

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

นกเขาชวาเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย การเลี้ยงนกเขาชวาสามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ผู้ที่นิยมเลี้ยง และนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยจำนวนมากมายมหาศาลในแต่ละปี นิยมเลี้ยงกันในแถบภาคใต้ ภาคกลาง กรุงเทพมหานคร และประเทศเพื่อนบ้านของไทย เช่น ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และบรูไน เป็นต้น การเลี้ยงนกเขาชวามีประวัติศาสตร์ การเลี้ยงมายาวนานนับศตวรรษ มีการพัฒนารูปแบบการเลี้ยงและการอนุรักษ์สายพันธุ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้ปัจจุบันนกเขาชวามีราคาซื้อขายกันนกละนับล้านบาท (ลักษณะนามของนกเขาชวาเรียกว่า “นก” ไม่เรียกเป็นตัว) ซึ่งราคาจะสูงหรือต่ำนั้นขึ้นอยู่กับน้ำเลี้ยง จังหวะ และลีลาการขันของนก นกเขาชวาแต่ละนกมีราคาตั้งแต่หนึ่งร้อยบาท จนถึงราคาเป็นล้านบาท นับได้ว่าการเลี้ยงนกเขาชวาเป็นอาชีพที่น่าสนใจ ที่มีพัฒนาการมายาวนานอีกอาชีพหนึ่ง อีกทั้งยังสร้างอาชีพที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เศรษฐกิจประเภทนี้ได้อีกมากมาย อาทิ อาชีพทำกรงนก อาชีพทำหัวกรงนก อาชีพทำตะขอกรงนก และอาชีพตัดเย็บผ้าประดับกรงนก เป็นต้น

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเลี้ยงนกเขาชวากันอย่างแพร่หลาย และมี นกเขาชวาที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะในภาคใต้จะมีการเลี้ยงและเล่นนกเขาชวากันแทบทุกครัวเรือนในทุกระดับชั้น ซึ่งจะเห็นได้จากกรงนกในบริเวณบ้าน มากน้อยตามฐานะ และมักมีกรงนกเขาชวาแขวนตามชายคาบ้าน รวมทั้งมีการผสมพันธุ์นกเขาชวาอยู่ตามบริเวณบ้าน ตลอดจนมีถ้วยรางวัลนกเขาชวา กรงนกเขาชวา ผ้าคลุมกรงแบบสี่ชายพร้อมลูกตุ้มแก้ว จนกลายเป็นเครื่องประดับส่วนหนึ่งของบ้าน (ประกอบ วรรณประเสริฐ, 2528: 2)

ปัจจุบันจังหวัดต่าง ๆ ในภาคใต้ของไทยได้จัดตั้งชมรมผู้เลี้ยงนกเขาชวาขึ้นในท้องถิ่นของตน โดยมีส่วนกลาง คือ สมาคมผู้เลี้ยงนกเขาชวาแห่งประเทศไทย คอยกำกับดูแลให้มีการจัดการแข่งขันอย่างสม่ำเสมอในโอกาสต่างๆ รวมทั้งในงานนักขัตฤกษ์ที่สำคัญ ทำให้การเลี้ยงนกเขาชวาแพร่หลายในวงกว้างเป็นที่นิยมกันทั้งในประเทศและต่างประเทศ จนหลายคนยอมรับว่านกเขาชวาเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศชาติอย่างมากมายในแต่ละปี แหล่งผสมพันธุ์นกเขาชวาที่เป็นที่รู้จักกันทั่วไป คือ นกเขาชวาอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา ซึ่งนกเขาชวาของอำเภอจะนะได้รับ

