

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ศักยภาพทางการตลาดของนกกระทาจอกเทศและ
ผลิตภัณฑ์จากนกกระทาจอกเทศ ในภาคเหนือ
ของประเทศไทย

ผู้เขียน นายสาริศ ศรีโพธิ์ทอง

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ.ดร.อัญชติ เจ็ญเจริญ	ประธานกรรมการ
รศ.ดร.เสถียร ศรีบุญเรือง	กรรมการ
ผศ.วัชรวิ พฤทธิกานนท์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาศักยภาพทางการตลาดของนกกระทาจอกเทศและผลิตภัณฑ์จากนกกระทาจอกเทศ ในภาคเหนือของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงศักยภาพทางการตลาดของนกกระทาจอกเทศและผลิตภัณฑ์จากนกกระทาจอกเทศ ของผู้ประกอบการเจ้าของฟาร์ม ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้บริโภคทั่วไป โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการฟาร์มที่เลี้ยงนกกระทาจอกเทศในจังหวัดเชียงใหม่ เชียงรายและลำปาง จำนวน 50 แห่ง ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าจำนวน 96 แห่ง นอกจากนี้ได้ทำการสัมภาษณ์ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์นกกระทาจอกเทศ จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม ในการรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างใน 3 จังหวัดดังกล่าว สถิติที่ใช้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา โดยการวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐานเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ใช้ทดสอบความแตกต่างของสมมุติฐาน ที่ตั้งไว้ โดยใช้ ค่า T-test และ F-test สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

ผลการสำรวจระดับศักยภาพของผู้ประกอบการเจ้าของฟาร์ม และผู้ประกอบการร้านค้า ในทางการตลาดของนกกระทาจอกเทศและผลิตภัณฑ์จากนกกระทาจอกเทศ พบว่า ทั้งด้านการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการตลาดมีระดับศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการสำรวจความคิดเห็นในระดับศักยภาพของผู้บริโภคทั่วไปในทางการตลาดของ
นกกระจอกเทศและผลิตภัณฑ์จากนกกระจอกเทศ พบว่า โดยรวมมีระดับศักยภาพระดับปานกลาง
ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ แหล่งข้อมูลที่
รู้จักนกกระจอกเทศ การเคยใช้ผลิตภัณฑ์นกกระจอกเทศ และรูปแบบที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์
นกกระจอกเทศ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาพบว่า การผลิตผลิตภัณฑ์นกกระจอกเทศยังมีศักยภาพในระดับ
ปานกลางเนื่องจากยังมีปัญหาอุปสรรคในด้านภาวะแวดล้อมและสภาพอากาศตลอดจน
พันธุ์นกกระจอกเทศที่นำมาเลี้ยงทำให้การเติบโตช้าและให้ผลตอบแทนต่ำ จึงควรมีการพัฒนาพันธุ์
นกกระจอกเทศให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบว่า การผลิตและ
แปรรูปผลิตภัณฑ์ยังไม่ตรงกับความต้องการของตลาดนัก ควรมีการศึกษาถึงความต้องการ
ของตลาดและช่องว่างระหว่างการผลิตและความต้องการของตลาดเพื่อผลิตเนื้อมนกระจอกเทศและ
แปรรูปผลิตให้ตรงตามความต้องการ โดยเน้นตลาดการส่งออกและบริโภคภายในประเทศเพื่อ
เพิ่มศักยภาพของการผลิตด้านต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดธุรกิจการผลิตนกกระจอกเทศและผลิตภัณฑ์
ที่เกี่ยวข้องมากขึ้น อันจะเป็นการสร้างงานแก่แรงงานไทยเพิ่มขึ้นด้วย และในการผลิตนี้ควรมีการ
ส่งเสริม และพัฒนามาตรฐานคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของ
ตลาดโลกด้วย

Independent Study Title Marketing Potential of Ostrich and Its Products in Northern Thailand

Author Mr. Saris Sripothong

Degree Masters of Economics

Independent Study Advisory Committee

Asst.Prof.Dr. Anchalee Jengjalern Chairpeson

Assoc.Prof.Dr. Satean Sriboonruang Member

Asst.Prof. Prueksikanon Watchalee Member

ABSTRACT

The objective of this study was to understand the market potentials of ostrich meat and other ostrich products. The data had been collected by interviewing fifty farm operators, ninety-six restaurant and related business owners, and four hundred general consumers. The details information were obtained by using questionnaires to gather data in three provinces namely Chiang Mai, Chiang Rai and Lampang.

