

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการผลิตแพะเนื้อยังไม่เป็นที่แพร่หลายนัก โดยมีการผลิตจำกัดผลิตอยู่เฉพาะในกลุ่มเกษตรกรชาวมุสลิม ส่วนเกษตรกรชาวไทยทั่วไปยังไม่ค่อยมีความรู้ และไม่นิยมการผลิตแพะเนื้อมากนักเพราะมักคิดว่าแพะเหม็นสาบ และมีกลิ่นเนื้อที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งเป็นความเชื่อที่ยังไม่ได้มีการศึกษาอย่างจริงจังถึงข้อดีของการผลิตแพะเนื้อเท่าที่ควร และจากปัจจัยดังกล่าวก็มีส่วนโน้มนำ ทำให้ปริมาณการผลิตแพะเนื้อเพื่อการใช้ประโยชน์ในด้านการบริโภคเนื้อแพะจำกัดอยู่ในวงแคบ ซึ่งเมื่อปริมาณการผลิตแพะเนื้อ มีจำนวนน้อยรายปริมาณผลผลิตที่ได้จึงมีปริมาณน้อยตามไปด้วยและอีกทั้งในด้านการตลาดยังไม่เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปอย่างแพร่หลาย และผู้คนทั่วไปยังไม่ทราบรายละเอียดในด้านคุณสมบัติประโยชน์ของเนื้อแพะที่ว่าเนื้อแพะมีคุณค่าทางอาหารสูง เนื้อแพะย่อยได้ง่ายและนมแพะมีประโยชน์ สามารถดูดซึมเข้าสู่ร่างกายได้เร็วไม่ก่อให้เกิดอาการท้องเสีย มีไขมันต่ำ

นอกจากนี้ หากมองในแง่การจัดการด้านการผลิตแพะเนื้อ โดยหลักการแล้วมีความคุ้มค่าในการผลิตค่อนข้างสูง เพราะในด้านการผลิต และการดูแลแพะเนื้อนั้นไม่ยุ่งยาก เนื่องจากแพะเนื้อ มีขนาดเล็ก การสร้างโรงเรือนสามารถใช้พื้นที่ในขนาดเล็กไม่ใหญ่นัก การจัดการด้านการให้อาหาร สามารถให้อาหารประเภทหญ้า พืช อาหารสัตว์ และการผลิตแบบปล่อยทุ่ง ส่วนอาหารเสริมสามารถให้อาหารข้นเสริมชนิดเดียวที่ให้กับโค กระบือ แทนได้ในปริมาณที่พอเหมาะ ผลผลิตเนื้อแพะที่ได้ ประมาณ 20 - 25 กิโลกรัมต่อแพะ 1 ตัว สามารถจำหน่ายได้ในกิโลกรัมละ 140 บาท แต่ถึงแม้ว่าการผลิตแพะจะเกิดผลดีหลายอย่าง พบว่าการผลิตแพะเนื้อโดยทั่วไปไม่ประสบผลสำเร็จมากนักในแง่ของตลาดด้านการส่งเสริมการขายหรือในส่วนของการดำเนินธุรกิจ เหตุผลอาจอยู่ที่ตัวผู้ผลิตไม่มีการกระจายตัว และไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแพะเนื้อ การจัดการด้านการตลาดเป็นไปได้ยาก และมีอุปสรรคหลายประการ โดยตัวเกษตรกรเองจะเป็นผู้ประสบปัญหาด้านการจำหน่ายผลผลิต ซึ่งจากเหตุผลดังกล่าวเกษตรกรจึงจำเป็นต้องพัฒนามาเป็นนักการตลาดร่วมกับการทำผลิตแพะไปด้วยในเวลาเดียวกัน

โดยที่ การผลิตแพะเนื้อสามารถให้ผลคุ้มค่าต่อการผลิตได้มาก จึงควรมีการมอง แนวโน้มตลาด และการมองหาดตลาด เพื่อรองรับผลผลิตแพะเนื้อที่ผลิตออกมา โดยการศึกษา โครงสร้างตลาดความต้องการของตลาดแพะเนื้อให้สอดคล้องกับการเปิดกว้างของตลาดแพะเนื้อ และการผลิตแพะเนื้อของเกษตรกร เพื่อให้เกิดการส่งเสริมการผลิตแพะเนื้อเพิ่มขึ้น และเป็น แนวทางในการทำอาชีพด้านการปศุสัตว์อีกประเภทหนึ่งที่จะนำประโยชน์มาสู่เกษตรกร และ บุคคลทั่วไป

ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัย จึงมีความสนใจทำการวิจัย เรื่อง การผลิตและการตลาดแพะเนื้อ ในอำเภอสุโขทัย-โก-ลก จังหวัดนราธิวาส เพื่อนำผลจากการศึกษาเป็นข้อเสนอแนะแนวทางการ ส่งเสริมการผลิตแพะแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 ศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตแพะเนื้อในอำเภอสุโขทัย-โก-ลก จังหวัดนราธิวาส
- 2.2 ศึกษาสภาพการผลิตแพะเนื้อในอำเภอสุโขทัย-โก-ลก จังหวัดนราธิวาส
- 2.3 ศึกษาสภาพการตลาดแพะเนื้อในอำเภอสุโขทัย-โก-ลก จังหวัดนราธิวาส
- 2.4 ศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดแพะเนื้อในอำเภอ สุโขทัย-โก-ลก จังหวัดนราธิวาส

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษา เรื่อง การผลิตและการตลาดแพะเนื้อในอำเภอสุโขทัย-โก-ลก จังหวัด นราธิวาส มีกรอบแนวคิดในการศึกษา ตัวแปรต่างๆ ดังต่อไปนี้

3.1 สภาพสังคมของเกษตรกร ประกอบด้วย เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ตำแหน่งในชุมชน การรับข้อมูลข่าวสาร ระยะเวลาการผลิต การ ฝึกอบรม กลุ่มสมาชิกและจำนวนแรงงาน

3.2 สภาพเศรษฐกิจของเกษตรกร ประกอบด้วย พื้นที่ถือครอง รายได้จากภาค การเกษตร และรายได้จากนอกภาคการเกษตร

3.3 การผลิตแพะเนื้อ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการผลิต เงินทุน พันธุ์ จำนวน แพะ วิธีการผลิต โรงเรือน แหล่งน้ำ แหล่งพืชอาหารสัตว์ อาหารข้น การเก็บสำรองอาหารสัตว์ แร่ธาตุ โรค การดูแลสุขภาพ และการผสมพันธุ์

3.4 การตลาดแพะเนื้อ ประกอบด้วย การจำหน่าย วิธีการจำหน่าย การกำหนดราคา การตกลงราคา วิธีการชำระ และการส่งเสริมการขาย

3.5 ปัญหาและข้อเสนอแนะการผลิตและการตลาดแพะเนื้อในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส

การผลิตและการตลาดแพะเนื้อในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส สามารถนำมากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังภาพที่ 1.1 ดังนี้

1. สภาพสังคม

- 1.1 เพศ
- 1.2 อายุ
- 1.3 ศาสนา
- 1.4 ระดับการศึกษา
- 1.5 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน
- 1.6 ตำแหน่งในชุมชน
- 1.7 การรับข้อมูลข่าวสาร
- 1.8 ระยะเวลาการผลิต
- 1.9 การฝึกอบรม
- 1.10 กลุ่มสมาชิก
- 1.11 จำนวนแรงงาน

2. สภาพเศรษฐกิจ

- 2.1 รายได้จากอาชีพหลัก
- 2.2 แรงงานในครอบครัว
- 2.3 รายได้เสริมจากการจำหน่ายแพะ

การผลิตและการตลาดแพะเนื้อใน อำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส

1. การผลิตแพะเนื้อ

- 1.1 วัตถุประสงค์ในการผลิต
- 1.2 เงินทุน
- 1.3 พันธุ์
- 1.4 จำนวนแพะ
- 1.5 วิธีการผลิต
- 1.6 โรงเรือน
- 1.7 แหล่งน้ำ
- 1.8 แหล่งพืชอาหารสัตว์
- 1.9 อาหารข้น
- 1.10 การเก็บสำรองอาหารสัตว์
- 1.11 แร่ธาตุ
- 1.12 โรค
- 1.13 การดูแลสุขภาพ
- 1.14 การผสมพันธุ์

2. การตลาดแพะเนื้อ

- 2.1 การจำหน่าย
- 2.2 วิธีการจำหน่าย
- 2.3 การกำหนดราคา
- 2.4 การตกลงราคา
- 2.5 วิธีการชำระ
- 2.6 การส่งเสริมการขาย

3. ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาการผลิตและการตลาดพะเนื่อในอำเภอสู่โขงโก-ลก จังหวัดนราธิวาส โดยได้ข้อมูลจากปศุสัตว์อำเภอสู่โขงโก-ลก ซึ่งมีเกษตรกรผู้ผลิตพะเนื่อจำนวน 176 ครัวเรือน จำนวนพะเนื่อ 1,126 ตัว ในปี 2550 จำนวน 4 ตำบล คือ ตำบลสู่โขงโก-ลก ตำบลมูโนะ ตำบลปูโยะ และตำบลปาเสมัส

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 เกษตรกร หมายถึง เกษตรกรที่ผลิตพะเนื่อและมีภูมิลำเนาตามทะเบียนบ้านในอำเภอสู่โขงโก-ลก

5.2 อาชีพหลัก หมายถึง อาชีพที่ทำรายได้ส่วนใหญ่ให้กับครอบครัว

5.3 อาชีพเสริม หมายถึง อาชีพที่ทำรายได้ให้ครอบครัวนอกเหนือจากรายได้จากอาชีพหลัก

5.4 การตลาดพะเนื่อ หมายถึง หน่วยของการทำกิจกรรมการค้าขายของผู้ผลิตพะเนื่อกับผู้ซื้อผลผลิตพะเนื่อ โดยใช้เครื่องมือ คือ ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การผลิต ช่องทางการจำหน่าย และราคา

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

นำผลจากการวิจัยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา และส่งเสริมการผลิตและการตลาดพะเนื่อของเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพ

6.1 เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ผลิตพะเนื่อใช้ในการวางแผนการผลิต และการตลาดให้มีประสิทธิภาพ

6.2 เพื่อเป็นแนวทางให้เกษตรกรที่มีความสนใจนำไปพิจารณาเกี่ยวกับการเริ่มต้นการผลิตพะเนื่อเพื่อจำหน่าย

6.3 เพื่อเป็นแนวทางการแก้ปัญหาการผลิต และการตลาดของเกษตรกรผู้ผลิตพะเนื่อ