ความนิยมจากผู้เลี้ยงโดยทั่วไปเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นต้นกำเนิดของสายพันธุ์ที่ดี และมีการพัฒนารักษาสายพันธุ์ให้มีมาตรฐานจนเป็นที่ยอมรับกันในกลุ่มผู้เลี้ยง นอกจากนี้ในอำเภอจะนะยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับนกเขาชวาครบวงจร กล่าวคือ มีนกเขาชวาให้เลือกหลายฟาร์มและหลายระดับราคา ทั้งยังสามารถหาซื้ออุปกรณ์การเลี้ยง อาหาร และยารักษาโรคได้อย่างครบถ้วน ตลอดจนมีกิจกรรมการจัดการแข่งขันนกเขาชวาอย่างต่อเนื่องทุกปี (มัลลิกา กณานุรักษ์, 2549: 40)

อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา เป็นแหล่งกำเนิดนกเขาชวาสายพันธุ์นกเสียงดี และได้มีการสั่งสมความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงนกเขาชวามายาวนาน ตั้งแต่ พ.ศ. 2490 สืบต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การผสมพันธุ์นกเขาชวาของอำเภอจะนะที่ประสบความสำเร็จเป็นครั้งแรก โดยนายปิ่น จินตนา ชาวบ้านทุ่งใหญ่ หมู่ที่ 5 ตำบลบ้านนา อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา เป็นผู้ริเริ่มขึ้นเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2490 และได้ขยายการเลี้ยงนกเขาชวาออกไปอย่างแพร่หลาย จนทำให้ชาวอำเภอจะนะจำนวนมากหันมาประกอบอาชีพการเลี้ยงนกเขาชวา และประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับนกเขาชวา จนทำให้ชาวอำเภอจะนะได้ยึดเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริม สามารถสร้างฐานะให้กับตนเองและครอบครัวได้อย่างมั่นคง และนารายได้เข้าสู่อำเภอจะนะ ถึงปีละประมาณ 80 - 100 ล้านบาท (บัญชา ลัจจพันธ์ และธัญญา สุขย่อย, 2548: 1)

นกเขาชวามีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของชาวอำเภอจะนะ ชาวอำเภอจะนะยึดถือและเชื่อว่านกเขาชวาเป็นสิ่งที่อยู่คู่บ้านคู่เมืองจะนะโดยแท้จริง นอกจากนี้นกเขาชวาก็ยังเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่สร้างอาชีพให้แก่ชาวอำเภอจะนะได้มากมาย ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ได้ 7 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มเพาะพันธุ์ กลุ่มนี้จะเพาะพันธุ์เพื่อจะขายลูกนก โดยผู้ซื้อจะมาซื้อในฟาร์มซึ่งมีอยู่หลายฟาร์มในอำเภอจะนะ 2) กลุ่มคนกลาง กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่อาศัยความชำนาญในการฟังเสียงนก และสามารถวิจารณ์หรือทำนายถึงอนาคตของนกแต่ละนกได้อย่างแม่นยำ 3) กลุ่มอาชีพทำกรงนก กลุ่มนี้จะผลิตกรงนกเขาชวาจากไม้ไผ่ ซึ่งในอำเภอจะนะนิยมทำกรงนกกันมากในตำบลบ้านนา ตำบลสะกอม และตำบลปาซิง 4) กลุ่มอาชีพทำหัวกรงนก กลุ่มนี้จะทำเฉพาะหัวกรงนก ซึ่งทำจากไม้ชนิดต่าง ๆ ที่ลวดลายสวยงามและไม่แตกง่าย 5) กลุ่มอาชีพทำตะขอกรง กลุ่มนี้จะผลิตตะขอสำหรับแขวนกรงนกและห่วงสำหรับวางภาชนะใส่น้ำและอาหาร 6) กลุ่มผลิตอาหาร อาหารเสริม และยารักษาโรค กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ผลิตและจำหน่ายอาหารนกประเภทต่าง ๆ และ 7) กลุ่มอาชีพประกอบกรงหรือร้านประดับกรง กลุ่มนี้จะรับซื้อกรงนก หัวกรง และอุปกรณ์ประดับกรงทุกชนิดจากผู้ผลิต แล้วนำมาประกอบตกแต่งกรงให้สวยงามเป็นกรงสำเร็จรูปส่งออกจำหน่าย

กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงนกเขาชวา ทำให้เกิดการจัดการด้านการตลาดขึ้น ในปัจจุบันการเลี้ยงนกเขาชวาในอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา ทำกันเป็นอาชีพ โดยจะเห็นได้จาก

TL ฟาร์ม มีปริมาณนกที่ขายต่อเดือนประมาณ 20 คู่ และมีสมาชิกเครือข่าย TL ฟาร์มจำหน่ายอีกเดือนละประมาณ 30 คู่ ราคาจำหน่ายคู่ละ 20,000 – 30,000 บาท ซึ่งยอดจำหน่ายเฉพาะของ TL ฟาร์มและเครือข่ายรวมกันแล้วประมาณเดือนละ 1,000,000 บาท โดยยังไม่นับรวมกับฟาร์มอื่น ๆ ที่มีอีกจำนวนมาก จะเห็นได้ว่ามีเงินทุนหมุนเวียนในตลาด นกเขาขาวของอำเภอจะนะเดือนละหลายสิบล้านบาท ซึ่งการหมุนเวียนนี้เกิดจากการจัดการด้านการตลาดอย่างเป็นระบบ และสามารถแบ่งตลาดนกเขาขาวในอำเภอจะนะออกได้ 2 ระดับ ดังนี้

ตลาดระดับสูง มีอยู่ประมาณ 40 ฟาร์ม เลี้ยงเพื่อการส่งออก โดยแบ่งฟาร์มออกเป็น 3 เกรด คือ ฟาร์มเกรดเอ มีอยู่ประมาณ 10 ฟาร์ม ฟาร์มเกรดบี มีอยู่ประมาณ 20 ฟาร์ม และฟาร์มเกรดซี มีอยู่ประมาณ 10 ฟาร์ม วิธีการซื้อขายจะมีพ่อค้าชาวต่างประเทศและชาวไทยมาซื้อถึงฟาร์ม เจ้าของนกจะกำหนดราคา โดยขึ้นอยู่กับสายพันธุ์และน้ำเสียงของนกแต่ละนก ซึ่งได้มีการกำหนดราคาไว้แล้วเป็นระดับ ตลอดจนได้กำหนดวิธีการขายตามอายุนกไว้ 3 รูปแบบ คือ รูปแบบที่ 1 นกเขาขาวอายุ 2 - 3 เดือน มีระดับราคาต่ำไปสูง 4 ระดับ คือ ระดับ 1 คู่ละ 10,000 – 20,000 บาท ระดับ 2 คู่ละ 30,000 บาท ระดับ 3 คู่ละ 50,000 บาท ระดับ 4 คู่ละ 100,000 บาท รูปแบบที่ 2 นกเขาขาวอายุ 8 - 12 เดือน ราคาขึ้นอยู่กับน้ำเสียง และหากมีการฝึกฝนนกเขาขาวแล้ว ราคากำหนดไว้ที่ 1,000,000 บาทขึ้นไป ในตลาดจะมีปริมาณน้อย เดือนละ 2 – 3 นก เพราะต้องเป็นนกเขาขาวที่มีคุณภาพจริง ๆ และรูปแบบที่ 3 นกเขาขาวที่มีอายุ 12 เดือนขึ้นไป ราคาขึ้นอยู่กับกรเข้าสนามแข่งขัน ถ้าชนะการแข่งขันได้รางวัล ระหว่างลำดับที่ 1- 10 ราคาที่จะขายจะอยู่ตั้งแต่ 500,000 บาท ถึง 1,500,000 บาท

ตลาดระดับล่าง ในปัจจุบันมีการดำเนินการ โดยกลุ่มผู้เลี้ยงนกเขาขาวรายย่อยของ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส มีการรวบรวมนกเขาขาวจากผู้เลี้ยงทุกแห่งทั้งใน 5 จังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนกเพศเมียหรือนกเพศผู้ที่ไม่ได้มาตรฐานและไม่สามารถจะนำเข้าสู่ตลาดระดับสูงได้ มีการรวมตัวกันของพ่อค้าย่อยที่นำนกดังกล่าวเข้าสู่ตลาดมาเลเซียเพื่อส่งต่อไปประเทศสิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ตลอดจนมีการนำนกไปเร่ขายให้ชาวมาเลเซียทั้ง 12 รัฐ ยกเว้นรัฐซาบฮ์ และรัฐซาราวัก ซึ่งเดินทางไปค้าขายไม่สะดวกเนื่องจากเป็นเกาะ ราคาซื้อขายโดยพ่อค้ารายย่อยรวบรวมซื้อจากชาวบ้านนกละ 30 - 50 บาท แล้วนำไปเร่ขายให้พ่อค้าหรือผู้เลี้ยงชาวมาเลเซียในราคานกละ 100 - 150 บาท ต่อจากนั้นพ่อค้าชาวมาเลเซียก็ส่งไปยังตลาดสิงคโปร์ในราคานกละ 200 บาท ซึ่งการดำเนินธุรกิจรายย่อยแบบนี้ดังกล่าว เฉพาะพ่อค้าย่อยในอำเภอจะนะ จะมีนกเขาขาวส่งขายประมาณเดือนละ 3,000 นก มีรายได้อยู่ที่ประมาณเดือนละ 300,000 บาท (บัญญัติ สัจพันธ์ และธัญญา สุขย่อย, 2548: 5)

อาชีพการเลี้ยงนกเขาขาวของชาวอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา เริ่มเกิดภาวะวิกฤติเมื่อมีปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ส่งผลให้อำเภอจะนะได้รับผลกระทบ และถือว่า

เป็นพื้นที่เสี่ยงภัย เหมือนกับ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วย แม้ว่าอำเภอจะนะจะอยู่ในจังหวัดสงขลา ก็ตาม ประกอบกับในช่วงปี 2548 มีภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อโรคไข้หวัดนกทั้งในประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้ผู้เลี้ยงสัตว์ปีกทั้งหลายเกิดความหวาดผวามากกลัวเลี้ยงสัตว์ปีก เพราะกลัว จะได้รับเชื้อไข้หวัดนก เมื่อมีสถานการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นจึงทำให้นักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ เข้ามาลงทุนน้อยลง และผู้ที่มาซื้อนกเขาชวาจากอำเภอจะนะก็ลดน้อยลงเช่นกัน ซึ่งทำให้ผู้เลี้ยง นกเขาชวาเกิดปัญหาในการเลี้ยงเพื่อจำหน่าย เพราะลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าต่างประเทศที่กล้าลงทุน กล้าซื้อนกเขาชวาที่มีราคาสูง รวมทั้งผู้เลี้ยงนกเขาชวาในภาคกลางที่เป็นลูกค้าที่สำคัญของตลาด นกเขาชวา ทำให้เงินทุนหมุนเวียนลดน้อยลงกว่าเดิมมาก ส่งผลให้ประชาชนที่เลี้ยงนกเขาชวา และ ประกอบอาชีพด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การเลี้ยงนกเขาชวา อันได้แก่ อาชีพการเย็บผ้ากรงนก การทำ กรงนกด้วยไม้ไผ่ การซื้อข้าวเปลือกนก และอาชีพอื่นๆ ได้รับผลกระทบจากปัญหาข้างต้นเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ จากการที่องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านนา อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา (2548 : 10) ได้กล่าวถึงสภาพปัญหาพื้นฐานทั่วไปของชาวอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา คือ ประชาชนมีรายได้น้อย ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย ราคาผลผลิตทางการเกษตรต่ำ ไม่มีอาชีพเสริม ขาดตลาดสำหรับผลผลิต การเกษตร ประสบปัญหาค่าครองชีพ ผลผลิตทางการเกษตรเสียหายอันเกิดจากภัยธรรมชาติ ไม่มี ตลาดกลางและศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกฝ่ายจะต้องดำเนินการ ทุกวิถีทางในการที่จะให้ความช่วยเหลือ และช่วยกันพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวอำเภอจะนะให้มีความ เป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยการใช้อยุทธศาสตร์ที่หลากหลาย การส่งเสริมอาชีพเลี้ยงนกเขาชวาจึงเป็นอีก ยุทธศาสตร์หนึ่งที่จะสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับชาวอำเภอจะนะได้เป็นอย่างดี และในช่วงที่ ตลาดการเลี้ยงนกเขาชวาอำเภอจะนะกำลังอยู่ในช่วงที่เจียบเหงจากการซื้อขาย จึงควรมีการวาง ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดให้มีความเข้มแข็ง โดยจะต้องมีหลาย ๆ หน่วยงานเข้ามาดูแลในเรื่องนี้ โดยใช้วิธีการทางด้านการตลาดที่หลากหลาย เช่น การ โฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผู้ซื้อลงพื้นที่ มา ซื้อกันถึงบ้าน หรือมีการจัดส่งนกเขาชวาไปประกวดตามสนามแข่งขันนกเขาชวาต่าง ๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อเป็นการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของนกเขาชวาในอำเภอจะนะให้เป็นที่ รู้จักอย่างกว้างขวาง ซึ่งหากนกเขาชวาตัวไหนเก่งหรือดีก็จะมีลูกค้าเข้ามาขอซื้อโดยไม่ต้องไปร่ำขาย ควรส่งเสริมให้มีการจัดการแข่งขันนกเขาชวาให้มากขึ้น เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าชาวต่างชาติและลูกค้า ในภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย โดยเฉพาะลูกค้าในภาคกลางที่นิยมนำนกเขาชวาลงมาแข่งขัน และซื้อ นกเขาชวาจากอำเภอจะนะอยู่เป็นประจำให้กลับมาเหมือนเดิม ซึ่งหากดำเนินการกันอย่างจริงจังทุก ภาคส่วนแล้ว เชื่อว่าจะทำให้ตลาดนกเขาชวาในอำเภอจะนะกลับมาคึกคักและมั่นคงสืบไป แต่ปัญหา สำคัญอีกประการหนึ่งที่เป็นปัญหาและรัฐบาลจะต้องให้ความสนใจและแก้ไขก็คือ การที่ผู้เลี้ยง นกเขาชวาในอำเภอจะนะ ต้องการนำนกเขาชวาเพื่อไปจำหน่ายในประเทศเพื่อนบ้านอย่างเช่น

ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย แต่ถูกกีดกันในการนำเข้าเพื่อไปจำหน่าย ทำให้ผู้ที่เลี้ยงนกอพยพขายได้ไปเป็นจำนวนมาก เพราะลูกค้าต่างชาติเป็นลูกค้ารายใหญ่ที่มีกำลังซื้อ นกอพยพในราคาหลักหมื่นขึ้นไป หรือบางตัวอาจซื้อในราคาหลักล้านซึ่งถ้าหากไม่ได้รับการแก้ไขก็จะทำให้ประเทศไทยขาดรายได้จากการจำหน่ายนกอพยพในส่วนนี้ไป

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา เป็นแหล่งกำเนิดนกอพยพสายพันธุ์นกเสียด และมีการสะสมความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงนกอพยพมาช้านาน ยังผลให้เกิดการประกอบอาชีพด้านการเลี้ยงนกอพยพ และอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงนกอพยพ จนทำให้อำเภोजะนะ มีรายได้หลักจากการเลี้ยงนกอพยพซึ่งเป็นการคงไว้ให้อำเภोजะนะเป็นแหล่งกำเนิดสายพันธุ์นกอพยพที่ดีได้ และควรมีการพัฒนาสายพันธุ์นกอพยพให้มีมาตรฐานจนเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้เลี้ยงนกอพยพ ดังนั้นจึงต้องจัดการด้านการตลาดให้ดีขึ้น อันส่งผลให้การเลี้ยงนกอพยพในอำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา สามารถทำเป็นอาชีพและเพิ่มการทำฟาร์มนกอพยพมากขึ้นในอำเภोजะนะอย่างเห็นกันในปัจจุบัน ทั้งในตลาดระดับสูง และตลาดระดับล่าง การเกิดฟาร์มเลี้ยงนกอพยพเป็นจำนวนมากนี้ ยังผลให้เกิดกลุ่มผู้เลี้ยงนกอพยพหลายกลุ่ม ดังเช่น กลุ่มผู้เลี้ยงนกอพยพที่มีใจรักการเลี้ยงนกอพยพอย่างแท้จริง กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เลี้ยงนกอพยพที่พยายามอนุรักษ์ดำรงรักษาสายพันธุ์ ซึ่งนกอพยพของกลุ่มผู้เลี้ยงนกอพยพกลุ่มนี้จะเป็นนกอพยพที่ราคาสูง ส่วนกลุ่มผู้เลี้ยงนกอพยพที่เลี้ยงนกอพยพเพื่อค้าขายจำนวนมากๆ เป็นนกอพยพที่ไม่ค่อยได้มาตรฐานทำให้นกอพยพของกลุ่มนี้ราคาไม่สูงนัก แต่มีการเลี้ยงกันมากจนทำเป็นตลาดส่งออกได้

จากปรากฏการณ์การเลี้ยงนกอพยพที่เกิดขึ้นในอำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาสืบค้นบริบทประวัติศาสตร์ และการเกิดขึ้นของกลุ่มผู้เลี้ยงนกอพยพกลุ่มต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นเงื่อนไขไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์การตลาดการเลี้ยงนกอพยพของอำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา โดยยุทธศาสตร์ที่ได้จากการวิจัยจะเป็นยุทธศาสตร์ที่นำไปสู่การกำหนดกลวิธีและยุทธวิธีที่สร้างความพอดีหรือจุดลงตัวของการเลี้ยงนกอพยพ ระหว่างการเลี้ยงนกอพยพที่มีเอกลักษณ์ตั้งแต่ดั้งเดิม กับการเลี้ยงนกอพยพเพื่อการค้า

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการตลาดการเลี้ยงนกอพยพ กรณีศึกษาอำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

2.1 เพื่อสืบค้นองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายและการแลกเปลี่ยนนกอพยพของชาวอำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา

2.2 เพื่อศึกษารูปแบบปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขายนกเขาขวาของชาวอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา

2.3 เพื่อนำองค์ความรู้และรูปแบบปฏิสัมพันธ์ไปกำหนดยุทธศาสตร์การตลาดการเลี้ยงนกเขาขวา

3. โจทย์คำถามของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการตลาดการเลี้ยงนกเขาขวา กรณีศึกษา อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีโจทย์คำถามของการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้ การวิจัยนี้ต้องการทราบถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ในการแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของนกเขาขวา รวมถึงการซื้อขายแลกเปลี่ยนนกเขาขวาที่มีต่อกันมาเป็นเวลานาน ต้องการทราบถึงการรักษาคุณภาพการเลี้ยงนกเขาขวา และการสร้างการเชื่อมโยงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเป็นระยะเวลายาวนานเท่าไร เพื่อนำความรู้ที่ได้มาไปสร้างยุทธศาสตร์การตลาดของนกเขาขวานบนฐานของการสังสม องค์ความรู้ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงนกเขาขวา ที่อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา

4. ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การกำหนดยุทธศาสตร์การตลาดการเลี้ยงนกเขาขวา กรณีศึกษาอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ด้านสถานที่ รูปแบบ ลักษณะการตลาดไว้ดังนี้

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เลี้ยงนกเขาขวาในเขตอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา การวิจัยนี้เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักโดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลแบบ Snowball ซึ่งเลือกผู้เลี้ยงและผู้ซื้อนกเขาขวาแต่ละกลุ่ม และใช้การสัมภาษณ์แบบผู้เลี้ยงและผู้ซื้อในมุมมองที่ต่างมิติกัน (Negative case) การสัมภาษณ์ทั้งสองแบบจะเลือกใช้วิธีการสุ่มเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) ส่วนการทดสอบความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์จะใช้การตรวจสอบคำถามในเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามซึ่งแบบสอบถามนั้นจะมีทั้งหมด 4 ตอน ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการเลี้ยงและการตลาดนกเขาขวา ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์การตลาดการ