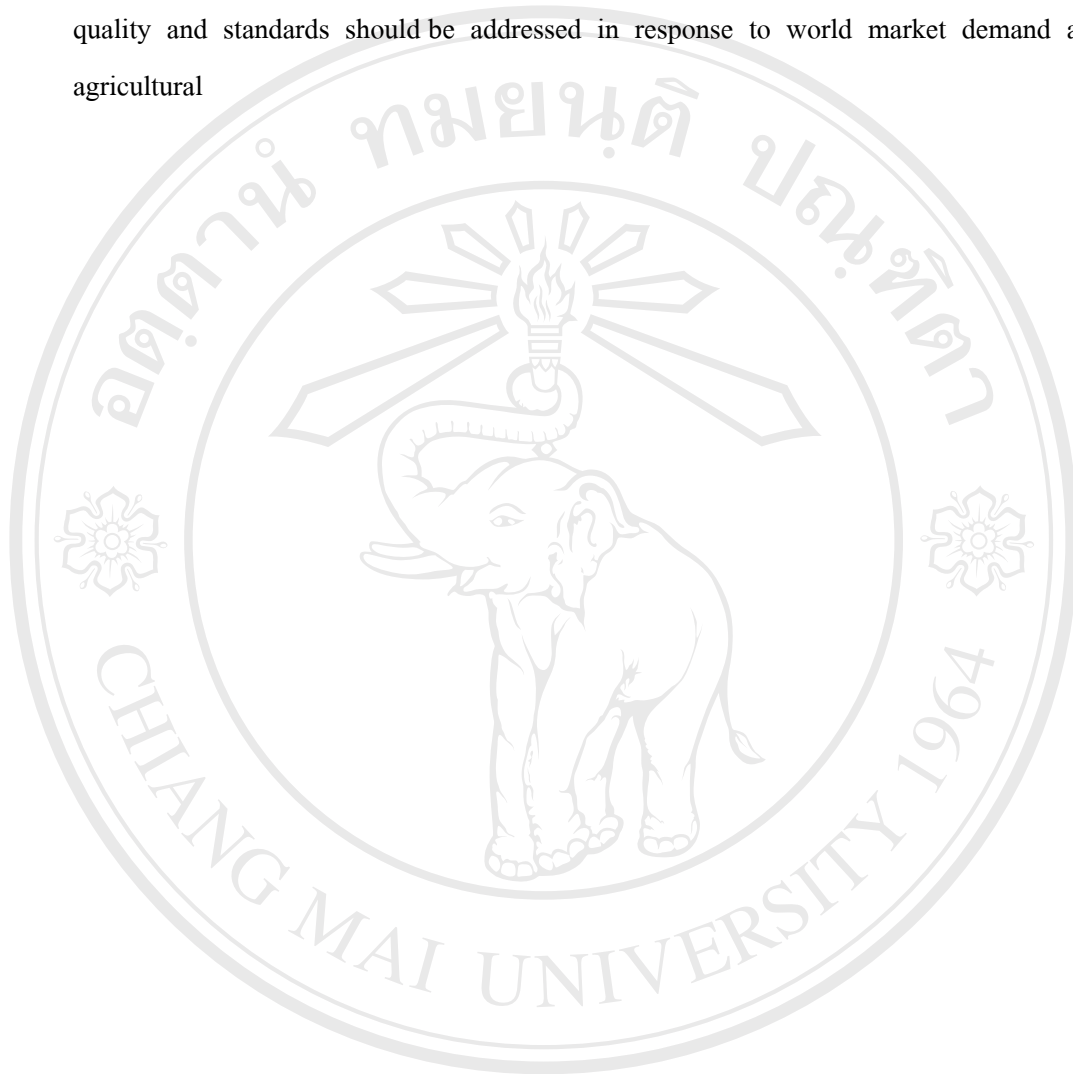
Descriptive statistics which included percentage, mean, and standard deviation were used to analysed the data collected. T-test and F-test were used to test hypotheses at .05 statistically significant level.

The findings from information provided by ostrich farm operators, restaurant owners and product retailers suggest that the overall potentials of ostrich market in terms of production, products, and marketing was relatively low.

The results from opinion survey on general consumers also indicated a modest market potentials for ostrich meat and products. The factors that had some influence on the consumers were consumer's characteristics, including sex, age, education, occupation, and income, information source introducing ostrich to the consumers, consumer's experience about ostrich products, and nature of previous ostrich product consumption.

The findings from this study had led to the recommendations that this bird breed should be improved to suit Thai farming environment. The demand and supply of ostrich meat and products in the world market should be studied to adjust the production and products of

Thai firms to suit the test and demand of the world market so that this business can become more popular and thus provide more job opportunities for Thai labor. Moreover, product quality and standards should be addressed in response to world market demand and other agricultural



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved