที่จับ และวันที่จับ เป็นต้น สำหรับอาหารกบนา เกษตรกรจะให้อาหารชนิดเม็ดสำเร็จ จนเมื่ออายุ 2 เดือน จึงเปลี่ยนขนาดของอาหาร และให้อาหารธรรมชาติหรือวิตามินเพิ่มเติม โดยให้อาหารในปริมาณร้อยละ 10 ของน้ำหนักตัว/วัน (เทพพิทักษ์, 2556) ซึ่งสัดส่วนค่าอาหารที่ใช้เลี้ยงกบนาจะอยู่ที่ร้อยละ 60-70 ของต้นทุนทั้งหมด (ยงยุทธ, 2563) ระยะเวลาการเลี้ยงประมาณ 3-4 เดือน ก็สามารถจับขายได้ น้ำหนักเฉลี่ย 200-250 กรัม/ตัว ราคาขาย 60-70 บาท/กิโลกรัม โดยต้นทุนทั้งหมดประมาณ 35-40 บาท/กิโลกรัม ซึ่งต้นทุนในการเลี้ยงประกอบด้วย ต้นทุนคงที่ ได้แก่ ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือและอุปกรณ์ ค่าเสื่อมบ่อ ส่วนต้นทุนผันแปรได้แก่ ค่าอาหาร ค่าวิตามิน ค่ายาปฏิชีวนะ ค่าไฟ ค่าวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งเป็นการคำนวณต้นทุนอย่างง่าย เกษตรกรจะไม่ได้รวมการคิดต้นทุนค่าแรงงาน ค่าภาษีที่ดิน ค่าเสียโอกาสการใช้ที่ดิน และใช้แรงงานในครัวเรือนเข้าไปด้วยด้านการตลาดและการขาย เกษตรกรสามารถจับกบนาขายได้ทุกระยะ ซึ่งแบ่งเป็น ระยะลูกอ๊อด (อายุ 20 วัน) ระยะกบเล็ก (อายุ 1 เดือน) กบรุ่น (อายุ 4 เดือน) และ พ่อแม่พันธุ์ (อายุ 1 ปี) และขายทั้งแบบยกบ่อและจับขายปลีกตามความต้องการของผู้รับซื้อ สำหรับผู้บริโภคส่วนมากซื้อกบนาเพื่อนำไปประกอบอาหารด้วยตนเอง

2. การวิเคราะห์ SWOT ของการเพาะเลี้ยงกบในจังหวัดเชียงใหม่

เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ระบุถึงจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และข้อจำกัดขององค์กรหรือธุรกิจนั้นๆ เพื่อวางแผนในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ผลการวิเคราะห์ SWOT ของการเลี้ยงกบนาในจังหวัดเชียงใหม่ สรุปดังต่อไปนี้

จุดแข็ง (Strengths)

- 1) การเพาะเลี้ยงกบนาไม่จำเป็นต้องใช้พื้นที่ในการเลี้ยงมากนัก ใช้น้ำน้อย และในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะอำเภอสารภีมีระบบน้ำที่สามารถใช้เลี้ยงได้อย่างทั่วถึงระบายน้ำเข้าออกได้อย่างดี
- 2) ระยะเวลาการเลี้ยงไม่นาน ต้นทุนไม่สูงมากนัก ให้ผลตอบแทนเร็ว คุ่มค่าทางการลงทุน
- 3) สามารถจำหน่ายผลผลิตได้ทุกระยะ ทั้งลูกอ๊อด ลูกกบ กบเนื้อหรือพ่อแม่พันธุ์ มีรายได้ตลอดช่วงระยะเวลาการเลี้ยง

จุดอ่อน (Weaknesses)