เลี้ยงนกเขาชวาและ ตอนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์ การตลาดนกเขาชวา โดยเก็บข้อมูลจากเจ้าของฟาร์มนกเขาชวาใน 14 อบต. และ 1 เทศบาล ของ อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา จำนวน 493 ฟาร์ม และเก็บตัวอย่างทั้งหมด 292 ฟาร์ม

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการตลาดการเลี้ยงนกเขาชวา ภูมิศึกษา อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ ผู้วิจัยคาดว่าจะมีประโยชน์ดังนี้

การวิจัยนี้ศึกษาและรวบรวมองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงนกเขาชวา การซื้อขายและการแลกเปลี่ยนนกเขาชวาของชาวอำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา รวมถึงการศึกษาและการทำความเข้าใจรูปแบบปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายนกเขาชวา ในอำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา ซึ่งผลจากการศึกษานี้ นำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์การตลาดการเลี้ยงนกเขาชวาอำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา ดังนั้นผลจากการวิจัยนี้ จึงทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงและการซื้อขายแลกเปลี่ยนนกเขาชวา ซึ่งนอกจากจะได้ผลการวิจัยอันได้แก่ ยุทธศาสตร์การเลี้ยงนกเขาชวาแล้ว ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้ อันได้แก่ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงนกเขาชวายังมีประโยชน์ต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ จะนำข้อมูลนี้ไปใช้ประโยชน์ต่อไป ดังเช่น การวางแผนการพัฒนาตำบล รวมถึง แนวทางการศึกษาการวิจัยนี้ยังเพิ่มประโยชน์สำหรับการศึกษาวิจัยยุทธศาสตร์การตลาดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการตลาดการเลี้ยงนกเขาชวา ภูมิศึกษา อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะการวิจัยไว้ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ หมายถึง การสร้างกลยุทธ์ในหลายๆ ลักษณะหรือหลายๆ รูปแบบ เพื่อนำเอา มาใช้ในการปฏิบัติการกิจต่าง ๆ ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ (กิตติ บุนนาค, 2549: 247)

ยุทธศาสตร์การตลาด หมายถึง แผนปฏิบัติการโดยรวม เพื่อให้มีชัยชนะเหนือคู่แข่ง บรรลุ ประสพผลสำเร็จในธุรกิจ ตามเป้าหมาย

กลยุทธ์การตลาด หมายถึง เป็นวิธีการใช้เครื่องมือการตลาด (ส่วนผสมการตลาด) เพื่อ ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า (เสรี วงษ์มณฑา, 2542: 1)

นกเขาชวา หมายถึง นกประเภทหนึ่งจัดอยู่ในวงศ์ Columbidae อยู่ในสกุล Geopelia Striata Linnaeus มีชื่อในภาษาอังกฤษว่า Zebra Dove มีสีเทาคล้ำ หางยาว 8 – 9 นิ้ว เสียงขันไพเราะ คนนิยมนำมาเลี้ยงไว้ฟังเสียง และนำมาแข่งขันเสียง (มัลลิกา คณานุรักษ์, 2549: 38)

ตลาดนกเขาชวา หมายถึง ส่วนประกอบที่มีผู้ขายและผู้ซื้อที่มีศักยภาพทั้งหมดที่มีความต้องการนกเขาชวา ซึ่งอาจมีความเต็มใจและความสามารถที่จะแลกเปลี่ยนเพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการให้ได้รับความพอใจของตน

ตลาดต่างประเทศ หมายถึง กลุ่มลูกค้าหรือผู้ซื้อที่อยู่ต่างประเทศ ซึ่งอาจจะเป็นผู้บริโภค ผู้ผลิต ผู้ขายต่อหรือรัฐบาล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์, 2534: 34)

