

บทคัดย่อ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้ไม้ไผ่พื้นเมืองหรือลูกผสมพื้นเมืองเชิงพาณิชย์ในระดับชุมชนเพื่อศึกษาความต้องการของตลาดไถ่อย่าง และไม้ไผ่พื้นเมือง รวมทั้งห่วงโซ่อุปทานในอำเภอพังโคน และอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร การศึกษานี้ได้รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า ผู้จำหน่ายไถ่อย่างในอำเภอพังโคน และอำเภอเมือง มีความต้องการจำหน่ายไม้ไผ่พื้นเมือง หรือไม้ไผ่พื้นเมืองลูกผสม (ในระดับที่น้อยที่สุด และน้อย คิดเป็นร้อยละ 64.29 และ 35.71 ตามลำดับ) ส่วนข้อมูลจากผู้เลี้ยงไม้ไผ่พื้นเมือง ไม่แน่ใจในการเลี้ยงไม้ไผ่พื้นเมือง หรือไม้ไผ่พื้นเมืองลูกผสม ร้อยละ 33.33 และร้อยละ 50 ตามลำดับ เนื่องจากการที่ใช้หวัดนกระบาดทำให้เกษตรกรไม่แน่ใจในการเลี้ยง เมื่อพิจารณาที่ผู้รวบรวมไม้ไผ่มีชีวิต พบว่า ในอำเภอพังโคนไม่มีความแน่ใจว่าจะเป็นไปได้ เพราะไม้ไผ่ (ไม้ไผ่เทศ) ตัดตลาดแล้ว แต่อย่างไรก็ตามในส่วนของอำเภอเมืองยังมีความเป็นไปได้ ข้อมูลจากผู้จำหน่ายไม้ไผ่พื้นเมืองในตลาดสดแสดงให้เห็นว่า อำเภอพังโคน มีความสนใจร้อยละ 60 แต่ในทางตรงกันข้ามอำเภอเมืองไม่สนใจร้อยละ 71.43 โดยให้เหตุผลว่าจำนวนไม้ไผ่ที่สามารถหาในท้องถิ่นมีเพียงพอต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภคอยู่แล้ว ถ้ามีการส่งเสริมให้มีการเลี้ยงไม้ไผ่พื้นเมือง หรือลูกผสมพื้นเมืองมากขึ้นอาจจะทำให้ราคาของไม้ไผ่พื้นเมืองลดลงได้

ข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคในการบริโภคไม้ไผ่อย่าง พบว่า ผู้บริโภคในอำเภอพังโคน และอำเภอเมือง มีเหตุผลในการซื้อไม้ไผ่อย่าง คือ รสชาติ ความสะอาด ราคาเหมาะสม และความน่ารับประทาน ตามลำดับ โดยพฤติกรรมการซื้อ ส่วนใหญ่ ซื้อครั้งละ 1-2 ตัว มูลค่าการซื้อ 60-80 บาท/ครั้ง และมีความสนใจและต้องการซื้อไม้ไผ่พื้นเมืองหรือไม้ไผ่ลูกผสมพื้นเมือง แต่ราคาต้องไม่แพงกว่าของเดิมร้อยละ 10 ผู้บริโภคมีความชอบพันธุ์ไม้ไผ่ที่ทำไม้ไผ่อย่างลำดับแรก คือไม้ไผ่พื้นเมือง รองลงมาเป็นไม้ไผ่ลูกผสมพื้นเมือง และไม้ไผ่ลูกผสมสามสาย ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมและในรายละเอียดมาก ถึงมากที่สุด

ห่วงโซ่การผลิตของไม้ไผ่อย่างพบว่า ในอำเภอพังโคนมีผู้รวบรวมไม้ไผ่จากบริษัทผู้ผลิตแล้วชำแหละส่งจำหน่ายผู้ขายไม้ไผ่อย่าง ส่วนในอำเภอเมืองผู้รวบรวมจะมีทั้งไม้ไผ่ และไม้ไผ่เนื้อโดยส่วนใหญ่จะเป็นไม้ไผ่เนื้อร้อยละ 75 ซึ่งรับมาจากบริษัทแล้วชำแหละส่งจำหน่ายร้านขายไม้ไผ่อย่าง ส่วนไม้ไผ่พื้นเมืองในตลาดสดของทั้งสองอำเภอ พบว่า ผู้รวบรวมไม้ไผ่จะตระเวนรวบรวมไม้ไผ่มีชีวิตตามหมู่บ้าน แล้วนำมาชำแหละขายในตลาดสด โดยจะหมุนเวียนซื้อไม้ไผ่หมู่บ้านละ 4 เดือนต่อครั้ง

Abstract

Feasibility of the demand for native or native hybrid chicken for commercial in community level: Case studies in Sakon Nakhon province to study demand of roasted chick and native chick market including supply chain. It was founded that demand percentage of native or native hybrid chicken in Phangkon and Muang District, Sakon Nakhon Province were lowest and low levels at 64.29 and 35.71%, respectively. The data from native farmer showed that they were not sure about native chick production to support their markets (33.33 and 50%, respectively) due to bird flu spread around area of Sakon Nakhon Province. The supplier of flense chicken to roasted chick market showed the possibilities of native or native hybrid chicken to make roasted chick are not sure because C chicken (male layer) is cheaper (Phangkon market). However, in Muang market should be possible. The seller of native in fresh market was interested in native or native hybrid chicken 60 % for Phangkon District. In contrast, seller in Muang District is not interested in these products 71.43%. Also they gave reason that the amount of native chicken in the Village is enough to support local market, if they encourages farmer to provided Native or Native hybrid chicken. It might be over supported to the market and also make price was decreased.

Data of the consumer demand in Phangkon and Muang district showed that the reasons of consumers to choose roasted chicks were taste, clean, reasonable price and appetizing, respectively. They bought roasted chick 1-2 pieces each time (60-80 bath). Moreover, they were interested in native or native hybrid chicken as well. However, price should not be more than 10% from. Priorities of consumers to choose roasted chicks were as following: 1st native chicken, 2nd hybrid chicken and 3rd three breed chicken, respectively. Factors of consumer to make decision to buy products were detail of products were high to very high level.

The supply chain of roasted chick in Phangkon market was only C chicken to supported roasted chick as following: company to supplier and then to the roasted chick maker. In Muang market found that almost roasted chick used broiler chickens more than C chicken 75 and 25%, respectively. They receive chicken from company then slaughter and send to roasted chick maker. The results of fresh market in both districts were observed that the supplier is collected native chicken in the Village by 4 months a time in each Village.