

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณสมบัติของไก่โคราชที่มีความแตกต่างทางด้านคุณภาพ เพื่อการขยายโอกาสสู่ตลาดใหม่ และ สร้างแบบจำลองธุรกิจในการจัดการห่วงโซ่อุปทานการผลิตไก่โคราชในระดับต้นน้ำโดยกลุ่มเกษตรกร เพื่อเป็นการสร้างอาชีพการเลี้ยงไก่โคราชให้แก่เกษตรกรอย่างยั่งยืน ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณค่าของไก่โคราช พบว่า ไก่โคราชจะมีลักษณะขนาดตัวใหญ่กว่าเมื่อเทียบกับไก่พื้นเมือง แต่จะเล็กกว่าเมื่อเทียบกับไก่พันธุ์เนื้อ รูปร่างเพรียวแต่มีเนื้อมาก แข็งมีสีขาวเพรียวยาว ผิวหนังเรียบ ไม่มีต่อขนหลงเหลือ มีชั้นไขมันน้อย หนังไม่เหนียวเกินไป และมีอกแหลม ในส่วนคุณสมบัติของเนื้อไก่โคราชจะมีความเหนียว นุ่ม รวมถึงมีความชุ่มฉ่ำดีกว่าไก่เนื้อ ทั้งในส่วนของไก่สดและไก่ที่ผ่านการแปรรูปด้วยกรรมวิธีการทอดและต้ม เป็นผลิตภัณฑ์ที่มี Value Creation ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคในช่องทางการตลาดต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี และการเลี้ยงไก่โคราชในระบบอินทรีย์ยังสามารถสร้างมูลค่าที่เพิ่มขึ้นให้กับเนื้อไก่โคราชได้ โดยปัจจุบันไก่โคราชมีการจำหน่ายผ่านช่องทางตลาดชุมชนและช่องทางตลาดเฉพาะ

จากผลการศึกษาทั้งหมดพบว่า ควรส่งเสริมให้เกษตรกรทำการผลิตไก่โคราชชำแหละที่รับรองคุณภาพแบบ GPS เกษตรอินทรีย์เพื่อจำหน่ายในช่องทางตลาดเฉพาะเป็นลำดับแรก เนื่องจากมีตลาดรองรับและเป็นช่องทางที่มีการเจริญเติบโตของตลาดที่สูงและผู้บริโภคมีความต้องการซื้อและมีความสามารถในการจ่ายซื้อที่สูงกว่าช่องทางตลาดอื่น เกษตรกรสามารถทำกำไรต่อการเลี้ยง 1 รุ่นที่ปริมาณการเลี้ยง 400 ตัว ได้ถึง 41,171 บาท ตลาดรองลงมาคือ ช่องทางตลาดชุมชนเนื่องจากเป็นตลาดที่เป็นขนาดใหญ่ที่สุด ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าเป็นจำนวนมากเนื่องจากคุณสมบัติของไก่โคราชที่แตกต่างจากคู่แข่งที่เห็นได้ชัด ถ้าหากมีการสื่อสารการตลาดให้กับผู้บริโภคให้รับรู้ถึงคุณสมบัติด้านสารอาหารและคุณภาพของเนื้ออย่างทั่วถึงก็จะสามารถเพิ่มมูลค่าของไก่โคราชให้สูงกว่าคู่แข่งและจัดจำหน่ายในราคาที่สูงกว่าคู่แข่งได้เพิ่มขึ้น และจะเป็นการดีต่อเกษตรกรยิ่งขึ้นหากมีการดำเนินการต่อในรูปแบบของการชำแหละขายเป็นไก่สด เนื่องจากการดำเนินการต่อสามารถสร้างผลกำไรได้เพิ่มเติมถึง 9,000 บาทต่อการเลี้ยง 1 รอบ (ที่ปริมาณการเลี้ยง 400 ตัว)

นอกจากนี้ยังมีโอกาสของการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของการผลิตลูกไก่ 1 วัน เนื่องจากปัจจุบันการผลิตลูกไก่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกรและผู้ผลิตหลักยังไม่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี โดยการผลิตลูกไก่ 1 วัน ที่กำลังการผลิต 400 แม่/ปี สามารถสร้างผลกำไรต่อปีให้กับเกษตรกรสูงที่สุดถึงปีละ 410,470 บาท มีระยะเวลาคืนทุนที่ 8.7 เดือน และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิตลอดระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี อยู่ที่ 2,682,963 บาท แต่เกษตรกรต้องใช้จ่ายเงินในการลงทุนครั้งแรกค่อนข้างสูงที่ 452,640 บาท

Abstract

The objectives of this research include 1) to identify the value creation of Korat chicken that has different quality in order to expand new markets and 2) to create business models for managing upstream supply chains of Korat chicken by group of farmers for sustainability. The results of the Value Creation of Korat chicken, it is found that the Korat chicken is larger size compared to the native chicken but smaller when compared to broiler chicken. It has slender but with a lot of texture. It has white-long shin and pointed chest. The skin is smooth with no stump and has just a little fat layer. The leather is not too sticky. Both of the fresh meat and frying or boiling meat are tough, soft, and have better moisture than broiler. These value creations can respond to the needs and expectations of consumers in various marketing channels well. Moreover, raising the Korat chicken in the organic system can also create more value for the Korat chicken meat. Currently, Korat chicken are distributed through community marketing channels and niche marketing channels.

From the studies, it should be encouraged farmers to produce dissected chickens that have been certified as GPS quality, and distribute to the niche market channel. It is because target customers in this niche market have more needs due to the high market growth and are able to pay a higher price than other markets. From this business model with 400 framings, farmers can make a profit up to 41,171 baht. Follow by the community market channel which is the largest market with a lot of demand. For this market, the effective marketing communication about the nutritional and quality of meat will increase the value of Korat chicken to be higher than the competitors and can be distributed at a higher price than the competitors. Moreover, farmers can generate additional profits 9,000 more baht per round if do further process to produce dissected chicken.

In addition, business model of 1-day chick production is a good chance for farmers due to the highest profit per year up to 410,470 baht with a payback period of 8.7 months and a net present value throughout the 5-year operation period at 2,682,963 baht. Although farmers have initial investment at a high of 452,640 baht, 1-day chick production is not enough to meet the needs of farmers due to only main producer is Suranaree University of Technology.