

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาข้อมูลการผลิตหนุขาวเพื่อการค้าของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็น การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเก็บข้อมูลแบบเจาะลึก และนำเสนอ ข้อมูลในรูปแบบการพรรณนา (Descriptive) ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานทั่วไปและสาเหตุที่ทำอาชีพผลิตหนุขาวเพื่อการค้าของผู้ผลิตหนุขาว เพื่อการค้าในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 สภาพการผลิตหนุขาวของผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการผลิตหนุขาวของผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า ในจังหวัดเชียงใหม่

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานทั่วไปและสาเหตุที่ทำอาชีพผลิตหนุขาวเพื่อการค้าของผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าในจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่มีหน่วยงานที่มีการวิจัยและการทดลองทางวิทยาศาสตร์ค่อนข้างมาก เช่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เป็นต้น และการทดลองหลายๆการทดลองจำเป็นต้องใช้สัตว์ทดลอง และสัตว์ทดลองที่ห้องทดลองเลือกใช้ก็คือหนุขาว เนื่องจากหนุขาวมีความสะอาด เหมาะกับการนำมาทดลอง อีกทั้งจังหวัดเชียงใหม่ยังมีกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์ผู้ล่าขนาดเล็ก (เช่น สัตว์เลี้ยงคลาน และสัตว์สะเทินน้ำสะเทินบก) เป็นจำนวนมาก ตลอดจนสัตว์เชียงใหม่ก็มีการเลี้ยงประเภทนี้เช่นเดียวกัน จึงจำเป็นต้องใช้หนุขาวในการเลี้ยงสัตว์เหล่านี้และที่ผ่านมาหน่วยงานต่างๆที่กล่าวมาก็มีความต้องการหนุขาวเป็นจำนวนมาก และตลาดผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ก็มีความต้องการหนุขาวเป็นจำนวนมากเช่นเดียวกันแต่มีผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าในจังหวัดเชียงใหม่เพียง 4 ราย ส่งผลให้ให้หนุขาวเป็นที่ต้องการและมีราคาที่สูงมาก

และจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 ราย พบว่า ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 รายเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 29 – 40 ปี และทั้งหมดมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า 3 ราย มีสถานที่ตั้งฟาร์มเลี้ยงหนุขาวอยู่ในเขตอำเภอเมือง และอีก 1 ราย มีสถานที่ตั้งฟาร์มเลี้ยงหนุขาวอยู่ในเขตอำเภอดอยสะเก็ด ด้านการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า 3 ราย จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีเพียง 1 รายที่จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาโท แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 รายไม่ได้จบการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหนุขาวเพื่อการค้าเลย และเมื่อถามถึงสาเหตุและแรงจูงใจที่ทำให้เกษตรกรเลือกที่จะประกอบอาชีพการผลิตหนุขาวเพื่อการค้า ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทุกรายได้ให้คำตอบที่เหมือนกันว่า มีจุดเริ่มต้นจากการเพาะขยายพันธุ์หนุขาวเพื่อเป็นอาหารของสัตว์เลี้ยงของตน (สัตว์เลี้ยงจำพวกสัตว์สะเทินน้ำสะเทินบกและสัตว์เลี้ยงคลาน) เนื่องจากหนุขาวมีราคาค่อนข้างสูงมาก โดยผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 รายได้ซื้อพ่อแม่พันธุ์หนุขาวมาจากผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และเมื่อเพาะขยายพันธุ์หนุขาวได้จำนวนมากขึ้น จนเหลือจากการใช้เป็นอาหารของสัตว์เลี้ยงของตน จึงเริ่มส่งออกจำหน่าย และเมื่อเห็นว่าการจำหน่ายหนุขาวเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ที่ดีมาก จึงเริ่มเพิ่มกล่องเลี้ยงหนุขาว พร้อมทั้งขยายฟาร์มเลี้ยงหนุขาวให้มีขนาดใหญ่ขึ้นและเพิ่มขึ้นเรื่อยๆจนถึงปัจจุบัน และจากการสัมภาษณ์ถึงสาเหตุและแรงจูงใจเพิ่มเติมว่า “การผลิตหนุขาวเพื่อการค้าเป็นอาชีพที่เกื้อหนุนกัน กล่าวคือ

- 1) เมื่อฟาร์มขยายตัวขึ้น เขาจึงต้องการความมั่นคงทางอาหารให้แก่สัตว์เลี้ยงของเขาคือเมื่อมีการขยายฟาร์มเลี้ยงงูให้มีขนาดใหญ่ขึ้น จึงต้องการอาหารแก่อย่างเพียงพอ ซึ่งอาหารของงูก็คือหนูขาว จึงต้องการหนูขาวในปริมาณที่มากตามขนาดฟาร์มเลี้ยงงูที่มีขนาดใหญ่ขึ้น
- 2) เพื่อหาช่องทางในการให้อาหารที่ง่ายขึ้นสำหรับผู้เลี้ยง คือเมื่อมีกลุ่มคนที่เลี้ยงงูมากขึ้น จึงต้องการหาวิธีการให้อาหารที่ง่ายขึ้น เช่น ลดความรู้สึกลบในการให้อาหารแก่ ซึ่งจากเดิมผู้เลี้ยงต้องให้หนูขาวที่มีชีวิต แต่ในปัจจุบันมีการแปรรูปหนูขาวให้เป็นหนูขาวแช่แข็ง จึงทำให้ผู้เลี้ยงมีช่องทางในการให้อาหารที่ง่ายขึ้น
- 3) ต้องการพัฒนาวิธีการ และยกระดับการเลี้ยงงูในประเทศไทยให้เป็นมาตรฐานเดียวกันกับการเลี้ยงงูในต่างประเทศ เนื่องจากการเลี้ยงงูจะใช้หนูแช่แข็งเกือบ 100 เปอร์เซ็นต์ และสาเหตุที่ผู้เลี้ยงงูในต่างประเทศเลือกใช้หนูขาวแช่แข็งเป็นอาหารของงู เพราะหนูขาวแช่แข็งจะสะอาดสำหรับงูและผู้เลี้ยง อีกทั้งเพื่อป้องกันอันตรายไม่ให้งูโดนหนูกัดและผู้เลี้ยงถูกหนูกัดอีกด้วย”(ครรชิต, 2554, สัมภาษณ์)

เมื่อศึกษาถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการผลิตหนูขาวของผู้ผลิตหนูขาวทั้ง 4 ราย พบว่า ข่าวสารและแหล่งข้อมูลจะได้จากการเรียนรู้จากผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าที่มีประสบการณ์ในการผลิตหนูขาวมาก่อน ทั้งจากผู้ผลิตหนูขาวในจังหวัดกรุงเทพมหานครและจังหวัดอื่นๆ จากการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น วิธีการเลี้ยง และสภาพการตลาดระหว่างผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าด้วยกัน และจากการลองผิดลองถูกของตัวผู้ผลิตหนูขาวเอง เพื่อหาวิธีในการผลิตที่ดีที่สุด เพื่อให้ได้มาซึ่งผลผลิตที่มีปริมาณที่มาก และมีคุณภาพอีกด้วย

ตอนที่ 2 สภาพการผลิตหนุขาวของผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าในจังหวัดเชียงใหม่

การเพาะขยายพันธุ์หนุขาว

หลักการเลี้ยงหนุขาวที่ถูกต้องก็จะเริ่มเตรียมพ่อแม่พันธุ์หนุขาวที่มีอายุที่เหมาะสมในการผสมพันธุ์ เพื่อให้ได้ผลผลิตหนุขาวออกมามีปริมาณและคุณภาพที่ดี และเมื่อได้พ่อแม่พันธุ์หนุขาวที่ดีแล้ว สิ่งที่สำคัญในการเลี้ยงหนุขาวก็มีอีกหลายประการ คือ การเตรียมสถานที่เลี้ยง ต้องเลือกสถานที่ที่เหมาะสม คือ เป็นสถานที่ที่มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก และมีอุณหภูมิ ความชื้นสัมพัทธ์ในอากาศที่เหมาะสม เมื่อมีสถานที่ที่เหมาะสมก็ต้องเตรียมกล่องที่เลี้ยงที่มีความเหมาะสมกับการเลี้ยงหนุด้วย นอกจากกล่องเลี้ยงหนุแล้วการเตรียมขวดน้ำเลี้ยงหนุก็เป็นสิ่งสำคัญในการเลี้ยงหนุ เช่นเดียวกันอีกทั้งการใช้วัสดุรองพื้นก็ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมว่าขึ้นเกินไปหรือไม่สำหรับการเลี้ยงหนุและ การให้อาหาร และน้ำ ก็เป็นสิ่งที่สำคัญอีกประการอีกด้วย

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 รายพบว่า ในขั้นตอนแรกผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้งหมดจะการคัดเลือกพ่อแม่พันธุ์หนุขาวที่มีอายุประมาณ 50 - 60 วัน และมีความสมบูรณ์ที่เหมาะสมในการผสมพันธุ์ แยกไปไว้ในกล่องเลี้ยงหนุขาว ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า 3 ราย จะใช้กล่องเลี้ยงหนุขาวทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีฝาตะแกรงปิดด้านบนที่มีขายตามท้องตลาดทั่วไป และมีขวดน้ำติดอยู่ ส่วนผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าอีก 1 ราย จะประยุกต์ใช้กะละมังพลาสติก มีตะแกรงลวดปิดปากกะละมัง และมีขวดน้ำติดอยู่เช่นเดียวกัน ซึ่งผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้ารายนี้ได้ให้เหตุผลว่า “การที่เขาระยุกต์ใช้กะละมังแทนกล่องเลี้ยงนั้น เพื่อประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่าย เพราะในกะละมังเลี้ยง 1 ใบจะสามารถเลี้ยงหนุขาวได้ในจำนวนที่มาก อีกทั้งกล่องเลี้ยงหนุยังมีราคาแพงอีกด้วย” (คนุพล, 2553, สัมภาษณ์) จากนั้นผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้งหมดก็จะย้ายพ่อแม่พันธุ์หนุขาวที่คัดเลือกแล้วมาใส่ในกล่องเพาะ (Halum) ซึ่งกล่องเพาะก็จะมีลักษณะเดียวกันกับกล่องเลี้ยงหนุ และจากการสัมภาษณ์ถึงสัดส่วนของพ่อแม่พันธุ์หนุขาวที่ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าใช้ใน 1 กล่องเพาะ พบว่าผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า 3 ราย จะใช้พ่อแม่พันธุ์หนุขาว 1 ตัวต่อแม่พันธุ์หนุขาว 3 ตัว และจะนำพ่อแม่พันธุ์หนุขาวทั้ง 4 ตัว ลงในกล่องเพาะพร้อมกัน ซึ่งแตกต่างกับผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าอีก 1 ราย คือ เกษตรกรรายนี้ จะใช้พ่อแม่พันธุ์หนุขาว 1 ตัวต่อแม่พันธุ์หนุขาว 4 ตัว โดยจะนำแม่พันธุ์หนุขาวลงไปในกล่องเพาะทีละ 2 ตัวพร้อมกับพ่อพันธุ์ เพื่อให้แม่พันธุ์หนุขาวทั้ง 4 ตัวตั้งท้องตามกัน กล่าวคือ “เมื่อแม่พันธุ์หนุขาว 2 ตัวแรกตั้งท้องแล้ว ก็จะนำไปไว้ในกล่องเลี้ยง และจะนำแม่พันธุ์หนุขาวอีก 2 ตัวที่เหลือลงไปลงในกล่องเพาะแทน ซึ่งเวลาในการนำแม่พันธุ์หนุขาวออกจากกล่องเพาะนั้น ผมจะกำหนดเป็นช่วงเวลาที่ดีที่สุด (Optimum) คือ ประมาณ 3

วัน เพราะถ้านำแม่พันธุ์หนูขาวออกจากกล่องเพาะเร็วเกินไปจะดี แต่เป็นการเพิ่มงานและสิ้นเปลืองด้วย แต่ถ้านำแม่พันธุ์หนูขาวออกจากกล่องเพาะช้าเกินไป แม่พันธุ์หนูขาวจะถูกรบกวนจากพ่อพันธุ์หนูขาว ทำให้แม่พันธุ์หนูขาวเกิดความเครียด และกินลูกตัวเอง ดังนั้น เมื่อแม่พันธุ์หนูขาวอยู่ในกล่องเพาะประมาณ 3 วัน ผมก็จะนำแม่พันธุ์หนูขาวที่ตั้งท้องแล้วไปไว้ในกล่องเลี้ยง และนำแม่พันธุ์หนูขาวอีก 2 ตัวลงไปกล่องเพาะแทน ซึ่งวิธีการนี้จะทำให้มาเลี้ยงกล่องเลี้ยง และการนำแม่พันธุ์หนูขาวลงไปกล่องเพาะพร้อมกัน จะทำให้น้ำเชื้อของพ่อพันธุ์หนูขาวไม่สมบูรณ์ ส่งผลให้การติดลูกก็จะน้อยลงด้วย”(ครรชิต, 2554, สัมภาษณ์)

วิธีการเลี้ยงหนูขาว

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 รายถึงวิธีการเลี้ยงหนู พบว่า

ในเรื่องโรงเรือนที่ใช้ในการเลี้ยงหนูขาวนั้น ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้า 3 ราย จะเลี้ยงในโรงเรือนระบบเปิด มีอากาศถ่ายเทที่สะดวก แต่ไม่มีการควบคุมอุณหภูมิและความชื้นสัมพัทธ์ในอากาศให้คงที่ ซึ่งแตกต่างจากผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าอีก 1 ราย ที่เลี้ยงหนูขาวในโรงเรือนระบบปิดเป็นห้องปรับอากาศ มีอากาศถ่ายเทสะดวก และมีการควบคุมอุณหภูมิและความชื้นสัมพัทธ์ในอากาศให้คงที่อยู่เสมอ และผู้ผลิตได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า “อุณหภูมิที่ผมคิดว่าเหมาะสมกับการเลี้ยงหนูคือ 21-25 องศาเซลเซียส ซึ่งเป็นอากาศที่ไม่ร้อนเกินไป และความชื้นสัมพัทธ์ในอากาศที่เหมาะสมอยู่ที่ 50-70 เปอร์เซ็นต์”(ครรชิต, 2554, สัมภาษณ์)

ส่วนในเรื่องการให้อาหารหนูขาว พบว่า ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าทั้งหมดมีความถนัดในการให้อาหารที่เหมือนกันคือ วันละ 1 ครั้ง แต่จะแตกต่างกันที่ชนิดของอาหารที่เกษตรกรแต่ละรายใช้ในการให้อาหารหนูขาว ซึ่งจะขึ้นอยู่กับวิธีการเลี้ยงเฉพาะของเกษตรกรแต่ละราย คือ ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้ารายที่ 1 ให้อาหารสุกรและอาหารนกเขาในการให้อาหารหนูขาว เนื่องจาก “อาหารสุกรมีราคาถูก อีกทั้งสารอาหารมีอย่างครบถ้วน และผมก็มีการเสริมสารอาหารด้วยการให้อาหารนกเขาเพิ่มเติมด้วย” (วรุณ, 2553, สัมภาษณ์) ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้ารายที่ 2 ให้อาหารแมวในการให้อาหารหนูขาว เนื่องจาก “แม้ว่าอาหารแมวจะมีราคาแพง แต่ผมคิดว่าอาหารแมวจะมีสารอาหารและกลิ่นที่ดีกว่า” (ครรชิต, 2554, สัมภาษณ์) ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้ารายที่ 3 ให้อาหารสุกรเพียงอย่างเดียว เนื่องจาก “ผมคิดว่าอาหารสุกรมีราคาถูก และสารอาหารมีอย่างครบถ้วนแล้ว”(دنุพล, 2553, สัมภาษณ์)และผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้ารายที่ 4 ให้อาหารสุกรและธัญพืชต่างๆในการให้อาหารหนูขาว เนื่องจาก “อาหารสุกรมีสารอาหารอย่างครบถ้วน และผมก็มีการเสริมด้วยการให้ธัญพืชต่างๆเป็นอาหารเพิ่มเติมด้วย”(ณัฐพร, 2554, สัมภาษณ์)

ส่วนเรื่องการให้น้ำแก่หนูขานั้น พบว่า ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าทั้งหมด จะให้น้ำจากปริมาณน้ำที่เหลืออยู่ในขวด เนื่องจากผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าทั้งหมดใช้การให้น้ำในระบบขวดน้ำ ซึ่งง่ายต่อการจัดการ

ส่วนในเรื่องการจัดเรียงกล่องเลี้ยงหนูขานั้น ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าทั้งหมดจะจัดเรียงกล่องเลี้ยงหนูขาวเป็นชั้นๆ เพื่อง่ายต่อการจัดการทำความสะอาด และเก็บผลผลิต

และส่วนในเรื่องการจัดการวัสดุรองพื้นนั้น พบว่า ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าทั้งหมด จะใช้วัสดุรองพื้นเป็นขี้เลื่อย และเปลี่ยนวัสดุรองพื้น สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ขึ้นอยู่กับความชื้นและกลิ่นของวัสดุรองพื้น กล่าวคือ “ในฤดูหนาวหนูขาวจะขับถ่ายบ่อย ผมจะเปลี่ยนวัสดุรองพื้นทุกครั้งที่วัสดุรองพื้นเกิดความชื้น แต่ในฤดูร้อนถ้าวัสดุรองพื้นเริ่มมีกลิ่น ผมก็จะเปลี่ยนวัสดุรองพื้นทันที” (ครรชิต, 2554, สัมภาษณ์)

การเก็บผลผลิตหนูขาว

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าในเรื่องการเก็บผลผลิตหนูขานั้น พบว่าผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้า 3 ราย จะใช้เวลาในการเก็บผลผลิตหนูขาว 1 คอกให้ได้ครบทุกคือ ขนาดหนูแดง ขนาดหนูกลาน ขนาดหนูวัง และขนาดหนูปลัด จะใช้เวลาประมาณ 2-3 สัปดาห์ ส่วนผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าอีก 1 ราย จะเก็บผลผลิตในเวลาที่แตกต่างกันตามขนาดหนูขาวแต่ละขนาดโดยผู้ผลิตหนูขาวรายนี้ได้ให้เหตุผลและข้อมูลดังต่อไปนี้ “ผมจะเก็บผลผลิตตามเวลาที่ผมได้กำหนดไว้ เพื่อให้ได้หนูขาวที่มีคุณภาพและขนาดที่เป็นมาตรฐาน ไม่ใหญ่หรือเล็กจนเกินไป คือ

- 1) ขนาดหนูแดง (Pinky) คือ ลูกหนูที่อ่อนแอเบียดสู่ลูกหนูตัวอื่นๆ ในการกินนมไม่ได้ เพราะตามธรรมชาติหนูขาวจะมีนม 8 ตัว และลูกหนูใน 1 คอกจะไม่ต่ำกว่า 10 ตัว ดังนั้นลูกหนูตัวไหนที่เบียดสู่ไม่ได้ นับจากลูกหนูตัวที่เล็กที่สุดมาถึงลูกหนูตัวที่ 10 จะถูกเก็บนำมาออกจำหน่ายในขนาดหนูแดง จะใช้เวลาประมาณ 2-5 วันจึงจะเห็นความอ่อนแอ
- 2) ขนาดหนูกลาน (Fuzzy) คือ ลูกหนูที่อ่อนแอเบียดสู่ลูกหนูตัวอื่นๆ ในการกินนมไม่ได้ เช่นเดียวกัน ดังนั้นจะมีลูกหนูที่อ่อนแอแน่ๆ อย่างน้อย 2 ตัวที่จะถูกนำมาออกจำหน่าย จะใช้เวลาประมาณ 6-10 วันจึงจะเห็นความอ่อนแอ
- 3) ขนาดหนูวัง (Sub Adult) คือ หนูขาวที่เลี้ยงจนมีอายุ 3 สัปดาห์ ที่สามารถกินน้ำและอาหารเองได้ จะถูกนำไปเลี้ยงในกล่องอนุบาลจนมีอายุประมาณ 4-5 สัปดาห์ เกษตรกรจะเก็บหนูขาวตัวผู้จำหน่ายในขนาดหนูวัง เนื่องจากหนูขาวตัวผู้โตเร็วกว่าตัวเมีย อีกทั้งถ้ามี

หนูขาวตัวผู้มากเกิน ไปก็ไม่ได้นำมาใช้งานด้วย ในขณะที่เดียวกันถ้ามีหนูขาวตัวเมียที่อ่อนแอก็จะถูกเก็บออกจำหน่ายเช่นเดียวกัน ส่วนหนูขาวตัวที่สมบูรณ์ก็จะถูกนำมาเป็นพ่อแม่พันธุ์หนูขาวทดแทนตัวที่ถูกปลดด้วย

- 4) ขนาดหนูใหญ่ หรือหนูปลด (Adult) คือหนูขาวที่ให้ผลผลิตที่ต่ำกว่าคอกละ 10 ตัว เนื่องจากตามปกติแม่พันธุ์หนูขาวจะให้ผลผลิตตั้งแต่คอกละ 10 ตัวขึ้นไป โดยเฉลี่ยคอกละประมาณ 14 ตัว” (กรรชิต, 2554, สัมภาษณ์)

และผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้ายังได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการทดแทนพ่อแม่พันธุ์หนูขาวที่ถูกปลดอีกว่า การนำหนูขาวมาทดแทนพ่อแม่พันธุ์ตัวที่ถูกปลดนั้น ต้องขึ้นอยู่กับการประเมินสภาพตลาดในแต่ละช่วงเวลาด้วย กล่าวคือ “ในฤดูหนาวจะไม่ค่อยมีแสงแดดที่ช่วยสัตว์สะเทินน้ำสะเทินบกและสัตว์เลื้อยคลานในการย่อยอาหาร อีกทั้งสัตว์เหล่านี้จะไม่ค่อยมีการเคลื่อนไหว จึงไม่จำเป็นต้องใช้พลังงานมาก ดังนั้นในฤดูหนาวสัตว์เหล่านี้จึงกินน้อยหรือไม่กินเลย ในทางกลับกัน ในฤดูร้อนจะมีแสงแดดที่ช่วยให้สัตว์เหล่านี้ในการย่อยอาหาร อีกทั้งสัตว์เหล่านี้จะมีการเคลื่อนไหวค่อนข้างมาก ทำให้จำเป็นต้องใช้พลังงานมาก ดังนั้นในฤดูร้อนสัตว์เหล่านี้จึงกินมาก และด้วยเหตุผลดังกล่าว ผมจึงต้องมีการจัดการการผลิตเพื่อให้เหมาะสมกับปริมาณความต้องการของตลาดในแต่ละฤดูกาลด้วย” (วรุณ, 2553, สัมภาษณ์) และในส่วนของผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้ารายหนึ่ง ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า “การประเมินสภาพการตลาดหนูขาวของผมก็จะขึ้นอยู่กับการขายตัวของตลาดการเลี้ยงของผมด้วยคือเมื่อผมทำการขยายตลาดงูของผมขึ้น ผมก็ต้องหาอาหารให้กับงูของผมมากขึ้น ผมจึงต้องผลิตหนูขาวให้เพียงพอกับจำนวนที่ผมต้องการขยายตลาดมากขึ้น” (กรรชิต, 2554, สัมภาษณ์)

ลักษณะสินค้า (หนูขาว) ที่ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าจำหน่าย

ลักษณะหนูขาวที่ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าจำหน่ายสามารถแบ่งได้ดังนี้

ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 รายถึงได้กล่าวถึงลักษณะหนูขาวที่จำหน่าย สามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ

- 1) หนูขาวเป็น
- 2) หนูขาวแซ่แข็ง

โดยลักษณะของหนูขาวที่ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าจำหน่ายนั้นจะขึ้นอยู่กับตลาดผู้บริโภค เช่น ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้ารายที่ 2 จำหน่ายหนูขาวแซ่แข็งเกือบทั้งหมดจะจำหน่ายหนูขาวเป็น

ให้แก่ลูกค้าที่รู้จักกันเป็นการส่วนตัวเท่านั้น โดยผู้ผลิตหนูขาวรายนี้ได้กล่าวว่า “ที่ผมจำหน่ายหนูขาวแซ่แข็งเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากผมต้องการยกระดับการเลี้ยงดูในประเทศไทย ให้ได้มาตรฐานเดียวกันกับการเลี้ยงดูในต่างประเทศ กล่าวคือ ในต่างประเทศจะใช้หนูแซ่แข็งเป็นอาหารของงู อีกทั้งหนูขาวแซ่แข็งยังมีราคาที่สูงกว่าหนูขาวเป็นอีกด้วย”(ครรรชิต, 2554, สัมภาษณ์) ซึ่งแตกต่างกับผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้ารายที่ 4 ที่จำหน่ายหนูขาวเป็นเกือบทั้งหมด โดยผู้ผลิตหนูขาวรายนี้กล่าวว่า “ผมต้องการเน้นลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ อีกทั้งผมเน้นจำหน่ายหนูขาวเป็นที่มีขนาดใหญ่กว่าตลาด ถ้าจำหน่ายดังกล่าวมาแปรรูปเป็นหนูขาวแซ่แข็ง ก็จะมีราคาที่สูงจนเกินไป ลูกค้าของผมก็จะซื้อไม่ไหว และที่สำคัญคือในปัจจุบันนี้ผมยังไม่มีเวลาที่จะแปรรูปหนูขาวอีกด้วย”(ณัฐพร, 2554, สัมภาษณ์)

และจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 ราย พบว่า นอกจากจะแบ่งหนูขาวออกเป็น 2 ลักษณะแล้ว ยังสามารถแบ่งหนูขาวที่จำหน่ายตามขนาด โดยผู้ผลิตหนูขาวรายหนึ่งได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับขนาดของหนูขาวตามมาตรฐานฟาร์มเลี้ยงหนูที่ได้ร่วมกันกำหนดไว้ว่า “พวกผมได้กำหนดมาตรฐานขนาดหนูขาวไว้ดังนี้

- 1) ขนาดหนูแดง (Pinky) คือหนูขาวที่มีอายุ 3 วัน
- 2) ขนาดหนูคูลาน (Fuzzy) คือหนูขาวที่มีอายุ 7 วัน ขนขึ้นเป็นพรมๆแต่ยังไม่แตก
- 3) ขนาดหนูวิ่ง (Sub Adult) คือหนูขาวที่มีอายุ 4-5 สัปดาห์ขนาดปลายจมูกถึงโคนหางประมาณ 7.5 เซนติเมตร
- 4) ขนาดหนูใหญ่ หรือหนูปลด (Adult) คือหนูขาวที่ถูกปลดจากพ่อแม่พันธุ์หนูขาวที่มีอายุมาก และให้ผลผลิตที่ต่ำกว่าคอกละ 10 ตัว ที่เกษตรกรเลือกใช้หนูปลด เนื่องจากการเลี้ยงหนูขาวขนาดหนูวิ่งมาเป็นขนาดหนูปลดจะไม่คุ้มค่ากับการลงทุน”(ครรรชิต, 2554, สัมภาษณ์)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ราคาสินค้า (หนูขาว) ที่ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าจำหน่าย

ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 ราย ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับราคาหนูขาวที่จำหน่าย ว่าที่ ราคาหนูขาวที่จำหน่ายจะขึ้นอยู่กับลักษณะและขนาดของหนูขาว คือ

หนูขาวเป็น เป็นหนูที่มีชีวิต โดยจะกำหนดราคาตามขนาดไว้ดังนี้

- 1) ขนาดหนูแดง (Pinky) ราคาตัวละ 12-15 บาท
- 2) ขนาดหนูคลาน (Fuzzy) ราคาตัวละ 15-20 บาท
- 3) ขนาดหนูวิ่ง (Sub Adult) ราคาตัวละ 20-30 บาท
- 4) ขนาดหนูใหญ่ หรือหนูปลด (Adult) ราคาตัวละ 35-40 บาท

หนูขาวแบบแช่แข็ง เป็นหนูขาวที่ได้รับการแปรรูปแล้วจะจำหน่ายในราคาที่แตกต่างกัน โดยผู้ผลิตหนูขาวรายหนึ่งได้กล่าวว่า “ราคาหนูขาวแช่แข็งขึ้นอยู่กับลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่พวกผมจำหน่าย เช่นตัวผมเองจะจำหน่ายหนูขาวแช่แข็งเป็นซองๆ ซึ่งในแต่ละซองก็จะมีราคาและจำนวนหนูขาวแช่แข็งที่แตกต่างกันไปตามขนาด คือ

- 1) ขนาดหนูแดง (Pinky) ใน 1 ซองใหญ่จะมี 5 ซองย่อย ๆ ละ 2 ตัว ราคาซองละ 200 บาท
- 2) ขนาดหนูคลาน (Fuzzy) ใน 1 ซองใหญ่จะมี 5 ซองย่อย ๆ ละ 2 ตัว ราคาซองละ 250 บาท
- 3) ขนาดหนูวิ่ง (Sub Adult) ใน 1 ซองใหญ่จะมี 5 ซองย่อย ๆ ละ 2 ตัว ราคาซองละ 300 บาท
- 4) ขนาดหนูใหญ่ หรือหนูปลด (Adult) ใน 1 ซองใหญ่จะมี 4 ซองย่อย ๆ ละ 2 ตัว ราคาห่อละ 300 บาท” (ครรรชิต, 2554, สัมภาษณ์)

และผู้ผลิตหนูขาวอีกรายหนึ่งได้กล่าวเพิ่มเติมว่า “ผมคิดว่าเมื่อนำหนูขาวเป็นมาแปรรูปเป็นหนูขาวแช่แข็ง และมีการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะเป็นการเพิ่มมูลค่าของหนูขาวให้มีราคาที่สูงขึ้นด้วย” (ณัฐพร, 2554, สัมภาษณ์)

รายได้จากการจำหน่ายสินค้า (หนูขาว) ของเกษตรกร

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าพบว่า ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า 3 ราย ให้คำตอบถึงรายได้ดีจากการจำหน่ายหนุขาว และคุ้มค่ากับการลงทุน เพราะเป็นอาชีพที่สร้างกำไรมาก สามารถนำมาเลี้ยงดูครอบครัวได้ อีกทั้งยังสามารถนำกำไรเหล่านั้นไปต่อยอดทำอย่างอื่นได้อีกด้วย แตกต่างจากเกษตรกรอีก 1 รายซึ่งมีรายได้จากการจำหน่ายหนุขาวที่ลดลง โดยผู้ผลิตหนุขาวรายนี้ได้ให้ข้อมูลว่า “ปริมาณการสั่งซื้อหนุขาวของลูกค้าของผมในระยะนี้มีจำนวนลดลงค่อนข้างมาก ทั้งที่ความต้องการหนุขาวยังมีมาก” (คนุพล, 2553, สัมภาษณ์)

ความต้องการสินค้า (หนุขาว) ของตลาดผู้บริโภค

ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 รายได้กล่าวถึงความต้องการหนุขาวของตลาดผู้บริโภคไว้ว่า ตลาดผู้บริโภคยังมีความต้องการหนุขาวอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่มีการขาดตลาดของหนุขาว ซึ่งมีสาเหตุมาจากสิ่งต่างๆ หลายประการ โดยผู้ผลิตหนุขาวรายหนึ่งได้ให้เหตุผลว่า “มันเป็นผลมาจากการจัดการและบริหารประเมินสภาพตลาดที่ดี คือผมได้วางแผนการผลิตให้เหมาะสมกับแต่ละฤดูกาล” (วรุณ, 2553, สัมภาษณ์) และผู้ผลิตหนุขาวรายหนึ่งได้ให้เหตุผลเพิ่มเติมอีกว่า “แม้ว่าในปัจจุบันความต้องการของตลาดผู้บริโภคร่วมกับการผลิตหนุขาวยังมีความสมดุลกัน แต่ผมคิดว่าในอนาคตมีแนวโน้มว่า ความต้องการของตลาดผู้บริโภคจะมีมากขึ้นเรื่อยๆ ด้วย” (กรรชิต, 2554, สัมภาษณ์)

ทรัพยากรต่าง ๆ คือสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่เพื่อใช้ในการดำเนินงาน มีอยู่ 4 ประเภท เรียกสั้น ๆ ว่า “4M's” ประกอบด้วย

คน (Men) บุคลากรในองค์กร

ในด้านกำลังคน พบว่า ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า 3 ราย มีการประกอบการการผลิตหนุขาวเพื่อการค้าเพียงคนเดียว เนื่องจากการผลิตหนุขาวเพื่อการค้าเป็นอาชีพที่มีการประกอบการที่ง่ายสามารถจัดการด้วยตนเองได้ มีเพียงผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้ารายเดียวเท่านั้นที่มีการจ้างแรงงานในการประกอบการการผลิตหนุขาวเพื่อการค้าเพิ่มอีก 1 คนเนื่องจากผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้ารายนี้มีการทำฟาร์มที่มีขนาดใหญ่ ทำให้งานมีมาก จึงต้องจ้างแรงงานมาเพิ่ม เพื่อช่วยให้งานสามารถดำเนินไปได้พร้อมๆกัน โดยผู้ผลิตหนุขาวรายนี้ได้กล่าวว่า “การที่ผมต้องจ้างแรงงานเพิ่มอีก 1 คน ผมคิดว่าคุ้มค่าต่อการเสียเงิน เพื่อให้งานของผมทั้งฟาร์มเลี้ยงงูและการผลิตหนุขาวสามารถดำเนิน

ไปได้พร้อมกัน และผมก็ไม่ต้องเสียเวลาในการทำงาน ผมเพียงแต่ต้องมาตรวจงานเท่านั้นเอง”
(ครรรชิต, 2554, สัมภาษณ์)

เงินทุน (Money) เงินทุนที่ใช้ในการดำเนินกิจการ

ในด้านเงินลงทุน พบว่า ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าทั้งหมดทำการประกอบการการผลิตหนูขาวเพื่อการค้าด้วยเงินลงทุนของตนเอง ไม่ได้มีหุ้นส่วน ผู้ร่วมลงทุน และเกษตรกรไม่ได้ไปกู้ยืมเงินจากสถาบันทางการเงินใดๆเพื่อมาลงทุน เนื่องจากการลงทุนที่ไม่สูงมากจนเกินไป โดยผู้ผลิตหนูขาวรายหนึ่งได้ให้เหตุผลเพิ่มเติมว่า “การผลิตหนูขาวเป็นอาชีพที่ลงทุนไม่มาก ผมใช้เงินลงทุนของผมเอง ผมไม่ต้องไปกู้ยืมเงินเลย” (วรุณ, 2553, สัมภาษณ์)

วัสดุอุปกรณ์ (Material) ที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินการ

ในด้านวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็น พบว่าใช้วัสดุในการเลี้ยงหนูขาวที่มีลักษณะที่เหมือนกัน คือ กถ่องเลี้ยงหนูขาว ซึ่งกถ่องเลี้ยงนี้ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าทั้ง 3 ราย ได้สั่งซื้อกถ่องเลี้ยงจากผู้จำหน่ายในกรุงเทพมหานคร โดยผู้ผลิตรายหนึ่งให้เหตุผลว่า “ที่ผมต้องสั่งซื้อกถ่องเลี้ยงจากผู้จำหน่ายจังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกถ่องเลี้ยงที่มีผู้จำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่มีราคาที่สูงกว่าการสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายในจังหวัดกรุงเทพมหานครค่อนข้างสูง” (วรุณ, 2553, สัมภาษณ์) ส่วนผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าอีก 1 รายที่มีการประยุกต์วัสดุในการเลี้ยงหนูขาว โดยผู้ผลิตรายนี้ได้กล่าวว่า “จากการที่ผมเปลี่ยนการเลี้ยงหนูขาวในกถ่องเลี้ยงเป็นการเลี้ยงหนูขาวในกะละมังแทน เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนในการผลิต และยังสามารถเลี้ยงหนูขาวได้ในปริมาณที่มากกว่าอีกด้วย” (دنุพล, 2553, สัมภาษณ์) ส่วนขวดน้ำที่ใช้เลี้ยงหนูขาว ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 ราย ได้ทำการประยุกต์ใช้ขวดน้ำที่ใช้แล้วมาทำจุกน้ำและท่อน้ำเองแทนการใช้ขวดน้ำสำเร็จรูป เพื่อประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่าย และอุปกรณ์ต่างๆในการเลี้ยงหนูขาว เช่น จี๋เลี้ยงที่ใช้เป็นวัสดุรองพื้น ผู้ผลิตหนูขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 ราย ได้จัดหาวัสดุมาจากการสั่งซื้อจากผู้จำหน่ายในกรุงเทพมหานคร เช่นเดียวกันกับกถ่องเลี้ยงหนูขาว

การจัดการ (Management) วิธีการบริหารปัจจัย 3 ข้อข้างต้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อ
องค์กร

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 ราย พบว่า

ในด้านการวางแผน

พบว่าผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้ามีการวางแผนการผลิตหนุขาวตามฤดูกาล คือ ในฤดูหนาวผู้ผลิตจะผลิตหนุขาว ในปริมาณที่น้อย เพราะฤดูหนาวตลาดผู้บริโภคจะมีความต้องการน้อย เนื่องจากฤดูหนาวสัตว์เลื้อยคลานและสัตว์สะเทินน้ำสะเทินบกจะกินน้อยหรือไม่กินเลย แตกต่างกับ ฤดูร้อนสัตว์เลื้อยคลานและสัตว์สะเทินน้ำสะเทินบกจะกินในปริมาณที่มาก ผู้ผลิตจะต้องผลิตหนุขาวเพื่อเตรียมไว้จำหน่ายในฤดูร้อนในปริมาณที่มาก เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการในปริมาณที่มากในฤดูนี้

ในด้านการควบคุมดูแล พบว่าผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้งหมดมีการควบคุมดูแลการผลิตหนุขาวเพื่อการค้าด้วยตนเองทั้งเรื่องวิธีการผลิต การจัดการตลาด การดูแลคุณภาพของหนุขาว ตลอดจนการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการผลิตหนุขาวเพื่อการค้า

ในด้านการประสานงาน พบว่า ผู้ผลิตหนุขาวมีการติดต่อประสานงานกับผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และต่างจังหวัดอย่างต่อเนื่อง เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และข้อมูลในการผลิตหนุขาว อีกทั้งยังมีผู้ผลิตหนุขาว 1 รายก็มีการติดต่อประสานงานกับภาครัฐ คือ สวนสัตว์เชียงใหม่ ในการจำหน่ายหนุขาวเพื่อเป็นอาหารสัตว์อีกด้วย

ในด้านการจัดการบัญชี พบว่าผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า 3 ราย มีการจัดการบัญชีบริหารการผลิตหนุขาวเพื่อการค้า มีการทำบัญชีรายรับ รายจ่ายในการผลิตหนุขาวเพื่อการค้าอย่างมีระบบแบบแผน มีการจัดการเงินทุนสำรองเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิตหนุขาวเพื่อการค้าอย่างเป็นสัดส่วน ทำให้การผลิตหนุขาวเพื่อการค้าของผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้ง 3 รายนี้ ดำเนินไปได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งแตกต่างจากผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าอีก 1 ราย ที่ยังไม่มีการจัดการบัญชีบริหารการผลิตหนุขาวเพื่อการค้า ไม่มีการจัดการเงินทุนสำรองเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิตหนุขาวเพื่อการค้าอย่างเป็นสัดส่วน เนื่องจากเกษตรกรรายนี้ต้องนำเงินทุนมาหมุนเวียนใช้จ่ายในหลายๆ ส่วน ทำให้การผลิตหนุขาวเพื่อการค้าของผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้ารายนี้ดำเนินไปอย่างไม่เป็นระบบเท่าที่ควร

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าในจังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจต่อลักษณะ และวิธีการผลิตหนุขาวของผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าถึงความพึงพอใจต่อลักษณะ และวิธีการผลิตหนุขาวพบว่า ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้งหมด มีความพึงพอใจมาก เนื่องจากลักษณะและวิธีการผลิตหนุขาวของผู้ผลิตทุกราย เป็นวิธีการที่มีการจัดการดูแลที่ง่าย แลให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับการลงทุน

ความพึงพอใจต่อลักษณะสินค้า (หนุขาว) ที่ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าจำหน่าย

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าถึงความพึงพอใจต่อลักษณะหนุขาวที่จำหน่ายพบว่าผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า 3 ราย มีความพึงพอใจต่อลักษณะหนุขาวโดยผู้ผลิตหนุขาวรายหนึ่งให้เหตุผลว่า “ในปัจจุบันตลาดผู้บริโภคยังให้การตอบรับต่อหนุขาวที่จำหน่ายในทางที่ดี แต่ในอนาคตผมก็ยังต้องการพัฒนาลักษณะหนุขาวที่ผมจำหน่ายต่อไปอีกเรื่อยๆ” (ครรชิต, 2554, สัมภาษณ์) ส่วนผู้ผลิตหนุขาวอีก 1 รายมีความพึงพอใจต่อลักษณะหนุขาวน้อย เนื่องจากหนุขาวที่ผู้ผลิตหนุขาวรายนี้จำหน่ายไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ กล่าวคือหนุขาวที่ผู้ผลิตหนุขาวรายนี้มีคุณภาพและขนาดไม่ดีเท่าที่ควร ส่งผลให้การตอบรับของตลาดผู้บริโภคไม่ดีเท่าที่ควร

ความพึงพอใจต่อราคาสินค้า (หนุขาว) ที่ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าจำหน่าย

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าถึงความพึงพอใจต่อราคาหนุขาวที่จำหน่ายพบว่า ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า 3 ราย มีความพึงพอใจต่อราคาหนุขาวที่จำหน่าย เนื่องจากในปัจจุบันผู้ผลิตหนุขาวมีความพอใจกับราคาหนุขาวที่จำหน่ายแล้ว เพราะราคาหนุขาวที่จำหน่ายทำให้ผู้ผลิตหนุขาวเกิดรายได้ที่ดี และคุ้มค่ากับการลงทุน ส่วนผู้ผลิตหนุขาวอีก 1 รายไม่พึงพอใจต่อราคาหนุขาวที่จำหน่าย เนื่องจากมีการแข่งขันกันมากขึ้น ทำให้ราคาหนุขาวของเขตกกลงด้วย

ความพึงพอใจต่อรายได้จากการจำหน่ายสินค้า (หนุขาว) ของผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าถึงความพึงพอใจต่อรายได้จากการจำหน่ายหนุขาวพบว่า ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า 3 รายมีความพึงพอใจต่อรายได้จากการจำหน่ายหนุขาวเนื่องจากในปัจจุบันเกษตรกรมีความพอใจกับรายได้จากการจำหน่ายหนุขาวแล้ว เนื่องจากรายได้

จากการจำหน่ายหนุขาวทำให้ผู้ผลิตหนุขาวทั้ง 3 ราย สามารถเลี้ยงดูครอบครัวของพวกเขาได้อย่างสุขสบาย อีกทั้งยังสามารถนำรายได้ดังกล่าวไปใช้จ่ายและต่อยอดทำอย่างอื่นได้อีกด้วย ส่วนผู้ผลิตหนุขาวอีก 1 รายไม่พึงพอใจต่อรายได้จากการจำหน่ายหนุขาวเนื่องจากเมื่อราคาหนุขาวที่เขาจำหน่ายลดลง อีกทั้งปริมาณการจำหน่ายหนุขาวของเขาก็ลดลง จึงส่งผลให้รายได้จากการจำหน่ายหนุขาวของเขาก็ลดลงอีกด้วย

ความพึงพอใจต่อความต้องการสินค้า (หนุขาว) ของตลาดผู้บริโภคร

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการเข้าถึงความพึงพอใจต่อความต้องการหนุขาวของตลาดผู้บริโภคร พบว่าผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า 3 รายมีความพึงพอใจต่อความต้องการหนุขาวของตลาดผู้บริโภครพอสมควรเนื่องจากตลาดผู้บริโภครมีความต้องการที่สมดุลกับปริมาณการผลิตหนุขาว และผู้ผลิตหนุขาวรายหนึ่งได้ให้เหตุผลเพิ่มเติมว่า “ผมจะเน้นกลุ่มผู้บริโภครในจังหวัดเชียงใหม่เป็นส่วนใหญ่ ทำให้ผมพอใจกับความต้องการของตลาดผู้บริโภคร”(ณัฐพร, 2554, สัมภาษณ์) แต่ในทางกลับกันนั้นก็มีผู้ผลิตหนุขาว 1 รายมีความพึงพอใจน้อย โดยผู้ผลิตหนุขาวรายนี้ได้ให้เหตุผลว่า “ถึงแม้ว่าความต้องการของตลาดผู้บริโภครยังมีอย่างต่อเนื่อง แต่ตลาดผู้บริโภครก็ไม่ได้สั่งซื้อหนุขาวเลย”(คนุพล, 2553, สัมภาษณ์)

ทัศนคติต่ออาชีพของเกษตรกร

ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้งหมดมีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพการผลิตหนุขาวเพื่อการค้านี้ เพราะเป็นอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ในทางที่ดี สามารถทำได้ง่าย และสามารถนำไปต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ด้วย และผู้ผลิตหนุขาวรายหนึ่งได้กล่าวเพิ่มเติมว่า “การที่ผมนำหนุขาวเป็นมาเพิ่มมูลค่าด้วยการแปรรูปหนุขาวเป็นให้เป็นหนุขาวแช่แข็ง และมีการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้น ทำให้หนุขาวของผมมีราคาที่สูงขึ้นด้วย”(ครรชิต, 2554, สัมภาษณ์)

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการผลิตหนุขาวของผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าใน
จังหวัดเชียงใหม่

โรค

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 ราย พบว่า โรคที่พบในหนุขาวมีเพียงโรคเดียวเท่านั้น คือ โรคเนื้องอก (Cyst) และโรคนี้จะเกิดขึ้นเฉพาะกับแม่พันธุ์หนุขาวที่มีอายุมากเท่านั้น ซึ่งมีสาเหตุมาจากการใช้งานแม่พันธุ์หนุขาวเป็นเวลานาน

ปัญหาอื่นๆ ที่พบ

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 ราย พบว่าผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า 3 รายจะพบปัญหาที่มีลักษณะเหมือนกัน คือ ปัญหาที่เกิดจากสภาพอากาศที่แปรปรวน ทำให้พ่อแม่พันธุ์หนุขาวเกิดความเครียด ส่งผลให้แม่พันธุ์หนุขาวกินลูกตัวเองบ้าง ไม่เลี้ยงลูกบ้าง ส่วนพ่อแม่พันธุ์หนุขาวก็ไม่เข้าผสมอีกด้วย ซึ่งแตกต่างจากผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าอีก 1 รายที่ไม่พบปัญหาดังกล่าวเลย เนื่องจากการจัดการโรงเรือนในระบบปิด ซึ่งมีการควบคุมอุณหภูมิและความชื้นสัมพัทธ์ให้คงที่อยู่เสมอ

วิธีการแก้ปัญหาต่างๆ ของเกษตรกร

จากการผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้ง 4 รายในเรื่องโรคเนื้องอก (Cyst) ที่พบ ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าทั้งหมดมีวิธีการแก้ปัญหาเรื่องโรคที่เหมือนกันว่า ผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าจะปลดหนูที่เป็นโรคเนื้องอกให้เป็นอาหารของสัตว์เลี้ยงของผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้าเอง สำหรับผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า 1 รายได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า “ก่อนที่จะปลดหนูที่เป็นโรคให้แก่สัตว์เลี้ยง ผมจะทำให้หนุขาวสลบหรือตายเสียก่อน เพื่อป้องกันอันตรายของงูจากการโดนหนูกัด” (ครองจิต, 2554, สัมภาษณ์) ส่วนในเรื่องการแก้ปัญหาที่เกิดจากสภาพอากาศที่แปรปรวนของผู้ผลิตหนุขาวเพื่อการค้า 3 รายที่ประสบปัญหา พบว่า พวกเขาจะใช้วิธีการเปิดพัดลมเพื่อช่วยในการระบายอากาศซึ่งเป็นวิธีการที่สามารถแก้ปัญหาได้