ตราสินค้า (Brand) หมายถึง ชื่อคำพูดที่แสดงออกถึงความคิด สัญลักษณ์หรือรูปแบบหรือสิ่งเหล่านี้รวมกันซึ่งเป็นการจำแนกให้เห็นถึงสินค้าหรือบริการของผู้ขายหรือกลุ่มของผู้ขายที่แสดงความแตกต่างจากคู่แข่ง

ลักษณะนามว่านก หมายถึง เป็นคำเรียกลักษณะนามของนกเขาชวา ยกย่องตามความเชื่อถือของคนโบราณ ที่ถือว่านกเขาชวาเป็นนกที่ให้โชคให้ลาภ เช่น นกเขาชวา 2 ตัว ก็จะเรียกว่า นกเขาชวา 2 นก เช่นเดียวกับเรียกลักษณะนามของช้างเผือกว่า “ช้าง” เช่นมีช้างเผือก 2 ช้าง เป็นต้น (มัลลิกา คณานุรักษ์, 2549: 68)

ฟาร์ม หมายถึง สถานที่เพาะพันธุ์นกเขาชวาเพื่อจำหน่ายใน 14 จังหวัดภาคใต้ โดยกำหนดขนาดของฟาร์มไว้ 3 ขนาด คือ ใหญ่ กลาง เล็ก ดังนี้

ฟาร์มขนาดใหญ่ จะต้องมีจำนวนกรงเพาะพันธุ์ตั้งแต่ 50 กรงขึ้นไป

ฟาร์มขนาดกลาง จะต้องมีจำนวนกรงเพาะพันธุ์ตั้งแต่ 10 กรงขึ้นไป แต่ไม่ถึง 49 กรง

ฟาร์มขนาดเล็ก จะต้องมีจำนวนกรงเพาะพันธุ์ตั้งแต่ 2 กรงขึ้นไป แต่ไม่ถึง 9 กรง (ใน 1 กรงเพาะพันธุ์จะเพาะพันธุ์ได้เพียง 1 คู่)

สังเวียน หมายถึง สนามแข่งขันนกเขาชวาที่จัดใน 14 จังหวัดภาคใต้ แบ่งเป็น 3 ขนาด คือ ใหญ่ กลาง เล็ก ดังนี้

สังเวียนขนาดใหญ่ จะต้องมีจำนวนนกเข้าแข่งขันตั้งแต่ 400 รอกขึ้นไป

สังเวียนขนาดกลาง จะต้องมีจำนวนนกเข้าแข่งขันตั้งแต่ 100 รอกขึ้นไป แต่ไม่เกิน 399 รอก

สังเวียนขนาดเล็ก จะต้องมีจำนวนนกเข้าแข่งขันตั้งแต่ 20 รอกขึ้นไป แต่ไม่เกิน 99 รอก

ระดับการแข่งขัน หมายถึง การแข่งขันที่มีผู้นำนกเขาชวาจากที่ต่าง ๆ มาร่วมแข่งขัน แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับท้องถิ่น

ระดับประเทศ หมายถึง มีผู้นำนิกเขชวาจากประเทศต่าง ๆ และจากทุกภาคของประเทศไทยมาร่วมการแข่งขัน

ระดับภูมิภาค หมายถึง มีผู้นำนิกเขชวาจากจังหวัดต่าง ๆ ของทุกภาคในประเทศไทย และอาจจะมีชาวต่างประเทศมาร่วมการแข่งขันบ้างแต่ไม่มากนัก

ระดับท้องถิ่น หมายถึง มีผู้นำนิกเขชวาจากอำเภอ ตำบล และหมู่บ้านต่าง ๆ ภายในจังหวัดของตนเองเท่านั้นมาร่วมแข่งขัน

จำนวนครั้ง หมายถึง จำนวนครั้งที่จัดแข่งขันใน 1 ปี (มัลลิกา คณานุรักษ์, 2547: 2)