- 1) เกษตรกรยังขาดความรู้ความชำนาญในการเลี้ยงกบนา การคัดขนาด การป้องกันโรค และการตลาด ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรเผชิญกับปัญหาต่างๆ ในระหว่างการเลี้ยง และทำให้ต้นทุนสูงขึ้นตามไปด้วย
- 2) ต้นทุนในแปรรูปกบนายังมีต้นทุนที่สูง ส่วนมากเกษตรกรจึงขายในลักษณะกบสด ไม่ได้แปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตของตน
- 3) ปัญหาการตายของกบเนื่องจากความไม่แข็งแรงของลูกพันธุ์

โอกาส (Opportunities)

- 1) มีเครือข่ายผู้เลี้ยงกบนาในพื้นที่ และจังหวัดอื่นๆ สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้อย่างง่าย และทั่วถึงเมื่อพบเจอปัญหาที่เกิดขึ้นในช่วงการเลี้ยง
- 2) มีเจ้าหน้าที่/นักวิชาการประมงจากศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืด เขต 1 จังหวัดเชียงใหม่ ลงพื้นที่ให้ความรู้ และการบริการด้านการรับรองมาตรฐานฟาร์มสัตว์น้ำ (Good Aquaculture Practice: GAP) ซึ่งเป็นมาตรฐานการปฏิบัติทางการประมงที่ดีสำหรับฟาร์มเลี้ยงสัตว์น้ำเป็นส่วนหนึ่งของมาตรฐานและหลักเกณฑ์สำหรับกระบวนการผลิต ผลผลิตและผลิตภัณฑ์ประมง (กรมวิชาการเกษตร, 2553)
- 3) ในปัจจุบันนี้เป็นยุคแห่งเทคโนโลยีและการสื่อสาร ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสามารถหาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการเลี้ยงกบนาได้สะดวก ลดขั้นตอนและค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งสามารถเพิ่มช่องทางในการขายได้ ทำให้เกษตรกรสามารถพัฒนาคุณภาพการผลิตหรือด้านการตลาดได้สะดวกมากขึ้น

อุปสรรค (Threats)

- 1) ไม่สามารถเพาะพันธุ์กบนาได้ในช่วงฤดูหนาวระหว่างเดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์ เนื่องจากมีอุณหภูมิที่ค่อนข้างต่ำกบจะจำศีลเกษตรกรจำเป็นต้องหยุดการเลี้ยง

2) ราคาขายที่ไม่คงที่เนื่องจากในปัจจุบันมีเกษตรกรหันมาเลี้ยงกบนาเป็นจำนวนมากขึ้นทำให้ผลผลิตกบนาออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น เกิดปัญหาล้นตลาดในช่วงเวลา ส่งผลให้ราคาตกตามไปด้วยและยังมีเนื้อสัตว์ชนิดอื่น ๆ ที่ราคาถูกกว่าสามารถทดแทนได้

3) ผู้บริโภคส่วนหนึ่งที่ไม่นิยมบริโภคกบนา เนื่องจากมีทัศนคติที่เห็นว่ากบเป็นสัตว์ที่ไม่น่าสัมผัส มีผิวที่ขรุขระ ดูไม่น่ารับประทานหรือส่วนหนึ่งไม่ชอบในรสชาติที่คาว และค่อนข้างเหนียว ไม่ถูกปากผู้บริโภค

ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกของการเพาะเลี้ยงกบนาในจังหวัดเชียงใหม่นำมากำหนดกลยุทธ์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจ ได้ดังนี้

กลยุทธ์เชิงรุก (SO) เป็นการใช้จ่ายภายในเพื่อหาโอกาสจากปัจจัยภายนอก ได้แก่

1) พัฒนาการตลาดเชิงรุกโดยเน้นตลาดเดิมและเพิ่มตลาดใหม่ ส่งเสริมหรือประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์จากโปรตีนกบที่มีสูงและมีไขมันน้อย

2) พัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้สนใจให้มาเพาะเลี้ยงกบนาเน้นที่การส่งเสริม การฝึกอบรมการเพาะเลี้ยงให้เกษตรกรเกิดความชำนาญจากนักวิชาการประมงหรือผู้เชี่ยวชาญ โดยขอความร่วมมือระหว่างศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืด เขต 1 จังหวัดเชียงใหม่และคณะเทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยเฉพาะรูปแบบการเลี้ยงที่สามารถลดต้นทุน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ Smart farming เข้ามาประยุกต์

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) เป็นแนวทางที่ใช้จุดแข็งหลีกเลี่ยงหรือลดผลกระทบของอุปสรรค

1) ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงกบนาให้มีความเข้มแข็ง สร้างเป็นเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการวางแผนการผลิตให้เหมาะสม เพื่อลดปัญหาการล้นตลาด ทำให้ราคาตกต่ำ หรือรวมกลุ่มเพื่อขอความร่วมมือ และความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชนในด้านต่างๆ ได้สะดวกมากขึ้น

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) เป็นแนวทางเพื่อปรับปรุงจุดอ่อนภายในโดยใช้โอกาสจากภายนอก ได้แก่

1) เพิ่มมูลค่าของการแปรรูปผลิตภัณฑ์กบนา ด้วยการสร้างสรรค์เมนูอาหารใหม่ๆ ที่ปรุงจากเนื้อกบ โดยใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ในท้องถิ่นมาปรุงรสด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ใส่อั่วกบ กบสมุนไพโร เป็นต้น เป็นการสร้างกระแสให้เกิดความต้องการซื้อของผู้บริโภค

2) หาแนวทางในการพัฒนาอาหารกบนาที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เพื่อลดต้นทุนค่าอาหาร และเป็นการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำการวิจัยและพัฒนาด้านลูกพันธุ์กบนา เพื่อลดอัตราการตาย และสามารถเลี้ยงให้เจริญเติบโตได้ดี ด้านทานโรค และมีลักษณะดีตามความต้องการของตลาด

กลยุทธ์เชิงรับ (WT) เป็นกลยุทธ์ที่เน้นแนวทางการป้องกันที่มุ่งไปที่การลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรค

1) ส่งเสริมการตลาดให้กับผู้บริโภคโดยเฉพาะผู้ที่ใส่ใจในสุขภาพ โดยเน้นที่คุณค่าทางโภชนาการที่ได้รับจากการบริโภคเนื้อกบ พัฒนาระบบการเก็บรักษาหลังการเก็บเกี่ยว การแปรรูป เพื่อลดปัญหาการล้นตลาด ราคาตก

วิจารณ์

การเพาะเลี้ยงกบนาในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจุบันเกษตรกรมีการเพาะเลี้ยง 3 รูปแบบ คือ บ่อดินในกระชังและบ่อซีเมนต์ ที่พบมากคือการเลี้ยงในบ่อซีเมนต์ เพราะดูแลง่ายควบคุมคุณภาพของผลผลิตได้ต่างจากการเลี้ยงแบบบ่อดินที่ส่วนใหญ่จะมีของเสียตกค้างภายในบ่อ เช่นการเลี้ยงกบในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บริเวณพื้นที่จังหวัดสกลนครและนครพนมที่ส่วนใหญ่ ร้อยละ 90 จะเลี้ยงในบ่อดิน (ทาริกาและคณะ, 2562) ซึ่งเมื่อมีของเสียตกค้างในบ่อจะทำให้เกิดปัญหาคุณภาพน้ำตามมา ในขณะที่การเลี้ยงกบในกระชังก็ให้ผลผลิตที่มีคุณภาพ และสามารถจัดการสภาพแวดล้อมของการเลี้ยงได้เช่นกัน แต่ข้อจำกัดคือ ต้นทุนในการจัดการสูง ต้องใช้แรงงานในการดูแลมากกว่าแบบอื่นๆ (ยงยุทธ, 2563) ใช้ระยะเวลาเลี้ยงประมาณ ใช้ระยะเวลาเลี้ยงประมาณ 3-4 เดือนก็สามารถจับผลผลิตขายได้และยังขายผลผลิตกบนาได้ทุกระยะ แต่โดยส่วนใหญ่จะขายเป็นกบรุ่น น้ำหนักประมาณน้ำหนักประมาณ 200-250 กรัม/ตัว ซึ่งจะมีผู้รับซื้อเข้าไปรับที่ฟาร์มโดยตรง ราคาขายหน้าฟาร์ม 60-70 บาท/กิโลกรัม และไปขายต่อผู้บริโภคที่ 90 บาทขึ้นไป ขึ้นอยู่กับขนาด (ราคาบ่อเดือนสิงหาคม ณ ตลาดสี่มุมเมือง) ซึ่งราคาไม่แตกต่างจากปี 2561 โดยราคาหน้าฟาร์มแต่ละภูมิภาคอยู่ที่ 50-80 บาท และราคาในท้องตลาด 100-130 บาท (ชนกันต์, 2561) หากเลี้ยงต่อเป็นพ่อแม่พันธุ์อายุ 1 ปีสามารถขายให้กับเกษตรกรหน้าใหม่หรือผู้ที่สนใจเลี้ยง ราคาตัวละ 300-350 บาท/ตัว สร้างรายได้ให้กับครัวเรือน

ผลการวิเคราะห์ SWOT พบว่า การเพาะเลี้ยงกบนาเป็นอีกอาชีพหนึ่งที่น่าส่งเสริมให้มีการเลี้ยงมากขึ้น เนื่องจากจุดแข็งคือ ใช้พื้นที่และน้ำน้อยกว่าการเลี้ยงปลา ระยะเวลาการเลี้ยงไม่นาน ทำให้ได้ผลตอบแทนที่รวดเร็ว แต่เกษตรกรต้องมีความรู้และความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในชีวิตวิทยาของกบ เพราะยังพบจุดอ่อนคือ เกษตรกรขาดความเชี่ยวชาญและความรู้เชิงลึกในการเลี้ยง การคัดขนาด การป้องกันโรค และการจัดการ อันเป็นสาเหตุทำให้ต้นทุนสูงขึ้นได้ เนื่องจากลูกกบที่จะปล่อยลงเลี้ยง จะต้องมีการคัดให้มีขนาดเท่าๆ กัน เพราะหากไม่คัดกบตัวใหญ่จะกินตัวเล็ก ทำให้มีอัตราการรอดต่ำ ต้นทุนก็

จะสูง ยงยุทธ, (2563) ด้านปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ ในช่วงฤดูหนาว กบจำศีลไม่สามารถเพาะพันธุ์ได้ ขาดลูกพันธุ์ และอาจเกิดปัญหาราคากบลดน้อยลง เพราะมีปริมาณกบออกสู่ตลาดมากเกินไป อีกทั้งปัญหาด้านทัศนคติของผู้บริโภคส่วนหนึ่งที่ไม่นิยมบริโภคกบ เพราะเห็นว่าเป็นสัตว์ที่มีลักษณะที่ไม่น่ามอง ผิวไม่น่าสัมผัส จึงไม่กล้าบริโภค เมื่อจับคู่ปัจจัยภายในและภายนอก เพื่อนำมาสร้างเป็นกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาศักยภาพการเพาะเลี้ยงสรูปได้ว่า แนวทางที่ควรสนับสนุนอย่างเร่งด่วน คือ จัดฝึกอบรมให้เกษตรกรในเรื่องการจัดการการเลี้ยงเชิงลึก จากนักวิชาการประมงจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืด เขต 1 จังหวัดเชียงใหม่และคณะเทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เน้นรูปแบบการเลี้ยงที่สามารถลดต้นทุน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ Smart farming ส่งเสริมด้านการตลาดเชิงรุกด้วยการพัฒนาและประชาสัมพันธ์เมนูอาหารที่ใช้วัตถุดิบจากกบ และวัตถุดิบอื่นๆ ในท้องถิ่นร่วมด้วย เน้นการนำเสนอถึงคุณค่าทางโภชนาการที่มีสูงของเนื้อกบ โดยเนื้อกบ 100 กรัม ให้โปรตีน 17 กรัม และมีไขมันเพียง 1.5 กรัมเท่านั้น ให้พลังงาน 52 แคลอรีต่อน้ำหนัก 100 กรัม (เทพพิทักษ์, 2562) และส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงให้มีความเข้มแข็ง สร้างเป็นเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร หรือเพื่อขอความร่วมมือจากภาครัฐและหน่วยงานอื่นๆ เป็นต้น แนวทางต่างๆ ดังกล่าวจะทำให้เกษตรกรมีการเพาะเลี้ยงกบที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีการจัดการการเพาะเลี้ยงที่ดี ลดต้นทุนในการเลี้ยง ผลผลิตกบนาที่ขายออกสู่ตลาดมีคุณภาพ สามารถสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนเพิ่มมากขึ้น และสามารถผลิตกบนาได้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมประมง .2548. การเพาะเลี้ยงกบสำนักพัฒนาและการถ่ายทอดเทคโนโลยีการ .เอกสารเผยแพร่ .ประมง กรมประมง, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมประมง. 2561. รายงานสถิติผลผลิตการเลี้ยงสัตว์น้ำจืด จำแนกตามจังหวัด. แหล่งข้อมูล: https://stat.fisheries.go.th/services/services_report/showreport.php. ค้นเมื่อ 18 กันยายน 2563.
- กรมประมง. 2563. สถานการณ์ผลผลิตประมง .แหล่งข้อมูล: <https://www4.fisheries.go.th/local/index.php/main/viewactivities/1408/85332>. ค้นเมื่อ 18 กันยายน 2563.
- ชนกันต์ จิตมนัส2561 ..การจัดการสุขภาพและเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืดเพื่อลดต้นทุนการผลิตและลดความเสียหายทางเศรษฐกิจ. รายงานผลโครงการบริการวิชาการ. มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- ตลาดไท2563 ..ราคากบเบอร์ใหญ่ .แหล่งข้อมูล: <https://talaadthai.com/product/-01-1-11frog-large-size?date=05-08-2020>. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2563.
- ทาริกา ทิพอุเทน ทรงทรัพย์ อรุณกมล สาริณี บุตรดาววงศ์ และวิทย์ ทิพอุเทน. 2562. สภาพการเลี้ยงกบและโรคที่พบในเขตจังหวัดสกลนครและนครพนมวารสารวิจัยเทคโนโลยีการประมง . 13(1): 105-116.
- เทพพิทักษ์ บุญทา. 2556. ผลของรูปแบบการเลี้ยงและอาหารที่เหมาะสมสำหรับการผลิตกบนา. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้. เชียงใหม่.
- ภูวดล โดยดีและรัชชานนท์ ผงทองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ดี. 2556. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร สถาบันวิจัยและพัฒนา วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร ฝ่ายวิจัยและวิชาการ. สกลนคร.
- ยงยุทธ ทักษิณ .2548. เทคนิคการเลี้ยงกบนาเชิงพาณิชย์. แหล่งข้อมูล: https://www.fisheries.go.th/technical_group/.pdf. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2563.
- ศุภชัย ใหม่ศิริ .2544. การเลี้ยงกบขมรมผู้เลี้ยงกบแห่งประเทศไทย ., กรุงเทพฯ.
- สำนักงานประมงจังหวัดเชียงใหม่. 2563. รายงานภาพรวมฟาร์มเลี้ยงสัตว์น้ำจังหวัดเชียงใหม่)แยกตามประเภทการเลี้ยง(. แหล่งข้อมูล: https://www4.fisheries.go.th/local/pic_activities/202005291204591_pic.pdf. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2563.